



地方創生

REGIONAL REVITALIZATION

推動策略與實踐之道

簡報人：國家發展委員會 郭副主任委員翡玉

108年3月22日

簡報大綱

- 一、前言
- 二、為什麼要做地方創生？
- 三、地方創生優先推動地區
- 四、地方創生日標
- 五、地方創生願景與策略
- 六、地方創生推動戰略
- 七、推動架構
- 八、行動方案

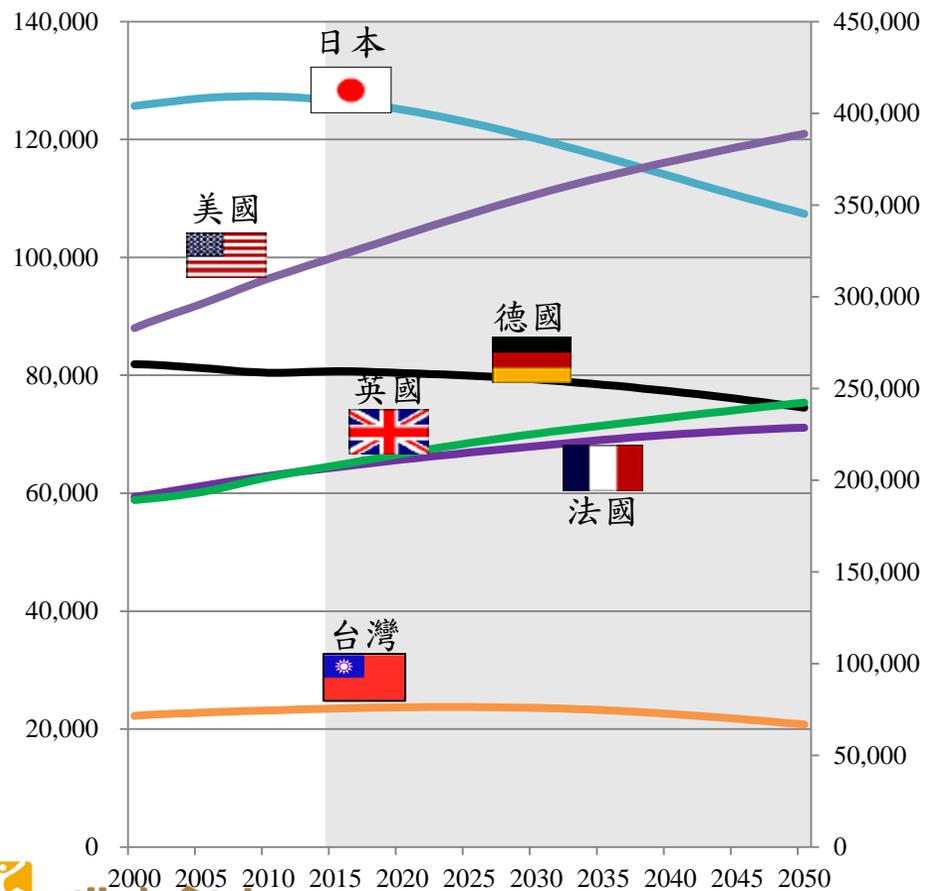
一、前言

- 行政院106年12月年終記者會宣示三大施政主軸，其中在「**均衡台灣**」方面，要根據地方特色，發展地方產業，讓人口回流，青年返鄉，解決人口變化，推動「地方創生」政策。
- 107年5月21日及11月30日「行政院地方創生會報」第1次及第2次會議，宣示將**108年定為台灣地方創生元年**，並將地方創生定位為**國家安全戰略層級**的國家政策，請各部會全力配合。
- 行政院108年1月3日核定「**地方創生國家戰略計畫**」。

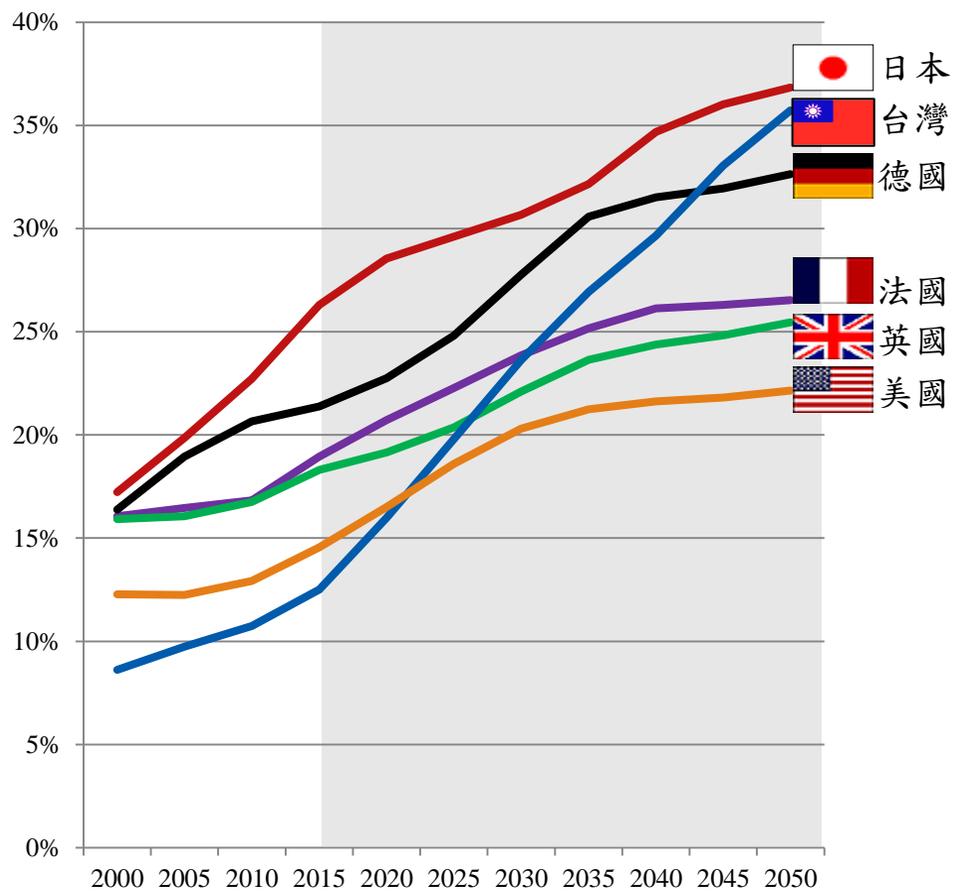
二、為什麼要做地方創生？

日本vs台灣

未來人口變動趨勢

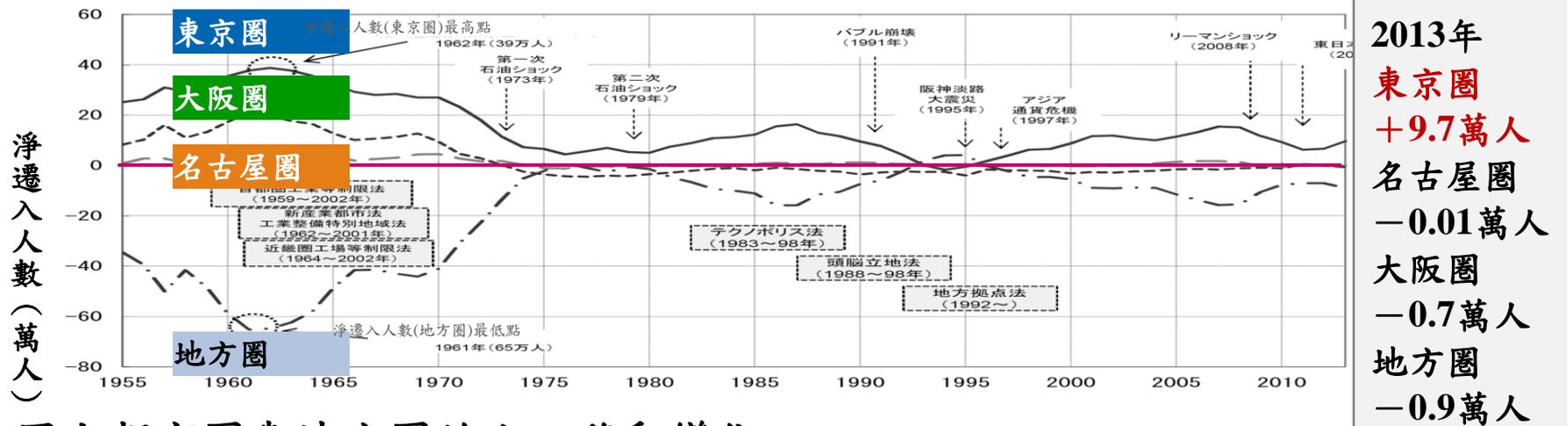


未來老年人口比率(65歲以上人口比率)

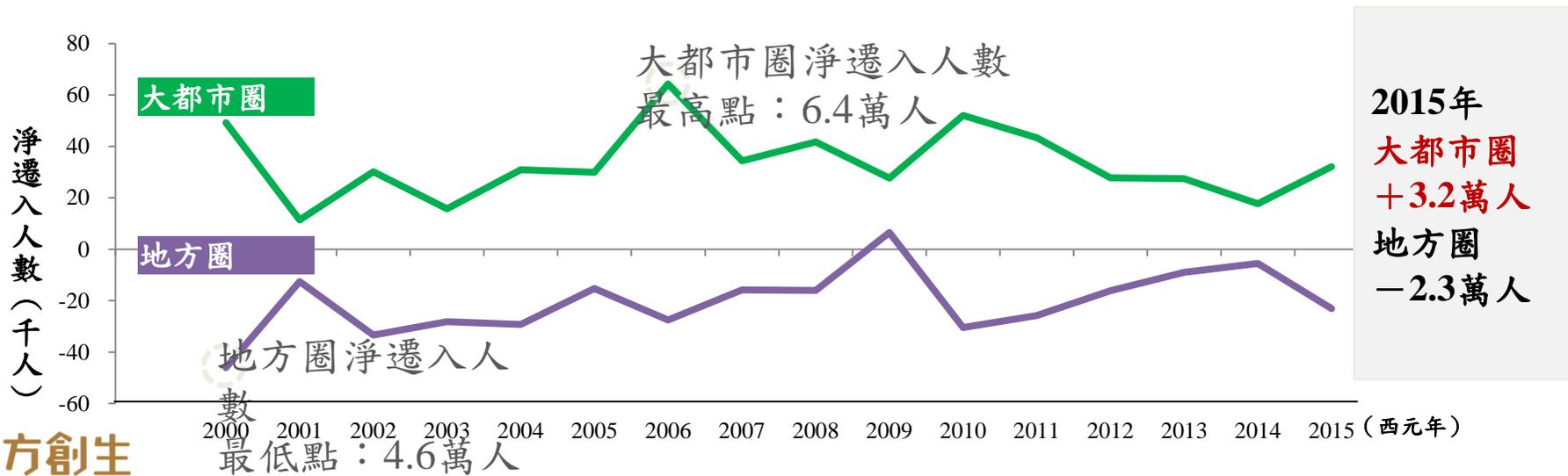


人口集中於都市圈

日本大都市圈與地方圈的人口移動變化

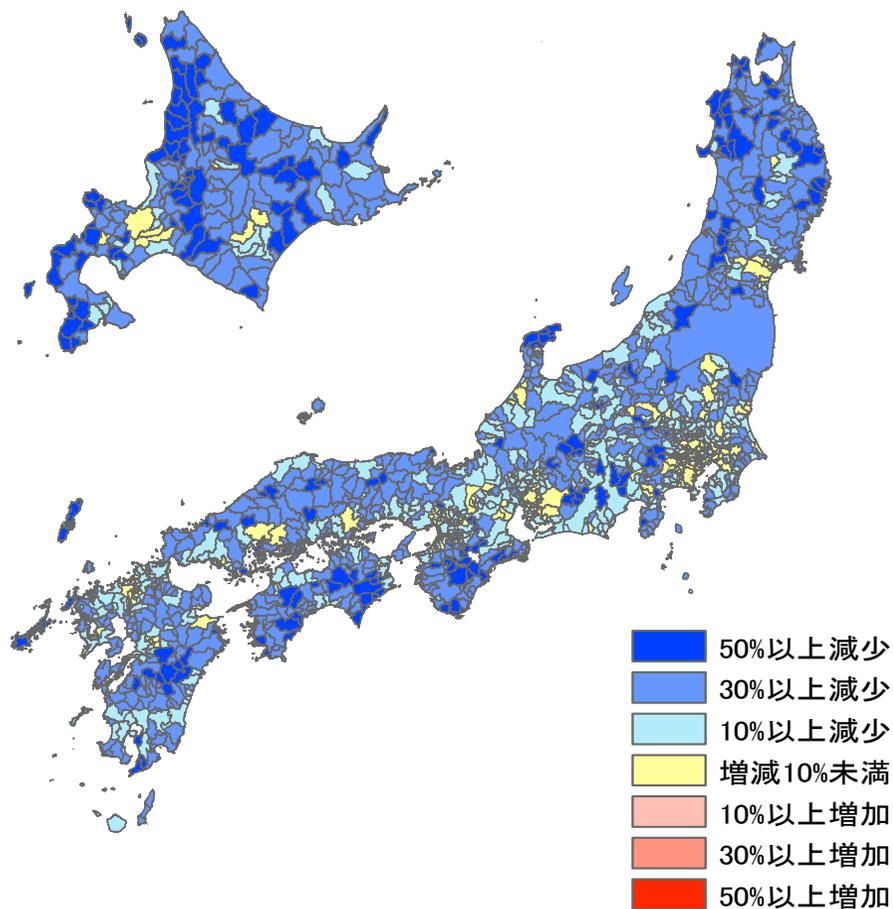


我國大都市圈與地方圈的人口移動變化

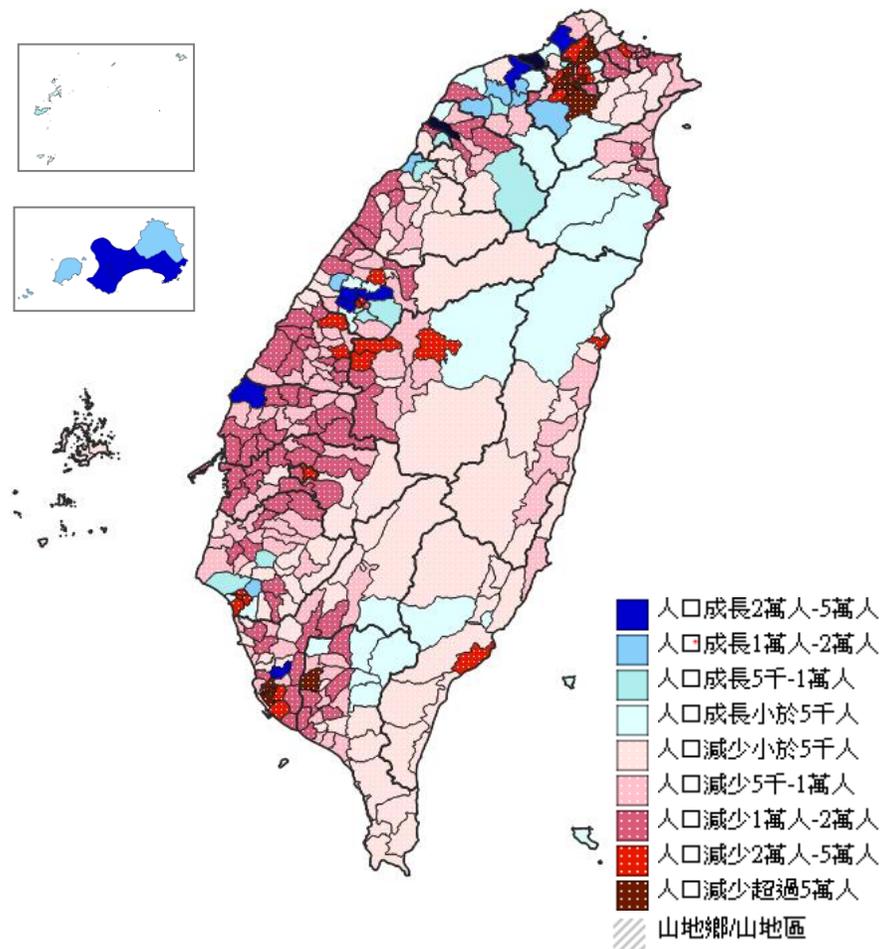


地方圈面臨消失的危機

日本人口增減率(2010-2040年)

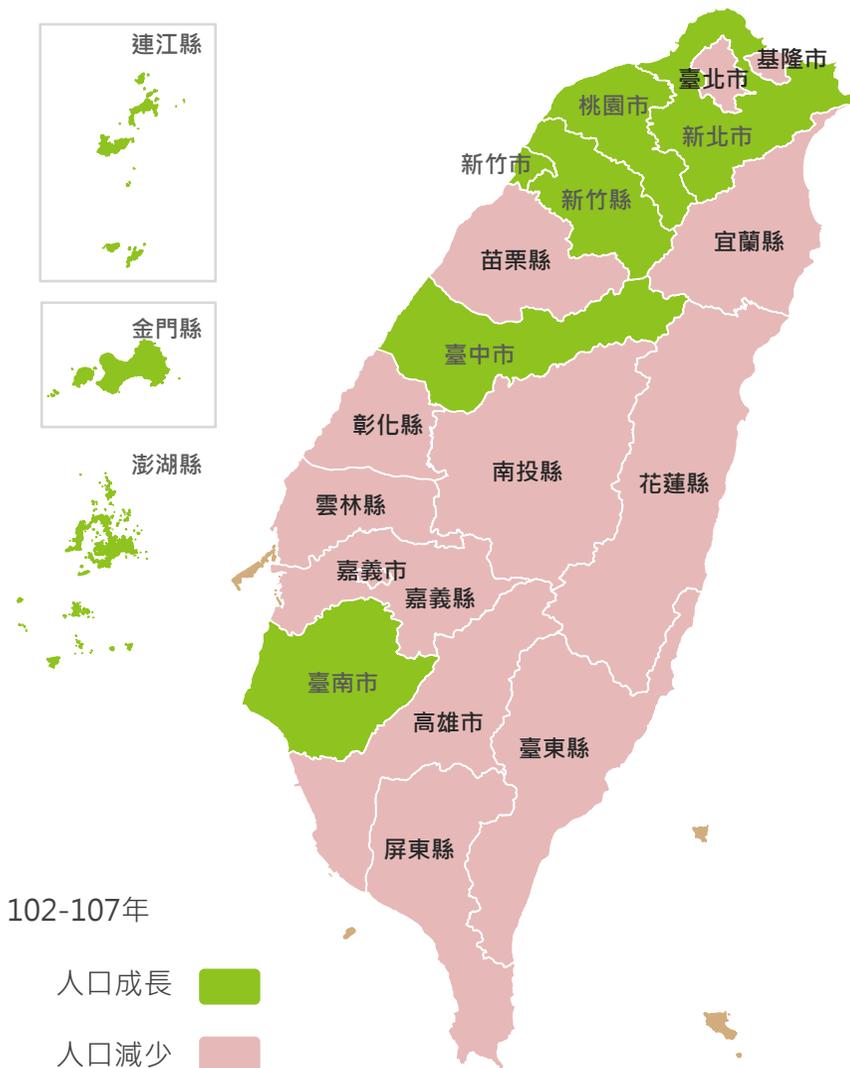
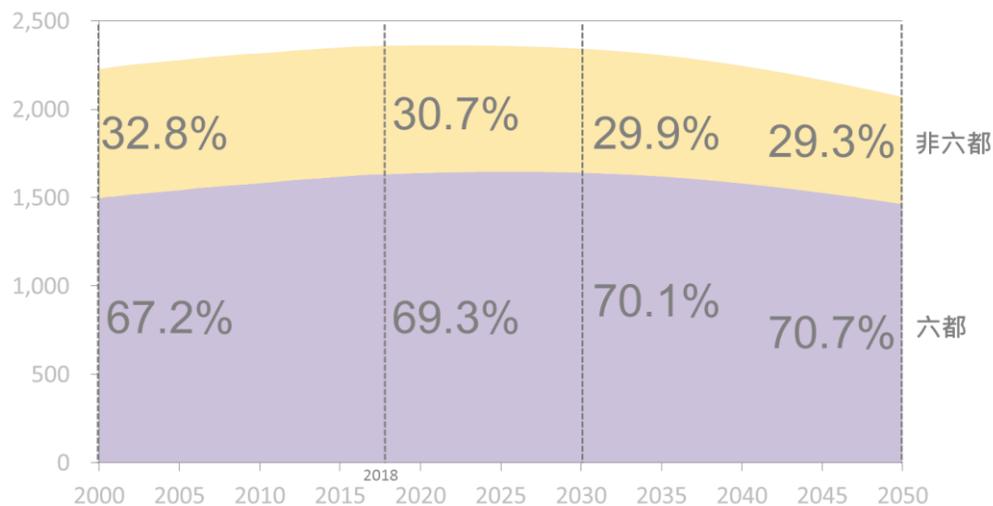


我國鄉鎮市區人口數變化推估(2015-2050年)



二、為什麼要做地方創生？

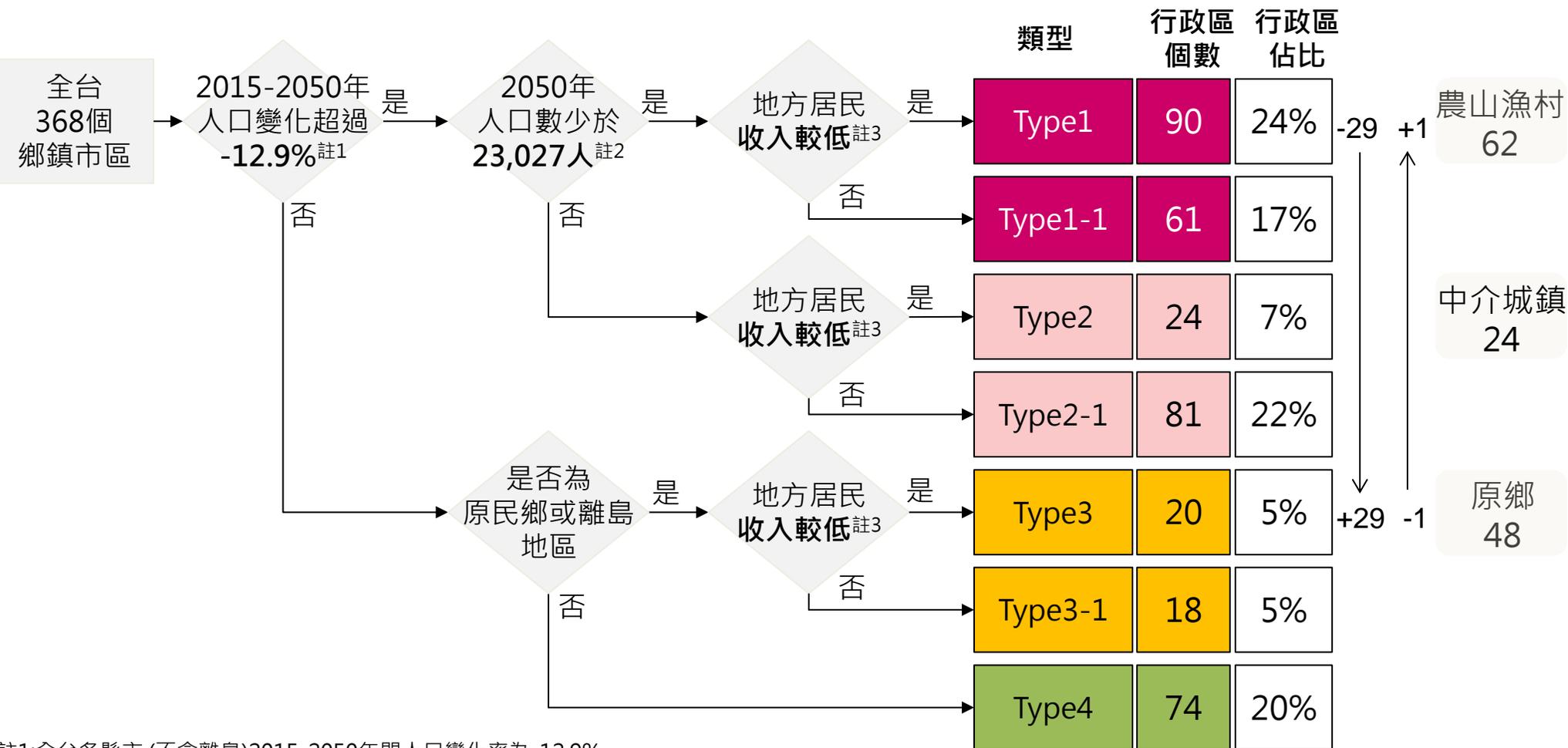
- 總人口減少
- 人口過度集中都會區
- 人口減少縣市遠大於增加縣市



鄉鎮市區人口分類(依照推估人口變化、規模及地方居民收入)

將我國鄉鎮市區分類，代表人口低於平均數的Type1、1-1、2、2-1鄉鎮，佔我國總人口比例將自2015年的56%降至2050年的48%

鄉鎮市區分類邏輯與結果



註1: 全台各縣市(不含離島)2015-2050年間人口變化率為-12.9%

註2: 2050年全台各鄉鎮市區的人口數中位數為23,027人

註3: 2017年低收入戶與中低收入戶佔比高於全國中位數(3.5%)，且2015年納稅單位平均各類所得金額低於全國中位數(73.1萬)的鄉鎮市區

三、優先推動地區

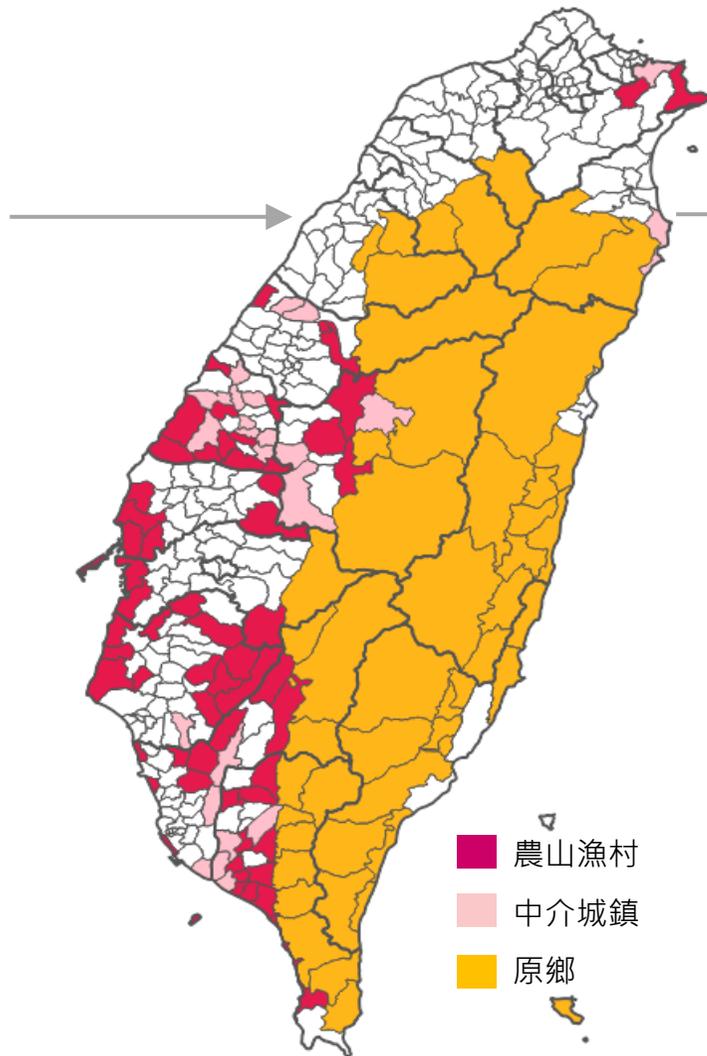
全國
368鄉鎮

指 標

人口
規模

人口
變化率

居民
收入



134鄉鎮
優先

人口外流嚴重、居民相對弱勢
基本生活設施及功能維持困難

土地面積
占全國**66.5%**

人口數
占全國**11.6%**

四、地方創生日標

帶動人口成長

科技導入

發展產業



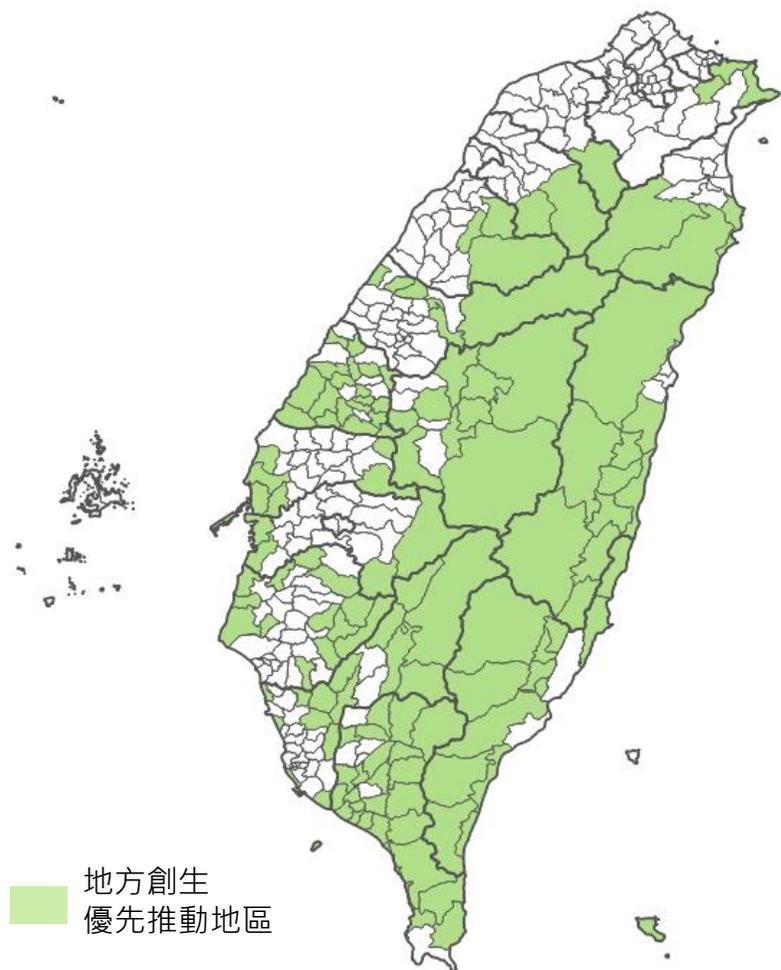
依地方特色

地方創生

REGIONAL REVITALIZATION

促進島內移民，達成「均衡台灣」

目標2030年地方人口回流



現在地方
人口外流

2022地方
人口移入=移出

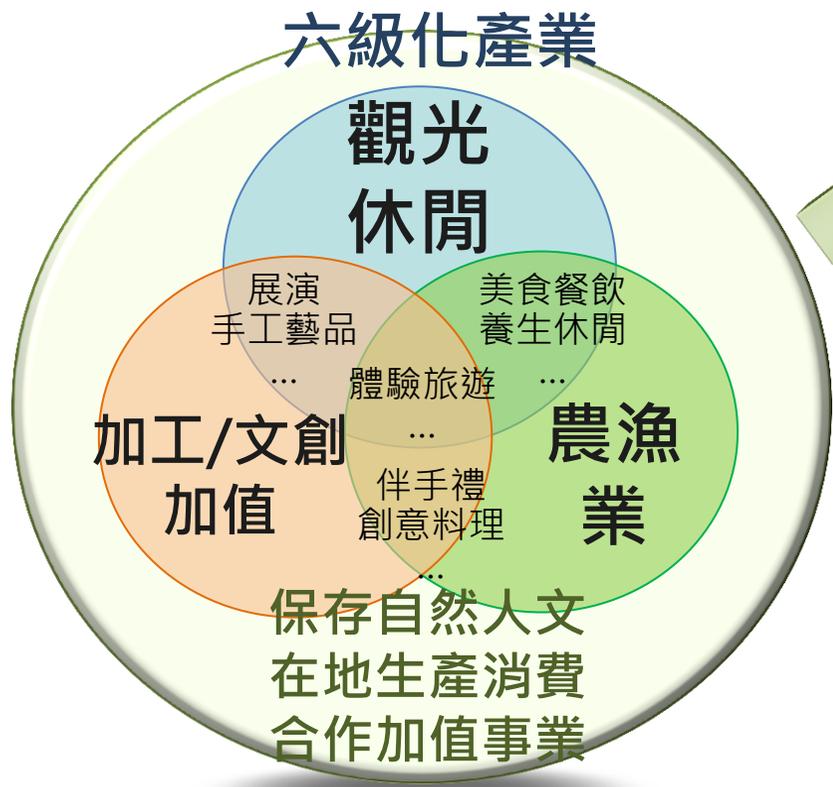
2030地方
人口回流



五、地方創生策略

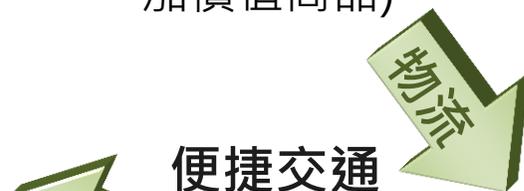
	策略	KPI
	2019~2022年	
創造「工作」及「人」的良性循環	<ul style="list-style-type: none">• 優化地方產業，鞏固就業機會	<ul style="list-style-type: none">① 推升地方生產力② 開發特色商品③ 培養地方人才④ 鼓勵新創事業 <p>創造地方就業機會</p>
支撐良性循環的「城鄉」活性化	<ul style="list-style-type: none">• 建設鄉鎮都市，點亮城鎮偏鄉	<ul style="list-style-type: none">① 發展街區活化② 強化城鄉機能③ 促進定住移住 <p>移住地方人口數</p>
	<ul style="list-style-type: none">• 推動品牌台灣，擴大國際聯結	<ul style="list-style-type: none">① 建立地方品牌② 行銷在地產品③ 整建觀光亮點 <p>建立地方品牌數量</p>

產業六級化發展-整合發展利潤共享



產品

- 美好體驗
- 特色商品
(如保健作物食品、手工藝品等高附加價值商品)



便捷交通



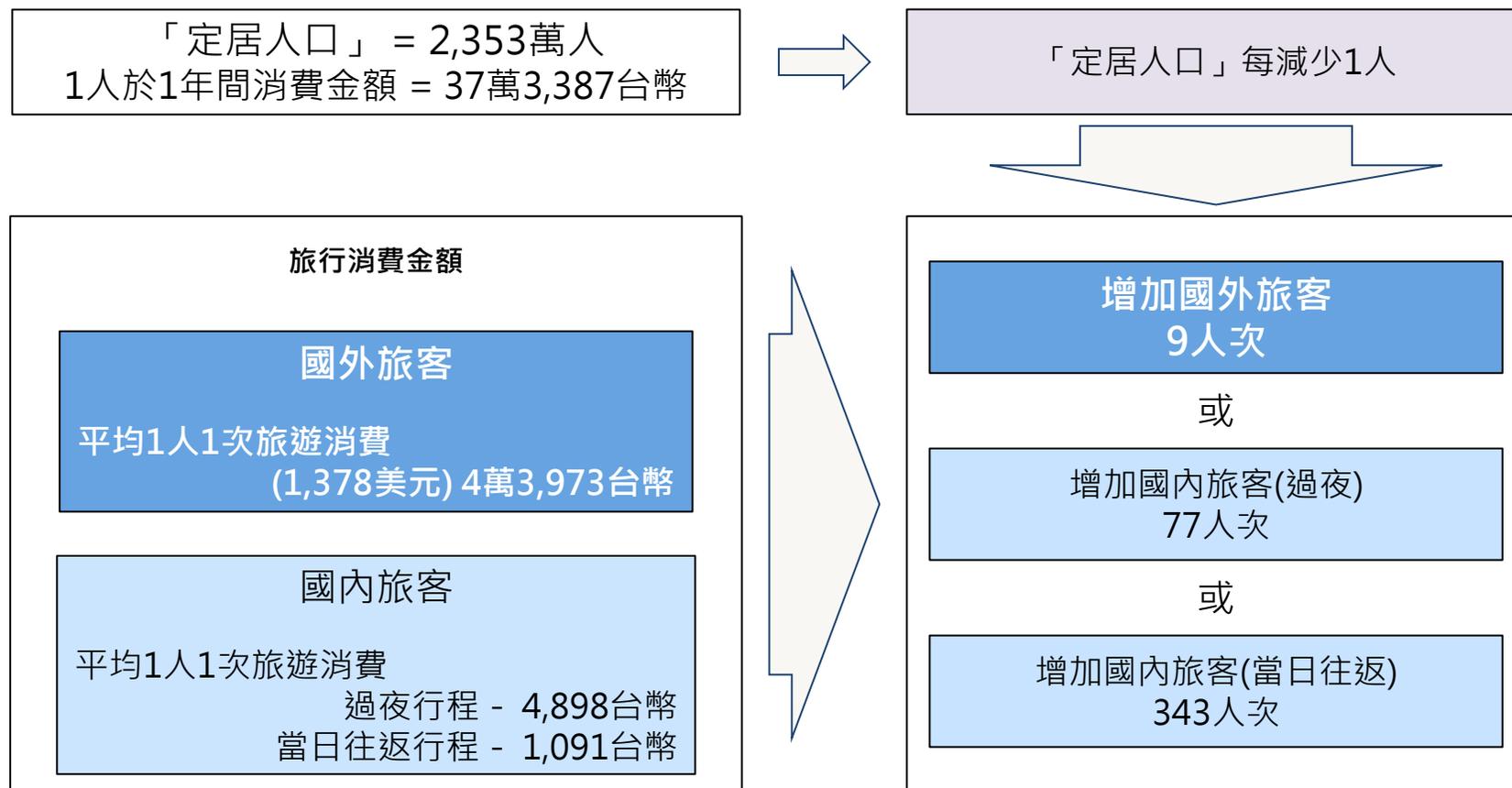
- 吸引人到地方購買特色商品

增加所得、創造就業、利潤共享

觀光對地方的影響

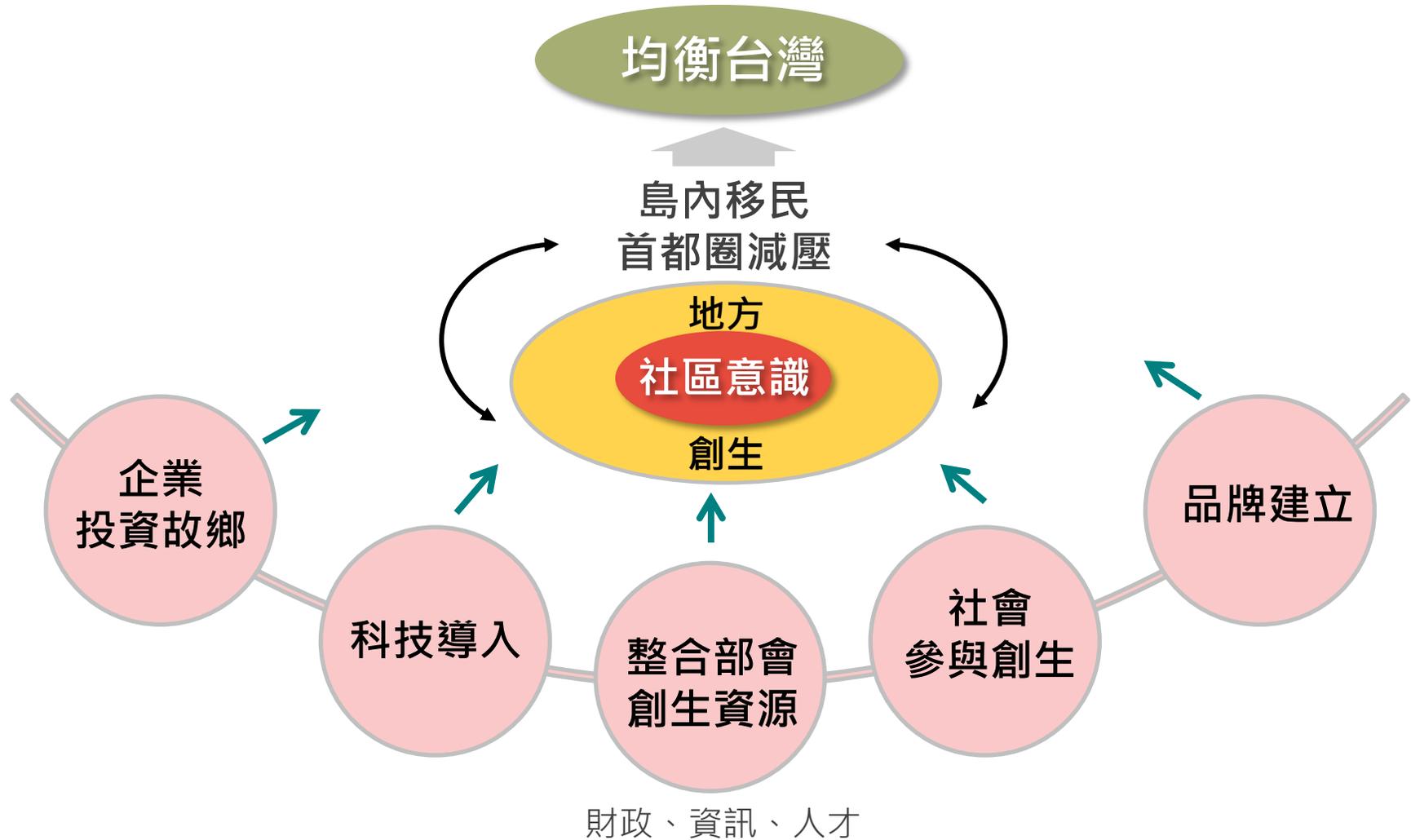
- 對於我國人口減少地區，未來可透過觀光客流提升，逐漸繁榮地方發展。

定居人口減少與觀光人次增加之關係(2015年)



資料來源：行政院主計總處平均每人民間消費支出、交通部觀光局觀光統計

六、地方創生推動戰略



第1支箭

企業投資故鄉 - 認養創生事業



第2支箭 科技導入



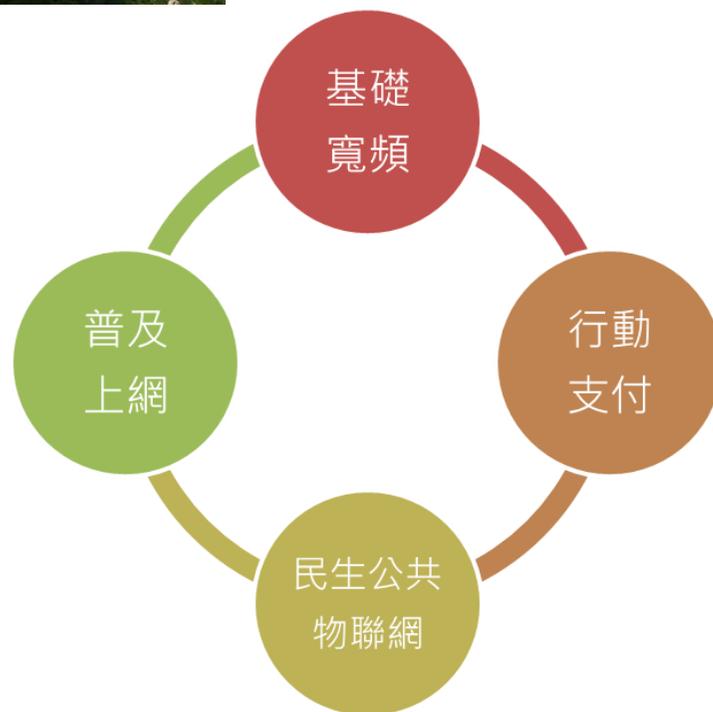
基礎環境建構



普及偏鄉寬頻接取基礎建設計畫（通傳會）：
建設Gbps等級到偏鄉；
100Mbps等級到偏鄉每一村里及擴展無線熱點頻寬。

普及國民寬頻上網環境 (教經內)：

落實偏鄉數位人權及提升偏鄉中小企業之數位应用能力，促進國民享有公平數位之使用機會。



中小企業行動支付普及 推升計畫(經濟部)：

協助偏鄉中小企業發展行動支付應用，塑造偏鄉行動支付體驗環境。



建構民生公共物聯網計畫 (環交科經內農)：

透過民生公共物聯網之布設，即時提供最新環境資訊與便民服務，營造便利安全偏鄉環境。



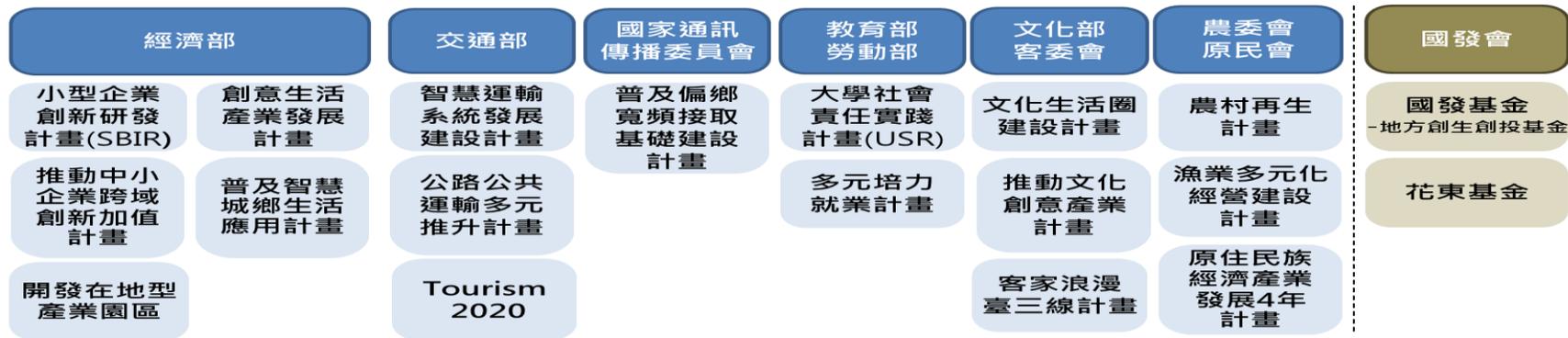
圖片來源：accoe、istock、google、遠見

第3支箭

整合部會創生資源

• 盤點選定37項可投入地方創生之計畫，以「投資代替補助」，協助創生事業。

1. 主要計畫(17項) - 直接帶動地方產業或就業



2. 配套計畫(20項) - 提升城鎮機能



提供創生計畫資訊

□ 建置臺灣地方經濟社會分析資料庫(TESAS)

- 整合政府各類統計資訊，支援地方創生規劃及成效評估

臺灣地方經濟分析資料庫(TESAS) 網站架構

地方創生政策



在地經濟分析



政策規劃及
部會創生資源

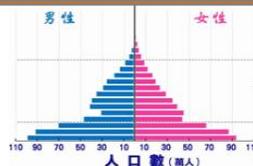


地方創生
永續發展指標



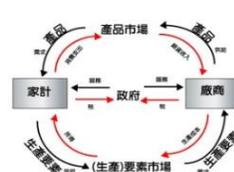
創生計畫
示範案例

人口地圖



人口結構、增減、就業就學人數變化等分析

地區經濟循環地圖



地區生產、支出、所得分配勞動生產力等分析

地方財政地圖



地方財政收支、地方交通運輸、地方重要建設等分析

醫療福利地圖



醫療護理供應和需求等分析

多樣性地圖



人文及自然生態多樣性分析

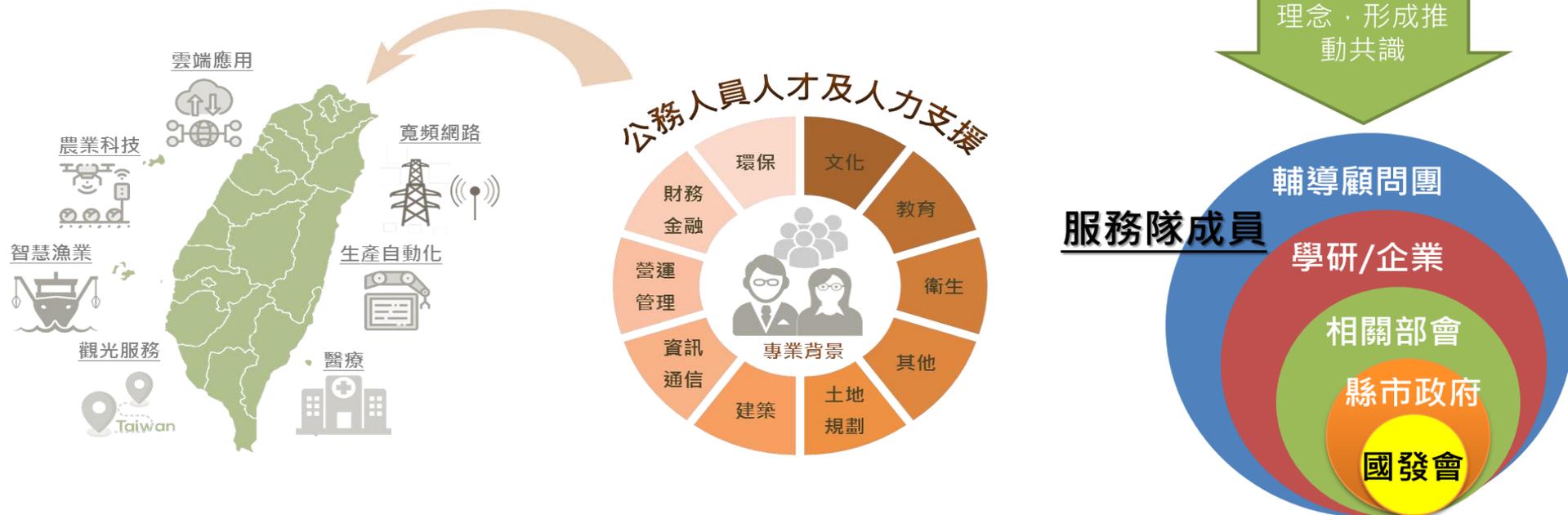
觀光地圖



觀光人數、移動路徑、來源地、消費結構等分析

人才與人力支援 - 公務人員認養故鄉及地方創生服務隊

- 推動地方創生涉及許多專業領域，鄉鎮區公所人才及人力不足，未來可透過借調等方式，由中央機關公務人員認養故鄉，到偏鄉服務。
- 由國發會結合相關部會、直轄市與縣(市)政府、學研機構、企業及輔導顧問團等共同組成地方創生服務隊，輔導地方推動地方創生工作及協助提供相關諮詢。



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

共同推動
地方創生

政府

產業

社區
社團

學界

法人
機構

參與者

縣市
鄉鎮

社區
社團

法人
機構

教育部
USR

經濟部
SBIR
SBTR

經濟部
智慧城鄉

農委會
農村再生
計畫

原委會
原民部落
營造

國發會

國發基金-地方創生基金

縣市
鄉鎮

法人
機構

企業

第5支箭

品牌建立

確立地方品牌形象

建立品牌識別

- 盤點地方的DNA
- 目標市場及產業發展定位
- 確立品牌設計要素，建立品牌識別系統

地方特色產品 創意設計開發

- 既有特色產品(服務)創意設計增值
- 產品(服務)開發創新
- 專業人力培訓

觀光遊憩增值

- 推動地方深度體驗旅遊
- 改善地方景觀
- 營造城鎮魅力

地方品牌行銷經營

媒體宣傳

- 善用新媒體、虛擬商城等平台，增加曝光機會



在地行銷\推廣「地方 限定」產品、體驗服務

- 於地方辦理文化節慶，吸引觀光人潮



網路\實體 行銷通路

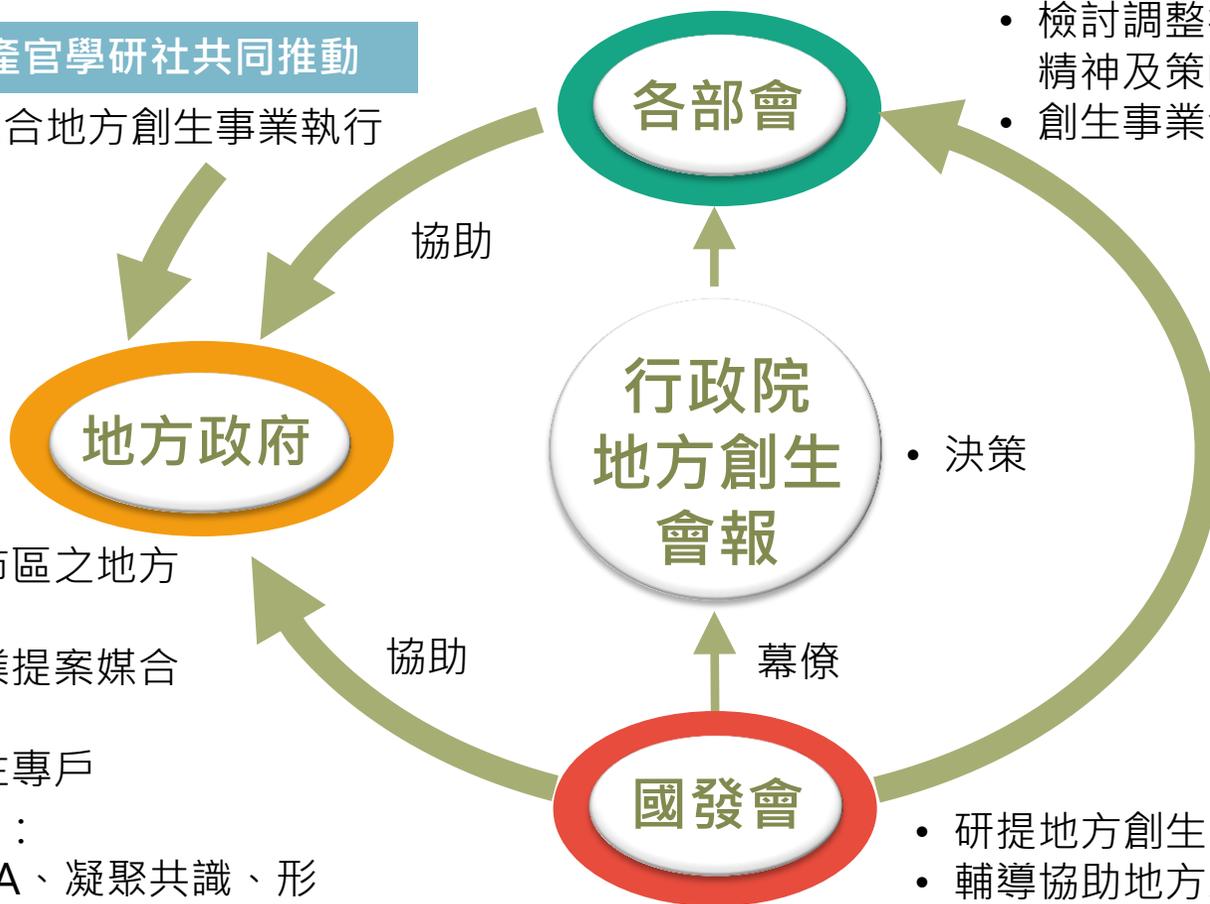
- 運用電子商務拓展行銷通路
- 於海外目標市場參與展覽會



七、推動架構

產官學研社共同推動

配合地方創生事業執行



- 檢討調整相關計畫，符合地方創生精神及策略，協助地方創生事業
- 創生事業發展相關法規調適

縣(市)政府：

- 研擬跨鄉鎮市區之地方創生計畫
- 協助創生事業提案媒合地方資源
- 成立地方創生專戶

鄉(鎮市區)公所：

- 發掘地方DNA、凝聚共識、形成願景，彙整創生事業提案，提出地方創生計畫

• 決策

幕僚

- 研提地方創生國家戰略計畫
- 輔導協助地方政府提出創生事業提案
- 成立平台：辦理「行政院地方創生會報」工作會議，負責統籌、協調整合、相關規劃與執行支援，並作為創生事業提案媒合平台

八、行動方案

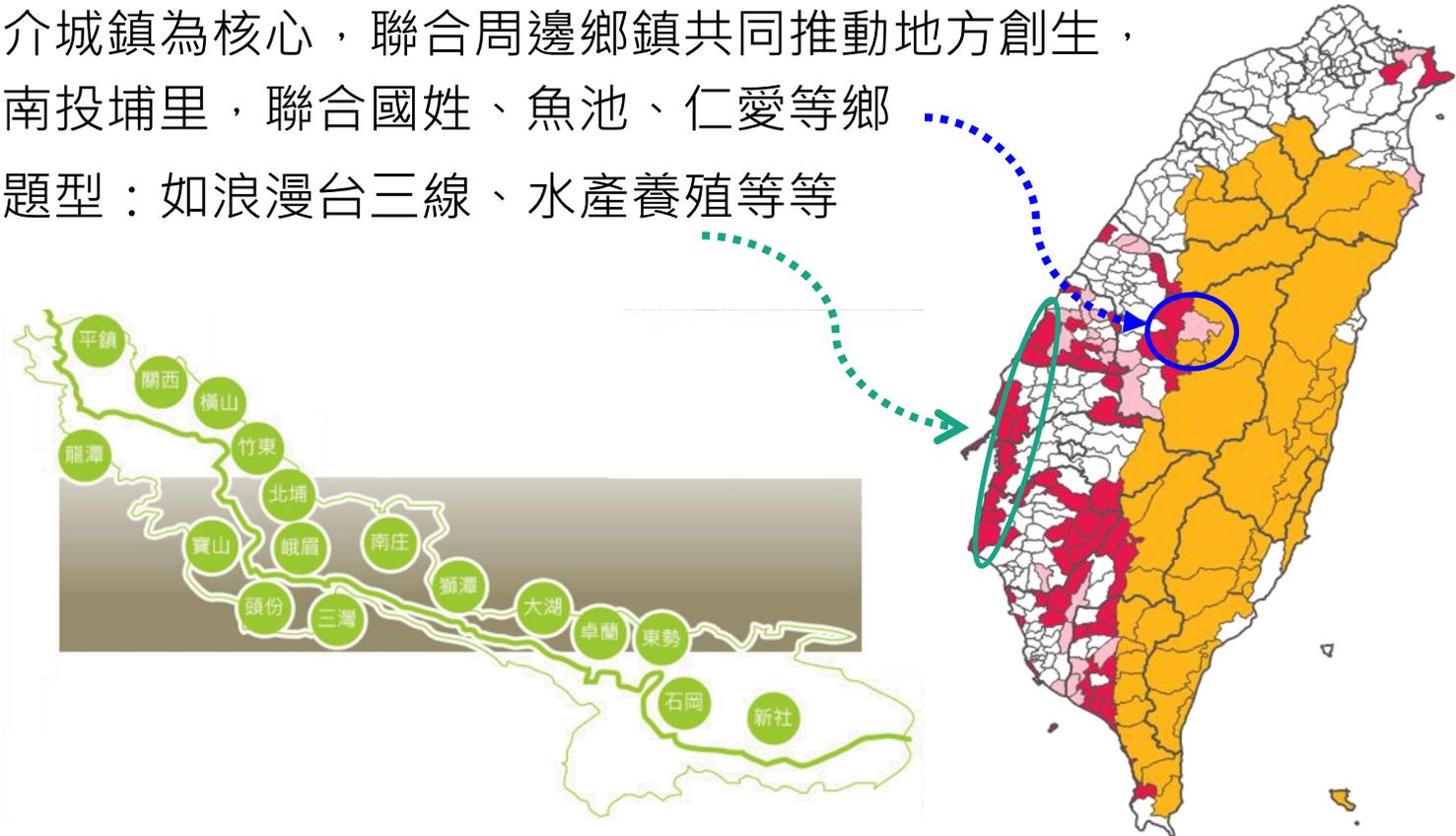
- 形成及推動地方創生計畫
- 事業提案重點與篩選原則
- 能力建構
- 推動時程
- 部會分工

形成及推動地方創生計畫(1/2)

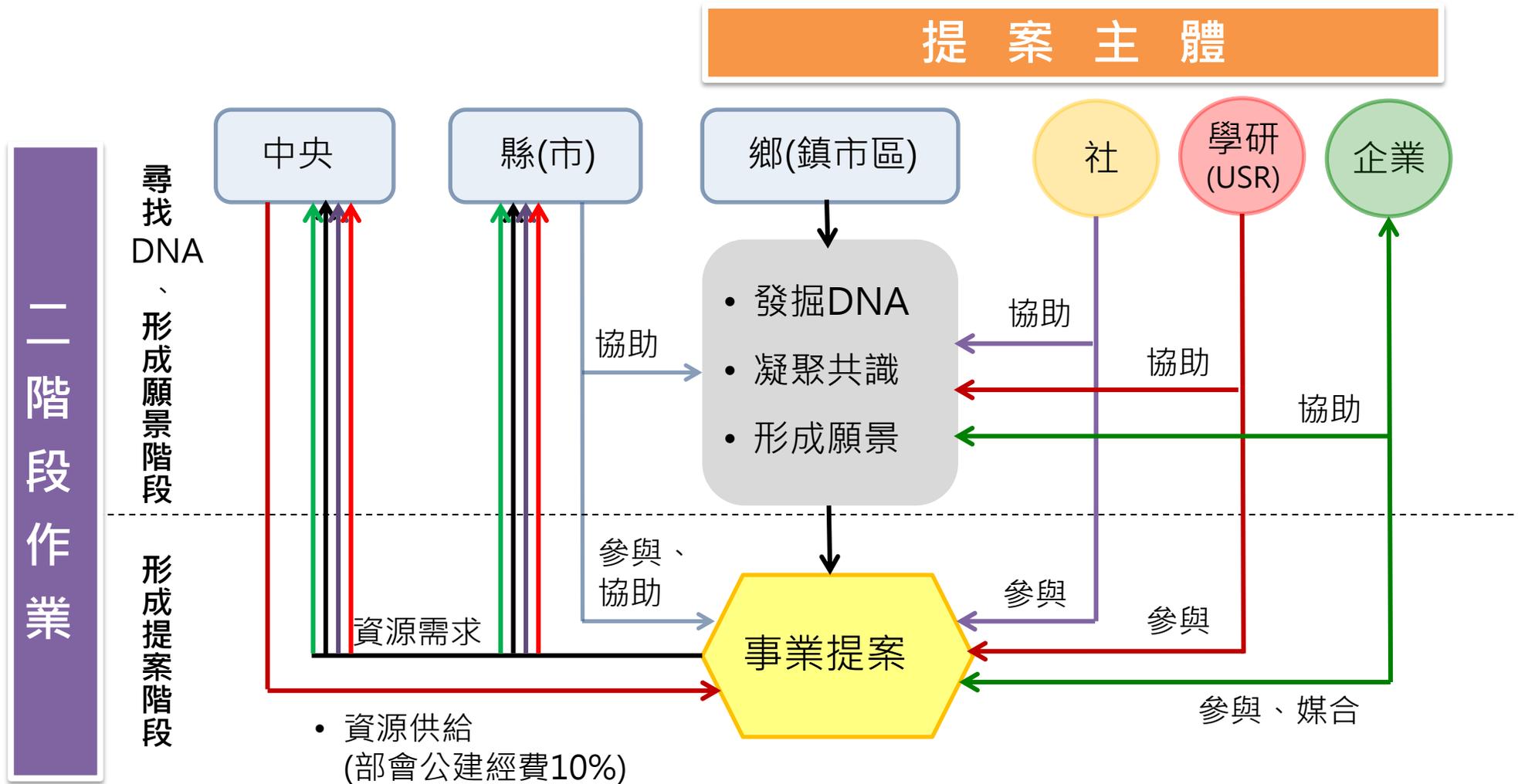
□ 鄉鎮為單元，採由下而上，形成與推動

□ 跨鄉鎮範圍，採由上而下之政策引導方式

1. 區域型：從資源互補、發展潛能合作、公共服務設施規模等角度，以中介城鎮為核心，聯合周邊鄉鎮共同推動地方創生，如南投埔里，聯合國姓、魚池、仁愛等鄉
2. 主題型：如浪漫台三線、水產養殖等等



形成及推動地方創生計畫(2/2)



- 提案窗口：鄉鎮市區公所
- 資源協助：1.縣市指定單位為收件窗口；2.中央以國發會為收件窗口

提案簡報

我的DNA

利害關係人

形成共識願景過程

創生事業構想

(時程、地點及方式等)

資源需求與協助

KPI



事業提案重點

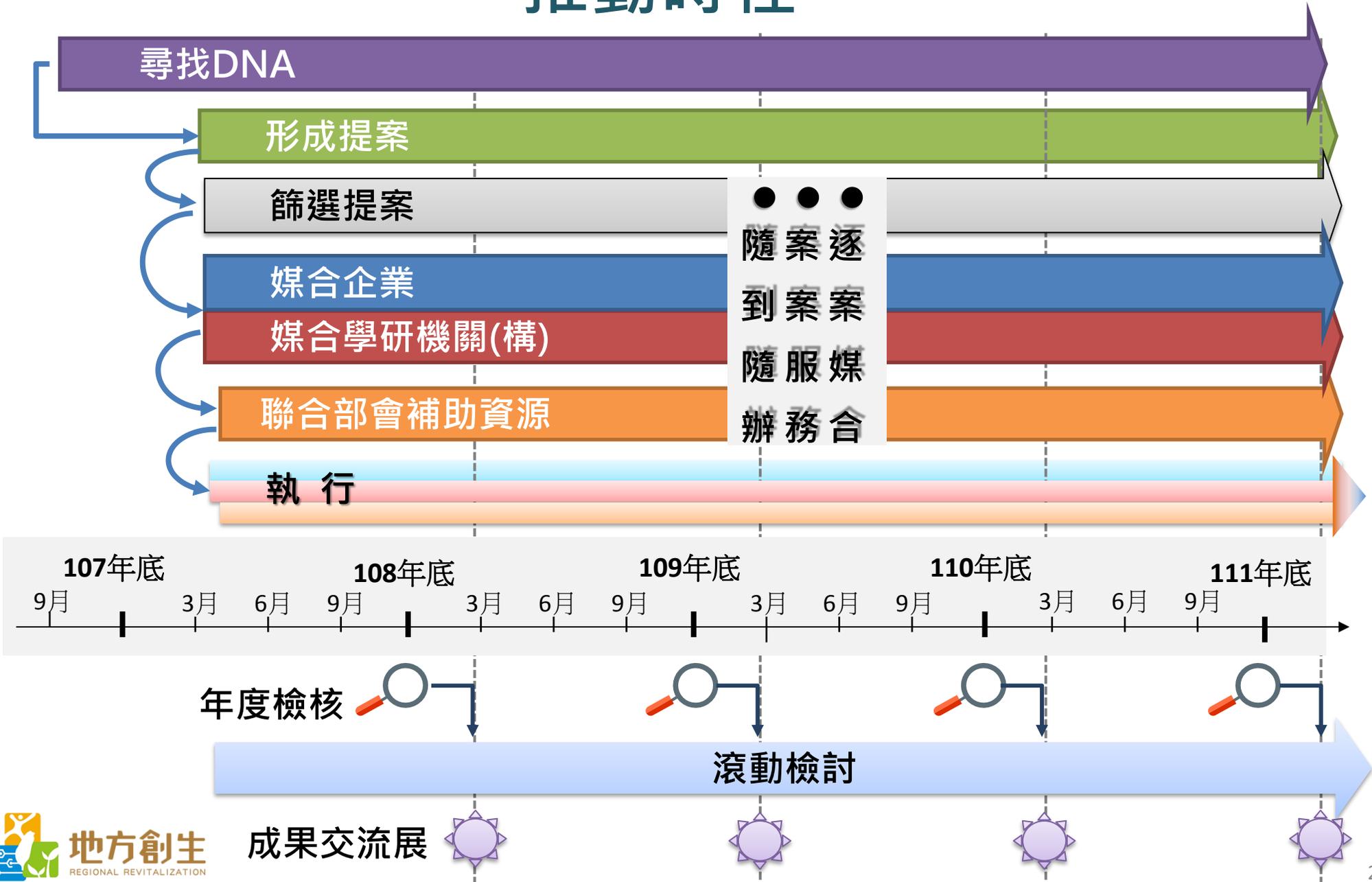
- **格式簡明**：無需繁複的資料說明與研析
- **靶心清楚**：提案只要清楚畫出箭靶(共識願景)，並且定出靶心(KPI)
- **選箭搭弓**：把所需的弓與箭，一一點出(資源需求與協助)
- **命中紅心**：創生事業的推動方法

篩選原則

提案具以下特性 ➡ 進行後續媒合

- ✓ 事業構想**可行性**、**創意性**、**外溢性**三高
- ✓ 事業構想**跨領域**或**跨部會**

推動時程



簡報結束
敬請指教
