
**108 年南部地區青年連攜與
見學創新輔導計畫
Youth Create an Industry Guidance
Platform Project In Southern**

執行單位：台灣農村發展規劃學會

執行期間：108 年 01 月 25 日至 108 年 12 月 20 日

計畫主持人：黃瑋如 經理

共同主持人：丁俞文

協同主持人：歐聖榮 院長、王志華 總監、郭子齊 總監

行政院農業委員會水土保持局 編印

中華民國 108 年 12 月

(本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本局施政參考)

108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫

摘要

行政院農業委員會揭示 108 年農業政策以建立農業新典範為主要目標，提出發展產業特色，創造新優勢、厚植多元能量，搭配具體作法包括茁壯小農、扶植企業農，改革農民生產組織，建構集團產區供應體系，擴大產業聚落規模，調整產業結構，創新農業價值；因應通路多元化需求，建構區域性農產品加工中心，提高農業附加價值。整合農業訓練資源輔導青年農民，建立系統性農事培育課程及實習場域，建立人力資源庫及平臺，改善農業人力老化及缺工。培育新農民，提升農業人力質量；與地方政府攜手合作，健全農民組織制度，協助農民組織運用在地產業資源，結合農村社區、青年農民，創新發展農村經濟事業，提升產業服務量能，建構六級化產業價值鏈。計畫中透過青年農民特色產業的調查分析，針對輔導之經營主體辦理陪伴及增能課程，同時安排人員至優秀農場域進行交流參訪，做為未來推動營運之參考，針對處具潛力青農提供創新與加值輔導及樣農產或加工品之品牌與商品化加值輔導，並透過媒體露出及行銷推廣及辦理青農座談，行銷南部地區青年農民及行政院農業委員會水土保持局臺南分局近幾年推動之輔導計畫成果。

關鍵字：青年農民、六級化產業、價值鏈

Youth Create an Industry Guidance Platform Project

In Southern

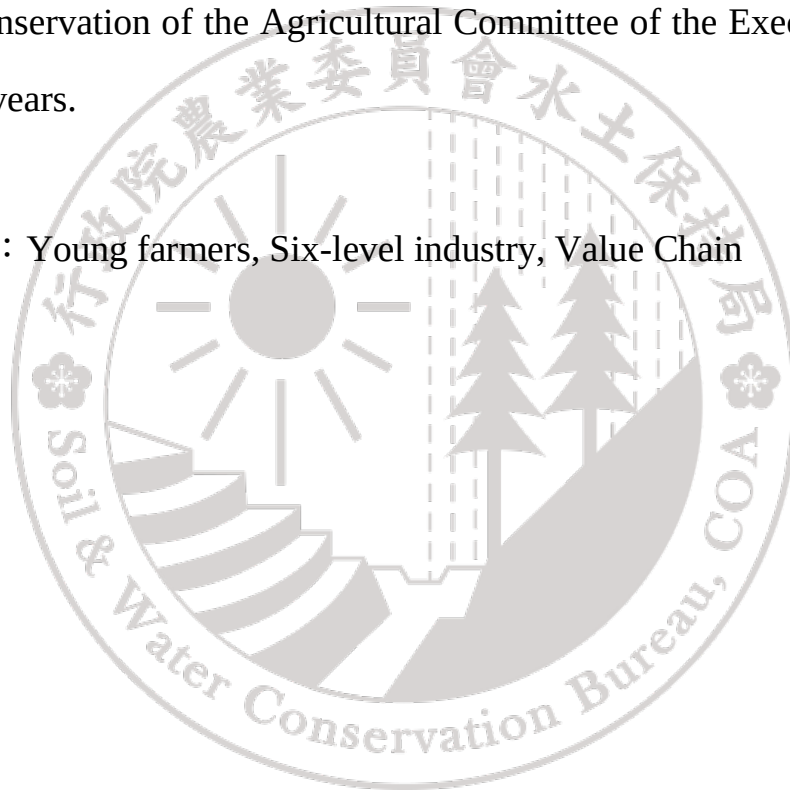
Abstract

Council of Agriculture, Executive Yuan revealing the 108-year agricultural policy as the main goal of establishing a new agricultural model, propose the development of industrial characteristics, create new advantages, and plant multiple energy, the specific practices include strengthening small farmers, supporting enterprise farmers, reforming farmers' production organizations, constructing supply systems for group production areas, expanding the scale of industrial settlements, adjusting industrial structure, and innovating agricultural values. In response to the diversified needs of the channel, a regional agricultural product processing center will be constructed to increase the added value of agriculture.

Integrate agricultural training resources to guide young farmers, establish systematic farming training courses and internship fields, establish human resources pools and platforms, and improve agricultural manpower aging and lack of work. Cultivate new farmers and improve the quality of agricultural manpower; work together with local governments to improve the farmer organization system, assist farmers to use local industry resources, combine rural communities and young farmers, innovate and develop rural economic undertakings, and improve industrial service capacity, and construct six Level the industry value chain. Through the investigation and analysis of the characteristic industries of young farmers,

the program handles the companionship and empowerment courses for the business subjects of the counseling, and arranges personnel to visit the excellent farms for exchange visits as a reference for future operations, provide brand and commercialized value-added counselling for 2 potential agricultural farmers with innovative and value-added counseling and 4 kinds of agricultural products or processed products, and through the media exposure and marketing promotion and handling of green farmers talks, the results of the counseling program promoted by young farmers in the southern region and the Tainan Branch of the Bureau of Soil and Water Conservation of the Agricultural Committee of the Executive Yuan in recent years.

Keyword : Young farmers, Six-level industry, Value Chain



目錄

摘要.....	II
Abstract.....	I
目錄.....	I
表目錄.....	III
圖目錄.....	VI
第一章 計畫概述.....	1-1
第一節、計畫緣起	1-1
第二節、計畫目標	1-3
第三節、計畫範圍	1-4
第四節、工作項目及內容	1-5
第二章 臺日農業政策盤點及案例分享	2-1
第一節 臺灣農業相關政策	2-1
第二節 日本農業相關政策	2-6
第三節 臺日農業發展相關案例	2-11
第三章 執行成果.....	3-1
第一節 轄區內潛力青農盤點及連攜輔導	3-1
第二節 農村產業合作及交流平臺增值輔導	3-50
第三節、協助青農提供產業創新與增值之輔導	3-88
第四節、輔導農村產品於網路行銷及實體通路推廣	3-98
第五節、媒體露出及行銷推廣	3-101
第六節、辦理青農座談暨農業發展策略大型論壇	3-109
第七節、青年回留農村創新研究計畫（合創組）專案管理 ...	3-125

第四章 結論與建議	4-1
第一節、結論.....	4-1
第二節、執行團隊面臨之問題現況及建議	4-5
參考文獻.....	參-1
附件.....	附件一-1
附件一、各期審查委員意見回覆	附件一-1
附件二、工作進度檢核表	附件二-1
附件三、相關公文及課程、活動簽到表	附件三-1
附件四、論壇講者簡介	附件四-1
附件五、相關資源調查表	附件五-1
附件六、課程及論壇簡報	附件六-1



表目錄

表 2-1 臺灣農業相關政策推動表	2-1
表 2-2 日本農業相關政策推動表	2-6
表 3-1 南部地區潛力青農(年)盤點	3-2
表 3-2 已辦理工作坊或討論會議場次	3-36
表 3-3 特色農產品遴選活動評選標準	3-37
表 3-4 臺日交流/好物遴選說明會議程表	3-39
表 3-5 臺日交流/好物遴選說明會活動剪影	3-40
表 3-6 農村優質產品通路業者簡介說明表	3-41
表 3-7 農村優質產品通路展售媒合說明會議程表	3-42
表 3-8 農村優質產品通路展售媒合說明會活動剪影	3-43
表 3-9 城鄉青年媒合說明會講師簡介說明表	3-45
表 3-10 城鄉青年媒合說明會議程表	3-46
表 3-11 城鄉青年媒合說明會活動剪影	3-47
表 3-12 臺日國際通路業者簡介說明表	3-48
表 3-13 臺日國際通路媒合說明會活動剪影	3-49
表 3-14 思原農場提供的服務	3-52
表 3-15 教育平臺活動剪影	3-54
表 3-16 增能課程總表	3-55
表 3-17 增能課程剪影	3-57
表 3-18 優秀農場域交流見學評選項目	3-63
表 3-19 參訪新生青農名單	3-64
表 3-20 見學交流分組	3-66

表 3-21 參訪行程	3-66
表 3-22 JA 農產物直賣所參訪重點.....	3-69
表 3-23 安田農場參訪重點	3-70
表 3-24 大田市場參訪重點	3-71
表 3-25 JA 笛吹選果場參訪重點.....	3-72
表 3-26 JA 秦野直賣所參訪重點.....	3-73
表 3-27 和鄉園參訪重點	3-75
表 3-28 保田小學校參訪重點	3-76
表 3-29 保田小學校參訪重點	3-77
表 3-30 the fish 參訪重點	3-78
表 3-31 拍攝對象簡介	3-81
表 3-32 交流間學紀錄	3-83
表 3-33 乾燥過程	3-90
表 3-34 冷凍乾燥的特點	3-90
表 3-35 金屬交流中心剪影	3-92
表 3-36 包裝設計表	3-93
表 3-37 網路平臺曝光	3-98
表 3-38 市集活動照片	3-100
表 3-39 TO'GO 泛遊情報露出	3-102
表 3-40 粉專貼文截圖	3-104
表 3-41 論壇議程流程	3-110
表 3-42 論壇內容分享概要	3-112
表 3-42 論壇場地布置設計	3-118
表 3-43 論壇活動剪影	3-119

表 3-44 相關會議照片	3-126
---------------------	-------



圖目錄

圖 1-1 計畫工作範圍	1-4
圖 3-1 「農舞台」品牌推動策略圖	3-50
圖 3-2 高雄市旗山區思原生態農場發展現況圖	3-51
圖 3-3 高雄市旗山區思原生態農場平臺推動模式圖	3-53
圖 3-4 【農舞台的青春力】影片畫面	3-87
圖 3-5 精油萃取法結構介紹	3-89
圖 3-6 冷凍乾燥過程圖	3-91



第一章 計畫概述

第一節、計畫緣起

為促進農村發展及農村活化再生，改善基礎生產條件，維護農村生態及文化，提升生活品質，99 年度通過「農村再生條例」，由行政院農業委員會水土保持局主政辦理。行政院農委會揭示 108 年為臺灣地方創生元年，中央及地方政府期盼透過中介服務功能之強化，鏈結都會與農山漁村，活化舊街區，提升商業活動機能，並輔導青年返鄉創業，發展產業六級化，強化高齡照護設施，完善地方基本生活機能。農業政策以建立農業新典範為主要目標，提出發展產業特色，創造新優勢、厚植多元能量，營造安居樂業農村，促進人文友善社會等策略，搭配具體作法包括茁壯小農、扶植企業農，改革農民生產組織，建構集團產區供應體系，擴大產業聚落規模，調整產業結構，創新農業價值；因應通路多元化需求，建構區域性農產品加工中心，提高農業附加價值。整合農業訓練資源輔導青年農民，建立系統性農事培育課程及實習場域，建立人力資源庫及平臺，改善農業人力老化及缺工。培育新農民，提升農業人力質量；與地方政府攜手合作，健全農民組織制度，協助農民組織運用在地產業資源，結合農村社區、青年農民，創新發展農村經濟事業，提升產業服務量能，建構六級化產業價值鏈。提升農業行銷能力—強化產業優勢，布局全球市場，培育具跨域合作及國際市場開拓能力之新世代農業經營人才，提升產業國際競爭力。

依據國家發展委員會通過農委會陳報「農村再生第二期(105 至 108 年度)實施計畫」，有計畫與系統性進行農村全面建設與發展，以

達成農村永續發展目標，農委會農村再生第二期計畫目標至民國 108 年將完成 2,100 個農村社區再生，吸引 1 萬 6 千餘名青年返鄉或留鄉經營。同時積極推動「青年回留農村創新研究計畫」、「大專院校農村實踐共創示範計畫」以及至 107 年已辦理第八屆之「大專生洄游農村計畫」。鼓勵有想法、有意願回到農村的青年或團隊提出具有實驗性或創新性的生產、技術、工法、教育、服務、行銷或科技等創新研究計畫構想，解決或改善農村生活、環境、產業、教育及就業等問題，為農村發展注入新能量，以期逐步振興活化農村。

基於以上所述，為增加青年投入農村促進農產業之永續發展，水土保持局臺南分局乃透過「108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫」整合及運用南部地區社區既有資源、具發展潛力青農(青年)及在地特色，續加強結合專家學者共同投入，引導社會企業等多元團隊與青農(年)夥伴建置策略聯盟平臺，強化彼此間的合作與信賴關係，針對南部地區具有發展潛力或特色之在地特色農特產品加以開發，賦予故事化及推廣行銷，以藉由輔導青農成功合作及創新行銷之經驗，進而達引動更多青年加入農村之目的。

本計畫今年度以「農舞台」作為南臺灣青年農民策略聯盟品牌，從現代的農村及農業的發展上，我們發現傳統農村已跳脫一級生產功能，也逐漸發展二級加工、三級行銷甚至是六級產業的模式，而更多的永續思維及作法，皆來自於異業的合作與策略的聯盟。因此，「農舞台」核心宗旨，以期望讓有意願投入農村及農業發展之青年們，得以在農村及農業這一個無限可能的舞臺上，以「攜手共創」、「攜手共學」、「攜手共銷」、「攜手共研」作為推展的主軸，盡情發揮其創意為農村開創永續的新契機，便以此命名為「農舞台」。

第二節、計畫目標

「108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫」為持續發掘農村具有發展潛力青農(青年)或亮點農產業，建置具科技、體驗、傳承、特色、品牌及產銷合作等因子之蒐集及調查，必須依其環境、人力資源及產業類型加以分類，建置青年共創整合平臺，結合相關團隊計畫及其他相關單位之補助計畫，共同協助輔導使其優質化且更具實務發展性，期望透過陪伴輔導及增能工作，激盪啟發創新之發展型態，提供南部地區更加多元之農產業行銷推廣模式。

- 一、透過陪伴經營主體並辦理相關課程，邀請各專業領域業專家學者共同加入討論，研議相關策略及後續行銷管理機制，透過網路及實體通路多元行銷推廣活動，行銷南部地區青年農民之農特產，以期南部地區農產業更具親和力與經濟價值。
- 二、臺日農業發展及地理環境相似，且農業推動資源甚多，有鑒於今年度中央單位所推行之「地方創生」相關政策，起源於借鏡日本為振興地方經濟所推動之相關策略。安排人員至優秀農場域進行見學，瞭解國際市場產業新知，並拓展多元化經營，接軌國際，與國際青年及企業交流。
- 三、透過品牌商品化之過程，將生產、加工及包裝過程、營養成分標示等規劃透明化，以創造南部地區農產業之知名度及名聲，亦將促進消費端之行銷管道連結。藉由紀錄片或微電影之拍攝，輔以知名雜誌廣編之設計製作，將更實務推廣特色亮點農產品之行銷可能性與產業行銷通路。

第三節、計畫範圍

108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫工作範圍涵蓋臺南分局轄區，包括臺南市、高雄市、屏東縣及澎湖縣等四縣市之農村社區為主，如圖 1-2 所示。



圖 1-1 計畫工作範圍

第四節、工作項目及內容

依契約規定，相關計畫執行項目與內容說明如下：

一、轄區內潛力青農（或從事農村產業議題之青年）盤點及連攜輔導

- (一) 除持續挖掘轄內潛力青農協力合作外，針對歷年分局輔導青農後續發展效益進行追縱及盤點。
- (二) 針對盤點之合作青農或從事農村相關產業議題之青年，辦理工作坊或討論會議（4場次），並邀請業師專家進行偕同合作輔導。

二、農村產業合作及交流平臺加值輔導

- (一) 針對轄內青農中可以互相合作或偕同運作之經營主體（交流平臺），輔導其擴大產業合作對象及規模（2處）。
- (二) 針對輔導之經營主體辦理陪伴及增能工作（60小時）。
- (三) 安排人員至優秀農場域進行交流參訪，作為未來推動營運之參考。
- (四) 拍攝產業行銷或紀錄微電影拍攝1部（10分鐘版）。

三、協助青農提供產業創新與加值之輔導

- (一) 針對潛力青農提供創新與加值之輔導(2處)，例如加工技術的媒合、耕作技術的提昇或驗證機制之導入等作法達到農產業提昇的目的。
- (二) 農產或加工品（4樣）之品牌與商品化加值輔導，內容應包含生產履歷、包裝設計、營養成分標示及品牌故事規劃等。

四、輔導農村產品於網路行銷及實體通路推廣

- (一) 透過網路創意行銷協助南部地區青年農民之特色農特產，建構臺南分局農村連攜品牌。
- (二) 依據辦理或媒合城鄉交流、市集等行銷推廣活動，提供南部地區青農進行多元行銷。

五、媒體露出及行銷推廣

- (一) 廣編報導：透過知名雜誌報導相關計畫成果及亮點，至少刊登於知名雜誌 3 期（每期 2 頁以上）。
- (二) 以新聞稿或宣傳影片等形式，透過網路傳播或報章雜誌，將計畫相關成果及亮點露出至少 10 則。

六、辦理青農座談暨農業發展策略大型論壇

邀請青農並針對農產業之現況及未來發展策略，辦理 1 場大型論壇。(至少 100 人以上)

七、青年回留農村創新研究計畫（合創組）專案管理

彙整青年回留計畫之相關資料及辦理輔導訪視，並協助分局辦理期中及期末審查會議。

八、成果彙整及編撰印製各期報告書

編撰印製期初、期中、期末報告及成果報告書等資料。

第二章 臺日農業政策盤點及案例分享

近年來我國為吸引青年返鄉，積極推動農業相關政策與資源輔導，協助青年返鄉或留鄉經營發展，另一方面，基於日本與臺灣在地理環境及農業發展相似，同時今年度所推行之地方創生相關政策，更是借鏡於日本推動地方經濟之策略，為瞭解臺日兩國在農業推行政策之相似性及差異性，以及作為今年度臺日研習交流之參考，本計畫初步針對臺灣及日本之青年農民相關政策進行綜整，說明如下。

第一節 臺灣農業相關政策

有鑑於水土保持局過去推動農村再生所奠定之基礎，近年來致力推動農村產業發展，期以帶動社區居民凝聚力、學習力、活動力及活化傳統產業，另一方面，為創造農村新活力，推動青年返鄉相關政策，透過政策引導創造農村青年返鄉創業或就業模式，藉此解決城鄉發展不均、農村人才發展等問題，期望透過青年的創新力量提升臺灣農村發展，因此本計畫透過相關資料之蒐集，以利瞭解我國青年返鄉發展之主軸。

表 2-1 臺灣農業相關政策推動表

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
行政院 農業委員會	<u>新農業運動-漂鳥計畫</u> (2005-2008)	整合提出「新農業運動」，以臺灣農業亮起來為願景，重新定位臺灣農業的重要性及永續價值，並透過前

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		瞻的視野，推動三生新觀念、訂定新目標，透過漂鳥、築巢與園丁計畫，號召青年與壯年歸農，提升農村新活力。
	<u>農村再生 2.0</u> (2016)	擴大多元參與、強調創新合作、推動友善農業及強化城鄉合作等四大主軸進行，期透過各項計畫執行，發揮最大綜效，持續陪伴農村社區成長，打造全新農村再生。
	<u>農村再生-青年回鄉築夢計畫</u> (2014-2016)	為協助農村社區永續發展及農村活化再生，鼓勵青年人回鄉服務及從事農村再生及農事工作，為農村注入新活力，使農村人才與人力充分發揮。 針對已核定農村再生計畫之農村社區，提供青年人協助農村社區改善農村社區之生產、生活及生態空間之契機，提升農村社區生活機

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		能與活力，並參與農事及農業教育，誘發從農留農意願，發展農村產業，深化土地與人的連結，展現農村世代交替。
行政院農業委員會 水土保持局	<u>大專生回游農村競賽</u> (2011-2019)	使農村青年返鄉，鼓勵年輕學子以自身創意或所學專長，學習與農村社區居民互動共識，參與或協助農村社區公共事務，並在社區推動農村再生的過程中提供協助，藉此瞭解農村、農民及農業等，引導更多年輕人以全新思維及技術，創造永續富麗農村。
	<u>大專生回游農村競賽</u> (2011-2019)	為永續經營農村，讓青年學子瞭解臺灣農村的美好，進而促使參與及投入農村再生與發展，期望藉由青年學子進入農村，於農村中累積生活及服務的體驗，為農村注入新活力；本計畫將延續

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		辦理鼓勵歷屆大專生洄游農村青年回到農村，藉由提出創新性及實驗性計畫，落實夢想。
	農村產業跨域計畫及 農村區域亮點計畫	結合縣市政府跨部會跨區域個資源，共同強化農村產業供銷健全，研擬農村社區產業企業化輔導作業要點（草案），輔導、鼓勵農村社區產業朝向企業化經營，扶植農村社區企業，提升農村社區產業競爭力、促進產業加值創新。
	金牌農村競賽選拔	為樹立臺灣農村典範使農村社區發展有所依循，期透過兩階段競賽選拔機制，促進中央及縣(市)政府合作投入農村發展，激發農村社區居民的榮譽感及向心力，提升農村社區彼此相互學習風氣，營造農村特色風貌，

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		邁向農村多元永續發展之 核心目標。
	農村企業 經營輔導計畫 (2016-2019)	為改善農村生活環境，加速 地方社區發展，促進農村產 業企業化經營，以農再基金 為資源推動基礎，整合農業 跨域資源，協助農村社區發 展。鼓勵農村產業朝社會企 業模式經營，提升農村產業 競爭力。
	<u>青年回留農村創新研 究計畫</u> (2017-2019)	為鼓勵青年依所發掘之農 村相關問題導入創意構 想，由青年或青年代表組成 團隊或與相關組織共同合 作方式提出創新研究計 畫，以創造農村三生新價值 及協助產業跨域及特色亮 點等區域發展，以達青年回 留服務農村之目標。

第二節 日本農業相關政策

日本推動農業與農村政策與法規與我國相似，為深入瞭解日本農村農業推動策略，本計畫初步彙整農林水產省各部會農業農村相關政策推動與相關計畫，以利瞭解日本目前推動狀況。

表 2-2 日本農業相關政策推動表

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
內閣府 地方創生推 進事務局	農林水產業、地域 活力創造計畫	將農林水產業的產業政策(強化農林水產業競爭力並視為產業一環的政策)與地域政策(發揮國土保全等多面性功能的政策)密切結合，相關單位互相合作，全體內閣共同努力，以下列四項內容為主軸，擴大國內外的需求、加強供給與需求相配合的高附加價值農產物的生產，以提高收入，同時藉由農地中間管理機構，促進農地集中化以降低生產成本，並檢討經營所得安定對策和稻米生產調整對策等、生產環境的強化，並實施構造改革，促進新世代就農，以解決農村高齡化的問題及發揮及維持農村的多面性功能，構築新的政策。

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
	城鎮、人、工作 創生法案	強調「面向重振地方經濟，以使年輕人對未來充滿憧憬和希望，我們要竭盡全力開一個好頭」，基本的目標，是要「重新啟動地方發展的活力，解決人口減少的問題」。將致力於人口向地方的回流工作，在地方創造就業機會，打造能夠滿足年輕一代結婚生子育兒願望的良好環境。
農林水產省	2017 年施政計畫	依「食料農業農村基本法」之規定，推動九大類主軸，推展以農業經營主力的農地集中與集約化為基礎的結構改革、充分活用水田及確實執行經營所得安定對策、建構強盛的農林水產業的基礎、強化農林水產業的輸出力及農林水產品的附加價值、確保食品之安全與消費者的信賴、人口減少趨勢之農山漁村活性化、推展林業的成長產業化及森林吸收源對策、日本水產業的復活及其他
厚生勞動省	食育基本法	由於近年國民飲食生活環境的變

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		化，因此推行飲食教育，以「培養國民終生之健全身心及豐富的人性」為重要課題，對於飲食教育制定「基本理念」，將中央及地方公共團體等之職責明確化，並訂定施策的基本事項，有計畫推進飲食教育，以實現健康和文化涵養的國民生活，建立豐裕有活力之社會。
農林水產省	日本第3次食育 推展基本計畫	特別強調從兒童時期，在家裡及學校，推廣全面性終身食育，包括：對食物的認識及理解、瞭解獲得食物的辛苦過程、降低食物浪費的情形、從小體驗共食概念，並融合及提倡傳統「和食」飲食文化。
	地產地消 推進計畫	在農產品行銷上產生了革命性的變化，其全國直賣所的銷售額已超過全國傳統超市之銷售額。日本地產地消政策目標藉由明確規定提升糧食自給率數量目標及活用地國產食材比例目標，主要動員了學校單位及公司行號供餐配合來達成。

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
	食料、農業、 農村基本計畫	依據「食料、農業、農村法」政策之基本方針，確保食料的安定供給，多面性機能的發揮，農業的持續發展，農村的振興」四大理念及施策的基本方向，要求建構有效率、易於了解之政策體系，以充分反映消費者的觀點、發揮農業者或地域的主體性及創意工夫、重視環境保全，在農業、農村展開積極性的農政。
	六級化產業法	鼓勵農林漁牧產漁業者有效地利用所有的資源開創出新的事業特制定「六級化產業法」，以振興農林漁牧產漁業，促進地區的農林漁牧產物的利用，進而提昇日本糧食的自給率。
NPO 法人 「日本最美的農村聯盟」	日本最美的農村 (鄉村大賞)	發現最美鄉村運動，同時繼承已培育多年的遺產，下一代的年輕人將繼續在您所在地區的生活工作，創建那裡的年輕人的工作未來的地方就業在是該地區經濟會發展。我們正在採取的優勢旅遊附加價值

推動單位	政策法規與 活動計畫	推動主軸
		過了最美麗的村莊運動增強，隨著業務模式的通過創造吸引顧客和房地產價值的目的。



第三節 臺日農業發展相關案例

一、日本農業發展成功案例

(一) 地方創生，改變地方鄉鎮——木下齊

地方人口減少、城鄉差距、青年失業等困境，並非臺灣獨有，日本的狀況更加嚴重，日本政府於 2014 年發表「地方創生」計畫，把「幫助鄉鎮自立」正式列為國家首要任務，全國上下也火熱投入。然而，成功的地方創生案例顯示單憑政策無法挽救凋零的鄉鎮，即使努力祭出補助金、吉祥物、○○節等，熱鬧過後地方還是一片蕭條。於是，來自民間、更講求效率的「地方創生」，開始延燒。

自高三就被選為「商店街網路公司」社長的木下齊，直升早稻田大學念書時，花了兩年時間到日本全國去拜訪各地商店街，希望可以傾聽客戶的聲音來開展公司業務。身為大學生的他，當時得到兩個寶貴體會：一是「不要聽所有人的意見，要自己思考」。因為發言的人，總認為有人會在判斷之後再做出決定。最後，沒有人要負責。二是「不要打著甜美夢想的旗幟去召集夥伴」，因為夥伴會以為「跟著他們就會得到好處」，而有不切實際的期望。

木下齊認為：地方要自己救自己，目標就是要讓政府做政府的事情，讓企業做賺錢的事情。擁有十七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，獲利的事業才能真正為地方帶來生機。除外，更指出，在日本以往地方建設失敗的原因，在於「官方」投資的對象是在今日時

代裡無法有效創造利益的組織，他們宣稱為了促進地方活化，建設出利用價值低、無用而華麗的建物，將稅金投入於既無利潤也無持續性，像祭典般的一次性活動。因此，不用說活化，反而更加速了地方的衰退。

由自立的「民」創建小型但能獲利潤的事業，持續經營，一步一步地增加數量，再將影響擴至周邊。無論是多微小的活動，正視市場，獲取利潤，再投資到下一個事業，將利益還給地方是相當重要的。能做到這些的，是自立的民間力量。無論是「官」還是「民」，現在都是時候拋棄「地方建設是行政工作」的想法了，我們應該切換成官民聯手來讓「公共」更好的想法。而「官」也須捨棄傳統概念，以民間力量為軸心，聯手合作，這是一種「公共私營合作制」，同時在推行自治前，最重要的就是找到能在當地並肩合作、讓你打從心裡信賴的夥伴，夥伴人數不需要多，核心成員 2-3 個就很足夠，比起挑環境，更重要的是挑選合作夥伴。

我們所提及的公共私營的合作制，並非是「如何從行政機關身上挖錢」的事業。而是轉換了想法，站在「怎麼樣才能付行政機關錢」的角度上，創造出能獲利的組織架構。以往，所有公共設施都是用稅金建造的。在經濟高度成長時代，人、金錢都會自然增加，因此光考慮「花錢」的事也十分合理。然而，現今是人和金錢都從地方流失的時代，就連維持道路或下水道都相當困難的地方政府不斷增加。若沒有國家的補助，可能已經面臨破產的情況，而補助本身也是，即使根據新的政策可能獲得特別預算，但那也是突發性案例，能夠期

待經常性補助的時代已經結束，補助將階段性地逐步縮減。因此，地方政府也只能以半放棄的心態，配合縮小的財政規模，削減公共服務。

在岩手縣的盛岡市南部，有座名為紫波町的小城鎮，人口僅有三萬多人，自 2009 年起該鎮在車站前一帶所推動的開發事業「OGAL PROJECT」，如今已成為公共私營創造地區活化的模範，受到全國矚目。「OGAL PROJECT」的最大特徵，就是鄉鎮公所、圖書館等公共設施，與產地直銷市場、足球中心等民間設施，都是由民間獨自的資金開發、營運。差異在於傳統形式是由行政機關籌劃、開發、再將營運外包，由民間來背負經營風險，從投資家或金融機關取得頭、融資金，招募店家加以經營。

根據這套機制，紫波鎮公所將公有地借給民間，獲得了組金收入；而民間設施內創造出了僱用機會，同時透過產地直銷市場的設置，讓當地農產品的流通得以擴大，結果也提高了農家所得。換句話說，鄉鎮整體確實繁榮起來，受到充滿魅力的設施所吸引，現在仍有客人從盛岡或花卷等地湧入，地價也連續二年上升。

另一個核心設施「OGAL PLAZA」在 2012 年六月開幕，正中央是鎮營圖書館與地區交流中心，產地直送市場「紫波市場」、餐飲店、補習班、診所等民間設施也進入其中。土地是紫波鎮為了興建圖書館等公共設施，於 1997 年由縣購買的公有土地，雖然在稅收高峰時期購入，但之後卻因為稅收減少遲遲無法興建，除了作為棄雪場以外，實質上等於是廢棄土

地。民間以事業用定期租賃權的方式承租該土地，由計畫、開發到管理營運，都由「OGAL PLAZA 股份有限公司」一貫進行，而開發所需的資金，以有志人士的出資以及和地方銀行籌措，不使用一分稅金。在此相關活動中，核心人物之一為岡崎正信先生，現擔任「OGAL PLAZA 股份有限公司」社長。

在沒有行政機關的初期投資下，由民間來活化公有資產，將吃錢的基礎設施轉為「賺錢的基礎設施」，對官方與民間雙方均有利。對官方而言，即使手頭資金不足，仍能提供必要的公共服務，同時還能增加收入。原本負債累累的紫波町若要建設新的設施，要再借錢已是不可能，即使建設完成，若沒有收入增加的可能性，也沒有餘裕支付每年的營運管理費。就結果而言，使得包含圖書館在內的資訊交流館得以興建，這對財政窘迫的地方政府而言，是能同時解決初期投資與維修管理問題的劃時代做法。

然而，OGAL PLAZA 由民間調度資金，建設整體設施，地方政府只是租借其中一部分。如此一來，該鎮就不需為了調度建設資金，貸入大額貸款。再加上鎮有土地兼併了民間設施，得到房租和固定資產稅的收入，可預期收入增加。就結果而言，使得包含圖書館在內的資訊交流館得以興建，這對財政窘迫的地方政府而言，是能同時解決初期投資與維修管理問題的劃時代做法。

對鎮民而言，在原本荒廢的土地中央多出了圖書館、產地直銷市場、診所等設施，生活變得更多采多姿，可謂好處繁多。現在，政府在全國所持有的土地或建物，據說價值超

過 500 兆日圓。以往，這些全由稅金或貸款來建設與營運，往往演變赤字龐大的「吃錢基礎設施」。然而，若能像 OGAL PLAZA 一樣，活用民間嶄新的智慧，這些設施也可以不是賠錢貨，而是成為地方新的收入支柱、能確實生財的「賺錢基礎設施」。

要創造兼具「市場性」與「公共性」的設施，關鍵在於—先鞏固「非消費」目的的客源。鎮上的居民，本來就會為了利用公共服務，例如辦各種手續、查閱資料等目的造訪公共設施，假設若是棄雪場的話，並沒有店家會吸引來進駐，但若是每年有 10 萬人以上入館人數的圖書館，那麼想在此經營咖啡店或診所的人便會出現，只要可以預期這樣的店家會進駐，那麼由民間來開發設施便成為可能。

2014 年，在「OGAL PLAZA」以外，名為「OGAL BASE」的設施也開幕了。它以符合國際標準的排球練習專用體育館為主體，合併了訓練設施與商業旅館的獨特設施，這是從 OGAL PLAZA 展開事業，完全由民間「OGAL BASE 股份有限公司」計畫、開發、營運的案例。其中最有趣的地方在於，該體育館並非棒球場或足球場，更不是多共能目的體育館，而是一個正式的排球練習專用體育館，這樣的做法，是因為岡崎先生的建設公司家業擁有職業排球隊，是一個排球通。

岡崎先生認識許多相關人士，擁有優勢，透過排球協會容易向全國推展業務活動，其地板使用與國際比賽中相同的專門材料，合併設置的商業旅館，假日可作為排球隊的營隊場所，平日則開放商業人士住宿。徹底執行鐵則「從小處開

始」鎖定目標，再將其對象用於自己專門領域，結果就是排球專用練習體育館，這是非常有效率的營運方式。

現在，OGAL PROJECT 的營運，透過公共私營合作事業機構，擴大應用於其他地區，這是一個小鎮的企劃改變了整個地方，並延燒到全國各地最佳的地方創生典範。



創新關鍵：創造兼具「市場性」與「公共性」的設施、主副使用目標（客群）明確、把活動當事業經營，從承租、投資、獲利到營運。

(二) 食農教育，現代女子力農業-山形縣村山市山形女子農場

山形是影集阿信的出身地故鄉，而一群平均年齡 24 歲年輕的現代阿信們，為何回到山形，創立「山形女子農場」回到農村，編織「持續百年不墜永續農業」夢想的故事。平均年齡 24 歲的「山形女子農場」(山形ガールズ)逆向思考，將年輕女性作為行銷賣點，2009 年創業的一群年輕女大生所創立的農場，以漢方米、無毒蔬果一籃子宅配等，成功打入東京都心的伊勢丹立川店等知名超商。

平均年齡 24 歲。只是年輕女性在營運的「山形女子農場」(山形ガールズ農場)，企圖呼應以女性或育有小孩的家庭，產生共鳴。其人氣的秘密是「女子力」立基於消費者的觀點來生產農作物。一方面對振興地方農業經濟活性化注入熱情、

也對東日本大震災的鉅大災害的東北地方的農業，貢獻小小的支援，也正在從事著受災地支援的工作。

大學畢業後，繼承山形縣村山市老家的農業的高橋菜穗子，一方面。對於農業一直有著有趣的期待，但是也面臨著在利益不高的現實面。跟他人一樣，用一樣的方式賣著一樣的東西，是賺不到錢的。因此農家日益減少。焦心著沒有莫募集更多的從業者，地方的農業也就沒辦法活化，高橋因此有著「一定要戰勝的使命感」。創業初期，周圍一直有著「年輕人為何要務農」的異聲，「因為只是年輕的女性，這是很罕見的，或許可以當作行銷點也說不定」這種逆向思考，反而發想出創意「就是女孩們的農場」因而誕生。

才設立三年，大眾媒體的採訪持續關注，農業、農產加工業的合作日益密切，把蔬果搬上卡車，參加全國各地的農產品展售會，現在一年的營業額雖達到約 1700 萬元日幣，但經營現況仍是很嚴峻。有著獨特个性的女子農場，完全沒有農業經驗的從業員很多，其中一位社員齋藤美央(23 歲)仍懷抱未來有朝一日能夠營運自產自銷市場的梦想，而其他的女孩們也都有類似想作餐飲事業、日本酒釀造事業等，未來可以作農業相關的獨立創業的梦想。

女孩農場的第一號社員奈須野睦子(28 歲)，宮城縣石卷市出身，在務農三年前本來就有在當地自立的打算，卻遇上了東日本大震災，老家不免有嚴重的受災，看著熟悉的土地有著如此大的創傷，感到茫然。後來她開始去當受災戶農家的農業志工。從老家到附近的松島市，而認識因為海嘯而農

田全被摧毀全滅的蕃昔農家武田惠喜，跟著農場新入社員一起去殘留下來的溫室幫忙鏟除泥巴。而在泥巴下面，竟找到探出頭的小蕃茄新芽，現在就種在女子農場裡，武田說「連海水鹽份都能克服不服輸的頑強幼苗，定居下來試著做看看吧」。並非農家山身的奈須野經過志工參與而有全新的體驗「現在在女子農場裡奮鬥，但有一天一定要回到故鄉」。

農場在地震後的隔週，就把受災地新鮮的蔬菜送到仙臺市內鋪貨，現在也有做便宜的蔬菜與米的定期販售，也為了提供少量但多樣的商品，租了更大的農田，擴大契作面積，同時也引進鄰近農家的蔬菜寄售代售的服務。高橋說「我們可做的事情一直到現在都沒改變，就是提供可以安心食用的蔬菜，不管是賣給一個人或很多人」。

在夏天的農忙時期，農場的平均年齡會拉得更年輕，因為接受了來自都會區的女大學生，三天兩夜的農業體驗，不管是何種家庭背景，母親跟女性們也很有興趣作蔬菜料理的體驗。後來農業體驗人數達到 80 人以上。女大學生對於農業有著高度的關注的背景，可能是對於「食」的高度關切吧，根據三越伊勢丹公司分析：「對於食品，比起價格因素，更傾向重視品質」就算在市中心，利用家庭菜園或屋頂菜園來栽種的蔬菜，已蔚為潮流。

然而只是山形的小農場，為何全國粉絲會一直增加呢？其實，原因在於網路上的宣傳活動效果影響很大。「試作了一款新的果汁，蘋果加上菠菜，這種新奇的顏色與味覺很微妙」
「山形雖還在雪中，但溫室裡已開始種植茄子與西瓜，雖然

等待雪融還很久，很厲害吧！」。

女子農場利用網路平臺，每天把農場的現況喃喃自語般發佈出來，全國各地的農業同業、消費者，所進行的「農會話」便開枝散葉。對談的會話中，其實也轉化成重要的行銷機能成果，接下來的事業開展，也如奮力一蹬，具有開創性。說著「我只是女大學生，但對於農業很有興趣」有如女子農場的預備軍，而這些預備軍就在對話裡發散開來。

網絡行銷交織著相片、農法的解說，從播種、與雜草格鬥、到期待收穫的祈願、都在部落格裡詳細記載下來，部落格自身有如豪華的廣告塔，在山形廣大天空下，與蔬菜一起一點一滴地成長，令人一瞥（如同新米般）新人農業家們的生存的姿勢。從作物的栽培或加工、到販售的廣告，農業有如上下游般，從上游往下游學習，當女孩們在農場裡「畢業」，當地農家的 Know-how(經營絕竅)也有擴展形態，未來再開分社，是女子農場的未來藍圖。

高橋說「有女子農場這樣的生存方式也不錯」，大學畢業後在門戶相當的公司裡就職，終身雇用與年功序列、定期退休，這樣的人生規劃，或許已不再通用，當鋪設好的道路已經不再，對於時代感覺敏銳的年輕人價值觀也開始產生劇變。而面對人口老化、流失的日本農業，卻也有如香辛料的猛烈變化，不被傳統觀念束縛，而自由發想，並非只是從過去的農業承繼而已，把柔軟的感性當作武器，試著與現代生活方式融合的嘗試，大概是女子農場裡，年輕世代有共鳴、自然聚集起來的理由。



創新關鍵：目標客群鎖定（食育精神）、引入青年從農、推動無毒農業、網路自我行銷。



二、臺灣農業發展成功案例

(一) 里山臺灣，滄海桑田桃花源_新北市金山區八煙聚落

八煙聚落在 200 年前形成，蔡氏先民從福建泉州來臺開墾，因為到臺灣的時間已晚，只好往山上發展。而陽明山因為火山地質，有許多安山岩，節理分明、方便堆砌、適合當建材，因此許多老宅、水圳都以石頭砌成。聚落位於國家公園內，地形南高北低，故聚落水圳自南面引水後，順應地形灌溉梯田。由於地下水位高、水質清澈、生態豐富，以及山澗水量豐沛，霧氣長年迴繞，加上附近的八煙溫泉源頭、水生植物和土馬騾，綠絨絨如地毯般，使得八煙聚落的梯田景觀，豐富的人文與生態特色，成為當地獨特的資產。

1970 年代以前，這邊有大面積的水梯田，近三十年來，隨著人口外流、老化，這裡成了大面積廢耕的水梯田。2008 年，生態工法基金會進駐八煙，打算推動水梯田復耕，之後更策劃企業認養、生態學堂、生態廚房、農夫市集等專案，為八煙這個農村找到新出路，並吸引年輕人願意回鄉生活、工作。八煙聚落的里山經驗獲得認可，成功申請加入聯合國里山倡議會員，更與日本岡山縣美作市的「上山集樂」山梯田農友締結「姊妹田」。

里山 (SATOYAMA) 並不是個地名，而是泛指鄉里附近的山林。2010 年聯合國通過決議，以「里山倡議」精神作為推動生物多樣性公約的重要方式，里山精神指的就是人與鄉里附近山林的互動，既維持人類的經濟活動，又兼顧生物多樣性。

關於里山精神，生態工法基金會的邱銘源執行長以「先顧腹肚、再顧佛祖」來比喻：「不能只強調生態，而忽略人的生計，我們進駐八煙推動水梯田復耕，如果只是做調查研究，只是強調棲地的生物多樣性，卻沒有照顧到居民的生計，是行不通的。」因此剛進駐八煙時，為了鼓勵當地農友由慣行地瓜改種友善土地的地瓜，慣行地瓜 1 斤 25 塊，但生態工法基金會以 1 斤 50 塊的價格收購友善土地地瓜，提高農民的意願。

復耕稻米，造就工作機會，年輕人開始回鄉；梯田開始放水，各種蛙類、水鳥的種類增加，棲地生態越趨豐富。這樣的經驗，符合里山的「生活、生產、生態」三生精神，八煙復育後，水梯田美景的名氣漸漸為人所知，成為觀光客心中的「秘境」。當地最有名的景點，就是聚落深處的「水中央」。

八煙聚落之所以能將生態復育，重要的策略善用了「生態工法」修築水圳、維護生態及景觀，才得以見到八煙聚落復育的成果。



(二) 民間的努力 小麥復耕運動_臺灣麥農

彰化大城因被選為國光石化預定地而家喻戶曉，不過近年他們用小麥讓大眾知道他們的名字。半世紀前這裡就曾經

種過小麥，風頭水尾的惡劣條件，遇到怕水的小麥反而剛剛好，強勁海風連蟲子都害怕，去年小麥面積突破百公頃，高居全臺之冠。

大城小麥除了和喜願共和國契作磨麵粉，當地碾米廠之子林世勳和林明煬兄弟打出復古風，把麥子放入家中碾米機，模仿稻米去殼去皮，直接販售脫殼麥粒，重溫古早麥仔飯的滋味，原本擔心民眾不買單，沒想到大受歡迎，賣到缺貨。

大城麥農說沒有經過精緻加工的小麥，膳食纖維是糙米的5倍，蛋白質含量是白米的1.7倍，既然麵包業者不願用臺灣小麥，不如直接販售麥粒，養生又方便。一個曾嘗試臺灣小麥的麵包師傅指出，臺灣小麥筋性差、夾雜物太多，至少要剔掉30%，一小時可能只挑得出一公斤，「臺灣還有30年路要走」。許堯綸不否認臺灣小麥採收後處理有待提升，麥粒經常夾雜燕麥、紅豆、綠豆，磨粉前得自己先挑過，否則容易損害機器，但臺灣小麥絕對可以做麵包。

除了當成主食，小麥也可以拿來喝。臺大農藝系研究生陳相全在美國讀大學時就開始嘗試DIY釀酒，回臺後繼續投入釀酒研究，碩士論文題目便是本土小麥啤酒。一般啤酒都是以大麥發酵，小麥發酵效果較差，就算標榜小麥啤酒，用量也很少超過一半，不過陳相全研究，小麥經過5~7天發芽，酵素活性會增加，把種子中的澱粉分解成糖分，讓糖化作用更順利，他因此成功做出100%小麥啤酒。

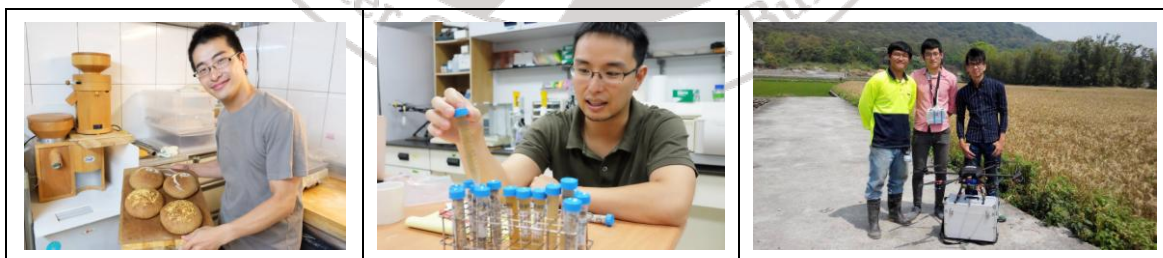
今年2月，陳相全和其他兩個夥伴正式推出「禾餘麥

酒」，不僅使用本土小麥，還加入臺灣土生土長的臺南白玉米，雖然目前仍以進口大麥為主原料，不過去年底他們已經開始和農民契作小麥，繼續朝本土小麥酒邁進，未來打算公開配方，希望有心想嘗試的酒廠，直接和農民契作小麥。

10 年前，新竹農民范振昌因不甘辛苦種的水稻被商人廉價買走，投入米穀粉研究，從國外買進磨粉設備，2008 年嘗試種小麥，在網路自創「糧糧農夫」品牌，銷售米穀粉和白麵粉，雖然沒有砸錢打廣告，卻默默吸引一群想用本土麵粉的客人，今年小麥才剛收割，許多人就急著問何時開賣。

臺中年輕農民馬聿安自創的「十八麥」也是其中一例，去年他在自家農場以不捕鳥、不用農藥化肥的方式，復耕 3 公頃小麥，特別買了一臺簡易的磨粉機加工處理，販售自己種出來的白麵粉，除了和小型麵包店配合，也以一包 2 公斤的小包裝，打進家用市場。

先前馬聿安也曾想過釀啤酒，但不論臺灣小麥如何發展，他認為最重要的是讓農民建立一套可以掌握的銷售模式，「小農種的作物，直接回饋到自己身上，才能讓小農真正獲益、存活下去。」



(三) 穀東十年，推動友善農耕，環境保護_穀東俱樂部

2004 年，從日本修完研究所學業後，賴青松決定回歸田野，帶著全家大小，來到老婆家鄉宜蘭縣務農。他和一群朋友引進日本「穀東俱樂部」模式，插秧前先找了一群朋友預付認穀，共同承擔天災風險，他則是受僱於穀東的田間管理員，支領固定薪水，幫忙巡田種稻，同時公開種植紀錄。

這個新穎的模式很快流傳開來，第一年就吸引 3 百多位穀東，毫無經驗的賴青松，卻在模式運轉三個月後赫然發現，宜蘭只能種一期稻作，一斤 50 元的銷售價，根本無法支應他的生活，立即召開穀東大會，將售價從 50 元調高到 65 元，他笑著說：「結果竟然沒有穀東退出，可能大家都不好意思吧。」雖說共同分擔風險，但求好心切的賴青松希望給穀東最好的收成。

此外，以穀東為主體，意味著減產或增產時，稻穀分配、公積金運用等相關問題，勢必走向制度化，但賴青松認為，自己只是個農夫，不是組織者，加上這場大病，讓他毅然決然將穀東俱樂部從穀東分散風險，轉換成產銷共同負責的「預約訂購、計劃生產」。

賴青松成立了穀東俱樂部，由穀東們提出種田的資金，委託代耕的農民耕作，到了收穫的季節，穀東們就可平均分享到新鮮收成的稻米。藉此，穀東們從「買米人」的角色變成了「種米人」。他們的共同訴求是「有機生產、體驗生活」。「穀東聚樂部」的真正價值在於傳達一種生活理念，一種重視環境保護的生活態度。

賴青松就像顆靜靜萌芽的種子，等待陽光到來，他等到

了員山深溝國小新上任的校長，採用宜蘭友善農產作幼稚園午餐；等到了德高望重的三官宮主委，轉作無農藥稻米和蔬菜；賴青松花了十年，學著從一個都市人變成半個鄉下人，從深溝六甲農地到遍地開花，他形容，這是一場意料之外的夢幻旅程，希望終點隱沒在人群中，因為這代表已經有越來越多人投入，而他只想在宜蘭終老一生，「以前大家都說有錢、出國是幸福，我覺得以後，能一輩子不離開自己的土地才是幸福。」



(四) 臺灣首例 IFOAM 認證_部落 e 購

以部落的生產組織為合作對象，一起評估與部落資源兩相契合的發展方向，並建立生產、管理、行銷、客服對等自主的經營模式，以網路平臺及數位管理分享通路及經驗，讓部落產業能夠在數位行銷的時代迎頭趕上。「國際有機運動聯盟」(IFOAM)推行之參與式保障系統(PGS)之概念，以各區 PGS 莊園型的概念，發展各區的農產品特色，同時進行有機認證、發揚原住民共同產銷與分享的精神，以此達到「公平貿易」(fair trade)的概念。

「部落 e 購」這個共同產銷平臺自 2005 年發展至今，從原有的網路平臺，2007 年正式在新北市永和區成立了實體理

貨與推廣中心。目前約有 60 位農民，多數都有取得有機驗證，為組織這些農民並將 PGS 概念推廣進去，將農民依地域分成新竹、南投、嘉義、花蓮和屏東共五區，各地分別成立一個原農協同組合，平時透過社群凝聚彼此的力量，每個月還得固定開一次會，討論組織發展方向。

九二一大地震之後，「臺灣原住民族學院促進會」成立，協助原住民部落重建、凝聚部落的意識。隨著走訪臺灣各個部落，發現部落的農業產銷狀況，不是因為太過深山難以銷售，就是受到盤商的剝削。為了協助部落的農業產銷，「部落 e 購」成立了：串聯臺灣北中南東數個部落，簽訂契約合作，協助轉作有機或不用農藥、化肥的農法。除維護生態並提供更安心健康的農作物之外，也可以防止慣行農法可能造成的土壤酸化，減少土石流的危險。現階段部落 e 購也進行部落原生種的保存與推動，主要有野菜、樹豆、馬告與小米，希望可以一方面保存部落的特有品種，也讓更多非部落的消費者，接觸原住民的飲食文化，拓展自身的飲食習慣。在市集方面，部落 e 購所強調的並非只是賣菜，或把運來的農產品盡可能賣完。他們更重視與消費者互動，並且讓消費者在選菜與對話的過程中，瞭解當季時令，瞭解自己要追求的是什麼樣的食材。是一個外表美麗的非當季食材？

與國小合作雖然因為菜價較慣行農法高，學校經費支應不足，加上自身菜源不夠，故未能供應各校營養午餐的所有葉菜類。但透過有機餐的推動，讓學生有機會吃到不同作法的農產品。一方面可以藉由食材的季節性來進行飲食教育，

另一方面藉由孩童實際的飲食經驗，去比較不同農法間的蔬菜具有何種差異。目前於新竹合作的國小，不論是老師或是家長皆相當支持有機餐的作法，供應數量也從一週一次，提昇到一週兩次，期許能讓孩童享用到更安全的食物。

幾年來，累積了完整的分裝與行銷工作的經驗，在完成了生產者的組織與經營之後，清楚的看到「原住民」這個品牌存在的重要性，因此期盼能把「部落e購」發展為原住民的專有品牌，運用參與式保障體系的做法，結合各方的願景與信任，形塑出生產者、消費者與其他利益方共享的合作平臺，讓「部落e購」這個品牌不只是在協助弱勢的部落產品，同時也是全民共享的一個社會品牌。

PGS 是一個社群支持性農業，是半封閉團體，願意進來支持的消費者，代表信任農民彼此稽核機制，因此不會有公正性問題，再加上許多 PGS 組織在農民同儕稽核制外，還有內控、輔導機制等，而這些設計的核心都在農民是願意自主做好有機農耕，意識到參與這團體的消費者和他是站在同陣線上，是有如家人般的信任關係。



近幾年來，有越來越多的青年回到農村，運用自身所長與創新思維解決農村發展問題，不僅幫助農村產業發展的活化，

更在過程中實踐自我價值，從中皆能發現返鄉不僅僅是回到鄉下，更是一種與在地生活的鏈結的價值，為幫助青年在農村發展之各方面的提升，以臺日農村成功案例為借鏡，希冀找出友善長期的獲利模式，以及在產業管理、銷售及推廣之能力，此外更希冀打破農村單打獨鬥模式，結合社群支持的力量與效益，期以建構農業合作平臺，透過青年各自專長交流與學習，創造在地產業經濟永續發展。





第三章 執行成果

第一節 轄區內潛力青農盤點及連攜輔導

一、除持續挖掘轄內潛力青農協力合作外，針對歷年分局輔導青農後續發展效益進行追縱及盤點。

(一) 基礎盤點

為結合後續本計畫具農村產業發展潛力之青農(年)盤點與基礎資料建置，本計畫針對 106 至 108 年輔導之青年農民以及參與農村領航獎、青年回留農村創新研究計畫以及青年社區參與行動之青農/青年，就其經營主體、產業項目、發展優勢與需求以及其他相關輔導資源及參與意願等基本條件，進行盤點與彙整，其中臺南市 25 位、高雄市 25 位、屏東市 23 位、澎湖縣 6 位以及金門縣 5 位，共計綜整 84 位具發展潛力之青農/青年，作為未來遴選與推薦亮點扶植及加值培訓之對象，相關名冊如表 3-1 所示。



表 3-1 南部地區潛力青農(年)盤點

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
1	臺南市	東山區 番社蔬果聯盟	林俊儀 (紅龍果、龍眼)	一、二、三級產業/自有加工廠、 集貨場/與嘉義大學合作	106 、 107 年日本交流學員/個人回留計畫/跨域軟體案
2		東山區 番社蔬果聯盟	王莨耿 (稻米、鴨蛋)	主要種植稻米、 鴨蛋	返鄉青年
3		東區 糖果廚房食農生活家	莊雅閔 (食農廚師)	農產加工品/ 食農教育/農村體驗小旅行	108 年日本交流學員
4		楠西區 梅嶺食品農場	賴英睿 (果樹/梅子/水果加工)	在地農產業特色/ 維護生態環境	108 年日本交流學員
5		楠西區 果農之家	江仲緯 (楊桃、果乾、果醬)	分局區亮(食農教育)	106 年日本交流學員
6		白河區 將軍山農場	魏宗淇 (玉米、柳丁、蓮藕粉)	分局區亮(食農教育)	106 年日本交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
7		歸仁區 芙園農場 歸農棧	謝丙寅 (花生、稻米)	返鄉青農 與社區發展協會	106 年日本 交流學員/ 青年回留 計畫
8		將軍區 地利小食	徐麗敏 (農村旅遊、社 區餐廳)	與社區發展協會 及將軍區農會合 作緊密	106 、 108 年日本交 流學員/青 年回留計 畫/跨域軟 體案
9		將軍區 相交蘆筍	黃昭穎 (綠蘆筍)	與麗敏配合農村 旅遊/跨域案農友 (蘆筍)	107 年日本 交流學員
10		東山區 山頂壯圓	陳昀鎂 (龍眼)	產品上架各大實 體虛擬通路	107 、 108 年日本交 流學員
11		學甲區 福豐昕昕農場	賴建良 (玉女番茄)	學甲分會會長/滴 灌技術可授課/自 動化溫室技術	108 年日本 交流學員
12		新化區 吉禾農作	林健祐 (薑黃、雜糧)	臺南青農聯誼會 會長/成立生技公 司、合作社	107 年日本 交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
13		七股區 股份魚鄉	林筱菁 (食漁教育)	在地社區與建功 國小進行食魚教 育課程	回 留 青 年 計 畫 / 大 專 生 洄 游 農 村 計 畫
14		永康區 阿中生態農場	陳敬中 (玉米筍、水果 玉米)	百大青農	回 留 青 年 計 畫
15		玉井區 牧果	陳南和 (甘蔗、雜糧)	玉井分會會長/南 臺灣最大甘蔗種 植戶/代耕/供應 蔗糖給微熱山丘	返鄉青年
16		東山區 山頂壯園	郭政宜 (龍眼)	昀美合作夥伴	昀鎂夥伴
17		善化區 牛庄好農	蘇程隆 (稻米、胡麻、 花生)	菌種 EM 菌來 作堆肥/友善環境 的農業臺農私 22 號無毒白米	臺南青農 聯誼會前 會長/返鄉 青年
18		學甲區 幸福良食	劉育承 (雜糧、玉米、 番茄)	自有品牌/食農教 育、農村體驗小 旅行	返 鄉 青 年 /108 年 日 本 交 流 學 員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
19		學甲區 鼎農村	陳胤丰 (農村整合)	參與產業跨域組 織/推動觀光休閒	返鄉青年/ 實驗教育 青年
20		學甲區 志佳園農場	吳明哲 (番茄、玉米 筍、蔬菜)	推動觀光休閒/友 善環境	經營 C S A (社區支 持型農業)
21		歸仁區 南岩心農場	郭偉聖 (有機蔬菜)	半農半工/推動休 閒農場經營模式	臺南青農 聯誼會
22		麻豆區 蒲公英農場	李矜卉 (文旦、白柚)	友善耕作/「產銷 履歷」和「吉園 圃」雙認證	返鄉青年
23		善化區 小善心農場	許玉靜 (哈密瓜、美濃 瓜、西瓜)	友善耕作	返鄉務農
24		學甲區 豐南農場	李煌南/李智豪 (小麥、蘭花、 番茄。)	臺灣種植小麥的 先驅/無毒友善耕 作	傳承三代 的小麥家 族兒子李 智豪、孫子 李建宏負 責
25		同力養殖場	郭俊瑋 (龍膽石斑產業)	在地農產業特色 維護生態環境	108 年日本 交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
			六級化)	低密度養殖 落實產業六級化	
26	高雄市	彌陀區 小欖仁花園	張博仁 (蔬菜類、養殖 魚蝦)	發展觀光休閒漁 業/產履歷認證	106 年日本 交流學員/ 青年回留 計畫
27		旗山區 芳境農場	許倫肇 (玉荷包荔枝)	農企業/荔枝外銷	107 年日本 交流學員
28		大社區 永田農家	盧定楠 (果樹綠竹筍)	高雄第一綠竹筍 有機認證農戶	108 年日本 交流學員
29		旗山區 糖廠社區	郭峻維 (農村小旅行)	青年回留計畫	108 年日本 交流學員
30		旗山區 Eureka 悠綠客 有限公司	莊承翰 (黃、綠檸檬加 工品)	臺灣全年均可生 產/無毒友善環境 種植檸檬	107 年日本 交流學員/ 高雄百大 青農
31		旗山區 南勝社區	陳春月 (荔枝、旺荔酥)	南勝社區發展協 會/發展社區小旅 行	106 年日本 交流學員/ 青年回留 計畫
32		美濃區	楊日偉	鑽研紅龍果各式	107 年日本

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
		淇寶貝農場	(橙蜜番茄、紅龍果)	品種/外銷、海外耕種	交流學員
33		大樹區 園漾森林	廖學智 (金鑽鳳梨)	曾獲高雄市金鑽鳳梨第一名/鳳梨外銷	107 年日本交流學員
34		大樹區 陽光果子	鄭蕙玲 (金鑽鳳梨)	友善無毒鳳梨/二級三級加工提昇產業價值	返鄉青年/ 一日農夫體驗活動
35		田寮區 惡地農夫	林信成 (地瓜、芒果)	惡地農夫工作室/社區舉辦各式農務體驗創新活動	返鄉青年/ 青年地方洄游
36		旗山區 日品 元品有 機米	陳毅鴻 (有機米)	一條龍生產/與華德福合作農耕課	具潛力動 能欠缺
37		岡山區 芳林果園	鄭宗林 (芭樂)	產銷履歷/吉園圃驗證	返鄉青年/ 高雄青農聯誼會會長
38		彌陀區 孫家菜園	孫佳輝 (蔬果)	自然農法耕種/糙健康企業社」供應食材	當季蔬果/ 一級產
39		燕巢區	胡進成	農場採取草生栽	休閒農業/

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
		靜園農場	(蜜棗)	培/產銷履歷驗證	返鄉青年
40		阿蓮區 做實囡仔	陳坤山 (橙蜜番茄)	高雄青農聯誼會 副會長	只從事一 級產業
41		大樹區 蜂巢氏生物科技 有限公司	吳宜珍 (蜂蜜)	家族企業轉型生 物科技公司/品牌 多角化發展	高雄型農/ 通過清真 產業品質 認證
42		六龜區 梅山春	顏芷芸 (梅子/加工品)	梅園管銷種植/維 護生態環境	108 年日本 交流學員
43		六龜區 巨林好果鋪	王芊尹 (鮮果乾)	農產品生產追溯 系統/鳳梨果肉特 地採取厚切手法	返鄉青年 /88 風災害
44		田寮區 辰農農業工作 室	林慶揮 有機鳳梨、有機 玉米	高雄百大青農/有 機種植	鳳梨、雜 草、獨角仙 「果園三 寶」/推廣食 農教育
45		燕巢區 燕巢觀水農場 蜜棗園	李秀雲 (芭樂、棗子、 香蕉)	農園採果前導覽 解說採果或水果 加工體驗	食在安心 市集
46		淨綠農園生產	余敏仲	斯布特芽田創辦	返鄉青年/

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
		合作社	(有機芽菜)	人/淨綠農園生產 合作社理事主席	規劃發展 觀光工廠/ 推動農業 科技化
47		路竹區 文北社區 采芳米-自然 好誠食	王興麒 (稻米)	高雄百大型農 / 有機米、有機胚 芽米	返鄉青年/ 稻米的小 旅行
48		旗山區 臺青蕉香蕉創 意工坊	王繼強 (香蕉)	產業跨域組織	返鄉青農
49		阿蓮區 田力溫室農場	高世男 (玉女蕃茄、美 濃瓜)	產業品牌	返鄉青農
50		思原農園	羅條原 (蜆菜共生)	研發建置蜆菜共 生之生態植栽	108 年日本 交流學員
51	屏東縣	建山社區 牛奶與蜜之地 有機農場	杜司偉 (香水金針)	產業跨域組織	106 年日本 交流學員
52		枋寮鄉 芒果好吃	董昱劭 (芒果及其加工 品)	一、二、三級/各 大實體通路及電 商/外銷	106、107、 108 年日本 交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
53		佳冬鄉 樂漁 8	陳右穎 (龍膽石斑、午 仔魚)	一、二、三級/新 南向大使	107 、 108 年日本交 流學員/青 年回留計 畫
54		崁頂鄉 久盛農場	陳安茂 (紅豆、稻米、 玉米、玉米筍)	產銷履歷/百大農 青/無毒農產品	夫人曾參 加 106 年日 本交流
55		內埔鄉 茂和農園	張婉儀 (有機蔬果、小 黃瓜)	除與秉諺合作／ 另與謝孟翰開新 鮮市	107 年日本 交流學員
56		內埔鄉 自然果鋪	何秉洋 (鳳梨)	鳳梨神農獎/農企 業/鳳梨外銷	107 、 108 年日本交 流學員
57		里港鄉 雨果可可	蘇一明 (巧克力)	跨域案青農/ICA 可可大賽獲獎	107 年日本 交流學員/ 返鄉青年
58		東港鄉 福灣莊園	許華仁 (巧克力)	跨域案青農/與社 區互動良好	返鄉青年
59		高樹鄉 寶島南方棗	潘志民 (棗子)	青農推薦/棗子神 農獎	107 年日本 交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
60		TC 巧舖	邱濬宇 (可可樹)	可可加工製成進而帶在地產業觀光	108 年日本交流學員
61		屏東縣 青年農民聯誼 會佳冬鄉分會	楊鈞賀 (蓮霧)	關懷土地，提供 安全食材	108 年日本交流學員
62		屏東市 健安畜牧場 田庄好蛋	洪翊修 (雞蛋)	產業品牌	107 年日本交流學員
63		內埔鄉 茂和農園	羅秉諺 (小黃瓜、番茄)	開設田中央直賣 所	106 年日本交流學員
64		農往直前發展 協會 萬金畜牧場	陳建福 (肉雞)	開設田中央直賣 所/農網直前	108 年日本交流學員
65		萬巒鄉 耕心好食 好 物共好平臺	李家榮 (神秘果酵素)	產業品牌	返鄉青年
66		滿洲鄉 丁丁沁園美村 菇	丁采倫 (雨來菇)	產業品牌	返鄉青年
67		屏東市 石缸農園	王重鈞 (蜂蜜)	食農教育與在地 國小合作/成立農	108 年日本交流學員

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
				村就業機會	
68		佳冬鄉 樂漁 8	陳啟宏 (龍膽石斑)	樂漁 8 班長	返鄉青年
69		九如鄉 奮蚯蚓農坊	潘麟蘆 (蚯蚓、蔬果)	屏東縣青農聯誼 會會長	107 年日本 交流學員
70		屏東市 東估農物	林東詳 (檸檬)	有機農產品/手作 果醬、檸檬乾、 檸檬片	屏東農業 大學
71		屏東市 新鮮市	謝孟翰 (紅龍果)	發酵的咖啡渣當 肥料	106 年日本 交流學員
72		萬丹鄉 竹林有機農場	黃淑女 (葉菜、加工品)	有機農場品牌行 銷/生鮮產品(一 級產業)提昇至 農產加工食品 (二級產業)	慣行農法 轉成有機 農業的寶 貴經驗/吳 寶春師傅 搭配甜菜 根蔬菜麵 包
73		內埔鄉 母子果-良耕 農場	黃語宸 (檸檬)	自然農法栽培下 的生機檸檬	

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
74	澎湖	湖西鄉 淺潮海味魚舖	許政忠	生態保育/觀光休閒/澎湖區亮	
75		深耕文化工作坊	劉馨榕	社區生活劇場工作坊 (H I 劇團) /澎湖區亮	青年回留計畫
76		島編有潮事	洪瑀蓁	編織草鞋/草鞋吊飾 DIY	青年回留計畫
77		離島。出走 工作室	楊馥慈	產業跨域組織/澎湖區亮	青年回留計畫
78		南寮社區	陳有擇	社區生態綠遊/環境教育/澎湖區亮	小農市集
79		O2 Lab 海漂實驗室	唐采伶	環境教育、淨灘/ 澎湖區亮	
80	金門	草根果子	黃士恩	結合漢方養生與傳統的創新味 蕾，純素可食用的滷味以及茶飲 和手做饅頭	青年社區 參與行動 (教育部青年勞動 署)、彎腰 青年(澎湖 農田復甦 計畫)
81		金盤山-金大	翁慶佑	百花蜂蜜/金門區	金門青年

項次	地區	單位	具發展潛力之 青農(產業)	基本簡介	備註
		地養蜂場		亮	餐飲業輔導計畫
82		烈嶼嘉年華冰菓室	陳家揚	老屋裡賣起冰菓、風味料理、高粱調酒，以及家鄉特產商品/西方市街文化導覽	
83		小島良采(金大益商行)	何紀震	有嘅菇場/金門區亮	
84		敬土豆	王廷頌	文化工作室/返鄉青年	青年社區參與行動(教育部青年勞動署)

資料來源：本計畫彙整

以下為本團隊於 107 至 108 年度挖掘之潛力青年之資訊，並透過親自走訪，瞭解其現有資源及產業狀況。

(二) 實地走訪分析

1. 臺南市東山區-番社蔬果聯盟

(1) 產業類別

A. 一級產業:有芒果、椪柑、柳丁、龍眼、荔枝、洋香瓜、紅龍果、鳳梨、香蕉、玉女番茄、玉米等。

- B. 二級產業:芒果青(乾)、桂圓、紅龍果乾、鳳梨乾、草莓果醬、軟糖、水果吐司等加工發展。
- C. 三級產業:擁有自然的美景、豐富的農特產等傳統產業以及南臺灣最大蝙蝠洞，本區已發展成極具魅力的休閒農村，成為近年來國人的旅遊勝地，目標發展成生態農業示範區。

(2) 社(地)區青農

- A. 林俊儀：交通部觀光局任職長達 16 年，2015 年下定決心辭去西拉雅國家風景區管理一職，和弟弟林俊緯一同成立農場「哆囉嚨生態農莊」，農二代，加上對紫斑蝶的研究，於是在有機栽培與傳統農法間取得平衡務實路線—友善種植。
- B. 王荳耿：工廠技工做了十多年，2016 年改拿鋤頭種植紅龍果，雖然務農時間不長，但極具實驗精神，落實草生栽培法，適度保留雜草在田間。
- C. 蘇俊波：家中從事運輸業，每晚出貨前往高雄、鳳山果菜市場，對市場行情瞭若指掌，於聯盟內負責貨運與宅配。
- D. 林俊緯：農夫的另一個身分是貨運司機，載運石灰、有機質肥料...等農業資材全臺跑透透，而早年從事汽修工作鍛鍊出的機械底子，團隊成員的資材採購及農機維修都由他負責。
- E. 林育賢：求學時期主修生態與農業，在課堂上幻想著兩者如何契合，2014 年移居臺南楠西投入果樹

栽培，嘗試將當年的幻想慢慢修正、實踐。

(3) 產業現況

目前推廣產業主要為火龍果，亦有鳳梨、番茄、美濃瓜、洋香瓜，火龍果約 4 甲地，鳳梨約有 4 分地，亦有溫室栽培管理之空間，自營官方網站作為行銷推路，具中興大學 ND 零檢出驗證。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 採草生栽培等友善環境的耕作方式，堅持不用除草劑、科學化施肥及無農藥殘留，友善耕作。
- B. 與嘉義大學園藝系及曾文農工產學建教合作，成立實驗區，培養青年農民。
- C. 成立加工廠，與嘉義大學合作加工技術，做水果後續烘焙加工，包含水果吐司、蛋糕及各式果乾。
- D. 番社團隊隨時至各改良場及學校單位進修，以期精進栽培技術。
- E. 朝向作物多樣化發展，以拓展客戶群及銷售量，行銷通路統一官方網站管理，單一窗口以掌握客戶名單。
- F. 將產銷履歷驗證機制導入生鮮蔬果及加工品。

2. 臺南市學甲區-幸福良食 劉育承

(1) 產業類別

- A. 一級產業:主要農產品有水果玉米、玉米筍、黑豆、梅子、柚子、雜糧、番茄。

B. 二級產業:黑豆茶、梅膏、酵素、柚皮糖。

C. 三級產業:各式農產販售至連鎖餐飲企業(王品集團)。

(2) 社(地)區青農

劉育承大學念化學系時已在補習班任教，畢業後在臺北補習班擔任主管，7 年前因務農的父親身體出狀況，他辭去補習班的工作回鄉，入選農委會第一屆百大青農，出任第一屆臺南市青農聯誼會會長，也獲選為行政院第一、二屆青年顧問團成員，2015 年設立幸福良食經營農產品加工，七年來承租種植面積從 80 公頃擴展到 300 公頃以上，當年的務農新手如今已是農業達人。

(3) 產業現況

目前專植玉米、黑豆、小麥、地瓜、番茄，堅持不用藥，為了有利田間管理，小麥採用「條播法」栽種，也出品番茄汁、黑豆水、醬油等加工產品，並舉辦農食教育體驗活動。學甲區為臺灣小麥重要產區之一，全區種植面積達 110 公頃，劉育承種植約 4 公頃，產量約 4 噸。曾與喜願契作，目前自行官網及電商通路合作，亦與王品集團洽談供應中。水果玉米銷售金額約 5 臺斤 550 元，黑豆水茶包一包 10 入 220 元。與高雄美濃烘焙坊合作種植提供小麥，並帶領有意務農之青年，提供打工換宿，傳承經驗，亦打造庇護農場，提供更生人、二度就業婦女工作機會，配合社區大學進行食農教育。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 改善農村缺工及青年返鄉問題，建議盤點各農產業及農民農閒時間。
- B. 與鼎弘活動規劃工作室共同研擬食農教育推廣計畫。
- C. 規劃為在地青農開辦「農業成本及定價策略」課程。

3. 屏東縣內埔鄉-茂和農園 羅秉諺

(1) 產業類別

一級產業:主要作物為有機小黃瓜，另外種植有機葉菜類、小番茄、紅藜等等，園區主要以一級產業為主。

(2) 社(地)區青農

- A. 羅秉諺：屏科大農園系畢業，農委會輔導第 3 屆青年農民，對農藥過敏，最初在有機公司工作，深刻體會在食安問題不斷下，有機農業是未來趨勢，於是承租近 1 公頃的土地從事有機耕作，同時邀集 14 位志同道合的青農組成有機蔬菜產銷班，供應屏東中小學有機食材，包括高麗菜、小松菜、地瓜葉、小黃瓜、苦瓜、絲瓜、白菜、萵苣等。
- B. 張婉儀：77 年次屏東萬丹鄉人，大學時期在花蓮念企管，家中非農事背景，回屏東短期擔任行政工作後轉換跑道到符合她親近大自然個性的農業，參加職訓局相關課程，學習新型態農業知識，發現自己對行銷、銷售通路等較有興趣，於是應徵至有機蔬菜公司擔任行政工作，配合工作需求，也常常需要

到園裡幫忙，越熟悉實務的農業生產工作，她也對務農更有興趣，便開始了青農生涯，與羅秉諺共同創立「農夫好朋友」品牌。

(3) 產業現況

除推廣農產品為蔬果及雞蛋，行銷通路包括連鎖生機超市、百貨公司超市、市集以及校園營養午餐共應，具有機農產品驗證(轉型期)；羅秉諺與張婉儀也與屏東縣青年農民在屏東市區成立生鮮直販所——「新鮮市」、「田中央」，除販售屏東地區新鮮農特產外，也販售南部地區青年農民之農特產級加工品，以多元模式行銷在地產品。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 預計推動食農教育結合園區有機之理念。
- B. 與屏東科技大學農業相關科系合作，培育新農人。
- C. 與科大學生培育各式新品種，如粉紅番茄。

4. 臺南市新化區-吉禾農作 林健祐

(1) 產業類別

- A. 一級產業:主要作物為有機薑黃、雜糧及咖啡。
- B. 二級產業:薑黃粉、薑黃滴粒、蔬果乾。

(2) 社(地)區青農

林健祐憑藉在科技業的歷練，專長組織運作管理，協助農會務的推動。有感於農民在投入農產行銷的過程中，即便產出高品質農產品，苦無穩定市場，故匯聚眾

人群策群力等各方資源主動出擊，打入南科園區通路。也接洽各優質農產品展售通路合作機會，發揮團隊合作生命體概念，透過共同品牌以行銷在地優質農產品。並堅持以友善大地的生態農法種植紅藜、咖啡、雜糧、薑黃等農產。

(3) 產業現況

以地產地消、友善土地永續經營的概念，師法自然農作建立優良的環境生態鏈，生產農產品以食用健康養身為導向，農產品包含了紅薑黃粉、咖啡豆以及紅藜等透過設立「吉禾農作」共同品牌以行銷在地優質農產品。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 於九月與臺南青農聯誼會之部分會員成立「吉禾農產運銷合作社」。
- B. 成立「康蔬美生技公司」主要進行無毒薑黃加工及蔬果乾製作。
- C. 串聯臺南青農聯誼會會員，強調資源共享、不全部栽種相同作物，以維護小農之利益。

5. 屏東縣九如鄉-奮蛭蚓農坊 潘麟靈

(1) 產業類別

一級產業：生物炭權、蚯蚓推廣及魚菜共生，作物以芒果為主，瓜果菜類為輔，並同時養殖蚯蚓與自產蚯蚓糞肥使用，以蚯蚓、蝸牛、蜻蜓、麻雀為生物指標。

(2) 社(地)區青農

潘麟靈為前任屏東青農聯誼會會長，以自然安全農法，友善環境，生態共存，社會公益理念經營耕種，2018年擴大友善耕作生產面積與推動轄內青年農民創就業與農業勞動力整合，爭取青年農民相關權益與尊嚴形象提升。連續兩年於屏東熱帶農業博覽會推動食農教育與農產行銷。

(3) 產業現況

以蚯蚓耕耘與熱情好動的精神在不同的鄉鎮走動關懷；認為農業本身就是帶有社會責任的事業，透過學以致用且熱心助人理念，陸續協助身心障礙社服團體建置庇護農場與生態講解活動，並實際參與農地耕作推廣。農民學院相關輔導研習時數 1167 小時，兼職農夫 7 年，專職農夫 3 年。自有和承租共計 9 分地，投入芒果、花胡瓜、蓮霧，種植與推廣蚯蚓生態友善耕作，採草生栽培友善耕作管理，強調生態共存無殘留為最終目標。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 循環農業蚯蚓生態推廣，受到農友及相關媒體重視，在農閒之餘
- B. 主動進入國中小學參與推動食農教育、生態講解。
- C. 合作投入魚菜共生循環產業，年產臺灣鯛 100 公斤，主要進入
- D. 生鮮市場。
- E. 協助農業相關推廣協會(魚菜共生協會、生物炭胺基

酸協會)成立、運作。

6. 屏東縣佳冬鄉-樂漁 8 陳右穎

(1) 產業類別

- A. 一級產業: 龍膽石斑、青斑、午仔魚、赤鰭笛鯛、星雞魚、金錢魚、白蝦、草蝦。
- B. 二級產業: 冷凍魚塊(片)、魚丸。
- C. 三級產業: 觀光漁場、食農教育、漁村導覽。

(2) 社(地)區青農

- A. 陳啟宏: 目前為產銷班班長、第三屆的百大青農，大學唸的是新聞，過去都在都市裡從事媒體相關工作，八八風災後，看到家鄉受到重創、父母親又年邁，於是決定返鄉，如今他已是「樂漁 8」的行銷高手，帶著班員往前衝。
- B. 陳右穎: 第四屆百大青農，以尊重土地，守住農業永續價值核心，並改變和創造產業實質正當性，務農是高尚受尊敬的職業。目前為屏東佳冬鄉養殖水產產銷班班員協助食農教育、展售等。

(3) 產業現況

成立「屏東縣佳冬鄉水產養殖產銷班第 8 班」，並創造了品牌「樂漁 8」。目的就是要提供如早期回港漁船上鮮美漁獲般的養殖水產品，媲美新鮮還要新鮮，並以滿懷感恩的心情，經用心呵護養殖的水產品懷抱於胸前呈獻給您。希望消費者能買到屏東養的優質魚產品，

而不是只能在餐廳吃到，樂漁 8，從產地把關，配合政府政策執行集團式「水產品溯源 QRCode」、「產銷履歷認證」與「屏東優質水產在的標章」，做初步的切片和冷凍加工，讓消費者在家就可以輕鬆吃到屏東優質的魚。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 為屏東縣水產養殖銷班中目前唯一導入共同品牌、共同行銷與採購加工的產銷班。
- B. 將傳統水產魚貨加工處理創造利潤並持續參展推廣給消費者。
- C. 降低生產成本導入節能水車且運用智能科技減少人力成本。
- D. 規劃食農教育與體驗活動讓消費者近距離知悉養殖水產品的安全性與養殖業者的辛勞。

7. 屏東縣內埔鄉-健安畜牧場 洪翊修

(1) 產業類別

- A. 一級產業:放牧雞蛋。
- B. 二級產業:放牧雞滴雞精。
- C. 三級產業:食農教育。

(2) 社(地)區青農

洪翊修父母本身已養雞起家，秉持著人道飼養的理念，希望能保有雞隻行為天性，讓母雞在自然的環境上自在生活並以一條龍的方式投入行銷農產並開拓市

場。對於父母的想法，身為子女相當贊同，深知此份工作需要大量的人力，便與妹妹共同返鄉協助家業轉型並結合所學，開創品牌「田庄好蛋」及通路，發揚友善畜牧的理念。

(3) 產業現況

父母投入養雞工作已逾 40 年，因爸爸經驗豐富且飼養的品質優良、管理妥當，在業界算是小有名氣，因此藉由父母的經驗傳承並結合兄弟姊妹所學（工業設計、大眾傳播），將父母畢生的心血優化，同時自行設計包裝、紙箱、DM 及海報，創立「田庄好蛋」品牌並積極開拓通路、參與全臺農業市集活動、講座活動，直接面對消費者傳達我們的品牌精神及飼養理念。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 透過展售說明自身蛋品飼養方式級品牌精神藉以推廣自家產品，期望能開發多元通路。
- B. 現在已有北部數個連鎖有機通路、南部有機商店以及個人烘焙業者販售或使用著田莊好蛋。
- C. 獲得中央畜產會產銷履歷農產品驗證。

8. 高雄市旗山區-Eureka 檸檬 莊承翰

(1) 產業類別

- A. 一級產業:黃、綠檸檬。
- B. 二級產業:薑糖檸檬、檸檬乾、酵素、清潔劑。

(2) 社(地)區青農

莊承翰從小就喜歡越野單車，幸運的是，從讀書、當上冠軍國手與百萬年薪的自行車業務，都與這項興趣相關，過著幾乎是無憂無慮的勝利組人生。返鄉從農初期，從栽培生產；果園管理、經營銷售一切從零開始學習，目前已可獨立作業，並有自有品牌級通路-悠綠客農產，他以檸檬品種名稱 Eureka 作為自創品牌，行銷黃檸檬與手作檸檬乾，兩公頃的果園產量供不應求。

(3) 產業現況

臺灣檸檬栽培面積月三千公頃，年生產量約 3.5 萬噸，生產季節集中於夏季，導致檸檬市場供過於求，悠綠客農產發現臺灣黃檸檬的市場需求，便投入研究黃檸檬的生產，希望未來臺灣本土產黃檸檬可以取代進口。銷售通路由原先的果菜拍賣市場及行口代銷，目前已經百分百由自己的通路完成銷售，主要通路有宅配、餐廳、電商、市集等等。除鮮果外，也投入加工製品，目前希望研發與以往既定印象中的檸檬乾、醋、酵素等加工產品，正投入研發檸檬油、檸檬醬油等有別於一般市場的加工品。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 希望透過產、官、學合作，研擬更適合黃檸檬之種植環境及技術。
- B. 預計推動食農教育，使國人對黃檸檬更加瞭解。
- C. 以自創品牌積極推廣各大通路，目前有電商及全聯等通路，已改版其包裝設計，以符合現代人需求。

9. 臺南市東山區-山頂壯圓 陳昀鎂

(1) 產業類別

- A. 一級產業:龍眼、酪梨、柳丁、香蕉。
- B. 二級產業:土窯柴焙龍眼乾、桂圓酥。
- C. 三級產業:食農教育、農村體驗小旅行。

(2) 社(地)區青農

陳昀鎂大學畢業後，就讀中興大學生物產業管理研究所，希望能在學理上更瞭解農業，開始理解農業管理、以及農業地區品牌的重要性並實踐食農教育與社區支持型農業的農夫市集，瞭解休閒農業對於六級化農業的重要性。畢業於中興大學生物產業管理研究所後，獲選為第二屆百大青農並自創的土窯柴焙龍眼乾品牌「山頂壯圓」。

(3) 產業現況

2017 年成立專植土窯柴焙龍眼乾的產銷班，龍眼種植面積擴充到 10 公頃，專植龍眼產業，年產值約 500 萬，有極大成長空間。主要從事農產品品牌行銷推廣、農產品一級生產與加工，以自創品牌「山頂壯圓」來行銷包裝桂圓，目前已經在四家知名電商平臺上架(如臺灣好農、一籃子、食在安、Superbuy)，在博客來、momo 商城都可以看到產品，另外實體通路部分則是在臺灣樂菲有機超市、有機緣地、裕毛屋、新光三越上架，在銷售上皆有不錯的營業額，也與多家知名烘焙業者合

作提供桂圓原料(如吳寶春麵包坊)。並持續開發新品，創新產品創造銷售成績，利用土窯柴燒桂圓肉製作的地瓜酥，半年熱銷五千包，利用土窯製作的土窯柴焙玉荷包乾，是一個極具在地特色的產銷班，專職生產龍眼、土窯柴焙加工製作龍眼乾。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 持續開發龍眼相關加工品、並擴增其通路。
- B. 希望強化自家品牌，以臺南東山土窯柴燻龍眼乾的地區品牌概念，與進口龍眼乾做出區隔，傳承真正的傳統土窯柴培龍眼乾。

10.臺南市將軍區-相交蘆筍 黃昭穎

(1) 產業類別

- A. 一級產業:溫室蘆筍、玉米、蔬菜。
- B. 二級產業:蘆筍下腳料之加工產品。
- C. 三級產業:食農教育。

(2) 社(地)區青農

黃昭穎剛從農的時候，在多方面的評估下選擇了高經濟作物「蘆筍」為主要作物。因為一開始什麼都不懂，就跟爺爺學慣行農法，雖然爺爺務農經驗幾十年，但卻沒種過蘆筍，於是四處拜訪蘆筍種植戶，幸得鄉下地方，人人皆熱心，對於我這個剛入門的新手，熱情的教導，但是在一次噴灑農藥的過程中，不小心地吸入了農藥，百般難受，於是毅然決定要把安全健康帶給大家，

對自己好，對土地好，對消費者也好。

(3) 產業現況

目前綠蘆筍種植面積為六分地，有 1.9 分地為簡易型設施蘆筍，另外的 4.1 分地為露天蘆筍（於颱風天時需特別注意排水問題）。今年確定會再增加 2.5 分地的天窗型 H 鋼加強型溫室設施種植蘆筍。目前也與將軍社區發展協會合作，將軍區網室蘆筍一年四季都有產量，經過分級包裝，裁切後淘汰的「蘆筍下腳料」，營養依舊，卻無市場價值，往往只能丟棄。這些新農人以巧思開發出蘆筍湯底、蘆筍汁等食品；也透過農業旅遊行程，讓遊客認識食材、認識農夫，親自感受大地孕育出的新鮮好滋味。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 持續與將軍社區發展協會合作，推動食農教育。
- B. 希望解決目前蘆筍分級包裝的人力問題。
- C. 積極開發蘆筍加工品。

11.屏東縣里港鄉-小雨果巧克力農場 蘇一明

(1) 產業類別

- A. 一級產業:可可。
- B. 二級產業:可可堅果仁、巧克力。
- C. 三級產業: 可可樹導覽、巧克力製作過程講解。

(2) 社(地)區青農

蘇一明原在高雄的廣告行銷公司上班，家中務農，

因父母身體老邁，無法承擔繁重工作，他不願田園荒廢，於是辭去工作返鄉種田；從城市回歸鄉村生活，心中雖有掙扎，但他仔細盤算，既然要種田，就要符合時尚流行趨勢，朋友於是介紹他種「可可」。蘇一明說，剛開始還不曉得可可是什麼東西，後來知道可可是巧克力的原料後，他覺得很新鮮，於是徵得家人同意，在原本的檳榔樹下種可可。

(3) 產業現況

自六年前開始種植，原以可可果莢採收給予他人收購，後而在一年多前創立自由品牌，並開始簡易加工，直至目前擁有十來樣加工商品，現與其他加工職人合作開發與生產現有產品，目前專注在產品包裝設計與行銷，目前經營狀況尚可，但由於原料成本、加工成本、人事成本、包裝成本以獨立小農品牌來講皆屬高成本，加駐在產品售價上實屬高價品，導致銷售額高利潤低的情況，亦想結合做聯合品牌以降低上述所講之成本，難度甚高，無資本啟動實體店面，也無常態性固定展售場可進駐，銷售評估上沒有穩定銷售金額可作為數據參考，導致推廣相關產業上要吸引其他小農加入實屬說服力不足。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 配合政府政策，逐年砍檳榔，讓可可長得更茂盛
- B. 與屏東地區可可農成立產銷班，行銷屏東可可。
- C. 積極開發臺灣專屬可可加工品，並參加展售會推

廣。

12.臺南市玉井區-牧果 陳南和

(1) 產業類別

A. 一級產業:黑豆、甘蔗、芒果、薑黃。

B. 二級產業:薑黃粉、黑豆茶、黑糖塊。

(2) 社(地)區青農

陳南和為現任臺南青農聯誼會玉井分會會長及第四屆百大青農，從 102 年開始回到家鄉開始務農，種植 20 多甲的甘蔗，因父親原本就是從事代耕所以有大型農業機具，所以相對比傳統種植甘蔗的方式會輕鬆許多，目前已是南臺灣最大的甘蔗種植戶。

(3) 產業現況

臺南玉井是水質保護區，石灰岩風化的沙質土壤，具有得天獨厚的甘蔗種植環境。嚴選高糖，耐旱特性的「ROC-16」甘蔗品種，從栽種施肥、除草藥劑選擇，都由友善土地為前提。初春正是臺南玉井的甘蔗採收旺季；清晨 6 點，陳南和與農工們，在蔗林來回穿梭，悉心將蔗葉及蔗尾不甜的地方全砍掉，預計完成 100 公噸甘蔗契作。陳南和的甘蔗田，最近被微熱山丘相中、契作，做為開發 7 年後推出的第二個產品「蜜豐糖蛋糕」的原料。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

A. 持續開發蔗糖加工產品、並穩定其品質。

B. 與酒廠合作，研發甘蔗酒品。

C. 積極拓展各類型通路，如電商、實體商店。

13.屏東縣枋山鄉-芒果好吃 董昱劭

(1) 產業類別

A. 一級產業:芒果、蓮霧。

B. 二級產業:芒果乾、蓮霧乾、芒果冰棒。

C. 三級產業:觀光果園。

(2) 社(地)區青農

農友董昱劭是枋山觀光農園第二代老闆，大學畢業在臺北都市上班，因父母年紀漸大，果園需注入新活力，於是放棄都會生活返鄉田野農耕，由都會生活歷練讓他勇於改變老輩作法，栽培管理堅持不催花、不施化肥、不施除草劑，注重安全用藥；通路銷售不走傳統拍賣市場，改走宅配及網路行銷，並自創品牌 Mango House（取諧音：芒果好吃）。

(3) 產業現況

通路的開發並不容易，從親友開始作起，拜託人買、寄給人試吃，通路、知名度逐漸打開，近幾年已有通路商找上門尋求合作；對品質嚴格把關以維護商譽，次級品加工製成芒果乾，以低溫真空乾燥方式，不加糖和香料，口感較脆、風味獨特，另只加牛奶和芒果製成芒果冰淇淋，吃起來格外消暑；今年又推出新口味，將鳳梨汁結合芒果青製成冰棒，口味堪稱一絕，期待消費

者到農園共享。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

A. 積極推廣自家芒果產品、並參加各式展售會。

B. 提升食安全保障，進行產銷履歷驗證及有機驗證。

14.臺南市將軍區-地利小食 徐麗敏

(1) 產業類別

三級產業:在地餐廳、食農教育。

(2) 社(地)區青農

28 歲的徐麗敏是屏教大文化創意產業學系畢業，在多家公司擔任行銷企畫的職務，因擔憂人口的外移與老化，同時也看見產業的特色與潛力，覺得該做些事讓故鄉更好，於是辭掉工作回到故鄉定居，用 2 年時間做田野調查，並在農會、社區發展協會及民眾協助下，規劃出兩天一夜的深度旅遊，帶遊客到青山漁港喊魚、體驗串蚵、欣賞扇形鹽田、參觀肥皂廠、手作牛蒡麵等。

(3) 產業現況

目前徐麗敏與蔡仕霖夫婦將農會閒置空間承租，除了協助推廣新農人農產及推動社區發展，並開設「地利小食」餐廳，餐廳開幕以來，帶著超過百位民眾下田體驗，現場洗滌自採蔬果，直接放進蘆筍湯底烹煮，讓民眾體驗從產地到餐桌的鮮甜，遊客放慢腳步發現不一樣的將軍。他們不僅努力推廣將軍的產業觀光，同時也召集各地青年來到將軍，除了有臺南市周邊科技大學學生

駐村外，也召集了返鄉青年共同推廣將軍產業。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 串聯多方資源，持續發展綠蘆筍產業。
- B. 將產業資源結合社區媽媽及銀髮族，創造資源共享。

15. 高雄市旗山區-芳境農場 許倫肇

(1) 產業類別

- A. 一級產業:荔枝。
- B. 二級產業:荔枝乾、荔枝酒、荔枝果醬。
- C. 三級產業:觀光果園。

(2) 社(地)區青農

芳境農場位於高雄市大樹區，身為農場第三代經營者，許倫肇堅守家中愛土地、愛永續、愛生態、愛滿分的精神，致力生產安心又美味的玉荷包。在農場的管理上，秉持「關懷土地」與「永續經營」的理念，堅持不用除草劑，使用機肥料，並特製成植物喝的優酪乳，成就一粒粒甜美多汁的玉荷包荔枝，果肉飽滿、品質絕佳，一次又一次榮獲冠軍獎、特優獎、優良獎，並通過吉園圃安全認證，讓消費者吃得安心又健康。

(3) 產業現況

農場不僅導入生產履歷，並成立產銷班，將農產品生產作業流程標準化，輔導產銷班的每位小農生產出品質穩定、優良的產品與農產加工品，成功行銷國際市

場，目前已外銷至日本、香港、新加坡等國，許倫肇懷抱著讓臺灣玉荷包揚名國際的理想，立志在未來開拓更多通路，要將大樹玉荷包的美味名揚國際。目前並與國內酒廠合作研發出口感極佳的玉荷包啤酒，以及與型農合作推出玉荷包果醬，每一步的創新都用心投入，要讓消費者能在四季都嚐到玉荷包的好味道。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

A. 持續開發荔枝多元加工產品。

B. 拓展多元行銷通路。

16.屏東縣內埔鄉-自然果鋪 何秉洋

(1) 產業類別

A. 一級產業:鳳梨。

B. 二級產業:鳳梨果乾、鳳梨果醬、鳳梨酥。

(2) 社(地)區青農

屏東縣內埔鄉的田野間，每年 3 月開始總是金黃一片，30 幾甲的鳳梨田，是何秉洋投入鳳梨種植 17 年，一步步努力打造的規模。何秉洋曾經以水電為業，26 歲決定回嘉義向父親學種鳳梨。原本，他在故鄉已有農地，但與家住屏東的妻子沈宜蓁結婚後，發覺此地冬季溫差小、土地大，能擴展種植面積，遂決定在而立之年轉移陣地，他常笑稱：「我是嫁過來的！」

(3) 產業現況

一年半的種植期裡，何秉洋採友善農法，降低化學

肥料與農藥用量。相較於其他農民在果實成熟 3、4 成時便採下，何秉洋會耐心等待鳳梨熟成至 7、8 成才採收，他說：「讓果實內部醇化機制自己運作，鳳梨就會更香更甜、纖維更細。」經年累月的技術本位經營，讓何秉洋的鮮果即便遇上前年農藥殘留風波及去年初的霸王寒害，市場平均售價跌至 1 公斤 20 元，他的鳳梨依然保持 1 公斤不低於 40 元的穩定售價。何秉洋跨足加工，其實是來自沈宜蓁的提醒：「萬一哪天價格崩盤，銷不出去怎麼辦？」將分級後、體型較小的鳳梨加工成果乾、鳳梨酥或牛軋糖等產品。沒有烘焙經驗，又堅持天然製作。

(4) 產業發展優勢及未來策略構想

- A. 開發精緻化通路，並控制產量，維持價格穩定。
- B. 設立自然果鋪自有品牌，強化生產、加工及行銷。

二、針對盤點之合作青農或從事農村相關產業議題之青年，辦理工作坊或討論會議，並邀請業師專家進行偕同合作輔導。

農村再生計畫推動多年以來，吸引許多青年返鄉或留在家鄉務農，並提供他們的專長解決農村產業的問題，本計畫以南部地區角色整合計畫相關資源，針對歷年盤點之合作青農或從事農村相關產業議題之青年，辦理四場次不同通路、面向之媒合會，藉此讓青農們瞭解不同議題拓展視野之廣度及深度。

表 3-2 已辦理工作坊或討論會議場次

項次	日期	名稱
1.	4 月 24 日	臺日交流/好物遴選說明會
2.	4 月 24 日	媒合工作坊(沐旅時光)
3.	5 月 9 日	媒合說明會
4.	9 月 2 日	媒合會(Bell Fresh Co., Ltd 貿易公司社長清水滿代)

(一) 臺日交流/好物遴選說明會

1. 辦理日期：108 年 4 月 24 日(星期三) 下午 1 時 40 分至下午 3 時 00 分
2. 辦理地點：行政院農業委員會水土保持局臺南分局第一會議室
3. 活動目的：辦理轄區內農村好物遴選及優秀場域交流見學說明會，邀集轄區內組織召集青年及社區共同參與，再透過報名表申請並邀請專家學者擔任評審委員後加以篩選。
4. 農村好物遴選指標：

透過報名表(請見附件五)申請並邀請專家學者擔任評審委員，依照農村好物遴選指標加以篩選。

表 3-3 特色農產品遴選活動評選標準

評分項目	占比(%)
在地特色獨特性、故事性及使用本土原料比例	40%
帶動農村社區整體發展之潛力及經營回饋概念	30%
創新技術性、產品環保考量、整體包裝創意美感	20%
產品供應量	10%

5. 臺日農村優秀場域交流見學行程重點說明：

- (1) 館山市役—館山市長與農業部的官方交流
- (2) 直賣所—JA 直賣所體系營運模式
- (3) 一~六級農場產業觀摩—安田農場、千果園、見晴園以不同農產營運模式。
- (4) 日本道之驛參訪—道之驛與當地文化、知名景點、特產有關的各種商業或服務活動，例如農產物直賣所、商店與餐廳等。
- (5) 東京最大糧倉—拍賣市場觀摩(市場進階營運)，從市場通路端至超市的售價。
- (6) 鮮果共選場視察，瞭解鮮果中心營運及如何與農民建立合作關係。
- (7) 都市中的物產館，如何將農產通路推廣至城市當中，與知名品牌合作共創野菜直賣所，從通路終端讓消費者知道食物來源及食之安心，達到食農科普教育一環。

(8) 法人農企業成立觀摩，臺灣也推廣農企業，觀摩不同經營方式，讓青農多方位思考，未來發展方式及建立營運方針。

6. 出席人員：共出席 54 位，詳細名單請見附件。



7. 說明會議程：

表 3-4 臺日交流/好物遴選說明會議程表

時間	議程	主講人
13：40~13：50	與會人員報到	
13：50~14：00	長官致詞	魏勝德 農村營造課 課長
14：00~14：20	108 年度日本交流遴選說明 1. 日本交流見學活動說明與報名須知 2. 優秀場域臺日交流見學重點	臺灣農村發展規劃學會
14：20~14：30	Q&A 時間(日本交流)	
14：30~14：50	108 年度好物遴選說明 1. 好物遴選報名須知與評分機制說明 2. 輔導農產品行銷及通路推廣	臺灣農村發展規劃學會
14：50~15：00	Q&A 時間(好物遴選)	

8. 活動剪影：

表 3-5 臺日交流/好物遴選說明會活動剪影

	
課長致詞	團隊說明今日活動流程與目的
	
參與人員報到	參與人員專心聽交流說明簡報
	
說明 108 年度日本交流見學重點	參與人員專心聽交流說明簡報

(二) 農村優質產品通路展售媒合說明會

1. 辦理日期：108 年 4 月 24 日(星期三) 下午 3 時至 4 時
2. 辦理地點：行政院農業委員會水土保持局臺南分局第一會議室
3. 活動目的：為輔導轄區內社區產業、體驗活動及青年農民之產品增加行銷曝光管道，特邀請沐旅時光陳素燕營運長說明如何協助南部地區(臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣)農村特色產業加強行銷推廣及銷售通路媒合。
4. 媒合通路業者：

表 3-6 農村優質產品通路業者簡介說明表

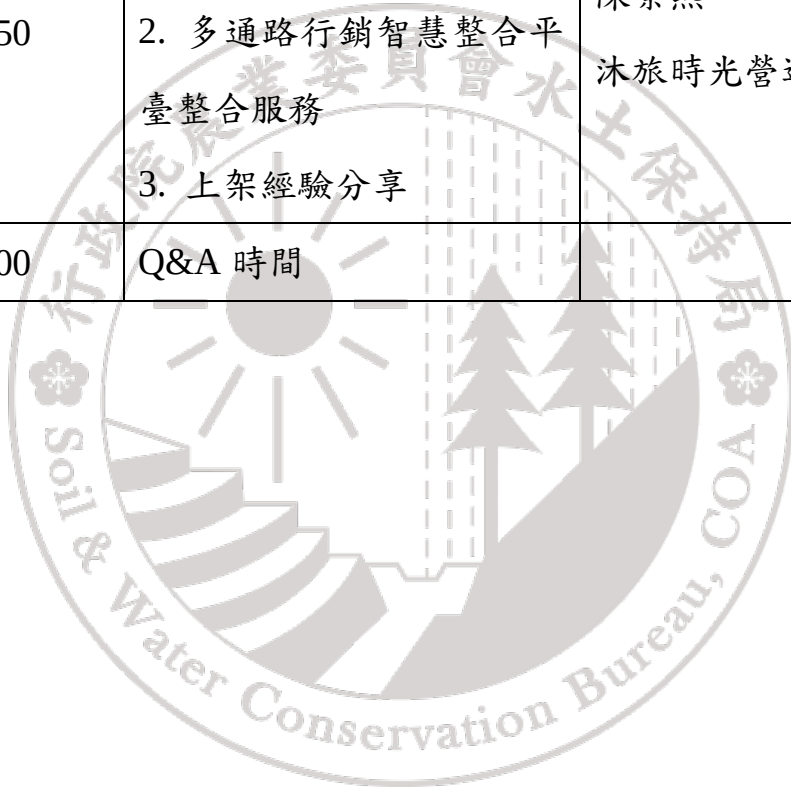
姓名/單位	專長	經歷
 陳素燕 沐旅時光營運長	整合行銷、品牌策略、網路行銷、產品策略、網站營運	沐旅時光 營運長 美麗海洋產學發展聯盟 協同召集人

5. 出席人員：共出席 43 人，詳細名單請見附件。

6. 說明會議程：

表 3-7 農村優質產品通路展售媒合說明會議程表

時間	議程	主講人
15:00-15:10	與會人員報到	
15:10-15:20	長官致詞	魏勝德 農村營造課 課長
15:20-15:50	媒合會重點說明 1. 沐旅時光提供服務 2. 多通路行銷智慧整合平臺整合服務 3. 上架經驗分享	陳素燕 沐旅時光營運長
15:50-16:00	Q&A 時間	



7. 活動剪影：

表 3-8 農村優質產品通路展售媒合說明會活動剪影

	
沐旅時光陳素燕營運長介紹沐旅時光背景及提供服務	沐旅時光品牌介紹
	
沐旅時光品牌介紹	參與人員認真聽簡報及經驗分享
	
沐旅時光陳素燕營運長平臺介紹	Q&A 問答及心得回饋

(三) 城鄉青年媒合說明會

1. 辦理日期：108 年 5 月 9 日(星期四)下午 3 時至 4 時
2. 辦理地點：臺南市長榮大學第二教學大樓三樓 T20314 教室
3. 活動目的：城鄉青年媒合說明會，為協助有志於建構城鄉產業營運平臺之人才，及吸引有志城鄉特色產業之業者回鄉發展，增加在地就業機會，進而促進城鄉特色產業永續營運。以城鄉產業平臺營運之成功業者組成輔導團，透過輔導團隊提出所關注，號召有志於地方發展的青農或社區組織參與實作，以適性適地的指導協助城鄉需求、修正營運模式，將提案構想轉化為可行性方案，並引介、媒合營運所需之相關資源，陪伴在地青農或青年具體推動城鄉事業發展。



4. 講師簡介：

表 3-9 城鄉青年媒合說明會講師簡介說明表

姓名/單位	經營理念	服務項目
 張博仁 責任生產 創辦人	採用無垢生態養殖工法養蝦，以益生菌營造無毒養殖環境，並模擬大自然生態，在蝦池投放龍膽石斑混養、黃金鯧、草魚等魚種，成了淘汰體弱白蝦的天然檢視器，他飼養的白蝦則取得生產履歷認證，並在百貨公司上架，如今由產業個體戶轉作「責任生產」，整合生產業者打團體戰，模式一旦建立，可以擺脫盤商約制，讓利給更多的農家，共蒙其利。	1. 販售白蝦、虱目魚，鱸魚等生鮮商品 2. 責任生產平臺 3. 生產、觀光、休閒整合串聯
 蔡仕霖 苑璟環境整合工	以小草的力量去撼動整個大地場域，以在地藝術創作互動推廣民眾環境美學觀，推廣生態思維以及對土地友善的價值觀。並透過環境設計與規劃，去塑造兼具生態與	1. 深度旅遊環境體驗 2. 在地環境設計與規劃 3. 美學及生態環境教育

姓名/單位	經營理念	服務項目
作坊	景觀美質的大環境，達到改造臺灣土地的目標。	

5. 出席人員：長榮大學學生，共出席 45 人。

6. 說明會議程：

表 3-10 城鄉青年媒合說明會議程表

時間	議程	主講人
13:10-13:20	與會人員報到	
13:20-14:20	媒合說明 介紹地方平臺與媒合機制說明	蔡仕霖 苑璟環境整合工作坊 負責人
14:20-14:50	農村青農返鄉經驗分享	蔡仕霖 苑璟環境整合工作坊 負責人 張博仁 責任生產 創辦人
14:50-15:00	綜合座談	

7. 活動剪影：

表 3-11 城鄉青年媒合說明會活動剪影

	
苑環環境整合工作坊簡報介紹	責任生產張博仁創辦人簡報介紹
	
苑環環境整合工作坊蔡仕霖負責人介紹背景與提供服務	學生認真聽演講分享
	
苑環環境整合工作坊蔡仕霖負責人介紹背景與提供服務	責任生產張博仁創辦人說明發展計畫的元素

(四) 臺日國際通路媒合說明會

1. 辦理日期：108 年 9 月 2 日(星期一)下午 17 時至 19 時
2. 辦理地點：日本大森精品酒店、大田市場
3. 活動目的：實際媒合國際銷售通路，直接與ベルフーズ貿易公司社長會面，瞭解目前國際市場需求(：芒果、花生、荔枝等農產)，不論鮮果或者加工品，讓青農們溝通討論商品有機會露出，未來合作方式及品牌曝光效益。
4. 講師簡介：

表 3-12 臺日國際通路業者簡介說明表

姓名	經歷
 代表取締役 清水満代 清水満代 社長 Bell Fresh Co., Ltd 貿易公司	專門從臺灣進口水果，找到具有許多獨特的產品，例如臺灣香蕉、芒果、荔枝、花生..及相關加工品，整合成禮盒。 http://www.bell-foods.com/index.html

5. 出席人員：108 年度臺日優秀農場域交流參訪成員

6. 活動剪影：

表 3-13 臺日國際通路媒合說明會活動剪影

	
清水滿代社長介紹大田市場商家營運模式	清水滿代社長介紹大田市場商家營運模式
	
青農陳右穎與清水滿代社長合照	清水滿代社長贈禮麝香葡萄

第二節 農村產業合作及交流平臺加值輔導

本計畫今年度以「農舞台」作為南臺灣青年農民策略聯盟品牌，從現代的農村及農業的發展上，我們發現傳統農村已跳脫一級生產功能，也逐漸發展二級加工、三級行銷甚至是六級產業的模式，而更多的永續思維及作法，皆來自於異業的合作與策略的聯盟。因此，「農舞台」核心宗旨，以期望讓有意願投入農村及農業發展之青年們，得以在農村及農業這一個無限可能的舞臺上，以「攜手共創」、「攜手共學」、「攜手共銷」、「攜手共研」作為推展的主軸，盡情發揮其創意為農村開創永續的新契機，便以此命名為「農舞台」。



圖 3-1 「農舞台」品牌推動策略圖

基於上述，有關本計畫輔導之農村產業合作及交流平臺，將以「農舞台」之四大核心主軸，作為發展面向，並依據所輔導之青年農民各

發展面向協助建構平臺之營運模式，作為後續平臺推展之參考依據。

一、針對轄內青農中可以互相合作或偕同運作之經營主體，輔導其擴大產業合作對象及規模。

(一)高雄市旗山區思原生態農場

1. 農場簡介及發展主軸：思原生態農場秉持愛護自然的善念，本著良善的生態循環品牌初衷，打造「共生共存、有機天然」的思原生態農場，期望透過魚菜共生、生態循環的農場，提供安全無毒的蔬果，並推廣友善環境的善念。魚菜共生有機農法(Aquaponics)，是結合水產養殖(Aquaculture)與水耕栽培(Hydroponics)的互利共生生態系統，其利用自然界中動、植物相互助長、抑制之原理，達到自然環境的動態平衡規律，形成一個友善土地的共生循環，期待這樣零排放的低碳生產模式能夠更為人們所熟知，並藉由思原生態農場的教育與推廣，傳承臺灣友善土地、環境之理念。



圖 3-2 高雄市旗山區思原生態農場發展現況圖

2. 提供的服務項目：思原農場提供友善蔬果與水產，以及做聯合南部青農聯合供應蔬果平臺，流通農產品資訊及販售友善農友周邊加工產品。思原生態農場提供食農教育以及

自家餐廳原園涮涮鍋食材，並藉由食物循環概念，整合南部青農商品開發創意料理鍋物，建構產地到餐桌之模式。

表 3-14 思原農場提供的服務

		
食農教育	研發創意鍋物(EX：梅嶺梅子雞火鍋)	火鍋店內擺放青農產品

3. 平臺推動模式：與在地青農合作，共同拉近城鄉距離，農場主人羅條原從循環農業推動循環經濟的概念，結合臺南、高雄、屏東等地區青年農民所生產之時令食材，透過原園涮涮鍋火鍋實體店面的連結，共同加入溯源餐廳平臺，並與各地青農聯手推廣食農教育之生態體驗活動，從異業合作中建構資源共享、共好的商業模式。推動模式如圖 3-3 所示。

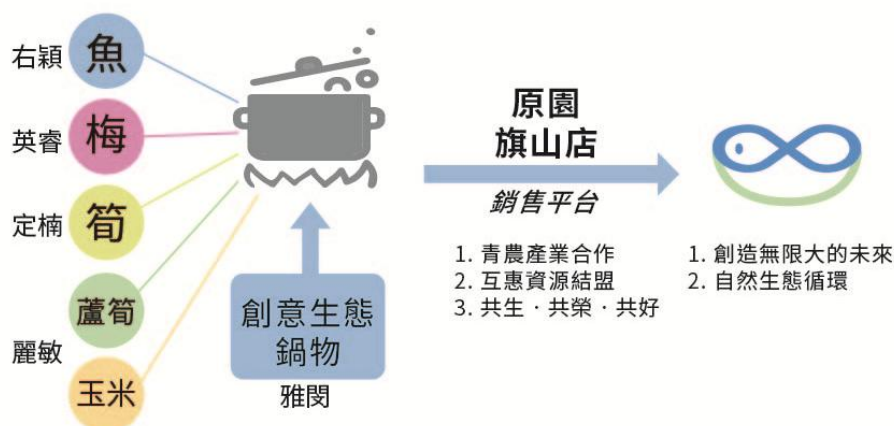


圖 3-3 高雄市旗山區思原生態農場平臺推動模式圖

(二)臺南市學甲食農教育平臺

1. 平臺簡介及發展主軸：臺南市學甲區出發建構區域型食農教育平臺，福豐昕昕農場-賴建良、幸福良食-劉育承、同心力養殖-郭俊瑋、鼎農村試驗教育基地-陳胤丰已經與臺南在地學校共學合作，讓孩子在生活中體驗「親手做」的教育，透過親自參與完整的農事生產、處理、烹調，發展出簡單的耕食能力，進而培養學習者瞭解食物來源、相同的培養家長及自身對於食物選擇能力、養成良好飲食習慣。，如圖 3-4 所示。

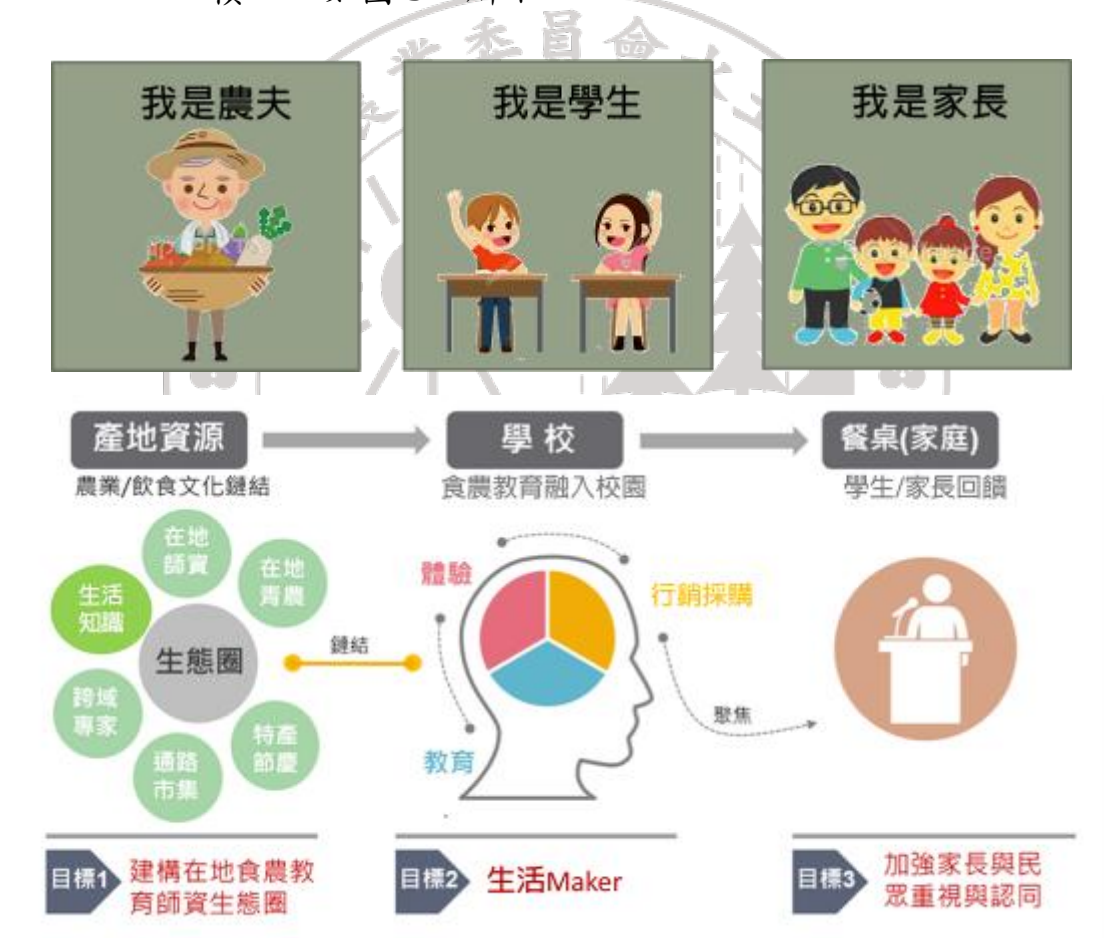


圖 3-4 食農教育平臺架構圖

2. 108 年至 109 年學校名單：

(1) 國小名單：東陽國小、宅港國小、學甲國小

(2) 國中名單：學甲國中、六甲國中、將軍國中、楠西國中

(3) 高中名單：曾文農工、北門農工
大學名單：嘉南藥理大學、遠東科技大學、國立成功大學

表 3-15 教育平臺活動剪影

	
幸福良食宅港國小施肥後翻土	幸福良食宅港國小體驗採收玉米
	
福豐楠西國中進行手工番茄魚丸製作	福豐北門國中體驗採收小番茄
	
鼎農村試驗教育基地體驗教育	鼎農村試驗教育基地農村探索教育

二、針對輔導之經營主體辦理陪伴及增能工作

本次規劃相關課程內容，皆以訪視及調查青農需求進而安排課程的計畫，課程戴青農至金屬加工研發中心瞭解二級~三級產業的農產品加工機械，(EX：健佑需要精油萃取機器、日偉需求低溫乾燥機器、秉洋需求金鑽鳳梨削皮機..等需求)與金屬加工研發中心溝通討論；大多青農仍是針對行銷通路提出需求，如今網路世代，如何在拍攝影片成功銷售產品還能建立青農自我品牌。

另外，針對目前食品法規內容增進自身能量，讓消費者能吃的安心與安全。

表 3-16 增能課程總表

項次	日期及時間	課程名稱	課程說明	授課講師	時數
1	1 月 28 日 (一)	金屬加工研發中心	最新加工設備介紹說明	金屬加工研發中心	2 小時
2	6 月 17 日 (一)	網紅創業	1. 臉書的觸及法則 2. 不同社群平臺特性分析 3. 社群經營法則	冒牌生	6 小時
3	6 月 27 日 (四)	農業行銷	1. 產品行銷分析與實例 2. 品牌行銷操作	黃瑋如	4 小時
4	8 月 12 日	網路行銷短	1. 運鏡技巧及畫面	三實人創作有限公	20

項次	日期及時間	課程名稱	課程說明	授課講師	時數
	(一)	片拍攝技巧	安排	司 魏嘉伶 負責人	小 時
	8 月 14 日 (三)		2. 短片腳本設定		
5	9 月 11 日 (三)	里港農會照顧農民座談會	1. 推動有機及友善耕作 2. 農會輔導	水土保持局臺南分局 傅桂霖 分局長	2 小 時
6	10 月 15 日 (一)	HQT_農場管理與法規	1. TAP 產銷履歷制度介紹 2. 農產品檢測方法解密	環虹錕騰溯源履歷驗證中心 呂彥霆	4 小 時
7	10 月 22 日 (一)	HQT_食品標示及法規解析	1. 農產品初級加工相關規範 2. 食品加工及衛生安全概論	環虹錕騰新速食檢測中心 陳思涵 品質主任	4 小 時
8	11 月 17 日 (日)	食品風險評估基本原理及應用	1. 危害與風險因子分析 2. 食品安全評估範疇與進行方法	國立中興大學食品安全所 林信堂 助理教授	4 小 時
9	11 月 17 日 (日)	食品供應鏈追蹤追溯管	食品追溯追蹤管理系統說明與建立方	川武食品(股)有限公司(大漢豆腐)	4 小

項次	日期及時間	課程名稱	課程說明	授課講師	時數
		理實務	法	李黎津 食品技師	時
10	11 月 23 日 (六)	食品原材料 品質規格訂 定暨採購與 驗收管理實 務	1. 供應商管理 2. 原物料驗收技術 3. 食品原物料追溯 管理	前安永生物科技 (股)公司 陳武郎 副總經理	8 小 時
11	11 月 24 日 (日)	食品業者實 驗室建置與 管理實務	1. 實驗室品質系統 基本規範及設置原 則 2. 實驗室作業程序	黑橋牌企業股份有 限公司 陳世偉研發經理	4 小 時
共 72 小時					

表 3-17 增能課程剪影

	
1 月 28 日金屬加工研發中心介紹	1 月 28 日金屬加工研發中心最新 加工設備介紹說明



6 月 17 日網紅創業冒牌生網紅行銷經驗分享



6 月 17 日網紅創業冒牌生分享不同社群平臺特性



6 月 27 日農業行銷黃瑋如分享產品行銷實例



6 月 27 日農業行銷黃瑋如進行品牌行銷操作



8 月 12 日魏嘉伶實際分享行銷短



8 月 12 日行銷短片拍攝技巧分享

片拍攝技巧	
	
8 月 14 日魏嘉伶解說行銷短片拍攝技巧	8 月 14 日魏嘉伶分享拍攝產品擺放
	
9 月 11 日傅分局長主持里港農會照顧農民座談會	9 月 11 日里港農會照顧農民座談會農民針對農業議題進行提問
	
10 月 15 日 HQT 說明農場管理與法	10 月 15 日 HQT 說明農產品檢測方

規	法解密
	
10 月 22 日 HQT 說明農產品初級加工相關規範	10 月 22 日 HQT 說明食品加工及衛生安全概論
	
11 月 17 日食品危害風險因子分析	11 月 17 日食品風險評估基本原理及應用
	

11 月 23 日食品原材料品質規格訂定暨採購與驗收管理實務	11 月 24 日食品供應鏈追蹤追溯管理實務
--------------------------------	------------------------

青農人力資源的素質是產業發展最重要的因子，有優良的人力素質，才有具競爭力之產業體質教育訓練都十分的注重。藉由增能陪伴課程提昇農業從業人員之專業能力，產品及品牌推廣的工作將更形重要，如何將知識、技術、資訊轉移給農民使用，將農業知識傳遞給農民，並使農民學會利用，來提高農產品的價值及提升農民的農業經營能力，改善農產品品質，進而提高農民的收益。



三、臺日優秀農場域交流參訪

為使青農參訪學習更有效率且收穫豐富，本計畫邀請國發會地方創生委員及山形縣觀光大使謝美微老師帶領，謝老師長期定居日本，主要負責臺灣及日本之間的農業交流及規劃，且對日本六級產業發展及公部門與當地農業、青年的串聯有豐富經驗，相信在謝老師帶領下，必能使青農收益良多共同成長，藉此建立夥伴關係，也能帶動青農於南部地區農產業的創新及升級。

臺日農業發展及地理環境相似，且農業推動資源甚多，有鑒於今年度中央單位所推行之「地方創生」相關政策，起源於借鏡日本為振興地方經濟所推動之相關策略。基此，為瞭解日本推行實際作為與成效，本計畫規劃臺日交流作為優秀場域見習辦理，希冀以「青年農民組織運作」、「產業六級化推動城鄉交流」以及「地域活化」三大大面向，瞭解日本推行地方創生實際作為，並瞭解地方組織如何以獲利的農業經營模式，創造循環式地方經濟，達到區域推動六級化產業及兼顧社會企業之發展願景。

本計畫於 108 年 9 月進行五天四夜優秀場域交流參訪，藉由海外見學及產業新知的帶入，刺激青年有更多想像力及創意，開啟國際視野並將所學所聞轉化為實戰應用策略等，也透過滾動式的推動在農村社區發揮更多創意及創業的可能。

以下為本計畫辦理優秀農場育交流見學之辦法，內容包含推動方法、參訪重點、遴選資格等評選辦法。

(一)辦理日期：108 年 9 月 1 日至 9 月 6 日

(二)參訪地區：日本東京及千葉近郊

(三)遴選辦法

表 3-18 優秀農場域交流見學評選項目

評分項目	評分內容	占比 (%)
青農(青年)參與 農產業程度	評估青農(青年)對產業概況瞭解程度，以及是否具深耕、加值能力，以及擴大產業發展潛力。	50%
產業經營現況 及願景	評估其經營目標的清晰情形、理念，以及產業未來發展是否具完整架構及發展潛力之價值。	30%
對於此次交流 參訪之目標	評估對此次交流參訪之目標，是否對未來經營狀況產生效益等想法。	20%

(四)團員名單：34 名

1. 行政院農業委員會水土保持局代表 2 名
2. 優秀農場域交流參訪青農(年)14 名(新生)、13 名(舊生)
3. 熟悉臺日農村產業創新發展經驗專家學者 1 名
4. 輔導團隊 4 名

表 3-19 參訪新生青農名單

編號	區域	單位	姓名	主要產業(作物)
1	臺南市	福豐昕昕農場	賴建良	產品：洋香瓜，美濃瓜，玉女小蕃茄 食農教育、農村體驗小旅行
2	臺南市	糖果廚房生活工作室	莊雅閔	農產加工品 食農教育、農村體驗小旅行
3	臺南市	幸福良食有限公司	劉育承	五穀雜糧，品項有硬質玉米、黑豆、小麥、 水果玉米、玉米筍 食農教育、農村體驗小旅行
4	臺南市	梅嶺食品農場	賴英睿	果樹/梅子 水果加工
5	高雄市	梅山春農場	顏芷芸	果樹/梅子,梅子加工品：青梅精、青梅丹、 梅子酵素、梅精華醬、梅釀黑豆、養生梅
6	高雄市	高雄市旗山區糖廠社區發展協會	郭峻維	果樹/香蕉,食農教育、農村體驗小旅行 環境教育、跨域產業連結、大旗美農村體驗物產直賣所
7	高雄市	石缸農園	王重鈞	蜂蜜/有機蔬菜
8	高雄市	永田農家	盧定楠	果樹/番石榴-土芭樂 蔬菜/綠竹筍、烏殼綠竹筍
9	高雄市	思原農園	羅條原	五穀雜糧/玉米、敏豆;畜產/雞蛋;果樹/檸檬、芭樂;水產/吳郭魚、紅尼羅魚、錦鯉、草魚、加州鱸魚;蔬菜/高麗菜、各類萵苣、地瓜葉

編號	區域	單位	姓名	主要產業(作物)
10	屏東縣	TC 巧舖	邱濬宇	果樹/可可樹
11	屏東縣	萬金畜牧場	陳健福	畜產/ <u>白肉雞</u>
12	屏東縣	渾然天成安全 蔬果體驗農場	鄭欽文	果樹/蓮霧、黃金果、酪梨、無花果 蔬菜/蘿蔔、花生、高麗菜、玉米
13	屏東縣	屏東縣青年農 民聯誼會佳冬 鄉分會	楊鈞賀	果樹/蓮霧
14	臺南市	同力養殖場	郭俊瑋	水產/主項為龍膽石斑產業六級化，兼營虱 目魚與白蝦
15	臺南市	相交蘆筍	黃筑萱	綠蘆筍

於 8 月 14 日行前說明會進行分組，希望透過見學交流可以同步討論，不同領域青年於各自專業上學習到不同之處，互相討論交流，於返臺後成果發表論壇中，轄區青年也參考之借鏡。

表 3-20 見學交流分組

序號	農業智慧創新- 技術精進	拉近城鄉距離- 體驗行銷	轉化地方價值- 產業振興	形塑地方經濟圈- 區域經濟
1	賴建良- 自動化溫室	莊雅閔- 廚師	賴英睿- 梅子加工	羅條原- 魚菜、蚓菜共生
2	陳健福- 搖滾雞	盧定楠- 綠竹筍	郭俊瑋- 龍膽石斑	劉育承- 水果玉米、黑豆
3	鄭欽文- 季節性輪作	顏芷芸- 梅子加工	楊鈞賀- 蓮霧	王重鈞- 蜂蜜
4	陳昀鎂- 龍眼	邱濬宇- 可可加工	郭峻維- 旗山糖廠社區	董昱邵- 芒果
5	何秉洋- 自然果鋪	徐麗敏- 地利小食	陳右穎- 樂漁 8	黃筑萱- 綠蘆筍

(五)交流行程：

表 3-21 參訪行程

日期	時間	行程
9 月 1 日 (週日)	09:45/14:25 日本航空	高雄機場⇒東京成田機場 JAL812/0945/14:25 東關交通株式会社
	16:30～17:20	成田空港出發移動千葉未來農協 JA 千葉みらい直売所しよいか～ご千葉市若葉 区小倉町 871

日期	時間	行程
	18:45～	産地直送海鮮店体験晚餐與館山市長及観光農業部長用餐 海鮮料理 はなの舞 館山店
	住宿	住宿：館山ファミリオホテル
9月2日 (週一)	08:30/09:30	安田農園網状哈密瓜整年出貨 伝統農法
	10:00/11:00	館山市長和農業部 交流
	11:00/11:30	渚の駅 博物館
	12:00/13:00	千里の風 昼食
	13:30/14:00	琵琶倶楽部
	14:20/15:00	地方創生的廃学校 保田小学校 住宿和売場/ 里山餐厅
	15:30/16:00	the fish/魚加工品売場
	16:40/17:10	海萤火虫停車区見学 海ほたる PA
	19:00	東京都大田区大森北 1-1-2 YK-15 ビル7階 ベルフーズ貿易公司社長清水様参加晚餐
9月3日 (週二)	08:30/10:00	大田市場へ見学ベルフーズ社長ご案内
	13:00/14:00	みはらしの千果園 無農薬 7000 坪農園 青農 採果
	14:30/15:30	山梨 ASAHI beer 工場 山梨市上神内 107-1 0553-22-1511
	16:00/17:00	住宿：石和温泉 ふじホテル ふじ 晚餐在飯店
9月4日	08:00/09:10	J A 笛吹 共選場視察

日期	時間	行程
(週三)	09:20/10:00	JA ふえふき一宮フルーツ直売所 買いもの薦め所を
	10:20/11:20	桔梗信玄餅の工場テーマパーク(工場見学)
	12:00/13:00	見晴園 中餐 予約入れました 確認
	14:30/17:30	視察買い物自由用餐
	17:30/18:30	ルートイン伊勢原 飯店
9月5日 (週四)	08:00/09:30	農家進貨 / JA 秦野直売所じばさんず
	11:00/12:30	築地場外市場 見学 中餐自由
	13:00/16:00	銀座 無印良品北海道物産館 (有楽町交通会館)
	17:50/19:20 用餐	05053665566 じゃぶ葉 OK
		住宿：千葉飯店千葉県千葉市中央区本千葉町2-11
9月6日 (週五)	10:00/12:30	農産品加工、農機械参観和郷園 (有料) 手配 奥主様 おくぬし 農事組合法人 和郷園 (THE FARM)
	12:30/13:30	昼食：和郷園 風土村 餐厅
	14:20/15:40	イオンモール成田
	18:00/21:10	移動成田機場/高雄機場 JAL811/1800/2110

(六)參訪重點：經濟鏈、地方創生、里山經濟、地方青年組織、
地方工藝、前店後場

表 3-22 JA 農產物直賣所參訪重點

交流地點	JA 農產物直賣所	交流重點	瞭解農產物直賣所營運模式
交流內容			
田中部長在車上為大家介紹 JA 農會為經營主體，主要集結女性、高齡者的工作機會，提供當季且豐富農產品，生產者為自己的商品負責任，規格及價格由生產者制定，農會負責管理品質已提供安全農產品，千葉秦野直賣所截至目前為止已運營 14 年，面積 900 平方公尺，可停放 300 輛車，共有 12 臺收銀；初成立時 JA 與每戶農家買農地耗費約 14 億元，經營時間早上 9:30-18:00，生產者共有約 107 名（70%男性、30%女性），職員 60 人，生產者上架排列嚴格禁止移動上一位擺放好的位置，相同類型商品放在一起，也有販賣農會跟廠商合作商品，收取 15%上架費。107 年千葉營業額達 15 億日元，購買來客數共 64 萬人，一天營業額 480 萬元，平均一人消費 2200 元。9 月份目標 13600 萬元日幣。			
場域照片			
			
此直賣所九月販售目標金額	店長介紹直賣所運營制度	直賣所內提供食譜給消費者參考	

表 3-23 安田農場參訪重點

交流地點	安田農場	交流重點	傳統溫室哈密瓜栽種技術
交流內容			
農場主人介紹產物：哈密瓜，屬傳統溫室種植方式，家族兩代(農場主人夫婦及兒子夫妻)皆投入種植，共有九間玻璃溫室(約 350 坪)，三個月輪收，每間溫室可以收約 300 顆，10 天可出一次貨，一個月平均可以出 1,000 顆，溫室為離地栽培，一株一果，以白鐵槽離地裝土，土中有高溫水槽做溫度控制，輪作空場時利用高溫殺菌，讓微生物重新洗盤。保溫加熱用(煮水)，使用有機肥料，40 幾年來沒有換土，都是循環重新再利用。與旅行社合作套裝遊程，來都有搭配採摘及可享用不同尺寸的哈密瓜。			
場域照片			
			
安田農場交流	溫室栽種，四季皆可收成哈密瓜	溫室栽種哈密瓜	

表 3-24 大田市場參訪重點

交流地點	大田市場	交流重點	對於食品衛生加工，HACCP 進行衛生管理，並且可以在低溫控制下對水蔬果進行衛生分類和包裝
交流內容			
供應全東京的大糧倉，東京有 11 家拍賣市場，大田是最大的市場，面積共有 38 萬平方米，有蔬果（一天 37 噸量，12 億金流），中盤商有 380 間、大型超市；明年修法，大田市場會因自由化改變，將會有不同拍賣方式；也因應市場需求，2019 年 4 月也新增低溫加工區，提供分切及包裝服務，將來目標提供業者進駐。 生產者將物品交給農會，農會再交由三間公司在統籌進大田市場，有門市與現場拍賣，而拍賣又分為現場拍賣喊價（5%）與一對一（95%），東京都職員抽樣檢查安全及衛生，價格由生產者訂定，由三間公司與盤商去溝通調整價格。			
場域照片			
			
東京最大拍賣市場_大田市場	拍賣市場手勢教學	大約 40 平方米的市場內，聚集了日本各地的各種水果	

表 3-25 JA 笛吹選果場參訪重點

交流地點	JA 笛吹選果場	交流重點	農民的信任讓協作有責任、科技導入是為了永續勞動。
交流內容			
一宮特產白桃，笛吹農會有經營信用合作社、直賣所、生活生產者共有一萬左右，會員一年保險金額約有四千億左右，產區除了前端用人力選果外，其他大多使用半自動化機械與分級包裝及自動化的折果套機，自動化的折紙箱機,平均 7 秒折好一個紙箱，全廠區內皆全場風管，將風吹向需要的地方，全區保持一樣的溫度，每年有五百億支出金額，一年營業額約有 60 億，白桃出貨量約 7500 噸量。 農會主要功能： 1、販賣青菜及水果，全國白桃（水蜜桃）產量最高。 2、輔導生產者生產更好品質的水果及賣出更好的價格。 特色產期：溫室 4-5 月(桃子，李子，梨子)，露天 6-8 月，葡萄 9 月，9 月之後茄子、柿子，全年皆有不同農產品可出貨。			
場域照片			
			
產區前端以人力選果	由笛吹農會經營選果場及直賣所	依據不同尺寸及等級分送不同產線	

表 3-26 JA 秦野直賣所參訪重點

交流地點	JA 秦野直賣所	交流重點	早上見學農家進貨及直賣所管理方式
交流內容			
場後提供其他超市價格給生產者參考，會排行出前十名商品、來客數，也會統整神奈川縣內各直賣所數據，希望生產者共同努力。陳列會依商品類型排列，生產者共有 800 位（70%神奈川縣內 2-3 公里生產者，其餘 10 公里生產者，到大田市場批發，其他地區農會商品進貨來賣，大多生產者是長輩，最老生產者高達 90 歲一年有 100 萬收入，重要生產葉菜類）店內會分兩次上貨，7:00-8:00 一批，9:00 會再來一批及補貨，每天有約 300 位生產者。工讀生時薪一千日幣，店員分為五組，蔬菜、加工等，每組都有小組長管理，共有 45 位工作人員，8:45 分店長會集合店員共同宣導今日工作重點，今天天氣狀況、多巡視商品狀態、那些品項進貨較少需要再請其他生產者調、現在盛產水梨大多生產者會宅配注意填寫訂購單資訊，顧客 60-70 歲佔 60%，價格量包裝都由生產者決定，銷售話語及資訊也由生產者自行補充及提供，店裡也會抽樣檢查商品，一年於春秋之際提供講座及行政指導，說明哪些產品銷售較佳，生產者自行判斷市場狀況來選擇提供商品，店裡有信箱顧客會投入想要購買的商品，附近餐廳之食材也會於直賣所中購買，也會填寫需要哪些食材，甚至都不用另外叫貨。營業時間是早上 9:00 至下午 6:00，規定生產者每天下午 7:00 點前要收回商品，有規定不讓生產者降價銷售。產品有分 ABC 等級商品，每天進貨時依商品狀態，因商品種類較多且物種不定符合超市標準，農家也可於場域旁請保健局認定後可販售。秦野市屬盆地，高速公路 45 分可到，一年有 10 億元日幣銷售金額，前面有小農園，食農			

交流地點	JA 秦野直賣所	交流重點	早上見學農家進貨及直賣所管理方式
交流內容			
教育從小教起，讓幼稚園體驗茄子從種植到採收。現場訪問消費者表示因為這邊蔬菜較便宜且新鮮，開車 20 分來到這，一週來一兩次。目前已經營 17 年，因生產者年齡老化也是目前日本發展直賣所的困境。			
場域照片			
			
邱副分局長與秦野直賣所理事長合影	秦野直賣所交流	秦野直賣所開店前交流	



表 3-27 和鄉園參訪重點

交流地點	和鄉園	交流重點	有機肥循環利用 參觀設置冷凍加工區
交流內容			
日本目前最成功的農企業法人，原本創立由 5-6 個青農聚集，千葉縣為日本排行第三農業大縣，氣溫適宜一年四季皆有物產，離東京大市場距離近，地形大都為平地，土壤為黑土。現今有 100 多位生產者，和鄉園定位是出貨的公司，會先作土壤分析，會找尋合適種植作物，採有機迴農法（廢棄葉菜類作有機循環），直接和超級市場或餐廳合作，第一間拿到 JGAP 的企業，包含六級產業，先冷凍在乾燥，定期與生產者舉行會議，一年有 40-50 種品項商品，每項商品會有固定數量的生產商，每項商品有成立專屬部門，大家可以對產物資訊共同交流，共同合作維持品質及數量，有共同商討銷售戰略，先跟買家談妥出貨數量來計畫生產，分為 A 是定會收取的廠商、B 是超市商、CD 是超市會視市場價格，AB 為主要叫貨也一便探討販售價格。要販售到超市都是相同規格的商品，本來有許多廢棄物，特別成立蔬菜切工廠，也多項商品可以販售。			
場域照片			
			
參觀堆肥與農業廢棄物相關設備	特別成立蔬菜分切及冷藏工廠	和鄉園農社企運作方式說明	

表 3-28 保田小學校參訪重點

交流地點	保田小學校	交流重點	地方創生 複合式觀光體驗 / 教室改為 住宿空間
交流內容			
將學校改建成住宿空間，保留著小學的課桌椅，讓遊客到此也能回味兒時記憶，使用的都是千葉地產落花生，枇杷，酪農等食材，也運用保田學校獨特校徽製作商品及伴手禮，平時也舉辦年長者到學校做體操等相關活動，吸引周遭民眾前往體育館改建的直賣所消費。 多角化經營創造精經濟價值將人潮實際的帶入社區。			
場域照片			
			
廢棄保田小學校活化	將體育館活化為農產直賣場域	將校園元素融入包裝，形成特色設計商品	

表 3-29 保田小學校參訪重點

交流地點	館山市長和農業部	交流重點	與當地公部門交流 固定捕魚網技術分享
交流內容			
館山市是一個『海城』。擁有長達 31.5 公里長的海岸線，是適合風帆、衝浪等各種海洋運動，及夏天海水浴場的最佳地點。同時也是珊瑚和海螢的棲息處，是一個擁有個性豐富、珍貴自然海洋資源的海洋城市，市長表示之前他來到臺灣爭取鐵人三項活動在館山舉辦，也如期辦理非常高興，希望有機會能與臺灣農業間有更多的交流。觀光部部長與農業部部長簡報介紹千葉特產及館山優勢。9/6 回程館山就在 9/8 受到颱風重創			
場域照片			
  			
與館山市交流	館山市觀光、農業部長 介紹千葉縣	邱副分局長與館山市 市長合影	

表 3-30 the fish 參訪重點

交流地點	the fish	交流重點	東京灣的大型複合漁產直賣所
交流內容			
東京灣的大型複合漁產直賣所，販賣許多千葉特產及海鮮加工商品，海的市場館山是南房總地區的地產地消推廣本部。剛採收的時令蔬菜或早上剛捕獲的鮮魚等商品齊全。店內也有販賣伴手禮、鄉土特產等多元化商品，大型複合式休閒設施現地販賣新鮮魚貨，周邊海鮮加工品餐廳。			
場域照片			
			
東京灣大型複合漁產直賣所	現場販售千葉特產及各種海鮮加工品	南房總的直送美味海鮮	

經由臺日優秀農場域交流學習後發現，臺灣南部地區許多青年農民夥伴致力生產安心安全農產品，為輔導青年農民提升農產品質，並協助發展青農產業組織運作、農耕技術提升及產銷通路之開發與建置，本計畫針對優秀農場域交流擬規劃以日本作為參訪地區，主要由於日本的農業環境與發展條件與臺灣極為相似，其集約及現代化的經營管理和農民實為我國農業現代化之重要借鏡，日本農產品品質優良，產品行銷方式也與臺灣大不相同，近幾年在臺灣吹起仿效日本「直販所」之農村小舖，希望藉由參訪交流，使臺灣青農對生產、行銷、通路等有更創新的想法，也因為本次交流促進臺日友好關係，館山市

長確定年月來臺南分局參訪，瞭解臺灣南部青農產業。

日本產業目前現況與困境，很多都與臺灣相似，人口危機、城鄉發展不均，偏鄉率先面對衝擊，日本部分村落甚至面臨滅村危機，日本提出地方創生政策，目的是要讓人口外流的鄉鎮，建立可長期發展的產業模式，創造就業機會、讓年輕人回流，形成地方人口增加的良性循環。臺灣農村人口也逐漸流失，水保局透過農村回留、大專生洄游、回農二次方等相關計畫；文化部透過青春村落文化行動，激勵青年實踐公民行動力，展現創意與社會創新，不同部會對於農村、青年給予支持，透過年輕人得能量將農村活化。

參訪的據點看下來，臺灣農漁業技術甚至日本領先很多，但日本產業還是能做得有聲有色，行銷面向日本的職人精神及態度，微小細節都非常在意，讓體驗過程都覺得備受尊榮，場域氛圍營造相當恰當，易產生情感連結下次還會想再回訪，這是可以先著手加強改善的方向；日本農場就有經營小型直賣所，大多結合體驗活動，先介紹環境特色、品嘗試吃、體驗採摘水果、區域商品展售與配送，甚至不須太多人力就可讓消費者有深刻印象；現在全球都在推環保簡單概念，但日本還堅持華麗繁瑣包裝，但材質會使用較好回收的材質，多數消費者是視覺優先，設計感的包裝還是較快掏錢買單，且常有送禮需求。

四、拍攝產業行銷或紀錄微電影拍攝

本計畫嘗試以創新行銷方式-微電影將計畫執行過程及產出成果呈現，臺灣農業人口老化，年輕人對於農業多半是一知半解，近年各大企業紛紛以青年做為微電影拍攝主角，設計腳本及農村地區青農(年)說在地故事，期能製作出一部以以返鄉青年為主角，強調育成、溫馨，培育下一代新農人為主軸的優質微電影，本計畫將微電影之主題設定為宣傳臺南分局青年連攜平臺，並將微電影名稱取為「農舞台的青春力」，期能建立之城鄉交流青年連攜品牌，將轄區內優秀青農羅列，並媒合農村與都市青年之合作，建立轄區內優秀青農之品牌。微電影完成後，於青農座談暨農業發展策略論壇中首映，並將影片上傳至臺南分局粉絲專頁及等社群平臺，透過視頻增加消費者實境與虛擬的密切結合，作為宣傳臺南分局近幾年於青農(年)所著墨之成效，引動更多對農業議題有興趣及欲返鄉之青年關注。

(一)主題:【農舞台的青春力】

(二)拍攝重點說明：青年返鄉讓農村有了無限可能，因此透過位青農各自在農產業打拼的現狀，看見青村力在農業的多樣性與創造性。

(三)拍攝對象：何秉洋(自然果鋪)、陳昀鎂(山頂壯圓)、陳右穎(樂漁 8)、羅條原(思園農場)、賴建良(福豐昕昕農場)共 5 位；107 年度秉洋、昀鎂及右穎有去農場進行交流，已經有了第一年度之初期規劃，108 年度更深入對於【農舞台】不僅僅是行銷通路面向、技術交流面向，能讓 3 位學長姊帶著 108 新生青農們一同成長。本次仍以臺灣農業核心問題，分為土地、人、

產業三面向來進行發想關於友善農法關懷土地青農，產業農業生產技術的必要性，但更重視產業價值鏈中具有附加價值的服務、通路及行銷等後端支援系統。秉洋大哥為一級至三級加工部分都有較為穩定成熟，昀鎂也為品牌進行新嘗試，右穎對於社區產業漁產之熱忱，希望羅條原與賴建良友善大地的農法(魚菜共生)食農教育等構成產業不同面向；掌握三級的服務行銷體系，再回到一級的生產體系，不是從傳統的生產點、製造線到通路面的考量，而是先擴大行銷支援面、再縮小至加工線及生產供應端，這是年輕人將產業行進的模式翻轉過來思考，他們因附加價值的多寡程度形成其不同之決策模式。

表 3-31 拍攝對象簡介

編號	單位	姓名	簡介	備註
1	自然果鋪 (鳳梨)	何秉洋	從一個「外地來」的鳳梨農，逐漸在屏東累積出好聲望；種植規模更從最初的 3 甲地擴增 10 倍，如今每年有近 60 萬顆的鳳梨產量，且除了鳳梨之外也研發多樣化的加工產品。	鳳梨神農獎/農企業/鳳梨外銷
2	思原農園 (蜆菜共生)	羅條原	利用魚菜共生、蜆菜共生無農藥、零排放的天然友善農法，讓農場裡的動物在快樂無壓迫的環境中自在成長	研發建置蜆菜共生之生態植栽

編號	單位	姓名	簡介	備註
			的人道飼養模式，減少地球環境負擔。	
3	福豐昕昕農場 (玉女番茄)	賴建良	打造自動化溫室，溫室設小型氣象儀，監測風力、雨量、濕度和溫度，可自動調整溫室的天窗和塑膠帆布，控制栽種環境，避免病蟲害。	學甲分會 會長/滴灌 技術可授 課/自動化 溫室技術
4	樂漁8 (龍膽石斑、午仔魚)	陳右穎	樂漁8產銷班積極推廣食魚教育，除與學校多方洽談外，也將學生接到漁場親自體驗，讓他們認識魚塭環境、魚類品種與生態等，進而熟悉自己的家鄉。	一、二、三 級/新南向 大使
5	山頂壯圓 (龍眼)	陳昀鎂	經營三代的土窯柴燒龍眼乾，立志傳承傳統土窯柴燒的古法農業技藝，希望讓消費者吃到真正土窯柴燒龍眼乾的風味。除了在網路上經營販售，也提供許多知名麵包店與饅頭店製作產品，致力推廣東山農特產。	產品上架 各大實體 虛擬通路

表 3-32 微電影分鏡腳本

場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	分/ 秒
片頭		農田 陽光 工作景集錦	預設旁白 青年返鄉 帶來農村新氣象 也讓農產業有了青春活力	農舞台的 青春力		15 秒
1			(青農何秉洋) 我 10 年前開始種鳳梨， 果園位於內埔龍泉紅土，鳳梨田工 土質偏酸，是種出好鳳梨作景 的基本條件… (溫暖輕快的樂音)		Pan down	1 分
2			(青農羅條原) 我經營了一座「共生共存 共榮的自然農法」的農思原生態 場，並遵守生態循環法則農場 讓這份愛護地球與友善環工作景 境的理念， 能傳承給下一代…			1 分

場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	分/ 秒
3			(青農賴建良) 我從教職到種植， 憑藉的是一股勇氣與決心， 三年來專心務農， 我很慶幸自己走對了路。	溫室內夫妻倆工作景	cu	1 分
4			(青農陳右穎) 我從小在魚塭長大，國中時就幫忙養魚，長大後到都市繞一圈後才知道，回鄉接手養魚「就是肩上的使命」	工作景		1 分
5			(青農陳昀鎂) 經營三代的土窯柴燒龍眼乾，立志傳承傳統土窯柴燒的古法農業技藝，堅持全程柴燒，龍眼木放進土窯裡，用紋紋細火緩慢烘烤，技術好到連籽完全烤乾，外殼卻沒烤焦，「傳統土窯柴燒烘焙的龍眼乾，	工作景		1 分

第三章 執行成果

場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	分/ 秒
			帶有濃厚的柴燒香氣，果 肉厚實香Q，甜而不膩，			
6			(青農何秉洋) 闡述青春力在農產業的影 響	細心照顧 鳳梨景		40 秒
			(青農賴建良) 夫妻倆齊心 青 春活力的耕種展現	照顧農產 景		40 秒
7			(青農羅條原) 青年的多嘗試 讓農產業 多樣化	生態農場 各角落		40 秒
8			(青農陳昀鎂) 堅持土窯柴燒龍眼乾特色	焙灶，「土 窯、柴燒」 景		40 秒

108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫 成果報告書

場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	分/ 秒
9			(青農陳右穎) 闡述青農交流力 漁樂 8	工作景		40 秒
10		 	轉場 日本交流景 預設旁白 青農想要邁向世界 到各國參訪是重要的一環 此次到日本取經 除了交流外 另一方面也學習國外的農 產經驗 為自己未來的農產品牌銷 售與發展 做好準備			30 秒
11			青年各自說出在農舞台上的發揮			30 秒

場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	分/ 秒
12			臺灣農村發展規劃學會			5 秒
13		主辦 執行 臺灣農村發展規劃學會 廣告				5 秒

(四)影片連結：

<https://www.facebook.com/1257799457718621/videos/468718463753613/>



圖 3-4 【農舞台的青春力】影片畫面

第三節、協助青農提供產業創新與加值之輔導

一、針對潛力青農提供創新與加值之輔導

農業政策以提升農業行銷能力為施政主軸，扭轉過去傳統農耕方式及銷售型態，漸轉型二級、三及農村產業，甚至發展為六級農產業，創造青年返鄉投入農業的有利環境，期結合返鄉青農的互相交流、活力與創意，促進農業現代化，創新發展農村經濟事業，開發國產大宗農產品多元化加工技術，將農產加工食品產業化，以提高農產業附加價值，同時兼顧農業資源循環利用及生態環境與產業永續發展。

(一)【臺南青農聯誼會-林健佑】設備需求:精油萃取機

1. 設備說明

首先瞭解精油萃取定義，萃取於植物的根、樹幹、葉、花、果實種子等具有發揮發性的有香味物質；內容為植物荷爾蒙和精髓，精油原液絕不含任何化學添加劑。精油概念細分：單方、複方純、複方、基礎等四大類，由一種不同分子結合而成，提取方式也有分成許多方式，萃取法就是其中一種，如下圖結構介紹：

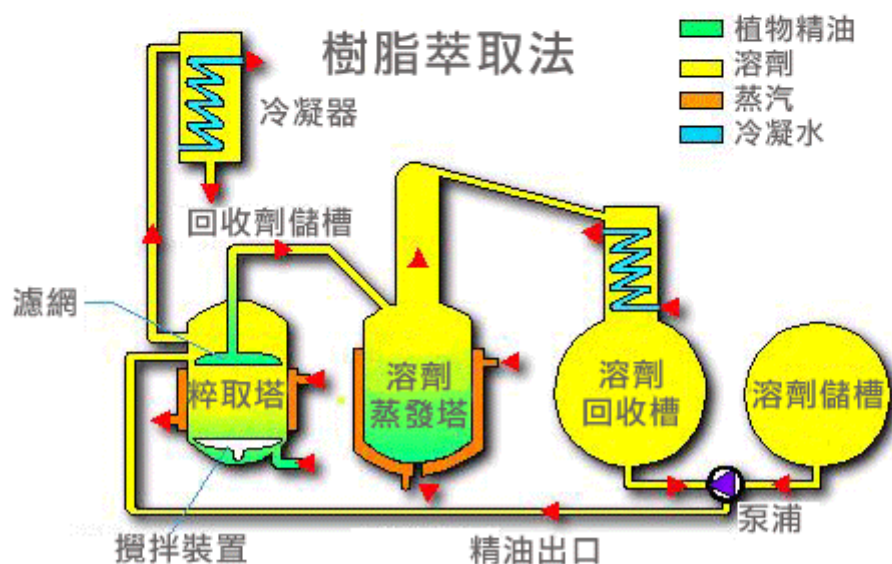
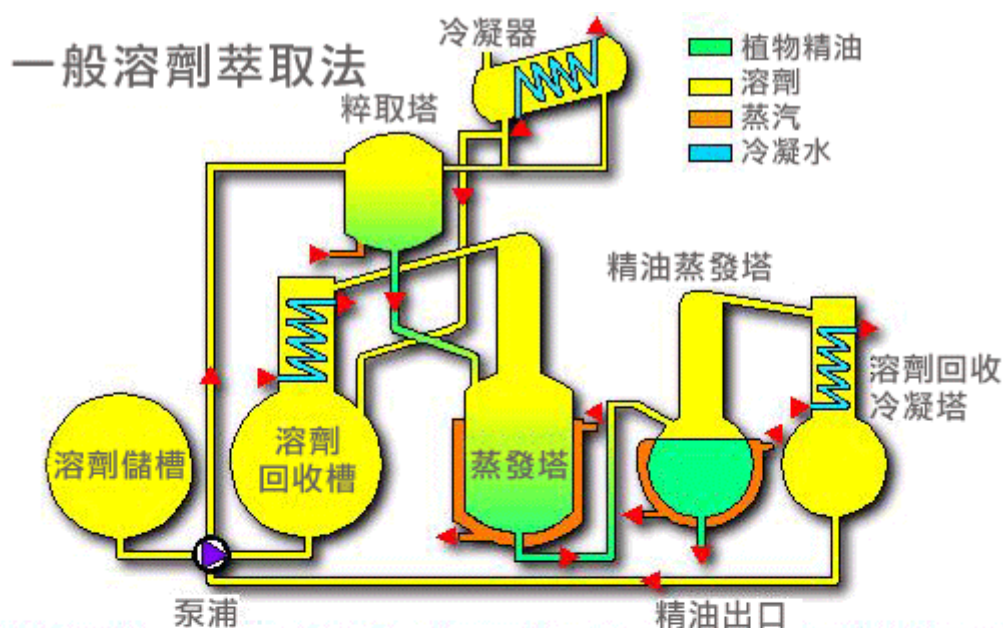


圖 3-5 精油萃取法結構介紹

2. 輔導後續進度：

青農林健佑已預計於 109 年初成立新公司，之前生技公司成立地址為臺中市，新公司之規劃仍以強調健康為宗旨，進行農作物成份的萃取，透過本計畫輔導介接金屬加

工中心，以重新規劃產品之研製作法，預計明年度會跟金屬加工中心確認相關萃取原料及物質的數據研究後，進行開發精油萃取機器。

(二)【日出福田-楊日偉】設備需求：蔬果乾燥設備低溫乾燥機器

1. 設備說明

蔬果主要針對鳳梨、火龍果等鮮果進行低溫乾燥，瞭解鮮果含水量及水分活度，進行乾燥過程物料及熱量衡算，主要將濕物料降溫，然後在真空條件下使物料中的水分由固態冰直接昇華為水蒸氣而排除的乾燥方法。

表 3-33 乾燥過程

物料預凍	控制凍結度很重要
昇華乾燥	精細供熱，設置冷阱
解吸乾燥	提高溫度，剩餘水份解吸汽化

表 3-34 冷凍乾燥的特點

成分破壞小	凍乾在低溫真空條件下進行，熱敏成份不致被破壞，食品的营养成分和色香味能得到較好的保護。
組織易復原	凍乾中，物料的組織結構很少受破壞，復水時，幾乎可以即恢復食品原來的結構狀態。
脫水較徹底	凍乾有解吸乾燥製品的化學物質，可在常溫下長期儲存。

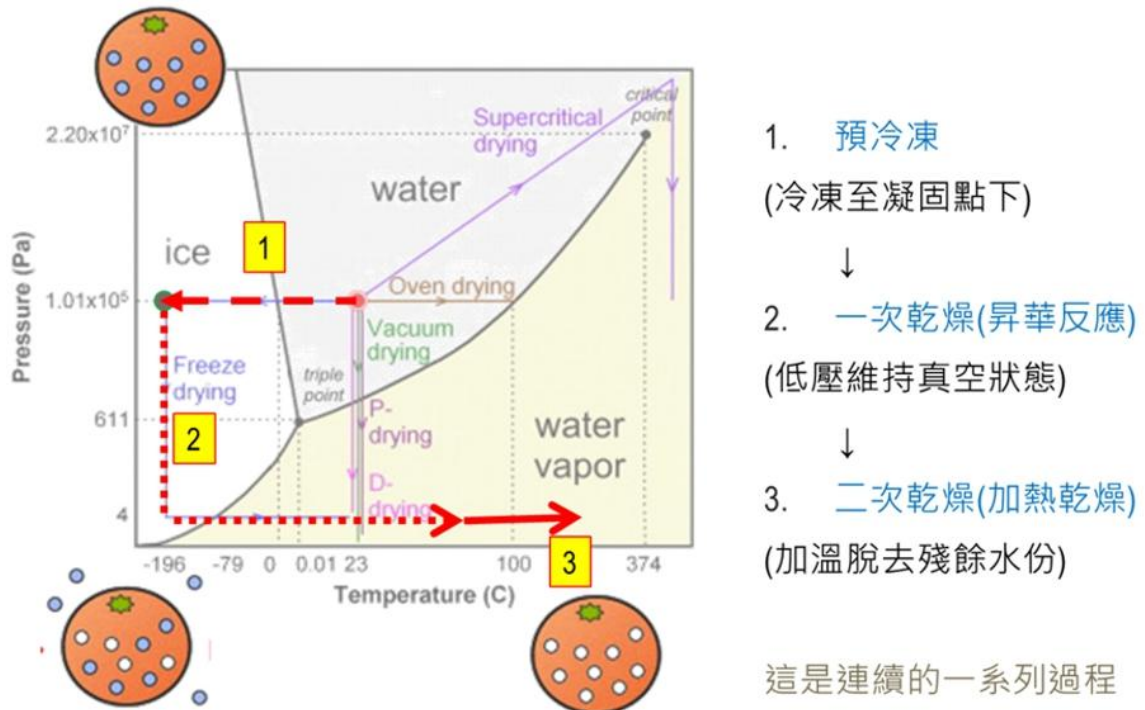
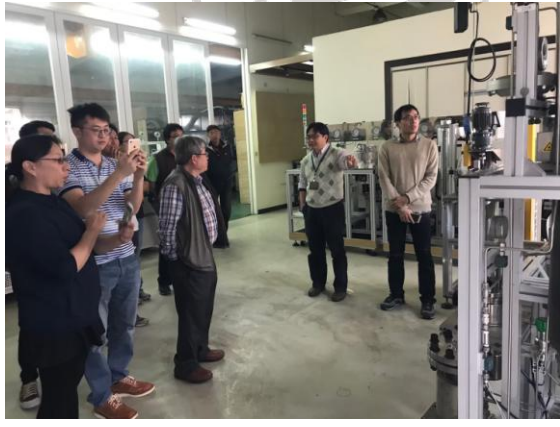


圖 3-6 冷凍乾燥過程圖

2. 輔導後續進度：

楊日偉契作美濃地區鄰近農家火龍果，也因數量不小，仍需要人工選果，將鮮果主要外銷至東南亞國家，NG 果才會進行果乾製造，但因量體不足，經過評估考量後，目前先送至高雄 SGS 認證食品加工廠進行加工，「日出福田」為新品牌，公司商標已進行註冊登記流程，109 年度將朝廠房規劃及機器採購之目標前進。

表 3-35 金屬交流中心剪影

	
金屬交流中心平臺介紹	金屬交流中心平臺介紹
	
金屬交流中心提供服務介紹	金屬交流中心設施介紹
	
金屬交流中心最新設備介紹	金屬交流中心設施使用方法說明

二、農產或加工品之品牌與商品化加值輔導

為增加農產加工品之能見度，本計畫結合專業設計團隊，提供產品規劃定位、市場區隔、客群鎖定、產品故事建構及包裝設計，持續為優秀農產加工品研提相關策略方案，落實農村產業創新與加值，下圖為本計畫協助南部地區青年農民設計之產品包裝。

表 3-36 包裝設計表

【南方棗】設計構想			
訪視日期	108 年 4 月 20 日	訪談對象	潘志民、康玉青
設計需求	禮盒組及提袋設計 風格強調清新、自然，可搭配番社四季蔬果特色		
現有產品照片			
			
設計構想			
生機來自大地，也回歸大地的環保農園，春強剪，讓樹休眠；夏養地，肥沃繁衍；秋著果，有機施肥；冬著果，打落七成做有機肥。順應四季的風土，更在網棚內小心呵護，避免蟲害，進行營養診斷、施肥調節…讓每顆棗都保留自然的風味。以順應四季、科學管理唯獨家種植技術，打落七成作為養分，主題性的包裝，強調獨家並且高級精緻的			

感覺呼應不同售價。設計風格及案例如下。

內盒



柴燒桂圓禮盒-山頂壯圓】訪視紀錄表及設計構想

訪視日期	108 年 6 月 25 日	訪談對象	陳昀鎂、郭政宜
------	----------------	------	---------

設計需求	禮盒組設計 以環保為主要出發，不希望多餘紙袋包裝，能一體成形又可以凸顯龍眼與品牌故事性
------	---

現有產品照片



訪視情形



設計構想

堅持土窯柴燒龍眼乾特色，頭太陽曬、屋內土窯燒，翻滾龍眼的過程中，人還要忍受土窯裡的溫度，揚起的粉塵與柴煙也讓人灰頭土臉不斷創新在傳統古法中，導入動力機械擴建焙灶，堅持「土窯、柴燒」，讓龍眼烘焙加工法更符合專業，期許未來農場不單是土窯柴燒龍眼乾的專業職人，更是達人。

設計概念內盒筒狀



【自然果鋪-何秉洋】訪視紀錄表及設計構想			
訪視日期	108 年 6 月 25 日	訪談對象	何秉洋
設計需求	新產品包裝設計-鳳梨酥 10 入 重新定位及設計品牌識別標示，以黃色明亮感覺呈現鳳梨意象，禮盒簡約大方。		
現有產品照片			
			
訪視情形			
			
設計構想			
一口，是果鋪專心研製的小巧創意鳳梨酥，挑戰皮薄餡多的漿皮效果，一口嘗盡比例勻稱的奶油麵香與果酪芬芳，酸甜適宜，一口酥餅是粒粒心思，順口而愛不釋手，自然呷巧。。			

【農舞台綜合禮盒】設計構想	
設計構想	
將南部地區產品依節氣放入禮盒中，禮盒夾層可依不同情形調整	
設計概念上視圖	設計概念側視圖

第四節、輔導農村產品於網路行銷及實體通路推廣

一、網路創意行銷

透過網路創意行銷協助南部地區青年農民之特色農特產，建構臺南分局農村連攜品牌，除了建立網路品牌-農舞台粉絲團外，更與線上網購平臺洽談合作，以節令作物網上團購，加強青農產品曝光度與知名度。

表 3-37 網路平臺曝光

	
網路品牌_農舞台粉絲團	網路品牌_沐旅時光
	
沐旅時光官方網站	

二、依據辦理或媒合城鄉交流、市集等行銷推廣活動，提供南部地區青農進行多元行銷。

農民市集近年百花齊放，根據「農夫市集地圖」發起人黃仲杰統計，全臺現有 67 個常態性農民市集，共 98 個據點，已經遍布每個縣市。藉由生產者與消費者的面對面接觸，營造互利共好模式，在主流市場外闢出「另類農業食物網絡」，以友善土地的農產，將城市與鄉村串連起來。根據研究統計，市集的農友在市集中銷售額占自身農場整體銷售的比例並不高，比例在 10% 以下的有六成之多，但是市集卻是農友們最喜愛的銷售管道（58.2%），勝於利潤更好的消費者直購（38%）。可見得農民市集在農友心目中具有比賺錢更重要的價值。相對的南部地區青年農民也常常利用市集等展售機會行銷自我品牌，本計畫 4 月 14 日於高雄市大遠百百貨辦理市集活動及 8 月 21-23 日三天南港展覽館市集，運用都市青年資源及創意行銷農村青年及其農特產品，活動效益共有 12 家企業、25 位福委參加『產地小旅行、小農食材試吃會』，活動曝光人數至少 3 萬人，市集活動總參與人數為 65,258 人，「旅行生活市集 X 食育酷樂園」三天總體營業額 105,725 元，確實增加南部產地效益。

表 3-38 市集活動照片

	
	
4 月份於高雄遠百市集進行展售	
	
小雨果巧克力 Facebook 粉絲團 網址: https://www.facebook.com/taichungcity/1126182882288696/?type=facebook 觸及人數 4754, 互動次數 311, 留言數 2 則, 按讚數 43 人, 分享 5 次 歡迎: - 	Facebook 社團 網址: https://www.facebook.com/groups/367592897326956/permalink/549959859090258/ 觀看人數 252, 按讚數 15 人, 留言 2 則 歡迎: - 莉莉安小農糖行札記 管理員: 由 LiliAn Jan 發佈 · 10月9日下午9:16 #屏東10大伴手禮之一 #小雨果巧克力 小雨果以友善農法種植可可, 經過13道工序製成巧克力。 上個月小雨果的「原金可可核桃酥」榮獲為2019屏東十大伴手禮, 並榮獲巧克力界的諾斯卡之稱的「世界巧克力大獎賽ICA亞太區銀獎」的肯定。這麼優質的屏東巧克力, 怎能不跟大家推薦呢? 快來看看原金可可核桃酥的介紹吧~ https://lilil.com/02a9q 和莉莉安小農糖一對一LINE上聊天 ID: @xt1373p → 按讚莉莉安IG
8 月份於臺北南港展覽館進行展售	

第五節、媒體露出及行銷推廣

一、廣編報導：透過知名雜誌報導相關計畫成果及亮點。

因應不同族群的需求，推出以國內外旅遊景點為主題的叢書。《'泛遊情報，旅遊書刊的領導品牌》在這十多年來順應市場趨勢，獲得市場的普遍好評，成為市場中旅遊雜誌的領導品牌，深獲讀者與業界的喜愛。

在建立生活的新美學、閱讀新視野的休閒時代裡，旅遊已是新生活態度中最重要的一環。換句話說，旅遊是當前最有潛力、最充滿能量的話題，也是現代人生活的新重心。



表 3-39 TO' GO 泛遊情報露出

	
9 月號 No261	內頁露出(2 頁)
	
10 月號 No262	內頁露出(2 頁)
	

11 月號 No263

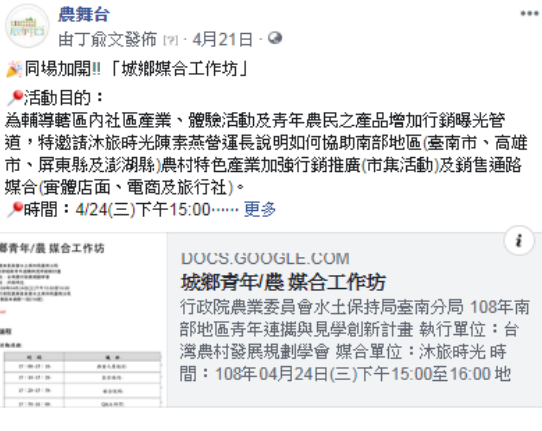
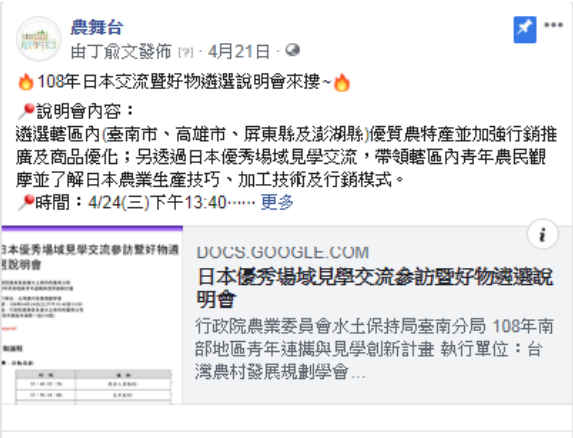
內頁露出(2 頁)_回饋 4 頁

二、以新聞稿或宣傳影片等形式，透過網路傳播或報章雜誌，將計畫相關成果及亮點露出至少10則。

團隊不定期於行政院農業委員會水土保持局臺南分局粉絲專頁發布南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫內容工項執行之亮點，若遇大型活動會以撰寫新聞稿之方式曝光，除增加青年(農)、社區、店家、配合學校、產業等曝光率外，同時也使平臺使用者瞭解到此臺南分局計畫之執行概況。

表 3-40 粉專貼文截圖

內容	截圖
	
4 月 12 日宣傳市集活動	4 月 14 日市集活動曝光(1)

內容	截圖
	
4 月 14 日市集活動曝光(2)	4 月 21 日「城鄉媒合工作坊」
	
4 月 21 日 108 年日本交流暨好物選說明會	9 月 2 日日本交流新聞曝光 1

108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫 成果報告書

內容	截圖
	
9月3日日本交流新聞曝光2	9月4日日本交流新聞曝光3
	
9月12日青農舞台連攜創生論壇暨成果發表會報名	9月23日青農舞台連攜創生論壇暨成果發表會

內容	截圖
	
9月24日【臺日論壇講者介紹】塩見直紀	9月25日【臺日論壇講者介紹】鈴木祐介
	
9月27日青農舞台連攜創生論壇暨成果發表會與日本風災自發性募資	9月28日青農舞台連攜創生論壇暨成果發表會與日本風災自發性募資

內容	截圖
	
10 月 5 日青農舞台連攜創生論壇暨 成果發表會與日本風災自發性募資	10 月 9 日千葉縣館山市役所觀光新 聞
	
10 月 28 日農舞台影片露出	11 月 4 日 TO' Go 雜誌露出

第六節、辦理青農座談暨農業發展策略大型論壇

團隊結合微電影發表首映會同時舉辦大型論壇，邀請本計畫所有參與農村社(地)區、農業方面專家學者、南部地區農產業組織及轄區內青年農民針對農產業之現況及未來發展策略共同參與。以青農及專家綜合座談為主，邀集日本講者分享目前農業地方創生趨勢及未來推動方向，並邀請參與本案至優秀農場域進行交流參訪之青農分享所見所聞及收穫，串聯年度推動之平臺成效及城鄉青年交流，以達「青農舞台，連攜創生」之目的。

一、論壇日期：108年9月27日(星期五) 9:00-16:30

二、論壇地點：國立成功大學國際會議廳第一演講室(臺南市東區大學路1號，光復校區學生活動中心大樓B1)

三、論壇內容：

(一)、大師開講

1. 塩見直紀、鈴木祐介
2. 日本農業觀察家 謝美微

(二)、日本交流青年分享

1. 四大議題分享
2. 專家學者座談

(三)、微電影首映會

1. 10 分鐘微電影首映

2. 以返鄉青年為主角，強而有力農舞台培育下一代新農人為主軸。

(四)、交流聯誼

1. 匯聚多方青年
2. 召集各領域專家學者

表 3-41 論壇議程流程

時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
09:00-09:20	報到		1F 大廳
09:20-09:40	開幕式+來賓長官致詞	主持人介紹來賓及致詞	
09:40-11:10	【大師開講】 用心過日子，你的半農半 X 生活	演講人 半農半 X 實驗室 塩見由紀 與談人 謝美微老師	90 分，半農半 X 發展構想及理念 宣揚
11:10-11:20	休息時間		
11:20-11:35	轉化地方價值-產業振興	【青農開講】	青農分享 15 分 專家學者：前中 衛發展中心經理 -黃瑋如

時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
11:35-11:50	拉近城鄉距離-體驗行銷	【青農開講】	
11:50-12:05	【座談討論】		
12:05-12:10	合影留念		
12:10-13:00	午餐時間(移動到隔壁棟三樓空間用餐)		
13:00-13:15	青年案說明	主持人說明	含微電影前導引言
13:15-13:25	微電影首映會		
13:25-14:55	【大師開講】 地方創生	演講人 山形県高畠町役場 鈴木祐介 與談人 謝美微老師	90 分，地方創生 現場經驗傳受
14:55-15:05	茶敘休息時間		
15:05-15:20	農業智慧創新-技術精進	【青農開講】	青農分享 15 分 專家學者：斗南 鎮農會廠長-蔡 清德廠長
15:20-15:35	形塑地方經濟圈-區域經濟	【青農開講】	

時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
15:35-15:50	【座談討論】		
15:50-16:30	【綜合座談】		

四、論壇內容分享概要整理

表 3-42 論壇內容分享概要

論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
09:40-11:10	【大師開講】 用心過日子， 你的半農半 X 生活	演講人 半農半 X 實驗室 塩見由紀 與談人 謝美微老師	90 分，半農半 X 發展構想及理念宣揚
塩見先生表示在這個時代，人們可以展示自己的個性，但他們卻失去了個性。半農場和半 X 農場以小農生活和可持續農業為基礎。耕種時間不必是工作日的一半。只有早上和晚上都可以。面積也是您的大小。您可以租用民用農場，去菜園，去農業或在陽臺上。這個地方在鄉村和城市都可以。無論城市還是鄉村都不是絕對的。觸摸土壤和植物，愛小昆蟲。拋棄“人類是最好的”的內心。於 12 年前以“半農業與 X-Life”的標題出版。該書的標題是臺灣編輯“順從自然，自然實踐”。僅用 8 個字符，它就能準確地表達人類生活的方向。 半農場和半 X 的普遍性是什麼原因？我們到達的兩個簡單原因之一是，如果沒有其他生命（命運即生命），生命就無法維持。另一個是人們需要一種“生存的意義”。即使有食物，沒有它也不能滿足。看到和感受年輕一代以半農場和半 X 風格進入村莊的想法都是有創意的。塩見先生對年輕一代的期望尤其是軟實力的這一方面。有一個原因。這是因為世界正處於在城市和農村地區建立吸引力和軟實力競爭的時代。塩見先生舉了一個例子在日本德島縣南町 IT 公司 Cypher Tech 總裁吉田元治從 X 獲得靈感，並招募了“Half X Semi IT”員工。優秀的員工可以聚集在農村地區，想法可以四處傳播。			

論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
德島縣知事在演講中還發表了“一半 X 一半的 ICT”的演講。創新是新的結合。您如何在這個國家進行新的組合？半農場和半 X 的概念可能對此有所啟發。 最後，“人均一個實驗室社會”的塩見先生願景是沿稱這個世界為“消散的社會”。一個痴迷於大量信息，失去重要事物並遠離本質的社會。另一方面，目標是“融合社會”。融合社會是什麼樣的社會？作者構想了一個“一對一的實驗室社會”，該社會尋求從幼兒園到老年人的生活主題，並將結果返回世界而不會壟斷結果。自 2000 年以來，作者被任命為“半日韓漢科學研究所”的代表，並作了關於“您將建立什麼樣的實驗室？”的演講。顯然，可以設計出每個單獨的研究所。公眾探索自己的 X。塩見先生夢想著一個代表世界的新時代。請大家一起跟我一起蒐集許多 X 吧!!			
11:20-11:35	轉化地方價值- 產業振興	【青農開講】	組長:陳右穎 組員: 郭俊瑋、賴英睿 郭峻維、楊鈞賀
這一組主題為「轉化地方價值」產業振興，談的為至交流參訪之產與消的距離主要先從農產→產地→通路破題，拍賣市場是由農會共同運銷；拍賣市場價格與共選場(集貨場)對於農民的差異，在大型直賣鎖可以直接對應生產者感受到「新鮮、安心、平價」，在每一個參訪點中，皆可以看到「地產地消」；轉化地方價值後，發現農村價值與定位不同生產者專注生產並提高競爭力。 管銷者更瞭解產地風俗氣候。消費者接近生產者，產生信任。 末端售價：生產者收入 85%↑、管理銷售費用 15%↓ 本組有兩位漁產養殖，針對智慧監控生產(科學密度、生態養殖→活締處理、冷鏈、溫控加工室→發展產業六級化) 結論：生產產品的方法，是技術。推廣農文化的方法，是行銷			
11:35-11:50	拉近城鄉距離- 體驗行銷	【青農開講】	組長:邱濬宇 組員: 顏芷芸、莊雅閔 徐麗敏、盧定楠

論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
			此組為「拉近城鄉距離」談體驗行銷，實際至保田小學校中，與臺灣相同的是，因為少子化，許多學校都面臨被廢校的命運。而位在東京近郊的千葉鋸南町「保田小學」，這座擁有 126 年歷史的學校，在廢校後，經由大家協力，成為一處兼具「農產交易、社區活動、旅行設施」的新場所。廢校空間成為社區產業血脈相關的設施，進而成為「社區核心設施」，並與「農業六級化」的發展政策搭接，讓廢校空間成為城市與鄉村產業交流的媒介基地。鄉村社區正面臨人少、就業機會缺乏等問題，學校作為最重要的公共設施，就算廢校後，也應發揮空間最大價值，扮演「帶動、聚合」的效用。 結論：小校求生存，必須與社區一起脈動，政府在鼓勵青年回鄉的同時，而廢校空間的再利用也必須從“有人用就好”的消極態度轉而思考如何與社區共生相關，讓廢校空間積極地成為為鄉村聚集社區能量、吸引外部資源、發揮社群力量、帶動社區發展的重要資源。
13:25-14:55	【大師開講】 地方創生	演講人 山形県高畠町役場 鈴木祐介 與談人 謝美微老師	
			鈴木先生於參訪前極力推薦我們觀賞「拿破崙之村」講的是一位基層公務人員如何將已經沒落的社區活化，他也將分享他在高畠町商工觀光課 8 年中看到及成長的；分成五個階段來分享，第一積極拓展海外促銷業務，成為頂級銷售人員，例如市政當局和旅遊協會負責人，同步監控地區的旅行和名勝之旅，找旅遊節目拍攝行銷，當然同時也要反思這樣對會社區產生甚麼變化？ 第二，自身優勢運用及考量，身邊的資源是誰可以制定？誰可以協助並且給力的。 第三，從第三視角重新認識居住地，並且找到適合對應的人才來協助，他找到一位外蘭明博先生，有全球性經驗且區域活力創造者來協助，並且舉行農業和旅遊業合作活動，增加一些小元素與外在的人，增加區域振興和區域振興。 EX：日本最早的賞櫻花酒吧（冬季賞櫻花，品嚐當地美食賞櫻花）高畠町品牌米飯的食用比較（與魚沼越光）維繫堅持高畠町品牌的有機農業

論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
▶JR 東日本成人假日俱樂部會員專用糙米套餐 ▶農家母親的家庭烹飪，並與有機農戶搭配 逐步進行改變時，需要不時地停下來聆聽社區的聲音，就算有人抵抗也有溫柔堅持說明態度，實施組織化改變現狀是需要謹慎及信賴的。			
15:05-15:20	農業智慧創新- 技術精進	【青農開講】	組長:賴建良 組員: 鄭欽文、陳健福、何秉洋、陳昀鎂
此組為「農業技術精進」談農業技術，其實臺灣目前農業技術不比日本差，我們可以學習的部分可以在小細節中發現，例如：安田農場，玻璃溫室離地栽培，四十年沒有換過土，詢問農家主人，主要靠的高溫殺菌(溫濕度紀錄與自動溫控加溫) 10 種一批。開花->授粉留三小果。最終留一果，用白鐵槽離地裝土，減少環境因素。2.土中有高溫水槽做溫度控制。3.利用培養土作施肥基底，減少過度用肥。4.輪作空場時利用高溫殺菌。讓微生物重新洗盤。 JA 笛吹選果場農農會系統政府出資，農民是JA的經濟來源，用省時省力的設備，減少量產時的出貨壓力，用科技性的工具，輸送、檢核、包裝、追蹤履歷，平時強化農民的品質，帶動區域品牌競爭力並且真正的與農協作。 結論：專心只做一件事、專業做好一件事。			
15:20-15:35	形塑地方經濟圈- 區域經濟	【青農開講】	組長: 羅條原 組員: 董昱劭、劉育承、王重鈞、黃筑萱、
如何製造地方經濟圈，就是要讓消費者拿出錢來消費，由小區域出發，以最能代表該區的產業，形塑地方特色，並運用嶄新的思維和做法進行行銷，帶動區域經濟更加蓬勃發展。首先無論哪裏都有「產地地銷」製造第一印象衍生產品的轟炸式行銷，吸引外地客戶，讓社區和農民拿出最驕傲的鎮縣鎮市之寶來創造話題性，進而消費，主要吸引遊客旅遊農產正循環，結合資源廣度地方功能鮮明，形成一			

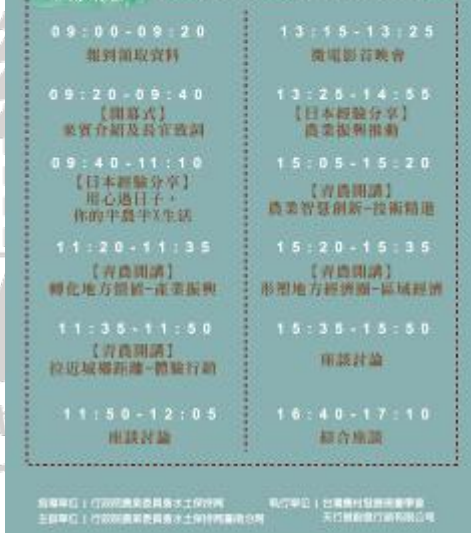
論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
個大農村區域循環。 善用優勢，打造地方經濟榮景 推動地方特色產業，不僅能夠平衡區域的經濟發展，也能凝聚居民的地方共識及在地認同，對地方長遠的發展樂活安居的理想都有助益。希望大家更深入探索各區域的特色，持續推動更多地方產業計畫，以期促進地方產業的永續經營及長遠發展，讓地方成為三生的宜居繁榮農村。			
15:50-16:30	【綜合座談】		
.青農提問與鈴木先生請教，日方如何看待此日本的傳統農村愈發高齡化問題更加嚴峻，年長的生產者快要無法負荷農務困境，是否希望年長者隨即退休使農場的農產品提供給青年，抑或轉作生產相較輕鬆的作物？ .鈴木先生表示山形縣在冬天時，有些地方積雪甚至達二至三米高，對他們來講這也是很艱難的環境，那這些高齡者要怎麼讓他們的農業繼續做下去，對行政單位來說高齡化日趨嚴重這的確是個難題。高齡長輩他們擁有豐富寶貴的人生經驗，這些人生經驗要如何保存下來並傳承給年輕人至關重要，故政府協助媒合高齡者與年輕人，將高齡長輩生活經驗及種植的技術授與年輕人。因為正常的年輕人一般都有工作，比較沒有時間。政府則由就先從都會區一些無心上課、心靈曾受到創傷、在社會比較弱勢的青年著手，倚靠農業園藝的療法，帶動他們認識農業，透過接觸農業得以舒心，放下私慾，理解從農是件很快樂的事情，從中建立自信，進而使他們回歸至正常的工作軌道上。 此次見學青農發覺日本具有都市與鄉村相離較遠的特性，臺灣的郊區則開車不遠便可抵達連鎖的超市或量販店，直賣所概念是否適合在臺灣生存，蔡廠長回應臺灣操作的競爭對手是黃昏市場而非全聯，換個角度，臺灣的黃昏市場形成就像是臺灣直賣所，臺灣是最具人情味的地方，最近中北部的百貨公司都用仿黃昏市場的類型在操作，但欠缺人情的層面在。若在合法操作的前提下，青農可思考藉由區域型的黃昏市場在做導入，藉的方法非用過去既有前店後廠的概念，因近年前店後廠在這幾年測試下來發現分潤機制的瓶頸。當出貨配送量大的時候，運輸成本非常高昂，物流就是集中分散集中分散的概念，透過重複集中分散的時候，透過區域的整合才能夠把直賣所擴大。			

論壇內容分享概要 整理：時間	議程內容	主持人/演講人/與談人	備註
這次去日本在東京鐵塔那邊推廣我們臺灣的農特產品，很感謝水保局，還有美薇姐到現場的支持，幫我們也很多。我們這次是 的形式直接面對消費者，有發覺到一點，其實日本大眾對於臺灣農特產品的接受度其實頗高的，我們當天販售的價格其實也不是那麼便宜，他們購買的提袋率也很快，水保局篩選的一些好物，我們也會反再篩選很適合去，有一些工廠的、登記的、有認證的這些我們都很適合幫他們拉過去，也歡迎大家可以多多報名一起支持。 蔡廠長分享，現有眾多餐飲連鎖企業，他們在發展過程當中考慮管理幅，幾乎不會馬上將戰線拉到遠端經營，若要開直賣所首要須重新盤點，轉型至最有優勢的地方。例如黃昏市場操作，利整合借力使力，將亮出產地來源後，明顯與市場攤販差異化。			



五、活動視覺設計

表 3-42 論壇場地布置設計

	
舞臺區主視覺布置	
	
	
活動講者介紹立牌	活動流程立牌

	
電子版邀請卡	印刷紙本邀請卡

六、活動剪影

表 3-43 論壇活動剪影

	
活動現場照片	林長立副局長開場致詞
	
傅桂霖分局長致詞	青農自發性為千葉風災捐款



美微老師代表領捐款(青農代表)



水土保持局致贈關懷卡



場外青農攤位展示



場外青農攤位展示



半農半實驗室 塩見由紀



青農認真聆聽演講



塩見先生演講後熱烈回饋



塩見先生演講後熱烈回饋



休息時間相互交流



休息時間相互交流



青農分享



青農分享

108 年南部地區青年連攜與見學創新輔導計畫 成果報告書



青農分享



青農分享



上午座談討論



上午座談討論



上午場大合影



上午場大合影



下午場青農分享



下午場青農分享

	
大師開講鈴木祐介	大師開講鈴木祐介
	
下午場座談討論	下午場座談討論
	
綜合座談	現場青農提問

	
會後交流	會後交流
	
晚宴贈送水保局紀念盤	晚宴贈送水保局紀念盤

半農半 X 是以永續的簡單生活為基礎，並從事發揮個人天賦的工作，一半時間親手栽種農作物，以獲取安全的糧食，另一半時間則從事發揮特長的工作，換得固定收入。鈴木祐介為山形縣高畠町役場主任，致力於提升區域創造力，藉此創造當地就業機會和移民/定居的可能性。不論是塩見直紀或是鈴木祐介，都是在不同領域中共同為農村發展而努力的人物，當日講述及分享的內容獲得與會人員熱烈回響。

第七節、青年回留農村創新研究計畫（合創組）專案管理

彙整青年回留計畫之相關資料及辦理輔導訪視，並協助分局辦理期中及期末審查會議。

一、臺南分局轄區內合創組入選名單如下：

- (一) 高雄市統嶺社區發展協會-「山澗泉樂-響大地計畫之水漾統嶺農村起飛」
- (二) 高雄市旗山區糖廠社區發展協會-「大旗美農村體驗物產直賣所」
- (三) 臺南市楠西區密枝社區發展協會-「楠西遊-識農趣」
- (四) 高雄市旗山區南勝社區發展協會-「開花結果農民力交流計畫」
- (五) 澎湖縣湖西鄉湖東社區發展協會-「菊島 202。遇見海洋餐桌」
- (六) 臺南市將軍區將軍社區發展協會-「將軍蘆筍 Delicious-食農工藝產業計畫」
- (七) 高雄市大樹區龍目社區發展協會-龍目「Plan B」-區塊鏈串連農村三生均衡發展永續平臺計畫」
- (八) 屏東縣枋寮鄉新龍社區發展協會-「樂漁助人夢想無限」
- (九) 屏東縣內埔鄉文化促進協會-「可可智慧共耕產銷履歷建置與實踐計畫」
- (十) 臺南市農村再生社區營造協會-「深耕農村-青創返鄉翱翔計畫」
- (十一) 臺南市佳里區延平社區發展協會-「埔漁慕農四季紅」

表 3-44 相關會議照片

日期	會議名稱	辦理照片
1 月 19 日	108 年青年回留農村 創新研究計畫(合創組)複審會議	
3 月 7 日	108 年青年回留農村 創新研究計畫教育訓練	
8 月 2 日	108 年青年回留農村 創新研究計畫(合創組)期中會議	
11 月 8 日	108 年青年回留農村 創新研究計畫(合創組)教育訓練	
12 月 3 日	108 年青年回留農村 創新研究計畫(合創組) 期末會議	

第四章 結論與建議

行政院農業委員會揭示 107 年農業政策以建立農業新典範為主要目標，提出發展產業特色，創造新優勢、厚植多元能量，營造安居樂業農村，促進人文友善社會等策略，搭配具體作法包括茁壯小農、扶植企業農，改革農民生產組織，建構集團產區供應體系，擴大產業聚落規模，調整產業結構，創新農業價值；因應通路多元化需求，建構區域性農產品加工中心，提高農業附加價值。整合農業訓練資源輔導青年農民，建立系統性農事培育課程及實習場域，建立人力資源庫及平臺，改善農業人力老化及缺工。培育新農民，提升農業人力質量；與地方政府攜手合作，健全農民組織制度，協助農民組織運用在地產業資源，結合農村社區、青年農民，創新發展農村經濟事業，提升產業服務量能，建構六級化產業價值鏈。提升農業行銷能力—強化產業優勢，布局全球市場，培育具跨域合作及國際市場開拓能力之新世代農業經營人才，提升產業國際競爭力。

第一節、結論

本計畫範圍為臺南市、高雄市、屏東縣及澎湖縣四縣市農村地(社)區，結合本計畫具農村產業發展潛力之青農(青年)盤點與基礎資料建置，本團隊蒐集臺南分局有關「年青年回留農村創新研究計畫」、「年度南部地區青年共創產業輔導平臺計畫」、「年南部地區綠產業輔導及行銷計畫」以及相關部會青農資料加以彙整，主要針對轄區內具發展潛力之青農(青年)及社區資源加以盤點，並針對上述盤點之農村青年，檢視社區及青農(青年)參與意願及組織運作、產業資源及未來發展構想等面向，並邀請專家學者前往診斷並提供後續發展建議。更重要之

成效是與青農保持資訊暢通管道。

本計畫彙整分析臺南轄區內青農名單及數量，於本計畫所辦理透過歷年輔導青農，持續蒐集 106 至 108 年臺南分局青年相關資料加以彙整，主要針對轄區內具發展潛力之青農(年)及社區資源共 73 位，遴選出 15 位新生，14 名舊生一同前往優秀農場域進行交流參訪。

本計畫為建構青年農民產業整合交流平臺為主軸及目標，本團隊透過盤點之潛力青農(青年)資源中，連結臺南市學甲區青農及高雄市旗山區思原農場，將各自專長及產業資源結合，投入技術、經驗及情感支持，建構出高雄區 1 處產銷平臺結合南部青農使及前店後場通路媒合，臺南區學甲進行食農教育平臺與學校合作，逐漸實踐食農教育推廣帶進生活中，未來將與南部地區相同領域農產業做出區隔性及競爭價值，並可以達成吸引青年人口返鄉及農產業永續經營之目標。

今年以「農舞台」平臺為主軸，整合計畫目標以攜手三步驟模式讓青農合作，跨區(領)域合作讓大家共榮共好，以下說明今年度成果：

一、攜手共學：

今年赴日至東京及千葉近郊進行交流，學習到日本服務細緻程度、氛圍營造、直賣所營運制度、整合行銷方式，也讓青農產生後續發展方向，回國後枋山的昱劭就想將老屋活化整理成芒果直賣所空間，枋寮的右穎 12 月於枋客文旅成立板寮直賣所，將枋寮在地好食材推出限定版漁網便當的形式呈現，使用在地食材入菜，呈現出枋寮這塊土地的各個風貌。

二、攜手共創：

106-108 年水保局臺南分局輔導青年單位逐漸模組化，107 年以臺南市將軍區-地利小食作為產銷平臺，蘆筍損耗率很高，將軍農會下腳

料交給將軍銀髮長輩加工成為「銀蘆筍」品牌商品、媽媽大廚料理成蘆筍料理及飲品，透過食農體驗旅遊而得產業經濟再回饋到社區長輩工作金及共餐，整體發展串連在地店家、餐廳、農友及農會行銷在地農特產及六級產業；臺南市東山區番社蔬果聯盟為育成平臺，結合地方實作農場與學校知識教育，培育本科青農，讓在學學生透過實作經營小規模農場習得經驗。

今年兩處平臺回到跨域產業為主力協助下也逐漸成長升溫，番社蔬果聯連結曾文農工、嘉大、中華醫事大、屏科大、興大、農試所、蝙蝠協會、野鳥協會等組織合作下，逐漸打造成生態農業示範區，也將與主婦聯盟合作上架商品；將軍蘆筍產業不僅地利小食努力，南應大、成大、將軍農會今年都在產業技術研究、多元料理及飲品開發、機具設備精進皆有成效，地利小食則舉辦產業體驗，及擴大產業行銷範圍至藍晒圖進行宣傳展覽活動。

108(今)年產銷平臺則以高雄產銷平臺-思原農場(原園火鍋店)火鍋店與產地合作，產地提供新鮮安全食材、火鍋店把關食材讓消費者吃得安心，透過食農小旅行消費者可從餐桌溯源到產地，透過體驗活動真正接觸土地學習更多知識，體認食材得來不易，學會更珍惜食物，跨區域擴大合作範圍共同努力，資源與經驗共享，討論產業現況、如何突破困境與相關資源申請，不同領域互動之間也可碰撞出更多火花，新的看法與合作機會也進而產生。

三、攜手共銷：

今年依產地旅遊類型搭配 TO' GO 雜誌三篇露出，讓民眾深度瞭解產地旅遊內容，也同步接洽日本貿易商，明年度有機會將資源整合同一品牌露出行銷。並媒合沐旅時光電商平臺，媒合七家業者於網路

平臺上架及後續三場推廣活動，明年待思原農場高雄店整備完成，將會媒合分局轄局內優質青農友善商品進駐上架，也會規劃講座、產地體驗、活動，將持續擴大完備合作銷售面項。

四、攜手共研：

條原也與英睿洽談合作開發新品-梅子雞火鍋、建良將重整哈密瓜溫室種植及體驗方式，大家共同赴日幾天，因分組及群體行動，讓大家感情急速加溫，回國後還時常相約見面聚會，及到彼此產地拜訪交流，青農、產業間自主交流合作也是此計畫培植大家的最終目標。



第二節、執行團隊面臨之問題現況及建議

因本計畫青農產業類別不同，較難以同一量化，雖總體目標方向相同，但依各青農發展與產業時程上需求略有不同，每位青農所屬社區投入資源相對無法一致，建議盤點各部會區域潛力青農(年)，從既有青農其朋友圈著手，擴大資源圈並投入較長時間磨合青農與社區關係才能整體帶動區域型產業經濟。

106 年至 108 年都帶領青農至優秀農場域交流參訪，臺南分局轄區內青農有許多位皆以發展組織系統，產品甚至獲得國際獎項，建議明年度先將青農依其強項及屬性分組，組內互動討論需求及見學交流需求重點，除農業相關點為走訪外也增加農藝及工藝部分，讓青農除農產業外也能學習日本藝術創作，將心得融入其生活及環境，也在行程中以農舞台作為媒合交流平臺，規劃臺日青農互動交流機會，讓日方青農也能知道目前臺灣產業現況及技術，建構互訪旅遊方式並邀請日方青農來臺回訪，透過實際交流及深入瞭解體驗，更能碰撞出新的想法與建議回饋，模式建置成熟後，青農往後能有管道及人脈自主前往交流互動。

協助青農盤點轄區內各項產業輔導措施(包括人力不足或者具備說故事與網路行銷能力，產品識別等相關問題)，提供專案輔導服務，協助青年農民穩健經營，逐步擴大規模，成為專業穩定生產供貨者，跳脫純粹生產面，而成為具規模之農產行銷、加工經營者，或成為其他創新增值發展之農業產業價值鏈經營人員，打造出農舞台之青農發展標竿，並串聯整合南部地區其他青農與上下游農業工作者，帶動地區產業與其他青農共同成長，一起活絡農村社區，發展出創新的農業價值鏈，讓農業生產、生活與生態價值能充分發揮，使農業能升級

且具競爭力，顛覆傳統，引進技術、設備；善用科技、資源；自創品牌、行銷海外，開始翻轉老舊農村。



參考文獻

1. 行政院農業委員會，新農民培育計畫(106年至111年)(核定本)，
105年12月
2. 張李曉娟，環球科技大學中小企業經營策略管理研究所，日本新
農民獎勵政策之研究，環球科技人文學刊第十七期。
3. 蔡巧蓮執行秘書、蔡金龍組長、鄭至涵工程員，日本東京都及千
葉縣農村創新發展經驗交流，行政院農業委員會水土保持局，出
國考察報告。
4. 日本內閣府地方創生推進事務局網站，取自：
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/>
5. 日本農林水產省網站，取自：<http://www.maff.go.jp/index.html>
6. 行政院，強本革新一新農業創新推動方案，2016年12月26日
<https://www.ey.gov.tw/state/CD050F4E4007084B/eca9c73f-eab3-4628-9e73-afd18523027a>
7. 行政院農業委員會水土保持局網站，取自：
<http://www.swcb.gov.tw/>
8. 行政院農業委員會網站，取自：<http://www.coa.gov.tw/index.php>
9. 社企大趨勢／救活日本農業 揪農家兒女一起來，社企流，2015
年1月21日，取自：<https://www.seinsights.asia/news/131/2805>

10. 青年回留農村創新研究計畫，行政院農業委員會水土保持局，取自：
<https://rturn.swcb.gov.tw/>
11. 青年村落文化行動計畫(2019 年)，中華民國文化部，取自：
<https://youthgo.moc.gov.tw>
12. 教育部青年發展署(2019 年)，108 年青年社區參與行動 2.0
Changemaker 計畫，取自：www.yda.gov.tw

