

# ラオスツーリズムの現状と課題

## —2015年ラオスツーリズム統計年報からの考察—

マング・マング・ルウィン  
木下俊和

### 要約

近年、ラオス人民民主共和国（以下ラオス）を訪れる国際旅行者の到着者数が急速に増加している。1986年に市場経済メカニズム導入に伴う開放政策による国際関係の拡大とともに人の往来が増加し、1997年のASEAN加盟、2000年代以降の政府の外資誘致政策が外国企業の進出と貿易の拡大を後押しした。ラオスでは2回目の観光年が開催された2012年以降の旅行者到着者数は、一気にラオスを訪れる国際旅行者の数を押し上げた。こうした背景の中ラオス政府はツーリズム産業をエネルギー産業に次ぐ優先産業と位置づけ、その経済効果に期待を寄せている。しかし、ラオスツーリズムには国際旅行者を受け入れるにあたって多くの課題が山積しており、対処が必要である。

本稿は、“Tourism Statistics in Laos 2015”に公表されている統計データを基にラオスツーリズムの現状とその背景について考察した。また、ラオスツーリズムが健全に発展し、旅行者が安全かつ安心して旅行を継続でき、そして、その経済効果を楽しむための課題とその対応について提言を述べた。

ラオスは、自然豊かで、その地理的条件から多様な文化を有するツーリズム振興のためのポテンシャルの高い国である。また、政治的にも安定しており、人々も穏やかで、旅行者にとっ

ても満足度の高いツーリズム目的地となり得る国であり、ラオスツーリズムの健全な発展を期待するものである。

### はじめに

1990年に、ラオスを訪れた旅行者の数はわずか1万4千人<sup>1</sup>であったが、近年大きく増加し2015年には約468万人<sup>2</sup>が訪れた。世界のツーリズムの拡大は、多くの国々にツーリズム産業の経済効果をもたらし、また、その効果に期待してツーリズム開発を推進する国も多い。近年のラオスの旅行者数の増加は、ラオス政府にもツーリズムがもたらす経済効果に期待を持たせている。

ラオスは、5つの国と国境を共有する内陸国であり、また、4つの国とは、ASEAN加盟国の一員として協力関係にあり、それら周辺国の社会や経済の影響を受け易い環境にあると言ってよいだろう。そして、それらの国々との関係は、協力関係であると同時に競合者としての関係でもあるという点で重要である。2015年末、ASEAN経済共同体(ASEAN Economic Community: AEC)が発足した。AECは、ASEANがASEAN共同体(ASEAN Community: AC)創設を合意して以来、徐々にその準備を進めてきたものであり、AEC発足に伴う加盟国への直接的な影響はそう大きくないだろう。

<sup>1</sup> 2015 Statistical Tourism in Laos, Table 1, p.6.

<sup>2</sup> 同上。

しかし、ASEAN加盟国のなかで後発加盟国である CLMV 4カ国<sup>3</sup>にとって、AC または、AEC の協力関係はそれぞれの国の開発を進める上で重要なテーマであることは間違いない。ASEAN 加盟国間の協力は重要であり、特にツーリズムにおいて、AEC が標榜する“ASEAN as A Single Tourism Destination (一つの観光目的地としての ASEAN)”は、インドシナ半島の真ん中に位置するラオスにとって、また、航空便の路線数が限定的であるラオスにとって、旅行者誘致を行う上で重要なことである。

本稿は、こうした背景の中でラオスのツーリズムの現状と課題について統計データを基に考察を行うとともに、AEC の中でのツーリズム振興においてラオスツーリズムが今後発展する上で取り組まねばならない課題を明らかにし、それらに対する提言を行うことを目的とする。

## 1. ラオスのツーリズムの現状

### 1.1 ラオス情報文化観光省の組織

ラオスの観光部門を所管している行政省庁は、情報文化観光省 (Ministry of Information, Culture and Tourism: MICT) である。MICT は、2011年に旧ラオス政府観光庁 (Laos National Tourism Authority: LNTA) が旧情報文化省 (Ministry of Information and Culture) に統合され現在に至っている。観光局 (Tourism Department) は、4部門に分かれ、観光開発局 (Tourism Development Department)、観光管理局 (Tourism Management Department)、観光マーケティング局 (Tourism Marketing Department)、そして、観光トレーニングセンター (Tourism

Training Center) で構成されている<sup>4</sup>。

観光開発を主管しているのは観光開発局であり、観光開発全般について国内観光地の開発に関する監督と県観光局の開発について指導を行っている。また、観光統計の集計と公表についての責任部局でもある。

観光管理局は、旅行会社やレストラン、その他の観光関連施設等ビジネスに関わる管理監督部局であり、外国人団体ツアーの届け出に関する管理や、各ビジネス関連企業の事業が適正に行われているかなどについて管理している。

観光マーケティング局は、国内外におけるマーケティング活動について主管しており、宣伝媒体の作成やウェブサイトの管理、観光地の調査の実施などを行っている。また、国外で開催される観光博などへの出展を行っている。

観光トレーニングセンターは、ツーリズム人材育成のための研修や、民間の旅行者者に所属するガイドに対するライセンスの発給に係る研修を行っている。

以上が中央省庁である MICT の組織とその役割であるが、他にヴィエンチャン都および全国 17県に観光局が、さらに郡には郡観光事務所が置かれている<sup>5</sup>。地方観光部門の開発、ビジネス、マーケティング、また人材育成については、県観光局が主導し、それらを MICT が監督していると言って良いだろう。2015年現在、ラオスには368社の旅行会社、2,449軒の宿泊施設、1,664軒のレストラン、164軒の遊興施設、そして、1,957カ所の観光地があるとしており、それらの管理監督を MICT、県観光局、郡観光事務所とが連携して行っている<sup>6</sup>。

<sup>3</sup> Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam の頭文字。

<sup>4</sup> ここに示した各部局の英語名は、MICT が公式に認める名称であるが、日本語表記については筆者が直訳したものである。なお、ここに示した組織概要は2016年7月現在のものである。

<sup>5</sup> 県観光局は、Provincial Information, Culture and Tourism Department: PICTD と英語表記される。また、郡観光事務所は、District Information, Culture and Tourism Office: DICTO と表記される。

<sup>6</sup> 2015 Statistical Tourism in Laos, Table 17-18, 24-25, pp.22-23, 29.

## 1.2 ラオスのツーリズム法

ラオスのツーリズムに関する法律は、2005年に改訂されたツーリズム法による。本法は、全10章79条から構成されており、第1章第1条に定められているように、「この旅行法は、観光の規則、基準、活動、管理を定め、文化、歴史、自然を活かした持続可能な観光産業発展を通じて経済発展に貢献すること、諸外国との国際協力関係、友好関係、相互理解を深めることを目的とする」と国家管理の下、ラオスの自然、歴史、文化を守り、適切な観光開発および観光運営が実施されるよう観光関連用語についての定義づけを行ったものといえるだろう。そして、それはラオスの観光を発展させるための国家管理のための法律とあってよいだろう。例えば、日本の旅行に関する法律は、旅行業法及び施行令とそれらを補足するその他の制令によって構成され、旅行業法第1条に定められているその目的は、「登録制度の実施、旅行業者の業務の適正な運営、旅行業者で組織される団体の適正な活動の促進により、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保、そして旅行者の利便の増進を図ること」とされている（旅行業法 2011）。その根底には、日本の旅行業法は旅行者の保護を通してツーリズム振興を行うことを目指しているからである。法律の成立の背景が異なるため、比較するべきものではないが、ラオスでは旅行者保護というよりも、ラオスのツーリズム保護といった意識が強く感じられる。

## 1.3 2015年のラオスツーリズム

MICTは、ラオスツーリズム統計年報（Statistical Tourism in Laos）を毎年公表している<sup>7</sup>。統計を担当しているのは、MICTの組織図中（附録2参照）の観光開発局観光分析部に

ある統計チームであり、県観光局が調査したデータを集計して公表している。統計チームによると、ラオスの観光統計については、国連の関連機関である世界観光機関（United Nations World Tourism Organization: UNWTO）が採用している統計規則に則って集計しているとのことである<sup>8</sup>。ラオスツーリズムに関する統計データは、国際比較上必要でない限り、すべてツーリズム統計2015年版から引用、抜粋する。

### 1.3.1 2015年の受入旅行者数の概要

表1の2015年の国・地域別旅行者到着者数を見てみると、ラオスを訪れた旅行者数は468万4千429人であったが、そのうち、アジア・大洋州地域からの旅行者の数が436万7千480人と全旅行者数の93.2%を占めていた。さらにこの数字を絞り込むと、ASEAN加盟国からの旅行者数が、358万8千538人で全旅行者数の76.6%を占めており、タイからの旅行者が232万1千352人、ベトナムからの旅行者が118万7千954人となっており、全旅行者数の75%が2カ国からの旅行者で占められている。ラオスは、インドシナ半島の中央に位置する内陸国で、5カ国と国境を接しているため、それら国境を有している国々からの人の往来が頻繁になることが当然想定される。さらにメコン川架橋やラオス国内の道路状況の改善によって陸路移動が容易になったことがラオス国内外の往来を促していることは重要な点である。また、ラオスとタイ、またはベトナムとの歴史的な近接性が、1990年代から2000年代のラオスの経済発展にもなって結びつきを強くし、経済的な交流が人の往来に大きく影響を与えていることは間違いない。

<sup>7</sup> 「ラオスツーリズム統計」の英語名がその時々で変更されているため、本稿においては、「ツーリズム統計」という名称で統一し、年次で区別する。

<sup>8</sup> 旅行・観光サテライトアカウント（TSA: Tourism Satellite Account）は、SNA（System of National Account）のサテライトアカウントのひとつで、UNWTOが国際基準『TSA Recommended Methodological Framework 2008』（TSA:RMF08）を示したもので、現在ツーリズム統計において多くの国々が採用している。

表1 国・地域別旅行者到着者数2015年

国名	旅行者数(人)	総旅行者数に占める割合(%)
総旅行者数	4,684,429	100.0
アジア・大洋州計	4,367,480	93.2
ASEAN計	3,588,538	76.6
ブルネイ	865	0.0
カンボジア	20,625	0.4
インドネシア	6,019	0.2
マレーシア	24,095	0.5
ミャンマー	2,661	0.1
フィリピン	16,709	0.4
シンガポール	8,258	0.2
タイ	2,321,352	49.6
ベトナム	1,187,954	25.4
非ASEANアジア・大洋州	778,942	16.6
ヨーロッパ計	217,307	4.6
アメリカ計	88,987	1.9
アフリカ・中東計	10,655	0.2

出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 5、p.12より筆者和訳作成。

ASEAN加盟国以外の地域からの旅行者についてみると、非ASEANアジア・大洋州地域からの旅行者数が約77万8千人、ヨーロッパからは約21万7千人、米国やカナダ他南北アメリカ地域から約8万9千人、そしてその他のアフリカや中東地域からは約1万1千人となっている。国別では、中国からの旅行者の増加が著しい。2015年の中国からの旅行者数は約51万人で、2011年と比較して、約3倍に増加している。近年ラオスと中国の間では、貿易取引や外国直接投資などの経済的関係性が強まっており、その影響で中国からの旅行者が増加している。その他の国々では、韓国から約16万5千人、米国から6万2千人、フランスからの5万5千

人と続く。ラオスへの訪問者の多い国上位10カ国で旅行者総数の95.1%を占めていることになる。

### 1.3.2 国際旅行者と地域旅行者の分類

ラオスの旅行者統計では、旅行者を「国際旅行者 (International Tourist)」と「地域旅行者、または域内旅行者 (Regional Tourist)」とに分類したものがあり、その統計を表2に示した<sup>9</sup>。

2015年の国際旅行者の数は、64万3千62人で全旅行者の13.7%であった。一方、国境を共有する国々からの訪問者である地域旅行者数は、404万1千357人で、全体の86.3%を占めていた。地域旅行者はさらにボーダーパス利用者とパス

<sup>9</sup> Regional Tourist は、ラオスと国境を接するタイ、ベトナム、中国、カンボジアからの旅行者を指しており、ラオスに入国する際、パスポートを利用する者と、二国間で取り決められた滞在日数に制限のあるボーダーパスを利用して入国する場合とがある。

表2 2015年ラオスの旅行者統計の分類（国際旅行者・地域旅行者）（単位：人）

種別・国	ボーダーパス		ボーダーパス 利用または、 日帰り	パスポート利用	旅行者計	全旅行者に 占める割合 (%)
	日帰り	宿泊				
全旅行者数	—	—	—	—	4,684,429	100
国際旅行者	—	—	—	643,062	643,062	13.7
地域旅行者	1,141,102	321,849	1,462,951	2,578,416	4,041,357	86.3
タイ	906,620	255,713	1,162,333	1,159,019	2,321,352	49.6
ヴェトナム	98,983	28,918	126,901	1,061,053	1,187,954	25.4
中国	132,519	37,377	169,896	341,540	511,436	10.9
カンボジア	2,980	841	3,821	16,804	20,625	0.4

注：タイおよびカンボジアからの旅行者はボーダーパス利用、ベトナムおよび中国からの旅行者は日帰り旅行者として発表されている。

出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 3、p.11 より筆者和訳作成。

表3 2015年種別旅行者数・滞在日数・消費額および旅行収入

種別	旅行者数 (人)	平均滞在日数 (日)	1日1人当たりの 平均消費額 (米ドル)	旅行収入 (米ドル)
国際旅行者	643,062	7.5	76.5	368,956,823
地域旅行者	4,041,367	1~3	12.0~52.0	356,408,858

注：地域旅行者の1日1人当たりの平均消費額は、タイ（パスポート利用：52米ドル、ボーダーパス利用20米ドル）、ベトナム（パスポート利用：30米ドル、日帰り：12米ドル）、中国（パスポート：50米ドル、日帰り：15米ドル）、カンボジア（パスポート：30米ドル、ボーダーパス：12米ドル）である。

出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 4、p.11 より筆者和訳作成。

ポート利用者とに分類され、前者は146万2千951人で地域旅行者のうち36.2%、後者が257万8千416人で63.8%であった。地域旅行者のうちボーダーパスまたは、日帰りとされている旅行者の平均滞在日数は2日とされており、日常の仕事や買い物、運送トラックの運転手などが多くと想定され、陸路または、渡し船による越境が考えられる。パスポート利用者の場合は、観光、およびその他のビジネス関連の訪問者と想定され、陸路や空路による越境または、渡航が想定される。

表3は、前出の国際旅行者と地域旅行者別に見た平均滞在日数、旅行者の消費額、旅行収入についてまとめたものである。国際旅行者の場合、平均滞在日数が7.5日で、1日1人当たりの平均消費額は76.5米ドルとなっており、直接的

な旅行収入は約3億6千900万米ドルと推定されている。一方、地域旅行者の場合、平均滞在日数は、1日から3日、1日1人当たりの平均消費額も12米ドルから52米ドルと推定されており、その直接的な旅行収入は総額約3億5千600万米ドルと推定されている。ラオスの現在の旅行者受入状況において、地域旅行者と呼ばれる近隣国からの旅行者は、滞在日数や1人当たりの消費額で、国際旅行者のそれらと比較してそれほど大きな額ではないが、その旅行者数が多いことから、直接的な旅行収入は国際旅行者とほぼ同じ経済効果をもたらしている。

### 1.3.3 月別旅行者数

図1は、ラオスを訪れる旅行者の月別数を示したものである。月平均にすると約39万人の旅

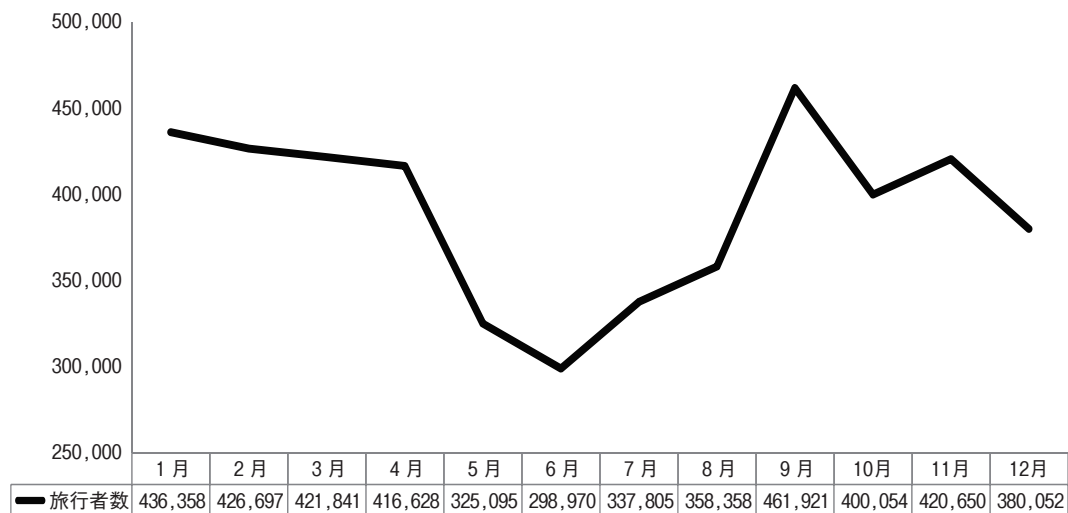
行者が訪れており、1年のうち旅行者が最も多い月は9月で、約46万2千人が訪れている。最も旅行者の少ない月は6月で、約29万9千人の旅行者数に止まっている。ラオスでは、おおよそ6月から9月が雨季とされており、この期間の平均旅行者数は約36万人と他の時季と比較して旅行者数は少なくなっている。そのためツーリズム部門では、旅行者が少ない閑散期と認識されている。一方、乾季が始まる10月からラオス新年にあたる4月までが、旅行者の多い繁忙期とされており、月平均にして約40万人の旅行者がある。ラオスの文化イベントの多くが、10月から4月に開催されることも月別の旅行者数の差の要因と考えられる。

ラオスでは、6月から9月はツーリズムにとって閑散期であるというが、多くの国でこの時季はバカンスシーズンである。欧米では学校も休みに入っており、アジアでも同様である。そのため、多くの人々がこの時季に旅行に行く。一方、ラオスの6月は農繁期、田植えの時季である。多くの観光地は村に属している場合があるため、観光地の管理を村人が行っている場合

も少なくない。そのため、農作業の妨げとなるような旅行者の訪問を歓迎しない向きもある。言い換えると、ラオスの多くの農村で旅行者の受入を行っている場合、それはあくまでも農閑期の副収入であり、主たる収入源は農業であり、観光ビジネスではないのである。それは、旅行収入が農村で観光に携わる人々のインセンティブになるほどの産業として成長していないことを示している。

ラオスツーリズム振興において、シーズナリティは将来的に重要な課題である。ラオスの旅行者受入可能容量は、旅行者数の増加に伴う観光振興の進展と共に拡充されており増大すると考えられるが、一部の観光関連施設や航空便などの交通機関については受入が限定的な部分もあり、オフシーズンの旅行者誘客は今後のラオスツーリズムの重要な課題となる。また、前述したようにラオスで言われているオフシーズンは、確かに雨季にあたる時期ではあるが、グローバルに考えると決してオフシーズンではなく、誘客が見込める時期なのである。

図1 2015年ラオスの月別旅行者数（単位：人）



出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 7、p.15 より筆者作成。

#### 1.3.4 入国ポイント別の旅行者数

外国人がラオスに到着する地点、つまり入国管理所（チェックポイント：Check Point）は、国内4カ所に存在する国際空港と全国に点在する21カ所の国境地点となる。

一般的に最も入国者数が多いのは首都の国際空港や著名な観光地に近接する国際空港などが想定される。ラオスにおいても4カ所の国際空港が、ヴィエンチャン都および世界遺産の存在するルアンパバーン、チャムパサック、そしてラオス中部に位置するサワナケットにある。2015年にそれらの国際空港から入国した旅行者の数は、約52万人であった。最も航空便数の多いヴィエンチャン都のワットアイ国際空港で約39万人であった。ラオスの2015年の受入旅行者数のうち国際空港を入国地点としたのは11.1%にすぎず、残りの約400万人以上の旅行者はその他のチェックポイントから陸路で入国したこととなる。空港以外のチェックポイントからの入国では、ヴィエンチャン都とタイ・ノンカイ県とを結ぶ第一友好橋から約122万人が入国している。次に多いのが、ラオス最大の人口を有し、近年経済特別区の設置や国道9号線の完全舗装化などから人の往来が増加しているサワナケット県にある第二友好橋で約79万人が入国している。2011年にカムアン県とタイ・ナコンパノム県とに架けられた第三友好橋からは約12万人となっており、メコン川に架けられた友好橋からの入国者が多くなっている。また、その他には、ポリカムサイ県のナムパオやカムアン県のナパオ、サワナケット県のダンサワンなどベトナムとのチェックポイントや北部の中国と国境を有するルアンナムターのポーテンなどのチェックポイントからの入国が増加してきている。内陸国であるラオスにとって、交通インフラが整備されることは、ツーリズム産業だけでなく、産業全体にとっても利益をもたらすこととなる。例えば、サワナケットを通過する国道9号線と

第二友好橋は、ベトナムからラオス、そしてタイへと伸びるインドシナ半島の中央部を横断する東西回廊として、地域の経済発展に重要な意味があり、今後さらに道路網の整備が進められるだろう。ラオスの弱点である交通インフラが改善されていくことは、ラオスの産業を活性化させ人の往来を促すことにもなる。

#### 1.3.5 ラオスを訪問する旅行者の特徴

MICTの観光開発局は、毎年国内の主要なチェックポイント、つまり出入国地などで国際旅行者に限ってのインタビューによる調査を行っている<sup>10</sup>。年によって、サンプル数は異なるが、おおよそ2,000から3,000程度のサンプルを集めているようである。調査項目は、入国の際のルート（陸路、空路）、性別、年齢、旅行者の職業、目的、宿泊施設の種類、同伴者、訪問回数、ラオスに関する情報の入手方法、関心事、訪問した（またはする予定の）県、今回の旅行における他の国への訪問の有無、滞在日数、消費額である。ここでは、調査項目中から旅行者の訪問目的について触れておきたい。表4は目的別の旅行者の割合について2010年から2015年までの結果をまとめた。最も割合が大きいのは休暇であった。つまり、純粋に観光旅行者として訪問したというもので、2015年で見てみると全体の91.1%を占めている。次いで、ビジネス目的が3.5%、公用や会議、セミナー等が2.4%となっている。国際旅行者の多くは、観光目的であることが明らかである。2015年の統計から推計すると、国際旅行者64万2千62人のうち、約59万人は観光目的であったと推定される。このように、ラオスを訪れる旅行者のうち、国境を接していない国や地域から訪れる旅行者のほとんどは観光目的であり、ラオスツーリズムにとって重要な顧客であることは言うまでもないだろう。ただし、ここで留意すべきは、ラオスを訪れる国際旅行者数は、全旅行者の13.7%に

<sup>10</sup> 主な調査結果の内容は附録1を参照。

すぎず、今後この国際旅行者の割合を高めていくことが、ラオスにおいてツーリズムが、エネルギーや鉱工業と並んで優先分野として捉えられるために必要なことであると考えられる。また、旅行者の訪問目的については、この国際旅行者を対象とした調査の結果得られた訪問目的の統計は公表されているが、地域旅行者の訪問目的についての統計は公表されていない。ラオスへ入国する旅行者は他の国同様に出入国カードの提出が義務づけられており、そこから得られる訪問目的についても統計を出し、分析するべきである。なぜなら、空港以外のチェックポイントから入国する旅行者が圧倒的に多く、陸路で入国する観光目的の旅行者も多いと考えられ、マーケティング戦略を検討する際に重要な情報となるからである。

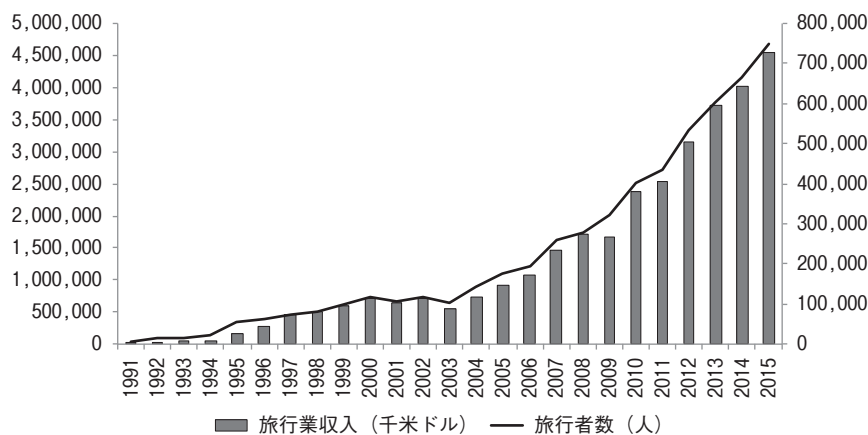
### 1.3.6 ラオスツーリズムの拡大とその背景

ここまで、2015年現在の統計データを中心にラオスツーリズムを見てきたが、ここで、1990年から2015年までの旅行者到着者数の推移（図2）をみることによって、ラオスツーリズムの成長について考察してみる。

現在公表されている到着旅行者数で最も古い

統計は1990年で、この年の旅行者の数は、1万4千400人と記録されている。旅行者の数は、その後1993年に10万人を超え、ラオスがASEANに加盟した1997年には約46万人となり、2005年に初めて100万人を超えた。旅行者数は、2004年以降2015年までの間、毎年増加を続け、2012年に300万人、2014年には400万人を超え、2015年には468万人を超えた。特に2006年から2015年までの旅行者の年平均増加率は16%を超えており、近年の旅行者の増加傾向は著しいものがある。また、旅行者の増加は旅行収入の増加（図3）と直結しており、1990年に225万米ドルであった旅行収入は、2000年には1億米ドルを超え、2006年に約1億7千万米ドル、そして、2015年には7億2千5百万米ドルにまで増加した。そして、旅行収入のGDPに占める割合は、1990年にはわずか0.23%であったが、旅行者数が10万人を超えた1993年以降その割合は大きくなり始め、ASEANに加盟した1997年に大きく拡大した。それ以後、GDPに占める割合は増減しているが5.0%~6.0%を占めており、2015年は5.9%となっている。ラオスの旅行収入額は、推計のためそのまま比較するわけにはいかないが、世界の旅行収入額のGDPに

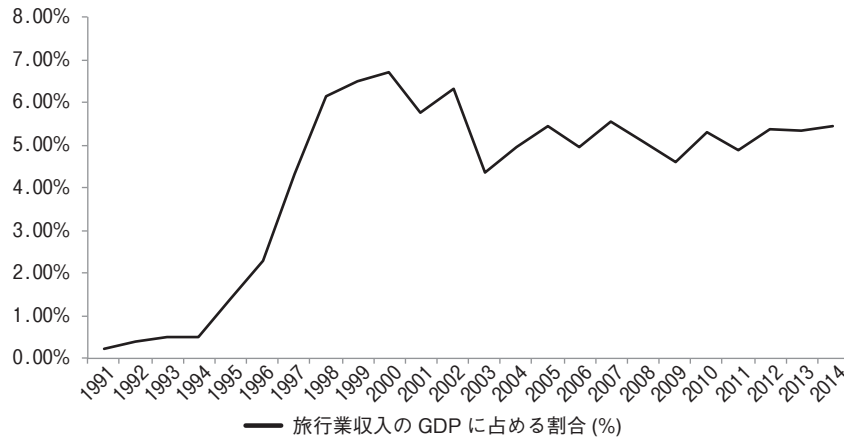
図2 ラオスの旅行者数と旅行業収入額の推移（1991年～2015年）



注：旅行業収入額については1991年以降公表されている。  
出所：2015 Statistical Tourism in Laos, Table 4, p.11 より筆者和訳作成。



図3 ラオスの旅行収入の GDP に占める割合の推移 (1991年～2015年)



出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 4、p.11、  
世界銀行データベース、世界開発指標、GDP データを基に筆者が算出作成。

表4 ラオスの旅行者到着数と宿泊施設数、客室数の推移 (2003年～2015年)

年	旅行者数	宿泊施設軒数	部屋数	1施設あたりの平均部屋数
2003	636,361	887	12,289	13.9
2004	894,806	957	13,666	14.3
2005	1,095,315	1,088	15,828	14.5
2006	1,215,106	1,193	17,633	14.8
2007	1,623,943	1,331	19,142	14.4
2008	1,736,787	1,385	22,173	16.0
2009	2,008,363	1,701	26,558	15.6
2010	2,513,028	1,870	30,284	16.2
2011	2,723,564	1,926	32,960	17.1
2012	3,330,072	2,030	35,857	17.7
2013	3,779,490	2,359	37,808	16.0
2014	4,158,719	2,426	44,714	18.4
2015	4,684,429	2,449	48,386	19.8

注：旅行者到着数=単位：人、宿泊施設数=単位：軒、部屋数=単位：部屋。  
出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 1、p.6 を基に筆者作成。

対する割合は1.6%、また、同様に東南アジアの旅行収入額の GDP に対する割合は4.2%であるので、ラオスの旅行収入の GDP に対する割合の方が高いことから、ラオスの旅行収入は GDP における貢献度が比較的高い可能性があ

る。よって、ラオスにおいてツーリズム産業は、重要な産業の一つであるとする理由の一つかも知れない。

ラオスを訪れる旅行者数が年々増加することによって、ツーリズム産業もまた拡大してきた。

表4は、旅行者到着者数と宿泊施設の数と部屋数の推移を2003年から2015年までについてまとめたものである。2003年の宿泊施設数887軒、部屋数1万2千289部屋に対して、2015年には、施設数2,449軒、部屋数4万8千386部屋へとそれぞれ約3倍、約4倍と拡大している。また、年々施設1軒あたりの平均客室数が増加していることから、宿泊施設の大型化が見られ、2003年当時と比較すると、それだけラオスの旅行者を受け入れる許容数が拡大しているということである。宿泊施設は、旅行法によって(1)ホテル<sup>11</sup>、(2)ゲストハウス・リゾート<sup>12</sup>と分類されており、2015年現在のホテル軒数は542軒、ゲストハウス・リゾートは、1907軒となっている。また、レストラン<sup>13</sup>、その他の遊興施設<sup>14</sup>の数も集計されており、2015年現在レストランが1,664軒、その他遊興施設が164軒となっている。これらレストランや遊興施設についての統計は、旅行法の定義に因っていると考えられるが、集計に入れられるレストランや遊興施設の定義が不明であり、年によって施設数が大きく増減しており、一概に産業として拡大しているとは言えないが施設数は統計データで見る限り増加していることは間違いのないようである。しかし、4節に詳細は後述するが、ラオスの旅行者一人あたりの消費額は、例えば、近隣諸国であるCLMV 4カ国と比較しても低い。ラオスのツーリズム産業の課題として、一人あたり旅行者の消費額を高めることで、より一層ツーリズムがラオス経済に対して貢献することができる。そのためには、旅行者がより多くのお金を消費

するための仕組み、例えばホテルやレストラン、エンターテインメントなどの観光施設とサービスの向上が必要である。

1990年代以降ラオスを訪れる旅行者が増加したのは、1986年にラオスが新経済メカニズム導入、つまり市場経済化を始め、対外的な開放政策に転換したことにより、約10年間の閉鎖的な国際社会との関係性に大きな変化が生じたからである。開放政策は、旧西側諸国との交流を回復し、開発援助の流入がインフラ整備や人的資源の育成を促し、また、外国直接投資の流入は工業化を促した。1997年にASEAN加盟を果たしたラオスにとって、アジア通貨危機は痛手ではあったが、2006年以降のラオス経済は急成長していった。国際関係の深化は人の往来を促し、特に国境を接する国々との交流を活発化させた。また、外国からの訪問者の増加は、観光インフラの増設とその改善を促し、旅行者の受入許容数を拡大した。そして、訪問者の増加がラオスに対する認知度を高め、ニューヨーク・タイムスやヨーロッパの旅行雑誌などのメディアに取り上げられるようになり、また、ヨーロッパ観光貿易会議 (European Council on Tourism and Trade: ECTT) の世界ベスト観光目的地 (World's Best Tourist Destination) に選ばれたことなどが、知名度向上を決定づけた。ラオス観光年2012の集中的なプロモーション活動も重要な要因であったことは言うまでもないだろう。このように、ラオスのツーリズム産業を発展させるための様々な条件が整ってきたことが、近年のラオスへの訪問者数の増加と、経済効果を生み出し

<sup>11</sup> ホテルは、有料で宿泊サービスを提供する事業であり、宿泊施設として15部屋以上を有し、設備が充実し、質の高いサービスを提供するものである (ラオス旅行法 2005 第1章「総論」言葉の定義)。

<sup>12</sup> ゲストハウスは、有料で宿泊サービスを提供する事業であり、宿泊施設として5部屋以上14部屋以下の宿泊設備を備えており、設備が充実し、質の高いサービスを提供するものである。リゾートは、自然を観光資源とする地域に造られた宿泊施設で、充実した設備を有し、質の高いサービスを提供するものである (ラオス旅行法 2005 第1章「総論」言葉の定義)。

<sup>13</sup> レストランは、飲食サービスを提供する施設であり清潔な設備と質の高い食べ物、サービスを提供する (ラオス旅行法 2005 第3章「旅行業」第5節「飲食および娯楽」)。

<sup>14</sup> 娯楽には、音楽演奏、舞踊、歌謡、国際音楽 他があり、ラオス文化習慣を表すものである。娯楽は、ホテル、レストランまたは、その他別途法律で定められた場所で行われるものである (ラオス旅行法 2005 第3章「旅行業」第5節「飲食および娯楽」)。

ている。

このように旅行者数が増加し、そこから得られる収入が拡大してきたことから、近年のラオス政府のツーリズムへの期待は大きくなっている。2011年にLNTAがMICTに統合という形ではあるが、実質的に省に昇格したことや、また、第8次国家社会経済開発5カ年計画には明確に国家の優先開発産業と明記されていることからその期待が窺い知れる。

ここまで、統計データを基にラオスツーリズムの現状を考察してきた。次に、ラオスの外国との関係において重要な位置を占めるASEAN諸国との関係からラオスツーリズムを考察してみたい。

#### 1.4 ASEANツーリズムの現状

UNWTOによると、1950年に2,500万人であった世界の国際旅行者数<sup>15</sup>は、2015年に11億8千600万人となったことが報告されている<sup>16</sup>。それら国際旅行者から得られる旅行収入（宿泊、飲食、遊興、買物やその他サービス）は、1兆2千600億米ドルに到達し、その経済効果は直接・間接効果を含め世界の国内総生産額の10%を占めるとしている<sup>17</sup>。旅行収入は、マクロ経済統計において国際旅行者の受入国では輸出に、送出国では輸入に計上されるため、多くの国ではインバウンドツーリズムは、外貨獲得源として、また、雇用創出や経済発展のための重要な貢献産業として捉えている。そのため、多くの国がツーリズムの持つ経済効果に期待を寄せており、ASEAN加盟国の中には、観光立国としてその経済効果に浴してきた国もある。

UNWTOによると、国際旅行者の市場占有率は、ヨーロッパやアメリカ、北東アジアが地域別ではトップ3となっている。それに続くのが東南アジアであり、2014年には約9,700万人の

旅行者が同地域を訪れており、2005年から2014年の平均増加率は7.9%と他の地域に比較しても高い水準を維持している。そこで、ASEANのツーリズムの現状とその政策、さらにラオスツーリズムへの影響について検討してみる。

##### 1.4.1 ASEANツーリズムトレンド

ASEAN事務局より入手した2013年と2014年のASEAN加盟国の旅行者到着者数とその増加倍率を表5に示した。2014年のASEAN諸国を訪れた旅行者数は約1億3百万人で、2008年の旅行者数が約6千5百万人であったので、6年間で1.6倍に増加している<sup>18</sup>。最も多く旅行者を受け入れているのはマレーシアで約2千7百万人、次いでタイの約2千4百万人、そして、シンガポールの約1千5百万人であった。しかし、注目したいのはASEAN加盟国のうち後発加盟国であるカンボジア、ラオス、ベトナム、そしてミャンマーの旅行者数の増加である。前述3カ国と比較すると現時点での旅行者数は少ないが、2014年の4カ国の合計旅行者数が約1千9百万人、ASEAN全体の約18.9%を占めるまでに増加し、2008年のそれの2.1倍にまで増加した。ASEAN諸国の中でもそれら4カ国に関心が高まっている証拠である。

表6はASEAN加盟国の2014年の旅行収入の受取額をまとめたものである。最も収入額が大きいのはマレーシアで約198億米ドル、次いでシンガポールの約152億米ドル、そして、インドネシアの約111億米ドル、ベトナムの約110億米ドルであった。一方、最も少なかったのがブルネイの約2億2千万米ドル、次いでラオスの6億4千万米ドルであった。ラオスとはほぼ同数の旅行者を受け入れているカンボジアの旅行収入額は27億米ドルとなっており、ラオスはその4分の1ほどであった。また、ラオスよりも旅行

<sup>15</sup> 「国際旅行者」は、国境を越えて到着した旅行者を指し、観光目的以外の旅行者も含む。

<sup>16</sup> UNWTO Tourism Highlights 2016 edition, p.2.

<sup>17</sup> 同上, p.3.

<sup>18</sup> UNWTOの旅行者数と異なっているのは、集計時期の違いのためである。

表5 ASEAN加盟国の到着旅行者数とその増加倍率（2008年・2014年）

No.	国名	2008 (千人)	2014年 (千人)	旅行者増加数の倍率 2008/2014 (倍)
1	ブルネイ	226	2,517	11.1
2	カンボジア	2,126	4,503	2.1
3	インドネシア	6,429	9,435	1.5
4	ラオス	2,005	4,159	2.1
5	マレーシア	22,053	27,437	1.2
6	ミャンマー	661	3,081	4.7
7	フィリピン	3,139	4,833	1.5
8	シンガポール	10,117	15,095	1.5
9	タイ	14,598	24,810	1.7
10	ベトナム	4,254	7,874	1.9
	ASEAN合計	65,606	103,745	1.6

注：統計期間は、各国各年の1月～12月である。但し、ブルネイのみ1月～8月の統計。

出所：2008年の旅行者数は、ASEAN Tourism Statistics Database (compiled from data submissions, publications/reports, and/or websites of national tourism organizations/agencies. (06 Aug. 2013) より、2014年の旅行者数は ASEAN Secretariat, ASEAN 加盟国からの報告に基づく統計資料を基に筆者作成。

表6 ASEAN加盟国の旅行収入受取額（2013年・2014年）

No.	国名	2014 (百万米ドル)
1	ブルネイ	223
2	カンボジア	2,736
3	インドネシア	11,166
4	ラオス	641
5	マレーシア	19,808
6	ミャンマー	1,790
7	フィリピン	4,838
8	シンガポール	17,660
9	タイ	5,647
10	ベトナム	11,000
	ASEAN合計	75,509

注：統計期間は、各国各年の1月～12月である。

出所：ASEAN Secretariat, ASEAN 加盟国からの報告に基づく統計資料を抜粋、筆者和訳。

者数の少ないミャンマーの旅行収入額は17億米ドルであった。単純に推察するならば、カンボジアやミャンマーの旅行者1人当たりの消費額が、ラオスのそれよりも大きくなっているということである。その理由はいくつか考えられるが、例えば、滞在費（宿泊費、食費、その他）

が高い、消費を促す環境（遊興施設等）がより多く存在する、滞在日数が長いなどである。いずれにしても、ラオスの観光産業は他の国の観光産業に比較して収入が少ないということは、今後の課題である。

ここまで、ASEANのツーリズムを旅行者数

と旅行収入額について現状をみてきた。ツーリズム産業は、旅行者数の増加が旅行収入と直結しており、増加傾向が続くかぎり、経済的な効果も大きくなっていくだろう。その点を踏まえて、より経済的効果を大きくするためのツーリズム開発の実施とそのための ASEAN 域内におけるツーリズムの協力が行われることが期待される。

#### 1.4.2 ASEANのツーリズム政策

ASEAN のツーリズム部門の最高機関は加盟国のツーリズムの担当大臣で組織される ASEAN 観光大臣会議 (ASEAN Tourism Ministers) であり、その下に ASEAN 国家観光機構 (ASEAN National Tourism Organizations: ASEAN NTOs) が置かれている。ASEAN NTOs には、開発、マーケティング、人材育成、その他の個別のワーキンググループが設置され、そこで議論された内容が年に 2 回開催される ASEAN NTOs 会議において報告され、さらに ASEAN 観光大臣会議に提出され決議されることとなっている。それらの各国間の調整業務を行っているのが ASEAN 事務局 (ASEAN Secretariat: ASEC) のインフラストラクチャー局 (Infrastructure Division) のツーリズム部 (Tourism Unit) である。

2015年、ASEAN NTOs は、フィリピン観光省 (Philippine Department of Tourism) を主調整者として ASEAN 観光戦略2016-2025 (ASEAN Tourism Strategic Plan 2016/2025:ATSP2016/2025) を作成、ASEAN 観光大臣会議の承認を経て発行した。ATSP2016/2025 概要によると、ポスト2015に向けた「包括的で」、「環境に配慮した」、「知識ベース」の経済成長に向けた、より戦略的なアプローチを構築することを目的とし

ている。そこには、ASEAN を「一つの旅行目的地としたマーケティング」、「質的基準」、「人的資源開発」、「連結性」、「投資」、「コミュニティの参加」、「安全と治安」、「自然と文化の保護」などの観点が盛り込まれている。そして、そのビジョンとして以下のように述べられている。

*「ASEAN は、2025年までにユニークで多様な ASEAN 体験を提供することによって質の高い観光目的地となることを目指す。そして、責任ある、持続可能で、包括的かつバランスのとれた観光開発が約束されることで、ASEAN の人々の社会経済的幸福に貢献する」*

上述のビジョンを達成するためにこれまで ASEAN で構築してきた ASEAN Tourism Standard を始めとする ASEAN におけるツーリズムに関する基準<sup>19</sup>や人材開発のための協定である観光専門家の相互評価協定 (Mutual Recognition Arrangement of Tourism Professionals: MRA-TP) の実施とアジア開発銀行が実施している ASEAN 域内の地域開発プログラムである大メコン流域プログラム (The Greater Mekong Sub-region: GMS) との連携について述べている<sup>20</sup>。ATSP2016-2025 は、ASEAN が今後10年間において域内を一つの旅行目的地として、観光開発と旅行者誘致のためのマーケティング、人材育成についての長期的な計画を含み、それらを実行していくためのスケジュールと実行状況のモニタリングと評価について定めている。ASEAN NTOs は、ASEC の調整の下で、ATSP2016-2025 の戦略に沿って各項目についてのワーキンググループを組織し、計画、実施、評価を行っていくこととなる。このように、ASEAN が足並みを揃えて、基準を作成、実施

<sup>19</sup> ASEAN NTOs のワーキンググループで作成された基準は現在 8 種類ある。

詳細は ASEAN 事務局ウェブサイトを参照のこと。ASEAN Secretariat website,

<http://asean.org/asean-economic-community/asean-tourism-ministers-meeting-m-atm/other-documents-2/>

<sup>20</sup> GMS は、アジア開発銀行が1992年に開始したメコン川流域地域に対する開発援助のプログラムで、中国、カンボジア、ラオス、ミャンマー、カンボジアが含まれる。

していこうというものであるが、ASEANが多様性に富んだ地域であり、また加盟国間における開発格差、それは基本的な国家の発展はもとより、観光開発における開発格差も含めて、国によってその状況が異なっているため、全ての加盟国が同様に前述の基準や協定を遵守していくことは困難であることも事実である。

筆者は、2013年から2015年にかけて ASEAN NTOs のワーキンググループの一つであった、ASEAN Community-Based Tourism Standard<sup>21</sup>作成の会合に立ち会う機会があった。この基準は4部で構成される総ページ数253ページにおよぶものである。そして、その内容はASEAN全体を想定して作成されたものであることから、国や地域によっては適切ではない部分もある。つまり、各国はこの基準を基に自国の状況に対応した基準を作成し、それを使えるオフィサーを育成しなければならないため、その活用には、時間とコストがかかることになるだろう。

ASEANにおけるツーリズム部門における協力関係は、旅行者が域内のどの国、どの地域を訪れても快適に旅行を続けることができるような観光開発と人材育成を行い、競争力をつけ、一体となった観光目的地となるということをめざすものである。しかし、加盟国間の状況に差異がある以上、容易にその実現をすることは困難であり、故により一層の加盟国間の協力が必須となるだろう。

#### 1.4.3 ASEANのラオスツーリズムへの影響

第1章の表1に示したように、2015年のラオス訪問者数約468万人のうちASEAN加盟国からの訪問者の数は約359万人で76.6%を占めている。しかし、そのうち351万人は、タイおよびベトナムからの訪問者で、その他のASEAN加盟国8カ国からは約8万人の2.2%にすぎない。表7は、2011年から2015年の5年間のラオスを訪問した出身国別の旅行者数の推移をまとめた

表7 ラオスのアジア・大洋州地域からの旅行者到着数の推移（2011年～2015年）（単位：人）

国名	2011	2012	2013	2014	2015
合計訪問者数	2,723,564	3,330,072	3,779,490	4,158,719	4,684,429
アジア・大洋州計	2,464,651	3,061,115	3,473,111	3,854,441	4,367,480
ASEAN計	2,191,224	2,712,478	3,041,233	3,224,080	3,588,538
ブルネイ	354	583	582	564	865
カンボジア	7,561	15,140	12,180	15,342	20,625
インドネシア	3,338	4,256	4,888	4,812	6,019
マレーシア	17,702	22,785	26,035	24,312	24,095
ミャンマー	1,765	1,730	1,947	2,157	2,661
フィリピン	11,847	14,281	16,318	15,719	16,709
シンガポール	7,130	10,545	9,685	9,621	8,258
タイ	1,579,941	1,937,612	2,059,434	2,043,761	2,321,352
ヴェトナム	561,586	705,596	910,164	1,108,332	1,187,954

出所：2015 Statistical Tourism in Laos、Table 5、12頁より筆者作成。

<sup>21</sup> Community-Based Tourism とは、コミュニティに存在する観光資源を活用し、住民参加による、住民に裨益する観光開発を指し、ASEANにおけるそうしたコミュニティにおける観光開発の基準を設け、ASEAN域内の観光開発の均質化を図ることを目的として作成された。近年 APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) や PATA (Pacific and Asia Travel Association) などでも基準が作成されている。

ものである。ASEAN加盟国からの旅行者数はいずれも増加傾向にあり、域内からの人の往来がラオスの旅行者数増加に貢献していることは間違いないだろう。しかし、5年間の推移を見ても、タイ、ベトナムからの旅行者数が一貫して大部分を占めている。タイ、ベトナムからの訪問者数が多い理由は、地理的に国境を接している国同士であることから、歴史的にも人々の往来が多かったこと、さらに第1章でも述べたように道路整備、メコン川架橋による交通インフラの発展がボーダーパスを利用した日常的な仕事や買い物などを目的とした往来者の増加を促したこと、そして、タイ、ベトナムからの外国投資が増加し、それらビジネス目的の人々の往来が頻繁になったことが要因として考えられるだろう。

ASEANのツーリズム政策は、ASEANが一つの巨大なツーリズム目的地となるよう観光インフラの発展を促し、人的資源開発を行い、域内のどの国、地域であっても旅行者が満足を得られるような観光開発を行うというものであるならば、域内からの旅行者数が少ないことは大きな問題ではないのかもしれない。しかし、見方を変えると、AECの単一生産拠点・市場の創設という点を意識するならば、ASEAN諸国の企業やその工場がASEAN域内の各地に点在していても不思議はなく、それにとまって人の往来が生じているはずである。しかし、旅行者数実績値からそうした傾向は弱いといっていよう。ラオスは、タイ、ベトナム以外の加盟国との関係も強化していくべきであり、それによってAECを通じた経済的恩恵を最大化する機会が得られるのではないだろうか。また、ラオスにとって域内外との経済的、文化的な関係性を強めていく余地が大きいと捉えるならば、今後のラオスの経済・社会の発展性は大きくなるだろう。

## 2. ラオスツーリズムの課題と提言

### 2.1. 過去の課題に対する考察

表8 ラオスツーリズムの課題

(1) 航空運輸の脆弱性
(2) 広範なインフラ整備の遅れ
(3) 観光人材の不足
(4) 首都ヴィエンチャンの梘子入れ
(5) メコン流域諸国との連携による観光促進

出所：神澤隆、2003、『ラオスの開発と国際協力』、「観光資源と開発」、267-270頁、めこん より筆者が要約。

神澤は表8に示すように、ラオスツーリズムについて(1) 航空運輸の脆弱性、(2) 広範なインフラ整備の遅れ、(3) 観光人材の不足、(4) 首都ヴィエンチャンの梘子入れ、(5) メコン流域諸国との連携による観光促進の5つの課題を提起した(神澤 2003)<sup>22</sup>。神澤が提起した課題は、ラオスの旅行者数が50万人を超え、1999年に1回目の観光年を実施した後の頃の状況を踏まえて提起したものであるが、現在のラオスツーリズムの発展にも共通する課題を有しており、これらに対する考察を試みたい。

まず「航空運輸の脆弱性」についてであるが、これについては2015年現在改善の途上といえるだろう。現在ラオスにはヴィエンチャン、ルアンパバーン、サワナケット、パクセの計4カ所の国際空港が開設され、就航航空会社はラオス国営航空を含む11社に、就航先は7カ国12都市と増えている(表9)。また、ラオス最大の国際空港であるヴィエンチャンのワッタイ国際空港は、日本の支援の下で空港拡張事業が行われてきた。とはいえ、ラオスに就航している国際航空路線はいずれも東南アジア県内の短距離路線に止まっており、近隣国の国際空港がヨーロッ

<sup>22</sup> 神澤隆：2000年から2003年に国際協力機構(Japan International Cooperation Agency: JICA)の専門家として旧LNTA長官付きアドバイザーとしてラオスのツーリズムに携わった

表9 ラオスに就航している航空会社と就航先（2016年現在）

航空会社名	就航先
ラオス国営航空	バンコク、チェンマイ、ハノイ、仁川、釜山、広州、昆明、長沙、シェムリアップ、シンガポール
ラオ・セントラル航空	バンコク
タイ国際航空	バンコク
バンコク・エアウェイズ	バンコク
タイ・エアアジア	バンコク
シルクエア	シンガポール
ベトナム航空	ハノイ、ホーチミン
中国東方航空	昆明
中国南方航空	広州
エアアジア	クアラルンプール
ジンエア	仁川
国内線	就航先
ラオス国営航空	ルアンパバーン、ボケオ、ルアンナムター、ウドムサイ、パクセ、シェンクワン、サワナケート
ラオ・セントラル航空	ルアンパバーン

出所：各航空会社ホームページより筆者作成。

バヤ米国、オセアニアなどの長距離路線を持っていることと比較すると依然として脆弱であり、最も経済的効果が大きいと予想される国際旅行者を獲得していくためには重要な課題である。

次に広範な「インフラ整備の遅れ」については、2000年以降大きく改善したといつてよいのではないだろうか。神澤は、ラオスの観光地の多くが農村地域にあるため、そこまでのアクセス道路が雨季になると通行不能となるなどの道路状況の不備について指摘している。近年のラオスの道路状況についてみると、2000年の道路の総延伸距離は約2万キロメートルであったが、2014年には約4万7千キロメートルに伸びている。舗装率は17.4%に止まっているものの、国道整備が進み、また、タイとの国境となっているメコン川に橋が架けられたことによって陸

路による入国が可能となったことは大きな進展であろう<sup>23</sup>。また、神澤は農村地域に存在する観光地へのアクセス道路が雨季になると通行不能となる点について指摘しているが、GMS観光インフラ整備プロジェクトなどの開発ドナーの支援により改善が行われている。また、電気供給事情については飛躍的に改善されており（全国普及率約85%）、北部や南部の遠隔地（約50~60%）を除けば概ね良好な状態が維持されている<sup>24</sup>。通信網については、ラオス統計年報2014年版によると、携帯電話のネットワークは全国17県148の郡すべてに行き渡っているとしており、携帯電話の普及率も67.0%と2009年-2014年で29.8%増加しているとされている<sup>25</sup>。携帯電話の普及により遠隔地を除けば通信自体に問題はない状態となっている。一方で、医療

<sup>23</sup> Lao PDR Statistics 1975-2005", Table 72, p.89. および Lao PDR Statistical Yearbook 2005-2015 Table 54, p.69.

<sup>24</sup> Lao Population and Housing Census 2015 Provisional Report, p.24.

<sup>25</sup> Lao PDR Statistical Yearbook 2014, p.101, および UNDP, 2015, "Human Development Report 2015", p.264.



については改善されているとはいえ、いまだ不安は残っており、ゲストハウスやホームステイを受け入れている村によっては、医療施設までの距離が遠い地域もあり旅行者を受け入れる上で重要な課題である。また、重病の場合、ヴィエンチャンでさえ外国人はタイ・ノンカイ県の病院に移送することもあることを鑑みると、医療の問題についてはツーリズムのみならずラオス全体の課題として重要である。ところで、ラオスが受け入れる旅行者数の増加と共に、観光インフラについても整備が進んできたと考えられる。観光インフラには、宿泊施設やレストラン、遊興施設、また観光地施設が想定されるが、年々ホテルやその他の宿泊施設の軒数、客室数、レストランや遊興施設数も増加している点については第1章でも述べた。また、第8次国家社会経済開発5カ年計画（Five Year National Socio-Economic Development Plan VIII: NSEDP VIII）のサービス部門の主要な目標に25カ所の観光地開発を挙げている（NSEDP VIII 81-82頁）。旅行者に魅力のある観光地が増加すれば、それにともない、旅行者の滞在日数も増え、旅行収入も増額することを期待しての目標であろう。

三つ目の課題として挙げられているのが観光人材の不足である。ツーリズム産業の発展にともない、そこに携わる人材育成も促される。MICTは、予算の制約がある中で、ツーリズム分野の公務員に対する研修や、民間のツアーオペレーターの観光ガイドに対するライセンスの発給のための2ヶ月間の研修を課すなどしている。しかし、人材の質の向上はやはり大きな課題として残されている点で、今後研鑽されるべき課題であろう。ASEANが作成したMRA-TPと関連のマニュアルは、ASEANの観光分野における格差是正のための基準でもあり、ツーリ

ズムにおけるプロフェッショナルを育成するためにも大いに活用されるべき素材である。また、その他のASEAN基準を参考にラオスツーリズムの質の向上を図ることは、ラオスがツーリズム産業を発展させ、経済効果を最大限にするために必要不可欠なことである。

神澤が4番目に指摘した「首都ヴィエンチャンの梘子入れ」の課題は、当時北部の古都で世界遺産に登録されたルアンパバーンへの旅行者が増加し、特に観光目的の旅行者が首都ヴィエンチャンを素通りしてしまうのではないかとこの点にあった。当時の神澤の指摘は稀有であったのではないかと思わせるほどの発展を見せているのが現在のヴィエンチャンの姿ではなからうか。ラオスのGDPは、2006年以降大きく増大し、ヒト、モノ、カネはヴィエンチャンに集積している。例えば、ラオスで最も人口の多い県は、サワナケット県で97万4千人が居住している。次いで人口の多い県が首都ヴィンチャンであり82万8千人である<sup>26</sup>。しかし、人口密度で見ると、ヴィエンチャンは209人/km<sup>2</sup>、サワナケット県は45人/km<sup>2</sup>となっておりヴィエンチャンへの人口集積が認められる<sup>27</sup>。また、首都ヴィエンチャンの1人当たりGDP（2006-2010年）は2,148米ドルと国内で最も高く、産業構造を見ても農業19.6%、工業44.7%、サービス業35.6%となっており他の県とは異なり、農業の割合が低く、工業やサービス業に集中している状況となっていることからヴィエンチャンへのヒト、モノ、カネの集積は明らかである<sup>28</sup>。ツーリズムにおいても、ヴィエンチャンはラオスの中央に位置し、国際線の就航路線が最も多く、第1友好橋によってタイ・ノンカイ県と連結しているため最大の入国ポイントとなっている。また、近年のヴィエンチャン中心街では、

<sup>26</sup> Lao PDR Statistical Yearbook 2014, p.22.

<sup>27</sup> Lao Population and Housing Census 2015 Provisional Report, p.18.

<sup>28</sup> ヴィエンチャン都以外の産業構造の割合は、概ね農業36%~70%、工業14%~39%、サービス業11%~35%となっている。The Seventh Five-Year National Socio-Economic Development Plan (2011-2015), p40.

明らかに外国人を意識したと思われるレストランやカフェが出店し、また、外国企業の出資による大型のショッピングモール、チェーンホテルの出店など旅行者を惹きつける素材も増えており、ツーリズムにおけるヴィエンチャンの空洞化は起きていないといえる。

五つ目の「メコン流域諸国との連携」についてであるが、これについても MICT および PICTD は高い意識を持っており、PICTD は最も近いタイやベトナム、カンボジアなどの最寄りの県観光局と定期的な会議を開催し連携を模索し、イベントの共同開催などを行っている。また、NSEDV VIII には、ASEAN や GMS、またアジア太平洋ツーリズム協会 (Pacific Asia Tourism Association: PATA) とウェブサイトを通じた広報における連携の強化について言及しており、メコン流域諸国のみならず、ASEAN やアジア太平洋地域との地域連携を意識しているようである。こうした連携は、広報だけではなく、より積極的な相互送客につながるような活動が必要であろう。そのためには、国、県レベルで情報共有を密にし、具体的なアクションプランとスケジュールを作成し実施するレベルにまで発展させなければならないだろう。

ここまで、2003年に神澤が指摘したラオスツーリズムの課題について現在に照らし合わせ考察を行った。神澤が指摘した課題は、ツーリズム開発においていずれも重要かつ基本的なものである。そして、それらの課題については、ラオスの経済発展に伴い、徐々に改善がなされてきているが、各論で述べてきたようにすべての課題が解決されたわけではなく、引き続き観光振興への取り組みの中で改善されていくべきである。

次節では、さらに現在のラオスツーリズムの課題とそれらに対する提言を試みたい。

## 2.2 現在のラオスツーリズムの課題と提言

### 2.2.1 ラオスツーリズム戦略の策定と課題

MICT では、2014年以來新たなラオスのツーリズム開発の指針としてラオスツーリズム戦略 2016-2020の策定を開始した。ところが、同じ2014年11月に第25回 ASEAN 首脳会議で、2015年以降の ASEAN 共同体に関するネピドー宣言が採択され、2016年から2025年の期間において目標とすべき AECの姿を描いた ASEAN 経済共同体ブループリント 2025 (ASEAN Economic Community Blueprint 2025: ブループリント 2025) が策定されたことにより、MICT が作成中であったラオスツーリズム戦略も2016年から2020年までではなく、2016年から2025年までの長期戦略とすることが決定された。その結果、戦略の作成は大幅に遅れ2016年5月現在完成していない。観光マーケティング局長に確認したところ、大枠の案が完成したところで、鋭意作成を進めているとのことであった。AEC が発足した現在加盟国との協力関係を含むラオスのツーリズム振興に係る戦略の作成が遅れていることは重要な問題であり、早急に作成されることが期待される。こうした、長期的な戦略とそれに伴う中期的、短期的なアクションプランが作成され、その計画に沿って様々なプログラムを進めていくことはラオスツーリズムのみならず、ADB を始めとするドナーによる開発援助計画にも支障を来すことになりかねない。その点でも MICT は、早急に戦略を取りまとめるべきである。

もう1点ラオスの観光振興戦略に関わることを指摘しておきたい。ラオスは過去にもドナーの協力を得て「ラオスツーリズム戦略2006-2020」や「ラオスエコツーリズム開発戦略2005-2010」といった戦略計画を策定した。また、2010年には、官民連携によるラオス・ツーリズム・マーケティング評議会<sup>29</sup>が組織され、ラオ

<sup>29</sup> Lao Tourism Marketing Board: LTMB は、MICT 観光マーケティング局、民間旅行者、ラオス観光協会等の代表者等で構成される、ラオスの観光マーケティングについて協議する組織。

ス・マーケティング戦略計画<sup>30</sup>が策定され共有された。その後、観光年実施にあたり JICA が実施した技術プロジェクトであるラオスパイロットプログラム観光振興コンポーネント<sup>31</sup>のサポートもあり、官民連携による観光年実施小委員会が組織され、2012年まで定期的な官民の会合が開催されていたが、2013年以降官民による会合は開催されていない<sup>32</sup>。また、それ以後官民連携による持続的なマーケティング活動も行われていない。その最大の要因は、官側の不安定な予算措置にあり、民間を巻き込んだ会合の開催や持続的なマーケティング活動が困難であることが挙げられる。「予算がないからできない」という言葉は、MICT、や PICTD 内では公然と聞かれることであり、2011年に LNTA が、情報文化観光省に統合され現在の形態になって以降、悪化しているようである。予算の確保とその拠出は、MICT や PICTD などの職員の仕事に対するモチベーションを保つためにも是正されるべきである。

## 2.2.2 観光統計データの正確な収集と分析の課題

ラオスの観光統計データは、観光開発局によって集計され、例年3月～4月に *Statistical Report on Tourism in Laos* として発行され公表されている。旅行者到着者数は、国内27カ所にある各国際空港または、National Checkpoint で回収された出入国カードから、その他各県における旅行者に関わるデータは、各県観光局によって集計されている。県観光局は、National Checkpoint に職員を派遣し、旅行者に対してアンケートを実施し、サンプルデータを収集、そこから UNWTO が定める統計データの基準で

ある TSA に準じて推計値を算出し公表している。

データ収集に際して観光開発局は、県観光局の職員に対して、統計データの収集についての研修を一年に一度実施し、正確なデータを収集するための指導を行っている<sup>33</sup>。しかし、観光開発局は、正確なデータ収集を指導してはいるものの、収集されたデータの信頼性と内容について疑念を持っているようであり、データ収集の質の向上について持続的に指導していく必要があるだろう。さらに加えて、統計データの分析についても開発局で行い、その結果については統計年報に掲載しているとのことであったが、実際に統計年報を読んでみると、分析結果についてはほとんど記載されていない。本来、集計された統計データから、旅行者の傾向を分析し、その結果をマーケティング活動に活かし、プロモーション活動を実施していくべきであるが、開発局、マーケティング局いずれでもそのような分析と、それに沿ったマーケティング活動が不十分であると言わざるを得ない。なお、観光マーケティング局にも観光マーケティング調査分析部 (Tourism Marketing Research and Analysis Division) が設置されており、独自の調査と分析を行っているが、当該部署の調査と分析結果については公表されていない。ツーリズムに関する調査と分析を行う部署が複数の局に設置されていることは悪いことではないが、それぞれの部局で調査、分析した内容がどこまで共有され、それらの情報をどう活用していくかが課題である。一般的に考えるならば、両部局の調査分析結果を統合して、ラオスツーリズム年報として公表すべきであろう。

<sup>30</sup> Laos Tourism 2011-2020 Marketing Strategy and Plan.

<sup>31</sup> Laos Pilot Program Tourism Promotion Component: LPPT は、2010年10月から2015年10月まで実施され、農業、環境、観光の3分野における技術協力プロジェクトであった。観光振興コンポーネントでは、2012年の観光年における官民連携によるマーケティング振興とコミュニティベースの観光開発における協力をを行った。

<sup>32</sup> 官側の認識では、小委員会はあくまで観光年を実施するための委員会であり、観光年終了とともに組織も解散したとの見方がなされている。

<sup>33</sup> 2013年、2014年は予算がなく実施されていない。

### 2.2.3 旅行関連の法制度、仕組みづくりの課題

第1章で紹介したようにラオスにも旅行法は定められている。しかし、その内容は旅行、または、観光に関連する定義づけに終始しており、また、旅行法を補足する施行令は定められていないようである。例えば、ターケークの例を挙げると、バスターミナルで客待ちをするトゥクトックが、到着した旅行者にたいして不適切な乗車料金を提示している問題が見られる。ヴィエンチャンにおいても、ラオス人と外国人とでトゥクトックの料金が異なることはラオスの旅行業界ではよく取りざたされる問題であるが、ターケークの例は度を超しており極めて悪質な例が散見される。また、ルアンパバーンでは、同地で有名な朝の托鉢への参加について、これも過度の料金を要求しているといった事例も散見される。

ここに挙げた例について対処するためには、現在のラオスにおいて困難な状況があることは承知している。トゥクトックの例については、その監督官庁が交通省および県交通局であり、観光省、観光局で即座に対応できる課題ではないという点で問題がある。托鉢の例については、托鉢体験の料金設定が明確ではない点、また、取り締まりはどの官庁で行うのかという点が明確ではないといった点で対応できていないと推察される。日本の旅行業法および旅行業法施行令は、もともと戦後の悪質な旅行者から消費者（旅行者）を保護するために制定され、旅行者の利便性を図り、安全かつ安心して旅行を行うことができること、そして日本の旅行業が健全に発展していくために必要なルールが定められている。さらに、運輸、宿泊、旅行者それぞれに約款が定められている。ここまで述べてきた点を踏まえ、ラオスの実情に即した、適切な旅行のルールを制定し、旅行者を保護し、ラオスの観光産業が健全に発展し、かつ観光産業

がラオス経済に貢献するような仕組み作りを行うことが必要である。

### 2.2.4 官民連携の課題

官民連携において重要な問題は、両者間に信頼関係が築かれていないことである。官側は、不安定な予算とその執行という問題があるため、積極的な官民挙げての開発やマーケティング活動を行うことができないという現実を抱えている。一方、宣伝活動の一環として、国内外で開催される観光展やキャンペーンイベントへの出展に際して、官側は、民間企業からの資金援助を期待しており、実際そうした働きかけが行われているようである<sup>34</sup>。一方、民間からは手続の簡素化などの意見が公式または、非公式に要望として出されているが、一向に改善されないことに対して不満を抱いている。しかし、民間が官に対して抱えている不満は、もっと根本的な問題のようである。以下に、筆者が2014年にヴィエンチャンに事務所を構える民間の旅行者にヒアリングを行った際に挙げられた不満をいくつか示す。

#### 実例1 外国からの団体ツアー受入れに際しての観光省への届け出

ツアーオペレーターは、団体ツアーの届け出をする際、観光省の3カ所の窓口に届け出を提出しなければならない。そのため、限られた人員で運営しているツアーオペレーター側としては、1名の社員を半日の間、届け出のためにとられてしまうため手続の簡素化を望んでいる。手続が簡素化されるならば、手続に係る費用が高くなっても構わないとまで述べている。しかし、MICTからのそれらの要望や提案に対する返事がない。

<sup>34</sup> 例えば、2015年4月にハノイで開催された観光展への出展経費はすべてサワンバガス（サワナケットにあるカジノホテル）が支出し参加している。

### 実例2 ガイドライセンス取得のための研修義務

外国からの旅行者のガイド業務を行うに当たり、ガイドは必ず観光省が実施する2か月間にわたるガイドトレーニングを受けなければならない。しかし、研修内容は実務的なものではなく、各ツアーオペレーターは自前でガイドを育成しており、これもまた大きな時間のロスであると考えており改善を希望している。

### 実例3 観光省だからこそ情報共有がなされない

例えば、全国にある国境における出入国情報(手続関連)など、ツアーオペレーターが取得困難な情報や、フェスティバル開催に関する情報など、公的機関であるからこそ迅速に得られる情報が、正確かつタイムリーに供給されることを望んでいる。

このように、様々な不満が民間側からは挙げられるが、民間側が最も不満を募らせている問題の核心は、それらに対する改善が見られないということに対する不満よりも、さまざまな意見やコメントを官側に伝えたとしてもそれに対するレスポンスがないことにある。官側からすると、個別の手続きに関しては、それぞれ担当部局が検討すべき内容が多く、その場合、部局を横断的に総括する部局または、担当者がいないため、意見を聞くのみにとどまり、その結果放置されていると推察される。こうした両者間の隔たりが、官民連携の妨げになっている点は否めない。

#### 2.2.5 MICTおよびPICTD内部の課題

ラオスの官公署では、典型的な縦割型行政による業務形態がとられている。業務実施上、上位下達で業務は行われ、部局間にまたがる横断的な業務については、その都度公式なレターを部局間同士で取り交わすこととなっている。そのため、例えば、開発局に上がってきた情報で、

マーケティング局に重要な情報が上がってきたとしても、その情報がマーケティング局に共有されることが少ないといったことがある。一例として、開発局が関与した観光地の情報について、マーケティング局が管理するウェブサイト上にアップされていないといったクレームが挙げられたことがあった。このケースに関しては、その後、ウェブ担当部署がウェブサイトの確認作業を行ったが、そもそも情報が共有されていなかった可能性もある。また、民間から上げられた手続き上の問題については、観光マネジメント局が管轄している業務であるが、仮にこの問題についてマーケティング局が情報を得たとして、マネジメント局に情報共有がなされるかという点、それも確実ではない。こうした点で、縦割型行政の弊害が散見される。

テクニカルスタッフレベルにおいても、同所属内での、他のスタッフの業務に関しては関知しないケースが多く、また、積極的に関与しようとする動きも見られない。むしろ、業務に対して消極的な姿勢が見られる。例えば、LPPTが2011年に構築したデータベースの管理について、そのための研修を受けたスタッフが組織改編のため異動した際に、研修で会得した技能の共有はスタッフ間ではなされなかったという。他にも、ウェブサイトまたは、ブローシャ作成のためのコンピュータソフトの技能について、同様に人事異動にともなう人員の変更があっても、それらの共有は行われなかった。

本来、マーケティングとは製品の生産からその宣伝、流通までの包括的な活動であり、製品が消費者の元に届き、消費者の満足を確認するところまでの作業が必要である。それは、ツーリズムにおいても同様のことであり、各担当部署が協働しなければならない。MICTを想定するならば、各部局間で密な情報共有を行い、ラオスのツーリズム産業が健全に発展し、旅行者の安全と満足を確保し、ラオスの経済に貢献することが重要である。そのためには、部局内、部局間が連携するための内部組織を作り、自由

に情報と意見を交換できるような環境を整備するべきである。

ここに述べた問題点の根本は、いずれもラオスの行政における大きな課題であり、是正するには、多大な労力と時間とコストが必要なことであるが、それらが改善されることが今後のラオスツーリズムの発展に不可欠である。

MICT 職員および PICTD 職員は、しばしばドナーによるトレーニング実施の要望に言及する。特に、国外で行われる研修である。いうまでもなく、これまで JICA や他のドナーによって様々な研修が実施され、職員たちが参加してきたし、それによって参加者のツーリズムやマーケティング、開発についてのスキルが向上してきた。よって、さらなる研修の実施と、それへの参加を望む声が多い。MICT や PICTD の職員の中には、若く、知識、スキルが不十分な者も多く、よって研修が必要であるという主張であるが、これまで研修に参加した職員が同僚に対して研修内容の共有を行えばすむ問題であろう。しかし、にも拘わらず、研修に対する要望が強く、あたかも、全職員がそれぞれ研修に参加しなければ知識や技能を会得できないかのごとくである。

2011年から3年間の予定で21世紀に向けた日本・シンガポールパートナーシッププログラム (Japan Singapore Partnership Program for the 21st Century: JSPP21) による観光マーケティング研修がシンガポールで実施された。当初、ラオスのみを対象とした研修であったが、3年目に至り、シンガポール側からの強い要請で、CLMV 4 か国に対象が拡大され、実施された。シンガポールが指摘したのは、当初本研修は、1年次から2年次、3年次と実施するにつれ、ステップアップするような研修とすることを前提としていた。しかし、ラオス側からの研修参加者はステップアップするどころか、英語力に問題のある研修員も含まれていたことから、対象を拡大して実施することとなった。つまり、1年次から3年次まで同じ研修員が3年続けて

派遣されても良かったはずである。しかし、ラオス側は、研修を受けたことのない研修員が毎年同様の内容を学ぶ場として認識していたということである。ラオス側としては、1人でも多くの研修員を派遣し、学ばせたいという意図であろうが、そこにドナーとレシピエントとの間での状況認識の相違があったということである。

さらに加えるならば、国内外の研修に参加し、知識や技術を学んだ職員は研修後、学んだことを活かすための仕事に携われるわけではなく、学んだ知識や技術を実践する機会が限られているという問題がある。学んだ知識や技術を、実務の中で活用することが個人の能力を高めることになり、その実践は同僚にも波及するのである。

MICT の内部的にも、また研修機会を提供するドナー側も、ラオスの自立かつ持続的発展を意図するのであれば、研修後の情報共有がなされ、実務に活かされるための促しをしていくべきであり、また、研修を受けた職員は、学びを最大限活かすような行動をとるべきである。

## 2.3 ラオス国家社会経済開発5カ年計画にみるツーリズム目標

NSEDP VIII は、ラオスツーリズムの2020年までに達成すべき目標数値を挙げている。まず、ラオスを訪れる旅行者数を600万人とすること (2015年は648万人)、そして、旅行者の平均滞在日数を10日以上とすること (2015年は国際旅行者で7.5日、地域旅行者が1~3日)、さらに旅行者から受け取る収入を最低でも9億5千3百万米ドルにする (2015年は国際旅行者と地域旅行者併せて約7億2千5百万米ドル) というものである。そのための政策として、25カ所の観光地の開発と一郡一品 (One District, One Products: ODOP) 運動の活用、ウェブサイトによる広報活動の強化と地域連携、また、2018年にラオスでは第3回目となる観光年の実施、さらに国内ツーリズムの振興などを挙げている。ラオスを訪れる旅行者数が百万人を超えた

2005年以降の旅行者数の増加率を算出してみると14.1%であった<sup>35</sup>。この増加率が維持され、自然災害や人災、感染症の流行、紛争といった負の影響がラオスに及ばないとするならば2020年までの600万人の旅行者受入は困難な目標ではないだろう。しかし、滞在日数の延長、旅行者収入の増加については、ラオスのツーリズムが旅行者に魅力的かつ快適な滞在ができるような環境を創り出すこと、そして、旅行者の支出を促すようなサービスの創出と産物の提供が重要な課題となるだろう。NSEDP Ⅷで述べられているツーリズムに関する目標や計画は、そうした課題を含んでおり、それらが確実に実施されることにより、目標達成が可能となるだろう。そして、そのためにも、ラオスツーリズムを主導する立場にある MICT や PICTD は、山積する課題を解決しなければならないだろう。

## まとめ

本稿では、ラオスツーリズム統計年報2015年版の統計データを基に、ラオスのツーリズムの現状について明らかにした。そして、今後ラオスにおいてツーリズム産業が国内経済に貢献するために取り組むべき課題について先人が挙げた課題に対しての現状と問題点、そして筆者自身が現状のラオスツーリズムを考察した結果対処すべき課題を述べた。

過去5年間、ラオスを訪れる旅行者数は急速に増加し、それに伴いツーリズム関連産業もまた発展しており、間違いなくラオス経済に重要な経済的効果をもたらしている。しかし、この傾向はラオスに限った事象ではなく、同国を取り巻く周辺国においても生じている。ASEAN 経済共同体の発足にともない“ASEAN as A Single Tourism Destination”のスローガンの下、各国が同様にツーリズム産業に期待し、また強

化しつつある。そのような状況下で、ラオスはそれら諸国と協力関係を進展させ、同時に競合していかなければならない。そのためには、本稿で述べた課題への対処は必要条件であると考え

る。ツーリズム専門家としての人的資源を育成するとともに、業務に対する姿勢、同僚、多部門、他省庁、民間セクターとの適切な関係を構築し、維持することのできる人材の育成が必要である。また、ラオスツーリズムが健全に発展し、旅行者が安全に、安心して、楽しめる旅行ができるための環境とそのための法制度を含めた仕組みづくりをしていかなければならない。さらに、国内外のツーリズムの現状を把握し、分析した上で発展のための長期的な視野と中長期の具体的な計画を含む戦略計画の構築とその確実な実施をしていかなければならない。こうした内包的な取り組みと同時に、ASEAN で作成されたさまざまな基準を満たし、国際的な競争力を身につけることも重要である。

ラオスは、自然豊かで、文化的多様性のある、人々も穏やかで平和な国であることから、ツーリズムが発展するためのポテンシャルの高い国である。そして、そうした資源を持続的に活用することで経済的な効果を受け、そして国民の社会経済生活を向上させることがラオスツーリズムに期待される。

<sup>35</sup> ラオス統計年報2015年に公表されている2005年から2015年までの年間旅行者数のデータを基に、年間増加率を算出、さらに年間増加率を幾何平均して算出。

〈参考文献〉

- 神澤隆 (2003) 「観光資源と開発」(木内行雄 西澤信 善 古川久継編 (2003) 『ラオスの開発と国際協力』めこん)
- 藤田昭雄 (2013) 「ラオスの観光産業の現状と展望」(鈴木基義編 2013 『変貌するラオスの社会と経済：現状と展望』 JICA ラオス事務所)
- 国土交通省ホームページ、観光庁『旅行業法 (2011年改訂)』、  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/ryokogyoho.html> (2016年8月5日)
- ASEAN Secretariat (2008) “ASEAN Tourism Standards”, Jakarta.
- ASEAN Secretariat (2013) “ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals Handbook”, Jakarta.
- ASEAN Secretariat (2015) “ASEAN Community Based-Tourism Standard”, Jakarta.
- National Statistics Centre, Committee for Planning and Investment (2005) “Lao PDR Statistics 1975-2005”, Vientiane, Table 72, p.89.
- Lao Statistics Bureau, Ministry of Planning and Investment (2006-2016), “Lao PDR Statistical Yearbook 2005-2015”, Vientiane.
- Lao Statistics Bureau, Ministry of Planning and Investment (2015) “Lao Population and Housing Census 2015 Provisional Report”, Vientiane.
- Lao Tourism Marketing Board (2010) “Laos Tourism 2011-2020 Marketing Strategy and Plan” Vientiane.
- Ministry of Information, Culture and Tourism (2005) “Lao PDR Tourism Strategy 2006-2020”, Vientiane.
- Ministry of Planning and Investment (2011) “Five Year National Socio-Economic Development Plan VII (2011-2015)”, Vientiane, Lao PDR.
- Ministry of Planning and Investment (2016) “Five Year National Socio-Economic Development Plan VIII (2016-2020)”, Vientiane, Lao PDR.
- The Law Committee of the National Assembly of Lao PDR, (2005) “Law on Tourism”, Vientiane, Lao PDR.
- Tourism Development Department, Ministry of Information, Culture and Tourism (2010-2015) “2009-2014 Statistical Report on Tourism in Laos”, Vientiane.
- Tourism Development Department, Ministry of Information, Culture and Tourism, (2016) “2015 Statistical Tourism in Laos”, Vientiane.
- ASEAN Secretariat website,  
<http://asean.org/asean-economic-community/asean-tourism-ministers-meeting-m-atm/other-documents-2/> (01 Aug. 2016)
- Bangkok Airways <http://www.bangkokair.com/eng> (05 Aug. 2016)
- China Eastern Airline, <http://www.flychinaeastern.com> (05 Aug. 2016)
- China Southern Airline, <http://www.csair.com/en/> (05 Aug. 2016)
- Air Asia, <http://www.airasia.com/jp/en/home.page> (05 Aug. 2016)
- Jin Air, <http://www.jinair.com/Language/ENG/> (05 Aug. 2016)
- Lao Airlines, <http://www.laoairlines.com> (05 Aug. 2016)
- Lao Central Airlines, <http://www.flylaocentral.com> (05 Aug. 2016)
- Thai Airways <http://www.thaiairways.com> (05 Aug. 2016)
- Silk Air, [http://www.silkair.com/en\\_UK/sg/home](http://www.silkair.com/en_UK/sg/home) (05 Aug. 2016)
- Vietnam Airline,  
<http://www.vietnam-airlines.flyvietnam.com> (05 Aug. 2016)



附録1 国際旅行者調査結果 (2015年)

ラオスツーリズム統計には、毎年開発局職員が国内のいくつかの場所で、国際旅行者に直接インタビューをして得た調査結果について公表している。2015年の調査は、ワットタイ国際空港、友好橋、ルアンパバーン県、そしてチャンパサック県において2800人の国際旅行者を対象として行われた。調査項目は、入国のルート、性別、年齢、職業、訪問目的、利用宿泊施設のタイプ、同行者の有無、訪問頻度、ラオスに関する情報の入手方法、関心事、訪問した県、滞在日数、消費額などである。

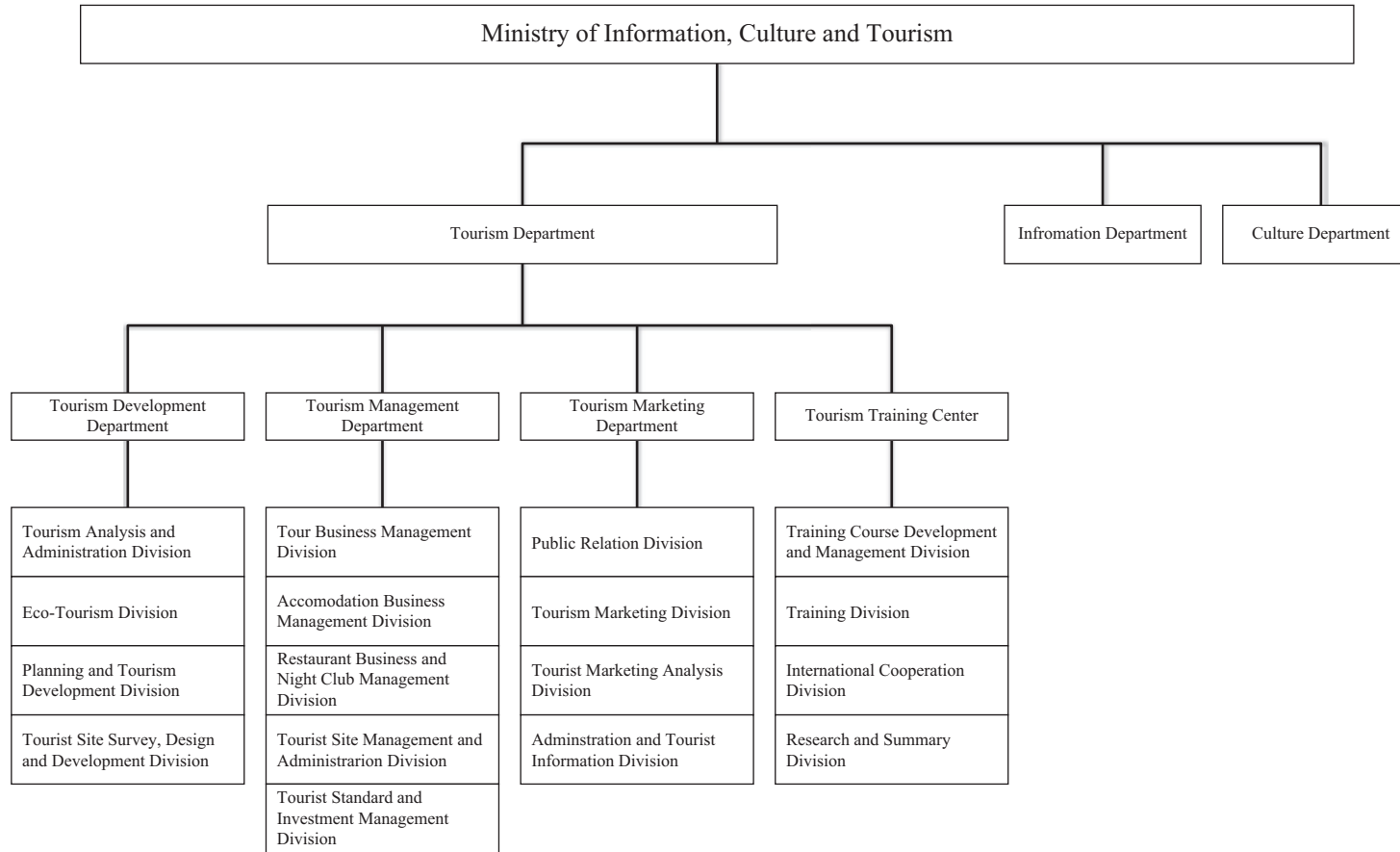
[2015年国際旅行者調査の結果]

調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
入国のルート	航空便	28.4	795
	陸路	71.6	2,005
性 別	男性	54.3	1,520
	女性	45.7	1,280
年 齢	15-19	1.1	31
	20-29	27.0	756
	30-39	26.1	731
	40-49	16.3	456
	50-59	14.3	400
	60-	15.2	426
調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
訪問目的	ビジネス	3.5	98
	休暇	91.1	2,551
	家族訪問	1.4	39
	公務、会議、セミナー	2.4	67
	その他	1.6	45
調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
訪問頻度	不明	4.0	112
	1回目	79.9	2,237
	2回目	8.2	230
	3回目	7.9	221
調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
ラオス情報の入手源	本、雑誌	13.8	386
	テレビ、ラジオ	12.0	336
	友人	23.8	666
	旅行会社	16.5	462
	インターネット	63.4	1,775
	ガイドブック	30.0	840
	その他	7.5	210

調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
ラオスについての 主な関心事	自然	66.8	1,870
	寺院、遺跡	69.2	1,938
	文化	74.0	2,072
	少数民族	33.9	949
	食	48.7	1,364
	ショッピング	15.3	428
	新しい目的地	34.5	966
	その他	13.5	378
調査項目	内 訳	割合 (%)	人数
この旅行で訪問した 他の国	ラオスのみ	37.4	1,047
	タイ	52.5	1,470
	カンボジアまたは中国または ヴェトナム	62.0	1,736
	その他東南アジアの国	16.0	448

出所：観光開発局、『ラオスツーリズム統計2015』、25-26頁、ラオス情報文化観光省より筆者作成。

附録2 ラオス情報文化観光省の組織図



出所：ラオス情報文化観光省観光マーケティング局長 Saly Phinmpinith 氏に確認、筆者作成。

附録3 国別旅行者到着者数と全体に占める割合の推移2003年～2015年

国名	2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
ブルネイ	357	0.1%	385	0.0%	385	0.0%	302	0.0%	234	0.0%	338	0.0%	267	0.0%	197	0.0%	354	0.0%	533	0.0%	582	0.0%	564	0.0%	865	0.0%
カンボジア	2,702	0.4%	3,871	0.4%	5,179	0.5%	3,888	0.3%	4,351	0.3%	5,482	0.3%	7,530	0.4%	6,908	0.3%	7,561	0.3%	15,140	0.5%	12,180	0.3%	15,342	0.4%	20,625	0.4%
インドネシア	1,443	0.4%	1,770	0.4%	2,784	0.5%	2,415	0.3%	2,032	0.3%	2,043	0.3%	3,158	0.4%	2,245	0.3%	3,338	0.3%	4,256	0.5%	4,888	0.3%	4,812	0.4%	6,019	0.4%
マレーシア	3,072	0.5%	4,563	0.5%	6,609	0.6%	6,846	0.6%	7,937	0.5%	15,625	0.9%	13,816	0.7%	15,427	0.6%	17,702	0.7%	22,785	0.7%	26,035	0.7%	24,312	0.6%	24,095	0.5%
ミャンマー	744	0.1%	939	0.1%	1,632	0.1%	1,126	0.1%	1,247	0.1%	1,698	0.1%	1,794	0.1%	1,652	0.1%	1,765	0.1%	1,730	0.1%	1,947	0.1%	2,157	0.1%	2,661	0.1%
フィリピン	2,618	0.4%	3,317	0.4%	5,247	0.5%	6,433	0.5%	11,401	0.7%	12,647	0.7%	8,331	0.4%	10,341	0.4%	11,847	0.4%	14,281	0.4%	16,318	0.4%	15,179	0.4%	16,709	0.4%
シンガポール	2,442	0.4%	3,409	0.4%	3,868	0.4%	4,511	0.4%	5,486	0.3%	4,866	0.3%	5,286	0.3%	6,087	0.2%	7,130	0.3%	10,545	0.3%	9,685	0.3%	9,621	0.2%	8,258	0.2%
タイ	377,748	59.4%	489,677	54.7%	603,189	55.1%	675,845	55.6%	949,452	58.5%	891,448	51.3%	1,274,064	63.5%	1,517,064	60.5%	1,579,941	58.1%	1,937,612	58.3%	2,059,434	54.6%	2,043,761	49.2%	2,321,352	49.6%
ヴェトナム	41,594	6.5%	130,816	14.6%	165,151	15.1%	190,442	15.7%	290,584	17.9%	351,384	20.2%	296,763	14.8%	431,011	17.2%	561,586	20.7%	705,596	21.2%	910,164	24.1%	1,108,332	26.7%	1,187,954	25.4%
オーストラリア	11,697	1.8%	15,149	1.7%	20,323	1.9%	22,021	1.8%	24,492	1.5%	28,180	1.6%	24,209	1.2%	30,538	1.2%	31,874	1.2%	33,878	1.0%	35,450	0.9%	44,964	1.1%	34,665	0.7%
中国	21,232	3.3%	33,019	3.7%	39,210	3.6%	50,317	4.1%	54,920	3.4%	105,852	6.1%	128,226	6.4%	161,854	6.5%	150,791	5.5%	199,857	6.0%	245,033	6.5%	422,440	10.2%	511,436	10.9%
インド	1,590	0.2%	1,845	0.2%	2,096	0.2%	2,100	0.2%	2,361	0.1%	2,652	0.2%	2,280	0.1%	3,231	0.1%	3,227	0.1%	3,275	0.1%	4,551	0.1%	4,547	0.1%	5,492	0.1%
日本	17,766	2.8%	20,319	2.3%	22,601	2.1%	23,147	1.9%	29,770	1.8%	31,569	1.8%	28,081	1.4%	34,076	1.4%	37,883	1.4%	42,026	1.3%	48,644	1.3%	44,877	1.1%	43,826	0.9%
韓国	5,442	0.9%	7,098	0.8%	9,189	0.8%	10,963	0.9%	13,060	0.8%	18,065	1.0%	17,876	0.9%	27,312	1.1%	34,707	1.3%	53,829	1.6%	81,799	2.2%	96,085	2.3%	165,328	3.5%
ニュージーランド	1,977	0.3%	3,021	0.3%	3,778	0.3%	3,567	0.3%	3,759	0.3%	4,364	0.3%	3,479	0.2%	4,393	0.2%	4,885	0.2%	5,418	0.2%	5,451	0.1%	5,200	0.1%	4,798	0.1%
台湾	3,316	0.5%	2,160	0.2%	4,739	0.4%	2,168	0.2%	2,731	0.2%	2,665	0.2%	2,519	0.1%	3,346	0.1%	5,029	0.2%	3,996	0.1%	4,771	0.1%	5,478	0.1%	6,131	0.1%
その他アジア	2,445	0.4%	8,749	1.0%	3,293	0.3%	2,573	0.2%	2,639	0.2%	3,621	0.2%	2,892	0.1%	4,254	0.2%	5,031	0.2%	6,358	0.2%	6,179	0.2%	6,770	0.2%	7,266	0.2%
オーストラリア	938	0.1%	1,394	0.2%	1,687	0.2%	2,041	0.2%	2,231	0.1%	2,843	0.2%	2,450	0.1%	2,565	0.1%	3,801	0.1%	2,860	0.1%	3,339	0.1%	3,835	0.1%	3,910	0.1%
ベルギー	3,762	0.6%	3,921	0.4%	4,256	0.4%	4,345	0.4%	4,553	0.3%	4,908	0.3%	3,868	0.2%	5,012	0.2%	5,241	0.2%	6,284	0.2%	6,046	0.2%	5,343	0.1%	5,289	0.1%
デンマーク	2,414	0.4%	2,563	0.3%	2,852	0.3%	3,658	0.3%	3,648	0.2%	3,657	0.2%	2,977	0.1%	5,359	0.2%	4,769	0.2%	5,054	0.2%	4,586	0.1%	5,065	0.1%	4,491	0.1%
フィンランド	982	0.2%	1,293	0.1%	1,494	0.1%	2,110	0.2%	2,335	0.1%	2,729	0.2%	1,985	0.1%	2,470	0.1%	2,742	0.1%	2,962	0.1%	2,735	0.1%	3,751	0.1%	3,013	0.1%
フランス	23,958	3.8%	27,806	3.1%	35,371	3.2%	32,453	2.7%	34,584	2.1%	39,077	2.2%	31,775	1.6%	48,844	1.9%	44,399	1.6%	46,903	1.4%	52,411	1.4%	52,146	1.3%	55,151	1.2%
ドイツ	12,146	1.9%	14,009	1.6%	16,752	1.5%	18,004	1.5%	19,299	1.2%	25,191	1.5%	17,710	0.9%	22,583	0.9%	21,280	0.8%	23,417	0.7%	29,250	0.8%	29,800	0.7%	31,897	0.7%
ギリシャ	179	0.0%	324	0.0%	271	0.0%	538	0.0%	510	0.0%	569	0.0%	537	0.0%	578	0.0%	451	0.0%	366	0.0%	433	0.0%	498	0.0%	878	0.0%
イタリア	3,241	0.5%	4,103	0.5%	5,032	0.5%	5,884	0.5%	6,605	0.4%	6,467	0.4%	5,481	0.3%	7,075	0.3%	6,977	0.3%	6,289	0.2%	8,822	0.2%	9,710	0.2%	8,990	0.2%
オランダ	6,638	1.0%	6,957	0.8%	7,796	0.7%	9,294	0.8%	10,017	0.6%	11,315	0.7%	8,504	0.4%	10,032	0.4%	9,164	0.3%	9,283	0.3%	10,899	0.3%	8,683	0.2%	8,429	0.2%
ノルウェー	1,652	0.3%	1,823	0.2%	2,176	0.2%	2,721	0.2%	2,748	0.2%	2,909	0.2%	2,221	0.1%	2,845	0.1%	3,178	0.1%	3,307	0.1%	3,531	0.1%	3,606	0.1%	3,499	0.1%
ロシア	1,031	0.2%	1,315	0.1%	1,672	0.2%	1,799	0.1%	2,270	0.1%	3,206	0.2%	2,861	0.1%	4,835	0.2%	7,019	0.3%	8,642	0.3%	11,649	0.3%	13,340	0.3%	12,532	0.3%
スペイン	893	0.1%	2,017	0.2%	2,560	0.2%	3,128	0.3%	3,392	0.2%	3,117	0.2%	2,962	0.1%	4,195	0.2%	4,652	0.2%	4,208	0.1%	5,127	0.1%	5,219	0.1%	4,856	0.1%
スウェーデン	4,244	0.7%	4,994	0.6%	6,460	0.6%	6,642	0.5%	7,035	0.4%	6,827	0.4%	4,150	0.2%	6,261	0.2%	5,926	0.2%	6,676	0.2%	5,194	0.1%	5,804	0.1%	5,465	0.1%
スイス	3,844	0.6%	4,310	0.5%	5,190	0.5%	5,957	0.5%	5,782	0.4%	6,526	0.4%	5,827	0.3%	8,622	0.3%	9,710	0.4%	10,096	0.3%	10,586	0.3%	9,064	0.2%	9,777	0.2%
英国	22,541	3.5%	27,402	3.1%	29,977	2.7%	31,684	2.6%	31,352	1.9%	36,038	2.1%	27,044	1.3%	32,272	1.3%	35,622	1.3%	35,694	1.1%	41,741	1.1%	39,061	0.9%	41,508	0.9%
その他ヨーロッパ	5,497	0.9%	7,861	0.9%	7,780	0.7%	8,677	0.7%	11,306	0.7%	13,377	0.8%	9,824	0.5%	13,592	0.5%	16,608	0.6%	13,761	0.4%	16,217	0.4%	14,406	0.3%	17,622	0.4%
カナダ	8,006	1.3%	9,048	1.0%	11,447	1.0%	12,419	1.0%	13,050	0.8%	14,695	0.8%	10,955	0.5%	13,637	0.5%	14,422	0.5%	16,744	0.5%	17,132	0.5%	19,096	0.5%	19,785	0.4%
米国	30,133	4.7%	37,181	4.2%	47,427	4.3%	46,829	3.9%	45,691	2.8%	54,717	3.2%	39,339	2.0%	49,782	2.0%	50,092	1.8%	53,380	1.6%	61,608	1.6%	61,460	1.5%	63,058	1.3%
その他アメリカ	1,314	0.2%	924	0.1%	1,187	0.1%	1,635	0.1%	2,722	0.2%	5,854	0.3%	3,054	0.2%	3,872	0.2%	5,476	0.2%	5,727	0.2%	7,159	0.2%	5,471	0.1%	6,144	0.1%
イスラエル	3,354	0.5%	4,088	0.5%	3,146	0.3%	4,781	0.4%	4,356	0.3%	4,090	0.2%	2,236	0.1%	3,700	0.1%	4,232	0.2%	3,241	0.1%	3,364	0.1%	4,068	0.1%	4,163	0.1%
その他中東・アフリカ	1,409	0.2%	1,366	0.2%	1,509	0.1%	1,844	0.2%	4,001	0.2%	6,176	0.4%	2,032	0.1%	3,871	0.2%	3,152	0.1%	4,063	0.1%	4,550	0.1%	4,852	0.1%	6,492	0.1%
合計	636,361	100.2%	894,806	100.2%	1,095,315	100.2%	1,215,107	100.1%	1,623,943	100.1%	1,736,787	100.2%	2,005,309	100.4%	2,508,066	100.3%	2,718,088	100.4%	3,324,345	100.5%	3,772,331	100.4%	4,153,248	100.4%	4,678,285	100.4%

出所：Ministry of Information, Culture and Tourism, ラオスツーリズム統計2015年版より抜粋、筆者作成。