

中衛地方創生戰略計畫

中衛發展中心

朱興華 總經理

2019年3月22日





PART

01

全球地方創生背景說明

名次	主要國家	2017年 高齡化比率(%)	名次	主要國家	2016年 出生率(人)
1	 日本	27.05	1	 臺灣	1.13
2	 義大利	23.02	2	 義大利	1.35
3	 德國	21.45	3	 日本	1.44
4	 法國	19.72	4	 德國	1.50
5	 英國	18.52	5	 英國	1.80
6	 美國	15.41	5	 美國	1.80
7	 臺灣	13.20	6	 法國	1.96



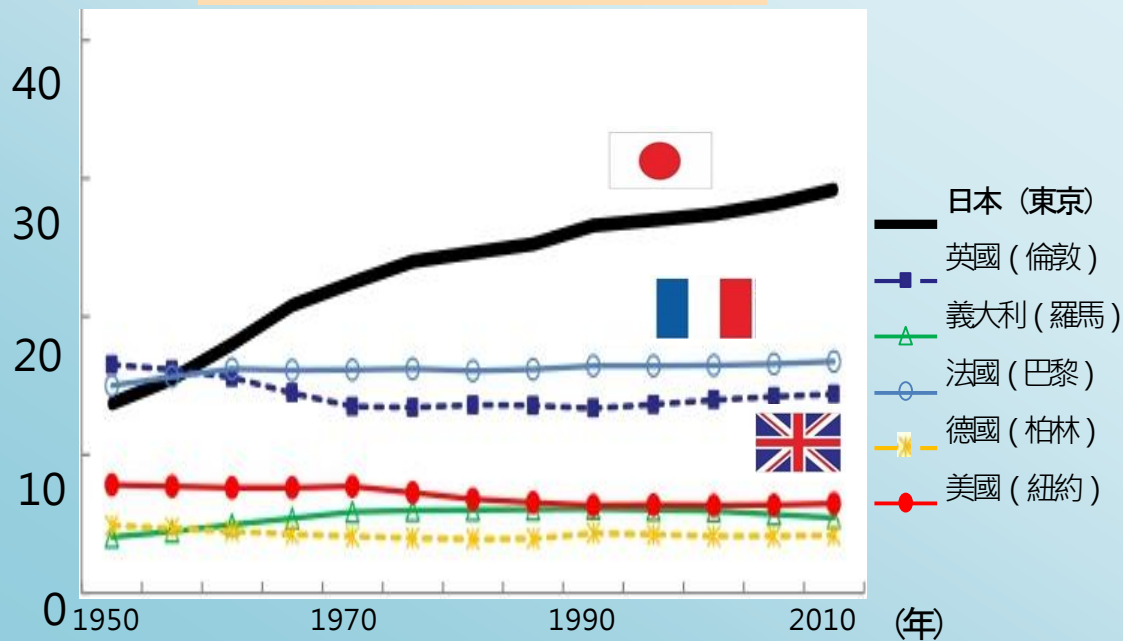
❖ 日本、義大利、德國65歲以上老年人口占總人口比率達到20%，面臨人口結構老化問題；台灣老年人口在2018年突破14.5%，正式邁入高齡社會



❖ 台灣2018年的出生人數創下8年來新低，較2017年減少1萬2,243人，出生率連1人都不到，已是全球最低，推估3~10年間總人口數將轉為負成長

註：高齡化比率最低的是阿拉伯聯合大公國，僅1.14%；全球出生率最高的是非洲的尼日共和國，達7.24人
資料來源：GLOBAL NOTE，內政部，中衛整理，2019/3

百分比(%) 全球主要國家首都圈人口集中率



❖ 日本東京都會圈內的人口佔全國人口總數達**28.4%**，呈現人口過度集中於東京的現象

2018年臺灣6都之人口規模

排名	縣市	類別	人口(人)	總人口(人)	占比(%)
1	新北市	直轄市	3,997,189	16,351,566	69.3%
2	臺中市	直轄市	2,806,406		
3	高雄市	直轄市	2,773,607		
4	臺北市	直轄市	2,666,908		
5	桃園市	直轄市	2,223,733		
6	臺南市	直轄市	1,883,723		
7	其他縣市	縣、市	7,239,178	7,239,178	30.7%

❖ 台灣6都人口占總人口比率近**69.3%**，大台北首都圈人口總數比率達**28.25%**，區域人口分布不均的問題日形嚴重

註：主要國家首都圈人口集中率=首都圈人口/總人口
資料來源：日本內閣官房，台灣內政部，中衛整理，2019/3



「創意」、「創新」、「創業」、「創生」分別代表不同階段的價值與做法，逐步結合地方「人、地、產」營造優質的生產、生活、生態、生意、生命，持續提供活絡經濟，確保地方永續發展。

產業發展層面

- 地方產業特色價值
- 生產技術與銷售通路
- 企業投資創業
- 產業升級轉型



地域活化層面

- 生活條件活化優化數位化
- 活化與再興土地使用效率
- 聯外交通可及性
- 公共設施整體規劃與維護
- 生態保育觀念

人才資源層面

- 地方公務員參與
- 在地創生隊伍組建
- 外部團隊長期陪伴輔導
- 大學USR人才留鄉



PART
02

臺日地方創生政策比較

日本地方創生三箭

■ 情報支援

- 地區經濟分析系統 (RESAS)

■ 人才支援

- 地方創生人材支援制度
- 地方創生大學
- 專業人才事業

■ 財政支援

- 地方創生推廣支援金
- 地方大學・地區產業創生預算
- 地方創生支援稅制 (企業版故鄉納稅)
- 城鎮・人・工作創生事業費 (地方財政措施)

台灣地方創生五箭

■ 企業投資故鄉

- 認養創生事業
- 創生事業提案

■ 科技導入

- 基礎環境建構

■ 整合部會創生資源

- 建置臺灣地方經濟社會分析資料庫(TESAS)
- 公務人員認養故鄉

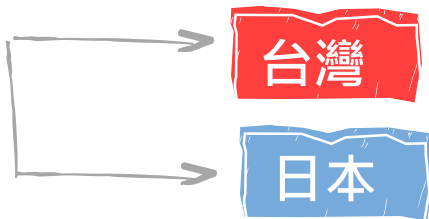
■ 社會參與創生

- 發掘在地特色DNA
- 培育在地創生人才

■ 品牌建立

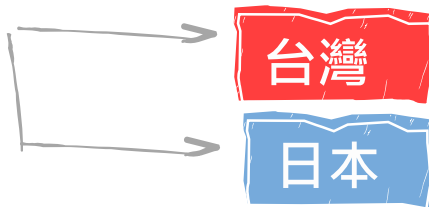
- 確立地方品牌形象
- 地方品牌行銷經營

財政



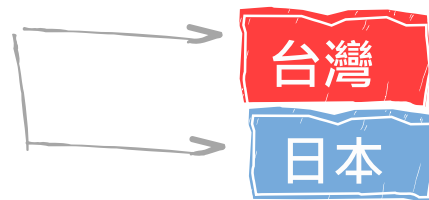
- 第一箭：企業投資故鄉-認養創生事業 / 創生事業提案
- 第三箭：整合部會創生資源 - 盤點37項計畫，投資代替補助
- 第三箭：財政支援 - 地方創生推廣支援金 / 地方大學·地區產業創生預算 / 資助地方創生生產性革命據點整備支援金 / 地方創生支援稅制 (企業版故鄉納稅) / 城鎮·人·工作創生事業費 (地方財政措施)

人才



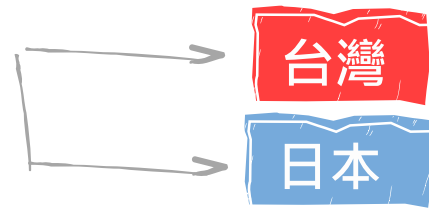
- 第三箭：整合部會創生資源 - 公務員認養故鄉
- 第四箭：社會參與創生 - 發掘在地特色DNA / 培育在地創生人才
- 第二箭：人才支援 - 地方創生人材支援制度 / 地方創生大學 / 專業人才事業

情報



- 第二箭：科技導入 - 基礎環境建構
- 第三箭：整合部會創生資源 - 建置臺灣地方經濟社會分析資料庫(TESAS)
- 第一箭：情報支援 - 區經濟分析系統 (RESAS)

其他



- 第五箭：品牌建立 - 確立地方品牌形象/地方品牌行銷經營
- DMO 由地方各行業互助形成觀光組織，藉由觀光創造地方創生



PART
03

中衛地方創生推動計畫



體質提升 **3000** 件

體系建構 **194** 個

商圈輔導 **205** 個

特色產銷 **3600** 件

農業中衛體系 **30** 個

創意生活 **1500** 家

農企業經管輔導 **250** 家

農村社區及企業發展 **100** 個



- ❖ 中衛長期深耕於地方特色產業、創意生活、商店街區活化、農村社區再生及健康照護管理等核心業務發展
- ❖ 鎖定國發會134個地方創生優先輔導鄉鎮區，透過鏈結5個核心資源，引領地方創生發展

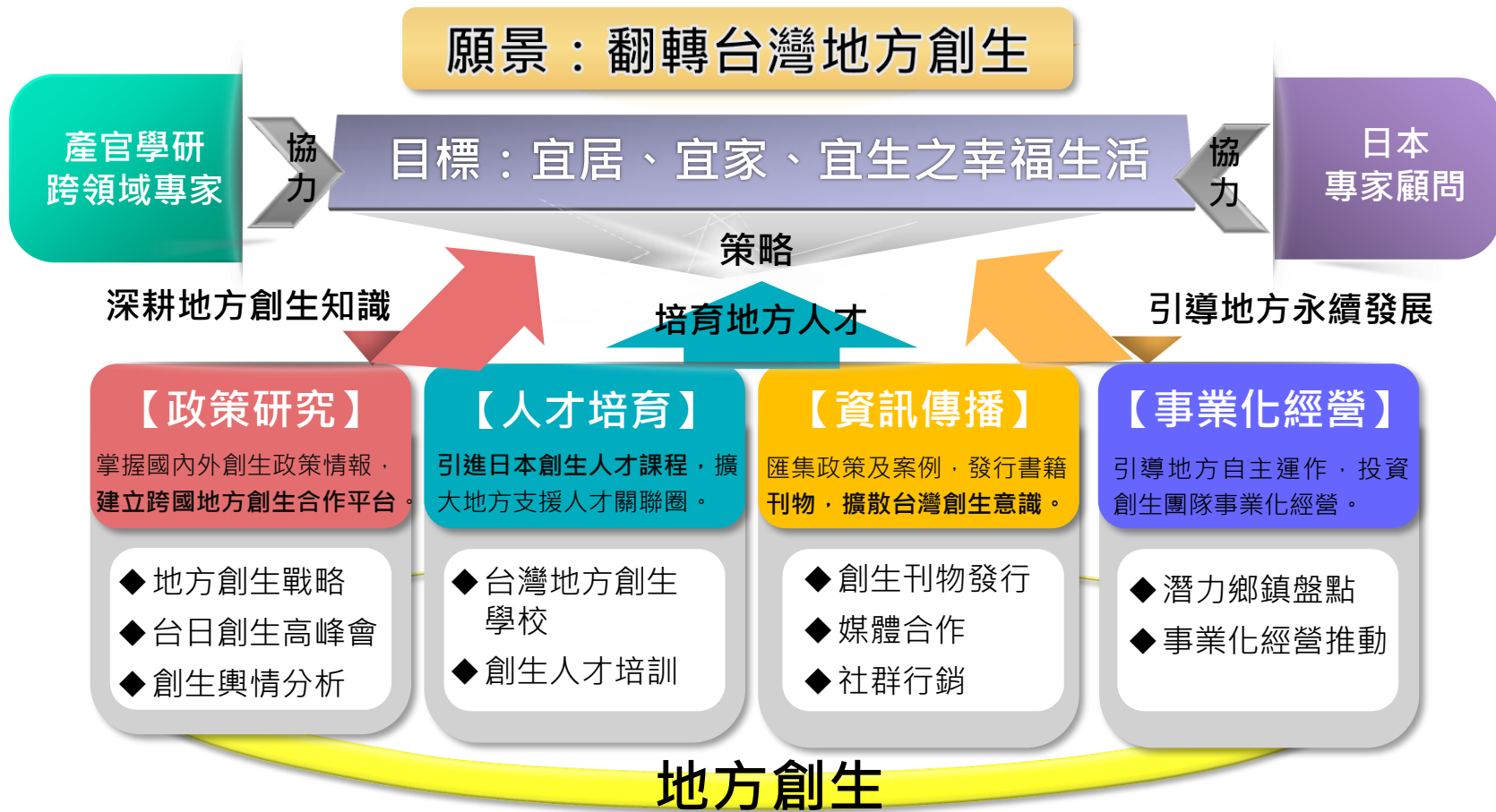
事業體的孵育

- ✓ 發展當地DNA產業
- ✓ 締造在地品牌
- ✓ 活化城鄉經濟
- ✓ 永續經營

在地經理人的培育

- ✓ 確立經營事業計劃
- ✓ 解決行政障礙問題
- ✓ 保有政府及民間人脈








PART

04

中衛發展中心推動案例





投入地方創生，創造美好未來

期待未來：
我們共好，
我們更好，
台灣最好。

簡報結束，謝謝聆聽！