

ラオスのインバウンド観光需要において ICT 化が果たす役割についての一考察

森 朋也・小林和馬*

A Study on the Role of ICT for Inbound Tourism Demand in Laos

MORI Tomoya, KOBAYASHI Kazuma

(Received September 29, 2017)

1. はじめに：ラオス観光の現状と課題

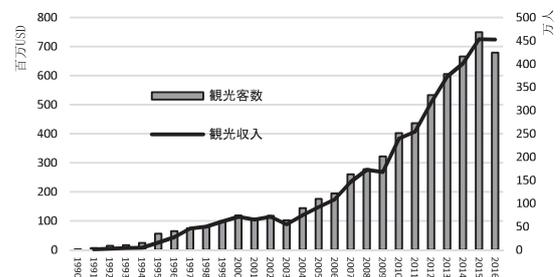
東南アジアの中で唯一内陸国であるラオス人民民主共和国（以下、ラオス）では、観光業は重要な産業セクターの一つとして位置付けている。2007年には、ラオスは、New York Timesの紙面で「次に行きたい国」で一位に選ばれている（Lee, 2007, December 9）。ラオス観光の魅力の一つは、地域ごとの多種多様な自然景観であろう。標高2,000m級の山々に囲まれる北部では、高低差のある地形によるダイナミックな自然景観、他方、標高が低く平原地帯が広がる中部・南部では石灰岩から形成されるカルスト地形、神秘的な鍾乳洞などを楽しむことができる。また、希少な動植物の観察を楽しむことができるツアー、少数民族の生活や文化を体験できるツアー、あるいはトレッキングやカヤッキングなどのアウトドアツアーなどもある。

観光地としてのラオスの魅力は、自然観光資源だけでなく、多くの歴史文化遺産にもある。代表的なものとしては、2つの世界文化遺産が挙げられる。1つは、1995年に文化遺産として登録されたルアンパバン郡の市街地であり、もう1つは、2001年に文化遺産として登録されチャンパサック県の文化的景観と関連の遺跡群である。その他にも、歴史的に不明点が多いシェンクワン県のジャール平原の石壺遺跡、クメール帝国時代の建築物が残るサバナケット県のファンヒン遺跡、ラオス愛国戦線の軍事部隊パテート・ラオの本拠地の跡が残るファンパン県のビエンサイの洞窟群などが挙げられる。

経済面において観光が果たす役割は大きい。ラオスでは、観光業は、重要な外貨獲得源である。産業別の輸出高でみれば、観光業は、鉱業に次いで第2位に位置しており、全体の13%を占めている。また、World Travel & Tourism Council (WTTC) (2017)によれば、観光業は、観光旅行業だけでなく航空会社、ホテル、レンタカー会社等を加えて考えると、GDP (Gross Domestic Product) の14.2%を占めており、国内労働者全体の約12.4%を占めている。2002年にはメコン川流域諸国内での経済協力プログラム「大メコン圏¹ (GMS: Greater Mekong Sub-region)」の中でも観光開発が戦略として組み込まれていることから、今後、ラオスを含めて当該地域の観光業が盛んになることが期待されている。

しかしながら、図1に示されているように、2016年のラオスの外国人訪問（インバウンド）人数²は減少し、観光収入も横ばいに転じた。1年のデータを見ただけで

図1 ラオスの観光客数と観光収入



出所：Tourism Development Department (2017) を参照して筆者が作成。

* 中央大学経済研究所客員研究員

¹ メコン川の支流である中国の雲南省・江西壮族自治区から、ミャンマー、ラオス、タイ、ベトナム、カンボジアの国々を指す地域圏である。GMSは、1992年からアジア開発銀行 (ADB: Asia Development Bank) の主導で行われている経済協力プログラムであり、3つの経済回廊 (南北経済回廊、東西経済回廊、南部経済回廊) の建設を中心に、多くのプログラムが実施されている。

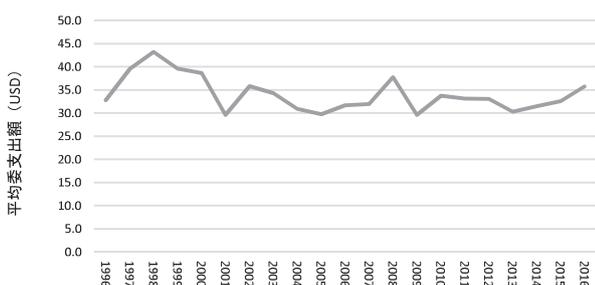
² 本稿で用いる外国人訪問客数に関するデータは、Tourism Development Department (2017) の統計資料に基づいている。この統計資料における外国人訪問客数は、ビジネスや外交目的の人数も含まれており、必ずしもその数値が観光目的のものを示しているわけではない。しかしながら、その数値の8割以上が観光目的での訪問で占められているため、本稿では、以後、このデータをインバウンド観光客数として捉えて議論を進める。

は、ラオスのインバウンド観光が減少傾向の段階に入ったと決めつけることは早計であるが、今後、更なる発展を遂げるために、ここでラオス観光の課題について検討することは重要であろう。

藤田（2008）は、2007年度の観光統計をもとに、ラオス観光は、観光客数の伸びている一方で、観光客の支出額はそれほど多くないことを示している。

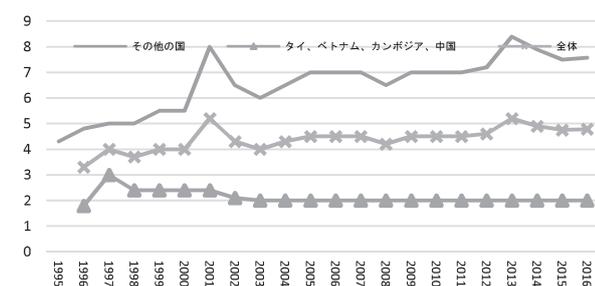
図2は、1996年から2016年までの観光客一人の一日当たりの観光支出額である。このグラフを見ると、年毎に多少上下はしているが、概ね30から40ドルを推移しており、藤田（2008）の議論以降も、ラオス観光への安価な支出額の課題は克服されていないことがわかる。さらに、Tourism Development Department（2017）によれば、観光市場のシェアの多く占める隣国のタイ、ベトナム、カンボジア、中国は、滞在日数も短く、さらにそれらの国々の観光支出額が低い。図3をみれば、滞在期間も隣国4カ国とその他の国では大きく差があることがわかる。

図2 観光客一人の一日当たりの平均支出額



出所：Tourism Development Department（2017）を参照して筆者が作成。

図3 平均滞在日数



出所：Tourism Development Department（2017）を参照して筆者が作成。

木沢（2009）は、ラオス観光が隣国と比べて観光客数や収入が低い理由として、陸路入国の短期滞在の観光客が観光客数の大半以上を占めていること、ラオスの有名な観光地の一つであるルアンパバンにおいて支出額の少ないバックパッカー観光客の占有率が高いこと、ホテルやガイドなどの人材不足のためにツアー料金が低いことを上げている。

神澤（2004）は、2つの世界遺産を結ぶ新たな観光

パターンを生み出すために、北部から南部までを結ぶ国道線上の整備とその軸上主要な都市であるルアンパバン、ビエンチャン、タケク（カムムワン県）、サワナケート、パクセ（チャンバサック県）の観光開発を進める必要を示している。表1を見れば、外国人の訪問人数の大半がビエンチャン都に集中していることが分かる。北部から南部までを結ぶ国道線上の整備とその軸上主要な都市の観光開発を行い、さらに、その同線上の都市にも観光による経済効果が波及するような開発が求められる。

以上のように、これまでの先行研究は、概ね、観光客の低い消費額、短期的な滞在、および社会インフラの未整備や人材不足について問題視してきた。もちろん、それらは、インバウンド観光を引き延ばすためにはラオスが取り組むべき重要な課題である。しかしながら、本稿では、これまでの先行研究で検討されてこなかった、ラオスにおける情報通信技術（ICT:Information and Communication Technology）化について着目し、ICTの発達観光需要の喚起に貢献するものかどうかを検証する。近年、観光分野においてICTが観光客の消費行動や観光産業に著しい影響を及ぼしていることが多くの学術論文で考察されている。そこで、本稿はラオスの観光分野においてICT化を進めることでインバウンド観光需要にどのような効果が期待できるかを検討する。以下では、第2節において、ラオスにおけるICT政策の現状を概説する。第3節で、観光産業においてICT化を進めることでどのような効果が期待できるのかについて経済学の知見、および実証研究の成果から示す。第4節では、結論を下す。

2. ICTと政策の現状

本章では、ラオスにおけるICT政策の変遷とその現状について概説し、その後、現状における課題について指摘をする。はじめに、ラオスにおけるICT政策は、周辺諸国との枠組みである東南アジア諸国連合（ASEAN: Association of South East Asia Nations）における政策の指針を大きく反映した物となっている。ASEANはICTを含む政治や経済だけでなく、社会や文化といった多くの分野において地域協力を通じて、日・米・欧など域外国と協力して交渉に当たり発展を期する共同体となっている。ASEANでは、2000年11月には「e-ASEAN Framework Agreement」が採択され、東南アジア全体における当時の経済発展の牽引役として、東南アジア地域の情報通信インフラの構築を目指した相互接続や相互運用の協力を確認したものとなっている。それだけでなく、将来を見据え電子商取引の促進に向けた投資の自由化や電子政府への取り組みなど世界の動向と歩調を合わせた取り組みが行われた。

表1 2016年の各県のインバウンド観光客数（人）

北部	ウドムサイ県	192,496	中部	ビエンチャン県	589,948
	サイニャブリー県	197,628		ビエンチャン都	1,643,692
	シェンクワン県	74,166		カムムアン県	538,027
	ボケオ県	219,603		サバナケット県	866,630
	フアパン県	50,039		サイソンプーン県	26,465
	ポンサリー県	103,583		ボリカムサイ県	231,920
	ルアンナムター県	531,366			
	ルアンパバン県	643,319			
南部	アッタプー県	130,773			
	サラワン県	88,325			
	セコン県	34,024			
	チャンパサック県	621,870			

出所；Lao National Tourism Administration（2017）を参照して筆者が作成。

ラオスは1990年に「電気通信マスタープラン」が作成され、前後を含めて電気通信整備計画が3次まで実施された。世界のICT環境の急速な発展を受け、監督機関もそれまでの郵便事業の監督と一体となった国家郵便電気通信庁（NAPT:National Authority of Posts and Telecommunications）から、2007年には通信・運輸・郵便・建設省（MCTPC:Ministry of Communication, Transport, Post and Construction）となっていた監督機関に再編され、さらに、2011年に2001年施行された電気通信法の改正により、郵便電気通信省（MPT:Ministry of Posts and Telecommunications）として分離し、MPTが監督業務を行っている。

MPTの監督の下で2011年からの5年間、ラオスは「五ヵ年発展計画」としてICTについても政策を立案し、この中で国際機関である国際電気通信連合（ITU:International Telecommunication Union）だけでなく、アジア・太平洋電気通信共同体（APT:Asia Pacific Telecommunication）と連携して「ASEAN ICT Development Partnership Plan（AIM 2015）」を策定し、ICTの発展を全ての加盟国で享受できるようにした。

具体的に、2011-2015の計画では1）郵便 2）電気通信やICT 3）手続きの電子化 4）予算 5）人材育成 6）法制度 7）国際関係 8）投資についてそれぞれの分野・観点からICT化に向けた具体的な方策が示された。これらの計画を受けて、2016年からは「五ヵ年発展計画II」として、2020年までのICT政策を7つの方針と13の目標で示し、世界が高速で高い品質のインフラを構築し産業も高速化・複雑化する中で、ICTが社会経済発展の牽引役である事を改めて位置づけた。

さらに、これまでの五ヵ年計画だけでなく、ASEANのICT政策と関係させた2016年からの十ヵ年計画として2015年、「ビジョン2030、電気通信と電気通信セクターの発展戦略（2016-2025）」を策定した（MPT, 2015）。十ヵ年計画では具体的な方針と施策は五ヵ年計画を適切に実施する事を確認し、新たに計画実施による挑戦項目としてICTの恩恵の小規模な村を含むラオス全域へ普及・浸透などの8つの項目を挙げ、これまでの教訓を基に最終的な2030年までにラオス国内のICT環境の姿（ビジョン）を4点で示した：郵便インフラの高度化、通信・IT（Information Technology）インフラの高度化、人材の高度化、公共・民間部門の手続きの電子化。また、2030年までの全体の方針は13項目示されており、五ヵ年計画の最終年である2025年までの目標は当初の計画の8分野を想定した具体的な11の目標が示された。

こうした近年のラオスにおけるICT政策の動向はASEANとしてのICT政策と関係しており、ASEANのICT政策も概ね5年ごとに策定されている。近年では2011年から2015年までの5年間についての計画をまとめた「ASEAN ICT Master Plan 2015（AIM 2015）」が採択され、1）経済改革 2）エンゲージとエンパワーメント 3）イノベーション 4）インフラ整備 5）人材育成 6）デジタル・デバイドの解消を掲げ、加盟国が連携して情報通信インフラの高度化と社会経済の発展への貢献というラオスのICT政策と共通の方針を加盟国間の連携を強調する形で策定されている。

さらに、その後継となる「ASEAN ICT Master Plan 2020（AIM 2020）」では政策目標については、多少の表現・内容の変化はあるが、1から5までの目標は基本的には共通しており、さらにICT環境の急速な変化を

受けて以下の点の変更・追加された：ASEAN単一市場としてのICT、ニューメディアとコンテンツ、情報セキュリティと確実性の3点となっている。これらはASEANとして新たに生み出す魅力的なコンテンツの創出・管理やセキュリティに関する点が近年急速に求められている事が窺える。

ラオスにおけるICTによる通信インフラの状況と国家の全体像については、計画投資省（MPI:Ministry of Planning and Investment）とラオス統計局（LSB:Lao Statistic Bureau）が公表する統計資料から窺える。しかし、ここで示されているICTの現状は、後発開発途上国（LDCs:Least Developing Countries）の発展として認識しているせい、非常に表面的で、電子メール送受信数や通信時間など統計として示されている情報はブロードバンド時代を迎えている世界の現状に鑑みると現状認識の方法が従来の電話事業を中心としたPSTN（Public Switching Telephone Network）やISDN（Integrated Services Digital Network）時代の把握方法と認識となっている。ラオス全体におけるICT政策を生かした産業の発展は国家が統一的に機能している様には見えず、ICT政策が十分機能していない現状が窺える。他方で監督機関であるMPTは独自にICT統計データを作成している。この中では移動体通信市場やハードウェアの利用動向など高度化する通信環境を反映させた統計データとなっている。

Inthara（2015, December 9）とPhissamy（2016, October 26）は、上記の省庁の統計資料を用いて、ラオスにおけるICT化の現状について包括的に整理している。これらから窺えるのは、地域間での普及や利用動向について比較的大きな差があるものがあり、特に普及という面では2015年以降、FTTH（Fiber to the Home）が導入され、その間接的効果として固定回線だけでなく移動体通信も含めた全体的な通信速度が劇的に高速になったことが確認できる。したがって、ブロードバンド化された通信環境が普及・拡大し始めている状況である事が確認できる。

以上のラオスにおけるICT政策の現状を考えれば、今後の政策の方向性としては、まずは、総じて、国家レベルでの現状把握において従来の電話事業を中心とした通信環境の把握方法を現在のブロードバンドやICTを踏まえたICT環境を統計資料として国内で把握していく必要がある。その点でMPTが作成している統計データは、本来ICT政策やその目的である投資への誘導を実行していく上で基礎とすべきデータであるはずである。現状認

識と国家機関としての統一的対応が必要であると考えられる。

また、ICT政策自体は国内手続きなどの電子化を促進とする一方、ASEANのICT政策が人材育成や投資への誘導という発展的で複合的な課題に取り組むことから、国内の地域間だけでなく、ASEANとの間で環境または経済の成熟度におけるギャップをICT環境の整備以外でどのように埋めていくかが課題となる。バンダサイ（2014）によれば、ラオスには未だ質の高いICT分野の専門家の数が少なく、そのインフラの整備と活用も遅れている。バンダサイ（2014）は、今後の方針として、人的資本と社会資本の拡充とともに、政府、民間、大学などの研究機関が連携をとる必要性を指摘している。

3. ICT政策と観光との関係性

本章では、ICTの発達が発達客の消費行動、および観光産業に与える影響を経済学の視点と定量的な研究結果に基づいた検証を行う。観光市場は、情報が均一的に分布しておらず、情報の非対称性という、市場の失敗が生じることが知られている（中村、2015）。ICTが観光分野に果たす役割として、情報の非対称性の問題の解消が挙げられる。情報の非対称性とは、市場において情報が均一に分布しておらず、偏在しており、「ある経済主体が知っている情報を別の人が知らない状況」（Varian, 1992）である。観光客の多くは、観光地への訪問以前に不確実な状況において幾分か的意思決定を行わなければならない。この場合、観光客は、取引以前に取引相手の情報が観察できない、逆淘汰という情報の非対称性の問題に直面する³。観光客は、観光地や現地の供給者（例えば、宿泊業者、ツアーガイド、小売店、飲食業など）の“質”に関する十分な情報を持っていない。特に、インバウンド観光客の場合、独自で十分な情報を獲得するのが困難であろう。このような状況で、観光客は、質に関して不確実性を持った財・サービスを取引しなければならない。逆淘汰が生じている場合、消費者は、観光への支払いを控える、あるいは観光自体を諦めてしまう。そのような状況においては、質の高い財・サービスを供給している業者にとっては、利益を上げることが困難な状況となる。結果的に、観光市場では、完全競争的な市場とは対照的に、供給側において質の良いものが市場から退出し、逆に質の悪いものが市場に残ってしまうという逆淘汰が生じる。

しかしながら、観光客は、スマートフォンやタブレットを通して簡単に情報にアクセスすることが可能となったことで、観光客（消費者）と観光地（供給者）の間で

³ 逆淘汰の原理は、Akerlof（1970）によって理論的に明らかされた。この原理は、なぜ中古車市場において低品質な車（レモン）が淘汰されないのかという問題に彼が応用したことから、「レモンの原理」とも呼ばれる（奥野、2008）。

の情報の偏りが解消され、上述した逆選択の問題を回避しうる。例えば、観光客は、ホテルなどの宿泊施設のレビューを見ることで、選択する際に有益な情報を得ることができる。

また、ICTの発達は、供給側にも質を高めるインセンティブを与えることができる。観光客は、インターネット上で業者間を容易に比較することができるので、供給側での競争が生じやすく、市場全体の質が高まることが期待できる。加えて、消費者は獲得できる情報が詳細で多い方が意思決定しやすくなるので、供給側にとっては、多少コストを払ってでもウェブサイトやネット広告を通して消費者に対してシグナリングとしての情報を送ろうとするだろう。

ここで、観光客が得る情報は、観光の供給側から発信されたものだけではなく、消費者である観光客からも発信される。観光客は、他の消費者が発信したブログや SNS (Social Networking Services : Facebook、Twitter、Instagramなど) を通して情報を得ることもできる。つまり、ICT化の進展により観光客がアクセスできる情報チャネルが増えたといえる。

観光分野では、商業的な関わりでない、消費者間で観光地や関連商品・サービスに関してやり取りされるコミュニケーションを“word-of-mouth (WOM)”と称している (Litvin et al., 2008)。Cantallops and Salvi (2014) の実証研究の結果によれば、WOMは、観光地の決定や観光支出の増加に貢献することが期待される。最近では、インターネットが登場したことによりメール、ブログ、SNSなどを通じたデジタル上で形成される消費者間のコミュニケーションは、面と向かったコミュニケーションよりも大規模に形成されるものとなっており、“electronic word-of-mouth (eWOM)”と呼ばれるようになってきている。Litvin et al. (2008) は、eWOMを「特定の財やサービスの利便性 (usage) や特徴、あるいはそれらの売り手に関して、インターネット基盤のテクノロジーを通して、消費者に向けて発せられたあらゆる非公式なコミュニケーション」として定義しており、このコミュニケーションには、消費者間だけではなく、供給者

と消費者間も含まれるとして、従来のWOMよりも広義にコミュニケーションを捉えている。

さらに、eWOM と観光客の消費行動の関係においては、SNSの利用者などのeWOMの規模が大きいほど、発信される情報がより高い価値を持ち、人々の行動により大きな影響を与えるというネットワーク外部性 (ネットワーク効果) が生じうる⁴。ネットワーク外部性は、概して言えばネットワークはその規模がより大きい方が良い、またはあるネットワークにより多くの利用者がいるほど、そのネットワークの価値はより大きくなると考えることである⁵。こうした観点から観光と ICTにおける情報とテクノロジー、さらにSNSで形成される集団やセグメント化に対する議論の重要性についてはGranados (1999)、Pesonen (2013) やDimitris and Vasiliki (2013) が指摘しており、観光におけるネットワーク効果、ならびにその実証研究は前述の文献と Wang, Hsu and Fang (2005)、小沢 (2016)、および、Erkuş-Öztürk (2009) で議論がなされ、ネットワーク外部性の効果が影響していることが指摘されている。

以上の経済学的な考察にもとづけば、ラオスにおける ICT化の進展は、観光需要を喚起する一つの重要な戦略であることがわかる。そのような中で、ラオス政府は、ICT化の進展のために、インフラの整備や人材育成などに力を入れることが求められる。このようなハードで時間のかかるような施策に加えて、比較的ソフトで時間のかからないような施策も重要である。例えば、デジタル上における観光客同士でのeWOMのネットワークの形成と拡大を図る上では、政府によるSNSでの積極的な情報発信も必要である。また、観光客がSNSで発信しなくなるような観光地のマーケティングも有効であろう。

4. おわりに

本稿では、これまでの先行研究で検討されてこなかった、ラオス観光におけるICT化について着目してきた。本稿は、まず、ラオスのICT政策の現状を概説しながら、その課題を明らかにした。第2節で指摘した通り、産業全体の中でのICT分野の認識と監督機関として把握する

⁴ ネットワーク外部性については、Katz and Shapiro (1985, 1994) やEconomides (1995) により議論がなされ、Leibowitz and Margolis (2012) によってまとめられている。

⁵ Bellaframe and Peitz (2010) では前者の効果を「直接的」ネットワーク効果、Katz and Shapiro (1994) にあるように互換性の議論を伴ってもたらされる後者の効果を「間接的」ネットワーク効果と呼んでいる。「間接的」効果における互換性の議論はDavid (1985)、Farrell and Saloner (1986) やArthur(1989) によりなされ、利便性などにつながるある種の合理性があるにしろ、歴史的なある時点での恣意的な決定による歴史的な「経路」にしろ、ある決定または「経路」に依存し、以降の決定の機会も前の決定を維持することに合理性が出てくるというものであった。具体例としてはキーボードの配列、VHSやDVDの規格、さらにOSや表計算やワープロなどのソフトウェアがこうした互換性の議論で挙げられる代表例である。また、「間接的」ネットワーク効果についてはEconomides (1995) の議論からネットワーク効果とその効果に基づいて価値が最大になるネットワークの規模が存在する事を証明している。この議論以降、Leibowitz and Margolis (1999) のように主にソフトウェアの分野ではマイクロソフトの例を中心にOSや表計算といった統合パッケージソフトウェアの経済性や米国の反トラスト法に関する適法性について議論がなされた。

変化著しい国内ICT環境の認識との間には大きな差がある。こうした行政機関の対応は、国家運営が統一的に行われていない懸念が生じる。政策として投資や人的資本の構築といった他分野への影響を期待している場合、政府の統一的意思決定や対応が必須である。国内の地域間格差を埋める具体策を多方面で一体的に政策を履行する体制がなければ、ASEANとして実効性を伴う国家間連携は困難であると考えられる。

つぎに、ICT化の進展が観光客の消費行動や観光産業に及ぼす恩恵について、経済学における情報の非対称性やネットワーク外部性の議論を中心に論じた。ICT化が進展することで観光市場における情報の分布に偏りがなくなり、消費者である観光客は観光地の情報を十分に把握することができる。結果として、観光客数と観光支出額などの観光需要の向上が期待できる。また、ICT化の進展は、デジタル上での消費者の情報伝達を容易にし、いわゆる、eWOMが形成され、その規模が大きくなるほど、ネットワークの外部性の効果を通して、より大きな需要の創造が見込まれる。加えて、情報の非対称性が解消されることで供給者側に質を高め、自らの質の高さを将棋者にシグナルとして知らせるインセンティブが付与するので、観光市場全体の質を高めうる。前述したように、それらのメカニズムの妥当性については、実証的にも保証されてきている。ラオス政府は、上述の効果を考慮しつつ、前述したラオスにおけるICT政策の課題に取り組むことが望まれる。

本稿の今後の課題としては、定量的な分析による検証を行うことである。ラオス政府が公表している統計データは、その種類や網羅している地域に限りがあるが、その範囲の中で検討する必要がある。その一方で、観光客が発信したSNSのデータやTrip Adviserのような観光客のレビューデータなどの、いわゆる、ビッグデータを用いた分析は、より発展性があるかもしれない。ビッグデータからマイニングを行うことで、eWOMによるラオス観光客の消費者行動や嗜好への影響を捉えることができるだろうし、これまでと異なる消費構造が明らかになる可能性がある。これらの点については、別稿に譲りたい。

謝辞：本稿は、JSPS科研費 JP16K16666の助成を受けた成果の一部である。

参考文献・資料

(日本語)

- 奥野正寛 (2008) 『ミクロ経済学』東京大学出版会。
 小沢健市 (2016) 「地域発展の手段としての観光アイデンティティ効用」『立教大学観光学部紀要』第18号, 72-77。

神澤隆 (2004) 「インドシナの内陸国ラオスの観光開発に関する考察」『日本観光学会誌』第44号, 102-109。

木沢誠名 (2009) 「ラオス観光の現状についての一考察」『日本観光研究学会第24回全国大会論文集』45-48。

国際協力事業団 (2001) 「国際協力の変革を求めて：情報通信技術の活用を目指して」。

http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652112.pdf

(2017年9月27日最終アクセス)

総務省 (2016) 「世界情報通信事情：ラオス人民民主共和国(通信)」。

www.soumu.go.jp/g-ict/country/lao/pdf/856.pdf

(2017年8月23日最終アクセス)

藤田昭雄 (2008) 「ラオス観光産業の現状と展望」鈴木基義編『ラオスの産業基盤』JICAラオス事務所, 227-263。

中村哲 (2015) 「観光と情報」前田勇編『新現代観光総論』学文社, 65-73。

ローワンサイ・バンダサイ (2014) 「ASEAN途上国ラオスのICT政策と戦略セクターの研究」。

<http://cio-japan.waseda.ac.jp/publication.htm>

(2017年8月17日最終アクセス)

(外国語)

Akerof, G. A. (1970). Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84, 488-500.

ASEAN (2011). ASEAN ICT Masterplan 2015: We're stronger when we're connected.

<https://ccdcoe.org/sites/default/files/documents/ASEAN-110101-ASEANICTMasterplan2015.pdf>

(2017年9月23日最終アクセス)

ASEAN (2015). ASEAN ICT Masterplan 2015 Completion Report: We're stronger when we're connected.

<http://www.asean.org/storage/images/2015/December/telmin/ASEAN%20ICT%20Completion%20Report.pdf>

(2017年9月23日最終アクセス)

ASEAN (2015). ASEAN ICT Masterplan 2020.

http://www.asean.org/storage/images/2015/November/ICT/15b%20--%20AIM%202020_Publication_Final.pdf

(2017年9月23日最終アクセス)

Cantalalops, A. S. and Salvi, F. (2014). New consumer behavior: A review of research on eWOM and hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 36, 41-45.

Dimitris, L. and Vasiliki, K. (2013). The effect of virtual communities and social network sites on tourism destination choice. *Journal of Tourism Research*, 6. Retrieved from

<http://jotr.eu/index.php/volume6/49-effect>. (2017年9月23日

最終アクセス)

David, P. A. (1985). Clio and the economics of QWERTY.

- American Economic Review*, 75 (2), 332-337.
- Economides, N. and Himmelberg, C. (1995). Critical mass and network evolution telecommunications. In G. W. Brock (Eds.), *Toward a competitive telecommunications industry: Selected papers from the 1994 telecommunications policy research conference*, (pp. 47-63), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Erkuş-Öztürk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 30, 589-597.
- Farrell, J. and Saloner, G. (1986). Installed base and compatibility: Innovation, product preannouncements, and predation. *American Economic Review*, 76 (5), 940-955.
- Gandal, N. (1994). Hedonic price indexes for spreadsheets and an empirical test for network externalities. *RAND Journal of Economics*, 25 (1), 160-170.
- Granados, N. (2002). *Travel Around the World Wide Web: A Review of Information Technology and Tourism—A Challenging Relationship* (by H. Werthner and S. Klein, New York, NY, SpringWein 1999) (MIS Research Center Working Paper No. 28). 1-7, Retrieved from http://misrc.umn.edu/workingpapers/fullPapers/2002/0228_080102.pdf (2017年9月23日最終アクセス)
- Inthara, K. (2015, December 9). E-Governance status of Laos. http://www.cicc.or.jp/japanese/kouenkai/pdf_ppt/pastfile/h27/151209-5MPT_LAO.pdf (2017年8月23日最終アクセス)
- Kaz, M. L and Shapiro, C. (1986). Technology adoption in the presence of network externalities. *Journal of Political Economy*, 94 (4), 822-841.
- Kaz, M. L and Shapiro, C. (1994). Systems competition and network effects. *Journal of Economic Perspectives*, 8 (2), 93-115.
- Lee, D. (2007, December 9). The 53 places to go in 2008, *New York Times*. Retrieved from http://www.nytimes.com/ref/travel/20071209_WHERE_GRAPHIC.html (2017年8月17日最終アクセス)
- Leibowitz, S. J and Margolis, S. E. (1999). *Winners, Losers & Microsoft : Compositon and amitrust in high technology*. Oakland and California: Independent Institute.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. and Pan, B. (2008). Electric word-of-mouth in hospitality and tourism management, *Tourism Management*, 29, 458-468.
- MPT (2015) Vison 2030, development strategy of posts and telecommunications sector for 10 years (2016-2025) (in Lao) . https://drive.google.com/file/d/0B3GQoCR_FJhldHo1M3RmT2pwOWc/view (2017年8月23日最終アクセス)
- Pesonen, J. (2013). Information and communications technology and market segmentation in tourism: A review. *Tourism Review*, 68 (2), 14-30.
- Phissamy, P. (2016, October 26). ICT Policy & Development in Laos. http://www.cicc.or.jp/japanese/kouenkai/pdf_ppt/pastfile/h28/161026-04la.pdf (2017年8月17日最終アクセス)
- Souliyong, S. (2017, February 11). Tour operators suggest activities for 2018 Visit Laos Year. *Vientiane Times*. Retrieved from http://www.vientianetimes.org.la/FreeContent/FreeContent_Tour_35.htm (2017年8月17日最終アクセス)
- Tourism Development Department (2017). 2016 Statistical report on tourism in Laos. Retrieved from <http://www.tourismlaos.org/files/files/2016%20Statistic%20Report.pdf> (2017年8月17日最終アクセス)
- Varian, H. R. (1992). *Microeconomics analysis*, (3th ed.), New York & London: W.W. Norton & Company.
- Wang, C-C., Hsu, Y. and Fang, W. (2005). Acceptance of technology with network externalities: An empirical study of internet instant messaging services. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 6 (4), 15-28.
- Werthner, H. and Klein, S. (1999). *A Review of Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship*. Vienna: Springer-Verlag Wein.
- WTTC. (2017). Travel & tourism: Economic impact 2017 Laos. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/laos2017.pdf> (2017年8月17日最終アクセス)

(Web site)

- Centre of the International Cooperation for Computerization. http://www.cicc.or.jp/japanese/modules/system/modules/menu/main.php?page_id=18&op=change_page (2017年8月23日最終アクセス)
- Lao Statistic Bureau. <http://www.lsb.gov.la/lsb/lo/#.WcxcF8hJaUk> (2017年8月23日最終アクセス)
- Ministry of Planning and Investment. <http://www.investlaos.gov.la/> (2017年8月23日最終アクセス)
- Ministry of Posts and Telecommunications. <http://www.mpt.gov.la/> (2017年8月23日最終アクセス)