

地方創生國家戰略 規劃與實踐



國家發展委員會

2019.11.13

簡報大綱

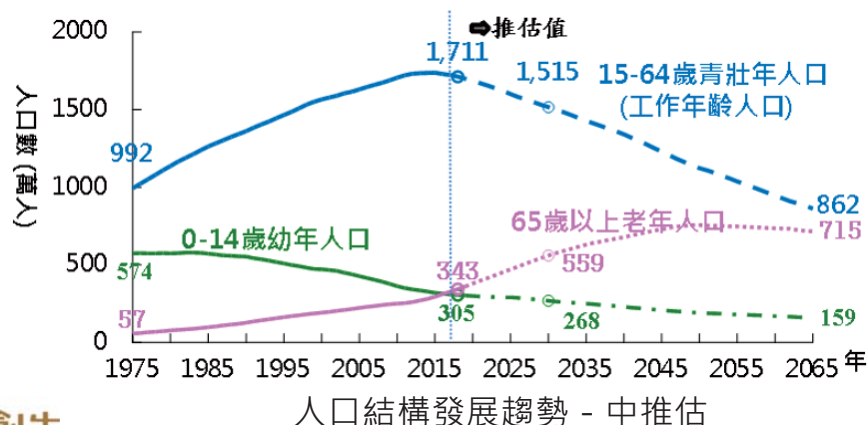
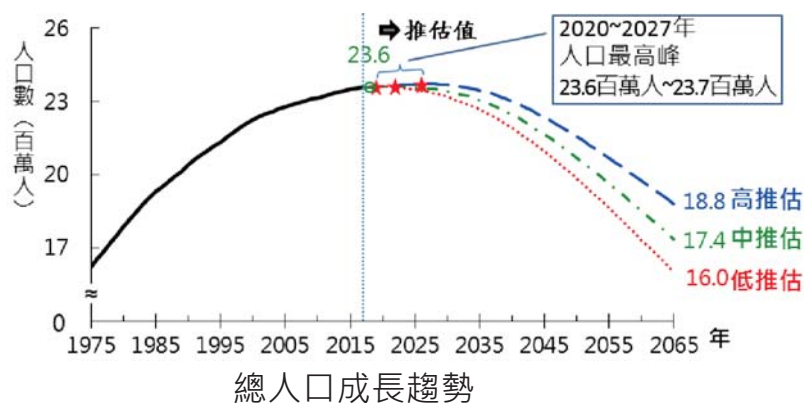
- 一、臺灣的人口危機
- 二、為什麼要做地方創生？
- 三、地方創生目標
- 四、哪些地方需要創生？
- 五、要怎麼做地方創生？
- 六、怎麼提出事業提案？
- 七、地方創生的關鍵戰略
- 八、地方創生實戰故事
- 九、結語

臺灣的人口危機

- 2015年 15-64歲工作年齡人口達最高峰，2016年開始下降
- 2017年 2月起65歲以上高齡人口超過14歲以下幼年人口，出生跌破 20 萬人
- 2018年 3月高齡人口占比超過 14%，開始邁入「高齡社會」
- 2022年 總人口數開始呈現負成長
- 2026年 高齡人口占比超過 20%，開始邁入「超高齡社會」
- 2027年 人口紅利結束
- 2054年 總人口開始低於 2,000萬人

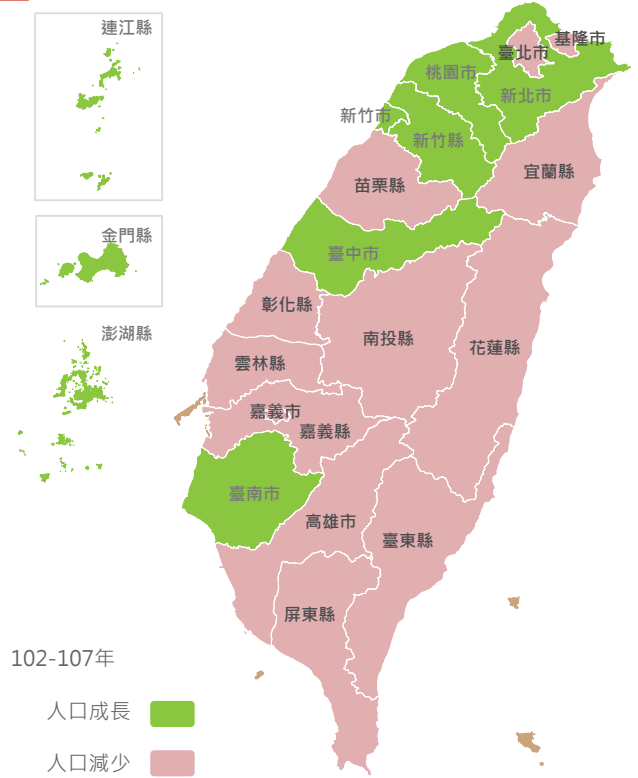
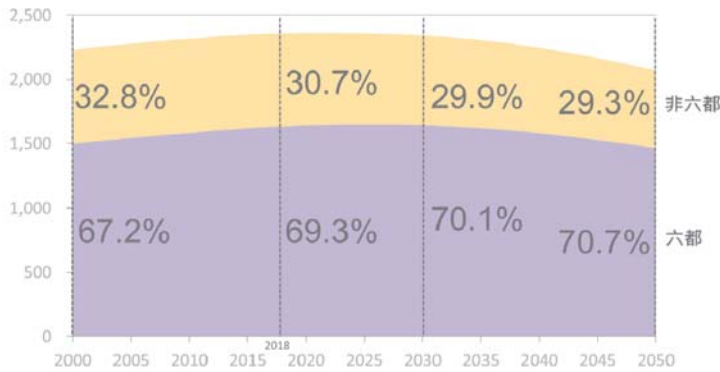
為什麼要做地方創生？

- 總人口減少，高齡化



為什麼要做地方創生？

- 人口過度集中都會區，城鄉發展差距擴大
- 人口減少縣市遠大於增加縣市



地方創生日標

以人為本

科技導入

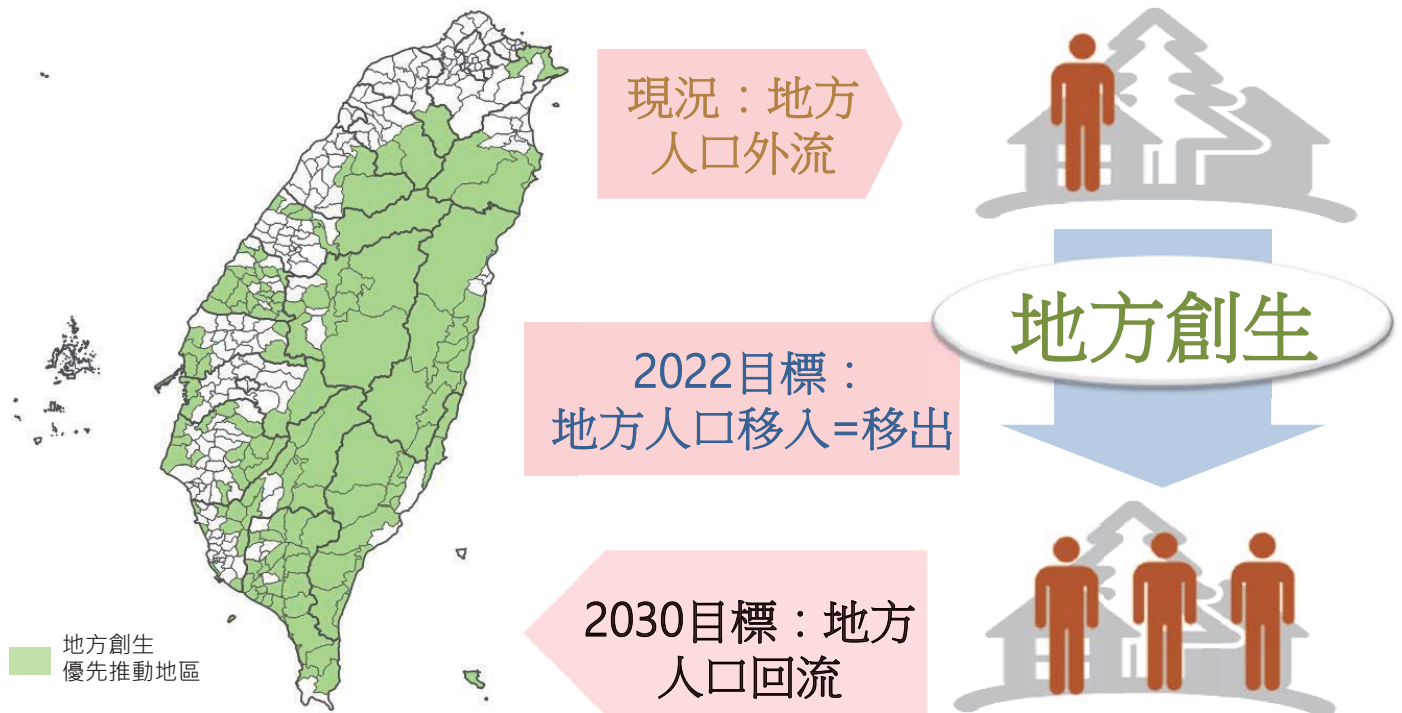


產業發展

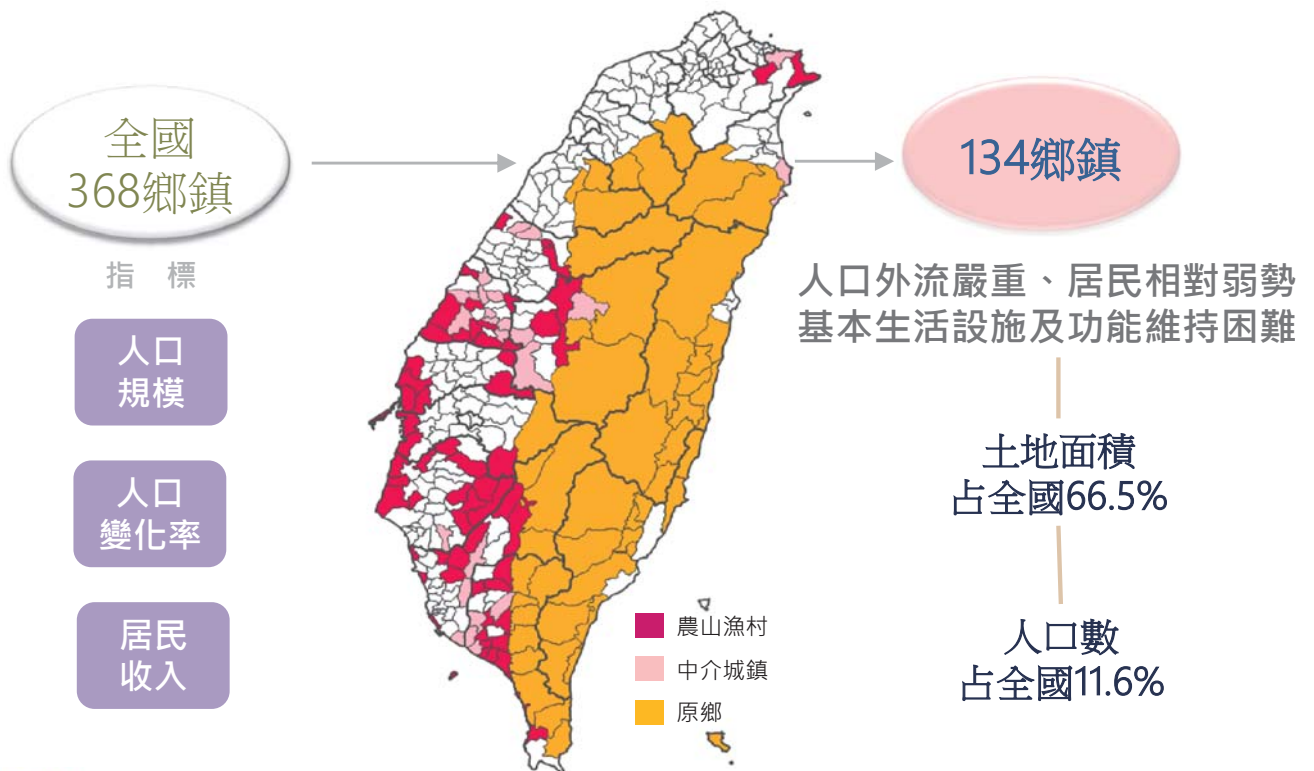
地方創生
REGIONAL REVITALIZATION

促進島內移民，達成「均衡台灣」

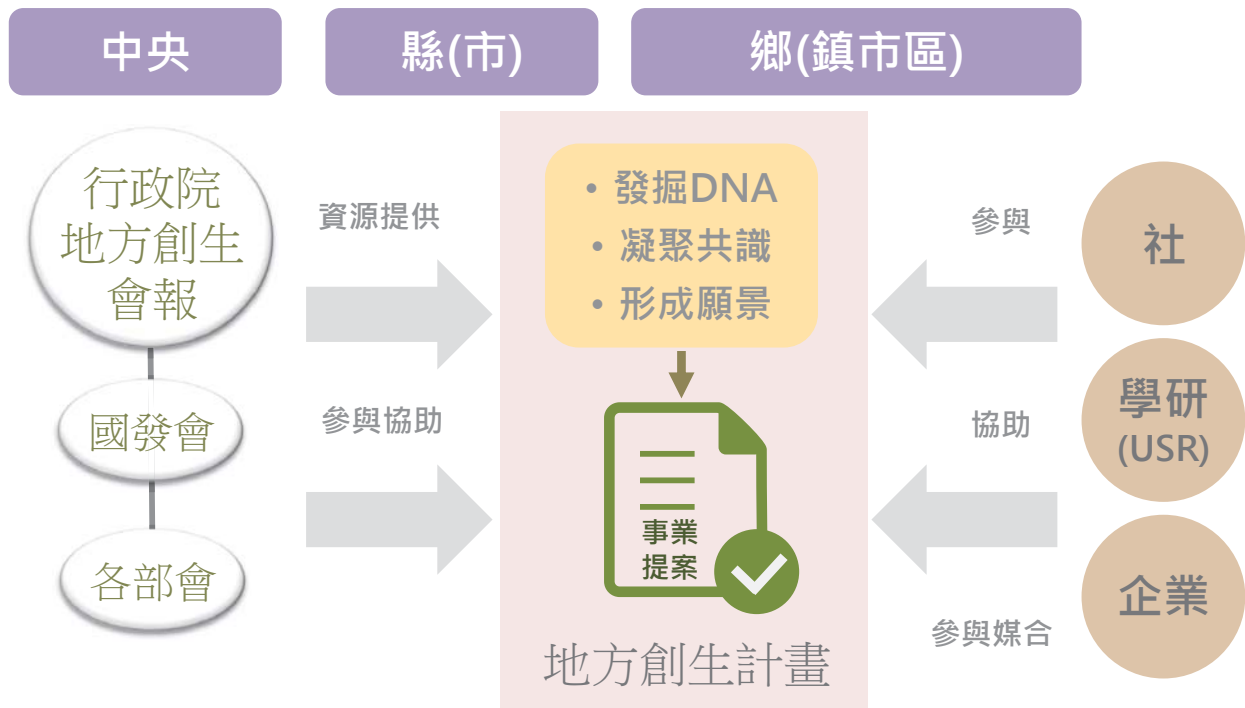
具體目標-2030年地方人口回流



哪些地方需要創生？



要怎麼做地方創生？



怎麼提出事業提案？



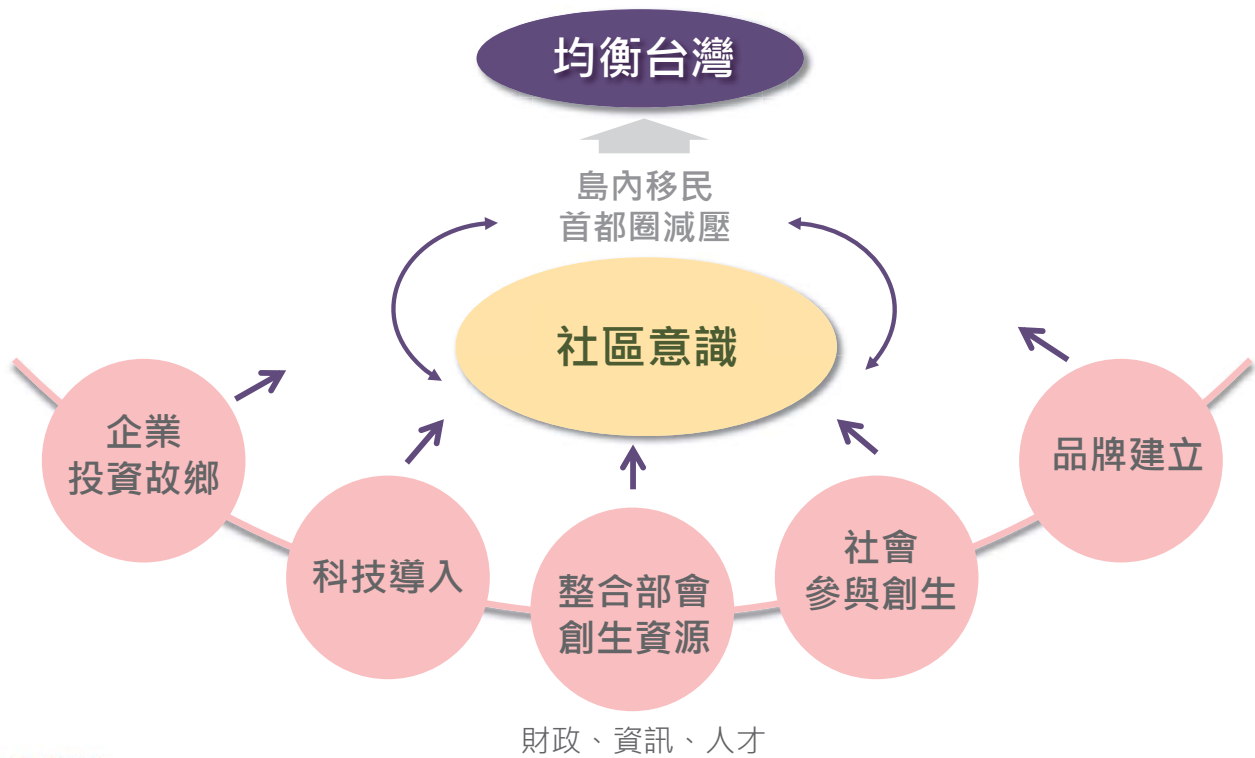
誰可以提？

- 產官學研社都能提出事業提案，送請鄉鎮區公所或縣市政府納入地方創生計畫。

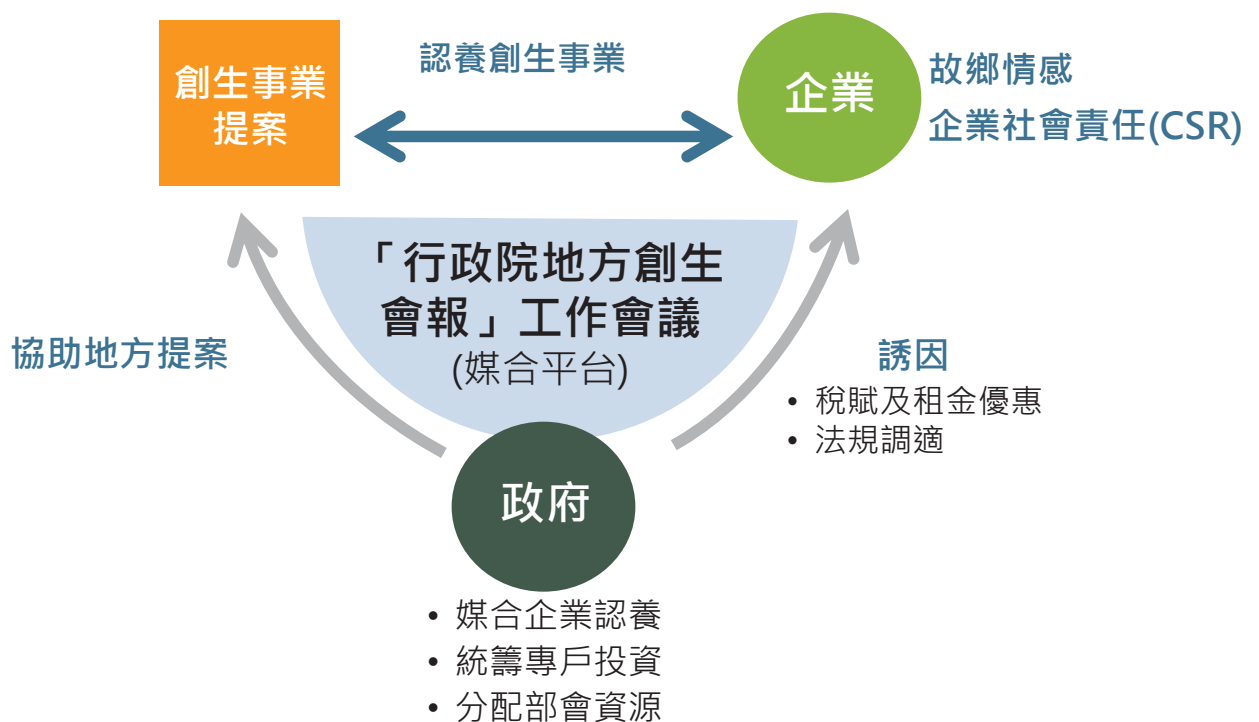
事業提案要怎麼寫？

- 事業提案須符合地方創生願景，至少包含下列事項：
 1. 事業主題
 2. 事業與地方DNA的關係
 3. 事業經營主體、利害關係人
 4. 形成事業共識過程
 5. 事業構想內容(包含地點、永續經營之商業模式、自行投入資源、可能的收入來源...等)
 6. 事業所需資源與協助(包含需要政府協助媒合的部會資源、企業投資、相關配套建設、法規調適事項等)
 7. 事業對於地方創生KPI之貢獻程度

地方創生的關鍵戰略



第1支箭 企業投資故鄉 - 認養創生事業



第2支箭 科技導入



基礎環境建構

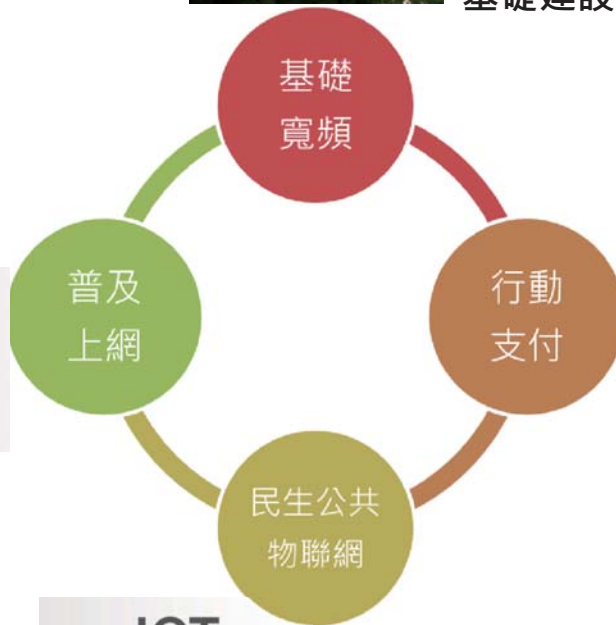


普及偏鄉寬頻接取
基礎建設計畫

普及國民寬頻
上網環境



中小企業行動支付
普及推升計畫



建構民生公共物聯網計畫

第3支箭

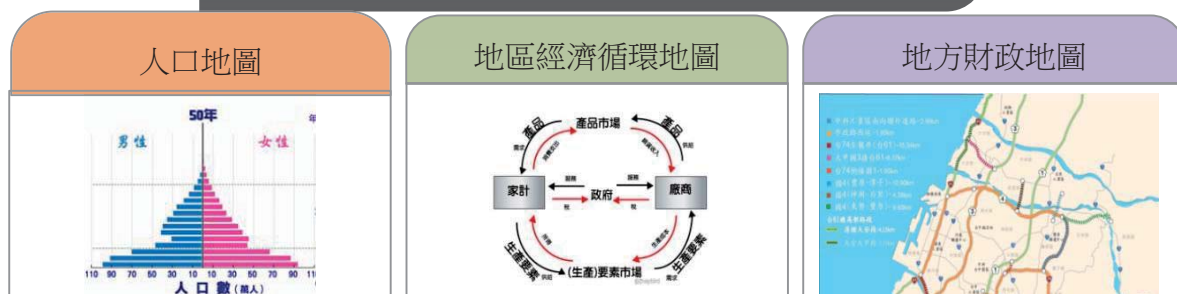
整合部會創生資源

選定37項可投入地方創生之計畫，協助創生事業。

- ◆ 主要計畫(17項)-直接帶動地方產業或就業
- ◆ 配套計畫(20項) - 提升城鎮機能

建置地方創生資料庫(TESAS)，提供計畫資訊

資料庫架構

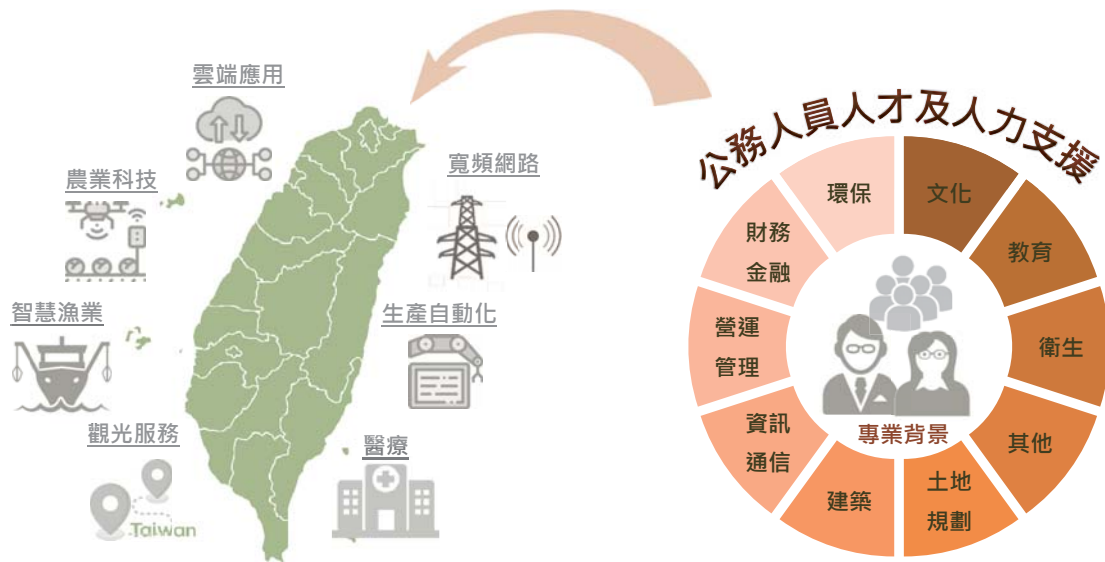


網址：<https://colab.ngis.org.tw/lfit/index.html>



人才與人力支援 - 公務人員認養故鄉

- 行政院人事行政總處已建置「地方創生人才借調平臺」(網址：<https://www.dgpa.gov.tw/mp/archive?uid=493&mid=492>)，讓中央機關公務人員能借調到偏鄉服務。



第4支箭

社會參與創生



- 協助鄉鎮尋找DNA
- 凝聚共識
- 形成願景
- 研擬創生事業構想

- 尋找專業資源投入
- 協助鄉鎮強化事業計畫財務、技術、創新、行銷內容

- 依照案件性質，綜整部會資源投入

- 確認創生事業內容
- 邀請企業投資

舉例：



參與者



第5支箭 品牌建立

□ 確立地方品牌形象

建立品牌識別

地方特色產品
創意設計開發

觀光遊憩加值

□ 地方品牌行銷經營

媒體宣傳

推廣「地方限定」
產品、體驗服務

網路\實體
行銷通路



地方創生實戰故事

案例(一) 臺南官田菱殼炭循環再利用

- ◆ 3,740公噸/年廢棄菱角殼，研發再生資源菱殼炭
- ◆ 開發創意商品，創造循環經濟



官

官田區公所
推行農業廢材再利用政策

學

成功大學、官田國中(小)
產品技術協助、農學教育

民

地方農民
菱殼知識推廣、產業升級

產

社區產業
延續動能、永續發展



資料來源：臺南市設計翻轉地方創生-官田菱殼炭創生計畫成果報告、臺南市官田烏金社區合作社

22

案例(二) 宜蘭斑豐收藝術季

- ◆ 宜蘭縣壯圍鄉活化廢棄魚塭，導入「漁民提款機」模式，推動休閒漁業的七大產業型態模組。



體驗場域



生態聚落



食材餐廳



解說教室



直售所



職人故事館



行動廚房



賣魚郎場域改造



資料來源：宜蘭縣政府

22

案例(三) 崇越集團打造「安永鮮物」品牌

- ◆ 推動從產地到餐桌嚴格把關的「健康新生活」
- ◆ 設置美食、科技、親子玩樂的觀光工廠
- ◆ 區域養殖通路合作與品牌聯名



PIZZA西點DIY教室



開放式活動大廳



體驗廚房料理課程

資料來源：安永心食館

案例(四) 屏東樂漁8

- ◆ 風災後青年回鄉共組水產養殖產銷班，自創品牌「樂漁8」。
- ◆ 從包裝、logo、行銷到通路，開創魚產新價值，產值2億5千萬元。
- ◆ 將成立合作社，以組織戰開發更多的可能性。



資料來源：佳冬鄉水產養殖產銷班第八班

案例(五) 三鶯·宴 地方創生計畫

推動社企、文化工藝與創生事業

- ◆ 整合發展茶、染、陶等地方特色工藝業，傳承培訓國中小學工藝小職人
- ◆ 低收入戶、單親家庭等兒少課後教育，扶助社區



資料來源：甘樂文創志業股份有限公司

結語

- 今年是臺灣地方創生元年，行政院已將地方創生定位為國家安全戰略層級的國家政策。
- 為維繫國家總體競爭力，平衡區域發展，未來將以維持總人口數不低於2000萬人為願景，促進島內移民及配合首都圈減壓，達成「均衡臺灣」的目標。
- 地方創生需要持續不斷推動，希望中央與地方、政府與民間能共同攜手，一起創造更美好的臺灣。

簡報結束
敬請指教
