

大學教科書 | 文化經濟學
適用 觀光產業 | 休閒管理

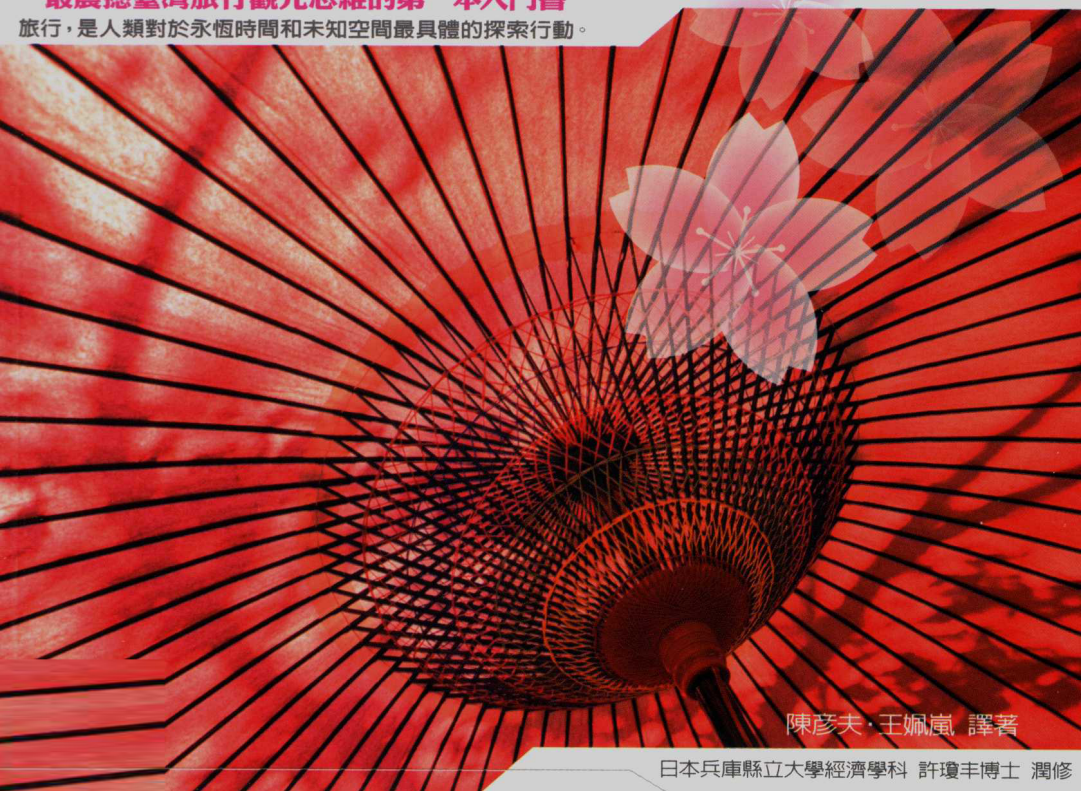
旅行産業の 文化經濟學

日本 早稻田大學教授/京都大學經濟學博士

戸崎 肇 著

最震撼臺灣旅行觀光思維的第一本入門書

旅行，是人類對於永恆時間和未知空間最具體的探索行動。



陳彥夫・王嫻嵐 譯著

日本兵庫縣立大學經濟學科 許瓊丰博士 潤修

旅行產業の文化經濟學

2012 年 7 月 出版

原 著	戶崎 肇
譯 著	陳彥夫、王嫻嵐
發 行 人	洪詩棠
出 版 者	翰蘆圖書出版有限公司
法律顧問	曾榮振律師
印 製	金華排版打字行
電 話	02-2382-1169

總 經 銷	翰蘆圖書出版有限公司
地 址	台北市 100 重慶南路一段 121 號 5 樓之 11
電 話	02-2382-1120
傳 真	02-2331-4416
網 址	http://www.hanlu.com.tw
信 箱	hanlu@hanlu.com.tw
大陸展售	廈門外圖集團有限公司
地 址	廈門市湖里區悅華路 8 號外圖物流大廈 4 樓
電 話	86-592-2986298

ATM轉帳	107-540-458-934 中國信託城中分行 (代號 822)
郵政劃撥	15718419 翰蘆圖書出版有限公司

加入會員，直購優惠。

書局缺書，請告訴店家代訂或補書，或向本公司直購。

定價 新臺幣 250 元

國家圖書館出版品預行編目資料

旅行產業の文化經濟學 / 戶崎 肇原著；陳彥夫、
王嫻嵐譯，-- 臺北市：翰蘆圖書，2012.07
面：15×21 公分

ISBN 978-986-7522-85-6 (平裝)

1. 旅遊業 2. 文化經濟學

489.2

101011730

版權所有 翻印必究

(缺頁、倒裝，請寄回更換)

旅行産業の文化經濟學

戶崎 肇

(原著)

陳彥夫 王嫻嵐

(譯著)



翰蘆圖書出版有限公司

www.hanlu.com.tw

旅行產業の文化經濟學

現今社會結構出現許多重大的變化。瞬息萬變的全球化、資訊化、高齡化社會，我們的生活方式也不斷地受到影響與改變。從這樣的變化中首先發現的是甚麼呢？我們生活在一個多重連結的社會之中。當真誠的面對自己，觀察自己每天的生活作息時，會發現許多每一個自己都與這個社會的許多面象都有密切關聯。因此，面對未來的第一步，重新認識自我、建構自我的主體性是非常重要的。

此外，也要能深入了解自我，了解自身所屬的文化與關係性。人類如果缺乏團體或是共同體的歸屬感是無法生存的。因此，爲了要能建構新的社會、並讓人類得以適應生活在瞬息萬變的社會，一定要重新認識文化與其價值。形成社會最重要的是，擁有支持共同歷史的文化，給予高度的評價，並維持歷史文化的發展。

在日常生活當中我們或許很少回顧歷史或文化，但是旅行產業對於重新評價文化與文化的再創造是有很大的效果。今後，旅行產業仍會繼續扮演這個重要的角色。旅行，或是旅行的本質，是與新事物相遇的機緣。因此透過旅行，能夠從其他的角度重新回顧我們所共有的文化，並且在此過程中

發現，存在的最初意義與價值。目前，隨著地方興起，地方文化也再度成為社會的焦點。旅行產業的興盛，對於結合文化的新體驗與再創造，對未來的社會是有很大的貢獻。

本書從文化性的觀點，進行有關旅行產業有助於創造新社會的理論來做探討。

最後，感謝兩位譯者翻譯本人拙作「旅行產業の文化經濟學」於臺灣翰蘆圖書公司出版發行，這對於深愛臺灣的筆者而言是何等的光榮。此外，也很感謝現在手中正拿著這本書的臺灣讀者們，這對筆者而言，是至高無上的榮幸。筆者深深祈禱與祝福這本書能夠對臺灣的經濟社會有些許的貢獻。

戶崎 肇

2012 年 5 月

早稻田大學亞洲研究機構 (OAS)

推薦序

觀光首都，美麗臺灣

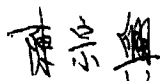
以古爲鏡，可以知興替，借助成功經驗，成就臺灣觀光島。

觀察臺灣近十幾年來的觀光發展政策，不論是 2000 年的「觀光客位增計畫」，還是 2012 年的「觀光中拔尖領航方案」、「重要觀光景點建設中程計畫」等施政重點，每一項政策都是從中央部會到地方縣市政府，全面拚觀光，今年政府提出到民國 105 年要達成觀光客 1,000 萬人，臺灣觀光產業未來的榮景似乎是指日可待。

但是，臺灣政府的中央部會與地方縣市政府真的準備好了嗎？對內，是否能夠優質化國民生活與旅遊品質？對外，是否能夠深化國際旅客感動體驗，強化臺灣觀光品牌的國際意象，以建構臺灣處處可觀光的旅遊環境，讓國際觀光客有非來不可的衝動、一來再來的感動。本書詳細描述日本觀光產業的演進，也提供新加坡的「觀光 21 世紀」成功經驗，如新觀光資源的開發、商業中心機能的擴充、交通樞紐機能的強化與鄰國一同協力等，努力提高全體地域的顧客吸引力；歐洲 21 個國家成立「歐洲官設觀光宣傳機構國際同盟」共同推動吸引外國旅客的觀光計畫。

本書的成功經驗，給予我們政府可從下列幾個構面思考：(一)拉大與具有國際視野的觀光發展格局，避免陸客團的過度集中與偏重於臺北 101、阿里山、日月潭等；(二)積極建構觀光資訊服務雲端，建立觀光資料庫，以使用者的想法，從出發前的旅遊行程規劃，一直到最後的旅遊心情記錄分享，透過雲端讓國外貴賓能夠方便取得來臺旅遊的最新訊息；(三)新觀光資源的開發與整合，讓美麗臺灣，遍地開花，例如：臺灣北區的金九文創園地、北投陽明山的溫泉文化、大稻埕的老街人文、剝皮寮與高雄港都的電影情節等。(四)旅行產業轉與為創意型產業，如文創園區：華山文創與三義精雕、生態旅遊：登玉山群峰與太魯閣地質、探索之旅：澎湖群島探險與金門坑道探訪、綠色旅遊主義：宜蘭綠色慢活、挑戰旅行：騎車環島與勇渡日月潭等。

當我經營的首都大飯店榮獲日本 JAL2010-2011 日本消費者滿意度調查，全臺灣唯一「最滿意飯店」(Most Favored Hotel) 的高度認同時，我知道我們在臺灣旅行產業的責任更重了，期盼臺灣產官學都能借助本書所提的成功經驗，按圖索驥的去執行、去發展，讓臺灣成為真正的觀光島。



台北首都大飯店(股)公司 董事長
坤勝開發股份有限公司 董事長
瀧興發資產管理(股)公司 總經理

譯著序

旅行產業の文化經濟學

本書譯自早稻田大學戶崎肇教授的著作，譯者深感內容新穎、豐富和有趣，很值得介紹給國人參考，期盼有助於臺灣的旅行產業發展。在此，要感謝戶崎肇教授對臺灣的熱愛，且欣然同意譯成中文分享國人，譯者感到無比的榮幸。

本書共分 6 章：第 1 章，由人類歷史發展的觀點來探討旅行與文化、社會發展的關係。第 2 章，利用統計數據的方式，呈現目前觀光業的重要性以及亞洲地區觀光的潮流。第 3 章，介紹旅行及觀光的歷史發展、日本的旅行業沿革。第 4 章，介紹日本的觀光政策、日本旅行業法的發展。第 5 章，說明旅行業經營所面臨的困境。第 6 章，介紹新的旅行型態與趨勢。

旅行業能帶動消費及就業機會，這是眾所周知的，而在各國經濟發展與文化交流方面，也扮演不容忽視的力量。當前臺灣旅遊服務業已成為熱門行業，但這個行業的興茂，須賴優良的旅遊品質，而這個品質的建立，更賴政策面的整體規劃，唯有周全的配套，才能有助於臺灣在國際舞台的能見度。

旅行，可以創造更寬廣的生活價值，可以賦予個人與群體新的生命意義，對於面臨人口老化的日本，本書有非常詳

細和深入的描述，而對於同樣會出現高齡化社會的臺灣，我們則可從書中借鏡日本的經驗，這對於臺灣旅行產業的多元思維，將會有很大的啓發。綜觀臺灣觀光、旅遊的相關書籍，大抵均未觸及這方面的議題，因此本書將可帶動這方面的思考。

我國自從開放陸客來臺旅遊後，觀光業蓬勃之景已然形成。根據交通部觀光局統計資料顯示，近 3 年，臺灣觀光收入金額，在 GDP 的比例上不斷攀高，（2008 年爲 2.94%，2009 年爲 3.28% 及 2010 年爲 3.78%），觀光外匯更是逐年增加，2010 年爲 87.19 億美元，年成長率更高達 27.92%。另外，2011 年，來臺旅客人次突破了 600 萬人次。可以預見的，未來臺灣觀光業將持續蓬勃發展。然而，如何有效整合臺灣整體的觀光資源，並兼顧環境生態保護，這將是我們必須面臨的新課題。

最後，譯者要感謝戶崎肇教授的愛護之情，於百忙中針對本書多次與譯者在早稻田大學校園深談與懇切指導。另外，也要感謝翰蘆出版公司發行人洪詩棠先生的支持與鼓勵，因爲有您們的協助，本書才得以順利出版，謹一併致謝，惟譯者所學不多，缺失在所難免，尚請各界先進不吝指正。

譯著 陳彥夫、王嫻嵐

2012 年 5 月 16 日

日本 東京

目錄

原著序／戶崎 肇

推薦序／陳宗興

譯者序／陳彥夫、王嫻嵐

第 1 章 | 社會結構的變化與旅行產業

- | | |
|-------------------|----|
| 1.1 實現自我價值的多元化新社會 | 11 |
| 1.2 經濟結構的轉變—地方分權 | 14 |
| 1.3 地方如何吸引投資 | 17 |
| 1.4 文化與旅行 | 27 |
| 1.5 資訊化社會與交通 | 29 |
| 1.6 邁向高度服務化的經濟社會 | 30 |

第 2 章 | 旅行產業的現狀及潮流

- | | |
|--------------------|----|
| 2.1 高占 GDP 一成的觀光產業 | 37 |
| 2.2 從日本的觀光趨勢思考 | 41 |
| 2.3 迎接觀光時代的來臨 | 44 |

第 3 章 | 旅行業的形成與發展

- | | |
|----------------|----|
| 3.1 人類歷史的旅行起源 | 57 |
| 3.2 旅行產業的誕生與發展 | 63 |
| 3.3 日本旅行業的形成歷史 | 70 |

3.4	旅行產業結構的思考	74
	一般旅行公司／專業批發商／專業零售商／旅行直銷公司／旅程承攬業	
3.5	旅行社重整的幾個思考	78
第4章	觀光政策的沿革	
4.1	日本的觀光政策	83
4.2	日本旅行業法的發展	86
第5章	旅行產業何去何從	
5.1	交通運費：航空運費探討	93
	個人運費／團體運費	
5.2	旅行產業工資結構	101
5.3	觀光產業的因應策略	103
	來訪外國觀光客人數的增加／如何吸引國際旅行者	
第6章	旅行產業的未來	
6.1	徹底轉為創意型產業	113
6.2	旅行商品的品質與安全	121
6.3	新的旅行型態	125
	與環境、生態相結合的旅遊／面對高齡化社會的新思考	

第 1 章

社會結構的變化與旅行產業

1.1 實現自我價值的多元化新社會

美國政治經濟學家法蘭西斯·福山（Francis Fukuyama, 1952/10/27-）在暢銷著作『歷史之終結與最後一人』（The End of History and the Last Man）提到：

人類歷史是一部追求最理想政治體制的鬥爭史。1989 年蘇聯解體已證明上述所言。換言之，經過歷史的洪流，自由民主主義是最佳的政治體制，在這個體制下，人們可以依據個人的差異，自由選定個人的生存價值（圖 1-1）。^[1]

今日，所謂「個體」的意義已日益豐富。人們各自的思維，藉由網路、媒體等管道，在群體、在社會迅速獲得迴響與共鳴。甚至成為文化主流或價值觀，並留名青史。至於「整體」的價值觀，諸如國家意識、企業教條，則快速失去其影響力。社會主義國家的瓦解、日本 90 年代泡沫經濟的崩盤，日本人已開始重視「個體」的價值觀。

圖 1-1 1989 年德國柏林圍牆倒塌



每個人各自追求其不同的理想生活方式，最後將有助於多元化社會價值觀的形成。從另一觀點來看，緊守傳統價值觀、效忠企業的人，擁有新的精神支柱則有助於他們的人生。而對長年只依賴單一價值觀的人們來說，現存的價值觀一旦

瓦解，精神狀態將可能變得不穩定，甚至走上偏激極端而造成自殺、傷人等嚴重後果。^[2]

甚麼樣的人比較容易找到新的價值觀呢？答案是，喜歡「不斷思考旅行意義」的人。透過旅行，了解不同的價值觀，重新檢視自身所處的文化、環境等等，並加以檢討、比較其相異處，這樣的行為，是形成新價值觀的極重要因素，藉由旅行則更能激發創新思維。未來的社會，旅行活動將會讓人類的生活變得更豐富，旅行產業將肩負影響人類生活的重要角色。因此，深入探討旅行產業是非常必要的。

「人們為何旅行？」日本文化研究者高田公理先生（Masatoshi Takada, 1944/10/1-），從人類想像力的角度來探討這個問題，他有以下主張：

人類之異於其他動物，在於人類的腦部能處理龐大資訊，能發揮無限的想像力。

想像力，讓人類跳脫「現狀」，並思考「眼前以外」的事物。藉由無限的想像力，人們希望能夠在永恆的時間與空間裡遊樂。但真實生活其實存在許多矛盾，例如，人的生命受限於有限的時間與空間。

人類的生命有限，卻憧憬著永恆的時間。因此，出現了宗教。宗教在人類文化中相當普遍，其教義涵蓋人生的目標、人與人之間最根本的性質。換言之，宗教是將人類有限的生命聯繫到永恆時空的概稱。

另一方面，人類也嚮往著無限的空間。人類藉由旅行來探索未知的空間。歷史上，旅行有時會以巡禮、朝拜等宗教性活動來呈現。對於未知國度與空間帶來的吸引力與神秘感，為了滿足人類這樣的需求，因而出現能夠暫時脫身於日常生活的觀光旅行模式。

然而，觀光活動的前提是，擁有食、衣、住、行等生活基礎和足夠的自由時間。

對現代日本人來說，宗教和旅行是必須深入瞭解的必要活動。^[3]

1.2 經濟結構的轉變—地方分權

接著，我們將以日本為例探討社會變化與旅行之間的關係。

「地方分權」這個議題，近年來廣受討論，日本目前是

地方經濟蓬勃發展的時代，以下為其形成主因。

其一，中央政府面臨財政危機。由於中央政府與地方政府的財政決定權彼此獨立，地方財政體系因此並不像中央政府須背負龐大的財政壓力；此外，地方自治團體仍能提供一定水準的公共建設與公共服務；目前的日本政府所採行的是「地方自主施政」與中央財源補助地方財源的「地方交付稅交付金制度」^[4]等兩個重要制度。

「國土均衡發展計畫」，是日本國土整合型開發^[5]政策之一，藉由推動公共建設，為地方經濟挹注活力，並平衡城鄉發展。

而這些政策，除了需要龐大的經費，也會有許多的問題。例如，財政較完善的地方自治體雖很努力工作，但所獲得的補助金卻和「不努力工作」的地方自治體相同，因而形成不公平的情況。此外，中央政府提供地方政府龐大的補助金，最後卻造成國家財政負擔。^[6]

所以，日本目前改革的方向，應先減輕中央政府的財政負擔，然後再放寬地方政府的權力。

此外，地方政府由於獲得中央政府的全面補貼，所有常