

## 日本のアニメやドラマなどのコンテンツに対する学習者の関心度 ——タイの大学生を対象とした調査からの考察——

松井夏津紀

### 1. はじめに

現在、日本のマンガやアニメやドラマなどのポップカルチャーに興味を持っている日本語学習者が非常に多いことはこれまでも指摘されてきた(熊野 2010、近藤・村中 2010、櫻井 2010、熊野・川嶋 2011 等)。また、マンガやアニメに興味を持ったことがきっかけとなり、日本語学習を始めた学習者が少なくはないことも報告されている(熊野・廣利 2008、櫻井 2010、熊野 2010、熊野・川嶋 2011 等)。タイにおいても、特に、若い年齢層の学習者に日本のポップカルチャーを通じて日本語に触れ始めたという例が多々観察される。タイの日本語学習者の大幅な増加が報告された国際交流基金による 2012 年度の調査報告では、その背景に親日的感情や日タイの経済関係の強さ、また日本観光ブームといったもの以外にアニメや J-POP などの日本のポップカルチャーの流入があることが指摘されている(国際交流基金 2013: 42-43)。

タイでは 80 年代に急速に日本のマンガやアニメが浸透してきたが(箕曲 2007)、幼少の頃からマンガやアニメに触れている現代のタイの若者にとって、日本のポップカルチャーは何か外国の特別なものであるという感覚はないように思われる。しかし、その一方で、日本のマンガやアニメなどのポップカルチャーは自国のものではないということも十分認識されている。日本という国や日本人の実態を知らないタイの若者たちの間でも、日本や日本人に対するイメージがポップカルチャーを通して持たれていることもある(Cf. Pravalpuruk 1990)。そして、ポップカルチャーに興味を持ったことがきっかけとなり、中等教育機関や高等教育機関で第 2 外国語を選択する際に日本語を選択したり、語学学校で学習を始めたたりするケースも多い。

学習者の多くが興味を示しているアニメやドラマなどのコンテンツを授業で利用することが有効であることは、先行研究でも述べられてきた(加藤 2003、熊野・廣利 2008、矢崎 2009、小室 2009、熊野・川嶋 2011 等)。小室(2009)は、海外の日本語学習者は日本国内の学習者とは異なり、日常生活で日本語のバリエーションを観察する機会が少ないため、教室内でアニメやドラマなどの映像素材を使用することは様々なバリエーションの日本語に対する認識を高めることに効果的であるとの見解を示している。しかし、映像素材を使用した授業を効果的に展開するには、学習項目に相応しい素材を選ぶことに加え、学習者の興味に即した素材を選ぶことも必要であると考えられる。そうでなければ、アニメやドラマなどのコンテンツを利用しても学習に対する動機づけにはならず、学習効果が希薄になってしまう可能性があるからである。

本稿では、日本のポップカルチャーの代表とも言えるアニメを含む映像コンテンツに対して、タイの学習者が実際にどの程度の関心を寄せているのかという点を調査結果に基づいて考察して

いく。次節より、教師が学習者の関心の傾向を把握することの重要性を主張し、そして、1) タイの学習者はアニメやドラマなどのコンテンツは学習に有効だと考えているのか、2) タイの学習者が興味を持っている日本のコンテンツはどういう分野か、3) タイの学習者は日本のコンテンツに対しどの程度の認識があるのかという点について、調査結果を示し、考察を加えることにする。

## 2. 学習者と教師とのコンテンツに対する意識のギャップ

日本語教育にアニメやドラマなどのポップカルチャーが活用されるようになったが、加藤（2003）はその要因として、情報通信メディアの発達という点と素材入手の簡易化という点を挙げている。また、このような側面は、海外の学習者が日本のコンテンツを視聴しやすくなったという学習者の日本語との接点の変化にも関わっている。熊野（2010）の調査では、アニメやマンガが好きな学習者のほとんどが出身国や地域に関係なく、アニメやマンガをパソコンで観たり読んだりしていることが報告されている。パソコンの普及により、著作権問題が発生するものの、ポップカルチャー好きの学習者は世界中のどこにいても最新の作品に触れることができるようになった。海外の学習者たちには YouTube 等の動画投稿サイトやファンサブと呼ばれる英語などの翻訳字幕が付いたサイトを利用する者が多く、アニメやマンガの視聴や情報入手が容易く行われていることを熊野・川嶋（2011：107-108）が指摘しているが、タイの学習者もその例外ではない。

現在、学習者は日本の様々な映像作品に簡単に触れることができ、教師も教材として日本のコンテンツを取り入れることに積極的になっている。しかし、熊野（2010：89）も指摘しているように、そのような状況の中、教師は学習者がアニメやマンガとどう接しているのかという実態を知らずにいるという現状があることは否めない。教師世代のアニメやマンガの取扱いと若い学習者ではギャップがある。ポップカルチャーを教材として用いるとしても学習者の興味に即しているかどうかという点など素材の選択に教師自身が戸惑いを感じることも多いのではないだろうか。熊野（2010）は、教師が自分の好きなマンガを授業で使用しても学習者が知らないマンガであったりすることで、学習の動機づけとしてはうまくいかなかったというような例もあるのではないかと述べている。ポップカルチャーを利用した授業を行う場合、学習者の方が教師よりも新しい情報を豊富に得ていることが多いという点に教師も留意しておく必要があるだろう。

古い素材を利用することを否定するという事ではないが、アニメやドラマなどのコンテンツを日本語教育の現場で教材として活用する場合、教師が学習者たちの興味の傾向を把握しておくことも必要ではないかと思われる。学習の更なる動機づけとなるように映像素材を用いるのなら、学習者たちの興味を無視して素材選びをすることは合理的な策ではないからである。

### 3. 教材としての映像作品に対する学習者の視点

#### 3.1 調査方法

本節では、タイの学習者がアニメやドラマなどの映像作品に対して、どの程度の関心があるのかについて述べていく。本稿で報告する調査内容は2014年11月18日、2015年3月3日～2015年3月18日にチュラーロンコーン大学文学部東洋言語学科日本語講座に在籍する日本語専攻の3年生～5年生の学生を対象にアンケート形式で行われた調査をまとめたものである<sup>(1)</sup>。調査対象者のレベルは中上級から上級で、3年生40名、4年生3名、5年生14名の計57名から回答を得た<sup>(2)</sup>。調査対象者の約9割が「将来、日本語を使った仕事がしたい」と希望している学習者で、卒業後は日系企業に就職することや通訳者や翻訳家になることを考えている者が多く、実践で使える日本語力の向上を目指している学習者がほとんどである。

#### 3.2 日本のコンテンツを見ることは学習に役立つか

では、対象者となった学習者たちは実際にアニメやドラマなどの日本のコンテンツを観ることが日本語学習に効果的だと考えているのかという点について言及していきたい。まず、「日本の映画やアニメやドラマを観ることは、日本語学習に役立つか」という質問に対し、「非常に役立つ」と回答したのが44名で全体の約77%、続いて「ある程度役立つ」との回答が10名で全体の約18%で、対象者の約95%が日本のコンテンツを観ることが学習に役立っていると感じていることがわかった。また、学習者の7割以上がアニメやドラマや映画、或いはバラエティー番組やニュース番組などのテレビ番組を利用して自主学習をすることがあると答えた。これらの結果からも、授業でアニメやドラマなどの映像作品を用いることは学習者の想定範囲内のことであり、その学習効果が学習者からも期待されていることが理解される。

次に、学習者が日本のコンテンツを観ることで、具体的にどのような学習効果を期待しているかという点について述べる。以下の図1は「日本の映画やアニメやドラマを観ることは学習のどんなことに役立つか」という質問に対する回答結果を示したものである。

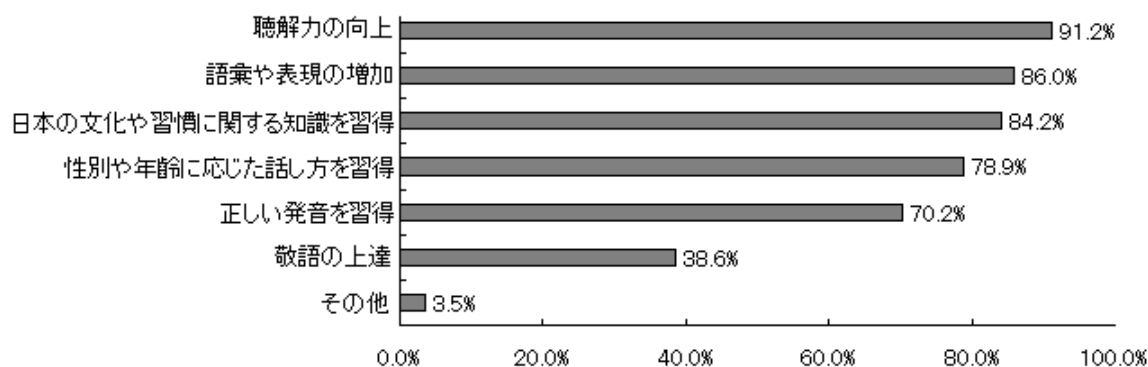


図1 コンテンツを利用した学習に対する学習者が期待する学習効果

図1が示すように、聴解力の向上や発音矯正という音声面、語彙や表現力の増加という語彙面、

また性別や年齢による話し方のバラエティーや敬語という語用面のそれぞれに学習効果が期待されている。また、このような言語面に加え、全体の約 85%が「日本の文化や習慣に関する知識を習得するのに役立つ」と回答しており、日本のコンテンツは文化面の知識を得るツールであるとも考えていることがわかった。

学習者の多くがアニメやドラマなどのコンテンツを学習に利用することで、様々な学習効果が得られると考えていることが判明した。また、海外で日本語を学ぶ学習者たちは、日本人の生活を目にする機会がなかなか持てないことが多いので、日本のアニメやドラマなどのコンテンツを観ることで日本文化や日本人の生活に関わる習慣などを学ぼうとしていることがうかがえた。

## 4. 学習者の日本のコンテンツに対する関心度と認知度

### 4.1 日本のコンテンツを観る頻度

本節では、学習者の日本のコンテンツに対する関心度、及び認知度について見ていくことにする。まず、日本のアニメやドラマなどのテレビ番組や映画などのコンテンツがどの程度の頻度で視聴されているのかという点から述べたい。「日本の映画やアニメやドラマなどをよく観るか」という質問に対して、「週に3回以上観る」と答えた学習者が12名、「週に1、2回観る」が16名、また、「月に何度か観る」が15名で、調査対象者全体の約75%が頻度の差はあるものの、定期的に日本のコンテンツを観ていることがわかった。また、日本のコンテンツを観るときに音声や字幕はどうしているのかという質問では、全員が日本語の音声で視聴すると答えたが、字幕に関してはタイ語や英語などの字幕付きで観るという回答が66.7%で、字幕なしで観ている学習者は33.3%にとどまった。現在、インターネットで翻訳字幕付きの作品を観ることができるため、学習者の多くが字幕付きのものを好んで視聴していることがわかった。

次に、学習者が視聴しているコンテンツのジャンルについて述べる。図2は、7つに分類したコンテンツのジャンルに対して、それぞれ観ることがあると回答した学習者の割合を示している

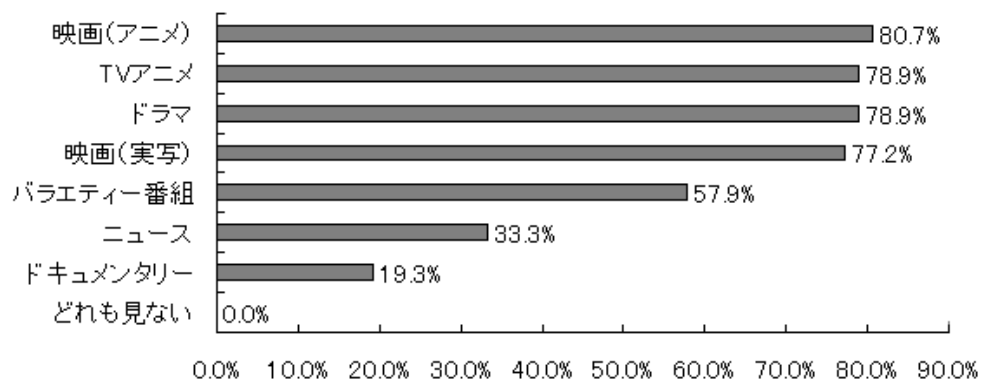


図2 学習者が観るコンテンツのジャンル

図2が示すように、最も多く観られるジャンルはアニメだということがわかった。アニメに関しては、映画版もテレビ版もそれぞれ約8割の学習者が観ると回答した。また、テレビドラマや映画もそれぞれ78.9%、77.2%と高い割合で観られていることがわかった。次に、バラエティー番組を観ると回答した学習者は、筆者の予想以上の割合で6割近くにのぼった。一方、ニュースやドキュメンタリーのような硬い内容のものは積極的に観られていないことがわかった。

このように、かなりの割合の学習者がアニメやドラマを定期的に視聴している。学習者が日常的に日本のコンテンツを観ることが習慣となっているので、アニメやドラマのような映像素材を授業で教材として効果的に扱えば、学習者の自主学習の手引きにもなり、日本のコンテンツを利用した自主学習の習慣化へと導いていくことも可能であると考えられる。

#### 4.2 アニメに対する関心度

日本のアニメ作品は旧作から新作まで、その数が非常に豊富であるが、学習者たちはどの程度、認識しているのだろうか。このことを調べるために、まず、1)「2000年以降に公開されたアニメ映画で興行収入が多かった作品」、2)「2000年以降に放送されたテレビアニメで視聴率が高かった作品」、3)「2013年のテレビアニメでDVDとBDの売り上げが高かった作品」、4)「2014年に放送されたテレビアニメでDVDとBDの売り上げが高かった作品」の4項目の上位10作品をインターネットサイトに掲載されている興行収入や視聴率のランキングを参考にしリストアップした<sup>(3)</sup>。次に、調査対象者となった57名の学習者たちにアニメ作品のリストを配布し、視聴したことがあるもの全てにチェックを入れさせた。次の表は、上記の項目1)と2)にランクインした作品が、学習者にどのくらい認知されているかを調査した集計結果をまとめたものである<sup>(4)</sup>。

表1 2000年以降に公開・放送された人気映画アニメとテレビアニメに対する学習者の認知度

映画アニメ興行収入上位10作品	認知度	テレビアニメ視聴率上位10作品	認知度
千と千尋の神隠し	73.7%	サザエさん	35.1%
ハウルの動く城	47.4%	名探偵コナン	68.4%
崖の上のポニョ	43.9%	ちびまる子ちゃん	61.4%
風立ちぬ	22.8%	こちら葛飾区亀有公園前派出所	7.0%
借りぐらしのアリエッティ	36.8%	犬夜叉	22.8%
STAND BY ME ドラえもん	14.0%	ワンピース	54.4%
ゲド戦記	17.5%	ドラえもん	71.9%
ONE PIECE FILM Z	17.5%	金田一少年の事件簿	24.6%
エヴァンゲリオン新劇場版:Q	5.3%	クレヨンしんちゃん	64.9%
ポケットモンスター*	7.0%	ポケットモンスター	56.1%

(\*『劇場版ポケットモンスターダイヤモンド&パール ディアルガVSパルキアVSダークライ』)

2000年以降に公開されたアニメ映画で興行収入の多かった上位10作品で、学習者が観たことがあると答えた上位5作品は『千と千尋の神隠し』、『ハウルの動く城』、『崖の上のポニョ』、『借りぐらしのアリエッティ』、『風立ちぬ』の順であった。これらの作品はいずれも「スタジオジブリ」制作で『借りぐらしのアリエッティ』を除く全てが宮崎駿監督の作品である。国内外で評価の高い宮崎駿アニメは、タイの日本語学習者にも非常に馴染み深いものであることがわかった。

次に、2000年以降に放送された高視聴率アニメ上位10作品に対する学習者の認知度を述べる。最も視聴されていたものは『ドラえもん』で、続いて『名探偵コナン』、『クレヨンしんちゃん』、『ちびまる子ちゃん』、『ポケットモンスター』の順となった。テレビアニメで高視聴率を得ているものは、アニメの放送時間帯から考えると子どもも視聴できる内容のものであることがわかる。つまり、これらの作品は子ども向けに制作されているものが多いということである。タイの学習者にとっても、『ドラえもん』や『名探偵コナン』などのアニメは子どもの頃から観ているもので、非常に馴染み深いものようである。しかし、その一方で、日本で最も視聴率が高かった『サザエさん』を観たことがある学習者は全体の3割程度にとどまった。また、日本では人気の高い『こちら葛飾区亀有公園前派出所』を観たことがあると答えた学習者も全体の7%に過ぎなかった。なぜ、これらの作品がタイの学習者にあまり視聴されていないかという点は気になるところであるが、本稿では、その原因を追究するには至らなかった。

続いて、項目3)と4)についての結果を見てみる。以下の表は、2013年と2014年のDVD・ブルーレイディスク(以下BD)の売り上げ上位10位に入ったアニメ作品に対する学習者の認知度をまとめたものである。

表2 2013年・2014年のDVD・BD売り上げが高かったテレビアニメに対する学習者の認知度

2013年DVD・BD売上上位10作品	認知度	2014年DVD・BD売上上位10作品	認知度
進撃の巨人	50.9%	ラブライブ! 2nd Season	8.8%
〈物語〉シリーズセカンドシーズン	17.5%	妖怪ウォッチ	8.8%
宇宙戦艦ヤマト2199	7.0%	ハイキュー!	22.8%
うたの☆プリンスさまっ♪*	15.8%	ソードアート・オンラインII	22.8%
ラブライブ!	14.0%	Free!-Eternal Summer-	29.8%
Free!	38.6%	鬼灯の冷徹	14.0%
ウサビッチ シーズン5	12.3%	月刊少女野崎くん	26.3%
黒子のバスケ 2nd SEASON	26.3%	ジョジョの奇妙な冒険**	8.8%
とある科学の超電磁砲S	14.0%	魔法科高校の劣等生	8.8%
IS<インフィニット・ストラトス>2	8.8%	Persona 4 the Golden ANIMATION	10.5%

(\*『うたの☆プリンスさまっ♪マジLOVE2000%』\*\*『ジョジョの奇妙な冒険 スターダストクルセイダース』)

前述の項目2)の作品リストはテレビで視聴される子ども向けのアニメが多かったが、項目3)、4)でリストアップした作品は、主にDVDやBDが購入できる大人に人気を博している作品であると考えられる。これらの作品で最も学習者に認知されていたのは『進撃の巨人』で、調査対象者の半数以上が既に作品を観たことがあると回答した。ついで『Free!』が38.6%で約4割の学習者が視聴したことがあるということだった。表2の作品リストの中で最も認知度の高い『進撃の巨人』は、原作マンガの発行部数が記録的だったことのみならず、企業とのコラボレーションが話題になったり、2014年、2015年にアニメ映画の公開、また実写映画化も2016年と2017年に公開予定であったりするなど、一大ブームを巻き起こしている作品である。このような日本で大きく話題となった作品は、学習者がインターネットなどから情報を得ることで、関心を集めやすいということが言えるのではないだろうか。しかし、同じく2014年に日本で大ブームとなった『妖怪ウォッチ』に関しては、観たことがあると答えた学習者は8.8%に過ぎなかった。この差は『進撃の巨人』が日本の大人の間で人気となったことと『妖怪ウォッチ』が子どもの間で人気となったことに関係しているのかもしれないが、本稿ではその原因を調査するには至らなかった。

#### 4.2 実写版映画とテレビドラマに対する関心度

日本の映画とテレビドラマを観ることがあるかという質問に対して、それぞれ8割近くの学習者が観ると回答したということ先述したが、アニメの場合と異なり、日本で人気がある作品が学習者に高い割合で認知されているという結果にはならなかった<sup>(5)</sup>。

まず、映画に関してだが、2000年以降の興行収入が多かった上位10作品のうち、学習者に最も多く観られていたのは、少女マンガが原作である学園ドラマが映画化された『花より男子ファイナル』で半数近い約42%が観たことがあると回答した。しかし、映画作品ではこの作品以外では20%を超えるものはなかった。また、「これまでに観た映画で好きなもの」について自由回答での回答を得たが、学習者に好まれる作品の傾向はアニメではある程度観察されたが、実写版映画では嗜好にかなりのばらつきがあり、学習者が好む作品の傾向は把握できなかった。

次に、テレビドラマでは、2000年以降に放送され日本で高視聴率を得たものの上位10作品のうち、学習者に最も視聴されていたドラマは『半沢直樹』で、全体の約33%が観たことがあると回答した。次いで、『ガリレオ』(2007年放送)と『家政婦のミタ』が、それぞれ20.0%、17.5%で、全体の2割程度の認知度であることがわかった。

テレビアニメを観ることがあると答えた学習者の数とテレビドラマを観ると答えた学習者の数は、それぞれ45名で同数だったにも関わらず、日本で高視聴率を獲得した人気ドラマは人気アニメと比べると、全体的に学習者に認知されている割合が低いということがわかった。このことから、ドラマの場合、『半沢直樹』のように日本で相当話題になったドラマを除いては、好みがかなり分かれるということが判明した。

## 5. まとめ

本稿では、タイの大学生が日本のコンテンツに対してどのような認識を持っているのかについて調査した結果から、以下のことを明らかにした。

- (1) 学習者の多くにとって日本のアニメやドラマなどのコンテンツを観ることが習慣化している。また、日本のコンテンツを観ることで音声面、語彙面、語用面、また文化面など様々な項目において、学習効果が得られると考えている。
- (2) 学習者が最も関心を寄せている日本のコンテンツのジャンルはアニメで、映画版、テレビ版ともに日本で人気の高いアニメが多数の学習者に視聴されている。
- (3) 映画アニメに関しては、特にスタジオジブリの作品が学習者に広く認知されている。
- (4) テレビアニメに関しては、『ドラえもん』のような子ども向けの長寿番組から、日本でも大人に人気のある『進撃の巨人』のような新作品まで、幅広く視聴している学習者が多い。
- (5) アニメに続いて興味を持たれているのはドラマである。しかし、実写版の映画と同様、一部の作品を除くと、アニメで観察されたような学習者の嗜好に全体的な傾向は見られず、個人の好みにはばらつきがある。

アニメやドラマなどの映像素材を教材として授業で利用することは、様々な学習効果が期待されることと、学習者の学習への更なる動機づけになるということから、非常に有意義になり得る。しかし、既存の教材として出来上がっているものを使用するのではないので、その素材選びには教師がより慎重になる必要が生じる。学習項目に相応しい映像素材を選ぶという観点はもちろん、学習者が興味を持つようなものでなければ、学習の更なる動機づけに繋がりがづらくなることが予測されるからである。映像素材を教室で利用する場合、より効果的な授業を展開するためには、学習者の興味の傾向を教師がある程度把握しておくことも必要であると思われる。映像素材を教材として選ぶ際には、内容のおもしろさや授業での学習目標に即しているのかという教師が判断する基準以外に、学習者が教材として求めているものかどうかという点も考慮すべきであるだろう。本稿では、タイの学習者がどのような日本のコンテンツに興味を示しているのかを調査し、映像素材を選ぶ際の参考となる一例を示した。

## 注

- (1) 本調査の一部は「タイ国日本語教育研究会第 27 回年次セミナー」で報告したものであるが、本稿で報告する調査結果では対象者数が 6 名増加している。
- (2) 対象者となった 4 年生の数が少ないのは、4 年生の多数の学生が受講した前年度の授業にて日本の映像作品を既に使用していたため、その授業を受講しなかった留学帰りの学生のみを調査対象としたためである。



- (3) 項目1)は「日本国内歴代総合興行収入ランキング1位-100位」『映画ランキングドットコム』〈<http://www.eiga-ranking.com/boxoffice/japan/alltime/total/>〉(2014年11月17日閲覧)、項目2)は「アニメ歴代最高視聴率」〈[http://1st.geocities.jp/june\\_2007\\_taste/saikou.html](http://1st.geocities.jp/june_2007_taste/saikou.html)〉(2014年11月17日閲覧)、項目3)は「2013年TVアニメ上位作品」『アニメDVD・BD売り上げ一覧表まとめWiki』〈<http://www38.atwiki.jp/uri-archive/pages/176.html>〉、項目4)は「2014年TVアニメ上位作品」『アニメDVD・BD売り上げ一覧表まとめWiki』〈<http://www38.atwiki.jp/uri-archive/pages/225.html>〉(2014年11月17日閲覧)を参考にした。
- (4) 本稿では、「認知度」をタイトルやアニメの存在を知っているという意味ではなく、視聴したことがあるという意味で用いている。
- (5) 実写映画とテレビドラマは、2000年以降に公開された映画の興行収入が多かった上位10作品は「日本国内歴代総合興行収入ランキング1位-100位」『映画ランキングドットコム』〈<http://www.eiga-ranking.com/boxoffice/japan/alltime/total/>〉(2014年11月17日閲覧)、2000年以降に放送されたドラマで高視聴率だった上位10作品は「視聴率データ 過去の視聴率データ」『Video Research Ltd.』〈<http://www.videor.co.jp/data/ratedata/junre/01drama.htm>〉(2014年11月17日閲覧)を参考にした。

## 参考文献

- 加藤清方(2003)「教育資源としてのテレビ・アニメーション番組と日本語教育」『日本語学』11月号、明治書院、pp 56-64
- 熊野七絵(2010)「日本語学習とアニメ・マンガ ～聞き取り調査結果から見える現状とニーズ～」『広島大学留学生センター紀要』第20号、広島大学留学生センター、pp 89-103  
〈[http://www.jfkc.jp/clip/images/page/anime/animemanga\\_2010a.pdf](http://www.jfkc.jp/clip/images/page/anime/animemanga_2010a.pdf)〉 2015年3月19日
- 熊野七絵・廣利正代(2008)『『アニメ・マンガ』調査研究 一地域事情と日本語教材一』『国際交流基金日本語教育紀要』第4号、国際交流基金、pp 55-69
- 熊野七絵・川嶋恵子(2011)『『アニメ・マンガの日本語』Webサイト開発 一趣味から日本語学習へ一』『国際交流基金日本語教育紀要』第7号、国際交流基金、pp 103-117
- 国際交流基金(2013)『海外の日本語教育の現状 2012年度日本語教育機関調査より』くろしお出版
- 小室リー郁子「海外の日本語教育における映像素材活用の意義とその実践報告」*Journal CAJLE*, 10, pp 89-105 〈<http://www.cajle.info/wp-content/uploads/2012/06/CAJLE-Vol-10.89-105.pdf>〉 2014年1月29日
- 近藤裕美子・村中雅子(2010)「日本のポップカルチャー・ファンは潜在的日本語学習者といえるか」『国際交流基金日本語教育紀要』第6号、国際交流基金、pp 1-7

櫻井孝昌 (2010) 「COOL JAPAN 世界が好きな日本文化」『月刊日本語』5月号、pp 12-15

箕曲在弘 (2007) 「タイにおける日本製マンガの受容 文化のグローバル化とローカル化」『早稲田大学大学院文学研究科紀要』第3分冊、pp 63-70

矢崎満夫 (2009) 「アニメを素材とした日本語学習活動『アニメで日本語』の開発: 「アニメーション」のティーチング・ストラテジーに着目して」『静岡大学国際交流センター紀要』3、静岡大学国際交流センター、pp 27-42 (<http://ir.lib.shizuoka.ac.jp/bitstream/10297/3723/1/090714001.pdf>)

2014年12月6日

Sor Wasna Pravalpuruk. (1990) Japanese Comics and Animations for Children in Thailand. Kunio Yoshihara (ed.) *Japan in Thailand*. Tokyo: Falcon Press