

推動農村社區產業化與六級化發展

撰文/ 李盼·劉依蓁

「六級產業化」一詞源自於日本東京大學名譽教授今村奈良臣於1990年代中期的研究，他發現日本農業生產的初級產品，輾轉販售至消費者手上時，未經加工的部分僅占20.7%，而有53.2%經過加工、28.5%透過外食業者處理，因此大部分利潤均被轉移到農業以外的部門。為使農產品的附加價值能回歸農事者，農業經營就有必要提高初級（農產）產業的主體性，納入二級、三級產業。而「六級產業化(1×2×3=6)」觀點，其目的正是希望把農產品附加價值留存在農業地區，經由生產、加工、銷售一體化提升附加價值，增加就業、提升所得，促進農業地區再生及活化。

從國際發展經驗來看，社會企業在農村社區經濟活動扮演重要角色，而農村社區產業通常以六級化來發展，為了解我國農村社區發展及六級化現況，台灣經濟研究院生物科技產業研究中心於2015年12月9日辦理「如何推動農村社區產業化與六級化發展」專家座談會，由行政院農業委員會水土保持局臺東分局王志輝分局長、行政院農業委員會企劃處傅子煜科長主持，針對如何推動農村社區產業化與六級化發展之議題，與各農業社會企業代表及專家進行交流討論，本文節錄會議內容以供各界參考。



南投縣埔里鎮一新社區發展協會： 林宥岑理事長

南投縣埔里鎮是全台最重要的茭白筍產區，已來到第二屆的一新社區發展協會，由農村平台到農村教育再到轉型，致力打造一新社區成為一個生態社區。林宥岑理事長認為，農村需要年輕人投入，而青年返鄉必須要讓年輕人有立足點，農村轉型及多元化的發展可望能改善農村留不住人的問題。

一新社區秉持友善環境的理念，不使用農藥、除草劑及化學肥料，林宥岑理事長表示，不使用農藥的改變最大的問題就是與老農溝通，不過目前轉型已來到第三年，除了栽培方法友善環境外，一新社區亦同時進行臺灣白魚的復育，改善其瀕臨絕種的現況。而社區裡有三戶人家具有機認證以及農委會林務局的綠色保育產品證書認證，同時也串聯社區內的小農連結成小旅行行程規劃，包括咖啡、魚、木耳以及百香果等。社區裡也提供三合院，整修為民宿，提供打工換宿的據點。

一新社區營運模式部分主要分為四個：(1) 具有社會企業理念的友善土地，堅持以自然有機、無毒農業理念種植茭白筍；(2) 3D 茭白筍體驗，包括採茭白筍 DIY、茭白筍泡菜 DIY 以及一日廚師料理 DIY；(3) 重新復育臺灣二級保育物種：白魚；(4) 在地農情體驗，包括與旅行社合作帶進遊客人潮，增加整體社區收入，另外也從事白魚生態導覽，延伸體驗遊程至周邊四家有機農場，串聯整個社區有機生態。

壽豐印象：盧紀燁負責人

壽豐印象的成立緣由主要是看到農村的生產人力問題，以及市場產銷問題的市場衝突，因此 2013 年開始決定要做農業轉型，協助九位農民來銷售文旦、自有品牌的西瓜以及鷹獵米等。

壽豐印象的組成包括百大青農以及地區性小農，目前青農自有品牌的銷售狀況大部分都是自售比較多，於是就利用農委會的創新增值計畫去運作，協助農民解決農業一、二級產業所面臨之前端及後端業務。後端業務包括農地的檢驗認證、合約、農業政策等資訊交流

以及生產規劃，另外在前端業務部分，則包括金流、物流、包裝、規格、定價、客服、合約以及加工等業務，結合這些前後端業務即可協助農民將產品進入三級產業平台送至消費者端。目前主要獲利是從自有品牌而來，並不是從事盤商的工作，而是去協助農民的產品或獨立公司節省成本、提升議價功能等，包括降低物流費用以及政策補助的資訊提供等，最後由單一窗口規格化的共同銷售方式販售給各大平台業者、實體通路以及一般消費者，壽豐印象平台的收入占 10%。

農企業根據現行法令所面臨的問題，為營利事業登記證和農民身分衝突，當持有一家商號或為負責人，則須回到勞保，而失去農民身分，因此目前壽豐印象是地方型商號，無法成立中央登記的股份有限公司，此外還有相關稅務法規問題尚待解決。

盧紀燁負責人認為農業社會企業不應該是一種商業機制，或許應該為一種生產機制或生產加銷售的六級產業，而農業社會企業需要人文競合，建議政府資源可透過目前現有認定之行政院百大青年農民進行「良好供貨生產人組合組織」，達到階段目的讓農民從事專業生產，提高品質進行單價的提高才為良性循環，或透過單一窗口的規格化銷售來達成六級產業，但仍需政府相關政策的支持。

大王菜舖子：王福裕創辦人

大王菜舖子是從共同購買開始，從五戶到 60 戶，後續又推展到 250 戶，看見社群支持的力量。後來規模逐漸變大有三個員工，為一群人挺一群人的農業，一年可以銷售 100 多噸的蔬菜，並從事農業加工以及知識學習等營運內容，同時也是部落及農村農產品的銷售通路。

而為了讓農村人力能夠發揮其效用，大王菜舖子的農村有 100 甲的有機農場，其中大王菜舖子握有四甲的土地開放給年輕人來耕種，儘管產量少，但可將產品放入供菜系統，解決小農的生產銷售問題，此系統已建置八年的時間，類似產銷班的概念，分配農村的人力來做農業生產。



王福裕創辦人認為社會企業是左手社會理想，右手資本工具，社會理想為體，資本工具為用，為了追求社會正義，好好運用市場這個工具，大王菜舖子以社會M型結構右端的族群為消費族群，利用商業模式解決農業產銷的問題，以此來取代政府的救濟模式。此外，王福裕認為農業六級化應為知識產業的展現，包括體驗學習課程，以及農村體驗等。大王菜舖子已設立農業技術學堂六年，辦理種植技術相關的知識傳授，同時也培育很多優秀的農民，以及栽種優良的紅豆、芝麻等作物，他並建議農業的發展要建立知識系統，例如：賣米要講花嘴鴨，強化行銷的方式。

春一枝商行：李銘煌創辦人

春一枝商行於2008年成立於台東鹿野高台，成立緣由是為了解決台東鹿野農民的經濟與就業問題，為一個友善交易品牌。鹿野農民生產出許多的水果，生產過量時易被不平等的低價收購，亦或過熟無法進入市場，常造成水果種植的血本無歸，春一枝商行的成立就是為了解決此問題。

春一枝的冰棒都是來自當地的新鮮水果，以友善交易固定利潤的模式，向農民收購正熟而無法進入經濟市場的季節性水果，而純手工製作需大量使用人工，

更同時提供就業機會，把冰棒的生產根留台東，將臺灣的水果以冰品的形式保留原味精神，帶入消費市場。

春一枝面臨的問題，主要在於台東在地的環境無法申請工廠登記證，然而因為目前沒有工廠登記證，所以水果冰棒的加工都是在茶工廠裡面製作，先前有人推薦到日本參展，希望將水果冰棒賣到日本去，若可行就可以提升產量讓一整年都從事生產，不過卻因為工廠登記證的問題，所以仍無法符合到日本參展的條件。

天助香柚觀光果園：張天助創辦人

張天助創辦人本身也是農民，在池上有三分地的田，除了種稻以外，同時也有導遊的執照，目前和日暉渡假村合作，提供稻田體驗的活動，推廣池上米的同時亦將三分地所產出的稻米賣給來體驗的遊客，由自身經驗證實三級產業確實可以提升農村收益。

除了稻米外，本身有果園種植柚子，目前覺得農業問題在於生產者和消費者的距離很遙遠，因此從1996年開始認養果樹的制度，一顆柚子認養費用為新臺幣3,000元，每棵樹最少會產100斤的柚子，認養者會分送給親朋好友，此一過程中亦有行銷的機會，並可進而增加銷售量。

自然主義農場：呂宏文負責人

各界對於青年返鄉的作為有所期待，不過就本身經驗目前只有從事生產，對於後端的銷售較不了解，目前有組織杭菊產銷班，但是對於產銷班內的老農會有溝通上的問題，包括老農僅注重大量生產，對於友善環境的農法無法接受，似乎要有一個成功的樣板才能夠說服老農來做，因此青農與老農間的溝通為產業六級化需解決的問題。

農委會農糧署東區分署：陳吉村副分署長

農業社會企業是一個企業，但目前國內還有很多都還尚未登記為公司或達到營利回饋。另外，回饋應該包含對環境友善、水資源、氣候變遷的影響等，並非只有金錢上的回饋。而農業對於企業的定義應該與其他產業不盡相同，回饋亦無法被量化。不管是三級還是二級，只要有利基，在農業轉型部分都很有機會。

農委會水土保持局農村建設組農村規劃科：施美琴正工程司

水保局現在主要推動農村再生結合產業發展，過去強調硬體環境建設資源，這幾年慢慢加強在轉型，希望在資源投入上對農村發展更有助益。尤其 2015 年針對如何扶植農村企業化經營發展研訂了一些政策工具，屆時會分區辦理說明會，對農委會來說是一個比較創新的方式，不像以往農委會的資源多用在協助農會、產銷班，對於企業形式的包括合作社、商號、公司等，凡是發展跟農業或農村相關的，過去缺乏資源支持的都是輔導的對象。

農委會水土保持局花蓮分局：余明堂正工程司兼課長

現行太多的法令會限制農業的發展，因此政府如何扮演好角色是需要思考的問題。

農委會水土保持局台東分局：林國財祕書

從消費者的角度來看，其實消費者也有責任，應該去了解消費行為對土地及生產者的關懷，例如：優先

購買友善土地的產品。

農委會企劃處企劃科：林仁偉技正

由與會專家的分享中，了解行銷在農業中扮演重要角色，而不論是以農領商，或是以商領農，或是一、二、三級產業全通亦或分段，若是公私部門的資源互通就有機會做好的發展。

農委會水土保持局台東分局：王志輝分局長

社會企業目前仍各自表述，以韓國來說，也承認自從立法來定義社會企業之後，其實是限制了社會企業的發展。因此王分局長認為並不需要特別在社會企業中強調農業社會企業，只要是從事農業相關的工作都應該算是社會企業。農村和農業本來就需要扶植與推動，但若一提到農業社會企業就談到回饋則有點不適當。農業除了社會意義的部分，更應該要務實的追求獲利以及加值，實際上應該要以企業的本質去執行社會意義。

過去農委會的心態只認同一級產業的部分，對於加工的二級和三級產業都認定為食藥署以及經濟部等部會管理，因此在農地的利用上過去都沒有農業加工、農事體驗等項目。內政部法規會近期已經通過規定，過去農地利用的項目是農委會《農業發展條例》和內政部共同管理，現在內政部將利用項目改為依農委會相關規定，近期會召開農地變更的相關會議，建議農委會要把一、二、三級的範疇都納入。農業變化的情形非常快，也兼具多元化的概念，不管是一級、二級、三級等都是構成農業很重要的元素，重要的是要能夠創造出能賺錢的商業模式。

農委會企劃處企劃科：傅子煜科長

行政院 2014 年推出社會企業行動方案，2015 年農委會也加入參與，特別是農業部分農委會水保局在社區營造部分也推出了許多新的做法，包括 2015 年在台中草悟道辦理農業社會企業的市集以及電商的活動。另外，社會企業本身也是企業的一種，而企業就是要能夠獲利賺錢，同時也要發揮農業三生的影響力，而不是在

企業還沒有成熟時，就先做特定型態的回饋。若審視全球對社會企業的定義及形式，或許確實沒有辦法涵蓋現在國內農業發展的所有形式，但由業者直接的回饋對於國內社會企業發展很有幫助。

台灣經濟研究院生物科技產業研究中心： 孫智麗主任

在「六級產業化」的概念之下，農業是「六級」的基礎，倘若只著眼於產業化利益，而排除、漠視農業生產者，則六級產業化算式將無法產生效益，正所謂零乘以二乘以三，結果仍舊等於零。「六級產業化」措施之目的，在於引進產品加工(二級產業)及行銷服務(三級產業)層面的經營思維，激發多元創意，將地方的卓越農業資源予以整合活用。如此一來，傳統農村所能觸及的市場規模就會擴大，經由生產、加工、販售一體化提升附加價值、增加就業，從而促進地區活化與再生。例如：日本政府依據「六級產業法」，對於地產地消、地方活化、高附加價值化等具創意的六級產業工作事項給與全面性支援與輔導，期望能喚起消費者對優質在地生產農產品的支持，改善糧食與食品市場漸萎縮、農業產值下降、農業所得下降等問題，提高糧食自給率。韓國則除點狀發展外，政府更積極透過產業聚落來發展六級產業，以期達到面狀的地區經濟整體提升，使受惠農民更多、更廣。

孫智麗主任表示，依據現行組織的類型，如果是農民生產者組織，為了兼顧經營之效率與彈性，建議可以合作社加上公司並存的方式來營運，公司則是受生產者組織所管控，可以決定董事會組成、專業經理人及重大決策，因此不會產生剝削農民的行為，而由公司負責對外的行銷和貿易。此外，評估農業效益或影響力有很多類型的衡量指標，除了財務面指標還有許多衡量外部性指標，例如：生態多樣性指標、社區貢獻指標等。

結論與建議

農業社會企業的農村社區及六級化發展，為帶動整體農業發展的新興力量，此類發展更加跳脫出社會企業回饋金錢的框架，擴展為環境友善、環境保育、水

資源、氣候變遷等面向，對於社會企業的利基將更加穩固。若將環境友善及保育的回饋結合六級化發展，更可促進在地農村推廣及農產品銷售，增加整體價值鏈的附加價值，並帶動農業社會企業發展。

參考文獻：

1. 孫智麗(2015)，「農業社會企業行動計畫之研析與策略規劃」，行政院農業委員會補助計畫。
2. 李秉璋、楊玉婷，“日韓農業六級產業化策略分析”，農業生技產業季刊，第33期，台灣經濟研究院，頁19-25，2013年6月。

AgBIO

李盼 台灣經濟研究院 生物科技產業研究中心 專案經理
劉依蓁 台灣經濟研究院 生物科技產業研究中心 專案經理