

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 21 日現在

機関番号：37105

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2014～2016

課題番号：26580151

研究課題名(和文) 海外企業のメディア広告がタイ文化へ与える影響：文化人類学と言語学の学際的観点から

研究課題名(英文) The Influence of Media Advertisements of Foreign Companies on Thai Culture: from the viewpoints of cultural anthropology and linguistics

研究代表者

片山 隆裕 (KATAYAMA, TAKAHIRO)

西南学院大学・国際文化学部・教授

研究者番号：90169475

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,700,000円

研究成果の概要(和文)：片山隆裕は、文化人類学的観点からバンコクにおけるメディア広告、看板広告、交通広告に関する文献資料および広告サンプルの収集を実施し、その特徴を分析するとともに、海外企業広告がタイ文化に及ぼすイメージについてタイ人大学生に対するインタビュー調査を実施した。冬野美晴は、言語学的観点からタイにおける外国企業の影響を考察することを目的として、タイ、日本、韓国の企業の広告について、SD法による主観的評価調査分析を実施した。その結果、タイの企業広告における海外企業の文化的影響が果たす影響が示された。両者研究から、海外企業の広告がタイにおける広告文化にかなりな程度、影響を及ぼしていることが確認された。

研究成果の概要(英文)：Takahiro Katayama have collected data on media advertisements, signboard advertisements and traffic advertisements, etc. in the city of Bangkok, Thailand and analyzed data collected in the viewpoint of cultural anthropology. Also Katayama have interviewed with Thai university students on the influences of Japanese companies' advertisements on Thai culture. Miharu Fuyuno have investigated on the advertisements of Thai, Japan and Korea by using subjective investigation analysis method. Both Katayama and Fuyuno have found the influences of Foreign companies' advertisements on Thai culture.

研究分野：文化人類学

キーワード：タイ文化 海外企業 メディア広告 広告 グローバリゼーション ローカルな文化 ジェンダー 社会階層

1. 研究開始当初の背景

タイ、特に、「グローバル都市」であるバンコクには、メディア広告、交通広告、看板広告など、あらゆる広告が満ち溢れているが、従来、タイにおける広告の研究の蓄積は少なかった。特に、メディア広告には、映像情報、音声情報、テキスト情報などのマルチモーダルな情報が含まれており、さらに広告の発信者と受信者という、文化の異なりうる参加者が関わることから、文化人類学および言語学研究の対象として優れたものと言える。しかしこれまで、メディア広告は主にメディア学や広告学、マーケティング学、あるいは映像学などの分野で取り扱われることが多く、文化人類学と言語学の学際的観点による分析は未だ十分とは言い難い。そこで、本研究では、歴史的地理的背景から、多文化が混在しており、現代においても多国籍企業が展開するタイを対象に、タイにおける日系企業および海外企業のメディア広告を始めとする広告展開状況とそのタイ文化に与える影響を、文化人類学と言語学の学際的観点から分析することを目的としている。

2. 研究の目的

本研究の目的は、タイにおける日系企業と他の海外企業によるメディア広告をはじめとする広告を分析し、それらの広告が文化人類学と言語学の学際的な観点から分析し、タイ文化への影響を客観的に調査する点特徴的である。従来の広告分析は、メディア学、広告学、歴史学等の観点から分析されることが多く、文化人類学と言語学の学際的観点による研究は希少である。更に、タイにおける日系企業と他の海外企業の広告を比較分析したものは、ほぼ見られない。本研究によって、日系企業と他の海外企業の広告に表れる文化的特徴が明らかになり、そのタイにおける影響について調査が進めば、日本企業の今後の海外展開に役立つ情報が得られ、将来的には経済学などとの学際的研究の発展が期待できる。

3. 研究の方法

本研究では、収集した広告データの分析と、分析結果を基にした、タイ人への質問紙およびインタビュー調査という2段階の計画を立てている。まず、広告データの確保のため、タイにおける英字新聞、テレビ広告、雑誌広告、看板広告、交通広告などを収集する。収集したデータを、適宜、統計手法も用いながら、文化人類学と言語学の観点から分析する。分析結果に基づいて、質問項目を作成し、タイの人々へ質問

紙およびインタビュー調査を行う。これらの調査では、各国のタイにおけるメディア広告およびその他の広告と、それぞれの国に対するタイの人が抱くイメージの関係を明らかにし、タイにおける海外のメディア広告をはじめとする様々な広告の受容について調査する。調査結果を、文化人類学と言語学の観点から詳細に分析することで、海外企業のメディア広告はじめ様々なが、タイ文化へどのような影響を与えているか考察する

4. 研究成果

片山隆裕は、文化人類学的観点から、バンコクを中心にメディア広告、看板広告、交通広告などに関する文献資料および広告サンプルを収集して、その特徴を分析するとともに、日本企業をはじめとする海外企業広告がタイ文化に及ぼしているイメージについて、タイ人大学生に対するインタビュー調査を実施した。冬野美晴は、言語学的観点から、タイにおける日本企業をはじめとする海外企業広告の影響を考察することを目的として、タイ、日本、韓国の諸企業の広告について、SD法による主観的評価調査分析を実施した。その結果、タイの企業広告における海外企業による文化的影響が果たす影響が示された。すなわち、タイにおける海外企業の広告展開は、タイにおける広告文化にかなりな程度、影響をおよぼしていることが確認された。

<平成26年度>

片山隆裕は、バンコク市内における海外企業広告、メディア広告に関する情報収集を行った。BTS (Bangkok Mass Transit System) 地下鉄、バスなどにおける交通関連施設における海外企業広告、サイアム地区、スクムヴィット地区などを中心とした日本食レストランにおける食事・食品広告などを中心とした資料の収集を行った。また、国立チュラーロンコーン大学図書館ほかにおいて「広告論」に関する文献資料の収集を実施した。国内においては、「広告図書館 アド・ミュージアム東京」を訪れ、当該テーマに関連する資料を収集した。これらの基礎的研究資料収集活動によって、当該研究の先行研究のレビューが可能になると同時に、タイの

広告展開の概要が明らかになった。

冬野美晴は、タイ国（バンコク、チェンラーイ）を訪問し、広告資料の収集を実施した。バンコクにおいてはサイアム地区モールと BTS サイアム駅を中心に外国企業による化粧品広告を記録した。これをもとに、タイにおける外国企業の化粧品広告に現れる女性像について興味深い論考を発表した。

<平成 27 年度>

片山隆裕は、バンコクにおいて在タイ日系旅行企業が作成している旅行広告商品や旅行看板広告およびメディア広告を収集するとともに、関連旅行会社における広告戦略に関するインタビュー調査を実施した。また、チュラーロンコーン大学図書館ほか諸研究機関において「広告論」関連の文献資料の収集を行った。また、地方観光都市（カンチャナブリ）を訪問し、旅行広告に関する資料収集を行った。それらの資料を分析した結果、タイの旅行広告には、外国文化の影響がみられると同時に、ローカルなタイ文化との相互影響がみられることが明らかになった。

冬野美晴は、言語学の観点からの調査を実施した。特にタイにおける化粧品広告データを大規模商業施設店頭および女性向け雑誌から収集し、それに基づきデータベースを作成して分析を行った。店頭、雑誌ともに調査対象として設定したエリア・雑誌に存在した化粧品広告をすべて収集した。収集した広告は全 38 ブランドによるもので、タイ企業 5 ブランド以外は、すべて海外ブランドであった。広告内からキャッチコピーを抽出し、ミニコーパスを作成し、タイにおける化粧品広告の全体的な語彙特徴やタイ企業および日本企業の広告の語彙特徴を分析し、タイ企業の広告における海外企業の影響が観察された。

<平成 28 年度>

片山隆裕は、バンコクにおけるメディア広告、看板広告、交通広告に対するイメージおよび特徴、および、映像メディアみられる「日

本」「日本人」「日本文化」の特徴について、タイ人大学生に対する面接調査を実施した。その結果、日本文化・日本語を学んでいる大学生とそうでない大学生との間で、その受け止め方に違いがみられることが明らかになった。さらに、その映像メディア自体が、タイ人の観光行動に与える影響が多いことから、映像メディアに付随する広告が当該メディアの内容と関連のある外国や日本の広告である場合、タイ人の消費・購買行動に影響を与える可能性が高いことがわかった。

冬野美晴は、タイ人の印象評価からタイにおける外国企業の影響を考察することを目的として、タイの地場企業・日本企業・韓国企業による化粧品広告について、タイの人々を対象に SD 法による主観評価調査による分析を実施したところ、日本企業については「好ましい」「安全」「シンプル」「内面的」「自然」「効果的」などへの合致度が他国よりも高いことがわかった。タイ企業の広告については、「オリジナル/非オリジナル」の対比において最もニュートラルな印象を得ていることがわかり、他方、日本企業と韓国企業については同項目でどちらも「オリジナル」への印象が高かったことから、タイ企業の広告には他国からの影響がみられるという印象が抱かれていることが示唆され、メディア広告が果たす文化的影響が示された。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕(計 5 件)

冬野美晴 「タイにおける外国企業の化粧品広告に現れる女性像」(査読無し) 『言語科学』 第 50 号 2015 年 59 - 63 ページ

片山隆裕 「タイにおける広告文化の展開—グローバルゼーションとローカルな文化」(査読無し) 『国際文化論集』 30 巻 2 号 2016 年 1 - 14 ページ

冬野美晴 「タイにおける日本企業による

化粧品広告の語彙特徴 - コーパスアプローチから見える頻度と分布を中心に(査読無し) 『言語科学』 51号 2016年 61 - 68 ページ

片山隆裕 「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」(査読無し) 『国際文化論集』 31巻2号 2017年 1 - 13 ページ

Fuyuno, M. 2017 An Investigation into the Influence of Domestic and Foreign Companies Advertisements in Thailand: Evaluation and Subjective Impression by SD method (査読無し), *Linguistics Science, Vol. 52, pp. 47-59*

〔学会発表〕(計 0 件)

〔図書〕(計 0 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

片山 隆裕 (KATAYAMA, Takahiro)
西南学院大学・国際文化学部・教授
研究者番号： 90169475

(2) 研究分担者

冬野 美晴 (FUYUNO, Miharuru)
九州大学・芸術工学研究院・助教
研究者番号： 30642681

(3) 連携研究者

()
研究者番号：

(4) 研究協力者
()