

2018年3月10日発行

タイ王国における日タイ国際結婚家庭の教育観：
教育商品調達についての語りから

渡 辺 幸 倫、久 保 康 彦

相模女子大学紀要 VOL.81 (2017年度)

タイ王国における日タイ国際結婚家庭の教育観： 教育商品調達についての語りから

渡 辺 幸 倫、久 保 康 彦

Educational View of Japanese-Thai couples in Thailand: Narrative inquiry into Procurement of Educational Commodity

Yukinori WATANABE, Yasuhiko KUBO

Abstract

This paper examines the narratives of Japanese spouses, both husbands and wives, of Thai nationals residing in Thailand to depict and understand how their educational view is constructed. To do so, this study tries to locate educational decisions (e.g. language teaching and school choice) within the procuring process of more tangible childrearing commodity (e.g. milk and dippers) by treating them as abstract commodities. The study is based on semi-structured interviews with 10 participants conducted in 2017. The main questions addressed the following three areas: their life experiences to date, their educational strategies and practices and how they obtain childrearing goods. Other questions were asked where appropriate to encourage participants to elaborate on their narratives. The study identified the following features: 1) the quality of childrearing commodities, both goods and services, improved greatly last two decades in Thailand, especially in Bangkok. As a result, while they still highly appreciate Japanese commodities (mostly imported), they often substitute them with local ones for economic reasons with educational services as an exception. 2) The needs of goods is seen as static to a Japanese domestic standard. On the other hand, educational needs differs greatly according to how parents want their children to form their identity. 3) The educational needs is constructed or woven by three ideologies, namely, Japanese, Thai, and Global which is represented as English language education. 4) Although parents show a strong preference to Thai culture and society as well as the determination of living in Thailand in long-term, there was no case in which parents let children to be assimilated into Thai society through education. Instead, they try their best to have their children to be exposed to Japanese language and culture so that they can acquire some level of Japanese-ness as they grow. 5) The school choice was not only made between local schools and Japanese school in Bangkok but also international schools were seen as another important option yet highly expensive. They choose a school by balancing three ideas (local, Japan and international), however, limited by affordability.

Key Words : Japanese-Thai couples, school choice, commodification of education

1. はじめに

ASEAN地域への製造業の進出は1985年のプラザ合意以降に急速に増加した。特にタイは東南アジアの製造拠点として多くの日系企業が進出している。さらに近年は、製造業のみならず小売業やサービス業の海外進出が著しい。統計によって数値の幅があるものの、タイの日系企業数は2008年の3,884社から2017年の6,134社へと急増している(日本貿易振興機構 2017)。特に小売業やサービス業については日本で活動を行っている企業の進出はもちろん、現地で起業した日系企業も増加しており日タイのつながりは新しい局面を迎えようとしている。

このような国境を越えた企業活動の拡大もあり、タイで生活する日本人の数も増加傾向にある。在タイ日本大使館(2017)によると在タイ日本人は2001年の22,731人から2008年の44,114人を経て2016年までに70,337人へと3倍強に増えた。これに伴って在タイ日本人社会の多様化も進んでいる。進出企業によって派遣された駐在員とその家族も増加傾向にあるが、現地に基盤を持つ現地採用者の割合が1994年の8%から2013年の21%へと顕著に増加している(丹羽ら 2016)。

そこで本研究では、在タイ日本人のなかでも現地とのつながりが特に強いと思われる子育て中の日タイ国際結婚家庭を取り上げる。子育ての過程は社会との様々な調整や決定の連続であり、各家庭の世界観が端的に表れる。本稿では、この教育についての社会との調整や決定についての語りを、生活ニーズを商品調達によって充足させるという仕組みに当てはめながら検討する。この検討を通して、各家庭の教育観の様相を描写しながら考察し、在タイ日本人の生活の一端を明らかにしたい。

本稿の構成としては、まず先行研究を整理した上で、日タイ国際結婚家庭の概況を確認する。続いて2017年2月と7月の調査で収集した在タイの日タイ国際結婚者の語りの検討を通して、在タイ子育て環境、日本の商品¹全般の調達状況、学校選択を含む教育商品の調達がどのように理解されているのかを探りたい。

2. 先行研究

2-1. 在外日本人の生活と国際結婚の研究について

日本と異なる環境下で生活を送るにあたって、商品調達に象徴される生活ニーズの充足は大きな課題となる。久保ら(2017)では、流通論の立場から物流が制限された環境下での商品調達のあり方について、タイおよびベトナムの日本人子育て家庭における買い物行動の特徴を事例に、商品調達についての語りを分析することで、各家庭の経済力、社会関係資本、居住地の商品供給の充実度合いなどと、それらへの語り手の評価の関係を考察した。同研究では商品調達の意思決定を規定する要因の一つとして「現地選好度(居住地とのつながりのあるもの(・こと)を肯定的に考える程度)」という概念を用いることで、企業派遣者のように必ずしも本人の意志による移動ではない者と、現地採用者や現地で起業した者のように積極的な意志で現地に在住する者の間で、商品調達の考え方や調達の成否に対する満足度が異なることが示唆された。必ずしも派遣元企業による充実した調達支援がある者の満足度が高いとは限らないという指摘だ。このような知見は、移住の経緯と生活の充足感を結びつけている点で、現地での生活を選好する形で海外へ移動する日本人を対象とした一連の研究と近いといえよう(佐藤 1993、山下 1999、藤田 2008、松谷 2014、齋藤 2017)。

近年はこのように精神的な充足感を求めて移動する「ライフスタイル移民」と国際結婚を結び付けて考察する研究も出てきている(ニ ムンガー 2014)。丹羽・中川(2015)の調査では、バンコク在住の日本人若者には、タイで生活をしたいがゆえにバンコクで現地採用の仕事を選択した者が多いのが特徴的で、タイでの生活にも満足している傾向が高く、既婚者の多くがタイ人と結婚していたという。タイ生活選好の帰結として国際結婚はひとつの典型といえるのだろう。

国際結婚の研究動向を幅広い視点から報告している曲(2009)は、国際結婚生活の質や満足度、子育てについても項目を立てて論評し、結婚の満足度と夫婦間コミュニケーション(施 2000)や異文化適応(竹下 2001)が関係していることを示す研究を紹介している。一方、蔵本(2017)は、国内外のデータベースを駆使し100年以上の期間を対象に先行研究

¹ 本稿における日本の商品とは、日本製の商品、他国製であっても日本で一般的に流通している商品、日本メーカーが海外で生産している商品などの総称として用いる。

を概観している。その結果、「国際結婚並びに異人種異民族間カップル」に関する研究量の少なさを指摘したうえで、同分野の課題として、国際結婚に影響する様々な属性の影響を検討するべきだと主張し、例として収入の高低のような家庭の経済力や住んでいる地域の発展度などをあげている。渡辺ら（2016）では、日本、韓国、中国の間での多文化家庭の教育観について検討する中で在外国際結婚家庭についても取り扱っているが、事例が東アジアに限られており、タイを含む東南アジアの日本人家庭は課題として残されていた。

2-2. 経済学的視点からの教育研究について

教育学の分野においては、子育てにおける教育の必要性・重要性は自明のものとされ、経済学的視点からの議論は活発ではなかった。しかし、新自由主義的競争原理の広がりとともに日本でも教育の新たな見方が提供されるようになってきている（荒井 1995、2002、小塩 2003）。

なかでも近年、注目を集めているのが教育の商品化論である。瀬尾ら（2015）は、Heller（2003）やPillerら（2010）を参照しながら、「『商品化』とは、ある物や活動が経済的行為や社会的地位と結びつき、価値を持つようになること、『消費』とは、対価を支払い、それらを手に入れ、欲望充足やアイデンティティ構築のために費やすこと」と定義している。ここでいう「商品」と「消費」の関係は、交換可能な財やサービスを入手して便益を得るという点では一般的な経済学上の議論の理解と共通するが、前提

としている商品に、教育のような継続的行為や言語のような無形の体系を含む点、単に便益を得るだけではなく、アイデンティティの構築も消費の概念に含めることで考察の対象としている点に概念の広がりを見ることができ、教育以外の子育て用品の調達と同様の軸での議論が可能となる。

瀬尾らの定義する「商品化」と「消費」という観点に立てば、在タイの日タイ国際結婚家庭では、日本語教育や日本語という「商品」を、子どもの将来の経済活動の可能性を広げる人的資本蓄積のための投資（ベッカー 1976）という側面はもちろんのこと、商品の調達の結果、親子の連続性を軸にしたアイデンティティの構築という形で「消費」しているとみることができる。このような教育上の選択の考察に商品調達という視点を含めることで、在外邦人の教育観についての新しい知見を得ることを期待できるだろう。

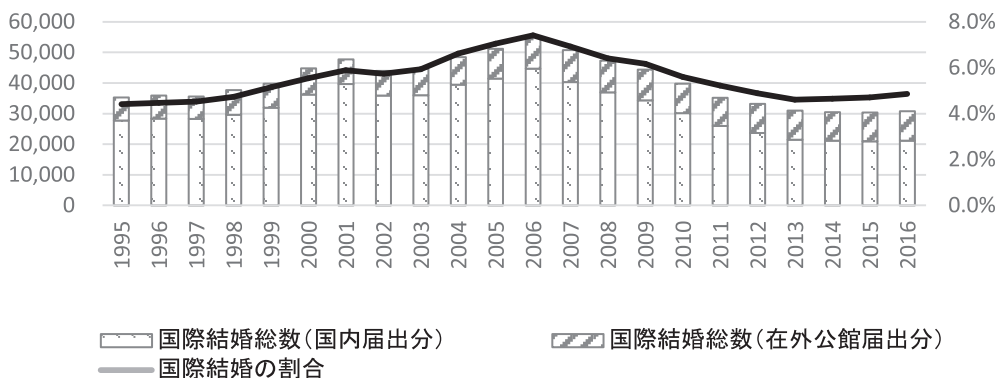
3. 日タイ国際結婚と日タイの両親を持つ子どもたち

3-1. 日本人の国際結婚における日タイカップル

厚生労働省の人口動態調査によると、1995年以降に国内外で届けられた日本人の婚姻総数のうち「夫妻の一方が外国籍」の割合は、1995年に4.4%、2000年に5.5%、2006年にピーク（7.4%）を迎え、その後は緩やかに低下し2013年と2014年に4.6%であったが、データ中最新の2016年には4.9%（実数は30,747件）²とやや上昇している（表1）。

相手国の国籍は2016年のデータによると上位から

表1 届出先別国際結婚件数と総婚姻数に占める国際結婚の割合（1995-2016）



厚生労働省人口動態調査（1995-2016）から筆者作成

² 日本人の婚姻総数は1995年の約80万件から2016年の63万件へと減少が続いている。

中国(7,442件)、韓国・朝鮮(4,516件)、フィリピン(3,793件)、米国(3,525件)、タイ(1,236件)、ブラジル(930件)、英国(642件)、ペルー(215件)となっている。性別による件数の差は小さい(夫日本・妻外国:16,430件、妻日本・夫外国14,317件)が、相手の国籍別にみると大きな違いがあり、韓国・朝鮮、ブラジル、ペルーではほぼ均衡しているものの、中国、フィリピン、タイでは夫日本人・妻外国人が圧倒的に多く、米国、英国では逆転している。

結婚後の居住地を推知させる婚姻の届け出国についても男女で大きな傾向の違いがあり、夫日本人・妻外国人の場合には日本での届け出が多く(90.4%)、逆の場合には在外公館³が過半数となっている(55.8%)。相手国によって多少の差はあるものの日本人のかかわる国際結婚に伴って移動するのは、概して女性の側であることが多いようだ。

日タイ国際結婚をみると、総数1,236件中、届出国に日本を選んだ家庭が81.6%(1,002件)で、内訳をみると夫日本人・妻タイ人のケースが圧倒的(970対32)に多く、在外公館に届出た家庭は18.9%(234件)で、夫日本人・妻タイ人のケースの方が多いが比率の差は日本に比べて小さくなっている(155対79)。この割合は他のアジア諸国に比べると若干高く⁴、他国との国際結婚家庭に比して相対的にタイを居住国に選んでいる家庭が多いことが伺われる。

3-2. 日タイの両親を持つ子どもたち

日タイの両親を持つ出生数(子どもの数)は2016年度に677人で、そのうち283人が在外公館での届け出となっている(表2)⁵。結婚の届出先として在外を選んだ者の割合が18.9%であったのに対して、在外に出生を届けた者の割合は42.0%と顕著に異なっており、日タイ国際結婚家庭の子育てを考える際の在タイ者の存在感が際立つ。

また、1995年からの累積数は2万人を超え、そのうち在外での届け出数は6,667人となっている(表3)。日タイ以外の第三国での出生、出生後の移住、生活の本拠がタイにありながら出産から届け出の時期を日本で過ごしたりする場合などもあるため、誤差は少なくないかもしれない。しかし、現在もタイを生活の本拠としている者の数を考える際の参考にはなるだろう。タイの在住日本人数が7万人程度ということ considering すれば、タイで日タイカップルの子育てが関心を引きやすい状況にあるという事はわかる。

表2 届出先別日タイの両親を持つ子どもの数(2016)

届出国	日本	在外公館	合計
父日本・母タイ	318	223	541
母日本・父タイ	76	60	136
合計	394	283	677

厚生労働省人口動態調査(2016)から筆者作成

³ 在外公館への届け出分は必ずしも配偶者側の国の公館とは限らず、第三国の場合も含まれる。

⁴ 「夫日本・妻外国」の在外公館届出分の割合は、全体平均9.6%、韓国・朝鮮2.1%、中国7.2%、フィリピン2.9%、タイ13.8%、米国33.9%、英国24.7%、ブラジル49.9%、ペルー1.1%、同じく「妻日本・夫外国」は、全体平均55.8%、韓国・朝鮮33.3%、中国46.9%、フィリピン53.3%、タイ71.2%、米国66.4%、英国56.4%、ブラジル36.9%、ペルー25.2%。

⁵ ここには結婚をせず子どもを認知して届け出ている数も含まれると思われる。

表3 届出先別日タイの両親を持つ子どもの数の推移と累積数（1995-2016）

	日本で届けられた数	在外公館で届けられた数	各年合計	累積数
1995	873	260	1,133	1,133
1996	861	290	1,151	2,284
1997	911	258	1,169	3,453
1998	910	258	1,168	4,621
1999	885	229	1,114	5,735
2000	813	275	1,088	6,823
2001	807	259	1,066	7,889
2002	752	288	1,040	8,929
2003	710	260	970	9,899
2004	656	319	975	10,874
2005	598	302	900	11,774
2006	587	330	917	12,691
2007	612	364	976	13,667
2008	537	369	906	14,573
2009	509	364	873	15,446
2010	478	344	822	16,268
2011	477	308	785	17,053
2012	405	336	741	17,794
2013	425	309	734	18,528
2014	432	319	751	19,279
2015	462	343	805	20,084
2016	394	283	677	20,761
合計	14,094	6,667	20,761	20,761

厚生労働省人口動態調査（1995-2016）から筆者作成

4. 調査の概要

インタビュー対象者の条件は1)タイ人と国際結婚し、2)タイでの子育てで経験があり、3)現在もタイ在住とし、筆者の渡辺を起点にスノーボールサンプリングによって選定した。インタビュー実施の期間は、2017年2月(2名)と2017年7月(8名)で、合計10名(男女各5名)にフォーマルインタビューを行った。男性はすべて個別インタビュー、女性は1名が個別、その他はグループインタビューであった。インタビューの参加者の年齢は20代後半から50代で、子どもの年齢は2歳から28歳まで、在住経験は10年から35年であった(詳細は表4参照)。

一般に、スノーボールサンプリングの特徴として、サンプリングの対象者が紹介者の人間関係を反映しやすい点があるが、本調査でも、著者の属性を反映してか、結果として対象者にはいわゆる中間層、ミドルクラスの人々が多く、ほぼすべての対象

者が何らかの形で働いており、在タイ初期は現地採用のような形だったが今は自営であるという人も多かった。

インタビューは日本語による対面インタビューで、対象者が指定した喫茶店や仲介者の紹介による貸会議室などで行った。インタビューに先立って研究の目的や対象者の権利などを説明し、承諾書に署名を得た上でインタビューを実施した。質問内容としては、語りの内容を本人の生活の中の位置づけとともに理解できるよう、本人の子ども時代から、来タイ、結婚の経緯を経て、子育ての経験についてと時系列を意識したものとしたが、比較的自由に話してもらった。ただし、子育てで商品調達や教育観という一定の枠組みの中で課題を探索するために、子育て用品の調達、言語教育、学校選択などのテーマを適時挟み込む形で進めた。インタビューの時間はやや幅があり、およそ1-3時間程度であった。インタビューは録音の上、文字化し、分析は語られた内容

を単位にテーマごとに分類し、項目ごとの相互関係や全体像についての考察を行った。なお、本文中では、本人の特定によって不利益が生じる可能性を未然に防止するため名前はすべて仮名とした。

上記のフォーマルインタビューに加えて、タイで子育て中の日本人家庭、子育て家庭と親交のある在留日本人などにもインフォーマルなインタビューを行い、タイにおける日タイ国際結婚家庭理解の参考

とした。インタビュー以外にも、タイにおける子育て環境についてのフィールドワークとして、バンコクおよびチェンマイの日本人集住地区や日々の買い物に使われるショッピングモール、日本人家庭の参加する子育てサークルなどを訪問し、観察とインフォーマルな聞き取り調査を行った。また、日本国内でもタイでの子育て経験のある者を対象に複数のインタビューを行った。

表4 インタビュー対象者

タイ人と結婚した日本人男性

	佐藤さん	西山さん	田部さん	青木さん	細川さん
本人年齢	30代	30代	50代	40代	50代
在タイ歴	10年	15年	30年	15年	35年
子の年齢	7歳男	6歳女	8歳女、6歳女	8歳女	28歳女、21歳男
出会いの場	オーストラリア	タイ	タイ	タイ	タイ
実施時期	2017年2月	2017年7月	2017年7月	2017年7月	2017年7月

タイ人と結婚した日本人女性

	上野さん	松田さん	黒崎さん	川辺さん	小倉さん
本人年齢	30代	50代	50代	50代	30代
在タイ歴	12年	23年	25年	25年	13年
子の年齢	2歳	22歳女、20歳男	20歳女、18歳女	22歳男、18歳男	12歳男、10歳男
出会いの場	アメリカ	オーストリア	タイ	タイ	アメリカ
実施時期	2017年2月	2017年7月	2017年7月	2017年7月	2017年7月

*名前はすべて仮名

*一部の数値にはインタビュー中の情報から推測した情報も含む

5. インタビューでの語りの分析

5-1. 在タイ日タイ国際結婚家庭についての語り

5-1-1. 来タイと結婚の経緯について：自分の思いを実現できる場としてのタイ

今回の対象者はすべてタイ人と国際結婚をした日本人であるが、来タイ、結婚の経緯には大きく二つのパターンがあった。ひとつは第三国での留学中に出会い、結婚を視野に来タイを決めた者たち、もうひとつは留学や仕事のために来タイし、その後配偶者と出会い結婚した者たちである。日本で出会い何らかの事情でタイに移り住んだという事例はなかった。タイで配偶者と出会った者たちは多くが仕事を通してであった。今回の対象者では、男女で大きく

傾向が異なり、留学先などで出会った男性が5人中1名と少数であったのに対して、女性は過半数の3名であった。

留学先で出会った者たちは第三国への留学当初からタイに関心があったわけではないが、外国生活に漠然としたあこがれがあり、外国生活をできる場として配偶者の国であるタイへ移住したという流れであった。例えば、上野さんは、大学時代のアメリカ留学中に夫と出会ったが、お互いの留学期間が終わりそれぞれ日本とタイに帰国。その後数年の遠距離恋愛を経て来タイ、数年の就業経験を積んだのちに結婚を決意した。来タイ直前の考えや他の日タイ国際結婚者の印象について、次のように語っている。

「私の場合は、どうしようかなと思ったんですけど、アメリカに行ったときの自由な感じとかすごい好きで。アメリカとは全然違う国なんですけど、しばらく外で何年か働いてみるのもいいかもしれないと思って、来てしまいました。（中略）女性でタイ人と結婚してる人は、やっぱり外国で出会ったって人が圧倒的に多いですね。（男性は）印象ですけど、タイが好きって人やバックパッカーやってたりとか。（上野さん）」

タイ移住当初からタイに強い関心を持っていた代表例は田部さんであろう。彼はまさにバックパッカーとして旅をした経験から、タイへ行けることを重視してキャリアを選び、大学卒業直後に来タイし、様々な仕事をこなす過程で妻となる方と出会い結婚した。

「なぜタイに来たかというところを話せば、バックパッカーだったんですね。アジアへの旅を重ねているうちに、アジアをテーマにしたジャーナリストになりたかったんです（中略）もうアジアの現場に行くことがいいんじゃないかって考えて、大学を出てすぐに飛ばしてくれる仕事に就こうってことで最初の仕事を決めました。（田部さん）」

このように今回の対象者は、自分の思いを実現出来る場としてタイをとらえ、積極的にタイを選んだという点は共通していた。また、生活する中でタイ社会における日本への好意的な視線が指摘されることもあり「タイは日本人にとって難易度が低い」といった言及もあった。日タイ国際結婚家庭では、タイを居住国に選ぶ例が他国出身者との国際結婚家庭に比して多かったが、このようにタイ社会で生活すること自体を魅力的に思う層が一定数いるということも影響しているのだろう。

また、出会いの経緯には相手の家庭の経済力が関係し、その後の結婚のあり方を想像させると考えられていた。出会いが留学先である場合には、相手の家庭に外国留学が可能な程度の高い経済力があることがわかるため、結婚後の生活が一定程度想像できるという指摘があったのに対して、タイで出会った場合には相手の家庭の経済力により多様な可能性があるとの言及が多くなされた。英語圏の国で出会い、結婚後も家庭内の言語が英語（配偶者の両親も英語が堪能）である例や、タイでの出会いで、相手が地方出身者で直近の家族だけでなく親戚にも経済的に

頼りにされて困惑したという例も語られた。

5-1-2. タイ社会における国際結婚観について：寛容な国際結婚者への視線

在住者へのインタビューでは、タイ社会が国際結婚全般に対して寛容だという言及が多くなされた。理由として、中華系タイ人が社会の中核を担っており異民族の包摂が特殊な事例として認識されにくいこと、タイ社会では自分の社会階層以外の者と結婚することが少ないが、外国人はこの社会階層の枠の外に置かれており、国際結婚が（特にタイ人女性にとって）階層移動の手段として機能しやすいのでは、といった趣旨の指摘があった。

タイの経済発展と日本経済停滞の結果、日タイの一人当たりのGDP差は年々縮小しているものの、いまだに社会経済的に優位な者との上昇婚（hypergamy）の対象として日本人男性がとらえられているという側面があるのだろう。無論、タイ人女性の上昇婚の相手が外国人ということは、タイ人男性にとって同類婚（homogamy）のための潜在的な結婚相手の減少を意味する。そのためタイ社会の中で異類婚（heterogamy）に否定的な烙印が押されていることも考えられる。しかし、このような点が言及されることはなかった。タイ人配偶者側の感じ方にかかわらず、少なくとも日本人配偶者側はそれを感じにくい状況にあるようである。

このように日タイの経済格差を背景にすればタイ人女性側からみれば日タイ国際結婚は上昇婚と理解される一方で、日本人女性の側からみるといわゆる上昇婚ではない国際結婚をする者もいることになる。ニ ムンガー（2014）はバリ島の男性と国際結婚した日本人女性の事例を、日本で得られない充足感を求めるライフスタイル移民として論じているが、黒崎さんも自らが非上昇婚であることを自覚しており、次のように笑いながら語っていた。

「うちの主人は他の方と違って、貧富の差が激しいタイの中でも極貧の出の人で、日本とタイを比べると子どもの中ではギャップがすごく大きいと思うんです。（黒崎さん）」

ただし、黒崎さんは、現在大学生の娘を日本に「留学」させており、一定程度の経済力を獲得していることは明らかで、これまでの結婚生活を通して、タイ人男性から見た上昇婚の事例をタイ社会に示し続けたと考えられる。

タイにおける日タイカップルは、タイ人女性にとっての上昇婚という理解をしがちではあるが、統計にも表れているように妻日本人・夫タイ人のカップルも相当数ある。黒崎さんのライフスタイル移民のような結婚はもちろん、上野さんのように留学先で出会い社会的地位の高い家族と結びつく結婚など多様な形態がある。このようにタイ人女性にとっての上昇婚を想起させる例だけでなく、多様な日タイ国際結婚の形があるという要素もタイ社会における日タイ国際結婚カップルへの寛容な視線に関係しているのではないだろうか。

5-1-3. タイの子育て文化について：類似化していく日タイ子育て文化

今回の対象者の子どもの年齢は2歳から28歳と幅広く、比較的遠い過去の回想と現在の経験を対照的に聞くことができた。斧出(2007)によるとタイの伝統的子育ての特徴は親族ネットワークの強さにあるが、近年は都市化によって大きな変化が起こっているという。具体的には、市場化された子守や託児所などの利用の広まり、子育ての核家族化による母親の負担増加、「ケア」から「教育」への転換などがあげられている。これはインタビューの語りとも呼応しており、概して日タイの子育て文化の差は縮小しているようで、背景には都市化という生活環境の変化に加えて子育て商品の類似性が高まっていることが指摘できる。20年前に子育てをしていた川辺さんは日タイの文化の差はもとより入手できる商品の差から日本同様の子育てをすることができなかった状況を次のように振り返っている。

「日本に居る人に聞いても参考にならないですよ。こっちにいる駐在の奥様方に聞いても参考にならない。タイの子育ての仕方に日本のをそのまま当てはまる環境にはないというわけですね。例えば紙おむつ一つにとっても、その当時タイはまだ普及してないですよ。(川辺さん)」

20年ほど前のタイでは出生直後のごく一時期をのぞいて、おむつをしない事が一般的で、きれいな布の上で寝かせ、排泄ごとにその布を替えてやるという方式であった。これは冷房の普及していない時期に赤ちゃんのおしり周りの蒸れやかぶれを防止する

という意味で有効であったが、冷房と紙おむつの普及で廃れていったという。これに対して現在子育て中の西山さんの焦点は、日本同様の物が「手に入れられるか否か」ではなく、「豊富な物の中から選ぶことができるか」に生活ニーズ充足の焦点が変化していることが見て取れる。

「タイは一通り手に入るんですけど、粉ミルクとかは日本の方が種類も豊富で使いやすいですね。おむつとかはこちらに日本のもあるので、それ使っていて形ですね。あとはベビーカーとか、妊婦さんの服とかはタイは全然少ないですから、そういうのは取り寄せたりしますね。絵本は取り寄せました。あとは離乳食とかも種類がこっちは全然ないですね。(西山さん)」

また、日タイの子育て環境の類似化という点では、より直接的な影響を与えている事象として、日本の育児書がタイ語に翻訳され書店に並んでいることも指摘された。佐藤さんもこのような本を夫婦で読んで子育ての方針を話し合ったという⁶。日本の子育て文化がそのままの形でタイに輸出されていると理解できるだろう。

しかしすべての点で、均一的に類似化が進んでいるわけではなく、現在も異なる点として指摘されたのは、食生活に対する(日本的観点から見た際の)「無関心」で、「日本では考えられない歳からコーラやコーヒーを飲ませる」「8歳になってもミルクを飲ませる」「甘いものを食べさせる」、「離乳食はあまり食べさせることがない」ということがあげられ、食事の他にも日本流の「しつけ」という考えと異なり、子どもがやりたいことをやってあげる(「甘えさせる」)のがタイ式であると説明されることが多かった。また、母親たちの間では、タイ人夫の家事や子育てへの貢献度の高さが共有されていたが、父親たちの間では仕事の忙しさから子育てに十分に参加できていないという語りが多くなされていた。このような配偶者との役割分担期待の異なりも日タイの子育て文化を対比する際の論点となるであろう。

5-1-4. 在タイ経験について：タイ社会理解への強い自負心と現地選好の程度

今回の対象者のすべてが在タイ経験10年以上で

⁶ 代表的なものに日本でも広く読まれている明橋大二による『子育てハッピーアドバイス』シリーズがある。

あった。なかには一時日本に長期帰国（2年程度）していた者もいたがほとんどタイに戻ってきている。しかも、全員が子育てを始めてからはほぼすべての期間でタイ在住を続けている。この経験からくるタイ社会理解に対する強い自負心を感じることができ、多くの対象者から長期滞在していることによって理解や対タイ感情が変化していくという事が頻繁に語られた。

「ほとんどの人が多分同じだと思うんですけど、最初の1年は皆タイが好きなんですよ。良い国だなと思うんですけど、大体1年過ぎてから全員タイを嫌いになるんです。タイ人の国民性だったり、いい加減な部分も含めて嫌いになる人が多いんです。で、10年くらいたってくると色々分かってくるんですよ。日本もそうだと思いますけどね。そこからは好きになりますね。私は理解するまで10年かかっているの。それまでは家内の親戚とうまくいかないってこともありましたから。（青木さん）」

むしろ家庭の状況は様々ではあるが、青木さんは、あえて典型となる在タイ日本人像として、一方に本人の意志にかかわらず派遣された「駐在員の方」を、その対極にタイが好きでタイに移住しタイ人と国際結婚している「私」を置き、現地選好の程度とタイ社会への接し方の関係について、食に対する態度の違いを例に語っている。

「現地で生活している人は基本的にタイ好きで来ますので、駐在の方とそこは違うと思いますね。タイが好きでタイで住んでいるのと、駐在の方は仕事で命令で来ている方が多いので、タイの野菜なんておなか壊すから食べれないという恐怖感を持つる人もいますから。私はタイが好きで来ますから、タイのものを食べてってやっていますけどね。（青木さん）」

来タイの経緯が自分の意志か否かは重要な点であるが、あくまで出発点である。すべての自発的来タイ者が継続的にタイで生活するとは限らず、事実「タイ好き」の気持ちがさめてしまったり、仕事の不調となったりで、数年で帰国する者も多い。この意味では、青木さんは「タイ好き」で来タイする日本人の「成功者」といっても良い。青木さんに限らずタイで配偶者と出会った者は結婚に先立って、タイでの生活を通じた文化的な適応だけでなく、生活

の維持が見込める程度の経済的成功体験があったからこそ、タイ人との国際結婚へと進んだ。このように時間をかけてタイ社会との多様なつながりを強めていくことを通して現地選好度はさらに高まっていったと推論できる。一方、先述のアメリカ留学時代に出会った上野さんも、タイでの就職、義理の両親との交流を通してタイ社会への理解と愛着を深め結婚を決意したという。

「そこで働き出して2、3年して大丈夫そうかも。タイも楽しいしいいかもしれないと思って結婚に至りました。（中略）タイに来てから義理の両親と一緒にすごしたりしていたので、ざっくばらんっていうか、開放的な人たちなので、これなら大丈夫かなって。（上野さん）」

このようにタイ社会理解への強い自負心は「滞在が長い自分はエライ」という単純な自己肯定の意味よりも、生活条件の変化のたびに、タイ社会の新たな側面に出会い、そこでの経験を通して理解を深めてきたという認識から来ているようだ。実際に国際結婚をした者は時間的な長さはもちろんだが、タイ人との結婚生活、親戚づきあい、日タイ家庭の子どもを育てる経験などから、日本人のみの家庭でタイに滞在している者とは質的に異なる経験をするであろう事は想像に難くない。このような点も国際結婚者が、他の在タイ邦人よりも強いタイ社会理解への自負心を持つことにつながっていると考えられる。この自負心は自身とタイ社会との関係を肯定的に捉えていることの現れとして解釈でき、現地選好の背景にはこのような時間をかけたタイ社会の理解とそれへの肯定的な自己評価があると理解できるだろう。

5-2. タイにおける日本の商品調達についての語り

5-2-1. 生活商品について：モノ・サービスの流通環境の急速な向上

現在、バンコクでの日本の商品の流通状況はモノ・サービス共に高いレベルにある。近年は、在住日本人向けの民族スーパーだけでなく現地向けスーパーでも豊富な品揃えが見られるようになっており、ほとんどの対象者の期待レベルにはあるようだ。しかし、20年ほど前には状況は大きく異なり、日本への一時帰国時などに大量に買い出しをした、という経験がよく語られた。細川さんは、現在は「何でも手に入る」とした上で次のように思い出を語ってくれた。

「当時やっぱり特に長女の時は、タイで日本の食材が手に入らないので凄く限られたわけです。で、シンガポールに月1回くらい出張してはいたけど、シンガポールの明治屋なんていうと、この列が調味料、この列がお菓子ってあるわけ。タイの場合は一列の中にそれ全部集約する。だからシンガポール行った時は僕の同僚も一緒に、空のバッグ持って買い出し行って帰ってきました。(細川さん)」

現在もつづく日系のスーパー UFM FUJI SUPER は1985年にオープンしているが、バンコクで一店舗に過ぎず値段も高く毎日気軽に利用できるという程度ではなかったという。同スーパーは1996年に2号店、2008年に3号店、2010年に4号店と日本人在住者の増加と共に店舗数を増やした。在住日本人の多い地域に集中出店していることもあり、在住日本人の情報交換の場にもなっている。このスーパーは日本産の物、日本向け品質の物を扱い在住日本人のニーズに込んでいるだけではなく現地の外国系高級スーパーとしての役割も果たしている。しかし、品揃えとしては食品が中心であり、子育て用品は相対的に少ないのが特徴的であろう。値段的には日本からの輸入品は日本の2-3倍程度の物も多く、確かに割高感は強い。

一方、イオン系のマックスバリュが2007年の1号店以来、現在は小規模なものも含めて100店舗近くが展開している⁷。こちらは在留日本人にも利用されることも多いが、現地タイ人を主な対象として人気を博している。ここでは日本でも扱っているTOPVALUブランドも並んでおり、これらに関しては値段は日本よりやや高いことはあるものの日用品も含めほぼ同様の品揃えとあって良い程度であった。近年はスーパーだけでなく増大する現地需要を念頭にツルハドラッグも18店舗が展開⁸しており、日本の商品の入手手段は更に充実している。

また上述のモノだけでなく、サービスの供給も充実している。タイの外食産業に見る日本食の存在感は非常に大きい。特にバンコクでは、いわゆる伝統的な和食だけでなく、ラーメン、お好み焼き、焼肉、日本風の洋食、日本式カラオケバーなどの専門店も目立ち、高級レストランからショッピングモールのフードコートまで街のいたるところで日本食レスト

ランを見かけることができる。背景として急増する訪日タイ人観光客の影響も指摘されるが、タイ社会全体で日本食への関心は高い（日本貿易振興会2017）。さらに日本からの観光客向けという側面もあるが美容関係（エステ、マッサージなど）も増加している。日系美容室もここ数年の内に数店から30店近くに急増しており、技術力とファッション性で在住日本人だけでなくタイ社会にも浸透しつつある。一方、医療関係も高級病院を中心に日本語通訳を配置しており、原則日本人のニーズのみを対象としていると考えられるが、その充実度合いには目を見張る（渡辺2012）。

このような現況について、今回の対象者たちは、概して満足しているようで、今後も家族としてタイを拠点にしていくことや、品質と金銭的な制限のバランスから、日々の生活ニーズのほとんどを現地で手に入る日本の商品と現地生産の代替品で満たしており、日本からの個人で直接輸入する事はかなり少ないようであった。

「タイは恵まれてるのかなって思います。バンコクだけで5-6万人も日本人がいますから。海外にいながら日本の環境も整っているの、国際結婚して違う国に居る方よりも少し日本的かなって思います。他の外国で育てるよりは、ここは日本の環境は整ってるかなって感じますね。(西山さん)」

ただし、日本製・日本産の物が安心安全の象徴として語られることが多い一方で、日本からの商品だからといって盲信するわけではない、という指摘もあった。佐藤さんは、日本でもしばしば話題になる農薬問題をとりあげた上で、日本からの輸入農作物も信じるに足りないとし、タイ国内で無農薬で育てている日本人農家から直接取り寄せている、と語っていた。現在子育てをしている家庭では、かなり選択的にタイで入手する物と日本から直接手に入れようとする物を分けて生活上のニーズを満たしていることがわかる。

5-2-2. 教育商品について：日本語教育と向上する日本語教育環境

教育商品の中でも抽象的な商品やサービスは特別

⁷ イオンタイランド <http://www.aeonthailand.co.th/store-information> (2017年11月30日)

⁸ ツルハドラッグタイランド <http://www.tsuruha.co.jp/service/thailand/> (2017年11月30日)

な側面を持つと考えられていた。日本語教育はその典型であり、日本的なアイデンティティ育成に不可欠なものとして語られることが多かったが、同時に将来の収入につながる付加的な投資として有効であるとされることも多々あった。細川さんは中学校まで日本人学校で学ばせた娘さんの就職にあたって、タイ人向けと日本人向け（現地採用）の給与体系に3倍程度の差があるため次のようにアドバイスしたという。

「絶対日本人の現地採用で要求しろって言ったら、面接した方が申し訳ないけどタイ人で入って欲しいと。すぐにでも来てほしいけどタイ人でって。僕はそうかと、彼女が大学の時に日本語検定1級取らせてたんです。（中略）パスした紙があるわけですよ。それ持って行って来いって。そしたら、タイ人の初任給と同じ額以上の日本語手当が付いたんです。やっтерことは通訳翻訳に近いことをやりました。（細川さん）」

結果として、タイ人枠となったが相当額の日本語手当を得ることができたことに満足しているようで、数年後の転職の際にも日本語を生かした形でキャリアアップに成功したという。これほどまでに直接的ではなくとも、日本語ができることによる給与差については他のインタビューでも何度も言及されていた。日本語力をつけておくことは将来的に明確な利益が見込めるという点で有効な投資商品であるという認識が広く共有されてる。

一方、教育商品のうち教材関係については、他の日本の商品と同様にここ20年で急速に入手困難性が低減していると認識されていた。成人している子どもを持つ親は、以前に比べてバンコクでの日本の商品や日本情報の入手が容易になったことで、最近では教育も楽になっているはずと繰り返していた。川辺さんは20年ほど前の子育て時代を次のように回想している。

「弟の奥さんが幼稚園の先生なんですけど、こういうのあるよお姉さんって。はなまるきっずとか取り寄せたり、誰かが出張で来るたびに頼んだりとか。毎月出る絵本とか取り寄せてたりして、出張で帰るとビデオを。まだこっちは日本の放送なかったの、おかあさんといっしょが観せたくてしょうがなかったんですよ。なので、歌のビデオなどをしこたま買ってずっと見せっぱなしにしてたんですよ。長男は

それが好きだったので毎日かぶりつきでみる。（川辺さん）」

このように20年ほど前には、教育テレビの録画や絵本を帰国時に大量に入手したり、日本にいる親戚縁者などにまとめて送ってもらったりしたという話が頻出していた。しかし、現在はバンコクにいながら日本の書籍を扱う大規模書店があり、日本のテレビ番組も時差なく自宅で見られるようになったためこれらの点が話題になることは少なく、通信教育教材をほぼ同時に手を入れて子どもに与えたり、日系の学習塾の利用も可能という指摘があるなど、生活用品と同様にとにかくニーズが満たされればよいという状況から焦点が移ってきており、日本との教育環境の差は縮小している。

しかし、その一方でこれらの商品の入手に一定の経済力の裏付けが必要であることは言うまでもない。日系書店は割高ということで敬遠し、インターネット上で入手できる無料教材を駆使している人たちもいた。また、年齢の比較的高い子どもにはタイ人向けの日本語教材の利用が有効であるという指摘もあった。

教育商品の特徴として、学習塾のような高額な対面授業の購入とインターネットからの無料教材（ドリルやYouTube上での授業など）の入手と金銭的には両極の事例が見られたのは興味深い。また近年は、日本の実家とスカイプやLINEをつないで頻繁に話をして日本語の刺激を与えるという試みもしばしば聞くことができた。

「貧乏くさいと言われればそれまでなんですが、やっぱりお金かけることができれば、それにこしたことはないと思います。できれば教育はお金で買えるのが一番楽ですね。買えないと親が苦勞しないといけないので（笑）（青木さん）」

鈴木・久保(2018)では、ベトナムの日本人家庭が、純粋な市場取引とは異なる調達手段を用いて、必要な子育て商品を手入していることを指摘した。国際結婚家庭が、子どもが日本語を使って遊べるようにと、定期的に集まっている子育てサークルなどがこれにあたるだろう。教育関係の商品も、一般的な子育て用品と同様、在住日本人家庭の在住の理由、経済状態に加えて、在住社会とのつながりの度合いなども視野に入れて考察する必要があるだろう。

5-2-3. 教育商品調達としての学校選択について：

現地校、日本人学校、インターナショナル校
教育上の決定を商品の調達とみた際に、金額、期間の長さ、現在および将来の生活への影響の大きさのいずれの点でも、最大かつ象徴的な決定は学校選択といってよい。学校選択については、他の商品と異なり語りの焦点が20年前とあまり変化がないようであった。学校という教育サービスの選択は、学習・通学の意味（低学年の場合には特に親の）、能力に加えて、経済状況も極めて重要な規定要因となる。主要な選択肢として、現地校、日本人学校、インターナショナル校はそれぞれ以下のように認識されていた。

まず、現地校には公立校⁹と私立校があるが、対象者の中で公立校の教育への不信は極めて強かった。公立校に進学させるという例はなく、私立校が選ばれていたが、それでも金銭的には最も安価と認識されていた。私立校は規模や程度にも幅があるが、選択の際には英語教育の充実度を気にすることが多いようだ。英語が話せるようになることは、タイ社会での社会経済的階層の維持・向上のために必須と理解されており、幼稚園の教諭から私立小学校への進学を強く勧められたという話もあった。

一方で、私立校で日本語を学習する機会は非常に少なく、このような学校を選ぶ場合には、日本語教育は家庭で限定的な形で行われることになる。母親が日本人の場合には子どもと過ごす時間が相対的に多いため日本語の獲得がしやすい反面、父親が日本人の場合には日本語の習得はきわめて難しいと理解されていた。

「普通の私立の小学校に行かせてます。長女も次女も。で、ミニイングリッシュプログラムっていうって、全部の授業を英語でやってるわけじゃないんですね。普通はタイ語でやってるんですけど、毎日英語の授業はあります（中略）タイ語と英語が十分にできれば、まあいいかと。（中略）それで僕が教えればいいんですけど、今は無理ですね。学校が3時半まであるでしょ。それからタイ舞踊を学校で習ってるんです。で、6時半くらいに家帰ってきてご飯食べて宿題やると、時間ないんですよ。だから、今の僕の想いは一番大切なのは言語で言うところのタイ語。私は誰、ここはどこ、あとは倫理観だとか何語で考える

のかってそれはタイ語です。そういう意味で立派なタイ人になってくれればいいなと思ってます。（田部さん）」

日本人学校は、日本のアイデンティティを担保するには理想的な環境と理解されているものの、駐在員家庭の子女のように帰国前提の者が優先で、高額（年間70万円程度：授業料およびバス代）かつ入学時に一定程度の日本語力が求められるため国際結婚家庭は入学が難しいとされていた（ただし、「定員の充足率などによって方針が良く変わる」や「勤務先からの寄付金の有無が受け入れの可否に影響する」などの「うわさ話」への言及もあった）。また、入学したとしても、PTA活動にタイ人の配偶者はついて行けない、中学校卒業後の進学が心配（バンコクには私立如水館高校があるが、日本人学校とは別組織）といったことが選択にあたっての障害と考えられていた。

ただ、日本人学校への通学が軌道に乗れば日本語や日本文化などの教育についての心配はなく、その後の日本人（あるいは「日タイハーフ」）ネットワークを構築できるという点などが利点としてあげられていた。

「幼稚園は日本語の教育の幼稚園で、しかも午後に英語教育がある、インターじゃないけど、インターっていう名前がついている幼稚園を選んでいきましたね。（中略）小学校はどうするかっていうので、やっぱり日本語を習得するのはきちんとやらないと無理だということで、カミさんもそれはわかったらしくて日本人学校と。（細川さん）」

細川さんには二人の子どもがいるが、長女は中学3年の途中で日本人学校からインターナショナル校へ転校、長男は日本人学校の中学部を卒業後にインターナショナル校へと進学した。日本語の基礎を小学校の間に固め、その後英語中心の教育にすることで高度な英語力を身につける。これに家庭における母親と社会による継続したタイ語環境と合わせて三言語の獲得を目指した。同様の方針は他の家庭でも実践されていたり検討されており、一定程度の説得力ある方策として共有されているようであった。

インターナショナル校は特に金銭的負担が大きい

⁹ インタビューでは「公立」と表現されていたが、実際にはバンコク都の設置した一部をのぞいて、ほとんどが国立である。ただし本稿ではインタビューでの表現を尊重し「公立」とした。

という文脈で語られることが多いが、年間の学費が30万円から300万円程度¹⁰のところまで幅があり、日本人学校よりも金銭的な負担の軽いものもある。しかし実際には50万から100万円程度の学校が選ばれていることが多いようだった。学費の高い学校は「会社から補助の出る駐在員でないといけない」、「二人子どもがいたら無理」などといわれる一方で、安価な学校は「タイインター」といわれ「タイ人ばかりのなんちゃってインター」と避けられていた。いずれにしても、インターナショナル校は英語習得の手段としてとらえられており、日本語教育がアイデンティティという点で重要ではあるものの付加的な資本獲得への投資とも考えられていたのに比べて、英語習得は子どもの将来の基礎的な社会経済的な資本になると強く信じられていた。

「アイデンティティだとか、日本人だからとか、日本語ができなきゃいけないっていうのも重要なんですけど、今の段階から狭くするよりも大きくして、将来的には英語を使ってグローバルにならないと（中略）タイインターは入れるんだけど結局あんまり英語が喋れないとかっていうこともでてくるし。うちの子だとタイ語でしゃべっちゃうから。でももしハーフじゃなかったらいいんですよね。日本人だったら。英語を話さなきゃいけないから英語ができちゃう。（西山さん）」

インタビューの話を総合する形で言語教育、学校選択について、あえてモデルを示せば以下のようなになる。まず、意識的に教育をしなければタイ語以外の言語を習得することはできないという理解は共通していた。そして実にすべての対象者に、「一人の親が一言語で話しかけ続けるのが良い（日本語を母語とする自分は日本語で子供に話しかける）」という考えも共有されていた。実際の家庭内言語については、出会いの場が英語圏で、夫婦間の会話がいまだに英語が中心であるという例を除いて、家庭内の主な言語はタイ語で、出生からしばらくの間は、日本人側は日本語で、タイ人側はタイ語で子供に話しかけるという実践が試みられていた。

しかし、特に幼児期に家庭でバイリンガル教育をするには、日本語係である自分が子どもと時間を取る必要がある。これは特に仕事を持つ者にとっては

困難なタスクとして意識され、年齢が上がるほどに日本語のインプットの少なさから十分な日本語力についていけないと感じるようになる。そのためほとんどの場合タイ語が優勢の言語として育っていき、保育園や幼稚園の段階で、家庭外での日本語教育をどの程度行うのかという最初の選択が行われる。結果として、バイリンガル（日タイ）校で「ハーフの子」が多い学校が選ばれることが多い。近年はそこで英語も教えられることもあるため、英語教育の程度もインターナショナル校への進学を視野に入れる場合には選択の重要な要素となる。

小学校以上では、比較的金銭的に余裕のある層は、日本人学校や中程度のインターナショナル校に通わせることが多く、家庭の経済力が選択の規定要因として大きいことを伺わせる。ただし、いずれの学校に行く場合にも、日系の塾、日本からの通信教育、子育てサークルなど学校外の日本語教育を利用する者がいた。また日本人学校に通学していない家庭でも大使館で配布している日本の検定教科書を受け取って自宅で勉強させている例もあった。

ただし、日本語の基礎を身につけたうえで英語も自由に行えるようになることを意図して、小学校は日本人学校、中学校からはインターナショナル校と、学校を変える場合もある。そのため、現在の選択が最終的なものとは限らないことに注意しなければならない。学校選択は一度の決定で完了する性質のものではなく、常に意識され続けていくような問題なのである。

5-2-4. 日本的アイデンティティについて：教育商品のニーズを構成するもの

インタビューでは、日本とタイのアイデンティティのいずれかを排除し「完全な〇〇人」として教育を施そうというのは現実的ではないだけではなく、求められてもいなかった。むしろ日タイの二つの民族文化に加えて、英語に象徴されるグローバル性の3つのバランスを経済的制約の中でどのように取るかで葛藤していた。幼少期に複数言語に接することで子どもが混乱することを心配する者や、将来子どもがタイ以外の国で生活する可能性に言及する者もいたが、すべての対象者が今後もタイで生活していくという親自身の希望を反映して、教育の軸足をタイに置いていた。このような態度は日本人学校に子

¹⁰ これに距離により変動するバス代が20万から40万円程度加算される。

どもを通わせている青木さんにも見られた。

「うちの子どもって言うのは二十歳くらいになって、日本人かタイ人を選ぶってなると、多分タイ人を選ぶと思うんですね。基本的にタイ人は優しいですし、何しても受け入れるというか。日本は自立心を育てようとするあまりに、ちょっと切り捨てるところがある。恐らく自分の子どもを見て育てると、タイ人になっていくなど。もちろんタイ人も悪いところあるんですけどね。そこを何とか私の方で何とかしていきたいなって思います。日本人としてのアイデンティティまではいかなくとも、そこは常に考えてます。それをどういう風に持って行ったら良いかっていうのは私も答えがわからないんですよ。(青木さん)」

青木さんの葛藤が、自身と子どもという枠組みで語られているのに対して、2歳の子どもの母である上野さんの語りからは、学校選択が、自分と子どもだけでなく、夫と義理の両親の意向も視野に入れていることがわかる。タイ社会への適応を当然としながら、夫と義理の両親の日本語に対する積極的な態度に背中を押されて、やっと自分の気持ちを吐露する様に上野さんの葛藤が読み取れる。

「まずタイ人でもあるしタイに住んでいるので、タイ語の読み書きはきちんとできるようになってほしい。と、同時にタイも英語熱が凄くて、同年代の子どもたち、私の周りにいる人たちの子どもはインターナショナルスクールに通ってるんですね。なので、英語のネイティブ度を上げるっていうのも大事な年代なのかなって思っていて、個人的には日本語もアイデンティティとして読み書きちゃんとしてほしいと思うんですが、優先度は日本語ちょっと低いかなって最近思ってます。(中略)ただ、私よりも義理の両親、主人の方が日本語の優先度が少し高いみたいで。日本人学校に入れて9、10、11歳くらいでインターナショナルスクールに編入も、1つの選択肢としてもあるのかなって。ある程度漢字の勉強の仕方とか、日本の学校の在り方とかわかる年齢まで。そうですね…実は義理の両親がそう言ってくれて、私も「あ、良かった」って思ったのもちょっとあって。あとは私自身のエゴでもあるんですけど、やっぱり日本のこと知ってほしいという気持ちがあったので、確かに10歳くらいまで日本人学校に行くのも悪くないかなってちょっとホッとしまし

た。(上野さん)」

ただし、青木さんも上野さんにも、子どもがタイ人を基本として育てていくこと自体に焦りは感じられず、そこに日本人という要素をどう加えるのかが焦点となっていた。ただし、他の例からは子どもの成長に伴って現状を肯定する形（主にタイ人化）で変化していくようにみえることもあった。その一方で、離婚の結果、子どもと過ごす時間が極めて限られている佐藤さんからは、一時期息子がタイ人としての自己意識のみを示すことに焦りを感じ、機会があるごとに佐藤さんの思う人間像を伝え続けている。

「国に関しては、タイ人でもあり日本人でもあり、どちらか選ぶものではない。僕が将来別の国に行ったとしても、そこを含めての家族。家族というか家ですね。ここも家だし、バンコクも家だし、どこにでも家族はいるよと伝えるようにしてます。徐々にそれを楽しむようにはなってきましたね。(佐藤さん)」

このように学校選択で重視されていたのは、言語教育を語りの切り口としながらも、むしろどのように日タイの国に結び付いたアイデンティティを育成するのが意識されていた。言語教育についての語りでは、必ずタイ語、日本語、英語の三言語が習得する価値があるものとして語られていたが、それぞれの言語へのアプローチは異なっており、タイ語は、タイ人側の親族や社会での接触を通して自然とできるようになると考えられているのに対して、日本語は日本人の親が努力（自ら時間を割いて教育するか経済力を背景に学校や塾などへ「外注」するか）しなければ身につけさせることはできないと考えられていた。しかし、この日本語とタイ語のバランスの在り方にかかわらず、すべての家庭で英語は将来の可能性を広げてくれる投資の対象として見られており、習得のために主に学校教育を利用するという態度が一般的であった。以上のことから国際結婚家庭の教育ニーズを考える際には、生活用品のニーズと異なり、ニーズそのものの中身にかなりの幅があることを意識する必要があるだろう。

一方、今回の対象者はすべて子育ての場としてタイを選んでしたが、インタビューの中で、タイ人との子育て家庭が日本を子育ての場として選んだ事例についての言及が複数あった。そこでは「日本を選ぶことができた」という側面と「タイを選ぶことが

できなかった」という両方の側面を感じる事ができた。その評価としては「日本での子育ては日本式になってしまうが、タイでは英語教育に象徴されるグローバルな子育てができる（可能性がある）」というもので、日本は日本式、タイはタイ式といった対立構造で理解されていないことが特徴的であった。タイで日タイ国際結婚家庭として生活している者にとって、いわゆるインターナショナル校が象徴するグローバルな教育が社会的にも金銭的にも日本国内より身近に感じられていると解釈できるだろう。二人の子どもを日本人学校からインターナショナル校へと通わせ、日タイ英の三言語堪能に育てた細川さんは、同時期に結婚した友人の経験を次のように語っている。

「彼は日本に帰ったんです。奥さんも日本に帰りました。子ども3人に恵まれて、このパターンは奥さんが日本語をむっちゃくちゃ頑張っちゃった。だからその娘さんはタイ語がわからない。典型的な普通の日本人として育ちましたね。今でこそ全員成人しましたので、お母さんがタイ人だっていう認識もあるでしょう。お母さんが日本語頑張ってしまったものだから、普段の会話も日本語になってしまっているらしくて、ある時私が言ったのは、タイ語入れないとダメじゃないってお母さんに言ったんですけど、子どもたちにタイ語話したら、「何ふざけてるの」って聞こうとしなかった。結果としては子どもたちはタイ語を話せなくなっちゃった。そうすると奥さんはもう腹を決めて、日本語で接することを決めたんでしょね。（細川さん）」

先述の通り、海外生活を志して来タイし現在自営業を営む田部さんの娘たちは現地の私立校に通学し日本語はほとんどできないというが、仕事の場に娘たちを連れていき働く姿を見せることがしばしばあるという。日本語や日本文化を教え込むことでアイデンティティの連続性を保障するというよりも時間を共に過ごすことで、自分も共感できる倫理観を培ってほしいという。現地選好度、現地適応度の特に高い者の教育観の在り方の一つといえるだろう。日本に帰国した家庭でもこのような形でタイ人の親との連続性が伝えられているのだろうか。

6. 考察

6-1. 多軸的に構成される教育観：モノとサービスからみた教育ニーズ

インタビューからみてきたのは、まずここ20年の間に対象者の居住するバンコクで加速的に商品の取りそろえが改善したため、「在外」ということによる商品調達の困難性が相対的に低減し、商品調達の程度に対する満足度も高まっていることである。同時にインタビューの対象者が、この変化の中での結婚・子育てによってタイ社会との関係と理解を深め現地選好の態度を強めていっている様も観察された。これは生活の満足度と現地選好の程度と関連しているという見方（丹羽・中川2015、久保ら2017）と通底している。本研究における現地選好の態度と調達の成否に対する満足の関係をあえて単純化して示せば、現地に根を張った在住者、とりわけ国際結婚を経て子育てをしている者は、生活に関わるモノやサービスを現地向けの商品で代替することに柔軟で、その自らの柔軟な態度に肯定的な評価を示す傾向が強いということになる。

子育て商品調達の特徴には、子どもにとっての価値を親が押し量りながら満たしていくという側面がある¹¹。インタビューでは、安全安心の希求という観点からも以前は日本の商品へのこだわりを持つ者もいたが、現在は日タイの子育て文化の類似化や現地商品の品質向上などもあり、日本の商品に高い信頼を寄せながらも、必要性、タイミング、価格制約などを勘案して、商品ごとに日本の商品と現地製品での代替から選択的戦略的に判断をしていることが明らかになった。具体例をあげれば、子どもに服を着せるという必需を満たすために、日本から取り寄せる、タイのユニクロで買う、タイの地元の市場で買う、先輩子育て家族にもらうなどの手段を、親の経済力、利便性、感性などに基づいて選択するという構造にある。ここからは、子育て商品のニーズは「日本と同等であること」が基準となり、そのニーズを調達手段の制約される中で（代替も含めて）どの程度補完しながら充足できるのかという枠組みで商品調達が考えられていることがわかる。これは生活商品全般について顕著であったが、教育に関する商品についても、教材などのモノ的要素の強

¹¹ これらの要素は、商品評価の異質性（商品を購入し使用して評価する場合のズレが大きく散らばっているか否か）、商品間の相互関連性（商品が単独として使用価値を発揮するものではなく、相互に関連して意味を持つ商品が多い）という軸によって整理できる。詳細については別稿を期したい。

い商品については類似の反応が見られた。

一方、教育サービスの調達に関しては、日本のテレビ番組の配信によって子どもに日本文化を手軽に感じさせることができるようになったという言及はあったものの、20年前の回想と現在の語りの構成は共通して、「タイで日本的要素をどの程度どのように教育するのか」であった。教育サービスという商品の選択は子どもの人間形成に不可逆的な影響を与え得る。その一方で現地選好の程度はタイ人として育つ子どもへの受容の程度にもつながっている。つまり、教育サービスという商品のニーズは、どのような人間として育ててほしいのかという子どものアイデンティティ育成と言い換えることができる。これを「ニーズを商品調達によって充足する」というモデルの中で考えると、モノのニーズは日本と同等であることで完全に満たされるが、サービスについてはそもそも日本と同等（「日本人」になる）が目標ではなく、各家庭の教育ニーズが多様であるため、充足の形も多様となる。つまり一部の商品の調達がきわめて限られている在タイの日タイ国際結婚家庭も、教育ニーズのあり方によっては教育選択という点において必ずしも弱者とは限らないのだ。このようにタイの国際結婚家庭の教育観が多軸的に構成されていることがわかるだろう。

6-2. 「グローバルな教育」への距離：東アジアへの結婚移民との対比のなかで

現地の生活を軸に様々な日本的要素を取り入れるという枠組みは過去の東アジアへ移動した日本人の国際結婚を取り扱った研究と通じるもので（酒井2013、渡辺ら2016）、先述の細川さんの友人の例のように日本への同化戦略をとろうとする事例とは明らかに異なる。これは欧米へ移動した場合にもみられる現象だが（矢吹2011など）、子どもが日本的要素を備えて育っていくことの価値が日タイ国際結婚家庭の親から高く評価されている点も反映しているのだろう。

渡辺ら（2016）の韓国、中国の間での国際結婚カップルの子育てについての研究では、結婚に伴って移動した側が自分の出身国の言葉や文化を教えるために、絵本や教材などを苦勞して入手したり、同国出身者同士のネットワークを駆使したり、高額な学費が必要な塾や学校などを利用したりして教育している様子が居住国や出身国の組み合わせを超えて幅広く観察された。この教育の理由には、子どもに移動した側の親につながる民族的なアイデンティティ

を身につけさせたいという親の願いや子どもの社会的な可能性の幅を広げるといった投資的な側面が語られることが多かった。これらの点は、今回の対象者の間でもかなりの部分が共通する。本研究のインタビューでも、現地での教育を通してタイ社会への同化を図るといった考え方や、日本的アイデンティティを十全に身につけさせることを目標としている例はなく、日本語や日本的アイデンティティは付加的なものとして意識されていた。つまり、「日本的アイデンティティを身につけさせる」という方向性はあるものの、どの程度を希望するのかは家庭ごとに大きく異なっていた。具体的に日本的な教育を行う場合には、経済的・時間的負担と引き替えに、日本から取り寄せる、現地で提供される高価なサービスの提供を受ける、インターネットなどを利用して自力によって工夫するなどの方法で「こだわり」を見せていた。また年齢がある程度あがった段階で「留学」という選択をする家庭もあった。

一方、東アジアへの結婚移民との重要な異なりは、日タイ国際結婚家庭では、インターナショナル校での英語教育に象徴される「グローバルな教育」の実践者が多かったことだ。このようなグローバルな教育は韓国、中国においても強く意識されていたが、インターナショナル校に通学させることは一般的ではなく、タイ社会の特殊性をうかがわせる。「グローバルな教育」の実現性という観点に立てば、タイ社会での子育ては有利にあるとさえいえる。ただし、いずれの場合でも問題になってくるのは、ニーズと経済力のバランスである。タイでも「グローバルな教育」や日本的要素の教育の負担は時間的にも金銭的にも大きい。今回の対象は経済的に安定しているミドルクラスの家庭であることを念頭に置く必要があるだろう。

7. まとめ

今回の調査によって、まずタイ在住の国際結婚家庭では、「タイで暮らしていく」という思いを基礎に、現地で手に入るモノ・サービスに充足感を持っている傾向が強いことが確認できた。過去に日本商品は高品質という側面が強調されて理解されてきたが、近年の流通の発達、現地商品の高品質化を経て、現在は日本の商品の消費の日本的アイデンティティの構築・維持、さらには将来への投資という側面が強く意識されるようになってきていることがわかった。

また、派遣企業からの手厚い支援のある駐在員家

庭に比べて、国際結婚家庭は現地採用や自営業の場合が多く経済的制限が大きい者もいるが、タイでの生活が長くタイ社会への理解や愛着もありタイ式を積極的に取り入れようという態度が強いのも特徴で、このような現地の選好の態度がタイを基本として育つ子どもへの受容につながっているように見える。しかし、このような人たちの間でも、日本のアイデンティティにかかわる教育の必要性は強く認識されていたが、高価（あるいは時間がかかる）になりがちとも考えられていた。また、タイで子育てすることは、子どもを「英語教育が容易なインターナショナル校」でグローバルに育てるにはむしろ好都合という考え方もあった。英語は日タイ両語よりも投資価値として優るという認識が広く共有されており、英語を日タイ語の上位に置くことで日タイ文化の対立が生じにくい構造になっているようだ。

教育商品のニーズは家庭の置かれている社会環境や経済状況、子どもの成長によっても変化する。そのため、日タイ両国の言語や文化教育、そして英語教育などの最適な組み合わせを長期的な視点に立って適時組み替えながら充足しなければならない。そのためニーズの充足状況に対する評価も現状認識の場合と回想の場合で異なることも考えられるが、インタビュー中の語りでは子どもの成長を肯定する形で変化しているようにも見えたことは指摘しておきたい。

本稿では経済学的な観点を援用し、モノとサービスという分類や、ニーズを商品調達によって充足させているというモデルから日タイ国際結婚家庭の教育観を考察することで、国際結婚家庭の商品調達の諸側面や教育商品にかかわるニーズの多様性が明らかになった。しかし、紙幅の関係もあり、商品としての子育て用品や教育サービスの特殊性についての検討を十分に行うには至らなかった。これらの点については、今後の課題としたい。

謝辞

本研究はJSPS科研費15K13052（『買い物弱者』としての在外子育て家庭の研究：国内流通課題への適応可能性（代表：久保康彦））、16K04630（越境する結婚移住者の教育観に関する基礎調査：国際結婚した在外日本人父親の言説分析（代表：渡辺幸倫））の助成を受けたものです。

参考文献

- 荒井一博. 教育の経済学. 有斐閣, 1995, 264p.
- 荒井一博. 教育の経済学・入門 公共心の教育はなぜ必要か. 勁草書房, 2002, 293p.
- 小塩隆士. 教育を経済学で考える. 日本評論社, 2003, 2501p.
- 斧出節子 "タイ・バンコク都における中間層の家事・育児・介護 - 再生産労働の社会的枠組み -". 落合恵美子, 山根真理, 宮坂靖子編『アジアの家族とジェンダー』 勁草書房, 2007, p. 168-186.
- 嘉本伊都子. 国際結婚論!?!【現代編】. 法律文化社, 2008, 168p.
- 曲 曉艶. 国際結婚に関する研究動向と展望. 東京大学大学院教育学研究科紀要. 2009, vol. 49, p. 265-275.
- 久保康彦. 流通システムにおける理論的フレームワークの再検討. 相模女子大学紀要 C 社会系. 2009, vol. 73, p. 57-68.
- 久保康彦, 渡辺幸倫, 鈴木涼太郎. 在外邦人家庭の子育て商品調達の特徴 - タイ・ベトナム在住者を中心に -. 日本生活学会第44回研究発表大会 (亜細亜大学) 2017年5月21日.
- 蔵本真紀子. 異文化間夫婦に関する文献レビューとこれからの展望. 青山学院大学教育人間科学部紀要. 2017, vol. 8, p. 91-107.
- 厚生労働省. "人口動態統計". 総務省統計局. <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/html/GL02100101.html> (2017年12月13日)
- 在タイ日本国大使館. 『平成28年のタイ国内在留邦人数調査統計』. 在タイ日本国大使館. http://www.th.emb-japan.go.jp/itpr_ja/consular_zairyuto.html (2017年8月8日)
- 齋藤大輔. 現代社会における越境移住の形態：タイ・バンコクの「現地採用」で働く日本人からの視座. 青山地球社会共生論集. vol. 2, 2017, p. 169-185.
- 酒井千絵. 上海の多文化家族 中国人配偶者と上海で暮らす日本人女性を中心に. 関西大学社会学部紀要. 2013, vol. 45(1), p. 47-72
- 佐藤真知子. 新・海外定住時代—オーストラリアの日本人—. 新潮社, 1993, 217p.
- 施 利平. 国際結婚夫婦におけるコミュニケーションと婚姻満足度. ソシオロジ. vol. 44(3), 2000, p. 57-73.
- 鈴木涼太郎, 久保康彦. 在ベトナム邦人子育て家庭

- の商品調達における「弱い紐帯」の役割 一国
内買物弱者問題への示唆を探る—
Encounters. vol. 6, (印刷中:2018年3月発行予
定).
- 瀬尾匡輝, 瀬尾悠希子, 米本和弘. 日本語教師はどの
ように教育の商品化を経験しているのか. 言語
文化教育研究. 2017, vol. 13, p. 83-96.
- 竹下修子. 国際結婚カップルの異文化適応と結婚満
足度:台湾に居住する夫台湾人・妻日本人の場
合. 金城学院大学論集 社会科学編. 2001, vol44,
p. 127-137.
- 日本貿易振興機構 (ジェトロ). タイ日系企業進出動
向調査 (2017年度調査).
<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2017/01/762117c2abed4a1c.html> (2017年12月6日)
- 日本貿易振興機構 (ジェトロ)『日本食品消費動向調
査 タイ』
<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2017/02/c89c34591b088681.html> (2017年12月8日)
- ニ ムンガー・スアルティニ. 国際結婚における変化
とライフスタイル移民の出現 インドネシア・
バリ島に移住する日本人女性の事例から. 文化
= Culture. 2014, vol. 77(3・4), p. 226-212.
- 丹羽 孝仁, 中川 聡史. 日本人若者が働くバンコクは
「天使の都」か(日本企業のグローバル化と若者
の海外就職2014年秋季学術大会シンポジウム).
地理科学. 2015, vol. 70, No. 3, p. 157-167.
- 丹羽 孝仁, 中川 聡史, テーレン ティモ. 変容する海
外で働く日本人:現地採用者に着目して. 埼玉
大学紀要 教養学部. 2016, vol. 51(2), p. 205-222.
- 藤田結子. 文化移民. 新曜社, 2008. 284p.
- ベッカー, S. G. 『人的資本—教育を中心とした理論
的・経験的分析. 佐野陽子訳. 東洋経済新報社,
1976, 299p.
- 松谷実のり. 現地採用移住の社会学的研究序説: グ
ローバル化時代の多様な移住経験. 京都社会学
年報. 2014, vol. 22, p. 49-69.
- 矢吹理恵. 国際結婚の家族心理学 一日米夫婦の場
合. 風間書房, 2011, 266p.
- 山下晋司. バリー観光人類学のレッスン. 東京大学
出版会, 1999, 258p.
- 渡辺幸倫. タイ王国の国際病院における異文化コ
ミュニケーションの課題. 相模女子大学文化研
究. 2012, vol. 29/30, p. 25-37.
- 渡辺幸倫, 藤田ラウンド幸世, 宣元錫, 李坪鉉, 裴晔
蘭. 多文化家庭の子育て戦略の課題: 日韓中の
- 国際カップルへのインタビュー調査. 相模女子
大学文化研究. 2016, vol. 34, p. 1-26.
- Heller, M. Globalization, the new economy, and the
commodification of language and identity.
Journal of Sociolinguistics. 2003, vol. 7(4), p.
473-492.
- Piller, I.; Takahashi, K.; Watanabe, Y. The dark
side of TESOL: The hidden costs of the
consumption of English. Cross-Cultural
Studies. 2010, vol. 20, p. 183-201.