



BookReview

書名：地方創生 2.0
作者：神尾文彥、松林一裕
譯者：王榆瑋
出版社：時報出版
ISBN：9789571374925

地方創生 2.0

導讀 / 歷史系教授 林呈蓉

21世紀臺灣社會有一個重要的時尚名詞，即所謂的「地方創生」。這個語詞源自於2014年第二次安倍內閣的地方經濟振興策略之用語，亦是安倍經濟學的一環，主旨是意圖透過區域、人才與就業的整合，讓地方經濟永續發展的一項政策目標，目的是有效縮短城鄉差距。事實上，雖然變化不甚明顯，但以都會區的郊區、離島與觀光區為中心，日本的人口成長已出現穩定的曙光。而《地方創生2.0》作者，即野村綜合研究所(株)的神尾文彥與松林一裕二人，試從歷史大未來的角度切入，以2060年為一斷限，為日本的社會繁昌與永續發展提出針砭。而整本書的重點以一言蔽之，即透過「地方經濟樞紐」之建立，試圖構出自立型的大小區域經濟圈。換言之，即21世紀新形態的國土規劃。

《地方創生2.0》的內容可分為三大部分，其一是援引海外創生成功的案例，作為他山之石，重構日本社會的地方經濟樞紐；其二則是為地方經濟樞紐的再造，提出七帖處方箋；而其三是透過產、官、學、金的資源整合，打造地方創生的永續發展。在產、官、學、金相互整合的過程中，產業界的參與是地方創生成就與否的關鍵，特別是吸引國際大企業的進駐，無論是硬體環境、抑或是軟性條件，對區域經濟的發展而言相對重要。因此，官界能否提供靈活的政策設計，牽涉到中央或地方政府對於地方創生決心的展現。

而區域性大學的存立與否，對地方創生則可發揮加值效益。大學的教育目標配合地方創生，培育在地獨特文化與關鍵技術的人才，透過地方觀點設計促進經濟活化的學教模式，進而帶動大學周邊的地方商會與中小企業，共同創造唯一無二的區域價值。當產、官、學、金等各方資源全數到位之後，地方創生的基礎模組於焉成立，但為求永續發展，就必須採行商業策略的經營模式。從資訊傳遞的文宣包裝、尋求策略夥伴，以及設定目標市場等，皆缺一不可，更重要的是區域經濟圈與都會經濟圈的連結，必須一改過去相互依存的結構，有效轉型成自立共生的模式；而國家的角色扮演則不外乎兩項，即資金的與援與可用人才的提供。

校友動態

林啟峰校友帶領 momo 成電商領導者

富邦媒體科技董事長林啟峰(本校國貿系校友)，淡江畢業後前往美國進修，於1997年進入富邦集團任職行銷顧問公司總經理，於2004年跨足電視購物平台擔任MOMO台總經理，2018年接任董事長。有著先前在資訊、財務及行銷部門的歷練，林校友帶領富邦行銷團隊，秉持著創新的理念，在大環境不斷的改變下求新求變，從電視購物轉型為目前年營收三百億的華人第一大電商平台；由於逐步建構的強健體質，在疫情影響下，今年2月營收卻比去年同期成長了27%，成長幅度更遠勝同業。(資料來源/校友服務暨資源發展處)

智慧財產權Q&A

◎ 試試看您能不能答對：
1. ( ) 掃描並轉寄他人作品，除非獲得著作權人同意，否則會構成侵權行為。
2. ( ) 將目前正熱烈上映的電影檔案放到網路上供人下載，不必負擔法律責任。
3. ( ) 把流行國語歌曲當做部落格的背景音樂，一定要經過同意或授權才可以。
答案：1. (○) 2. (X) 3. (○)

編者按：本報開放教職員工來函反映意見；另與學生會合作，學生若有何疑問可向學生會(SG203、校內分機2131，E-Mail: tkusablog@gmail.com)表達，學生會將轉交課外活動組，並由相關單位提供解決方案與解答，本報亦將刊登相關答詢，促進學校和學生之間溝通。

從2019地方創生元年談起

師法日本，行政院宣布2019年為台灣地方創生元年，並定位地方創生為國家安全戰略層級的國家政策，未來將以維持總人口數不低於2000萬人為願景，逐步促進島內移民及配合首都圈減壓，達成「均衡台灣」目標。日本推動地方創生相關政策其實已近30年，前20多年的施政成果不能發揮明確效果，一般評論係因政府內閣頻頻更換，且以中央政府為核心推動地方振興，作用停留於發放經費，與「地方覺醒」、「喚起地方光榮感」的氛圍相差甚遠，直到「地方消滅」論一書，震醒日本社會，安倍內閣推出新部會整合推動，漸有成

效，經歷內閣推動過程見右圖。2017年，我行政院成立「地方創生會報」，由中央部會、地方政府及民間產業負責人與學者專家組成，訂定民國108年為地方創生元年，由國發會統籌及協調整合部會地方創生相關資源，各部會保留預算10%，總共34億經費投入地方創生。射出五支箭，分別是一「企業投資故鄉」、「科技導入」、「整合部會資源」、「社會參與創生」、「品牌建立」。因此，臺日間官(中央至地方)、產、學、研觀摩考察活動頻繁。國發會推動地方創生的策略，採取由下而上

提案，國發會指定有滅絕危機的134個鄉鎮市區為主角；各學校、企業可配合場域提案。教育部大學社會責任計畫，於2019年11月30日至12月1日在高雄國際會議中心舉辦「2019 USR大學社會實踐博覽會(2019 USR EXPO)」，教育部政務次長劉孟奇向參與的114所大專校院與來訪日本大學夥伴們宣布，USR連結地方創生，強化大學與地方連結。本專題將參照國發會推動地方創生政策中，大幅參酌日本經驗，因此精選日本有關地方創生的經驗與考察世界的案例分析書籍，作為入手地方創生的指南。

振興活用指南 地方創生樂讀

木下齊·山崎亮達人帶路 推動日本地方創生

(文/馬雨沛、童昱馨、羅晨尹)



木下齊於高中時就投入地方活化，擁有17年實戰經驗的木下齊，在第一線證實地方的活路在於企業管理意識，由二本書說明如何創業經營和地方再造。

做，而是一起做，找到能夠產生共鳴，可以與之同舟共濟的夥伴共同努力。

鐵則四：不需要「全員同意」，統一全員意見是不切實際的，並非不能聽取意見，但最終決定者須有明確的想法，也就是經營者本人需做最後判斷。

鐵則五：靠「前端營業」先確實收回以「營業」為優先，衡量自身能力，將可用金額計算並加以活用。

鐵則六：徹底堅持「獲利率」，重要的不是營業額，而是獲利率，不依賴補助經費，將鄉鎮市為公司經營，改變商業型態，提升銷售達成更高的利潤。

鐵則七：別讓「利潤」流出讓利潤留在地方，地方資金循環流動會產生利潤並投資新事業，就會再產生循環，獲利膨脹。

鐵則八：先設好「撤退線」事先訂好停損點，以三個月時間做個階段，若到達訂下時間時還是毫無起色請撤退。

鐵則九：初期不用正職，創業初期主要人員應抱持「股東」的意識行動，相同的薪資可

請數個不同專長的兼職人員，比請一個正職更妥當。

鐵則十：嚴格執行「金錢」規則避免「不特定多數」的集資方式，並明確規範報酬的分配規則。

十項鐵則套入了管理學與經濟學的概念，將地方創生系統化地歸納出重點。現今木下齊致力於「公共私營合作制」，有別於傳統從政府挖錢的想法，由民間來活用公有資產，讓地方與政府產生互利共生的循環，從而讓當地民衆擁有「民間擁有高度公共意識」與「政府擁有高度經營意識」，培育人才在當地就業。《地方創生：觀光、特產、地方品牌的28則生存智慧》

木下齊將地方創生定位為事業，他認為沒有可供模仿的成功案例，只有失敗過後留下來的智慧。他整合了十八年前在早稻田商店地區推展的「環境鄉鎮重建」案中成功的三個關鍵：第一是「經濟團體」參與「環境」主題的地方活化活動，第二靠自己賺錢，不依賴補助金，第三，用和以往相反的「民間主導、行政參

《地方創生：小型城鎮、商店街、返鄉青年的創業10鐵則》

地方創生這個話題圍繞著小地方、衰退的商業街道、幾乎快被人遺忘的景點等，要如何起死回生？本書強調，地方創生靠的是人民而非政府，要當地同生共榮做出改變，只有創造出穩定的獲利循環，才能維持長久的利益。木下齊以親身經歷做為案例，提出地方創生成功的十項鐵則。

鐵則一：從小處開始「促進新陳代謝」慢慢改變，從一間店舖開始改變，帶起周邊效應。

鐵則二：不依賴政府補助金，使商業性失去原有機能，改變組織運作型態借他地案例。

鐵則三：尋找「命運共同體」夥伴不是照著

山崎亮於2005年創辦studio-L，目的為進行「當地問題由當地居民解決」的社區設計工作，此團隊於2015年開始走出日本，探訪各地建築與社區設計，2015至2017年陸續造訪英國美國西歐與北歐區集相關案例，他將學習之旅著作《踏查英倫社區設計軌跡》、《探訪美西公益設計現場》、《走讀北歐生活設計最前線》三書，希望藉由社區設計的方式，為傳統空間設計或社區改造工作無法觸及或解決的領域和問題提供新視野和新想法。

2015《踏查英倫社區設計軌跡》

studio-L團隊展開英國之旅，主要是造訪該國工業時期的思想家和活動家的活動軌跡，以及近期英國的社區設計案例。從英國保留良好的歷史建築物中，尋找約翰·拉斯金等人的事蹟生平，並從湯恩比館、漢普斯特得田園區、卡平卡姆登的手工同業公會，以及倫敦勞工大學，這些受到拉斯金影響的歷史建築，與其所造就亨利塔、巴特奈的社會改良運動、艾什比的美術工藝運動、莫里斯的祥和社會改革等，莫里斯創辦任教倫敦勞工大學，讓山崎亮團隊從建築中思想前人的主張。除此之外，山崎亮團隊也參觀目前英國正在執行的社區計畫，並與相關人員訪談，本書最後拜訪《市民經濟》作者，討論經濟與社區設計的關係。

本書個案如：第一場景可食地景IET (Incredible Edible Todmorden)，以城鎮中閒置室外公共場所打造菜園的活動，供民衆自由採摘，最初本意是治治安、失業等面臨糧食危機與食品安全等問題，站在婦女立場而成；第二場景替代科技中心CAT(Center for Alternative Technology)，位於英國威爾斯，組織以不斷重複生態與永續環境為主題的實驗性活動為主，並開放將其結果傳達給外界，以「環境教育聖地」聞名全球；第十場景《市民經濟》作者，

以市民為中心建構小規模經濟，也就是需要建立經濟循環架構，引發作者對社區設計計畫時，須以經濟觀點思考，不是貨幣經濟，而是回歸原始詞彙中帶有的公共性涵義，讓市民經濟與社區設計串連。

2016《探訪美西公益設計現場》

團隊決定去美西探訪公益設計，了解美國如何透過空間設計加深人們的信賴關係，並探討過多設計介入空間而引起的「仕紳化」警訊。日本因人口減少，從「社區空間設計」創生了「社區設計」，而美國則發展出「公共利益設計」，也就是不再只停留於居民參與發想設計的層面，更思考如何為公益貢獻於弱勢、能源、環境、產業、貧窮等惡化的議題。

本書個案如：第一場景石榴中心，宗旨為「透過協力從事地方創生，強化社區營造」，讓居民創意有實現的可能，並導入藝術元素打造美麗空間，解決在地問題；第二場景可食校園/會館農場，校園藉由實務的魅力，改變孩童與家長的生活意識，使他們在家中庭院設計種植，此計畫實行24年，已使在地風景充滿可食用的美麗果樹，並進而改善當地生活，串連起在地居民與農人的農夫市集，促進在地居民為主體的社會活動。第三場景重建中心，回收當地居民二手家具等用具，再以極低的價格賣

出，使當地居民能夠以低廉價格改造住宅；第四場景卡利果園，共有房舍的生活，與購屋者一起設計住宅決定初期房屋大小與屋內設備，降低客製化帶來的高額費用，達到合理價格的訴求；第五場景尊嚴村，無家者的收容所，每棟房屋僅提供休息的臥房，另設有公用客廳，以促進村民交流，而每間忙屋皆能在志工協助下自由改造具獨特性，作者認為是一個社會設計的現場；第六場景鼠尾草教室，以改善模組化教室，將室內環境加以完備設計，提供更好的教育環境的同時，建材也不會造成環境的負擔；第八場景食思設計ETD (Eat. Think. Design.)，由加州柏克萊大學「設計創新的公共衛生解決方案」課程聚焦飲食方案而成，以對衛生、文化活動及國家倡導公共衛生議題。

書中個案強調與居民合作，須聽取多方意見，認為地方團結力是一大重點，而設計並非越華麗越好，重要的是要符合地方的特色與需求，設計是一種輔助工具，若無法營造參與感，凝聚眾人力量，是無法達成地方創生的。2017《走讀北歐生活設計最前線》

提到北歐設計總會先想到「商品設計」，但近年是流行生活設計的「服務設計」。探訪後作者驚艷於部門有服務設計單位；美術館捨棄既定宣揚鑲嵌藝術美感的概念，不斷探求參觀者體驗；以及其他個案翻轉團隊經驗。第四場景芬蘭奧圖大學由學生發起、學生限定的創業支援計畫，該空間內部用貨櫃隔開，由除菌劑工廠改造，是參訪美國矽谷時感受到以合作取代競爭，發展新創事業的精神，決定推動草根活動，讓創業精神在芬蘭扎根。

【案例三：打造區域品牌獲日本行銷大賞區域賞】

在北海道的東川町，被稱為寫真之町，透過當地居民的生活風格與微型經濟的連鎖效應，塑造了豐富的東川町生態體系。東川町海拔2291公尺，處於北海岸最高峰的山腳下，該地沒有自來水，打開水龍頭，流出天然礦泉水，無邊際的田田，四季與晨昏光影幻化，優質咖啡店、不一樣的公務體系，讓小鎮被期許為未來社會型。影視活動的取景與寫真甲子園攝影活動，是東川發展國際策略的利基，居民將自宅當風景來打造；此外，當地公務體系認知Public的本質是眾人一事，世間事，成為public的重要推手，公務員如同跑業務的精神，開拓地方事務，東川鎮公所有三個不原則——不說沒預算、不說沒先例、不說沒人做過。所以，東川style就是如此在地方創生中獨樹一格。

【案例一：一流流域學校 Groundwork三島】

人稱巨人先生的渡邊豐博，原任職於日本靜岡縣政府，後任教大學，並在故鄉三島推動源兵衛川再造。源兵衛川源自富士山，千百年來支持當地農民生產與市民生活，但1960年代起水資源環境惡化，於是有了水岸再生計畫，Groundwork三島在1992年，效法英國，連結公民、NPO、企業與政府以改善環境為核心的Groundwork夥伴關係導入日本，由靜岡縣政府與三島市政府與在地農業夥伴、居民，努力20多年，目前水之都三島有60個散布市內的再生基地，成功以非營利事業活用地方資源，居民感受到地方總動員的地區協同合作關係的好處與潛力，成為日本在共同營運型的環境與社區營造的示範案例，帶來觀光人潮，累積觀光資源，創造在地農業價值。2016年獲得世界建築遺產賞，國際觀光客慕名而來。

【案例二：退燒的觀光地 V型反轉復活】

熱海出生的作者，對退燒的觀光地懷抱著使命感，以商業手法重建熱海，成為日本政府觀光廳《2017觀光白皮書》介紹的成功案例。白皮書歸納三要素：官民有財政危機意識、選擇年輕客層為行銷標的，以及有幹勁的民間主事者。這位民間主事者市來廣一郎28歲時離開日本IBM工作，回到熱海，2011年成立民間創生公司、Café、民宿，與熱海市政府共營「ATAMI 2030」及支援創業計畫。作者返鄉時，熱海市45%為高齡人口，有些地區高達70%，他邀請年輕人、先改變居民意識、舉辦

Timeline of Japanese local revitalization policies from 1988 to 2015, including '1988 竹下登內閣', '1999 小淵惠三內閣', '2007 安倍晉三內閣', '2011 菅直人內閣', and '2015 地方創生元年'.

▲日本歷任內閣對地方創生的推動重點。(製圖/淡江時報)



地方創生 專題完整 內容掃一下看更多

加」的結構進行。本書將從五個觀點切入：一、事業項目的選擇：地方活化不是「去做每個地方都在做的事」，而是「做其他地方沒有，只有自己的地方能做的事」。二、資產的運用：徹底利用資產，創造利潤。要持續投資即使小也有利潤的事物。三、人的定義：與其補足「量」，不如以「效率」致勝，人口無論是增是減都是問題，應要能因應變化的經濟結構，比起人口增加政策，不如重新檢視地方政府經營。四、金流的觀察：要用手頭上的資源推行事業製造利潤，再持續投資到下一個事業上的循環，才是地方活化的基本。五、組織的活用：木下齊認為行政計畫不是只有努力就可以，應該要捨棄錯誤的目標，從實踐與失敗中生出「真正的智慧」。



第六場景為瑞典斯德哥爾摩近郊，將回收物升級再造的購物商場，由市民提供不需要物品，換購商場商品，一則達成回收物有再商品化的價值，一則減少廢棄物，回收設計並成為一門課程。目標是成為綠色環保典範。作者對照以日本的上聖町垃圾再造率79.5%，非常有看頭。第八場景為丹麥成人教育與公民會館，作者自省的日本的公共事業被視為是國家機關的事，建議應由人民參與，訴諸感性，思考連結「樂趣」與「未來」，並省思丹麥成人教育以對話為基礎，與日本的社教設施「公民館」面臨式微的情形比較，能促進參與才是核心。

【案例四：USR連結地方創生--千葉大學COC+】

日本主管機關文部科學省領頭進行跨部會合作，2013年就開始推動「地方/知識基地的整備事業(大學COC事業, Center of Community)」，2015年進化，啟動「大學作為地方/知識基地的地方創生推進事業(COC+)」，徵選國內大學參與，以發揮大學作為社區知識中心的功能，強化大學與地方的連結，協助振興地方並解決地方的問題，並培養在地所需人才，留在地方就業。

日本千葉大學，在日本政府地方創生推動中的積極作用，取得亮眼表現。千葉大學COC+關鍵人物鈴木雅之副教授表示，千葉大學社區創新處成果包括「區域智庫」形態的實驗企業。以千葉大學的「研究成為基礎的研究型合資企業「Miraino Lab Co., Ltd.」於2018年4月成立，是通過大學與地區之間的合作進行地區振興和地區振興的實用諮詢計劃，它的任務是規劃和實踐該地區的未來形態，並與學生一起解決當地社區面臨的問題。



▲教育部舉辦「2019 USR大學社會實踐博覽會」，千葉大學副教授鈴木雅之特地來臺分享千葉大學的地方創生經驗。