

## 〔論 説〕

# 潜在的な訪日観光客から見た日本の魅力 \* —タイ人大学生に対するアンケート調査から—

野 呂 純 一<sup>†</sup>  
ラタナピタック・キティカーン<sup>‡</sup>

## 1 はじめに

2003年に開始された訪日外国人旅行の促進活動である「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)以降、日本政府観光局「訪日外客数の動向 国籍 / 月別 訪日外客数 (2003年～2019年)」によれば、我が国を訪れる外国人観光客は年々増加し、2017年には25,441,593人を数えた。同様に、訪日タイ人についても、2004年に63,017人であった観光客も2017年には過去最高の919,000人となった。<sup>1)</sup>

最近では、我が国でも特に観光地において、観光客の著しい増加などによって観光客のみならず地域住民の満足度を著しく低下させるような負の影響<sup>2)</sup>を

---

\* 本稿は2017年11月3日(金)、4日(土)の二日間にわたり、くまもと県民交流館パレア(パレアホール)において開催された日本観光学会 第111回全国大会 in 熊本、及び2019年3月16日(土)、17日(日)に南山大学(名古屋キャンパス)、愛知大学(名古屋校舎)で行われた2018年度日本観光学会 中部支部大会(南山大学経営研究センター「観光経済経営学」ワークショップ共催)で報告したものに基つ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る。

† 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。

もたらす状況としてオーバーツーリズム (Overtourism) が問題となっているが、訪日外国人観光客の増加により得られる便益、即ち、正の影響<sup>3)</sup>に着目し、今後も引き続き、訪日外国人観光客を誘致していくという視点に立つとすれば、来訪した観光客の満足度を上昇させることによるリピーター増加のための施策はもちろん、未だ日本を訪れたことのない外国人が感じている「日本の魅力」や「日本を訪れる際に求めていること」を把握し、その要求を満たすことのできるような観光ができる環境を整備していくことが肝要であると言える。

このような中で、筆者は「潜在的な訪日観光客」に着目し、「国家レベル及び都道府県レベルにおける今後のタイ人観光客に対するインバウンド政策の在り方の検討」という中・長期的な目的を掲げ、2015年10月に第二筆者の本務校において「日本語」を学んでいる大学生に対して、「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」などに関するアンケート調査を実施し、その結果を野呂・キティカーン (2017) に示した。<sup>4)</sup> これは、観光庁の「訪日外国人消費動向調査 2016年年間値の推計 ※確報値」、「訪日外国人消費動向調査 2017年年間値の推計 ※確報値」などで、訪日タイ人観光客数を年代別に見ると、男女ともに30代が一番多いことから、20代未満及び20代前半の若者が、近い将来、観光客として日本を訪れる可能性が高く、その中でも特に、筆者がアンケート調査を行った対象がタイの地方の大学で「日本語」を学んでいる学生であるため、日本という国に対して既に強い関心を持っていることに加えて、アクセスの問題などから首都であるバンコク在住のタイ人と比較して、訪日経験が低いと考えられることから、彼らがタイ人の中の「潜在的な訪日観光客」であると考えられることによる。

この調査の中では、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た後、「日本語を学んでいる理由」、「日本という国、日本人が好きか」、「『日本』と聞いて最初に思い浮かぶもの」、「日本についての一番の情報源」、「日本への旅行（訪日意向、旅行形態、同行者、滞在日数、目的、食事、買い物な

ど)について」、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」、「タイ人学生から見た『タイ人が旅行先に日本を選ぶ理由』と『日本の魅力』などについて尋ね、タイの大学生が抱く「日本」や「日本への旅行」に関するイメージを把握した。

しかし、前回の調査は、1つの講義の出席者26名のみを対象としたもので、有効回答数が22と少数であったことなどにより、特に、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」については、非常に偏った結果となった。

このようなことから、第二筆者の本務校において「日本語」を学んでいる大学生111名に対して、再度、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」について尋ね、それに「『訪日意向』と『日本を訪れる際に期待すること』」及び「タイ人から見た日本の魅力」についての質問を加えたアンケート調査を実施した。

こうした背景の下、本稿では、まず、アンケート調査の対象及び方法について触れ、次いで、質問内容及び調査の結果を示し、最後にまとめとして調査結果について考察し、今後の課題についても示す。

## 2 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「『訪日意向』と『日本を訪れる際に期待すること』」、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」及び「タイ人から見た日本の魅力」に関するアンケート調査について示す。その中でまず、アンケート調査の対象及び方法について述べ、次いで質問内容及び調査結果について示す。

なお、本文中の「アンケート調査の質問及び結果」と「付録1」として掲載した調査用紙との対応関係を示すために小節のタイトルの後に調査用紙の質問番号、及び設問毎の有効回答数を示した。

## 2.1 調査対象および調査方法

タイ国メーファールアン大学において2017年9月15日、「日本語1」の計6クラスの講義中に、それぞれの講義の出席者に対して、第二筆者が巻末に付録1として掲げたアンケート用紙を配布し、「属性」、「訪日意向」、「日本を訪れる際に期待すること」、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」及び「タイ人から見た日本の魅力」について尋ねた。

## 2.2 アンケートの調査の質問及び結果

### 2.2.1 個人属性（Q1.1～Q1.4、有効回答数111）

まず、初めに個人属性として、「氏名」、「性別」、「専攻」、「年齢」、及び「学年」について尋ねたところ、表1に示されるように、専攻では、観光を専攻している学生が合計で35名と最も多く、次いで、中国語教育専攻の34名となっており、学年について見ると、4年生が51名と最多であった。

表1 調査対象の「専攻」及び「学年」

専攻	男子学生	女子学生	合計
英語	0	5	5
中国語教育	8	26	34
情報技術	4	5	9
観光	11	24	35
その他	7	21	28
合計	30	81	111

学年	男子学生	女子学生	合計
1年生	8	22	30
2年生	3	5	8
3年生	3	10	13
4年生	14	37	51
5年生	2	7	9
合計	30	81	111

### 2.2.2 訪日意向（Q2.1、有効回答数107）

ここでは、「訪日意向」に関する質問として「今後、日本に行ってみたいと思いますか？」という質問について、「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た。

その結果、「とても行きたい」と回答した学生は73名（68.2%）、「行きたい」と回答した学生は34名（31.8%）で、「どちらでもない」、「行きたくない」、「絶対行きたくない」と回答した学生は見受けられず、「訪日意向」に対しては全て肯定的な回答が占めた。

## 2.2.3 日本を訪れる際に期待すること（Q2.2、有効回答数107）

次いで、「日本を訪れる際に期待すること」として、「1. 日本食を食べること」から「20. 治療・健診」までの20項目について、それぞれ「1. とても期待する」、「2. 期待する」、「3. どちらでもない」、「4. 期待しない」、「5. 全く期待しない」の5つの選択肢の中から単一回答を求め、質問項目とその結果を表2に掲載した。

質問項目として、国土交通省観光庁（2018）「訪日外国人消費動向調査」の中の質問に対する選択肢として用いられている20項目を使用したこの質問に対する回答では、「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」が「とても期待する」の中で最多であり、それに「自然・景勝地観光」、「日本食を食べること」と続き、「とても期待する」に「期待する」を加えた値を見ても、上記の3項目への期待の大きさが見て取れる。

それに対して、「期待しない」、「全く期待しない」の回答が多かった項目について見ると「日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）」、「その他スポーツ（ゴルフ等）」、「スポーツ観戦（相撲・サッカー等）」、「治療・健診」などが挙げられる。

また、「どちらでもない」という回答に目を向けると、上記の「期待しない」、または「全く期待しない」の回答が多かった項目に加えて、「美術館・博物館」、「舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）」、「日本のポップカルチャーを楽しむ」などの回答が比較的多い。

表2 日本を訪れる際に期待すること

項 目	とても期待する		期待する		どちらでもない		期待しない		全く期待しない	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
1. 日本食を食べること	81	76%	21	20%	4	4%	1	1%	0	0%
2. 日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	19	18%	14	13%	48	45%	10	9%	16	15%
3. 旅館に宿泊	49	46%	43	40%	15	14%	0	0%	0	0%
4. 温泉入浴	57	53%	35	33%	14	13%	1	1%	0	0%
5. 自然・景勝地観光	82	77%	22	21%	3	3%	0	0%	0	0%
6. 繁華街の街歩き	55	51%	33	31%	18	17%	1	1%	0	0%
7. ショッピング	57	53%	32	30%	18	17%	0	0%	0	0%
8. 美術館・博物館	31	29%	39	36%	32	30%	5	5%	0	0%
9. テーマパーク	60	56%	27	25%	18	17%	2	2%	0	0%
10. スキー・スノーボード	47	44%	28	26%	24	22%	7	7%	1	1%
11. その他スポーツ（ゴルフ等）	6	6%	10	9%	39	36%	34	32%	18	17%
12. 舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	28	26%	37	35%	32	30%	8	7%	2	2%
13. スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	13	12%	21	20%	45	42%	19	18%	9	8%
14. 自然体験ツアー・農漁村体験	42	39%	37	35%	27	25%	1	1%	0	0%
15. 四季の体感（花見・紅葉・雪等）	84	79%	22	21%	1	1%	0	0%	0	0%
16. 映画・アニメ縁の地を訪問	47	44%	25	23%	28	26%	7	7%	0	0%
17. 日本の歴史・伝統文化体験	34	32%	54	50%	16	15%	2	2%	1	1%
18. 日本の日常生活体験	54	50%	42	39%	10	9%	1	1%	0	0%
19. 日本のポップカルチャーを楽しむ	23	22%	28	26%	42	39%	6	6%	8	7%
20. 治療・健診	12	11%	18	17%	52	49%	14	13%	11	10%

## 2.2.4 日本の47都道府県に対する「来訪経験」、「認知度」及び「来訪意向」(Q3.1、Q3.2、有効回答数107)

ここでは、前回の調査と同様に「日本の47都道府県に対する『来訪経験』『認知度』」として「以下の都道府県を知っていますか？また、これまで行ったことはありますか？」という問いについて、「1. 行ったことがある」、「2. 行ったことはないが、名前は知っている」、「3. 行ったことはなく名前も知らない」の3つの選択肢の中から単一回答を求め、その結果を図1に示した。

それに加えて、「来訪意向」として、「今後行きたいと思いますか？」という問いに対して、「1. ぜひ行ってみたい」、「2. 行ってみたい」、「3. あまり行きた

くない」、「4. 行きたくない」の4つの選択肢の中から単一回答を求めた。

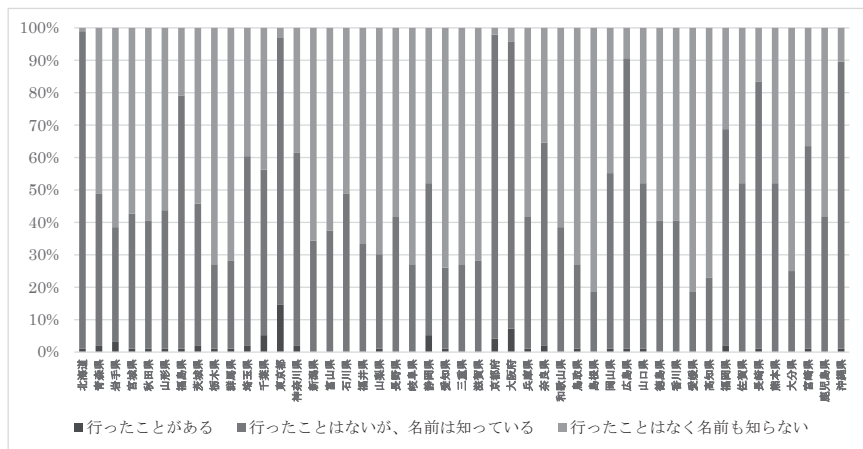


図1 日本の47都道府県に対する「来訪経験」と「認知度」

「来訪経験」については、図1に示したように、東京都（14名）、大阪府（7名）、千葉県及び静岡県（5名）、京都府（4名）、岩手県（3名）青森県、茨城県、埼玉県、神奈川県、奈良県、福岡県がそれぞれ2名と来訪経験は必ずしも多くないことが見て取れる。

また、「来訪意向」についての回答の結果から、来訪意向の回答を点数化し、都道府県毎の来訪意向を（財）日本交通公社（2005）に示されている以下の式により「来訪意向得点」として算出し、表3に示した。

$$\frac{2A+B}{2A+B+C+2D}$$

但し、A:「ぜひ行ってみたい」の回答者数、B:「行ってみたい」の回答者数、  
C:「あまり行きたくない」の回答者数、D:「行きたくない」の回答者数

表3 日本の47都道府県に対する「来訪意向得点」

	ぜひ行ってみたい (人)	行ってみたい (人)	あまり行きたくない (人)	行きたくない (人)	来訪意向得点
北海道	65	31	0	0	<b>1.0000</b>
青森県	26	55	14	1	<b>0.8699</b>
岩手県	22	53	15	6	<b>0.7823</b>
宮城県	21	53	20	2	<b>0.7983</b>
秋田県	25	50	18	3	<b>0.8065</b>
山形県	24	51	17	4	<b>0.7984</b>
福島県	36	48	10	2	<b>0.8955</b>
茨城県	27	46	19	4	<b>0.7874</b>
栃木県	25	42	23	6	<b>0.7244</b>
群馬県	25	44	21	6	<b>0.7402</b>
埼玉県	32	46	15	3	<b>0.8397</b>
千葉県	32	44	16	4	<b>0.8182</b>
東京都	76	19	1	0	<b>0.9942</b>
神奈川県	33	46	15	2	<b>0.8550</b>
新潟県	24	44	24	4	<b>0.7419</b>
富山県	22	48	21	5	<b>0.7480</b>
石川県	27	49	16	4	<b>0.8110</b>
福井県	26	45	21	4	<b>0.7698</b>
山梨県	26	46	19	5	<b>0.7717</b>
長野県	28	49	16	3	<b>0.8268</b>
岐阜県	26	51	16	3	<b>0.8240</b>
静岡県	36	45	13	2	<b>0.8731</b>
愛知県	23	51	16	6	<b>0.7760</b>
三重県	24	49	17	6	<b>0.7698</b>
滋賀県	25	44	19	8	<b>0.7287</b>
京都府	67	26	3	0	<b>0.9816</b>
大阪府	73	22	1	0	<b>0.9941</b>
兵庫県	33	44	11	8	<b>0.8029</b>
奈良県	37	41	15	3	<b>0.8456</b>
和歌山県	26	45	18	7	<b>0.7519</b>
鳥取県	23	54	12	7	<b>0.7937</b>
島根県	19	53	16	8	<b>0.7398</b>



潜在的な訪日観光客から見た日本の魅力

	ぜひ行ってみたい (人)	行ってみたい (人)	あまり行きたくない (人)	行きたくない (人)	来訪意向得点
岡山県	36	40	14	6	<b>0.8116</b>
広島県	45	33	12	6	<b>0.8367</b>
山口県	32	45	14	5	<b>0.8195</b>
徳島県	26	48	16	6	<b>0.7813</b>
香川県	25	47	17	7	<b>0.7578</b>
愛媛県	19	52	17	8	<b>0.7317</b>
高知県	22	49	16	9	<b>0.7323</b>
福岡県	38	39	13	6	<b>0.8214</b>
佐賀県	35	40	14	7	<b>0.7971</b>
長崎県	48	32	13	3	<b>0.8707</b>
熊本県	39	40	13	4	<b>0.8489</b>
大分県	30	46	15	5	<b>0.8092</b>
宮崎県	37	44	13	2	<b>0.8741</b>
鹿児島県	31	47	13	5	<b>0.8258</b>
沖縄県	59	34	2	1	<b>0.9744</b>

表3に示される「来訪意向得点」の上位5都道府県について見ると、北海道については、「あまり行きたくない」、「行きたくない」と回答した学生がいなかったことから、来訪意向得点は1.0000を示し、次いで、東京都 (0.9942)、大阪府 (0.9941)、京都府 (0.9816)、沖縄県 (0.9744) の順に高い値を示し、それに福島県 (0.8955) が続いた。

ここで、「日本の47都道府県に対する『認知度』と『来訪意向』」の関係を眺めることを目的として、縦軸に「来訪意向」を、横軸に「認知度」をとり、散布図として図2に示した。

なお、「認知度」としては、「以下の都道府県を知っていますか？また、これまで行ったことはありますか？」という問いに対して、来訪経験の有無にかかわらず「認知している」という意味から、「行ったことはないが、名前は知っている」に「行ったことがある」を加えたその合計を、また、「来訪意向」については、「今後行きたいと思いますか？」という問いに対して、「ぜひ行ってみたい」という回答に「行ってみたい」という回答を加えて、来訪意向につい

て肯定的な回答を合計したものとした。

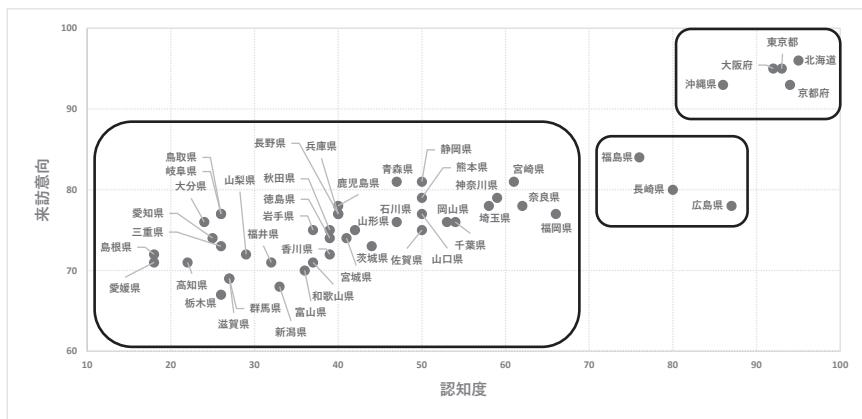


図2 日本の47都道府県に対する「認知度」と「来訪意向」

図2の中に示されている位置関係から、47都道府県をグループ1（北海道、東京都、大阪府、京都府、沖縄県）、グループ2（福島県、長崎県、広島県）、グループ3（グループ1及びグループ2に含まれていない都道府県）の3つのグループに分けた。

その中で、グループ1については、「認知度」及び「来訪意向」のいずれも高い値を示しているグループ、それに対して、グループ3は「認知度」及び「来訪意向」のいずれについても必ずしも高くはないグループ、グループ2は「認知度」については比較的高い値を示しているが「来訪意向」がグループ1ほど高くはないグループで、その中でも長崎県、広島県に対する「来訪意向」はグループ3に属する都道府県と同程度であることが見て取れる。

## 2.2.5 タイ人から見た日本の魅力（Q4、有効回答数97）

本アンケートの最後の質問として「何か『タイ人から見た日本の魅力』についてご意見がございましたらお書きください。」と尋ね、自由記述式で回答を

求めた。

野呂・キティカーン（2017）に示した前回の調査においても、「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。」と尋ねており、「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種類に関する回答が見られたが、今回の回答について見ても、「日本人のマナーの良さ」などの「日本人」に関するものや、「日本料理」や「日本のアニメ」など「日本の文化」に関するものを初め、「日本のテクノロジー」、「日本の街」、「日本の自然」などに関する回答が多く見られた。

### 3. おわりに

ここでは、本稿のまとめとして、第2節で示したタイ人大学生への『「訪日意向」と『日本を訪れる際に期待すること』、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』』及び「タイ人から見た日本の魅力」について尋ねたアンケートの結果について考察し、最後に今後の課題について述べる。

#### 3.1 結果の考察

まず、『「訪日意向」と『日本を訪れる際に期待すること』』について見ると、「訪日意向」に対する回答は、今回の調査対象である111名の中で、有効回答を得た107名全員が「とても行きたい」または、「行きたい」と回答しており、訪日する際には「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」、「自然・景勝地観光」、「日本食を食べること」に対して期待を寄せる一方、「日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）」、「その他スポーツ（ゴルフ等）」、「スポーツ観戦（相撲・サッカー等）」、「治療・健診」については、「期待していない」という結果となった。

先に述べたように、本稿は2017年9月15日に実施したアンケート調査結果に基づくものであることから、この結果を同時期の調査である、国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査 2017年年間値の推計 ※ 確報値」における「国籍・地域（21区分）別 訪日旅行に関する意識（満足度など）【観光・レジャー目的】」の結果と比較すると、同調査においては、「訪日前に期待していたこと（複数回答）」と「訪日前に最も期待していたこと（単一回答）」に分け、「日本食を食べること」から「治療・健診」の20項目に加え、「上記には当てはまるものがない」を加えた21項目について尋ねられている。そこでは、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」がいずれにおいても上位3つを占めており、「上記には当てはまるものがない」を除くと、「その他スポーツ（ゴルフ等）」、「日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）」、「治療・健診」、「スポーツ観戦（相撲・サッカー等）」が下位となっている。

学生は「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」、「自然・景勝地観光」のいずれについても関心を示していることがわかるが、「訪日外国人消費動向調査」の結果では、「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」については必ずしも期待されていないようである。これについては、「訪日外国人消費動向調査」が訪日外国人観光客が日本を出国する際に行われる調査であることから、調査対象が必ずしも「花見」や「紅葉」、「雪」などが体験できる季節に日本を訪れているわけではないことに対して、学生たちは、日本を訪れる時期を具体的に決定していないという違いがあることが影響しているのではないだろうか。

また、本稿の調査では、「ショッピング」への期待が「訪日外国人消費動向調査」の結果ほど高くないことに加えて、「日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）」への期待が低い点については、調査対象が学生であることから必ずしも経済的余裕があるとは言えないことや20歳以下の学生が含まれることが影響していると思われる。

次に、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』及び『来訪意向』」については、やはり学生たちの「来訪経験」は高いとは言えず、「来訪意向得点」

では、北海道、東京都、大阪府、京都府が上位を占め、それに沖縄県、福島県が続いた。

北海道には比較的多くのタイ人観光客が訪問し、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ること、沖縄については、観光庁による「宿泊旅行統計調査（平成27年・年間値（確定値））」の中の「外国人延べ宿泊者数」を見ても、訪日観光客数がタイよりも上位である、韓国、中国、台湾、香港、アメリカからの観光客の10.4%から3.8%が沖縄に宿泊しているのに対して、増加傾向にあるとは言え<sup>5)</sup>、訪日タイ人観光客が沖縄に宿泊した割合は1.2%と必ずしも高いとは言えず、沖縄を訪れるタイ人観光客が少ないことの2点については、野呂・キティカーン（2017）でも指摘した。本稿の調査においても学生たちの北海道に対する来訪意向は高いことがわかったが、沖縄への来訪意向についても高いようである。

「認知度」及び「来訪意向」の関係では、散布図に示された位置関係から「認知度」及び「来訪意向」のいずれも高い値を示しているグループ、「認知度」については比較的高い値を示しているが「来訪意向」がさほど高くはないグループ、「認知度」及び「来訪意向」のいずれについても必ずしも高いとは言えないグループの3つのグループに分けた。

「認知度」及び「来訪意向」のいずれについても必ずしも高いとは言えないグループについては、今後日本を訪れるタイ人に対して、まず、「認知度」を高めていくことが求められ、「認知度」については比較的高い値を示しているが「来訪意向」がさほど高くはないグループについては、認知されているにもかかわらず「来訪意向」が低い要因について探る必要があろう。

### 3.2 今後の課題

最後に、今後の課題について述べると、『訪日意向』と『日本を訪れる際に期待すること』を尋ねた質問に対する結果については「日本を訪れる際に期待すること」の回答から、「訪日意向」の要因を計量的に分析する予定であっ

たが、「訪日意向」についての回答が全て肯定的であったこと、「日本を訪れる際に期待すること」におけるそれぞれの項目について、「期待しない」、「全く期待しない」という回答をした学生が存在しない項目や極めて少数である項目が多数存在したことなどにより、今回は回答の集計のみに留まった。

また、「日本の47都道府県に対する『来訪経験』、『認知度』、及び『来訪意向』」についての回答では、自由記述でないにも関わらず、一部が空欄となっているなど回答の不備が多く見られた。これらのことから、次回以降の調査に当たっては、質問内容及び選択肢について更に検討を加えると同時に、アンケート調査を行う際に調査対象者への説明をしっかりと行う必要がある。

更に「認知度」及び「来訪意向」の関係について、特に福島県、長崎県、広島県は、「認知度」が比較的高いにもかかわらず、「来訪意向」が必ずしも高くないことが示されたが、「認知度」及び「来訪意向」について都道府県別に深く尋ねることにより、その要因について探っていくことも今後の課題として挙げられる。

前回の調査結果に加え、以上のようなことを踏まえて、今後も国家レベル及び都道府県レベルにおける今後のタイ人観光客に対するインバウンド政策の在り方検討するために、「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)この要因としては、タイの経済成長、円安、日タイ間のローコストキャリア（LCC）の就航などの要因や、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ことなどが挙げられよう。また、訪日タイ人観光客数についてタイ国側の統計としては、例えば、Tourism Authority of Thailandによる“TOURISM EXPENDITURE BY OUTGOING THAI TRAVELLERS”がある。そこでは、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

## 潜在的な訪日観光客から見た日本の魅力

載されており、2004年における日本への観光客の総数は139,050人、2017年は911,819人と示されている。

- 2) 具体的な影響として、例えば、街の混雑、交通渋滞、騒音、ゴミ問題、環境破壊などが挙げられる。
- 3) これについては、インバウンド消費による地域経済の活性化、地域創生などが挙げられよう。
- 4) タイ人に対するアンケート調査に関する他の先行研究については、例えば、富岡（1994）、ボンサピタックサンティ（2014）、（2015）があり、富岡（1994）においては、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大学生の価値観についてのアンケート調査を実施し、その中で、「タイ人の日本観」について尋ねている。また、ボンサピタックサンティ（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。
- 5) LCC のピーチ（Peach Aviation）が2017年2月より、那覇（沖縄）ーバンコク（スワンナプーム）の直行便の就航を開始したことなどが影響していると思われる。

## 参考文献

### 〔文献〕

公益財団法人日本交通公社（2005）「旅行者動向2005」。

富岡悠時（1994）『タイ人のライフスタイルー大学生の価値観リポーター』、サイマル出版会。

野呂純一、ラタナピタック・キティカーン（2017）「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ー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ー」、『経営総合科学』、第106号、愛知大学経営総合科学研究所、45-67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〕

国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査 平成29年1月～12月分（年の確定値）」

<http://www.mlit.go.jp/kankochou/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>（最終確認日2019年7月1日）

国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査 2016年年間値の推計 ※ 確報値」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>（最終確認日2019年7月1日）  
国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査 2017年年間値の推計 ※ 確報値」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>（最終確認日2019年7月1日）  
日本政府観光局「訪日外客数の動向 国籍 / 月別 訪日外客数（2003年～2019年）」

[http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/visitor\\_trends/index.html](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/index.html)（最終確認日2019年7月1日）

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

<https://intelligencecenter.tat.or.th/>（最終確認日2019年7月1日）



## 潜在的な訪日観光客から見た日本の魅力

### 付録1 調査用紙

แบบสอบถามเรื่องเสน่ห์ของญี่ปุ่นในสายตาคนไทย (ครั้งที่2)

วันที่ 15 กันยายน 2560

โนโระ จุนอิจิ (สถาบันวิจัยเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยกุกุชูอิน)

junichi.noro@gakushuin.ac.jp

กิติกามุณี รัตนพิทักษ์ (สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง)

Kitikamul@mfu.ac.th

ทีมวิจัยได้จัดทำวิจัยเรื่อง เสน่ห์ของญี่ปุ่นในสายตาของคนไทย

แบบสอบถามที่ใช้กับนักศึกษาแม่ฟ้าหลวงชุดนี้จะเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการอ้างอิงในงานวิจัย คำตอบที่ได้จากท่านทั้งหมดจะถูกใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในงานวิจัยและจะไม่มี  
การใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น อีกทั้งข้อมูลส่วนนี้จะถูกเก็บเป็นความลับทั้งหมด กรุณาตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่าน  
ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม

1. กรุณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

Q1.1 ชื่อ ( )

Q1.2 เพศ กรุณาวงกลมเพื่อเลือกหนึ่งคำตอบ 1.ชาย 2.หญิง

Q1.3 วิชาเอก กรุณาวงกลมเลือกหนึ่งคำตอบ

1. ภาษาอังกฤษ 2. การสอนภาษาจีน 3. เทคโนโลยีสารสนเทศ 4. ท่องเที่ยว 5. อื่น ๆ .....

Q1.4 อายุ และชั้นปี / อายุ ( ) เลือกชั้นปี โดยวงกลมคำตอบข้างล่างเพื่อเลือกหนึ่งคำตอบ

1. ชั้นปีที่ 1 2. ชั้นปีที่ 2 3. ชั้นปีที่ 3 4. ชั้นปีที่ 4 5. อื่น ๆ .....

2. คำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ญี่ปุ่น

Q2.1 ในอนาคตคิดว่าอยากไปญี่ปุ่นหรือไม่ วงกลมเพื่อเลือกหนึ่งคำตอบ

1. อยากไปมาก 2. อยากไป 3. เฉย ๆ 4. ไม่อยากไป 5. ไม่อยากไปแน่นอน

Q2.2 ตอนที่ไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ท่านมีความคาดหวังในระดับใดจาก 20 หัวข้อด้านล่าง

กรุณากรอกตัวเลขที่ตรงกับระดับความคาดหวัง

1. คาดหวังเป็นอย่างมาก 2. คาดหวัง 3. เฉย ๆ 4. ไม่ได้คาดหวัง 5. ไม่ได้คาดหวังเลย

หัวข้อ	คำตอบ	หัวข้อ	คำตอบ
1. การกินอาหารญี่ปุ่น		11. กีฬาอื่น ๆ (เช่น กอล์ฟ)	
2. การดื่มเหล้าญี่ปุ่น(เช่น สาเก ไวน์)		12. การชมการแสดง (เช่น คาบูกิ ดะกริ คอนเสิร์ต)	
3. การเข้าพักในโรงแรมแบบญี่ปุ่น		13. การชมการแข่งขันกีฬา (เช่น ซูโม ฟุตบอล)	
4. การลงออนเซ็น		14. พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติ การสัมผัสวิถีชีวิตหมู่บ้านเกษตรและประมง	
5. การชมธรรมชาติที่สวยงาม		15. การสัมผัสฤดูกาลทั้งสี่ (เช่น เทศกาลชมซากุระ การชมใบไม้เปลี่ยนสี หิมะ)	
6. การเดินเที่ยวในแหล่งช้อปปิ้ง		16. การเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทอดหนังหรืออนิเมะ	
7. การซื้อของ		17. การสัมผัสประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น ประเพณีดั้งเดิม	
8. พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์		18. การสัมผัสวิถีการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่น	
9. สวนสนุก		19. การผลิตสินค้าวัฒนธรรม J-Pop ของญี่ปุ่น	
10. สกี สโนว์บอร์ด		20. การรักษาโรค การดูแลสุขภาพ	

3. คำถามเกี่ยวกับจังหวัดในญี่ปุ่น

Q3.1 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากจะไปหรือไม่ และเคยไปหรือไม่

(กรุณาเลือกหนึ่งหมายเลขที่ตรงกับความเป็นจริง)

1. เคยไป
2. ไม่เคยไป แต่เคยได้ยินชื่อ
3. ไม่เคยไปและไม่เคยได้ยินชื่อ

Q3.2 ในอนาคตอยากไปหรือไม่ (กรุณาเลือกหนึ่งหมายเลขที่ตรงกับความเป็นจริง)

1. อยากไปแน่นอน
2. อยากไป
3. ไม่ค่อยอยากไป
4. ไม่อยากไป

	Hokkaido (ฮอกไกโด)	Aomori (อาโอโมริ)	Iwate (อิวาเตะ)	Myagi (มิยาเกะ)	Akita (อาคิตะ)	Yamagata (ยามากาตะ)	Fukushima (ฟูกูชิมะ)	Ibaraki (อิบารากิ)
Q3.1								
Q3.2								
	Tochigi (โทจิกิ)	Gumma (กุมมะ)	Saitama (ไซตามะ)	Chiba (ชิบะ)	Tokyo (โตเกียว)	Kanagawa (คานากาวะ)	Niigata (นีงาตะ)	Toyama (โทยามะ)
Q3.1								
Q3.2								
	Ishikawa (อิชิกาวะ)	Fukui (ฟูกูอิ)	Yamanashi (ยามานาชิ)	Nagano (นาగాโนะ)	Gifu (กิฟุ)	Shizuoka (ชิซูกะ)	Aichi (ไอจิ)	Mie (มื่อะ)
Q3.1								
Q3.2								
	Shiga (ชิกะ)	Kyoto (เกียวโต)	Osaka (โอซาก้า)	Hyogo (เฮียวโงะ)	Nara (นาระ)	Wakayama (วากายามะ)	Tottori (ทตตีริ)	Shimane (ชิมานะ)
Q3.1								
Q3.2								

	Ookayama (โอคายามา)	Hiroshima (ฮิโรชิม่า)	Yamaguchi (ยามากุจิ)	Tokushima (โทคุชิม่า)	Kagawa (คาगाว่า)	Ehime (เอฮิเมะ)	Kochi (โคจิ)	Fukuoka (ฟูกูโอกะ)
Q3.1								
Q3.2								
	Saga (ซะกะ)	Nagasaki (นางาซากิ)	Kumamoto (คุมamoto)	Oita (โออิตะ)	Miyazaki (มียาซากิ)	Kagoshima (คาโกะชิม่า)	Okinawa (โอกินาวา)	
Q3.1								
Q3.2								

Q4 กรุณาให้ความเห็นเกี่ยวกับเสน่ห์ของญี่ปุ่นในสายตาคนไทย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับความร่วมมือ

