

第貳章 理論與相關文獻分析

第一節 相關理論

台灣於2008年研擬農村再生條例（草案）其目的是希望，台灣農村經過妥善的規劃建設方式，結合各層面之考量，以美化農村景觀，維護農村生態及產業文化，提升農村居住及人文品質，恢復農村居民在地居住尊嚴，以達成新農村總體建設，農村生命力之再現¹。以及近年，更希望能推廣農村產業已活化農村地方，但目前較無完善的產業活化管理理論，故本研究採用目賴守男於民國84年《利用地域資源使地域活化性之計畫方法》為主要論述內容。

一、地域活化

（一）地域活化之意義

楊敏芝（2001）「地域活化」（Local Revitalization），係指某個衰敗或未開發地域以「地方」為基礎，運用完整的地方發展策略，促進地域社會及經濟的發展復甦，注入地方新的生命力，而地域活化的效益，包含了實質地方經濟、職工供給等有形效益，亦包含居民地方認同感、歸屬感、美學品質提昇等無形效益。

當代許多國家皆運用地域內生的潛能，發掘地方資源，以居民由下而上的力量，去開創地方的多樣性。地域活化的效益取決於此地域是否具有深厚的文化特質、完善之地方性發展制度、具活力的地方動力，是否以自主開發技術為基礎，強化地方居民依賴自己的智慧與力量來發展，並對地區資源作合理的利用與保育，紮根當地文化去推動地域經濟發展。²

根據郭瑞坤、郭彰仁、鄭心儀³（2007）給予「地區活化」的定義為：整合運用地方固有之特色資源，以振興地區產業發展及生活品質，朝向突顯出該地存在與價值定位前進的策略。

黃偉晉⁴（1999）在地區發展體系中，更新（renewal）、再發展（redevelopment）、再生（regeneration）等名詞是地域開發的重要概念，再生與再開發等觀念，則除實質環境的改造外，更強調地區機能之重建，期待藉由改善地區之社會經濟狀況、重振地方文化、提高地區生活品質來解決地區衰退的問題。由廣義的角度來看，再開發與再生是和活化類似的

¹ 2008，農村再生條例（草案）第一條說明

² 楊敏芝，2001，地方文化產業與地域活化互動模式研究-以埔里酒廠文化產業為例，國立臺北大學，都市計畫研究所碩士論文。

³ 郭瑞坤、郭彰仁、鄭心儀，2007，以鄉村旅遊活化地區發展之策略研究，觀光研究學報，第13卷第1期 p23~p45。

⁴ 黃偉晉，1999，台灣「創造城鄉新風貌行動方案」執行過程評估研究，國立中山大學公共事務管理研究所，碩士論文

概念。

「地域活性化」的起源係日本於戰後快速發展工業化過城中，因迅速的經濟與社會變動導致嚴重的城鄉差距問題，因此政府與民間紛紛推動「故鄉運動」、「造町運動」等，其原始的動機可能僅止於地方經濟的再發展，但在更多的居民與專家學者參與後，逐漸形成各地方對於未來生活環境的期許，針對過去的與現有的資源妥善規劃運用。(黃偉晉，1999)

根據(目瀨守男⁵)「利用地域資源使地域活性化之計畫方法」所謂地域活性化，簡言之，即「朝向新的目標改變現況，跳躍前進」。嚴密地說，就是「超越由日常行為所表達的水準，而提高附加價值的行動」。在農村地域「新的期望目標」雖然很多，但附加價值的內容可歸納為經濟的附加價值(所得提高)、社會生活文化的附加價值(生活充足度之提昇)，及環境的附加價值(環境品質的改善)等三項。

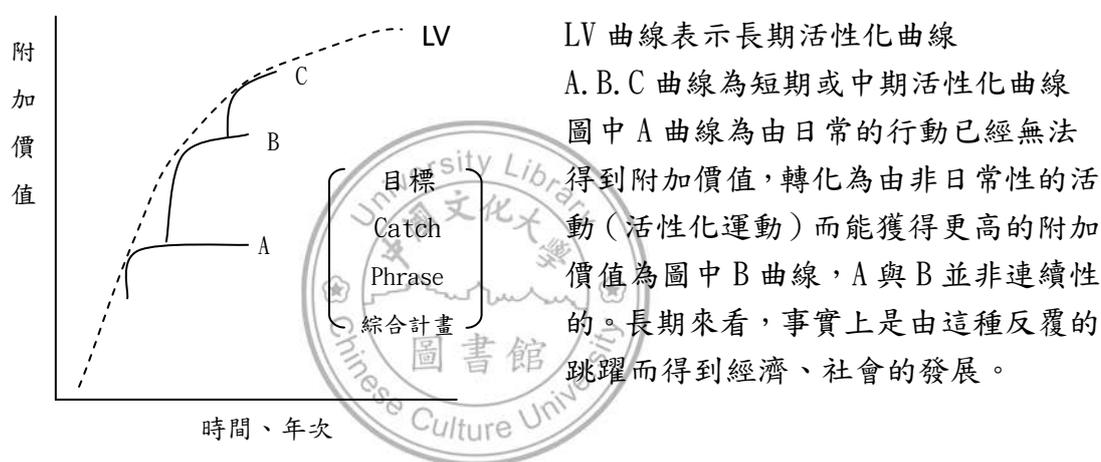


圖 2-1-1 地域活性化概念圖

就長期來看，實際上是由這種反覆的跳躍而得到經濟、社會的發展。大的像是蘇俄的社會政治體制的大改變，小的像是各個家庭或組織、村落、市鎮等種種地域水準的活性化課題都是的。而活性化，即跳躍所必要的條件，是要確保組織及地域活動之日常性與安全性。如果放棄日常性的事務，那是不可能得到活化的，而社會或組織如果得不到政治上的安全性，那對活性化來說是一項很大的負數。

(二) 地域活化之課題(目瀨守男)

如果將農村地域為中心之地域活性化課題簡要整理，則如下表所示。表 2-1 是地域產業活化的課題，表 2-2 是生活文化、空間、環境保全及活性化活動的課題。如這些表所示，地域活化的項目或課題是多方面的，

⁵ 目瀨守男，1995，利用地域資源使地域活性化之計畫方法，台灣土地金融季刊，第 32 卷第 3 期，P1~P15

但以這些指標來檢驗地域活性化的情形時，可以得知已經活性化的項目實在非常少。若以其中 2~3 項來展開活性化，則其效果將波及到全體，不過，這必要有綜合性的活性化計畫才有可能。

表 2-1-1 地域產業活化性課題表

地域活性化部門、項目		課 題
農 林 水 產 業	農 業	自立經營、企業經營 農業生產、販賣 技術革新、經營革新與社會貢獻 地域農業生產、販賣革新與持續可能性 高附加價值農業品之導入、振興
	生產組織機械、設施 土地利用計畫	地域特產物（一村一品）之育成與新流通 農業生產組織、集落營農組織、第三部門公社 農地流動化、集團性土地利用
	基礎建設	
	林業	造林、間伐、林道整建、森林保全、森林文化
	水產業	養殖漁業、漁業環境之保全
1.5 級產業（加工）		農林水產加工（地域特產物資源活用）、傳統產業
商、工業		地域產業育成、工廠公園、商店街之活性化
觀光、農村型休閒渡假		與農業、自然、歷史、體育、人、組織等之接觸（都市與農村之交流，觀光農園、市民農園）

參考來源：目賴守男，1995，利用地域資源使地域活性化之計畫方法

表 2-1-2 地域之生活文化、空間、環境保全、活性化活動等活性化課題表

地域活性化部門、項目		課 題
生 活 文 化	教育、文化、體育 生活環境 保健、衛生、福祉 生活、文化組織	依生涯教育、文化振興、體育活動等促進健康保全之交流。 生活環境整備（下水道、生活輔導等），年輕人之定住住宅。 保健、衛生之充實與高齡者福祉之提昇。 生活改善、文化等之組織化。
空 間 、 環 境 保	土地利用計畫、保全 水利用計畫、保全 其他自然資源利用、保全 環境保全 景觀保全	綜合性土地利用計畫（中心地區之形成） 水之有效利用與水質保全，親水機能之強化 地域能源等利用與保全 人類生存環境之保全及綠色資源之保全 綠地自然景觀、社會景觀（公園、街景、庭園） 生活景觀（生籬、優雅之風景等）

全		
活 性 化 活 動		CI、RI（地域形象之提昇）「鄉土故里」之製造等 塔、音樂堂、博物館、城等 文化、活化性核心地區之形成（中心地域土地利用 計畫） 為農村活性化而舉辦各種活動 為繼續推行地域活化而加強組織與體系化 為活性化而培養領導人才，加強研修，國內外考 察。

參考來源：目賴守男，1995，利用地域資源使地域活性化之計畫方法
 （三）計畫之架構（目瀨守男）

由地域管理的觀點來看，農業村落、聚落（小地域村落計畫、小地域農村計畫）、舊市町村（舊市町村計畫、中域農村計畫）、市町村（市町村計畫、中域農村計畫）、廣域市町村計畫（廣域計畫、廣域農村計畫）等各種地域水準的計畫主體，在擬定長期戰略性計畫時，需要先確定計畫的架構與體系。

1. 地域計畫

在擬定有關地域計畫或農業農村計畫之社會經濟計畫時，從架構論的觀點來加以接近，這有利於把握複雜的社會經濟現象。圖是表示廣域市町村圈、市町村、舊市町村等地域水準所構成之全體地域社會構造的架構、體系，也是地域計畫的架構。

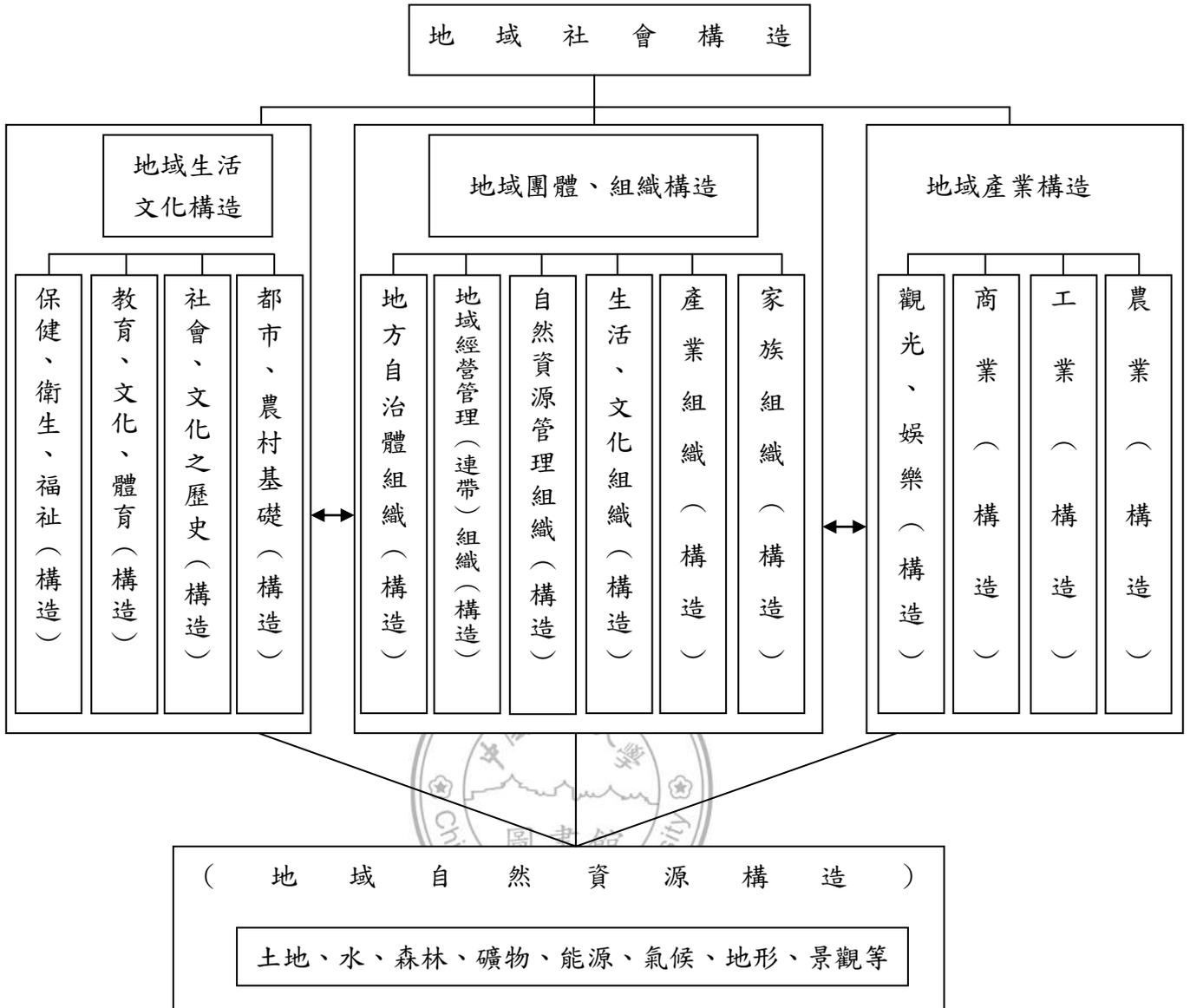


圖 2-1-2 地域社會構造與地域團體、組織構造之架構圖

從總體來說，地域社會架構如圖所示，是由 A. 地域產業架構、B. 地域生活文化構造、C. 地域團體、組織構造、D. 地域自然資源構造等四個主要部門所構成。而各部門又可分割成幾個系小的項目，而構成體系的各部門之間有密切的關係。另外上有規模地域社會構造的外部條件，這包括生產品、生活用品、生產因素等市場條件及政策條件等。

至於形成地域特性及個性的因素，由上圖可以得知包括 A. 自然資源的因素、B. 產業（經濟因素）、C. 生活文化、歷史的因素、D. 團體、組織的因素等四大項。

2. 農業農村計畫

其次，關於農業農村地域社會構造的架構、體系如下圖所示。這是由 A. 農業構造、B. 農村生活構造、C. 農村地域組織構造、D. 農村自然資源構造等四個主要部門所構成。而且各部門之間有密切的車輛關係存在，還有次要性的因素，及工、商業、休閒娛樂業、社會福利、醫療、教育文化構造等。

下圖之主要部門，還可細分為更多的細項。例如農業構造是由 A. 農業經營構造（經營規模、經營組織、經營資本構成等）、B. 農業生產構造（作物項目、生產技術體系等）、C. 農業生產因素構造（土地、勞力、資本財）等所構成。至於規範地域農業構造或其構成要素的外部條件，則有生產品及生產因素的市場條件及政策因素。

至於構成農業農村地域社會之地域特性因素有 A. 自然資源的因素、B. 農業構造的因素、C. 農村生活的因素、D. 農村組織的因素等四項。



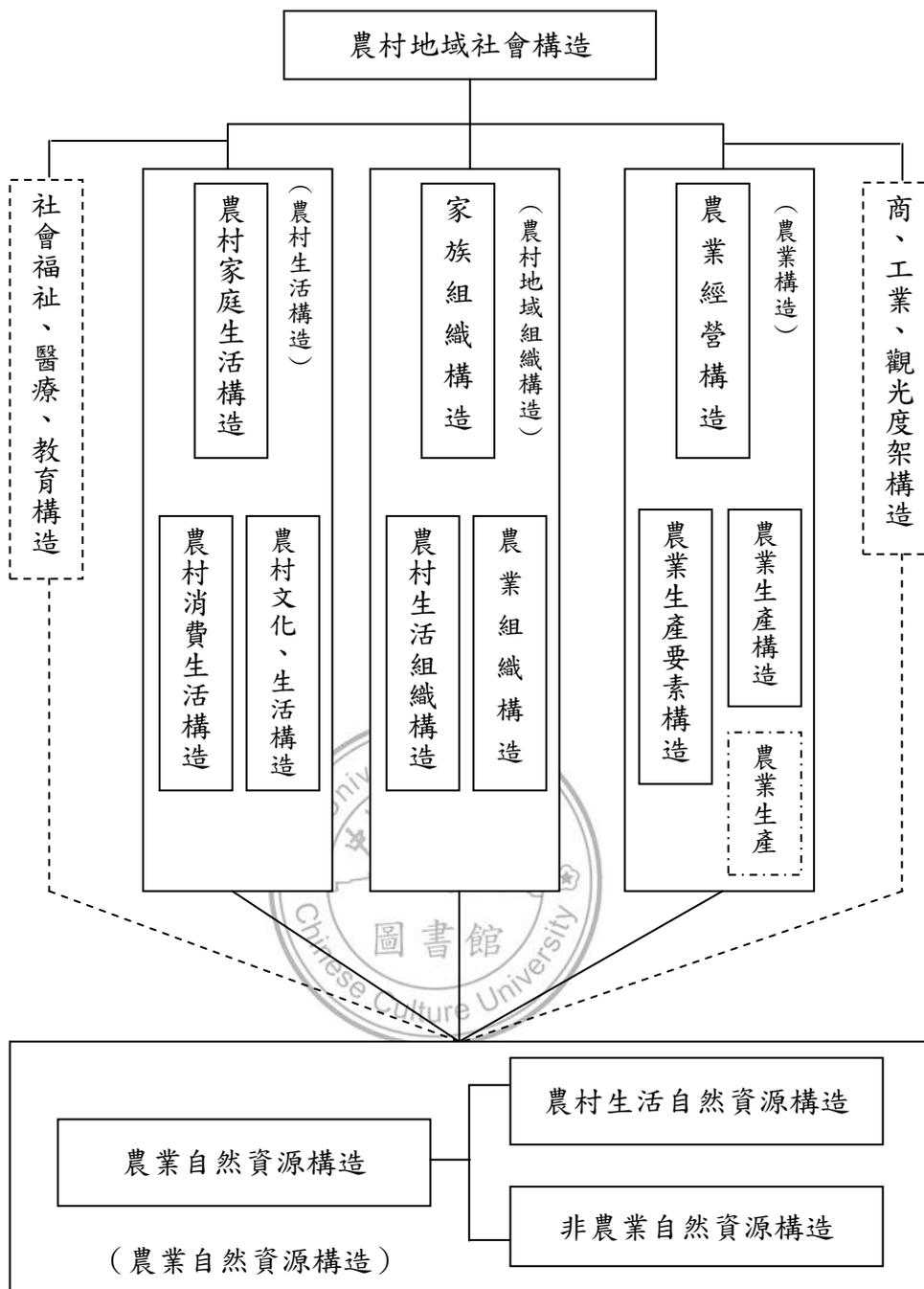


圖 2-1-3 農村地域社會構造與農業構造之架構圖

(四) 地域計畫主體之類型與營運循環流程 (目瀨守男)

為促使地域活性化，其主要課題有二點。第一點必須形成地域活性的推行主體。第二確定地域的範圍。

就現況來說，一般是採取村落、舊町村、市町村、廣域市町村圈及都道府縣等各地域水準重疊的方式。而地域活性化原則上是以地域居民為主體。但在事實上是市町村行政主導，由市町村得到農會、森林合作社、商工會、村落及各種地域振興、活性化關係機

關（推廣機構、縣、大學、試驗研究機關、農林漁業金融公庫、農業互助合作社等）之支援而進行分工合作的案例甚多。

在此特將作者（目瀨守男）就市町村、舊町村及村落水準進行地域活性化而樹立地域計畫及推行活動之經驗陳述如下：

地域活性化有 A. 市町村行政主導、B. 地域振興協議會主導、C. 組織、團體主導及 D. 地域居民主導等。

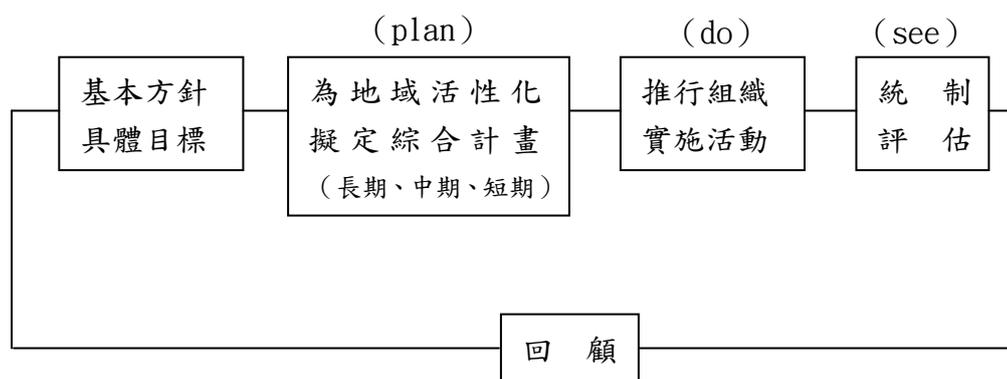


圖 2-1-4 地域活性化之營運流程圖

(五) 小結

由地域活性化之理念可瞭解，在做一地方之地域活化，應其分析當地的優、劣勢，探討當地社會發展、生活環境、自然資源、歷史人文、經濟產業，並由當地組織及居民研擬地區活化之目標與計畫，由政府輔導其發展，以促進當地地區活化。簡言之，地域活化為一個衰敗之區域透過政府亦或是地方組織為地方擬定發展策略與計畫，以經濟產業帶動地區一連串發展，為地區創造新的風貌，達到地域活化。

二、農村產業規劃（1992 年，農村規劃手冊）

(一) 規劃理念

根據（1992 年）農村規畫手冊內容提及農村產業發展本於民生主義「均」、「富」目標的最高指導方針，一方面在求農村地區人民的富足，另一方面在求農村與都市之間，農村與農村之間的平衡發展。

為達到上述之理想念，農村產業發展規劃乃分為兩個大方向。一是地區間的規劃（inter-regional planning）。選擇適當區位的農業區，規劃最具有發展潛力產業，然後加強公共投資，使承擔成長中心的角色。優勢產業具有比較利益，能透過輸出而促進地區成長；又具有相關聯效果，能帶動相關產業的發展。規劃的農業區包含農村聚落，

居民在工作上及生活上都有綿密的互動關係進而發展成農村生活圈。圈內加強實質建設、公共設施、及各項服務，以提昇農村生活水準，縮短城鄉差距。二是地區內的規劃 (intra-regional planning)。在所規劃的農村地區內廣增民意，協調各方，共同促進產業發展，在農業部門，適地適種，計畫產銷，發展精緻農業，改進技術，以提高生產力，增加村民就業機會。服務業部門，促進市場交易，提供運銷、金融、研究、推廣、資訊等服務。各部門之間發揮關聯效果，共同促進農村繁榮⁶。

(二) 規劃原則

因應規劃理念，農村規劃手冊列出農村產業發展應遵循的重要原則有下列幾項：

1. 綜合性規劃 (comprehensive planning)

整合各部門產業計畫。就農業發展而言，農產品生產、加工處理、運銷、金融、資訊、研究推廣等乃密切不可分，故須將一、二、三級產業綜合規劃。

2. 整體性規劃 (integrated planning) 原則

考慮與上位計畫及平行計畫的配合，使上下位計畫脈絡一貫，不脫節；平行協調，不重疊。

3. 注意時間規劃

計畫實施之時間範圍有長期、中期、短期之差別。譬如造林、水利灌溉、水土保持等等，宜採長期計畫；果樹栽種或家畜飼養，宜採中期計畫；作物栽培或家禽飼養，宜採短期計畫。總之，作業產生效果的時間長短，是考慮的準則。

4. 發揮產業關聯效應

選擇農產品除了合乎適地適種準則外，最好能發揮較大的產業關聯效果，使刺激上下游相關產業的發展。農村工業及服務業的選擇，亦本此原則。

5. 注意科際整合 (interdisciplinarity)

產業規劃牽涉廣泛，需要各方面專才。譬如農業生產規劃，農、林、漁、牧外，尚需農業經濟、土木工程、資源保育等專長，故應注重科際整合，但 interdisciplinarity 要強調整合，融合的效果，而非 multidisciplinarity，僅發生累積效果。

⁶錢學陶，1992，農村規劃手冊研究報告，國立中興大學都市計畫研究所

(Staveren, 1980 : 37-38)

6. 重視地區差異

各地的自然條件、市場與經濟條件、社會文化條件絕非全同，故產業規劃宜重視地區的特異性。

7. 運用地方資源

台灣的鄉鎮有三百多個，農村產業規劃不可能由中央包辦，故宜充分運用基層人力、財力、物力以完成規劃。

8. 發展地方特色

各地不同的背景條件，造就各地特色。這些特色可能構成發展之利基 (niche)。故應依造地區特色，規劃產業發展，而非盲目抄襲模仿。

(三) 地方特色產業

依據工研院技術研究院 (2003) 將歷年和「地方特色產業」相關研究文獻區分為六個面向，分別為文化、傳統工藝、商圈、觀光資源、自然資源。

1. 地方特色產業定義

根據中小企業處的認定標準⁷(轉引自王本壯, 1998)，所謂的地方特色產業必須符合下列三項條件：

- (1) 具有歷史性或獨特性
- (2) 對地方經濟及社區發展有貢獻
- (3) 屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。

張李曉娟 (2007)⁸日本學界將地方特色產業稱為「地場產業」，一九七〇年中旬，定義為(1)在人們日常生活圈內一定的空間範圍，生產特定產品業者集中進駐、(2)多半以中小企業為主、(3)這些特有產品、特定產品生產集團在地方有重要地位，並對地域上的歷史有重大影響等。現今，出現涵義更廣的新用語：「地域產業」為發展成由獨立自主之企業集團、群聚於特定地域。較「地場產業」範圍更來的廣泛。

黃慧文⁹(2007)依聯合國教育、科學與文化組織 (United Nation Educational, Scientific, Culture Organization, UNESCO) 的定義，地方特色產業包含了生產有形或無形的藝術與創意性產品之產業，而

⁷王本壯 (1998)，提昇傳統地方特色小企業競爭力輔導案以三義木雕為例，經濟部中小企業處委託東海大學專案研究報告，p30-38

⁸張李曉娟，2009，日本地方特色產業振興政策之研究，環球科技人文學刊 9，p103-123

⁹黃慧文，2007，我國地方特色產業之推動與展望，台灣經濟研究月刊 30:10=358，P92~97

這些有形或無形的產出，需具有藉由文化資產及知識為主產出的產品或服務，並具有創造財富及收入衍生的潛力。地方特色產業的共同點在於他們都使用創意、文化知識及智慧財產，去生產具社會與文化意義之產品及服務。

經濟部中小企業處¹⁰（2006）地方特色產業的「地方」範疇是以鄉、鎮、市為主。而特色產業是指具有歷史性、文化性、獨特性或唯一性等特質之一的地方產業。

由經濟部工業局委託工業技術研究院「提升傳統工業產品競爭力計畫－地方特色產業輔導」¹¹對地方特色產業定義於主要的建構要素包含：政府推廣、獨特性、環境營造、自然資源及產業群聚。要彰顯地方的「特色」－「很獨特，別人所沒有」或「大家都有，可是他做的最好」，這是需要一些配合條件的搭配，這些配合條件就是：產品、形象、創意、競爭力、產值及文化，經由這些配合條件所產生出的地方特色就更明確具體，而這些建構要素及配合條件便涵蓋地方特色的意涵。

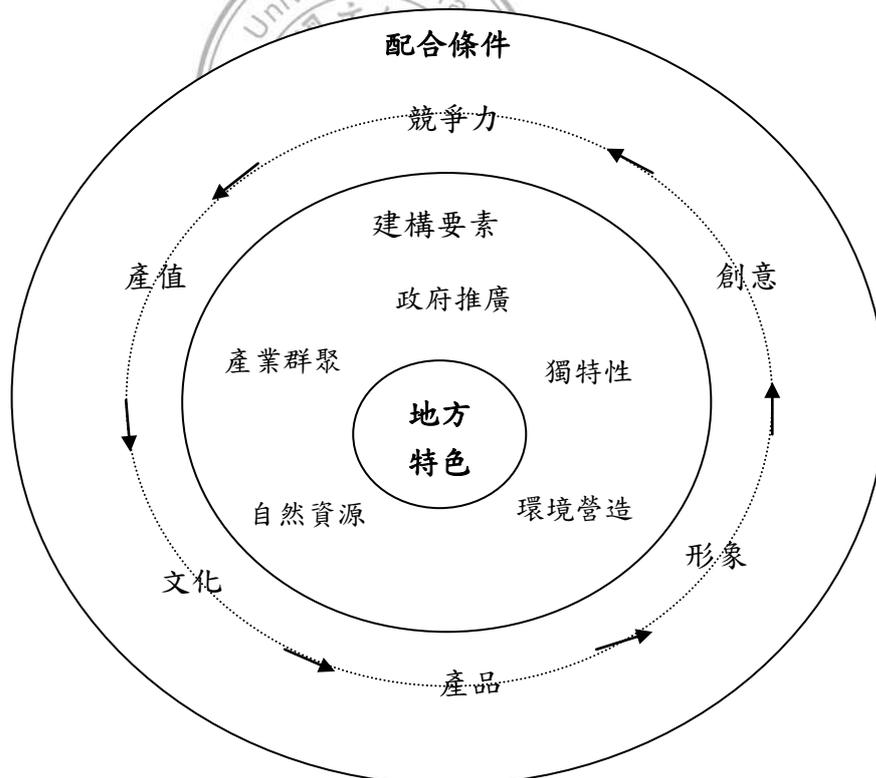


圖 2-1-5 提升傳統工業產品競爭力計畫－地方特色產業輔導計畫地方特色產業內涵圖

¹⁰ 經濟部中小企業處，2006，地方特色產業暨社區小企業輔導成果專輯。

¹¹ 工業技術研究院，2002，提升傳統工業產品競爭力計畫－地方特色產業輔導

2. 地方特色產業的內涵

對地方政府而言，要發展地方特色產業，建立競爭優勢就必須要有完整的規劃，「規劃」是提供個體或企業在追尋他們未來活動時，一份清晰的藍圖，因此規劃的第一個步驟就是要建立組織的使命，以清楚確認發展的方向¹²。(蘇瑞蓮，2005)

而發展一個地方特色產業，在建立地方特色產業發展方向和使命後，就必須建立地方特色產業的發展目標，即產業必須具備有「地方化」、「特色化」及「產業化」的特質，才能形成一個獨特的地方特色產業，以成為地方特色產業發展的一個競爭優勢。(蘇瑞蓮，2005)



¹² 蘇瑞蓮，2005，苗栗縣地方特色產業業者對其特性認知之探討，國立聯合大學苗栗學研究中心

第二節 相關文獻

因應現今農村發展困境，故農村、一級農業、休閒農業及在地特色產業發展策略是近年來學界重視之課題，本研究為農村產業活化發展策略之研究，對於此部份的相關文獻有限，但仍從農村產業、在地特色產業、產業活化著手，找尋其相關連性，為後續研究得以研究探討。

表 2-2-1 相關文獻參考表

研究者	論文題目	研究領域	研究內容與重點
方凱玲 (2002)	從臺灣鄉村產業的轉型探討農地的永續利用：以桃園縣為例	農村產業	此研究建議未來在生活方面，將都市活動分散到鄉村地區，以建構城鄉一體的生活環境；在生產方面，以專業、多樣化及市場導向的經營方式，創造農業生機，並維護農業生產環境；生態方面，以大面積的方式保留永久性綠地，保障生態系統完整及後代使用環境資源權利，在整體城鄉發展政策，須採分散集中的發展，配合發展權移轉制度，引導鄉村集中，以促進城鄉在空間及機能上互動，才能有效實現三生環境的理想。
劉士正 (1993)	臺灣農村產業發展規劃之研究：臺北縣萬里鄉個案分析	農村產業	此研究認為農村規劃中以農村產業規劃對於問題的解決最直接、最有效，農村產業規劃可直接增加農村居民的就業機會，提高農家收入，進而增強農業的投資能力，改善農村生活環境及品質。
徐文信 (2002)	農村產業變遷與農民適應過程之研究：以觀音鄉蓮花休閒產業為例	農村產業	本研究認為農村產業由初級產業轉向三級產業之時，對於這樣的變化，研究相關發展策略「鄉村產業應發展自身之特色，強調其特殊性與其品牌價值」、「掌握農村自身區位的特色，塑造出區域性的環境生活圈」、「農村產業的發展型態，應從人文生態的

			觀點著手」期望以這樣研擬出來之策略，才能發展出屬於農村的在地產業。
林柏霖 (2005)	九二一重建區 產業振興核心 策略之探討－ 以華山咖啡及 澀水紅茶為例	產業活化	本研究透過紮根理論及 SWOT 分析產業振興核心策略重點。由「知識經濟面」、「永續經營面」、「附加價值面」探討分析，地方產業核心策略，透過提升產業轉型為理念，垂直整合地方資源的社區產業營造，調整失去競爭力的地方產業結構，並藉由社區居民的團結，顯現提升社區生活品質整體成效，來達成最終的目標，產業、學習、居住共生引導出九二一重建區的產業振興核心策略。
楊敏芝 (2001)	地方文化產業 與地域活化互 動模式研究－ 以埔里酒廠文 化產業為例	產業活化 在地特色產業	由文化產業定義類別、地方發展價值意涵、地方動力基礎、地方認同感及地方經理機制等向度作研析，以埔里鎮為實證研究基礎，建構出文化產業與地域活化的互動模式，以作為台灣未來地方發展的動力基礎。
詹淑芳 (2003)	從產業活化到 地區空間轉 換－宜蘭尚德 社區的個案探 究	在地特色產業	本研究藉由社區個案的經驗研究中，檢視社區營造和地方產業發展，如表現在地方政府和社區組織關係；社區地方產業的走向與經營策略應如何與地方政府政策配合，以達成雙贏的目的；前述係從國家、地方政府和社區三個層級於地方產業與社區發展的觀點及作法，期望藉由地方政府與社區的結合，透過政府與居民的力量促使地方發展。
黃東盛 (2007)	台中縣新社鄉 休閒產業發展 之探討	休閒農業	本研究發現，推動新社鄉休閒產業發展，運用新社鄉河階群特殊地形景觀、豐富自然生態、觀光香草、花卉香菇，規劃體驗性活動等多元化商

			品，並串連其他 40 餘個景點結合成套裝行程，塑造新社鄉的休閒觀光主體特色，並藉由與其他知名臨近產地如石岡東豐鐵道及東勢谷關溫泉，產生差異化來提升競爭優勢；以策略聯盟的方式積極與其他團體尋求建立合作、分享的社團網絡關係，對外行銷宣傳地方特色。
林瑞桐 (2004)	休閒農業發展與永續經營之研究－以台中縣新社鄉為例	休閒農業	本研究之休閒農業的發展有益農業轉型、農民轉業、農村建設、促進地方繁榮及農業資源永續利用，任何產業若要永續經營，則必定要有永續經營的方向與架構，而休閒農業要永續發展必須是建構在「生產、生活、生態」三生的基礎上，使其向永續經營之路邁進。
鄭坤全	地方產業行銷之網絡治理分析：埔里鎮一、二級特色產業個案研究	特色產業	本研究以研擬地方產業發展，「推廣區域性農業之整體發展」，以及「輔導代表性工業之特色發展」，並提出地方產業行銷之具體策略。並從「網絡治理」的分析觀點，瞭解與探討當中行為者之利害互動關係，藉由整合豐富多元的地方產業資源，使其具有再生與特色突顯的發展契機。才能展現出埔里鎮地方產業之特色與觀光活力。
洪文忠 2007	以地方特色產業作為地域振興之策略研究	特色產業	本研究認為發展地方特色產業需要有地方居民參與支持、地方業者積極投入、及搭配適當的行銷策略，以能達永續發展之路。地方特色產業擁有獨特之資源，亦期待藉由地方特色產業發展，吸引各地民眾進入當地體驗，提升地方產業發展的活力。

第三節 國外案例

一、日本¹³

日本制定了三次所謂的「過疏法」以支援農、漁村的整體振興工作。第一次過疏法以阻止人口減少為目標，進行交通、通訊、教育設施的充實，但交通便利了之後，人口流出反而更快。第二次過疏法以交通通訊系統的建設及提高居民生活福祉為重點，結果過疏依然嚴重。第三次過疏法以產業振興、增加就業機會、地方活化、充實高齡者設施為重點，有專案主義、重視軟體、重視區域聯合合作等特徵（黃世輝，2000）。

日本針對「過疏地區」透過立法，給予優渥的保障，日本在進入工商經濟社會後，對衰退的農村提出振興方案。各個地方自治團體必須發揮創意與經營能力，以借用過疏法的力量，塑造具魅力與活化的故鄉過疏法重點由硬體的建設轉向軟體的企劃。透過此方法正好與民間自主造町、造村等社區營造重合。就產業創造與地區循環來說，確立生產、加工、販售的一貫體制，提高生產物的附加價值。例如，大分縣的「一村一品運動」，使日本全國內也相繼仿效。而在台灣，我們也仿效推出「一鄉一特產」，以及「地產地銷」產地自己生產自己消費的思想開始推動（黃世輝，2000）。

日本文化產業振興的政策，其中工業、高科技業的地方分散，是由中央政府決定其政策的，究竟是否為當地居民所需要仍有疑問，經濟效益也多限於僅有的幾個區域。其他中多的地方則需要自籌生路。因此，在社區總體營造的帶動下，過疏地區的地方產業或工藝產業都不在停留在生產的觀點，而走向文化產業的方向。以本身所擁有的資源、技術、人才、為自己的地方奮鬥。這樣的地方產業也在規模上比不上工業，卻是個親切而且持久的地方產業。稱之為「內發的產業振興」（黃世輝，2000）。

而針對日本都市近郊地區的農業振興計畫之建立於民國八十五年岩元泉¹⁴教授提及日本於農業振興部份中央及地方的計畫方針如下：

（一）自治體農業振興計畫

1. 市町村綜合計畫（依地方自治法）

¹³ 林柏霖，2006，九二一重建區產業振興核心策略之探討－以華山咖啡及澀水紅茶為例，國立中興大學農業推廣教育研究所 碩士論文

¹⁴ 岩元泉 鄭詩華譯，1996，台灣地區城鄉均衡發展與農村規劃研討會，「日本都市近郊地區農業振興計畫的建立與推進」

農業振興計畫是依地方自治法所制定的市町村（鄉、鎮）綜合、基本計畫當中的產業振興計畫。通常當 10 年計畫，因為是市町村的基本計畫，所以市町村行政通常會依照此計畫推動。

2. 農業振興地域整備計畫（依農業振興地域整備法）

農業振興地域整備計畫，農業振興地域整備法（通稱農振法）所制定的農業振興計畫是依農業振興地域整備法制定的，通常為 10 年計畫，包括土地利用計畫、土地基本設施建設開發計畫、農村生活環境改善計畫等。

3. 農業經營基盤淨化促進基本構想（依農業經營基盤淨化法）

依 1993 年制定的農業經營基盤淨化法，創設了「認定農業者」制度，農業經營者依據擴大農業經營規模、生產方式，經營管理合理化及農業經營管理型態改善而擬定「農業經營改善計畫」，而市町村再依據市町村之基本構想加以認定，為此各市町村於 1994-5 年作成市町村基本構想。

4. 其他

其他的「農業生產綜合振興計畫」是由於在實施中央、縣之各種補助事業時，由市町村制定的計畫。

（二）由農會制定的農業振興計畫

1. 農業振興計畫及長期營農計畫

依農會每三年召開的農會全國大會的決議，必須作成農業振興計畫，亦即農會的農業振興計畫是各單位農會的綜合計畫，是為農會之事業全體有關之計畫。1994 年的第二十次全國大會曾決議實施「農會五大戰略及長期營農計畫的測定・實踐」，五大戰略為：A. 主要作物、B. 生產振興戰略、C. 生產者與消費者合作之市場戰略、D. 地區農業的經營管理戰略、E. 田園環境的保全・創造戰略等。長期營農計畫是為了達到五大戰略，而以末端的集落、地區、支會為基礎單位作成的。

2. 長期營農計畫的目的

- （1）培育創造地區農業的生產主體及經營改革。
- （2）建立基本糧食之安全，安定供給及園產品優越之生產，運銷體系。
- （3）山坡地等條件不利地區之農業振興及農山村之活化性。
- （4）田園環境之維持、保全與環境保全型農業之育成。

3. 計畫策定的主體

因為是為了推動農會的地區農業，因此計畫主體是農會，但實施主體的農家會員的意向、意見等必須充分反應，並參加計畫之策定，而且與行政等關係機關之協調，調整亦要充分做到。

4. 計畫策定的單位

計畫策定的單位是農會管內全域，為使農家有參與意願，必須由集落、地區單位或農會所屬組織單位由上而下，相互溝通後形成共識。

5. 計畫之期間

長期計畫為5~6年，10年的亦有，但必須要中期計畫，短期計畫為1~3年。

6. 計畫之構成

計畫是由A.基本構想、B.基本目標、C.集落地區構想及作物別生產組織計畫及D.具體化計畫等構成。

二、德國

(一) 發展背景

德國土地面積為356.945平方公里，人口為80,290,000人，德國農業生產土地條件並不優越，基本上為家庭農業的小農國家。近年德國農業也遭受到工商業及都市發展的影響，每年有相當多面積的農地移作其他土地利用。

(二) 農業政策

為維護農村的農耕景觀，確保家庭農場之發展，德國農業政策之目標為¹⁵：

1. 改善農村地區的生活水準，並且使農、鄰、漁業就業者之所得及福祉與其他行業就業者相同。
2. 以合理價格充分供應國民所需高品質、安全及衛生之糧食。
3. 改善世界糧食經濟，並且促進農產貿易。
4. 確保與發展人類自然的生活基礎，包含景觀維護、自然保育以及動物保護。

(三) 農業規劃¹⁶

德國之農業規劃乃配合國土規劃或總體規劃之進行而擬定，屬於部門規劃或專門規劃，有其法定地位與官方的約束性。在兼顧邦及區域發展目標之原則，首先以全邦或區域為範圍，擬定農業結

¹⁵ 劉健哲，1996，農業政策之原理與實務，國立編譯館主編

¹⁶ 蔡厚男，2000，農地景觀生態規劃與管理(I)，行政院國家科學委員會補助專題研究計劃成果報告

構綱要規劃(Die Agrarstrukturelle Rahmenplanung)及農業結構先驅計畫(Die Agrarstrukturelle Vorplanung)，做為農業規劃的上位計畫，基層的農業規劃則承接上位計畫之指導，以縣市或鄉鎮地區為範圍，對自然環境資源以及農地生產利用的社會經濟條件，作較為詳細而有系統的分析與區劃。

1. 農業結構綱要規劃

農業結構綱要規劃的要旨係以一般的統計資料為基礎，將德國某一邦的不同區域依自然條件與農業結構之現況加以劃分，並且分析地區農業課題，進而提出農業結構改善的建議與對策。農業結構綱要規劃之內容通常包含：農業結構之現況、農業結構發展之未來展望、農業結構之改善措施。

2. 農業結構先驅計畫

它通常以目前之鄉鎮調查及農場調查資料為基礎，分析土地利用與農業耕種未來的發展，探討鄉村更新之必要性、鄉村非農業就業狀況、自然保護、景觀維護及休閒遊憩的重要性，進而提出農業改善之政策措施。通常先驅計畫所提出之建議涵蓋範圍如下：改善農林業之生產及工作條件、促進一般農業耕種、促進鄉村發展。

透過德國農業規劃經驗得知，農業規劃需依照土地利用狀況及發展潛力，劃分農業生產區域類型，以確保農業生產優勢，並維護適合農業生產之良田及高品質糧食之供給。經過合理規劃不僅有助於個別農民經營方針之調整，而且亦可供作發展規劃及採差異性區域發展政策之依據。

(四) 農村社區更新¹⁷

隨著社會經濟的發展與農業結構的變遷，農村的角色與結構亦已逐漸改變，農村不再僅是農業生產的地方與農民居住的場所，他也是其他產業的區位與大部分非農民生活的空間。

因此，為使農村能因應變遷中社會經濟發展的需求，農村社區更新之範圍及內容廣泛，涉及生活改變與基礎建設，產業發展與工作環境，自然景觀與生態環境以及社會與文化等四個層面，具整體性、綜合性與長遠性。

¹⁷劉健哲，2000，《德國農村社區更新及其對台灣之意義》，行政院農委會，台北。

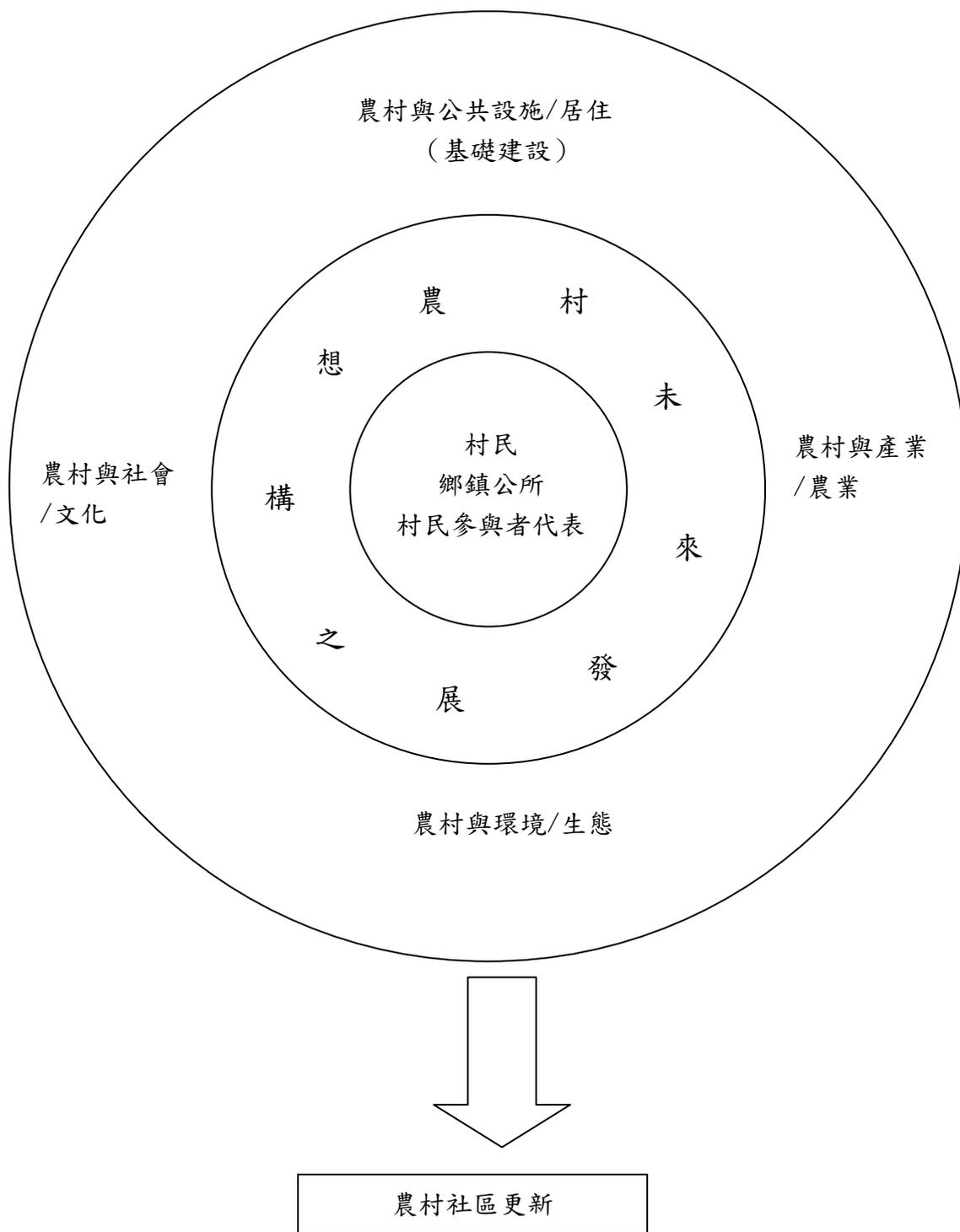


圖 2-3-2 農村社區更新的四個層面圖

資料來源：劉健哲，2000，《德國農村社區更新及其對台灣之意義》，行政院農委會，台北。

因本研究，係針對農村產業的部份，故探討德國農村社區更新內之農村產業發展之特色。在德國的農村產業部份，應促進農村產業的發展，同時改善生產條件，使工作減化，效率提升，以創造農村產業發展的有利環境，迎合未來發展之需求。說明如下：

1. 輔導支援農業發展為首要任務

農業既為農村的重要產業，因此如何維護農業長久性的生存與持續性的發展，至為重要。農村社區更新因而除了改善農業結構，促進現代化生產，進行農宅整建及土地重劃等措施外，通常採行以下的發展策略：

(1) 協助農民走向自主性運銷，擴展市場

因應消費者需要，協助農民將所有生產的高品質、健康、新鮮具鄉土風味的農產品進行直接運銷。

(2) 幫助農民邁向寬廣的職業領域

輔導農民將舊有、閒置農村建築物加以整修改變用途，開設農產品之直銷專賣店及販賣生活必需品之「農村商店」，由於農產品之展售直至農村器具文具、圖書、音樂帶、錄影帶…等，皆無不可。利用就有建築物，再生產方面可成為集貨中心、農機具供應站及維修中心，或是產銷班之辦公、講習場所；在農村遊憩方面則可整修成渡假農莊或是民宿出租予遊客。如此不僅可以擴展農民的職業領域從農業生產的初級產業及至以服務為主的三級產業，同時還可增加農民之就業機會與所得，可謂一舉而數得。

2. 創造新的非農業就業機會亦是農村社區更新的重要考量

為增加就業機會，以創造農村的活力與經濟力，農村社區更新也在促進農村其他產業之發展。

(1) 生活性及服務性商業

農村生活性及服務性商業，諸如文具店、雜貨店、小型超市、餐飲業、美髮店、藥房、腳踏車店、鮮花店、咖啡店、麵包店、洗衣店、電器行、小型郵局或銀行辦事處等之設立與發展，能滿足村民基本生活之所需，同時亦能增加村民之非農業就業機會。因此農村社區更新也視村莊生活圈之大小及人口數量多寡，輔導鄉村生活性及服務性商業之發展。

(2) 手工業及小型工商業

除了前述之生活性及服務性商業外，農村社區更新也要致力於農村手工業的發展，例如預留發展用地，鼓勵輔導木雕、石刻、陶瓷、編織等手工藝品店之成立，使農村之發展更具地方特色。此外，亦可選擇適合的地區來設置以原料為

導向、勞力密集、污染性低之小規模工商綜合區，例如量販店、餐廳、旅館、汽車經銷或保養場、加油站等，以創造農村的非農業及就業機會。

3. 農村社區更新配合農村景觀維護及遊憩業的發展

農村是自然保育及景觀維護之場所，亦是都市人假日遊憩休閒的去處，因此，農村社區更新也配合農村景觀維護之規劃，來促進農村由企業之發展。除如前述輔導農民將多餘客房整修成為民宿，作為旅遊者住宿之場所外，還可設置小型鄉土博物館、民俗館、具農村風貌之農產品展售中心及各種遊憩設施，同時注重農村景觀及風貌的維護，使農村有其優美性與獨特性，能夠吸引遊憩休閒的人口。



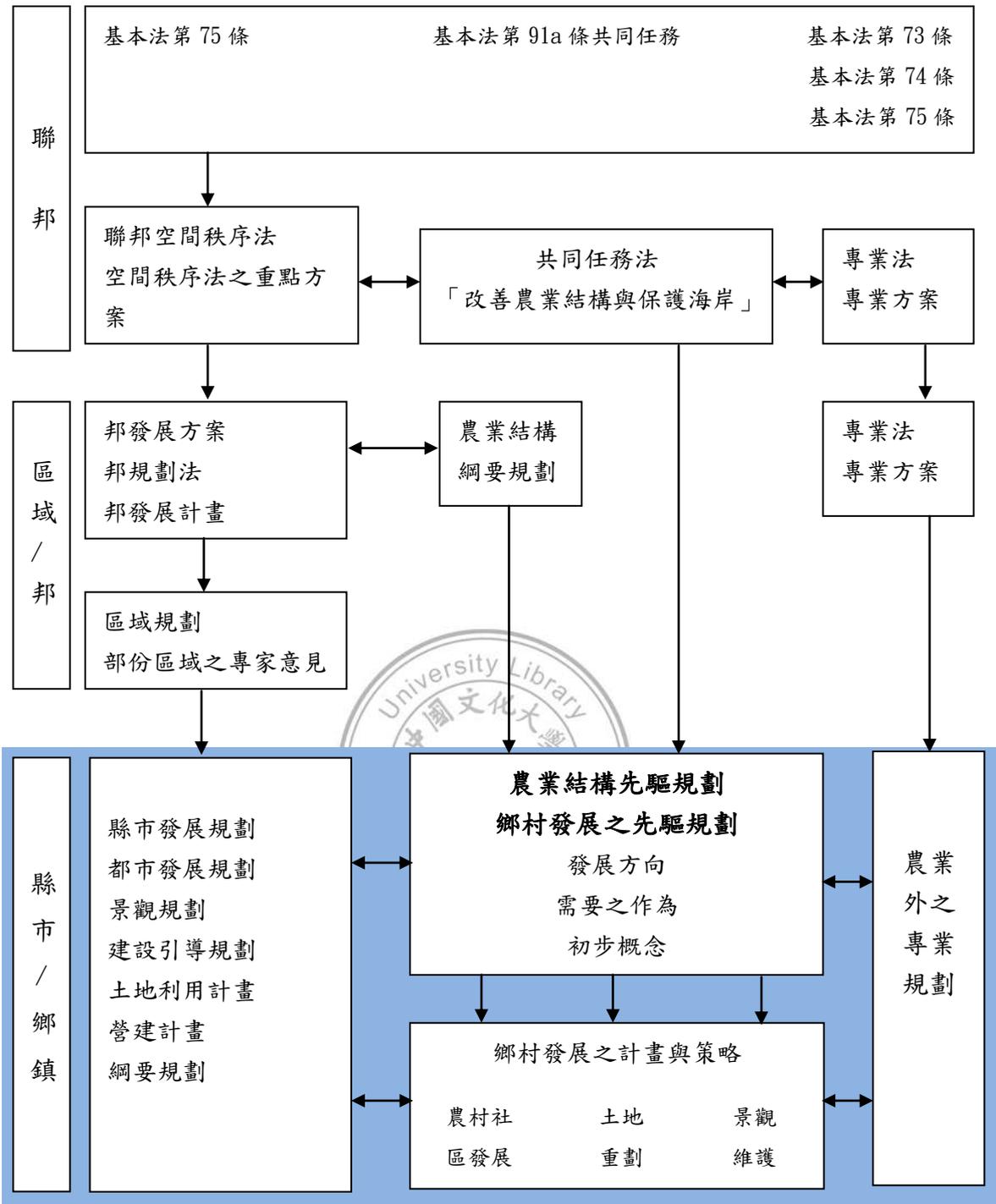


圖2-3-3 德國農業規劃流程圖

資料來源：<http://file.yunlin.gov.tw/agriculture/YunlinFarmersPlan/98pdf/Chapters1.pdf>

(三) 小結

由德國及日本的農業發展策略，瞭解這兩個國家在農業發展過程中，皆重視整體發展，而非單純的農村生產。應找尋農村的特色產業，或是在地特色，予之發展。並提倡在地行銷，由在地自產自銷，以及結合農村生態景觀旅遊，讓來農村參觀旅遊的人們瞭解當地的特色產業生產背景、人文歷史及自然生態景觀，再者將農村內這些在地特色串連發展，為農村產業增加一個行銷管道，活化農村產業，並讓大家體會維護及守護農村發展的必要性。

