

## 論文

## 日－タイ間の観光交流および旅行関係法規

福 永 昭

【要旨】近年の日本とタイ国との間の観光交流は質的に大きく変化を遂げている。タイにおいては個人旅行化とリピータ化が急速に進展し、また日本においては国際関係の緊張、国内経済の低迷、日本企業の海外移転等の要因が日本人旅行者の観光行動および嗜好を変化させている。

加えて、近年、それら観光交流を法的に可能にする査証等の法的規制緩和が続き、法制度の整備状況をひろく概観するとともに、近年における日－タイ間の観光交流の変化の潮流を特定したい。

とりわけ、日－タイ間の観光交流における個人旅行化、リピータ化、見学鑑賞型から「人とのふれあい」型旅行への推移とその発生要因等を検証することを、本研究の目的とした。

検証を通じて、タイを訪れる日本人旅行者の嗜好や旅行形態と、日本を訪れるタイ人旅行者の嗜好や旅行形態において、顕著な差異は見い出せず、きわめて同質化・一体化しており、近年の団体旅行から個人旅行への進展を促すものは日々進行する人間関係の希薄化を押しとどめて、より確固としたものにしたという欲求であろうとの結論に至った。

【キーワード】訪タイ国日本人旅行者、訪日本国タイ人旅行者、パッケージツアー、個人旅行、旅行嗜好、旅行形態

## 1. 研究の目的と先行研究

近年の日本とタイ国との間の観光交流は質的に大きく変化を遂げている。タイにおいては個人旅行化とリピータ化が急速に進展し、また日本においては国際関係の緊張、国内経済の低迷、日本企業の海外移転等の要因が日本人旅行者の観光行動および嗜好を変化させている。

あわせて、それら観光交流を可能にする査証等の法規制における変化をひろく概観することを、今回の在外研究の課題とした。

観光交流は発地国と着地国双方における国内事情および両国の国際関係によって規定される。それら国内事情と国際関係として、日本およびタイ国における経済的、国際的さらに心理的諸要因を探り、それらと観光交流がどのように関連しているのかを、本研究は明らかにすることをめざして

いる。

また、それら経済的、国際的、心理的諸要因は、多くの場合、過去5～10年ほどの比較的近年に発生した事象であることに気づく。それら経済的、国際的、心理的諸要因は、法規制までも変化させつつある。それらの諸要因が、近い将来の観光交流をいかに形づくるかについても言及した。

観光交流をひろく人的交流と捉え、本研究にては医療交流（メディカル・ツーリズム）、長期滞在者（ロングステイヤー）交流および学生教育交流についても、研究の対象とした。

発地国・着地国における諸要因と、人的交流がいかに関連しているのかを、本研究は明らかにすることを試みるものである。

最後に、タイを訪れる日本人観光客および日本を訪れるタイ人観光客において、「個人旅行化」と「リピータ化」が進行しているが、その背景には、

「自己疎外」の現実社会から離れ本物の人間関係を求めると意識の変化があり、希薄化した人間関係の代償行為として、現代人は「ふれあい希求型」の旅に出るという仮説を提示した。近年の団体旅行から個人旅行への進展を促すものは日々進行する人間関係の希薄化を押しとどめて、より確固としたものにしたという欲求であるとの仮説である。

日-タイ間の観光交流および旅行法規に関する先行的な論文研究は少なく、一方、実務サイドの研究レポートはきわめて充実しているといえる。本稿においては、実務サイドの研究レポートを主に活用している。

『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』<sup>(1)</sup> および『タイビジネス必携第3版』<sup>(2)</sup> ならびに『タイの査証(ビザ)とトラブル事情』<sup>(3)</sup> がある。

『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』は、日本とタイの間の観光交流を包括的にまとめたものであり、「外国旅行に関する最新トピックス」、「基本データ」、「経済・政治・社会情勢と国民の志向」、「外国旅行の動向」、「訪日旅行の動向」、「現地の流通構造(旅行業界・航空業界)」および「宣伝活動の方法」を網羅している。とりわけ、現地の旅行業界および航空業界に関する情報においては他の追随を許さない。ただし、タイを訪れる日本人旅行者の動向については限定的にのみ言及されている。

『タイビジネス必携第3版』は、タイにおける会社法、労働法、貿易、関税制度、外国為替等、タイにて旅行業を初めとする日系企業を取りまく諸問題を概観している。ただし、タイ人旅行者の詳細はない。

『タイの査証(ビザ)とトラブル事情』は、タイを訪れる日本人旅行者が取得を要する査証を扱っているが、タイ国およびわが国の「入(出)国管理法」が近年、頻繁に改正されているため、査証の具体的取り扱いにおいては注意を要し、随時、関係機関への確認が必須である。

## 2. 日-タイ間の観光交流

### 2.1 タイ国の概要

#### 2.1.1 タイの自然

タイの平均気温は30~35°Cであり、寒季11月~2月、暑季3~4月、雨季5~10月の三つの季節に分かれている。三つの季節に分かれているとはいえ、日本人にとってはほぼ一年中、夏とも呼べる気温にある。そのためもあって、タイ人は雪に対する渴望感が強く、雪はタイ人訪日旅行において強い誘引力となっている。雪のなかでスキーやスケートをするというよりも、雪に触れたい、雪の降る中に身を置きたいという欲求が強いようだ。

タイは国土のほぼすべてが平地であり、川や湖なども多い。そのため、コメの生産は国民をまかなうには十分以上であり、一大コメ輸出国となっている。

川や湖、また、広く海に囲まれているため、漁業も盛んであり、その結果、タイには餓死がない、と言われている。伝統的村落共同体が現在も強く根付いていて、親族全員で相互扶助するということが当然の価値観となっていることも、タイには餓死がないという理由のひとつである。

#### 2.1.2 タイの王制

タイはプミポン国王(1946年即位)を戴く立憲君主国である。プミポン国王は一時体調を崩したが、元気に退院された。そのとき国王が着用していた服がピンク色であったことから、タイ国民は国王の健康長寿を願い、ピンク色の服装を好むようになったといわれる。

#### 2.1.3 タイの宗教

仏教93.6%、イスラム教4.9%、キリスト教1.2%、その他0.3%<sup>(4)</sup>がタイの宗教分布である。

タイは敬虔な仏教国であり、国民の約94%が仏教徒である。外国人との会話においても、あなたの宗教は何か、と聞かれることがある。また、バ

ンコクのいたるところに仏教の祠（ほこら）があり、その前を通るときは、手を合わせ、首を垂れる人が多い。とくに有名な祠は、BTS チットロム駅すぐ近くのエラワン・プームであり、パラモン教天地創造神ブラフマーを奉っていて、その加護を求めて、多くのタイ人が参詣している。観光客も多く、バンコクの観光名所ともなっている。

#### 2.1.4 タイの教育

タイの義務教育は9年間であり、小学校6年間、中学校3年間である。小学校は満6歳から満11歳、中学校は満12歳から満15歳であり、日本と同じである。高校は3年間で満16歳から満18歳である。その上に、短期大学、大学、大学院（修士2年、博士3年）、その他の教育機関がある。

1年は2学期制であり、第1学期は5月末から9月、第2学期は11月から翌年3月までである。その他の期間は休暇期間となる。

タイの大学は、10月と3月に大きな休暇がある。10月の休暇は10月1日から10月31日までの1ヶ月である。3月の休暇は3月上旬から5月末までであり、夏季休暇と呼ばれる。

ちなみに、1年以上の継続勤務者は年に6日以上の有給休暇が付与される。

それらの期間が、タイ人にとって、旅行シーズンを形成するといえる。

#### 2.1.5 タイの家計

タイ国家統計局の『2009年家計調査』<sup>(5)</sup>によると、世帯平均所得は月20,903バーツであり、邦貨換算（x3.5円）で約7万円となる。

2007年（18,660バーツ）比では2009年は5.8%増となり、2000年（12,150バーツ）比では2009年は72.0%増となる。

2009年家計調査による世帯支出は16,205バーツ（邦貨換算57,000円）である。その内訳は、飲食費34.2%、住居費20.1%、交通費17.7%、娯楽費2.3%、教育費2.1%である。飲食費が最大の支出である。

世帯あたりの負債については、全世帯の60.9%が負債を有し、その額は世帯あたり134,699バーツ（邦貨換算471,000円）となる。その主な目的は住居購入（34.3%）など住居関連である。2009年の負債額は2007年と比べてほぼ同額（-0.1%）である。

地域で分類すると、バンコク都と首都圏3県に限れば、月平均世帯収入は37,732バーツ（邦貨換算132,000円）、同支出は27,988バーツ（邦貨換算98,000円）となり、その他の地域に比べ、バンコク都およびその周辺3県の裕福さが見てとれる。

#### 2.1.6 日－タイ関係

タイ人にとって日本は、親切であり、清潔であり、安全であり、規則正しいなどのイメージがあるようだ。

株式会社電通は2012年3月に海外16地域で日本のイメージや興味・関心を調査<sup>(6)</sup>し、「ジャパン・ブランドに好影響を与える日本人イメージ」と副題をつけ、発表した。

同調査によると、海外から見た日本らしさは、第1位が「旅行・自然景観（82%）」、第2位「食（78%）」、第3位「技術（77%）」の順であるという。アジア地区などでは「技術」、欧米などでは「伝統文化」に関心が高い。

また、日本人のまじめさは、各国に共通して認識されている。「勤勉さ」「礼儀正しい」という項目が高く評価されている。

タイにおいては、日本らしさは、第1位が「旅行・自然景観（90.3%）」、第2位「技術（89.4%）」、第3位「食（88.5%）」となっている。

各国に共通して「あなたが興味・関心があるもの」は、第1位「日本食（63.4%）」、第2位「日本の温泉（48.3%）」、第3位「日本への旅行（47.9%）」である。

タイにおいては、第1位「日本食（78.3%）」、第2位「日本への旅行（68.2%）」、第3位「日本産の食材（64.5%）」、第4位「日本の温泉（56.2%）」となっている。

日本人のイメージについては、「勤勉な (55.9%)」、「礼儀正しい (55.4%)」、「気さくな (40.9%)」等がプラスのイメージであり、マイナスのイメージでは「おとなしい (24%)」「細かいことを気にする (15%)」等となっている。「創造性がある」との点においては、タイは 50.7%、「連帯感がある」は 40.8%となっている。また、「細かいことを気にする」は 24.4%、「閉鎖的」は 1.8%と低い。

2012年6月には皇太子殿下のタイ訪問があり、日本に対するタイ人の関心は高く、タイにおいては、日本および日本人に対するイメージは、きわめて好意的であるといえる。

### 2.1.7 タイにおける日系企業

2013年4月時点で、盤谷日本商工会議所会員数が1,458社となった<sup>(7)</sup>。

多数の日系企業がタイに生産拠点をもち、タイはその製品を国内をはじめ、アセアン諸国や日本に対し、輸出を行っている。タイは東南アジアにおける際だって大きな日本製品の生産・消費拠点となっているといえる<sup>(8)</sup>。

日本製品は、タイで生産されているにもかかわらず、また、他のアジア諸国の製品より明白に高額な値付けがされているにもかかわらず、品質において高い評価を得て、東南アジアの消費者に選択され利用されている。

ソフト面において、タイへの日本の影響力は比較的少ないと思われるが、製品面においては、日本の影響力は健在であると思われる。ソフト面のひとつとしてエンターテインメント業界には韓国ブームに押されてはいるが、製品面には、タイにおいて日本製品は依然としてもっとも好まれていると思われる。ただし、韓国のスマートフォンはタイにおいても圧倒的な人気を博しているという例もある。

同時に、タイにおいては、かつて日本製品のボイコットが行われたことや、戦争中の惨状もまだ忘れ去られてはいないことを、記憶にとどめてお

く必要がある。

### 2.1.8 タイの社会

タイには二つの国があると言われる。その意味は、富裕層の社会と貧民層の社会が、ほとんど交わることなく、タイには併存していることを示している。そして、そのふたつの階層が、激しく反発することなく、うまく共存しているように思われる。

貧民層の人々は、その日暮らしを続けてはいても、その地域の人々とともに、悲観することもなく毎日を暮しているように見える点が、日本人からすると驚きである。

富裕層の人々は、運転手つきの外国車に乗り、数人の家政婦を雇用していることが当然となっている。

富裕層の人々は貧しい人を積極的に支援し、そのことを、貧しい人も当然のこととして受け入れている。相互扶助社会であることや、富む者は貧しい者を助けることが当然であるという仏教の教えによっても、タイ、とくにバンコクの貧民層の人々は、満ち足りて過ごしているように見える。

### 2.1.9 タイ国政治・経済の概要

2006年ごろから、中低所得者や地方住民を基盤とするタクシン元首相派と上流知識階級を基盤とする反タクシン派が対立を続けている。タクシン派は、2009年、2010年と、反タクシン派を打倒する大規模デモを行い、治安部隊との衝突を続けた。とくに2010年の衝突によって、市民や兵士90人以上が死亡した。その後、タクシン派は2011年の下院選挙にて勝利し、現在のインラク首相はタクシン氏の妹である。

現在もときおり、両派によるデモが見られ、政治状況は十分に安定しているとはいえない。しかしながら、タイ国の経済はきわめて堅調であり、2010年の経済成長率は前年比7.8%と、大幅な伸びを示した。2011年も同様に大幅な伸びが予想されている<sup>(9)</sup>。



マイナス要因としては、2011年3月の東日本大震災の発生により、タイ国内の日系企業は大きな影響を受け、大幅な工場稼働率の低下をもたらした。さらに、2011年8月～12月のタイ大洪水により、タイ国の製造業は大きな被害を受けた。とりわけタイ国内の日系企業は450社が浸水する被害<sup>(10)</sup>にあったといわれる。2012年に入ると、タイ国経済およびタイ国内の日系企業はふたたび成長基調に回復し、さらに、タイ政府の景気刺激策が奏功し、現在、タイ経済は好調を極めているといえる。

## 2.2 タイ国来訪日本人旅行

### 2.2.1 タイ国来訪日本人旅行の統計

タイを訪れる日本人旅行者は2010年に底を打ち、その後、2013年前半まで、順調な増加を続けている。とくに、近年の近隣諸国との緊張の増大により、タイは日本人旅行者の訪問先として今後とも順調な増加をつづけることと思われる。日本とタイの間には、現在のところ、外交と経済の両面において、とりわけ深刻な課題は見いだせない。むしろ、タイにおける日本のイメージはきわめて好ましいものであり、日本人旅行者はタイにおいて歓迎されていることが、訪タイ日本人旅行にとって、いっそうの追い風になると予想される。

<日本人によるアジア各国・地域への旅行者数の推移>

	(訪タイ人数)	(訪中人数)	(訪韓人数)
2008年：	1,153,868人	3,446,117人	2,378,102人
2009年：	1,004,453人	3,317,459人	3,053,311人
2010年：	993,674人	3,731,200人	3,023,009人
2011年：	1,127,893人	3,658,200人	3,289,051人
2012年：			

1,371,253人 3,518,200人 3,518,792人  
(出典：日本政府観光局, [http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/pdf/cq6g7o0000027zgg-att/marketingdata\\_outband6412.pdf](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/pdf/cq6g7o0000027zgg-att/marketingdata_outband6412.pdf))

### 2.2.2 タイ人による国内旅行

2012年よりの個人消費の拡大とともに、タイ国においては、LCC (Low Cost Carrier) が国内旅行および近距離海外旅行において主役の位置を得て、旅行価格自体が低下し、その結果、国内旅行も活発化している。

海外旅行に対する需要の増加とともに、タイ国内旅行に対する関心も、これまでになく高まっているといえる。

さらに、かつてのタイ人の国内旅行は、豪華さやブランド品、刺激を求めるものであったが、近年の人気国内観光地をみると、その嗜好が、レトロ感、居心地の良さ、低廉に楽しめる、身近さ、昔ながらの暮らし、あるいはフレンドリーさを求めているようにみえる。

### 2.2.3 新しい観光魅力

かつてのタイ訪問の日本人旅行者が好んだ観光魅力は、バンコクにおける王宮、エメラルド寺院、暁の寺、涅槃寺等であり、チェンマイにおけるナイトバザール、プーケットにおけるパトンビーチ等であった。

しかしながら、近年、日本人観光客の嗜好にかなり明確な変化がみられる。それは、前述のレトロ感や居心地の良さ、身近さなどで表される「古き良きタイ、親しみ深いタイ」を楽しみたいという点にまとめることができるであろう。タイ人の国内旅行と、日本人の嗜好が、大きく重なっていることに驚く。

以下に、その新しい観光魅力について、具体的に指摘したい。

#### 1) アジアティック・ザ・リバーフロント

チャオプラヤー川沿いに、2012年4月に開業し

た『アジアティック』は夜にオープンするナイトマーケットであり、個性的なショップと有名レストランが軒を連ねている。

2010年、ナイトマーケットとして有名であったスアンルムが閉鎖され、その店の多くが『アジアティック』に移動し開業している。地理的には、かつて19世紀後半にオランダ人貿易商がこの地区に、チーク材貿易のための船着き場をつくり、その周辺にはヨーロッパ風の建物群が造られていた。それらの建物群を修復し、その船着き場の跡地をナイトマーケットとして、再開発したものである。敷地内は4地区に分かれ、チャルンクルン地区はインテリアグッズやタイ土産、タウンスクエア地区はファッションと庶民的食堂街になっている。ファクトリー地区はメンズファッション、ウォーターフロント地区はレストランが集まっている。

観光魅力として、『アジアティック』はヨーロッパの雰囲気と、夜のチャオプラヤー川という強みを持っている。ショッピング、グルメ、ライブ、観劇、写真撮影等々が充実し、マーケット(市場)というよりも、新しいテーマパークとして誕生した。タイ人のみならず、多くの外国人来訪者、日本人旅行者が、『アジアティック』に押しかけている<sup>(11)</sup>。

## 2) アムパワー運河コミュニティ

ユネスコによる世界遺産と並び、アジア太平洋遺産(ユネスコ文化遺産保全のためのアジア太平洋遺産賞)がある。アジア太平洋遺産賞には、「文化遺産保全賞」と「革新に対する審査員賞」があり、「文化遺産保全賞」は50年以上経過している民間部門の建造物がその対象となっている。「革新に対する審査員賞」は歴史的背景に融合した現代建築デザインが対象となっている<sup>(12)</sup>。

アジア太平洋遺産賞は日本においては横浜のレンガ倉庫が2010年に受賞しているが、タイにては、「アムパワー運河コミュニティ」、「サームチュック・コミュニティと百年市場」、「ナー・プ

ラ・ラーン歴史的タウンハウス」、「テワウエート宮殿・本館」、「ワット・テップティダーラームの経堂」、「プララーチャ・ワン・ドゥーム」など計10か所がある。

そのなかでもっとも有名なものは『アムパワー運河コミュニティ』である。

タイ各地に水上マーケットがあるが、『アムパワー運河コミュニティ』は知名度が高く、加えて保全計画が充実している。古き良きタイの暮らしが、このアムパワー運河の水上マーケットには維持保存されている。

外国人はもとより、タイ人の旅行先として、ひろく知られている。外国人観光客向けの水上マーケットではなく、タイ人の昔からの生活を垣間見ることができる。

メークローン川の支流のアムパワー周辺は、17世紀から栄えた水運の中継基地であった。タイ王室とも関係の深い土地でもあり、タイ国民にとってはなじみのある土地でもある。

20世紀に入り、水運が廃れ、陸運の時代となったが、かつての町並みは破壊されずに残されていた。2003年ごろから、官民そして大学が協力して街の保全活動がはじまり、2008年には、『アムパワー運河コミュニティ』として「アジア太平洋遺産賞」を受賞するにいたった。古き良きタイの暮らし、数百年も続く静かな時の流れに、人々が注目している。

『アムパワー運河コミュニティ』は観光客目当てのコミュニティではなく、人が住むコミュニティとして、アムパワー地区の良さが再認識されている。夕闇とともに蛍が飛び始め、アムパワー水上マーケットは、小舟で埋め尽くされ、きどらない庶民的な観光地として、今、アムパワー地区は人気を博している。タイ人の国内旅行に対する嗜好が、豪華さ・ブランド品、刺激というものから古き良きタイのおだやかな暮らしへと、変化していると結論づけても的外れではないであろう<sup>(13)</sup>。

『アムパワー』は古き良きタイとして、タイ人お

よび、日本人を含む外国人に、近年、圧倒的な人気を得ている。

## 2.3 日本来訪タイ人旅行

### 2.3.1 概要と統計

日本を訪れるタイ人旅行者の動向について『JNTO 訪日旅行ハンドブック 2013』<sup>(14)</sup>を参考にして、その要点を以下にまとめる。

タイ人による外国旅行市場は、2011年後半はタイ大洪水の影響を受け、欧米をはじめとする長距離、高額旅行は縮小傾向を示し、一方、日本および韓国は比較的短距離かつリーズナブルな旅行地として、今後ますます成長が続くと思われる。

日本を訪れるタイ人旅行者数は、2010年までは順調に増加したが、2011年の東日本大震災および原発事故の影響により、同年は大きく落ち込んだにもかかわらず、2012年には驚異的ともいえる約80%の増を示した。以下に、日本来訪タイ人旅行について分析する。

<タイ人によるアジア各国・地域への旅行者数の推移>

(訪日人数)	(訪中人数)	(訪韓人数)
2007年：		
167,481人	611,615人	146,792人
2008年：		
191,881人	554,275人	160,687人
2009年：		
177,541人	541,800人	190,972人
2010年：		
214,881人	635,500人	260,718人
2011年：		
144,969人	608,000人	309,143人
2012年：		
260,800人	—	—

(出典：p.260、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013年)

日本政府観光局 (JNTO) の発表<sup>(15)</sup>によると、日本を訪問した外国人旅行者総数は2012年836万人であり、対前年比34.6%増であった。日本を訪問したタイ人旅行者は過去最高の26万人であり、対前年比21.4%増であった。国・地域別の訪日外国人旅行者数では第6位であり、オーストラリアを抜いている。

また、前出の発表では、2012年の国・地域別訪日外客統計として、第1位韓国204万2,000人、第2位台湾146万5,000人、3位中国142万5,000人、4位米国71万6,000人、5位香港48万1,000人となっている。

2013年もタイ人の訪日旅行者は順調に増加し、同年1月は対前年同月比33.2%増(1万6,000人)、2月は対前年同月比29.6%増(1万9,000人)、3月は対前年同月比70.4%(4万4,000人)、5月は47.5%増(6万人)となっている。1~5月の累計では、18万1,000人で、対前年同期比52.9%増であり、激増といえる<sup>(16)</sup>。1~5月統計は暫定値であるが、同統計作成時点で集計が可能な1~5月の訪日外客総数は、対前年同期比20.9%増の405万3,000人である。

タイ人の出国統計<sup>(17)</sup>によると、タイ人による海外旅行は、2001年200万人、2011年550万人と順調に増加している。

2011年における訪問先として、タイ人の人気の訪問国・地域は、つぎのとおり<sup>(18)</sup>。

日本14万4,000人、マレーシア144万2,000人、中国60万8,000人、香港48万人、シンガポール47万2,000人、韓国30万9,000人となっている。マレーシアやラオスは商用目的、中国、香港、台湾などは親族・友人訪問目的が多いのではないかと。韓国に行くタイ人は査証不要であり、韓国ブームを生み出す背景となっている。

日本へのタイ人旅行は、2007年16万7,000人、2008年19万1,000人、2009年17万7,000人、2010年21万4,000人、2011年14万4,000人、2012年26万人<sup>(19)</sup>というように推移している。2011年に落ち込んでいるのは、東日本大震災と原

発事故によるものであるが、そのほかにも、タイと日本には、これまでいくつかの出来事が発生し、両国の観光交流に影響を与えている。

### 1) タイ人海外旅行者と東日本大震災

2011年3月に発生した東日本大震災および東京電力福島第一原子力発電所事故は、タイ人の訪日旅行をストップさせた。もともと地震のないタイに住む人々にとって、地震は想像を超えた恐怖を与えた。

2004年12月スマトラ島沖大地震、2008年5月四川大地震、2011年2月ニュージーランド・クライスト・チャーチ大地震、2011年3月東日本大震災および東京電力福島第一原子力発電所事故など、タイ人にとっては記憶に残っている。

東日本大震災は2011年3月11日に発生し、同年3月のタイ人訪日客数は対前年同月比-58.7%、4月-78.3%、5月-50.3%、6月-24.7%、7月-14.3%、8月-12.4%というように大幅減が続いていたが、9月には+7.2%と増大基調に回復した。回復には6か月を要している<sup>(20)</sup>。

### 2) タイ人海外旅行者とバンコク大洪水

2011年7月から11月に発生したバンコク大洪水は、タイ国経済およびタイ人による海外旅行に大きな影を落としたが、2011年12月にはその落ち込みも回復をはじめた。

日本を訪れるタイ人客数も、東日本大震災の影響から2011年9月(対前年同月比+7.2%)には回復したが、翌10月にはバンコク大洪水の影響からふたたび-29.8%、11月-39.2%と大きく落ち込んだ。しかしながら、12月には-3.1%とほぼ前年並みとなり、2012年1月には+6.0%へと回復している。バンコク大洪水の回復には3か月を要したといえる<sup>(21)</sup>。

### 3) 新千歳-バンコク定期便の就航

最近、日本とタイの観光交流において、特筆す

べき事項が続いているが、タイ人にとって人気の北海道を結ぶ新千歳-バンコク定期便の就航について述べる。

従来、タイ人にとって、北海道はあこがれの地であり、雪、温泉、ラベンダー等の植物、北海道のグルメなど、タイ人の訪日旅行の最大の誘因のひとつとなっていたが、北海道までの航空便の欠如が大きな障害となっていた。

しかしながら、2012年10月から、『新千歳-バンコク定期便』が就航し、週3~4便の運航が開始された。さらに、タイ航空は2013年からバンコク-成田線にエアバス380を導入し、大型化を図っている。

今後、タイ国経済の堅調さとタイ人の個人消費の伸びにより、日本とくに北海道に対する旅行需要はますます大きくなるだろう。多くのタイ人にとって、近代的日本はもはや観光客の誘引力はなく、むしろ、伝統的な日本、穏やかで豊かできどらない田舎の暮らし、健康的な食などが、より強い誘引力を持つといえる。

### 4) タイ人・マレーシア人向けビザ免除

2013年6月11日、日本政府は観光立国推進閣僚会議にて、東南アジア向けの査証(ビザ)の発給を緩和することを決定し、発表した。主な内容は、タイとマレーシアは査証取得を免除し、ベトナムとフィリピンは期限内に何回でも行き来できる数次ビザを発給するというものである<sup>(22)</sup>。

在タイ日本国大使館の発表<sup>(23)</sup>によると、「観光や親族訪問などの目的で日本を訪問するタイ国内に居住するタイ国籍」の旅行者に数次ビザを発給することとした。「この数次ビザの有効期間は最大3年で、1回の滞在期間は原則として15日(申請内容に応じて審査の結果最大90日)」となる。

現在までタイおよびマレーシアは数次査証の発給が可能となっているが、ベトナムとフィリピンは入国1回を限度とするビザを発給している。すでにシンガポールは、ビザの取得を免除されている。



日本政府は、訪日外客を2013年までに1,000万人にし、アジア全体からの訪日客を100万人にする、という目標を掲げている。東南アジア諸国連合10か国を合計すると2012年の訪日客は約80万人であるが、それを2013年に100万人にするというものである。

個人所得の増、円安、良好な対日関係等を背景にして、2013年1-6月では対前年同期比で、タイ52.7%増およびマレーシア16.5%増を示している。一方、中国は27.0%減となっている。1-6月の訪日外客総数は4,955,000人で過去最高となり、前年同期比では22.8%増となっている。円高の緩和により、訪日旅行経費が割安となったことが大きく寄与していると思われる。

< 2013年1月~6月 国別訪日外客数 対前年同期比 >

タイ	201,900人	+52.7%
韓国	1,320,200人	+38.4%
中国	536,200人	-27.0%
マレーシア	71,500人	+16.5%
インドネシア	65,200人	+50.1%
フィリピン	56,400人	+28.2%

(出典：『報道発表資料 訪日外客数(2013年6月推計値及び上半期推計値)』、独立行政法人国際観光振興機構、2013年7月24日)

### 5) タイ人の訪日旅行の変化

さらに、2012年6月には数次ビザ制度が訪日タイ人にも適用され、複数回訪日するタイ人旅行者にとっては、きわめて便利となった。このような査証制度の改善が順調に進んでいることのほかに、タイ人海外旅行者を取り巻く環境も大きく変化していることが指摘できるだろう。

ほとんどのタイ人海外旅行者にとっては、日本はこれまで行ったことがない未知のデスティネーションであり、これまで日本旅行は高嶺の花であったが、近年、手の届くレベルにまで下がってきたといえる。

2012年の日本を訪れるタイ人数は大幅増となった。日本の皇室とタイ王室との交流がタイ人に、予想以上の好感をもって迎えられている。日系進出企業の活躍、タイの経済発展、パーツ高と円安、日本食レストランの浸透、海外旅行ブーム、日本専門ショッピングモールの開設等が、タイ人による日本旅行の促進剤となっている。

### 2.3.2 訪日パッケージツアー

はじめて海外旅行をするタイ人も多く、パッケージツアーも盛んに催行されている。言葉や査証、旅行習慣などの違いに対する心配がないというパッケージツアーは人気がある。しかし、アジア近隣諸国や日本は、徐々に、個人旅行がタイ人海外旅行者市場において浸透しつつある。通常のパッケージツアーの他に、タイにおけるインセンティブ旅行や展示会見本市参加旅行を目的として、海外へ行く場合も多い。公務員の海外視察旅行もさかんに行われている。

タイ発の訪日パッケージツアーは各種あり、個人旅行、団体旅行、高額旅行、低廉旅行、ビートントラック目的地、オフビートントラック目的地、体験型旅行、学習旅行など、タイの旅行業界における訪日旅行はわが国の海外旅行業界における状況にも肩を並べるものであると思われる。

航空券と宿泊のみをセットした旅行商品、ジャパンレールパス、露天風呂付きの温泉、ディズニーランドの入場券などを、さまざまにメニュー化した販売戦略が、今後ますます主流になるとされる。今後の訪日旅行は、さらに多様化が進むと同時に、リピータの増加、個人旅行化が進展すると思われる。この点においては、詳しく後述する。

### 2.3.3 富裕層による日本来訪タイ人旅行

タイ人による訪日旅行の参加者は富裕層が多いが、彼らはたとえ短い距離であっても、車等による移動を求め、歩くことを極端に嫌う。歩くことは、富裕層のライフスタイルとは相いれないと理

解されているからである。また、個人旅行であっても、専属ガイドの帯同を求める。自分で手配することも、富裕層のライフスタイルとは相いれないと思われるからである。

タイの富裕層は、子弟をインターナショナルスクールに通わせているので、英語の勉強を兼ねて、クリスマスを海外で楽しむという旅行も多い。

### 2.3.4 タイの旅行シーズン

タイの旅行シーズンは、第一に、タイ正月とも呼ばれるソンクラン休暇期間であり、毎年4月13日～15日に設定されている。その前後の1週間が、学校休暇（3月中旬～5月中旬）にも重なり、タイ人にとってのゴールデンウィークである。欧米等向けの長距離旅行も、日本韓国等向けの短距離旅行も、この1週間がピークとなる。日本は桜の開花シーズンでもあり、日本旅行もさかんとする。続く旅行シーズンは学校休暇である3～5月であり、また、タイでもっとも暑い時期でもある。10月も学校休暇となり、また、12月31日～1月1日の2日間の正月も、旅行シーズンである。

日本と比べるとタイにおいては休日が少ないが、企業も学校も、自分の予定により職場や学校を休むことに、日本ほどの抵抗感はないようだ。

### 2.3.5 タイの語学研修と語学教育

タイ人学生による英語学習旅行も活況を呈している。英国、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポールなどが人気の語学研修先である。

中国語教育もさかんに奨励されている。韓国語もブームである。語学としては、日本語教育は出遅れている。

タイ教育省は、2012年6月24日、中国政府機関の「国家漢弁」に対し「中国人語学教師1万人を派遣するように要請した」と、newsclip紙はつぎのように伝えている<sup>(24)</sup>。「タイ教育省によると、2012年度のタイの国立中学校・高校の第2外国語の履修者数は中国語28万9,400人、フランス

語4万1,490人、日本語3万4,000人、韓国語1万人、ドイツ語2,200人で、語学担当の外国人教師の数は日本語51人、韓国語43人、フランス語15人に対し、中国語は600人に上る」<sup>(25)</sup>。なお、バンコクなど都市部は中国系住民が多く、タイ経済の中枢を担っているといわれている。

日本語教育はマンガや日本食などで、その需要は高いと言われているが、実際のタイの中学校・高校における日本語の履修学生数においては、中国語のほぼ10分の1にすぎないことを認識すべきである。

### 2.3.6 嗜好の変化

#### 1) ショッピング

ショッピングに対する願望が強いタイ人にとっては、旅行先にての楽しみのひとつとしてショッピングがある。とくに、海外ブランド品に対する強い願望がみられる。タイ各地における高級なショッピングモールの建設の背景には、このようなショッピングに対する強い嗜好がある。

それと並行して、値段交渉を楽しむことができ、また、お買い得感を感じられる「市場」にてのショッピングも大好きである。

#### 2) グルメ

タイは近年、日本食ブームが続いている。ローカルな食事と比べると、割高感のある日本食ではあるが、新設のショッピングモールの3分の1は、日本食関連であるとさえいわれている。

日本食レストランは日本からの出店も多いが、タイ人の経営による日本食レストランも多数あり、現地風アレンジされた日本食が供されている。

このような日本食ブームは、活発な個人消費を背景にしたものではあるが、元来、タイ人は食に対し、つよい消費性向を有していることがタイ家計支出にてもわかる。とりわけ外食の比率が高く、「食料品支出に占める外食費の割合」はタイ全体で23.7%、都市部35.1%となっている。また、

エンゲル係数はタイ全体で 33.9%、都市部で 30.7%となっている<sup>(26)</sup>。

「タイ料理以外で良く行くジャンルは？」<sup>(27)</sup>として、日本料理が 65% (複数回答)、ついでファストフード 31%、イタリア料理 18%、韓国料理 15%、中国料理 13%となっている。

日本食としては、寿司、てんぷら、すき焼き、ラーメンが好まれている。生魚を食さなかったタイ人も現在は寿司を好み、また、かつては牛肉を臭いといって嫌っていたが、現在は家族で牛肉のすき焼きを楽しんでいる様子が見られる。

日本食から派生して、日本茶や和菓子なども、富裕層のみならず、OL やサラリーマンに楽しまれているようだ。

### 3) コーヒー

消費性向の変化にともない、大きな嗜好の変化を見せたものが、タイ人のコーヒーに対する嗜好である。それまでは屋台にてタイ産のコーヒーに満足していた人々も、国際的なコーヒーチェーンがタイに進出した後は、高額にもかかわらず多くの人が同チェーンのコーヒーを楽しみ、店内には空席も見つからないほどの状況にしばしば遭遇する。

ペットボトル飲料も、高級品が好まれている。

### 4) 韓国ブーム

日本食ブームにも負けないほど、現在のタイの芸能やテレビの世界では、韓国ブームとなっており、音楽やドラマ、映画にても、韓国ブームが続いている。韓国語を学ぶ学生も多い。

### 5) 海外旅行

かつて、タイ人にとって、海外旅行は一部の富裕層に限られていたが、個人消費の増大にともない、OL やサラリーマンも楽しめるものとなりつつある。ペットボトル飲料などの景品としても海外旅行が採用され、海外旅行熱をあおっている。格安航空会社の設立による旅行経費の低下もその

背景にある。

海外旅行が人気を呼んでいるのは 1980 年代からだといわれるが、タイ経済の堅調な発展と個人所得の増大により、海外旅行が一部の富裕層のものから、庶民の手の届くものになってきていることは事実であろう。

## 2.3.7 日本来訪タイ人旅行～具体例

### 1) 一般的な日本旅行

4泊6日程度で、東京～大阪を巡り、4万5,000バーツ～6万バーツ (邦貨換算 17～21万円) が、もっとも一般的なタイ人による日本旅行であるとされている<sup>(28)</sup>。

### 2) エイチ・アイ・エス「東京観光ツアー」

東日本大震災の後、株式会社エイチ・アイ・エスは「東京観光ツアー」の催行を発表した。その概要について、報道資料<sup>(29)</sup>をまとめる。それによると、旅行期間は4月30日(土)から5月4日(水)の3泊5日である。利用航空会社はビジネスエアー社である。旅程は、5月1日(日)朝9時10分成田空港着後、浅草寺、皇居、明治神宮など観光。5月2日(月)新宿にて自由行動。5月3日(火)上野公園、アメ横、お台場など観光。5月4日(水)帰国。価格は19,990バーツであり、邦貨換算7万円弱である。

この旅程はタイ人による典型的な日本旅行のひとつであるが、とりわけ旅行価格がタイ人にとって魅力的に設定されている。

## 2.3.8 リピータ市場化と個人旅行化

### 2.3.8.1 リピータ市場化

タイの経済成長と日本人気により、訪日旅行はリピータ市場となりつつある。

国際観光振興機構『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』<sup>(30)</sup>によると、日本を訪れた観光客の訪日回数は、「はじめて」が 47.1%、2回目以上が 52.9%であったが、日本を訪れたタイ人観光客の訪日回数では、「はじめて」が 35.4%であり、「2回目以

上」が64.6%であった。タイ人観光客においては、訪日経験者が増えていることがわかる。

＜観光客の訪日回数＞

(訪日外国人観光客全体)

	はじめて	2回目以上	その他不明
2010年	47.1%	52.9%	0.0%
2009年	43.1%	56.3%	0.5%
2008年	43.8%	55.3%	0.9%

(訪日タイ人観光客)

	はじめて	2回目以上	その他不明
2010年	35.4%	64.6%	0.0%
2009年	38.5%	60.8%	0.7%
2008年	39.8%	57.3%	2.9%

(出典：『JNTO 訪日外客訪問地調査2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日)

訪日外国人観光客全体では、2008年の「はじめて」(43.8%)から2010年の「はじめて」(47.1%)へと、その割合を増やしているが、それは、訪日外国人客の市場そのものが拡大していることを示している<sup>(31)</sup>。これまで日本とはあまり関係のなかった外国市場が、日本へ観光客を送客しはじめていることを示している。

一方、前述の通り、タイ人観光客市場は、「はじめて」が減少し、「2回目以上」が2008年57.3%から2010年64.6%へと大きく増加している<sup>(32)</sup>。

タイ人観光客にとっては、日本というデスティネーションが「リピータ」向けの目的地へと変化していることがわかる。

「2012年2月の旅行フェアでの来場者アンケートでは、訪日旅行経験者の45%が2回以上の訪日旅行の経験があると回答」<sup>(33)</sup>している。

2.3.8.2 個人旅行化

加えて、タイ人の訪日査証の自己手配率が、2012年は7割近くとなり、2010年は5割であっ

たことから、訪日旅行の個人化が進んでいることがうかがわれる<sup>(34)</sup>。

また、観光庁による『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』<sup>(35)</sup>によると、外客全体では団体旅行24.2%、個人旅行75.8%に対し、タイ人旅行者では団体旅行26.9%、個人旅行73.1%となっていて、タイ人旅行者における個人旅行化が明白である。

また、日本政府観光局バンコク事務所が行った「アンケートにて、まだ日本に行ったことのない人も含め、希望する旅のアレンジ方法を尋ねたところ、団体旅行が52.8%、個人旅行者向けのホテルと航空券がセットになったパッケージツアーは16.4%、完全自己手配は30.7%となっている」<sup>(36)</sup>。

いずれの調査においても、タイ人の訪日旅行においては、今後とも、個人旅行化がいっそう高まることが示されている。

＜観光客の旅行形態＞

(訪日外国人観光客全体)

	団体旅行	個人旅行	その他不明
2010年	38.8%	59.2%	2.0%
2009年	34.0%	63.8%	2.2%
2008年	40.5%	57.5%	2.0%

(訪日タイ人観光客)

	団体旅行	個人旅行	その他不明
2010年	32.9%	66.5%	0.6%
2009年	39.2%	58.7%	2.1%
2008年	50.5%	48.5%	1.0%

(出典：『JNTO 訪日外客訪問地調査2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日および『JNTO 訪日外客訪問地調査2009』、独立行政法人国際観光振興機構、平成22年7月15日)

外国人観光客による日本旅行の旅行形態を見る。「団体旅行(ガイド付き団体パッケージツアー)」と「個人旅行」に分類すると、訪日外国人



観光客全体では、2008年の「団体旅行」が40.5%であったが2010年には38.8%に徐々に減り、「個人旅行」が2008年57.5%から2010年59.2%へ漸増している<sup>(37)</sup>。

タイ人観光客市場においては、「団体旅行」は2008年50.5%であったが、2010年には32.9%と激減している。一方、「個人旅行」は2008年48.5%から2010年66.5%へと大きく増加している<sup>(38)</sup>。

タイ人観光客にとっては、日本というデスティネーションが急速に「個人旅行者」向けの目的地へと変化している。それは、日本のホテルの宿泊サイトがタイ語化を促進するとともに、ジャパンレールパスの利用が増えていることからもうかがえる。

訪日ははじめての団体客ではなく、リピータとしての個人旅行者が、タイ人訪日観光客の一般的姿となりつつあると言える。

### 2.3.9 タイ人および日本人の旅行者数比較

前述のとおり、かつて日本は手の届かない高額デスティネーションであり、一部の高額所得者や商用客のみの旅行目的地と認識されていたが、近年、タイ国経済の成長にともない、訪日旅行が一般化・大衆化しつつある。

さらに、タイ人海外旅行全体の個人旅行化が進んでいることから、訪日旅行がその底辺を拡大し、中間所得者にも手の届くデスティネーションとなり、また、団体や商用ではない個人の観光旅行が増加しつつある。

2010年と東日本大震災の2011年のタイ人の訪日旅行者は、それぞれ年率21.0%増、-32.5%減となっているが、2012年および2013年については、訪日タイ人の増加は続いている<sup>(39)</sup>。

タイ国を訪問する日本人旅行者数は2011年が112万人(対前年13.5%増)、2012年137万人(対前年21.6%増)であり、訪日タイ人旅行者数に比べ、訪日日本人旅行者数は5~10倍の差があるが、その差は両国の国内事情により大きく異なる場合が多い。したがって、現在における旅行者ポ

リュームの差について固定的に考えることは意味があるとは思えない。

中長期的に見れば、訪日タイ人旅行者数と、訪日日本人旅行者数は、経済的格差の是正により、限りなくその差を縮めていくことが予想される。

#### <日本訪問タイ人数>

2007年	167,481人	-
2008年	191,881人	+14.6%
2009年	177,541人	-7.5%
2010年	214,881人	+21.0%
2011年	144,969人	-32.5%

(出典：『タイの基礎データ』、独立行政法人日本観光振興機構バンコク事務所、2013年、一部改編した)

#### <タイ国訪問日本人数>

2008年	1,153,868人	-9.7%
2009年	1,004,453人	-12.9%
2010年	993,674人	-1.1%
2011年	1,127,893人	13.5%
2012年	1,371,253人	21.6%

(出典：『2008年~2012年各国・地域別日本人訪問者数』、独立行政法人日本観光振興機構、2013年)

### 2.3.10 日本来訪タイ人旅行~日本のイメージ

日本に対する好ましいイメージとしては、食事、自然、都市、ハイテクなどがある。日本は自然と近代技術が融合していると理解されている。とくに日本食、四季、富士山、桜などのキーワードが日本に関連して想起されている。

春4月はタイの旅行シーズンでもあり、日本では桜が見られる。秋の紅葉、冬の雪も日本の大きな観光魅力である。

タイ人の間では富士山の人気も高いが、登山の対象としてではなく、近くからよく見たいというものであろう。

日本は安全であり、家族で行くことができるデ

ステイネーションとしても、好感を持って理解されている。

### 2.3.11 日本来訪タイ人旅行～課題

#### 1) 日本にとっての競合国

タイ人の海外旅行先としては、マレーシア、ラオス、シンガポール、中国、香港、韓国に人気があり、それらの国々(地域)と、日本は観光デスティネーションとして競合する関係にあるといえる。

とくに、中国と韓国は、文化も距離も日本と近似しており、直接の競合相手といえる。

タイ人のなかには中国系の人も多く、中国への親族・友人訪問も多い。中国の場合は査証の取得が容易であることが、韓国の場合は査証そのものが不要であることが、強みとなっている。

中国の場合は、タイとの民族的歴史的関連が強いということ、韓国の場合はタイにおける韓国ブームが、それぞれ追い風となっているともいえる。

また、中国も韓国も、日本に比べると、旅行価格は低廉である。

ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアは、日本と同程度の価格帯ではあるが、日本とはそれらが提供するものが異なるので、直接の競合相手とはならないのではないと思われる。自然の規模や種類、歴史や民族も、日本とは大きく異なっている。

#### 2) 日本がなすべきこと

- ①航空運賃の低下：Low Cost Carrierの就航促進。
- ②リピーターの確保：観光魅力の深化。たとえば、グルメであっても、新しい食材、新しいプレゼンテーション、新しい調理法など、これまでにない新しい楽しみ方、新しい雰囲気、新しい価格帯などの開発が必要。
- ③エンターテインメントの発信：韓国ブームに匹敵するほどの、日本ブームの創出が望まれるが、

その前提として、日本のエンターテインメントの紹介が必要である。日本のエンターテインメントとしては、タイでよく知られているものは「マンガ」のみといってもよく、日本の映画、TV番組、演劇、歌、ダンス、俳優、小説などの紹介は、はなはだ遅れている。とくに日本のTV番組の輸出は積極的に取り組むべきであると思われる。

#### 3) 旅行のファシリテーション

タイ人が海外旅行に求めるものは、観光資源のほかに、いくつかの観光インフラがある。

たとえば、それらはつぎのようにまとめられる。

- ①英語がある程度通じること。
- ②個人で移動できること(タクシー、電車、列車、航空機など)。
- ③その場で、個人で、ホテルの予約ができること。
- ④食事もおなじ。
- ⑤個人旅行の場合は、「思いついたら、その場で、自分で、できる」がキーポイントである。

強い誘引力を有する観光資源を持つこととともに、観光インフラが整っていることが、日本が中国や韓国という競合国に勝つためには、かならず必要なことである。

タイ人から見ると団体旅行デスティネーションから個人旅行デスティネーションへと移行しつつある日本にとって必要な観光インフラとは、「思いついたら、その場で、自分で、できる」という旅行環境である。

### 2.4 タイにおけるメディカル・ツーリズム

タイは、医療を求めてタイを訪れる旅行者(メディカル・ツーリズム)をタイ国の主要な輸出産業のひとつと捉え、その充実拡大を図っている。

#### 2.4.1 サミティヴート病院

『Medica Tourism』誌(Issue 32)は、サミティ

ヴェート病院特集として、記事“People First”<sup>(40)</sup>を掲載している。サミティヴェート病院は、バルムングラード病院、バンコク病院と並び、タイおよびバンコクを代表する私立病院である。

サミティヴェート病院は1979年に設立され、3つの病院を同一グループ内に持ち、本部となるサミティヴェート・スクムウィット病院は東南アジアにおける最高の医療施設のひとつであると言われている。他に（サミティヴェート・シーナカリン・チルドレン病院を含む）サミティヴェート・シーナカリン病院、サミティヴェート・シーラチャ病院を加え、3病院を傘下に有している。

サミティヴェート病院は1999年にWHOとUNICEFから「Mother and Baby Friendly Hospital」の称号が、タイ国では初めて与えられた。その他に、「JCI認定（Joint Commission International）」および「タイ国首相による2004年優秀サービス賞」を受賞している。

サミティヴェート・スクムウィット病院は270床と400人を越す専門医がおり、最先端の医療従事スタッフと看護師を有し、バンコク市民と在在外国人に利用されてきた。多言語を使用可能なスタッフ、通訳や入管業務スタッフは、外国人患者に対し十分な治療サービスを提供している。

サミティヴェート・シーナカリン病院はスワンナプーム空港近くに位置し、300床を有し、タイで唯一の子ども専門病院であるシーナカリン・チルドレン病院を有している。骨髄移植や新生児集中治療で有名である。

サミティヴェート・シーラチャ病院は、150床を有し、パタヤ地区に位置している。同地区は観光リゾートならびに工業地区であり、居住する住民や外国人あるいは観光客に対し、医療サービスを提供している。

#### 2.4.2 経済産業省による国際メディカル・ツーリズム調査事業報告書

2010年にわが国の経済産業省は「国際メディカル・ツーリズム調査事業報告書」<sup>(41)</sup>を発表してい

る。同報告書中のタイ部分について、その概要をまとめる。

タイにおけるメディカル・ツーリズムは外国人誘致策の一環であり、輸出産業として認知されている。2003年に当時のタクシン政権は、バンコクを「アジア健康都市」と宣言し、同政権以後もタイ政府はメディカル・ツーリズムを積極的に推し進めてきた。2004年にはメディカル・ハブ構想も登場している。

タイにおける医療制度は、国民医療保障制度、公務員医療給付制度および社会保険制度により、国民皆保険制度をとっているが、「実態としては所得や居住地域により医療へのアクセス、サービスのあり方に大きな格差がある」<sup>(42)</sup>。

タイにおいては、7割の病院が公立病院、3割が私立病院であり、私立病院は株式会社組織となっている。医療技術レベルと医療関連サービスレベルにおいて、公立病院と私立病院には大きな違いがある。

「バンコク病院は外来患者の8割がタイ人」、「サミティベート病院は6割がタイ人」<sup>(43)</sup>というように、代表的私立病院においても、外来患者に占めるタイ人の割合は大きい。それらのタイ人患者は限られた富裕層である。

私立病院には優秀な医師が集中している。タイにおける医学教育は英語にて行われているため、大部分の医師は英語により医学知識を有している。

英語等の外国語に精通した医師に加えて、医療通訳、外国人対応サービスも整備されている。各病院においては、外国人対応窓口が主要な患者の送り出し国ごとに、開設されている。日本人専用窓口もあるが、日本人患者による医療費支出額が低下していることにより、将来は他の国の窓口と統合される可能性もある。

ピアノ演奏などが病院ロビーにて行われるなど、タイのホスピタリティを示している。医師の技術レベルも、欧米にての留学経験を有していることから、日本と遜色はないと言われている。医

療設備についても、最新のものが導入され、日本を凌駕する面もあるという。

### 2.4.3 バンコク病院仲地省吾医師の発表

タイはメディカル・ツーリズム先進国である。これまでにいくつかの文献がタイにおけるメディカル・ツーリズムについて言及しているが、『第8回日本旅行医学学会大会』（2009年4月18日開催、テーマ：60歳からの旅行医学）にて行われたバンコク病院仲地省吾医師の発表<sup>(44)</sup>は、きわめて具体的であり、貴重な現状紹介となっている。

以下に、同医師の発表のうち、いくつかの重要と思われる点をまとめる。

タイは東南アジアを代表する観光地であり、自然条件や政治条件もよく、また、医療などの社会インフラも整備されている。歴代のタイ政府は、タイを東南アジアのメディカル・ハブとして整備すべく努力を続けている。高度な先進治療を求める東南アジア諸国の人々、すなわち、国外からの患者をタイに誘致するために、タイ国政府はこれまで積極的なメディカル・ツーリズム支援策を推進してきた。

メディカル・ツーリズムは他の観光形態とくらべ、きわめて高額な消費をタイ国内にもたらしてくれるため、タイ国政府は医療を重要な輸出産業と位置付けている。

タイにおける医療機関は国公立病院と私立病院に大別されるが、バンコクにおける私立病院においては、メディカル・ツーリズムをその経営の根幹に置き、「病院収入のかなりの部分が外国人患者からなって」、「バンコク病院は2008年度の外国人患者は15万人にも登り、全体の患者の20%を占めるに至っている」<sup>(45)</sup>という。

さらに仲地は、メディカル・ツーリズムの成立要件として、①医療技術・看護レベル、②外国人受け入れ体制が国際水準であるとともに、③（他の先進国と比べ）低価格であることが必要であると述べている。つづいて、仲地は、私立病院の勤務医師は欧米や日本にて留学や研修を行い、また

は医師資格を有している場合が多く、加えて、私立病院の非常勤医師は国立大学の専門医であり、医療技術レベルは先進国並みであるとも述べている。看護師や病院スタッフも大量に雇用されていて、きめ細かいサービスが提供されている、と述べている。建物や設備も高給ホテルなみの豪華さであり、海外から患者を誘致する大きな原動力となっている。仲地によると医療費は、「アメリカと比べると3分の1から8分の1」<sup>(46)</sup>となっているという。アメリカの病院評価基準のひとつJCI認定（Joint Commission International）を得ていることも、メディカル・ツーリズムの大きな推進力となっている。

さらに特徴として、「日本人患者の84%は、タイ在住者」<sup>(47)</sup>であり、「バンコク病院にては、患者数では1位であるが、医療費用にては、アラブ人の1:5.09と圧倒的に少ない」<sup>(48)</sup>。日本人患者は、高額な手術ではなく、「下痢や上気道炎などの軽い外来患者がほとんど」<sup>(49)</sup>であるとのことである。

特筆すべきは、タイ国内の医療体制はバンコクに集中し、地方は十分な医療体制にないことである。仲地によると、「医療専門職が高給に引かれバンコクの大手民間病院に集中する」<sup>(50)</sup>という弊害も生じている。

### 2.4.4 『メディカル・ツーリズムの将来展望』

上記に示されたように、タイにおけるメディカル・ツーリズムはますます拡大しているが、問題点も多い。①高額な私立病院を利用できるのは、外国人旅行者あるいは富裕層のタイ人のみであるということ、②優秀なタイ人医師が公立病院から引き抜かれ、バンコクの私立病院に集中しているということ、さらに③高額医療費が負担できる外国人に特化し、そのための医療サービスを充実させる傾向があること等が指摘されている。

以上のような諸問題を有しながらも、タイにおけるメディカル・ツーリズムは、将来のタイを支える輸出産業となる可能性があり、東南アジアの



モノとサービスの生産拠点として、ひとつのタイの将来の姿を示すものである。

メディカル・ツーリズムは、韓国においてもその重要性が叫ばれている<sup>(51)</sup>。わが国においても、モノの生産からサービスの生産へと移行する過程において、メディカル・ツーリズムは大きな可能性を示唆しているといえる。

## 2.5 タイにおける日本人ロングステイヤー

平成23年(2011年)における、在タイ日本大使館に在留届を提出している日本人は49,983人であり、前年から2,732人の増加である<sup>(52)</sup>。

わが国の『旅券法』第16条により、外国に3か月以上滞在する者は、在外公館に在留届を提出することが義務付けられている。タイを訪れる日本人海外旅行者(滞在は3か月を超えないものと思われる)が年110万人であるが、在留届を出していない者は、正確な数字は存在しないが、5万人前後と言われており、合計してタイには約10万人の日本人が長期に滞在しているものと思われる。日本の地方都市がタイにひとつ存在するともいえる。

タイにて、就業せずかつ長期に滞在する日本人(中高年者が多い)を、「ロングステイヤー」と呼ぶことがある。

なお、経済産業省認可の公益法人である(財)ロングステイ財団によると、「LONGSTAY・ロングステイ」は同財団の造語であり、登録商標である。さらに、同財団の定義する「ロングステイ」とは、2週間以上海外あるいは1週間以上日本国内に滞在しあるいは繰り返し滞在し、「その滞在地域のルールを順守しつつ地域文化とのふれあいや住民との交流を深めながら滞在するライフスタイル」<sup>(53)</sup>と定義されている。

タイにて、ロングステイヤーとして、就労せず長期に滞在する場合に、とくに問題となる点が、①医療保険、②長期滞在用査証(ビザ)の取得、③タイにおける居住報告、および④タイ国内の銀

行口座の開設であると思われる。

### 2.5.1 医療保険

タイを含む海外において日本の医療保険が利用可能である。たとえば、国民健康保険は、いったん自費にて医療費を立て替えて支払い、後日、日本にて払い戻しを受けることができる。海外で診療を受けたとき、国民健康保険が指定する様式(診療内容明細書、領収明細書等)に記入し、帰国後、市役所等の医療保険課等に申請することにより、海外療養費として払い戻しが可能となる。

なお、療養費は日本国内での医療費給付を基準としているので、かならずしも実際の支出額と同等あるいは近似の額になるとは限らず、また、対象は国内の保険適用範囲に限られる。

海外における医療費はきわめて高額になる場合も多く、いったん自費にて療養費を全額支払う必要があり、また、払い戻される給付額も国内の場合とは異なることがあるので、国民健康保険の海外にての適用は、海外旅行保険に比べ、不確実性を含んだものであるといえる。

### 2.5.2 長期滞在用査証

長期滞在用査証(ビザ)の取得について、ハロータイランド・ビジネスレポート<sup>(54)</sup>を基にまとめる。日本人が利用する長期滞在用の査証には、OビザとO-Aビザが存在する。

Oビザとは、タイ国内にて取得可能な長期滞在用のビザである。一方、O-Aビザとは、日本のタイ国大使館にて取得可能な長期滞在用のビザである。Oビザと比べ、O-Aビザの方が、取得が困難であるといわれている。

Oビザの取得方法は、ビザなしでタイに空路で到着し入国管理官より30日間のビザ免除(後述)を受けたうえで、その滞在期間内に、必要書類をそろえ、まず通常のOビザへ変更し90日間の滞在許可を得て、さらに、90日間の80万バーツ以上のタイ国内銀行預金を証明し、その後、1年間有効な「Oビザ(リタイアメント)」に変更すると

いうものである。

ビザなしでタイに入国するのではなく、日本国内にて「観光ビザ(60日有効、さらに30日の延長可)」を取得してタイに入国し、その間に、通常の90日間有効の「Oビザ」、そして、1年間有効な「Oビザ(リタイアメント)」へ切り替えることも可能であると思われる。

### 2.5.3 居住報告

タイに90日以上滞在する外国人は、90日ごとに、現住所を入国管理事務所に届け出る必要がある。それを『居住報告』というが、それを行わなかった場合は、罰金が科せられる。また、ビザの有効期限を超えてタイに滞在した場合も、オーバーステイとして罰金が科せられる<sup>(55)</sup>。

### 2.5.4 銀行口座開設

現在はタイ国内の銀行口座の開設は、少なくともバンコク銀行においては、日本国内にて取得した「国外運転免許証」を在バンコク日本大使館にて証明してもらい、それをバンコク銀行に提示することにより、バンコク銀行にての口座開設が認められるようになった。銀行口座の開設手続きについては、これまでたびたび変更されてきたので、その都度、各銀行にて確認する必要がある。現時点ではバンコク銀行の日本支店にてのタイ国内の預金口座開設はできないが、バンコク到着後に、口座の開設は書類が整っていれば比較的容易に可能である。

その他、タイにおける住居、安全、医療体制など、解決すべき問題も多く存在するが、日本にて情報を入手することにより、解決は十分可能である。

## 3. 旅行関係法規

### 3.1 入国管理法

タイ国における『1979年入国法』がわが国の『出入国管理及び難民認定法』に該当する<sup>(56)</sup>。

### 3.1.1 一般短期滞在数次ビザの発給

2012年6月1日より、日本政府は同ビザの発給を始めた。有効期間3年限度、1回の滞在期間は原則15日(最大90日)として、発給要件はつぎのとおり。

①申請時からさかのぼり過去3年間に日本への短期滞在での渡航歴があり、かつ経費支払い能力を有する者

②十分な経済力を有する有職者

③ ①②に該当する者の配偶者や子供

タイ人の訪日旅行査証については、従前より、その厳格な発給に対し不満が多かった。香港あるいは韓国へタイ人が赴く場合、査証は不要であるが、日本へ行く場合には厳格な査証取得が求められ、在タイ日本国大使館にてはその査証取得に、最短5業務日を要していた。

今回の一般短期滞在数次ビザの発給開始は、タイの旅行業界から、日本入国障壁の緩和の一部として歓迎されている。

それと同時に、同ビザの発給に関し、タイ国内からも懸念が表明されている。

訪日タイ人に対する観光ビザの免除について、「バンコク週報」<sup>(57)</sup>によると、日本政府がタイ人旅行者に対し、観光ビザを免除する旨の発表したことを受け、タイ国スラボン外相は、日本で働く場合には適切な手続きを踏んでほしいとの発言をしている。これは、日本におけるタイ人の不法就労者の増加とその結果としてビザ免除制度の取消を危惧してのことである。

### 3.1.2 タイ国民に対するビザ免除

2013年6月25日、日本国外務省は、「タイ国民に対するビザ免除」と題する報道発表<sup>(58)</sup>を行った。

その内容はつぎのとおり。「日・ASEAN友好協力40周年を契機として、わが国は、7月1日から、15日を超えない短期滞在での活動を目的とするタイ国民であって、IC一般旅券を所持する者に対して、ビザ免除措置を開始」<sup>(58)</sup>する。「ただ

し、上述以外の目的、即ち、15日を超える短期滞在での活動を目的とする場合、あるいは、短期滞在以外の就労等を目的とする場合には、従来どおり、ビザを事前に取得する必要<sup>(58)</sup>がある。

「また、このビザ免除は、IC一般旅券を所持する者に限定した措置」であり、「IC一般旅券を所持していないタイ国民は、引き続き、ビザを取得する必要<sup>(58)</sup>がある。

2012年の一般短期滞在数次ビザの実施に続き、今回のタイ国民に対するビザ免除は画期的な日本入国緩和策であり、2013年後期以降の訪日タイ人旅行者は激増することが予想される。

### 3.1.3 査証の概要

在日タイ国大使館による査証（ビザ）取得のための広報資料<sup>(59)</sup>を基にまとめる。

- ①観光査証（ツーリストビザ）：観光を目的とする査証
- ②通過査証（トランジットビザ）：第三国へタイを経由して行く場合は通過査証を必要とする。目的国へ出国することを条件にして、30日までタイ国内に滞在することが認められている。ただし、12時間以内の乗り継ぎでタイ国の空港内に留まる場合はビザは不要である。
- ③非移民査証（ノン・イミグgrantビザ）：内訳として、ビジネスビザ（Bビザ）、エデュケーションビザ（EDビザ）、ボランティアビザ（Oビザ）、タイ国籍者の配偶者またはその子のためのビザ（Oビザ）、就労者家族ビザ（Oビザ）、メディアビザ（Mビザ）、年金ビザ（Oビザ）、ロングステイビザ（O-Aビザ）、外交ビザ、公用ビザがある。  
また、ビジネスビザ（Bビザ）のなかには、ノンイミグgrant-B（ビジネスと就労）、ノンイミグgrant-B（教師）、ノンイミグgrant-B（3年）がある。

④オンアライバルビザ（タイの空港にて取得可能ビザ）：ブータン、中国、キプロス、チェコ、ハンガリー、インド、カザフスタン、モルジブ、モーリシャス、オマーン、ポーランド、ロシア、サウジアラビア、ウクライナ、リヒテンシュタイン、ラトビア、リトアニア、エストニア、スロベニア、スロバキア、台湾、ウズベキスタン、エチオピア、アンドラ、ブルガリア、マルタ、ルーマニア、サンマリノの28か国のパスポート所持者は観光目的であれば、15日以内の滞在ビザが申請できる。

⑤観光ビザ免除：日本を含む41か国と1か所の特別行政区域（香港 SAR）の旅券所持者は、観光目的で30日以内の滞在でタイに入国する場合は、査証の所得を必要としない。国境を接する近隣諸国の入国管理検問所からの入国の場合、15日の滞在が許可されると予想される。

観光ビザ免除でタイに入国する場合、外国人はタイ滞在期間中に必要とされる十分な資金を所持することが必要とされる。十分な滞在資金とは、一人あたり10,000バーツ、一家族あたり20,000バーツの現金であるとされている。

さらに、観光ビザの免除とならない例として、片道の航空券しか所持していない、観光目的ではない、観光目的であっても30日以上滞りを希望する場合は該当するビザが必要である。

なお、必要な書類、取得手数料、取得必要日数、その他、ビザの取得や免除に係る規定は頻繁に変更されているので、その都度、関係諸機関に問い合わせる必要がある。また、いずれの査証の場合も、その発給はタイ大使館の裁量で決定され、ビザ発給拒否の理由については、問い合わせがあっても回答できないとの付記がある。

## 3.2 旅行業法

### 3.2.1 旅行会社の設立

タイ国において、外国人が旅行会社を設立しようとするときには、『外国人事業法』（1999年改正、2000年施行）により、外国資本が50%を超えてはならないことが規定されているのみであり、外国人による旅行会社の設立については、特段の規制はないようである。

### 3.2.2 旅行者および観光ガイド法

1992年施行、2008年改正の『旅行者および観光ガイド法』について述べる。

本法がタイ国における旅行業法に該当するが、わが国の旅行業法に比較すると、その内容は限られていると思われる。

『タイビジネス必携第3版』<sup>(60)</sup> および『JNTO旅行誘致ハンドブック2013』<sup>(61)</sup>に基づき、同法の主要な論点をまとめる。

- ①旅行会社および観光ガイドは、観光スポーツ省に登記し、同省より許可証を得なければならない。
- ②旅行会社の新規登録費用は3,000バーツ、観光ガイドの新規登録費用は200バーツであり、有効期間は2年である。
- ③わが国の営業保証金および弁済業務保証金に該当する「観光スポーツ預託金」制度がある。旅行会社は許可証を受け、旅行事業を行うためには、観光スポーツ省に預託金を預けることが求められる。利用者が旅行会社から損害を受けたとき、この預託金から賠償金が旅行者に対し支払われる。国内・海外旅行を扱う旅行会社では、20万バーツの預託金が規定されている。
- ④その他、個人の場合はタイ国籍者、法人の場合はタイの法律により設立された法人であり、本社をタイ国内に置く。株式会社は半数以上の取締役をタイ国籍者として、資本金の51%以上をタイ国籍者が保有しなければならない。また、観光ガイドはタイ国籍者であることが必要である。

- ⑤さらに、旅行業やガイドの適正な育成をはかるため「旅行業およびガイド統制委員会」が組織されている。

## 3.3 外国人事業法

1999年改正、2000年施行の『外国人事業法』についてまとめる。

外国人参入の規制対象業種が第1種、第2種、第3種と定められている。第1種は報道機関や土地売買事業、第2種は国家安全、芸術、天然資源事業、第3種は外国人との競争力が現在まで不十分である事業、というように分類されている。

第3種には、ホテル業、観光業、飲食店等が含まれている。第1種、第2種と同様に、第3種も外国人には規制されているが、第3種は「外国人事業委員会」が許可すれば事業実施が可能となる。また、「資本金の51%以上を合弁相手が保有すれば、外国人でも問題なく事業を営むことができる（タイ資本が51%以上のタイ・マジョリティの確立）」<sup>(62)</sup>とされている。

## 3.4 タイの大学との協力関係の可能性

### 3.4.1 タイの大学教育制度

『リクルート・カレッジ・マネジメント』誌<sup>(60)</sup>によると、国立大学60.7%、国立オープン大学21.3%、国立コミュニティ・カレッジ0.6%、そして私立大学17.4%である。

オープン大学とは、無試験で入学が可能、通信教育が充実し、自らのペースで科目履修ができる大学のことである。地方在住者や仕事を持ちながら大学を続けることができるというメリットがある。通常の大学と比べると、授業料も安い。

同誌によると、2008年の18~21歳人口は約418万人であるが、大学等の高等教育機関在籍者は220万人であり、在籍率は約53%に達している。うちオープン大学在籍者は約48万人である。オープン大学が、タイ国における大学教育において、重要な役割を果たしていることがわかる。

また、国立大学が83%であり、私立大学は17%



である。

International Program（国際課程）は英語で教育がなされ、2008年現在、884を数え（学士課程296、修士課程350、博士課程215、その他23）、国立大学33校、私立大学24校において開設されている。国際課程は留学生のみならず、英語にて教育を受けたいタイ人学生においても、強く支持されている。

タイはこれまでの留学生送り出し国から、留学生受け入れ国へと転換を遂げ、2008年で、タイは外国人留学生16,000人を受け入れている。2002年が3,000人であったので、6年で5倍の伸びとなっている。2013年にひかえたASEAN統合により人的交流が一層活発化することが予想され、タイは東南アジアにおける教育の中核拠点（「教育ハブ」<sup>(63)</sup>）になることをめざしている。

### 3.4.2 SRIPATUM UNIVERSITY の国際課程学部

以下に、SRIPATUM UNIVERSITY およびその International Program である「国際課程学部」について、その概要<sup>(64)</sup>をまとめる。

< SRIPATUM UNIVERSITY >

1970年にDr.Sook Pookayapornによって設立されたスーパタム大学（SRIPATUM UNIVERSITY）はタイにおいてもっとも歴史のある大学の一つである。当初はSRIPATUM COLLEGEであったが、1987年にSRIPATUM UNIVERSITYへと昇格した。

メインキャンパスであるバンコクのバンケン、そのほかにバンコク中央商業地区であるパヤタイ、そしてイースタンシーボード地区のチョンブリの3か所にキャンパスがある。

学部は11、修士課程17、博士課程6となっている。

<国際課程学部（International Program）>

11の学部のひとつとして、国際課程学部が開設されている。国際課程学部は、さらに二つの学科

に分かれ、国際ビジネスコミュニケーション学科とホテル・マネジメント・ビジネス学科が設けられている。

①国際ビジネスコミュニケーション学科（文学士：B.A.）

- ・外国語科目（5科目15単位）
- ・情報通信技術科目（4科目12単位）
- ・異文化コミュニケーション科目（11科目33単位）
- ・ビジネス・経営科目（23科目69単位）
- ・専門技術科目（1科目6単位）

②ホテル・マネジメント・ビジネス学科（経営学士：B.B.A.）

- ・外国語科目（7科目21単位）
- ・情報通信科目（4科目12単位）
- ・ホテル運営管理科目（15科目45単位）
- ・ビジネス・経営科目（17科目23単位）
- ・専門技術科目（1科目6単位）

両学科の卒業要件は44科目135単位であり、総在籍数は約100名。3学期制（6-7月、8-12月、1-5月）であって、国際ビジネス、ビジネス英語、ビジネスコミュニケーションをとくに重視している<sup>(65)</sup>。

同大学の『大学競争力（SIC Students' Core Competencies）』として、「国際課程学部」はつぎの6つのスキルを提唱している<sup>(66)</sup>。

ここからもわかるとおり、同学部は教養教育というよりも、実務的スキル教育をその主眼としている。語学教育においても同様に、語学を目的として学ぶことよりも、手段としての語学を重視している。

- ・Negotiation Skill 交渉スキル
- ・Multi-Lingual Skill 多言語スキル
- ・Cross-Cultural Management Skill 異文化マネジメントスキル

- ・ Managerial Skill 経営スキル
- ・ Interpersonal Skill 対人関係スキル
- ・ Communication Skill コミュニケーション・スキル
- ・ ICT Skill 情報通信技術スキル

### 3.4.3 Japan Education Fair

タイ人学生にとって、日本に留学することは大きな夢である。日本語を学ぶ学生も多い。バンコクにおいては、毎年、日本の大学や専門学校への留学を目的とした「Japan Education Fair」<sup>(67)</sup> が開催されている。

独立行政法人日本学生支援機構 (Japan Students Services Organization) は、毎年、世界各地において、Japan Education Fair を開催している。日本の大学など高等教育機関の参加を得て、現地の高校生や大学生、進学指導担当者等を招き、日本における大学教育や生活に関する情報を提供するとともに日本への留学を促進する目的である。

2013年度においては、チェンマイ (8月30日) およびバンコク (9月1日) において、日本留学フェア Japan Education Fair 2013 が開催された<sup>(68)</sup>。参加の大学等はブースにてポスターなどの展示や資料の配布、個別相談に応じるとともに、全体オリエンテーションとして、日本への留学について説明会が行われた。

2013年日本留学フェアには、チェンマイにおいては大学30校、専修学校・日本語教育機関10校、その他3機関が参加し、バンコクにおいては、大学61校、専修学校・日本語教育機関14校、その他6機関が参加している<sup>(69)</sup>。

日本留学に対するタイ人学生の願望はきわめて強く、現在、日本より約35校の私立大学が本Fairに参加しており、近い将来における本学の同フェアに対する参加が望まれる。

## 4. 考察

### 4.1 ふれあいを求める観光客

本論文において、タイを訪れる日本人観光客、日本を訪れるタイ人観光客の旅行形態は、①団体旅行から個人・小グループ旅行への変化 (「個人旅行化」)、そして、②未知の対象をより多く広く見る観光から既知の対象を限定しより深く見る観光への変化 (「リピータ化」) を、遂げつつあることを示した。

その旅行形態の変化は何によってもたらされたのかを考えると、旅行における意識の変化を、その背景に見ることができる。

かつては、今まで見たことのない観光対象を見ることに刺激と喜びを感じた観光客も、今はさらに大きな刺激と喜びを、人とのふれあいに感じている。その土地に暮らす人びととのふれあい、そして、観光する仲間とのふれあいに、現代の観光客はより大きな満足感を感じている。それまでにはまったく交わることのなかったその土地の人びとや、たまたま一緒になった観光する仲間とのふれあいを、現代の観光客は喜びを持って体験している。

バンコクの代表的観光地である王宮 (ワットプラケオ) の向かいには、間口2mほどの小さな商店が無数に軒を連ねている。タイのみやげ品、雑貨、干魚等の食品などを商っている。それらの商店にて買い物をするときは店主と言葉を交わすが、それは値切り交渉であるときもあり、商品説明であったり、たんなる挨拶のときもある。その状況において、観光客は買い物以上に店主との会話を楽しんでいるように見える。

人と人が話すことにより、今まで交わることのなかった人と人がふれあい、それまで存在しなかった新しい人間関係が誕生する。まったく違う世界に生まれ育った相手の気持ちをこちらが理解し、同時に、こちらの気持ちを相手が理解するという「気持ちの交流」が生じる。予想もしなかった交流において、観光客自身はこれまでとは違っ

た新しい自分を発見し、あるいは演じることができる。観光客は知らない相手に、新しい自分自身を見せることを楽しんでいるようだ。

#### 4.2 息苦しさからの解放感を感じる訪タイ日本人観光客

日本においては、社会的地位や収入の違いにより、人びとは自分が演ずるべき社会的役割が厳しく決められているが、タイにおいてはその社会的役割が緩い。たとえば、売り手と買い手の力関係においては、多くの場合、日本においては買い手が優位であるが、タイにおいては売り手と買い手は対等といってよいと思われる。タイにおいては、社会的地位や収入の違いは、決定的な違いを生み出していないように思われる。きちんと序列づけられている垂直型の日本社会と、皆が対等な水平型のタイ社会という対比ができる。その結果、タイにおける緩やかな人間関係に囲まれて、タイを訪れた日本人観光客は、緻密に張りめぐらされた日本の社会的人間関係から解放され、安堵感と開放感を感じている。

観光という空間は、その場かぎりのものであり、また、現実に居住する社会からは隔絶されている。ジョン・アーリ（原著 1990、邦訳 1995）は、「観光のまなざし－現代社会におけるレジャーと旅行」<sup>(70)</sup>にて、「旅は住居とか労働のある通常の場の外にある... 滞在期間は短期でかつ一時的という性格を持つ」と述べている。観光空間とは、一時性と実社会からの隔絶性に特徴がある。一時性でありかつ現実から隔絶しているという人間関係は、観光客が属する日本社会に実害を及ぼすとは考えられないため気楽である。タイという社会と、一時性と隔絶性を有する観光空間が、タイを訪れる日本人観光客に、より一層の安堵感と開放感をもたらしているといえる。観光客は日本という現実から瞬間的に開放され、あたらしい自分を演出することができる。

しばしば観光空間とは「(観光) 環境の泡」<sup>(71)</sup>と呼ばれ、観光客のために作られたニセモノの空

間と位置づけられている。しかし、本来、観光客は本物の観光空間（たとえば原始共同体の村落）を求めて旅に出発するが、結果として、観光客が与えられるものはニセモノ（たとえば、観光客向けの観光文化センター）となってしまうことが多い。本来、観光客が求めるものは真实性であり、妥協の産物としてニセモノ（あるいは「演出された本物性」<sup>(72)</sup>）が供されるのであり、決して観光客は当初からニセモノを求めているのではない。

佐々木土師二（2000）は「現代人は、自分が安住している皮相で疎外的で非本物的な環境から遠ざかり、どこか別の時代・場所に本物性を求めて、その探索の旅に出る」<sup>(73)</sup>と述べているが、タイを訪れる日本人観光客は、日本の社会にはない緩やかな人間関係を求めて、訪タイする。

#### 4.3 考察

本論文において、①日本とタイにおいて観光客の求めるものが人とのふれあいであり、新しい人間関係であるということ、そして、②日本人観光客はタイという観光空間において安堵感と開放感を感じているということの2点につき言及した。

その背景には、現代社会においては、職場においても家庭においても、人間関係が希薄化され寸断・孤絶化されつつある。その希薄化され寸断・孤絶化された人間関係を償い、確かな人間関係に戻りたいという欲求がある。かつての職場や家庭においては強い人間関係が存在していたが、現代においては人間関係はますます弱体化しつつある。その弱体化し失われた人間関係を、日本人観光客はタイという観光空間において取戻し、他者との関係において自分の存在をより確固なものに再構築したいと願っているのであろうと筆者は結論づけたい。近年の団体旅行から個人旅行への進展は、日々進行する人間関係の希薄化を押しとどめて、より確固なものにしたいという欲求であるとする。希薄化された人間関係の修復・代償行為として、現代の観光客はふれあいを希求する。

【参考文献および出典】

- (1) : 『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013 年
- (2) : 元田時男著、『タイビジネス必携第3版』、タイ語翻訳 GIPU、2012 年 10 月 30 日
- (3) : 『タイの査証 (ビザ) とトラブル事情』、ハロータイランド・ビジネスレポート、第2巻第4号、COMM Pte.Ltd.、2002 年 3 月発行
- (4) : “2010 Population and Housing census” National Statistical Office of Thailand、<http://www.popcensus.go.th/file/popcensus-10-01-56-E.pdf>、2013 年 6 月 20 日参照
- (5) : “Household Socio-Economic Survey 2009”, National Statistical Office of Thailand 2012、[http://web.nso.go.th/en/survey/house\\_seco/data/Household\\_Executive\\_09.pdf](http://web.nso.go.th/en/survey/house_seco/data/Household_Executive_09.pdf)、2013 年 6 月 20 日参照
- (6) : 『第3回「ジャパン・ブランド」に関する調査』、電通ニュースリリース、平成 24 年 7 月 4 日
- (7) : ニュースリリース、盤谷日本商工会議所、2013 年 4 月 3 日発行
- (8) : 「盤谷日本商工会議所ライブラリ」、盤谷日本商工会議所、<http://www.jcc.or.th/>、2013 年 6 月 20 日参照
- (9) : p.268、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013 年
- (10) : 『第3回「ジャパン・ブランド」に関する調査』、電通ニュースリリース、平成 24 年 7 月 4 日発行
- (11) : p.12、DACO 誌、Data & Communique Express Co.,Ltd.、2012 年 10 月 20 日号
- (12) : 文部科学省お知らせ『アジア太平洋遺産賞』、文部科学省、<http://www.mext.go.jp/unesco/001/2008/08100118.htm>、2013 年 6 月 18 日参照
- (13) : p.24、DACO、Data & Communique Express Co.,Ltd.、2012 年 12 月 5 日号
- (14) : 『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013 年
- (15) : 『国籍/目的別訪日外客数 (2004 年～2012 年)』、日本政府観光局 (JNTO)、2013 年
- (16) : 「報道発表資料」、日本政府観光局 (JNTO)、平成 25 年 6 月 19 日
- (17) : p.1、『アジア各国・地域へのタイ人訪問者数～各国受入国統計より日本政府観光局調べ』、タイ基礎データ、日本政府観光局 (JNTO)、2013
- (18) : p.260、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013 年
- (19) : p.1、『アジア各国・地域へのタイ人訪問者数～各国受入国統計より日本政府観光局調べ』、タイ基礎データ、日本政府観光局 (JNTO)、2013 年
- (20) : p.6、『2013 年訪日外客数 (総数)』、日本政府観光局 (JNTO)、[www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/visitor/2013\\_tourists.pdf](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor/2013_tourists.pdf)、2013 年 12 月 9 日参照
- (21) : p.2-3、前掲書
- (22) : 2 面、「東南ア向けビザ緩和を正式決定 タイ・マレーシアは取得免除」日本経済新聞 2013 年 6 月 11 日夕刊
- (23) : 「一般短期滞在数次ビザについて」在タイ日本国大使館ウェブサイト、[www.th.enb-japan.go.jp/cibsykar/visa14.htm](http://www.th.enb-japan.go.jp/cibsykar/visa14.htm)、2013 年 8 月 28 日参照
- (24) : 3 面、『中国政府に語学教師、1 万人派遣要請』、newsclip 紙、vol.233、2012 年 7 月 10 日発行
- (25) : 3 面、前掲書
- (26) : p.27、調査レポート『バンコクスタイル』、JETRO、2013 年
- (27) : p.27、調査レポート『バンコクスタイル』、



- JETRO、2013年
- (28) : p.278、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013年
- (29) : Press Release『東京観光ツアー概要』、株式会社エイチ・アイ・エス、2011年4月28日
- (30) : p.13、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日
- (31) : p.12、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日および p.12、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』、独立行政法人国際観光振興機構、平成22年7月15日
- (32) : p.13、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日および p.13、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』、独立行政法人国際観光振興機構、平成22年7月15日
- (33) : p.254、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013
- (34) : p.280、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013
- (35) : p.4、『訪日外国人消費動向調査 (平成23年版)』、国土交通省観光庁参事官、日本政府観光局 (JNTO)、2013年
- (36) : p.280、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013年
- (37) : p.12、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日および p.12、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』、独立行政法人国際観光振興機構、平成22年7月15日
- (38) : p.13、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2010』、独立行政法人国際観光振興機構、平成23年1月26日および p.13、『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』、独立行政法人国際観光振興機構、平成22年7月15日
- (39) : p.1、『タイの基礎データ』、独立行政法人日本観光振興機構バンコク事務所、2013年
- (40) : p.9-14、『Medica Tourism』誌、Issue32、2012Asian Publications Co.、2012年
- (41) : p.45、『経済産業省平成21年度サービス産業生産性向上支援調査事業 国際メディカルツーリズム調査事業報告書』、株式会社野村総合研究所、平成22年(2010年)3月
- (42) : p.45、前掲書
- (43) : p.46、前掲書
- (44) : p.1、『第8回日本旅行医学学会大会 (2009年4月18日開催、テーマ：60歳からの旅行医学) にて行われたバンコク病院仲地省吾医師の発表原稿』、[http://www.jstm.gr.jp/8th\\_seminar\\_shouroku002.pdf](http://www.jstm.gr.jp/8th_seminar_shouroku002.pdf)、2013年6月20日参照
- (45) : p.1、前掲書
- (46) : p.1、前掲書
- (47) : p.2、前掲書
- (48) : p.2、前掲書
- (49) : p.2、前掲書
- (50) : p.2、前掲書
- (51) : 1面、『医療革新2 競争意識高め病院効率化』、読売新聞国際版、2013年2月22日
- (52) : 平成23年のタイ国内在留邦人数調査統計』、在タイ日本国大使館ホームページ、<http://www.th.emb-japan.go.jp/jp/consular/zairyuto.htm>、2013年6月22日参照
- (53) : p.3、『ロングステイ調査統計 2012』、ロングステイ財団、2012年9月20日
- (54) : 『タイの査証 (ビザ) とトラブル事情』、ハロータイランド・ビジネスレポート、第2巻第4号、COMM Pte.Ltd.、2002年3月発行
- (55) : p.128、前掲書
- (56) : p.223、元田時男著、『タイビジネス必携第3版』、タイ語翻訳 GIPU 社、2012年10月30

日

- (57) : 「日本の観光ビザ免除、外務相が不法就労者増に懸念」、バンコク週報、2013年6月14日発行
- (58) : 「報道発表」、外務省、2013年6月25日発表
- (59) : 『ビザ取得資料』、在日タイ大使館、2012年1月入手
- (60) : p.328、元田時男著、『タイビジネス必携第3版』、タイ語翻訳GIPU、2012年10月30日
- (61) : p.263、p.288、『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2013』、日本政府観光局 (JNTO)、一般財団法人国際観光サービスセンター、2013年
- (62) : p.2-3、元田時男著、『タイビジネス必携第3版』、タイ語翻訳GIPU、2012年10月30日
- (63) : 『タイの高等教育戦略』、鈴木康郎 (大阪成蹊短期大学児童教育学科准教授)、カンピラパーブ・スネート (名古屋大学大学院国際開発研究科講師)、リクルート カレッジ マネジメント 164/Sep.-Oct. 2010
- (64) : 小冊子 “SRIPATUM UNIVERSITY Thailand’s Leading University for the New Generation” 及び、同大学ホームページ <http://www.spu.ac.th>、2013年6月20日参照
- (65) : “Sripatum International College (国際課程学部) パンフレット”、2013年6月20日参照
- (66) : SRIPATUM UNIVERSITY BANGKHEN CAMPAS ホームページ <http://spu-japanese.jimdo.com/>、2013年6月20日参照
- (67) : プレスリリース「平成24年度日本留学フェアの実施について」、独立行政法人日本学生支援機構、平成24年5月15日
- (68) : 「平成25年度日本留学フェア (タイ) 実施結果」、日本学生支援機構、[http://www.jasso.go.jp/study/info\\_fair\\_thailand\\_2013.html](http://www.jasso.go.jp/study/info_fair_thailand_2013.html)、2013年12月9日参照
- (69) : 「日本留学フェア (タイ) 参加機関一覧」、日本学生支援機構、[http://www.jasso.go.jp/study\\_j/documents/13thai\\_list.pdf](http://www.jasso.go.jp/study_j/documents/13thai_list.pdf)、2013年12月9日参照
- (70) : p.5、ジョン・アーリ著、『観光のまなざしー現代社会におけるレジャーと旅行』、加太宏邦訳、法政大学出版社、1995年2月22日初版発行
- (71) : p.13、前掲書
- (72) : p.234、佐々木土師二著、『旅行者行動の心理学』、関西大学出版部、2000年
- (73) : p.227、前掲書
- (謝辞)
- 駿河台大学在外研究の一環として、2012年4月より1年間、タイ国バンコク市に滞在し、知見を深めることができた。駿河台大学および関係者の皆様に感謝したい。

## **Behavioral Conceptualization of Tourist Flows between Japan and Thailand by FUKUNAGA Akira**

**[Abstract]** The purpose of this study is to identify the differences between Thai visitors to Japan and Japanese visitors to Thailand, trying to establish a model concept on the relationships between the economic development stages and the changes in travel patterns.

The study is based on the tourist flows between Japan and Thailand, which have been accelerated greatly by the recent visa facilitation procedures between these two countries.

This paper compares the differences and assesses how the travel patterns have been influenced and modified by the development of economy, mass media information, visa formalities, consumer behaviors and so on in these two countries.

Results showed that there exist no substantial differences in the travel patterns between the two countries. Both travelers have a positive liking for repeat travel and individually-arranged tours.

**[Key Words]** Japanese visitors to Thailand, Thai visitors to Japan, repeat travelers, packaged tours, individually-arranged tours