



DEFINE THE FUTURE

中衛發展中心

城鄉創生產業發展

109年02月13日

講師 | 翁榆旻

CORPORATE SYNERGY
DEVELOPMENT CENTER

熱誠 | 精業 | 綜效 | 卓越

里山十帖

將地方魅力變成永續獲利

不管在任何一個地方，只要你稍微從不同角度眺望它，就能不斷挖掘出「地方的魅力」。

在資料顯示「不可能開得成」的地方開旅館，

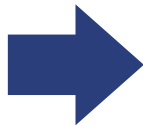
在日式旅館平均住房率約只有50.3%及客單價不斷下滑的困境中，

接手前任經營者不管怎麼努力，就是無法轉虧為盈，開業至少20年日式溫泉旅館。

一棟屋齡150年傳統民宅，里山十帖開業三個月，住房率就已超過9成。



顛覆常識



驅動創新



砍掉一片杉木林之後，迎來是一片開闊的絕佳景色。

日本屈指可數的絕景露天溫泉旅館誕生，創造「『里山十帖』=絕景露天溫泉」認知符號。



CONTENTS

地方創生政策重點

一

全球地方創生背景說明

少子超高齡社會 | 城鄉發展失衡 | 各國問題意識與因應政策

二

日本地方創生政策 **不僅地方再生而是地方創生**

地域振興政策沿革 | 一村一品運動 | 地方創生政策內容

三

我國地方創生政策

地方產業發展政策 | OTOP 一鄉鎮一特色 | 地方創生政策內容

四

日臺地方創生政策比較

TECHNIQUE

全球地方創生背景說明

01

TALENT

CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER

名次	主要國家	2017年 高齡化比率(%)	名次	主要國家	2016年 出生率(人)
1	 日本	27.05	1	 臺灣	1.13
2	 義大利	23.02	2	 義大利	1.35
3	 德國	21.45	3	 日本	1.44
4	 法國	19.72	4	 德國	1.50
5	 英國	18.52	5	 英國	1.80
6	 美國	15.41	5	 美國	1.80
7	 臺灣	13.20	6	 法國	1.96



❖ 日本、義大利、德國65歲以上老年人口占總人口比率達到20%，面臨人口結構老化問題；台灣老年人口在2018年突破14.5%，正式邁入高齡社會

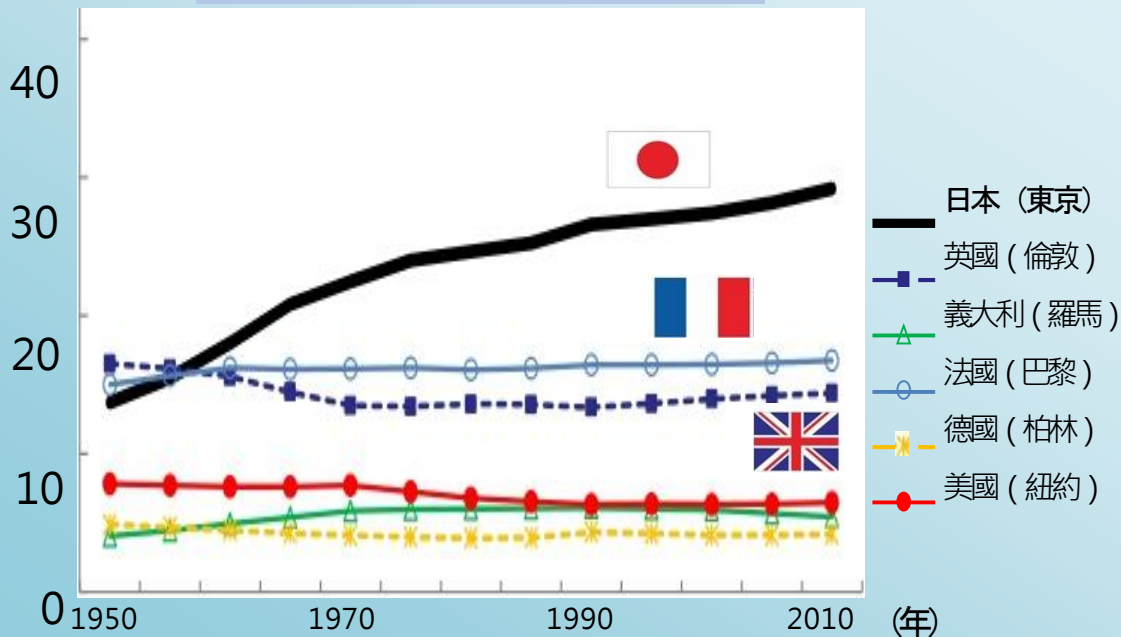


❖ 台灣2018年的出生人數創下8年來新低，較2017年減少1萬2,243人，出生率連1人都不到，已是全球最低，推估3~10年間總人口數將轉為負成長

註：高齡化比率最低的是阿拉伯聯合大公國，僅1.14%；全球出生率最高的是非洲的尼日共和國，達7.24人

資料來源：GLOBAL NOTE，內政部，中衛整理，2019/3

百分比(%) 全球主要國家首都圈人口集中率



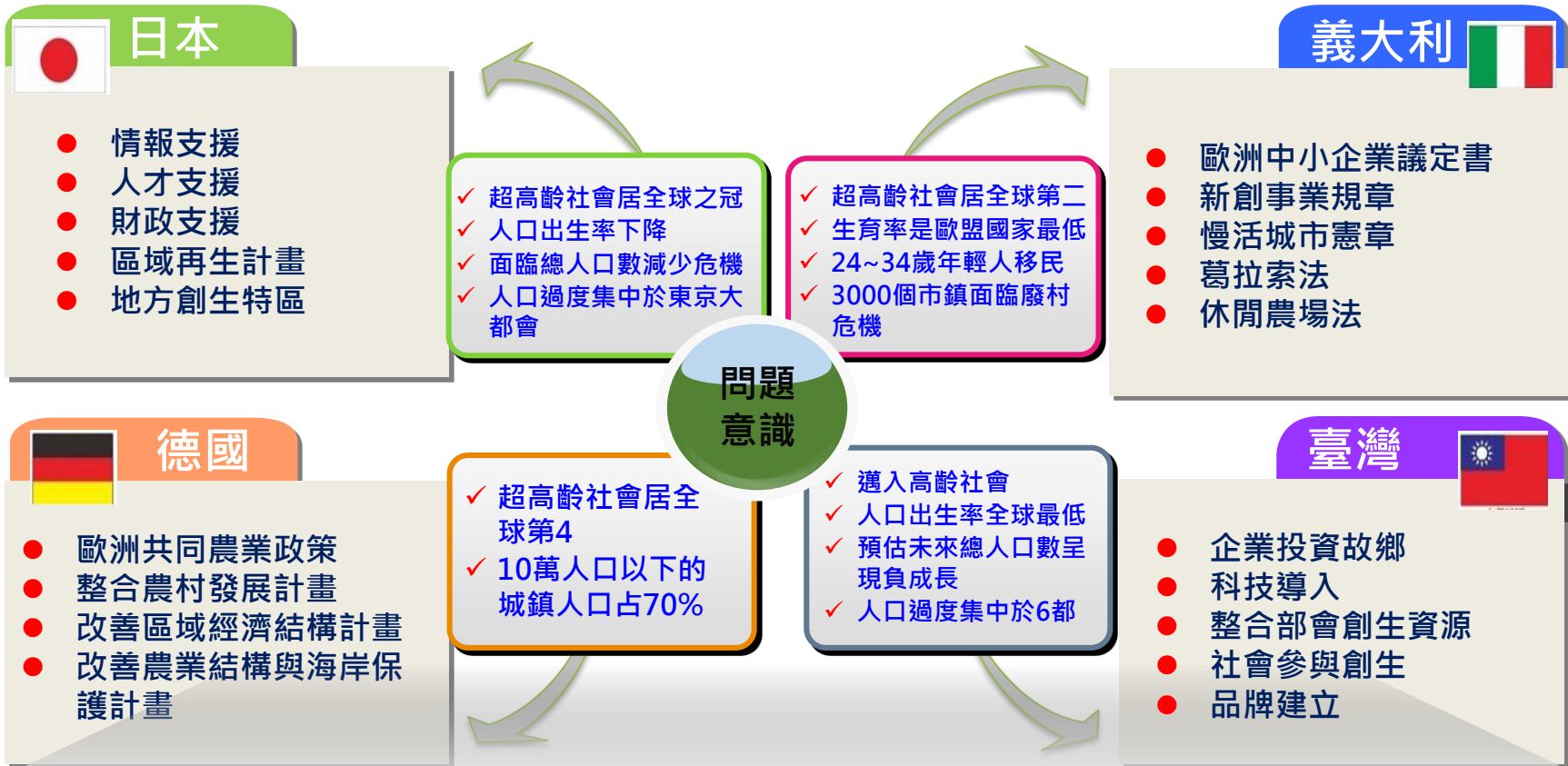
❖ 日本東京都會圈內的人口佔全國人口總數達28.4%，呈現人口過度集中於東京的現象

2018年臺灣6都之人口規模

排名	縣市	類別	人口(人)	總人口(人)	占比(%)
1	新北市	直轄市	3,997,189	16,351,566	69.3%
2	臺中市	直轄市	2,806,406		
3	高雄市	直轄市	2,773,607		
4	臺北市	直轄市	2,666,908		
5	桃園市	直轄市	2,223,733		
6	臺南市	直轄市	1,883,723		
7	其他縣市	縣、市	7,239,178	7,239,178	30.7%

❖ 台灣6都人口占總人口比率近69.3%，大台北首都圈人口總數比率達28.25%，區域人口分布不均的問題日形嚴重

註：主要國家首都圈人口集中率=首都圈人口/總人口
資料來源：日本內閣官房，台灣內政部，中衛整理，2019/3



TECHNIQUE

日本地方創生政策

02

地方“再生”
ではなく、 地方“創生”

CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER

廢藩置縣 < 區域發展 >

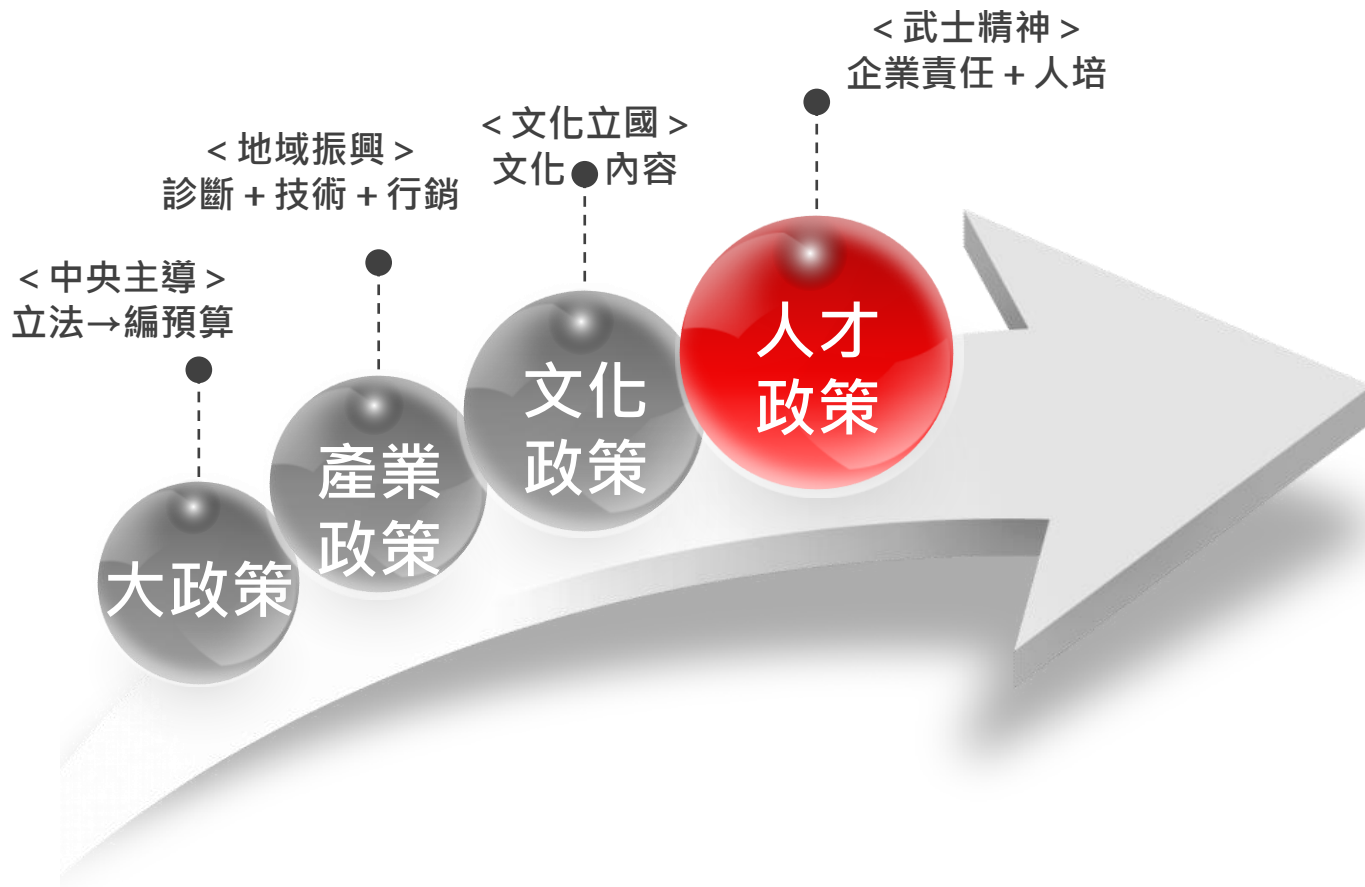
- 透過都道府縣的**地方分權**來實現**中央集權**
- 透過**都市計畫**進行**殖產興業**（工業化）



戶籍制度 < 人口結構 >

- 建立**戶籍法**，改革身份制度，廢除封建。
- 試算當時日本的**自然環境負荷量**，規劃適量人口數上限為3,000萬人。





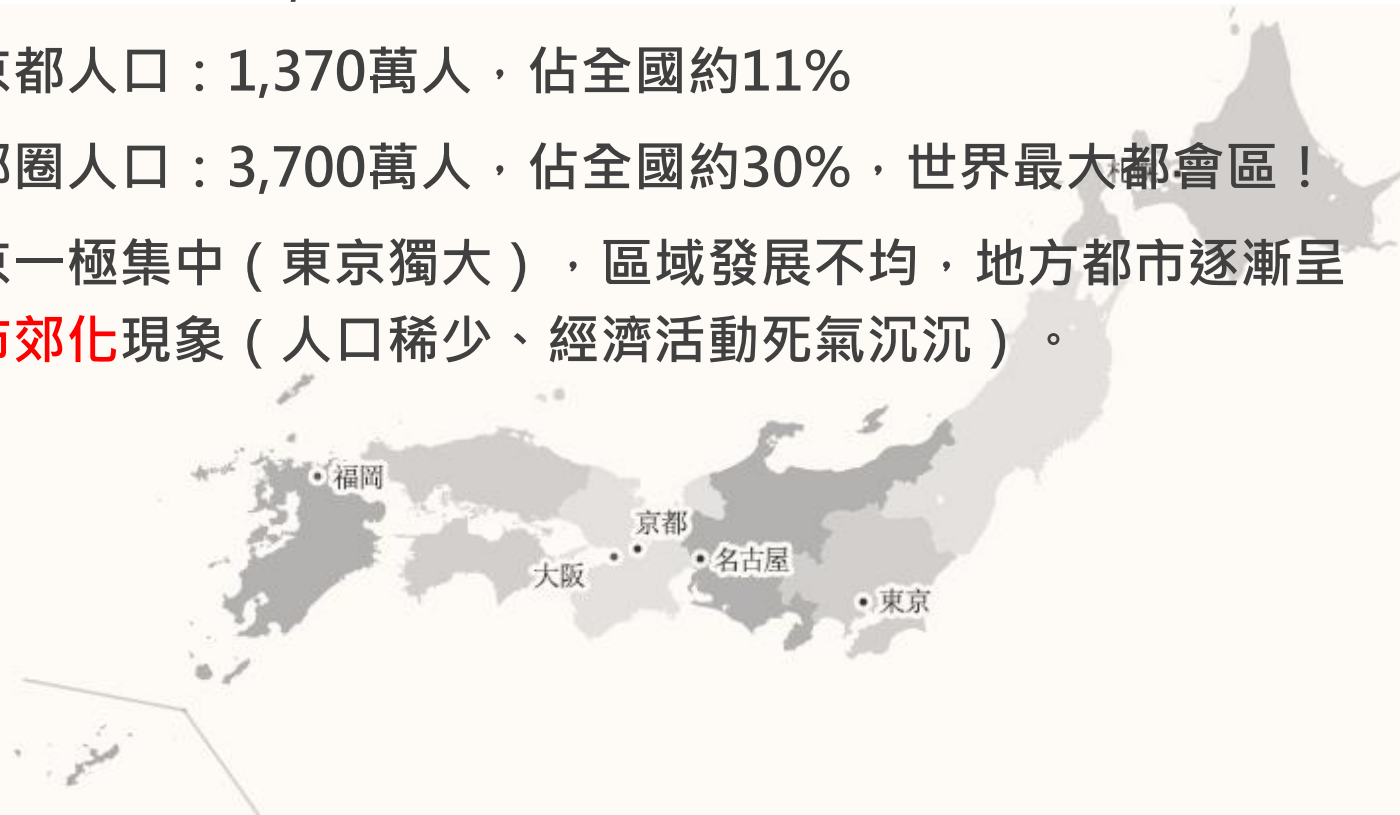
地方創生

日本式國土發展手法

地方創生
地域づくり
デザイン
プロジェクト

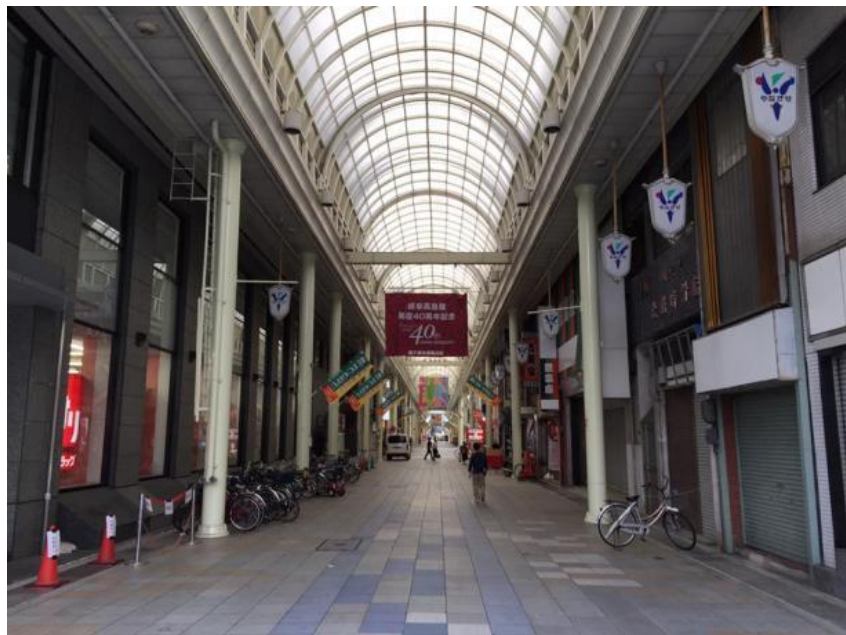


- 全國人口：1億2,700萬人
- 東京都人口：1,370萬人，佔全國約11%
- 首都圈人口：3,700萬人，佔全國約30%，世界最大都會區！
- 東京一極集中（東京獨大），區域發展不均，地方都市逐漸呈現市郊化現象（人口稀少、經濟活動死氣沉沉）。



地方都市市郊化

小型店鋪倒閉或永久歇業，拉下緊閉的鐵門將許多商店街剪影都轉變成「**鐵門街**」。

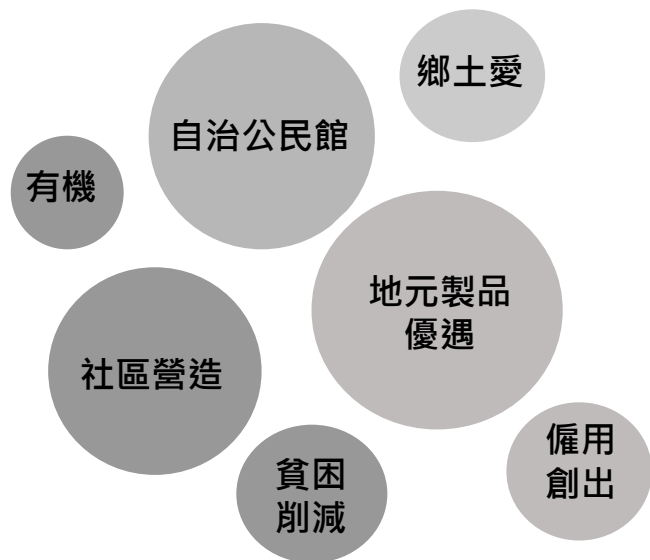


網路傳言說日本黃金週會像台灣的過年一樣，到處塞滿人潮。來了這麼多天，還翻山越嶺繞了將近2/3個台灣這麼大的一圈，我想問：郎勒？（再次驗證網路多數是謠言）

2017.5.4

- 岐阜高島屋商店街 -

1960年代起，日本境內各地方政府 已推動許多地方經濟活化政策 (Regional Revitalization Policy)



地域經濟振興政策

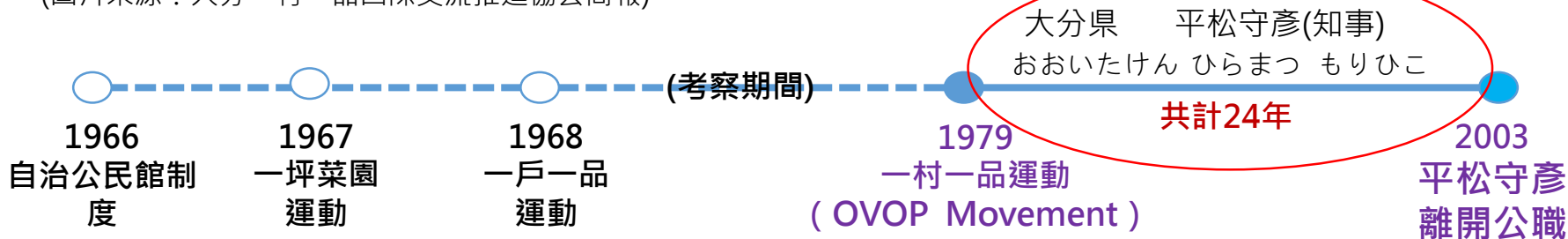


- 1 以簡單的口號表達複雜的構想。
- 2 原意單純容易傳遞引起共鳴。
- 3 同時處理社會、經濟與文化面。

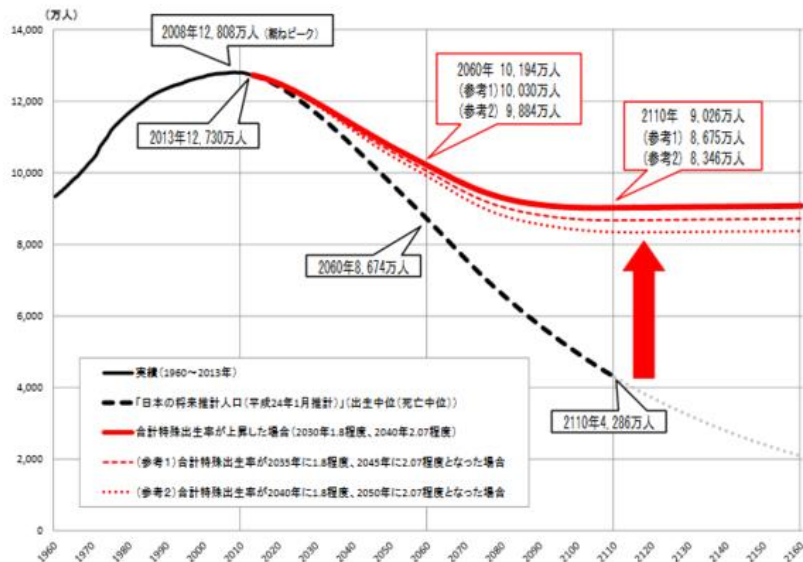


1. **有機農業町**：1960年代，**宮崎縣綾町**因人口外移嚴重，造成稅收不足，財政惡化，無法自給自足，開始推動地域振興政策。
2. **一村一品縣**：1970年代，**大分縣**整合宮崎縣綾町考查結果，推動一村一品農村振興運動，讓每個村專注於耕作一樣農產品，並且做到最好。
3. **OVOP外交政策**：21世紀日本定位為中等強國，具備強國條件，卻因特殊因素在國際舞台受制，只能發揮區域性影響，因此OVOP成為「**東亞區域性公共產品**」外交手段。

(圖片來源：大分一村一品國際交流推進協會簡報)

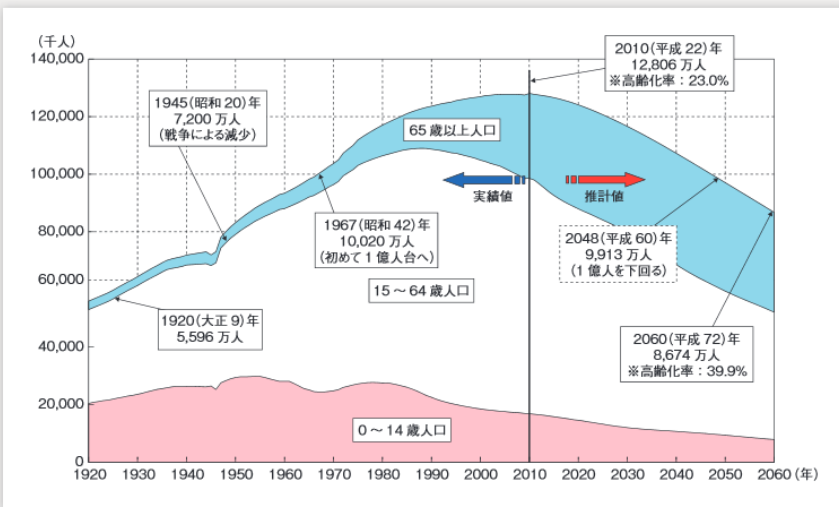


2008年人口數達到最高峰，總人口超過1億2,000萬人之後，開始出現人口減少趨勢。



(注1)実績は、総務省統計局「国勢調査」等による(各年10月1日現在の人口)。国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」は出生中位(死亡中位)の仮定による。2110～2160年の点線は2110年までの仮定等をもとに、まち・ひととし創生本部事務局において機械的に延長したものである。
(注2)「合計特殊出生率が上昇した場合」は、経済財政諮問会議専門調査会「選択する未来」委員会における人口の将来推計を参考にしながら、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度(2020年には1.6程度)となった場合について、まち・ひととし創生本部事務局において推計を行ったものである。

資料來源：Prime Minister of Japan and His Cabinet (首相官邸) 2015年繪製



資料：実績値(1920年～2010年)は総務省「国勢調査」、「人口推計」、「昭和20年人口調査」、推計値(2011～2060年)は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の中心推計による。

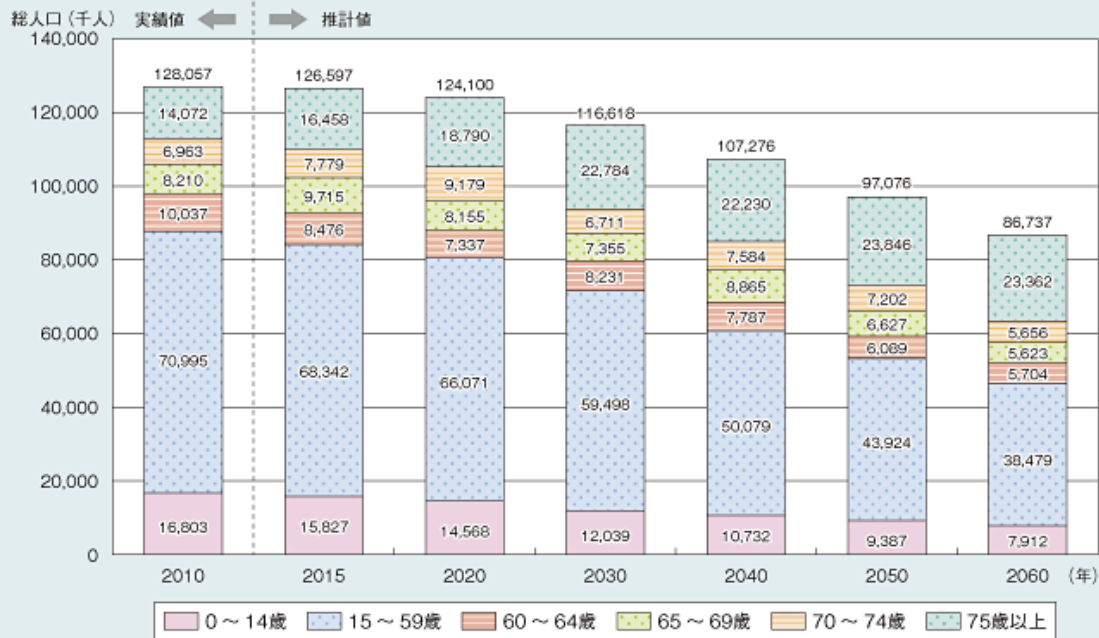
注：1941年～1943年は、1940年と1944年の年齢3区分別人口を中間補間した。1945～1971年は沖縄県を含まない。また、国勢調査年については、年齢不詳分を按分している。

2010年老年人口比例創新高，接近1/4，人口結構定型。

資料來源：Cabinet Office, Government Of Japan (內閣府)2016年繪製

根據日本內閣府統計，預估2060年，人口會減少將近4,000萬人，將近900個鄉鎮消失，且其中有近4成超過65歲。隨之而來的勞動力不足、GDP成長緩慢、高齡化社會、文化傳承不易等問題。

圖1-1-3 年齡區分別將來人口推計



資料：2010年は総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果
(注) 2010年の総数は年齢不詳を含む。

資料來源：Cabinet Office,
Government Of Japan (內閣
府)2015年繪製

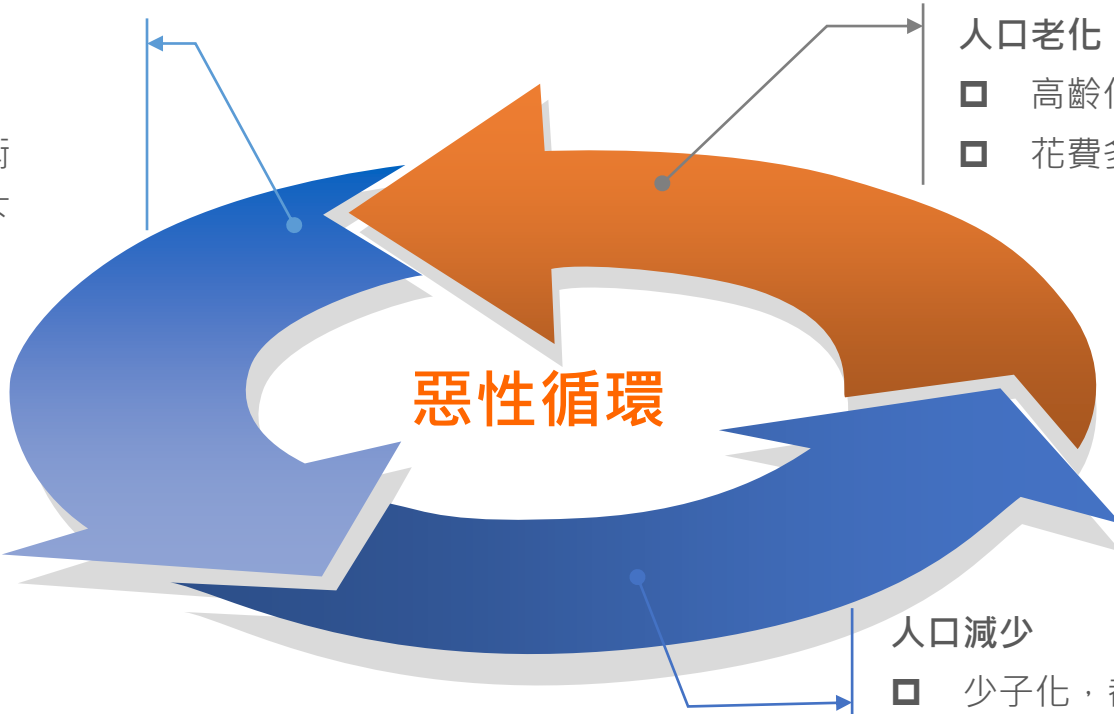
一都獨大

- 人口移入大都市
- 城鄉經濟發展失衡
- 生活成本居高不下

人口老化

- 高齡化，社會福利支出驟增
- 花費多、進帳少的經濟結構

惡性循環



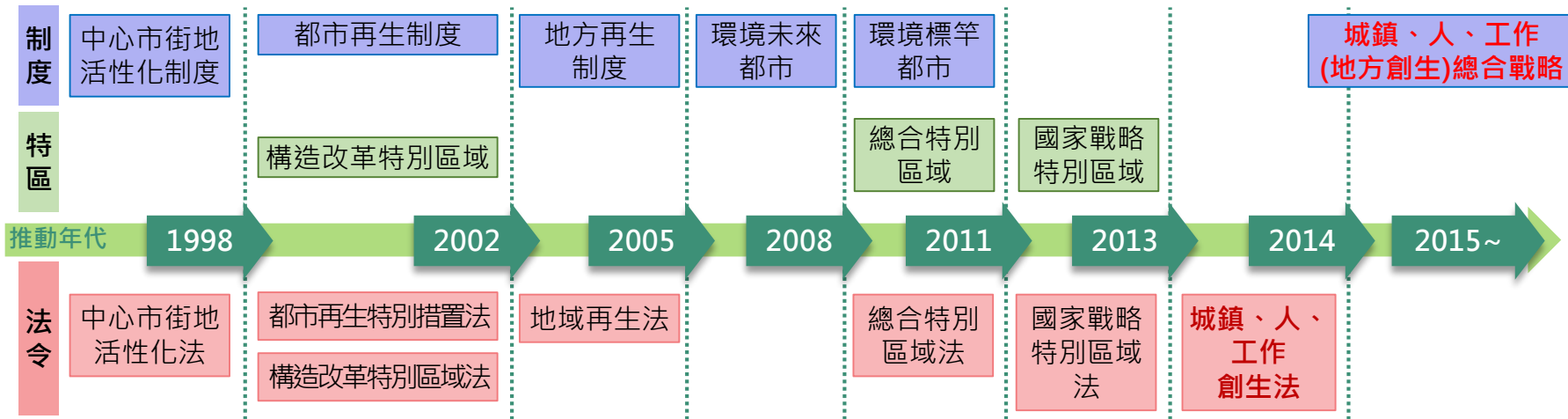
人口減少

- 少子化，都會男女不婚不生
- 勞動人口，下降喪失人口紅利

推動背景

- **國家競爭力下滑**：面臨總人口減少、高齡人口快速成長趨勢，如何維持未來全球競爭力成為國家發展隱憂。
- **大都市圈人口集中**：1955年以來，人口持續往大都市圈(東京圈)流入，地方圈人口持續減少，區域失衡，城鄉差距日益擴大。
- **地方圈消失危機**：未來30年，消失的城市將大量出現。

地方發展相關政策演進歷程



地方創生政策

2014年

- 9月3日設置地方創生本部
- 11月21日成立地方創生法案及地域再生法部分修改法案
- 12月2日施行「**城鎮、人、工作創生法(地方創生法)**」
- 12月27日決定「**地方創生長期願景**」及「**地方創生總合戰略**」

2015年~迄今

- ✓ 每年6月決定當年度「地方創生基本方針」，**12月修訂「地方創生總合戰略」**。
- ✓ **持續針對地方及發展現況增修地方再生部分法案**，如地方創生深化補助制度、地方創生相關稅制(企業故鄉稅)、政府相關組織搬遷之基本政策等。

城市、人、工作**創生本部**事務局（まち・ひと・しごと創生本部事務局）

- 安倍內閣在2014年9月3日「第二次改造內閣閣議」成立（通稱「創生本部」）
- 安倍晉三內閣總理擔任本部長，本部委員全部都由國務委員擔任。
- 「創生本部」成立目的在回顧日本二十多年來所執行的地方發展補助策略的成效，重新調整資源分配，確實克服日本人口減少與地方經濟凋零的國家困境。

連結140年前明治維新
再造日本國家盛世



1995年	經濟產業省已提出地方創生口號	2000-2012年	地方創生與地域再生混合使用（地域再生強調增加雇用機會）	2012-2014年	安倍二次政權正式定義創生
-------	----------------	------------	-----------------------------	------------	--------------

面臨少子高齡化問題，除了力求扭轉人口減少趨勢之餘，亦期能改善人口過度集中於東京之現象，並確保各地良好居住環境，以**維持日本社會將來得以繼續保持活力**。

城鄉

希望每位國民都能懷抱夢想與希望，在地方**安心且富足地生活的地域社會**。

人

希望留住具有各式各樣多元個性、能肩負**地方社會運作發展的人才**。

工作

希望在地方創造具有魅力之各式各樣的**就業機會**。

城鄉
城鄉現況
課題解決

人

人才確保與育成，及結婚、生產、育子等支援

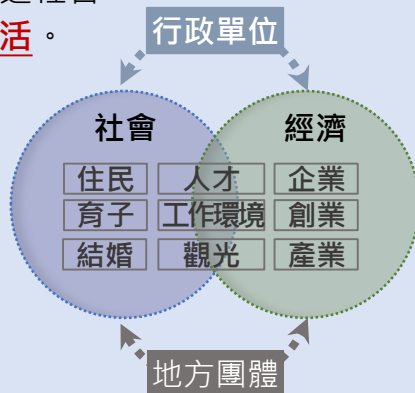
工作

確保與提升
雇用的質與量

建立**城鄉、人、工作**
創生好的循環

基本理念

- ① **整備城鄉經濟與社會環境**，營造具有地域魅力之富足生活，以使地方居民具備多元個性。
- ② 考量地方居民及環境乘載程度，使企業與住民相互了解協力，並以長期供需與利益為目標，**強化社會生活基礎服務**。
- ③ 打造對於結婚、生產、育兒懷抱希望之社會。
- ④ **整備經濟與社會環境，調和工作與生活**。
- ⑤ **促進運用地方特性之各種創業**，並使事業經營活動更加具備活力，藉以**創造具有魅力之就業機會**。
- ⑥ **建立由地方公共團體彼此相互合作協力機制**，確保行政方面之運作得以兼顧效率及成效。
- ⑦ **力求國家、地方公共團體、事業經營者得以彼此相互合作協力**。



■情報支援

○地區經濟分析系統 (RESAS)

- 提供可視化的產業・人口・觀光等地區的經濟相關大數據。
- 在國家各機關配置能協助使用RESAS系統的人才等，使數據活用在地地方公共團體各式各樣的政策中。

■人才支援

○地方創生人材支援制度

- 派遣有能力及意願的國家公務員，大學研究者，民間人才前往地方。

○地方創生大學

- 官民合作確保地方創生的專門人才培育。

○專業人才事業

- 實現專業人才的地方回流

■財政支援

○地方創生推廣支援金

【2018平成30年度預算】官民合作、地區間連結、政策連結等的促進、支援先驅性・優良案例的橫向展開

○地方大學・地區產業創生預算

【平成30年度預算】

○資助地方創生生產性革命據點整備支援金

【平成29年度修正預算】

○地方創生支援稅制 (企業版故鄉納稅)

- 針對有支援實行地方創生的地方公共團體的企業，提供扣除稅額的優惠措施

○城鎮・人・工作創生事業費 (地方財政措施)

- 將地方公共團體可實行的地方創生策略列入地方財政計畫中(支出)

地方創生策略 =
國家與地方長期
願景展開的總合
策略



依國家制定之4項具體策略及各地現況選擇及展開合適**地方創生事業計畫**，達到城鄉、人、工作的美好循環。

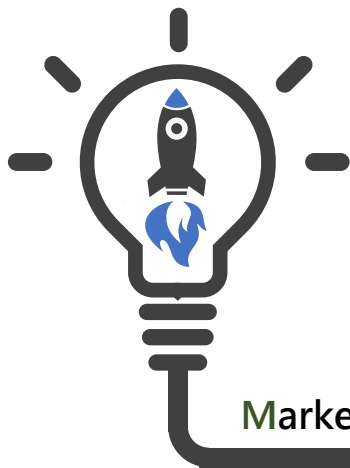
推動情形

策 略		負責主體		中央/地方政府	產業/企業	教育	醫療	地方組織
工 作	(1)創造地方安穩的人才工作環境	地方版IoT推進實驗室(醫療、交通)						共享經濟 新生活產業
		店鋪、農地、古宅等閒置資產活用						
		觀光地域管理/行銷組織(日本版DMO)						
		體育活性化(東奧/殘奧)	傳統工藝產業振興 六級產業化					
			地方物產商社					
		創造地方核心企業 (農林漁牧、航太、觀光等)						
人	(2)創造地方的新「人」流	政府機關 移址地方	日本版CCRC	強化企業地方據點	地方大學振興		綠色旅遊	
			地方創生Internship推進					
	(3)滿足年輕世代結婚生育的希望	少子化對策	年輕世代 穩定經濟支援	地方工作方式 改革推進				
		生育支援						
城 鄉	(4)創造現代化安居及樂活的城鄉	整合中樞都市圈	日本版BID(商企業徵收地方空間營運管理)					
		全球永續發展(SDGs)推進事業	小型據點與地方運營組織形成(社福聚落會所)					
			打造以大眾運輸為軸心之緊密城鄉					

DMO 觀光地域 管理/行銷 組織

Destination Management Organization

整合自然、美食、藝術、文化、風俗等觀光遊憩資源，並與地方組織協會共同營運觀光事業的法人組織。



Marketing

01

DMO是地方合作組織，扮演促進並創造人與工作的良性循環角色。

02

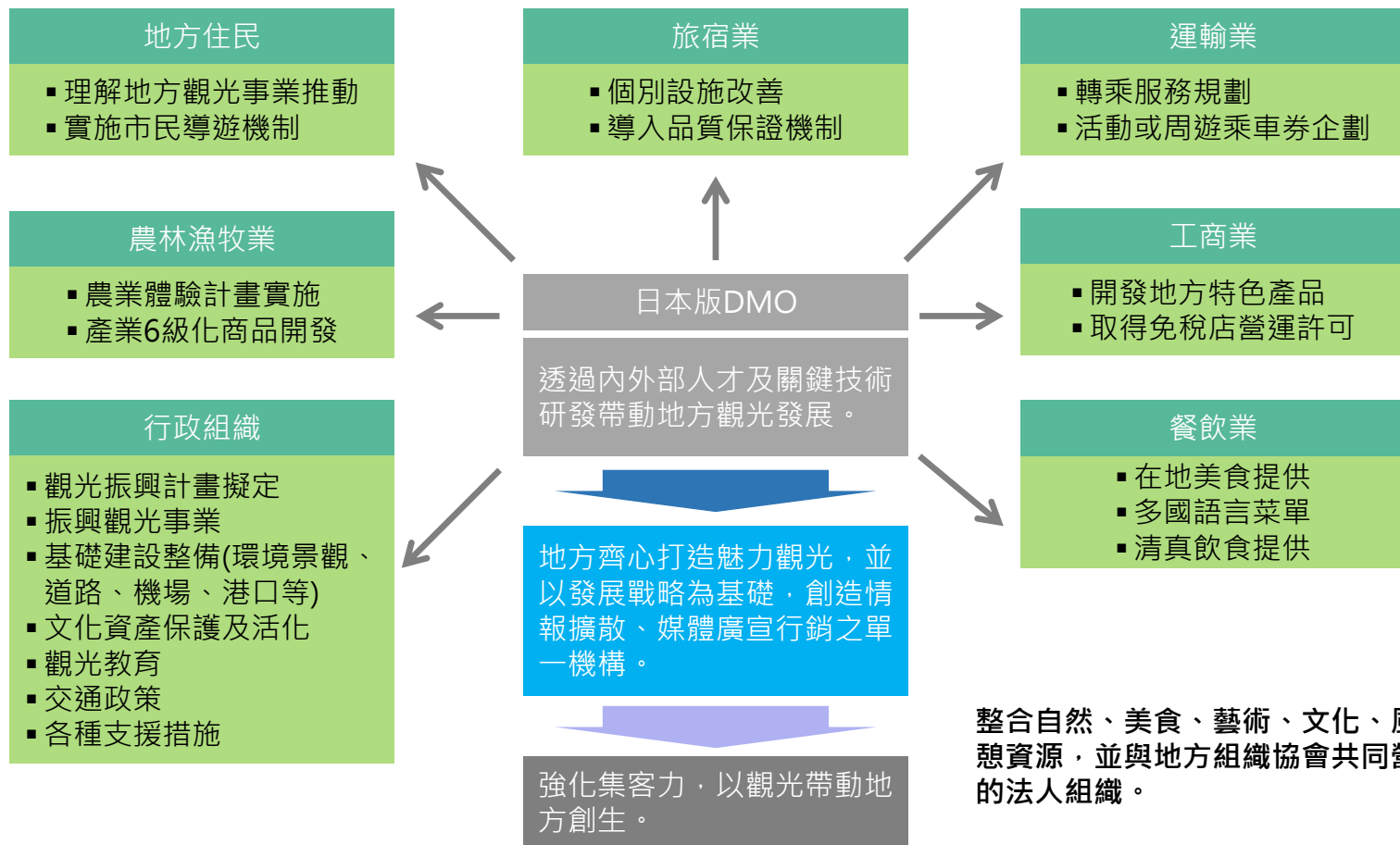
DMO能促進城鎮活性化，支持人、工作及地方的良性循環。

03

觀光領域的地方創生

04

產生能持續運營之組織及商業模式



DMO登錄制度

概要

- 透過**國土交通省 觀光廳登錄制度**，註冊成為日本版DMO候補法人(企業)。
- 針對註冊通過之日本版DMO候補法人，提供各部會相關支援。

目的

- 提出符合政策方向之目標與KPI，促進日本版DMO的形成和建立。
- 以促成日本版DMO成立為目標，並以**促進地方資訊擴散**及**地方資源共享**首要任務。
- 期望透過日本版DMO候補法人促進當地企業及產業**整合協作**，創建**帶動經濟發展之觀光地域**。

對象 與當地公共團體企業合作籌組，**負責經營管理、行銷廣宣，優化觀光服務等業務之法人組織**。

類型

地方型

以**鄉鎮市區**等基本自治區為活動範圍



地方整合型

以**複數鄉鎮市區**之觀光區域為活動範圍

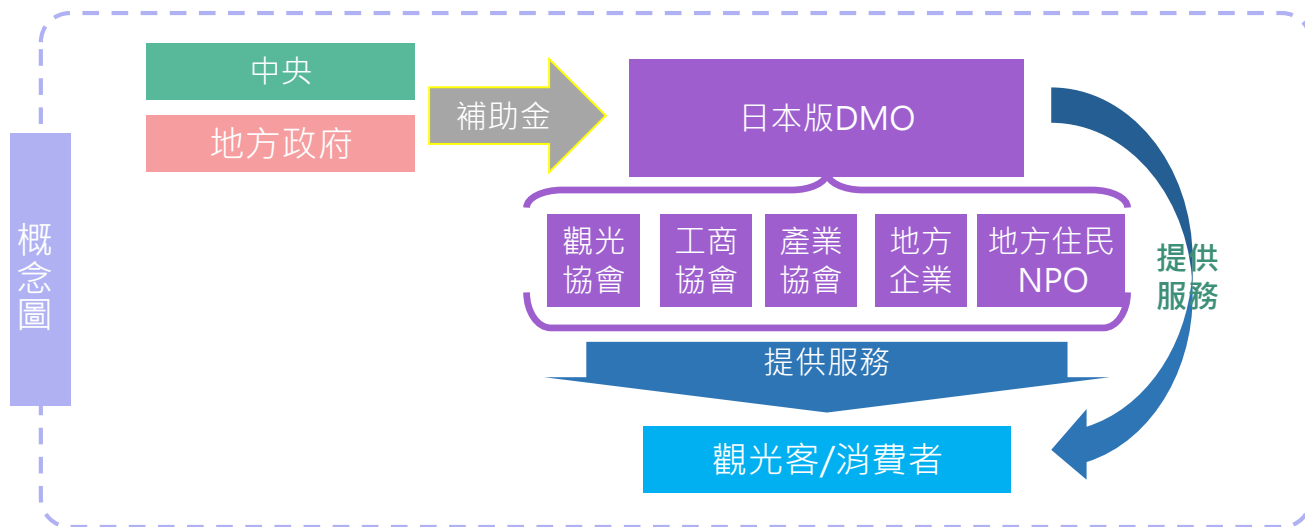


廣域型

以**跨縣市區域**之觀光區域為活動範圍



*地方整合型與廣域型活動之鄉鎮市區等不一定要相鄰。



導入流程

以日本版DMO為中心，促進地方形成**觀光發展共識**。

成立日本版DMO

收集分析地方觀光相關數據

擬定觀光發展戰略

規劃具經濟效益商業模式，**成立推動事業體**，以落實觀光發展戰略。

單一年度事業發展計畫擬定

導入PDCA循環機制

導入KPI設定及PDCA循環機制，定期每一年度實施自我評價，並製作活動報告，以檢視成果。

TECHNIQUE

我國地方創生政策

03

TALENT

CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER

台灣過去相關之區域振興方案 (以5部會為例)



城鄉發展失衡

資源集中於六都
六都總人口數占全國的69.17%
稅收占全國的77%

超高齡社會

2026年 我國老年人口將超過20%
與日本、南韓、新加坡等國家同
列為「超高齡社會」。

總人口減少

2021年台灣總人口數達到最巔峰，
2361萬人後隔年開始減少，且人
口紅利在2027年就會消失，人口
結構會有巨大轉變。

2018.5.21 「行政院地方創生會報」

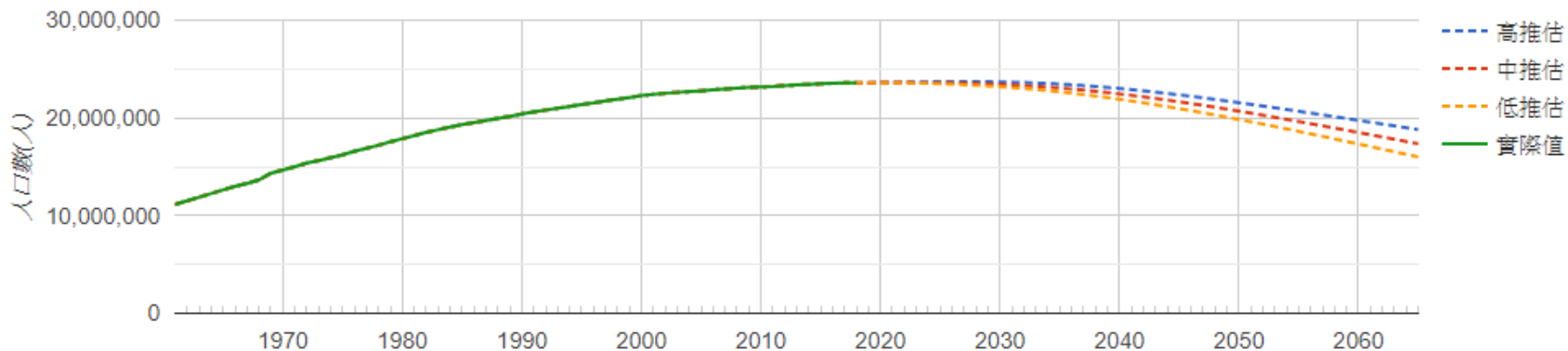
行政院將**2019**年訂為『**地方創生元年**』
以緩和我國總人口減少及高齡少子化趨勢

達成2030年總生育率達1.4，總人口數不低於
2000萬人的願景，並透過地方創生的執行，促
進島內移民及都市減壓，達成「**均衡台灣**」目標。

「均衡台灣」是一項需要全民參與的**跨領域整合**
工作，**根據地方特色，發展地方產業，讓人口回**
流，青年返鄉，解決人口變化，推動地方創生政
策。由下而上從社區的需求與民眾需要，型塑全
民共識，再成為一種全民運動，成功的關鍵在於
產官學研社各界全面參與。

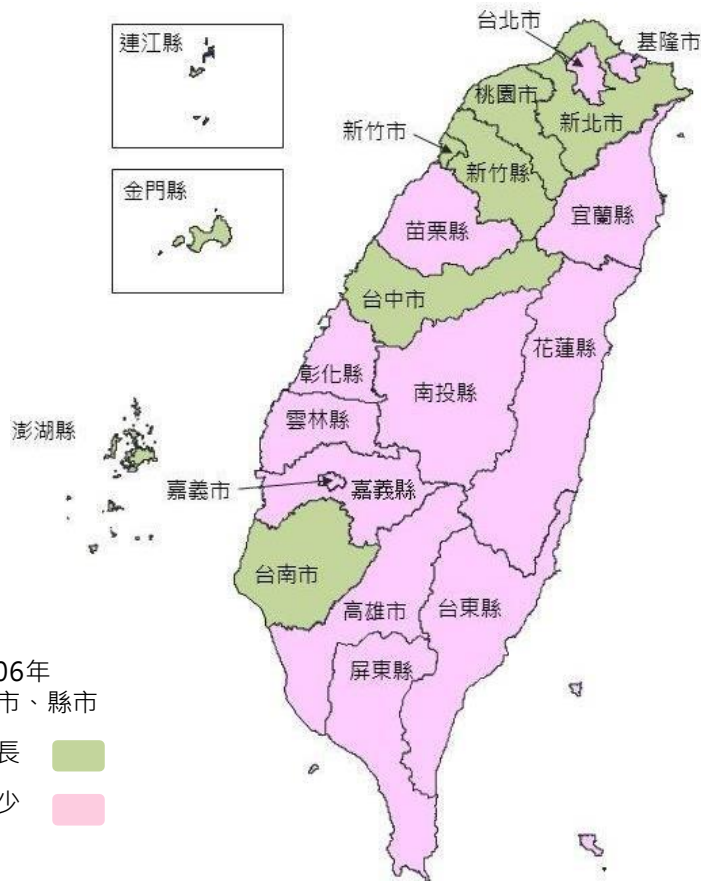
總人口成長趨勢

國發會人口推估指出，**2020年**我國死亡人數為**18.1萬人**，出生人數為**17.8萬人**，自然增加率將由正轉負，**2021年**總人數將達到最高峰**2,361萬人**，**2022年**總人口數開始呈現負成長。**2065年**人口數將降為**16.0~18.8百萬人**，約為**2018年**之**67.9%~79.7%**。



人口減少縣市遠大於增加縣市

近五年來，台灣各直轄市、縣(市)的人口成長，主要集中在新北、桃園、新竹、台中、台南及離島等地，其餘地區均呈現人口減少趨勢。



102-106年
各直轄市、縣市

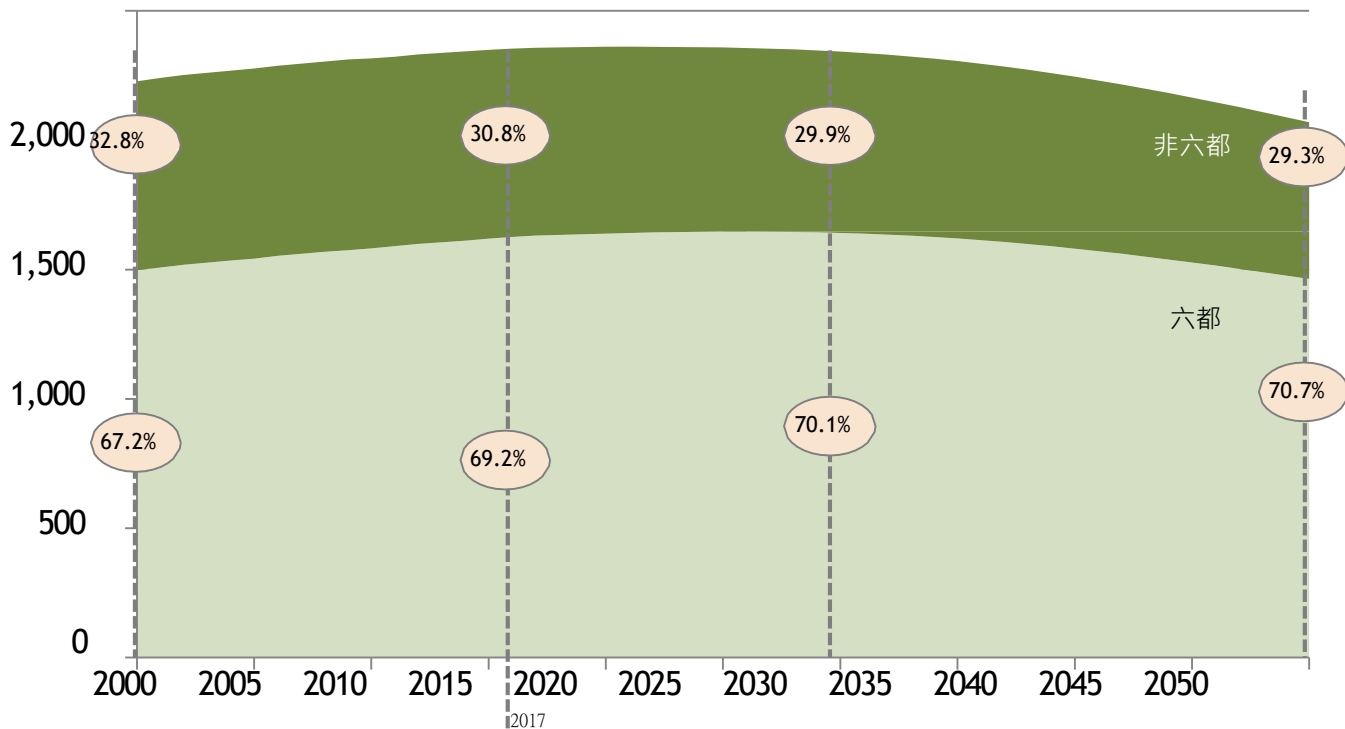
人口成長



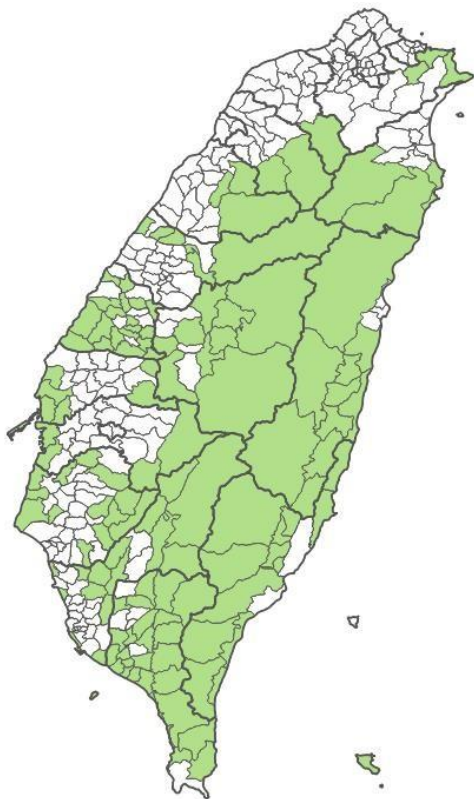
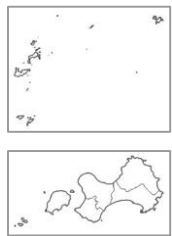
人口減少



面臨總人口減少及人口過度集中都會區



資料來源：中華民國統計資訊網－縣市重要統計指標，國發會2015年及2018年公布人口推估資料



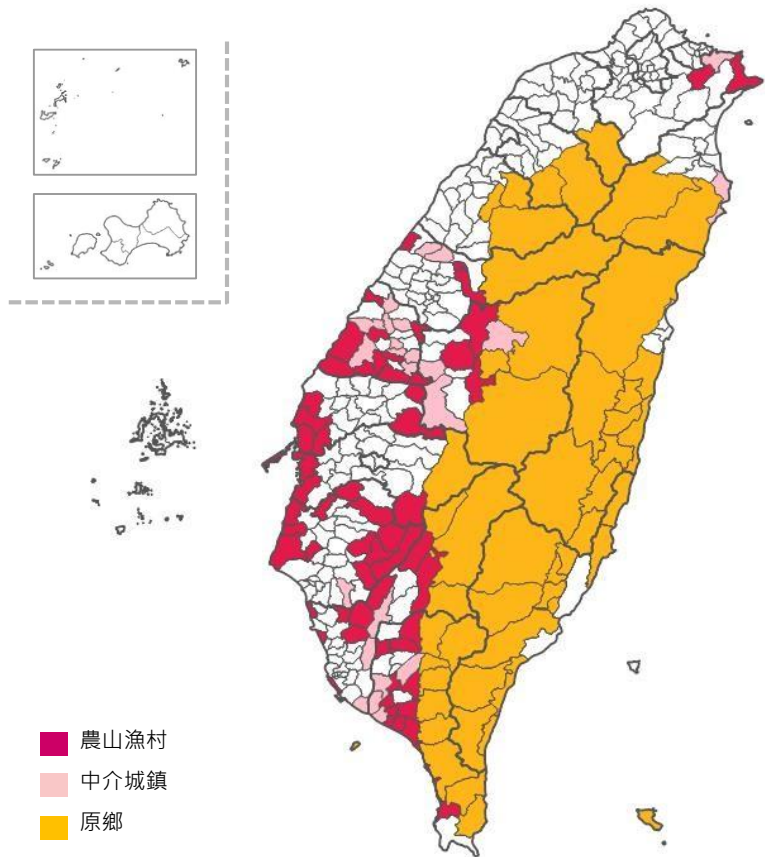
地方創生
優先推動地區

- 依人口變化率、人口規模、居民收入等指標，將134處人口外流嚴重及居民經濟相對弱勢的鄉鎮區，列為地方創生優先推動地區。
- 主要集中於非六都，多分布於東部及中南部，土地面積占全國66.5%，人口數僅占全國11.6%，基本生活設施及功能維持困難。

區域 類型	行政區 數量	2017年 人口數	全國佔比		低收入戶與 中低收入戶 戶數佔比 ^{註1}
			人口數	面積	
優先推動 地區	134	272萬人	11.6%	66.5%	6.6%
全國	368	2,357萬人	100.0%	100.0%	3.5% ^{註2}

註1:2017年衛福部低收入戶與中低收入戶戶數除以內政部戶政司公布各鄉鎮市區戶數資料

註2:全國鄉鎮市區低收入戶與中低收入戶戶數佔比的中位數



1. 農山漁村(62)

- 農漁業蘊藏豐富，青壯人力不足，人口規模過小。
- 輔導青年返鄉創業，發展六級產業化，強化高齡照護設施，完善地方基本生活機能。

2. 中介城鎮(24)

- 屬地方型生活就學核心，產業提升動能不足。
- 強化中介服務功能，鏈結都會與農山漁村，活化舊街區，提升商業活動機能。

3. 原鄉(48/55)

- 土地發展限制多，青年就業機會不足，公共服務水準不佳。
- 協助就業或創業，媒合專業人才發展產業，強化公共服務設施。

願景與目標

2030年

2022年

均衡台灣

I. 推動人口均衡發展

- 維持全國總人口數 2,000 萬人
- 舒緩首都圈集中化

II. 穩定人口，確保包容性成長

- 配合永續會之永續發展指標

地方人口回流

地方人口移入
||
移出

策略

KPI

2019~2022年

創造「工作」及「人」的良性循環

- 優化地方產業，鞏固就業機會
 - ① 推升地方生產力
 - ② 開發特色商品
 - ③ 培養地方人才
 - ④ 鼓勵新創事業

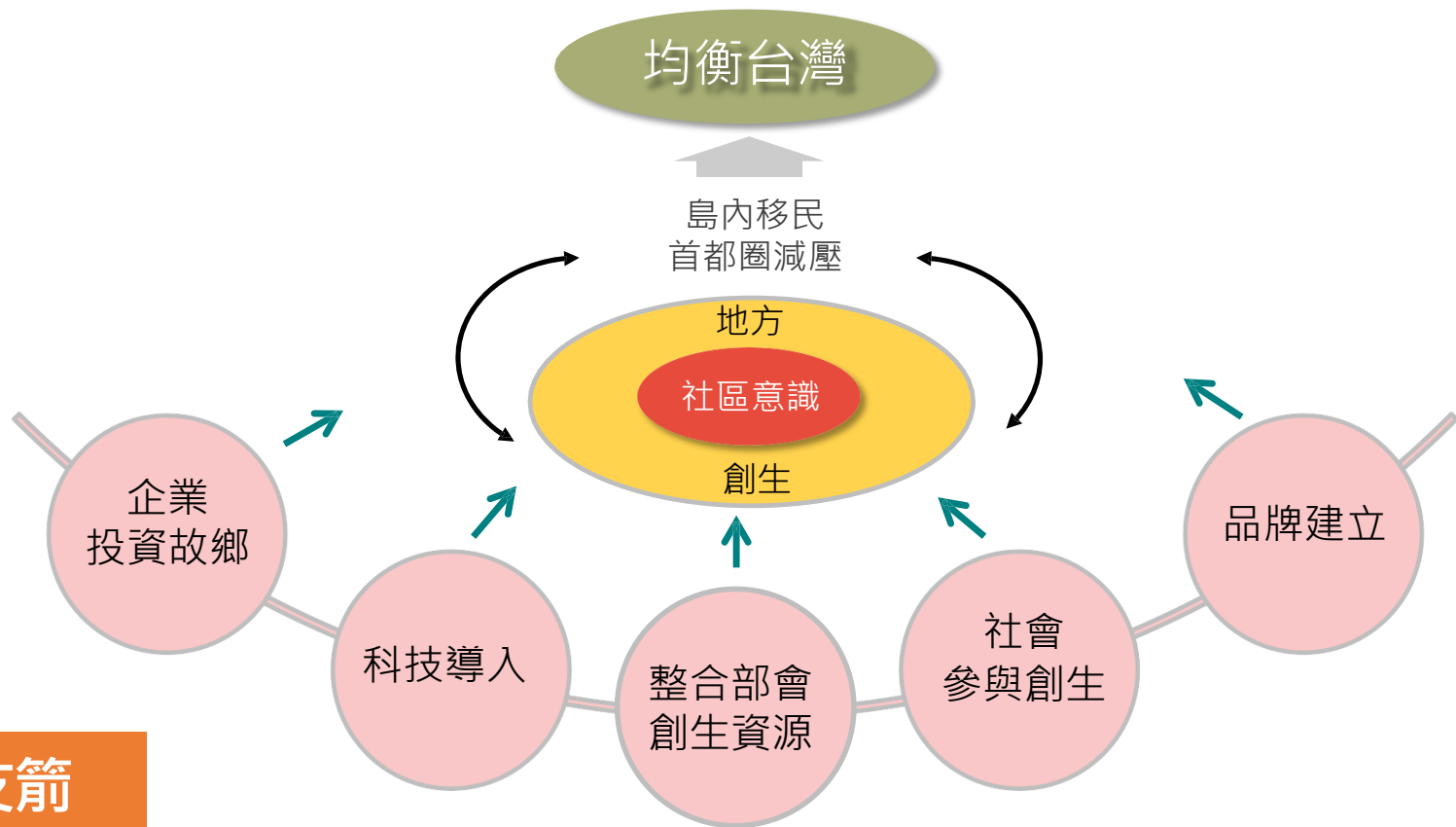
創造地方就業機會

支撐良性循環的「城鄉」活性化

- 建設鄉鎮都市，點亮城鎮偏鄉
 - ① 發展街區活化
 - ② 強化城鄉機能
 - ③ 促進定住移住
- 推動品牌台灣，擴大國際聯結
 - ① 建立地方品牌
 - ② 行銷在地產品
 - ③ 整建觀光亮點

移住地方人口數

新增地方品牌數量



5支箭

TECHNIQUE

日臺地方創生政策比較

04

TALENT

CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER

日本地方創生三箭

■ 情報支援

- 地區經濟分析系統 (RESAS)

■ 人才支援

- 地方創生人材支援制度
- 地方創生大學
- 專業人才事業

■ 財政支援

- 地方創生推廣支援金
- 地方大學・地區產業創生預算
- 地方創生支援稅制 (企業版故鄉納稅)
- 城鎮・人・工作創生事業費 (地方財政措施)

台灣地方創生五箭

■ 企業投資故鄉

- 認養創生事業
- 創生事業提案

■ 科技導入

- 基礎環境建構

■ 整合部會創生資源

- 建置臺灣地方經濟社會分析資料庫(TESAS)
- 公務人員認養故鄉

■ 社會參與創生

- 發掘在地特色DNA
- 培育在地創生人才

■ 品牌建立

- 確立地方品牌形象
- 地方品牌行銷經營



日本創生案例分享


CONTENTS

一 資產活化

| 保田小學校 | | 3331千代田藝術中心 | | Inn the park |

二 街區經濟

| 墨豆咖啡 | | 熱海重生 |

三 觀光振興 DMO

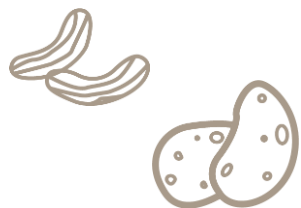
| 雪国觀光圈(北海道) | | せとうちDMO(四國) |



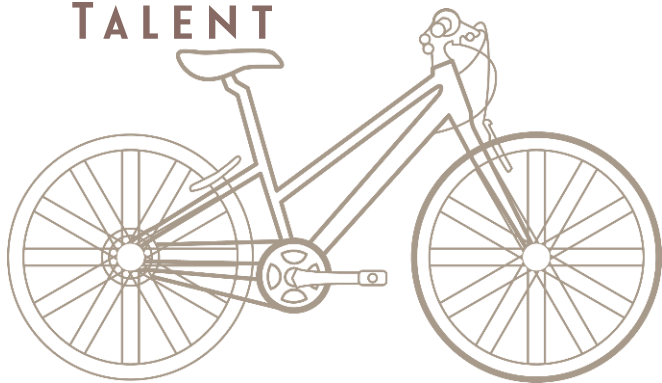
TECHNIQUE



-資產活化-



TALENT



CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER



日本廢校情形



文部科学省

MINISTRY OF EDUCATION,
CULTURE, SPORTS,
SCIENCE AND TECHNOLOGY-JAPAN

2019年3月15日

2018年 廢校施設等活用状況実態調査の結果について

廢校施設の活用状況

廢校年度			前 回		今 回	
			平成14年度～平成27年度 (平成28年5月1日現在)		平成14年度～平成29年度 (平成30年5月1日現在)	
廢校の数 (A)	小学校		6,811	4,489	7,583	5,005
	中学校			1,307		1,484
	高等学校等			1,015		1,094
施設が現存している廢校の数 (B)		× 100(%) B/A	(校)		(校)	
活用されているもの (a)		a/B	5,943	87.3%	6,580	86.8%
活用されていないもの (b)		b/B	4,198	70.6%	4,905	74.5%
活用の用途	決まっている (c)	c/B	1,745	29.4%	1,675	25.5%
	決まっていない (d)	d/B	314	5.3%	204	3.1%
取壊しを予定 (e)		e/B	1,260	21.2%	1,295	19.7%
現存する施設なし (C)		C/A	171	2.9%	176	2.7%
			868	12.7%	1,003	13.2%



日本廢校情形

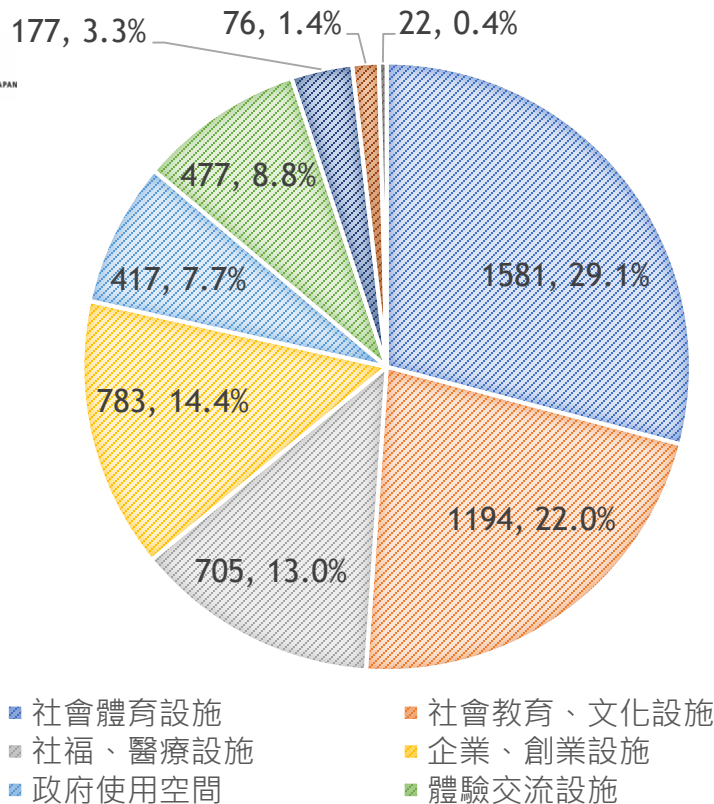


文部科学省

MINISTRY OF EDUCATION,
CULTURE, SPORTS,
SCIENCE AND TECHNOLOGY-JAPAN

2019年3月15日

2018年 廃校施設 等活用状況実態調 査の結果について



主な活用用途

(単位:件数)

	平成14年度～ 平成27年度 (平成28年5月1 日現在)	平成14年度～平成29年度 (平成30年5月1日現在)		
		合計	校舎	屋内運動場
学校(大学を除く)	1,609	3,473	1,756	1,717
社会体育施設	1,015	1,581	164	1,417
社会教育施設・文化施設	675	1,194	744	450
社会教育施設	604	912	560	352
文化施設	71	282	184	98
福祉施設・医療施設等	424	705	511	194
老人福祉施設	146	223	163	60
障害者福祉施設	92	169	126	43
保育施設	37	55	41	14
認定こども園	11	30	18	12
児童福祉施設(保育所を除く)	41	64	45	19
放課後児童クラブ	54	101	75	26
放課後子供教室	21	35	20	15
医療施設	22	28	23	5
企業等の施設・創業支援施設	370	783	526	257
企業や法人等の施設	335	711	478	233
創業支援施設	35	72	48	24
庁舎等	268	417	306	111
体験交流施設等	238	477	302	175
備蓄倉庫	102	177	113	64
大学	35	76	41	35
住宅	12	22	15	7

(複数回答)



廢校重生的多元空間活用

都市交流施設
道の駅 保田小学校



擁有**126年**歷史

少子高齡化

教育設施整併政策

2013年末成為廢校

設施總經費約 **13 億日圓**

中央國庫補助 **3.4 億日圓**

千葉縣補助 **5 千萬日圓**

過疎対策事業債(町債) **5.3 億日圓**

鉅南町一般財源 **2.8 億日圓**

經過**21個月**





1年又9個月的時間



2015年12月

鋸南町都市交流施設・開業

開業半年即達成營業額設定目標

2.7億日圓

年營業額**6億日圓**(開業3年間維持)

年到訪人數**逾60萬人**

施設**創造 55 人**就業機會

住宿率**平日 2 成 假日6成**

鋸南町來訪人數**成長2倍**



交流對象及重點

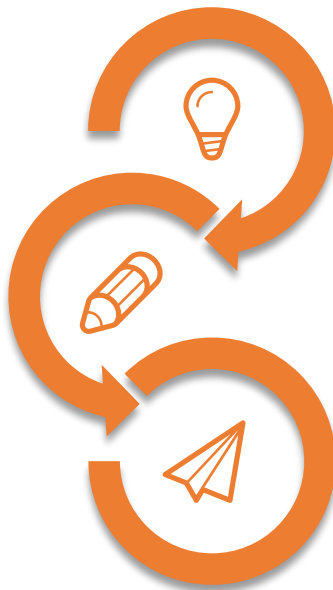
接待人員



保田小校長 大塚克也

提早因應充分準備

在正式列入廢校之前，鋸南町市役所即與市民們展開一連串的共識討論。2012年起展開廢校轉型事業討論籌備，歷時4年時間，至2015年12月開幕營運。然若以廢校為起始，保田小學校僅花費1年又9個月的時間就完成各項軟硬體規劃及轉型。



善用自身優勢

在普遍將廢校轉型為社福組織或空間的風潮下，最後，考量保田小學校位於南來北往交通要道，且距離東京都僅需1小時車程，具有地理位置優越性，決議將學校轉型為具有「學校氛圍」的城鎮交流設施。

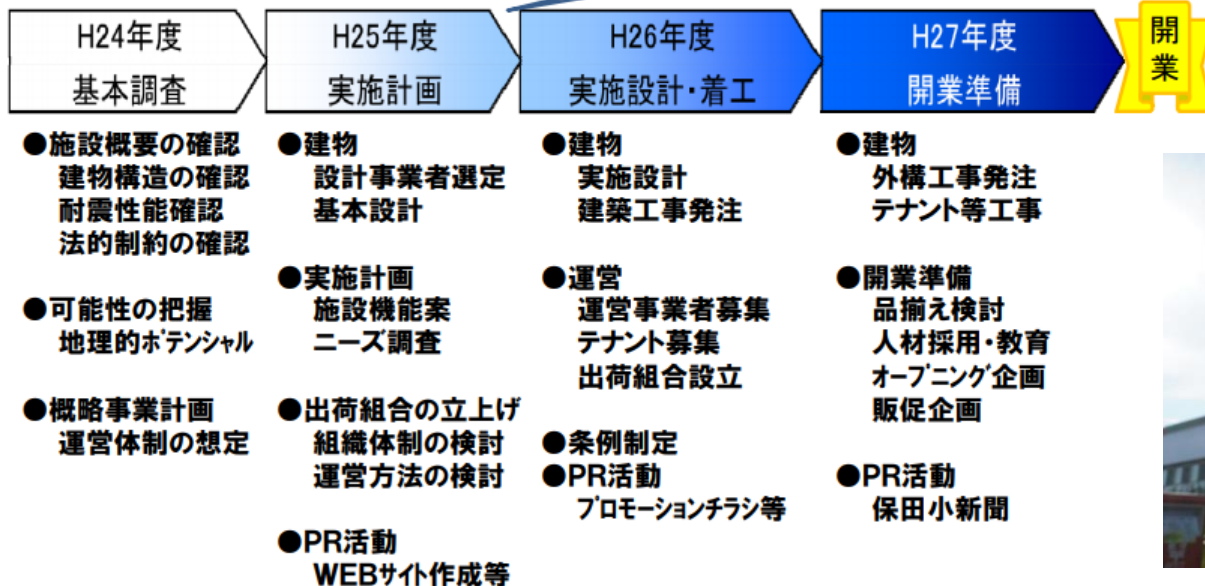
多元空間創造特色

在保留學校氛圍原則貌下，一樓為「里山食堂」引入在地美食商家經營，展現在地美食風味。二樓教室則改建為「住宿空間」。體育場打造為「里山市場」，和農產、文創作品結合，成為地方農魚產的直售點，集中優質農產品，販售當季新鮮農產品、學校周邊商品等，是城鄉交流的第一站，成為地方產業活化的最佳印證。



事業始動から開業まで約4年間で開業 閉校から1年9か月で開業

H26. 3月保田小閉校





保田小学校

都市交流施設・道の駅 保田小学校

廢校重生

公私協力

資產再生

觀 察 心 得



若從鋸南町自立起死回生的角度思考，鋸南町市民們選擇建構一個新的交流基地，透過這個新的場域吸引更多外來的人，活絡整個地方。



觀 察 心 得



在設施空間設計上，將二樓住宿區及交流空間，在災害發生時即能成為避難所，同時安裝太陽能發電設備，強化防災功能。



保田小学校

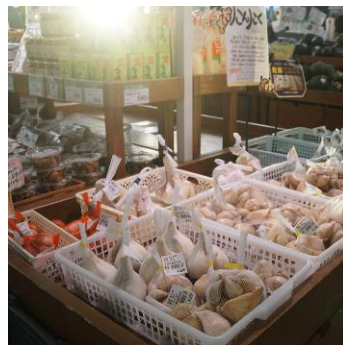
都市交流施設・道の駅 保田小学校

廢校重生

公私協力

資產再生

觀 察 心 得



體育館規劃成為直銷市場“里山市場”，這個名稱是透過市民票選決定。所販售之新鮮蔬菜和花卉，主要由地方農民組織直送銷售處。此外，當地企業紛紛針對特方特色提出各式加工產品及伴手禮。



3331 千代田藝術中心

3331 Arts Chiyoda



「3331 Art Chiyoda」現址原為昔日練成中學校舍，受到日本少子化影響廢校後，轉型具有藝文空間、社區交流、新創進駐等功能之場域，透過藝文展覽、美學活動、創作者進駐等，重新演繹學校為社區核心的角色。

「3331」之名取自於一種傳統的日本擊掌法，類似台灣的「愛的鼓勵」，只是拍法略有不同，用以表達感謝及祝福之意。其拍打聲音是連續三回合「Syau · Syau · Syau」三連音，共九次（日文的九字讀音與苦「く (KU)」相同，最後再一次「Syau」，即如字面加上一劃後成了「丸」，意指送禍而後迎福的圓滿達成之意，因而引用「三·三·三·一」擊掌法，而有了「3331 Art」一名。



3331千代田藝術中心 3331 Arts Chiyoda

廢校重生

公私協力

資產再生

2003年決定廢校 → 決定轉型藝文中心

2005年廢校

2009年決定營運單位command A

2010年5月簽定營運契約

2010年10月改建工程開始

2011年6月開幕營運

施設整建總經費約 **2.3 億日圓**

千代田區公所 **2 億日圓**

command A **3 千萬日圓**



2011年開幕使用人數30萬人

2017年使用人數**達85萬人**

開業初期年收入1億日圓

目前平均年收入2.5億日圓

施設**創造 30 人**就業機會

8成收入來自展覽辦公空間租金

其餘活動門票收入及商店銷售



交流對象及重點

接待人員



岩垂なつき 公關
Natsuki Iwadore



保存價值創造價

重要的價值不是土地，而是來自在地歷史文化，以及認真從事守護這些在地元素活動的人們。3331千代田藝術中心以公共性為考量，以塑造「一個能夠支持所有人自由表達的藝術基地」為目標，期望能成為使千代田區更具吸引力的新據點。



公私協力創造高度公共性

2005年3月「旧練成中学校」成為廢校，千代田區市役所隨即針對空間活化展開討論，2009年Command A以「致力於建立『向社區開放的藝術中心』」為構想，在許多競爭者中脫穎而出，與市役所簽訂5年營運契約。



緊密聯繫加深關係

3331千代田藝術中心從提案到正式營運過程中花費10年的時間，開幕不是與地方關係的終點，而是建立更深更牢固的關係。透過每天活動每是祭典的參與，與地方建立信任關係，讓重生場域真正成為地方交流的據點。





3331千代田藝術中心 3331 Arts Chiyoda

廢校重生

公私協力

資產再生

觀 察 心 得

「3331 Art Chiyoda」除了拆除圍牆，將部份空間作為練成公園外，幾乎保留學校昔日建築模樣。藝術中心共有四個樓層，1樓規劃為藝廊、藝文展區、藝品販售區；B1、2、3樓提供空間租借，成為藝術家、創意工作者的工作坊，頂樓規劃為菜園區，並提供出租自耕。





廢校重生

公私協力

資產再生

觀 察 心 得



為了再造社區藝文風氣，3331千代田藝術中心也透過「Arts Field Tokyo」，不定期舉辦各式藝文講座、工作坊及小型展覽等，讓這個交流平台，成為與市民生活環境，連繫社區向心力，以及提升美學的開放空間。

公園變成獲利的住宿飯店

INN THE PARK





1973年創建 少年自然之家

2015年展開活化提案前置作業

- 2015年11月活化構想調查
- 2015年12月參加者說明會
- 2016年06月對外招募活化計畫書
- 2016年08月由株式会社open A取得優先交渉權

2017年3月運營終了

2017年10月 inn the park 開業

施設整建總經費約 2千萬日圓

- 既有建物功能修繕由公所出資
- 建物簡易工程(如粉刷)由inn the park負擔



INN THE PARK

株式会社インザパーク

資産再生

公私協力

重振観光



開幕2年平均

住房率4成

球形住房率 高達9成

年收入1億日圓（過去毎年虧損6000萬日幣）

毎年回饋70萬日圓・其餘營收作為球形設施添購

施設創造 14 人就業機會

來客數**1萬人**

日本公園綠地協会

第35回都市公園コンクールの特定テーマ部門で、
最高賞の国土交通大臣賞を受賞した。



交流對象及重點

 接待人員



山家涉 Manager

靈活的公民合作體制

成立公民連攜推動專案小組

為配合民間事業營運所講求的速度感，成立跨組織的公民連攜推動專案小組，負責行政部門的事情協調工作，並與事業單位密切聯繫。

公部門負擔初期投資

建物在移交給INN The Park Co., Ltd.之前，市役所已先自行投入設備翻新經費，確保基本設施如電力，給水和排水都能正常運作。

投資取代補助

在資金配套上，以設置「沼津城市發展基金」進行投資方式取代過往行政補助，建構具體協力體制。



INN THE PARK

株式会社インザパーク

資產再生

公私協力

重振觀光

觀 察 心 得



設計的創意和亮點

沒有人會否認INN THE PARK在森林中多角圓型的帳棚有多吸引人，在加上內部時尚現代的陳設，讓人滿足在夢幻森林清鬆露營的心願，既可滿足孩子們的期望，也可以在社群中向同儕炫耀，就是這股虛榮，讓它在假日時至今日仍滿檔。



INN THE PARK

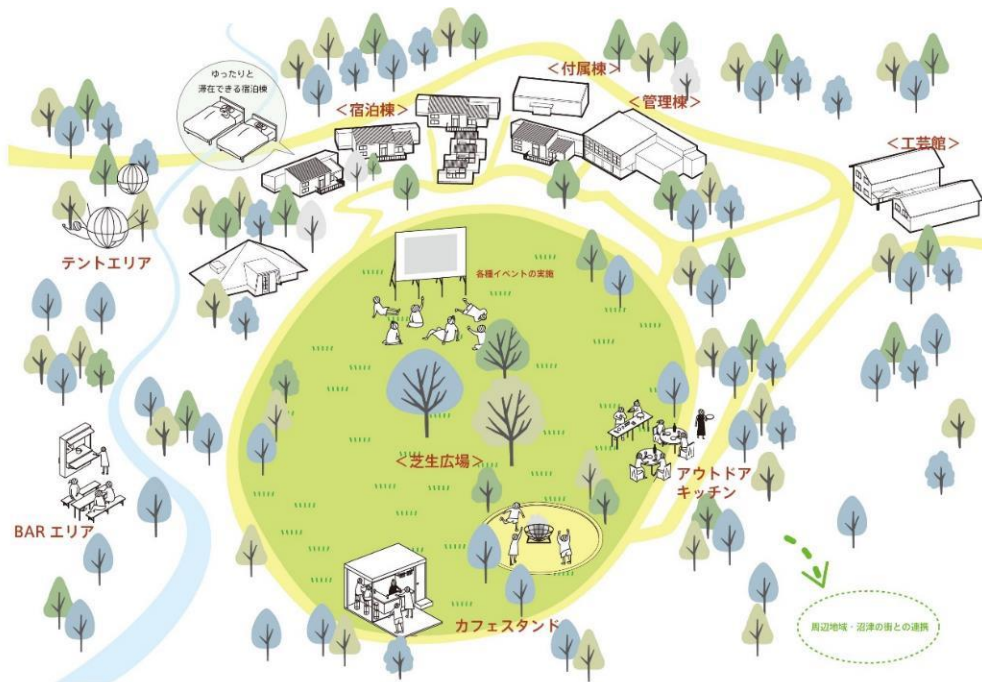
株式会社インザパーク

資産再生

公私協力

重振觀光

觀察心得



原少年自然之家歸沼津市所有，而建物以外的公園部分非屬少年自然之家，但沼津市市役所深知，公園與少年自然之家是一體的。在INN The Park Co.・Ltd.取得營運許可，需依據使用面積支付相對設施使用費，但可以相對使用公園空間，使空間能更靈活運用。



INN THE PARK

株式会社インザパーク

資産再生

公私協力

重振觀光

觀 察 心 得



<https://www.realpublicstate.jp/post/inn-the-park>



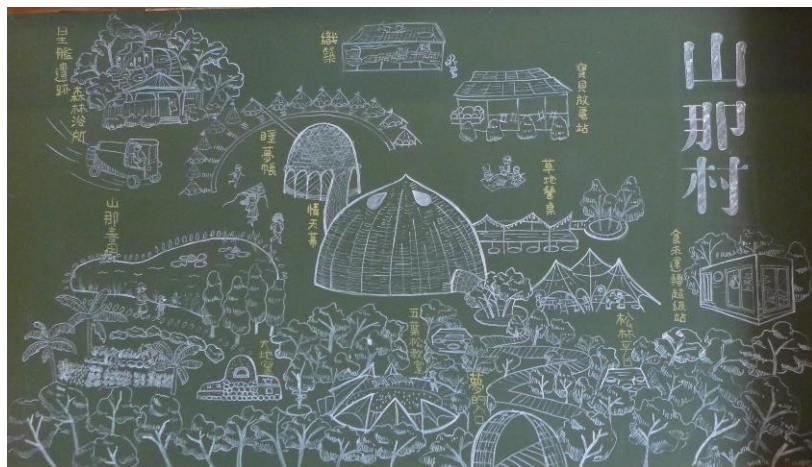
臺灣借鏡案例-苗栗縣造橋鄉《勤美學》

「勤美學」是一個在地美學實驗計畫。

傳達自然永續、院長導師精神、生活哲學的企業核心精神，以台灣老式的香格里拉樂園為基地，融入在地文化，透過旅遊與生活體驗，一步步打造在地生活美學的實驗平台。成功活化一處褪色老式遊樂園、並在台灣掀起一股飯店式露營的熱潮。



保留一部分香格里拉樂園





臺灣借鏡案例-苗栗縣造橋鄉 《勤美學》



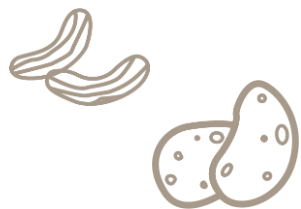
2017年起推出1001夜的「勤美學-山那村」計畫，邀請國際藝術家王文志老師、陳建智老師等團隊駐村創作，結合在地傳統工藝、飲食、自然、生態等夥伴，重現土地的美好，拉近人與人的關係。而勤美學的到來，正好給予這些返鄉職人舞臺，自造者手作工坊，串連在地小農與職人，透過他們的返鄉故事與執著，讓參與山那村的外地村民理解苗栗風土與客家民情。



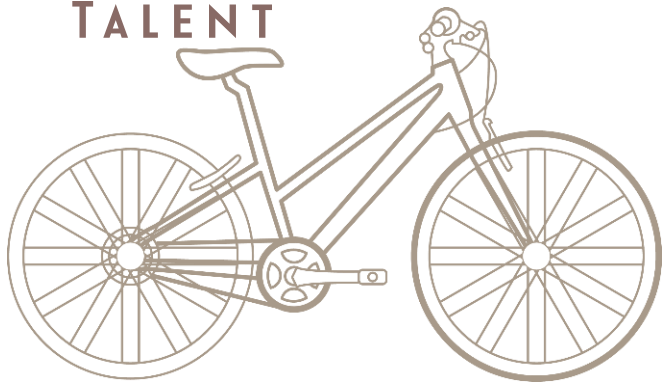
TECHNIQUE



-街區經濟-



TALENT



CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER



社區長照與商圈振興模式

墨豆照顧咖啡館

Sumimame Café 株式会社



墨豆照顧咖啡館 Sumimame Café 株式会社Create care

社區長照

區域振興



墨豆咖啡館是一家整合社區照護服務與推動商圈振興的照顧咖啡館。

橘商店街曾是東京沒落社區裡的傳統商圈，2015年4月創意照護公司在此成立了照顧咖啡館「墨豆咖啡館」，藉由橘商店街的自治力量，與照顧咖啡館的餐飲及照顧協力，一方面活化沒落商圈的經濟，也建構起人性化的高齡照護網絡。

當初咖啡館申請進駐商店街的時候，商店街自治會特別降低租金為定價的四分之一，以協助咖啡館攤提初期裝潢成本。



交流對象及重點

接待人員



渡邊宗貴
代表取締役(代表董事)

照護運營方式

現有5位照護服務員、3位咖啡服務員。諮詢免付費，另有照護場所業務轉介，並提供老年人購買服務「購物難民」，進行代購酌收手續費。

照護專業能力

經營團隊都具備介護員、社工師、特教老師等核心專業能力。
協助商店街自治會培訓其他商店的工作人員，利用長者外出購物、用餐、駐足閒聊的機會，建立高齡者退化性徵兆的知識。

諮詢建議訊息

每月第二個禮拜日，醫師專家與失智症家屬或病患簡單諮詢。與社區其他組織建立協力關係，和墨田區「高齡者支援整合中心」連結，宣傳保健活動、醫療服務訊息。

共伴互動場域

提供照顧資訊交流的空間，並設有相談室，媒合社區中有照顧需求的高齡者，以及求職的照顧服務員。另提供學子英語教室、課後輔導、每月一日寵物日。



觀察心得





觀察心得



照護中心充滿人性化與趣味性



寵物日&販售在地寄售文創商品



觀察心得



60年前KIRAKIRA橋商店街熱鬧繁景



商圈業者進駐的多樣性帶來新活力



臺灣借鏡案例-臺中《有本生活坊》

除了一樓的咖啡館，還有規劃地下室至地上2樓空間表現社區銀髮服務的「軟實力」。



照片來源:<https://www.ilong-termcare.com/Article/Detail/1110>

1. 提供手作飲品、健康輕食
2. 家事清潔服務
3. 居家服務
4. 居家護理
5. 生活輔具
6. 長照資源諮詢或轉介



照片來源:<http://www.olworkshop.com.tw/>



重振觀光衰退的轉折奇蹟

熱海重生

NPO 法人 atamista / 株式會社 machimori



2006年新市長宣言熱海即將面臨破產危機！
全盛期住宿人數每年超過530萬人的熱海，在泡沫經濟
影響觀光人潮遽減，2011年熱海住宿人數僅剩247萬

熱海市政府於2007年組成了「觀光戰略會議」，邀請觀光業相關人士、學識經驗人士以及市民代表共同參與，重新著手檢討原本以「旅遊團、宴會、活動」為前提的觀光策略。

NPO法人等單位大規模裝修空店面，並整建街上的咖啡廳與民宿；部分旅館及飯店則是打掉大宴會廳，改建成個人湯屋等，以因應自由行遊客的需求。

思考地方除了煙火、海灘及溫泉之外的其他可能在地體驗，創造農民體驗、熱海小旅行等，並在2011年轉型成為公司，思考如何不靠補助金的社造、賺錢活下去的公司永續經營，以提升整體街區不動產的價值。



交流對象及重點

接待人員



NPO法人atamista代表理事 / 株式會社machimori代表取締役 市來 広一郎

空間活化再造

NPO法人等單位大規模裝修店面，並整建街上的咖啡廳與民宿；部分旅館及飯店則是打掉大宴會廳，改建成個人湯屋等，以因應自由行遊客的需求



社區運營方式

2011年轉型成為公司，思考如何不靠補助金的社造、賺錢活下去的公司永續經營，以提升整體街區不動產的價值。
成立創客空間、青年旅店、選品店及會議空間等。

觀光戰略會議

邀請觀光業相關人士、學識經驗人士以及市民代表共同參與，重新著手檢討原本以「旅遊團、宴會、活動」為前提的觀光策略。



危機感轉動力

除了煙火、海灘及溫泉之外，創造更多如個人湯屋、民宿、農業體驗、熱海小旅行等創新體驗服務，讓熱海展現不同風貌，開發新觀光族群。

市內旅館和飯店在2017年度新開了22間，2018年度新開了25間。
商店街原有10個空店鋪，現僅剩1個空店鋪。



觀察心得



MARUYA 青旅空間



一樓提供房客燒烤工具與交流場域



觀察心得



共享辦公室分布平面圖



創客場域公用空間



觀察心得



集結熱海在地特色伴手禮販所



街區導覽接待外賓分享



臺灣借鏡案例-臺北《大藝程》

以過往此地繁盛的茶、布、藥材食材、戲曲及建築五種產業作為發展脈絡，尋找的入駐團隊必須與這些領域相關。



自2011年起大藝埕接連萌芽茁壯，長期經營大稻埕的世代文化創業群負責人周奕成，在大稻埕接連開了小藝埕、民藝埕、眾藝埕、學藝埕、聯藝埕等五棟老街屋。

以大稻埕的1920年代精神為主題，如今共有30個微型創業團隊、近200人工作於此。





TECHNIQUE

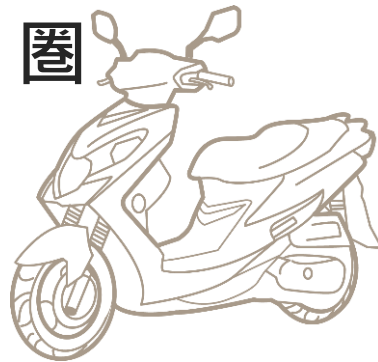
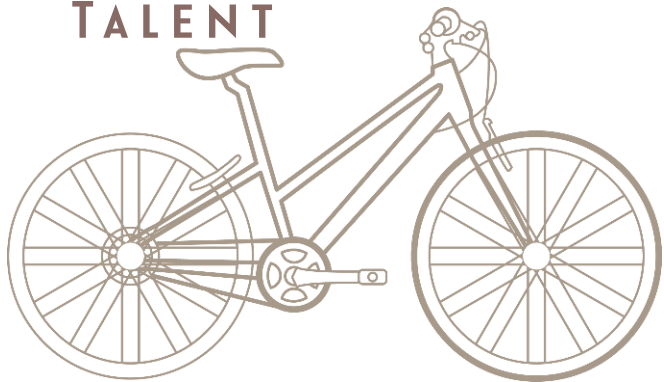


-觀光振興DMO-

雪国觀光圈



TALENT



CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER



雪国觀光圈



每年降雪量達3公尺
堪稱**世界級豪雪地方**

雪國觀光圈於2008 年成立
由新潟縣、群馬縣、長野縣等
3縣7市組成**廣域觀光圈**

交通便利性
距離首都圈車程2小時
新幹線東京車站僅需70分鐘



雪国観光圏

【雪国観光圏の構成市町村】

- ・ 十日町市
- ・ 魚沼市
- ・ 南魚沼市
- ・ 湯沢町
- ・ 津南町
- ・ みなかみ町（群馬県）
- ・ 栄村（長野県）





雪国観光圏

雪国観光圏は魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、栄村、みなかみ町の7市町村を圏域として観光地としての地域活性化を目指して設立。食の情報公開による独自ブランド「雪国A級グルメ」をはじめとした各種取組を実施中。認証制度の活用と域内の1次産業や2次産業のブランド化をあわせて推進することで、域内の稼ぐ力の向上に寄与すると推察される。

雪国観光圏の概況

「雪国観光圏」は、魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、栄村、みなかみ町の7市町村を圏域として設立。世界でも珍しい人が住む豪雪地において、「国境の長いトンネルを抜けたもう一つの日本」をブランドコンセプトとして、地域資源を発掘し、つなぎあわせ、磨き上げることで世界に通用する価値を生み出すことを目指している。

- ✓設立：2013年
- ✓対象区域：新潟県（魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町）、長野県（栄村）、群馬県（みなかみ町）
- ✓主な事業：
 - ・コンサルティング事業
→コンセプトブランディングの提案/中長期計画の策定/顧客満足度調査等
 - ・広報事業
→インバウンドプロモーション/スノーカントリーフェスティバル/着地型旅行商品パンフレット作成等
 - ・品質管理事業
→雪国A級グルメ/SAKURAQUALITY事務局窓口/雪国観光光会認証事業/スノーカントリーパス等
 - ・CSR事業
→カーボンオフセットのマッチングサポート/企業コラボレーション等

雪国観光圏の取組

取組概要

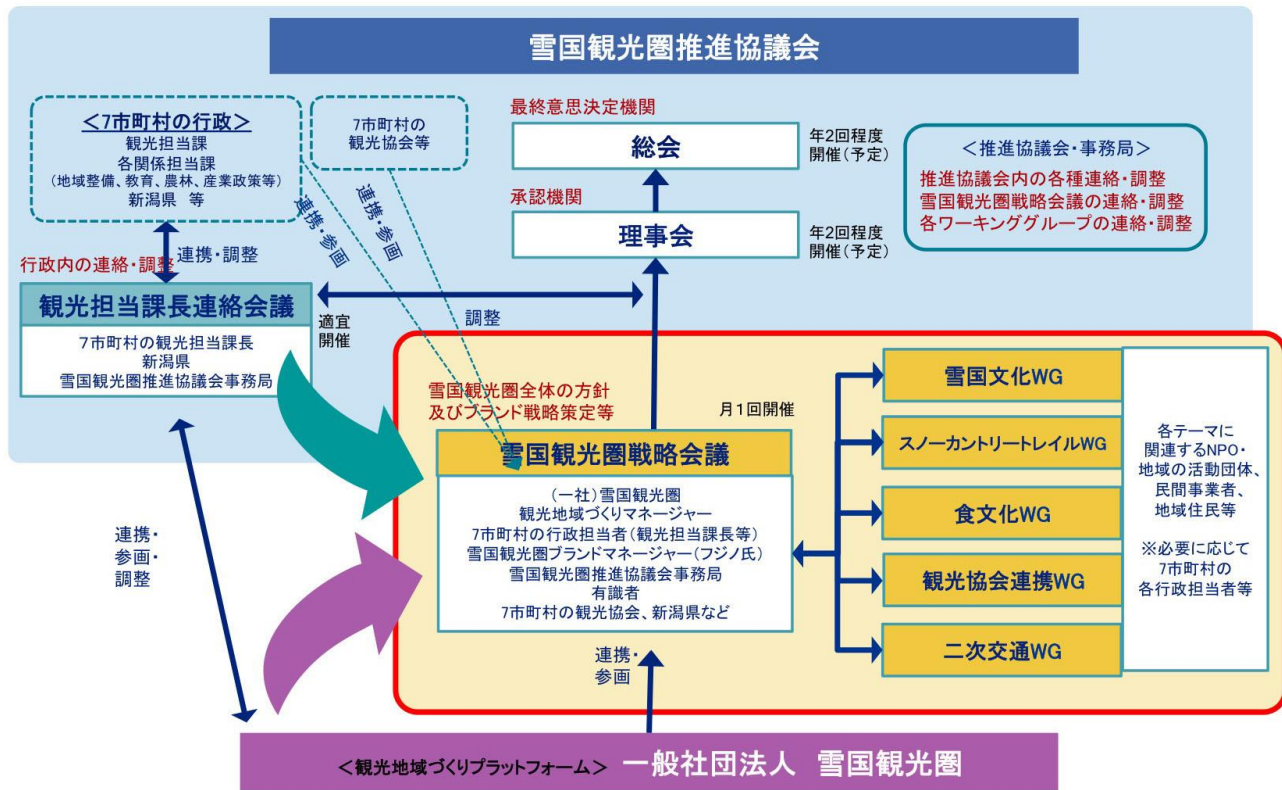
1. 雪国A級グルメ
→食の情報公開を行い、安心・安全な食を追求する日本初のプロジェクト。「地域の食材を使い、雪国伝統の調理法を生かした本物の味」「化学調味料や必要以上の食品添加物に頼らずに調理したもの」などの基準をみたとす旅館や飲食店を、A級グルメとして登録・認定している。認定土産・加工品などはオンラインショップでも販売。
2. スノーカントリーフェスティバル
→3県7市町村、延べ26日間にわたって、伝統あり、遊びありの雪まつりを開催。イベントマップやエリア内共通で使えるクーポンブックの発行や里山キャンドルを買うと、雪国の美しい景観と環境を守ることにつながる「里山キャンドルプロジェクト」などを展開。



雪国観光圏

資料來源

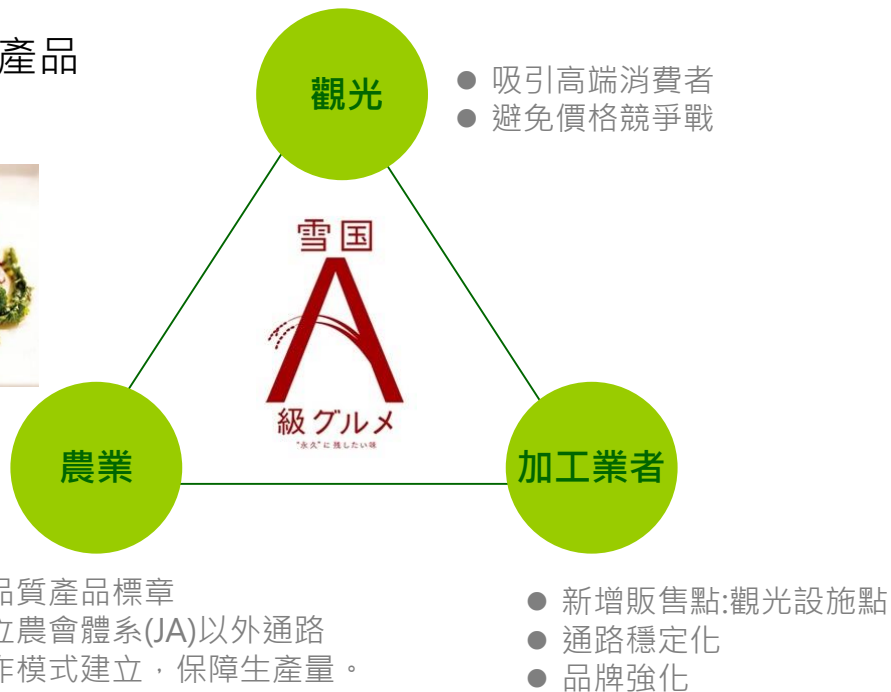
<http://snow-country.jp/>





雪國A級美食

連結觀光、農業、加工業者等3者，以提高產品服務附加價值為目標展開一系列活動。



將地方魅力變成永續獲利

「里山十帖」藉由觀光與農業合作，運用在地食材研發旅館菜單，並發展區域的飲食文化特色，創造產業六級化的三贏局面，才是讓區域永續發展的關鍵。





合作是讓全區域同時受惠的關鍵

發掘地方別具一格的獨特魅力，藉由創新的手法發展地方事業可持續經營的商業模式，方能吸引青年人口回流移居，如此才是讓區域永續發展的關鍵。大家一起共好，地方才會有未來！

A photograph of two young children, a boy in a blue shirt and a girl in a yellow shirt, playing under a water fountain. They are both smiling and reaching out to touch the water. The background is a blurred green landscape.

投入地方創生，創造美好未來

期待未來：
我們共好，
我們更好，
台灣最好。

簡報結束，謝謝聆聽！

投入地方創生，創造美好未來

期待未來：我們共好，我們更好，台灣最好。

謝謝聆聽
敬請指導

TECHNIQUE

臺灣地方創生政策5支箭

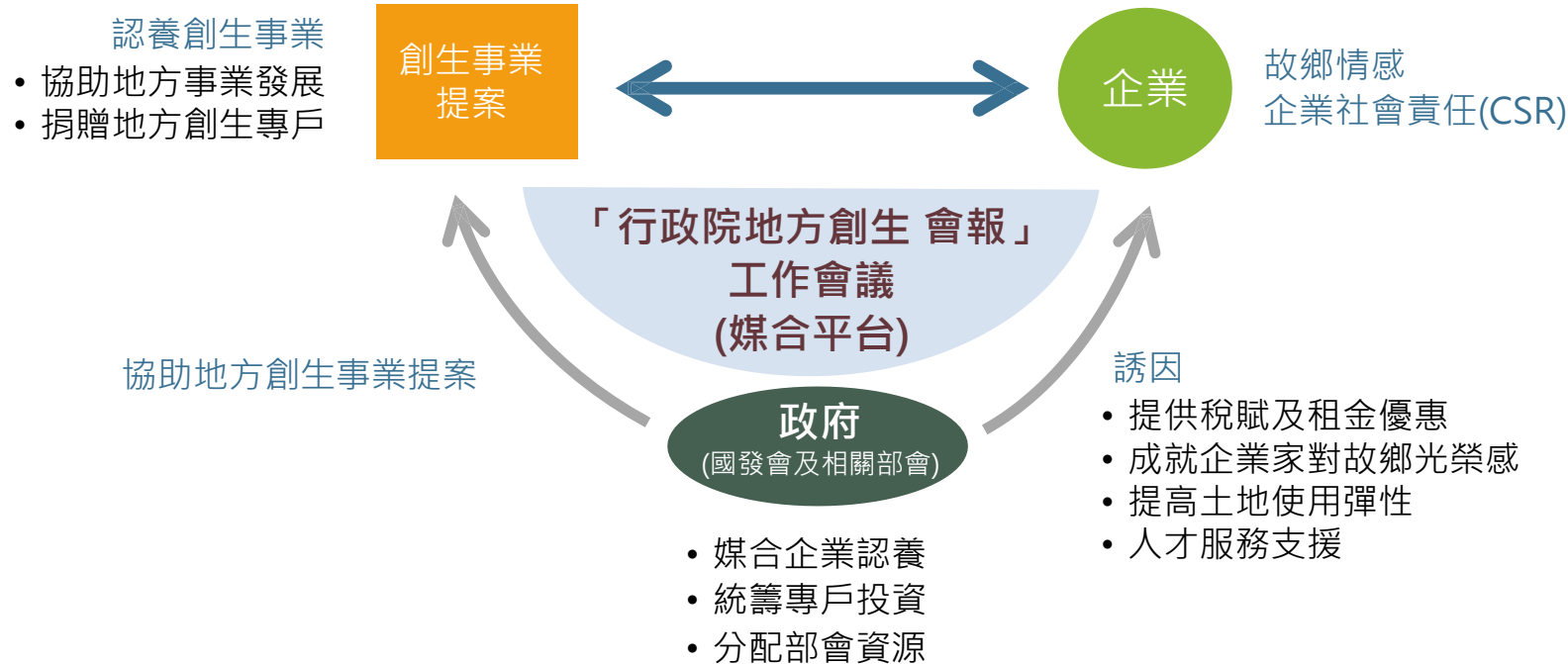
附件

TALENT

CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER

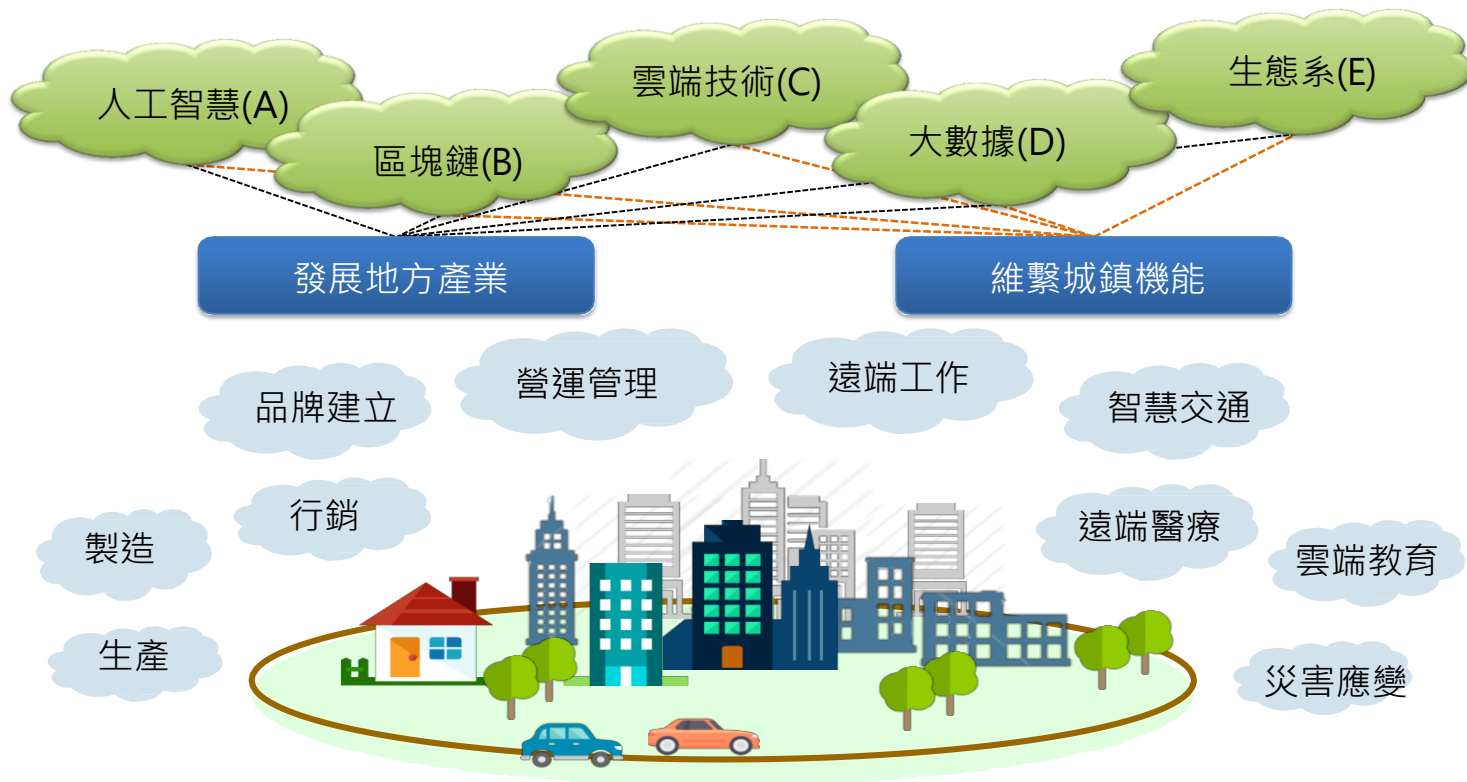
第1支箭

企業投資故鄉 - 認養創生事業



第2支箭

科技導入



第2支箭

基礎環境建構

普及國民寬頻上網環境(教經內)：
落實偏鄉數位人權及提 升偏鄉中小企業之數位 應用能力，促進國民享 有公平數位之使用 機會。

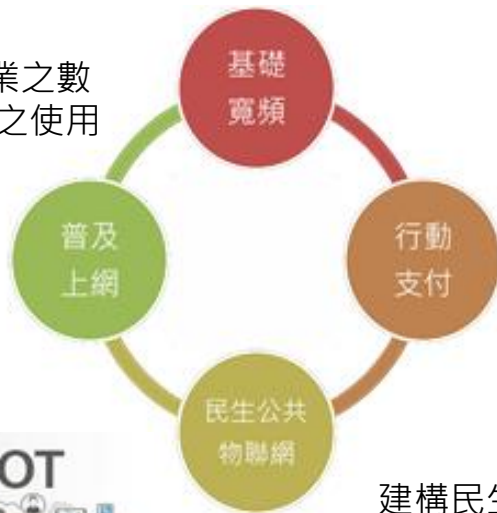


普及偏鄉寬頻接取環境計畫（通傳會）：
補助電信業者，建設Gbps等級 到偏鄉；
100Mbps等級到偏鄉 每一村里及擴展無線 熱點頻寬。

中小企業行動支付普及 推升計畫(經濟部)：
協助偏鄉中小企業發展 行動支付應用，塑 造偏 鄉行動支付體驗環境。



建構民生公共物聯網計畫（環交科經內農）：
透過民生公共物聯網之布設， 即時提供最新環境資訊 與便民 服務，營造便利安全偏鄉環境。



第3支箭

整合部會創生資源

盤點選定37項可投入地方創生之計畫，以「投資代替補助」，協助創生事業。

主要計畫(17項)-直接帶動地方產業或就業

經濟部		交通部	國家通訊傳播委員會	教育部/勞動部	文化部/客委會	農委會/原民會	國發會
小型企業創新研發計畫(SBIR)	創意生活產業發展計畫	智慧運輸系統發展建設計畫	普及偏鄉寬頻接取基礎建設計畫	大學社會責任實踐計畫(USR)	文化生活圈建設計畫	農村再生計畫	國發基金-地方創生創投基金
推動中小企業跨域創新加值計畫	普及智慧城鄉生活應用計畫	公路公共運輸多元推升計畫		多元培力就業計畫	推動文化創意產業計畫	漁業多元化經營建設計畫	花東基金
開發在地型產業園區		Tourism 2020			客家浪漫臺三線計畫	原住民族經濟產業發展4年計畫	

配套計畫(20項)-提升城鄉機能

經濟部/交通會		衛福部			內政部/勞動部	文化部	教育部	客委會/原民會	
全國水環境改善計畫	生活圈道路交通系統建設計畫(公路系統)	整建長照衛福據點計畫	建立社區照顧關懷據點計畫	部落社區健康營造計畫	微型創業鳳凰貸款利息補貼及創業協助	社區營造三期及村落文化發展計畫	營造休閒運動環境計畫	客家文化生活環境營造計畫	原住部落營造
台灣設計產業翱翔計畫		建構0-2歲兒童社區公共托育計畫	原住民族及離島地區醫事人員養成計畫	長期照護十年計畫2.0社區健康營造計畫	城鎮之心工程計畫	歷史與文化資產維護發展第三期計畫		客家文化躍升計畫	原住民族部落特色道路改善計畫
						國家文化記憶庫計畫			

第3支箭

提供創生計畫資訊

建置臺灣地方經濟社會分析資料庫(TESAS)

整合政府各類統計資訊，支援地方創生規劃及成效評估。

臺灣地方經濟分析資料庫(TESAS) 網站架構

地方創生政策



政策規劃及
部會創生資源



地方創生
永續發展指標

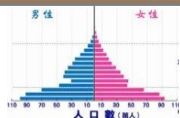


創生計畫
示範案例



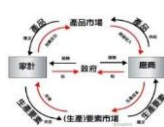
在地經濟分析

人口地圖



人口結構、增減、就業就學人數變化等分析

地區經濟循環地圖



地區生產、支出、所得分配勞動力生產力等分析

地方財政地圖



地方財政收支、地方交通運輸、地方重要建設等分析

醫療福利地圖



醫療護理供應和需求等分析

多樣性地圖



人文及自然生態多樣性分析

觀光地圖

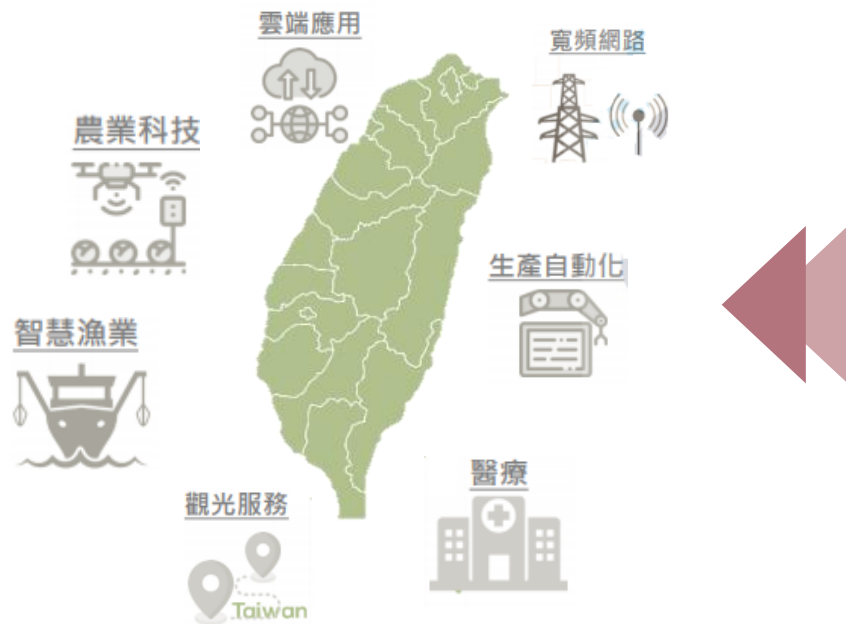


觀光人數、移動路徑、來源地、消費結構等分析

第3支箭

人才與人力支援-公務員認養故鄉

推動地方創生涉及許多專業領域，鄉鎮區公所人才及人力不足，未來可透過借調等方式，由中央機關公務人員認養故鄉，到偏鄉服務。



公務人員人才及人力支援



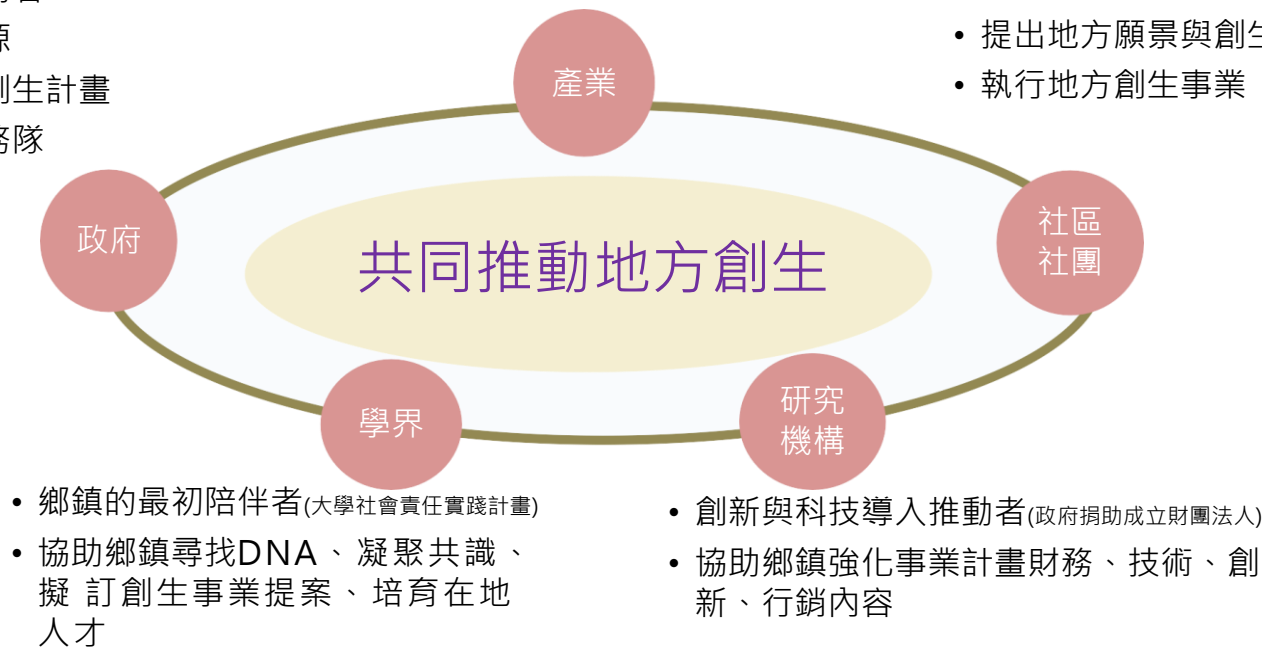
第4支箭

社會參與創生

- 地方創生政策推動者
- 整合政府創生資源
- 擬定政策引導型創生計畫
- 成立地方創生服務隊
- 進行法規調適

- 創生事業投資者
- 投資或認養地方新創事業
- 協助地方產品創新

- 創生事業規劃與執行者
- 提出地方願景與創生事業提案
- 執行地方創生事業



第5支箭

品牌建立

確立地方品牌形象

建立品牌識別

- 盤點地方的DNA
- 目標市場及產業發展定位
- 確立品牌設計要素，建立品牌識別系統。

地方特色產品 創意設計開發

- 既有特色產品(服務)創意設計增值
- 產品(服務)開發創新
- 專業人力培訓

觀光遊憩增值

- 推動地方深度體驗旅遊改善地方景觀
- 營造城鎮魅力

地方品牌行銷經營

媒體宣傳

- 善用新媒體、虛擬商城等平台，增加曝光機會。



在地行銷\推廣「地方限定」 產品、體驗服務

- 於地方辦理文化節慶，吸引觀光人潮。



網路\實體行銷通路

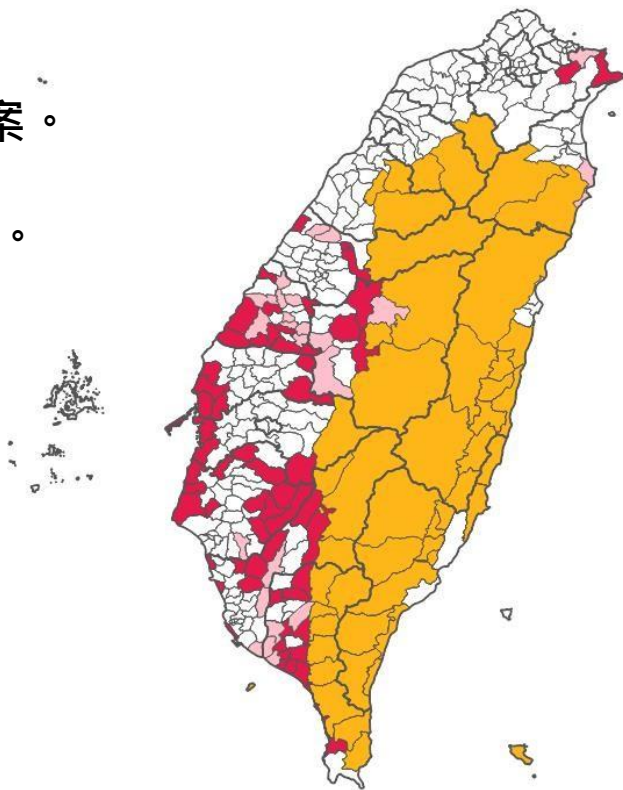
- 運用電子商務拓展行銷通路
- 於海外目標市場參與展覽會



鄉鎮為單元，採**由下而上**，形成與推動提案。

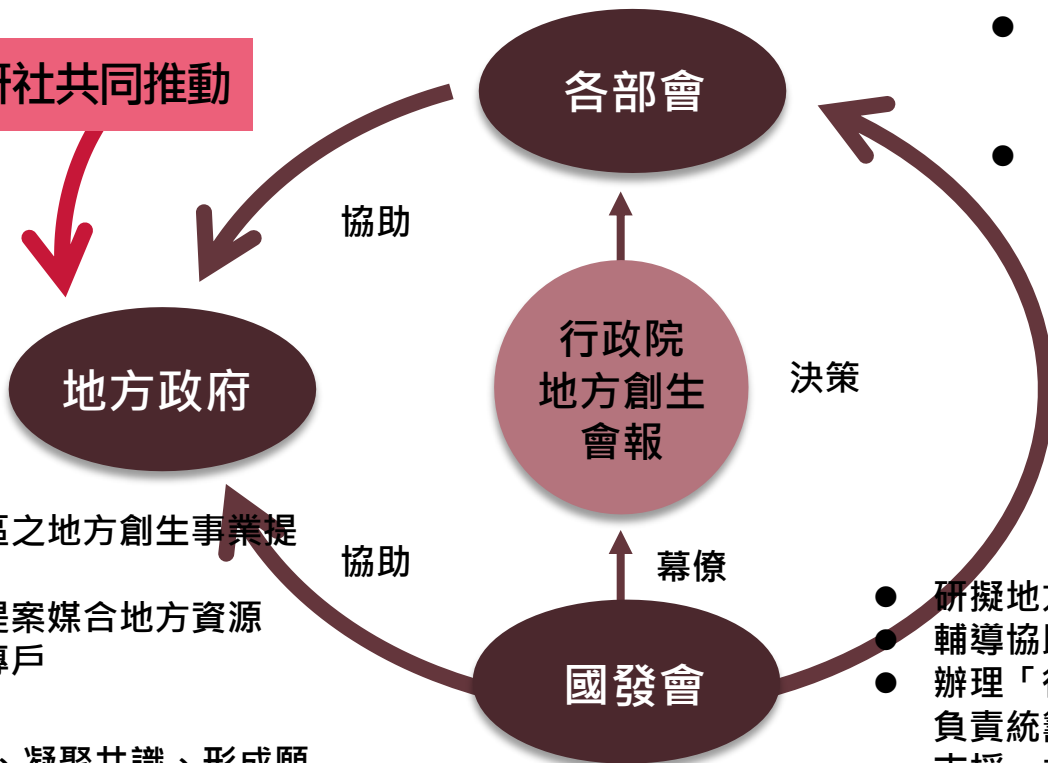
跨鄉鎮範圍，採**由上而下**之政策引導方式。

- 區域型：從資源互補、發展潛能合作、公共服務設施規模等角度，以中介城鎮為核心，聯合周邊鄉鎮共同推動地方創生，如南投埔里、聯合國姓、魚池、仁愛等鄉。
- 主題型：如浪漫臺三線，水產養殖等等。



產官學研社共同推動

配合地方創生事業執行



- 檢視調整相關計畫，符合地方創生精神及策略，協助地方創生事業。
- 創生事業發展相關法規調適

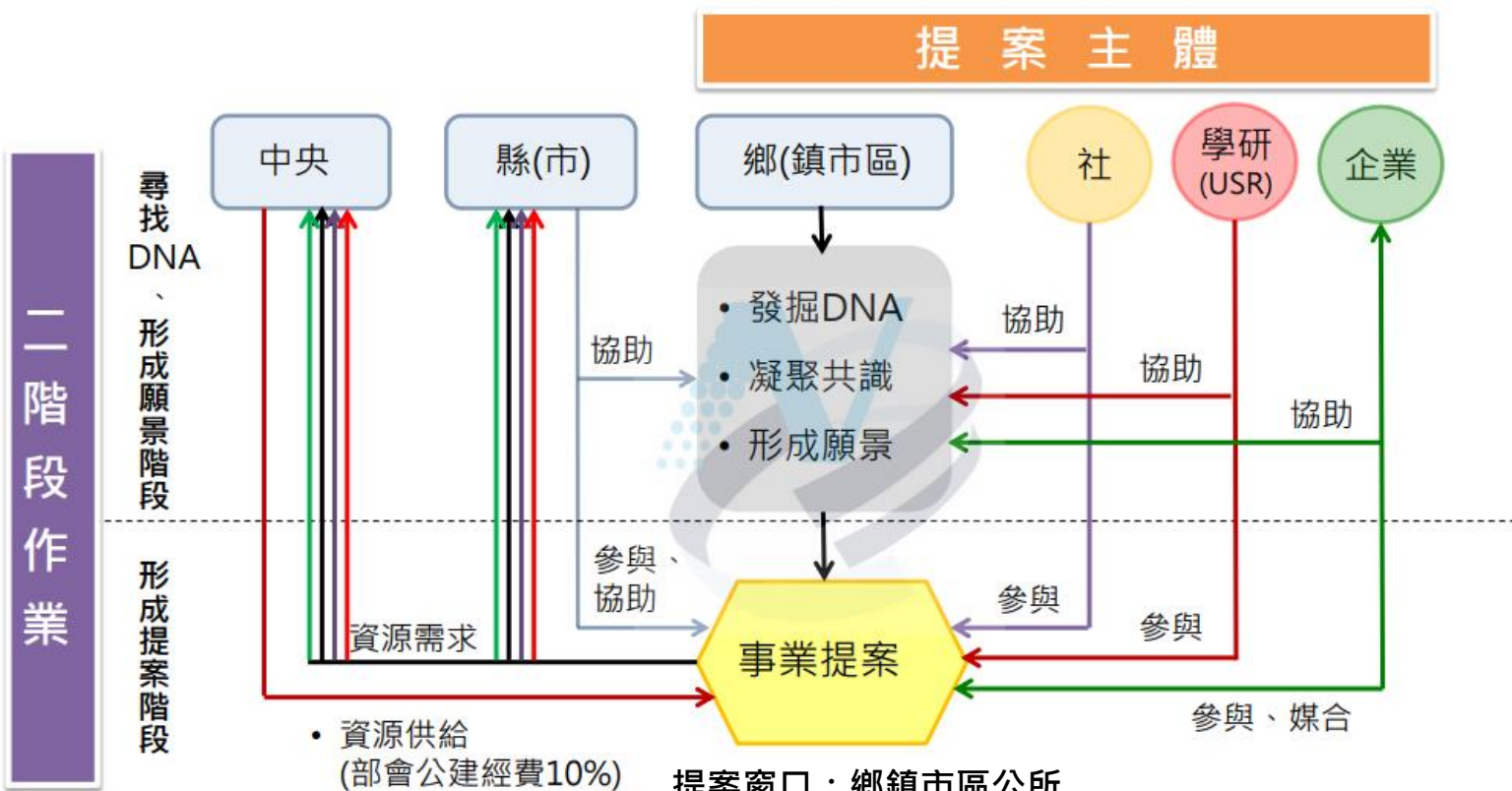
縣市政府

- 研擬跨鄉鎮市區之地方創生事業提案
- 協助創生事業提案媒合地方資源
- 成立地方創生專戶

鄉(鎮市區)公所

- 發掘地方DNA、凝聚共識、形成願景、提出創生事業提案。

- 研擬地方創生國家戰略計畫
- 輔導協助地方政府提出創生事業提案
- 辦理「行政院地方創生會報」工作會議，負責統籌、協調整合、相關規劃與執行支援，並作為創生事業提案媒合平台。



提案窗口：鄉鎮市區公所

資源協助：1.縣市指定單位為收件窗口，2.中央以國發會為收件窗口。

提案簡報

- 我的DNA
- 利害關係人
- 形成共識願景過程
- 創生事業構想
(時程、地點及方式等)
- 資源需求與協助

提案重點

- 格式簡明：無需繁複的資料說明與研析
- 靶心清楚：提要只要清楚畫出箭靶(共識願景)，並且定出靶心(KPI)。
- 選箭搭弓：把所需的弓與箭，——點出(資源需求與協助)。

篩選原則

提案具以下特性  進行後續媒合

- 事業構想**可行性、創意性、外溢性** 三高
- 事業構想**跨領域或跨部會**

- 案案服務的精神
- 依提案形成與推動過程，服務隊成員與服務密度不同。

形成提案前

以鄉鎮區為單位，由國發會進行先驅引導。

推動過程

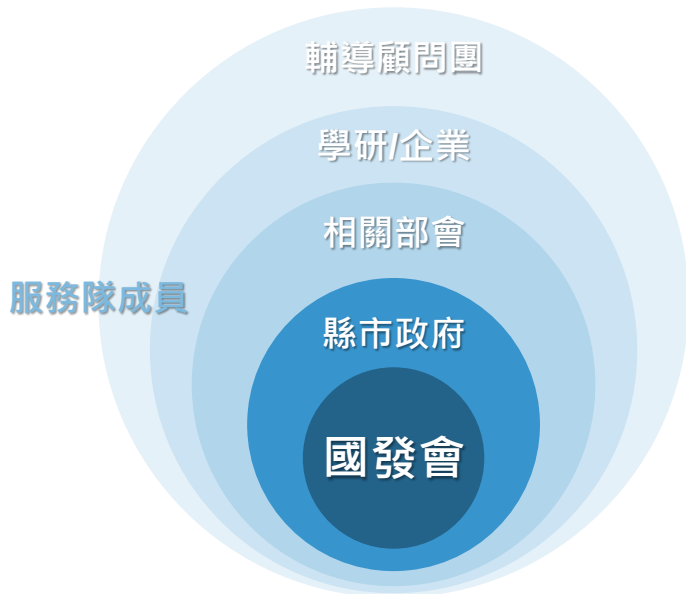
以案為單元，視提案屬性及需求，擴大服務成員。

工作內容：

- ① 陪伴提案執行，視時加入服務成員，切合提案需求。
- ② 定期現地勘查，主動聊解事業推動狀況，如有困難，立即回報處理。
- ③ 年底檢核。

訓練、宣傳

深化地方創生理念，
形成推動共識。



訓練

- 目的：深化地方創生理念，形成推動共識。
- 對象：
 - ① 服務隊成員：包含縣市政府、相關部會、學研、企業、輔導顧問團等。
 - ② 在地推動者：包含鄉鎮區公所、潛在創生事業提案者等
- 方式：線上學習、工作坊、實體教育課程等。

宣傳

- 目的：展現成果，示範學習。
- 主題：執行創生事業成功案例，或有階段性成果者。
- 方式：成果發表會、網路宣傳(如TESAA、相關產業情報網站等。)

