

出國報告（出國類別：考察）

日本地方創生案例參訪

服務機關：文化部

姓名職稱：陳修程司長、金芳如科員

派赴國家/地區：日本北海道

出國期間：2025 年 7 月 21 日至 7 月 25 日

報告日期：2025 年 9 月 30 日

摘要

2019 年是臺灣地方創生元年，至今已推動 6 年，在臺灣鄉鎮及偏遠地區撒下移居、深耕地方 DNA 的種子。時臺灣地方創生政策參照日本，為以文化及藝術角度深入瞭解日本推動情形，深化本部地方創生計畫之國際鏈結，並借鏡日本透過公私協作、活化生態場域、閒置空間再利用、藝術介入、文化美學及轉譯等策略，考察日本區域空間轉型、產業及文化創新等作為，故本年度規劃赴北海道札幌及旭川之間，參訪具代表性的地方創生案例，建立臺日地方創生的文化鏈結，為雙方文化交流關係建立互信基礎。

目錄

壹、前言	3
一、本部政策現況.....	3
二、參訪目的.....	3
貳、參訪行程簡表.....	3
參、參訪事項	4
一、札幌啤酒博物館.....	4
二、旭川動物園.....	6
三、東川町.....	8
四、緩慢北海道.....	11
五、旭川平和通商店街.....	13
六、美唄安田侃雕刻美術館.....	15
七、夕張煤礦博物館.....	17
八、札幌大學.....	19
肆、心得及建議事項.....	20

壹、前言

一、本部政策現況

為縮減城鄉差距及鄉鎮人口外移等議題，我國地方創生政策係行政院於 2018 年，定位為國家安全戰略層級的國家政策。2025 年起，由國家發展委員會統籌推動「打造永續共好地方創生計畫（114-117）」（地方創生 3.0）。作為多元途徑的協力部會，本部本年度完成修正「文化部暨所屬文化資產局補助地方創生計畫作業規範」，旨在針對地方政府及民間單位提出之地方創生文化事業推動計畫，對應本部主管 8 大文化事業類型提供資源挹注，支持地方以文化事業參與形塑地方 DNA，創造在地就業機會，鼓勵地方人口回流及永續扎根地方。

二、參訪目的

為深化本部地方創生計畫之國際鏈結，借鏡日本透過公私協作、活化生態場域、閒置空間再利用、藝術介入、文化美學及轉譯等策略，考察日本區域空間轉型、產業及文化創新等作為，故本次規劃參訪北海道的地方創生案例，拜會在地相關推動單位，進行實務經驗交流及分享。期本次參訪經驗，提供我國以文化事業推動地方創生的實踐參考，增益臺灣地方創生的永續發展模式。

貳、參訪行程簡表

日期	上午	下午
7 月 21 日 (一)	臺北直飛札幌	參訪札幌啤酒博物館 文化遺產與產業活絡案例
7 月 22 日 (二)	參訪旭川動物園 生態場域及文化體驗案例	參訪東川町 文化美學及公所推動政策案例
7 月 23 日 (三)	參訪緩慢北海道 臺灣品牌深耕國際文化及經濟案例	參訪旭川平和通商店街 商圈文化再生案例
7 月 24 日 (四)	參訪安田侃雕刻美術館 閒置空間再利用案例	參訪夕張煤礦博物館 產業文化記憶轉譯案例
7 月 25 日 (五)	參訪札幌大學 區域發展人才與知識中介平臺	札幌直飛臺北

參、參訪事項

日本北海道介於北緯 41 度及 45 度之間，人口數約 500 萬左右，佔總人口數約 4%，是日本實施地方創生政策的重點區域。本次參訪旭川及札幌之間的文化藝術據點，參訪紀要如下：

一、札幌啤酒博物館

(一) 參訪時間：2025 年 7 月 21 日 16 時至 18 時

(二) 參訪紀要：

下機首站抵達札幌啤酒博物館，一間以產業遺產作為展覽核心的博物館。北海道廳登錄該博物館為北海道遺產，現建築外牆修建中，館內透過多媒體、實物、展示板和體驗活動等，生動展示釀造原料、技術、設備、啤酒瓶、行銷海報、歷史文件等釀酒廠發展史。

1876 年釀酒廠開業時，承接札幌製糖公司的木造 2 層建築，後仿歐改建為紅磚建築。北海道種植幅員廣大的麥子，當時政府推動麥子從農作物轉於經濟作物，藉釀酒需求提升農作物的價值，札幌啤酒工廠 1880 年產製的啤酒獲得國際最高評價。北海道將農作物加值運用，源於 19 世紀後期明治政府推行的殖產興業政策，同時日本政府為加強北海道的基礎建設，將囚犯移往此處建設如北海道高速公路。而偷渡至德國的日本人成功移轉德國釀酒技術，現存 3 百多公升的鍋爐是日本唯一保存 135 年前的產業設備，見證札幌啤酒產業的開拓史。

觀察札幌啤酒博物館展示沿革史的方式，是將黑色展架錯落置於展間的中央處，並以數字清楚標示展區，一層一層揭示各展區主題。為吸引人親近各期歷史及文物，博物館藉由展場光線控制及各區聚光燈、呼應各主題的展品實物等展示設計力，輔以各展區架旁的多語導覽文件，營造探索產業文化史的深度知識又兼具趣味性，最後遊客可在啤酒區實際體驗百年啤酒搭配在地小點。

札幌啤酒博物館入口左側磚牆，擺設 4 面獲選紀念牌，值得注意的是該博物館在札幌市創建 120 年紀念活動中，由市民提名為札幌市鄉土文化百點。博物館文創品以啤酒周邊品、博物館 Logo 及開拓史設計相關文創品，及札幌在地特產，為參訪博物館留下亮點記憶。



圖 1：啤酒博物館入口



圖 2：啤酒博物館入口指示牌



圖 3-1：啤酒博物館獲選牌



圖 3-2：札幌市創建 120 年記念
啤酒博物館獲選札幌市郷土文化百選牌



圖 4：接待區設計



圖 5：沿革史展示廳

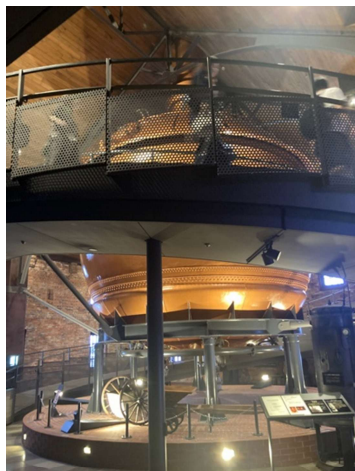


圖 6：百年釀酒鍋爐



圖 7：體驗活動



圖 8：周邊文創品



圖 9：博物館園區一景

二、旭川動物園

(一) 參訪時間：2025 年 7 月 22 日 9 時 30 分至 12 時 30 分

(二) 日方交流人員：田村哲也園長

(三) 參訪紀要：

旭川動物園是地處日本最北端的動物園，1967 年開園至今 58 年，經營理念為聚焦生命本質。動物園規模不大，動物隻數不多，沒有一般大眾喜愛且具吸引力的動物如熊貓或無尾熊，因此園方思考如何解決吸引力不足的問題。首先旭川動物園認為，在地動物已具備魅力，故致力將在地動物魅力展現出來，沉浸式體驗是重要的，**行動展示**也是努力方式之一，同時傳遞**“生命皆平等且有限”**的普世價值。

旭川動物園前一階段曾營運困難，現逐漸恢復。1967 年到 1976 年為草創期，當時動物園是市民喜愛的休閒之處。1977 年到 1986 年為遊樂設施時期，當時動物園結合遊樂設施，創造出遊客高峰潮，遊樂設施成了遊客來園的主要動機，然而設施變舊後，遊客逐漸變少。1987 年到 1996 年是動物園的低潮時期，由於過於依賴遊樂設施的吸引力，且曾發生園內動物感染事件，造成遊客數銳減。就在此時，園方開始思考如何克服問題。此一轉折期的關鍵策略如下：

1、決策者重新重視與支持：當時園長在預算許可下，調查第一線工作人員的夢想動物園。當時日本普遍政策是透過遊樂設施來增加入園吸引力，時任的旭川市長也是同樣思維。為了重振動物園，時任園長展示員工所畫的夢想動物園素描給市長，同時討論園區發展藍圖，最後市長支持動物園新的發展方向。

2、落實行動：得到市長支持後，園區開始落實員工的夢想素描景，逐步建造兒童牧場、鳥類之村、猛獸館，海豹館、北海道產動物舍等。

3、園區方案：

(1) 行動展示：以圓柱水道展示海獺等動物的活動，這是世界第一次的做法，或以網籠展示貓科動物，提供動物足夠的活動空間。知名的企鵝散步不是企鵝秀，而是企鵝原本的習性和自然行動，冬季時動物園沒有限制企鵝活動空間，遊客不多時，開放讓企鵝在園區散步。

(2) 手寫展示說明牌：起初是因預算不足，由員工手繪說明牌，此一具溫度的展示法相當受遊客喜愛，因此園方至今堅持手製說明牌，不因預算增加而改變作法。另第一線工作人員的心意也可以表現在說明牌，也可機動變更等益處。員工可自由發揮說明牌的表現風格，原則是不提供錯誤資訊，也呼應園區理念：重視生命，即重視第一線員工的熱情，尊重員工想法，且盡量支持。

(3) 飼育員導覽解說：飼育員在園區經營困難、預算有限下，一起思考如何表現動物的魅力。當時日本沒有飼育員向遊客導覽解說的作法，因此旭川動物園首開先例時曾受媒體批評，現在日本全國動物園都做同樣的事。

(4) 夜間開園：為配合夜行性動物習性，同時呈現旭川晚間的自然景光。

(5) 推廣教育：透過與學校老師討論，決定向學生的推廣方向及內容。

旭川動物園透過前述創新策略及集眾人智慧，1997 年到 2006 年迎來振興，恢復蓬勃發展，日本全國媒體開始大量報導。現在以共生展示（自然生活環境展示法）、推廣保育活動及理念、充實在地動物的展示內容（展示魅力）等，例如重視狐狸、貓頭鷹是北海道在地重要的動物，至今維持百萬遊客入園，從開園走過低潮期，現增加每年 95 萬平均遊客數，也受到國際觀光客喜愛，臺灣是園區國際遊客的重要來源。



圖 1：旭川動物園交流室



圖 2：陳修程司長與田村哲也園長



圖 3：孩童牧場



圖 4：北海道在地動物區

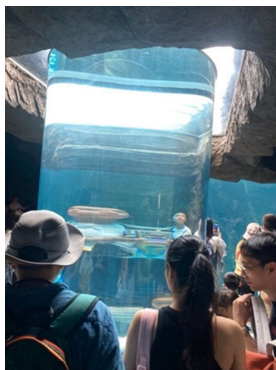


圖 5：柱型水道展示



圖 6：熊區與遊客



圖 7：手繪展示說明牌



圖 8：文創品標語「行動展示」

三、東川町

（一）參訪時間：2025 年 7 月 22 日 10 時至 12 時

（二）日方交流人員：東川町企劃總務課三島先生、北海道東川町台灣事務所富田恭敏董事長

（三）參訪紀要：

東川町以公部門單位為主策者，長期推動地方創生相關政策，呈現於各項移居&宜居政策、有形的公所建築、交流中心展示牌及多元文創品。

東川町以**寫真之町**為町鎮品牌，是 1985 年發佈以攝影文化為中心的宣言，持續至今 40 年，以文化為基礎的町鎮建設策略，設計大雪山為意象的藍底白字 Logo。攝影（寫真）活動以長期推動為策略，非煙火式鉅額活動。為邁向全國發展而舉辦寫真甲子園競賽，吸引關鍵人口到東川町進行攝影比賽，結束後帶回家鄉宣傳東川町理念，產生外溢效果。東川町文化館在此理念下孕育而生，作為支持國際攝影節等活動地及攝影展示館。東川町以攝影作為回饋地方的方式，其靈感習自歐美國家，是町鎮向外行銷及文化交流的窗口，圍繞人與人相遇、文化、自然施行各樣政策。

日本中央政府每年挹注地方創生推動補助金給東川町公所，政策剛實施時，東京曾派遣協力隊到地方協助，現在成熟後與**地方企業合作**是重要支持。東川町在地產業為農業、木業及觀光，推動策略及成果如下：

1、東川町利用大雪山旭岳富含礦物質的天然水種植稻米，東川米產製嚴格遵守值得信賴的十個證明及與水共存的五項標準，獲得最高等級米的殊榮。2020 年為釀製日本清酒，成立日本罕見的政府與民間合辦釀酒廠，由東川町公所建造釀酒廠廠房，三千櫻酒造公司負責經營，開發出東川之雪等酒款。

2、公所與木作公司合作開發產品，啟動**我的椅子**企劃。東川町是日本木傢俱產地之一，因此策劃將木傢俱融入新生兒的日常生活，從小接觸優質傢俱，是東川町重要的政策。每年的木椅獨具風格，刻上新生兒名字和出生日作為紀念及祝福。為支持木藝設計發展，以織田憲嗣先生的收藏品，提供在地木工坊職人

觀摩習藝，增進木工製作的基礎，並推動公有化織田收藏，將其登載為東川町文化遺產，作為數位檔案公開及利用。另在東川町複合交流中心的紀念品店，展售東川町木工的作品，例如將日本傳統紋樣（麻之葉、七寶）作為木製杯墊的鏤空設計。

東川町近 30 年間人口呈現穩定成長，增加約 20%，約 8,500 人定居。東川町公所為打造移居環境，提供各式暖心政策如下：

- 1、傢俱貸款：2023 年推出，鼓勵町民購買町內傢俱，以補貼貸款利息 3%之回饋機制帶動木業產品需求。
- 2、觀光：2017 年為促進在地經濟循環，推出活絡產業發展的 HUC 卡，可作為集點或生活津貼卡，用於連結東川町市政回饋金及使用於町內商家。
- 3、國際教育：東川町小學轉型為國際日語學習學校，推動 Globe 課程計畫。
- 4、生育及家庭：以圖書支持家庭育兒，例如新生兒出生後各成長階段，家長可選贈繪本給小孩到小一孩童自行選書，同時提升圖書館使用率。其他育兒支持包括與合作社推出育兒箱、乳牙木盒等。此外配有孕期補貼、安全交通支援、居家打掃、課後託管服務等暖心政策，及不孕症政策輔助。
- 5、高齡生活：東川町為照顧高齡者，提供福利如安全聯絡裝置安裝服務、緊急通報裝置租賃、接送服務、臨街鏟雪、日用品補貼、長壽禮金及贈送八十大壽紀念寫真等。
- 6、納稅制度：東川町施行股東制度，透過投資或捐贈成為東川町股東，可享町內各種優惠及稅制上的減免。

此外，為打造東川町景觀風貌，2002 年制定景觀條例，根據東川風格住宅指南，對庭院的植被、建築使用的木材、形狀、顏色等進行規範。東川町與屋主簽訂景觀協定，亦給予補助，共同推動環境保護和建物樣態，打造東川町在地風格，積極推動與自然景觀協調的住宅。

東川町作為地方政府推動地方創生實為典範之例，從自然資源、居住、生活、教育、投資創業到城鎮風格等，全面且細緻地施行各項具吸引力的政策，打造移居&宜居的城鎮文化及町鎮品牌。東川町未來規劃以舊東川車站再開發計畫，打造一間設計博物館。



圖 1：東川町公所



圖 2：東川町複合交流文化中心



圖 3：致贈陳修程司長町民證



圖 4：東川町椅子計畫之展示椅



圖 5：圖書館



圖 6：東川町濾掛咖啡包設計



圖 7：東川町郵票



圖 8：東川町在地木製傳統紋飾杯墊



圖 9：新 Logo 設計



圖 10：東川町農特產品及設計

四、緩慢北海道

(一) 參訪時間：2025 年 7 月 23 日 9 時 30 分至 12 時

(二) 接待人員：王村煌董事長

(三) 參訪紀要：

緩慢集團於 2001 年在臺灣創業，受雜誌上富良野薰衣草田吸引，當時事業尚未穩定，因創辦人想到北海道尋夢，進而認識富田農場主，後至美瑛創業。日本是靠人際網絡及町內會運作的社會，緩慢創辦人在地長期深耕受日方接納，311 事件是日本對臺灣接納的轉折點，現薰衣草森林在當地已經營 14 年。

北海道面積佔日本國土約五分之一，約臺灣 2.3 倍大，GDP 排名日本第 6，美瑛地區每年約有 3 百萬觀光人次。北海道與臺灣有相似的歷史背景，由於俄羅斯 19 世紀東擴的威脅，明治維新開發北海道設開拓使，在此之前北海道為蝦夷，是化外之地。

王董事長表示，近期日本地方創生存有論戰：安倍政府認為地方創生是觀光手段，地方需要大量觀光就業人口，屬觀光派，而石破茂政府為產業派，為拉動產業活絡。臺灣走的是社區營造路線，例如臺中新社香菇是臺灣地方創生早期的案例，以觀光拉動地方創生。

北海道政府對移居政策豐富且條件寬鬆。例如從變更土地用途、景觀審議到取得建照僅需 8 個月，現在北海道庭園已發展出自身特色。當地優勢在於不缺乏國際觀光客，具地方投資價值，且日本現在不需導遊執照，對民宿全面開放，政府僅做民宿業備查。然而日本在地人普遍認為通縮已 30 年，不具在地投資價值。

地方創生如何帶動**地方魅力**？著名的東川町案例，即政府主動、生活需求拉動、以宜居政策吸納大量移居旭川人口等。美瑛則是由觀光拉動，地處觀光客滑雪通道上，優美的大自然環境中發展在地民宿、咖啡店、選物店、餐廳等，臺灣苗栗卓也小屋的工藝品，於 2024 年進駐北海道開設選品店。

隨後參訪距離薰衣草森林約 5 分鐘路程的美瑛農會。農會致力打造美瑛選果的品牌。為促使美瑛農產品比其他地方多 15% 獲利，重新設計及修繕農會空間、洽談北海道獲米其林餐飲認證店家入駐（條件為需以美瑛農產品入菜，1 客售 4500 日幣）、設立美瑛小麥烘培坊等，提升美瑛農產品及工藝品的行銷管道。

美瑛是聯合國教科文組織認證最美小鎮，其魅力透過前田真三攝影師，將美瑛景色傳至世界各處。



圖 1：緩慢北海道入口



圖 2：陳修程司長致贈王村煌董事長小禮

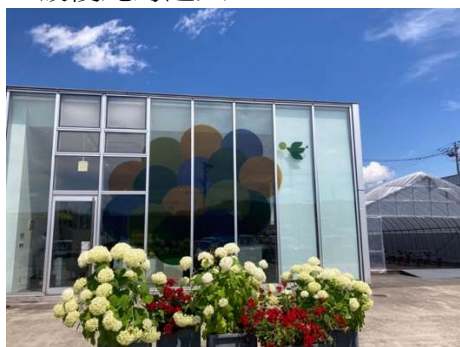


圖 3：美瑛農協超市及米其林餐廳外觀



圖 4：美瑛選物之在地特產櫃

五、旭川平和通商店街

（一）參訪時間：2025 年 7 月 23 日 14 時至 16 時 50 分

（二）日方交流人員：旭川平和通商店街振興組合佐佐木邦男副理事長、山岡揚子事務局長、旭川市經濟部經濟交流課小松一惠主幹、角田邦彰課長輔佐、石川芽專員、旭川市地域振興部地域振興課佐佐木亮主查、大內紘基專員

（三）參訪紀要：

本次參訪首先由佐佐木邦男副理事長帶領走訪街區，主要進駐店家為百貨公司或餐廳，部分街區空屋率高。走訪結束後至旭川市中心街地活化協議會聽取簡報。

旭川市經濟部首先說明北海道旭川城的成立背景，源於明治時期政策。1890 年因屯田兵制度引入，開通旭川，1900 年日本陸軍第七師團移駐。旭川平和通商店街位於旭川火車站前，總長 1 公里，範圍從一條通至八條通。由於北海道幅員廣，當地居民多自行開車，停車場是在地民眾日常生活的基本需求。1966 年政府發表買物公園調查報告書，隔年展示具體規劃，由國立京都大學參與專案規劃，後成立公園規劃委員會。這是一場**社會實驗**計畫，商店街僅對行人開放，在此之前曾歷經城市交通規劃的論爭，直至 1972 年完成打造買物公園永久步行區。開幕時有遊樂設施、小店等吸引人士到此休憩，全盛活絡期約為 70 至 80 年代。

1982 年浮現買物公園顧客減少的危機，於 1986 年成立買物公園再生委員會，以改善環境、活化商店街等為目標，至 1992 年北方生活與風土接到風貌魅力為主軸的街景整備設計提案，聚焦建築、街景等硬體的修復及更新。

2020 年和平通買物公園作為日本全國首條永久性步 50 週年，日本國土交通省表示，行人通行街區的城市建設是先驅，2024 年召開買物公園未來方向檢討會議，制定買物公園未來願景，同時成立買物公園平臺。不僅商店街本身，須從整體區域角度重新思考城市魅力。

旭川市政府對商店街振興的措施，包含市中心組織及市政府本身。市中心組織主由旭川平和通商店街振興組合、三和綠道商店街與旭川商工會議所，共同組成和平通買物公園企劃委員會，負責宮下通至 8 條通的環境美化、受理公園使用申請、舉辦活動如買物公園季等。另為提升逐漸沒落的街區，2009 年成立旭川市中心街地活化協議會，此民間組織主責旭川市中心街區活化基本計畫，促進市中心地區用地，且為提升市民停留街區的時間，舉辦活動如市中心開放露臺計畫。至於市政府，支援位於市中心的組織、促進來街人潮（提供如共用停車券制度）、促進閒置店鋪開設新店（如補助一年期租金的三分之一）、營

造熱鬧氛圍（補助活動計畫）、打造 ICT 園區，這些作為都是為了提升市中心街區的價值，活絡地方經濟。

成立買物公園平臺的是旭川政府地域振興部地域振興課，為了活化旭川市中心，近年執行活化社會實驗的專案—城市日常計畫，名為 **Archive Book**，進行為期 28 天的試驗，探討什麼類型的店家能吸引顧客，社會實驗也在街區設置假草皮和椅子，營造休閒感。團隊中的政府人員，重視主動實驗的態度。這場計畫以促進來街人潮、強化區域回流性等分析專案結果，透過實驗呈現公共空間的發展。

從市政府立場，如何讓居民從事活動，且避免一致性持續實驗。店家有不同想法時，維持互相溝通。市政府作為陪伴角色，了解居民想法，以補助金協助居民開展想從事的計畫。

旭川平和通商店街振興組合表示，對比之前很多電影院及物品店，現在餐廳比物品店多，出自政府政策，1980 年之前外商在郊外開百貨公司有嚴格規定，日本後開放國際百貨公司進入旭川，造成與在地業者競爭，商店街沒落是因日本政府放寬外資為主要因素。

整體而言，旭川市政府正再次面對一議題，即為提升地區價值的有效措施是什麼？現階段遭遇的挑戰是，消費者購物管道的選擇變多，以及國際大型業者在開設腹地大的購物商場等，導致人潮分流。市政府表示，現在需要重新定義買物公園，以維持及提升街區魅力，目前解方持續探索研議中。



圖 1：商街旗幟



圖 2：商店街景



圖 3：旭川市經濟部經濟交流課簡報



圖 4：旭川市地域振興部地域振興課簡報



圖 5：旭川平和通商店街振興組合佐佐木邦男副理事長簡報



圖 6：陳修程司長致贈佐佐木邦男副理事長小禮

六、美唄安田侃雕刻美術館

（一）參訪時間：2025 年 7 月 24 日 9 時 30 分至 12 時

（二）日方交流人員：美唄市教育委員會杉本竜一教育部長、美唄市教育委員會生涯學習課小見山智之課長、宮下淳司係長、中村優季主事、NPO 法人 Arte Piazza 加藤知美主任、泉沙希策展人

（三）參訪紀要：

美唄市是 1950 年北海道誕生的第 15 個城市，位於旭川及札幌之間，主要產業為煤礦，大型企業如三井等曾至美唄投資。1956 年人口成長至 9 萬 2 千人。後續從煤礦轉型為石油業，至 1963 年煤礦業全面關閉，當地人口大量外移，2025 年的人口數下滑至 1 萬 8 千多人。

為提供在地民眾休閒及培養美感之處，美唄市政府利用原廢棄小學校，活化建築空間，轉型為面積 7 萬平方公里的阿爾特廣場暨安田侃雕刻美術館。自 2006 年起，美唄市政府委由 NPO 法人 Arte Piazza 經營，2016 年指定為美術館，在此之前曾作為藝術文化交流中心及偏鄉小學。安田侃雕刻美術館的成立，源自 1992 年美唄市政府與出生於美唄、現居留於義大利的藝術家安田侃專案討論，引入安田侃在義大利以白色大理石創作的美術品作為室內及戶外展示品，並以黑色雕刻品象徵美唄煤礦的產業記憶。美術館自詡作為自然與人、人與人的交流平臺，為提升文化價值，培育欣賞藝術創作的人們，傳承美唄土地記憶，貢獻地區振興文化、藝術和學術等活動。2018 年制定阿爾特廣場美唄願景，為期 5 年，相關規劃納入第 7 期美唄市綜合計畫。

NPO 法人 Arte Piazza 理念是建立連結地區與人、人與人之間的交流機會，成為交流平台，具體執行方案如雕刻心靈課程，或炭礦記憶計畫透過展覽、影片工作坊、8 月定期舉辦祭典等，活絡在地人們的文化生活。安田侃美術館在原有小學校舍空間進行修建，政府負擔大規模維修費用，NPO 法人 Arte Piazza 負責其他小型設備維護。地方政府與 NPO 法人 Arte Piazza 在實際運作美術館時，需溝通了解彼此立場及想法，共同討論出解決方案。

美術館營運包含會員制（一年期），藉舉辦年會定期交換意見，而志工是維護園區、咖啡廳經營、活動支援等重要人力。NPO 法人 Arte Piazza 每年製作財務報表，主要收入為政府捐助，另開拓捐贈、文創品店及咖啡廳等為其財務源。



圖 1：安田侃雕刻美術館



圖 2：安田侃雕刻美術館戶外景



圖 3：廢棄小學空間作為展示空間



圖 4：多媒體展示空間



圖 5：美唄市教育委員會杉本竜一教育部長與陳修程司長交流

七、夕張煤礦博物館

(一) 參訪時間：114 年 7 月 24 日 14 時 30 分至 17 時

(二) 日方交流人員：NPO 法人夕張市煤礦博物館石川成昭館長、北口博美副理事長、夕張市教育委員會辻大士郎主幹、寺江和俊主任、北海道空知綜合振興局地域創生部地域政策課宮本哲也課長、岡田悠生主查

(三) 參訪紀要：

1900 年夕張煤礦第一個開礦為天龍坑，全盛期有 27 個礦坑，1980 年閉山後，以石炭歷史村作為觀光設施的形式向公眾開放。相對於寺廟神社及古美術品，日本**產業遺產保存**直至 1996 年才建立文化財登錄制度。2007 年夕張市財政破產後，北海道廳認真思考歷史保存議題，繼而成立 NPO 法人制，在原礦區以博物館型態重新開館並制定新的營運計畫。

夕張煤礦博物館由夕張 NPO 法人煤礦記憶推進事業團負責營運，隸屬夕張市教育委員會，博物館理念是面對生命而活。作為紀錄、保存、呈現與煤礦共生人們的場域，提出”炭鐵港”概念，與九州共同探討明治日本的產業革命遺產，原目標為登錄世界文化遺產或日本國內遺產重視活化，最後選擇登錄為日本遺產。2019 年模擬坑道火災祝融進行修復，直至 2025 年重新開放。2021 年制定的都市計畫總體規劃，明確將博物館載入活用歷史文化，以此作為制定城市建設的政策，從過去重視觀光，轉型為社會教育設施。

總體規劃及執行包括保護夕張礦山原始風貌、保存與活用具有在地特色的文化歷史性建築及在地資源、承接煤炭產業的歷史文化及在地社群，並與其他產煤地區聯手推動跨地區建設網絡。透過串聯空知、小樽和室蘭等三地，共同呈現日本近代化過程的產業資產，進而提升地域價值，並藉由規劃導覽及推廣活動進行探索，建立人們的連結感，進而帶動經濟效益。

煤炭博物館分為展示區及礦坑體驗區。展示區共 2 層樓，以分區主題式，以實物呈現煤產業的原料開採、勞動工具、交通運輸、煤炭多元運用、區域產業鏈等內容。礦坑體驗區則實際走入礦工工作的實景，從電梯沉浸式體驗到礦道，展示各式大型採礦機具（包含建造商、型號、製造年等）、設備、運具、礦工蠟像，甚至可觸摸地下煤礦冰涼的溫度。

夕張煤礦博物館館長及副理事長表示，他們曾多次造訪臺灣，展現臺日產業文化交流已搭建的溫度。另夕張煤礦博物館與新平溪煤礦博物館，近年定期交流，致力研究近代東亞煤礦產業發展史及轉譯遺產文化。



圖 1：北海道空知總合振興局地域創生部
地域政策課宮本哲也課長與陳修程司長
交流



圖 2：北海道指定天然紀念物-瀝青炭

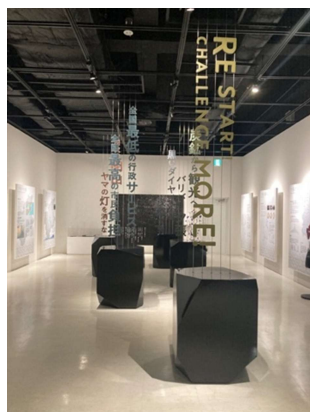


圖 3：煤礦展示區入口意象



圖 4：煤礦產業展示區



圖 5：煤炭工藝品



圖 6：夕張鐵道展示品

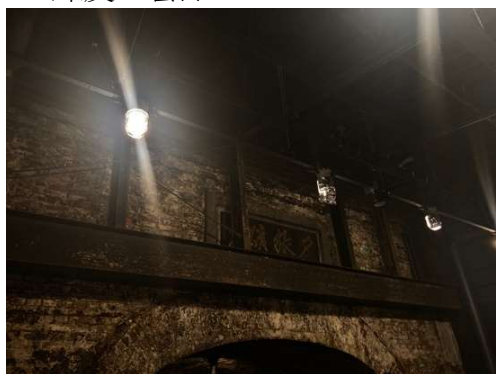


圖 7：礦坑體驗



圖 8：礦坑蠟像展示

八、札幌大學

(一) 參訪時間：114 年 7 月 25 日 9 時 30 分至 11 時 30 分

(二) 日方交流人員：靄日出郎副校長、佐藤學老師

(三) 參訪紀要：

札幌大學副校長靄日出郎致詞表示，同時為札幌大學地方協作戰略長開場致詞表示，札幌大學與國立臺灣科技大學、長榮大學等校簽訂交流協議，現在共有 4 名留學生就讀此校。札幌大學作為地區型大學，與地方關係單位如企業、學校、政府等展開合作，履行大學社會責任。

札幌大學佐藤學老師說明社區營造的課程，學生被要求跨領域學習，係因日本專家要求各大學協助提升**地方加值**。札幌大學與札幌政府透過提案計畫合作，政府方規劃社區課題等政策方向，若大學認同政府政策，進而提案通過後，由政府補助，最後寫結案報告。從 2015 年起札幌大學開始向政府提計畫，今年提了 5 年期的新計畫，提供學生參加社區及在地活動的機會，以此培養人才，期學生畢業後能移居此地。這過程中，大學要做的不僅是培育人才，更重要的是，學生與在地住民在激盪過程中的收穫－獲得幸福感。

最後陳修程司長表示，日本有嚴謹操作的方式，臺灣具靈活創意特質，結合兩者思維的激盪，臺灣地方創生將有新的風貌。



圖 1：札幌大學圖書館



圖 2：札幌大學校園配置圖



圖 3：靄日出郎副校長與陳修程司長交流

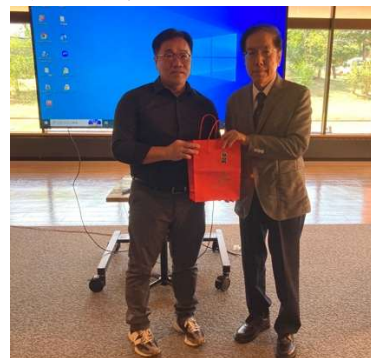


圖 4：陳修程司長致贈靄日出郎副校長小禮



圖 5：佐藤學老師簡報



圖 6：陳修程司長致詞

肆、心得及建議事項

日本北海道強調生命精神及安居樂業等價值，由地方政府（含公所）整合符合在地的綜合性政策，中央政府挹注地方政府資源，民間單位（含非營利組織法人）提出年度計畫並執行，大學提供地方創生人才培育及教育推廣的平臺。相較日本模式，臺灣現行地方創生的操作，係由地方政府或民間單位，整合至少三個跨部會事業計畫向中央提案，後續依提案計畫執行。長時間而言，日本模式產生較豐富的綜效及地方永續，心得如下：

一、地方創生的文化產品宜提升品質

本次參訪北海道文化及藝術地方創生案例，共通點均強調文化體驗不可取代及獨特性。換言之，唯有親自動身到體驗場域，得以完成文化體驗。

地方創生的文化產品如一場音樂會、一齣戲、一部電影、一本書、一件工藝品或文創品、一份文化指南或遊程、一場展覽等，圍繞產品所建立的文化創意產業鏈，可在推動地方創生時，創造多元的就業機會。為維持吸引人到地方的魅力，建議從地方傳統文化或藝術元素，提煉關鍵創意，並發掘在地自然環境的特點，注入文化產品的設計及美感品質，從微觀點（產品）到宏觀面（產業鏈或地方治理）整合出引人入勝的在地文化軟實力提案。

文化產品的設計品質或文化服務方案也需活用臺灣跨領域人才的軟實力，建議地方政府搭建關鍵人才的媒合機制，提供有志以文化事業投入地方的關鍵人口，建立在地人脈網絡及提供微型企業營運的相關支持。

二、保持創意及前瞻思維

對創意保持開放的態度，是永續經營的重要條件之一。本次參訪的北海道單位，有政府單位、非營利組織法人單位及地區型大學等，各自面對在地的治理問題時，多數重視創意思維，多主動與不同領域及單位合作，並靈活調整既有組織及營運機制（如採行非營利法人），是從谷底走出的關鍵。

三、從發掘地方 DNA 到打造官方品牌

建議地方政府單位可以審議民主，導入企業經營精神及方式，孕育永續及共好的土壤，提煉地方 DNA、地方文化及自然的獨特點，透過創意思維及設計力，從地方治理角度打造城鄉品牌及識別 Logo，可標誌城鄉獨特記憶點，作為推廣城鄉文化的核心。

四、與藝術家合作或辦理年度藝術季，提升地方的國際能見度

從北海道東川町透過舉辦攝影節、美唄市因攝影家的作品得到聯合國最美小鎮等案例，可藉由藝術家以地方為創作發想的作品，攜至國際重要美術館或藝術展會，呈現在國際觀眾面前，進而觸動人心前來地方體驗，並提升城鄉文化在國際交流知名度。

本次參訪建議事項如下：

一、強化公私協力機制，鼓勵孵化創意

臺灣民間提案團隊富創意、彈性高，惟可能因與政府部門互動不順的經驗，以致降低與政府共同推動的意願。建議團隊完善行政效能及（包含非營利）營運機制，主動向政府單位諮詢從提案到結案的相關議題，同時建議政府單位提供輔導陪伴措施及簡化行政，同時保持彈性，俾協力轉動多軌運作的創生。

二、持續推廣文化類地方創生團隊成果

為推廣地方創生成果，提供文化體驗活動的多元選擇，建議持續輔導團隊優化品牌及品質，並辦理年度成果推廣活動，邀請駐臺國際記者團參與，提升臺灣在地文化藝術的國際能見度。