發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040



COVID-19

重創全球觀光產業，日本也不例外。在疫情期間，日本為了同時維持經濟與防疫，推出「新生活樣態」策略，在一定程度的防疫前提下，推出「Go to Campaign」觀光計畫，希望鼓勵國內旅行，然而在疫情感染人口急速增加的影響下，「Go to Campaign」被迫中止。2021年日本觀光廳發行的「觀光白書[*1]」中，統計了疫情爆發前後的消費金額、預約減少狀況、雇用與破產狀況等數據，COVID-19重創觀光業的狀況歷歷在目。比方說訪日外國旅客消費金額2020年只有7,446億日圓，是2019年的15

Phoca PDF

%，國內旅行的消費金額2020年只有2019年的一半，只有10兆日圓等。為了支援觀光業，除了推出「Go to Campaign」之外，也提供公司運轉資金支援、雇用調整補助以及鼓勵員工休假而非資遣員工。在這一連串的政策下，雖然觀光人口不及2019年，但還是有達成促進國內旅行的目的。

日本觀光產業轉型與升級三之箭：整修設備、數位優化與轉型、分層人才培訓

在疫情期間許多觀光業者認為與其被動等待疫情消失，不如積極開發新的旅行產品，因使延伸出多種新旅行型態，比方說減少移動避免疫情擴散的「滯留型旅行」、避開假日人潮的「分散型旅行」或是待在家裡參加「線上旅行」。此外針對海外市場，從市場調查中發現，後疫情時代國際間對於日本觀光的需求不減反增，因此觀光廳便從觀光業本身的改革升級以及新的觀光內容開發著手，希望趁機好好推動日本觀光的轉型。首先觀光業改革升級主要有以下三個項目：

1.

飯店旅館設施改修或撤除廢屋：為了提升觀光地整體魅力和收益能力，提供補助或是融資優惠制度給旅館飯店業者，讓業者能整修更具有附加價值的設施，為未來的市場做準備，提高收益和住房率。同時，配合地區的都市計畫景觀規劃，一樣提供補助或融資優惠制度，來讓觀光地和飯店旅館可以在整修的同時，改善整體景觀並思考新的土地利用方式。

2.

觀光產業數位化轉型：在疫情期間，為了降低與人接觸而感染的風險，相關旅宿業者們都加快導入線上預約和自助報到等服務。特別是面對未來5G和ICT的普及，大家開始整合住宿設施（預約、數位鑰匙等）、交通工具（機票、電車、巴士等）、飲食（如餐廳）、體驗活動（如戶外活動

Phoca PDF

）等管理系統與數據，希望提供給旅客一個能在任何預約平台上一指暢通的數位整合服務。此外，在資訊指南上，比方說資訊指南看板數位化，在上頭設置鏡頭來分析旅客的性別、年齡、目光等藉以分析旅客的需求以提高誘客率。

在數位觀光內容開發上也嘗試利用IT技術，比如說用延展實境XR技術整合避免實體接觸或進出的內容，像是景點或是文物，這樣一來除了能追加欣賞自然景觀或文物藝術品的附加價值之外，還可以提供給旅客另一種新型態的旅行互動。

3.

人才培訓：面對後疫情時代觀光產業的復甦，為擺脫過往觀光產業僅依賴直覺和經驗的人才培訓模式，觀光廳依照產業的需求，將人才培訓分類成四個等級提供不同培訓課程。從最上層的是引領日本整體觀光產業的經營人才，是由京都大學、一橋大學合作，提供觀光企業管理MBA，甚至是提供海外留學支援；第二層是承擔區域觀光產業的中堅人才，與全國14處大學合作，提供科學化的經營模式來協助提高生產性與經營能力；第三層為現場有即時戰力的實務人才，會派遣專家前往現場，例如直接指導如何提升提供給觀光客的迎接環境；第四層則是引領下個世代觀光產業的孩童觀光教育，依據教育綱領來推廣觀光教育，比如說在商業學校裡導入「觀光商業」等。

新觀光內容開發：國際水準、永續觀光、探險旅行、出差後旅行

至於後疫情時代的觀光內容開發，日本觀光廳是按照國際趨勢和疫情下的旅客行為變化分析，以四大方向來推動開發未來新觀光的內容：

Phoca PDF

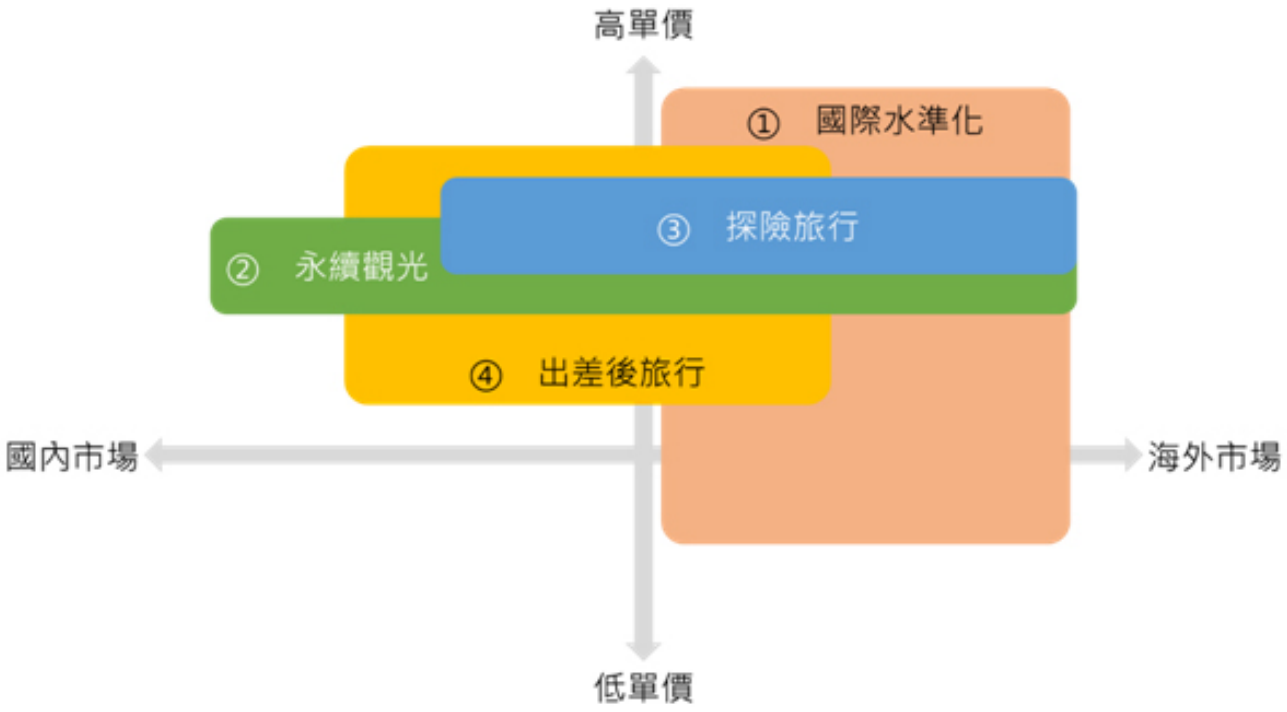
發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040

1.觀光國際水準化

2.永續觀光

3.探險旅行

4.出差後旅行



觀光內容市場定位圖，圖片來源：作者自行整理。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040

首先是觀光國際水準化，觀光廳推出「永續觀光指南（JSTS-D）」，並且受到全球永續旅行委員會（Global Sustainable Tourism Council, GSTC）承認符合國際認證標準，鼓勵甚至要求全國各地地方自治團體和觀光區域營造組織（DMO）在經營觀光地時得依照JSTS-D的指標執行相關業務。而由於JSTS-D是有受到GSTC的承認，所以只要有符合JSTS-D的做法，就等同於有符合國際水準。而且JSTS-D本身就是永續觀光的一環，在符合國際標準的同時，也能促進日本各地推廣永續觀光。



國際認證，圖片來源：大雪山自然學校 荒井一洋整理。

所謂的「永續觀光」指的是為了維護觀光地本來的面貌，以及維護當地文化與自然環境，在與當地許多利害關係人（尤其是居民）取得共識後，以長期化的視野開發觀光地，在「文化」、「環

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040

境」、「經濟」與「管理」上實踐觀光永續。而日本會開始推廣「永續觀光」的問題意識與契機是因為發生「旅行公害」事件，也就是觀光發展已經造成當地居民負面影響，尤其是京都、鎌倉、沖繩、白川村、二世谷等國內外著名的觀光地。而最早是岩手縣的釜石觀光目的地行銷公司（DMC）率先推廣，也在他們取得綠色旅行目的（Green Destination）TOP100後，日本政府便開始正視永續觀光。由觀光廳選定5處模範地區進行輔導，在2020年有6處獲得Green Destination TOP100，而釜石市甚至取得世界銅牌認證。於2021年更追加選定15處模範地區，協助爭取Green Destination，結果有12處入選TOP100。（台灣則是日月潭、澎湖南寮、新北坪林、東北角暨宜蘭海岸國家風景區曾經入選，其中東北角風景區甚至獲選過亞洲國家第一面金牌）



Green Destination國際認證等級，圖片來源：Green Destination。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040

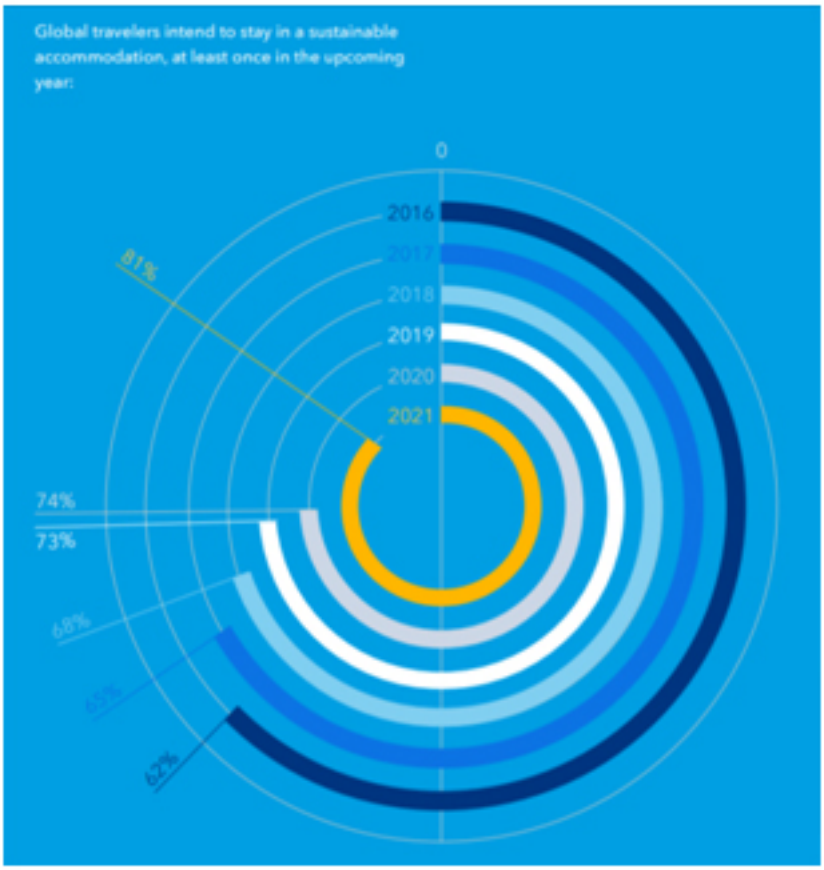
日本政府之所以會推廣永續觀光除了觀光公害之外，未來的觀光市場的趨勢更是其原因。世界最大的線上旅行社（Online Travel Agent, OTA）「Booking.com」從2016年起

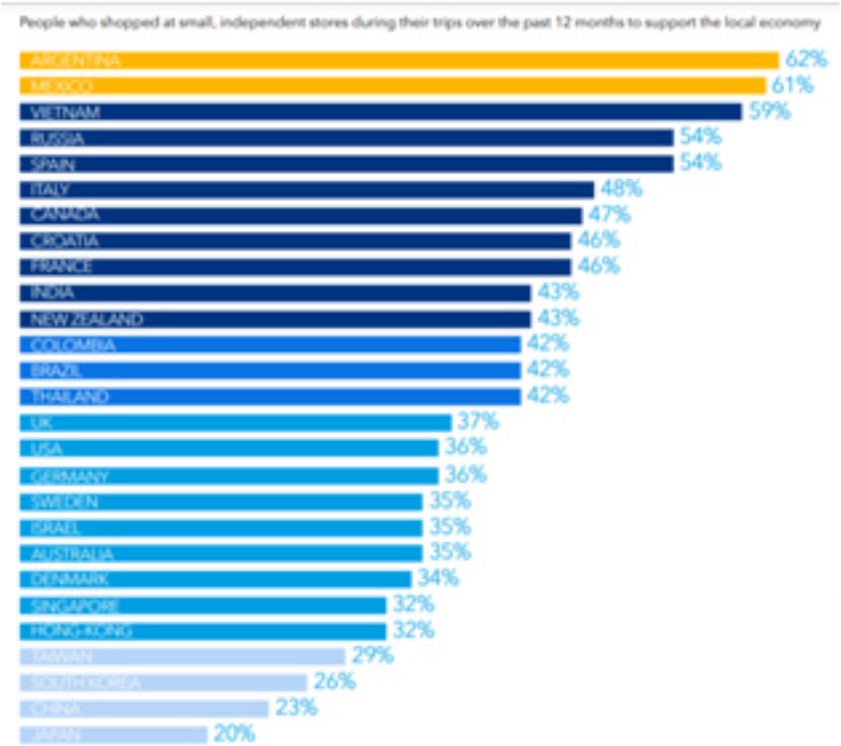
針對永續觀光進行調查[*2]

，發現全世界的觀光客有越來越重視永續觀光的趨勢，從2016年的調查中，只有62%的觀光客會想到永續旅館住一晚以上，到2021年則高達81%。而且根據調查發現有高達83%的世界觀光客認為理解當地文化與文化遺產的保存是重要的，有72%的世界觀光客希望觀光業可以讓社會所有階級的人平等地受到經濟上的恩惠，有47%觀光客則想要參與可以象徵當地真正文化的體驗。而觀光業者最擔心的是永續觀光是否會有經濟效益，這部分也從調查當中窺視一二，根據不同國家的想法，歐美國家基本上約4成左右的旅客會願意為了促進當地經濟而前往在地小規模個人店鋪消費，相反地東亞的國家支持率偏低，不到3成。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040





Phoca PDF

左圖：至少會到永續旅館住一晚以上的比例，右圖：過去12個月前往小規模個人店鋪消費支持當地經濟，圖片來源：Booking.com。

而所謂的永續觀光其實也與「探險旅行」環環相扣的探險旅行探險旅行是1980年代紐西蘭成功活用自然資源所創造出許多戶外活動而形成的一種旅行型態，根據探險旅行貿易協會（Adventure Travel Trade Association）的定義，探險旅行有三大元素，「身體活動（Physical Activities）」、「自然（Interaction with Nature）」與「文化體驗（Cultural Exchange）」，只要有包含其中兩項元素即可以稱為探險旅行。2019年日本政府開始重視「探險旅行」，主要原因有四點，第一點是日本本身有擁有豐富大自然環境的國家公園與深厚的傳統文化。第二點是探險旅行市場急速發展，2009年到2017年之間，不到10年成長8倍，擁有相當大的潛力。第三點是日本政府目前認為訪日觀光中最大的問題 - 想要修正過度仰賴亞洲市場。在2019年的訪日旅客統計中，東亞觀光客就超過70%，特別是經歷COVID-19全球疫情爆發造成東亞市場一下子就大量流失的經驗，因此日本政府希望未來能加強歐美太平洋洲市場以分散風險，而探險旅行的最大市場正是歐美澳紐市場，所以日本希望能開始推廣探險旅行。第四點是日本政府想要把北海道的品牌打造成亞洲的探險旅行聖地，這不但是看準了北海道是亞洲唯一適合探險旅行的亞寒帶氣候，而且探險旅行旅客最常體驗的戶外活動前20名，北海道都可以提供相關的體驗，可說是非常具有成為探險旅行聖地的潛力。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040



探險旅行市場成長趨勢，圖片來源：ATTA。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040



左圖：適合探險旅行氣候的地理位置。右圖：探險旅行最常體要的戶外活動前20名

圖片來源：北海道運輸局。

最後，新開發的觀光內容大方向是「出差後旅行」。疫情期間，日本為了兼顧減少人與人接觸的~~風險，又要維持經濟，因此提出「工作旅行（Workation，Work和Vacation組合而成的日式英文。）」~~，鼓勵企業活用「居家工作」的工作形態，鼓勵員工前往觀光地邊享受觀光邊工作。然而日本的勞動大環境依舊保守，再加上觀光與工作的界線消失，前往觀光地工作的旅費是公司負擔還是員工負擔過於曖昧，因此進而推出「出差後旅行（Bleisure，Business和Leisure組合而成的日式英文。）」，活用出差機會，出差後延長滯留時間到觀光地休假。觀光與工作的界線明顯，比較符合日本的勞動環境之外，在上述分散風險加強歐美澳紐市場裡，到海外出差後也有繼續休假滯留的習慣，因此也可以整合到訪日旅客市場。所以加強吸引海外MICE之外，也加強MICE結束後觀光地的整頓以及可以延長滯留的觀光內容開發。

Phoca PDF

發佈：2021-11-23, 週二 15:08
點擊數：31040



觀光聽官方工作旅行與出差後旅行。圖片來源：觀光廳推廣網站。

2021

年10月日本國內疫情趨緩，再加上兩劑疫苗施打率已經超過日本全人口的6成，所有觀光業者都在摩拳擦掌，希望趁當下開發新的觀光內容，一旦等國境開放後，便可以可以順利接軌海外市場。因此現在日本政府有許多補助都用在上述目標下的軟硬體觀光環境整備，以及觀光內容的開發上。筆者在此建議，由於台灣就位於日本旁邊，所以可以參考配合日本政府的觀光策略做法，除了可以吸引日本旅客之外，在共同觀光內容主題上若能共同行銷吸引歐美澳紐市場，變得以串聯起台日觀光業的島鏈。對於歐美澳紐市場來說，台日之間飛機行程最遠也只有4小時，並不會很長，因此如果可以成功串連起來的話，對於台灣來說除了可以學習到日本推動觀光手法之外，在

Phoca PDF

對歐美澳紐行銷上也可能事半功倍。

*1 觀光白書：https://www.mlit.go.jp/statistics/file000008.html

*2

Booking.com調查：https://news.booking.com/ja/asset/1040795/booking.com-sustainabletravelreport-japanese#.YNl3wRG9KX8.link

【作者簡介】

陳柏翰

台灣台南人。大阪大學大學院（等同於研究所）都市再生管理工程碩士、企業管理碩士，島島創生共同創辦人。曾任宮城INBOUND DMO理事，現為仙台松島DMO顧問。旅日超過10年，自2016年10月移居到日本東北地區，共同成立宮城INBOUND DMO。2020年成立島島創生，期許藉由地方的人事物的國際間的交流，來協助台灣與日本兩國間的地方創生。2021年促成台日首次姊妹DMO（雲嘉南濱海觀光圈與仙台．松島DMO）的簽訂。

Phoca PDF