

[論 説]

訪日タイ人観光客の特徴とタイ人から見た 日本の魅力についての一考察*

— 訪日外国人消費動向調査とタイ大学生に対するアンケート調査から —

野 呂 純 一†

ラタナピタック・キティカーン‡

1 はじめに

2013年には訪日外客数が1,000万人を超え、日本を訪れる外国人の数が年々増加する中、訪日タイ人観光客もまた大幅に増加している。

2015年7月にアウンコンサルティング株式会社により行われた「アジア10カ国の親日度調査」では、18歳以上のタイ人男女各100名を対象に「日本という国が好きですか?」と尋ねたところ、その60%が「大好き」、37%が「好き」と回答しており、多くのタイ人が日本に対して好感を持っていることがわかる。それに加えて、2003年から開始された「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)と名付けられた訪日旅行促進事業の展開を初めとするインバ

* 本稿は2015年11月28日(土)、29日(日)の2日間にわたり大宰府市プラム・カルコア(大宰府市民ホール)において行われた第108回日本観光学会大宰府全国大会で報告したものにに基づき加筆修正を施したものである。本研究を進める過程で、アンケートに回答下さった学生の方々に謝意を表す。

† 学習院大学経済経営研究所客員所員、及び愛知大学経営総合科学研究所客員研究員。

‡ メーファールアン大学文系学部専任講師。

ウンド振興施策やタイの経済成長、円安、日タイ間のローコストキャリア (LCC) の就航、更には我が国が 2013 年 7 月より開始した「15 日を超えない短期滞在での活動を目的とし、IC 一般旅券を所持するタイ国民に対するビザ免除措置」の影響などから、旅行先として日本へ強い関心を持つタイ人が増えつつある¹⁾。

このように多くのタイ人観光客が我が国を訪れるようになった現在、更なる訪日タイ人観光客数の増加を目指すためには、これまで以上にタイ人の特徴に合わせたインバウンド政策の展開が求められるであろう²⁾。

こうした背景に照らし、本稿ではまず、2007 年から 2015 年までの訪日タイ人観光客の動向について概観し、観光庁による「訪日外国人消費動向調査『平成 27 年の年間値の推計 (暦年)』」の集計結果から「中国、韓国、台湾、香港からの訪日観光客と比較したタイ人観光客の特徴」について検討する。次いで、「将来のタイ人観光客の誘致のあり方」について、今後引き続き検討していくための第一段階として、近い将来、観光客として日本を訪れる可能性が高いと思われるタイ北西部の大学に在籍し、日本語を学んでいるタイ人学生に対して 2015 年 10 月に実施した「第一回『タイ人から見た日本の魅力』についてのアンケート」と題した「日本という国」及び「日本への観光」などに関するアンケート調査³⁾の結果を示す。

最後にまとめて代えて、実際に観光目的で日本を訪れたタイ人の特徴と訪日観光に対する潜在需要であると考えられる⁴⁾タイ人学生への「日本」及び「日本への旅行」に関するアンケート結果から、「タイ人が観光の際に日本へ求めるもの」及び「タイ人にとっての日本の魅力」について考察し、今後の課題についても示す。

2 訪日タイ人観光客の特徴

第 2 節では、日本政府観光局 (JNTO) による「国籍別 / 目的別訪日外客数

(確定値)」より 2007 年から 2015 年までの訪日タイ人観光客数の推移を示し、次いで観光庁による「訪日外国人消費動向調査『平成 27 年の年間値の推計(暦年)』」の集計結果をもとに「中国、韓国、台湾、香港からの訪日観光客と比較したタイ人観光客の特徴」について検討する。

2.1 訪日タイ人観光客数の推移

訪日タイ人観光客数の推移について眺めるための資料の一つとして、日本政府観光局 (JNTO) が毎年発表している「国籍別 / 目的別訪日外客数 (確定値)」がある。ここでは、訪日した「観光客」、「商用客」、「その他客」とそれらを合計した訪日外客数の「総数」が暦年で示されている。その中で 2007 年から 2015 年⁵までの「国籍別 / 目的別訪日外客数 (確定値)」に示されている全ての国・地域からの訪日外客数の総数と観光客数及び中国、韓国、台湾、香港にタイを加えたアジアにおける 2015 年訪日外客数上位 5 カ国⁶からの訪日外客数

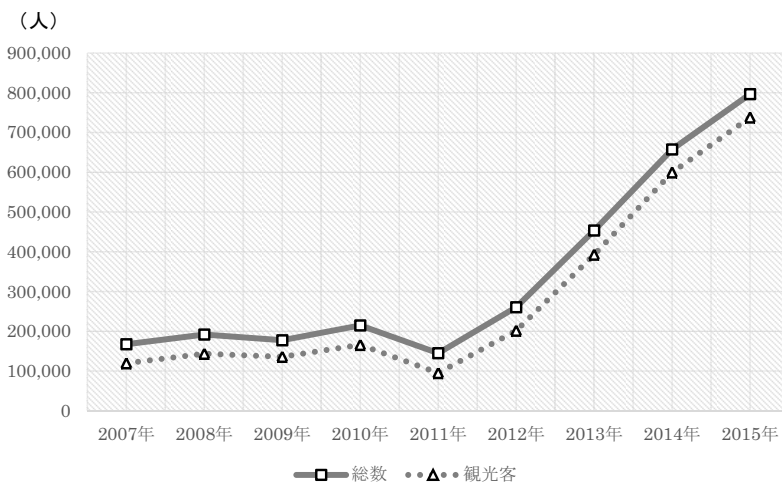


図 1 訪日タイ人の総数と観光客数の推移

出典：日本政府観光局 (JNTO) 「国籍別 / 目的別訪日外客数 (確定値)」より筆者が作成

表1 中国、韓国、台湾、香港、タイ、5カ国からの訪日外客数の総数と観光客数

西暦	総数 及び 観光客	総数*	伸率 (%)	中国	伸率 (%)	韓国	伸率 (%)	台湾	伸率 (%)	香港	伸率 (%)	タイ	伸率 (%)
2007	総数 観光客	8,346,969 5,954,180	- -	942,439 407,286	- -	2,600,694 2,084,195	- -	1,385,255 1,255,642	- -	432,042 399,681	- -	167,481 119,718	- -
2008	総数 観光客	8,350,835 6,048,681	0.0% 1.6%	1,000,416 455,728	6.2% 11.9%	2,382,397 1,892,654	-8.4% -9.2%	1,390,228 1,264,425	0.4% 0.7%	550,190 513,185	27.3% 28.4%	191,881 143,541	14.6% 19.9%
2009	総数 観光客	6,789,658 4,759,833	-18.7% -21.3%	1,006,085 481,696	0.6% 5.7%	1,586,772 1,153,935	-33.4% -39.0%	1,024,292 912,982	-26.3% -27.8%	449,568 418,169	-18.3% -18.5%	177,541 135,903	-7.5% -5.3%
2010	総数 観光客	8,611,175 6,361,974	26.8% 33.7%	1,412,875 831,652	40.4% 72.7%	2,439,816 1,963,002	53.8% 70.1%	1,268,278 1,139,339	23.8% 24.8%	508,691 473,031	13.2% 13.1%	214,881 165,901	21.0% 22.1%
2011	総数 観光客	6,218,752 4,057,235	-27.8% -36.2%	1,043,246 453,182	-26.2% -45.5%	1,658,073 1,199,020	-32.0% -38.9%	993,974 868,010	-21.6% -23.8%	364,865 333,773	-28.3% -29.4%	144,969 95,185	-32.5% -42.6%
2012	総数 観光客	8,358,105 6,041,645	34.4% 48.9%	1,425,100 829,206	36.6% 83.0%	2,042,775 1,569,278	23.2% 30.9%	1,465,753 1,329,331	47.5% 53.1%	481,665 447,486	32.0% 34.1%	260,640 201,623	79.8% 111.8%
2013	総数 観光客	10,363,904 7,962,517	24.0% 31.8%	1,314,437 704,737	-7.8% -15.0%	2,456,165 1,974,117	20.2% 25.8%	2,210,821 2,067,269	50.8% 55.5%	745,881 708,997	54.9% 58.4%	453,642 392,856	74.0% 94.8%
2014	総数 観光客	13,413,467 10,880,604	29.4% 36.6%	2,409,158 1,753,572	83.3% 148.8%	2,755,313 2,285,069	12.2% 15.8%	2,829,821 2,674,425	28.0% 29.4%	925,975 886,308	24.1% 25.0%	657,570 599,690	45.0% 52.6%
2015	総数 観光客	19,737,409 16,969,126	47.1% 56.0%	4,993,689 4,237,920	107.3% 141.7%	4,002,095 3,519,608	45.3% 54.0%	3,677,075 3,505,149	29.9% 31.1%	1,524,292 1,480,564	64.6% 67.0%	796,731 737,943	21.2% 23.1%

* アジア (13国とその他アジア)、ヨーロッパ (17国とその他ヨーロッパ)、アフリカ、北アメリカ (3国とその他北アメリカ)、南アメリカ (1国とその他南アメリカ)、オセアニア (2国とその他オセアニア)、無国籍・その他の総数
 出典：日本政府観光局 (JNTO) 「国籍別/目的別訪日外客数 (確定値)」より筆者が作成

の総数と観光客数を表 1 に示し、図 1 にはその中から訪日タイ人の総数と観光客数の推移を示した。

表 1 から明かなように、2015 年の訪日タイ人の総数は、2007 年のおよそ 4.8 倍の延べ 79 万 6,731 人に上る。これは前年比 121.2% であり、訪日タイ人の総数の 92.6% を占める 73 万 7,943 人が観光客である。訪日タイ人観光客は、東日本大震災翌年の 2012 年には 20 万 1,623 人を記録し、訪日の際のビザ免除措置がとられた 2013 年には 39 万 2,856 人と急増した。前年比はそれぞれ、211.8%、194.8% であり、先に挙げた他の 4 カ国と比較してもこの 2 年間に限り、最高の増加率を記録している⁷。2015 年になると、訪日外国人観光客全体の中でも 3.5% のシェアを占め、訪日観光の際の旅行消費額が 1,200 億円を超える⁸訪日タイ人観光客は、我が国のインバウンド市場に大きな影響を与える存在の一つとなったと言える。

2.2 中国、韓国、台湾、香港からの訪日観光客と比較したタイ人観光客の特徴

ここでは、観光庁による「訪日外国人消費動向調査『平成 27 年の年間値の推計(暦年)』」の中にある「観光・レジャー目的」の集計結果をもとに、中国、韓国、台湾、香港の 4 カ国からの訪日観光客と比較しながら訪日タイ人観光客の特徴について「旅行手配方法と同行者」、「訪問回数と滞在日数」、「入国と出国」、「旅行期間中の行動と満足度」の 4 つに分けて示す。

2.2.1 旅行手配方法と同行者

初めに訪日の際の旅行手配方法(回答数 548 名)についての問いに対する結果を見ると、訪日タイ人観光客の旅行手配の方法は、「団体ツアーに参加」が 26.9%、「個人旅行向けパッケージ商品を利用」が 9.5%、「個別手配」が 63.7% であり、韓国人観光客の 69.3% には及ばないものの「個別手配」が高い割合を示している。これについて Tourism Authority of Thailand による“TOURISM EXPENDITURE BY OUTGOING THAI TRAVELLERS”⁹ には、タイ

から海外へ出かけた観光客数が“Package Tour”と“Non Package Tour”とに分けて掲載されており、2015年における海外旅行者の総数679万4,327人（うち、日本へは73万549人）の中で“Non Package Tour”で海外旅行に出かけたタイ人の数は498万3,153人（うち、日本へは44万4,401人）と海外旅行者総数の約73%に上り、タイ人観光客は団体ツアーに参加するよりも個人手配の旅行を好むことがタイ国内の資料からも見て取れる。

次いで、訪日観光の際の同行者（回答数548名）についての結果では、「自分ひとり」、「夫婦・パートナー」、「家族・親族」、「職場の同僚」、「友人」、「その他」の選択肢のうち、訪日タイ人観光客によるそれぞれの回答の割合が9.9%、10.9%、43.3%、6.4%、30.8%、1.8%であり、「友人」と同行した回答者の割合が、他の4カ国からの訪日観光客と比較すると、韓国人観光客の33.8%に次いで多くなっている。それに対して「夫婦・パートナー」と同行した人の割合について見ると、他の4カ国からの観光客による回答の割合が13.9%から23.2%であるのに対してタイ人観光客は6.4%と最も低いが、株式会社マクロミルが2014年9月に行った、「韓国、台湾、中国、タイ、アメリカの5カ国に在住で且つ、3年以内に日本旅行を経験した人」計1,040人に対する調査では、配偶者やパートナーと訪日するタイ人観光客の割合は、中国（68.3%）、アメリカ（56.3%）に次いで44.7%という結果が示されており、その割合は決して低くはない。また、この調査において、友人と訪日したと回答したタイ人観光客の割合は39.4%と5カ国中最も高く、多くが友人とともに訪日するのもタイ人観光客の特徴の一つと言えそうである¹⁰。

2.2.2 訪問回数と滞在日数

日本への訪問回数（回答数548名）は、「1回目」、「2回目」、「3回目」、「4回目」、「5回目」、「6～9回目」、「10～19回」、「20回以上」の選択肢の中で、回答はそれぞれ38.6%、19.6%、14.2%、8.5%、5.4%、7.9%、4.8%、1.1%と訪日タイ人観光客については、初訪日の割合が一番多くなっているが、リピー

ター率は6割以上に上る。ここからは、他国との比較によりタイ人観光客の大きな特徴を見出すことはできないが、前出した株式会社マクロミルによる調査においても、3年以内に日本旅行をした回数が尋ねられており、タイ人観光客は5カ国中最多の2.09回である。この調査結果からもわかるように訪日観光においてリピーターが多いのもタイ人観光客の特徴の一つと言えよう。

滞在日数（回答数548名）についての問いでは、「3日間以内」、「4～6日間」、「7～13日間」、「14～20日間」、「21～27日間」、「28～90日間」、「91日以上1年未満」の7つの選択肢のうち、「4～6日間」、「7～13日間」の割合がそれぞれ52.3%、39.9%と大半を占めるのは他の4カ国の結果と比べて変わりはないが、「7～13日間」と回答したタイ人観光客の割合は他の4カ国よりも若干高く、7日以上でみると、44.8%であり、これは5カ国中最多である。平均泊数を見てもタイ人観光客は6.1泊と他の4カ国からの訪日観光客と比べて最も長く、タイ人観光客は比較的長く日本に滞在する傾向があるようである。

2.2.3 入国と出国

入国空港・海港（回答数548名）についての結果を見ると、タイ観光客が日本へ入国する際の空港又は海港は、「新千歳空港」が13.3%、「東京国際空港（羽田空港）」が11.9%、「成田国際空港」が47.4%、「中部国際空港」が1.7%、「関西国際空港」が19.6%、「福岡空港」が5.7%、「その他」が0.4%という結果であった¹¹。これらは、主に2015年にタイ国際航空の直行便が定期的に就航していた空港に限られ、出国の際に利用する空港・海港についても、ほぼ同様の回答が見られる。その中でも、「新千歳空港」から日本に入国したタイ人観光客の割合は、他の4カ国からの観光客の割合が4.5%から10.5%であるのに対して、13.3%と高い¹²。

次いで、入国後の都道府県別の訪問率（回答数548名）では、新千歳空港を利用しているタイ人観光客の割合が高いことと同様に北海道への訪問率も15.6%と、他の4カ国からの観光客の北海道への訪問率よりも高い。それに対

して、この結果においては、他の4カ国からの観光客の6.8%から16.3%が沖縄を訪問しているのに対して、沖縄を訪れたタイ人観光客は一人もいないようである。この点について、観光庁による「宿泊旅行統計調査 平成27年1月～12月分(年の確定値)」の集計結果中の「外国人延べ宿泊者数」を見ても、他の4カ国からの訪日客の4.4%から11.6%が沖縄に宿泊しているのに対して、訪日タイ人客が沖縄に宿泊した割合は0.7%と非常に低いことがわかる¹³。

2.2.4 旅行期間中の行動と満足度

この節の最後に、訪日タイ人観光客の観光期間中の行動及び観光を終えた後の満足度について見ると、訪日観光中に行ったこと(今回したこと)は、「日本食を食べること」や「自然・景勝地観光」、「繁華街の街歩き」、「ショッピング」が他の4カ国からの観光客の割合と同様に高く、「スキー・スノーボード」、「その他スポーツ(ゴルフ等)」、「舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽等)」、「スポーツ観戦(相撲・サッカー等)」、「自然体験ツアー・農漁村体験」、「四季の体感(花見・紅葉・雪等)」、「映画・アニメ縁の地を訪問」、「日本の歴史・伝統文化体験」、「日本の日常生活体験」、「日本のポップカルチャーを楽しむ」、「治療・健診」の11項目については他の4カ国からの観光客よりも高い割合を示している。前記したとおり訪日中に「ショッピング」を行うタイ人観光客の割合は他の4カ国からの観光客と比較しても大きな特徴は見られないが、国土交通省観光庁(2016)も指摘しているように、訪日タイ人観光客の「菓子類」の購入者単価及び購入率は非常に高い¹⁴。タイ人観光客による菓子類の購入者単価は13,881円と訪日外客数アジア上位5カ国のみならず訪日外国人消費動向調査対象の国と地域(20カ国と「その他」)からの観光客の中でも最も高く、購入率についても韓国人観光客の82.7%には及ばないもの71.3%と2番目に高い割合を示している。買い物場所について見ると、「百貨店・デパート」で買い物をする人が多いのは他の4カ国からの観光客と違いはないが、「100円ショップ」で買い物をしたタイ人観光客の割合が39.3%と訪日外国人消費動向調査

対象の国と地域の中で最も高くなっている。

これらの観光中に行ったことに対する満足度では、「日本食を食べること」(96.5%)や「自然・景勝地観光」(94.8%)、「繁華街の街歩き」(90.3%)、「ショッピング」(91.7%)、「自然体験ツアー・農漁村体験」(94.8%)、「日本の歴史・伝統文化体験」(88.6%)、「日本のポップカルチャーを楽しむ」(83.3%)、「美術館・博物館」(82.2%)、「自然体験ツアー・農漁村体験」(81.2%)が80%以上の高い割合を示す一方で、「舞台鑑賞」(72.4%)、「スキー・スノーボード」(70.0%)、「映画・アニメ縁の地を訪問」(60.9%)、「スポーツ観戦」(50.6%)の4項目に対して満足した観光客の割合が他の4カ国からの観光客の割合と比較して最も低くなっている。

訪日旅行全体の満足度(回答数543名)についての問いにおいて、「大変満足」、「満足」、「やや満足」、「普通」、「やや不満」、「不満」、「大変不満」の7つの選択肢に対して回答したタイ人観光客の割合は、それぞれ73.5%、24.8%、0.9%、0.8%、0.0%、0.0%、0.0%となっており、「やや不満」、「不満」、「大変不満」と回答した人はおらず、「大変満足」、「満足」と回答した人の割合を合わせると98.3%であり、他の4カ国からの観光客と比較して非常に高い割合を示している。日本再訪意向(回答数542名)について見ても、「必ず来たい」が67.6%、「来たい」が29.7%、「やや来たい」が1.9%、「何ともいえない」が0.5%、「あまり来たくない」が0.0%、「来たくない」が0.3%、「絶対来たくない」が0.0%という結果が出ており、「必ず来たい」の割合に「来たい」を合わせたタイ人観光客の割合も97.3%で5カ国中最高であることから、タイ人の訪日旅行全体の満足度は高いようである。

3 アンケート調査

本節では、タイ北西部の大学で日本語を学んでいるタイ人学生に対して実施した「日本という国」及び「日本への旅行」に関するアンケート調査について

示す。その中でまず、アンケート調査の目的について述べ、次いで本調査の概要と方法について説明し、最後に調査結果を示す。

3.1 調査の目的

「今後のタイ人観光客の誘致のあり方」について、今後引き続き検討していくための第一段階として、近い将来、観光客として日本を訪れる可能性が高いであろうタイ北西部の大学で日本語を学んでいるタイ人学生に対して「第一回『タイ人から見た日本の魅力』についてのアンケート」と題した「日本という国」及び「日本への観光」に関するアンケート調査を実施し、その回答から回答者の属性及びタイの大学生が抱く「日本」や「日本への旅行」に関するイメージについて把握する。

3.2 アンケートの調査の概要と方法

アンケート調査にあたっては、第二筆者が2015年10月5日にタイ国メーファールアン大学における「日本語1」の講義中に出席者26名に対して行った。調査項目は、個人属性、日本という国について、日本への旅行について¹⁵、「タイ人が旅行先に日本を選ぶ理由」と「タイ人にとっての日本の魅力」について、の4つから構成されている。

3.3 アンケートの調査の結果

ここでは、アンケート調査の結果を質問内容とともに示す。自由記述式回答については意見を集約した上で記し、全ての問いが選択式である「日本への旅行について」の回答については、本文中には回答者の割合のみを示し、設問毎の回答数を集計した上で表2として掲げる。最後の「タイ人が旅行先に日本を選ぶ理由」と「タイ人にとっての日本の魅力」についての設問も類似した意見を集約し、表3として掲載する¹⁶。

3.3.1 個人属性

(1) 回答者の氏名、専攻、年齢、学年、日本語を学んでいる理由、月収

English、Hospital Industry Management、Systems Engineering 専攻などの 20 歳から 23 歳、2 年生から 4 年生までで構成される 26 サンプルのうち、男性が 10 名 (38.0%)、女性が 16 名 (62.0%) であった。

日本語を学んでいる理由は、「日本語が話せるようになりたい」、「日本人とコミュニケーションがとれるようになりたい」などの日本人との会話やコミュニケーションに関する回答だけではなく、「将来、日本や日系企業で働きたい」や「日本の文化が好きだから」、「日本のアニメやマンガ、ドラマを理解できるようになりたい」などという回答も多く見られた。

月収については、「小遣い・仕送り」と「アルバイト料」に分けて尋ねたところ、「小遣い・仕送り」が「全くなし」から 25,000 パーツ、「アルバイト料」については、「全くなし」から 10,000 パーツまでの回答があり、「小遣い・仕送り」と「アルバイト料」を合わせた 1 カ月あたりの合計金額は、2,000 パーツから 29,000 パーツであった¹⁷。

(2) 海外旅行経験

海外旅行経験があるかどうか、また、ある場合については、その回数と国名（複数回答可）について尋ねたところ、有効回答数 26 名のうち「海外旅行経験あり」との回答が 15 名 (58.0%)、なしが 11 名 (42.0%) であり、「海外旅行経験あり」と回答した学生には、1 回から 20 回の海外旅行経験があることがわかった。

来訪経験がある国については、近隣の「ラオス」が 7 人と最も多く、次いで「日本」が 6 人と続いた。その他の国では、「シンガポール」が 5 人、「ミャンマー」が 4 人、「韓国」、「中国」がそれぞれ 3 人、「アメリカ」が 2 人、「インド」、「オーストラリア」、「カンボジア」、「スイス」、「スウェーデン」、「ニュージーランド」、「ベトナム」、「香港」、「マレーシア」がそれぞれ 1 人ずつとなっており、回答者全体のうち訪日経験がある学生の割合

は 23.0%であった。

3.3.2 日本について

(1) 日本について

ここでは、「日本という国が好きですか?」という問いについて「1. とても好き」、「2. 好き」、「3. どちらでもない」、「4. 嫌い」、「5. とても嫌い」の5つの選択肢の中から単一回答を求め、それに加えてその理由も尋ねた。

その結果、有効回答数 26 名のうち「とても好き」が 21 名 (80.8%)、「好き」が 5 名 (19.2%) であり、「どちらでもない」、「嫌い」、「とても嫌い」と回答した学生は見受けられなかった。

日本が好きな理由としては、「日本の文化が好きだから」、「技術が発展している国だから」、「きちんとしている国だから」、「自然や町がきれいだから」などの回答が多く見られた。

(2) 日本人について

前問(1)と同様に、「日本人が好きですか?」という問いに対する5つの選択肢の中から単一回答とその理由について自由記述を求めたところ、有効回答数 26 名のうち、「とても好き」が 3 名 (11.5%)、「好き」が 18 名 (69.2%)、「どちらでもない」が 5 名 (19.2%) であり、「嫌い」、「とても嫌い」と回答した学生はいなかった¹⁸。

「とても好き」、「好き」と回答した理由について眺めると、「日本人は規律を守る」、「時間を守る」などといった日本人のマナーに関するものが最も多く、「明るいから」、「フレンドリーだから」などといった日本人の性格に関するものも見られた。また、「どちらでもない」と回答した理由の中には、「あまり日本人のことを知らないから」という回答があった。

(3) 「日本」と聞いて最初に思い浮かぶもの

ここでは、「『日本』と聞いて最初に思い浮かぶもの」について自由記述

での回答を求めた。有効回答数 26 名のうち 9 名が「料理（「寿司」、「料理がおいしい」、「日本料理」などを含む）」と回答し、「マンガ」、「アニメ」がそれぞれ 7 名、「きちんとしている」、「富士山」、「着物」がそれぞれ 4 名と続いた。2 名が「桜」と回答し、「ドラマ」、「文化」、「浴衣」、「太陽」、「刀」、「テクノロジー」といった回答もそれぞれ 1 名ずつ見られた。

(4) 「日本」についての情報源

「日本についての一番の情報源はどこですか？（例：日本へ行ったことがある人から、テレビから、インターネットから、など）」という前問と同様に自由記述式の回答を求めたところ、有効回答数 26 名のうち「インターネット（Facebook、Youtube などを含む）」が 19 名と最多であった。次いで「テレビ（ドラマ、芸能人、歌手、アニメを含む）」が 11 名と続き、「本」、「マンガ」がそれぞれ 3 名おり、「日本に行ったことがある友達」が 2 名、1 名のみの回答としては「母」、「日本人の先生」、「映画」があった。

3.3.3 日本への旅行について

(1) 訪日意向

訪日意向について尋ねた本問では、「日本に行ってみたくて思いますか？」という問いに対して、「1. とても行きたい」、「2. 行きたい」、「3. どちらでもない」、「4. 行きたくない」、「5. 絶対行きたくない」の 5 つの選択肢の中から単一回答を求め、「4. 行きたくない」、「5. 絶対行きたくない」を選択した回答者に対しては、その理由も尋ねた。

その結果、「とても行きたい」が 76.9%、「行きたい」が 23.1%であり、「どちらでもない」、「行きたくない」、「絶対行きたくない」と回答した学生はいなかった。

(2) 旅行形態

本問(2)から(8)までは前問(1)において「とても行きたい」、「行きたい」と回答した学生のみに回答を求めたが、前問で「どちらでもない」、「行きた

くない」、「絶対行きたくない」という回答は得られなかったため、出席者26名全員が回答者に該当した。

ここでは、「行くならパッケージツアーで行きますか?」という訪日する際の旅行形態に関する質問に対して、「1. 絶対にツアー参加」、「2. ツアー参加」、「3. どちらでもよい」、「4. ツアーに参加しない」、「5. 絶対にツアーに参加しない」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「絶対にツアー参加」が0.0%、「ツアー参加」が3.8%、「どちらでもよい」が46.2%、「ツアーに参加しない」が38.5%、「絶対にツアーに参加しない」が11.5%という結果が得られた。

(3) 同行者

訪日観光の際の同行者に関する質問として、「行くならだれと行きたいですか?」という問いに対して、「1. 自分一人で」、「2. 恋人・パートナーと」、「3. 家族と」、「4. 友人と」、「5. その他の人と」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「自分一人で」が7.7%、「恋人・パートナーと」が19.2%、「家族と」が34.6%、「友人と」が34.6%、「その他の人と」が3.8%という結果となった。

(4) 滞在日数

ここでは、「行くならどれくらいの期間で行きたいですか?」という日本における滞在期間を尋ねる問いに対して、「1. 3日間以内」、「2. 4~6日間」、「3. 7~13日間」、「4. 14~20日間」、「5. 21日以上」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「3日間以内」が0.0%、「4~6日間」が11.5%、「7~13日間」が50.0%、「14~20日間」が11.5%、「21日以上」が26.9%という結果が得られた。

(5) 利用航空会社

訪日する際に利用したい航空会社について「行くならどこの航空会社を

利用したいですか？」という問いに対して、「1. タイ航空」、「2. 日系航空会社」、「3. アメリカ系航空会社」、「4. LCC」、「5. その他の航空会社」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「タイ航空」が38.5%、「日系航空会社」が34.6%、「アメリカ系航空会社¹⁹⁾」が0.0%、「LCC」が0.0%、「その他の航空会社」が26.9%という結果となった。

(6) 訪日目的

ここでは、「日本で何をしたいですか？」という訪日目的に関する問いに対して、「1. 自然に触れる（山・海・雪など）」、「2. 日本の伝統文化に触れる（寺社仏閣など）」、「3. 買い物をする」、「4. 日本食を食べる」、「5. 有名な観光スポットに行く（ディズニーランドや東京スカイツリーなど）」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「自然に触れる」が18.2%、「日本の伝統文化に触れる」が18.2%、「買い物をする」が4.5%、「日本食を食べる」が27.3%、「有名な観光スポットに行く」が31.8%という結果が得られた。

(7) 食事

「日本で何を食べたいですか？」という訪日した際に食べたいものを尋ねた問いに対して、「1. ラーメン」、「2. とんかつ」、「3. 刺身・寿司」、「4. カレーライス」、「5. しゃぶしゃぶ・すき焼き」の5つの選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「ラーメン」が40.9%、「とんかつ」が0.0%、「刺身・寿司」が40.9%、「カレーライス」が9.1%、「しゃぶしゃぶ・すき焼き」が9.1%という結果になった。

(8) 買い物

ここでは、「日本で何を買いたいですか？」という訪日した際に買いたいものについて尋ね、「1. お菓子」、「2. 電化製品」、「3. ファッション（洋服・鞆・靴など）」、「4. 医薬品・サプリメント」、「5. 化粧品」の5つ

表2 「日本への旅行について」の質問に対する回答の集計結果

		訪日意向				
選択肢 回答数	1. とても行きたい 20 (76.9%)	2. 行きたい 6 (23.1%)	3. どちらでもない 0 (0.0%)	4. 行きたくない 0 (0.0%)	5. 絶対行きたくない 0 (0.0%)	有効回答数 26
旅行形態						
選択肢 回答数	1. 絶対にツアー参加 0 (0.0%)	2. ツアー参加 1 (3.8%)	3. どちらでもよい 12 (46.2%)	4. ツアーに参加しない 10 (38.5%)	5. 絶対にツアーに参加しない 3 (11.5%)	有効回答数 26
同行者						
選択肢 回答数	1. 自分一人で 2 (7.7%)	2. 恋人・パートナー 5 (19.2%)	3. 家族と 9 (34.6%)	4. 友人と 9 (34.6%)	5. その他の人と 1 (3.8%)	有効回答数 26
滞在日数						
選択肢 回答数	1. 3日間以内 0 (0.0%)	2. 4～6日間 3 (11.5%)	3. 7～13日間 13 (50.0%)	4. 14～20日間 3 (11.5%)	5. 21日以上 7 (26.9%)	有効回答数 26
利用航空会社						
選択肢 回答数	1. タイ航空 10 (38.5%)	2. 日系航空会社 9 (34.6%)	3. アメリカ系航空会社 0 (0.0%)	4. LCC 0 (0.0%)	5. その他の航空会社 7 (26.9%)	有効回答数 26
訪日目的						
選択肢 回答数	1. 自然に触れる 4 (18.2%)	2. 日本の伝統文化に触れる 4 (18.2%)	3. 買い物をする 1 (4.5%)	4. 日本食を食べる 6 (27.3%)	5. 有名な観光スポットに行く 7 (31.8%)	有効回答数 22
食事						
選択肢 回答数	1. ラーメン 9 (40.9%)	2. とんかつ 0 (0.0%)	3. 刺身・寿司 9 (40.9%)	4. カレーライス 2 (9.1%)	5. しゃぶしゃぶ・すき焼き 2 (9.1%)	有効回答数 22
買い物						
選択肢 回答数	1. お菓子 7 (30.4%)	2. 電化製品 2 (8.7%)	3. ファッション 13 (56.5%)	4. 医薬品・サプリメント 0 (0.0%)	5. 化粧品 1 (4.3%)	有効回答数 23

「したいこと」及び「食事」に関する問いでは、4名の学生が、また「買い物」についての問いでは3名の学生が無回答であった。

訪日タイ人観光客の特徴とタイ人から見た日本の魅力についての一考察

表3 タイ人学生が考えるタイ人が旅行先に日本を選ぶ理由と日本の魅力

日本人	日本人の生活スタイルがおもしろい / 日本人は性格が良くてフレンドリー / 日本人はマナーが良い / 日本人はデリケート
文化	お寺や神社などタイと同じような文化がある / セレモニーや料理、美術など昔の習慣や文化が残っている / 同じアジアということで文化が身近に感じる / テレビ番組を見て料理がおいしそうに見える / 日本料理には特徴がある / アニメやキャラクターがかわいい
テクノロジー	テクノロジーが発達している国だから面白い
街	日本は交通が便利 / 街がきれい / 安全である
自然	自然が美しい / 雪がある / 桜がある / タイと比較して気温が低い
買い物	日本には買い物をするとところがたくさんある / 日本製品が安い / タイよりも安いものがたくさんある / 洋服と化粧品が有名
旅行距離や費用	入国の際にビザが必要はない / 日本に就航する航空会社が増えた / タイから近い

の選択肢の中から単一回答を求めた。

その結果、「お菓子」が30.4%、「電化製品」が8.7%、「ファッション」が56.5%、「医薬品・サプリメント」が0.0%、「化粧品」4.3%という結果が得られた。

3.3.4 タイ人が旅行先に日本を選ぶ理由とタイ人にとっての日本の魅力

本アンケートの最後の問いとして「近年、日本を訪れるタイ人が増加しています。『タイ人が例えばヨーロッパ諸国や日本以外のアジア諸国ではなく旅行先に日本を選ぶ理由』及び『タイ人にとっての日本の魅力』についてのあなたの意見をお聞かせください。」と尋ね、自由記述式にして回答を求めた。

本問における回答を眺めると、「タイ人が例えばヨーロッパ諸国や日本以外のアジア諸国ではなく旅行先に日本を選ぶ理由」と「タイ人にとっての日本の魅力」について、それぞれ分けられた回答は見られず、回答者はこれらをほぼ同じものと捉えていることが伺える。その回答の中で「日本人」、「日本の文化」、

「日本のテクノロジー」、「日本の街」、「日本の自然」、「日本における買い物」、「タイから日本へ旅行する際の距離や費用」の大きく分けて7種類に関する記述が見られた。ここでは、類似した意見を集約し、7種類に分類した上で表3として掲載する。

4 おわりに

ここでは、本稿のまとめに代えて、第2節で示した実際に訪日観光を経験したタイ人観光客の特徴と第3節で示した訪日観光に対する潜在需要であると考えられるタイの大学生への「日本」及び「日本への旅行」に関するアンケート結果から、「タイ人が訪日観光の際に日本へ求めるもの」及び「タイ人にとっての日本の魅力」について考察し、最後に今後の課題について述べる。

「訪日外国人消費動向調査『平成27年の年間値の推計(暦年)』」の結果から見た、実際に日本を訪れたタイ人観光客の訪日観光全体に対する満足度は高く、そのためリピーターも多い。訪日する際には個別手配において、友人と共に比較的長く滞在する傾向も見られる。日本での観光期間中には、「ショッピング」や「日本食を食べること」などを行うことはもちろん、日本の「歴史」や「文化」、「生活」に強い関心を持っていることから、多くがそれらに触れる体験をしているようである。併せて、北海道には比較的多くのタイ人観光客が訪問し、沖縄を訪れる観光客が少ないことからわかるように、自国では体験することができない日本の「自然」に触れることもタイ人観光客の訪日の目的の一つと言えよう。

近い将来、観光客として日本を訪れる可能性が高いと思われる学生へのアンケート調査の結果を見ると、学生たちは日本及び日本人に対して良い印象を抱いており、将来の来訪意向も強い。実際に訪日観光を経験したタイ人同様、日本の「料理」や「歴史」、「文化」に関心を寄せると同時に、日本の「技術」や「アニメ」、「マンガ」、「ドラマ」に対する関心の強さが特徴である。非常に限

られた調査から得た結果に過ぎないが、これらが「タイ人が訪日観光の際に日本へ求めるもの」であり「タイ人にとっての日本の魅力」と言えそうである。

多くのタイ人観光客が訪日の際の旅行手配方法として「個別手配」を選択すること、及び特にタイ人学生が日本の「アニメ」、「マンガ」、「ドラマ」に関心を寄せていることに関して更に述べると、2016年10月現在、インターネット上におけるタイ最大手掲示板サイト Pantip (パンティップ) には、多くの日本に関する投稿が見られ、日本への旅行についての詳細なレビューも多い。タイで放送されているテレビ番組の中でも、日本人ナビゲーターがタイ人の目線から日本各地にある名所や文化を紹介する旅番組である Sugoi Japan (すごいジャパン) や、個人旅行向けに日本にある魅力的な観光地や観光へのアクセス方法などを紹介する มาจีदै้! JAPAN X (マジで! ジャパン エックス) などの番組が人気を集めていることからタイ人観光客の個人旅行志向が見て取れる。また、日本の「アニメ」、「マンガ」への関心については、2016年2月にはバンコクに日本のマンガやアニメグッズなどを販売する「アニメイト」がオープンし、初日から二日間で12,000人が来場した²⁰ことも日本の「アニメ」や「マンガ」が多くのタイ人に受け入れられているという事実を反映していると言えよう²¹。日本の「ドラマ」に関連したものとして「タイ映画」及び「タイドラマ」についても触れると、千葉日報の記事によれば、2013年にタイで公開されたコメディ映画である ฟัดจั้งโตะ (ファットチャント) のロケ地となった千葉県香取市佐原を訪れるタイ人が増加した²²。佐賀県においても、2013年に340人であった県内に宿泊したタイ人観光客が翌年には1,540人となり、2015年には4,590人と急伸した。これは、佐賀県フィルムコミッションがロケ誘致に取り組んだ結果、2014年に公開された映画 Timeline จดหมาย ความทรงจำ (タイムライン) や2015年に放送された กลกิโมโน (きもの秘伝) 及び STAY ซากะ.ฉันจะคิดถึงเธอ (ステイ) の両ドラマのロケが佐賀県で行われたことが大きく影響していると佐賀新聞は報じている²³。

このように、日本の「アニメ」や「マンガ」、「ドラマ」、「映画」の中に見る

日本はタイ人にとって大きな魅力の一つであり、それらの縁の地は、タイ人が訪日観光の際に求めるものの一つである。しかし、既に触れたように 2015 年の「訪日外国人消費動向調査」からタイ人観光客の「映画・アニメ縁の地を訪問」に対する満足度を見ると、必ずしも高いとは言えず、同調査の「次回したいこと」についての結果においても「映画・アニメ縁の地を訪問」と答えた人の割合は高くはない²⁴。

今後、タイ人観光客の誘致を考える上で、日本を訪れるタイ人に対して日本の魅力を示す際に、日本の「アニメ」や「マンガ」、更には日本及びタイ両国の「映画」や「ドラマ」と日本各地との関係をアピールすることは大変有効であると同時に、リピーターを獲得するために実際に来訪したタイ人観光客の満足度を上昇させる努力が求められよう。

本稿では、「実際に訪日したタイ人観光客の特徴」を考察するに当たり、観光庁による 2015 年の「訪日外国人消費動向調査『平成 27 年の年間値の推計(暦年)』」の結果を中心に使用した。次稿以降では、平成 27 年以前の「訪日外国人消費動向調査」からタイ人旅行者の特徴の変化についても探っていくことも必要であろう。また、タイの地方の大学に在籍する学生に対して実施したアンケート調査では、「回答者の属性及びタイの大学生が抱く『日本』や『日本への観光』に関するイメージについて把握する」という目的は果たせたものの、「今後のタイ人観光客の誘致のあり方」について引き続き検討していくためには、今回のアンケート調査を「予備調査」と位置付け、第二回目以降の調査に当たっては、質問内容に検討を加えると同時に、サンプル数を増やすことにより、男女別や訪日経験の有無など属性別に分けた分析を試みることで、「タイ人から見た日本の魅力」についてより詳細に探っていきたい。

注

- 1 この詳細については第 2 節で述べる。

訪日タイ人観光客の特徴とタイ人から見た日本の魅力についての一考察

- 2 外国人観光客の訪日促進策に関する研究については、例えば、田中（2003）がある。ここでは、東アジア諸国・地域の外国人観光客の訪日促進に向けて今後のとるべき対策について示されている。
- 3 タイ人に対するアンケート調査に関する先行研究については、例えば、富岡（1994）、ボンサピタックサント（2014）、（2015）がある。富岡（1994）では、タイの国立大学11校、私立大学5校の計125人の男子学生に対してタイ人大学生の価値観についてのアンケート調査を実施しており、ボンサピタックサント（2014）、（2015）では、バンコクの大学及びバンコクの北に接するパトゥムターニー県の大学に在籍する学生やバンコクで開催された旅行博に訪れたタイ人に対して、日本と長崎に対する認知及びメディア利用行動について尋ねている。
- 4 本研究におけるアンケートの回答者が、訪日観光に対する潜在需要であると考えられる理由は、大学で日本語を学んでいる学生であることに加えて、国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査『平成27年の年間値の推計（暦年）』」が示すように、訪日タイ人観光客数を年代別に見ると、男女ともに30代が一番多いことも挙げられよう。
- 5 2006年までの資料では、通過客（一時上陸客）が別途掲載されていたが、2007年以降は、通過客の数値が「観光客」に含まれることとなったことから、2007年以降のデータを掲載した。
- 6 2015年のアジア以外の国及び地域からの訪日観光客数に目を向けると米国からの観光客が749,393人とタイ人観光客を若干上回る。
- 7 タイと同時期にビザ免除措置がとられたマレーシアからの訪日観光客は、2012年には95,030人（前年比188.9%）、2013年140,484人（前年比147.8%）と増加しているが、タイ人ほどの伸びは見られない。
- 8 国土交通省観光庁（2016）、p. 38。
- 9 この統計による訪日タイ人観光客数の推移を眺めると、20万2,015人（2012年）、21万9,002人（2013年）、42万6,422人（2014年）、73万549人（2015年）であり、2013年及び2014年については表1の日本政府観光局（JNTO）による統計と大きな開きがある。
- 10 バンコク・ダコ編集部による「タイ人の日本旅行が浮かび上がる訪日動向アンケート」においても、訪日の際の同行者についての質問があり、友人（44.4%）、家族（28.3%）、恋人（14.8%）、ひとり（12.5%）という結果が示されている。
- 11 「新千歳空港」、「函館空港」、「仙台空港」、「新潟空港」、「東京国際空港（羽田空港）」、「成田国際空港」、「小松空港」、「富士山静岡空港」、「中部国際空港」、「関西国際空港」、「広島空港」、「関門（下関）港」、「高松空港」、「福岡空港」、「博多港」、「厳原港」、「鹿児島空港」、「那覇空港」の15空港、3海港に「その他」を加えた19個の選択肢からなっている。
- 12 出国についても同様に、「新千歳空港」から出国するタイ人観光客の割合は、他の4カ国からの観光客の割合が4.8%から10.0%であるのに対して13.1%と高い。
- 13 「宿泊旅行統計調査 平成27年1月～12月分（年の確定値）」の「外国人延べ宿泊者数」における「外国人」は「観光客」のみならず「商用客」なども含んだ「訪日客」であることに注意されたい。

- 14 国土交通省観光庁 (2016) は、「観光・レジャー」目的のみならず、「業務 (展示会・見本市 / 国際会議 / 企業ミーティング / 研修 / その他ビジネス)」などを目的として訪日したタイ人による「菓子類」の購入率 (71%) 及び購入単価 (13,558 円) の高さを指摘している。
- 15 「日本への旅行について」の質問の中では、本文で示したものの他に、4~6 日間のパッケージツアーで日本へ旅行すると仮定した場合についての費用や日本の 47 都道府県に対する認知度と来訪意向について尋ねているが、ここでは触れない。
- 16 アンケート結果における回答者の割合については、小数点第二位を四捨五入した値で示す。
- 17 1 パーツ = 約 3.3 円 (2015 年 10 月 5 日時点)
- 18 第 1 節で示したアウンコンサルティング株式会社により行われた「アジア 10 カ国の親日度調査」においてもこれと同様の質問があり、「大好き」、「好き」、「嫌い」、「大嫌い」の 4 つの選択肢のうち、それぞれの回答の割合は 21%、71%、5%、3%であった。
- 19 2015 年 10 月時点では、アメリカ系航空会社であるデルタ航空が成田 バンコク間を運航していた。
- 20 animate Times (<http://www.animatetimes.com/news/details.php?id=1454980905>)
- 21 日本貿易振興機構 (2013) における調査の中で、バンコクに住む 20 代から 40 代男女計 60 名に対して、「タイのアニメ」、「アメリカのアニメ」、「韓国のアニメ」、「日本のアニメ」、「中国・香港・台湾のアニメ」のうち好きなアニメについて (複数回答可) 尋ねたところ、38 人が「日本のアニメ」と回答している。
- 22 千葉日報 (<http://www.chibanippo.co.jp/news/local/339583>)
- 23 佐賀新聞 LIVE (<http://www.saga-s.co.jp/news/saga/10101/233520>)
- 24 「日本食を食べることが 73.7%、「ショッピング」が 63.0%であるのに対して、「映画・アニメ縁の地を訪問」については 15.9%となっている。

参考文献

[参考文献]

- 国土交通省観光庁 (2016)、『訪日外国人の消費動向 訪日外国人消費動向調査結果及び分析 平成 27 年 年次報告書』。
- 田中賢二 (2007)、「外国人観光客の訪日促進策に関する研究 国際観光の現状の分析と安定的な旅行者の獲得を中心として」、『運輸政策研究』、Vol. 10 No. 1 2007 Spring、11-21 頁。
- 富岡悠時 (1994)、『タイ人のライフスタイル 大学生の価値観リポート』、サイマル出版会。
- 日本貿易振興機構 (2013)、「バンコク市民 レジャー Q&A」、『バンコクスタイル』、60-61 頁。
- バンコク・ダコ編集部 (2015)、「タイ人の日本旅行が浮かび上がる訪日動向アンケート」、

訪日タイ人観光客の特徴とタイ人から見た日本の魅力についての一考察

『DACO』、No. 422、26-29 頁。

ボンサピタックサンティピヤ (2014)、「タイにおける日本・長崎に対する認知及びメディア利用行動」、『東アジア評論』、第 6 号、長崎県立大学東アジア研究所、49-57 頁。

ボンサピタックサンティピヤ (2015)、「タイにおける日本・長崎に対する認知及びメディア利用行動 (2)」、『東アジア評論』、第 7 号、長崎県立大学東アジア研究所、161-170 頁。

[ウェブサイト]

アウンコンサルティング株式会社、「アジア 10 カ国の親日度調査」

<https://www.globalmarketingchannel.com/press/survey20150715/>

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

株式会社マクロミル、「～韓国、台湾、中国、タイ、アメリカの 20～30 代の訪日旅行者にきく～訪日旅行者に関する調査」

http://www.macromill.com/r_data/20141222globalvisiter/20141222globalvisiter.pdf

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査 平成 27 年 1 月～12 月分 (年の確定値)」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査 『平成 27 年の年間値の推計 (暦年)』」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

佐賀新聞 LIVE (2015 年 09 月 27 日)

<http://www.saga-s.co.jp/news/saga/10101/233520>

日本政府観光局「訪日外客数の動向 国籍/月別 訪日外客数 (2007 年～2015 年)」

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/index.html

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

animate Times (2016 年 2 月 9 日)

<http://www.animatetimes.com/news/details.php?id=1454980905/>

(最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

千葉日報 (2016 年 7 月 25 日)

<http://www.chibanippo.co.jp/news/local/339583/> (最終確認日 2016 年 10 月 31 日)

Tourism Authority of Thailand, "TOURISM EXPENDITURE BY OUTGOING THAI TRAVELLERS"

<http://tatic.tourismthailand.org/> (最終確認日 2016 年 10 月 31 日)