



人生得意須盡歡

記 2002 年日本農村之旅

4月14日上午搭乘日亞航12時50分班機，啟程前往日本。在中正機場，總算見到此行團員的廬山真面目，30名團員，加上林英彥教授，台灣人共31位，將以一個赴東洋取經的心情，共度8天的時光，每個人臉上充滿著既陌生又期待的笑容，經過豐年社余主編的介紹，可以想見的就是，這一個團隊素質還真不錯。

在日本時間下午4時，抵達關西機場，這是人工填海建造而成的國際機場。出關後，日本東正則教授及導遊已經到達，而日本的天氣居然如此暖和，當下心裏暗想，真糟糕，帶來的衣服如此厚重，怎麼派得上用場

呢？前往大阪的巴士上，東正則教授迫不及待地把未來5天將拜會的7個町、村，作概略的介紹，最後的一天半，是自由時間，朝聖京都、大阪這兩個日本古城，可是一定要的啦！

（一）彌榮町

充滿童趣的農業公園，如何提升回園率？

4月15日，第一天早上從大阪出發，途經西紀休息站略作休息之後，即一路直衝京都府的最北端，朝日本海方向駛進；到了中午才抵達丹後半島—彌榮町京都府農業公園，在一個高大又可愛的牌樓前下車，只見不少人被鮮豔的花草所吸引，紛

紛駐足照相，進入園區之後，第一眼望去，就是數十個鯉魚旗迎風飄揚迎賓客，再一路朝內走去，一座座不同造型的建築物，極具童趣，使人不覺地如同進入一座農業的遊樂園。

用餐後，在園區內的會議室，第一場交流座談就要開始了。在京都府農林水產部農村振興課事務局長上中昭治先生介紹下，井然有序地說明京都府農業公園成立的由來及願景。

丹後地區氣候及天然環境並不好，在京都府1990到2000年的第四期開發計劃後，以促進城村平衡發展及活絡該地經濟為目的，於1992年利用彌榮町34公頃土地買地、開發，在投資一百億日幣之後，1998年4月開始營運，成功地於第一年創下35萬人次參觀的佳績，不過最近因景氣不好，再加上交通較為偏遠，儘管在其他參觀區已陸續完成後，遊客人數卻逐年下降，以最近一年來看，已減少一半，如何吸引更多遊客成為目前最重要的課題。



■ 彌榮町農業公園以花卉迎賓，拾階而上就是童話故事般的入口。



為了增加遊客數量及農民收益，在軟體改進上，園區認為應該針對小學生及家庭作一些足以引發話題的宣傳，並且創造丹後地區加工產品特有品牌，推廣園區內親自動手作體驗生活的手工作坊，同時推動與企業結盟的會員制、認養制度等；在硬體設備上，則增加更具吸引力的設施。

例如針對孩童的木製遊戲設施，綠美化草皮廣場、周邊道路以及創造自然環境，如昆蟲、畜牧、魚類等多元化的遊憩空間，以增加農園的附加價值。

同時在增加實質的收益方面，則由當地主管單位向百貨公司或大賣場等接洽配合活動辦理促銷加工特產，而為使園區旅館的經營週轉率提高，則推銷一日遊、二日遊等相關配套措施，增加營運的活潑性，對於當地的啤酒、香腸等也可以與鄰近地區各旅館結合，加強品牌形象及促銷。

這些措施的推行，已逐步在推展中，當然，在對抗景氣不佳的同時，又要面對政府龐大的投資，如何可以產生效益，創造當地休閒農業的第二春，就目前情況來看，還有一段路必須努力。

聽完上中局長的一番話，似乎引發了大夥心中的眾多狐疑，尤其是政府對土地的投資、建設，如此大筆的投



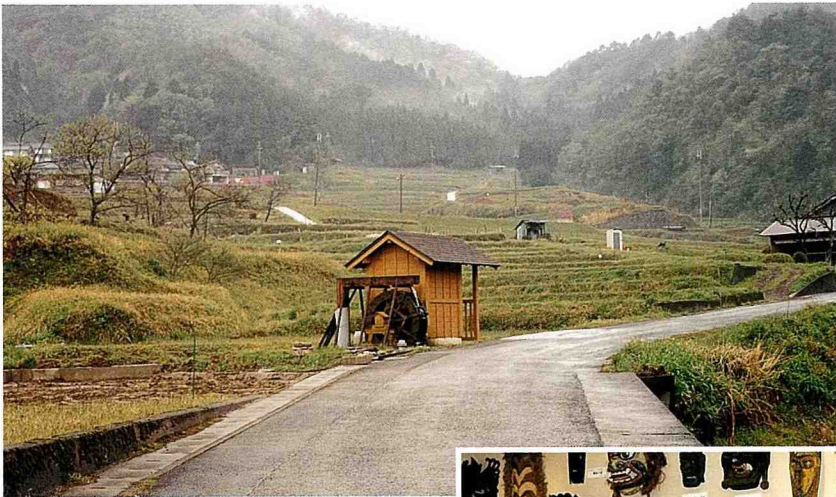
■ 油菜花園盡頭，那棟高雅的建築物竟然是廁所。



■ 農業公園內，數十枝鯉魚旗迎風飄揚，保安納福。

入，從效益成本來看，是極度不划算的，所以上中局長也坦承，目前已建設完成的部分是無償交由財團及民間機構共同經營，假如由民間自行經營的話，前景堪憂；而目前日本全國有20個類似的農業公園，在京都、大阪等附近則有5個，創始的構想是由政府推動後，再由民間加入經營，可是在現今

不景氣的情形下，幾乎每個農園都面臨同樣的問題，那就是開園第一年參觀人數很多，後來卻都逐年遞減，如何提升回園率，變成非常重要的課題，而這個問題，也是大家在此區度過半天之後，一邊替日本人焦慮，一邊也反省台灣目前推動的休閒農業，未來也同樣會面對的一大隱憂！



■ 大江町寧靜的毛原梯田聚落，因為那一座新修復的水車而增加一分流動之美。

(二) 大江町

毛原地區 40 戶梯田人家的堅持與努力

4月16日，一大清早醒來，透過落地窗，我們所住的丹後農業公園已被浸濕在夜雨之中，雖然陰雨綿綿，但是今天的目的地—大江町，日本人稱為「鬼城」（鬼之町），應該連雨神也怕它幾分，不致於大雨滂沱，掃大家的興吧！

經過一個半小時的車程，車外雨勢稍歇，進入福知山之後，映入眼簾的是一小塊塊、不斷相接的梯田，如此大面積又青翠亮眼的梯田，倒是大家難得一見的。快到達「鬼怪交流博物館」之前，車上服務小姐告訴我們這個鬼地方的由來，還說這裏的鬼非常凶猛，專找女生吃肉又喝血，當地居民為避免鬼的騷擾，就以酒來引誘它們，因而造就了大江町

為了堅持農業為立國之本的信念，大江町決心全力維護農業及大江町原貌。日本有最強的酒吞童子之鬼在大江的傳說，即以此為主題建立據點，在京都府的補助下，到各地搜集鬼面具，成立「日本之鬼交流博物館」，並且與世界各地相關活動辦理交流，目前已累積

28萬人次的觀光客到過此處，而且每年維持約3萬人前來參觀的成績，不過外國旅客每年僅300-400人左右，這倒是博物館亟需積極對外宣傳的方向。



■ 日本鬼怪交流博物館搜集各國的鬼面具，請注意下方的中國國劇臉譜，也被列入其中。

的釀酒產業。

當遊覽車在一個巨幅鬼雕像前停下，我們就要進入日本有名的「鬼怪交流博物館」了；館長首先自嘲地說，因為長相像一個鬼面，所以擔任很長一段時間的館長，幾乎無人可取代；接著他介紹大江町可以說是京都府自然景觀排行第一名的地方，原先大江町的樹木群很多，人口最多的時候曾經高達1萬2千人左右，但隨著工業化之後，養蠶事業沒落、樹木銷不出去，農業的重要性與日遞減，就以人口數的分配來看，居民大多集中在65歲至79歲之間，可見其人口老化問題的嚴重性。

緊接著在「棚田農業體驗之旅實行委員會」事務局長官櫻井先生的介紹下，他以曾獲選為「日本棚田百選認定」的毛原地區為例，說明當初、現在及未來梯田發展的演變。

在這片8公頃的土地上，曾經有超過一千個坵塊的梯田綿延在此處，但1970年代之後，由於國家實施減產稻米的政策，梯田陸續被荒廢了，再加上從事耕種的人力逐年老化，部分梯田不得不閒置而逐漸荒蕪，不過在當地有心保有傳統的人士積極奔走下，自1997年起開始進行維護的工作，首先由開闢農路、活化經濟作起，



再由政府補助搭建水車、休憩小屋等景點，同時延聘專家學者，研究如何省力、省時經營梯田的方法，使梯田文化可永續保存下來。

經過當地居民討論及參考相關資料後，認為如果僅由毛原地區40位當地人來守護這片家園，的確很困難，所以應該號召有興趣共同參與或者對都市生活厭煩的都市人來體驗鄉村生活；於是社區營造者、造酒人、梯田經營者等聯合起來，許多體驗活動一樣樣地展開，在這裏可以看到由城市來的人，在當地人的指導下種植水稻，偶爾還可以吸引外國人到此參加系列活動呢！

在台灣，要看到如此大面積的梯田，實屬不易，所以當我們一行人親自來到毛原地區的梯田部落時，配合當天的細雨紛飛，遠處山嵐忽上忽下，忽遠忽近，似乎召喚著我們，只可惜為尊重

辛苦的解說者，一群人隱忍著那股被大自然所挑起的熱情，只能遠遠地欣賞似夢境般的景物，其實這樣也好，大江町居民並不以增加經濟收入作為生活的目標，保存傳統才是他們想要留給子孫的珍貴財產，所以就留給他們一點寧靜，默默為他們鼓掌加油吧！

(三) 美山町

令人驚豔的純·淨·美，
不愧日本第一之田舍

由於下午必須趕到美山町，所以早上的行程略有一點拖延之後，導遊即壓縮了午餐及參觀大江町雲水居的時間，有點可惜喔！可是我們在見識到日本人的認真及守時精神之後，大家也默默地服從這幾天必須遵守的遊戲規則，但對於部分以獵取美麗景物為目標的團員來說，是有些殘忍了，在兩雙鷹眼般的監控下，我們還是準時地在下午2點，到達美

山町的町立自然文化村。

一下車，我們驚豔於美山町的純、淨、美，順著當地工作人員的引導，脫下了鞋子，原來這一場座談是真的要“坐”在蓆子上談的喔！好玩的是，剛開始大家正襟危坐，漸漸地有人耐不住了，東挪西挪，最後實在不勝腿力，這種不合人體工學的盤坐坐姿終被棄守，一大半的人或跪或站，不成隊型啦！

不過，從引導人一美山町副町長小馬先生身上可以感受到一股親切感，小馬哥一直強調文化交流可以藉由雙方的心意、態度而感受，現在美山町已經有超過50多萬人到此度假，十多億元的經濟效益，在回想起20年前，町政府想以“日本第一之田舍”為主題開發美山町時，在考量文化與經濟開發如何權衡的同時，美山町的林木產業也逐漸落沒，幾乎消失，村民才體會到他們快要失去最珍貴的自然資產，在人類過度開發後，也才曉得保存的重要性。

不過，當政府20年前要求保留這些極具特色的“茅葺之里”的古典老房舍時，居民都認為我們已經很窮了，為什麼還要保留這些象徵貧窮、落後的茅草屋呢？舉例來說，1976年，日本NHK電視台曾報導美山町擁有日本三大名水之



■ 美山町的座談會，請看大家席地亂坐。



■ 美山町「北山型」的茅草聚落。

一，而引發一波波的媒體報導熱潮，當地居民就認為河川原本就應該如此，有什麼好報導？殊不知在世界各地的河川，已面臨污染危機時，能保有如此潔淨的河川，已經非常難得；所以經過18年的努力，目前美山町留下40棟北山形（與藝妓髮型相似）茅草屋，4年來，觀光客已成長到每年7萬人次，而這裏的每一位居民，也都建立起共識，將為京都府最美麗的農村，保留原始風貌而努力。

在美山町，看不到一個廣告標示牌，雖然自從日本某一家報社的攝影記者為美山町發行一本寫真集之後，從日本各地蜂擁而至的觀光客，即絡繹不絕地到此處渡假，蔚為風尚；而為使美山町可以在人來人往之際，還可以完善地保存，所以町政府特地在距離茅草區較遠處，建蓋了美山町立自然文



■ 近看美山町的茅草屋，戶戶綠美化。

化村，所有使用的材料都必須就地取材，所販賣的特產品、所聘用的人力也必須是當地物品、人力才可以，所以文化村的成立，除了可以疏離部分觀光人潮外，同時還可增加當地人就業機會，也達到振興產業、與居民交流的目的。

這位執著又可愛的小馬哥，說到最令他感到自豪的就是，在他的努力之下，來到美山町的人，最後都可以帶著輕鬆滿意的笑容離開，而留在彼此心中的不是金錢的交易，而是一次友誼的建立；因為美山町對遊客所發出的訊息，不是純粹的“觀光”，在這裏，“觀”是一種

感動、感激、關心，“光”則是一種交流的意思；在日本推動綠色之旅的同時，身為美山町的每一份子，都以“坦誠交流的對話”為基礎，所以情感的互動，造就了美山町很高的旅客回流率。

我們非常相信他所講的話，因為他們的努力，美山町的好山好水，使我們還有機會欣賞得到，他們的好客，我們也體會出來了，雖然我們無緣住下來，在天助、自助之下，不由自主地，使我們在深受感動之餘，大夥在一家小小的禮物店

裏，買了不少特產品，“人助”的動力，也就水到渠成了！

（四）白川鄉

遺世獨立的建築與景觀，如何守成與維護？

前一晚我們夜宿京都，旅館就在京都車站前，對於京都城的街道商店，在晚上八點半左右就關門打烊，實在有些詫異，所幸還能夠在有名的祇園，看到幾位藝妓打扮的仕女，也算不虛此行；4月17日一早，京都下著不小的雨，可是大多數團員，把握住難得的機會，早早即用完早餐，趕在8點半集合前，前往由貝聿銘大師



設計的京都車站，參觀集現代、科技、人性為一體的高聳建築物，雖然這次行程，在臨出發前取消新幹線的行程，令人有點遺憾，不過，總要留點未完的心願，留待下次來追回。

依據行程，今天我們必須開拔到岐阜縣的白川鄉，這個被聯合國列為世界遺產的地方，到底有什麼吸引人之處？最近在台灣的報紙旅遊版面上，已經可以看到台灣的旅行團組團到白川鄉的廣告了，想必它定有獨特之處；這個問題，在我們越來越接近白川鄉，衣服愈穿愈多，路旁積雪未化，偶爾還可見到未謝的櫻花，稀薄的空氣加上口中吐出的煙霧，乍現的一、二棟合掌屋，已

撩起了大家的好奇與期盼。

下午2點鐘，進入白川鄉的休息站（展望台），細膩的服務人員，讓大家“緊密”地坐在一起取暖，桌上已備有熱咖啡、白開水各一杯，印有合掌屋圖案的餅乾一份，讓我們這一群異鄉人倍感溫馨。在白川鄉公所觀光課水野先生的介紹下，知道白川鄉一年平均溫度為11.8度，冬天的溫度大致在攝氏零下10度以下，積雪時間長達4-5個月之久，所以我們在4月時來此，若不是因為今年暖冬的因素，積雪還更深呢！

說到白川鄉成為世界遺產的始末，必須先瞭解合掌屋的形成；最早在18世紀中、後期，為配合冬天積雪

多、水質重，以及減少南北風向吹襲、增加日照時間，所以利用茅草、稻草等材質，蓋成切齊書型的合掌屋，在19世紀至20世紀這段時間，合掌屋的數量達到尖峰。

到了1950年左右，白川鄉面臨第一次的產業結構轉變—水力發電廠的建蓋，為了建造發電廠，必須遷移不少村莊，因此許多人舉家搬離白川鄉，同時合掌屋也就任其荒廢或賣給村外人，這些改變讓有心保存文化的人，非常不捨，於是成立「白川鄉保護自然環境協會」，由居民共同制定「居民憲章」，以不賣、不出租、不破壞三點基礎約束來保護合掌屋的留存。



■ 從觀景台眺望白川鄉的合掌屋聚落，不愧是世界級的文化遺產。

在1965年開始有民宿的經營，尤其在昭和40年，日本鐵道在「發現日本」節目中揭開了這個「陸地上之孤島」白川鄉的神秘面紗，當世人發現白川鄉的內涵後，將它視為世外桃源，於是1995年，白川鄉面臨第二次的產業轉捩點，那就是聯合國世界遺產委員會，認為這一區的建築物群、景觀保存，足為人類傳統建築的經典，於是1995年登錄為世界遺產，為白川鄉帶來人潮及經濟發展，同時還帶來其他始料所未及的呢！

一棟合掌屋屋頂大概可以保存50-60年左右，但因為現在電器設備的普及，使用煙燻的機會減少，防蟲防腐的功能隨之降低，所以30-40年就必須更換一次；在白川鄉村民以「結」的方式，也就是共同作業、互相幫忙制度，凡是一家須翻修，全鄉大約200人提供勞力一起工作，共同完成；所以當200人爬上屋頂，群策群力，為完成一項共同目標而“集結”，這種景象透過攝影鏡頭，呈現在世人的面前，我們看到人類內在的善念，在自掃門前雪的電子時代中發光，他們視為自然，我們認為感動！

同時為了使合掌屋永續保存，由地區自治防災組織管理委員會於1977至1982



■ 白川鄉的禮品店。



■ 白川鄉民宿，屋外晾晒客房用的浴袍，感覺很親切。

年舉行全地區防災設施整備及演習，並於1989年爭取經費，擴充消防設備，冀以萬全的準備，以減少無謂的損失；自此，每次全鄉同一時間的水槍放射訓練，也成為日本觀光界的一大盛事，除此之外，晚上輪流巡邏工作，這個傳統也由居民自動自發地保留下來，可見成為世界遺產之後，守成與維護工作更是不易。

白川鄉自登錄為世界遺產後，原本就不寬闊的交通幹道，受到不斷湧入的人潮影響，不只交通擁塞，挾帶而來的是垃圾、噪音、污染

等公害，因此白川鄉在合掌屋集中區外，建設大停車場，並且在旅遊旺季也配合交通管制工作，同時也邀請學者專家進行交通、文化、觀光等相關議題的研究，以作為改進的參考。白川鄉目前有113棟民宿，與美山町相較，這裏的商業色彩非常顯著，當然我們不能要求村民為了文化傳承，放棄發展商業契機，而這兩者間的權衡與取捨，應該是多少？質算？量化？

白川鄉標榜「心的故鄉」，來這裏一趟是「古心巡禮」，非常感佩日本人對文



化保存的努力，為了使一個陸地上的孤島不孤單，但又不能成為人們毫無忌憚的遊憩樂園，如何使一次巡禮，可以有所得，進而激發心中對先人智慧的尊崇與感念？可能不是單純由量的限制就可以解決的，我們僅能祝福白川鄉的朋友們，加油！

(五) 古川町

居民以共同的信念，打造美好的生活環境

4月17日民宿的第一夜，那晚夜色超美的！我們在白川鄉合掌屋民宿數量最多的荻野區，將自己溶入世界遺跡中，去體驗先人生活的環境及大自然的造物力量。夜在白天落雨的洗滌



■ 古川町的地下道入口，也保有傳統建築風貌。

後，月娘及滿天星斗分外清晰，在一個沒有光害的地方，由合掌屋的屋頂仰望天際，就像一張明信片上的畫相，令人難以置信的美…

早從第一天出發時，就聽到團員對於古川町充滿憧憬，在行前說明會時，也看到林老師帶來的公視古川町錄影帶提早和團員分享，我想不少人也是衝著古川町的行程才來參加的吧！

4月18日來到了古川町的町公所，一位面貌斯文又有點眼熟的仕紳前來迎接，原來他就是公視「城市的遠見」影片中，介紹古川町的觀光協會會長村坂有造先生。

一開始，就可以感受到古川町為什麼會引起各界人士的共鳴，因為開場白就是：經營社區，必須用“心”創意、“新”點子，而營造就是經營與創造…，古川町的建設，並非為了觀光而做，而是為塑造一個理想的生活環境；古

川町雖然有400年的歷史，但是造街運動則在30年前才開始，這裏的造街特徵並非在硬體，而在於居民的生活特性，也就是所謂的軟體建設，居民一起從事造街工作，共同的理念就是如何延續美好的生活環境、如何使後代子孫感到驕傲…；一段不長的話，卻說得令大家感動莫名。

他並沒有花費太多的時間，為大家講述營造古川町30年來的辛勞及背景資料，因為大多數的人大抵都看過錄影帶或是聽過朋友轉述，即使都沒有印象，古川町也細心地為我們準備了中文的簡介，所以可以有效的利用時間作雙方問題的交流以及現場參觀。由村坂先生回答的內涵來看，古川町的成功，不外乎就是由多數居民的自發性內省，以“人”“心”為出發點考量所形成的共識與默契，對於衍生的商業行為並不在意，追求的是自己生活的形式與想法、要求以身教帶動文化傳承。這是一個很簡單的理想，卻是一個不容易做到的目標，在古川町做到了，可是有多少地方想群起效之，但卻無疾而終，其間過程之艱辛，在看過現場的古川之後，必定會留下永難忘懷的回憶與感佩！



■ 世界上最幸福的錦鯉——因為它們悠游在古川町。

雪融後的山村中迴盪著
太鼓的響聲
雄壯的古川祭序幕
在裸身激戰中掀起
度過嚴酷而漫長的寒冬後
活力再度充滿著古川

隔日，就是古川町一年一度的飛驒古川祭，4月19、20日兩天，古川町將會瀰漫著感動、喝采、鼓動，街道上遊行裝飾華麗的的屋台上表演著製作精巧的機關木偶戲及活潑可愛的兒童歌舞伎，不只是靜態的遊行，由全村壯丁返村抬轎及集體策劃的動態的太鼓起轎儀式更展現飛驒古川祭的魅力。

古川町到處都充滿活力與神奇，由於時間的關係，在觀光協會副會長柳七郎及會長村?先生的引導下，走訪古川的一景一物，雖然無法盡興與深入瞭解，但是它的人文精神，已經潛移默化在錦鯉、工匠、太鼓、建築…，一言以蔽之，不虛此行。

(六) 莊川村

農業轉型成功的 富麗山村

一夜民宿後，距離今天4月19日要啟程至莊川村的路程，並不遠，原本安排9時30分抵達，可是一行人在8時40分左右，就到了莊川村休息站，為了配合日本人守時準時的精神，所以大家就在休息站外參觀外部設



■ 太鼓祭中的木偶表演，引人入勝。

施；這棟建築物並未完全完工，但在莊川河圍繞的陪襯下，自然美景所形成的氛圍，真令人感到舒暢莫名。

9時30分，進入休息站，由村長及當地觀光課長為我們介紹，莊川村位於日本列島中央，因為有莊川河流過，所以名為莊川村，該村標高800公尺，冬天時極冷，為深積雪區，日夜溫差大，即使夏天溫度最高也僅有攝氏25度左右，因此莊川村在日本成為極熱門的避暑聖地。村中根據地形及氣候的自然因素，擁有2座高爾夫球場，2座滑雪場，所以在此區，有一個特殊情形，就是當地村民住家約有430戶，而投資作為保養所休閒別墅的就有1100多棟，比例約為3倍。

對此現象，村長表示，當地人對於外地投資者及大量觀光客的前來，並不會感到反感，主要是因為莊川村佔地很廣，而且配合許多活

動的舉行，足以分散觀光客，並不會帶來太大的困擾，同時觀光客的湧入，為村民帶來不少收益，反彈聲浪從未發生，而目前也因為旅遊生意旺盛，所以每年正以50-60戶休閒別墅的速度在成長，對於面積3200公頃，山林面積佔97%，人口數1400位的莊川村，是如何在人口高齡化後，獲得重生，或許以下由村長對我們的介紹，就可略知一二。

莊川村於昭和35年(1960)二次世界大戰戰後，日本政府開發水力發電廠，在1200位村民遷移至此後，初始當然以農業為主要收入來源，後因工商業發達，莊川村和日本其他地區一樣，面臨農業人口減少且高齡化的困境，至目前該村專業農戶也僅剩28戶，主要農作物為高冷蔬菜、稻米、蕎麥及飛驒牛等。

雖然從事農業耕作的人口並不多，但由村長對我們的解說來看，莊川村對於農業的維護與發展，仍是不遺餘力的，如同其他地區一樣，農民如果單純地想由農業一級產業的項目來獲利，是非常不容易的，所以在莊川村其農民的勞力利用，倒是非常地有效率，像在夏季，農民在適合耕種時，即全力投入農耕工作，至於在冬季，因為該村氣候非常寒冷，不適合農作物生長時，



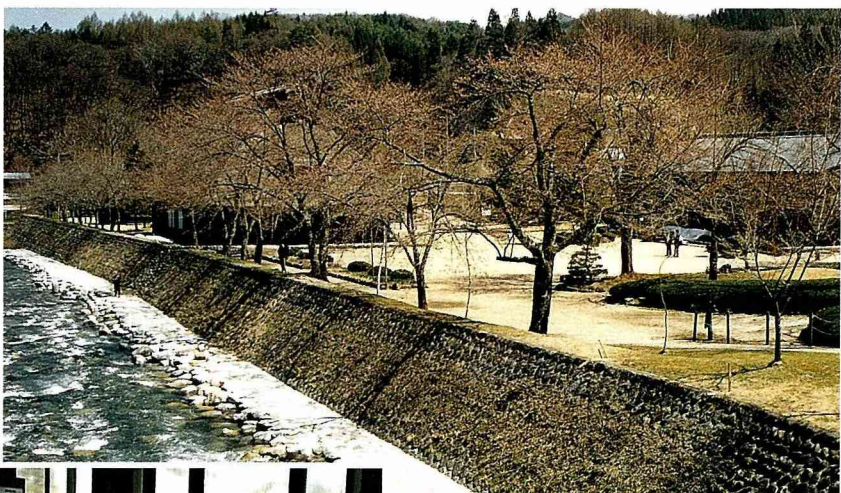
農民就前往滑雪場打工，賺取的所得應該還不少呢！

當然，為配合農業轉型及響應10年前日本政府開始推動的“綠色之旅”，莊川村在興建水力發電廠時所移植來的二棵具有450年歷史的櫻花樹，在三、四月時盛開的美景，就成為莊川村對外營造“櫻之村”強而有力的號召。所以

在莊川村一年四季都有他們打出的訴求，例如春天的賞櫻之旅，夏天避暑休閒多樣活動，秋天則有紅葉返村祭，到了冬天滑雪活動則是重頭戲，

同時除了冬季外，為了推廣農業，更透過體驗營的安排，不管是親自製作蕎麥麵、採山菜等等，朝著使都市人口可以體會鄉間生活的樂趣並帶動農業發展的契機。

特別值得一提的是，莊川村與豐田汽車公司合作成立「勞動組合聯合會」，日本豐田汽車公司認為莊川村的自然景觀及設施，足以提供員工休閒及度假的場地，所以採取雙方互利的合作模式，由豐田公司租用一棟事務所，公司開會或度假都可以利用這一棟事務所，而員工到莊川村度假也可享有優惠，同時村民也可以到豐田公司參觀研習，達成雙方良



■ 清澈見底的莊川河，對映櫻花樹的絕代風華，乃莊川村美名之由來。



■ 設備一流的泡湯，是莊川村驛站的新賣點。

性的互動與交流。

來到莊川村，每位遊客一定會先到達此處的「道之驛站」，在我們到達不久，10時開始，驛站的溫泉施設「櫻香之湯」就要開始營業，之前，我們已見識到，內部豪華又貼心的spa設備，無怪乎，從今年4月才開始正式營業，就已經吸引許多愛好

泡湯的旅客前來一看；而驛站內也為當地的農特產品提供了販賣的場地，由當地農民管理，販售的盈餘，也交由農民自行分配，整體的驛站設施包括活性化施設、溫泉施設及所有周邊美化工作，這個符合現代及傳統的驛站，則在村公所籌資購買後，再交由財團法人管理；而在莊川村的主要幹道上，也由村公所設置了各種公共造產，例如餐廳、DIY蕎麥麵工場、莊川之里民俗保存區等，不僅可以使當地的農產品有場地販售，更對當地整體的觀光發展有莫大的助益。



■ 豐田汽車公司與莊川村合作的「勞動組合聯合會」會館。

村長說：曾經有人因為感受到莊川村的人文景致，所以主動投資5萬球鬱金香，藉以更加美化莊川村，這個動作激發村民自動參與，發起大家一起來種植12萬球更多的鬱金香活動，所以現在等到花開時節，可以想見的是，莊川村佈滿著花團錦簇的美麗之村…因為他們知道唯有莊川村更美、更好，才能擁有夢想中的家園。

（七）清見村

讓你不知不覺愛上的 「森林與水的故鄉」

離開莊川村之後，帶著莊川村村民的熱情，我們轉往這次日本參觀拜會行程的最後一站—清見村，同樣地也是位在岐阜縣，但有別於之前的莊川村，清見村所代表的是「森林與水的故鄉」，因為在前往清見村的途中，當我們愈來愈接近目的地，沿著高山八幡線，道路兩旁的自然景觀呈現一種與眾不同又異中求同的風貌，路旁的多樣林相，整齊有序地佇立於適合的地位，雜於其中的是一道道山泉，下洩在人們為它們安排的水道裏；原來在村民的要求下，透過「清見村沿道自然景觀保全條例」的制定，全民對於山林的維護，不遺餘力，使得每位在前往這個位在日本列島正中央，西日本



■ 清見村的「PASCAL」旅館，提振了地方經濟的活力。

第四大村的遊客們，莫不放慢腳步，細細品酌這巧奪天工的傑作。

當一行人來到清見村的清見 Hotel(PASCAL)餐廳，享用午餐日式美食時，親切的服務人員為我們介紹桌上的醬料，當我們以”臆測法”去解讀內容物日本說明時，才發現我們已不知不覺地愛上這清見村最搶手的各式醬料，而不斷詢問何處才可以買得到呢！

自備一瓶綠茶，一臉嚴肅的松葉副村長，很慎重地走入會議室，他略微低沈但鏗鏘有力的說明，一開始就以自信的語氣說，清見村每年的觀光收入就有4億4千萬，有將近45萬人來到這裏觀光，並且吸引32位名人遷住到清見村，包括有名的園藝家、大廚師、釣魚愛好者等，這些成功的關鍵就在於「凡是都市不行的，只要到這裏都可以享受得到」；

而清見Hotel(PASCAL)其含意就是鄉村牧歌文化振興，以此處為例，鄉公所希望以企業化的精神，注入在年輕人欠缺的鄉村，而鄉公所認為在日本許多城鄉為配合綠色之旅政策，什麼都自己做，結果都做不好，因為安排太多節目，遊客並沒有需求這麼多，同時承辦活動的領隊也會累，何況清見村認為遊客到此，就是要享受大自然，所以寧可花久一點的車程，也不要再在狹小的空間做太多的活動。

PASCAL的員工必須遵守”三不說”原則：第一不說別人壞話，第二不說過去的事，第三不說我不會。在這裏的員工每一位的基本薪水都一樣，主要的能力考評關鍵有五點：有無企劃組織能力、有無處理資訊能力、有無經營管理能力、有無統御能力、有無技術能力等五項，所以鄉公所為了提高員



工學習智能，都會派到各企業見習，平均每年每位員工的研習費就有60萬日幣。他舉了一個實際的例子，說明他們如何展現訓練的成果：只要在這裏住過一晚的旅客，飯店員工隔天就會寄出感謝函，不管是誰寄出的，一律要以經理之名署名，要求在一天之內一定要寄出，感謝函的內容與數量，就是作為一年考核的標準；而每月、每季所寄出的當地期刊，內中除了有活動訊息外，如在秋天寄出的，內中就會放一片楓紅的葉子等，這些小細節的體貼，也就累積了清見村績優的旅遊品質。

松葉先生說，清見村有3300多頭牛（飛驒牛）比當地居民2600人還要多，雖然也面臨了農業轉型及衰落的危機，但危機就是轉機，村中針對農業產品所開發出的加工品如香草醋醬、芥菜沙拉醬等，已經可以為農民帶來每年70萬瓶收入；另外如牛肉烹飪包、牛乳冰淇淋、香草冰淇淋等，也都是清見村有名的特產，村民都認為特產品的促銷，不能定太高的價格，同時必須盡力找出產品的特色，以企業化的方式行銷，例如由那些年輕的員工們想出的行銷法，如在推出新產品時，先將試作品寄給曾經來過清見村的遊客們，並請他們提供意見寄回，等新產品要上市時，



■「一隻會捉魚的鳥」是清見村的標誌，自食其力，振翅飛翔。

再寄給他，不僅可以達到免費宣傳的效果，同時接到成品的人，一定會因為自己提供意見被採納而接受這項產品；透過這樣的促銷方法，據統計可以為村民帶來每年1850萬的收入呢！

最後，松葉先生提到：10年前，他們只想如何增加遊客的數量，3-4年後，才考慮如何使他們會想再回來，而現在，他們的目的則是要爭取更多的人支持並認同清見村！

雖然我們在清見村的時間並不長，但是在那裏，我彷彿可以嗅到一種即將爆發的力道，走在四週被櫻花樹圍繞的廣場上，遠眺環山擁抱的景色，雖然看不到熙來人往的觀光客，但這就是清見村為來到這裏的人所提供的最佳獻禮，一個遠離塵囂、怡然自得的體驗，我想這應該就是「多不見得是好，少未必不夠」的另一種思考吧！

◎ 後記

完成了這一趟日本行的文字記錄，才覺得像是真正落實了出國的意義，而驅策這些文字誕生的人，除了豐年社余主編之外，就是那些可愛的夥伴們，因為這一趟路，大家建立了戰鬥般的共榮情懷，以配合日本人的嚴格要求，又如親人般地，大家互相扶持、彼此照應，除了在討論上大家知無不問、問無不盡外，對於個人的事業、家庭、婚姻等等，更有著熱切的關心與互動。

一次百分百滿意的行程，幾乎是不可能的，有的人要求出國必須吃好、住好，有人到處比較價格，但是這一次我們感受到可遇不可求的機緣，那就是一群志趣相投的同行者；所以如果有人問，去日本你花了多少錢呢？我會斬釘截鐵地說，付出的不多，但回收的可是無價、無盡的喔！

在此對30位親愛的朋友們，獻上祝福與謝意，未來的日子，這些回憶將是我一生的珍寶，希望你們也一樣…

【編者附註】本文作者吳菁菁是一位心思細膩的美麗佳人，也是才華洋溢的新女性，她的感性與真誠，讓這一趟頂多90分的旅行，變成了100分。我們永遠記得她的「箴言」：送花給別人，留給自己的是滿身馨香。謝謝妳，菁菁！

翽