

「設計翻轉 地方創生」 計畫願景目標及推動情形

陳世龍 國家發展委員會國土區域離島發展處科長

摘要

為建構友善環境，均衡城鄉發展，國家發展委員會（以下簡稱國發會）於 2016 年委託中華民國工業設計協會辦理「推動『設計翻轉地方』示範計畫」，並選定屏東東港及離島金門兩處作為示範計畫，透過盤點當地「地、產、人」等各項資源，導入設計元素的結合凝聚，已完成專屬色彩與元素符碼圖騰設計資料庫型式的「東港 DNA」及串聯老街生活故事遊戲的「金門串街路」兩設計成果。

為進一步協助地方政府挖掘在地文化底蘊，形塑地方創生的策略，除制定「『設計翻轉 地方創生』計畫規劃作業指引」及相關推動步驟，作為各部會及縣市政府推動之參據外，接續於 2016、2017 年補助 18 個縣市政府推動「設計翻轉 地方創生」計畫。

為展現計畫執行的成果，國發會於 2017 年 12 月 1 日至 10 日舉辦「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展，參觀人數超過 1 萬 2,000 人次，達到促進各縣市之間互相觀摩學習與經驗交流、進行城市行銷宣傳，以及提升民眾對於「設計翻轉 地方創生」理念認知與實際參與。

關鍵詞：設計翻轉、地方創生、成果聯合特展

壹、背景說明

臺灣與鄰近的日本在國土及社會發展上一直有著相似的軌跡，同樣正面臨鄉村地區人口老化、地方優質人力外流、都會地區人口過於集中等問題。早在 1988 年左右，當時的日本竹下登首相就推展了「鄉土創生事業」，2000 年前

後日本各地出現一批有志於回饋故鄉的改革者，透過改造場所、設計、美食、藝術等方式，進行「地方再生」，積極地引進「設計思維 Design Thinking」，建立地域性的品牌目標，展現善用「設計翻轉，地方創生」計畫的推動策略，成為改善地方發展具體可行的方向與開創美好的共榮前景，較為著名的案例，計有 2000 年開

辦的「越後妻有大地藝術祭」及 2010 年開始的「瀨戶內海國際藝術祭」，已成為國際知名的大型文化活動，每年都吸引眾多國際觀光客前往，並帶動地方產業發展。2014 年日本安倍晉三首相上任後提出「地方創生」政策，積極引進「設計思惟」創新模式，建立地域性的品牌目標，作為因應人口流失、再造地方生機、振興地方經濟的經驗，相當值得我國借鏡。

為推動透過設計翻轉地方、文創產業振興與社區發展相關工作，國發會於 2016 年 8 月 24 日假臺北市松山文創園區舉辦「推動『設計翻轉、地方創生』計畫說明會」，鼓勵縣市政府積極參與推動相關計畫，計有 19 個縣市代表與會，並就「設計翻轉 地方創生」之想法及策略充分交流討論。2016、2017 年度計有 18 個縣市政府申請補助經費，配合推動「設計翻轉 地方創生」計畫。為展現計畫之執行成果，本會於 2017 年 12 月 1 日至 10 日假臺北市松

山文創園區－4 號倉庫舉辦「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展。

貳、「設計翻轉 地方創生」願景目標

「設計翻轉 地方創生」的推動理念，希望透過設計翻轉地方，由地方自發性思考，帶動產業發展及地方文化提升，展現地景美學，並塑造地方特色，使地方留住人才，人才深耕地方，形成正向循環發展，達成兼具文化傳承及產業活絡多重效益。

推動「設計翻轉 地方創生」的主要策略，首先是先行深入盤點地方既有「地、產、人」的資源優勢與確立該地方的獨特性與核心價值，也就是找出地方獨特的 DNA；其次，透過「創意+創新+創業」的策略規劃，以設計手法加值運用，將地方的「作品、產品、商品」創造出兼具「設計力、生產力、行銷力」的關聯效應，以達成「設計翻轉 地方創生」的目標。

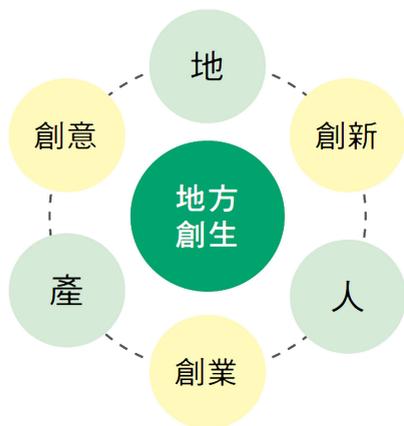


圖 1 「設計翻轉 地方創生」推動概念核心圖

資料來源：國發會「『設計翻轉 地方創生』計畫規劃作業指引」報告

參、推動情形

一、2016 年推動「設計翻轉地方」示範計畫

為建構友善環境，均衡城鄉發展，經參酌日本推動「地方創生」的理念與做法，以及我國國情需要，國發會於 2016 年委託中華民國工業設計協會辦理「推動『設計翻轉地方』示範計畫」，選定屏東東港及離島金門兩處，發展

為本島及離島型之示範計畫，並已完成以設計資料庫型式的「東港 DNA」與串聯老街生活故事遊戲的「金門串街路」兩設計成果。

東港示範計畫，首先從整合設計人力資源、東港旅外能量，共同協助輔導地方創生執行團隊，啟動「設計翻轉地方」東港示範計畫；其次將東港意象作一通盤整理規劃，透過創意設計出一套可廣泛運用的「東港 DNA」，即東港專屬色彩與元素符碼圖騰設計的資料庫，讓許多人看見東港內涵，並感受深層的地方情感；除了提升地方整體特色形象外，藉由建立東港具獨特性與核心價值的 DNA，整合地方色彩風格一致化，拋磚引玉進行示範，廣泛推廣運用至商業、文化與建設，促發地方百業永續經營。

另一金門示範計畫則是老街再生的案例，首先結合熟悉金門當地產業、文化、設計及策略規劃專家，組成工作團隊，深入瞭解金門地景、社會現況、文化發展相關內容，並導入設計翻轉地方創生所需的設計思維。金門單純戰地觀光模式無法有效引發顧客回流，又因連鎖超商與量販店進駐，在地商家生意大受影響，已無法回復到過去駐軍的榮景。如何讓人潮再度帶回老街，並持續創造出回流客群，這是老街再生的改造重點；藉由「金門老街再生計畫—以后浦老街為例」，透過遊戲與蒐集概念，以不同的方式認識不一樣的金門，達到與店家互動並產生鏈結達到回客之效果，並搭配當代主流設計風格視覺化整合老街色彩、促發長久自主經營，除了讓老街再次活絡，也讓當地居民向心再次凝聚、

串聯起來。

本會分別於 2017 年 1 月 12 及 16 日在離島金門及屏東東港舉辦推動示範計畫之初步成果發表會，就「設計翻轉 地方創生」的想法、策略與計畫推動經驗，以及實際案例之操作，與各縣市政府及產、官、學界分享討論，經過熱烈交流後，出席各縣市代表均表示更有信心及想法，透過聚焦具永續經營潛力的產業項目，提出完整實施方案，後續將擇定特色鄉鎮辦理推廣。

二、編撰完成「設計翻轉 地方創生」計畫規劃作業指引

考量地方政府對於如何「設計翻轉」、「地方創生」的定義與相關概念不盡熟悉，或實施過程對於策略與目標願景有所出入，嗣國發會邀請專家學者進行國內外案例調查研究，並參酌屏東東港及離島金門兩個示範計畫實際操作經驗，完成「『設計翻轉，地方創生』計畫規劃作業指引」及相關推動步驟，以作為各部會及縣市政府推動之參據。

所研擬的規劃作業指引及相關推動步驟，主要內容包括：「設計翻轉 地方創生」四大策略、地方創生相關議題、六個實施階段、標準作業流程（S.O.P.）、國內外相關案例探討，如 2006 – 2007 年臺灣客家特色商品設計輔導計畫、與我國鄰近且地形相似的日本之越後妻有大地藝術祭、D&D 計畫及瀨戶內海國際藝術祭，以及屏東東港及離島金門兩個示範計畫成

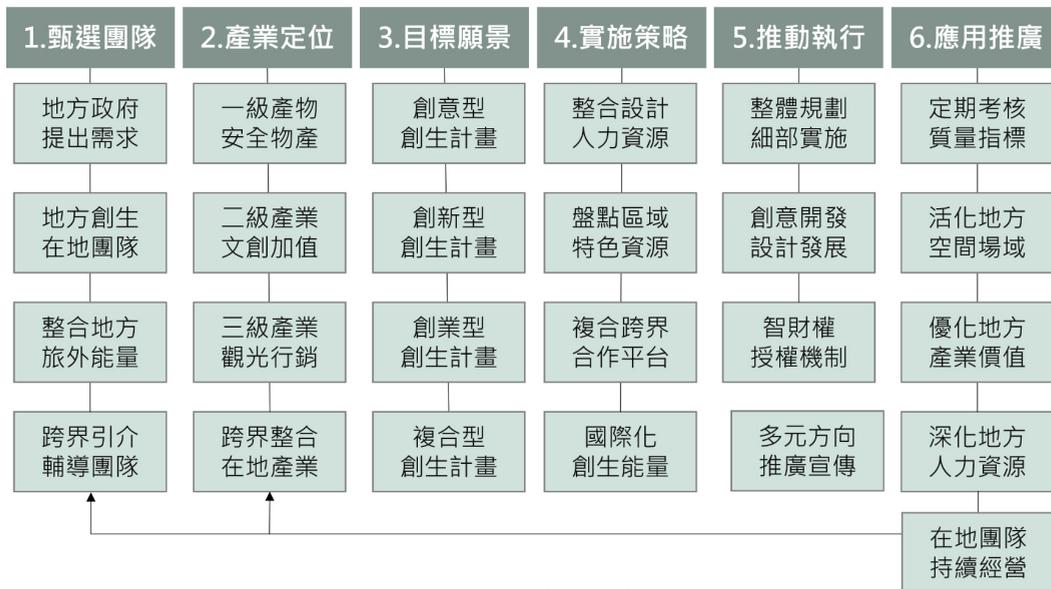


圖 2 地方創生推動架構示意圖

資料來源：國發會「『設計翻轉，地方創生』計畫規制作業指引」報告

果內容等；摘要說明如次：

(一) 四大策略

包括整合設計人力資源、盤點區域特色資產、媒合跨界合作平臺及創生能量國際化等策略，並規劃相應的實施方式，以落實推動「設計翻轉 地方創生」計畫的目標願景。

(二) 六個實施階段（如圖 2）

1、甄選團隊：地方政府必需充份瞭解並且善用地團隊與旅外的優秀人才，加以整合成為專業的執行團隊。

2、產業定位：明確訂定地方產業資源的核心價值與創生開發的機會點，以及該區域所預期建立的形象定位。

3、目標願景：根據各個縣市地方產業定位以及所擬定的創生計畫，進行分析訂定目標，建立所專屬的類型與目標願景。

4、實施策略：針對各個縣市所確立的特色資源、形象定位與目標願景，研擬具體可行與有效的實施策略。

5、推動執行：進行整體規劃後，並分段進行細部實施、執行創意開發與設計表現、多元方向進行推廣宣傳。

6、應用推廣：舉辦定期考核質量指標，並以活化空間、優化產業、深化人力、尋找未來持續經營的在地團隊為目標，方能落實讓地方持續發展與活化翻轉。

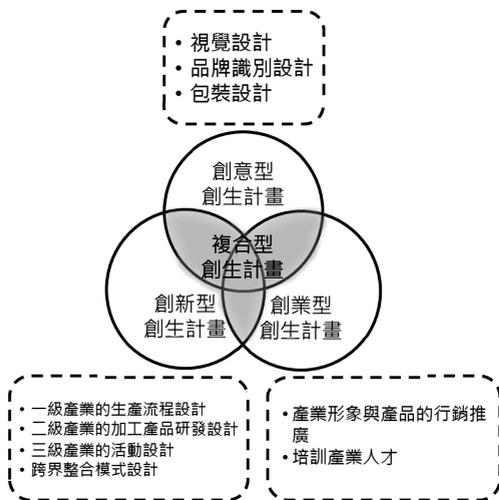


圖 3 計畫類型分類圖

資料來源：國發會「『設計翻轉 地方創生』計畫規制作業指引」報告

（三）地方創生計畫類型

1、創意型創生計畫：其目標在於促使地方產業更加具有「設計力」為重點，其內容包含對於各級產業與產品的視覺設計、品牌識別設計與包裝設計等創意加值。

2、創新型創生計畫：其目標在於創新地方產業之「生產力」為特色，計畫執行著重於改善生產流程、擴大生產效益，內容包含一級產業的生產流程設計、二級產業的加工產品研發設計、三級產業的活動設計，以及跨界整合模式設計。

3、創業型創生計畫：其目標在於提升地方產業特色商品的「行銷力」的創業型創生計畫，強調對於產業形象與產品的行銷推廣、培訓產業人才，用以創造地方產業的榮景。

4、複合型創生計畫：則指上述「創意型創

生計畫」、「創新型創生計畫」、「創業型創生計畫」三種創生策略相互結合或跨界發展，作為研擬「設計翻轉 地方創生」計畫的整體目標願景。

（四）地方創生計畫模式及標準作業流程

根據各地方的產業定位，與不同的目標願景之地方創生計畫，其執行方式將有 16 種不同模式。每個縣市建立所專屬的產業定位及目標願景，自可發展結合地方特色的產業，呈現如表 1 所示。

三、補助各縣市推動「設計翻轉 地方創生」計畫

為推動透過設計翻轉地方、文創產業振興與社區發展相關工作，國發會先於 2016 年 8 月 24 日假臺北市松山文創園區舉辦「推動『設計翻轉、地方創生』計畫說明會」，並分別於 2016 年 11 月 15 日及 12 月 16 日在離島金門及屏東東港舉辦「設計思考分享」、「特色文化觀光產業」2 場論壇，接著 2017 年 3 月 8 日在臺北市市長官邸藝文沙龍舉辦「設計翻轉 地方創生」示範計畫成果發表暨論壇，鼓勵縣市政府積極參與推動相關計畫。

嗣國發會分別於 2016、2017 年度陸續補助新北市、桃園市、苗栗縣、臺中市、彰化縣、雲林縣、嘉義市、臺南市、宜蘭縣、南投縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、基隆市、新竹市、金門縣、連江縣、屏東縣等 18 縣市政府辦理「設計翻轉 地方創生」計畫。

表 1 產業定位與計畫類型對照表

產業定位×目標願景 16 種模式				
	第一級產業 【關鍵詞】 農業、漁業、林業、牧業	第二級產業 【關鍵詞】 加工、製造、水電、生產、營造	第三級產業 【關鍵詞】 服務業、自由業、影視育樂、貿易、觀光旅遊	跨界整合
創意型創生計畫 【關鍵詞】 設計力、包裝、形象、品牌	以第一級產業如稻米產業為例，藉由創意型創生計畫，提供米產品包裝設計、米品牌視覺設計與各項媒體宣傳品設計製作。	以第二級產業如織襪業為例，藉由創意型創生計畫提供織襪造型設計、包裝設計、以及視覺及媒體宣傳品設計。	以第三級產業如旅遊業為例，藉由創意型創生計畫提供旅遊宣傳品設計、旅遊活動相應之指標、景點規劃設計。	結合左列其中至少兩項不同級產業，則為跨界整合在地產業的創意型創生計畫。
創新型創生計畫 【關鍵詞】 生產力、產品研發、產品開發	以第一級產業產品如稻米為例，注入專業技術進行生產流程設計、或進行生產設備設計。	以第二級產業如織襪業為例，進行研發創新機能產品設計。	以第三級產業如旅遊業為例，遊程設計、創新旅遊模式設計。	結合左列其中至少兩項不同級產業，則為跨界整合在地產業的創新型創生計畫。
創業型創生計畫 【關鍵詞】 行銷力、人才培育、行銷推廣	以第一級產業產品如稻米為例，培訓相關從業人才，產業形象與行銷推廣模式設計等皆為創業型創生計畫。	以第二級產業如織襪業為例，培訓織藝設計從業人員，以及行銷推廣模式設計。	以第三級產業如旅遊業為例，進行旅遊從業人員培訓、設計行銷推廣模式。	結合左列其中至少兩項不同級產業，則為跨界整合在地產業的創業型創生計畫。
複合型創生計畫	上述同一產業之其中兩項以上創生計畫結合，即為複合型創生計畫。			服務內容涵蓋跨界整合各級產業，並結合不同類型之創生計畫。

資料來源：國發會「『設計翻轉，地方創生』計畫規劃作業指引」報告

為協助地方政府推動「設計翻轉 地方創生」計畫過程中，能深入盤點在地文化底蘊，引導優質人才回饋故鄉，進一步認知「設計翻轉」及「地方創生」相關概念、策略規劃程序，以利計畫順利推動，國發會特別成立專案管理計畫，邀請各領域專家顧問組成「總諮詢顧問團隊」，提供策略諮詢與專業建議；並依據各縣市政府不同的創生計畫類型及地方特質，指派特定專家團隊依據「設計翻轉 地方創生」計畫理念與規劃作業指引的標準作業流程(S.O.P.)，進行實地輔導工作，適時掌握各縣市計畫的推動情形。該團隊除了針對計畫推動過程中遭遇的問題，提供相關專業諮詢與實質建議意見、舉辦全臺北、中、南、東 4 場次分區教育訓練課程及專題講座等輔導培訓工作（參與人數計有 336 人），並辦理各縣市政府「設計翻轉 地方創生」計畫期中及期末聯合審查會議等，將「設計翻轉

地方創生」概念擴及全臺各地，促成相互交流學習。

四、舉辦「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展

為展現計畫的執行成果，本會於 2017 年 12 月 1 日至 10 日假臺北市松山文創園區－4 號倉庫舉辦為期 10 天的「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展，計有 17 個縣市計畫執行成果，包括：基隆市、新北市、桃園市、新竹市、苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義市、臺南市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣等，以及 2016 年度兩個示範計畫成果，共計 18 個展區。

行政院賴院長在 12 月 1 日親臨開幕式會場，並與本會陳主任委員美伶進行開幕致詞，相

關部會及各地方政府首長亦踴躍出席，顯示出中央與地方對於本次特展－地方創生相關議題之重視。賴院長在開幕典禮時表示，「地方創生」一詞源自 2014 年日本安倍晉三首相針對振興地方經濟所提的重大政策，希望啟動地方經濟活力，吸引年輕人建立魅力城鎮、解決人口減少問題、創造就業機會。臺灣長期以來重北輕南，以及全球都市化集中趨勢，區域發展失衡，加上人口老齡化與少子化的危機，希望借重專家設計包裝，協助行銷農特產，在地產業也可利用在地特色，產生加乘效果；也期許中央與地方齊心協力，透過「設計翻轉 地方創生」計畫，以及社會企業與地方創生結合，共同來解決地方人口老化、文化保留與產業發展等問題。他也逐一到各參展縣市的攤位了解地方創生計畫的執行成果，並在會場許願樹掛上他親筆寫下的「地方創生 臺灣再生」許願卡，祝福活動圓滿成功。

國發會陳主任委員也在開幕式致詞指出，臺灣與日本同樣面臨總人口減少、人口過度集中大都市，以及鄉村發展停滯等問題，2014 年日本安倍首相提出「地方創生」政策，透過各地創意、創新、創業與創生的能量，吸引青年返鄉，以帶動區域發展、創造就業及提升人口。本會推動「設計翻轉 地方創生」計畫，從深入盤點地方優秀人才出發，找出地方自己「地、產、人」與具有獨特性與核心價值的 DNA，透過理念的推廣與計畫的推動，發展在地產業，讓地方經濟活絡，以經濟力帶動人口成長。



圖 4 地方創生整體架構概念圖

資料來源：國發會「『設計翻轉 地方創生』計畫規制作業指引」報告

展覽期間除了展出 17 個縣市及「推動『設計翻轉地方』示範計畫」－屏東東港、離島金門兩處示範計畫的執行成果外，另外進行總共 21 場的精彩活動與演出，包括地方發展與實踐經驗的分享講座、精彩影片播放，以及傳統技藝的演出，例如：曾獲「薪傳獎」－彰化縣鹿港鎮聚英社帶來的南管表演、還有被譽為「能從歌中看山聽風的天籟之音」－來自屏東縣泰武國小的古謠傳唱，以及金門縣蔡遠進團長的創意傀儡戲，將經典傀儡戲目鍾馗醉酒等傳奇故事改編演出，並介紹戲偶構造和操作手法，讓民眾認識傀儡戲精髓，以推廣及傳承傳統藝術。

各縣市政府展出的計畫成果，源自於不同的地方創生計畫執行內容，不僅展覽主題相當多元，更頗具創新，促進各縣市之間互相觀摩學習及經驗交流。舉例說明如下：

（一）基隆市「海港山城的創生實踐」

為解決基隆因青年移地工作造成的土地建物使用不經濟、產業結構老化、城市缺乏自明性



圖 5 「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展
資料來源：國家發展委員會

等問題，基隆市政府和元智大學藝術與設計學系合作，以基隆港西區罾仔寮山的太平社區為起點，啟動長時間的駐點和創生行動。太平社區歷經清代漁撈、日本現代化築港工程，以及七〇年代港口擴建等時期，人文歷史涵構豐富，而地形上因應碼頭文化形成山城聚落、擁有寬廣的海景視野，及緊鄰市中心的地理位置，在地理、歷史、人文上均有其設計翻轉的條件與意義。本計畫透過深度訪談盤點社區的人地產資源，記錄梳理在地生活紋理，並定期舉辦工作坊，與居民建立友誼和互信；再透過參與式設計，與社區居民、在地職人匠師合作，針對太平國小廢校、閒置空間等，進行空間再生的地方創生行動，協力打造饒富趣味的公共休憩空間。

（二）臺南市「文創 EAT + 藝：白河地方產業創意加值計畫」

以白河地區人、文、地、景、產為核心，結合學校的專業設計團隊，導入創意、創新思

維，讓設計與地方產業異業聯結、相互激盪，以提升美感、產出創新產品與推廣在地文化體驗，期透過本計畫建立地方發展特色，同時協助地方建立自主發展能力。

1、虎山里《太空包重生計畫》：虎山社區綠植栽所使用的栽培土壤，來自於當地香菇廢棄太空包中的培養基質，其成分可如泥土般儲蓄養分，並再次利用於植物培育，採用的原物料、工法皆來自虎山社區，購入盆栽時，也為社區減少負擔、帶來生機。

2、內角里《紅土鹹蛋復刻計畫》：內角里的紅土鹹蛋使用在地友善養殖的鴨蛋及區內將軍山紅土的傳統做法，有別於一般市售鹹蛋，兼具地方特色、美味與健康之特色食品；配合體驗規劃『內角紅土粽子』品牌，以凸顯其獨特與價值感。

3、昇安里《藕粉創意調理計畫》：昇安里盛產蓮藕粉，然因採收與製程相當繁複，加上里民平均年齡老化，導致蓮藕粉的產銷及獲利不佳。透過包裝規劃，將蓮藕粉賦予嶄新的形貌，另聘任專家指導里民製作「蓮藕粉果醬」，不但可豐富口感，亦可連結在地四季水果，提高其原料運用方式及價值。

4、大竹里《荷+荷染表新意計畫》：大竹社區雖長年主力推廣荷染，但目前較缺乏商品變化，本計畫特別量身打造「大竹，逗點」體驗包，含「社區散步小冊」、「Mad the Band」所製



圖 6 行政院院長賴清德與國發會主任委員陳美伶出席開幕典禮

資料來源：國家發展委員會



圖 7 行政院院長賴清德（右 3）出席「設計翻轉 地方創生」計畫成果聯合特展，並到每個縣市攤位了解推動執行成果

資料來源：國家發展委員會



圖 8 國發會主任委員陳美伶（左 2）到縣市攤位了解推動執行成果

資料來源：國家發展委員會

作的「大竹之歌」音樂專輯、「大竹籤詩」；此外也製作了三款帆布包：筆袋、柿子包、手提包，可至大竹社區活動中心體驗植物染樂趣。

（三）南投縣「茶竹源鄉生活 100」

南投竹山鹿谷區域是臺灣茶與竹的生活、生產、與生態最精湛的源頭，也是發展「茶竹在地美好生活產業」的源鄉。在臺灣各鄉鎮面臨傳統產業活化的瓶頸時，竹山鹿谷區域因設計翻轉發生了質變，因地方創生產生了群聚的效應。透過「創業型地方創生」的論述與實踐，一群年輕人在外地累積多年實力，經由不同的專業陸續返鄉創業，這股熱流如潮勢，在竹山光點聚落群聚青創能量，一個個青創品牌熱情開展，引流社會創新發展趨勢，孕育商業價值與社會價值共構的茶竹源鄉生活，這群青創家堅持信念，在竹山小鎮造勢，啟動在地契機，萌動整座茶竹山城，實現青年夢想，掌握在地經濟的發展契機。

（四）宜蘭縣「活化廢棄魚塢、地方經濟創生計畫」

宜蘭漁村面臨著青壯年人口外移、漁業年齡層老化、就業機會缺乏、公共設施與建設相對落後及沿近海漁業面臨資源減少和養殖漁業面臨水土資源過度利用與國際漁產競爭等衝擊，地區養殖產業逐漸沒落，形成許多廢棄魚塢。

壯圍鄉位於宜蘭縣東北部，蘭陽平原海岸中心，沿海地區昔為宜蘭養殖業興盛地區之一，本計畫以壯圍鄉為示範點，透過設計翻轉的元素導入，依據地方特色與經濟條件進行活化、加值計畫，帶動養殖區的創新發展，將閒置魚塢打造的示範區，轉化為地產地銷的漁玩知識教室、食材餐廳解說教室、直售所及行動廚房，



圖 9 財團法人商業發展研究院前董事長徐重仁、日本「越後妻有大地藝術祭」、「瀨戶內海國際藝術祭」負責執行團隊關口正洋先生、義大利威尼斯建築大學 Antonello Marega 教授，以及韓國 1988 年漢城奧運吉祥物 Hodori 設計人、Design Park 創辦人金炫設計師（由左至右）等進行專題講座。

資料來源：國家發展委員會

將宜蘭特色的漁產石斑，透過發表宣傳活動，打造壯圍養殖魚塭場域經營新亮點，吸引更多創意青年回游，共創永續漁業。

搭配本次特展，國發會同時也策劃多場地方創生系列講座，除了邀請國內地方創生的專家－財團法人商業發展研究院徐前董事長重仁，也特別邀請到吸引眾多國際觀光客前往朝聖的國際知名文化活動－日本「越後妻有大地藝術祭」、「瀨戶內海國際藝術祭」的負責執行團隊關口正洋先生、義大利威尼斯建築大學的 Antonello Marega 教授，以及韓國 1988 年漢城奧運吉祥物 Hodori 設計人，曾獲大韓民國花冠文化勳章，也是 Design Park 創辦人金炫設計師等國際講者來臺分享寶貴經驗，以增進對於「設計

翻轉 地方創生」的理念與認知。

2017 年 12 月 10 日（星期日）閉幕式活動，除了邀請到各界貴賓以及展出縣市政府的長官們蒞臨指導外，並辦理頒獎典禮，由國發會陳主任委員頒發感謝狀給予各縣市政府熱情的參與外，另外由各界專家於展覽期間綜觀參展縣市政府的計畫目標與願景、計畫內容及概念、展出效果等，評選出活化空間場域指標獎、優化產業價值指標獎、深化人力資源指標獎、團隊永續經營指標獎，以及成果展綜合績效指標獎等五大指標獎項，以資鼓勵參展縣市政府辛勞的付出與支持。

本次成果聯合特展，10 天展覽期間參觀人數超過 1 萬 2,000 人次，不僅讓來參觀的觀眾深入了解臺灣城鄉的特色與面貌，更已經引發社會各界對於地方創生相當的關注與熱烈的迴響。



圖 10 各縣市攤位展出推動執行成果

資料來源：國家發展委員會

參考文獻

1. 國家發展委員會。2017。《推動「設計翻轉地方」示範計畫》。臺北：國家發展委員會。
2. 國家發展委員會。2017。《「設計翻轉，地方創生」計畫規劃作業指引》。臺北：國家發展委員會。
3. 國家發展委員會。2018。《「設計翻轉，地方創生」專案管理計畫》。臺北：國家發展委員會。