

タイへ渡った日本のガチャガチャ

板久 梓織

一 はじめに

本稿は2023年8月にタイ王国首都バンコクで見つけた日本のガチャガチャのレポートである。ガチャガチャとはいわゆるカプセルトイ¹を指し、小型の販売機に硬貨を入れると玩具や置物、バッグやポーチなどの小物がカプセルに入った状態で無作為にでてくるものである。小尾野によれば、ガチャガチャはアメリカから1965年に日本に持ち込まれたものだが〔小尾野 2023：30-32〕、現在の日本のガチャガチャは独自に進化している。一般社団法人日本玩具協会の発表によると、2022年度の市場規模は約610億である²。また、一般社団法人日本カプセルトイ協会の発表によると、製造元出荷ベースでの市場規模は2022年度で約720億円である³。ガチャガチャは街の至る所に設置されており、上野駅や新橋駅のような駅構内にもガチャガチャのスペースが大きく割かれている。さらに近年では「ガチャガチャの森」のような専門店も軒並み登場して第四次ブーム下にあたる〔小尾野 2023：16、石田 2021：40〕⁴。たとえば池袋の専門店「ガシャポンのデパート池袋総本店」では3000台が設置されている。2017年からは成田空港にも置かれ、余った小銭の消費も兼ねて、外国人訪問客にも人気の娯楽となっている。株式会社バンダイナムコアミューズメントは、近年では日本国内

¹ 呼び名はいくつかあるが、代表的なものだと「ガチャガチャ」「ガシャポン」は株式会社バンダイ（バンダイ）、「ガチャ」は株式会社タカラトミーアーツの登録商標である。総称は「カプセルトイ」や「カプセル玩具」であるが、本稿では一般的な認知度を考慮し、「ガチャガチャ」で統一する。

² 「玩具市場規模データ」https://toys.or.jp/toukei_siryou_data.html 2024年2月11日閲覧。ただし小尾野は、2021年度は450億円の前年比35.6%アップ、10年前の2012年度が270億円であり、市場は拡大傾向にあるものの、この発表についてガチャガチャメーカーの大半が日本玩具協会に加盟しておらず、実際の市場規模はより大きいと述べる〔小尾野 2023：16〕。

³ 「カプセルトイ市場動向調査令和4年度（2022年）結果報告」<https://www.japan-cta.org/news/jacta20230126/> 2024年2月11日閲覧

⁴ 小尾野によれば、マシーン（筐体とも呼ばれる。本稿では販売機と呼ぶ）の設置台数は推定60万台強、設置箇所は推定7万ヶ所、専門店は推定500店舗ほどある〔小尾野 2023：18〕。

にとどまらず、イギリスやアメリカ、アジア地域に専門店をオープンし、海外進出も果たしている [小尾野 2023 : 152]。筆者はバンコクに 2023 年 8 月 16 日から 23 日まで滞在し、その間に専門店やほか数カ所で日本式のガチャガチャを確認した。本稿ではまずバンコクで見られる日本のコンテンツにまつわる店舗やイベントを簡単に紹介し、その後そのときのガチャガチャの設置状況の相違点と特徴について報告する。

二 バンコクで見られた日本のコンテンツに関するもの

本節では、タイにおける日本のコンテンツの受容の歴史と調査時に見られた現状について簡単に触れておきたい。なお、コンテンツとは半澤によれば「映画、音楽、テレビ番組、書籍・雑誌などの娯楽性が強い情報財をさすと認識され、メディア・情報産業の一種をさす」 [半澤 2014 : 3]。ガチャガチャの商品には、日本のコンテンツ関連のものが多くあり、両者の結びつきは強い。バンコクでの日本式ガチャガチャについて考えるうえで、日本のコンテンツがどのように展開しているかを示すことは有用であると考えため、ここでバンコクにおける日本コンテンツ展開の歴史と現状の一端を示す。

平松によると、タイにおける日本文化の受容は 1970 年代半ばには、タイにウルトラマンや仮面ライダーなどが流入し、80 年代の日本語ブームもあり、90 年代から 2000 年代以降は日本マンガやアニメの移入が行われた。こうした移入の背景には政策が関わっていたが、近年ではグローバリゼーションの流れやインターネットの普及によって日本のポップ（サブ）カルチャーが、特に大都市においてコスプレや同人誌活動といったマイナー領域にまで広がりを見せていると述べる [平松 2010 : 17-20]。

近年の動向に目を向けると、バンコクでは 2016 年に東南アジア最大規模のアニメ専門店としてアニメイトがオープンした。アニメイトとは、アニメ・グッズの専門店であり、日本国内におよそ 120 店舗構えるチェーン店である。海外店舗数は 2024 年現在 11 店舗あり、バンコク店は MBK センターと呼ばれるショッピングモール内にある。2021 年にはいわゆる「ガンプラ」で親しまれているガンダムのプラモデル専門店である「ザ・ガンダ

ムベースタイランド (THE GUNDAM BASE THAILAND) 」が東南アジア初としてサイアム・センター (SIAM CENTER) ⁵にオープンした。2023年には大型ショッピングモールであるセントラルワールド (CENTRAL WORLD) でスタジオジブリ展「THE WORLD OF STUDIO GHIBLI'S ANIMATION EXHIBITION BANGKOK 2023」が開催された。このスタジオジブリ展は、入場者が10万人を突破し、本来の会期 (2023年7月1日～同年9月30日) よりおよそ3ヶ月延長されることとなった (2023年10月7日～2024年1月2日)。

このほかにも、バンコクを中心部では至る所に日本に関係した店がある。筆者の訪問時には、「とんかつ まい泉」と『名探偵コナン』の当時の劇場版最新作 (日本公開2023年4月の作品) とのコラボレーションがバンコク独自のものとして現地店舗で行われていた。

三 バンコクで見られた日本式ガチャガチャ

ガチャガチャは、日本では「激安の殿堂ドン・キホーテ」という名称で知られている「ドンドンドンキ DON DON DONKI」⁶やアニメイト周辺といったような日本の店が密集している場所に置かれている場合もあれば、日本由来であることが想起されたり、強調されたりすることなく駅の構内に設置されている場合もあった。ここからは、バンコクでガチャガチャが見つかった例をガチャガチャの専門店、ショッピングモールのスペース、駅構内での設置の順にみていく。その後、商品の購入方法について説明する。

1 ガチャガチャ専門店

まずはガチャガチャ専門店について紹介する。この店舗は「ガシャポン バンダイオフィシャルショップ (GASHAPON BANDAI OFFICIAL SHOP)」という名称で、バンダ

⁵ サイアム (SIAM) 駅直結のショッピングモール。

⁶ バンコクには2019年に進出、「ドンドンドンキ」という名称で展開している。

イによる公式専門店である。具体的なオープン日は確認できなかったが、東南アジア初の店舗がマレーシアで 2023 年 3 月にオープンしているため、バンコク店はそれ以降ということになり、オープンして間もないことになる。このバンコク店は、同じバンダイ系列の「ザ・ガンダムベースタイランド」に隣接していた（写真 1）。確認したところ 100 台は設置されており、こういった商品か、どの購入者層向けかが販売機の上に「ニュー NEW」や「キッズ KIDS」「アニメ ANIME」と日本語と英語で説明された札が置かれていた。この説明書きは、日本の公式専門店でも同じものが使用されている。販売機それぞれの台紙（中身が写真で載っているポップを指す）は日本のものと同じものが使用されており、タイ語での商品説明はなされていない。商品全体のラインナップをざっとみると、日本とタイでは商品販売の時期に大きな開きがないようである。たとえば、ここで見つけた「東京リベンジャーズ フィギュア付きはんこ」という商品（写真 2）は、ガシャポン公式ウェブサイトによると、日本では 2022 年 9 月の第 5 週から発売されたものであり⁷、執筆時 2024 年 1 月 16 日時点でも日本国内のいくつかの地域で販売されていた。店の奥には、鳥居とトウクトックが合体したものがベンチのそばに置かれていた（写真 3）。また、日本でも同様だが、中身のディスプレイがされていて、どんな商品か大きさや色合いなどがわかるようになっている（写真 4）。

⁷ 「東京リベンジャーズ フィギュア付きはんこ」

https://gashapon.jp/products/detail.php?jan_code=4549660771838000 2024 年 1 月 20 日閲覧



写真1 バンダイによる公式ガチャガチャ専門店「ガシャポン」。販売機の上に、新商品であることを意味する「ニュー NEW」という札が置かれている

(2023年8月21日、筆者撮影)



写真 2 販売機。台紙は日本のもので、タイ語と英語でトークン(後述)に交換するよう書いてある。日本のマンガやアニメーションの商品も見られる

(2023年8月21日、筆者撮影)



写真 3 「ガシャポン」店内奥に設置された鳥居と「BANDAI」の文字付きのトゥクトゥク (2023年

8月21日、筆者撮影)



写真 4 ガチャガチャの中身のディスプレイ。その下には見切れているが「JAPAN QUALITY 日本の玩具は小さいから面白い Japanese toys are small. That's why it's interesting」と書いてある（2023年8月21日、筆者撮影）

2 ショッピングモールや店のガチャガチャ

次に、専門店以外の場所での様子をみていく。アニメイトバンコク店の店前および店内や、ショッピングモールでもガチャガチャの設置が確認できた（写真 5、6）。後者のショッピングモールとは、メガプラザ（Mega Plaza）と呼ばれるところで、タイだけでなく世界中のおもちゃやフィギュア、ゲーム、アニメなどの商品が数多く集まっているが、そのなかでも日本のものは一際多く見られた。また、「ドンドンドンキ DON DON DONKI」⁸の MBK センター店でも確認できた（写真 7）。このほか、セントラルワールド内の、ちょっとしたスペースに設置されているガチャガチャを発見した（写真 8）。セントラルワールドとはショッピングモールで、タイ国政府官公庁の公式ウェブサイトで紹介されている観光スポットである。また、ここは先に述べたスタジオジブリ展が開催されたところでもあり、同施設内には 2022 年 8 月に「日本マーケット@セントラルワールド（NIPPON MARKET @ CENTRAL WORLD）」という日本食などを販売するエリアがオープンしている。

⁸ 同店舗は 4 号店として 2021 年にオープンした。

いずれの場所も、共通して販売機と台紙は日本と同じであり、商品の展示等はされていなかった。ただし、メガプラザでは、ガチャガチャの中身と思われる商品が、フィギュアやおもちゃと同様に店先に並んで売られていた。



写真5 アニメイトバンコク店前に設置されたガチャガチャ

(2023年8月17日、筆者撮影)



写真6 メガプラザ内で確認できたガチャガチャゾーン

(2023年8月22日、筆者撮影)



写真7 ドンドンキのガチャガチャゾーン（2023年8月22日、筆者撮影）



写真8 セントラル・ワールド内のガチャガチャゾーン。モールのちょっとしたスペースに設置されていた（2023年8月21日、筆者撮影）

3 駅構内でのガチャガチャゾーン

前節で紹介したアニメイトや日本に関する店などが集まっている地域のほか、タイの主要ターミナルであるサイアム（SIAM）駅構内においてもガチャガチャゾーンを確認した（写真 9）。これまでの設置状況と同じく、販売機や販売スペースにはガチャガチャの購入方法の説明書きがタイ語と英語で表記されているものの、商品そのものについてのタイ語での説明はなかった。ここで興味深いのは、日本由来のものであるという記載もなかった点である。



写真 9 サイアム駅構内のガチャガチャゾーン（2023年8月17日、筆者撮影）

三 バンコクの日本式ガチャガチャの特徴

1 商品の購入方法

ガチャガチャの購入方法はどの場所も同じだった。日本では販売機それぞれに 200 円～500 円ほどの金額が設定されており、直接硬貨を投入してハンドルを回転させて商品を手に入れる。バンコクのガチャガチャの販売機の大半は日本と同じものである。台紙も日本と同じものであるため、台紙に記載された金額は日本円であり、販売機はタイでの金額

がタイ・バーツ（THB）で表記されていた。たとえば、台紙自体には 400 円と記載され、販売機には 200 バーツで表示されているのである。タイでは硬貨をそのまま販売機に投入するのではなく、販売機のそばに設置されている両替機でトークンと呼ばれるコインに換金してから販売機を回す（写真 10）。たとえば 200 円と書かれている機械であれば、100 バーツでトークン 2 枚分に換金することになる（写真 11）。つまり 50 バーツがトークン 1 枚に相当する。調査時の 2023 年 8 月のレートが 100 バーツにつき約 410 円⁹であったので 200 円の機械はおよそ 400 円で機械を回すことができるのである。



写真 10 両替機でトークンへと換金する（2023 年 8 月 21 日、筆者撮影）

⁹ 2023 年 8 月 18 日のレート（1THB=4.1028JPY）で計算した（EXCHANGE-RATES.ORG <https://www.exchange-rates.org/ja/exchange-rate-history/thb-jpy-2023> 2024 年 2 月 25 日閲覧）

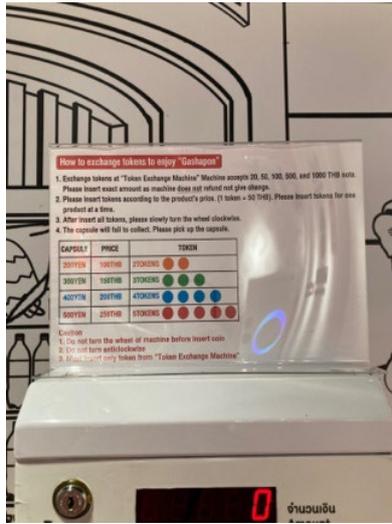


写真 11 両替機の上には、トークンへの換金についての説明がなされ、金額とそれに相当するトークン数が色分けされて説明されている（2023年8月21日、筆者撮影）

2 ガチャガチャの設置状況の相違点と特徴

ここでは、バンコクでのガチャガチャの設置状況について、設置エリア、商品説明、台紙、販売機の順に焦点を当てて述べる。

設置エリアについては、専門店や日本に関するものが集まっているエリアのほか、主要ターミナルの駅構内など幅広く見られた。たとえば専門店にみられた鳥居のように、日本文化を仄めかすような設置環境が確認できた一方で、駅構内の事例のように日本由来のものであることが明示されない環境も見られた。日本の店などが近くにある場合、ガチャガチャも日本と結びつけやすい。しかし、駅構内での設置の場合、ガチャガチャと日本が結びつくことは難しいだろう。商品によっては、マンガやアニメーションの商品など、関心がある人にはわかる場合もあり、キャラクターのみで通用する場合もある。この設置状況で興味深いのは、日本式ガチャガチャであることがわかるような商品展開の例と、そうではない例が同時にバンコクで展開している点である。

いずれの場所もトークンへの換金方法やガチャガチャの回し方についての記載はタイ語と英語でなされていたものの、個々の商品自体の説明は日本語のみであった。たとえば、「マジカルステッキねこじゃらし」という商品があった（写真 12）。この商品の本来の用

途は猫用おもちゃで、魔法ステッキに見立てたものである¹⁰。台紙にはうっすらと猫のシルエットは描かれているものの、日本語がわからないとただの魔法ステッキのおもちゃとして捉えられてしまう可能性がある。商品によっては日本語での説明がなくても、その商品がどういったもので、またどういった用途のものかはわかる。しかし「マジカルステッキねこじゃらし」のように商品の用途が写真のみでは伝わりにくい場合もある。



写真 12 「マジカルステッキねこじゃらし」。一見すると魔法ステッキのおもちゃに見えるが、よく見ると猫のシルエットが描かれている（2023年8月17日、筆者撮影）

¹⁰ ガシャポン公式ウェブサイトによると、この第二弾が2023年12月に発売された（「マジカルステッキねこじゃらし2」<https://kitan.jp/products/nekostick2/> 2024年2月25日閲覧）。第二弾が出たとなると、一定の反響があったのだろう。筆者は同商品を2024年2月25日に、新宿で見つけた。

用途以外にも、商品名のおもしろさが伝わらない場合もある。たとえば「まちぼうけ」という商品はシリーズ化され、動物やマンガやアニメのキャラクター、おでんなどの食べ物や麻雀牌などさまざまな商品が発売されている（写真 13）。「ずっとあなたを待っている…」をコンセプトに、基本的にキャラクターは体育座りで膝を両手で抱えている。商品によっては台紙のバックが夕焼けとなっており、物悲しい雰囲気を出しているが、たとえば「まちぼうけ パンの場合」は、単にパンから手足が生えて擬人化されているものとして認知されるだろう（図 1）。「まちぼうけ」とは『デジタル大辞泉』によると「待っている相手が来ないこと」¹¹を意味する。商品名でもある「まちぼうけ」という語が持つ哀愁のように、商品あるいは商品名の語感について、現地の人ができるような説明がない場合、ビジュアルでの消費となることが考えられる。



写真 13 バンコクで見られた「まちぼうけ パンの場合」の販売機（2023 年 8 月 22 日、筆者撮影）

¹¹ <https://www.webl.io/content/まちぼうけ?dictCode=SGKDJ> 2024 年 1 月 20 日閲覧



図1 「まちぼうけ パンの場合」の台紙。これはパンの場合シリーズの2つ目で、日本での発売時期は2023年6月第3週だった（ガシャポン公式ウェブサイト「まちぼうけ パンの場合 その2」¹²）

基本的にバンコクでの販売機の台紙は日本のものと同じものだったが、わずかだが英語での表記がなされた販売機も見られた（写真14）。日本から直接輸入したのか判然としないが、これらの台紙はおそらく日本の台紙とは異なるものであると推測する。というのも、写真14は株式会社カプコンによる格闘ゲームである「ストリートファイターII」のキャラクターフィギュアだが、台紙に記載されているキャラクター名は日本用ではなく海外で用いられている名前となっているためである。たとえば「Akuma（アクマ）」というキャラクターは、日本では「豪鬼（ゴウキ）」という名前で親しまれており、「Akuma」という名は海外での通称である。このほか、株式会社サンリオ（サンリオ）のキャラクターの例も挙げる（写真15）。写真のキャラクターはサンリオのものだが、ここでは「メイドインチャイナ（MADE IN CHINA）」という表記が大きく書かれ、日本のキャラクターであることは書かれていない。もちろん、日本式のガチャガチャの商品群には中国産のものはあるだろう。しかし、この台紙からは日本の商品ではあるが中国産というニュアンスがなくなり、中国産というイメージが打ち出される可能性がある。他の商品とは異な

¹² https://gashapon.jp/products/detail.php?jan_code=4549660971795000 2024年1月20日閲覧

りこれらの2つのガチャガチャは、日本での発売例は確認できなかった。発売時期が古いものの可能性もある。

販売機については、基本的に日本と同じものだったが、なかには変わった形も見られた(写真 16)。日本でも販売機にはさまざまな形が見られるが、タイでも販売機には種類があると考えられる。また、日本のガチャガチャゾーンは、商品がどのようなものか見やすいようにするためか明るく照らされている場合が多いので、青く光っているのは珍しく感じた。



写真 14 英語の表記の「ストリートファイターⅡ」。台紙の中央にキャラクター名が載っている

(2023年8月17日、筆者撮影)



写真 15 右上にメイドインチャイナと書かれた台紙（2023年8月20日、筆者撮影）



写真 16 変わった形のガチャガチャ販売機（2023年8月22日、筆者撮影）

おわりに

本稿ではバンコクにおける日本のガチャガチャ設置状況について報告を行った。設置環境からは、日本の店が集まるエリアとそうではないエリアで確認でき、バンコクではガチ

ガチャが日本由来のものとして認識される一方で、日本と結びつくことなく広まっていく可能性があると考ええる。

また、バンコクのガチャガチャの特徴はタイ語での商品説明の不在である。商品の具体的な用途や、日本語による商品のおかしさの補足説明を知らずに、ガチャガチャは消費されている。これは、美術館や博物館などの展覧会や展示で、時にあえて説明を記載しない場合や、キャプションを付けないという試みにも通ずるところがある。こういった試みは鑑賞者が展示物に集中して、自分自身で創造的に理解を広げていく仕掛けとなる。タイでのガチャガチャ消費も同様に、商品そのものが持つ力が購入するよう訴え、購入者自身による主体的な商品の享受や理解へと至る仕掛けが備わっているともいえる。たしかに、理解の手がかりとなるような表記があると、ビジュアルでの消費にとどまらない、商品の用途やユーモアさの理解の助けとなるだろう。しかし一方で、タイ語での説明の不在によって、日本とは異なる消費土壌ができている可能性があると考ええる。

日本とタイのガチャガチャについて比較すると、日本では商品が入っているカプセルの回収にもひと工夫されている。たとえば、日本ではアプリと連動して、回収ボックスにカプセルを決まった個数入れると商品のシールがもらえるキャンペーンをやっていたり、カプセルを回収ボックスにいれると音が鳴ったりする（写真 17）。回収ボックス自体も販売機同様のハンドルで回すタイプもあり、ガチャガチャを回す体験ができる。タイではこういった回収ボックスは確認できなかった。



**写真 17 新宿のガシャポンの専門店に置いてあるカプセル回収ボックス。アプリと連動させて
ポイントを集めるなど、サービスを楽しむことができる**

(2024年2月25日、筆者撮影)

日本のコンテンツの広まりに関していえば、コンテンツがほぼリアルタイムでタイに入ってきていた。たとえば音楽ユニット YOASOBI による楽曲「アイドル」は日本では 2023 年 4 月に配信が開始され、6 月に CD が発売されたが、8 月にアニメイトバンコク店を訪問した際、アニメ「推しの子」の主要楽曲として特集コーナーが設置されていた。映画に関して言えば、2023 年 4 月に日本で公開された「サイドバイサイド 隣にいる人」がタイでは調査時の 8 月に公開されていた。

他にも、「とんかつ まい泉」と『名探偵コナン』のバンコク独自のコラボレーションのほか、日本で開催された日本コンテンツと企業のコラボレーションも時間差がなくみられた。たとえば日本で 2023 年 7 月 5 日から 8 月 7 日まで開催されたアニメイトカフェと『アイドルリッシュセブン』とのコラボが、筆者滞在時にアニメイトカフェのバンコク店でも開催されていた。時期は少しずれるが、かなりリアルタイムに近く、日本でのキャンペーンに続くものとして位置付けられるだろう。このほか、日本と同じ日程で同じキャンペーンが行われているものも見られた。カラオケチェーン店「まねきねこ」と

ANYCOLOR 株式会社が運営する VTuber グループである「NIJISANJI EN」とのコラボイベント「NIJISANJI EN×まねきねこ Summer Vacation」が日本とバンコク双方で 2023 年 7 月 26 日から 8 月 26 日の同期間で開催されていたのである。

このようにほぼリアルタイムでコンテンツが広まっているのが、近年の特徴である。日本では、ガチャガチャのキャッシュレス化が見られている。時差がほぼなくリアルタイムで流行を楽しめる現在の状況では、タイでのガチャガチャの決済方法やカプセルの回収方法に変化が起きる可能性がある。また、筆者は確認できなかったが、本稿で扱ったような日本式のガチャガチャではなく、安価でチープなおもちゃが楽しめるタイのガチャガチャもあるようである。これはおそらく日本で現在のように進化する前から見られた、小型の販売機と同じだと予想する¹³。本調査の今後の課題は、タイでのガチャガチャ文化について知るために、日本式ではないガチャガチャも含めて調査することである。また、専門店の海外進出はタイだけではなく他の国でもされている。今後は他の国のガチャガチャの展開についても調査したい。

参考文献

- 石田かおる 2021 「ガチャっと回せば笑顔転げ出す：ガチャガチャ上陸 55 年で「第 3 次ブーム」」『Aera=アエラ』2021 年 1 月 11 日増大号, 34 (2) : 38-40。
- 小野尾勝彦 2023 『ガチャガチャの経済学』プレジデント社。
- 半澤誠司 2014 「日本のコンテンツ産業の特徴と立地」『地理・地図資料』1 : 3-6。
- 平松秀樹 2010 「タイにおける日本文学・文化及びポップカルチャー受容の現状と研究：『ミカド』『蝶々夫人』から‘ブライス’人形まで」『立命館言語文化研究』21 (3) : 17-28。

¹³ 現在の日本でも、カラフルなガムや日本式のガチャガチャよりもチープなおもちゃのガチャガチャなどが見られる。おかしやおもちゃは発祥のアメリカ当時でも見られたものである [小野尾 2023 : 31]。大人でも嗜む人がいる日本式のガチャガチャとは異なり、このオリジナルなガチャガチャは安価で、子供向けのものである。

(いたく・しおり 東京都立大学大学院)