計畫編號：ARDSWC-114-060

與農同行：探討農村與企業協力推動食農教育的可行策略

Collaborating with Rural Communities: Exploring Strategies for Promoting Food and Agriculture Education through Enterprise – Community Partnerships

成果報告書

執 行 單 位：社團法人大享食育協會

執 行 期 間：114 年 2 月 1 日至 114 年 12 月 31 日

計畫主持人 ：黃嘉琳 秘書長

農業部農村發展及水土保持署　編印

中華民國 114 年 12 月

（本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本署施政參考）

與農同行：探討農村與企業協力推動食農教育的可行策略

摘要

本研究以《食農教育法》推動後的政策新局為背景，探討農村社區與企業協力推動食農教育的可能性、合作模式與運作條件。面對ESG、淨零排放、生物多樣性保育與永續治理等議題的快速發展，食農教育已從單純的教育實踐轉化為跨領域合作的重要平台，牽動企業社會責任、社區永續發展與學校教育創新之間的互動。本研究透過文獻分析與深度訪談，分別與兩個具代表性的社區單位對話，並輔以政策脈絡及相關制度分析，整理企業參與食農教育的動機、成效與挑戰，解析社區與企業合作的具體策略，以及學校—社區協作模式的推動條件。

研究結果指出，企業參與食農教育具有品牌形象、利害關係人互動、ESG 指標對應與在地連結等多重意義，尤其在永續報告書制度化後更具實際需求；社區則可透過資源盤點、課程設計、場域提供與地方文化詮釋等方式，成為企業可信賴的合作夥伴；學校在跨域合作中扮演教育整合角色，社區的生活知識與農村場域可補足學校在食農教學上的限制。研究亦提出社區及企業合作的兩個模式，包括以遊程規

劃為主的「永續農遊型」，與著重長期投入、共創價值的「駐地深耕型」。

本研究最終彙整為「農村與企業協力推動食農教育指南」，提供社區理解永續語彙（如 ESG、SDGs）、閱讀企業永續報告書、建構合作企劃與建立互惠機制的操作建議。此指南可作為未來政策推廣、社區實務運作與企業永續策略規劃的參考基礎，亦為後續研究深化農村、企業、學校三方協作提供方向。

關鍵字：食農教育、社區發展、企業永續、ESG、跨域合作、學校社區化

Collaborating with Rural Communities: Exploring Strategies for Promoting Food and Agriculture Education through Enterprise – Community Partnerships

Abstract

This study investigates the potentials, collaboration models, and operational conditions of partnerships between rural communities and corporations in promoting food and agriculture education in Taiwan. Following the enactment of the Food and Agriculture Education Act, food education has shifted from a purely pedagogical activity to a cross-sectoral platform that links corporate sustainability agendas, community development, and educational innovation. In the context of emerging ESG requirements, net-zero transition, and biodiversity conservation, rural communities have increasingly become sites where environmental, cultural, and educational values converge. Drawing on literature review, policy analysis, and in-depth interviews with two representative community cases, this study examines corporate motivations for engaging in food education, analyzes community – corporate collaboration strategies, and identifies key enabling factors for school – community partnerships.

Findings show that corporate involvement in food and agriculture education creates multiple benefits, including enhanced brand image, stakeholder engagement, ESG alignment, and stronger place-based

connections—especially as sustainability reporting becomes mandatory for listed companies in Taiwan. Communities, on the other hand, play important roles through resource mapping, curriculum support, provision of agricultural learning sites, and cultural interpretation. Schools act as integrators, and community participation helps address the limitations of formal curriculum structures. The study identifies two primary collaboration patterns: the "sustainable agri-tourism model," centered on experiential activities, and the "embedded long-term partnership model," focused on sustained engagement and value co-creation.

Based on research findings, this study proposes a practical "Community – Corporate Collaboration Guide for Food and Agriculture Education," outlining strategies such as understanding sustainability frameworks (ESG, SDGs), interpreting corporate sustainability reports, designing partnership proposals, and establishing reciprocal mechanisms. The guide provides actionable insights for future policy implementation, community practice, and corporate sustainability planning, and offers a foundation for continued inquiry into tri-sector collaboration among communities, corporations, and schools.

Keywords: food and agriculture education, rural community development, ESG, sustainability, cross-sector collaboration, school – community partnership

目次

摘要 I

ABSTRACT III

目次 V

第一章：緒論 1

第一節　前言 1
第二節　從 CSR 到 ESG，企業的永續發展 6
第三節　從休閒到教育，食農教育在臺灣與社區的發展 20
第四節　走向社區的校園食農教育 29
第五節　小結：企業、社區與校園協力的食農教育 35

第二章：工作執行方法與步驟 38

第三章：工作進度與交付項目 43

第一節　計劃甘特圖 43
第二節　計劃交付項目 43

第四章：研究成果 53

第一節：永續不只是門好生意，企業與食農教育 62
第二節：社區與企業的食農教育合作之道 114
第三節：以校園為舞台的食農教育 143
第四節：農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引 177
第五節：【論壇】與農同行－食農教育與 ESG 的共好故事 205

第五章：結論與建議 215

第一章：緒論

第一節　前言

《食農教育法》在 2022 年通過，台灣各地積累已久的食農教育能量遍地開花。法案通過後開始建制相關獎勵辦法與補助作業系統，例如制定《農業部推行食農教育補助作業原則》，建立法源讓食農教育的經費有根有據。2024 年年底則頒發第一屆食農教育傑出貢獻獎，共有十五組得獎，同樣是立法通過後體制建立的一環[1]。

食農教育以飲食與農業為題，學習材料貼近生活，也可以推及社會文化、永續發展的面向。《食農教育法》第一條明示：「為推動全民食農教育，強化飲食、環境與農業之連結，以增進國民健康，傳承與發揚飲食及農業文化，促進農漁村、農業及環境之永續發展，健全國家食農教育體系及人才培育，特制定本法」。由此可知，食農教育談論的除了飲食與農業，其延伸的課題例如農漁文化、營養均衡、惜食減廢以及環境永續。透過每日三餐飲食，將食物背後的生產、健康及永續議題涵括其中。

[1] 國家食農教育傑出貢獻獎：
https://academy.moa.gov.tw/faec/theme_data.php?theme=news&id=7

食農教育跟教學有關，最直接實施的場域最便是學校。校園執行食農教育行之有年，過去中央部會或者地方政府，都曾實施許多食農教育專案。例如《食農教育法》通過後，113 年農業部推動「食農教育推廣計畫徵案簡章」將中小學納入申請單位，強化學校與農業的連結，114 年則舉辦專屬校園的「高中以下食農教育教案競賽活動」[2]。學校實施的食農教育課程中，加入永續發展目標 SDGs、108 年課綱的核心素養，讓食農教育可以連結國際發展議題，也落地校園課程的學習中。例如高雄市梓官國小將食農教育的內容納入校訂課程主題，藉由實際耕作體驗、至市場實地踏查，並且舉辦成果發表會，帶領學生一起回顧整學期的課程。[3]

相較於校園，社區是另一個大家常忽略卻相當重要的食農教育執行場域。社區是鏈結產業與社會的重要節點，透過社區發展協會、特色農遊場域及農場等單位舉辦一系列活動或遊程，參與者能夠貼近產地。社區執行食農教育，能達到實現產地到餐桌、社區永續發展等目標。

[2] 食農教育資訊整合平台：https://fae.moa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=event_info&id=4496

[3] 高雄市高雄市政府農業局食農教育推廣平台：https://agri.kcg.gov.tw/fae/

例如曾獲得金牌農村榮耀的高雄市永安區的新港社區，該社區以石斑魚為主要產業，舉辦一日漁夫、產地到餐桌等一系列教育活動，帶領消費者與學生認識石斑魚[4]。彰化縣北斗田野勤學展開許多大豆的食農教育活動：黃豆食農教育繪本編製、手作豆腐教材設計、進入學校帶領課程等。食農教育發生在貼近生產現場的社區，參與者可以具體地認識食農知識，對社區及農場來說也是增加社區收入、永續發展的方法[5]。

探討農業生產、環境議題以及飲食的食農教育，正巧與 ESG 所關注的事項相關。ESG 是英文 Environmental（環境）、Social（社會）與 Governance（公司治理） 的縮寫。這個概念最早在聯合國的一份報告《Who Cares Wins》中提出（UN Global Compact et al., 2005）。這份報告是 2004 年瑞士信貸（Credit Suisse）代表聯合國，邀集 20 多家全球金融機構共同撰寫。希望金融界能將環境、社會與治理因素納入投資評估中，不只看財報，也看企業是否對社會與環境負責任。

ESG 理念逐漸擴散，2006 年聯合國進一步推動「負責任投資原則」（Principles for Responsible Investment, PRI），提供六項投資的

[4] 新港社合網站：https://www.kaoxingang.com.tw/
[5] 田野勤學網站：https://www.twsoybean.com.tw/

原則，引導投資機構在投資的決策中整合 ESG[6]。2015 年聯合國提出「永續發展目標」（Sustainable Development Goals, SDGs），進一步強化 ESG 與全球發展議題的連結。同年簽署《巴黎協定》，希冀透過溫室氣體的限制，將氣溫上升的幅度控制在 1.5 度之內[7]。聯合國及相關組織針對環境變遷進行的一系列行動，使得 ESG 中成爲重要的關注焦點（UNFCCC, 2015）。

台灣的企業在永續行動的發展，從 1990 年代推動企業善盡社會企業責任 CSR（李明機，2010），到金管會規範上市櫃公司需要繳交 ESG 報告的《上市櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法》，已有越來越完善的永續規範。台灣的農業政府部門也注意到這股風潮，農業部在 2024 年成立「ESG STORE」，邀請企業一起投入友善環境、農漁產業的工作。其中 ESG 專案的類型，就包含自然碳匯、生物多樣性、循環農業、永續生產、低碳農產、韌性農業、動物福利、農業文化傳承、農村發展、食農教育十種專案，希冀藉由企業的資源，提高農業界新的發展能量。[8]

---

[6] PRI：https://www.unpri.org/about-us/about-the-pri

[7] UNFCCC, The Paris Agreement：https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement

[8] 農業淨零資訊網，ESG 專區：https://agrinetzero.moa.gov.tw/zh-TW/EsgStore/Intro

食農教育以教育作為方法，傳遞友善環境、農村文化、永續發展等概念。這些指標與 ESG 關注環境及社會公益的價值不謀而合。在理念的契合下，食農教育成為企業建構 ESG 報告與善盡企業社會責任的蹊徑，企業的資源則提供食農教育發展的可能性。

本計劃「與農同行：探討農村與企業協力推動食農教育的可行策略」，便是希望探討食農教育與 ESG 兩者如何共同協力，並提出兩者相互合作的模式與策略。希冀研究成果成為未來不同單位合作，與政府主管單位制定相關政策辦法時，可供依循的材料。

為了能更詳盡的討論 ESG 及社區進行食農教育的發展，在文獻回顧部分將分為三個部分進行：（1）從 CSR 到 ESG，企業的永續發展、（2）從休閒到教育，社區的食農教育、（3）走向社區的校園食農教育。透過這三部分的討論，作為研究計劃進行深度訪談與論述研究成果的參考與依循。

第二節　從 CSR 到 ESG，企業的永續發展

由於氣候變遷以及全世界對永續發展的重視，企業社會責任（CSR）和 ESG（環境、社會、公司治理）成為企業經營的重要指標。CSR 強調企業在追求經濟利益時應兼顧社會和環境的責任，而 ESG 則提供了一個具體的評估框架，幫助企業量化及呈現公司永續治理表現。無論是 CSR 還是 ESG，皆為企業思考永續發展時的重要概念，這個章節的文獻回顧，我們將討論 CSR 與 ESG 的發展背景，並且著重 ESG 在臺灣目前發展的現況。

社會企業責任（Corporate Social Responsibility, CSR）起源於十九世紀因為工業革命帶來的貧富不均、勞工權益等問題，企業家反思自己應負責一部分的社會責任，協助社會發展與國家建設。再加上消費者權益例如《反托拉斯法》的興起，與 1970 年代環保主義對於環境的監督與省思，企業社會責任成為眾人在思考企業發展議題時矚目的焦點（WBCSD, 2000）。

關於 CSR 在學術的討論，1953 年由 Howard R. Bowen 在其著作《Social Responsibilities of the Businessman》有較明確的定義：「企業的義務就是追求所有符合社會價值觀與滿足社會的所有活動」（Bowen, 1953）。在這個基礎下許多學者也針對 CSR 提出相關討論，

例如 Davis（1960）提出著名的「責任鐵律」，主張企業有多大的權力，就應承擔相對等的社會責任；企業如果忽視社會責任，其權力勢必會被削弱。Carroll（1995）則提出四個不同層次的責任，由高至低區分為慈善責任、道德責任、法律責任及經濟責任。這四個層次也反應社會對於企業的期待與要求，企業的基礎是滿足盈利與生存，隨後才是訴諸道德與慈善的工作。

世界企業永續發展委員會針對 CSR 也提出七個關注的面相：人權、員工權益、環境保護、社區參與、供應鏈關係、利害人關係與企業社會責任的監督與評估（WBCSD, 2000）。企業社會責任報告書的編制準則則由全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）提供，強調利益關係人導向、重要性原則（materiality）、與可比性（comparability）等核心架構。由上述一系列 CSR 的討論可以看出，企業的經營已經不僅是追求經濟利益，也須回應社會與環境的期待，並且兼顧人權、環保及社區等議題。

儘管 CSR 為企業開了一道與社會互動的門，然而隨著全球氣候變遷、資源枯竭、社會不平等與公司治理醜聞等問題頻繁出現，原本以「道德訴求」為主軸的 CSR 概念，顯現出制度化不足、缺乏衡量標準、難以與財務績效連結等挑戰（Aguinis & Glavas, 2012）。CSR

實踐往往流於企業公關手段，缺乏具體可衡量的指標，易造成「漂綠」（greenwashing）現象（Delmas & Burbano, 2011）。其次，CSR 的報告多為企業自願揭露，無強制性標準，導致揭露內容間缺乏一致性與可比性（Ioannou & Serafeim, 2015）。

與之相對的，強調以具體指標衡量企業在環境保護、社會責任與治理機制表現的 ESG（Environmental, Social, and Governance）成為近年企業在製作永續發展報告的主流依據。ESG 的概念最早出現在 2004 年，當時聯合國發起了《誰在乎誰就贏》（Who Cares Wins）報告，強調企業在環境、社會和治理方面的表現對投資者的重要性。隨後，2005 年聯合國正式發布《責任投資原則》（UN PRI），金融市場與評等機構逐步將 ESG 納入審查與投資準則，例如歐盟在 2023 年全面推行《企業永續揭露指令》（CSRD）以強化揭露的品質（European Commission, 2022）。

ESG 的 三大構面：環境 E、社會 S 與治理 G 的內容包含：環境面（E）－溫室氣體排放、資源使用與氣候風險；社會面（S）－勞工權益、多元與包容、社區參與等；治理面（G）聚焦於董事會組成、管理層薪酬、內部控制與反貪腐機制等（Schoenmaker & Schramade,

2019）。這些構面反映出企業在運營過程中對內部與外部責任的全面性評估，同時也跟聯合國永續發展目標（SDGs）緊密連結。

由於 ESG 重視具體的衡量指標，目前在評定機制上多由第三方評等機構，例如：摩根士丹利國際資本 MSCI、Sustainalytics、全球標準普爾 S&P Global、FTSE Russell 所制定的指標進行評比。這些評等整合公開揭露資訊與定性評估，協助投資人進行風險分析與資本配置（Kotsantonis & Serafeim, 2019）。

ESG 的發展日益成熟，在政策與市場力量的共同推動下，許多國家的監管機構已開始強制大型企業揭露 ESG 資訊，例如歐盟的《企業永續揭露指令》（CSRD）與美國證券交易委員會（SEC）對氣候風險揭露的草案（Enhancement and Standardization of Climate-Related Disclosures for Investors），都顯示 ESG 已從自願性報告邁向法制化、制度化（European Commission, 2022）。此外，全球資產管理公司也將 ESG 納入投資篩選與組合管理，根據投顧研究機構 Morningstar 在 2023 年的統計，全球 ESG 資產規模已超過 2.5 兆美元，ESG 已經是企業內部治理工具，以及資本市場運作的重要依據。[9]

[9] Bankrate, ESG investing statistics 2023：https://www.bankrate.com/investing/esg-investing-statistics/?utm_source=chatgpt.com

關於臺灣企業社會責任制度的發展，最早可以追溯 1999 年中華民國企業永續發展協會出版，呼籲非財務資訊的揭露的「環境績效說帖」。而後經濟部工業局翻譯全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative）出版的綱領，並且製作「CSR 報告書建置指引」。臺灣證券交易所及證券櫃檯買賣中心則公告「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」及「上市上櫃公司誠信經營守則」，推動上市櫃公司對於企業社會責任的認同（財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會，2013）。

從制度辦法的改變，則可以看見 ESG 逐漸替代 CSR 報告書的演進。2014 年在〈臺灣證券交易所股份有限公司營業細則〉增訂的「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，要求上市公司必須編製並申報「社會責任報告書」，2021 年則以 ESG 為綱領更名為「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」，並且逐漸擴大適用範圍，2023 年擴及年營收達 20 億元的中小企業，2025 年則規定所有的上市櫃公司皆需提交「永續報告書」[10]。為促進企業對 ESG 資訊之一致性揭露，台灣證交所於 2022 年發布新版《永續發展路徑圖》，強調與國際準則接軌，包括 GRI 準則（Global Reporeting Initiative）、TCFD

[10] 公司治理中心，上市櫃公司永續發展行動方案（2023 年）：https://cgc.twse.com.tw/responsibilityPlan/listCh

（氣候相關財務揭露）、ISSB（國際永續準則委員會）的 IFRS 永續揭露準則等。

隨著國際交易與國內政策越加重視 ESG 永續報告與非財務資訊揭露，臺灣企業的 ESG 落實程度成為評估競爭力與國際能見度的指標。臺灣作為全球半導體供應鏈的重要節點，ESG 對於臺灣中小企業的競爭力與供應鏈相當重要。例如歐盟 CBAM 等國際規範，企業若無 ESG 措施，將可能流失訂單機會，積極面對 ESG 是臺灣中小企業能永續發展的關鍵（林芮淇，2024）。根據《2020 臺灣暨亞太永續報告現況與趨勢》報告書，在民間與政府協力推動下，企業社會責任報告書從 2014 年 153 家企業編撰，到 2019 年已有 556 個企業響應，顯見市場環境對企業需要執行社會責任的要求，以及企業本身對於社會責任的認知越加普遍與成熟（CSR one，2020）。

永續發展工作不只與企業獲得金融投資、訂單有關，更重要的是向消費者與社會傳達企業永續經營的理念。例如過去環保團體因為食品大廠雀巢大量使用砍伐熱帶雨林生產的棕梠油，而發起拒買運動。最後雀巢與國際組織森林信託（The Forest Trust）合作，確保使用的棕梠油都符合「棕梠油永續發展圓桌組織（RSPO）」的認證。相關的案例屢見不鮮，再加上年輕世代對於永續發展與責任消費的關注提高，

ESG 對於企業來說越來越重要（bound，2024）。在臺灣的經驗，則可以從王文宣（2013）與林育聖（2023）的討論，發現無論是企業社會責任還是 ESG 作為，都會影響消費者對品牌態度與購買意圖息息相關。

回到本計劃的核心「ESG 與農產業及食農教育的關係」，可以從環境面、社會面及生物多樣性等議題切入討論。當代農業已跳脫僅注重產量、產值生產主義，朝向注重經濟、環境與社會等多面向功能的多功能性（multifunctionality）農業（OECD，2001）。同時，由於氣候變遷，溫室氣體的控管與減量成為全球性的議題，無論是《巴黎協議》的溫室氣體減量協定，或者回應臺灣在 2015 年通過的《溫室氣體減量及管理法》2050 年要達成淨零碳排的目標，以及歐盟發布的碳邊境調節機制（Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM），上述的都與碳排放息息相關。由於農業具有負碳的功能，除了本身的碳匯價值，結合多功能性農業的低碳農產食材、農漁村的深度低碳體驗，這些都是農業能與 ESG 及企業產生鏈結的關鍵（黃德秀、施乃禎，2022）。

淨零碳排需要政府、企業與各級別產業共同努力才能達成的目標，其中農業部積極開展農業淨零及 ESG 的工作。2021 年農委會（今農

業部）率所有中央部會之先喊出「2040 農業淨零」的目標，盤點與第一級生產息息相關的自然碳匯：藍碳、黃碳、綠碳，並建置農業碳匯數據與發展減碳生產技術等，建立完整的農業淨零的體系與機制（陳吉仲，2024）。除此之外，農業部在 2024 年十月創立的 ESG STORE，強調「參與而不只是給予」，邀請企業參與農業永續發展的事務。該平台以「農業文化及生活」、「碳匯及保育」、「永續農業」三大面向提出相關專案，其中食農教育則列在農業文化及生活的面向當中[11]。

臺灣企業在永續發展的投入與責任已越趨成熟。從 2000 年初開始推動企業社會責任，到 2020 年 ESG 的概念逐漸普遍。同時國際對於碳排放、勞工權益、公司治理等非財務資訊揭露的重視，永續報告書成為近年來企業不得不面對的任務。儘管因為數據資訊搜集困難、眾多的評定機制以及企業組織文化與資源配置不足等困難，成為許多公司難以啟動 ESG 永續報告書的撰寫（國立政治大學企業管理研究中心，2024）。然而以環境、社會與治理為主軸的永續報告書，已經成為企業獲取投資及永續發展的關鍵，也是企業彰顯與社會互動及善盡社會責任的成績單。農產業在永續發展中的角色，除了農企業本身

[11] 農業淨零資訊網，ESG STORE：https://agrinetzero.moa.gov.tw/zh-TW/EsgStore/Intro

發展 ESG，另一個可能則是提供其他企業關於環境（E）與社會（S）的合作，成為企業善盡永續發展的夥伴。

除了國內的發展概況，本研究將以鄰近且環境較為相似的國家日本，作為國際農業 ESG 轉型的參考案例。日本農業在推動 ESG 轉型的過程中，逐步形成以「產官學金」協力的核心做法。其特色在於地方金融機構，包括地方銀行、信用金庫與信用組合不再只是被動的資金提供者，而是扮演整體地方創生策略的「總設計師（orchestrator）」。金融機構透過掌握在地網絡，主動辨識農業與地方發展課題，媒合學術機構、新創企業與在地生產者，將永續願景轉譯為具體的商業模式與投資標的（日本農林水產省，2021）。

這樣的做法可以歸納出三條常見且互相交織的轉型路徑：（1）數位轉型、（2）品牌加值、（3）價值鏈建構。（日本農林水產省，2024）

「數位轉型」面向：以愛媛縣伊予銀行輔導番茄農家為例，銀行並未僅提供融資，而是診斷農場的經營瓶頸在於缺乏栽培數據，因此媒合大學及新創科技公司導入溫室環境數據的視覺化與分析系統，並協助申請公部門的數位補助計畫。結果不僅提升單一農戶的產量與品

質，也促使周邊農場跟進採用技術，形成區域性技術擴散與產業升級（日本農林水産省，2024；伊予銀行，2022）。

「品牌加值」面向：靜岡銀行以靜岡茶產業為對象，協助傳統茶農轉作高附加價值的有機碾茶，並導入「營農型太陽能發電」，讓土地同時生產有機抹茶原料與再生能源。結合有機栽培與太陽能發電，賦予產品「健康」、「低碳」、「再生能源」的特性，藉此進入對 ESG 要求較高的海外市場。永續的加值，進一步構成新型品牌資本與市場切入點（日本農林水産省，2024；靜岡銀行，2022）。

「價值鏈建構」面向：茨城縣信用組合推動「農福連攜」案例，結合農業生產、社會福祉與通路建置。社福法人運用閒置溫室種植香菇栽培，媒合長者與身心障礙者參與農事工作，並且由金融機構建置連鎖超市的穩定通路。此模式同時回應農業勞動力不足與高齡者照顧議題，並使福祉活動脫離純補助依賴，朝自給自足的社會企業型態發展（日本農林水産省，2024；茨城縣信用組合，2023）。

這些案例呈現日本在農業 ESG 轉型中，透過金融機構主導的協力機制，將數位技術、品牌敘事與社會價值有機整合，開展出兼具經濟可行性與社會環境效益的新型農業模式。

為了在政策面支撐上述不同面向的合作，日本農林水產省在 2021 年提出「綠色食物系統戰略（みどりの食料システム戦略）」，並於 2022 年立法，提升為具有約束力的中長期政策（日本農林水産省，2022）。戰略的總體目標，是在 2050 年以前實現農林水產業的碳中和與環境負荷大幅降低，同時維持乃至強化農業生產力與產業競爭力。

戰略設計以食物供應系統的四個環節：（1）原料採購、（2）食物生產、（3）產品加工與流通、（4）消費，作為循環架構，在每一環節設定具體的減碳與永續目標。例如在在「食物生產」階段，推動精準農業、智慧農業、減化學肥料與農藥使用、畜牧排放減量及碳匯提升；在「消費」階段，透過食育與標示制度促進環保型消費與在地農林水產品使用。

綠色食物系統戰略提出包括：2030 年化學肥料使用量減少 20%、有機農業面積達 25 萬公頃、水產物生產環保認證比率達 100%等。這些目標並非僅為環境訴求，而是與國內糧食安全、農業國際競爭力以及農村維生體系緊密相連。

日本的農林水產省、消費者廳與環境省在 2020 年共同啟動「農林水產循環圈計畫（あふの環 2030 プロジェクト）」，將農林漁業者、食品企業、消費者與地方政府納入協作網絡，每年透過「永續週」

等活動強化生產與消費兩端的互動理解（農林水產省，2025）。自 2024 年起舉辦「綠色戰略學生挑戰（みどり戦略学生チャレンジ）」，鼓勵高中職與大專學生以地方農林水產業問題為題，提出各環節的解決方案。日本食農教育已從單純體驗活動，朝行動研究與實際策略設計發展，成為培育下一代永續農業實踐者的重要途徑（農林水產省，2024）。

在國家政策與金融支持架構之下，日本農林漁牧相關企業亦展開多元的 ESG 實踐，形成由上而下、自下而上，互相呼應的永續生態系。

以三得利（Suntory）為例，其以「人與自然響應共生」為核心理念，長期經營「天然水之森」計畫，連結森林、水源涵養與產品品質，並結合農地水環境管理，具體實現水資源與生態系保育。透過 PET 瓶回收再製、2050 年碳中和目標等措施，將容器包裝議題納入氣候策略；另外也透過「水育」等長期教育專案，建構跨世代的環境意識。這些行動皆被納入公司治理架構，以雙重重要性分析與董事會監督，使 ESG 不流於附屬活動，而是嵌入企業策略核心（サントリー，2025）。

森林資源的相關企業王子控股（Oji Holdings），作為日本最大民間森林所有者（Sustainable Japan, 2025），該公司將森林視為兼具木

材生產、碳匯、水源涵養與生物多樣性等多重功能的戰略資產，嘗試以貨幣化方式向投資人呈現其環境價值，並結合海外大規模植林與新材料開發（如奈米纖維素），建構「從森林到森林」的循環經濟路徑（Sustainable Japan, 2024）。

在水產領域，丸羽日魯（Maruha Nichiro）提出經濟、社會、環境三重價值創造框架，大量導入 MSC、ASC 等永續認證，並建構避免 IUU 漁業與人權侵害的供應鏈管理系統，強化產品溯源與社會信任。（Japan Innovation Review, 2023；マルハニチロ, 2022）

乳品業者如雪印惠、森永乳業等，則從上游酪農支援、飼料改良以降低甲烷排放、親子見學與教育活動等面向，將氣候治理、產地穩定與下一代培力納入整體事業戰略（レコメンタンク, 2024；森永乳業株式会社，2025）。

日本企業的農林漁牧 ESG 實踐具有三項值得注意的面向，（1）時間尺度長：無論是百年植林、長期水源涵養或「下一個一百年」型願景，皆體現跨世代責任的認知。（2）供應鏈整合度高：大量行動以「從產地到餐桌」或「從森林到消費端」的思維設計，將永續要求向上游延伸並與下游消費者溝通。（3）地方共生與資訊揭露並重：企業

透過與地方政府與社區協力，推動在地就業與地域振興，同時依循國際標準強化資訊透明與第三方認證，提升 ESG 實踐的公信力。

日本的農業 ESG 轉型並非單點式推動，而是由國家戰略、地方金融、在地社區與企業共同構築多層次的生態系統。透過政策目標、金融工具與地方實踐相互扣合，使永續轉型得以在「農林漁牧產業」這一被視為高風險、低報酬的領域中，仍展現出具可持續性的經濟與社會想像。

第三節　從休閒到教育，食農教育在臺灣與社區的發展

《食農教育法》於 2022 年正式三讀通過，明定行政院農業委員會（現為農業部）為主管機關，並協同各級行政單位共同推動。該法統整中央部會、地方政府與民間組織的食農教育行動，並且配套專法預算，食農教育正式成為具備制度與系統性的政府推動事務。

在專法通過前，學界對「食農教育是什麼？」有豐富討論。董時叡與蔡婷娟（2012）指出食農教育以體驗為主軸，其教育目的是透過與食物、農村行動者互動，理解在地農業與飲食文化，並培養對社會永續的使命感。此種「體驗學習」強調知識、技能與態度的落地展現。

康以琳與張瑋綺（2016）則拓展了定義範圍，指出食農教育可以增進個人飲食健康，亦深化社會互動、文化傳承與全球飲食交流，強調「生活力學習」的重要性。近年來，林如萍（2022）提出「三面六向」概念，將食農教育系統化，並通過「做中學」策略培育「食農素養」（Food and Agricultural Literacy）。葉欣誠等（2019）則結合永續發展理念，將食農教育視為涵蓋科學、經濟、文化、社會正義、糧食安全與環境保護等議題的整合教育，提倡縮短消費者與農業系統之間的距離，促進整體系統之永續運作。臺灣食農教育從萌芽、推動到

制度形成，一路累積了豐厚的社會能量與政策基礎，而《食農教育法》的通過標誌著進入法制化階段。

回到法條本身，從《食農教育法》第 1 條可以得知政策的目標是將食農教育擴展至全體國民：「推動全民食農教育，強化飲食、環境與農業之連結，以增進國民健康、傳承與發揚飲食及農業文化，促進農漁村、農業及環境之永續發展，健全國家食農教育體系及人才培育」，也就是說，食農教育不限於學校，而是將重心放在涵蓋個人、家庭與社會等各層面。強調全民皆須具備基本的食農素養，進而推動健康飲食、認同本土農業與永續環境的社會價值。

其中，與日常生活緊密連結的社區，尤其是以農漁業為主要經濟結構的農漁村，是食農教育施行的重要場域。這些地區擁有農業資源與生產背景，並且具備豐厚的文化資產與在地知識，若能有效整合產業與教育功能，將有助於推動食農教育的深化與在地化。

關於社區進行食農教育的討論，本研究將從臺灣社區的發展脈絡談起，以便理解當代社區與食農教育的關係。臺灣當代社區的發展可追溯至 1994 年行政院文化建設委員會提出的「社區總體營造政策」。該政策是臺灣解嚴後首次針對基層社區進行的全方位文化與空間再造工程，強調由下而上的參與模式，以文化為核心推動地方的永續發

展（王本壯，2008；黃源協、蕭文高、劉素珍，2009）。社區總體營造四個發展階段如下表所示：

年代	說明
1995 年至 2002 年	重點放在基礎硬體建設與藝文活動推廣，透過地方空間美化與文化活動提升居民參與
2002 年至 2008 年	以「新故鄉社區營造計畫」與「臺灣健康社區六星計畫」為主，導入產業發展、環境景觀與社福醫療等多元面向，建構具主體性的社區營造模式
2008 年至 2015 年	推動「磐石行動—新故鄉社區營造暨地方文化館第二期計畫」，累積前期經驗，提出「地方文化生活圈」概念
2015 年至今	「社區營造三期及村落文化發展計畫」，納入青年參與、公民治理等理念，如「青年村落文化行動計畫」，賦予社區新的活力與自主性。

社區營造政策實施多年後，其經費補助導向與行政資源配置造成依賴性問題，而後針對過往重視硬體、忽略人文與軟體發展的政

策方向，則透過文化基礎建設與民主參與機制的強化，促進社區認同與凝聚力，也實踐了福利社區化的理念。黃源協等（2009）指出，文化作為社區營造的核心，可有效提升社區自主性與持續發展力，並鼓勵居民對公共事務的參與與關懷。這種轉變也跟 Green 與 Haines（2008）提出的「以資產為基礎的社區發展模式」（Asset-Based Community Development, ABCD）有關。該模式主張應從社區自身的文化、人力與經濟資產出發，重新定位社區主體性，以擺脫對外部資源的依賴。

另外一個與社區發展息息相關的政策，為行政院農業委員會（現為農業部）針對農村地區推動「農村再生」的政策。農村再生可追溯至 2008 年時任農委會主委陳武雄所提出的「富麗農村」構想，並於 2010 年正式通過《農村再生條例》，設置 1,500 億元農村再生基金作為法源基礎。該政策以「生活、生產、生態」三生統整思維作為發展主軸，強調農村空間整建與產業經濟同步提升。

2016 年農委會啟動「農村再生 2.0」計畫，進一步擴大參與對象至民間團體與地方政府，並調整原本高度集中在官方的資源配置與培力制度，使政策更具彈性與在地性（郭蕙如、鍾怡婷，2021）。透過此計畫許多具創意及地方性的行動得以實現，例如澎湖「年年有鰆」

的食魚教育活動、永安新港社區結合石斑魚產業舉辦「一日漁夫」與產地到餐桌教育行動等。

此外，綠色旅遊的興起亦與食農教育密切相關。因應假日休閒需求的提升與加入 WTO 後農業面臨的結構轉型，政府推動《休閒農業輔導管理辦法》，休閒農業區成為社會大眾接觸農業生活與文化的途徑。顏建賢、曾宇良與莊翰華（2011）指出，綠色旅遊可視為都市與農村間的重要交流手段，除了促進農村經濟，也提升國民的農業意識與環境認同。

休閒農業在臺灣發展數十年，已成為農業重要的功能之一。然而劉芳妏（2017）透過實證研究指出，雖然農村休閒體驗活動與食農教育有高度相關性，但多數活動主軸仍偏重觀光體驗與經濟收益，較少深入探討農業與環境間的關聯。因此，若欲透過此類活動達成食農教育目的，則必須納入如在地餐食、田園景觀、導覽教學與農事體驗等要素，以增進參與者對食農概念的理解與實踐。

關於社區進行食農教育相關的研究，魏任鴻（2017）整合相關文獻與實務案例，指出有效的食農教育場域應涵蓋農業生產、生態環境與飲食活動等元素，且須具備專業導覽人員與規劃完善的體驗流程。他強調，透過與在地農業工作者的互動，消費者將不再僅關

注食材與料理，而能深刻理解農業生產過程與農民理念，進而願意以實際行動支持在地農業。

李思霈（2023）則針對社區推動食農教育的策略進行研究，指出社區可透過多元化與跨領域模式整合農業與教育，促進永續發展與在地經濟活化。在農村型社區中，農民藉由食農教育重新認識自家產品的價值與品牌定位，並透過互動式體驗課程與消費者建立信任關係。而都市型社區則可透過食農教育增進民眾對食品來源與生產環境的理解，進而培養友善土地的飲食選擇與消費行為。

超過十年的社區總體營造與農村再生培力，到現在的食農教育法，可以發現農漁村社區蘊含的產業與文化資源是社區永續發展的核心，也成為當代推動食農教育的關鍵。過去社區相關的政策及環境教育的推動，跟食農教育相互呼應。例如農村社區營造與青年回流、休閒旅遊活動體驗等領域，皆與食農教育深具關聯（董時叡、蔡嫦娟，2012；顏建賢等人，2011）。

2025 年的青年回留農村創新計畫，推動的重點之一便是結合在地特色產業推動食農教育。[12]2024 年第三屆的金牌農村競賽，宜蘭朝

[12] 洄游農村 plus，青年參與農村整合平台：https://ruralup.ardswc.gov.tw/programs/24e9cb3a-c228-427d-b370-c59a2b53af93

陽社區、雲林華南社區、旗山糖廠社區等諸多社區，都著力推動社區的食農教育活動[13]。除此之外，農業部農村發展及水土保持署於2024年出版「農村有一套！食農教育共學手冊」，手冊中包含（1）介紹食農教育概念（2）社區食農教育資源盤點（3）食農教育活動規劃等內容，讓農漁村社區能在手冊的幫助下開始進行食農教育活動的規劃。農漁村社區的食農教育活動結合農業知識、在地作物與農食文化，可以能展現地方特色，也讓外部民眾理解農業生產流程，縮短消費者與生產者之間的距離，進一步促進社區的產業發展與協會的永續運作。

除了上述的相關計劃外，農業主管機關針對ESG或企業社會責任的興起，推動農社企、農村好物或ESG STORE等政策，其中與本研究最息息相關的便是在農業淨零資訊網的ESG STORE[14]平台。平台提倡可以看見「農業即永續場域」的觀點：農田、農村與漁村是食物供應的基礎，同時具備碳匯、生物多樣性與國土保安等多重生態系服務。因此，企業若欲推動減碳、生態保護、循環資源利用或社會共融等行動，農業場域具有高度可行性。

---

13 農業部農村發展及水土保持署全球資訊網，第三屆金牌農村競賽：https://www.ardswc.gov.tw/Home/Topic/item_list_3?id=c31c9cc0278045dc93871432921045a9

14 農業淨零資訊網-ESG STORE：https://agrinetzero.moa.gov.tw/zh-TW/EsgStore/Intro

ESG STORE 的運作機制結合了案件上架、審查、媒合、契約化合作與成果證明等步驟，使企業與農業端之間的合作制度化、透明化。農業端可於平臺提出場域或專案構想（如永續農業、友善漁法、食農教育、循環農業等），經審查後上架供企業瀏覽；企業亦可由自身 ESG 策略出發提出合作需求，由農業部協助媒合適合場域。此模式有效降低雙方過去面臨的資訊不對稱與缺乏溝通管道等問題，使農業端從被動受資源者，轉變為可主導議題與參與合作條件設計的行動者。

平台經過將近一年的運作，已推動許多成功的專案。例如中國信託支持「澎湖海藻床復育計畫」，與農業試驗單位或在地社區合作，投入海藻床復育，並且在學校、社區舉辦工作坊，提升在地居民的保育意識；國泰人壽則跟農村發展及水土保持署、向天歌創新農業公司合作，建立畜電共生的生產模式，實踐農村能源自主，售電的收入則回饋給當地的學校充實教育資源。這些案例呈現出農業部所倡議之十項合作類型（如永續生產、循環農業、食農教育、農村發展、生物多樣性等）確實能對應產業端的 ESG 指標需求。

ESG STORE 核心價值在於重新定位農業在永續治理中的角色，使農村場域成為企業進行 ESG 實踐的重要基礎設施。透過制度化流

程、政府介入與跨域合作，開啟農業端與企業端由「補助式關係」走向「協作式夥伴關係」的可能，並在台灣農業永續發展政策脈絡中展現新的治理典範。

盤點台灣社區自社區總體營造、農村再生又或是當代 ESG 的跨界合作，都為臺灣基層社會注入文化與產業的發展動能。雖然許多政策並無強調「食農教育」，但其實踐內容與精神已與食農教育密不可分。社區食農教育逐漸建立深厚的實踐經驗，在企業永續發展意識逐漸蓬勃的當代，社區如何與企業合作是仍未善盡探索的命題。本研究將以社區發展的歷程與社區執行食農教育的經驗為基礎，進一步探討企業如何與社區一起成為永續發展的夥伴。

第四節　走向社區的校園食農教育

透過上節的文獻回顧可以發現，社區推動食農教育已是當代社區發展的重要議題，這節的文獻回顧則要進一步將學校與社區的合作納入討論。學校是執行食農教育、教導下一代食農素養的重要場域與階段，然而對於學校老師來說學科課程的進度壓力、繁重的行政工作，以及不一定嫻熟農業知識技能等困境，對學校老師而言要發展食農教育課程有許多困難需要克服（康以琳、張瑋琦，2016）。同時邱士倢（2020）也提到，學校普遍缺乏對地方農業的認識，教師與學生受全球化與農村連結斷裂影響，對臺灣農食文化陌生，加上現代生活型態轉變，許多人也逐漸失去烹調與理解食物的能力。兼具生活感及地方知識的社區，如何能夠成為校園推動食農教育的夥伴？是這節文獻接下來要討論的重點。

《食農教育法》通過之後，雖主責單位為農業部，然而專責教育業務的教育部亦為重要的夥伴業務單位。第一期食農教育推動計畫（112 年-116 年）中，教育部在食農教育的推動規劃主責：（1）促進食農教育師資培育及在職訓練；（2）國產可溯源農產品結合校園餐食，推動食農教育及相關活動；（3）提供多元及終身學習之食農教育環境，同時也協辦多元食農教育教材編撰及教案設計，以及

辦理食農教育推廣活動等業務（行政院農業委員會，2023）。由此可知，教育主管單位在食農教育推動的規劃中亦擔當重任。

校園推動食農教育行之有年，例如 2004 年開始龍肚國小每年帶著學生下田種稻，透過跟土地互動的過程學習農業知識及愛鄉愛土的精神。民間單位與地方、中央政府也有許多投入，例如全國教師公會自 2013 年發起「咱糧學堂」，號召教師參與教學實踐。地方政府方面，高雄推動校園教案與資源媒合、臺南將食育列為「第六育」並通過午餐自治條例、臺北則以「小田園計劃」鼓勵學生親手耕作學習。農業主管單位則自 2016 年開始補助學校午餐使用可溯源食材。至 2022 年，全臺學校午餐使用三章一 Q 標章食材比例已達 95.96%。多年的累積以及《食農教育法》的通過，學校成為食農教育實施的重要場域。

強調土地連結的食農課程如何跨出校園圍牆、與社區及校外單位合作，是值得討論的議題。對於教師而言深入食農知識並非易事，專業的生產者、專職農業推廣的人員是深化校園食農教育的關鍵。陳美芬（2024）指出食農教育的跨界合作具有整合資源、創新模式以及拓展影響力的效果。學校、企業、民間團體與社區各自有其重要性，並且指出社區在推動和實施食農教育具有獨特的價值和

作用，例如地方節慶常與飲食息息相關，社區的角色也能拉近消費者與產地之間的距離。

回應上述民間團體在食農教育的跨界合作，以農會為例，潘淑琦（2019）討論小學如何與四健會系統合作食詩食農教育，指出透過四健會的指導能夠補足教師農事專業的知識，引入地方農事資源，能夠促成學生認同地方的農事文化，讓食農教育拓展成認同故鄉的終身教育。

關於跟學校與食農教育的合作經驗，楊筑鈞、蔡執仲與鄭蕙玲（2020）進行跟社區合作的農事體驗課程，指出社區的加入能協助傳遞農業與傳統文化價值，跨世代的互動與經驗分享可以傳承在地傳統智慧。更重要的是讓學生了解地方農業的現況，而非僅止於片面、浪漫化的農業想像。劉育瑄（2025）的論文討論國小課程結合社區進行食農教育的推動，指出與社區合作食農課程的模式能深化課程內容，促進學生學習在地知識，強化學校與社區連結，培養認同與歸屬感，實現資源共享、共榮共存的永續發展。另外蔣秋美（2024）指出學校與社區攜手設計課程，讓學生從真實的農業體驗中學習。這種合作讓課程內容更加豐富，同時強化彼此連結，學生

培養出對社區的認同與責任感，並將永續發展的理念轉化為實際行動，創造資源共享、互助共榮的教育與生活網絡。

走出校園的學校社區化議題，無論是教育界，還是社區發展、社會教育或者社區總體營造推動都有有許多討論（李麗日，1999；劉仲成，2000）。學校是社區生活中心的觀點，指出社區與學校的雙向學習連結與互動。亦即學校將社區視為教育的一環，學校藉由引進社區人力、融入鄉土課程教材等方式，讓學校的學習與地方社區融合（林明地，2002）。

針對學校與社區合作教學的經驗，何昕家，林慧年與張子超（2019）以教育部的偏鄉教育創新發展方案為研究對象，提出三種學校與社區合作的策略：（1）互為資源：著重於學校與社區彼此認識並盤點自身資源，進而互為資源、互相支持（2）互為服務對象：強調學校與社區在教學、產業等面向都能提供彼此協助，且雙方對於這樣的合作有共同願景，皆以地方發展為目標（3）互為合作夥伴：學校專注於教育層面，社區則可藉由與學校的連結，推動產業升級與深化，進一步創造就業機會，強化地方認同與連結感。

教育部對於「學校社區化」亦提出相關辦法。行政院教改委員會第三期諮議報告書（1996）便提到相關具體做法，例如（1）鼓勵

學校和社區共同編輯出版當地社區和鄉土學習教材建立學校與社區密切配合的目標。（2）建立學校、社區與地方的教育學習體系。（3）加強學校與社區結合，學校設施對社區開放，作為社區人士終身學習之場所等。近代隨著生育率下降及人口遷移，偏鄉的發展與教育備受重視，校園與社區的合作再次受到重視。教育部（2020）在前瞻基礎建設提出「校園社區化改造計畫」，希望藉由相關建設與規劃，打破校園與社區之間的界線，促進資源共享與共同發展。透過整合學校教學、空間與社區需求，鼓勵學校開放場域、導入在地知識與人力，讓教育貼近生活、貼近地方。同時林進財、蔡克旻（2025）針對偏鄉的教育議題也提到，學校若能與社區建立夥伴關係、融入在地化課程，能達成社區與學校的雙贏局面。

食農教育法通過後，社區成為校園推展食農教育的夥伴，而這樣的夥伴關係與學校社區化的理念與做法不謀而合。學校社區化歷經數十年的發展與討論，已經從理念進到政策面的實施。食農教育法的通過後，學校跳脫知識中心的位置，將能促進學校與社區的互動互信，讓學校社區化、社區學校化往前邁進。

校園食農教育的推動除了是課程的創新，也重新定位「學校」在地方社會中的角色。若從教育部（2020）「校園社區化改造計

畫」的精神來看，食農教育提供了最具體可行的實踐途徑，它讓校園不再是封閉的教學空間，而是連結地方知識、生活文化與農村產業的公共節點。食農教育強調「做中學」與「從產地理解食物」，教學內容高度依賴地方生活經驗與在地生產知識，因此與學校社區化的理念緊密契合。

由於農村社區具備豐富農業、漁業、林業與飲食文化的資源，社區能夠成為學校推動食農教育的知識補給站。例如社區長輩的農業經驗、在地農產的季節循環、地方節慶的飲食意義、甚至傳統技藝與食物保存方式，都可成為校園課程的活教材。這種以社區為依據的教學模式可以補足教師農事知識的不足，學生也能透過跨世代互動重新認識地方，進而培養家鄉意識與文化自信，落實學校社區化所強調的「社區即教室」理念。

校園食農教育透過地方知識與社區網絡，使教育不再侷限於校園場域；也透過跨地區的食農課程媒合，使農村社區躍升為國土教育與飲食文化的教室，具體展現教育部學校社區化政策所期待的「資源共享、共同學習與地方連結」之願景。

第五節　小結：企業、社區與校園協力的食農教育

前述三個小節的文獻回顧，分別介紹企業的永續發展工作、社區發展與食農教育以及校園食農教育。藉由探討這些主題，協助本計劃對於企業 ESG 如何協力社區與校園進行食農教育工作，有更清楚的圖像。

關於企業永續工作發展，本研究系統性地整理企業從 CSR（企業社會責任）到 ESG（環境、社會、治理）的演變，並探討制度發展、實踐困境及在臺灣的推展情況。CSR 起源於企業對工業革命後社會與環境問題的反思，隨著永續發展議題升溫，CSR 逐漸暴露出缺乏衡量標準與制度化不足等問題。ESG 提供明確的評估指標，成為投資市場與政策監理的重要工具。ESG 三大構面對企業營運進行全方位檢視，已廣泛納入國際投資評比與企業報告規範。臺灣自 1999 年起推動永續報告制度，並於 2021 年後全面導入 ESG 架構，要求上市櫃企業揭露永續績效，展現企業永續實踐日趨成熟。農產業因兼具碳匯與社會多功能，除自身導入 ESG 外，也能與企業建立合作機制，推動在地農食、保育及教育面向之永續實踐，扮演企業 ESG 夥伴的關鍵角色。

第二部分關於食農教育及社區的探討，可以發現社區與農村因擁有農業背景與文化資產，成為食農教育落實的關鍵場域。從 1990 年代起推動的社區總體營造與農村再生政策，雖未明示食農教育，實際上已透過文化參與、青年返鄉、地方創生等方式與食農教育高度契合。近年政策進一步導入在地產業、農事體驗與環境教育，使社區與農村成為食農教育的實踐場域，扮演農業知識轉譯與永續理念傳播的重要角色。透過整合社區資源、文化脈絡與教育功能，發展出具地方特色且可持續的食農教育模式，有助於深化國民對本土農業的認同，促進社會整體的永續發展。

最後，關於學校進行食農教育的推展，《食農教育法》通過後，學校與社區的合作日益受到重視。學校是培養食農素養的核心場域，但教師常面臨課程壓力、農業知識不足等限制，推動食農教育仍有瓶頸。相對地，社區具備農業經驗與文化資源，能補足學校不足，成為強而有力的協作夥伴。例如地方節慶結合農事、農會導入四健會等資源，都展現了社區參與的多元形式與成效。此外，「校園社區化」的理念與實踐讓學校走入社區、社區走進學校，藉此深化學生對土地與食物的理解，也強化社區凝聚力與教育的公共性，是實踐永續發展的重要策略。

本計劃以食農教育為主軸，探討食農教育對於企業永續發展工作的意義，同時也討論實際面企業與社區及學校合作的模式與經驗。藉由上述三個部分的文獻回顧，協助本計劃釐清企業永續發展工作以及食農教育在學校與社區發展的歷程與討論。這些認識的基礎上，本計劃之研究目的與研究問題提擬如下：

研究目的：本研究旨在探討企業與社區、學校推動食農教育活動之經驗，並依此建立食農教育的 ESG 規劃指引，提供相關單位參考使用。

研究問題：

1. 對企業而言，參與食農教育或社區發展活動對其企業永續發展工作、社會責任實踐與在地連結具有哪些意義與價值？
2. 社區如何與企業建立互利的合作關係，發展食農教育活動？其合作模式、關鍵因素與挑戰為何？
3. 學校與社區在推動食農教育的合作中，採取了哪些具體策略？其成功關鍵與挑戰為何？

第二章：工作執行方法與步驟

為了探討能實際回應研究問題以及達成研究目的，本研究將以質性深度訪談為主，參與觀察為輔的方式進行研究。同時完成研究後，本計劃也將匯集研究成果，邀請相關單位舉辦「企業 ESG 與社區食農教育論壇」活動，讓更多社區工作者了解 ESG 議題與食農教育的發展。本年度具體工作執行方法與步驟如下：

工作項目	說明
彙整研究農村社區與 ESG、食農教育之文獻資料	以食農教育為主軸，分別以企業 ESG、社區發展以及校園食農教育三個面向進行討論。文獻整理範圍包含：ESG 發展與議題之研究、臺灣農村社區發展及進行食農教育之研究、校園進行食農教育相關研究等。 透過上述案例與研究文獻的整理與分析，作為後續本計劃深入研究農漁村經營主體如何參與 ESG 之參考與基礎。三個小節的文獻回顧概述如下： （1）從 CSR 到 ESG，企業的永續發展

	爬梳企業在永續發展的演進歷程，這小節的文獻探討將了解從 CSR（企業社會責任）以及 ESG 的意涵與內容，並針對 ESG 於國際與臺灣的發展與制度進行討論。透過這些討論將提供本研究訪談企業代表以及後續研究成果進行討論時的材料。 （2）從休閒到教育，社區的食農教育 從社區發展營造到農村再生，臺灣社區的體制與政策已發展數十年。這一節的文獻回顧將整理社區發展歷程，協助本研究制定規劃指引時能以社區的角度進行。同時，我們也將焦點放在食農教育法通過前後，社區在食農教育這一塊相關的討論。藉由政策文獻的整理以及相關學術文獻的討論，釐清社區食農教育的圖像。 （3）走向社區的校園食農教育榮。 早在食農教育法通過之前，校園進行食農教育已行之有年。我們將整理過去學校執行食農教育的經驗與文獻，作為未來與學校進行訪談時的

	依據與材料。同時，我們也回顧過去「學校社區化」的討論，將這個概念與現代的學校食農教育連結，討論校園執行食農教育與社區合作的可能性與重要性。
研究採訪：企業端、社區端與學校端	為了深入探討不同單位進行食農教育的需求，以及食農教育或社區發展對於企業 ESG 而言的意義，本研究將分別就有參與食農教育及符合本研究目標的企業、社區與學校進行深度訪談。 研究採訪進行的步驟，本單位透過網路或參加實體活動認識相關單位後，蒐集受訪單位的相關資料，確認該單位符合研究需求後再進行邀訪。訪談前與受訪單位進行會議，說明研究計劃的內容，並且提供受訪單位研究訪綱，以確保訪問的進行順暢。若受訪單位同意，也進行食農教育活動的實地觀察，藉以瞭解活動執行的實況。 最後，本研究將整理訪問內容之逐字稿，作為後續研究分析使用建制本計劃在農漁村端研究

	ESG 的材料與範例。除提供研究計畫所用，也期經驗經過梳理後能成為其他農漁村經營主體加入 ESG 之建議。
建立「農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引」	本計畫以探討農村與企業協力推動食農教育的可行策略為題，其終要回應的問題莫非是「農漁村經營主體所進行的食農教育活動，可以如何回應 ESG？」。根據前期所累積的研究和採訪資料，本計劃將統整不同領域單位面對 ESG 的角度與經驗，分別從企業端、農漁村端兩個面向以及日本韓國或其他國家案例經驗，回應上述之問題。 除了學術上的探討，在實務上本計劃也將提出農漁村經營主體參與 ESG 的指引。該指引包含：1.ESG、SDGs 等概念簡介、2.單位自我評估、3.如何在食農教育的專案中對接 ESG。藉由建立指引，提供有興趣參與 ESG 的農漁村經營主體參考。最終，本計劃之研究結果希望能作為農業部

	農村發展及水土保持署未來建立 ESG 相關政策之參考與建議。
舉辦「農漁村與 ESG 共好」論壇	本計劃完成前期研究採訪工作，後期完成研究結果與建立相關指引後，將舉辦一場次「農漁村與 ESG 共好」論壇。 在論壇中，除了分享本次的研究結果，也邀請相關單位出席，分享企業端、農漁村端的經驗。該場次論壇預計於十一月舉辦，參與對象的設定以社區工作者為主。藉由這場論壇活動，讓參與者了解企業注重的項目，農村社區可以如何參與。

第三章：工作進度與交付項目

第一節　計劃甘特圖

工作項目	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二
彙整分析文獻資料											
研究採訪：企業端、社區端與學校端											
建立「農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引」											
舉辦「農漁村與 ESG 共好」論壇											

第二節　計劃交付項目

四大面向的工作項目在上半年的研究工作中，計劃執行團隊主要進行兩個工作：（1）研究文獻回顧及架構擬定，以及（2）研究個案的資料蒐集與採訪。

針對文獻回顧部分，成果可見於第一章緒論的五個小節。前言說明此研究的進行，對於食農教育或者企業 ESG 的發展合作而言至關重要，以此奠基本計畫的必要性與重要性。第二至第四小節，則分別從 ESG、社區發展與食農教育、校園食農教育三個主題著手，這些主題都與本研究欲探訪的題目息息相關。最後，第五小節則是統整文獻回顧，提出本計畫的研究目的與三個研究問題。藉由文獻

回顧的過程，本計劃的架構將能更加穩固，也確保後續採訪能貼近研究方向。

第二個採訪部分，本計劃於當初規劃時，預計分別採訪企業、社區與學校等合計至少九個單位，並視資料搜集情況進行調整。上半年的工作主要為蒐集研究對象資料，確保該單位符合本計劃的研究方向。除此之外，由於後續將以與這些單位合作的學校進行採訪，因此期中報告的內容以以社區、企業為主。

針對採訪對象的設定，企業包含：企業轄下的基金會、公司行號以及協助企業執行 ESG 行動的組織。社區組織研究對象的設定，則依據農村水保署相關計劃的實施對象，以及本研究以該單位涉入社區的程度進行判斷，包含社區發展協會、青年回流組織、深耕社區的農企業等。本研究採訪單位及其說明如下，另訪綱請見附件一。

單位	型態	單位說明
財團法人豐泰文教基金會	企業	豐泰文教基金由豐泰企業股份有限公司成立，不同於許多企業僅以捐助或短期合作的方式，參與社會責任，豐泰文教基金會在食農教育的

		議題上深度介入，將資源實際導入校園與社區，發展系統化的食農教育課程，並透過持續性計畫培養師生的農業認識與生活實踐能力。其推動的食農教育工作不止於教育現場，也能與地方農業、社區文化緊密連結，形成具體且可持續的實踐模式。同時豐泰文教基金會於2025年入圍「國家食農教育傑出貢獻獎決賽」，展現其在推動食農教育領域中的代表性與影響力。 藉由探討豐泰文教基金會在食農教育的行動，我們可以進一步了解上市櫃公司豐泰企業如何在ESG與CSR的脈絡下，透過基金會具體落實社會責任，並將企業資源有效轉化為教育與社區發展的助力。 豐泰文教基金會是企業參與食農教育的典型案例，同時也能反映上市櫃公司如何藉由基金會實踐永續與在地連結。

茶籽堂	企業	茶籽堂是台灣本土洗沐產品品牌，該公司的企業經營模式高度展現永續價值與在地實踐的特色。茶籽堂以苦茶油副產物為核心，開發沐浴、清潔等日常用品，產品強調天然、環境友善與循環利用，體現企業對環境永續的重視與實踐。 此外，茶籽堂並非僅止於品牌與產品端的永續訴求，進一步連結企業經營與地方，長期投入宜蘭朝陽社區的發展工作。透過與社區發展協會的合作，茶籽堂積極參與社區營造、活動推廣及在地苦茶產業。協助農村發展之外，也展現企業在社會責任面向上可貴的實踐。茶籽堂兼具產品永續性與社區深度連結的雙重特質，同時企業與社區長期且深度的合作經驗，因此本研究認為其為企業參與社區與農業發展的珍貴案例。
宜蘭縣朝陽社區發展協會	社區	本研究選擇 宜蘭朝陽社區 作為研究對象，主要在於其兼具社區發展成果與企業合作的代表

		性。朝陽社區長期致力於農村再生與社區活化，積極推動文化保存、環境維護與產業轉型，展現出農村自主發展的多元能量。其努力在地方深受肯定，曾榮獲「金牌農村」的殊榮，成為全國社區營造的典範案例。另一方面，朝陽社區與茶籽堂維持高度合作關係，透過共同推動苦茶油產業再生、食農教育與社區活動，展現了農村與企業協力的可能性。這樣的合作模式讓社區獲得資源挹注，也形成農村活化與企業永續並行的發展案例。因此，朝陽社區的經驗對於研究「農村與企業協力推動食農教育」具有高度代表性與啟發性價值。
黑皮泥思土地學院	社區/企業	本研究選擇「黑皮泥思土地學院」作為研究對象，主要在於其在城鄉農業交流與跨界合作中，扮演中介者的獨特角色。 土地學院位於台中烏日，長期致力於推動農業知識傳遞與社區參與，串連城市與鄉村之間的資源與經驗，讓農業在生產之外，成為教育與

		文化交流的平台。土地學院於 2024 年曾舉辦一場結合農業與企業的交流活動「濃農香村野餐趴」，邀請不同領域的參與者共聚一堂，希望能促成企業支持在地農業的可能性。除了這個活動呼應本研究關注的主題，我們也希望探討黑皮泥思投入食農教育藉此連結城市與鄉村的角色，作為本研究討論食農教育舉辦時的案例與經驗參考。
高雄縣糖廠社區發展協會	社區	糖廠社區發展協會積極推動以企業 ESG 為核心的永續旅遊，透過導覽、體驗活動與在地產業結合，讓企業在履行社會責任的同時，也能支持社區經濟與文化保存。此外，糖廠社區在推動社區營造與環境改善上成果豐碩，屢獲地方與國家層級的獎項肯定，例如在 2024 年獲得金牌農村競賽的銀牌獎，展現出強大的組織能量與持續發展的動力。最後，協會長期跟地方小學合作食農教育課程，培養孩子認識土地

		與農業，社區的文化與產業特色也能延伸至教育現場。
富邦金控永續部	企業	選擇富邦金控永續部作為研究對象，主要在於其在台灣金融產業的領導地位與永續實踐的影響力，藉由永續部門的訪談，藉此了解企業如何思考食農教育在企業永續行動中的角色。 富邦金控作為國內龍頭金融機構，在資產規模與市場影響力上居於前列，更長期致力於推動ESG，屢次榮獲國內外永續相關獎項，展現其在環境、社會與治理面向上的整體實踐成果。永續部在規劃與落實企業社會責任上扮演著核心角色，對外能引導產業示範，對內則能推動跨部門協作，形成全方位的永續策略。將富邦金控納入研究，不僅能觀察大型企業如何建構與回應 ESG 議題，同時也透過大型企業的視角，了解企業如何看待與投入農業及教育等跨領域的合作。

臺灣好基金會	企業	本研究選擇臺灣好基金會作為研究對象，主要在於其在推動食農教育與企業合作上的專案「神農計畫」。基金會於 2009 年由柯文昌先生創立，長期致力於地方創生、文化保存與社區發展，並透過展覽、教育計畫與社會倡議串聯公私部門資源。其代表性成果之一「神農計畫」，多年來持續串聯企業與學校，將企業資源導入校園，推動食農教育，讓孩子更貼近土地與飲食來源，同時為企業提供參與永續議題的具體管道。該計畫企業、學校與農村社群間的協力模式，呼應本研究「企業支持食農教育」的核心議題。
高大牧場	社區/企業	高大牧場是台灣少數專業畜牧農場執行食農教育的單位。除了牧場開辦食農教育活動供民眾參加，同時積極與地方小學合作，將食農教育納入課程，深化孩童對畜牧產業與飲食來源的理解。這樣的行動除了提升大眾對乳品產業的認識，也使牧場成為地方推廣農業教育的重要

		據點。高大牧場已傳承至第四代經營，並導入產銷履歷與動物福利標章，展現其對食品安全與動物照護的承諾。透過教育與永續價值的結合，牧場逐步塑造出具有社會責任與信任感的企業品牌。

關於學校端的個案，本計劃將透過研究對象之社區、企業的合作單位進行討論。因此預計以（1）高雄市旗山區旗尾國小、（2）苗栗縣銅鑼鄉文峰國小、（3）雲林特教學校。這些學校都是研究個案實際施作或合作食農教育活動的學校，藉由探討學校與社區／企業的經驗，了解不同單位合作食農教育活動的合作方式。

計畫交付項目之建立「農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引」編撰於研究成果之第四節。此次指引的規劃將分為三大部分，分別是（1）基本概念（2）社區案例（3）與企業合作之準備。透過這三個部分的介紹，帶領社區工作者認識企業永續工作的知識及語言。回到社區本身，也能盤點社區已有的資源以及仍待準備的事物。

「農漁村與 ESG 共好」論壇，則於 11 月 16 日在高雄科工館完成舉辦。活動紀錄請見研究成果第五小節。

第四章：研究成果

從 CSR 到 ESG，企業跟社會的關係越加緊密，同時永續發展成為全球共同的語言。《食農教育法》在 2022 年通過後，成為社區及學校單位積極推動的教育行動。食農教育具備環境友善、文化延續、城鄉均衡以及農食生產等元素，跟 ESG 關注的議題相符。本研究探討企業如何成為社區與學校推動食農教育的夥伴，便是希冀在永續發展的趨勢以及《食農教育法》通過後，探討各單位如何以食農教育的基礎進行合作。

儘管食農教育在台灣發展已久，有許多民間單位、學校都有層度不一的行動，然而無論是政府政策的實施，或者社會大眾對該議題的熟悉度，仍有很大的發展空間。在這個背景下，台灣企業在食農教育資源的投入儘管有零星案例，但仍非企業參與社會議題的主要選擇。

本研究透過質性深度採訪的方式，蒐集已投入在食農教育行動的企業、社區與學校各單位的看法與歷程。透過歸納先行者的經驗，本研究希冀提供政府未來施政，或者企業永續部門、社區相關單位，攜手發展食農教育的方向。

本研究總共拜訪了多個單位，包含企業、社區發展協會、學校單位以及基金會等組織。在這個研究中，由於涉及不同單位的串聯合作，

因此研究的訪談以發散式的方式進行。亦即以某深度發展的單位為基本，往外延伸至與該組織有合作的團體。以這樣的方式為基礎進行研究，整理拜訪單位如下所示：

1. 糖廠社區發展協會、旗尾國民小學

糖廠社區發展協會以及旗尾國小位於高雄旗山。糖廠社區是發展相對成熟的社區發展協會組織，無論是在社區發展，或者是食農教育、綠色農遊等領域都有許多獲獎的紀錄。例如他們曾獲得 2025 年第二屆全國觀光金獎、2024 年的第三屆金牌農村競賽獲得銀牌、2024 年高雄市食農教育傑出貢獻獎（社區組），同時也通過綠色農遊場域的認證。由上述得獎的事例可以得知，糖廠社區發展協會在食農教育以及社區農遊的業務有深度的研究與經驗。也因為熟悉農村旅遊與永續價值，糖廠社區成為許多企業進行永續旅遊、公司團建的熱門社區場域。

旗尾國小與糖廠社區相近，與旗山糖廠之間僅隔一條延平二路。旗尾國小 108 課綱的彈性課程擬定的課程以當地的物產作為主軸，發展例如認識蔬果、毛豆、香蕉等食農課程。學校於去年開始跟糖廠社區發展協會合作食農課程，由社區協會團隊的成員進行授課，帶領學生走進香蕉園、製作香蕉食物、認識旗山糖廠。

熟捻企業永續旅遊的糖廠社區發展協會是本研究重要的研究對象，藉由他們的經驗，我們可以更加認識社區在接待企業端的來客時，需做好哪些準備？如何跟企業牽上線？

同時，社區積極協助附近小學的食農課程的經驗，也是本研究欲探討的題目。學校由於師資、空間的限制，執行食農教育有其困難，此時社區的參與顯得格外重要。

2. 宜蘭南澳朝陽社區發展協會、茶籽堂：

茶籽堂是以國產苦茶樹為主軸的台灣洗沐產品品牌。由於台灣許多苦茶籽多是進口而來，國產苦茶自給率並不高，茶籽堂展開「苦茶油復興之路」，透過契作收購的方式復甦台灣的苦茶產業。茶籽堂於台灣各地進行踏查，展開規模不一的契作，並於 2016 宜蘭南澳朝陽社區展開苦茶樹的契作業務。自此之後，朝陽社區與茶籽堂高度合作苦茶樹的種植，茶籽堂也積極參與社區發展事務，除了與社區合作活動、協助社區創建品牌美學、共同規劃生態旅遊外，駐點工作人員也擔任社區發展協會理事。

茶籽堂的品牌形象有鮮明的「永續、在地化、扎根本土」意涵，這些品牌附加特性讓茶籽堂在台灣本土的洗沐產品中獨樹一格，成為許多旅宿業者與消費者的愛用產品。這樣的品牌特質並不只

是原物料的使用，也來自於他們與社區同行、陪伴社區發展的價值。

朝陽社區發展協會自 1994 年成立，是南澳地區發展相對成熟的社區發展協會。協會除了提供長者照顧的社會福利服務，也積極推展社區產業，例如契作有機稻米、咖啡、開設農產小舖與社區直營的海鮮餐廳。同時也投入教育行動，例如走入校園透過繪本分享環境議題，以及以社區物產舉辦食農活動。透過這些工作的推展，社區能長出更多能量照顧居民，建構具備生產、生活與生態價值的居住環境。在朝陽社區與茶籽堂的共同努力下，朝陽社區榮獲 2024 年的金牌農村競賽最高殊榮的金牌獎。

茶籽堂進駐朝陽社區後為社區帶來許多改變。例如社區在品牌識別與美學建構上，受茶籽堂影響頗深。同時因茶籽堂舉辦 B to B 的參訪活動，有許多外來企業走進朝陽社區。各項計劃也在茶籽堂與朝陽社區的共同努力下，有企業提供資源贊助。除此之外茶籽堂也邀請專職教育的單位（小人 1 號，社團法人籽苗教育發展協會）進到南澳，自 2020 年起展開一系列的教育行動，外來也將持續與茶籽堂、社區有教育行動的合作。

茶籽堂是一深具永續發展價值的企業，其本土化、注重地方發展的精神，體現在朝陽社區的諸多改變與成績。企業長期協助社區發展，共生共榮的價值觀，是台灣少見且重要的案例。無論是地方創生的角度，或者 ESG、CSR 的視角，茶籽堂及朝陽社區的夥伴關係在社區發展及食農教育推動的經驗，是本研究相當重要的案例資料。

3. 台灣好基金會、苗栗銅鑼文峰國民小學

台灣好基金會於 2009 年由普訊創投董事長柯文昌先生創立。柯文昌出身屏東，他對城鄉差距議題的關注，他創立以基金會協助鄉鎮文化、產業及生態資源的永續發展。台灣好基金會經手許多著名專案，例如每年十月於池上舉辦的「秋收」，以及在故鄉潮州推動「大潮・南扎根計畫」等。

由於對有機及農食議題的關注，2014 年開始台灣好基金會著手啟動「神農計畫」。神農計畫協助學校設置友善有機的校田，讓學生在耕種的過程中接觸土地與農業，進一步養成對故鄉的認同與環境永續的觀念。除此之外神農計畫中也建置食農教學團隊，提供學校多元及專業的食農文化課程，例如在苗栗合作的學校即邀請貓裡小學團入校教學。

神農計畫不只關注校園食農的課題，也希望藉此拋磚引玉促成城鄉的交流。神農計畫開始後共有 20 位企業夥伴加入，例如：群聯電子、聯發科、信邦電子等企業公司。神農計畫建立的完整架構，讓企業可以依此投入土地關懷、環境永續及教育議題的任務，對於企業而言可以更有效率地投入社會議題以及建立品牌形象。

台灣好基金會邀請企業加入神農計畫，建立「一所學校、一畝校田、一間企業」的模式。儘管這個模式中社區並非主要參與對象，然而這個模式與研究探討的議題高度相關。藉由台灣好基金會推動此專案的經驗，可以讓本研究一窺企業支援校園食農活動的經驗與想法。同時，神農計畫是跨足不同單位的合作，串聯的工作尤為重要。台灣好基金會在神農計畫中扮演中間媒合與運作的角色，多年的運作經驗對於本研究而言是相當珍貴的材料。

為了了解參與神農計畫的學校，對於執行食農課程的經驗以及與企業合作的經驗，本研究也拜訪參與計畫多年的苗栗縣銅鑼的文峰國小。文峰國小加入該計畫已__年，以洛神花作為主要校園耕種作物，並以洛神花食農為主題發展完整的校本課程。藉由文峰國小參與神農計畫的案例，本研究可以探討學校發展食農課

程的歷程與困難，也了解學校與企業、台灣好基金會合作互動的過程。

4. 財團法人豐泰文教基金會、雲林特教學校

豐泰文教基金會位於雲林，由豐泰企業於 1981 年成立。豐泰企業以運動鞋為主要業務，全球員工約為 14 萬人，總部位於雲林科技工業園區。成立基金會後，積極投入清寒學生救助以及雲林縣藝文、運動等資源的挹注。豐泰企業透過基金會回饋在地，以雲林為基地投入地方公益四十餘年。

豐泰文教基金會於 2022 年左右開始投入食農教育行動。由於雲林縣是農業大縣，再加上企業職工對於有機農業及健康飲食的重視，食農教育成為基金會主要的服務項目之一。豐泰基金會的食農教育以雲林縣為基礎，多方著手：成立阿古力社會企業 AGRIC、舉辦食農活動、中小學有機米供應、有機農民培力、校園食農活動支持、設置社區農田等。雲林縣的食農教育在豐泰文教基金會的支持下成果豐碩，豐泰也入圍第一屆食農教育傑出貢獻獎的決選。

豐泰跟學校的合作除了經費支援提案食農課程的學校外，也與鄰近的校園「雲林特教學校」合作。國立雲林特殊教育學校屬於教育部設立的特殊教育機構，主要服務雲林縣內中度、重度與

多重障礙的兒童與青少年。學校設有幼稚部、國小部、國中部與高職部，提供融合教育、復健支持與生活技能訓練，協助學生生活、自理與社會適應能力的發展。

雲林特教學校基金會跟學校一起規劃整學期的食農教育帶狀課程，並且引進社區的能量，邀請社區居民進到校園，協助校田的維護運作。本研究將藉由雲林特教學校的食農教育專案，討論企業基金會與學校共備食農課程的的經驗案例，同時由於課程對象是特教學生，在食農教育希冀成為全民運動的目標下，其特殊性及重要性也值得多加研究探討。

本研究為顧及受訪者個資隱私，上述單位受訪者在本文將以化名代表，受訪者一覽如下：

受訪單位	受訪者性質	代稱
糖廠社區發展協會	社區工作者	A
旗尾國小	老師	B
豐泰文教基金會	主管	C
	食農教育專員	D
雲林特教學校	老師	E

茶籽堂	永續部門	F
	駐地工作者	G
朝陽社區發展協會	協會主管	H
	食農活動專員	I
台灣好基金會	專案主管	J
	專案經理	K
	專案經理	L
文峰國小	老師	M
富邦金控	資深職員	N

第一節：永續不只是門好生意，企業與食農教育

本研究關企業方面的研究對象，包涵豐泰文教基金會、茶籽堂、台灣好基金會等單位。接下來將以這些單位的業務內容與訪談進行整理與分析，回覆本研究對於企業參與食農教育或社區發展，對於其企業本身的價值與意義。

企業與社會的互動，從過去的社會企業責任到現在 ESG 中社會面的工作，社會形象對於企業而言越發重要。企業的形象會影響消費者對於企業及品牌的觀感，也會進一步影響品牌態度與購買意願，就制度面而言，越加嚴謹的 ESG 永續報告書制度，也讓企業思考如何增強他們在社會面向的參與。

由於社會參與的工作相當廣泛，要參與什麼項目以及對企業助益的評估，對企業而言是值得思考的議題。在 ESG 各面向的評估裡頭，環境面向例如溫室氣體排放量（GHG Emissions）、能源消耗總量、再生能源使用比例、取水量與耗水量廢棄物與資源循環等講求數據的呈現，都有相對應的計算方式。而公司治理面向則大致上可以從公司結構（董事會組成與多元性）、資訊揭露程度、企業倫理（例如反貪腐賄賂、揭弊與舉報機制），亦有一定的架構可以依循。

然而社會（S）的議題相較之下更為廣泛且難以定義。除了勞工權益、職業安全的範疇外，則包含人權議題、社區參與及社會投資以及多元共融與平權（DEI）。社會參與的議題廣泛，企業該怎麼做、該投入哪些議題，選取主軸時並沒有所謂「標準答案」。這點與富邦金控的受訪者經驗雷同：

（過去受訪者在四大投顧公司工作時）我們就是在做 ESG branding。我們跟他們說，你那個社會面不要亂做，因為公司自理就是規範很明確嘛對不對，那環境面也是一翻兩瞪眼數字很明確嘛，什麼碳排量啊什麼什麼就是很明確，國際 ISO 認證什麼就是很明確。但社會面這一塊很虛無縹緲，沒有人規定你要做什麼…所以我們都跟大家說你的社會面要扣合你的核心本業，要從你的立地的條件出發，你的產業是做什麼的，就從那邊去發揮。（N）

除此之外，N 分享他對於企業參與食農教育原因的分析：「再來第二個，我覺得跟 location 有關係就是他的所處的 community，他的利害關係人，他要溝通的就是當地的社區。所以第一個產業相關，第二個是他的所在地，第三個還有一種，就是創辦人的情感，例如故鄉情感連結。」

企業投入社會議題需要花費許多人力與成本，若能與企業本身的業務配合其回報的力度也越大。因此社會面向關懷的主軸若能與企業的業務配合，便能夠回過頭來提供企業相關的社會價值。例如黑松股份有限公司轄下的黑松教育基金會以促進小學發展在地環境特色教育，透過教師培力、生態校園建置以及建構以環境教育為主題的校本課程。

在 N 分析的三個原因：產業、地點與情感中，本研究的研究個案聚焦在地點以及情感因素。豐泰企業總部位於雲林，企業的主業雖然是製鞋，但雲林農林漁牧業興盛，西螺市場更是台灣農產最重要的交易場所之一。以雲林為主要服務地區豐泰文教基金會在近年選擇農業作為社會關懷的主軸之一：「那因為雲林縣是農業大縣嘛，我們考慮後決定推動的方向是透過對環境友善的耕作方式，來達到保護這個環境。（C）」

情感因素則大多來自於企業決策者本身。以本研究討論的台灣好基金會為例，其創辦人柯董事長出身屏東潮州，根植於記憶裡的鄉土情懷是董事長創立基金會的原因之一：「一九七七年，我辭去美國的工作回台灣，住在台北四十年，心裡卻總惦念著小時候在屏東鄉下成長的快樂時光，點點滴滴儲存在記憶的深處」[15]。另外由於柯董事長

[15] 引自台灣好基金會網站－董事長的話：https://new.lovelytaiwan.org.tw/pages/director

生病的親人因有機健康的飲食最終痊癒，也讓他開始關注有機農業與環境的議題：「他後來是用一個健康飲食的方式，讓身體治療好，所以柯先生他就覺得吃健康的蔬菜真的非常重要。他自己那時候就自己先資助了一間苗栗的小學，就提供他們吃有機蔬菜，就此只是想要這樣。所以這就是我們最初發起的初心（K）」。

故鄉的情懷再加上對飲食的注重，基金會在潮州開展「潮・南深耕」計畫，同時有機友善的農業鄉土教育在 2013 年開始試辦，並且在 2015 年正式開啟「神農計畫」，以一畝校田的模式進行食農教育。

最後，茶籽堂開始投入社區工作是源自於創辦人在「扎根本土與認同社區」的價值意義建立。茶籽堂在苦茶油復興之路的行動後選擇落腳南澳的朝陽社區，他們除了與農民契作共同發展本土的苦茶產業，透過參與社區發展，賦予品牌與土地的連結。而這樣的參與並非僅是品牌形象的建立，主要的原因是企業主本身對於這塊土地的認同與關懷：「跟我們的執行長有很大的關係，其實公司的發展很多的理念，還是來自執行長的願景。他其實一直想要打造的是，我們不只是想做一個產品，也想要讓大家有一個理解台灣土地價值的據點。那這個據點是哪裡，他覺得在南澳有很深的感受…他常覺得他在這邊，好像是一個返鄉子弟，去受到大家的關照。（F）」

在上述的分析中，我們從企業參與食農教育與社區發展的原因進行開頭，大致梳理企業參與相關業務的原因。接下來我們要進一步深究，這些企業用什麼方式推動食農教育？這些行動如何與他們本身的願景貼合？藉此討論企業推廣食農教育的意義價值。

1-1 製鞋大享踏入食農教育：豐泰文教基金會

豐泰文教基金會（下稱豐泰）於 2016 年開始關注有機農業及環境永續的議題，在基金會的章程中載明其推展事項包含（1）有機農業推廣（2）食農教育以及（3）食農公益三大工作項目，希冀促進雲林縣有機農業的成長，同時其公益與教育性質的業務也與豐泰過去執行的業務有關。

基金會 2016 年的年報是豐泰最早有機農業業務的紀錄：「基金會關心雲林農業發展，有鑑於環境汙染日漸嚴重、食安問題亦受到重視，將著手推廣有機農業並且促進食品安全及提升有機農業產值（財團法人豐泰文教基金會，2016）」。年報敘述的動機，主要是來自企業所在地的主要產業，以及由食安議題帶起的健康飲食議題。這點與之前動機分析中的地點因素符合，同時食安議題引起的關注跟過去許多研究提出的食農教育的發展因素息息相關。接下來，本研究將從有機農業、食農教育以及食農公益三大工作項目進行討論，分析其工作項目與企業 ESG 的關聯。

有機農業推廣：阿古力社會企業與有機農業契作

豐泰文教基金會為了推動食農教育與有機農業，成立「阿古力社會企業」，以此作為串連生產者、企業與消費者的永續推動平

台。這樣的模式是基金會長期觀察雲林在地農業結構所形成的實踐策略。雲林作為台灣重要的農業縣市，擁有豐富的生產基礎與深厚的農業文化，但同時面臨高齡化、規模小與市場行銷能力不足等挑戰。基金會意識到，唯有建立能夠支持農民轉型的制度性平台，才能讓「友善環境、在地共好」的理念真正落實。

阿古力社會企業的成立，核心精神在於推動永續農業，並透過串聯在地小農與企業採購，建立穩定的銷售管道。「阿古力社會企業的部分的話本身就是在推動永續農業，我們主要都是跟雲林縣在地的有機小農，或者是有通過友善認證的小農來合作。我們也希望透過不要使用農藥，不要使用化學的方式，來讓我們的土壤跟環境可以越來越好。」（D）這段說明揭示基金會的出發點：從環境友善與土地永續出發，透過實際的農業合作支持在地小農。

阿古力社會企業的核心行動之一，是協助小農在有機轉型的過程中獲得穩定的支持。首先他們透過契作讓耕種放心無虞：「我們在對跟有機小農契作的這些部分的話，我們其實一開始我們就會先預付定金 30%，就是其實讓他們在做運用的時候會有一些足夠的現

金流，可能他們一開始要去買秧苗，或者是他們要去做一些就是推動的時候他們是可以有足夠的錢可以來做使用。（D）」基金會目前共與 24 名左右的有機小農契作，耕種面積為 27 公頃左右。契作制度設計回應農民在耕作初期資金不足的困境，也展現出社會企業在「責任供應鏈」中的積極角色。

契作之外，他們引入了「有機驗證補助」與「品質檢驗」兩套制度確保產品安全與信任關係的建立。「我們每年都會提供有機驗證的補助 3000 塊，除了他們自己就是向政府補助申請之外，我們自己會再另外補助他們。（D）」這項補助制度體現了阿古力對於農民的實際關懷與長期陪伴。它藉由在政策與實務之間形成的支持網絡，讓農民得以穩定經營有機田區。

阿古力在有機農業推廣上，除了生產端的協助，同時也是一個教育與倡議的平台。例如每年固定舉辦的農業培訓課程，便是希望培力更多的有機農夫：「我們其實都會辦一些培訓的講座，就是給小農本身的，讓他們在耕作的過程中，可以同步地增長他們的知識。（D）」這樣的培力機制，讓阿古力成為農產品平台以及組織小農知識社群的單位。

建構穩定的有機農業耕作環境後，阿古力社會企業將這些有機農產品進行加工與販賣，打開有機農業的販賣與需求。例如用有機米製作的米香、糙米餅，以及百香果果凍等。加工除了加值產品的價值，豐泰真正想做的其實是藉此串聯企業進行綠色採購：「為什麼我們後來會延展這樣子的一些商品？因為遠你要從企業的職工的思考角度…你怎麼讓你的產品多樣化，然後讓那個企業願意去買單，那實際上你就要去思考怎麼樣讓你的產品，能從米去演變多不同的更多樣的產品。（C）」。在有機的生產穩定以及發展出諸多商品後，阿古力社會企業的產品能讓母公司作為禮品贈送，同時基金會也藉此向其他企業推廣綠色採購的概念：「企業去贈送給員工或者是客戶，或者是那個海外廠的辦手禮的部分，其實都會是強調就是購買阿古力的有機友商的商品。（C）」

阿古力社會企業的契作與補助制度，展現出社會企業「共益」的運作邏輯，藉由社會企業的方式，豐泰從公益與商業兩個角度形塑雲林的有機耕作模式：「我們的角色就是公益跟 Business 是並行處理這樣子。（C）」。它兼顧經濟可行性與社會價值，並以信任、檢驗與知識傳遞作為核心支柱。這些實踐的背後，是豐泰希望透過有機農業的方式，達成企業建構在地環境永續及有機健康飲食的目的。

用食農教育打造雲林的農業未來

豐泰文教基金會在推動有機農業的時，意識到單靠生產端的努力，仍不足以形成全面的永續轉型。唯有透過教育，使社會各層面理解食物、環境與生活之間的連結，才能促成行為與觀念的改變。因此，基金會自 2022 年開始推動食農教育，結合在地農業、學校教育與企業參與，形成一套具系統性的社會實踐模式。

豐泰食農教育的推動對象十分多元，涵蓋企業員工、在地學校、社區居民及農民。「食農教育的部分我們其實會針對企業、針對學校、社會大眾或者是小農來做不同的推廣（D）」。基金會不將食農教育侷限於校園，而是以社會行動的方式擴大其影響力。基金會每年舉辦多場食農教育活動，內容結合在地農產品、環境保護與飲食文化。「我們大概每一年度大概辦理大概六場以上，從 2022 年一直到現在大概是 19 場。這裡包含有一些是給社區民眾來推行，還有一些是可能自己培育的食農志工（D）」。這些活動以體驗與互動為主軸，透過闖關遊戲、實作課程與農產品展售，讓民眾能在參與中理解有機與友善耕作的價值。例如 2025 年 3 月，豐泰曾舉辦

「馬鈴薯大地尋寶趣－親子採收活動[16]」，邀請民眾至豐泰的有機示範農場採收馬鈴薯。

C 指出，推動食農教育活動的目的，除了提供知識外，也希望進一步促成消費行為的轉變：「我們為什麼會開始帶活動的原因點，是因為要改變一個人的消費行為，一定要從他的 mindset 裡面去進行變動。所以我們在每個食農活動之前，一定會去帶入有機、有善還有環境保護的觀念（C）」。基金會的教育策略，是以「觀念內化」為起點，透過活動讓參與者在體驗中產生價值認同。

此外，基金會也會邀請合作的農民參與活動，讓民眾直接面對生產者，理解有機農業的真實挑戰與努力。「我們的活動裡面會帶進小農進來，譬如小農進來的部分的話他就可以去宣傳，然後我們希望慢慢地推到就是社區的居民可以去跟小農直接購買，這個就叫參與式保障系統（C）」。這種「產地直連消費者」的方式讓民眾建立信任感，進一步形塑出地方農業的支持性網絡，使消費成為一種社會行動。

為了普及縣內的食農教育，豐泰另一個重要面向是將食農理念深入校園，讓學童從小建立對土地與飲食的理解：「前進校園食農教育

[16] 豐泰文教基金會官網－馬鈴薯大地尋寶趣-親子採收活動
https://www.fengtay.org.tw/NewsPage?sid=B2A5F6B293BB640BC35670CD50FEFBEB

的部分，就是單純的入校課程，因為其實現在有很多學校，應該說還是有蠻多學校他們其實本身是沒有在推食農教育這一塊（D）」。基金會的校園推動策略，是根據不同學校的條件與需求，發展出不同的合作模式。在推動初期，基金會主動設計課程、安排師資與教材，讓學校以最低門檻參與，課程設計則以「米食文化」為核心，讓學生透過認識稻米、種植與烹飪的過程，理解農業與生活的關係：「有一些學校他們沒做過的，但是他們其實是有意願想要做但不知道怎麼開始的，對我們都會有規劃一些單堂性的課程，進到校園裡面讓學生參加完 1.5 小時的課程後，就可以了解到一些永續友善的觀念（D）」。

隨著推廣逐漸成熟，基金會逐步轉向「自主申請型」模式：「現在經過一年多兩年的宣傳，有些學校其實對食農教育推展有興趣，我們開始有轉型，就是有大概費用多少，然後開放讓學校直接來申請補助（C）」。食農教育的制度提升學校自主性，也促進了課程的永續發展。學校在自行申請與規劃課程的過程中，逐漸形成內在動力，使食農教育從外部推動轉為內部自發。

為了培育學校的食農教育種子教師數量，基金會每年也會舉辦教師培訓課程：「我們固定每年度都會辦理兩場針對教師的行動教育培訓課，也設計了飲食教案手冊，讓有興趣的老師可以參考推動（D）」。

教案設計可以提供教師做教學的參考，並且建立教育社群，老師之間能分享經驗、共同學習。C 指出：「我們會希望的點是在於說，越多人去認得這樣，然後他們願意自發性的在學校裡面去推動的部分的話，其實這個才會是更長久更長遠的」。豐泰在做的事情所然看似是課程推廣，然而實際上，是希望藉由企業的資源達成教育體系的內部轉化。

用公益撐大有機農業的空間：雲林縣學校午餐有機米

豐泰文教基金會在推動有機農業與食農教育的過程中，進一步將這些理念落實於日常飲食之中，形成一項具有社會影響力的「學校午餐吃有機米」計畫。這項行動延續了基金會推動友善耕作的初衷，也回應了地方教育與食品安全的需求，使「食農教育」真正落地到孩童的生活現場。C 在訪談中提到：「其實我們雲林是農業大縣，所以我們希望說自己的孩子們也有機會來吃到有機米，而且是吃我們自己雲林在地的有機米這樣子」。藉由學校午餐有機米的贊助，讓孩子透過食物重新建立與土地的連結，從「吃」開始理解生產的價值。

在推動初期，基金會先行試辦每週一餐的有機米午餐，待規模逐漸擴大，基金會與斗南農會、雲林縣教育處合作，建置完備的有機米供銷系統。豐泰自 2023 年開始推動這項計劃，從一開始的 51 所中小學，今年則預計供應全縣 179 所學校，實現雲林縣每週一次有機米的

普遍供應。此計畫的另一個關鍵成果，是建立了「在地農產直供校園」的互惠關係。當學校成為穩定的消費者，農民便能預期產量與收益，減少市場波動的風險。這樣的穩定性讓農民願意投入有機轉型，進而形成區域性的永續農業循環。誠如 C 在訪談中表示：「每週一餐有機米，其實這是一個很好的公益的理念，它其實可以真的讓小朋友去吃到好的米之外，然後又透過這樣方式幫助更多的小農。支持更多的小農用友善的工作，對我們的環境保護是更好的。其實這是一個很好的循環專案的推動」。

此外，基金會也透過此計畫深化了與教育界的連結，建立起從課堂、社區到餐桌的完整食農教育鏈。C 提到：「基本上有些學校他會把有機米跟有機蔬菜每一週結合在同一天，以有機日這樣子的方式去宣傳，其實更能把教育的含義去推廣出去。我們希望他在吃的時候，學校可以去播放一些知識性的影片，然後讓小朋友知道，那這種就是教育的宣傳」。這樣的設計讓食農教育從知識學習延伸到實踐體驗，同時也讓學校午餐成為一種生活教育的延伸。

學校午餐吃有機米計畫雖然看似單純，事實上他其實是食農教育體系的延伸與深化。它讓教育行動與農業轉型彼此支撐，也讓永續消費的觀念得以在下一代中扎根。透過這項實踐，豐泰文教基金

會成功地將「友善土地」轉化為「日常可見的行動」，從一碗飯開始，建構出屬於地方、教育與永續交會的社會實驗場域。

有機農業與食農教育交織而成的企業 ESG

經由上述分析，我們可以得知豐泰文教基金會在友善食農的推廣目的是提升雲林的有機農業種植，並且以學校午餐吃有機米、有機農產品開發以及食農教育作為方法，提升有機農業種植的環境與價值。基金會所建置的工作模式，為有機種植搭建穩定的生產到銷售的管道，然而回到企業本身，這些環境公益行動如何與企業的社會公益價值進行串聯呢？

首先，總部位於雲林縣的豐泰企業是當地少數的大型企業。由於企業主對於健康飲食及員工福利的重視，豐泰企業的員工團膳皆是以有機的食材為主：「我們創辦人就是有這樣子的一個思維，所以說他起心動念也是想要讓員工注重食品安全的問題嘛，豐泰企業的裡面其實，午餐，晚餐全部都吃有機米有機蔬菜（C）」，也就是基金會將有機農業的推廣，納入企業內部餐食提供的體系。藉由讓員工實際在日常飲食中體驗有機飲食，以及企業送禮以阿古力製作的有機產品，這些做法落實了企業對永續農業的支持，同時 ESG 中「E（環境）」與「S（社會）」的實踐具體可見。

除了稻米和有機產品外，豐泰在食農教育的投入也直接與企業本身業務對外的合作有關。以製鞋為主的豐泰，其中一個重要的合作夥伴是 Nike，作為全球前幾大的鞋業品牌，Nike 本身也相當重視企業社會責任：「Nike 他有所謂的 CSR 部門，那其實他就是在關注的就是說你的企業永續部門在推動的是什麼…所以來這裡（指豐泰基金會的有機園區）的時候他就可以很全面觀的知道，我們在幫助的弱勢、社區居民以及在地的小農。他可以透過這些資料，知道合作企業除了有賺錢之外，也願意付出很多在社會公益的這個區塊，社會企業責任的這個區塊（C）」。豐泰企業在全球許多國家都有設廠，總員工達到十三萬人，其中 Nike 可以說是豐泰最重要的客戶夥伴。豐泰用食農教育與有機理念耕耘的「土味」，對企業而言是最具現化的社會責任呈現。

除了對企業的直接幫助外，有機農業也成為豐泰對外倡議的基礎。在社會與政府規範越來越重視企業社會責任的環境下，基金會看見其他公司企業對公益項目的需求，因此希望以此作為串聯，建立「食農永續」為核心的企業網絡：「不是每個企業都有辦法去成立一個基金會或者是社會企業…我們希望更多的人願意去串聯去投入在這裡，它就是有一點平台整合的意思。這樣子做其實可以讓很多人去少走冤枉路，然後又可以讓整併起來，讓它的效益是最好的（C）」。藉由跨

域串聯，達成基金會擴大有機農業種植的目標，同時農業也得以被更多企業納入永續採購體系，為 ESG 報告書中的「供應鏈永續管理」提供具體實踐案例。

為了吸引企業加入豐泰的有機網絡，基金會透過「數據化」的方式告訴參與的企業，這些消費為環境帶來哪些影響：「企業其實就是 business，寫數據嘛，你在講在多不如一個數據來得重要（C）」。豐泰引述有機農業推動中心針對有機種植減少農藥與化學肥料數量的研究，實際跟採購的企業說明這些消費背後帶來哪些環境的益處「有時候企業會比較講求績效，他們會比較會想要知道說到底會顯現的數據是怎樣，而不是都是一些形容詞（C）」。



參與豐泰推廣之企業綠色採購的單位（照片取自阿古力官網）

除了推廣產品，豐泰基金會也會直接舉辦食農教育活動，提供豐泰集團或者其他企業參與。例如每年年末在園區舉辦的「食光穗道市集活動」，將有機飲食、環保理念與地方文化等概念，藉由市集的方式傳輸給豐泰企業員工：「透過這樣的方式讓員工直接參與活動，支持在地的小農或者是在地的藝文…讓員工可以了解到說企業除了平時工作的區塊，在地區域的公益的推動有哪些，其實我們已經真的是在做很多（C）」。

基金會本身的工作外，也會協助其他企業舉辦食農活動，例如2024年協助啓碁科技舉辦家庭日活動「2024 親近大自然 農遊挺小農」，近兩百位的參加者至豐泰的有機示範田區體驗馬鈴薯的種植。「我聽啓碁的講法，他們以前都去淨灘，對員工的參與度就不高。可是他們上一次來就是種馬鈴薯，然後又有一些食農的闖關活動。因為食農闖關活動你可以從中間去學的到一些農業的知識，然後去種馬鈴薯，你去才知道鋤禾日當午，汗滴禾下土（C）」。藉由啓碁的案例，讓我們知道相比單純淨灘、環境整理的活動，食農教育與能讓參加者更加親近土地也更有感。對於企業舉辦 ESG 活動而言將會是未來可能的趨勢。

豐泰文教基金會的食農教育實踐，是一種以地方為核心的 ESG 模型，以教育與農業為起點，串聯企業對永續食農的關注。當孩子在學

校吃下有機營養午餐、當員工在企業餐廳理解土地的意義、當小農在田間感受到被支持的力量，這些行動串連後構成企業 ESG 對於地方及環境的幫助。豐泰是台灣少數企業成立的基金會中戮力食農教育的大型企業，基金會對於食農的投入，讓我們得以瞥見食農教育跟企業 ESG 之間的關係。

1-2 串聯企業共耕校田：台灣好基金會的神農計畫

台灣好基金會的「神農計畫」緣起於基金會董事長柯文昌先生的生命經驗。出身屏東的柯董事長本身就具有農鄉情懷，再加上女兒罹患疾病後對於健康飲食的注重，食用有機食材後孩子的身體逐漸恢復健康，這段親身體驗成為基金會轉向推動食農教育的契機。柯文昌深刻體認到，若要從根本改變社會飲食與環境問題，必須從教育著手，讓孩子在成長過程中理解食物、土地與健康之間的關聯。

神農計畫一開始，他以個人資金支持苗栗地區的偏鄉小學，讓學童從營養午餐開始能夠吃到以有機蔬菜與友善耕作方式生產的食材。這個嘗試在 2013 年萌芽，成為「神農計畫」的起點：「也是因為怎樣，所以柯先生他就覺得吃健康的蔬菜真的非常重要。所以他自己那時候他就自己資助了一間苗栗的小學，然後就提供他們吃有機蔬菜，這就是我們最初發起的初心（K）」。

計畫初期的核心概念簡單而明確：「讓孩子吃對的食物」。台灣好接著以三所學校作為試辦對象，從每週提供一次有機蔬菜逐步導入農業教育元素，並且逐漸建立神農計畫的三個主軸：有機飲食、土地教育以及家鄉認同：「我們從吃出發，然後從土地出發，然後希望學生他們從校園到家園（K）」。這三個主實踐的方式分別為（1）有機

農業：每週一次學校午餐吃有機蔬菜、（2）土地教育：建立校田，體驗農業、（3）家鄉認同：連接在地作物，種植符合當地氣候地理的農作物。2013 年試辦後，台灣好基金會在 2015 年正式提出「神農計畫」，以苗栗為核心有 11 所學校加入，並擴展到屏東、花蓮、台東與新北等地，直至現在累積合作過的小學共有 23 所。

這樣子創新的教育模式，對於學校而言是全新的嘗試與挑戰，同時十年前食農教育尚未普及，並非每個學校都願意帶孩子操作農事。回想當初跟學校合作的起始，J 表示：「其實我覺得是他們可能覺得這個東西內容還不錯，他們不用花太多的時間，而彼此有個合作的機會。」在學校加入逐漸上手後，食農教育的理念滲透進學校的教學現場，而後往更成熟的課程演進。評估學校合作的進程，J 跟著說道：「其實很多學校是不會知道自己要什麼，我自己覺得這是講實話，它是慢慢的邊做邊摸索，然後能夠取材的那個經驗」。這樣子「滲透式」的推進方式讓我們看見食農教育的魅力，也看見實施的難度。食農教育在學校的教學現場，該如何做、要教什麼仍有很多發展空間，沒有經驗的校方對這件事情勢必會抱持觀望的態度。然而一旦加入慢慢積累後，便能夠領會食農教育為學生帶來的好處。

神農計畫有許多主體參與其中：企業提供資源、學校投入食農教育、農夫老師規劃課程，台灣好基金會擔任串聯與媒合的角色，邀請企業參與並且提供食農課程資源的方式。拿到現在的脈絡來說，可以說是創食農 ESG 之先河。

神農計畫的發展過程並非線性推進，而是透過不斷修正與學校實際需求對話而成。基金會的角色在不同階段間轉換：從初期的資助者與推動者，逐漸轉為教育顧問與平台協調者。這樣的演變可以說是台灣好基金會在神農計畫中對「地方性」的重視，以學校為中心、以地方為基礎，發展出兼具彈性與在地精神的教育實踐。從一開始的單點試驗到跨區域的網絡推動，神農計畫展現出一種「由生活出發」的教育理念：孩子在學習中理解食物的價值、在土地上學習尊重自然，也讓地方因教育而重新被看見。

神農計畫的教育理念與課程設計

神農計畫的教育理念核心是以「食物」作為理解世界的起點，讓孩子從「吃」的經驗重新認識土地、生產與生活的關係。不同於傳統農業教育多以農技學習為導向，台灣好基金會強調「吃、土地、家鄉」三軸的教育結構，將飲食教育、環境教育與地方認同串連成整體學習脈絡。台灣好基金會將之視為一種開創學生視野的「創新教育」：「我

們其實要並不是多麼會種這個技能，其實是一個農業性的未來的翻轉的想法…我們透過不斷的、規律性的作物耕種，從播種一直到採收，可是在每一個播種跟採收裡面，我們都置入了所有創新的元素，還有想要傳達的新的觀念。（J）」

校田是神農計畫與學校合作的基礎。藉由共同耕耘這一畝田，讓學生能夠在實作中學習，同時校田也是一座立體的教室：「對我們來說這個農田的本體它不只是要做食農教育，我們更希望它是一個立體的媒材跟立體的教師。在這個學校跟學生可以透過這個媒材去學習到所有跨領域相關的事情（L）」。校田作為立體的教學媒材成為學校設計課程很好的教材。例如坪林國小以茶葉為主軸，美術課老師便用茶湯帶著學生做茶染創作。苗栗文峰國小採收洛神後，結合秤重的數字加減，與數學課結合。美術老師則帶領學生進行洛神花的素描寫生，K 進一步說明：「他們這一畝校田，其實他們是結合各種領域去做課程，然後學生他們不是說這個只是農，而是一個非常生活化的事情。」食農教育儘管是以食物及農業為教學主題，但是當生活場域的農田被當作一間立體教室，結合課程的設計，孩子從身體經驗出發，在學科與術科能有一定的學習並且培養出理解世界的感官與思辨能力。

神農計畫除了學校的課程外，也建立一群陪伴學校進行課程的「農老師制度」。農老師的加入，除了協助學校農業知識缺乏的困境，台灣好基金會希望合作的夥伴認同永續，並且具備創新教學的能力。「在計畫裡面，我們把眼光放在做一個孩子的學習，所以我們其實是蠻重視農老師他有沒有一個想像力去看到一個土地教育，跟一個孩子，可以透過什麼樣子的學習設計產生一些對話。（J）」

在這個基礎下，農老師的能力就不單要懂農業技術，也同時需要藉由創新內容的教育，帶領孩子在校田的基礎上看見土地及生活。這群「農創教師」從農民、手作職人、在地文化工作者到自然教育講師，組成相當多元。開放而多元的架構讓課程更貼近地方文化，台灣好基金會希望藉由這個創新教學的模式，讓校田帶領孩子看見不一樣的世界。

也因為這樣開放多元的架構，神農計畫開創的課程與坊間常見的食農教育有很大的不同。例如 2020 年在潮州鎮東國小的課程，由擅長蜂類昆蟲的城市方舟工作室謝宗叡進行教學。以獨居蜂的生態與知識為基礎，帶領學生進行故事劇本創作，最後以校園環境為背景，進行演出[17]。

[17] 詳細的課程紀錄，可見神農計畫官網頁面：https://sn.lovelytaiwan.org.tw/courses/debfd3

隨著 108 課綱通過，神農計畫在學校端也因為課程體制的改變迎來新的可能性。108 課綱的校本課程強調學校自主設計課程、回應在地需求，藉此培養學生相關的核心素養。這個變革與神農計畫中的一畝校田進行跨領域教學的想法不謀而合，也帶動許多學校以此發展課程：「到 2018 到 2020 的時候，就是這個時候 108 課綱也開始推動。所以我們發現有更多學校有這樣子的需求，就是他們有素養的需求，他們也希望可以用食農教育，去結合他們的環境教育的議題。（K）」

在教育理念的推展上，神農計畫同時回應了台灣教育轉向素養導向的趨勢。計畫的三大核心有機飲食、土地學習與家鄉認同，實際對應了 108 課綱中「自發、互動、共好」的核心精神。它讓學生從身體與地方經驗出發，進入探究與反思的歷程。課程不強調標準答案，而是引導學生在探索與實作中，發現自己的價值觀與行動意義。台灣好基金會將教育視為社會改變的起點，神農計畫的課程設計正是這一信念的具體實踐，讓學習回到生活現場，也讓土地重新成為教育的根。

從校田展開學校與地方的互動關係

神農計畫從一開始就以「陪伴而非介入」為原則，強調在地參與與自主發展。基金會協助學校設計課程、培訓教師，但不主導活動方向，讓學校根據自身條件、社區資源與學生特質發展屬於自己

的課程。透過校田以及協同老師的加入，將教學以學校為核心向社區與家庭擴散，形成一種生活化的學習網絡。這種「由下而上」的推動方式，使每一所學校的神農課程都呈現不同樣貌，反映出地方的多樣性與生命力。

相較於許多食農課程與社區發展協合作，神農計畫選擇跟社區的家長建立連結。例如邀請種植香蕉的家長會長、具有麵包製作專業的師傅，或者邀請會種植地瓜的家長成為農事團隊成員。這種以「人」為中心的連結方式，讓學習成為真實社會關係的一部分，學生學習的對象除了老師也包含社區成員，而這些大人在參與神農計畫的課程後，則成為社區中推廣相關理念的一環。「我們是跟社區個人合作，家長的面向。我們為什麼會這樣做，因為我們覺得他們進入到學校裡面，然後從學校裡面吸收到的東西，他們再帶回孩子，然後再帶回社區…我們覺得孩子也是社區的一份子（J）」

除了家長參與食農課程，神農計畫另一個社區化的面向則發生在社區長者身上。由於有許多校園同時兼做樂齡中心使用，神農計畫的課程也同時在長輩身上進行教學。「因為我們很多都是非山非市的小學，很多學校也要兼任樂齡學習中心的這個場地，所以就乾脆一魚兩吃，教孩子的順便教老人家（J）」。

神農計畫雖然是以學校作為教學核心，然而校園位在社區，也是社區重要的組成，事實上教學會因此外溢至社區當中。除了上述透過家長或者長輩作為傳導媒介，孩子與家庭及社區的互動，也讓社區看見校園食農的成果：「當時在四林國小那邊，孩子回去就會跟社區講要怎麼樣堆肥，然後大家有跟著做，後來那個果樹長的超好的，（社區的人）就說這神農計畫有用（J）」

類似過程讓神農計畫跳脫學校「活動」的角色，隨著孩子在家中分享學習內容，家長逐漸開始思考飲食選擇與環境議題，甚至有家長開始參與學校課程設計或田間管理。神農計畫讓學校成為社區學習的中心，而教育不再只是單向的傳遞，而是互動與共學的過程。這種「學校社區化」的模式，使教育回歸生活現場，也讓地方社會在教育的帶動下逐步形成共享價值與共同實踐的文化。

校田種出企業的 ESG 成果：企業的資源與加入

台灣好基金會的創辦人具有深厚的企業人脈資源，其企業背景使其能夠將教育理念與企業資源相結合，形成獨特的永續合作模式。在這個背景下，神農計畫提出「一企業支持一學校」模式，除了建立長期穩定的支持系統，其原因也來自於創辦人對於土地情懷，以及他對企業基金會業務的觀察：「我覺得董事長他切入的點，是覺得很多的

基金會並不知道他要做什麼，做的都是一些社會捐贈、社會福利。其實應該鼓勵很多的企業他能夠回去支持他自己的家鄉的子弟…我們最大的期待是邀請企業走入鄉鎮，因為企業不走入鄉鎮他永遠不理解對台灣這塊土地（J）」。在一企業支持一學校的模式下，企業成為校田運作以及農老師課程主要經費的來源，因為企業的支持，神農計畫才能在這幾年有那麼多所學校的參與。

台灣好基金會在這樣的跨界合作中，扮演協調者的角色。基金會負責行政媒合與資源整合，並且引導企業理解教育現場的真實需求。在媒合之初帶領企業走進學校進行拜會，建立雙方初步的認識，也讓企業了解學校的風土環境。在校田正式開啟前，也會邀請企業高層參加：「會安排一個叫做開田的儀式，然後讓企業可以邀請相關部門的人，可以來學校親身體驗，體驗所有神農計畫內容，從吃營養午餐，然後學校的這些，實作內容，然後農事體驗、課程體驗，是透過體驗的方式來進行（J）」。企業參與校田的大事件，理解教育推動背後的挑戰與價值，這種以體驗為核心的交流方式，使企業的支持具備深度與持續性。

值得注意的是，作為企業與學校之間的串聯者，台灣好基金會為了讓企業了解課程執行的情況，會固定提供企業相關的報告。「成果

報告裡面比較質化的數據，包括今年受益的學生有幾位，授課的時間是多久等等。在更內部的話，我們會去更仔細的去分享每一堂課我們上了什麼，比如說有機蔬菜的供應狀況，今年有孩子有給了哪一些回饋等等。（L）」。企業獲得這些報告後，也有將之呈現於企業永續報告書的案例，例如目前支持苗栗縣興隆國小以及文峰國小的信邦電子，在 2023 年報告書中社會參與的章節，提到參與台灣好基金會神農計畫的成果。除此之外，信邦電子多次獲得永續報告獎項，其中 2021 年所獲之「台灣永續企業績優獎」，得獎頁面便是信邦電子參與興隆國小的照片。顯見企業參與食農的「故事」，對於獎項的獲取或者企業形象的呈現，有一定助益。



信邦電子得獎頁面支配圖，照片取自：財團法人台灣永續能源研究基金會

4.5.5 教育參與

曾經是老師的董事長對於教育非常有熱忱，除了公司帶頭做起之外，信邦人也主動投入公益，透過長期積極主動投入社會活動，關懷在地學校，並深耕文化與藝術領域，散播生命能量的種子。

台灣好＜神農計劃＞食農教育

信邦從苗栗起家，自2018年起參與台灣好基金會「神農計劃」亦從苗栗出發，以「有機飲食、土地教育、家鄉認同」為三角核心，讓孩子們從有機飲食出發，透過食農教育讓孩子們學習種植食物、認識食物的來源、瞭解飲食對健康的影響，並培養對環境的尊重和保護意識。從小養成健康的有機飲食習慣，強健他們的體魄，並以「一所學校，一畝校田」，讓田園成為教室，腳踏泥土，播種耕植，進而認識台灣的土地與環境永續，凝聚家鄉的認同與自信，並透過農場參觀、校田工作、烹飪課程、營養教育等方式建立孩子們更健康、永續和具有責任感的飲食和生活方式。信邦至今已認養了興隆國小與文峰國小兩所小學，除了每年持續地投入外，並將當年度成果再次投入到次年計畫，或其他共辦計畫，發揮複利放大的成效。





2所小學

投入金額NTD 1,000,000新台幣

校田面積4,063平方公尺

有機蔬菜供應量2,468公斤／年

取自信邦電子 2023 年永續報告書。

延續信邦電子的案例，本計畫於 10 月 7 日曾參與文峰國小舉辦的洛神花採收活動進行觀察。透過這場活動，我們也看見台灣好基金會在跟學校溝通、串聯企業與學校以及企業參與學校活動的經驗。文峰國小參與神農計畫已有約十年的長度，由於新校長到任，因此台灣好基金會團隊包含執行長、專案總監及工作團隊，在活動前安排與校長進行拜會，向學校的主管說明神農計畫的實施。

透過這樣的拜會，讓我們清楚看見台灣好基金會在這樣的專案模式中，擔任舉足輕重的「串聯者」角色。位在不同領域的企業與學校兩方，若沒有人居中協助關係的建立，這樣的合作模式將不復存在。台灣好基金會扮演的橋樑，將企業的資源耕種在學校，成為校園成長的養分。

當天信邦電子的高層主管到場參與學校的食農活動，包含副總、處長等職位，足見企業對於神農計畫的重視。信邦電子在苗栗地區有多個廠區，企業與學校間在地緣關係上相當緊密。在活動後跟校方的互動中信邦電子的處長表示：「學校後面的山頭上的科學園區就是我們正在蓋的的廠區，蓋好進駐後在上面就可以看見文峰國小和洛神花田」。除了地緣關係的親近外，詢問副總關於信邦電子對於地方教育的支持，他表示：「我們很重視地方的發展，如果能提升小學的資源與教學，也能讓我們在這邊工作的家長有更好的環境，企業才能永續發展。」

神農計畫的成功不僅在於教育創新，也在於它示範了非營利組織如何以「教育」為媒介，串聯社會不同部門實踐永續的教育模式。從最初的個人關懷出發，逐步發展成跨越教育、農業、社區與企業的永續網絡。十年的發展後，神農計畫中的食農教育從知識傳授的課程，朝向一種社會治理的創新實驗。當孩子在校園裡種菜、影響社區居民、

企業在經營管理的永續理念實踐，食農教育的影響超越教室，滲透進社會日常的各個層面。同時神農計畫的經驗也顯示，當教育與企業社會責任結合時，永續發展的理念能更具結構與實踐性。企業透過參與教育行動，得以在公司的治理中內化永續的精神；而基金會則透過神農計畫達到有機、土地與鄉土的三大目的。

1-3 落地在朝陽的苦茶樹：茶籽堂發展脈絡與在地化契機

從最初以清潔用品為基礎，到深耕農業、落腳南澳社區、塑造地方創生樣本，茶籽堂的發展歷程展現了一條「由品牌回到土地，再以土地促進品牌升級」的逆向敘事。這條路的核心，在於企業從單純靠品牌驅動轉向以農業、土地與地方為根基的永續文化實踐。

茶籽堂與朝陽社區的緣分可以說是天註定，2016 年茶籽堂團隊正在進行「苦茶油復興計畫」，尋找台灣適合發展苦茶產業的地區。當他們要前往苦茶的大本營花蓮，行經宜蘭南澳的朝陽社區時，在當地信仰中心天后宮認識里長並且求得籤詩：

財中漸漸見分明

花開花謝結子成

寬心且看月中桂

郎君即便見太平

短暫停留卻遇見社區頭人以及簡直明示的籤詩，宛如神跡。在這個機緣下茶籽堂與朝陽社區結緣，苦茶樹也因此在南澳這塊土地上扎根成長。因為苦茶樹從種植到收成常需五年時間，茶籽堂契作

的方式為：提供免費苗木、栽培協助、保證收購等支持措施，同時派駐點人員協助田間管理，使農民能在穩定的風險控制下投入苦茶樹栽種。

茶籽堂在逐步建立契作體系的同時，將品牌、設計、美學等元素一併導入地方。隨著契作，茶籽堂在朝陽社區建立駐點辦公室，進行地方空間改造、品牌識別建立與社區美學設計輔導等。這些設計與品牌本身或者農業本身看似沒有直接關係，但實際上對於提升社區形象、吸引訪客與品牌能見度有重大助益。透過這樣的設計導入，茶籽堂使品牌與地方特色融合。

然而為什麼茶籽堂願意花那麼多的心力，投入社區相關的工作呢？對於茶籽堂的創辦人而言，投入契作的原因是復興台灣的苦茶產業與文化，若合作的社區逐漸凋零，對於苦茶的延續而言會是一大挑戰。同時社區工作的參與也來自創辦人在品牌形象的設定與願景。F 表示：「我在這邊都已經做了這麼多契作，如果年輕人不回來，這個社區沒落，甚至滅村，那我這邊前期的投入其實就中斷了。所以社區的復興，讓年輕人回來對我們來說，是一個共同的課題…第二個角度當然，也跟我們的執行長有很大的關係…對他來說，他其實一直在想要打造就是我們不只是想做一個產品，我也想

要讓大家有一個理解台灣土地價值的據點。那這個據點是哪裡？他覺得在南澳有很深的感受」。

從這樣的出發點可以得知，茶籽堂的在地化契機並非源於商業考量，而是出於一種產業永續運作的思維，以及品牌在地化的實踐。企業透過朝陽社區這個具體場域，將品牌的自然哲學轉化為生活實踐，使永續不再只是理念，而是實現在跟地方共生的日常。接下來，本文將更深入分析茶籽堂如何投入社區工作，以及社區成長對企業永續概念的關聯等主題，最終以此作為案例，討論企業與社區同行，對企業的社會責任與品牌形象，能帶來哪些助益。

農業駐地規劃師的角色實踐與社區融入

在企業與地方共創的實踐中，「農業駐地規劃師」成為連結企業理念與地方現實的重要角色。以茶籽堂在宜蘭南澳朝陽社區的經驗為例，駐地規劃負責農業生產規劃，並且承擔關係經營、文化轉譯與地方治理參與的多重任務。

茶籽堂的駐地規劃師 G，起初的主要職責是契作輔導與產地調查，負責掌握農民生產狀況與作物品質：「他比較明確的工作就是產地的調查，去瞭解現在產地的狀況，然後解決農民遇到的問題，然後當然還有配合公司需求去掌握產量（G）」。然而在長期駐點的過程中，

他逐漸理解「駐地」不只是工作據點，而是一種生活與社區的共同節奏。他回憶：「跟社區居民互動的時間越來越多，甚至連上班的時間都有居民來『聊天』，後來老闆說：G 你知道嗎，這也是你的工作，我就知道我的工作就是要跟大家建立關係，就不能只是過自己的生活。」創辦人的說明，讓駐地工作開始轉向，從「技術執行」轉為「關係建立」。

這樣的角色轉化使規劃師成為企業與社區之間的橋樑。G 協助農民學習友善農法，在過程中也學習地方知識，並引入外部專家促進技術與文化的雙向交流。他曾邀請農業講師協助農民理解「草生栽培」的概念，讓除草從「清除」轉化為「維持生態平衡」。這樣的實踐，顯示他在工作中擔任專業顧問外，同時轉譯知識與協作地方事務。

在長期駐點的過程中，G 逐漸從企業代表轉化為地方成員。隨著在朝陽社區駐點的時間越來越長，G 發現：「**我**自己也有感受就是，農村或是農業，它其實是需要社群，尤其是台灣，你需要社群的支持。」於是他開始參與地方活動，從志工幫手到社區發展協會的敢不，逐步被社區接納。這個過程體現了地方信任的累積，也是企業在地化的案例。

茶籽堂對駐地工作的彈性管理，讓這種關係經營得以長期發展。G 提到，公司允許他「不需打卡上下班」，並認為「與社區聊天也是工作的一部分」。這種制度設計反映企業對地方信任的重視，也將社區互動納入永續行動的一環。企業不再僅追求產量或數據，而是將人際連結視為永續經營的基礎資產。G 一方面將企業的環境理念、品牌價值轉譯為農民可理解的語言；另一方面，也將地方的需求與文化回饋給企業，使雙方能建立穩定的合作模式。這樣的角色不僅推動生產效率，也同時強化企業與社區的互信架構。

這種夥伴關係的模式突破了「社會責任支援地方」的單向框架。G 從外來者到融入社區核心成員的過程，說明了企業地方化的關鍵不在於資金投入，而在於「有人在場」。駐地規劃師的長期存在，讓企業能透過具體的人際網絡，理解地方文化的邏輯，並以貼近社區的方式推動永續行動。在茶籽堂的案例中，農業駐地規劃師是企業融入地方的重要節點。他結合技術與關係、制度與情感，讓企業成為地方生活的一部分。

美學導入、地方再生與資源引介

走進朝陽社區，馬上會被社區中統一的品牌識別系統以及滿滿設計感的建物吸引。2025 年 6 月甫開幕的朝陽小舖，將在地的元素以設

計語言重現，作為販售社區在地物產與飲食的據點。社區發展協會經營的餐廳「客來香」原本位於漁港邊，因故遷移至現址後，茶籽堂參與整體裝潢設計的工作，透過設計呈現朝陽漁業的亮點，同時又像是在鄉間吃辦桌的溫馨空間，客來香現在成為遊客到訪朝陽社區必吃的餐廳，是帶動社區經濟成長的功臣。除此之外，朝陽社區發展協會相關的產業與品牌意象露出，在茶籽堂的協助下有完整的意象呈現。

朝陽社區
NANIWA COMMUNITY

朝陽社區發展協會的 logo

在朝陽社區的轉型歷程中，因為茶籽堂展開的「美學導入」而有顯著的改變。從美學導入的經驗，我們可藉此得知企業與社區共同工作時的挑戰與平衡。

首先，對居民而言美感與生活改善之間的關聯並不明顯，他們在意的是經濟穩定與功能性設施，美感改造背後需要付出的成本，也成

為社區組織卻步的原因之一。以客來香餐廳的改造為例，原本企業對於餐廳改造的願景與形象，跟社區有一定的落差，經過來回的討論才有現在的呈現：「社區其實就提出很多他們從在地經驗出發的考量…所以我們就會慢開始去學習這個平衡是什麼，如何去兼顧茶籽堂想要的美學，跟社區可接受，可執行的模式去打造。所以你看到的每一個空間，我們其實都有反覆的很多的協調。（F）」改造完成後，隨著越來越多人進到朝陽社區餐館的客流量增加，社區民眾開始意識到「美」與「經濟活力」之間的連結。

除了餐廳空間的改造，朝陽社區的品牌識別意象也令人印象深刻。社區的招牌以及生產的農產品例如稻米、咖啡等，都有一致性的包裝風格，對於一般的社區來說鮮少使用品牌的角度去經營組織，茶籽堂以朝陽社區能長久發展的願景，跟社區討論後促成這樣的改變：「這些元素要能夠確保在社區所有識別系統的一致性，從餐廳、到小舖、到社區發展協會的農產品，都可以是一致的，那才是我們覺得可長可久的（F）」。對於社區而言，在不了解設計的重要性之前看見的是成本與花費，當設計的語言進入社區的生活空間，發展協會經營的空間都有統一色調及設計感的 logo 與招牌，社區居民看見美學帶動社區的經濟發展，這件事情才被當地居民理解：「雖然社區一開始覺得設計費很貴，但是營業就是翻好幾倍，那還貴嗎？現在感覺觀感都不

一樣了，他就會開始去理解設計的力量，設計是可以創造價值，設計是可以服務的（F）」。

2025 年茶籽堂的執行長趙文豪也獲聘為社區的「品牌暨美學總監」一職，這個職位代表的不僅是茶籽堂參與社區發展的投入，也代表社區對於品牌及美學的重視。茶籽堂對於社區美學的參與，除了空間與 LOGO 的設計之外，他們希望社區發展協會能具備品牌的思維，建構社區在這方面的軟實力。例如茶籽堂針對社區的需求，開設「商標管理議題」講座。企業以美感為契機，帶動的不只是環境更新，而是地方自我理解的更新。對茶籽堂而言，這種在地美學的實踐提升品牌形象，並且深化了企業作為地方共生者的身份。

在地創生的關鍵，在於地方自我動能的培育，以及如何有效導入外部資源，形成可持續的社會網絡。茶籽堂在宜蘭南澳朝陽社區的長期行動，展現出企業作為「資源翻譯者」與「中介橋樑」的角色。他們對社區最重要的幫助之一，是將城市企業的語言與地方社區的需求對接，讓雙方能以共同理解的框架進行合作。

茶籽堂受訪者 F 在訪談中指出：「茶籽堂很像是社區跟城市的橋樑。就是其實社區有一些需求，他也有想要找企業支持，但他其實不懂企業的語言，他不知道怎麼去跟他溝通表達出他的需求」，

相較於一般企業大多提供經濟的支援，茶籽堂透過「語言轉換」讓地方能具體表述需求，並以可衡量的成果吸引企業投入。當社區能明確呈現「所需資源、預期成果與社會效益」，就能突破過去僅能依賴公部門補助的限制，拓展多元合作的可能。

這種「資源翻譯」的能力，在朝陽社區的發展歷程中具體展現於兩個案例。其一是「朝陽小舖」的成立，獲得嘉威聯合會計師事務所的贊助支持。該空間結合了地方物產展售與社區活動功能，成為朝陽居民共同經營的社區平台。F 表示，企業願意投入的關鍵，在於茶籽堂能以具體數據呈現資金運用與效益：「我們其實會很具體的去盤點出來他所需要的資金缺口到底有多少，然後我們完成這個空間之後，他可以做的應用可以創造的，譬如說聘僱機會，或者是社區產業的可能性在哪裡。」茶籽堂的介入，讓社區提案從「理想」變成「具體可評估的計畫」，這種專業化的中介過程，正是企業參與地方創生所需的信任機制。

另一個重要案例是茶籽堂與星展銀行合作打造的「Naniwa House 1」共享辦公空間。該空間為朝陽社區提供了一個共創據點，結合會議、培訓與展示功能。星展銀行作為國際企業，其 ESG 投資策略重視「長期社會影響力」，而茶籽堂的提案正契合其理念。F 說：「企業

會在意影響力，也希望不要做一次性的。你能不能夠把這些講得很清楚，其實是很重要的。」茶籽堂透過多年深耕建立的信任與口碑，讓企業相信投入不只是短期贊助，而是能持續滾動的社會投資。

從以上的案例可以歸納出茶籽堂與社區合作的三個層次的策略：首先是「信任基礎的建立」，企業願意支持地方計畫，往往仰賴既有的信譽與成果，茶籽堂在朝陽多年的深耕經驗，使其成為可信賴的提案者。其次是「需求的專業化轉譯」，茶籽堂協助社區以企業熟悉的邏輯表述需求，如預算明細、經濟效益預測、就業創造等，這樣的專業報告讓企業能以投資思維理解社會行動。最後是「價值共構的策略」，企業的ESG參與強調「可衡量的社會影響力」，茶籽堂則以地方實踐回應這種期待，讓企業的投入成為推動地方再生的關鍵環節。

茶籽堂作為中介引進資源進入社區的行動，突破了傳統企業社會責任的框架，過去的 CSR 多半以捐助或志願服務為主，茶籽堂更接近「共益型合作」的實踐——企業不只是捐錢，而是透過專業與資源參與地方發展過程，達成社會價值與品牌價值的共生。

茶籽堂的地方教育實踐：從土地認同到世代想像

茶籽堂抱持著「地方創生」的理念參與地方的工作，因此教育是他們相當重視的一環，在地方的工作中扮演重要的角色：「我們剛開

始做地方創生的時候，我們思考就有幾個面向，教育、空間活化、產業復興跟品牌化思考。在這幾個選項裡面，教育也是我們覺得很重要的一環（F）」。

茶籽堂對於地方教育的關注是「人如何重新理解自己與土地的關係」，但他們深知茶籽堂並非教育機構，並不擅長課程設計，因此茶籽堂邀請教育專長的單位進駐南澳，開辦鄉土教育的課程。除此之外也加入南澳高中的「山海課程」，提供學生關於土地、產業發展等新的觀點與想法。

茶籽堂最初與地方教育的連結，始於體制外教育單位的合作。茶籽堂的執行長結識長期投入偏鄉教育的社團法人籽苗教育發展協會，邀請對方設計一系列以「土地認同」為核心的課程：「希望就是探索完之後，聽到他們重新對自己家鄉的感覺是什麼。因為以前他們其實對家鄉沒有太多的感覺，我就是來這邊上學，回家後就會聽爸爸媽媽說，國中要去哪裡了、高中要去哪裡了，就是沒有停在南澳的選項。（F）」。課程的進行方式是帶領學生訪談長輩、記錄家鄉、繪製地方，課程的最終成果展則在茶籽堂位於社區的門市「里海門市」舉辦。

在成果展上孩子們表達自己對於南澳的改觀：「他覺得他想要跟爸爸媽媽說，他可不可以留在這裡讀書，可不可以不要去外面。」F

回憶道。過去南澳的孩子往往習慣將「離開」視為理所當然的選擇；地方是暫時的、邊緣的，而城市才是成長的方向。茶籽堂希望透過課程行動，讓孩子重新看見「留下來」的可能。

雖然疫情中斷了教育的行動，但教育的種子已在地方生根。當時教育團隊的核心老師選擇留在南澳，成立了「小人一號課輔班」，持續陪伴當地孩子學習與生活。這個課輔班後來發展成城市與鄉村交流的平台，成為許多都市家庭寒暑假期間的體驗基地。F 表示：「他們真的就在這裡駐點，除了照顧孩子，也讓城市的孩子來認識不同的土地與社區。」茶籽堂則以提供教室、空間等方式支持，使這項教育行動得以延續。

除了國小教育，茶籽堂也與南澳高中展開合作。這段合作源自於「里海門市」設立後南澳高中的老師走入店內，主動提出希望帶學生來參訪。這樣的偶發互動，逐漸演變成長期合作。南澳高中開設的「山林課程」關注原民學生與土地的關係，試圖引導學生思考土地不只是資產，同時也是文化與生活的基礎。F 表示：「他們很多學生的家庭都有原住民保留地，但常常把土地視為要種、要賣的東西。老師希望他們能重新理解土地的價值」。

課程中團隊會帶學生走進苦茶園，認識友善農法與永續漁業的概念，並安排討論讓學生反思「家鄉土地還能做什麼」。F 說：「我們希望打破他們對農漁業的理解與想像」，這樣的學習歷程讓學生能夠理解永續經營的概念，並且重新思考土地的多重價值。

更深一層地說，茶籽堂之所以重視教育是因為它視教育為地方永續的核心條件。若孩子對家鄉沒有認同，產業再被重建也可能缺乏後續承接者；唯有當下一代願意理解、投入地方，地方的再生才有真正的延續性。

茶籽堂的地方教育行動，以地方為教室，以社區為教材，讓學習回到真實的生活場景。孩子不只是學習關於土地的知識，而是在實際行動中參與地方、理解生產與環境的關係。這樣的教育方式呼應了 108 課綱強調的「自主行動、社會參與與文化理解」三大面向，也與食農教育的精神相互呼應。這樣的實踐讓企業不只是提供資源的外部力量，而是地方教育生態的一部分。

從茶籽堂的 B2B 接待經驗談地方與 ESG 的連結

在永續發展與 ESG 已經成為企業經營的主流議題，地方社區如何與企業建立合作關係，成為地方創生實踐中愈發重要的課題。茶籽堂在宜蘭南澳的實踐，提供了一個值得深入觀察的案例：企業如何以

「橋樑角色」連結城市與鄉村，使社區能被企業理解並參與 ESG 生態圈。

茶籽堂的企業接待經驗起源於品牌自身對利害關係人的經營。F 回顧：「前期我們的參訪比較像是邀請重要利害關係人來認識我們做的事情，例如星展銀行」，隨著 2023 年里海空間的開幕，茶籽堂開始推動企業（B2B）參訪導覽，讓品牌故事與地方行動能被企業群體直接體驗，讓企業在真實的地方情境中理解何謂地方創生、友善農法與永續生活。

來訪的累積人次約已達到千人，訪客分為三類：企業志工團、欲學習地方創生的機構，以及以見學為目的的團隊，近期企業志工類型的需求明顯增加，F 指出：「企業員工做志工常常覺得淨灘很膩，希望能做些有意義的事。透過走讀、品牌故事，讓他能夠感覺到，我花了一個時間來到這邊，我有付出但我也收穫了一些東西」。

茶籽堂設計的企業志工藉由體驗轉化價值認知，許多企業回饋：「原來志工活動也可以這麼有收穫！」這種「情感、知識、行動」的連結，是茶籽堂在接待過程中設計的永續教育元素：「對我們來說某種程度這也是我們想做的事情，我們真的成為一個橋樑，然後城市的人來到土地，然後在土地上被感動（F）」

茶籽堂在與企業互動時會「議題導向」呈現影響力，跟到訪的單位說明苦茶油復興的故事與意義。每次企業參訪結束後茶籽堂都會製作一份五到六頁的簡報回饋，內容包括當日活動、行動成果、環境與社會影響力的量化呈現。藉此企業能將到訪的經驗轉化為內部溝通素材，讓永續成效具透明度。這種具體化、可衡量的呈現方式是地方場域與企業永續需求對接的關鍵。企業期待理解自身參與的永續價值，而不是「參訪在地特色」的表層經驗。

茶籽堂的經驗顯示出社區若要與企業合作，必須能以企業熟悉的語言表述自身價值。例如具體說明活動的社會影響、在地就業效益、環境改善成效等，而非僅以「在地體驗」作為賣點。F 表示許多社區仍缺乏這樣的能力：「社區目前就我個人的觀察，沒有很從企業的 ESG 需求思考準備工作。比較是把現有的產業好好地呈現出來，然後你是遊客，就提供遊客適合的服務，你是團體就提供團體適合的服務。但是沒有細分是學校的需求、企業的需求，還是公務員的需求。」她舉例，一些社區雖試圖引用聯合國 SDGs 指標，卻「講不具體、不具象，企業聽得出來」，最終難以建立信任。這反映出企業與社區之間在語言與邏輯上的落差，企業講求具體的影響力評估，以觀光、服務作為主軸的社區，若沒有經過整理或者正確的轉化就無法說服企業。

茶籽堂的經驗提供社區和企業合作的可參考模式，首先社區須釐清合作的目的，是希望建立長期夥伴關係（三至五年支持計畫），還是短期參訪與活動；接著，社區需要學會以企業的語彙溝通，將自身行動與企業 ESG 目標對接。例如在環境面（E）上強調生態復育與友善農法；在社會面（S）上呈現共創與地方參與等方式進行溝通。

企業的 ESG 需求越趨成熟，社區若無法提供具體的故事、有結構的內容，對於長期合作有一定困難。許多企業「已經聽過太多地方的故事」，若缺乏具體數據與成效，將難以說服決策者。從茶籽堂的 B2B 接待經驗，對於社區參與 ESG 的想法，我們可以得知地方不單純是被動的展示者，亦從地方的角度提供永續發展的多重面貌。這種互動讓企業看見地方的價值，地方透過企業的視角，也能進一步重新定義自身的發展方向，形成一種跨域共創的永續生態。

苦茶油莊園的未來藍圖：從生產鏈整合到地方文化實踐

茶籽堂在南澳朝陽社區的地方創生實踐，正逐步邁入以「苦茶油」為核心的整合階段。品牌從最初以苦茶粕開發洗沐產品起家，到如今回溯苦茶油產業的源頭，回到原料端、回到土地，重新建立從栽種到製油、再到生活應用的完整循環。

茶籽堂的品牌起源於對「苦茶粕」的再利用，這是製油後的副產品，也是過去被忽視的資源。透過苦茶粕開發的洗沐產品，品牌奠定了營運基礎。然而，茶籽堂並未停留在產品加值的層面，F 指出：「溯源是我們企業的價值，回到最源頭，苦茶一開始栽種的用途是什麼？它是油料作物，最一開始的用途就是做食用油。所以對我們來說，既然原始的用途是榨油，我們也應該要把食用油這件事情做到最好。」這樣的溯源思維，讓茶籽堂的永續邏輯形成一條「從副產物到原料、從日用品到食文化」的逆向鏈結，體現企業對材料生命週期與土地價值的深度理解。

因此，茶籽堂正積極規劃在南澳建立「苦茶油莊園」：一個集契作、生產、體驗與銷售於一體的綜合場域，F 強調：「製油還是需要體驗，才會認同它的好，認同完才會思考，日常到底需不需要這個東西？到底需不需要這個油？需不需要這個洗沐產品？」。該莊園預計包括三個主要功能區：

(1) **製油場域**，讓地方契作的苦茶籽能直接在產地榨油，縮短供應鏈並確保品質溯源。
(2) **體驗中心**，以「油文化」為核心，設計包含飲食體驗、洗沐應用與永續生活教育的多元活動。

(3) **展示與銷售空間**，作為品牌文化的延伸，讓參訪者在感受產品的同時，理解其背後的土地與產業故事。

未來茶籽堂在朝陽社區的苦茶油莊園，將成為品牌「文化—產業—體驗」三位一體的具體實踐場域。它除了是製油工廠，也同時是講述土地故事的空間。F 認為：「苦茶文化我們也要透過跟地方的合作才會形成，不然這個文化就會變成一直在講營養，在講成分。我們在講文化，包含飲食文化，包含產地文化，包含農民田間智慧，那個才是文化的厚度。」

茶籽堂的在地連結擴展到與旅宿的企業和品牌，他們與多家飯店合作，以台灣品牌洗沐品取代國際品牌，強調「旅宿在地化」的理念。F 指出：「如果旅客在台灣用的也是歐蘇丹，那他為什麼要來台灣？」這句話道出品牌差異化的重要性，也反映茶籽堂對地方文化經濟的深刻理解。透過本土品牌的串聯，茶籽堂在構築的是一個以「台灣價值」為核心的文化生態系。

茶籽堂未來的苦茶油莊園，以苦茶油為媒介，將生產鏈回歸土地、將品牌故事融入地方生活。「茶籽堂式的地方創生」注視的不只是產業發展，而是透過在地產業整合呈現的文化復興運動，讓品牌、土地與文化在同一個場域共振。

回顧茶籽堂在南澳朝陽社區的實踐，不以捐贈、補助或形象宣傳為主，而是重視「陪伴、共創、賦能」為核心的行動邏輯，長期與地方共同生活、共學、共建，形成與地方的深度共生關係。茶籽堂在地方上是推動者，同時是地方生活的一部分，由此可歸納出不同於傳統企業社會責任或ESG框架的行動路徑。

茶籽堂的社區實踐顛覆了企業介入地方的傳統模式，過去多數企業以短期專案形式進入地方，提供資源、完成目標、離開現場。然而茶籽堂強調在地共生與長期陪伴，包含駐地農業規劃師、美學導入等工作，充分與在地居民溝通，成為社區發展的陪伴者和最有力夥伴之一。

其次，茶籽堂展現了「文化中介者」的角色，透過包裝、展覽與品牌敘事，讓地方經驗跳脫邊陲的生活片段，提升至具有公共討論價值的文化資產。翻譯地方的故事與價值，使之能被外界理解與尊重，同時也翻譯外部資源的語言，讓社區從內部做好準備。地方成為能發聲的主體，進而建立社區與外界互動的穩健橋樑。

茶籽堂的案例亦顯示出企業永續工作的深度，相較於一般企業強調的量化績效與外部審核，茶籽堂更接近深耕地方、與地方同行的模式。評估企業永續價值除了環保指標或社會影響力報告外，還

有與地方建立的真實關係與互信，強調共感、責任與相互扶持的關係。永續不是法規的外部要求，而是企業內在價值的選擇。

茶籽堂以長期陪伴為基礎、以共創為方法，實踐出一條企業與社區共好的永續路徑，讓我們看見企業可以不只是經濟實體，也成為社會關係的生成力量。這樣的實踐，為台灣企業如何在地紮根、如何在永續轉型中找到自己的位置，提供了相當重要的參考。

第二節：社區與企業的食農教育合作之道

2-1 找回的社區蕉傲：旗山糖廠社區的食農實踐

高雄市旗山糖廠社區發展協會座落於旗山糖廠（舊稱旗尾製糖所），是日治時期設廠的重要製糖基地。旗山糖廠隨著製糖產業衰退，2000 年初逐漸停工，場域也隨之閒置，聚落原有的員工宿舍群、廠倉體系與甘蔗產業也面臨人口外流與空間荒廢的困境。停止糖業運作的糖廠目前轉型為「東九道之驛－旗糖農創園區」，製糖的廠房與廳舍開放單位進駐進行活化使用。

糖廠社區發展協會承租舊糖廠的倉庫，作為老人社福照顧、大旗美農村體驗物產直賣所以及協會的辦公室使用。社區發展協會在當地居民的共同合作參與下蓬勃發展，包含產業提升、農遊體驗等，其中長輩照顧的社福服務，是社區長期執行的業務，也是受訪者回故鄉工作一開始碰到的業務：「我回來的時候遇到疫情…那我們一開始其實做的事情很簡單，幫忙送餐，因為社區停停止運作…我們疫情的時候接觸很多人，接觸了好多好多長輩跟社區的居民，所以跟社區的人熟悉度就就變高，透過送餐結束，所以所以會有一些不一樣的連結存在（A）」。糖廠社區目前為社區照顧關懷據點，同時也執行農業部綠

色照顧計劃，並在 2025 年獲得《第四屆全國十大綠色照顧優良典範》的獎項。

除了長輩照顧外，產業推廣亦是協會營運的重點。透過體驗活動與販賣產品的收益，建置「體驗營運」→「社區回饋」的運作制度。社區協會於 2019 年在旗糖農創園區成立「大旗美農村體驗物產直賣所」，作為體驗場域與農特產品銷售據點，販賣旗山、美濃、六龜地區的農產好物。直賣所看似以農產品販售為主，實則是一個匯聚在地文化、食農教育與旅遊體驗的平台。除了帶動社區走向「生產＋體驗＋教育」的複合模式，也讓消費者能直接理解農村與農產的來源、價值與意義。

接下來，本研究將從糖廠社區進行教育活動的歷程進行分析，討論糖廠社區發展協會的食農教育、跟學校的合作，以及企業永續旅遊的經驗。

旗山糖廠社區的食農教育實踐：從香蕉出發的地方共學

旗山糖廠社區雖以「糖廠」為名，但該社區的教育主軸卻是以象徵旗山在台灣農業史中榮耀與轉折的作物「香蕉」。香蕉在旗山是重要的經濟作物，更是一段跨越時代的集體記憶。社區發展協會透過教育活動的設計，試圖讓「香蕉」重新成為串連土地與生活的媒介。

以香蕉為主題，糖廠社區發展出各式各樣的體驗活動與教具。協會從 2016 年開始舉辦社區農村體驗小旅行，到現在發展出各式體驗遊程，從香蕉的葉子、枝葉、果實到莖幹，協會以「全植株利用」的角度進行食農課程的開發。現在糖廠社區可以提供的體驗活動包含：香蕉乳汁畫、金釀果醋 DIY、手作香蕉包、手作蕉香豆腐乳、香蕉刮絲取纖 DIY、香蕉手抄紙 DIY，以及多款環境桌遊（包含：作伙來落田、懷念的鐵支路、香蕉囡仔、悠遊糖鄉等）認識地方故事與物產。

在食農教育之前，糖廠社區已有豐厚的環境教育經驗。例如在 2022 年獲得環境部全國國家環境教育獎社區組特優，2024 年則獲得環境教育設施場所認證。從環境教育的累積為基礎，糖廠社區發展協會的農遊體驗及食農教育相當成熟。當初社區開始教育相關的活動，其實源自於組織「生存」的挑戰：「協會內部的人意識到就是，要找到一個方式賺錢養空間，才有辦法讓這個地方才營運下去，那時候就找到談香蕉絲就是農廢這件事情去做運用。那時候為什麼談到這件事情，其實沒有為了別的，就是為了社區擾動。（A）」。由於協會大多執行政府的計劃，組織收入沒有開源的話時常面臨經濟收入的難題，再加上糖廠社區發展協會的場地需要支付租金。因此經濟永續的議題，是協會發展體驗活動的重要原因。

社區成員的組成，也是糖廠社區能夠發展教育體驗課程的契機。首先，社區成員的中生代大多為軍公教人員，由於具備相關經驗的背景與能力，讓社區初期啟動時有豐沛的人力資源可以使用：「社區比較多的背景是軍公教人員，大家一開始就是想要透過遊程跟導覽，因為他們很會講話（A）」。年輕一輩的成員加入協會後，則成為體驗活動教育化、教案化的推手：「後面延伸的就是當我們這些這一群青年回來的時候，其實看到已經有好多東西了，所以我們其實沒有再增加，我們只是把東西重新盤整，寫成所謂的教案。（A）」由以上的描述可以知道，社區一開始對於持續發展做出的努力以及成員的特質，是現在社區能發展出如此豐富體驗課程的背景。

分析糖廠社區的食農體驗活動，大致可以分為三種面向。首先是**香蕉的產業知識與農業技術**。協會承租並經營一塊以「食農課程」為目的的香蕉園，在課程一開始會邀請參加者走進香蕉園，藉由實際觀察與認識，建構參加者對於香蕉的農業知識。

其次是**產業與生活的連結**。協會以「從產地到餐桌」的觀念，設計香蕉食品相關的 DIY 體驗，例如傳統香蕉包製作、香蕉果醋 DIY 體驗等，讓學生在過程中除了獲得娛樂感，也重新理解食物的來源與價值。

最後則是站在**永續產業**的角度進行策劃。由於香蕉在種植的過程中會產生許多農廢，例如香蕉花、香蕉的假莖，因此課程中透過香蕉的農業廢棄物進行課程，除了具備自己動手做的新鮮感，也能說明社區在永續工作所做的努力。

糖廠社區在食農教育體驗成績斐然，2023 年通過農業部的全國優遊農村體驗品質評鑑，2024 年也因為社區全方位的發展，獲得全國金牌農村競賽銀牌的獎項。到訪團體包含教育單位的戶外教學、政府單位或社區夥伴的參訪、企業 ESG 永續旅遊等，龐大的服務量與執行力，是本研究討論企業如何參與社區工作的重要參考。

另外，回到體驗活動營運的初衷，發展農遊體驗活動為社區帶許多關注、人潮與收入，而這些收入則轉為社區的社福經費，支持社區人力的充實、長者與小孩的照顧，以及與在地小學合作食農課程的經費。這種以農遊體驗支持社區運作及食農體驗的模式，也為本研究後續提出企業與社區支持模式，提供可參酌的經驗與案例。

旗山糖廠社區與企業合作的實踐：地方共益的永續路徑

旗山糖廠社區發展協會的企業合作經驗，是近年台灣農村社區在永續發展過程中極具代表性的案例之一。這個位於高雄旗山的老糖廠聚落，原以食農教育與香蕉產業推廣為核心，隨著活動能量與知名度

的提升，逐漸成為企業永續旅遊與志工參訪的首選場域。糖廠社區以食農教育做為企業永續旅遊的主軸，其實是以遊程的方式進行策劃與思考：「我覺得大家要把食農教育當產業去經營是很困難的。所以大家還是要回歸遊程，所以回歸遊程的方式去經營。（A）」。

另外糖廠社區能在 ESG 永續旅遊這一塊合作穩定發展的原因，則來自於旅行業者的牽線：「企業會直接跟旅行社說，辦員工旅遊那一種，那他就跟他講，我這次要辦 ESG 的活動…但我覺得這也是正常的，因為辦這些活動都還是屬於旅行業者的範疇，所以所以我們都不會排斥跟旅行社接洽（A）」。社區由於發展農遊體驗遊程跟旅行業者有合作的基礎，碰上企業近年來對永續旅遊的注重，因此有許多單位團建、企業日以及企業 ESG 旅遊的合作，是因為旅行社牽線而舉辦。這些企業團體多半來自科技業、金融業與製造業。

社區在接待企業的過程中也逐漸建立起屬於自己的「款待程序」。通常他們會先帶領參加到協會經營的香蕉園進行導覽介紹，而後回到教室進行講解與手作。如此安排的原因，是因為大多數企業員工與農村距離遙遠，對農村通常相對陌生，也會因為環境蘊熱產生負面感受。也因此，對 A 而言要舉辦企業食農教育的體驗，除了有活動的籌備，他更重視的是「服務品質」：

「食農教育前面我們還有一個叫服務品質…所謂的操作流程，有把它顧好的話，那在意義面上的傳達還是會做到…當我品質顧得好，那遊客會接受的程度也高（A）」

「服務好的時候我們就會覺得啊…他才會記得啦，我們還是期待他記得這個地方，然後記得他摸過香蕉的哪一些部位。那其實對我們來講，第一層的意義就已經足夠了，是那後面我們其實就是真的看個人。（A）」

透過 A 的分享，我們可以看見企業永續旅遊的另一個面向。台灣有許多中小企業，這些中小企業其實無力面對來自政策或社會希望他們善盡社會責任的壓力，籌劃較為輕鬆，又能因此回饋地方、支持社區以及產業發展的社區農遊，成為企業在面對社會責任的解方。

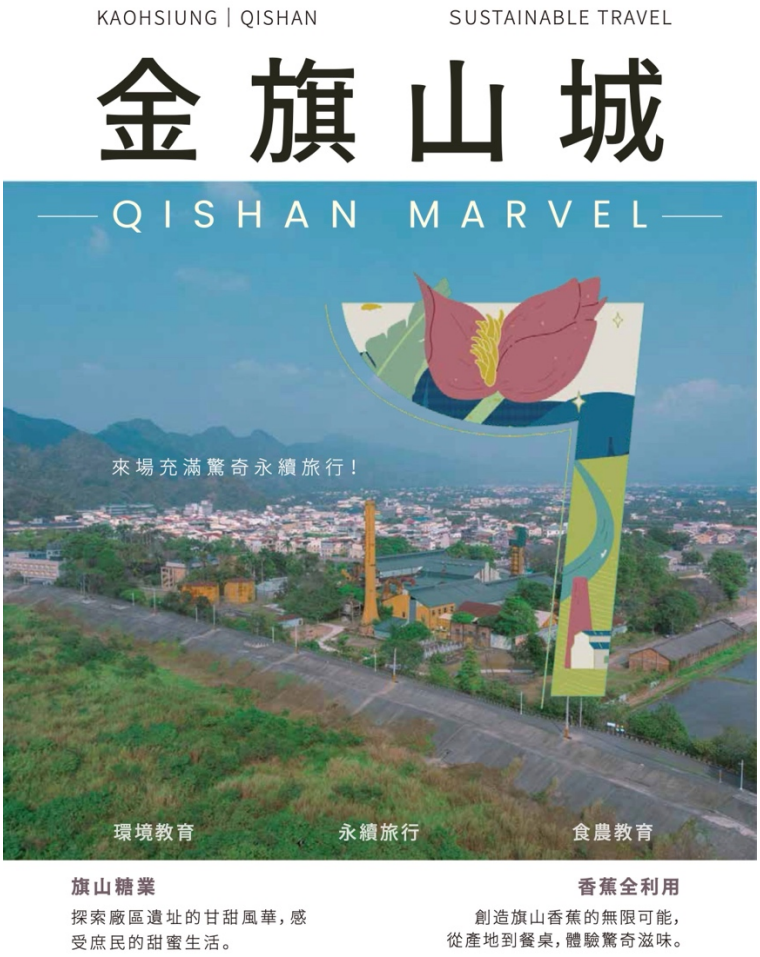
糖廠社區除了中小企業的永續農遊，也有其他跟企業更深度的合作。相對於中小型單位，若企業有成立基金會或者永續處，相對而言在行程的安排上會較為扎實：「大部分基金會他們的概念跟理念都很清楚，他們知道他們要來到這邊的原因。所以在網路端的資訊也要曝光的明確，讓他們知道我們在做這件事情。（A）」例如今年九月元大文教基金會跟糖廠社區合作舉辦「元大幸福日」的活動便是其中一

個例子，基金會邀請高雄上平國小及屏東霧臺國小學生前往旗山，體驗取香蕉絲的 DIY，學習環境永續的觀念。

另外，關於「服務空間與量能」也是受訪者認為社區在籌備與企業合作時相當重要的考量。「在安排遊程來講的話，如果我們的核心教案已經完成了…你在操作的空間到底在哪裡？因為操作空間會影響到大家在學習的品質或是意願。（A）」。以今年二月糖廠社區協助五福旅遊舉辦 ESG 活動為例，該場次為五福旅遊的年度員工永續活動，多達四百人的人數進到糖廠社區，社區如何安排空間與人力便是個大學問，而這也回歸到 A 所說的服務空間籌備的議題。

社區進行永續旅遊為地方帶來經濟收益，然而回到永續這個命題，糖廠社區的「永續」以及實施食農教育的意義是什麼？他們如何說服企業這趟遊程具備永續性呢？糖廠社區的回答是「在地性」。社區工作者跟企業溝通時，會強調活動的導覽人員都是在地居民，除此之外，課程所用的食材也都來自地方，以地方風味餐為例：「我們這邊社區媽媽提供用在地食材製作的風味餐，而且這個餐食的費用一桌 4000，我們是全部給社區媽媽去賺。不會再進到我們的口袋，就是給社區媽媽（A）」。

除此之外，糖廠社區針對永續旅遊製作了《金旗山城－永續旅行手冊》。這本手冊除了提供體驗活動的項目、說明與定價外，他定調了社區遊程跟永續有關的指標，並且加入了永續發展目標 SDGs 作為參考。對中小企業而言，透過這本手冊便能夠快速對接到社區後與 ESG 的關聯性，大大縮小單位間溝通的成本。



最後，訪談中 A 提到社區第一次跟企業合作的經驗，該案例雖然與食農教育無關，但做法相當值得其他社區參考。2016 年左右糖廠社

區因空間與設備問題有很大的資金缺口，社區理事長因此寫了一份說明及企劃書給臺灣企銀，希望打開與企業合作的大門。當時台灣企銀關注長照議題，預計發行「銀色之愛信用卡」，提撥消費金額千分之三捐助至公益信託基金中。這份企劃書剛好碰上信用卡的發行計劃，機緣巧合下便促成協會與台灣企銀的長期租金贊助的合作：「回頭看其實是意義性就比較大一點點…一直到現在還是有在補助，台灣企銀的狀態就會變成還有在支持這邊，他還會帶一些藝文活動進來，就比如說布袋戲、野鳥學會的教育課程。（A）」。

在這個經驗中本研究想提出來討論的是：社區與企業提案的準備與行動力，以及資源永續性的思考。許多社區認為企業的距離相當遙遠，彼此因為領域的差異在溝通上也有一定難度，然而糖廠社區在面對困境時主動與企業接觸，並且提供企業完整資料說明社區的狀況與願景，這樣的行動力是協會能成功獲得企業支持最重要的關鍵。其次，原本協會在說明書中是希冀能獲得一筆資金，與企銀溝通討論後，化成固定每年的租金補助。一次性的資源與長遠的支持有不一樣的功能意義，然而在糖廠社區的這個故事裡而言，每年租金支持的細水成流，以及建立與台灣企銀的長久合作關係，其意義性更為長遠深厚。

旗山糖廠社區在推動企業永續旅遊的歷程中，展現了一種兼顧「地方共益」與「專業經營」的典範。社區透過「遊程化」的設計，把食農教育轉化為能兼具教育性與娛樂性的體驗產品，也讓企業在活動中重新理解地方產業與永續生活的連結。這樣的轉譯能力，使糖廠社區得以從原本的香蕉產業推廣者，逐步成為企業 ESG 旅遊的協力夥伴。

從操作層面來看，糖廠社區在安排永續員旅時，最重視的是「服務品質」與「場域量能」。無論是導覽順序、教案操作空間、還是團體動線安排，社區皆以「讓參與者理解農村、感受農村」為優先考量。這種貼近地方、卻具備專業執行力的款待精神，讓企業與員工在參與活動時，能記得自己「摸過香蕉的哪一個部位」、理解土地與食材的故事。

糖廠社區也以「在地性」作為核心訴求——所有課程講師、食材、餐食皆來自社區本身，收益回饋給當地媽媽與居民，確保活動的每一分支出都能落在地方經濟循環之中。這樣的在地鏈結，也正是他們向企業傳遞永續精神的關鍵語言。

糖廠社區的永續員旅實踐說明了：要讓農村成為企業實踐永續的場域，需要過設計、服務與地方文化，讓企業與社區成為彼此學習與

共好的夥伴。這樣兼具教育性、文化性與經濟性的合作模式，是其他社區推動 ESG 旅遊可參考與學習的模式。

下一代是社區的未來：糖廠社區的兒童食農教育

在農村再生與地方永續發展的討論中，「教育」始終被視為關鍵環節。地方能否延續的關鍵，除了仰賴產業活化，下一代是否願意理解並留在土地上相當重要。糖廠社區除發展香蕉文化與農村旅遊外，也持續投入兒少教育與照顧工作，這個段落將以糖廠社區自 2025 年起推動之兒少課後照顧據點及其與旗尾國小的教育合作為分析對象，探討其如何以食農教育作為媒介，實踐社區照顧與地方教育的雙重目標。

糖廠社區的兒少照顧工作，源自社區長期對地方家庭結構變化的觀察。隨著青年人口外移，旗山地區多數小學生由祖父母照顧，家庭教育與生活陪伴功能逐漸薄弱。受訪者指出，許多孩子放學後「不是滑手機、就是睡覺」，缺乏互動與探索環境的機會。面對此現象，社區決定設立能「陪孩子長大」的學習據點。

該據點獲得中國信託慈善基金會「台灣夢計畫[18]」支持於 2025 年正式成立。糖廠社區申請該計畫後，獲得來自企業的經費資源，同時建立兼具教育與社福功能的在地照顧機制。據點目前每週運作三天，以旗尾國小學生為主要服務對象，共收約二十位孩童，其中多為隔代教養、單親或經濟弱勢家庭。社區除提供作業輔導、情緒支持與家訪外，最具特色的是在課程中融入食農教育元素，將「吃」與「生活」轉化為學習的主題。

在糖廠社區的課後據點中，食農教育是一種貫穿整體陪伴計畫的教育理念，A 強調：「我們希望孩子從日常生活裡去認識食物，從而理解自己跟土地的關係」。因此，課程規劃以「從餐桌回到土地」為主軸，涵蓋三個層面：營養教育、食材認識與實作體驗。

首先，營養教育部分強調日常飲食選擇的意識培養：「我們裡面有一個課程的主軸是食農教育…從生活中的食物，然後教他們怎麼到超商去買看他的營養標示（A）」工作人員帶領孩子學習閱讀食品包裝上的營養標示，理解糖分、油脂與添加物對健康的影響。這樣的課程對長期由祖父母照顧的孩子而言尤具意義，因為許多人平日飲食可能會以外食為主。

[18] 根據該基金會資料，「台灣夢計畫」自 2012 年啟動，旨在協助全台弱勢社區推動兒少陪伴與教育行動，整合衛福部與地方政府體系，提供經費補助、社工培力與課程設計輔導。

其次，食材認識與地方產業連結則是糖廠社區的強項。依據社區長期推廣的香蕉產業，課程設計讓孩子走進香蕉園觀察植物生長，學習辨識果實成熟的條件與採收過程。這些活動並不是要將下一代培養成農夫，而是讓孩子以自身經驗理解食物的來源。

最後，實作課程則讓食農教育轉化為具體行動。據點每月安排一次烹實作課程，帶領孩子以當地農產製作料理。課程強調「從產地到餐桌」的完整體驗，使孩子理解食材背後的價值與環境意涵。同時，烹飪過程也培養合作與分工能力，進而建立自我效能感。

以貼合土地的方式，照顧社區下一代已成為糖廠社區在兒少照顧工作中的核心價值。這樣以地方經驗為學習基礎的食農教育模式，兼具生活性與地方性，孩子實際參與後重新建立與土地的情感連結。

糖廠社區在推動據點教育的同時，亦積極與旗尾國小合作，將食農教育延伸至正式學校體系。該校位於糖廠社區門口，雙方原本只有在節慶時合作，如兒童節、校慶與教師節等。2024 年起，社區與校方協議，將合作擴展為長期的教學支持。

旗尾國小的校本課程原本以毛豆為主，因為人員的調動，學校因此需要改變教學的內容，此時糖廠社區主動提供課程協力。於是社區自費提供教材、講師與材料，低年級課程以繪本導入家鄉探索；中年

級學生則前往香蕉園認識香蕉；高年級則結合商品設計與行銷討論，學習如何將地方產物轉化為文化商品。這些課程完全不收費，社區成員以志工身份參與。校方教師亦投入其中，許多導師在觀課後表示「原來可以這樣教」，顯示社區教育經驗對學校教學亦產生回饋效應。關於旗尾國小的課程配合，將於 3-1 更詳細介紹。

糖廠社區的兒少教育實踐，展現地方組織如何以教育回應社會照顧與文化延續的雙重挑戰。其表面意義看似是填補學校與家庭間的空隙，對於社區而言則有重構孩子與土地關係的目標。課後據點的食農課程使孩子從營養、產業、環境三個層面理解「吃」的文化意涵；與旗尾國小的合作則實現了教育資源的在地共享。

最後，回到本研究針對企業支持食農教育的討論。以糖廠社區免費支持學校進行食農教育的為例，大多數社區發展協會並沒有這樣的能量與資源，提供鄰近學校免費且固定的課程。能夠有這些資源，除了源自於協會成員對於社區的下一代以及食農教育的重視，更重要的是糖廠社區透過企業合作、農遊體驗、產品開發等方式，為社區的食農教育撐出實踐的空間。

當企業來到社區，參與農遊體驗獲得相關的知識，這是第一層企業與食農教育的連結。而後，社區能藉由這個資源轉而幫助地方公益

事務，並且將食農教育列為其中，則是第二層的連結。在這樣的模式下，企業儘管沒有直接投入資源支持社區做食農教育，然而企業因為支持永續農遊而來到旗山，等於間接挹注社區發展食農的業務。糖廠社區的經驗，是企業永續旅遊對地方發展幫助而言，最好的註釋。

2-2 與企業共築社區未來：朝陽社區的發展與轉型

位於宜蘭縣南澳鄉的朝陽社區，是一座依山傍海的聚落，坐落於蘇花公路與太平洋之間，西鄰中央山脈，東臨太平洋。這裡擁有山、河、海等豐富的自然景觀，卻也因交通條件受限與人口外流，長期面臨發展困境。社區居民閩南、客家族群及原住民族混居為主「這邊的客家跟閩南，我覺得是一半一半（I）」，生活型態仍保留著傳統農漁村的節奏，主要產業包括稻作、咖啡種植與定置漁網漁業。

朝陽社區的形成與地方產業息息相關。早期因臨近海岸線，居民多從事捕魚與小規模農業，並依賴自然資源為生。隨著產業結構轉變與人口老化，地方勞動力逐漸減少，青年多外移至都市工作：「我們這邊很多就是，讀書或什麼的就出去了，就很少回來，除了退休之後回來，等於對社區的認同感就會降低（H）」。社區發展協會的成立，正是在這樣的社會環境背景下誕生。

朝陽社區在 1994 年自理事會轉型為社區發展協會，積極參與政府各項計劃，與當時的農委會完成「富麗農村整體規劃報告」，當時完成的報告是協會後續設定發展規劃的基礎：「83 年之後就有做一些社區調查，研究一個社區規劃書，然後都照那個規劃書慢慢的在做，我們其實變化就是慢慢的，然後進步這樣子（H）」。

協會一開始主要以環境營造與生態導覽為主要工作，例如曾參與許多社區林業相關的計劃，農再條例通過後也參與農村再生計劃：「102 年我們拿到農再計畫，開始執行到現在區域亮點（H）」。透過政府計劃持續的累積，協會在軟硬體都有一定的成長。朝陽社區地處宜蘭與花蓮交界，面臨人口外移與老化的狀況，使社區成為一個非常具有「功能性」的組織，協助居民許多生活上的事物，也成為居民與外部制度之間的關鍵中介，也形塑出「遇事找協會」的社區文化：「知道這個社區讓我最感動的一件事情是什麼？就不管什麼事，怎麼解決，3 個字，找社區（台語），就是找社區的解決。所以大家居民有什麼事情，就是第一個就是會到社區這邊來問（I）」。

朝陽社區的居民關係團結且穩定，其中里長可以說是社區頭人，在多年任職里長的生涯中並沒有發生社區常見的派別紛爭，這也是社區發展協會能夠持續運作超過三十年的主要原因：「我們的里長他做了大約三十年，他做的這八屆當中換了八個理事長，然後八個理事長都跟他很好，所以這也是我們社區可以穩穩的走下去的原因（I）」。儘管朝陽社區地處偏遠，但小而美的居民關係讓協會穩定發展，也是宜蘭縣一直以來談及社區發展時，頗受重視的單位。

目前社區發展協會除了長者社會福利的照顧據點、綠色照顧外，主要業務包括客來香餐廳經營、朝陽步道及咖啡園管理、活動籌備與

舉辦、朝陽小舖經營等，工作人員約有十六人之多。十六個工作者比起其他社區發展協會可以說是很大的規模。其原因是社區的餐廳客來香需要十名左右的工作人員，為當地創造許多就業機會。工作人員甫則環境清理、接待導覽到餐飲服務等不同面向，使社區工作成為再分配地方勞動的機制。這種「從照顧出發的地方經濟」提供長者照顧所需的經費，並且創造當地人待在故鄉發展的契機。

從產業出發的食農教育

在山海之間的朝陽社區物產豐富，這些物產除了是當地居民賴以為生的產業，社區也透過這些特產發展相對應的食農活動。位於海岸與山脈交會的地理條件，使社區同時擁有稻作、咖啡、漁撈等豐富素材，這些產業構成居民的生活基礎，也是教學的「課本」。接下來，本研究將分別介紹朝陽社區的農漁物產及其相關的教育活動，最後則介紹社區與學校有哪些合作。

在食農教育之前，朝陽社區投入的是環境教育。除了社區部分工作人員領有環境教育人員資格外，社區也於 111 年參加環境部的環保小學堂計畫。直至今日，受訪者持續到小學及幼兒園進行環境教育的繪本教學：「我們這幾年做比較多的，近 3 年比較持續在做的就是到大南澳的 7 所學校去講故事，講繪本。（I）」。也因此朝陽社區的食

農教育承襲友善環境的理念，漁產、朝陽小舖農產品及食農活動都會跟環境保護進行結合:「賣的東西吃的東西,它都是跟環境有關係的…如果做食農的話，我們都是認識在地的物產…就是推吃當季食在地。如果是魚的話，則是推薦大家友善魚種。（I）」

鄰近社區的港口「南澳漁港」是台灣最後一個興建的漁港，曾經獲得 2013 年台灣十大魅力漁港特色組冠軍。南澳漁港最負盛名的是漁港附近的定製漁場，由於漁獲豐富且新鮮，每天上下午漁船回港的兩個時段總會出現「搶魚」的盛況。南澳漁港雖以漁業生產為主，然而豐沛的產量且搭配朝陽社區的景致，有一定的觀光發展潛力。因此農村水保署也投注經費，執行「朝陽社區漁港周邊環境改善」，將漁港前的閑置腹地改造成觀景平台。

南澳漁港的漁獲是社區餐廳「客來香」的主要食材來源，因此餐廳最吸引人的地方在於產地到餐桌的距離極為短近。主打新鮮及在地漁獲的特點，餐廳儘管藏身於社區生意還是絡繹不絕，成為社區發展協會主要的收入來源之一。

朝陽社區以「廢棄漁網再利用」為核心，結合在地漁業文化與環境教育,設計出兼具實作與學習的課程。社區每年可回收再利用約 120 公斤廢棄漁網，透過轉化再製的過程，引導參與者理解海洋垃圾與資源循環的議題。朝陽社區的「食魚教育」主要透過實地體驗讓參與者

理解漁村文化與永續飲食的關係。社區每年約舉辦十二場食魚教育活動，藉由南澳漁港定置魚網的漁法，介紹內容包括魚類辨識、漁法介紹與料理品嚐，帶領民眾從產地角度重新認識「吃魚」這件事。課程中特別強調依據「海鮮指南」選擇友善海洋的魚種，倡導「吃當季、吃在地、吃永續」的消費態度。這些活動傳達漁業資源保育的重要性，也讓遊客理解南澳沿海生活的智慧與永續價值。

除了漁業之外，社區的重要農產業分別是有機米、咖啡樹以及紅柚。這些物產大多是居民原本就有耕種，藉由社區發展協會的能量發展成產品或者相關活動。以有機稻米為例，社區支持農民以有機耕種的方式耕作稻米，收成後由協會收購並上架販賣或加工成米酒。咖啡則是在日治時期就有種植的歷史，社區選擇咖啡作為農產亮點，目前有兩公頃的種植規模。紅柚以綠保標章為特色亮點，不施用農藥、化肥與除草劑的方式耕作。

秉持以農產為課本、社區為教室的原則，朝陽社區用在地物產發展相關教育行動。以咖啡為例，品嚐咖啡之餘，社區會邀請遊客親身走進友善種植的咖啡園，認識朝陽社區種植咖啡的環境，介紹社區如何在山海交會的環境中推動友善耕作。稻米的部分，則結合當地傳統飲食製作成「魚鬆草仔粿」。2024 年研究單位曾於南澳高中舉辦食農課程，便是邀請朝陽社區的協會夥伴前往進行魚鬆草仔粿課程的教學。

朝陽社區發展協會與蓬萊國小的合作，展現地方教育與社區理念的結合。I 表示，蓬萊國小從低至高年級的學生，每學年都會前往朝陽社區進行一次農事體驗。這些活動起初源自「環保小學堂」計畫的合作契機，隨後發展成常態化課程。社區居民與協會成員親自帶領學生進入田間：「蓬萊國小就是一到六年級，然後每個年級，每年都會來一次社區，然後參加農事體驗（I）」學習除草、採摘與辨識蔬菜等農事技能，並從中理解「吃當季、食在地」的理念。

本研究並無直接與蓬萊國小進行深度訪談，然而從學校制定的彈性課程中可以看見《野菜共和國》課程的安排是學校教師與社區教學。安排學生步行前往朝陽社區菜園，實際觀察農作環境與蔬菜種類，學習有機種植的方式與收成季節，並於活動後以親手採摘的食材製作沙拉。這樣的體驗能讓孩子理解蔬果來源，也培養了對土地的感受與合作精神。

關於經費的部分，一開始社區由於執行環保小學堂而與學校合作，因此並沒有收取相關費用。然而專案結束後這樣的合作仍然存續，學校提供簡單的導覽與材料費用，形成穩定的合作模式。走進社區的課程讓學生在體驗中培養對環境的敏感度，也讓社區教育的觸角延伸至學校體系，成為地方共學、共育的範例。

最後，關於食農教育活動的宣傳與定位，朝陽社區與前述的糖廠社區截然不同。朝陽社區的業務重點在於政府相關計劃的執行，例如照顧據點、農村再生計畫等。對於著重行銷的食農體驗活動儘管有一定發展，但大多是有外來團體參訪或者協助學校、茶籽堂活動才會舉辦，並有少量旅行社的合作，如同I受訪時表示：「就其實我們沒有什麼管道，沒有什麼行銷管道，然後就是有人來詢問我們，就是跟他講說我們目前有推這一個，就比較被動啦」。

而這樣的情況在協會2024年獲得金牌農村的殊榮後，在2025年有不一樣的改變。今年度他們盤點社區一年四季有的物產，透過時序將當時適合的農漁產品及活動整理展現，成為他們未來發展相關活動的基礎。同時，他們也藉由金牌農村相關的計劃，找到協助規劃食農體驗活動的老師，並嘗試舉辦遊程活動，開啟協會新的發展可能：「就是我們金牌農村計劃有一個遊城設計的課程，還沒有對外正式去做體驗，還在做一些討論（H）」



朝陽社區獲金牌農村後，將資源投注於食農教育遊程的規劃，設計出一年四季適合進行活動的物產表。

社區為軸的協力實踐：朝陽社區發展協會與茶籽堂的共創之路

宜蘭縣南澳鄉的朝陽社區這個聚落，因地理條件偏遠、人口外流一度陷入沉寂。然而近十年來，社區發展協會在地方耕耘中逐漸找到新的定位，以環境生態與生活文化為基底，透過與在地企業「茶籽堂」的長期合作，重新建構出兼具地方美學與社會實踐的社區樣貌。

茶籽堂最早因苦茶油產業鏈而與南澳結緣，進而在朝陽社區展開契作計畫與地方創生的合作。初期的關係建立在品牌對土地倫理的重視，他們尋找能以友善農法栽培苦茶的地方，而社區居民則以世代務農的經驗回應品牌需求。茶籽堂的進入，與外來企業的「建設」模式不同，雙方展開一種協力夥伴關係。社區發展協會作為中介者，負責協調在地耕作、管理空間、接待參訪者，讓企業的永續理念有了落地的土壤。

茶籽堂在朝陽社區扎根駐點後，為朝陽社區帶來許多新穎的想法與計劃，例如前述提過關於社區美學、朝陽小舖創建的案例，這些改變很明顯都是茶籽堂來到朝陽後為地方帶來的資源。然而社區發展協會的人如何思考兩個組織之間的關係呢？

對於在社區發展協會的 H 而言，他認為朝陽社區能與茶籽堂同行，最主要是彼此抱有互相「尊重」的心意：「他們不像以前來我們社區的一些團體，就是為了要賺錢，他們來就是會尊重在地。如果我們不願意做的，他們就會溝通…我們其實也不是說反對外來團體進來，只是就是大家互相尊重，這很重要，才能夠永續的合作」。

然而什麼是尊重呢？其實我們可以從兩方的合作的細節中查知。以朝陽社區的南澳漁港改建工程為例，這個計劃為農村水保署分三期

的經費支持，茶籽堂在第二期的時候加入溝通的工作。在溝通的過程中，由於有充分的討論，再加上跟茶籽堂的信任關係，因此在漁港的第二期工程就相對順利。「因為跟茶籽堂之間的信任度夠，所以就是願意放手讓他們去設計然後，但是在設計的途中，他們也會不厭其煩地來討論（I）」。I 也分享南澳漁港旁的海灘一直以來都是當地長輩重要的生命經驗地景，在規劃時也將這樣的需求納入設計，加入無障礙的設施，方便長輩駕駛電動車前往:「就是那個畫面其實蠻感動的，就是他們從小到大的海邊，他們現在雖然是只能開那個電動車，但也可以親近。就是設計裡面把在地人的心聲，就是不只是要把他做成很美這樣（I）」。

另外一個合作的經驗，則是今年剛開幕的「朝陽小舖」。朝陽小舖的設置是為了提供社區農產品有販售的空間，同時也讓到訪的旅客能休息納涼。小舖建置的經費由朝陽社區的金牌農村獎金以及嘉威聯合會計師事務所建置，而茶籽堂則居中串聯，並且擔任與設計團隊溝通的橋樑。小舖在建置的過程中有許多次的修改：「這一點就是就是雙方面的信任度算是蠻高。因為他們不會說，欸，做了就是做，像這個地方是有改過一次，因為一開始設計師的設計並不是那麼符合在地人的需求。（I）」其中一個案例是小舖門外設有座位，這也是茶籽堂深度認識社區、多次溝通後而做的設計：「我們我們之所以會設計這

個外面這個啊，其實不是要給遊客坐的，其實是要給在地居民坐的，因為之前的小舖，就是一個大家每天在地居民必去聊天的地方(I)」。

除了關於空間設計的合作外，本研究也希望以兩個金牌農村以及朝陽步道兩個故事提出分析。首先朝陽社區發展協會在 2024 年的金牌農村競賽獲得金牌，能夠獲得金牌的原因，除了社區本身團結力強：「我們最主要就比別的社區來講，我們最厲害就是合作。當天就是蠻多在地居民，將近百人來一起參加，然後再來公所鎮長也有來關心…茶籽堂也帶一群年輕人一起加入（H）」，參賽的過程中茶籽堂給與許多協助，扮演關鍵的幕後推手。例如社區團隊在文書與簡報設計上的經驗有限，茶籽堂協助排版與內容潤飾，展現出具敘事性與視覺美感的風格。

茶籽堂不僅協助美化簡報，也與社區幹部共同討論內容架構，從在地文化、產業連結到居民參與，梳理出一條明確的敘事主軸。同時茶籽堂創辦人在簡報時也成為講者，用「在地居民」的身份，述說朝陽社區的美好。這份來自企業的協助，讓朝陽社區在金牌農村競賽中展現出強大的組織動能，並體現了企業與社區間的夥伴關係。在許多社區的故事中，外來組織總是難以融入、被視為搶佔資源的團體，然而在朝陽社區的故事裡，茶籽堂的創辦人實質上已經是「自己人」，

從外來人口道成為當地人，是兩個團體相遇且互相認可非常重要的過程。



金牌農村簡報封面

最後是「朝陽國家步道」的生態導覽的合作與共創。朝陽國家步道從社區出發，沿途串聯山腳聚落與沿海景觀，對朝陽社區而言是相當重要的自然資產與當地記憶，社區一直以來都有投入人力在做步道的維護。

茶籽堂在 2024 年以企業的身份協助步道的認養，在今年則申請羅東自然教育中心的協助，設計「朝陽步道穿山甲遊程」。此遊程以「生態導覽與環境共學」為核心，讓參與者透過步行體驗理解地方的山海環境與生物多樣性，行程包含認識在地植物、穿山甲生態介紹、

穿山甲棲地巡護，以穿山甲這個保育類動物賦予遊程生物多樣性的意義。對於茶籽堂而言，這條步道是兼具環境教育與 ESG 企業行動的場域，而對於社區來說，在穿山甲的遊程訓練中也提升社區進行導覽與教育時，不同的視角與能力。朝陽步道可以說是地方與企業共構永續價值、成為地方創生與生態旅遊結合的典範案例。

綜觀朝陽社區的發展歷程，可以看出其以「社區為軸、協力為本」的在地實踐路徑。社區發展協會長年作為地方中介組織，串連居民、政府與企業，從環境營造、照顧服務到產業活化，逐步建構出兼具社會性與經濟性的地方治理網絡。茶籽堂以企業的文化力與資源整合能力，協助社區梳理自身的故事與價值，從空間美學到導覽設計，讓「地方經驗」得以被看見與傳達；而社區則以穩固的人際關係與行動網絡，讓企業的永續理念在地化、生活化。

朝陽社區的案例顯示，社區與企業的合作並非資源輸入的關係，而是一種持續對話與共學的過程。雙方透過長期信任建立出的夥伴關係，讓地方能在不失主體性的前提下吸納外部能量，展現「地方自立與跨域協力」並行的模式。從金牌農村競賽的榮耀、朝陽小舖的共創，到穿山甲步道的生態導覽，朝陽社區的經驗說明，尊重、信任與共同參與，是社區與企業合作、達成雙贏的唯一途經。

第三節：以校園為舞台的食農教育

3-1 走出校門的食農合作：旗尾國小食農課程的合作經驗

旗尾國小位於高雄市旗山區的糖廠社區旁，屬於社區型、非山非市的小學校，雖與旗山人口密集區距離相近，然而因為區位的關係 114 學年度全校學生總共有 85 位。學校除了專注於資訊教育外，在校定課程也以「從土地出發」作為教學實踐，嘗試讓學生在生活的場域中學習，從耕作、飲食到環境議題，理解人與土地的關係。

從毛豆到香蕉，旗尾國小的食農課程

旗尾國小實施食農教育的契機，源自於 2108 課綱正式實施後，學校教師在共備會議中討論如何以地方特色作為課程軸線，讓孩子的學習能與生活環境產生連結。當時多數教師認為，旗尾作為典型的農村聚落，「農」即是孩子生活中最貼近的題材，於是學校將「食農教育」定為校訂課程的核心主題，並開始進行課程籌備與場域建置的工作：「因為旗山它就是一個農業鎮…以農去發展出來的一個鄉鎮，之前發展這個課程的這一堆老師，真的都是在地旗山、旗尾人。（B）」以這個出發點進行課程規劃，旗尾國小的校定課程有「遊山玩水到糖廠」以及「開心到農場」兩個主軸。

108 課綱在實施後，校定課程的規劃對許多學校而言是很大的挑戰。規劃旗尾國小校定課程的老師大多為當地人為主，也因此課程中結合許多在地認同的成分，希望讓孩子藉由學習認同故鄉：「他們對這個地方的感情，就是特別有他知道重要的該保留、該保存的，該讓下一代知道的東西…在課程設計上，他們有自己的感情在裡面。他們知道說，教給小孩這個東西，真的是從在地出發，然後了解了自己的家鄉之後，那你就可以對這一塊土地是更有認同（B）」。旗山是以農業為主要產業的鄉鎮，香蕉從過去到現在一直都是重要物產，同時在毛豆產業逐漸成熟發展後，也成為當地重要的經濟來源之一。

另外一組校定課程「遊山玩水到糖廠」同樣也是基於地方認識與認同的目標進行規劃。藉由課程帶領學生認識故鄉，例如課程會帶領學生認識糖廠園區與旗尾山，以及藉由八八風災的旗山斷橋事件反思環保的重要性。綜觀旗尾國小的校定課程，是以地方認同為主軸，連結食農教育、環境教育與鄉土教育的學習。

旗山作為農業鄉鎮，毛豆與香蕉是地方兩大主力產業。課程的規劃搭配物產特性，分別以香蕉與毛豆為主題進行。例如三年級規劃「豆」陣來認識，而四年級則轉為「旗尾蕉情熟」的課程。

在旗尾國小與糖廠社區合作之前，學生走出校園的課程主要是毛豆田的參訪。由於前任校長與農改場旗南分場研究毛豆的周國隆博士熟識，因此過去一直以來都會跟周博士合作毛豆課程：「周國隆博士，他其實是我們校長的國中同學。所以他們是有一個很大的情感連結…他們一開始寫教案的時候，他們那時候應該就有辦過一次去他們的試驗所，然後去了解他的整個毛豆，了解毛豆的整個從生長，然後到最後的產銷這一塊。（B）」

走出校園的毛豆課程，奠定了食農教育中專業知識的基礎，但也暴露出課程可持續性與外部支援的問題。隨著周博士調職，學校失去了固定的技術輔導來源。就在此時，學校因社區舉辦活動與旗山糖廠社區發展協會有了第一次課程的合作：「社區問我們可不可以去糖廠那邊辦一日的整個活動這樣子，就是每一個廠區，每一個地點，他們會設計一個關卡讓我們去體驗這樣。我說那真的太棒了，又結合我們就是另外一個遊山玩水到糖廠，本來就是希望能夠多去糖廠走動(B)」。那次合作之後，B 與 A 進一步討論食農課程合作的可能，促成後續學校與糖廠社區香蕉食農課程的合作。

旗尾國小的食農教育目前採雙軌進行：一方面持續在校內進行毛豆種植作為基礎課程，另一方面全學年皆參與與糖廠社區合作的香蕉

課程。低年級以「認識與探索」為主，中高年級則進一步進行「產業與應用」的探究。

社區場域的引入，讓學習不再侷限於校園。學生在社區的導覽與體驗中接觸真實的產業流程，看到「課本裡沒有的事」。社區人員帶領學生認識香蕉植株，並進行食材手作活動，如製作香蕉湯或香蕉包。這些活動藉由感官經驗增加學習效果，也讓課程從「教室知識」轉化為「地方實踐」。

糖廠社區並非以營利為目的介入學校教育，而是以教育合作作為社區服務的一環。社區發展協會以導覽、產品販售與體驗教學的收入，支持這樣子與學校的合作，因此在這樣的合作中社區並沒有收費，而是希望藉由自己的參與，建構學校更完整的食農教育課程。

從籌備校訂課程到形成穩定合作模式，旗尾國小的經驗展現了108課綱下小校發展的可能性。教師團隊從無到有建構出可持續的課程結構，學生則透過農事體驗理解人與土地的關係，而社區則成為教育的夥伴，共同培養下一代對家鄉的理解與情感。

校園外的教室：社區場域作為學習現場

隨著旗尾國小校訂課程的發展，糖廠社區發展協會逐漸成為學校重要的夥伴。社區場域的引入，使課程從校園延伸至真實世界，也讓孩子在具體的土地經驗中理解「學習的意義」。對旗尾國小而言，這是從「學校出發」走向「社區共學」的重要轉折。

旗尾國小的校定課程雖然在 108 年就已完成，然而為確保跟社區的課程合作順後，每學期的合作課程皆經過雙方教師與社區幹部的多次討論。B 提到：「我會先設計表單讓老師填需求，再邀請糖廠社區的經理來備課。我們週三下午會開會，然後糖廠他們就會過來，就是跟老師確認你這個課程內容，原本的教案設計是上了哪些，那希望糖廠配合的是哪些，就會在這一次的討論裡面他們互相去做一個溝通協調。」這樣的備課機制，使課程能兼顧學校教學目標與社區現場條件。

教師與社區導覽員會共同設計活動流程，例如決定是否包含體驗環節、採收內容或後續延伸教學。學校也會考量學童年齡與時間安排，確保活動能在時間內完成：「老師一定會在旁邊協同，課程的節奏、孩子的安全、紀律，我們都會一起顧。（B）」這種「協同教學」的型態，學校不再是主要的教學者，社區在這之中的角色更為重要。

學校跟糖廠社區的合作課程，包括帶學生到糖廠社區經營的香蕉園進行教學、香蕉湯的製作與品嚐、糖廠園區與歷史介紹等。其中對

於學生而言，糖廠社區的香蕉園市印象最深刻也最受歡迎的學習場域。B 回憶：「在那個場地能夠辦的活動，或是小朋友在裡面走那種實際感受，小朋友體驗會不一樣。」課程內容包括認識香蕉的構造、栽培過程與產業故事。社區夥伴設計了遊戲化的教學活動，讓孩子透過插旗辨認香蕉的各個部位：「旗子上寫著香蕉的部位名稱，小朋友要插對位置。」這種遊戲式的學習方式，讓知識轉化為具體的身體經驗。

課程中也包含烹飪活動「香蕉湯」的製作：「那天煮的香蕉湯其實沒什麼味道，小朋友卻都說好喝，還說想下次再煮。（B）」活動中使用的原料是未成熟的青香蕉，這本是早期農村惜物的食譜，孩子們透過這次體驗理解食物與生活智慧的連結。

這門課也結合了語文教學。在活動過後，在作文課老師要求撰寫到香蕉園學習後的感受：「其實小學是希望有感的作文，就是他們真的能夠走過聞過看過，接觸到了，他們就是寫得出來。」這樣真實的感受，正是食農教育中「感知」與「情意」層面的展現。課程協助孩子學習知識外，也建構屬於在地的生活記憶。

在社區與學校的合作下，原本的毛豆校外課程改以香蕉為主。這樣的食農教育合作非常順利，然而 B 也坦言要小學推動食農教育課程有一定難度，其中最大挑戰是「時間與人力」。他指出：「如果真

的要把他準備充足的話，要會花老師很多時間去準備其他的教材教具這樣子，或是一些用具。那我覺得現場的那些學校的資源這個塊是還是不夠的。」此外，學校場地與資源有限，若無社區支援，很難執行這漾的體驗課程。「學校要自己種香蕉、維護農地不太可能，社區那邊有人力、有人在照顧，所以我們才能去。（B）」因此，糖廠社區的支援是課程能夠實現的重要條件。

B 強調：「如果要推食農，沒有讓他摸泥土，真的說不過去。」場域的存在，使學習不再抽象。孩子們從泥土的觸感、植物的氣味到勞動的過程，體驗到「食物從哪裡來」。參與課程合作的老師，也大多對於這樣的合作表達肯定，甚是希望在香蕉園學習的時間，可以再多一點、再慢一點，帶入更多知識性的內容。這樣的學習培養孩子科學探究能力，也重建孩子與土地的情感連結。在土地上學習，成為重建世代連結的重要方式，也回應了當代教育中「地方性知識」的價值。

除此之外，B 也坦言社區所帶領的香蕉的食農課程，無論是知識的熟悉度還是課程安排，有許多學校老師值得學習的地方：「他們對自己糖廠本身的東西非常了解，就是那種景點每一棵樹，歷史他們都很清楚。所以他們在講授起來，其實那個可能會比我們學校老師可能

還要更流暢，對，重點是他們在帶的那個趣味度可能會比我們老師更好，我們也算是去學習（B）」。

旗尾國小與糖廠社區的合作顯示，食農教育除了是學校課程的延伸，也是社會實踐的一環。社區提供真實場域與在地知識，學校提供教育方法與課程設計，雙方形成互補的學習網絡。當課程走出教室、回到土地，孩子不只是學會知識，更學會感受植物的成長、勞動的價值與社區的溫度。

校定課程「開心到農場」的意涵與教育轉化

最後，本研究將檢視旗尾國小的「開心到農場」系列課程。從一年級到六年級，共發展出十二套具體教案，形成完整的校本課程架構。其設計反映 108 課綱「素養導向」與「探究實作」的精神。這些課程從低年級的感官體驗出發，逐步發展為中年級的作物認識與社區連結，再進入高年級的產業文化與文創延伸，呈現一條清晰的學習歷程軸線，體現出教育從生活經驗走向社會實踐的在地轉化。

（一）低年級：從家鄉認識到農場體驗的基礎培養

一年級與二年級四個學期的課程，分別是：我們的家鄉、這個是什麼？、作物大不同以及吃遍旗尾，聚焦於生活經驗與自然觀察。學

生首先認識旗山的位置與環境後，透過認識生活中的農產作物，逐步建立家鄉的基本認識與概念。課程中以「作物大不同」與「吃遍旗尾」兩個單元串連地方飲食文化與生產知識，孩子從食物來源學習環境與季節變化，形成早期的「食農覺知」。這個階段的課程以遊戲、繪圖、影片觀賞為主，教師設計學習單與口語表達任務，使學生在體驗中發展初步的表達與合作能力。

（二）中年級：以作物為核心的探究與實作

三、四年級的課程進入了旗尾國小食農教育的核心階段。「豆陣來相識」與「旗尾蕉情熟」兩系列課程以大豆與香蕉為主題，強調從「作物生長」到「產業文化」的探究學習。大豆課程引導學生觀察豆科植物的生長歷程，了解外銷加工流程，並以「綠金產業」為主題思考農業經濟的意涵。同時在課程中加入基改議題的認識、大豆種植以及水煮毛豆與豆漿製作的課程。

香蕉課程則與糖廠社區發展協會協力，融入旗山香蕉產業的歷史與轉型故事，帶領學生進行實地訪談、料理實作與主題展覽，讓作物既是學習素材，也成為理解地方文化的媒介。

（三）高年級：從農產加工到文化創意的深化

五、六年級的課程主題轉向產業創新與文化延伸。五年級兩學期的課程，分別以在地農產毛豆與香蕉為主題，深化中年級的學習。六年級上學期的文化大探索與特產上桌課程，則希望孩子產生創意思考，結合旗山在地的文創商家進行訪談與設計，讓學生理解「文化如何轉化為產業」的具體過程。「特產上桌」則回到旗山的農特產品，讓學生從包裝設計、擺盤美學到甜點製作，進行完整的創作與展演歷程。

這樣的課程設計使旗尾國小的食農教育從「田間」延伸至「生活美學」與「文化創造」的層次，展現出課程的持續深化與在地文化的現代轉譯。綜觀十二份課程設計，可以看出旗尾國小以「開心農場」為總體架構，形成具備明確遞進關係的學習脈絡：

一、二年級： 認識家鄉與農事，建立情感與感官經驗。

三、四年級： 探究作物與產業，連結科學與社會脈絡。

五、六年級： 進入文化與創意，完成地方知識的再詮釋。

課程的設計使學生的學習從「知識接受」走向「經驗生成」，再進入「創新應用」的過程，符合 108 課綱所倡導的核心素養培養。更重要的是，課程透過「毛豆、香蕉、文創」三個主軸，構築出地方產業的時間軸，也形塑出學生對旗山區的文化認同。

3-2 一畝校田，耕種文峰國小的全校性食農課程

文峰國小位於苗栗縣銅鑼鄉，是一所規模不大的鄉村小學，周邊以農業聚落為主。學校所在的銅鑼地區大多為丘陵地形，其中杭菊是當地最負盛名的農特產品。由於臨近銅鑼工業區以及竹科銅鑼園區，文峰國小學生多來自務農或務工家庭。家長平時忙於生產工作，學校成為培育孩子認識土地與生活知識的重要場域。

神農計畫在 2015 年開始後，文峰國小一直都是合作的學校。神農計畫是開啟學校課程與食農結合的契機，108 課綱實施後文峰國小積極發展以「農業與飲食文化」為主題的校訂課程，形塑出學校特色的食農教育架構。

文峰國小的校定課程有五大主軸，這五大主軸跟食農教育都有一定的關係，食農教育可以說貫穿了文峰國小的課程之中。它將 108 課綱強調的「自主行動、溝通互動、社會參與」三面向落實於地方生活脈絡之中，培養學生的環境感知與社會責任感。對文峰國小而言，食農教育的價值除了基本的教導孩子認識食物，背後的理念是讓孩子重新連結土地、理解生產與生活的倫理關係。

這一小節，我們將以文峰國小跟台灣好基金會合作的神農計畫為基礎，介紹文峰國小的食農教育課程發展與機制。同時，因為神農計

畫與企業合作的機制，文峰國小前後與京元電子、信邦電子有過合作，因此我們也會討論企業對於學校的支持系統，以及各方的角色。最後，我們則會依照受訪者長期實施食農教育的觀察，分析食農教育對國小教育的重要性。

從配合到自主，文峰國小的食農課程轉變

《食農教育法》雖然在 2022 年才正式立法，然而各種形式的食農課程早已在學校及社會間舉辦，其中歷史最悠久的便是農會推廣體系的四健會。文峰國小最早接觸食農也與四健會有關：「以前有跟農會合作，那個四健會…對他會帶你們種東西，然後時間到就會來帶你們做活動，最後就是做成成品就結束（M）」。四健會過去點狀的活動方式，雖能引導學生接觸食農但難以跟課程結合。如今文峰國小的課程能與食農串聯，是始於 2015 年參與神農計畫後至今的累積。

台灣好基金會的神農計畫以「有機飲食、土地教育、家鄉認同」為核心，推動校園的校田食農課程。計畫除了校田制度外，也建立每週一道有機蔬菜及企業經費支持的制度。起初文峰國小加入神農計畫，除了認同計畫的理念外，主要的原因是基金會提供學校每週一次有機蔬菜，對於學校辦學與招生而言是很大的吸引力：「神農計畫進到學校，其實我們學校一個很重要就是他會送我們一道有機蔬菜，所以我

們學校會變成四菜一湯（M）」。從零開始加入食農活動，對於校方而言無疑是很大的負擔與挑戰，然而神農計畫裡推廣有機蔬菜的制度，對於學校而言也是很大的拉力。

文峰國小加入神農計畫後，可以分為兩個過程：（1）迴鄉有機農場合作（2）學校自主及貓裡小學團輔助。透過這兩個階段的演進，我們可以藉此分析學校在神農計畫的模式中角色的轉變。

在第一階段的合作，當時台灣好基金會委託「迴鄉有機農場」擔任執行單位，協助推動學校校田的建立與作物栽培。然而，這一階段的合作歷程呈現出學校與外部單位在理念、溝通與實作層面上的多重落差，也反映出教育現場在「外部導入型食農教育」常見的困境。

當時的合作由迴鄉有機農場主導農事規劃與田地管理，學校教師並未實際參與決策或規劃過程。M 回憶：「他們會利用假日來打田、搭棚子，我們後來才知道他們有在這邊動作。」學校在計畫初期缺乏資訊流通與協作機制，導致教師無法理解專案的目的與進程，並且缺乏與教學現場的共同理解與對話。此種「外部指導、校內執行」的工作模式，使學校難以在教學上延續或內化相關經驗。教師雖配合學生參與象徵性的種植儀式，但對作物特性、耕作節奏與後續管理方式皆未能掌握。M 指出：「他們說洛神是旱作植物，不用澆太多水，但到

底要不要澆、多久澆一次我們都不知道。」訊息的不對稱，教師在課程中無法有效轉化為教育內容。

除了溝通的問題外，雙方在農法理念上亦出現落差。迴鄉有機農場採行「自然農法」，在田區實施低度干預、不除草的管理模式。然而這樣的作法未經充分說明與討論，導致教師無法理解其教育意義。M 表示：「雜草比洛神還高，他們說不用處理，這叫自然農法。那我怎麼跟學生解釋？」。當時的狀況即是教育與農業實作之間的觀念衝突：對外部單位而言，這是生態理念的實踐；但對教師而言，這樣的場景難以被轉化為可教的教材脈絡。由於缺乏共同的教育語言與專業對話，教師感受到的並非專業支持，而是一種「被動接受」。M 形容：「他們胸有成竹，我們毫無把握」。對於學校來說，除了在知識掌握無法達到平衡，教育現場也因為由外部主導陷入無力感。

在合作歷程的後期，文峰國小正值校長更替。M 向新任校長建議結束與迴鄉有機農場的合作。此一階段的經驗，雖以合作終止告終，卻成為後續食農教育發展的重要轉折點。其帶來的反思主要有三：

1. **外部專案的教育化挑戰**：若缺乏共同課程設計與教師參與，外部計畫易流於活動導向，難以內化為學校文化。

2. **專業語言的差異**：農事專業與教育專業若無對話平台，將導致理念斷層與實踐困境；
3. **教育主體性的必要性**：學校需在合作中維持教學決策權，才能讓課程落地並持續發展。

與迴鄉有機農場的合作雖短暫，但其經驗為文峰國小後續轉向「教師主導、基金會協助」的協作模式，奠定了重要基礎，使食農教育從外部專案轉化為校本實踐的長期工程。

在結束跟迴鄉的合作後，文峰國小仍持續參與神農計畫。然而與其他神農計畫參與學校的不同之處在於，文峰國小跳脫食農老師的課程制度，台灣好基金會則負責行政協調與資源整合，課程設計與授課由學校負責，同時透過 108 課綱的機會進行盤點，建立學校自身的校定食農課程。

在結束與迴鄉有機農場的合作後，文峰國小進入了一個關鍵轉折期。M 指出，學校自 106 學年度下學期開始，因應 108 課綱的推行與「校訂課程」的制度化契機，教師團隊決定以「神農計畫」為核心，發展屬於文峰國小自身的食農教育架構。這一轉向不僅標誌著教育主體性的重建，也象徵學校從「配合外部專案」走向「內化課程精神」

的歷程：「我們有共識說，既然課綱改變、有校訂課程，我們是不是用神農計畫當心智圖的中心，然後分出去想想我們可以做什麼（M）」。

此一討論成為學校課程重整的起點。教師群決定延續洛神花的種植作為主軸，並以此為中心展開跨領域課程設計。另一方面，神農計畫提供的經費與顧問諮詢，則補足了學校在技術層面的不足：「種的時候我就會不斷的去問基金會的顧問，基金會的顧問叫吳ＯＯ老師，在屏東那邊還是哪裡種洛神，他有很多豐富的經驗，那我們就去請教他，他也來這邊很多次了（M）」，文峰國小的教師群在實作中逐步掌握專業知識，進而內化農業的專業知識。M 明確區分了外部專案與校內課程的差異，也讓我們看見課程主體性的轉變：「外面的進來是外加的，接下來我們要自己內建（M）」。當課程由教師自主設計、共同執行後，教學活動不再依賴外部人員的帶領，而是內化為學校文化的一部分。

此外，學校教師之間的跨科合作也逐漸成形。美術老師教授學生安全使用剪刀，使其能參與洛神剪採活動；校護因興趣加入農場管理；行政人員則協助場地與器具配置。M 強調：「教育是人感動人，行政工作也是這樣。」這樣的團隊氛圍讓課程成為學校整體文化的一環。

台灣好基金會在此階段扮演了「專業支援」與「學習平台」的角色。基金會引介貓狸小學堂，舉辦教師研習。例如學校老師會到學堂的場域觀摩土壤改良、農具操作與作物管理。透過這些研習與顧問輔導，教師逐步發展出以「自身經驗教學」為特色的教學模式：「我們用曾經的錯誤經驗去告訴學生，以前我們怎麼做錯，學生聽了哈哈大笑，但他就懂了（M）」，以反思及自身經驗出發的教學方法，將教師的學習歷程轉化為學生的學習素材，使課程更具真實性與生命力。

M 總結這段歷程時說：「外加的一定會依賴外加的，內建的時候老師才會百分之百投入」，文峰國小透過神農計畫的支持與教師團隊的持續努力，完成了從外加協作到內生成長的轉化。

企業支持的延續與互動：從京元電子到信邦電子

文峰國小的食農教育得以持續推展，除了教師團隊的努力與台灣好基金會的協助外，企業的長期贊助亦扮演關鍵角色。學校參與神農計畫以來，企業端的支持歷經兩個階段：前期為京元電子、後期為信邦電子：「企業其實一開始並不是信邦，是京元。京元電子支持了三期，一期三年，接下來才是信邦接手。（M）」企業的持續參與為學校提供穩定的經費來源，奠定學校在地食農課程的發展軌跡。

在京元電子的階段，企業主要透過台灣好基金會進行資源配置，採取間接支持的模式。企業少數出席活動，但學校互動相對有限，屬於典型的「捐助型贊助」:「京元電的董事長有來這邊校田那邊分享，後來請我們去迴鄉吃飯，但沒有特別參與很多學校活動。（M）」即便互動不深，京元電子的長期資金支持仍使文峰國小的食農教育得以穩定運作，奠定了後續內生成長的基礎。

當京元電子贊助期滿時，台灣好基金會曾表示後續接手企業尚未確定。M 提到：「那時基金會有給我訊息說，下一個企業要接手的不知道是哪一個，也或許不會成功。」這段不確定期反映了學校對永續資源的焦慮。然而最終信邦電子表示願意認養文峰國小，成為第二階段的企業支持者：「他們可能從我們學校之前活動看到，覺得我們是可以繼續支持的。（M）」

信邦電子接手後，合作模式產生明顯轉變。企業既是經費提供者，也逐漸成為參與型夥伴：「第一年他們的模式其實很簡單，我學校有活動邀請他，他可以來就來，不能來就說不能來，並沒有特別的要求。（M）」這種信任式的合作關係建立在企業對學校教育品質的肯定之上：「他看到學生會做這些東西，就知道學校有教。（M）」

第二年起，信邦電子的高階主管親自到校參訪並肯定學校成果，進而提供額外資源支持：「信邦電子看到我們學校老師、學生這樣投入，就額外給我們五十萬改善設施設備（M）」，此後第三年再度加碼，累計提供一百萬元額外經費，用於改善教室櫥櫃、環境美化與校園維護。

信邦電子在跟學校的合作中除了經費支持外，更重要的是雙方在價值觀能產生共識。M 觀察：「他們的高層很低調、不擺官架子，來的時候也不會頤指氣使。」這種平實風格讓學校師生感受到企業文化中「以人為本」的精神，也使合作氛圍更加平等。另外 M 也提到：「或許董事長是苗栗人，對家鄉有情感，也看到老師們投入的感動，所以願意繼續支持。」。企業的參與同時延伸至校園活動層面，信邦電子員工多次參與學校的「採洛神」與「烤地瓜」活動，持續互動讓企業志工成為課程的一部分，與學生共同經驗土地學習的過程。

此外信邦電子亦透過經費支持推動「校田美學課」，由台灣好基金會引介團隊帶領學生以藝術視角觀察田園，結合自然觀察與創作，培養學生審美與環境感知力：「經費是信邦給的，台灣好基金會找老師來帶我們學生做藝術鑑賞（M）」。企業資源透過基金會轉化為教

育內容的擴展，這樣的多層次合作讓企業在提供經費的角色外，也近一步成為教育場域中實質的夥伴。

信邦電子與文峰國小的合作關係，建立在「信任」與「情感」的雙重基礎上。首先關於情感基礎，M 認為是來自於農業的回憶：「他們副總、處長年薪都很高，不缺錢，他們缺的是兒時記憶的那些美好（M）」。信任的部分可以從財務往來中看見：「他說不用成果報告，給我就都丟垃圾桶，沒關係我相信你們學校把錢用在學生身上（M）」。企業對學校的完全信任，反映的是對學校的教育專業，與基金會中介機制的高度肯定。

整體而言，信邦電子的加入使文峰國小的企業互動模式從早期的「贊助—受惠」關係，轉變為「共學—共感」的教育夥伴模式。企業以資金支援教育現場之餘，透過實際參與與文化分享，成為學校社群的一部分。這樣的互動使食農教育的價值擴大：學生學習土地倫理，企業重新體驗生命感與社會連結，而學校則在三方合作中獲得教育專業與社會支持的雙重強化。這份信任成為文峰國小食農教育能持續深化與拓展的根基，也展現了企業社會責任在教育領域的另一種可能。

從校田到科學探究：文峰國小食農教育的深化與學生學習意義

文峰國小的食農教育進一步發展出具備「探究與實作」精神的科學研究課程。學校將校田經驗轉化為科學展覽的研究題目，讓學生在食農活動中培養觀察、假設與驗證的能力：「我們就想說，有一些東西可以參加科展，去提升學生的學習成效。（M）」透拓這樣的延伸，文峰的食農教育成為跨越學科界線、兼具生活應用與科學素養的學習場域。

學校在將結合食農與科學的過程中，持續與苗栗區農業改良場合作，建立學術支持網絡：「我們有研究員是長期有問題可以諮詢，他也帶學生做科展，給我們一些方向（M）」。藉由跨界合作，學校的課程從地方實作連結農業研究機構的知識與方法，進入學術探究的層次。

文峰國小的科展題目多以校田現象為出發點，兼具童趣與科學精神。研究主題包括：「蟲蟲危機—肥料對土壤蟲數的影響」、「蟲蟲總動員—枯枝落葉中的昆蟲調查」、「防疫總動員—疫情期間搶救校田大作戰」、「益菌現形記」、「辣椒覆蓋方式對生長影響之研究」等，後續還延伸至「掌握菊面—無農藥菊花管理」、「芥菜抗蟲天然防護罩」、「美麗的陷阱—應用食蟲花滅蚊」等。學校善於將學生日

常的田間觀察轉化為具研究意識的問題意識，並鼓勵學生以幽默生動的命名方式展現創意與自主性。

參與科展，對於學校來說是提升學生的學科能力，回到校本課程本身則深化食農教育的意義，「學生做實驗，最後要面對詢問，這都是能力的累積。（M）」科展除了科學知識的學習，讓學生在發表與應答中學習科學溝通。透過科展，文峰國小的食農教育得以「加深加廣」，食農教育進一步內化為長期的知識探究與素養培育機制。

除了科展外，對文峰國小而言食農教育的核心價值是促進「學習遷移」與「價值澄清」的教育實踐。M 指出：「任何一個學習會遷移到另一個學習上，比如你在食農教育裡有成就感，就會覺得學習是快樂的，進而影響其他科目。」這樣的學習轉化機制，意指學生在田間活動中體驗自我效能與學習動機，並將這份信心延伸到其他學科領域。

食農教育在文峰國小亦被視為一種「生活教育」的整合實踐。受訪者多次強調「從產地到餐桌」的教學概念，認為學生在理解食物來源與食物里程的過程中，能逐步建立永續與在地的價值觀：「我們在課程中會傳達食物里程越近越好，地球永續時間就越長這樣的理念（M）」。學生藉由校田課程，學習評估行動對環境的影響，發展初步的環境倫理意識。

此外，文峰國小的食農教育也與「本土語」與「家庭教育」整合。學校會設計活動讓學生以客語學習料理名稱與烹飪過程：「我們請學生回家讓阿公阿婆教你客家話煮這道菜，拍成影片送禮物（M）」。結合語言的教學除了促進母語傳承也強化家庭互動，體現 108 課綱所強調的「生活、文化與素養並進」的理念。

學生從季節作物、農業循環與土地倫理的學習中，逐步理解「永續」的具體意涵。M 總結：「神農計畫真的很好，它可以連結很多東西，不管校長換誰，我都會繼續推動。」這句話象徵文峰國小教育理念的延續性——將食農教育視為一項跨世代的文化工程，也是校本課程永續發展的核心動力。

信任為基的共學網絡與教育永續

文峰國小在推展食農教育的歷程中，展現出一種以信任為核心的多方協作模式。M 回憶，基金會在計畫提供基礎維運經費，用於雇工、購置資材與苗種等實際需求，但並未對課程方向或教學內容進行介入。他說：「他們很相信我們可以做得很好，所以就照著我們原來老師發展的模式持續做下去（M）」。這種高度信任的支持，讓學校得以保持教育自主性，同時也形塑出一種以「專業互信」為基礎的協作文化。

基金會與企業每學期定期來訪，參與校田活動時觀察學生的學習成果：「學生真的在做，就代表學校有教（M）」，可見的實作經驗建立基金會與學校的深厚信任，雙方的互動是以現場教育行動作為依據，而不是以行政文件或報告衡量成果。「信任治理」的模式，使學校能在制度外保持創造力與彈性，進而實現課程內化與社群自立。文峰國小的經驗展示了一種可持續的教育模式：

1. **學校為核心主體**：課程由教師設計與主導，確保教育專業與在地脈絡的連結；
2. **基金會為協調中介：**負責行政整合、經費管理與資源媒合，使教育現場免於行政負擔；
3. **企業為實踐夥伴**：以經費與參與支持教育現場，讓孩子在社會互動中體驗公民責任。

這三方的合作形塑出一套可被持續運作的課程體系，也讓「食農教育」不再是短期活動，而是成為校園文化的一部分。對孩子而言，這樣的教育讓他們理解食物從土地到餐桌的過程，培養感恩、惜物與永續的態度。對教育現場而言，這是 108 課綱精神在地方的實踐，並且證明教育不只是學校的事，也是社會共同的責任與行動。小校推動

教育創新常有勢單力薄的困境，然而正因為有基金會、企業的陪伴與支持，學校得以在現實挑戰中持續前行。

綜觀文峰國小的經驗，其意義不僅在於一所地方小學成功發展出具特色的食農課程，而是展現「學校—基金會—企業」之間以信任為紐帶、以實踐為憑證的教育夥伴關係。這種模式強調教育現場的主體性與地方知識的生產，學校則成為永續教育行動的主動推動者。

3-3 全民的食農：雲林特教學校的食農課程

雲林縣特殊教育學校位於雲林斗南，是一所就學的年齡層橫跨國小至高職，障礙別涵蓋智能障礙、情緒行為障礙、肢體障礙與腦性麻痺等多重障礙類別的特殊教育學校。

這樣的學生組成，學校課程的教學目標必須兼顧功能性學習與生活應用，課程設計以「生活自理、職能訓練與社會適應」為核心。以高職的課程安排為例，課程分為「綜合職能科」與「居家生活服務科」兩大主軸，前者重視職場技能的培養，如清潔、包裝與車輛美容等；後者則聚焦於基本生活能力，如家店使用、整理與簡單料理。分科設計反映出特教學校課程必須在教育與復能之間取得平衡，既要符合學生的學習能力，也要協助他們在畢業後能銜接庇護工場或社區職能訓練中心。E 表示：「那以身心障礙來講目前除了就業還有就養，比如說去庇護工廠，那一個重要的原則就是說，不管是就業還是就養，我們都要有很基本的生活自理能力。」

在豐泰文教基金會提出食農課程的合作之前，特教學校原本已有農園藝教學的基礎。綜合職能科的校訂必修有農園藝概論以及實作課程，為方便課程進行，學校設立小型農場，帶領學生栽培旱作的農作物：「以農園藝的話，我們主要就是種菜，或者是花，或者是樹這樣

子的種植跟栽培（E）」。農藝課程提供學生認識食物及農業的機會，學習觀察、澆水、除草與收成，對於具備障礙的學生而言這些動作雖簡單，卻能強化感官覺察與動作協調。

雲林特教學校作為特殊教育機構，在人力與專業支援上仍存在結構性的限制。由於多數教師皆為特教背景，需額外學習建立農業的基本技術知識，這也導致農藝教學多半依賴個別教師的熱忱與經驗。學生的多障特性使課程設計必須高度個別化，教師除了備課外，還需協調助理員、治療師等跨專業人力。

儘管農園藝與食農教育對學生的身心發深具意義，然而受限於師資結構，學校耕種知識與技能有一定限制。再加上學生因為障礙別有很大的特質差異，例如 E 提到：「每個學生都不太一樣，像他們都是同一班，可是他們的能力還有人格特質之間的差距是比普通生還要大，都是十六歲，他們的差異度很大」。因此，豐泰文教基金與學校合作的食農課程，課程中專業資源的導入，成為食農教育轉型的關鍵。

基金會協作下的課程設計與教學轉化

雲林縣特殊教育學校與豐泰文教基金會的合作，是學校食農教育課程的重要轉折點。豐泰於今年與特教學校提出合作的計劃，由於豐泰在地方具備一定知名度，同時提供完整的課程計劃，雙方僅透過兩

次會議便確立合作模式：「因為他課程有了，設備有了、師資有了，什麼東西都有了就很好推行，我覺得是這樣…要有課程、要有設備、要有資源，那這個東西如果很快速的到位，那我們大概談了兩次就直接進行，因為很多東西都已經有了（E）」。

值得一提的是豐泰文教基金會並不是單向挹注資源，而是以共創課程的方式跟學校合作。透過導入食農課程、轉化既有園藝課程為生活化的學習內容，讓學生在農作過程中體驗自我效能與成就感。C 指出：「我們就請特教老師審視課程的難度，由我們請的講師先出大綱，再讓學校調整」，雙方一起合作的方式，讓課程能貼近學生的實際能力與興趣，同時教育從技能訓練也能轉化為生活學習的知識。

豐泰的食農課程主軸以「米食」為設計核心，串聯飲食人文以及農業操作課程，形成完整的食物學習循環：「那老師之前也有帶到一些人文的東西，比如說食物這件事情，它是怎麼來的，米這個是在全球主要飲食是哪裡，那它種植的歷史是什麼，這個可以做很多的連結（E）」。不同於特教學校原本有的園藝課程，兩個單位合作展開的課程加入飲食的元素，串接農與食提供特教學生多元豐富的感官體驗。

本研究於十月在上課時間一起入校觀察。課程中負責飲食人文課程老師先藉由世界地圖作為教具，用問答的方式引導學生思考不同國家的米食實用習慣。在這之後使用各種香草作物，例如九層塔、紫蘇

製作香草茶。稻米部分則使用簡單調味並加入堅果，製作成飯糰。同時搭配月桃葉、假蒟、朝顏等植物元素佈置餐桌，帶給學生氣味、視覺以及味覺的多重感官收穫。

對於一般學生而言食農知識是課程的重點之一，然而對特教學生來說，更重要的是藉由不同感官進行學習與感受。同時課程也應該以簡單、學生能夠負荷為主，例如請學生倒茶、放置飯糰上的核桃等。在觀課時可以看見老師秉持這樣的原則進行，用簡單的問答、邀請學生幫忙、佈置豐富的飲食體驗，讓特教學生對課程產生興趣以及成就感，進而在每一週的課程有學習的累積。



課程佈置的餐桌，講師邀請學生協助倒茶以及放置核桃。

除此之外，豐泰導入的農業老師有深厚的專業知識，協助學校整理在暑假過後荒廢的農田以及規劃種植到空間，並且改變以往都是旱

田耕作的模式，在校地搭建水田種植水稻：「沒辦法想像到這裡可以種稻米，以前比較頭痛就是這個一暑假一回來，就是荒煙蔓草，就是整個頭很大就對了…像這個土地要怎麼使用，適合種什麼，除草要怎麼除，老師來大概講一下帶一下，我覺得真的把這個弄得很像樣(E)」。

在這樣的合作基礎上，雲林特教學校進一步將校園農地延伸為社區共學的空間，發展出極具在地特色的「共享農園」模式。在豐泰的建議下，學校將部分田地開放給社區居民共同耕作，讓居民能在放學後或週末進入校園，與學生一起進行農事活動。E 指出：「一所學校或者學生他不會只在學校生活，他一定會在社區，那我們反推社區的居民也可以進來學校。所以我們就是把這個有空餘，課程做完還有多餘的農地開放給社區居民來使用。對學校的好處也很多，比如說我們就不用再花費那麼多的心力去維持，社區居民得到的也是這個食農教育或環境教育的體驗，是一個雙贏」開放社區的安排不僅實際解決了人力不足的問題，也成為學校與社區互動的節點。

這種「共作」促進學校與社區之間的關係。特教學校與一般學校比較起來，由於學生的特質以及學生大多不是來自鄰近地區，社區居民與學校本身相對陌生。然而透過一起種菜、收成、分享成果，讓社區居民有更多機會走進校園：「這是一個連結，因為平常的連結比如

說我如果只是來參加運動會，那可能就一年一次，那這個就是頻率很頻繁都可以進到學校（E）」。藉由農地開方，促進社區與學校之間的交流，也讓學生有機會接觸群眾，學習社會互動，形成學校、家庭與社區之間的良性循環。開放校園的模式，代表食農教育不再侷限於校園，而是融入地方生活脈絡之中，成為區域共榮的一部分。這種由校園延伸至社區的參與，正是一種「社區化」的實踐。

雲林特教學校與豐泰文教基金會的合作，在課程結構與教學方法上帶來轉變，同時促成了學校與社區關係的重新建構。基金會提供專業支援與資源，學校發揮地方經驗與特教專業，雙方共同形塑出兼具「專業導入」與「社區共學」特質的食農教育模式。

特教學校進行食農教育的意涵與永續挑戰

最後，在雲林特教的案例，我們也希望進一步討論在雲林特教學校實施食農教育的意涵，以及豐泰文教基金會在這樣的合作下，希望達到哪些社會公益。首先，對於特教生而言，食農教育課程的實施是特殊教育、生活自理以及永續價值的交會。E 在訪談強調：「對於身心障礙的學生來講，食農對他們來說，第一個我透過我平常每天都會吃的稻米或蔬菜，我們了解生活周遭哪裡可以取得，他又是如何成長。那如果我得到這個素材我要怎麼來烹飪他，烹飪好之後我如何去進食，

吃進肚子裡面…最終還是回歸到他們的生活」。由此可知食農課程在特教脈絡中的意義，除了農業知識之餘，更重要的是學生理解自我、學會生活、建立社會連結的教育活動。

對於特教學生而言，畢業之後的出路分為就業與就養，而食農教育在學校扮演著「生活自理與職能準備」的雙重角色。學生透過種植、照護與料理歷程，學習基本的步驟遵循與工具操作，這些能力對於日後的職場適應與獨立生活都具有實質意義。E 提到：「那一個重要的原則就是說，不管是就業還是就養，我們都要有很基本的生活自理能力，那職業課程的話，比如說種植，或者是操作烹飪這一件事，一個很重要的東西就是我透過實際練習，去訓練我自己的技能」。學習雖然看似簡單，卻象徵著從「被照顧」到「自我管理」的轉變。此外透過烹飪與品嘗活動，學生學會處理食材、理解食物來源，進一步培養尊重食物與環境的態度，達到「從產地到餐桌」的教育目的。

在教師專業與學校制度層面，與豐泰合作課程經驗也顯示食農課程永續發展的挑戰。食農教育的延續性需要依賴教師的投入與專業成長，尤其在特教體系中有其難度。教師需兼顧班級經營、個別化教育計畫（IEP）與課程行政，僅有少數老師能長期投入農園藝教學之中。

依靠少數熱心支撐的現象，造成課程缺乏穩定性。若無外部支持或內部制度化機制，食農教育易隨人事更迭而中斷。

基金會的介入在此扮演關鍵支點，一方面，豐泰文教基金會透過師資與經費資助，補足學校專業與資源的不足，例如 E 在參與觀察課程後指出：「豐泰我認為主要提供的是這個師資跟課程是很紮實，那對於實作這件事情，對身心障礙學生是非常適用的」；另一方面，透過課程合作也成為特教老師培力的機會：「我覺得做事都要有條件，以食農課程的話當然師資跟課程是最基本的…看了一年後，我們大概就知道怎麼做了，不會創新至少也會模仿，就是有這個基本的認識，我覺得這一年比較關鍵（E）」。

豐泰與雲林特教的經驗，顯示食農教育在特殊教育場域中的獨特價值：它是結合生活教育、環境教育與人文教育的綜合實踐，培養學生的技能外，也培養其對生命、土地與他人之間關係的理解。回到豐泰文教基金會與雲林特殊教育學校合作的意義，其實是回到基金會實踐「社會公益、社會教育與環境永續」三大核心使命：

1. **教育意義**：將食農教育導入特教體系，擴展教育平權的內涵；
2. **社會意義**：以共耕與公益行動促進特教與社區互動，實現社會包容；

3. **永續意義**：透過社區協作機制活化閒置農地，建立環境與教育並行的長期機制。

基金會並非以傳統捐助的方式，而是嘗試透過教育設計、社區串聯與實作參與，建構一個具包容性與共學性的教育生態。這種模式強化了教育資源的在地化，也實踐了企業基金會在 ESG 中的社會與治理責任。

第四節：農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引

一、 ESG 與相關概念

（一）ESG（環境、社會、公司治理）：企業與社區的對接契機

ESG 是 Environment（環境）、Social（社會）、Governance（公司治理）三個英文單字的縮寫。它代表企業在利潤之外，對於環境影響、社會責任與內部治理品質所負的義務。過去企業評價往往只看「能不能賺錢」，但現在社會更在意：企業是否對環境造成污染、是否對員工與社區友好、是否有誠信與透明的管理。

- **E（環境）**：關係到企業在節能減碳、資源再利用、污染控制、生態保育等方面的表現。
- **S（社會）**：涉及企業如何照顧員工福利、促進社區發展、人權保障、供應鏈責任與永續共好。
- **G（治理）**：指企業是否有健全的決策機制、董事會監督、資訊揭露、內控與風險管理。

為什麼 ESG 受到重視？

氣候變遷、生態破壞、社會不平等全球議題，已經成為企業與政府不得忽視的永續風險。對企業來說，若是忽略環境或社會責任，不僅可

能造成公關危機與罰款，也可能面臨品牌信任下滑、投資人退出等經營危機。同時永續資訊的揭露，也是金融資本投資、供應鍊選擇的重要門檻。

在台灣：上市／上櫃公司永續報告書規定與現況

在金融監督管理委員會（金管會）與臺灣證券交易所的規定[19]下，自2025 年起，全體上市公司必須編製並申報「永續報告書」。ESG 在台灣從過去的「選擇性揭露」，目前已經轉為「必須揭露」。根據最新統計，2025 年已有約 99%的上市上櫃公司完成永續報告書申報[20]。證券交易所則建立「ESG 數位平台」，提供企業統一申報入口與投資人查詢介面，提高透明度與資訊可比性。對於大型企業而言可以已經進入 ESG 的時代，企業必須揭露環境與社會風險、治理機制與策略，否則將面臨市場與法規的雙重壓力。

對社區而言：為什麼要了解 ESG？

社區如果理解 ESG 的語言與觀念，就能**更容易與企業溝通**，提出合作方案時也更具說服力。例如從 ESG 的視角出發，設計出能與企業

[19] 金管會在發布「上市櫃公司永續發展行動方案」，要求資本額 20 億元以下之上市櫃公司需編制永續報告書。臺灣證券交易所則頒布《上市公司編製與申報永續報告書作業辦法》，作為企業編制報告書的準則。

[20] 台灣上市櫃公司總數為 1,915 家企業（2015 年 10 月資料），編製完成並揭露永續報告書的企業共有 1,884 家。

共同實踐的行動方案（如低碳食農、社區共耕、地方治理）。這樣的方案貼近企業「環境、社會、治理」三大構面，有助於爭取企業資源、建立長期夥伴關係。

社區若能瞭解企業執行 ESG 的相關背景知識，例如碳排放、生物多樣性原則等，能進一步掌握時事、提高合作討論空間，成為具有議題主導能力的合作方。

雖然 ESG 是針對企業的規範，但社區如果能理解並應用這個概念，不僅能找到匹配的企業夥伴，在合作中也能處於主動的位置，提升對接成效與長期共創價值的可能。

（二） 永續發展目標 SDGs：全球共同邁向永續的藍圖

SDGs 是英文“Sustainable Development Goals”的縮寫，中文稱為「永續發展目標」。該目標由聯合國於 2015 年提出，目的在於引導全球政府、企業、社會團體與民眾，共同在經濟、社會、環境三大面向推動變革，並且在 2030 年實現「人人享有尊嚴、地球永續、社會包容」的願景。

以下為 17 項核心目標：

1. 終結貧窮（No Poverty）
2. 消除飢餓（Zero Hunger）
3. 健康與福祉（Good Health and Well-Being）
4. 優質教育（Quality Education）
5. 性別平等（Gender Equality）
6. 潔淨水與衛生（Clean Water and Sanitation）
7. 可負擔與潔淨能源（Affordable and Clean Energy）
8. 適合工作與經濟成長（Decent Work and Economic Growth）
9. 產業、創新與基礎建設（Industry, Innovation and Infrastructure）
10. 減少不平等（Reduced Inequalities）
11. 永續城市與社區（Sustainable Cities and Communities）

12. 責任消費與生產（Responsible Consumption and Production）

13. 氣候行動（Climate Action）

14. 海洋生態（Life Below Water）

15. 陸地生態（Life On Land）

16. 和平、正義與良好治理（Peace, Justice and Strong Institutions）

17. 夥伴關係促進目標實現（Partnerships for the Goals）

在台灣的政策實施與發展案例

行政院國家永續發展委員會（國發會）在 2016 年啟動「臺灣永續發展目標」研訂作業，於 2018 年完成 18 項核心目標、143 項具體目標及 337 項對應指標的台灣永續發展目標。

從全球到台灣，永續發展目標已經成為面對未來的共同語言。中央政府部會以及各縣市地方政府，都將 SDGs 納入施政、教育、社區、企業合作計畫。國發會 2022 年度發布的檢討報告提到，指標的達成率已有 83.79%。

這些政策與趨勢代表社區團體若能熟悉 SDGs 的概念，並且實質且在地化的應用，將更容易對應政府資源、企業合作與社會資源流向。

對社區而言：為什麼要了解 SDGs？

- **對接企業與資源**：企業在 ESG 與 SDGs 雙重框架下運作，社區若能指出永續發展目標（如「責任消費與生產」「氣候行動」「永續社區」等）與社區行動的關係，就能以這樣的語言溝通合作，。
- **明晰社區行動定位**：社區課題往往涉及食農、地方就業、環境保育、文化傳承等。將這些行動對應至 SDGs 中的目標，社區方案能有清晰的定位與社會意義。
- **提升申請資源與互動力**：政府或企業在申請專案、撰寫報告時常引 SDGs 架構。社區團體熱將自己的方案與 SDGs 目標對接，能夠提升資申請計劃的競爭力，也容易進入合作對話。

（三） 碳足跡（Carbon Footprint）：從日常行為到企業永續的重要指標

什麼是「碳足跡」？它與 ESG 有什麼關係？

碳足跡是指一項產品、活動、服務或組織產生的溫室氣體排放總量。例如一杯豆漿，從種植黃豆、運輸、加工、包裝到丟棄，都會產生碳排放，而這些加總起來就是這杯豆漿的「碳足跡」。

碳足跡與 ESG 的「E」（環境）高度相關。企業若要降低風險、面對國際碳關稅、取得永續評比資格，就必須盤查並減少碳排放。碳管理、減碳行動、能源效率、循環經濟等是 ESG 的重要項目。歐盟的 CBAM 上路後，台灣出口企業也必須提出完整碳排資料，因此碳足跡將是企業非常重視的議題。

台灣的淨零政策與農業部門的減碳方向

（1）台灣的淨零政策重點

2050 淨零碳排是全球的共識，台灣呼應這個趨勢在 2022 年提出「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」，並於 2023 年公布施行《氣候變遷因應法》，納入 2050 淨零排放目標並導入碳費制度。

搭配能源轉型、再生能源發展、循環經濟、低碳運輸、建築節能與自然碳匯等策略，減碳的辦法正在逐步實行。這代表未來所有產業、社區與學校，都將在不同程度上接觸到「減碳」與「永續管理」的要求；同時，社區的綠色行動也會被更多企業視為 ESG 合作的機會。

（2）農業部門的減碳政策與社區的角色

行政院農業部率先喊出 2040 達成淨零碳排的目標，由於許多農業行為會造成溫室氣體排放，例如土壤中的氧化亞氮、畜牧業排放的甲烷、以及使用化肥，都會產生許多溫室氣體。因此，透過逐步推動友善耕作、有機農業、低碳農法、作物多樣性與農地固碳等策略，達成淨零排放。

在減碳政策中，農業扮演三個重要角色：

- **減碳來源端的調整**：例如減少過度耕作、推動綠肥、有機肥、低碳農法等，透過農法改善降低排放。
- **自然碳匯的增加**：農地、森林、濕地具有吸碳能力，因此保護環境也能成為企業永續的一環。
- **縮短食物里程**：推動「在地食材」「產地到餐桌」的食農教育，可有效降低運輸碳排放。

對社區而言：為什麼要了解碳足跡？

了解碳足跡，不只是為了響應環境議題，更關係到社區能否與企業建立合作，抓住未來永續發展的趨勢。

社區若了解減碳語彙，就能以企業聽得懂的方式呈現自己的價值。例如，食農教育就是典型的低碳行動：使用在地食材能降低食物里程，有機或友善耕作也能減少碳足跡。當社區能清楚說明這些行動如何「減碳」，企業就更願意合作。當社區能清楚理解碳排、碳匯與減碳行動的意義，就能在政策變動或企業合作浪潮中取得先機。

（四） 生物多樣性（Biodiversity）：自然基盤與永續經營的關鍵

什麼是生物多樣性？

簡單來說，**生物多樣性就是「這個世界上所有生命的豐富程度」**。它不只指動物，也包括植物、昆蟲、微生物，甚至同一種作物之間不同的品種，都算在內。這些生命一起住在各種不同的環境裡，例如森林、河流、海洋、農田或濕地等。當一個地方的生物種類越多、越健康，**大自然就越有活力、越能自我恢復**。這會帶來很多好處，例如：空氣更乾淨、土壤更肥沃、水源更穩定、作物更不容易受病蟲害衝擊等。**生物多樣性就像大自然的「基礎建設」**，讓環境能持續運作，也讓我們的生活、食物來源都更穩定。

生物多樣性與 ESG 的關係

企業永續報告中的環境範疇，除了碳排放的指標外，業界也越來越重視生物多樣性。生物多樣性受損也有可能轉化為企業財務風險，例如供應鏈關鍵物種減少、生態系服務下降、法律監管強化、品牌信任危機等。企業若忽視其對自然的依賴或影響，可能面臨來自金融市場、監管機構、投資人以及社會公眾的壓力與問責。

TNFD（自然相關財務揭露工作小組）是國際上專門針對「企業對自然／生物多樣性依賴與影響」的揭露框架。TNFD 提出企業應從「治理、策略、風險管理、指標與目標」四大支柱來衡量自己與自然的關係。台灣企業的案例，例如台灣大哥大已發表 TNFD 報告書，涵蓋生物多樣性議題、供應鏈管理、海洋／森林保育等內容。

雖然生物多樣性的政策與揭露框架在國際已經逐漸盛行，然而在台灣實務面仍屬起步階段。社區、企業及地方組織存在許多合作空間，此時正是社區可以發揮創意與主動的機會。

對社區而言：為什麼要談生物多樣性？

社區層面談生物多樣性，並不是僅止於保護植被或野生動物那麼簡單，而是有多重具體意義：

1. **強化社區對環境的敏感度與實踐力**

   生物多樣性豐富與否，直接影響農田、漁業、森林與濕地的生產力與穩定性。當社區了解自己所在地的生態系服務（如土壤肥力、魚蝦種群、蟲媒授粉、淨水功能等），就能有意識地保護與運用這些資源，而不是只追求產量、忽略生態。

2. **提升與企業或政府合作談判的資源能力**

   正如企業開始因應 TNFD、揭露其對生物多樣性的依賴與影響，

社區如果能掌握「生物多樣性的資訊，社區能提供／避免破壞」的說明，就能在與企業談合作時以「生態夥伴」角色進行討論，社區從被動接受資源轉為「有生態價值、有生態服務、可協作的對象」。

3. **支持食農教育、低碳生活與地方創生**

社區若將生物多樣性納入食農教育中（例如介紹多樣作物、多樣土壤生物、多樣昆蟲的角色），孩子們便不只是學習種菜或漁撈，而是理解「一個完整的生態系如何支持人類生活」。這樣的教育比單純農業技能更具深度，也能形成環境友善與永續觀念。

4. **增強地方韌性與永續發展能力**

當社區具有高生物多樣性，其環境較能抵抗氣候變遷、極端氣候或病蟲害衝擊。對於社區居民或者生活空間而言更有生活與生產的保障。

二、　永續農遊與扎根社區：糖廠社區與朝陽社區

旗山糖廠社區：從香蕉文化到企業永續旅遊——一個社區如何走出自己的永續路徑

糖廠社區位於高雄旗山，是近年台灣在永續農遊與企業合作領域中，備受矚目的社區案例。旗山糖廠停止製糖後，原本承載地方記憶的廠區逐漸閒置，人口外流使得聚落生活緩慢沉寂。糖廠社區發展協會透過農遊體驗支持社區營運，成為科技、金融乃至製造業企業推動 ESG 活動時的首選場域，為這片老糖廠場找到新的生命力。

糖廠社區的積極經營，是協會意識到要讓社區長久運作，需要提升經濟的收益達到自給自足。協會承租倉庫，成立大旗美農村體驗物產直賣所，以販售地方農產與體驗活動收入維持社區空間。同時社區成員也以旗山最具象徵力的作物「香蕉」，發展一系列的活動。

協會從香蕉的葉、花、果到假莖，以香蕉全利用的理念發展豐富的 DIY 課程與教材，例如香蕉絲取纖、香蕉乳汁畫、蕉香果醋等；同時結合在地文化推出桌遊、導覽與農園參訪，讓遊客能從各種角度理解香蕉的產業歷史與永續價值。社區的行動也獲得許多肯定，陸續獲得環境教育獎特優、環教場域認證、優遊農村評鑑等獎項。

在課程安排的專業以及獲得許多獎項的成績，吸引企業提出合作的邀約。由於企業 ESG 意識提升，辦理員工永續活動或企業日時，需要兼顧教育、永續與休閒。糖廠社區長期與旅行社合作，原本就具備接待遊程的經驗，因此成為企業永續旅遊需求下的最佳夥伴。

社區建立一套認識香蕉的流程——先從香蕉園導覽開始，再進行室內手作活動，最後以地方農產風味餐作為收結。這樣的安排既專業又舒適，也讓第一次進農村的企業員工能順利融入場域，不致因高溫或農地環境而感到不適。

糖廠社區懂得用企業聽得懂的語言，說明活動的永續價值。他們強調導覽講師都是在地居民、食材全部來自附近地區、風味餐由社區媽媽製作，而活動收益則回到社區照顧與兒少教育。透過清楚的「地方循環模型」，企業能輕易理解：自己參加的永續旅遊，不只是玩樂，而是正在支持地方永續。

另外值得一提的是，糖廠社區的企業合作並非僅止於永續旅遊。社區的第一個企業合作是初期面臨租金缺口時主動向臺灣企銀提出企劃，說明空間發展願景與需求，最終促成多年的固定贊助。企業並非遙不可及，只是需要清楚的提案、明確的訴求與足夠的行動力。

糖廠社區成功的關鍵，在於他們把「地方真實需求」轉化成「可被體驗、可被學習、可被企業理解」的內容。無論是香蕉文化、農遊體驗或照顧服務，都以場域為基礎，並透過專業化流程與在地性價值，也就是說**想與企業合作的社區不需要變成專業旅行社，但一定要能把地方變成可學、可感受、可支持的永續場域。**

糖廠社區的案例告訴我們：**社區不必迎合企業，只要把地方特色與教育能量做得扎實，自然能成為企業永續的最佳夥伴。**

從糖廠社區學習：社區如何成功與企業合作？

1. **從地方需求出發：把問題變成機會**

- 把地方文化或產業整理成可教、可導覽、可體驗的內容。糖廠社區的案例，是以「香蕉」為主題，將地方產業轉譯成各式課程、遊程與教育活動。

2. **把活動流程「遊程化」**

糖廠社區強調「服務品質」，包含導覽順序、DIY 動線、活動空間等。**流程越完整，企業越放心。**建議事先盤點社區進行活動時需要的資源（如：空間租金、人力、社福需求）。

企業會選擇的社區，需要具備：

- 穩定的教案流程
- 清楚的接待動線
- 足夠的操作空間
- 安全、乾淨且能遮陽避雨的環境
- 可同時接待大中小團體的能力

3. 善用「永續語言」與企業溝通：讓企業看得懂、寫得進報告書

糖廠社區製作《永續旅行手冊》，直接提供企業永續報告書可引用內容，讓雙方合作能夠順利。社區需準備可被企業使用的資訊，例如：

- 活動對應哪些 SDGs 指標
- 參與活動如何支持地方居民
- 食材、生產與收入如何在地循環
- 活動是否具教育與環境永續意義

4. 「在地性」是社區的最大優勢

社區的活動能形成地方的永續循環，就是最強的永續語言。企業不需要完美的教材，但需要真實的在地價值，例如：

- 導覽由地方居民擔任
- 餐食採用在地農產

□ 收益回到社區媽媽、照顧據點或兒少教育

5. 主動提案不要怕：企業需要的是清楚的需求

糖廠社區第一個企業合作，是自己寫企劃書給臺灣企銀爭取。不管企業是否願意幫忙，但社區要先「提出想法」。有接觸，才有合作的可能性。建議社區：

- 準備明確且具體的提案
- 說明社區願景、困難、要做的事
- 提出企業參與後的社會效益
- 強調長期合作的重要性

朝陽社區與茶籽堂：從偏鄉聚落到長期企業夥伴的地方實驗

朝陽社區位於宜蘭南澳，背山面海、臨河面港，天然資源豐富，然而卻長期面臨人口外流與產業衰退的困境。因此朝陽社區發展協會逐漸成為一個高度「功能性」的組織——不只是辦活動，而是居民口中「遇到事情就先來找社區」的社區發展協會。

協會自 1990 年代起即參與富麗農村、社區林業、農村再生等計畫，一步一步從環境整備、社福照顧，做到產業與遊程規劃。環境營造、長照據點、綠色照顧、社區餐廳「客來香」、朝陽步道維護、農產品小舖經營……這些工作都是社區長期累積與地方共同建立的成績。在茶籽堂加入朝陽社區之前，社區已經有相當穩固的基礎。

茶籽堂是講求在地、永續，以苦茶油與清潔用品為主的品牌。一開始是因為尋找苦茶的友善耕作的產地來到南澳，進一步與朝陽社區展開契作與場域合作。不同於以營利導向或單次合作的行動，茶籽堂在朝陽社區駐點紮根，社區與企業成為平等的夥伴，而不是單純的「合作窗口」。

2024 年金牌農村競賽朝陽社區奪得金牌殊榮，除了歸功於多年累積的社區服務，在簡報製作時茶籽堂扮演了關鍵的「幕後夥伴」，協助排版與視覺設計、一起討論內容架構，將報告轉化為具敘事感、故

事性的呈現。茶籽堂創辦人也以「居民」身份站上台，一起說出朝陽的故事。不是替社區說話，而是與社區一起說話的經歷，恰恰說明企業從外來者變成「自己人」的過程。

朝陽小舖的誕生是另一個「社區、企業、外部專業」協力的縮影。小舖的建設經費來自金牌農村獎金與嘉威聯合會計師事務所，茶籽堂則負責設計協調與在地需求的翻譯工作。從外觀修改到騎樓座位的設置，過程中不斷調整，只為了讓空間「真的被使用」。例如設計店舖外的座位時是以當地居民的需求出發，希望能夠成為在地居民每天會來聊天、休息的公共空間。企業提供美學與設計資源，但決定空間如何使用仍是以社區主。

在朝陽國家步道的合作中，茶籽堂進一步把 ESG 與生物多樣性帶進地方。透過認養步道、申請自然教育資源，共同設計以穿山甲為主題的環境教育遊程，讓步道從「當地人維護的步道」轉變為具有保育與教育意義的生態旅遊場域。對企業而言，這是具指標性的環境行動；對社區而言，則是提升導覽能力與重新看見自己生態資源的機會。

朝陽社區與茶籽堂的關係並非一次性專案或單向贊助，而是透過長時間的互信、對話與協力，慢慢疊加出來的共同成果。社區提供穩定的人際網絡、場域維護、在地知識；企業帶進來的是設計能力、美

學視野、品牌資源與外部連結。雙方在相互尊重的前提下，共同參與地方的未來想像，一起在土地上紮根共生共好。

朝陽社區的經驗提醒我們：**真正可長可久的社區—企業合作，不是誰幫誰，而是一起成為「同一個地方的夥伴」。**

從朝陽社區學習：社區如何成功與企業合作？

1. 先把社區「站穩」，再談企業合作

- 朝陽社區在企業進來之前，就已經有：社區調查、發展規劃書、長照據點、環境營造、步道維護、餐廳、小舖等。先把自己能掌控的事情做好，是吸引好夥伴的第一步。

2. 找「理念接近」的企業，而不是只看誰給得比較多

- 茶籽堂重視土地倫理、友善農法與地方美學，這與朝陽社區長期做的環境教育、友善農產相通。找企業時，可以問三個問題：
    1. 這家企業在意什麼？（品牌核心價值）
    2. 跟我們社區在做的事有沒有交集？
    3. 如果一起做，對地方會不會真的有幫助？

3. 互相尊重，比拿到多少資源更重要

- 漁港改造、朝陽小舖設計的過程中，茶籽堂不斷回到居民需求，願意修改方案。能談得久的企業，會願意為了地方改變原本的想法。

4. 社區要當「翻譯者」：把居民的語言翻給企業聽

- 朝陽社區發展協會在各個合作中，扮演居民、政府與企業之間的中介。例如居民習慣坐在小舖外聊天，協會就把這點帶進空間設計討論。居民最懂在地的日常，練習把這些「生活感」說成清楚的需求，讓企業聽得懂、也願意配合。

5. 把企業「拉進來」，變成社區故事的一部分

- 邀請企業出席社區重要場合，讓企業成為自己人。在金牌農村競賽中茶籽堂不只是幫忙排版，而是一起站在台上說朝陽的故事。朝陽步道的穿山甲遊程，也讓企業同時是贊助者、設計者，同時是實際在場的參與者。

6. 長期合作的關鍵字：信任×慢慢來×可以說真話

- 朝陽與茶籽堂的友好是多年累積的結果，中間充滿討論、修改與磨合。雙方的信任感需要慢慢建立，最後達到社區敢說不同意的地方，企業也願意調整的關係。

三、 社區可以做的事：從地方實力到企業合作的準備工作

面對跟企業合作的議題時，許多社區常會覺得距離遙遠、難以靠近。但實際上企業並不需要華麗的提案，而是**真實、有能力、能被信任的社區夥伴**。社區要能被看見、被理解，也需要先做好一些內部的準備。本章節將以「社區可以做到的行動」為主軸，整理出社區在與企業往來前，最重要的基礎工程與能力養成。

（一） 理解企業的語言：掌握 ESG 及永續議題

對多數社區而言，ESG 看似遙遠，但它已經成為企業決策的共同語言。無論公司的規模大小，企業現在都需要展現「對環境、社會、治理」的責任，許多公司甚至因政策要求而必須撰寫永續報告書。這不只是企業的壓力，也是社區的機會。

懂企業的語言，是讓企業感覺到社區「準備好了」的第一步。社區若能基本掌握 ESG、SDGs、碳足跡、生物多樣性等概念，就能理解企業在乎的是什麼，也容易在溝通時「對焦」。例如：

- 企業想透過永續旅遊善盡社會責任：社區可以說明自己的食農活動如何支持永續飲食、減碳、生態友善。

- 企業以社會關懷為主要投入項目：社區可以分享自己在長者照顧、兒少陪伴、偏鄉教育的成果。

（二） 盤點社區資源：認識自己，才有能力提出合作

每個社區都有獨特的資源，可能是物產、文化、場域，也可能是人。許多社區不一定真的「看見」自己擁有的能力，因此很難跟企業說清楚我們能做什麼、可以承擔什麼，當社區越清楚自己的強項，越能找到能與企業合作的方向。

。社區可以做以下的資源盤點：

- 場域資源：農田、漁港、步道、廚房、教室、體驗教室
- 人力資源：講師、耕作者、在地耆老、青農、社區媽媽
- 物產資源：季節物產、加工品、代表性的農漁產品
- 文化與故事：地方歷史、產業記憶、族群文化
- 社區成果：過去做過的課程、曾接待的學校、參訪團體

這樣的盤點不只是列清單，而是要回答一個核心問題：**「我們有什麼，是值得企業和我們一起做的？」**

（三） 準備一份「可以拿出去講」的合作企劃

企業沒有時間閱讀厚厚的提案書，因此一份清楚、簡潔、有重點的企劃，往往比花俏的計畫能打動人。這份企劃不必一次定型，可以邊做邊調整，但至少能讓企業「看到你是準備好的人」。建議社區至少準備兩種版本：

口頭版：兩分鐘的社區介紹

- 我們在哪裡？
- 我們在做什麼？
- 我們一年大概服務多少人？
- 我們希望企業一起完成哪些事？

書面版：一份 2–4 頁的合作企劃

內容可包含：

- 食農教育活動的流程
- 適合的對象（企業志工、一般民眾、學校）
- 所需時間、場域、材料
- 人力量能（一次可接待多少人）
- 單場預算
- 活動對應的 SDGs 或 ESG 指標

（四） 閱讀企業永續報告書：精準找到適合你的夥伴

永續報告書是企業「在乎什麼」的證明，裡面通常包含：

- 他們支持哪些議題（生態、教育、偏鄉、農業、文化）
- 他們過去與哪些團體合作
- 他們今年的目標與計畫

當社區清楚企業的焦點，就能提出有共鳴的建議，而不是漫無目的地敲門。社區若能從這些資料去理解企業的關注點，就比較能提出「對得準」的合作方向。例如：

- 企業強調「生物多樣性」→社區的步道、生態導覽、友善農法就有合作可能。
- 企業強調「偏鄉兒少教育」→社區的課後陪伴、食農教育就有對應性。

（五） 建立社區的「服務品質」：企業判斷是否長期合作的關鍵

以糖廠社區、朝陽社區的案例來看，企業願意長期合作的原因，通常不是因為行銷，而是因為：

- 活動流程順

- 接待態度好
- 講師專業
- 場域整理乾淨
- 參與者能獲得有意義的體驗

因此社區要思考：

- 我們的導覽路線清楚嗎？
- 雨天備案？安全措施？
- 一次活動最多能接待幾人？
- 志工能不能「有默契」地合作？

企業也重視細節，而這些細節會直接決定合作能否持續。

（六） 建立穩定的合作窗口與分工機制

建立單一且穩定的窗口非常重要，如果每次聯絡社區的人都不同、回信很慢或資訊不一致，會加深跟企業合作的難度。

社區可以做到：

- 指定一位**對外窗口**（負責接洽、回信、收資料）
- 一個**企劃／文本負責人**

- 一個**活動執行團隊**
- 一個**紀錄與成果整理者**

即便人力有限，也可以先簡單分工，讓企業感覺社區「有組織、有秩序」。

（七） 留下證據：成果、照片、故事都很重要

企業需要能寫進永續報告書的東西，社區若能充分準備，除了幫助企業了解社區，這些資料也能轉化成社區未來的提案素材。包括：

- 活動照片（包含人物、場域、食材、過程）
- 活動紀錄表（人數、對象、進行內容）
- 參加者回饋
- 感人的小故事
- 媒體報導

（八） 建立社區對合作的「原則」：不為了資源而失去自己

不是每一個合作都適合社區。朝陽社區的案例說明：「尊重」是長期合作的核心。清楚的原則可以讓社區保持主體性，也讓企業願意互相尊重。社區可以先想好自己的原則：

- 活動不能違反社區的環境理念
- 不接受把社區當成拍照背景的活動
- 不做超過場域負荷量的事情
- 必須讓社區居民能從活動中收益或學習

（九） 善用中介平台與周邊社區：不要一個社區單打獨鬥

企業可能要的是區域性的計畫，而不是單一社區。讓社區不只是「被幫助」，而是能夠主動提出跨域合作的夥伴。社區可以：

- 主動認識鄰近社區、農場、團體
- 參加政府或基金會的研習與串連計畫
- 與中介組織合作
- 建立跨社區的食農教育聯盟

第五節：【論壇】與農同行－食農教育與 ESG 的共好故事

此次研究計劃有規劃一場次的論壇活動，藉由公開的發表，讓民眾有機會接觸永續議題。同時，也透過論壇活動搭建討論的平台，邀請深耕食農教育及 ESG 的單位進行分享，對於感興趣的民眾而言，也能在論壇中進行互動與問答。

論壇集結政府、企業與社區的多方單位，共同探討食農教育與永續發展的實踐之道。活動由農村水保署開場致詞，揭開跨域對話序幕。由糖廠社區發展協會、豐泰文教基金會及台灣好基金會帶來三場精彩案例，從社區共學、企業公益轉型到校園共耕，呈現食農行動的多元樣貌與創新合作模式。最後綜合討論將匯聚現場觀點，激盪跨界合作的可能，展現臺灣食農永續推動的能量。

【時間】2025 年 11 月 16 日，9:30-11:30

【地點】國立科學工藝博物館北館，AB103 簡報室

講者宣傳


【論壇活動】
與農同行：食農教育與ESG的共好故事
⊙陳吉仲｜國立中興大學特聘教授
如何一起參與
食農教育
第6屆 臺灣科學節 2025
永續農村食農開箱


【論壇活動】
與農同行：食農教育與ESG的共好故事
從糖廠出發的食農設計：社區、企業、國小的三方共學
⊙郭俊宏｜糖廠社區發展協會 副總幹事
歐秋惠 執行長
當企業遇見田間：從公益到共益的永續旅程
⊙歐秋惠｜豐泰文教基金會 副執行長
企業與學校共耕一畝田：台灣好基金會的神農計畫
⊙賴姿妙｜台灣好基金會 專案總監
第6屆 臺灣科學節 2025
永續農村食農開箱

議程規劃


指導單位：農業部農村發展及水土保持署 主辦單位：大享食育協會 協辦單位：國立科學工藝博物館
臺灣食育節
【活動議程】
與農同行
食農教育與ESG的共好故事
09:10►09:30 活動報到
09:30►09:35 開場致詞
⊙農村發展及水土保持署
09:35►10:00 如何一起參與食農教育
⊙陳吉仲｜國立中興大學 特聘教授
10:00►10:25 從糖廠出發的食農設計
社區、企業、國小的三方共學
⊙郭俊宏｜糖廠社區發展協會 副總幹事
10:25►10:50 當企業遇見田間
從公益到共益的永續旅程
⊙歐秋惠｜豐泰文教基金會 副執行長
10:50►11:15 企業與學校共耕一畝田
台灣好基金會的神農計畫
⊙賴姿妙｜台灣好基金會 專案總監
11:15►11:30 綜合討論
永續農村食農開箱

活動紀錄

十一月中的週末，大享食育協會於高雄科工館舉行「與農同行」論壇，邀集政府、企業與社區等多方單位，以「企業共耕・食農共好」為主題，帶來跨領域的經驗分享，呈現食農教育多元的實踐樣貌以及跨域合作的可能，也和與會的民眾共同探討臺灣食農教育的永續之道。



論壇首先由農村水保署蘇茂祥副署長開場，副署長舉了幾個例子，說明三章一Q的推廣如何影響民眾、企業對產品的選擇，在生活中看見食農教育在小孩身上的發酵，也進而影響家長。蘇茂祥副署長提到：「解決農產品的產銷問題，食農教育是很好的對策。支持國產農產品就是支持臺灣農業，能為農業帶來很多效益。」



接著便由中興大學特聘教授、前農業部長陳吉仲老師，從臺灣農業整體現況來探討民眾如何參與食農教育。陳吉仲老師分享，最簡單的就是每人每天多吃一口飯，就能帶動在地農村發展、延續臺灣米食文化，而農村、農業的永續發展，則關乎國民身體健康、社會穩定以及國土安全。目前臺灣農業永續發展中，重要的工作項目之一就是食農教育，將農村朝「宜居、宜業、宜遊」的方向來規劃，讓人人一起支持國產農產品。



陳吉仲老師另外提到臺灣農業的重大挑戰之一，是「非專業的干擾」，影響國人對臺灣農業的信心和判斷，因此有專業與正確的食農知識是非常重要的，大家可以先從認識農產品開始、從三章一Q來選擇在地農產品，接著去認識產地，慢慢建立自己的農業知識庫。

第二棒接力的講者是來自糖廠社區發展協會的郭俊宏副總幹事，分享在地社區如何分別串連企業、鄰近小學。糖廠社區以「社會福利、永續旅遊」作為永續經營的兩大主軸，提供學校、家庭或社群深度的食農體驗。企業的串連方面，提供 ESG 教育體驗，將食農教育的內涵融合在家庭日活動中，也媒合企業來採購社區農產

品。與小學的合作，則是帶學生走入農園，結合食農教育與學科領域的學習，並提供教案給國小教師，藉此將食農教育帶入校園中。



回到社區本身，食農教育借重老農的專業與經驗，並結合青年的創新思維，能解決社區人口外流、大量農業廢棄物的問題，由青年與老農共同推行食農教育，將傳統產業推向新市場，而更重要的目的，是讓社區能夠永續發展。

接著豐泰文教基金會的歐秋惠副執行長，則從企業的角度，分享參與食農教育的經驗。基金會獨資成立阿古力社會企業，致力於扶持雲林在地的有機小農，除了契作、協助銷售農產品、推廣食農活動之外，還提供農夫教學講座，提升其專業知識與技能。



基金會的食農教育觸角遍及四方，例如邀請社區居民一同在鄰近荒地進行友善種植；提供學校老師、營養師與食農教育講師的培訓課程；發起勸募活動讓有機米進入弱勢家庭；將有機米的美味、意義帶入校園等。如同簡報的標題「從公益到共益的永續旅程」，懷抱著支持農夫、社會共好、守護環境的願景，歐秋惠副執行長邀請大家一起做一件讓地球變得更美麗的事。

論壇的最後，由台灣好基金會的賴姿妙專案總監分享如何以文化推動食農教育做為結尾。台灣好基金會以鄉鎮為單位，長期深耕小鄉小鎮的產業文化，從中找到食農教育的切入點，例如在池上有依據四季變化而生的客家辦桌、稻穗藝術節等，文化營造需要長年的時間，但也能讓鄉鎮創造出來的在地獨特價值，歷久彌新。



台灣好基金會的神農計畫，以企業與學校共耕一畝田的方式，傳遞校田就是戶外的教室、農事即是生活的信念。基金會媒合企業認養學校，支持學生在校田裡的學習，希望學生將務農者視為值得尊敬的行業，從而建立對家鄉的認同感。提及如何讓企業對神農計畫感興趣，賴姿妙專案總監分享，會帶著企業走進鄉鎮，看見在土地上發生的事情，實際去體驗、去感受。



不論從政府單位、企業或社區來著手食農教育，現實面的基本即是需要大家多多支持國產農產品，如此才能撐起農夫、農村與臺灣農業。這場食農教育的跨領域對話是一個起點，期許各方領域的參與，能讓臺灣的食農教育走得更廣、更遠。

第五章：結論與建議

本研究聚焦於農村社區與企業協作推廣食農教育的策略，透過多元質性研究方法，揭示了台灣食農教育自 2022 年《食農教育法》實施以來，如何從校園教育拓展至社區及鄉村場域，並伴隨企業從傳統 CSR 轉型為 ESG 導向，打造三方協同共榮的新局面。長期以來，社區在飲食生產與文化傳承中的重要性常被視為理所當然，然而在都市化、人口老化與農業結構變動的情況下，社區不僅是農產品的生產者，也逐漸成為知識傳遞者、文化保育者與永續行動的關鍵。面對企業永續行動的興起，本研究特別關注「社區如何不只是被動接受企業資源，而是能以自身的經驗、場域與生活智慧，與企業形成互補、互信且具有永續性的合作關係」。

本研究的目的，並非將社區推向企業的要求之下，而是希望讓社區意識到：自身的知識、土地連結、文化資源與生活智慧，本就是在永續行動中稀缺且無可取代的資產。透過理解 ESG 語彙、掌握企業需求、熟悉政策方向與媒合管道，社區可以走向具備主體性的合作模式，避免淪為企業 CSR 的附屬品，而是與企業共同建構長期、互利且具有地方根性的永續關係。

企業在永續轉型與 ESG 要求提升的趨勢下，愈來愈重視社會公益、環境責任與在地連結的實質作為。企業踏入食農教育領域，往往

並非單純回應法規或形象需求，而是看見食農議題與其永續策略的密切關聯：食農教育涵蓋環境友善、文化延續、城鄉均衡、農食生產等核心元素，恰好對應 ESG 在環境與社會面向的重要指標。

食農教育提供企業一套具體的永續實踐場景，使 ESG 不只是停留在報告書或績效指標，而能透過農事體驗、土地學習以及食物議題，形成可被社會看見的實際行動。對企業而言，參與食農教育是一種能同時整合環境保護、社會關懷與教育影響的永續策略，有助於塑造可信任與透明的企業形象。

企業投入社區食農教育亦能建立具有深度的在地連結。研究中的企業案例（例如茶籽堂與朝陽社區），當企業走入地方、理解土地與農民的價值，便能建立共感與互信的合作關係，社區能夠成為共同參與永續實踐的夥伴。企業也能透過這些連結深化其地方品牌定位，並獲得穩定且可長期合作的社區關係網絡。

在本研究的案例中，食農教育之於企業的價值，是企業永續轉型過程中的基礎工程。它使企業得以透過教育、土地與食物這三個最貼近人們生活的媒介，展現其對環境、社會與地方的承諾，形成具備深度與持續性的永續行動。

關於社區跟企業合作的經驗，本研究探討社區與企業能否形成互利關係，取決於雙方如何以地方為核心，並在合作歷程中逐步建立信任。從本研究實際訪談的兩個案例：朝陽社區與糖廠社區，可以歸納出兩類主要合作樣態，分別展現企業介入與社區能動性之間的不同關係結構。

第一種合作樣態可稱為「場域賦能型合作」。此類合作由社區提供食農教育的基礎素材，如土地、物產、食農課程、傳統料理或在地知識等，企業透過參與社區舉辦的活動達成永續行動並且回饋地方經濟資源，透過企業提供的經費，成為社區強化教育及社福的資本。在這種合作下，社區仍維持主體性，其核心價值來自在地生活經驗，而企業的角色較為支持性，其投入能讓食農活動具組織性與具吸引力。例如糖廠社區透過舉辦企業的 ESG 永續旅遊、企業員工日，將這些收入投入社區服務，建構社區的永續發展模式。

第二種合作樣態則是「長期夥伴型合作」。此類合作不是專案或活動層面的互動，而是企業長期進駐社區、協助地方進行產業升級、空間改造、品牌建立與永續行銷。茶籽堂與朝陽社區的合作便是典型案例：企業不以「專案式介入」自居，而是以夥伴姿態與社區共同思考地方願景，逐步協助地方重建空間美學、強化導覽與教育設計、整

理社區故事、改善銷售空間等。這種合作使企業的 ESG 理念能在社區得到具體實踐，同時也讓社區在過程中提升能力、建立穩定的組織動能。

雖然本研究僅訪談兩個單位，但兩個案例呈現的合作深度與層次已足以說明，合作類型並非固定，而是在長期互動中逐漸生成的。其中信任與尊重是最重要的元素。社區願意讓企業參與地方議題，往往基於企業願意花時間了解在地文化、不急於主導、願意傾聽需求、透明討論分工等。在朝陽案例中，社區多次強調「尊重」、「願意溝通」、「信任夠才願意放手」，這些皆顯示信任比資源更能決定合作成敗。

最後，關於學校的食農教育施作，學校與社區在推動食農教育的合作關係中，逐漸形成一套兼具「課程深化」與「社區連結」的模式。第一項核心策略是以在地場域作為教學資源。由社區提供真實且生活化的農業素材，學校則將其納入彈性課程、校本課程或跨領域課程，使學生能夠理解農食來源，也培養對土地與地方的情感。

第二項策略是跨專業合作與知識補位。教師普遍缺乏農業知識或實作經驗，因此社區長者、農民、環境教育人員成為重要的知識提供者。社區透過示範、講述與經驗分享，使課程內容貼近地方脈絡，並填補學校在農事專業上的不足。這類跨專業合作也促進跨世代交流，

長者得以傳承在地智慧，學生則從真實的勞動與故事中建構農業的多元理解，而非僅停留於課本知識。

第三項策略是課程合作的制度化與常態化。許多學校透過固定課程規劃、農事體驗、社區師資建立與合作等方式，使合作不再依賴個別教師，而是形成制度性運作。例如旗尾國小與文峰國小將食農課程定為校定課程，雲林特教學校則透過專業教師的加入，建立學校的食農課程。這些安排使食農教育成為穩定且可持續的教學內容，減少因人力異動而中斷的風險。

本研究在完成文獻分析與實地訪談後，歸納出一套以社區為主體、企業為協力者、並能在地落實的《農漁村與企業共好－食農教育的 ESG 規劃指引》。此指南旨在協助社區理解企業永續發展的語言邏輯（ESG、SDGs、碳足跡、生物多樣性），同時強化社區盤點資源、提出企劃、建立合作關係與跨部門協作的能力。換言之，該指南是一套協助社區「理解企業、對接企業、與企業同行」的實務操作框架。

指南的核心內容涵蓋三大面向。首先，從企業永續的角度切入，協助社區認識企業參與食農教育的動機，包括 ESG 需求、永續報告書撰寫、生物多樣性治理、在地連結等，使社區能以企業熟悉的語彙呈現自己的價值。其次，指南提出社區可執行的具體步驟，例如資源

盤點、社區品牌化、企劃書撰寫、建立跨界合作模式，讓社區能以系統性的方式對接企業並發展食農教育活動。第三，透過糖廠社區、朝陽社區等案例，示範不同合作類型與成功關鍵，使指南具備可借鏡、可操作、可複製的特性。

此指南未來具備廣泛的應用潛能。對社區而言，它可作為培力課程、地方創生工作坊或組織內部訓練的教材；對政府而言，可成為推動農村再生、校園食農教育、城鄉交流或 ESG 協作專案時的輔導工具；對企業而言，則可協助理解如何以永續策略與地方共創，建立具影響力與長期性的在地連結。此外，本指南也能作為跨縣市的社區交流平台工具，使不同地區能透過共同語言分享經驗、建立合作網絡，並促進企業、學校、社區的多方連結。

綜合本研究的結果，可以看出食農教育已從單純的校園課程或社區活動，逐步發展成連結土地、生產者、社區與企業的跨領域公共議題。企業投入地方並非外加的資源輸入，而是以永續策略為起點，與社區共同形塑新的價值關係；同時，社區的地方知識、社會網絡與生活文化，正成為食農教育最具生命力的土壤。研究顯示，無論是以糖廠社區為例的主動創新模式，或是朝陽社區與企業長期共構的協力模

式，都說明社區已不只是活動執行者，而是食農教育與永續發展的重要實踐主體。

在校園面向，《食農教育法》的通過與教育部「學校社區化」政策，使學校逐漸打開邊界，與社區共同承擔教育責任。社區的加入，讓孩子能從真實的土地、農漁產業與在地文化中學習，使食農教育從「課程」走向「生活」，從認識食物來源走向理解地方、理解社會。企業的永續需求、社區的在地能量與學校的教育課程交會，使食農教育成為三個單位跨界協力的交點。

本研究提出的《農漁村與企業共好－食農教育的ESG規劃指引》，則回應了地方實作的實際需求。指引整理出企業永續與社區實作的共同語言，也為社區提供一條可複製、可操作的路徑，使農村能主動掌握地方資源、理解企業需求、建立長期夥伴關係。未來，這份指南可望被運用在社區培力課程、企業 ESG 專案、地方創生輔導、校園跨域合作等多元場景，成為推動社區與企業共學共創的重要工具。

最終，本研究希望揭示：食農教育對於食與農的關懷，是人們重新回到土地、重新連結彼此、重新理解地方價值的歷程。當社區、企業與學校能以信任為基礎，以永續為目標，共同走在推動食農教育的

道路上，便能逐步形塑出一個具韌性、有文化深度、更永續的地方未來。

研究建議

本研究以農村社區、企業永續單位與校園教育三個面向為核心，透過深度訪談探討三者在食農教育推動上的合作經驗與挑戰。研究結果揭示跨域協力的多元可能性，但也展現仍需深化的議題與研究空間，因此提出以下建議，供未來相關研究與政策發展參考。

首先，關於研究的後續發展方向，本研究雖試圖整合企業、社區與學校三個領域，呈現跨域協力的整體樣貌，但研究範圍較廣、個案數量有限，無法全面反映不同類型社區或企業的實務情況。未來研究可採取聚焦的研究設計，例如分別針對企業永續管理、農村社區營運模式、或校園食農教育制度進行深入研究，進一步細緻化不同領域的運作邏輯。同時，亦可透過跨區域比較研究，分析不同地理、產業與組織文化下的合作差異，擴展研究的深度與效度。

第二，從政策推動面來看，雖然農村水保署與 ESG STORE 目前正積極推動農業領域的 ESG 合作，但整體社會對「農業×ESG」的認識仍然有限，多數企業對農業社會責任的實踐可能性缺乏概念，也不清楚如何透過合作連結地方。建議政府未來能主動整理成功案例、製

作易懂且可操作的指引，並透過跨部會合作（如教育部、經濟部、行政院永續會等）擴大宣傳，使農村之於企業永續的可能性不再是少數人知道的「隱性知識」，而是清楚可見的協作路徑。

第三，本研究發現社區與企業合作大致呈現兩種取向：「永續農遊」與「駐地深耕」。前者多透過旅行社或企業團建方案媒合，後者則是企業長期進駐地方、共同創造地方價值的模式。對於永續農遊，建議未來研究可將視角轉向旅遊業者，探討其如何成為企業與社區之間的中介者、旅遊產品如何轉化食農意義，以及參與者的學習成效如何產生。至於駐地深耕，則建議由政府主動建立「企業—社區媒合平台」，邀請理念相符且具永續承諾的企業加入，透過制度化機制提高合作的穩定性，並減少社區自行尋找企業所面臨的高成本與不確定性。

最後，針對本研究之不足與限制，本研究多採質性訪談，雖能呈現深度的脈絡與多元觀點，但樣本規模較小，無法完整代表全臺農村或企業的經驗;研究也多聚焦在合作成功的案例，較少觸及合作失敗、利益衝突或推動困難的負向案例，可能使結果呈現偏向正面樣態。此外，本研究的企業受訪者多屬非典型農業投資者，未來若能納入更多不同產業、不同規模企業，將有助於全面理解企業參與農業永續的動機與限制。基於研究時間限制，本研究亦無法進行長期追蹤研究；未

來若能透過縱貫式研究方法，觀察企業與社區合作的變化與持續性，將使研究成果具深度與實務價值。

本研究強調食農教育的跨界本質，並提出企業、社區與校園三者協力的可能方向。期盼未來能透過系統性的研究、政策支持與制度創新，使食農教育成為連結地方永續與社會參與的重要橋梁。

參考文獻

bound、夫馬賢治（監修）、許郁文（譯）。（2024）。**ESG 60 分鐘超圖解：一本看懂全球永續經濟關鍵**。創意市集。

CSRone（2020）。2020 臺灣暨亞太永續報告現況與趨勢。https://csrone.com/reports/3650

王本壯（2008）。社區總體營造的回顧與展望。**府際關係研究通訊**，3。18-21。

日本農林水産省. (2021). みどりの食料システム戦略. 取自 https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/midori/index.html

日本農林水産省. (2022). 地方創生推進交付金の概要.

日本農林水産省. (2024).農林水産業・食品産業に関する ESG 地域金融「モデル事例集」（第２版）

日本農林水産省. (2024).みどり戦略学生チャレンジ. 取自 https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/midori/index.html

日本農林水産省. (2025). あふの環 2030 プロジェクト～食と農林水産業のサステナビリティを考える～取自

https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/being_sustainable/sustainable2030.html

伊予銀行. (2022). ESG 経営と地方創生戦略.

静岡銀行. (2022). 有機抹茶×太陽能共享プロジェクト.

サントリーホールディングス株式会社 (2025)。サントリーが考えるサステナビリティ経営。取自 https://www.suntory.co.jp/company/csr/management/

森永乳業株式会社 (2025)。酪農家に寄り添って。取自 https://www.morinagamilk.co.jp/learn_enjoy/dairy/support.html

行政院農業委員會（2023）。第一期食農教育推動計畫（112-116年）。取自 https://fae.moa.gov.tw/files/web_structure/107/A01_1.pdf

何昕家、林慧年、張子超（2019）。學校與社區的合作經驗之探討－以偏鄉國民中小學特色遊學為例。**台灣社區工作與社區研究學刊**，9(1)，127－163。

李明機（2010）。**推動上市上櫃公司履行企業社會責任**。《證券暨期貨月刊》，28（5），19-26。

李思霈（2023）。**以食農教育推動社區營造之研究-以臺中市為例**（未出版碩士論文）。東海大學，臺中市。

李麗日（1999）。論學校與社區的結合：以「學校社區化、社區學校化」之角度觀之。**社會科教育研究**，4，183－203。

林如萍（2022）。食農教育的概念架構與推展策略 。**農業人力發展與創新推廣研討會論文輯**，頁 82-94。行政院農業委員會臺中區農業改良場。

林育聖（2023）。**企業 ESG 作為對於消費者購買意圖之影響**（未出版碩士論文）。國立臺灣大學，臺北市。

林明地（2002）。學校社區化在理念與實踐上的發展趨勢。**教育資料集刊**，（27），259－280。

林芮淇（2024）。**台灣中小企業因應全球永續發展浪潮之探索性研究－以製造業為例**（未出版碩士論文）。臺中科技大學，臺中市。

林進材、蔡克旻（2025）。偏遠學校與社區的雙贏策略：共創教育與社區凝聚力。**師友雙月刊**，（50），30－35。

邱士倢（2020）。**食農教育融入小學教育階段教學方案之研**（未出版碩士論文）。臺灣師範大學，臺北市。

財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會（2013）。**如何加強推動我國上市櫃公司編纂企業社會責任報告書**。

國立政治大學企業管理研究中心（2024）。2024 台灣企業 ESG 轉型需求報告書。國立政治大學商學院。

康以琳、張瑋琦（2016）。人與食物的距離——鄉村小學食農教育課程發展之行動研究。**教育實踐與研究**。29（1），1-34。

郭蕙如、鍾怡婷（2021）。社區特質與鄉村發展政策資源分配的關聯：以《農村再生計畫》為例。**台灣鄉村研究**，16，47-85。

陳吉仲（2024）邁向 2050 年淨零 農業部門盤點碳匯潛力－兼顧生活與生態政策獎勵搭配 ESG 促農業永續。**豐年雜誌**，74（7），12－17。

陳美芬（2024）。跨界合作的食農教育推廣策略。**臺中區農業改良場特刊**，10-30。

黃源協、蕭文高、劉素珍（2009）。從“社區發展”到“永續社區”－台灣社區工作的檢視與省思。**臺大社會工作學刊**，19，87-131。

黃德秀、施乃禎（2022）。ESG 浪潮下的農業新契機－企業永續經營概念的實踐指標。**豐年雜誌**，72（12），12－17。

楊筑鈞、蔡執仲、鄭蕙玲（2020）。發展在地農事體驗課程之省思。**環境教育研究，**16（2），83－130。

楊雅智（2015）。淺談企業社會責任之國際發展趨勢與國內推動現況。**證券暨期貨月刊**，1（23），5－15。

葉欣誠、于蕙清、邱士倢、張心齡、朱曉萱（2019）。永續發展教育脈絡下我國食農教育之架構與核心議題分析。**環境教育研究**，15（1），87-140。

董時叡、蔡嫦娟（2012）。農村綠色生活推廣方案規劃研究：食農教育課程規劃設計。**行政院農業委員會 101 年度科技計畫研究報告**。臺北：行政院農業委員會。

劉仲成（2000）。學校社區化新探討。**南投文教**，13，76－83。

劉育瑄（2025）。**國民小學結合社區參與推展食農教育之個案研究**（未出版碩士論文）。國立臺北教育大學，台北市。

劉芳妏（2016）。**應用農村休閒體驗活動推動食農教育之研究**（未出版碩士論文）。國立高雄師範大學，高雄市。

潘淑琦（2019）。國民小學與在地四健會結合的食農教育實施歷程與成效之研究。**學校行政**，119，69－99。

蔣秋美（2024）。**食農教育課程與社區參與對學校永續發展之研究—以偏鄉某國小為例**（未出版碩士論文）。南華大學。

顏建賢、曾宇良、莊翰華（2011）。以農村節慶活動促進城鄉交流與振興鄉村發展之探討：日本的案例分析。**農業推廣文彙**，56，15-32。

魏任鴻（2016）。**都市消費者參與食農教育活動效益之研究-城鄉互動觀點**（未出版碩士論文）。景文科技大學，新北市。

Adams, C. A., Alhamood, A., He, X., Tian, J., Wang, L., & Wang, Y. (2022). *The development and implementation of GRI Standards: Practice and policy issues*. In *Handbook of Accounting and Sustainability*. Edward Elgar Publishing.

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don’ t know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932 – 968.

Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.

Carroll, A. B. (1995). *Business and society: Ethics and stakeholder management*. Cincinnati, OH: South-Western.

Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70 – 76.

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64 – 87.

European Commission. (2022). *Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)*. https://finance.ec.europa.eu

Green, G. P., & Haines, A. (2008). *Asset building and community development* (2nd ed.). SAGE Publications.

Ioannou, I., & Serafeim, G. (2015). The impact of corporate social responsibility on investment recommendations. *Financial Analysts Journal*, 71(4), 1 – 23.

Kotsantonis, S., & Serafeim, G. (2019). Four things no one will tell you about ESG data. *Journal of Applied Corporate Finance*, 31(2), 50 – 58.

OECD. (2001). *Multifunctionality: Towards an analytical framework*. Paris: OECD Publication Service.

Schoenmaker, D., & Schramade, W. (2019). *Principles of sustainable finance*. Oxford University Press.

Sustainable Japan (2025)。王子ホールディングス、森を育て、森を活かす最適解への挑戦。取自 https://sustainable.japantimes.com/jp/esg/471

Sustainable Japan (2024)。創業 150 周年の王子、森林を育てて生かす。取自 https://sustainable.japantimes.com/jp/esg/372

Japan Innovation Review (2023)。世界で不足していく水産資源、マルハニチロが描く「持続可能な水産業」の姿。取自 https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/76655

マルハニチロ株式会社 (2022)。もっとわかるサステナビリティ 持続可能な漁業・養殖認証(MSC・ASC)の取り扱い推進。取自 https://www.maruha-nichiro.co.jp/contents/more/sustainability02.html

UN Global Compact, International Finance Corporation, & Federal Department of Foreign Affairs (Switzerland). (2005, October). *Who cares wins 2005 conference report: Investing for long-term value: Integrating environmental, social and governance value drivers in asset management and financial research*. IFC.

United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). 2016. *Decision 1/CP.21: Adoption of the Paris Agreement, FCCC/CP/2015/L.9/Rev.1. 12 Dec* Paris: UNFCCC https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/l09r01.pdf

WBCSD. (2000). *Corporate social responsibility—Meeting changing expectations*. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.

レコメンタンク (2024)。【明治&森永&雪印】日本３大乳業メーカー+α を事業比較してみた。取自 https://www.recomtank.com/entry/milk-manifacturer

項次	審查意見	回覆辦理情形
報告內容審查意見：		
一	本研究就將抽象的 esg 與時農教育跨域合作，轉化為具體可行的模式分析與操作指引，填補目前政策與實務上的明顯缺口，屬於具創新性與公共價值的重要研究。	感謝審查委員建言。
二	永續農遊型是否已非農社企為主？企業參與活動是直接與社區洽談？還是中間透過專辦農村客製化旅遊的旅行社？	感謝建議與提問，永續農遊型在本研究的案例中（糖廠社區），雖是社區單位，但社區成員亦成立農社企作為接應商業團的單位。然此例的小型企業是台灣民間許多非營利組織常見的作法。 較大宗的農企業，例如休閒農場，也是永續農遊的一大主力。然而社區具有一定公共性，本研究認為社區單位具備持續培育的價值，藉以深化以社區為單位的公民組織在各地蓬勃發展。 企業參與部分，直接找社區或者透過旅行社兩種做法都有，但仍是以旅行社為大宗，因此建議相關單位以旅行社為後續政策實施方向，討論社區的永續農遊如何深化。
三	內容偏重於個案的成果分享。	感謝審查委員建言。今年度研究方向的確為個案的案例分析，期日後能有機會深入探討，提出後續研究。