日本旅遊與韓國旅遊因素研究--以臺灣出境旅遊為例

呂進財[1] 廖映涵[2] 許雅婷[2] 陳如意[2] 朱靜茹[2]

摘要

日本與韓國是距離臺灣相近的東北亞國家，位居於高緯度特殊的人文自然風情，吸引著位於亞、熱帶相間的臺灣民眾前往觀光旅遊。本研究目的在於探討國人旅遊日本與韓國的選擇差異及影響觀光人數的變化因素，研究方法採用網路問卷調查。臺灣曾受日本殖民影響，留存不少相關文化，且因地緣關係兩地只需兩小時便可抵達旅遊，使日本一直是國人出國觀光的人氣第一名；而韓國發展為一股新型潮流席捲臺灣，帶動不少國人為此慕名而去，透過韓國觀光局資料可得知，前往韓國旅遊的人數逐年上升中。

經研究結果得知，選擇到日本或韓國的旅遊型態，以自由行為主。而旅遊動機方面，日本與韓國主要選擇皆為當地美食與購物，而日本次要選擇為歷史古蹟、當地民俗文化和溫泉；韓國的次要選擇則是追星、滑雪和機票價格。希望藉由本研究能給往後國人在選擇至日本及韓國旅遊時參考，及提供給臺灣旅遊業者規劃日本與韓國的觀光旅遊時參考。

關鍵詞：旅遊動機、出境旅遊、旅遊型態

[1] 大仁科技大學觀光事業系講師
[2] 大仁科技大學觀光事業系學生

Research on Factors of Japan Travel and Korea Travel —Take Taiwan Outbound Travel as An Example

Chin-Tsai Lu[1] En-Han Liao[2] Ya-Ting Hsu[2] Ru-Yi Chen[2] Chin-Ru Chu[2]

Abstract

Japan and Korea are the nearest countries to Taiwan in Northeast Asia. Located in high latitude, the special cultural customs and natural scenery attract Taiwan people living in subtropical zone for sightseeing tour. This research aims to discuss the selection differences of Taiwanese between Japan travel and Korea travel and the change factors affecting the number of tourists. The research method is network questionnaire survey. Once affected by Japanese colonization, many relevant cultures are left in Taiwan. Because of the geographical relationship, it only takes two hours to arrive at Japan. Thus, Japan is often the most popular destination of travel abroad. As Korea has developed into a new trend, many Taiwanese are attracted. Based on the data of Korea Tourism Organization, the number of tourists to Korea is increasing year by year.

It can be known based on the research result that independent travel is the major travel form to Japan or Korea. In the aspect of travel motivation, local food and shopping are the main reason. The minor reason of Japan travel is historical sites, local folk culture and hot spring while the minor reason of Korea travel is star chasing, skiing and air fare. It is expected that this research can provide reference for Taiwanese in selecting between Japan travel and Korea travel, and for Taiwan tourism professionals in planning sightseeing tour in Japan and Korea.

Keywords: travel motivation, outbound travel, travel form

[1] Lecturer, Department of Tourism Management, Tajen University
[2] Student, Department of Tourism Management, Tajen University

壹、緒論

一、研究動機

臺灣於 1979 年開放國人出國觀光，至今已近 40 載，由於生活水準逐年提升，休閒遊憩更加被重視，加上因現今交通便捷，更拉近了各國之間的距離，國人在工作忙碌之餘也懂得利用短期假期安排國外旅行，尋求放鬆、舒壓的機會。

國人針對海外旅遊因為假期短暫，經常會選擇較鄰近的國家進行休閒活動，而日本、韓國地理位置上與臺灣較為接近，近年日本又受到匯率貶值的影響，許多網路與書籍提供大量的旅遊資訊，且因廣泛使用許多漢字，使得臺灣民眾在日本能減少語言上的隔閡，購物方便，到處皆有大型購物商場，自創品牌及國際知名品牌相當齊全；韓國則是因近十幾年來韓流文化慢慢地進入臺灣民眾的生活，生活用品、服飾、飲食、戲劇、音樂等都常能看見韓國的影子，且因韓國娛樂產業的興起，電視劇拍攝地點及歌手演唱會、見面會，儼然成為推動韓國觀光旅遊的推手。上述所提到之事項都可能成為國人選擇到日本或韓國旅遊的影響因素。

根據臺灣光觀局的國人出境資料統計，至日本旅遊 2019 年 1 月至 10 月共有 419 萬 9633 人次，至韓國旅遊 2019 年 1 月至 10 月共有 102 萬 8540 人次，相較去年(2018 年)同期各成長了 7 萬 9363 人次及 12 萬 2076 人次。依據上述的數據資料顯示，可以了解到前往兩國的臺灣旅客正逐年增加，而本文將會從兩國的文化層面切入，看兩國文化及民俗節慶等等，是否會直接及間接影響臺灣民眾之旅遊選擇，並透過問卷調查的方式更深入了解兩國吸引國人前往旅遊的動機，及藉由問卷分析的結果，進而探討近幾年兩國間臺灣旅客人數差異之改變因素。

二、研究目的

根據上述的研究動機，本研究目的欲進一步瞭解臺灣民眾在日本和韓國旅遊之間的選擇動機及影響出國旅遊選擇因素，將透過文獻與問卷進行下列分析。

(一) 探討兩國文化及民俗節慶等，直接及間接影響臺灣民眾之旅遊選擇。
(二) 分析選擇日本旅遊和韓國旅遊之臺灣民眾其旅遊方式(自助旅遊/團體套裝旅遊)對選擇旅遊目的地的影響。
(三) 根據觀光局赴日、韓旅客人數統計，近五年來國人赴日旅客人數維持在 400-500 萬多人，而赴韓旅客人數成長的弧度雖不大，但有持續成長的趨勢。藉由兩國的旅客人數變動，進而探討兩國的旅遊人數流動之原因。
(四) 將分析結果提供給臺灣觀光產業未來發展之建議方向，並提供旅遊業者及政府相關單位參考。

三、研究方法

本研究先以文獻分析，蒐集日本、韓國旅遊相關學術論文、期刊資源，並搭配網路資源和相關書籍，閱讀並整理分析，從中擷取與本文相關資料作為研究參考。再採用問卷調查，採樣調查將以 Google 網路問卷方式進行，以各式社群平台網站分享給民眾填寫，並將問卷樣本數進行整理分析，最後會以圖表方式呈現分析結果。根據研讀相關資料及整理後，呼應研究動機及目的，再根據相關理論和文獻探討，建立研究架構與研究方法，接著進行問卷調查法，待彙整所有的問卷資料後，透過分析以提出本研究結論與建議，提供給國人與旅行業者決策參考之依據。

本研究將針對國人前往日本和韓國旅遊行為與意圖的影響模式做探討，研究範圍為日本和韓國地區，旅遊種類通常以自由行及團體旅遊兩大型態為主要消費種類，研究對象是臺灣民眾且設籍於臺灣為限。本研究所蒐集的日本與韓國旅遊人數統計資料以近五年交通部觀光局官方網站公布的資料為限，採計至 2019 年 12 月截止。

研究者期望藉由此次研究能歸納了解前往日本和韓國遊客之旅遊動機、行前期望、實際體驗、推薦意願，並使用問卷調查法，受訪對象族群以同儕、朋友、家人及親戚進行採樣。經由問卷調查預測遊客之旅遊動機、遊客對於日本和韓國旅遊觀光之實際體驗與推薦意願間之相關性。

貳、文獻探討

本節先討論學者對於旅遊動機的見解，再依據收集相關文獻資料與旅遊網站資料，討論日本與韓國的觀光資源，包含自然觀光資源、文化觀光資源與特殊旅遊形態種類等，及綜合介紹日本、韓國的觀光吸引力與四季的觀光資源特色。

一、旅遊動機的定義與構面

(一) 旅遊動機的定義

旅遊者常因為各種不同的理由而旅行，而旅行的動機也因此各不相同，旅遊動機是人們產生旅遊行為的內在原因或動力。如學者 Dann(1977)認為旅遊動機源自於一種逃離(escape)的心理，個人欲脫離每日乏味的例行工作，以及脫離普遍熟悉的地方和平凡的事物。Manning（1985）認為由許多的實證研究可以證實，人們參與遊憩活動是為了滿足各種不同的旅遊動機，若能對不同動機的遊客群進行分類，做為遊憩地區的規劃與經營的依據，將更能直接滿足各種不同旅遊體驗之需求與行為。及 Iso-Ahola and Allen(1982)認為旅遊動機 是一種驅力，驅使遊客去滿足心理和生理的不同需求。

旅遊動機是影響旅行者旅行行為的關鍵，一個人如果想外出旅遊必須具備外出旅遊的動機，同時有足夠可支配的金錢、閒暇的時間及良好的身體狀況，但若一個人沒有旅遊動機，即使有錢有閒也不會成為旅遊者，因此旅遊動機是影響旅行行為的關鍵因素。

(二) 旅遊動機的構面

現今旅遊已成為人們日常生活中不可或缺的一部分，因此探討旅遊動機的研究相當的多元，美國學者 Thomas(1964)首先提出十八種重要的旅遊動機，並將之歸納成教育與文化、休閒與娛樂、種族傳統、其他四大部分。McIntosh and Gupta(1977) 則提出基本的旅遊動機可分成四類，1.生理動機：包括休息、運動、遊戲、治療等動機，以身體的活動來消除緊張和不安。2. 文化動機：主要是在瞭解和欣賞其他地方、國家的文化、藝術、風俗、語言與宗教的動機，是一種

求知的慾望。3.人際動機：包括在異地、異國結識各種新朋友，探訪親友，擺脫日常生活、工作、環境等動機，主要是逃避現實和免除壓力的願望。4. 地位和聲望動機：包括考察、會議及從事研究活動，主要是在建立良好人際關係，滿足其自尊、被承認及受人賞識的願望。

學者 Dann(1977)提出的推力拉力動機理論中以「推力動機(push)」與「拉力動機(pull)」來說明旅遊行為的形成因素，他認為人們會去旅遊，是因為他們受內在和心理因素推動，以及受旅遊目的地的特性等外在因素拉動，而作出各種外遊決策。推力動機是人內在渴望的一種無形因素，包含追求知識、聲望、強化人群關係、放鬆、新奇等，因內心想要離開平日生活的環境，而產生的旅遊想法；拉力動機則是對於外在因素或目的地的選擇等有形因子，因觀光地點所具備的吸引力來產生。Crompton (1979)則認為可以影響如何選擇觀光目的的因素，都稱為是旅遊動機。他將旅遊動機分為推力與拉力因素動機，並將旅遊動機區分為心理與文化兩類，在心理(或是推力)動機的部分包括，逃離平時生活環境、放鬆身心、提高聲望、追求健康、強化與家人或親族關係、增加社交機會以及自我探索和評價。在文化(或是拉力)動機的部份則有，新奇的事物(如：好奇心、冒險心)以及目的地的教育價值觀。

在許多討論旅遊動機的文獻中是以推力、拉力動機理論的概念來作探討，國內相關研究如表 1 所示。

表 1　國內推拉力動機相關研究

作者	標題	推力動機	拉力動機
宋源烽(2010)	外國旅客旅遊臺灣之旅遊動機、知覺價值、滿意度及 忠誠度之研究	1.知識 2.聲望 3.增進人際關係 4.放鬆 5.新奇	1.高科技 2 消費 3.設備及盛事 4.多變化旅遊景點 5.方便性 6.文化背景連結 7.服務態度與品質
林秉硯(2010)	影視觀光客之熟悉度、目的地意	1.放鬆與休息 2.欣賞大自然美景	1.旅費便宜 2.擁有漂亮的自然美景

	象與旅遊動機之研究	3.與親友出國旅遊 4.探索新奇事物 5.滿足購物慾望 6.結交新朋友	3.氣候舒適 4.旅遊安全受到保障 5.擁有文化與歷史遺產 6.居民親切
張云芳(2010)	國際青年自助旅遊者到訪臺灣與泰國旅遊動機之比較	1.知識 2.運動 3.冒險 4.放鬆 5.生活型態 6.自助旅行 7.家庭	1.風光景色 2.菜餚 3.臺灣/泰國風俗和文化 4.距離居住地近 5.歷史文物 6.水果 7.物品價格 8.氣候宜人 9.治安良好 10.夜間休閒活動 11.遊憩設施 12.參觀節慶活動 13.民主政治
周佳如(2011)	海外自由行旅遊動機、滿意度與忠誠度之研究－以日本地區為例	1.尋求知識 2.逃離/放鬆 3.自我提升 4.冒險/新奇 5.提升人際關係	1.旅遊景點的多樣性 2.消費 3.語言與安全 4.便利性/乾淨 5.服務態度及品質
周彥慧(2014)	背包客人格特質對旅遊動機及行為意向影響之研究	1.追求刺激 2.知識獲得 3.放鬆 4.成就獲得 5.逃離	1.戶外空間及活動 2.自然景色 3.不同文化 4.夜生活及當地美食 5.有趣的鄉鎮 6.水上活動

資料來源：陳葵庭(2019，第 8~9 頁)。

綜合上述學者提出關於旅遊動機之理論，旅遊動機的產生關乎多種面向，旅遊者的旅遊動機是多樣化且每個人所形成的動機都是不盡相同的，因此很難

用一個動機分類方式來完全解釋旅遊行為，然而目前將動機分為推、拉兩個面向已是普遍被接受的研究方式。

二、日本觀光資源特色

(一) 日本重要觀光資源介紹

日本擁有豐富的觀光資源，國家公園 31 座、世界遺產 23 項，除了多元化的旅程規劃，每項特色搭配四季都能規劃出不同的深度之旅。而對於文化古蹟用心規劃及細膩經營，隨著大河劇走遍日本的神社、城堡，更貼近日本歷史及文化。對於流行文化，日本透過各種媒體曝光、偶像、動漫來帶動流行市場，而隨處可見的觀光地提供的繁體中文版旅遊資訊，更常包含觀光客限定的折價卷，讓自由行的旅客更感到窩心。美食方面更是眾多選擇，食材新鮮、精緻也是吸引國人赴日旅遊的原因。(張珈毓，2019)

日本觀光文化資源可分成六大類型：1.日本電視劇、2.日本偶像、3.日本動漫、4.日本購物(藥妝、服飾、電器、限定商品、代購)、5.日本美食、6.日本古蹟歷史及特殊文化迷(世界遺產、祭典)。

(二) 日本季節性觀光資源介紹

日本的觀光資源相當豐富，像是天然資源有富士山、溫泉、及一年四季不同的景色等，而人文資源則有和服、浴衣、歷史古蹟、歌舞伎等，加上近幾年日劇及動漫的盛行也成為日本另類觀光資源，也因此吸引了喜歡各種不同觀光資源的遊客前往日本旅遊，日本四季的觀光資源各有特色，研究者參考相關研究文獻與旅遊網站資料彙整如下:

1.春季

春天是臺灣最多人遊日的季節。除了因為日本天氣是全年間最好外，各式各樣的祭典及賞花派對幾乎全聚集在春天。氣溫剛開始回升，但又不至於太熱；濕度也是剛剛好的狀態。很多日本人都藉此在雪地中舉行賞花派對，欣賞這難得一遇的奇景，驚嘆大自然的奧妙。春天是日本櫻花盛放的季節，因此，希望賞櫻的遊客請務必在這個季節前往日本。可是，由於每年的花期都不同，把賞花加入行程中並非一件易事。因此如果行程比較有彈性，而又在三月底到五月

初前往日本，可以根據所到訪的地區尋找櫻花的身影。

日本除了外國遊客外，春天對日本當地人來說也有特別的意義。日本國內其中一個旅遊旺季就是在春天的「黃金週」，在長達一週的假期中，將會有一連四天慶祝昭和時代的兒童節。趁著黃金週假期許多日本人傾巢而出，到國內各地遊玩。因此，春天可謂是日本旅遊業最旺盛的時間。

日本春天旅遊推薦地區：東北、大阪：造幣局(僅 3-4 月開放)、京都：清水寺、神奈川：相模湖、東京上野公園 ，以上為賞櫻勝地。

2.夏季

日本的夏天在亞洲是出了名的熱，不但熱，還很潮濕。在中部，天氣又濕又熱，氣溫可高達攝氏 30 度以上。對於不適應濕熱天氣的旅客來說，在這個期間到日本旅行會有點難受。除了濕熱的天氣，還有下雨和來自太平洋的颱風。因此，旅客最好準備雨傘，以免淋濕。儘管天氣對遊客們是一大挑戰，但可別讓它壞了興致，夏天的精彩節目一點也不少。雨季為大自然帶來新生命，沉寂了一整個冬天的樹木換上翠綠的外衣，花朵趁機盛放。特別是繡球花，在雨中綻放得份外漂亮，在各地的寺廟和花園裡都可以看到它的身影。

日本夏季所有登山徑的積雪都已融化，若遊客可以承受炎熱的天氣，不妨找個下雨天到郊外欣賞山景。各種祭典亦是夏季不容錯過的活動。若旅客實在抵受不住濕熱的天氣，計劃目的地時可以選擇前往日本北部地區，如北海道。那裡天氣比中部及東部涼爽，是夏季其中一個最熱門的旅遊地點。如果你是角色扮演的愛好者或動漫遊戲迷，北海道更是你的理想目的地。很多大型動畫遊戲展都會於此時在那裡舉行。即使你不是上述活動的熱衷者，但前往當地欣賞粉絲製造的各式各樣奇異服裝亦是不錯的行程。

日本夏天旅遊推薦地區：北海道(薰衣草、于蘭盆節)、大阪：天神祭(煙火)。

3.秋季

日本中部的秋天天氣十分宜人，秋高氣爽，加上雨季終於結束，天空變得清澈蘊藍，適合進行各種戶外活動。和春天一樣，秋天是日本的另一個旅遊旺季，而最引人注目的則是大自然的顏色。其中最吸引旅客欣賞秋葉的地方是北

海道的北部。由於位於北海道最北的地帶，氣溫比日本主要地區和南部清凉乾爽得多，樹木比其他地區更早染上秋意。當地有很多未經開發、杳無人煙的原始樹林，滿山的秋葉每年都吸引很多海外遊客及當地人前往。秋天亦是舉行眾多豐收祭典的季節。從遠古開始，當地人便已經在秋季拜祭，感謝神明的保護，並祈求下一年的豐收。時至今日，這仍是當地一個重要的傳統。

日本秋天旅遊推薦地區：京都、奈良或青森的奧入瀨溪(賞楓)、葵祭、東京(銀杏)。

4.冬季

日本各地區的情況都不同，中部的山區，甚至是首都東京有時會下雪；在北海道地區，由於海冰和厚雪的出現，前往該區的交通幾乎完全停擺；而亞熱帶地區，氣溫則比較溫暖宜人。所以，前往的地方不同，所看到的東西亦不同。日本境內 70%的土地是山地，所以國內有很多很棒的滑雪場地。無論在北海道也好、日本阿爾卑斯山也好，遊客都可以體驗驚險刺激的滑雪道。而溫泉則是冬天的另一賣點，特別是在室外溫泉，一邊觀賞漫天白雪飄舞，一邊享受純天然溫泉的溫暖，簡直是人生一大享受。此外，各地紛紛舉辦燈飾節，照耀著充滿當地風情的建築物。

日本札幌市每年都會舉行冰雪祭，展覽著由藝術家們精心雕琢、複雜精緻的巨型雪雕。聖誕節和新年的來臨亦為日本增添節日的氣氛，慶祝的裝飾佈滿主要街道，到處洋溢著開心的笑聲和祝福聲。即使在寒冷的冬天，國內也不乏美味的食物，一起和朋友及家人分享節慶的佳餚。

日本冬天旅遊推薦地區：東京:隅田川、輕井澤;長野縣；北海道札幌雪祭 (日本訊息網站，2019/12/24) 。

(三) 日本觀光吸引力

日本觀光的魅力包括大自然與人文的和諧、傳統保存藝術與現代設計的共存、經濟與文化相互相容、東西文化並存及社會治安良好，擁有眾多觀光吸引力的國家。除了當地天然及人文觀光資源，對於地域性更提出了各地獨有的產品或代表物，開展一地區、一觀光的活動。由於日本與臺灣有許多相近歷史淵

源，使得臺灣遊客對於日本有許多的目的地意象，也可看到日本各地觀光協會每年主動來台參與臺灣旅展，提高臺灣消費者對於日本的認知及吸引力 (張珈毓，2019) 。

日本觀光吸引力可分成以下三種：1.自然吸引力：富士山、溫泉、四季景色、季節限定景色、2.文化吸引力：日本城、神社(寺)、晴空塔、3.特殊形態吸引力：和服/浴衣、祭典、藝妓、動漫、大河劇、偶像、藥妝、美食。

三、韓國觀光資源特色

韓國旅遊資源豐富，國家公園 22 座，世界遺產 14 項，分布在全國各地的自然、歷史、人文景觀達 2300 餘處。韓國旅遊景點大致可分為六大區域，首爾市及周邊地區、中部、東南部、西南部、東北部和濟州島。有時也把全羅南道和慶尚南道的沿海地區列為南部海岸圈。

(一)韓國六大區的觀光資源介紹

1.首爾首都圈：五大古宮，益善洞，首爾路 7017，Coex，弘大街，梨泰院觀光特區，東大門設計廣場，明洞街，南山首爾塔，樂天世界，果川首爾大公園、廣州南漢山城，廣州和談林，抱川藝術谷，漣川漢灘江旅遊區，坡州 DMZ、濟扶島、水原華城、龍仁愛寶樂園，光明洞窟，楊平兩水里，加平晨靜樹木園，仁川中華街、蘇萊浦口，月尾島，松島中央公園。

2.江原地區：雪嶽山，江陵注文津，五臺山春川南怡島，道旌善 High1 渡假村、道原州 Museum San，道原州小金山吊橋，道高城 DMZ 和平旅遊區，道洪川百玩地公園，道三陟大耳里洞窟地帶，道麟蹄院垈里白樺林，道平昌大關嶺，道江陵咖啡街。

3.忠清地區：雞足山黃土路，北道丹陽八景，北道丹陽滿天下天空步道，北道清州青南臺，北道槐山山村古道，南道泰安安眠島，南道扶餘百濟遺址(宮南池、扶蘇山城、落花岩)，南道大川海水浴場，南道舒川國立生態院，公州百濟遺址(公山城、武陵王陵)。

4.慶尚地區：甘川文化村，Marine City，札嘎其市場，海雲臺海水浴場，太宗臺，松島海水浴場，大邱近代街，八公山，西門市場，追憶金光石路，

太和江十里竹林，嶺南阿爾卑斯，北道蔚珍金剛松林道，北道鬱陵島・獨島，北道佛國寺・石窟庵，北道慶州大陵苑一帶(東宮與月池、瞻星臺、大陵苑、天馬塚、皇理團路)，北道安東河回村，北道浦項運河，北道盈德松葉蟹街，北道榮州浮石寺，北道青松周王山，南道統營天際線滑車，南道巨濟風之丘，南道外島 Botania，南道昌寧牛浦沼，南道南海德國村，南道晉州城，南道陜川海印寺。

5.全羅地區：楊林洞歷史文化村，無等山，北道全州韓屋村，北道內藏山，北道群山時光之旅，北道茂朱跆拳道園，北道馬耳山，南道谷城蟾津江火車村，南道康津駕牛島，南道寶城綠茶田，南道順天灣溼地，南道麗水 Expo 海洋公園，南道潭陽竹綠苑，南道海南美黃寺。

6.濟州地區：漢拏山，偶來，城山日出峰，濟州榧子林，涉地岬，牛島，西歸浦每日偶來市場，寺泉森林遊樂區，城邑民俗村 (韓國觀光 100 選，2020) 。

韓國觀光文化資源可分成五大類型：1.韓國電視劇、2.韓國偶像、3.韓國購物(化妝品、服飾、電器、限定商品、代購)、4.韓國美食、5.韓國古蹟歷史及特殊文化迷(世界遺產、祭典)。

(二) 韓國季節性觀光資源介紹

韓國六大區域的旅遊資源豐富，除了可分為六大區域:首爾及周邊地區、中部、東南部、西南部、東北部和濟州島，四季的觀光資源也各有特色。參考相關研究文獻與旅遊網站資料彙整如下:

1.春季

韓國的各大學校校園都是賞櫻的好去處，其中最有名的就是慶熙大學，哥德式建築的校園，除了平常就有許多遊客前往觀光，春天一到、櫻花盛開時，更是吸引許多觀光客前往賞花，就連當地中學也會前往校外教學。

每年四月中旬左右，鏡浦臺一帶就會舉辦鏡浦臺櫻花季，圍繞鏡浦湖的櫻花隧道總是吸引不少遊客前來，原本湖邊的美麗的景緻再加上盛開的櫻花後，更增添了不一樣的味道，變得更加迷人。

位於首爾近郊的京畿道從春天開始就能見到各種五彩繽紛的花朵，從山茱萸、鬱金香、迎春花到四月中的重頭戲櫻花通通都有，非常值得來到這裡一看。這裡也有許多賞櫻地點，像附近就有愛寶樂園、首爾大公園和首爾樂園，邊玩還能邊賞櫻，喜歡慢慢賞櫻的朋友，也能到水原華城的京畿道廳櫻花步道，或南漢山城櫻花步道，慢慢體驗漫步在櫻花樹下的風味。

韓國春天旅遊推薦地區：首爾(汝矣島，慶熙大學)，江原道(鏡浦臺)，京畿道(爾大公園、水原華城、南漢山城)，釜山(南川洞，望洋路) (韓國賞櫻攻略，2019) 。

2.夏季

每年 6 月、7 月、8 月是韓國的夏天，雖然大家印象中韓國的夏天不像臺灣那般濕熱，但旅遊時幾乎一整天都在戶外走來走去，建議還是要做好防曬準備，擦防曬乳或是撐傘等等。而 8 月初時因為是韓國人的暑假，所以釜山或是其他地方城市、名勝景點也會有很多的韓國人去度假，韓國的梅雨季大約是在 6 月底至 7 月中，不過韓國的雨水多集中在夏季，因此來韓國旅遊前可以先上網查一下氣象，不然珍貴的假期都碰上下雨的話就太可惜了。在韓國，繡球花盛開最大的地方就是太宗台，光是繡球花就有 30 多種類，約 5000 多株繡球花同時盛開的景象。

韓國夏天旅遊推薦地區：釜山(太宗台繡球花慶典)，濟州島(山茶園繡球花慶典，休愛里自然生活園區繡球花慶典)。(韓國夏季旅遊景點總整理，2019)

3.秋季

韓國秋季最佳旅遊景點就是染紅整個山頭的楓葉。韓國相較於其他國家四季較為分明，尤其秋季的楓葉更是美不勝收。每年的楓葉於 10 月中旬左右從雪嶽山開始轉紅，中、南部地區也將依序進入楓紅期。楓葉全盛期一般為楓葉首次轉紅後的 2 個禮拜左右，因此中部地區預估 10 月下旬、南部地區為 11 月初旬將進入楓紅全盛期。

韓國秋天旅遊推薦地區：江原道(麟蹄雪嶽山，平昌五臺山)，全羅南道求禮智異山，全羅北道井邑內藏山，慶尚北道青松周王山 (韓國 5 大秋季賞

楓推薦旅遊景點，2019) 。

4.冬季

冬天去韓國旅遊，對於生活在溫暖島嶼的我們來說，最先想到的挑戰應該是低溫的考驗。由於氣候型態的不同，韓國的冬天景色也和臺灣有極大的不同。當然，也比我們多了很多機會看到白茫茫的雪景。而冰釣活動對於韓國人來說是普遍的冬日消遣，許多城市也有各自的冰魚節，其中以華川山鱒魚節最為盛大。冰釣基本上就是在結冰的湖面上，挖一個洞，然後坐或趴在洞口旁邊釣魚。

另外韓國的滑雪盆有點像是我們在臺灣山坡上玩的滑草，滑雪盆不需要任何技巧，只要雙腿一盤，屁股一坐，從滑雪坡上滑下，就能享受宛如滑雪滑下雪道般的速度和樂趣了。雪盆長得像一個巨大的甜甜圈，和滑草不同的是，雪盆能夠 360 度滑動，因此很多人滑了十幾次都還不夠。

韓國冬天旅遊推薦地區：古宮欣賞宮殿雪景，首爾廣場溜冰廣場，蠶島雪橇場 ，晨靜樹木園 ，冰川釣魚 / 玩雪兜 (韓國首爾冬天必去景點，2019) 。

(三) 韓國觀光的吸引力

韓國為了全力發展國際觀光，努力發掘各種觀光資源，創造自己的旅遊優勢，在全球觀光界創下許多佳績，尤其是韓國發展觀光採取的多面性與國際性，更是成為東亞各國發展觀光的典範，值得我們參考學習。而且，在韓流風行全世界所造成的風潮，對於韓國國際觀光市場的進一步拓展，有推波助瀾的功效，其成功的經驗必須加以借鏡。

韓國觀光吸引力可分成以下三種：1.自然吸引力：雪嶽山，世界文化遺產，季節限定景色、2.文化吸引力：水原華城，明洞聖堂、3.特殊形態吸引力：韓服，祭典，韓劇，偶像，化妝品，美食 (韓遊網，2019) 。

四、近五年國人前往日本、韓國旅遊情形

(一) 赴日本旅遊人數近五年概況

日本是許多臺灣人心目中旅遊的首選國家，根據日本觀光局最新數據統計顯示(2019 年 11 月)，臺灣旅客較去年同期增加 11.4%，整體排名第 2，僅次於中國旅客。

2018 年臺灣赴日旅客人數已達到 475 萬人，比 2017 年成長 4.2%，僅次於中國的 838 萬人次以及韓國 753 萬人次，穩居日本去年第三外國旅客主要來源國。另根據交通部觀光局統計如圖 1，從 2015 年開始日圓匯率走貶，再加上日本擴大外國觀光客免稅新制，帶動國人赴日旅遊熱潮。

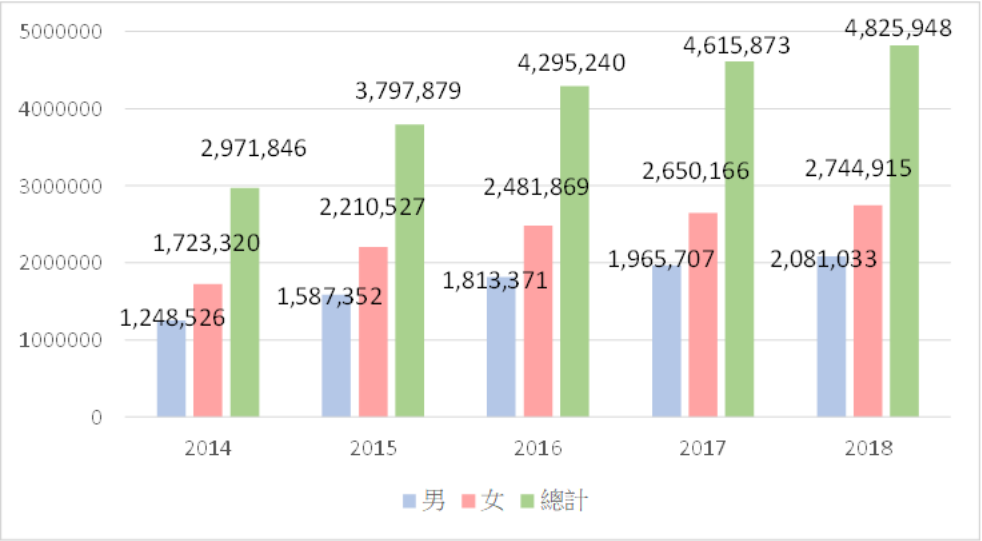
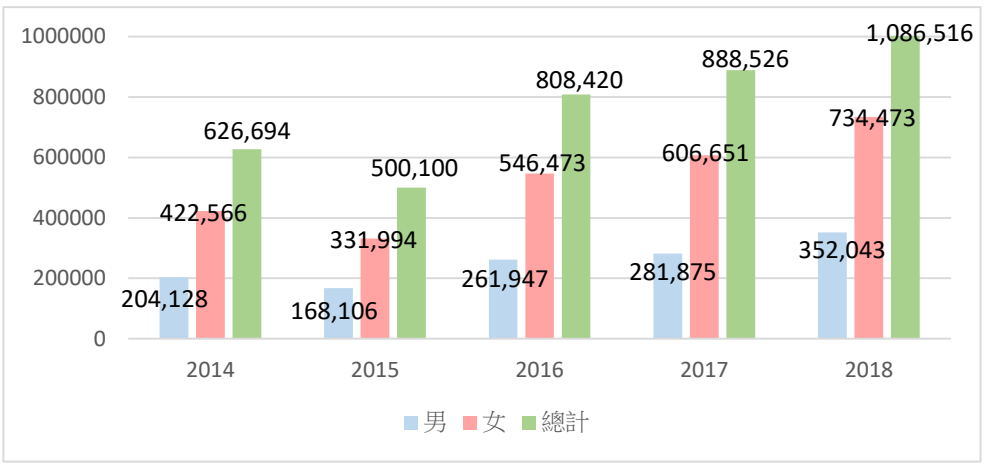


圖 1　2014-2018 國人赴日本人數統計圖

資料來源：臺灣交通部觀光局，網址：https：//www.taiwan.net.tw/

(二) 赴韓國旅遊人數近五年概況

近年來韓國流行文化興起，帶動臺灣人前往觀光，根據韓國觀光局最新數據統計顯示(2019 年 10 月)，臺灣旅客較去年同期增加 27.9%，整體排名第 3，僅次於中國和日本旅客。



2018 年臺灣赴韓旅客人數已達到 111 萬人，比 2017 年成長 20.4%，僅次於中國的 478 萬人次以及日本 294 萬人次，穩居日本去年第三外國旅客主要來源國。另根據交通部觀光局資料統計如圖 2，除 2015 年因 Mers 病毒疫情造成旅客數下降之外，2016 年後都維持正成長。

叁、研究設計與問卷

一、問卷設計

本研究以問卷調查為主，根據文獻回顧將問卷分為四個類型，第一個類型為人口統計變項、第二個類型為日本旅遊相關、第三個類型為韓國旅遊相關、第四個類型為旅遊動機。

另外本研究預計探討自由行和團體旅遊此兩種不同類型的旅遊型態是否會影響臺灣人出境旅遊之選擇，所以在問卷中特別設計此題目，此外也設計了關於旅遊動機之相關題目，希望能藉由問卷分析的結果深入了解國人赴日本和韓國旅遊之動機。

表 2　本研究問卷大綱

類型	問卷題目
一、人口統計變項	1.年齡 2.性別 3.工作類型 4.教育程度
二、日本相關	1.您會選擇哪種旅遊方式？ 2.您想要去日本哪個地區旅遊? 3.您會選擇哪個季節前往日本旅遊? 4.您旅途中會選擇以下何種交通工具? 5.哪些日本美食是您特別喜歡的?
三、韓國相關	1.您會選擇哪種旅遊方式？

	2.您想要去韓國哪個地區旅遊? 3.您會選擇哪個季節前往韓國旅遊? 4.您旅途中會選擇以下何種交通工具? 5.哪些韓國美食是您特別喜歡的?
四、旅遊動機	1.您會因為什麼因素而選擇去日本旅遊呢? 2.您會因為什麼因素而選擇去韓國旅遊呢? 3.您是否會想再去日本? 為什麼? 4.您是否會想再去韓國? 為什麼?

資料來源：本研究自行整理

二、研究對象與資料蒐集

(一)研究對象：本研究之對象為有過日本、韓國旅遊經驗或有興趣前往日本、韓國進行旅遊的臺灣旅客，為使樣本能廣泛被填寫，因此將 Google 問卷發送至 Facebook、Dcard、Zuvio 等網路社群平台及使用 Line 傳送給親朋好友並請他們協助分享，進行網路問卷調查。

(二)資料蒐集過程：本研究透過網際網路進行問卷發放，探討旅客對日本、韓國相關吸引力影響與效果。利用 Facebook、Line 等社群網路作媒介，邀請有過日本、韓國旅遊經驗或有興趣前往日本、韓國進行旅遊的臺灣民眾進行填寫，問卷發放時間自 2019 年 12 月 25 日起至 2020 年 2 月 22 日止，共計 60 天。

肆、研究結果與分析

本節將針對網路問卷調查所獲得的資料進行分析，並透過 Excel 整理出相關之數據，加以圖表佐證，呈現本研究問卷資料結果。本節共分為三部分，第一部分為問卷發放與統整；第二部分將以敘述性統計分析呈現問卷資料結果；第三部分將進行綜合分析，比較臺灣民眾前往日本與韓國的旅遊動機及旅遊型態的差異性等。

一、問卷發放與統整

本研究以有過日本、韓國旅遊經驗或有興趣前往日本、韓國進行旅遊的臺灣民眾為研究對象，針對有相關旅遊經驗或是有興趣前往的臺灣民眾採用填寫網路問卷的方式進行資料蒐集，收回 401 份問卷，扣除無效問卷 18 份，共獲得有效問卷 383 份，有效問卷率為 95.0%。

(一) 基本資料與分析

透過敘述性統計的次數分配來瞭解填寫問卷者之社經背景變項，包括年齡、性別、職業、教育程度；結果詳見表 3 所示。

此次問卷填寫者的性別方面以女生居多(77.55%)，男生(22.45%)。年齡以 15-25 歲最多佔 53.26%，其次為 35-45 歲佔 18.28%，第三多為 25-35 歲佔 17.23%；最少為 45 歲含以上佔 11.23%。

表 3　問卷填寫者基本資料與分析

變項	類別	人數	百分比	變項	類別	人數	百分比
年齡	15-25 歲	204	53.26%	職業	工商業	67	17.49%
	25-35 歲	66	17.23%		服務業	93	24.28%
	35-45 歲	70	18.28%		家庭主婦	21	5.48%
	45 歲含以上	43	11.23%		學生	160	41.78%
					其他	42	10.97%
性別	男	86	22.45%	教育程度	國中含以下	12	3.13%
	女	297	77.55%		高中職	81	21.15%
					大專院校	238	62.14%
					研究所	52	13.58%

資料來源：本研究自行整理

(二) 問卷調查敘述性統計分析

1.年齡分析統計

根據 383 位問卷填寫者的年齡分析狀況，年齡在 15-25 歲中有 204 人，佔整體 53.26%；25-35 歲有 66 人，佔整體 17.23%；35-45 歲有 70 人，佔整體 18.28%；45 歲以上為 43 人，佔整體 11.23%。從表 4 及表 3 數據統計來看，整體問卷填寫者以年輕族群為主，填寫問卷意願較高。

表 4　問卷填寫者年齡分析表

年齡	人數	百分比
15-25 歲	204 人	53.26%
25-35 歲	66 人	17.23%
35-45 歲	70 人	18.28%
45 歲以上	43 人	11.23%
總和	383 人	100%

資料來源：本研究自行整理

2.性別分析統計

依據本研究問卷資料顯示，填寫對象共有 383 名，其中男性有 86 名，佔整體 22.45%；女性有 297 名，佔整體的 77.55%。從表 5 數據統計結果來看，問卷填寫者的女性比例高於男性。

表 5 問卷填寫者性別分析表

性別	人數	百分比
男生	86 人	22.45%
女生	297 人	77.55%
總和	383 人	100%

資料來源：本研究自行整理

3.工作狀況分析統計

根據問卷填寫者工作分布狀況，工商業有 67 名，佔整體 17.49%；服務業有 95 名，佔整體 24.80%；家管有 21 名，佔整體 5.48%；學生有 160 名，佔整體 41.78%；其他有 40 名，佔整體 10.44%。從表 6 數據統計來看，問卷填寫者以學生族群居多，其次是服務業、工商業、家管與其他類型，而其他類型中包含了教育業、醫療業、公家機關、媒體業以及科技業。

表 6 問卷填寫者工作狀況分析表

職業	人數	百分比
工商業	67 人	17.49%
服務業	95 人	24.80%
家管	21 人	5.48%
學生	160 人	41.78%
其他	40 人	10.44%
總和	383 人	100%

資料來源：本研究自行整理

4.教育程度分布狀況

根據問卷填寫者教育程度分布狀況，國中(含以下)有 12 名，佔整體 3.13%；高中職有 81 名，佔整體 21.15%；大專院校有 238 名，佔整體 62.14%；研究所有 52 名，佔整體 13.58%。從表 7 數據統計來看，大部分問卷填寫者的教育程度皆有大專院校以上程度，可以充分表達個人意見與想法。

表 7　問卷填寫者教育程度分析表

職業	人數	百分比
國中含以下	12 人	3.13%
高中職	81 人	21.15%
大專院校	238 人	62.14%
研究所	52 人	13.58%
總和	383 人	100%

資料來源：本研究自行整理

5.出境旅遊選擇分析統計

依據本研究問卷資料顯示，選擇日本的有 281 名，佔整體 73.37%；選擇韓國的有 102 名，佔整體的 26.63%。從表 8 數據統計結果來看，選擇日本和選擇韓國的人數比例大致為 3:1。

表 8 出境旅遊選擇分析表

國家	人數	百分比
日本	281 人	73.37%
韓國	102 人	26.63%
總和	383 人	100%

資料來源：本研究自行整理

二、日本與韓國旅遊問卷分析

(一) 日本旅遊敘述性統計分析

1.年齡分析統計

根據 281 位選擇日本的問卷填寫者年齡分析狀況，年齡在 15-25 歲中有 135 人，佔整體 48.04%；25-35 歲有 48 人，佔整體 17.08%；35-45 歲有 62 人，佔整體 22.06%；45 歲以上為 36 人，佔整體 12.81%。從表 9 數據統計來看，選擇日

本的主要落在 15-25 歲和 35-45 歲兩個族群。

表 9 問卷填寫者年齡分析表

年齡	人數	百分比
15-25 歲	135 人	48.04%
25-35 歲	48 人	17.08%
35-45 歲	62 人	22.06%
45 歲以上	36 人	12.81%
總和	281 人	100%

資料來源：本研究自行整理

2.旅遊型態分析統計

依據本研究問卷資料顯示，選擇日本的有 281 名，而在這其中選擇自由行者有 229 名，佔整體 81.49%；選擇團體旅遊者有 52 名，佔整體的 18.51%。從表 10 數據統計結果來看，多數民眾前往日本旅遊較偏好以自由行的方式進行。

表 10 問卷填寫者旅遊型態分析表

旅遊方式	人數	百分比
自由行	229 人	81.49%
團體旅遊	52 人	18.51%
總和	281 人	100%

資料來源：本研究自行整理

3.旅遊動機分析統計

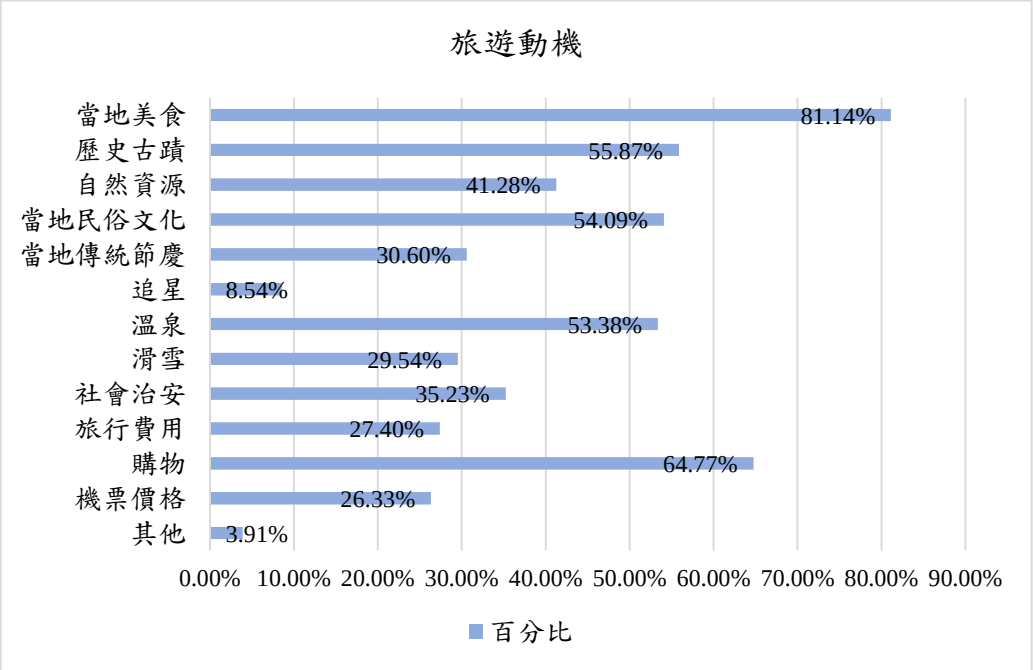


圖 3　問卷填寫者旅遊動機分析圖

依據本研究問卷資料顯示，在日本旅遊動機的部分，選擇當地美食人數有 228 名，佔 81.14%；歷史古蹟人數有 157 名，佔 55.87%；自然資源人數有 116 名，佔 41.28%；當地民俗文化人數有 152 名，佔 54.09%；當地傳統節慶人數有 86 名，佔 30.60%；追星人數有 224 名，佔 8.54%；溫泉人數有 150 名，佔 53.38%；滑雪人數有 83 名，佔 29.54%；社會治安人數有 99 名，佔 35.23%；旅行費用人數有 77 名，佔 27.40%；購物人數有 182 名，佔 64.77%；機票價格人數有 74 名，佔 26.33%；其他人數有 11 名，佔 3.91%。從圖 3 數據統計結果來看，旅遊動機的選擇主要落在當地美食和購物，其次則是歷史古蹟、當地民俗文化和溫泉等，而其他類型當中比較特別的有主題樂園(環球、迪士尼)。

4.地區選擇分析

依據本研究問卷資料顯示，在地區選擇上，選擇東京人數有 184 名，佔 65.48%；京都人數有 174 名，佔 61.92%；九州人數有 114 名，佔 40.57%；北海道人數有 202 名，佔 71.89%；沖繩人數有 127 名，佔 45.20%；大阪人數有 185 名，佔 65.84%；其他人數 29 名，佔 10.32%。從圖 4 統計結果來看，多數民眾選擇前往北海道，其次是大阪和東京，排名第三則是京都。

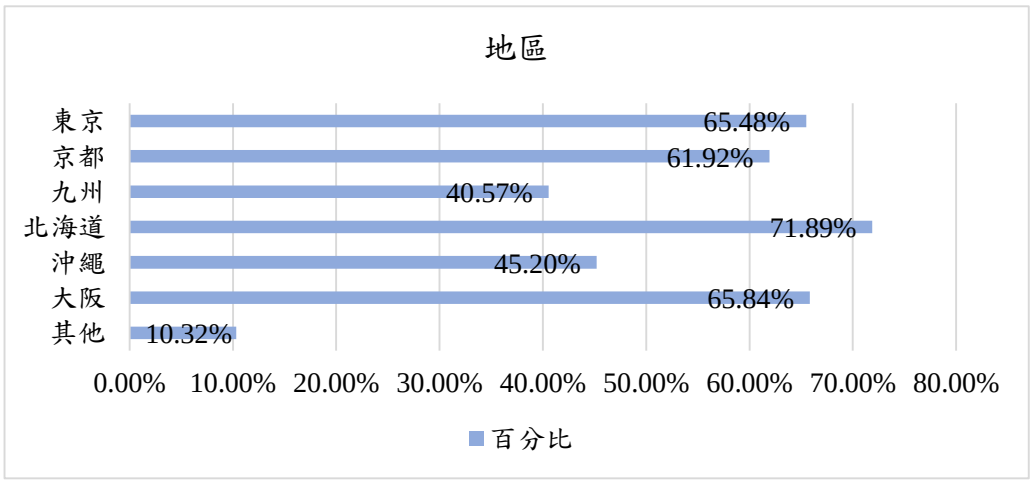


圖 4　問卷填寫者地區選擇分析圖

5.季節選擇分析統計

依據本研究問卷資料顯示，選擇日本的有 281 名，而這其中選擇春季前往人數有 88 名，佔 31.32%；夏季前往人數有 44 名 15.66%；秋季前往人數為 78 名 27.76%；冬季前往人數有 71 名 25.27%。從表 11 數據統計結果來看，其中以春季佔整體 31.32%為最多，秋季佔整體 27.76%為其次，顯現出臺灣民眾前往日本旅遊的季節選擇主要是春季，其次是秋季，選擇夏季的則相對少數。

表 11　問卷填寫者季節選擇分析表

季節	人數	百分比
春季	88 人	31.32%
夏季	44 人	15.66%
秋季	78 人	27.76%
冬季	71 人	25.27%
總和	281 人	100%

資料來源：本研究自行整理

6.交通選擇分析統計

根據本研究問卷資料顯示，日本旅遊交通工具之選擇，巴士人數有 129 名，佔 45.91%；電車人數有 210 名，佔 74.73%；租車自駕有 90 名 32.03%；火車人數有 132 名，佔 46.98%；新幹線人數有 213 名，佔 75.80%；公車人數有 93 名，佔 33.10%；其他人數有 2 名，佔 0.71%，分別是步行及使用腳踏車。從圖 5 數據統計結果來看，顯現出民眾主要選擇的交通工具為新幹線和電車，其次則是火車巴士。

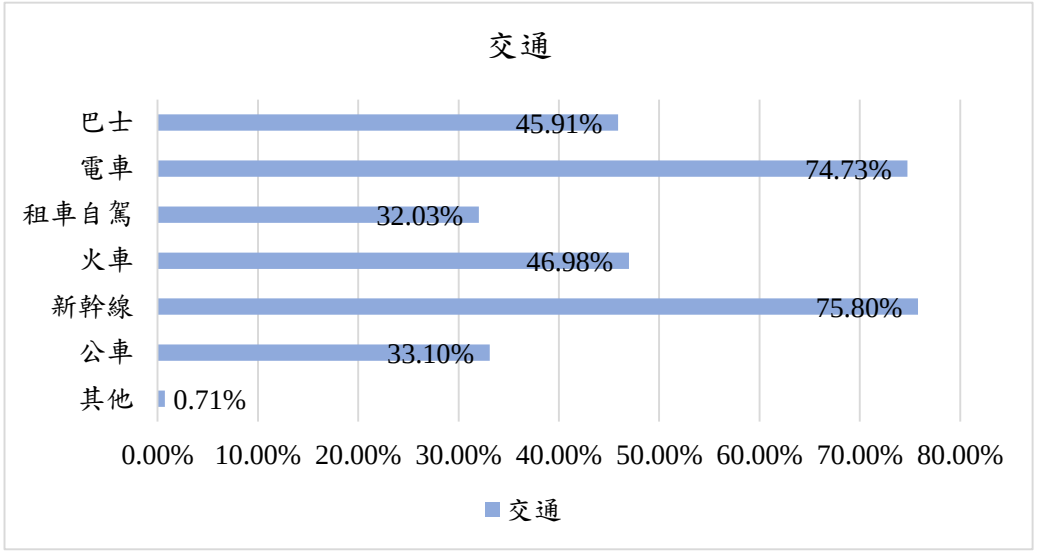


圖 5　問卷填寫者交通選擇分析圖

(二) 韓國旅遊敘述性統計分析

1.年齡分析統計

根據 102 位選擇韓國的問卷填寫者年齡分析狀況，年齡在 15-25 歲中有 69 人，佔整體 67.65%；25-35 歲為 18 人，佔整體 17.65%；35-45 歲為 8 人，佔整體 7.84%；45 歲以上為 7 人，佔整體 6.86%。從表 12 數據統計來看，選擇韓國的族群主要落在 15-25 歲和 25-35 歲之間。

表 12 問卷填寫者季節選擇分析表

年齡	人數	百分比
15-25 歲	69 人	67.65%
25-35 歲	18 人	17.5%
35-45 歲	8 人	7.84%
45 歲以上	7 人	6.68%
總和	102 人	100%

資料來源：本研究自行整理

2.旅遊型態分析

依據本研究問卷資料顯示，選擇韓國的民眾有 102 名，而在這其中選擇自由行者有 87 名，佔整體 85.29%；選擇團體旅遊者有 15 名，佔整體的 14.71%。從表 13 數據統計結果來看，多數民眾前往韓國旅遊較偏好以自由行的方式進行。

表 13 問卷填寫者旅遊型態分析表

旅遊方式	人數	百分比
自由行	87 人	85.29%
團體旅遊	15 人	14.71%
總和	102 人	100%

資料來源：本研究自行整理

3.旅遊動機分析

依據本研究問卷資料顯示，在韓國旅遊動機的部分，選擇當地美食人數有 88 名，佔 86.27%；歷史古蹟人數有 25 名，佔 24.51%；自然資源人數有 16 名，

佔 15.69%；當地民俗文化人數有 32 名，佔 31.37%；當地傳統節慶人數有 25 名，佔 24.51%；追星人數有 58 名，佔 56.86%；汗蒸幕人數有 28 名，佔 27.45%；滑雪人數有 49 名，佔 48.04%；社會治安人數有 10 名，佔 9.80%；旅行費用人數有 32 名，佔 31.37%；購物人數有 81 名，佔 79.41%；機票價格人數有 37 名，佔 36.27%；其他人數有 4 名，佔 3.92%，從圖 6 數據統計結果來看，旅遊動機的選擇主要落在當地美食和購物，其次則是追星、滑雪和機票價格等。

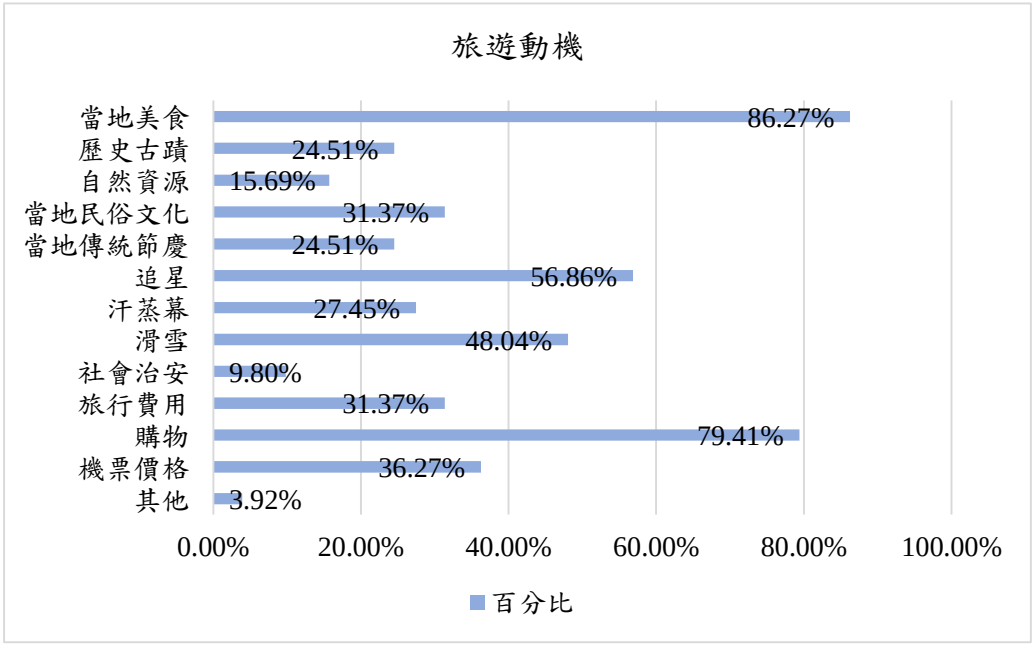


圖 6　問卷填寫者旅遊動機分析圖

4.地區選擇分析

依據本研究問卷資料顯示，在地區選擇上，選擇首爾人數為 87 名，佔 85.29%；釜山人數為 69 名，佔 67.65%；濟州島人數為 62 名，佔 60.78；江原道人數為 19 名，佔 18.63%；大邱人數為 38 名，佔 37.25%；其他人數 7 名，佔 6.86%，從圖 7 數據統計結果來看，多數民眾選擇前往首爾，其次是釜山和濟州島，排名第三的則是大邱。

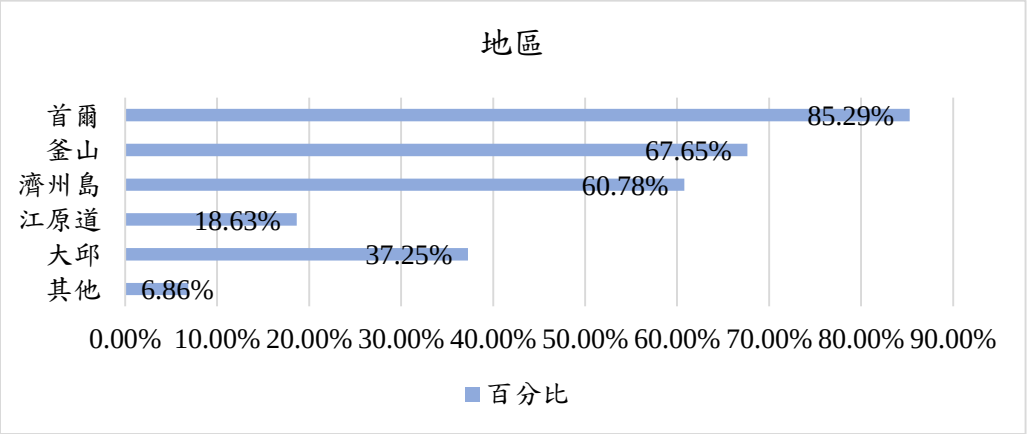


圖 7　問卷填寫者地區選擇分析圖

5.季節選擇分析

依據本研究問卷資料顯示，選擇韓國的有 102 名，而這其中選擇春季前往人數有 16 名，佔 15.69%；夏季前往人數有 16 名 15.69%；秋季前往人數為 36 名 35.29%；冬季前往人數有 34 名 33.33%。從表 14 數據統計結果來看，其中以秋季佔整體 35.29%為最多，冬季佔整體 33.33%為其次，顯現出臺灣民眾前往韓國旅遊的季節選擇主要是秋季，其次是冬季，選擇春季和夏季的則相對少數。

表 14　問卷填寫者季節選擇分析表

季節	人數	百分比
春季	16 人	15.69%
夏季	16 人	15.69%
秋季	36 人	35.29%
冬季	34 人	33.33%
總和	102 人	100%

資料來源：本研究自行整理

6、交通選擇分析

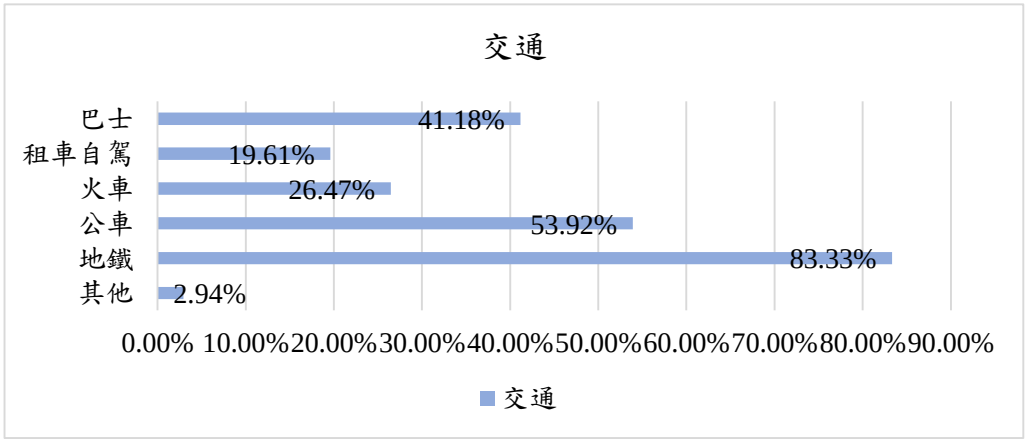


圖 8　問卷填寫者交通選擇分析圖

根據本研究問卷資料顯示，韓國旅遊交通工具之選擇，巴士人數有 42 名，佔 41.18%；租車自駕有 20 名，19.61%；火車人數有 27 名，佔 26.47%；公車人數有 55 名，佔 53.92%；地鐵人數有 85 名，佔 83.33%；其他人數有 3 名，佔 2.94%，分別是步行及使用計程車。從圖 8 數據統計結果來看，顯現出民眾主要選擇的交通工具為地鐵和公車，其次則是巴士和火車。

三、綜合性分析

根據本研究問卷資料結果彙總而知，在這次的問卷調查中，分別針對臺灣民眾前往日本與韓國旅遊的多個面向去進行資料的收集，收集的部分有旅遊型態、旅遊動機、季節選擇、交通選擇、飲食等，以下將會以三個重點項目進行分析，比較臺灣民眾前往日本與韓國的旅遊動機、旅遊型態及季節選擇之差異性。

(一)旅遊動機

表 15 日本與韓國旅遊動機排名表

排序	日本	韓國
1	當地美食	當地美食
2	購物	購物
3	歷史古蹟	追星
4	當地民俗文化	滑雪
5	溫泉	機票價格

資料來源：本研究自行整理

透過本節第二部分的敘述性統計-旅遊動機分析統計的部分可以得知，影響臺灣民眾前往日本的旅遊動機前五名分別為：1.當地美食 2.購物 3.歷史古蹟 4.當地民俗文化 5.溫泉；而影響臺灣民眾前往韓國的旅遊動機前五名則分別為：1.當地美食 2.購物 3.追星 4.滑雪 5.機票價格。

日本和韓國的旅遊動機統計結果前兩名皆為相同的項目：當地美食和購物，可以看出兩國的美食文化和購物對於臺灣民眾都有著相同的吸引力。但在早期日本流行文化盛行的時期，臺灣民眾對於韓國及韓國文化其實並不熟悉，是因後來幾年韓國娛樂產業日益興起，韓國戲劇和綜藝等間接影響了臺灣民眾的飲食方面和購物方面的習慣，也多少帶動了某部分臺灣民眾前往韓國進行觀光旅遊，而韓國的偶像流行文化強烈席捲臺灣，也讓部分臺灣的年輕族群為了追星前往韓國，而這一部分人數的逐年成長也佔臺灣前往韓國旅遊總數成長的一部分，不過雖然在娛樂產業對臺灣民眾的吸引力上韓國已經遠遠超過日本，但日本長年來的娛樂產業在臺灣也還是有一定的市場和影響力。

在歷史古蹟和當地民俗文化這一部分，則是分別佔據日本的三、四名，而韓國這兩項都排在較後面的名次，韓國的三、四名則為追星和滑雪，顯然臺灣民眾對於日本的歷史和舊文化興趣較大，而滑雪在日本其實也是可以進行的活動，所以雖然在娛樂產業市場日本雖然流失了部分的觀光人數，但在歷史古蹟與傳統文化的市場上，日本還是能保有基本的觀光人數並持續開發新的觀光人潮，綜合上述面向就能瞭解到，雖然臺灣赴韓國旅遊總人數逐年攀升，但這是為何臺灣赴日本旅遊的總人數也還是能維持逐年增加的原因。

(二)旅遊型態

表 16 日本與韓國旅遊型態表

日本		韓國	
自由行	81%	自由行	85%
團體旅遊	19%	團體旅遊	15%

資料來源：本研究自行整理

透過本節第二部分的敘述性統計-旅遊型態分析統計的部分可以得知，臺灣民眾不管是前往日本旅遊還是韓國旅遊，絕大多數都是選擇以自由行的旅遊型態進行觀光旅遊。

臺灣早期的出境旅遊絕大多數都是以團體旅遊為大宗，日本與韓國也不例外，但是團體旅遊所安排的景點在同一個季節裡幾乎都是固定的，且也都是以大型的觀光景點為主，旅客較無法真正深入的體驗與瞭解當地生活民情。因此隨著網路資訊日漸發達，慢慢的臺灣民眾開始會自行查詢旅遊資訊，並將自己想造訪的旅遊景點安排到旅遊行程中。

透過本研究問卷資料也發現，旅遊型態選擇的不同，其實對於臺灣民眾對日本與韓國之間的選擇影響不大，但卻會間接影響到臺灣民眾在日本與韓國旅遊上的地區選擇。

表 17　不同受訪者的旅遊型態表

受訪者背景	自由行		團體旅遊	
工商業	50	13%	17	4%
服務業	72	19%	21	5%
家庭主婦	17	4%	4	1%
學生	143	37%	17	4%
其他	34	9%	8	2%
合計	316	83%	67	17%

資料來源：本研究自行整理

根據本研究問卷資料顯示，不同背景受訪者(工商業、服務業、學生、家庭主婦、其他)，皆是選擇以自由行的旅遊型態為主要選項，如表 17 統計，選擇自由行者佔全部樣本母體數 83%，選擇團體旅遊者佔全部樣本母體數 17%。顯現大部分國人偏好規劃至日、韓自由行的旅遊趨勢，其中以學生族群偏好比例最高，其次為從事工商業與服務業族群也偏好自由行。

(三)季節選擇

表 18　日本與韓國季節選擇排名表

排序	日本	韓國
1	春季	秋季
2	秋季	冬季
3	冬季	春季/夏季
4	夏季	—

資料來源：本研究自行整理

透過本節第二部分的敘述性統計分析-季節選擇分析統計的部分可以得知，臺灣民眾前往日本旅遊選擇的季節排名為：1.春季、2.秋季、 3.冬季、 4.夏季；而臺灣民眾前往韓國旅遊選擇的季節排名則為：1.秋季 、2.冬季 、3.春季和夏季。

多數臺灣民眾選擇春天前往日本不外乎是為了賞櫻，而春季也是日本四季裡最舒適的季節，氣溫剛開始回升，但又不至於太熱，非常適合戶外的賞櫻活動，除了賞櫻外，日本為期一週的「黃金週」也是另一大熱點。而排名第二的秋季也是日本另一個旅遊旺季，不僅能欣賞滿山的秋葉，還能參與專屬於秋天的各式豐收祭典。秋季是韓國四季之中最舒適的季節，雖然日夜溫差大，但中午陽光灑落就顯得格外的溫暖，而相較其他國家，韓國四季較為分明，秋季的楓葉美不勝收，所以賞楓活動就成為了韓國秋季必走訪的行程，而排名第二的冬季，白茫茫的雪景是吸引臺灣民眾前往的一大原因，而除了欣賞浪漫的雪景，也可以體驗韓國的滑雪盆滑雪，簡單但又能體驗滑下雪道的樂趣。而除了滑雪

外，還能體驗韓國冬季最道地的消遣活動--冰釣。

綜合上述面向能瞭解到，日本與韓國都屬四季各有不同觀光資源的國家，而臺灣民眾在前往日本與韓國旅遊的季節選擇上四個季節都沒有重疊，所以季節會影響國人選擇前往日本或韓國旅遊，但卻對於赴日和赴韓旅遊的總人數影響不大。

伍、結論與建議

一、研究結論

日本、韓國皆擁有多元的觀光資源，每項特色還能搭配四季規劃出不同的旅遊行程。而關於兩國對文化古蹟用心維護及細膩經營，將可隨著日本的大河劇、韓國的古裝劇，來認識各式古老神社、城堡，並探討悠久的歷史及文化。在流行文化方面，日本透過各種媒體曝光、偶像、動漫來帶動流行市場；韓國則是利用影劇、偶像團體、明星成功打入臺灣市場，而觀光處所提供的中文旅遊資訊，更讓自由行的旅客更感到便利性不少。美食方面則有眾多選擇，新鮮、精緻食品也是吸引國人赴日本、韓國旅遊的主要原因。

經研究結果發現，日本的觀光資源可分成七大類型：歷史古蹟、節慶祭典、美食購物、動漫偶像、影視戲劇、著名建築、傳統文物；而韓國作為新型潮流則是分成五大類型：歷史古蹟、節慶祭典、美食購物、影視戲劇、傳統文物。

透過日本及韓國季節性觀光資源差異性比較：春季雖都以櫻花為賣點，然而對日本而言，不論國內民眾或是國外旅客，春季皆為觀光旅遊業最旺盛時期；韓國則以各大校園學區櫻花步道和首爾近郊的京畿道盛開的豐富花類聞名。夏季日本除了繡球花之外，各地所舉辦大小慶典也促使國人慕名而來，然後雖然夏季環境燥熱，但還可以去北海道等涼爽地區避暑旅遊；韓國則以太宗台繡球花最為著名，並有著眾多繡球花慶典，但相較於日本缺乏其他特色慶典。秋季日本則欣賞漫山的樹葉逐漸轉變成紅褐色，賞楓為主要的觀光；韓國也一樣，每年的楓葉於 10 月中旬左右從雪嶽山開始轉紅。冬季日本因 70%為山地提供了許多天然滑雪道，華麗的冰雪祭與燈飾節，也吸引了不少旅客；韓國則以雪景、

冰釣、滑雪(板/盆)等做為特色。

另外，經研究發現日本及韓國三種主要的觀光吸引力之差異性：

(一)自然吸引力:日本為富士山、溫泉、季節景色；韓國則為雪嶽山、季節 景色。

(二)文化吸引力:日本為日本城、神社、晴空塔；韓國則為水原華城，明洞聖堂、首爾塔。

(三)特殊形態吸引力:日本為和服/浴衣、祭典、藝妓、動漫、大河劇、偶像、藥妝、美食；韓國則為韓服，祭典，韓劇，偶像，化妝品，美食等。

二、研究建議

根據研究結果發現，雖然在娛樂產業市場日本流失了部分的觀光人數，但在歷史古蹟與傳統文化的市場上，日本還是能保有基本的觀光人數並持續開發新的觀光人潮；韓國則搭配韓戲劇的行銷帶動觀光活動。在臺灣的部分，我們對於歷史古蹟與傳統文化的保存規劃相對不夠完善，而旅遊業在與流行影視產業的合作上也沒有深入且持續性的合作。從上述這些面向，或許都能向日本及韓國多加學習，故本研究提出以下建議：

(一)對臺灣觀光業的建議

臺灣相較於日本及韓國受限於國土面積小及在地文化薄弱、兩岸關係緊張、國民缺乏共識等缺陷，文化方面建議能像日本發展多元文藝創作，保護傳統手藝功夫，各地區分別發展特色；或是像韓國則搭配戲劇的發展帶動觀光，利用大量媒體曝光率宣傳明星、偶像團體的妝容產品、穿搭韓國服飾等。例如:現今臺灣偏遠地區，有許多逐漸消失的傳統技藝，若能夠將其轉型應用在體驗式旅遊上，將達到文化傳承、教育效果。

(二)對旅遊業的建議

首先，對於臺灣保存下來的歷史文物及古蹟，業者可以規劃臺灣的文化深度旅遊，並對於建築、美食或自然景觀設計深度行程，以提高體驗觀光的價值。由於國人赴日旅遊，大部分是因為日本文化色彩濃厚，且有獨特的觀光性，在旅遊過程中能享受到不同的旅遊資訊。而在韓國影視文化強勢襲臺的部分，業

者可以嘗試和臺灣影視流行文化領域合作，規劃出結合戲劇拍攝景點的旅遊行程。由於國人赴韓旅遊，大部分是因為韓國戲劇和偶像文化帶動的流行文化，除了可以親身造訪戲劇的拍攝場景，也能同時體驗當地文化。

臺灣或許相較於日本與韓國在觀光資源上不夠多樣化，但最重要的其實是缺乏精緻的包裝，如果業者可以更懂得運用臺灣在地特色並加以包裝，相信臺灣的旅遊產業也能走出一條屬於我們特有的道路。

(三)研究對象限制與建議

本研究所進行的問卷調查，是由參與研究的同學發放給親朋好友和放置於網路學生平台，如：dcard、zuvio 等，所以填寫問卷的族群主要為年輕族群，對於中年與老年族群的調查資料較為不足。建議未來的問卷投放可以再擴大年齡層，進行不同的差異對比，研究結果將能更精準的提供給觀光旅遊的預測參考。

參考文獻

一、書籍

林玥秀(2018)。*觀光學：遇見觀光　拓展視野*。新北市:華立圖書。

林宗賢、呂文博、王維靖(2017)。*觀光學：當代轉變*。臺北市:華都文化。

楊明賢, 劉翠華(2016)。*觀光學概論(第四版)*。新北市:揚智文化。

曹勝雄(2014)。*觀光行銷學：產業觀點與實務應用*。新北市:前程文化。

謝淑芬(1995)。*觀光心理學*。台北：五南出版社。

二、論文

邱于軒(2017)。*韓劇對於國人到韓國旅遊之影響-以大學生為例*(未出版碩士論文)。南臺科技大學，臺南市。

張珈毓(2019)。*日本文化吸引國人前往日本旅遊動機之研究*(未出版碩士論文)。世新大學，臺北市。

張雅雯(2010)。*日本流行文化吸引青少年前往日本旅遊動機之研究*(未出版碩士論文)。世新大學，臺北市。

張育銘(2016)。*櫻花的滋味─臺灣人選擇日本的因素探討*(未出版碩士論文)。國立高雄應用科技大學，高雄市。

張家綺(2016)。*目的地意象前因與後果—以日本旅遊為例*(未出版碩士論文)。國立臺北大學，新北市。

陳葵庭(2019)。*赴韓國旅遊者的旅遊動機與目的地意象及重遊意願之研究*(未出版碩士論文)。真理大學，新北市。

鍾桂珍(2015)。*臺灣遊客赴日本旅遊行為之研究*(未出版碩士論文)。玄奘大學，新竹市。

蘇珮君(2009)。*韓國傳統美食觀光策略發展之研究*(未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。

黃順鎰(2016)。*日本好玩嗎?人口統計變項對旅遊動機及滿意度影響*(未出版碩

士論文)。國立高雄應用科技大學，高雄市。

羅欣婷(2007)。*觀光地點置入韓劇的行銷效果研究*(未出版碩士論文)。國立成功大學，臺南市。

鄭琮熹(2013)。*韓國流行文化吸引力對旅遊體驗、遊客滿意度及重遊意願之影響研究*(未出版碩士論文)。中國文化大學，臺北市。

三、 網路資源

日本的四季各有特色，到底哪一個才是最佳遊日的季節呢？(20160420)。*日本訊息網站*。2019 年 12 月 24 日，取自 https://jpninfo.com/tw/11600

日本韓國冬季限定，不會滑雪就玩雪！日韓雪橇、雪盆、冰釣活動大公開。*旅遊咖* 。2020 年 04 月 25 日，取自 https://reurl.cc/9E73r8

出國資料 (Outbound visitors)。*臺灣交通部觀光局統計資料庫* 。2019 年 10 月 29 日，取自 https://stat.taiwan.net.tw/outboundSearch

訪日外客統計の集計・発表。*日本政府觀光局* 。2019 年 10 月 29 日，取自 https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html

韓國首爾冬天必去景點：古宮雪景、限定燈節、冰釣，冬季也能玩超嗨！(Yuri (2019))。2019 年 12 月 25 日，取自 https://reurl.cc/lLrDxY

韓國夏季旅遊景點總整理(2018)。2019 年 12 月 25 日，取自 https://www.creatrip.com/blog/3807/

韓國旅遊外國遊客統計搜索。*韓國旅遊局* 。2019 年 10 月 29 日，取自網址: http://kto.visitkorea.or.kr/kor/ktom/stat/stat.kto

韓國賞櫻攻略+賞櫻名所總整理(2016)。2019 年 12 月 25 日，取自 https://reurl.cc/Mv4jdm

韓國觀光 100 選。*韓國觀光公社* 。2019 年 01 月 01 日，取自 https://reurl.cc/yyN7ba

四、外文資料

Crompton, J. L.(1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of travel Research, 17*(4) , 18-23.

Dann, G. M. S.(1977). Anomie, eenhancement and tourism. *Annals of Tourism Research, 4*, 184-194.

Iso-Ahola, S. E., & Allen, J. R.(1982). The Dynamics of Leisure Motivation : The effects of outcome on leisure needs. *Research Quarterly for Exercise and Sport, 53*(2), 141-149.

Manning, R. E.(1985). *Motivations for Recreation : A Behavioral Approach Studiesin Outdoor Recreation Search and Research for Satisfation Mineographed.* Oregon：Oregon State Uni.

McIntosh, R.W.,& Gupta, S.(1977). *Tourism：Principles, Practices, Philosophies*, 2nd ed.. Columbus Ohio：Grid Inc.

Thomas, J. A.(1964). What makes people travel. ASTA *Travel News, 1*,169-172.