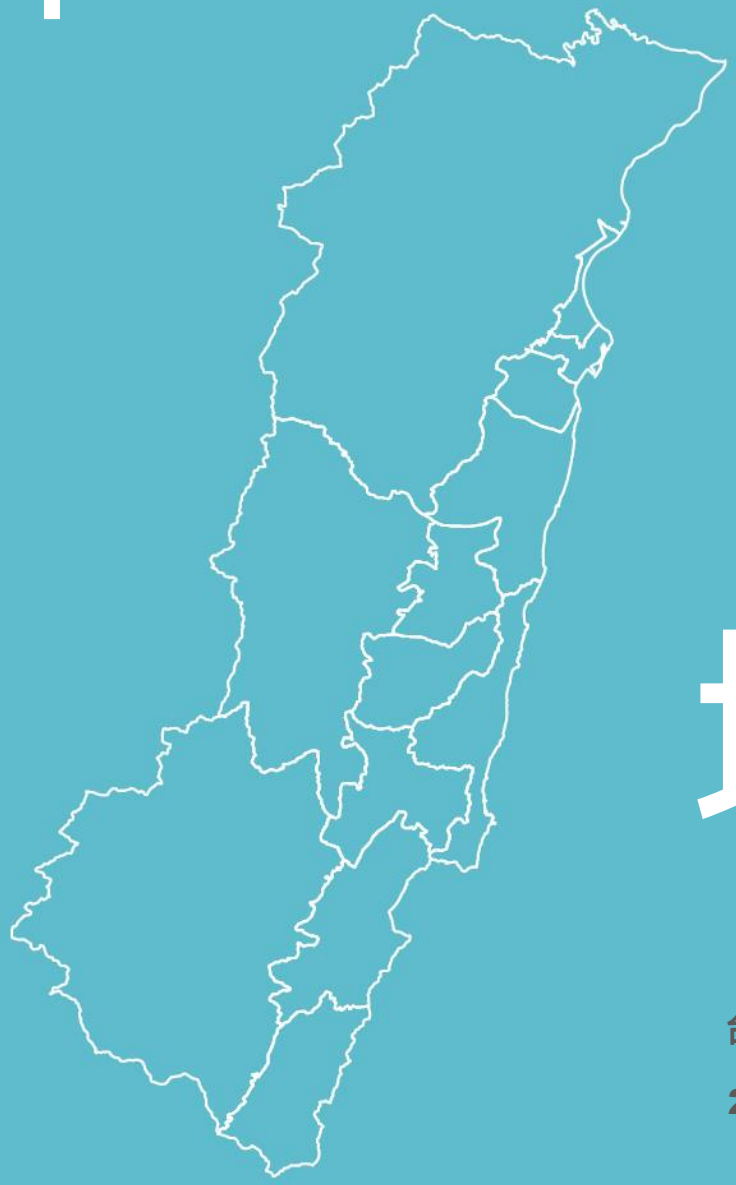


地方創生

台灣城鄉發展學會 理事長 吳勁毅

20190327產官學會議（一）觀光產業與地方創生

授權單 (請填入地方創生構想)

國家發展委員會
NATIONAL DEVELOPMENT COUNCIL

地方創生的機制

人口 不只是就業

地方 不只是花蓮

提案簡報

我的DNA

利害關係人

形成共識願景過程

創生事業構想
(時程、地點及方式等)

資源需求與協助

KPI

事業提案重點

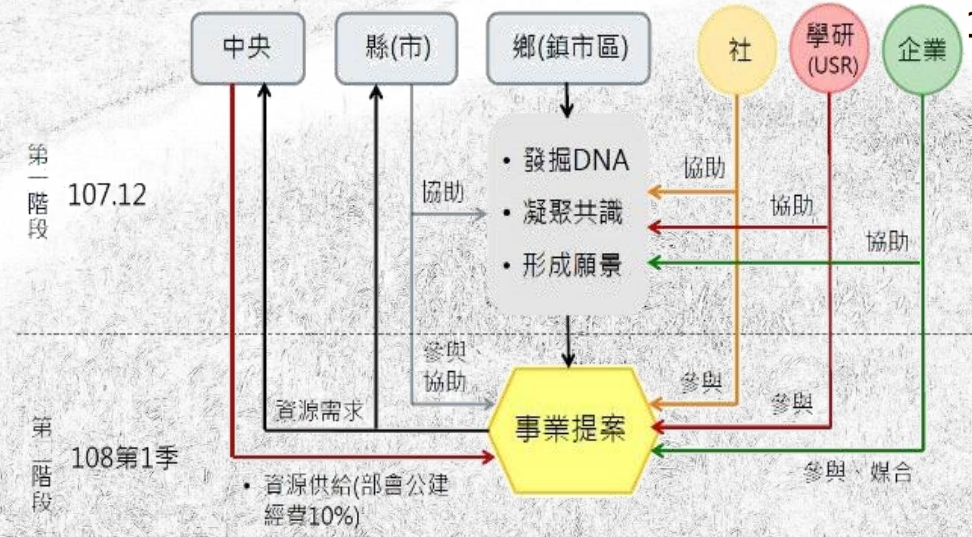
- **格式簡明**：無需繁複的資料說明與研析
- **靶心清楚**：提案只要清楚畫出箭靶(**共識願景**)，並且定出靶心(KPI)
- **選箭搭弓**：把所需的弓與箭，一一點出(**資源需求與協助**)
- **命中紅心**：**創生事業的推動方法**

篩選原則

提案具以下特性 ➡ 進行後續媒合

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

地方創生事業提案流程



地方創生 REGIONAL REVITALIZATION

1.主要計畫

經濟部	交通部	國家通訊傳播委員會	教育部勞動部	文化部客委會	農委會原民會
小型企業創新研發計畫(SBIR)	智慧運輸系統發展建設計畫	普及偏鄉寬頻基礎建設計畫	大學社會責任實踐計畫(USR)	文化生活圈建設計畫	農村再生第二期(105至108年度)實施計畫
創意生活產業發展計畫	Tourism 2020-臺灣永續觀光發展策略-相關子計畫		多元培力就業計畫	推動文化創意產業計畫-相關子計畫	漁業多元化經營建設計畫
開發在地型產業園區-推動城鄉特色產業園區發展	公路公共運輸多元推升計畫-完善都會區末端及偏鄉需求反應式公共運輸計畫			客家浪漫臺三線計畫	原住民族經濟產業發展4年計畫
開發在地型產業園區-設置平價產業園區補助方案					
推動中小企業跨域創新加值計畫					

http://wretch.jumpman.tw/jm3/?p=1410

更新时间：2014.11.30

拥抱你，做完一场美梦----沫沫大叔的台湾之旅

沫沫无闻
普通用户 2篇游记

从呼吸跑到海边不到五公里，那边有个南滨公园，看海一流，早起的老人已经在那里锻炼身体，还有三四点就到那里的垂钓者，洋自来熟地跟他们聊上了，还借了鱼竿让我为他拍了在台湾的第一套“写真”。要全套写真的，可以私信问我要哈！

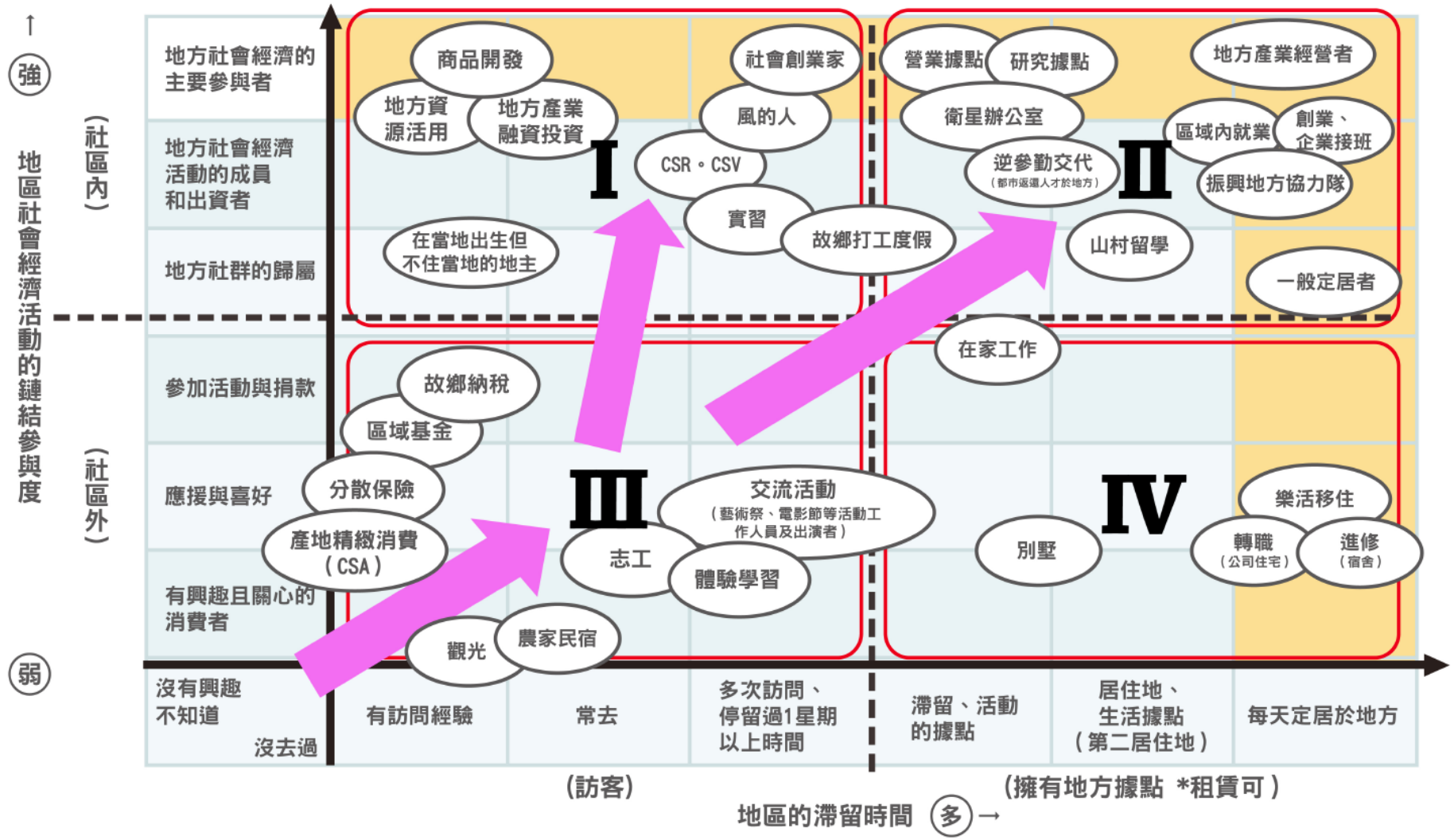
洋说，这个就是真的太平洋了，太平洋的那一端就是美国了！小伙子，地理学得不错啊！

貨出去-人進來-大家發大財，甚麼人留下來?

資料來源：日本總務省『関係人口』ポータルサイト

編譯:謝子涵

從關係人口的推導設定開始



資料來源：国土交通省 国土政策局，《地方への人の流れを促進し、地域の定住人口・関係人口を増やすために》

編譯:謝子涵

5.孩童的農山漁村體驗的充實

現狀

○針對農山漁村體驗，小學、中學生各超過30萬人，高中生有超過10萬人進行，在使都市的兒童學生形成未來UIJ洄游的基礎時，也為了促進地方的兒童學生可以再發現腳下的地方的魅力，有必要更加推進。

○要獲得養成生存力的教育效果，希望能有大約為期1週的體驗，惟現今大多停留在2天1夜或3天2夜的短期體驗。

今後的方向性

(與總務省、文科省、農水省、環境省合作)

○當年度的目標，是設定小學、中學、高中的農山漁村體驗的數值目標。

○針對先行採取長期(5天4夜等)方案或中學的方案等，探討如何擴充支援。

○針對鄉要採取而同農山漁村體驗的新學校，構築納入必要的接受資訊或可能支援的教職員前輩等的資訊協調系統。

東京都武蔵野市の取組の様子

北海道長沼町での受入れの様子

1.透過UIJ 洄游創造創業、就業者(6年間6萬人)

移居支援措施的徹底擴充 (與厚勞省、中企廳、國交省合作)

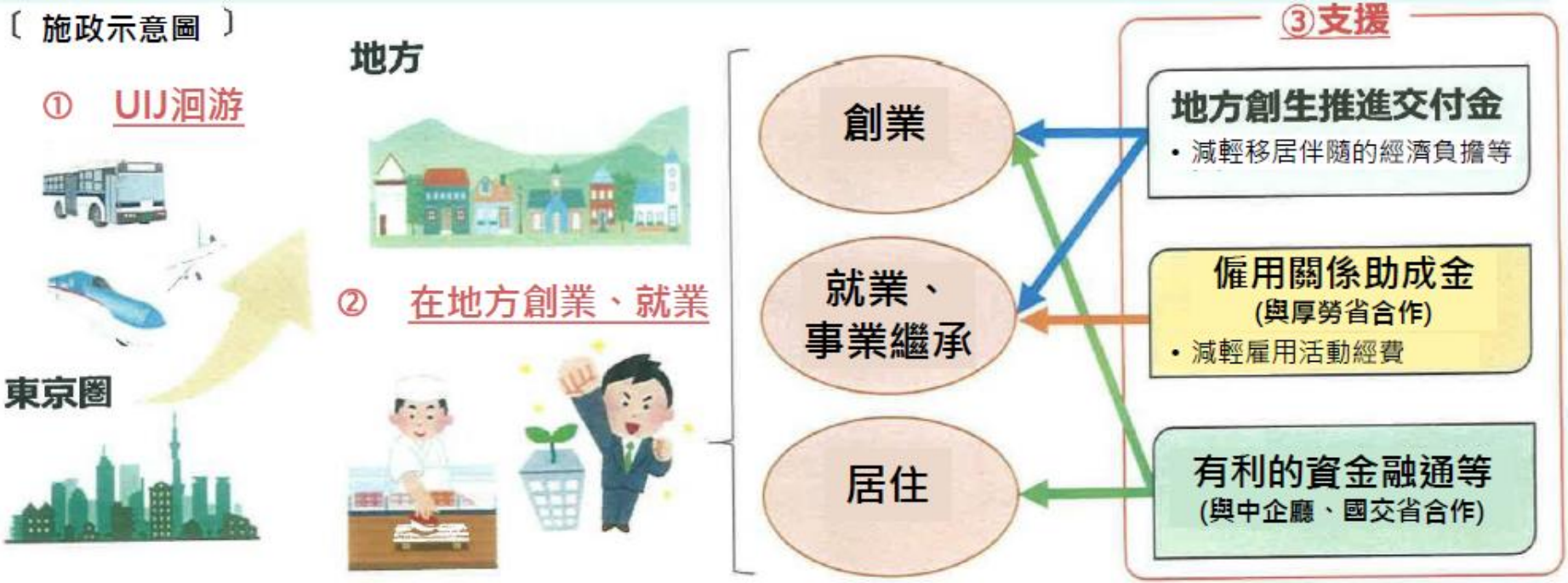
○促進從東京圈(滿足一定要件地區)經由UIJ洄游往東京圈以外地區創業、就業(包含事業繼承)，以及面對人手不足的地方中小企業的人才確保。

- 支援對象：經由UIJ洄游，在東京圈以外地區創業(同時活用金融機關的評價)或在中小企業的就業
- 為減輕UIJ洄游者移居伴隨的經濟負擔、中小企業等雇用活動伴隨的費用負擔，檢討地方創生交付金或僱用關係助成金的活用必要支援

○關於創業，在中企廳的合作之下，組合各類金融機關的資金融通以支援。

○關於居住的確保，在國交省的合作之下，與地方政府與金融機關等協力支援。

〔 施政示意圖 〕



推進「小據點」及「地區營運組織」的形成

○於中山間地區，為使未來地區居民能持續居住生活，維持與確保必要的生活服務或地區的工作、收入，未來能夠持續的「小據點」的形成(為維持村落生活圈的生活服務機能的集約、確保與村落生活圈內外的交通網絡化)是有必要的。

○再者，由地區居民自己主體性的規劃地區的未來計畫的同時，用於解決地區問題的多機能型的措施要能持續實施的組織(地區營運組織)的形成是有必要的。

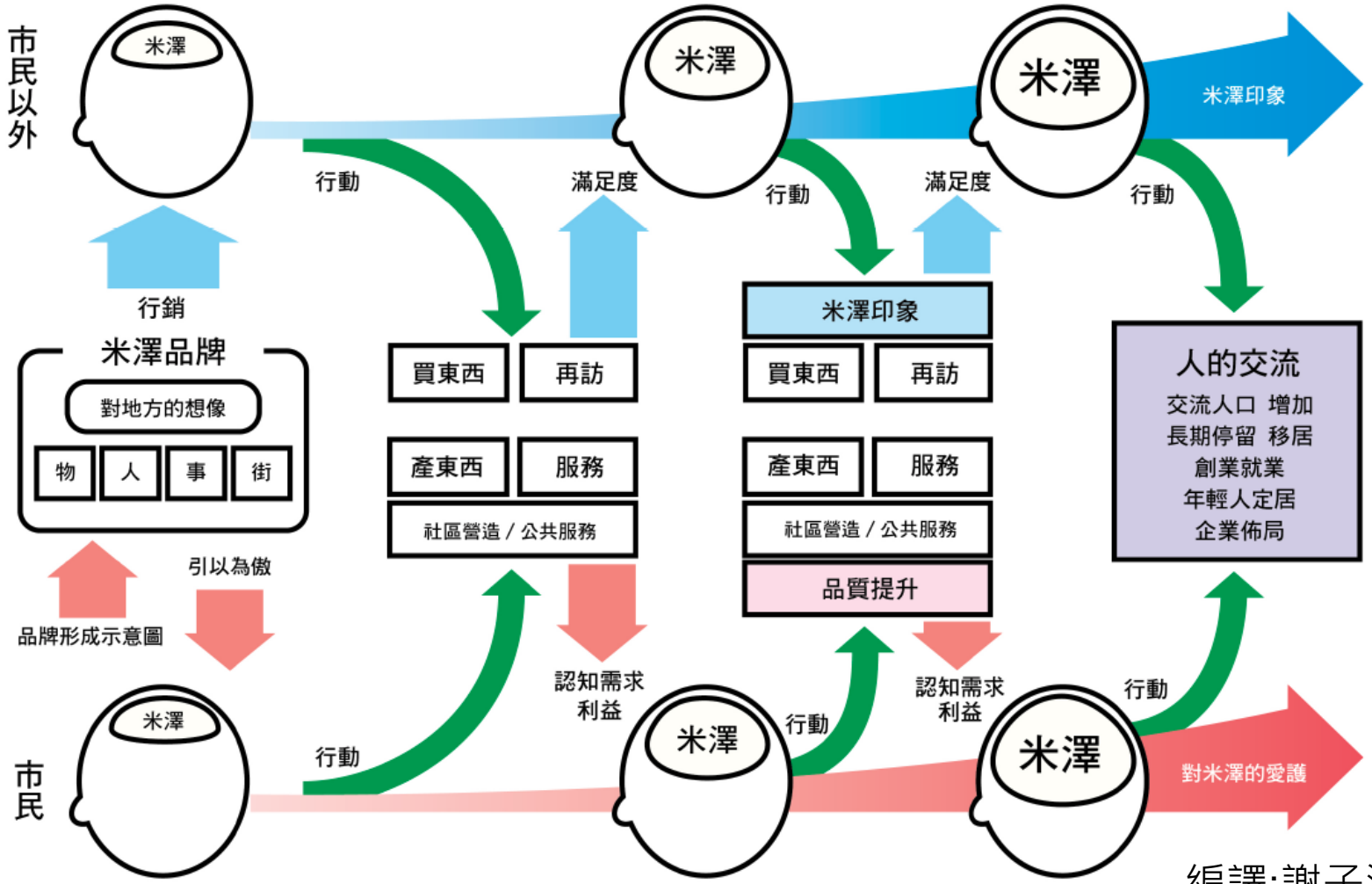
○到2020年前，小據點在全國形成1,000處(2017年5月：908處)、地區營運組織在全國有5,000個組織(2017年10月：4,177個組織)。

人才的育成與確保、資金的確保、事業實施的技術的取得、法人化的促進等

優良事例的橫向產開、人才、資訊交流的平台建置

以中山間地區為首，維持可持續居住生活的地區

推動品牌化的示意圖

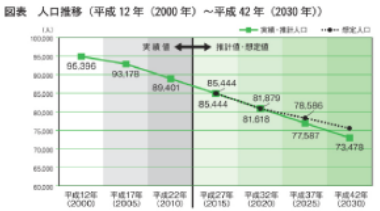


編譯:謝子涵

米澤品牌戰略開發計畫

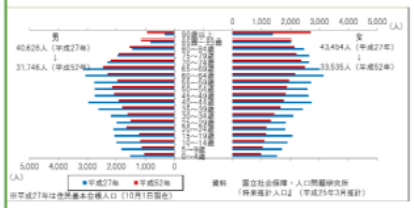
（H29.8.21／米澤市農林課米澤品牌推動室）

●人口減少
（2017） 84,105人
↓
（2030） 73,478人



●人口流出（社會增減數）
年約500人從縣內流出

●少子・高齡化



人口減少、少子高齡化伴隨著
地區的活力與稅收減少…

如何阻止人口減少、流出

如何讓年輕人留下、回來

如何讓市民以身為米澤人為榮

工作坊

●米澤
的魅力是什麼？

●概念
是什麼？

●一起
企劃品牌！

●提高
顧客滿意度！

以自己的城鎮為榮且對地方有愛

提升市民滿足度

米澤米牌

與米澤的產品和服務有約定

① Concept
（基本概念）

② Logo mark
（識別性）

③ Statement
（公共宣言）

統一宣傳

向每個單一品牌推廣

提升米澤的魅力（品牌力）

想買
米澤的產品！

想造訪米澤！

想住在米澤！

增加交流和定居人口！

經濟好循環

編譯:謝子涵

米澤品質向上運動

米澤品牌

品牌概念

鷹山公的DNA「創造與挑戰」為力量，創造下一個米澤。

品牌口號

挑戦と創造のあかし
米沢品質

品牌宣言

米澤一脈相承的「有志者事竟成」，
是無窮的挑戰和創造的能量。
我們稱之為「米澤品質」，經常以開拓未來的「精神」去挑戰，
用自己的「行動」去創造，
打動人心、閃耀明天的「價值」。

品牌商標

米澤品牌行動

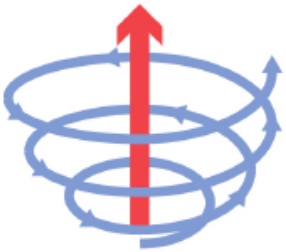
■不僅是產品，還喚醒服務業、觀光、文化、行政等各個領域的「挑戰與創造」精神，提高米澤的附加價值。
■通過各種方法，促進廣大市民的理解、共享，與市民一起栽培「米澤品牌」。
■市民想留在米澤、擴大吸引更多遊客、交流人口、移居等關係人口，這種連結的氣氛長期下來可以推動更多強而有力的運動。

讓市民有感，共同參與施政

- ●宣言活動
- ●周知工具
- ●品牌海報
- ●新聞廣告
- ●品牌書
- ●品牌網站
- ●品牌影片
- ●電視節目
- ●工作工具
- ●研討會
- ●演講・論壇
- ●解說書

具體化施政行動

●米澤品質向上運動



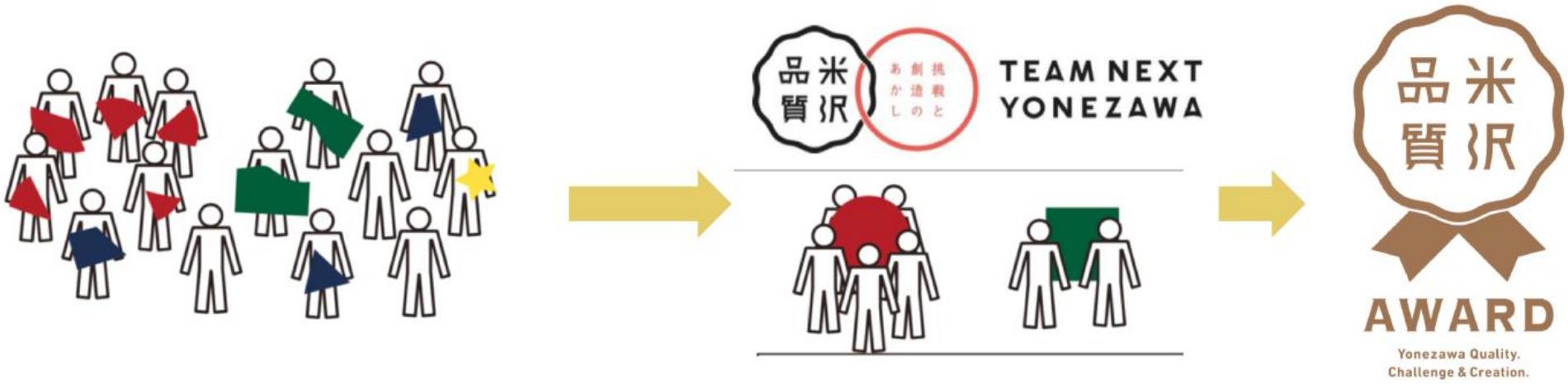
AWARD

TEAM NEXT YONEZAWA

編譯:謝子涵

品牌連動價值效益

市內與市外的市場和社群、媒體露出與出版，提供更多充實的刺激與知識。透過品牌運動累積創業者、學生參與、學校教育、社會教育、新農、六級產業、產學合作、品牌工作坊的能量，進行經營販售與研修，連動群體共同宣傳



→ 「這個米澤品牌是我們一起生出來的！」
→ #我米澤我驕傲

地方創生
關係人口

- 喜愛地方的人
- 認同在地價值的人
- 住在地方的人
- 住過地方的人
- 地方有底子

協作找出願景
人口目標客群

#地方再平衡 #放生? 創傷?
#關注地方政府內外關係人口
#深化社會經濟合作
#擴大觀光停留時間與分眾行銷

計畫內容

- TESAS數據資料
- 有趣且累積的
- 多樣視角
- 大家需要的
- 大家想要的
- 跨區跨國跨黨
- 將人留下來
- 社會經濟鏈結

以共同協作、陪伴參與代替直接給予

經濟・社會・公共設施景觀
環境・能永續的戰略KPI
→ 法規調適、檢討與修正

- 一致性
- 有特徵
- 光榮感
- 由下而上共同參與連動

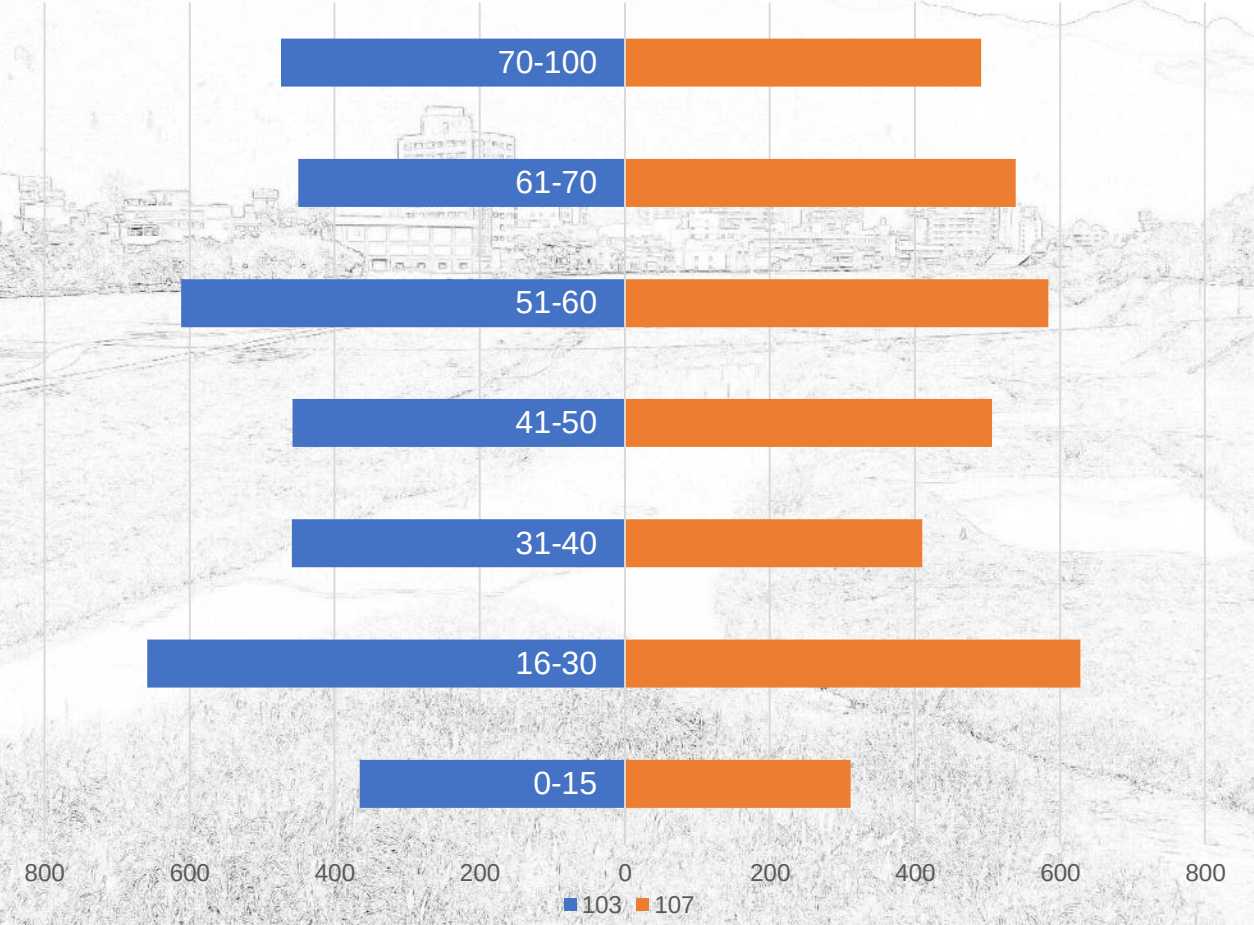
品牌建立

網站資訊呈現・說故事的方法・業配地方

編譯:謝子涵

人口結構分析

人口結構金字塔為什麼會長成這樣?



	0-15	16-30	31-40	41-50	51-60	61-70	70-100	
103	365	658	459	458	612	450	474	3476
107	311	628	410	506	584	539	491	3469
	-54	-30	-49	48	-28	89	17	-7
	-15%	-5%	-11%	**10%**	-5%	20%	4%	-0.2%

人口結構分析原因

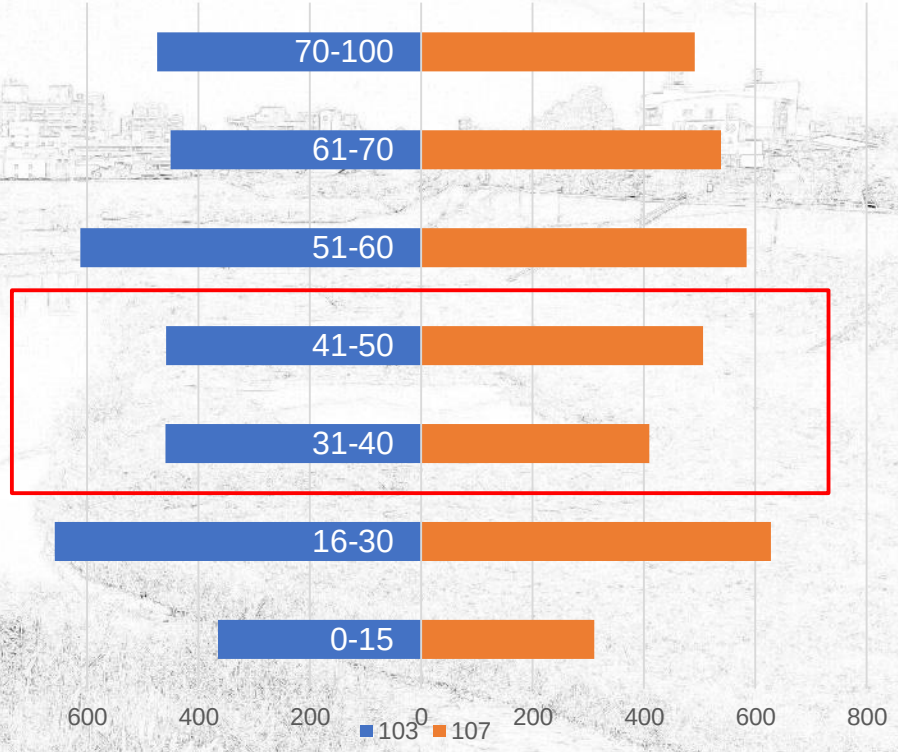
你在乎的是甚麼?

- 水田由40-50歲中壯年完全承接
- 青年世代無法以農為生留鄉

	階層名稱	年齡層
1	Maorad馬歐拉勒	102-107
2	Latoron拉多倫	97-102
3	Latodoh拉都路	92-97
4	Ladiwas拉帝瓦斯	87-92
5	Laowaw拉武瓦歐	82-87
6	Laowic拉武威志	77-82
7	Latomay拉都邁	72-77
8	Lakowa`拉鼓娃	67-72
9	Kalafi卡拉貝	62-67
10	Laceles拉志勒斯	57-62
11	Lafowak拉福娃	52-57
12	Maoway馬武外	47-52
13	Latiyiwl拉帝優	42-47
14	Latafok拉達富	37-42
15	Lacogaw拉祖敖	32-37
16	Latiyam拉帝亞恩	27-32

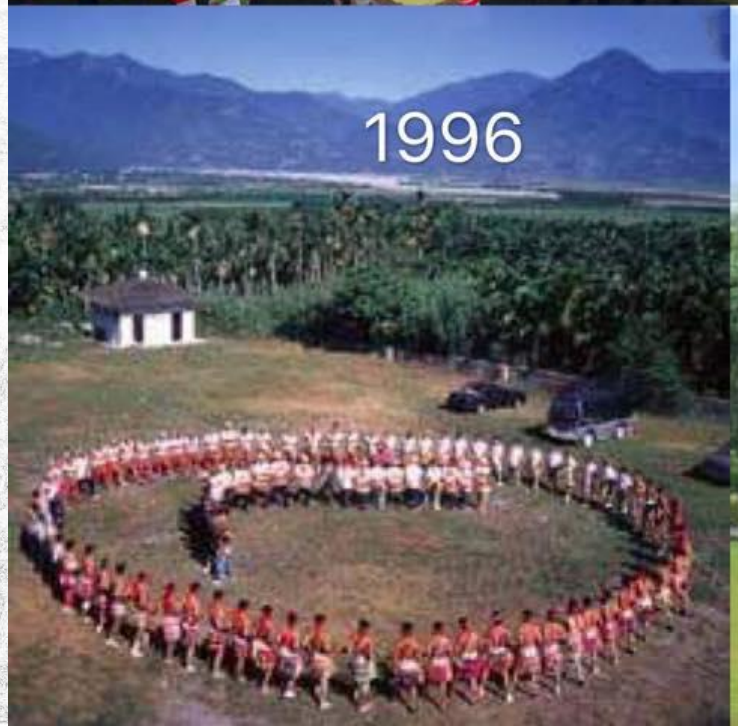
小地主

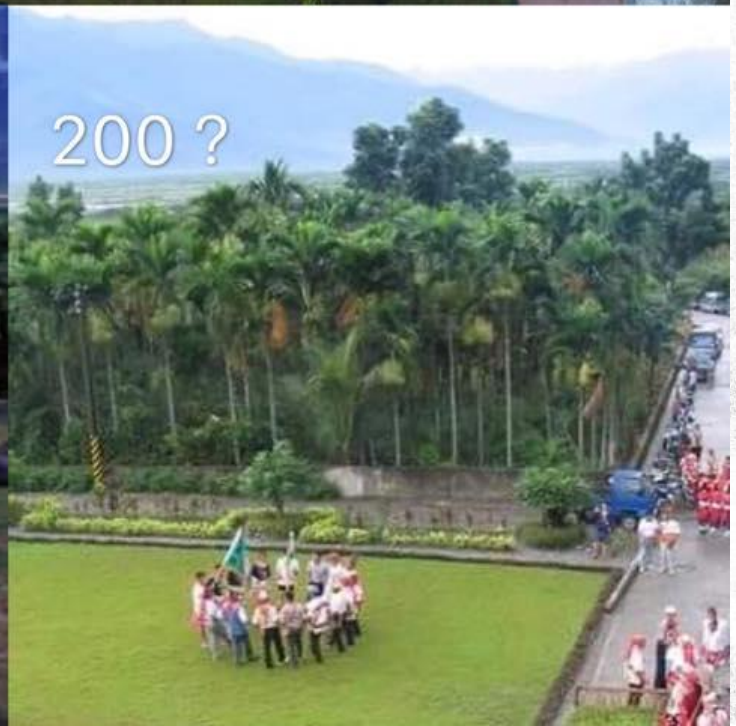
大佃農

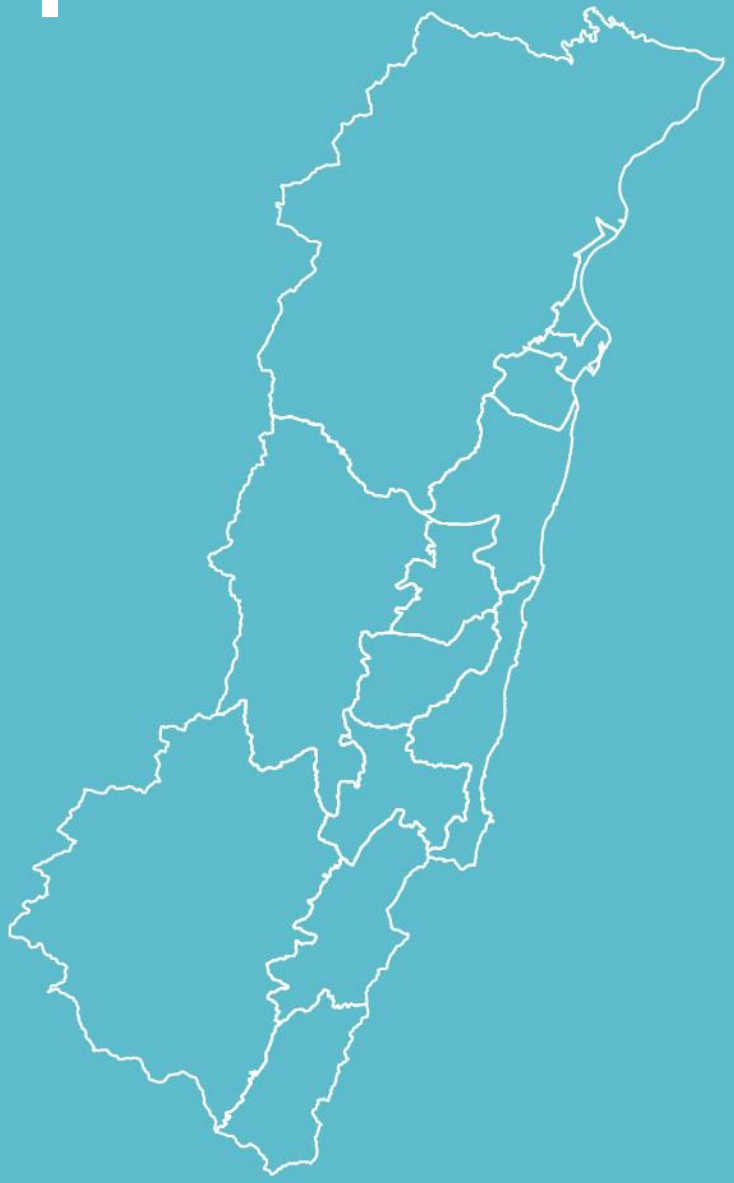


	0-15	16-30	31-40	41-50	51-60	61-70	70-100	
103	365	658	459	458	612	450	474	3476
107	311	628	410	506	584	539	491	3469
	-54	-30	-49	48	-28	89	17	-7
	-15%	-5%	-11%	**10%**	-5%	20%	4%	-0.2%

2018
這一半的人無法務農留鄉


1996


200？



社會人口移動的真實與需求

絕對不能憑直覺經驗