

行政院及所屬各機關出國報告

(出國類別：會議)

「參加東京崇正公會第 42 屆會員懇親大會
暨關西崇正會第 41 屆會員懇親大會活動」
報告

服務機關：行政院客家委員會

出國人員：莊副主任委員錦華

梁簡任視察正亮

饒專員佳汶

派赴國家：日本

出國期間：97.04.25—97.04.28

「參加東京崇正公會第 42 屆會員懇親大會暨
關西崇正會第 41 屆會員懇親大會活動」報告目錄

壹、前言	1
貳、行程安排	2
參、活動紀要及照片集錦	3
肆、心得與建議	41

參加東京崇正公會第 42 屆會員懇親大會暨日本關西崇正會第 41

屆會員懇親大會活動報告

壹、前言

日本東京及關西地區是客屬鄉親較多的地區，當初這些鄉親遠在異地胼手胝足，發展各自的事業，之後生活日漸安定富裕，便開始思索身處異國所面臨的語言、文化衝擊，以及客家文化傳承面臨斷層的困境，因而分別成立東京崇正公會及日本關西崇正會，其所屬成員不但在日本當地各行各業貢獻卓著，在華僑社群中亦享有一定的地位。該二會強調不分政治立場、不問宗教信仰等原則，致力經濟、文化交流及促進會員福利，經常舉辦各類會員活動及年度懇親大會等，以聯繫鄉誼、凝聚客家意識。

本會於 2001 年成立，做為世界第一個掌理客家事務之中央級部會，對促進海內外客家事務之交流以及凝聚海外客家社團對國內的向心力責無旁貸，爰自 2002 年起，逐年由主任委員或副主任委員率員出席東京崇正公會等年度懇親大會，除表達政府關懷重視之意，更藉此宣揚本會政策及施政作為，因而與當地客屬團體奠定良好情誼，成為本會推動日本地區客家業務之重要據點。為鞏固我方與日方客家社團之友誼，同時加強推動外交及僑務工作，本會今年由莊副主任委員錦華率員出席東京及關西崇正會年會活動，此次行程並參訪名古屋的則武森林、京都的西陣織

會館、東京的新橫濱拉麵博物館及財團法人傳統工藝品產業振興協會，俾作為本會推動客家傳統文化保存及特色產業行銷之借鏡與參考。

貳、行程安排

本次會議及參訪行程如下：

月	日	星期	起訖地點	工作內容
4	25	五	台北-名古屋-大阪	參訪則武森林
4	26	六	大阪-京都-大阪	1. 參加日本關西崇正會第 41 屆會員懇親大會 2. 參訪西陣織會館
4	27	日	大阪-東京	1. 參加東京崇正公會第 42 屆會員懇親大會 2. 參訪新橫濱拉麵博物館
4	28	一	東京-台北	參訪財團法人傳統工藝品產業振興協會

參、活動紀要

茲依前開行程安排時間順序，分述如下：

一、則武森林

(一) 則武陶瓷王國簡介

一百多年前日本由鎖國轉為對外開放之時，第六代森村市左衛門為了日本的發展決心從事貿易，而與弟弟於1876年共同創設「森村組」，之後又前往美國紐約設立「森村兄弟公司」，為日美貿易奠定根基。初時以日本製的古董雜貨為主軸，漸漸地轉以陶瓷器做為貿易主力商品。雖然，歐美諸國對於日本製的陶瓷器也抱持接受的態度，但森村氏兄弟在參觀了1889年於巴黎舉行的萬國博覽會後，才發現原來日本製的陶瓷器仍比不上歐洲的品質，因此將日本各地陶瓷器繪圖匠集中於名古屋，相關業者也聚集於此，讓陶瓷器的生產更為有效率，名古屋遂逐漸成為陶瓷器產製的大本營。

1904年「日本陶器合名會社」在現址(名古屋市西區則武新町)成立，且隨著西洋陶瓷器的風行，開始生產西洋餐具。經過10年的不斷嘗試失敗，終於製造出符合西洋餐具品質要求的瓷器餐具，其精緻優美的造型與質地廣受歡迎，也開展了「則武陶瓷(NORITAKE CHINA)」的國

際市場，1981 年日本陶器公司改名為則武公司。

歷經數十年的繁榮發展期後，隨著 70 年代起日圓的不斷升值，大幅減少日本陶瓷在國際市場的競爭力，部分製造技術較為簡單之西洋餐具的生產據點紛紛移轉海外；另一方面，該公司又導入新技術，將上開製造西洋餐具的技術擴大運用於半導體及電子用陶瓷零件、衛生陶器、引擎點火栓、磁磚等項的生產，而生產各項用品之部門又逐漸獨立，各自成為世界知名的企業，例如以生產浴廁製品聞名的東陶機器（TOTO）等。

（二）參訪紀要

導覽人員首先帶領我們參訪則武森林的工藝中心。工藝中心的 1 樓展示著各式陶瓷品的素胚製作過程，並可見識工作人員實地製作的情形，他們熟練地以泥漿注入石膏模等方法製作各式胚體，再將分為好幾個部分的素胚加以組合成型，有的素胚組件甚至多達上百個，經過耗時費工的組裝後再上釉、燒製。2 樓則可實地參觀繪圖師傅為胚體描繪圖案及上色的過程，除了由畫筆或刷子沾釉仔細塗刷於胚體表面的描塗法外，也有由各種花紙貼在胚體，經由電燒使花紋轉印在胚體的方式等等。2 樓另設有彩繪體驗區，

遊客可在素胚上面自行描繪獨一無二的原創圖案，等燒製完成後再配送到家。

3、4樓為則武美術館，在此可感受風靡國際的則武世界之美。從最早開發的白色硬質瓷器餐具、骨瓷器開始，隨著技術的進步與生活型態的改變，而研發出各種如適用於微波爐、洗碗機等冷熱耐受度高的瓷器或因應外食產業勃興的業務用瓷器等。導覽人員特別介紹於1904年開發完成的白色硬質瓷餐具，這個日本史上第一個出現的白色餐盤，在現代人眼中看來也許平凡無奇，但在當時要製作純白色而且餐盤中央要呈現內凹平坦形狀的餐具，可是耗費了10年以上的光陰，不斷地嘗試錯誤才開發出來的。望著滿室陳列的釉彩斑斕展品，聽著導覽人員解說則武各個時期開發的產品特色，才驚覺到這些陶瓷器兼具實用及美觀性，設計製造者往往自所處時代背景取材，敏銳觀察當代生活型態與消費潮流的變化，研發製作出迎合市場需求的產品。

走出工藝中心，旁邊就是精品店，店內展售世界級的則武高級餐具，其精美高雅的設計令人讚嘆不已，當然價格也是不同凡響。正當我們懷疑這些高價

精品的市場接受度時，導覽人員又帶我們到了咖啡廣場旁的生活用品店及暢貨中心。生活用品店中陳列各種則武餐具及周邊雜貨用品，更有趣的是，在暢貨中心能挖掘到許多瑕疵品或過季庫藏品等物美價廉的產品。

接受完則武陶瓷之美的洗禮後，走出戶外又是另一個令人心曠神怡的空間。佔地 48000 平方公尺的土地，真的是個由蒼鬱綠意包圍的森林，座落其中的幾棟建築為陶瓷文化體驗之地，周遭的林蔭步道、親水區（水裡散佈著許多陶瓷碎片，據導覽人員表示可淨化水質）、生態園及古窯等則是適合悠閒漫步的歇息之處。園方表示，則武森林平均每年約有 50 萬的遊客，但大多是前來散步、參觀，購買的人並不多，所以營業額並不高（其產品主要還是以外銷為主）。即使如此，則武森林還是大方地免費開放入園，為的就是想創造豐富的生活文化並回饋當地社會，這份用心也是我們今後要發展產業觀光時不能忘卻的使命。

(三) 照片集錦



則武森林的夢想象徵--一字排開的巨型煙囪



則武森林綠意盎然的自然景觀



工作人員製造、組合素胚的過程



繪圖師於陶瓷器上仔細描繪的過程



遊客親身體驗陶瓷彩繪的處所



則武美術館內風格迥異的陶瓷成品（一）



則武美術館內風格迥異的陶瓷成品（二）



令人嘆為觀止的藝術品

二、日本關西崇正會第 41 屆會員懇親大會

(一) 日本關西崇正會簡介

日本關西崇正會成立於 1968 年，係由邱添壽先生等人發起成立，邱添壽先生被推舉為首任會長，謝坤蘭為總幹事，當時參與會員約有 500 多戶，涵蓋地區為大阪府、京都府、兵庫縣、滋賀縣、奈良縣、和歌山縣等二府四縣。該會成立宗旨係秉持會員相互扶持之精神，促進會員之親睦聯誼及推廣經濟、文化、學術交流為目的，會員由居住於日本關西地區客籍人士依該會所定入會手續加入組成，目前會員約 280 戶，計有 1 千多人。

邱會長仙逝後成為永久名譽會長，會長一職由謝坤蘭先生繼任，因其年事已高，亦於去（96）年會員大會中轉任永久名譽會長，另選出陳荊芳先生做為新任會長。該會每年主要活動為召開會員大會暨懇親大會，報告一年來的工作內容並連絡會員感情。

(二) 會議簡述

本次大會於 4 月 26 日假大阪神仙閣餐廳舉行，邀請海內外客家僑界代表共同與會，包括本會莊副主任委員錦華及隨行人員、大阪辦事處吳處長嘉雄與相關同仁，立法

院林郁芳、邱鏡淳、鍾紹和、鄭金玲及廖正井等立法委員一行，世界客屬總會劉理事長盛良一行、香港崇正總會代表、日本眾議院議員木挽 司先生，以及關西崇正會會員等，共約 200 人與會。

會議由陳會長荊芳主持，他首先感謝各界熱烈組團參與盛會，並強調該會一向堅持不涉政治，不問國籍、信仰、職業等原則，積極聯繫會員情誼，並努力推動經濟、文化等交流工作，協助亞洲地區各國加強合作關係。

緊接著由本會莊副主任委員致詞，她首先代表行政院客家委員會向與會鄉親致意，並感謝主辦單位對台灣的盛情邀約。此外，莊副主委也向與會來賓說明行政院客家委員會自 2001 年成立以來，致力推動客家文化的各項施政作為，並創造出多個世界第一，例如 2003 年客委會在 45 日內成立全世界唯一主要以客語發音、客家元素為內容之全天候播放頻道-「客家電視」；成立全世界唯一的「客家學院」；舉辦全世界唯一的「客家語言能力認證考試」，並運用網際網路科技之便成立「哈客網路學院」，讓民眾不受時空限制，能隨時上網瀏覽、學習客家語言、文化；2006 年舉辦全球首次的「台灣客家博覽會」，除讓全球客家人為客家文化的完整呈現同感驕傲外，也讓非客家人有機會一窺

客家的豐富之美。而「客家桐花祭」這幾年在客委會的推動下，已成為北台灣春天的著名節慶活動，透過「桐花」意念，大力帶動客家庄的觀光、經濟及創意產業發展。目前在客委會的協助下，靈活運用桐花元素，透過文化故事包裝行銷，輔導廠商開發出 300 多種客家桐花創意商品，大幅提升客家文化創意產業發展。接著，莊副主任委員也將代表上述成果之客語能力認證考試教材及客家特色商品致贈日本關西崇正會陳會長荊芳等人，以感謝其對凝聚海外客家人向心力的熱誠，同時期勉該會在會長之領導下會運能更為昌隆，莊副主委的演說讓與會人士對於客委會的努力成果留下深刻的印象。

會中並邀請桃園縣三皮客家藝術團演唱多首客家歌謠，優美的旋律及歌聲博得全場來賓熱烈喝采，最後大會在全體貴賓及客家鄉親齊唱「客家本色」聲中圓滿結束。

(三) 照片集錦



日本關西崇正會陳會長荊芳於第 41 屆會員懇親大會中致詞



本會莊副主任委員錦華於日本關西崇正會第 41 屆會員懇親大會致詞



本會莊副主任委員錦華贈送客語能力認證考試教材與客家特色商品予日本關西崇正會謝名譽會長坤蘭（圖右）及陳會長荊芳（圖左）



日本關西崇正會第 41 屆會員懇親大會在眾鄉親合唱客家歌曲聲中圓滿結束

三、西陣織會館

(一) 歷史背景說明

西元 5 世紀左右，來自大陸的豪族秦氏（秦 河勝）一族定居在現在的京都一帶，將養蠶和紡織絲綢的技術帶進京都。平安時期王朝的宮廷設置「織部司」，讓織工從事綾、錦之類高級織物的生產，開啟了國營織物業的年代。平安時代中期以後，官營的織物工房日漸衰落，織工們開始脫離宮廷管理，移居至織部司附近的大舍人町從事自由的織物製作。15 世紀應仁之亂後，流離失所的織工們陸續返回京都，落腳於戰亂時山名宗全率領的西軍陣地開始製作織物，此為「西陣織」名稱的由來。

隨著時代的轉變，16-17 世紀左右西陣織已成為京都代表性產業，明治時代由於京都當地政府的保護扶植，西陣織業界也積極地引進國外先進技術或派人赴歐洲學習新技術，成功地造就西陣織的現代化技術革新，20 世紀以後西陣織更成為日本高級織物的代名詞。

西陣產地並非具有一定範圍的行政區域，而是京都市內從事西陣織產業的中小企業聚集之地，「西陣」也成為西陣織工業工會的登錄商標。西陣織的年出貨金額高達上百億日圓，廠商有近千家，並依據紡織流程的不同衍生出圖

案設計、撚線、染線、整理加工等相關業者，就織物的製作進行高度分工。現今的西陣織製品並不侷限於傳統和服、帶的生產，也生產各式領帶、和服配件及室內裝飾用壁掛等，1976年日本政府指定的傳統工藝品中，西陣織產品就有12種之多。

（二）參訪紀要

西陣織會館座落於京都市上京區（西陣織產地範圍內），是個認識與瞭解西陣織文化的平台。每日固定時間由真人上演數次之和服秀，模特兒身上華麗炫爛的和服，一出場每每成為台下眾多鎂光燈的焦點，西陣織和服的美生動地展現在眼前，讓人讚嘆不已。不過和服價格偏高，並非一般人所能負擔，但館方貼心地針對顧客需求提供和服租借及穿著服務，遊客可穿上和服後外出遊覽京都，親身體驗古都文化之美。除了和服秀外，館內的西陣工房也有織布師傅的現場表演，看著師傅們熟練地將各式色線織成美麗的圖案，高超的技藝讓人嘆為觀止，遊客也可以付費享受親自編織的樂趣。

展示場陳列了琳瑯滿目的西陣織產品，和服、領帶、手提包、小袋、手帕、披肩等，都可見識到西陣織華美細緻的圖案設計，令人愛不釋手。歷史悠遠的傳統工藝-西陣

織，如何結合現今生活型態與消費潮流，轉化成更多元化的發展並製作迎合消費者需求的產品，是參觀該館給我們最大的收穫。

(三) 照片集錦



京都西陣織會館令人目不暇給的華麗和服秀



運用西陣織開發的各式錢包



運用西陣織開發的各式精美領帶（一）



運用西陣織開發的各式精美領帶（二）



西陣織會館中織工的現場表演

四、東京崇正公會第 42 屆會員懇親大會

(一) 東京崇正公會簡介

東京崇正公會創立於 1963 年，係在前監委邱念台倡議領導下，由旅居東京之數十位客籍人士響應組成。該會成立宗旨為「不問政治、不問信仰、不問國籍」，秉持會員相互扶持之精神，促進會員之親睦聯誼及福利，並維持客家優良傳統為目的。舉凡居住日本且具客家意識或對客家有興趣者，皆可依該會所定入會手續加入會員，目前會員約有 500 人，每年均召開會員大會暨懇親大會，報告年度工作內容並連繫會員情誼。張金清先生為現任會長，且高齡 80 多歲，其餘幹部成員亦多年事已高，會員參與人數亦有逐年減少的趨勢。

(二) 會議簡述

本次大會於 4 月 27 日假東京 LAFORET 飯店舉行，邀請海內外客家僑界代表共同與會，包括本會莊副主任委員錦華與隨行人員，駐日代表處許代表世楷與相關同仁，立法院林郁芳、鍾紹和、鄭金玲及廖正井等立法委員一行，世界客屬總會饒名譽會長穎奇、劉理事長盛良一行，日中聯合總會、香港崇正總會、印尼亞細安客屬公會聯合總會、

澳門梅州同鄉總會等代表，日本參議院議員西田 誠先生，以及東京崇正公會會員等，共約 250 人與會。

大會開始前首先由東京中華學校學生表演舞獅，兩頭獅子台上台下穿梭宴會桌間，鄉親爭相提供紅包，會場一片喜氣洋洋。接著由即將卸任之張會長金清主持，張會長致詞時強調成立已 40 餘年的崇正公會始終堅持不涉政治、不分國籍、宗教信仰及堅決反對戰爭等原則，期盼在即將就任總統之馬英九先生領導下，以和平方式解決台海兩岸問題。駐日代表處許代表世楷致詞時首先對大會籌備人員的辛勞表示感謝，並歡迎國內各位貴賓的蒞臨參與，顯示我政府對旅日客家鄉親之重視。而東京崇正公會的會員大多來自台灣，與台灣維持密切的關係，也都擁有維護自由、民主、人權等價值觀，該會「客家人不打客家人」的主張，更與近年來以和平方式解決問題之世界潮流不謀而合，殊值認同與宣揚。

本會莊副主任委員致詞時首先代表行政院客家委員會向與會的鄉親致意，並感謝主辦單位對台灣的盛情邀約。此外，莊副主委也向與會來賓說明行政院客家委員會自 2001 年成立以來，致力推動客家文化的各項施政作為，並創造出多個世界第一，例如 2003 年客委會在 45 日內成

立全世界唯一主要以客語發音、客家元素為內容之全天候播放頻道-「客家電視」；成立全世界唯一的「客家學院」；舉辦全世界唯一的「客家語言能力認證考試」，並運用網際網路科技之便成立「哈客網路學院」，讓民眾不受時空限制，能隨時上網瀏覽、學習客家語言、文化；2006年舉辦全球首次的「台灣客家博覽會」，除讓全球客家人為客家文化的完整呈現同感驕傲外，也讓非客家人有機會一窺客家的豐富之美。而「客家桐花祭」這幾年在客委會的推動下，已然成為北台灣春天的著名節慶活動，透過「桐花」意念，已大力帶動客家庄的觀光、經濟及創意產業發展。目前在客委會的協助下，靈活運用桐花元素，透過文化故事包裝行銷，輔導廠商開發出300多種客家桐花創意商品，大幅提升客家文化創意產業發展。接著，莊副主任委員也將代表上述成果之客語能力認證考試教材及客家特色商品致贈東京崇正公會張會長金清，以嘉勉其對崇正公會的貢獻及對凝聚海外客家人向心力的熱誠與用心。

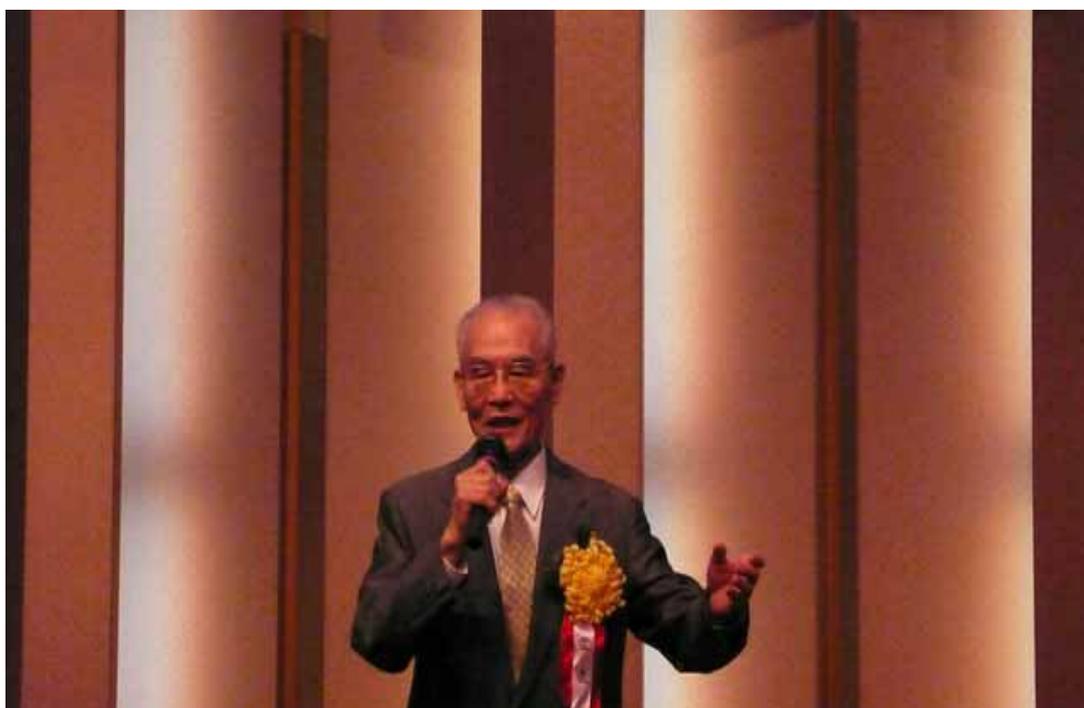
之後張會長正式交棒給新任會長劉茂榮，並展開懇親餐會，席間特邀佛光山寺提供舞蹈表演，國內桃園縣三皮客家藝術團亦應邀登台演出，一系列精采的客家歌謠演唱，博得全場來賓熱烈掌聲。歷時數小時的懇親活動，在

全體貴賓及客家鄉親齊唱客家名曲「客家本色」聲中順利
圓滿結束。

(三)照片集錦



東京崇正公會第42屆會員懇親大會舞龍舞獅的熱鬧開場



東京崇正公會張會長金清於第42屆會員懇親大會中致詞



本會莊副主任委員錦華於東京崇正公會第42屆會員懇親大會中致詞



本會莊副主任委員錦華（圖中）及本會羅委員能平（圖右）致贈客語能力認證考試教材與客家特色商品予東京崇正公會張會長金清（圖左）



東京崇正公會新舊任會長交接典禮：圖中為卸任之張會長金清，圖左為新任之劉會長茂榮



本會莊副主任委員錦華致贈客家特色商品予東京崇正公會新任會長劉茂榮先生

五、新橫濱拉麵博物館

(一) 歷史背景說明

日本於 19 世紀明治維新實施對外開放政策以來，各地港口便成為外來文化的輸入窗口，傳說橫濱便是日本拉麵的發源地之一。從大正到昭和年代(20 世紀)，分散各地的中國人或是向中國人習得製麵料理技術的日本人，紛紛在各地創造自己的拉麵料理，且隨著時代轉變，融合了當地的飲食口味，逐漸發展出各具特色的拉麵文化。

從中國拉麵轉變到日本拉麵的過程中，在鹽味的湯頭加入醬油，將直順的麵條捲曲縮短，並且添加小魚乾、柴魚之類的日式高湯等 3 個主要特色，形成了日本獨有的拉麵文化。而昭和 33 年(1958 年)泡麵商品的開發，更讓「拉麵」成為耳熟能詳、家喻戶曉的名詞，原本被視為高價的拉麵，隨著泡麵商品的普及變成隨手可得的日本國民代表性食物。

(二) 參訪紀要

為何拉麵博物館會出現在橫濱呢？據當日該館擔任導覽的人員表示，這個計畫的開始需回溯至 1991 年，當時新橫濱地區尚屬新興發展的商業區域，每到假日就人煙稀少，為了促進當地經濟發展，該館的館長-岩岡洋志便提

出了興建「新橫濱拉麵博物館」的構想。而「最愛吃的拉麵」、「假日也能吸引人潮之處」、「不用搭飛機也能吃到全國各地的拉麵」等發想便是促成岩岡館長建立「新橫濱拉麵博物館」，而非其他用途的大樓的原因。

這個史無前例的構想，引發了周遭的質疑與反對，又如何招募各地有特色的拉麵店至該館開店也是一大難題，所幸贊同館長理念的拉麵店漸漸出現，終於在 1994 年集結了 8 家拉麵店的拉麵博物館正式開幕，且吸引了大批人潮。館方更指出，該館的 3 大特色為「吃得到全國各地有特色的拉麵」、「看得到全國各地特色拉麵的相關介紹」及「史上第 1 個以吃為主題的博物館」。

該館 2 樓至 7 樓為收費停車場，1 樓至地下 2 樓則為博物館主要設施。1 樓為製麵工廠、展示廳及商品販賣中心，除了展示日本拉麵的歷史、全國特色拉麵的相關資料及製作過程等介紹外，更陳列了琳瑯滿目的拉麵相關商品如吊環、餐具、裝飾品及各種館內才有的獨創拉麵、各店拉麵之便利調理包等。就連該館導覽人員的名片都屏除傳統長方形的式樣，做成拉麵碗的形狀，令人印象深刻。

往下走至地下 1、2 樓，時光便回到從前，呈現在眼前的是 1958 年的昭和時期街景。館方表示，考量 1958 年

係泡麵商品問世且經濟繁榮的昭和時代，故拉麵博物館內設施、場景佈置均以 1958 年的昭和年代作為時空背景。進入地下 1 樓便可先從鳴戶橋上俯瞰整個館內設施及昭和時期的黃昏場景，循著環狀街道可看到蓮華町(住宅街)及鳴戶町(飲食街)，入目所見皆為當時的雜貨店、照相館、錢湯、民家及 2 間拉麵店，無論住家或商店皆仿當年形式設計，雜貨店也陳列、販售各式懷舊零嘴小吃。最特別的是每間民家門上皆掛有門牌、並邀請著名電影製片公司人員以特殊手法設計，使遊客在此端望去會有越遠的建築感覺愈小的視覺差異；又各家門牌、商店老闆及警察皆有名字，例如地下街入口有位車站剪票口的工作人員叫「井上真太郎」，香煙店由「伊古井家」經營等，他們均是由該館職員扮演，並被賦予符合該年代市街住民的「真實身分」，讓人更加強烈感受那股懷舊氣氛。地下 2 樓規劃成鶴龜町，中央廣場為公園，四周則開有 5 家拉麵店。公園內從賣冰棒、彈珠汽水到投圈圈、射飛鏢等古早味濃厚的店都有，吸引了很多人駐足參觀玩樂。

館方一開始便與全國各地具特色之拉麵店洽談在館內開設店舖之可行性，起初談妥 8 家常設店，但因館內重新裝潢等因素，店家多少有些變動，目前在館內開設的有「蜂

屋」、「支那麵屋」、「井出商店」、「樺」、「龍上海本店」、「春木屋」、「福拉麵」、「濃紫」等日本由北到南各具特色之拉麵店。每家店門口皆掛有看板，寫明排隊還要再等幾分鐘；此外，為使顧客能一次品嚐各地拉麵，店家還貼心地推出迷你拉麵，可以滿足顧客的需求。

館方表示，博物館一年約有 100 萬的遊客(其中台灣人約有 1 萬 5,000 人)，年營業額有 15 億日圓之多，其收入來源為入館費及各家麵店繳納的店租（店租以店家營業額之成數來計算）。每家拉麵店每月平均營業額約 1 億日圓，是館外生意最好的拉麵店營業額的 3~4 倍。

當初為了活化新橫濱區域發展而成立的拉麵博物館，自開館以來也開始思考整體拉麵業界的活化方向，而嘗試推出了「全國拉麵紀行」、「拉麵登龍門」等企劃活動。其思考方向是除了館內的「常設店」外，再開設「期間限定店」，讓全國各地之特色拉麵、引發話題的拉麵等都有機會在館內被介紹推廣，甚至舉辦拉麵比賽等。畢竟帶動拉麵業，讓日本拉麵文化能有更多元化的發展，對於博物館的經營也是有所助益的。

(三) 照片集錦



左圖為新橫濱拉麵博物館的醒目外觀與排隊人潮；右圖為拉麵博物館人員做成拉麵碗形狀的創意名片



左圖為拉麵博物館地下1樓入口處，有位扮成車站剪票人員的工作人員親切招呼遊客，他的左手邊掛著一個牌子，寫明8家拉麵店的麵食特色及等待用餐的時間；右圖為本會參訪人員-莊副主任委員錦華（圖右）、羅委員能平（圖左）與館內工作人員（圖中）合影



從地下1樓的鳴戶橋上俯瞰地下2樓之鶴龜公園及周圍的拉麵店



館內以昭和時期為時空背景的建筑



左圖為本會莊副主任委員錦華與拉麵博物館導覽人員一重經理（圖左）合影；
右圖為拉麵店實景



拉麵博物館內的拉麵周邊商品：拉麵碗（左上圖）、拉麵禮盒（右上圖）、由拉麵食材之一的叉燒肉發想設計的小豬擺飾（下圖）



拉麵博物館內有關拉麵製作方式的圖解看板

六、財團法人傳統工藝品產業振興協會

(一) 歷史背景說明

日本自 1950 年代經濟高度成長以來，伴隨技術革新及大眾媒體的發展，確立了大量消費的經濟構造。標準化生產的廉價生活用品及人民所得提高形成大量供給，大量消費的供需模式，導致傳統工藝品的市佔率日漸萎縮。又，隨著經濟成長，農業發展的比例大幅縮減，連帶地也影響到傳統工藝品原料的供給來源。而工業的發展也促使許多農村的勞動人口外流，加上教育制度的改變等，使得傳統工藝品產業發生人手不足及「學徒制度」的崩解等問題。然而，最重要的是國民意識的改變，隨著日新月異、五光十色的各式產品的大量出現，民眾選擇商品時也變得愈來愈重視價格、新奇及流行等層面；相對地，設計多較為質樸的傳統工藝品也如同傳統的生活型態、節慶文化等，逐漸失去人們的關心與青睞。

為了振興傳統工藝品產業，日本政府於 1974 年制定了振興傳統工藝品產業相關法規，其中針對「傳統工藝品」的定義如下：

1. 主要為日常生活中使用之物。
2. 製造過程以手工製作為主。

- 3.以超過 100 年以上之傳統技術製造。
- 4.使用傳統的天然原料。
- 5.在特定區域具有一定規模的製造業者(如 10 家企業或 30 人以上的製造者)

至於不超過 100 年歷史之工藝品，則交由各地方政府自行輔導、規劃振興保存之相關計畫。

(二) 協會簡介

財團法人傳統工藝品產業振興協會（以下簡稱傳產協會）係基於振興傳統工藝品產業相關法規，由中央政府（經濟產業省）、地方政府、產地工會及相關團體等出資共同於 1975 年成立之機構。傳產協會主要工作項目為全國傳統工藝品產業的振興及增進一般消費者對傳統工藝品之理解與認識。中央政府一年補助經費約 8 億日圓，占總收入之七成左右，其餘收入來源為會費及地方政府、產地工會之相關經費等；大部分的收入皆用於相關業務執行，人事管理費支出僅占 2 成。

至於協會主要業務內容說明如下：

1.輔導產地工藝品的振興：

擬訂傳統工藝品製造產業的振興計畫，派員輔導傳統工藝品的品質檢驗，以確保建立完整的檢驗體制等。另協

助組成同一業種之協議會如全國傳產陶瓷器組合協議會，以促進同業間之情報交換、強化推廣活動之效益。

2.增進民眾對傳統工藝品的認識：

除透過新聞、雜誌的宣傳外，並製作、廣發相關手冊來增進一般消費者對傳統工藝品的認識與關心。另製作各產業傳統工藝品製作技術的多媒體資料，以保存、推廣這些珍貴的生活文化。

3.舉辦各式比賽、展示會，並推行「傳統工藝品月」：

為向消費者介紹全國傳統工藝品，並促進傳統工藝品製作技術的交流，舉辦各式比賽及工藝品展示會。又，每年11月訂為「傳統工藝品月」，開辦各種會議、繪圖、作文比賽、傳統工藝士作品展等活動，以加深國民對傳統工藝品的關心與認識。

4.傳統工藝品產地製造者資料登錄及相關人員派遣：

建置各產地之學者專家人才資料庫，並依各產地之實際需要派遣適合人才至產地，協助當地工藝品生產事業之振興。

5.實施各種調查、提供相關情報：

舉辦全國傳統工藝品產業界之實況、設計開發、通路開拓等研究、調查，並提供相關調查結果作為業界參考。

6.產地之調查、診斷事業：

由學者專家至傳統工藝品產地實際調查，協助找出問題點，並研析對策、提供建言，以改善產地的發展情形。

7.針對學生之傳統工藝品教育事業：

在國小至高中的課程中，設計與傳統工藝士有直接接觸的活動，增進學生對日本固有歷史、文化的理解與關心，有助於日本傳統文化的推廣、傳承。

8.傳統證紙的發行：

為使消費者能安心購買傳統工藝品，發行傳統證紙以供貼在由日本政府指定的技術、原料製作，並經產地檢查合格的製品上。

9.傳統工藝產業人才的獎勵與培育：

針對從事傳統工藝品製造已有 12 年以上經驗且目前仍繼續製造者，實施全國性考試，通過考試者授與「傳統工藝士」資格；同時對於稀有工藝品產地的製造者給予表揚、獎勵，以促進傳統工藝品產業振興。此外，推動傳統工藝產地之體驗、交流活動，增進一般民眾對傳統工藝品的瞭解及培養興趣，以協助傳統工藝產業人才之培養與傳承。

(三) 參訪紀要

當日除聽取該會的業務簡報外，並實地參觀該會附設之全國傳統工藝品中心。目前由日本政府指定的傳統工藝品有 210 種，而在該中心展示的有 130 種如織物、陶瓷器、漆器、木竹品、佛具、和紙、文具等生活用品，是全國唯一的綜合展售場所。據該會表示，全國傳統工藝品中心提供傳統工藝品產業界與消費者相互溝通、理解的平台，為了促進消費者對傳統工藝品的認識及傳統工藝品業界對消費需求的瞭解，中心的營運項目如舉辦各式傳統工藝品之常設展、特別展，發行「傳統與生活」之傳統工藝品情報誌，舉行相關演講會、職人之現場製作演出，開辦各種工藝品之手工製作教室，經營「全國傳統工藝品中心之友會」及設立工藝品診所（和服、漆器、銀器等工藝品的修理、保養的諮詢受理窗口）等。

不過，導覽人員亦坦言目前該中心的營業情形尚可，因為展示的傳統工藝品雖然製作精美，但多要價不斐，除非是有錢人或箇中愛好者才會出手購買，否則在現今機器自動化大量生產的日用品如塑膠製品的普及下，要一般民眾掏腰包購買相對昂貴的產品是頗為困難的。正因如此，如何運用傳統工藝技術與材料，從事符合現代生活型態與消費習慣之產品設計，以及拓展傳統工藝品的消費市場(如

與日本歌舞伎、茶道等傳統文化，甚至是與櫻花祭等年度節慶祭典活動相互結合宣傳)等，亦是傳產協會今後持續努力的方向。

(四) 照片集錦



全國傳統工藝品中心內木雕師傅實地製作的情形



左圖為木工藝品-針線盒；右圖為本會莊副主任委員錦華（圖中）與傳統工藝品產業振興協會阿久澤專務理事（圖左）、木雕師傅（圖右）合影



全國傳統工藝品中心之各式工藝品展示（一）



左圖為傳統工藝品產業振興協會發行的傳統工藝品證紙；右圖為本會莊副主任委員錦華致贈客家特色商品予傳統工藝品產業振興協會阿久澤專務理事（圖左）



全國傳統工藝品中心之各式工藝品展示（二）

肆、心得與建議

- 一、東京崇正公會及關西崇正會皆為日本最具組織且人數較多的客家社團，自成立以來，每年均召開會員大會及懇親會，邀請海內外客家鄉親數百人共聚一堂。他們對客家事務的用心與熱情，實屬難得，多年來本會均應邀與會，雙方建立良好情誼。建議本會今後仍應逐年派員參與大會，並積極邀請前開兩社團重要幹部返台，參與本會辦理之大型客家活動，以持續維繫難得的向心力與認同感。
- 二、東京崇正公會及關西崇正會主要幹部皆呈高齡化現象，因此皆對社團成員年齡斷層及客家事務推廣之後繼無人感到憂心忡忡，社團活動無法吸引客家後生參與，沒有新血輪的加入更讓社團陷入僅辦例行活動的困境。建議在提供相關教材與出版品的思維外，也能面對年輕人的真實需要，藉由各式參與，例如：研討會、音樂、舞蹈等較活潑的展演活動去傳達客家文化特質，或建立客家特色商品的展售平台，或增加客家後生之橫向聯繫，讓這些青年從感受客家的美好開始，逐步接觸客家，方能談到傳承的可能性。
- 三、本次赴日參訪之則武森林、西陣織會館、拉麵博物館及全國傳統工藝品中心，不僅結合時代之文化意涵及在地特色，充分展示、銷售各式文化創意商品，更透過現場表演、

實際體驗操作等方式，讓民眾更加容易親近這些細膩且具質感的文化特質。

四、從則武森林的參訪過程中，可看出百年以上的陶瓷產業如何利用舊有工廠再規劃成結合陶瓷文化與自然生態的創意觀光產業。藉由開放廠內參觀，有助遊客認識陶瓷業製作過程，也能親身體驗製作的樂趣。再者，陶瓷工藝品的豐富館藏能引發遊客興趣，搭配區分為不同價位的展售中心，更能挑動遊客的購買慾望。最重要的是，業者願意開放綠意盎然的園區供民眾自由參觀，其重視在地自然景觀生態、願意擔負社會責任的作法，也能在消費者心中樹立良好形象，此點可供客家特色商品業者做為參考。

五、西陣織會館做為京都西陣織產品的展售平台，不僅僅是各項產品的靜態陳列而已，其動態的和服秀，由模特兒身穿華麗和服本身所提供的視覺想像確有一番樂趣。雖然和服是高價位的產品，但館方配合京都特有的傳統人文氣息，推出和服出租活動，讓遊客可著裝外出遊覽體驗京都之美，是個不錯的作法。此外，由西陣織工進行的實地製作演出，能讓遊客了解西陣織法的過程，其精緻繁複的手法呈現，也能帶給參觀者動態的視覺樂趣。而靜態展示的各類產品，均是運用西陣織法衍生出的相關商品如和服腰

帶、領帶、手提包、錢包等，精美的圖案設計，各具特色。傳統的織布工藝與現代日常生活用品結合，就能迎合消費者需求；或與當地特色景觀、人文環境配合，就能引人思古幽情，進而消費「歷史文化氛圍」，未來可提供客家服飾及相關商品推廣之參考。

六、在客家館舍活化經營及未來南北客家文化園區軟體規劃方面，若能參考拉麵博物館的作法，構思主題式展覽，採用動靜態兼具的展示手法，並在建築裝潢、展示內容、販售商品，甚至是工作人員的服裝或名片上設計一致性的標誌，將有助於彰顯特色，加深消費者的印象。

七、客家傳統技藝及特色產業的發展，或許可參考傳統工藝品產業振興協會的作法，由政府主導創設財團法人組織，協助輔導地方政府與民間廠商經營產業、提昇品質、行銷推廣及培育人才等。如此將有助於發展客庄在地特色、活絡經濟發展，進而傳承客家固有文化並改善客庄經濟。

八、有關於行銷推廣手法方面還值得一提的是，例如則武森林的網站將琳琅滿目的陶瓷產品，依季節、節慶別加以歸納整理，讓民眾可依需要(如生日、結婚等)進行分類查詢，是個很貼心的作法。傳統工藝品產業振興協會的網站則依食、衣、住、行等類別推出留言版，讓民眾可上網分享自

已使用這些工藝品的心得，藉由網友的口碑發酵，也能增進消費者的信心與購買慾望。此點也能做為客家特色商品業者進行網路行銷的參考。