

出國報告（出國類別：考察）

日本北海道農村觀光旅遊政策交流

服務機關：行政院農業委員會水土保持局

姓名職稱：蔡驩曦正工程司兼課長

簡韋琪正工程司

派赴國家：日本

出國期間：103 年 7 月 22 日至 7 月 26 日

報告日期：103 年 10 月

摘要

本次日本考察計畫，主要探討日本北海道的農業及觀光政策的結合發展，亦即了解日本政府如何協助農村如何從生產延升至服務產業，強化農村與城市互動交流。透過台灣鄉村協會安排，實際踏勘走訪日本北海道札幌市-夕張-上川郡-旭川市等處，就農村發展的政策及農業與觀光結合發展的經驗交流，了解該區農業發展、農村觀光發展歷程及其各種影響層面，進而有助於本局推動農村再生活化，研擬相關因應及激勵輔導措施。

訪視札幌市狸小路創造的經濟奇蹟、透過地方政府再造的文化小鎮-小樽運河、發展特色產業的都會型觀光工場-白色戀人多角化經營、夕張的哈密瓜產業所衍生的產品附加價值、富野良農場經營的方式歷久彌新、小小拉麵街營造特色，最後拜訪旭川觀光誘致宣傳協會，透過該協會詳細介紹，了解日本政府為振興農村活化，規劃完整的觀光計畫，協助農村走向休閒旅遊，提升農村的生活品質，有完整的法制、整體的規劃如交通的便利性、支持農業無息或低息貸款…等各項措施，讓農村活化、多元永續發展。

目 次

第一章	考察目的.....	6
第二章	考察行程.....	7
壹、團員.....	7	
貳、考察行程	7	
第三章	日本農業發展政策	10
壹、相關法令政策	10	
貳、農業發展推動策略	19	
第四章	日本北海道農業與觀光發展規劃	24
壹、法源依據	24	
貳、觀光事業演進	24	
參、主要辦理業務	25	
肆、推動農業各項政策配套措施	27	
第五章	日本參訪考察實記簡介	30
壹、札幌市觀光景點-狸小路-都會型商店街	30	
貳、小樽文化保存-地方小鎮營造及文化保存	32	
參、白色戀人-特色產業故事行銷	34	
肆、夕張產業發展-特色產業	37	
伍、農場體驗-旭川農場 tekuteku	39	
陸、富田農場(ファーム富田)-地方特色產業與創意產業	42	
柒、旭川拉麵村	47	
第六章	心得與建議事項	49
附錄.....	57	

表圖目錄

表次

表 1. 考察團員名單	7
表 2. 日本北海道考察行程表	9
表 3. JA 組織業務體及各層級之單位名稱	22

圖次

圖 1：飲食教育推動體制	18
圖 2：JA 整體架構	20
圖 3：JA 三安管理理念	21
圖 4：夕張哈密瓜附加產品	29
圖 5：狸小路的吉祥	32
圖 6：物狸小路街景	32
圖 7：小樽運河景象	33
圖 8：透明公開製作過程	35
圖 9：活動人偶鐘塔	35
圖 10：白色戀人餅乾	35
圖 11：白色戀人工廠外觀	36
圖 12：石屋製果工廠	36
圖 13：夕張夫妻	38
圖 14：佳偶證	38
圖 15：夕張全盛時期有許多電影院	38
圖 16：參訪農場農事體驗	41
圖 17：富良野農場遊覽地	42
圖 18：富良野花季自然美景	45
圖 19：富良野農場相關產品開發	46
圖 20：拉麵村	48
圖 21：拉麵村景象	48
圖 22：拉麵村博物館	48
圖 23：拉麵村-麵食	48
圖 24：拉麵村-火頭山拉麵	48

圖 25：專心聽取協議會簡介	56
圖 26：學員提出問題討論	56
圖 27：島課長介紹吉祥物	56
圖 28：感謝協議會協助與介紹	56
圖 29：拜會旭川觀光誘致宣傳協議會合影	56

第一章 考察目的

我國 2010 年總統頒布實施「農村再生條例」為我國農村發展法制化的重要起始點，條例實施迄今已經過 3 年多時間，並有近 400 個農村社區提報農村再生計畫逐步實現願景，從社區人力培訓、農村環境改善、文化保存、生態保育至產業活化都有完整規劃與發展。惟如何讓社區「永續經營」透過農村再生計畫達到農村生活機能需求、農業產業經濟命脈建構農村居民與土地利用，縮短農村與城市距離並能緊密互動、共生，是我國農村再生政策努力方向。

本次藉機到日本北海道地區學習、考察，獲益匪淺。針對我國農業發展的現狀，學習日本農村發展的政策規劃、實施經驗及農業與觀光結合跨部會整合共同推動農業觀光事業等一系列的農村事業、農業開發之寶貴經驗與做法，值得我們學習和借鑒，以做為我國推動農村再生與農村永續經營之政策參考。

第二章 考察行程

壹、團員

行政院農業委員會水土保持局簡正工程司韋琪、台南分局蔡課長驩曦，名單如下：

表 1. 考察團員名單

中英文姓名	機關	職稱
蔡驩曦 Huan-his Tsai	行政院農業委員會水土保持局台南分局	正工程司兼課長
簡韋琪 Wei-Chi Chien	行政院農業委員會水土保持局	正工程司

貳、考察行程

為執行本項計畫，感謝台灣鄉村旅遊協會協助參訪行程安排及解說，讓行程內容豐富精彩，考察期間特別感謝農委會農田水利處胡副處長忠一協助翻譯，對於此次行程拜訪的單位能針對與我國農業政策內容提出問題及回應，過程更有具體的內容與我國農業相對應，在此銘謝。

本計畫於 2014 年 7 月 22 日至 7 月 26 日共 5 日實際踏勘方式走訪日本北海道札幌市-夕張-上川郡-旭川市等處，就農村發展的政策及農業與觀光結合發展的經驗交流，以了解該區農業發展、農村觀光發展歷程及其各種影響層面，進而有助於本局推動農村再生活化，研擬相關因應及激勵輔導措施（行程表如表 2），茲將重要訪問與考察重點列述如下：

- （一）參訪日本北海道札幌市國際知名觀光都市-商店街活化地方經濟，如何以適切的政策營造出商業環境發展。
- （二）參訪白色戀人工坊、夕張市產業-城市與農村不同特色產業的發展模式；小樽運河小鎮再造之文化保存
- （三）參訪富良野等農場、拓真照相館、道之驛-農業經營模式、產業與行

銷，創造農村觀光旅遊奇蹟。

（四） 考察旭川農場農事體驗、男山酒造製作過程與行銷、拉麵村成功經營模式。

（五） 拜會旭川觀光誘致宣傳學會，瞭解推動北海道觀光，協助農民推動農業休閒旅遊。

表 2. 日本北海道考察行程表

日期	地點	內容
7 月 22 日 (星期二)	台北-新千歲機場-札幌市 參訪國際知名觀光景點-狸小路及 拉麵橫町	報程，搭長榮航空 (BR-116 班 機) 台北時間 10:00 到日本北 海道新千歲機場 (日本時間 15:00)
7 月 23 日 (星期三)	札幌市-夕張	上午：舊道廳、時計臺、大通 公園、北一硝子館、音樂盒博 物館 下午：參訪白色戀人工坊、夕 張產業
7 月 24 日 (星期四)	夕張-上川郡	上午：參訪富良野農場、 菅野 農場、美瑛丘陵 下午：拓真野映象館、雲層峽 溫泉
7 月 25 日 (星期五)	上川郡-旭川市-上川郡	上午：考察旭川良野處農場、 道之驛 下午：旭川雪的美術館、男山 酒造
7 月 26 日 (星期六)	上川郡-旭川空港至台北 搭長榮航空 BR-135 班機	拜會旭川觀光誘致宣傳協會推 動觀光情形。 參訪旭川拉麵村

第三章 日本農業發展政策

本次參訪機會了解日本之農村政策發展包含糧食自給率、食品安全、振興農漁村活化等政策，提升地區農村社區產業價值、就業機會及所得收入。為協助農村產業活化，日本政府推展農業與農村的六次產業發展，透過城鄉交流與體驗學習，豐富都市居民的多元學習，達到農村產業振興活化目的。

日本面對進口農產品的衝擊，大力改革農業，於 1999 年日本通過《食品、農業和農村基本法》制訂了一系列措施提出"對環保做出貢獻的農業"、"可持續發展的農業"等策略，以建立讓國民的生活、生命安全與安心，讓農民有信心、生產者與消費者「共生」的新政策體系，另將「農村振興」納入農業政策四大基本理念，將振興山地及偏遠地區都市與農村交流列為施政策略，並於 2005 年 7 月施行「食育基本法」，推動地區農業發展策略，以降低成本、提升農產品競爭力，實施地區農業發展地產地消計畫。

壹、相關法令政策

日本政府為解決糧食自給率低下、農業生產結構單一和農業農村落後問題，建設有競爭力的農業，促進農業農村高速發展，制定了一系列法律法規倡導和規範，促進農村振興發展。

一、食品、農業和農村基本法

日本 1999 年 7 月頒發了新的農業法-《食品、農業、農村基本法》，同時宣布廢除 1961 年制定並實施了 38 年的《農業基本法》。本法共計 4 章 43 條及附則 6 條，共計 49 條文構成。

第一章 總則 第 1-14 條

第二章 基本措施 第 15-36 條

第三章 行政機關及團體 第 37-38 條

第四章 糧食、農業、農村政策審議會 第 39-43 條。

新農業法以國民生活所需的糧食安定供給、發揮多元功能、農村永續發展及國民經濟的健康發展為目標，包括四個基本理念：

- (一) 確保食品的穩定供給：以合理穩定的價格，供給優質食品並擴大國內農業生產，適當調整進出口，以保障緊急特殊狀況的糧食安全。如確保糧食安全，推進飲食教育，推進地產地銷等
- (二) 農村多元發展：保護國土、涵養水源、生態保育、重視景觀環境，文化保存及活化等。
- (三) 農業的永續發展：建立合理的農業結構，以確保耕地、水、勞動力等生產要素的供給，並增進自然循環機能。如支持農業生產者，培育規模經營者及法人，促進農地規模集中利用，改善農業生產條件和生產環境等
- (四) 振興農村：以農業發展為基礎，整備農業生產條件和農村生活環境，提高福利。如保護農村地域資源，促進農村經濟活化，加強城鄉共存和雙向交流，建立舒適安全的農村生活等。

二、農山漁村振興活化對策

由於日本農山漁村地區活力的降低，造成城鄉差距嚴重，為促進農山漁村之活化，必須根據地區特性發展農業，並以地區居民為中心，在各種地區居民之參與協助下，活用地區資源，使其發揮獨自思考行動之主體性及創意，以培育新的產業。日本政府提出 9 項具體策略，供各農山漁村參考，2007 年 2 月 1 日，在農林水產省及地方農政局，設置「支援窗口」，以作為農業者、居民、農業相關團體等，對於地區活性化相關問題之諮詢機構。

(一)以農林水產物為核心之策略

1、以地區農特產品為核心之生產販賣策略。

- (1)確立品牌，創造產品差別化、高附加價值化：活化當地產品特色、創造產品差異性、提高產品附加價值，兼顧環保地區農業，以確立地區品牌與販賣店配合，登錄商標、統一包裝由販賣垂直整合之販賣策略。
- (2)生產資訊公開並與消費者建立信賴關係，以促進產品販賣。
- (3)與型超市、外食團體、學校午餐訂定買賣合作契約，促進交易安定。
- (4)透過多元化的銷售通路策略，如與販賣店、餐廳、媒體合作擴大消費需求
- (5)生產、流通機制之改善，以確保品質、降低成本、提高附加價值及安全性。

2. 農特產品之加工策略

- (1)強化與廠商(食品製造業、當地製造業者)及大學契約合作開發推廣產品。
- (2)突顯地區特產之特色，活用當地特產作物強化加工、整備各種販賣設施加強販賣策略，促進地區活化。

3、出口策略

- (1) 創造及擴大買賣通路，例如在海外設置商家、辦理展示會、說明會，以擴大出國計畫說明會等。
- (2) 排除阻礙出口之因素，根據對手國之規定，強化國產品之檢疫條件、品質管理體系等。
- (3) 實施保護智慧財產權、品牌之對策，實施商標管理及自行開發之品種管理等，以保護品牌。
- (4) 出口導向之生產、加工、流通體制之整備，擴大海外運銷通路，提升加工技術保障品質，以提高農特產品附加價值。

(二)活用地區資源之策略

1、城鄉交流策略

- (1) 根據社會不同階層的需要，活用農山漁村之教育資源，推行經驗交流。
- (2) 農林漁家民宿、旅館的質與量之提高及擴大並促進農家多角化經營。
- (3) 促進都市住民、企業、非政府組織(NPO)等多樣化主體之參與。
- (4) 促進城鄉居住或長住，以促進就業、健全都市居民的地區體制及交流。
- (5) 城鄉交流、兩地居住或長住基礎建設之整備。景觀保全、生態保育、農園設施、閒置空間活用等。

2、觀光策略

整體環境改善與景觀、歷史文化保存配合觀光資源及旅行業者共同推行自然體驗行程。

3、生質能源策略

- (1) 打造生質能源產地-利用生質能源降低農林漁業生產成本，活用食品廢棄物、加工剩餘物之利用
- (2) 開拓農林水產業食料以外之新領域-如生產過程之副產物開發生質能源再利用、木質生質能源或稻桿等非食用部分開發技術，提升活用生質能源技術，建立最佳組合之生質能源利用模式。
- (3) 促進都市與農山漁村間生質能源之利用及活用。

(三)創新行銷手法之策略

- 1、活用資訊通訊技術，推動農山漁村活化創新策略。
- 2、發展地區資源吸引企業投入滿創造就業機會與企業合作策略。
 - (1) 以地區資源為核心，吸引企業設廠。
 - (2) 利用地區資源，創造新產業，並對發揮地區創意之創業者予以協助。
- 3、培育地區領導者策略

- (1) 農山漁村導入地區管理者，推出擁有民間企業實務經驗之都市居民為地

區管理者、領導並管理社區。

- (2)協助地區居民參與培訓研修體制、強化與與大學合作、培育地區解說員，建立交流人才培育之基礎。

(四)活用外部的力量

- 1、在實施地區活化對策之際，有效利用外部力量十分重要。消費者、都市居民等地區外的人力或企業、學校、研究機關、行政組織等，即可加以應用。
- 2、對於中央政府相關對策的應用，如在上述各活化策略中，即可應用農林水產省之支援對策。
- 3、農林水產省為建立農山漁村活化策略之基礎，將實施「強化社區活力」、「地區基礎環境之整備」、「人力資源之培育」等相關政策。

(五)支援窗口之設置

農林水產省於 2007 年 2 月，在農林水產省及各地地方農政局(9 處)，設置農山漁村活化之窗口，以支援地區農山漁村活化之活動。

三、食育基本法

2005 年 7 月，日本政府以「在國民的生涯中，培育健全的身心，養成豐富的人性」為目的（食育基本法第 1 條），公布施行「食育基本法」（2009 年 9 月修訂，共 4 章 33 條），明定飲食教育的理念、目的、相關者的角色與任務、食育推進基本計畫的制定、食育推進會議的設置等。2006 年 3 月，以「食育基本法」為基礎，制定「食育推進基本計畫」（2006 年度至 2010 年度）。實施 5 年期間，中央與各縣市政府、鄉鎮公所及相關機關團體等多元主體，一起推動食育計畫。推動之後，目前日本 47 個都道府縣都已訂定並實施「食育推進計畫」，推動飲食教育的相關志工人數逐年增加，家庭、學校、托兒所也全面推展飲食教育，

飲食教育正全面落實推展中。

（一） 基本理念

- 1、國民的飲食生活，受益於自然的恩惠及食品產銷相關人員的努力，因此必須充滿感謝的心情。（第 3 條）
- 2、國民必須利用各種機會和場所，推行食品從生產到消費過程中的各種體驗活動，並親自參與，以實踐飲食教育。（第 6 條）
- 3、飲食教育可維護傳統的良好飲食文化，有效利用地區特性的飲食生活，進行與環境調和的糧食生產和消費，促使國民理解國內糧食需求及供給的狀況，並藉由糧食生產者和消費者的交流，促進農山漁村的活化和糧食自給率的提升。（第 7 條）

（二） 各相關機關單位之職責

- 1、中央政府必須根據上述「基本理念」，制定有關飲食教育之對策，並加以實施。（第 9 條）
- 2、地方公共團體(縣市政府、鄉鎮公所)亦須根據上述「基本理念」，與中央政府配合，根據地方公共團體的地區特性，訂定自主性對策，並加以實施。
(第 10 條)
- 3、增進教育相關團體及有關人員對於飲食生活的關心及理解有其重要性，因此必須利用所有機會與場所，積極推行飲食教育。而農林漁業者應積極提供關於農林漁業的多元化體驗機會，使國民理解自然的恩惠和人類飲食生活的重要性，並與教育相關團體及有關人員相互配合，以利推行飲食教育。
(第 11 條)
- 4、食品相關事業者在事業活動上，必須根據上述「基本理念」，自主積極地

推行飲食教育，並協助中央及地方公共團體推行飲食教育。(第 12 條)

5、包括家庭、學校、幼稚園、各地區社會等全體國民，必須根據上述「基本理念」，以實現終生健全的飲食生活，並為飲食教育貢獻心力。(第 13 條)

(三) 食育推進基本計畫

1、內閣府(相當於行政院層級)設置「食育推進會議」，主要職責有制定食育推進基本計畫、審議食育推進的重要事項及實施關於推進食育的各項對策。
(第 16、26 條)

2、都道府縣(相當於縣、直轄市層級)設置的「都道府縣食育推進會議」，必須以「食育推進基本計畫」為基礎，努力制定為實施飲食教育的「都道府縣食育推進計畫」。(第 17 條)

3、市町村(相當於鄉鎮市層級)設置的「市町村食育推進會議」，必須以「都道府縣食育推進計畫」為基礎，努力制定為實施飲食教育的「市町村食育推進計畫」。(第 18 條)

(四) 基本對策

1、中央政府及地方公共團體，在學校、幼稚園等地，需有效推行飲食教育，以實現幼童健全的飲食生活，促進健全的身心成長。因此對於以下活動，應採取必要之對策：(第 20 條)

(1) 對於學校、幼稚園在飲食教育推行上，協助其制定推行指針。

(2) 適合食育指導的教職員之培養。

(3) 食育指導體制之建立。

(4) 透過學校供餐的實施、農場的實習、食品的烹飪、食品廢棄物的再生利用等各種體驗活動，以促進幼童對飲食生活的理解。

(5) 針對過度瘦身或肥胖對身心健康的影響等，提供正確的知識。

(五) 促進生產者和消費者的交流及活化農林漁業

中央政府及地方公共團體，藉由生產者和消費者的交流，建立生產者和消費者的信賴關係，確保食品的安全性，促進食品資源的有效利用，以及提高國民對飲食的理解與關心度，同時為促進活化與環境調和的農林漁業，需加強農林水產品生產、食品製造、流通等相關體驗活動，提高地區內學校供餐及消費對當地農林水產品的使用。此外，亦須善用創意，降低食品廢棄物的發生，並強化資源之再生利用。(第 23 條)

(六) 支援優良飲食文化之傳承活動

中央政府及地方公共團體，為維護傳統活動或具有地區特色的飲食文化，對於優良飲食文化之傳承相關活動，應採取必要的對策。(第 24 條)

(七) 調查及研究食品的安全性及正確的飲食生活，並促進國際交流：

1、中央政府及地方公共團體，為使國民得以選擇適當的飲食生活，對於國民的飲食生活，食品的安全性，營養，飲食習慣，食品的生產、流通、消費，食品廢棄物的發生及其再生利用的狀況等，需進行調查及研究。同時對於必要各種情報的收集、整理及提供，資料庫的建立，其他關於飲食正確的資訊等，應採取必要的對策，使其得以迅速提供。

2、中央政府及地方公共團體，為使飲食教育順利推行，對於海外食品的安全性，營養、飲食習慣等飲食生活資訊的收集，飲食教育研究者的國際交流，飲食教育推進活動的資訊交換及其他的國際交流等，應採取必要的對策。

本計畫施行成果良好，截至 2013 年 3 月底止，日本全國 47 個縣均已制定

完成「都道府縣食育推進計畫」，全國 1,138 鄉鎮（65.3%）制定「市町村食育推進計畫」。各縣轄下 100% 完成「市町村食育推進計畫」之鄉鎮 6 個縣，未滿 25% 者 2 個縣、25%～50% 者 7 縣。

二、 政府部門跨域合作，建構政府部門支援體系

為全面展開國民飲食教育，日本政府展開跨域合作，由厚生勞動省與文部科學省、農林水產省等部門共同合作，建構緊密的支援體系，如下圖。

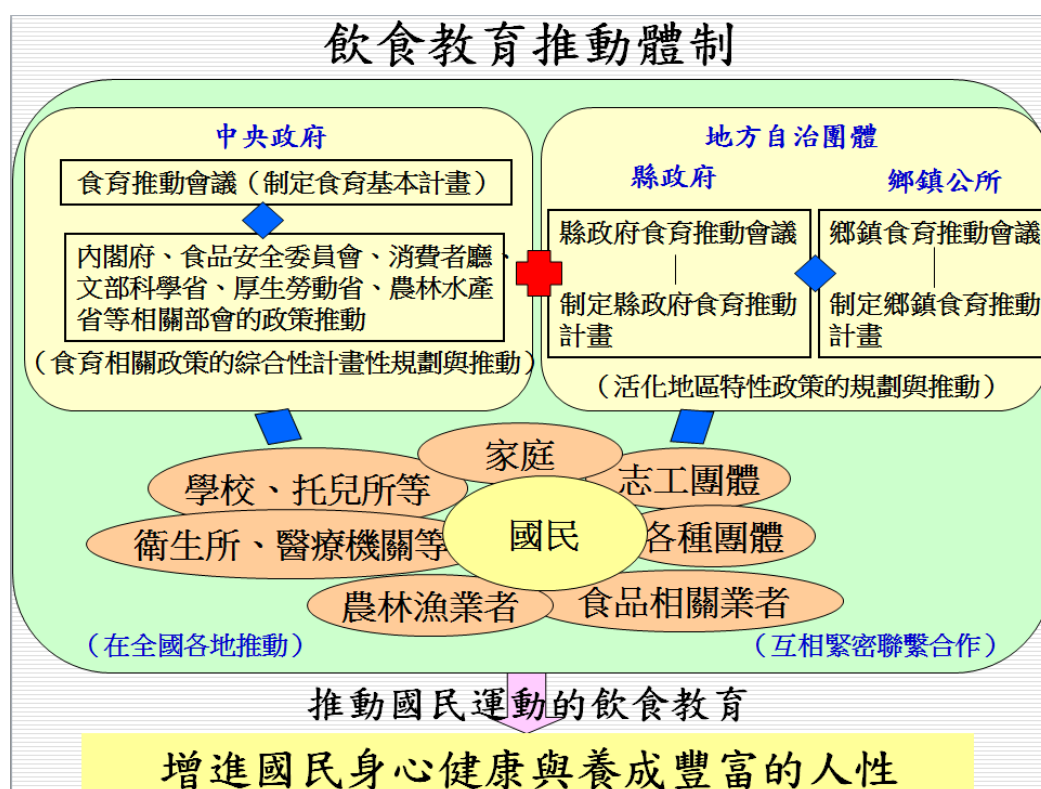


圖 1：飲食教育推動體制

（一）文部科學省

文部科積極推動飲食教育包括料理教室、以在地農產品作為學校營養午餐食材、並對營養教師及職員實施農業相關課程、運用食農教育教材或圖書，教授學童營養知識、舉辦戶外教學從事農業體驗教育旅行等活動，實踐飲食教育相關活動 以深化飲食之概念。

（二）農林水產省

為推動地區農業發展策略，結合「食料、農業、農村基本法」、「六級產業化法」等相關法規，積極進行推動飲食教育，包括推動食農教育、都市與農山漁村之交流與共生、綠色休閒旅遊等，多元發展、持續支持國產農畜產品，解決農業、農村相關課題。。

貳、農業發展推動策略

日本農業推動透過非營利組織，善盡法人應盡的本分，以民主營運管理方式，為農業發展、振興農村為全國農民提供服務，成為農民最大的後盾，實現農業和農民走向市場的重要組織。

一、JA 體制

日本的農業協同組合（即「農業合作社」以下簡稱「農協」英文名稱為 Japan Agricultural Co-operatives，簡稱 JA），依據「農業協同組合法」成立，以為促進農民合作組織健全發展，增進農業生產力，提高農民經濟與社會地位，發展國民經濟為目的(農協法第 1 條)，主要是協助各項農作物的生產、運銷業務，辦理其他經濟事業、信用、壽險、產險及簡易醫療事業等項目。其目的多為促進產銷流程的合理化及共同化，最終目標在提高農家的所得。

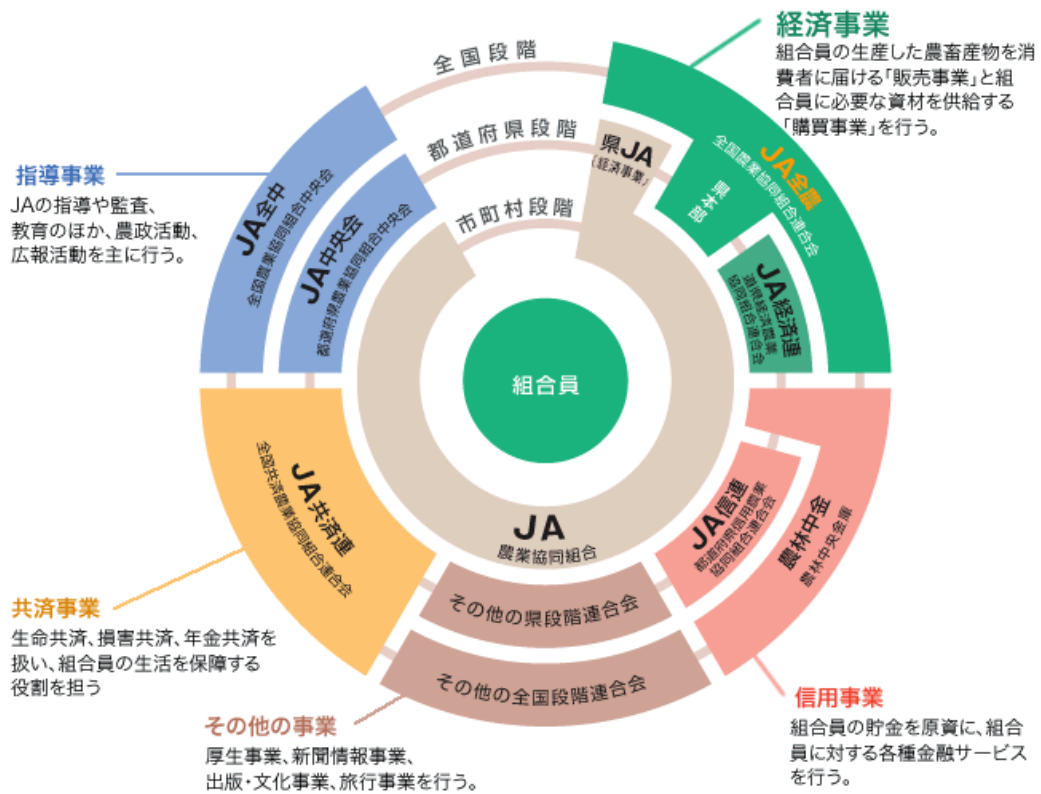


圖 2：JA 整體架構

二、管理理念

組織的營運由會員自主決定，但運銷工作則仍透過農協，該協會乃作為生產者和消費者之間的和平橋樑，以三「安心」觀點為管理理念(1) 支持生活和農業，我們將努力創造一個健康的地方。(2)我們將提供給消費者，國內農畜產品加工，新鮮安全。(3)我們將積極地保護地球的環境。

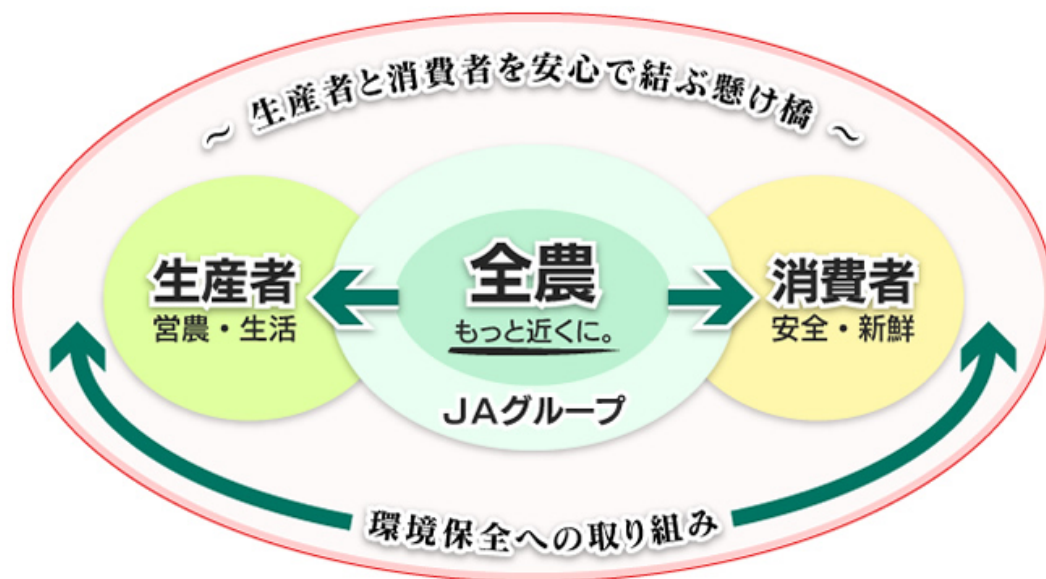


圖 3：JA 三安管理理念

三、目標

聯盟成員，高級管理人員和的 JA 的員工是會起作用的（自願，自立，參與，民主管理，正義，團結等）來定義和價值，合作社運動的基本原則的基礎上。而在全球範圍來看前景環境的變化，我們將努力創新，在組織，企業和管理。此外，在合作區域和國家與世界同行的合作，我們將努力實現公平的社會更加民主。為此，將真誠地履行作為植根於當地社區和農業組織的社會作用達到以下目標。

- （一）在日本促進農業社區，並試圖保護水和綠色食品為目標。
- （二）通過促進環境，文化和福利，並試圖建立一個豐富的社區，人們能夠生活在安樂自在中。
- （三）通過團結和積極參與到 JA 的嘗試，實現合作成果。
- （四）站在民主管理和自我獨立的基礎，這無疑增加了信任和管理健康 JA。
- （五）通過實踐學到了哲學的合作，讓 JA 與農村在一起。

日本 JA 組織遍及全國各地，分爲市町村（鄉鎮）、都道府縣（縣）及全國三個層級，如表 1。市町村 JA 由會員本相互扶助之精神，以確保會員農業經營與生活，營造更美好的地區社會爲目的，共同出資組成；都道府縣級聯合會則由市町村 JA 共同出資設立，全國級則由都道府縣級與市町村級共同出資設立，以補足各該級 JA 力有未逮之處，俾利達成「農業協同組合法」所定之宗旨。

表 3. JA 組織業務體及各層級之單位名稱

JA 事業體	全國級	都道府縣級	市町村級
指導業務	JA 全中	JA 中央會	農業協同組合 JA (719) 正會員 489 萬人 贊助會員 454 萬人
信用業務	JA 農林中金	JA 信連	
共濟業務	JA 共濟連		
經濟業務	JA 全農	JA 經濟連	
厚生業務	JA 全厚連	JA 厚生連	

四、JA 業務內容概要

爲達成 JA 法所定目的，JA 辦理會員的農業經營與技術指導及生活有關的指導諮詢、生產資材或生活物資的共同購買、農產品共同運銷、設置農業生產與生活所必須的共同利用設施、存款與資金融通之信用業務、確保生命財產安全有關的共濟業務等各種業務與活動。目前日本 JA 主要經辦的多元化業務包括：指導、經濟、利用、加工、信用、共濟、厚生、高齡者福祉、地區營造與資產管理、觀光休閒旅遊等，涵蓋第一、二及三及產業相關業務，其中經濟、利用、信用業務自產業組合時代即已開辦。

日本的 JA 長期以來，隨著各經濟發展階段，配合農業政策，機動調整事業

與活動內涵，對於增進農業生產力，提高農民的經濟與社會地位，發展國民經濟具有貢獻。當前日本 JA 的事業內容涵蓋兼營信用、生產、經濟、共濟、生活等綜合性事業，進入 21 世紀後，JA 開始融合糧食、農業、農村與國民各範疇，建構相互依存的共生體，重視消費者飲食與生活的安全安心、農業多元功能的發揮及農村的發展。最近，因金融海嘯造成全球經濟大衰退，資本主義市場原理的神話幻滅，JA 始強調回歸組織原點＝創造「新的合作」，重新檢視會員、當地居民與國民的實際需求，透過整合多元的農業經營體、當地企業與農業者及 JA 的合作、消費者與農業者的課題共有化，藉由多樣化的人、組織與多元方法的聯繫合作，發揮合作力量，共同推動地產地消、食農教育、促進女性創業、推動農村休閒旅遊與城鄉交流、創造農村就業機會，促使農業復權，以擴大農業生產、確保能安定供應安全安心的糧食與生產環境，同時透過 JA 綜合性事業功能的發揮，促使農村地區再生，建構安全、安心、富裕的生活環境，並保護自然環境等。JA 願景與各項措施能否達成，其關鍵因素恐怕維繫於 JA「真實的合作」、「新的合作」能否落實，綜合性功能是否充分發揮。

第四章 日本北海道農業與觀光發展規劃

爲因應加入 WTO，加速農業轉型與升級，政府與農民團體正積極規劃運用農村自有環境與資源，維護農村文化、生態保育並創造農村觀光與休閒之新價值，透過農村再造新價值觀，激發農村居民自主精神推動農村建設資源，落實農村公園化理念，建設舒適及具有魅力的農村，共創永續經營環境。因此，農村休閒產業、文化傳承及生態保育等設施綜合改善、推動農業體驗學習之旅、農業休閒旅遊、城鄉居民交流活動等。

壹、法源依據

農協法第 10 條：「爲提昇會員之農業技術及經營能力有關之教育，或有關改善農村生活及文化設施。」及第 12 條：「前各項事業所附帶之事業。」日本農協辦理觀光休閒旅遊事業的法律依據。

貳、觀光事業演進

1967 年年 8 月 1 日「觀光旅遊事業」由 206 個縣級中央會、信用、經濟、共濟（保險）、厚生（醫院）、運輸等縣級農協聯合會共同出資設立的「社團法人全國農協觀光協會」（以下簡稱「全國農協觀光協會」）承接。至於合併 3 個全國聯合會，成立全國級經濟事業單一窗口之決議，直到 1972 年 3 月，全購聯與全販聯合併爲「全國農業協同組合聯合會」（簡稱「全農」）之後，方得以實現。

1999 年，農林水產省公布「食料、農業、農村基本法」，將「農村振興」納入農政四大基本理念之一，並將振興山地及偏遠地區、都市與農村交流列爲主要施政策略。隔年農林水產省爲復興傳統飲食文化，設立「食育推進班」與「農林漁業體驗推進班」，辦理食農教育。另爲促進城鄉交流，推動城鄉一體化的地區活化運動，將農林漁業體驗協會、故鄉與資訊中心、21 世紀造村學院等 3 個財

團法人，整併成「財團法人都市農山漁村活性化機構」，扮演推動與支援城鄉交流體制的單一窗口，專責輔導農林漁家開辦民宿、培育民宿經營人才、提供民宿經營諮詢、維運城鄉交流資訊系統平台、選拔百大農林漁家民宿等任務。

近二十年來，隨著農家所得提升、國際化的進展與拜日幣升值之賜，日本農協會員赴國外旅行人數逐年增加。全國農協觀光協會為因應社會經濟情勢的變遷與需求，期望將農協觀光的主力旅遊事業重新整合再出發，以擴大服務網，遂於 1989 年 10 月 20 日，與全國農業協同組合中央會（簡稱「JA 全中」）等 8 個全國級農協團體為發起人，共同出資，以辦理一般旅行業為主要目的，設立農協觀光股份公司（N-Tour），資本額 7 億日幣，獲運輸省（交通部）登記註冊為一般旅行業第 939 號，1990 年 1 月 1 日開始承受全國農協觀光協會的全部收益性旅行業相關營業事業，並自是日開始營運。

參、主要辦理業務

1990 年以後，全國農協觀光協會所辦理的事業活動，主要是為了促進地區農業發展與活絡農村、振興農家生活文化，因此與 JA 全中攜手合作，推動都市與農村交流、農家休閒及生活文化活動，實施觀光旅行有關的宣傳、廣告及提供協調、聯繫等公益性事業與非營利活動。全國農協觀光協會所辦理的事業活動在其國內獲得社會各界相當良好的評價，主要辦理項目如下：

1. 促進都市與農村交流：於東京新宿設置「故鄉中心」，以首都圈居民為對象，提供農山漁村地區相關資訊，同時介紹「農協民宿」，並展售各農協生產的地方農特產品。利用春假及暑假實施各種「農業體驗學習營」，透過都市學童接觸大自然的農業體驗，施予農業、農村、糧食、自然等啟蒙知識，培育其更寬廣、更健全的身心，同時促使都市學童對農業及農村居民的親近、理解與

關懷。於東京等大都會舉辦「思考糧食、農業、綠地兒童座談會」，透過兒童參與各種農業學習體驗，讓其澈底思考田園乃是農業生產的場所，也是創造富裕的自然環境與保護國土免於荒廢的重要資源。於東京等大都會舉辦「鄉鎮交流大會」，提供各種農業體驗旅行、地區農特產品、農協民宿等相關資訊，並辦理地區農特產品展售、學童精米比賽等活動。

2. 為提昇農業技術、改善農村生活與農村福祉，規劃辦理農村休閒旅遊事業，籌組赴先進國家農業考察團及歐洲農村休閒旅遊事業研習團，赴歐洲等先進國家考察、研習農業現況、制度、政策及觀光事業實施經驗等，並發行「海外農業視察便覽（歐洲篇）、（美國篇）」。
3. 為擴充並完備農協旅行事業體制，舉辦農協旅行中心職員研習會，以提昇擁有旅行業管理執照者之知能，並協助農協旅行中心的旅行業務辦理人員通過國家考試，考取資格執照。根據統計，農協旅行中心職員通過國家考試取得資格執照的比率遠超過同業的全國平均。
4. 為有效回應並滿足民宿利用者的期望，召集農山漁村的民宿經營者及農協的民宿事業主辦人，舉辦「民宿經營者研習會」。
5. 為增進高齡者的健康，並促進交流與激發農業合作意識，提供高齡者全國性交流的場所與機會，實施全國槌球大會。
6. 舉辦休閒、觀光有關的推廣教育及宣導活動：有鑑於觀光、旅遊對於提昇農山漁村生活文化具有貢獻，為喚起國民之旅遊需求，每月發行「旅遊新聞 M」旅遊資訊雜誌。以都市居民為對象，隔月發行「良好互動」雙月刊，介紹農村文化、史蹟、地方農特產品、地方傳統工藝品、農業體驗、農家民宿等資訊。為介紹推廣農村地區觀光資源與民俗文化，舉辦「民俗藝能與農村生活思考會」。為保護並美化觀光資源，參與總理府（行政院）與運輸省的「觀光

週」策劃工作，並積極推動提昇觀光禮節相關活動，配合分送、張貼海報，同時於觀光景點設置垃圾桶，並進行清掃活動。

7. 進行農村地區振興及提昇農村生活之調查研究：每年進行農家休閒旅行意識及活動時態調查分析，並發行「農家休閒旅行白皮書」。進行農村方面對於都市與農村交流活動有關農業農村體驗活動評價之分析，探究能促使都市與農村雙贏的策略，並做成「農業農村體驗活動評價分析調查研究報告書」。
8. 設置網頁，提供前述各項事業或城鄉交流活動內容相關資訊，同時依時令開闢專案計畫網頁如：「農村歡樂之旅」、「故鄉俱樂部」、志工團體「貓之手俱樂部」（招募志工）、「愉快流汗！貓之手援農隊」（協助農家採收西瓜）等，並辦理各項活動網上報名、網上徵文、消費者意見交流、農特產品與出版品網上展示及代售、宅配等服務。

肆、推動農業各項政策配套措施

為促進農村觀光休閒事業，日本政府採取一系列配套改革措施，如擴大地方自主性補助金制度改革、建立培訓人才和發展農產品商品化等制度。

一、政府補助經費

由於農協是互助性質、不以營利為目的的經濟組織，因而政府在財政上制定多種補貼政策扶持農協，積極解決農協的經費問題，確保農協專注於農業研究、經營、管理；另提出長期的低息甚至無息貸款扶持，如日本支持農協發展產業化經營、農產品加工，經常會給農協提供 15 年期的無息貸款，一是款項大、足夠農協快速起步發展，二是期限長、足夠農協發展成規模並有相當收益。在政策上主要是減稅、低稅或免稅政策，以及允許多領域、多渠道經營。

日本政府透過農協這條渠道支持農業，促進農業和農村經濟的發展，改善

農民的生產和生活條件，縮小城鄉差距，把支持農協視為就是支持農業、農村和農民。例如本次參訪的美瑛富良野拼布花田乃是由農民發起，旭川市政府整合美瑛富良野等北海道花田農場各以公司名義經營，由政府全力扶植。農民自主向政府提出整體經營之企劃案，經政府審通過後即可獲補助，政府並協助週邊產品開發，旭川市公所每年多次至國外宣傳邀請媒體記者及旅行業者舉辦最詳細的旅遊說明會，目前之觀光客台灣人最多成功的農業轉型 政府扮演重要角色宣傳行銷的專業只有政府的資源與能力才有辦法創造出經濟效益奇蹟。

二、建立培訓專業人才機制

農業要多元發展，必須採用靈活多樣的方式培育大批農業人才、訓練農民、培育年輕人。首先是培養高級農業人才，國家成立眾多農業研究機構和投入大量研究經費，目的是實現要成為合格的農夫都必須經過系統學習、必須是農業專家，因此日本的農業專業人才很多。其次是培訓現有農民，國家主要通過農協定期舉辦培訓班、或親臨農家指導等，提高廣大農民的生產技術和綜合素質。再次是培養年輕一代投入農業生產回歸農村，由於人多地少、資源較貧乏，國家都非常重視關係到國計民生的農業，經常由農協組織安排小學生參觀田園和農產品市場、到田地開展農業生產勞動等，透過體驗參訪活動，讓年輕一代的學生了解農業的重要性，要重視農業；另則透過這樣的活動讓學生了解基本的農業生產知識，從小培養有從事農業之吃苦耐勞的精神。

三、大力發展農產品商品化。

在國際貿易自由化的趨勢下，為開發農產品的國際國內市場，國家把發展特色農業、高附加值農業作為突破口。日本開展了著名的「一村一品」運動推進專業化生產。依據各農村地區的地氣候特點和地勢，挖掘地方特色農產品，提升生產和加工技術，使之成為響譽全國獨特產品，通過「一村一品」運動，

讓各農村社區發展核心產業並且激發農村居民對產品系列商品化的經營理念，農產品不再是單一的農產品，可以把其生產加工成一系列商品，應用到生產、生活，如富良野薰衣草單賣並不值錢，但利用其本身或其中的成分開發週邊商品如明信片、香料、乾燥花、香皂、香水、驅蚊水、皮具、床上用品…等系列產品，這種特色農產品的專業化加工生產提高新技術利用率和勞動生產率，促進特色農產品加工和高度商品化，大幅提高產品附加價值，一系列產品行銷隨著薰衣草的景點打開行銷市場。目前各地都有地方農特產品品牌，如夕張哈密瓜、青森的蘋果等。



圖 4：夕張哈密瓜附加產品

第五章 日本參訪考察實記簡介

本次參訪行程從了解日本北海道知名國際景點、特色商店街、創意產業、農場體驗及社區小鎮營造等地方執行面之案例或特色為此次參訪重點，以了解農村發展、城鄉交流等觀光政策結合，透過公、私部單位派員接待解說，進而對於日本北海道農業與觀光發展策略之規劃有進一步了解。

壹、札幌市觀光景點-狸小路-都會型商店街

札幌位於北海道的中央，面向日本海方面的日本最大的谷物產地時狩平原的一角，是北海道的首府，人口約 180 萬人，也是北海道經濟、文化和行政中心。在高樓聳立的市街景色當中，仍保留著許多開拓時期的古典建築。明治時代引進西洋文化及技術，打造而成的札幌時鐘台，以及北海道廳舊本廳舍等，都是具有指標性的札幌代表建築。每年日本冬季慶典「雪祭」，都在這裡舉行，每年有 190 萬遊客湧進參與盛會；札幌的水質潔淨甘美，所以啤酒、美食都是首屈一指。

狸小路位於札幌市中心的東西向約 1 公里的商店街，約 200 家商店鱗次櫛比。一個全天候的拱廊自西 1 丁目到西 7 丁目，下雨下雪或烈日照射，都絲毫不影響人們的購物。此商店街發祥於開拓使時代。1869 年，明治政府在札幌設置了“北海道開拓使”，當時，在現在的狸小路 2・3 丁目周邊開始出現了商家與飲食店。1873 年左右，這一帶開始被稱為“狸小路”。在拱廊內，新舊店鋪聚集，還有土特產商店和卡拉 OK 歌廳等，吸引了很多觀光客。充滿活力的商店街，讓人一步一個新發現。食、衣、住、行甚至日常娛樂，在這條東西長約 1 公里的商店街裡一應俱全。除了歷史悠久的老商店之外，也有最近才開幕的新商店，新舊店鋪參差排列在同一條街道，讓這條街獨具魅力。整條商店街設有拱廊屋頂，即使下雨或下雪，也可以一邊輕

鬆購物，一邊悠閒自在的散步。值得一提的是西 5 丁目有創建於 1973 年(日本昭和 48 年)的「狸神社」是札幌狸小路商店街的守護神，現也成為狸小路的吉祥物。

札幌由窮鄉僻壤轉變為今日國際大都會，乃是因日本政府對殖民地的開發與發展觀光事業，每年有百萬人次的觀光客湧進，帶動整個地區發展。日本政府於 2002 年開始推動「商圈再造 5 年計畫」，政府協助民間業者再造商圈之需求。此再造計畫透過「札幌 TMO」組織包含札幌市、當地的商店街、民間企業、市民 & NPO 等單位所組成，提出針對札幌市都心再造案，並提供實際支援的財團法人單位，提出各項優惠專案、公開甄求創意經營者投入，該計畫共吸引 70 位的經營者都參加甄選，最後評選出專賣洋果子、女性服裝、銀飾及畫作的 4 位年輕經營者。

狸小路採光罩則由店家、地方政府及中央政府分別出資三分之一所建置，可增加店家參與及共管的誘因，使得公共設施得以更適切的規劃及維護。這樣具有財產權的設施、建築、結構或空間，政府放任市場機制，由民間出資部分資金參與或許可因社會組成的內部化而有最佳的資源配置。狸小路的模式即是一個很好的範例，透過政策規劃、讓民間、或店家共同參與使得大家更有參與感並能主動維護公共財之設施，得以永續經營。



圖 5：狸小路的吉祥



圖 6：物狸小路街景
(採光罩，不論天氣如何不會影響逛街)

貳、小樽文化保存-地方小鎮營造及文化保存

小樽運河是日本北海道小樽市的一處地標。1914年動工，1923年開通。運河沿岸排列著一排紅磚倉庫，是小樽市作為日本北海道金融、經濟中心的象徵，甚至被人稱為「北方的華爾街」昔日運河裏曾擁擠著無數裝卸貨物的舢舨。後來由於戰爭令工業倒退，喪失了運河的工用，因此有一半長度的運河被填平作馬路使用。如今這些倉庫建築都改成了玻璃工藝品商店、茶館、餐廳和大型商鋪。成為了一處旅遊聖地。

北海道的人氣觀光景點之一「小樽運河」建於大正三年，共花費九年的時間完成，寬 20~40 公尺不等，全長 1300 公尺。其運河旁的大正、昭和時代所留下的大型石造倉庫，與運河組合成一幅美麗的風景畫。兩側有滿滿一排的石造倉庫，運河廣場附近的瓦斯燈，則要在半昏暗的夜色中方能顯出它的綺麗。

25 年前日本發起小樽運河保存運動，在公部門及工商界期待下，小樽市的區域振興活動開始進行小樽運河旁的道路拓寬更新都市計畫，這樣的大型工程引發鄉土史學者、教師、主婦、高中生、一般市民正反兩派的強大爭論，也使得「小

樽運河保存協會」等相關民間組織成立，維護小樽運河之存廢，引發全國關注之歷史建築保存、活化之議題。爰此，市公所也積極保存僅存的歷史建築並投入社區營造事業，時至今日，小樽的觀光產業，除保有獨特的港灣風情、旁邊的石造倉庫歷史建築也得以保存，有著古樸的浪漫氣息更令觀光客難以抗拒的風情。

小樽運河旁的石造倉庫歷經再利用的省思，經過市公所資源盤點再利用後，將石倉庫作立面及內部空間的美化改善，現今已成為小樽運河特色聚集的處所，亦將運河的歷史故事傳承並成為北海道必遊的景點。因此，閒置空間之釋放與轉化的行動，不但可以賦予歷史建築物新的生命，透過民眾參與，強化社區意識，得以將民眾共同的記憶透過環境與空間的對話得以保留共同的記憶並成為生活體驗的好所在。



圖 7：小樽運河景象

參、白色戀人-特色產業故事行銷

白色戀人工坊不僅僅是一座歐式莊園，它還是一間可以學習巧克力歷史、製造方法、體驗製作白色戀人、參觀白色戀人製造過程的巧克力博物館—「白い恋人パーク」(白色戀人工廠)。它位於北海道札幌市宮之澤，是一座美麗的歐式莊園。走入園內，你可以看到仿中世紀英國都鐸王朝風格的建築、地面撲滿紅色磚塊的中庭、噴水池與街燈等。每年 5 月中旬至 10 月底，將近 480 平方公尺的花園裡盛開三百種古典及現代等各個品種的玫瑰。一年四季都有不同的玫瑰及其他時令花卉迎接遠道而來的訪客，洋溢著濃濃歐風情懷的建築與花園讓人彷彿置身在童話世界中。

註：白色戀人這個羅曼蒂克的名稱是怎樣命名而來的呢？1976 年年底，石屋製菓正在為他們新開發的產品白巧克力夾心餅乾如何命名而煩惱，有一天夜晚，石屋製菓創辦者也就是當時的社長石水幸安先生剛享受完滑雪樂趣、漫步在回家路上時，從天空緩緩地落下了片片細雪，看到這樣美麗景色的社長就不自覺地說了一句「白色戀人們飄下來了」，這不經意說出的一句話，就變成了白色戀人誕生的契機。

無論是在官方網站裏、餅乾盒封口的貼紙上、甚至白色戀人工廠中，隨處都可以見到貓或貓腳印的圖樣。這是由於白色戀人的薄餅乾ラング・ド・シヤ「langue de chat」在法文意思為貓的舌頭。「langue de chat」是一種餅乾，因為形狀極像貓的舌頭所以得此名。因此石屋製菓便以貓的圖樣作為公司商標。

由石屋製菓株式會社生產，北海道知名的白巧克力夾心餅乾白色戀人誕生於 1976 年，其實石屋製菓前身為 1947 年成立的日式傳統菓子店，轉型製作高級西點，70 年代當時正流行白色巧克力甜點，石屋製菓花了相當多心力想開發出能吃到白色巧克力，同時又不會沾到手的產品。最後研發人員想出以餅乾薄片夾住巧克力的點子，白色戀人也因此誕生；白色戀人名稱浪漫、口感美妙，1976 年 12 月上市後立即風靡日本全國，幾乎成為北海道的代名詞，石屋製菓位於札幌

市西區的工廠也成了知名旅遊景點。

白色戀人公園是以「美味、有趣、懷舊的甜點物語」為主題，令人充滿夢幻遐想的空間。除了白色戀人生產工廠外，園內還有可享用 ISHIYA 獨家甜點的咖啡店及能夠製作專屬自己的白色戀人餅乾的體驗工房。另外還有各式懷舊玩具的收藏展示室及玫瑰花園…等，讓您可以同時欣賞、品味、體驗，將這甜蜜世界留在您美好的回憶裡。

為紀念博物館 5 週年所蓋的札幌活動人偶鐘塔每整點會有「巧克力嘉年華」的表演。歡樂的夥伴們會配合悅耳旋律演出，展現動人歌喉及精采舞蹈，是充滿夢想的遊行。



圖 8：透明公開製作過程



圖 9：活動人偶鐘塔



圖 10：白色戀人餅乾



圖 11：白色戀人工廠外觀



圖 12：石屋製果工廠

肆、夕張產業發展-特色產業

日本北海道的夕張除了以「全世界最貴的哈密瓜」產地著名，還曾經是日本的煤礦之都。全盛時期共有十數座煤礦的夕張，在煤礦礦脈愈挖愈深，開採已不敷成本後，煤礦陸續關閉，人口也持續外移。夕張市政府舉債拼觀光的錢全數燒光光成為全日本第一個破產的地方政府。Beacon 傳播公司發現，夕張的離婚數是全日本最低的，而在這個「事實」上做出創意跳躍，將全日本都知道已經破產的夕張定位為「沒有錢，但有愛」(no money but love)。並配合發展諸如由夕張市政府簽發「佳偶證」等，吸引高達 3 千對日本的新人前往夕張市政府申請佳偶證，為婚姻討吉利，連帶發展出的商品包括夕張夫妻的音樂精選集，以哈密瓜頭為設計的玩偶、禮品、飲料等更行銷到全日本。除了讓夕張得以因為旅遊業的興盛，逐步走向清償債務之路，更重要的是讓夕張人能夠對自己的家鄉重新充滿驕傲。

這樣一個又破、又窮、人又少的城市，有什麼神奇的方程式可以讓她起死回生？經過他們努力研究的結果，答案不過是『幸福』二字罷了，因為夕張是全日本離婚率最低的地方，這裡「窮的只剩愛」，no money but love。為了要讓這樣喜孜孜的訊息傳遞出去，行銷人員想出了一個 idea，創造夕張成為「全日本最幸福的地方，幸福夫妻都該來這體驗一下」，因此設計了一對有著哈密瓜頭的卡通人物「夕張夫妻」，先生叫「倒產」太太叫「赤字」，而日文的夫妻跟負債同音。因此吸引媒體及嚮往成為幸福夫妻的人趨之若鶩，隨即帶動食品業之餅乾廠商、旅行社、酒商、零售店等企業也熱情贊助，這活動不僅讓夕張賺到了人氣也改善了政府的財政赤字。



圖 13：夕張夫妻



圖 14：佳偶證



圖 15：夕張全盛時期有許多電影院

伍、農場體驗-旭川農場 tekuteku

農場主人-淺野先生，出生於東京從 1955 年 10 月。曾經在嚴重弱智兒童康復機構-第二 BIWAKO 學員工作，自 1983 年開始實行 JAS 有機認證種植，種有稻米及大約 50 種有機蔬菜，稻間鴨共作約有一半，主要銷售有運送到合作社販賣及個人客戶直接訂購。家裡有養小狗跟雞，養雞是爲了雞蛋供給，至於農用的鴨等到功成身退之後也會變成桌上的食材。家中有 5 名子女，但長大成人後也都外出居住。喜歡騎自行車(夏天是農作季節就無法騎乘)、閱讀、學習、滑雪、電影。也喜歡結交新朋友，目前是 WWOOF 的主人。可以接待來訪志工，並且讓她們成爲農場好幫手。

註：WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms 的縮寫) 是一種協助有機農場生產有機作物爲目標的國際性組織，起源於 70 年代的英國，目前已經有數十個國家申請加入。WWOOF 組織是協助一般民眾到農場做義工，體驗有機栽培技巧，以及感受農場的生活。其運作方式是民眾提供短暫勞力，每天工作 4 ~6 個小時，並由農場主人提供食宿，在互相信任、經驗交流的原則下，一起完成有機栽培，其中完全沒有金錢交易的行爲，即農場主人不用付酬勞給志工。

WWOOF 類似日本 JA 食農教育事業配套措施之五「快汗!猫の手援農隊」，由全國農協中央會及全國農協觀光協會主導，與各級 JA 團體結合推動，招募想在鄉下生活，體驗真實農業的城市居民或大學生，與因高齡及農忙期人手不足無法從事勞動負荷過重的農家合作，以彌補相互間的不足，是一種不進行金錢收受的城市與農村互補及支援農家的志工活動，所需交通與住宿費均由志工自行負擔，不但可補充農業勞動力，亦帶動民宿業的發展，對城鄉交流及產業發展均有助益。自 1999 年開辦以來，每年招募及參加的援農隊數持續成長。

訪視體驗當天正好有一位泰國大學生來此打工換宿學習，幫著農場主人打包分類當地居民所訂購之農產品，這些農產品不指定什麼食材，是依據農場主人生產什麼就配給什麼食材。當我們到達農場，農場主人介紹農場成員時，也會特別把換宿大學生介紹，把她當為家庭成員之員，在此住宿期間，解決農忙缺代人手的问题，也讓大學生學習農場的生活模式，更進一步協助農場人手問題。

當日我們到田裡體驗收成馬鈴薯，大家拿著各種下田工具前往田裡挖掘，興奮又怕馬鈴薯在這群陌生人的摧殘下橫屍遍地，熱心的主人解說拔取之技巧，大家合力完成收成一大籃的馬鈴薯，並馬上現場烤蒸煮，嚐到新鮮美味的馬鈴薯。接著以農場的代步工具載著大夥到農場體驗農耕方式、鴨間稻、農機具…介紹農場的有機種植方式，以及政府的相關政策，以讓參訪者了解體驗農場的經營模式。



圖 16：參訪農場農事體驗

陸、富田農場(ファーム富田)-地方特色產業與創意產業

富良野為浪漫代名詞，它位於道央，有「肚臍城市」之別稱，每一季都有許多嬌艷的花朵綻放，延伸整個富良野紫色薰衣草、紅白罌粟花、向日葵、鬱金香、大波琪菊、魯冰花…等拼布成的絢麗花海景色，讓遊客置身於歐式庭園的感受，故有「日本的普羅旺斯」之稱。



圖 17：富良野農場遊覽地

(FARM TOMITA)，位於日本北海道中富良野町，富良野車站東北方約 9 公里的小丘陵上。一般季節離富田農場最近的車站是中富良野站，約 2 公里，走路 25 分鐘可到，而在夏季薰衣草的季節會多了一個更近的臨時車站－薰衣草花田站（ラベンダー畑駅），路程縮短為 7 分鐘左右。要前來富田農場的交通方式，可以選擇巴士或是火車，或是自行開車前來，這裡有提供免費的停車場。

日本「曾田香料會社」的創辦人，為減少對進口香料的依賴，擬訂計畫希望由日本自行生產，於是就從法國進口薰衣草種子，分送各地試種，試種結果於北海道的成果最為成功，於是在開始推廣種植，並於次年成功實驗抽取精油。富田農場的名稱是來自第一代農場主人富田德馬的姓。西元 1903 年時，富田德馬先生在北海道富良野這個地方開設農場。到了 1958 年，北海道農政部鼓勵農民種多年生藥用及特用作物，第二代農場主人富田忠雄與妻子為了培育香料用途的薰衣草也開始投入栽培薰衣草，富田忠雄本人是農家第三代，本來不想繼續靠農業為生，但在了解薰衣草之後，也愛上薰衣草獨特人的花卉，下定決心栽培種植薰衣草田。

其實在那個時期並不只有富田先生一家從事薰衣草田的培植事業，因為富良野的氣候適合薰衣草的生長，所以有許多農家從事同樣的工作，培植香料用的薰衣草與生產薰衣草精油。在 1970 年代，這個事業達到了顛峰，有多達 250 戶以上的農家，培植總面積超過 230 公頃的薰衣草田，當時全北海道的薰衣草精油生產量達五噸以上。但是，這樣的榮景並沒有維持多久，因為從 1972 年開始，在自由貿易開放的衝擊之下，低價的香料紛紛進口而使得薰衣草精油售價大幅下降，農家們開始一間一間的撤守，隔年更只剩下富田農場還苦撐著。

直到 1976 年，因為農場薰衣草花田的照片登上了當時日本國鐵的月曆，才讓日本人又想起了這裡原本有著這麼美麗的紫色花海，吸引大批觀光客和攝影師前來，此後旅客也才漸增。後來又因為日劇「來自北國」以富良野市為舞台而變得聲名大噪，成為全國知名的觀光的景點。1980 年後，農場開始從事各種薰衣草相關加工商品的製作，如乾燥花、香水、香皂等，也陸陸續續增建了數間相關設施。雖然經歷過那樣困難的年代，但在農場主人對薰衣草的熱情與執著以及用

心與創新的經營下才有今日的榮景，所以直到現在，就算富良野周邊也有不少觀光花田，卻沒有一家能撼動富田農場的地位。

現在的富田農場，大約種植有約 15 公頃的薰衣草田，不過除了薰衣草之外，還有其它如罌粟花、波斯菊、鼠尾草等多彩的花田也很漂亮。從五月到八月都有不同的花種綻放著，不過，最多人造訪這裡的季節是在六月底到八月初這段時間，無非就是爲了能夠親見紫色花海與徜徉彩虹花田（附錄一各個花田的特色與開花時期）。



圖 17：富良野花季



圖 18：富良野花季自然美景



圖 19：富良野農場相關產品開發

柒、旭川拉麵村

位於日本北海道的旭川市，主要以醬油拉麵聞名，與札幌的味噌拉麵和函館的鹽味拉麵有「北海道三大拉麵」的稱號，又因旭川市內拉麵店數量非常高，故素有「拉麵王國」之稱。爲了讓前來觀光的遊客可以一品旭川拉麵的精華美味，經過當地人精挑細選後選出 8 家人氣拉麵店，成立一座「旭川拉麵村」。

成立於 1996 年的「旭川拉麵村」，小小的拉麵村大約 10 分鐘即可逛完一圈，然而卻集結全旭川市的醬油拉麵精華，8 間不同風格和招牌的拉麵口味，徹底滿足饕客們的胃。雖然各家所販售的均爲同一商，但因各家料理益式各有差異，反提供消費者多樣化選擇的機會。



圖 20：拉麵村



圖 21：拉麵村景象



圖 22：拉麵村博物館



圖 23：拉麵村-麵食



圖 24：拉麵村-火頭山拉麵

第六章 心得與建議事項

日本的觀光農業旅遊經濟開發僅有 30 多年的時間，但其發展速度很快，成效也非常顯著。值得一提是在日本旅遊政策的數次修訂中，曾明文規定在農村（山村、漁村）地區，為提高居民收入，也大力提倡休憩娛樂活動用地的整治，這一政策成為日本觀光農業發展的基礎動力所在。本次參訪日本農業發展與結合農業觀光之心得與建議如下

壹、心得

一、政府主導和服務發展

70 年代日本農業面臨效益下降及產業職能轉變的難題。為促使日本農業轉型升級，日本農林水產省致力於推動農業生產向觀光旅遊方面發展，推動許多觀光農業的健康發展政策。由政府主要擔負技術支持、公共設施完善、財政支持以及國際合作等責任。日本觀光農業受到政府政策之支持，以北海道為例，制定建設具有活力的農村為主旨發展綠色旅遊休閒農業加強城鄉交流與互動，從而實現農業經營多元化戰略，逐年開始連續推出一系列觀光農業規劃。使得政府旅遊休閒農業增加總收入及帶動該地域其它企業盈收。

二、完備的農業及觀光法規體系

日本是法制社會，其欲行事必先立法。日本政府根據農業農村發展各個時期的需要，制定了健全的農業及觀光法規體系-以《觀光立國推進基本法》、《糧食、農村、農業基本法》通過立法把各種政策、目標和經濟措施法律化、制度化，從而使農業農村整備事業有法可依、有法必依，其事業效率和效益顯著，推動農村旅遊業，既保證從事觀光農業的企業又可限制部分人以辦觀光農業之名進行圈地和違法經營之實。

三、結合現地資源整體規劃農業旅遊經濟發展

日本農業旅遊觀光不只是觀光，兼顧國土保育、產業活化、文化保存及生態保育。觀光農業旅遊經濟是綜合利用當地資源，以當地自然、文史資源，以及特有的農村生產、景觀、文化、生態，融合旅遊、餐飲、民宿等綜合經營的一種由農業延伸至服務業的新產業。為推進新型服務產業的發展，日本政府通過地區廣域聯合的辦法整合區域資源，對整合後觀光農業資源進行科學規劃與合理開發。其中，以日本農林水產省開展的「一農村一景觀」、「一村一品」活動為典型代表目的也是開發具有傳統特色的產品，使其在風味、質量及價格上能使消費者稱心、安心、樂於接受和選購。日本各縣市町村也充分整合各地農村周圍的森林山水資源、生態旅遊、與民俗、觀光農園相結合，拓展觀光農業的發展空間。

四、支持農村合作組織之運用

在日本農協組織是以人本主義為基礎的非營利組織，係屬農業從事者及社區居民合作經濟體系，日本政府大力支持農協，健全的農協組織、運作、監督等機制非常完備，讓日本的農業從家庭經營走向規模、市場化及現代化，並落實保障機制，充分發揮農村合作經濟組織橋作用。

五、生態保育結合環境保護觀念

實現觀光農業可結合我國環境保護觀念，一方面要求對農民進行環境保護教育，喚起他們的環保意識，讓其充分認識到自然環境和諧共處，使其了解每一個項目都必須符合不破壞環境要求，既要考慮經濟上的可得利益，又要考慮環境可承載能力，確立共贏經濟思維和協調發展觀念，從而使其自覺保護環境重要性。

六、「限定版」商品行銷策略

全球化後，讓消費生活模式產生「同質化」的現象，導致地方文化特質逐漸消失，從經濟面是因大量生產而帶給民眾價廉物美的恩惠，所以消費者並未抗拒同質化。如何找出商品的「差異性」、「稀有性」製造限量的危機氣氛，才能引誘消費者在最短時間刺激消費。例如日本的 Hello Kitty 在不同地區都有地方限定版的造型，乃是市場區隔及宣傳的一種手法，北海道推出以薰衣草紫色配件之 Hello Kitty「北海道限定版」僅限於在北海道才能購得之商品，這樣的作法與大量生產、廣佈通路的拓展商業行銷空間的作法完全是背道而馳，但究其「限定版」僅是商品的差異化的其一作為，以豐富產品線，在物以稀為貴的心態作崇下，這些「限定版」商品對消費者有更高的購買誘因，既可深化地方特色也能保有消費客群，本次參訪行程，其中夕張市所產之哈密瓜製作各項產品如啤酒、果凍、蛋糕…等唯有在夕張才能買到的產品，至今仍令人想念的滋味，覺得當時沒買是一種遺憾。

貳、建議

日本成功的農業觀光休閒值得學習借鑒，提出的各項策略都是一種途徑和手段，我們應吸取其理念之精髓，發展台灣的農村特色，揮發獨特的資源，目前農村再生推動產業核心也有成果如新社的香菇、綠竹社區的竹筍、關山社區的黑糖等，未來農村社區與休閒規劃結合，促使社區在整理環境改善後，也能成為二十一世紀人們旅遊的亮點區，帶動農村的轉型，惟推動農村活化三年來，仍有待努力，協助農村不僅是生產的單一面向，更應符合現代潮流之休閒產業，提出以下建議作為日後推動農村再生政策參考。

一、我國推動農村再生政策包含整體環境改善、生態保育、產業活化及文化保

存，亦有結合生產、農業休閒等政策，與日本政府支持農業發展相似，建議參考日本推動農業政策之整合政府相關資源共同推動農漁村活化，以彰顯整體性發展之實質效益。

日本推動農漁村活化除有完整法規外，配合相關單位如觀光局、糧食局、食品安全、教育部等共同推動農漁村活化走向產業多元發展。政府所建構不同的產業價值鏈的概念乃是由日本政府(農水省)推動的六級產業化強調以農民為主體，由生產、加工、販售一體化提升附加價值，其基本對策是鼓勵農林漁業者自身投入加工及販售領域，以獲取從生產到販售的利益來提高農業所得；我國推動農村整體活化再生必須朝向多面向發展，其發展的範圍應涵括產業、土地利用、環境、社會、文化與經濟等許多不同面向，以整體性的觀點推動。但因受限於行政部門原有之組織編制，往往逕由各部會各自依機關法定職權，針對不同之實施對象、議題及施政目標切入，以不同的行動計畫及方案推動缺乏以農村為主體的思維，另我國農村社區農產品係由各級產業皆各司其職，從農民負責生產，企業(或農企業)進行加工、行銷，農民永遠只是農產品的生產者，不懂得提升產品附加價值、也不懂包裝、行銷、商品化，以至於農村產業仍停留在傳統時代的農作物之一級生產。建議我國推動農村再生正朝向產業多面向發展，亦應建立支援體系如合作網絡、認可制、基金、合作網絡、輔導專責單位，共同推動整合農村發展策略，增加城鄉互動關係，借鏡日本透過推動體系與政策支援設計，以落實農村發展政策及彰顯整體效益。

二、日本的 JA 是全國最大的農業合作團體，長期以來，隨著各經濟發展階段，配合農業政策，機動調整事業與活動內涵，對於增進農業生產力，提高農民的經濟與社會地位，發展國民經濟具有貢獻。隨著全球經貿自由化發展，

日本 JA 發展遭遇諸多瓶頸，其經營理念與事業內容隨著社會變遷也都隨之調整，其中有成功的經驗，也有失敗的案例。因 JA 與我國農會推廣事業相近可供我國農民團體推展農業及推廣事業協助農村發展之參考。

日本 JA 業務相當多元且內容豐富，包括與農業生產有關的一級產業、加工製造的二級產業、農產品行銷、金融保險、醫療保健、高齡者福祉、住宅建築租賃、休閒旅遊等三級產業，其中信用、共濟、購買、運銷及指導業務為各 JA 共通性業務，其餘業務各 JA 依所處環境與會員需求不同，經辦項目內容多少有所差異。隨著環境變遷，JA 透過舉辦全國大會，依會員的需求、農民期待作改進檢討並創新，如第 23 屆 JA 全國大會基本方針為：「信賴、改革、貢獻」。第 25 屆 JA 全國大會一致認為 JA 團體在大轉換期中，為徹底達成上述共同願景，應重新認識合作組織的價值(自主、自立、參加、聯合等)，從會員與地區居民的觀點彙集睿智，構築多元化合作網絡，開拓新的「合作之輪」，以支撐日本農業的復權、地區的再生與 JA 經營改革。

我國農會之成立於 1952 年係仿照日本國之農協組合，其業務屬性和 JA 相似，背負著促進農村經濟、農業推廣與農村社會發展等政治、教育、社會、技術與經濟等綜合性多元化目標任務。如今我國農會面臨組織與結構之老化與不健全、複雜選舉文化、員工素質相對低落、組織規模小、經營成本高、主管機關之監督不周與政策不落實、經濟環境之劇變與國際競爭壓力當時代走到農業轉型，未能充分盡其責，發揮監督功能。農會本身缺乏應變力又不適時調整組織架構或財務控管機制，因應變動市場導向的生產、行銷導向的運銷等，農會的經營已逐漸失去競爭力及本身應具備之功能。建議我國農會因應時代潮流的變遷，更應隨之轉型，落實農會法所賦予之任務；再則我國政府應設置監督機制並支持農會組織運作、健全農會組織、運作、監督等機

制，讓農會充分發揮農村合作之經濟橋樑，學習日本 JA 精神，為因應環境變遷、滿足會員多元需求，採取組織合併、結構改善、經營改革、業務創新、地區營造等諸多策略，其中有成功的經驗，也有失敗的案例，都值得為我國為推動農業政策參考。

三、日本推動農村觀光將農業與農村活化做適當連結，符合農村需求，促進城鄉發展及振興活化，對於經濟、社會面均有極大助益，值得作為我國推動農村再生發展之參考。

日本農村與我國都有相同之人口老化、年輕人外移，以致人力短缺、勞動力不足現象，在農業環境嚴峻下，日本政府部門及 JA 推動地產地消及食農教育，其中 JA 食農教育事業配套措施之五「快汗!貓的手援農隊」，協助因高齡及農忙期人手不足無法從事勞動負荷過重的農家合作，招募想體驗真實農業的城市居民或大學生，進行一場不收受金錢的支援農家的志工活動，不但可以補充農業勞動力，亦可以帶動農家民宿業發展，增加城鄉交流及產業發展。

我國和日本有著農村普遍現象，於推動農村再生活化時，終希望年輕人能回農、留農，透過各種輔導就業計畫、大專生洄游等活動吸引年輕人或大學生參與計畫，參與者於暑假期間，由指導老師帶領進入服務之社區服務只為競賽、得獎，然而卻也無法解決當前農村現象，建議農村政策不要淪為活動舉辦，應要與農村結合，符合農村需求，實際推動城鄉交流，鼓勵大學生或嚮往農村生活的人們，能夠以打工換宿或參考日本所推動的地產地消及食農政策，透過合作活動，提供高齡者、農家婦女及多元生產者再創事業第二春，並建構責任生產與產銷互信的安全農業機制，由於活化農村必須經由產

業發展來帶動，故日本活化地區經濟、休耕農地與農村發展產業活化之經驗可供我國推動農村再生結合產業發展之施政參考。

四、發展農村社區產業振興地區經濟之有效途徑，建議須先找出產業之差異性展現自我特色，因為當農村社區之農特產品競爭愈來愈多，甚至是愈來愈同質時，找出市場差異，打響品牌、推向市場，走產業化經營的理念，可借鑑日本之「一村一品」經驗，作為推動農村再生計畫輔導農村產業之參考。

台灣推動農村再生計畫，以農村再生條例為依據，從培根到整體環境改善至推動產業，結合生態、景觀、生活、產業發展與社區文化為主軸，結合地方性概念，直接或間接營造出農村旅遊的核心吸引力，不遺餘力已有所成果，讓農村不只在於生產與農業，更能進一步推向六級產業、服務業延伸發展。然而農村社區都有共同特色，如何表現出其差異性展現自我特色，是發展現代農業和振興地區經濟的有效途徑。目前我國推動農村再生產業，許多地方雖有豐富的各具特色的自然資源和文化資源，卻是無法樹立特色化的理念，發揮優勢、打響品牌，推向市場，走產業化經營的理念，建議我國推動農村再生政策，輔導農村社區之產業，應就各社區產業資源盤點後，找出各項產品獨特性、差異性，充分發揮當地具有獨特優勢的資源，可以借鑒日本發展之「一村一品」之經驗，促使農村社區重視其特色化的理念，發展社區產業，作為推動農村再生計畫輔導農村產業之參考。



圖 25：專心聽取協議會簡介



圖 26：學員提出問題討論



圖 27：島課長介紹吉祥物



圖 28：感謝協議會協助與介紹



圖 29：拜會旭川觀光誘致宣傳協議會合影

附錄

春之彩色花田(春の彩りの畑)

五月下旬～六月中旬，冰島罌粟、細香蔥、東方罌粟

◦ 倅之花田(倅の畑)

六月下旬～七月下旬，濃紫早開、羊蹄、丘紫與花藻岩等四種薰衣草

◦ 花人之田(花人の畑)

七月上旬～七月中旬，加州罌粟、姬金魚草、金盞花

◦ 傳統薰衣草田(トラディショナルラベンダー畑)

七月上旬～八月上旬，富田農場最早的薰衣草田

◦ 彩虹花田(彩りの畑)

七月中旬～七月下旬，薰衣草、霞草、罌粟花等七種顏色的彩虹花田

◦ 秋之彩色花田(秋の彩りの畑)

八月中旬～九月下旬，鼠尾草、波斯菊、醉蝶花

薰衣草品種

◦ 濃紫早開(濃紫早咲3号) — 六月下旬～七月下旬

羊蹄的改良品種，花穗短、顏色濃郁，開花期長，適合作觀賞用。

◦ 羊蹄(ようてい) — 七月上旬～七月中旬

早開型，花穗較其它品種紅，香味清爽，主要作為化妝品香料。

◦ 丘紫(おかむらさき) — 七月中旬～八月上旬

淡紫色、典型薰衣草花香，適合作化妝品香料、乾燥花、香包等。

◦ 花藻岩(はなもいわ) — 七月中旬～八月上旬

未開花前花穗呈淡綠色。花香清爽，精油採收佳，常用來作洗髮精或香皂。花色為淡紫色，乾燥後的花苞適合用來泡花草茶。

設施

除了美麗的花田外，在農場內還設有不少木屋設施供遊客遊覽或作為休息、用餐之用。隨著季節的不同，開放的時間也不一樣。

花人之田周邊

- 花人之舍(花人の舎)

入口的迎賓建築，有商品販賣、歷史館與香味體驗區。

- 乾燥花之舍(ドライフラワーの舎)

乾燥花展示空間，2009 年重新布置過。

- 溫室(グリーンハウス)

讓遊客在非夏季也可以欣賞到的薰衣草小花海。

[7-8] 08:30~18:00 [5-9] 08:30~17:00 [10-11] 09:00~16:30 [12-4]

09:30~16:30

- 花之舍(花の舎)

花店。

- 關係之舍(ラポートの舎)

土產店，有冰淇淋、哈密瓜與原創甜點等。

[7-8] 08:30~17:00 [5-10] 09:00~16:00 [11-4] Close

彩虹花田周邊

- 森林之舍(森の舎)

彩虹花田旁，森林間的展望步道與休息區。

[7-8] 08:30~17:00 [5-10] 09:00~16:00 [11-4] Close

- 罌粟花之舍(ポピーの舎)

夏季增開的販賣部，販售冰淇淋與紀念商品。

[7-8] 08:30~17:00 [9-6] Close

倖之花田與秋之彩色花田周邊

。倖之小路(倖の小路)

原名為廣場，是可一覽三大花田的位置，另有賣店。

[7-8] 08:30~17:30 [5-9] 08:30~17:00 [GW] 09:00~16:30 [10-4] Close

GW(黃金周)，日本的黃金周是一連串節日組成的長假，約在 4/29~5/5 前後。

。薰香乾燥花之舍(ポプリの舎)

商品販賣部，有戶外坐檯可眺望十勝連峰。

[6-10] 09:00~16:00 [11-5] Close

。蒸餾之舍(蒸留の舎)

日本唯一提煉薰衣草精油的工廠。

。香水之舍(香水の舎)

近距離觀賞獨家調配的香水製作過程。

[7-8] 08:30~17:00 [5-10] 09:00~16:00 [11-4] Close

美食

這裡有許多與薰衣草相關美食，像是薰衣草冰淇淋、蘇打汽水、可爾必思、泡芙、布丁，也有農特產，如哈密瓜與馬鈴薯等等。在熟食方面有咖哩飯、可樂餅、焗奶油馬鈴薯與熱狗堡之類的輕食餐點可以享用。

大眾交通(從富良野至富田農場的手段)

。火車(JR)

一般時節，請搭到中富良車站，接著步行約 25 分鐘至農場。夏季時節(6-8 月)，可以搭乘 NORROKO 號觀光小火車(富良野・美瑛ノロッコ号)至薰衣草花田站(ラベンダー畑駅)，接著再步行約 7 分鐘至農場。

。巴士

夏季(7-8 月中)有循環巴士 KURURU 號運行於富良野的各個景點之間。

詳細的交通方式可以參考富良野觀光協會或是富良野、美瑛廣域觀光推進協會。

參考文獻：

1. <http://www.ron.gr.jp/law/law/shokuiku.htm>，2014 年 9 月。
2. http://www.maff.go.jp/www/counsil/counsil_cont/nouson_sinkou/activate/strategy01/data04.pdf，2014 年 9 月。
3. 胡忠一，日本 JA 的發展經驗與展望，2012 年 11 月。
4. 胡忠一，～百人一步勝過一人百步～日本人如何成功營造活化自然、生活、文化的農村休閒旅遊事業，2010 年 7 月。
5. 胡忠一，日本「糧食、農業、農村基本法」
<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=2465>，2014 年 9 月。
6. 陳建宏編譯「日本食育基本法之概要」，2005 年 6 月
7. 陳建宏編譯[日本活化農山漁村之策略概述]，
<http://www.rest.org.tw/upload/2014072222305694.pdf>，2014 年 9 月。