



【推動進擊性農業，布局國際市場】

## 在地觀光精緻化，亞洲農旅新亮點

廖麗蘭<sup>1</sup>

### 壹、前言

因應行政院105年9月5日「新南向政策推動計畫」，將秉持「長期深耕、多元開展、雙向互惠」核心理念，整合各部會、地方政府，

以及民間企業與團體的資源與力量，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」4大面向著手，期望與東協、南亞及紐澳等國家，創造互利共贏的新合作模式，建立「經濟共同體意識」。在「資

註1：行政院農業委員會輔導處。

源共享」工作主軸，係運用文化、觀光、醫療、科技、農業、中小企業等軟實力，爭取雙邊及多邊合作機會，提升夥伴生活品質，並拓展我國經貿發展縱深。其觀光政策為放寬東協及南亞國家來臺觀光簽證；多元宣傳觀光，提高導遊質量，建立穆斯林旅遊之友善環境。

行政院農業委員會（簡稱農委會）亦於107年度召開第6次全國農業會議，4大主軸之「前瞻－運用智慧科技調整產業結構，全面提升農業競爭力」會議結論之一：「強化農民組織輔導與轉型機制，在農業生產基礎上，協助發展體驗經濟，整合文化與工商業界資源，開發加工產品、休閒服務、都市農業及新型態銷售模式，透過跨域鏈結，轉型為六級化產業。」明確昭示積極推動休閒農業及農村旅遊，以有效促進農業多功能及創新價值，期將農產業六級化成果透過旅遊休憩活動，讓遊客易於親近認識及學習理解，有效實踐地產地消及縮短臺灣城鄉差距，增進農村經濟與農民收益，並成為觀光市場新興型態之一。因此，農委會推展農遊國際化，將以深耕10餘年之新加坡、馬來西亞及香港等市場為基礎，持續開發其他新南向國際旅遊市場，擴大來臺農業旅遊市場規模，更進一步建立臺灣休閒農業旅遊在亞洲農業旅遊的品牌意象。

## 貳、他山之石－日本、韓國推動農村旅遊重點工作及成果

本會為拓展休閒農業旅遊市場，積極推動農遊國際化，除將年度來臺遊客數均逾百萬之日本、韓國列為新興客群市場之一，且日本、韓國亦積極推動發展在地農村觀光及農特產品地產地消，對於農業增值及農村維護等深具效益，可作為本會農業旅遊在地國際化推動策略規劃之參考。

### 一、日本

為推動都市農村交流，日本農林水產省以提升國人對農業、農產品與農村環境之關心，以及確實增加農民所得為目標，透過分階段推動措施，逐步發展農村綠色旅遊模式，期望吸引企業常駐經營。其相關推動措施說明如下：

- （一）1999年制定「食料、農業、農村基本法」、2007年制定「農山漁村活性化法」等，為振興農村經濟、促進都市農村交流；強調跨部會分工合作，並針對不同族群及農村農事需求，共同推展都市農村交流業務；與文部科學省、總務省（同內政部）合作推動18歲以下之兒童及少年至農山漁村體驗交流計畫，透過體驗瞭解食物及農村的重要性，於長大後較能持續

與農村有交流互動；與厚生勞動省（同衛服部、勞動部）推動年長者或身心障礙者至農村從事簡單農事工作，除解決部分農村人力老化及缺工窘境，亦發揮綠色療育功能；與總務省合作推動至少 6 個月以上之區域合作志願隊（食宿由農村提供），從事與農村經濟發展及農產業六級化相關工作，期培育養成留鄉人力。另為有效運用閒置空間，與總務省、文部科學省、國土交通省、厚生勞動省合作推動空屋、廢校舍活化利用等環境整備與營造等工作。日本中央部會間任務分工（含計畫補助）均相當明確，且已建立協調合作模式，值得借鏡學習。農林水產省之政策目標定於 2020 年都市農村交流人數（於農村過夜始計入）達 1,450 萬人次，並促進農村自立及永續發展。

（二）為發展日本農村綠色旅遊資源，帶動農村居民參與及整合運作，運用日人重視榮譽感之心理，辦理各項競賽或選拔活動，促使農村團體展現參與度及熱誠度，另亦努力強化地區特色及成果，以利提升整體旅遊服務量能。在行銷上，也藉由競賽或選拔結果，將行銷對

象或推廣方式予以分級、分類，提供觀光單位予以協助共同行銷，例如於 2007~2009 年間，辦理「農林漁家民宿媽媽百選」競賽，選拔具管理、服務量能之農村民宿，成為農村都市交流媒介，同時提供安全可靠的住宿場所；2007 年選定各地區懷舊古早味，辦理「農山漁村的鄉村料理百選」活動，吸引對日本在地飲食文化有興趣之國內外遊客至農村品味特色料理；2014 年起，每年辦理「發掘農山漁村的寶」優良事例選拔活動，帶動農村居民積極運用農產業及農村資源發展特色產業，獲獎者由安倍總理親自授獎表揚，並於適當管道或透過媒體協助推廣行銷。

（三）為結合觀光資源強化推廣行銷，農林水產省於 2014 年起與國土交通省觀光廳（同交通部觀光局）簽訂「農業觀光合作促進協議」，包含 6 項合作措施：1. 整合農林漁等相關旅遊資源，加強合作推動綠色旅遊；2. 加強運用森林資源（日本國土 80% 是森林）及戶外運動，推展森林綠色旅遊；3. 強化利用國產農產品及六級產業化相關事業，發展區域綠色旅遊；4. 輔導具農業文化、地區飲食文化或建築特色之農

村，向聯合國糧食及農業組織（FAO）申請登錄為世界農業遺產（GIAHS），促進農村振興、環境維護及創造特色觀光；5.吸引外國人至農村旅遊，以日本飲食與其文化的魅力為基礎，結合「發掘農山漁村的寶」成果、農村環境整備、培育國外旅客接待人才、強化農產品及食品伴手禮品順利檢疫通關等工作，強化外國人旅日誘因；6.辦理農村旅遊消費調查分析遊客需求，並滾動調整政策。期許搭配2020年日本東京奧運效應，共同促使到日本參訪總旅客能突破4,000萬人次之目標。

- （四）日本「和食文化」已被聯合國教科文組織認定為「無形文化遺產」，藉此可帶動國產農產品消費風潮，並為日本農產品與加工品之外銷打響名號。公私部門亦對於生鮮農產品、農特產伴手、國產食材應用推動不遺餘力，設置易於購買農產品之農民市場（直賣所）通路達1萬6千家以上，及3千家以上的綠燈籠餐廳，加上具特色且易攜帶之農特產伴手包裝，均利於發展農村綠色旅遊，且亦為吸引國際遊客至農村旅遊的誘因。自2015年起，辦理鄉鎮市府位於觀光地、郵輪停靠

站及機場附近之農特產品販售點（例如道之驛）補助事項，以強化特色農產伴手品地產地消。另為使國外遊客購買之農產品或加工品能順利攜帶出境，積極建構符合國外遊客需求之動植物檢疫體系。

## 二、韓國

韓國以成為世界先進之一流國家為目標，在農業發展沿革展現旺盛的企圖心及積極的行動力，從官方農林畜產食品部及農村振興廳的組織沿革、任務分工的分合整併，可窺見其政府組織分工係以政策目標為導向，與時俱進地滾動調整，成為帶領韓國農業智慧化發展及競爭力提升的重要因素之一；再者，其公私協力分工明確，均依循政策規劃推動之各項細部措施，落實執行，以達成施政目標。韓國農業政策五大主軸之一為「建立一個宜居農村」，「振興農村旅遊」為其中一項，由農林畜產食品部農村政策局主責制定施政目標及政策推動，隸屬其下之農業研發機構農村振興廳提供發展農村旅遊之輔導支援系統（包含開發農業六級產業化的加值運用及將實體資源和自然、文化與民俗等非實體資源轉換為觀光資源），再由政府捐助成立之韓國農漁村公社統籌執行推動行銷工作。農村旅遊開發是以政府主導、村莊為單位的模式，政策推動則是以行政支援方式，



韓國萬州設立 Local Food Happy Station，1樓為在地農產直賣站，2樓為運用在地食材之地方特色料理自助餐廳。

透過專案計畫得以運作實施，其主要推動內容說明如下：

- (一) 建立農村旅遊基地，透過實施農村旅遊場域評分系統，提供消費者識別選擇；輔導農村居民或地方政府開發經營與當地食品、特色住宿和體驗相關的獨特旅遊商品；辦理服務、安全、衛生及產品開發等培訓，以提升服務接待能力與內涵；補助體驗農村之安全保險及火災保險費以保障消費者安全；支援體驗項目營運、農村資源整合及公共事務運作之費用。
- (二) 完善農業（村）旅遊資訊提供網絡，建置農業（村）旅遊 Welchon 資訊服務網站（網址：<http://www.welchon.com>，

具韓、英及簡體中文三版本）、FB 及微博社群，提供農業（村）旅遊景點（體驗式農村、農村住宿、農 / 牧場及農村美食等）、農業（村）旅遊商品、主題活動、交通指南等資訊，便利遊客搜尋及使用。

- (三) 促進城鄉交流，依據季節、慶典或地區特色，發展及經營各式旅遊產品，支持中小學生到農業（村）參與體驗式學習活動，辦理在韓外籍學生農村體驗記者團，補助國內外遊客到農村旅遊，多元拓展國內外遊客市場。
- (四) 運用韓國食品（K-FOOD）的特色，設立韓食文化館、爭取農業食品出口、餐飲企業進軍海外，提升外國人對韓食文化的認識，



與觀光局合作邀約泰國媒體團來臺踩線體驗。

進而吸引訪韓旅遊，透過多元行銷韓國食品，努力實現韓國食品的全球化風潮。此外，韓國民情對於國產品具有極大認同及支持感，透過大小型農協超市、補助學校營養午餐採用國產食材及各式韓食餐廳，有效強化消費者溝通及紮根飲食教育觀念，均利於發展在地農村綠色旅遊，且亦成為吸引國際遊客及城市居民至農村旅遊的誘因。

### 參、我國推動農業旅遊展望—成爲亞洲農業旅遊目的地首選

自2003年起，本會輔導台灣休閒農業發展協會開發國際旅遊市場，並以占來臺遊客數超過90%的亞洲地區國家為目標市場，依據已拓展之國家市場熟稔度及遊客數區分為既有市場

（如：新加坡、馬來西亞、港澳、中國），及新興市場（包括：日本、韓國、穆斯林族群，及其他新南向國家如印尼、菲律賓、泰國、越南、柬埔寨、印度、汶萊等）。

這15年來與業者們共同努力開發與經營，台灣休閒農業旅遊的國外行銷腳步已遍及14個國家45個城市或地區，歷經既有市場的開發高峰期與停滯期，調整方向後重新激活對既有市場的行銷主力，初期先以「農場體驗旅遊」為主，至2015年再搭配創新主題遊程，打造「創新主題農業旅遊」模式，規劃每4年推動一項創新主題農業旅行。例如2015~2018年全力推動水果旅行，完成38項果品、204家農場或果園資源盤點、業者說明會、產業六級化輔導、多語主題網站、文宣、影片宣傳、發行整合採果券、媒合銷售遊程及國內外行銷推廣及通路拓展等工作。2019年起將推展

水花旅行（水產+花卉），並輔以農村廚房體驗遊程，提供旅行社嶄新自由行配搭旅遊商品，同時強化團體系列行程的深度與特色，持續開發既有市場「二線城市」客源，主動出擊貼近當地民眾和旅遊業者，積極拓展休閒農業旅遊之市場版圖。

新興市場則以安排旅行業及媒體團體踩線模式拓展，強化台灣農業旅遊之能見度及知名度，以乾淨鮮明的農村景觀、舒適悠閒的鄉村住宿、趣味多元的農業體驗、健康養生的農村美食為台灣農業旅遊主意象，提升遊客對台灣農業旅遊品牌的認知，並同步輔以水果及花卉主題推廣農業旅遊，並因應新興市場國家遊客對於社群網路的風行與信服，將特別著重於電子及網路媒體宣傳，並強化媒體團

及業者團參訪，積極促進與新旅遊市場的鏈結與合作，吸引國外當地對台灣農業旅遊的嚮往，創造來臺旅遊新亮點。

農業旅遊是透過旅行實踐體驗經濟的觀光型態之一，我國發展型態及所處環境雖與日本、韓國相似，但仍發展出獨一無二的臺灣style，以四季豐富農漁產業、多元農業體驗、舒適農場住宿、新鮮在地農村美食及農遊伴手滿足遊客遊憩需求，充分受到國內外遊客青睞與喜愛，並藉由與觀光旅運、運動教育、健康療育等跨域合作共創產業升級，提升農業無形價值、經濟效益與競爭力，期盼我國農業旅遊能成為亞洲農業旅遊目的地首選之一，共創農村永續榮景及在地商機。



休閒農場業者首次於越南河內辦理分享會。