

橘色經濟：台灣長宿休閒與經營再發展策略 之研究

張偉雄* 鍾任榮** 歐靜蓉*** 林子堯****

*南華大學旅遊管理學系暨碩士班專任副教授

**大同技術學院旅遊與休閒娛樂管理系專技副教授

***南華大學旅遊管理學系暨碩士班專技助理教授

****南華大學企業管理學系(所)/嚕啦啦旅行社有限公司副理

摘要

近年來，日本將「長宿休閒」視為一項重點旅行，而台灣更將其視為橘色經濟。本研究旨在於了解台灣長宿休閒之競爭情勢，並透過文獻探討、專家之深度訪談內容，得到台灣長宿休閒優劣勢 SWOT 交叉分析之再發展策略，進而擬定其關鍵經營再發展策略指標，以作為未來長宿休閒經營者之參考依據。基於上述，本研究結論闡述台灣長宿休閒之競爭優勢、定位消費客群及建立長宿休閒關鍵經營因素，以強化現今與未來橘色經濟之發展。

關鍵字：長宿休閒、橘色經濟、競爭情勢

**** 通訊作者：林子堯 電子信箱：alex61206@gmail.com

Orange Economy: A Study of Constructing The Re-development Strategies towards Long-stay Industry of Taiwan

Chang, Wei-Hsiung*

Chung, Jen-Jung**

Ou, Ching-Jung***

Lin, Tzu-Yao****

Abstract

Recently, Japan has been conceiving “Long-stay” as focused travel issue; regarded as orange economy in Taiwan. Based on the perspectives, this study namely aims at developing the competitiveness indicators for the long-stay industry of Taiwan via SWOT techniques by means of literature review analysis and in-depth interview method. According to the above arguments, this study may state and represent the competitiveness of the long-stay industry of Taiwan, positioning the target market, and establishing the key indicators of business operation and management to reinforce the development of orange economy.

Keywords: Long-stay, Orange Economy, Competitiveness

壹、緒論

隨著社會的進步，經濟的發展，觀光休閒產業隨之繁榮，成為 21 世紀不可或缺的產業之一。近代科技的進步與資訊的發達，去一地區遊玩以不是走馬看花或只到此地走走看看，而是要深入得去體驗與了解其中所包含的知識與特色，長宿休閒是近年來新興的休閒模式之一，可以使想要真正融入當地的人有更多時間去慢慢學習自己想要的了解的，又因全球的社會結構正逐漸走向高齡化，且根據日本厚生省國勢調查報告資料（2018）顯示，2005 年日本 65 歲以上人口即佔全國人口比例的 23.13%，由此數據可知，在日本，每五人當中就有一位高齡者。同時，2004 年 60 歲以上之銀髮族族群約有 197 萬人海外旅遊，2009 年約 230 萬人，6 年成長約 16.8%。以上數據顯示日本人至海外旅遊之銀髮族族群有增加之趨勢（王明元、謝國榮、田中照幸，2013）。根據《2016 消費趨勢報告》顯示，熟齡族群將是臺灣的下一波消費主流，形成社會的「橘色經濟」。「橘色世代」為年齡群介於 55-65 歲的健康初老族，之所以命名為「橘色」是因，若以春夏秋冬來比喻人生，這群熟齡族如同秋天燦爛的楓葉一般，有成熟、溫暖之感，而針對此族群所形成的商機，就稱為「橘色經濟」（謝明媛，2016）。有閒暇時光與經濟能力的老年人口將會越來越多，未來此休閒模式結合台灣長宿休閒與經營再發展策略將會成為最熱門的議題與發展趨勢。

長宿休閒（Long Stay）概念之提出源於 1992 年巴西地球高峰會之里約宣言（Rio Declaration），提倡以長宿休閒的旅遊型態取代現今的大眾旅遊。並因應在有限的退休金額下所要面對消費、物價及房價不斷飆漲的經濟趨勢，以及為彌補過去工作過度操勞的人生，體驗不同國度的特殊文化，使得長宿休閒成為已開發國家銀髮族的重要選擇（花岡幸盛，2007；王順民，2018）。台灣具有鄰近日本的便利、當地自然景觀多元、人文色彩豐富、氣候四季皆溫暖適合居住，加上台灣人普遍親日、語言障礙較小、日本式的飲食生活食材豐富、醫療支援設備齊全等豐富資源與利基（胡忠一，2005；花岡幸盛，2005；顏建賢，2009）。台灣開發長宿休閒新興事業，不僅可活化鄉村建設與經濟發展，提高鄉村環境及生活品質，並可藉由國際旅客來台長宿，強化國民外交、文化交流及海外國防支援力量，加速台灣國際化、優質化，提高國際能見度，對於台灣長期發展極具正面效益（胡忠一，2005）。也可與剛起步就面臨市場激烈競爭及過度飽和的民宿業者與飯店財團做一結合，整修內部並配合長宿產業之發展條件，開發另一市場並滿足其需求，獲取更高的利潤與營收，及深入當地，與其之特色景觀與傳統文化相配合，發展出不同於一般或是在地特殊性的旅遊，讓旅客體驗只能在此所能體驗的深度旅遊，都可以讓來台長宿休閒的人有不同的收穫與感受。要發展長宿休閒之產業，在文化、氣候、水質、空氣、環境、交通等方面，都要良好與有特色，始可帶動國家與各地方之相關觀光產業的發展，讓有閒有餘力的人之生活變得更加豐富、充足，視野更加地廣闊，將台灣打造成適合更多人居住的新故鄉。

依據上述研究之背景與動機，本文進而提出研究目的如下：

- （一）分析台灣長宿休閒產業之優劣勢為何。
- （二）建構台灣長宿休閒產業關鍵經營再發展策略與指標。

貳、文獻回顧

一、長宿休閒意涵

最早從歐美開始發展出結合退休與海外長宿休閒的新風潮。先進國家中健康長壽的銀髮族，部份會在退休後規劃到國外長時間休閒度假—所謂「長宿休閒」(Long Stay) 又稱「游牧享老」，此種休閒生活養老近年來也逐漸成為退休生活新趨勢。由於此類型之活動常隨著季節變動而選擇不同地方，故又稱為「候鳥式休閒」或「異地養老」，且被認為是旅遊形式中的一種另類觀光(alternative tourism)。

對亞洲而言，1987 年日本人才有長宿休閒的概念產生進而流行，有鑑於此，歐、美、日所賦予之長宿休閒的意涵不盡相同，歐美等國將之單純視為一長期旅遊的方式，而日本將之視為到一地體驗與享受，並尋找實現自我人生第二個夢想的據點，而隨著 21 世紀全球化時代的來臨，國與國之間的交流更趨頻繁，長宿休閒旅遊將是在這時代中頗具代表性的產業之一。

根據 2000 年日本出版的「Long Stay 白皮書」，長宿休閒被定義為，「不是旅行，也非屬移居（生活據點的遷移）的長期停留。不光是觀光或購物之旅行，而是一方面將其生活源泉置於日本，同時在居住地區接觸當地文化，並與當地居民交流，發現生活意義之非屬移居，亦非永久居留之『國外居留型休閒』」（胡忠一，2010）。

國外長宿休閒之用詞方面，一般而言，1 星期～10 天的旅遊稱為「稍長的旅行(Longer-staying journey)」，1 個月～6 個月即稱「長宿休閒」。此外，也由於該類休閒幾乎是部分時間在日本，長時間在國外生活，故又被稱為「移居生活(Emigration life)」。而傳統旅遊與長宿休閒之差別在於後者是長時期停留，從事 1 至 3 個月的渡假休閒活動，融入當地生活環境，故不會有短暫停留之耗費能源、破壞環境，是對地球較友善的旅遊方式（顏建賢，2009）。

表一 長宿休閒與一般旅行的差異表

長宿休閒	一般旅行
悠哉生活	行程委由旅行社規劃
實地體驗	價格便宜
進行觀光	旅遊時間短
語言交換學習	巡遊許多旅遊地點
志工活動參與	手續全部依賴導遊處理
相關手續須自行處理	

資料來源：顏建賢（2009），長宿休閒導論

另根據日本 Long Stay 財團法人調查報告（2018）顯示 2006 年 11 月 11 日舉行的「Long Stay 論壇 2006」，將長宿休閒正式定義為：「長宿休閒只將生活源泉置於日本，到國外某一個地方進行較長期的停留，接觸該國的生活與文化，透過

對於當地社會的貢獻，裨益國際親善交流的國外休閒活動的總稱。」該定義內含主要包括下列五項重點：(一)較長期的海外停留：不是移居，也非落戶，而是以歸國為前提，在國外進行兩週以上較長期之停留型休閒。(二)在國外保有或租借居住相關設施：保有或租借生活上必要的住宿相關設備。(三)以休閒為目的：以活用自由時間為目的，過充裕的生活時間，與當地人進行交流活動等。(四)目標為「生活」重於「旅遊」：以在不同的日常空間，體驗當地生活為目標。(五)生活資金源泉在日本：生活資金來源為日本國內的年金、利息、紅利、租賃收入等，在當地沒有必要靠勞動賺取收入。綜合上述，彙整長宿休閒與一般旅行之差異，如表一所示(顏建賢，2009)。

台灣將長宿休閒分成鄉村型和都市型，鄉村型由農委會負責，優先挑選區域為花蓮縣兆豐農場、台東縣知本地區和南投縣中興新村。林怡萍、邱思慈(2010)利用SWOT分析加以討論，並擬定具體的因應策略，其策略包括：長宿休閒條例辦法的補助實施、利用媒體宣傳、講習與座談推廣長宿休閒的養生潮流、結合當地醫院的醫療資源、培育專業的照護人員或志工人員。觀光局負責都市型規劃案，列入優先規劃的四大都會區為台北市天母和北投地區，台中市美術館和經國路一帶，台南市安平港區，高雄市美術館附近。台灣長宿休閒鎖定的主要客源為日本東京和大阪等地退休人士，來台長住時間約半年。而農委會認為推動鄉村型計畫可增加農村就業，因此觀光局提出三年計畫，希望逐步推動、檢討，日後期望能交給台灣長宿休閒發展協會接手。第一個三年計畫自2007年展開，觀光局和農委會合計投入一億四千七百萬元，不過觀光局預期可達成的目標不高，第一年只希望爭取六十對夫婦來台，第二年九十對，第三年(2009)希望達到一百八十對夫婦來台。

二、長宿休閒發展條件

Chen & Tsai(2008)指出長宿休閒以融入當地生活為主要活動並進行適量休閒旅遊，在選定地點時應考量生活機能便利性、可及性、交通資源方便性、食材取得可躡性、醫療資源可近性、當地文化特色獨特性以及居住型態是否符合需求，此為發展長宿休閒產業之重要條件。

因現階段之長宿休閒旅客大多為日本客群，故有下列之需求需要經營長宿者來提供與準備，讓軟體與硬體方面更加齊全，以滿足這些旅客。

根據日本觀光協會及日本JTB董事長平尾表示要能夠吸引日本銀髮族國外長宿休閒，日本人對於長宿休閒之基本要求為NHK、4S及ABC。其中NHK、4S及B為必要條件，A與C則為附屬條件，若有的話可提高生活品質與商品魅力，但非必要條件。NHK、4S及ABC相關內涵，如表二所示(日本交流協會，2018)。

表二 長宿休閒之基本要求條件

條件	內涵	內容說明
N	NHK	收得到日本NHK電視台或來自日本國內的相關資訊
H	Hospital	設備完善並能以日語溝通之醫療設施

K	Kitchen	有廚房可自行烹煮，最好也具備可種菜、養雞的家庭菜園
4S	Security	治安與居住環境的安全
	Support	社區居民或 NPO 團體在生活起居上之協助
	Surprise	每天都有驚奇的發現，如生活習慣及禮俗等異國文化
	Skype	網路及電話視訊
A	agricultural Experience 農業體驗	因熱帶農業對日本人而言，具有新奇、新鮮的魅力，並能活絡筋骨
B	Bathtub 浴缸	泡澡是重要的日本文化之一，所以曾來台居住過的日本人均強烈要求住宅必須附有浴缸。
C	Microcomputer	一般又稱為免治馬桶。從衛生面來看，洗淨式馬桶較
	Cleaning	符合衛生，且高齡者痔瘡比率高，提供體貼高齡者的
	chamber pot	衛浴設備，可以提高居住品質。若在廁所、浴室內裝
	微電腦 洗淨式馬桶	置能緊急與外界，特別是醫院聯繫之設施，如話筒、 按鈕等，將更能展現以客為尊之誠意。

資料來源：日本交流協會(2018)與本研究彙整

三、經營應提供之要件

日本 Long Stay 財團法人調查報告（2018）於 2006 年調查 2466 位受訪者結果顯示，長宿休閒者期待的生活方式，依序為：學習語言（32.2%）、史蹟及美術館巡禮(31.4%、趣味活動及運動(26%)、志工活動(10.3%)等。為營造舒適的起居環境，推動長宿休閒除提供 1~2 的房間，有客廳、廚房及浴缸等設施約 15 坪，可以周或月為單位出租的舒適獨門獨戶房屋或出租公寓等居住設施外，長宿休閒社區承接單位或經營業者應結合地區社團或志工團體，規劃設計並提供相關活動，包括：

（一）休閒娛樂：正如長宿休閒的定義為生活者，因此長宿休閒區域的休閒娛樂亦為吸引長宿休閒者重要條件。

（二）家庭菜園：準備可種植低化肥、減農藥的蔬果，讓人對土地產生親密關係。

（三）直接供應安全農產品：建立事業並確保事業持續發展，確立及維持一定的品質乃不可或缺要件。由於長宿休閒者基本是自己買菜、做飯，完善廚房設備乃基本條件。

（四）休閒運動：休閒餘暇的生活方式是為滿足日本銀髮族『心靈滿足感』的重要活動。很多受訪者表示可以進行以輕鬆廉價的方式從事高爾夫球為最大魅力，另外，期待釣魚、登山、觀光等戶外活動，或在設施內的游泳池、網球場、健身房、練習場流汗的日本銀髮族人亦相當多。

（五）國際間文化交流：日本婦女喜歡在當地人交流中過著豐富多彩的生活，交換彼此的興趣、語言、手工藝、摺紙、舞蹈和料理。日籍專家對此特別提醒規劃

單位，絕不可忘記的是，日本人並非單向教導當地人，他們也想跟其學習，確實進行文化交流。

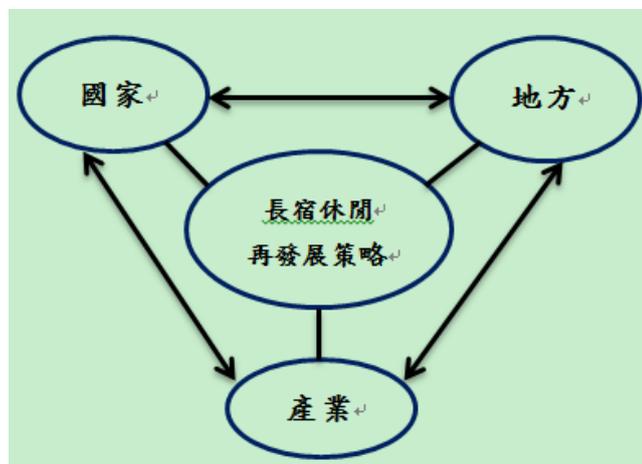
(六) 與當地日本人組織交流：在休閒餘暇的生活方式和交流上不可缺的是『日本人協會』。當地『日本人協會』、『Long Stay 者協會』支援相關休閒活動。

要從事長宿休閒之經營，各經營者必須要把軟體與硬體做好，軟體即休閒活動之，包含運動、學習、娛樂等；而硬體即內部之設施，要符合長宿休閒者之需求去做相關之更新作業，並考量顧客在日常生活中的食、衣、住、行、育、樂等多方面的需求，再配合當地之資源與文化特色去做不一樣的活動與行程，讓顧客在便利與安全的環境中，自由的選擇想從事的休閒與體驗活動。且根據《2016 消費趨勢報告》顯示，自 2015 年，60 歲以上仍有工作者佔 30.9%；而相較 2010 年的 52.1 歲，2015 年儲蓄年齡提早近 10 年，平均 43.1 歲就開始準備退休金；投保比例也較 2010 年增加 18.3% (2015 年為 62.4%，2010 年為 44.1%)，因此，60 歲以上更晚退休，43.1 歲也開始更早的退休金儲蓄，60 歲以上儼然成為具有消費力的族群。保健食品(43.2%)、行動商務(39.8)、理財規劃(33.6)、美容保養(26.5%)、進休充電(21.1%)及智慧照護(20.4%)成為橘色經濟的六大商機，預期將成為下一波兵家必爭之地 (謝明媛，2016)。

參、研究方法

一、研究架構

對於長宿休閒產業之發展與現況，國內外學者皆提出許多相關論述。因此，本研究之主旨在於探析長宿休閒產業之優劣勢為何，並輔以國家、地方及產業等三個層面為基石確立本研究長宿休閒產業再發展策略概念性之架構 (如圖一) 所示：



圖一 研究架構圖

二、研究範圍

本研究旨在探討長宿休閒之競爭情勢與再發展策略，以目前的相關長宿休閒產業經營者和此領域具高熟悉度之學術專家為對象，研究方向以長宿休閒實際經營狀況與專家的看法為主，並界定出其優劣勢分析，同時，本研究以產業界、官界、學術界之三大領域（產業：實際經營者、官：中華民國物流協會、學術：長宿領域專家學者）中具有相關實務與經驗者來進行訪談，及實地之長宿經營地環境觀察與紀錄。

三、研究信度與效度

信度是指可靠性或一致性，信度好的指標在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。因此本研究在與受訪者見面或訪談之前，會先與以電話方式預約與溝通，並以受訪者方便之地點、時間及場合作為優先考量，如遇當日有天候不佳之情況或臨時有其他之因素發生，則會擇日或另行預約時間做訪談，將本研究之誤差變異化為最小。

本文收集歷年相關長宿休閒的相關文獻與研究資料為依據，來編製本研究之基礎理論，並界定出符合此構面與構念的專家學者與經營者，驗證其本研究內容是否有效。適切的解釋必須立基於深度描寫之上，透過有意義的方式，引導讀者到詮釋之中；而讀者因可獲得豐富的現象描述，亦能對文本有其個人的理解，進而能自行決定是否同意研究者的詮釋，以達到讀者效度，或敘事研究強調的「說服力」(王勇智、鄧明宇譯，2003)。同時，本研究係採親自拜訪受訪者之方式及參與式觀察法，並到經事先選定的各長宿休閒地區去了解各地長宿產業發展之狀況；爾後，透過內容分析法，將所有訪談與文獻資料整合與歸納，進而得其本研究之結果。

肆、結果

綜論內容分析與專家學者及經營者之參與式觀察法訪談結果，本研究以台灣長宿休閒之 SWOT 矩陣分析作為台灣發展此產業之參考，如表三所示；並以此了解台灣發展長宿休閒之優勢、劣勢、機會、威脅之處，進而提出 SWOT 交叉分析，其再發展策略內容則包含前進策略、暫緩策略、改善策略與放棄策略等項，如表四所示；並擬定長宿休閒之關鍵經營指標再發展策略，如表五所示。

一、SWOT 分析

表三 台灣長宿休閒 SWOT 分析表

內 部 環 人	優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
	1.離日本最近，可拉攏長宿最系統化之日本旅客	1.政府政策不明朗與無積極推動，經費缺乏
	2.自然環境與氣候十分優美、四季宜	2.地方無積極與政府配合
		3.政府無任何輔導與接應措施

- 境
- 3.擁有漢語的環境
 - 4.歷史淵源與情節，飲食文化習慣相似
 - 5.台灣人好客、友善與親切的性情
 - 6.擁有許多日語相關人才
 - 7.台灣的治安跟許多鄰近的東南亞國家相比，優良許多
 - 8.業者之經營設備齊全良好
 - 9.各地地緣所擁有的地方特色
 - 10.醫療資源較其他東南亞國家豐富

- 4.地區狹小，長時間久留無特殊性
- 5.都市與鄉村之交通便捷性不一
- 6.國內住宿業對長宿認知不足
- 7.國內住宿業都將長宿以副業在進行
- 8.經營者之間不會做相關的意見交流與合作
- 9.沒有經驗的傳承，永續經營觀念薄弱

	機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
外 部 環 境	<ol style="list-style-type: none"> 1.休閒旅遊的概念逐漸改變，進入深度與長期體驗型態 2.提供長時間居住(會議展覽產業-國際研討會)的旅館會越來越多 3.人口高齡化已成為社會趨勢 4.原先以日本族群為主，目前也朝歐美人士市場發展 5.提高台灣基礎建設與環境改造 6.做策略聯盟，使都市與鄉村接合 7.日圓升值，來台消費更划算 8.國內安養機構轉型-異地養老 9.設立日本支部做行銷宣傳 10.開發其他新興住宿業地區從事長宿產業，如宜蘭 11.來台長宿者願意先行前來體驗 12.環保議題提升，結合帶動永續發展 	<ol style="list-style-type: none"> 1.短期中看不到具體的效益 2.東南亞各國家起步早，並積極發展 3.台灣物價比東南亞國家高 4.目前台灣之休閒模式還是以短期時數為主 5.台灣長宿休閒市場小 6.限縮旅客來台觀光，引發來台長宿者的排斥效應 7.媒體過度宣傳，實際經營狀況不佳 8.以日本消費者來說，生活機能較日本本地不足

二、SWOT 交叉分析

表四 台灣長宿休閒 SWOT 交叉分析再發展策略表

內部因素 外部因素	內部優勢(S)	內部劣勢(W)
外部機會(O)	<p>SO 策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.結合當地特色及文化，配合相關旅客之需求，建立適合外國人居住的國際村 2.長宿概念始於國外，本地人也可到不一樣的台灣去做住宿及體驗活動，讓台灣導內的長宿(內需型)產業發展 3.藉由豐富的自然資源與人文特色，吸引鄰近國家與歐美人士前來長宿 4.休閒概念的轉變，一般旅館可再接合其他新興概念與產業，及環保之議題，以多角化經營方式發展 5.人口高齡化，安養機構與相關產業可朝養生村的方式經營，將異地養老與長宿休閒結合，再造一個最有競爭力的產業群聚。 6.日圓升值，增加到該國行銷宣傳，以拉攏更多國際旅客。 	<p>WO 策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.改善現今之交通環境，結合各點以增加便捷性。 2.政府與地方積極配合，並明確提出相關之優惠方案與措施，如稅賦、簽證等，帶給長宿旅客更多方便。 3.積極輔導各單位長宿之知識與觀念，先採用分時度假與深度旅遊進行與推動，漸漸與長宿議題結合，並作相互交流。
外部威脅(T)	<p>ST 策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.強調與提升在地特色與文化，促使地區產業更精緻化，達到永續經營。 2.掌握先天的有利資源(自然與環境)，保持良好各地市容，培育人才，跟積極發展之國家做競爭，開發更多新的客源。 3.實質經營，做好服務品質並滿足顧客需求，以旅客口碑為主要行銷方式。 	<p>WT 策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.政府應實行輔導措施與明確政策，鼓勵企業轉型，並提供相關經費之補助 2.透過地方政府或有心想參予之企業辦理相關教育之講習及研討，強化社區居民與經營者對長宿休閒的認同 3.定期舉辦例行性會議與活動，互相做經驗與意見交流，以達永續經營之理念，提升台

4.現有旅館與飯店業之服務品質與內部設備良好，可間接轉型經營實行長宿，增加競爭優勢。	灣在國際的知名度 4.重整都市與鄉村之資源，並與特色環境相結合，開發自身特色與創意，設置專門行銷之部門，讓更多旅客認識台灣
--	--

三、長宿休閒關鍵經營指標再發展策略

表五 台灣長宿休閒再發展策略之指標

層面	項目	內容說明
國家	氣候	氣候宜人，溫度適中，平均介於 25 度。
	醫療	醫院、診所林立、醫療資源完善。
	居民友好程度	台灣人民熱情奔放。
	自然環境	具備豐富的地理資源及自然景觀。
	人文特色	擁有豐富的歷史背景及多元的文化。
	衛生條件	環境整潔、較無傳染病。
	治安	重視居民安全，民主社會較少動亂。
	交通	公共交通運輸便利。
	政府部門	辦理各項行政上之事務。
	物價	台灣的消費水準。
地方	房屋型式	大樓、公寓、日式建築、歐式建築、小木屋。
	內部設施	廚房、臥室、客廳、通訊設備、娛樂設備。
	周邊景點	周邊景點眾多。
	娛樂設施	公共設施方便使用。
	語言溝通	當地設有日本翻譯人員。
	交通便利度	大眾運輸多樣化。
	食品與食材購買	鄰近便利商店與市場。
地方	無障礙空間	公共場所設有無障礙空間。
	社區文化交流	社區有設計特殊文化知識交流課程。
	當地社團體驗	社區有設計鄉村生活體驗課程。
	趣味活動	經常辦理社區活動。
	健身活動與環境	公共健身設施完善。
	社區參與	擔任社區志工。

	短期旅遊行程	一日遊、二日遊等。
	技藝交流學習	茶道、花藝等。
產業	高品質的服務與態度	讓人感到親切的態度及周到的服務。
	長宿休閒的推廣	提出各種體驗活動、優惠方案及配套措施。
	廣告及海報宣傳	大眾傳輸媒體促銷與口碑式行銷宣傳。
	節慶活動的規劃	舉辦各種特色節慶活動。
	豐富的旅遊行程	規劃周全良好的旅遊行程，以供旅客自由選擇。
	對長宿的專業性	業者本身對長宿的認知。
	地方特色文化豐富	當地特色文化要多元精緻化。

伍、結論與建議

一、結論

依據研究結果，本研究結論與建議如下：

(一) 台灣長宿休閒市場不夠成熟，積極發展者少

目前的市場發展與研究也都只關注消費者之意見與行為，和服務品質等短期內較容易看出經濟效益的現實區塊，對發展困難度高的長宿休閒而言，需要花很多時間與精力，做相關專業的學習並擬定特色行程與活動，就不會想往這市場做深入發展，而很多的經營發展者，也只有把長宿休閒視為一種口號與觀念，或當作吸引外國顧客的行銷手法，實際做深入發展、更新既有之設備、及滿足其相關族群客源之經營者非常少。

(二) 中央政府機構與地方政府單位，皆不正視長宿休閒

政府與地方應做更加積極的配合與完善的設備改造，透過協會與相關單位讓長宿資源可以共享，促使相關經營者結盟，讓來台長宿之旅客或人士體驗台灣的好，提升國家榮譽與地方民譽。

(三) 現有的轉型改造，還是無法提供長宿旅客完善的空間

長宿休閒為新休閒趨勢之一，台灣旅館住宿業也有許多都跟進發展或是轉型，但要將整體以長宿設備與環境之需求去做更新，太過於耗損資金，短期內也不能回收所投入的資本，多半都以副業營運，如鄉村與郊區之生活機能與都市也有一段落差，醫療資源與交通系統之完善也會相對減弱。

(四) 限縮旅客來台觀光，為長宿休閒帶來消長

陸客來台觀光之人士數量趨緩，近年之政策與優惠措施，加上開發陸客市場不需新增設備及額外增加之經費開支也會減少，相較於長宿休閒，轉型需做更新因應旅客需求並要設計遊程與活動來給客人選擇，在市場上就是一消一長，重視

單一市場，就會給其他的市場及產業帶來衝擊。

(五) 台灣未來開發內需型長宿休閒市場-本國人在台長宿的可行度

可將各地的特色結合讓遊客來體驗，再與各協會合作，如教師協會、老人協會或團體組織等，讓南北或東西向的旅客可以去到不同的台灣，體驗不一樣的本土色彩，由當地的文化生活面，重新認識新的台灣風情。健康老人或國內安養機構，亦可朝這方面發展，形成一種異地養老的型態。

(六) 台灣發展長宿休閒之關鍵經營再發展策略

台灣長宿休閒之關鍵經營策略，以國家層面而言應包含：氣候、醫療、居民友好程度、自然環境、衛生條件、人文特色、治安、交通、物價、政府部門。以地方層面而言應包含房屋型式、內部設施、周邊景點、娛樂設施、語言溝通、交通便利度、食品與食材購買、無障礙空間、社區文化交流、當地社團體驗、趣味活動、健身活動與環境、社區參與、技藝交流學習、短期旅遊行程。以產業層面而言應包含高品質的服務與態度、長宿休閒的推廣、廣告及海報宣傳、節慶活動的規劃、對長宿的專業性、地方特色文化豐富性、豐富的旅遊行程。給日後發展長宿休閒之經營者作為依據。

二、建議

(一) 本研究僅針對台灣長宿休閒競爭情勢做研究之論述與分析，後續研究者可利用修正式德爾菲法，針對經營策略指標進行問卷調查，彙整並研擬關鍵執行策略。

(二) 研究之結果未能真正代表全國性，建議後續研究者可擴大地域範圍，對世界上發展長宿較好的國家，分析其發展與經營策略，並了解其取得市場競爭優勢得原因為何，與台灣相比，使結果更具代表性。

三、研究限制

目前國內對日本來台長宿休閒文獻過多，對發展台灣長宿休閒之文獻較少，研究者在製作台灣長宿發展研究時較可能造成迷思，又原定之深度訪談對象，因經營狀況與合法性問題，管理人員離職與公司體制更改，導致實際受訪人數減少，長宿休閒的種種現況與發展不足，是研究者在著手研究時最大的障礙。

參考文獻

一、中文部分

- 日本 Long Stay 推進聯絡協議 (2018)。退職者查證介紹, <http://www.longstay.or.jp/>。
- 日本交流協會 (2018)。 <https://www.koryu.or.jp/tw/>。
- 日本厚生省國勢調查報告資料 (2018)。國家別老年人口比率, 2010 年, 取自：
<http://www.hws-kyokai.or.jp/221interstat1.html>。
- 王明元、謝國榮、田中照幸 (2013)。日本銀髮族來台長宿休閒動機及滿意度之研究。運動休閒餐旅研究。休閒保健期刊, 8(4), 27-48。
- 王順民 (2018)。從 Long Stay 到 Forever Stay!?-人間烏托邦的夢想與夢魘: 財團法人國家政策基金會國政評論, <https://www.npf.org.tw/>。
- 王勇智, 鄧明宇譯, Catherine Kohler Riessman 著, 2003, 《敘說分析》, 台北: 五南。
- 林怡萍、邱思慈 (2010)。國外長宿休閒計劃。嘉大體育健康休閒期刊, 9(1), 267-273。
- 花岡幸盛 (2005)。國外長宿休閒計劃。中日農業休閒交流研討會, 朝陽科技大學, 台中市。
- 花岡幸盛 (2007)。日本團塊世代 Long Stay 最新情報。Long Stay 休閒管理國外學者短期授課, 國立台北護理學院旅遊健康研究所, 台北市。
- 胡忠一 (2005)。本會推動 Long Stay 示範計劃辦理現況與展望。行政院農委會會議簡報, 台北市。
- 胡忠一 (2010)。台灣長宿休閒產業發展歷程與展望。2010 深度旅遊與長宿休閒學術研討會。景文科技大學, 台北市。
- 謝明媛 (2016)。熟齡橘色經濟崛起 你準備好了嗎? 禪天下, 140, 16-22。
- 顏建賢、陳美芬 (2008)。台灣長宿休閒事業未來發展趨勢。台灣經濟論壇, 6(2), 62-81。
- 顏建賢 (2009)。長宿休閒導論。台北市: 華都文化事業有限公司。

二、英文部分

- Chen, C., & Tsai, Y., 2008. A Study on The Visitors, Preference toward Long Stay in Taiwan : A case of Japanese Travelers, Poster session presented at the 14th Asia Pacific Tourism Association Annual Conference. Bangkok: Asia Pacific Tourism Association.