

出國報告（出國類別：考察）

2025 年赴日本交流地方創生 出國報告

服務機關：國家發展委員會

姓名職稱：劉鏡清主任委員、黃文彥處長、曾詠宜簡任技正、
江衍緯科長、李維芹技正

派赴國家/地區：日本

出國期間：2025 年 8 月 16 日至 2025 年 8 月 20 日

報告日期：2025 年 11 月 20 日

摘要

為強化我國地方創生政策推動能量與國際交流視野，國家發展委員會於 2025 年 8 月率團赴日本北陸地區（石川縣、岐阜縣及愛知縣）辦理地方創生實地考察及交流。此次考察主要聚焦於日本「地方創生 2.0」政策的具體實踐，觀察其如何透過官民協力、企業參與與文化整合，促進地方永續與區域活化。本次拜訪交流行程涵蓋加賀市、金澤市、高山市及飛驒市等地，並拜會加賀市役所、飛驒市役所及中央日本綜合觀光機構等地方創生相關推動單位。

日本地方創生之推動，係以「地方治理為核心、官民協力為策略、關係人口為重點」，形成結合產業、文化與生活的多層次地方振興體系；其中，加賀市以民間基金會及企業協作方式推動移住支援，吸引人口定居加賀市；金澤市運用文化資產保存與創意商業融合模式，展現文化經濟的永續發展；飛驒市以森林及藥草資源為主軸，發展林木經濟、健康促進與產業創新，並積極串連外部關係人口；此外，中央日本綜合觀光機構作為中部九縣之廣域目的地管理行銷組織，負責整合行銷、數位平台運用及國際宣傳，透過跨域合作與精準行銷推動區域整體觀光發展，其制度設計、數據運用及人才培育，對我國推動地方創生政策具重要借鏡意義。

綜觀本次考察結果，日本地方創生的發展已由人口回流轉向地方經濟永續與社會共創，強調以人為本、以社區為核心的機制。對照我國推動地方創生政策之方向，參考日本北陸地區之成功經驗，有助於建立「地方永續、跨域共創」的台灣地方創生新典範，推動社會共好之願景。

目錄

壹、目的.....	6
貳、參團人員名單.....	8
一、政府代表.....	8
二、工作團隊.....	8
參、我國地方創生政策.....	9
一、2019-2020 年：建構地方創生主軸與推動方向.....	10
二、2021-2024 年：跨部會整合與青年行動的實踐.....	11
三、2025-2028 年：永續共好與跨域共創的深化.....	12
四、從在地扎根到國際交流.....	12
肆、日本地方創生政策.....	14
一、日本地方創生 2.0 五大推動策略.....	15
二、日本地方創生政策的轉換：從 1.0 到 2.0.....	17
伍、行程安排.....	20
一、考察石川縣加賀市返鄉移住者支援措施.....	21
二、考察石川縣加賀市街區廊帶活化措施.....	30
三、拜會石川縣加賀市市長.....	36
四、考察石川縣金澤市地區型街區組織策略.....	40
五、考察岐阜縣高山市地方設施及觀光引流策略.....	46
六、拜會岐阜縣飛驒市市長並考察地方特色資源加值及公私部門共創策略.....	52
七、拜會「中央日本綜合觀光機構」.....	66
陸、參訪心得.....	72
柒、未來建議.....	74

壹、目的

台灣於 2019 年正式啟動「地方創生計畫」，並於 2025 年進入新一階段，日本推動地方創生亦邁入 2.0 階段，雖然雙方在法規架構、推動模式與資源投入等方面有所不同，但日本在地方創生實踐上的豐富經驗與具體成效，仍為台灣提供了寶貴的借鏡與學習機會。透過本次前往日本北陸地區的考察行程，深入瞭解其政府組織及民間機構如何結合在地特色、凝聚居民力量，打造具永續性的區域發展模式，進而為台灣地方創生策略提供啟發。

目前，我國積極推動地方創生相關政策，重視地方團體的參與及共創，透過工作坊、論壇等形式，鼓勵民眾表達意見、參與社區公共事務，強化地方凝聚力與解決問題的能力。

此次考察以瞭解日本地方創生的實際推動作法與成效為主要目的，特別聚焦於如何打造地區特色物產、活絡街區經濟、振興地方觀光及推動官民合作。在石川縣加賀市，在當地政府協助下，由社區及民間組織共同成立「AKURUME 基金會(公益財團法人あく るめ)」，不僅展現強烈的凝聚力，更與市役所合作建立移居者支持網絡，成功吸引外地居民移居，並榮獲 2024 年 SMOUT 移住服務獎全國第三名。加賀市的「山中溫泉街」則透過居民與協會共同發起「冰淇淋物語」活動，藉由地方創意打造特色物產，成功吸引遊客關注，帶動街區復甦。

石川縣金澤市的「東茶屋街」為另一代表性案例。該區於 2001 年被列為日本重要傳統建物群保存地，藉由保留江戶時代茶屋風情與藝伎表演，成功活化文化資產，不僅吸引大量國內外遊客，也帶動當地飲食、工藝、住宿等相關產業的蓬勃發展，創造穩定的就業機會與經濟效益。

岐阜縣高山市的老街及其獨特之朝市文化則是觀光振興的典範。市府透過完善的基礎建設與觀光發展計畫，讓高山市觀光人數成長達 9.4 倍，成為日本中部的重要觀光據點。此外，飛驒市役所主導成立的「飛驒市藥草推動小組(飛驒市藥草ビレッジ構想推進プロジェクト)」與「熊在飛驒的森林裡跳舞股份有限公司(株式会社飛驒の森でクマは踊る)」等，成功整合地方企業與民間組織，發展出以藥草及林木為核心的特色產業。市府亦設立「粉絲俱樂部」與「關係案內所」，

作為與外界建立連結、增加關係人口的策略工具，是典型的「官民協力」模式實踐。

最後，考察日本觀光廳認證的目的地管理行銷組織（DMO, Destination Management/Marketing Organization），更深入了解其如何從整體發展戰略出發，制定具體的區域觀光推動策略。這些作法不僅強化在地的觀光品牌建構，更有助於提升地方的自我經營能力與永續發展潛力。

整體而言，日本地方創生的成功經驗體現於居民參與、政府支持、民間活力與產業整合之間的良好互動。對台灣而言，如何在現有政策架構下引導地方組織找回自信、打造具競爭力的在地品牌，並與外部資源形成共好關係，將是推動地方創生能否持續深化與擴散的關鍵。

貳、參團人員名單

一、政府代表

序號	單位	姓名	職稱
1	國家發展委員會	劉鏡清	主任委員
2	國家發展委員會	黃文彥	處長
3	國家發展委員會	曾詠宜	簡任技正
4	國家發展委員會	江衍緯	科長
5	國家發展委員會	李維芹	技正

二、工作團隊

序號	單位	姓名	職稱
1	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	許芯榆	副研究員
2	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	林慈璿	助理研究員

參、我國地方創生政策

行政院於 2018 年 5 月成立「地方創生會報」，確立地方創生政策的推動架構與方向，正式宣示 2019 年為「臺灣地方創生元年」，將地方創生定位為國家安全戰略層級的政策。此舉象徵政府以地方居民為中心，著眼於人口流動、產業永續與生活品質之整體改善。國家發展委員會（以下簡稱國發會）作為統籌單位，負責協調跨部會資源整合，以「以人為本、地方自立、均衡臺灣」為主軸，結合新創思維與地方特色，推動全國地方創生事業發展。

2019 年行政院正式核定「地方創生國家戰略計畫」，國發會偕同中央各部會、地方政府與民間團體展開各項工作，此階段的政策核心在於「盤點地方 DNA」，即協助地方辨識自身的自然、人文、歷史與產業特色，發掘區域優勢，並以創新經營模式推動產業升級。從生產、加工、製造、通路、品牌到銷售，政府期望建立一條完整的地方產業經濟生態鏈，透過創生事業的推展，期能帶動青年返鄉，並藉此推動「均衡臺灣」的整體發展目標。

國發會於 2020 年推動執行「加速推動地方創生計畫」，整合跨部會資源，提升資源運用效率，並加大對地方創生事業的投資與支持力度。此計畫著重於「建構青年返鄉支持系統、強化地方產業基礎建設、整合部會執行能量、滾動檢討與調配資源」等策略，鼓勵地方政府及民間團隊共同投入，協助地方找出自身特色與優勢，結合在地產業 DNA 與創新能量，發展新型經濟與新商業模式。

為有效落實政策，透過設立「地方創生專案辦公室」，並於北、中、南、東設置分區輔導中心，協助地方團隊資源對接與專業輔導。同時推動地方創生青年培力工作站、獎勵青年投入地方創生、公有建築空間整備活化、中興新村地方創生育成村等機制，提供青年返鄉創業與地方團隊育成平台，鼓勵在地耕耘、經驗傳承，形成地方創生的支持網絡。

隨著地方創生政策逐步推展，中央與地方政府的合作模式日益成熟，地方創生已從單純的補助型支持，轉向鼓勵自主與永續營運的新階段。2024 年持續推動「打造永續共好地方創生計畫」，此階段強調地方韌性發展的重要性，期待強

化企業與民間參與，擴大通路及商業模式等跨域合作策略，推動地方經濟、環境與社會共好發展。

地方創生政策自推動以來，從初期倡議的政策整合與制度建立、中期扎根加速推動與青年返鄉支持，到現今永續深化與在地共好，逐步形成跨區域、跨領域連結的推動體系，期為未來多元及韌性的地方發展奠定基礎。

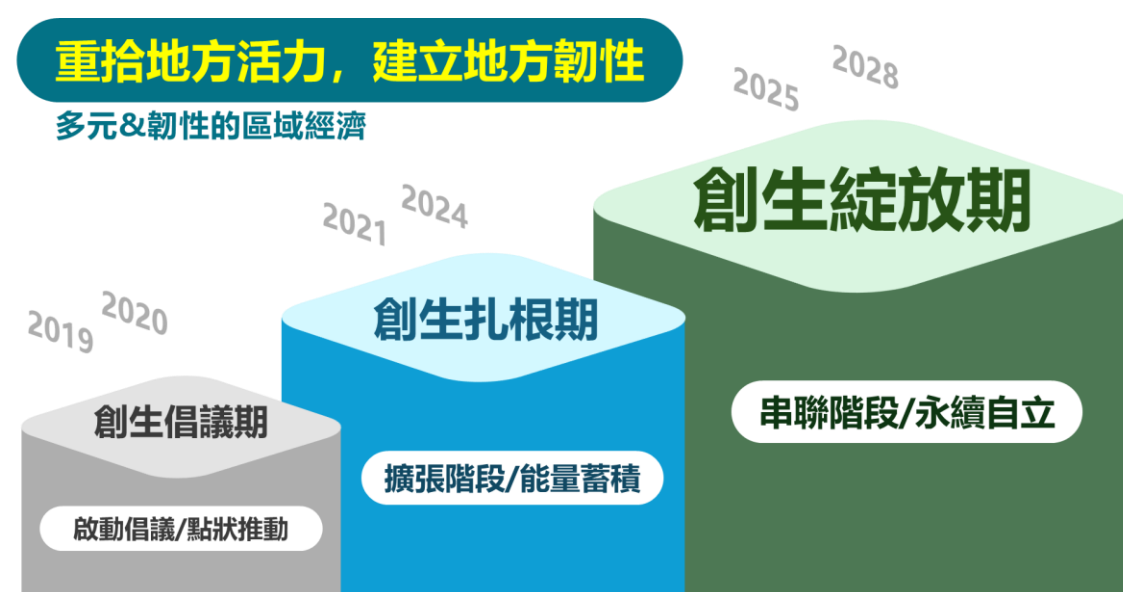


圖 1 地方創生推動目標與各期定位

接下來，本文將依序介紹三個階段的政策內容、推動重點與具體作法，說明臺灣地方創生政策如何從起步、深化到永續。

一、2019-2020 年：建構地方創生主軸與推動方向

本階段在推動機制方面，國發會與相關部會自 2019 年起展開全臺輔導，舉辦超過 140 場現地訪視、專家座談與地方共識會議，協助地方政府及鄉鎮區公所盤點地方 DNA，釐清發展脈絡，發掘產業優勢並整合相關資源形成創生計畫。所有地方創生提案均需經「行政院地方創生會報」跨部會審查，通過後方可獲得中央補助或企業媒合資源，確保執行成效與永續發展性。

為支持地方創生事業推展，國發會更積極媒合部會資源，整合多部會經費挹注，涵蓋農業輔導、觀光推廣、文化保存、青年創業等多元領域。

二、2021-2024 年：跨部會整合與青年行動的實踐

此階段政策推行重點，著重強化地方特色產業、改善生活環境、建構移居支持系統，以及推廣「二地居」的生活與工作型態，促成人口在都市與鄉村間的流動，讓人與地方重新建立緊密連結，進而累積創生資本、改造地方發展體質。此階段的核心目標，是透過整合中央與地方資源、企業投資與民間參與，進一步深化地方創生推動基礎，厚植青年返鄉能量。



圖 2 2021-2024 地方創生工作重點

自 2019 年起至 2020 年，國發會已協助地方凝聚發展共識研提地方創生計畫，媒合跨部會政府與民間資源，帶動青年返鄉、地方產業調整及家鄉共榮。這一階段的經驗與青年培力成果，為後續地方創生執行播下種子，有助於提供更多元的發展基礎。

三、2025-2028 年：永續共好與跨域共創的深化

基於過去努力耕耘基礎，本期以「培力在地青年」、「擴增多元途徑」、「完善基礎建設」、「促進跨域合作」、「深化國際連結」等五大面向為施政重點，架構如下圖所示：

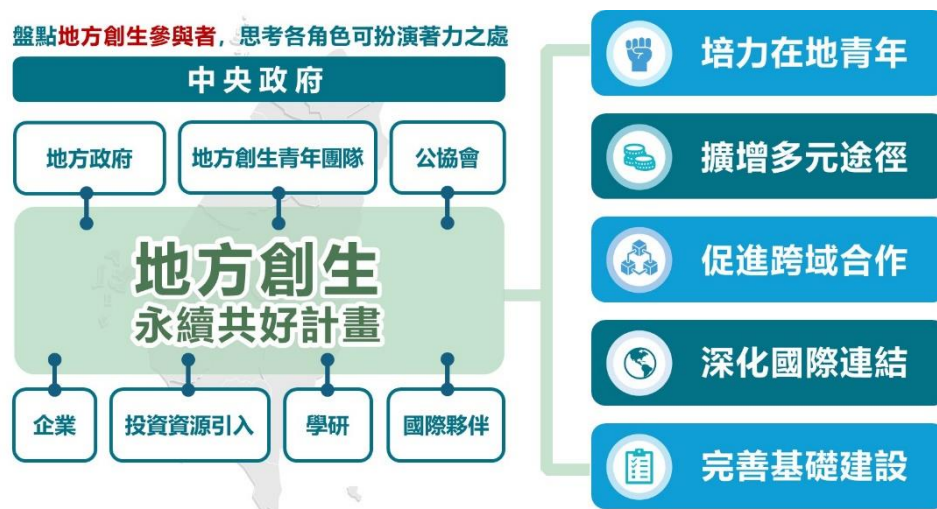


圖 3 2025-2028 年地方創生政策工作重點

地方創生政策的推動不僅是政策延續，更是參與模式的深化與轉型。中央將與地方政府、民間企業、社會團體共同協力，使地方創生從單點走向跨領域結盟。透過制度深化、資源整合與跨域平台建置及北中南東分區輔導中心運作，建立中央與地方、政府與民間、產官學研跨域協作之整合操作機制，確保政策執行具延續性與創新性。

四、從在地扎根到國際交流

從經濟面觀之，地方創生政策除希提供在地就業機會，促進地方產業鏈結，也希外地人口及關係人口參與地方事務，進而帶動地方商圈繁榮與地方稅收增加。青年力量的導入，可為地方注入創新活水，搭配引導企業以 ESG 與永續理念參與共創，期能形成跨域合作的良性循環。

在環境與生活面，政府部門積極推動城鄉景觀整建、觀光旅遊環境優化、長照衛福據點設置等支持措施，透過改善偏鄉弱勢地區的基礎建設與公共服務，提升居民生活品質，營造友善工作與生活環境，引導人口留駐與

回流。

社會發展面則強調青年培力及地方治理能量累積，透過資深帶資淺、跨領域合作與民間企業投入，培養青年解決問題能力與組織運作能力，凝聚地方共識，逐步實現地方自立與共同福祉。

長期而言，地方創生不僅在於經濟與產業的振興，更在於建立地方自立能力、社會凝聚力與文化認同，確保各地區能在全球化浪潮中保持特色並發展潛力。在此過程中，國際交流扮演不可或缺的角色。透過與國外地方創生實務經驗的互動，可將國際經驗與創新元素注入本土發展中，提升團隊永續經營能量與商業視野。

肆、日本地方創生政策

2024 年底至今，日本地方創生政策掀起檢討風潮，觀察 2025 年日本地方創生政策經歷十年推動，不僅已經有相關的調查進行反思與意見回饋，更有進一步的政策規劃方向，2024 年 5 月 22 日，日本政府公布了新版地方創生政策的基本構想草案，作為未來 10 年施政藍圖的基礎，名稱為「地方創生 2.0 基本構想」，這份草案並在 6 月正式定稿。該政策由首相石破茂主導，強調即使在人口減少的情況下，也要發展經濟並維持社會動能；2025 年 10 月 21 日起，由高市早苗擔任首相，根據日本官方網站上相關資料顯示，整體地方創生政策的規劃方向維持，仍以 6 月定稿的「地方創生 2.0 基本構想」為推動原則。

根據 2.0 的政策規劃，日本政策期待國家從「富國強兵」與「豐裕國家」要逐步走向「多樣幸福共存的國家」；「地方創生 2.0」不僅是地區振興政策，更是一項兼具經濟、社會與文化再設計的國家戰略，被定位為「令和版日本列島改造」。

根據日本近幾年的政策規劃，有幾個現況必須面對，包含：

1、人口集中於東京

日本人口自 2008 年達高峰後持續下降；65 歲以上高齡者佔比達 29.3%，創歷史新高；東京圈持續淨流入，尤其是 10~20 代女性與青年；地方人口移出加劇。

2、地方經濟非常重要，但發展受限

地方 GDP 占全國約 50%，對整體成長仍具關鍵作用；然而地方勞動力減少、消費下降、生產性與薪資低於都市，中小企業出口比重停滯，地方產業多集中於低附加價值服務業等課題，使地方發展受限。

3、社會情勢變化

人口減少、勞動力不足導致醫療、教育、交通、零售服務維持困難，東京生活成本與地震風險上升；地方生活條件欠缺吸引力，同時，外國

旅客與地方觀光產值創新高，成為地方振興的重要契機，AI、數位化、遠距工作普及，使地方新商機與新生活型態興起。

4、過去十年成果與反省

創生政策過度強調人口數，忽視結構調整與制度創新。

因地區缺乏吸引力與就業機會，未解決青年與女性人口外流問題。

中央與地方權責分工與協同合作不足，地方人才短缺嚴重。

地方主事者自覺意識不足，缺乏橫向連結與多元利害關係人協作。

回顧日本自 2014 年提出「地方創生」政策，十年來持續推動，並朝人口、經濟與生活機能均衡發展的目標邁進。然面對人口減少持續、東京人口過於集中等現象並未獲得解決，區域間差異持續擴大，青年流失、勞動力不足、氣候變遷與數位落差等複合挑戰都還是存在，因此，本次政策的變革除了檢討原有的政策推度動問題外，也針對地方創生政策未來發展進行調整；整體脈絡強調由「點狀」支持轉向「面狀」串連，深化民間參與與廣域協作，邁向真正的永續社會。

一、日本地方創生 2.0 五大推動策略

(一) 策略一：營造安心生活與工作環境

透過打造地區生活據點建設使地區能維持基礎服務的相關機制，確保即使人口減少社區也可運作；主要計畫包含「生活服務據點推進事業」(0.5 億日圓)、「特定地區建設事業」(7.6 億日圓)。

(二) 策略二：提升地方經濟附加價值

推動地方資源高附加價值化與海外拓展的「新政策組合」。主要計畫包含提升本地產品價值、拓展海外市場、推廣項目及商品等。

(三) 策略三：分散人群與企業的地區集中程度

推動「企業和大學分散設立」，強化地方大學的育才功能，促進跨

區人才共享及人口向地方流動；主要計畫包含地方大學及地方產業創新補助金(17 億日圓)、地方實習推廣項目(2 億日圓)、專業人才項目(1.1 億日圓)等。

(四) 策略四：橫向的周邊支援(人、工具、制度、宣傳)

人才支援、人才育成，如：地方創生支援事業(2.7 億日圓)

資訊支援和數位工具 (1.3 億日圓)

制度改革，如地方創生 2.0 特區推動計畫(8.1 億日圓)

公共傳播與國民共識提升，如推廣並普及優秀地方創生事業作法(1.3 億日圓)

(五) 策略五：促進廣域合作

創設「廣域合作」制度：支持跨縣市地方公共團體、經濟團體、企業、學研機關等共同研發專案、促進周遊型觀光與產業發展。

以地域生活圈為中心整合資源解決地方問題：透過「新地方創生補助金」及各部會補助方案，解決全國各地地域課題(人才、研發、數位平台、基礎建設等)，提供軟硬體支持。

日本地方創生 2.0 也重新針對地方創生中加入的多元角色進行定義。首先，地方政府市村町的角色，應該扮演主動整合利害關係人推進相關行動；各區域應根據自身特性，強化必要功能的高階發展；應主動學習其他地區的成功案例與數據比較，並積極投入人才培育與組織提升。其次，中央部會的角色應該是以擬定戰略計畫為主，同步督導地方政府儘早啟動地方版綜合戰略的修正與行動，強化與多元利害關係人的合作。第三，制度性的支援與改革，例如：人才支援與育成、數位與資料工具支援、規範制度的改革、財政與金融支援及溝通與全民共識推廣等。這些都是各級單位應該扮演的角色與應該負責的工作。

二、日本地方創生政策的轉換：從 1.0 到 2.0

日本地方創生自 2014 年啟動以來，其政策方向隨著社會環境的變化而逐步推進。1.0 階段（2014 – 2020 年）的推出源於人口減少與地域消失風險升高的強烈警訊，政府以「制止人口減少、重建地方活力」為核心，透過移住政策、青年返鄉誘因、就業機會創造與地方產業振興等施策，建立起最初的地方創生架構。這一階段的議題焦點多落在「如何讓人留下來、如何吸引人回來」，而施策工具也集中於人口、產業與就業等量化項目。

進入 2.0 階段（2020 – 2030 年）後，日本面臨的環境已超越單純的人口危機。COVID-19 的衝擊、工作型態改變、數位轉型（DX）、綠色轉型（GX）、高齡化加速等多重因素，使政策的目標從「抑制人口減少」提升到「建構永續的地方社會」。在此背景下，地方創生的核心概念轉向「地域生態系的形成」，亦即以經濟、生活品質、社會包容、產業創新與環境永續等構面共同支持地方的長期韌性。

施策內容也因而展現出新的方向。2.0 將 DX 與 GX 納入重要戰略，使地方政策不再限於傳統產業，而是進入數位工具導入、資料治理、能源轉型與高齡社會對策的領域。此外，1.0 階段以 U-turn、I-turn 的移住與定居作為主軸，而 2.0 則更重視「關係人口」、「多據點居住」與「遠距工作」，強調不必透過移居才能為地方做出貢獻，使「與地方保持連結」成為政策核心精神之一。

地方創生政策由單一自治體的個別施作，擴展至跨域合作與廣域聯盟；官民協力從專案型合作進入長期平台化運作；企業從支援角色轉為地方創生的重要行動者，透過投資、人才派遣、ESG 計畫與共創機制參與地方發展。整體制度也逐步從依賴量化指標的成效檢核，過渡到更重視「地方自立性」、「永續循環」、「地域生態系的完整度」等質性成果。

表 日本地方創生政策 1.0 與 2.0 比較表

面向	地方創生 1.0 (2014 - 2020 年)	地方創生 2.0 (2020 - 2030 年)	主要差異重點
政策背景	少子化、人口減少加速，地方消失風險上升	COVID-19、數位轉型、地方勞動力不足、關係人口擴張	從「人口危機」轉向「社會與產業結構轉型」
核心目標	制止人口減少、活化地方經濟	建構永續的地方社會與經濟循環	從「抑制人口減少」提升為「永續的地方生態系」
施策焦點	五大目標（工作、移住、少子化、地域資源、政府改革）	三大願景（強健的經濟、富足舒適的生活環境、嶄新且充滿樂趣的日本）	從人口與產業基礎→轉化為結合經濟與生活品質
推動期限	約 6 年(2014 - 2020)	約 10 年(2020 - 2030)	規劃週期更長、重視質而非量化成果
施策類型	創業補助、地方人才培育、移住支援、城鎮品牌	DX（數位轉型）、GX（綠色轉型）、超高齡社會對策、關係人口擴大	加入「數位、綠能、全球、連結」等新戰略
人才策略	移住定居、青年返鄉、U-turn/I-turn	加強「關係人口」、「遠距工作」、「多據點居住」	從「搬來住」轉向「保持連結、不必移居也能貢獻」
產業政策	地域資源商品化、觀光、農漁業強化	創新產業、地方創業 2.0、數位人才、IT 企業地方分散	升級為高生產力與科技導入的地方產業
地方治理模式	以自治體為主體進行政策企劃	加強跨區自治體合作、廣域聯盟、官民協作平台	治理單位從單一地方 → 跨域聯盟與公私協力
民間與企業角色	協力者、贊助企業、地方特產行銷	成為政策主體之一：共創、投資、人才派遣、ESG 結合	企業角色更積極且制度化（例：關係人口企業版）
評估方式	KPI 多以人口、就業、移住等量化指標為主	更重視質化成果、永續模式、地域生態系形成	從「數字改善」轉向「生態系與永續成效」

在政策已從「因應人口危機」邁向「構築永續型地域生態系」的脈絡下，地方創生的重點逐漸轉向文化、產業、科技、社會參與等多層面並行的治理架構。也正是在這樣的背景下，本次前往日本北陸地區進行考察，具有更明確的政策意義。北陸地區作為在地產業扎根深厚、文化保存完整、又積極導

入移居與關係人口策略的地區，其地方創生實踐正位於日本 2.0 政策方向的核心範圍之中。透過實地觀察北陸各城市如何在制度轉換之間展開行動、如何將文化、產業與居民力量交織成地方的持續能量，有助於深入理解地方創生 2.0 具體樣貌，也成為本次選擇北陸地區作為考察地的緣起所在。

伍、行程安排

日期	行程
8/16 (六)	啟程：臺灣桃園國際機場→日本關西國際機場→石川縣加賀市
	考察石川縣加賀市返鄉移住者支援措施
8/17 (日)	考察石川縣加賀市街區廊帶活化措施
	拜會石川縣加賀市長
8/18 (一)	考察石川縣金澤市地區型街區組織策略
8/19 (二)	考察岐阜縣高山市地方設施及觀光引流策略
	拜會岐阜縣飛驒市長並考察地方特色資源加值及公私部門共創策略
8/20 (三)	拜會「中央日本綜合觀光機構」
	返程：日本中部國際機場→臺灣桃園機場

一、考察石川縣加賀市返鄉移住者支援措施

(一) 考察日期：2025 年 8 月 16 日

(二) 考察地點：石川縣加賀市

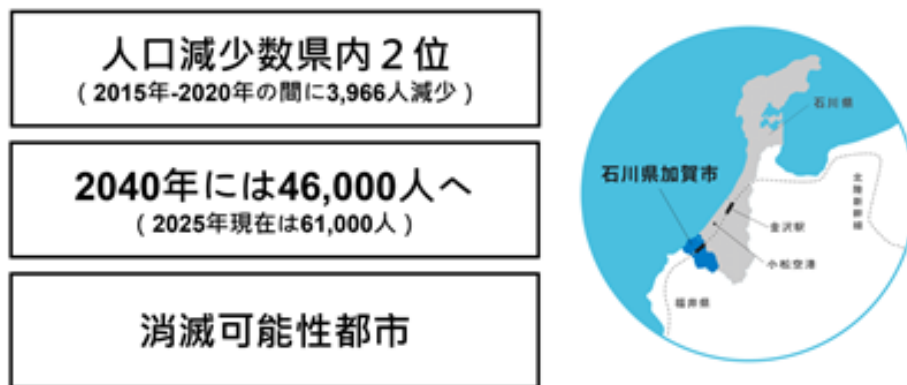
(三) 受訪單位代表：AKURUME 基金會溫泉圖書館負責人龜田萌理小姐

(四) 背景說明

AKURUME 基金會(公益財団法人あくるめ)是創立於日本石川縣加賀市的非營利組織，成立主要目的是為了促進當地社會的發展與文化的繁榮，並積極參與社會福利、文化藝術等多方面的公益事業。該基金會不僅聚焦於加賀市的發展，也促成該地區與外界建立更多聯繫，推動當地多元文化交流和社會合作。

加賀市是一個位於石川縣的歷史悠久的城市，擁有豐富的自然資源與文化遺產，但也面臨著少子化、人口老齡化等現代社會問題。AKURUME 基金會希望藉由各項公益活動來支持這些需要改變和創新的領域，其具代表性的推動計畫包括「溫泉圖書館」及「光輝塾社區營造學校」等。

2022 年 AKURUME 基金會獲得石川縣「地方建設大賞」(地域づくり表彰)，表彰其支援移住與社區創新的貢獻；此外，AKURUME 基金會與加賀市役所攜手的移居支援服務更於 2024 年榮獲 SMOUT 移住服務獎全國第三名，可供我國建立移居者支持網絡政策參考。



加賀市人口減少數為石川縣第 2 位

人気の移住先ランキングで
加賀市が全国 3 位
～ SMOUT 移住アワード 2024 (年間) ～

移住・関係人口促進のマッチングサービス
「SMOUT (スマウト)」
登録するユーザー約 6 万 9 千人



加賀市在 SMOUT 平台之移住人氣為全國第 3 位

(五) 交流内容

加賀市有山有海，溫泉資源豐沛、九谷燒聞名遐邇，可謂是天然資源豐沛、物產豐饒。惟近年人口數持續下降，2015 至 2020 年間，人口減少 3,966 人，人口減少數位列石川縣內第 2 名，曾被列為「消滅可能性都市」。究其人口減少之原因，主要係因境內未有大學設立，加賀市就學人口於大學階段前往外地就讀大學，大學畢業後多數於外地生活，造成人口數持續下降。

AKURUME 基金會成立於 2017 年，發展願景是打造充滿活力、讓孩子們笑容綻放的社區。基金會透過多元的移住者支援措施，吸引青年回鄉或移居，並提供創業、就業及生活協助，以減緩加賀市人口減少的问题。龜田萌理小姐並分享 2024 年日本著名的 SMOUT 移住服務獎，石川縣加賀市從前年度的第 11 名躍昇為第 3 名，顯示其推動的移居支

援服務受到各界歡迎與肯定，得獎亦使 AKURUME 基金會的同仁及參與者大受鼓舞。

該基金會推動之主要移居支援行動，包括：

1. 補助金

- (1) 提供「助成金」予 39 歲以下年輕人，支持其創業，獎勵金額每年略有不同。
- (2) 提供「地域課題解決補助金」予解決地域專案課題之人，補助金額多為 30 萬或 50 萬日圓。
- (3) 「KAGA LOCAL FUNDING」基金型補助，是為特定地區主題或特定議題設立的募資計畫，透過 AKURUME 基金會平台募集資金及人力，近期募集的主題有「弱勢女性主題」、「能登大地震主題」等。

2. 移居支援

- (1) 諮詢窗口：為移居者提供諮詢服務、媒合工作與住宿，並舉辦交流活動幫助他們融入地方。
- (2) 移住體驗：為使潛在移居者、未曾到訪、尚未與加賀市建立連結的人們更深入瞭解加賀市的生活、空間、文化魅力，提供免費 4 天 3 夜的移住體驗。
- (3) 依移居者需求提供協助：每個移居者的需求不同，有不同的就業或居住議題，透過 AKURUME 基金會建立的社會網絡，可以提供產業發展建議，又基金會常態性進行地區空屋盤點，有足夠的房地產可供移居者租賃或購屋，惟仍由市場機制決定租金或售價。若移居者有資金上的需求，基金會便可進一步提供創業基金，以多面向的支持系統來援助移居者。
- (4) 人力資源：中央政府以地方創生協力隊的制度，提供地方政府人力資源的資金，協力隊的成員需於地方政府從事地方創生業務，以加賀市為例，協力隊成員一屆約需留在加賀三年。許多具有移居意願的創業者，會先利用協力隊制度來加賀市，藉由中央政府

提供的薪資減少創業壓力。而依 AKURUME 基金會統計，協力隊成員於計畫屆期後(即 3 年期滿)，約有一半的成員會留在加賀，成為移居者，而這些移居者內，約有 43.2%創業、36.8%就業。

3. 經營「溫泉圖書館」：

- (1) 結合地方打造具特色的圖書及共享空間，既是圖書館，又是咖啡廳，並可與在地居民及社群於此舉辦交流活動，特別打造的親子空間也能讓家長於育兒之餘參加地方活動。不但讓地方創生合作更緊密，也提供在地店家及關懷地方人士可以共同參與社區營造的場域。
- (2) 溫泉圖書館內有許多書櫃，每一格書櫃風格各異，這是基金會透過「一格館長」方式，讓民眾租賃、並打造個人書櫃，「一格館長」可以在專屬書櫃內展示相關事業，或是推薦書籍、就特定主題進行倡議。「一格館長」做為社區資訊串聯及人際連結，過去已有 75 人擔任「一格館長」，其中 10 位「一格館長」藉由溫泉圖書館瞭解加賀、建立關係網路，並搬到加賀市定居。

4. 推動「光輝塾社區營造學校」

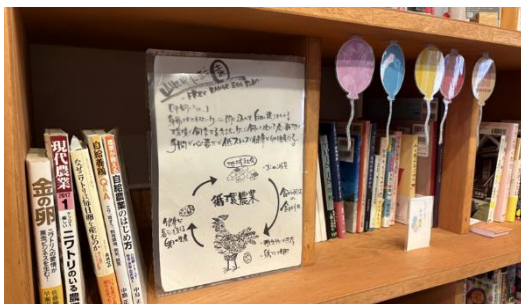
- (1) 「光輝塾」係民間發起的社區營造學校，藉由辦理定期課程與工作坊，培育地方創生人才。「光輝塾」每一期計畫為期約半年時間，招生 10 位參與者，目前已有 90 位結業學員。
- (2) 參與者一個月聚會一次，就地區議題提出計畫內容，可與不同年齡層及不同業態的人士溝通、互相學習，並於成果發表會提出計畫，藉由成果發表會媒合企業或組織投資或挹注資源。
- (3) 「光輝塾」透過課程設計，提供充實的教材，也讓社會人士得以參與課程，光輝塾由政府帶動後轉為結業學員經營，為地方創生帶來良性循環。



「溫泉圖書館」外觀



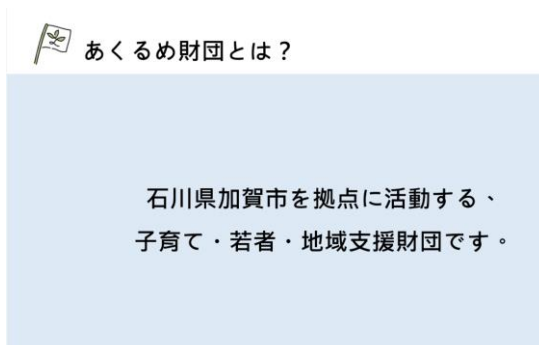
AKURUME 基金會代表分享



「一格館長」傳達理念與社區互動



交流人員合影



AKURUME 基金會致力於兒童養育、年輕人及社區支援的組織

(六) 與台灣地方創生政策之比較

1. 中介組織於地方創生政策的角色

AKURUME 基金會屬於非營利組織，其以中介組織的角色，來發展返鄉支持系統，並逐步建立相對應資源。隨著在社區經營時間愈久，獲得社區的支持，並以其優異的支持策略在日本國內屢屢獲獎，累積的聲量逐漸擴大，繼而與政府合作，結合公部門資源、獲得政

策配合。

如同 AKURUME 基金會這般的中介組織，在日本地方創生政策的實施過程中扮演著重要的橋樑角色，協調政府、企業、社會團體、社區居民等多方利益相關者，並協助地方政府設計和執行具體的發展方案。相比之下，台灣的地方創生政策相對較少有類似的中介組織角色，許多地方創生計畫多是由政府部門直接執行或依賴當地社會組織和民間力量。

中介組織既不屬於政府，又不屬於社區，因角色的特殊性，具有下列特色：

- (1) 協調角色：中介組織能夠在政府、企業、社會團體與地方居民之間搭建橋樑，儘量讓政策的落實、資源的協助不會偏向某一方，目標是能夠兼顧各方利益，實現合作共贏。
- (2) 整合能力：中介組織可以整合地方的資源，無論是人力、財力、物力還是知識和技術，通過提供專業的支持（例如技術協助、培訓、創業輔導等），幫助社區的地方創生計畫順利推動。
- (3) 創新技術：通過與地方社區的緊密合作，中介組織能夠深入了解當地的需求和特色，並將這些需求轉化為具體的創生策略。同時，它們也能將外部的創新經驗引入，推動地方的創新與轉型。
- (4) 資源對接：中介組織能夠協助地方政府和企業對接中央政府的政策資源，尤其是那些來自中央政府或企業的資金支持。這種資金的流入對於地方創生團隊的持續運作至關重要。

日本，地方創生政策中有許多中介組織的參與，這些組織可以分為以下幾類：

- (1) 民間組織與協會：一些非政府組織或民間企業亦屬中介角色，

它們會協助當地社區、企業與政府之間的合作，推動地方創生計畫的執行。

- (2) 學術機構與研究組織：大學、研究機構也會在地方創生過程中提供專業的研究支持，尤其是在資源評估、政策設計和效果評估方面，幫助地方政府制定更加科學的發展計畫。
- (3) 地方創生的支援機構與顧問公司：在實踐層面，一些專門的顧問公司或地方創生的支援機構提供具體的操作建議，並協助地方政府制定符合當地特點的發展策略。

台灣的地方創生相較於日本，對於中介組織的依賴較少，更多的是由地方政府或民間機構來直接推動創生計畫。在這樣的情況下，雖然可以發揮地方特性，但也容易出現協調困難或資源無法有效整合的問題。

台灣近年來也逐漸意識到中介角色的重要性，尤其是在跨領域協作和資源整合方面，開始有些單位嘗試充當這種協調的中介角色，並推動與政府、學術界、企業等多方合作的地方創生模式。

2. 財務的獨立性

在日本，地方創生的執行單位主要以地方政府、地方創生相關的中介組織、民間機構、企業及非政府組織（NGO）等多方參與。經費來源多樣且主要依賴自籌，且有較為獨立的運作模式。相對而言，台灣的地方創生團體則較多依賴政府的補貼或獎勵金支持。

愈來愈多日本的中介組織提倡「財務計畫」的重要性，在日本，民間企業在地方創生中扮演著重要的角色。尤其是在推動產業創新、創業輔導和觀光發展等領域，企業資金參與的比例逐步上升。

企業可以通過合作夥伴關係，提供資金支持，並在地方創生項目中獲得商業利益。例如，一些企業會參與地方品牌的打造、地方

產業的重建或特定地區的基礎設施開發等。日本還有一些專門的地方創生基金(如本次考察中，AKURUME 基金會所推動的「KAGA LOCAL FUNDING」基金型補助)，這些基金或由私人投資者、企業或地方政府共同出資，主要用來支持創新型企業或新興產業在地方的發展。由通過投資當地的創新企業、協助企業進行擴展，進一步帶動地方經濟的發展。

相較於日本，台灣的地方創生計畫更多依賴政府的補貼和獎勵金支持，雖然台灣的地方創生政策起步相對較晚，但近年來逐漸在資金支持方面有所加強。例如地方創生計畫於審議時，也注重團隊所需資金是否有地方政府配合款、團隊自籌款等，係期望團隊有健全的財務模式，其事業體在政府不再補助的條件下，仍能自力生存。

減少地方創生團隊倚仗政府補助和獎勵金資金，除為了增加團隊財務韌性外，也是為了增加團隊對其工作事務核心價值的主體性。增加團隊財務韌性部分，我們可以從輔導團隊商品與市場、各級通路鏈結，打造團隊產品的永續營運獲利模式；另外也可輔導團隊瞭解企業需求，媒合團隊打造企業 ESG 客製化採購需求商品，擴大團隊客源，打開品牌知名度。

3. 潛在關係人口的培養基地

AKURUME 基金會透過免費 4 天 3 夜移居體驗、一格館長等創意方案，增加潛在的關係人口接觸加賀市的路徑，採取更具柔性且關係導向的策略。該基金會不以吸引外地人口移住為首要目標，而是透過支持地方青年及女性團體、推動社區協作與外部連結，培養「與地域持續關係」的人才與團體，強調即使非在地居民，也可透過志願服務、專業支援、資金贊助或專案合作等方式，持續參與地方發展。比起人口移住這個需要長期推動的目標或是名目上的人口遷入數量，更多的把心力放在發展、培養實質關心社區事務、實際有互

動的人，而這樣一步一步推動，把時間線拉長來看，反而造就亮眼的成績，這些關係人口透過一段時間的參與，從熟悉當地的人、建立人際網路開始，進而找到工作、移住加賀。

在台灣，地方創生政策，主要藉由補助計畫、創業基地及培力課程等方式，期望促進青年返鄉與地方經濟再生。然而，此類政策多以「定居」作為主要成果指標，對於未實際移居、但能長期參與或支持地方發展的群體著墨較少。

二、考察石川縣加賀市街區廊帶活化措施

(一) 考察日期：2025 年 8 月 17 日

(二) 考察地點：石川縣加賀市

(三) 受訪單位代表：山中溫泉商店振興會會長二木克治先生

(四) 背景說明

山中溫泉位於石川縣加賀市，擁有超過 1,300 年的歷史，根據歷史記載，山中溫泉早在平安時代（約 8 世紀末至 12 世紀）便已經開始被人們所利用，是加賀三大溫泉（包括片山津溫泉、山代溫泉、山中溫泉）之一。山中溫泉街保留了許多古老的建築風格，如木造房屋、招牌燈籠等，憑藉著懷舊風情，長期以來吸引了眾多旅客來此養生、療癒身心，成為了加賀市的重要觀光資源。

此外，石川縣是日本每戶家庭年冰淇淋消費量最高的縣，位於加賀市的山中溫泉街推出「冰淇淋物語」活動，串連號召在地商家，以當地農特產如溫泉蛋、加賀棒茶、地酒等多元特色食材製作冰淇淋，品牌強調透過在地資源結合創意，打造獨特且具故事性的甜品，成功提升地區整體吸引力，是日本北陸地區地方創生實踐之代表性案例，可作為我國串聯地方居民打造地區特色物產，振興地區發展之參考。

(五) 交流內容

山中溫泉以獨特的溫泉資源聞名，每年約有 30 至 40 萬人次的觀光客到訪，整個山中溫泉商店街約有 17 家旅館。但因社會環境變遷、人口老化、溫泉產業的淡旺季差異日漸增大等因素，面臨日漸沒落的困境。為了振興商店街的魅力，二木克治先生以「來打造一個讓遊客有不同體驗感的企劃！」做發想，因石川縣冰淇淋的消費量是全國最高的縣市，在地居民為了商店街的生存，自發與團結採取集體行動，

打造不同於傳統溫泉街的體驗感。山中溫泉街以獨特的「一店二業」模式，在自行車店、中華料理店等不同店家販售獨特風味的冰淇淋產品，所以形成多達 40 餘家販售冰淇淋的觀光廊帶，吸引眾多海內外觀光客，並將此冰淇淋主題融入當地小學的主題課程，讓小學生參與「冰淇淋集章手冊」設計，跨世代的投入創生活動。該手冊供遊客在不同店家集章打卡，增加豐富體驗感。

這項企劃的成功，憑藉的是二木克治先生的熱情及商店街居民內在的團結力量，相關經費均由商店街的夥伴自籌相關費用，並無政府部門或是企業提供資金上的援助。在地夥伴大多是在地長大的人士，彼此情誼深厚，人際網絡綿密，共同支持地方發展的企劃案，加乘了推動的效果，也捲動了愈來愈多的人加入活化地方的行列。

冰淇淋主題商店街的企劃提升了山中溫泉街的國際知名度，世界網球冠軍費德勒曾偕同妻子前來，而集章手冊中之產品名稱中文翻譯，係由國立政治大學學生們於海外實習時與在地居民共創產生，展現台日交流的情誼。



冰淇淋集章手冊與藍紋乳酪冰淇淋



交流人員合影



拜會山中溫泉街道發展協會



不同店家販售獨特風味的冰淇淋

山中溫泉街一景



擁有 30 店鋪的山中溫泉街道，推動一店鋪兩業種的案例

■ 山中溫泉冰淇淋街活動

● 菊之湯冰棒公益捐款

利用山中溫泉源泉製作的「菊之湯冰棒」每年銷售超過 5,000 支，收益捐贈給加賀市，用於山中溫泉的營運與振興。

● 冰淇淋街主題曲

音樂人宗玄カズヒロ先生為冰淇淋街創作《山中溫泉冰淇淋街之歌》，旋律明快易記，在各地傳唱

■ 青年與學生相關合作

● 大聖寺實業高校

使用南加賀特產「加賀丸芋」與「味平南瓜」開發《〇平冰淇淋》，包

裝由學生設計，成為獨一無二的產品。

- 大聖寺高校放送部
包辦導演、演出、編劇、燈光、攝影與剪輯，製作山中溫泉冰淇淋街的 CM，參加「HAB 家鄉 CM 大賞」獲得第三名。
- 近畿大學
在全國大學競賽中以「山中溫泉冰淇淋旅行」奪冠，與旅行社合作推出兩天一夜吃遍冰淇淋的趣味行程。

■ 區域與跨國相關合作

- 金澤勇士 J 聯盟合作
在「主場感謝日」製作石川縣各地宣傳影片，邀請「北陸偶像部」辰巳未來春小姐到山中溫泉大啖冰淇淋，影片可在 YouTube「金澤勇士官方頻道」觀看。
- 台灣政治大學
學生走訪山中溫泉，拍攝冰淇淋與訪談，製作短片並在台灣發佈，為山中溫泉進行跨國宣傳。

(六) 與台灣地方創生政策之比較

1. 社區的共識

冰淇淋企劃能夠成功，其中最核心的因素便是社區高度的「凝聚力」：商店街內各家店鋪願意跨業態（自行車店、中華料理店、米店等）加入「冰淇淋與散步體驗」的路線，反映了店家對於整體街區營造旅遊品牌的共識。

這樣的成功並非偶然，包含商店振興會努力的整合串聯：如製作主題地圖、整合參與店鋪、辦理定期推廣活動。而融入當地 DNA 也讓這個企劃更有深度，當冰淇淋不只是單品，而是連結「溫泉」、「工藝」、「特產」、「風景」等當地限定價值，增加遊客體驗感。當企劃效益擴散，遊客一邊逛山中溫泉街、一邊收集不同口味的冰淇淋，冰淇淋成為一種象徵性媒介，不僅連結了在地產業與文化特色，也使居民、店家與旅客在共享的體驗中形成情感連結，讓「社區認同」成為地方再生的核心力量。

相較之下，台灣的商圈營造多以「計畫導向」為目標，透過計畫內容向政府部門爭取補助，社區內部的合作與共識形成往往不是核心，反而是商圈資源分配獲得更多的討論，較缺乏如山中溫泉般

以日常經營與互動累積出的長期凝聚力。隨著地區特色的不同，從「產業振興」資源分配導向，走向「社區共創」的發展，或許還需要一些成長或蛻變。

2. 政府的角色

在山中溫泉商店街的「冰淇淋物語」企劃中，政府的角色相對淡化，並非直接主導或資助的推動者，而是扮演「協助與串連」的支持性角色。此種模式有助於「地方創意的自發形成」，讓商店街成員基於對地方的情感與共同利益，自行討論、決策並形成共識。政府僅在需要時提供制度或技術上的協助，避免過度介入，以維持社區行動的彈性與在地性。

相較之下，台灣多數觀光老街的活化計畫或是商圈推動計畫通常由政府主導，常以補助或專案經費為主要推動手段。雖能在短期內促進硬體環境改善與觀光人潮成長，但也容易導致地方行動對補助資源的依賴，缺乏自主性與長期經營動力。部分老街的活動或商圈營造，往往隨計畫期結束而中斷，難以持續累積地方特色與社區情感。

山中溫泉商店街的經驗顯示，當社區居民主動發起地方創生事業，政府角色從「主導者」退後一步成為「協助者」，並給予地方社群具備自主決策能力時，反而能激發更深層的社區參與與創意能量。

3. 從社區出發邁向國際交流

山中溫泉商店街的「冰淇淋物語」企劃以社區為核心，透過居民、店家與旅宿業者的共同創意，發展出具在地文化特色的冰品，成功吸引國內外遊客關注。該企劃並非由大型觀光機構推動，而是由社區自發形成的地方品牌行動，其真誠與人情味亦成為國際旅客造訪的主要動機之一。隨著知名度提升，商店街逐漸成為國際友人參訪與文化交流的據點，不僅接待外國媒體與地方創生研究團體，

也舉辦體驗活動，讓外國訪客透過參與製冰、街區導覽與在地交流，更深入理解地方文化。這種由「社區自發魅力」帶動的國際互動，展現出從地方生活中自然延伸的交流模式，而非以政府宣傳或補助為主的短期活動。

相較之下，台灣地方創生案例雖逐漸重視國際能見度，但較多屬於「由上而下」或「計畫導向」的推廣階段，例如參加國際展會、舉辦觀摩活動或建立城市交流備忘錄等。這些形式有助於形象提升，卻較少觸及社區層級的深度互動。若社區缺乏具代表性的地方故事或品牌行動，國際交流難以落實至民眾日常生活。

山中溫泉的經驗顯示，唯有當地方具備自發的創造力與凝聚力，並形成可被外界認同的文化敘事時，國際交流才能自然產生並持續深化。對台灣而言，若能從「社區故事」與「生活文化」出發，培養具國際吸引力的地方品牌，將有助於推動地方創生從內而外走向全球連結。

三、拜會石川縣加賀市市長

(一) 考察日期：2025 年 8 月 17 日

(二) 考察地點：石川縣加賀市

(三) 接待單位代表：加賀市役所宮元陸市長

(四) 背景說明

加賀市於 2014 年與臺南市締結為姊妹市，與臺灣有著深厚的情誼。加賀市地方創生推動成就在日本名列前茅，也是日本最早選定 3 個數位田園戰略特區之一。近三年來，加賀市在地方創生領域持續獲得高度肯定，如 2023 年入選環境省『溫泉街 × 脫碳』模範計畫，實踐觀光業與低碳經濟並行；2024 年加賀市協力 ELEMENTS 推動智慧城市「Smart Pass」專案贏得日本創業界的『總務大臣賞』。加賀市以公部門立場推動政策、與民間合作等，發揮屢屢發揮創意及獲獎，值得我國創生政策借鑒參考。

(五) 交流內容

宮元陸市長說明，加賀市役所為了吸引外來移住人口，以多元的專案，來推動外來移居及街區活化的政策，包含教育的改革、對育兒家庭的支援、移住創業的補貼等，但這些政策很難立即見效，帶動回來的人口有限。主要因為不同世代的價值觀產生改變，在日本，年輕人以不想結婚的居多。

加賀市被中央政府核定為「數位田園戰略特區」，類似特區沙盒的概念可突破既有制度，譬如加賀市役所刻大力推動「E 加賀市民證」，海外人才可在境外申請、操作，並在加賀境內開店，這是加賀市作為特區才能執行的方式。這些措施均是為了吸引海外人才移住加賀，藉由這些海外人才與加賀的連結，也期待能在加賀發展創新產業。另外，

加賀市役所也重點推動數位化、培育 AI 開發相關人才。加賀市擁有豐沛的天然資源，目前憑藉著特區的優勢全面吸引海外專業人才移住加賀，並期待能透過這些外來人才帶動加賀市的產業轉型。

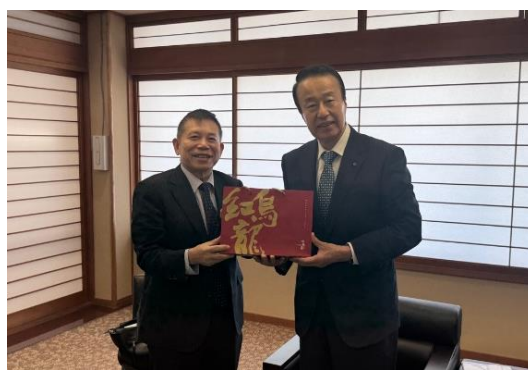
宮元陸市長也分享，早在 2014 年，加賀市就與臺南市締結為「友好都市」，其自身也多次訪台，宮元陸市長還自稱為「最友台的市長」，足見其對臺情誼之深厚。



劉主委與宮元市長交流



交流人員合影



劉主委致贈禮品

(六) 與台灣地方創生政策之比較

1. 「數位田園戰略特區」影響下的加速推動

日本中央政府所推動的「數位田園戰略特區」旨在利用數位技術來解決地方面臨的少子高齡化、人口減少、產業空洞化、交通不便等挑戰，並將「地方也能享有都市便利，城市也能保有鄉村豐富

性」作為願景。當地政府可藉此特區計畫的資源，享有規制鬆綁、制度改革試驗等特殊規範。日本現行的「數位田園戰略特區」除石川縣加賀市外，尚包括以下幾個地區長野縣茅野市、岡山縣吉備中央町等。

與宮元陸市長的對談中，可以瞭解「數位田園戰略特區」對加賀市而言有著關鍵意義，加賀市也藉由特區計畫，做了一些突破與轉變。像是加賀市曾被列為「消滅可能性都市」（人口減少、少子高齡化嚴重）之列，成為特區後，藉由「數位導入」的創新路徑，放寬外國人、AI 人才的移居、開店門檻，讓地方發展出新的方向與活力。

對加賀市而言，特區制度提供的是一個「從地方課題出發、結合數位技術、制度改革」的發展平台，不僅是補助或單純硬體建設，而是以制度創新為核心、數位化為手段、創新、創業為出路。

就台灣而言，雖然尚未以「國家戰略特區」完全對應日本的數位田園健康特區，但在「地方創生」策略中也出現與數位化、科技導入、地方振興結合的趨勢。台灣現在已將「科技導入」作為地方創生政策的核心價值之一，強調運用數位工具、媒體、創新設計來振興地方。

然而，相較於加賀市所借助特區制度、法規調整、制度創新來作為突破的方式，台灣的地方創生策略多以計畫補助、獎勵為主，雖有科技導入，但制度變革與「特區」型態的導向尚未那麼明顯。

2. 企圖從人才引進翻轉產業

在加賀市被列為國家戰略特區後，因辦理政府論壇(如:無人機產業高峰會)等常態性活動，加賀市的定位與能見度明顯提升，對於吸引企業、創業者以及外部人才有顯著助益。加賀市的政策具備「人才培

育」、「產業轉型」、「技術導入」的架構，並且透過國際企業合作、本地平台建構實施，可視為一個「地方」利用 AI 進行數位技術人材培育與制度創新的案例，透過明確目標與合作機制，朝向產業型態轉變與技術導入邁進。

數位田園戰略特區提供了推動地方創生的數位基礎、人才體系、政策支持與創新服務綜合路徑，對台灣實踐在地數位轉型與區域均衡具有重要借鑒價值。

四、考察石川縣金澤市地區型街區組織策略

(一) 考察日期：2025 年 8 月 18 日

(二) 考察地點：石川縣金澤市

(三) 接待單位代表：

金澤市役所室長小谷內章、資深專員池上三宏先生、上村直也先生

金澤觀光協會導覽義工山本修躬先生

(四) 背景說明

位於石川縣金澤市東山地區、沿淺野川東岸展開的東茶屋街，創建於 1820 年江戶時代末期，是當時加賀藩將市內茶屋集中管理而規劃設立的藝妓茶屋區，也是今日金澤三大茶屋街中規模最大、保存最完整者。街區至今仍保有江戶時期的町屋建築特色，如木格子窗（俗稱「木虫籠」）、黑瓦屋頂與石板街道，兩側傳統建築綿延排列，散發出濃厚的古都氛圍。歷史上，這裡是金澤藝妓文化的重要據點，過去專門接待貴族與富商，提供三味線、舞蹈與茶道等藝能款待。隨著時代演進，如今包括志摩茶屋、懷華樓等歷史建築仍開放遊客參觀與體驗傳統藝能，其中志摩茶屋整棟建築仍保留 1820 年初建時的原貌，並被指定為日本國家重要文化財，見證金澤傳統文化的延續。

東茶屋街不僅是觀光熱點，更是金澤市地方創生與歷史文化活化的重要據點。自 1989 年起，金澤市制定專屬景觀保存條例，並將該區列入「傳統環境保存地區」，2001 年進一步被文化廳指定為國家重要傳統建築物群保存地區。市府除透過法令保障景觀與建築風貌外，也積極導入觀光與產業振興政策，如「商店街支援制度」促進商業活性化、鼓勵傳統工藝與金箔文化進駐，並支持如箔座等企業參與町家再生。同時，地方大學與社區亦合力推動文化活動，如夜間燈光藝術、

學生策劃的社區企劃等，提升街區魅力與在地參與。透過這些整合性措施，東茶屋街展現出文化保存、觀光發展與地區再生三者並行的典型模式，成為金澤市地方創生政策下成功的歷史街區活化範例。

(五) 交流內容

1. 保存與再利用

- (1) 東茶屋街的多棟傳統建築被指定為「重要傳統建造物群保存地區」進行法制保護，避免被隨意拆改。
- (2) 一些原本作為茶屋的建物被修復並重新利用為咖啡館、藝文展館、紀念品店或體驗空間。例如，位於東茶屋街的 Cafe Sabou Yanagian（茶房やなぎ庵）就由箔一金箔文化館承接，並進行改裝重整成咖啡廳，以延續茶屋建築的生命。
- (3) 金澤市透過法律與政策，將具有歷史價值的傳統建築劃定為重要保存地區，嚴格限制任意拆改，建立起維護城市風貌的制度框架。東茶屋街 2001 年被指定為「國家重要傳統建造物群保存地區」後，市府積極推動修復工程與景觀統整，並由在地居民與商家共同簽訂公約，採取「修舊如舊」的方式維護建築立面與街道風貌。透過立面改造與空間活化，不僅維持了整體街區風格的一致性，也延續了原有的生活機能，展現制度、修復與社區參與三者兼顧的典範。

2. 文化體驗與特色產業結合

- (1) 在東茶屋街中，遊客可參加金箔工藝體驗、觀光導覽、藝妓音樂表演等活動，將地方傳統文化、手工藝與觀光融合。
- (2) 以金澤為金箔之都聞名，遊客可在東茶屋街購買金箔飾品、金箔冰淇淋等具地方特色的商品，且多為當地才買得到的獨特限定商品，這樣的主題特色商品與旅客體驗形成良性循環。
- (3) 金澤市透過深度整合傳統工藝（如金箔、漆藝）、無形文化資產（三味線音樂、茶道等）與觀光及現代產業，不僅成功建立了具

有國際辨識度的地方特色品牌，更於 2009 年獲聯合國教科文組織認證為「全球創意城市網絡：工藝與民俗藝術之都」，成為少數兼具文化保存與地方創生實績的日本城市典範。

- (4) 以東茶屋街為代表的文化場域，將藝妓歌舞、三味線等表演藝術，結合金箔製作等手工藝體驗與在地設計商品（如金箔飾品、和菓子）販售，讓遊客從「觀看」進一步走向「參與、體驗與購買」。這種「文化體驗商品化」的策略，不僅提升旅遊深度與附加價值，也促進了產業活化與區域經濟循環。

3. 觀光與地方創生協同活動

- (1) 地方創生計畫也將東茶屋街列為重要焦點，包括文化保存、街區景觀維護、旅遊行銷等，列入整體城市文化旅遊路線的重要節點。
- (2) 金澤市也有針對中心市街地的政策，包含將空置町家改造為特色旅宿（如一日一組限定宿）來活化歷史街區。
- (3) 大學、地方政府與民間機構之間亦有不少合作：例如金澤工業大學的 DK Art Café（藝術＋咖啡館）項目，就與當地商店街協作舉辦活動、推廣地方農產與手工產品，以帶動商圈能量。
- (4) 在面對閒置建築與區域沒落的挑戰下，金澤市採取策略性空間再生模式，將傳統町家活化為「一日一組限定宿」與主題旅宿，這種以「文化為本、住宿為體、社區為場」的空間再利用思維，正是台灣當前推動地方創生的可借鏡模式。

（六）與台灣地方創生政策之比較

1. 法制保護與街區景觀維護

金澤市的地方再生建立於完整的法制與空間規劃架構之上。自 2001 年東茶屋街被指定為「國家重要傳統建造物群保存地區」以來，金澤市役所依據「文化財保護法」與地方自治條例，明確規範建築修繕、外觀設計與公共空間維護標準。當地並推動「傳統環境保全協定」，由居民與商家共同簽訂公約，承諾以「修舊如舊」方式

進行維護，確保建築立面、屋瓦、木構件及街道景觀的一致性。此制度兼顧公權力規範與社區自律，形成了由法制保障、修復工程與居民參與所構成的三層防護網，使街區在現代化過程中仍能延續歷史風貌與生活功能。

台灣的地方創生政策則強調多元參與與社區治理的靈活運作。各地政府透過文化部「文化資產保存法」、國發會「地方創生條例」及地方創生輔導中心等機制，推動歷史街區與老屋空間活化。台南、鹿港、三峽等地建立地方自治組織與創生協會，讓居民、青年與商家共同參與空間再生與活動規劃，形成社區自發性的管理與營運模式。與金澤著重制度規範不同，台灣更強調居民參與與跨域合作的彈性，使地方創生成為社區自主發展的實驗場域。金澤展現了制度化治理的穩定性與連貫性，台灣則體現社群參與及地方自立的活力。

2. 文化體驗 × 商品設計 × 地方創生

金澤市的地方創生成功將「文化體驗」與「商品設計」緊密結合，形成具國際辨識度的地方品牌。市內傳統工藝如金箔、漆藝等，皆與旅遊體驗、設計產業相互連動。東茶屋街內的藝伎表演、三味線音樂與茶道體驗，結合金箔飾品、和菓子等商品銷售，讓遊客從「觀賞」轉向「參與式消費」。這種以文化體驗驅動的產業鏈，強化了工藝保存與經濟循環，也使金澤於 2009 年獲聯合國教科文組織認證為「全球創意城市網絡－工藝與民俗藝術之都」，象徵其文化創生已達國際水準。

台灣在地方創生推動中，也展現出豐富的文化整合能量。許多地方團隊以文化體驗結合商品設計，如鶯歌的陶藝手作、南投的茶藝導覽、太平的染布體驗等，並搭配文創市集與觀光行程，打造出具有故事性與互動性的地方品牌。台灣強調由青年與社區共同參與，透過創意與數位行銷增加地方產品的附加價值。若說金澤的文化體

驗展現制度化品牌經營的成熟模式，台灣則體現文化創意與在地生活結合的動態活力。前者在文化深度與一致性上具優勢，後者則在創新能量與參與廣度上更具彈性。

3. 閒置建築再生與特色旅宿

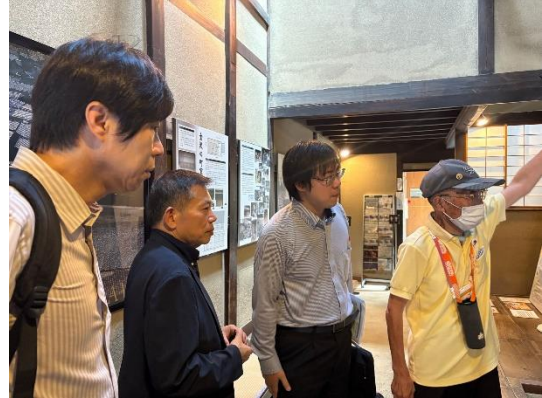
金澤市面對城市老化與空屋增加的問題，透過「町家再生計畫」將傳統建築改造為主題旅宿、工藝工坊或藝文展覽空間。部分旅宿採取「一日一組」的限量經營模式，讓旅人深度體驗町家生活，促進住宿與文化體驗的結合。這樣的空間再利用策略，不僅保存歷史建築，更以文化魅力吸引高價值觀光市場，形成永續的經濟循環。

台灣地方創生在空間再利用方面則展現多元創新。嘉義與台南等地也利用閒置空間轉型為文創聚落或社區工作坊，透過活動型創生與節慶策展，使空間成為社區交流與產業連結的平台。金澤模式展現空間再生的制度化與文化深耕，台灣則以活動導向的策略形成快速帶動地方經濟的動能，兩者在空間活化與文化再造上各自展現特色與優勢。

日本金澤市與台灣地方創生政策在理念上皆以「文化保存、產業活化與社區永續」為核心，兩者均重視以文化為基礎的地方再生模式，但在制度建構、執行層面與社會參與形式上展現出不同的發展脈絡。金澤以法制制度與長期城市規劃為基礎，透過文化治理與景觀維護展現城市的歷史厚度；台灣則以跨域合作、青年返鄉與產業創新為動能，藉由公私協力與社區行動推動多元創生。兩者的實踐方向互具參考價值，亦反映出地方創生在「制度穩定性」與「民間活力」之間的不同取徑。

金澤的制度化模式確保文化資產與城市風貌的長期穩定，台灣的民間創生則凸顯社群能量與創新實驗精神。前者體現歷史積累下的治理智慧，後者展現動態社會的自發活力。兩者並非對立，而是呈現地

方創生在不同社會脈絡下的雙重面向。未來若能以交流合作為基礎，金澤的文化治理經驗與台灣的創新實踐模式可形成互補關係，共同促進區域文化經濟的永續發展，並為亞洲地方創生政策建立更豐富的國際對話平台。



考察金澤街屋保存及工藝結合地方創生策略



劉主委及黃處長與金澤市役所上村直也先生互贈紀念品

五、考察岐阜縣高山市地方設施及觀光引流策略

(一) 考察日期：2025 年 8 月 19 日

(二) 考察地點：岐阜縣高山市

(三) 接待單位代表：銀髮人才中心導覽人員柳瀨正俊先生、舩坂酒造店店長鴨林周平先生

(四) 背景說明

位於岐阜縣高山市中心的高山老街，以上三之町、上二之町、上一之町為核心，被譽為「飛驒小京都」，是日本少數完整保留江戶時代城下町風貌的歷史街區之一。街道兩側排列著連綿的町家建築，特徵包括黑色木格子窗、低屋簷、白壁土藏、古老酒藏與傳統商家，自 1979 年起被指定為國家重要傳統建築物群保存地區。如今，這裡融合了古風與現代，在歷史建築中進駐了當地特產店、工藝品鋪、咖啡館與餐廳，不僅是觀光客的重要據點，也是當地居民生活與產業活動的場域。

在高山市推動的「地方創生」與「觀光活用」策略中，高山老街作為歷史與文化資源的重要象徵，扮演關鍵角色。市役所積極透過保存建築、整備交通動線、提升遊客體驗與導入永續觀光原則，使老街區不僅是文化展示，更成為帶動地方經濟與就業的核心引擎。高山市也因此獲選為「高附加價值觀光地打造」的全國示範城市，並取得國際「綠色目的地認證」銀獎，顯示老街觀光不僅促進經濟，也朝向永續與社區共榮發展。透過傳統建築保存、工藝振興與在地參與的結合，高山老街正以一種「活的歷史」形式，延續城市記憶，並帶動地區活性化。

本次考察由高山市的銀髮人力中心，曾到台灣留學的柳瀨正俊先生導覽，並考察位於高山老街（上三之町）上的「舩坂酒造店」，這是

一家歷史悠久的釀酒廠，其前身「大文屋」創業於江戶末期，至今已有超過 200 年的歷史。酒廠利用當地北阿爾卑斯山的深山湧水與飛驒地區優質酒造米「ひだほまれ」，結合傳統手工釀造技術，釀製出如「深山菊」等代表酒款，其大吟釀「四ツ星」曾於 2017 年的全國新酒鑑評會中獲金賞，展現其釀酒技術的實力。2009 年起，酒造由經營旅館與餐飲業的 Alice 集團 接手，開始轉型為結合「釀酒廠 × 旅遊體驗」的觀光型酒造。

鴨林周平店長特別導覽酒廠內釀酒設施及體驗設計流程，此種經營模式創造了「觀光誘客＋在地體驗＋產品開發」的完整鏈結，形成文化與消費並行的業務模式；這些創新舉措使得酒造的銷售額在 2017 年突破 5 億日圓，也被視為地方創生中帶動地區經濟活性化的典型案例。

宮川朝市位於岐阜縣高山市市區的宮川河畔，是當地最具代表性的歷史市集之一。它不僅保留了傳統市集的文化樣貌，也在當代成為支撐在地經濟與觀光產業的重要平台。宮川朝市所在的宮川左岸地區，也被高山市納入整備計畫，藉由改善公共空間、導入多元主體參與（如市集攤商、商店街、觀光單位等），來提升區域吸引力與遊客停留時間，創造更具體驗性的場域活化。宮川朝市是高山市近年積極推動「觀光與在地連結」的地方創生政策，其中一項具有象徵意義的核心資源。

高山市的經驗展現出文化資產不只是歷史遺產，更能透過創新與規劃，成為驅動地方經濟、社區活化與文化傳承的核心動能。

（五）交流內容

1. 文化旅遊體驗與風貌保存

- （1）高山的老街區保有江戶時代以來的木造建築、傳統店鋪與街道形式，在朝市與老街中，除了農產品，手工藝品、地方特產、工藝加工物也十分普遍，使得高山具有可辨識的在地品牌特

色。遊客可購買獨特紀念品或地方工藝品，讓文化資源與觀光消費結合。

- (2) 船坂酒造店將文化資產、地方資源、觀光體驗與創新經整合起來，形成一種「文化旅宿 × 酒造體驗 × 地方經濟」的複合模式，提供「一站式購物」與「主題樂園」體驗。

2. 完善旅遊基礎設施

- (1) 岐阜縣高山市在泡沫經濟崩潰後，曾因位處山區且交通不便，觀光發展一度落後。地方創生計畫推動後，當地政府與民間組織共同合作，著手改善旅遊環境與基礎設施。特別是在徒步街區的無障礙設計上投入大量資源，讓銀髮族及行動不便遊客更便利地探索老街區。
- (2) 為吸引外國遊客，高山市增加多語言看板、導覽資料及交通資訊，並增設公共廁所與免費無線網路，提升整體旅遊便利性。這些措施使觀光客數量暴增近 10 倍，顯著帶動當地經濟成長。

(六) 與台灣地方創生政策之比較

1. 常態朝市與在地品牌經營

高山市的「朝市文化」是其地方創生的重要支柱。自江戶時代延續至今的宮川朝市與陣屋朝市，不僅是農民與居民的日常交易場所，更是社區交流與文化傳承的公共空間。攤位多販售當地農產品、漬物、手工藝品與傳統甜點，並由地方政府與商會協力維護經營秩序。朝市的常態性運作，使旅人能從「購買」進入「理解與參與」的層次，形成兼具生活氣息與觀光魅力的在地品牌形象。透過制度化管理與長期運營，朝市不僅穩定地方經濟，也成為城市文化記憶的載體。

台灣地方創生政策則以創意導向與品牌化策略為特色。政府透過「地方創生計畫」、「地方創生青年培力工作站」、「中興新村創生

育成村」等機制，鼓勵青年返鄉投入產業創新，協助地方團隊以故事行銷、設計包裝與數位平台強化品牌價值。例如屏東的可可產業、台東的紅烏龍品牌、坪林的茶文化等案例，皆透過地方品牌串聯觀光、文化與生活體驗。相較於高山強調「穩定經營與文化連續性」，台灣展現「創新推廣與多元行銷」的特質，體現出以市場導向與文化創意帶動地方經濟的彈性模式。

2. 老街活化與文化共創

高山市舊城區保留大量傳統木造町家建築，其街區景觀受到嚴格保護，並由居民、商家與地方政府共同管理。除了維持街道風貌的一致性外，當地亦積極導入文化共創活動，如節慶遊行、傳統工藝展示與藝術駐村計畫，使老街從靜態保存轉為動態經營。高山市推行的「駐市創作者制度」鼓勵藝術家、設計師與工藝職人進駐，結合社區居民進行展演與創作，共同塑造在地文化的持續生命力。這種模式使歷史街區不僅是觀光景點，更是文化生產與社會互動的日常空間。

台灣在老街活化的推動上，同樣注重文化與產業的雙軌並進。鹿港等地亦結合節慶、工藝技術與文創市集，形成兼具觀光吸引力與地方認同的文化平台。台灣老街的發展強調跨域合作與青年參與，許多街區由地方團隊主導活動策畫與行銷，形成靈活多變、以「參與」為核心的活化模式。相對而言，高山的體制較為穩定，強調歷史文化的延續與規範性維護；台灣則展現出民間能量與創意實驗的多元特色。

3. 歷史街區的經營與再生模式

高山市的歷史街區保存以制度化為基礎，透過嚴謹的法規與地方自治條例維護整體建築樣貌。町家屋主若進行修繕，需遵守指定的材料與工法，確保街區視覺與文化的一致性。政府並以「文化財

保護法」與「重要傳統建造物群保存地區」制度提供補助與技術支援，形成制度化的保存體系。同時，街區不僅以日間觀光為主，夜間亦透過燈光設計、傳統樂表演及文化導覽，展現出「生活與文化共存」的空間樣態，使文化保存與旅遊經濟相輔相成。

台灣的歷史街區再生多以「動態經營」為核心理念。地方創生團隊結合文化導覽、故事牆、市集活動與夜間節慶，創造多元參與形式，提升遊客停留時間與體驗深度。以嘉義舊城、基隆正濱漁港等地為例，透過文創產業進駐與藝文策展，老屋空間成為展演與社區交流的平台。高山模式體現制度規範與文化厚度，台灣模式則展現民間活力與社群連結的多樣性，兩者在「穩定」與「創新」間形成互補。

4. 社區參與及經濟循環

高山市的地方創生高度依賴社區共治結構。居民、商家、文化團體與政府形成穩定的合作網絡，共同參與決策、活動策劃與資源分配，強化社區認同感。地方工藝、節慶活動與觀光服務皆由社區主體經營，確保收益能回流至當地，形成內循環經濟。這種模式強調「生活者的地方創生」，即文化活動與經濟發展皆根植於日常生活。

台灣地方創生的運作則以「跨域合作與產業創新」為導向。政府鼓勵企業導入 ESG 概念，媒合企業資源與地方團隊合作，推動青年創業與社區經濟共創。台灣的作法在整合資源、引導投資方面具高度彈性，展現跨界整合的效率，而高山則強調長期社區自立與文化內化的穩定力量。

整體而言，日本高山市的地方創生展現「制度化、生活化、文化深耕」的特徵。其核心優勢在於長期的法制基礎、居民共治與文化經濟共榮，使城市在觀光與生活之間取得平衡。台灣地方創生政策則呈現「創新化、行動化、

社區導向」的特性，透過青年參與、企業合作與數位行銷引導地方產業轉型，展現高度的社會動能與創造力。

兩者雖採取不同的推動路徑，但皆致力於活化地方、凝聚社群與實現永續發展。高山以歷史與文化為基盤，形塑深層文化力；台灣則以創新與行動為驅動，開拓多元發展的可能性。前者強調時間的積累與規範的延續，後者展現彈性應變與多元實驗的生命力，兩者的經驗可相互印證，構成亞洲地方創生發展的重要參照範型。



鳴林周平店長解說地方創生發展與體驗設計流程

六、拜會岐阜縣飛驒市市長並考察地方特色資源加值及公私部門共創策略

(一) 考察日期：2025 年 8 月 19 日

(二) 考察地點：岐阜縣飛驒市

(三) 接待單位代表：

飛驒市役所都竹淳也市長、商工觀光部見山寬奈小姐、農林部砂田貴弘先生

Hidakuma 株式會社行銷長井上彩小姐

(四) 背景說明

飛驒市位於日本岐阜縣北部，屬典型山岳型城市，面積 792 平方公里，其中森林覆蓋率超過九成，是日本森林資源最為豐富的市町村之一。該市人口約 2 萬人，為高齡人口逾 40%，長期面臨人口外移、青年返鄉困難及產業空洞化問題。透過飛驒市的拜會及交流，更深入瞭解該地推動深化關係人口及加值在地風土物產的努力。

(五) 第 1 場交流內容

本場交流由飛驒市役所都竹淳也市長接見，市役所代表說明飛驒市面臨人口老化、產業凋零的狀態，並介紹該市累積關係人口、解決地方問題的相關措施。

飛驒市與嘉義縣新港鄉為友好城市關係，飛驒市的古川中學與新港國中也簽訂為姊妹校。飛驒市役所在推動地方創生的體系中，採取跨部門整合與民間協作並行的治理模式。現任都竹市長於 2020 年就任，積極推動「以健康帶動產業，以藥草連結社群」，不僅強化在地資源利用，更重視官民協力與跨區域合作。他同時致力於青年返鄉、移居促進及國際交流，帶領飛驒市在日本地方創生中展現特色。

除藥草振興外，飛驒市在傳統工藝與木造建築保存方面具深厚基

礎，飛驒市役所與民間企業合資成立木業公司，善用當地林木資源，開發建材、家具及高價值產品，飛驒的木藝雕塑品及木藝裝潢，也運用種在大阪及東京的高級飯店及百貨公司專櫃內。

1. 與市長交流：打造永續的地方創生藍圖

飛驒市市長都竹淳也分享了面對人口減少與高齡化挑戰下的地方創生策略。市長認為，飛驒市作為一個人口持續減少、老年化嚴重的鄉村地區，「引入人口」與「輸出在地產品」為兩大解方，並強調所有對外行動都應建基於當地特色，方能提升吸引力。為促使年輕人願意返鄉，他認為關鍵在於創造就業機會、活用在地資源並靈活因應時代變化，才能讓年輕人願意回鄉發展。因此市府積極培育創業者、導入創新技術、建構企業支持體系，並活用地方資源如廣葉樹與藥草，發展具永續性的產業。特別是藥草多屬雜草類，要將其價值具象化、產業化，是一項重要挑戰。

此外，飛驒市也相當重視「關係人口」的建立，藉此彌補人口不足、促進地區活力。在國際交流方面，飛驒市與台灣新港締結為姊妹市後，雙邊互訪頻繁，至今他已四度造訪台灣，未來也計畫回訪，展現深化台日地方交流的意願與實踐。

2. 回應人口危機的創生行動

面對高齡化率超過 40%、人口逐年減少的嚴峻挑戰，飛驒市積極推動創新政策，透過建立「關係人口」來活絡地方。市役所於 2017 年設立「飛驒市粉絲俱樂部」，成功吸引超過 1.7 萬名會員，九成以上來自市外。會員不僅可獲得名片與專屬優惠，也參與各地聚會活動，形成強大的外部支持網絡，進而帶動回鄉旅遊、參與與投資等實質互動。

飛驒市鼓勵粉絲成立在地分部，目前已有 11 個支部（如愛知、關西等），透過自主辦理聚會、活動與市民互動，有效擴大市外網

絡。同時，市府積極結合藝人永田薫擔任觀光大使，舉辦旅遊團與粉絲見面會；並與地方雜誌合作推出主題巴士行程，透過社群行銷、美食活動及媒體曝光，全面提升飛驒市的知名度與魅力。

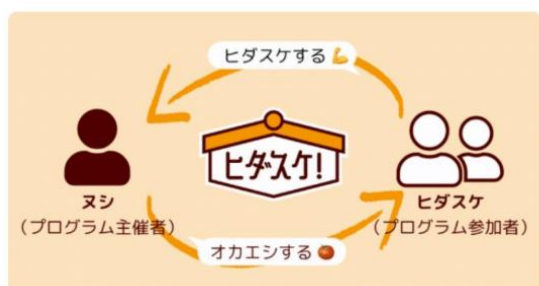
3. 打造民眾參與平台「飛驒助」

為深化市外人士與在地連結，市府於 2020 年成立「關係案內所」，並推動「飛驒助(ヒダスケ!)」行動平台，媒合外地志工參與農忙、活動協助、景觀維護等在地事務；志工可獲得農產品、體驗機會或地方通貨作為回饋。至 2025 年 7 月止，已累計舉辦 450 場活動、逾 5,000 人次參與，其中約 31%參與者為重複加入者，媒合促成率更達 92.3%，顯示參與意願與認同感極高。

4. 官民合作創佳績，創生成果獲獎肯定

飛驒市在推動關係人口與地方創生的各項作法，已獲得如「Good Design Award」、「國土交通大臣賞」、「總務大臣賞」等多項日本重要獎項肯定。這些成果不僅反映政策的實效，也證明了官民協力、長期經營地方品牌與參與機制，能夠突破地域限制，吸引外部能量進入，為偏鄉帶來持續而正向的改變。

ヒダスケ！について—どんなサービス？



飛驒市内にある様々な困りごとの解決のために、全国の皆さんの力をお借りして、楽しく交流をしながら助け合いを生み出すプロジェクト

為了協助解決飛驒市內各種困難，全國的大家一同發揮力量，在快樂交流的過程中，創造互助的專案。市民或事業者遇到的困難都可以隨時登錄，透過網頁、社群或申請網站進行協助媒合，參與幫忙的夥伴可以獲得回饋，可能包括體驗或經驗、蔬菜等食物及地方特產等。(資料來源：飛驒市役所簡報)

プログラム一覧



飛騨市 Hidasuke 網站羅列的活動項目串連外部關係人口

資料來源: <https://hidasuke.com/>

(六) 第 2 場交流內容：

飛騨市役所在 2001 年起展開全市藥草資源調查，發現區內藥草多達 245 種以上，進而將「藥草」定位為地方再生的核心資源，並於 2017 年成立「飛騨市藥草推動小組」，整合市府、在地農家、醫療與觀光業者力量，共同推動「藥草之都 (Herbal City)」計畫。

該小組以「從森林到生活」為主軸，透過藥草調查、種植、加工與商品化，形成完整的地方產業鏈。其推動策略包含三大方向：一是以藥草教育與體驗推動健康促進，結合學校課程與社區健康講座，深化居民

生活意識；二是推動藥草飲食及保健產品開發，鼓勵農家栽培藥草並供應地方企業生產，創造地方附加價值；三是藉由觀光導入，舉辦「全國藥草節」將藥草文化轉化為觀光亮點，吸引都市旅客參與採摘、調製、飲食等體驗活動。現任市長都竹淳也自 2020 年上任以來，延續並深化「以健康帶動產業、以藥草連結社群」之核心理念，致力於建立跨部門合作平台，推動醫療、農業、觀光與教育的聯動發展。市府更將藥草視為地方創生的社會契機，透過推動藥草咖啡廳、養生旅館及保健餐飲品牌，促進民間企業與青年創業者參與。

此次訪問於「森林的恩惠」店舖進行交流，該據點為飛驒市藥草推動小組之展示與銷售中心，集結當地藥草產品、健康飲食及生活提案，是「藥草之都」品牌的重要窗口。交流中，協會指出飛驒市在推動過程中面臨的最大挑戰為「如何讓雜草變資產」，即如何將日常被忽視的植物重新定義為具價值的健康資源。市府透過調查研究、產學合作與社區教育，逐步建立藥草品牌認同，並強化市民參與與青年接班意識。

在實際成果上，飛驒市已形成完整的「藥草產業生態圈」：上游以栽培與採集為主，中游進行加工、調理與研發，下游則結合觀光、餐飲與伴手禮行銷，帶動地方經濟循環。同時，也發展「藥草社區志工」制度，讓居民以健康促進為出發點參與地方活動，成為促進社會凝聚力的重要力量。

此外，飛驒市藥草推動小組亦與周邊自治體及學研機構合作，推動藥草認證制度與專業人才培育，促進「醫療 × 農業 × 地方創生」之整合發展模式。該模式不僅帶動區域內的產業創新，也成為日本地方創生中具代表性的健康導向案例，並多次獲得地方創生優良事例表揚。

綜觀飛驒市的經驗，其成功關鍵在於以具在地特色的自然資源為核心，導入跨領域合作機制，並以健康、教育與觀光為推動主軸，形塑兼具經濟效益與社會價值的地方創生模式。

1. 啟動藥草相關規劃

飛驒市居民自古即有使用藥草入菜及簡易療用之習慣，形成政策推動之文化與生活基礎，該計畫於 2001 年由地方政府倡議，首次系統性調查全市藥草種類，確認達 245 種，成為政策推動契機。計畫訂定兩大目標，其一為促進市民健康，透過教育課程教授藥草應用；其二為推動藥草商品化，以利帶動地區振興。

2. 蓄積產業能量

飛驒市藥草推動小組與大學單位合作，研發藥草應用並推廣健康生活課程，強化知識基礎，市役所發放藥草種子予市民栽植，鼓勵全民參與，建立藥草生活化的社群網絡，協會推動藥草餐、藥草味噌仙貝等飲食開發，將藥草融入日常餐飲與觀光體驗。

3. 打造全國藥草網絡

每年舉辦「全國藥草節」，吸引逾百個團體、上千人參與，已成為藥草推廣與交流的重要平台。此外，將「飛驒森林的恩惠」據點作為資訊與體驗發信基地，即使計畫經費有限，仍透過有效資源運用與官民合作，擴大影響力並成功建立「藥草之城」的品牌形象。

4. 兼顧社會與產業價值

除了民眾參與，飛驒市亦與社福機構合作，讓身心障礙者參與藥草計畫，結合社會照顧與產業活化。市府提供藥草種子、支援經費與場地租借，推動全民參與，提升社區凝聚力。藥草不再只是農業資源，而是跨越健康、飲食、福祉與觀光的整合平台。

(七) 第 3 場交流內容：

「Hidakuma 株式會社」(熊在飛驒的森林裡跳舞股份有限公司，日文原名：飛驒の森でクマは踊る Hida no Mori de Kuma wa Odoru) 是日本一間以森林再生與創意共創為核心的公司。該公司於 2015 年由飛驒市役所、東京創意平台 Loftwork 以及永續林業企業

Tobimushi 共同成立，起因於日本政府提出「消滅可能性都市」名單後，飛驒市為回應地方人口減少與林業凋零的危機，決定以森林為主題推動新型產業轉型。

Hidakuma 致力於再生利用飛驒地區豐富的闊葉林資源，特別是過去因形狀或材質不易使用而被棄置的小徑木與曲木。透過創新設計與加工技術，這些材料被轉化為具附加價值的家具、建築與藝術品，形成兼具生態循環與文化創新的新型林業鏈。

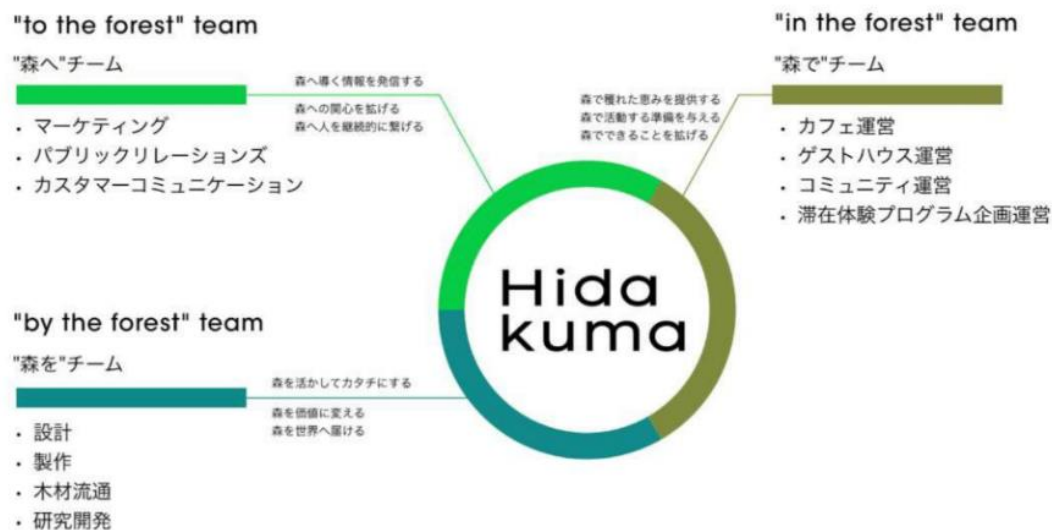
公司總部設於飛驒市古川町，由舊釀造廠改建而成的開放式工作空間內，並附設 FabCafe Hida（飛驒共創工坊），成為設計師、工匠與創意工作者共創的據點。這裡不僅進行木材開發與產品原型設計，也定期舉辦設計駐村、木工體驗與國際共創計畫，促進地方產業升級與技術傳承。

Hidakuma 的代表性專案「Forest Bank」更將森林廢料、木屑與枝條重新壓製為多層次材料，成為可應用於建築與家具的創新媒材，象徵森林與城市間的資源再循環概念。該公司同時推動「從森林開始的設計教育」，吸引國內外建築與設計院校師生前來考察與工作坊交流，使飛驒市在地方創生中兼具「產業創新、教育體驗與國際連結」三重意義。

整體而言，Hidakuma 以「森林的永續再造」為核心，透過設計思維與跨域協作，成功將傳統林業轉化為具創意與文化價值的地方品牌，為日本地方創生注入新模式，也提供了以地方資源驅動國際共創的典範。本次分享由行銷長井上彩進行簡報說明。

TEAMS

ヒダクマの3つのチーム



HIDAKUMA 公司理念：活用森林，製造產品。將森林的魅力傳遞至世界各地。

- "to the forest" team 「前往森林」團隊：負責行銷、公共關係、客戶溝通。「向社會傳達森林的價值，讓個人感受森林魅力，發掘森林資源。」
- "in the forest" team 「在森林中」團隊：負責咖啡館經營、民宿經營、社群經營、住宿與體驗課程企劃運營。「提供森林中的體驗與價值，讓大家在森林裡感受新事物。」
- "by the forest" team 「靠近森林」團隊：負責設計、製作、木材流通、研究開發。

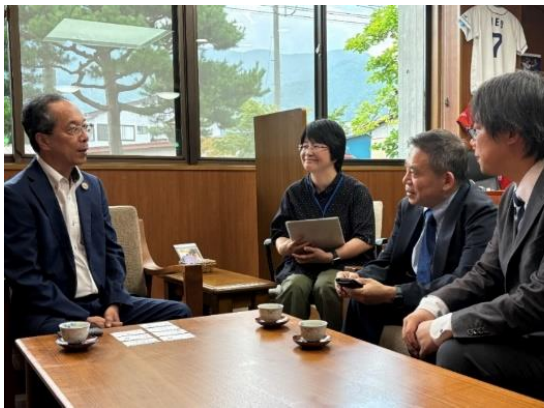
(資料來源: HIDAKUMA 公司簡報)



向民眾推廣藥草的各式文宣



「飛驒森林的恩惠」外觀



劉主委與都竹市長交流



飛驒市役所人員簡報



交流人員合影



飛驒市役所人員簡報



井上彩行銷長分享



HIDAKUMA 公司運用闊葉樹發展建材及家具並拓展商業模式

(八) 與台灣地方創生政策之比較

1. 鼓勵地方善用地資源，打造特色 DNA

飛驒市以藥草為地方發展核心，透過系統性調查與長期研究，盤點在地超過三百種藥草資源，並推動「飛驒藥草品牌化計畫」。該市以「生活化的使用」為原則，將藥草融入日常飲食、養生保健、觀光體驗與教育推廣，形成兼具文化底蘊與現代生活感的地方品牌。藥草餐廳、草本茶館及溫泉養生旅宿等產業同步發展，讓藥草不再只是傳統醫療素材，而是生活方式的象徵。

台灣亦擁有豐富的天然植物與草藥資源，如花蓮蒔煦團隊運用原住民香料、台南博仁堂團隊傳統中藥智慧等。台灣地方創生政策

強調從地方特色出發，導入設計與行銷概念，使地方產品具備「可辨識的 DNA」。例如透過草本飲品、藥膳料理、香氛品牌或養生體驗活動，將地方植物轉化為具市場價值的創生產品。飛驒的成功顯示「單一主題深化」的策略可形成穩定品牌，而台灣則展現「多元特色並進」的創新能量。

2. 官民協力，推動健康導向的地方創生

飛驒市的另一特色在於整合「健康 × 產業 × 社區支持」的官民協作模式。市府主導成立「飛驒藥草推進協議會」，集結地方政府、大學研究單位、民間企業、社福機構與醫療團體，形成跨領域合作網絡。此機構不僅研發藥草產品，也讓民眾參與包裝、種植與銷售過程，實踐社會共融與地方就業的目標。藥草不僅是經濟資源，更成為促進居民健康與社會連結的媒介。

台灣在高齡化社會與健康議題逐漸受到重視的背景下，也展現出結合健康促進與地方創生的潛力。許多地方創生團隊以銀髮照護、養生飲食、社區關懷據點等為主軸，將健康概念導入地方發展。與飛驒市強調「制度化整合」的路徑不同，台灣以「社區實踐」與「公私協力」為核心，展現了靈活多樣的健康導向創生模式。

3. 辦理主題節慶，提升品牌與外部連結

飛驒市每年舉辦的「全國藥草節」是當地重要的年度盛事，活動結合藥草市集、體驗工作坊、講座與音樂表演，吸引全國遊客與媒體關注，並成為城市行銷的關鍵平台。此節慶除推動觀光經濟外，也培養了大量「關係人口」（關心地方、長期互動但不居住於當地的人），強化外部支持與社群網絡。

台灣在節慶行銷上也具創造力與執行力，各地根據地方產業特色發展不同主題活動，如苗栗的客家擂茶節等。這些活動結合市集、體驗與展演，形成具有文化深度與經濟效益的「創生節慶經濟」。

相較飛驒的「單一主題深化與品牌化」策略，台灣則以「多主題串聯與跨區合作」為特徵，促進地區間交流並提升地方創生團隊的曝光度與市場連結能力。

4. 草本資源結合健康創生模式

飛驒市將藥草作為「地方創生 × 健康促進 × 產業振興」的核心要素，形塑出兼具產業與社會價值的綜合模式。此一模式不僅帶動觀光，也強化居民對自然環境的認同與守護意識。市內成立「飛驒藥草研究中心」，負責植物種植、萃取技術研發與產品認證，確保品質一致並創造高附加價值。

台灣在草本產業方面同樣具備文化根基與市場潛力，特別是結合中藥文化、地方植物智慧與觀光導向的發展模式。例如台南博仁堂以中藥入餐，吸引家庭與遊客前往。若將這些元素進一步整合成「健康 × 產業 × 觀光」的地方創生模式，台灣可在文化體驗與健康旅遊領域開拓更多元市場。飛驒以科研與制度建構為基礎，台灣則以創意與社區行動為驅動，兩者在策略面各具代表性。

5. 拓展關係人口與地方支持網絡

飛驒市深知「人口減少」是地方創生的核心挑戰，因此積極發展「關係人口」制度。市府建立「飛驒粉絲俱樂部」與「關係案內所」，定期發布地方新聞、商品資訊與志工活動，讓城市外粉絲也能長期參與地方事務。此舉不僅擴大宣傳效果，也形成穩定的政策與活動後援網絡。

台灣的地方創生亦重視「在地與外地連結」。例如花蓮玉里的「移居實驗」，以社群經營與實地互動為媒介，培養未來潛在移居者。飛驒的模式展現制度化經營的穩定性，台灣則以靈活的社群經濟方式推動人際網絡，皆有助於地方社會的持續活化。

6. 導入行動參與及在地互助媒合平台

飛驒市開發的「ヒダスケ！（Hidasuke!）」平台，是地方創生數位治理的創新案例。該平台以「行動換體驗」為核心理念，讓外地居民可依自身興趣報名參與當地的農務、活動支援或環境整理任務。平台自啟用以來媒合成功率高達九成，成為促進城市與鄉村互動的新型社會機制。

台灣亦可觀察到類似的「行動型參與」模式正在形成。透過數位平台媒合志工與地方需求，鼓勵都市青年參與農務體驗、社區修繕或文化節慶，創造實質互動與社會連結。兩者皆展現地方創生在「人力再分配」與「公民參與」層面的創新實踐，使地方不僅是生活空間，更成為協作與學習的場域。

7. 推動木材多元利用與循環經濟

飛驒市「Hidakuma」則展現地方創生與永續設計結合的典範，以再利用間伐材、小徑木與曲木為核心，透過設計導入、異材組合與數位製造技術，將低利用木材轉化為家具、建材與藝術品，延長碳儲存週期並降低廢棄量。此舉不僅符合碳中和趨勢，也建立了地方循環經濟的實踐模式。

台灣在林業與木工文化方面亦具基礎，南投竹山及嘉義阿里山等地皆擁有豐富林產與工藝資源。地方創生團隊可結合設計師與工藝者，共同開發文創商品、木構建築與教育課程，將木材再價值化導入永續產業發展。飛驒的經驗凸顯「設計 × 永續 × 地方資源」的結合力，而台灣則在文化創意與工藝表現上更具彈性與多樣性。

8. 活化自然資源與森林教育

Hidakuma 也重視從森林出發的地方教育與企業合作，透過 FabCafe、森林導覽與企業志工合宿，形成「教育 × ESG × 地方創生」的雙軌模式。這不僅讓森林成為學習場域，也使企業能以行動實踐永續責任。

台灣現有自然教育中心與國家森林遊樂區等資源，逐漸發展出與地方創生結合的潛力。例如阿里山以森林鐵路與部落文化推動生態教育，太平山結合溫泉與林業故事導覽，形成兼具教育與觀光價值的在地經濟模式。飛驒的經驗顯示自然資源不僅可作為產業基礎，也能成為文化教育與社會連結的重要媒介。

整體而言，飛驒市的地方創生以「健康 × 自然 × 循環」為主軸，展現制度化與長期規劃的穩定性；台灣地方創生則以「文化 × 青年 × 創新」為核心，展現多元性與社會活力。飛驒的強項在於縝密的政策設計與產官學合作，能穩定推進永續產業；台灣則以開放的社區參與與跨域行動，展現創意與靈活回應地方需求的能力。

台日兩地的經驗顯示，地方創生不僅是經濟策略，更是文化治理與社會實踐的過程。飛驒的經驗提供制度與整合層面的典範，而台灣的實踐則呈現草根能量與創新思維。未來若能以交流與合作為基礎，整合雙方在制度、文化與創意上的優勢，將有助於共同推動亞太地區地方創生的永續發展與全球典範建立。

七、拜會「中央日本綜合觀光機構」

(一) 考察日期：2025 年 8 月 20 日

(二) 考察地點：愛知縣名古屋市

(三) 接待單位代表：中央日本綜合觀光機構常務理事事務局長
寺澤大介先生

(四) 背景說明

中央日本綜合觀光機構（一般社團法人中央日本綜合觀光機構，Go Central Japan）成立於 2017 年，總部設於愛知縣名古屋市，涵蓋愛知、岐阜、三重、靜岡、長野、石川、富山、福井、滋賀等九縣，肩負推動中部及北陸廣域觀光的重責。

該機構於 2018 年獲日本觀光廳認定為廣域型 DMO (Destination Management/Marketing Organization)，其核心功能在於統合跨縣市資源，推動國際行銷及地方觀光產業升級。除整合交通、住宿、體驗等旅遊資源外，並積極導入數位平台，推出多語系行程規劃與即時預定服務，以提升訪日旅客便利性。同時，該機構重視地方賦能，透過人才培育、數據分析及跨域合作，支持各地觀光單位提升市場行銷與永續經營能力。

目前，已有逾 150 個自治體與業者加入其會員網絡，共同推動中部地區的國際能見度。對台灣而言，其「跨區域聯合行銷、數位化平台應用與人才培訓」模式，對於整合區域觀光資源、建立永續旅遊品牌及拓展國際市場，均具有重要借鏡意義。其最知名推動規劃主題式旅遊路線（如昇龍道計畫，共同打造的跨區域觀光品牌與旅遊路線），聯合中部各縣市在海外舉辦觀光推廣活動，並與各國觀光單位建立合作關係，進行雙邊觀光交流，以吸引更多國際遊客。本次率團拜訪由中央日本綜合觀光機構常務理事事務局長 寺澤大介先生接待說明。

(五) 交流內容

1. 廣域整合行銷

日本透過建立廣域、縣級、地方等多層級 DMO 制度，由中央與地方政府共同出資，整合觀光資源、統籌行銷方向。以 2017 年成立的「中央日本綜合觀光機構」為例，涵蓋 9 縣，針對單一地區推廣力道不足的問題，透過橫向聯合推動跨區域合作，提升整體觀光競爭力。

2. 分流觀光熱點

因應京都、金澤等城市過度觀光的現象，廣域 DMO 策略性地設計跨區旅遊路線，如「富士山－白川鄉」等，將旅客導流至周邊次熱門地區。推廣上不強調行政區名稱，而是以國際旅客熟悉的景點為主軸，提升吸引力並達成觀光資源均衡分配。其推出的「昇龍道計畫」即是在當時交通不夠便利的情況下，串聯鐵路及巴士推出周遊券，讓外國旅客能更容易進入中部地區進行觀光旅遊。

3. 數據驅動的精準行銷策略

中央日本綜合觀光機構積極導入數位工具與資料分析，強化觀光推廣的成效追蹤與策略優化。透過 App、大數據等方式，包含對 JNTO（日本國家旅遊局）在全球各地辦事處所營運的社群媒體帳號（如 Facebook、Instagram 等）進行系統性分析，以評估貼文觸及率、互動率與主題受歡迎程度；掌握遊客的來源地、旅遊動線與行程偏好（如套裝行程與自由行比例），針對特定市場（如台灣、韓國、東南亞等）進行內容調整與推播。相關數據成果也會彙整提供予地方政府與觀光業者，協助其制定符合海外市場趨勢的在地行銷政策與產品設計。

同時，該機構從過去較難評估效益的社群與網紅行銷模式，轉向與旅行社合作與線上商談會的 B2B 模式，提升可量化的行銷成

果管理。

4. 國際連結與在地結合

DMO 並非僅專注觀光客，也整合商務資源，如與豐田汽車合作推動企業旅遊，將商務訪客導入周邊觀光，創造企業社會責任(CSR)與地方效益雙贏。在對外推廣方面，中央日本綜合觀光機構與台灣有持續合作經驗，參與旅展與媒合會，並與旅行社建立穩定窗口關係。惟其經費相對有限，資金主要來自各縣市共同出資，較難自籌，與歐美觀光稅制下的 DMO 模式有所不同。



昇龍道計畫是日本政府和地方政府跨域合作發展的區域觀光振興策略，主要目標在於整合旅遊資源，打造橫貫日本中部至北陸的國際級觀光路線。



寺澤大介先生解說區域內夥伴間合作範疇與機制

(六) 與台灣地方創生政策之比較

1. 區域品牌的結構與形塑方式

日本以 DMO 制度強化跨域治理，使不同縣市能以共同品牌面向國際市場。例如「中央日本綜合觀光機構」由九縣共同出資，將分散的觀光資源整合成大型區域品牌，使地方不再侷限於行政邊界，而能以更完整的區域敘事呈現。這種治理模式使品牌識別、行銷內容與旅遊動線得以同步規劃，降低訊息破碎化的問題。

台灣的地方創生以中央政策架構為主軸，國發會、文化部、觀光署等單位與地方政府協作，使「地方品牌—文化行動—觀光推廣—產業發展」能在同一政策框架下運作。地方創生基地、青年返鄉團隊與地方政府的結盟，也使跨領域協作成為常態，具有推動區域品牌的基礎。

日本跨區域操作品牌的方式，以生活圈、文化脈絡或交通軸線作為敘事基礎，便能讓區域品牌呈現更完整的故事性，使地方資源不再以縣市為單位，而能形成更具規模的文化區域，值得借鏡。

2. 旅遊動線的再設計與地方曝光的再分配

日本面對京都、金澤等城市的高壓觀光狀況，透過跨域路線重新配置旅遊流量，例如「富士山－白川鄉」與「昇龍道計畫」。其特色是：以旅客熟悉的景點作為入口，延伸至周邊次熱門地區，使旅遊動線自然擴散到更多地方。這種策略不強調行政邊界，而是以旅客視角重新定義地方，使「高知名度景點—新興區域」得以形成互補。

台灣的地方創生與觀光政策中，地方政府與觀光署已透過「主題旅遊」、「台灣好行」、「節慶路線」等方式強化旅客流動，也逐漸形成山海廊帶、文化主題等跨區域旅遊軸線，讓旅客能依興趣進入不同城鄉空間。地方創生團隊打造的市集、展演與地方活動，更進

一步形成「點狀帶動面狀」的旅行模式。

從日本的路線設計方式學習到「以旅客已知景點作為敘事起點」的強大優勢，使周邊地區能順勢被看到。借助高知名度入口點，作為鄰近地方創生據點的流量媒介，拓展旅客對周邊區域的停留與探索，使地方效益更平均擴散。

3. 數位導入的行銷策略與內容優化能力

日本的地方整合機構善用數據進行行銷管理，例如分析 JNTO 全球社群帳號的觸及率、互動率、主題偏好，並掌握旅客來源、行為、動線、套裝與自由行比例等資訊。這些資料成為內容設計、推廣方向與資源配置的重要依據，使每一次行銷都有可追蹤、可量化的成果，並能回饋給地方政府與業者。

台灣在智慧觀光政策、地方資料平台、民間旅宿與票券平台等體系中，也累積大量旅遊行為資料。部分縣市與地方創生團隊亦透過社群觀測、旅客訪查、市集銷售資料進行分析，使行銷內容更貼近實際需求。台灣的資料基礎已相當充足，具備進一步深化資料應用的條件。

日本在行銷策略中展現的優點，使資料不僅是紀錄，更成為支撐行銷與政策管理的「決策工具」。擴大跨平台資料整合、形成區域行銷分析模型，便能使地方創生與旅遊路線規劃具備更高精準度，避免短期、分散式行銷的能量消耗，並讓行銷成效更加符合旅客真實需求。

4. 國際連動與地方治理的同步推進

日本 DMO 除了推廣觀光，也與企業合作形成多元網絡。例如與豐田合作企業旅遊，使商務訪客走入地方，創造在地消費與 CSR 效益。國際合作方面，中央日本綜合觀光機構與台灣旅行社及旅展具有穩定合作，使海外行銷呈現持續性。

台灣地方創生政策中，中央與地方政府積極透過旅展、海外辦事處與城市外交拓展對外能量，地方團隊也常與國際品牌、海外通路、姊妹城市等建立合作，使地方產業與文化逐步走向國際。台灣在國際合作的彈性與創新性上極具優勢，能快速結合地方品牌與全球市場。

透過結合企業參訪、國際 CSR、跨國社區合作等行動，便能讓地方創生不只面向旅遊市場，而能進入全球商務與文化交流的更深層次。

日本的地方創生在制度設計、行銷策略與區域治理上展現高度整合能力，透過跨縣市協作、觀光動線設計、數據支援與國際串聯，使地方得以在全球觀光市場中建立明確定位。台灣的地方創生推動多年，在中央政策架構、地方治理能量與青年返鄉行動方面已形成穩固基礎，也涵納部分與日本相同的優勢，同時具備吸納日本成功經驗、深化政策運作的空間。

陸、參訪心得

綜合本次赴日本北陸地區考察觀察，日本地方創生政策的推動已展現多元化與制度化特色，其實踐重點包含以「地方治理為核心」、「官民協力為策略」、「關係人口為推動重點」等三大方向；整體而言，日本地方創生的目標已由吸引人口回流轉向建構具永續性的地方經濟循環體系，強調社會參與、區域協作與公共治理，此理念與我國目前推動的地方創生政策方向高度契合，特別是在永續、公益、共好三大面向，以及強化國際鏈結、企業參與、通路整合與關係人口經營等施政重點上，均有相互呼應之處。

日本地方創生政策早在 2014 年就開始推動，日本的人口結構轉變也早於台灣之前，日本的地方創生案例眾多，成功的案例、失敗的案例，都值得台灣參考運用。台日創生政策推動的時間、硬體的設施、資金的多寡這些外在條件，一直以來多有比較，惟本次參訪方知，台日差異更大的反而是我們較少關注的，從認知層面、內在因素的差異上：

一、政府的角色與社區認同

政府的角色相對淡化，並非直接主導或資助的推動者，而是扮演「協助與串連」的支持性角色。此種模式有助於「社區自決」與「地方創意的自發形成」，讓社區有機會能夠基於對地方的情感與共同利益，自行討論、決策並形成共識。政府僅在需要時提供制度或技術上的協助，避免過度介入，以維持社區行動的彈性與在地性。當政府角色從「主導者」退後一步成為「協助者」，並給予地方社群具備自主決策能力時，反而能激發更深層的社區參與和創意能量。

山中溫泉街冰淇淋企劃能夠成功，其中最核心的因素便是社區高度的「凝聚力」：冰淇淋成為一種象徵性媒介，不僅連結了在地產業與文化特色，也使居民、店家與旅客在共享的體驗中形成情感連結，讓「社區認同」成為地方再生的核心力量。

台灣政府部門多以獎補助形式協助社區，社區依賴獎補助資源，難免會以計畫導向出發，將計畫 KPI 作為社區工作的必辦事項，或是計畫與社區的核心價值扞格時，還是以能夠爭取計畫為優先。社區的認同如何凝聚，在政策資源與核心價值之間的權衡取捨，是台灣地方創生團隊最重要的課題。

二、財務自主性

相較於日本，台灣的地方創生計畫更多依賴政府的補貼和獎勵金支持，雖然台灣的地方創生政策起步相對較晚，但近年來逐漸在資金支持方面有所加強。例如地方創生計畫於審議時，也注重團隊所需資金是否有地方政府配合款、團隊自籌款等，係期望團隊有健全的財務模式，其事業體在政府不再補助的條件下，仍能自力生存。

減少地方創生團隊倚仗政府補助和獎勵金資金，除為了增加團隊財務韌性外，也是為了增加團隊對其工作事務核心價值的主體性。我們可以從輔導團隊商品與市場、各級通路鏈結，打造團隊產品的永續營運獲利模式；另外也可輔導團隊瞭解企業需求，媒合團隊打造企業 ESG 客製化採購需求商品，擴大團隊客源，打開品牌知名度，以多元方式增加團隊的財務自主性。

柒、未來建議

本次考察觀察可知，雖台日文化與政策環境存在差異，但雙方均已從「人口數量成長」的思維轉向「地方自立永續經營」的目標。未來我國推動地方創生政策，宜以持續強化在地特色、擴大關係人口、建構循環經濟體系等，具體建議如下：

一、宜與日本官方或民間建立常態性交流互動機制

本次考察深刻感受到日本與臺灣兩國情誼深厚，譬如日本地方政府藉由姊妹市與文化節慶建立跨國合作網絡，如日本石川縣加賀市與臺南市、岐阜縣飛驒市與嘉義縣新港鄉，皆簽訂友好協定，維持密切互動，市長們亦多次到訪臺灣，對於臺灣推動的地方創生政策多感興趣。又日本幅員遼闊、物產豐饒，不同地區之創生團隊作法、路徑各不相同。建議未來可從臺灣關注的地方議題著手，逐年規劃建議考察交流之日本地方創生團隊；並建議由邀請日本政府單位或地方創生議題專家來臺現身說法，與我國地方政府、青年團隊與企業夥伴交流，促進台日、台歐、台東南亞間的策略夥伴合作，透過青年交流、永續觀光或創生論壇等形式，強化台灣地方品牌之國際形象。

二、持續強化青培站移居者支援功能

設立專責單位或平台，提供一站式諮詢服務，對潛在的移居者至關重要，本次至石川縣加賀市的 AKURUME 基金會考察，瞭解其整合政府與民間資源，協助返鄉或移居青年解決居住、就業及創業等問題之作法。無獨有偶，本會補助的「地方創生青年培力工作站」，其中重要工作內容如「提供實體場域及諮詢服務」、「綜整地方問題，建立關係人口之策略及方法」、「提出移居、返鄉支持系統」，都與 AKURUME 基金會的作法方向一致。後續青年培力工作站應持續推動上開移居者支援功能，並可進一步強化移入陪伴功能，實現從移居到扎根的支持機制。

三、強化創生團隊與企業合作機制

綜合本次考察 AKURUME 基金會、山中溫泉街及 Hidakuma 株式會社的交流內容，日本地方創生團隊較少倚賴政府補助或獎勵，多由地區居民自力發起、或結合企業資源共同推動，讓地方創生團隊的財務情形較為穩健，並藉由多樣化的體驗模式(如山中溫泉街除了溫泉多了冰淇淋主體)或依不同顧客導向進行之多元商品設計(如 Hidakuma 株式會社除了商品化的家具，還進軍建材市場)，強化其產品的韌性，能在市場上經得起考驗，並持續獲利。

自各面向給予地方創生團隊多元的協助，是地方創生政策的重點之一。本會自今(2025)年起協助團隊商品上架通路，扶植團隊連結企業 ESG 資源等，建議未來可逐年規劃、持續推動團隊商品上架通路或與企業合作相關機制。

綜上所述，台灣地方創生政策已邁入鼓勵地方創生團隊永續自立階段，應逐步由「補助式支持」轉向「制度型支援」，強化地方主導與社會共創能量，建立永續而具韌性的地方發展新架構。借鏡日本北陸地區的實踐經驗，深化官民協力與國際鏈結，將有助於台灣形成以「地方永續、跨域共創」為核心的地方創生新典範，推動永續共好的國土發展願景。