

臺北市政府創意提案會報  
提案成效表

提案獎項	<input checked="" type="checkbox"/> 創新獎 <input type="checkbox"/> 精進獎 (請擇一勾選)
提案年度	100 年度
提案類別	<input type="checkbox"/> 行政流程 <input type="checkbox"/> 資訊系統 <input checked="" type="checkbox"/> 行銷活動 <input type="checkbox"/> 工程品質 (請擇一勾選)
提案單位	臺北市信義區戶政事務所、臺北市殯葬管理處
提案人員	主要提案人貢獻度—信義戶所:趙孝芳 50% 參與提案人貢獻度—殯葬處:李慶錦 20%、林惠蘭 10%、傅美瑜 10% 信義戶所:張絮雯 10%
提案主題	戶政殯葬全國首創-「初生。愛。蛻變」生命教育
提案緣起	<p><b>◎殯葬管理處—跨不過的禁忌藩籬，我想把愛傳出去~</b>  <b>—不可不知的殯葬資訊及觀念因忌諱而隔絕於民眾之外</b></p> <p>一旦有人過世，由於殯葬流程繁複，約 9 成民眾委託殯葬業者全權處理，據內政部統計國內殯葬業市場一年高達 800 多億，然業者良莠不齊，故殯葬處於 99 年全新改版製作系列溫馨文宣宣導殯葬相關資訊，希望增加民眾對<u>殯葬資訊</u>的了解，使民眾於處理親友身後事時更順利且安心。</p> <p>此外，由於社會型態更趨多元，當身後事不再僅限家人處理、地狹人稠埋葬土地不敷使用時，公部門除提供原有申辦服務外，更有負起教育之責，故殯葬處近來積極推廣身後事生前規劃、多元環保葬等<u>觀念</u>。</p> <p>對於殯葬資訊與觀念，民眾有知的權利，更有知的需求，然而在臺灣，民間習俗視「死亡」為禁忌，致使殯葬相關資訊如同「不能說的秘密」般，無法廣為宣導，這也是<u>全臺殯葬業務機關普遍面臨的困境</u>，造成資訊及觀念無法推廣至民眾端(如下圖)。</p> <p><b>— 資訊不對稱的結果致使民眾權益受損</b></p> <p>當民眾不願意接收殯葬資訊及觀念，一旦有需求時，<u>資訊不對稱</u>的情況下，便易產生消費糾紛、花冤枉錢、觀念守舊等權益受損情形。</p> <p><b>◎戶政機關—站在市民的第一線，我們還能做什麼？</b>  <b>—戶政事務所已具備人生大事完整資訊，惟獨缺乏死亡區塊</b></p> <p>78 歲阿嬤面容憔悴的到戶所辦理老伴死亡登記，戶政人員告訴她</p>

身分證配偶欄要換成空白欄位時，竟無法扼住情緒大哭…

從出生到死亡，人生的各種階段皆與戶政機關密不可分，戶所對於各階段的業務皆已達完善且朝向精緻化的服務，然惟獨「死亡」區塊，猶如失落的一角，除了協助申辦死亡登記外，無能力也無資源可提供。

但每每遇到許多民眾輕訴著生離死別的無奈，以及繁瑣的身後事，不知該向何處詢問時…總不禁讓我們思考著，我們還能做什麼？

### ◎契機響起，生命教育合奏曲

由於殯葬處想跨越藩籬，戶所想引進殯葬資訊，跨機關合作的契機產生。透過跨機關合作，在較無壓力地點(戶政事務所)展出從出生到死亡一系列生命旅程中公部門的服務，使戶所的主動服務延伸至身後事資訊及知識的提供；讓殯葬處的關懷得以向外拓展，有效行銷；更讓民眾在平時有機會及動機了解殯葬訊息，思考死亡議題；在處理身後事時得到更多的支持與資訊。

### 一、全國首創—「初生。愛。蛻變」生命教育特展

#### (一) 跨機關提供連貫而完整的資訊：



為使殯葬資訊讓市民接受，本次提案策略如下：

- 1、以「人生旅程」為基調，透過初生、愛等人生大事緩和殯葬氛圍。
- 2、透過「手製摺疊書」、「口袋DM」、「iPAD展示」、「電子書」、「現場禮俗互動」等方式，製造驚喜並增加閱覽動機。
- 3、在較無壓力的環境下(戶所)進行生命教育特展。

由公部門展示生命初期到盡頭提供的相關服務，使民眾無論在戶所或殯葬處皆可得到全面化、完整性的資訊，展示服務資訊如下圖：

#### ◎初生階段介紹：

出生登記	幸福+專案	助妳好孕服務
<p>曾比媽咪： 要證明到戶政事務所幫我辦理出生登記並攜帶以下文件ㄟ！</p> <p>&lt;出生登記&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.戶口名簿</li> <li>2.申請人身分證</li> <li>3.出生證明書、子女從姓約定書</li> <li>4.委託書</li> </ol>	<p>戶政加值服務 1.幸福+專案服務網</p> <p>臺北市政府戶政處提供「幸福關懷中心」臺北好生活、好家、好家申辦完成由戶政處之電子商務網可以獲得「臺北幸福人、寶貝數字卡」及禮品，卡內內容包括了媽咪人網站、寶貝的成長、用故事所寫數、媽咪生日福利網權刊一期編輯好孕好家卡、寶貝學步圖、寶貝成長誌、我的心肝寶貝、另外還有寶貝的成長網刊網址：<a href="http://birthlife.taipei.gov.tw/SupportCenter">http://birthlife.taipei.gov.tw/SupportCenter</a></p>	<p>戶政加值服務 2.助妳好孕服務網</p> <p>「助妳好孕」XXXXX服務網</p> <p>台北地檢處申請書</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.助妳好孕好日子好孕好生活之寶寶</li> <li>2.幫妳忙-九折實業衛生用品優惠卡(限以上區區區區區)</li> <li>3.助妳好孕好家卡內，戶政服務網出生登記</li> </ol> <p>申請文件：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.助妳好孕服務網</li> <li>2.助妳好孕好家卡、優惠</li> <li>3.助妳好孕好家卡內</li> </ol>

#### 初生禮俗~抓週囉~

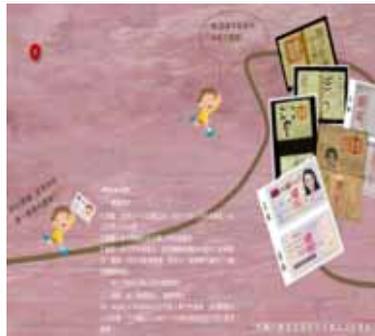


#### 互動現場—禮俗猜一猜(共41項)

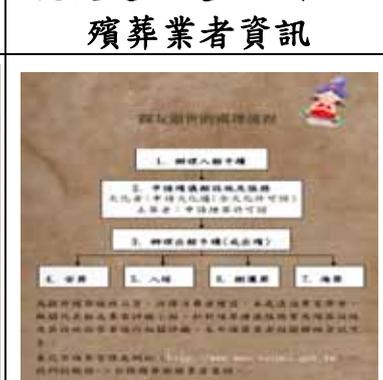


實施過程  
及投入成本

◎愛的階段介紹：

<p>申辦身分證</p> 	<p>英文謄本</p> 	<p>遷入及門牌證明</p> 
<p>結婚證明</p> 	<p>離婚證明</p> 	<p>互動現場-禮俗猜一猜</p> 

◎蛻變階段介紹：

<p>死亡登記</p> 	<p>殯葬處改革蛻變大事紀</p> 	<p>親友逝世處理流程及殯葬業者資訊</p> 
<p>懷恩專車服務</p> 	<p>海葬、樹灑葬介紹</p> 	<p>生命追思網服務</p> 

展場除展示一系列服務外，我們也擺放**民眾想知道的資訊DM**供民眾自由索取，包括殯葬處資源手札、懷恩專車時刻表、陽明山第二靈骨塔開放申請相關問題及解答(Q & A)等。



實施過程  
及投入成本

實施過程及投入成本

二、從「陌生無交流」走向「整合製造雙贏」的跨機關合作歷程

公部門機關間通常較缺乏橫向聯繫，再加上殯葬訊息不僅對民眾是一項禁忌，對其他機關同仁亦是盡量避而不談的話題，故兩機關以往總鞏固自己專業領域，不敢交流。

然因前述合作契機，兩機關開始了合奏曲，從開始的排拒忐忑心情，因認識而有更多了解及收穫，期間遭遇問題包括兩機關距離遙遠、科層體制的費時、人員意見整合等問題，然經溝通協調後，逐一克服，最後兩個機關都從中激盪不同以往的火花，獲得寶貴經驗(兩機關合作歷程如附件 1)。

三、小成本獲得大效益：

兩機關同仁自 100 年 1 月 28 日起每週開會討論。各類摺頁及摺疊書等資料皆自行製作，成本合計共約 29,590 元，若相關成品委外製作需花費 200,298 元，**共節省了 170,708 元**(細節統計如附件 2)。

實際執行成效

一、內部效益-機關橫向聯繫、相互學習：

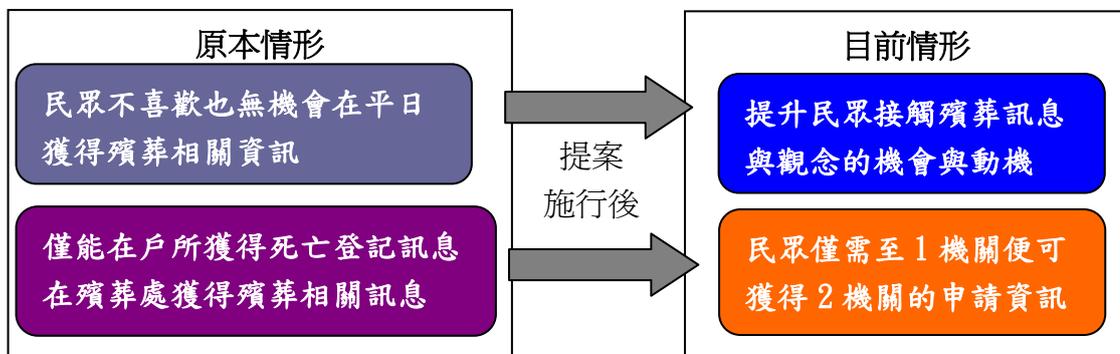
本次信義戶所與殯葬處因聯合提案有了合作及互相了解的機會，才發現除業務不同外，機關風格與擅長亦有所差別，而這些學習經驗就是本次合作後對兩個機關同仁最大的收穫。

◎信義戶所同仁分享：增進對殯葬知識了解，同時也感受到要破除迷信、推動改革之不易。

◎殯葬處同仁分享：戶政在行銷上甚具創意、文宣品多樣化。

二、外部效益-擴展民眾資訊可得性及了解意願：

未提案前，民眾對殯葬資訊不喜歡也無機會接觸，而死亡登記及殯葬流程申請也必須分別到 2 個機關才能了解相關資訊，提案後改變效益如圖：



(一) 提升民眾接觸殯葬訊息與觀念的機會與動機：

1、生命教育特展發揮之資訊與觀念提供效益

戶所每月受理案件		推估 1 年獲取資訊人數
死亡登記	123	123 件*12 個月*12 戶 =17,712 人
其他	11,500	11,500 件*12 個月*12 戶所=1,656,000 人

→推廣到各戶所之保守估計：一年將有 **1,673,712 人** 受益。

2、「初生。愛。蛻變」電子書發揮之資訊與觀念提供效益

信義戶所及殯葬處於 3 月份放置網頁，統計至 6/28 止已有 **5,153 次** 點閱。推估一年將有 **超過萬名** 網路市民了解生命教育相關資訊。

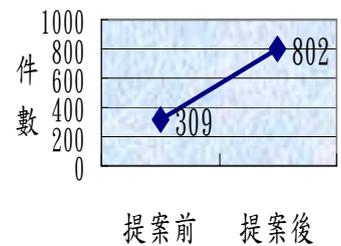


網頁電子書專區

### 3、文宣索取成長率高達160%

透過本次提案，殯葬處文宣推廣較為市民接受，文宣索取率由原先每月不到309套成長至每月發放約802件，**成長率高達160%**。

殯葬文宣索取率比較



#### (二) 一個機關，提供全面資訊：

有關「死亡」相關資訊，民眾僅需至1個機關便可充分了解，減少市民浪費不必要的時間摸索及嘗試錯誤。

#### (三) 移風易俗、觀念改變的契機：

透過生命教育特展，民眾在溫馨氣氛中、以活潑方式接觸人生大事的禮俗及殯葬訊息，開啟民眾提前思考人生大事及身後事契機，同時也一改民眾對殯葬的灰色肅穆印象。

### 三、外部效益—提升市府形象：

#### (一) 全國首創，他縣市標竿學習的對象：

本次提案殯葬處首次將資訊擴展至戶政事務所，成功規劃生命教育特展，實屬全國首創，接獲新北市戶所來電預約參訪列表如下：

日期	來訪機關
3月16日	新北市土城戶政事務所來電預約參訪
4月07日	新北市中和戶政事務所秘書率領課長及同仁來訪
4月21日	桃園縣龍潭戶所主任親自來訪

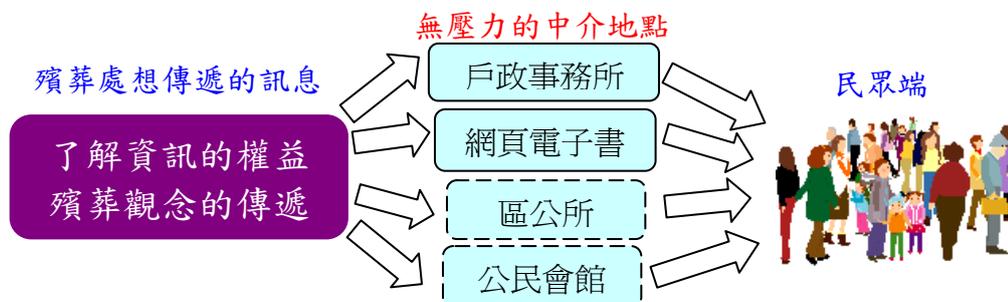
實際執行成效

#### (二) 提升民眾對市政的好印象：

本次特展經推廣後，於媒體及報紙正面報導除提升特展曝光率外（蘋果日報及中國時報皆有報導，詳如附件3），更使民眾對市府機關的印象加分。

### 四、應用性—殯葬資訊向外推廣的一大突破

藉由中介的戶所及網頁進行推廣，透過民眾較能、較願意接受的地點、時間，推展服務的資訊和觀念(如圖)，資訊傳遞過程將不再出現阻斷，直接到達民眾端，因此將大大提升民眾對殯葬資訊的獲取機會，此舉對殯葬處而言的確向外邁出一大步，未來，我們也將尋找更多無壓力中介地點(如老人文康中心、醫院、區里辦公室等)積極進行推廣。



## 五、試行報告

殯葬處與信義戶所合作產生的效益及迴響，除可減低其他機關對殯葬處的排拒性外，更具鼓舞性，有助複製此成功經驗至其他機關，故目前透過移展展出(硬體設備移植)及知識傳承(軟體經驗複製)等軟硬體兼俱方式，使經驗成功複製到更多中介單位，除已於士林公民會館、士林戶所等地展出外，7月5日起將陸續移展到文山公民會館及中正戶所(如下表，詳見附件6)，並將試行成果評估後推廣至本市各區戶政單位。

展出時間	響應推廣地點
5月1日至12月31日	信義區戶政事務所
6月1日至6月9日	士林公民會館
6月10日至7月4日	士林區戶政事務所
7月5日至7月20日	文山公民會館
7月21日至7月29日	中正區戶政事務所



士林公民會館展出現場

目前試行成效如下：

### (一) 文宣索取率成長 160%:

試行前殯葬處文宣索取率每月平均發出不到 309 套；然與信義、士林戶所、士林公民會館聯合巡展後，自 3 月至 6 月 28 日止包含書籤、明信片、小卡及筆等相關文宣品已約被取走 3,208 件，1 個月平均文宣品發放數量約 802 件，成長率高達 160%，可見民眾接受度較高。

### (二) 問卷調查滿意度佳，民眾對殯葬資訊感興趣者高達 5 成:

1、隨機對民眾進行口頭意見調查，民眾回饋多為正面鼓勵反映，截取民眾反映如下：

◎可以讓更多人了解身後事的處理方式，在戶所看感覺很溫馨，比較讓人沒有毛毛的感覺。

◎殯葬處有這麼好的文宣阿?我可以帶走嗎?

2、發送問卷調查表(詳如附件 4)，由回收的 226 份問卷中發現，民眾較感興趣之單元中，殯葬資訊佔 54%，85%認為此類生命教育特展於戶所或公民會館辦理實屬恰當，整體評價高達 87.8%的滿意度，故可知本次生命教育特展確實達到其推廣生命教育之目的。

### 結語：「一克拉」的夢想

推動殯葬改革必須長期從教育及宣導上著手，從根本做起，用堅持與熱情來完成夢想，一克拉雖小，但亦會閃閃發光，我們跨機關的一小步，卻具有生命教育的重大意義！

實際執行成效

相關附件

附件 1-機關合作歷程 附件 2-成本分析 附件 3-生命教育特展報導 附件 4-意見調查問卷 附件 5-相關照片呈現 附件 6-巡展說明

聯絡窗口

姓名：趙孝芳、傅美瑜 電話：27233977-801、87329731  
Email：[ch\\_fanny@mail.taipei.gov.tw](mailto:ch_fanny@mail.taipei.gov.tw)、[fbm\\_al0127@mail.taipei.gov.tw](mailto:fbm_al0127@mail.taipei.gov.tw)