



วารสารญี่ปุ่นศึกษารวมศาสตร์

ปีที่ 40 ฉบับที่ 1

มกราคม - มิถุนายน 2566

บทความวิจัย

Thai Learners' Knowledge of and Proficiency in Keigo (Japanese Honorifics).....1

Ishii, Atsuko

Fukushima, Yupaka

Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing Process: A Study of Thai Learners of JFL...18

Kyoichi Yokota

บทความวิชาการ

Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese.....37

Reading Comprehension

SAENG-URAI Thitisorn

Possibilities and the Challenges of Attracting Foreign Tourists (Thais) to Japan for Tourism.....55

in Tohoku Region, Japan

Sasiwara Chantrakantanond

ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมันห่อ.....79

ปิยาภรณ์ จันทรสว

กฎหมายระหว่างประเทศกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในสมัยเมจิ ค.ศ. 1868 – 1912:.....98

กรณีศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศและการปรับเปลี่ยนแนวทาง

ทางการทูตของญี่ปุ่น

จิรกิตต์ จันทรรักษา

บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในทศวรรษ 2020 : ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง.....113

นภดล ชาติประเสริฐ

เจ้าของ สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
99 หมู่ 18 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121

Owner Institute of East Asian Studies, Thammasat University
99, Paholyothin Road, Klong-loung District, Pathumthani Province, 12121, Thailand

กำหนดออก ปีละ 2 ฉบับ (ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน/ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม)

Issued Time 2 issues per year (No. 1 January – June/No. 2 July - December)

ที่ปรึกษา (Advisory Board)	
ศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู	คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Professor Dr.Chaiwat Khamchoo	Faculty of Political Science, Chulalongkorn University
ศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Professor Dr.Attachak Satayanuruk	Faculty of Humanities, Chiang Mai University
ศาสตราจารย์ ดร.นภดล ชาติประเสริฐ	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Professor. Dr.Nophadol Chartprasert	Faculty of Liberal Arts, Thammasat University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ มีสินฐาน	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Assistant Professor Dr.Chaiwat Meesantan	Faculty of Liberal Arts, Thammasat University
บรรณาธิการ (Editor)	
รองศาสตราจารย์ ดร.ดุสิตภาค ปรีชาธิราช	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Associate Professor Dr.Dulyapak Preecharush	Faculty of Liberal Arts, Thammasat University
รองบรรณาธิการ (Associate editor)	
นายจันทวัฒน์ ศิริรัตน์	สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Mr.Jintavat Sirirat	Institute of East Asian Studies, Thammasat University
ผู้ช่วยบรรณาธิการ (Assistant editor)	
Mrs. Eriko Manomaiphibul	Institute of East Asian Studies, Thammasat University
กองบรรณาธิการ (Editorial Board)	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนิดา อนันตนาคม	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Assistant Professor Dr.Panida Anantanakom	Faculty of Humanities, Chiang Mai University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อธิวัฒน์ สุพุทธิกุล	คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Assistant Professor Dr.Teewin Suputtikun	Faculty of Political Science, Chulalongkorn University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภาพร รัชตพัฒนานกุล	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Assistant Professor Dr.Nipaporn Ratchatapattanukul	Faculty of Liberal Arts, Thammasat University
รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ เจริญพร	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Associate Professor Peera Charoenporn	Faculty of Economics, Thammasat University
คุณอรุณ บุนนาค	สำนักพิมพ์ JLIT
Mr.Arth bunnag	JLIT Publisher
อาจารย์ทิพวรรณ อภิวันท์วรรัตน์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Tipawan Apiwanworarat	Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management
อาจารย์ ดร. ฝนดา ไชยศรี	คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
Dr. Panita Chaisorn	School of Political and Social Science, University of Phayao
ดร.วาทัญญู ไจบิรุทธิ์	สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Dr.Watunyu Jaiborisudhi	Institute of East Asian Studies, Thammasat University
ฝ่ายจัดการและประชาสัมพันธ์ (Managing and Public Relations Team)	
นางวรรณิชา ไวยฉายี	สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Mrs.Wannisa Vaichayee	Institute of East Asian Studies, Thammasat University
นางสาวกตมณ เทพเสิดา	สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Ms.Katamon Thepsida	Institute of East Asian Studies, Thammasat University



IEAS
Thammasat University
since 1984

วารสารญี่ปุ่นศึกษาธรรมศาสตร์

Thammasat Journal of Japanese Studies

ISSN 2821-9627 (Online)

ปีที่ 40 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2566 Vol. 40 No. 1 January - June 2023

บทความวิจัย

Thai Learners' Knowledge of and Proficiency in *Keigo* (Japanese Honorifics) 1

Ishii Atsuko, Fukushima Yupaka

Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing Process: 18

A Study of Thai Learners of JFL

Kyoichi Yokota

บทความวิชาการ

Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese 37

Reading Comprehension

Saeng-urai Thitisorn

Possibilities and the Challenges of Attracting Foreigner Tourists (Thais) to Japan for 55

Tourism in Tohoku Region, Japan

Sasiwara Chantrakantanond

ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมันเทศ 79

ปิยาภรณ์ จันทร์สวย

กฎหมายระหว่างประเทศกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในสมัยเมจิ ค.ศ. 1868 – 1912: 98

กรณีศึกษา การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศและการปรับเปลี่ยนแนวทาง

ทางการทูตของญี่ปุ่น

จิรกิตติ์ จันทร์รักษา

บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในทศวรรษ 2020: ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง 113

นภดลชาติประเสริฐ

เกี่ยวกับวารสารญี่ปุ่นศึกษารรรมศาสตร์

วารสารญี่ปุ่นศึกษารรรมศาสตร์ สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการ ราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน, ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม) เริ่มจัดพิมพ์ เผยแพร่ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2527 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั่วไป มีโอกาสเสนอผลงานวิชาการ เพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในด้านญี่ปุ่นศึกษา และนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติในเชิงบูรณาการ ยินดีรับพิจารณา บทความที่ส่งเสริมองค์ความรู้ทุกด้านของญี่ปุ่นศึกษา โดยเฉพาะด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เช่น ประวัติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา ภาษา ปรัชญา วรรณกรรม ศิลปะ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น

ต้นฉบับเพื่อพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่อาจเป็นรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งต่อไปนี้

1. **บทความวิจัย** หมายถึง บทความที่มีการศึกษาหรือค้นคว้าอย่างเป็นระบบด้วยวิธีวิทยาการวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชานั้นๆ และมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล คำตอบหรือข้อสรุปที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการหรือเอื้อต่อการนำวิชาการนั้นไปประยุกต์ ด้วยบทความต้องประกอบด้วยการกำหนดประเด็นปัญหา วัตถุประสงค์ การท้าวรรณกรรมปริทัศน์ สมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การพิสูจน์สมมติฐาน การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลสรุปผลและให้ข้อเสนอแนะ การอ้างอิง และอื่นๆ

2. **บทความวิชาการ** หมายถึง บทความซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้การวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุนจนสามารถสรุปผลวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่างๆ มาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย ด้วยบทความต้องประกอบด้วยการนำความที่แสดงเหตุผลหรือที่มาของประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์ กระบวนการอธิบายหรือวิเคราะห์และบทสรุป มีการอ้างอิงและบรรณานุกรมที่ครบถ้วนและสมบูรณ์

3. **บทความรับเชิญ** หมายถึง บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่กองบรรณาธิการวารสารติดต่อขอรับ บทความมาจากผู้เขียนที่มีความรู้หรือประสบการณ์ขั้นสูงในทางวิชาการหรือวิชาชีพ ทั้งนี้บทความดังกล่าวจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิเช่นเดียวกับบทความอื่นๆ

4. **บทวิจารณ์หนังสือ** ซึ่งจะถูกพิจารณาโดยบรรณาธิการวารสาร

5. **บทความสัมภาษณ์หรือรายงานการประชุมสัมมนา** ซึ่งจะถูกพิจารณาโดยบรรณาธิการวารสาร

ทั้งนี้ บทความนั้นจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น บทความทุกประเภทยกเว้นบทความสัมภาษณ์หรือรายงานการประชุมสัมมนา จะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน โดยใช้ระบบ Double-blind peer review (ผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้เขียน และผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา) โดยหลักการกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาบทความให้ผู้เขียนทราบภายใน 1 เดือนหลังจากได้รับบทความ บทความที่ผ่านการกลั่นกรอง อาจต้องปรับแก้ก่อนได้รับอนุมัติให้ตีพิมพ์ ผู้เขียนจะมีสิทธิ์ตรวจแก้ต้นฉบับก่อนพิมพ์ ซึ่งจะต้องตรวจทาน แก้ไข และส่งผลกลับภายในเวลาที่กำหนด กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแก้ถ้อยคำตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบของวารสาร

About Thammasat Journal of Japanese Studies

Thammasat Journal of Japanese Studies is an academic journal of Institute of East Asian Studies, Thammasat University, and is published half yearly (2 issues per year). The Journal has following policy:

1. To provide a channel for dissemination of research outputs related to Japanese studies in all aspects and establish a platform for scholars, practitioners and graduate students to share knowledge and experiences and utilize the journal as a valuable resource to increase the body of knowledge that benefit society and national integrated development.

2. To inform readers about academic activities of Japanese Studies Program to enhance cooperation between the network of partner organizations.

The Journal will publish original and quality articles related to Japanese Studies in field of History, Economics, Politics, Business, Sociology, Anthropology, Language, Philosophy, Literature, and Arts.

1. **Research Article** is an article that has been studied or researched systematically using the reliable method in related field. The article should comprise statement of research problem, objective, literature review, analysis, conclusion, and standard reference.

2. **Academic Article** is an article that author analyzes issue or research problem. The article is comprised of explicit issue, literature review, critical analysis, conclusion, and standard reference.

3. **Invited Article** is a research or academic article that editor board invited a professional and prominent writer in field of Japanese studies. However, the article is required to be reviewed in the double blind peer review system by professional readers as well.

4. **Book Review** will be reviewed by journal editor.

5. **Interview Report or Seminar Report** will be reviewed by journal editor.

The paper must have never been published in any journal before, nor is under consideration of another journal. **Every paper will be assigned to three experts for peer review, except interview and seminar report. This journal uses the system of double-blind peer review**, in which author and reviewers identities are concealed from each other.

After screened by editorial board, author will be informed technically within 1 month. The reviewed paper may be revised before final approval to be published. The author is also eligible to adjust pre-published version within the prescribed time. The editorial board reserves the rights to adjust wording as appropriate and consistent with the journal's format.

บรรณาธิการแถลง

วารสารญี่ปุ่นศึกษารวมศาสตร์ได้เดินทางเข้าสู่ปีที่ 40 พร้อมนำเสนอองค์ความรู้ด้านญี่ปุ่นศึกษาอย่างต่อเนื่อง ในฉบับที่ 1 ปี 2566 นี้ ได้นำเสนอหลากหลายประเด็นเกี่ยวกับญี่ปุ่นศึกษา สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

1. การเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่น บทความวิจัยเรื่อง “Thai Learners’ Knowledge of and Proficiency in Keigo (Japanese Honorifics)” ได้ศึกษาวิจัยความรู้ความเข้าใจของนักศึกษาไทยในการใช้ภาษาสุภาพสำหรับการให้เกียรติหรือยกย่อง (keigo) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของภาษาญี่ปุ่น ทำให้พบว่า นักศึกษาไทยยังคงต้องฝึกฝนการใช้ keigo ให้เกิดความชำนาญเพื่อให้สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้อย่างคล่องแคล่วและเป็นประโยชน์สูงสุด บทความต่อมา คือ บทความวิจัยเรื่อง “Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing Process: A Study of Thai Learners of JFL” ได้เสนอให้เห็นถึงกลยุทธ์การเรียนการเขียนภาษาญี่ปุ่นแบบ peer-peer interactions ในกลุ่มนักศึกษาไทย ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการเขียนภาษาญี่ปุ่นที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังมีบทความวิชาการเรื่อง “Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese Reading Comprehension” ความน่าสนใจของบทความนี้ คือ ผู้เขียนได้พัฒนาแบบประเมินความซับซ้อนของประโยคในภาษาญี่ปุ่น (sentence complexity index) เพื่อประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจความซับซ้อนดังกล่าว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำหรับผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น

2. การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ได้แก่ บทความวิชาการเรื่อง “Possibilities and the Challenges of Attracting Foreign Tourists (Thais) to Japan for Tourism in Tohoku Region, Japan” ผู้เขียนได้ศึกษาถึงปัจจัยและความท้าทายในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคโทโฮกุ ประเทศญี่ปุ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไทย โดยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สื่อบันเทิง อาหาร และธรรมชาติที่สวยงาม เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปเยี่ยมเยือน แต่ขณะเดียวกันยังมีจุดที่จำเป็นต้องปรับปรุงเพื่อมดใจนักท่องเที่ยวไทยให้มากขึ้น อีกบทความหนึ่งที่น่าสนใจ คือ บทความวิชาการเรื่อง “ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ” ในช่วงหลายปีที่ชาเขียวหรือมัทฉะ ‘บูม’ จึงทำให้ผู้เขียนตั้งใจพาผู้อ่านไปทำความเข้าใจถึงที่มาที่ไปของมัทฉะจากความนิยมในประเทศสู่ตลาดต่างประเทศ จนกลายเป็น soft power ที่มีชื่อเสียงของญี่ปุ่นในปัจจุบัน รวมถึงกลยุทธ์การตลาดของแบรนด์ระดับโลกที่มีส่วนสำคัญในมัทฉะครองความนิยมอย่างต่อเนื่อง

3. การเมืองและความความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ บทความวิชาการเรื่อง “กฎหมายระหว่างประเทศกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในสมัยเมจิ ค.ศ. 1868 – 1910: กรณีศึกษา การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศและการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการทูตของญี่ปุ่น” ผู้เขียนได้นำเสนอถึงปัจจัยกฎหมายระหว่างประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในยุคเปลี่ยนผ่านที่สำคัญของญี่ปุ่นอย่างสมัยเมจิ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองและแนวทางการทูตของญี่ปุ่น ซึ่งมีเหตุผลหลัก คือ ความยอมรับในฐานะชาติที่มีอารยะและรัฐสมัยใหม่ในสายตาของชาติตะวันตก สุดท้ายนี้ บทความวิชาการเรื่อง “บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในทศวรรษ 2020: ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง” เป็นเรื่องราวที่ผู้เขียนนำเสนอถึงพัฒนาการความสัมพันธ์ทั้งแบบทวิภาคีและพหุภาคีระหว่างญี่ปุ่นกับภูมิภาคแปซิฟิกใต้ ซึ่งกำลังเป็นสนามประลองระหว่างชาติมหาอำนาจอย่างสหรัฐฯ จีน และออสเตรเลีย โดยญี่ปุ่นก็ไม่ต้องถกขบวนความสัมพันธ์ครั้งนี้ด้วย

กองบรรณาธิการวารสารฯ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเรื่องราวหลากหลายประเด็นเกี่ยวกับญี่ปุ่นศึกษาที่นำเสนอในฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุก ๆ คน

รองศาสตราจารย์ ดร.ดุลยภาค ปรีชารัชช

บรรณาธิการ

Thammasat
Journal of
Japanese Studies

タイ人日本語学習者の敬語の知識とその運用について

Thai Learners' Knowledge of and Proficiency in Keigo (Japanese Honorifics)

Ishii, Atsuko¹

Fukushima, Yupaka²

^{1,2}Department of Eastern Languages,
Faculty of Humanities, Kasetsart University

Corresponding Author:

Fukushima, Yupaka

Faculty of Humanities, Kasetsart University

50 Ngamwongwan Rd, Chatuchak Bangkok 10900, Thailand

E-mail: fhummykf@ku.ac.th

Received: 21 October 2022

Revised: 7 March 2023

Accepted: 9 March 2023

タイ人日本語学習者の敬語の知識とその運用について

要旨

敬語は、日本語母語話者にとってコミュニケーションの重要な要素であり、日本人は文法規則と文化的エチケットに従って、敬語を使用することが期待されている。『敬語の指針』(文化審議会答申, 2007)には、敬語の基本的な考え方や具体的な使い方が示され、現在ガイドラインとなっている。そこには、敬語が自らの気持ちに即して主体的に言葉を選択し、「自己表現」として使用するものであるとの認識が書かれている。本研究では、タイ人日本語学習者の敬語の知識と運用について調査した。自己表現としての敬語を適切に使いこなせているかについても加味して検討した。バンコクにある大学で、質問用紙による調査を行い、日本語を主専攻とする3年生18人と、4年生17人から回答を得た。質問はテスト形式で、2つのパートから成り立っている。1つは敬語の知識を試す問題で23問、もう1つは運用力をはかる問題で6問あった。前者は多肢選択式問題、後者は設定状況に最適な丁寧度(1または2)を選択した上で、指定された語を使用して文章を完成させる記述式問題であった。3年生と4年生を比較するために行ったt検定では、有意差が認められなかった。多肢選択式問題の結果からは、調査協力者の敬語知識が脆弱であることが明らかになった。最も頻繁に起こった誤用は、語形(文法)の誤りで、尊敬語や謙譲語の使い分け誤用より多かった。記述式問題でも、文法の誤用が目立った。正用率が低く、敬語が十分に運用できるとはいえなかった。このことから「自己表現」としての敬語使用にまでは至っていないことが明らかになった。

キーワード: 敬語, 尊敬語, 謙譲語, 誤用

Thai Learners' Knowledge of and Proficiency in Keigo (Japanese Honorifics)

Abstract

Native Japanese speakers are expected to use *keigo* (Japanese honorifics), following Japanese grammatical rules and cultural etiquette, which are key factors through which they communicate. *Keigo* demonstrates respect, as outlined in “*Keigo no shishin*” (“Guidelines on honorifics”; Bunkashingikaitoshin, 2007). In addition, “*Keigo no shishin*” discusses that in Japanese, according to one’s feelings or thoughts, *keigo* might be chosen and used as a tool of self-expression. Therefore, this research investigates Thai learners’ knowledge of and proficiency in Japanese honorific expressions. Research participants were 18 third-year and 17 fourth-year Thai university students. For the study, they completed two tests, one of which comprises 23 multiple-choice questions to estimate their knowledge of Japanese *keigo*. In the other test, six short-answer questions on selecting politeness levels (1 or 2) estimated their proficiency in Japanese. A *t*-test on both results indicated no significant differences. Furthermore, the multiple-choice results revealed participants’ knowledge of Japanese to be poor or shallow; the most frequent errors in *keigo* occurred in grammatical form rather than in misuse of the respectful or humble form. The short-answer test also revealed a high percentage of grammatical misuse. In other words, the percentage of accurate or acceptable answers was low, implying that participants’ overall proficiency in Japanese was poor. Thus, Thai learners of Japanese cannot express themselves well or accurately due to low proficiency, often demonstrated in misuse of *keigo*.

Keywords: *Keigo* (Japanese honorifics), respectful form, humble form, misuse

1. はじめに

敬語は日本語の特色の一つといわれ、日本語でのコミュニケーションにおいては、重要な役割を担っている。日本語母語話者は対人関係に応じて、上下・親疎関係を瞬時に判断し、同時にその場面に最も適していると思われる敬語を選択している(菊地, 1996)。また、日本語敬語は相対敬語と言われ、同一人物に対して、ある時は尊敬語を使い、別な時には謙譲語を使うといった複雑さが伴い、なおさら外国人日本語学習者の負担となっている(村尾, 2013)。

国際交流基金(The Japan Foundation)が実施した2018年度日本語教育機関調査¹では、タイ国内の高等教育機関(大学)で学ぶ学習者数は20,506人と報告されている。学習者たちは、所属大学のカリキュラムに沿って学んでおり、日本語専攻課程(学士号)を設置している大学のカリキュラムでは、一般的に1年生から総合日本語の科目が設けられている。そして、学年が上がっていくに従い技能的科目や職業的科目が加わる。初級から学習する場合は、スリーエーネットワークの『みんなの日本語』やアルクの『できる日本語』などのテキストが教科書として使用され、敬語は初級の後半で学習する。学年で言えば、2年生後半から3年生前半で尊敬語・謙譲語を学び、「V いただきます」「V くださいます」のような丁寧な表現も学習する。授業では、上下・親疎関係を考慮した内容で紹介されている。その後は、各大学のカリキュラムによってさまざまであろうが、「ビジネス日本語」「日本語通訳」「日本語翻訳」「観光」など職業的科目でさらに敬語の学習が進む。なお、こうした職業的科目の授業内容は、教師に学習項目や学習目標がゆだねられているが、おおむねどの授業でも敬語は取り上げられており、文化・習慣等の背景も紹介されていると思われる。しかし、小川(2005)が指摘するとおり、待遇表現習得のための学習目標は一般化しにくく、学習項目も教師にゆだねられているのが現状であるため、テキストや教師が設定した場面での会話練習などだけでは、多様で複雑な敬語使用の場面に十分対応できるかは不明である。一方、日本語の国語教育をみると、小学校では丁寧な表現(敬体)と普通の表現(常体)との違いを意識し、敬体で書かれた文章に慣れることが目標とされている。まずは「慣れる」段階である。そして、中学校ではさらに「身につける」段階へと敬語学習は移行し、高等学校では「効果的に敬語を運用する」熟達度が期待される段階へと進む(原田, 2017)。しかし、敬語は仕事の場面を通して意識的に習得されることが多いため、高校生・大学生はまだ敬語使用が不十分とみなされており、実践が乏しいために正しい敬語を使えないとも考えられている。柳村(2017)が「成人後も習得が続く」と指摘しているとおりである。言い換えると、敬語を実際に運用する機会が多ければ多いほど的確かつ適切な敬語運用が可能になる。しかし、実践の機会が多いとしても、敬語の間違いを自分では気づきにくく、また他人からも

¹ 2018年度日本語教育機関調査は、2018年5月から2019年3月に実施された。

指摘してもらいにくい(井上,1999)。したがって、敬語の習得には、自らの誤用への気づきが必要であり、意識して身につけていかなければならないと考えられる。

このように日本語母語話者にとって煩雑な敬語は、外国人日本語学習者にとっても難易度が高いのは当然である。日本語母語話者に比べて、学習した敬語を実際に運用する機会が非常に少ない日本語学習者にとって、敬語の定着と運用の向上を図るのは極めて難しいと推測される。

そこで本研究では、大学で日本語を専攻しているタイ人日本語学習者の敬語の知識とその運用能力について調査することを目的とした。具体的には学習者による誤用の傾向や特徴を明らかにし、限られた授業時間内でいかに学習内容を体得し、「自己表現」としての敬語を適切に使いこなせているかについて検討する。

2. 先行研究

「敬語は国語(日本語)²のすべての面に、網の目のごとく浸透している言語現象である。」と坂本(1977)が述べている。すべての面ということは、敬語が日常・学校・社会生活において使われており、語彙・文法・文体に関わる言語現象であり、加えて音声・会話の速度・態度・表情といったことまで関わってくる現象なのである。そのため、先行研究でも、敬語そのものを研究する狭義なものから待遇表現を研究する広義なものまで広範囲にわたる。

敬語自体を研究したものとして、Poonvongprasert (2016) のタイ人日本語学習者の敬語使用におけるエラー分析の研究がある。大学 3・4 年生の計 85 人に穴埋めテスト(問題数 10 問)とフォローアップインタビューも行い、データ収集と分析をした。その結果、謙譲語を尊敬語として使用している間違いが多いことが分かった。また、「いらっしゃいます」を使用すべきところに謙譲語の「うかがいます」「まいります」を使用する誤りが多いとも指摘した。頻度の高い誤用は語形の誤りと間違った動詞の使用だとの結論を述べている。また、尊敬語・謙譲語の使い分けに関する理解と敬語への思いについての研究もある。Mingkwon (2009)は、タイの国立大学 6 か所で、日本語専攻の 3 年生と 4 年生を対象に、合計 116 名にアンケート調査を行い、尊敬語・謙譲語の使い分けについて分析し考察している。その考察の中で、「尊敬語・謙譲語の誤用に影響を与えるのは主要素社会的身分より主要素ウチ・ソトの方が大きい」と述べている。このように、先行研究では、アンケート調査で、例文内の敬語が適切か不適切を判断し、不適切な場合それを訂正する、という方法を用いたものがほとんどである。しかし、それでは、『敬語の指針』の第一章にかかげられている、「自己表現」としての敬語まで検討することができない。指針によれば、「自己表現」の考え方は、相手や周囲の人と

² ()は筆者が加筆。

の人間関係、場の雰囲気、自らの気持ちを踏まえて、主体的に判断し、選択し、使用することである。しかし、敬語の誤用についての先行研究では、枠組みとして「上下関係」と「親疎関係」の 2 つの軸を基準にし、形式や意識の観点から考察しており、自らの気持ちを取り上げたものは知見の限りない。例えば、自己表現としてどの程度の敬語を使用するか、あるいは丁寧度がどのくらいでどのような敬語にするかなどに触れた研究で、タイ人日本語学習者を対象としたものはまだ見当たらない。

3. 調査方法

本研究では、日本語専攻のタイ人大学生 3 年生と 4 年生の日本語能力検定試験 3 級または 4 級の合格者を対象に質問紙による調査を行った。質問紙は、調査協力者の基本情報を尋ねる設問 A と敬語に関するテスト形式の設問 B(選択肢問題)と設問 C(丁寧度を決めた上で、指定された語を使用して最適な文章を完成させる)から成り立っている。設問 B の選択肢問題は 23 問あり、正答に対しては 1 点で採点した。テスト形式の問題内容は平林・浜(1988)や井口(1988)を参考に作成した。誤用のタイプごとに問題数がそろっていないのは、敬語体系のなかで尊敬語や謙譲語など各カテゴリーの敬語表現の数が異なっていること考慮し、また、よく使われる表現や状況を考慮したからである。設問 B の問題例を挙げると、第 1 問は以下の通りである。

1. 「 ^{おい} 美味しいいちごケーキがありますが、	a. いただきますか。 b. ^め召し上がりませんか。
--------------------------------------	--

この問題では尊敬語が使われるべきで、正答は b である。

次に、設問 C は 6 問あり、満点は 24 点で、4 つの要素から採点した。設定された状況にいちばん即した丁寧度レベルを 1 または 2 のどちらかに決め、その丁寧度にふさわしい言葉を{}内にある選択肢から選ぶとともに、与えられた動詞を適切な形に変えて文章を完成する問題である。問題の例文は次のとおりである。

ตัวอย่าง : บทสนทนา กับ เจ้าหน้าที่ที่เคาน์เตอร์ธนาคาร โดยคุณแจ้งว่าต้องการธนบัตรใหม่จำนวน หนึ่งแสนเยน		
回答例 { ตัวอย่าง คำถาม } { ① すみませんが、 ② もうしわけありませんが、	^{ねが} お願いします ↓ ^{ねが} お願いします。	ระดับความสุภาพ ① 2
10 万円を新しいお札で		

採点の第一要素は、状況に即した丁寧度をレベル 1 またはレベル 2³から選び、正しい選択肢であれば 1 点、そうでなければ 0 点とした。第二要素は、{}内にある 2 つの選択肢(敬語または非敬語)から最適なものを選び、正しい選択肢であれば 1 点、そうでなければ 0 点とした。第三要素は、指定された動詞を利用し敬語に変えて最適な文章を完成させるもので、正しい表現であれば 1 点、そうでなければ 0 点とした。第四要素は、丁寧さと敬意のバランスがとれているかどうかで、バランスが良ければ 1 点、文法は正しいがその表現と丁寧さ・敬意のバランスが良くなければ 0.5 点、文法が間違っていればバランスは 0 点とした。最後にこれらの点数を合計するが、第三要素(文法)が 0 点のときは、ほかの項目に得点があっても合計は 0 点とした。各問題の採点は 4 点(1+1+1+1)、2.5 点(1+0+1+0.5 または 0+1+1+0.5)、1.5 点(0+0+1+0.5)、0 点(第三要素 0 点のため合計は 0 点)から成り立っている。なお、第一・第二・第三要素が各 1 点であればバランスは良いので、この場合 0.5 点はなく、ゆえに 3.5 点は計算上ないことになる。この採点方法は、先行研究によりどころがなく、独自に作成したため、その適正については未知数の部分があることは否めないが、試みとして本研究で行った。

なお、質問紙は、タイ人日本語教師 1 名、日本人日本語講師 2 名のチェックを受けて妥当性を確認した。

調査は 2019 年 9 月中旬におこない、大学内でデータを収集した。調査協力者数は 35 人、内 3 年生が 18 人、4 年生が 17 人であった。(以下 3 年生を TJ1、4 年生を TJ2 とする。)

4. 結果と考察

本研究では、設問 B と設問 C を合わせた結果とその考察、設問 B のみの結果と考察、設問 C のみの結果と考察を記述した。

設問 B と設問 C を合わせた満点は 47 点である。最高は 30 点、最低は 10 点であった。30 点は TJ2 の調査協力者で、10 点は TJ1 の調査協力者であった。平均点は、TJ1 では 18.7 点、TJ2 では 22.5 点と差があり、TJ2 の方が平均点は高かった。両グループの有意差を確認するために *t* 検定を行ったところ、TJ1 と TJ2 の間に有意差が認められなかった(表 1 参照)。

表 1 グループ別設問 B と設問 C の結果

	N	$\bar{x}$	SD	<i>t</i>	Sig.
TJ1	18	18.7	5.97	2.085	.387
TJ2	17	22.5	4.62		

³ レベル 1 は「丁寧」、レベル 2 は「いちばん丁寧」とした。

次に、設問 B は、23 問各 1 点で 23 点が満点である。両グループともに、最高点は 21 点、最低点は 10 点で同じであった。両グループの有意差を確認するために t 検定を行ったところ、設問 B においても TJ1 と TJ2 の間に有意差が認められなかった(表 2 参照)。

表 2 グループ別設問 B の結果

	N	$\bar{x}$	SD	t	Sig.
TJ1	18	14.8	2.94	2.835	.837
TJ2	17	17.7	3.04		

正答率の高い順に並び変えた結果は表 3 のとおりである。表 3 内の正誤欄では、正答が「✓」、誤答は誤用の種類別に数字が付してある。菊地(1996)を参考に、誤用の種類は、1. 語形の誤り、2. 機能の誤りはさらに 3 つに分け、2-1. 尊敬語のところを謙譲語にしてしまう、2-2. 謙譲語のところを尊敬語にしてしまう、2-3. 謙譲語 I のところを謙譲語 II(丁重語)にしてしまう、またはその逆、3. 運用の誤り(敬語の過剰使用、敬意の過不足、敬う相手の取り違え)、4. 文体のバランスとした。

表 3 設問 B グループ別成績の結果(正答率降順)

設問 B 番号	選択肢		正誤	正答率% (人数)	誤答 率% (人数)	G1 % (人)	G2 % (人)
21	a	ご休み	1	100% (35)	0% (0)	0% (0)	0% (0)
	b	お休み	✓			51.4% (18)	48.6% (17)
6	a	申します	✓	97.1% (34)	2.9% (1)	48.55% (17)	48.55% (17)
	b	おっしゃいます	2-2			2.9% (1)	0% (0)
1	a	いただきますか	2-1	94.3% (33)	5.7% (2)	5.7% (2)	0% (0)
	b	召し上がりませんか	✓			45.7% (16)	48.6% (17)
2	a	いただきます	✓	94.3% (33)	5.7% (2)	47.15% (17)	47.15% (16)
	b	召し上がります	2-2			2.9% (1)	2.8% (1)
7	a	おりますか	2-1	94.3% (33)	5.7% (2)	5.7% (2)	0% (0)
	b	いらっしゃいますか	✓			45.7% (16)	48.6% (17)
19	a	疲れた	4	88.6% (31)	11.4% (4)	11.4% (4)	0% (0)
	b	お疲れ	✓			40% (14)	48.6% (17)
10	a	いらっしゃいます	2-2	85.7% (30)	14.3% (5)	8.6% (3)	5.7% (2)
	b	まいります	✓			42.85% (15)	42.85% (15)
20	a	ごゆっくり	✓	82.9% (29)	17.1% (6)	37.2% (13)	45.7% (16)
	b	おゆっくり	1			14% (5)	3.1% (1)
4	a	お持ちしましょうか	✓	80.0% (28)	20.0% (7)	34.3% (12)	45.7% (16)
	b	持ってさしあげましょうか	3			17.1% (6)	2.9% (1)
16	a	いらっしゃいます	2-2	77.1% (27)	22.9% (8)	14.3% (5)	5.7% (2)
	b	うかがいます	2-3			2.9% (1)	0% (0)
	c	まいります	✓			34.3% (12)	42.8% (15)
	d	ございます	1			0% (0)	0% (0)
13	a	お待ちしてください	1	74.3% (26)	25.7% (9)	25.7% (9)	0% (0)
	b	お待ちください	✓			25.7% (9)	48.6% (17)
15	a	帰国いたす	2-1	74.3% (26)	25.7% (9)	5.7% (2)	11.4% (4)
	b	ご帰国になる	✓			42.9% (15)	31.4% (11)
	c	ご帰国になられる	1			2.9% (1)	5.7% (2)
17	a	いたしますか	2-1	74.3% (26)	25.7% (9)	14.3% (5)	5.7% (2)
	b	なさいますか	✓			37.15% (13)	37.15% (13)
	d	なされますか	1			0% (0)	5.7% (2)

表 3 設問 B グループ別成績の結果(正答率降順)(続き)

18	a	おしゃいましたか	✓	74.3% (26)	25.7% (9)	37.15% (13)	37.15% (13)
	b	おっしゃられましたか	1			5.7% (2)	11.4% (4)
	c	もうしましたか	2-1			5.7% (2)	0% (0)
	d	もうされましたか	1			2.9% (1)	0% (0)
23	a	お持ちします	✓	60.0% (21)	40.0% (14)	28.6% (10)	31.4% (11)
	b	お持ちになります	2-2			22.9% (8)	17.1% (6)
3	a	お参加できます	1	57.1% (20)	42.9% (15)	2.9% (1)	2.9% (1)
	b	お参加になれます	1			14.3% (5)	0% (0)
	c	ご参加できます	1			20% (7)	2.9% (1)
	d	ご参加になれます	✓			14.3% (5)	42.8% (15)
11	a	お使いしたいんですが	1	57.1% (20)	42.9% (15)	5.7% (2)	11.4% (4)
	b	お使いいただけますが	2-2			11.4% (4)	8.6% (3)
	c	使わせていただきたいんですが	✓			31.4% (11)	25.7% (9)
	d	使わせてさしあげますが	3			2.9% (1)	2.9% (1)
12	a	お取りになって	✓	51.4% (18)	48.6% (17)	20.0% (7)	31.4% (11)
	b	お取りして	1			31.4% (11)	17.2% (6)
14	a	ききましたか	✓	51.4% (18)	48.6% (17)	22.8% (8)	28.6% (10)
	b	うかがいましたが	3			28.6% (10)	20.0% (7)
22	a	もの	✓	45.7% (16)	54.3% (19)	22.85% (8)	22.85% (8)
	b	かた	2-2			28.6% (10)	25.7% (9)
5	a	ご覧になったと存じます	✓	42.9% (15)	57.1% (20)	22.9% (8)	20.0% (7)
	b	ご覧になったとご存じです	2-2			28.6% (10)	17.1% (6)
	c	見たと存じます	3			0% (0)	5.7% (2)
	d	見たとご存じです	1			0% (0)	5.7% (2)
9	a	田中部長	3	37.1% (13)	62.9% (22)	42.9% (15)	20.0% (7)
	b	田中	✓			8.55% (3)	28.55% (10)
8	a	ございますね	4	20.0% (7)	80.0% (28)	37.1% (13)	42.9% (15)
	b	いらっしゃいますね	✓			14.3% (5)	5.7% (2)

正答率の高いものをいくつか抜粋すると、問題 21 が 100%で正答率が最も高かった。「お休み」というのが正答で、この言葉は学習の中で頻出度が高く覚えやすい言葉だったといえよう。2 番目に高い正答率は、問題 6 の 97.1%であった。受付で自分の名前を名乗る場面で、ほとんどの調査協力者が謙譲語を使って正答であった。3 番目に高い正答率は問題 1、2、7 の 94.3%であった。問題 1、2 は「ケーキを召し上がりませんか」「いただきます。」という会話で、尊敬語と謙譲語が正しく使わ

れていた。問題 7 は、「部長の田中さんはいらっしゃいますか。」という表現で、尊敬語が正しく使われていた。これらは学習の際の練習頻度が高く、聞いたり・見たり・使ったりする機会が多いため、定着しやすかったと考えられる。一方、正答率が最も低いものは、問題 8 で 20%であった。受付係が来客者に対して話す場面で、「〇〇様でいらっしゃいますね。」が正答である。しかし、「〇〇様でございますね。」との誤答が 80%で、TJ1 が 18 人中 13 人、TJ2 が 17 人中 15 人であった。日本語母語話者でもこの間違いは多くみられる(菊地,1996)。2 番目に低い正答率は、問題 9 の正答率は 37.1%であった。受付係が自社の部長(ウチ関係)をお客様に対して「田中部長は」と個人名の後に役職名を付ける誤りが多かった。個人名の後につく役職名には敬意が含まれると考えられており、その理解不足であると推測される。あるいは、タイでは両親、目上の親戚、先生に丁寧語を使い、深い敬意をはらう文化・習慣があるために影響を受け、日本文化から判断すること、そして日本語の敬語のシステムに従うことができなっただと考えられる。ほかに、ウチ・ソト関係でいえば、問題 22 の「係りのものが」(謙譲語)というべきところを「係りの方が」(尊敬語)としている回答も多く、正答率は 45.7%であった。言い換えると、ウチ関係であるのに尊敬語を使った誤りが 54.3%と半数以上であった。誤用の種類をみると、誤用 1「語形の誤り」が最も多かった(表 3 参照)。これは文法の誤りで、両グループともに、敬語知識の定着が乏しいことが明らかになった。頻出単語や頻出フレーズを覚えることは、知識の定着に役立つため、敬語学習についてはより多様な状況における敬語の例と適切な敬語選択の考え方を同時に示していくことが大切だと考える。

設問 C の満点は 24 点、最高点は TJ2 の 12 点、最低点は両グループとも 0 点であった。両グループの有意差を確認するために *t* 検定を行ったところ、設問 C においても TJ1 と TJ2 の間に有意差が認められなかった(表 4 参照)。

表 4 グループ別設問 C の結果

	N	$\bar{x}$	SD	<i>t</i>	Sig.
TJ1	18	3.9	3.52	0.768	.757
TJ2	17	4.9	3.47		

正用か誤用かという判断は、0点は誤用であるが、それ以外の点数のものは、コミュニケーションに差しさわりのないとの筆者の考えから正用とした。各問題の結果は表5に示されたとおりである。

表5 設問C 各グループの結果 (%)

問題	グループ	正用			誤用
		4点	2.5点	1.5点	0点
1	TJ1	16.7	6.9	2.1	74.3
	TJ2	35.3	0.0	2.2	62.5
2	TJ1	5.6	3.5	6.2	84.7
	TJ2	11.8	3.7	2.2	82.3
3	TJ1	5.6	3.5	2.1	88.8
	TJ2	23.5	0.0	4.4	72.1
4	TJ1	22.2	0.0	2.1	75.7
	TJ2	11.8	0.0	11.0	77.2
5	TJ1	16.7	3.5	0.0	79.8
	TJ2	11.8	0.0	0.0	88.2
6	TJ1	0.0	0.0	0.0	100.0
	TJ2	0.0	0.0	0.0	100.0

最も高い正用率は問題1で、TJ1が25.7% (16.7+6.9+2.1)、TJ2が37.5% (35.3+0.0+2.2) であった。

状況と回答への注意：「新入社員が、取引先に E-mail で初めて連絡し『書類を送ってもらいたい』と書くとき、どのように書きますか。」という問題である。丁寧な気持ちを高く、より丁寧に尊敬語を使用して書く必要がある。各点数の回答例をいくつか挙げる。

4 点： （丁寧度 2）お手数をおかけしますが、書類をお送りいただけますか。

（丁寧度 2）お手数をおかけしますが、書類を送っていただけませんか。

2.5 点：（丁寧度 2）すみませんが、書類を送っていただけませんか。

1.5 点：（丁寧度 1）すみませんが、書類を送っていただけませんか。

（丁寧度 1）すみませんが、書類を送っていただけないでしょうか。

0 点： （丁寧度 1）お手数をおかけしますが、書類を送られていただけますか。

（丁寧度 1）お手数をおかけしますが、書類を送っていただいてももらいませんか。

（丁寧度 1）お手数をおかけしますが、書類を送ってもらいます。

丁寧度 2 と「お手数をおかけします」の組み合わせが最適である。「丁寧度 2ーすみませんが」はバランスが悪いため 2.5 点となっている。1.5 点は、「丁寧度 1ーすみませんが」とその後続く敬語のバランスが釣り合いといえる。0 点は、TJ1 が 12 人、TJ2 が 10 人いたが、誤答はその同じ数だけあり、顕著に現れる誤用パターンの傾向は見られなかった。しかし、誤用のほとんどが敬意を示すべき相手から「もらう・くれるなどの授受表現」を使って丁寧さを表現しようと試みていた。

次に、最も低い正用率は問題 6 で、TJ1 と TJ2 ともに 0%であった。

状況と回答への注意：「お姉さんもあなたも同じ大学を卒業しました。いま、あなたは卒業した大学の先生に会いに来ています。お姉さんから『先生によろしく』と言って頼まれたのでそのことを伝えます。どのように言いますか。」という問題である。この場合、聞き手(先生)、話し手(自分)、第三者(身内)の関係を考慮した上で、伝聞の表現にしなければならない。4 点の正答はなかったが、正答例を挙げると、「(丁寧度 1) 姉がよろしくと申しておりました。」である。0 点(誤用)の例をいくつか挙げる。

0 点： (丁寧度 1) 姉がよろしくと申しました。

(丁寧度 1) 姉がよろしくと申し上げました。

(丁寧度 1) 姉がよろしくとおっしゃいました。

(丁寧度 1) お姉さんがよろしくとおっしゃいます。

(丁寧度 1) お姉さんがよろしくと言われました。

(丁寧度 1) お姉さんがよろしくとお言われました。

この問題で、身内に対して「お姉さん」と言及した人数は TJ1 が 18 人中 5 人、TJ2 が 17 人中 5 人であった。また、謙譲語を使うべきところを尊敬語にした人数は TJ1 が 3 人、TJ2 も 3 人であった。伝聞の形にはできなかったが、TJ1 の 4 人と TJ2 の 1 人は「姉が申しました。」までは表現できた。しかし、正答はゼロ(0)であった。

TJ1 と TJ2 とで正用率に差があり、TJ2 の方が高い正用率だったものは問題 3 であった(図 1 参照)。TJ2 の正用率は 27.9%、TJ1 の正用率は 11.2%であった。

状況と回答への注意：「父親が急病のため会社を休まなければならないときに、上司に何と言いますか。」という問題である。迷惑がかかることを考えて、より丁寧な敬語を使う必要がある。各点数の回答例をいくつか挙げる。

4 点： (丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日休ませていただけますか。

(丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日お休みをいただけないでしょうか。

(丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日休ませていただけないでしょうか。

2.5 点： (丁寧度 1) もうしわけありませんが、明日休ませていただけないでしょうか。

1.5 点： (丁寧度 1) すみませんが、明日休ませていただけませんか。

0 点： (丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日お休みになります。

(丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日お休みします。

(丁寧度 2) もうしわけありませんが、明日休ませてよろしいでしょうか。

(丁寧度 1) もうしわけありませんが、明日休まれてもよろしいでしょうか。

(丁寧度 1) すみませんが、明日休みさせていただきますか。

4点獲得の TJ1 は 1 人、TJ2 は 4 人であった。TJ1 は「休ませていただけますか」と表現していた。4 人の TJ2 は「～いただけないでしょうか」を使用し、TJ1 に比べてより丁寧に表現していた。他の点数の中では、表現に大差はなかったが、誤用パターンは誤答の数と同じくらい多種多様であった。

TJ1 と TJ2 とで正用率に差があり、TJ1 の方が高い正用率だったものは問題 5 であった(図 1 参照)。TJ1 の正用率は 20.2%、TJ2 の正用率は 11.8%であった。

状況と回答への注意:「他大学も参加する、自分の大学での日本語コンテストで司会をする際、自分の大学の学部長から挨拶があります。その時どのように紹介しますか。」という問題である。公の場で、他大学に敬意を表すと同時に学部長へも敬意を表すため、表現が難しい。各点数の回答例をいくつか挙げる。

4 点: (丁寧度 2) (学部長・田中から)ごあいさつをいたします。

2.5 点:(丁寧度 1) (学部長・田中から)ごあいさつをいたします。

1.5 点:該当なし

0 点: (丁寧度 2) (学部長・田中から)ごあいさつをなさいます。

(丁寧度 2) (学部長・田中から)ごあいさつをさせていただきます。

(丁寧度 1) (学部長・田中から)あいさつをいたします。

(丁寧度 1) (学部長・田中から)ごあいさつをします。

(丁寧度 1) (学部長・田中から)あいさつをします。

4点獲得の TJ1 は 3 人、TJ2 は 2 人であった。2.5 点獲得は TJ1 が 1 人のみで、1.5 点の獲得者は両グループともにいなかった。0 点の誤用パターンはさまざまであったが、多く見られた誤りは「ごあいさつをなさいます。」であった。TJ1 が 3 人、TJ2 が 8 人、この表現を使用していた。ソト関係の聞き手がいるにもかかわらず、ウチ関係となる自分の大学の学部長に対して尊敬語を使って敬意をはらってしまった誤用である。タイの文化・習慣では、両親・目上の親戚・先生に深い敬意をはらい、丁寧語を使うことがあるため、調査協力者は意識の切り替えが難しかったと推測される。

設問 C 全体では、調査協力者自身が指定された言葉を使って半ば自由に文章を完成するため、表現はさまざまであった。したがって、誤用パターンも多種多様で、顕著に現れるパターンの傾向は見られなかった。語形を正しく作れないという根本の問題がはっきりと現れる結果となった。また、自己表現としての敬語の運用能力については、人間関係・状況・自分の気持ちを考慮して自ら判断するという観点から、各問題で満点の 4 点獲得者人数合計を調べると、TJ1 は 12 人(5.7%)、TJ2 は 16 人(7.6%)で、ともに 10%以下の低い結果であった。加えて、6 問中各人の正解回数を調べると TJ1 では 2 回が 2 人、1 回が 7 人、0 回が 9 人であり、TJ2 では 3 回が 1 人、2 回が 2 人、1 回が 9 人、0 回が 5 人であった。この結果からも、運用能力が身につけているとは言い難い結果となった。

5. まとめと今後の課題

本調査結果で示されたように、設問 B と C の合計得点は両グループにおいて有意差が認められなかった。つまり、TJ1 と TJ2 において敬語の知識・運用ともに違いはないということである。学習者が学習した内容を順調に積み重ね、身につけていれば TJ2 の方が TJ1 より採点結果がよく、有意差も生じるはずである。しかし、今回の調査ではそのような結果にはならなかった。敬語については、TJ2 のほうが学習内容は多くとも、TJ1 と TJ2 どちらも実際に使う機会が少ないため、十分に使いこなすまで知識が定着せず、両グループに差が認められなかったと推測される。たとえ敬語の語形の作り方がわかっていたとしても、どの状況でどのような敬語なら最適であるのか実践から学ぶ機会が乏しい現状がある。この問題の解決方法の一つとしては、敬語の適切な表現とその場面(状況)をより多く、多方面にわたり見聞きすることが役立つのではないかと考える。見聞きして記憶した情報が、実際に似た状況で敬語を使う際にその記憶を連想して同じように使えれば、その成功体験が自信となり、知識の定着が図れると期待される。

一方、誤用の種類では「語形の誤り」が最も多かったことは、Poonvongprasert (2016) が述べている「頻度の高い誤用は語形の誤りと間違った動詞の使用」という指摘と一致する。授業内の限られた場面における「適切な」敬語を学ぶだけでは、敬語知識の定着が難しいことが明らかとなった。また、教科書や練習で反復して使用している敬語は身につけていても、その他の場合の自己判断による敬語使用については、適切な敬語運用ができていなかった。このことは、設問 C の結果で 6 問正解した調査協力者はおらず、各人の正解回数が TJ1 は 2 回以下、TJ2 は 3 回以下であった結果から、示唆される。調査協力者は、自分の思う丁寧度を適切に表現ができるまでの運用能力が身につけていなかったといえよう。

なお、日本語学習者にどの程度敬語使用が求められるか、相手によって、状況によって、学習者のレベルによって、さまざまであろう。母語話者ではないので、発話者は自分が表現したいように適切な敬語を選んで使うまで期待されていないかもしれない。しかし、坂本(2012)が示唆しているように、学習者は日本語や日本文化と己の母語・母文化を比較対照し、違いを意識することが大切だと考える。敬語に関わる点では、日本のウチ・ソト関係の概念がない場合は、その関係性がどの敬語を使用するか決定する重要な要因であることをきちんと理解したうえで、「意識の切り替えをして」敬語を含む日本語を適切に使わなければならないと考える。ビジネス上でウチ・ソト関係を踏まえた適切な表現がなければ、相手に負のイメージを与えたり、己や自社のイメージを損なう可能性をはらんでいたりするからである。なぜなら、不適切な敬語の選択は聞き手に不自然さや不快を感じさせることもあるのである(国立国語研究所, 1990)。敬語の使い分けができるということは、話し手との関係性をわきまえた社会人の表れであり、敬語形式を適切に使える能力があるという己の肯定感にもつ

ながると考えられているところがある。これは自己の好印象、その人が属する家族の好印象、ひいてはその人が属する企業の好印象につながるともいえる。たとえこのような敬語の特徴や使い方、そして日本文化などを学習者が理解していても、実際には使えないという問題がある。特に日本語敬語については、学習者が自国の言語システムと自国の文化から日本語のシステム・日本文化の考え方へスムーズに意識の切り替えができるよう、教師が学習者へ適切な指導を行うことが大切である。「自分が伝えたいこと」と「実際に自分の能力で表現できること」のギャップに学習者が気づき、文法的知識と文化的知識が学習者のなかで強化できるように教師が注意深くアドバイスすることも大切である。

最後に、本研究では某大学の学生を調査対象とし、限られたデータ数であったので、今後は対象の大学を広げデータ数を増やし分析検討する必要があるだろう。また、縦断的研究もなされるべきであろうと考える。

References

- Mingkwan, T. (2009). *Understanding and Attitude Concerning Japanese Honorific and Humble Expressions among Post-Basic Thai Learners* [Master's thesis]. Thammasat University.
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:124386
- Poonvongprasert, T. (2016). An Error Analysis of Using Honorific Expression Among Japanese Language Thai Learners. *Payap University Journal*, 26(2), 33-54.
- 井口樹生. (1988). 「自己採点式あなたの敬語力をテストする」. 『国文学：解釈と教材の研究』, 33(15), 188-195.
- 井上史雄. (1999). 『敬語はこわくない 最新用例と基礎知識』. 講談社現代新書.
- 小川誉子美. (2005). 「日本語教育における待遇表現指導の現状と課題－学習者が遭遇する問題－」. 『日本語学』, 24(11), 76-85.
- 国立国語研究所. (1990). 『敬語教育の基本問題(上)』. 大蔵省印刷局.
- 菊地康人. (1996). 『敬語再入門』. 丸善.
- 坂本元太郎. (1977). 「敬語とその周辺」. 『北海道武蔵野女子大学紀要』, 9, 1-32.
- 坂本恵. (2012). 「『敬語コミュニケーション』教育の試み」. 『早稲田日本語研究学』, 11, 21-35.
- 原田大樹. (2017). 「小学校・中学校国語化における敬語指導教材－教材における「敬語」を中心－」. 『福岡女学院大学紀要』, 8, 77-84.
- 文化審議会答申 . (2007). 『敬語の指針』.
- 村尾恵一. (2013). 「日本語リテラシー教育としての敬語：日本語学習者への実践を通して」. 『人文学論叢 / 愛媛大学人文学会』, 15, 149-160.
- 柳村裕. (2017). 「話者の職業による敬語使用の差異と変化：岡崎敬語調査資料の分析」. 『国立国語研究所論集』, 12, 205-225.

ライティング活動の全過程における学習者間インタラクションの実態
—タイ人日本語学習者を対象とした調査から—

Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing
Process: A Study of Thai Learners of JFL

横田 恭一
Kyoichi Yokota

アサンプション大学 文学部
Theodore Maria School of Arts, Assumption University

Corresponding Author:

Kyoichi Yokota
Theodore Maria School of Arts, Assumption University
88 Moo 8 Bang Na-Trad, Km.26 Bang Sao Thong, Samut Prakan, 10540, Thailand
E-mail: kyokota@au.edu

Received: 5 January 2023

Revised: 29 March 2023

Accepted: 4 April 2023

ライティング活動の全過程における学習者間インタラクションの実態

—タイ人日本語学習者を対象とした調査から—

要旨

本調査は、外国語としての日本語(Japanese as a foreign language:以下、JFL)教育の現場において、ライティング活動の全過程で学習者同士が交わしたインタラクションの実態を明らかにし、日本国外の高等教育機関における日本語ライティング教育に対し提言を試みることを目的に実施した。タイの大学で学ぶ 12 名の日本語学習者が、口頭発表のためのスクリプトを作成するという課題にペアで取り組んだ。学習者は構想・執筆・推敲の 3 つの段階で構成されるライティング活動の全過程を通して、日本語のみを使用して協働し、全ての学習者間インタラクションは録音又は録画された。インタラクションを検証した結果、ライティング活動の全過程を通して、学習者が特にアイデアの生成や直面した言語的問題の解決において協働したことが明らかになった。更に、学習者が産出した language-related episodes を分析した結果、言語形式に関する問題についての協議が全過程を通して最も頻繁に行われ、また、語彙、漢字の読み方、カタカナの表記等に関する問題についての協議も行われたことがわかった。加えて、全過程を通して、学習者が協議を協力的に行うなかで、このような言語的問題の多くを正しく解決したことも明らかになった。今後はこのような目標言語を使用したライティング活動における協働学習が、JFL 教育の現場においても積極的に実施されるべきであると考えられる。

キーワード: コラボレーティブ・ライティング, 協働学習, 学習者間インタラクション, ペアワーク, 外国語としての日本語

Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing Process: A Study of Thai Learners of JFL

Abstract

This study sets out to investigate the nature of peer-peer interactions during the entire writing process in a Japanese as a foreign language (JFL) setting and makes a proposal for Japanese writing education at higher educational institutions outside Japan. Twelve university learners of Japanese in Thailand were instructed to write a script for an oral presentation in pairs as part of their classroom activities. They interacted with each other only in Japanese throughout the writing process, consisting of the planning, writing and revision phases, and all pair interactions were either audio- or video-recorded. The analysis of the interactions indicated that collaboration particularly afforded the learners opportunities to generate ideas and solve linguistic problems that they encountered throughout the writing process. Furthermore, the analysis of language-related episodes from the interactions showed that the learners most frequently focused their attention on grammatical problems with discussions about problems related to the reading of Kanji and transliteration of foreign words into Katakana as well as lexical problems. The analysis also revealed that the learners correctly solved most of the linguistic problems while adopting a collaborative approach throughout the writing process. The findings suggested the active implementation of collaborative writing between peers in the target language in a JFL setting henceforth.

Keywords: collaborative writing, collaborative learning, peer-peer interaction, pair work, JFL

1. はじめに

外国語教育の現場では、学習者は教師以外の目標言語(target language:以下、TL)話者と TL で直接交流する機会に乏しい。鹿目他(2015)や横田・鹿目(2017)の報告にあるように、タイの大学における外国語としての日本語(Japanese as a foreign language:以下、JFL)の教育現場においても、学習者による教師以外の日本語話者との直接交流は、タイ在住の日本人主婦や短期訪タイする日本人大学生との交流に限定されている。したがって、日本人を学習リソースとして教室に迎えて行う学習活動を日常的に実施することは難しく、現実的であるとは言い難い。

ペアワークやグループワークは、言語教育の現場において、最も一般的に採用されている指導法の一つである。また、ペアやグループ単位で取り組む協働的な学習活動を TL で実施することで、学習者同士の TL 使用が必然になり、彼らの TL 運用能力の向上が図られる。TL を使用した協働学習¹は会話だけでなく、ライティングの学習活動にも採り入れられ、構想や推敲の段階だけではなく、ライティング活動の全過程を通して実施されている。Swain and Lapkin(1998)はカナダでのフランス語イマージョン・プログラムにおいて、Storch(2005)はオーストラリアでの第2言語としての英語(English as a second language:以下、ESL)教育において、Fernández Dobao(2012)はアメリカでの外国語としてのスペイン語(Spanish as a foreign language:以下、SFL)教育において、ライティング活動におけるペアワークやグループワークの実施並びにその効果について報告している。しかし、タイでは、Sanprasert(2010)によると、学生が教師に過度に依存し、また、McDonough(2004)によると、教師と学習者の双方がペアワークに懐疑的であるため、特に日本語教育においては、ライティング活動におけるペアワークやグループワークに関する報告が少ない。そこで本稿は、タイの大学で学ぶ日本語学習者が、ライティング活動での協働学習において、TL である日本語で交わしたインタラクション(interaction)の実態を明らかにするとともに、今後のライティング教育に対し提言を試みる。

2. 先行研究

第2言語(second language:以下、L2)及び外国語教育における学習者間の協働学習は、会話活動だけでなく、ライティング活動の全過程を通して実施され、報告がなされている。Swain and Lapkin(1998)はフランス語のイマージョン・プログラムにおいて、8枚で一つの物語を成す一式の絵のうち、与えられた4枚について情報を共有しながら、ペアで一つのストーリーを書き上げるというジグソータスクを学習者に課し、その過程で産出された language-related episodes(以下、LRE)の数と課題終了前後に行ったテストの結果を調べた。Swain and Lapkin(1998)によると、LRE とは、インタラクションのなかで、学習者が産出している言語について協議したり、言語使用について問うたり、自身や相手の誤りを訂正したりする部分のことである。また、事後テストとは、事前テストに、インタラクションの内容を踏まえて作成した質問項目を加えたものである。分析の結果、LRE の数と事後テストの得点との間に正の相関関係があることが明らかになった。また、一組のペアのインタラクションに焦点を当てた質的調査の結果、学習者が TL について仮説を立てたり、仮説を検証したり、既知の知識を活かしたりして、直面した言語的問題を正しく解決し、新たな知識を産出していたこともわかった。更に、Swain and Lapkin(1998)は、学習者が事前テストでは間違えて解答していた質問に、事後テストでは正しく解答したことに言及し、インタラクションにおいて学習が生じた証拠であると主張した。つまり、インタラクションを通じ、学習者が言語的問題を正しく解決し、新たな言語知識を相互に生み出し、学習を得ること

¹ 本稿においては「協働学習」を「学習者がグループやペアで助け合いながら共有する目標の達成を目指す学習」(王, 2014, pp. 31)とする。

が確認され、LRE が L2 学習の機会になることが示された。以上の結果から、Swain and Lapkin (1998) は、このような学習者間のインタラクションについて、学習者同士のコミュニケーションの手段であるとともに、L2 学習の手段でもあると主張した。

Swain (2000) によると、ペアワークやグループワークにおける協働 (collaboration) は、言語使用による意味生成の過程において、学習者自身やメンバーの言語使用に対する内省を促す。学習者は課題をペアやグループで遂行する過程で、発話内容だけでなく、その伝え方をも考慮する必要に迫られ、言語的問題に直面する。その際、インタラクションを通じ、言語や言語使用、お互いの誤りについて協議し、問題を解決し、相互に知識の構築を行う。この一連の学習者間のインタラクションに対し、Swain (2000) は「協働的対話 (collaborative dialogue)」という概念を唱え、L2 習得における協働的対話の役割を主張した²。

Storch (2005) はオーストラリアの大学の ESL コースにおいて、与えられた表についての解説文を作成するという課題を、個人又はペアで L2 を使用して遂行するよう学習者に課した。ペアで取り組んだ 18 名の学習者間において、言語的問題に直面した際にインタラクションが生じ、協働学習が行われた。その結果、個人で取り組んだ 5 名の学習者が作成した文章と比較し、ペアで取り組んだ学習者が作成した文章は、より長い時間を費やしながらも、より短いものであったが、文の複雑さや文法の正確さ、課題の履行といった側面において優れていたことがわかった。また、課題遂行過程において行われた学習者間のインタラクションを分析した結果、学習者が特に協働していた場面は、アイデアを生成する際であったことが明らかになった。また、即時的フィードバック (immediate feedback) を提供し合ったり、言語的知識を共有したりすることによって、より複雑で正確な文章を作成する機会を、協働が学習者にもたらしていたこともわかった。

外国語教育の場では、Fernández Dobao (2012) がアメリカの大学のスペイン語コースにおいて、ライティング活動での協働について調査を行った。課題は与えられた 15 の絵を並び替え、物語を作成するというもので、学習者はクラスごとに、個人、ペア、またはグループでこの課題に取り組んだ。その際、学習者間で TL が使用された。分析の結果、最も正確であったのはグループで作成した文章で、次に正確であったのはペアで作成した文章であったことが明らかになった。また、学習者間のインタラクションを検証した結果、ペアと比べ、グループの方がより多く LRE を産出し、より正しく言語的問題を解決していたこともわかった。更に、インタラクションを質的に検証した結果、学習者間で言語的問題に直面した際に、インタラクションを通じ、個人の言語的知識をより多くの学習者間で共有することで、多くの問題を解決へと導いていたことがわかり、文章の正確さにおける協働の効果が確認された。

タイの大学における JFL の現場では、鹿目 (2014) がスピーチの授業において、スクリプト執筆前の構想段階、並びに、執筆後の推敲段階に協働学習を取り入れ、学習者にその効果について尋ねた。その結果、学習者は母語であるタイ語の使用が認められていたこともあり、ほとんどが協働学習に好意的であり、文章構成や文法の正確さといった学習面だけでなく、スピーチに対する意欲といった精神面における効果をその理由に挙げたことが明らかになった。

また、横田他 (2021) はライティング活動における学習者間の協働学習を学習者がどのように捉えたのか、質問紙調査を実施した。学習者は日本語のみを使用してペアでスピーチスクリプトの作成に取り組み、その経験について答えた。その結果、学習者が TL のみを使用したライティング活動における学習者間の協働学習を概ね好意的に捉え、日本語学習に対する協働学習の効果を構想から推敲までの全過程を通して実感したことが明らかになった。

² Swain (2006) は学習者が自身に向けた発話である「プライベートスピーチ (private speech)」も協働的対話が包括するとし、その上位概念として「ランゲージング (languageing)」を後に唱えた。

以上の研究から、TL のみを使用したライティング活動における学習者間の協働学習の効果、並びに、その実態の一部が明らかになった。このような協働が、言語的問題を正しく解決し、より正確な文章を作成し、そして、新たな言語知識を相互に構築する機会を学習者にもたらしことが実証された。しかし、タイにおける教育現場では、学習者間の協働学習は積極的に行われておらず、また、JFL 環境下に限ると、TL のみを使用したライティング活動における学習者間の協働学習の実施は更に限定的で、学習者の意識は明らかになったものの、学習者間のインタラクションの実態について検証した報告は見当たらない。したがって、タイの JFL 環境下においてその実態を検証し、明らかにする必要があると考える。

3. 調査課題

本調査は、タイの大学で授業の一環として実施されたライティング活動での協働学習において、日本語学習者が日本語で交わした学習者間のインタラクションの実態を明らかにするとともに、日本国外の高等教育機関における日本語ライティング教育に対し提言を試みる。

4. 調査方法

4.1 調査参加者

本調査は、バンコク郊外にある私立大学において、ビジネス日本語を主専攻とする 3 年生及び 4 年生のタイ人男女 12 名 (6 組のペア) に対して行われた。彼らの年齢は 20 歳から 22 歳で、その平均は 21.1 歳であった。調査対象の科目を受講するにあたり、彼らは当大学において 360 時間、または、それ以上日本語科目を履修し、学習していた。したがって、大学入学以前の日本語学習経験や日本への留学経験がある者を除き、本調査実施時における学習者の日本語能力は日本語能力試験 N4 に相当すると言える。

なお、当大学では 1 学期は 15 週間で構成されており、1 回 90 分の授業が週に 2 回行われている。また、タイ国外から多くの学生を受け入れており、一部を除き、授業における使用言語は英語である。

4.2 調査手順

本調査は、口頭でのコミュニケーション能力の向上を目的とする Oral Comprehension and Expression というコースにおいて行われた。通常、学習者は授業の大半を会話学習に費やすのだが、本調査は 10 週目に行われたスピーチ学習において、「タイの観光」についてのスピーチスクリプトを日本語のみを使用してペアで作成するという課題のもと実施された³。授業の流れは表 1 のとおりである。

表 1 授業の流れ

週	回	内容
10	1	講義： スピーチの概要や構成、関連語彙及び表現、モデルスピーチについて学習
	2	協働学習 (学習者間インタラクション)： スピーチの内容や構成について協議の後、スピーチスクリプト作成

³ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、本調査の対象授業はオンラインで行われた。

まず、10 週目の 1 回目の授業において、学習者は講義を聞いたり練習問題に取り組んだりしながら、スピーチの概要や構成、スピーチトピックに関する語彙及び関連表現、そして、モデルスピーチについて学習した。2 回目の授業では、学習者は与えられた質問(表 2)について話し合い、その答えを書き留めながら、スピーチの内容や構成について協議した後、スピーチスクリプトを作成した。

表 2 質問

1. タイでおすすめの観光地はどこですか。	5. そこでどんな楽しみがありますか。
2. そこへはバンコクからどのように行きますか。	6. おみやげは何がいいですか。
3. 気候はどうですか。いつが一番いいですか。	7. その交通機関や治安はどうですか。
4. そこは何で有名ですか。とくに、何がいいですか。	

なお、これらの課題は全てペアワークであり、通常の会話学習における課題と同じく、学習者は自分で選んだパートナーと取り組んだ。しかし、通常の会話学習においては、ロールプレイの練習や発表の除き、学習者は TL である日本語に加え、英語や母語であるタイ語の使用が認められていたのだが、今回のスピーチ学習 2 日目では、全ての過程で日本語のみを使用し、また、その全てを録音又は録画した。

ライティング活動の全過程における学習者間のインタラクションは、録音又は録画された後、著者がすべて書き起こした。その後、Storch (2005) に倣い、構想(planning)、執筆(writing)、推敲(revision)というライティング活動の 3 つの段階を特定した。

次に、学習者が何について協議したのかを検証するため、課題や質問内容の明確化、アイデアの生成、そして、LRE など、協議内容を特定した(表 3)。

表 3 ライティング活動における学習者間インタラクションでの協議内容⁴⁵

協議内容	説明	例
課題や質問内容の明確化	学習者は課題や質問の内容について協議している	71 G: (省略)そこは何で有名ですか 72 H: 山 73 G: 有名は観光地についてですか? 物? 74 H: 物? 75 G: 物ですか? 物か 観光地ですか? 76 H: んー 77 G: (省略)観光地 一番有名 チェンカーンです 78 H: ふーん 一番はチェンカーン (学習者 G&H)
アイデアの生成	学習者はアイデアを生み出している	61 A: (省略)いつが一番いいですか チェンライに行くなら いつがいいと思う? 聞こえる? 62 B: うん 聞こえます 63 A: 何月? 64 B: あー 12 月いいと思います 65 A: 12 月から 2 月まで (学習者 A&B)

⁴ 本稿において、インタラクションは学習者の発話のままの表記である。

⁵ 本稿において、インタラクションの行頭の数字はターン番号を、? は上昇イントネーションを、空白 1 文字は呼吸段落を、…は言いさしを表す。

協議内容	説明	例
LRE	学習者は産出している言語について協議したり、言語使用について問うたり、自身や相手の誤りを訂正したりしている	(本文の説明参照)
構成	学習者はスピーチスクリプトの構成や情報の配置箇所について協議している	228 I: (省略) ウォーターパークの値段は どのパート？ 229 J: 行き方の後で (学習者 I&J)
確認	学習者は自分たちが書き上げた文章を読み上げ、内容を確認している	254 C: (省略) もう一度確認する？ 255 D: うん 256 C: 今日はタイの観光地についてお話したいと思います (省略) (学習者 C&D)

4.3 分析方法

LRE は Swain and Lapkin (1998) 及び Fernández Dobao (2012) に倣い、文法等の言語形式に焦点が当てられた form-focused LRE、語彙の意味や選択に焦点が当てられた lexis-focused LRE、発音やスペリング、句読点などに焦点が当てられた mechanics-focused LRE を抽出した⁶。

例 1 は学習者 I と J によるインタラクションの一部である。理由を表す表現についての協議で、form-focused LRE である。J が「から」と「ので」を使用して、水着は現地で購入するのではなく、自分で準備したほうが良い理由を説明する表現を 2 つ提示したのだが、「ので」のほうはイ形容詞である「高い」の接続が正しくない(ターン 191)。そして、数ターンを割いてこの文の主節に取り組んだ後、I が 2 つの表現を口頭で比較した結果、最終的に「から」を含む表現を選択し、この言語的問題を正しく解決することに成功した(ターン 198)。

例 1

- 191 J: (省略) 水着が**高い**ですから **高い**なので
192 I: うん
193 J: 自分で 自分の水着を準備した
194 I: ほうがいい
195 J: 準備したほうがいい
196 I: うん 水着の値段はちょっと高い これはアドバイス？
197 J: うん アドバイス
198 I: うん ちょっと**高い**ですから ちょっと**高い**なので ちょっと**高い**ですから(省略)

例 2 は学習者 I と J による語彙選択に関する協議で、lexis-focused LRE である。「スライダー」を形容する語として、J は「長い」を使用した。I が「高い」及び「大きい」の可能性を示したため、J は「179 メートル」と発し、彼女の発言がスライダーの長さについてであることを主張している(ターン 50-52)。数ターン後、J がこのスライダーが有名である理由が、タイで一番長いスライダーであることを、その数値とともに説明し、I が復唱して理解を示した(ターン 56-59)。その後、二人が正しく「長い」を選択したことが確認された(ターン 165-166)。

⁶ 本調査において、句読点については協議されなかった。

例 2

- 50 J: あー スライダーか タイで 一番 **長い**スライダーですよ
 51 I: **長い**とか**高い**と **大きい**
 52 J: 179 メートル
 (3 ターン後)
 56 J: スライダーが有名だね 一番**長い**ですから
 57 I: スライダー このスライダーは(省略)
 58 J: 179 メートル
 59 I: 179 メートル OK
 (105 ターン後)
 165 J: タイで一番**長い**です
 166 I: タイで一番**長い**スライダーがあつて とても有名です

例 3 は学習者 C と D が交わした「water park」のカタカナ表記についての協議であり、mechanics-focused LRE である。D は「ウォーターパーク」を提示したのだが、C は「wa」の表記に「ウァ」の可能性を示した(ターン 59-60)。その後、「ウォ」と「ウァ」を互いに発音して比べた結果、D が「ウォ」を主張し、そして、C が改めて声に出して確認した(ターン 61-64)。最終的に、二人が正しい表記である「ウォ」を採用したことが確認された(ターン 73-74)。

例 3

- 59 D: **ウォーターパーク**
 60 C: **ウァ ウァ**
 61 D: **ウァ ウォーターパーク**
 62 C: **ウァ ウァ ウォーター**
 63 D: **ウァ**じゃない **ウォ ウォ**
 64 C: **ウォ ウォ ウォ**(省略)
 (8 ターン後)
 73 D: **ウォーターパーク**
 74 C: **ウォーターパーク**や
 75 D: ナイトマーケット

加えて、各 LRE で協議された言語的問題が正しく解決されたのか否か、或いは、未解決に終わったのかについても分析した。前述の 3 つの例で示した LRE は、学習者による自己訂正や相手による回答や訂正によって問題が正しく解決された LRE (correctly resolved LRE) である。しかし、すべての問題が正しく解決されたわけではない。次の例 4 は、問題が解決に至らなかった LRE (unresolved LRE) である。学習者 I は「(バンに)乗る」という行為が行われる場所を示す助詞が「に」であるのか、「で」であるのか J に意見を求めたが、J はその答えを示さず問題を変え、「アヌサワリー(戦勝記念塔)」⁷の日本語訳を提示した(ターン 116-117)。つまり、I の疑問が解決されることなく、LRE が終了した。

例 4

- 114 I: アヌサワリーに乘りますか 乗る？
 115 J: うん
 116 I: (省略)アヌサワリーに？で？に？
 117 J: **アヌサワリーは にんしょう記念塔** 日本語でね

⁷ 戦勝記念塔付近にバン(小型バス)発着所がある。

また、例 5 は学習者 E と F によるインタラクションの一部で、言語的問題が正しく解決されなかった LRE (incorrectly resolved LRE) である。E は F に「เกาะล้าน」の日本語訳を尋ねたが、F はただカタカナにしただけの「コ・ラーン」を提示する(ターン 35-36)。E は「เกาะ」を意味する日本語である「島」を用いて「ランしま」を提言するが、F に「コ・ラーン」と訂正され、復唱した(ターン 37-39)。その後、F が改めて「しま」を否定し、問題が正しく解決されることなく、この LRE は終了した(ターン 40)。

例 5

- 35 E: เกาะล้าน は 日本語で何ですか？
 36 F: コ・ラーン
 37 E: ランしま
 38 F: いえいえ コ・ラーン
 39 E: コ・ラーン
 40 F: しまじゃない

なお、一つの LRE の中に、別の事柄についての LRE が含まれている場合は、それぞれを別個の LRE として抽出した。それから、同じ事柄について話された複数の LRE は、一つの LRE として抽出し、最終的にどのように解決がなされたのか判断した。しかし、ライティング活動の各段階における LRE の産出数の分析では、全ての LRE を対象にした⁸。

また、抽出方法の信頼性確保のため、すべての会話データを使用し、筆者と日本語教育に 15 年携わる評価者との間で一致率を測定した。その結果、ライティング活動の段階、協議の内容、言語的問題の解決結果に関しては 100.0% 一致した。LRE の抽出に関しては 96.9% 一致し、協議の末、最終的に 100.0% の一致が得られた。

5. 結果と考察

5.1 ライティング活動の過程と時間配分

ライティング活動の全過程で、TL である日本語のみを使用し、ペアでスピーチスクリプトを作成するという課題に学習者が費やした時間は表 4 のとおりである。最も多く時間を費やしたペアで 66 分 20 秒、一番短かったペアで 49 分 36 秒で、その平均は 59 分 14 秒であった。ライティング活動の段階別に見ると、学習者は平均で構想には 21 分 50 秒、執筆には 32 分 33 秒費やした。また、学習者が構想に費やした時間は 11 分 25 秒から 27 分 56 秒で、執筆に費やした時間は 14 分 32 秒から 44 分 48 秒で、ペア間でばらつきが見られた。なお、書き上げたスクリプトの推敲を行ったのは 2 組のみで、費やした時間は 18 分 3 秒(全体の 29.8%) 及び 11 分 2 秒(同 17.7%) であった。

表 4 学習者が課題遂行に費やした時間(分)

	合計時間	構想	執筆	推敲
学習者 A&B	60:31	27:56 (46.2%)	14:32 (24.0%)	18:03 (29.8%)
学習者 C&D	62:22	25:40 (41.2%)	25:40 (41.2%)	11:02 (17.7%)
学習者 E&F	49:36	24:50 (50.1%)	24:46 (49.9%)	0:00
学習者 G&H	66:20	21:53 (33.0%)	44:27 (67.0%)	0:00

⁸ 表 7 を参照のこと。

	合計時間	構想	執筆	推敲
学習者 I&J	60:24	19:19 (32.0%)	41:05 (68.0%)	0:00
学習者 K&L	56:13	11:25 (20.3%)	44:48 (79.9%)	0:00
平均	59:14	21:50 (36.9%)	32:33 (55.0%)	4:50 (8.2%)

本調査における上記結果は、先行研究と比較して一部異なる。Storch (2005) の調査では、学習者は writing の段階にほぼすべての時間を費やし、planning には平均で 1 分(全体の約 3%)しか時間を割いていない⁹。一方、本調査における学習者は、平均で執筆に最も多くの時間を割いたものの、構想にも多くの時間を費やした。特に、半数のペアが構想に執筆以上、または、それと同等の時間を費やしたのだが、これは課題の違いに起因すると考えられる。Storch (2005) の調査と異なり、本調査では、まず、学習者は与えられた 7 つの質問について、その答えをペアで話し合い、それを書き留めながら、スピーチの内容や構成について考え、それから、スピーチスクリプトの作成に取り組んだ。そのため、学習者が構想にも多くの時間を費やす結果になったと考えられる。また、Storch (2005) の調査において、revision の段階に進んだペアは、この段階に平均で約 2 分(7%)しか時間を割いていないが、本調査において推敲の段階に進んだペアはどちらも 10 分以上の時間をこの段階に費やした¹⁰。

5.2 各段階における協議内容

次に、ライティング活動時の学習者間のインタラクションにおいて、学習者が協議した内容は以下(表 5)のとおりである。まず、構想の段階において、すべてのペアが指示通りに、アイデアの生成に取り組んだことが窺える。学習者は与えられた質問に答えるよう指示されていたのだが、その答えがスクリプトの内容になるという説明も受けていた。したがって、この段階で学習者がアイデアの生成に時間をかけて取り組んだことは当然である。また、一組を除いたすべてのペアが、この段階から産出している言語や言語使用などについて協議したことがわかったが、これは課題の内容に起因すると考えられる。学習者は、スクリプト執筆時にメモとして使用できるように、質問の答えを書き留めておくように指示を受けていたため、この段階から産出している言語や言語使用などについての協議を行ったと考えられる。一方、課題や質問の内容を確認したペアが半数あったものの、スクリプトの構成について協議したペアは皆無であった。

表 5 学習者間インタラクションの各段階における協議内容

	課題や質問 内容の明確化	アイデアの 生成	LRE	構成	確認
構想					
学習者 A&B	無	有	有(L)	無	無
学習者 C&D	有	有	有(FLM)	無	無
学習者 E&F	有	有	有(FLM)	無	無
学習者 G&H	有	有	有(FLM)	無	無
学習者 I&J	無	有	有(L)	無	無
学習者 K&L	無	有	無	無	無
執筆					
学習者 A&B	無	有	有(FLM)	無	無

⁹ Storch (2005) の調査には 1 組だけ planning に 9 分(全体の 35%)費やしたペアが含まれるが、これは課題の指示文を誤解したことによるもので除外した。

¹⁰ Storch (2005) の調査において、writing の段階で推敲を行わなかったペアは比較対象から外した。

	課題や質問 内容の明確化	アイデアの 生成	LRE	構成	確認
学習者 C&D	有	有	有 (FLM)	無	無
学習者 E&F	無	有	有 (FL)	無	無
学習者 G&H	無	有	有 (FLM)	無	無
学習者 I&J	無	有	有 (FLM)	有	無
学習者 K&L	無	有	有 (FLM)	無	無
推敲					
学習者 A&B	無	無	有 (FL)	無	有
学習者 C&D	無	有	有 (FM)	無	有
学習者 E&F	無	無	無	無	無
学習者 G&H	無	無	無	無	無
学習者 I&J	無	無	無	無	無
学習者 K&L	無	無	無	無	無

Note. F= form-focused LREs, L=lexis-focused LREs, M=mechanics-focused LREs

そして、執筆の段階においては、すべてのペアが産出している言語や言語使用、お互いの誤りについて協議したことが明らかになった。学習者は構想の段階で書き留めたアイデアをもとにスクリプトの執筆を行ったのだが、その際に、言語的問題に直面し、学習者間で協議が行われた。また、この段階においても、すべてのペアがアイデアの生成も行ったことが明らかになった。学習者が直面した言語的問題の解決に取り組む一方、内容の加筆や修正、並びに、変更にも取り組んだことが窺える。しかし、スクリプトの構成について協議することはほとんど行われなかった。

また、本調査において、推敲の段階に進んだのは 2 組に留まった。この結果は、Storch (2005) の調査のものと類似する。本調査では、すべてのペアが執筆の段階で、文章を書き上げつつ、推敲にも取り組んだのだが、この 2 組は更に推敲の段階を設け、書き上げた文章を読み上げて確認しながら、語彙選択や文法等の言語的問題に再度取り組み、文章の精度を上げようとしたことが窺える。また、1 組が内容についても引き続き協議していた。なお、半数以上のペアが推敲の段階へ進まなかったのは、本調査では課題遂行に与えられた時間が限られていたことに起因すると考えられる。

5.3 全過程における LRE

TL である日本語のみを使用し、ペアでスピーチスクリプトを作成するというライティング活動での学習者間のインタラクションにおいて、学習者が産出した LRE は表 6 のとおりである。全過程を通して学習者が最も頻繁に産出したのは form-focused LRE で、全体の 47.2% (n=51) を占めた。次いで、lexis-focused LRE を 32.4% (n=35)、mechanics-focused LRE を 20.4% (n=22) という頻度で産出した。本調査では、mechanics-focused LRE の産出が全体で 3.37% に留まった Fernández Dobao (2012) の調査とは異なり、全体に占める mechanics-focused LRE の割合が 20% を上回った。これは、非漢字圏の日本語学習者に見られる漢字習得の難しさ、並びに、陣内 (2008) が主張する、外国人学習者全般に見られるカタカナ語習得の難しさに起因すると考えられる。また、ペア別にみると、平均で 18 の LRE を産出したのだが、最も多く LRE を産出したペアで 30、最も少なかったペアで 10 と、本調査においてもペア間でばらつきが見られた。

表 6 学習者間インタラクションの全過程において産出された LRE

	Form-focused LREs	Lexis-focused LREs	Mechanics-focused LREs	Total
学習者 A&B	5	4	1	10
学習者 C&D	14	9	7	30
学習者 E&F	5	10	1	16
学習者 G&H	11	5	5	21
学習者 I&J	11	5	4	20
学習者 K&L	5	2	4	11
Total	51 (47.2%)	35 (32.4%)	22 (20.4%)	108
Mean	8.5	5.8	3.7	18.0

5.4 各段階における LRE

スピーチスクリプト作成の段階別に学習者が産出した LRE を分析すると、まず、構想の段階においては、文法に注意を払ったペアが半数以上あったが、form-focused LRE の割合は 20.6%(n=7)と最も低く、全体としては語彙についての協議が最も頻繁に行われたことがわかった(表 7)。1 組を除いて、すべてのペアが語彙について協議しており、この段階で産出された LRE の 50.0%(n=17)が lexis-focused LRE であった。つまり、この段階においては、学習者の意識が言語形式よりも意味内容に向けられる傾向があったことが示唆される。また、漢字の読み方に加え、タイ語と英語の発音及びその適切なカタカナ表記についての検討が繰り返し行われ、その結果、mechanics-focused LRE の産出が頻繁なペアが 1 組あった。

表 7 学習者間インタラクションの各段階において産出された LRE

	Form-focused LREs	Lexis-focused LREs	Mechanics-focused LREs	Total
構想				
学習者 A&B	0	1	0	1
学習者 C&D	2	6	7	15
学習者 E&F	1	5	1	7
学習者 G&H	3	2	2	7
学習者 I&J	0	3	0	3
学習者 K&L	1	0	0	1
Total	7 (20.6%)	17 (50.0%)	10 (29.4%)	34
執筆				
学習者 A&B	1	2	1	4
学習者 C&D	7	3	5	15
学習者 E&F	4	5	0	9
学習者 G&H	8	3	3	14
学習者 I&J	11	2	4	17
学習者 K&L	4	2	4	10
Total	35 (50.7%)	17 (24.6%)	17 (24.6%)	69
推敲				
学習者 A&B	4	1	0	5
学習者 C&D	5	0	1	6
学習者 E&F	–	–	–	–
学習者 G&H	–	–	–	–
学習者 I&J	–	–	–	–
学習者 K&L	–	–	–	–
Total	9 (81.8%)	1 (9.1%)	1 (9.1%)	11

執筆の段階においては、スピーチスクリプト作成の全過程で最も多くの LRE が産出された(n=69)。この段階では、学習者の意識の中心が言語形式へと移り、この段階で産出された LRE の 50.7%(n=35)を form-focused LRE が占めたことがわかった。また、漢字の読み方や、タイ語と英語の発音及びそのカタカナ表記の検討も1組のペアを除いたすべてのペアで行われ、この段階で産出された LRE の 24.6%(n=17)が mechanics-focused LRE であった。なお、この割合は lexis-focused LRE のそれと同じであり、執筆の段階において、学習者が様々な言語的問題について協議したことが窺える。

それから、推敲の段階においても、学習者の意識の中心が引き続き言語形式にあったことがわかった。この段階を設けた2組のペアが産出した LRE の 81.8%(n=9)が form-focused LRE であった。

5.5 LRE の協議結果

学習者がスピーチスクリプト作成の全過程で産出した LRE における言語的問題の協議結果は表 8 が示すとおりである。全体の 67.6%(n=73)が correctly resolved LRE であり、多くの言語的問題が学習者間で協議された結果、正しく解決されたことが明らかになった。これは、Fernández Dobao (2012) の調査結果 (63.96%) と類似する。

表 8 LRE の協議結果

	Correctly resolved LREs	Unresolved LREs	Incorrectly resolved LREs	Total
学習者 A&B	8 (80.0%)	0	2 (20.0%)	10
学習者 C&D	24 (80.0%)	4 (13.3%)	2 (6.7%)	30
学習者 E&F	7 (43.8%)	0	9 (56.3%)	16
学習者 G&H	17 (81.0%)	1 (4.8%)	3 (14.3%)	21
学習者 I&J	12 (60.0%)	2 (10.0%)	6 (30.0%)	20
学習者 K&L	5 (45.5%)	0	6 (54.5%)	11
Total	73 (67.6%)	7 (6.5%)	28 (25.9%)	108

しかし、協議を経ても解決に至らなかった LRE は相対的に少なく、6.5%(n=7)であった一方、正しく解決されなかった LRE は 25.9%(n=28)と全体の約 4 分の 1 を占めた。Fernández Dobao (2012) の調査結果 (20.59%) と比較して、本調査では全体に占める incorrectly resolved LRE の割合がより大きい結果となった。Swain and Lapkin (1998) は、ライティング活動における学習者間協働学習の前後に実施したテストにおいて、学習者が事前テストでは不正解であった質問に、事後テストでは正解を導き出したことに言及し、インタラクションを通じて協働することによって、学習者が言語的問題を正しく解決し、新たな言語知識を相互に生み出し、学習が生じたことを主張した。言い換えれば、協議の末、正しく解決されなかった言語的問題は、正しくないまま、新たな知識として構築されてしまう可能性が示唆される。この点について、本調査においても、インタラクション中、または、その後において、教師によるフィードバック等の配慮の必要性を示す結果となった。

また、上記の結果はペア間で大きく異なる。約 8 割の言語的問題を正しく解決したペアが 3 組あった一方、正解率が 5 割に満たないペアも 2 組あった。この点については、次の機会においてペアの相手を変更するなどの対策を講じる必要があると考えられる。

5.6 質的調査

最後に、TL である日本語のみを使用し、ペアでスピーチスクリプトを作成するという課題における、学習者間のインタラクションを質的に検証する。例 6 は学習者 C と D が構想の段階で交わしたインタラクションの一部で、バンコク滞在中の日本人がタイ国内を旅行するのに一番いい時期について協議したものである。この中で、語彙の選択には失敗しながらも(ターン 41-43)、学習者がアイデアを出し合い、文法的に正しく、より複雑な文章を協働で作成していく過程 (process of co-construction) が窺える(ターン 37-41、43-44)。これは、Donato (1994) が主張したように、協働学習によるインタラクションを通じて、学習者間で多様な知識を共有する「集団的足場かけ (collective scaffolding)」が行われ、個人の能力を超えた力を発揮したためだと言える。このような C と D の協力的なやり取りは、スピーチスクリプト作成の全過程を通して見られた。

例 6

- 37 C: いつが一番いいですか。タイは一年中 一年中 一年中…
 38 D: 暑い
 39 C: 暑いので いつでも…
 40 D: でもいいです
 41 C: ですが あー 何? rainy season って 日本語で何? 雨季? 梅雨?
 42 D: わかんない
 43 C: 梅雨? 雨季? 梅雨? 梅雨が 梅雨に 行かない方がいいです
 44 D: うん 行かない方がいいです

このように課題に協力的に取り組む様子は、I と J のペア(例 1 及び例 2 参照)や他のペアにも見られた。例 7 は、執筆の段階における学習者 G と H のインタラクションの一部で、タイの気候について協議したものである。G の「天気」に対し、H は「気候」を提示し、G がそれを採用した(ターン 143-145)。その際、G は、H の「(気候)が」に対し、「(気候)は」を採用し、文を完成させた(ターン 144-145)。また、G の「暑い」に対し(ターン 145、147)、H が「暖かい」という別の語彙を提示し、語彙選択の是非を確認したことが窺える(ターン 148)。

例 7

- 143 G: (省略)あとう 天気
 144 H: 気候が 気候
 145 G: 気候はちょっと暑いです でも 11 月から 2 月まで までに行ったほうが
 いいです
 146 H: あー
 147 G: ちょっと暑いです
 148 H: 暑い? 暖かい?
 149 G: 暑い

また、例 8 は、推敲の段階における学習者 A と B のインタラクションの一部で、マーケットについての協議である。B の「いろいろの」に対し、A が「の」が不要である旨を伝えるために「いろいろ」を提示した(ターン 216-217)。続いて、A の「タイ製品も売っています」という表現にある助詞「も」に対し、B は文脈から「タイ製品」という名詞に累加する名詞がない旨を、「も」に代わって「を」を採用し、「タイ製品を売ってます」という表現で提示した(ターン 217-218)。その直後、「売っています」と自己訂正をし、A が同意した(ターン 218-219)。このように、協働を通じて、学習者がアイデアを出し合ってより良い内容の文章を作成したり、言語知識を共有することで

言語的問題を正しく解決してより複雑で正確な文章を作成したり、新たな知識を相互に構築したりする過程 (process of co-construction) が、ライティング活動の全過程において見られることが実証された。

例 8

- 216 B: マーケットに いろいろのアイテム アイテム タイ製品
 217 A: いろいろ タイ製品も売っています
 218 B: タイ製品を売ってます 売っています
 219 A: うん(省略)

6. まとめと今後の課題

本調査は、ライティング活動での協働学習において、タイの大学で学ぶ日本語学習者が日本語で交わした学習者間のインタラクションの実態を明らかにし、日本国外の高等教育機関における日本語ライティング教育に対し提言を試みることを目的に実施した。まず、学習者がライティング活動における執筆の段階に最も多くの時間を費やしたことがわかったのだが、本調査の課題が構想にも重きを置くものであったため、構想の段階に執筆以上、または、それと同等の時間を費やしたペアが半数あったほか、推敲の段階にも多くの時間を割いたペアも見受けられる結果となった。そして、ライティング活動の全過程で、学習者が特にアイデアの生成や言語的問題の解決について協働したことも明らかになったが、構想と執筆の段階において、その傾向が顕著であった。これは、これまでの ESL 等の環境下における L2 使用のライティング活動時の学習者間のインタラクションにて、学習者が特にアイデアの生成や言語的問題の解決において協働したことが示されていることに加え、JFL 環境下においても、同様の実態が確認されたことを意味する。

また、本調査における TL 使用のライティング活動の全過程を通した学習者間のインタラクションにおいて、学習者が産出した約半数の LRE が form-focused LRE で、その次に多かったのが lexis-focused LRE であったのだが、mechanics-focused LRE の割合も高く、全体の 20%を上回ったことがわかった。これは日本語特有のカタカナ語習得の難しさや、非漢字圏学習者特有の漢字習得の難しさに起因すると考えられる。段階別にみると、構想の段階では lexis-focused LRE の産出が最も多く、学習者の意識が言語形式よりも意味内容に向けられる傾向があったことがわかった。しかし、スピーチスクリプト作成の全過程で最も多くの LRE が産出された執筆の段階や推敲の段階では、form-focused LRE の産出が最も頻繁で、学習者の意識の中心が言語形式へと移ったことが示唆された。更に、学習者がスピーチスクリプト作成の全過程で産出した LRE における言語的問題の多くが正しく解決されたことも明らかになった。これについても、これまでの SFL 等の環境下における TL 使用のライティング活動時の学習者間のインタラクションにて、学習者が直面した言語的問題の多くを正しく解決したことが実証されていることに加え、JFL 環境下においても同様の実態が確認されたことを意味する。更に、Swain and Lapkin (1998) が主張したように、解決結果が新たな知識として構築されることを踏まえると、JFL 環境下で TL を使用して実施するライティング活動での学習者間の協働学習においても、学習者が既知の言語知識を共有したり、産出している言語や言語使用を内省したり、相互に誤りを訂正したりすることで、言語的問題を正しく解決し、相互に新しい知識を構築するなど、学習が生じることが示されたと言える。加えて、横田他 (2021) が明らかにしたように、タイの大学における日本語学習者が日本語のみを使用して取り組んだライティング活動における協働学習を好意的に捉え、その効果を実感したことも考慮すると、今後はこのような協働学習が JFL 環境下においても積極的に実施されるべきであると考えられる。その際、協働学習がライティング活動の全過程を通して実施されることが推奨される。なぜなら、Storch (2005) が述べたように、学習者が全過

程を通して協働することで、作文(本調査ではスクリプト)に対して共同責任(joint responsibility)や共同所有(co-ownership)の意識が生まれ、相手の提案やフィードバックを受け入れやすくなるからである。

しかし、学習者間での協議を経ても正しく解決されなかった言語的問題は、正しくないまま、新たな知識として構築されてしまう可能性が示唆された。今後は、インタラクション中、または、その後に、教師がフィードバックを与える等の配慮が必要になる。また、Storch(2002)や Watanabe and Swain(2007)によると、すべてのペアが協働学習によって学びを得られるわけではなく、学習者間の関係性が協力的な場合にのみ、学習は起こるという。したがって、ペアワークのような協働学習を実施する際は、教師が各ペアにおける学習者間の関係性にも配慮する必要がある。なお、本調査は TL 使用のライティング活動における学習者間のインタラクションを分析し、その実態を検証したが、今後は、学習者が協働して作成した作文やスクリプトを分析したり、学習者に事前・事後テストを課し、その結果を検証したりするなど、学習者間の協働学習の効果を実証する必要があると考える。

References

- Donato, R. (1994). Collective scaffolding in second language learning. In J.P. Lantolf & G. Appel (Eds.), *Vygotskian Approaches to Second Language Research* (pp. 33-56). Ablex.
- Fernández, D. A. (2012). Collaborative writing tasks in the L2 classroom: Comparing group, pair, and individual work. *Journal of Second Language Writing*, 21, 40-58.
- McDonough, K. (2004). Learner-learner interaction during pair and small group activities in a Thai EFL context. *System*, 32, 207-224.
- Sanprasert, N. (2010). The application of a course management system to enhance autonomy in learning English as a foreign language. *System*, 38, 109-123.
- Storch, N. (2002). Patterns of interaction in ESL pair work. *Language Learning*, 52(1), 119-158.
- Storch, N. (2005). Collaborative writing: Product, process, and students' reflections. *Journal of Second Language Writing*, 14, 153-173.
- Swain, M. (2000). The output hypothesis and beyond: Mediating acquisition through collaborative dialogue. In J.P. Lantolf (Ed.), *Sociocultural Theory and Second Language Learning* (pp. 97-114). Oxford University Press.
- Swain, M. (2006). Linguaging, agency and collaboration in advanced second language proficiency. In H. Byrnes (Ed.), *Advanced Language Learning: The Contribution of Halliday and Vygotsky* (pp. 95-108). Continuum.
- Swain, M. & Lapkin, S. (1998). Interaction and second language learning: Two adolescent French immersion students working together. *The Modern Language Journal*, 82, 320-337.
- Watanabe, Y. & Swain, M. (2007). Effects of proficiency differences and patterns of pair interaction on second language learning: Collaborative dialogue between adult ESL learners. *Language Teaching Research*, 11(2), 121-142.
- 王文賢. (2014). 「中国人学習者の協働学習活動に対する意識－ディクトグロスを経験した学習者を対象に－」. 『日本言語文化研究会論集』, 10, 31-49.
- 鹿目葉子. (2014). 「中上級学習者のスピーチの上達に向けた授業とは－ピア・レスポンスと評価活動を授業に取り入れた試みから－」. 『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』, 11, 51-60.
- 鹿目葉子・横田恭一・石崎大地・篠原映美・成田ゆに・西田菜摘. (2015). 「タイの高等教育機関におけるC大学のSENDプログラムの役割とは－K大学での日本語指導・指導支援・交流活動の実践から－」. 『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』, 12, 67-76.
- 陣内正敬. (2008). 「日本語学習者のカタカナ語意識とカタカナ語教育」. 『言語と文化』, 11, 47-60.

横田恭一・鹿目葉子. (2017). 「日タイ大学生による短期交流活動の意義と今後の在り方—タイにおける日本語学習者と教師の視点—」. 『*Japanese Studies Journal*』, 34(2), 1-15. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/japanese/article/view/164508/119264>

横田恭一・鹿目葉子・清水慶子. (2021). 「ライティング活動における協働学習に対する学習者の意識—タイの大学で学ぶ日本語学習者を対象とした調査から—」. 『*Japanese Studies Journal*』, 38(1), 131-146. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/japanese/article/view/248740/168671>

文の複雑性に関する測定指標作成の試みと日本語読解への応用

Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese Reading Comprehension

Saeng-urai Thitisorn

Graduate School of Global Studies,
Tokyo University of Foreign Studies

Corresponding Author:

Saeng-urai Thitisorn

Graduate School of Global Studies, Tokyo University of Foreign Studies

Research and Lecture Building, 3 Chome-11-1 Asahicho, Fuchu, Tokyo 183-0003, Japan

E-mail: thitisorn.sa@kmitl.ac.th

Received: 26 November 2022 **Revised:** 9 March 2023 **Accepted:** 4 April 2023

文の複雑性に関する測定指標作成の試みと日本語読解への応用

要旨

本稿は、学習者が理解しにくい日本語文における複雑な文構造とは何かを明らかにし、その要因を考察することを目的としている。また、これらの要因に基づいて、文の複雑さを評価するための指標を作成した。文の複雑さ指標は、構文的複雑さ指標と文脈的複雑さ指標の2つに大別でき、それぞれをまとめると以下のようになる。構文的複雑さ指数は(1)節の数、(2)従属節の数、(3)文節と呼ばれるフレーズの数、(4)修飾成分の数、(5)述語内部の成分の数、で構成され、一方、文脈的複雑さ指数は(1)指示詞の数、(2)省略されたフレーズの数、という2つの指標からなる。これらの指標を用いて日本語文を評価することで、学習者にとって理解しにくい文章を予想することができると考える。最後に、読みの正確さと既に読んだ内容をどの程度記憶しているかを確認する目的で、読解後の翻訳活動と再話活動を提案したい。本稿で提示する文の複雑性指標はまだ試案段階であり、今後は本指標を活用しながら適宜修正を加え、改善していく予定である。

キーワード: 文構造, 文章理解, ボトムアップ処理, 再話, 翻訳

Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese Reading Comprehension

Abstract

This paper aimed to determine the complexity of Japanese sentences that are difficult for learners to understand by considering the factors that contribute to their complexity. Based on these factors, an index was developed to evaluate the complexity of sentences. The sentence complexity index was divided into two categories comprising a syntactic complexity index and a contextual complexity index, each of which can be summarized as follows. The syntactic complexity index consists of five indicators including (1) number of clauses, (2) number of dependent clauses, (3) number of phrases called *Bunsetsu*, (4) number of modifying components, and (5) number of components inside the predicate. The contextual complexity index consists of two indices including (1) number of indicatives and (2) number of abbreviated phrases. By evaluating Japanese sentences using these indices, the author believes it is possible to distinguish which sentences are difficult for learners to understand. Finally, a post-reading translation and retelling activity was suggested to assess the accuracy of the reading as well as the extent to which content that had already been read was retained in memory. The sentence complexity index presented in this paper is only a trial draft. It is believed that further improvement will be required in the future by utilizing this draft and modifying it as necessary.

Keywords: Sentence structure, Reading comprehension, Bottom-up processing, Retelling, Translation

1. はじめに

読解力は母国語においてはもちろん、外国語においても重要なスキルである。日本語読解では、初級終了レベルから中上級レベルに入ると、複雑な文構造をもつ文章を読む傾向が強くなる。統語的に複雑な文の読解は、ワーキングメモリに負担をかけ、意味処理に支障が生じさせることがあるため、複雑な文構造はテキストの内容理解に影響を与える要因の一つであると言える。したがって、文章理解研究において、テキストの複雑性を評価する際に「何かしらの指標」を設定することは欠かせないだろう。そこで、本稿の目的は、1) 学習者の理解を妨げる複雑な文がどのようなものであるかを論じ、またその文の複雑さを生み出す関連要因を考察すること、2) それら要因の考察をもとに、文の複雑性を評価する指標を作成し、日本語の文章理解研究に新たな提案をもたらすことである。

2. 文の複雑性の要因

李(2016)は読解クラスを支援し且つ「やさしい日本語」の文章の難易度を評価する目的で日本語教育のためのリーダビリティシステムを作成した。文章の難易度を決めるには、1) 平均文長、2) 漢語率、3) 和語率、4) 動詞率、5) 助詞率の 5 つの要因が採択された。これらの 5 つの要因は統計分析により日本語教育のリーダビリティで重要な変量であることが確認された。しかしながら、文章の難易度は文章によっても読み手の属性によっても異なる。例えば、文章の読みやすさを示すリーダビリティ指数が同じであっても、漢字圏の学習者にとってのリーダビリティと非漢字圏の学習者にとってのリーダビリティが同じであることを保証できかねる。この理由で、李(2016)によれば、開発されたリーダビリティは文章の難易度を判定するための掛け替えのない方法ではないとしている。

また、田中と李(2018)は漢字圏と非漢字圏の学習者を対象とし、ランク付けによる複数のニュース記事の難易度を調査し且つそれらの記事の中で最も難しい文を選んだ理由を聞いた。その結果、漢字圏の学習者にとっての難易度は漢字の存在によることが、非漢字圏の学習者では「複雑な連体修飾」や「主語の省略」が文章の難易度を決定する要因であることが明らかになった。この結果から文章の難易度が母語によって変わることが示唆される。

以上の 2 つの先行研究を概観した後、李(2016)のリーダビリティは語彙や文法項目に比べ、難易度を分析することによって開発されたものであるが、本稿の筆者は文章の難易度を決めるには李(2016)が採択した要因だけでは不十分であると考え、田中と李(2018)で明らかになった文の統語上の「複雑な連体修飾」や談話・文脈上の「主語の省略」などもそれぞれ文の難易度や複雑性を決定づける要因の一つとなれるだろう。しかしながら、序論で述べたように、複雑な文構造も読解に影響を与える。本稿では、李(2016)及び田中と李(2018)に付け足し、そうした先行研究の不備を補うために、以下、文に複雑さを生じさせる要因を、大きく「統語的側面」と「文脈的側面」の 2 つに分けて考察したい。

2.1 統語的な側面からの視点

2.1.1 文の構成要素による複雑性指標

日本語文の複雑さを評価するこれまでの指標は、堀場と松本(2008)の指標がある。堀場と松本(2008)では、L2 学習者レベルにおいて、文の言語的複雑性が文中の調査対象である文法項目の理解に影響を与えるかを調べた。なお、堀場と松本(2008)は文の複雑度を評価するにあたって、文、節、従属節、

文節それぞれの数を、文の統語的複雑性を示す指標として用いている。その背景には、文に含まれる節、従属節、文節の各数量が多い場合、文法に関する知識と処理能力が十分に発達していない L2 学習者の文処理により大きな負担をかけ、かつ理解を妨げると予測される (Davison & Green, 1988) からだ。しかしながら、堀場と松本(2008)では、節・従属節・文節の認定基準が示されていない。

そこで、本稿では堀場と松本(2008)では明らかにされていない、文の節・従属節・文節といった構成単位の定義を確認することから始めたい。文の構成単位の定義はそれぞれ以下のようにまとめられる。

1. 文とは文章の「。」(句点)から「。」までの一続きの言葉の単位を指している。
2. 節とは 1 つの述語を中心としてまとまりをなす文の一部分のことである(日本語記述文法研究会, 2008, pp. 3-4)。(1)を例にとると、「飲めば」と「下がる」の 2 つの節に分けられる。
(1) この薬を飲めば、熱が下がる。(日本語記述文法研究会, 2008, pp. 3-4)
3. 主節とは 1 つの文の中においては「文末の述語を含む節」を指し、従属節は主節以外の節のことを指す(日本語記述文法研究会, 2008, p. 4)。(1)を例にとると、「飲めば」は従属節、「下がる」は主節とみなされる。
4. 文節とは文中で意味を持つ、ことばの最小単位である。大槻(2012, p. 6)によれば、文節は「自立語+付属語」もしくは「自立語のみ」の 2 つの型に分かれる。つまり、この定義に従えば、自立語(内容語)の後ろまたは付属語(機能語)の後ろは文節の切れ目となる。例 (2)を例にとると、中点は自立語と付属語の境界を、スラッシュは文節の切れ目を示す。スラッシュは本稿筆者による。
(2) 雪・が/ 木々・の/ 根元・に/ 少し/ 残る。(大槻, 2012, p. 6)

表 1 は堀場と松本(2008)における、文の構成要素数による複雑度指標の例を表したものである。文節の境界を示すスラッシュ、述語を示す下線部、また調査対象とする文法項目を示す太字は本稿筆者による。また、最右欄の指標と数は先に述べた認定基準をもとに、筆者が認定したものである。表 1 において、筆者あるいは堀場と松本(2008)の認定単位が一致しないところもあるが、全体的な傾向としてはほぼ同一である。

前述したように、堀場と松本(2008)では節、従属節、文節の各数量を、文の統語的複雑性の指標として用いている。ここで、文節数を除く節数、従属節数という複雑度指標を用いるにあたって、ひとつ注意すべき点がある。それは、節数と従属節数を使うことで言葉の認定単位数がダブルカウントされてしまうということだ。なぜならば、従属節は本来、節だからである。ただし、従属節は文末の述語を含む節以外の節である。

表 1 文の構成要素による複雑度指標の例

例	複雑度 条件 ¹	例文 (スラッシュと下線部、太字は本稿者による)	指標と数 (堀場と松 本(2008))	指標と数 (本稿筆者に よる)
1	高	A氏は/不動産業を/営む/かたわら、/暇を/見つけては/作家活動を/している。	節数 3 従属節数 1 文節数 8	節数 3 従属節数 2 文節数 8
	低	彼は/大学に/通う/かたわら、/インターネットビジネスにも/乗り出している。	節数 2 従属節数 0 文節数 6	節数 2 従属節数 1 文節数 6
2	高	勉強より/まず/健康のことを/考えるべきだ。/ 試験に/合格しても、/病気に/なってしまったら/ /それまでだ。	節数 3 従属節数 1 文節数 10	節数 4 従属節数 2 文節数 9
	低	バスが/なければ/歩いていくまでのことです。	節数 2 従属節数 1 文節数 4	節数 3 従属節数 1 文節数 3

(出典) (堀場裕紀江・松本順子, 2008, p. 189) 表 1 より一部変更

2.1.2 連体修飾成分による複雑度指標

次に、名詞修飾表現の側面から考えると、名詞修飾表現も文の複雑度を測る指標の一つたりえるだろう。名詞修飾表現は連体修飾とも呼ばれる。連体修飾は連体修飾語と連体修飾句と連体修飾節の3つに分類されるが、ここでは、Prashant (2014)によるものを挙げる。以下がそれぞれの例である。

1. 語による連体修飾 (連体修飾語)

- (3) 指示語・指示詞(連体詞)を使って修飾する: この人、あの人
- (4) 形容詞を使って修飾する: 面白い本、きれいな女性
- (5) 動詞を使って修飾する: 痩せている女性、忘れられない出来事

2. 句による連体修飾 (連体修飾句)

- (6) 母からの手紙, 突然の知らせ

3. 節による連体修飾 (連体修飾節)

- (7) 最近話題になっている本、友達から借りた本、頭がよくなる本

(Prashant, 2014, pp. 1-2)

上記の例から見た連体修飾句と連体修飾節の違いは、連体修飾部に述語が含まれているかどうかということである。

陳(2010)は、中・上級読解の日本語教科書に見られる連体修飾句の多重性を調査した。この中で連体修飾句は、連体修飾語と連体修飾節といった2種の修飾方法が、同じ被修飾名詞との間に混用されるという意味で使われている。調査の結果から、修飾パターンは全部で13種類もあり、その中で「V+N+の+ 」、「N+の+N+の+ 」、「V+形+ 」という3つのパターンが多用されていることが明らかになった。各パターンの具体例は以下の通りである。

¹ 堀場と松本(2008, p. 188)によれば、語彙知識や社会文化的知識など文法知識以外の要因の影響をできるだけ排除するように作成された文法テスト問題を文の複雑度が低い条件(=低条件)とする。一方、日本語能力試験の過去問題から選択された調査対象とする文法項目に関する問題を文の複雑度が高い条件(=高条件)とする。

1. 「V+N+の+N」
 - (8) [「男の色」「女の色」を覚えた][私の]目 中級
 - (9) [夜光虫にきらめく][夜の]海 上級
 2. 「N+の+N+の+N」
 - (10) [今までの][世間の]常識 中級
 - (11) [ここでの][私の言葉の]使い方 上級
 3. 「V+形+N」
 - (12) [きれいに化粧した][若い]母親 中級
 - (13) [化粧に精を出す][若い]女性 上級
- (陳, 2010, pp. 185-187)

連体修飾による複雑性指標を作成するにあたって、どの程度細かく分ければいいのか。本稿で、筆者は連体修飾による指標を2つに区分してみた。指標区分1の場合は、Prashant (2014)の連体修飾分類をもとに修飾語数、修飾句数、修飾節数の3つに区分する。他方、指標区分2は三者を合わせて「連体修飾成分」と呼び、区分1のように連体修飾語と連体修飾句と連体修飾節の3種には分類しない。使用する指標の判断は、調査目的や必要に応じて採用するとよいだろう。

表2は連体修飾による複雑性指標の例を示したものである。大括弧は連体修飾を示す。陳(2010)の(8)から(13)までを例にとり、指標区分1と2で評価すると、いずれの指標区分によっても連体修飾の数の集計はいずれも2となる。同一値を得ても、それぞれの修飾方法が違う。つまり、指標区分1は、その被修飾名詞がどのようなカテゴリーで修飾されたかという修飾方法の詳細内容を示すことができる。一方、指標区分2は、その被修飾名詞が修飾要素をいくつか包含しているかを示すことしかできない。

表2 連体修飾による複雑度指標の例

例	例文	指標と数(区分1)	指標と数(区分2)
(8)	[「男の色」「女の色」を覚えた][私の]目	修飾語数 1 修飾句数 0 修飾節数 1	修飾成分数 2
(9)	[夜光虫にきらめく][夜の]海	修飾語数 1 修飾句数 0 修飾節数 1	修飾成分数 2
(10)	[今までの][世間の]常識	修飾語数 0 修飾句数 1 修飾節数 1	修飾成分数 2
(11)	[ここでの][私の言葉の]使い方	修飾語数 1 修飾句数 1 修飾節数 0	修飾成分数 2
(12)	[きれいに化粧した][若い]母親	修飾語数 1 修飾句数 0 修飾節数 1	修飾成分数 2
(13)	[化粧に精を出す][若い]女性	修飾語数 1 修飾句数 0 修飾節数 1	修飾成分数 2

(出典)筆者作成

2. 1. 3 述語内部の構成要素による複雑度指標

文の構成や修飾部の構成要素だけでなく、述語の場合も複雑な構造を持つ。その理由として、町田 (2021, p. 86) は、「動詞語幹に多数の形態素が後続することができるからである」と述べている。町田 (2021) は、以下のような動詞群を例として挙げている。

- (14) 話す
- (15) 話した
- (16) 話します
- (17) 話している
- (18) 話される
- (19) 話させる
- (20) 話されていた
- (21) 話させられる
- (22) 話させられていた
- (23) 話させられかけていた
- (24) 話させられかけていたようだ
- (25) 話させられかけていたようだった。

(町田, 2021, p. 86)

例 (25) の「話させられかけていたようだった」を例にとる。この例文は次のような場面を想定できる。

仮に、A が秘密を持っているとする。A は秘密を漏らしたくはないが、警察に無理やり聞かれて話しそうになった。だが、思い留まって話さなかった。このような場面を話し手が離れたところから見ていた場合に、「A は秘密を話させられかけていたようだった」という状況描写ができる。

例 (25) の述語内部の構成要素を表 3 に示すように分析できる。つまり、日本語の述語内部構造における文法カテゴリーの配列は「ヴォイス ・アスペクト ・テンス ・モダリティ」の順序である。ただし、述語内部の構造をより細かい階層に分割することもある。その場合、文法カテゴリーの結合は、「ヴォイス ・アスペクト ・テンス ・肯否² ・丁寧さ³ ・モダリティ」とより詳細になっている (日本語記述文法研究会, 2010, p. 37)。

² 肯否とは動きや状態や関係が成り立っているのかいないのかを表し分ける文法カテゴリーである (日本語記述文法研究会, 2010, p. 46)。例えば、「歩く」「歩かない」、「楽しい」「楽しくない」のような肯定・否定の対立である。

³ 丁寧さとは話し手が聞き手に対して、どのような待遇性で文を述べるかといった、述べ方の態度を表したものである (日本語記述文法研究会, 2010, p. 37)。丁寧さは伝達のモダリティのひとつとみなされる。

表 3 述語内部の構成要素の例

語幹 話	要素 1	要素 2	要素 3	要素 4	要素 5	要素 6	要素 7
	させ	られ	かけ	てい	た	ようだっ	た
	できごと が使役で あること	できごと が受身で あること	できごと が完結し ていない こと	できごと が進行中 であるこ と	できごと が過去の ことであ ること	できごとを話 し手の推測と して述べてい ること	できごと が過去の ことであ ること
	ヴォイス(能)		アスペクト(能)		テンス (時)	モダリ ティ	テンス (時)

(出典)筆者作成

さて、これ以降は、前に示した(14)から(25)までの述語を例にとり、述語内部の複雑性を分析してみたい。表 4 は述語内部の構成要素数による複雑性指標の例を表す。中点は構成要素の境界を示している。表 4 の例(14)から例(25)では、述語の構成要素複雑度として例(25)が最も複雑な構造を持っていると言える。例(25)では語幹を除き、述語内部の構成要素数を数えると、7 である。述語内部の構成要素数が多ければ多いほど、意味的複雑性が増すと仮定できるだろう。このように、例(25)のような述語を意味的に処理する際には、文法知識が不足していると、学習者は意味を正確に理解できないだろう。

筆者はタイ語母語話者であるので、タイ人日本語学習者を例に挙げたい。タイ語は動詞が過去形や未来形などの活用変化をしない言語である。例を挙げれば、時制を表す際に動詞の現在形に何らかの情報を付け加えなければならない。日タイ翻訳授業を担当した経験から申し上げれば、表 4 の例(15)「話した」のような述語の構成要素数が少ない場合でも、学生のタイ語訳文では、動詞「話す」の中核的意味のみ訳され、テンス的意味が訳されていないということがしばしば見られる。これは、過去のできごとを表す「タ形」に気づかなかつたからだと考えられる。いうまでもなく、活用に馴染みのないタイ人学習者にとっては、述語の構成要素数が多ければ多いほど言語情報の処理が困難になり、さらには誤読につながる可能性もある。以上のことから、述語内部に現れる文法カテゴリーの階層構造は、文の複雑性評価指標の一つとして使用できる。

表 4 述語の構成要素による複雑度指標の例

例	例文	指標と数
(14) 話・す		要素数 1
(15) 話し・た		要素数 1
(16) 話し・ます		要素数 1
(17) 話し・てい・る		要素数 2
(18) 話・され・る		要素数 2
(19) 話・させ・る		要素数 2
(20) 話・され・てい・た		要素数 3
(21) 話・させ・られ・る		要素数 3
(22) 話・させ・られ・てい・た		要素数 4
(23) 話・させ・られ・かけ・てい・た		要素数 5
(24) 話・させ・られ・かけ・てい・た・ようだ		要素数 6
(25) 話・させ・られ・かけ・てい・た・ようだっ・た		要素数 7

(出典)筆者作成

2.2 文脈的な側面からの視点

前節で統語的複雑性について述べたが、本節では文脈的複雑性について触れたい。文脈的な側面から考えると、読解において日本語学習者の障害となりえるのは次の2つである。一つ目は「指示表現」、もう一つは「省略語句」である。

2.2.1 指示詞による文脈的複雑性

指示表現は文と文との意味をつなぐ役割を果たす。文章読解問題では、指示表現が何を指しているかがよく問われる。指示表現が何を指しているかを理解しないと、前述部分と現在読んでいる内容が関連づけられず、正確な理解に至らない可能性がある。日本語の指示表現はコ系、ソ系、ア系の3つに分けられ、談話の中で人やものを指示するときや、同じ名詞の繰り返しを避ける言い換えとして使う。さらには、人称代名詞や再帰代名詞「本～」あるいは「同～」のような、指示機能を担った指示表現としても用いる。次に、コ系、ソ系、ア系の例を省いて、それらに対応する例を見てみよう。

1. 同じ名詞の繰り返し

(26) 田中さんは学生のころは柔道に熱中され、全国大会に出場された経験もあります。

ピアノの腕前もプロ級です。田中さんはとても多趣味な方なんです。

(日本語記述文法研究会, 2009, pp. 36-37)

2. 言い換え

(27) 山田は、毎週末スポーツをしている。運動が好きなのだ。(運動はスポーツの同義語)

(日本語記述文法研究会, 2009, p. 37)

3. 人称代名詞

(28) [結婚式の祝辞で。恩師が] 鈴木君は誠に優秀な研究者です。彼が私の研究室に入ってきたのは学部の4年生のときでした。

(日本語記述文法研究会, 2009, p. 38)

4. 再帰代名詞

(29) 佐藤さんは、自分(=佐藤さん)の着物を姪にやった。

(日本語記述文法研究会, 2009, p. 40)

5. 指示機能を担った指示表現

(30) 本校は明治15年の開学以来、優秀な人材を次々と世に送り出してきました。

(31) 木村容疑者は5日朝、事情聴取のため県警に同行を求められたが、同日、殺人容疑で逮捕された。

(日本語記述文法研究会, 2009, p. 41)

指示表現に対して、日本語学習者はどのように理解しているのか。日本語教育学における研究では、(26)から(31)で提示されたような指示詞よりもコ系、ソ系、ア系の指示表現が注目されている。ここでコ系、ソ系、ア系の指示表現について触れておきたい。ここに挙げた指示詞に関する研究には、高橋(2015)の功績がある。高橋(2015)は中級日本語学習者が文章を読む際に、どこでつまづいているのかを調査した結果、指示詞がその要因の一つとなっていることを明らかにした。このことから、指示表現は文脈的複雑性を評価する指標の一つになると言えるだろう。

具体的に言えば、(32)の文章を読んだ場合、それぞれの指示詞が何を指しているかを正確に理解できねば、学習者は混乱したり誤解したりする可能性がある。さて、次の文章を読んでもらいたい。この文章は、熊谷(2002)が乙武洋匡著『五体不満足』から引用したものである。文番号と下線部は筆者による。

(32) [1] 1分 57秒。[2] ようやく 25Mを泳ぎきった時には、2分近い時間がかかってしまっていた。[3] しかし、他の2校からはあらためて拍手が送られる。[4] なかなか止むことのない、最大級の拍手だった。[5] そんななか、ボクのクラスメートは、岡先生に、こんな報告をしていた。[6] 「ほら、先生、あそこのおバサンたち、泣いてるよ」[7] その目は、いかにも不思議なものを見るような目だった。[8] 先生は、そのことが何よりもうれしかったと言う。[9] この子どもたちは、乙武をただのクラスメートとしか見ていない。[10] そして、乙武が 25Mを泳ぎきったことも、彼らにとっては大したことではなく、自分たちの仲間が自分たちの仲間が自分たちと同じことをしただけという感覚なのだ。

(熊谷, 2002, pp. 142-143)

上記の文章から、文[5]から文[8]までの指示詞がそれぞれ何を指しているかを以下のようにまとめられる。

文[5]では、「そんななか」は前の文[1]から文[4]までの先行した内容すべてを指している。一方、「こんな」は、後続の文脈の中にあるものを指す。「こんな報告」の場合は報告の内容は後に来る。つまり、この文章では文[6]の内容を指す。

文[6]では、「あそこ」は話し手と聞き手から離れたところにあるものを指している。つまり、この文章からは、泣いているおばさんたちが、話し手であるクラスメートと聞き手である先生から離れたところにいることがみてとれるだろう。

文[7]では、「その目」はクラスメートの目を指している。つまり、「その～」は先行文脈の中にあるものを指す。

文[8]では、「そのこと」の用法は文6と同様であり、「おばさんたちが泣いている」ということを指している。

文[9]では現場指示の「この子供たち」はクラスメートを指している。語り手が「その～」ではなく「この～」を使ったのは、この話に登場してきた子供たち、言い換えれば今まで説明した子供たちという意味を表したいからだと考えられる。

日本語母語話者は(32)の文章を読んだとき、それぞれの指示詞が何を指しているかはすぐにわかるだろう。一方、学習者の場合は前後の文脈をよく吟味しないと正確に把握できない可能性がある。特に読解問題を解く際には、理解に至るまで繰り返し読む必要があるかもしれない。

さて、(32)の文脈的複雑性を指示詞数で評価してみたい。表5は指示詞による文脈的複雑性指標の例を示したものである。点線は指示表現を示す。文[5]から文[9]までを例にとると、文[5]の中には指示詞が2つある。一方、文[6]から文[9]ではそれぞれ一つしかない。このような文脈的複雑性で評価すると、文[5]は最も文脈的複雑性が高いと言えるだろう。これは、文[5]の「そんな

なか」と「こんな報告」が何を指しているかと読解問題等で問われたとき、読み手が文 [5] 前後の文脈を確認しなければならないためである。

表 5 指示詞による文脈的複雑性指標の例

例-文	例文	指標と数
(32)- [5]	<u>そんな</u> なか、ボクのクラスメートは、岡先生に、 <u>こんな</u> 報告をしていた。	指示詞数 2
(32)- [6]	「ほら、先生、 <u>あそこ</u> のオパサンたち、泣いてるよ」	指示詞数 1
(32)- [7]	<u>その</u> 目は、いかにも不思議なものを見るような目だった。	指示詞数 1
(32)- [8]	先生は、 <u>その</u> ことが何よりもうれしかったと言う。	指示詞数 1
(32)- [9]	<u>この</u> 子どもたちは、乙武をただのクラスメートとしか見ていない。	指示詞数 1

(出典)筆者作成

2.2.2 省略語句による文脈的複雑性

野田(2019)は、文章読解で日本語学習者がどのような点に難しさを感じるのか、という先行研究を概観し、難しさを感じる程度は学習者の日本語レベルによって違うと報告した。日本語レベルによって違うものもあれば、学習者のレベルにかかわらずどのレベルでも共通する難しさもある。その一つとして「省略されている語句が何であるか推測」できないということがある。日本語の文章は主語が省略されることが多い。しかしながら、主語が省略されると、理解が困難になる場合がある。以下、具体的な例で説明する。

野田・桑原・フォード丹羽・藤原(2014)は中級学習者 8 名を対象に、省略のある文章を読んでもらい、主語をどのように把握するかを調査した。その結果、以下 2 つのストラテジーを用いて、省略された主語を間違えて特定することがわかった。

1. 人や動物などの名詞を主語だと考える
2. 「は」や「が」の前にあるものを主語だと考える

例(33)を例にとると、学習者は「紹介してしまう」という動作の主語は、省略されている「S 教授」ではなく、1) のストラテジーを用いて、人を表す名詞である「卒業生」だと考える(野田他, 2014)。「いい」の主語を特定する場合は、学習者は 2) のストラテジーを使用して、省略されている「アルバイト」ではなく、「は」の前にある「現場をみる」だと考える(野田他, 2014)。

- (33) 卒業生からの「いい人いませんか」の一声で、学生にアルバイトを紹介してしまう。
インターンシップのようでもあり、現場をみるにはちょうどいいからだ。

(野田他, 2014, p. 38)

日本語の文章で省かれているのは主語だけなのだろうか。日本語読解の授業には、新聞記事のような「レリア・生教材⁴」を取り入れることもある。そこで、ここでは新聞記事とその見出しを例として挙げたい。時間的・空間的な制約の下で情報伝達を行う場合は、必要最低限に情報を削ることが求められる。新聞記事ではそのような省略現象がよく見られる(伊, 2021)。

記事の見出しでは、「見出しを構成するキーワードは主に具体的な意味内容をもつ内容語であり、助詞(特に格助詞)、コピュラ(〜だ)、形容動詞(する)など、文法的な役割をする機能語の使用が減るのが一般的である」(尹, 2021, p. 40)。具体的には(34)と(35)が例として挙げられる。尹(2021)の説明によれば、(34)の見出しの前半部分で抜け落ちている成分を補うとすれば、(35)のようになる。括弧の中にあるところは補われる成分である。

(34) 米, 「最大限の圧力」継続 北朝鮮を「テロ支援国家」再指定も (朝日 2017. 4. 21)

(35) 米(国)(が), 「最大限の圧力」(を)継続(する)

(尹, 2021, p. 40)

(35)の見出しの場合では、補われた部分がないと、日本語の知識を十分に持っている学習者に誤解が生じる可能性がある。例えば、「米」は「米国」ではなく、「お米」だと勘違いするかもしれない。

新聞記事の本文でも、(36)のように、動名詞である「申告」や「対応」などの述語においては「する」を省いて使われる傾向が顕著である。(36)の角括弧で示した文番号は筆者による。

(36) [1]エボラ、試された備え 羽田で申告、円滑に対応

[2]男性を乗せたロンドン発の航空機が羽田空港に到着したのは 27 日午後 3 時 37 分。[3]飛行機を降りた男性は、入国審査を受ける前に、指示に従い検疫所に立ち寄った。[4]そこでリベリアに 10 月 18 日まで 2 カ月間滞在したことを申告。[5]…検疫所は「念のため」として、国立国際医療研究センター(東京都新宿区)に搬送。[6]…病院には午後 7 時半ごろ到着。[7]…新感染症棟 2 階にある、ウィルスが外部に出ない減圧された特別な部屋に隔離され、防護服姿の医師が対応した。
…(朝日 2014. 10. 29)

(尹, 2021, p. 100)

(36)の文[1], [4], [5], [6]の動名詞では「する」が省かれていることがわかっているが、省略された「する」のテンスまたはアスペクトを考えると、ただの非過去形「する」ではない。実際に省略されたのは過去完了形の「した」だろう。動名詞が「する」なしで現れるこのような新聞記事の意味を処理するにあたっては、学習者に困難が生じる機会が多い。これは意味処理過程で二段処理が必要となることが予測されるからだ。まず、第一段階として内容語自体の意味を処理し、続く第二段階では

⁴ 「レリア・生教材」とは、言葉の教育の補助教材として用いられる「本当の物」(教育のためにわざわざ作られたものではないもの)を指します。「レリア」(realia)は、事物、本当の(もの)を指すラテン語 *realis* の中性複数形です。「レリア」のなかでも、特にその本当の物に含まれている情報に注目して利用するときには「生教材」と区別して呼ぶこともあります(たとえば、実際に発行されている新聞は「レリア」、その新聞に書かれている文面などの情報は「生教材」)。国際交流基金国際交流センター、「日本語教師必携すぐに使える「レリア・生教材」」.https://www.jpff.go.jp/j/urawa/j_rsrcs/o_book01.html (参照 2022-01-03)

その出来事がいつ起こったのかを考えることになる。以上をもって、省略語句は文章の複雑度を測る指標として使えるだろう。

(36)の文[3]と[4]を例にとって省略語句数によって複雑度を評価すると、表6に示すようになる。括弧内は省略された語句である。例(36)の[3]では省略された語句がないものの、例(36)の[4]では、主語の「飛行機を降りた男性は」と動名詞「する」が省略されている。例(36)の[3]と[4]を比較すると、[4]のほうが[3]より文脈的複雑度が高いと言えるだろう。

表6 省略語句による文脈的複雑性指標の例

例-文	例文	指標と数
(36)- [3]	飛行機を降りた男性は、入国審査を受ける前に、指示に従い検疫所に立ち寄った。	省略語句数 0
(36)- [4]	【飛行機を降りた男性は】そこでリベリアに10月18日まで2カ月間滞在したことを申告【した】。	省略語句数 2

(出典)筆者作成

3. 日本語読解への応用

さて、本節では、これまで述べてきた指標を用いて読解教材の文章の複雑性を評価してみよう。以下が、読解教材である『ニューアプローチ中級日本語 基礎編 (改訂版)』の第12課「格言・名言」から抜粋した文章である。この読解教材は、筆者が務めている教育機関の中級読解授業で使用されている。2.1.1で述べたように、節数と従属節数を使うと言葉の認定単位数がダブルカウントされてしまう。そこで、統語的複雑性を評価するにあたっては節数、文節数、修飾成分数、述語の構成要素数を、文脈的な複雑性を評価するには指示詞数と省略語句数を用いる。

統語的な複雑性を表す各指標の節は実線、文節の境界はスラッシュ、修飾成分は波線、述語の構成要素にある境界とその数は中点と下付き数字で示している。なお、述語の構成要素数は、その文中に含まれる全述語の構成要素を含めた合計である。一方、文脈的な複雑性指標では、指示詞は点線で、省略されたものは隅付き括弧で示す。表7の見出し行で使用する①から⑥の数字については、①節数、②文節数、③修飾成分数、④述語内部の構成要素数、⑤指示詞数、⑥省略語句数とする。

表 7 統語的・文脈的複雑性分析の事例

段落-文 番号	本文	統語的な複雑性				文脈的な 複雑性		合 計
		①	②	③	④	⑤	⑥	
1-1	【私たちは】もし/に/おいを/説明・する ₁ の/に、/「 <u>いい・い</u> ₁ /香り」と/「 <u>臭・い</u> ₁ 」しか/言葉が/な・かつたら ₁ /寂し・い ₁ 。/	3	9	1	5	0	1	19
1-2	【私たちは】 <u>その</u> に/おいを/相手に/伝え・たい ₁ と/思・え ば ₁ 、/それと/似・てい・る ₂ /香りを/探・して ₁ 、/「 <u>バラの</u> <u>花のような</u> /香りが/する ₁ 」とか/「 <u>卵が</u> /腐・った ₁ みたいな /に/おいが/する ₁ 」と/表現する ₁ ことが/でき・る ₁ 。/	6	19	3	10	1	1	40
1-3	つまり、/何か/ほかの/ものに/たとえ・る ₁ ことによって、/ 相手は/それが/どんなもの【である】か/イメージする ₁ こと が/でき・る ₁ のだ ₁ 。/	3	10	1	4	1	0	19
1-4	<u>その</u> /おかげで/ <u>私たちの</u> /表現は/一層/豊かに/な・る ₁ 。/	1	7	1	1	1	0	11
2-1	いわゆる/格言/ ₃ 名言と/呼・ばれ・る ₂ ものの/中には、/ <u>このような</u> /たとえを/使・った ₁ ものが/少な・くない ₁ 。/	1	9	3	5	1	3	22
2-2	「人生は/いわば/ <u>航海のような</u> /ものだ ₁ 」と/【私たちは】よ く/【人に】言・われ・る ₂ 。/	2	6	1	2	0	2	13
2-3	【私たちに】人生のような/ <u>抽象的な</u> /ものでも、/航海に /たとえ・る ₁ ことで、/それが/どんなもの【である】か ₁ が/ よく/理解でき・る ₁ 。/	3	10	3	3	1	2	22
2-4	作家の/セネカは/人生を/物語に/たとえ・て ₁ 、/こ・う/言 っ・た ₁ そうだ ₁ 。/	2	7	1	3	0	1	14
2-5	「重要なのは/どんなに/長・い ₁ かという/ことではなく ₁ 、/ どんなに/良・い ₁ かということだ ₁ 。/	4	5	0	4	0	0	13
2-6	<u>短・い</u> ₁ /言葉の/中にも/重みが/あ・る ₁ 。/	1	5	1	2	0	0	9
2-7	【私たちが】人生を/ろうそくに/たとえ・て ₁ 、/細く/長く/生 き・る ₁ のと/太く/短く/生き・る ₁ のと/どちらが/いい ₁ か ₁ と/【セネカに】聞い・たら ₁ 、/セネカは/きつと/後者が/ いい ₁ と/答え・る ₁ だろう ₁ 。/	7	17	0	9	1	2	36
3-1	哲学者の/ショーペンハウアーは/お金は/ <u>海水のような</u> <u>ものだ</u> ₁ と/考へ・て ₁ 、/「 <u>飲・めば</u> ₁ / <u>飲・む</u> ₁ ほど、/のどが /渴・く ₁ 」と/言・った ₁ 。/	6	11	2	6	0	2	27
3-2	ほかにも/友情とは/何【である】か ₁ /恋とは/何【である】か ₁ など、/いろいろなことについて/格言、/名言が/あ・る ₁ 。/	3	9	1	3	0	2	18
3-3	【私たちは】それらを/読ん・で・み・て ₃ 、/自分の/ <u>好きな</u> <u>せりふ</u> を/見つけ・る ₁ のも/いい ₁ が、/氣に/入っ・た ₁ / ものが/な・ければ ₁ 、/自分で/作・つて・み・てもいい ₃ 。/	4	13	3	9	4	1	34
3-4	人によって/考え方は/いろいろなのだ ₁ から。/	1	3	0	1	0	0	5

(出典)筆者作成

表 7 に示した指標の数値から判断すれば、「文 1-1」と「文 1-3」、「文 2-1」と「文 2-3」そして「文 2-2」と「文 2-5」で複雑性の合計値が順に 19、22、13 となっている。合計値が均等である場合、その文の全体的な複雑性が一緒であると考えてもよい。ただし、2 つの文の間に統語上及び文脈上でのような細かい違いがあるかは項目別の値によって判断するのが適切だろう。ちなみに、学習者にとって情報を処理することが難しいと思われる上位 5 文は、数値が高い順に「文 1-2」40、「文 2-7」36、「文 3-3」34、「文 3-1」27、「文 2-1」と「文 2-3」22 となる。これらの文は一文に含まれている情報量が多く、複雑度が高いため、学習者、特に日本語が十分に発達しない初中級・中級学習者が意味を正確に理解できない可能性が高い。ボトムアップ処理による読解過程で、初中級・中級学習者が同時に気をつけなければならないことが多いからだろう。ポクロフスカ (2019) によれば、日本語母語話者は運転操作に慣れ、日本語の知識が整っているため、ボトムアップ処理が自動化されている。一方、日本語能力が不十分な学習者はペーパードライバーに似ており、同時に気をつけるべき注意点多く、よくよく心がけないと危険運転になってしまう。同じ著者によれば、文字を読み取る、文字例を語句に分ける、語句の意味や文法を思い出すなどといった能力を組み合わせることで意味を捉えねばならないので、母語話者よりも労力を費やすという。学習者によるこのような情報処理はコントロール処理とみなされ、学習者が言語情報取得するのを阻害し、わずかな事柄しか記憶に留まらない (大石, 2006)。

では、学習者がそれぞれの文を正確に理解できたかどうか、さらに、読んだ内容がどの程度記憶に留められたかを確認するには、どうすればよいか。文章を読ませた後で、再話活動、または翻訳活動の実施を推奨したい。再話は通常 2 人の学習者がペアになって行う活動である。再話は理解を確認する手段だけでなく、学習者が読んで理解した内容を相手と照合し、協力することによって再構築する意義がある (小河原・木谷・熊谷, 2015)。

また、学習者がどれだけ深く理解できているかを知りたい場合は、翻訳活動で評価するのが適切であろう。なぜ読解授で翻訳活動が必要であるかという点、卯城 (2014) は、その理由を 2 つ挙げる。一つ目は、教師が「言語構造を理解しているかどうかを確認する」(p. 95) ため、二つ目は、理解に曖昧さがないかを確認する目的である。具体的には、冒頭で取り上げられた意味処理が難しそうな文の中で特に、筆者が関心を持っているのは文 3-3 である。文 3-3 では、読解文章の書き手が「格言・名言」を同意語の「せりふ」で置き換えており、筆者自身、学習者がそれを理解できるかどうかを知りたい。というのも、学習者にとって多義語の意味解釈が困難になる局面が多々あり、その原因としては、通常、学習者は最初に覚えた意味で単語を記憶し、どんな文脈で遭遇しても最初に覚えた意味を選択する傾向が強いからだ (藤原, 2019)。以上のことから、翻訳活動は文章内容の詳細情報を正確に把握しているかを確認できるところに意義があるのだろう。

4. おわりに

本稿で、筆者は学習者にとって理解し難い文がどのような複雑性をもっているか、その複雑さを生み出す要因を考えてみた。また、この要因をもとに文の複雑性を評価する指標を作成し、さらにその指標を統語的複雑性指標と文脈的複雑性指標の 2 つに分類した。統語的複雑性指標は「(1) 節数、(2) 従属節数、(3) 文節数、(4) 修飾成分数、(5) 述語内部の構成要素数」の 5 つの指標からなるものとし、一方、文脈的複雑性指標は「(1) 指示詞数と (2) 省略語句数」の 2 つの指標からなるものとする。

以上の指標で日本語の文章を評価することで、学習者が理解しにくい文章を予想できると考える。最後に、読みの正確さと既に読んだ内容がどの程度記憶できたかを確認する目的で、読解後の翻訳活動と再話活動を提案したい。とはいえ、本稿で提示した文の複雑性指標はまだ試案段階である。今後の課題としては、作成した指標がどの程度文の複雑さを反映できるか、実際に活用しながら適宜修正を加え、更に改善していくつもりである。

謝辞

神谷世名氏、古川結城子氏、笠作記史氏に本論文の日本語の文章を校正・推敲・添削していただきました。ここに感謝の意を表します。

References

- Davison, A., & Green, G. M. (1988). *Linguistic Complexity and Text Comprehension: Readability Issues Reconsidered*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Prashant, P. (2014, March 19). 日本語学 (Japanese Linguistics) / 名詞修飾 (連体修飾) 表現 (Noun Modification (Additional Modification) Expressions). e-PG Pathshala.
<http://epgp.inflibnet.ac.in/Home/ViewSubject?catid=oGy0L4YuSB1wGMw4uhFqXw==>(参照 2022-01-03)
- ポクロフスカ・オーリガ. (2019). 第1章 誤読の読解指導：誤読の仕組みとそれを減らすためのサポート 石黒圭(編), *日本語教師のための実践・読解指導*, (pp. 12-29). くろしお出版
- 卯城裕司. (2014). *英語リーディングの科学—「読めたつもり」の謎を解く*. 研究社.
- 橋垂紀子. (2015). 中級日本語学習者の文章理解における問題点. *ヨーロッパ日本語教育*, 20, 401-402.
- 熊谷正志. (2002). 指示詞「こ」「そ」「あ」の学習プランについて. *教授学の探究*, 19, 139-160.
- 小河原義朗・木谷直之・熊谷智子. (2015). 読解授業における再話—学習者ペア活動の相互行為分析—. *小出記念日本語教育研究会論文集*, 23, 5-17.
- 大石晴美. (2006). *脳科学からの第二言語習得論*. 昭和堂
- 大槻美智子. (2012). 「文の成分」を活かした品詞分類表試論. *教育研究*, 38, 1-12.
- 町田健著. (2021). *日本語文法総解説*. 研究社
- 陳志文. (2010). 連体修飾句における多重性と語順—中, 上級読解の日本語教科書からの分析—. *台湾日本語文學報*, 27, 175-193
- 田中伊式・李在鎬. (2018). 「やさしい日本語ニュース」の難易度に関する学習者調査. *2018年度日本語教育学会秋季大会予稿集*, 468-473.
- 藤原未雪. (2019). 第2章 語彙の読解指導：学習者の語の読み誤りから考える、語彙力をつけるための指導法 石黒圭(編) *日本語教師のための実践・読解指導*. (pp. 30-45). くろしお出版
- 日本語記述文法研究会(編). (2008). *現代日本語文法6 第11部 複文*. くろしお出版
- 日本語記述文法研究会(編). (2009). *現代日本語文法7 第12部 談話, 第13部 待遇表現*. くろしお出版.
- 日本語記述文法研究会(編). (2010). *現代日本語文法1 第1部 総論, 第2部 形態論*. くろしお出版.
- 堀場裕紀江・松本順子. (2008). 文脈文の複雑さが文法項目の理解に及ぼす影響—母語背景の異なる第2言語学習者の比較から—. *Scientific Approaches to Language*, 7, 181-207.
- 野田尚史. (2019). 第3章 文法の読解指導 石黒圭(編) *日本語教師のための実践・読解指導*. (pp. 46-64). くろしお出版.
- 野田尚史・桑原陽子・フォード丹羽順子・藤原未雪. (2014). 日本語学習者の読解過程—教師が考えているのとは違う学習者の実態—. *ヨーロッパ日本語教育*, 18, 37-38.
- 李在鎬. (2016). 日本語教育のための文章難易度に関する研究. *早稲田日本語教育学*, 21, 1-16.
- 尹盛熙. (2021). *ことばの「省略」とは何か*. 大修館書店

訪日外国人旅行者(タイ人)の東北地方への観光誘致の可能性と課題

Possibilities and the Challenges of Attracting Foreigner Tourists (Thais) to Japan for Tourism in Tohoku Region, Japan

Sasiwara Chantrakantanond

Graduate School of Regional Studies, Hirosaki University

Corresponding Author:

Sasiwara Chantrakantanond

Graduate School of Regional Studies, Hirosaki University

1 Bunkyo-cho, Hirosaki City, Aomori Prefecture, Japan

E-mail: ch_sasi219@hotmail.com

Received: 2 November 2022 **Revised:** 15 February 2023 **Accepted:** 3 March 2023

訪日外国人旅行者（タイ人）の東北地方への観光誘致の可能性と課題

要旨

本研究は、訪日タイ人旅行者を対象としたインバウンド誘致活動をプル要因の概念を基に分析し、東北観光推進機構のような東北全体を一括してアピールする活動が誘致活動に有効かどうか、また東北ブランドの形成に繋がっているかどうかを明らかにするものである。目的地決定プロセスに大きな影響を与えるプル要因による分析を行い、①良好な日・タイ関係、②タイ人向けの情報提供、③映画・ドラマのロケ地、④日本文化ブーム(食文化)⑤日本の四季と自然・景勝地、がタイ人旅行者のプル要因に大きな影響を及ぼすということを明らかにした。また、九州観光推進機構、せとうち DMO の事例分析の結果、広域でインバウンド観光に取り組んでいる事業の成功ポイントについては、3 つあり、①ターゲットの設定、②地域の一体の醸成、と③コンテンツ・ツーリズムである。その結果をもとに東北地方における訪日タイ人旅行者の誘致可能性については考察し、東北地方へのタイ人観光客誘致のためには、秋田県を入り口に誘致を図ること、グリーン・ツーリズムなど体験型旅行を提示していくことが重要であることを明らかにした。以上が本論文の結論である。

キーワード: 訪日タイ人旅行者、インバウンド誘致、東北地方、プル要因

Possibilities and the Challenges of Attracting Foreigner Tourists (Thais) to Japan for Tourism in Tohoku Region, Japan

Abstract

This research analyzes attracting activities for inbound tourism towards Thai tourists based on pull factors, and collective appeals to the whole of Tohoku region, such as the Tohoku Tourism Promotion Organization. The author clarifies whether or not the activity is effective for the attractiveness and leads to the possibilities of inbound tourism development in the Tohoku brand. In-depth analysis shows positive pull factors on the results of inbound tourism that a significant influence on decision-making process for Thai tourists are (1) the good relationship between Japan and Thailand, (2) the provision of information for Thais, (3) the film-drama induced tourism, (4) Japan Cultural boom (the culinary), and (5) the seasonality in the tourism – Japan's four seasons and natural scenery. According to the analysis of the case study from the Kyushu Tourism Promotion Organization and Setouchi DMO, it is found out that Tohoku was found to be deficient in certain areas when compared to the former organizations. Those include (1) the formation of a clear target group, (2) branding, and (3) content tourism (promoting locations of film / TV Series production). The possibility of attracting Thai Tourists to the Tohoku region was clarified to use Akita Prefecture as a gateway to attract tourists and present experience-based tourism such as green tourism.

Keywords: Thai tourists visiting Japan, Inbound promotion, Tohoku Region, Pull Factor

1. はじめに

日本政府観光局(JNTO)によれば、2019年の訪日外国人旅行者の推計値が18年と比べ、2.2%増の3,188万人で、JNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多となっており¹、コロナ禍前には日本を訪れる外国人が多くみられた。

このうち、東南アジアからの訪日外国人旅行者数をみると、タイ人の割合が最も多くなっていた。その背景には、タイ人に対する日本短期滞在ビザの免除の開始や、日本とタイの間でLCC航空の就航などがあり、その結果、訪日タイ人旅行者数は2013年には約45万人だったものが、2019年には130万人となっている。その後のコロナ禍の状況にあってもタイにおける日本人気は高く、大手の宿泊予約ウェブサイトのBooking.comが2020年5月18日に発表したタイ人旅行者の行き先のランキングでは、日本の東京が1位で、大阪が3位となっている²。このことから今後コロナ禍による入国制限が緩和されれば、タイからのインバウンド観光が再び復活すると考えられる。

しかしながら、コロナ禍以前より東北地方を訪れる訪日外国人旅行者は少ないことが課題となっていた。観光庁における宿泊旅行統計調査(2019)によれば、全国外国人旅行者(101,306,450人)のうち、東北への訪日外国人旅行者は全体の1.66%(1,680,190人)であった。また東北地方を訪れるタイ人は訪日タイ人旅行者の6%(104,550人)にとどまっている。このことから東北地方においては訪日外国人旅行者を増加させることが課題となっていた。

この課題に対してこれまでいくつかの研究がなされてきた。それらの研究では東北地方を訪れる訪日外国人旅行者が少ない理由として、国際観光市場の競争状況が厳しいことや(陳 2003, Longwen 2011)、そもそも東北地方の知名度が低いこと(佐藤 2017, スンタララク 2017 など)などが指摘されてきた。ただ、それらの研究は訪日外国人全体を対象にしたものや訪日中国人旅行者を対象にしたものがほとんどであり、本稿で対象とする訪日タイ人旅行者に焦点をあてた研究はほとんどなされてこなかった。筆者が調べたところ、訪日タイ人旅行者を対象にした調査研究は、秋田県、福島県、北海道における観光客誘致の調査研究に限られていた(佐藤, 2017; 佐野, 2019; 宮島, 2019)。

ところで本稿は、東北地方を一体とした訪日外国人旅行者の観光誘致について検討することを目的としている。後述するように九州地方は九州を一つの単位として外国人観光客に売り込み、誘致に積極的に取り組んでいる(新井 2017)。一方、東北観光推進機構が台湾を対象に同様な取り組みを行い、一定の成果を上げており、いくつかの報告書で取り上げられている。しかし、東北を一つの単位とした観光誘致の取り組みに関する学術的な研究はこれまでほとんどなされていないことから、筆者は東北地方を一つの単位として売り込み、訪日外国人旅行者の観光誘致の可能性について論じたいと考えるようになった。

そこで本稿では、東北地方全体を1つの単位としてみなした訪日外国人旅行者に対する観光誘致の可能性や、課題を明らかにすることを目的に論じていくものとする。特にここでは、ビザの要件の緩和や東北への直行便ができたこと、そしてなお、東北観光推進機構が台湾の次のターゲットとしてタイを考え、誘致の取り組み

¹ 検索キーワードに「訪日外国人旅行者」と「インバウンド」を入れて検索したもの

² 検索キーワードに「中国人 旅行」と「中国人 観光」を入れて検索したもの

を始めていたことから、今後増加が見込まれるタイ人観光客の誘致を中心に論じていく。なお、ここでは、文献研究のほか、筆者が実施したインタビュー調査の結果を踏まえて論じていくものとする。

2. 先行研究

はじめに、訪日外国人旅行者に関する研究を確認していきたい。NII 学術情報ナビゲータ (CiNii) で検索すると、訪日外国人旅行者及びインバウンドに関する研究は 3,602 件であった³(2021 年 11 月 12 日現在)。また、訪日中国人旅行者に関する研究は 519 件であった⁴。一方で訪日タイ人旅行者に関する研究は 28 件しかなく⁵、このうち日本語教育や文化的側面を論じるなど観光誘致に関わっていないものを除いたタイ人のインバウンドに関する研究は 18 件であった⁶。これらのタイ人を対象にした数少ない研究を分類すると、①訪日タイ人旅行者の誘致に関する研究、②訪日タイ人の旅行トレンド・旅行形態に関する研究、③事例研究に分けられる。以下では、この分類に沿って、それぞれの研究の傾向について簡単に述べていく。

まず、①訪日タイ人旅行者の誘致に関する研究であるが、ここで取り上げられている研究はさらに次の 3 つのテーマに分けられる。すなわち、1) YouTube, SNS, 口コミサイトなどの利用について論じたもの(ポンサピタックサンティ, 2014; 河本・ナウィチャーポン, 2016; 半澤・鈴木, 2020)、2) ドラマ・映画の効果(ポンサピタックサンテ, 2015; 片山, 2017)、3) 隣県・他の機関と連携した PR について論じたもの(スントララク, 2017; 佐藤, 2017)である。

次に、②訪日タイ人の旅行トレンド・旅行形態に関する研究である。これらの研究をさらに分類すると、次の 2 つの特徴で分けることができる。すなわち、1) 訪日タイ人旅行者の旅行形態について論じたもの(稲葉・海老原, 2003; JNTO, 2005; 福永, 2013; クリティニー・ポンタナラート, 2014; 北, 2015; 佐野, 2019; Chantarakantanond, 2021)と、2) 訪日タイ人旅行者のトレンドについて論じたもの(クリティニー・ポンタナラート, 2013; 野呂・ラタナピタック, 2017, 2019)である⁷。

最後に③事例研究である。ここでは北海道枝幸町歌登に関する事例研究を取り上げたものとなっている(市岡, 2014; 宮島, 2019)⁸。

以上の先行研究から明らかになったことは、①タイ人旅行者の旅行トレンド・行動は、個人旅行化(FIT)が進んでいること(北 2015, 佐野 2019)、②日本各地では様々な誘致方法を工夫して実施していること、例えば、旅行会社(エージェント)と結びつけること(佐野 2019, 宮島 2019, 半澤・鈴木 2020)や、映画・ドラマの効果を活用することなど(ポンサピタックサンティ 2015, 片山 2017)である。しかし、誘致に関しては課題も多く佐藤(2017)や、スントララク(2017)によれば、東北地方の知名度がまだ低いことから隣の県と協力した PR・宣伝が必要であるとの指摘がなされている。また、スントララクは、観光誘致のためにはマーケティング戦略が不可欠であると指摘している。

³ 検索キーワードに「タイ人 旅行」と「タイ人 観光」を入れて検索したもの

⁴ このうち報告書が 6 件含まれている。

⁵ このうち稲葉・海老原 2003, JNTO 2005, クリティニー・ポンタナラート 2014, 佐野 2019, クリティニー・ポンタナラート 2013 は報告書である。

⁶ このうち市岡(2014)は報告書である。

⁷ 外務省. 2007. *日タイ交流の歩み*. <https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/thailand/jpth120/knowledge/steps.html> (2021 年 12 月 24 日閲覧)

⁸ ビザ緩和をおこなった国はタイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン、カンボジア、ラオスである。

一方で、先行研究では、東北地方を分析対象としたインバウンドに関する報告書は存在するものの(清野 2015, 紺野 2018, 阿部 2018), 東北を一つの単位として捉え分析した研究はなされていなかった。またそれらは訪日タイ人旅行者に焦点を絞ったものではなかった。

そこで、本稿では、東北地方を一つの単位として捉え、訪日タイ人旅行者を対象としたインバウンド誘致の可能性について考察していくこととする。特に、佐藤(2017)とスンタラク(2017)が指摘するように隣県との協力による誘致活動や、東北観光推進機構のような東北全体を一括してアピールする活動が誘致活動に有効かどうか、また東北ブランドの形成に繋がっているかどうかを先進事例をもとに論じていくこととする。

3. 訪日タイ人旅行者における「プル要因」

人はなぜ旅行をするのだろうか。人が旅行をする要因はさまざま論じられているが、海外旅行に限ると、他国を訪れてみたいという欲求と、自国を出てみたいという欲求の 2 つに分けられると考えられる。それらはプル要因とプッシュ要因と呼ばれるものである。そこで、以下では、日本の地域への観光誘致を考えるにあたり、訪日タイ人旅行者の「プル要因」(Pull Factor)と「プッシュ要因」(Push Factor)の分析を行うこととする。

プル要因(Pull Factor)とは、佐々木(2000)によれば、観光旅行で具体的な目的地を選ばせるように働く心理要因だという。また、Klenosky (2002)によると、観光に行きたいニーズを満たすパワーを持っている要因がプル要因である。そして、Yoon and Uysal(2005)によれば、人々を特定の観光地へと惹きつける要因であり、観光目的地選択に関連する目的地の特性に起因するものと考えられると述べている。

一方、プッシュ要因(Push Factor)とは、Yoon and Uysal(2005)は人の内在的な考え方である、感情的な側面から生み出される要因であり、また佐々木(2007)は、さまざまなタイプの生活行動や余暇活動がある中で、とくに「観光旅行」という行動にかりたてる働きをする心理的要因であると定義している。

以上がプル要因、プッシュ要因の説明であるが、これをより具体的に説明したのが大橋(2009)である。彼によると、①プル要因は、(a) 高いサービス: 食事・宿泊の高品質など、(b) 機能性の良さ: おもてなしの良さなど高いホスピタリティ価格の適正性や交通利便性など、(c) 環境の良さ: 静けさなどであり、②プッシュ要因は、(a) 新しさの探求や文化的教養の向上、(b) リラックス希求など日常生活からの脱却、(c) 娯楽や他人との接触など社交性の享受であると述べている。

このプル要因・プッシュ要因に関して、次のような研究もなされている。例えば、訪日外国人観光客の急増の背景を探るためにプル要因・プッシュ要因を用いて分析したものや(宮島, 2019)、プル要因とプッシュ要因は目的地が同じであっても、国(旅行者の出発国)によって異なっているという研究がある(鄔, 2016)。

また目的地の決定に関して促進要因と阻害要因がどのような影響を及ぼすかを明らかにし、目的地決定プロセスにプル要因が大きな影響を与えているとする研究もある(Ghimire, 2020)。この研究からは地域に訪日外国人旅行者を誘致するためにはプル要因を中心に分析することの必要性が示唆された。

このように観光に関してこのプル要因・プッシュ要因の分析研究はさまざまな国を対象に行われているが、Ghimire (2020)の指摘に従い、以下では訪日タイ人旅行者を対象にプル要因について述べていくこととする。

3.1) 訪日タイ人旅行者におけるプル要因

まずは、訪日タイ人旅行者におけるプル要因をみていく。ここで先行研究から抽出したプル要因は ① 良好な日-タイ関係、② タイ人向けの情報発信、③ 映画・ドラマのロケ地効果、④ 日本文化ブーム(食文化)、⑤ 日本の四季と自然の景勝地、である。

① 良好な日-タイ関係

日本とタイの間には長い交流があり、文献によると 600 年前に、御朱印船による対タイ交易を通じて、首都アユタヤには、日本人町が形成されていたといわれている⁹。また、1887 年(明治 20 年)9 月 26 日、「日暹修好通商に関する宣言」(日タイ修好宣言)により、正式に国交が開かれ、2022 年は 135 周年にあたり、長期にわたり友好関係を築いてきた。また、2017 年に日・タイ修好 130 周年を記念して、タイ全国で日本に関する様々な分野(観光や、歴史や、日本語教育や、芸術など)のイベントが計 106 件開催された。また、外務省によれば、2013 年に日本・ASEAN 友好協力 40 年を契機にタイを含む ASEAN 諸国に対する免除措置を開始した。タイ国民に対しては 15 日を超えない短期滞在で IC 一般旅券を所持する者に対して、ビザ免除措置を開始している¹。このビザ免除措置により、タイから日本への観光客の増加、ビジネス面での利便性の向上など、日本・タイ間の交流が一層発展することが期待されている。実際にこの措置により 2013 年での訪日タイ人旅行者の数が、2012 年より 2 倍増加し 45 万人を超え、2013 年以降にも増加し、2019 年には 130 万人を超えている。

このように日-タイの関係が良好であることは、タイ人訪日旅行者にとってはプラスの効果を生み出しており、プル要因になっているといえよう。

② タイ人向けの情報発信

宮島(2019)によれば、インターネットを活用することで誰でも旅行情報などを簡単に手に入れることができるようになったことはプッシュ要因になるという。一方で各地からの情報発信はプル要因にもなると考えることができるだろう。たとえば、有馬・王(2018)は全国の基礎自治体を対象とした外国語による外国人旅行者向けの観光紹介用ウェブページに関する調査をおこなっている。

この調査では、2010 年度にタイ語による観光紹介用 HP¹⁰ は 3 件(0.2%: 外国語のホームページ全体の内訳)であったが、2017 年度には観光紹介用 HP 数は 114 件(6.5%)に増加しているとされている。このようにタイ語による観光情報発信が多くなされるようになってきたことは、タイ人が日本に関する観光情報を以前よりも容易に手に入れることができるようになったことを示しており、タイ人を日本各地に惹きつけることができるプル要因となっていると考えられる。

また、タイ人にとって大きい影響力を持っているものとしてタイ語による電子掲示板・口コミサイト「PANTIP (パンティップ)」というサイトがある。北海道観光振興機構が実施した平成 28 年度タイ市場調査結果(2017)によれば、タイの場合は、旅行先や飲食店などの情報を得るために口コミサイトの PANTIP が多く利用されている

⁹ 観光紹介用 HP とは、外国語による観光紹介用ウェブページである。

¹⁰ 国土交通省総合政策局、経済産業省商務情報政策局、文化庁文化部。(2005). 映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査の報告書. https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12_3.pdf

という。実際筆者が PANTIP サイト内で日本に関する旅行情報や日本旅行計画などを検索すると、1 万コラム以上との結果が出てきた。

さらに、Ministry of Digital Economy and Society, Thailand (2017) によると、タイ人が最も利用数が多いソーシャルメディアは、1) YouTube 95.18%, 2) Facebook 95.10%, 3) Line 94.63%, 4) Instagram 48.85% と、5) PANTIP 48% の順となっている。Maneechhut・Suthatorn (2020) によれば、Y 世代は観光レビューの検索に関して、FACEBOOK や Instagram などのソーシャルネットワークを週に 1-2 回 1-2 時間ぐらい使用していると述べている。

すなわち、タイ語による日本の観光情報が多く発信されるようになってきたといえることができるだろう。このことはタイ人観光客に知られていないところを多くアピールすることに繋がり、さらなるプル要因になるということの意味しているだろう。

③ 映画・ドラマのロケ地効果

さらに、情報発信として注目されているのが映画・ドラマの効果である。いわゆるコンテンツ・ツーリズムである。これに関して国土交通省総合政策局、経済産業省商務情報政策局、文化庁文化庁 (2005) は、「コンテンツ・ツーリズムの根幹は、地域にコンテンツ (映画、テレビドラマ、小説、漫画、ゲームなど) を活用して、醸成された地域固有の雰囲気・イメージとしての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用することである」¹¹ と述べ、観光資源としてのコンテンツの重要性を示している。実際に片山 (2017) は、佐賀県を訪れるタイ人観光客が増加している要因のひとつとしてドラマや映画などの映像メディアの広告効果の影響が大きいということを指摘している。表 1 は日本でロケが行われたタイのドラマや映画のリストである。

表 1 日本で撮影されたタイのドラマ・映画リスト

北海道地方

No.	年	名前
1	2016	One day 1 日だけの恋人

東北地方

No.	年	名前
1	2017	Gambare Iron girl
2	2017	Love Akita
3	2018	Gravity of Love

近畿地方

No.	年	名前
1	2011	Ruk Mai Mee Wun Tay
2	2015	Pleng Tawan

九州地方

No.	年	名前
1	2012	Ruk Khun Tao Fah
2	2013	ハシマプロジェクト

¹¹ 日本で撮影されたタイのドラマ・映画リストを作成するにあたっては以下の資料を参考にしている。(2020 年 9 月 12 日閲覧)

・JapanAuntieStyle. (2020). *Follow Nopporn-Khunying Kirati to Japan Version 2001* (筆者翻訳).
<https://www.facebook.com/groups/booklifecycle/posts/1285088148364090/>
 ・K@POOK!. (2015). *Pu Praya, Sea Siwat went to Japan for filmed the drama "Kon La Lok"* (筆者翻訳).
<https://drama.kapook.com/view120177.html>
 ・Japan National Tourism Organization. *Retrace the filming locations of the famous drama "The Rising Sun"* (筆者翻訳).
<https://www.jnto.or.th/newsletter/the-rising-sun/>
 ・KIJL. (2020). *Trace the filming location of "Here in My mind"* (筆者翻訳). <https://kiji.life/dung-duang-haruetai-yamagata/>
 ・タイランドハイパーリンク. (2018). 長崎で撮影のタイドラマ「WOLF」が 2018 年 12 月放送開始, 主演はバンバン・スタッター.
<https://www.thaich.net/news/20180822op.htm>

4	2020	Here in My Mind
---	------	-----------------

関東地方

No.	年	名前
1	2001	Behind the Painting
2	2013	Love Sick
3	2014	The Rising Sun
4	2015	Khon La Lok

3	2014	TIMELINE
4	2015	きものの秘伝
5	2015	Devil Lover
6	2015	STAY-私の愛した佐賀
7	2016	Once Upon a Time...In my heart
8	2018	Ded Peek Nang Fah
9	2018	WOLF

出所: 新聞, WEB ニュースなどの複数のメディア²より筆者が作成

この表をみると、九州地方がロケ地としては最も多いことがわかる。次に、東北地方、関東地方、近畿地方、北海道地方の順となっている。また、訪日外国人旅行者が多い関東地方と近畿地方のようなゴールデンルートでの撮影が近年(5 年以内)ほとんどなされていないこともわかる。さらに、公開年別でみると、初期の頃は東京や大阪がロケ地になっていたが、近年は九州地方や東北地方がロケ地になることが多くなっていることもわかる。日本政府観光局によれば、観光資源が乏しく知名度が低い佐賀県では、2013 年に 370 人泊だった宿泊観光客数が 2016 年には 5,830 人泊にまで急増したといい、その主な理由は、タイをターゲットとしたロケツーリズムの取り組みであるとし、タイ人の割合は佐賀県のインバウンド全体の 2.3%に過ぎないものの、この宿泊数の伸びは佐賀県にとっては非常に大きいと述べている¹²。

このことからドラマや映画などのロケ地を提供することが、訪日タイ人旅行者を増加させるきっかけとなっているといえ、映画やドラマのロケ地となることが、プル要因となっているといえるだろう。

④ 日本文化ブーム(食文化)

日本文化は、タイ人にとって関心が高い文化の一つである。豊島(2019)によれば、1990 年代はじめ、日本ではバブル経済が崩壊したことをきっかけにし、日本のテレビ局は海外にテレビ番組を海外販売しに始めた。その結果、日本のバラエティー番組や、ドラマなどがタイのテレビで放送されるようになり、タイ人は日本のテレビ番組を頻繁に見るようになったという。そこで、タイ人はテレビというメディアを通じて、日本の音楽(J-pop)、日本食、日本文化製品などの日本文化を知るようになり、タイ人の若者や中間層の日本食への関心へと繋がっていったと述べている。

また、宇都宮(2015)がおこなったタイにおける日本の食文化の受容実態についての研究では、日本食店が1980 年代から存在していた が、1990 年代後半の急激な経済成長にともない、ヘルシーな日本食が注目され、その結果 1999 年にはタイ人の味覚にあわせた日本食店が登場し、現在 1,800 店舗を超えているという。その後、ラーメン や牛丼など幅広い日本食が摂取されるようになったとも述べている。

¹² 日本政府観光局.(2018).『なぜタイ人観光客は佐賀を目指すのか』佐賀県のロケツーリズムの取り組み.
<https://action.jnto.go.jp/casestudy/1675> (2022 年 01 月 20 日閲覧)

また、国土交通省観光庁が実施した訪日外国人消費動向調査 2019 年によれば、タイ人旅行者が訪日前にもっとも期待していたことで、回答が最も多かったのは、「日本食」で 31%だった(単一回答)。また、訪日時に体験したことのうち、もっとも回答が多かったのは「日本食を食べることに満足した」96%であった。ボンタナラート(2014)は、訪日タイ人旅行者の行動を調査し、3つのグループ、すなわち、初心者・中級者・マニアに分けて、分析を行った。その結果、こだわりに応じて価格を問わず、旅行しているマニアに分類されるグループでは、日本食に関しては、気力と体力とお金をかけて、有名店(特にラーメン)の列に並び、有名な天ぷら屋(銀座の周辺)で3万円のセットを食べにくる旅行者もいたと述べている。

以上のことから、訪日タイ人旅行者は、タイにおいても日本の食文化に慣れており、日本食を日本で食べることが、日本を訪れる1つのきっかけになっているといえ、日本文化はプル要因になっているといえるだろう。

⑤ 日本の四季と自然・景勝地

『訪日外国人消費動向調査 2019 年』によれば、タイ人が訪日前にもっとも期待していたことでの回答の2番目で多かったのが自然・景勝地観光をすることだった¹³。そして、タイ旅行者向け日本旅行情報サイト「Chill Chill Japan」が2018年に実施したタイ人の訪日旅行に関する意向調査を実施した結果によれば、日本に行きたい理由は、「四季・自然を楽しみたい」、「日本らしいから」、「写真を撮りたい」がトップ3であり、他には、雪、綺麗な水などの順になっている¹⁴。そして、同サイトの2019年の調査では、日本旅行に2回以上行ったことのある人が選択した人気スポットランキングには、「きれいな景色が見られる山の観光地」や、「有名な温泉地」などが上位になる傾向が見られた¹⁵。

さらに、同サイトが2021年7月6日に発表したオンライン調査の結果、観光スポットランキングの上位には、自然・四季、世界遺産、大都市など日本をイメージさせるスポットが並び、これらに対するタイ人の期待が読み取れる。特に、「富士山」、「白川郷」は、2019年にトップ3に入っていたが、2021年にも名を連ねている¹⁶。そして、タイでは体験できない「雪」や「温泉」などに関連する観光スポットも調査ランキングに入っている。

以上のことから、タイで体験できない四季や自然はプル要因である考えられる。

4. 日本の広域観光の先進的な事例

これまで、タイ人旅行者におけるプル要因とプッシュ要因をみてきた。次に日本の地方、特に東北地方にタイ人観光客を増やすためのプル要因について具体的に検討していきたい。そこで、本章では日本において広域でインバウンド観光に取り組んでいる先進事例として九州観光推進機構とせとうち DMO を取り上げ、どのようにプル要因を活用し、外国人観光客を増やしているかをみたうえで、東北地方における広域でのインバウンド観光の可能性を考えていくこととしたい。

¹³ 国土交通省観光庁.(2019). 訪日外国人消費動向調査(集計結果).

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html> (2022 年 9 月 15 日閲覧)

¹⁴ アジア・インタラクティブ・サポート.(2018). 訪日タイ人の人気観光地ランキング 2018. <https://exptours.net/news/thailand-ranking/> (2022 年 01 月 20 日閲覧)

¹⁵ アジア・インタラクティブ・サポート.(2019). 訪日タイ人の人気観光地ランキング 2019. <https://exptours.net/news/thai-ranking-2019/> (2022 年 01 月 20 日閲覧)

¹⁶ アジア・インタラクティブ・サポート.(2021). 訪日タイ人観光客のインバウンドについて【2021 年】. <https://exptours.net/column/thai-inbound/> (2022 年 01 月 20 日閲覧)

なぜこの 2 つを取り上げるのか。それは、九州観光推進機構は、日本における広域 DMO のモデルとなっており、海外向けの情報発信を積極的に行っているだけでなく、九州ブランドのイメージ戦略を促進しており、本論文で取り上げる東北ブランドを考察する際の参考になると考えるからである。また、せとうち DMO では、デジタルマーケティングを重視し、ターゲットを欧米豪からの旅行者に絞って、情報発信を行っているだけでなく、「瀬戸内」という広域のブランド価値の創出に成功しているとされているからである¹⁷。

4.1) 九州観光推進機構¹⁸

九州観光推進機構は、2005 年に九州の 7 県と経済界¹⁹が発足させたもので、九州が一体となった広域観光振興に取り組んでいる。同機構は「九州は一つ」の理念に基づき、九州観光のブランディングを進めており、特に東アジアを中心に九州ブランドの認知度を向上させるとともに、広域連携 DMO として自治体、経済団体、各地域 DMO や民間企業とも積極的に連携し地域の稼ぐ力を引き出すための取り組みを行っている。

まず、九州観光推進機構におけるタイ人観光客の誘致活動について、3.1) で整理した訪日タイ人旅行者におけるプル要因の 5 つの項目に沿って述べていくこととする。

① 良好な日タイ関係

2018 年 2 月 12 日にタイ国政府観光庁のユタサック・スパソーン総裁と九州観光推進機構の石原進会長の観光振興分野での業務協力を行うための趣意書を締結した。これは両国が協力し合い、互いの観光地や食文化を PR し、両国からの渡航者を増やすことを目指していったものである。タイ国政府観光庁 2018 年に「Open to the New Shades」というテーマのもとに観光客誘致を進めており、新たなデスティネーション・文化や食について少しでも多くの日本の方々に知ってもらえるよう進めていく考えを示した²⁰。

② 情報発信の取り組み

九州観光推進機構では、海外からのターゲットをアジア各国(中国・韓国・台湾・香港・東南アジア)としている。これらの市場をターゲットにしているのは九州を訪れる外国人観光客数全体の 90%を占める重要市場であり、九州から地理的にも近く、九州各県への直行便も多いこと、そして今後とも旅行者の数が伸びる可能性がある魅力的な市場だからである。

また、欧米豪からの旅行者もターゲットとしている。現状の九州観光の課題として「来訪者の国籍・地域に偏っていること」と「旅行消費単価が低いこと」などがあげられている。これらを解消するために、訪日旅行での滞在日数が長く、1 回あたりの旅行消費額が高い欧米豪からの旅行者獲得を目指している。取組方針では、

¹⁷ Business leader square wisdom. (2016). 瀬戸内発 動き出した観光 7 県の連携, 日本版 DMO 成功占う試金石.
<https://wisdom.nec.com/ja/collaboration/2016100301/index.html> (2022 年 8 月 09 日閲覧)

¹⁸ 九州観光推進機構の事例を作成するにあたっては以下の資料を参考にしている。なお、九州観光推進機構は 2022 年 6 月に九州観光機構に名称が変更となっているが、資料の整合性のため本論文では旧名称で統一することとする。

-九州観光推進協議会 (2021) <https://www.welcomekyushu.jp/kaiin/>

-国土交通省. (2022). 観光地域づくり法人形成・確立計画.

¹⁹ 経済界とは、九州地方知事会、九州経済連合会、九州商工会議所連合会、九州経済同友会、九州経営者協議会である。

²⁰ タイ国政府観光庁日本事務所. (2018). タイ国政府観光庁(一社)九州観光推進機構と調印.
<https://www.thailandtravel.or.jp/news/28600/> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

ラグビーワールドカップ 2019 等で九州を訪れた欧米豪からの観光客のリピーター化を図るとともに、新規来訪者を増やすため、国・地域別に応じたプロモーション・情報発信や、ゴールデンルート²¹からの誘客に向けた取組等を実施している。具体的な取り組みは以下のとおりである。

情報発信、プロモーション

九州観光推進機構では、WEB・SNS を活用して、情報を発信している。たとえば WEB サイトには、各種プロモーションや SNS での情報発信の受け皿として、言語毎の WEB サイトを運営し、外国人旅行者の九州に対する認知・関心をより高めるとともに、九州ブランド の発信や記事やモデルコース等の具体的な九州旅行に関する情報提供を通じて、九州旅行への誘致促進を行っている。また九州の観光情報の認知向上に向けて、積極的に SNS を活用している。発信内容は、九州観光推進機構内における組織横断での編集会議を通じて、時期、市場ごとの特性に応じた内容を発信している。

現在、発信中の SNS では、Facebook は日本語・繁体字・韓国語・英語(アジア向け)・英語(欧米豪向け)・タイ語 で、Instagram は日本語・韓国語・タイ語・英語(欧米豪向け)である。他には、中国人旅行者向けの Weibo(簡体字)と WeChat(簡体字)を使った発信をしている。このように九州観光推進機構はターゲットとしている国に向け、積極的な情報発信を行っているといえるだろう。

海外向けプロモーション

九州の認知度向上および誘客促進を図るため、各国・地域ごとの市場・顧客特性に合わせて、マーケティング活動や、B to C、B to B のプロモーション活動を展開している。対象国と地域は、韓国、台湾、香港、中国、東南アジア、欧米豪である。特に 2020 年度からは予算を増額して「欧米豪からの誘客拡大 に向けた新たな取組み」事業を強化している。具体的な取組としては海外の現地レップ²²を通じたメディア・旅行会社への広報活動、デジタルマーケティング等を行っている。

③ 映画・ドラマの効果

帆足(2014)によれば、2014 年 5 月に九州で話題を集めたタイのドラマロケがあった。タイの国民的人気歌手であり、俳優である通称バード氏(トンチャイ・メーキンタイ)が 17 年ぶりにドラマ主演を務めることで話題になったもので、タイ地上波最大手の BEC が史上最大級の予算をかけて制作することでも注目されていたドラマ「きもの秘伝」である²³。

²¹ 注 ゴールデンルートとは、外国人観光客が東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを巡る広域の観光周遊ルートのことである。ジャパン・ワールド・リンク。ゴールデンルート。〈<https://japanworldlink.jp/inbound-words/golden-route/#:~:text=ゴールデンルートとは外国,できると人気があります。>〉

²² 注 現時レップとは、現地営業代理店である。

²³ やまごころ九州支部インアウト・ツーリズム研究所。(2014). 第 20 回 タイ人誘客の起爆剤になるか? タイドラマ『きもの秘伝』北部九州ロケ. <https://yamatogokoro.jp/column/inbound-kyushu/4672/> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

このドラマは北九州をメインにロケが行われたものであるが、これは九州観光推進機構の広域かつ継続的なドラマロケ地戦略の成果であるといわれている²⁴。具体的には株式会社 Journal Entertainment Tribute (ジャーナルエンターテインメントトリビュート 以下 JET) がまず九州経済連合会、北九州フィルムコミッション、JTB 九州、九州観光推進機構にドラマ撮影の相談をし、佐賀県フィルムコミッション、福岡市フィルムコミッション、福岡県観光連盟、熊本県観光連盟などに協力を仰いだというものである。

④ 日本食文化(食)や日本の四季と景勝地に関わる取り組み

九州観光推進機構では、2014 年から九州ブランドイメージ戦略を立て活動している。ここでは「温泉を入りに九州を海外に浸透させる」を基本戦略に、ブランドロゴ(ONSEN ISLAND KYUSHU)を制定し、海外向けプロモーションを展開している。つまり、温泉プラス九州各地の自然や食など他の観光素材に広がりを持たせて、魅力あふれる九州の発信を行っているのである。さらに「九州ならではの価値」の言語化のため 2018 年度には、これまでのブランドイメージを元に更なるブランディングを行い、九州独自の価値として「Energy(活きた火山とともに生きる島)」「Fertility(海に囲まれた豊かな大地)」「Gateway(人と文化が融合する日本の玄関口)」を定めるとともに「訪れるたびに、笑顔になれる島九州」というブランドコンセプトを再構築し情報発信を行っている。

⑤ その他

ここではそのほかの特徴的な取り組みを紹介する。九州観光推進機構は、九州各地における観光ボランティアガイドの育成、強化への支援を行い、観光人材の育成・活用をしている。具体的には、①九州の観光ボランティアガイドの「おもてなしの心」の更なる醸成、資質向上、広域連携の促進等を目的とする「九州観光ボランティアガイド研修会」の開催、②九州観光ボランティアガイド団体の情報交換や、広域連携促進等を目的とする「九州各県観光ボランティアガイド連絡協議 会代表者会議」を開催している。

また、九州観光推進機構は各県と連携しながら、九州アジア観光アイランド特区ガイド育成支援事業として、2013 年から「特区ガイド(地域限定特例通訳案内士)制度」による中国語・韓国語・タイ語の通訳案内の整備を進めている。具体的には特区ガイド育成のための研修会の企画運営、認定試験の実施、旅行会社とのマッチングセミナー等、育成から活用まで取り組んでいる。その結果、2020 年 12 月特区ガイド合格者数、中国語 200 名、韓国語 64 名、タイ語 19 名の合計 283 名となっている。

²⁴ 岩崎, 未. (2015). TBS 全面協力「*Koi Kimono*〜きもの秘伝〜」日本のテレビドラマ効果でアジアからの観光客が九州に殺到中. <https://mediagong.jp/?p=9887> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

4.2) せとうち DMO²⁵

2011 年 3 月に広島県は「瀬戸内海の道構想」を策定し、2012 年 5 月 31 日に、「瀬戸内ブランド推進協議会」を設立した。そして、2013 年 1 月 31 日に「瀬戸内ブランド認定」を開始し、同年 4 月 22 日に、瀬戸内全体の観光ブランド化を推進するために、瀬戸内を囲む 7 県(兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県)が合同して、「瀬戸内ブランド推進連合」が結成された。また、2016 年 3 月に更なる推進体制の強化に向けて、同組織は、官民で(一社)せとうち観光推進機構に発展改組を行い、民間主体の金融機関等の出資により設立された(株)瀬戸内ブランドコーポレーションと連携し、両者が一体となり「せとうち DMO」として、瀬戸内エリアのブランド価値向上に取り組んでいる。

以下では、このせとうち DMO での広域でインバウンド観光客に関わる事業について、3.1)で整理した訪日タイ人旅行者におけるプル要因に関わる5つの分類に沿って述べていくこととする。ただし、せとうち DMO は、日-タイ関係や映画・ドラマの誘致に関わる活動は行っていないため、①情報発信の取り組みと②日本食文化、③その他に絞って論じていくこととする。

① 情報発信の取り組み

せとうち DMO は、デジタルプラットフォーム構築と海外エージェン等とのリレーションシップ構築のために、デジタルの活用を始めとした世界標準のマーケティングを取り入れている。せとうち DMO ではターゲティングとして、各国の潜在的な顧客ボリュームに着目し、「市場規模」、「親和性」、「競合」の3つの視点からターゲット市場を設定している。そこで、セグメントは、国別で分けるのではなく、まず瀬戸内が有する観光資源との親和性を勘案した上で、旅行者のタイプで分類し、「異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者」と「特定の趣味」を目的とする旅行者をターゲットとして設定している。そしてこれらのターゲットが多く存在する地域として欧米豪市場(イギリス、ドイツ、フランス、アメリカ、オーストラリア)を最重点国としている。また、これらの国々は市場規模が大きく、日本国内での誘客競争の少ない国であるため、市場として大きな可能性を有していると考えられている。

また、せとうち DMO は、デジタルマーケティングに力を入れており、海外の旅行者の認知拡大のために Web コンテンツを使った広告展開を行い、旅行するまでの段階毎に整理した「トラベルライフサイクル」をベースにマーケティングを展開している。そのマーケティングのプラットフォームとして、旅行 WEB SITE 「SETOUCHI TRIP」(<http://setouchitrip.com/>)を構築して、瀬戸内のブランディングに向けて効果的に情報発信をするだけでなく、宿泊施設や体験アクティビティなどの予約機能も備えたサイトを運営している。また、動画配信を始めとしたデジタルプロモーションを組み合わせ、予約成立状況や動画の視聴結果などの様々なマーケティングデータを蓄積している。

²⁵ せとうち DMO の事例を作成するにあたっては以下の資料を参考にしている。

- せとうち DMO ホームページ <https://setouchitourism.or.jp/ja/> (2022 年 4 月 15 日閲覧)
- 国土交通省. 広域連携 DMO せとうち DMO. <https://www.mlit.go.jp/common/001237134.pdf>
- 一般社団法人せとうち観光推進機構. (2018). せとうち DMO 事業紹介. <https://www.newtohoku.org/pdf/fukkoNetwork/2020/2019100205.pdf> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

さらに、ターゲットが多くなる国や地域においては現地旅行会社及び、メディアとの関係を構築している。これは対象国ごとにトラベルエージェンシーを設置し、メディア、旅行会社、業界団体等を適切に選択して、「PR (Public Relations)」、「Promotion」、「Travel Trade」等の活動を効果的・持続的に取り組み、市場深耕を図っているためである。

その他、せとうち DMO では瀬戸内の魅力を海外及び国内のターゲットに発信し、瀬戸内ブランドの認知、浸透を効果的に展開するために、「瀬戸内 Finder」という独自のメディアを運営している。これにより「世界で一番美しい内海」と言われる瀬戸内海の魅力を、瀬戸内 7 県に在住するライター、カメラマンが地元目線で取材した情報を発信している。

② 日本食文化(食)

せとうち DMO では、瀬戸内特有の資産を使い、創意工夫によって開発され、「瀬戸内」の目指すブランド価値を体現する商品・サービスを「瀬戸内ブランド」として登録し、その価値を向上させ、広く国内外に認知を広めようとしている。また、旅行消費額の向上に向けて、瀬戸内のお土産商品の知名度向上と販路拡大を図るため、「瀬戸内おみやげコンクール」を開催している。そのほか、地域の飲食店事業者と取り組み、ガイド付き飲食店ツアー「UMAINJAR TOUR」を実施している。このツアーを通じて店舗のスタッフや地元の人との会話を楽しみながら食事ができる機会を創出し、外国人旅行者の「夜の過ごし方」を主体的に提案している。

また、瀬戸内ブランド登録商品は、瀬戸内エリア特有の「自然(島や内海)」、「食」、「歴史」といった資産をもとに開発され、瀬戸内ブランドのアイデンティティを体現する商品及びサービスを、せとうち観光推進機構が厳選し登録するものである。具体的には瀬戸内 7 県の農水産物を原材料に使用し創意工夫がなされている点や、瀬戸内を想起するパッケージデザインなどを選定基準に設け、登録された商品には瀬戸内ブランドマークを付与しており、1,093 個が登録されている(2022 年 04 月 15 日現在)。

③ その他

せとうち DMO は、瀬戸内でビジネスを拡大したい企業や団体と手を取り合い、新しい瀬戸内の魅力を創出する仕組みとして「せとうち DMO メンバーズ」を運営している。これにより観光需要の高まりによるビジネスチャンスの拡大と、持続的なビジネスの発展を目指している。主要なサービスメニューは、観光関連事業に関連するテーマで行われている特別セミナーや、事業者へのビジネスマッチングの機会としての交流会「瀬戸内サロン」、そして外国語電話通訳、ネット通信販売サイトなどを提供している「瀬戸内コンシェルジュ(業務サポート)」である。

また、地域人口の減少と空き家率増加、歴史的建築物の消失危機といった課題に向き合うと同時に、日本的な街並みの体験を希望する訪日外国人旅客のニーズに対応するため、古民家や古い街並みを観光資源化するエリアリノベーションを実施している。

4.3) 事例から読み取れる成功ポイント

以上、九州観光推進機構とせとうち DMO における広域エリア観光の先行事例をみてきた。以下では、この 2 つの事例を踏まえて、広域観光における外国人観光客誘致の成功ポイントをまとめていく。ここで指摘する成功ポイントは、①マーケティング、②ブランディング、③コンテンツ・ツーリズムである。

① マーケティング(ターゲットの設定)

崔(2015)は「地方の外国人観光客誘致において最も重要であると考えられる戦略的な要素の一つが、相手市場、つまり、ターゲットが持つ旅行への素質の把握と理解である。」²⁶と指摘している。これをふまえて九州観光推進機構とせとうち DMO は、両機構とも調査分析を実施し、地域の観光資源に合わせたターゲットを明確に設定し、マーケティングを実施していることがわかる。

上述したように、九州観光推進機構は、アジア各国(中国・韓国・台湾・香港・東南アジア)を重要市場として設定している。これらの市場は九州を訪れる外国人観光客数全体の 9 割を占める重要市場であり、九州から地理的にも近く、九州各県への直行便も多いこと、今後の伸びしろという観点でも魅力的な市場である。そして、2018 年に九州観光推進機構は、ビッグデータを活用した「九州への訪日外国人旅行に関する動態調査」も実施している²⁷。

また、せとうち DMO は、米国の外国人旅行者受入数が、2010 年間からの 4 年間で高い伸び率を記録していることに着目し、米国の政府観光局が「ブランド USA」を行っている対象市場の選考方法やトラベルライフサイクルの考え方などを、せとうち DMO の戦略のベンチマークとしている。そして、せとうち DMO は次のようにターゲットの設定を行っている。すなわち、全世界の旅行市場は 11 億人といわれていて、訪日数では東アジアが上位になっているが、海外旅行マーケットでは圧倒的に欧・米が多く、分析結果や瀬戸内が有する資源などを踏まえ、異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者と特定の趣味を目的とする欧米の旅行者をターゲットとして設定しているのである。ちなみに、2018 年と 2019 年の観光庁における宿泊旅行統計調査データを比較すると²⁸、欧米の旅行者が 17%増加しており、ターゲットを絞ったマーケティングの成果をみてとることができるだろう。

さらに、せとうち DMO はデジタルマーケティングに力を入れており、広報活動はほぼデジタルで直接旅行者にアプローチしている。デジタルの強みである「興味関心を持った人や、旅に行きたいと考えているタイミングを狙って情報を伝えることができる」²⁹という特徴を活かした取り組みを行っているのである。そして、PR については、現地の旅行会社や、現地のメディアの関係者とのリレーション構築に注力して、関係を深めることで、それぞれの国での瀬戸内の存在感を高め、結果として、メディアの露出拡大や旅行商品造成の増加につなげていく。

以上のことから、両機構もマーケティングを行い、明確にターゲットを設定していることで成果を上げているといえる。

② ブランディング

2 つ目の成功ポイントはブランディングである。上述したように、九州観光推進機構は、「九州はひとつ」とのブランディングにして、九州に来る旅行者は、九州の「各県」にではなく、「九州」に来るというイメージ情報発信をしている。

²⁶ 崔, 載. (2015). 訪日外国人旅行者の地方誘致に関する考察—韓国人マーケットの可能性と地方誘致における影響要素—, 日本国際観光学会論文集, 22, 45-50.

²⁷ 九州観光推進機構. (2018). ビッグデータを活用した「九州への訪日外国人旅行者に関する動態調査」.
https://www.welcomekyushu.jp/kaiin/files/NewsDetail_9232_file.pdf

²⁸ 国土交通省観光庁. (2018). 宿泊旅行統計調査 集計結果. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

²⁹ UNITE 編集部 (2018)『「インバウンド需要を取り組み、DMP を活用して稼げる地域づくりへ」せとうち DMO インタビュー』
<<https://business.adobe.com/jp/resources/articles/181201-setouchi-dmo-digital-marketing.html>> (2022 年 4 月 15 日閲覧)

また、ブランドイメージ制作や九州観光プロモーション動画作成をするために、九州ブランド向上施策事業をおこなっている。ブランドロゴ ONSEN ISLAND KYUSHU については、日経新聞によれば、観光振興に向けた 2016 年度までの行動計画に含む「九州ブランドイメージ戦略」の一環であり、ロゴとともに英語で「リラックス&リジョイス(喜ぶ)、温泉アイランド九州」とのキャッチコピーも決定している³⁰。

一方、せとうち DMO は、上述したように「瀬戸内」のブランド価値を向上させ、広く国内外に認知が広まることを目指して、瀬戸内ブランド商品として認定する「瀬戸内ブランド登録制度」を行っている。そのほか、せとうち DMO は、観光ブランド「瀬戸内」の実現を目指して、「せとうち・海の道」の形成促進と、瀬戸内エリアへの誘客を図ることにより、広島県等と連携して、サイクリングやクルーズ等の瀬戸内の魅力を体感できるサービスやプロダクト開発の支援や、プロモーションの強化などに取り組んでおり、平成 30 年の瀬戸内 7 県の外国人延宿泊数は 398 万人泊となっており、前年比で 14%増加している³¹。

以上のように、両機構ともブランディングに力を入れており、それによる成果もみられることから、成功ポイントといえることができる。

③ コンテンツ・ツーリズムにおける映画・ドラマの効果

上述したように、九州観光推進機構の事例では、映画・ドラマのロケ地がプル要因になっていることが述べられた。岩崎(2015)は、「きもの秘伝」「ラックン・タオ・ファー」と九州がメインロケ地となったドラマが次々と誕生していたのは、九州観光推進機構の広域かつ継続的なドラマ・ロケ地戦略の成果であると述べている³²。この成果により、九州地方には、訪日タイ人旅行客数が増加しており、「きもの秘伝」の影響により、3年で急激な日本旅行ブームが到来し、観光庁の統計の 2014 年と 2015 年のデータを比較すると、訪日タイ人旅行者は 4 倍増になっており³³、ロケ地となった柳川、北九州市の河内藤園や、佐賀県の祐徳稲荷神社などを組み込んだ訪日ツアーも販売された。なお、このツアーは極めて珍しく放映前からロケ地訪問ツアーが生まれ Japan Tourism Award in Thailand 2015 に表彰(特別賞)されている³⁴。

また、一般財団法人自治体国際化協会(クレア)シンガポール事務所(2014)も同様に「近年では九州をロケ地とした映画やドラマの撮影も相次いでおり、九州観光推進機構の広域かつ継続的な PR や映画・テレビの宣伝効果が徐々に表れていると述べている³⁵。

以上のことから、コンテンツ・ツーリズムも成功ポイントとして考えることができるだろう。

³⁰ 日本経済新聞. (2014, June 04). 九州戦略会議, 海外客誘致に統一ロゴ 温泉を図案化.

<https://www.nikkei.com/article/DGXNZO72225220T00C14A6LX0000/>

³¹ 広島県. (2020). 「瀬戸内」の取組と成果. <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/challenge/seika-119.html> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

³² 岩崎, 未. (2015). TBS 全面協力「Kol Kimono〜きもの秘伝〜」日本のテレビドラマ効果でアジアからの観光客が九州に殺到中.

<https://mediagong.jp/?p=9887> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

³³ 佐賀新聞. (2015, September 27). 「佐賀へ行きタイ」タイ人客が激増. <https://www.saga-s.co.jp/articles/-/47097> (2022 年 09 月 12 日閲覧)

³⁴ JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION. (2016). Japan Tourism Award in Thailand 2015. https://www.jnto.or.th/wp-content/uploads/2016/02/20160224_訪日ツアー販売に係る表彰について.pdf (2022 年 09 月 12 日閲覧)

³⁵ 一般財団法人自治体国際化協会(クレア)シンガポール事務所. (2014). 東南アジアの旅行者を九州へ! ~九州観光説明会・商談会(ジャカルタ・クアラルンプール・シンガポール・バンコク)へ.

<http://www.clair.org.sg/j/wpcontent/uploads/2018/03/%E5%88%A5%E7%B4%994.201406-KyusyuKanko.pdf> (2023 年 02 月 02 日閲覧)

5. 考察

上記の事例をもとに東北地方を 1 つのエリアとしたタイ人旅行者の誘致の可能性について考察していく。上述したように、東北エリアでは、東北観光推進機構が中心になって誘致に取り組んでいる。そこで本稿では、東北地方で広域に外国人観光客誘致に取り組んでいる東北観光推進機構の取り組みと先進事例を比較し、東北地方への訪日外国人旅行者(タイ人)の観光誘致の可能性について考えていきたい。そこでまず、東北観光推進機構について述べ、その上で先進事例との比較検討を行うこととする。

5.1) 東北観光推進機構

東北観光推進機構は、2007 年 6 月、地元経済界、東北 6 県と新潟県および仙台市など多くの関係者によって、国内外からの観光客誘致を推進し、東北の観光産業の振興と経済の発展に寄与することを目的に設立された。以来、官民が一体となって広域的な交流・連携のもと、海外における東北の認知度向上と国内外からの観光客誘致等に係る様々な活動に取り組んでいた。

清野(2015)によれば、東日本大震災直後の 2011 年 3 月 29 日に、観光を復興するために、観光関係機関とともに、「東北観光復興ワーキンググループ」を設置、「情報発信」「旅行機運の醸成」「誘客・送客の支援」の 3 つの戦略を立て、PR 活動をおこなった。特に外国人観光客誘致の分野では、東北の現状に力を注ぎ、正しく理解してもらうために、海外旅行会社への丁寧な説明や、PR 活動を行ったと述べている。

筆者が東北観光推進機構にインタビューを行ったところ、東北観光推進機構では、東北地方の入口として、東北 6 県まるごとで、PR・広報しており、重点市場に関しては、アジアの台湾、中国、タイと絞っていることがわかった。一方、長期的なロングホールで歴史的に東北地方と関係である欧米も市場としても設定されているが、すぐに来てほしいではなく、興味関心を持っている人が来るという形に、力を入れているということもわかった³⁶。

東北観光推進機構は、2014 年 3 月に東北ブランドの確立に向けて、東北共通のインバウンド用にフェニックスをイメージしたロゴマークを制定するとともに、「Treasureland TOHOKU-JAPAN」というキャッチフレーズを発表した。「Treasureland TOHOKU-JAPAN」とは、「東北地域は観光素材」、すなわち宝物がたくさんある場所という意味である。また、2015 年からは、「東北ブランド戦略会議」を設置し、東北が本来持つ魅力をブラッシュアップして、1 年後に 3 つのテーマ(自然、歴史、暮らし)を設定した。また、それに基づく 10 の観光資源(桜、雪回廊、夏祭りなど)に基づき、「桜と雪の回廊」や「東北夏祭り」という東北ブランドを発表している。そして、2021 年 4 月 1 日に東北デスティネーションキャンペーン推進協議会と JR グループは、「東北デスティネーションキャンペーン」を実施した。このキャンペーンでは、テーマ別に東北の 6 県の観光コンテンツを掛け合わせた「東北の魅力」を創出し、東北エリア内の流動拡大により、東北観光のブランド化を促進しようという。

5.2) 東北観光推進機構と先行事例の比較

表 2 は第 4 章で述べた外国人観光客誘致の成功事例と東北観光推進機構の事例を比較したものである。これをみると、ターゲットの部分は、九州観光推進機構は、直行便が多いアジア各国を設定している。またせとうち DMO はデータ分析をもとに欧米をターゲットにしており、どちらも明確な理由づけがなされていた。一方、東北観光推進機構の場合は、ターゲットの設定において明確な理由を見出すことはできなかった。

³⁶ Tohoku Tourism Promotion Organization (Personal communication, March 15, 2022)

また、マーケティングの部分では、地域の一体感の醸成のために、九州観光推進機構は、「九州は一つ」という理念に基づき、「各県でなく九州に来るというイメージの情報発信」というブランディングを進めており、せとうち DMO の場合は、「瀬戸内」のブランド価値を向上させ、広く国内外に認知が広まることにより、瀬戸内ブランド商品として認定する「瀬戸内ブランド登録制度」を行っている。一方、東北観光推進機構は、「瀬戸内ブランド登録制度」のような統一したブランドによるお土産品のブランド化は実施されていない。しかし、東北観光推進機構では、東北の官民が一体となって外国人旅行者誘致に取り組むため、東日本大震災から立ち上がり大きく飛躍する意味を込めてフェニックスをイメージしたロゴマークの作成や、「Treasureland TOHOKU-JAPAN」というキャッチフレーズにより、オール東北として一体感を共有する機運を実施している。また、2021 年 10 月に「Base! TOHOKU」という取り組みを開始し、東北地方における温泉地での複数泊滞在を「拠点 (BASE)」として、「そこでできる」周辺やグルメなどを観光資源の魅力をアピールして、湯治の形でブランディングしているが、結果はまだ明らかになっていない。

3 つ目のコンテンツについてみると、九州観光推進機構はタイ人旅行者の誘致を成功したコンテンツ・ツーリズムにおいて歯車となり、様々な活動を行っていた。しかし、せとうち DMO と東北観光推進機構では、コンテンツ・ツーリズムの映画・ドラマの誘致は行われていなかった。

表 2 訪日外国人旅行者誘致の成功ポイントとの 3 組織比較表

機構名	九州観光推進機構	せとうち DMO	東北観光推進機構
ターゲット	直行便が多いアジア設定	データ分析をもとに欧米に設定	台湾, 中国, タイに設定
地域の一体感 の醸成	各県でなく九州に来るというイメージの情報発信	「瀬戸内ブランド登録制度」	「Treasureland TOHOKU-JAPAN」
コンテンツ	タイの映画・ドラマロケ地提供	なし	なし

出所: 筆者が作成

5.3) 東北地方への訪日外国人旅行者(タイ人)の観光誘致の可能性に関する考察

上記の分析を踏まえて、東北地方へのタイ人旅行者誘致の可能性を考えてみたい。そこで、まず、東北地方にタイ人旅行者を誘致するためには、現在積極的にタイ人旅行者を誘致している秋田県を東北地方の入口として、東北地方の認知度を向上させることを考えてみたい。

佐藤(2017)によれば、秋田県へのタイ人旅行者の誘客事業は、2013 年から始まったという。その当時、タイ人旅行者のビザ発給が緩和されて、同年の 12 月にも仙台空港とタイの間に週 3 便の定期便ができた。このことをきっかけに、秋田県は、タイの旅行業者の招聘や現地へのセールス経費を予算化した。そして、秋田県知事がタイの観光庁などを訪問し、秋田の雪や、食などを PR している。

また、2015 年に秋田県は日本政府観光局 (JNTO) の事業採択を受け、仙北市の黒湯温泉での紅葉の風景写真をバンコクのモノレール (BTS) の車両ドア部分にラッピングしたところ、黒湯温泉の写真を目にしたタイ人旅行者約 100 人がこの年の秋に黒湯温泉に宿泊し、2016 年秋にはその倍の約 200 人が宿泊したという

ことである。その他、秋田県教育委員会とバンコクにあるバンコククリスチャンカレッジが教育連携を行い、秋田県教育水準の高さを売りに、タイの教育旅行の受け入れ先としての PR にも取り組み始めた。

さらに 2016 年度に、タイで旅行業者やメディアの関係者に秋田県に対する観光ニーズ調査を実施し、その結果、秋田県の観光をテーマにしたオリジナル番組やドラマのロケ地となったテレビドラマが制作された。

このように、タイ人の訪日機会の向上に向けた環境が整ってきている状況を捉え、秋田県はタイ人旅行者誘致に積極的に取り組んでいるということがいえるだろう。この結果、タイにおける秋田の認知度が高まっているだけでなく、タイ人の秋田に対する関心も高まっている。因みに Google trend によれば、2018 年から 2022 年にかけて、「akita」とのキーワード検索は、東北地方の中で(仙台を除く。)一番多かった。この点を踏まえると、第一点は秋田県を入口として東北への外国人観光客の誘致に取り組むことが、誘致を進めるための一つの方法であるということができるだろう。

東北への外国人観光客誘致の取り組みの第二点としては、東北地方の体験型の旅行を PR することによるタイ人旅行者観光客誘致の可能性を考えてみたい。上述した通り、東北地方への訪日タイ人旅行者の誘致に関しては、スタララク(2017)がアンケート調査の結果から 50 歳超は農家宿泊に関心があり、30 歳以下は博物館・祭り、フルーツ狩りに関心のあることを明らかにしている。また 31-40 歳の層は、温泉、城、日本食への関心が高いと述べている。

また、アジア・インタラクティブ・サポート(2021)が実施した「タイ人の訪日旅行に関する意向調査」³⁷では、コロナ禍の中で、「次の体験で以前より興味が増したものはあるか?」に対する回答は、「食体験/料理体験」が最も多く 73.6%で、2 番目は「農泊」が 55.2%で、3 番目は、「サイクリング」が 40.4%だった。

上記 2 つの調査研究の結果を踏まえると、タイ人は体験型の旅行及びグリーン・ツーリズム³⁸などに興味をもつ人が多いという傾向となっているだろう。したがって、東北地方に外国人観光客を誘致するためのポイントとしては体験型の観光コンテンツを作っていくことが必要だということである。

2021 年 7 月 27 日に日本の特別史跡「三内丸山遺跡」(青森市)をはじめとした「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産に登録された³⁹。登録されたのは、北海道と青森、岩手、秋田の 3 県に点在する 17 遺跡である。

この機会をとらえると、上記のユネスコの世界遺産に登録されている「北海道・北東北の縄文遺跡群」とグリーン・ツーリズムを合わせて、「文化修学旅行型のグリーン・ツーリズム」の形で、受け入れチャンスの可能性がみえてくる。特に、新型コロナウイルス感染拡大の前に、すでにタイでの旅行会社において、秋田県など東北地方を対象にしたグリーン・ツーリズムの旅行商品が販売されており、新型コロナウイルスの収束後にも、このような旅行商品の販売が続くと考えられている。

³⁷ 株式会社アジア・インタラクティブ・サポート. (2021).【タイ人の訪日旅行に関する意向調査】コロナ禍でも 9 割のタイ人が日本旅行情報を必要としている. <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000020.000031319.html> (2021 年 10 月 09 日閲覧)

³⁸ 林水産省によれば、グリーンツーリズム(GT)とは、「緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、その自然、文化、生活、人々の魅力に触れ、農山漁村で様々な体験などを楽しむ余暇活動のことである」と定義している。農林水産省・グリーン・ツーリズム. www.maff.go.jp/tohoku/nouson/gt/index.html (2020 年 7 月 03 日閲覧)

³⁹ 朝日新聞. (2021, July 27). 北海道・北東北の縄文遺跡群、世界遺産に登録決定. <https://www.asahi.com/articles/ASP7W520WP7MUCVL02B.html> (2021 年 08 月 25 日閲覧)

さらに、上述したように、Ministry of Digital Economy and Society, Thailand (2017)によると、タイ人の利用数が2番目に多いソーシャルメディアはFacebook 95.10%であり、Maneeekhut・Suthatarn (2020)によれば、Y世代は観光レビューの検索に関して、Facebook や Instagram などのソーシャルネットワークを週に1-2回1-2時間ぐらい使用していると述べている。

これに関して、九州観光推進機構はタイ人旅行者専用の「Onsen Island Kyushu - ห้องเที่ยวคิวชู」というSNSのFacebook ページを開設している。現在、ページのフォロワー数は、約9万人である。1週間3~4回程度で管理者が九州地方における観光地の四季の風景や、地元料理や、体験できる活動などをタイ語で記事を記載している。

一方で東北観光推進機構の旅行情報に関しては、「เที่ยวพิภย์สุดฟิน สนุกสุดเที่ยว in ไทโฮคุ」というFacebook ページを使ってタイ語で情報を発信している。現在、ページのフォロワー数は、約2千人で、2022年に1ヶ月平均4回程度で東北地方に関する観光情報の記事を投稿している。

上記にある九州観光推進機構と東北観光推進機構の情報発信と比較すれば、東北観光推進機構の情報発信はかなり少ないといえるだろう。そこで、東北観光推進機構には、Facebook を通じた情報発信に関する課題が残っている。

6. まとめ

本研究は、タイ人を対象としたインバウンド誘致の可能性を考察するために、プル要因の概念を基に分析し、東北観光推進機構のような東北全体を一括してアピールする活動が誘致活動に有効かどうか、また東北ブランドの形成に繋がっているかどうかを明らかにするものである。目的地決定プロセスに大きな影響を与えるプル要因による分析を行い、①良好な日・タイ関係、②タイ人向けの情報提供と、③映画・ドラマのロケ場所、④日本の文化ブーム(食文化)⑤日本の四季と自然・景勝地がタイ人旅行者のプル要因に大きな影響を及ぼすということを明らかにした。

そして、九州観光推進機構、せとうちDMOの事例分析から成功ポイントでは、①ターゲットの設定、②ブランディング、③コンテンツ・ツーリズムにおける映画・ドラマのロケ撮影所を提供することを明らかにした。

最後に、東北地方へのタイ人観光客誘致の可能性をみていくと、体験型の観光コンテンツを作っていくことが必要だということであり、秋田県を入り口に誘致を図ること、世界文化遺産に登録された「北海道・北東北の縄文遺跡群」：青森、岩手、秋田をもっと協力して、プロモーションし、グリーン・ツーリズムなど体験型旅行を提示していくことが重要である。

一方で、本研究では明らかにすることができなかった東北地方における観光資源の活用を基にするブランディングについては今後の課題としたい。

References

- Chantrakantanond, S. (2021). 青森県のグリーン・ツーリズムにおけるタイ人旅行者の行動・動機・満足度に関する調査研究. *地域社会研究*, 14, 57-61. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050851739693588352>
- Ghimire, A. (2020). Research of Travel Decision Making Process-Focusing on Impact of Custom Differences-. *Journal of the University of Marketing and Distribution Sciences Distribution sciences & business administration*, 33(1), 43-65.
- Klenosky, D. B. (2002). The “Pull” of Tourism Destinations: A Means-End Investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 396-403. <https://doi.org/10.1177/004728750204000405>
- Longwen, C. (2011). 訪日中国人観光客の観光行動：団体パッケージツアーの事例分析を通じて. *観光科学研究*(4), 39-52. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1573668926822217600>
- Maneeekhut, P. & Suthatorn, P. (2020). The Influence of Online Review on Travel Planning Behavior of Thai Generation-Y Tourists. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 590-609.
- Maprangtong, S. (2021). Successful Travel Bloggers on Social Media. *Communication Arts, Sripatum University*. <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/7502>
- Ministry of Digital Economy and Society, Thailand. (2017). Thailand Internet User Profile 2017. https://www.dga.or.th/wp-content/uploads/2018/08/file_8e1452be6e47bfd79351c379d0a2a3d5.pdf
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26 (1), 45-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- 鰐, 雅. (2016). 中国観光客の訪日行動と日中両国の観光政策. *北海商科大学論集*, 45, 98-120. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050564288768658048>
- クリティニー, ポ. (2013). ショッピング…訪日タイ人観光客の実態. *バンコク日本人商工会議所所報*, (620), 36-41. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1523669554677108352>
- クリティニー, ポ. (2014). 訪日タイ人旅行者の行動を探る(個人旅行編). *バンコク日本人商工会議所所報*, (623), 57-62. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1523106605314206336>
- スタララク, パ. (2017). タイ人旅行者の秋田への誘客についての現地調査とアンケート調査の報告. *国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要*, 4(0), 91-102. https://doi.org/10.24687/iasrc.4.0_91
- ポンサピタックサンティ, ピ. (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活用. *東アジア評論*, 6, 49-57. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845762358380544>
- ポンサピタックサンティ, ピ. (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活用(2). *東アジア評論*, 7, 160-170. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845762358399872>
- 阿部, 雅. (2018). インバウンドにおける東北圏の状況. *東北活性研*, 32, 54-59.
- 安藤, 真. (2017). 顧客視点のインバウンド観光マーケティング：モノからコトへ. *南山経営研究 = Nanzan management review*, 31(3), 133-160. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520009407765917696>

- 河村, 誠. (2009). 東アジア志向のビジット・ジャパン・キャンペーン事業の課題. *東亞經濟研究*, 2, 179-191.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845762386871040>
- 河本, 光. & パックティダー, ナ. (2016). タイ人観光客における我が国の観光情報入手の現状等に関する研究 : 北海道観光情報入手状況を中心として. *日本観光研究学会全国大会学術論文集 = Proceedings of JITR annual conference*, 31, 469-472.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1520853834996158720>
- 亀山, 嘉. (2017). 東アジア地域からのインバウンドと地方公共団体の海外展開. *交流学研究*, 60, 55-62.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/koutsugakkai/60/0/60_55/_article/-char/ja/
- 宮島, 良. (2019). インバウンドブームと北海道観光 : 訪日外国人観光客急増の背景と今後の課題. *開発論集*, 103, 77-95. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050564287971063936>
- 国土交通省地方運輸局. (2018). *東北観光案内所外国人観光客受入マニュアル*.
<https://www.tb.mlit.go.jp/tohoku/content/000174934.pdf>
- 紺野, 純. (2018). 東北のインバウンドの現状と取り組みについて. *道路建設*, (769), 54-57.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1522543655468583552>
- 佐々木, 土. (2007). *観光旅行の心理学*. 北大路書房.
- 佐藤, 朋. (2017). タイから秋田県への観光誘客の可能性. *国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要*, 5(0), 15-29. https://doi.org/10.24687/iasrc.5.0_15
- 佐野, 孝., & 海外フィールドワーク実習メンバー. (2019). タイから日本・福島へのインバウンドの可能性 : 海外フィールドワーク実習報告. *福島大学地域創造*, 31(1), 29-47.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845764115860608>
- 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング. (2019). 平成 30 年度によるインバウンド対応推進委託事業(飲食行動調査事業) 報告書.
- 市岡, 浩. (2014). 観光ニュートレンド インバウンド タイ人に「6 つ星ホテル」と評価された, 枝幸町歌登の事例とは. *観光とまちづくり*, 2013-2014(2), 40-43. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1523106605991283072>
- 清野, 智. (2015). 東北地域における訪日外国人観光客の現状と今後の戦略. *運輸と経済 = Transportation & economy*, 75(9), 71-77. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1523951029673478144>
- 石田, 貴. 矢野, 佑. & 丸山, 敦. (2019). 地方都市への外国人観光客誘致の可能性とその課題 : 黒石市モニターツアー参加者に対するアンケート調査の分析から. *開発学研究*, 30(1), 26-32.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050283688011632000>
- 戴, 二. (2012). 訪日中国人観光客の旅行先分布構造と影響要因. *東アジアへの視点 : 北九州発アジア情報*, 23(1), 1-12. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1522543654962647296>
- 戴, 二. (2016). 訪日観光客の訪日先選択行動と九州の観光推進戦略への示唆. *東アジアからの視点*, 27(1), 1-20. https://www.jstage.jst.go.jp/article/agishiten/27/1/27_1/_article/-char/ja/
- 大橋, 昭. (2009). 最近における観光客満足理論の諸類型 : 観光経営理論の基本概念的考察. *關西大學商學論集*, 54(1), 47-66. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050282677890122752>

- 陳, 宝. (2003). 中国における観光インフラ整備及び WTO 加盟の課題. *創価大学大学院紀要 = The Bulletin of the Graduate School, Soka University*, 25, 1-19. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520853831999729536>
- 田中, 賢. (2007). 外国人観光客の訪日促進策に関する研究. *運輸政策研究*, 10(1), 011-021.
https://doi.org/10.24639/tpsr.tpsr_10r_02
- 半澤, 佑., & 鈴木, 富. (2020). 仙台市秋保温泉における訪日外国人観光客の受け入れ態勢. *地域デザイン科学: 宇都宮大学地域デザイン科学部研究紀要 = Journal of the School of Regional Design Utsunomiya University*, 8, 53-76. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050848650223193984>
- 福永, 昭. (2013). 日-タイ間の観光交流および旅行関係法規. *メディアと情報資源: 駿河台大学メディア情報学部紀要*, 20(2), 49-75. <https://doi.org/10.15004/00000968>
- 片山, 美. (2006). *旅する理由 観光の社会心理学*. 北大路書房 京都.
- 片山, 隆. (2017). 祐徳稲荷に参拝し, 呼子朝市を散策し, 唐津くんちを満喫する — 映像メディアの広告効果と訪日タイ人の観光行動—. *西南学院大学国際文化論集*, 31(2), 1-13.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050564287571325440>
- 豊島, 昇. (2019). 国境を超える日本食文化: タイにおける日本食人気のメカニズム. *共立女子短期大学生活科学紀要*, 62, 1-13. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050282813228810240>
- 北, 邦. (2015). タイ国アウトバウンド市場から見る訪日旅行～訪日旅行者 2,000 万人への可能性～. *国際研究論叢: 大阪国際大学紀要 = OIU journal of international studies*, 28(2), 41-56.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845762569239040>
- 北海道観光振興機構. 平成 28 年度北海道観光成長市場誘客促進事業(タイ市場)事業報告書. (2017).
[https://statistics.visit-hokkaido.jp/wp-content/uploads/2022/03/平成 28 年度タイ市場調査報告書本編\(IV.メディア宣伝の手法\).pdf?version=20220302](https://statistics.visit-hokkaido.jp/wp-content/uploads/2022/03/平成28年度タイ市場調査報告書本編(IV.メディア宣伝の手法).pdf?version=20220302)
- 野呂, 純., & ラタナピタック, キ. (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 —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—. *経営総合科学*, 106, 45-67. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050564289269126528>
- 野呂, 純., & ラタナピタック, キ. (2019). 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—. *経営総合科学 = Journal of managerial research*, 111, 43-61.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050845764248996352>
- 有馬, 昌. & 王, 源. (2018). 自治体の外国人向け観光紹介用ウェブサイトの現状と課題(その 2). *経営情報学会 全国研究発表大会要旨集*, 2018s(0), 309-312. https://doi.org/10.11497/jasmin.2018s.0_309
- 崔, 載. (2015). 訪日外国人旅行客の地方誘致に関する考察—韓国人マーケットの可能性と地方誘致における影響要素—, *日本国際観光学会論文集*, 22, 45-50.

ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ

The Prevalence of Matcha-based Sweets and Drinks

ปิยาภรณ์ จันทรสวຍ

Piyaporn Chanasuay

สำนักวิชาพื้นฐานและภาษา สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

College of General Education and Languages,

Thai-Nichi Institute of Technology

Corresponding Author:

Piyaporn Chanasuay

College of General Education and Languages, Thai-Nichi Institute of Technology

1771/1 Pattanakarn Rd., Suan Luang, Bangkok 10250, Thailand

E-mail: piyaporn_c@tni.ac.th

Received: 28 November 2022 **Revised:** 10 March 2023 **Accepted:** 4 April 2023

ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ

บทคัดย่อ

ในหลายปีมานี้ขนมหวาน และเครื่องดื่มที่ใช้มัทฉะ¹(抹茶 : Matcha) เป็นวัตถุดิบที่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่นและยังมีความแพร่หลายในต่างประเทศ ในบทความนี้จะศึกษาว่าสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้อย่างไร มีจุดเริ่มต้นเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้ขนมหวานและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะเป็นที่นิยมทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศนั้นเกิดจากวัฒนธรรมอาหารขนมหวานญี่ปุ่นหรือเรียกอีกอย่างว่า วะกะชิ (和菓子 : wagashi) ที่ทำจากมัทฉะซึ่งมีประวัติมายาวนาน และมีการเริ่มทำขนมแบบตะวันตกในญี่ปุ่นซึ่งมีการผลิตชอฟต์ครีมมัทฉะขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1958 ลำดับต่อมาเกิดจากผู้ผลิตขนมรายใหญ่ของญี่ปุ่นได้เริ่มใช้มัทฉะในการผลิตและขายในจำนวนมากทั่วประเทศ มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ และบริษัทขนาดใหญ่ของต่างประเทศอย่างเช่น Haagen-Dazs ได้ผลิตไอศกรีมแบบถ้วยรสมัทฉะในปี ค.ศ. 1996 และลำดับสุดท้ายเกิดจากการใช้นโยบาย Cool Japan ผลักดันวงการอาหารญี่ปุ่น รวมถึงขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะทำให้เป็น Soft Power ของญี่ปุ่น มีร้าน Cafe ที่ใช้มัทฉะสร้างเมนูทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่ชื่นชอบขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะที่มาญี่ปุ่นเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อเข้าใจถึงการแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะจากต่างประเทศ จึงได้ทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของตราสินค้าใหญ่ 3 ตราสินค้าด้วยกันคือ ไอศกรีมมัทฉะของ Haagen-Dazs อุจิ มัทฉะ Kitkat และมัทฉะลาเต้ของ Starbucks พบว่าทั้ง 3 ตราสินค้าแม้จะมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่ต่างมีส่วนทำให้ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะมีความแพร่หลาย

คำสำคัญ : มัทฉะ, ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ, ชอฟต์พาวเวอร์

¹ ชาเขียวผง ต่อไปในบทความนี้จะเรียกว่า มัทฉะ

The Prevalence of Matcha-based Sweets and Drinks

Abstract

In recent years we have seen sweets and drinks made from matcha (抹茶 : Matcha) are popular in Japan and are spreading overseas. In this article we will explore how these things happen. When did it start? The Study have shown that the factors that make matcha-based sweets and drinks popular both at Japan and abroad are due to the Japanese sweets food culture, also known as wagashi (和菓子 : wagashi) made from matcha has a long history. In 1958, the first matcha soft cream was produced in Japan, followed by a major confectionery manufacturer in Japan that began to use matcha in production and sold in large numbers throughout the country and are exported to foreign countries. And large international companies such as Haagen-Dazs produced matcha-flavored ice cream cups in 1996, and the last one was due to the use of the Cool Japan policy to push the Japanese food industry, including sweets and drinks made from matcha to Japanese soft power. There are cafes that use matcha to create menus both in Japan and abroad. It also generates tourism income from foreigners who like sweets and drinks made from matcha come to Japan to experience the culture in person. To understand the proliferation of matcha-based sweets and drinks from overseas, therefore analyzed the marketing strategies of 3 major brands together, namely Haagen-Dazs matcha ice cream, Uji matcha KitKat and Starbucks matcha latte, found that the three brands, despite having different strategies, But each contributed to the prevalence of matcha-based sweets and drinks.

Keywords: Matcha, The prevalence of matcha-based sweets and drinks, Soft power

บทนำ

ในช่วงหลายปีมานี้มีขนมหวานและเครื่องดื่มต่างๆที่ทำจากมัทฉะ (抹茶 : Matcha) หรือชาเขียวผง ทั้งในญี่ปุ่นเองและในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นมัทฉะลาเต้ เค้กมัทฉะ มาการองมัทฉะ มีให้เห็นทั้งร้าน Cafe ร้านเฉพาะทางที่ขายทั้งมัทฉะและสินค้าที่ทำจากมัทฉะ แต่ละร้านจะคิดเมนูที่แปลกใหม่ เมนูใหม่มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นเมนูที่เป็นเอกลักษณ์ (signature) ของร้าน และเป็นการแข่งขันทางการตลาดอย่างหนึ่ง เพราะร้านค้าใหม่ก็มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในต่างประเทศนั้นก็มีทั้งร้านของญี่ปุ่นไปลงทุนเปิดร้าน และร้านค้าท้องถิ่นที่เรียนรู้การทำขนมหวาน เครื่องดื่มจากมัทฉะแล้วเปิดร้านที่สินค้าทำจากมัทฉะ

มัทฉะนั้นเดิมเคยใช้เพียงแคในพิธีชงชา (茶道:sadou) จุดเริ่มต้นที่นำมัทฉะที่เป็นตัวแทนของชาที่ดีที่สุดในพิธีอันบริสุทธิ์เปลี่ยนให้เป็นวัตถุดิบของสินค้าที่หารับประทานได้ทั่วไปนั้นเริ่มขึ้นเมื่อใด นอกจากนี้ขนมหวานญี่ปุ่นสามารถมีส่วนผสมต่าง ๆ ได้มากมาย แต่ทำไมสินค้าที่ทำจากมัทฉะถึงได้มีความหลากหลายและมีความแพร่หลายไปยังต่างประเทศซึ่งเป็นเหมือนตัวแทนสินค้าของญี่ปุ่น บทความนี้จะศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับมัทฉะ และเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบธุรกิจประเภทขนมหวานและเครื่องดื่มต่าง ๆ ที่ทำจากมัทฉะสามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจของตนเองได้ โดยปัจจัยที่ทำให้ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะมีความแพร่หลายมีดังนี้

1. ประวัติขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะที่ยาวนาน

1.1 ประวัติมัทฉะ

ในวัฒนธรรมญี่ปุ่นมัทฉะเป็นของชนชั้นสูง ซึ่งทำมาจากการนำเอาใบชา “เทนชะ” มาบดจนละเอียด ในช่วงปลายศตวรรษที่ 16 พิธีชงชาได้ถูกก่อตั้งขึ้นโดยเซ็นโนริคิว และถูกกำหนดให้เป็นพิธีการอย่างเป็นทางการในยุคเอโดะและได้กลายเป็นพิธีการที่ขาดไม่ได้ในสังคมชาบูไร ปัจจุบันนี้นอกจากจะนำมัทฉะมาชงดื่มแล้ว ยังใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับทำเครื่องดื่มต่าง ๆ ขนม ไอศกรีม และอื่น ๆ อีกมากมาย

ชาเขียว (เรียวกุชะ) ได้มาจากการนำใบชาไปอบด้วยไอน้ำแล้วนวดหลาย ๆ ครั้ง แล้วค่อย ๆ อบให้แห้งเพื่อดึงรสชาติและกลิ่นหอมของใบชาออกมา ในขณะที่มัทฉะได้มาจากการนำชาเทนชะไปอบด้วยไอน้ำ แล้วอบแห้งโดยไม่นวดใบชา ก่อนจะนำไปบดเป็นผงละเอียดทำให้มีรสชาติดี กลิ่นหอมเฉพาะตัว และฝาดน้อย มักจะใช้ในพิธีชงชา ซึ่งมัทฉะแบ่งเป็นหลายเกรดสามารถสังเกตได้จากสีของมัทฉะ ยิ่งมัทฉะสีเข้มเท่าใดคุณภาพก็จะยิ่งดี และการดื่มมัทฉะ 1 ถ้วย จะได้รับสารอาหารเท่ากับดื่มชาเขียวประเภทอื่น 10-15 แก้วเลยทีเดียว (ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา, 2564)

มัทฉะชั้นดีที่ใช้ในพิธีชงชาแบบ “ชะโด” จะถูกปลูกและดูแลอย่างเอาใจใส่ โดยใช้โยชิชิ (ต้นไม้ในกลุ่มต้นอ้อนำมาถักเป็นผืนลักษณะคล้ายเสื้อของไทย ใช้เพื่อบังแดด) หรือฟางซึ่งเป็นวัสดุที่ใช้มาแต่โบราณ หรือใช้วัสดุลักษณะคล้ายผ้าที่ทอขึ้นมาเพื่อปกป้องต้นไม้จากความหนาว นำมาคลุมบนต้นชาเพื่อบังแสงแดด ทำให้ได้มาซึ่งเทนชะที่มีความพิเศษคือ มีรสดี มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวคล้ายกับความหอมของสาหร่ายอาโอโนริและมีรสฝาดน้อยซึ่งเทนชะนี้คือวัตถุดิบที่นำไปใช้ชงมัทฉะ

ราชวงศ์ถังของจีนมีการบันทึกเอาไว้ว่าชาเป็นพืชชนิดหนึ่งที่นิยมปลูกทางใต้ของจีนในแถบมณฑลยูนนาน ชาถูกใช้ในการแพทย์และการเกษตรกรรม โดยในศตวรรษที่ 2 มีบันทึกปรากฏชื่อ เส้นหนง เป็นเทพแห่งการแพทย์และการเกษตร เส้นหนงได้กินต้นพืชต่าง ๆ 100 ชนิด มีพืชที่เป็นพืช 72 ชนิด แต่สามารถรักษาได้ด้วยชา ในญี่ปุ่นมีบันทึกว่าสมัยโจมง (10,000-4,000 ปีก่อนคริสต์ศักราช) ได้พบใบชาและเมล็ดชาในฟอสซิลเป็นการพบครั้งแรกของญี่ปุ่น แต่บันทึกที่เป็นทางการพบว่าได้มีการนำวัฒนธรรมการดื่มชา นำใบชาและเมล็ดชาเข้ามาจากจีนโดยพระเอ๋อจู่ที่เป็นทูตที่ไปแลกเปลี่ยนที่จีน พระเอ๋อจู่ได้ดื่มชาถวายพระจักรพรรดิในปี ค.ศ. 815 คณะทูตที่ไปแลกเปลี่ยนกับราชวงศ์ถังของจีนมีกลุ่มพระที่ไปศึกษาพระธรรมที่จีนได้นำวัฒนธรรมการดื่มชามายังญี่ปุ่น เมื่อคณะทูตยกเลิกไปการดื่มชาทั้งหมดความนิยมไปด้วย จนกระทั่งได้มีการค้าขายแลกเปลี่ยนกับจีนอีกครั้งในราชวงศ์ซ่ง มีการนำใบชาไปนึ่งและตากแห้งแล้วนำใบชามาบดเป็นต้นกำเนิดชาเขียวผงหรือมัทฉะ ซึ่งวัฒนธรรมการดื่มชาครั้งนี้พระเอ๋อไช่เป็นผู้นำมาเผยแพร่ในช่วงปลายสมัยเฮอัน (ค.ศ. 794-1185) หลังจากพระเอ๋อไช่กลับญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1214 ก็ได้นำแบบแผนทั้งวิธีการปลูกชาและวิธีชงชามายังญี่ปุ่นอีกครั้ง การดื่มชาถูกกำหนดเป็นแบบแผนเขียนในหนังสือชื่อ Kissa Yojoki ซึ่งก็เกี่ยวข้องกับเรื่องการแพทย์

หลังจากนั้นญี่ปุ่นได้คิดค้นวิธีการดื่มชาโดยการต้มเซนฉะ² จะไม่ใช่ใบชาที่บดเป็นผงละเอียด แต่การดื่มมัทฉะจำเป็นต้องบดเป็นผงละเอียด มัทฉะเริ่มมีความแพร่หลายในสมัยคามาคุระ (ค.ศ. 1185-1333) เนื่องจากเครื่องบดมีความแพร่หลายในครั้งหลังของสมัยคามาคุระและใช้ในการบดผงชาเพื่อดื่มในพิธีชงชา การดื่มมัทฉะจะดื่มในพิธีชงชาซึ่งจะมีระเบียบแบบแผนและแพร่หลายในขุนนางชั้นสูง นักรบซามูไร พ่อค้า นักปราชญ์ โดย เซ็น โนะ ริคิว ได้เป็นผู้กำหนดแบบแผนพิธีชงชาที่สืบทอดมาจนปัจจุบัน เซ็น โนะ ริคิวได้ชื่อว่า “บิดาแห่งพิธีชงชายุคใหม่” ได้พัฒนาพิธีชงชาให้มีความศักดิ์สิทธิ์ มีแบบแผนเป็นขั้นตอนแต่เต็มไปด้วยความเรียบง่ายและแฝงแนวคิดของศาสนาพุทธนิกายเซน (Zen) เน้นจิตวิญญาณที่เป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ ปลูกฝังให้ผู้ชงจริงจังและชงชาด้วยจิตใจอันสงบและบริสุทธิ์ (Pok Safin, 2565)

ในสมัยมูโรมาจิ (ค.ศ. 1336-1568) โชกุนอาชิกางะ โยชิมาสะ จัดพิธีชงชาขึ้นบ่อยครั้งทำให้พิธีชงชาโดยใช้มัทฉะแพร่หลายมากขึ้น การชงชาโดยเฉพาะพิธีชงชาโดยใช้มัทฉะถือเป็นสิ่งมีค่า เป็นของมีราคาแพงจึงถูกจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย แต่ถึงกระนั้นมัทฉะก็ยังแพร่หลายไปยังชาวเมืองเอโดะที่เป็นชนชั้นกลาง

1.2 ขนมญี่ปุ่นที่ทำจากมัทฉะ

ต้นกำเนิดขนมญี่ปุ่น ในสมัยโจมงมีการตากชาให้แห้งแล้วเติมน้ำลงไป ปัจจุบันขนมดังโงะก็ใช้หลักการเดียวกัน ส่วนประกอบขนมดังโงะทำจากข้าวตากแห้ง จะได้แป้งที่มีลักษณะเหนียวคล้ายโมจิทำเพื่อถนอมอาหารในขณะเดียวกันขนมที่ทำจากน้ำไม่ได้มีส่วนผสมจากผลไม้โดยตรง แต่ใส่สารสร้างความหวานลงไปด้วย

² เซนฉะ (Sencha) ชาเขียวที่มีคุณภาพรองจากเกียวคุโระและมัทฉะ เป็นชาที่นิยมดื่มกันมากที่สุด ซึ่งชาจะปลูกโดนแสงแดดตลอดเวลาจนถึงช่วงเก็บเกี่ยว เมื่อเก็บมาแล้วจะทำการนึ่ง นวด และอบแห้งเหมือนชาเกียวคุโระ จึงทำให้ชาที่ได้มีสีเขียวมรกต มีรสชาติหวานปนขม และกลิ่นหอมสดชื่นในปริมาณที่สมดุลกัน (ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา, 2564)

ในศตวรรษที่ 8 มีการนำเข้าน้ำตาลจากคณะทูต สิ่งซึ่งสร้างความหวานเป็นของมีค่าในยุคนั้น ถ้าไม่ใช่ชนชั้นสูงก็ไม่สามารถรับประทานได้ ขนมหวานที่มาจากคณะทูตไม่มีการกำหนดความหมายไว้ชัดเจนแต่เรียกว่า โทกะชิ และได้เปลี่ยนชื่อเป็นขนมหวานญี่ปุ่นว่า “วะกะชิ” (和菓子 : wagashi)

1.3 กำเนิดมันจู (饅頭) และโยคัง (羊羹)

พระเอย์โช่นำวัฒนธรรมการดื่มชามาเผยแพร่ในช่วงต้นสมัยคามะคุระจนถึงสมัยมุโระมาจิ แพร่หลายในกลุ่มชนชั้นสูงและชาวนา วัฒนธรรมจีนยังนำอาหารอีกอย่างมาซึ่งญี่ปุ่นคือติ่มซำ เป็นแป้งห่อเนื้อประเภทต่าง ๆ แต่เนื่องจากพุทธศาสนาต้องงดเนื้อสัตว์ จึงได้เปลี่ยนมันจูหรือซาลาเปาที่เดิมมีไส้เป็นเนื้อสัตว์เปลี่ยนเป็นมันจูแบบญี่ปุ่นที่มีไส้เป็นถั่วแดงกวนหรือถั่วต่าง ๆ ส่วนโยคังไม่มีคำแปลในภาษาไทย เป็นอาหารที่ปรับมาจากเนื้อแพะที่ทานกับซุชิ โดยแทนเนื้อแพะด้วยการใช้ถั่วป่นแล้วตัดเป็นก้อนสี่เหลี่ยมผืนผ้า และมีการเพิ่มรสชาติเป็นมันหวานในภายหลัง พิธีชงชาที่ใช้มันหวานเป็นส่วนผสมหลักเริ่มมีการดื่มชาและทานขนมหวานญี่ปุ่นหรือวะกะชิด้วยกัน ทำให้ขนมหวานญี่ปุ่นหรือวะกะชิก็เริ่มแพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในครึ่งหลังของสมัยเอโดะ เนื่องจากน้ำตาลมีราคาถูกลงนั่นเอง (吉田, 2021)

1.4 กำเนิดอุจิกินโทคิ (宇治金時)

จากบันทึกพบว่ามีการทำน้ำแข็งใสในสมัยเอฮัน น้ำแข็งจะมีเฉพาะฤดูหนาวและถูกเก็บไว้ในห้องเก็บน้ำแข็ง การที่น้ำแข็งและสารให้ความหวานเป็นของมีมูลค่าสูง ทำให้คนที่สามารถกินน้ำแข็งใสได้จึงมีจำนวนจำกัด น้ำแข็งใสจะโรยด้วยน้ำตาลและผงมันหวานแล้วใส่ถั่วแดงกวนเข้าไปก็จะกลายเป็นอุจิกินโทคิซึ่งเป็นน้ำแข็งใสชนิดหนึ่ง อุจิกินโทคิเกิดขึ้นในสมัยอะซึโมโมยามะและแพร่หลายไปถึงต้นสมัยเอโดะ แรกเริ่มอุจิกินโทคิเป็นเพียง อุจิโคริ (宇治水) เป็นน้ำแข็งใสที่ใส่น้ำตาลและผงชามันหวาน ต่อมาในสมัยเอโดะ (ค.ศ. 1603-1868) ได้เติมถั่วแดงกวนเข้าไป อาจกล่าวได้ว่าขนมญี่ปุ่นที่ทำจากมันหวานที่เกิดขึ้นต่อจากมันจูและโยคังคือ อุจิโคริ แล้วต่อมาก็คือ อุจิกินโทคิที่ต้องใช้คำว่าอุจิเพราะเมืองอุจิในจังหวัดเกียวโตเป็นแหล่งปลูกชาที่ดีที่สุดในญี่ปุ่น ในช่วงครึ่งหลังของสมัยเอโดะ เทคโนโลยีการเก็บรักษาน้ำแข็งได้ถูกพัฒนาขึ้นมา ในฤดูร้อนทั้งในเอโดะ เกียวโต โอซากา ก็สามารถขายอุจิกินโทคิได้ อุจิกินโทคิจึงมีความแพร่หลายมากขึ้นโดยเฉพาะในหมู่ชาวเมืองฐานะดัตในสมัยเอโดะ

1.5 ความแพร่หลายของขนมหวานญี่ปุ่นที่ทำจากมันหวาน

ในสมัยเมจินอกจากน้ำแข็งใสแล้วขนมหวานญี่ปุ่นที่ใส่มันหวานลงไปก็คือ ขนมดังโงะ ปัจจุบันมีหลายร้านที่ทำมันหวานดังโงะ แต่ร้านโซฮอนเคะโดะมะมัง (総本家大茶萬) ได้อ้างว่าเป็นร้านแรกที่ทำมันหวานดังโงะ เป็นมันหวานดังโงะต้นตำรับ ผู้คิดค้นคือ มานคิจิ ชิจิ ในปี ค.ศ. 1919 ซึ่งร้านนี้ก็ยังคงขายอยู่จนถึงปัจจุบัน มันหวานดังโงะกลายเป็นรสชาติมาตรฐานที่ร้านดังโงะต้องมี นอกจากมันหวานดังโงะยังมีมันหวานอะเมะ (抹茶飴) อะเมะ (飴) ก็คือลูกอมหรือลูกกวาด มันหวานอะเมะก็คือลูกอมรสมันหวานนั่นเอง มันหวานอะเมะถูกขายในร้านเก่าแก่ในโตเกียวมาก่อน ในปี ค.ศ. 1857 หลังจากนั้นก็ไม่มีหลักฐานการผลิตอีกจนกระทั่งร้านระคุไทเซย์ (樂太楼) ได้นำมาผลิตขายอีกครั้ง ในปี ค.ศ. 1952 และในปี ค.ศ. 1962 ร้าน อะเมะทะคุมิชะวะซะระ (飴匠さわはら) ได้ผลิตมันหวานอะเมะขาย

โดยใช้หลักการบริหารด้วยหัวใจเพื่อตอบสนองเสียงเรียกร้องของคนในเมือง ซึ่งมัทชะอะเมะของร้านนี้จะมีสีดำ เนื่องจากความร้อนในการผลิต ขนมหวานญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงอีกอย่างก็คือ มัทชะโยคังโดยมัทชะเป็นรสชาติมาตรฐานของโยคังที่ทุกร้านต้องมี ร้านเก่าแก่ที่ขายมัทชะโยคังและเป็นที่รู้จักกันดีก็คือ ร้านโทะระยะ (虎屋) ซึ่งได้จำหน่ายมัทชะโยคังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965 ในการผลิตมัทชะโยคังได้มีการใส่คลอโรฟิลล์ลงไปทำให้เกิดสีเขียวเข้ม (吉田, 2021)

มีขนมหวานญี่ปุ่นอีกหลายอย่างที่ใช้มัทชะเป็นวัตถุดิบแต่ไม่ได้ตั้งชื่อว่ามัทชะ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มัทชะเป็นของมีมูลค่าสูง เป็นสิ่งที่มีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นของทรงคุณค่า ปัจจุบันร้านขนมหวานญี่ปุ่นทั้งหลาย จึงไม่มีเหตุผลที่ต้องปิดบังว่าใช้มัทชะเป็นวัตถุดิบ

2. การกำเนิดและความแพร่หลายของขนมตะวันตกที่ทำจากมัทชะ

ขนมหวานแบบตะวันตกได้เริ่มแพร่หลายในญี่ปุ่นจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ขนมตะวันตกที่ใช้มัทชะเป็นวัตถุดิบในการทำพบว่าเป็นสินค้าในจังหวัดวาเกะยะมะ ในปี ค.ศ. 1958 ร้าน Gyoukurin-en ได้ผลิตซอฟต์ครีมผสมมัทชะ ในปัจจุบันก็ขายในชื่อ Green Soft ต่อมาในปี ค.ศ. 1967 ร้าน Chayudo (茶遊堂) ในเมืองอุจิ จังหวัดเกียวโตก็ได้ผลิตมัทชะซอฟต์ หรือ ซอฟต์ครีมชาเขียว และในปี ค.ศ. 1969 ร้าน Cafe หรือร้านกาแฟได้เริ่มจำหน่ายพาเฟต์มัทชะเป็นครั้งแรกโดยร้านเคียวซะยะชิยะ (京はやしヤ)

ร้าน Chayudo ยังมีผลิตภัณฑ์อย่างอื่นที่ทำจากมัทชะโดยเริ่มผลิตขนมหวานแบบตะวันตกที่ทำจากมัทชะอย่างจริงจังในปี ค.ศ. 1980 หลังจากนั้นร้านทาเคชิมะที่เกียวโตก็ได้ผลิตมัทชะทรัฟเฟิล (Matcha Truffle) และในปีถัดมาก็มีการวางจำหน่ายมัทชะโรลเค้กที่ห้างสรรพสินค้าอิเซตันสาขาชินจูกุในงาน Kyoto Fair ร้านชาเขียวเฉพาะทาง (専門店: semmonten) ที่ญี่ปุ่นก็เริ่มผลิตและจำหน่ายขนมหวานแบบตะวันตกที่ทำจากมัทชะขายควบคู่ไปกับการขายผงชามัทชะ อย่างเช่นร้านมารุคิวโคะยามะเอ็น (丸久小山園) ก็ได้จำหน่ายครีมโรลรสมัทชะ หรือมัทชะครีมโรล (吉田, 2022)

ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทชะของญี่ปุ่นนั้นมีหลากหลายอย่าง และมีการทำเพื่อเป็นจุดขายในแต่ละร้าน นอกจากขนมหวานญี่ปุ่นที่ทำจากมัทชะแล้วยังมีขนมแบบตะวันตกที่ใช้มัทชะเป็นวัตถุดิบได้แพร่หลายไปทั่วญี่ปุ่น อย่างเช่น มัทชะพาร์เฟต์ มัทชะเทอร์รีน ซึ่งมีที่มาจากประเทศฝรั่งเศส มัทชะพุดดิ้ง ซึ่งมีที่มาจากประเทศอังกฤษ เป็นต้น นอกจากนี้ร้าน Cafe ก็ได้เริ่มแพร่หลายไปยังต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงประเทศไทยด้วย (池上寛, 2018)



ภาพที่ 1 (ภาพซ้าย) เค้กเค้กมัทฉะ

ที่มา : Gotjicha-club website, <https://m.facebook.com/Gotjicha/photos/มัทฉะเค้ก-ราดซอสมัทฉะ-จากวัตถุดิบ-matcha-powder-100gotjicha-club/1093627520813874>

(ภาพกลาง) ซอฟต์ครีมมัทฉะ

ที่มา: จาก Wongnai website,

<https://www.wongnai.com/restaurants/298425bL-tsuji-siam-paragon>

(ภาพขวา) มัทฉะมองบลังก์

ที่มา: Wongnai website,

<https://www.wongnai.com/reviews/870cbf13f93b48cf837f6c56287f8716>

ขนมที่ทำจากมัทฉะเหล่านี้บางครั้งจะสร้างมูลค่าเพิ่มจากแหล่งที่มา เช่น อุจิมัทฉะ (宇治抹茶: ujimatcha) เพราะที่อุจิในเกียวโตเป็นแหล่งปลูกชาเขียวที่ดีที่สุด จะมีเมนูชื่อดังอย่างเช่น อุจิมัทฉะเค้ก อุจิมัทฉะพาร์เฟต์ เป็นต้น ขนมที่ทำจากมัทฉะเหล่านี้จะวางขายในร้าน Cafe ร้านเฉพาะทาง (専門店: semmonten) บางร้านเปิดเป็นร้านขายของฝากของที่ระลึก บางร้านก็เปิดในห้างสรรพสินค้าทำให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่ายขึ้น (じゃらんニュース, 2022) บางแห่งก็ไม่มีร้านเฉพาะทางแต่สามารถหาซื้อผงมัทฉะได้ในซูเปอร์มาร์เกต หรือผ่านทางออนไลน์ แล้วยังมีสินค้าของตราอื่น ๆ อย่างเช่น เมจิช็อกโกแลตมัทฉะที่ผลิตขายเป็นจำนวนมาก (Mass product) ถูกนำเข้ามายังประเทศต่าง ๆ ตามซูเปอร์มาร์เกตรวมถึงร้านสะดวกซื้อด้วย

3. การผลิตขนมหวานและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะของผู้ผลิตรายใหญ่

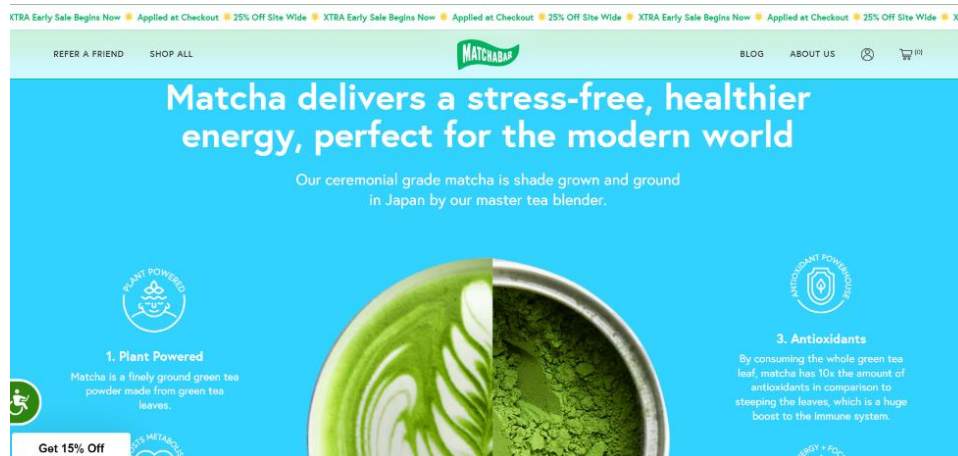
ผู้ผลิตรายใหญ่อย่างบริษัทลอตเต้ (Lotte) ก็ผลิตช็อกโกแลตที่ผสมมัทฉะและไส้นัตโตะหวาน (甘納豆) วางจำหน่ายในฤดูร้อนปี ค.ศ. 1982 และมีการผลิตสินค้าพิเศษเฉพาะฤดูกาลเกิดขึ้น ปีถัดมาบริษัทเมจิซึ่งตอนนั้นยังอยู่ในชื่อ Meiji Dairies หรืออุตสาหกรรมนมเมจิ ได้ผลิตตราสินค้า Lady Bowden เป็นไอศกรีมรสมัทฉะ และร้านฟูจิยะ (不二家) ได้ผลิตลูกอมรสมัทฉะ เรียกว่า มัทฉะแคนดี้ (抹茶キャンディ) ต่อมาปี ค.ศ. 1987 บริษัท Bourbon (ขณะนั้นคือบริษัทคิตะนิฮงเซกะ) ได้ผลิตมัทฉะแคนดี้เช่นกัน ในปี ค.ศ. 1989 บริษัทโมรินางะได้ทำขนมแบบน้ำผลิตอุจิกินโทคิคัพ (宇治金時カップ) ทำอุจิกินโทคิอยู่ในถ้วยพร้อมขายโดยแช่เย็นไว้ การทำเช่นนี้ทำให้ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะเข้าถึงง่ายและแพร่หลายมากขึ้นไปอีก

จะเห็นได้ว่าในช่วงทศวรรษที่ 1980 - 1990 มีผู้ผลิตรายใหญ่หลายรายใช้มัทฉะเป็นวัตถุดิบในการทำขนมหวานแบบตะวันตกและบริษัทเหล่านี้เป็นผู้สร้างกระแสนิยมในขนมตะวันตกที่ทำจากมัทฉะขึ้นมาในญี่ปุ่น (吉田, 2021) ทำให้ขนมหวานญี่ปุ่นทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ได้รับความสนใจและแพร่หลายในญี่ปุ่น และมีการซื้อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ญี่ปุ่น ทั้งยังมีการผลิตส่งออกไปต่างประเทศซึ่งเกิดจากชาวต่างชาติที่ชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่น รวมถึงความนิยมในมัทฉะของชาวต่างชาติที่มีความอยากลองรับประทานเมนูใหม่ ๆ ที่ทำจากมัทฉะแล้วเกิดความชื่นชอบ จึงเป็นที่มาของความแพร่หลายในต่างประเทศอีกปัจจัยหนึ่ง

4. ความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะในต่างประเทศ

ในปี ค.ศ. 1996 Haagen-Dazs ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ที่มีสาขามากมายในต่างประเทศ ได้ทำไอศกรีมรสมัทฉะขึ้นเป็นครั้งแรกและขายดีมากเป็นอันดับ 1 แทนที่รสวานิลลา ไอศกรีมรสมัทฉะจึงเป็นที่รู้จักในวงกว้างและเป็นรสชาติมาตรฐานรสหนึ่งที่มีในร้านไอศกรีมอย่างแท้จริง ไอศกรีมมัทฉะของ Haagen-Dazs มีการวิจัยและพัฒนาถึง 7 ปีเพื่อบุกตลาดในประเทศญี่ปุ่น (吉田, 2021) ไอศกรีมมัทฉะของ Haagen-Dazs ได้วางจำหน่ายในหลายประเทศทั่วโลกและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ต่อมาปี ค.ศ. 2001 Starbucks ได้เริ่มจำหน่ายมัทฉะแฟรปปุชิโน (Matcha Frappuccino) ช่วยให้ผู้บริโภครู้จักเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะมากขึ้น และมัทฉะก็เป็นที่รู้จักในฐานะรสชาติมาตรฐานรสหนึ่ง หลังจากนั้นในร้านสะดวกซื้อก็มีขนมต่าง ๆ ที่ทำจากมัทฉะวางจำหน่าย เช่น ช็อกโกแลตมัทฉะกลายเป็นสินค้าทั่วไปที่หาซื้อได้ง่ายขึ้น (さくらば, 2015)

ปรากฏการณ์ใหม่ของขนมแบบตะวันตกที่ทำจากมัทฉะในต่างประเทศเป็นที่สนใจเป็นอย่างมาก คือคุนซาตะฮารุ อาโอกิ แสดงความเป็นเอกลักษณ์ผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกและญี่ปุ่นผ่านการสะกดชื่อร้านซึ่งก็คือชื่อตนเองด้วยอักษรคาตากานะ ซึ่งปกติในภาษาญี่ปุ่นอักษรคาตากานะจะใช้เขียนทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ คุนซาตะฮารุ อาโอกิ เปิดร้านมาการองซาตะฮารุอาโอกิ (サダハルアオキ) ที่เมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส และได้เริ่มทำมาการองมัทฉะออกวางจำหน่ายและหลังจากนั้นก็กลายเป็นเมนูแนะนำของร้าน หลังจากนั้นปี ค.ศ. 2003 มีการทำขนมแพนเค้กมัทฉะเพื่อสนับสนุนการเชียร์นักกีฬาชาวญี่ปุ่น ต่อมาในปี ค.ศ. 2014 ที่เมืองนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ก็ได้เปิดร้าน MATCHABAR ที่ขายทั้งชาผงมัทฉะ ซึ่งเป็นตราสินค้า MATCHABAR ขนมคุกกี้มัทฉะ มัทฉะลาเต้แบบร้อนและเย็น ในเว็บไซต์ MATCHABAR ได้เขียนบอกประโยชน์ของมัทฉะเปรียบเทียบกับระหว่างมัทฉะลาเต้ กับกาแฟลาเต้ (MATCHABAR, n.d.). มัทฉะเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรักสุขภาพ ชาวนิวยอร์กเรียกมัทฉะว่า Super food แล้วมัทฉะลาเต้ก็เป็นที่ยอดนิยมของชาวนิวยอร์กและยังขึ้นชอบลาเต้ฮาร์ตด้วย ในตลาดขนาดใหญ่มีมัทฉะที่ใช้ทำขนมและอาหารต่าง ๆ เป็นสินค้ามาตรฐานที่ต้องวางขายอยู่บนชั้นวางสินค้า เป็นสิ่งที่เรียกได้ว่าเป็นรสชาติของญี่ปุ่นเลยทีเดียว (さくらば, 2015)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ของ MATCHABAR

ที่มา: MATCHABAR Website, <https://www.matchabar.co/>

5. นโยบาย Cool Japan³ และการผลักดันขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะให้เป็น Soft Power⁴

นโยบาย Cool Japan วางแผนจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศญี่ปุ่น โดยสนับสนุนสินค้าวัฒนธรรมทั้งดั้งเดิมและสมัยใหม่ที่ชาวต่างชาติชื่นชอบและมองว่าเท่ (Cool) ไม่ว่าจะเป็น เกม อนิเมะ แฟชั่น อาหารญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ไปยังต่างประเทศ เมื่อชาวต่างชาติชื่นชอบ สนใจ ก็เกิดเป็น Soft Power ให้ชาวต่างชาติทั้งหลายติดตามเสาะหาสินค้าต่าง ๆ และผลที่รัฐบาลญี่ปุ่นต้องการอีกอย่างจากนโยบาย Cool Japan ก็คือให้ชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวที่ญี่ปุ่นเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมญี่ปุ่นจากต้นกำเนิด (内閣府, 2019a.)

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013 อาหารญี่ปุ่นได้รับรางวัลจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากอาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นอย่างมาก รวมถึงขนมหวานและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะด้วย (内閣府, 2019b) วัฒนธรรมอาหารญี่ปุ่นเป็นสิ่งที่แพร่หลายไปทั่วโลกทั้งร้านอาหารแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ รวมทั้งร้าน Cafe ต่าง ๆ ที่เปิดในต่างประเทศรวมถึงในประเทศไทยด้วย ขนมหวานญี่ปุ่นหรือวะกะชิที่ทำจากมัทฉะได้รับการซื้อเข้ามาเป็นของฝากมากขึ้น รวมถึงขนมแบบตะวันตกที่ทำจากมัทฉะอย่างช็อกโกแลตชาเขียวของบริษัท Nestle ที่ผลิต Uji Matcha KitKat กลายเป็นสินค้าที่เป็นกระแสนิยมในการซื้อของฝากจากญี่ปุ่นเลยทีเดียว

³ สำหรับคำว่า Cool Japan นั้นมาจาก บทความเรื่อง Japan's Gross National Cool ของ Douglas McGray ซึ่งตีพิมพ์ลงในวารสาร Foreign Policy ในปี ค.ศ. 2002 McGray พยายามชี้ให้เห็นว่าญี่ปุ่นมี “ความเท่ (Cool)” ในวัฒนธรรมหลาย ๆ อย่าง แสดงให้เห็นว่าชาวต่างชาติมีความนิยมชมชอบในวัฒนธรรมของญี่ปุ่น และแนวคิด Japan Cool ได้รับการกล่าวถึงในญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ญี่ปุ่นจึงหยิบยืมคำของ McGray มาเป็นชื่อยุทธศาสตร์ “Cool Japan”

⁴ Soft Power เป็นแนวคิดของ Joseph S. Nye ถูกนำเสนอขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1990 ใน หนังสือเรื่อง Bound to Lead: The Changing Nature of American Power หมายถึง การโน้มน้าว จูงใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการจากอีกฝ่ายแทนการใช้กำลังรุนแรงหรืออำนาจบังคับที่เรียกว่า Hard Power อันได้แก่ การใช้กำลังทหารซึ่งในปัจจุบันต้องใช้ต้นทุนที่สูงขึ้นและประสิทธิภาพไม่อาจเทียบเท่าในอดีตได้ มีแหล่งที่มาอยู่ 3 ด้านคือ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ

มัททะที่ใช้ในพิธีชงชาของญี่ปุ่นเป็นสิ่งที่ชาวโลกรู้จักดีและรู้ถึงคุณประโยชน์ของชาชั้นดีที่บดเป็นผงละเอียดที่มีกลิ่นหอมและยังดีต่อสุขภาพเพราะมีคาเทชิน (Catechin) ที่เป็นสารต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดอัตราการเกิดโรคมะเร็งได้ (Matchamura, n.d.) เมื่อมีขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัททะเกิดขึ้นก็เป็นที่น่าสนใจ โดยเริ่มจากกลุ่มคนต่างชาติที่อาศัยอยู่ในญี่ปุ่น รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบมัททะเมื่อพบผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ก็อยากซื้อไปฝากครอบครัวและเพื่อนฝูง โดยเฉพาะช่วงที่อุจิมัททะ KitKat (Ujimatcha Kitkat) วางจำหน่ายตั้งแต่ ปี ค.ศ. 2004 ก็กลายเป็น อุจิมัททะ KitKat บুম ชาวต่างชาตินิยมซื้อเป็นของฝากจำนวนมาก ปัจจุบันมีช็อกโกแลตมัททะอีกหลายยี่ห้อที่วางจำหน่าย อย่างเช่น Royce nama chocolate maccha⁵ ก็เป็นที่นิยมในการซื้อเป็นของฝากเช่นกัน

มัททะเปรียบเสมือนตัวแทนสินค้าจากญี่ปุ่น สินค้าที่ทำจากมัททะก็ถูกมองในลักษณะเดียวกัน ทั้งมัททะ ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัททะกลายเป็น Soft Power สำคัญหนึ่งของญี่ปุ่นที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมแพร่หลาย คนที่ชื่นชอบขนมหรือเครื่องดื่มที่ทำจากมัททะบางครั้งก็ตามไปที่ญี่ปุ่นเพื่อให้ได้ทานอาหารจากต้นตำรับ และด้วยกระแสความชื่นชอบนี้เองทำให้ในแต่ละประเทศเปิดร้าน Cafe ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัททะ หรือขายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เกต และร้านสะดวกซื้อ แต่เมื่อขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัททะแพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ ก็จะมี ความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย เช่น อาหารประเภทพาร์เฟต์ ถ้าสั่งที่ฝรั่งเศสจะได้พาร์เฟต์ที่มีเนื้อเรียบง่ายกลมแบน ถ้าสั่งที่อเมริกาก็จะได้พาร์เฟต์ที่ถูกบรรจุมาเป็นชั้นครีมสลับกับผลไม้ ถ้าสั่งที่ไทยจะได้รูปแบบที่ใกล้เคียงกับพาร์เฟต์ที่ญี่ปุ่น คือ มีซอสดครีมมัททะ มีไอศกรีมมัททะ หรือรสชาติอื่นสลับชั้นกันในบรรจุภัณฑ์ที่มีทั้งทรงสูงและทรงเตี้ย (Fovefood, 2020)



ภาพที่ 3 (ภาพซ้าย) พาร์เฟต์แบบฝรั่งเศส (ภาพกลาง) พาร์เฟต์แบบอเมริกัน

ที่มา: Fove Food by Benyapa website,

<https://fovefood.wordpress.com/2020/10/24/parfait-คืออะไร/>

(ภาพขวา) พาร์เฟต์แบบญี่ปุ่นและไทย

ที่มา: Wongnai website,

<https://www.wongnai.com/reviews/f47f4ecb1e7f40e7933f0988b2770fd8>

⁵ ดราห์หื้อ Royce เขียนคำว่ามัททะว่า maccha

ขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะที่เป็นที่นิยมในต่างประเทศอีกอย่างหนึ่งก็คือ ไอศกรีมมัทฉะหรือ ไอศกรีมชาเขียว ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยเกือบทุกร้านมีเมนูขนมหวานเป็นไอศกรีมมัทฉะ แม้แต่ร้าน Dairy Queen ซึ่งสาขาส่วนใหญ่จะไม่มีที่นั่งทานก็ยังมไอศกรีมมัทฉะ และสามารถสั่งเพิ่มที่อปปิ้งต่าง ๆ ได้ และ Haagen-Dazs ที่มีสาขามากมายทั่วโลกผู้คิดค้นไอศกรีมมัทฉะกลายเป็นสินค้ามาตรฐานของร้าน เช่นเดียวกับมัทฉะลาเต้หรือ ชาเขียวนม ซึ่ง Starbucks เริ่มขายครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 2001 มีการใส่วัตถุดิบมากมายทั้งผลไม้ ถั่ว ผักต่าง ๆ และช็อกโกแลต ทำเพื่อเน้นความหอมหวานเข้มข้น แต่มัทฉะลาเต้สูตรนี้ไม่ได้รับเสียงตอบรับเท่าที่ควร (抹茶×フルーツ×チョコのフュージョンが生む新感覚ビバレッジ2種がスターバックスより12月26日から新登, 2017) ดังนั้นเพื่อให้ขายในต่างประเทศได้จึงมีการปรับสูตรเป็น Double Matcha Tea Latte ในปี ค.ศ. 2017 มีการผสมกาแฟกับมัทฉะใส่นมจะทำให้รสชาติขมเล็กน้อยและหวานนิดหน่อย Double Matcha Tea Latte หรือเรียกสั้น ๆ ว่ามัทฉะลาเต้สามารถปรับส่วนผสมตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ได้ มัทฉะลาเต้สูตรใหม่ของ Starbucks ได้รับความนิยมแพร่หลายทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ (【スタバ】売り切れ続出！アイス抹茶で海外メニューを再現する方法。甘すぎず美味しくてリピート決定！, n.d.) ต่อมามัทฉะลาเต้กลายเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าที่ใดก็มีมัทฉะลาเต้ขายทั้งร้าน Cafe และร้านแบบ เคาน์เตอร์หรือรถเข็นเล็ก สินค้ามาตรฐานทั้งไอศกรีมมัทฉะและมัทฉะลาเต้ กลายเป็นต้นแบบให้ร้านต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายและขายสินค้าเหล่านี้ อีกทั้งมีการเพิ่มเมนูเหล่านี้ในร้านที่เปิดขายเครื่องดื่มและขนมหวานอยู่แล้ว ขนมหวานที่ลิ้มไม่ได้ก็อีกอย่างก็คือ มาการองมัทฉะของร้านชาตะฮารูอาโอกิเป็นที่นิยมในหลายประเทศมีการสั่งซื้อออนไลน์หรือตามไปชิมถึงปารีส ประเทศฝรั่งเศส (専門マスター, 2022)

การเลือกมัทฉะมาเป็นรสชาติมาตรฐานของหลาย ๆ ตราสินค้า ทั้งไอศกรีมของ Haagen-dazs มาการองของชาตะฮารูอาโอกิ (サダハルアオキ) อูจิมัทฉะของ Kitkat นมมะช็อกโกแลตมัทฉะของ Royce กลายเป็นสินค้าขายดี เป็นผลมาจาก Soft Power ของมัทฉะที่เป็นสินค้าที่มีประวัติยาวนาน เป็นสินค้าชั้นดี เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ผู้คนที่ชื่นชอบมัทฉะก็เกิดความสนใจในอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ รวมถึงผู้ที่ชอบลิ้มลองรสชาติแปลกใหม่ก็ให้ความสนใจ และเกิดเป็นกระแสของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะก็เกิดเป็น Soft Power ไปด้วยและแพร่หลายไปทั่วโลก และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาที่ญี่ปุ่นเพื่อสัมผัสรสชาติอาหารญี่ปุ่น รวมถึงขนมหวานญี่ปุ่น ขนมแบบตะวันตกและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ หรือสัมผัสพิธีชงชาด้วยตนเองที่ญี่ปุ่น ซึ่งจะกลายเป็นส่วนสร้างรายได้ให้กับประเทศญี่ปุ่น ยกตัวอย่าง เมืองอุจิ ที่เกียวโต พยายามสร้างวัฒนธรรมอาหาร และได้ทำแผนที่ร้านขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะในเมืองอุจิ (宇治抹茶スイーツマップ) มีนักเรียน นักศึกษามาเป็นผู้นำเที่ยว สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (金山, 2014)

6. วิเคราะห์ตลาดขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ

การวิเคราะห์ตลาดขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะนั้น การแสดงถึงองค์ประกอบของตลาดอย่างชัดเจน จะใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วยสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2540)

โดยได้เลือกตราสินค้ามา 3 ตราสินค้าที่เป็นตัวแทนของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ ได้แก่ ไอศกรีมมัทฉะ ของ Haagen-Dazs Uji Matcha KitKat ของ Nestle และร้านกาแฟ Starbucks มาเป็นต้นแบบการวิเคราะห์การตลาด

6.1 ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs

6.1.1 สินค้าและราคา

ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs ใช้กลยุทธ์วางตำแหน่งสินค้าในระดับสูง ใช้วัตถุดิบอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นนมที่ใช้ผลิต ผลไม้ ถั่ว ช็อกโกแลต ผงมัทฉะ มีการจัดการอัตราส่วนในไอศกรีมอย่างละเอียดเพื่อรักษารสชาติที่เข้มข้น ควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของไอศกรีมมัทฉะอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นไอศกรีมมัทฉะในถ้วยเล็ก การเพิ่มท็อปปิงแล้วออกเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือพัฒนาเป็นไอศกรีมแท่งมัทฉะ ด้วยเหตุนี้ Haagen-Dazs จึงตั้งราคาขายในระดับสูง ซึ่งผู้บริโภคเป้าหมายก็พึงพอใจกับคุณภาพและราคาที่เหมาะสม และเป็นการแสวงหาความอร่อยที่แท้จริง และสินค้านี้เป็นที่รู้จักในฐานะพรีเมียมไอศกรีมกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงอายุ 24-34 ปี ปัจจุบันลูกค้าช่วงอายุ 20-30 ปี ไม่ต้องการความหรูหราเป็นพิเศษหลายคนชอบหาของอร่อยกินในชีวิตประจำวันมากกว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์แบรนด์ที่มีราคาแพง (Haagen-Dazs Japan, n.d.)

6.1.2 ช่องทางจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

สาเหตุหนึ่งที่ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs มียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แล้วยังเป็นเพราะมี Supply Chain ที่เข้มแข็งอย่างร้านค้าปลีก Haagen-Dazs มีร้านค้าปลีกที่กว้างขวางและมีสาขาทั่วโลกสามารถวางขายในร้านค้าปลีกจำนวนมาก ส่วนโฆษณาให้ความสำคัญภาพลักษณ์ที่มีระดับ และให้ความสำคัญกับข้อความที่จะส่งไปถึงลูกค้าว่า ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs เป็นสินค้าระดับพรีเมียมที่สามารถเข้าถึงได้ อย่างเช่น แคมเปญที่ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอายุ 24-34 ปี ถ่ายรูปพร้อมถ้วยไอศกรีมเพื่อแสดงให้เห็นว่าไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs สามารถรับประทานได้ทุกที่ และสื่อสารว่ารับประทานแล้วไม่อ้วน นอกจากนี้ตั้งแต่เดือนตุลาคมปี ค.ศ. 2023 การสนับสนุนการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นมีการจัดอีเวนต์แสดงสินค้าใหม่ และมุ่งเน้นย้ำข้อความว่า ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs รับประทานได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นไอศกรีมคุณภาพดีที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย (News Yahoo Japan, 2022)

ไอศกรีมมัทฉะ Haagen-Dazs ส่งเสริมการขายโดยใช้ SNS ที่คุ้นเคยกับคนอายุประมาณ 30 ปี โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายไปที่ผู้หญิง มีการเผยแพร่ข่าวสารอย่างเป็นทางการบน Facebook, Twitter และ Instagram โดยเฉพาะการลงภาพที่ให้ความคิดเห็นได้ เช่นการที่ลูกค้าโพสต์ลงรูปการรับประทานไอศกรีมระหว่างกลับบ้าน หรือกลับจากที่ทำงานแล้วรับประทานที่บ้าน เขียนโพสต์ว่าอร่อยมาก เป็นการใช้ word-of-mouth ให้เป็นประโยชน์ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายสินค้าตามฤดูกาล และเนื่องจากเวลาที่จำกัดจึงได้รับความนิยมมากมีการโพสต์ว่า “ฉันลองรสนี้แล้ว มันอร่อย” เป็นการเพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่ชื่นชอบสินค้าของ Haagen-Dazs และยังมีการเพิ่มจำนวนลูกค้าโดยการพัฒนาสินค้าที่ตรงกับลักษณะของแต่ละ SNS ซึ่งประสบความสำเร็จ

เพราะลูกค้าใช้ SNS เพื่อสื่อถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์ SNS ถูกสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและพยายามสื่อถึงสินค้าที่เป็นที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน (Haagen-Dazs Japan, n.d.)

อาจกล่าวได้ว่านี่คือตัวอย่างของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการเติบโตโดยการสร้างตำแหน่งที่ไม่เหมือนใครในตลาด มีฐานลูกค้าที่ชื่นชอบ และมีความภักดีในตราสินค้า เริ่มต้นด้วยการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคอย่างแม่นยำ รวมถึงสิ่งที่พวกเขาต้องการในใจจนกระทั่งค้นพบจุดแข็งซึ่งไม่เหมือนใคร

6.2 Uji Matcha KitKat ของ Nestle

6.2.1 สินค้าและราคา

เนื่องจากผู้คนหันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น บริษัท Nestle จึงเสนอให้มัทฉะเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันตามแนวคิด “มากินชากับมัทฉะกันเถอะ” สำหรับผู้ที่ต้องการมีชีวิตที่แข็งแรงและกระฉับกระเฉง จึงได้มีการผลิต KitKat Matcha Series ได้แก่ 1. 抹茶のちから พลังของมัทฉะเป็น KitKat กึ่งช็อกโกแลตผสมชาเขียวมัทฉะด้วยการนวดมัทฉะแบบใหม่ (ปกติจะไม่นวด) จะสามารถสัมผัสได้ถึง ความเข้มข้นดั้งเดิมของมัทฉะมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังหาซื้อได้ง่ายในชีวิตประจำวัน 2. オトナの甘さ濃い抹茶 ความหวานของผู้ใหญ่ ซึ่งสามารถเพลิดเพลินกับความเข้มข้นของมัทฉะที่ได้รับแรงบันดาลใจจากชาอ่อน ๆ แต่มีความเข้มข้นเมื่อใช้ในพิธีชงชาซึ่งจะใช้จิมมัทฉะมากเป็น 2 เท่าจึงได้รสชาติอูจิมัทฉะเข้มข้นแท้จริงสำหรับผู้ใหญ่ เพลิดเพลินไปกับความหวานเล็กน้อย ความขมเล็กน้อย และรสชาติที่ค้างอยู่ที่ลำคอ 3. オトナの甘さは KitKat ที่มีความหวานแบบผู้ใหญ่ขนาดมินิทำจากชาอูจิที่มีกลิ่นหอม ราคาขาย Uji Matcha KitKat ทั้ง 3 แบบราคาไม่แพงมากสามารถเข้าถึงได้ Uji Matcha KitKat ความหวานสำหรับผู้ใหญ่ 11 ชิ้น ราคา 286 เยน ถ้าเป็นแพ็คเกจใหญ่ราคา 3,343 เยน (Nestle Japan, n.d.)

แม้ว่าจะเป็นตราสินค้าที่ผลิตมานานแต่บริษัท Nestle ยังคงเดินหน้าอย่างต่อเนื่อง และได้คิดค้นวิธีที่จะทำให้ลูกค้าไม่เบื่อ มีครั้งหนึ่งที่มีการนำเสนอรสชาติที่หลากหลายทุกเดือนเพื่อดึงดูดผู้บริโภค Premium KitKat ก็เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกเบื่อ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความพิถีพิถัน

6.2.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

Uji Matcha KitKat เป็นสินค้าที่เข้าถึงง่ายสามารถซื้อได้ในร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เกต KitKat มี Supply Chain ที่เข้มแข็ง มีการขายกระจายเป็นวงกว้าง นอกจากนี้ KitKat Matcha Series ยังขายเป็นของฝากในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเฉพาะเกียวโต รวมถึงสนามบินของญี่ปุ่นอีกด้วยที่ขาย KitKat Matcha Series เป็นของฝากหรือสินค้าที่ระลึก

KitKat ได้คิดกลยุทธ์ขายสินค้าให้กับนักเรียนที่จะเข้าสอบ KitKat พ้องเสียงกับภาษาญี่ปุ่นว่า 「きっと かった」 แปลว่า ชนะแน่นอน ถ้ากรณีการสอบจะหมายถึง สอบได้แน่นอน เป็นความพยายามในการคลายกังวล ความเหงาของผู้เข้าสอบ โดยได้ริเริ่มให้แจก KitKat เมื่อนักเรียนเดินทางมาสอบออกจากโรงแรม ความคิดในการส่ง KitKat พร้อมข้อความถึงนักเรียน ทำให้ KitKat กลายเป็นประเด็นร้อนอย่างรวดเร็ว

ความนิยมใน KitKat เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายและเติบโตขึ้นกลายเป็นขนมขายดีในช่วงเทศกาลสอบ นอกจากเทศกาลสอบก็มีการเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น เช่น ในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนด้วยสโลแกน 「キット おもい とどく」 หมายถึง “ความรู้สึกต้องส่งถึงอย่างแน่นอน” ในเทศกาลการสอบกำหนดเป้าหมายเป็นนักเรียนที่กำลังเตรียมตัวเข้าสอบและผู้ปกครองของนักเรียนเหล่านั้น ในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์กำหนดเป้าหมายเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายที่กำลังสนุกสนานกับวัยหนุ่มสาว ในเทศกาลการขายสินค้าระดับไฮเอนด์กำหนดเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่ที่มีความพิถีพิถัน KitKat ได้ใช้กลยุทธ์กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แคบลงและชัดเจน ยิ่งขอบเขตกว้างโอกาสที่จะคิดว่า “นี่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์สำหรับฉัน” มีมากขึ้น ในการทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ต้องสามารถโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้รู้สึกว่า “นี่คือสินค้าของฉัน” ให้เกิดขึ้นให้ได้ ก็จะง่ายต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

6.3 Starbucks Matcha Latte

6.3.1 สินค้าและราคา

Starbucks มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ต่อยอดจากมัทฉะลาเต้ เช่น การเพิ่มท็อปปิ้ง มีการขายตามฤดูกาล เช่น ในฤดูใบไม้ผลิใช้ชื่อสินค้าว่า Sakura saku saku Matcha Frappuccino (さくら さく サク フラペッチーノ) วางจำหน่ายที่ญี่ปุ่นวันที่ 1 มีนาคม ค.ศ. 2023 ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของ Starbucks ซึ่งเป็นเครือข่ายร้านกาแฟที่ใหญ่ที่สุดในโลก เปิดทำการในซีแอตเทิล สหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1971 บริการที่สำคัญคือ กาแฟแต่ละแก้วทำเพื่อลูกค้าแต่ละคน เป็นกาแฟแก้วเดียวในโลกสำหรับลูกค้าคนนั้น ซึ่งใช้กลยุทธ์นี้กับทุกสินค้าในร้านรวมถึงมัทฉะลาเต้ มัทฉะแฟรปปูชีโนเช่นกัน เป็นการสร้างความประทับใจและสร้างความภักดีในตราสินค้าอีกด้วย นอกจากนี้ Starbucks ยังสร้างวัฒนธรรมและคุณค่าใหม่ ๆ ไปพร้อม ๆ กับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เครื่องดื่มของ Starbucks ไม่จำเป็นต้องดื่มแค่ในร้าน แต่ยังสามารถเพลิดเพลินกับเครื่องดื่ม ในขณะที่ถือแก้ว Starbucks เดินเล่นไปยังที่ต่าง ๆ ปัจจุบัน Starbucks กำลังดำเนินการเลิกใช้พลาสติกอย่างเต็มรูปแบบและกำลังจัดการให้เข้ากับยุคสมัย เช่น เปลี่ยนมาใช้แก้วและหลอดกระดาษที่ใช้ซ้ำได้ Starbucks สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แคบลงเจาะจงเป็นกลุ่มเป้าหมายผู้หญิง แนวคิดเรื่องการสร้างความแตกต่างนั้นจำเป็นเสมอ Starbucks ใช้กลยุทธ์ราคาสูงเนื่องจากสินค้าที่มีคุณภาพ และการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง (キヤククル, 2023)

6.3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

Starbucks มีช่องทางการจำหน่ายเป็นของตัวเอง มีสาขาจำนวนมากในแต่ละประเทศทั่วโลก Starbucks มีแนวคิดที่จะมอบพื้นที่และเวลาอันอบอุ่นให้กับ 3 สถานที่แรกสำหรับทุกคน สถานที่แรกคือ บ้าน สถานที่ที่สองคือ ที่ทำงานหรือโรงเรียน Starbucks จึงต้องการเป็นสถานที่ที่สามที่แตกต่างจากบ้าน ที่ทำงาน และโรงเรียน นี่เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้แตกต่างจากคู่แข่ง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับตลาดผู้หญิงและยึดมั่นในการเลิกสูบบุหรี่ ร้านกาแฟเคยเป็นพื้นที่ของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง พนักงานบริษัทสามารถพักดื่มกาแฟและสูบบุหรี่ได้ ด้วยเหตุนี้ Starbucks จึงสร้างความแตกต่างโดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้หญิง

นอกจากนี้ ด้วยวิสัยทัศน์ บรรยากาศภายในร้าน ชื่อของสินค้า สิ่งเหล่านี้ได้เพิ่มมูลค่าให้กับ Starbucks และหนึ่งในปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของ Starbucks การส่งเสริมการขายนั้น มีการขายอย่างจำกัดในฤดูกาลต่าง ๆ และลงข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของ Starbucks Facebook, Twitter และ Instagram (Starbucks Japan, 2023)

กลยุทธ์การตลาดของ 3 ตราสินค้าเป็นไปเพื่อส่งเสริมการขายและสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งและต่างมีส่วนช่วยให้อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะแพร่หลายทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ

7. บทสรุป

มัทฉะถูกใช้ในพิธีชงชาอันศักดิ์สิทธิ์และมีประวัติศาสตร์ยาวนาน การเริ่มพิธีชงชาจะมีการเสิร์ฟขนมหวานของญี่ปุ่น เมื่อมัทฉะถูกนำมาทำเป็นวัตถุดิบในการทำขนมและเครื่องดื่มก็เป็นที่แพร่หลายไปในญี่ปุ่น โดยเฉพาะขนมหวานญี่ปุ่นวะกะชิ ต่อมาพัฒนาการจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตะวันตกทำให้มีการใช้มัทฉะมาทำขนมหวานและเครื่องดื่มแบบตะวันตกแล้วมีความแพร่หลายมากขึ้นในญี่ปุ่น

นอกจากในญี่ปุ่นแล้วขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะยังได้รับความนิยมแพร่หลายในต่างประเทศ โดยปี ค.ศ. 1996 Haagen-Dazs ได้ผลิตไอศกรีมมัทฉะขึ้นมาเป็นครั้งแรก คุณซาตะฮารุ อาโอกิได้เปิดร้านมาการองซาตะฮารุอาโอกิ (サダハルアオキ) ที่ปารีส ประเทศฝรั่งเศส และเริ่มทำการองมัทฉะและได้กลายเป็นสินค้าแนะนำของร้าน และในปี ค.ศ. 2014 ได้เปิดร้าน MATCHABAR ที่นิวยอร์ก อเมริกา ขายทั้งผงมัทฉะและอาหารพิวชั่นจากมัทฉะ ปี ค.ศ. 2017 สตาร์บัคได้ปรับสูตรมัทฉะลาเต้เพื่อขายในต่างประเทศและเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก

ความแพร่หลายในต่างประเทศนี้เริ่มจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือชาวต่างชาติที่อาศัยในญี่ปุ่น ต้องการซื้อของไปฝากครอบครัว เพื่อนฝูง เมื่ออุจิมัทฉะ Kitkat วางจำหน่ายในปี ค.ศ. 2004 ได้กลายเป็นของฝากยอดนิยม เริ่มเกิดเป็น Soft Power ของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ และการที่ขนมและเครื่องดื่มต่าง ๆ เลือกมัทฉะเป็นวัตถุดิบส่วนหนึ่งมาจาก Soft Power ของมัทฉะที่เป็นเหมือนสินค้าตัวแทนของญี่ปุ่น และเมื่อผลิตขนมและเครื่องดื่มจากมัทฉะก็ได้รับความสนใจจากคนในญี่ปุ่นและต่างประเทศเกิดเป็น Soft Power ของขนมและเครื่องดื่มจากมัทฉะเกิดขึ้นต่อเนื่อง

ส่วนการวิเคราะห์การตลาดของ 3 ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะ ได้แก่ ไอศกรีมมัทฉะของ Haagen-Dazs Uji Matcha KitKat และ Starbucks Matcha Latte โดยไอศกรีมมัทฉะของ Haagen-Dazs และ Starbucks Matcha Latte ยึดมั่นในคุณภาพของวัตถุดิบที่มีคุณภาพ วางตำแหน่งสินค้าไว้ระดับสูง และใช้กลยุทธ์ราคาสูงตามกลุ่มเป้าหมายและคุณภาพสินค้า ซึ่งก็เป็นราคาและคุณภาพที่ลูกค้าพอใจ นอกจากนี้ยังหาซื้อได้ง่ายเนื่องจาก Haagen-Dazs มีเครือข่ายร้านค้าปลีกที่เป็นช่องทางจัดจำหน่ายจำนวนมาก Starbucks ก็มีหลายสาขาในแต่ละประเทศทั่วโลก KitKat ใช้อุจิมัทฉะในการผลิตช็อกโกแลตชาเขียว เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง ที่สามารถเข้าถึงได้ ทั้ง 3 ตราสินค้าต่างมีส่วนในการสร้างความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมัทฉะทั้งในญี่ปุ่นเองและในต่างประเทศ

8. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความแพร่หลายของขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมันเทศ ซึ่งเป็นการศึกษาโดยกว้าง ในการต่อยอดต่อไปอาจจะศึกษาเจาะจงไปในประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือศึกษาขนมและเครื่องดื่มที่ทำจากมันเทศในแง่มุมอื่นก็ได้

- キャククル. (2023). 「ハーゲンダッツの広告・マーケティング戦略」. <https://www.shopowner-support.net/glossary/framework/haagen-dazs-ad/>
- さくらば. (2015). 「抹茶スイーツのはじまりと海外事情」. <https://www.patissient.com/magazine/3824/>
- 「じゃらんニュース」. (2022). 「東京都内の抹茶スイーツ 29 選！お茶専門店の抹茶パフェから老舗のティラミスまで」. <https://www.jalan.net/news/article/669511/>
- なおみん [@nao08mi1]. (2022, July 30). 「【スタバ】売り切れ続出！アイス抹茶で海外メニューを再現する方法。甘すぎず美味しくてリピート決定！」 [Image attached] [Tweet]. Twitter. <https://creators.yahoo.co.jp/mamesutabacustom/0100279892>
- 専門マスター. (2021). 「美と健康と「抹茶」！海外の抹茶事情と抹茶の選び方」. <https://creators.yahoo.co.jp/nihonchanavitomoko/0100103586>
- 内閣府. (2019a). 「クールジャパン戦略」. https://www.cao.go.jp/cool_japan/about/pdf/190903_cjstrategy.pdf
- _____. (2019b). 「クールジャパン戦略の推進に資する成功事例等に関する分析・調査」. https://www.cao.go.jp/cool_japan/report/pdf/vision_3.pdf
- 南森エレナ. (2017, December 24). 「抹茶×フルーツ×チョコのフュージョンが生む新感覚ビバレッジ 2 種がスターバックスより 12 月 26 日から新登場」. GOTRIP <https://gotrip.jp/2017/12/82578/>
- 吉田宗弘 & 南方麻希. (2021). 「抹茶と菓子、そして抹茶スイーツ」. <https://ku-food-lab.com/wp/wp-content/uploads/2021/03/839574a666e08cda7dbf30c4d9e9de13.pdf>

กฎหมายระหว่างประเทศกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในสมัยเมจิ
ค.ศ. 1868 – 1912: กรณีศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมือง
ภายในประเทศและการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการเมืองของญี่ปุ่น
International Law and Political Changes in Japan during the
Meiji Era (1868-1912): A Case Study of Political Institutional
Changes and Adjustment to Diplomatic Affairs

จิรกิตต์ จันทร์รักษา

Jirakit Janraksa

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Faculty of Social Sciences, Naresuan University

Corresponding Author:

Jirakit Janraksa

Faculty of Social Sciences, Naresuan University

99 Moo 9 Ta Pho , Muang District, Phitsanulok 65000, Thailand

E-mail: JirakitJanraksa58@gmail.com

Received: 22 February 2023 **Revised:** 26 March 2023 **Accepted:** 5 April 2023

กฎหมายระหว่างประเทศกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในสมัยเมจิ ค.ศ. 1868 – 1912: กรณีศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมือง ภายในประเทศและการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการเมืองของญี่ปุ่น

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากฎหมายระหว่างประเทศที่มาพร้อมกับการแผ่ขยายอำนาจของชาติตะวันตกที่ส่งผลต่อญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายใน และการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการเมือง โดยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การศึกษาอิทธิพลของกฎหมายระหว่างประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศ และ 2) การศึกษาอิทธิพลของกฎหมายระหว่างประเทศต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางการเมืองของญี่ปุ่นโดยศึกษาผ่านการใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับมาตรฐานทางอารยธรรม จากการศึกษาพบว่า กฎหมายระหว่างประเทศเป็นปัจจัยแรงให้ญี่ปุ่นในสมัยเมจิมีการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยอย่างก้าวกระโดด ทั้งมิติการเมืองภายในประเทศที่มีการจัดวางโครงสร้างการเมืองที่เป็นระบบ การนำหลักการเรื่องสิทธิพลเมืองและค่านิยมแบบตะวันตกมาปรับใช้ภายในประเทศ ตลอดจนมิติการต่างประเทศ ที่การสถาปนาระบบการทูตกับชาติตะวันตกอย่างถาวร การปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ และการนำกฎหมายระหว่างประเทศมาปรับใช้ในการทำสงคราม โดยการพัฒนาดังกล่าวเป็นการดำเนินการเพื่อสร้างการยอมรับจากชาติตะวันตกในฐานะชาติที่มีอารยธรรมและเป็นรัฐชาติสมัยใหม่ ตลอดจนการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมระหว่างประเทศกับชาติตะวันตก

คำสำคัญ: กฎหมายระหว่างประเทศ, สังคมระหว่างประเทศ, การพัฒนาไปสู่ความทันสมัย, ชาติตะวันตก, การเมืองญี่ปุ่น

International Law and Political Changes in Japan during the Meiji Era (1868-1912): A Case Study of Political Institutional Changes and Adjustment to Diplomatic Affairs.

Abstract

This study aims to find how international law that comes along with the expansion of western power affected Japan to domestic institutional changes and diplomatic changes. The study was divided into two parts: 1) the study of the influence of international law on changes in domestic political institutions and 2) the study of the influence of international law on the transformation of Japanese diplomacy in foreign nations by using indicators related to the standard of civilization. The study found that international law was the catalyst for Japan during the Meiji period to develop into Modernization. The domestic dimension had a systematic political structure application to civil rights principles and Western values within the country. The foreign extent, complied with international law, and the adaptation of international law to the law of war, established a permanent diplomatic system with Western nations. The development was undertaken to create Western recognition as a civilized and modern nation-state and as part of the international society with the western nations.

Keywords: International law, International society, Modernization, Western nations, Japan politics

1. บทนำ

เมื่อกล่าวถึงประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น การโดนบีบบังคับให้มีการเปิดประเทศด้วยสนธิสัญญาคานากาวะ (Kanagawa Treaty) ในปี ค.ศ. 1854 โดยสหรัฐอเมริกา และสนธิสัญญาไมตรีแองโกล-ญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1854 (Anglo-Japanese Friendship Treaty 1854) โดยอังกฤษ ต่อเนื่องด้วยการทำสนธิสัญญาไมตรีและการค้าสหรัฐอเมริกา-ญี่ปุ่น หรือสนธิสัญญาแฮร์ริส ค.ศ. 1858 (Treaty of Amity and Commerce; Harris Treaty 1858) และสนธิสัญญาไมตรีและการค้าแองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1858 (The Anglo-Japanese Treaty of Amity and Commerce 1858) ถือเป็นการบีบบังคับทางการเมืองให้มีการยอมจำนนครั้งแรกในประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นโดยชาติตะวันตกและนำมาสู่การพัฒนาให้ทันสมัย (Modernization) เพื่อให้สถานะของญี่ปุ่นมีคุณสมบัติเป็นรัฐชาติสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับกฎหมายระหว่างประเทศและสร้างการยอมรับจากชาติตะวันตก โดยการพัฒนาให้ทันสมัยของญี่ปุ่นได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญภายใต้อิทธิพลจากการล่าอาณานิคมของชาติตะวันตก คือการปฏิรูปเมจิ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศและการปรับแนวทางในการแสดงบทบาทในเวทีระหว่างประเทศจากชาติที่ยังไม่มีอารยธรรมไปสู่ชาติที่มีอารยธรรมแล้ว ผ่านการนำกฎหมายระหว่างประเทศที่เปรียบเสมือนตัวแทนของอารยธรรมตะวันตกมาปฏิบัติใช้ทั้งภายในและต่างประเทศ

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของญี่ปุ่นภายในรัชสมัยเมจินั้นมีความสอดคล้องกับคำอธิบายของ Georg Schwarzenberger (1955) ว่าอารยธรรมและกฎหมายระหว่างประเทศมีความผสมผสานกันอย่างลงตัว โดยจะสามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสถานะของรัฐทั้งสองรัฐนั้นได้รับการรับรองแล้วว่ามีสถานะที่เท่าเทียมกันและต้องอยู่ในสังคมระหว่างประเทศ (International society) ที่มีมาตรฐานทางอารยธรรม ค่านิยม และผลประโยชน์ร่วมกัน โดยในบริบทของอารยธรรมตะวันตกนั้น แก่นสารสำคัญทางอารยธรรมของชาติตะวันตกคือการมุ่งเน้นการสร้างอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ รวมไปถึงการผูกมัดกฎหมายระหว่างประเทศเข้าสู่อารยธรรมตะวันตก (Schwarzenberger, 1955, p. 220) ซึ่งการล่าอาณานิคมของชาติตะวันตกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกจึงเป็นภาพสะท้อนถึงการเผยแพร่อิทธิพลทางอารยธรรมของชาติตะวันตกควบคู่กับหลักการกฎหมายระหว่างประเทศไปยังดินแดนต่าง ๆ ที่ตกอยู่ภายใต้การล่าอาณานิคม

ในด้านการเผยแพร่อารยธรรมตะวันตกนั้น Schwarzenberger (1955) ได้เสนอกรอบแนวทางในการวิเคราะห์มาตรฐานทางอารยธรรม (The Standard of Civilization) เอาไว้ 3 ด้านสำคัญ คือ 1) การให้การรับรอง (Recognition) ในฐานะรัฐชาติสมัยใหม่ตามหลักคิดทางอารยธรรมตะวันตก ซึ่งต้องมีรัฐบาลที่มีเสถียรภาพในฐานะตัวแทนของรัฐ 2) มีการใช้หลักการทางกฎหมายที่มีการรับรองโดยชาติที่มีอารยธรรม (General Principles of Law Recognized by Civilized Nation) คือ การกล่าวถึงในประเด็นเรื่องการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของชาวต่างชาติ (พลเมืองชาติตะวันตก) และ 3) ปฏิบัติตามกฎหมายการทำสงคราม (The Law of War) แต่เนื่องจากเงื่อนไขในการวิเคราะห์ที่ยังไม่มีความชัดเจน โดยเฉพาะด้านการให้การยอมรับที่มีการอธิบายเพียงประเด็นการวางโครงสร้างรัฐบาลและการได้รับการยอมรับจากชาติตะวันตกซึ่งขาดการอธิบายตัวชี้วัดด้านการสถาปนาทางการเมืองที่เป็นแก่นสาระสำคัญของการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ

ประกอบกับการอธิบายถึงตัวชี้วัดด้านกฎหมายการทำสงครามที่ยังมีความคลุมเครือในการอธิบาย จึงยังไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของญี่ปุ่นในช่วงปฏิรูปเมจิได้อย่างชัดเจน โดยงานของ Gong (1984) ที่พัฒนารอบต่อ ยอดมาจาก Schwarzenberger (1955) ซึ่งมีการพัฒนารอบทฤษฎีที่เป็นระบบมากขึ้น ทำให้สามารถนำตัวชี้วัดด้านการทูตระหว่างประเทศมาใช้อธิบายเพื่ออุดช่องว่างในการอธิบายมาตรฐานทางอารยธรรม และนำตัวชี้วัดเรื่องกฎหมายของการทำสงครามยุคเป็นส่วนเกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านการปฏิบัติการตามกฎหมายระหว่างประเทศ (Gong, 1984, p. 15)

เมื่อพิจารณาจากคำอธิบายและกรอบแนวคิดของ Schwarzenberger (1955) และ Gong (1984) และนำไปเปรียบเทียบกับพัฒนาประเทศของญี่ปุ่นจึงเป็นข้อบ่งชี้ว่า ญี่ปุ่นในรัชสมัยเมจิได้พยายามนำแนวทางในการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยผ่านการปรับตัวให้มีความสอดคล้องกับอารยธรรมตะวันตกที่มากขึ้น ทั้งด้านการเมืองที่เป็นแกนกลางที่ดูแลในเรื่องของสิทธิภายในประเทศและทิศทางการบริหารประเทศให้เป็นไปตามแนวทางของกฎหมายระหว่างประเทศอันนำไปสู่การปรับโครงสร้างเชิงสถาบันการเมือง และการต่างประเทศที่เป็นแกนกลางในการติดต่อสื่อสารและเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างรัฐเพื่อการเจรจา ประสานผลประโยชน์ ตลอดจนแนวทางในการทำสงคราม อันนำไปสู่การปรับรูปแบบการทำสงครามที่ยึดโยงกับกฎหมายระหว่างประเทศมากขึ้น รวมไปถึงการนำแนวทางการปฏิบัติแบบชาติตะวันตกมาใช้ ดังกรณี การกำจัดอาชญากรรมในประเด็นการทางการทูต การลงนามสนธิสัญญาชิโมโนเอกิ ค.ศ. 1895 ภายหลังสงครามจีนและญี่ปุ่น ครั้งที่ 1 และการลงนามสนธิสัญญาพันธมิตรแองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1902 เป็นต้น

จากข้อบ่งชี้ดังกล่าวได้นำมาสู่คำถามของการศึกษาว่า กฎหมายระหว่างประเทศที่มาพร้อมกับการแผ่ขยายอำนาจของชาติตะวันตก ส่งผลให้ญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในและการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการทูตอย่างไร โดยการวิเคราะห์เพื่อประมวลออกมาเป็นคำตอบนั้น ผู้เขียนอาศัยการอธิบายผ่านข้อมูลที่รวบรวมมาในการนำเสนอก่อนที่จะทำการวิเคราะห์เพื่อประมวลออกมาเป็นคำตอบในส่วนของสรุปผลการศึกษา ซึ่งในงานชิ้นนี้จะแบ่งส่วนการศึกษออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเชิงสถาบันภายในประเทศญี่ปุ่น โดยจะมุ่งเน้นศึกษาในมิติของการออกแบบและจัดวางโครงสร้างสถาบันการเมืองภายในประเทศญี่ปุ่นหลังการเข้ามาของชาติตะวันตกและตัวกฎหมายระหว่างประเทศ และ 2) การเปลี่ยนแปลงแนวทางทางการทูตของญี่ปุ่นในต่างประเทศ ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาในมิติของการปรับเปลี่ยนแนวทางทางการทูตตามแบบตะวันตกของญี่ปุ่นรวมถึงการนำกฎหมายระหว่างประเทศมาปฏิบัติใช้ในเอเชียตะวันออก ซึ่งผู้เขียนจะกล่าวถึงในส่วนถัดไป

2. การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศญี่ปุ่น

การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศญี่ปุ่นภายใต้อิทธิพลของชาติตะวันตกได้นำมาซึ่งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางการเมืองหลายประการ ทั้งเรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านสิทธิของประชาชนภายในประเทศ การจัดตั้งระบบจังหวัด (Prefecture System) ให้อยู่ในลักษณะของการรวมศูนย์อำนาจการบริหารแทนที่ระบบหัวเมืองที่ให้อำนาจแก่เจ้าเมืองแต่ละเมืองในการปกครอง การประกาศใช้กฎหมายเกณฑ์ทหาร

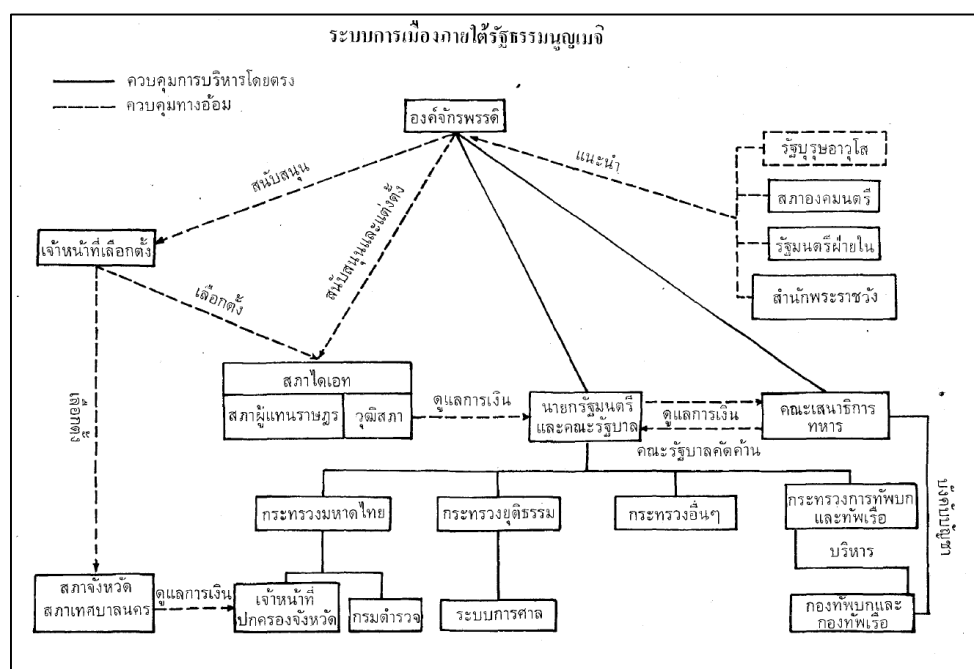
การปฏิรูประบบภาษีที่ดิน ตลอดจนระบบการศึกษา (Gong, 1984, p. 186) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าว มีจุดเริ่มต้นมาจากการได้รับการศึกษาที่มีความเป็นสากลตามแบบตะวันตก รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่ทันสมัย และนำไปสู่ความพยายามในการทดลองระบบรัฐสภาขึ้นตลอดจนการจัดทำรัฐธรรมนูญที่ซึ่งเป็นกฎหมายแม่บทของประเทศ โดยในช่วงของการทดลองระบบรัฐสภานั้นมีความพยายามเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจหลาย ๆ อย่างให้เป็นระบบมากขึ้น ทั้งการจัดตั้งศาลฎีกาแทนที่หอตัดสินคดี การแยกหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรออกจากหน้าที่ของกระทรวงต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการให้มีการประชุมข้าหลวงเป็นการเริ่มต้นการประชุมสภาผู้แทนราษฎร (Fairbank et al., 1977, pp. 319–325)

การเกิดขึ้นของขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิของประชาชนและเสรีภาพ (Freedom and People's Right Movement) ถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทตัวแสดงภายในประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศ โดยเดิมทีเป็นขบวนการเคลื่อนไหวที่รวมกลุ่มเฉพาะกลุ่มอำนาจเก่าที่ใช้ความรุนแรงในการต่อต้านรัฐบาล รวมไปถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีสิทธิในการต่อต้านรัฐบาล ซึ่งการกระทำในระยะแรกนั้นไม่ประสบความสำเร็จและถูกรัฐบาลจับกุมตัว แต่เมื่อกระแสประชาธิปไตยที่เข้ามาพร้อมกับชาติตะวันตกเกิดขึ้นในญี่ปุ่น บทบาทของขบวนการชุดนี้ได้กลายมาเป็นตัวแสดงสำคัญที่เน้นข้อเรียกร้องเรื่องสิทธิทางการเมืองของประชาชนและเรียกร้องให้มีการจัดทำรัฐธรรมนูญที่มีความเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลและประชาชน นอกจากนี้การจัดตั้งสันนิบาตเพื่อการจัดตั้งสมัชชาแห่งชาติได้กลายเป็นอีกหนึ่งตัวแสดงที่ขับเคลื่อนข้อเรียกร้องของขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิของประชาชนและเสรีภาพ ซึ่งนำไปสู่การกดดันให้รัฐบาลมีการจัดทำรัฐธรรมนูญและออกแบบระบบรัฐสภาแห่งชาติขึ้น (Métraux, 2011)

ในช่วงของการทดลองระบบรัฐสภานั้นข้อเสนอสำคัญต่อการปฏิรูปโครงสร้างเชิงสถาบันการเมืองคือการเสนอให้มีการใช้ระบบรัฐสภาตามแบบของประเทศอังกฤษที่มีคณะรัฐมนตรีเป็นผู้รับผิดชอบต่อรัฐสภา โดยมีการศึกษาดูงานจากรัฐธรรมนูญของยุโรปเพื่อนำมาปรับใช้กับการจัดทำรัฐธรรมนูญญี่ปุ่นเมจิ ซึ่งในช่วงก่อนการประกาศใช้รัฐธรรมนูญได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างอำนาจทางการเมืองอยู่หลายประการ ทั้งการประกาศจัดตั้งคณะรัฐมนตรีเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1885 ทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารแทนที่สภาแห่งชาติที่ถูกใช้งานในระยะแรกของการทดสอบระบบรัฐสภา อีกทั้งยังมีการจัดตั้งกระทรวงต่าง ๆ ซึ่งมีรัฐมนตรีประจำกระทรวงเป็นผู้ควบคุม ตลอดจนมีการนำรูปแบบระบบข้าราชการของเยอรมนีเข้ามาปรับใช้เพื่อให้เกิดความทันสมัยและสอดคล้องกับการดำเนินงานของรัฐบาลชุดใหม่ รวมไปถึงระบบเสนานิการทหารที่มีการนำแนวทางมาจากเยอรมนีเพื่อวางหลักการสายบังคับบัญชาในกองทัพและสร้างความก้าวหน้าให้กับการจัดวางโครงสร้างกองทัพ (Fairbank et al., 1977, pp. 337-338) ซึ่งการนำระบบเสนานิการเข้ามาปรับใช้ได้เป็นผลดีต่อการสร้างขีดความสามารถทางการรบของญี่ปุ่นในเวลาต่อมา

เป็นที่น่าสนใจว่า ก่อนการประกาศใช้รัฐธรรมนูญไป 2 ปีใน ค.ศ. 1887 หัวหน้าคณะทูตอิวากูระได้เข้าพบกับรัฐมนตรีกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาเพื่อพูดคุยแนวทางในการแก้ไขสนธิสัญญาแฮร์ริส ซึ่งมีการเสนอจากทางสหรัฐอเมริกาให้ญี่ปุ่นมีการจัดทำรัฐธรรมนูญโดยมีระบบกฎหมายตามแบบสหรัฐอเมริกาหรือกฎหมายจากยุโรปเป็นต้นแบบในการจัดทำ (Gong, 1984, p. 191) จนกระทั่งมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญเมจิ

ฉบับแรกในปี ค.ศ. 1889 โดยการจัดทำรัฐธรรมนูญฉบับนี้ไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของ ขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิของประชาชนและเสรีภาพ แต่ยังเป็นการสร้างการยอมรับจากชาติตะวันตกใน ฐานะรัฐชาติสมัยใหม่ โดยสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแสดงให้เห็นถึงความพยายามจัดวาง โครงสร้างทางการเมือง (Political Organization) ให้มีความเป็นระบบและชัดเจนมากขึ้นและเป็นรากฐานไปสู่ การสร้างประชาธิปไตยในญี่ปุ่น (ดูภาพที่ 1) ตลอดจนมีการกำหนดแง่มุมเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ของ ประชาชนในประเทศ ทั้งเรื่องของสิทธิในการนับถือศาสนา การพูด การถือครองทรัพย์สิน ค่าธรรมเนียมตาม กฎหมาย และเรื่องที่อยู่อาศัย (Fairbank et al., 1977, p. 343)



ภาพที่ 1 ภาพระบบการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญเมจิ
ที่มา: Fairbank et. al, 1977. ศรีสุข ทวีชาประสิทธิ์ (แปล)

เมื่อกล่าวถึงประเด็นเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและปัจเจกบุคคลภายในญี่ปุ่น หลังการปฏิรูปเมจิได้มีการจัดวางโครงสร้างทางสังคมใหม่ โดยเดิมที่ญี่ปุ่นภายใต้การปกครองของตระกูลโทคุกวะ หรือสภาพสังคมเดิมของญี่ปุ่นได้ตั้งอยู่บนฐานของระบบศักดินาคือ มีการแบ่งแยกระหว่างนักรบหรือซามูไร และชาวบ้านออกจากกัน ซึ่งภายหลังจากการปฏิรูปเมจิได้มีการเสนอให้มีการยกเลิกระบบชนชั้นในปี ค.ศ. 1869 และยกเลิกอภิสิทธิ์ทางชนชั้นต่าง ๆ ของซามูไรลง รวมไปถึงการปฏิรูปขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ล้าหลังในสังคม อันนำไปสู่การต่อต้านของกลุ่มซามูไรที่สูญเสียสิทธิพิเศษต่าง ๆ ไป (ศิริพร ดาบเพชร, 2559, น. 44-45)

แม้ว่าการปรับโครงสร้างทางสังคมของญี่ปุ่นจะทำให้มีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้นตามแบบตะวันตก และมีความพยายามปรับตัวในหลาย ๆ ด้านในระหว่างการปฏิรูปเมจิ แต่ผลจากการลงนามสนธิสัญญาแฮร์ริส ในปี ค.ศ. 1858 ในช่วงก่อนยุคเมจิ ได้ส่งผลให้รัฐบาลโทคกาวะ (รัฐบาลยุคอันเซย์ในขณะนั้น) สูญเสียอำนาจ

บางส่วนให้แก่สหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะประเด็นเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมืองอเมริกันในดินแดนญี่ปุ่นที่
กงสุลสหรัฐฯ จะเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการแทนรัฐบาลโทคุกาวะ (Gong, 1984, pp. 168-169)
ซึ่งแก่นสาระสำคัญของสนธิสัญญาฉบับนี้ที่ส่งผลโดยตรงต่อความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและปัจเจกบุคคลคือ
มาตรา 3 ที่มีการบังคับเปิดท่าเรือทั้ง 5 เมืองท่าเพื่อให้สหรัฐฯ ได้เข้าไปทำการค้า อีกทั้งยังให้สิทธิแก่พลเมือง
อเมริกันในการเช่าที่ดินทำเป็นที่อยู่อาศัย รวมไปถึงการเปิดเส้นทางการค้าภาคเอกชนโดยไม่ให้รัฐบาลโทคุกาวะ
เข้าแทรกแซง (Murase, 1976, p. 279)

นอกจากผลจากการลงนามสนธิสัญญาแฮร์ริสที่บังคับให้มีการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมือง
อเมริกันแล้ว สนธิสัญญามิตรไมตรีและการค้าแองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1858 ยังถือเป็นอีกหนึ่งฉบับที่แสดงให้เห็น
ถึงการบีบบังคับให้ญี่ปุ่นต้องคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมืองอังกฤษในดินแดนญี่ปุ่นและไม่แทรกแซง
การดำเนินการของกงสุลอังกฤษ โดยกำหนดให้อำนาจในการบริหารจัดการเมืองท่า ตลอดจนการรับผิดชอบ
กฎหมาย การพำนักและอิสระในการเดินทางของพลเมืองอังกฤษตามเมืองท่า อยู่ภายใต้การกำกับดูแลกงสุล
ของอังกฤษ โดยที่ญี่ปุ่นต้องไม่แทรกแซงการดำเนินการของกงสุลอังกฤษ (The Gazette Official Public
Record, 1859b, pp. 989-995; Earl of Elgin & Bruce, 1859, pp. 376-377) โดยผลจากการลงนาม
สนธิสัญญาทั้ง 2 ฉบับในรัฐบาลโทคุกาวะได้ส่งผลกระทบยาวต่อรัฐบาลเมจิ ซึ่งการแก้ไขสนธิสัญญาดังกล่าว
ไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากการแก้ไขต้องได้รับการรับรองจากชาติคู่สนธิสัญญา (ดูตารางที่ 1) และ
รัฐบาลเมจิต้องให้ความคุ้มครองพลเมืองชาติตะวันตกในประเทศ เช่น การเปิดให้ชาวตะวันตกสามารถเดินทาง
หรือถือครองที่ดินได้ในระยะ 25 ไมล์จากท่าเรือตามข้อบังคับในสนธิสัญญา (Gong, 1984, p. 175)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสาระสำคัญของสนธิสัญญาแฮร์ริส ค.ศ. 1858 และสนธิสัญญามิตรไมตรีและการค้า
แองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1858

	สนธิสัญญาแฮร์ริส	สนธิสัญญามิตรไมตรีและการค้าแองโกล-ญี่ปุ่น
ประเทศที่ลงนามบังคับ ใช้กับญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	อังกฤษ
เมืองท่าที่ถูกบังคับเปิด	- คานากาวะ นางาซากิ ฮาโกดาเตะ - นิงาตะ และ โกะเบ สำหรับการค้าขาย - เอโดะ และโอซาก้า สำหรับการตั้งถิ่นฐาน	- คานากาวะ นางาซากิ ฮาโกดาเตะ - นิงาตะ และ โกะเบ สำหรับการค้าขาย - เอโดะ และโอซาก้า สำหรับการตั้งถิ่นฐาน
ขอบเขตการคุ้มครอง สิทธิขั้นพื้นฐาน	พลเมืองสหรัฐอเมริกา	พลเมืองอังกฤษ

ที่มา: (Gong, 1984, p. 195; The Gazette Official Public Record, 1859a, pp. 453-454; The Gazette
Official Public Record, 1859b, pp. 989-995; Earl of Elgin & Bruce, 1859, pp. 376-377) และจัดทำโดย
ผู้เขียน

รัฐบาลเมจิได้พยายามแสดงศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยในหลาย ๆ ด้านให้สอดคล้องกับค่านิยมตะวันตก เช่น การประกาศยกเลิกระบบศักดินา การปรับโครงสร้างทางการเมืองเพื่อให้สอดคล้องกับชาติตะวันตก หรือแม้กระทั่งการประกาศยกเลิกธรรมเนียมประเพณีเดิมที่ไม่มีความสอดคล้องกับชาติตะวันตก จนกระทั่งการประกาศใช้รัฐธรรมนูญเมจิในปี ค.ศ. 1889 เพื่อประกาศคุ้มครองสิทธิพลเมืองและกำหนดหน้าที่ให้กับพลเมืองญี่ปุ่นให้เป็นไปตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นต้น (Ito, n.d.) การประกาศเพิกถอนสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของพลเมืองอังกฤษในประเทศญี่ปุ่นเป็นครั้งแรกโดยประเทศอังกฤษ ผ่านการลงนามสนธิสัญญาการค้าและการสำรวจแองโกล-ญี่ปุ่น ปี ค.ศ. 1894 (Anglo-Japanese Treaty of Commerce and Navigation 1894) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในปี ค.ศ. 1899 และต่อเนื่องด้วยการเพิกถอนสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของพลเมืองสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1899 ถือเป็นเหตุการณ์ที่สะท้อนว่าญี่ปุ่นได้รับสิทธิในการบริหารประเทศเต็มเป็นครั้งแรกในเรื่องของสิทธิพลเมืองและได้รับการรับรองจากชาติตะวันตกในฐานะรัฐชาติสมัยใหม่ (Gong, 1984, p. 195)

3. การเปลี่ยนแปลงแนวทางทางการทูตของญี่ปุ่นในต่างประเทศ

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญี่ปุ่นในมิติของการต่างประเทศถือเป็นกรณีสำคัญที่สะท้อนการขยายอิทธิพลของชาติตะวันตกและกฎหมายระหว่างประเทศเข้ามาภายในญี่ปุ่นอย่างชัดเจน ซึ่งการพัฒนาความสัมพันธ์กับต่างประเทศในระยะแรกของญี่ปุ่นมุ่งเน้นอยู่ 4 ประการคือ 1) การสถาปนาทางการทูตอย่างถาวร 2) การจัดตั้งกระทรวงการต่างประเทศ 3) การส่งคณะทูตไปยังต่างแดน และ 4) การปฏิบัติตามอนุสัญญาและข้อกำหนดจากการประชุมระหว่างประเทศ โดยทั้ง 4 ประการนั้นได้นำไปสู่การจัดตั้งกระทรวงการต่างประเทศขึ้นในปี ค.ศ. 1869 เพื่อเรียนรู้การทำงานของรูปแบบและแนวทางการทูตระหว่างประเทศ และจัดตั้งคณะทูตอิวากูระหรือภารกิจอิวากูระ (Iwakura Mission) ในปี ค.ศ. 1871 ซึ่งเป็นคณะทูตที่รัฐบาลมีการจัดตำแหน่งทางการทูตให้มีความคล้ายคลึงตามแบบตะวันตกตลอดจนการนำไปปฏิบัติใช้ (Gong, 1984, pp. 177-179)

การจัดตั้งคณะทูตอิวากูระเพื่อดำเนินการทางการทูตกับชาติตะวันตกมีเป้าหมายอยู่ 3 ประการคือ 1) เพื่อสถาปนาการทูตกับชาติตะวันตกอย่างเป็นทางการในปี ค.ศ. 1871 โดยเป็นการเดินทางเยือนประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศในยุโรป 2) เพื่อหาทางแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของชาติตะวันตก และ 3) เพื่อเรียนรู้หลักการและแนวทางในการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยของชาติตะวันตก ตลอดจนการออกแบบสถาบันการเมืองและวัฒนธรรมชาติตะวันตก ซึ่งภายหลังการกลับมาของคณะทูตอิวากูระนั้นได้นำไปสู่ข้อเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงประเทศให้ทัดเทียมกับชาติตะวันตกด้วยการยึดหลักการตามแบบตะวันตกมาปฏิบัติใช้ผ่านความช่วยเหลือทางการทูตที่ญี่ปุ่นได้สถาปนาไว้ในระหว่างการเยือนชาติตะวันตก (Gong, 1984, pp. 179-180; National Diet Library, n.d.)

นอกจากกรณีภารกิจอิวากูระที่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงด้านบทบาทการทูตของญี่ปุ่นในต่างประเทศแล้ว กรณีการทำสงครามระหว่างจีนและญี่ปุ่นครั้งที่ 1 ค.ศ. 1894 ถือว่าเป็นอีกกรณีหนึ่งที่สะท้อน

ให้เห็นถึงการนำแนวทางในการทำสงครามตามแบบชาติตะวันตกมาใช้อย่างชัดเจน ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่สนธิสัญญากังฮวา ค.ศ. 1876 (Ganghwa Treaty 1876) ที่ญี่ปุ่นรับรองเกาหลีให้มีความเป็นรัฐอิสระและมีอำนาจอธิปไตยเช่นเดียวกับญี่ปุ่น โดยการประกาศดังกล่าวได้ถือเป็นการต่อต้านระบบความสัมพันธ์ระหว่างรัฐดั้งเดิมที่จีนเป็นผู้ปกครองในภูมิภาค (Gong, 1984, p. 184) ซึ่งในช่วงต้นของการทำสงครามนั้น ญี่ปุ่นได้มีการประกาศสงครามต่อจีนที่เป็นคู่กรณีด้วยเหตุผลว่าเป็นการนำความเจริญก้าวหน้าของญี่ปุ่นเข้าไปยังจีน (ศิริพร ดาบเพชร, 2562, น. 100)

ภายหลังชัยชนะของญี่ปุ่นต่อสงครามระหว่างจีนและญี่ปุ่นครั้งที่ 1 ได้นำมาซึ่งการลงนามสนธิสัญญาชิโมนเซกิ ปีค.ศ. 1895 (Shimonoseki Treaty 1895) ระหว่างจีนและญี่ปุ่น โดยมีใจความสำคัญอยู่ 5 ประเด็น คือ 1) จีนต้องให้การรับรองเกาหลีในฐานะรัฐที่มีอำนาจอธิปไตยสมบูรณ์ 2) จีนต้องยกแหลมเหลียวตง เกาะไต้หวัน และหมู่เกาะเพคาตอเรสให้กับญี่ปุ่น 3) จีนต้องจ่ายค่าปฏิกรรมสงครามให้กับญี่ปุ่นเป็นมูลค่า 350 ล้านเยน 4) จีนต้องเปิดเมืองท่าให้กับญี่ปุ่นเพิ่มเติม 4 เมืองท่า และ 5) จีนต้องลงนามสนธิสัญญาการค้าและการสำรวจ (Treaty of commerce and navigation) กับญี่ปุ่น (ศิริพร ดาบเพชร, 2562, น. 101; JACAR, n.d. a) ซึ่งการบังคับลงนามสนธิสัญญาดังกล่าวได้นำไปสู่บทบาทของชาติตะวันตกในการปกป้องสิทธิเหนือแหลมเหลียวตง โดยเฉพาะรัสเซียที่มีความต้องการทำเรือสำเภาในแหลมเหลียวตงและใช้เป็นสถานีปลายทางของเส้นทางรถไฟสายทรานส์-ไซบีเรีย ในขณะที่ฝรั่งเศส และเยอรมนีที่แสดงจุดยืนสนับสนุนรัสเซียให้ญี่ปุ่นคืนแหลมเหลียวตงแก่จีน ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามจะมีการใช้ปฏิบัติการทางทหารต่อญี่ปุ่น เหตุการณ์ดังกล่าวได้นำไปสู่การแทรกแซงสามฝ่าย (Triple Intervention) ที่บีบบังคับให้ญี่ปุ่นต้องคืนแหลมเหลียวตงให้กับทางจีนตามข้อเรียกร้องแลกกับจีนต้องจ่ายค่าปฏิกรรมสงครามเพิ่มขึ้นแก่ญี่ปุ่น (Gong, 1984, p. 196; ศิริพร ดาบเพชร, 2562, น. 103)

ปรากฏการณ์สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงแนวทางทางการทูตของญี่ปุ่นอย่างชัดเจนในฐานะรัฐชาติสมัยใหม่และรัฐที่อยู่ในสังคมระหว่างประเทศร่วมกับชาติตะวันตกคือการลงนามสนธิสัญญาพันธมิตรแองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1902 (Anglo-Japanese Alliance 1902) ซึ่งถือเป็นการลงนามข้อตกลงพันธมิตรระหว่างญี่ปุ่นและอังกฤษเป็นครั้งแรกภายหลังการเพิกถอนสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของอังกฤษในดินแดนญี่ปุ่นและเหตุการณ์การแทรกแซงสามฝ่าย โดยสาระสำคัญของสนธิสัญญานับนี้อยู่ที่มาตรา 2 ที่คู่สนธิสัญญาจะวางตัวเป็นกลางเมื่อคู่สนธิสัญญาเข้าร่วมสงครามปกป้องผลประโยชน์ของตนเองตามมาตรา 1 (JACAR, n.d. b) กล่าวคือ เมื่อญี่ปุ่นทำสงครามปกป้องผลประโยชน์ของตนเองจากชาติมหาอำนาจอื่น อังกฤษจะให้ความช่วยเหลือแก่ญี่ปุ่น ซึ่งสนธิสัญญานับนี้เปรียบเสมือนการถ่วงดุลอำนาจระหว่างญี่ปุ่นและชาติตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ รัสเซียที่พยายามขยายอิทธิพลเข้ามาในเอเชียตะวันออก (ศิริพร ดาบเพชร, 2562, น. 104)

การจัดตั้งคณะทูตอวากูระและการทำสงครามระหว่างจีนและญี่ปุ่นครั้งที่ 1 อันนำไปสู่การลงนามสนธิสัญญาชิโมนเซกิ ตลอดจนการแทรกแซงสามฝ่ายจากชาติตะวันตกและการลงนามสนธิสัญญาพันธมิตรแองโกล-ญี่ปุ่น ถือเป็นภาพสะท้อนของการปรับเปลี่ยนบทบาทด้านการทูตของญี่ปุ่นนับตั้งแต่การปฏิรูปเมจิเป็นต้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าญี่ปุ่นมีความพยายามจะผลักดันตนเองให้เข้าไปอยู่ในสังคมระหว่างประเทศของ

ชาติตะวันตกที่มากขึ้นจากอดีต ทั้งด้านการปฏิบัติตามแนวทางทางการทูตของชาติตะวันตก การนำกฎหมายระหว่างประเทศมาปฏิบัติใช้ในการทำสงครามต่อจีน และการสร้างการถ่วงดุลอำนาจกับชาติตะวันตกผ่าน การลงนามสนธิสัญญากับอังกฤษ

4. อิทธิพลของกฎหมายระหว่างประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองญี่ปุ่น

ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมระหว่างประเทศอันเป็นบ่อเกิดของอารยธรรมและกฎหมายระหว่างประเทศถือเป็นสิ่งที่มีความผสมผสานกันอย่างลงตัวตามที่ Schwarzenberger (1955) ได้ให้คำอธิบายเอาไว้ ซึ่งตัวชี้วัดมาตรฐานทางด้านอารยธรรมที่สำคัญได้เสนอเอาไว้ 3 ส่วนคือ 1) การให้การยอมรับจากชาติตะวันตก 2) การปฏิบัติตามหลักการที่ได้รับการรับรองจากชาติตะวันตก และ 3) การปฏิบัติตามกฎการทำสงคราม (Schwarzenberger, 1955, p. 224) ตามที่ผู้เขียนได้กล่าวไปในข้างต้นถึงช่องว่างทางทฤษฎีในการอธิบายปรากฏการณ์ของกรณีญี่ปุ่น งานของ Gong (1984) ได้พัฒนาตัวชี้วัดเดิมให้มีความครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการขยายมุมมองด้านการทูตระหว่างประเทศ และการนำกฎการทำสงครามไปอยู่ภายใต้คำอธิบายของกฎหมายระหว่างประเทศ ซึ่งแบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 5 แง่มุมคือ 1) การคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของชาวต่างชาติ 2) โครงสร้างสถาบันการเมืองที่ชัดเจน 3) การสถาปนาการทูตอย่างถาวร 4) ปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศทั้งภายในและภายนอกประเทศ และ 5) เปิดรับค่านิยมแบบตะวันตกมาปรับใช้ (Gong, 1984, p. 14-15)

สำหรับตัวชี้วัดด้านการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของชาวต่างชาติ การจัดโครงสร้างสถาบันการเมือง และการเปิดรับค่านิยมแบบตะวันตกในกรณีญี่ปุ่นนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันการเมืองภายในประเทศโดยตรง อาทิ การให้ความคุ้มครองชาวตะวันตกตามสิทธินอกอาณาเขตในระยะ 25 ไมล์จากท่าเรือตามสนธิสัญญาที่ได้มีการลงนามระหว่างชาติตะวันตกและญี่ปุ่น จนกว่าญี่ปุ่นจะได้รับการรับรองว่าเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าเป็นที่เรียบร้อยแล้วจากชาติตะวันตก ซึ่งในกรณีนี้ญี่ปุ่นได้เริ่มบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานพลเมืองญี่ปุ่นเข้าไปอยู่ในรัฐธรรมนูญเมจิ ค.ศ. 1889 ภายหลังการหารือกับรัฐมนตรีกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 1887 ซึ่งสิทธิดังกล่าวมีหลักการพื้นฐานมาจากการศึกษาแนวทางของสหรัฐอเมริกาและชาติในยุโรปโดยเฉพาะ โดยการปฏิรูปกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องสิทธิพลเมืองให้มีความทันสมัยตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ ได้นำไปสู่การยกเลิกสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของชาติตะวันตกเหนือประเทศญี่ปุ่นในภายหลังปี ค.ศ. 1894 ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการได้รับอำนาจอธิปไตยอย่างเต็มที่ในการบริหารประเทศครั้งแรกของญี่ปุ่น

ในส่วนของการจัดโครงสร้างสถาบันการเมือง และการเปิดรับค่านิยมแบบตะวันตกนั้น ในช่วงของการปฏิรูปเมจิได้มีการประกาศรวมศูนย์อำนาจทางการเมืองจากระบบหัวเมืองไปสู่การจัดตั้งระบบจังหวัดให้เข้าหาส่วนกลาง ซึ่งการรวมศูนย์อำนาจเข้าสู่ส่วนกลางนั้นแสดงให้เห็นถึงการสลายระบบศักดินาในแต่ละหัวเมืองให้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของรัฐบาลจักรพรรดิและถือเป็นการรวมชาติให้เป็นรัฐที่มีความเป็นปึกแผ่น ซึ่งผลจากการรวมชาติดังกล่าวได้นำไปสู่การออกแบบสถาบันการเมืองเพื่อการสร้างคามทันสมัย

ให้กับองค์กรทางการเมือง เช่น การออกแบบรัฐธรรมนูญโดยอ้างอิงหลักการจากชาติตะวันตกและนำมาปรับใช้ภายในประเทศ การจัดวางระบบการเมืองให้เป็นโครงสร้างที่มีระบบมากขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของญี่ปุ่นให้กับชาติตะวันตก ตลอดจนการนำระบบการเก็บภาษีที่ดิน ระบบกฎหมาย และระบบการศึกษาของชาติตะวันตกมาปรับใช้ เพื่อเรียนรู้ค่านิยมของชาติตะวันตกที่มุ่งเน้นการสร้างอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ

การปฏิรูปภาคการเมืองจึงนำไปสู่การปรับเปลี่ยนค่านิยมหลาย ๆ ด้านทางสังคม ผ่านการใช้เครื่องมือของรัฐ ซึ่งการปรับโครงสร้างสถาบันการเมืองนั้นไม่เพียงแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของญี่ปุ่นอย่างเดียว แต่ยังเป็นเงื่อนไขสำคัญในการดำเนินการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมกับชาติตะวันตกผ่านองค์กรทางการเมืองที่เป็นของรัฐบาลกลางซึ่งเป็นสิ่งที่ชาติตะวันตกให้การยอมรับในฐานะรัฐชาติสมัยใหม่ (Gong, 1984, pp. 176-177)

สำหรับตัวชี้วัดด้านการสถาปนาการทูตอย่างถาวร การจัดตั้งคณะทูตอัครราชทูตถือเป็นกรณีสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงบทบาททางการเมืองในต่างประเทศอย่างเป็นทางการระหว่างรัฐต่อรัฐ โดยมีการจัดตั้งคณะทูตเดินทางไปศึกษาความก้าวหน้าของชาติตะวันตก ตลอดจนการดำเนินการทางการเมืองเพื่อการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรม รวมไปถึงการติดต่อทางการทูตกับชาติตะวันตก ซึ่งเงื่อนไขด้านการสถาปนาทางการทูตถือเป็นหัวใจสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงความพยายามเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมระหว่างประเทศและเรียนรู้กฎหมายระหว่างประเทศที่เป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมตะวันตกเพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินการระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก อาทิ สนธิสัญญาไมตรีและการค้า - ญี่ปุ่น ค.ศ. 1871 (Sino-Japanese Friendship and Trade Treaty 1871) สนธิสัญญากังฮวา ค.ศ. 1876 (Ganghwa Treaty 1876) สนธิสัญญาชิโมโนเอกิ ค.ศ. 1895 (Shimonoseki Treaty 1895) ตลอดจนสนธิสัญญาพันธมิตรแองโกล-ญี่ปุ่น ค.ศ. 1902 (Anglo-Japanese Alliance 1902) ซึ่งเป็นสนธิสัญญาฉบับสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการใช้กลไกทางการทูตในการถ่วงดุลกับชาติตะวันตก

ในส่วนการนำกฎหมายระหว่างประเทศมาปฏิบัติใช้นั้น แม้ว่าญี่ปุ่นจะเคยดำเนินการด้านการทูตต่อชาติในเอเชียตะวันออกผ่านการนำรูปแบบของกฎหมายระหว่างประเทศมาปฏิบัติใช้อย่างสนธิสัญญาระหว่างจีน - ญี่ปุ่น ค.ศ. 1871 และสนธิสัญญาระหว่างเกาหลี - ญี่ปุ่น ค.ศ. 1876 แต่ทั้งสองสนธิสัญญานั้นมีความแตกต่างกับสนธิสัญญาชิโมโนเอกิ ค.ศ. 1895 เนื่องจากสนธิสัญญาชิโมโนเอกิเป็นการนำกฎหมายระหว่างประเทศมาปรับใช้กับการทำสงครามซึ่งมีกระบวนการตั้งแต่การออกคำสั่งประกาศสงครามระหว่างรัฐโดยมีจีนเป็นคู่กรณี ตลอดจนการลงนามสนธิสัญญายอมรับความพ่ายแพ้สงคราม โดยที่ผู้แพ้ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขตามที่ระบุเอาไว้ในสนธิสัญญา ซึ่งในกรณีของสนธิสัญญาชิโมโนเอกิที่ญี่ปุ่นเป็นผู้ชนะสงครามนั้นได้ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับเงื่อนไขที่จีนต้องปฏิบัติตามในช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งการเสียพื้นที่และค่าปฏิกรรมสงครามให้กับญี่ปุ่นอันนำไปสู่เหตุการณ์การแทรกแซงสามฝ่าย (Triple Intervention) จากชาติในยุโรปเพื่อรักษาสถานะผลประโยชน์เหนือพื้นที่เหลียวตง โดยเฉพาะพอร์ตอาเธอร์ (Port Authur) และสกัดกั้นการขยายอิทธิพลของญี่ปุ่นเข้าไปยังเอเชีย

เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดทั้งหมดที่กล่าวมาในช่วงต้น ทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างเชิงสถาบัน การเมือง สิทธิพลเมือง ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศอันนำมาสู่การปรับใช้ในการทำ สงครามได้เป็นภาพสะท้อนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของกฎหมายระหว่างประเทศและอิทธิพลของ ชาตินิยมต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองญี่ปุ่นในยุคเมจิ ซึ่งถือเป็นยุคแรกของญี่ปุ่นที่มีความพยายาม พัฒนาตนเองให้เกิดความทันสมัยเทียบเท่ากับชาติในตะวันตก เพื่อสร้างการยอมรับและต้องการการรับรอง จากชาติตะวันตกว่าญี่ปุ่นได้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมระหว่างประเทศที่มีความเจริญเทียบเท่ากับชาติตะวันตก เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

5. บทสรุป

นับตั้งแต่การเข้ามาของสหรัฐอเมริกาในญี่ปุ่นและมีการบังคับให้เปิดประเทศผ่านการลงนาม สนธิสัญญาคานากาวะและสนธิสัญญาแฮร์ริส ตลอดจนสนธิสัญญาไมตรีและการค้าแองโกล-ญี่ปุ่น ได้ถือว่าเป็น เหตุการณ์ครั้งสำคัญที่ส่งผลให้ญี่ปุ่นต้องมีการปฏิรูปภาคการเมืองทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ให้สอดคล้องกับสังคมและกฎหมายระหว่างประเทศ ซึ่งในภาคส่วนของการปฏิรูปภายในประเทศได้ก่อให้เกิด การออกแบบสถาบันการเมืองที่เป็นระบบ การรวมศูนย์อำนาจทางการเมืองเพื่อสลายระบบศักดินาผ่าน การจัดตั้งระบบจังหวัด การเปลี่ยนแปลงด้านระบบกฎหมายและการศึกษาต่าง ๆ ที่มีหลักการมาจากค่านิยม แบบชาติตะวันตก ตลอดจนการนำหลักการเรื่องการคุ้มครองสิทธิพลเมืองจากชาติตะวันตกมาปรับใช้ภายใน รัฐธรรมนูญ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีอารยะและความก้าวหน้าของประเทศญี่ปุ่น อันเป็นรากฐานที่นำไปสู่ การพัฒนาให้เกิดความทันสมัยภายในญี่ปุ่นเพื่อให้เกิดการยอมรับในชาติตะวันตก

ทั้งนี้กฎหมายระหว่างประเทศไม่เพียงแต่เป็นตัวเร่งให้เกิดการปฏิรูปภายในประเทศเพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งผลให้ญี่ปุ่นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและรูปแบบทางการทูตใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของ ชาติตะวันตก คือ การสถาปนาระบบทูตระหว่างประเทศอย่างถาวรกับชาติตะวันตก เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการสื่อสารระหว่างประเทศ เช่น การดำเนินการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรม การเรียนรู้วิทยาการจาก ชาติตะวันตก รวมไปถึงการพยายามเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมระหว่างประเทศผ่านการดำเนินการทางการทูต ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ชาติตะวันตกให้การยอมรับ โดยการใช้เครื่องมือทางการทูตในการถ่วงดุลอำนาจกับชาติ ตะวันตกของญี่ปุ่น ได้เป็นภาพสะท้อนสำคัญของการปรับตัวเข้าสู่สังคมระหว่างประเทศและการปฏิบัติตาม กฎหมายระหว่างประเทศอย่างจริงจัง อีกทั้งยังมีการนำกฎหมายระหว่างประเทศไปปรับใช้ในรูปแบบของ การทำสงครามอย่างกรณีสงครามระหว่างจีนและญี่ปุ่นครั้งที่ 1 อันนำไปสู่การลงนามสนธิสัญญาชิโมโนเอกิ โดยในกรณีนี้ถือเป็นภาพสะท้อนที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของญี่ปุ่นในการนำแนวทางและหลักการ กฎหมายระหว่างประเทศของชาติตะวันตกไปปรับใช้กับชาติต่าง ๆ ในเอเชียซึ่งยังไม่ได้รับการรับรองจาก ชาติตะวันตกว่าเป็นชาติที่มีความเจริญก้าวหน้าแล้ว

ตารางที่ 2 ตารางสรุปการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองญี่ปุ่น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง	การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง
การคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐาน	- สนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของชาติตะวันตก - ต้องการการรับรองจากชาติตะวันตก	มีการกำหนดสิทธิพลเมืองตามรัฐธรรมนูญเป็นครั้งแรกในญี่ปุ่น
โครงสร้างสถาบันการเมือง	- สนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของชาติตะวันตก - ขบวนการเคลื่อนไหวภายในประเทศ - ต้องการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย - ต้องการการรับรองจากชาติตะวันตก	มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญเมจิ และจัดตั้งสภาไดเอท รวมไปถึงมีการจัดวางโครงสร้างองค์กรทางการเมืองเป็นครั้งแรก
การสถาปนาทางการทูต	- สนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของชาติตะวันตก - ต้องการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย - ต้องการการรับรองจากชาติตะวันตก	มีการสถาปนาการทูตระหว่างประเทศแบบถาวรเป็นครั้งแรกกับชาติตะวันตก
การปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ	- ต้องการการรับรองจากชาติตะวันตก	มีการนำแนวทางการใช้สนธิสัญญาและการดำเนินการทูตแบบตะวันตกมาปรับใช้กับญี่ปุ่น
การเปิดรับค่านิยมแบบตะวันตก	- สนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของชาติตะวันตก - ต้องการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย - ต้องการการรับรองจากชาติตะวันตก	มีการนำระบบการศึกษา ระบบกฎหมาย ระบบภาษีของตะวันตกมาปรับใช้ และมีการยกเลิกระบบศักดินาในญี่ปุ่น

ที่มา: จัดทำโดยผู้เขียน

ดังนั้นกฎหมายระหว่างประเทศที่ชาติตะวันตกนำเข้ามาปฏิบัติใช้ในญี่ปุ่นนับตั้งแต่การลงนามสนธิสัญญาคานากาวะ ค.ศ. 1854 จนถึงการเพิกถอนสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของชาติตะวันตกในปี ค.ศ. 1899 และการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรม จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาหลาย ๆ ด้านทั้งมิติทางการเมืองและการต่างประเทศเพื่อญี่ปุ่นให้มีศักยภาพเทียบเท่ากับชาติตะวันตก และมีอำนาจต่อรองในการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ตลอดจนการได้รับการยอมรับว่าเป็นชาติที่มีอารยธรรม (Civilized Nation) ในฐานะรัฐชาติสมัยใหม่และเป็นส่วนหนึ่งของสังคมระหว่างประเทศ

รายการอ้างอิง

- ศิริพร ดาบเพชร. (2559). *ญี่ปุ่นกับการสร้างจักรวรรดินิยม*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริพร ดาบเพชร. (2562). *ประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้สมัยใหม่*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Earl of Elgin., & Bruce, J. (1859). *Correspondence relative to the Earl of Elgin's Special Missions to China and Japan*. Harrison and Sons.
https://www.google.co.th/books/edition/Correspondence_Relative_to_the_Earl_of_Elgin/2M9AAAAMAAJ?hl=en&gbpv=0
- Fairbank, J. K., Reischauer, E. O., & Craig, A. M. (1977). *East Asia: The Modern Transformation* (ศรีสุข ทวีชาประสิทธิ์, ผู้แปล). ไทยวัฒนาพานิช (Original work published 1965).
- Gong G. A. (1984). *The Standard of 'Civilization' in International Society*, Oxford University Press.
- Ito, M. (n.d.). *The Constitution of the Empire of Japan*.
<https://www.ndl.go.jp/constitution/e/etc/c02.html#s2>
- Japan Center for Asian Historical Records (JACAR). (n.d. a). *Sino-Japanese Peace Treaty / Treaty of Shimonoseki*. <https://www.jacar.go.jp/english/jacarbl-fsjwar-e/smart/glossary/g004.html>
- Japan Center for Asian Historical Records (JACAR). (n.d. b). *The Anglo-Japanese Alliance*
<https://www.jacar.go.jp/nichiro/uk-japan.htm>
- Métraux, D. A. (2011). Democratic Trends in Meiji Japan. *Education About Asia*, 16(1).
<https://www.asianstudies.org/publications/ea/archives/democratic-trends-in-meiji-japan/>
- Murase S. (1976). The Most-Favored-Nation treatment in Japan's treaty practice during the period 1854-1905. *The American Journal of International Law*, 70(2), 273-297.
<https://doi.org/10.2307/2200073>
- National Diet Library, (n.d.). Iwakura Mission.
<https://www.ndl.go.jp/modern/e/cha1/description07.html>
- Schwarzenberger, G. (1955). The Standard of Civilisation in International Law. *Current Legal Problems*, 8(1), 212-234.
- The Gazette Official Public Record, (1859a). *The London Gazette Issue: 22226*
<https://www.thegazette.co.uk/London/issue/22226/page/453/>
- The Gazette Official Public Record, (1859b). *The London Gazette Issue: 22236*
<https://www.thegazette.co.uk/London/issue/22236/page/989>

บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในทศวรรษ 2020:

ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง

Japan's Roles in the South Pacific Region in the 2020s:

Continuity and Change

นภดลชาติประเสริฐ

Nophadol Chartprasert

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

Corresponding Author:

Nophadol Chartprasert

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

2 Prachan Road, Phra Barom Maha Ratchawang, Phra Nakhon, Bangkok 10200, Thailand.

E-mail: nophadol.c@arts.tu.ac.th

Received: 20 March 2023 **Revised:** 14 June 2023 **Accepted:** 19 June 2023

บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในทศวรรษ 2020: ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง

บทคัดย่อ

บทบาทของจีนที่เพิ่มมากขึ้นในแปซิฟิกใต้ทำให้ประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีบทบาทในภูมิภาคดังกล่าว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ รวมทั้งญี่ปุ่นปรับนโยบายเพื่อตอบสนองต่อบริบทที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ในการนี้ นโยบายต่างประเทศของญี่ปุ่นต่อแปซิฟิกใต้ถูกดำเนินการผ่านทั้งกรอบความสัมพันธ์ทวิภาคีและพหุภาคี สำหรับความสัมพันธ์ทวิภาคีนั้น รัฐมนตรีที่มีบทบาทสำคัญในด้านการต่างประเทศได้เดินทางไปเยือนแปซิฟิกใต้มากขึ้น นอกจากนั้นญี่ปุ่นยังได้เปิดหน่วยงานทางการทูตในภูมิภาคดังกล่าวเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนความสัมพันธ์พหุภาคีนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะดำเนินการผ่านการประชุมระดับผู้นำรัฐบาลระหว่างญี่ปุ่นกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ ในการประชุมดังกล่าวนี้ญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับความร่วมมือในประเด็นความมั่นคงรูปแบบใหม่เป็นหลัก

คำสำคัญ : การต่างประเทศในแปซิฟิกใต้, นโยบายต่างประเทศญี่ปุ่น, นโยบายต่างประเทศจีน

Japan's Roles in the South Pacific Region in the 2020s: Continuity and Change

Abstract

Apart from the traditional actors in the South Pacific region such as the United States, Australia, New Zealand, Pacific Island countries, the increasing roles of China have influenced the change of Japan's role in order to cope with this new context. With this regard, both bilateral and multilateral diplomatic activities have been utilized by the Japanese government. For the bilateral channels, visiting the South Pacific region by the Japanese policy makers and establishing the new diplomatic missions in Pacific Island countries were noticeably increased. In the case of the multilateral relations, most activities pertaining non-traditional security issues have been done through the Pacific Islands Leaders Meeting.

Keywords: international affairs in the South Pacific region, Japan's foreign policies,
China's foreign policies

1. บทนำ

หลังจากสิ้นสุดการสู้รบที่รุนแรงในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 แปะซิฟิกได้นับได้ว่าเป็นภูมิภาคที่ค่อนข้างสงบในมิติของการแข่งขันในเชิงอำนาจ การที่ประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กเหล่านี้มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจและการทหารที่ค่อนข้างจำกัดทำให้การพึ่งพิงประเทศที่มีศักยภาพมากกว่าในมิติดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็น ในช่วงกว่า 7 ทศวรรษที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์เป็นประเทศที่มีบทบาทหลักในการรักษาดุลยภาพทางอำนาจในแปซิฟิกใต้ สำหรับญี่ปุ่นนั้นเริ่มกลับมามีบทบาทในภูมิภาคนี้อีกครั้งเมื่อเศรษฐกิจเริ่มเข้มแข็งขึ้นนับตั้งแต่ทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนนับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2010 เป็นต้นมาในทุกภูมิภาคซึ่งรวมถึงแปซิฟิกใต้ด้วยนั้นทำให้ญี่ปุ่นต้องปรับบทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้โดยเน้นการทูตเชิงรุกมากขึ้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในปัจจุบันโดยเน้นศึกษาการถ่วงดุลกับจีนซึ่งกำลังเพิ่มบทบาทในภูมิภาคดังกล่าวนี้

2. บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้ในอดีต

เนื่องจากเป็นดินแดนที่เป็นหมู่เกาะชาวญี่ปุ่นจึงมีความชำนาญด้านการเดินเรือมาตั้งแต่สมัยโบราณ นอกจากเดินเรือติดต่อค้าขายกับดินแดนใกล้เคียง เช่น จีน เกาหลี หมู่เกาะริวกิว ฯลฯ แล้ว (Arano Yasunori, 2013) ชาวญี่ปุ่นยังได้เดินเรือติดต่อค้าขายกับดินแดนที่ห่างไกลออกไป เช่น ดินแดนซึ่งปัจจุบันเรียกว่าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทักษะดังกล่าวทำให้กองเรือพาณิชย์ของญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างญี่ปุ่นกับอาณาบริเวณดังกล่าว (พลับพลึง คงชนะ, 2536, น. 50)

เมื่อญี่ปุ่นเปิดประเทศและเร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 การเดินเรือและการพาณิชย์ของญี่ปุ่นก็ได้ขยายไปในดินแดนที่ห่างไกลมากขึ้น ในกรณีนี้ ญี่ปุ่นได้ขยายบทบาททางด้านการพาณิชย์ไปถึงบริเวณดินแดนชายฝั่งมหาสมุทรอินเดีย มหาสมุทรแอตแลนติกและได้เริ่มสำรวจเกาะต่าง ๆ ในบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกใต้ด้วย อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจและกำลังทหารญี่ปุ่นจึงยังไม่ได้มีบทบาทมากนักในแปซิฟิกใต้ (Kabayashi, 2021)

บทบาทของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้เริ่มมีความเด่นชัดมากขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อญี่ปุ่นเข้าร่วมสงครามและเป็นฝ่ายได้รับชัยชนะ การเข้าร่วมสงครามดังกล่าวทำให้ญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญในการเข้ายึดครองและควบคุมดินแดนของเยอรมนีในมหาสมุทรแปซิฟิกเหนือเส้นศูนย์สูตร การที่เป็นฝ่ายชนะสงครามและเป็นมหาอำนาจที่มีบทบาทหลักในองค์การสันนิบาตชาติ ทำให้ญี่ปุ่นสามารถขยายบทบาทลงในแปซิฟิกใต้ได้อย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษ 1920 และ 1930 (Kabayashi, 2021)

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้ปฏิบัติการทางทหารในการยึดเกาะต่าง ๆ จำนวนมากในแปซิฟิกใต้ และมีเป้าหมายที่จะใช้ดินแดนดังกล่าวเป็นฐานในการบุกออสเตรเลีย อย่างไรก็ตามแม้ว่าการบุกออสเตรเลียจะไม่สำเร็จแต่ญี่ปุ่นก็สามารถยึดเกาะในแปซิฟิกใต้ได้จำนวนมากในช่วงต้นสงคราม อำนาจทางการทหารและเศรษฐกิจของญี่ปุ่นในอาณาบริเวณดังกล่าวค่อย ๆ หดไปเมื่อถูกตีได้จากฝ่ายพันธมิตรในช่วงปลายสงคราม (Britanica, 2023)

หลังสงครามญี่ปุ่นซึ่งกลายเป็นพันธมิตรสำคัญของสหรัฐอเมริกาและฝ่ายโลกเสรีได้ฟื้นตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ในการนี้แม้ญี่ปุ่นไม่ได้มีบทบาททางด้านการทหารแต่ได้กลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจโดยใช้เวลาเพียง 3 ทศวรรษ ในการนี้ญี่ปุ่นได้กลับมาสนใจแปซิฟิกใต้อีกครั้งหนึ่งในฐานะที่เป็นแหล่งประมงสำคัญ เนื่องจากกองเรือประมงของญี่ปุ่นได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและกลายเป็นแหล่งผลิตอาหารและแหล่งรายได้ที่สำคัญของญี่ปุ่นแหล่งหนึ่ง การที่น่านน้ำที่ทำการประมงแต่เดิมไม่เพียงพอ ทำให้ญี่ปุ่นต้องขยายน่านน้ำทำการประมงไปให้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ซึ่งแปซิฟิกใต้ก็เป็นแหล่งประมงสำคัญที่ไม่ห่างไกลกับญี่ปุ่นเกินไปนัก ในการนี้กองเรือประมงญี่ปุ่นที่มีขนาดใหญ่และทันสมัยได้เข้าไปทำการประมงอย่างได้ผลในแปซิฟิกใต้ ด้วยเหตุผลนี้การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ซึ่งล้วนแต่เป็นประเทศเกิดใหม่จึงมีความจำเป็นสำหรับผลประโยชน์ทางด้านการประมงของญี่ปุ่น การขยายกองเรือประมงของญี่ปุ่นในแปซิฟิกใต้อย่างรวดเร็วนี้ไม่ได้สร้างความขัดแย้งกับมิตรประเทศอื่น ๆ มากนัก เนื่องจาก การประมงในแปซิฟิกใต้ไม่ได้เป็นกิจกรรมที่สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ซึ่งเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในบริเวณดังกล่าวให้ความสนใจ ส่วนประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กก็มีศักยภาพเฉพาะการทำประมงชายฝั่ง ญี่ปุ่นจึงขยายการประมงในบริเวณดังกล่าวได้อย่างค่อนข้างราบรื่น (Doulman, 1989, pp. 22-28)

นอกจากบทบาททางด้านการประมงแล้ว บทบาทของญี่ปุ่นอีกประการหนึ่งซึ่งเกี่ยวกับแปซิฟิกใต้ก็คือ การต่อต้านการทดลองอาวุธนิวเคลียร์ในบริเวณดังกล่าวซึ่งญี่ปุ่นมีบทบาทเข้มแข็งมาตลอดในฐานะเป็นประเทศเดียวในโลกที่เคยถูกโจมตีด้วยอาวุธดังกล่าว ด้วยเหตุผลนี้เมื่อมหาอำนาจทางตะวันตกได้ใช้แปซิฟิกใต้เป็นแหล่งทดลองอาวุธนิวเคลียร์ ทั้งรัฐบาลและสาธารณชนญี่ปุ่นจึงได้แสดงท่าทีต่อต้านอย่างแข็งขันต่อการกระทำดังกล่าว (Mahihara, 1985)

3. การแข่งขันระหว่างประเทศซึ่งมีบทบาทหลักต่อดุลแห่งอำนาจในแปซิฟิกใต้ในช่วงหลังสงครามเย็น

เมื่อสงครามเย็นสิ้นสุดลงในช่วงต้นทศวรรษ 1990 พร้อมกับการสิ้นสุดลงของความขัดแย้งระหว่างโลกเสรีและโลกสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ ความขัดแย้งแบบเดิมก็ได้แปรเปลี่ยนไปสู่ความขัดแย้งในรูปแบบใหม่ ๆ ในการนี้ได้เกิดการแข่งขันกันระหว่างมหาอำนาจขึ้นในการจัดระเบียบโลกในหลาย ๆ ด้าน ที่สำคัญคือการแข่งขันระหว่างสหรัฐอเมริกาซึ่งมีอำนาจโดดเด่นที่สุดนับตั้งแต่ทศวรรษ 1990 เป็นต้นมากับจีนซึ่งมีอำนาจแข็งแกร่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจและทางทหารมากขึ้นตามลำดับ ในการนี้จีนได้ขยายอำนาจเข้าไปในหลากหลายภูมิภาคซึ่งรวมถึงแปซิฟิกใต้ด้วย การขยายอำนาจดังกล่าวมีทั้งความร่วมมือด้านความมั่นคงและด้านเศรษฐกิจ (Gupta, 2022)

สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ประเทศซึ่งมีบทบาทสำคัญในแปซิฟิกใต้มาแต่เดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ไม่สบายใจต่อท่าทีดังกล่าวของจีนและได้พยายามร่วมมือกันแสดงบทบาทที่เข้มขันขึ้นในการแข่งขันและสกัดกั้นการขยายอำนาจของจีนในอาณาบริเวณดังกล่าว ในการนี้ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีบทบาทในระดับหนึ่งในแปซิฟิกใต้และมีความขัดแย้งรวมทั้งแข่งขันกับจีนในหลากหลายมิติก็

ได้ปรับบทบาทของตนในแปซิฟิกใต้ทั้งโดยเอกเทศและโดยการร่วมมือกับมิตรประเทศต่าง ๆ¹ (Zhang & Hirono, 2020)

ในการปรับตัวต่อความพยายามของจีนในการสร้างสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นมากขึ้นกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้นั้น แม้สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์จะตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว แต่ในช่วงแรกประเทศเหล่านี้ก็ไม่ได้เคลื่อนไหวอย่างเป็นเอกภาพมากนักในการตอบสนองต่อความท้าทายดังกล่าว (Kaneko, 2022)

ประเทศซึ่งมีบทบาทสำคัญในแปซิฟิกใต้เหล่านี้เริ่มตระหนักอย่างจริงจังต่อการขยายบทบาทของจีนในปลายเดือนมีนาคม ค.ศ. 2022 เมื่อมีข่าวว่าหมู่เกาะโซโลมอน (Solomon Islands)² จะอนุญาตให้กองกำลังทางเรือของจีนเข้ามาแวะพักและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของประเทศได้ ที่สำคัญได้แก่นโยบายที่จะให้จีนสามารถส่งกองกำลังเข้ามาช่วยทางการของหมู่เกาะโซโลมอนในการระงับเหตุจลาจลในประเทศได้ในกรณีที่ทางการของหมู่เกาะโซโลมอนไม่สามารถระงับเหตุได้³ ข่าวดังกล่าวได้สร้างความแปลกใจและกังวลใจให้กับประเทศใหญ่น้อยในภูมิภาคดังกล่าว (DW, 2022)

สหรัฐอเมริกาได้ดำเนินการทางการทูตเชิงรุกมากขึ้นในแปซิฟิกใต้ตั้งแต่ไตรมาสแรกของ ค.ศ. 2022 ก่อนที่จะมีข่าวเกี่ยวกับความร่วมมือทางด้านความมั่นคงระหว่างหมู่เกาะโซโลมอนกับจีน ในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2022 นั้น แอนโทนี บลิงเคน (Antony Blinken) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกาได้เดินทางเยือนฟีจี (Fiji)⁴ การเยือนดังกล่าวถือว่ามีผลสำคัญเนื่องจากเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกาคนแรกในรอบ 37 ปีที่เดินทางเยือนฟีจี การเดินทางเยือนในครั้งนี้เป็นไปเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสหรัฐอเมริกากับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ซึ่งสหรัฐอเมริกालะเลยมาระยะหนึ่ง นอกจากนั้น สหรัฐอเมริกายังได้แสดงเจตจำนงที่ชัดเจนว่าจะกลับไปเปิดสถานทูตอีกครั้งในหมู่เกาะโซโลมอนหลังจากที่ปิดสถานทูตดังกล่าวไปใน ค.ศ. 1993 (Kaneko, 2022)

บทบาทของจีนในแปซิฟิกใต้ชัดเจนมากขึ้นในวันที่ 19 เมษายน ค.ศ. 2022 เมื่อรัฐบาลจีนและรัฐบาลหมู่เกาะโซโลมอนได้ลงนามในข้อตกลงด้านความมั่นคงซึ่งมีรายละเอียดตามข่าวที่แพร่ไปก่อนหน้านี้แล้ว

¹ นอกจากญี่ปุ่นแล้ว ประเทศอื่น ๆ ก็ได้พยายามปรับบทบาทในแปซิฟิกใต้อย่างต่อเนื่อง เช่น การผลักดันยุทธศาสตร์ “Pacific Step – up” ของออสเตรเลียและนโยบาย “Reset” ของนิวซีแลนด์ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่จีนเข้ามามีบทบาทในภูมิภาคนี้มากขึ้น

² หมู่เกาะโซโลมอนเป็นประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กซึ่งประกอบด้วยเกาะหลัก 6 เกาะและเกาะขนาดเล็กจำนวนกว่า 900 เกาะ มีประชากรเพียงประมาณ 700,000 คน และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศใน ค.ศ. 2019 เพียงประมาณ 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

³ ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2021 ได้เกิดการจลาจลอย่างรุนแรงในเมืองหลวงของหมู่เกาะโซโลมอน สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ทางการหมู่เกาะโซโลมอนหันมารับรองรัฐบาล “สาธารณรัฐประชาชนจีน” แทน “สาธารณรัฐจีน” ในการจลาจลดังกล่าวนี้ นอกจากมีการบุกกรหน่วยงานของรัฐแล้ว ได้มีการบุกเข้าทำลายทรัพย์สินของชุมชนชาวจีนด้วย รัฐบาลออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฟีจีและปาปัวนิวกินีได้ส่งกองกำลังรักษาความสงบเข้ามาช่วยระงับเหตุเนื่องจากทางหมู่เกาะโซโลมอนไม่มีกองกำลังและอุปกรณ์มากเพียงพอในการระงับเหตุรุนแรงดังกล่าว

⁴ ในบรรดาประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กในแปซิฟิกใต้นั้น ฟีจินับได้ว่าเป็นประเทศที่มีบทบาทโดดเด่นที่สุด เนื่องจากมีประชากรมาก (ประมาณ 920,000 คนตามสถิติใน ค.ศ. 2018) และมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่กว่าประเทศหมู่เกาะอื่น ๆ ในแปซิฟิกใต้ (ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศประมาณ 4,850 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามสถิติใน ค.ศ. 2022) (ในการนี้ ไม่นับรวมปาปัวนิวกินี (Papua New Guinea) ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันออกของเกาะนิวกินี ประเทศดังกล่าวเป็นประเทศที่ค่อนข้างใหญ่ (ประมาณ 460,000 ตารางกิโลเมตร) แต่ไม่ได้มีลักษณะเป็นประเทศหมู่เกาะ)

ในการนี้หมู่เกาะโซโลมอนถือเป็นประเทศแรกในแปซิฟิกใต้ที่ลงนามในข้อตกลงซึ่งมีลักษณะดังกล่าวกับจีน (Iwami, 2022)

ในการตอบสนองต่อความท้าทายดังกล่าวนั้น เจ้าหน้าที่ระดับสูงจากสหรัฐอเมริกา ออสเตเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่นซึ่งกำลังพบปะกันในการกิจอื่นที่โฮโนลูลู (Honolulu) ในวันที่ 19 เมษายน ค.ศ. 2022 ได้แสดงความกังวลร่วมกันต่อการลงนามในข้อตกลงด้านความมั่นคงดังกล่าว ในการนี้เจ้าหน้าที่ระดับสูงของทั้ง 4 ประเทศได้แสดงความกังวลถึงผลกระทบของข้อตกลงดังกล่าวที่จะมีต่อแนวคิด “อินโด – แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” (Free and Open Indo – Pacific) ในการนี้ ทั้ง 4 ประเทศได้ยืนยันถึงพันธกิจอันมั่นคงร่วมกันที่มีต่อประเทศหมู่เกาะแปซิฟิกใต้ (Iwami, 2022)

หลังจากการลงนามในข้อตกลงระหว่างหมู่เกาะโซโลมอนกับจีนเพียงหนึ่งวัน นายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์ Jacinda Ardern ได้กล่าวที่สิงคโปร์ในวันที่ 20 เมษายน ค.ศ. 2022 ก่อนเดินทางไปเยือนกรุงโตเกียวว่านิวซีแลนด์มีความกังวลต่อการลงนามด้านความมั่นคงดังกล่าว (Iwami, 2022) ต่อมาในวันที่ 22 เมษายน ค.ศ. 2022 เจ้าหน้าที่ระดับสูงของสหรัฐอเมริกา เคิร์ต แคมป์เบล (Kurt Campbell) ได้เดินทางไปยังหมู่เกาะโซโลมอนเพื่อแจ้งแก่รัฐบาลหมู่เกาะโซโลมอนว่าสหรัฐอเมริกาจำเป็นต้องปรับนโยบายด้านความมั่นคงในแปซิฟิกใต้ให้สอดคล้องกับความท้าทายใหม่นี้ (Needham et al., 2022)

ในการสื่อสารต่อประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้โดยรวมนั้น โฆษกกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกาได้กล่าวเตือนประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ในการแถลงข่าวเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม ค.ศ. 2022 ว่าการอนุญาตให้กองกำลังของจีนเข้ามามีบทบาทในแปซิฟิกใต้จะกระตุ้นให้เกิดการตึงเครียดในภูมิภาคนี้มากขึ้น (Kaneko, 2022)

สำหรับออสเตเลียนั้น เพนนี่ หว่อง (Penny Wong) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศออสเตรเลียได้เดินทางเยือนฟิจิในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2022 ซึ่งใกล้เคียงกับการเยือนภูมิภาคนี้ของหวัง อี้ (Wong Yi) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของจีน ในการเดินทางเยือนฟิจินั้น เพนนี่ หว่องได้เน้นย้ำถึงบทบาทของออสเตรเลียในการช่วยเหลืออย่างยั่งยืนต่อประเทศในหมู่เกาะแปซิฟิกใต้ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตในด้านต่าง ๆ (SBS News, 2022)

4. บทบาทของญี่ปุ่นในการแข่งขันกับจีนในแปซิฟิกใต้

ความสัมพันธ์ของญี่ปุ่นกับดินแดนในแปซิฟิกใต้ในสมัยใหม่สามารถย้อนกลับไปได้ไกลกว่าความสัมพันธ์ของจีนกับภูมิภาคนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างญี่ปุ่นและแปซิฟิกใต้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อญี่ปุ่นเข้ายึดครองอาณานิคมของเยอรมนีในมหาสมุทรแปซิฟิกเหนือเส้นศูนย์สูตร ในสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้เข้ายึดครองและทำการรุกรานทั้งในบริเวณกลุ่มเกาะไมโครนีเซีย (Micronesia) และบางส่วนของกลุ่มเกาะเมลานีเซีย (Melanesia) (Zhang & Hirano, 2020)

ความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับดินแดนในแปซิฟิกใต้ในสมัยใหม่เริ่มต้นอย่างเป็นทางการในช่วงทศวรรษ 1970 เมื่อรัฐบาล “สาธารณรัฐประชาชนจีน” ได้เข้ามาแทนที่รัฐบาล “สาธารณรัฐจีน” ในองค์การสหประชาชาติ ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับช่วงเวลาที่เกิดการปลดปล่อยอาณานิคมกำลังกระจายไปทั่วแปซิฟิกใต้ การแข่งขันทางการทูตกับรัฐบาล “สาธารณรัฐจีน” ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลของประเทศส่วนใหญ่ในแปซิฟิกใต้ มาก่อนนั้น ทำให้รัฐบาล “สาธารณรัฐประชาชนจีน” พยายามเข้ามามีบทบาทในแปซิฟิกใต้มากขึ้นและเริ่มให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจกับภูมิภาคนี้ นับแต่นั้นเป็นต้นมา (Zhang & Hirono, 2020)

ในช่วงหลังสงครามเย็น นอกจากความสัมพันธ์ทวิภาคีแล้ว ทั้งญี่ปุ่นและจีนต่างก็ได้พยายามพัฒนาความสัมพันธ์ในกรอบพหุภาคีกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ ใน ค.ศ. 1997 ญี่ปุ่นได้จัดการประชุมแปซิฟิกใต้ (South Pacific Forum) ครั้งที่ 5⁵ การประชุมดังกล่าวนั้นต่อมาได้รับการยกระดับให้เป็นการประชุมที่จะจัดขึ้นทุก 3 ปีที่ญี่ปุ่นรวมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็นการประชุมผู้นำหมู่เกาะแปซิฟิก (Pacific Islands Leaders Meeting - PALM)⁶ ทางด้านจีนก็ได้จัด “การประชุมเพื่อการพัฒนาและความร่วมมือทางเศรษฐกิจจีน – ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก” (China – Pacific Islands Countries Economic Development and Cooperation Forum) ขึ้นใน ค.ศ. 2006 (Zhang & Hirono, 2020)

การรณรงค์ของญี่ปุ่นเพื่อเข้าเป็นสมาชิกถาวรในคณะมนตรีความมั่นคงขององค์การสหประชาชาติ ท่ามกลางการเรียกร้องให้ปฏิรูปองค์การสหประชาชาติ นับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1990 เป็นต้นมานั้น⁷ ทำให้ญี่ปุ่นต้องเร่งหาเสียงสนับสนุนจากประเทศต่าง ๆ ให้มากที่สุดซึ่งรวมถึงประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ด้วย ความสำเร็จของญี่ปุ่นในการสานสัมพันธ์กับแปซิฟิกใต้เห็นได้อย่างชัดเจนในการประชุม PALM ครั้งที่ 8 ใน ค.ศ. 2018 ในการประชุมครั้งนั้นประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้หลายประเทศได้แสดงท่าทีให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการสนับสนุนให้ญี่ปุ่นเข้าเป็นสมาชิกถาวรของคณะมนตรีความมั่นคง ส่วนจีนซึ่งคัดค้านการเข้าเป็นสมาชิกถาวรของญี่ปุ่นได้โน้มน้าวให้ประเทศเหล่านี้สนับสนุนจุดยืนของจีนที่เน้นย้ำว่าการปฏิรูปคณะมนตรีความมั่นคงควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มจำนวนผู้แทนจากประเทศกำลังพัฒนาให้มากขึ้นและต้องเปิดโอกาสให้ประเทศขนาดเล็กและขนาดกลางเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจให้มากขึ้น (Zhang & Hirono, 2020)

ความร่วมมือด้านความมั่นคงระหว่างหมู่เกาะโซโลมอนกับจีนใน ค.ศ. 2022 ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว กระตุ้นให้ญี่ปุ่นเร่งพัฒนาความร่วมมือกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้มากขึ้น การตอบสนองต่อข้อตกลงด้านความมั่นคงระหว่างจีนและหมู่เกาะโซโลมอนครั้งแรกของญี่ปุ่นนั้นปรากฏในแถลงการณ์ร่วมของนายกรัฐมนตรี คิชิดะ ฟูมิโอะ (Kishida Fumio) และนายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์ จาซินดา อาร์เดิร์น เมื่อวันที่ 21 เมษายน ค.ศ. 2022 แม้จะไม่มีข้อความที่กล่าวถึงข้อตกลงด้านความมั่นคงฉบับนี้โดยตรง แต่ผู้นำทั้งสองคนก็ได้เน้นย้ำถึง “ความจำเป็นที่จะต้องแก้ไขปัญหาเชิงยุทธศาสตร์ที่กำลังขยายตัวในแปซิฟิกที่อาจทำลาย

⁵ การประชุมดังกล่าวได้เปลี่ยนชื่อเป็นการประชุมผู้นำหมู่เกาะแปซิฟิก (Pacific Islands Leaders Meeting) ใน ค.ศ. 2000

⁶ สำหรับชื่อการประชุมดังกล่าว ในบทความนี้จะเรียกตามอักษรย่อภาษาอังกฤษว่า “PALM”

⁷ นับตั้งแต่สงครามเย็นสิ้นสุดลง ได้มีการเรียกร้องให้ปรับปรุงคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติให้สอดคล้องกับบริบทระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มีการเรียกร้องให้ญี่ปุ่น เยอรมนี อินเดีย และบราซิล เข้าเป็นสมาชิกถาวรของคณะมนตรีความมั่นคง

เสถียรภาพด้านความมั่นคงในภูมิภาค” ในวันเดียวกันรัฐบาลญี่ปุ่นก็ได้ประกาศจะส่งเจ้าหน้าที่ระดับสูงจากกระทรวงการต่างประเทศไปเยือนหมู่เกาะโซโลมอนเพื่อหารือกับรัฐบาลหมู่เกาะโซโลมอนถึงความกังวลของญี่ปุ่น (Iwami, 2022)

ต่อมาเมื่อนายกรัฐมนตรี คิชิดะ ฟุมิโอะ เข้าร่วมการประชุมระดับผู้นำรัฐบาลเรื่องน้ำในเอเชีย-แปซิฟิก ครั้งที่ 4 (4th Asia – Pacific Water Summit) ณ เมืองคุมะโมะโตะ (Kumamoto) ประเทศญี่ปุ่นเมื่อวันที่ 23 เมษายน ค.ศ. 2022 นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นได้ใช้โอกาสนี้แจ้งกับผู้นำนานาประเทศที่เข้าร่วมประชุมว่าญี่ปุ่นให้ความสนใจและติดตามสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในแปซิฟิกใต้อย่างใกล้ชิด (Iwami, 2022)

ในช่วงปลายเดือนเมษายน ค.ศ. 2022 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่น อุเอะซูกิ เคนทาโร่ (Uesugi Kentaro)⁸ ได้เดินทางเยือนหมู่เกาะโซโลมอน และต่อมาในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม ฮะยะชิ โยชิมาซะ (Hayashi Yoshimasa) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศก็ได้เดินทางเยือนฟิจิและปาเลา (Palau)⁹ ในการเดินทางเยือนทั้งสองครั้งดังกล่าว ฝ่ายญี่ปุ่นได้สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาไปยังผู้นำประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ว่าญี่ปุ่นมีความกังวลต่อความเคลื่อนไหวในลักษณะขยายอำนาจของจีนในภูมิภาคนี้ (Kaneko, 2022)

เมื่อมีการประชุมระดับผู้นำรัฐบาลในกรอบ “ความร่วมมือ 4 ฝ่ายทางด้านความมั่นคง”¹⁰ “Quadrilateral Security Dialogue – Quad” ขึ้นในวันที่ 24 พฤษภาคม ค.ศ. 2022 ผู้นำของญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอินเดียได้เสนอให้มีการร่วมมือกันลาดตระเวนน่านน้ำในอาณาบริเวณอินโด - แปซิฟิกมากขึ้น นอกจากนั้นญี่ปุ่นยังได้เสนอให้เสริมสร้างความร่วมมือให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิก “Quad” และประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกใต้ (Kaneko, 2022)

ในการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นของญี่ปุ่นในด้านการให้ความสำคัญต่อแปซิฟิกใต้นั้น ญี่ปุ่นได้ประกาศถึงแผนที่จะเปิดสถานทูตที่คิริบาติ (Kiribati)¹¹ ใน ค.ศ. 2023 นอกจากนั้นญี่ปุ่นได้แสดงความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือให้มากขึ้นในการพัฒนาภูมิภาคนี้โดยระบุถึงประเด็นดังกล่าวอย่างชัดเจนในการประชุม PALM ซึ่งจัดขึ้นใน ค.ศ. 2022 (Kaneko, 2022)

จีนถือเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งมีผลต่อการประชุม PALM ตั้งแต่ช่วงเริ่มแรก อย่างไรก็ตามการประชุม PALM ใน 3 ครั้งแรกนั้นถูกวิจารณ์ว่าขาดข้อตกลงร่วมที่ชัดเจน ต่อมาประเด็นนี้ได้รับการแก้ไขในการประชุม PALM ครั้งที่ 4 ใน ค.ศ. 2006 ซึ่งจัดขึ้น 1 เดือนหลังการประชุม China – Pacific Islands Countries Economic

⁸ ชื่อชาวญี่ปุ่นเขียนตามแบบที่ใช้ในภาษาญี่ปุ่นคือ นามสกุลและตามด้วยชื่อ

⁹ ปาเลาเป็นประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กในแปซิฟิกใต้ ประกอบไปด้วยเกาะขนาดเล็กประมาณ 340 เกาะ โดยมีพื้นที่บนแผ่นดินโดยรวมประมาณ 460 ตารางกิโลเมตร มีประชากรตามสถิติใน ค.ศ. 2022 เพียงประมาณ 18,000 คน รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพียงประมาณ 320 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในกรณีนี้ ปาเลาเป็นเพียงหนึ่งในไม่กี่ประเทศในโลกที่ยังคงให้การรับรองรัฐบาล “สาธารณรัฐจีน” อยู่ในปัจจุบัน

¹⁰ “Quadrilateral Security Dialogue – Quad” ยังไม่มีการแปลงอย่างเป็นทางการในภาษาไทย ดังนั้นการเรียกชื่อดังกล่าวในภาษาไทยว่า “ความร่วมมือ 4 ฝ่ายทางด้านความมั่นคง” จึงเป็นการแปลเฉพาะกรณีเพื่อใช้ในบทความนี้

¹¹ คิริบาติเป็นหมู่เกาะขนาดเล็กประกอบด้วยเกาะต่าง ๆ ประมาณ 32 เกาะ มีพื้นที่บนบกประมาณ 810 ตารางกิโลเมตร มีประชากรตามสถิติใน ค.ศ. 2022 ประมาณ 120,000 คน และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพียงประมาณ 190 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงดังกล่าว คิริบาติเพิ่งเปลี่ยนมารับรองรัฐบาล “สาธารณรัฐประชาชนจีน” จากเดิมที่เคยรับรอง “สาธารณรัฐจีน”

Development and Cooperation Forum ครั้งที่ 1 ที่ฟิจิซึ่งจีนให้คำมั่นว่าจะปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ภูมิภาคนี้เป็นเงินประมาณ 3 พันล้านหยวน (ประมาณ 370 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ส่วนญี่ปุ่นก็ได้ปรับท่าทีต่อแปซิฟิกได้อย่างรวดเร็ว กล่าวคือหลังจากนั้นไม่นาน รัฐบาลญี่ปุ่นได้แจ้งแก่ประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกได้ว่าจะให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศเหล่านี้เป็นเงินประมาณ 45,000 ล้านเยน (ประมาณ 380 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) (Zhang & Hirono, 2020)

อย่างไรก็ตาม ในการประชุม PALM ครั้งที่ 8 ใน ค.ศ. 2018 ญี่ปุ่นได้ปรับเปลี่ยนท่าทีอีกครั้ง โดยยกเลิกการระบุจำนวนเงินที่จะให้ความช่วยเหลือกับภูมิภาคนี้ และประกาศเป็นครั้งแรกว่าจะรวมความร่วมมือกับประเทศหมู่เกาะเหล่านี้เข้าไว้ในแนวคิด “อินโด - แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” อย่างเป็นทางการ การเปลี่ยนแปลงนี้สามารถตีความได้ว่าญี่ปุ่นได้เปลี่ยนแนวทางในการแข่งขันกับจีนในเรื่องจำนวนเงินมาสู่การแข่งขันในบริบทของการรักษาให้ระเบียบโลกที่มีอยู่แต่เดิมแข็งแกร่งขึ้นซึ่งเป็นระเบียบโลกที่มีฐานอยู่บนกฎที่มีสหรัฐอเมริกาและองค์การสหประชาชาติเป็นศูนย์กลาง ในการส่งเสริมการรวมบทบาทของญี่ปุ่นเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด “อินโด-แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” นี้ ญี่ปุ่นได้เน้นย้ำถึงความร่วมมือในภาคส่วนที่ญี่ปุ่นมีความชำนาญในเชิงการแข่งขัน เช่น การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ และมาตรการเพื่อต่อสู้กับการทำประมงที่ผิดกฎหมาย (Zhang & Hirono, 2020)

สำหรับการตอบสนองต่อความท้าทายครั้งนี้ ญี่ปุ่นตอบสนองได้ค่อนข้างรวดเร็ว เพราะแต่เดิมญี่ปุ่นมักจะตอบสนองต่อประเด็นต่าง ๆ ในแปซิฟิกได้ผ่านทางการเป็นเจ้าภาพการประชุม PALM ที่จัดขึ้นทุก 3 ปี หรือผ่านนโยบายความช่วยเหลือระหว่างประเทศที่ดำเนินการโดยหน่วยงานความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (Japan International Cooperation Agency) แต่ในครั้งนี้นักรัฐมนตรีญี่ปุ่นเดินทางไปถึงแปซิฟิกได้ในเวลาไม่กี่วันหลังจากทราบข่าวการลงนามระหว่างหมู่เกาะโซโลมอนกับจีน (Iwami, 2022)

ส่วนสื่อญี่ปุ่นก็ตอบสนองต่อข้อตกลงด้านความมั่นคงระหว่างจีนกับหมู่เกาะโซโลมอนอย่างรวดเร็วเช่นกัน หนังสือพิมพ์โยะมิอูริ ชิมบุน (Yomiuri Shimbun) หนังสือพิมพ์สายอนุรักษ์นิยมสำคัญของญี่ปุ่นเตือนว่าสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่นจะต้องยกระดับความร่วมมือเพื่อรักษาสันติภาพและเสถียรภาพเพราะจีนเตรียมที่จะใช้ภูมิภาคนี้เป็น “ฐานที่มั่นเพื่อขยายอิทธิพลทางการทหารของจีน” และเน้นย้ำว่า “จีนพยายามที่จะขยายอิทธิพลทางการทหารโดยเพิ่มระดับปฏิสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศหมู่เกาะในแปซิฟิกได้” ในการนี้ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่นจะต้องร่วมมือกันเพื่อแก้ไขปัญหาเพื่อให้เสถียรภาพในภูมิภาคไม่ถูกบ่อนทำลาย ส่วนหนังสือพิมพ์อะซะฮิ ชิมบุน (Asahi Shimbun) หนังสือพิมพ์ที่มีความคิดเสรีนิยมก็ตั้งข้อสังเกตต่อบทบาทของจีนคล้าย ๆ กันโดยมองว่าจีนพยายามเพิ่มอิทธิพลทางการทหารและเน้นย้ำว่าจีนจะต้องหยุด “กิจกรรมอันคลุมเครือที่เกี่ยวข้องกับเสถียรภาพในภูมิภาคแปซิฟิกได้” (Iwami, 2022)

ท่าทีที่มีร่วมกันของบรรณาธิการสื่อทั้งแนวอนุรักษ์นิยมและเสรีนิยมของญี่ปุ่นเป็นเหตุการณ์ที่พบได้ไม่บ่อยนักซึ่งทำให้เห็นว่าภาคประชาสังคมทั้งสองแนวอุดมการณ์ทางการเมืองสนับสนุนให้ญี่ปุ่นพัฒนาความร่วมมือกับแปซิฟิกได้ให้มากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับอิทธิพลของจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Iwami, 2022) ในการนี้อาจพิจารณาได้ว่าแม้ผลประโยชน์ของญี่ปุ่นในแปซิฟิกได้ยังไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการขยาย

บทบาทของจีน แต่การอ้างความสำคัญของ “อินโด-แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” ซึ่งสำคัญต่อความมั่นคงทางด้านการทหารและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพหากเน้นความร่วมมือเฉพาะด้านหรือเฉพาะอาณาบริเวณ ด้วยเหตุนี้ ความร่วมมือที่รอบด้านในทุกอาณาบริเวณของภูมิภาคอินโด-แปซิฟิกกับพันธมิตรที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกาจึงมีความสำคัญกับความมั่นคงและความมั่นคงของญี่ปุ่น ดังนั้นแม้แปซิฟิกใต้จะไม่ได้มีความสำคัญต่อญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับน่านน้ำรอบญี่ปุ่น แปซิฟิกเหนือ ทะเลจีนใต้รวมทั้งมหาสมุทรอินเดีย แต่ความมั่นคงในแปซิฟิกใต้ก็ถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อมิตรประเทศไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตลอดจนภาพรวมในการดำรงอยู่ของ “อินโด-แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อญี่ปุ่นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

5. บทสรุป

การแข่งขันในเชิงอำนาจระหว่างประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในแปซิฟิกใต้ยังคงดำเนินต่อไปสำหรับสหรัฐอเมริกาและจีนนั้น บทบาทในภูมิภาคดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันระหว่างสองมหาอำนาจในบริบทของการแข่งขันในระดับโลก สำหรับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์นั้น เนื่องจากเหตุผลทางภูมิรัฐศาสตร์และภูมิเศรษฐศาสตร์ ทั้งสองประเทศมองว่าการแข่งขันดังกล่าวเป็นการปกป้องเขตอิทธิพลสำคัญของตนในกรณีของญี่ปุ่นนั้นต่างจากกรณีของสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย รวมทั้งนิวซีแลนด์ เนื่องจากญี่ปุ่นไม่ได้มีศักยภาพในการแข่งขันกับจีนในขอบข่ายทั่วโลก และไม่ได้มองว่าแปซิฟิกใต้เป็นเขตอิทธิพลของตน แต่ญี่ปุ่นมองว่าจีนเป็นคู่แข่งสำคัญของญี่ปุ่นในการรักษา “อินโด – แปซิฟิกที่เสรีและเปิดกว้าง” ด้วยมุมมองดังกล่าวการพัฒนาศักยภาพในการเผชิญหน้ากับจีนในน่านน้ำรอบญี่ปุ่นและการรักษาเส้นทางทางขนส่งทางทะเลและทางอากาศในมหาสมุทรแปซิฟิกฝั่งตะวันตกและมหาสมุทรอินเดียจึงมีความสำคัญต่อความมั่นคงของญี่ปุ่นในการนี้แม้ว่าประเทศเหล่านี้จะมีผลประโยชน์ต่างกัน แต่ต่างก็วิตกต่อการขยายอำนาจของจีนในแปซิฟิกใต้ด้วยเหตุนี้เป็นที่เชื่อได้ว่าความร่วมมือระหว่างกันทั้งทางตรงและทางอ้อมในการถ่วงดุลกับอำนาจของจีนจะมีมากขึ้น การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นนี้ แม้จะมีผลทำให้ประเทศหมู่เกาะขนาดเล็กในแปซิฟิกใต้มีทางเลือกในการดำเนินนโยบายต่างประเทศมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันประเทศขนาดเล็กเหล่านี้ก็ต้องเผชิญกับความกดดันที่มากขึ้นจากการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นด้วยเช่นกัน

รายการอ้างอิง

- พลับพลึง คงชนะ. (2536). “หมู่บ้านญี่ปุ่นในอยุธยา”. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 10(1), 50-64.
- Britanica. (2020, November 19). *Pacific War: theatre of war, World War II*. Britanica.
<https://www.britannica.com/topic/Pacific-War>
- Doulman, D. J. (1989). Japan distant - water fishing in the South Pacific. *Pacific Economic Bulletin*, 4(2), 22-29. <https://devpolicy.org/PEB/2019/05/15/japanese-distant-water-fishing-in-the-south-pacific/>
- DW. (2022, March 25). *Solomons defends new China security pact*. DW.
<https://www.dw.com/en/solomon-islands-defends-new-security-pact-with-china/a-61255257>
- Gupta, P. (2022, December 13). *Chinese incursions in the South Pacific*. Observer Research Foundation.
<https://www.orfonline.org/expert-speak/chinese-incursions-in-the-south-pacific/>
- Iwami, T. (2022, Auhust 6). *Japan’s media frets about Beijing’s Pacific footprint*. East Asia Forum.
<https://www.easiaforum.org/2022/08/06/japans-media-frets-about-beijings-pacific-footprint/>
- Kabayashi, I. (2021, October 6). *The South Sea Islands and Japanese Mandatory Rule over Them*. The OPRI Center of Islands Studies, The Sasakawa Peace Foundation.
<https://www.spf.org/islandstudies/research/a00023.html>
- Kaneko, Y. (2022, May 31). *Japan, U.S., Australia move to strengthen ties with South Pacific island nations*. The Japan News. <https://japannews.yomiuri.co.jp/politics/defense-security/20220531-33377/>
- Makihara, K. (1985, July 26). *Japan’s Anti - Nuclear Movement Divided Against Itself*. AP News.
<https://apnews.com/article/b8afe2ad80ac917120a5da296523c0f0>
- Needham, K., Brunnstrom, D. & Martina, M. (2022, April 23). *U.S. warns of response to any permanent China military presence in Solomons*. Reuters.
<https://www.reuters.com/world/asia-pacific/us-adviser-campbell-visits-solomon-islands-after-china-pact-signed-2022-04-22/>
- SBS News. (2022, May 28). *Fiji PM says he had 'wonderful meeting' with Foreign Minister Penny Wong*. <https://www.sbs.com.au/news/article/fiji-pm-says-he-had-wonderful-meeting-with-foreign-minister-penny-wong/c2rkfjpgv>
- Yasunori, A. (2013, January 18). *Foreign Relations in Early Modern Japan: Exploding the Myth of National Seclusion*. Nippon.com. <https://www.nippon.com/en/features/c00104/>
- Zhang, D. & Hirono, M. (2020, April 30). *Japan and China’s Competition in the Pacific Islands*. The Diplomat. <https://thediplomat.com/2020/04/japan-and-chinas-competition-in-the-pacific-islands/>

คำแนะนำสำหรับผู้แต่ง

วารสารญี่ปุ่นศึกษารัฐศาสตร์ สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รูปแบบต้นฉบับบทความ

1. จัดหน้ากระดาษขนาด A4 โดยตั้งค่าขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร)
2. ใช้แบบอักษร ดังนี้

บทความภาษาไทย ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 (single space)

- ชื่อบทความ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
- ชื่อผู้เขียนและสังกัด ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 ตัวเอียง จัดชิดขวาของหน้ากระดาษ
- เนื้อหาบทความ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 ตัวบาง จัดคอลัมน์เดี่ยว (แบบ Distributed)
- เงอรรด ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 12 ตัวบาง จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ

บทความภาษาอังกฤษ ใช้แบบอักษร Times New Roman ระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1.5 (1.5 lines)

- ชื่อบทความ ใช้แบบอักษร Times New Roman ขนาด 14 ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
- ชื่อผู้เขียนและสังกัด ใช้แบบอักษร Times New Roman ขนาด 12 ตัวเอียง จัดชิดขวาของหน้ากระดาษ
- เนื้อหาบทความ ใช้แบบอักษร Times New Roman ขนาด 12 ตัวบาง จัดคอลัมน์เดี่ยว (แบบ Justify)
- เงอรรด ใช้แบบอักษร Times New Roman ขนาด 10 ตัวบาง จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ

บทความภาษาญี่ปุ่น ใช้แบบอักษร MS Mincho ขนาด 10 ระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 (single space)

- ทั้งนี้ ข้อความทุกภาษาที่แสดงในตารางหรือแผนภาพให้ลดขนาดตัวอักษรลงตามความเหมาะสม

3. ชื่อบทความ/บทคัดย่อ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีข้อความตรงกัน
4. จัดส่งไฟล์ต้นฉบับในรูปแบบ Microsoft Word นามสกุล .doc หรือ .docx
5. ต้นฉบับมีความยาวไม่เกิน 16 หน้า (รวมตาราง รูป และเอกสารอ้างอิง)
6. ทุกบทความ รวมทั้งบทความที่เขียนด้วยภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่น จะต้องมืบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) (ความยาวประมาณ 300 คำ) และคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ
7. โครงสร้างของบทความควรประกอบด้วย ที่มา ความสำคัญหรือหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อสรุป และรายการอ้างอิง ควรมีตาราง แผนภูมิ และภาพประกอบในจำนวนที่เหมาะสม ชื่อและคำ บรรยายในตารางแผนภูมิ และภาพ ภาพควรมีความคมชัดและละเอียดไม่ต่ำกว่า 600 x 800 พิกเซล
8. การอ้างอิงตาราง แผนภูมิ และภาพประกอบใช้รูปแบบเดียวกับการอ้างอิงในเนื้อหาและบรรณานุกรมตามหลักของ APA 7th edition เช่น ที่มา: Abe (2022)
9. **การอ้างอิงใช้รูปแบบ APA (7th Edition)** ทั้งการอ้างอิงในเนื้อหาและการอ้างอิงท้ายบท รายการอ้างอิงในเนื้อหาและรายการอ้างอิงท้ายบทต้องตรงกัน โดยสามารถอ้างอิงตามภาษาต้นฉบับ เช่น ไทย ญี่ปุ่น อังกฤษ เป็นต้น

Author Guideline

Thammasat Journal of Japanese Studies

Article format

1. Manuscript should set A4 size layout with the margins on all sides to be 1 inch (2.54 centimeters)
2. English manuscript:
 - Times New Roman and 1.5-line space.
 - Heading or title name: Times New Roman 14, bold, and center text.
 - Author and workplace: Times New Roman 12, italic, and align right.
 - Context: Times New Roman 12, normal, and justify.
 - Reference: Times New Roman 10, normal, and align left.
 - Wording in tables and charts should be reduced appropriately.
3. Original manuscript should submit in Microsoft Word format with .doc or .docx
4. Original manuscript should not exceed 16 pages, including tables, images, and references.
5. An English abstract (approximately 300 words) followed by 3 to 5 keywords is required for all articles, including those written in Thai and Japanese text.
6. The manuscript should comprise of statement of research problem, objective, methods, result, discussion, conclusion, and references. It should contain a reasonable number of tables, figures, and images. Photographic prints must be sharp, high contrast, and the size should not be smaller than 600x800 pixels.
7. The citation of tables, figures, and images, both in-texts and references, must use in the format of **APA 7th edition**, such as source: Abe (2022)
8. Both in-text citations and references must use the format of APA 7th edition. Author could refer them in original language such as Thai, Japanese, and English.



Thammasat Journal of Japanese Studies

Vol. 40 No. 1

January - June 2023

Research Article

Thai Learners' Knowledge of and Proficiency in Keigo (Japanese Honorifics).....1

Ishii, Atsuko

Fukushima, Yupaka

Nature of Peer-Peer Interactions throughout the Writing Process: A Study of Thai Learners of JFL...18

Kyoichi Yokota

Academic Paper

Developing a Measurement of Sentence Complexity and Its Application in Japanese.....37

Reading Comprehension

SAENG-URAI Thitisorn

Possibilities and the Challenges of Attracting Foreign Tourists (Thais) to Japan for Tourism.....55

in Tohoku Region, Japan

Sasiwara Chantrakantanond

The Prevalence of Matcha-based Sweets and Drinks.....79

Piyaporn Chanasuay

International Law and Political Changes in Japan during the Meiji Era (1868-1912):98

A Case Study of Political Institutional Changes and Adjustment to Diplomatic Affairs

Jirakit Janraksa

Japan's Roles in the South Pacific region in the 2020s: Continuity and Change.....113

Nophadol Chartprasert