

桃 山 学 院 大 学

経 済 経 営 論 集

第 67 卷 第 3 号

論 文

新型コロナウイルスの感染拡大のインバウンド客への影響と対応
—— 大阪府Sモールにおける

インバウンド客アンケート調査を事例として ——

..... 孔 令 君 (1)
大 島 一 二

日本におけるインバウンド向け医療サービスシステムの現状と課題

..... 馬 洪 清 (35)
大 島 一 二

日本からのタオル受注量の減少が中国のタオル関連企業に与える影響
—— 山東省A社における調査結果から ——

..... 王 喆 (61)
大 島 一 二

日本における外国人労働者の雇用構造と課題

—— 中国人労働者の就業変化を中心に ——

..... 符 源 (81)
大 島 一 二

就職活動で学生が遭遇するパラドックスについて：

取り組み姿勢の観点から

..... 辻 洋一郎 (105)

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨 (ティンティンカイン) … (137)

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨 (吉弘憲介) …… (155)

2026 年 1 月

桃山学院大学総合研究所

新型コロナウイルスの感染拡大の インバウンド客への影響と対応

—— 大阪府Sモールにおける
インバウンド客アンケート調査を事例として ——

孔 令 君
大 島 一 二

1. 本稿の課題

新型コロナウイルス感染拡大は、世界経済と日本の観光業に大きな影響を与えた。特に、インバウンド客数と消費行動の急激な変化は、観光業だけでなく、観光客を対象とする商業施設にも多大な影響を及ぼしている。

国土交通省観光庁の調査¹⁾によれば、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年は、インバウンド客数および消費額が過去最高を記録し、消費額は5兆円を超え、観光業が日本経済の重要な柱の一つとなっていた。しかし、2020年以降、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う厳しい入国制限が実施され、観光需要は急激に縮小したことは周知の通りである。

その後、2022年末から入国制限が徐々に緩和され、2023年以降、観光需要も回復していった。2024年にはインバウンド需要が過去最高水準に達し、2023年の観光消費総額も5兆3,065億円に達したとされる。これは2019年比で10.2%の増加であり、1人当たり旅行支出も34.2%増の21万3千円に達した。特に宿泊費の割合が増加し、買物消費の比率は減少してい

1) 国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向―訪日外国人の消費動向調査結果及び分析」(2019年)

(<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001764555.pdf>) [2024年9月10日閲覧]

キーワード：インバウンド観光客、Sモール、商業施設、
新型コロナウイルス感染拡大、アンケート調査

る²⁾。

国・地域別では、中国の訪日観光客は回復の途上にあるものの、消費額では他国を上回っている。円安の影響もあり、ヨーロッパ・アメリカ・オーストラリアからの旅行者は一人当たりの消費額が新型コロナウイルスの感染拡大前の約2倍に増加した。ショッピングよりも体験型観光や自然・文化体験への関心が高まり、地方観光地にたいする注目が徐々に集まっている。

訪日旅行に関して期待する内容についても、2023年のインバウンド客は、新型コロナウイルス感染拡大後の観光ニーズの変化として、体験型観光や自然・文化体験への関心が高まっているとされる。そのなかで、日本の歴史・伝統文化体験に関する期待が高まっている（2019年の28.7%から2023年の31.8%に増加）。こうした新たな動向の一方で、ショッピングの優先度はやや低下傾向にあり、地方観光や文化体験が新たな旅行の目的地として注目を集めている³⁾。

こうしたニーズの変化について、内村佳奈子（2024）⁴⁾による研究では、「訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこととして、クレジットカードやデビットカードが利用しにくい点が挙げられるなど、観光先によってはいまだ現金取引主体で、キャッシュレス対応に改善の余地がある可能性がある」と指摘している。このように、日本ではいまだ買い物において短時間で完結するキャッシュレス決済の普及、とりわけ外国人観光客向けの決済手段の普及が遅滞していることを課題として指摘できる。また、新型コロナウイルス感染拡大対策の影響で、かなり普及した非接触型の消費やオンライン予約への観光業の対応もやや遅滞していると指摘されている。

2) 国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向—2023年暦年調査結果の概要」
(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001734815.pdf>) [2024年11月8日閲覧]

3) 国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向調査（2015年～2023年）」
(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001734815.pdf>) [2024年11月8日閲覧]

4) 内村佳奈子（2024）「インバウンド需要の拡大と訪日外国人の決済動向 ～ 訪日外国人のニーズに則したキャッシュレス決済の推進を～」『日本総研』2024年8月，No. 2024-045。

新型コロナウイルス感染拡大前、平松燈（2017）⁵⁾は、訪日外国人観光客の観光消費が各都道府県に及ぼす経済効果を、地域間産業連関表を用いて分析した。その結果、訪日外国人の直接的な消費場所は東京や京都・大阪周辺に集中しているものの、経済波及効果の観点では訪日外国人の観光消費は各都道府県間の格差を縮小することが明らかとなり、観光の経済効果が地理的に広範囲にわたって波及していることが示された。

こうした指摘を背景として、特定観光地への観光客の集中によるオーバーツーリズムの問題に対応するため、2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」⁶⁾においては、「持続可能な観光地域づくり」が基本方針として掲げられた。この計画では、リピーター層の意欲喚起、長期滞在や商用滞在への対応など、訪日外国人観光客の多角化に対応した施策が盛り込まれている。

こうした動向の中で、現在の観光需要の回復に伴い、各地域はそれぞれの特色や地方特性を活かし、観光地の魅力を発信するとともに、地域全体での観光振興を図る取り組みが進められている。たとえば、岩手県と熊本県⁷⁾においては、それぞれ独自の観光振興に取り組んでいる。岩手県は、自然資源を活用した広域周遊や長期滞在の促進に取り組み、「TOHOKU Drive Route」や「みちのく潮風トレイル」の整備、スノーリゾートや国立公園の活用を進めている。「泊食分離」を通じた地元飲食店の利用促進や上質な宿泊施設の整備、多言語対応のデジタルMAPの導入などにより、欧米や東南アジアからの旅行者増加や平均泊数の延長といった成果を上げている。一方、熊本県

5) 平松燈（2017）「訪日外国人と経済効果：地域間産業連関表による分析」『国際学研究』第6巻第3号，2017年，pp. 51-62。

6) 国土交通省観光庁（2023）「観光立国推進基本計画」
(<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/810001005.pdf>) [2024年9月10日閲覧]
観光立国推進基本計画（第4次）概要

(<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/810001006.pdf>) [2024年9月10日閲覧]

7) 訪日ラボ編集部「インバウンドの地方誘客と消費拡大の動向は？取り組み事例も紹介【令和6年版観光白書 徹底解説（3）】」
(https://honichi.com/news/2024/07/05/kankouhakusho2024_explanation3/#kankouhakusho2024_explanation3-3-1) [2024年11月20日閲覧]

は、「阿蘇の自然や侍文化を活かした体験型ツアー、地元産品の購入促進、宿泊施設の高付加価値化、ナイトタイムコンテンツの造成などを通じて観光消費を拡大、さらに、観光案内所の機能強化や多言語対応の整備で受け入れ環境を向上させ、台湾や欧米豪の観光客増加を実現し、「世界の持続可能な観光地 100 選」に選出された。今後も地域社会への還元を目指し、持続可能な観光の推進が求められている」と指摘されている⁸⁾。

この一方、現在の日本では、観光業界を含む多くの分野で深刻な人手不足が問題となっている。これにより、商業施設や観光施設では、観光客のニーズを正確に把握し、人材を適切に配置することで、効率的に需要を満たす対応が求められ、そうした対策により、地域経済の活性化も可能となろう。

こうした状況の中で、本稿では、新型コロナウイルス感染拡大後の地域経済復興の課題として、大阪近郊に位置するSモールの対応が、インバウンド観光客の需要を的確に対応しているのか、また、さらなる集客を果たすためにどのような改善が必要なのかを明らかにすることを目的としている。特に、インバウンド観光客の飲食やショッピングの消費行動を分析することで、地域経済の復興と発展に具体的に貢献するための方策を検討する。

この研究を進めるため、2023 年 4 月から 6 月に第 1 回アンケート調査、2024 年 1 月から 3 月に第 2 回アンケート調査を実施した。調査対象はSモールの訪問したインバウンド観光客であり、とくにフードコートを利用するインバウンド観光客に焦点を当てている。この調査により、新型コロナウイルスの感染拡大による社会的・経済的変化が訪問者の消費性向にどのような影響を与えたのか、また、どう回復しているのか、さらにSモールのような商業施設がインバウンド観光客の需要をどの程度満たしているのか、不足している点や改善すべき点は何なのかなどを検討していく。

8) 「ようこそくまもと観光立県推進計画 (2021 年度-2023 年度)」(概要)
(https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/life/101325_163138_misc.pdf) [2024 年 11 月 25 日閲覧]

2. 新型コロナウイルスの感染拡大と商業施設への影響

—大阪府Sモールの事例—

2.1. 大阪府のインバウンド観光客の推移

まず、Sモールが所在する大阪府のインバウンド観光客全体の状況について確認していこう。大阪府を訪問した訪日外国人観光客数は、新型コロナウイルスの感染拡大前の2019年には当時最高の1,230.6万人を記録した。当時最も多かった国・地域は中国で564.2万人(45.8%)、次いで韓国160.8万人(13.1%)、台湾127.6万人(10.4%)という順であった⁹⁾。しかし、その後2020年からの新型コロナウイルスの感染拡大により、いったんインバウンド観光客数は大きく減少したが、新型コロナウイルスの感染収束後、再び増加傾向にあり、2024年には2019年を上回り、1,400万人に達する趨勢にあるという¹⁰⁾。このように、東京に次ぐ規模のインバウンド市場を持つ大阪府では、2025年の大阪・関西万博の開催などもあり、今後も外国人訪問者数が好調に推移することが予測され、国際線の増便や新規路線の就航により、さらなる訪問者数の増加が見込まれている。それに伴い、宿泊者数や旅行消費単価の増加も期待されている。

大阪府を訪れるインバウンド観光客は、前述のように、主に中国、韓国、台湾など東アジアからであるが、2019年のG20サミットや2025年に開催される大阪・関西万博の影響により、ヨーロッパ・アメリカ・オーストラリアからの観光客も増加傾向にある。また、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)、大阪城、道頓堀など、日本を代表する観光名所も新型コロナウイルスの感染拡大以前から多くの観光客を引き付けている。

9) 大阪府(2020)「主要5か国・地域別 来阪外国人旅行者数(推計値)」<https://www.pref.osaka.lg.jp/o070070/kanko/toukei/index.html>

10) 「大阪の訪日客643万人、24年1～6月過去最多 観光局推計」『日本経済新聞』2024年7月23日。<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF234LJ0T20C24A7000000/>

2. 2. Sモールの現状

孔・大島 (2024)¹¹⁾によると、大阪府の関西国際空港近郊に位置する大型商業施設「Sモール」は、新型コロナウイルス感染拡大の深刻な影響を受けた。特に、モール内の飲食店はインバウンド観光客への依存度が他の業種との比較で高かったため、感染拡大期には急速に業績が悪化したが、観光需要が回復すると急速に売上が回復するという大きな変化を経験した。

現地調査によると、Sモールの来場者数の約 20～30% をインバウンド観光客が占めていることが判明した。特に飲食店舗は、インバウンド観光客への依存度が高いことが特徴であった。このような背景から、今回の研究では、Sモール内のフードコートを利用するインバウンド観光客に焦点を当て、アンケート調査を実施した。大阪近郊に位置するSモールの提供するサービスがインバウンド観光客の諸需要と一致しているのか、またどのような改善が必要なのかを明らかにすることを目的としている。

3. アンケート調査の実施と調査項目

3. 1. アンケート調査の概要と調査項目

前述のとおり、新型コロナウイルスの感染拡大と収束によりインバウンド客の消費意向には大きな変化が発生している。本研究が実施したアンケート調査からどのような結果が得られたのか。

今回のインバウンド観光客アンケート調査は、Sモール内のフードコート等において、インバウンド観光客を対象に、2023 年 4 月から 6 月（第 1 回）と、2024 年 1 月から 3 月（第 2 回）に実施した。今回の調査は、対面によるアンケート回収で、調査時間、方法が限定されたため、回収した有効なアンケートは、第 1 回 104 通、第 2 回 100 通となった。よって、全有効回答数は 204 通である。

11) 孔令君・大島 (2024)「新型コロナウイルスの感染拡大による商業施設への影響と課題 ―大阪府Sモールにおけるインバウンド観光客急減の影響を中心に―」『桃山学院大学経済経営論集』第 66 巻第 3 号

第1部分は、アンケート回答者の属性である。具体的には、①性別、②年齢、③出身国/地域、④就業形態、⑤収入（年収）である。

第2部分は、今回旅行の概要を質問している。具体的には、⑥日本旅行の

第1表 アンケート調査の回答者の属性 (回答数, %)

		第1回		第2回	
		回答数	構成比	回答数	構成比
1. 性別	男性	50	48.1	47	47.0
	女性	54	51.9	53	53.0
2. 年齢	10歳代	2	1.9	3	3.0
	20歳代	60	57.7	41	41.0
	30歳代	25	24.0	26	26.0
	40歳代	7	6.7	15	15.0
	50歳代	4	3.8	11	11.0
	60歳代以上	6	5.8	4	4.0
3. 出身国/地域	中国本土	70	67.3	60	60.0
	台湾・香港	15	14.4	20	20.0
	中国以外アジア地域	6	5.8	11	11.0
	欧米	7	6.7	9	9.0
	その他	6	5.8	0	0.0
4. 職業	公務員	3	2.9	1	1.0
	会社員	32	30.8	38	38.0
	自営業・フリーランス	15	14.4	13	13.0
	学生	14	13.5	9	9.0
	退職者	6	5.8	8	8.0
	専業主婦/主夫	1	1.0	2	2.0
	パート・アルバイト	0	0.0	5	5.0
	その他	33	31.7	24	24.0
5. 年収	200万円以下	35	33.7	26	26.0
	200万～300万円未満	16	15.4	19	19.0
	300万～500万円未満	16	15.4	10	10.0
	500万～700万円未満	9	8.7	7	7.0
	700万～1000万円未満	10	9.6	15	15.0
	1000万円以上	9	8.7	7	7.0
	回答しない	9	8.7	16	16.0

資料：アンケート結果から筆者作成。

回数, ⑦今回の旅行の同行者数, ⑧同行者との関係, ⑨今回の旅行の訪問地, ⑩今回の日本旅行の一人当たり予算, ⑪好きな料理, ⑫希望する食事の価格, 等である。

第 3 部分は, 訪問した S モールに関する質問である。具体的には, ⑬ S モールを知ったきっかけ, ⑭ S モール来店目的, ⑮ S モールの感想, ⑯来店は旅行の最初または最後の訪問なのか, ⑰メニューや店員の外国語対応の評価, ⑱他に気になった点, などである。

第 4 部分は, 新型コロナウイルスの感染拡大前後の旅行に関する意向の変化である。⑲2019 年(新型コロナウイルス感染拡大前)の旅行希望地と現在の旅行希望地の変化, ⑳変化したのであれば, その理由は何か, である。

3. 2. アンケート調査における基本属性

第 1 部分, アンケート回答者の属性について, 性別, 年齢, 出身国・地域, 就業形態, 収入(年収)などについて集計し, 分析を行った。第 1 表は, 個人アンケートの回答者の属性をまとめたものである。

第 1 表のアンケート調査の回答者の属性分布から見ると, 回答者の性別について, いずれの調査においても, 女性の割合がやや高いが, 全体として男女比はほぼ同数といえる。

回答者の年齢構成を見ると, 第 1 回調査では 20 歳代が 57.7% と圧倒的に多く, 次の 30 歳代が 24.0% であった。一方, 第 2 回調査では 20 歳代が 41.0% に減少する一方で, 30 歳代 26.0%, 40 歳代 15.0%, 50 歳代 11.0% と分散化している。

出身国・地域について, 第 1 回調査では回答者の 67.3% が中国本土出身で, 台湾・香港が 14.4%, 欧米が 6.7% であった。一方, 第 2 回調査では中国本土出身者が 60.0% に減少し, 台湾・香港が 20.0%, 中国以外のアジア地域が 11.0% に増加した。この結果は, 全国的な趨勢と同様に, 中国以外の地域からの訪日観光客が増加していることを示しており, 訪日観光客の出身地が多様化していることを示している。

回答者の職業に関しては、第1回調査では会社員が30.8%で最多であり、次いで「その他」(31.7%)、「自営業・フリーランス」(14.4%)であった。第2回調査では会社員の割合が38.0%に増加し、「その他」が24.0%に減少する一方で、パート・アルバイトが5.0%として新たに加わった。これにより、第2回調査の時期では回答者の職業構成が多様化していることがわかった。

収入については、第1回調査では200万円以下が33.7%で最多であり、次いで300万～500万円未満が15.4%、700万円以上の高所得層が18.3%を占めていた。一方、第2回調査では200万円以下が26.0%に減少し、700万円以上が22.0%に増加した。

アンケート回答者の属性をまとめると、第1回調査と第2回調査の間で回答者属性に以下の変化が見られた。まず、年齢層においては中高年層の増加が顕著であり、これは幅広い層を対象とした調査結果であることを示している。また、出身国・地域の多国籍化も観察されており、特に台湾・香港や中国以外のアジア地域の割合増加が目立つ。さらに、職業構成では会社員層の増加が見られ、収入分布においても高所得層の割合が増加している。

これらの変化は、新型コロナウイルスの感染拡大後のインバウンド観光客の構成が徐々に多様化しつつあることを反映していると考えられる。また、観光客の年齢層や出身地域の広がり、商業施設におけるサービス提供の多様性を求める要因ともなり得る。

第2部分は、今回旅行の概要を質問している。訪日旅行の基本的な行動傾向や消費行動について、第1回調査と第2回調査の比較を通じて分析する。

まず、日本への訪問回数を見ると、初めて訪れる人の割合は第1回調査で26.9%、第2回では20.0%に減少した。一方、「5回以上」訪日経験がある層は19.2%から29.0%に増加しており、リピーターの比率が高まっていることがわかる。

旅行人数の構成では、第1は「個人旅行2人」が最も多く(54.8%)、次いで1人旅(17.3%)であったが、第2回では「個人旅行3～4人」(38.0%)

が最多となり、複数人での中規模な旅行が増加していることが明らかとなった。

同行者との関係性については、いずれの調査でも「友人」、「家族」が多くを占めているが、第 2 回調査では「家族」(42.0%) が最多となっており、家族旅行志向が強まっている傾向が読み取れる。

訪問地では、いずれの調査でも「大阪」、「京都」、「東京」が上位を占めているが、大阪の割合は 85.6% から 51.0% へと大幅に減少している。一方、「京都」は安定した人気を維持している (49.0% から 51.0% に増加)。「富士山」、「神戸」などの地方観光地への関心はやや減少している。

旅行の予算では、「20 万～30 万円未満」が第 1 回 21.2% から第 2 回 40.0% に大きく増加しており、旅行単価が上昇傾向にあることがわかる。しかし、「60 万円以上」の高額層は第 2 回では 0% となっており、必ずしも全体として高額化しているわけではなく、中価格帯への集中が見られる状況である。

食の嗜好については、「焼肉」、「ラーメン」、「寿司」がいずれも高い人気を示しており、定番の和食の人気が高いことがわかる。とくに「焼肉」の人気は第 1 回 57.7% から第 2 回 77.0% に大きく上昇したのが特徴的である。一方で、「中華料理」や「タイ料理」など外国料理の人気は減少傾向にある。

希望する食事の価格帯については、「1000～2000 円未満」が最も多く (第 1 回 34.6%, 第 2 回 40.0%), 比較的手頃な価格帯での食事ニーズが中心であることが確認できる。

第 2 表 旅行の概要

(回答数, %)

		第 1 回		第 2 回	
		回答数	構成比	回答数	構成比
6. 日本への旅行の回数	初めて	28	26.9	20	20.0
	1～3 回	42	40.4	36	36.0
	3～5 回	14	13.5	15	15.0
	5 回以上	20	19.2	29	29.0

7. 今回の旅行の人数	団体旅行	9	8.7	8	8.0
	個人旅行 1 人	18	17.3	17	17.0
	個人旅行 2 人	57	54.8	28	28.0
	個人旅行 3～4 人	12	11.5	38	38.0
	個人旅行 5 人以上	8	7.7	9	9.0
8. 旅行の同行者との関係	友人	32	30.8	33	33.0
	家族	32	30.8	42	42.0
	同僚	4	3.8	3	3.0
	カップル	14	13.5	5	5.0
	その他	6	5.8	5	5.0
	本人	16	15.4	12	12.0
9. 今回の旅行の訪問地	東京	43	41.3	34	34.0
	大阪	89	85.6	51	51.0
	京都	51	49.0	51	51.0
	北海道	15	14.4	9	9.0
	沖縄	10	9.6	8	8.0
	九州	4	3.8	2	2.0
	東北	1	1.0	0	0.0
	富士山	14	13.5	4	4.0
	神戸	5	4.8	0	0.0
	姫路	1	1.0	0	0.0
	滋賀	2	1.9	0	0.0
	長崎	1	1.0	0	0.0
10. 今回の日本旅行の予算 (一人当たり)	10 万円以下	8	7.7	4	4.0
	10 万～20 万円未満	16	15.4	18	18.0
	20 万～30 万円未満	22	21.2	40	40.0
	30 万～40 万円未満	24	23.1	23	23.0
	40 万～50 万円未満	13	12.5	15	15.0
	50 万～60 万円未満	8	7.7	0	0.0
	60 万円以上	13	12.5	0	0.0
11. 好きな料理	中華料理	42	40.4	21	21.0
	焼肉	60	57.7	77	77.0
	丼物	22	21.2	24	24.0
	ラーメン	59	56.7	64	64.0
	寿司	52	50.0	53	53.0
	天ぷら	31	29.8	30	30.0
	鍋料理	27	26.0	19	19.0
	和菓子	28	26.9	28	28.0

	粉物料理（お好み焼、たこ焼きなど）	23	22.1	16	16.0
	タイ料理	13	12.5	4	4.0
	洋食	14	13.5	14	14.0
	韓国料理	17	16.3	11	11.0
12. 希望する食事の価格	500 円以下	6	5.8	4	4.0
	500～1000 円未満	18	17.3	18	18.0
	1000～2000 円未満	36	34.6	40	40.0
	2000～3000 円未満	33	31.7	23	23.0
	3000 円以上	11	10.6	15	15.0

資料：アンケート結果から筆者作成。

第 3 部分では、Sモールに対する訪問者の認知経路・来訪目的・評価等について分析している。

まず、Sモールを知ったきっかけについては、「インターネット」と「他人のお勧め」が 2 回の調査とも上位を占めており、SNS や 口コミ など デジタル情報が重要な集客手段となっていることがうかがえる。

来訪目的については、「買い物」が第 1 回 70.2%，第 2 回 72.0% と圧倒的に多く、「食事」が続いている。Sモールが買い物の目的地として訪問されている傾向が強いことがわかる。

「Sモールに来た感想」の自由記述から得られたのは三つの特徴である。

1. モール全体の印象として、「にぎわいが期待未満である」という意見が第 2 回で急増している。「規模の小ささ」や「モールの特色不足」に関する声も引き続き挙げられており、訪問者に与えるモール全体としての印象に課題があることがわかる。

2. 店舗・施設については、「飲食店の不足」や「飲食店の充実を希望する」が第 2 回で増加している。「もっと子供向けの施設が欲しい」という意見は減少しているが、家族連れや子供向けの施設に対する期待は依然として一定数存在している。

3. 案内・宣伝については、「モールの全容がわからない、案内が欲しい」という意見が第 2 回で大幅に増加（2 件→11 件）するなど、案内・宣伝不足

に対する不満が顕著であり、モール内の案内掲示や広報の改善が急務と考えられる。

また、Sモールを旅行のどのタイミングで訪れたかについては、「途中」が半数以上を占めているが、第2回では「最後に訪れた」という回答が増加（26.0% から 45.0%）しており、旅の締めくくりとして訪れる観光客が増えていることが示唆される。

多言語対応に関しては、いずれの調査でも「外国語メニュー」や「外国語を話せる店員」へのニーズが高い（各 30% 前後）ことから、多言語対応の強化が求められている。

その他、自由記述の「気になる点」という質問の回答を見ると、ほとんどが旅行中に直面したその他の問題について言及されている。訪問者の関心や懸念が全体的に減少し、満足度が向上していることがうかがえるが、一方で、物価や交通費、翻訳サービスに関する課題が一部で依然として残っている。

第3表 Sモールに関する意識と評価

(回答数, %)

		第1回		第2回	
		回答数	構成比	回答数	構成比
13. Sモールを知ったきっかけ	インターネット	38	36.5	39	39.0
	ガイドブック	16	15.4	11	11.0
	他人のおすすめ	41	39.4	43	43.0
	観光キャンペーン	8	7.7	4	4.0
	その他	8	7.7	6	6.0
14. Sモール来訪目的	食事	37	35.6	33	33.0
	買い物	73	70.2	72	72.0
	遊び	8	7.7	3	3.0
	その他	3	2.9	3	3.0
15. Sモール来訪時の感想					
		第1回		第2回	
		回答数	構成比	回答数	構成比
良い	広く、便利	2	30	1	27
	物価が安い	3		0	
			28.8		27.0

	多様な店がある		1			2		
	景色がいい		1			2		
	免税ができてよかった		1			0		
	クーポンがいい		0			1		
	その他		22			21		
特になし			63	60.6	67	67.0		
よくない	モール全体の印象	賑わいが期待未満である	6	19	18.3	6	27	27.0
		規模が小さい	2			3		
		物価が高い	1			2		
		モールの特色不足	1			0		
		営業時間が短い	2			1		
	店舗と施設	店舗数の不足	1			0		
		飲食店の不足	1			0		
		飲食店の充実を希望	1			3		
		もっと子供向けの施設が欲しい	1			0		
		免税ができない店がある	1			0		
	案内・宣伝	モールの全容が分からない、案内が欲しい	2			11		
		もっと宣伝してほしい	0			1		

		第 1 回		第 2 回	
		回答数	構成比	回答数	構成比
16. Sモール来訪時の旅行中のタイミング	最初	20	19.2	16	16.0
	最後	27	26.0	45	45.0
	途中	57	54.8	39	39.0
17. メニューや店員など外国語の対応について気になりましたか？	特になし	48	46.2	49	49.0
	メニュー	31	29.8	33	33.0
	店員	28	26.9	24	24.0
	ガイド(案内)	2	1.9	1	1.0

18. 他の気になったこと						
			第 1 回		第 2 回	
			回答数	構成比	回答数	構成比
施設・店舗関連	店舗数	店が少ない	1	1.0	0	0.0
	特色	特徴がない	1	1.0	0	0.0
	営業時間	閉店が早すぎ、サービスは以前ほど良くない	1	1.0	0	0.0

	案内・宣伝	モールがあったことが分からない、案内が欲しい、	2	1.9	11	11.0
		もっと宣伝してほしい	0	0.0	1	1.0
	飲食施設	美味しい食べ物が欲しい	1	1.0	3	3.0
		飲食店が少ない	1	1.0	0	0.0
	子供向け施設	もっと子供向けの施設が欲しい	1	1.0	0	0.0
交通・経済関連	物価と交通代が高い		3	2.9	4	4.0
	ルートは複雑で分かりにくい		0	0.0	0	0.0
サービス・サポート関連	通訳サポート	通訳が少ない、もっと通訳が欲しい	4	3.8	3	3.0
	クーポン・割引	クーポンが欲しい	1	1.0	1	1.0
その他	客数	人が少ない	1	1.0	0	0.0
	特になし		87	83.7	80	80.0

資料:アンケート結果から筆者作成。

第4部分は、新型コロナウイルス感染拡大前（2019年）と比較して、現在の旅行先選択に変化があったかについての回答である。

「変化なし（同じ目的地）」との回答は、第1回調査で83.7%、第2回調査で85.0%と圧倒的多数を占めており、多くの回答者が引き続き日本訪問を希望していることがわかる。

一方、「以前とは違う場所に行きたい」と回答した人は少数にとどまるものの、その具体的な希望先を見ると、第1回調査ではアジア地域（日本の東京、沖縄、中国、インド、ベトナム、タイ）、ヨーロッパ（イタリア、フランス、スペイン）、アメリカ、アフリカ（エジプト）など、多様な地域が挙げられた。第2回調査では、ヨーロッパ志向がやや増加し（第1回の3.8%から第2回の6.0%）、特にスペイン、アイスランド、ドイツなどが新たに挙げられていることが特徴である。また、アフリカへの関心（エジプト、コンゴ）も若干の増加が見られた。

旅行先を変更した理由については、「日本（関西）への航空券の価格が安い」という回答が第1回の23.5%から第2回の6.7%に大きく減少した一方で、「日本のビザの取得が容易」という回答は第1回の17.6%から第2回

の 26.7% へ増加しており、ビザ取得の容易さが旅行先変更の重要な要因となっていることが示唆される。また、「その他」の理由は依然として最も高い割合（第 1 回 52.9%, 第 2 回 46.7%）を占めており、これは個人の嗜好や社会情勢など、複合的な要因が絡んでいる可能性を示している。

これらの結果から、日本は依然として安定した観光需要を維持しているが、航空券価格の影響が減少し、ビザ取得の容易さがより強い影響力を持つようになっていることが明らかである。今後もビザ発給の円滑化や観光情報の効果的な発信が訪日旅行の促進に重要となるだろう。

第 4 表 新型コロナウイルスの感染拡大前後の希望旅行先の変化 (回答数, %)

19. 2019 年(新型コロナウイルスの感染拡大の前)の希望旅行先と現在の希望旅行先は異なるか？									
				第 1 回		第 2 回			
				回答数	構成比	回答数	構成比		
同じ				87	83.7	85	85.0		
異なる。希望する旅行先	アジア	日本（東京）	2	9	8.7	2	7	7.0	
		日本（沖縄）	1			0			
		中国	1			2			
		インド	1			0			
		ベトナム	2			0			
		タイ	2			2			
		韓国	0			1			
	ヨーロッパ	イタリア	2	4	3.8	0	6	6.0	
		フランス	1			0			
		スペイン	1			2			
		アイスランド	0			1			
		ドイツ	0			1			
		その他	0			2			
	アメリカ	アメリカ	1	1	1.0	0	0	0.0	
	アフリカ	エジプト	1	1	1.0	1	2	2.0	
		コンゴ	0			1			
			その他	2		1.9	0	0.0	
計			104			100			

20. 希望旅行先が変化した理由				
	第 1 回		第 2 回	
	回答数	構成比	回答数	構成比
日本（関西）への航空券の価格が安い	4	23.5	1	6.7
日本（関西）に旅行の価格が安い	1	5.9	1	6.7
日本のビザの取得が容易	3	17.6	4	26.7
その他	9	52.9	7	46.7
計	17		15	

資料：アンケート結果から筆者作成。

3.3. 基本属性と消費行動とのクロス集計結果

第 1 部分から第 4 部分までの結果を基本属性とクロス集計し、新型コロナウイルスの感染拡大がSモール訪問者の行動および消費意向に与えた具体的な影響を明らかにしよう。

3.3.1. 年収と旅行消費

まず、「年収」と「今回の旅行予算（一人当たり）」をクロス集計したものが第 5 表である。

これによれば、新型コロナウイルス感染拡大後、旅行予算の全体的な縮小が見られる。とくに、高額予算の割合が第 2 回調査で減少を示しており、節約型旅行が増加している。低収入層および中収入層では、比較的安価な「20 万～30 万円未満」の予算に集中している。高収入層でも高額予算の減少が顕著であり、新型コロナウイルス感染拡大後の不安定な経済環境が旅行支出に影響を与えたと考えられる。

第 5 表 「収入(年収)」と「今回の旅行予算(一人当たり)」

第 1 回		今回の旅行予算（一人当たり）							
		10 万円以下	10 万～20 万円未満	20 万～30 万円未満	30 万～40 万円未満	40 万～50 万円未満	50 万～60 万円未満	60 万円以上	計
年収	200 万円以下	7(20.0)	7(20.0)	8(22.9)	6(17.1)	2(5.7)	0(0.0)	5(14.3)	35(100.0)

	200万～300万円未満	0(0.0)	2(12.5)	2(12.5)	6(37.5)	2(12.5)	4(25.0)	0(0.0)	16(100.0)
	300万～500万円未満	0(0.0)	1(6.3)	4(25.0)	6(37.5)	2(12.5)	2(12.5)	1(6.3)	16(100.0)
	500万～700万円未満	0(0.0)	1(11.1)	3(33.3)	2(22.2)	2(22.2)	1(11.1)	0(0.0)	9(100.0)
	700万～1000万円未満	0(0.0)	1(10.0)	3(30.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	2(20.0)	10(100.0)
	1000万円以上	1(11.1)	0(0.0)	1(11.1)	0(0.0)	3(33.3)	1(11.1)	3(33.3)	9(100.0)
	未回答	0(0.0)	4(44.4)	1(11.1)	2(22.2)	0(0.0)	0(0.0)	2(22.2)	9(100.0)
	計	8(7.7)	16(15.4)	22(21.2)	24(23.1)	13(12.5)	8(7.7)	13(12.5)	104(100.0)
第 2 回	今回の旅行予算（一人当たり）								
		10万円以下	10万～20万円未満	20万～30万円未満	30万～40万円未満	40万～50万円未満	50万～60万円未満	60万円以上	計
年収	200万円以下	3(11.5)	5(19.2)	10(38.5)	3(11.5)	0(0.0)	0(0.0)	5(19.2)	26(100.0)
	200万～300万円未満	2(10.5)	5(26.3)	6(31.6)	2(10.5)	4(21.1)	0(0.0)	0(0.0)	19(100.0)
	300万～500万円未満	0(0.0)	3(30.0)	2(20.0)	0(0.0)	3(30.0)	2(20.0)	0(0.0)	10(100.0)
	500万～700万円未満	0(0.0)	1(14.3)	3(42.9)	2(28.6)	0(0.0)	0(0.0)	1(14.3)	7(100.0)
	700万～1000万円未満	1(6.7)	2(13.3)	3(20.0)	5(33.3)	3(20.0)	1(6.7)	0(0.0)	15(100.0)
	1000万円以上	0(0.0)	2(28.6)	0(0.0)	1(14.3)	1(14.3)	1(14.3)	2(28.6)	7(100.0)
	未回答	2(12.5)	2(12.5)	6(37.5)	2(12.5)	1(6.3)	0(0.0)	3(18.8)	16(100.0)
	計	8(8.0)	20(20.0)	30(30.0)	15(15.0)	12(12.0)	4(4.0)	11(11.0)	100(100.0)

資料：アンケート結果から筆者作成。

(注) ()内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100.0 にならない場合がある。

次に、「年収」と「希望する食事の価格」のクロス集計したものが第 6 表である。これによれば、両回とも所得階層が高い方が高価な食事を選択する傾向がみられる。

また、第 1 回調査から第 2 回調査にかけて、顕著な変化として以下の 3 点が挙げられる。①節約型消費の増加、低中収入層において、予算の縮小や節約志向が明確に見られ、低価格帯や中価格帯への支持が高まっている。②前述したように、高級志向の維持、高収入層では、高価格帯の食事に対する需要が安定しており、観光業界において富裕層向けサービスの重要性が示唆されている。③食事価格への価格感覚の変化、新型コロナウイルスの感染拡大

後の経済状況や物価上昇の影響により、低価格帯志向と高級志向の二極化が進行している可能性が指摘される。

第6表 「年収」と「希望する食事の価格」

第1回		希望する食事の価格					
		500 円以下	500 ～ 1000 円未満	1000～2000 円未満	2000～3000 円未満	3000 円以上	計
年収	200 万円以下	3(8.6)	11(31.4)	12(34.3)	7(20.0)	2(5.7)	35(100.0)
	200 万～300 万円未満	2(12.5)	2(12.5)	4(25.0)	6(37.5)	2(12.5)	16(100.0)
	300 万～500 万円未満	1(6.3)	1(6.3)	9(56.3)	5(31.3)	0(0.0)	16(100.0)
	500 万～700 万円未満	0(0.0)	0(0.0)	2(22.2)	6(66.7)	1(11.1)	9(100.0)
	700 万～1000 万円未満	0(0.0)	0(0.0)	5(50.0)	4(44.4)	1(10.0)	10(100.0)
	1000 万円以上	0(0.0)	1(11.1)	0(0.0)	4(44.4)	4(44.4)	9(100.0)
	未回答	0(0.0)	3(33.3)	4(44.4)	1(11.1)	1(11.1)	9(100.0)
	計	6(5.8)	18(17.3)	36(34.6)	33(31.6)	11(10.6)	104(100.0)
第2回		希望する食事の価格					
		500 円以下	500 ～ 1000 円未満	1000～2000 円未満	2000～3000 円未満	3000 円以上	計
年収	200 万円以下	0(0.0)	9(34.6)	8(30.8)	4(15.4)	5(19.2)	26(100.0)
	200 万～300 万円未満	2(10.5)	0(0.0)	14(73.7)	2(10.5)	1(5.3)	19(100.0)
	300 万～500 万円未満	0(0.0)	3(30.0)	4(40.0)	2(20.0)	1(10.0)	10(100.0)
	500 万～700 万円未満	0(0.0)	1(14.3)	4(57.1)	1(14.3)	1(14.3)	7(100.0)
	700 万～1000 万円未満	0(0.0)	0(0.0)	5(33.3)	8(53.3)	2(53.3)	15(100.0)
	1000 万円以上	0(0.0)	0(0.0)	1(14.3)	3(42.9)	3(42.9)	7(100.0)
	未回答	2(12.5)	5(31.3)	4(25.0)	3(18.8)	2(12.5)	16(100.0)
	計	6(4.0)	18(18.0)	40(40.0)	23(23.0)	15(15.0)	100(100.0)

資料：アンケート結果から筆者作成。

(注) ()内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100 にならない場合がある。

また、「出身国/地方」と「好きな料理」をクロス集計したのが第7表である。

第 7 表 「出身国/地方」と「好みの料理」

第1回		好みの料理												
		中華料理	焼肉	丼物	ラーメン	寿司	天ぷら	鍋料理	和菓子	粉物料理(お好み焼 たこ焼きなど)	タイ料理	洋食	韓国料理	計
出身国/ 地方	中国本土	34(12.5)	44(16.2)	14(5.2)	38(14.0)	33(12.2)	20(7.4)	22(8.1)	21(7.7)	13(4.8)	10(3.7)	10(3.7)	12(4.4)	271
	台湾・香港	3(5.2)	9(15.5)	5(8.6)	11(19.0)	8(13.8)	6(10.3)	4(6.9)	2(3.4)	6(10.3)	2(3.4)	1(1.7)	1(1.7)	58
	中国以外 アジア地域	2(8.7)	3(13.0)	2(8.7)	3(13.0)	3(13.0)	3(13.0)	0(0.0)	1(4.3)	2(8.7)	0(0.0)	1(4.3)	3(13.0)	23
	欧米	0(0.0)	4(20.0)	0(0.0)	5(25.0)	5(25.0)	1(5.0)	0(0.0)	3(15.0)	1(5.0)	0(0.0)	1(5.0)	0(0.0)	20
	その他	3(18.8)	0(0.0)	1(6.3)	2(12.5)	3(18.8)	1(6.3)	1(6.3)	1(6.3)	1(6.3)	1(6.3)	1(6.3)	1(6.3)	16

第2回		好みの料理												
		中華料理	焼肉	丼物	ラーメン	寿司	天ぷら	鍋料理	和菓子	粉物料理(お好み焼 たこ焼きなど)	タイ料理	洋食	韓国料理	計
出身国/ 地方	中国本土	14(6.5)	50(23.1)	15(6.9)	35(16.2)	31(14.4)	20(9.3)	12(5.6)	17(7.9)	8(3.7)	3(1.4)	6(2.8)	5(2.3)	216
	台湾・香港	2(2.6)	14(18.4)	5(6.6)	15(19.7)	12(15.8)	8(10.5)	4(5.3)	6(7.9)	3(3.9)	1(1.3)	5(6.6)	1(1.3)	76
	中国以外 アジア地域	5(10.9)	8(17.4)	4(8.7)	8(17.4)	4(8.7)	2(4.3)	4(8.7)	2(4.3)	4(8.7)	0(0.0)	1(2.2)	4(8.7)	46
	欧米	0(0.0)	5(19.2)	0(0.0)	6(23.1)	6(23.1)	1(3.8)	0(0.0)	4(15.4)	1(3.8)	0(0.0)	2(7.7)	1(3.8)	26
	その他	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0

資料：アンケート結果から筆者作成。

(注) ()内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100.0 にならない場合がある。

これによれば、第 1 回の調査は、中国本土からのインバウンド客に対して「焼肉」(16.2%)、「ラーメン」(14.0%)、「中華料理」(12.5%)の順に人気が高かった。日本料理としては、「寿司」(12.2%)、「天ぷら」(7.4%)が一定の人気を示した。「粉物料理(お好み焼き、たこ焼きなど)」や「韓国料理」は比較的低い割合に留まる。一方で、第 2 回調査では「中華料理」は大きく減少(12.5% から 6.5% に減少)。

そして、どの国・地域でも「寿司」や「ラーメン」は安定して高い人気があることを示している。欧米は「寿司」や「和菓子」といった伝統的な和食に関心が高い。アジア地域は「焼肉」や「ラーメン」といったカジュアルな料理への関心が強い。

3.3.2. 訪問経験と旅行行動

訪日回数と旅行予算の関係について、第 1 回と第 2 回の調査で比較した結果、初回訪問者とりピーターの間で明確な差異が確認された。第 1 回調査において初めて日本を訪れた旅行者は、予算が比較的分散しており、「20 万～

30万円未満」と「40万～50万円未満」の二つの区間に集中する傾向が見られた。しかし、第2回調査では初回訪問客の予算帯が「20万～30万円未満」に集中（40.0%）し、より中価格帯の旅行を志向していることがわかった。

一方、訪日回数が増加するにつれて、旅行予算の傾向はより高額志向へと変化することが明らかとなった。訪日回数が「5回以上」のリピーターの場合、第1回調査では「30万～40万円未満」と「60万円以上」という高価格帯への集中が見られ、第2回調査でも高価格帯「60万円以上」（27.6%）が顕著に増加した。このことから、リピーターは日本旅行において質の高い体験やサービスを追求する傾向が強くなっていると推察される。

第8表 「訪日回数」と「旅行予算」

第1回		10万円以下	10万～20万円未満	20万～30万円未満	30万～40万円未満	40万～50万円未満	50万～60万円未満	60万円以上	計
日本への旅行回数	初回	4(14.3)	2(7.1)	6(21.4)	3(10.7)	7(25.0)	2(7.1)	4(14.3)	28(100.0)
	1～3回	2(4.7)	9(21.4)	11(26.2)	11(26.2)	3(7.1)	3(7.1)	3(7.1)	42(100.0)
	3～5回	1(7.1)	3(21.3)	4(28.8)	2(14.3)	1(7.1)	1(7.1)	2(14.3)	14(100.0)
	5回以上	1(5.0)	2(10.0)	1(5.0)	8(40.0)	2(10.0)	2(10.0)	4(20.0)	20(100.0)
	計	8(7.7)	16(15.4)	22(21.2)	24(23.1)	13(12.5)	8(7.7)	13(12.5)	104(100.0)
第2回		10万円以下	10万～20万円未満	20万～30万円未満	30万～40万円未満	40万～50万円未満	50万～60万円未満	60万円以上	計
日本への旅行回数	初回	1(5.0)	3(15.0)	8(40.0)	4(20.0)	0(0.0)	2(10.0)	2(10.0)	20(100.0)
	1～3回	3(8.3)	8(22.2)	13(36.1)	5(13.9)	6(16.7)	0(0.0)	1(2.8)	36(100.0)
	3～5回	1(6.7)	4(26.7)	2(13.3)	5(33.3)	3(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	15(100.0)
	5回以上	3(10.3)	5(17.2)	7(24.1)	1(3.5)	3(10.3)	2(6.9)	8(27.6)	29(100.0)
	計	8(8.0)	20(20.0)	30(30.0)	15(15.0)	12(12.0)	4(4.0)	11(11.0)	100(100.0)

資料：アンケート結果から筆者作成。

(注) ()内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が100.0にならない場合がある。

次に、同行者との関係と旅行予算では、同行する相手によって明確な予算の特徴が認められた。家族旅行では、第1回、第2回ともに「20万～30万円未満」と「30万～40万円未満」の中価格帯に約半数が集中しており、家族での旅行は比較的安定した予算で計画される傾向が強い。

これに対して友人旅と個人旅行者（単独）では、第1回調査では「40万

～50 万円未満」の比較的高めの予算帯が目立ったものの、第 2 回調査では手頃な価格帯（「10 万～30 万円未満」）に割合が移行しており、旅行予算を抑える傾向が強まったことが分かる。

カップル旅行は、第 1 回調査では予算が幅広く分散したが、「20 万～30 万円未満」が最多となり、第 2 回では低～中価格帯に集中する結果となった。

第 9 表 「同行者との関係」と「旅行予算」

第 1 回		10 万円 以下	10 万～ 20 万円 未満	20 万～ 30 万円 未満	30 万～ 40 万円 未満	40 万～ 50 万円 未満	50 万～ 60 万円 未満	60 万円 以上	計
旅行の同行 者との関係	友人	2(12.5)	2(12.5)	0(0.0)	4(25.0)	6(37.5)	0(0.0)	2(12.5)	16(100.0)
	家族	2(6.5)	6(19.4)	8(25.8)	8(25.8)	3(9.7)	3(9.7)	1(3.2)	31(100.0)
	同僚	1(12.5)	1(12.5)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(50.0)	4(100.0)
	カップル	0(0.0)	2(14.3)	5(35.7)	2(14.3)	1(7.2)	2(14.3)	2(14.3)	14(100.0)
	その他	2(33.3)	0(0.0)	2(33.3)	1(16.7)	0(0.0)	0(0.0)	1(16.7)	6(100.0)
	単独	2(12.5)	2(12.5)	0(0.0)	4(25.0)	6(37.5)	0(0.0)	2(12.5)	16(100.0)
	計	8(7.7)	16(15.4)	22(21.2)	24(23.1)	13(12.5)	8(7.7)	13(12.5)	104(100.0)

第 2 回		10 万円 以下	10 万～ 20 万円 未満	20 万～ 30 万円 未満	30 万～ 40 万円 未満	40 万～ 50 万円 未満	50 万～ 60 万円 未満	60 万円 以上	計
旅行の同行 者との関係	友人	1(3.0)	10(30.3)	11(33.3)	3(9.1)	3(9.1)	4(12.1)	1(3.0)	33(100.0)
	家族	3(7.1)	4(9.5)	13(31.0)	9(21.4)	7(16.7)	0(0.0)	6(14.3)	42(100.0)
	同僚	1(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(33.3)	1(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	3(100.0)
	カップル	0(0.0)	2(40.0)	1(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(20.0)	5(100.0)
	その他	2(40.0)	1(20.0)	1(20.0)	0(0.0)	1(20.0)	0(0.0)	1(20.0)	5(100.0)
	単独	1(8.3)	3(25.0)	4(33.3)	2(16.7)	0(0.0)	0(0.0)	2(16.7)	12(100.0)
	計	8(8.0)	20(20.0)	30(30.0)	15(15.0)	12(12.0)	4(4.0)	11(11.0)	100(100)

資料：アンケート結果から筆者作成。

(注) () 内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100 にならない場合がある。

以上の結果から、初めての訪日客には価格の手頃さと魅力的な体験を兼ね備えたプラン、リピーターや個人旅行者には付加価値の高い高級志向のサービスを提供することで、よりの確にターゲット層のニーズに対応できると考えられる。また、家族向けには安定した中価格帯サービスを中心に提供し、友人グループに対しては気軽に楽しめる価格帯のプロモーションを強化するなど、同行者の関係性に応じた販売戦略をとる必要があることが示された。

3.3.3. Sモールと観光客特性

第10表は、「Sモールを知ったきっかけ」と「出身国/地方」のクロス集計結果を示している。

「Sモールを知ったきっかけ」を国・地域別に分析すると、中国本土、台湾・香港およびアジア地域の観光客では「インターネット」と「他人の勧め」が主な情報源であった。一方、欧米の観光客は「ガイドブック」を主に活用している。従来型の「ガイドブック」や「観光キャンペーン」の効果は、特にアジア地域において低下傾向にあるため、アジア市場に向けてはインターネットを中心とした宣伝強化が効果的であり、欧米市場には引き続きガイドブックを活用するなど、地域ごとの特性を考慮した宣伝手法の最適化が必要である。

第10表 「Sモールを知ったきっかけ」と「出身国/地方」

第1回		インターネット	ガイドブック	他人の勧め	観光キャンペーン	その他
出身国/ 地方	中国本土	25	7	33	4	5
	台湾・香港	6	4	5	0	2
	中国以外アジア地域	3	1	2	0	0
	欧米	2	3	1	1	0
	その他	2	1	0	3	1
第2回		インターネット	ガイドブック	他人の勧め	観光キャンペーン	その他
出身国/ 地方	中国本土	25	5	29	1	2
	台湾・香港	6	2	9	1	3
	中国以外アジア地域	6	0	3	1	1
	欧米	2	4	2	1	0
	その他	0	0	0	0	0

資料:アンケート結果から筆者作成。

第11表は「Sモールを知ったきっかけ」と「Sモールに来た目的」のクロス集計結果である。

調査結果から、Sモールへの来訪において「インターネット」と「他人のお勧め」が主要な情報源であることが分かった。一方で、従来型の「ガイド

ブック」や「観光キャンペーン」の効果は低下しており，宣伝戦略の方向性を見直す必要がある。

第 11 表 「Sモールを知ったきっかけ」と「Sモールに来た目的」

第 1 回		インター ネット	ガイド ブック	他人の勧め	観光キャン ペーン	その他
Sモールに来た目的	食事	13	6	19	2	0
	買い物	32	12	26	6	5
	遊び	2	1	3	1	1
	その他	1	0	0	0	2
第 2 回		インター ネット	ガイド ブック	他人の勧め	観光キャン ペーン	その他
Sモールに来た目的	食事	17	2	14	0	1
	買い物	24	10	34	3	3
	遊び	0	1	1	1	0
	その他	2	0	1	0	2

資料：アンケート結果から筆者作成。

次に，第 12 表は，「Sモールの来店は旅行の最初または最後の訪問なのか」について，「Sモールに来た目的」とのクロス集計結果である

目的別に見ると，食事目的での利用は第 1 回では「途中」での利用が最多であったが，第 2 回では「最後」での利用が増加しており，旅行の終盤で食事を楽しむ需要が高まっていることがわかる。買い物目的は，第 1 回では「途中」での買い物利用が多かったが，第 2 回では「最後」での利用が増加している。とくに旅行終盤でのショッピング需要が高まっている可能性がある。遊び目的の利用は多くない。

調査結果から，Sモールの利用タイミングは「途中」から「最後」へシフトしており，特に旅行の最終日における食事や買い物の需要が高まっていることがわかった。

第 12 表 「Sモールの来店は旅行の最初または最後の訪問なのか」と「Sモールに来た目的」

第 1 回		食事	買い物	遊び	その他
Sモールの来店は旅行の最初または最後の訪問なのか	最初	9	14	1	0
	最後	9	20	0	1
	途中	19	40	7	2
第 2 回		食事	買い物	遊び	その他
Sモールの来店は旅行の最初または最後の訪問なのか	最初	5	13	1	0
	最後	17	32	0	2
	途中	11	27	2	2

資料:アンケート結果から筆者作成。

第 13 表は、Sモールの評価を国・地域別に示したものである。このうち、中国本土からの観光客は「特になし」が圧倒的に多く、特に強い不満点は見られないが、一部で「期待したほどの賑わいではない」という意見がみられた。台湾・香港および中国以外のアジア地域の観光客からは、おおむね好評であるが、第 2 回調査では台湾・香港の一部から「物価が高い」という意見が挙げられた。欧米の観光客は概ね肯定的だが、継続して「規模が小さい」という不満が一定数あることが特徴的である。これらの結果から、地域ごとに評価が異なっており、特に欧米観光客向けには価格面での対応、中国および台湾・香港向けには施設規模や来場客の期待の適切な把握と情報提供など、それぞれのニーズに応じた改善策を検討する必要がある。

第 13 表 「出身国・地域」と「Sモールに来た感想」

第 1 回		良い	特になし	よくない				
				期待したほどの賑わいではない	営業時間が短すぎ	規模が小さい	物価が高い	免税対応ができない店がある
出身国/ 地方	中国本土	14	50	4	1	0	0	1
	台湾・香港	4	10	1	0	0	0	0
	中国以外アジア地域	4	1	1	0	0	0	0
	欧米	5	0	0	0	2	0	0
	その他	3	2	0	0	0	1	0
	計	30	63	6	1	2	1	1

第 2 回		良い	特になし	よくない				
				期待したほどの賑わいではない	営業時間が短すぎ	規模が小さい	物価が高い	免税対応ができない店がある
出身国/ 地方	中国本土	6	52	0	1	0	1	0
	台湾・香港	10	9	0	0	0	1	0
	中国以外アジア地域	5	6	0	0	0	0	0
	欧米	6	0	0	0	2	0	0
	その他	0	0	0	0	0	0	0
	計	27	67	0	1	2	2	0

資料：アンケート結果から筆者作成。

第 14 表は外国語対応について年齢層別にみたものである。言語サービスに対するニーズは年齢によって明確な差異が見られる。特に 20 歳代と 30 歳代の若年層は「メニュー」と「店員」の外国語対応を重視する傾向が強く、第 2 回調査でもこの傾向が継続している。一方、40 歳代以上では「店員」への外国語対応の関心がやや高いものの、「ガイド（案内）」サービスへの要望は低かった。10 歳代は人数が少なく傾向が明確ではないが、第 1 回において「メニュー」の外国語対応を求める声が挙がっている。これらの結果から、若年層をターゲットにしたメニューの多言語化やスタッフの言語スキル向上を図ることが特に重要であり、世代ごとのニーズに対応した柔軟な外国語サービスの改善が求められることがわかる。

第 14 表 「年齢」と「メニューや店員など外国語の対応」

		第 1 回				第 2 回			
		特になし	メニュー	店員	ガイド（案内）	特になし	メニュー	店員	ガイド（案内）
年齢	10 歳代	0	2	0	0	3	0	0	0
	20 歳代	28	20	15	0	23	11	10	1
	30 歳代	16	4	6	0	12	10	5	0
	40 歳代	2	2	4	0	6	6	4	0
	50 歳代	0	2	2	0	4	4	4	0
	60 歳代以上	2	1	1	2	1	2	1	0
	計	48	31	28	2	49	33	24	1

資料：アンケート結果から筆者作成。

第 15 表は、旅行人数と外国語対応サービスについて示したものである。外国語サービスに対するニーズは個人旅行者、特に「個人旅行 2 人」の層で増加していることが分かった。一方で、団体旅行者では比較的需要が少なく、これはツアーガイドの帯同の影響であるかもしれない。このように、全体的な外国語対応戦略を来店ターゲットに応じて調整する必要がある。また、「ガイド（案内）」の需要は低いが、デジタルツールを活用したサービス提供が今後の重要な施策となる。

第 15 表 「今回の旅行の人数」と「メニューや店員の外国語の対応」

第 1 回		①特になし	②メニュー	③店員	④ガイド（案内）
今回の旅行 の人数	団体旅行	3	4	2	0
	個人旅行 1 人	8	5	4	1
	個人旅行 2 人	15	8	6	0
	個人旅行 3～4 人	18	15	7	0
	個人旅行 5 人以上	4	1	5	0
第 2 回		①特になし	②メニュー	③店員	④ガイド（案内）
今回の旅行 の人数	団体旅行	5	3	2	0
	個人旅行 1 人	9	4	5	0
	個人旅行 2 人	28	16	15	0
	個人旅行 3～4 人	4	4	4	0
	個人旅行 5 人以上	2	4	1	2

資料：アンケート結果から筆者作成。

3.3.4. 新型コロナウイルスの感染拡大と旅行先の変更

第 16 表は、新型コロナウイルス感染拡大前（2019 年以前）の旅行希望地と現在の旅行希望地の変化について年齢別に質問したものである。

これによれば、旅行先の変更を考慮している回答は少なく、変更を選択した回答は 2 割に満たない。新型コロナウイルスの感染拡大を経験しても旅行選択の大筋はあまり変化していないことがわかる。また、第 2 回調査において 20 歳代はやや希望先が変化し、ヨーロッパの比率が高まっている。

第 16 表 新型コロナウイルス感染拡大前の旅行希望地と現在の旅行希望地の変化

第 1 回		同じ	異なる。希望する旅行先					計
			アジア	ヨーロッパ	アメリカ	アフリカ	その他	
年齢	10 歳代	2(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(100)
	20 歳代	49(81.7)	5(8.3)	3(5.0)	1(1.7)	1(1.7)	1(1.7)	60(100)
	30 歳代	23(92.0)	1(4.0)	1(4.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	25(100)
	40 歳代	6(85.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(14.3)	7(100)
	50 歳代	4(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(100)
	60 歳代以上	3(50.0)	1(16.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	6(100)
	計	87(83.7)	7(6.7)	6(5.8)	1(1.0)	1(1.0)	2(1.9)	104(100)
第 2 回		同じ	異なる。希望する旅行先					計
			アジア	ヨーロッパ	アメリカ	アフリカ	その他	
年齢	10 歳代	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(100)
	20 歳代	28(68.3)	6(14.6)	6(14.6)	0(0.0)	1(2.4)	0(0.0)	41(100)
	30 歳代	26(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	26(100)
	40 歳代	15(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	15(100)
	50 歳代	10(90.9)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(9.1)	0(0.0)	11(100)
	60 歳代以上	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(100)
	計	85(85.0)	6(6.0)	6(6.0)	0(0.0)	2(2.0)	0(0.0)	100(100)

(注) () 内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100.0 にならない場合がある。

資料: アンケート結果から筆者作成。

第 17 表は、同じ質問について、性別とクロス集計したものである。

「旅行先に変更なし」の回答では、男性は第 1 回と第 2 回でほぼ横ばい、女性は「同じ」と回答した割合が少し増加した (83.3% から 86.8% に微増)。「旅行先を変えた」と回答した男性は、アジアやヨーロッパから日本への変更割合がわずかに増加した (アジア 8.0% から 8.5%, ヨーロッパ 4.0% から 6.4%), 女性は、アジアから日本への変更割合が減少 (7.4% から 5.7%) した一方で、ヨーロッパから日本への変更は横ばい (5.6% から 5.7%)。新型コロナウイルスの感染拡大後、性別による日本旅行需要の変化には大きな変化はないものの、いくつかの特徴が見られる。男性ではアジアやヨーロッパからの旅行先変更が目立つ一方、女性では日本を選んでいた層がさらに増加している。

第 17 表 2019 年(新型コロナウイルス感染拡大前)の旅行希望地と現在の旅行希望地の
変化と性別

第 1 回		同じ	異なる。希望する旅行先					計
			アジア	ヨーロッパ	アメリカ	アフリカ	その他	
性別	男性	42(84.0)	4(8.0)	2(4.0)	0(0.0)	1(2.0)	1(2.0)	50(100.0)
	女性	45(83.3)	4(7.4)	3(5.6)	1(1.9)	0(0.0)	1(1.9)	54(100.0)
	計	87(83.7)	8(1.9)	5(4.8)	1(1.0)	1(1.0)	2(1.9)	104(100.0)
第 2 回		同じ	異なる。希望する旅行先					計
			アジア	ヨーロッパ	アメリカ	アフリカ	その他	
性別	男性	39(83.3)	4(8.5)	3(6.4)	0(0.0)	1(2.1)	0(0.0)	47(100.0)
	女性	46(86.8)	3(5.7)	3(5.7)	0(0.0)	1(1.9)	0(0.0)	53(100.0)
	計	85(85.0)	7(7.0)	6(6.0)	0(0.0)	2(2.0)	0(0.0)	100(100.0)

資料:アンケート結果から筆者作成。

(注) ()内数字は構成比であり、四捨五入のため合計が 100 にならない場合がある。

4. まとめにかえて

本稿では、調査対象であるSモールのインバウンド観光客需要が、新型コロナウイルスの感染拡大によってどのように変化したかを、アンケート調査の結果を基に検討した。2024 年現在、インバウンド観光客の回復とともに、Sモールの観光客数も徐々に回復しているが、地理的な要因や施設の特性により、大阪全体の観光客動向と比較すると、いくつかの相違点が見られる。

第一に、前後 2 回の調査の比較において、インバウンド観光客の基本属性に多様化が見られた。特に訪問者の年齢層が広がり、中高年層が増加したこと、また台湾・香港および中国以外のアジア地域からの観光客が増加したことが注目される。この変化は、今後の観光施設運営において、サービスやプロモーション戦略の多様化が求められることを示している。

第二に、Sモールへの訪問目的として「買い物」と「食事」が依然として主要であることが確認されたが、「インターネット」と「他人の勧め」による集客効果が高いことから、SNSや口コミなどデジタルマーケティングの強化が引き続き重要であることが明らかになった。一方で、「案内表示の不十分さ」や「営業時間の短さ」といった課題も指摘され、これらの改善が今後

の集客力強化につながると考えられる。

第三に、旅行予算や同行者との関係性をクロス分析した結果、リピーター層は高い予算を設定しやすく、特に家族旅行においてその傾向が顕著であることが分かった。これにより、家族連れを対象とした高付加価値のサービス開発やプロモーションの強化が有効であることが示唆された。

最後に、本稿の調査結果から、今後のSモールにおけるインバウンド観光客の需要回復と、さらなる拡大のためには、施設の拡充、多言語サービスの拡充、施設案内の充実、ターゲット別のマーケティング施策の展開が重要な課題として浮き彫りとなった。これらの課題に対応することにより、Sモールだけでなく、大阪府全体のインバウンド市場の回復と地域経済活性化にも貢献できると考えられる。

参考文献

孔令君・大島一二（2024）「新型コロナウイルスの感染拡大による商業施設への影響と課題—大阪府Sモールにおけるインバウンド観光客急減の影響を中心に—」『桃山学院大学経済経営論集』第 66 巻第 3 号

国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向—訪日外国人の消費動向調査結果及び分析」（2019 年）

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001764555.pdf>) [2024 年 9 月 10 日閲覧]

日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」（総数）2007 年～2023 年

(https://www.jnto.go.jp/statistics/data/since2003_visitor_arrivals_December_2023.pdf) [2024 年 11 月 8 日閲覧]

国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向—2023 年暦年調査結果の概要」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001734815.pdf>) [2024 年 11 月 8 日閲覧]

国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向調査（2015 年～2023 年）」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001734815.pdf>) [2024 年 11 月 8 日閲覧]

内村佳奈子（2024）「インバウンド需要の拡大と訪日外国人の決済動向 ～ 訪日外国人のニーズに則したキャッシュレス決済の推進を ～」『日本総研』2024 年 8 月，No. 2024-045。

平松燈（2017）「訪日外国人と経済効果：地域間産業連関表による分析」『国際学研究』

第6巻第3号, 2017年, pp.51-62。

訪日ラボ編集部「インバウンドの地方誘客と消費拡大の動向は？取り組み事例も紹介
【令和6年版観光白書 徹底解説 (3)】

(https://honichi.com/news/2024/07/05/kankouhakusho2024_explanation3/#kankouhakusho2024_explanation3-3-1) [2024年11月20日閲覧]

「ようこそくまもと観光立県推進計画 (2021年度-2023年度)」(概要)

(https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/life/101325_163138_misc.pdf) [2024年11月25日閲覧]

国土交通省観光庁 (2023)「観光立国推進基本計画」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810001005.pdf>) [2024年9月10日閲覧]

観光立国推進基本計画 (第4次) 概要

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810001006.pdf>) [2024年9月10日閲覧]

(こう・れいくん／経済学研究科博士後期課程)

(おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2025年4月17日受理)

Impact of the Spread of the New Coronavirus on Inbound Customers and Response

— A Case Study of a Survey of Inbound Customers at S Mall,
Osaka, Japan —

KONG Lingjun
OSHIMA Kazutsugu

This paper examines how inbound tourist demand in the S mall in Osaka Prefecture, the subject of the study, changed as a result of the spread of the novel coronavirus, based on the results of a questionnaire survey.

First, a diversification in the basic attributes of inbound tourists was observed in comparison before and after the spread of infection. In particular, it is noteworthy that the age range of visitors widened, with an increase in middle-aged and older visitors, and that the number of tourists from Taiwan, Hong Kong, and other Asian regions besides China increased. This change indicates that future tourism facility operations will require diversification of services and promotion strategies.

Second, while “shopping” and “dining” were confirmed to remain the main purposes of visits to S malls, the high attractiveness of ‘Internet’ and “recommendation by others” revealed the continued importance of strengthening digital marketing, such as SNS and word-of-mouth. On the other hand, issues such as “inadequate information displays” and “short business hours” were also identified, and improvements in these areas will lead to stronger customer attraction in the future.

Third, a cross-analysis of travel budgets and relationships with accompanying persons revealed that repeat visitors are more likely to set high budgets, and this is especially true for family trips. This suggests that the development of high-value-added services and strengthening of

promotions targeting families would be effective.

Finally, the findings of this report highlight the important issues that need to be addressed in order for S malls to recover and further expand demand from inbound tourists in the future: expansion of facilities, enhancement of multilingual services, improvement of facility information, and development of target-specific marketing measures. Addressing these issues will contribute to the recovery of the inbound market and revitalization of the local economy not only in S malls but also in Osaka Prefecture as a whole.

日本におけるインバウンド向け 医療サービスシステムの現状と課題

馬 洪 清
大 島 一 二

1. はじめに

1.1. 研究の背景

近年、グローバル化や高齢化、生活水準の向上に伴い、世界中で健康や医療に対する関心が急速に高まっている。とりわけ、先進医療や高度な医療技術を求めて国境を越える「医療観光（medical tourism）」は、観光と医療の融合という新たな経済成長分野として注目を集めている。

Medical Tourism Association（2024 年）の調査では、医療観光産業は年間 1,000 億米ドルを超える市場規模に達しており、年 15～25% の成長率で拡大を続けていると推計されている。さらに同報告では、患者が重視する項目として、38.5% の患者が「より質の高い医療サービス」を求めて渡航先を変更しており、また 30.8% が「認証や口コミ」、28.8% が「医療費」、21.2% が「支払いの安全性」、19.2% が「アフターケア」を重視していると報告されている¹⁾。

こうした国際的な潮流を受け、日本でもインバウンド向け医療サービスの整備が進められてきた。2011 年には外務省により「医療滞在査証制度」が創設され、外国人患者が日本で継続的な治療を受けることが制度的に可能と

1) Medical Tourism Association (2024) 「2024 Medical Tourism Patient Survey Report」 <https://www.medicaltourism.com>

キーワード：インバウンド、医療システム、医療滞在

なった。これに加えて、厚生労働省は、2022 年に『外国人患者受入れマニュアル（第 4.0 版）』を改訂し、医療機関における多言語対応、通訳体制の整備、費用の透明化などを盛り込んだ具体的な指針を提示している²⁾。

しかし、制度が整備されつつある一方で、日本における実際の来日患者数は依然として限定的である。総務省統計局（2024 年）の『令和 5 年査証発給統計』によると、2023 年に発給された「医療滞在査証」は 2,295 件にとどまっており、制度創設から 10 年以上を経てもその普及には課題が残っている³⁾。後述するように、医療現場での通訳不足、言語や文化への対応力の不足などが障壁となり、医療観光が本格的な産業として確立されていない現状がある。

そこで本稿では、日本におけるインバウンド向け医療サービスの全体像を明らかにすることを目的とし、以下の観点から体系的に分析を行う。①制度・政策面における医療観光受入れ体制の現状と課題、②医療機関・通訳・コンサルティング企業の実務的な受入れプロセス、③中国市場を中心とした訪日患者の行動パターンとニーズの変化、④持続可能かつ実効性あるサービス体制構築のための提言、である。

以上の観点に基づき、本稿では、まず研究の背景と目的を示し、今後、理論的枠組み、現状分析、制度評価、改善提案へと展開していく。

1. 2. 先行研究と本稿の目的

日本における医療観光に関する学術的研究は、2000 年代後半以降徐々に蓄積されてきた。中でも、訪日外国人患者のニーズ分析、医療通訳体制の構築、制度上の課題整理といったテーマが主に取り上げられている。

2) 厚生労働省（2022）『外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル（第 4.0 版）』https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000173230_00003.html

3) 外務省（2024）「令和 5 年（2023 年）ビザ（査証）発給統計」https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00300500&tstat=00001219064&cycle=0&result_page=1&tclass1val=0

たとえば、李楠ほか（2011）は、医療観光の業界標準の未整備に着目し、中国を中心とした東アジア市場における制度的基盤の必要性を指摘している⁴⁾。また、戴二彪（2013）は、アジア地域における医療観光の実態を比較分析し、各国の成功には「政府主導の制度支援」、「医療と観光の統合」、「多言語・多文化対応」、「民間との連携」が不可欠であると論じている。特に日本においては、世界に誇る高度な医療技術を有しながらも、制度的支援、医療通訳体制、情報発信、観光部門との連携といった運用面において課題が残されていることが示唆されている⁵⁾。

胡偉ほか（2020）は、日本における多元文化共生政策の一環として、厚生労働省が中心となって医療通訳サービス体系の整備を推進していることを明らかにしている。日本では、対面・電話・映像を組み合わせた「三位一体」の通訳体制が構築され、通訳者には翻訳理論・倫理・文化理解など高度な専門性が求められるとされており、医療リスクの軽減にも寄与していると指摘されている⁶⁾。

これらの先行研究はいずれも、制度、受入体制、言語支援、文化的配慮など多様な観点から医療観光の実態と課題を明らかにしているが、制度設計の分析からサービス提供、現場運営、患者行動に至るまでを一貫して分析したものは限られている。

そこで本稿では、これら先行研究の成果を踏まえつつ、制度設計・受入体制・通訳支援・費用徴収・患者誘導に至る一連のプロセスを包括的に整理し、政策と現場の接点から日本型医療観光の課題と可能性を明確化することを目的とする。

4) 李楠・李德輝・鐘森等（2011）「観光医療发展行业标准初探」『卫生软科学』, 25 (3), pp. 147-149.

5) 戴二彪（2013）「アジアの国際医療観光：実態と成長要因」『AGI Working Paper Series』, 巻 2013-06, pp. 1-23.

6) 胡偉・李康娜・朱金莹（2020）「日本多元文化共生背景下医疗口译服务体系的构建与启示」『现代日本学刊』, 第3期, pp. 47-53.

2. 医療観光の展開

2.1. 医療観光の定義と分類

医療観光 (Medical Tourism) とは、医療サービスの受診を主な目的として他国を訪問する行為であり、「観光のついでに医療を受ける」といった一般的なイメージとは異なる。日本では「医療観光」という表現が定着しているが、正確には「渡航の主目的が医療であること」が本質である。

観光庁が 2012 年に発行した『医療観光に携わるコーディネーターガイドライン』に基づき、永石尚子 (2015) は、医療観光とは「医療行為を受ける目的で海外に渡航すること」であると整理している⁷⁾。この定義は、治療や検診、美容整形などを目的として医療機関を訪れる行為に焦点を当てており、国際的に広く共有されている Medical Tourism の概念と一致している。

また、飯田奈美子 (2011) も、観光庁の定義を引用し、「医療サービスの受診・受療を行う目的で他国を訪問し、併せて国内観光を行うこと」と説明しており、医療と観光の両面を融合させた複合的な国際移動行動として捉えている⁸⁾。

このように、医療観光の定義は、患者の移動目的が「医療」であることを前提に、観光要素や滞在体制を含んだ広義の概念として捉えることが重要であり、受け入れ体制構築や制度設計における出発点となる。

医療観光は、その提供される医療サービスの内容や患者の目的、国家の制度対応により、多様に分類される。以下に代表的な分類枠組みを整理する。

2.1.1. アジア地域の医療観光における分類

まず、戴二彪 (2013) は、アジア諸国における医療観光の実態に基づき、第 1 表のような、「健康診断型」、「治療型」、「美容・療養型」の三分類を提

7) 永石尚子 (2015) 「日本とアジア諸国における医療ツーリズムの現状と発展」『第 2 部 ホスピタリティの経営学』, pp. 167-188, <https://www.anahd.co.jp/group/ari/human/report/pdf/report-2015-10.pdf>

8) 飯田奈美子 (2011) 「在住外国人および医療観光目的の訪日外国人に対する医療通訳の現状と課題」『立命館人間科学研究』, 第 23 号, pp. 45-57.

示している。

この分類は、サービス提供国側の政策誘導や戦略構築にも応用できる汎用性を持っている。

第1表 戴二彪(2013)の医療観光の三分類

分類	内容
健康診断型	人間ドック, 遺伝子検査, 予防医療などの診断中心サービス
治療型	がん治療, 心臓外科, 再生医療など高度医療行為
美容・療養型	美容整形, 温泉療法, 漢方, アロマ, スパ, リハビリ等

資料: 戴二彪(2013)「アジアの国際医療観光: 実態と成長要因」より筆者作成。

これに対して永石尚子(2015)は、さらに1分野「ウェルネス・レジャー目的」を加えて、日本の医療機関が提供する医療観光サービスについて、以下の四分類に整理している。この分類は、医療機関や観光事業者が外国人患者向けサービスを設計するうえでの重要な指針となると考えられよう。

第2表 永石尚子(2015)の医療観光の四分類

分類	内容
高度医療目的	がん・心臓手術, 臓器移植, 再生医療など
設備目的	MRI(磁気共鳴画像)やCT(コンピュータ断層撮影)による治療など
美容・その他の目的	美容整形手術, 視力矯正, 性別適合手術など
ウェルネス・レジャー目的	温泉治療, 漢方療法, 人間ドック, ファスティング, アロマセラピーなど

資料: 永石尚子(2015)「日本とアジア諸国における医療ツーリズムの現状と発展」をもとに筆者作成。

2.2. 医療観光の展開

2.2.1. 世界的な医療観光市場の成長

2000年代以降, 医療技術の国際格差, 医療費の上昇, 交通アクセスの改善, インターネットを通じた情報流通の活性化などを背景に, 医療観光は世

界的に急速な成長を遂げている。特にアジア諸国（タイ、シンガポール、インド、韓国など）は、国家主導で医療観光産業を育成し、海外富裕層や保険未加入層をターゲットとしたマーケティングを展開してきた。

メディカルツーリズム協会（MTA）の推計によれば、世界全体で医療ツーリズムに参加する人数は年間 1,400 万人に達している⁹⁾。このような背景のもと、特にアジア地域では積極的な受入れ体制の整備と国家戦略としての展開が進んでおり、医療観光が重要な経済成長分野の一つと見なされている。

たとえば、タイでは 2010 年時点で年間約 150 万人、シンガポールでは約 70 万人の医療ツーリストを受け入れておる。これに対して、日本の医療観光受入数は 2019 年時点で年間約 4,000 人にとどまるとされ、アジアの主要国と比較しても依然として後発の状況にあることが分かる¹⁰⁾。

一方で、将来的な市場拡大の可能性についても指摘されている。Mordor Intelligence（2023）の市場予測によれば、日本の医療ツーリズム市場は 2024 年の 49 億ドルから 2029 年には 132.5 億ドルへと成長し、予測期間中（2024-2029）に年平均 22% の成長率で成長すると予測され、特にアジア圏からの地理的利便性、高度な医療水準、清潔で安全な診療環境といった要因が評価されている¹¹⁾。このように、現時点では受入実績こそ限定的であるものの、日本の医療観光には今後の成長潜在力が十分に存在しており、その制度的整備とサービス体制の強化が急務であると言える。

さらに、Medical Tourism Association（2024）の国際患者調査によれば、医療観光を選ぶ主な動機として、「質の高い医療を受けられること」、「自国よりも費用が安いこと」、「待機時間が短いこと」が上位に挙げられてい

9) mediPhone（2024）「医療ツーリズムの現状 | 世界・日本の状況や問題点を解説」
https://mediphone.jp/mediphoneblog/mt_current_situation/

10) 同上。

11) Mordor Intelligence（2023）「日本の医療ツーリズム市場規模・シェア分析・成長動向と予測（2024 年～2029 年）」
<https://www.mordorintelligence.com/ja/industry-reports/japan-medical-tourism-market>

る¹²⁾。これらの要素は、患者が国境を越えて医療を選択する際の決定要因となっており、日本が強化すべき競争力の焦点でもある。

近年の研究や国際的議論においては、医療観光の拡大が地域医療資源の再分配や先進医療技術の一極集中を招く可能性が指摘されており、医療サービスの公平性、制度的整備、倫理的枠組みの構築がグローバルヘルスの新たな課題として浮上している。

2.2.2. 日本における医療観光の展開と政府の取り組み

日本においても、少子高齢化による医療資源の国内需要減少と観光立国戦略の一環として、外国人患者の受け入れを国家戦略として位置づける政策展開が進められてきた。

前述のように、2011年には医療滞在査証制度が導入され、外国人が治療・療養目的で中長期的に日本に滞在できる制度的枠組みが整えられた。2018年には厚生労働省により「訪日外国人旅行者等に対する医療の提供に関する検討会」が設置され、外国人患者の受入体制の整備に向けた本格的な検討が開始された。

こうした受け入れ態勢の整備は、徐々にではあるが成果をあげている。第1図は医療滞在査証の2011年以降の発給数の推移を示したものである。この図によれば、新型コロナウイルス感染拡大により、2020年、2021年は発給数が減少したものの、新型コロナウイルス感染拡大終息後は再び増加傾向にあり、2023年には過去最高となった。この趨勢から考えれば、前述した他国との比較では発給数自体は多いとはいえないものの、今後の増加が予想できよう。

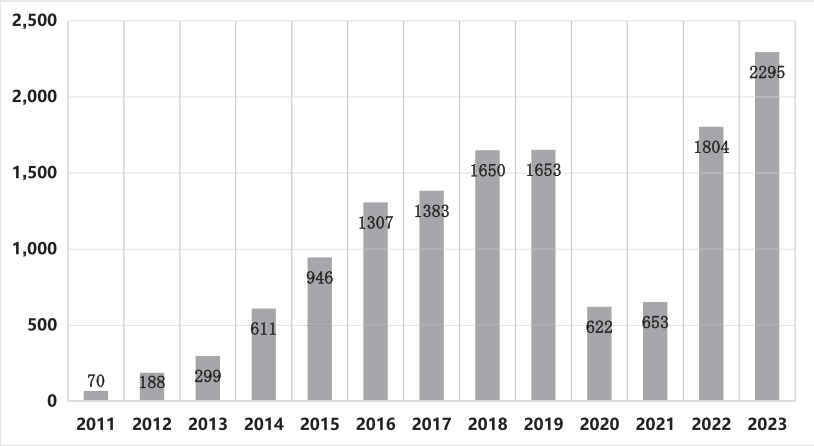
しかし、各国別発給数を検討すると、第3表のように、中国とベトナムの二か国に集中する傾向が顕著である。これは、この2か国に旺盛な需要があることが背景にあると考えられるが、一部の国への集中は経済情勢の変化等

12) Medical Tourism Association (2024) 「2024 Medical Tourism Patient Survey Report」 <https://www.medicaltourism.com>

の影響を深刻に受ける可能性がある。ある程度の分散が必要であろう。

この 2 国への集中は、当該国と日本との医療インフラの格差によるものが大きいといえる。この点について、人口 1,000 人当たりの医師数、医療従事者数、病床数を比較してみよう。日本、中国、ベトナムの 3 か国について、まず、2024 年の人口 1,000 人当たり医師数においては 2.6 人、2.4 人、0.83

第 1 図 医療滞在査証発給数の推移 (単位:件)



資料:外務省査証発給統計(各年版)に基づき筆者作成。

第 3 表 国別査証発給数の推移

国籍	構成比 (%)				
	2011 年	2016 年	2019 年	2021 年	2023 年
中国	44.3	87.9	72.7	75.8	65.3
ベトナム	0.0	2.4	20.1	6.3	29.7
ロシア	32.9	6.3	1.5	5.2	1.4
カザフスタン	0.0	0.6	1.1	0.5	1.0
モンゴル	0.0	0.2	0.8	0.5	0.5
インドネシア	0.0	0.5	0.4	1.1	0.5
その他	22.9	2.1	3.4	10.7	1.6

資料:外務省査証発給統計(各年版)に基づき筆者作成。

人と一定の相違はあるものの、その相違は大きなものではないことがわかる。しかし、人口1,000人当たり医療従事者（主に看護師）についてみると、日本¹³⁾は12.45人、中国¹⁴⁾は3.52人、ベトナム¹⁵⁾は1.45人とかなり大きな格差が存在している。さらに、2024年の人口1,000人当たり病床数では、日本129.8、中国、43.1、ベトナム26.0と、これも相当大きな格差が存在する。つまり、こうした医療インフラの相違が日本への医療滞在を促進しているものと考えられよう¹⁶⁾。また、言い換えれば、日本は病床数において比較的余裕があるため、これを活用してインバウンド客への医療観光需要に対応することができると考えられる。

こうした状況を反映して、観光庁が発表した『観光立国推進基本計画』（2023年）では、「医療や健康増進と連携した観光の推進」が重点施策の一つとして掲げられており、「我が国の質の高い医療技術を生かした魅力的な滞在プランの造成」や、「地域や医療機関との連携による高付加価値観光の推進」、「健康・医療ツーリズムに関する国際的な認証制度の普及支援」などの具体的方策が盛り込まれている¹⁷⁾。

2.2.3. 医療観光受入体制の整備と課題

厚生労働省は、前述した『外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル（第4.0版）』（2022）において、外国人患者を適切に受け入れるための基準と運営指針を提示している。同マニュアルでは、以下のような整備項目が具体的に求められている。①医療通訳・翻訳体制の常設化、②英語・中国語等による説明資料の標準化、③国際医療コーディネーターの配置、④

13) ここでは資料の限定から2020年の数値である。

14) ここでは資料の限定から2021年の数値である。

15) ここでは資料の限定から2016年の数値である。

16) 世界銀行資料から筆者作成。Indicator | Nurses and midwives (per 1,000 people) | World Bank Data 360, https://data360.worldbank.org/en/indicator/WEF_TTDI_PHYSDENS?view=bar

17) 観光庁（2023）『観光立国推進基本計画（2023年3月31日閣議決定）』国土交通省観光庁<https://www.mlit.go.jp/kankochou/content/001612100.pdf>

外国人患者用受付フローの明確化, ⑤多文化対応・宗教配慮等の環境整備, である¹⁸⁾。

また, 前述したように, 近年の訪日外国人数の回復に伴い, 医療目的の渡航件数も増加傾向にあるが, 一方で, 受入可能な医療機関の地理的偏在, 民間と行政の連携不足, 医療通訳者の人材育成の遅れなどの課題も残されており, 今後は「選ばれる医療」の実現に向けた更なる体制整備と国際発信力の強化が必要である。

2.3. 医療観光システムの構造

2.3.1. 医療観光システムの基本要素

医療観光は, 単なる「患者と病院」の関係にとどまらず, 医療, 観光, 行政, 民間事業者の多層的連携によって成り立つ統合型サービスである。そのため, 医療観光を持続的に発展させるためには, 一連の「システム」としての視点が不可欠である。

日本における医療観光システムは, 大きく以下の構成要素により成立している。①入口支援機構 (例: 医療滞在査証, 医療ツーリズム認証制度), ②受入れ医療機関 (例: 医療通訳配置, 外国人向け診療ガイドライン), ③行政的支援と制度設計 (例: 厚労省・観光庁・外務省の連携), ④周辺支援サービス (例: 旅行会社, 通訳会社, 国際医療コーディネーター), である。

これらの要素が円滑に連携することで, 外国人患者にとって安全かつ安心な治療環境が実現される。

2.3.2. 入口機構と制度面の整備

2011 年に外務省が創設した「医療滞在査証制度」は, 日本における医療観光の基盤となる制度のひとつである。この制度により, 外国人患者が治療

18) 厚生労働省 (2022)『外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル (第 4.0 版)』https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000173230_00003.html

や療養を目的として最長6ヶ月の滞在を許可される枠組みが整備された。

また、医療機関側の受入体制を保証するため、観光庁と日本医療教育財団などの連携により、医療機関の認証制度（Japan International Hospitals）や国際医療コーディネーター養成講座なども整備されている。

さらに、厚生労働省は『医療機関向けマニュアル』にて、患者受入基準・情報公開・同意取得（インフォームド・コンセント）のプロセスも含めた対応体制の構築を推奨している。

2.3.3. 受入れ医療機関と人的体制

受入れを実施する医療機関では、次のような人的体制の整備が重要とされている。①医療通訳の配置・外部契約（特に中国語・英語対応）、②国際診療部門の設置・専任スタッフの育成、③院内案内の多言語化、④外国人患者専用窓口の設置と案内フローの整備、である。

これらの体制は、医療の質だけでなくコミュニケーションの確保安全性と安心感の確保にも直結する。特に医療通訳は、誤診やトラブル防止の観点からも不可欠である。

2.3.4. 民間支援ネットワークとの連携

日本の医療観光においては、医療機関と患者を結ぶ仲介・支援事業者の存在も極めて重要である。たとえば以下の組織である。①旅行会社（例：JTB等）：航空・宿泊・移動支援パッケージの提供、②通訳派遣業者：医療通訳の即日手配や診察同行、③医療観光コーディネート企業：予約代行、診療記録の翻訳、同意書取得支援など、④保険会社・海外エージェント：治療費用支払い代行、事前相談支援、である。

これらの民間事業者は、医療機関側では担いきれない滞在支援・言語調整・文化対応を担うパートナーであり、システム全体の潤滑油の役割を果たしている。

このように、日本の医療観光システムは、多様なプレイヤーが連携・補完

し合うことで初めて成立している。今後の展開においては、各構成要素の質的向上と、制度面・人材面での標準化が重要な鍵を握る。

3. 医療観光システムの構造

3. 1. 医療観光システムの全体像

医療観光は、単に医療機関における診療行為を受けることにとどまらず、多様な関係者の連携によって構築される複合的なサービスシステムである。その構造は、出発国における情報収集と問い合わせから始まり、渡航、受診、滞在、帰国後のフォローアップに至るまで、患者の医療的ニーズと生活支援ニーズを一体的に支えるプロセスで構成されている。

とくに日本における医療観光システムでは、以下のような複数の主体が協働しながらサービス提供を行っている。①外国人患者（利用者）：高度な医療や検診、療養、整形などの目的で訪日し、医療機関の選定や予約、滞在先の確保、言語支援などを必要とする。②医療機関：診療・治療を提供する中核的存在であり、医療通訳の配置、インフォームド・コンセントの取得、文化的対応などが求められる。③通訳・調整サービス事業者：言語支援・渡航調整・予約支援・送迎等のサービスを担い、患者と医療機関の間を橋渡しする。④行政機関・観光関連機関：制度整備や査証発給、受入認定、支援ガイドラインの策定などを通じて、全体システムを下支えする。

このように、日本の医療観光は「医療の質」だけでは成立し得ず、言語・文化・制度・物流の支援体制を含む「多層的な医療観光システム」の存在によって成立している点が特徴的である。

3. 2. 訪日医療観光サービスの一連の流れ

訪日外国人患者が日本で医療サービスを受けるまでには、以下のような 6 つの主要段階が存在し、それぞれにおいて関係者の連携と制度的整備が求められる。

3.2.1. 事前情報取得と集客（出国前）

患者は自国で医療観光エージェント、旅行会社、専門医療紹介サイト（例：Medical Tourism Japan、Wechat公式ページ等）などを通じて情報を収集する。多くの場合、中国国内においては、以下のような情報提供チャンネルが使われる。①オンライン医療観光ポータル、SNS広告（Sina Weibo・WeChat・Red Note・TikTok・など）、②親族や友人同士の相互紹介、③在中国の日系クリニックや日本語教育機関の紹介、④医療観光博覧会・説明会（上海・北京などで開催）、⑤中国語対応の病院紹介動画や医師プロフィールの公開、である。

この段階で、患者は希望する医療内容（検診・治療・美容等）を選択し、病院候補や費用の概算、渡航スケジュールを検討する。

3.2.2. 予約・査証手配・来日準備

患者が渡航意思を固めた後、医療観光エージェントや提携病院の「国際診療部」などを通じて以下の準備を行う。①医療機関への事前問い合わせ・診療予約、②医療滞在査証の申請（外務省所定フォーマットに基づく書類提出）、③日本滞在中の宿泊・送迎・通訳手配、④渡航前健康問診票の記入、事前の医療資料（検査データ等）の送付、である。

3.2.3. 来日・診療の受入れ

日本到着後、空港送迎やホテルチェックインを経て、通訳付きで病院の外国人患者専用受付に案内される。そこで、以下のようなフローに沿って診療が行われる。①問診・初診・血液検査・画像診断、②必要に応じた再検査・手術・専門治療、③医療通訳による逐次通訳と説明支援、④文化配慮（女性医師希望、宗教上の制限対応等）、である。

3.2.4. 会計・費用徴収・保険処理

診療後、患者は現金・クレジットカード・中国系決済（Alipay等）などで

費用を支払う。以下のような形式がある。①事前見積書に基づくパッケージ料金精算、②医療機関からエージェントへの代行請求（患者は現地通貨精算）、である。

3.2.5. 帰国準備・アフターケア

治療終了後、患者は帰国に向けた準備を進める。多くの医療機関では、以下のようなフォローアップ体制を用意している。①帰国後の経過観察（オンライン診療/報告）、②医療記録の中国語訳・デジタル送信、③再来日希望者に対するリピーター支援制度の提供、④医療通訳または現地提携機関による経過支援、である。

3.3. 医療観光におけるサービス構造

医療観光において提供されるサービスは、医療機関による診療行為に限らず、訪日患者の滞在全体を支える一連のサービス群として構成されている。つまり、医療観光とは、患者の健康回復・改善を目的とするだけでなく、安心・安全・快適な治療環境を多面的に支援する「周辺サービス」との組み合わせによって初めて成立する。

以下では、日本の医療観光における代表的なサービス構造を、①医療サービス、②滞在支援サービス、③言語・文化対応サービス、の3側面に分類し、具体的に整理する。

3.3.1. 医療サービス（診療・検査・治療）

これは医療観光の中核的機能であり、患者の主目的となる。具体的には以下が含まれる。①初期診断・検査：人間ドック、MRI、PET-CT等の先進診断機器を用いた検査、②専門治療：がん治療、心臓手術、整形外科手術、歯科インプラント等、③美容整形・選択医療：アンチエイジング、美容外科、視力矯正手術等、④リハビリ・アフターケア：手術後の療養、定期チェック、生活指導等、である。

これらのサービスは、基本的に受入認定を受けた医療機関（Japan International Hospitals等）において提供されることが多い。

3.3.2. 滞在支援サービス（生活・交通・宿泊の支援）

訪日中の患者にとって、日常生活を安全かつ快適に過ごせるかどうか、治療と同等に重要である。以下のような滞在支援が医療観光システムに含まれている。①交通支援（空港送迎サービス、病院への送迎、公共交通案内や交通ICカードの準備支援）、②宿泊支援（医療滞在向けウィークリーマンションや病院近隣ホテルの手配）、③飲食配慮（ベジタリアン・アレルギー対応、ハラール・コーシャ食の提供先案内）、④通信支援（Wi-Fi、SIMカード、翻訳アプリの利用説明）、⑤日常サポート（現地生活の対応、買い物代行、地域案内など）、である。

これらのサービスは、旅行会社や医療観光コーディネーター企業との連携によって提供されることが多い。

3.3.3. 言語・文化対応サービス（理解・信頼の橋渡し）

日本の医療現場においては、患者との信頼構築や安全な診療のため、言語的・文化的な配慮が不可欠である。①医療通訳サービス（逐次通訳、同時通訳、電話等による遠隔通訳など、診療全体に同行する言語支援）、②翻訳資料提供（診療ガイド、問診票、同意書、領収書の主に英語・中国語などによる多言語対応）、③文化対応（宗教上の制限や女性医師希望、食事制限、祈祷スペースの提供、服装・習慣への配慮）、④外国人専用窓口の設置（受付、予約、案内、支払いなどを一括対応する専任スタッフの配置）、である。

このような支援は、たんに医療の質のみに依存しない「総合的な受け入れ品質」を形成し、患者の満足度・再訪意欲に大きな影響を与えている。このように、医療観光におけるサービス構造は、単一の医療行為ではなく、診療・滞在・言語支援が統合された複合的サービスモデルとして設計・運営されているところに特徴がある。

3.4. 日本における医療観光システムの構築実態

日本における医療観光の展開は、政府主導の制度設計と民間の受け入れ実務が連動する形で進められてきた。ここでは、制度的枠組みとともに、医療機関・行政機関・支援事業者がどのように役割を分担し、連携しながら医療観光システムを構築しているのかを検討する。

3.4.1. 制度的基盤の整備

医療観光を支える制度として、以下のような政策的措置が講じられている。

医療滞在査証制度（2011 年～）は、外務省主導により、6 ヶ月以内の中長期滞在が可能な「医療滞在査証」が創設された。申請には、医療機関の事前予約書類、支払能力証明、保証人の確認などが必要となる。

厚生労働省の指針とマニュアル（2022 年）である『外国人患者の受け入れのための医療機関向けマニュアル（第 4.0 版）』では、受け入れ体制のあり方（通訳配置、受付体制、文化対応、料金説明等）を詳細に示している。

さらに、観光立国推進基本計画（2023 年）が定められた。これは観光庁が定めた同計画では、「医療・健康関連ツーリズムの振興」が明確に盛り込まれ、医療観光の高付加価値化・制度支援・国際認証推進などが施策として掲げられている。

これらの制度は、医療機関単体では担いきれない「制度的受け入れ環境」の整備を目的として機能している。

3.4.2. 医療機関による体制整備

多くの医療機関では、以下のような受け入れ体制が構築されている。①国際診療部・国際部門の設置、②医療通訳者の常駐・外部委託体制の整備、③外国人患者専用受付の導入（専用窓口、電話対応、Web予約ページ）、④海外患者向け診療ガイドライン・同意書の整備、⑤多言語資料（中国語・英語・韓国語）の配布、である。

3.4.3. 民間支援事業者の役割

医療観光における実務支援の多くは、民間企業によって担われている。代表的な役割は以下の通りである。①医療通訳会社・翻訳事業者：診療同行、逐次通訳、資料翻訳、遠隔対応、②医療観光コーディネーター企業：査証取得支援、病院紹介、費用交渉、来日スケジュール調整、③旅行会社・宿泊支援事業者：航空券・宿泊手配、送迎サービス、通訳手配付きツアーの編成、④保険会社・金融仲介業者：費用立替、請求代行、返金サポート、である。

これらの民間機関は、医療機関と連携しながら「患者の日常生活と医療の間」を支える中間支援者として、不可欠な存在となっている。

3.4.4. 多主体連携とガバナンスの現状

医療観光の特性上、医療機関、行政、民間支援機関のいずれかが単独で完結することはなく、「多機関連携による一体的ガバナンス」が求められる。たとえば、①医療機関と観光庁・厚生省は認定制度・政策通知を実施し、②医療機関・通訳業者・旅行代理店は患者対応、滞在、移動支援を実施し、③民間企業・外務省・在外公館は査証発給情報・申請資料の整合性の検証を実施する。

4. 医療観光の課題

4.1. 査証発給に関する課題

前述したように、日本政府は2000年代後半以降、観光立国政策の一環として医療観光の推進を位置づけ、医療滞在査証の創設、外国人患者受入れマニュアルの整備、観光庁や厚生労働省による認定制度など、一定の制度基盤を整えてきた。これは一定の効果を発揮し、査証発給数は増加傾向にある。しかし、現場における実装段階では、いくつかの制度的課題が顕在化している。

mediPhone（2024）によれば、2022年の医療滞在査証の年間発給件数は約2,000件未満にとどまり、医療滞在査証の発給数は年々増加しているもの

の、約 2,000 件と件数はまだまだ諸外国に比べると少ないのが実情だとされている¹⁹⁾。制度上の手続きの煩雑さや、民間と行政の情報連携不足がその背景にあると考えられる。

4. 1. 1. 制度間の不十分な連携

前述したように、医療観光は、外務省（査証）、観光庁（政策支援）、厚生労働省（医療制度）、地方自治体（実施）といった複数の行政機関の協働によって成り立っている。しかし、それぞれの制度が縦割りの運用され、横断的な情報共有や一体的な対応が不十分であるという指摘が多い。

たとえば、医療滞在査証を取得する際の手続きや期間調整はかなり煩雑であり、医療機関・患者・仲介企業の間で手続きの不一致が生じるケースもしばしば発生している。

4. 1. 2. 査証制度の柔軟性と情報の可視化不足

医療滞在査証制度は、訪日患者が一定期間治療や療養を目的に日本に滞在する制度として一定の機能を果たしているが、その柔軟性や周知度には課題がある。

一部の患者は短期観光査証で来日して治療を受けるケースもあり、医療滞在査証の必要性や利便性についての周知が不十分である。また、在外公館や医療機関における情報提供体制も統一されておらず、患者自身が制度を正しく理解・活用できない状況が続いている。

以上のように、日本における医療観光の制度整備は一定の進展を見せてはいるが、現場との乖離、制度間の非統合性など、複数の構造的問題を内包している。今後は、行政間の情報連携の強化、制度内容の明確化、患者・事業者向けの情報発信強化などが不可欠である。

19) mediPhone (2024)「医療ツーリズムの現状 | 世界・日本の状況や問題点を解説」
https://mediphone.jp/mediphoneblog/mt_current_situation/

4.2. 人的資源と専門性の課題

医療観光において、質の高い医療サービスを安定的に提供するためには、高度で専門的な人的資源の確保が不可欠である。特に、言語的・制度的・文化的障壁を超えて外国人患者の不安を解消し、医療の安全性を担保するためには、医療通訳者、医療観光コーディネーター、国際対応スタッフといった高度で専門職の存在が重要となる。

しかし、現状の日本においては、以下のような人的資源に関する課題が顕在化している。

4.2.1. 医療通訳者の絶対的不足と質の不均衡

医療通訳は、外国人患者の問診、検査、手術説明、同意取得、会計など、診療の全過程に関わる不可欠な存在である。しかしながら、通訳者の絶対数は依然として不足しており、特に中国語・アラビア語・ベトナム語など一部言語では対応困難な状況が続いている。

また、医療通訳には専門知識・通訳技術・倫理的判断が求められるが、民間派遣業者の質にばらつきがあるため、患者の満足度や診療の正確性に直接的な影響を与えている。

4.2.2. 支援人材の育成制度の未整備

医療通訳に限らず、外国人患者の受入れを支える医療観光コーディネーターや国際診療部門スタッフといった支援人材の育成も十分に行われていない。

現在、日本には医療観光コーディネーターに関する国家資格や統一された職業基準が存在せず、医療機関や通訳会社、旅行代理店ごとに業務内容や対応レベルが異なる状況にある。

一部の大学や自治体では通訳講座・研修制度を設けているものの、全国的な制度化やキャリアパスの構築が進んでいないため、専門人材の安定的確保には至っていない。

4.2.3. 人件費・配置モデルの負担と不透明性

人的資源の課題には、人材配置にかかるコスト負担の問題も含まれる。多くの医療機関では医療通訳者を外部からの委託に頼っており、その費用を患者・病院・行政の個人・機関が負担するかが明確でない。

また、医療機関が「通訳配置を希望していても、予算や人員配置の都合で対応できない」状況が生じており、実際の配置モデルが安定していないことも、医療観光の品質管理上の課題とされている。

人的資源の質と量の確保は、日本の医療観光システム全体の根幹をなす問題である。今後は、医療通訳や支援者に関する国家資格制度の創設、研修・認定体制の標準化、費用支援制度の導入などが喫緊の政策課題として求められる。

4.3. 患者体験とサービス品質の課題

医療観光の成否は、単に提供される医療の質に依存するのではなく、外国人患者がいかに安心・納得して診療を受けられるかという「患者体験」の全体にかかっている。この視点に立てば、医療観光システムの品質を測る上で、患者が実際に体験する言語対応、説明の明瞭さ、料金体系、文化配慮といった周辺サービスが重要な評価項目となる。

しかし、現状の日本の医療観光においては、以下のようなサービス品質に関する課題が浮き彫りとなっている。

4.3.1. 通訳・説明不足による不安と誤解の発生

多くの訪日患者にとって、診療時の言語的理解度は不安の最大要因である。特に、医師の専門用語の多さ、通訳者の介在による情報の「省略・誤訳・歪曲」、治療方針や副作用の説明が曖昧といった要因が、患者の納得度や治療への信頼感を大きく損なう場合がある。

4.3.2. 文化・生活面の配慮不足

前述したように、診療内容だけでなく、宗教・文化・生活面への細やかな配慮も、サービス品質の一部である。具体的には以下のような問題が発生している。つまり、①食事制限（例：ハラール、アレルギー対応）の対応不足、②男女別診療への対応不備、③祈祷スペースの未整備、④医師の態度・非言語コミュニケーションの誤解、などが報告されており、こうした小さな違和感の蓄積が、患者の総合評価や再訪意欲に影響を与えることは無視できない。

このように、日本の医療観光における患者体験は、医療行為の質と同じく、周辺支援サービスの精度・信頼性に強く依存している。今後は、患者視点に基づいたサービス品質評価制度、苦情対応窓口、料金情報の多言語化などを整備することで、患者満足度の可視化と品質管理の仕組み構築が求められる。

4.4. 地域・施設間格差と民間依存のリスク

日本の医療観光は、制度上は全国規模で推進されているものの、その実態は一部の都市圏・大規模医療機関に集中しており、地域や施設ごとの格差が深刻化している。また、受け入れ支援の多くが民間業者に依存している現状は、サービスの質や統一性、持続性に関わるリスクも孕んでいる。

4.4.1. 都市圏への偏在と地方医療資源の活用不足

医療観光の受け入れ拠点は、東京・大阪・名古屋・福岡といった国際線のある都市や大学附属病院に集中しており、地方都市や過疎地域では体制構築が進んでいない。これは以下のような要因による。①外国語対応スタッフの確保が難しい、②医療機関が小規模で、診療予約や通訳手配の柔軟性に欠ける、③医療滞在査証に関する情報が届きにくい、などである。

結果として、都市部への患者集中による偏在と、地域医療資源の有効活用の機会損失が発生している。

4.4.2. 施設ごとの対応能力の差異

医療観光受け入れにおける医療機関の対応力も、施設の規模・経験・経営方針によって大きく異なる。たとえば、同じJIH認定施設であっても以下のような問題が顕在化している。①通訳の常駐の可否、②外国語対応資料の未整備、③海外患者用の受付体制（国際部門設置の有無）、④SNSや海外紹介サイトへの掲載状況、等の点でばらつきがあり、患者体験や安全性に差が生じるリスクがある。

4.4.3. 民間支援業者への過度な依存

医療観光における現場支援の多くは、民間の通訳派遣会社、医療観光コーディネーター企業、旅行代理店によって担われている。これらの業者の存在自体は重要だが、現状では以下のような依存リスクが指摘されている。①質の保証が制度化されていない（無資格・経験不足の事業者も存在）、②地域によって業者の有無・経験値に格差が存在する、③利益重視の紹介が行われるケースが散見される、④患者保護に関する規制や苦情対応窓口が未整備、等である。

つまり、民間による「任意的支援」に過度に依存した構造では、システムの持続可能性や公平性に限界があるといえる。

今後は、国や自治体による地域支援の強化、認証制度・助成制度の地域別適用、医療観光コーディネーター資格制度の創設などを通じて、「地域間・施設間のサービス水準の均質化」と「支援体制の公的安定化」が求められる。

5. まとめと今後の研究課題

本稿では、日本における医療観光システムの実態を踏まえつつ、その制度・人材・患者体験・地域格差といった複数の観点から、現状が抱える主要な課題を明らかにした。以下にその要点を整理する。

日本の医療観光は制度的には整備が進んでいるものの、行政間の連携不足

や制度運用の現場浸透の弱さが課題となっている。また、医療通訳者・医療観光コーディネーターといった専門的人材の不足と質の不均衡は、患者安全と満足度に直接影響している。

通訳対応の限界、文化配慮の不足などにより、外国人患者の体験は部分的に断片化されており、サービス品質の安定性に課題がある。

医療観光の実務支援は主に大都市圏と一部の先進医療機関に集中しており、地域・施設間格差や民間依存によるリスクが構造的に存在する。

今後の研究課題としては、これらの課題を解決するためには、今後の実証研究および制度研究の両面において、以下の視点からの分析が必要とされる。①地域医療機関におけるインバウンド患者受入体制の整備状況と、言語支援・文化対応・事務的対応に関する具体的課題の抽出、②医療通訳の有無が患者満足度・医療理解度・治療結果に与える影響について、訪日外国人患者の視点からの実証的分析、③外部提携機関や支援業者による非医療的支援（例：予約代行、送迎、生活支援等）の役割と限界に関する検討、等である。

このように、医療観光は高度な医療技術の国際活用と同時に、文化、制度、サービスの「統合型対応」が求められる新しい観光産業のかたちである。本稿の知見が今後の制度構築と現場支援に資する一助となることを期待する。

参考文献

- 飯田奈美子（2011）「在住外国人および医療観光目的の訪日外国人に対する医療通訳の現状と課題」『立命館人間科学研究』，第23号，pp. 45-57.
- 外務省（2024）「令和5年（2023年）査証（ビザ）発給統計」https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00300500&tstat=000001219064&cycle=0&result_page=1&tclass1val=0
- 観光庁（2023）『観光立国推進基本計画（2023年3月31日閣議決定）』国土交通省観光庁，<https://www.mlit.go.jp/kankochou/content/001612100.pdf>
- 胡偉・李康娜・朱金莹（2020）「日本多元文化共生背景下医疗口译服务体系的构建与启示」『现代日本学刊』，第3期，pp. 47-53.

- 厚生労働省 (2022) 『外国人患者の受入れのための医療機関向けマニュアル (第 4.0 版)』 https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000173230_00003.html
- 李楠・李德輝・鐘森等 (2011) 「観光医療发展行业标准初探」『卫生软科学』, 25(3), pp. 147-149.
- 戴二彪 (2013) 「アジアの国際医療観光：実態と成長要因」『AGI Working Paper Series』, 巻 2013-06, pp. 1-23.
- 永石尚子 (2015) 「日本とアジア諸国における医療ツーリズムの現状と発展」『第 2 部ホスピタリティの経営学』, pp. 167-188, <https://www.anahd.co.jp/group/ari/human/report/pdf/report-2015-10.pdf>
- Medical Tourism Association (2024) 「2024 Medical Tourism Patient Survey Report」 <https://www.medicaltourism.com>
- mediPhone (2024) 「医療ツーリズムの現状 | 世界・日本の状況や問題点を解説」 https://mediphone.jp/mediphoneblog/mt_current_situation/
- Mordor Intelligence (2023) 「日本の医療ツーリズム市場規模・シェア分析・成長動向と予測 (2024 年～2029 年)」 <https://www.mordorintelligence.com/ja/industry-reports/japan-medical-tourism-market>
- Indicator | Nurses and midwives (per 1,000 people) | World Bank Data 360, https://data360.worldbank.org/en/indicator/WEF_TTDI_PHYSDENS?view=bar

(ば・こうせい／経済学研究科博士後期課程)

(おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2025 年 5 月 6 日受理)

Current Status and Issues of Inbound Medical Service System in Japan

MA Hongqing
OSHIMA Kazutsugu

While taking into account the actual state of the medical tourism system in Japan, this paper clarifies the major issues facing the current situation from multiple perspectives, including the system, human resources, patient experience, and regional disparities.

Although Japan's medical tourism system is well-developed institutionally, the lack of cooperation among government agencies and the weak penetration of system operation into the field are issues that need to be addressed.

In addition, the shortage and imbalance in the quality of professional human resources, such as medical interpreters and medical tourism coordinators, directly affects patient safety and satisfaction.

The foreign patient experience is partially fragmented due to the limitations of interpreter support and lack of cultural considerations, which creates challenges to the stability of service quality.

Practical support for medical tourism is mainly concentrated in metropolitan areas and some advanced medical institutions, and there are structural risks due to regional and institutional disparities and private sector dependence.

Thus, medical tourism is a new form of tourism industry that requires “integrated responses” to culture, institutions, and services, as well as international utilization of advanced medical technology.

日本からのタオル受注量の減少が 中国のタオル関連企業に与える影響

—— 山東省A社における調査結果から ——

王 喆
大 島 一 二

1. はじめに

1.1. 研究の背景と目的

近年、世界経済構造の大きな変化と国際貿易における不確実性は、中国の繊維関連産業に重大な影響を与えている。特に、中国の経済発展による人民元高、人件費、物資コストの上昇等の要因に加えて、日本側の消費者ニーズの多様化により、日本から中国のタオル産業への発注は趨勢的に減少傾向にあり、中国の生産現地では大きな問題が発生している。

世界最大の繊維生産国および輸出国の一つである中国は、世界繊維貿易で重要な地位を占めてきた。しかし、現在進行している日本の市場需要の変動、特にタオル受注量の減少により、中国のタオル関連企業は深刻な影響を受け、中国のタオル関連業界はかつてない変革期に直面している。

本稿は、近年の日本からのタオル受注の減少という現象が、中国のタオル関連企業に与える具体的な影響を検討し、その背後にある原因及び対応策を分析することを目的としている。今回の調査対象となった山東省A社は、中国のタオル業界内の中規模企業の一つであり、これまで一定の規模の注文量と市場シェアを維持してきたが、これが日本からの受注減に直面し、深刻な影響を受けている。そこで、本稿では、まず、日本側のタオル発注減少の要

キーワード：タオル産業、日本からの発注減

因、その影響、および山東省A社の対応策を分析し、今後の発展方向について検討する。さらに、受注減への対応策として、企業の技術革新、市場拡大、経営管理の最適化がどのように進展し、競争力を高め、持続可能な発展を実現しているかについて検討する。

本稿では、主に山東省A社の現在の困難への対応を検討するが、このことは中国のタオル関連業界全体の長期的な発展にも資するものとなろう。中長期的な視点から見ると、日本からのタオル受注減少は、中国の繊維産業全体のサプライチェーンの変動、特にベトナムなどへの生産拠点の移転を引き起こす可能性がある。したがって、この現象を研究することは、中国の繊維産業の今後の発展を促進するための政策的意義を有している。

1. 2. 先行研究

前述したように、世界経済情勢の変化に伴う、日本からのタオル受注の減少は、中国のタオル関連業界に顕著なインパクトを与えている。日本からのタオル受注の減少は、中国のタオル関連業界にとって、短期的な注文量の減少という圧力だけでなく、長期的な国際戦略の調整を迫るものである。そこで、この関連分野の先行研究の整理を行った。

これまでに、日本からのタオル受注、中国でのタオル生産、輸出に関する研究においては、比較的多くの先行研究が発表されてきた。例えば、李清如・張倩（2021）は、「中美貿易摩擦背景下的中日貿易（中国・アメリカ貿易摩擦背景下的日中貿易）」『東北亞學刊』において、中米貿易摩擦という背景のもとでの中日貿易の新しい動向を分析している。2019年には中日二国間貿易はマイナス成長を示し、日本の中国への輸出と輸入総額に占めるシェアのいずれも低下したことを指摘している。これは、中米貿易摩擦がグローバルサプライチェーンを混乱させ、中日貿易に衝撃を与え、日本のタオル産業の中国への発注に間接的に影響を与える可能性があると述べている。

また、劉航邑（2022）は、「RCEP背景下，中日农产品贸易发展的机遇和挑战（RCEP背景下での中日農産物貿易發展の機会と挑戦）」『商業創新期

刊』において、RCEPの枠組みの下で、中日農産物の貿易構造と貿易規模を分析し、貿易の現状と機会と挑戦を論じ、対策を提案した。この論文は、主に農産物貿易を対象としているが、そこでは、RCEPの枠組みの下で中日貿易が一定の影響を受けており、タオル等の繊維産業にも影響を与えていることを論じている。

これら二つの論文は、現在の貿易枠組の中で、異なる角度から各産業に与える影響を研究しているが、直接タオル産業に与える影響を論じたものではない。特に日本からのタオル受注減少が中国のタオル生産に与える影響と問題、さらには、中国のタオル関連産業への影響、それへの対策などを論じた先行研究はごく限られている。そこで本論文では、日本からのタオル受注の趨勢的な減少が中国のタオル関連企業、特に山東省A社に与えた影響を検討し、その背後にある原因を分析し、効果的な対応策を提案することを目的とする。

2. 日本からのタオル受注減少の要因

2.1. 日本のタオル市場の概要

近年、日本のタオル市場においては、構造的な変化が発生している。日本繊維製品産業協会が発表した統計データによると、2021年における日本タオル市場の総売上額は約1,500億円であり、その中で家庭用タオルが約65%の市場シェアを占め、ホテル、飲食業界などに使用される商用タオルが残りの35%を占めている。消費者サイドから見ると、近年の日本の消費者のタオルに対する需要は、主に高品質、快適性、環境保護性能に集中しており、これにより日本の地場の高級タオルブランドが市場で重要な地位を占めている。例えば、日本のいくつかのブランドタオル¹⁾は、その卓越した手触りと吸水性において国内外で高い評価を得ている。

しかし、長い歴史と安定した消費構造を維持してきた日本のタオル市場においても、近年その成長速度は明らかに鈍化している。日本繊維製品産業協

1) 例えば、今治タオル（Imabari Towel）、泉州タオル等は海外で評価が高い。

会のデータによると、2015 年以降、日本のタオル市場の年平均成長率はわずか 1.2% で、2020 年から 2021 年の間には軽微ではあるもののマイナス成長（マイナス 2%）が発生した。この現象の背後には、人口高齢化による家庭構造の変化、若年世代の消費習慣の変化、輸入商品の競争圧力などが存在しているとされる。

製品構造から見ると、日本のタオル市場の製品種類は比較的豊富で、綿タオル、マイクロファイバータオル、竹繊維タオルなど、さまざまな素材の製品が存在している。その中で、綿タオルは依然として主流製品であり、約 70% の市場シェアを占めている。しかし、環境保護意識の高揚に伴い、消費者の持続可能な素材への関心が徐々に高まり、竹繊維タオルなどの新型環境保護製品の市場シェアが徐々に拡大している。統計によると、2021 年に竹繊維タオルの日本の市場シェアは 5% に達し、2015 年の 2% から顕著な向上を示した。

日本のタオル市場の販売チャネルも多様化する傾向にある。従来から百貨店と専門店が主力販売チャネルであり、かつては、それぞれ総売上額の 40% と 30% を占めていた。しかし、近年、電子商取引プラットフォームの台頭がタオル販売に新たな機会をもたらしている。日本の電子商取引協会のデータによると、2021 年に電子商取引プラットフォームを通じて販売されたタオルの数量は、前年比 15% 増加し、総売上額の比率は 20% に達したという。このオンライン販売チャネルの成長は、消費者の利便性を高めるだけでなく、新興ブランドにより多くの販売の機会を提供している。

地域分布から見ると、東京、大阪、名古屋などの大都市は日本のタオル消費の主要な市場である。これらの地域の消費者は、高級ブランドと高品質な製品を購入する傾向がある。例えば、東京のデータによると、2021 年の東京地域のタオル売上額は全国総額の約 25% を占めている。一方で、北海道、九州等地は人口密度が低いことから、市場シェアは相対的に小さい。しかし、注目すべきは、近年地方都市の消費能力が強化されていることである。特に観光都市における、記念品タオルの需要が年々増加している点は注目に

値する。

全体として、日本のタオル市場は構造的な変化期に直面しているといえるが、そのブランドの歴史と継続的な製品デザインの革新によって、依然として一定の競争力を保っている。しかし、世界のサプライチェーンの変化と消費者嗜好の変化に伴い、市場の変動に対処し、新しい成長の機会を見つけることが、日本のタオル企業が直面する喫緊の課題となっている。

2.2. 日本からのタオル受注減少の要因

近年、日本からのタオル受注の減少は中国のタオル業界における関心の高い問題となっているが、その背景には複雑な要因が関与している。

2.2.1. 世界的な経済情勢の変化と日本のタオル発注に与える影響

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、世界的な消費需要は明らかに減少し、特に欧米など主要な輸出市場では、多くの小売業者が在庫増加を背景に、発注規模を削減した。また、米中貿易摩擦は、一部のアメリカ企業の東南アジア諸国への発注を増加させ、日本もそうした動向が深まっている。データによると、2022年に日本からアメリカへのタオル輸出量は前年比で約10%減少し、ヨーロッパ市場への輸出量も小幅な減少を示した。このように、日本企業は世界のサプライチェーンの配置を見直し、多数の生産国への業務分散を促進している。

2.2.2. 貿易政策と関税障壁の変化

貿易政策の変化は中国への発注を減少させている。例えば、ベトナムとの比較で、中国から日本へのタオル製品輸出はより高い関税を支払う必要があり、これは中国企業の輸出コストを増加させている。データによると、2021年に中国から日本に輸出されたタオル製品の総額は、前年比で約15%減少したが、その一方で、同じ時期に日本の地場タオル企業の売上額は約8%増加している。この貿易政策の変化とは、地域包括的経済連携協定（RCEP）

の署名に伴い、日本と東南アジア等の加盟国との貿易関係がより緊密になったことをさす。このRCEP署名は、東南アジア諸国のタオル生産者に多くの市場機会を提供した。例えば、ベトナムはその安い労働力コストと優遇的な税制政策を背景に、次第に日本のタオル市場の重要な競争相手となっている。統計によると、2022年にベトナムから日本へのタオル輸出額は前年比25%増加したが、中国から日本への輸出額は小幅な減少を示した。

2.2.3. 中国製品のコスト上昇の影響

この一方、タオル生産の主要原材料である綿花は、2019年以降、価格が大幅に変動し、最高で約40%の上昇幅に達した。このようなコスト上昇圧力は、多くの日本企業が供給チェーンの配置を見直し、よりコストパフォーマンスの高い国からの原料調達を促進している。中国は世界最大の綿花生産国であるが、日本企業は中国産のコストを総合的に判断し、場合によっては他国への発注を増加させている。

このように、日本のタオル注文の減少の原因は主に貿易政策の転換と、中国側のコスト上昇によるものが大きい。この結果、内部産業構造の調整が必要となる。グローバルが進展するなか、中国のタオル関連企業はかつてない困難に直面しているが、同時に産業の高度化の重要な機会を迎えている。コスト優位性を維持しながら、製品品質と技術含量を継続的に向上させることが、その未来の発展を決定する鍵となる。

2.3. 日本企業の中国への発注状況

これまで、世界の繊維製品市場における競争が徐々に激化する中で、日本からの中国のタオル関連企業に対する発注は徐々に拡大してきた。日本繊維製品業界の統計データによると、2022年に日本のタオルの総生産量は約12億枚で、内、約60%が輸出用であり、残りの40%が国内市場で流通している。しかし、労働力コストの上昇、環境保護法規の厳格化などの制約により日本のタオル生産企業は、生産拡大を困難にしている。特に製品包装工程で

は、伝統的な手作業包装方法では効率が低く、大規模な発注への対応が難しくなっている。したがって、これらの企業は効率の高い自動化された検品包装システムによって、生産コストを削減し、競争力を高めようと考えている。

具体的には、日本の市場において、中国のタオル検品包装企業はそのコスト優位性と技術実力を背景に広く注目されている。例えば、本稿の研究事例である山東省A社は自動化装置を導入し、検品効率を20%向上させると同時に、不良品率を大幅に低下させ、その製品は日本の市場で高く評価された。

需要側から見ると、日本の消費者はタオル製品の品質に対する要求が高く、特に衛生基準と外観の細部への関心は他の市場よりも顕著に高い。したがって、日本企業はより効率の高い検品包装プロセスを求め、製品は厳しい品質基準に適合することが求められている。よって、中国の検品包装企業はこの分野で明らかに優位性を持ち、柔軟に生産ラインを調整して多様な注文ニーズを満たしている。また、日本政府が「グリーン成長戦略」を推進していることから、環境保護型包装材料の需要が急速に上昇し、中国検品包装企業もそれに対応した環境保護型包装製品の開発で優れた実績を示している。

しかし、日本市場における中国のタオル検品包装企業はいくつかの課題に直面しているのも事実である。例えば、日本市場の製品品質の厳しい要求により、中国企業は前期認証と試験に大量の資源を投入する必要がある。ある大手検品包装企業の統計によると、プロジェクトが正式に生産に入るまでに、平均で18か月から24か月かかることがあり、その間、ISO 9001, ISO 14001などの多くの国際標準認証を取得する必要がある。日本の市場におけるアフターサービスの要求も非常に高く、企業は専門の技術サポートチームを配置する必要がある。これは、発生し得る問題に早急に対処するためである。

3. 調査対象企業の概要

3.1. タオル検品包装業界の概要

中国のタオル検品包装業界は、繊維製品加工業界の重要な一環として、国内外の市場需要の変化に伴い業界全体が大きな変化を遂げている。国家統計局のデータによると、2022 年中国の繊維製品加工業界の総生産額は約 3 兆円で、その中でタオル製品の生産額が占める比率は約 15% で、検品包装工程がタオル製品生産額に占める比率は約 5% である。この比率は、検品包装工程の単価が相対的に低いにもかかわらず、製品品質の保証とブランドの付加価値の向上において、重要な地位を占めていることを示している。

言うまでもなく、タオル検品包装業界の上流には、繊維原材料供給企業、生産設備メーカー、タオル生産企業が存在し、下流は輸出企業が存在する。業界団体の統計によると、2023 年までに、中国には 2,000 社以上のタオル検品包装企業があり、その中で一定の生産額規模以上の企業は約 300 社で、これらの企業は主に山東省、江蘇省、浙江省、広東省などの沿海地域に集中している。このなかで、山東省は中国最大のタオル生産基地の一つであり、そのタオル検品包装企業数は全国の約 30% を占めている。この一方、江蘇省の企業は技術革新能力が強く、自動化設備とスマート技術の応用において優位にある。

業界の発展動向から見ると、近年中国のタオル検品包装業界は専門化、規模化、国際化の方向に発展している。一方では、消費者の製品品質に対する要求が高まるにつれて、検品包装企業は検査技術と工程プロセスへの投資を大幅に増やしている。例えば、ある業界レポートによると、2022 年中国の検品包装企業が技術研究開発に投入した資金は前年比で 12% 増加し、自動化検査設備の普及率は 45% 以上に達した。他方では、業界内での統合の傾向も強まり、中小企業の生存圧力が増大する一方で、大企業は合併再編や資本運営を通じて市場シェアを拡大している。データによると、2022 年には業界内トップ 10 企業の市場占有率は 40% に達し、2020 年の 30% から 10 ポイント向上している。

近年、世界的な環境保護意識の強化に伴い、グリーン包装は業界の重要な発展方向となっている。多くの検品包装企業は環境保護材料と技術を採用し始め、国際市場の環境保護認証を満たすようになった。例えば、ある検品包装企業は2021年から完全にバイオデグレート（自然界で分解可能な）包装材料の使用を開始し、その製品は欧米市場で高い評価を受け、注文量が前年比で25%増加した。同時に、デジタル化の転換も業界のもうひとつの大きな特徴となっている。ビッグデータと人工知能技術を活用することで、企業は市場需要をより正確に予測し、資源を最適に配置し、生産効率を向上させることができる。統計によると、デジタル化を実施した検品包装企業の平均生産コストは15%低下し、納期は20%短縮された。

しかし、中国のタオル検品包装業界が全体として拡大趨勢を示しているにもかかわらず、いくつかの課題にも直面している。まず、原材料価格の変動が企業の利益を圧迫する大きな圧力となっている問題である。2022年以来、国際エネルギー価格の上昇により、プラスチック包装材料のコストは10%から15%増加した。これは、価格設定を調整するか、代替材料を探さざるを得ない状況を引き起こした。労働力コストの上昇も企業の経営に一定の影響を与えている。人材部門の統計によると、2022年に検品包装業界の平均労働力コストは8%増加したが、一部地域では技術労働者の不足が特に顕著である。

全体として、中国のタオル検品包装業界は産業の高度化の重要な時期にある。複雑な市場環境と激しい競争の下で、企業は技術革新、環境保護、デジタル化の推進などにおいて継続的に力を入れることで、将来の競争力を維持し、持続可能な発展を実現する必要がある。

3.2. 山東省A社の概要

山東省A社は、2000年に設立されたタオルの検品包装サービスに特化した民間企業で、本社は山東省高密市に所在する。同社は繊維業界にサービスを提供する企業で、主な業務はタオル製品の外観検査、寸法測定、仕分け、

包装、物流配送などである。同社は国内外の顧客に高品質で効率的な検品包装業務を提供することを目指しており、特に日本の市場におけるタオル発注への対応において豊富な経験を持っている。同社の 2022 年の年次報告書によると、山東省A社は年間で 1 千万本以上のタオル検品を処理し、その中で約 90% の製品が日本市場に輸出されている。同社は日本の多くの大手繊維企業の長期的なビジネスパートナーとなっている。

山東省A社は業界内で比較的高い評価を得ており、その評価は高度な生産設備と厳格な品質管理体制に支えられている。同社は複数の自動化された検品生産ラインを装備しており、1 本の生産ラインの毎日の処理能力はタオル 2.7 万本に達し、国内の同業他社の中でトップクラスの生産能力を有している。

品質管理体制においては、山東省A社はSMETA品質管理体制認証を取得している。同社は、すべての製品が顧客の基準に適合するまで、外観検査、寸法測定、重量検査を実施し、合格した製品のみが包装工程に進むことができる。また、専門の品質検査部門を設置し、生産プロセスをリアルタイムで監視し、定期的に完成品の抜き打ち検査を実施している。過去 3 年間で、同社の製品の合格率は常に 99.9% 以上を維持しており、顧客から高い評価を得ている。

山東省A社は技術革新と研究開発に注目し、近年、年間の研究開発資金は売上高の 5% 以上を占め、既存設備の改善と新規ビジネス開拓に投入している。

山東省A社は、設立以来、数回にわたって事業規模拡大を実施した。2015 年には新增建築面積 3,000㎡、工員の新規雇用 100 余人を実施し、生産能力を大幅に向上させた。2018 年に、第二期工場建設を完了し、自動化生産ライン 4 本を新規設置し、さらに生産能力を拡大した。2022 年末までに、同社の敷地面積は 2 万㎡、従業員数は 300 人に達し、技術者比率は 20% を超えている。

山東省A社は、業界交流活動に積極的に参加し、自社の影響力を高めてい

る。同社は、国内外の繊維業界展示会に複数回出展した。これらの展示会出展を通じて、自社の技術力を示すだけでなく、多くの国内外の有名企業とビジネスパートナーシップを結ぶことを可能とした。例えば、同社は日本の有名なタオルメーカーと戦略的パートナーシップを締結し、カスタマイズされた検品包装サービスを提供することで、日本の市場での地位をさらに強化している。

3. 3. 日本のタオル発注減少が中国のタオル業界に与える影響

前述したように、世界的な経済環境の変化や国際市場の変動に伴い、中国のタオル関連企業は大きな課題に直面している。とくに山東省A社のようなタオル検品包装分野に特化した企業は、近年日本からの発注の顕著な減少に直面している。最新の統計データによると、2022年中国のタオル輸出総額は約50億ドルで、その中で日本市場が占める比率は15%である。しかし、2023年から、日本の地場市場における需要の減少と貿易政策の不確実性のために、この比率は10%に低下し、これにより山東省A社の受注量は25%減少した。同社の内部データによると、2022年から日本からの発注量は前年比で約35%減少した。これにより、同社の総受注量は20%減少した。この受注減現象は、一部の事例に限ったことではなく、タオル産業全体に影響を与えている。

前述したように、日本国内の長期不況によるタオル製造業の生産縮小は、発注減少の重要な原因の一つである。日本繊維産業連盟の統計によると、日本の国内タオル製造企業の生産能力利用率は、2019年の80%から2022年には65%に低下した。こうした状況は、当然日本市場における輸入タオルへの需要減少に帰結し、主要輸出国である中国に大きな影響を与えることとなる。

また、日本におけるタオル総需要量の減少が発生する一方で、日本の消費者のタオル製品に対する嗜好は次第に高級化と個性化の方向にシフトしているが、多くの中国の中小タオル関連企業は、設備と技術レベルの制限のため

に、これらの新しい市場ニーズに対応できず、その競争力を弱めている。新型コロナウイルスの感染拡大後の世界的な経済回復プロセスが比較的遅いことも、日本企業が発注決断をより慎重に行う原因の一つであり、特に海外のサプライヤーへの発注減少に帰結している。

山東省A社の事例でみると、日本からの発注量の減少は、業績に深刻な影響を与えている。財務面では、2022年度の売上高は前年比20%減少し、純利益は30%低下した。同時に、同社の在庫回転率も低下している。受注減に応じて、同社は生産計画を調整し、生産ラインの稼働時間を減らし、従業員の一時的な削減や職種転換を実施した。しかし、こうした措置だけでは、完全に同社の経営上の困難を緩和することは不可能であった。

しかし、注目すべきなのは、日本からの発注量の減少が山東省A社に顕著な影響を与えた一方で、この機会に、同社が自社のビジネスモデルの再編に着手したことである。例えば、前述したように、技術改造を通じた自動化レベルの向上、労働コストの削減等により、生産効率を高めた。同時に、積極的に他の国際市場を開拓し、東南アジアや中東地域などに進出し、日本からの受注減少で生じた損失を補うことを試みた。しかし、現在の状況では、これらの新たな努力は、いまだ受注減少による損失を十分に補填できておらず、短期的には、国内市場への販売拡大などの方策も考慮する必要があると考えられる。

3. 4. タオル関連企業の市場シェアに影響を与える要因

このように、国際市場は近年大きく変動している。新型コロナウイルスの感染拡大前は、日本は中国のタオル関連企業にとって重要な輸出対象であったが、その後、日本からの発注量は顕著に減少した。2022年に、中国から日本へのタオル検品包装輸出総額は前年比で15%減少したが、2023年上半年にはさらに20%減少した。この輸出減少は、すでに述べたように山東省A社を含む多くの企業に大きな影響を与えた。

この一方で、東南アジア諸国のベトナム、カンボジアなどが、近年繊維分

野で台頭しており、低い人件費と優遇政策を背景に、大量の国際的な発注を獲得している。2023年には、ベトナムの繊維製品輸出は前年同期比で約30%増加したが、同期の中国の増加率は8%に過ぎなかった。明らかに、中国から東南アジア諸国へのシフトが発生しているのである。

また、中国政府の政策の変化も中国国内の市場シェアに重要な影響を与えている。近年、中国政府は、こうした輸出不振対策として繊維製品輸出を支援する一連の政策措置を打ち出している。具体的には税の減免、輸出還付金などの措置である。しかし、これらの政策の効果は企業の規模と発展段階によって異なるため、山東省A社のような中規模民間企業にとっては、ある程度の政策の恩恵を受けることができるが、大手国営企業や多国籍企業と比較すると、享受する政策支援は相対的に限られている。このような政策の不均衡は、中小民間企業に厳しい局面をもたらしている。

中国国内の市場シェアから見ると、山東省A社は、国内タオル検品包装市場におけるシェアは15%で、山東省の同業界3位に位置しているが、業界内のトップ企業と比較すると一定の差が存在する。また、山東省A社は現在主に国内市場に依存しており、この点の改善が必要である。

3.5. 山東省A社の受注減への対応

山東省A社は、タオルの検品包装分野に特化した代表的な企業として、その発展プロセスは中国のタオル業界全体の成長の軌跡と緊密に結びついている。設立以来、同社は高品質の検品包装サービスを提供することに努め、近年、市場競争の激化と顧客ニーズの多様化に伴い、同社は伝統的な強みを維持しながらも、新しいビジネスモデルを模索してきた。生産規模の面では、前述したように、現在、2万㎡を超える工場面積を有し、近代的な生産ラインを装備しており、大規模な生産ニーズに対応することが可能である。

主要顧客は、国内外の多数のタオル生産企業と長期的なビジネスパートナーシップを築いており、その中には日本、韓国、欧州、アメリカなど複数の国々と地域の企業が含まれる。同社の主要顧客数は100社以上に達し、そ

の中で日本の市場からの注文が総受注量の約 80% を占めている。主要顧客は、中国国内のF集団、日本のタオルブランドU社などである。これらの顧客が山東省A社を選択する主な理由は、その専門的な検品サービスと厳格な品質管理体制である。

しかし、前述したような日本側のタオル発注減少の影響を受けて、同社はビジネス戦略を調整し、新たな市場開拓の機会を求めている。現在とはくに、新興市場の開拓に力を入れており、とりわけ東南アジア市場を重視している。国際展示会やビジネス活動への参加を通じて、ここ数年、ベトナム、タイ等の新規顧客と接触し、日本以外からの受注を増加することに成功した。これと同時に、同社は内部管理の合理化とコスト削減を重視し、効率向上による競争力の向上を目指している。さらに、既存の顧客とのコミュニケーションを強化し、よりカスタマイズされた製品を提供することで、顧客の満足度を高めている。

技術革新もまた、山東省A社の今後の発展の重要な方向の一つである。近年、同社は新規の検品包装技術と設備の研究開発に資源を投入している。例えば、同社が最近導入した自動封箱装置は、労働生産性を大幅に向上させると同時に、人為的なエラーの発生確率を大幅に減少させている。また、環境保護包装材料の利用を探索している。

こうした高度な自動化設備・技術の導入は生産効率を大幅に向上させた。例えば、同社は 2021 年初頭に導入したシステムでは、毎時間処理できるタオルの数量を 3 倍以上に引き上げることが可能となった²⁾。このシステムはまた、労働生産性を向上させ、単位生産コストを 15% 減少させることが可能となった。同社の内部統計によると、自動化改造を実施した最初の四半期では、粗利率が 3 ポイント上がって 28% に達したという。同時に、同社は労働者に技術トレーニングを強化し、新型設備の操作を可能とした。

製品デザインの多様化も推進されている。消費者がますます個性化とカス

2) 従来は 1 時間に 500 本のタオルを処理することができたが、現在は 1,500 本まで処理能力を強化した。

タマイズされた製品を求めるなかで、単純な製品では市場のニーズを満たすことはできない。このため、山東省A社は自社の強みを活かし、より多様な検品包装製品を提供してきた。例えば、高級市場向けには、ブランドロゴや特殊なデザインが施され、カスタマイズされた包装を提供した。一方で、一般市場向けには、包装のサイズや色の組み合わせを調整することで、より多くの消費者への対応を可能にした。

同社はサプライチェーン管理を厳格化し、納期短縮し、調達コストの低下を共同で検討した。例えば、主要なサプライヤーと長期契約を締結することにより、原材料の調達コストを5% 下げることに成功し、物流ネットワークの最適化を通じて、輸送時間を平均2日間短縮した。

こうして、日本からのタオル発注の減少という課題に直面するなかで、山東省A社は生産戦略の調整、技術革新、コスト管理、市場開拓などの施策で対応を進めている。

4. まとめにかえて

ここまで述べてきたように、世界経済の変化に伴い、タオルの需要構造にも新しい特徴が現れている。新興市場の台頭と、消費者の高品質・環境保護志向である。特にアジア地域では、人口が膨大で、経済成長が急速であるため、その市場の可能性は無視できない。具体的な製品タイプにおいては、機能性タオルの需要が大幅に増加すると予想される。この傾向は、消費者が健康と快適性に対する関心が日増しに高まっていることに由来する。環境保護素材で作られたタオルも、市場の大きな注目ポイントとなる。近年、有機綿や再生繊維を使用した環境保護タオルの売上高は、伝統的なタオル製品よりもはるかに高い伸び率で増加している。

地域別市場をみると、日本市場は、短期的には発注の減少が発生しているが、長期的には高い安定性を維持している。日本国内のタオル産業は、コスト上昇や労働力不足などの問題に直面しているが、高品質な製品への追求は変わらない。したがって、中国のタオル関連企業は、製品品質の高度化とカ

スタマイズされた製品の提供を通じて、市場シェアを再び獲得する必要がある。一方、東南アジア市場は、もう一つの重要な成長のポイントであり、その需要量は年間約 6% の速度で増加すると予想される。これは、地域の急速な経済成長と生活水準の向上がその主要要因である。注目すべきなのは、電子商取引プラットフォームの台頭も、タオル業界の未来の発展に新しい商機をもたらしていることである。あるオンラインショッピング行動に関する調査によると、タオル類製品をオンラインで購入する消費者は 70% 以上に達し、その中でも若年層が主力消費者となっている。この傾向は、多くの企業が電子商取引への投資を増やすことを促進している。

本稿では、現在深刻な問題となっている日本からのタオル発注量の減少という課題を出発点として、山東省A社を事例として、中国のタオル関連企業に与える影響と対応を分析した。

日本からのタオル発注量の減少という状況下で、山東省A社は中国のタオル検品包装業界を代表する企業の一つとして、大きな受注減少に直面した。この変化は、日本市場における中国の検品包装サービスの需要が減少していることを反映している。同時に、発注量の減少は、企業経営に深刻な影響を与えている。特に人件費の総コストに占める比率は、2022 年の 35% から 2023 年の 42% に上昇し、企業が安定した生産を維持する上で大きな課題となっている。

こうした日本のタオル発注量の減少にたいして、山東省A社は製品品質の向上をめざし、SMETA品質管理体制の認証を取得し、製品の合格率を向上させ対応した。さらに、生産プロセスの調整の面では、工程プロセスの最適化と技術革新により、生産コストの削減を可能とした。同時に、自動化設備への投資を増やし、全体の生産能力を 20% 向上させた。

こうした厳しい市場競争のなかで、今後、山東省A社をはじめとする、中国のタオル生産企業がどのような対応を行っていくのか、さらに詳細に検討していきたい。

参考文献

- [1] 秦霄（2024）『基于焦点理论的新闻播音语句重音特征及应用规范研究』浙江传媒学院
- [2] 李清如・张倩（2021）「RCEP中美贸易摩擦背景下的中日贸易」『东北亚学刊』
- [3] 刘航邑（2022）「RCEP背景下，中日农产品贸易发展的机遇和挑战」『商业创新期刊』
- [4] 遼新红（2023）「新形势下中日韩产业合作的思路、原则与路径」『全球化』
- [5] 付丽娜（2021）「2020 年我国纺织品出口困境及对策分析」『中国商论』
- [6] 宁翠娟（2017）「“中国+东南亚” 格局渐成」『纺织科学研究』
- [7] 梁龙・梁莉萍（2011）「振兴麻纺 解铃还须系铃人」『中国纺织』
- [8] 居新宇・刘兴・潘钦栋（2007）「2006 纺织行业大盘点」『中国纺织』
- [9] 杨猛（2003）「毛巾牵动中日贸易神经」『中国工业报』
- [10] 郭静（2008）『中国，东盟对日纺织品服装贸易竞争比较研究（1990-2006）』广西师范大学

（おう・てつ／孚日集团股份有限公司職員）

（おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2025 年 5 月 16 日受理）

The Impact of the Decline in Towel Orders from Japan on Chinese Towel-Related Firms — A Survey of Company A in Shandong Province —

WANG Zhe

OSHIMA Kazutsugu

This paper takes as its starting point the issue of declining orders for towels from Japan, which is now a serious problem, and analyzes the impact on Chinese towel-related companies and their responses, using Company A of Shandong Province as a case study.

Under the circumstances of declining orders for towels from Japan, Shandong Province Company A, one of the leading companies in China's towel inspection and packaging industry, faced a major decline in orders. This change reflects the declining demand for Chinese inspection and packaging services in the Japanese market. At the same time, the decrease in orders has had a serious impact on company management. In particular, the ratio of labor costs to total costs has increased from 35% in 2022 to 42% in 2023, posing a major challenge for companies to maintain stable production.

In response to this decline in Japanese towel orders, Shandong Province Company A has responded by acquiring SMETA quality management system certification and improving its product acceptance rate in order to improve product quality. In addition, in terms of production process adjustment, the company was able to reduce production costs through process optimization and technological innovation. At the same time, the company increased its investment in automation equipment and increased its overall production capacity by 20%.

In the face of such fierce market competition, we would like to examine

in more detail how Shandong A and other Chinese towel production companies will respond in the future.

日本における外国人労働者の 雇用構造と課題

—— 中国人労働者の就業変化を中心に ——

符 源
大 島 一 二

1. はじめに¹⁾

1.1. 研究の背景

『厚生労働白書』²⁾の人口動態統計（概数）によれば、日本においては少子高齢化の深化により、ついに2005年には、当年度出生数約106万人・死亡数約108万人と、自然増加数が約2万人減となり、初めて死亡者数が出生数を上回る「人口自然減少」の状況が発生した。こうした状況は現在に至りますます深化し、人口減少が本格的に進行している。

この人口減少に伴い、労働力人口も1995年にピークに達して以降、年々減少が継続し、近年はさらに減少が際立っている。厚生労働省の「外国人雇用状況」に関する資料によると、2024年10月末時点で、外国人労働者の数は、2,302,587人に達し、過去最高を更新した。外国人労働者数を国籍別にみると、ベトナム、中国、フィリピンの順となっている。

こうした外国人労働者の増加を背景に、本稿では、日本における外国人労働力の受け入れ政策を整理し、とくに中国人労働力の受け入れの現状と課題を明らかにする。また、在日中国人労働力を代表的なケースとして取り上

1) 本稿は科研費（研究課題番号：23K05437）の研究成果の一部である。

2) 厚生労働省（2006）「我が国の社会保障を取り巻く環境と国民意識の変化」。

キーワード：外国人労働者、雇用、中国人労働者、在留資格

げ、来日中国人労働者の就業に関する変化を検討する。

1. 2. 日本政府の外国人労働力政策の変遷

周知のように、日本政府の外国人労働力政策は、政府が当初目的として設定した発展途上国人材の育成を主目的とした目的と、前述した深刻な労働力不足を背景に各産業が必要とする非熟練外国人労働者の受け入れ促進要望との間の綱引きで、次第に名目と実態との間に大きな乖離が生じてきた。この乖離が、これまでさまざまな社会問題を引き起こした要因の一つであることは周知の事実であろう。例えば、「技能実習」制度においては、符源・大島一二（2024）では、日本の技能実習制度には外国人労働者が長期的に滞在できる合法的な手段が基本的に存在しないことから、結果として「失踪」や「偽装結婚」などといった問題が発生していることを指摘している。こうした技能実習制度の限界や、外国人労働者に対する支援の欠如により、本来日本で長期間就職することを目的としていた多くの中国人等の外国人が、「留学」在留資格を利用して来日する事態となっている点についても指摘している。

また、大森義明『労働経済学』（2008）では、外国人労働者の特性に応じて、代替または補完 2つの可能性を指摘している。もし、外国人労働者が国内労働者と異質な資産、つまり補完的な資産である場合、外国人労働者の受け入れ政策は、国内労働市場の資源配分効率を高め、社会福祉を向上させる可能性が高いが、一方で、代替関係がある場合、外国人労働力の導入は日本国内の労働者に悪影響を及ぼす可能性が高い。同質な外国人労働力を導入することは、国内労働者の所得低下を引き起こす可能性が高いと指摘している。

さらに、「外国人労働者受け入れ政策の建前と現実の乖離」と「外国人労働者の特性に応じた受け入れ政策の設計」、この 2つの問題は、今後の外国人受け入れ制度を考えるうえで極めて重要であり、就労資格体系と労働市場の現状を整理した上で、外国人労働者の属性に基づいた適切な政策を策定することが、彼らと日本社会の双方が共に適応し、共生するための制度構築に

として欠かせないと指摘している。

2. 日本における外国人労働力雇用の概要

2.1. 外国人労働者の状況

厚生労働省の「外国人雇用状況」の届出状況によれば、前述のように、2024年10月末時点で、外国人労働者の数は、2,302,587人、外国人を雇用する事業所数は342,087カ所であり、2023年10月末時点（2,048,675人、318,775所）に比べ、253,912人、23,312カ所増加している。

外国人労働者数を国籍別にみると、ベトナムが最も多く570,708人（外国人労働者数全体の24.8%）であり、次いで、中国（香港、マカオを含む）408,805人（同17.8%）、フィリピン245,565人（同10.7%）の順となっている。その中で、増加率が高いのはミャンマーで、対前年増加率は61%である。一方、中国人労働者は前年（397,918人）より約2.7%が増加したものの、増加趨勢は鈍化している。

2.2. 産業別外国人労働者数

日本標準産業分類（2023年7月改定）においては、全産業は20分類に分類される。この20分類のなかで、「外国人雇用状況」の届出状況表一覧（2024年10月末時点）から、外国人労働者数の多い5分類に注目すれば、「建設業」、「製造業」、「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「サービス業（他に分類されないもの）」があげられ、外国人労働者総数の約74%が雇用されていることになる（表1参照）。

表1 産業別外国人労働者数

産業分類	事業所数	外国人労働者数	構成比
製造業	56,692	598,314	26.0%
サービス業（他に分類されないもの）	26,541	354,418	15.4%
卸売業、小売業	64,124	298,348	13.0%

宿泊業，飲食サービス業	48,922	273,333	11.9%
建設業	44,811	177,902	7.7%
医療，福祉	23,075	116,350	5.1%
情報通信業	13,587	90,546	3.9%
教育，学習支援業	7,676	82,902	3.6%
学術研究，専門・技術サービス業	13,437	79,314	3.4%
運輸業，郵便業	9,707	75,157	3.3%
農業，林業	13,597	58,373	2.5%
生活関連サービス業，娯楽業	6,525	29,991	1.3%
不動産業，物品賃貸業	5,052	23,142	1.0%
金融業，保険業	1,609	12,872	0.6%
公務（他に分類されるものを除く）	1,955	11,244	0.5%
複合サービス事業	1,647	7,109	0.3%
漁業	1,645	6,434	0.3%
分類不能の産業	1,187	5,528	0.2%
電気・ガス・熱供給・水道業	192	817	0.0%
鉱業，採石業，砂利採取業	106	493	0.0%
全産業計	341,981	2,302,587	100.0%

注：構成比は外国人労働者総数に対する当該産業の外国人労働者数の比率を示す。

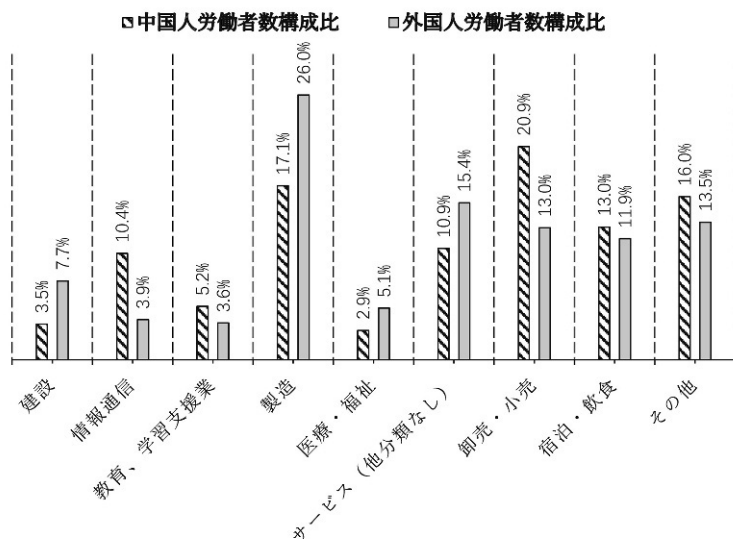
資料：「外国人雇用状況」の届出状況表一覧（令和 6 年 10 月末時点）から筆者作成

2. 2. 1. 産業別中国人労働者数

これに対して，2024 年 10 月末時点における中国人労働者数は 408,805 人である。このうち「建設業」，「製造業」，「卸売業・小売業」，「宿泊業・飲食サービス業」，「サービス業（他に分類されないもの）」の 5 分類において，中国人労働者総数の約 72% が雇用されており，この 5 分類の比率は外国人全体と大差ない。しかし，中国人労働者は「情報通信業」や「卸売・小売

業」の分野において、その占有率が外国人労働者全体の比率を大きく上回る特徴があることが指摘できる（図1参照）。

図1 外国人と中国人労働者の構成比比較



資料:「外国人雇用状況」の届出状況表一覧(令和6年10月末時点)から筆者作成。

このなかで、「情報通信産業」は、現在の中国の比較優位産業として、多くの産業人材を育成しており、その結果、一部の人材が海外に流失し日本での就職を選択していることが想定できる。また、IT産業以外では、中国人労働者数が集中しているのは「卸売・小売業」である。この「卸売・小売業」において中国人労働者が多い理由として、中国語能力の活用による中国本土顧客、来日インバウンド顧客、在日中国人等を対象とした販売業務を実施するだけでなく、日本人顧客への対応にも対応できることなど、業務範囲が広いことが指摘できる。

このように、外国人労働者が国内労働者と異なる能力を有する場合、外国人労働者の受け入れ政策は、国内労働市場の資源配分効率を高め、経済、社会を発展させる可能性が高い。

3. 日本の労働市場と中国人労働者

3.1. 日本における労働者の雇用形態

日本における雇用形態は大別して「正規雇用労働者」, 「非正規雇用労働者」³⁾の2種類に分類される。近年施行された「パートタイム・有期雇用労働法」(2021年), 「労働者派遣法」(2020年), さらに「労働基準法」においては, 「正規雇用労働者」と「非正規雇用労働者」とは雇用関係が異なるものの, 同じ「労働者」と定義され, 労働日数や時間などの基準を満たせば, 有給休暇など基本的な労働権利は共通して保障される制度となっている。

3.2. 雇用形態別労働者の過不足状況

厚生労働省の「労働経済動向調査(令和6年2月)の概況」によれば, 産業別「正規雇用労働者」における労働者過不足判断D.I.⁴⁾は, 上位7位まで「学術研究, 専門・技術サービス業」66%, 「建設業」65%, 「情報通信業」62%, 「医療・福祉」「運輸業・郵便業」「サービス業(他に分類されないもの)」59%, 「宿泊業・飲食サービス業」56%と続く(表2参照)。

一方, 「非正規雇用労働者」における労働者過不足判断D.I.は, 上位3位までは「宿泊業, 飲食サービス業」70%, 「サービス業(他に分類されないもの)」52%, 「生活関連サービス業, 娯楽業」48%となる(表3参照)。

表2 産業別正規雇用労働者過不足判断D.I.

正規雇用労働者(2024年2月調査)		
上位	産業	過不足判断D.I.
1位	学術研究, 専門・技術サービス業	66
2位	建設業	65
3位	情報通信業	62
4位	運輸業, 郵便業	59
4位	医療, 福祉	59

3) 厚生労働省により, 「正社員」とは無期雇用フルタイム労働者。「非正規社員」とは有期雇用労働者, パートタイム労働者, 派遣労働者である。

4) 労働者過不足判断D.I.とは「不足」-「過剰」を示す。単位: %, ポイント。

4 位	サービス業（他に分類されないもの）	59
7 位	宿泊業，飲食サービス業	56
8 位	製造業	47
9 位	不動産業，物品賃貸業	46
10 位	生活関連サービス業，娯楽業	46
11 位	金融業，保険業	37
12 位	卸売業，小売業	30
調査産業計		51

資料：厚生労働省の「労働経済動向調査(令和6年2月)の概況」から筆者作成。

表3 産業別非正規雇用労働者過不足判断D. I.

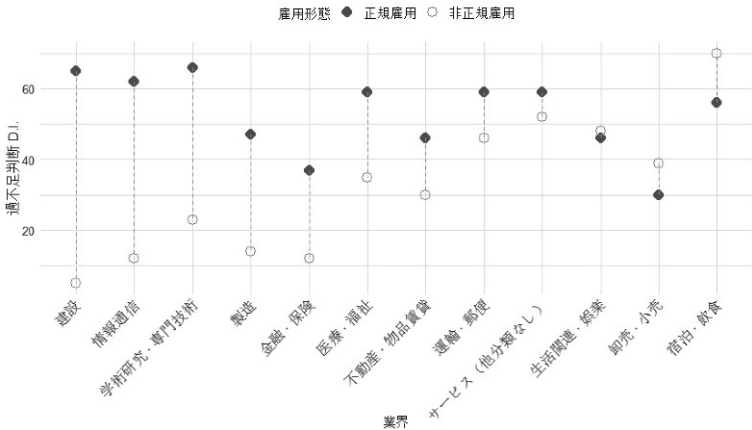
非正規雇用労働者（2024年2月調査）		
上位	産業	過不足判断D. I.
1 位	宿泊業・飲食サービス業	70
2 位	サービス業（他に分類されないもの）	52
3 位	生活関連サービス業・娯楽業	48
4 位	運輸業・郵便業	46
5 位	卸売業・小売業	39
6 位	医療・福祉	35
7 位	不動産業・物品賃貸業	30
8 位	学術研究，専門・技術サービス業	23
9 位	製造業	14
10 位	情報通信業	12
11 位	金融業・保険業	12
12 位	建設業	5
調査産業計		32

注：非正規雇用労働者にはパートタイムも含む。

資料：厚生労働省の「労働経済動向調査(令和6年2月)の概況」から筆者作成。

前述したように，日本における雇用形態は大別して「正規雇用」・「非正規雇用」に分類されるが，労働基準法等の下での基本的権利は共通して保障されている。そのため，制度上の待遇差は限定的であるように見えるが，実際の労働現場においては，雇用形態の違いにより人手不足の程度に大きな相違が生じている（図2参照）。

図 2 産業別正規雇用と非正規雇用の過不足判断 D. I.



資料:「外国人雇用状況」の届出状況表一覧(令和 6 年 10 月末時点)から筆者作成。

これを同一産業における正規雇用と非正規雇用の差を示したものが表 4 である。

表 4 産業別正規雇用と非正規雇用のD. I. の差

産業	正規雇用	非正規雇用	差
建設	65	5	60
情報通信	62	12	50
学術研究・専門技術	66	23	43
製造	47	14	33
金融・保険	37	12	25
医療・福祉	59	35	24
不動産・物品賃貸	46	30	16
運輸・郵便	59	46	13
サービス（他分類なし）	59	52	7
生活関連・娯楽	46	48	-2
卸売・小売	30	39	-9
宿泊・飲食	56	70	-14
平均値	52.7	32.2	20.5

注:差は「正規雇用D. I. 」-「非正規雇用D. I. 」

資料:厚生労働省の「労働経済動向調査(令和 6 年 2 月)の概況」から筆者作成

表4によれば、「正規雇用」の平均値は52.7,「非正規雇用」32.2で,両者のD.I.平均差(「不足」-「過剰」)は20.5である。こうして,正規雇用と非正規雇用の平均値に基づいて,以下のように設定できる。

① 平均値

各産業*i*において:

R_i : 正規雇用者数

N_i : 非正規雇用者数

$D_i = R_i - N_i$ 正規雇用優勢値

だから,それぞれの平均値は以下の通り定義される:

(1) 正規雇用の平均:

$$\bar{R} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n R_i$$

(2) 非正規雇用の平均:

$$\bar{N} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n N_i$$

(3) 正規雇用優勢値平均

$$\bar{D} = \bar{R} - \bar{N}$$

② 各産業雇用「優勢」や「均衡」の判断 Δ_i :

$$\Delta_i = D_i - \bar{D} = (R_i - \bar{R}) - (N_i - \bar{N})$$

③ 産業別の雇用構造傾向の基準:

- 正規雇用優勢: $\Delta_i > 10$
- 非正規雇用優勢: $\Delta_i < -10$
- ◆ 両者均衡: $-10 < \Delta_i < 10$

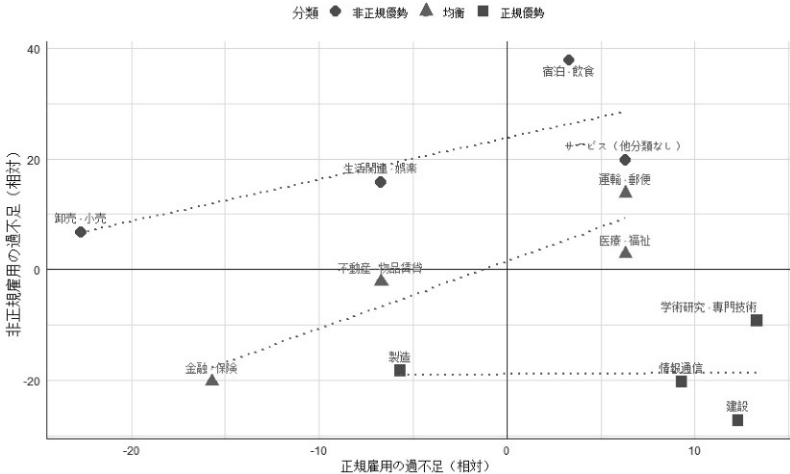
この基準で,正規雇用と非正規雇用の状況における「優勢」や「均衡」を判断するものである。(表5および図3参照)

表 5 産業別における雇用構造

産業	正規＞平均	非正規＞平均	Δ_i
建設	1	0	39.5
情報通信	1	0	29.5
学術研究・専門技術	1	0	22.5
製造	0	0	12.5
金融・保険	0	0	4.5
医療・福祉	1	1	3.5
不動産・物品賃貸	0	0	-4.5
運輸・郵便	1	1	-7.5
サービス（他分類なし）	1	1	-13.5
生活関連・娯楽	0	1	-22.5
卸売・小売	0	1	-29.5
宿泊・飲食	1	1	-34.5

注:1. 正規(非正規)>正規(非正規)平均値の場合には, 1 を表示する
2. 正規(非正規)<正規(非正規)平均値の場合には, 0 を表示する
資料:厚生労働省の「労働経済動向調査(令和 6 年 2 月)の概況」から筆者作成

図 3 産業別正規雇用と非正規雇用の状況



資料:厚生労働省の「労働経済動向調査(令和 6 年 2 月)の概況」から筆者作成

図3からは、20業種は大きく二種類に分類できる。一つは「人手不足または充足の状況が雇用形態にかかわらず出現している産業」であり、もう一つは「雇用形態によって人手不足に偏在が見られる産業」である。

前者のうち、第1象限に存在する産業は、正規・非正規の両方で人手不足が深刻で、産業全体が構造的な労働力不足に直面している産業である。一方、第3象限に存在する産業は、正規・非正規ともに人手不足感が小さく、比較的安定した雇用状況を維持している産業である。

これにたいして後者は、第4象限は、正規雇用において人手不足が顕著であり、専門的な技能を有する労働者の確保が課題となっている。一方、第2象限では、非正規雇用における人手不足が目立ち、非正規労働者に依存する業種構造が反映されている。これらの業種では、雇用形態に応じた適切な人材確保策の導入が求められる。

また、産業別の雇用形態によって分類を行うと、「均衡」の場合には、雇用市場が特定の雇用形態（正規または非正規）に明確に偏らず、人手不足や過剰が発生している。一方で、「正規雇用優勢」や「非正規雇用優勢」の場合、産業固有の特性や経済的な背景により、雇用形態が特定の雇用形態に傾斜していることがわかる。

3.3. 産業別雇用形態と外国人労働者の雇用

このように、日本では、人材不足の深刻化に悩む産業も多いが、産業別に外国人労働力の需要状況も異なっている。これらの相違を明確にするために、主に三分類を検討する。つまり、「正規雇用優勢産業」、「非正規雇用優勢産業」、「均衡産業」である。

3.3.1. 非正規雇用優勢産業

非正規雇用優勢産業は「サービス（他分類なし）」、「生活関連・娯楽」、「卸売・小売」、「宿泊・飲食」である。これらの産業では、とくに深刻な労働力不足に直面している。比較的スキルを必要としない業務が多く、労働力

の流動性が高いため、日本人労働者の参入意欲は低い。また、賃金水準も高くなく、新型コロナウイルスの感染拡大の例のように長期的な安定性に欠ける場合もあり、外国人労働力への依存度が高くなっている。

外国人労働者は、短期間にある程度の人数を確保でき、また柔軟な雇用ニーズにも対応可能であることから、労働力不足を補完し、各産業の円滑な運営を支える重要な役割を果たしている。企業にとっては、人手不足を解消し、人件費の抑制や業務の継続性の確保といった観点から、大きな利点があると言える。しかし、一部の日本人労働者にとっては、外国人労働者が代替的な存在となる可能性があり、長期的な視点から見ると、社会安定にとって負の影響を及ぼす懸念がある。

3.3.2. 正規雇用優勢産業

正規雇用優勢産業は、「建設」、「情報通信」、「学術研究・専門技術」、「製造」等である。これらの産業では、一般に高い専門性や高度な技能を必要とする。日本国内の労働市場においては、日本人労働者の技術水準や専門性がこれらの要求に基本的に対応しているため、これらの産業における外国人労働力の依存度は相対的に低い傾向にあった。

しかしながら、グローバル化の進展や技術革新の加速によって、特定の分野では国内労働力だけでは人材需要を満たせないケースも見られる。たとえば、「情報通信」分野におけるIT関連業務やAI産業の研究開発、技術革新などの高度専門職においては、外国人の高度人材の受け入れが必要とされる場面も少なくない。

このように、正規雇用優勢産業では、これまで外国人労働力の需要人数が多くなかったが、日本政府が重点的に育成・発展を目指す一部の産業においては、高度な技能を持つ外国人労働力の導入が不可欠となることが予想される。この結果、特定の専門分野や高度人材に関して外国人労働力の活用が合理的な選択肢となり得る。こうした外国人高度人材の導入は、産業の競争力を高めるだけでなく、日本社会・経済の発展にもつながる可能性が高い。

3.3.3. 均衡産業

均衡産業は、「金融・保険」、「医療・福祉」、「不動産・物品賃貸」、「運輸・郵便」である。こうした産業では、正規雇用と非正規雇用の差が小さく、労働力の確保だけでなく、顧客や患者との長期的な信頼関係や業務の継続性を維持することが重要である。これらの産業では、高い技術とスキルを持った労働者が安定的に長期間働くことが求められ、特に「金融・保険」、「医療・福祉」、「不動産・物品賃貸」産業では、労働者の定着がサービスの質や顧客満足度に直結するため、さらにその重要性が増す。

均衡産業においては、労働力供給の状況によって二つの極端な状態が現れる。一つは労働力が十分に供給されている場合であり、これにより国内労働力の需要は満たされ、労働市場は安定する。こうした場合、外国人労働者の需要は少なく、仮に外国人労働者を受け入れる場合でも、臨時的な職位を補充する程度で、大規模な受け入れは必要とされない。もう一つは労働力がかなり不足している場合で、この状況では即戦力となる労働者が求められるため、企業は速やかに業務を遂行できる外国人労働者の受け入れを増加させる。これにより、外国人労働者の需要は一時的に高まるが、長期的には国内労働市場の調整が必要である。

このように、均衡産業では外国人労働力の大量導入は一般的ではないが、特定分野では安定性と持続性が重要なため、長期的に日本での就労を希望する外国人労働者を安定的に受け入れることが望ましいと考えられる。外国人労働者が国内の労働力を補完することで、産業の健全な発展を支え、日本経済・社会全体の発展にも寄与する可能性が高い。

表6は、正規雇用と非正規雇用のバランスに基づいて産業を三つに分類

表6 産業類型別にみる外国人労働力の必要性と労働市場特性

産業分類	技術・技能	人材流動性	安定性・継続性	必要性	関係
正規優勢	高い	低い	高い	部分的に必要（専門職）	補完関係が多い
均衡産業	中程度	中程度	非常に高い	限定的（安定した人材）	産業により違う
非正規優勢	低い	高い	低い	高い需要（即戦力）	代替関係の可能性あり

資料：筆者作成

し、それぞれにおける外国人労働力の必要性や、技術水準、労働力の流動性・安定性、補完関係・代替関係の傾向を簡潔に整理した。

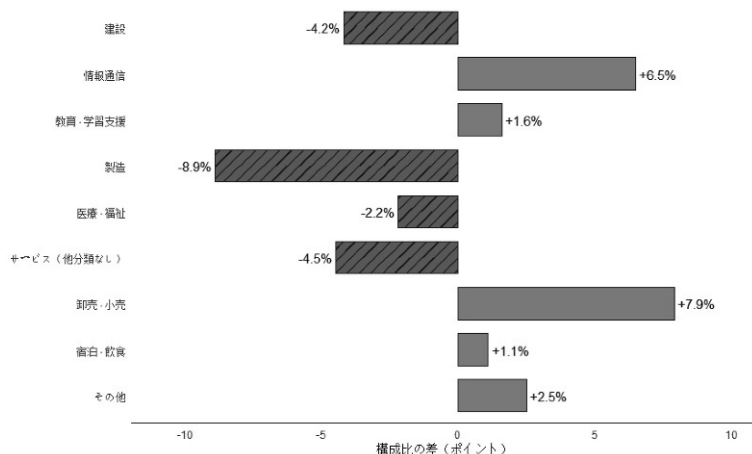
4. 在日中国人労働者の産業別就業における特徴

4. 1. 産業別就業の二極化

前述のように、2024 年 10 月末時点の出入国在留管理庁の統計によると、在日中国人労働者の総数は 408,805 人に達している。しかしながら、中国人労働者は、「留学」、「技能実習」、「特定技能」、「高度人材」、「永住者」など多様な在留資格を有しており、それに伴って従事する産業、技能水準、在留年数、日本語運用能力などにおいて大きな相違が存在している。このような多様性により、産業別にみた在日中国人労働者の分布には大きな偏在が生じており、いわゆる「二極化」傾向が見られる。

具体的には、卸売・小売業（+7.9 ポイント）、情報通信業（+6.5 ポイント）などの一部産業では、中国人労働者の割合が外国人全体と比べて大幅に高い。一方で、製造業（-8.9 ポイント）や建設業（-4.2 ポイント）、サー

図 4 中国人労働者と外国人労働者の産業別就業構成



資料：「外国人雇用状況」の届出状況表一覧(令和 6 年 10 月末時点)から筆者作成

ビス業（-4.5ポイント）などではかなり低い。これは産業によって、中国人労働者の集中度が異なっていることを意味する（図4参照）。

4.2. 在日中国人労働者の補完性と代替性

4.2.1. 補完的役割が見られる産業

在日中国人労働者は、「言語的特性」、「文化的特性」、「先端的技术」などといった特性を有しており、特定の産業においては、国内労働力を補完する存在として重用されている。たとえば、「卸売・小売業」、「宿泊・飲食業」などの接客を伴うサービス業では、観光地における販売業務やホテル・飲食店での接客対応において、中国語話者が求められる場面が多い。日本語を話せる中国人留学生や技能労働者は、このような需要に対応する形で雇用され、観光客への対応力を高める「補完的労働力」として機能している。企業は彼らの言語能力を活用することで、多様なサービス提供を実現し、日本経済、社会の発展にも寄与している。

また、「情報通信業」などの高度なスキルを要する分野においても、在日中国人労働者の果たす補完的役割は顕著である。特にAI・IT技術の分野では、中国国内で高度な教育・訓練を受けた専門人材が多く、日本企業が国内で十分に確保できない技術水準を補完する形で活躍している。これらの労働者は単なる人手ではなく、日本国内には存在しないスキルセットを提供することで、企業の技術革新や競争力強化に貢献している。

4.2.2. 代替的役割がみられる産業

これに対して、「建設業」や「製造業」に従事する在日中国人労働者の多くは、技能実習制度を通じて来日し、比較的単純な作業に従事している。これらの産業では、専門スキルや日本語能力が重視されることが少なく、主に体力労働や定型作業を担う人材が受け入れられており、中国人労働者に求められる能力は限定的である。その結果、中国人労働者は日本人が忌避する、いわゆる3K業務を担う「代替的労働力」として位置付けられ、労働市場の

低賃金セクターに吸収される傾向が強い。

このような代替的雇用は、日本人労働者との競合関係を生む可能性があり、長期的には社会的な緊張を引き起こす。一方で、もし労働者に対して十分な教育・訓練機会が提供され、「技能実習」から「特定技能」などへの移行が進めば、専門資格の取得や高度技能の蓄積を通じて、補完的な労働力としての転換も可能である。こうしたキャリアパスの整備は、単なる代替ではなく、価値創出を可能にする人材への転換を促すうえで不可欠である。

このように、産業間における在日中国人労働者の役割にも明確な二極化が見られる。すなわち、異なるスキルが活かされる業種では補完的役割が期待される。一方、異なるスキルの活用が難しい業種では代替的役割にとどまる傾向が強い。この構造的な偏在性を是正し、異質な資産の戦略的活用を促進するためには、受け入れ体制の制度的整備と教育機会の保障が不可欠である。

4.3. 在日中国人労働者における代替事例

前述のように、在日中国人労働者の受け入れには、「補完性」と「代替性」という二つの側面が併存している。補完的な受け入れがなされる場合には、労働力の不足を補い、経済・社会全体の発展に資することが期待できる。しかし、代替的な受け入れが進展すると、様々なトラブルを引き起こす可能性も存在する。ここではこの代替性に焦点を当て、在日中国人労働者が日本人労働者に代替してトラブルが発生している関西空港の事例を「悪性代替」として日本経済・社会への影響について考察する。

4.3.1. 「悪性代替」の事例—「白タク産業」

悪性代替の事例として、近年注目を集めている「白タク産業」の存在が挙げられる。訪日外国人観光客の急増に伴い、特に地方の観光地では公共交通機関やタクシーに対する需要が大きく高まっている。本来であれば、このような需要の増加は、地域の交通事業者やタクシー運転手にとって新たな収入機会をもたらす、地域経済の活性化および労働者の所得向上に寄与するはず

である。

しかし実際には、許可を得ずに観光客を有償で送迎する「白タク」行為が横行しており、これにより、正規のタクシー業者が本来得られるはずであった需要を奪われ、既存のタクシー産業の基盤が脅かされる状況が発生している。さらに、「白タク」業者による交通事故や利用者とのトラブルも報告されており、安全性やサービスの質の面でも社会的損失が懸念される（表7参照）。

このように、法的・制度的な枠組みを逸脱した形で中国人労働者の参入は、日本人労働者の機会を奪うだけでなく、経済・社会的な影響も少なくないという点で、典型的な「悪性代替」の事例であるといえる。

表7 近年の中国籍労働者が関与した「白タク」摘発事件

報道日	メディア	概要
2025/4/24	FNNプライムオンライン	“白タク行為”で中国籍の容疑者（34）を逮捕…運賃は正規料金の約半分、アプリで客とやり取りホテルから成田空港まで
2025/4/23	読売新聞	富士北麓で「白タク」横行、五重塔や「コンビニ富士」周辺でも…利用した中国人「中国の旅行サイトで予約した」
2025/4/22	YBS NEWS	「白タク」の疑い 中国人の男逮捕、新宿→富士山観光→小田原駅か 容疑を否認 山梨
2025/2/26	ABCニュース	中国人夫婦が「白タク」グループ実質経営か 1年間で約3100万円売り上げ WeChatでドライバー募集→関西空港から外国人を送迎
2024/12/6	日テレNEWS NNN	【白タク】中国籍の男らの無許可タクシー営業助けた疑い…都内旅行手配会社と社長の女を書類送検（静岡県警）

資料：<https://www.fnn.jp/articles/-/862353>
<https://www.yomiuri.co.jp/national/20250423-OYT1T50001/>
<https://news.ntv.co.jp/n/ybs/category/society/ysfe89826499b84792b0aa7bd50f599e74>
<https://news.yahoo.co.jp/articles/982993539660ab72ba0bfd53ced73730bd9c9016>
<https://news.ntv.co.jp/category/society/sdfdb800fe8fbc409fbc5c7f8dfa7e026c>

しかしながら、中国人観光客にとって「白タク」は、利便性や料金の安さに加え、日本のタクシー産業における中国語対応の不十分さという問題も相まって、魅力的な選択肢となっている。また、観光客は日本の携帯電話番号

を基本的に所持しておらず、日本のタクシー会社に直接電話で予約することが困難であるという課題も存在する。こうしたコミュニケーション上の障壁が、「白タク」産業の拡大を助長している一因であることは否定できない。

したがって、在日中国人労働者または中国語能力を有する日本人労働者が、適正かつ積極的にタクシー産業に参入できるよう、政策の改善が求められる。具体的には、多言語対応が可能な予約システムの整備や、観光客の利便性を高める制度設計を推進することが重要である。こうした取り組みによって、在日中国人労働者は日本のタクシー産業の健全な発展を支える存在となり、最終的には彼ら自身にとっても、日本社会全体にとっても利益となることが期待できる。

5. まとめにかえて

日本社会における外国人労働者の急速な増加は、グローバル化と労働市場の構造変化のなかで、すでに不可避の重要問題となっている。外国人労働者は日本の産業構造において必要不可欠な存在であり、特に雇用形態における多様性が日本経済における労働力の供給に深く関与している。本稿では、日本企業の雇用関係と在日中国人労働者の位置づけを中心に、それが日本経済・社会に与える影響について考察してきた。

外国人労働者は日本における正規雇用と非正規雇用という二つの主要な雇用形態において、異なる産業で重要な役割を果たしている。高度な技術を要する業種においては、外国人労働者は日本国内の労働市場の不足を補完する役割を果たしており、特に情報通信や製造業などの高度技術分野においては、専門的な知識やスキルを有する外国人労働者が革新を促進し、企業の競争力を強化している。こうした分野において外国人労働者は、単なる人材供給を超えて、技術革新や企業の国際競争力の向上に寄与する重要な存在であると言える。

一方で、非正規雇用の分野では、外国人労働者が低賃金で労働条件の厳しい業種に従事することが多く、その役割はしばしば「代替的労働力」として

位置付けられている。特に、建設業やサービス業では、外国人労働者が日本人労働者に代わって、いわゆる「3K業務」に従事しており、これらの業種では専門的な技能や日本語能力を必要としない単純労働が中心となっている。このような労働市場における外国人労働者の立場は、時に社会的な緊張を生み出す原因となり、社会の安定に影響を与える可能性も高い。

外国人労働者の導入は日本社会における労働力供給の最適化を促進する。一方で、社会福祉や雇用競争という新たな課題も生じさせている。特に非正規雇用の分野では、不安定な労働条件が長期的な社会的影響を及ぼす、社会的な格差を拡大させる要因となり得る。そのため、日本社会における積極的な社会参加を促すための政策的支援が求められる。

また、外国人労働者に対する社会的保障や教育機会の提供も極めて重要である。単に労働市場の隙間を埋める存在としてではなく、長期的には技能を向上させるための職業訓練や資格取得支援を行うことが、彼らを補完的な労働力として活用する鍵となる。これにより、外国人労働者は単なる人手供給源にとどまらず、社会全体における価値創造に貢献する存在へと転換することが可能となる。

日本社会における外国人労働者の雇用関係の構築は、経済成長と社会安定において重要な役割を果たしている。しかし、外国人労働者の社会的地位や福祉を保障し、その労働市場における不平等を是正するための制度的整備が必要である。特に、外国人労働者が積極的に技能向上や専門的な資格を取得できるような機会を提供することは、経済の持続的な発展にとって不可欠である。

参考文献

- 符源・大島一二（2024）「中国人労働力の日本への派遣の現状および在留資格選択に関する分析—岐阜県の監理団体の事例を中心に—」『桃山学院大学経済経営論集』第66巻第3号，p 75-105。
- 大森義明（2008）『労働経済学』日本評論社。

- 川村潤子（2024）「日本に滞在する中国人の商習慣 ―中華料理店の経営の事例より―」『日本福祉大学研究紀要―現代と文化』第 149 号, p 43-56。
- 山口顕秀（2023）「在留資格「特定技能」の新設と労働市場へのインパクト：モデルによる考察」『至誠館大学研究紀要』第 10 号, p 91-98。
- 板野敬吾（2022）「沖縄県における外国人留学生とその就労」『中国学園紀要』第 21 号, p 57-65。
- 稲葉奈々子（2022）「在留資格に運命を左右される女性たち」『グローバル・コンサーン』第 4 号, p 77-84。
- 松田尚子（2022）「介護労働者の需給推移と人材確保政策に関する一考察」『社会福祉学』第 62 巻第 4 号, p 58-71。
- 戴二彪（2022）「日本の外国人創業促進政策の効果に関する考察」『東アジアへの視点』第 33 巻第 2 号, p 2-23。
- 沈霄虹（2024）「日本の移民政策の可能性に関する考察：新聞報道及び世論の視点から」『コミュニケーション研究』第 54 号, p 21-52。
- 木村義雄（2023）「自民党の外国人労働者政策―回顧と展望―」『グローバル・コンサーン』第 5 号, p 10-16。
- 齋藤翔太郎（2023）「20 世紀初頭のイギリスにおける入国管理制度の特質と歴史的意義：1905 年外国人法を中心として」『経済學論集』第 83 巻 4 号, p 93-116。
- 内閣府（2022）「高齢化の状況」
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf
- 厚生労働省（2020）「同一労働同一賃金特集ページ」https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144972.html#h2_1
- 厚生労働省（2021）「パートタイム労働者、有期雇用労働者の雇用管理の改善のために」https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000046152.html#h2_1
- 厚生労働省（2006）厚生労働白書「持続可能な社会保障制度と支え合いの循環 ～「地域」への参加と「働き方」の見直し～」<https://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/kousei/06/>
- 厚生労働省（2024）「労働経済動向調査（令和 6 年 2 月）の概況」<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/keizai/2402/dl/4kekkagaiyo.pdf>
- 厚生労働省（2024）「一般職業紹介状況（令和 6 年 3 月分及び令和 5 年度分）について」
一般職業紹介状況（令和 6 年 3 月分及び令和 5 年度分）について | 厚生労働省 | 厚生労働省
- 総務省（2005）「平成 17 年国勢調査 外国人に関する特別集計結果」（平成 20 年 6 月

30 日公表)

<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/gaikoku/index.html>

経済産業省 (2019) みずほ情報総研株式会社「平成 30 年度我が国におけるデータ駆
動型社会に係る基盤整備」

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/houkokusyo.pdf

(ふ・げん／経済学研究科博士後期課程)

(おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2025 年 6 月 10 日受理)

Employment Structure and Issues Facing Foreign Workers in Japan

—— Focusing on Changes in Chinese Workers' Employment ——

FU Yuan

OSHIMA Kazutsugu

Foreign workers in Japanese society are indispensable to Japan's industrial structure, and diversity in employment types plays a significant role in the supply of labor in the Japanese economy. This paper examines the impact of Japanese companies' employment relationships and the position of Chinese workers in Japan on the Japanese economy and society.

Foreign workers play important roles in different industries under the two main employment forms in Japan: regular employment and non-regular employment. In industries requiring advanced technology, foreign workers compensate for shortages in the domestic labor market. In particular, in high-tech fields such as information and communications and manufacturing, foreign workers with specialized knowledge and skills promote innovation and strengthen corporate competitiveness. In these fields, foreign workers are important contributors to technological innovation and the improvement of corporate international competitiveness, going beyond the mere supply of human resources.

On the other hand, in the non-regular employment sector, foreign workers often engage in low-wage jobs with harsh working conditions, and their role is often positioned as "substitute labor." In particular, in the construction and service industries, foreign workers are replacing Japanese workers in so-called "3K jobs," which are characterized by simple labor that does not require specialized skills or Japanese language proficiency. The position of foreign workers in such labor markets can sometimes be a

source of social tension and may have a significant impact on social stability.

Therefore, policy support is needed to encourage active social participation by foreign workers in Japanese society.

就職活動で学生が遭遇するパラドックス について：取り組み姿勢の観点から

辻 洋一郎

1. はじめに

本稿の目的は、多くの大学生が就職活動（以下、「就活」と略す）を行う際に遭遇する逆説的な状況（ここでは「パラドックス」と表現する）のうち、取り組み姿勢の観点から代表的なものを抽出しその原因となる「落とし穴」（ピットフォール）を分類したうえで、自己成長しながら円滑に活動するために必要な条件について議論することにある。

(1) 研究の動機と背景

筆者は桃山学院大学（以下、「本学」という）に着任以来 20 年に亘り、学生の就活を支援してきた。3・4 年次のゼミ生への対応をはじめ、個別にオフィス・アワーなどに相談にくる学部的一般学生のほか、2013 年度から 10 年間本学経済学部の就活講座¹⁾の運営に携わってきた。毎年 100 名近くの学生の就活支援をしながら、どうすれば短期間に就活スキルが上達するのか、就活を通して人間的に（自己）成長するのか、また就活に止まらずそれを超えて社会人として活躍するためにどのようにするべきか、などについて試行錯誤を繰り返してきたのである。学生は就活の過程で自分の能力の向上を図るとともに、新たな知識やモノの見方（社会への理解を含め、就職するとはど

1) この講座の詳細は、辻・藤間（2019）、辻他（2020）、辻（2020, 2022, 2023）を参照いただきたい。

キーワード：就職活動，パラドックス，ピットフォール，取り組み姿勢，上達構造

のようなことか)といった一種の就職観を確立して成長することになる。その際、就活初心者である学生にとっては取り組んだことのない課題や解決の糸口を探しあぐねる局面に直面し、苦悩・困惑することになる。筆者にアドバイスを求める学生も毎年多く、意図せず学生の動向を参与観察することとなる。

多くの大学生にとって就活は、それまで経験したことがない取り組みである。社会人からみれば当然のこと/常識と思われることも、学生にとっては立場が異なるため対応が難しく、就活に積極的な学生であっても、戸惑い/違和感/取り組みづらさを経験する。特に、本学のような平均的(大学受験の偏差値帯で中位)な大学の学生が活動を進める場合、中学受験や大学受験などで修羅場をくぐり抜けていない場合もあり、学生にとってはいきなり理解不能な状況に遭遇することになり、理不尽さや不条理を感じる人が多いようである²⁾。実際、就活を終えて成長した段階で、自分が未熟だったと省みる学生も多いが、一部には就活に理不尽さや矛盾を回顧する者もいる。たとえば自分はいまうまくいかない一方で、一見遊んでいるような同級生が楽に内々定を得ている不条理、自分なりに今まで以上にがんばっているのに成果に結びつかない悩みなどである。「なぜなのか?」「どうしてなのか?」と学生からすれば一種の逆説(パラドックス)的状況に陥り、悩み、苦しむ学生が多いのは毎年のことである。

ところで、こうしたパラドックスは学生自身の知識・経験のなさ/基礎的な能力不足など学生の未熟さに起因していることが多く、就活に慣れ、上達したあとは当然ながらパラドックスではなくなる。ただ毎年のように同じような逆説・矛盾=パラドックスを感じる学生が多いということは、少なくとも大多数が同じ轍を踏んでいることを示しており、これらのパラドックスの原因となる落とし穴(ピットフォール)を分析することは、逆に学生の上達

2) もちろん留学やインターンシップに参加するような学生、社会人を経て大学に入學したような経験値が高い学生、または事務処理能力に長けている学生、要領良く器用な学生も存在し、その学生たちはこの限りではない。

や成長を理解する一助になることを示唆していると思われる。

以下では、実際に学生の訴えや参与観察をした際に抽出した代表的なパラドックスを抽出し、その現象のもとになる落とし穴：ピットフォールを議論する。ピットフォールは学生の成長に向けた、改善すべきポイントともいうことができる。本稿では、特に取り組み姿勢の観点³⁾からみた要素を明らかにし、それらの関係性（構造）を考察する。

(2) 分析対象

本稿で対象とするのは、2004年度から現在までの筆者のゼミ生、および2013年度から2022年度まで経済学部就活講座に参加した学生などを参与観察して得た発言や行動の断片である。本稿では敢えて行為者の属性や特性は考慮していない。本学は入学時の偏差値帯でいえば50前後の、大学生としては平均的な学力レベルにある。経済学部生の入学時の推薦：一般の比率は65：35前後で推薦が多い。

2. 既存文献の検討

先行研究の詳細については辻（2025a）で総括しているので、ここでは概要のみを述べる。就活に関する先行文献は学術文献のほかに、俗に就活本と呼ばれる実用書も数多く存在するため前者と区別して紹介することにした。

(1) 就活対策に関する実用書のまとめ

実用書は、学生向けに就活に関する攻略本が中心であるが、大きく分けて

- ① 就活の理想論が中心のもの（原田，2010；田中，2017 など）、② 独自の

3) 筆者は本稿で取り上げる取り組み姿勢の観点以外のパラドックスも抽出しており、それを事前に分類している。対応能力の観点からの分析は辻（2025a）、マインドセットの観点からの分析は辻（2025b）を参照いただきたい。本稿の取り組み姿勢の観点からの要因を含め、改めてすべてを総括し体系的に説明するつもりである。

ノウハウを提示するもの（光城，2017；饗場，2019；安藤・高橋，2021；ただの元人事（樋熊），2023；竹内，2024；坂本，2019 など），③ 就活の見取り図を提示するもの（林，2021；ユースフル，2022；就活塾キャリアアカデミー，2024；内定塾，2024；森田，2024 など），④ 就活の現実（実像）を提示するもの（武野，2013；海老原，2015；石渡，2021；2024 など）に分類される。

学生にとっては有益なノウハウが提示されているものが多いが、（就活本という目的から当然のことではあるが）本稿で対象とするパラドックスの記述は部分的に散見される程度で、その原因や落とし穴については示されていない。橋本（2022）は行動経済学の立場から就活の事例を解説しており、本稿で取り上げるようなパラドックスやピットフォールに近い（就活学生が陥りそうな事例）を一部で解説している。ただ学生にとって身近な就活を題材にした行動経済学の入門書の色合いが濃く、就活の現場で見られるパラドックスを深く探求しているとは言い難く、従ってパラドックスの分類と体系化、意味の抽出の視点はみられない。

（2）就活での成長に関する学術文献⁴⁾

就活、特に学生の成長に焦点を当てた研究は、国立情報学研究所のデータベース（CiNii）で検索する限り、浦上（1996a；1996b）に遡る。それ以来、自己成長と、アイデンティティ（杉村，2001；土田他，2010），他者関係の構築（村瀬，2017），自己肯定化（大森，2020），自立に関する価値観の向上（小島，2024）などについて研究が深化している。

後述するように本稿は学生が就活において成長する要素と構造について焦点を当る目的で検討するが、これに関しては高橋・岡田（2013）が「課題の遂行スキル」や「自己理解と自己受容」が充実行動を促進するとしている。また藤里・小玉（2011）は「首尾一貫感覚」という概念を提出し、それが成

4) 2019 年までの文献については、高橋（2018），および増淵（2019）を参考にした。尚，CiNiiの検索は 2024 年 10 月時点のものである。

長感に影響を及ぼすことを議論している。特に「処理可能感」と「有意味感」が自己成長を促進し、「把握可能感」が逆に抑制することを論じている。高橋（2017）は、「就職活動による自己成長感の促進には、進路探索行動及び経験再評価を積極的に行えるようにする働きかけが効果的」であることを明らかにしている。しかしながら「課題の遂行スキル」や「自己理解」「自己受容」とは具体的にどのようなものなのか、そして「処理可能感」や「有意味感」などの関係性、構造的な意味づけは必ずしも明確にはなっていない。また、進路探索行動や経験の再評価が重要であることは理解できるが、それらの行動を下支えする部分にまでブレイクダウンすることが次の課題であるように思われる。

3. 本稿で取り上げる取り組み姿勢に関する代表的なパラドックス⁵⁾

学生が感じるパラドックスは複雑かつ多岐に亘るが、事前の予備的検討から、筆者はこれらを3つの面：モチベーションとメンタルなどの心理的な「マインドセット」の面、自発性と環境変化への対応力という「対応能力」の面、および対象への対峙の仕方や自己管理・対象の構図などの「取り組み姿勢」の面、に分類できると考えている。本稿では、「取り組み姿勢」に焦点を当てた分析・考察を行う。筆者がゼミでの学生対応、就活講座での参与観察を通じてみてきた取り組み姿勢に関するパラドックス例を以下に示す。

<代表的なパラドックス例>

- ① 努力し頑張り続けるが、ささいなことで足元をすくわれる
- ② 意欲が湧いてやろうとするたび、何かしら邪魔が入りやる気を失う
- ③ 自分ではがんばってやっているつもりだが、成果があがらない
- ④ 先輩や指導者の助言に真剣に取り組んでいるのに、うまくいかない

5) 以下に示すパラドックスは、厳密にはパラドックスとは言えないものも若干含まれている。また、常識的に考えればパラドックスとみなせないとの反論もあるかもしれないが、飽くまで学生が困難や困惑と感じ、また陥りやすい行動を把握する目的で記述しているとお考えいただきたい。

- ⑤ 学生時代の経験は豊富なのに、面接で効果的に活用できない
- ⑥ 明確な目標に向かって効率的にやればやるほど、遠ざかってしまう
- ⑦ 就活の終盤になってはじめて、何をどうすればよかったかが明確になる
- ⑧ 有利と言われる資格をたくさん取ったのに、評価してもらえない
- ⑨ グループ討議：自分でじっくり考えて発言したが肩透かしを食らった
- ⑩ 履歴書/ESの内容・文章を完璧に暗記したのに、面接では失敗してしまう
- ⑪ 自分に合った筆記対策の参考書を見つけて着手したが、成果が上がらない
- ⑫ 時間がない/課題が多い点は同じなのに、仲間に先を越されている
- ⑬ 面接対応の準備は十分したが、深く突っ込まれるとこたえられない
- ⑭ 作戦は入念に立てたが、実行できない
- ⑮ 面接：受かったと思ったら落ち、落ちたと思っても受かることがある
- ⑯ 情報を積極的に集めていないが、必要なことを問題なく実行できている
- ⑰ 出来て当然、当たり前と思うことほど、軽視せず丁寧にやり抜く
- ⑱ 今まで嫌なこと/障害や縛りだと思っていたことを、利用し楽しめている
- ⑲ 就活の上達とともに、アルバイトや学業でも成果が出るようになった
- ⑳ 面接で答えられない質問に出会うほど、「シメた」と思うようになった

以上、学生の就活を参与観察した代表的なパラドックスを20項目挙げた。それぞれ就活の準備段階や、面接、グループ討議（Group Discussion：以下「GD」と略す）などの実践場面での代表的な具体例を挙げたが、それぞれの場面にとどまるものではなく、様々な状況で同じようなことが起こる。ご覧いただければ、これらはキャリアセンターや教員の方々が普段の就活支援で感じるもので、決して特殊なものではないことが判っていただけよう。

3. 学生はなぜパラドックスと感じるのか

さてパラドックスとは逆説・矛盾のことであり、当然のことながら就活に対してトレーニングしていない初心者段階だからこそ感じる矛盾であり、ついやってしまうピットフォール：陥穽に起因する。そしてそこには就活を行う学生の行動や心理の本質が投影される。同時に就活における上達のポイントもみえるのである。ではこれら 20 項目のパラドックスから示唆される上達のポイントはどのようなものなのだろうか。以下では、20 項目のパラドックスを解題しながらポイントを抽出する。

(1) パラドックスの解題

① 努力し頑張りが続けるが、ささいなことで足元をすくわれる

モチベーションも高くがんばってはいるが、集中力を途切れさせる環境、たとえば交友関係のもつれや気を散らすような誘惑があるため成果につながらないケースである。筆記試験の勉強をするにも、横にスマホがあると、つい動画をみたり友人の連絡に反応して気もそぞろになる。整理整頓などの「環境整備」に気を配る必要がある。

② 意欲が湧いてやろうとするたび、何かしら邪魔が入りやる気を失う

嫌なこと/避けたいことに嫌々取り組む学生にとって、急な事情変化や制約はやらない言い訳をする格好の理由になる。目的が明確、もしくは努力の理由がある学生なら結果を出すことに焦点が定まっているので、状況に向き合いを行い、制約を取り除いたり、前向きに「制約を活用」しようと工夫・活用する傾向がある⁶⁾。

③ 自分ではがんばってやっているつもりだが、成果があがらない

6) 昨今は制約に直面したり、ダメと言われると素直に諦めてしまう学生が多いように思われる。例えば人気企業によってはエントリーするにも説明会への参加が必須の場合がある。そういう企業ほど受付開始直後にすぐ満席になるが、それをもって第一志望を諦める学生も多い。過去のゼミ生にはダメモトで説明会場に行き、キャンセル待ちを交渉し、逆に企業側に熱意を示す（一種の）悪あがきも辞さない者も多いが、結構な確率で成功することを経験している（もちろん、受け入れられないこともある）。

やる気があり努力すれば必ず結果に結びつくとは必ずしも限らない。目的への課題が不明確だと効果的ではない。また、自分の現在地点と努力の結果の検証を行い、その後の行動を促進/修正/転換することも重要である。自分のおかれた文脈の理解と自分の行為を客観的に把握する「行為を自覚する」ことが求められるのである。

- ④ 先輩や指導者の助言に真剣に取り組んでいるのに、うまくいかない
自分の頭で状況を理解していない学生ほど、臨機応変の対処ができない。たとえば、型通りにしか面接の準備していない学生は実戦で更問いがあっても、その質問の意図まで深く考えず型通りにしか回答できない。時と場合を勘案し面接官の意図を汲み柔軟に対応するには「文脈を理解」し（空気を読み）自己を相対化する必要がある。
- ⑤ 学生時代の経験は豊富なのに、面接で効果的に活用できない
留学、ボランティア、部活動など多様な経験をしていても、面接でその経験を活用できるとは限らない。自分の経験を価値観や人生観の「文脈で理解」し、その上で言語化するプロセスを経ないと行為を客観的に人に伝えることはできない。逆に言語化に長けた学生は、ささやかな経験でも自信をもって相手を説得できるのである。
- ⑥ 明確な目標に向かって効率的にやればやるほど、遠ざかってしまう
多くの学生は面倒なトレーニングを避け、労少なく速く目標に到達する方法：即効性がある（ようにみえる）もの、に飛びつく傾向にある。多くの場合、目標達成には、それを下支え土台：一見迂遠にみえる真の「課題を選択」できるか、そして努力を継続できるかにかかっているが、現実には逆の選択をする学生が多いのである。
- ⑦ 就活の終盤になってはじめて、何をどうすればよかったかが明確になる
学生の多くは、適切な指導を受けることなく無手勝流（見よう見まねで）就活を始める傾向にある。そのため就活の背景事情に無頓着な場合、「本来に取り組むべき課題」を見逃すと取り組み方自体が合理的でなくなる場合も多い。実戦で違和感を持ち、取り組み試行錯誤で修正できた時に

はすでに就活終盤になっているのである。

- ⑧ 有利と言われる資格をたくさん取ったのに、評価してもらえない
(保護者や大学側を含め)真面目な学生ほど、資格取得は就活に有利、との思い込みがあるが、実は資格は内定の決定打とはならない。資格の有無より「その企業で活躍できるか」などを理解してもらう方が重要なことは、一般には知られていない。就活の文脈を理解し、企業が重視する「真の課題を探し適切に選択」すべきである。
- ⑨ グループ討議：自分でじっくり考えて発言したが肩透かしを食らった
GDでは良いアイデアを発言すべき/発言が重要と信じられているが、その一方で臨機応変に対応できない学生はそのギャップに苦慮する。そもそも就活の選考にGDが課される理由=GDの「文脈を理解」⁷⁾できていれば、たとえアイデアが出ない、発言に躊躇する、引っ込み思案であっても意図を理解し活路を見出す場合が多い。
- ⑩ 履歴書/ESの内容・文章を完璧に暗記したのに、面接では失敗してしまう
多くの学生は面接=プレゼンテーションと勘違いする傾向にある。素直で真面目な学生ほど苦労して作成した履歴書/ESを活用し、面接時にはその文章を暗記しようとするがこれは発表の域を出ず、面接官とのコミュニケーションにはならない。自分の行為を自覚するとともに、面接の対応「方法をうまく選択」する必要がある。
- ⑪ 自分に合った筆記対策の参考書を見つけて着手したが、成果が上がらない
目標を見定め、適切な取り組み方を選択するだけでは、成果に結びつかない。勉強に支障があってもアルバイトを控えない、つい誘惑にのって勉強を後回しにしまうなど、環境整備に無頓着では効果が出ない。また努力すること自体に自己満足する「手段の目的化」に陥ることも多い。

7) 就活でのGDは、集団(チーム)のなかで他者と協力して仕事を前向きに進められるかという点が主な着眼点となるため、高校や大学の授業で行われている良い結論を導くことや議論を深めることが主目的となるGDとは観点が異なる。たとえば、結論は素晴らしいが、そこに至るプロセスでリーダー格の学生が議論を仕切りすぎて全員が発言・協力できていない場合などは評価が厳しくなると思われる。

自分の「行為への自覚」が重要となるのである。

- ⑫ 時間がない/課題が多い点は同じなのに、仲間に先を越されている
自分と状況は同じなのに選考を順調に進める同級生は、制約を活用しているのかもしれない。時間がないからこそ隙間を集中して活用し、漫然と行っていたアルバイトも真剣さが加味されネタ作り/臨機応変のトレーニングの場とするなど、「制約や支障を逆手にとって活用」することで、活路を見出し効率が上がることが考えられる⁸⁾。
- ⑬ 面接対応の準備は十分したが、深く突っ込まれるとこたえられない
想定質問を考えて話す内容は十分考えて練習もしたが、実際の面接では言葉が詰まってしまうのは、緊張やアガるためだけではない。話す内容の背後にある意味や価値づけまで深く突っ込んで検討されていないため、自信を持った印象を与えていない場合が散見される。「面接の意図を踏まえて客観的に自分をみつめる必要」がある。
- ⑭ 作戦は入念に立てたが、実行できない
目標を決め、就活の文脈も理解して課題を明確にするが、実践する場で環境を整えない/ちょっとした躓きでリズムが狂う/がむしゃらに取り組むが結果をフィードバックしない、などでは成果は見込めない。こうした実践の場で行為に無頓着な学生は「行動の精度」が低く、計画性はあっても成果に結びつかないように思われる。
- ⑮ 面接：受かったと思ったら落ち、落ちたと思っても受かることがある
成長途上にある学生がよく感じるパラドックスである。十分作戦を立てて準備するが、行為の自覚の意識が低い、制約を回避しようとするほど現実と思惑の間が乖離し、見通しの精度が低くなる（ムラやブレが大きい）と思われる。「行為を見立てる能力」は判断基準の確立が決め手にな

8) この考えは、外乱や外圧の存在によってかえってパフォーマンスが高まるという「反脆弱性」(タレブ, 2017)に通じているのかもしれない。ルールという制約があるからスポーツが成り立つし、外乱があるからこそそれにどう対応するかを工夫・改善することになる。ここでは対象に前向きに取り組めるかというマインドセットの観点も大きく作用すると考えられるが、この点については別稿で議論したい。

り、実力がつくほど精度があがるのである。

- ①⑥ 情報を積極的に集めていないが、必要なことを問題なく実行できている構図を把握し目標を策定し、日々の行為の管理ができる学生は、その2つの相乗効果が現れ、必要以上の「無駄や無理を省ける」ことを観察している。初心者のように程度をわからずやみくもに行動に走る（たとえば情報が大事だと教わると、情報収集に熱心に取り組む）ことなく、自分の判断基準に基づき節度のある行動になり、積極的に行動するまでもなく当たり前を確実にやるだけで、成果がでてしまう。
- ①⑦ 出来て当然、当たり前と思うことほど、軽視せず丁寧にやり抜く就活の初心者ほど自分を客観的にみることができておらず「当然できる」と軽視して、できているつもり/やっているつもりになることや、行為対象の意味⁹⁾に気づかないことが多い。経験値があがることで失敗から学び、そこで基礎を疎かにする危うさや背後に隠されている「意味・文脈を理解」することになる。さらに完成度をあげたり、行動の選択肢を増やし、想定外への対応幅を増やすよう準備することになる。
- ①⑧ 今まで嫌なこと/障害や縛りだと思っていたことを、利用し楽しめている特に面接でコンスタントに成果がでるようになると、自信がつき、どう振る舞えばよいのか「相場観」が確立されるようである。それまでの「怖い/不安だ=安心するため」から、成長する/向上するための「リスクをとった」行動に段階がシフトする。敢えて「危険を承知で危ない橋を渡る」チャレンジ精神のある学生もいる。
- ①⑨ 就活の上達とともに、アルバイトや学業でも成果が出るようになった就活で技量が上達すると、その効果は就活だけにとどまるものではなく、学生生活を生き活きと送ることになる。全体像を把握し目標を定め、自

9) たとえば、注6のGDの例のように、選考には意図があり、初心者ほどその意図に気が付かない場合が多い。また、講座などで知識として説明しても初心者はその意味を理解できないことも多く、たとえ理解はしても「そこまではやらなくても良いだろう」とか「自分の常識から考えてそんなことはないはずだ」と否定したり軽視する学生も散見される。

分を客観的に把握できると自己の「判断基準：ものごとの見方や考え方」が磨かれ、就活にとどまらず生活する上での他のことの成長や成果につながるのは、当然のことかもしれない。

- ⑳ 面接で答えられない質問に出会うほど、「シメた」と思うようになった初心者の方は面接を恐怖に感じ、答えられないことをマイナスと感じるが、ある程度経験を積んで自信をもつと、面接の「文脈を理解」し対応できるようになる。そんな学生は、逆に面接で即答/解答できない質問に遭遇するたびに、自分の欠点を改善するチャンスととらえて向上を目指すことの方を重視するようになる。

以上のように、就活は多数の要素が関与し、かつそれらを柔軟に駆使して目的を達成する行為であり、そのプロセスは複雑である。世の中で思われているような単純な通過儀礼ではないのである。しかも、活動する学生一人ひとりは性格、生い立ち、志向、および能力が異なる。そのため、他の分野同様その指導は画一的に行えるものではなく、上達方法もそれぞれ異なることになる。また活動の過程で自己を見つめ、他社への対応を図るため人間的成長にもかかわるため、その修得には大袈裟に言えば一種の「就活道」の様相を呈する場合もあり、奥が深い行為ともいえる。このように就活といえども上達のひとつの事例とみなすことは無理のないことといえよう。

とはいえ、誰もが陥るピットフォール：留意点は存在し、そして上記のパラドックスにもそれが垣間見られる。それらを意識して回避・対応するだけでも成功確率は格段に向上すると思われる。次に、上記の解題を手掛かりに留意点を抽出する。

(2) パラドックスから抽出されるポイント

20項目のパラドックスを読み解くと、次のようなキーワードが抽出できる（文頭の番号は上記の各パラドックスに対応している）。

①「環境の整備」

- ②「制約の活用」
- ③「行為の自覚」
- ④「文脈を理解」
- ⑤「文脈で理解」
- ⑥「課題の選択」
- ⑦「本当に取り組むべき課題」
- ⑧「真の課題を探し適切に選択」
- ⑨「方向性を理解」「文脈を理解」
- ⑩「方法をうまく選択」
- ⑪「行為への自覚」
- ⑫「制約や支障を逆手にとって活用」
- ⑬「面接の意図を踏まえて客観的に自分をみつめる必要」
- ⑭「行動の精度」
- ⑮「行為を見立てる能力」
- ⑯「無駄や無理を省ける」
- ⑰「意味・文脈を理解」
- ⑱「相場観」
- ⑲「判断基準」
- ⑳「文脈を理解」

これらのキーワードを、類似する上位概念で整理すると次のようにグルーピングできるように思われる。

a) 「アウトプットの品質管理」に関するもの

「行為の自覚」(③ ⑪ ⑬ ⑮)

「環境の整備」(① ⑯)

「制約の活用」(② ⑫)

「行動の精度」(⑭)

b) 「構図の理解」に関するもの

「文脈の理解」(④ ⑤ ⑨ ⑰ ⑳)

「課題の選択」(⑥ ⑦ ⑧)

「方法の選択」(⑨)

尚, 「方向性の理解」(⑨) はこの 3 つに重ね合わせることができる

c) 両方の結果に関するもの

「相場観」(⑱)

「判断基準」(⑲)

(3) 3 つのグループの意味

(i) 「アウトプットの品質管理」を構成する 3 要素

以上の議論から, この軸を構成する要素として「行為の自覚」「環境の整備」「制約の活用」の 3 つが浮かび上がってくる。以下, 改めて説明する。

①「行為の自覚」とは, 自分がやっていると意識していることと, 実際の行動を一致させることである辻 (2020)。これはレジリエンス・アプローチを基にしている。このアプローチによれば, 「Work-As-Imagined」(WAI: やっているつもり自分の行為) と「Work-as-Done」(WAD: 実際に客観的になされた行為) を意識することが重要で, その 2 つを一致させようとすることで自己の意図に沿った行動が促進されるというものである¹⁰⁾。学生のなかには, 授業では「わかっているつもり」, アルバイトも「できているつもり」, 課せられた課題も「考えているつもり」と自己評価していても, 現実と乖離していることが往々にして起こりえる¹¹⁾。成長や向上のためには, この乖離を修正する必要があるが, その前提として乖離を自覚することが出発点になる。そのことが現実の行動の精度を高め, 確実な行為の結果に結びつくことになるのである。行為の自覚は行為を着実な結果へと導くために自

10) 詳細は別稿もしくは中島 (2015), Wears (2015) を参照願いたい。

11) この部分は西林 (2005; 2021) で詳細に議論されている。尚, 西林の文献が長期間ロングセラーになっていることを踏まえると, 学生だけの現象ではないのかもしれない。

己管理すべき要素のひとつである。

②「環境の整備」は、今後起こりえる事象への準備において、行動が遅滞や支障なく行えるよう、自分の周囲の環境を整備することである。一種の整理・整頓と言い換えてもよいかもしれない。整理とは「乱れた状態にあるものを整えて、きちんとすること。要るものと要らないものを分別し、要らないものを捨てる」こと、整頓は「要るものを取り出しやすく戻しやすい場所に置き、必要な時に取り出せる状態に保つこと」¹²⁾。である。現実の行動には環境の不確実性が伴い、当然ながら読めないものも多い。一方で予測できる障害はあり、おこりそうな不具合も経験しているかもしれない。それらに予め対応することで、ミスや失敗の確率を減らすことが可能である。スムーズかつ迅速な行動ができれば結果に直結する。自分の歩く道を躓きが起らないように整備しておけば、成功するとまではいかななくても、成功に近づくことは可能である。逆に、ちょっとした障害や気を逸らす誘惑でも、集中力を妨げたり、リズムやテンポを乱す要因となる。障害等を除くことで「できてしまう」ルートを作る先例も他の分野では存在する¹³⁾。がんばっているが結果が出ない学生を参与観察すると、こうした些細なことに無頓着で、どうにかなるとタカをくくり、もしくは先読みに関心がなく墓穴を掘る例も散見される。事前に自分のこれから歩む動線を整理・整頓することは、将来の手戻り（やり直し）が減ることになり、効率を左右する。言い換えれば結果の質をコントロールすることにつながるのである。

③「制約の活用」は、注6で具体例を述べたように、妨げや面倒に思えることでも試行錯誤（一種のダメモトで悪あがき）をすることで、少しでも結

12) 言葉の定義は辞書によって表現が異なるがどの辞書もおおむね同様の内容である。ここでは小学館デジタル大辞泉によった。

13) 化学合成の分野では、現在も多種多様な方法である意味強引に目的の化学分子を「作り上げる方法の探求が主流であるが、自己組織化を研究する合成化学者である藤田は、当時（も今も）合成が困難であった立体分子の合成に成功した後で、「僕らは化合物を作る設計をしていたのではなく、化合物が（自然に）できてしまう経緯を設計していたのです」（藤田、安立；2002）と述回しているが、そのことと通底するように思われる。

果を良くする、プラスに転化するという姿勢である。環境をどれほど整備しても、不確実性はゼロにはならない。その際、直面する面倒なことや困難を「仕方がない」と諦めず、何か方法はないかと試行錯誤することで打開策がみえる場合もある。就活で学生が直面する問題は、ある程度の事前準備があれば運用次第で結果が大きく変わるのである。スポーツなどでもルールという制約があるからこそ、それをどのように活用するかで結果が変わり、感動の源泉となる。制約を前向きにとらえられるかどうか、制約を活用してプラスに運用しようとすることは、就活の結果を左右するポイントと考えられるのである。制約の活用は、マイナスを解消する側面と、マイナスを逆にプラスにする側面の2つがある。前者は、上記の環境の整備に通じる部分があり、後者は後に述べる構図の理解が基礎にあるように思われる。

以上、「アウトプットの品質管理」を下支えする3つの要素：「行為の自覚」「環境の整備」「制約の活用」についてその意味を分析してきた。「アウトプットの品質管理」は、自分の行為を客観的に見つめることで、その後の行動の改善・工夫・修正につなげることができる、という意味で自己の行動の質を高めていくことにつながる事項である。環境整備は、どのように行動するか的前提となるフィールド整備にかかわることで品質管理の一環として重要であることは工学的意味を説明するまでもないと思われる。また制約や

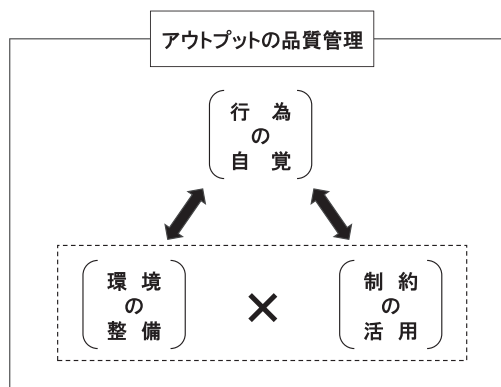


図1. 「アウトプットの品質管理」の3要素の関係

困難を前向きに捉えて逆に活用しようとする姿勢は「自己の行動方針」のひとつと考えられる。これら3つのうち「行為の自覚」は概念的・理念的なものに分類され、「環境の整備」・「制約の活用」は実践的なものに分類されるように思われる。すなわち図1のように「行為の自覚」は「環境の整備」・「制約の活用」の2つの上位に位置づけられ、実践の行為はつねに自覚をもってモニターされ、修正・改善されながらプロセスが保証されていく（向上が図られる）ような、一種の階層性をもつように思われる。

このグループは「自分の捉え方・自己の姿勢」に関する点で次の「構図の理解」と区別される。

(ii) 「構図の理解」を構成する3要素

構図の理解は図2のような3つの要素から構成されると考えられる。

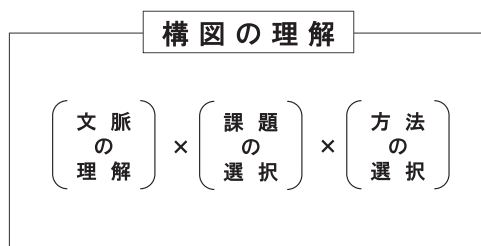


図2. 「構図の理解」の3要素

アウトプットの品質管理が「自己」に関するのに対して、構図の理解は、「行動対象」に関するものととられることができる。以上の議論から、この軸を構成する要素として「文脈の理解」「課題の選択」「方法の選択」の3つが浮かび上がっている。以下、改めて説明する。

①「文脈の理解」とは、アプローチする対象領域・分野（たとえば就活とか、医療の診断など）の全体像を把握した上で、自分が取り組む対象の意味や意図、および背景にある構図を理解することである。先にみた就活の面接やGDの事例のように、対象の意味が解らずやみくもにがんばっても効果は薄い。特に、周囲の同級生が就活を始めているので、とりあえずやらない

と、と漠然とした気持ちで活動を始める学生ほど、こうした取り組む対象や背後にある文脈に無頓着になり、時間と労力をかけて取り組んだとしても効果がでないように思われる。具体的には何をやり何をやらないかという取捨選択の判断や、長所を伸ばそうとするのか短所を補おうとするのかもこの文脈理解の範疇にはいる。就活講座の指導では、全体を俯瞰する重要性とその方法を座学やワークで教授するが、頭で理解していても通常の授業のように（タカを括り甘くみて）この部分を軽視する学生ほど伸びないと思われる。対象の置かれた文脈と意味や意図を正確に把握することが成長や向上には欠かせないように思われる。

②「課題の選択」は、実際に学生が取り組む対象としての課題を適切に選択することを意味する。自分が目指すべき目標は飽くまで結果としての「状態」であり、「課題」は目標を下支えするもので、目標としての状態に到達するために実際に取り組むべきプロセスである。たとえば「面接でうまく受け答えできるようになる」という目標をたてるだけでは、実際のアクションにはつながらない。質問内容の部分だけに限って具体例を挙げると、面接は自分のことを問われるので、まず自己分析を行い自分のことを知ること、その上でそれを言語化して短いフレーズの形に落とし込むこと、フレーズ間の関係を紐づけすること、実際の質問とフレーズを紐づけするトレーニングを行うことなどが実践的な「課題」となる¹⁴⁾。特に、学生一人ひとりのレベルが異なるので一律に同じ課題をさせると不整合が起こる。就活講座などは集団指導のため限界があるものの、適切に課題を選択することはできる限り個人別に行うのが望ましい¹⁵⁾ように感じている。

14) ここでは面接の質問の「内容」面だけに絞って具体例を挙げたが、面接での受け答えを向上させるには、このほかにも笑顔の作り方、あいづちの打ち方、うなずき方などの「アクション」に関する部分、実際に面接を経験することで、雰囲気を知り、面接に「慣れ」に関する部分など複雑である（辻他，2020）。

15) 就活講座では、各部分をさらにパーツに分解して無理なく手が届く課題にすることでシステマティックなトレーニングを行っているが、時間との兼ね合いで十分とはいえない嫌いがある。いずれにせよ学生それぞれに合わせて適切な課題を選択しないと十分な成長は見込めないように思われる。

③「方法の選択」は、課題を達成するために必要な取り組み方法を選択することにかかわる。対象領域の文脈を理解し、目標達成のために適切な課題を選択したのちに行われる。これには4つのパターンがあるように思われる。

ひとつは、就活の課題は複数あり、それぞれにさまざまなやり方が存在する。純粋にどのような方法を選択するのかによって課題の達成に大きく影響する。たとえば筆記試験対策ならば、講座を受講する方法をとるのか自学自習の方法をとるのか、自分の適性に合わせた選択が重要になる。またそれぞれの方法の長所・短所を踏まえて自分で微調整する必要も出てくる¹⁶⁾。

次に、「就活に特有のピットフォール」を回避するための方法である。どの分野においても分野特有のやり方があるように思われるが、就活も例外ではない。たとえば通常就活においては履歴書の文章作成を先に行う傾向にあるがこの方法は多くの学生にはマイナスに働くように思われる¹⁷⁾。また選考を有利にしようと資格取得に励む学生も多いがこの選択も再考する必要がある¹⁸⁾。

さらに、その時の自分のレベルに適した難度の方法を選択する必要がある。たとえば難関企業に挑戦するので最初からレベルの高い方法を選択しても効果は薄い。時間はかかるが、自分のレベルより少し高い/手が届きそうなレベルや方法に段階的に習熟していく方法をとるのが迂遠なようでかえっ

16) たとえば筆記試験対策講座では、(万一出題されたときに非難を避けるため)頻出かそうでないかにかかわらず、全分野を万遍なく実施するのが普通である。時間に余裕があれば問題はないが、就活最盛期の直前でただでさえ時間に追われている学生にとっては悩ましい問題になる。またこうした講座は理解させることが中心なので時間をかけてじっくり問題に取り組み、解説を聞くことが中心である。制限時間内に問題を解き切る練習は、個別の対応に委ねられることになるが、そうした実践的なポイントに無頓着であると本番で得点できない。学生は対策講座の長所・短所を自分で見極め、自覚したうえで対応を補っていく必要があるのである。

17) 就活のスタート時に履歴書やESの文章作成を勧める講座もあるが、先に文章を作成してしまうとそれにひきずられて面接等で失敗する学生が非常に多い。

18) 資格取得は就活に有利と奨励している大学も多く、資格の勉強＝就活対策と勘違いする学生も毎年散見される。しかし、選考では資格取得よりもその企業で「活躍できそうか」「志望意欲が高いか」が重要視されるので、たくさん資格は取得したが実際には就活には無意味だったということが起こりえるのである。

て効果が見込められると思われる。

最後に、どのような姿勢で採用した方法に取り組むかという点である。学生にとっては効果のある方法があったとしても、適当な気持ちで取り組んだり、いい加減に済ませているようでは効果は期待できない。伸びる学生ほど、簡単なことにも馬鹿にせず真剣にやり切るように思われる¹⁹⁾。

このように方法の選択には、具体的な手段の選択と、その手段の進め方の2つがあるように思われる。前者が実施手段にかかわるとするなら、後者は実施の取り組み姿勢や完成度にかかわるものである²⁰⁾。

以上、構図の理解を下支えする3つの要素についてその意味を明らかにしてきた。これらの3要素の関係については、文脈の理解によって課題があぶり出され、課題が明らかになってはじめて方法の選択が行われるため、

文脈の理解 > 課題の選択 > 方法の選択

という階層構造になっていると思われる。そしてそのことが、自動的に行為の「方向性」を生み出し、この「方向性の理解」(上述の(2)⑨)に自覚的になる(認識する)ことが、就活における認識(浅い-深い)の差となり、上達のひとつのステップということができるのかもしれない。すなわち、どんな対象でも同じであるように、就活であってもそれぞれの対策分野(面接対策とかGD対策)は表層的理解をするか、深層理解に至るかで対策や効果が変わる。それぞれの文脈をある程度まで理解することは重要である。また上記パラドックス⑥のように、コスパ・タイパを重視する学生ほど、目標を表面的に理解し、速くお手軽に効率よく処理するようである。勢い目標を本質的に下支えする課題をスキップする傾向が強いのである。文脈を理解

19) これはどちらかという点と精度を求めるという点でプロセス管理にも近いものである。本稿では便宜上、「構図の理解」に分類するが、重要なことは詰め切るという姿勢/徹底的にやり抜くという行為が上達、特に初期段階では重要であるということを描きおきたい。

20) 後者は精度を求めるという点でプロセス管理にも近いが、戦略的な取り組みの方針にかかわる大きな構図を形成するための要素なので構図の理解のひとつとした。

し、実践的な課題を見出し、それに適した方法を選択することこそ遠回りに見えるが結果的に近道なのである。

これらの3要素は必ずしも完全な独立事象ではなく、多かれ少なかれ相互に関連し、依存しあっているように思われる。それぞれが現実の状況に対応して変化することが考えられ、それがほかの要素の変化や向上をもたらす、ということである²¹⁾。以上を踏まえてこの3要素は次の図3のように表現するのが適切ではないかと考えている。

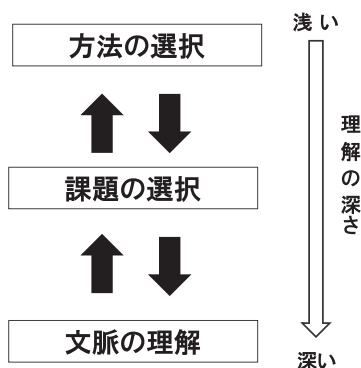


図3. 「構図の理解」の3要素の関係

（iii）両方の結果に関するもの

そして「両方の結果に関するもの」：「相場観」の確立と「判断基準」の形成、はアウトプットの品質管理と構図の理解の相互作用によって導かれる取り組み姿勢を構成する2つの要素ととらえることができる。これらに関する検討は次節で改めて検討することにしたい。

以上をまとめると、取り組み姿勢の観点のパラドックスから帰納される就活の上達のポイントは、図4のように構造化することができると考えられる。

21) それにもかかわらず本稿でこの3つを区分するのは、実戦的な意味でこの3つの区別を自覚することによって上達の認識が深みを増すと考えているからである。

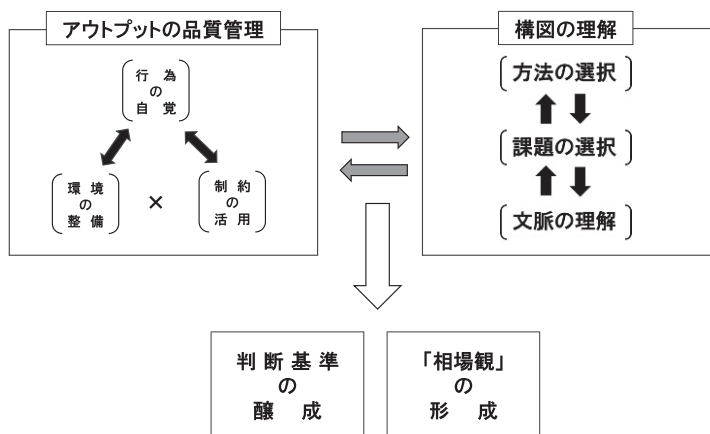


図4. 取り組み姿勢の構造

6. 考察

(1) 取り組み姿勢に関する各要素間の関係

以上のように、取り組み姿勢の向上を構成する要素は、アウトプットの品質管理と構図の理解といういわばミクロ的視点とマクロ的視点に区別することができるように思われる。ところで別稿では就活での成長・向上に関する他の2つの観点：対応能力とマインドセットを下支えする要素を抽出し分析をおこなった（辻，2025a；2025b）。そしてそれらの要素は互に関連し完全な独立事象ではないものの、それぞれの観点を向上させる要素であり、それぞれ1つより2つ、2つより3つ兼ね備える方がより向上に寄与すると考えられるため、ベン図で表現した。一方、本稿でのアウトプットの品質管理と構図の理解はそれらとは異なる階層的関係が形成されているように思われる。その意味で取り組み姿勢の観点は、他の2つの観点とは構造的に区別されるものであろう。この構造的な違いをさらに議論することで、実際に初心者が就活をどこからどのように始めればよいかという問題、および自分の成長過程における現在地点をどのようにして把握するのかという問題、つまり実践的な行動における手順的・段階的な利点を与えてくれることが期待で

きる。これらの点については、他の観点とも併せて別稿で議論したい。

(2) 取り組み姿勢に関する2軸の関係性

本稿では図3のように、取り組み姿勢をアウトプットの品質管理と構図の把握の2つに区別して分析したが、この2つの区分は必ずしも独立事象ではないように思われる。たとえば注15で指摘しているように、構図の把握の方法の選択には、どのような姿勢で採用した方法に取り組むかが含まれるが、これは実施の取り組み姿勢や完成度にかかわるものであり、精度を求めるという点でプロセス管理にも近いものである。ただこのように大まかに区分して考えることで、2つの利点が考えられる。

ひとつは、取り組み姿勢の観点での就活の成長・向上の道筋が明確になる利点である。すなわち、この2つの視点の相互作用：どちらかに偏るのではなく2つの視点を行き来することで、就活の意識と行動の上達に寄与するものと考えられる。具体的な取り組みを抽象的ともいえる思考過程で検証し、さらにそれを再び実践的な行動に反映させる、その繰り返しによって取り組み姿勢が深化すると考えられるのである。

もうひとつは、これらの着眼点から学生の状態やレベルを観察・分析することで、個々の学生に応じた的確なアドバイスや課題設定が可能になるという指導上の利点である。指導する側は可能な限り個別の学生に合った指導を心がけるが、その判断の基準は自己の考えと過去の経験に基づく限り恣意的になる懸念を免れない。指導者にとっても、学生にとっても納得できる指導をするためには、本稿で指摘した基礎的分類に基づくことが説得力を生むと考えられるのである。

(3) 取り組み姿勢の意味

アウトプットの品質管理と構図の理解の2つの視点の往復運動によって、さらに上位概念の「相場観の形成」と「判断基準」の2つが深化すると考えられる（図4）。

就活で成長し、自分なりの成果と手ごたえを得た学生の多くは、就活に関する「ものの見方」が格段に進歩しているように思われる。全体像を把握しながら、細部をなおざりにせず、手を抜くところと抜かないところを選別し、面接でどんな質問にも柔軟に対応し、面接官との間合いを読み取る。たとえ回答不能な質問をされても面接官が納得するような対応がとれるなど、余裕をもって（自分のできることできないことの区別を踏まえた）許容範囲を意識しながら、時にはリスクをとって対応できるのである、

そうした学生には、一種の「軸」＝判断基準が確立されているように思われる。一般的に採用面接で「あなたの就活の軸はなんですか？」と質問されることは特別なことではなく、物事を判断する軸が備わっているかどうかは、学生の人物像を見定める上でひとつの目安となっている。判断基準を確立すること、そしてそれを更新していくことは、一種の上達の段階ともいえる。就活に習熟するにつれて「判断基準」が明確になる学生は、毎年参与観察できる。また判断基準が自己の内部についての上達のメルクマールとすれば、外部環境をみるためのメルクマールは「相場観」が形成されている（もしくは、されつつある）ことであろう。相場観の形成＝状況の見通しが立つことで、どの程度まで積極的に攻めるか/ここでは止まる/撤退するなどの行動判断の基礎となる。これは判断基準の形成に加えて、状況が時間的・空間的に変化する中で、自己の行動を判断する要素として重要である。こうした要素を獲得した学生は就活を通じて、一段も二段も高みに立ったものの見方ができるようになり、発言はもちろん行動についてもそれまでと格段に変化する。周囲から変わった、一皮むけたと評価されることもあり、学生自身も成長を実感するようである。

そしてそうした判断基準の形成によりものの見方を確立すること：一種の価値観の醸成と、状況判断の基礎となる「相場観」の形成は、目標の達成、成功に必須であり、この2つの形成が学生の就活における上達・向上の目安のひとつになると考えられる。

また、この2つの要素の獲得は、単に就活の分野だけにとどまるものでは

ない。同じ学生の中で起こっているものの見方に関するものであるから、意識される/されないにかかわらず勉学・余暇・アルバイト・交友関係などすべての生活のシーンでなんらかのレベルで影響をあたえると考えるのが自然であろう。

(4) 取り組み姿勢以外の2つの観点との関連

以上のように本稿では、対応能力の観点から列挙したパラドックスから学生が陥りやすいピットフォールを指摘し、成長・改善するために必要な上達の要素を抽出した。ただ上達に必要なものは対応能力だけではなく、これら要素だけを向上させても総合的に十分な成長は見込めないと考えられる。本稿のなかで都度注釈しているとおり、予備的分析を通じて取り組み姿勢の観点以外の2つの観点：対象との間合いやタイミングを適切に調整する対応能力の観点、およびモチベーションとメンタルなど心理的な側面に関するマインドセットの観点での成長余地が考えられ、これらは同じように上達の要素を包含し、構造化していると考えられる。

たとえば、前述のように取り組み姿勢（の構図の理解）では「なにを/どこまで/どうやって」という空間的な側面があることを議論したが、これは対応能力に「間合いやタイミングを適切に調整する」という時間的な側面があることに呼応しており、互いに補完関係にあることを示しているように思われる²²⁾。また、取り組み姿勢次第で対象の理解が進み、適切な難度レベルを選択することにつながるし、取り組み姿勢の向上によって自己正当化や現状維持の改善が図られるなどマインドセットの向上にもつながるように思われる。このように本稿で取り上げた取り組み姿勢以外の2つの観点から導き出される要素を考えたとき、本稿で概観した要素とは独立事象ではなく、少なくとも一定のクロストークや相互補完の関係があることが推測され、それ

22) 時間的側面と空間的側面が抽出されたということは、見方を変えれば2つの側面から、これからの行動範囲である「動線」を意図的に設計できる可能性を担保するように思われる。この点についても別稿で議論したい。

どれどのような関係にあるのかは残された興味深い問題である。

(5) 取り組み姿勢の上達にかかわる学生の向上パターン

以上パラドックスの特定とその意味を考察することによって、取り組み姿勢の観点からの就活上達の構造を分析してきたが、これらの取り組み姿勢の向上によって学生が成長するパターンもある程度見通せると思われる。これについては、取り組み姿勢以外の上達の観点と併せて別稿で分析し、総合的に整理することにした。

(6) 本稿の限界と展望

本稿は、飽くまで、特定大学において 20 年間に亘り学生を参与観察した結果から抽出したものであり、大学生全体に一般化できるかどうか、将来的にも担保されるものかどうかはさらに検討が必要である。また上達・成長に関する要素といっても、就活という限定された、かつ特殊なジャンルからの知見に過ぎない。

上述したように就活の上達に関して 3つの観点があり、すでに対応能力の観点からは辻、(2025a)で、マインドセットの観点からは辻(2025b)で議論している。本稿では残る取り組み姿勢の観点から議論した。今後 3つの観点からの関係性を整理し、全体像を明確にする予定である。全体像が整理されれば、上達や成長を促進もしくは阻害する関係性が明らかになり、効果的な上達ステップや効果的なトレーニング方法が明らかになることが期待できる。また就活以外の、他の分野との比較や一般化が可能になると考えられる。

7. まとめ

本稿では、学生が感じる代表的なパラドックスのうち取り組み姿勢に関連するものを検討することによって、就活における上達の要素を議論した。すなわち、それらのパラドックスを感じる原因：学生が陥りやすいピット

フォールを抽出しそれを体系化することで就活において学生が留意し改善するポイントやその方向性を提示した。

取り組み姿勢の議論の前提として、集中力をもつこと、および積極的態度が必要条件であることは論を待たない。しかし、緊張感をもって積極的に取り組んでも必ずしも上達/向上や成功/成長を約束するものではない。緊張感と積極性はいわば精神論的な側面であり、十分条件として方法論的な側面からのアプローチが必要である、というのが本稿の主張である。

筆者としては、本稿で抽出した要素は就活のみならず、様々な分野での上達や成長過程に共通して観察できるのではないかと推測している。これまでさまざまな分野で上達や熟達、成功や成長の方法や法則が議論されてきた。その多くは、各分野のエキスパートの体験談や心理学的知見から導かれる方法論が多い²³⁾。特に前者は非常に有益な示唆に富むものもあるが、一方で自己の経験に基づきこうあるべきという自説を述べるにとどまるものも混在するのが現状で、統一的な議論が難しい状況にあるように思われる。客観的な上達の要素を抽出し、構造化することができれば、これまでに得られている知見を整理することができ、より建設的な議論が可能になり、各分野で効果的かつ効率的な上達法の考案が可能かもしれない。それは各分野の違いを一般論として整理して提示することになり、ひいては人間行動の本質に迫る議論も可能になると考えている。本稿での議論・考察が、上達論の建設的な探求の一助になることを期待している。

謝 辞

筆者のゼミや就活講座などに参加してくださった学生諸氏、および就活講座の機会を与えてくださった本学経済学部へ深謝します。

23) スポーツ、ボードゲームをはじめとして、上達の秘訣や方法論は様々なメディアで発信され、枚挙に暇がない。一例をあげれば、心理学面からの研究では岡本(2002)、岡本(2006)、児玉(2011)、外山(2020)、スポーツや武術・武道に関しては、たとえば為末(2023)や甲野・方条(2020)があげられる。

参考文献

- 饗場俊行 (2019)『就活兄貴の非常識な就活 悩める9割の就活学生を救う!!』みらいパブリッシング.
- 安藤至大, 高橋 亮子 (2021)『(著) 経済学部教授とキャリアコンサルが教える就活最強の教科書』日本経済新聞出版社.
- 石渡嶺司 (2021)『就活のワナ あなたの魅力が伝わらない理由』講談社.
- 石渡嶺司 (2024)『ゼロから始める 就活まるごとガイド 2026年度版』講談社.
- 浦上昌則 (1996a)「女子短大生の職業選択過程についての研究—進路選択に対する自己効力, 就職活動, 自己概念の関連から—」『教育心理学研究』44, No. 2, 195-203.
- 浦上昌則 (1996b)「就職活動を通しての自己成長—女子短大生の場合—」『教育心理学研究』44, No. 4, 400-409.
- 海老原嗣生 (2015)『なぜ7割のエントリーシートは, 読まずに捨てられるのか?: 人気企業の「手口」を知れば, 就活の悩みは9割なくなる』東洋経済新報社.
- 大森真穂 (2020)「大学生の就職活動における学びと成長のプロセスの検討: 履歴書作成の事例に着目して」『キリスト教教育研究』37, 1-24.
- 岡本浩一 (2002)『上達の法則 効率のよい努力を科学する』PHP研究所.
- 岡本浩一 (2006)『「上達の型」を身につける: 能力アップの実践心理学』ライオン社.
- 甲野善紀, 方条遼雨 (2020)『上達論』PHP研究所.
- 小島弥生 (2024)「就職活動が大学生の価値観に及ぼす影響 (1) —大学3年生を対象とした探索的検討—」『北陸大学紀要』56, 121-132.
- 児玉光雄 (2011)『上達の技術 一直線にうまくなるための極意』ソフトバンククリエイティブ.
- 坂本直文 (2019)『最小の努力で「トップ内定」し「仕事力」も高める 就活テクニック大全』東洋経済新報社.
- 就活塾 キャリアアカデミー (2024)『「納得の内定」をめざす 就職活動1冊目の教科書』KADOKAWA.
- 杉村和美 (2001)「関係性の観点から見た女子青年のアイデンティティ探求—2年間の変化とその要因—」『発達心理学研究』12, No. 2, 87-98.
- 高橋南海子, 岡田昌毅 (2013)「大学生の就職活動による自己成長感の探索的検討」『産業・組織心理学研究』26, No. 2, 121-138.
- 高橋南海子 (2017)「就職活動における成長を規定する要因の縦断的検討」『日本教育心理学会総会発表論文集』59, 438-438.

- 竹内健登（2024）『就活の教科書 これさえあれば。2026 年度版』TAC出版。
- 武野光（2013）『就活あるある：内定する人しない人』主婦と生活社。
- ただの元人事（樋熊晃規）（2023）『人事がこっそり教えるヤバい内定術』フォレスト出版。
- 田中研之輔（2017）『先生は教えてくれない大学のトリセツ』筑摩書房。
- 為末大（2023）『熟達論：人はいつまでも学び、成長できる』新潮社。
- ナシーム・ニコラス・タレブ（2017）『反脆弱性—不確実な世界を生き延びる唯一の考え方（上・下）』ダイヤモンド社
- 辻洋一郎、藤間真（2019）「短期間に学生の自尊感情を向上させる就職活動トレーニング」『桃山学院大学経済経営論集』61, No. 2 81-116.
- 辻洋一郎（2020）「就職活動支援講座における構想と構造：設計のバイタルポイント」『桃山学院大学経済経営論集』61, No. 3, 229-69.
- 辻洋一郎、巖圭介、木村佳弘、藤間真、西崎勝彦、吉弘憲介（2020）「社会人力養成を目的とした就職活動トレーニング：その内容と実践報告」『桃山学院大学総合研究所紀要』45, No. 3, 57-97.
- 辻洋一郎（2022）「遠隔授業の問題点と限界：就職活動支援講座における実践報告」『桃山学院大学総合研究所紀要』47, No. 3. 105-138.
- 辻洋一郎（2023）「自己直視が自尊感情を向上させる：遠隔・対面授業の比較から」『桃山学院大学経済経営論集』64, No. 4. 209-239.
- 辻洋一郎（2025 a）「就職活動で学生が遭遇するパラドックスについて：対応能力の観点から」『桃山学院大学経済経営論集』66, No. 4. 47-75.
- 辻洋一郎（2025 b）「就職活動で学生が遭遇するパラドックスについて：マインドセットの観点から」『桃山学院大学経済経営論集』66, No. 4. 77-107.
- 土田恭史、平部正樹、田島佐登史、川原正人（2010）「大学生の職業決定と自我発達との関連—心理学的な就職活動支援のための基礎研究—」『目白大学心理学研究』6, 13-24.
- 外山美樹（2020）『実力発揮メソッド パフォーマンスの心理学』講談社。
- 内定塾（2024）『2026 年度版 就活をひとつひとつわかりやすく。』Gakken.
- 中島和江（2015）「レジリエンス・エンジニアリングの医療安全への応用：日常業務の複雑性を理解し、うまくいくことを増やす」『日本手術医学会誌』36（3）, 239-241.
- 西林克彦（2005）『わかったつもり 読解力がつかない本当の原因』光文社。
- 西林克彦（2021）『知ってるつもり 「問題発見力」を高める「知識システム」の作り

方』光文社.

橋本之克 (2022) 『なんで? を解き明かす行動経済学が導く【納得就活】〜就活を成功させるための心理テクニック』宣伝会議.

原田康久 (2010) 『原田デスクのすべらない就活[2012 年度版]: 勝てるエントリーシート負けない面接テクニック』中央公論新社.

林晃佑 (2021) 『「正しい努力」で結果を出す 図解 戦略就活メソッド』日本実業出版社.

藤里紘子, 小玉正博 (2011) 「首尾一貫感覚が就職活動に伴うストレスおよび成長感に及ぼす影響」『教育心理学研究』59, No. 3, 295-305.

藤田誠, 安立なつ美 (2002) 「自己組織化プロセスを使い新材料を創製」『工業材料』50 (8), 1-4.

増淵裕子 (2019) 「大学生における就職活動を通しての自己成長に関する研究の動向」『学苑』940, 55-61.

光城悠人 (2017) 『内定力』すばる舎.

村瀬玲子 (2017) 「就職活動中の女子大学生におけるアイデンティティが、抑うつや自己成長感に与える影響—3 波のパネル調査による検討—」『聖心女子大学大学院論集』39, No. 1, 102-79.

森田昇 (2024) 『生涯収入を最大化する「就活の技法」』日本能率協会.

ユースフル (2022) 『トップ就活 最強の教科書 超人気企業・人事部出身者が教える 240 の内定法則』小学館.

(つじ・よういちろう／経済学部教授／2025 年 9 月 22 日受理)

Paradoxes Which University Students Face on Their Job-Hunting : from the Viewpoint of Their Approaching Attitude

TSUJI Youichirou

The author has provided Job-Hunting support for students over 20 years, and found they face several problems, which they feel difficult to find clues to solve. Though an expert or an experienced may seem obvious or find solutions easily, most of students as party are confused their situations as “paradoxes”. Such as paradoxes are thought to be caused by several pitfalls, lack of knowledge, approaching attitude, mindset, or response ability (in any case, it causes by students’ immaturity), those paradoxes are not arranged systematically in previous research. This paper extracts representative paradoxes and arranges their causes from the viewpoint of “Approaching Attitude”. The author also discusses such causes from the viewpoint of improvement.

博士論文の要旨および 博士論文審査結果の要旨

氏 名	ティンティンカイン
学 位 の 種 類	博士（経済学）
学 位 記 番 号	経済博甲第 27 号
学位授与の日付	2025 年 9 月 27 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当
博 士 論 文 題 目	ミャンマーの日本向け労働者の現状と課題に 関する研究 —日本への派遣を中心に— A Study on the Current Status and Issues of Myanmar Workers for Japan —Focusing on Dispatch to Japan—
論 文 審 査 委 員	主査 大島 一二 教授 副査 吉弘 憲介 教授 副査 山川 俊和 教授

<博士論文の要旨>

ミャンマーの日本向け労働者の 現状と課題に関する研究

—— 日本への派遣を中心に ——

ティンティンカイン

要旨

本論文は、日本における外国人技能実習制度の歴史と現状を検討し、ミャンマーから日本への労働者派遣の現状と課題を検討することである。両国における現地調査、ヒアリング調査、アンケートに基づいて調査および比較分析の手法を用いて研究を実施した。とくに、ミャンマーで実施された送り出し機関の3社の事例研究とミャンマー人実習生を対象としたアンケート調査を中心としている。これらの一連の調査結果から、ミャンマー人技能実習生は来日の際の仲介機関、仲介者の存在等によって、高額な保証金が徴収されるなどの送り出し機関の問題が明らかになった。また、筆者が日本の製造業と実習生間の通訳及び実習生の日本語習得の手助けをした経験を生かし、来日したミャンマー人技能実習生の日本での就業環境、待遇、リスクリング等について、アンケート調査を実施した結果、技能実習生が直面している問題を把握することができた。終章では、本論文における各章の調査結果をとりまとめるとともに、残された課題にも展望した。

本論文では、以下の五つの章から構成される。

第一章は、本論文の研究背景、課題と研究方法を述べた。

日本は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、いったん国内の外国人口

の増大に歯止めがかかったものの、趨勢として人口減少と少子高齢化が進展していることによって、深刻な人手不足問題に直面し、新型コロナウイルス感染収束後は、日本国内の外国人人口が再び急速に増加している。ホテル・コンビニエンスストア・外食産業等で働く外国人従業員の姿は、いまやごく一般的な風景となっている。

外国人人口の増加の主要部分は外国人労働者である。特に生産年齢人口の外国人労働者の増加が著しく、日本の労働力不足を支える一助となっている。外国人労働者の中でも、とくに注目を集めているのが外国人技能実習生である。

一方で、多くの外国人技能実習生の受け入れが進む中で、彼らの就労問題、外国人の不法就労問題、外国人労働者の就業継続の困難さの拡大など、就労にかかわる問題は絶えない。そもそも外国人技能実習制度は、国際協力という趣旨で創設され、日本で培われた技術や知識の開発途上地域への移転を意図して作られた制度であったが、近年では制度の形骸化が指摘され、実習生の劣悪な労働環境がしばしば報道されるなど問題が深刻化している。

いうまでもなく、日本政府もこうした事態に対していくつかの対策を講じてきた。その結果、外国人労働者の受け入れ制度にも大きな変化が発生している。とくに建設業、縫製業、食品加工業、外食産業、農業などの分野で顕著であるが、新型コロナウイルス感染拡大以降に顕著にみられた変化として、従来の外国人技能実習制度を中心とした段階から、複数の在留資格で、より本格的な労働者としての中長期雇用を進める段階へと移行しつつある状況がある。

とくに、2019年4月に導入された新たな在留資格である「特定技能」を含む「専門的・技術的分野の在留資格」が増加しており、全体として外国人労働者は増加傾向を示し、近年では過去最高水準の外国人労働者の雇用となったのである。新型コロナウイルスの感染拡大による人的移動の制限を受けて、地域内では、様々な手段で人材マッチングや新たな人材の掘り起こしが図られ、それらが短期的には人手不足をある程度補充したのであったが、

その後は深刻な人手不足のなかで、日本の外国人労働力への依存がますます深化していると考えられる。

こうして、日本政府の方針が外国人労働力の受け入れ拡大に転換するなか、重要な論点として、日本への労働者送出国・地域の現状、とくに送り出し機関の状況を詳細に知る必要性が指摘できる。これは、たとえば、派遣国の送り出し制度（派遣者本人の派遣手数料等の経済的負担、借金負担、現地での教育制度のあり方等）と運用実態が、来日後のトラブルの発生、さらには失踪等につながることが知られているからである。

こうした状況の中で、外国人労働者の受け入れ人数の急増とともに生まれつつある課題を明らかにすることを目的に、ミャンマーの送り出し機関の実態と技能実習生が日本においてどのように就業しているのか、そこから発生する問題をどのように解決するのかは、現在の日本政府とミャンマー政府に課せられた重大な課題である同時に、本研究の中心的な研究テーマでもある。具体的にみていこう。

第1の研究課題とは、日本の外国人労働力受け入れ制度の変遷と課題である。先行研究をサーベイし、日本における外国人労働者をめぐる制度の変遷について、とくに外国人技能実習制度と新設された「特定技能制度」を取り上げ、制度の変遷の現状と直面する課題を分析し、外国人技能実習制度が抱えるいくつかの課題に焦点に整理を行った。

第2の研究課題は、ミャンマーの海外労働力派遣と日本のミャンマー受け入れ状況を概観したのち、ミャンマーにおける海外派遣送り出し関連制度（派遣者本人および家族の派遣手数料等の経済的負担、現地での日本語教育システムのあり方、派遣機関の派遣後の支援体制の在り方等）について明らかにし、これらの問題が来日後のトラブルの発生、さらには失踪等に帰結している問題について事例研究を中心に考察した。

第3の研究課題は、来日したミャンマー人技能実習生を対象に、日本での生活および就労において、主に「言葉や文化の壁」に直面し、就業および日常生活の中で様々な問題に直面している実態と課題について事例研究を行った。

第4の研究課題は、ミャンマーにおける海外労働者向け労働力派遣機関の今後の展望についてである。第3と第2の研究課題をもとに、今後のミャンマーにおける海外労働者向け労働力派遣機関の在り方および課題を検討した。

以上の課題を明らかにするために、主に以下のような研究方法を用いた。

(1) 外国人技能実習制度に関連する先行研究と日本の外国人労働者受け入れ政策について概括し、これまでの日本の外国人労働者受け入れ政策の推移と制度の変遷を論じ、それぞれの労働者に関連した先行研究についてもレビューした。

そのうえで、大阪府、岐阜県、神奈川県等で、この技能実習制度の課題を中心に監理団体を対象とした調査研究を進めて、外国人技能実習制度の課題をまとめた。

(2) ミャンマーの歴史的背景や人口構成、経済発展の状況、国内・国際労働移動の進展について整理した。また、技能実習制度に係る省庁や機関、組織などに触れながら、制度の現況や、送り出しそれぞれについて生じている課題について明らかにした。

(3) 日本の製造業において、筆者が日本企業と実習生間の通訳及び実習生の日本語習得の手助けをした経験を生かし、実習生に直接インタビューを行い、調査を通じて得られたデータをもとに分析した。主に、属性や家庭環境の違い、来日後の関心事項に焦点を当てた。

(4) 技能実習制度の課題を中心に分析した。外国人技能実習制度の課題をまとめ、今後外国人労働者を受け入れるにあたって、どのような問題があるかを検討した。

第二章は、「日本の外国人労働力受け入れ制度の変遷と課題 ―外国人技能実習制度の変更を中心に―」について整理した。

本章では、日本全国を対象とした外国人労働力受け入れ制度の変遷の背景、直面している課題の明確化と、この全国各地での個別調査対象事例にお

ける課題の明確化を通じて、日本における外国人労働力問題の実態と課題を確認した。

第 1 に、日本の外国人労働力受け入れ制度は、長年にわたって、「労働開国論」と「労働開国慎重論」の綱引きの中で、大きな流れとしてはしだいに「労働開国論」が強化されてきたものの、各時点では常に折衷的な判断が下されており、これが現在の複雑な制度を生み出し、様々な問題を発生させてきたもっとも大きな要因となっているといえよう。しかし 2025 年現在、国内の深刻な労働力不足を背景に、政府、産業界はさらなる労働開国に大きく転換しつつあり、新しい状況が生まれつつある。今後の趨勢について注意深く検討する必要がある。

第 2 に、外国人労働力受け入れにおける大きな問題である失踪問題は、失踪者数からみれば、近年でもその深刻さは減じていない。世界情勢、国内情勢、社会倫理のいずれにおいても、現行の技能実習制度より外国人労働者の権利保障が後退することは許される状況にないことから、例えば、技能実習法の外国人労働者保護規定については、外国人労働者保護のための基本法を制定するなど、画期的な外国人労働者保護姿勢を他国に先んじて打ち出すべきである。こうしたことによって、日本を選択する外国人労働者の確保にもつながるものと考えられる。

第 3 に、技能実習生の失踪などによって制度を逸脱した場合の対応として、一般的に、正規の居場所を失った不法滞在の外国人は、事件や事故の被害者にも加害者にもなりかねないため、失踪、即在留資格を失い、不法滞在に陥るという現在の制度の在り方が再検討されるべきである。依然として技能実習生を含む外国人労働者の人権侵害の問題が後を絶たない状況から考えれば、労働者が安心して働き、生活できる環境整備が喫緊の課題である。このように技能実習生、広くは外国人労働者に関わる問題は依然として非常に大きいと言わざるを得ない。先行研究および筆者の現地調査からも、特に指摘したい問題として労働環境問題の改善問題があげられる。今後も、外国人労働者の受け入れが増えるにしたがって、労働環境問題の整備はますます重

要な問題となることが想定される。

第三章は、「ミャンマーにおける日本への労働者派遣の実態 ―日本への送り出し機関調査を中心に―」について整理した。

本章では、ミャンマーにおける現地調査でヒアリングを実施した派遣機関は、以下に示すK社、M社、H社（ミャンマーの日本向け派遣企業調査）を中心に、派遣人数の増加、ミャンマーの経済状況と海外派遣への影響、さらに派遣後の課題等について、とくに実習生の費用負担問題、日本語教育問題、失踪等のトラブル対応等について確認した。

第1に、ミャンマーから日本への人材募集に関しては、特定技能等のある一定の技能、能力が重視される職種においては、しばしば日本語学校関係者からの紹介、およびフェイスブック等のSNSの活用が常用されているが、これにたいして比較的スキルレベルが低い人材層では、個人のエージェントによる仲介の割合が高まる点が特徴として指摘できる。こうした個人エージェントの仲介費は高額で、派遣労働力の経済的負担となっている模様である。この結果、前者が求職者と派遣機関が直接関係することによって、仲介手数料は必要最低限に抑制できるのにたいし、仲介者が複数関わることによって仲介手数料は高額となり、派遣労働者本人の負担は増加することになる。また、社会の混乱に乗じた悪質ブローカーの出現も無視できない状況となりつつあり、今後、ミャンマー政府の対策が必要となると考えられる。

第2に、現在日本社会で大きな課題となりつつある、失踪等のトラブルへの対応を派遣各社が重視している点は共通点としてあげられる。この対応として、以下の3点が実行されていた。

① この対策の最大のポイントとして、過大な手数料を技能実習生から徴収せず、規定内の手数料であっても後納制度や分割制度を充実させ、本人および家族の負担を軽減することが重要である。

② 派遣前に日本語能力をできるだけ高め、来日後に日本語能力の低さに由来する誤解等に対応すること。

③ 来日後の支援体勢を対面、オンラインなどの方法を駆使して充実させること。

一方、ミャンマー政府にも、労働力の海外派遣において、いくつかの対策が必要であると考えられる。すでに述べたように、技能実習・送り出し機関の新R/Dが締結されたのは2013年であり、その後、派遣数は急速に増加している。日本へ実習派遣は、一定規模の若年層のミャンマー人労働者が希望しており、同時に、日本等の諸外国への労働者派遣がミャンマー政府の主要な経済戦略の一つになりつつある。しかし、すでにみてきたように課題も多い。悪質なブローカーの排除、技能実習帰国後の就業の安定、派遣手数料負担の軽減、日本語能力の向上などが重要な鍵であり、今後もミャンマー政府にとって重要課題となるのではないかと考える。

また、日本政府も、外国人技能実習生の供給における東南アジアへのシフトが強まるのにもなって、本論文で指摘したようなミャンマー国内で発生している様々な現象にさらに注目する必要があると考えられる。その一つは、ミャンマーからの技能実習生が帰国後に就業機会を得ることが困難であるならば、技能実習生の再教育、特定技能への更新など、継続的に育成するシステムを充実させることが考えられる。

第四章は、「来日技能実習生が直面している現実と課題 ―ミャンマー人技能実習生アンケート調査を中心に―」として主にアンケート調査を実施した。

本章では、来日したミャンマー人技能実習生の日本での就業環境、待遇、リスキリング等について、アンケートに基づいて調査を実施し、その現状と直面している課題について明らかにすることである。アンケート調査の目的は、大別して2つある。1つは、日本におけるミャンマー人技能実習生が直面している問題を検討することである。もう1つは、ミャンマー人の出身階層や学歴といった諸属性をふまえて、その将来志向がどのように異なるのかを明らかにすることである。

調査結果からは、ミャンマー人技能実習生の特徴と、来日後直面している問題点として、次の点があげられる。

第1に、他の技能実習生送出国との比較で、相対的に高学歴な人材の割合が高いことがわかる。

第2に、日本を選択した理由は、日本社会の安全、豊富な雇用機会のほか、日本における技術習得を挙げるものが多かった。

このように、日本社会における安全など、日本全体に対する信頼の高さがあげられる。技術力の高い日本製品に対する信用や、日本の社会インフラに対する高い信頼が、ミャンマー人技能実習生たちに期待や安心感を与えてきたと考えられる。日本社会の安心感や職場の人間関係は技能実習生の将来に大きな影響を与えることを鑑みると、日本社会や職場への適応は、理想の実現に影響を与える要素と考えられる。実際、2019年に特定技能制度が開始されてからは、技能実習生も在留資格を切り替えることで日本での長期就労が可能となった。職場での人間関係も良好であれば、実習修了後に就労に切り替えることでキャリアアップが可能なことから具体的な将来像が想定できるものと考えられる。

よって、日本にとっては、世界の中で安全・安心な社会を作り出している点や独特の魅力を持っており、外国人高度人材にとっても、技能面、文化面・生活面等々において、多くの惹きつけられる要素を持っている。しかし、前述してきたように、いまだ外国人人材が日本で生活しながら働くためには高いストレスや日本語習得など様々な障壁が存在しており、企業レベル・社会レベルで、彼らが日本で長く働けるような制度改善が必要だと考えられる。

第3に、送り出しにかかわる仲介手数料支払い金額は、実際には50万円以上を送り出し会社に支払うことも珍しくない状況であった。このように、ミャンマー側の一部の労働力海外派遣機関は、不当に高い仲介手数料を受け取っており、これが技能実習生の大きな負担となっていることが予想できる。いうまでもなく、送り出し機関は日本とミャンマー双方にとって重要な

役割を担っているが、日本側もミャンマー政府機関も十分把握できていない問題も多く、そこに不正な費用等が発生し、来日後にトラブルに発展する事態となっていることに注意する必要がある。

第4に、少なくない技能実習生にとって、心身ともに健康的な生活や安全な職場環境といった基本的な人権が脅かされている状況が存在している。実際に、劣悪な居住環境を強いられた事例や一緒に働く日本人社員からの暴言や差別的な扱いを受けた事例も散見された。背景には、来日後に原則として職場を転職できない制度的な問題も存在している。国際社会からは奴隷労働という批判も受けていることに鑑み、監理団体、受け入れ企業側の早急な対応が喫緊の課題となっている。

最後に、本章の調査結果で不十分に研究できなかった、技能実習生本人の技能実習生後に特定技能制度への転換に関しては、さらに研究を継続していきたい。

第五章は、結論と残された課題である。

本論文は現地調査、アンケート調査およびヒアリング調査より、ミャンマーにおける海外労働者向け労働力派遣機関の現状と課題について、外国人技能実習制度の歴史と現状を確認し、ミャンマーで実施されている送り出し機関の特徴および既存問題を明らかにした。また、ミャンマー人技能実習生は来日申し込み手続きに応じて、高額な保証金など送り出し機関の問題が明らかになった。

今回の研究によって、とくにミャンマーの日本向け労働者派遣の課題について以下の3点にとりまとめている。

(1) 労働基準法、労働契約法等、日本で働く際のルールについて、基本的かつ重要なことを技能実習生によりよく周知することにより、健全な労使関係を構築することが必要であろう。

(2) 技能実習生の日本語や生活習慣の理解不足に関し、現場の受け入れ企業又は送り出し機関によるサポートは万全と言えない事情にあり、外国人はイ

ンターネット上で情報収集することが多いことから、監理団体による支援の充実とその評価・公表が必要かつ有益である。技能実習生にとっての技能修得等は労働者自身の働きがいやモチベーションの向上の意味でも非常に重要であり、公的支援もさらに拡充すべきと考えられる。

(3) 外国人技能実習生は地方の中小企業の労働力の担い手となっている一方で、劣悪な環境や人権侵害が横行する職場で働かされている外国人技能実習生も一部存在している状況であり、それは様々なステークホルダーから長年指摘され続けているが、いまだに完全な改善が見られないでいる。その背景には、外国人技能実習生が企業に隷従していたり、技能実習制度上の問題から孤立していたりするために、支援が必要にも関わらず、支援を求めることが出来ないことが挙げられる。

(4) ミャンマーでは、関係する機関、ルートによって、最終的に必要となる費用に大きな格差が存在し、高額の中介費負担が発生した場合、派遣労働者本人の負担は重くなり、往々にして日本での失踪等のトラブルに帰結する結果に至っていると考えられる。

本論文は、ミャンマーの日本向け海外労働者派遣の課題について分析した。その結果、ミャンマー労働者派遣実態および既存問題について明らかにできた。また、ミャンマー送り出しの派遣ステム、事前教育、手数料などの現象を把握し、派遣手数料負担に応じて失踪の原因を解明することができた。ただし、第二章で指摘したように、技能実習生を含む外国人労働者の労働環境にかんするより詳細な調査、政府側の対策等について十分に明らかになっていない点がされている。

さらに、第三、四章における日本向け海外労働者派遣の詳細な調査、ミャンマーから技能実習生が帰国後に就職機会および技能実習生再教育、特定技能への更新など継続的に教育するシステムは残された課題となる。

本論文では、現在、ミャンマーでは国内情勢の悪化という困難な状況下で調査を実施したものであり、データ量の不十分問題と多少の誤差が存在すると考えられる。また、研究結果は今回の限定された調査地域における調査結

果から導き出されたものであり、今後、国内での就職難、失業等が顕在化することが予想される中で、海外、とくに日本への人材派遣希望者がさらに増加することに着目した一部の悪質な派遣機関が、非法法収入を目的に活動を拡大するという問題が顕在化している。よって、技能実習制度の適正化は日本国内の受入れ団体、受入れ企業の問題点に注目するだけではなく、派遣機関の適正化やブローカーの認定基準も検討が必要であろう。

ミャンマーにおける日本向け労働力派遣の事態は、ミャンマー人の若者に日本への移住を促進しているが、費用負担の増加により高額な借金を背負いながら来日するミャンマー人技能実習生の増加を生み出す側面も指摘できる。そして、ミャンマーの法制上では、ミャンマー政府機関は十分に把握できてない部分も多く、そこに不正な費用が発生し、来日後に失踪などのトラブルに発展する事態となっていることに注意する必要がある。

また、今後の課題としては、2019年に創設された特定技能制度では、家族帯同が可能になることや、在留年数の制限の廃止など、本研究で示した技能実習制度の制度上の阻害要因が一部廃止されているが、本研究で示した制度外の阻害要因が同時に解消されるわけではなく、特定技能の在留資格で来日する外国人労働者と日本社会に関して、新たな研究の蓄積が必要であると考ええる。

また、外国人労働者の中でも弱い立場に置かれる技能実習生が、日本社会及び生活において、特に「言葉や文化の壁」に直面し、就業および日常生活の中で様々な問題となる要因を本研究では示したが、これら要因は技能実習生に限らず、外国人労働者の受け入れ全般においても言えることであり、そもそも外国人労働者の受け入れに必要な要因と、技能実習生の受け入れに特有である要因を比較整理し、示すことが出来たら、今後の実習生の受け入れに対し有効な知見を提供できたと考える。

最後に、技能実習制度に代わって創設された「育成就労制度」においても、今後の方向性に関してさらに注目していく必要があると言える。

<博士論文審査結果の要旨>

申請者：ティンティンカイン（桃山学院大学大学院経済学研究科博士
後期課程）

論文題目：ミャンマーの日本向け労働者の現状と課題に関する研究
—日本への派遣を中心に—

学位申請の種類：甲（課程博士，経済学）

1. 論文内容の概要

本論文は、近年日本において拡大を続ける外国人労働力が直面する課題とその要因について、とくに近年派遣数の増大が著しいミャンマーから派遣される労働者を中心的な研究対象とし、その現状と課題について研究を実施したものである。

本論文の構成は以下の通りである。

目次

第一章 問題意識と研究課題

第1節 問題意識

第2節 先行研究

第3節 研究目的と研究方法

第4節 研究の課題

第二章 日本の外国人労働力受け入れ制度の変遷と課題

—外国人技能実習制度の変更を中心に—

第1節 はじめに

第2節 日本における外国人労働者の現状

第3節 外国人研修・技能実習制度の実施と課題

第 4 節 外国人技能実習制度の課題

第 5 節 まとめかえて

第三章 ミャンマーにおける日本への労働者派遣の実態

—日本への送り出し機関調査を中心に—

第 1 節 はじめに

第 2 節 ミャンマーの労働力送り出し政策の概要

第 3 節 ミャンマーの実習生送出し機関の調査事例

第 4 節 まとめかえて

第四章 来日技能実習生が直面している現実と課題

—ミャンマー人技能実習生アンケート調査を中心に—

第 1 節 はじめに

第 2 節 ミャンマー人技能実習生を対象としたアンケート調査

第 3 節 アンケート結果

第 4 節 ミャンマー人技能実習生を対象にしたインタビュー調査

第 5 節 まとめにかえて

第五章 結論と残された課題

第 1 節 研究結果

第 2 節 今後の展望と残された課題

参考文献

2. 概評

2.1 本論文の課題

本論文では、まず第一章において、研究の目的、研究方法、先行研究につ

いて述べている。次に、第二章において、日本における外国人技能実習制度の歴史と現状を検討し、さらに第三章、第四章において、ミャンマーから日本への労働者派遣の現状と課題を検討している。研究の目的は、近年日本において拡大を続ける外国人労働力が直面する課題とその要因について明らかにすることである。主要な研究方法として、ミャンマーにおける派遣機関ヒアリング調査、来日ミャンマー人技能実習生を対象としたアンケート調査を基本とし、さらに関連機関（日本側の監理団体、受け入れ企業等）でのヒアリング調査を実施した。

2.2 研究結果

今回の研究からは以下の点が明らかになった。

第一章では、本論文の目的、研究方法、先行研究等が述べられた。

第二章では、「日本の外国人労働力受け入れ制度の変遷と課題 ―外国人技能実習制度の変更を中心に―」として、日本の外国人労働者受け入れ政策の変遷と課題について、公開された関連資料などを用いて、その概要を整理した。

ここでは、まず、日本で就労している外国人労働者は、新型コロナウイルス感染拡大以降も増加を示し、2024年10月時点で230.3万人と過去最高を更新するなど、その拡大趨勢は急速であり、その背景には日本国内の少子高齢化や人口減少等の構造的な要因による深刻な人手不足が常態化していることを指摘している。この結果、現状では、相当数の外国人が多様な在留資格のもと、実際には労働力として多くの業種に参入しているが、現在の日本の外国人労働力の受け入れ政策は、多くの不備を抱え、課題が山積している実態を指摘している。とくに深刻なのは、技能実習生における失踪問題であり、この課題の解決を目指すことが本論文の大きな目的の一つとなっている。

第三章では、「ミャンマーにおける日本への労働者派遣の実態 ―日本への送り出し機関調査を中心に―」として、ミャンマー現地での送り出し機関の

ヒアリング調査に基づいて、日本での失踪につながる、一部の派遣機関による高額な派遣手数料徴収問題を中心に、調査結果をとりまとめた。

第四章では、「来日技能実習生が直面している現実と課題 ―ミャンマー人技能実習生アンケート調査を中心に―」として、職場環境・生活環境の評価と直面する問題、リスクリングの実態、日本定着への課題など、現在のミャンマー人実習生が直面する多くの課題の明確化と対応について検討されている。

第五章は、まとめと残された課題についてまとめている。

このように、日本における外国人労働者は、実に多様で解決が困難な課題に直面しており、一朝一夕にそのすべてを解決できる状況にはないが、すでに多くの外国人労働力を受け入れ、今後さらにその受け入れ規模を拡大すると予想される日本経済・社会にとって、外国人労働者と共同して順次解決しなければならない大きな課題であるといえる。この点で、とくに、外国人労働者が就業、生活などさまざまな経済的・社会的不利益を受けている実態、実習生の失踪等が発生する要因を意欲的に明らかにしたことは、本研究の重要な指摘であると考えられる。

しかし、本論文の研究結果は、今回のミャンマーの送り出し機関、ミャンマー人実習生を対象とした調査研究という限定された調査結果から導き出されたものであり、日本における外国人労働者全般の課題と対策の明確化に、どの程度適用できるものなのかについては、今後さらなる検討が必要であろう。

3. 結論

ここまで述べてきたように、学位申請者・ティンティンカイン氏の本論文は、経済学分野において研究者として研究活動を行うに必要な研究能力とその基礎となる学識を示すに足るものと判断できる。なお、本論文の主要部分はすでに『桃山学院大学経済経営論集』に2編掲載され公表されている。

○「日本の外国人労働力受け入れ制度の変遷と課題 ―外国人技能実習制度

の変更を中心に」『桃山学院大学経済経営論集』65 (4), 3-33, 2024-02-16。

○「ミャンマーにおける日本への労働者派遣の実態 ―日本への送り出し機関調査を中心に」『桃山学院大学経済経営論集』66 (2), 61-85, 2024-10-11。

学位規定に定める最終試験に関しては、その定めに基づいて口頭試問を行った（2025年8月1日）。そこで、同氏の研究成果および外国語能力が上記の判断と齟齬がないことを確認し、合格と判定した。

以上の結果から、学位申請者・ティンティンカイン氏は博士（経済学）の学位を授与される資格を有するものと認める。

2025年（令和7）年9月27日

審査委員	主査	大 島 一 二
審査委員	副査	吉 弘 憲 介
審査委員	副査	山 川 俊 和

博士論文の要旨および 博士論文審査結果の要旨

氏 名	吉 弘 憲 介
学 位 の 種 類	博士（経済学）
学 位 記 番 号	経済博乙第 2 号
学位授与の日付	2025 年 9 月 27 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当
博 士 論 文 題 目	論文博士申請論文（著作）『アメリカにおける 産業構造の変化と租税政策』 Tax Policy of Industrial Structure Change in the U.S.
論 文 審 査 委 員	主査 角谷 嘉則 教授 副査 山川 俊和 教授 副査 木村 佳弘 准教授

<博士論文の要旨>

論文博士申請論文（著作）『アメリカにおける産業構造の変化と租税政策』

吉 弘 憲 介

要旨

第 1 章「海外子会社を通じた節税行動と加速度償却制度（ACRS）を巡るアメリカ企業の選択と効果」要約

本章では、アメリカ企業の法人税負担と産業構造変化の関係を、1980 年代以降の税制改革と企業行動を通じて検討する。特に、加速度償却制度（ACRS）と多国籍企業の海外子会社を用いた節税行動に焦点をあてる。

税は本来、公平性・中立性・簡素性を原則とするが、アメリカではこれらに反して租税支出（税制上の特別優遇）を活用する政策が広がった。1981 年、レーガン政権下で導入された ACRS は、企業の減価償却期間を大幅に短縮し、投資インセンティブを与えるものであった。この措置は景気刺激を狙ったものだったが、財政赤字の増大をもたらし、結果的には 1986 年の包括税制改革（Tax Reform Act of 1986）によって一部整理された。しかし、産業間の中立性回復を目指した 1986 年改革以後も、産業構造の変化によって法人税制度は新たな課題に直面する。

1980 年代半ば以降、アメリカ経済は製造業中心から金融・サービス産業中心へと急速にシフトした。また、企業活動の国際展開が進み、法人税負担を圧縮するために海外子会社を利用する手法が拡大した。この結果、国内設備投資を促す租税支出（たとえば加速度償却）よりも、海外子会社利益の留保による節税効果が企業にとって重要となった。

また、本章では、Apple, General Electric (GE), Walmartといった代表的企業の実効税率推移を分析した。AppleとGEは、海外子会社利益の繰延を通じ、法定税率を大きく下回る実効税率を達成していた。Appleでは、2003年時点で海外子会社を用いた節税効果が実効税率を14%以上も引き下げ、GEも同様に平均で14%近い効果を示した。一方、主に国内市場を基盤とするWalmartは、法定税率と実効税率に大きな差がなかった。

企業別に減価償却額と海外子会社留保による節税効果を比較すると、AppleやGEでは2000年代以降、国内設備投資に伴う節税効果よりも、海外子会社留保による節税効果が上回る時期が現れた。特にAppleは、2008～2012年の間、海外節税の影響が設備投資由来の節税額を上回った。

このような海外子会社を使った節税手法には、移転価格操作、企業間債務を利用した利子控除 (Earnings Stripping)、請負製造契約、チェック・ザ・ボックス制度 (ハイブリッド事業体を活用)、外国税額控除の活用などがあり、企業は各国税制の差異を組み合わせることで節税行動を行ってきた。アイルランド・オランダ・バミューダを組み合わせた「ダブルアイリッシュ・ダッチサンドイッチ」構造などが典型例である。

これらの結果、アメリカ連邦政府の法人税収は大きなロスを被っており、推計では年間1000億ドル規模の損失が発生しているとされる。アメリカ国内でもこの租税回避問題は深刻視され、オバマ政権下では規制強化が試みられたものの、根本的な解決には至らなかった。

租税支出統計の変化を見ると、1990年代には加速度償却制度が租税負担縮減の中心だったが、2000年代後半以降は外国子会社留保が最大の租税支出項目となり、企業の節税戦略が国際化していったことが統計上からも読み取れる。

ただし、ACRSなどによる設備投資促進策も依然として無視できない規模で続いており、完全には役割を失っていない。しかし、産業構造の国際化・知識経済化が進むなかで、かつて期待された国内設備投資促進＝雇用拡大という政策連関は徐々に機能しにくくなっている。

第 2 章「1990 年代の法人税に対する租税支出はなぜ企業負担を減じなかったのか？：産業構造と企業規模別からの分析」要約

1990 年代のアメリカでは、産業構造の転換と企業規模別の動向が法人税負担に大きな影響を与えた。本章は、なぜ 90 年代に租税支出が拡大しても企業負担が減らなかったのか、その背景を探る。

まず、1980 年代にはレーガン政権下で大規模な減税と租税特別措置が導入されたが、財政赤字の拡大を受け、1986 年税制改革法（Tax Reform Act of 1986）では、名目税率の引き下げと課税ベースの拡大を通じた中立化が図られた。この改革により、加速度償却制度（ACRS）や投資税額控除（ITC）などの優遇措置は一部整理されたが、法人税制における産業別の中立性は完全には実現されなかった。

1990 年代に入ると、法人税に対する租税支出は再び増加する。特に ACRS の復活的運用や中小企業向け優遇措置の拡大が目立った。しかしこの時期、経済の中心は急速に製造業からサービス・情報産業にシフトしていた。新興サービス産業や ICT 産業は資本集約度が低く、伝統的な設備投資減税措置（たとえば加速度償却）の恩恵を受けにくかった。つまり、税制上のインセンティブが産業構造の実態に適合しなくなっていたのである。

加えて、企業規模別に見ると、中小企業向けの租税支出が大きく拡大した。Section 179 の即時償却限度額引き上げなど、中小企業優遇措置が相次いで導入された。これにより、中小企業に対する税負担軽減は一定程度進んだが、資本装備率や収益構造に優れる大企業には恩恵が限られた。結果として、大企業の実効税率は期待されたほど低下せず、租税支出の拡大が法人税全体の負担減少には結びつかなかった。

さらに、租税支出の対象となる設備投資そのものが、90 年代以降縮小傾向に入っていた。特に製造業の設備投資は低迷し、代わりにソフトウェアや研究開発といった無形資産投資が増加した。無形資産は税務上、即時費用化される場合が多く、減価償却を通じた税制優遇との結びつきが弱かった。この産業投資構造の変化が、減価償却型優遇措置の効果を一層限定的なものに

した。

制度運営面でも問題があった。90年代に導入・拡大された租税支出の多くは、政策目的や対象範囲が曖昧で、明確な成果検証が行われなかった。例えば、中小企業向け即時償却措置は、対象企業の範囲を曖昧に広げた結果、実態として大企業の一部子会社も恩恵を受けることになり、政策の効果が薄まった。また、設備投資促進を目的とした優遇措置であっても、必ずしも新規雇用創出には直結しなかった。

これらの背景には、政治的要因もあった。冷戦終結後の財政余裕や新自由主義的な政策潮流の中で、産業振興的な租税支出の拡大が正当化されやすい環境があった。しかし、こうした政策は産業構造の急速な転換を十分に踏まえたものではなかったため、結果的に効果が限定された。

小括として、本章は次のようにまとめられる。

90年代において租税支出は拡大したが、①産業構造の変化、②企業規模別の恩恵格差、③無形資産投資の増加、④政策設計の不備という複合要因により、法人税全体の負担軽減には結びつかなかった。税制インセンティブは産業現実と整合的でなければ効果を持たず、租税支出の設計・運用には、より精緻なターゲティングと成果評価が必要であることが、90年代の教訓として示された。

第3章「時代遅れの減税措置、加速度償却制度はなぜ生き残ったのか？：残余的・政治的妥協としての制度へ」要約

本章では、本来なら時代遅れとされる加速度減価償却制度（ACRS）やボーナス償却制度がなぜアメリカで生き残り続けたのか、その経済的・政治的背景を分析する。

まず、加速度減価償却制度は、設備投資を促進するための税制措置として位置づけられてきた。しかし、1980年代以降、アメリカの産業構造は脱製造業化と無形資産経済への転換が進み、伝統的な大型設備投資は減少傾向にあった。このため、設備投資優遇税制は経済的合理性を失い、租税政策とし

ても効果が薄れていた。

にもかかわらず、1990 年代以降もボーナス償却制度（特定年度の設備投資に対して追加的な減価償却を認める制度）や、Section 179（中小企業向け即時償却枠の拡大）などが繰り返し導入・拡充された。その背景には、景気後退局面において短期的な景気刺激策として「目に見える効果」を持つ政策が求められたことがある。

特に、2001 年の IT バブル崩壊後と 2008 年のリーマンショック後には、ボーナス償却制度が景気対策パッケージの一部として再導入・拡大された。投資減税は「即効性」があるとされ、政府・議会にとっても支持を集めやすい施策だったのである。

さらに政治過程に注目すると、加速度償却制度は超党派の支持を得やすい特徴があった。共和党は伝統的に企業投資促進を支持し、民主党も中小企業支援策として償却制度拡大を受け入れる傾向があった。このため、景気刺激の必要性が高まるたびに、比較的容易に償却制度の拡張が合意される政治力学が働いた。

経済効果については、ボーナス償却制度が設備投資に与えた影響は一部で確認されている。特に大企業よりも中小企業に対して、資本装備の促進効果が見られた。しかしその一方で、必ずしも新規雇用創出には直結せず、効果は限定的であった。また、景気後退局面以外でも制度が恒常化してしまい、「一時的措置」のはずが慢性的な租税支出化する傾向があった。

これらの制度は経済的合理性を超えて、残余的・政治的妥協として存続してきたのである。

小括として本章は、税制の運用が必ずしも経済的合理性に基づくのではなく、政治的必要や制度的慣性に強く影響されることを指摘する。特に、景気刺激政策の常套手段としての減価償却優遇措置は、短期政治の論理によって繰り返し復活・拡張され、結果的にアメリカの税制構造に深く定着してしまったと総括する。

第4章「アメリカ法人税における「二重課税問題」への対応方法：金融資産優遇への傾斜による解決」要約

本章では、アメリカ法人税における「二重課税問題」と、それに対する政策対応としての配当所得減税を中心に検討する。特に2003年のJAGTRRA (Jobs and Growth Tax Relief Reconciliation Act) による配当減税が、いかなる政治的・経済的背景から実施され、どのような影響を及ぼしたかが分析される。

まず、二重課税問題とは、企業利益に対して法人税が課され、その後株主への配当時にも個人所得税が課されるという、同一所得に対する二重の課税を指す。この問題は、企業の内部留保志向を強め、配当抑制を招くため、資本市場の効率性を損なうと指摘されてきた。

2003年、ブッシュ政権下で成立したJAGTRRAにより、配当所得に対する個人税率は大幅に引き下げられた（最高税率15%）。この減税は、株式市場の活性化と企業の資本コスト低下を狙ったものであり、法人利益の外部還流を促す施策として位置づけられた。実際、減税実施後、企業の配当支払いは大きく増加した。特に長らく配当を抑制していた企業群が、新たに配当政策を採用する動きが顕著だった。

経済効果の面では、配当増加は観察されたものの、投資や成長への直接的影響は限定的だった。主な効果は、企業の剰余資金を株主へ還元するというキャッシュフロー構造の変化にとどまった。また、配当所得減税の恩恵は所得上位層に偏る傾向が強く、累進課税の理念から見ると逆進的な性格を持っていた。

政治過程においては、減税を巡る攻防が激しかった。共和党は「貯蓄と投資の促進」「資本市場の活性化」を掲げて減税を推進し、民主党は「富裕層優遇」として反対した。しかし、当時の議会構成では共和党が一定の優位にあり、かつ景気回復が喫緊の課題とされていたため、減税パッケージは比較的迅速に成立した。

配当所得減税を巡る議論には、政治の二極化問題も影を落とした。1990

年代後半から 2000 年代にかけて、アメリカ政治は党派対立が激化し、税制政策もイデオロギー対立の焦点となった。配当減税も、経済政策の実効性以上に、「小さな政府」対「所得再分配」というイデオロギーの戦場と化していた側面がある。

さらに、リベラル側は再分配政策の再建を試みたが、配当減税を含む一連の減税政策が中間層の減税メリットも含んでいたため、効果的な対抗軸を築けなかった。これにより、アメリカにおける税制の累進性は一時的に低下し、資本所得の優遇傾向が強まった。

小括として、本章は次のようにまとめられる。

配当所得減税は、法人利益の二重課税問題への対応として導入されたが、実際には資本市場活性化よりも、資本所得者への恩恵が大きかった。政策は経済合理性と同時に、党派的政治対立の産物でもあり、税制の累進性を損なう副作用を伴った。

アメリカの租税政策は、単なる財政手段にとどまらず、社会構造・格差問題と密接に結びつく政治問題として展開している。

第 5 章「2000 年代における包括的税制改革の潮流：法人税改革のアジェンダ変化の実態」要約

本章では、2000 年代にアメリカで進展した包括的税制改革論議を取り上げ、とくに法人税改革アジェンダの変化に焦点を当てる。オバマ政権期を中心に、財政赤字問題と経済構造変化への対応として、税制改革がいかに模索されたかを検討する。

まず背景として、2000 年代にアメリカの財政状況は急速に悪化した。ブッシュ政権下の大型減税とイラク戦争支出、さらに 2008 年のリーマンショックによる景気後退が、巨額の財政赤字と累積債務の拡大を招いた。オバマ政権は就任直後から、景気刺激策（ARRA）と同時に、財政再建を視野に入れた税制改革議論を推進することを迫られた。

2010 年前後には、財政責任・改革国民会議（Simpson-Bowles委員会）や、

両党政策センター（Bipartisan Policy Center）による債務削減タスクフォースなど、複数の超党派イニシアティブが登場した。これらは共通して、

- 1) 税率引き下げと課税ベース拡大（Base Broadening and Rate Reduction）
- 2) 租税特別措置（Tax Expenditures）の削減
- 3) 財政中立（Revenue Neutrality）

を柱に据えた「包括的税制改革」を提案した。

特に、Simpson-Bowles委員会の最終報告は、法人税率を大幅に引き下げる一方、租税特別措置を廃止し、課税ベースを拡大する案を提示した。この方向性は、1986年税制改革（Tax Reform Act of 1986）の再現を目指すものであり、広い課税ベースと低税率（BBLT）の理念が再び浮上した形であった。

オバマ政権自身も、財政赤字削減と経済競争力強化を両立させるため、法人税改革を重要課題に位置づけた。特に、世界最高水準に達していたアメリカ法人税の法定税率（約35%）を問題視し、国際競争力維持の観点から引き下げの必要性が強調された。

しかし、実際の改革は容易ではなかった。議会の党派対立が激化していたため、共和党は法人税率のさらなる引き下げを主張する一方、民主党は財政収支改善を優先しようとした。結果として、抜本的な税制改革は実現せず、個別的な租税特別措置の見直しや延長を繰り返す「パッチワーク」的対応が続いた。

また、法人税改革アジェンダ自体も変質していった。当初は包括的改革（全面的ベース拡大と税率引き下げ）を目指していたが、次第に、多国籍企業の海外利益への課税問題（国際課税問題）、中小企業支援を口実とした特定減税、富裕層課税強化を求める声など、個別テーマごとの部分的議論に分裂していった。

結果として、包括的な法人税改革は2010年代初頭には頓挫し、「国際課税改革」や「産業別優遇措置見直し」へと焦点が絞られることになった。この過程は、2017年のトランプ税制改革（TCJA）につながる大きな流れを形作った。

小括として本章は、次のようにまとめられる。2000 年代には、財政危機と経済構造変化を背景に、包括的税制改革が模索された。その中心テーマは「低税率・広い課税ベース」と「租税特別措置の削減」だった。しかし、党派対立の激化と多様な利害対立により、改革は挫折し、アジェンダは断片化した。この挫折と変質が、後の 2017 年トランプ税制改革へとつながる布石となった。

第 6 章「国際化する企業行動と税制改革の実態：2017 年トランプ税制改革における法人税改革」要約

本章では、2017 年に成立したトランプ政権下の大型税制改革（Tax Cuts and Jobs Act, TCJA）を取り上げ、特に法人税改革と国際課税制度の変革に焦点を当てる。企業行動の国際化が進む中で、いかに税制が変容したかを実証的に検討する。

まず、2017 年以前のアメリカ法人税制度は、

- 1) 世界所得課税（全世界課税方式）
- 2) 高水準の法定税率（約 35%）
- 3) 外国子会社利益に対する課税繰延べ

という特徴を持っていた。これにより、アメリカ企業は海外子会社利益を国内に還流せず、タックスヘイブンを活用して租税負担を回避する行動が一般化していた。

こうした中、TCJAでは大きく 4 つの改革が実施された。

第一に、法人税率を 35% から 21% に大幅引き下げた。これにより、アメリカは主要先進国中でも競争的な法人税率を確保した。

第二に、国際課税方式を「全世界課税」から「領域課税（テリトリアル課税）」に転換し、海外子会社からの配当を原則非課税とした。

第三に、過去の海外留保利益に対しては一回限りの低税率課税（8%～15.5%）を行い、実質的に繰延べを精算した。

第四に、知的財産関連所得（GILTI, FDII）に対する新たな税制措置を設

け、無形資産利益への租税回避を抑制しようとした。

これらの改革の背景には、2010年代初頭から積み重ねられた国際課税改革論議がある。2013年にはバウカス上院財政委員長が、2014年には下院のキャンプ議員が、それぞれ国際課税方式改革案（Baucusプラン、Campプラン）を提示していた。これらはいずれも「海外利益への一回課税+今後は領域課税」という枠組みを提案しており、TCJAはこの流れを踏襲したものであった。

加えて、OECDのBEPS（Base Erosion and Profit Shifting）プロジェクトに象徴される国際課税ルール見直しの潮流も影響を与えた。多国籍企業による租税回避問題が国際的な関心事項となり、アメリカもこの圧力に応える必要が生じた。

ただし、TCJAの国際課税改革は単なる協調ではなく、アメリカの競争力回復を最優先した色彩が強かった。特に、GILTI（Global Intangible Low-Taxed Income）制度によって低税率国の無形資産利益にも最低限の課税を課す一方、FDII（Foreign-Derived Intangible Income）制度ではアメリカ国内に知財を置く企業に対し税優遇を与えるなど、国内投資誘導を狙った設計となっていた。

小括として本章は、次のようにまとめられる。

2017年TCJAは、法人税率引き下げと国際課税方式転換を通じて、アメリカ企業の租税競争力を回復させようとした。その一方で、財政的持続可能性や公平性には新たな課題を残した。税制改革は、単なる国内政策ではなく、企業活動のグローバル化に対応する国際政治経済戦略の一環となっている。

終章「実物投資に対する税制上のインセンティブ設計の背景に関する政治経済学的考察—バイデン政権のインフレ削減法を材料に—」要約

終章では、バイデン政権下で成立したインフレ削減法（Inflation Reduction Act, IRA）を手がかりに、現代アメリカにおける税制上の実物投資インセンティブの設計と、その政治経済的背景を考察する。

まず、バイデン政権が直面した課題は、脱炭素化・環境対応と、国内産業再興という二重の要請だった。コロナ禍後の景気回復局面において、単なる景気刺激ではなく、グリーン経済への転換を伴う持続可能な成長路線が求められた。

この文脈で成立したIRAは、巨額の環境投資を中核とするパッケージである。主な柱は次の2点だ。

第一に、政府歳入増加策として、法人最低税率（15%）の導入、大企業向けのストックバイバック税（1%）導入、国税庁（IRS）の執行強化などが実施された。

第二に、歳出面では、再生可能エネルギー、電気自動車（EV）、グリーンインフラ整備などに対する大規模な税額控除や補助金プログラムが展開された。

特に、再生可能エネルギー関連設備への投資税額控除（ITC）や生産税額控除（PTC）の長期延長と拡充は、民間資本を環境分野に誘導する強力なインセンティブとして設計された。従来の景気刺激策と異なり、「一時的な設備投資促進」ではなく、「構造転換を伴う長期投資誘導」を狙ったものである。

IRAの特徴は、単なる環境政策にとどまらず、「実物投資の回帰」を促そうとする点にある。バイデン政権は、製造業の国内回帰（リショアリング）を重視し、半導体産業支援（CHIPS法）などと連動して、サプライチェーンの国産化を推進した。IRAもこの流れを補完するものであり、たとえばクリーンエネルギー設備において「国内製部品使用」を要件とするインセンティブ設計がなされている。

また、知識産業中心に偏重しがちだったアメリカ経済において、再び「実物資本形成」の意義を見直す動きとも読める。無形資産（ソフトウェア、特許など）中心だった投資構造を、再び物理的インフラや製造基盤へとシフトさせる試みといえる。

ただし、こうした政策は政治的妥協の産物でもある。IRA成立にあたって

は、財政赤字削減を重視する中道派民主党議員（マンチン議員など）との交渉が不可欠だった。このため、法人税率一般引き上げには踏み込まず、代わりに「法人最低税」など間接的な形で大企業課税強化を進めるにとどまった。

米中における産業や生産に関する新たなパワーバランスの必要性が議論される中で、バイデン政権において行われた租税政策は、その新たな発露とも読み取れるものであった。

その結果、租税支出を通じた産業振興政策には、国際政治経済の環境変化の中で、新たに脱炭素、国内製造業回帰という役割を与えられるに至った。この点は、のちのトランプ政権における産業政策とも連続性を持つものともいえる。両党対立が激しいアメリカにおいて、このような国際環境は租税政策に新たなアリーナを提供しつつあるのではないだろうか。その点で、内国経済政策として理解される租税政策もまた、資本主義構造、世界経済構造と分けて分析することはできないということを改めて認識すべきだといえる。

＜博士論文審査結果の要旨＞

申請者：吉 弘 憲 介

論文題目：『アメリカにおける産業構造の変化と租税政策』

学位申請の種類：乙（論文博士，経済学）

1. 論文内容の概要

本論文は、アメリカの連邦税制における法人税の税制改革について制度派財政学の視点から分析した研究である。アメリカの連邦税制は、個人所得課税、社会保障税および医療保障税、法人所得課税などが主要な歳入項目となっている。法人税制度は、1980年代に包括税制改革のなかで租税支出（税制上の特別優遇）を導入し、減価償却期間を大幅に短縮するなど国内設備投資を促してきた。1990年代以降、知識産業の拡大やグローバル化が進展し、連邦税制における法人税制度の役割が大きく変化してきたのではないかと著者は問う。

そこで、1980年代以降のアメリカにおける産業構造の変化と、それに対応する租税政策の変遷を対象とし、アメリカ企業の法人税負担と産業構造変化の関係を1980年代以降の税制改革と企業行動を通じて研究を進めている。特に、加速度減価償却制度（以下：「ACRS」とする）と多国籍企業の海外子会社を用いた節税行動に焦点をあてて分析している。

第1章は、本論文の目的と方法、各章の構成が述べられている。

第2章は、1990年代のアメリカでは、産業構造の転換と企業規模別の動向が法人税負担に大きな影響を与えたが、なぜ90年代に租税支出が拡大しても企業負担が減らなかったのか、その背景を探っている。その結果、90年代において租税支出は拡大したが、①産業構造の変化、②企業規模別の恩恵格差、③無形資産投資の増加、④政策設計の不備という複合要因により、法人税全体の負担軽減には結びつかなかったことを明らかにしている。また、税制インセンティブは産業現実と整合的でなければ効果を持たず、租税

支出の設計・運用には、より精緻なターゲティングと成果評価が必要であることが、90年代の教訓として示されたことを指摘した。

第3章は、本来なら時代遅れとされるACRSやボーナス償却制度がなぜアメリカで生き残り続けたのか、その経済的・政治的背景を分析している。その結果、税制の運用が必ずしも経済的合理性に基づくのではなく、政治的必要や制度的慣性に強く影響されることを明らかにした。また、景気刺激政策の常套手段としての減価償却優遇措置は、短期政治の論理によって繰り返し復活・拡張され、結果的にアメリカの税制構造に深く定着してしまったと総括している。

第4章では、アメリカ法人税における「二重課税問題」と、それに対する政策対応としての配当所得減税を中心に検討する。特に2003年のJAGTRRA (Jobs and Growth Tax Relief Reconciliation Act) による配当減税が、いかなる政治的・経済的背景から実施され、どのような影響を及ぼしたかが分析している。その結果、配当所得減税は、法人利益の二重課税問題への対応として導入されたが、実際には資本市場活性化よりも、資本所得者への恩恵が大きかったことを明らかにした。また、政策は経済合理性と同時に、党派的政治対立の産物でもあり、税制の累進性を損なう副作用を伴っていた。このように、アメリカの租税政策は、単なる財政手段にとどまらず、社会構造・格差問題と密接に結びつく政治問題として展開している。

第5章では、2000年代にアメリカで進展した包括的税制改革論議を取り上げ、とくに法人税改革アジェンダの変化に焦点を当て、オバマ政権期を中心に、財政赤字問題と経済構造変化への対応として、税制改革がいかに模索されたかを検討している。2000年代には、財政危機と経済構造変化を背景に、包括的税制改革が模索された。その中心テーマは「低税率・広い課税ベース」と「租税特別措置の削減」だった。しかし、党派対立の激化と多様な利害対立により、改革は挫折し、アジェンダは断片化した。この挫折と変質が、後の2017年トランプ税制改革へとつながる布石となったことを明らかにした。

第6章では、2017年に成立したトランプ政権下の大型税制改革（Tax Cuts and Jobs Act, TCJA）を取り上げ、特に法人税改革と国際課税制度の変革に焦点を当て、企業行動の国際化が進む中で、いかに税制が変容したかを実証的に検討している。その結果、2017年TCJAは、法人税率引き下げと国際課税方式転換を通じて、アメリカ企業の租税競争力を回復させようとしたことを明らかにした。なお、財政的持続可能性や公平性には新たな課題を残したといえる。税制改革は、単なる国内政策ではなく、企業活動のグローバル化に対応する国際政治経済戦略の一環となっている。

終章では、バイデン政権下で成立したインフレ削減法（Inflation Reduction Act, IRA）を手がかりに、現代アメリカにおける税制上の実物投資インセンティブの設計と、その政治経済的背景を考察している。その結果、租税支出を通じた産業振興政策には、国際政治経済の環境変化の中で、新たに脱炭素、国内製造業回帰という役割を与えられるに至ったことを明らかにしている。この点は、のちのトランプ政権における産業政策とも連続性を持つものともいえる。両党対立が激しいアメリカにおいて、このような国際環境は租税政策に新たなアリーナを提供しつつあることも指摘している。そして、内国経済政策として理解される租税政策もまた、資本主義構造、世界経済構造と分けて分析することはできないといえる。

本論文の構成は以下の通りである。

- 第1章 海外子会社を通じた節税行動と加速度償却制度（ACRS）を巡るアメリカ企業の選択と効果
- 第2章 1990年代の法人税に対する租税支出はなぜ企業負担を減じなかったのか？：産業構造と企業規模別からの分析
- 第3章 時代遅れの減税措置、加速度償却制度はなぜ生き残ったのか？：残余的・政治的妥協としての制度へ
- 第4章 アメリカ法人税における「二重課税問題」への対応方法：金融資産優遇への傾斜による解決

- 第5章 2000年代における包括的税制改革の潮流：法人税改革のジェンダ変化の実態
- 第6章 国際化する企業行動と税制改革の実態：2017年トランプ税制改革における法人税改革
- 終章 実物投資に対する税制上のインセンティブ設計の背景に関する政治経済学的考察—バイデン政権のインフレ削減法を材料に—
- 引用文献
- おわりに

2. 概評

2.1. 本論文の成果

本論文は、アメリカの租税政策、とりわけ法人税と資本蓄積との関係を、産業構造というアメリカ資本主義の文脈の中で検討している。既往のアメリカ財政および財政学の研究に対して、次のような視点から新たな分析を加えている。

第一に、租税論における規範的原則の一つである「中立性」の概念を、歴史理論的な視座から再検討し、発展的かつ批判的に考察した点である。

第二に、知識産業への移行という財政史の大きな変化を、歳出面ではなく税制という視点から捉え、制度的変化をめぐる政策論の展開を明らかにした点である。

中立性の静学的理解への歴史理論的再検討

日本におけるアメリカ税制研究としては、宮島洋（1986）があり、1980年代の税制改革において登場した「公平・中立・簡素」という租税原則と、所得から支出への課税ベース移行との関係を論じている。関口智（2015）は、アメリカが他国と異なり連邦レベルで付加価値税を導入しなかったことに着目し、その制度的特徴と背景を実証的に分析している。さらに、Eliot Brownlee（2016）は、1980年代以降の税制改革を、新自由主義的な福祉国

家の構造変化の一環として捉えている。これらの研究に共通して見られるのは、1980年代にアメリカの税制改革の方針として採用された「公平・中立・簡素」や「広い課税ベースに低い税率」といった租税原則が、その後の改革を導くアジェンダとして機能してきたという視点である。

本論文はこうした租税原則、特に「中立性」に関する議論が、経済構造とどのように関係し、また実際に政策として機能したのかを再検討している。また、アメリカにおける製造業の衰退や資本の国際化といった実体経済の変化が、租税原則の有効性や政策結果にどのような影響を及ぼしたのかを問い直している。

中立性は、本来ミクロ経済学に基づく最適課税論において、経済への影響を最小限に抑えるべきという前提で設計されてきた。しかし本論文は、租税が実体経済から独立して機能し得るという静学的な理解を批判し、むしろ中立性を保とうとする政策であっても、現実の経済構造、とりわけグローバル化・金融化の進行のもとでは、逆に非効率や社会問題を招く可能性があることを指摘している。たとえば、第2章から第4章にかけては、法人税における加速度償却などの措置が中立性を損ないながらも製造業へのインセンティブとして残されていたが、それにもかかわらず製造業のGDP比や雇用比は継続的に縮小したことを示す。また、第4章では配当課税の軽減策が、実物投資の活性化ではなく、金融市場への資金流入や自社株買いといった行動を誘発したことを分析している。

さらに、21世紀に入ってからアメリカでは、企業のグローバル化に対応して、従来の全世界課税方式から域内課税方式への転換（トランプ政権下の改革）が実施された。この改革は、租税の中立性よりも、国外へ流出し帰しない課税ベースへの対処という、新たな政策アジェンダに基づくものである。

本論文は、こうした実体経済の構造変化に応じて租税原則がどのように修正され、政策においてどのように継続性を持って現れたのかを、第5章・第6章において詳述している。以上のように、本論文は「中立性」という租税

原則を、静的な理論原則ではなく、歴史的・動態的に捉え直す点において、アメリカ租税政策研究に新たな視座を提供しているといえる。

知識産業化が財政制度に及ぼす影響　：税制面からのアプローチ

本論文は、産業構造の転換、とりわけ知識社会への移行が財政制度に与える影響を、歳入＝税制の側面から分析している。これまで日本の制度派財政学では、神野直彦（2002・2007）や諸富徹（2020）らが、知識社会化に伴う財政需要の変化、物的インフラからケア・教育などサービスへの重点移行を歳出面中心に論じてきた。しかし、歳入構造がいかに変容し、その制度的含意が何であったかは、必ずしも十分に解明されてこなかった。

現行の所得税中心型の歳入構造は、大量生産・大量消費が定着した第2次世界大戦期に形成され、1990年代以降はグローバル化の下で消費課税への傾斜が強まった。経済・産業構造の変化は、歳入制度にも同程度の影響を及ぼすと想定される。本論文は、法人税を手がかりに、アメリカ資本主義の質的転換が租税政策に与えたマクロ的影響を、税制優遇（租税支出）の内容変化という観点から検証している。

焦点となるのは、長らく連邦法人税最大の優遇措置であったACRSである。同制度は、本来19世紀の鉄道事業の発達を契機に「歴史的に発見された」会計概念であり、戦時中には耐用年数の短縮を通じて重厚長大型産業への大型減税へと変貌した（第1章）。1980年代には雇用維持と国内製造業保護を掲げる文脈で制度が維持されたが、1990年代の経済成長期には知識産業への傾斜が強まる中で「時代遅れ」となる（第2章）。

知識集約型の投資は、ソフトウェアや短期償却資産へと移行したため、長期設備投資に恩恵を与える既存の償却優遇は、政策効果を十分に発揮できなかった。政治プロセスの粘着性により制度は温存されたものの、景気後退期の景気対策として用いられても投資構造の大幅転換には結び付かなかった（第3章）。

もっとも近年、プラットフォーム資本の台頭とともに、GX（グリーント

ランスフォーメーション)やDX(デジタルトランスフォーメーション)を支える物理的インフラへの巨額投資需要が再び高まりつつある。結果として、かつて陳腐化した償却優遇が「新たな資本主義」の装いのもと再利用される動きが観察される(終章)。

このように、本論文は知識産業化が歳出だけでなく歳入制度にも直接的な再編圧力を及ぼし、租税措置が陳腐化・再構築を繰り返すというダイナミズムを歴史的・実証的に示している。

2.2. 研究成果に関わる課題

本研究の課題として、租税論上の租税原則に関する規範的な議論に関する研究対象当該国における研究状況、国際的な課税調整など国際課税制度に関する精緻な調査検討、著者が対象とする製造業内の租税負担に関する精緻な分析、州政府や地方自治体における税制や租税支出の影響などの重要な論点、本論文の分析対象から外れていることを指摘せざるを得ない。また、議会資料の収集と解釈についてもさらなる発展の余地があるとの議論もあった。ただし、これらの課題は、著者本人も理解しており、今後の研究で十分に補うことができると判断した。

3. 結論

ここまで述べてきたように、学位申請者・吉弘憲介氏の本論文は、経済学分野において研究者として研究活動を行うに必要な研究能力とその基礎となる学識を示すに足るものと判断できる。また、本論文のなかの参考文献や引用において、多数の外国語文献を用いていることも確認している。学位規定に定める最終試験に関しては、その定めに基づいて口頭試問を行った(2025年7月18日)。そこで、同氏の研究成果および外国語能力が上記の判断と齟齬がないことを確認し、合格と判定した。

以上の結果から、学位申請者・吉弘憲介氏は博士(経済学)の学位を授与される資格を有するものと認める。

2025（令和7）年9月27日

主査 角 谷 嘉 則

副査 山 川 俊 和

副査 木 村 佳 弘

桃山学院大学経済経営学会会則

第一条（名称）

本会は桃山学院大学経済経営学会（Association of Economics and Business Administration, St. Andrew's University, Japan）と称する。

第二条（目的）

本会は、桃山学院大学における経済・経営の研究を促進し、あわせて相互の親睦をはかることを目的とする。

第三条（事務所）

本会の事務所は桃山学院大学内におく。

第四条（事業）

本会は第二条の目的を達成するために次の事業を行う。

- 1 研究会の開催
- 2 機関誌その他の編集・刊行
- 3 講演会その他集会の開催
- 4 その他本会の目的を達成するために必要な事業

第五条（会員）

本会の会員は次のとおりとする。

- 1 正会員は、本学の教授、准教授、講師、助教または特任教員で社会諸科学を専攻する者もしくはこれに関心をもつ者、または本学院の職員にして、役員会の承認を得た者とする。
- 2 名誉会員は、正会員であった後に定年退職した者およびこれに準ずる者で、役員会の承認を得た者とする。
- 3 準会員は、本学の大学院特別研究員にして、役員会の承認を得た者とする。
- 4 院生会員は、本学の大学院博士後期課程の院生にして、指導教員の推薦を経て、役員会の承認を得た者とする。
- 5 賛助会員は、正会員2名以上の紹介により入会を申し込み、役員会の

承認を受けた者とする。

会員は、本会の総会並びに第四条に規定する研究会その他の集会に出席し、機関誌等を受け取ることができる。

第六条（会費）

会員は別に定める会費を負担しなければならない。ただし、名誉会員、院生会員および準会員からは会費を徴収しない。

第七条（役員）

本会に次の役員をおく。

- 1 会長 1名
- 2 理事 4名
- 3 監事 1名

役員は、すべて総会において正会員の互選によりこれを選出し、その任期は1年とする。但し再選をさまたげない。

第八条（総会）

本会は毎年1回5月に総会を開催する。但し必要に応じて、臨時総会を開催することができる。総会での議決権は正会員のみにあるものとする。

第九条（会計及び監査）

本会の会計年度は4月1日に始まり翌3月31日に終わる。監事は、毎年本会の会計を監査する。

第十条（会則の改訂）

本会会則の改訂は正会員全員の過半数による。

付則

本会則は、1959年2月28日より施行する。

本会則は、1968年6月7日一部改訂施行する。

本会則は、1973年1月26日一部改訂施行する。

本会則は、1983年5月6日一部改訂施行する。

本会則は、1990年5月11日一部改訂施行する。

本会則は、1999年12月10日一部改訂施行する。

本会則は、2003年5月21日一部改訂施行する。

本会則は、2006年6月7日一部改訂施行する。

本会則は、2007年6月27日一部改訂施行する。

本会則は、2008年5月28日一部改訂施行する。

本会則は、2014年7月23日一部改訂施行する。

桃山学院大学『経済経営論集』投稿規程

1. 本誌は、定期刊行物であり、原則として1年に4回発行する。
2. 本誌の編集は、桃山学院大学経済経営学会によって選ばれた役員（編集委員）2名によっておこなわれる。
3. 投稿原稿については、「論文」、「研究ノート」、「書誌」、「資料」、「書評」のうちから、投稿者の希望する類別を指定するものとする。ただし、編集の都合で類別が変更されることもある。
4. 本誌に投稿できる者は、本会の正会員、名誉会員、準会員および院生会員とする。ただし、準会員および院生会員のみによる投稿については、正会員の推薦、および編集委員が役員会にはかって選ばれた正会員2人の審査員による学術的評価を得た上でこれを受理することができる。会員以外の外部の研究者等の投稿については、役員会の議を経てこれを受理することができる。
5. 投稿原稿の使用言語は、投稿時において、その原稿内容に最もふさわしいと思われる言語とする。なお、正会員以外の「準会員および院生会員」、「外部の研究者等」の投稿については、使用言語の適切性等についても、4.の「審査員による学術的評価」および「役員会の議」の対象に含める。
6. 本学の大学院博士前期課程を修了した者で、その修士論文が指導教員から学術上特に優れた論文であると認定された者は、本誌への投稿を編集委員に申し出ることができる。この場合編集委員は、役員会にはかって学会の正会員の中から2人の審査員を選び、その学術的評価を得た上で、投稿を認めることができる。
7. 掲載に関しては、あくまで本学会員を優先する。
8. 原稿の提出に際しては、所定の執筆要領に従うものとする。
9. 論文の場合は、400語以内の英文抄録をつける。

10. 論文以外の場合には英文抄録をつけるかどうかは、投稿者の意向に委ねる。
11. 英文抄録については、本人が希望すれば編集委員に申し出て英文のチェックを受けることができる。
12. 英文をチェックしていただいた方に経済経営学会予算より一定の報酬を支払う（5000 円）。
13. 準会員および院生会員等の投稿時の審査員には、一定の報酬を支払うことができる。報酬の額は、役員会で決定する。
14. 論文・研究ノートについては5項目以内のキーワード（日本語）をつける。
15. 本誌に掲載された論文等の著作権のうち「複製権」と「公衆送信権」の行使は、桃山学院大学総合研究所に委託する。
16. 本誌に掲載された論文等については、桃山学院大学学術機関リポジトリに公開することを原則とする。
17. 特別号発行の際、外部の研究者等に寄稿依頼を行ったときには、謝礼を支払うことができる。謝礼の額は、役員会で決定する。
18. 本規程の改廃は、役員会の議を経て、総会の過半数でこれを行う。

付則

本規程は、1991 年 4 月 1 日より施行する。

本規程は、1999 年12月10日一部改訂施行する。

本規程は、2003 年 5 月21日一部改訂施行する。

本規程は、2003 年12月 3 日一部改訂施行する。

本規程は、2006 年 6 月 7 日一部改訂施行する。

本規程は、2008 年 5 月28日一部改訂施行する。

本規程は、2010 年 5 月27日一部改訂施行する。

本規程は、2011 年10月12日一部改訂施行する。

本規程は、2014 年 7 月23日一部改訂施行する。

本規程は、2016 年 5 月11日一部改訂施行する。

経済経営学会役員（2025年度）

会 長	：室 屋 有 宏
理事(編集)	：大 島 一 二
理事(編集)	：齋 藤 巡 友
理事(研究会)	：見 浪 知 信
理事(会計)	：岳 理 恵
監 事	：金 江 亮

2026 年 1 月13日発行

桃山学院大学経済経営論集

第 67 卷 第 3 号

編 集 桃山学院大学経済経営学会

発 行 桃山学院大学総合研究所

594-1198 大阪府和泉市まなび野1番1号

TEL. 0725-92-7129

印刷所 東洋紙業高速印刷株式会社

556-0029 大阪市浪速区芦原 2-5-56

TEL. 06-6567-0511 (代表)

ST. ANDREW'S UNIVERSITY

ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW

VOL. 67 NO. 3 January 2026

Articles

- Impact of the Spread of the New Coronavirus on Inbound
Customers and Response
—— A Case Study of a Survey of Inbound Customers at S Mall,
Osaka, Japan ——
.....KONG Lingjun (1)
OSHIMA Kazutsugu
- Current Status and Issues of Inbound Medical Service System in Japan
.....MA Hongqing (35)
OSHIMA Kazutsugu
- The Impact of the Decline in Towel Orders
from Japan on Chinese Towel-Related Firms
—— A Survey of Company A in Shandong Province ——
.....WANG Zhe (61)
OSHIMA Kazutsugu
- Employment Structure and Issues Facing Foreign Workers in Japan
—— Focusing on Changes in Chinese Workers' Employment ——
.....FU Yuan (81)
OSHIMA Kazutsugu
- Paradoxes Which University Students Face on Their Job-Hunting :
from the Viewpoint of Their Approaching Attitude
.....TSUJI Youichirou (105)
- Summary of the Doctoral Thesis by THINN THINN KHAINE
with the Examiner's Comments ...THINN THINN KHAINE (137)
- Summary of the Doctoral Thesis by YOSHIHIRO Kensuke
with the Examiner's CommentsYOSHIHIRO Kensuke (155)

Published by the Research Institute,
St. Andrew's University
1-1 Manabino, Izumi, Osaka 594-1198, Japan
