

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：考察)

日本推動「設計翻轉、地方創生」
政策及作法

服務機關：國家發展委員會

姓名職稱：郭翊玉處長等 11 人

派赴國家：日本

出國期間：106 年 9 月 10 日至 106 年 9 月 15 日

報告日期：106 年 11 月 27 日

摘 要

為協助地方政府挖掘在地文化底蘊，形塑地方創生的產業策略，並使地方創生理念擴及地方，促進全民參與，國發會業於 105 年委託辦理「推動『設計翻轉地方』示範計畫」，完成「設計翻轉地方創生」規劃作業指引，以供作地方政府計畫推動之參據。同時，本會並以補助各縣（市）政府辦理「設計翻轉地方創生」計畫，期能使地方藉由自發性思考，發掘地方深具特色的產業資源，整合在地與旅外優質人力，透過創新力、設計力導入地方產業，以強化地方文化、觀光與相關產業整合，以達成「創意+ 創新+ 創業= 創生」的目標。

考量日本與我國同樣面臨人口高齡、少子化，衍生非都市地區人口外流以及城鄉發展落差等問題，日本政府自 1988 年起推動「地方創生」之計畫，其中並藉其強創新、設計力導入地方產業，帶動地方再發展方面，已有許多成功案例，實值作為我國推動「設計翻轉、地方創生」之政策或專案的參考。

為了解日本地方創生相關政策及實務推動方式，本次考察主要於東京拜會日本野村總合研究所，了解日本推動地方創生總體政策及策略措施，並拜會東京都墨田區政府產業觀光部，瞭解政府如何媒合創意設計力導入地區傳統工藝產業，並協助產品認證與行銷推廣；參訪東京都台東區政府其利用廢校空間所建之「台東設計師村」，轉型作為文創基地之作法與經驗。以及拜會酷日本基金公司(Cool Japan found Inc.)，瞭解日本如何透過公私部門合作，應用設計推動 Cool Japan 品牌國際化。此外，並赴長野縣拜會小布施市役所及該市的「六次產業中心」等地，以及與石川縣珠洲市政府交流及觀摩「奧能登國際藝術祭」之推動模式，共參訪十個不同單位或機構，探討

不同案例經驗，除了考察實際推動相關計畫的情形，更安排拜會與交流的機會，目的為學習相關單位在創生案例之中的「政策戰略面」以及「政策戰術面」。

本次考察之主要心得與建議如下：

1. 選定重點項目推動國際行銷，整合運用民間企業之資源及市場資訊優勢，以強化國際行銷競爭，打造國家品牌。
2. 政府應加強設計力導入，以促進產業升級增值發展。
3. 妥善活用地方閒置公共空間設置青年創業育成基地，相關營運計畫應考量財務自償性，藉由市場機制的導入，以強化創業育成中心之功能與永續經營，促進地方產業植根發展。
4. 結合地方觀光，以地產地銷方式推廣農產品銷售，促進農村經濟發展。
5. 以大型藝術文化節慶活動，建立地區或國家品牌形象，帶動地方發展。

目 錄

摘要	3
目錄	5
第一章 前言	6
第二章 考察觀摩行程	
一、參加人員	8
二、考察行程	9
第三章 參訪重點與考察內容簡介	
一、D47 MUSEUM 體現日本 47 個都道府縣的地方文化設計魅力	11
二、墨田區政府推動從「製物之町」到「墨田時尚」	15
三、活用廢棄校舍活設置「台東設計師村」，輔導青年創業育成	20
四、政府與民間企業合作推動酷日本 Cool Japan 計畫	22
五、小布施町推展地方文化藝術、觀光與農業鏈結的產業振興	24
六、珠洲市奧能登國際藝術祭	29
七、拜會野村總合研究所	33
第四章 心得與建議	
(一) 綜合心得	35
(二) 整體建議	37
附件	
附件一、拜會機構預擬問題	41
附件二、考察機構簡介	43
附件三、實際考察與交流照片	49
附件四、考察蒐集相關資料	54

第一章 前言

一、考察緣起

為鼓勵各縣市推動地方特色產業活化與增值發展，本會於 105、106 年度以「國家建設總合評估規劃中程計畫」補助縣市政府辦理「設計翻轉 地方創生計畫」中。考量日本政府近年推動「地方創生」政策卓有所成，透過發掘地方文化與特色資源，結合設計創意者的投入當地傳統技藝帶動產品升級與增值，並透過改造場所、設計、美食、藝術或文化等多元化方式，以藝術與美學提升在地產業的發展質量，開創地方發展的契機。爰安排於 106 年 9 月 10 日至 15 日赴日考察，汲取其成功發展經驗，以作為本會及縣市政府後續計畫推動之參考。

本行程由東京出發，參訪 D & department 設於澀谷百貨公司八樓之「D47 博物館」現期展覽、東京都「墨田區政府產業觀光部」與「Cool Japan Fund Inc. (酷日本計畫)」機構，以及位於東京都台東區利用廢校空間所建之「台東設計師村」，後前往長野縣參訪小布施町的「六次產業中心」、「小布施町役場」與「小布施 789 公司」，以及石川縣珠洲市的奧能登半島參與「奧能登國際藝術祭」以及「珠州市政府」之交流，共參訪十個不同單位或機構，探討不同案例經驗，除了考察實際推動相關計畫的情形，更安排拜會與交流的機會，以利學習相關單位在推動創生案例的政策戰略以及實際執行。

二、考察目的

1. 拜會東京都墨田區政府及台東區政府，瞭解政府如何媒合推動區內小型企業與國內外設計者合作開發新產品，建立產品認證機制並協助行銷，以及利用閒置校舍轉型文創基地，輔導青年於當地創業。
2. 拜會 Cool Japan found Inc.，由太田伸之社長親自說明，剖析日本政府與民間企業合作推動「酷日本」計畫的策略，整合日本優異的製造力與設計力，營造 Cool Japan 品牌國際化。
3. 拜會長野縣小布施町市政府，探討該市推動城鎮環境改造，並藉由藝術文化振興及居民自力營造，打造當地獨特的觀光魅力，再造地方繁榮。
4. 拜會珠洲市政府，探討市府推動奧能登國際藝術祭之作法，另並實地參訪奧能登國際藝術祭展示點，瞭解藝術策展重點，以及市民參與等相關內容。當日由泉谷滿壽裕市長親自接見，並經當地媒體北國新聞報導(詳附件 1)。
5. 拜會野村總合研究所，由社會制度顧問部神尾文彥部長說明日本政府推動地方創生政策及作法。

第二章 考察觀摩行程

一、參加人員

本考察團共計 11 人，名單如下：

表 1 考察團成員名單

單位	姓名	職稱
國家發展委員會	郭翡玉	處長
國家發展委員會	宋玉珍	專門委員
屏東縣政府	邱黃肇崇	秘書長
屏東縣政府勞工處	林德輝	處長
屏東縣政府青年學院專案推動辦公室	于宗永	主任
屏東縣萬巒鄉公所	林碧乾	鄉長
屏東縣文化處	田昀仙	科員
花蓮縣政府	吳維組	科長
澎湖縣政府	黃柏璋	科長
金門縣文化局	周祥敏	科長
金門縣文化局	梁靜怡	辦事員

二、 考察行程

(一) 期間：106年9月10日(星期日)至106年9月15日(星期五)

(二) 行程概要：

日期	行程
9月10日 (星期日)	去程 (台北松山機場→東京羽田機場，華航 CI220) 參訪東京都澀谷區建設、d47 museum 現場展示規劃
9月11日 (星期一)	<ul style="list-style-type: none">● 拜會東京都墨田區政府產業觀光部● 拜會東京都台東區文化產業旅遊產業振興課● 拜會 Cool Japan found Inc.
9月12日 (星期二)	<ul style="list-style-type: none">● 拜會長野縣小布施市役所● 實地訪查小布施町地方特色產業及文化觀光發展案例，以及街區環境營造。
9月13日 (星期三)	<ul style="list-style-type: none">● 拜會奧能登國際藝術節執行委員會● 實地觀摩訪查奧能登藝術祭(第一屆)推動概況、地方閒置空間活化案例。
9月14日 (星期四)	<ul style="list-style-type: none">● 拜會珠洲市政府，● 訪查政府部門推動國際藝術祭結合在地觀光產業發展之相關政策擬定、執行機制與行銷政策。
9月15日 (星期五)	<ul style="list-style-type: none">● 拜會野村總合研究所，了解日本推動地方創生政策及具體作法。● 返程 (東京羽田機場→台北松山機場，華航 CI221)

第三章 參訪重點與考察內容簡介

本行程由東京出發，參訪 D & department 設於澀谷百貨公司八樓之「D47 博物館」現期展覽、東京都「墨田區政府產業觀光部」與「Cool Japan Fund Inc. (酷日本計畫)」機構，以及位於東京都台東區利用廢校空間所建之「台東設計師村」，後前往長野縣參訪小布施町的「六次產業中心」、「小布施町役場」與「小布施 789 公司」，以及石川縣珠洲市的奧能登半島參與「奧能登國際藝術祭」以及「珠州市政府」之交流，共參訪十個不同單位或機構，探討不同案例經驗，除了考察實際推動相關計畫的情形，更安排拜會與交流的機會，目的為學習相關單位在創生案例之中的「政策戰略面」以及「政策戰術面」。

本章節將依序介紹不同機構之簡介以及交流概況與內容。

(一) D47 MUSEUM 體現日本 47 個都道府縣的地方文化設計魅力

■ 簡介

日本生活雜貨經營店 D&DEPARTMENT 團隊，本著發現地方的精神逐步重新尋找日本 47 都道府縣地域產業工藝品的美好，並強調傳統工藝的活化與應用，尊重工藝，探訪職人，在澀谷 Hikarie8 樓開始以設計導入與展覽的形式推廣這樣思考邏輯與態度，在「不生產」的原則下，以「永續設計」為選品標準，販賣的不只是「正確設計的」二手商品，還有「製作者的理念」。

Hikarie8 樓的「8/創意空間」，涵蓋了三大常設空間：d47 Museum、d47design travel store、d47 食堂，集展覽、銷售與餐飲為一體，共同打造以設計為核心的日本地域文化推廣品牌「d47」，d 為「design」之意，47 則是日本全國「都道府縣」的數目，以設計的視角重新審視地域文化在當下的意義與價值，向問題學習、向地方學習，創造解決地方問題的好設計，以生活用品的方式介入生活，從觀看、購買、品嚐等不同面向，實際體會日本 47 個都道府縣的設計魅力。

■ Long Life Design

D & Department 創辦人 - 長岡賢明 ナガオカケンメイ所倡導 Long Life Design 規則：

01. 修理（有完善的維修配套措施）
02. 價格（為合理的販售價格）
03. 銷售（傳達製作者理念的銷售方式）
04. 製作（生產者堅持於製作產品熱忱）
05. 機能（好用）
06. 安全（不危險）

07. 生産（不追趕流行的大量生産）
08. 使用（讓使用者關心產品背後故事）
09. 環境（關心產品生產的時代背景）
10. 設計（美的事物）

■ 參訪當期展覽「未來的生活 Off-Grid Life」

D47 博物館定期推出許多與 47 個都道府有關的展覽，曾展出主題有醬油、麵條、工藝職人介紹、餐具工藝品或是「Problem to Product」為主題等系列展覽，會場內除展示也有販賣，本期展期主題為「これからの暮らしかた - Off-Grid Life -」，譯為「未來的生活-離網生活-」，展期為 2017 年 8 月 3 日至 10 月 9 日，展期間辦理相關主題之講座與座談，大多探討於因應社會變遷，生活的型態改變議題。





圖 1 現場展示照片

本策展概念來自於地震為日本福島核電廠帶來的損害與對生活的影響，使得「能源和生活」議題受到關注，能源已是生活中不可或缺的重要元素，深深影響著生活起居。而生態屋、節能建築以及相關節約能源等不再只是個議題，而是個不可或缺的知識。該展覽展出 47 位與房屋、糧食、能源以及工作方式等與能源生活相關且實踐執行的人，透過這 47 個不同的視野和生活願景，看見人口流失以及社會結構改變等現象，想像著未來生活的改變。策展的內容與 D & department 創辦人長岡賢明所倡導的 Long Life Design 永續理念環環相扣。

039
高知
KOCHI



仕事を
つくる

中嶋健造
土佐の森・救護隊

森林を適切に経営することが、
森林を救う。
日本の森林は日本の宝だ。

中嶋健造は日本の森林の未来を憂っている。本来、森は良好な状態で引き継ぎ、間伐を繰り返して、大きく育てながら収穫する。戦後50年の人工林はこれからが囂かる林業のスタート。太い木は製材して家の良質な材料にするべきだ。なのに日本は家づくりの木を輸入し集成材に頼る。日本の森林は日本の宝。



027
大阪
OSAKA



まちや場所
をつくる

泉英明
水都大阪有志チーム

水辺はみんなのもの。
どうやって使うか。
みんなで考えて、
使って遊んで楽しもう。

大阪は、川や堀を使いこなして栄えた商都。環境が悪化し経済的な地盤沈下も進んだが、「水都大阪」を取り戻そうと、2001年から大阪府・市・経済界が一緒に取り組んでいる。奇抜なイベントだけではなく、レストランをつくる商業活動までにつなげている。水辺の活用法の先進的な例。水辺でくつろぐ市民が圧倒的に増えた。



圖 4 47 個都道府縣特色展出

(二) 墨田區政府推動從「製物之町」到「墨田時尚」

■ 簡介：

墨田區產業觀光部 產業振興課課長 中山先生 (Mr.NAKAYAMA) 致詞

產業振興課 植村先生 (Mr.UEMURA) 佐藤先生 (Mr.SATO) 講解

墨田區自江戶、明治時代以來便是精細加工職人聚集的重鎮，墨田區企業不僅是許多全國性品牌 OEM 及零件供給之重要夥伴，在日常生活用品市場也常見到墨田區企業的商品。伴隨著 2012 年東京晴空塔之超高人氣，墨田區觀光客激增，透過「設計」的導入讓觀光效果擴及到產業，同時將職人文化及精湛技藝推廣至各國遊客並且傳承。2015 年台創中心與墨田區政府以「台灣設計、日本精造」為主題進行合作，為台灣設計海外輸出立下了里程碑。成效良好，目前已著手進行第二期的合作規劃，將擴大其他產業的參與，並深化合作內容。



圖 5 墨田區交流會與參訪

「すみだモダン/SUMIDA MODERN」

為了提升區內企業整體品牌力，並以產業結合觀光文創，墨田區政府創設了地域品牌認證制度「SUMIDA MODERN」事業。符合「古意創新」精神及地域品牌的價值規定者，不僅是產品，包含餐飲店的菜色都可提出認定申請，希望以此手法促進區內

企業導入文創理念。SUMIDA 區政府也積極展開地域品牌通路開拓事業，協助區內企業踏上通路舞台。

■ 歷史沿革

墨田區「製物之町」的歷史，最早要追溯到日本江戶時代(西元 1600 年起)，職人與商人隨著武士移居，並開始製造販賣各式日用品，故匯集許多生產製造生活道具、用品的中小型工廠。由於兼具地利之便與優秀技術，讓墨田區從明治起成為近代皮革、火柴、纖維等工業先驅之地。

■ 計畫緣起

戰後高度經濟發展，更讓墨田區持續生產高品質的精緻日用品與零件，1970 年，區內工廠數更達到最高峰的 9703 間。其後，隨著世界製造業版圖位移，墨田區工廠逐漸減少，只剩下 2000 多間工廠。伴隨著 2012 年東京晴空塔之超高人氣，墨田區觀光客激增，為讓墨田區內的優秀商品，更為世界各地所認知，墨田區地域計劃推進協議會成立，透過「設計」的導入讓觀光效果擴及到產業，傾力打造全新「墨田時尚」(Sumida Modern)品牌，期待將職人文化及精湛技藝推廣至各國遊客並且傳承。

■ 實施戰略

1. 建立摩登墨田的產品、料理認證機制-墨田時尚/Sumida Modern

為了提升區內企業整體品牌力，並以產業結合觀光文創，墨田區政府創設了地域品牌認證制度「墨田時尚すみだモダン」事業，嚴選同時符合「與墨田時尚宣言之一致性」、「對墨田區品牌力貢獻度」、「獨創性」、「具信賴性之品質」、「產品理念、概念、生產背景」五條件之商品與餐飲店鋪給予認證。而「墨田時尚すみだモダン」品牌本身，亦於 2015 年得到日本設計獎高峰「GOOD DESIGN」肯定。

持有高度技術的墨田區製造企業和「製造開發合作事業ものづくりコラボレーション」合作，媒合工廠與產品企劃師共同開發市場性高的商品，賦予商品更高附加性價值，並開拓通路。

あたらしくある。なつかしくある。すみだモダン

墨田区では厳正な審査のうえ、すみだらしい価値を持つ商品および飲食店メニューを「すみだモダン」として認証しています。ぜひ、ご応募ください。

「すみだモダン」に認証されるときさまざまな特典が受けられます

- 東京スタイルストアの「すみだ ともだち」での展示・販売
- 国内・海外での販路拡大支援
- 認証商品・メニューのカタログ制作、区内外観光施設等での配布等

すみだモダン2017募集概要

募集期間 2017年8月1日(火)～9月29日(金)

募集部門 「商品部門」および「飲食店メニュー部門」があります。

応募資格 墨田区内に在る事業者(有する事業者であること、(複数事業によるグループでの応募も可なり))
2017年10月1日時点で墨田区内で引き続き1年以上事業を営んでいる事業者であること。
2017年10月1日時点で購入または販売が可能であること。

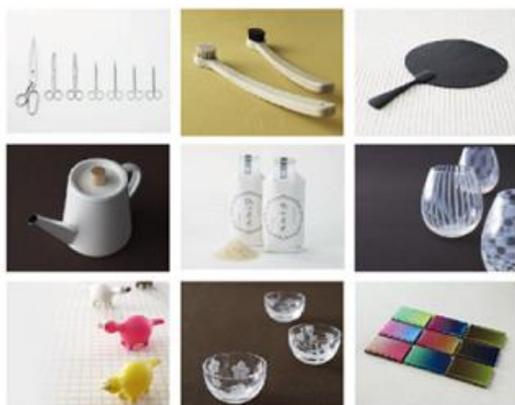
応募方法 各部門の「募集要項」をご覧の上、所定の「応募用紙」に必要事項を記入し、直接持参・郵送・FAX・メール、いずれかの方法でご応募ください。
【募集要項】「応募用紙」は、区役所(総務課)コーナー、1階ビジネスサポートセンター、14階産業振興課で配布するほか、「すみだ地域ブランド戦略」ホームページからもダウンロードできます。 <http://sumida-brand.jp/>
詳細な説明をご希望の方は、下記電話までお問い合わせください。

すみだブランド認証審査会 審査委員

野村 浩一 代表取締役 株式会社 野村浩一	中野 浩一 代表取締役 株式会社 中野浩一	山崎 浩一 代表取締役 株式会社 山崎浩一	佐藤 浩一 代表取締役 株式会社 佐藤浩一	鈴木 浩一 代表取締役 株式会社 鈴木浩一	高橋 浩一 代表取締役 株式会社 高橋浩一
田中 浩一 代表取締役 株式会社 田中浩一	渡辺 浩一 代表取締役 株式会社 渡辺浩一	伊藤 浩一 代表取締役 株式会社 伊藤浩一	山本 浩一 代表取締役 株式会社 山本浩一	松本 浩一 代表取締役 株式会社 松本浩一	石川 浩一 代表取締役 株式会社 石川浩一

お問い合わせ/応募先
すみだ地域ブランド推進協議会(事務局) 〒135-8543 東京都江東区新業1-23-23 墨田区産業観光部産業振興課内
Tel: 03-5608-3438 Fax: 03-5608-0118 E-mail: SBA@city.sumida.jp <http://sumida-brand.jp/>

©2017 「すみだ地域ブランド戦略」の策定・実行・モニタリングに協賛する企業・団体
※2017年10月1日現在の実績に基づき審査を実施いたします。



飲食店メニュー部門
Culinary Restaurant Menu

よしかつセンジャー 親上ししゃも Tel: 03-3829-4458	米粉パンズの輪パーガー ブーランジュリー トゥワ Tel: 03-6316-7486	バジルドライカレー Sumida River Kitchen Tel: 03-3623-5332
定食ココロホ 石橋パン工房 KAMIFUA Tel: 03-3623-2201	ニッキのハニーワキアート マキキカフェ Tel: 03-3846-4321	味噌抹茶ブレ Bracke Tel: 03-5810-4141

圖 2 墨田區政府產業觀光部提供相關文宣

以「墨田時尚すみだモダン」認證商品與餐飲店鋪的宣傳及擴大販售為目標，透過文宣品製作、架設網站及辦理相關展示會、展覽、行銷活動，並配合電視、雜誌、書籍的報導宣傳，爭取更多曝光機會，以達到廣告行銷之目的。

區政府推動地域品牌通路開拓工作，於東京晴空塔 5 樓租設摩登墨田的精品展售區，獲認證商品可於該據點銷售，此外，也可參加東京禮品展，以增加產品曝光度。墨田區政府透過此一認證機制，給予產品品質保證與行銷宣傳的獎勵與協助，對於引導地區傳統小工廠發展創意加值產品，促進地方中小型產業發展甚具助益。

(三) 活用廢棄校舍活設置「台東設計師村」，輔導青年創業育成

■ 簡介

台東區設計師村 村長 / 株式会社ソーシャルデザイン研究所 社長

鈴木 淳 (Mr.SUZUKI)

1990 年-1998 年 進入鐘紡 之後成為 kanebo fashion 研究所企劃主任

1998 年成立 ソーシャルデザイン研究所

1999 年成立 Universal Fashion 協會

2004 年台東區政府委託 擔任設計師村之育成專業經理人 (暱稱：村長)



圖 4 台東設計師村廢校再利用及駐村設計師工作室

台東區（日語：台東区／たいとうく）是日本東京都內特別區之一，為東京各特別區中面積最小者。全區幾乎位於東京 23 區的中心，東接隅田川。台東區擁有上野、淺草兩大繁華商圈商業街，該區域的特產是皮革製品、人偶、玩具、傳統工藝品等。台東區一直為布料、飾品、成衣等傳統產業群聚區域，有許多技術精良且傳承數代的職人，設計師村以扶植台東當地時尚產業為發展定位，提供場域引入年輕設計師進駐，從育成角度提供各種創業及營運的輔導服務，每年亦舉辦商品展覽或協助通路媒合，

增加商品曝光及合作機會，而創業後的設計師也多留在當地，並與當地工廠或職人發展合作關係，為傳統產業不斷注入新血，有助在地產業鏈深根發展。

台東區設計師村係在 2004 由東京都台東區文化產業觀光部支持下運作，活用廢校作為基地，以時尚及設計為主題，提供當地新銳設計師創業初期的軟硬體資源。

台東區設計師村空間包含 19.7 平方公尺(9 間)、25.9 平方公尺(1 間)、37.3 平方公尺(1 間)及 39.4 平方公尺(8 間)等 4 種「房型」，每月租金及管理費等依使用空間大小為 2 萬 9,000 至 4 萬 3,000 日圓不等，約為當地租金 1/3，算極為優惠的租金水準。

台東設計師村提供設計產業之企業、獨立設計師及小型文創設計工作室進駐，進駐 19 間業者為 5 年之內的新品牌包含服飾設計、珠寶設計、生活雜貨、皮革創作、平面創作等，以進駐 3 年為原則，輔導機制與社區發展相結合，並輔導在東京、品川車站設銷售點。該村 10 年共輔導 60 個品牌畢業，30 店開在附近社區，與社區共榮成長，每年該村並在台東區辦理大型展會，推廣創新業者的市場商機。



圖 5 台東設計師村工作室內部情況

(四)政府與民間企業合作推動酷日本 Cool Japan 計畫

■ 簡介

Cool Japan Fund Inc. 代表取締役社長 太田伸之 (Mr.OTA)

2000-2010 ISSEY MIYAKE INC.代表取締役社長

2011 年 松屋 常務執行董事

2013 年 Cool Japan Fund Inc 社長

■ 歷史沿革

日本自 1991 年至 2012 年泡沫經濟崩潰後，長期經濟不景氣，於是政府開始思考下一步改如何賺取外匯。其後日本希望通過輸出流行文化產品來挽救「失落的十年」的經濟落後。

■ 計畫緣起

酷日本計畫是日本政府與民間企業合作的「B2C 日本式生活美學示範平台」，以日本的大眾文化和生活文化為核心，擴大到餐飲料理、服裝及動漫影音出版品等出口的政策。日本政府將酷日本戰略作為經濟增長戰略的重要一環加以推動。以日本的年輕人為中心，發

端於日本成熟的生活方式在美國等地受到「酷 (Cool)」的評價。



圖 6 Cool Japan Fund 相關產品

■ 實施戰略

1. 「酷日本」是日本形象軟實力出口的國家層級戰略，2013 年日本經濟產業省宣布成立「酷日本基金」(Cool Japan Fund)，由日本政府出資 300 億日圓(2014 年底將增資至 500 億日圓)，加上 15 家民間企業各出資 5 億，目前已增資為 693 億日圓。2013 年 11 月 25 日正式民營化，並成立酷日本基金公司專責管理，積極於國際間形塑日本動漫、時尚美妝、美食、觀光風潮，以打造日本文化品牌，經營海外市場。該基金目前投資項目涵蓋 5 大領域、23 項計畫，投資金額 519 億日圓。
2. 促進地方產業振興之推動方式：鑒於部分地方的小型企業工廠雖擁有很好的製造能力，然因經營模式及產品設計老舊，又無力行銷，由該公司協助媒合專業設計師與小型企業合作產品設計開發，經設計師委員會的審查認可後，可於該公司在松屋百貨(日本高檔百貨)的專區上架販賣，同時也把產品的和文化設計理念傳達予消費者。
3. 為了能夠再創日本經濟榮景，酷日本計畫 2012 年啟動「海外商業模式試行」，在海外推廣日本魅力，選定亞洲國家為重點地區，如在新加坡開設日本美食城，匯聚來自日本各地的特色餐飲；另加入歐美國家（如法國、美國、義大利）與其他新興市場（如巴西、沙烏地阿拉伯、俄羅斯），2015 年來共計 63 件海外商業模式試行案例，涵蓋飲食、成衣時尚、地方特色與傳統工藝、居家等生活領域。推動海外市場建構「看得到、摸得到、買得到」的酷日本。

(五)小布施町推展地方文化藝術、觀光與農業鏈結的產業振興

■ 簡介

小布施町曾經繁華一時，也面臨過人口流失的問題，深究小布施町過去如何克服人口減少狀況惡化，如何開啟打造城鎮以及街道改造等的建設計畫，並藉由文化振興的關鍵以及與當地居民共同合作，使小布施町開啟現金更為繁華的榮景。

小布施町是歷史上知名的重鎮，街道仍然保持傳統景觀，以栗子最為聞名，當初透過在地廠商的改建案而去思考一個村的規劃，思考改建的這群人不都是廠商的人，而是一群關心地方發展的人，也沒有任何組織去營造，促成今天小布施町。日本有名的浮世繪大師葛飾北齋，受藝術家富商邀請，晚年在小布施町停留四年專心創作，因此葛飾北齋的傑作在小布施町留存相當多。當地居民甚至不惜集資從海外美回葛飾的作品，在 1997 年開幕北齋館，在日本造成極大關注。在歷史、文化、栗子之鄉的交互連結，使該城在近年挹注產線出特別的觀光活力與魅力。



圖 7 小布施六次產業公司與小布施堂

「設計翻轉地方創生日本考察團」第三天行程，上午 07:00 由新宿區京王廣場大飯店巴士接往東京高鐵站，搭乘 08:36 新幹線特急高鐵奔往長野區於 09:59 到站，再

轉搭巴士至信州・小布施 町公民館小布施町役場交流，當日由勝義達夫簡報，內容大意如下：

■ 歷史沿革及推動地域再生過程概況

長野縣全縣可以分為北信地方、東信地方、中信地方、南信地方四個地方；北信地方又可分為長野地域（日語：長野地域）（長野市、須坂市、千曲市、坂城町、小布施町、高山村、信濃町、飯綱町、小川村），小布施町（日語：小布施町／おぶせまち Obuse machi *//?）是位於長野縣東北的町。沿革:明治 22 年 4 月 1 日小布施村、福原村、大島村、山王島村、飯田村、北岡村、押羽村合併，小布施村成立。都住村、中松村、雁田村合併為都住村。昭和 29 年 2 月 1 日、小布施村町制施行。11 月 1 日、小布施町與都住村，現在的小布施町誕生。山：雁田山；河川：千曲川、松川，人口約 11,500 人；面積 19.07 平方公里。長野縣縣獸為似山羊的動物，其胸白背鼠灰色。

■ 小布施町的魅力

小布施町(鎮)作為與葛飾北齋有因緣的地方與栗子之鄉，自古以來全國馳名，從其中心部延伸的栗子小路通向北齋館、塩藏和高井鴻山紀念館等小布施的精彩之處聚集的一角。在栗木鋪設的散步道上邊散步邊觀景，白牆瓦頂的建築一戶連接一戶，保存完好且充滿日本風情，矗立著磚砌煙囪的街道供您仔細觀賞。小路兩側還有栗子樹，初夏的栗子花、秋天帶刺殼的栗子更增添一番情趣。

此地區原為酸鹼度很高的河川匯流沖積平原，早期種植其他作物均無好收成，無意間祖先輩發現栽種栗子作物生長特別碩大，於是幾百年來農作就以栗子及蘋果聞名全日本。約在 400 年前至 100 年間慢慢形成買賣市集；再由市集演變成聚落，成為吸引海內外人士慕名遊覽之處。高井鴻山是當地農民也是商人，經由其熱心積極倡議，除支持葛氏北齋振興文化外，並傳承傳統建築風格保有特色與原貌。雖初期未獲議會

支持，然高井仍積極奔走各居民，並舉辦活動吸引外地人前來觀賞，在加上地方仕紳努力說明下，慢慢受到海內外重視及商家(栗子)本身覺醒得以保留原有歷史傳統風貌，並以店家為中心將整體觀光帶動起來。

目前新蓋建築物以不破壞原有建築物為原則，同時保有傳統與創新相容並存之風格。保留原建築風貌之規範係由地方住民先形成共識後，再由地方政府訂定相關規定及作為申設窗口，整體思考主軸為希望遊客來此能自由自在悠閒散步其間，並隨其意思能穿梭於私宅庭院鑑賞庭園之美，每戶都成為開放花園(Open Garden)。初期僅 43 戶參與此項活動，慢慢增加為 130 戶。並曾組團取經英國鄉村經營模式，也獲得各大學研究所(如東京理科學、東京大學、慶應大學及法政大學)、在地企業界及小布施外各地區優良企業界協助下得以保留及發展並存不悖。



圖 8 小布施町六次產業交流中心販售合作社農民自產品
小布施町「栗之小徑」，饒富意境與地方特色

■ 小布施町的地、產、人

並藉由舉辦各式各樣活動(如路跑、攀岩、植樹、音樂會、研討會及論壇等)吸引外地觀光客參與，活絡在地並吸引年輕人返鄉服務。其間並與學校(大專院校)合作，並適時將其研討結果與當地居民分享。在產業上與當地企業合作，有效運用當地工廠

設備將器具生產最大化(有 70 家工廠協助櫻桃加工)，將農產品加工製成精緻商品銷售市場，形成在地與眾不同之特色。此外，在蘋果栽種上將原本(英國品種)較酸的果實經過加工製成商品連帶提升農產的附加價值，這與 100 年前有極大差異處，並在不同季節舉辦農產品促銷推廣活動。

小布施町有別他處是在於體育與商家充分結合、農村活性化等，當鎮內人潮眾多時能將其導向其他農村珍貴資產處參訪，並由行政機關主導活動設立農業餐廳(法國料理)，以當地食材為主，開發不同的創意料理擴大其附加價值，現有 5~6 間農業餐廳營運。另外，在閒置空間活化上，利用餐飲或其他方式來活化公共設施。旅客藉著散步來接觸當地文化，並漸形成此地的旅遊套裝行程。而年輕人參與舊體育設施的改建工程；例如:美術館改為攀岩場域，吸引很多愛好者前來體驗。行政機關時常思考如何結合當地居民來改變現況，並將各地所收集到的意見或建議匯集，成為改變推手智囊。這裡的改變非單一個體的，而是各有機體間相互鏈結的複數匯整。

簡報人勝義達夫於 10 年前深深被當地的風情吸引，而來此地服務，感受到此地方之絕美，並認為公司整體營運模式非純以營利為目的，反而常將營餘投入小布施整體建設上。

■ 參訪小布施町之紀錄與借鏡

於小布施町的午餐在當地頗富盛名的栗菓子竹風堂享用濃濃的風味餐，最值得玩味的是那道栗子飯，簡直讓人讚不絕口，回味無窮。店內亦擺放各式當地特產加工製品(銅鑼燒、栗子羹及栗菓等)，用餐之餘順道選購既便利又送禮精緻大方。由小地方都讓人感受到小布施的美與迷人之處，對於社區營造的細節相當講究，可想而知其觀光與生活之連結環環相扣。

小布施雖是鄉下小地方，房舍與街景倒是整齊清爽，典型的日本鄉下小鎮的風情。慢慢步行其間街上一間間甜點店逐一浮現於眼前。小布施因為在江戶時代進貢生產的栗子給德川幕府而聞名，現在小布施町主要就是靠著栗子做的和菓子支撐著全町的商業活動與觀光。町內有許多著名的和菓子店，也有一些西式的甜點店，共通之處都是主打栗子加工品，小布施真可謂栗子的故鄉。

觀光人潮幾乎都聚集在北齋館周圍，北齋館是此地另一個觀光的賣點。江戶末期浮世繪大師葛氏北齋晚年因受小布施的豪商高井鴻山之邀常住這小鎮，因此在這裡成立了展示北齋四十幅親筆畫的美術館。不過像日本人這麼喜愛逛美術館的民族，北齋館的人氣還是敵不過栗子的誘惑，大部分觀光客還是過門不入。

而在北齋館對面一個不起眼的小路通往高井鴻山紀念館，其實就是大名鼎鼎的「栗の小徑」，不仔細找還真的會錯過。「栗の小徑」其實是房子間的後門小巷弄，有些房子的確是一般人的住家，主要的特色在於路面是用一塊塊栗子樹木做的地磚所鋪成，而兩旁房舍盡是所謂的「藏造」建築，也就是土壁的倉庫式的建物，人潮不多時漫步其間卻有一種幽靜祥和的優閒氣氛。

其實在小布施不只有栗子製成的和菓子，也有很多高級的和洋式餐廳，裝潢氣氛帶有的藝文氣息都不輸大都市的時尚名店，當然也都會應景的推出與栗子有關的料理。甜點除了幾家人氣的和菓子店外，也不乏小而美的西式點心店，可以說是和洋並陳。如果還有餘裕的時間，離市區較遠的岩松院的天花板有葛氏北齋 89 歲時親筆畫的大鳳凰圖，雖然作品完成已經逾 160 年，生動的畫風仍覺魅力十足。

(六)珠洲市奧能登國際藝術祭

■ 簡介：

珠洲市 (SUZU CITY) 市長 泉谷 滿寿裕 (MR. IZUMIYA)

1964 年 4 月 28 日 (53 歲)

2003 年 泉谷菓子舖 代表

2004 年 珠洲生必株式会社 代表取締役

2006 年 當選珠洲市長

2010/2014 年兩度連任成功

■ 參訪奧能登國際藝術祭之重點

1. 參訪奧能登半島之「奧能登藝術祭」，藝術季相關推動機構及展出內容，觀摩了解奧能登藝術祭(第一屆)實際推動概況。
2. 深究執行團隊如何與市役所合作，共同在地進行藝術行為與活動，以及探討其對於藝術祭的觀光行銷、執行政策或永續計畫等。
3. 執行團隊針對現有地方傳統文化以及特有地景地貌，該如何保有原來文化，藉引入外來藝術能量激發當地藝術祭的誕生。

■ 珠洲市政府交流紀要

珠洲市目前面臨最大的問題是人口減少，在 63 年前珠洲市剛成立的時候珠洲市人口有三萬八千人，但是時至今日珠洲市的人口已經跌破了一萬五千人，針對這個問題政府長期促進人口增長以及農業漁業各個產業領域的發展投注相當的精力，隨著 2 年前北陸新幹線的開通以及日本電視台針對珠洲鹽田為主題製作相關的電視劇，在種種因素下近年來到珠洲參觀的遊客有逐年增加的趨勢，2015 年光觀客大約有一百三十萬人，因此在珠洲市的工作機會也因此增加，但是年輕的人口較困難長期居住在珠

洲市，株洲市位於能登半島最尖端，是以前海上交流最巔峰的地帶，人跟物匯集十分密集富裕的地方，但近代交通的主軸從海運轉為陸運這也使得珠洲經濟衰退人口減少，株洲市具有半島前端地理優勢，距山離海近有豐富祭典文化，因此株洲市具有相當的發展潛力，因此透過藝術的要點將特徵串連起來，進而吸引年輕人來珠洲並停留下來所以舉辦珠洲藝術季。

在日本目前舉辦相當大大小小的藝術季約有一千到兩千個左右，但眾多藝術祭中被受到歡迎跟觀光客參與的大概只有瀨戶內海跟大地藝術季，而這兩個藝術季皆為北川富朗先生所策劃，所以很幸運本次株洲藝術季邀請到北川先生來策劃，本次藝術季光前期準備就花了 4 年的時間，本來是人煙稀少的街道出現了年輕人，整個株洲市跟以前相較下變得相當熱鬧，藝術季特點不是一個短期的活動，展期有 50 天造成經濟效果較為廣泛，藝術季真正意義除了經濟外，如何改變地區整體意識提供也是非常重要的目的，從作品製作過程到展覽中接待的義工，當地的居民非常踴躍的參與，比方地方的爺爺奶奶也顯得更有元氣，年輕人也對自己充滿信心對未來更有希望，藝術更是可以感動人心的一種活動。

2017 年舉辦的《奧能登國際藝術祭》，同樣北川富朗主導，奧能登是位於能登半島的最北端，位於石川縣東北部的珠州市，也就是能登半島最北端的市，面積 247.19 平方公里，總人口 15,171 人。珠洲雖同時擁有山與海，也有祭典、陶藝、家屋等傳統文化，卻不是個觀光客常去的地方，如今隨北陸新幹線開通，為北陸縣市帶來新的觀光人潮，政府藉由藝術活化地方，促進地域再興，打造出不同以往的「半島觀光新典範」。第一屆於 2017 年秋季登場，選在秋季乃搭配能登半島最有名的秋祭「キリコ祭り」，Kiriko 是「切子燈籠」的簡稱，以燈籠組成 12 公尺、重達兩公噸的巨大御神燈山車，在街道或海邊進行祭典遊行，從 7 月到 10 月，整個能登半島散佈著充滿

地方特色的小型切籠祭，是能登半島每年的重要盛事，也被列入國家無形民俗文化財。

國際藝術祭的舉辦，除了策展與藝術展品製作之外，珠洲市政府於展前即著手進行街道環境景觀的硬體改善工作，並招募培訓志工參與。在經費方面，總預算為 4 億日圓，包括由中央文化廳的地方創生計畫提供補助金 1 億日圓、地方政府自籌及民間企業捐助等財源辦理。

■ 舉辦藝術祭的效益

有關奧能登藝術祭所獲效益方面，因目前尚在舉行中(9/3~10/22)，且為第一屆舉辦，具體經濟效益上未能完整評估，惟從目前餐飲、旅館等生意之明顯改善觀察，確已為地方帶來觀光產業振興的經濟效益，此外，透過地方居民的廣泛參與，更大幅提高居民產生對故鄉的認同驕傲以及社區活力，以及藉此向日本國內乃至海外大力推廣奧能登珠洲的藝術文化與山海地景魅力形象等多重無形效益產生。

■ 參訪奧能登世界農業遺產鹽場

國際藝術祭結合當地地景地貌，根據不同地形以及人文風情，形成了不同藝術祭的類型與特色，本參訪團所拜訪之奧能登半島，可以說是日本最偏僻的地區，但也因為半島的地形，讓奧能登擁有靠海的風情，同樣面臨著人口銳減以及地區經濟之蕭條，利用許多弱點轉捩成為「賣點」與「亮點」，可以成為我國許多地區或離島的學習範本。本節以參訪至鹽場的紀錄為例。

日本製鹽均是在鹽田收集鹵水，並將鹵水放入釜中煮沸。最初是使用海藻製鹽法，接著發明揚濱式鹽田製鹽法、引濱式鹽田製鹽法、流水式鹽田製鹽法。1972 年，日

本開始採用離子交換膜製鹽法。自此不必再依靠天氣，以及大量的勞動力與大面積的鹽田來製鹽，日本的鹽田正式走入歷史。

能登「揚濱式鹽田製鹽法」，因當地海水水位變化低，無面積可用鹽田曬鹽法，師傅用桶裝海水，使勁潑灑製半空，化成小水珠落入細沙上面，在鹽田上鏟出條紋模樣，讓沙子更快變乾，經過陽光曝曬，把含有大量鹽份的沙子收集到用板子圍成的船狀物內，並將海水淋入後，滷水由沙漏中濾出後，可以得到高於海水濃度的滷水，將滷水注入釜鍋熬煮，讓滷水結晶成鹽。



(七)拜會野村總合研究所

■ 簡介

野村總合研究所(Nomura Research Institute Taiwan, 簡稱 NRI)為安倍政府制定及推動地方創生計畫之主要智庫,以了解日本政府推動地方創生政策,於西元 1965 年設立,陸續於美國紐約、倫敦、香港、新加坡、上海北京、莫斯科、泰國以及印度等許多國家城市分行開業,而有些則為公司的形式成立,而台北辦事處於 1994 年八月成立。

■ 拜會內容概要

拜會日本野村總合研究所,該所為安倍政府制定及推動地方創生計畫之主要智庫,以了解日本政府推動地方創生政策的主要內涵如次:

日本政府為因應人口減少與高齡化,以及地方都市人口持續移往大都市圈,造成地方經濟社會萎縮的問題,為了實現國土的人口平衡及維持經濟活力,由中央政府(內閣官房)提出全國性的地方創生總合策略(2015 至 2019 年),全國一千多個都(道、府、縣)或市(町、村)等地方政府據以提出地方版總合策略及相關實施計畫。

城鄉・人・工作創生總合策略＝地方創生策略

■ 計畫執行方式

1、地方創生政策的推動主要由中央所組成的地方創生小組負責,其中包含內閣官房與內閣府,內閣官房由各相關中央省廳組成,負責政策擬定、地方版總合策略之制定支援相關企劃審查及定期追蹤。至實際計畫的規劃制定與實施則由都(道、府、縣)或市(町、村)分階段辦理,初期先進行地方總合策略之制定,向內閣官房提出規劃案申請,中央核定計畫將給予地方 100%補助款辦理;俟地方版總合策

略制定完成後，地方政府可據以提出相關實施計畫，由中央提供 50%的經費補助。
中央就此一實施計畫補助金之預算編列規模約為 1,000 億日圓。

- 2、中央除提供地方相關財政支援(包括地方創生推動補助金、據點整頓補助金等)外，也提供相關資訊(如地區經濟分析系統)及人才到地方協助規劃工作，此外也可獲得經濟產業省、國土交通省、環境省等相關省廳之支援。

■ 地方創生政策年度重點工作方向

日本推動地方創生，自 2014 年制定國家總體策略，2015 年於各地方政府規劃制定地方版總合策略，2016 年地方正式啟動各項實施計畫，2017 年為加速地方創生的有效實施，內閣官房復提出以下 5 項新的對策：1.對地方創生有貢獻的大學改革；2.活用地區資源的「工作」創造；3.閒置店鋪、閒置農地、古民家等閒置資產的活用；4.政府關係機關的地方移轉；5.設置中央省廳的地方辦公室。

第四章 心得與建議

一、綜合心得

本次設計翻轉·地方創生之日本考察一行看到了從 D47 Museum 透過民間的力量整合日本 47 個都道府縣進行各地的深度探訪及資料搜查，以提振地再生及土地魅力為要，透過一桌一都道府縣的方式展現各地域文化的差異性，值得台灣效仿整合出各縣市之間的地域性魅力，挑選出具代表的餐飲、文化、產業，並透過企劃及設計的力量，運用在展覽、餐廳、演講等空間，實際的點出每個縣市的特色並讓在地人能回流創造各自縣市的經濟價值。

墨田區因有著「製物之町」的歷史，匯集許多生產製造生活道具、用品的中小型工廠，雖然因為世界製造業版圖位移，墨田區工廠逐漸減少，從最高峰的 9,703 間到只剩下 2,000 多間工廠，但是 2012 年東京晴空塔之落成，卻變成了墨田區一個轉機和商機。透過「墨田時尚」品牌的打造，以公部門的力量協助在地中小企業共同行銷，透過設計的方式去翻轉製造業不同可能性的發展，因而推出了「墨田時尚」認證制度，除了以公部門資源打造地方品牌，協助區域內業者共同行銷推廣，透過與不同國家的設計師合作創造出日本產業文化技藝的傳承並增進當地業者光榮感。

另以台東設計師村為例與屏東縣的青年學院及青創聚落相似，為未來規劃創業空間「職人町」很好的參考範本，而村長也提出台東設計師村在發展成現在版圖時中間遇到的挫折與磨難，如何引導創作者培育出自我營運方式以及從台東設計師村畢業後能夠繼續留在台東區，是設計師村該注重的標的，並積極的往這個方向前進。「酷日本基金公司(Cool Japan Fund Inc)」社長太田伸之先生不斷強調：「有好的設計才能襯拖出產品的品質，設計才是最重

要的關鍵。」另外有好的品質，也應該有相對應的售價，於是不断努力說服日本國內業者可以自信的訂出其品質該有之售價，而不要以削價競爭，可見打造「日本出品」的品牌有其重要性。試圖創造所謂的日本潮流的表率，以企業化經營針對形塑日本動漫、時尚美妝、美食、觀光風潮作為主要的任務，以提升與創造整個日本國際的潮流帶動日本經濟的新方向。而小布施町六次產業中心是一交易平臺，內部空間以黃色系為主，架上小格子擺放由農民生產的農產品，這些農產品都是農民自行包裝並印有條碼、價格、生產者、及生產地等資料後，運至鎮內交易平臺擺放銷售。

奧能登藝術季為第一年舉辦因當地因為交通不便、人口老化問題，鮮有觀光人口，珠洲市政府找來了北川富朗團隊策劃了「奧能登國際藝術祭」，在參訪過程中，北川團隊提到：「辦藝術祭的目的，其實並不是在追求觀光效益，而是要讓在地居民實在的感受到幸福感及為地方光榮感。」在我們觀賞散落在半島各處的作品時，的確能感受到在地居民對此活動的認同與團結，不只看到了在展場當志工的老爺爺、老奶奶的笑容，甚至是青年因此而返鄉幫忙也看到了在地居民攜老扶幼舉家一起來共同支持的情景。如何凝聚地方人心也是本次考察中相當重要的一個環節，無論是舉辦活動抑或是展覽演講等，最重要的關鍵都一定是「人」，由你我串連起來一心往同樣目標前進，才是我們所匱乏的目標，應透過自身的經歷無論是腳下的土地，或是一手打造的產業最終的目的都應打動人心，將彼此串連起來一起讓彼此往更好的未來前進。

二、整體建議

1. 國家以總體計畫推動促進地方振興發展

日本政府為因應人口減少與高齡少子問題，從中央政府的高度提出國家級的地方創生總體策略，以集中政府資源及民間力量的方式在全國各地全面推動。考量我國亦將面臨與日本雷同的問題，亦需擬定地方創生整體策略，以統合指導相關資源投入，發揮總體綜效，我國亦可參考日本經驗研議規劃我國地方創生之整體策略。

目前我國各縣市亦有推動「設計翻轉・地方創生」計畫，透過在地人、地、產之資源盤點，發掘出每個縣市各自魅力，整合在地與旅外人才，透過設計力、創新力導入地方特色產業的發展。未來計畫推動時，建議可比照日本 47 個都道府縣 D47 所編製專書的方式，不僅是發掘地方特色還編纂地方職人、特殊工藝、文化美食等特色，提供觀光遊客或是想找尋職人合作的設計者或製造業者，以透過專書的內容親自到地方體驗或促進媒合業界，達成讓人潮回流，促進地方產業活化的方式均甚值得學習仿效。

2. 政府應加強設計力導入，以促進產業升級加值發展

本次考察發現日本以其豐厚的藝術文化底蘊轉化形成的優質設計能力，結合精良的製造技術，使其傳統產業能與時俱進，不斷轉型成長，其中「設計力」對於產業的加值升級實扮演極為關鍵的角色；在城鄉規劃建設方面也能以更優質的設計施作，打造饒富國土美學的生活環境。相關經驗值得我國借鏡。如何打造地方品牌可從墨田區政府實施「墨田時尚」認證制度來做切入點，打造出「XX（地方）製造 XX（地方）設計」方式，例：台灣創意設計中心所和墨田區政府所合作的「墨田製造、台灣設計」的模式，其機制是媒合產品設計師與鄉鎮職人合作開發商品，提高產品附加價值。另在審查機制部分，由區民調查隊和專家學者審查，透過 30 位區民調查隊（入選條件：

設籍/工作地點)的招募，跟在地居民互動，以米其林試食方式評分，提高公信力。並且政府部門不介入審查機制，較不易引起店家爭議。以設計力成為工具，讓作品成為商品，讓商品在經過不同層次的設計，成為產品，其設計佔了很重要的作用。

3. 設置青年創業育成基地，促進在地就業

如同台灣因少子化所產生的閒置校區校舍空間利用的問題，日本台東區設計師村提供了一個將廢校改造成青年創業育成中心的成功典範。有關育成中心的經營方面，相關營運計畫應考量財務自償性，藉由市場機制的導入，以強化創業育成中心之功能與永續經營。

有關如何培力青年創業者的問題，誠如台東設計師村的村長鈴木先生提出：「進駐者有 80%在進駐面談時就可判斷是否有心創業！」，因此育成中心的經營策略不應以便宜的場地租金價格作為吸引創作者進駐的主要策略，對於入駐申請者的篩選，應以候選人是否具強烈創業企圖心為考量。透過專業經理人提供輔導與培力創業設計師，給予設計、市場資訊及商品化方面相關專業意見，以及參展、買方通路市場交流等網絡關係的聯繫建構，讓創作者能夠在本地深耕，融入當地生活，並建立起有效的商業通路之自我營運模式，以促成駐村青年設計者走向獨立創業之道。

如松山文創園區近年推廣的創作者工廠也遇到創業者的起步問題，除了有良好的空間提供創作者使用外，如何讓創作者運用當地素材，甚至與來往的民眾有所回饋互動，台東設計師村的經驗應可提供相關借鏡。

4. 選定重點項目推動國際行銷，打造國家品牌

酷日本基金以結合政府與民間資金，選定具有日本特色的重點產品並輔導產品改良升級，再透過海外據點強力行銷推廣的產銷輔導模式推動品牌國際化，較諸我外貿

協會採普遍性的產品(服務)海外拓銷方式，似更具重點性與系統性，建議可參考酷日本基金的作法選定重點特色項目辦理，並整合運用民間企業之資源及市場資訊優勢，以強化國際行銷競爭，打造國家品牌。

透過「酷日本基金公司(Cool Japan Fund Inc)」的案例，回顧臺灣過去在全球化的代工模式下，「台灣製造(Made in Taiwan)」被標籤化為大量生產、便宜貨的象徵，成為電子業代工廠龍頭，但隨著生產基地逐漸外移至勞工成本更低的地區，台灣產業面臨轉型挑戰。如今我們應該反思「台灣製造(Made in Taiwan)」不再單純只有「製造地」的意義，塑造出買「MIT」，涵蓋買「設計」、「品質」、「安心」的精神成份。

5. 結合地方觀光，以地產地銷方式推廣農產品銷售促進農村經濟發展

以小布施町六次產業中心的交易平臺機制可見，其間無商人層層剝削從中獲利，也間接在價格上回饋消費者，而每月結算按條碼編號支付農民，既簡單又便利。其販售農產品採「信任制」可省去送檢驗之成本，也直接反應在產品標價上，使產品更具競爭力。因此在東京新宿區 3 個水蜜桃要價 2000 日幣；此地卻 4 個才賣 324 日幣，原因無他，除產地優勢廉價銷售外，更避免利潤遭中間商層層剝奪。此處可看出日本高價位農產品只在都會區，在鄉村依然價格低廉，甚至遠低於台灣同類農產價格。基於此，小布施町六次產業中心的作法，以農產品地產地銷利潤儘量回歸農民的機制，提供我們相當好的參考經驗。

6. 以大型藝術文化節慶活動，建立地區或國家品牌形象，帶動地方發展

我國各地方常年舉辦各類小型零星的節慶活動，然同質性過高並未能建立地方的自明性與辨識度，對於國家整體觀光發展的加分效果甚微，因此建議可參考日本推動大型藝術祭的成功經驗，規劃推動具有我國家特色與代表性的大型節慶活動，透過專

業策展團隊作較長時間、縝密的規劃，強化藝術設計內涵，並與在地文化與常民生活做緊密的鏈結，以提高地區之知名度，有效促進地區觀光與經歷。

附件

附件一、拜會機構預擬問題

附件二、考察機構簡介

附件三、實際考察與交流照片

附件四、考察蒐集相關資料

附件一、拜會機構預擬問題

一、D47 Museum

1. D47 為非官方所執行專案，團隊在執行或號召過程如何推動、推動政策為何？
2. D&Department 在 47 個縣市開闢實體聚點以及出版《d design travel》，如何定期檢核推廣成效？一本 TRAVEL 雜誌從調查到完成出版工作期程的分工為何？

二、墨田區政府 設計合作計畫

1. 自 2015 年起，墨田區及台灣設計師媒合開發計畫，藉由「台灣設計、日本精造」推動雙方團隊的品牌跨領域合作邁向國際市場。墨田區政府如何在地推動「台灣設計、日本精造」之設計合作計畫？
2. 推動政策與未來發展目標願景為何？探討下一階段推動模式。

三、台東設計師村

1. 台東設計師村在 2004 年由台東區文化產業觀光部支持下運作，活用廢校作為基地，提供當地新銳設計師許多資源。閒置設施再利用時，既有設施以及空間的轉移給台東設計師村作為創意基地，台東區政府如何協助台東區設計師村成立與推廣或相關作業規範？
1. 台東區過去一直為布料等傳產群聚區域，有許多技術精良的職人，設計師村以扶植台東當地時尚產業為發展定位，提供場域引入年輕設計師進駐，並提供各種創業及營運的輔導服務。台東區政府對於台東設計師村的運作機制以及輔導新銳設計師的方式為何？

四、Cool Japan Fund Inc.

1. 酷日本計畫是日本官民合作的「B2C 日本式生活美學示範平台」，由日本經濟產業省宣布成立「酷日本基金」，分別由日本政府與民間企業投注不少資金，後續其正式民營化成為基金公司。酷日本計畫是如何成立與號召政策為何？推動模式與經營方式如何建立？
2. 酷日本以日本形象軟實力為國家層級之戰略。探討酷日本如何運用創新手法推動計畫以及如何配置資源？從業者的角度，如何與政府攜手合作並促進酷日本計畫成長與推廣？

五、小布施町市役所

小布施町的栗子產業具有相對程度的名氣，面對觀光客的增加以及產業或店家的進駐等，小布施市役所對於觀光產業以及文化推廣如何振興，未來是否有其他推廣計畫？

六、奧能登執行團隊

1. 奧能登國際藝術祭為第一屆，在辦理的第一年如何推動？如何與官方合作、合作模式與推動核心為何？
2. 珠洲位處於擁有山與海的地景（台灣也擁有相似之地景型態），擁有豐富的傳統文化，如何建立吸引觀光客的魅力？
3. 探討奧能登國際藝術祭官方項目「Oku-Note」中內容。珠洲市政府與執行團隊（執行委員會）的角色分工為何？合作機制為何？

七、珠洲市政府

1. 相較於大多景點，珠洲市並非為觀光客多的地方，今年度所舉辦的藝術祭如何藉由藝術活化地方，促進地域再興？珠洲市政府如何推動國際藝術祭的生成？
2. 奧能登半島擁有山與海的地景（台灣也擁有相似之地景型態），如何以不同的觀點打造新的大地藝術祭典範？
3. 探討奧能登國際藝術祭官方項目「Oku-Note」中內容。珠洲市政府與執行團隊（執行委員會）的角色分工為何？合作機制為何？

八、野村總合研究所

1. 日本政府近年推動「地方創生」的政策背景及主要因應的國土發展課題。
2. 「地方創生」政策的目標、架構、具體的推動措施與實施計畫、中央與地方政府之分工。其中對於振興偏鄉發展是否針對不同區域有特別對策？
3. 法令、資金、人才等方面的配套對策政府與民間部門合作推動模式為何？透過地方創生計畫所帶動的地方發展的產業類別主要有哪些？實際推動成效如何？與以往地方經濟振興計畫之主要差異

附件二、考察機構簡介

考察機構簡介

D47 Museum



日本生活雜貨經營店 D&DEPARTMENT 團隊，本著發現地方的精神逐步重新尋找日本47都道府縣地域產業工藝品的美好，並強調傳統工藝的活化與應用，尊重工藝，探訪職人，在澀谷Hikarie8樓開始以設計導入與展覽的形式推廣這樣的思考邏輯與態度，在「不生產」的原則下，以「永續設計」為選品標準，販賣的不只是「正確設計的」二手商品，還有「製作者的理念」。

Hikarie8樓的「8/創意空間」，涵蓋了三大常設空間：d47 Museum、d47 design travel store、d47食堂，集展覽、銷售與餐飲為一體，共同打造以設計為核心的日本地域文化推廣品牌「d47」，d為「design」之意，47則是日本全國「都道府縣」的數目，以設計的視角重新審視地域文化在當下的意義與價值，向問題學習、向地方學習，創造解決地方問題的好設計，以生活用品的方式介入生活，從觀看、購買、品嚐等不同面向，實際體會日本47個都道府縣的設計魅力。

D&Department 創辦人 - 長岡賢明 ナガオカケンメイ
所倡導 Long Life Design 規則：

01. 修理（有完善的維修配套措施）
02. 價格（為合理的販售價格）
03. 銷售（傳達製作者理念的銷售方式）
04. 製作（生產者堅持於製作產品熱忱）
05. 機能（好用）
06. 安全（不危險）
07. 生產（不追趕流行的大量生產）
08. 使用（讓使用者關心產品背後故事）
09. 環境（關心產品生產的時代背景）
10. 設計（美的事物）



東京都澀谷區澀谷2-21-1
03-6418-4718

www.danddesign.co/

墨田區政府 產業觀光部

墨田區役所
Sumida City

墨田區自江戶、明治時代以來便是精細加工職人聚集的重鎮，墨田區企業不僅是許多全國性品牌OEM及零件供給之重要夥伴，在日常生活用品市場也常見到墨田區企業的商品。伴隨著2012年東京晴空塔之超高人氣，墨田區觀光客激增，透過「設計」的導入讓觀光效果擴及到產業，同時將職人文化及精湛技藝推廣至各國遊客並且傳承。2015年台創中心與墨田區政府以「台灣設計、日本精造」為主題進行合作，為台灣設計海外輸出立下了里程碑。成效良好，目前已著手進行第二期的合作規劃，將擴大其他產業的參與，並深化合作內容。

「すみだモダン/SUMIDA MODERN」

為了提升區內企業整體品牌力，並以產業結合觀光文創，墨田區政府創設了地域品牌認證制度「SUMIDA MODERN」事業。符合「古意創新」精神及地域品牌的價值規定者，不僅是產品，包含餐飲店的菜色都可提出認定申請，希望以此手法促進區內企業導入文創理念。SUMIDA區政府也積極展開地域品牌通路開拓事業，協助區內企業踏上通路舞台。



墨田區吾妻橋1-23-20
03-5608-1111

www.city.sumida.lg.jp

東京都台東區 台東設計師村

台東デザイナーズビレッジ
Taito Designers Village

台東區設計師村係在 2004 由東京都台東區文化產業 觀光部支持下運作，活用廢校作為基地，以時尚及設計為主題，提供當地新銳設計師創業初期的軟硬體資源，類似台北的中山創意基地概念。

台東區一直為布料、成衣等傳統產業群聚區域，有許多技術精良且傳承數代的職人，設計師村以扶植台東當地時尚產業為發展定位，提供場域引入年輕設計師進駐，從育成角度提供各種創業及營運的輔導服務，每年亦舉辦商品展覽或協助通路媒合，增加商品曝光及合作機會，而創業後的設計師也多留在當地，並與當地工廠或職人發展合作關係，為傳統產業不斷注入新血，有助在地產業鏈深根發展。台東區設計師村空間包含 19.7 平方公尺(9 間)、25.9 平方公尺(1 間)、37.3 平方公尺(1 間)及 39.4 平方公尺(8 間)等 4 種「房型」，每月租金及管理費等依使用空間大小 為 2 萬 9,000 至 4 萬 3,000 日圓不等，算極為優惠的租金水準。

台東設計師村提供設計產業之企業、獨立設計師及小型文創設計工作室進駐，進駐 19 間業者為 5 年之內的新品牌包含服飾設計、珠寶設計、生活雜貨、皮革創作、平面創作等，以進駐 3 年為原則，輔導機制與社區發展相結合，並輔導在東京、品川車站設銷售點。該村 10 年共輔導 60 個品牌畢業，30 店開在附近社區，與社區共榮成長，每年該村並在台東區辦理大型展會，推廣創新業者的市場商機。



ファッションデザイン関連創業支援施設
台東デザイナーズビレッジ
Taito Designers-Village

東京都台東區小島 2-9-10
03-3863-7936

www.designers-village.com/

Cool Japan fund Inc



酷日本計畫是日本官民合作的「B2C日本式生活美學示範平台」，2013年11月底，日本經濟產業省宣布成立「酷日本基金」(Cool Japan Fund)，由日本政府出資300億日圓(2014年底將增資至500億日圓)，加上15間民間企業各出資5億日圓，投注總金額高達375億日圓。

2013年11月25日正式民營化，並成立酷日本基金公司(Cool Japan Fund Inc.)專責管理，具體支援下列三項事業形態：平台型事業、供應鏈型事業、地方企業行事業。目的在積極於國際間形塑日本動漫、時尚美妝、美食、觀光風潮，以日本文化品牌，經營海外市場。

為了能夠再創日本經濟榮景，酷日本計畫2012年啟動「海外商業模式試行」，選定亞洲國家為重點地區，另加入歐美國家（如法國、美國、義大利）與其他新興市場（如巴西、沙烏地阿拉伯、俄羅斯），2015年來共計63件海外商業模式試行案例，涵蓋飲食、成衣時尚、地方特色與傳統工藝、居家等生活領域；推動海外市場建構「看得到、摸得到、買得到」的酷日本。

「酷日本」是日本形象軟實力出口的國家層級戰略，簡化了戰略層次的繁複，將資源配置於推動手法的突破與創新，並針對年度試行案例成果進行檢討，為「酷日本基金」創投模式奠定良好基礎。

酷日本基金2014年投資 Chikaranomoto 控股有限公司約7百萬日元，及安排1.3億日元信貸額度，提供該企業旗下品牌Hakata Ippudo(博多一風堂)於海外開設多將分店，並於當地建立中央廚房，此平台也將提供其他日本餐飲品牌當地服務。本項計畫被視為日本餐飲業進軍國際市場的典範，透過日本食品品牌在國際上建立流行趨勢，擴增日本餐飲產業國際化發展的商機。



小布施町 OBUSE Machi

小布施町曾經繁華一時，也面臨過人口流失的問題，深究小布施町過去如何克服人口減少狀況惡化，如何開啟打造城鎮以及街道改造等的建設計畫，並藉由文化振興的關鍵以及與當地居民共同合作，使小布施町開啟現金更為繁華的榮景。

小布施町是歷史上知名的重鎮，街道仍然保持傳統景觀，以栗子最為聞名，當初透過在地廠商的改建案而去思考一個村的規劃，思考改建的這群人不是廠商的人，而是一群關心地方發展的人，也沒有任何組織去營造，促成今天小布施町。

日本有名的浮世繪大師葛飾北齋，受藝術家富商邀請，晚年在小布施町停留四年專心創作，因此葛飾北齋的傑作在小布施町留存相當多。當地居民甚至不惜集資從海外美回葛飾的作品，在1997年開幕北齋館，在日本造成極大關注。在歷史、文化、栗子之鄉的交互連結，使該城在近年挹注產線出特別的觀光活力與魅力。



長野県上高井郡小布施町大字小布施1491番地2
026-247-3111

www.town.obuse.nagano.jp/

奧能登 國際藝術祭

奧能登國際藝術祭
OKUNOTE



2017年舉辦的《奧能登國際藝術祭》，同樣北川富朗主導，奧能登是位於能登半島的最北端，人口只有15000人左右。珠洲雖同時擁有山與海，也有祭典、陶藝、家屋等傳統文化，卻不是個觀光客常去的地方，如今隨北陸新幹線開通，為北陸縣市帶來新的觀光人潮，政府藉由藝術活化地方，促進地域再興，打造出不同以往的「半島觀光新典範」。

奧能登國際藝術節旨在發掘出珠洲當地生活、居民的潛在魅力。藝術家們將與珠洲市民、來自其他地區的志願者們一起共同打造迄今為止從未有過的新型藝術節。日本各地的生活文化都曾在此集結，節日慶典時使用的Kiriko巨型燈籠，以燈籠組成12公尺、重達兩公噸的巨大御神灯山車，在街道或海邊進行祭典遊行，能登半島散佈著充滿地方特色重要盛事，也被列入國家無形民俗文化財。

奧能登國際藝術節官方項目“Oku-Note”是在藝術節舉辦期間同時開展旨在發掘奧能登珠洲的魅力。無論是居住在奧能登的市民，還是赴奧能登旅遊的觀光客，亦或是曾與奧能登有過交集的人們，都可以踴躍參與，官方從中將挑選出最具魅力的100件，藉此向日本國內乃至海外大力推廣奧能登珠洲的魅力。

みんなで作る奥能登・魅力ガイド

おくノート

OKU-NOTE PROJECT

石川縣珠洲市全地區

www.oku-noto.jp/cn/

附件三、實際考察與交流照片



D1 D47 博物館參訪



D2 墨田區政府 產業觀光部拜會



D2 台東設計師村拜會



D2 Cool Japan Fund Inc. 交流會



D3 小布施町市役所/六次産業中心/789 公司



D4 奥能登藝術祭參訪



D5 珠洲市政府拜會與交流

附件四、考察蒐集相關資料



奥能登国際芸術祭2017 Oku-Noto Triennale 2017

最涯の芸術祭、美術の最先端

会期 2017年9月3日(日) — 10月22日(日) 50日間

会場 石川県珠洲市全域 247.26km²

参加アーティスト 11の国と地域から39組

総合ディレクター 北川フラム(アートディレクター)

主催 奥能登国際芸術祭実行委員会 / 実行委員長 泉谷満寿裕(珠洲市長)

〒927-1214 石川県珠洲市飯田町13字120番地1 珠洲市奥能登国際芸術祭推進室内

TEL 0768-82-7720 / FAX 0768-82-7727 / e-mail info@oku-noto.jp / 公式WEBサイト <http://oku-noto.jp>

助成



公益財団法人福武財団

NOMURA 野村財団



協賛

株式会社 北国新聞社 / 株式会社 北国銀行 / 北陸電力株式会社 / 興能信用金庫 / 全日本空輸株式会社 / アルスコンサルタンツ株式会社
株式会社 南商店 / ホルベイン工業株式会社・ホルベイン建材株式会社 / 株式会社 北陸スタッフ / さくらホームグループ / 株式会社 日本海コン
サルタント / 株式会社 北陸銀行 / 能越ケーブルネット株式会社 / ランプの宿 株式会社 / 北陸総合警備保障株式会社 / 株式会社 加賀屋 / 株式会
社 のとじ荘 / アサヒグループホールディングス株式会社 / 北陸奥能登バス株式会社 / のと鉄道株式会社 / 株式会社 平蔵建設 / 珠洲市農業協
同組合 / 宗玄酒造株式会社 / 日本翻譯化成株式会社 / 株式会社 ティムスプランニング / 株式会社 ジェイアル貴崎・北陸ロジスティク
ス株式会社 トヨタレンタリース石川 / キヤノン株式会社 / Gallery 角あそび / 株式会社 NTT ドコモ北陸支社 / 株式会社 トロンマネーメン
ト

後援・協力 北国新聞社(特別協力) / テレビ金沢 / エフエム石川 / ラジオかなざわ / ラジオななほ / ラジオこまご / 北陸放送

Design: Kazumasa ASABA Photo: Naoki Ishikawa

さいはて 最涯の芸術祭、美術の最先端

能登半島の先端に位置する石川県珠洲市。古くから海と陸の交流が盛んに行われ、特異な文化が育まれた珠洲は、地理的に孤立していることから、日本文化の源流ともいうべき昔ながらの暮らしや風習がいまでも残る町。“忘れられた日本”がそこにあります。連日のように「キリコ祭り」が行われ、奥能登が一年で最も活気づく秋に開催される「奥能登国際芸術祭2017」は、伝統文化と最先端の美術が響き合うアートの祭典。国内外から参加するアーティストと奥能登珠洲に眠るポテンシャルを掘り起こし、日本の“最涯”から“最先端”の文化を創造する試みです。

地域共同体の絆



子供たちが披露するキャラゲ



神輿の足元を照らす御神燈キリコ



ひびのこづえ／「スズスカ」
旧飯塚保育所【正院地区】

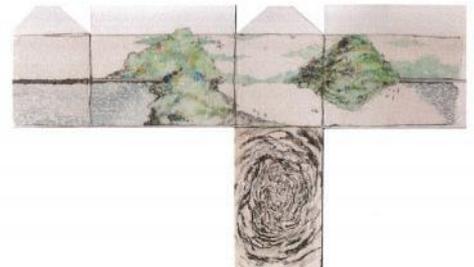
Photo: Naoki ISHIKAWA



神輿の足元を照らす御神燈キリコ



家主が自宅で御膳料理や酒をふるまうヨバン



金沢美術工芸大学アートプロジェクトチーム【スズプロ】
「静かな海流をめぐって」／古民家【飯田地区】

里山里海



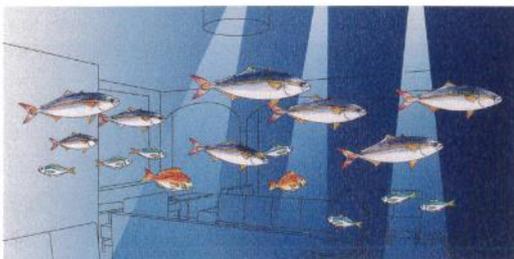
眞壁隆二／「青い舟小屋」
寺社の舟小屋【上戸地区】



中瀬康志／「月を映す花舞台」／アートキャラバン KAMIKURO
旧上黒丸小中学校【若山地区】



アローラ&カルサディージャ(フェルトリコ)
「船首方位と航路」／木ノ浦海岸【日置地区】



吉野央子／「JUN 光陰」
旧店舗(JUEN)【飯田地区】



アレクサンドル・コンスタンチーノフ(ロシア)／「珠洲海道五十三次」
バス停【大谷～正院地区】



つながる日本海



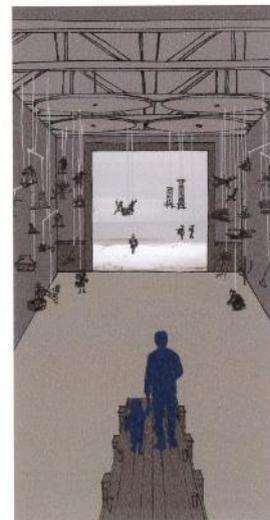
深澤孝史／「神話の続き」
笹波海岸【大谷地区】



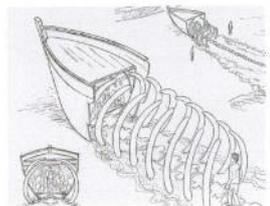
坂巻正美／「上黒丸 北山 鯨組 2017」
北山【若山地区】



リュウ・ジャンファ (刘建华) (中国)
「Drifting Landscape」
見付海岸【宝立地区】



角文平／「Silhouette Factory」
本江寺の倉庫【直地区】



小山真徳／「最涯の漂着神」
粟津の海岸【三崎地区】

失われた列島の生活



さわひらき／「魚話」
旧日置公民館【日置地区】



ウー・ジーツォン (吳季德)
& チェン・シューチャン (陳淑強)
(台湾)／「Passing」
旧漁業倉庫【正院地区】



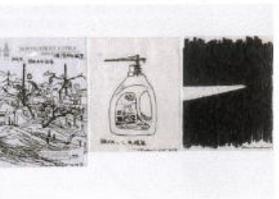
堀田千春／「時を運ぶ船」
旧清水保育所【大谷地区】



田中信行／「触生—原初—」
西中町の蔵【直地区】

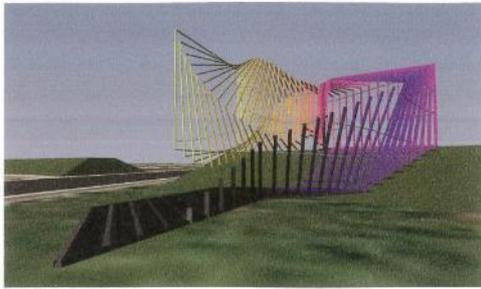


南条嘉毅／「シアター・シュメール」
旧映画館(飯田スメル館)【飯田地区】

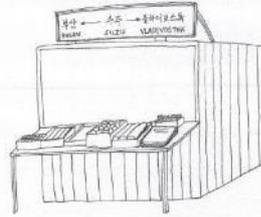


岩崎貴宏／「Untitled」
森腰の古民家【三崎地区】

鉄道の消滅点



トビマス・レーベルガー(ドイツ) / 「Something Else is Possible / なにか他にできる」 / 旧船島駅周辺【船島地区】



ギムホンソック(韓国) / 「書でも悪でもないキオスク」 / 旧津洲駅【直地区】



ラックス・メディア・コレクティブ(インド) / 「うつつみ」 / 旧上戸駅【上戸地区】



エゴ・ヌグロホ(インドネシア) / 「Bookmark of dried flowers」 / 旧船島駅【船島地区】



アデル・アブデスメッド(アルジェリア/フランス) / 「まもなく」 / 旧船橋駅【宝立地区】



河川龍夫 / 「小さい忘れもの美術館」 / 旧飯田駅【飯田地区】

最涯の地



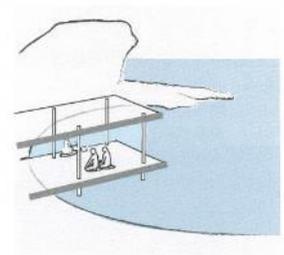
石川直樹 / 「視浴宇宙宝湯」 / (会場構成 dot architects) / 旧旅館(宝湯2階)【宝立地区】



鴻池朋子 / 「陸にあがる」 / シヤク崎【日置地区】



EAT & ART TARO / (設計 藤村龍至) / 「さいはての[キャバレー準備中]」 / 旧レストラン【飯田地区】



GYOKO YOSHIDA + KINOURA MEETING / 「海上のさいはて茶屋」 / 木ノ浦海岸【日置地区】

パフォーマンス

料金 前売券 一般:1000円 / 小中高生:500円 / 当日券 一般:1500円(作品鑑賞パスポートをお持ちの方1300円) 小中高生:500円

・WONDER WATER

パフォーマー
ホワイトアスバラガス、谷口界、ハチロー
音楽 川瀬浩介 / 衣装 ひびのこづえ
日時 9/16(土) 17:30 - / 9/17(日) 17:30 -
9/18(月・祝) 11:00 - / 9/23(土・祝) 17:30 -
9/24(日) 11:00 - (上演時間40分)
場所 スズカ(旧飯塚保育所)

・Humanoid LADY スズカ ver.

パフォーマー
引間文佳
音楽 川瀬浩介 / 衣装 ひびのこづえ
日時 9/30(土) 17:30 -
10/1(日) 11:00 - (上演時間約30分)
場所 スズカ(旧飯塚保育所)

・LIVE BONE in スズカ

パフォーマー
森山開次
音楽 川瀬浩介 / 衣装 ひびのこづえ
日時 10/7(土) 17:30 -
10/8(日) 17:30 - (上映時間40分)
場所 スズカ(旧飯塚保育所)

・饗の事導(あへのことしるべ)

太鼓集団
鬼太鼓座
日時 10/14(土) 18:30 -
場所 旧東若山小学校(若松地区)

WONDER WATER 関連イベント

・公開レッスン

日時: 9/19(火)、20(水)、21(木)、22(金)
いずれも 14:40頃から / 場所: スズカ(旧飯塚保育所)
料金: 無料(作品鑑賞パスポートが必要)

・ジャグリング体験

日時: 9/19(火)、20(水)、21(木)、22(金)
いずれも 17:00 ~ 18:00
場所: スズカ 料金: 500円

・出張パフォーマンス

日時: 期間中の平日
(詳細は、決定次第奥能登芸術祭公式WEBサイトでお知らせします。)

参加アーティスト 11の国と地域から、39組が参加 ※表記は50音順

浅葉克己(日本) / 麻生祥子(日本) / アデル・アブデスメッド(アルジェリア/フランス) / アローラ&カルサディージャ(アメリカ/キューバ
 プエルトリコ) / 石川直樹(日本) / EAT&ART TARO(日本) / 井上唯(日本) / 岩崎貴宏(日本) / ウー・ジーツォン(吳季聰)&チェン・シュー
 チャン(陳淑強)(台湾) / Ongoing Collective(日本) / 鬼太鼓座(日本) / 角文平(日本) / 金沢美術工芸大学アートプロジェクトチーム
 [スズプロ](日本) / 河口龍夫(日本) / キジマ真紀(日本) / ギムホンソック(韓国) / 鴻池朋子(日本) / 小山真徳(日本) / アレクサンドル・
 コンスタンチーノフ(ロシア/アメリカ) / 坂巻正美(日本) / さわひらき(日本/イギリス) / 塩田千春(日本/ドイツ) / 竹川大介(日本) / 田中信行
 (日本) / 中瀬康志(日本) / 南条嘉毅(日本) / エコ・ヌグロホ(インドネシア) / Noto Aburi Project(日本) / バスラマ・コレクティブ(スペイン)
 ひびのこづえ(日本) / 深澤孝史(日本) / 眞壁陸二(日本) / 村尾かずこ(日本) / GYOKO YOSHIDA + KINOURA MEETING(日本) / 吉野央子
 (日本) / ラックス・メディア・コレクティブ(インド) / カ五山(日本) / リュウ・ジャンファ(劉建华)(中国) / トピラス・レーベルガー(ドイツ)

作品鑑賞パスポート

※作品鑑賞時間 9:30-17:00

	当日券	前売券
一般	2500	2000
高校生	1000	800
小中学生	500	300

- ・奥能登国際芸術祭2017のすべての作品を鑑賞できるパスポート
- ・前売り券発売中(2017年9月2日まで)
- ・パスポート提示で、飲食店、宿泊施設、イベント割引など各種優待あり
- ・取扱い: オープラス、CNプレイガイド(CNI-21724)
- JTB エンタメチケット(商品番号0246051)、チケットぴあ(Pコード 768394)
- ローソンチケット(Lコード 56900)、金沢21世紀美術ミュージアムショップ
- 道の駅すずなり、ラポルトすず、珠洲市役所、珠洲商工会議所、実行委員会事務局ほか

キリコ祭りカレンダー

・「キリコ」とは?

奥能登珠洲では、五穀豊穡を祈る様々な祭礼神事が行われています。特に9月上旬から10月下旬の約50日間は、
 連日市内で秋祭りが行われます。神輿の足元を照らす御神燈「キリコ」やかつて塩田を踏み固めた曳山がまちを練り歩きます。

9月

- 5 火 上正力[若山/伊勢神社]
- 6 水 北山[若山/古吉部神社]
- 春日野[宝立/宍神社]【キリコ】
- 7 木 春日野(2日目)
- 8 金 馬渡[宝立/大日靈神社]
- 吉ヶ池
[若山/石上棚田神社]【キリコ】
- 9 土 寺家[三崎/須須神社]【キリコ】
- 大谷[大谷/大谷神社]【キリコ】
- 10 日 大谷(2日目)
- 飯塚西[正院/火宮神社]
- 善野[宝立/八幡神社]
- 増島[増島/高倉彦神社]【キリコ】
- 11 月 増島[増島/高倉彦神社]【早船狂言】
- 森腰[三崎/片姫神社]
【キリコ/奴振り】
- 仲谷内[大谷/中山神社]
- 12 火 粟津[三崎/片姫神社]【キリコ】
- 13 水 雲津[三崎/白山神社]【キリコ】
- 14 木 雲津(2日目)
- 上戸[上戸/総神社、柳田神社、
上戸気多神社]【曳山】

- 岩坂[直/久度神社]【キリコ】
- 正院[正院/須受八幡宮]【キリコ】
- 正院(2日目)【奴振り】
- 鷗島[宝立/稲荷神社、日吉神社
八幡神社、白山神社、姫神社]
【曳山】
- 鷗島(2日目)
- 小泊[三崎/八幡神社]【キリコ】
- 木[三崎/白山神社]【キリコ】
- 洲巻[若山/神明神社]
- 17 日 細屋[三崎/白山神社]【キリコ】
- 18 月・祝 引砂・高波[三崎/松森神社]
【キリコ】
- 輪銅[宝立/住吉神社]【曳山】
- 川尻[正院/稲荷神社]【曳山】
- 19 火 杉山[三崎/火之宮神社]【キリコ】
- 小路[正院/羽黒神社]【キリコ】
- 20 水 平床[正院/平床神社]
- 大坊[若山/新宮神社]
- 二子[若山/二子神社]
- 飯田[飯田/春日神社]【キリコ】
- 21 木 伏見[三崎/菅原神社]【キリコ】

- 22 金 上山[若山/上山神社]
- 飯塚東[正院/火宮神社]【キリコ】
- 狼煙[日置/須須神社奥宮、
丹生神社]【キリコ】
- 延武[若山/栗林神社]
- 23 土 上黒丸[若山/火宮神社]【キリコ】
- 岡田[正院/火宮神社]【キリコ】
- 古蔵[若山/八百神社]
- 横山[日置/丹生神社]【キリコ】
- 24 日 大屋[三崎/大屋田神社]
- 野々江[直/菅原神社、野中神社]
【キリコ】
- 25 月 野々江(2日目)
- 宇治[三崎/菅原神社]
- 角間[大谷/国造神社]
- 27 水 二本松[三崎/二本松神社]
【キリコ】
- 東山中[日置/白山神社]【キリコ】
- 30 土 宗末[若山/宗末神社]

10月

- 2 月 中[若山/少彦名神社]
- 3 火 郷[宝立/火宮神社]【キリコ】
- 5 木 内方[三崎/八幡神社]【キリコ】
- 7 土 白滝[若山/稲荷神社]
- 川浦[日置/八幡神社]【キリコ】
- 清水[大谷/清水白山神社]
【キリコ】
- 8 日 出田[若山/白山神社]【キリコ】
- 仁江[大谷/日吉神社]【キリコ】
- 9 月・祝 磨笠[日置/磨笠神社]
- 片岩[大谷/片岩白山神社]
【キリコ】
- 10 火 高屋[大谷/日吉神社]【キリコ】
- 13 金 馬糞[大谷/春日神社]【キリコ】
- 14 土 折戸[日置/日置神社]【キリコ】
- 真浦[大谷/白山神社]【キリコ】
- 15 日 石津[大谷/八幡神社]
- 釜渡[大谷/八幡神社]
- 21 土 長橋[大谷/北嶋荒御前神社]
【キリコ】

カレンダーは、2017年6月時点の奥能登国際芸術祭実行委員会事務局の調査によるものです。日付は変更の可能性があります。また、キリコや曳山がないことがあります。

珠洲 まつり御膳

気軽に「ヨバレ」の雰囲気か味わえる統一メニューを
 市内飲食店・宿泊施設にて提供しています。詳細
 情報は公式WEBサイトやガイドブックをご覧ください。

※珠洲まつり御膳は予約が必要になります。
 詳しくは各店舗へお問い合わせ下さい。

・「ヨバレ」とは?

秋祭りで家主が自宅で御膳料理や酒をふるまう「ヨバレ」の
 風習が現在も行われています。珠洲まつり御膳では、
 ヨバレや御膳料理の雰囲気を楽しんでいただけます。



イメージ



ツアー

●北川フラムと行く 一さいはての美術、岬めぐり

作品や風土を手がかりに総合ディレクターとともに、奥能登珠洲の文化の源流を探る旅。(定員 30名、最少催行人数 20名)

出発日 9/9、9/16、9/23 / 集合 11:00 道の駅すずなり / 解散 17:20 道の駅すずなり

料金 大人 7,500円、小人 6,500円(作品鑑賞パスポート別途) / 申込先 夢のとトラベル (0768-82-8181)

●「おくノート」企画—クリエイターと巡る 奥能登珠洲—

・特に信じる宗教はないと言いつつ縁結びとか厄除けとか開運とかに熱心な僕たち都会人が、日本の最端 珠洲に残る日本人神さま文化に「祭」と「アート」を通じてふれるツアー

(定員 23名、最少催行人数 12名)

出発日 9/9

集合 10:10 のと里山空港

解散 9/11 16:00 のと里山空港

料金 59,000円(作品鑑賞パスポート含む)

企画 福田敏也

申込先 NPO 法人能登すずなり
(0768-82-4688)

・さいはての町のローカスポットをめぐるツアー (アートもたっぷり)

(定員・最少催行人数:8名)

出発日 9/16

集合 10:10 のと里山空港

解散 9/17 16:00 のと里山空港

料金 33,000円(作品鑑賞パスポート含む)

企画 堀内 明

申込先 NPO 法人能登すずなり
(0768-82-4688)

・酒に祭りにアートによばれツアー
ナビゲーター:島田律子(日本酒スタイリスト)

(定員:20名、最少催行人数:12名)

出発日 10/8

集合 10:10 のと里山空港

解散 10/9 16:00 のと里山空港

料金 48,000円(作品鑑賞パスポート含む)

企画 小池博史

申込先 NPO 法人能登すずなり
(0768-82-4688)

・「おくノート」とは?

奥能登珠洲の魅力を再発見する「奥能登珠洲魅力100選」を編集するプロジェクト。2016年2月から12月まで実施された。奥能登珠洲の魅力を言葉とともに投稿する「わるないわ〜奥能登珠洲/写真と言葉の投稿コンテスト」を軸に、フリーペーパーの発行、魅力発見イベントなど、複数の活動によって構成されている。「おくノート」関連ツアーは、おくノートの編集に関わったクリエイターが企画した。

●ヨバレ体験ツアー

・2017 珠洲の秋祭りヨバレ体験ツアー

奥能登珠洲の秋祭りの醍醐味の一つである「ヨバレ」を体験できるツアー

(定員:4名〜20名、最少催行人数:4名)

出発日 9/9、9/10、9/14、9/15、9/22、10/8、10/13

集合・解散 場所によって異なるので、申込後にお伝えします。

料金 8,000円 / 申込先 NPO 法人能登すずなり (0768-82-4688)

※9/6、9/24、10/13は、東京出発の一泊二日のプランあり。

料金:9/6、9/14 58,800円 / 10/13 61,000円

・奥能登国際芸術祭 2017 満喫バスツアー

ヨバレをアート鑑賞とともに一泊二日で楽しむツアー

(定員:20名、最少催行人数:12名)

出発日 9/6、9/24

集合 10:10 のと里山空港

解散 翌日 16:00 のと里山空港

料金 39,800円(作品鑑賞パスポート含む)

申込先 NPO 法人能登すずなり (0768-82-4688)

アクセス

【JR・特急バス】

東京→金沢 新幹線(約2時間30分)

名古屋→金沢 特急(約3時間30分)

大阪→金沢 特急(約3時間)

+金沢→珠洲 特急バス(約3時間)

※事前の予約は受付していません。

お問い合わせ:北陸鉄道株式会社テレホンセンター

(076-237-5115 8:50-19:00 年中無休)

【飛行機/ふるさとタクシー】

羽田→のと里山空港 飛行機(約1時間)

+のと里山空港→珠洲 ふるさとタクシー(約45分)

※ふるさとタクシーは、能登空港出発の乗り合いタクシーです。前日17:00までの予約が必要です。電話での申込はスズ交通(0768-82-1221 24時間対応 年中無休)まで。

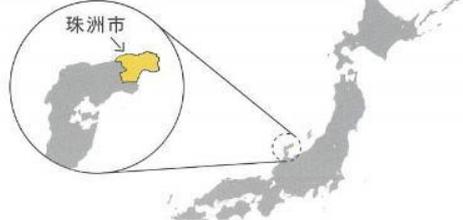
【車】

東京→金沢 関越・北陸自動車道経由(約6時間)

名古屋→金沢 東海北陸・北陸自動車道経由(約3時間30分)

大阪→金沢 名神・北陸自動車道経由(約3時間30分)

+金沢→珠洲 のと里山海道路経由(約2時間20分)



現地交通

・すずバス

アート作品を巡るバスで全4コースあります。全コースに乗車すると、イベントを除く全ての作品を鑑賞できます。

料金 1コース大人1,500円(小人500円)、
全コースに乗れる通し券3,500円(小人1,500円)

発着 道の駅すずなり(珠洲市野々江町15)

申込先 NPO法人能登すずなり

(0768-82-4688、要事前予約、当日の空きがあれば乗車できます。)

	方面	出発	到着	鑑賞可能作品
Aコース	若山・大谷	9:15	12:40	7作品
Bコース	飯田・上戸・宝立	9:25	12:45	12作品
Cコース	正院・船島・三崎	14:00	17:10	10作品
Dコース	菰・正院・日置	14:00	17:25	9作品

・レンタサイクル

市内4ヶ所で、レンタサイクル(電動アシスト付)を借りることができます。

料金 半日800円、全日1,500円

申込 各貸出場所

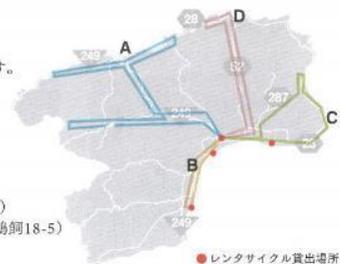
貸出場所

ラポルトすず(珠洲市飯田町1-1-8)

道の駅すずなり(珠洲市野々江町15)

珠洲ビーチホテル(珠洲市船島町鉢ヶ崎)

北鉄奥能登バス船橋駅前(珠洲市宝立町船橋18-5)



・その他の現地交通

路線バスや市街地循環バス、レンタカー、タクシーなどもご利用いただけます。詳細な情報は公式WEBサイトやガイドブックをご覧ください。