

# 出國報告（出國類別：考察）

## 113 年赴日本交流地方創生 出國報告

服務機關：國家發展委員會

出國人姓名職稱：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚  
簡任技正、林宣佑視察、行政院國家發展基金  
管理會周漢樺研究員

派赴國家：日本

出國期間：113 年 5 月 6 日至 113 年 5 月 13 日

報告日期：113 年 8 月 5 日



## 摘要

為促進本會及地方青年瞭解日本推動地方創生之相關經驗和成果，提升國際視野和創新創業能力，期望透過青年的國際交流，將有助於臺日公、私部門於地方創生相關領域合作與鏈結，增進臺灣與日本之間的友好關係。本次共參訪關西地區共 8 個地方創生據點，主題豐富多元，包括社區設計、廢棄空間利用、社區回饋、公益品牌轉型、歷史建築活化、觀光營造、藝術祭等，除了安排日本地方創生團隊分享，本會亦安排經營相對應領域的台灣青年，分享在台灣推動地方創生的經驗及心得。透過交流互動，台灣地方創生青年能夠將台灣的文化、藝術和創意帶向國際舞台。與日本的地方創生團隊互動，促進文化交流。

此外，為將台灣地方創生的成果分享給世界，本會帶領地方創生青年參與中華文化總會主辦 2024 Taiwan Plus 活動，「2024 Taiwan Plus」旨在為台灣的特色團隊提供國際展售平台，以提升國內產品和文化的國際能見度，同時增強台灣地方創生品牌的國際形象。本會本次以「散發臺灣本土 DNA 的地方創生」為主題，於活動現場設立臺灣地方創生展區，主題包括永續發展、離島生活以及原民文化傳承，藉由本次國際參與活動，提升台灣地方創生品牌的國際形象。



# 目錄

壹、目的.....	7
貳、參團人員名單.....	8
一、機關代表	
二、工作團隊	
三、地方創生青年代表	
參、行程安排.....	10
一、關西地區參訪地方創生團隊	
二、參加京都 TAIWAN PLUS 活動	
肆、心得與建議.....	95



## 壹、目的

為促進本會及地方青年瞭解日本推動地方創生之相關經驗和成果，提升國際視野和創新創業能力，期望透過青年的國際交流，將有助於臺日公、私部門於地方創生相關領域合作與鏈結，增進臺灣與日本之間的友好關係。同時，觀摩日方規劃整體國家發展，作為未來我國國家發展相關政策規劃之參考。本次國家發展基金管理會隨同本會赴日參訪地方創生據點，瞭解政府以股權投資方式協助地方創生事業發展相關作法，後續可作為我國協助地方創生事業之借鏡。

此外，為將臺灣青年推動地方創生的深耕經驗及亮眼成果分享給世界、增加國內地方創生品牌於國際之能見度，本會帶領地方創生青年參與中華文化總會主辦 2024 Taiwan Plus 活動，以「散發臺灣本土 DNA 的地方創生」為主題，於活動現場設立臺灣地方創生展區，主題包括永續發展、離島生活以及原民文化傳承，期望對接臺灣、日本兩地品牌，將臺灣文化最前線的人事物帶到東京，提高國際社會對臺灣地方創生的認識及瞭解。

## 貳、參團人員名單

### 一、政府代表

序號	單位	姓名	職稱
1	國家發展委員會	龔明鑫	主任委員
2	國家發展委員會 國土區域離島發展處	黃文彥	處長
3	國家發展委員會 國土區域離島發展處	陳信揚	簡任技正
4	國家發展委員會 國土區域離島發展處	林宣佑	視察
5	行政院國家發展基金管理會	周漢樺	研究員

### 二、工作團隊

序號	單位	姓名	職稱
1	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	康廷嶽	副所長
2	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	許芯榆	組長
3	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	黃柏偉	組長
4	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	吳昂臻	專案經理
5	國家發展委員會 地方創生專案辦公室	林慈璿	助理研究員
6	國家發展委員會 地方創生獎勵金辦公室	顏廷娟	專案經理
7	國家發展委員會 地方創生東區輔導中心	蔡志堅	總監
8	國家發展委員會 地方創生南區輔導中心	吳涵瑜	執行長
9	國家發展委員會 地方創生北區輔導中心	陳佩君	專案經理



### 三、地方創生青年代表

序號	姓名	序號	姓名	序號	姓名
1	彭仁鴻	10	陳婉甄	19	張彥頡
2	李怡志	11	陳柏瑋	20	鄭宜豪
3	王育姿	12	施佩吟	21	林書豪
4	廖映婷	13	葉家豪	22	董于安
5	楊馥慈	14	蔡山	23	謝宜澂
6	李黃昱軒	15	李宜倩	24	黃騰威
7	鍾浚佑	16	王一帆	25	林韡勳
8	吳君薇	17	王郁琳		
9	陳書毅	18	劉芊妘		

## 參、行程安排

本次代表團赴日本交流地方創生，首先於 5 月 6 日至 10 日於日本關西地區參訪地方創生據點，爾後於 5 月 11 日至 5 月 12 日參與中華文化總會於京都勸業館辦理之「2024 TAIWAN PLUS」活動，行程如下表：

日期/時間		行程
5/6(一)	上午	啟程：臺灣桃園→日本關西
	下午	參訪地方創生據點：studio-L (社區設計、廢置空間利用)
5/7(二)	上午	參訪地方創生據點：魔法糖果屋 Tyrol 堂 (社區回饋、孩童照顧、公益捐助)
	下午	參訪地方創生據點：中川政七商店 (工藝品牌轉型、產地觀光)
5/8(三)	上午	參訪地方創生據點：古根漢故居 (歷史建築活化、街區營造)
	下午	參訪地方創生據點：Trunk Design (手工業品牌再設計、觀光營造)
5/9(四)	上午	參訪地方創生據點：Kiribue (藝術祭)
	下午	參訪地方創生據點：月桂冠 (地方品牌營造及社區回饋)
5/10(五)	上午	參訪地方創生據點：東寺 (世界文化遺產)
	下午	進行 2024 Taiwan Plus 活動前置作業
5/11(六)	上午	參加 2024 Taiwan Plus 活動
	下午	

日期/時間		行程
5/12(日)	上午	參加 2024 Taiwan Plus 活動
	下午	
5/13(一)	上午	返程：日本關西→臺灣桃園
	下午	

## 一、關西地區參訪地方創生據點行程說明

### (一) 參訪地方創生據點：studio-L

1、時間：113 年 5 月 6 日(星期一)下午 3 時 30 分至 6 時 00 分

2、地點：大阪府大阪市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察。

(2)地方創生青年代表：彭仁鴻、李怡志、王育姿、廖映婷。

(3)日方代表：株式會社 Studio-L 山崎亮 代表取締役。

4、日方交流內容：

創辦 studio-L、長期投入地方創生、社區設計的山崎亮老師分享「神戶市都市推進室」與社區設計的方案，他提到一個重要的概念：關於公有空間活化、建築設計，出發點應該是為「人」、「使用者」（公民）而設計的場域。因為日本長期面臨人口衰退、稅收短缺，造成公共服務減少，原本應該投入公民的服務，經費因過度著重在硬體建設，缺乏軟體，更沒有公民社會的支撐，導致社區最

後因為缺乏完善的服務和營造，人口外移流失，持續影響稅收，市政預算刪減等財政問題，形成一個負向的循環。

山崎亮老師成立 studio-L，著重在社區設計和公民社會的經營與建構，在大阪、東京、神戶都有組織，目前約有 20 位成員，建築設計背景相關的成員僅佔 1/4，其他成員則來自不同領域，研究室具有跨領域的多元性和互補性，投入社區營造與市民組織，強化社群連結與公民團體的形成，同時分享其他案例。

#### (1)茨木市市民會館：

「茨木市市民會館」，建築體由伊東豐雄設計（類似高雄總圖），內部規劃包含育兒支持、市民中心、圖書室、交誼廳、劇院等機能。建築體具有一個天井梯，串連空間的通透與應用，以垂直性的空間配置將各項服務串連起來，如同垂直的公園。在這個複合性的場域中，以每個樓層分組，studio-L 藉由企劃活動讓各組業務能彼此合作，同時協助市民對會館未來想像的討論。他說：「目前日本的行政預算同樣以單年度的方式核定執行，因此他也需要規劃階段性的工作和進程，以跨年度方案逐步推展長期目標。」

#### (2)東京市川市兒童未來中心：

山崎亮以中心設置的漫畫樂園/圖書館為重點策略，規劃多場社區活動，但有些家長存在疑慮，擔心漫畫帶來的負面影響，因此他以日本動漫的內容設計課程，讓家長和孩子理解漫畫內的教育意味，例如：足球、相機、料理等

主題，連結生活的學習。他說，足球議題與當地小朋友足球隊活動結合，或是料理漫畫的食譜和社區料理教室結合。除了在圖書館內的活動，也將讀者帶到商店街和學校場合，彼此間緊密的合作，解決家長焦慮，打造出學習/娛樂的樂園。

### (3)「野野市」市地域（石川）：

野野市人口約五萬多人，是個高齡化社會。山崎亮提到過去的案例多是配合硬體設施的方案，但另一種設計，則是在沒有新空間的情形下執行。

他以野野市「出版社區刊物」為例，山崎亮團隊教居民怎麼拍照片、寫出感動人的短文，設計美編排版，和採訪企劃，採訪對象是高齡得照護者、身心障礙者。即使成果不是最專業的，但山崎亮希望，社區組織和工作在專業者離開後，社區居民有能力自行完成，因此，第一年編撰雜誌，第二年企劃發想活動，像是相關的提案發表、討論、執行照護工作。案例包含「運動小組」，規劃長者社區散策。食物小組則尋找獨食料理，提供長者、類獨居者選擇，或是工作小組，讓介護工作變得更時尚，從中創造合適生活、工作、養老的環境與年輕形象。

### (4)廣島縣「しまのわ」(2014)：

「しまのわ」是廣島市和愛媛縣的例子，也是山崎亮著名金句：「一萬人來一百次的島」的由來，位於瀨戶內海的島嶼。他和團隊鼓勵居民參與提案，讓「來訪者」到

社區居民家裡體驗、生活、作客的計畫「家島列島」，超越了藝術祭的活動辦理限制，一年間辦了 4 百多場活動，廣受好評。

「廣島縣追求來訪者數字，我們卻不希望太多觀光客干擾社區，但最終還是來了五百多萬人。」這個過程與居民一起發想遊客可參與的活動，如手編紙品，或是山林烽火（狼煙），結果鄰島居民相繼加入，最終，累積 57 處邀請觀光客「發煙」的體驗場所，除了擾動社區、創造遊客人數，也增進地域活力，創造關係人口和地方的互動與牽絆。

## 5、臺方青年交流內容及心得：

### (1)彭仁鴻：

仁鴻執行地方創生青年培力工作站，在宜蘭縣頭城鎮打造「金魚厝邊」團隊，以「好厝邊」精神串連在地人、地、產，挖掘在地城鎮品牌魅力特色。連續 7 年舉辦「頭城老街文化藝術季」致力於創造在地職人與島內移居人口的藝術共創交流。近年來致力推動宜蘭青年創業加速器，將在地青創或二代傳產轉型等團隊孵化育成，並協助經銷，積極找尋合適通路，創造更好的永續營運環境，重塑地域品牌與地方創生。

金魚厝邊團隊致力於營造小鎮生活的支持系統，開辦地方青年工作隊讓更多青年願意投入地方工作外，更推出蘭城頭家 32 學堂，從人才培育到在地社群不同階段性培力，

皆能有層次性相互支援與互補，接住大家的工作、產業生產以外的生活所需，讓地方發展能更完整。

金魚厝邊團隊身為青年培力工作站的一員，在本會的支持下，團隊推出「金魚島」社區刊物，透過刊物出版，將在地居民和不同社群間的在地生活等資訊收集，作為發掘在地需求的 DNA 與需求服務的基底。該刊物除了介紹金魚厝邊的活動外，也刊登頭城的新聞、景點與新店家等資訊，一方面讓遊客可以參考，另一方面也希望能服務鄉親。讓大家探索小鎮認識頭城，進而觀光消費、參與活動，讓小鎮越來越好。另外針對頭城社區內的閒置空間也舉辦空間媒合會，邀請鎮內有老屋的屋主、在地資深房仲和有開店或租屋需求的居民媒合交流，金魚團隊會在輔以青創課程和公股銀行房屋貸款及低碳貸款等一條龍媒合服務，讓懂得適合小鎮社區生活的居民能夠留下來。

Studio-L 的做法與金魚厝邊團隊不謀而合，透過訪談或觀察找到社區需求，如此設計出來的方案與行動才真正有效，從山崎亮老師的作法刺激了仁鴻新的想法，並將繼續往此方向努力，未來除了培力之外，可以引導受到培育的成員，提出更多的想法與回饋，更加強互動，也使成員因為付出而對於社區有更多的向心力。

## (2) 李怡志

怡志在高雄市旗津區執行地方創生青年培力工作站「大港校 CC」(時地設計)，分享團隊在地方上關注歷史人文、

地方智慧、庶民美學，以及傳統技藝。此外，也從各類的策展企劃、訪談書寫、導覽體驗及視覺設計導入，並投入社造和地方創生等實踐工作，串聯夥伴追求城鄉永續發展。

從山崎亮老師的分享中，怡志了解透過社區設計，執行市民活動與社區營造，與大港校 C C 在旗津/技工舍的「地域活動」能夠相互對話；同時，怡志也看見日本地方創生中仍強調公民社會的核心價值和創意，更意外發現日本人很重視「GOOD DESIGN AWARD」的肯定。最重要的是，怡志認為日本地方創生同樣非常重視「新型態的商業邏輯與經濟模型」（不只是商業模式），反省「資本主義社會」發展的限制和「內爆」，因此嘗試跳脫M型化、週期性、資本壟斷，以及線性經濟、發展主義所帶來的過度消費和污染，更強調知識的價值與共享的社會責任，像是「studio-L」山崎亮、「AIA」木下齊、「NCL」林篤志等人皆是。

這之中有異有同：山崎亮投入更多社會設計和公民社會的營造，木下齊探討更多資源的利用、協力模式的創造與穩定獲利，林篤志著重互助系統、自治體和經濟體。怡志回國後和吳亦昕老師聊到，她說「一個談愛、一個談錢」，那林篤志就是談培訓和創投，共同提出社會問題的解方。

透過社會設計的方式，解決社區問題、創造公民社會、互助分享的系統，打造令人想要移住、宜居、有認同感的城市。透過這些案例，看見青年人在社區裡找到既可生存、又可提供創新服務的事業。



### (3)王育姿

育姿是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，是社團法人海線一家親環保協會的成員，該協會位於苗栗縣苑裡鎮，成立於 2014 年，前身為 2012 年抗議沿岸風車距離民宅過近，因應而生的「苑裡反瘋車自救會」，在活動告一段落後，原有成員意識到環境保護與文化保存的重要性，因此成立協會並投入社區營造活動，從在地出發，落實環保的理念，以推動在地永續發展和公共參與為目標。

育姿向大家分享，該協會這幾年深耕在地，透過「食農教育」「海洋教育」「淨灘行動」已經奠定了可發展小旅行的樣貌，企業帶著員工來到海邊淨灘和實際到無毒農法的田體驗拔草，深度的社區環境導覽，而不管是和企業或是學校單位的合作，都陸續達到拋磚引玉的效果，而未來該協會將扣合這三項環境議題以及第一階段田野調查後的在地特色，發展淨零方向的在地小旅行，讓更多外部觀光進入社區體驗具備議題的旅遊體驗，將田野調查工作坊培訓課程的學員變成志工，可直接對接外部參與淨灘和零碳小旅行的導覽，當苑裡海邊的社區聯手發展成永續的零碳社區方向時，期待將會有更多具備 ESG 理念的綠色企業們直接和社區合作，像是淨灘和零碳小旅行的認養與贊助，和在地居民聯手推廣綠色理念。

近年苑裡的海岸線充斥著嚴重堆積的海廢，該協會開始與企業學校舉辦淨灘活動、海洋教育講座與海廢藝術創

作等，逐漸地找到與在地發展連結的契機，透過環境議題的全球趨勢，與地方、生活、自然、文化到特產等結合，發展屬於在地的永續低碳旅行模式，是育姿與夥伴們與海為鄰的苑景。

育姿從山崎亮老師的分享中了解，地方創生的意義，意盼透過企劃凝聚的人事物，能讓地方建構起自己的生命活力，例如進入社區開設編輯工作坊是長達兩年的計畫，一步一步把社區居民輔導成可編輯地方誌的在地人才，具備採訪、盤點自己居住社區的各項元素，並編輯成真正的地方冊，而當輔導的工作團隊撤場後，居民們也能獨立運作已養成的編輯能力，並在後續產生社會福祉的自動循環系統。這對育姿來說是很大的提醒，因為該協會經常需要舉辦工作坊，希望能帶給在地居民更多的收穫，但以「哪天我們不在這裡時，地方仍能自行運作」的思維來舉辦日後的工作坊更有意義，當地方不再需要有創生團隊時，或許也就是地方創生成功之時。

#### (4) 廖映婷

映婷是進駐本會「中興新村地方創生育成村」的夥伴，經營東邊山丘工作室。該工作室專注於透過「實境解謎」遊戲，提供更豐富、多層次的敘事體驗，讓玩家在享受遊戲的同時，深入了解和體驗南投地區的文化與歷史。映婷向大家分享，計劃透過結合南投當地的歷史地標和文化特

色，創造一系列實境解謎遊戲，目標不僅是吸引觀光客，也提供在地學校新型態體驗學習的資源。

透過山崎亮老師不斷強調的一個重點，地方創生必須「改變人的意識，市民自己想做、有能力做，帶來的改變才能長久」，讓映婷重新思考，實境解謎遊戲除了將觀光客帶進來以外，不管是在發想、設計、製作、體驗的階段，有沒有更多可以串聯關係人口的方式，有沒有能改變參與者(無論是玩家或是設計者)意識的機會？於是映婷回國之後，對正在進行的新遊戲專案就嘗試做了一個調整，與育成村的夥伴藝術再生工作室合作，計畫讓藝術治療的孩子參與一部分遊戲道具的製作，具體規劃目前還在討論中，但期待更多人的參與帶來更多不同可能性。

#### 6、照片紀錄：





## (二) 參訪地方創生據點：魔法糖果屋 Tyrol 堂

- 1、時間：113 年 5 月 7 日(星期二)上午 9 時 30 分至 12 時 45 分
- 2、地點：奈良縣生駒市
- 3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察。

(2)地方創生青年代表：楊馥慈、李黃昱軒、鍾泮佑。

(3)日方代表：生駒市 小紫雅史 市長、大垣彌生 課長；  
魔法糖果屋 Tyrol 堂 吉田田隆 創辦人。

#### 4、交流內容：

##### (1)奈良縣生駒市政府公所宣傳行銷隊

奈良縣生駒市政府的市公所宣傳行銷隊，是地方政府的正式組織，以各種網路與實體的宣傳方式，宣傳與擴大生駒市的地方各項事務為主要的宣傳組織。並且同時辦理促進地方互動的各項活動，建立一個大的形象，讓在地方的人可以有更多的互動、刊物的設計也是將地方作為主體性整體營造的重要方式。

扣環地方創生與地區共生的關係，同樣是思考建立以地方特色 DNA 以及所需要解決的社會問題、補位社會缺口、正向營造與地方架構的思考方式，地方政府的角色在我於研究所期間、地方產業經營以及在地方創生經營業務上面，均看到產官學合作的重要性，而且每一方，其實都有比較適合推動之角色分工，例如市公所就適合作為串聯者、陪伴者與培力者，所以生駒市也應運而生宣傳行銷隊這樣的組織，作為一個地方在地的在小紫雅史市長、大鹽小姐的共同推動之下，以品牌經營方式，建立地方認同感，對於身為附近有大城鎮之衛星城市具有重要的角色定位，目的是將地方作為一個整體品牌建立，讓地方被注意、看見之後，給在地的人一個凝聚的力量、給外面對於地方有興趣

的人一個看見的機會，經營好這個面向之後，剩下的就交給民間自由發展，會蹦出許多不同的火花。給自己反省如同泰武鄉的狀態更需要以建立品牌的方式擴大影響力與聚合力，藉以推動建構地方認同感，促進人際關係，同步發展在地具有規模經濟產值的產業，作為整體推動的策略方法。

## (2)魔法糖果屋 Tyrol 堂

魔法糖果屋 Tyrol 堂「まほうのだがしや チロル堂」位於奈良縣生駒市火車站前的巷弄內，基礎的概念是由社會福利面相出發，以支持社區的青年孩童為基礎的設計，結合了社區食堂、課後輔導、社會參與、社區支持、商業經營模式，創造出與地方社區共生的多元型經營模式，將大人的餐食營利、外部捐贈，延伸到小朋友的日常社會支持方式，以「Tyrol 幣」貨幣交換之機轉，將目標明確鎖定在交換事情而非交換實際的日幣上，是值得思考的地方創生方法。

魔法糖果屋創立的原因主要是吉田田先生有感於少子化的情形，吉田田先生希望可以讓這個時代的孩子能留下童年的回憶，就像早期大家對於柑仔店的印象，有一個社區的據點、去處，甚至是屬於地方的一個交流場域，因此設立魔法糖果屋這個空間。

因此吉田田先生當時和夥伴想發起支援當地小朋友的活動時，心想不如就以傳統糖果屋的形式來經營，並在當

中積極媒合、接受不同品牌、支持者的支援，可能是提供蔬菜、辦理活動的協助。吉田田先生更強調：「這是一間為了兒童而創設的糖果屋，也是為了改變大人的關係性，讓大人們有可以付出的機制，我認為在這個糖果屋，我們分享交流情感與快樂。」

然而吉田田先生也希望社區的家庭成員能不分貧富，能共同彼此照顧社區裡的孩子減少社會問題或提升大家的意識，雖然吉田田先生知道日本各地其實也有設立許多兒童食堂，美意是讓社區中的弱勢兒少可以用折抵或更低價的方式享用到餐點、穩定生活、減輕家庭開銷，但吉田田先生則認為這個制度會讓許多去兒童食堂的孩子更可能被標籤化被認為是家境有困難、有狀況，進而會在同儕之間造成負面的偏見及歧視的情況發生，多少會影響孩子前往的意願或觀感，扭曲了設計這制度的本意及目標。

吉田田先生希望魔法糖果屋的運作機制是有趣、共享、共好的概念，因此吉田田先生特別和團隊討論設計，在魔法糖果屋裡每個捐贈的善心人士都會被稱為「魔法師」，吉田田先生也將捐贈的行為稱為「Chilolu」，此設計的制度即是 100 日圓的扭蛋裡有包含貨幣，孩子可以透過扭蛋得到 1 張到 3 張不等的魔法糖果屋硬幣，運氣好的話 100 日圓就會變成 300 日圓達到加乘效果，等於像是在實現了魔法與其意義和趣味性，當獲取貨幣後，孩子便可以在魔法

糖果屋裡點餐兌換，享用包含社區店家贊助或店裡的咖哩飯、果汁、糖果等餐點或點心。

吉田田先生表示，魔法糖果屋會聚集許多關心社區及孩子的民眾，有個人會捐贈當季當地蔬果，有的人會捐贈二手衣物用品、有的店家會捐贈餐點等，每個人都在用自己微小但可行的方式創造影響力，這也讓這行動無形物中累積了許多關係人口的信任及關係凝聚。

魔法糖果屋除了透過捐贈餐點的方式照顧社區裡的兒少，魔法糖果屋更想創造一個不管孩子的背景條件、家境貧富，都可以在社區被善待和彼此陪伴的空間。魔法糖果屋讓孩子能安心地寫功課、玩遊戲、玩桌遊、打電動，尖峰時間一天甚至會有 300 個小朋友來到魔法糖果屋，吉田田先生也表示，雖然目前魔法糖果屋是看似很棒很成功的案例，但依舊存在許多挑戰和捐款營收仍顯不足的情況，因此吉田田先生也和夥伴發展其他可行模式，包括魔法糖果屋在白天是陪伴社區孩子的空間、也有販售大人餐點，到了晚上魔法糖果屋則會變成居酒屋餐館，販售各式餐點料理，只要消費者選購一杯啤酒，魔法糖果屋就會新增一個魔法糖果屋的硬幣，讓大家可以透過消費捐款無壓力也無痛行銷，達到雙贏的局面，同時魔法糖果屋當然也提供定期定額的訂閱捐款模式，甚至開始在其他店複製和展開此行動，提供給更多社會大眾一起做好事的機會。

##### 5、臺方青年交流內容及心得：



### (1)楊馥慈

馥慈在澎湖縣湖西鄉執行地方創生青年培力工作站，是離島出走工作室的成員，該工作室於 2017 年由海生海長的澎湖青年所創辦，致力於建立傳統漁法石滬文化與時俱進價值與創新商業模式。團隊長期耕耘在漁村之中，挖掘地方魅力，以「里海的永續旅遊設計」為出發，整合在地資源，設計開發石滬旅遊服務與產品，並且串連地方社區、培訓漁村長輩擔任解說員，找回自身價值與認同感，更將部份盈餘回饋至石滬修復基金，持續性投入高耗人力、高耗時的石滬修復，達成與社區、友善海洋，文化傳承的共好模式。

該工作室以這幾年的地方發展為基礎，使之延伸、深化，聚集創生能量，連結在地政府機關、企業、學校的整體地方創生發展，從單點出發到跨域合作，此外並拉近外來人才一起共創交流，拉近離島與本島之間的文藝資源落差。並在當中持續媒合各界人脈資源，協助堤坊居民、新創事業者、旅行體驗業者注入新的可能。

馥慈非常欣賞吉田田先生對於看待捐贈與地方商模的態度，吉田田先生說：「與其用大企業捐贈 我比想要 100 個人捐贈 1000 塊（我會覺得更有意義），我更期待的是個人的捐款，接受政府的錢（人民稅金）會有公平性的問題，在當中我們使用稅金，我必須要把這些窮困/辛苦的小朋友量化，但這個地方也有把大人連結起來的社會影響力，改

變大人的意識，所以這是我覺得不接受市政府的支援跟著是比較健全的做法。」

吉田田先生的分享，給了馥慈對於地方經營新的見解，在現代追求利益極大化的時代中，地方創生也時常被叩問這樣的問題，「如何存活？」、「如何永續？」、「如何利益極大化？」。但已經擴張到日本五間店的糖果屋案例，證明了，即便不以追求利益極大化，也能將理念真正在地方落實，改變問題，並且社會影響力擴張速度不輸大企業，只是在裡頭的機制如何設計清晰、穩健的營運，並且維持初衷。

## (2) 李黃昱軒

昱軒在屏東縣泰武鄉執行地方創生青年培力工作站「vuvu 的老生長談」，是三支羽毛活動整合行銷企業社的成員。三支羽毛為泰武鄉在地組織，羽毛是排灣族貴族重要的身分象徵，取名為三支羽毛是冀望團隊能從在地文化與精神出發，配合部落大小事給族人最到位的服務。透過青培站計畫，團隊以排灣族文化本位為核心，發展部落長期照顧模式。透過串聯原鄉地區產業，成立產業聯盟，在長照產業作為基底下，發展部落餐食與部落小旅行，藉此豐富部落內的產業，建置在地社會支持網絡。

昱軒發現，魔法糖果屋的經營模式，延伸到歐美的非營利組織會以經營營利業務用以支持非營利業務的整體做法，在服務建構期間就以推動特定的非營利為主要的思考

方向，以自主籌措財源的方式，並且足以提供更多的社會影響力量為主要的方針，反觀一般企業則以賺取最大量經濟效益為目的，為營造社會形象與節稅之目的，才經營非營利或促進社會形象之業務或部門，思考路線與出發點有截然之不同。但是回歸本質，昱軒並不覺得上述兩者方式的路線，所能帶出的結果是可以被比較的，而是回歸到出發點與所想要成就的事務，反而想像其實是靠近的，只是使用的方向與路線不同罷了。

昱軒認為，回歸與革路聚聚-泰武地方創生青年培力工作站(以下簡稱革路聚聚)的路線案例思考，泰武鄉多山地少平地，部落間距離遠，並且多為原住民保留地，但是具有山林發展之潛力，文化產業發展之可能性。希望建構以文化產業為基礎的規模經濟，長照有點類似這樣的概念，將長照作為大家都可以加入的產業方法，無論是青年就業為照服員、長者為被服務者；同時又可以複合的在產業線的連結下，將長者本身變成文化知識載體，將其成為經濟的提供者用以支持地方產業，青年反而成為文化學習者，未來可以將其所傳承到的文化，內化在自我身上，未來在職涯發展階段，變成可能之發展路線。

在革路聚聚地方創生邏輯裡面，以帶狀的青年陪伴方式，用以支持青年的回鄉文化學習系統、社群融入陪伴。透過本次的參訪，可以很具體地知道，如何優先滿足地方所缺乏的項目，可以在地方創生這樣社會工程的整體概念

內，持續經營地方，協力地方而非強勢要求地方的方式，為重要的思考路線。

### (3)鍾泮佑

泮佑是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，經營蒔煦文化創意有限公司。該公司以部落復興原生香料為主題，運用賦權賦能、優勢觀點，自 2021 年起，由社會工作轉而進行社會創業，推動多項友善社會及環境專案，包含「地方風土的野菜箱」、「葉子綠色包材」及「地方植感旅行活動」，持續為需要的角落，種下(蒔)希望與和煦陽光(煦)。

泮佑分享，任何飲食文化精彩的國度，必定有獨特的風土物產及香料系統，台灣山林裡許多原生香料，是我們文化的根，更承載傳統文化的智慧與記憶，本計畫將進行本土原生香料計劃性種植、復育工作，透過田野調查及文化轉譯工作，研發屬於我們本土派的原生香料產品，透過復育工作保留台灣香料文化的靈魂與根，更期待透過原生香料的倡議及產業化，帶動花蓮部落的山村綠色經濟作物及小而巧的部落特色農耕、產業，擴大在偏遠山村的社會與環境影響力。

泮佑認為，魔法糖果屋的模式與台灣行之有年的「待用餐」有些類似，在台灣城鄉差距不斷增加，根據衛福部的統計在台灣大約有逾 14 萬名弱勢兒少都面臨溫飽問題，「待用餐」的模式，則透過企業、善心人士提前支付餐飲

費用給店家，或是店家準備免費餐飲，留待有需求的孩子領取，甚至台灣許多關心社區部落及弱勢兒少的 NGO 則有許多待用餐計劃，會與學校附近的超商、早餐店、便當店合作，提供供弱勢兒少每天必需的早午晚餐，不僅可以內用甚至可以選擇外帶，增加不少機動性。然而在台灣也有許多店家會擔心弱勢孩子跟店家索取愛心餐時會被旁人聽到而覺得羞愧或標籤化，因此會有 A 餐 B 餐 C 餐等中性化的名稱，讓弱勢孩子領餐時沒有壓力，此部分的心意和安排確實和吉田田先生的想法極為接近。

甚至在台灣也有「食物分享地圖」平台，透過資訊服務，就近串連食物捐贈方和需求方，讓剩食能到有需要的人手裡，進而減少食物浪費、能平均的資源分配又能助人溫飽。綜觀來說台灣的機制設計主要目的是為了緩解弱勢兒少基本的生存及溫飽議題，無論供給需求人數、城鄉距離、資源分配、店家配合度與設計等，都有賴縝密的配合與協力。

然而魔法糖果屋的模式則是用趣味的社會設計引發更多人的興趣和公共參與，不從社會福利的角度切入，而是從服務社區的孩子開始，進而連結社區裡的家庭、產生店鋪的影響力，吉田田先生的目的並不是為了賺大錢，更重要的是在維持收支平衡的前提下，回應社區裡孩子的需求、促進社區居民的共鳴、改善社區裡人跟人之間的關係和連結，是社區凝聚的核心，進而連結彼此可以共創的活動、

專案、企劃、設計等，是透過店鋪自發性的社會設計很精采的案例。

6、照片紀錄：





魔法糖果屋 LOGO



魔法糖果屋裡孩子的創作與留言



魔法糖果屋裡的魔法貨幣



捐贈一定金額者可於牆上留言



魔法糖果屋裡的核心夥伴



團體合影

### (三) 參訪地方創生據點：中川政七商店

- 1、時間：113年5月7日(星期二)下午2時30分至5時30分
- 2、地點：奈良縣奈良市
- 3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察。

(2)地方創生青年代表：吳君薇、陳書毅、陳婉甄、陳柏璋。

(3)日方代表： 株式會社 中川政七商店 安田翔 組長

#### 4、交流內容：

創業至今已有一百三十年悠久歷史的「中川政七商店」，以最高品質的手工傳統麻織品「奈良晒」起家，這種手工製作、精緻細密、透氣性高的麻織品，之後因日本茶道宗師「千利休」使用此種布料的茶巾而更加延伸此產業的需求。幕府時代為德川家的御用品，1898年更成為皇室御用，然而隨著時代的變遷面臨到現代產業衰退之潮流中。

近年的「中川政七商店」轉型以傳統工藝為製作和銷售的基礎，並有諮詢輔導的案例，期許各地日本職人手作的工藝品，即使過了百年仍能與人們的生活為伍，致力於提供貼近生活的器物。1973年中川商店增加茶具和布品，販售生活百貨，並逐步開設分店，包含東京表參道。目前集團有三個品牌，中川政七商店（生活雜貨）、遊中川（布織設計）、日本市（食品、伴手禮）共 63 家店，營業額從三億日圓到現在七十億日圓，對一家老店的成長來說是令人矚目。

##### (1)從奈良晒到生活家事品

在商店內三樓，在面對五重塔和滿樹綠蔭的會議室（JIRIN）內開會，我們很榮幸由中川政七商店顧問諮詢和教育部長安田翔先生，亞洲事業部柳田良子小姐負責接待。



自第十三代社長中川淳回家接下家業之後，他導入 SPA 模式（意指從商品策劃到零售一體化之整合銷售），為傳統工藝注入新設計、提出符合當代生活風格的可能，並創造出多樣加值產品、創設多個自家新品牌產品（蔡奕屏，2021），接著更以東京為轉身起點（表參道設店），在多個指標區域拓展直營店，成為工藝品牌轉型的指標性典範。

除了自家經營的店鋪品牌「中川政七商店」，是以生活道具（家事）為主，以及「遊中川」飾以麻織品為主的雜貨品牌，還有「日本市」則是以伴手禮品店品牌為主題、強調地產地銷、2011年起募集日本全國職人品牌的聯合展示會，「仲間見世」為與地方土特產店結盟為夥伴，由中川商店企劃與設計商品，交由地方工坊製作，再由夥伴商店進行販售（蔡奕屏，2021）。可以見得其整體在以一系列的經緯合作姿態，得以促進並蒐羅工藝品與提升產業環境。

## (2) 逆風起飛，讓工藝產業共好

日本工藝品整體面臨著困難的環境。日本的工藝品產業在販售市場上，由 41 年前行銷全世界 5400 億日圓，到十年前則已縮減為 1000 億日圓。另一個方面是人才減少，從 41 年前 30 萬的工藝從業人員減少為 6 萬人，因此會發現未來沒有人持續做產品和維持工藝文化的運行的困難。

相反地，中川政七商店則是透過策略促進日本工藝產業能夠越來越元氣。因此”設計和經營”的結合是非常重要的！2005年出版了一本教科書，談論工藝產業如何結合設計和經營，

《中川政七再生老店記》，以及《工藝制勝：三百年老店的絕地反彈之道》，都是中川政七經營的改革智慧與創意累積。

當然不只是商品販售，2019 年起中川政七商店開始接受全日本工藝製造商的和產地諮詢的指導。其目標方針的經營諮詢指導，是希望可以創造出各個產地工藝上的領銜者（最閃亮的星星），讓他們遍佈在日本各地。

### (3)以「讓日本工藝更有活力」為願景

簡單地說在工藝品製造上，中川商店建議首先要問「我是誰」，要創造什麼商品來代表自家的公司。但若是傳統工藝產業區只有一間成功的商店，是無法帶起整個區域的復甦。工藝不只是一個製造商，需要配置不同的職人，若其中一個供應商衰退了，便無法支持整個我們產業的發展。進一步可以結合觀光，造成一個產業的觀光循環。比如讓消費者可以參觀一個工房，透過親眼製造的過程，了解這個產業的文化，便會可以產生尊敬這個產業的態度。所以下一步，就是讓大家一起活躍起來，致力於「讓關係者活躍起來」！

以上的目標，總體是期望讓日本的工藝環境越來越元氣，進行未來經營的挑戰。柳田小姐目前負責國際部門，以及即將在上海市開店，精神傳播到全世界共通的，讓雙方越來越好。

因此，總結中川政七的發展和轉型，可分為三個階段：「歷史的零售商店→拓店與諮詢指導→城鎮輔導的地方營造」。隨後在「時藏」的展示室內夾層中，見到那幅重要的「奈良未來夢想圖」，安田先生說道：這是產業觀光的時代，我們想要

挑戰的如圖中的上半部分是奈良布巾的製造過程，下半部分是持續營造出讓大家喜愛的可以購買產品的地方。這大概是目前致力於推動日本傳統工藝，重燃地方元氣的大目標吧。

## 5、臺方青年交流內容及心得：

### (1)吳君薇

君薇是地方創生青年培力工作站的計畫主持人，在新竹市北區執行「共玩地域媒體創意平台」，是見域工作室的成員。該工作室創立於 2014 年底，成立之初期望成為認識新竹的入口。工作室落腳於新竹舊城街區，發行《貢丸湯》地方生活誌，主題性地介紹新竹的不同生活圈。近年，見域更深化成為跨領域的地域文化品牌，透過田野調查，產生與地方深度互動的企劃，重新塑造人與人、人與地方的關係。計畫聚焦強化新竹舊城區青年創業支持輔導體系，針對在地新創團隊的發展需求，對創業夥伴們提供創業諮詢、輔導課程、在地連結、共同展銷企劃等服務。

透過雙方交流分享，讓君薇印象深刻的是，中川政七並不僅僅只是在日本國內販售這些精緻的商品。團隊內設有亞洲事業部門，部門中有諳中文的人員。他們也表示除了臺灣設有專櫃之外，也曾多次造訪過臺灣、舉辦新書發表會等活動，且對臺灣的工藝品牌也有初步的認識，甚至曾經陪伴臺灣的工藝品牌發展特色商品。由此可見，「中川政七」積極致力於文化的傳播和交流。他們不僅在日本本土開設了許多旗艦店和展示空間，還透過各種國際展覽和活動，向世界展示日本傳統工藝的

魅力。這種國際化的視野，讓「中川政七」不僅僅是一個地域性的品牌，更成為了日本文化的一部分，在全球範圍內傳播著奈良的風土人情和工藝精神。

此外，在參訪中川政七商店的過程中，有幸參觀中川政七的展示室。該展示室不僅展示了品牌的沿革、最初的熱賣商品、各個時代的商標等令人印象深刻的物件。其中一面牆規劃了整整齊齊的木箱，解說者說明每一個木箱會存放該年度的重要資料。君薇身為時常訪問臺灣各領域品牌、撰寫相關報導的編輯團隊，過往常常和團隊夥伴苦惱於受訪者表示「以前的資料都丟了」，而僅能以文字描摹過往的精采故事，看到中川政七有這樣的典藏觀念，在臺灣的品牌是極為少見的。

君薇認為，本次參觀中川政七商店，並與企劃部夥伴交流，讓我們看到了品牌如何在傳統與現代之間找到平衡，並且如何透過持續的創新和品質的堅持，將這些古老的手工藝傳承下來。這種將歷史與創新融合的精神，不僅讓品牌在激烈的市場競爭中保持著獨特的地位，也讓它們的產品成為了當代生活中不可或缺的一部分。總體來說，參觀「中川政七」除了讓我們對於日本的精緻民藝感到印象深刻之外，更藉由中川政七以通路彙整出的文化加值方法論中，了解地域品牌可以輻射出的影響力，同時也對臺灣地方創生團隊的未來充滿了期待。

## (2)陳書毅

書毅是金門縣金城鎮上的地方創生青年培力工作站計畫主持人，是村復號商店的一員。村復號是 2020 年由金門在地的

青中年組織村復會成員所延展出來的選物店，以在地創新產品、體驗行程、甚至是藝文特展等，整合創意和行銷地方的一家店鋪。村復號盼運用自身對於地方行銷、品牌發展以及保存地方文化意識的獨有特質，透過跨域策展、空間活化、社區合作、職人創業，打造地域品牌，建構立體的金門風土產業鍊。

融合現場幾個提問和書毅參與後的想法，出於自身經營地方文化商品開發、創新及販售的過程中，書毅提出以下 4 點作為階段性的結論。

#### **A. 如何建造自身品牌和主打商品的重要性**

對於工藝品的品牌推廣，安田先生認為最困難的關鍵是「調查過程」和「與各產品的社長做溝通」二者。首先，調查了解當地的資源魅力，將會花費很多時間，因為發掘到當地魅力，建立起可供轉譯的設計資料庫，才能避免接下來流於市儈的產品狀況。第二，創立品牌是相對簡單的，但品牌維持是困難的，必須花費五年、十年以上的期間建立品牌。因此中川商店花很多的時間做妥前期的溝通，如果某社長和代表沒有力量和決心，或者沒有直接地投入（被動發生的產品），通常會失敗。接著，品牌的內容調校和形象轉換需要三到五年的時間，這些測試，可以理解到品牌主（對方）有沒有覺悟要做這個事情。另一方面是外地設計師往往對地方品牌的認知不足，沒法持續陪伴該品牌往下走去。

#### **B. 「讓關係者活絡起來」大於「產業觀光化」的商業模式**

對於合作工藝品牌的諮詢指導方式，利潤成功之後的共享方式為何？中川政七商店會運用一年的時間來做顧問諮詢，首先會進行該產業的經營分析，然後帶上推薦的設計師與對方形成三方的交談。他們非常注意的，是不會以設計為起點，雖然產品是很好看的卻反而賣不出去，因此該思考是「先以經營為起點，再進一步產生設計」。中川商店會問「你為什麼想做這個產品？你為什麼想做這個事情？」有了願景以後才有產品的產生。

關於利潤和收費問題，由於日本的工藝產業並不賺錢，因為沒有好的獲利，故初期服務費用會壓得比較低，到時候有起色之後才調整抽取利潤。所以中川商店也希望他們的產品有機會販售得更好，想盡辦法做好他們的產品設計，越來越好。

### C. 如何化被動為主動的生意

目前為止幾乎是各產業來找中川政七商店諮詢，其實有時候需要反向思考，比如即將消失的工藝，可以讓我們主動出擊。比如之前北陸地方，因為仙台大地震的原因導致漆器產業產生危機，所以站在中川商店的角度，應朝向主動因應的轉變。又如若原物料短缺（漆器、木頭、絲綢）的問題如果發生，要如何因應？為了不讓狀況發生，中川商店即將開始對傳統產業的原料出產建構系統化的狀態。希望產業可以連鎖和永續的循環，品牌獲利可以支持原料商的生產。中川商店在自家企業之外，更於 2017 年創立「日本工藝產地協會」。

### D. 人才招募的課題

一方面是因為村復號店內的雖然生意日趨平穩，但總是因為地處離島、有明顯的淡往旺季，另一方面是地區年輕的人才容易流失，好夥伴總不容易聚集。於是最後書毅發問請教了安田先生，希望了解年輕的他是如何加入中川政七商店的行列。他微笑回應，他目前在店內擔任顧問諮詢和教育方面工作。他在北海道出生，到東京從事 I T 工作十年，四年前來到奈良工作。「工程師的工作應該是解決生活問題，科技讓大家越來越便利，但不是認識文化的便利形式。但我發現地區文化正面臨衰退，因此保存地方文化的重要性迫切，所以來到奈良來工作。」關於人才的引進與招聘，中川政七也在引進國際性的各類人才。

### (3)陳婉甄

婉甄是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，在金門縣金城鎮經營甄漾服裝出租。在金城鎮上的後浦商圈中，附近有許多著名景點及古厝洋樓等建築，適合穿著旗袍及漢服等古裝，在各景點留下特別的紀念照；目前已成為來金門旅遊最夯的體驗行程之一。透過服裝體驗延伸出許多相關的服務，例如妝髮造型需要化妝師，攝影服務需要攝影師，因此也增加許多工作機會；另外婉甄團隊也與特色民宿合作或特產業以及租車業者合作，共同結合推廣，共創商機；同時也預計開發一條龍遊程，從著裝到上街遊覽，由各個專業人員來服務；推廣金門觀光帶動地方創生，讓金門更繁榮。

婉甄認為，雖然因為每講一句話就要透過口譯老師的翻譯，才能傳達給日方，但透過身上穿的旗袍，日方團隊應該也能體會到兩方的心情及期待都是一樣的，想傳承推廣關於自身歷史及文化讓更多人知道。通過這次參訪，婉甄對中川政七商店有了更加全面和深入的了解，這家商店不僅是日本傳統手工藝的展示窗口，更是日本文化的一部分；讓消費者看到了工匠精神的可貴，也看到了中川政七商店現在的經營者，積極了保存傳統文化並發揚；也讓婉甄反思，現代社會中快速消費文化的弊端，中川政七商店所傳遞的自然、簡約和實用的生活理念，對婉甄有著深刻的啟示。

這次參訪讓婉甄意識到，真正有價值的東西往往需要時間和心血去打磨。在追求速度和效率的同時，我們也應該停下腳步，去欣賞那些歷經歲月沉澱的美好。中川政七商店的成功，離不開對傳統的尊重和對品質的堅持。這種精神不僅值得我們學習，更應該成為我們生活的一部分。

經過這次參訪，看到了別人的經營方式，對於婉甄自己的事業也有所啟發，回來後也會有更多的想法。婉甄說明，回國後打算著手調查記錄金城城區內的洋樓群，並拍攝相關的簡介宣傳影片，多為金門的傳統文化做推廣，為傳統建築的活化做努力，並且可以結合這些，給自己的事業帶來更多更廣的發展。

#### (4)陳柏瑋

柏瑋是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，在彰化縣彰化市經營二拾家居。二拾家居是一個家具、家飾、生



活用品品牌，透過美好的設計，找回家的本質。團隊運用在地的文化元素、製造資源，創造出符合當代美學的家具品牌。品牌工作室位於彰化中興莊，也因實體據點的經營，開始跟地方有更多連結。

柏瑋分享，本次執行獎勵金計畫，主題是「在地文化轉譯創作計畫」，主要希望能建立一個青年交流的平台，讓大家可以透過聯名創作，提升品牌的設計能力，並達到資源的交流。執行過程中，不僅會辦理青年交流的聚會，讓大家有個輕鬆的機會能夠互相交流，也透過講座來提升創業品牌的設計能力；最後則是連創作的工作坊，實際透過設計思考來提升品牌的設計能力，並產出產品推廣到市場上。

柏瑋認為，二拾家居的品牌與設計、工藝有密切的關聯，因此在參訪中川政七時，對於中川政七的營運理念非常認同，也對於他們的策略與方法感到非常好奇。從產品開發的角度面來說，中川政七把握了一項非常成功的要素，就是開發出價格合理、具有當地特色、符合品牌發展脈絡的工藝品，善用位於熱名景點福興寺周邊的優勢，發揮得淋漓盡致。織品設計的圖樣也融合了當地的文化元素，鹿、狐狸、猴子大量的文化符碼出現在商品的設計上，設計的手法也很親民、可愛，是個非常成功的商品。

此外，令柏瑋印象非常深刻的，是中川政七商店所提供的諮詢顧問服務。中川政七商店會先對於品牌的歷史脈絡做全面性的盤點，以利提供更全面性的商業顧問服務。透過這樣的模

式，中川政七可以提升在工藝品牌現代化的地位，作為日本一個代表性的品牌，展店到全日本，甚至於也遍佈亞洲區域。因此柏瑋認為，地方創生的執行夥伴們必須要去思考，一個產業在轉型的時候，必須要釐清問題，是產品、還是銷售方式、還是供應鏈出了狀況，才有辦法對症下藥去解決。

#### 6、照片紀錄：





青年代表陳婉甄分享



青年代表陳柏瑋分享



中川政七商店外觀



中川政七商店二樓



中川政七品牌主視覺，能看見奈良代表的梅花鹿，以及左右上緣的「麻葉紋」代表品牌起家商品。



中川政七商店著名的木棉手帕



布藏-的舊紡織機展示



中川政七商店織品區

#### (四) 參訪地方創生據點：古根漢故居

1、時間：113 年 5 月 8 日(星期三)上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

2、地點：兵庫縣神戶市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察。

(2)地方創生青年代表：施佩吟、葉家豪、蔡山。

(3)日方代表：古根漢故居 森本アリ 管理員。

4、交流內容：

(1)向明治大正年代致敬：離海最近的神戶小山城

位於神戶神垂水區的鹽屋，是一個只有普通電車會停留的小站，從神戶搭車約 20 分鐘的車程，是一個既靠海也近山的小鎮。空氣中瀰漫著海風的味道，其中地區內最知名的景點就是古根漢故居。興建於 1909 年的古根漢故居，被原屋主使用到 1915 年因戰爭而返回其原本的國家，而後一度由被當地的竹內油業公司收購，在 1960 年代當作公司宿舍使用。一度面臨保存或拆除危機的古根漢故居，現任管理員的森本アリ先生在 2007 年開始接管這棟由家族購置下來的老屋，迄今（2024）已將近十八年。

(2)成為鹽屋街區活化靈魂人物：森本アリ先生

在鹽屋當地許多人的口裡，森本先生像是鹽屋街區保存的靈魂人物。明治時代以後到二戰之前，鹽屋有許多外國人因為商業貿易、經商等關係來到鹽屋，沿著山城興建的洋房（異人

館），伴隨著陡峭的斜坡、石階、狹窄巷弄等自然景觀與懷舊的街道風情，人與人在街上遇到會打招呼，這裡充滿了與神戶市區截然不同的地區樣貌，構成了一幅人性尺度的街區風景。縱使如此，近年也有一些洋館被開發商買下後拆除了，以及不時聽聞老一輩的人對於 1995 年阪神淡路大地震帶來的災後重建開發模式的期待，認為鹽屋沒有受到很大的災損卻也因此拖慢了鹽屋的開發速度。這些跨世代的地區開發的歧異，這讓森本先生更加確信投入古根漢故居活化復興的決心。他也加入了「鹽屋城市建設推進會」。

森本先生的夢想，就是讓更多人相信「鹽屋就這樣不變也挺好的。」他認為房屋的新舊不是問題，真正會撼動鹽屋發展的挑戰，在於人性尺度的規模感的維持。

### (3)以古根漢故居創造空間使用典範

森本先生是比利時及日本混血的後代，比利時念完藝術大學後返回日本，一開始先是幫忙玻璃藝術家的母親工作，另一方面也因為感受到鹽屋町不斷在變化的情況，他開始思索如何創造新的力量，讓這座擁有許多歷史和文化的小鎮，可以不受快速開發的壓力，讓原先街區巷弄那股夾在山海之間靜寧的氣氛被破壞。本身是音樂家的關係，森本先生投入了很多創意在思考，「如何讓人在鹽屋既有的魅力下令人感到生活的美好。」他先是以古根漢故居為據點，舉辦各種地區再生活動、研討會、音樂會、出租空間舉辦各種各樣的活動等。現在，這裡已經是音樂家、電影和電視劇的外景拍攝等全國知名景點。

古根漢故居建築由本館、長屋、別館 3 個建築構成。除了本館的大空間提供地區居民和年輕人聚集的地方，後方有一間「長屋」，森本先生將它規劃為共享空間，透過自己整修 DIY，長屋匯聚各式各樣的人入住，包括公務員、學生、上班族、畫家到音樂工程師工作室等出租，僅有十個房間經常性的滿租。

「分館」則主要作為辦公室或共享辦公室使用，編輯、設計師、插畫師等創作者聚集在一起，合作執行地區活動、接受委託幫當地商會製作宣傳冊等。

#### (4) 鹽屋百人百景、百年百景

森本先生受到了許多人對於「這裡充滿地區資源」的肯定與激盪，他發起了一系列鹽屋企劃：「在鹽屋做好玩的事。」例如，他觀察到居民因應山坡地形而長出來的建築模式，家屋通往接道的樓梯，是為了讓生活夠有效率而產生的，但也有居民因為缺乏停腳踏車的地方，在樓梯旁預留了腳踏車的位置。也因為鹽屋的坡地沒有平地的地方可以休息，因此有居民自主整理了休息區，切了許多樹幹當作椅子。這些有意思的生活畫面，激發森本先生「鹽屋百人百景」的企劃，以 27 張照片做為一個故事，共集結為 120 個故事。後來的「鹽屋百年百景」則是向居民募集搜集來的老照片，將近百年的鹽屋老照片搜集起來展覽。

#### (5) 鹽屋行走音樂會

這種「整個鹽屋都是舞台」的概念，在這些活動的累積下，大家越來越習慣將鹽屋沿著斜坡生活的街道環境融入在活動與

儀式之內。陽台、街道、屋頂、轉角斜坡、河邊等，看在音樂表演著眼裡，就是天然的舞台背景。森本先生發揮他音樂人的專長與直覺眼光，邀請了許多演奏家、音樂表演者及在地音樂素人、表演團體等，用音樂帶領大家在鹽屋一邊散步一邊聽音樂會。在音樂會最後最後播放的歌叫「坡道」：歌詞是「在鹽屋會在坡道上遇到家人朋友，走上坡道你會很喘，但很快樂。」象徵著轉化限制的地形、創造居民相遇的生活環境。連續舉辦了四年，集結高達 30 多組的表演者，匯聚了三百人前來小鎮參加音樂活動，其中有約 200 人屬於外來參加者。大家因為齊聚一堂而感受歡樂，活動完總是還有更多的會後會等慶祝活動。直到考量因為實在太多人參加而會造成街區的安全問題、小鎮沒有辦法負荷等因素考量才迎來最後一屆。

近年來，鹽屋商業街上增加了許多親切的小店，由許多年輕人及外來移入者所開設。包括咖哩店、咖啡廳、披薩店、唱片店等年輕店主的店鋪。這些移居者正因為「喜歡某種親切的氛圍」，鹽屋的街道特色往往因為巷弄狹小導致車子開不進去逐漸形塑友善步行的環境，養育孩子的一代和年輕一代逐漸增加。這些創新的移入者或返鄉者，在街上開了許多有意思的店面，包括台日夫婦共同開設的台灣飲食文化店 Ryu Café、台灣選品店「海角」、迷你印刷廠 PROTO、設計師致力透過設計協助蕭條工廠轉型的 TRUNK DESIGN 等。這些店面不是隨意臨時起意的創業，選用了鹽屋當地百年老屋及相關建材（門板、窗戶、燈具等），都是在呼應明治、大正時期以後的街屋建築型

態，如何不只是如古蹟般復舊，而是導入創新，讓維護街區氛圍成為眾人的公共意識。

5、臺方青年交流內容及心得：

(1)施佩吟

佩吟在連江縣南竿鄉執行地方創生青年培力工作站「離島更近 村澳試驗所」，是西尾半島物產店的一員。2020 年夏季開設的西尾半島物產店，蹲點馬祖南竿西半島，據點空間前身為民國初年海上梟雄林義和的舊指揮戰略點—芙蓉澳口。團隊以「離島不遠，歡迎登島！」企劃以地域、季節限定有關的活動，斜槓穿梭於餐飲、人文歷史、養殖產業、旅遊服務，期許帶給大眾更多澳口地域生活的想像，發揚海洋人文精神。佩吟分享，團隊夥伴們透過開一間店蹲點芙蓉澳口，在日常生活中展開與漁人的共創合作，鏈結島嶼在地創新行動，成為旅人及居民心中的一嶼座標。

佩吟認為，抵達了遠離神戶市中心的小鎮鹽屋，一開始是沿著海邊走被這片海景震攝，穿越過看似很具有挑戰的階梯，層層疊疊在抵達古根漢故居。外觀看似外國人的森本先生，一開始就帶著大家了解故居的脈絡，走進本館後在一座古老的鋼琴旁邊開始了雙方的交流。外邊聽得見火車的聲音，海浪的吹拂以及普照的陽光，深刻感受到當年於一百年前，為何一群來神戶經商的外國人會想要在這邊興建房子充當度假別館的用意。

在分享結束後，分為三組跟著導覽員去了解鹽屋街區。佩吟的導覽員就是 TRUNKDESIGN 的設計師，他身為生活者，沿



途帶著大家奔跑趕火車、抄小徑漫步街道，沿途還看見了簡報中的豆腐店先生本尊，他熱情的招待我們吃他剛炸好的豆腐，同行夥伴還向他點了豆漿外帶。豆腐店外貼滿了街區告示，有許多是豆腐先生手寫的牌子，他還幫當地河川上掛滿了魚旗，因為他希望能呈現出在地最美好的一面。透過演講交流分享、街區散步走讀、買逛體驗，大家在戶外、室內充分交流，感受到主人滿滿的用心。

## (2) 葉家豪

家豪在新北市石碇區執行地方創生青年培力工作站「三創飲食文化生態圈」，搭著木柵 795 公車前往平溪路過淡水河最上游的石碇十八重溪光點聚落，曾是大型煤礦聚落也是百年淡蘭古道生活圈。可如今平均人口甚至比台東長濱平均人口相差無幾。食物藝術的空間虛實整合，與企業共同打造雙軸永續策略。團隊建立青年里山共創駐村模式，優化移居、返鄉支持系統。

十八重溪文山煤礦是一個曾在台灣風雨飄盪下的重要能源聚落，戰後沒水與電談何工業發展？石碇採掘煤礦發電與水資源取得，創造工業都會城市發展未來的家，106 微笑山線礦業聚落，過去的山林犧牲與礦業發展消逝。是不是洗盡鉛華，這個家就應徹底消失在歷史之中？看見地方問題所產生的思考，進一步與地方進行理念溝通，長出地方的自覺性。

家豪認為，看到鹽屋 17 年的地方經營，也成功的吸引了不少的移居人口，森本先生也說「在鹽屋這小徑小巷上遇到朋

友家人，走上坡道你會心跳，但人也會變得很快樂。」突破聚落的社區限制，唱出在地社區生活的幸福感。透過社會設計的方式，解決社區問題、創造公民社會、營造互助分享的系統，打造令人想要移住、宜居、有認同感的城市。透過案例看見青年人在社區裡找到既可生存、又可提供創新服務的事業。森本先生也提到逐漸空間的活化也形成他孩子們生活受到干擾，還是需要保持著一個養育兒女的距離，這一部分也讓我看到很真實的地方創生生長的刻劃，沒成功遑論失敗，彼此互相尊重，有建設性的批評才有機會發展建設性的結論。

### (3) 蔡山

蔡山在宜蘭縣南澳鄉執行地方創生青年培力工作站「南澳媒體創生培力計畫」，該計畫為回鄉青年落地紮根的種子團隊，由計畫支持成長為「南澳媒體創生團隊」的新形態農村企業，除了建立南澳青年交流中心，作為串連與協助在地青年下鄉/留鄉的窗口，同時也將在南澳地方創生的過程與經驗，透過《山小日子》製作成網路新媒體內容，傳播至全國與海外。

蔡山向大家分享，已製播「回鄉青年必備技能」如老屋改造、半農手作等系列影片，協助青年修繕老屋居住，並創建「南澳共學團」透過生態、農業、藝文各面向活動來活絡地方創生青年社群。此外，免費協助協助偏鄉教育機構、長照組織或公益團體空間修繕與傢俱維修，此外也提供新媒體的生活應用公益教學。

蔡山特別欣賞森本先生在社區觀察中所展現的細膩和熱情。森本先生對於每一個細節的關注，都體現了其對社區文化的深厚愛意。無論是停車技術的創新，還是自製的公共設施，都展示了當地居民面對困難時的靈活應變能力和集體智慧。這些看似微不足道的細節，實際上構成了社區生活的重要部分，值得我們學習和借鑒。

蔡山認為，作為一名來自台灣的訪客，非常敬佩森本先生和當地居民在地方振興方面的努力和智慧。這些經驗對蔡山而言，是寶貴的學習素材，也為台灣的地方振興提供了很多啟發。蔡山深刻體會到，地方振興不僅僅是經濟的發展，更是文化的傳承和社區的凝聚。這次交流訪問讓蔡山重新審視自己的工作和生活，學會更加重視心靈的成長和內心的強大。在這次參訪的過程中，蔡山看到了塩屋地區面臨的挑戰和機遇。隨著社區的發展和變化，如何保持原有的文化特色和社區凝聚力，是一個重要的課題。

#### 6、照片紀錄：





黃處長代表致贈禮品



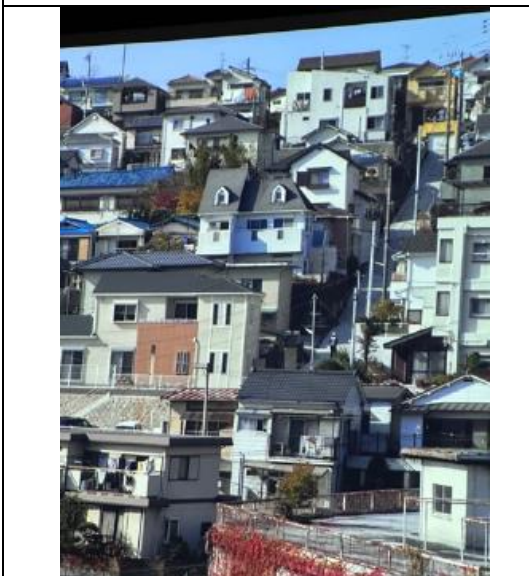
古根漢故居外觀



百年前的古根漢故居



鹽屋百人百景



沿著山而建的鹽屋民間建築



豆腐先生是鹽屋的公眾人物，是當地的活招牌



豆腐先生自主佈置的河流街景



青年代表施佩吟分享



青年代表葉家豪分享

青年代表蔡山分享

(五) 參訪地方創生據點： Trunk Design、Ryu Cafe

1、時間：113 年 5 月 8 日(星期二)下午 1 時 00 分至 6 時 00 分

2、地點：兵庫縣神戶市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察、周漢樺研究員。

(2)地方創生青年代表：李宜倩、王一帆、王郁琳、劉芊妘。

(3)日方代表：Ryu Café 藤井俊輔 創辦人、TRUNK DESIGN 堀內康廣 代表取締役/創意總監。

4、交流內容：

(1) Ryu Cafe 海角咖啡

Ryu Cafe 海角咖啡，台日夫妻共同經營的複合式咖啡店，空間經由在地人協助找到現在的經營場域，在附近開設了台灣選物店[習習]、古本-凸版印刷工藝店[舫書店]，夫妻倆之後打算再整理間老屋打造成民宿，讓來訪鹽屋的旅客能有好好休息慢下來感受當地生活的空間。

(2) TRUNK DESIGN 地方品牌力

TRUNK DESIGN 由堀內康廣先生創立，其理念是將設計與地方產業相結合，通過創新設計來提升地方產品的附加值，進而促進地方經濟的可持續發展。堀內康廣先生強調，設計應該從經營為起點，而不是僅僅從美學出發。這種理念在 TRUNK DESIGN 的運營中得到了充分體現，他們不僅設計產品，更通過設計來改變地方產業的經營模式和市場定位。

TRUNK DESIGN 隱身在垂水街道的小店，作品曾獲得台灣金點設計獎、Good design award best100・best focus 獎。

「HIBI 香氛火柴」的設計團隊，在翻譯敘述中得知創辦人堀內康廣先生致力於推動日本傳統工藝保留與轉型的輔導協助，2009 年與即將倒閉的神戶火柴工廠合作，用「靜心 10 分鐘」的設計理念打造 10 分鐘的靜心香氛火柴，結合傳統火柴盒的設計，一舉創下三億營收的產值與海外市場拓展的佳績，保留傳統工藝的同時還有香道文化的傳承。

無論是產業創意設計、產地研究、產品開發、企業輔導、飲食文化、印刷銷售、商業諮詢，要「讓日本的製造產業能存活到未來」如此理念支持著 TRUNK DESIGN 一步步創立微型印刷廠 PROTO、「森の器」，長期推廣兵庫縣內的工藝文化，同時也進行著海外輔導與青年技術交流。

TRUNK DESIGN 通過連接職人（Maker）、設計（TRUNK DESIGN）和消費者（Consumer），構建了一個完整的生態系統，是其核心理念與經營模式。在這個系統中，職人提供素材，TRUNK DESIGN 負責設計和創意，最終產品進入市場，由消費者

購買。這種模式不僅保證了產品的高品質，也確保了地方工藝的可持續發展。

TRUNK DESIGN 的營運模式也非常多元化，業務範圍包括創意設計（Creative & Design）、批發和貿易公司（Wholesaler & Trading Company）、零售與咖啡店（Retail & Cafe）、媒體與電子商務（Media & EC）以及印刷工廠（Printing Factory）。這種多元化的營運模式，不僅提高了公司的抗風險能力，也為地方產業提供了更多的發展機會。

TRUNK DESIGN 的經營理念不僅僅局限於商業利益，更注重社會責任和可持續發展。他們致力於通過設計來改善地方經濟，提升地方工藝的市場競爭力，並促進地方文化的傳承與發展。

## 5、臺方青年交流內容及心得：

### (1)李宜倩

宜倩在雲林縣斗六市執行地方創生青年培力工作站「雲林食務所」，是三小文創有限公司的成員。三小文創致力傳遞「小人物、小土地、小滿足」的信念，期許從產地出發經營食農交流平台，成為產銷之間的溝通橋樑，以團體的力量支持生產者友善耕作。團隊長期蹲點雲嘉地區，並與地方政府有緊密互動，對於當地合作網絡及農業發展狀況均十分熟悉。透過設計介入，以在地食相關產業出發，推出職人匠作禮盒、各款禮贈品伴手禮等。串連設計師與地方成為夥伴，讓地方養成的設計師經營內容產業，與地方店家以團體戰方式形塑地域共同品

牌，推出「地方野食力」城鄉發表平台。積極鋪建從線下通路到線上的串連，並連結永續議題，提升在地食材全利用及商品開發合作的契機。

宜倩身為致力於復興地方物產及農業的地方工作者推廣者，本次參訪了位於日本兵庫縣神戶市的 TRUNK DESIGN，對她而言，不僅是一次深入了解日本地方創生的機會，更是一次激發靈感、拓展思維的寶貴經驗。這次參訪 TRUNK DESIGN，讓宜倩深刻體會到設計在地方創生中的重要作用。設計不僅僅是美學的表現，更是一種經營策略和市場定位的工具。TRUNK DESIGN 通過設計，將地方工藝和文化轉化為具有市場競爭力的產品，這種模式對於我們在台灣推動地方創生具有重要的借鑒意義。

首先，我們需要深刻理解地方產業的特性，並通過設計來提升產品的附加值。設計不僅僅是外觀的美化，更是產品功能和市場定位的重塑。通過創新設計，我們可以將地方產品轉化為具有文化價值和市場潛力的品牌，進而促進地方經濟的可持續發展。其次，我們需要建立多樣化的商業模式，結合設計、製造和銷售等多個環節，創造出一個完整的產業鏈。這樣不僅可以提升產品的市場競爭力，還能夠增加地方工藝生產者的收入，促進地方經濟的繁榮。

最後，我們需要注重社會責任和可持續發展。地方創生不僅僅是經濟利益的追求，更是文化傳承和社會責任的體現。我們需要通過設計，讓地方工藝得以傳承和發展，並為地方經濟



的可持續發展發展更多契機。宜倩提到，希望能將這些經驗應用到雲林的地方創生行動中，為台灣的地方行動注入新的活力。

## (2) 王一帆

一帆是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，主力製作檳榔子染商品。一帆提到檳榔是屏東的特產，政府一直期望輔導有關農民轉作甚至廢耕，但成效一直不彰，與其一味禁止與忽視，倒不如轉堵為疏，為檳榔量身打造一個轉型策略，使檳榔的生產不是流入檳榔攤銷售，而是成為檳榔子染的製作材料，進而帶動檳榔子染的發展，促進更多產值與就業機會。檳榔子染作為台灣原創設計，妥善包裝與行銷推廣，可做為台灣工藝設計推向國際；此外，使用成熟廢棄的檳榔果實作為染料，保留檳榔樹園而非砍伐轉作，也可達到永續固碳以及SDGs #12「促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式」。

一帆認為，Trunk Design 在塩屋跟垂水共有三間店面，分別呈現三種不同的型態：垂水是設計工作室兼選品店，在人口較多且交通便利的地方，方便員工上下班與消費者來店選購；塩屋有兩間店，一間在二樓的咖啡簡餐店兼選品的複合型態，這就很適合坐下來用餐喝東西看著窗外的景色度過一下午，而另一店是一家小型活版印刷廠，這裡是負責印刷自家或他人委託的傳單卡片等文具印刷品，同時也販售他們打樣的樣品，也因此取店名叫 Proto；這三間店風格迥異，也顯示老闆窟內先生的設計需要，既實用卻又多方嘗試，並且在嘗試過後還試著將其繼續運營，來做為自己在實務操作上的互相印證，

這跟一般商務操作上是很違反常態的，因為通常一家店開的好，老闆就是繼續複製貼上然後開無數幾乎一模一樣的分店，試著用規模跟統一採購來賺取流水利潤，這在中川政七在日本全國開了 60 多家分店，是個很強烈的對比，也可以明顯感受到窟內先生是中是設計與情感大過於經濟規模的。

### (3)王郁琳

郁琳是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，是八塗文創的成員。八塗文創是深耕在地藝術教育的團隊。希望用手繪的溫度傳達生活美學，作為文化的傳承也是感情的延續，期待透過繪本讓更多人了解在地產業與文化。

郁琳向大家分享，「火旁」龍文化是苗栗客家在元宵節慶迎龍的活動，是在地獨特民俗傳統文化，如何讓下一代在傳統的根基上尋求創新，為地方創生發展注入新能量，將設計具「火旁」龍特色之創新產品，如：「火旁」龍繪本、「火旁」龍陶器、閱讀體驗材料組、「火旁」龍祈福春聯等特色商品，帶領社區民眾與遊客走進苗栗客庄獨有的文化慶典，達到文化推廣與活化社區目的。

郁琳認為，地方創生可以有許多不同的呈現方式，搭接人與人、人與地方的連結，鹽屋呈現了文化和地理景觀的緊密關係，讓來訪者感到此地的獨一無二的人文，隨著人口老化，空屋問題日益嚴重，但危機同時也是轉機，部分閒置的空屋透過了募資，獲得了重生的機會，改造成為了特色店家，吸引遊客遠道而來，為地方帶來旅遊觀光經濟，而其他老屋怎麼辦？因

為鹽屋地勢陡峭，道路狹窄，缺乏停自行車空間，所以在地人想出了兩全其美的辦法！將老屋的內部結構拆除，留下遮風避雨的牆壁、屋頂，改善停車場不足的問題，在經費也不足的情況下，最小幅度的整修，也因此保留了老屋的故事，如門邊的掛鐘、牆上的塗鴉，都在無聲的述說著曾經的生命故事，將文化與空間緊密結合，同時 TRUNK DESIGN 也以鹽屋為其中一個設計中心，為兵庫縣的產業設計出符合日常生活的步調產品，串連各方資源，加深加廣與世界連結，地方文化產業輸出國際，帶動商業發展。

郁琳在這一場的交流會中獲得許多啟發，地方共好、永續發展需要多方合作，串連在地優秀人才、社區居民，一起發現在地獨特魅力，引起來訪者心靈上的共鳴，也希望八塗文創能成為讓大家再次來訪地方的原因理由，地方創生，有我有你。

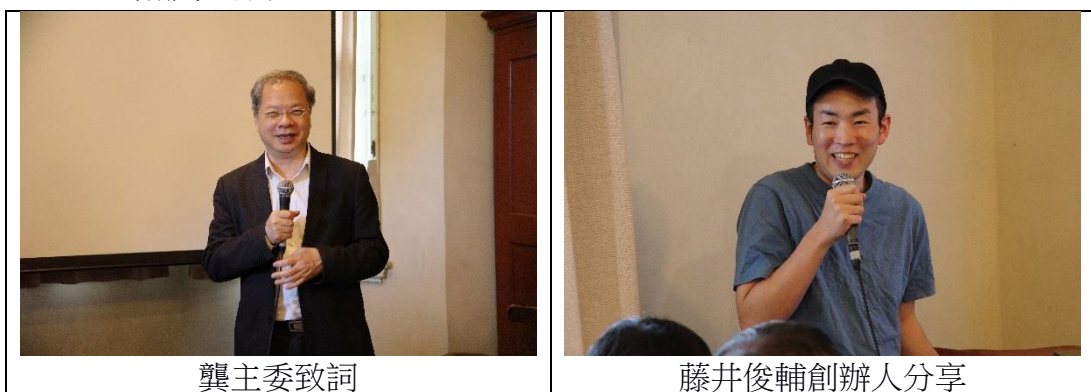
#### (4)劉芊妘

芊妘是進駐本會「中興新村地方創生育成村」的夥伴，目前 MOONDEER 月鹿小徑品牌主理人，品牌前身為身心靈諮詢陪伴、藥草油品手作課等相關服務，2023 轉型台灣手工巧克力專賣的品牌。從心理、靈魂上的療癒與陪伴走向身體與土地的良善共構關係；同時推動食農教育。是中興新村地方創生育成村首批進駐品牌，2023 年完成育成村之星提案-可可果殼永續循環再造計畫，世界巧克力兩大賽事中奪下最多黑巧克力獎項的南投巧克力品牌。

芊妘在此次參訪過程中，看見原本傳統中個體企業戶的侷限、小公司的生存之道擁有的各種路徑，以及創業帶來的地方區域上的活力與共創，能散發甚麼樣的光彩，以往集中在個人品牌成長當中，為了在大環境艱困狀態裡活下來，每一步都是絞盡腦汁、兢兢業業，成為馬斯洛理論中的需求層次最底部的兩者：品牌的生存需求。但身為創業者還可以有更多的開展與共構的可能性，只是需要更多眼界的打開讓創意與定位更明朗。

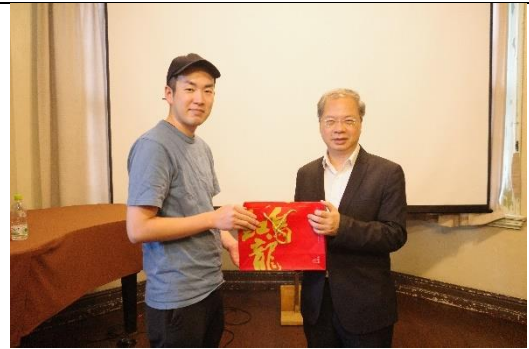
芊妘認為，「共創」這件事，本來就是慢慢由一群志同道合的夥伴，逐漸聚集起來以為小的光點逐漸擴展到周遭，連帶逐漸帶動整體的活力，借力使力比起單打獨鬥更具力量，同時還有對未來下一代的責任與關心。雖然目前 MOONDEER 月鹿小徑品牌很小，但可以做的事情很多，延伸出來的未來性原來如此寬廣。巧克力與可可的產業鏈、草屯地方小鎮的生活美感學活力再現、南投物產特色增色，誰說農村小鎮找不到特色呢？地方光點的啟蒙與發想，我們可以從美學生活做起，原來微小的事物也可以變成有趣，引人入勝的特色生活亮點。

#### 6、照片紀錄：





崛内康廣創意總監分享



龔主委代表致贈禮品



龔主委代表致贈禮品



團體合影



團體合影



TRUNK DESIGN 外觀



TRUNK DESIGN 入口



TRUNK DESIGN 內部



#### (六) 參訪地方創生據點：Kiribue

1、時間：113 年 5 月 9 日(星期四)上午 9 時 00 分至 12 時 00 分

2、地點：京都府龜岡市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察、周漢樺研究員。

(2)地方創生青年代表：張彥頡、鄭宜豪、林書豪。

(3)日方代表：龜岡市 佐佐木京子 副市長、三宅敦史 部長、小塩睦子 課長、岡田春樹 副課長；KIRIBUE 辰巴雄基 理事、武田幸子 理事；Bloom Concept 小山龍介 代表取締役；HOZU BAG 代表。

4、交流內容：

KIRIBUE 日方分享者共有三人，來自所成立的協會組織「一般社団法人きりぶえ」的理事們，有：(1)辰巳雄基(2)武田幸子(3)小山龍介，以「透過藝術創造歸屬」為理念的 KIRIBUE 團隊，曾於 2019 年在龜岡市的舉辦「龜岡霧之藝術祭」，以藝文工作的手法來推動地方活化。

#### (1) 讓我們的地方生活，透過藝術與自然連結

KIRIBUE 所在的龜岡，位於京都的西北方，屬於盆地的地形，相當容易起霧，這裡的人口數相當於台灣台東；在地物產以蔬菜所為大宗，同時也有不少藝術家進駐和工房，甚至當地盛產竹子，是相當優質的，例如：雷門的燈籠，也來自這裡。

特別在「兒童教育」和「民藝」的部份，因農業興盛，也延伸出不同好玩的事不斷發生，也產出不同樣態的陶作品，這動態過程之間，陶藝家、影片家，聚在一起發想與行動，例如：製造陶笛，期待想像可以吹出精靈，來讓人們更靠近山，認識它。另外發現在田中有許多不一樣的小屋，進行調查，完成一本成冊的「田中小屋」出版物；也推出「再燃燒」，將陶作為循環再利用的材料，利用舊的陶，製成新的多樣、有趣、獨一無二的作品，於 kiri café現場和網路線上商店，提供通路銷售之機會。以上各項案例，可以發現從在地觀察出發，收集不同人們和創意的思維，完成不同的行動、作品和產品，相當能感到身，為了組織發展更健全、更持續，轉換為商業消費是必要的，但在「地方特色和經濟事

業」這二者之間不斷一來一回的平衡發展，肯定我們值得學習和認同的範例。

#### (2) 設計循環再生產品，創造公共大眾對話的價值

市府為了推廣「廢棄物宣言」相關的政策和倡議，和「霧的藝術祭」團隊組織進行討論，為了這個「2019 kameoka fly bag project」計畫，作了2次的討論，回收在地滑翔翼業者的塑膠帆布，與市民和居民共同完成，最後製作了5~6m的大包包，也誕生出「HOZUBAG」包袋品牌，試著商業化和事業化，最終於西元2023年12月設立，也在kiri café旁建立工坊空間，提供在地就業機會，中間也加入企業的合作，試圖與流行商品的通路和製造技術一起共創，相信回應永續和地創的共同價值，能創造「社會資本與經濟資本」的互惠循環價值。

#### (3) 霧的藝術祭，累積成屬於這裡的地域資本

外部合作機會和資金的流入，是需要的，也是回到地方的「地域資本」累積之機會，例如曾經和「京都信用金庫、graf、Theatre products」等企業公司連線，過程中，教育為另一個根基，培力和培養優秀的人才，與各項產業持續轉動生產力，相信可以透過「霧的藝術祭」這個平台累積屬於這裡的地域資本，建構完整循環的模型。

#### (4) 地域品牌，建構「可持續性」的模型

透過霧的藝術季，可以發現企圖從在地自然是與地方特色，作為一個地域品牌的形象，過程中不斷透過地方材料、



人才、物資、文化等面向，創造出不同形式的產品、作品以及商品，也試圖轉換成經濟，因此這樣一個非營利組織，作為連結地方政府、學校以及市民青年，是一個非常好的過程，唯有透過組織化的建構長期建立發展機制，以及商業模式的發展，來完成這一個社會性的地方創生。

## 5、臺方青年交流內容及心得：

### (1)張彥頡

彥頡在屏東縣恆春鎮執行地方創生青年培力工作站「半島火箭人實驗室」，是城東大院子文化有限公司的成員。城東大院子由多位居住於恆春在地的夥伴組成，長期投入文化藝術、生態旅遊、海洋運動以及青年創業，並與許多在地協會整合成策略夥伴聯盟，協助地方社區營造、文化扎根、產業發展與特色節慶的推動。城東大院子作為地方創新與整合設計的基地，希冀培養青年成為火箭人（Launcher），帶著能量與專業發射並落腳與地方，共創地方共榮圈。

城東大院子長期於台灣最南端的恆春半島為實踐場域，發展地方傳統歌謠及山林戶外運動，其中以「半島是座聲音博物館」將傳統歌謠透過田野調查、採集、老調新聲創作、舞台劇及特色節慶，更影響地方政府的建設，成立民謠館與劇場館，作為未來傳統歌謠發展的文化中心。

彥頡認為，一個地方創生系統的建構，有方方面面的課題與挑戰，本次交流的幾個團隊均透過地方特色，打造以藝文介入空間、品牌的可能性，逐步活化地方產業的發展與創

新，但也有許多地方困境與議題需要有待釐清與探討。首先，如何打造一個地方中介組織，作為人才、空間與資源的交換平台。在地方的一群人成立可信任的組織作為地方資訊重要的平台，透過各種交流活動創造人們的信任感、歸屬感，慢慢形成可以一起共創與有共同使命的組織。其次，做一個地方品牌的孵化器。根據地方特色 DNA，透過設計、創新、產業發展、社區營造等方式，形塑地方品牌的心可能，也是在強化組織在地方的聲量與可信度，更能讓各類公私單位資源集中，一起做更系統式、整合性的大事。

第三，留下什麼，可以作為長期營運的項目。通常打造地方節慶品牌雖是幾天的事，但長久而言能讓地方形象改變，讓更多青年品牌進駐地方。回到日常透過有實質收入的產業慢慢行形塑地方的正能量與特色。第四，打群架，找更多國內外組織與企業擴大效益。當地方品牌建立人，需要更多的資源滲入在不同的組織介面，擴大城市整體的品牌力與產業發展。這便需要公部門、企業與國際串聯的混合合作模式，也增加地方發展韌性，人們共享發展後的收穫。

第五，如果政府只是一個補助角色。一個地方的發展公部門若能逐漸退到輔助角色，那便是系統健全的一種象徵，透過民間不同組織間的共創合作，發展地方需要的各類支持系統。最後，去中心化的多重運作系統。或許這次地方創生團隊最終的一站，透過去中心化的多元系統，讓不同組織的運作更獨立與健康，不過度依賴單一組織與資金來源，遍地

開花的更滲入更廣泛的空間，以及更深入至地方的不同課題與面向。

## (2)鄭宜豪

宜豪在臺東縣東河鄉執行地方創生青年培力工作站「都蘭國深掘行動」，是社團法人臺東縣東河鄉阿度蘭阿美斯文化協進會的一員。該協會是都蘭部落創建的地域平台，藉由阿美族年齡階級之文化特性，融匯出適應當代的地方團隊。協會位在台東的山海交界之地，透過展售據點、商品研發、青年培力、文化實踐等創生行動，讓所得盈餘作為部落的文化支持系統。持續以台灣原民自治示範的文化重鎮、都蘭永續觀光與青年諮詢的首選入口為願景目標，拉引青年逐步回流，創建一座堅韌的都蘭國度。

與都蘭國相同，地方擁有許多工藝師、藝術家，也舉辦竹編展覽會、交流會等，這確實是盤點地方風土的最直接方式，然而 KIRIBUE 團隊不同的是，建立了「KIRI WISDOM」線上學習系列課程，更是涉及出版、教育、製造、研討會，並成立伴手禮公司，結合當地農家開發食品和料理，舉辦農民市集與活動，並與市政府合作，投入設計圖書館還書箱外型、公車視覺標示、收集廢棄的飛行傘布料來製作環保袋，解決塑膠與垃圾問題，也在出版上做了許多努力。

宜豪自知悉交流對象為 KIRIBUE 團隊，在活動前一天大改簡報，從沈老頭目賜予族名、樹皮衣而始，談起這八年來，在台灣東海岸耗費心力的阿米斯音樂節（傳統/文化）、都蘭

生活節（當代/生活）、東海岸大地藝術節月光海音樂會（藝術/自然），然後再細數都蘭國形塑的常態據點，以部落主體性所展開的地方行動，即便分屬不同的定位，但宜豪相信這些全然都是東海岸不可或缺的元素展現。很多時候，都是在這種片刻重新省視與歸結投注的心力，到底有沒有兌現正確的價值觀。

宜豪表示，非常欽佩 KIRIBUE 團隊正在投注的一切心力，有別於我與地方團隊過去打造的阿密斯音樂節、都蘭生活節、東海岸大地藝術節月光海音樂會，即便地方慶典都辦得非常有意義，然而在地方蹲點的都蘭國據點基地，還是有太多需要借鏡學習的地方，尤其是他們花費心力在培力與教育層面，是引動更多長期與深遠的地方擾動。

### (3)林書豪

書豪在基隆市中正區經營地方創生青年培力工作站「基隆創意港口永續計劃」，為外界所熟知星濱山共創工作室的一員。星濱山，是一群在地文化、藝術和設計相關的青年團隊，成立於 2018 年，透過「體驗經濟、文創產品、設計服務」作為創意行動主軸，共同構思、推動與實踐，以「藝術共創」成為在地認識、對話和創作。團隊不斷從「土地尋根」，在基隆正濱老漁港與當地社區一起找地方的未來，也鼓勵不同青年創作者實踐作品曝光。

團隊過去自籌自辦藝術共創策展：2018 苔客上岸-正濱港灣共創藝術節、2019 大魚來了-正濱港灣共創插畫節、

2021-至今 永晝海濱美術館，希望現在因產業沒落的寧靜之地，成為大家回歸心靈深處的港灣，從正濱漁港出發，短、中、長期目標，在基隆城市發展出青創平台、創意經濟發展、海港生活營造。

書豪在這次 KIRIBUE 的台日交流，獲得日方京都新聞的側訪，對於 KIRIBUE 所作的事，感同身受。書豪提到，我們在一邊建立與地方的互動，一邊建構團隊和地方的共同成長模式，也是必須的，印象深刻的事，地方政府、京都藝術大學和一群在地青年組織成一個社團法人，相信是有決心走向更長遠的路之未來，非常感謝國發會透過青培站的計畫，讓台灣地方的青年從上而上建立軟實力，也非常期盼地方政府能有效與在地青年溝通和合作。

在本場次台日交流後，書豪收到小山龍介的信件，預計今年暑假 8/19 會來到基隆正濱漁港與星濱山互動，書豪非常開心及期待能夠展開新的契機，創造未來台日合作的雙邊藝術祭，期盼能夠加入台灣企業 ESG 的社會回饋進行支持本項合作機會，來搭接更多台日友誼穩定成長的續航力，可說是一個將「品牌聯名的群體價值」拉到更國際的視野高度。

6、照片紀錄：





青年代表鄭宜豪分享

青年代表林書豪分享

### (七) 參訪地方創生據點：月桂冠

1、時間：113年5月9日(星期四)下午2時30分至6時30分

2、地點：京都府京都市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察、周漢樺研究員。

(2)地方創生青年代表：董于安、謝宜澂、黃騰威、林韡勳。

(3)日方代表：株式會社月桂冠 大倉泰治 常務取締役/營業副本部長；京阪ホールディングス株式会社 若林浩吉 課長補佐、張一鳴；伏見觀光協會 中川熊介。

4、交流內容：

(1)伏見市介紹

伏見市位於日本，是日本酒生產的重要地區之一，在日本酒生產量中佔有相當大的比例。伏見地區的地下水資源非常豐富，這是由於京都周圍的山區雨水滲透至地下所形成的。此外，伏見地區還擁有眾多的日本酒廠，這在日本是相當特別的情況。

## (2)月桂冠公司介紹

月桂冠公司創立於 1637 年，以生產日本酒而聞名。雖然過去曾經是日本第一大日本酒生產商，但目前排名第三。月桂冠公司擁有約 344 名員工，其中大多數負責業務推廣，還有約 200 多名員工在京都本社製造日本酒，另有一部分人在其他地區工作。儘管在台灣很有名，但與其他大型公司相比，月桂冠公司的規模並不算很大。

## (3)月桂冠公司的歷史

第一代月桂冠大倉治右衛門於 1637 年創立，創立月桂冠有月桂樹之冠之意，地處於京都市伏見區，16 世紀末豐臣秀吉在此建立了伏見城，因此也常有戰事發生，建築物經常會有燒毀或損毀的狀況，第十五代的社長大倉泰治親自帶著台灣參訪團實地走訪月桂冠臨近商圈。

月桂冠公司在江戶時代逐漸擴大，而伏見地區幸運地未受到戰火波及。月桂冠公司於明治初期率先研究出不使用防腐劑的技術，並且與其他酒廠共同成立研究所，促進了地區的酒業發展。隨著鐵路的興起，月桂冠公司的產品可以更方便地運輸至東京等地，進一步促進了月桂冠公司的發展。

## (4)月桂冠公司的地區貢獻活動

在戰前，月桂冠公司積極參與地區的公益活動，包括捐款、捐贈設施等。戰後，月桂冠公司進一步推動了地區經濟的發展，尤其是在 1950-1970 年代日本酒生產高峰期間，月桂冠公司成為地區經濟的重要推動者。此外，月桂冠公司也



積極參與地區觀光的发展，並且與伏見市觀光協會等組織合作，推廣當地的觀光景點。

月桂冠公司的社會責任主要以參與伏見街區消防署、參集館、神社等公共設施的建造，以及地下水保存維護。月桂冠優良的清酒品質有一個很重要的就是來自伏見的地下水，為了讓伏見區的酒廠可以持續且穩定產出品質優良的清酒，月桂冠與地方社區與居民一同合作，投入大量的資源用於保存伏見的水資源，企業社員參與環境勞動等服務。現今，日本酒的產量大幅減少，觀光街區轉型，日本酒調整為觀光性質的產品。

#### (5) 伏見地區的地區觀光發展

伏見地區逐漸轉向觀光產業，並積極開發歷史遺產作為觀光資源。公司的博物館、咖啡廳等設施也成為當地的觀光景點。此外，公司也與其他商店街、伏見市觀光協會等組織合作，推動地區觀光的發展。

### 5、臺方青年交流內容及心得：

#### (1) 董于安

于安在南投縣水里鄉經營地方創生青年培力工作站「集集廊帶南投創生」，是村落印象有限公司的一員。村落印象有限公司致力於集集廊帶發展，近年來關注觀光及在地產業發展、客家文化推廣及地方創生議題，並實踐培力地方青年人才之目標。團隊以水里公有市場為計畫基地，串聯水里、集集、名間在地青年、農民、觀光業者、在地仕紳及民間團

體，建立關係人口並共同推動集集廊帶發展策略。結合地方產業及觀光資源，辦理在地走讀、主題市集、社會性行動方案、自媒體行銷等共同行銷推廣活動，並透過實體通路及線上平台的設立，運用社群力量提升集集廊帶知名度。

于安透過本場次交流會，了解台灣地方創生團隊可以學習如何挖掘和利用地方特有的歷史和文化資源，打造具有地方特色的品牌；舉例：月桂冠產品銷售全世界，但針對總店的產品還是有區分出來獨家的產品，也就是消費者要到總部才能買的到的限量商品，更能吸引遊客來到日本了解月桂冠的企業文化。

此外，台灣團隊可以學習如何在保持傳統工藝的基礎上，不斷創新，推出多樣化的產品以滿足不同市場需求。于安指出，村落印象團隊最缺的就是產品端，雖然在地方輔導青年創業很有一套，但在研發產品這次是團隊最大的弱點，未來如何不靠政府的補助案，能研發傳統工藝的基礎上，結合在地特色產品，達到產品的創新，是必須面對的課題及挑戰。

經過日本參訪與學長姐的建議，于安表示，可以嘗試在水里公有市場的局部空間開始改造，利用網路的輿論的發酵，未來在與公門部的空間改造對話會有一定的加分；再針對村落印象團隊自身所遇到的觀光路線問題安排專業度很高的學者或業者來進行工作坊演講，也更能有效的與觀光路線的踩點店家，更能自主整理自身的公共空間，達到一起共好。

## (2)謝宜澂

宜澂是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，是台灣醬油品牌「御鼎興柴燒醬業有限公司」的一員。御鼎興柴燒黑豆醬油成立於 1958 年，第三代在 2012 年返鄉後，進行品牌再造，透過食醬、食農教育與消費者溝通，2017 年開始，以「飛雀餐桌行動」為基底，連結人與地方，人與食物之間的關係，推廣自煮文化，進而有意識的採買，與在地 12 個同區的跨業品牌共同辦理餐會，走過台灣 14 個縣市，目前已超過 180 場次的料理示範與餐會活動，超過 7500 位的雲林關係人口參與其中，與地方產業形成共好網絡與支持在地的生活系統。

宜澂向大家分享，「飛雀與伙伴們的產地」計劃依照季節、雲林一級、二級物產耕作的狀況，移動雲林各個地方，帶著大家認識雲林產業伙伴們所在的位置與更深入體驗產地與其物產。有別於以往在醬油工廠的餐桌，從 2022 年開始跨出舒適圈，真的「行動」到雲林各地方了，搭配飛雀誌的報導內容，引領消費者深入了解雲林各個不同的鄉鎮，並探索這片土地獨特的風土人文。同時，與虎科資訊與管理相關科系攜手合作，增進在地年輕人的社會參與，也讓與會的客人有更深度的雲林體驗。

宜澂從本次交流分享會中理解，超過 400 年歷史的月桂冠，在伏見地區深耕，從一家酒廠的力量擴散至伏見其它酒廠，串連地方商家、協會、居民一同投入地方參與以及伏

見地區水資源的保護。從把自身產品做好，到地方共好。日本企業動輒三四百年歷史，其來有自。身為同樣都是釀造產業(醬油與清酒)的宜澂與御鼎興團隊，雖然屬不同氣候、釀造原料、媒介與後端使用，但發釀原理相似，希望藉此機會的見習，從企業端的商業策略至飲食的文化底蘊，加強與地方的連結，串連地區共好網絡，未來也可以成為台灣百年企業的其中之一。

### (3)黃騰威

騰威是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，主要在三合院裡經營粿的料理教室，透過米食料理課程，推廣與傳承臺灣閩客米食文化，做粿、吃粿，也品嚐粿背後的節慶故事。騰威建立子品牌「發粿專賣店」，使用在地桃園有機三號米，推出有別於傳統的發粿口味。以攤位呈列、視覺文宣和市集專用外帶包裝等，賦予傳統米食製品新生命與價值，也創造新世代對米食文化的想像力。透過製品與消費者溝通，包含傳統米食對比日式或西式糕點之價格與價值認知、臺灣米食文化之傳承、國人食米量降低導致農地豪宅、工廠與污染等議題，提升國人食米意識與土地價值認知。

騰威藉由大倉先生帶領進入釀造現場了解釀造過程，感受結合現代科學、食品衛生的老酒廠如何與時俱進，持續進步。同時，騰威也注意到紀念館內一處有多樣品酒的提供，方式是先於櫃台購買酒杯，後可用投幣的方式於每處自動開飲機購買少量 ml 數的酒類嘗試，找出自己喜歡的口味與口

感後能直接購買整瓶酒，一旁的解說員有日人也有說英文的外國人，提供專業的酒類說明及介紹，也許未來在自身粿的料理教室也能有類似的安排。

騰威認為，沿途可見以酒為主題營造的地方旅遊型態，結合地方深厚的歷史與文化，與友善的步行環境，推測能吸引中高年齡且社經地位較高的消費群眾到訪觀光，且停留較長時間。若看回台灣，以基礎建設和步行條件來說我們就先天失調。我們很難做到舒適的步行，更不用談安全無虞地帶著孩子參加地方導覽或遊程。而這一切或許也直接影響外部的參與意願與內部的遊程售價，也很難以更大區域方式，用區或鎮的模式推廣和串連地方創生，達到更大規模的產業或地方收入和行銷，也或許因此目前國內多見以點為亮點的地方創生案例。

#### (4) 林韡勳

韡勳是「獎勵青年投入地方創生行動計畫」的執行人，是農甜文創工作室的成員。韡勳在台南柳營農村長大，小時候看阿嬤做桑椹果醬，阿嬤會用一個大鍋爐用龍眼木柴燒熬煮桑椹果醬，用果醬的方式來保存這些水果延續它的生命力，一方面延長水果保存期限，一方面提高農產品價值讓水果有更多用途，所以韡勳從小對於農村的記憶非常的深刻，也對果醬這門傳統技藝有了最初的認識，因此促成他現在想透過果醬，讓外界認識到，台南市東山區是一個擁有豐富農產品的地區，尤其以龍眼、蜂蜜、龍眼花和咖啡等特產聞名。然

而，隨著人口老化和青年外流，這些傳統產業的發展面臨著種種困難。希望透過自己的好手藝，把台南這些豐富的食材變成精緻的果醬讓世界看見。

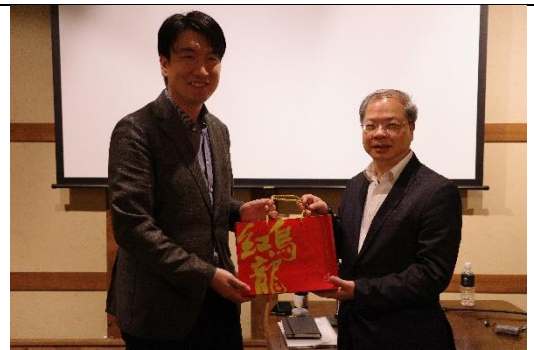
韓勳認為，參訪月桂冠公司是一次深具意義的體驗，該公司 370 年來的堅持與創新精神讓其深受啟發，在釀酒技術上的不斷進步，特別是引入最新科學技術以突破傳統釀酒方式的作法也讓其印象深刻，例如：將清酒提升到新的高度、還在市場競爭中採取了具有前瞻性的行動，在桶裝清酒盛行時採用了不含無害衛生防腐劑的瓶裝技術，這些舉措使得月桂冠公司成為日本清酒界的佼佼者。

除了技術層面，韓勳也感受到了月桂冠對於地方社區的貢獻。月桂冠不僅在地方創生方面展現了領先的地位，還通過各種活動和計劃積極參與社區建設，為地方經濟和文化注入了新的活力。這種對社會責任的承擔和對地方社區的支持令人敬佩。總的來說，參訪月桂冠公司是一次極具收穫的經歷，不僅深刻理解月桂冠在日本清酒行業的領先地位，還彰顯了他們對傳統文化的尊重和對創新的追求。這次參訪讓韓勳深刻體會到了品牌背後的價值觀和使命感，也為我們台灣地方創生青年團隊帶來了許多啟示和啟發。

6、照片紀錄：



龔主委致詞



龔主委代表致贈禮品



大倉泰治常務取締役分享



京阪ホールディングス株式会社分享



伏見街區導覽



參訪月桂冠釀酒製程



釀清酒用木桶(使用中)



團隊合影



青年代表董于安分享

青年代表謝宜澂分享

青年代表黃騰威分享

青年代表林韡勳分享

#### (八) 參訪地方創生據點：東寺

1、時間：113年5月10日(星期五)上午9時15分至10時30分

2、地點：京都府京都市

3、出席人員名單：

(1)我方政府代表：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚簡任技正、林宣佑視察、周漢樺研究員。

(2)地方創生青年代表：全體。

4、參訪內容：

##### (1)東寺歷史沿革

東寺的歷史可以追溯至 8 世紀初期，當時日本的佛教正在迅速傳播，仁明天皇於公元 796 年下令建造該寺。最初，東寺作為佛教密宗的中心，專門負責修行和研究密教的法會和儀式。



隨著時間的推移，東寺逐漸成為了日本佛教界的重要據點，也是京都市南部的重要地標之一。

## (2) 建築特色

東寺最著名的建築物是其五重塔，也是日本現存最古老的木造建築之一。這座五重塔高約 54.8 米，是日本最高的木造塔樓，擁有悠久的歷史和獨特的建築風格。除了五重塔，東寺還有許多其他建築物，包括大雄寶殿、西院、東院等，這些建築均展現了古代日本的建築藝術和宗教信仰。

## (3) 文化價值

東寺作為日本古代佛教建築的代表，具有重要的文化價值和歷史意義。其建築風格融合了中國唐代和日本本土傳統風格，展現了日本古代建築的獨特魅力。此外，東寺內還收藏了眾多珍貴的佛教文物和藝術品，包括佛像、法器、經典等，這些文物為研究日本古代宗教和藝術提供了重要的資料。

## (4) 祭祀活動

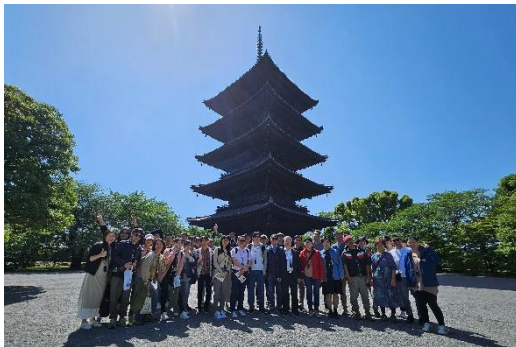
東寺每年都會舉辦各種祭祀活動和法會，吸引了眾多信徒和遊客前來朝拜和觀光。其中，春季和秋季的例大祭是東寺最重要的祭典之一，也是京都市的重要文化活動。此外，東寺還舉辦各種文化藝術展覽和講座，豐富了當地的文化生活。

## (5) 當前地位

目前，東寺作為京都市的重要文化景點之一，每年吸引了大量遊客前來參觀。除了古老的建築和珍貴的文物，遊客還可以在東寺周圍欣賞到美麗的自然風光和悠久的歷史街區。同時，

東寺也是日本佛教界的重要中心之一，繼續扮演著推廣佛教文化和僧侶修行的重要角色。

東寺作為一處日本國的寶藏之地，它映照出京都對於過去的史蹟和藝術保護、現在的經營和未來的努力，既古老又新潮。反思自我，作為立業以來的建築設計師和教育者，目前又跨入地方創生的領域持續學習和努力著。我輩可以東寺為鏡，專注現在更放眼未來。



團體合影



東寺導覽



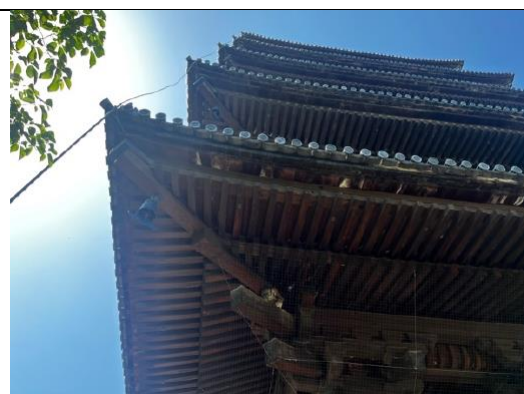
五重塔



櫻花木



東寺金堂



東寺建築木構

## 二、參加 2024 Taiwan Plus 活動行程說明

(一)時間：113 年 5 月 11 日(星期六)至 17 日(星期日)上午 9 時至  
下午 6 時

(二)地點：京都勸業館

(三)出席人員名單

1、政府代表：龔明鑫主任委員、黃文彥處長、陳信揚簡任技  
正、林宣佑視察、周漢樺研究員。

2、地方創生青年代表：林書豪、李黃昱軒、李怡志、陳書毅、  
王一帆、王郁琳。

(四)Taiwan Plus 活動介紹：中華文化總會策劃台日友好計畫，自  
2018 年起結合台灣民間與政府部門力量，藉由多層次的文化  
活動，深化日本對台灣文化新能量的理解與認識。本屆  
「TAIWAN PLUS 2024」訂於 5 月 11 日、12 日，以實體活動  
的形式於京都勸業館綻放台灣的美麗與多元活力，以「京都  
新寶島」為主題，深化台灣和日本之間的文化聯繫，為當地  
民眾帶來新的文化能量，期望藉此引發海外旅客來台旅遊的  
興趣。



圖 「 TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」活動主視覺設計

(五)本會參與內容：

- 1、攤位規劃：本次地方創生持續以展現台灣在地 DNA（散發臺灣本土 DNA 的地方創生）為主題，展出的攤位包含來自基隆的星濱山共創工作室、苗栗八塗文創、高雄大港校 CC、屏東革路革路 部落選物、iStudio COLOR、金門村復號等 6 個創生團隊共享 3 格攤位，融合永續發展、離島生活以及原民文化傳承，不僅發揚在地特色，也讓家鄉變得更好。



圖 攤位主視覺設計

2、本會參展品牌介紹：

序	品牌名稱/ 代表人	品牌簡介	展售商品
1	星濱山共創工作室 (青培站)/ 林書豪	星濱山，是一群在基隆正濱漁港，透過文化、藝術和設計相關的基隆青年，以「體驗經濟、文創產品、設計服務」作為創意行動主軸，共同構思、推動與實踐，以「藝術共創」成為在地認識、對話和創作。	漁網吊燈、海想知道1-8刊、大魚來了/正濱漁港/彩色屋/漁會大樓插畫明信片、愛情99/看海的態度/吉古拉四兄弟/主普壇T恤
2	革路革路部落選物 (青培站)/ 李黃昱軒	品牌來自屏東縣泰武鄉，kelju意思為排灣族語中「來」一詞，希望透過號召返鄉青年的力量帶起原鄉經濟發展，結合在地工藝師的手工製作帶出屬於泰武鄉的文化特色，藉此啟發年輕人返鄉意願，讓年輕人負起文化傳承的使命	排灣族男性織布腰帶、月桃編織收納籃、魯凱小米吊飾、魯凱花生吊飾、魯凱假酸漿葉吊飾
3	大港校CC (青培站)/李怡志	「大港校CC」是一群旗津職人與年輕夥伴成立的創生團隊，以中山大學「技工舍 旗津社會開創基地」內的「食堂」為據點，共同打造旗津青年培力工作站。「大港校CC」代表「在地培力/創意共享/情報諮詢」(Cijin Campus /Creative Commons/Counseling Center)三個目標，透過創生青年交流平台，建立返鄉的支持系統、參與發展地方文創品牌。	山津塢(大漁旗文創)、織織人(設計織品)、陳年罔市(手帳文具)、笑海海市集(毛巾、提袋、徽章、扇子)
4	金門。村復號 (青培站)/陳書毅	「村復號」是一個網羅金門好物的入口平台，包含商品選購和文章報導。「村復」指的是「村落復興」，希望藉雜貨鋪平台串聯地方農漁產品及文創品，建立地方品牌，共同振興地方與村落經濟。	水獺玩偶、水獺屁屁面紙套、風雞筷架組、花帔漁夫帽、花磚玻璃杯、拾木匙、《金門合院圖鑑》、

			《聚落求生指南》專刊、《金門海蛞蝓》
5	iStudio COLOR(獎勵金) / 王一帆	iStudio COLOR 將廢棄的成熟檳榔果核作為天然染材，在布料上染色以媒染法來變化出多款獨特的檳榔子染色彩，之後將檳榔子染布打版設計、配色拼接、車縫製作成各式文創生活商品。使檳榔不只是可食用農產品，還將其轉化成具有生活美學的時尚設計商品，創造出新的產業轉型發展方向。	檳榔子染相關：旅行隨行袋、側背斜背包、手機護照包、橫式萬用包、小物一啣包、面紙小物包、半月小掛包、輕便漁夫帽
6	八塗文創(獎勵金) / 王郁琳	八塗文創於 2023 年創立，以工藝傳承、繪本寫作的方式，紀錄家鄉的故事，從事手繪、陶藝創作、設計陶藝體驗組，將文創設計巧妙結合陶瓷製品，將醇厚底蘊的文化、充滿溫度的生活放在量身打造的陶藝器皿上，碰撞藝術及傳統工藝，創生未來。此外，亦深入在地探訪客家文化，創作繪本《尋龍回憶路》。	陶碗、陶偶、造型存錢筒、繪本、春聯、紅包、明信片

### 3、活動照片集：



2024 Taiwan Plus 開幕式



龔主任委員致詞



龔主委受訪



貴賓合影



本會攤位



開幕表演



龔主任委員巡視地方創生攤位  
佈攤情形



龔主任委員巡視地方創生攤位  
佈攤情形



駐日代表謝長廷大使及臺北市議會  
吳沛憶議員參觀地方創生攤位



駐日代表謝長廷大使  
參觀地方創生攤位





(六)新聞露出整理：

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
1	2024/5/11	臺灣	網路新聞	中央通訊社 (關鍵評論網彙整)	TAIWAN PLUS 京都開幕：台灣美食音樂登日，橘色惡魔會新港媽祖，謝長廷盼台日友好推向全世界	<a href="https://www.thenewslens.com/article/202568">https://www.thenewslens.com/article/202568</a>
2	2024/5/11 13:14	臺灣	網路新聞	中央通訊社	TAIWAN PLUS 京都開幕 謝長廷盼台日友好推向全世界	<a href="https://www.cna.com.tw/news/acu/202405110081.aspx">https://www.cna.com.tw/news/acu/202405110081.aspx</a>

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
3	2024/5/11 13:29	臺灣	網路新聞	聯合新聞網	TAIWAN PLUS 京都開幕 謝長廷盼台日友好推 向全世界	<a href="https://udn.com/news/story/7270/7957384">https://udn.com/news/story/7270/7957384</a>
4	2024/5/11 13:43	臺灣	網路新聞	中央通訊社 (YAHOO 新聞轉發)	TAIWAN PLUS 京都開幕 謝長廷、龔明鑫出席 (圖)	<a href="https://tw.news.yahoo.com/taiwan-plus%E4%BA%AC%E9%83%BD%E9%96%8B%E5%B9%95-%E8%AC%9D%E9%95%B7%E5%BB%B7-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB%E5%87%BA%E5%B8%AD-%E5%9C%96-054307356.html">https://tw.news.yahoo.com/taiwan-plus%E4%BA%AC%E9%83%BD%E9%96%8B%E5%B9%95-%E8%AC%9D%E9%95%B7%E5%BB%B7-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB%E5%87%BA%E5%B8%AD-%E5%9C%96-054307356.html</a>
5	2024/5/11 15:44	臺灣	網路新聞	中央通訊社 (MSN 新聞轉發)	TAIWAN PLUS 京都開幕 謝長廷盼台日友好推 向全世界	<a href="https://www.msn.com/zh-tw/news/world/taiwan-plus%E4%BA%AC%E9%83%BD%E9%96%8B%E5%B9%95-%E8%AC%9D%E9%95%B7%E5%BB%B7%E7%9B%BC%E5%8F%B0%E6%97%A5%E5%8F%8B%E5%A5%BD%E6%8E%A8%E5%90%91%E5%85%A8%E4%B8%96%E7%95%8C/ar-BB1mcCNT">https://www.msn.com/zh-tw/news/world/taiwan-plus%E4%BA%AC%E9%83%BD%E9%96%8B%E5%B9%95-%E8%AC%9D%E9%95%B7%E5%BB%B7%E7%9B%BC%E5%8F%B0%E6%97%A5%E5%8F%8B%E5%A5%BD%E6%8E%A8%E5%90%91%E5%85%A8%E4%B8%96%E7%95%8C/ar-BB1mcCNT</a>
6	2024/5/11 16:45	臺灣	網路新聞	三立新聞網 (YAHOO 新聞轉發)	獨／Taiwan Plus 移師 京都！「台灣女婿」 參議員偕妻現身 最愛 這一味	<a href="https://tw.news.yahoo.com/%E7%8D%A8-taiwan-plus%E7%A7%BB%E5%B8%AB%E4%BA%AC%E9%83%BD-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%A5%B3%E5%A9%BF-%E5%8F%83%E8%AD%B0%E5%93%A1%E5%81%95%E5%A6%BB%E7%8F%BE%E8%BA%AB-084511075.html">https://tw.news.yahoo.com/%E7%8D%A8-taiwan-plus%E7%A7%BB%E5%B8%AB%E4%BA%AC%E9%83%BD-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%A5%B3%E5%A9%BF-%E5%8F%83%E8%AD%B0%E5%93%A1%E5%81%95%E5%A6%BB%E7%8F%BE%E8%BA%AB-084511075.html</a>
7	2024/5/11 18:53	臺灣	網路新聞	Newtalk 新聞	TAIWAN PLUS 京都開幕 謝長廷盼深化台日友 好關係	<a href="https://newtalk.tw/news/view/2024-05-11/919415">https://newtalk.tw/news/view/2024-05-11/919415</a>
8	2024/5/11 21:08	臺灣	網路新聞	中央通訊社 (YAHOO 新聞轉發)	橘色惡魔京都 TAIWAN PLUS 演奏《忍者亂太 郎》主題曲 全場嗨翻	<a href="https://tw.news.yahoo.com/%E6%A9%98%E8%89%B2%E6%83%A1%E9%AD%94%E4%BA%AC%E9%83%BDtaiwan-plus%E6%BC%94%E5%A5%8F-%E5%BF%8D%E8%80%85%E4%BA%82%E5%A4%AA%E9%83%8E-">https://tw.news.yahoo.com/%E6%A9%98%E8%89%B2%E6%83%A1%E9%AD%94%E4%BA%AC%E9%83%BDtaiwan-plus%E6%BC%94%E5%A5%8F-%E5%BF%8D%E8%80%85%E4%BA%82%E5%A4%AA%E9%83%8E-</a>

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
						<a href="#">%E4%B8%BB%E9%A1%8C%E6%9B%B2-%E5%85%A8%E5%A0%B4%E5%97%A8%E7%BF%BB-130804975.html</a>
9	2024/5/11	臺灣	網路新聞	太報	橘色惡魔京都 TAIWAN PLUS 演奏《忍者亂太郎》主題曲 全場嗨翻	<a href="https://www.taisounds.com/news/content/108/124774">https://www.taisounds.com/news/content/108/124774</a>
10	2024/5/12	臺灣	Youtube新聞	三立新聞網 SETN.com	Taiwan Plus 首移師京都 夜市感市集飄濃濃台灣味	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=SN1hSxLKqk0">https://www.youtube.com/watch?v=SN1hSxLKqk0</a>
11	2024/5/12	臺灣	Youtube新聞	94 看新聞(轉發三立新聞)	Taiwan Plus 首移師京都 夜市感市集飄濃濃台灣味	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ej64AWsAZBE">https://www.youtube.com/watch?v=Ej64AWsAZBE</a>
12	2024/5/13 00:00	臺灣	網路新聞	客新聞	「TAIWAN PLUS」激盪台日文化新能量 客家寶藏味道銷售一空	<a href="https://hakkanews.tw/2024/05/13/taiwan-plus/">https://hakkanews.tw/2024/05/13/taiwan-plus/</a>
13	2024/5/13 10:52	臺灣	網路新聞	工商時報 (YAHOO 新聞轉發)	赴日擴大合作！龔明鑫：不只台積電 地方創生青年也是台灣之光	<a href="https://tw.stock.yahoo.com/news/%E8%B5%B4%E6%97%A5%E6%93%B4%E5%A4%A7%E5%90%88%E4%BD%9C-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB-%E4%B8%8D%E5%8F%AA%E5%8F%B0%E7%A9%8D%E9%9B%BB-%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E9%9D%92%E5%B9%B4%E4%B9%9F%E6%98%AF%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B9%8B%E5%85%89-025259428.html">https://tw.stock.yahoo.com/news/%E8%B5%B4%E6%97%A5%E6%93%B4%E5%A4%A7%E5%90%88%E4%BD%9C-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB-%E4%B8%8D%E5%8F%AA%E5%8F%B0%E7%A9%8D%E9%9B%BB-%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E9%9D%92%E5%B9%B4%E4%B9%9F%E6%98%AF%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B9%8B%E5%85%89-025259428.html</a>
14	2024/5/13 12:05	臺灣	網路新聞	中央通訊社 (YAHOO 新聞轉發)	龔明鑫率團赴日秀地方創生成果 深化台日交流	<a href="https://tw.news.yahoo.com/%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB%E7%8E%87%E5%9C%98%E8%B5%B4%E6%97%A5%E7%A7%80%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E6%88%90%E6%9E%9C-%E4%B8%BB%E9%A1%8C%E6%9B%B2-%E5%85%A8%E5%A0%B4%E5%97%A8%E7%BF%BB-130804975.html">https://tw.news.yahoo.com/%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB%E7%8E%87%E5%9C%98%E8%B5%B4%E6%97%A5%E7%A7%80%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E6%88%90%E6%9E%9C-%E4%B8%BB%E9%A1%8C%E6%9B%B2-%E5%85%A8%E5%A0%B4%E5%97%A8%E7%BF%BB-130804975.html</a>

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
						<a href="#">%E6%B7%B1%E5%8C%96%E5%8F%B0%E6%97%A5%E4%BA%A4%E6%B5%81-040533958.html</a>
15	2024/5/13 13:17	臺灣	網路新聞	工商時報	台日交流不只台積電 國發會主委：地方創 生也是台灣之光	<a href="https://www.ctee.com.tw/news/20240513700990-430503">https://www.ctee.com.tw/news/20240513700990-430503</a>
16	2024/5/13 13:17	臺灣	網路新聞	翻爆	台日交流不只台積電 國發會主委：地方創 生也是台灣之光	<a href="https://turnnewsapp.com/livenews/finance/20240513001945-260410">https://turnnewsapp.com/livenews/finance/20240513001945-260410</a>
17	2024/5/13 15:16	臺灣	網路新聞	聯合新聞網	台日交流不只台積電 國發會主委：地方創 生也是台灣之光	<a href="https://udn.com/news/story/7240/7960789">https://udn.com/news/story/7240/7960789</a>
18	2024/5/13 15:16	臺灣	網路新聞	經濟日報	台灣之光不只有台積 電 龔明鑫率團赴日秀 地方創生成果	<a href="https://money.udn.com/money/story/5612/7960789">https://money.udn.com/money/story/5612/7960789</a>
19	2024/5/13 17:16	臺灣	網路新聞	自由時報	台日交流不只台積電 龔明鑫：地方創生也 是台灣之光	<a href="https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/4671394">https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/4671394</a>
20	2024/5/13 18:00	臺灣	網路新聞	三立新聞網	國發會率地方創生團 隊赴日參訪 龔明鑫 主委：地方創生青年 已是台灣之光	<a href="https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=1467733">https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=1467733</a>
21	2024/5/14 00:00	臺灣	網路新聞	工商時報 (YAHOO 新聞轉 發)	赴日參與 TAIWAN PLUS 龔明鑫：地方創生青 年也是台灣之光	<a href="https://tw.stock.yahoo.com/news/%E8%B5%B4%E6%97%A5%E5%8F%83%E8%88%87taiwan-plus-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB-%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E9%9D%92%E5%B9%B4%E4%B9%9F%E6%98%AF%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B9%8B%E5%85%89-20100008.html">https://tw.stock.yahoo.com/news/%E8%B5%B4%E6%97%A5%E5%8F%83%E8%88%87taiwan-plus-%E9%BE%94%E6%98%8E%E9%91%AB-%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E9%9D%92%E5%B9%B4%E4%B9%9F%E6%98%AF%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B9%8B%E5%85%89-20100008.html</a>

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
22	2024/5/14 00:00	臺灣	實體報紙	工商時報 A6	赴日參與 TAIWAN PLUS 龔明鑫：地方創生青 年也是台灣之光	
23	2024/5/14 04:10	臺灣	網路新聞	自由時報	地方創生赴日交流 龔 明鑫：台灣之光不只 台積	<a href="https://ec.ltn.com.tw/article/paper/1645840">https://ec.ltn.com.tw/artic le/paper/1645840</a>
24	2024/5/14 05:30	臺灣	實體報紙	自由時報財經 版 A8	地方創生赴日交流 龔 明鑫：台灣之光不只 台積	
25	2024/5/14 11:00	臺灣	網路新聞	中時新聞網	台日交流不只台積電 國發會主委：地方創 生也是台灣之光	<a href="https://www.chinatimes.com/realtimenews/20240513001945-%E2%80%A2260410?ctrack=pc_main_rtime_p01&amp;chdtv">https://www.chinatimes.com/ realtimenews/20240513001945 -%E2%80%A2 260410?ctrack=pc_main_rtime _p01&amp;chdtv</a>
26	2024/5/14 13:17	臺灣	網路新聞	經濟日報	龔明鑫率團赴日秀地 方創生成果 深化台日 交流	<a href="https://money.udn.com/money/story/5612/7960305">https://money.udn.com/money /story/5612/7960305</a>
27	2024/5/14 13:31	臺灣	網路新聞	聯合新聞網	龔明鑫率團赴日秀地 方創生成果 深化台日 交流	<a href="https://udn.com/news/story/7266/7960305">https://udn.com/news/story/ 7266/7960305</a>
28	2024/5/15 12:26	臺灣	網路新聞	京都新聞	京都府亀岡市を台湾 政府関係者が訪問 地域資源生かした 「まちおこし」学び 合い	<a href="https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/1252371">https://www.kyoto- np.co.jp/articles/-/1252371</a>
29	2024/5/14 05:30	日本	實體報紙	京都新聞	京都府亀岡市を台湾 政府関係者が訪問 地域資源生かした 「まちおこし」学び 合い	
30	2024/5/13	日本	網路新聞	中央社日文版 (YAHOO JAPAN ニュース轉發)	台湾の地方創生団 体、京都で開催のイ ベントに出展 国家発 展委員会が主導	<a href="https://news.yahoo.co.jp/articles/e2fb3bbe76a7d4706009306dee8e3f8fe9af0253">https://news.yahoo.co.jp/ar ticles/e2fb3bbe76a7d4706009 306dee8e3f8fe9af0253</a>

序	露出時間	國別	類型	媒體	標題	網址
31	2024/5/14	日本	網路新聞	TAIWAN TODAY	国発会の龔主任委員が地方創生団体率いて日本での「TAIWAN PLUS」に参加	<a href="https://jp.taiwantoday.tw/news.php?unit=150&amp;post=252636&amp;unitname=%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B9-%E7%B5%8C%E6%B8%88&amp;postname=%E5%9B%BD%E7%99%BA%E4%BC%9A%E3%81%AE%E9%BE%94%E4%B8%B%E4%BB%BB%E5%A7%94%E5%93%A1%E3%81%8C%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E5%9B%A3%E4%BD%93%E7%8E%87%E3%81%84%E3%81%A6%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%A7%E3%81%AE%E3%80%8CTAIWAN-PLUS%E3%80%8D%E3%81%AB%E5%8F%82%E5%8A%A0">https://jp.taiwantoday.tw/news.php?unit=150&amp;post=252636&amp;unitname=%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B9-%E7%B5%8C%E6%B8%88&amp;postname=%E5%9B%BD%E7%99%BA%E4%BC%9A%E3%81%AE%E9%BE%94%E4%B8%B%E4%BB%BB%E5%A7%94%E5%93%A1%E3%81%8C%E5%9C%B0%E6%96%B9%E5%89%B5%E7%94%9F%E5%9B%A3%E4%BD%93%E7%8E%87%E3%81%84%E3%81%A6%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%A7%E3%81%AE%E3%80%8CTAIWAN-PLUS%E3%80%8D%E3%81%AB%E5%8F%82%E5%8A%A0</a>

## 肆、心得與建議

### 一、與日本地方創生團隊建立長期交流互動機制

鑒於日本不同地區之地方創生據點各具特色，獲選交流之青年普遍表示獲益良多，並開啟台日交流的第一步。整體而言，本次參訪日本關西地區地方創生據點性質含括社區參與及文化振興等不同特色。在社區參與方面，日本地方創生強調社區參與和民眾自治的重要性，透過舉辦公民論壇、社區討論會議等形式，促進居民之間的溝通和合作，共同制定和實施地方創生計畫。文化振興的部分，日本地方創生注重挖掘和保護地方的文化資產和傳統。透過舉辦文化活動、保護傳統工藝、開發文化旅遊等方式，提升地方的文化軟實力，吸引遊客和投資，促進地方經濟的發展。透過交流互動，台灣地方創生青年能夠將台灣的文化、藝術和創意帶向國際舞台。與日本的地方創生團隊互動，促進文化交流。在激盪的過程中，也有助於開啟後續的合作夥伴關係。因此，建議未來可以逐年規劃、蒐羅日本各地區不同屬性之參訪據點，建立地方創生台日長期交流的機制。

### 二、持續以「地方創生」品牌組團參與 Taiwan Plus 活動

「2024 Taiwan Plus」旨在為台灣的特色團隊提供國際展售平台，以提升國內產品和文化的國際能見度，同時增強台灣地方創生品牌的國際形象。台灣的地方創生團隊各具獨特的文化、藝術和共好模式，這些產品在國際市場上具有巨大潛力，也容易在同樣致力於地方創生的日本產生共鳴。透過「2024

Taiwan Plus」，台灣的地方創生團隊能夠將他們的產品和文化推向國際市場，讓國際更深入了解台灣地方創生品牌的多元文化，並增加對台灣地方創生相關產品的興趣。

### 三、建議可透過逐年評選優秀地方創生青年機參與國際交流活動

本次赴日本交流地方創生據點及參與 2024 Taiwan Plus，為台灣的地方創生團隊提供難得的機會與日本地方創生團隊第一線互動暢談、彼此認識瞭解，可促進後續更多臺日雙方在地方創生領域上的合作互動；同時，本會帶領優秀地方創生青年及產品、地方文化等走向國際市場，成為另一種「台灣之光」，為地方創生青年建立提供舞台與國際對接，將有助於推動台灣的地方經濟發展，提高國際競爭力，並加速開拓日本等潛力市場。基此，如可透過逐年評選機制，為我國表現優秀的青年團隊接軌國際舞台，不僅能肯定我國青年的優異表現，也將有助於強化台灣的國際形象，進一步吸引國際合作、促進文化交流，增進臺灣與日本之間的友好關係。