

## 無障礙旅遊全球趨勢

Scott Rains 博士

加州大學文化研究中心駐校學者

全球渡假旅客的人數確已增加，但需要無障礙環境的旅客人數也愈趨上升，究竟原因何在？

醫療的進步延長了人類的生命，生活過得更為活躍，大眾也認為並期待地方上需具備無障礙環境。數十年來，身心障礙人士雖擁有社會協助或就業機會，但這些並非永續的資產。消費市場研究顯示，許多身心障礙人士非常希望能夠旅行。旅遊產業當中的部分公司更專門針對身心障礙市場提供服務，並獲得不少利潤。這樣的趨勢進而發展成新的市場走向，專門服務那些需要無障礙設施卻不認為自己有身心障礙的消費者——步入老年的嬰兒潮世代。

身心障礙人士成爲市場矚目的新焦點客群，這股新興的社會力量爲旅遊產業以及旅客目的地帶來了不少影響，設施、行銷與客服方式皆應汰舊換新，反映市場變化。

本人認爲，旅遊業可以成爲伸張身心障礙者權益的推手，從而推展琵琶湖千禧綱要 (Biwako Millennium Framework) 的主張，實現身心障礙人士文化中內含的精神。身心障礙人士主張，他們在消費市場應有選擇自由；而他們也會在旅遊目的地與交通方式符合需求時，付出額外報酬。因此理論上，旅遊業得到的額外收入可用於投資更多無障礙設備，且因爲這類消費者在下旅遊決定前幾乎都倚賴他人的推薦和背書，因此旅遊業的投資可進而創造客戶忠誠度，並獲得口耳相傳的推薦。

雖說目前尚未有人研究無障礙旅遊，但這卻是必要的。目前在評估各國是否爲無障礙旅遊景點時，所採納的系統化統計方式，仍倚賴於對新興最佳產業實務的口耳相傳、印象以及觀察。這類最佳實務包括使用通用設計 (Universal Design)、通用管理 (Universal Management) 以及無差別目的地開發 (Inclusive Destination Development)。