

**Japan Academic Society of Hospitality Management**

**命輝く未来社会とホスピタリティ**



# **日本ホスピタリティ・マネジメント学会 第 33 回全国大会予稿集**



**開催期日：2025 年 9 月 20 日(土)**

**開催場所：大阪経済法科大学八尾キャンパス**

## 第 33 回全国大会開催ご挨拶

実行委員会一同

謹啓 会員の皆様におかれましては益々ご健勝のこととお慶び申し上げます。

2025 年度の第 33 回全国大会を、9 月 20 日（土）に大阪経済法科大学（八尾駅前キャンパス）にて、対面形式で開催させていただくこととなりました。大阪関西万国博覧会開催期間中でもあり、統一論題は『いのち輝く未来社会とホスピタリティ』とさせていただき、広く産・官・学の皆様のご参加をお待ちしております。

会員の皆様方、次世代を担われる学生さんにも、積極的なご参加と、統一論題および自由論題における多数のご発表をお待ち申し上げます。

敬具

学会公式 HP ; <https://hm-ac.jp/2025/06/zenkoku33-01/>

### ■第 33 回 全国大会実行委員会組織

実行委員長 深瀬 澄（大阪経済法科大学）

副実行委員長 酒井 立夫（大阪経済法科大学）

実行委員（五十音順）

伊藤 敦（京都府立大学）

北村伊都子（梅花女子大学）

崎本 武志（江戸川大学）

木内 伸樹（明海大学）

藤井 享（豊橋技術科学大学）

学生スタッフ（五十音順）

呉 佳駿（大阪経済法科大学大学院経済学研究科修士課程 1 年）暫定

李 朝鵬（大阪経済法科大学大学院経済学研究科修士課程 1 年）確定

山本翔太郎（大阪経済法科大学経営学部 3 年）確定

開催校ボランティア

中村 和夫 研究科長（学生セッション座長）

城戸 亮 研究科教授（スケジュール管理、学生セッション座長）

五島 光 助教（準備作業協力、資料作成、受）付

## 統一テーマ： 「いのち輝く未来社会とホスピタリティ」



### <解題>

1. 多様な文化背景を持つ人々が共に過ごす場でのホスピタリティの在り方を探る。
2. 人と人、人と自然をつなぐホスピタリティの形を探求する。
3. 環境に優しいサービスや施設運営を通じて、持続可能な未来社会を目指す。
4. 教育や文化活動を通じて、いのちの価値を高めるホスピタリティの提供方法を考える。
5. 最新の技術を活用し、未来のホスピタリティを実現する方法を探求する。
6. デジタル技術を活用し、個々のニーズに応じたパーソナライズドなサービス提供の方法を考える。
7. 地元の文化や特産品を取り入れたホスピタリティを通じ、地域社会と共に成長する方法を模索する
8. 倫理的な観点から、フェアトレードや労働環境の改善を重視したホスピタリティの在り方を探る。
9. 心身の健康を促進し、ウェルビーイングをサポートするホスピタリティの提供方法を考える。
10. 緊急時や災害時における迅速かつ効果的なホスピタリティの提供方法を考える。

## 第 33 回全国大会 プログラム

| 研究報告 1（午前の部）    |                                   |        |        |        |       |       |
|-----------------|-----------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 午前の部            | 701教室                             | 703教室  | 705教室  | 706教室  | 707教室 | 702教室 |
| 09:30～09:55     | 第 1 報告                            | 第 1 報告 | 第 1 報告 | 第 1 報告 | 休憩所   | 事務局   |
| 09:55～10:20     | 第 2 報告                            | 第 2 報告 | 第 2 報告 | 第 2 報告 |       |       |
| 10:20～10:45     | 第 3 報告                            | 第 3 報告 | 第 3 報告 | 第 3 報告 |       |       |
| 10:45～11:10     | 第 4 報告                            | 第 4 報告 | 第 4 報告 | 第 4 報告 |       |       |
| 年次総会・学会賞表彰式     |                                   |        |        |        |       |       |
| 11:20～12:20     | 年次総会／学会賞授与式                       |        |        |        |       |       |
| 12:20～13:20     | 昼食 個別で（スーパー、コンビニ、ベーカリー、回転ずし、軽食あり） |        |        |        |       |       |
| ホスピタリティ・コンベンション |                                   |        |        |        |       |       |
| 13:20～13:30     | 開催校挨拶                             |        |        |        |       |       |
| 13:30～14:00     | 基調講演 大阪経済法科大学経営学部 酒井立夫教授          |        |        |        |       |       |
|                 | 「大阪・関西万博を歩く前に一見どころとホスピタリティの実像ー」   |        |        |        |       |       |
| 14:00～14:30     | 基調講演 大阪・関西万博博覧会アテンダント研修担当 石井里奈氏   |        |        |        |       |       |
|                 | 「『生命輝く未来社会とホスピタリティ』というテーマから考える    |        |        |        |       |       |
|                 | ホスピタリティの本質について」                   |        |        |        |       |       |
| 14:30～14:50     | 質疑応答（フリーディスカッション）                 |        |        |        |       |       |
| 研究報告 2（午後の部）    |                                   |        |        |        |       |       |
| 午後の部            | 701教室                             | 703教室  | 705教室  | 706教室  | 707教室 | 702教室 |
| 15:00～15:25     | 第 5 報告                            | 第 5 報告 | 第 5 報告 | 第 5 報告 | 休憩所   | 事務局   |
| 15:25～15:50     | 第 6 報告                            | 第 6 報告 | 第 6 報告 | 第 6 報告 |       |       |
| 15:50～16:15     | 第 7 報告                            | 第 7 報告 | 第 7 報告 | 第 7 報告 |       |       |
| 16:15～16:40     | 第 8 報告                            | 第 8 報告 | 第 8 報告 | 第 8 報告 |       |       |

### 研究報告について

●発表時間は20分、質疑応答5分となっております。

各セッションが始まる前に、各自必ず接続確認をお願い致します。

●当日発表予稿原稿は、学会ホームページにて掲載いたします(個人分、全体分それぞれ PDF で掲載)。紙面、冊子のご用意はありませんので、必要に応じて各自印刷の上ご持参ください。

●座長は、セッション毎に発表者の方を2名選定させて頂いております。恐れ入りますが、該当の先生は進行役をお願い致します。

●報告者に対する誹謗やアカハラ行為を禁止します。違反した場合は退場を求めます。

## 会場配置図 大阪経済法科大学八尾駅前キャンパス 7F



### ■A会場(701 教室)

#### 年次総会・学会賞表彰式

|             |                |
|-------------|----------------|
| 11:20-12:20 | 年次総会<br>学会賞授与式 |
|-------------|----------------|

|             |        |
|-------------|--------|
| 12:20-13:20 | ランチタイム |
|-------------|--------|

#### ホスピタリティ・コンベンション

|             |                                                                                         |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 13:20-13:30 | 開催校挨拶<br>大阪経済法科大学 副学長 徳丸 義也                                                             |
| 13:30-14:00 | 基調講演1 「大阪・関西万博を歩く前に一見どころとホスピタリティの実像」<br>大阪経済法科大学 経営学部教授 酒井立夫                            |
| 14:00-14:30 | 基調講演2 「『生命輝く未来社会とホスピタリティ』というテーマから考えるホスピタリティの本質について」<br>大阪経済法科大学 国際学部「ホスピタリティ論」担当講師 石井里奈 |
| 14:30-14:50 | 質疑応答<br>翌日のエクスカーショについて<br>司会 学会長(江戸川大学) 崎本 武志                                           |

## 基調講演1

### 「大阪・関西万博を歩く前に ― 見どころ・注意点・ホスピタリティの実像 ―」

大阪経済法科大学 経営学部  
教授 酒井立夫

本講演では、翌日の視察に先立ち、会場の特徴と課題をホスピタリティの観点から検証する。大阪・関西万博は「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに掲げ、未来社会の実験場として期待されている。しかし実際には、入場時の長蛇の列やパビリオン建設の遅れ、建設業者への未払い問題、さらには噴水等の水質汚染やメタンガスによるトイレ爆発など、多くの課題が表面化している。会場の夢洲は廃棄物処理場を埋め立てて造成された人工島であり、地盤やガスの安全性に不安が残されている。アクセス面でも、2024年8月に発生した地下鉄停電で帰宅困難者が出るなど、輸送インフラを含めたホスピタリティが問われている。一方で、日本国際博覧会協会は、給水所や冷却スペースの整備、デジタル予約システムの導入など、新しい取り組みを進めている。これにより、来場者体験の向上が期待されている。しかし、公式アプリの乱立や情報提供の不便さといった課題があり、十分に利用者に届いていないのが現状である。本講演では、会場を歩く動線の流れに沿って、「入口の混雑」「大屋根リングの安全性」「パビリオンの建設状況」「西ゲートの不便さ」などを具体的に取り上げ、来場者体験を形づくる要素として「待ち時間」「快適性」「安全性」「情報公開」を整理する。大阪・関西万博は未来を示す舞台であると同時に、ホスピタリティ課題の集積の場でもある。翌日の視察を通じて、光と影の両面を体感し、研究者の視点からホスピタリティの実像を捉える機会にしたい。

## 基調講演2

### 「生命輝く未来社会とホスピタリティ」というテーマから考えるホスピタリティの本質について

大阪経済法科大学  
ホスピタリティ論 担当講師  
石井 里奈

「いのち輝く未来社会のデザイン(Designing Future Society for Our Lives)」というテーマは、人間一人一人が、自らの望む生き方を考え、それぞれの可能性を最大限に発揮できるようにするとともに、こうした生き方を支える持続可能な社会を創造していくことを推し進めるものとされている。関西万博の会場では、日本が世界に誇る様々な技術が発表され、160を超える国や地域、国際機関が参加するなど国際交流や情報発信、未来を体感でできる様々なパビリオンやイベントに注目が集まっている。しかし、それら目に見えるものだけが今回の万博のレガシーとなる魅力だろうか。また、数字に表れている経済効果だけが成果なのだろうか。開幕前から様々な課題が指摘されてきた、関西万博がもたらしたものは何か、いのち輝く未来社会とはどのような社会なのか、ホスピタリティの本質という視点から考察する。

## ■A会場(701 教室)

【午前の部】 座長 高橋一夫(近畿大学)・滝聖子(香川大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                     |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------|
| 09:30～<br>09:55 | A1. サービス文脈における顧客経験の構造と行動的ロイヤルティへの影響<br>五島光・深瀬澄(大阪経済法科大学)        |
| 09:55～<br>10:20 | A2. 日本におけるインクルーシブ概念の定着に関するサーベイ<br>肖子睿・前田篤志(明海大学)                |
| 10:20～<br>10:45 | A3. DMO の組織マネジメントの課題(1)―官のジレンマ、民のジレンマ―<br>高橋一夫(近畿大学) 柏木千春(大正大学) |
| 10:45～<br>11:10 | A4. 物流・倉庫部門における人手不足と職業性ストレスの考察<br>滝聖子(香川大学)・鈴木飛生(千葉工業大学)        |

【午後の部】 座長 五十嵐元一(桜美林大学)・崔載弦(東海大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                              |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15:00～<br>15:25 | A5. ホスピタリティ産業における女性キャリアの内的構造の検討<br>―航空機業界内定者・就業者におけるキャリアパースペクティブの質的分類―<br>岩田英以子(京都外国語大学) |
| 15:25～<br>15:50 | A6. 他集団に属する主体への行動を促進させる要素に関する研究<br>牧 和生(京都橘大学)                                           |
| 15:50～<br>16:15 | A7. 仕事の生産性と持続可能性を高める企業行動モデルの構築<br>―全国の宿泊・飲食業を調査対象に―<br>五十嵐元一(桜美林大学)                      |
| 16:15～<br>16:40 | A8. 観光産業における外国人材のサービス提供と品質をめぐる課題の提起<br>―日本型サービスに着目して―<br>崔載弦(東海大学)                       |

## ■B 会場(703 教室)

【午前の部】 座長 中村和之(大阪経済法科大学)・木内伸樹(明海大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                                   |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 09:30～<br>09:55 | B1. 関係人口の現状と移住促進の課題 —愛媛県今治市大三島を事例に—<br>2 永塚 歩実(追手門学院大学大学院)                                    |
| 09:55～<br>10:20 | B2. ペットとの暮らしは高齢者の健康寿命を延ばすか——影響要因と調整効果のペット種別比較<br>ヒツ世慧(大阪経済法科大学大学院)・深瀬澄                        |
| 10:20～<br>10:45 | B3. 感情型訴求の広告表現が及ぼす広告効果についての実証研究—ベーカーリーの Instagram 運用を通じて—<br>杉江遙大・松本奈々(大阪経済法科大学 3 年)・徳丸義也・深瀬澄 |
| 10:45～<br>11:10 | B4. 後発医薬品における不安定供給の原因分析 一少量多品種生産体制に着目して—<br>乾悠登(京都府立大学 4 年)・伊藤敦(京都府立大学)                       |

【午後の部】 座長 星野晴彦(文教大学)・大久保智生(香川大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                                        |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15:00～<br>15:25 | B5. 特別養護老人ホームにおけるコンプライアンスと生産性の関係に関する予備調査<br>高津洋貴(日本工業大学)                                           |
| 15:25～<br>15:50 | B6. 人流誘導と笑顔で万引きは減らせるか？(3)一店舗責任者のインタビュー調査から—<br>大久保智生・岡田 徹太郎(香川大学)・太幡 直也(愛知学院大学)<br>・高橋陸斗(北海道大学大学院) |
| 15:50～<br>16:15 | B7. 技能実習生の死体遺棄事件におけるソーシャルワークの必要性に関する検討<br>星野晴彦(文教大学)                                               |

■C 会場(705 教室)

【午前の部】 座長 崎本武志(江戸川大学)・城戸亮(大阪経済法科大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 09:30～<br>09:55 | C1. ウェルネスツーリズムによる持続可能な地域活性化と地球規模の幸福追求<br>付 娜(フ ナ)(大阪経済法科大学大学院)・桑井淳子・深瀬澄 |
| 09:55～<br>10:20 | C2. 観光資源としてみるスポーツスタジアムー花園ラグビー場、京都サンガスタジアムー<br>王 晨勳(オウ シンケン)(追手門学院大学大学院) |
| 10:20～<br>10:45 | C3. 支払い方法が顧客満足度に与える影響ー知覚品質による支払いの痛みの調整効果ー<br>徐瑞(大阪経済法科大学大学院)・深瀬澄        |
| 10:45～<br>11:10 | C4. レジカート利用時の印象評価が店舗評価に及ぼす影響<br>高橋陸斗(北海道大学大学院)・大久保智生(香川大学)              |

【午後の部】 座長 山路顕(立命館大学)・石崎琢也(福井県立大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 15:00～<br>15:25 | C5. 民事訴訟における控訴提起の意思決定メカニズム :経済学的モデルと判例データに基づく分析<br>佐々木琉太郎(京都府教育庁)・伊藤敦(京都府立大学)       |
| 15:25～<br>15:50 | C6. アーキテクチャ論から考察するブライダル産業のダイナミズムー市場規模維持と単価上昇に対する考察ー<br>石崎琢也(福井県立大学)                 |
| 15:50～<br>16:15 | C7. 観光・ホスピタリティ教育におけるインターンシップの効果分析ー高等教育機関のアンケートを通じてー<br>張景泰(駒沢女子大学)・木内伸樹(明海大学)       |
| 16:15～<br>16:40 | C8. 医療モールの最適規模の実証:2025 年全国悉皆調査を踏まえて<br>伊藤敦(京都府立大学)・渋谷悠希・荒川徹(マゼランメディカル)・中村文彦(北見工業大学) |

■D 会場（706 教室）

【午前の部】 座長 藤井享(豊橋技術科学大学)・伊藤敦(京都府立大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                                                                                                       |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 09:30～<br>09:55 | D1. 家庭向け感情支援型 AI ロボットの受容要因と購買行動の乖離問題<br>—近未来ホスピタリティマネジメント視座<br>宋 美怡(ソウミイ)(大阪経済法科大学大学院)・深瀬澄                                                                        |
| 09:55～<br>10:20 | D2. Enhancing Large Language Models with Retrieval<br>—Augmented Generation: Improvements and Applications in the Tourism Industry<br>李峰(大阪経済法科大学経営学部4年)・岩田順敬・深瀬澄 |
| 10:20～<br>10:45 | D3. 生成 AI 時代の観光・ホスピタリティにおける AI 応用—2022–2025 年のシステムレビュー<br>倪映杰(ニ・テッケツ)(大阪公立大学大学院)                                                                                  |

【午後の部】 座長 安本宗春(追手門学院大学)・北村伊都子(梅花女子大学)

| 時間              | テーマ/ 名前(所属)                                                                                    |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15:00～<br>15:25 | D5. QGIS を用いた小田川上流地域の空間データ分析<br>藤本宏美(岡山商科大学)                                                   |
| 15:25～<br>15:50 | D6. 産学官協創による道の駅の資源ベース拡大に向けた検討と課題抽出に関する一考察<br>—高知県黒潮町「道の駅ビオスおおがた」の事例から<br>松田侑也(戦略的協創イノベーション研究所) |
| 15:50～<br>16:15 | D7. 鉄道遺産の観光資源化—旧国鉄土幌線跡の活用—<br>安本宗春(追手門学院大学)                                                    |

# サービス文脈における顧客経験の構造と 行動的ロイヤルティへの影響

## *The structure of customer experience in service contexts and its influence on behavioral loyalty*

大阪経済法科大学 五島 光

Osaka University of Economics and Law Hikaru GOTO

大阪経済法科大学 深瀬 澄

Osaka University of Economics and Law Kiyoshi FUKASE

Keywords: Customer experience (CX), Customer experience quality (EXQ), Behavioral loyalty

### 1. はじめに

現代のサービスおよびホスピタリティ産業において、優れた顧客経験（もしくは顧客体験：CX）の提供が競争優位の源泉であることは広く認識されている<sup>①</sup>。しかし、その重要性とは裏腹に、CXの構造をいかに捉えるべきか、そしてCX向上が実際の売上（行動的ロイヤルティ）にどう結びつくのかというメカニズムは、未だ十分に解明されていない<sup>②</sup>。本研究は日本の対人サービス（飲食・宿泊等を含む）のリピーター顧客を対象に、(1) CXの構造を日本の文脈で再検証し、(2) CX・満足度・行動的ロイヤルティの間の複雑な関係性を2つの分析を組み合わせて解き明かすことを目的とする。

### 2. 仮説と検証手法

本研究では顧客経験品質（EXQ）尺度<sup>③</sup>を日本語化し、日本の対人サービスのリピーター顧客532名（平均年齢53.2歳、男性318名、女性214名）から調査データを収集した。

EXQ尺度はCXの品質がブランド経験品質（Brand experience: BRE）・サービス提供経験品質（Service provider experience: SPE）・提供後経験品質（Post purchase experience: PPE）の3つから構成される。分析は2段階で実施した。

第一に、測定モデルを確立するために、確認的因子分析（CFA）を用いて尺度の妥当性を検証した。その結果、20項目が残った（BREが5項目、SPEが10項目、PPEが5項目）。また既存の3因子モデルは日本のデータに適合せず（弁別妥当

性の欠如）、3つのCX品質を束ねる高次因子モデルが顧客の全体的なCXの認識をより適切に表現するという仮説を検証した。

第二に、さらに2つの分析を行った。まず構造方程式モデリング（SEM）を用いて、「総合的なCX品質が相対的満足度（RSAT）を介して、行動的ロイヤルティ（Wallet Allocation Rule: WAR）に影響を与える」という仮説を検証した。次に心理ネットワーク分析（PNA）を用いて、個々の経験要素がどのように相互作用しているのか、その構造を探索した。

### 3. 結果および考察

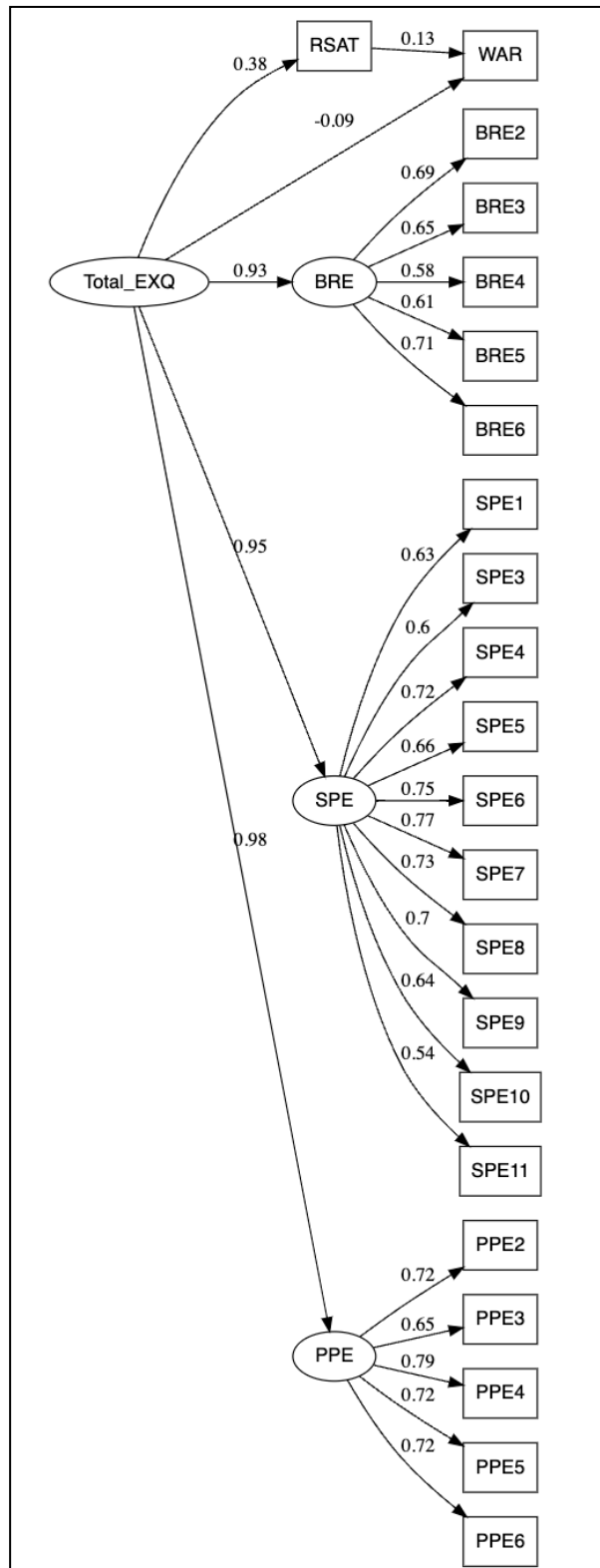
分析の結果、3つの主要な発見が得られた。第一に、CFAの結果は仮説を支持し、日本のリピーター顧客はCXの各側面を分離して認識するのではなく、一つの統合された全体的なもの（高次因子）として知覚していることが示された。これは個々のサービス要素の改善だけでなく、CX全体の一貫性をデザインすることの重要性を示唆する。

第二に、SEMの結果はRSATの媒介効果を明らかにした（図1）。CXは直接的にロイヤルティを高めるのではなく、まず顧客を「満足」させ、ロイヤルティにつながるという間接的な経路を辿る。しかし、モデル全体でWARを説明できた割合はわずか2%であり、CXと満足度だけでは行動的ロイヤルティを説明しきれないことも示唆された。

第三に、PNAはこの関係性を可視化した（図2）。特に重要な発見はWARがどのCX・RSATとも

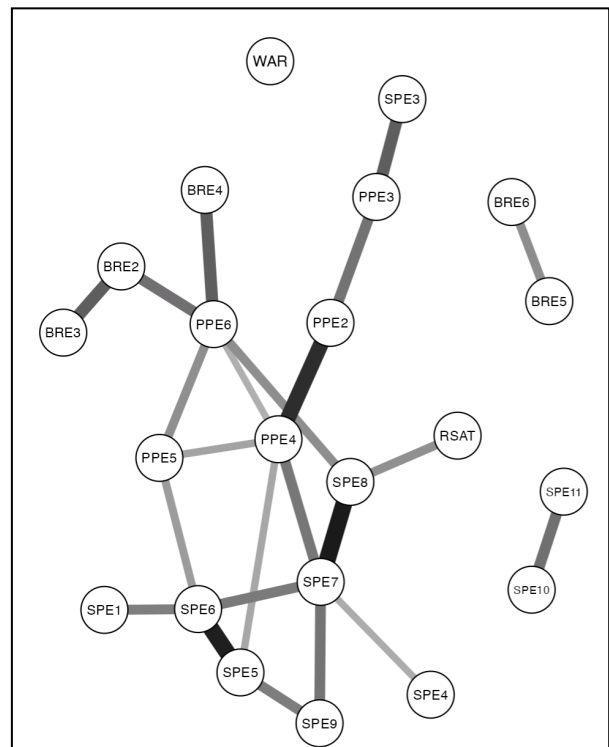
直接的なつながりを持たず孤立していた点である。これらの結果は、CX と WAR の間に「構造的な断絶」が存在することを示している。良い CX を提供し、顧客を満足させることは不可欠だが、それだけが財布の紐を緩める決め手ではない。

図 1. CX の高次因子モデル



(出所) 筆者作成

図 2. CX・RSAT・WAR のネットワーク



(出所) 筆者作成

#### 4. おわりに

本研究は日本のサービスやホスピタリティ文脈において、CX が全体的なものとして認識されることを実証するとともに、「良い CX がロイヤルティにつながる」という通説に問題を提起した。実務的には、企業は従業員の対人スキル教育を通じて人間的なインタラクションの質を高め、顧客の満足度を最大化することに注力すべきである。同時に、本研究の分析範囲外にある要因も認識する必要がある。本研究は企業が CX への投資対効果をより現実的に評価し、より効果的な戦略を立案するための一助となるだろう。

(注)

- (1) Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- (2) Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648.
- (3) Kuppelwieser, V. G., & Klaus, P. (2021). Measuring customer experience quality: The EXQ scale revisited. *Journal of Business Research*, 126, 624–633.

# 日本におけるインクルーシブ概念の定着 に関するサーベイ

## A Survey on the Social Diffusion of the Concept of Inclusiveness in Japan

明海大学 肖 子睿 前田 篤志

Meikai University Zirui Xiao Atsushi Maeda

Keywords: Inclusiveness, Inclusive Education, The Theory-Practice Trilemma

### 1. はじめに

国際社会における「インクルーシブ」という概念は、教育に限らず、福祉、観光、まちづくりなど幅広い領域で注目を集めている。しかしながらその表記がカタカナであるため、語彙を直感的に理解しにくいという指摘がある（伊藤, 2015）。更に行政文書では、この語彙の曖昧さが分野ごとに異なる文脈で使用されるため、インクルーシブに対する共通理解が形成されにくい現状がある（富永, 2008）。

このような背景を踏まえて本稿は、インクルーシブという概念が日本において未だ定着していないのではと考え、その要因を探るべく論文サーベイを行った。

### 2. インクルーシブという考え方と歴史的経緯

インクルーシブ (inclusive) という概念は、本来「包み込む」「包含する」という意味を持っている。これを教育分野に当てはめると「すべての子どもがその違いにかかわらず共に学び成長する」という理念に昇華できる為、インクルーシブと教育の親和性は高くなる。これが国際的に明確化された契機のひとつとして、Warnock Report (1979) がある。同報告は、イギリスにおける特別教育のあり方を抜本的に見直し、「特別教育的ニーズ (Special Educational Needs: SEN)」という概念を示した。これにより、障害を持つ子

どもを固定的なカテゴリーに分類するのではなく、教育環境や支援の不足によって顕在化するニーズとして理解する視点が広がった。この考え方によって、教育上の課題を子どもの属性に還元するのではなく、学校や教育制度の柔軟性の問題として捉えるというパラダイムシフトがおきた。更に、1994年のサラマンカ宣言は、インクルーシブ理念を国際的規範として位置づけた文書であった。同宣言は「学校は全ての子どもを分け隔てなく受け入れるべきである」と明言し、インクルーシブ教育という明確な方向性を示した。

### 3. 日本におけるインクルーシブの捉え方

Warnock Report(1979)、サラマンカ宣言(1994)を受けて、日本においてもインクルーシブという考え方は、教育分野、特に特別支援教育の在り方についての議論を喚起した。しかしながらインクルーシブ≡インクルーシブ教育という短絡的な捉え方には教育内外の識者も疑問を呈している（富永他, 2008; 原田, 2016; 大平, 2024）。本来の語彙を顧みるならば、教育に限らず福祉、まちづくり等、人間としての営みにまで遡求しなければ、インクルーシブの理解にはつながらないとなるからである。そこで、筆者らはもう少し広義にインクルーシブを捉え、論文サーベイを実施した。

### 4. 論文サーベイ結果およびインプリケーション

論文サーベイの結果、研究の多くはインクルーシ

ブ教育に関する歴史的経緯や考察と、僅かな事例報告であった。つまり、広義のインクルーシブ概念を把握する前に、狭義のインクルーシブ（＝教育）について先ず整理する必要が出てきた。



図1. 教育行政におけるトリレンマ

サラマンカ宣言に端を発するインクルーシブ教育が、日本の教育制度に改善・改正を促す教育行政として考えた場合、筆者らは、日本の教育には図1に示す様なトリレンマが存在すると考える。

教育評価は定性的であるため、理論的知見をそのまま全ての現場に同一で適用することはできない。同じ教育を全国均一に実施するためには、制度として、教育現場の誰もが同じように運用できるようにフレームワークへ落とし込む必要がある。義務教育において、これが学習指導要領に相当する。言い換えると、教育理念を制度として体系化し教育現場で実践できる様に定量化する役割を学習指導要領は担っている。つまり、この観点で論文サーベイを行い得られた結果として、①インクルーシブ教育という理論的枠組みを制度に落とし込む過程の考察・分析や、教育現場での実践例の

報告は一定程度蓄積されているが、②フレームワークから教育現場の実践へと接続するプロセス、すなわち学習指導要領を具体的な教育活動へと転換する過程（カリキュラム策定）に関する検討が十分におこなわれていないことが明らかとなった。

義務教育を司る教員が考えなくて済むように学習指導要領というフレームワークが存在しているならば、日本の義務教育は、教員に対して自ら考え判断することを求めている事を意味する。しかしながらサラマンカ宣言に則った日本におけるインクルーシブ教育の導入過程は、現場に「考える」と委ねられているのに等しい。つまり、日本におけるインクルーシブ教育は、図1に示す様な教育行政のトリレンマによって、実施が思う様に進まないジレンマに陥っていると考えられる。

## 5. 今後の予定

本稿では、狭義のインクルーシブ概念であるインクルーシブ教育についてサーベイを行い、その理論的背景と制度的枠組み、および現場実践との関係性について整理を試みた。今後は、対象領域を教育に留めず、福祉、観光、まちづくりへと拡張することによって、より広義のインクルーシブ概念を検証する予定である。これにより、インクルーシブという概念が教育制度のみに限定されるのではなく、社会的包摂基盤として多領域にわたって適用可能であるか、更には日本に馴染むかどうかについて明らかにする予定である。

## 参考文献

本稿における参考文献は、表1に記す。

表1. インクルーシブに関する論文サーベイ

| 著者名                 | 論文名                                                                               | 属性                                                         | 理想 | フレームワーク  |       | 実践    | サーベイ | 比較分析 | 実証分析 | 事例分析 | 学問領域       |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|----------|-------|-------|------|------|------|------|------------|
|                     |                                                                                   |                                                            | 理論 | 制度/法律の解釈 | 概念/説明 | 実際/現場 |      |      |      |      |            |
| Lindsey, G (2008)   | Educational psychology and the effectiveness of inclusive education/mainstreaming | British Journal of Educational Psychology, Vol.77, p.1-24. | ✓  | ✓        |       |       |      |      |      |      | 教育心理学      |
| Warnock, M (1979)   | Children with special needs: the Warnock Report                                   | British Medical Journal, pp.667-668.                       | ✓  |          |       |       |      |      |      |      | 教育政策学      |
| 有松玲 (2013)          | ニーズ教育（特別支援教育）の“限界”とインクルーシブ教育の“曖昧”                                                 | 立命館大学人間科学研究所, 第28巻, pp. 41-54.                             |    | ✓        |       |       |      | ✓    |      |      | 教育行政       |
| 伊藤良子 (2016)         | インクルーシブ教育におけるユニバーサルデザインとは?                                                        | 東京学芸大学教職大学院年報, No.4, pp. 13-23.                            |    | ✓        |       |       |      |      |      |      | 臨床心理学      |
| 大平 瑠 (2024)         | インクルーシブ教育に関わる概念および論点の整理・検討: 主にインクルージョンおよびインテグレーションについて                            | 福岡教育大学紀要, 第四分冊, 教職科編 第73号, pp.151-167.                     |    | ✓        |       |       | ✓    |      |      |      | 肢体不自由児教育   |
| 落合俊郎, 島田保彦 (2016)   | 共生社会をめぐる特別支援教育ならびにインクルーシブ教育の在り方に関する一考察                                            | 広島大学大学院教育学研究科附属特別支援教育実践センター研究紀要, pp.27-41.                 |    | ✓        | ✓     |       |      |      |      |      | 特別支援教育     |
| 栗田 季佳 (2016)        | 排除しないインクルーシブ教育に向けた教育心理学の課題                                                        | 教育心理学研究, 日本教育心理学会, 第59巻 pp. 92-106.                        | ✓  |          |       |       | ✓    |      |      |      | インクルーシブ教育  |
| 田上美由紀, 猪狩恵美子 (2017) | 日本におけるユニバーサルデザイン教育をめぐる研究動向-インクルーシブ教育の実現を目指した通常学級改革の視点から-                          | 福岡女学院大学紀要, 第3号,                                            |    |          | ✓     |       | ✓    |      |      |      | 発達教育学      |
| 富永赤世ほか (2008)       | インクルーシブな社会に向けた教育の概念と課題                                                            | 神戸大学大学院人間発達環境学研究科研究紀要, 2巻, 1号, pp.159-171.                 |    | ✓        |       |       | ✓    | ✓    |      |      | 社会学<br>教育学 |
| 原田 琢也 (2016)        | 日本のインクルーシブ教育システムは包括的(インクルーシブ)か?: サラマンカ宣言との比較を通して                                  | 法政論叢, 日本法政学会, 第52巻, 1号 pp. 73-85                           |    | ✓        |       |       |      | ✓    |      |      | 人間発達学      |
| 原田 琢也ほか (2020)      | 日本型インクルーシブ教育への挑戦: 大阪の「原学級保障」と特別支援教育の間で生じる葛藤とその超克                                  | 金城学院大学論集, 社会科学編, 第16巻, 第2号, pp.24-48.                      |    |          |       | ✓     |      |      |      | ✓    | 人間発達学      |
| 嶺井正也 (2021)         | インクルーシブ教育の原点を確認する: サラマンカ宣言から25年                                                   | 専修大学教職教育研究, 第1巻, pp. 1-10.                                 |    | ✓        |       |       |      |      |      |      | 教育行政学      |
| 八幡ゆかり (2012)        | わが国におけるインクルーシブ教育のあり方: 統合教育の歴史的背景を踏まえて                                             | 鳴門教育大学研究紀要, 第27巻, pp.65-79.                                |    | ✓        |       |       | ✓    |      |      |      | 特別支援教育     |

# DMO の組織マネジメントの課題(1)

## 一官のジレンマ、民のジレンマ

### *Issues in DMO Organizational Management (1)*

### *-The Dilemma of the Public and the Private Sector-*

近畿大学 高橋 一夫、大正大学 柏木 千春

Kindai University Kazuo TAKAHASHI, Taisho University Chiharu KASHIWAGI

Keywords: DMO, Third sector, The dilemma of seconded employees

#### 1. はじめに

観光地経営の主体である DMO 研究の一環として、①第三セクター（以下、三セク）である DMO の、三セクであるが故の制度的・根源的課題を自治体・民間側双方の視点から明らかにし、②実務における DMO の組織マネジメント課題とそれらを克服する実践可能なマネジメント手法の提案につなげることを主なテーマとする。

DMO は本来、組織の利益追求を目的とするのではなく、自治体の観光政策の実現のために公共性の高い業務をこなしていくためのプロ集団でなければならないが、一方で多くの日本の DMO は観光行政を頂とする階層組織でもある。行政の階層組織に組み込まれたマネジメント課題とその原因を、三セク研究の視座と自治体・民間・DMO それぞれの視点から理論的・実証的に考察し、それらを克服する実践可能なマネジメント手法の提案につなげる。本原稿は、その研究の一部である。

本研究は成果をあげている欧米 DMO への調査から得られた知見をもとに、欧米 DMO と比較した日本の観光振興組織（DMO 含む）に不足する 7 つのマネジメント特性（表 1）を仮説として研究をすすめてきた。日本の観光行政は欧米のように「やるべき」だが「できない」ジレンマがあるということも明らかになった。それらのジレンマは、観光行政と DMO の役割分担を進め、権限と責任を一体化させた運営を行うことで解消できるよう試案を提示し、観光庁でも取り上げられた<sup>1)</sup>。

しかし、その後行政と DMO の役割分担だけでは解決できない課題が各地に表出してきたことが、2022 年～23 年度に近畿運輸局の協力で行った探索的調査から示された。本研究はこれまでの研究

成果を基盤に、新たな組織マネジメント上の課題とその発生要因をつまびらかにし、その解決策を示すものである。

#### 2. 欧米 DMO のマネジメント

欧米 DMO へのヒアリングを通じて、日本の DMO（観光庁に登録されていない観光協会や観光連盟も含む）に不足するマネジメント特性が 7 つあるのではないかと、これまでの知見と複数の日本の行政関係者へのヒアリングから仮説を設定した<sup>2)</sup>。特にこの中で、論点 3 と論点 4 の「人」にかかわる課題は、野中<sup>3)</sup>のいう「古典的管理論」につながる課題でもある。19 世紀の頃から、組織マネジメントにおいて、これはやってはいけないというマネジメントを示すものが古典的管理論である。以下の 2 つの管理論の原則を示す。

命令一元化の原則は、「複数の上司から命令を受けるべきではなく、命令は一元的に行なわれる」ことが必要であることを示している。しかし、DMO は官と民によってつくられた組織であり、そこで働く人たちはプロパー職員だけでなく、行政や民間企業からの出向者もいる。彼らの人事評価は出向元で行うことが多く、そのため人事評価を好餌にした出向元からの出向者のコントロールにつながるケースが見受けられる。

また、階層性の原則は、権限と責任一致の原則とも言い、階層ごとに移譲された権限を確実に行使するとともに、行使した権限に見合った責任も付随していることを言う。行政から DMO に出向してきた職員は、それまでの職務経験で観光に携わっていないこともある。しかし、自ら判断する権限を持つということはその結果責任を取るとい

うことでもある。「観光の仕事は初めてです」と挨拶されても、部下や地域の観光事業者からす

ると、「また役所の人事異動か」ということになる。

表1. 欧米 DMO と比較した日本の観光振興組織に不足するマネジメント特性(2017<sup>(2)</sup>)

|                                                | 論点 1                 | 論点 2                    | 論点 3                         | 論点 4           | 論点 5                                          | 論点 6                                                   | 論点 7        |
|------------------------------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------------|----------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------|
|                                                | 意思決定機<br>関の存在感       | 行政との機能<br>分担の有無         | プロパー職員<br>による運営(専<br>門人材の存在) | DMOによる<br>人事評価 | 多様な財源<br>の存在<br>(一般財源以<br>外の収入)               | 多様なステーク<br>ホルダー(行<br>政、観光事業<br>者、住民)との<br>緊張感のある<br>関係 | 確かな評価<br>指標 |
| バルセロナ                                          | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ○<br>自主事業収入<br>約95%                           | ○                                                      | ○           |
| ロンドン&パー<br>トナーズ                                | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ×<br>補助金約70%<br>ランク別の会<br>費制度                 | ○                                                      | ○           |
| ハワイツーリズ<br>ムオーソリティ                             | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ○<br>宿泊税(TAT)                                 | ○                                                      | ○           |
| SFOトラベルアソ<br>シエーション                            | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ○<br>TID69%<br>会費(7段階)+<br>協賛約24%<br>補助金7%    | ○                                                      | ○           |
| ビジット<br>ナババレー                                  | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ○<br>TID約95%                                  | ○                                                      | ○           |
| デスティネー<br>ションDC<br>(ワシントンDC)                   | ○                    | ○                       | ○                            | ○              | ○<br>ホテル税70%<br>会費・協賛金<br>25%                 | ○                                                      | ○           |
| メリーランド州<br>DMO<br>(州政府 Tourism<br>Development) | ×<br>(政治に影響<br>を受ける) | ×<br>(行政そのもの、<br>様々な規制) | △<br>(約3割は永<br>続的)           | ×              | ×<br>州の一般財源約<br>10億5千万円<br>8つのセールス<br>タックスコード | ○                                                      | ○           |

### 3. ケーススタディ

こうした状況が見受けられながらも、日本の DMO においては財源の問題から、プロパー職員の高度化を図ることは容易ではなく、DMO と観光行政の機能と役割を明確にしていくことで改善を図るべきと主張していた。しかし、下記のような事例がアンケートやインタビューから表出してきたことから、役割分担だけに留まらず、新たな解決策を提示することが必要になってきている。

#### (1) 民間からの出向

##### ① 出向者の気のゆるみ

- ・ 出向者が組織管理をする立場に立ったことから、金銭面での誤りをおこした。議会の判断で、DMO にはマーケティング経費を渡さず、すべて観光行政の管理の下でおこなわれることとなった。
- ・ 当時 DMO にはドレスコードや髭を生やしてよいか等の勤務要領がなかったこともあり、民間の出向者は出向直後髭をはやした。しかし、出向を終えて帰る際の挨拶では髭を落としていた。出向には緊張感が伴わないのかと行政側は考えるようになった。

##### ② 出向元への仕事の確保

- ・ 1 億円を超えるマーケティングデータ分析のコンペにも関わらず、事業者募集の WEB ページの SEO の手抜きで、参加は 1 社のみ。審査員は多変量解析の知識のない地域 DMO 関係者。コンペの質と趣旨にふさわしくない提案内容だが、出向者の関連会社に決まる。
- ・ DMO の開所式の日、出向社員は、「この DMO の予算の 4 割を獲得するようにとのミッションを受けてきました」と挨拶をした。

#### (2) 行政からの出向あるいは行政職員

- ・ 行政職員のマーケティングやデータ分析の知識が薄いため、上位組織との連携、分担というセールス手法に乗り易く、データ会社からの地域連携 DMO への出向者の提案に予算をつけた。
- ・ DMO のトップが企業 A の会長に代わって以降、A 社グループに仕事が落ちる確率が高くなる。トップに対する忖度がある。
- ・ 若手行政職員はイベントが好き。DMO と機能分担をしたにも関わらず、手をだしたがる。

### 4. おわりに

DMO は本来、組織の利益追求を目的とするのではなく、自治体の観光政策の実現のために公共性の高い業務を効果的・効率的にこなしていくためのプロ集団でなければならない。しかし、DMO が実質的に自治体の階層組織の一部となっており、経営の自由度に制限があり、行政でも民間企業でも行われていないマネジメントが三セクゆえに存在する。本稿では「三セクへの出向者」についてのみ整理をしたが、制度的課題や実務的課題の複数の要因を整理し、背景と文脈の分析を通じて要因を構造化することで、成果をだすための日本版 DMO の組織マネジメントの理論モデルを提示できるようにしたい。

#### (注)

- (1) 観光庁 (2019)「世界水準の DMO のあり方に関する検討会」中間報告
- (2) 高橋一夫 (2017) :『DMO・観光地経営のイノベーション』学芸出版社
- (3) 野中郁次郎(1985)『経営管理』日経文庫 512 経営学入門シリーズ

# 物流・倉庫部門における 人手不足と職業性ストレスの考察

## *A Study of Labor Shortages and Occupational Stress in the Logistics and Warehouses Department*

香川大学 滝 聖子, 千葉工業大学 鈴木飛生  
Kagawa University Seiko TAKI, Chiba Institute of Technology Toi SUZUKI

Keywords: occupational stress, logistics and warehouses department, structural equation modeling

### 1. はじめに

日本では、働き方改革関連法の改正により、2024 年 4 月から自動車運送事業に時間外労働の上限規制等が適用され、物流業界での深刻な人手不足が懸念されている<sup>(1)</sup>。物流機能の低下を防ぐためには、法改正後の人手不足の状況を明らかにした上で適切な支援を行う必要があると考えられる。

他方、これまでに中国製造業や介護サービス業の職業性ストレスに関する研究<sup>(2)(3)</sup>は行われているが、物流・倉庫部門についてはほとんど行われていない。

そこで本研究では、物流・倉庫部門で働く従業員の人手不足と職業性ストレスに関する調査を行い、統計的分析によりストレス要因を考察した。

### 2. 調査および分析方法

#### 2.1. 職業性ストレス簡易調査票

本研究では、職業性ストレス簡易調査票を用いて職業性ストレスを調査した。職業性ストレス簡易調査票とは、あらゆる業種の職場で比較的簡単に使用できる自己記入式の調査票である<sup>(4)</sup>。高ストレス判定に用いられるのは 55 項目で、3 領域から構成される。各領域の評価尺度を表 1 に示す。

回答結果は、素点換算表を用いて素点換算し、高ストレス判定に用いる。

#### 2.2. 調査対象および調査方法

本研究では、富士電機株式会社の物流・倉庫部門の人手不足の実態調査<sup>(5)</sup>を参考に、物流・倉庫部門の係長以上の従業員を対象に web 調査会社

(マクロミル社)を通して 2024 年 12 月にアンケート調査を行った。物流・倉庫部門に所属し、テレワークの頻度は月 3 日以内、人手が不足していると回答した人を対象に分析を行った。

#### 2.3. 分析方法

本研究では、評価尺度の素点換算後の得点を用いて、2 次因子分析モデルによる確認的因子分析により、職業性ストレスの構成要素と構造を検討し、多母集団同時分析により、高ストレス者と非高ストレス者のストレス傾向の比較を行った。

なお、本研究の分析には、統計解析ソフトウェア IBM SPSS statistics 28 および共分散構造分析ソフトウェア IBM SPSS Amos 28 を使用し、関係構造モデルの適合度指標には GFI (Goodness of Fit Index) および RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) を用いた。

### 3. 結果および考察

#### 3.1. 人手不足および高ストレスの状況

調査の有効回答者数は 308 名 (男性 294 名, 女性 14 名) であり、人手は「非常に不足している」が 31.2% (96 名), 「不足している」と「やや不足している」がそれぞれ 34.4% (106 名) であった。

また、高ストレス者は全体の 32% の 99 名, 非高ストレス者は全体の 68% の 209 名であった。

#### 3.2. 職業性ストレスの構成要素と構造

本研究で得られた職業性ストレス簡易調査票の尺度データの信頼性を確認するために信頼性分析を行ったところ、職業性ストレスを問う 18

尺度のクロンバック  $\alpha$  係数は 0.891 であり、0.80 よりも大きいことから本研究で扱うデータは一貫性があり、信頼性が高いと判断し、回答者 308 名分のデータを使用して観測変数に職業性ストレスを問う 18 尺度を投入し、従属変数には 3 領域で構成した 2 次因子分析モデルを用いた確認的因子分析を行った。その結果として、3 領域 18 尺度で構成した 2 次因子分析モデル(パス図)を図 1 (a)に示す。

図 1(a)より、2 次因子分析モデルの適合度指標は GFI=.961, RMSEA=.041 であり、データに対して良好な当てはまりを示しており、職業性ストレスの構成要素は 3 領域 18 尺度から構成される一つのまとまりであることが確認された。

### 3.3. ストレス判定別のストレス傾向の比較

高ストレス者(99名)と非高ストレス者(209名)のストレス傾向の違いを明らかにするために尺度の値を使用して多母集団同時分析を行った結果として、関係構造モデル(パス図)を図 1 (b)に示す。

図 1 (b)より、適合度指標は GFI=.897, MSEA=.056 であり、当てはまりのよいモデルであるといえる。また、潜在変数から観測変数へのパスの相関係数は「仕事のストレス要因 A」から全ての観測変数で高ストレスの方が非高ストレス者に比べて値が大きいことが確認された。「ストレスコンディション B」からは、高ストレス者は「イライラ感(B-2)」, 非高ストレス者は「疲労感(B-3)」へのパスの相関係数の値が大きい結果であった。「修飾要因 C」からの観測変数へのパスの相関係数は非高ストレスの方が高ストレス者よりも値が大きいことが確認された。つまり、相関係数の値が大きい部分は影響が強く示されたと考えられる。

## 4. おわりに

本研究では、物流・倉庫部門における職業性ストレスの分析結果から、高ストレス者と非高ストレス者のストレス傾向の違いを明らかにした。

今後は、本研究で得られたストレス傾向に対する具体的な支援策を検討したいと考えている。

最後に、本研究は、科学研究費助成事業・基盤研究(B)JP23K2298, 挑戦的研究(萌芽)JP23K17574 の助成により実施されたことを記し、感謝する。

## 注

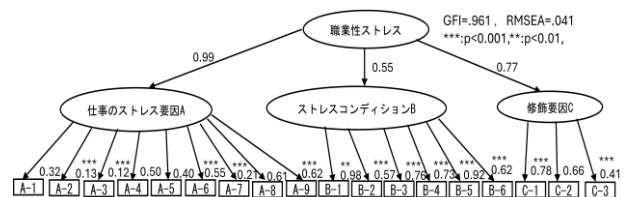
- (1) 帝国データバンク：人手不足に対する企業の動向調査(2024 年 1 月), <https://www.tdb.co.jp/report/economic/xjuo74il-3vfl/> (2025/8/20 閲覧)
- (2) ウ アテイ, 嶋田拓海, 滝 聖子:中国製造企業におけ

る従業員の職業性ストレス要因の考察, 設備管理学会2023年度春大会予稿集, 130-131, 2023.

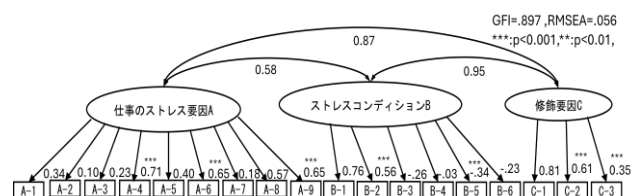
- (3) Y. Yu, et al.: Occupational Stress Suffered by Long-term Care Workers in Nursing Care Facilities: A Comparative Case Study in Japan and China, *Innovation and Supply Chain Management*, 17(1), 3-41, 2023.
- (4) 厚生労働省：労働安全衛生法に基づくストレスチェック制度実施マニュアル, <https://www.mhlw.go.jp/content/000533925.pdf> (2025/8/20 閲覧)
- (5) 富士電機：物流・倉庫部門の人手不足の実態調査, [https://www.fujielectric.co.jp/products/logistics/solution\\_detail/research\\_research09.html](https://www.fujielectric.co.jp/products/logistics/solution_detail/research_research09.html) (2025/01/07閲覧)

表 1 職業性ストレス簡易調査票の評価尺度  
(出所)文献<sup>(4)</sup>に基づき、著者が作成。

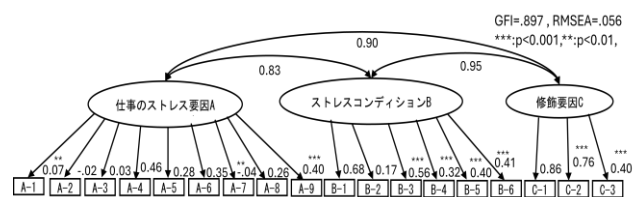
| 領域            | 評価尺度                   | 項目 |
|---------------|------------------------|----|
| 仕事のストレス要因 (A) | 仕事の量的負担 (以下, A-1)      | 3  |
|               | 仕事の質的負担 (以下, A-2)      | 3  |
|               | 自覚的な身体的負担 (以下, A-3)    | 1  |
|               | 職場での対人関係 (以下, A-4)     | 3  |
|               | 職場環境 (以下, A-5)         | 1  |
|               | 仕事のコントロール (以下, A-6)    | 3  |
|               | 技術の活用 (以下, A-7)        | 1  |
|               | 仕事の適正 (以下, A-8)        | 1  |
|               | 働きがい (以下, A-9)         | 1  |
| 計             | 9尺度                    | 17 |
| ストレス反応 (B)    | 活気 (以下, B-1)           | 3  |
|               | イライラ感 (以下, B-2)        | 3  |
|               | 疲労感 (以下, B-3)          | 3  |
|               | 不安感 (以下, B-4)          | 3  |
|               | 抑うつ感 (以下, B-5)         | 6  |
|               | 身体愁訴 (以下, B-6)         | 11 |
| 計             | 6尺度                    | 29 |
| 修飾要因 (C)      | 上司からのサポート (以下, C-1)    | 3  |
|               | 同僚からのサポート (以下, C-2)    | 3  |
|               | 家族・友人からのサポート (以下, C-3) | 3  |
| 計             | 3尺度                    | 9  |



(a) 確認的因子分析の結果(全データ)



(b-1) 多母集団同時分析の結果(高ストレス者)



(b-2) 多母集団同時分析の結果(非高ストレス者)

図 1 パス図 (出所)分析結果に基づき、著者が作成。

## ホスピタリティ産業における女性キャリアの内的構造の検討

ー航空業界内定者・就業者のキャリア・パースペクティブに関する質的分析ー

*A Study on the Internal Structure of Women's Careers in the Hospitality Industry  
—A Qualitative Analysis of Career perspectives with Airline Industry Students and Employees—*

京都外国語大学 岩田 英以子

Kyoto University of Foreign Studies Eiko IWATA

Keywords : career perspectives, airline industry, women's narratives

### 1.はじめに

日本の観光産業における航空業界は、現在も若年女性から根強い人気を集めている<sup>①</sup>が、その実態は理想と現実のギャップ、雇用形態の流動性、長期的キャリア設計の難しさなど、複雑な課題を抱えている<sup>②</sup>。

本研究では、ホスピタリティ産業、とりわけ航空業界における女性のキャリア形成を、「キャリア・パースペクティブ（職業生活を中心とした生き方の見通し）」<sup>③</sup>の観点から質的に検討する。

航空業界から内定を得た女子大生 3 名と、航空業界に就業経験をもつ社会人女性 3 名を対象に、幼少期から現在までのキャリア観や人生設計、職業選択に至る過程とその後の意識変容について半構造化インタビューを実施した。

語りの内容分析を通して、以下の 3 類型を抽出した：「あこがれ継続型」「現実調整型」「自己実現志向型」。

これらの類型は、過去の憧れ・将来展望・現在の職業経験が相互に影響し合う構造的な特徴を持っていた。ホスピタリティ業界における女性の長期的キャリア形成を支援する上で、キャリア初期の志向とその変容過程に着目する重要性が示唆される。

### 2.研究方法

英語を専攻する女子大生 3 名と、航空業界で就業経験を持つ社会人女性 3 名を対象にした。インタビューは質問項目を予め用意しつつ、場合に応じて項目を変更可能な半構造化インタビューを用いた。インタビューはオンラインで行われ、許可

を得た上で録画し、録音データは逐語録に起こし、分析資料とした。実施回数は各 1 回、実施時間は約 1 時間であった。語りをコード化・カテゴリー化し、類型別に分析した。

調査の倫理的配慮として、回答は任意とし、得られたデータを今回の調査以外の目的で用いることはないこと、個人が特定できる情報の公開はされないことをあらかじめ説明し、同意を得た。また、プライベートに関わりそうな部分は、意味内容を損なわない範囲で内容を適宜修正した。逐語データに対して、自身のキャリア・パースペクティブが反映されていると思われる箇所を抜粋し、解釈を行なった。

### 3.結果と考察

語りの分析から、3 つの類型「あこがれ継続型」「現実調整型」「自己実現志向型」が抽出された。

#### 3.1.あこがれ継続型

「あこがれ継続型」では、幼少期からの明確な職業イメージや長年の憧れが、大学進学・就職活動を通じて持続し、キャリア選択の意思決定において動機づけの核となっていた。

特に、「小さい頃から空港で働く女性を見て憧れていた。制服姿が本当にかっこよくて、今でもその気持ちは変わらない。」「ドラマを見てからずっと理想の仕事だった。」という発話からも分かるように、実際に空港で見たり、テレビドラマで見たりした客室乗務員の姿に憧れ、そのイメー

ジを長年保持してきたという語りが複数見られた。

これは、キャリア・パースペクティブが早い段階から行われ、成功している事例と言えるが、こうした「職業的憧れ」は選択の初期動機としては強力である一方、職務との実態とのギャップに直面した際に再構築が必要となることも示された。

### 3.2.現実調整型

「現実調整型」では、入社後の経験や組織内での人間関係、労働環境の影響によって、理想と現実の落差を受容しつつ、初期の理想像を修正しながら、そこで得られるスキルや成長に焦点を移して現実に適応する傾向が見られた。特に、「夜勤や不規則な生活は想像以上だったけど、語学力や対応力は確実に伸びました。」「体調を崩してしまって……。でも現場での判断力や語学力は本当に鍛えられました。」という発話からも分かるように、個人が環境との相互作用の中でキャリアの方向性を柔軟に再構築する過程が伺えた。

### 3.3.自己実現志向型

「自己実現志向型」は、職業を憧れの実現や生活の糧としてではなく、自己成長のためのステージと捉える特徴を持つことが示された。具体的には、「航空業界で働くことがゴールではなく、そこから自分のキャリアをどう広げていけるかを考えたい。」「結婚や出産も視野に入れて働きたいです。航空業界の経験を将来のキャリアにどう活かすかを今から考えています」、「CA が一生の仕事ではなくて、自分の成長のステップとして考えている。」との発話にもあるように、組織内での昇進やスキル習得、将来の転職も視野に入れた長期的展望が語られており、従来のホスピタリティ業界に多く見られた「サービス精神」、「人によく尽くしたい」<sup>(4)</sup>と言ったような、従来の人によく尽くすことを第一義とする価値観である、奉仕的キャリア観からの脱却を示唆している。

また、本研究で抽出された、「自己実現志向型」のキャリア・パースペクティブは、グローバル企業人事担当者が、「仕事とプライベートも手を抜かない」と分類した女性社員像とも一致している。就業を継続できる英語力や能力を持ち、自らを成長させ、組織の中で地位を高めていくことに積極的であり、その一方でプライベートにも手を抜かない女性社員として理解されていた。<sup>(5)</sup>

これらの類型は、キャリア観の変容プロセスを

反映しており、特に「憧れ」や「現実調整」を通じた職業意識の再編が示唆された。持続可能なキャリア形成を支援するには、初期志向に寄り添う支援の在り方や、職業観の柔軟性を育む教育的介入が重要である。

### 4.おわりに

本研究は、航空業界における若年女性のキャリア・パースペクティブの多様性と変容構造を明らかにした。

今後の課題としては、調査対象の属性が学生及び若年層に限られている点が挙げられるため、より多様なキャリア段階にある対象者への拡張が必要である。また今回の調査は質的手法に基づいているが、量的調査や縦断的追跡調査と組み合わせることで、キャリア・パースペクティブの変容プロセスをより立体的に把握できると考えられる。

今回は、幼少期から明確な職業イメージや憧れが、大学進学・就職活動を通じて持続し、内定獲得や就職の機会を得られた、「夢が叶った」対象者のみであったが、今後は、「夢が叶わなかった」対象者や、「企業側の視点」を含めた調査を行うことで、キャリア支援施策の実効性やギャップに対する実態把握も今後の研究展開に資すると言えよう。

今後は、対象の拡大や量的調査・国際比較との連携を通じて、大学・企業・産業界の連帯といったようなより包括的なキャリア支援策の検討が求められる。

#### (注)

- (1) 宇都宮徹;「女子就活生が選ぶ就職人気ランキング TOP100」,東洋経済 ONLINE, 2019
- (2) 丹山美香;「キャビンアテンダント(CA)就労継続から考える大学でのキャリア教育の重要性」,ANA リサーチ・イニシアチブ, p.13-21, 2017
- (3) 金井篤子・矢崎裕美子;「キャリア・パースペクティブ尺度作成の試み」,日本社会心理学会 第 46 回大会発表論文集,308-309, 2005
- (4) 宮城博文・角谷尚久・橋本俊作;「ホスピタリティ産業への就職決定プロセスに関する質的研究」,観光マネジメント・レビュー,Vol.3, p.32-45, 2023
- (5) 岩田英以子;「グローバル企業の女性社員に対する人事担当者の関わり方について-キャリア・パースペクティブとの関係から-」,青山社会情報研究, Vol.15, p.1-19, 2023

# 他集団に属する主体への行動を促進させる 要素に関する研究

## *A Study on Factors that Promote Behavior Toward Members of Other Groups*

京都橘大学 牧 和生

Kyoto Tachibana University Kazuo MAKI

Keywords *identity, Inner Voice, Experimental Economics*

### 1.はじめに

ホスピタリティの本質が他者理解であるなら、われわれは現実社会において、多くの他者理解の機会を失っているかもしれない。山路らが指摘するホスピタリティの重要な概念である「敵ではない他者を歓迎する」ことは、われわれの多様化する価値観や、アイデンティティによって、「敵ではない他者を歓迎できない」状況を生みだすことがある<sup>①</sup>。本研究では、アイデンティティや自己が所属する集団に注目し、われわれが日常生活において、「敵ではない他者を歓迎する」ことを促進させる要因について、心理的側面から考察を行う。

### 2.アイデンティティと社会脳—他者を認識し、他者の意図を推測する—

われわれは、常に他者とともに社会生活を営んでいる。その際、誰と接しているのか、どの集団に属しているのかという要因は、われわれのアイデンティティとも密接に関係している。アカロフらは、アイデンティティは他者の行動も影響するとして、効用関数内に他者の行動による自己へのアイデンティティへの影響を採用した。アカロフらは、この他者の行動が自己のアイデンティティに与える影響はマイナスであると指摘した<sup>②</sup>。また、アカロフらは自己のアイデンティティに影響する要素（変数）として、どの集団に属するか、集団内で求められる理想の状況と現実との乖離度、社会的規範なども検討している。このアカロフらの議論を参考にすると、われわれは自己のアイデンティティを傷つけない他者と集団に属することが望ましいといえる。

われわれが他者の存在を意識するとき、感情の創

出や意思決定を担う脳の働きにも注目すべきである。開らは他者の発言や行動の意図の推測、他者への共感を生み出す際に活性化する前頭葉（特に前頭葉眼窩野）は、われわれが社会生活を営む上で重要や役割を担っているという<sup>③</sup>。

そこで、本研究では前頭葉の計測に特化した光トポグラフィー（fNIRS）を用いて、3種類の疑似的な状況を被験者に想像してもらい、その後の意思決定がどのように変化するのかを検討した。

### 3.タスクデザインと実験のねらい

実験のタスクデザインとねらいは次のとおりである。われわれは普段何かしらのコミュニティに属している。その所属するコミュニティ以外の場所で、同じコミュニティに所属する他者と出会ったとき、その他者が初対面であったとしても、敵ではない他者として行動できるであろう。一方で、所属するコミュニティ以外に属する他者と接する場合は、所属する集団の違いから他者を歓迎する行動をとることが出来ないかもしれない。そのような社会的文脈にわれわれが置かれたとき、どのようなことを意識すれば他の集団に属する他者を「敵ではない他者」として歓迎できるのであろうか。本実験のねらいは、その敵ではない他者としてわれわれが認識し、積極的な行動を促進させる要素を実験によって明らかにすることである。

実験は次のように行われた。被験者は青山学院大学の学生 6 名（男女 3 名ずつ、全員右利き、年齢は 20 - 21 歳）であった。実験にあたって、青山学院大学倫理審査委員会の定める個人情報保護、実験参

加は自由意思であることを確認し、承諾書にサインをしてもらい実験を開始した。

計測機器はSpectratech社製のOEG-SpO<sub>2</sub>を使用し、Fastモードで計測を行った。OEG-SpO<sub>2</sub>は前頭葉の16箇所(16CH)を計測することが可能である。実験タスクは次の流れである。

①統制群(タスクA)、実験群①(タスクB)、実験群②(タスクC)ともに実験開始直後に黒い背景に白い十字が10秒間表示される。

②次に、指示文が10秒間提示される。タスクAは大学主催ではない就職活動セミナーでたまたま隣に座った学生が、「同性の同じ大学の学生」であったというものである。そこで、この隣の他者がどのような人であるか想像してほしいと指示される。

タスクBは指示文の一部が変更され、隣の他者が「同性の違う大学の学生」となる。

タスクCについては、指示文自体はタスクBと共通であるが、指示文の後に1枚画面が追加される。その画面には、「異なる価値観を理解出来てこそ立派な人間だ」という言葉が表示され、画面は5秒間提示される。

③3種類のタスクともに、10秒間隣の他者を自由に想像してもらう。

④その後この想像した他者に声を掛けるか5秒間検討してもらい、声を掛ける場合はテンキーの1を押下してもらう。本実験では、主にこの箇所のデータをサンプリングする。

⑤3秒間の休憩ののち、②に戻り3回実験を繰り返す。

#### 4. 分析方法と分析結果

データ分析は、6人分の計測データを加算平均した。採取データのうちオキシヘモグロビン変化のデータをサンプリング箇所から240データをランダムサンプリングし、*t*検定によって平均値の差が統計的に有意であったか検証する。

データのサンプリングに関しては、3回の試行のうち、被験者の実験への不慣れも考慮し、2回目と3回目の試行からデータを採取した。

実験結果は次のとおりである。図1、図2、図3は計測中のデータサンプリング区間における典型的なオキシヘモグロビン変化を示している。



図1. タスクA(統制群)における典型的なオキシヘモグロビン変化(出所)筆者作成<sup>(4)</sup>

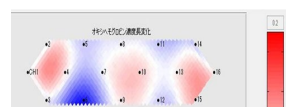


図2. タスクB(実験群①)における典型的なオキシヘモグロビン変化(出所)筆者作成<sup>(4)</sup>

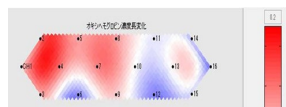


図3. タスクC(実験群②)における典型的なオキシヘモグロビン変化(出所)筆者作成<sup>(4)</sup>

タスクAとタスクBにおけるオキシヘモグロビン変化の平均値の差は、16箇所すべてにおいて統計的に優位であった( $p < 0.05$ )。タスクBとタスクCでは、CH.9、CH.11、CH.13を除く13箇所においてオキシヘモグロビン変化の平均値の差が統計的に有意であった( $p < 0.05$ )。タスクAとタスクCでは、CH.6を除く15箇所においてオキシヘモグロビン変化の平均値の差が統計的に有意であった( $p < 0.05$ )。声を掛ける意思決定のテンキーの押下数に関しては、タスクA、タスクC、タスクBの順となった。

#### 5. おわりに

実験結果から、自己と同じ集団に属する他者を想像することは積極的に実行できるが、自己と異なる集団に属する他者には積極的に関与しない心理が確認された。しかし、自己と異なる集団に属する他者であっても、心理的に後押しする要素の存在は他者への主体的行動に効果的であった。ホスピタリティの基本である「敵ではない他者を歓迎する」ことは、アイデンティティや他者への先入観などから現実で実行するには困難が付きまとう。他者と自己は異なる存在であることを常に意識することが、ホスピタリティを実行する際に重要となるのである。

#### 注

- (1) 山本哲士(2008)『新版ホスピタリティ原論 哲学と経済の新設計』文化科学高等研究院出版局、P.30。山路頭編(2013)『航空とホスピタリティ』NTT出版、P.5。
- (2) Akerlof, G. A. and Kranton, R. E. (2000), "Economics and Identity" *Quarterly Journal of Economics*, 115 (3), pp. 715-753.
- (3) 開一夫・長谷川寿一編(2009)『ソーシャルブレインズ 自己と他者を認知する脳』東京大学出版会、P.161。
- (4) fNIRS Data Viewer を使用し作成した。

# 仕事の生産性と持続可能性を高める企業行動モデルの構築

## ー全国の宿泊・飲食業を調査対象にー

### *Developing a corporate behavior model that enhances work productivity and sustainability*

桜美林大学 五十嵐 元一

J. F. Oberlin University Genichi IGARASHI

Keywords *human capital management, organization, work style*

#### 1. 研究の背景と目的

人手不足と高い離職率によるオペレーションは売上高と利益が低迷し、人件費の抑制につながり、人手不足と高い離職率が生まれる悪循環になる。コロナ禍の影響から観光需要が回復する一方、宿泊・飲食業における人材不足や生産性の低さといった供給面における積年の構造的な課題が一層顕在化している。生産性を高めるためには従業員を活かす人的資源の開発も求められ、人材の活用や持続可能な働き方など、人的資本に関する検討が必要となる。そこで、本研究ではイノベーションを創出し、生産的な組織と持続可能な働き方に資する企業行動モデルの構築を試みる。

#### 2. 概念の整理

##### 2.1. イノベーションを創出する人的資本

イノベーションを創出する人的資本について、2018 年に国際標準化機構は情報開示のガイドラインとして ISO30414 を策定した。人的資本の領域として、①コンプライアンスと倫理、②コスト、③ダイバーシティ、④リーダーシップ、⑤組織文化、⑥組織の健康、安全、福祉、⑦生産性、⑧採用、異動、離職、⑨スキルと能力、⑩後継者計画、⑪労働力の確保について指標を定めている<sup>(1)</sup>。

##### 2.2. 仕事とパーパス、エンゲージメント、スマートワーク

「自分の会社は何のために存在しているのか、

われわれはなぜこの会社で働くのか」といった問いに対する答え（存在意義）を定義し表明する、パーパス・ドリブン経営を行う企業が増加している<sup>(2)</sup>。国連は持続可能な開発のための 2030 アジェンダを構成する 17 のグローバル目標の 1 つに、すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進することを掲げている<sup>(3)</sup>。働きがいを意味するエンゲージメントには、従業員が組織に対して抱く愛着や帰属意識（従業員エンゲージメント）と、仕事に対する熱意や仕事からの活力（ワークエンゲージメント）がある<sup>(4)</sup>。「スマートワーク」は、ICT を活用した効率的な働き方の総称である。それについて、日経グループは、労働環境の整備やダイバーシティといった人材活用力に関わる部分だけでなく、イノベーションの力、財務力、市場開拓力など企業の成長を支える様々な要素を網羅的に捉えた総合的な概念として捉えている<sup>(5)</sup>。

#### 3. 先行研究のレビュー

##### 3.1. ホスピタリティと生産性

ホスピタリティと生産性に関して、Reynolds は、ホスピタリティ企業は資源配分の改善、市場浸透、利益の最大化に重点を置いており、経営者は最大限の業務効率を達成する方法を模索しているという<sup>(6)</sup>。また、原らによると、サービス産業は、製造業と比較して生産性の低下要因が数多く挙げられるが、そのバリューチェーンにおいて、

顧客接点の要素が多く存在するため顧客ニーズをいち早く察知し、バリューチェーンにおける優位性やイニシアティブを有するポジションにある<sup>(7)</sup>。

### 3.2.ホスピタリティと組織や働き方

ホスピタリティと組織や働き方に関して、姜の調査によると、宿泊産業を取り巻く働く環境における職務不満足の原因として、ホテル内部でコントロール可能な領域では「組織問題」「人手不足」「接遇問題」「システム問題」が全体の67.8%を占めた。そして、ホテル側がコントロールしにくい領域では「外部環境問題」「顧客態度・対応問題」が現れた<sup>(8)</sup>。Ghani et.alは、ホスピタリティ産業界の従業員維持戦略を見直し、有能な従業員を長期間維持するための議論を行い、従業員の定着は従業員の満足度に依存することを明らかにしている。それは「持続可能で前向きな職場環境」、「持続可能な成長の機会」、「持続可能で効果的なコミュニケーション」、「持続可能で効果的な採用と選択」といった要素で構成されとしている<sup>(9)</sup>。

### 3.3.ホスピタリティとイノベーション

ホスピタリティとイノベーションに関して、Cao et al.は、2010年から2020年の間に学術雑誌や業界誌に掲載されたホスピタリティと観光のイノベーション研究のテーマを特定し、学界と業界における共通あるいは異なる関心領域を探り、イノベーション研究の傾向を調査している。その結果、業界誌は技術開発による製品イノベーションが大半を占めているのに対して、学術誌は従業員のイノベーション、持続可能なイノベーション、リーダーシップのイノベーション、ユーザー作成コンテンツ(UGC)など、より多くのトピックを取り上げていることを示唆している<sup>(10)</sup>。

### 3.4.先行研究のレビューに見る課題

ホスピタリティ産業における高い生産性と持続可能な働き方は、どのように起こすことができるのだろうか。利益や付加価値の増大を図る経営戦略、顧客創造のマーケティング、DX化や生産性の高いオペレーション、人的資本経営や人的資源の施策に関する企業行動には何らかの差があるものと考えられる。生産性や顧客満足度などの評価が高く、先進的な取り組みにより成長性が高い企業も対象にしたアンケート調査を実施して、有意な要因の分析を通じて、高い生産性と持続可能な働き方に関する企業行動のモデルを提示することが先行研究のレビューにみる課題となる。

## 4.調査の概要と結果

本調査は、2025年3～5月に以下の1,000社・施設に質問票を郵送し、198件の回答を得た。①JTB お客様アンケート評価が高い<アンケート90点以上>ホテル・旅館・宿、②日経MJ(流通新聞)第42回サービス業調査ランキング上位企業、③日経MJ(流通新聞)第50回日本の飲食業調査ランキング上位企業、④日本サービス大賞受賞企業、⑤JCSI(日本版顧客満足度指数)調査ランキング企業、⑥Great Place To Work®による「働きがいのある会社ランキング」上位企業、⑦一般社団法人日本ホテル協会加盟ホテル、⑧一般社団法人日本旅館協会加盟宿泊施設、⑨一般社団法人日本フードサービス協会加盟飲食業である。

先行研究のレビューで言及した、顧客体験価値の最大化、DX、コスト管理と収益最大化、人材確保と育成、新規マーケット開拓、差別化戦略、イノベーション、人的資本の稼働を中心とした企業行動の程度について5件法で質問した。その回答結果に対する多変量解析を通じて、企業行動の生産的な組織と持続可能な働き方に資する企業行動モデルを提示し、自由回答より得た具体的な取り組みについて言及する。

### (注)

- (1) ISO(2018)ISO 30414:2018 Human resource management – Guidelines for internal and external human capital reporting <https://www.iso.org/standard/69338.html>
- (2) 吉田寿(2021)『増補新装版 社員満足の経営』、経団連出版、p.22
- (3) グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン「SDGsとは」  
<https://www.ungcn.org/sdgs/goals/goal08.html>
- (4) HR Trend Lab(2022)エンゲージメントとは?意味や注目の背景、高めるポイントを解説 <https://hr-trend-lab.mynavi.jp/column/engagement/1217/>
- (5) 日経 Smart Work プロジェクト <https://smartwork.nikkei.co.jp/project/>
- (6) Reynolds, D. (2003) Hospitality-productivity assessment using data-envelopment analysis. *Cornell Hotel Restaurant Admin Quarterly* 44(2), pp. 130-137.
- (7) 原良憲、窪山哲雄(2016)「インテグレイティド・ホスピタリティによる サービス生産性の向上に向けて」グローバルビジネスジャーナル 2(1), pp. 1-8.
- (8) 姜聖淑(2024)「宿泊産業を取り巻く働く環境に関する考察」経済論叢 198(S), S31-S39.
- (9) Ghani, Bilqees; Zada, Muhammad; Khalid Rasheed Memon; Ullah, Rezwan; Khattak, Afraseyab; Han, Heesup; Ariza-Montes, Antonio; Araya-Castillo, Luis (2022) Challenges and Strategies for Employee Retention in the Hospitality Industry: A Review, *Sustainability* 14(5) pp. 2885.
- (10) Cao, Anqi; Shi, Fangfang; Bai, Billy. (2022) A comparative review of hospitality and tourism innovation research in academic and trade journals, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 34(10), pp. 3790-3813.

# 観光産業における外国人材のサービス提供と品質をめぐる課題の提起

## — 日本型サービスに着目して —

### *Service Quality Challenges of Foreign Workers in Japan's*

### *Tourism Industry: A Japanese-Style Service Perspective*

東海大学 崔 載弦

Tokai University Choi Jaehyun

Keywords *Foreign Workers in Japan's Tourism Industry, Customer Satisfaction, Japanese-Style Service*

#### 1.はじめに

近年、日本においては、多くの産業で人手不足が顕在化している。中でも観光・サービス業はその影響を強く受けており、対策の一環として、外国人労働者の受け入れが積極的に進められている。一方で、日本の観光業、特に「旅館」は、単なる宿泊の提供にとどまらず、日本固有の宿泊文化を重視した伝統的なサービス形態を特徴として発展してきた。そのため旅館は、宿泊施設であると同時に、日本文化を体験する観光資源としての役割を担っており、国内外の旅行者から一定の文化的期待が寄せられていると考えられる。しかしながら、旅館がこのような文化的期待を担う観光資源として位置づけられる一方で、近年では人手不足などの理由により、異なる言語、宗教、接客慣習をもつ外国人材の活躍が増えている。ところが、日本の旅館で求められる「和の文化」を体現する接客を理解し、実践することは、外国人材にとって必ずしも容易ではない。その結果、サービスのギャップが利用客の満足度や旅行者の期待に影響を及ぼす可能性も否定できない。

本研究では、こうした仮定をふまえ、①観光業、特に温泉旅館等の宿泊施設における外国人材の活用の実態、②外国人材による文化的理解とサービス品質との関係、③多様な人材による接客に対する顧客の評価などの外国人材の現状と課題を把握することを目的としている。さらに、これらの分析を通じて、今後ますます増加が見込まれる外国人材の活用と、日本型サービスの両立を図る上で必要な課題を見出し、日本が目指す観光・旅行の高付加価値化の実現に向けた視座を提供することを目指している。

#### 2.先行研究の整理と理論的枠組み

日本では、2010年代半ば以降、東南アジアからの留学生や労働者の急増に伴い、受け入れに関する研究や政策的課題、共生のあり方に関する議論が活発に行われている。関連研究は多岐にわたるが、大きく以下の四つの領域に分類することができる。

まず一つ目は、外国人労働者の受入政策に関する研究である（山田久, 2019; 宮本恭子, 2017; 富士総研, 2019 ほか）<sup>(1)</sup>。これらの研究は、日本における法的・制度的課題やその改善策に焦点を当てている。

二つ目が、外国人労働者の労働環境や待遇に関する研究である（中小企業診断協会, 2019; 竹内英二, 2017 ほか）。これらは、外国人労働者の実際の就労環境や生活実態に関する分析を行っている。

三つ目は、外国人との共生に向けた社会的取組や教育に関する研究があり、これらの研究では主に異文化理解や多文化共生の推進に関する議論が展開されている（是川夕, 2020, 2021, 2022; 岩本英和ほか, 2020; 長坂康代, 2022; 坂本貴志, 2020 ほか）<sup>(2)</sup>。

最後に、観光業界における外国人労働者、特にサービス業における外国人労働者の活用とその影響に焦点を当て、業務への適応状況や雇用の実態に関して分析している研究として、吉田雅也（2019）や観光庁の調査報告書（2022）などが挙げられる。

他方では、外国人材による文化的体得とサービス品質との関連に関する議論は、十分に深められているとは言い難い。そのため、本研究が対象とするテーマに近い知見は、海外の研究に見出すことができる。例えば、Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. (1988); Seo, Y. (2012); Donthu, N. & Yoo, B. (1998) などの研究は、文化的要因と外国人労働

者、そして顧客満足度との関連に注目しており、サービス品質の評価や文化的背景、顧客の期待との関係性について理論的な枠組みを提供している。

これらの知見を踏まえ、本研究では、外国人スタッフと日本型サービス品質の再現における課題について実証的に検証する。なお、本研究発表は、こうした観点に基づく本格的な調査に先立ち、問題提起、先行研究の整理、および予備調査を通じた研究設計の妥当性を検討するものとする。予備調査では、宿泊施設の経営者および外国人スタッフへのインタビュー調査を行い、利用者の評価に関しては、質問票を用いた定性的分析を主な手法としている。

### 3.調査と分析

本研究では、予備調査および調査設計の妥当性検証を兼ね、九州地方の二つの老舗温泉ホテルを対象に、外国人スタッフの雇用実態と課題に関する調査を実施した。本予備調査は2025年7月に実施し、経営層3名、外国人スタッフ3名に対し、就労働機、業務内容、適応課題、支援体制、顧客対応などについて、半構造化インタビューを行った。

#### 3.1. 外国人スタッフの現状と受け入れ体制

調査施設Aでは全社員約180名中7名(韓国出身6名、タイ出身1名)が外国人で、日本語能力試験N2以上を採用基準に直接雇用している。韓国の大学と交流を開始し、20年前にインターンシップ協定を締結、年間約16名の学生を受け入れてきた。事例Bでは全従業員85名中10名が外国人で、韓国・ベトナム・ミャンマー出身者のほか中国のインターン生も勤務している。日本語能力は全体的にN3程度を目安とし、多くは幹旋業者を介して雇用されている。両事例とも主な雇用目的は人手不足への対応であり、研修は主にOJTによって行われている。外国人スタッフの就労働機としては「海外で働いてみたかった」「大学で日本語を学び、日本に興味があった」などが挙げられた。

#### 3.2. 業務内容と課題

外国人スタッフの業務は、食事サービス、客室アテンドなど接客が中心で、日本語能力が高いほどフロントなど、直接的な接客業務や施設内での主要な業務に就く傾向がある。共通する課題は、言語的課題(敬語やニュアンス、方言の理解)、文化的課題(空気を読む・察する、日本式サービスの細やかさ)、制度・組織的課題(OJT中心の研修、派遣会社依存)などが挙げられた。加えて、食文化や生活習慣への順応にも困難がみられた。特に、幹旋業者からの生活適応支援はあるものの、言語や接客スキルに関する体系的研修は不足していることが見受けられた。業務上の大きなトラブルは報告されていないが、幹旋業者との関係や、日本の業務システムのデジタル化の遅れが業務適応を阻害する要因との指摘があっ

た。さらに、細やかな日本のサービス提供について、「過剰」と思うこともあり、一部では観光サービス業の労働生産性との関連性が示唆された。一方で、顧客との関係(褒められるなど)が、モチベーション維持の重要な要素となっていることが確認された。

#### 3.3. 経営者の評価と今後の展望

両事例とも外国人スタッフの貢献を評価し、顧客からの大きなクレームは報告されていない。受け入れ促進の要因として、休暇制度や寮・食事提供などの生活支援、日常的なコミュニケーションの充実が挙げられる。経営側は文化・言語面の課題を認識しつつも、外国人雇用の必要性和拡大の可能性を強調している。事例Aでは地元大学の留学生受け入れを検討し、地域の温泉協会等が教育機関と連携して人材確保を進めている点が特徴である。これにより幹旋業者依存によるトラブルを軽減し、より良い人材確保につなげる取り組みとして評価できる。一方、事例Bはさらなる採用拡大を視野に入れており、両事例とも外国人雇用の拡大に前向きである。

### 4.おわりに

本研究は、日本の伝統的宿泊施設である温泉旅館において、外国人スタッフが直面する課題を経営者・スタッフの視点から検証した。予備調査の結果、言語的・文化的、また日本の組織に対する障壁を抱えながらも、現場経験を通じて日本型サービスに適応し、顧客からの評価を自己成長へつなげる姿が確認された。一方で、OJT中心の教育体制や幹旋業者依存の支援は体系的な継続性に乏しく、異文化理解やサービス品質向上のための構造的支援が欠如していることが懸念される。他方、文化的背景の異なる人材による接客は、日本型サービスの本質的価値を再考する契機ともなり得る。しかしながら、今回の基礎調査では経営者・スタッフの意識や支援体制に関する有益な知見を得たが、利用者評価の分析には至らなかった。今後はより多様な事例の収集と顧客視点を加えた検討を行い、外国人材の活用と日本型サービスの両立を可能にする実践的提案を行うとともに、外国人スタッフのスキル要素と顧客評価(満足度)の関係を解明する枠組みの提示を目指す。

(謝辞) 本研究は、JSPS 科研費 25K15709 (東海大学 崔載弦、江戸川大学 崎本武志、明海大学 木内伸樹、駒沢女子大学 張景泰) ならびに(公財) 江頭ホスピタリティ事業振興財団の助成を受けたものです。

#### (注)

- (1) 山田久; 「急増する外国人労働者とうどう向き合うかー望ましい受け入れの条件」, JRI レビュー, Vol.10, No.71, p.4-19, 2019
- (2) 是川タ; 「日本の外国人労働者受け入れをどう捉えるのか?ーアジアの国際労働市場の実態から」, 日本労働研究雑誌, No.744, p.66-83, 2022

# 関係人口の限界と担い手創出の実態 — 愛媛県今治市大三島の移住事例を通して —

## *Limitations of the Concept of "Related Population" and the Reality of Fostering Local Stakeholders : A Case Study of Migration to Ōmishima, Imabari City, Ehime Prefecture*

追手門学院大学大学院 現代社会文化研究科 永塚 歩実  
Otemon Gakuin University Graduate School Nagatsuka Ayumi

Keywords Related Population, immigrant, player

### 1.はじめに

本稿では、地域との多様な関わりを持つ「関係人口」という概念に着目し、その実態を分析していく。総務省が定義する関係人口は、地域課題の担い手として期待されているが、国土交通省のアンケート結果からは、自己の体験を目的とした関わりが多く、地域との深い関係性や移住には至らないケースが多いことが明らかとなった。本稿では移住者が担い手となっている事例を通じて現状の移住者の傾向を分析していき、関係人口は担い手創出のプロセスに直接的効果があるのかを検討していく。

### 2.先行研究から見る関係人口

関係人口について着目するにあたり、同様の関係性を持つ都市農村交流について、整理していく。

都市農村交流の取組は、1980年代半ば以降から盛んになり、農村で余暇活動を促進する動きが活発化した。しかし、保母(1996.p.253)は、地域の独自性や個性というのは都市側の人々が余暇のた

めに選択肢を広げるために求めているのではないかと述べている。これでは都市という強者側にとって都合が良い関係を求めているようにも見え、保母はこの関係性では農山村側に自立性がなくなると指摘している<sup>1</sup>。

都市農村交流で指摘されている批判は似た関係性を持つ関係人口でも同様の現象が起きているだろうか。先行研究において、田中(2021.p.77)・山田(2024.p.12)は関係人口について継続的に地域に関与し続ける存在とそれぞれ定義している。しかし、両名とも関係人口の効果である担い手や移住・定住のプロセスについては、関係人口の関係性では成し遂げられないと指摘している<sup>2,3</sup>。

### 3.アンケートから見る関係人口の現状

2025年6月に国土交通省国土政策局 関係人口担当が発表した「関係人口の実態把握」では、特定の地域と関係性を持つ関係人口を対象に、地域との関係性についてアンケート調査を行った<sup>4</sup>。アンケート結果から、関係人口の実態は「対象地

域とすでに縁がある者、もしくは観光をきっかけに関係を築き、日常の気分転換として継続的に地域に来訪している」ということがわかる。地域内でのコミュニティを深めることなく現状の関係性を保ちたいというニーズが強い以上、地域課題を解決する担い手や移住・定住というフェーズには至っていない。関係人口については自己の体験を目的とした傾向が強いため、地域での消費・趣味活動の領域で留まることが大半のケースではないかと推測する。

#### 4. 事例を通じた実態

先行研究では、関係人口の中でも「対象地域に来訪している」状態だけでは担い手や移住・定住といった地域への効果に寄与する人材になることは難しいと指摘されている。そこで、関係人口による地域への効果は限定的であると仮定し、移住事例を通じて地域への効果について検討していく。

調査対象は愛媛県今治市大三島とする。調査対象を大三島とする理由として近年、大三島では転入が増加傾向であり、特に移住先で起業し、生業として定着しているケースが増加しているからである。これは、地域内において新たな担い手が形成されつつある状況と捉えることができる。本稿では大三島における移住者の動向を分析することで、域外からの人々が地域の担い手へと変化していく過程を整理していく。大三島での移住者の傾向について分析していく。今回対象にする移住者は下記の条件を達成している移住者である。

＜条件＞

- ・移住先(大三島)で起業をした
- ・起業内容が観光関連事業である

上記の条件をふまえ、地元の地域新聞でのインタビューを基に移住までのプロセスを分析し、整理した<sup>5)</sup>。

移住のきっかけについては、18 事業者中、8 事業者が親族・知人といった縁によって大三島という地域を認知している。残り 10 事業者についてもきっかけは、自己の目的を達成するために地域に来訪している。しかし、この 18 事業者が移住・

起業したことで大三島の課題である観光地でありながら、飲食する場が少ないことで長時間滞在しづらいという課題が徐々に解消しつつある。これは、地域課題に対して移住者が少しずつ解決に貢献している状態であると言えるだろう。

#### 5. まとめ

指摘している関係人口が地域の担い手になる条件を踏まえ、国土交通省が調査したアンケート結果である「日常の気分転換として継続的に地域に来訪している」傾向がある。実際に、大三島の移住者を見てみると 18 事業者中 11 事業者が都市圏からの移住者である。

これまでの分析から、関係人口は域内の担い手を増やすなどといった効果的な影響力を及ぼすとは言いつらいだろう。直接的な影響力を持つには、関係人口が移住・定住の段階に移ったときだと推測する。よって、域内での担い手増加や発展をもたらすには、関係人口の促進ではなく移住・定住者を増やすべきである。

---

(注)

- (1)保母武彦、1996、「内発的発展論と日本の農山村」、P253、岩波書店
- (2)田中輝美、2021、「関係人口の社会学」、p.77、p.244、pp.125-239 大阪大学出版会
- (3)山田浩久、2024、「観光地経営人材育成ハンドブック・理論編 観光地を經營するためにまず理解すべきこと」、p.12、海青社
- (4)国土政策局 関係人口担当(2025.6)、「関係人口の実態把握」、国土交通省、<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001898143.pdf>、(2025.7.22 閲覧)
- (5)今治経済新聞(2025)、<https://imabari.keizai.biz/>(2025.7.22 閲覧)

# ペットとの暮らしは高齢者の健康寿命を延ばすか—影響要因と調整効果のペット種別比較

*"The Impact of Pet Ownership on Healthy Aging:*

*A Comparative Analysis of Influencing Factors and*

*Moderating Effects by Pet Type*

大阪経済法科大学大学院 経済学研究科 経営学専攻 毕世慧（深瀬 澄）

Osaka University of Economics and Law BISHIHUI (Kiyoshi FUKASE)

Keywords: Pet ownership, Elderly health, Subjective well-being,

## 1. はじめに

日本社会では急速な高齢化が進み、高齢者の健康寿命の延伸や生活の質(QOL)の向上が重要な課題となっている。その一方で、核家族化や単身世帯の増加により、社会的孤立や孤独感の高まりが懸念されている。こうした状況の中で、ペットは単なる「癒し」の存在を超え、情緒的・社会的な支援源として注目を集めている。

しかし、ペット飼育が実際に高齢者の寿命や健康にどのような影響を及ぼすのか、また犬と猫でその効果に違いがあるのかについては、先行研究においても必ずしも一致した結論が得られていない。本研究では、ペットの存在が高齢者の健康や生活満足度に与える影響を多角的に検証し、その意義を明らかにすることを目的とする。

## 2. 先行研究

先行研究では、高齢者とペットの関係が身体的・心理的・社会的健康に与える影響が検討されている。三島(2018)の研究<sup>(1)</sup>では、ペットの有無は高齢者の精神的健康や友人との交流に影響を及ぼす一方、IADL(Instrumental Activities of Daily Living)<sup>(2)</sup>や自立心には有意な影響は見られなかったことが報告されている。

犬の飼育そのものは身体的・精神的健康に直接影響を与えないが、犬への愛着度の強さは健康に影響することを示した杉田(2009)<sup>(3)</sup>は日本におけるペットと人間の関係解明において価値のある研究である。

さらに、金児(2020)では、伴侶動物から得られる支援が飼い主の主観的幸福感や生活の満足度に正の影響を与えることが示された<sup>(4)</sup>。特に、独居高齢者は同居家族がいる場合よりもペットからの支援を強く実感しており、ペットが社会的支援源として機能する可能性が示唆されている。

これらの先行研究から、高齢者の生活や健康においてペットの存在は単なる癒しにとどまらず、心理的支援や社会的交流を通じて間接的に健康や幸福感に寄与する可能性があることが示されている。

## 3. データ出典および分析対象者

本研究は2017年と2018年に大阪商業大学比較地域研究所と東京大学社会科学研究所が共同で実施した社会調査である「日本版 General Social Surveys (JGSS-2017, 2018)」のデータを2次利用した。サンプル数は20歳～89歳までの2年合計で2,660だが、本研究では定年退職後の

55 歳以上の 1276 名を分析対象とした。  
ペットの飼育状況は下表の通りである。

| 飼育なし  | 犬を飼育  | 猫を飼育  | 犬猫飼育 | 他の動物 |
|-------|-------|-------|------|------|
| 916 人 | 192 人 | 104 人 | 22 人 | 42 人 |

#### 4. パス解析

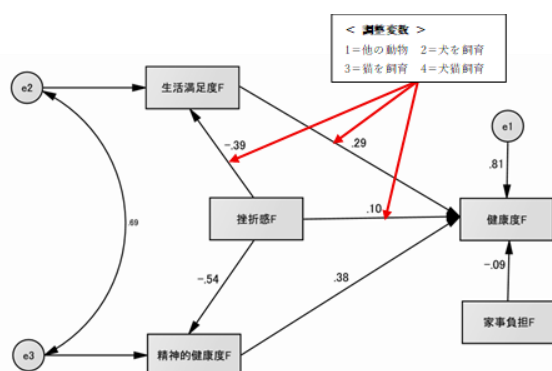
探索的因子分析により、Ⅰ.生活満足度、Ⅱ.精神的健康度、Ⅲ.健康状態、Ⅳ.挫折感について因子得点を測定し、欠損値が多いⅤ.家事負担は別に測定した。

図 1 探索的因子分析 (OLS, プロマックス回転)

| 項目               | Factor1 | Factor2 | Factor3 | Factor4 | 共通性  |
|------------------|---------|---------|---------|---------|------|
| 生活満足度：家庭生活       | .829    | .080    | -.091   | .033    | .690 |
| 生活満足度：余暇利用       | .771    | -.011   | .031    | .036    | .588 |
| 生活満足度：居住地域       | .765    | -.161   | .035    | .033    | .460 |
| 生活満足度：友人関係       | .732    | -.125   | .106    | .031    | .492 |
| 生活満足度：家計状態       | .565    | .166    | -.037   | -.091   | .501 |
| 生活満足度：全般的        | .454    | .393    | -.044   | -.052   | .598 |
| 精神的健康：おちついた気分    | -.055   | .834    | -.002   | .115    | .563 |
| 精神的健康：活力にあふれる    | -.090   | .651    | .188    | .019    | .482 |
| 精神的健康：おちこんだ気分    | .059    | .451    | .014    | .120    | .227 |
| 幸福度              | .265    | .416    | -.031   | -.100   | .435 |
| 生活満足度：健康状態       | .164    | -.065   | .914    | -.017   | .947 |
| 健康状態（本人）         | -.098   | .138    | .805    | .001    | .690 |
| 希望のなさ：将来の希望が持てない | .004    | .035    | -.014   | .944    | .864 |
| 希望のなさ：目標は達成できない  | .044    | -.017   | -.001   | .774    | .589 |
| 因子寄与             | 4.547   | 3.991   | 2.915   | 2.413   |      |

図 2 のパス解析モデルに因子得点 F を用いて健康状態への影響要因を分析し、さらにペット種別に標準化パス係数に対する調整効果を分析した。欠損値は処理せず完全情報最尤法 (FIML) で推定した。

図 2 パス解析モデルによる調整効果分析



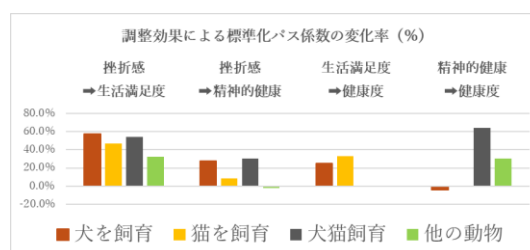
パス解析の結果、健康度（状態）への影響要因では、①精神的健康度（標準化パス係数.38）が最も強く、②これに次ぎ生活満足度（同.29）が強く影響している。③挫折感も直接効果（同.10）では正の影響を示したが、生活満足度（同-.39）、精神的健康度（同-.54）に負の影響を与え、これらの媒介変数を経由する間接効果としては、健康度に負の影響を与えている。④家事負担については弱い負の影響（同-.09）を示した。家事負担が重いほど健康度が低下する傾向が見られる。

#### 5. 調整効果分析

4 種のペットを調整変数とする調整効果分析を行い、ペット種別に飼育なしのパス係数を基準とする変化率（相対比-1）を比較した結果、差異が見られた（図 3）。

①生活満足度を介した健康度への影響力は、犬または猫の飼育により向上し、②精神的健康による健康度への影響力は他の動物の飼育や特に犬猫の同時飼育により強く高められることが示唆された。しかし、③挫折感による健康度向上への直接効果はいずれも弱められ、他の動物のパス係数以外は有意とならなかった。④一方、挫折感による生活満足度と精神的健康への抑制効果が、それぞれ、全種、他の動物を除く全種で確認された。

図 3 飼育なしに対する標準化パス係数の変化率



#### 6. 考察結果および今後の課題

ペットの飼育は、生活の満足度と精神的健康度による健康増進効果を強める。挫折感が強くてもそれを容認できる人は過度な努力を抑えるため健康が向上しやすいと考えられる。ペット飼育を調整変数とした本研究では、飼育が挫折による不満を強める原因となったが、因果関係としては、むしろ挫折によるストレス

（負のパス係数）が大きい人がペットに癒しを求めて飼うと解釈した方が自然かもしれない。この確認も含め、今後の課題として、ペット飼育の要因を傾向スコアより考察して 4 種間の比較条件を揃え、るとともに、残差項 e1 に残された健康度への影響要因を解明して精緻化したい。

注

（注 1）三島富有他 (2018) 「ペット飼育の有無と高齢者の身体的・心理的・社会的健康の関連」 老年学雑誌第 9 号

（注 2）Lawton & Brody (1969) Assessment of older people: self-maintaining and instrumental activities of daily living, *Gerontologist*;9(3):179-86.

（注 3）杉田陽出 (2003) 「犬の飼育と犬に対する愛着度が飼主の身体的健康と精神的健康に及ぼす効果」 JGSS 研究論文集 [2]

（注 4）金児恵 (2020) 「コンパニオン・アニマルからのサポートが飼主の精神的健康に及ぼす影響」 北海道武蔵女子短期大学紀要 第 52 号

# 感情型訴求の広告表現が及ぼす 広告効果についての実証研究

—ベーカリーの Instagram 運用を通じて—

## *An Empirical Study on the Advertising Effects of Emotion-Based Advertising Creative —A Case Study of a Bakery's Instagram Operations—*

大阪経済法科大学 杉江遥大 松本奈々 徳丸義也 深瀬澄

Osaka University of Economics and Law

Haruto SUGIE Nana MATUMOTO Yoshiya TOKUMARU Kiyoshi FUKASE

Keywords : Advertising Creative Emotional Appeal Hierarchy of Advertising Effects

### 1. はじめに

本研究は、ベーカリーブランドの Instagram 企業アカウントの運用を通じて、感情型訴求の広告表現と非感情型訴求の広告表現が及ぼす広告効果の違いについて、さらに、感情型訴求が及ぼす階層的広告効果について、実証研究を通じた分析と考察を試みることを目的とする。

### 2. 本研究の背景

従来のマーケティングは、主にテレビや新聞などのマスメディアを通じた一方向の情報発信によるものであり、顧客は受け身的な立場に置かれていた。デジタル社会においては、顧客同志が簡単につながれるソーシャルメディアによって、自由な会話を通じた情報収集が可能になった<sup>(1)</sup>。そのため、企業は、顧客と協働し双方向のコミュニケーションを通じた共創的なブランド構築が求められている。

ここきて、インターネットを通じた情報収集の主流は、Google などの検索エンジンを使うこれまでの「ググる」から、Instagram などの SNS におけるハッシュタグ検索による「タグる」や「発見タブ」の「タブる」へと変化している<sup>(2)</sup>。ユーザーは、SNS のビジュアルを主としたツールにおいて、流れてきた情報を視覚的に読み取り、理屈ではなく直観的に投稿をチェックする。興味を持った事柄を保存し、詳しい情報を得ようとする。

一方、企業の集客の方法として市場規模を拡大してきた Wed 広告だが、高額なコストを伴うことから、広告依存からの脱却、消費者にとって意味のある情報発信としてのコンテンツマーケティングが求められている。企業においては、SEO 対策から、Instagram などの SNS 運用を、ビジネスとして活

用する必要に迫られている。

### 3. 依拠する先行的研究

本研究では、Instagram などの SNS 企業アカウント運用を、マーケティング論や広告論の枠組みから検討する。学生や若者をターゲット・オーディエンスとしたベーカリーの Instagram 運用である。そのため、広告表現コンセプトは広告好意形成型とし、感情型訴求の広告表現戦術を選択する<sup>(3)</sup>。

すなわち、FCB 広告プランニング・モデルにおいて、対象とする製品がベーカリーであること、ターゲット・オーディエンスが若者や学生であることから、お菓子や飲料に類する、低関与で感情型の第 4 象限の自己満足型に属すると考えられる。

さらに、ベーカリー製品の広告関与においては、若者や学生の情報処理の動機や関心は必ずしも高いとはいえない。精緻化見込みモデル<sup>(4)</sup>に沿えば、印象や雰囲気などの表面的な手がかりによる、周辺的な情報処理ルートを通じた態度変容が考えられる。

Instagram 運用に対する、いいね！、コメント、保存、リンク、シェアなどのエンゲージメントから、オーディエンスの階層的な広告効果を測定する。AISAS モデルに沿えば、いいね！は Attention「注意」、コメントは Interest「興味」、保存やリンクは Search「検索」、シェアは Share「共有」などの心理的変容を表す指標として推定することができる。

### 4. 仮説と検証手法

**仮説 1.** ベーカリーの Instagram 運用における感情型訴求の広告表現は、非感情型訴求の広告表現に比べて、広告効果が高い。

**仮説 2.** ベーカリーの Instagram 運用における感情型訴求の要素を増大させると、AISAS モデルにおけ

る Interest「興味」の段階の心理的変容に影響し、広告効果を高める。

## 検証方法

1. ベーカリーブランドの取材をもとに、Instagram による感情型訴求（承認欲求型タイプ）のリール動画（30 秒×5 本：連続編集）を制作。「今日も 1 日がんばろ～！レッサーリボンちゃんの愛の応援」コンセプトに、努力を認める・応援・共感されるという承認欲求を訴求する内容とする。他方で、非感情型訴求（ベーカリーの商品情報やバラエティの説明）のリール動画を制作。

2. 8 月 15 日（金）から、それぞれのリール動画 5 本を 1 週間投稿、ハッシュタグ設定を変更しながら、さらに 2 週間投稿し、視聴者からのエンゲージメントを獲得する。

3. 収集したエンゲージメント指標の分析表を作成  
表 1 Instagram 運用のエンゲージメント分析表

| 動画ID | 投稿週 | いいね | コメント | コメント率 | 保存 | シェア | インプレッション数 |
|------|-----|-----|------|-------|----|-----|-----------|
| 1    | 0   |     |      |       |    |     |           |
| 2    | 1   |     |      |       |    |     |           |
| 3    | 0   |     |      |       |    |     |           |
| 4    | 1   |     |      |       |    |     |           |
| 5    | 0   |     |      |       |    |     |           |
| 6    | 1   |     |      |       |    |     |           |
| 7    | 0   |     |      |       |    |     |           |
| 8    | 1   |     |      |       |    |     |           |
| 9    | 0   |     |      |       |    |     |           |
| 10   | 1   |     |      |       |    |     |           |

4. 仮説 1 を検証するために、感情型訴求（承認欲求型）と非感情型訴求の投稿に対するエンゲージメント指標（コメント率）の差を、t 検定によって判定する。

5. 仮説 2 を検証するために、エンゲージメント指標（コメント率）を目的変数として、感情型訴求と非感情型訴求、いいね！、保存の指標を説明変数として重回帰分析を行う。本研究では、コメントは、投稿動画に対する視聴者の共感・共鳴を表すものとして、AISAS モデルにおける Interest「興味」階層の心理的変容を表す指標として検討する。

重回帰式： $Y = \beta_0 + \beta_1 A + \beta_2 B + \beta_3 C + \varepsilon$

Y：コメント率（目的変数） A：訴求（1 or 0）

B：いいね！ C：保存  $\varepsilon$ ：残差

## 5. 結果および考察

### 5-1 仮説 1 の結果と考察

投稿実施前の予測値では、感情型訴求に対応する均コメント率が 12.5%であるのに対して、非感情的訴求に対応する平均コメント率は 4.6%である。t 検定により、P 値は 0.000044 となり、有意水準 0.05 を下回っているため、仮説 1 は支持され、感情型訴求の広告効果が高いと認められる。

この結果から、若者や学生をターゲット・オーディエンスとした、低関与の製品であるベーカリーの Instagram 運用において、認められる、応援されるといった承認欲求、すなわち、精緻化見込みモデルにおいて、ベーカリーの商品情報による中心的ルートより、印象や雰囲気などの表面的な手がかりによる周辺的な情報処理のほうが、態度変容に強い影響を及ぼすことが明らかとなった。

### 5-2 仮説 2 の結果と考察

投稿前の予測値をもとにした、コメント率に対する重回帰分析では、承認欲求型の要素を増やしていくとコメント率が増加する、統計的に有意な結果が得られ、仮説 2 は支持された。感情型訴求の広告表現が、Interest「興味」の階層の心理的変容を促し、広告効果を高めると認められる。

さらに、いいね！が増加するたびにコメント率も増加していく関係も有意な結果として得られた。このことは、Attention「注意」（いいね！）から、Interest「興味」（コメント）への階層間の移動を促進させる意味の広告効果であるといえる。

## 6. おわりに

発表予稿原稿の段階での本稿は、実施前の予測値に基づく「結果および考察」であり、8 月 15 日以降の動画投稿とその集計により、実際に得られたデータに基づいて「結果および考察」を加え、報告する予定である。

## 7. 参考文献

- (1) 西川英彦 (2019), 「デジタル・マーケティングの基本概念, 『1 からのデジタル・マーケティング』, 碩学社.
- (2) 石川侑輝 (2022), 『プロ目線のインスタ運用法』, クロスメディア・パブリッシング.
- (3) 石崎徹編著 (2016), 『わかりやすいマーケティング・コミュニケーションと広告』, 八千代出版.
- (4) Petty, Richard E.; Cacioppo, John T. (1986). Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change. Berlin, Germany: Springer-Verlag. p. 4

# 後発医薬品における不安定供給の原因分析 —少量多品目生産体制に着目して—

## *Why is Generic Drug Supply Unstable? : A Production Structure Perspective*

京都府立大学 乾 悠登

京都府立大学 伊藤 敦

Kyoto Prefectural University Haruto INUI

Kyoto Prefectural University Atsushi ITO

Keywords : generic drugs, supply chain risk, fragmented production structure

### 1.はじめに

現在、日本では国民医療費が高騰し続けており、令和 4 年度には 46 兆円を超え、50 兆円に迫る勢いである。日本政府は医療費削減の手段の一つとして、先発医薬品よりも比較的安価である後発医薬品の利用を促す政策を続けてきた。その結果、令和 5 年には後発医薬品の数量シェアは 80%を超えるに至っている。

しかしながら、後発医薬品は現在、供給不足という深刻な問題を抱えている。日本製薬団体連合会の調査によれば、令和 6 年 3 月時点で医薬品全体の約 23.9%、後発医薬品に限ると、約 32%が出荷停止または限定出荷の状態にあり、国民の医療アクセスや制度の持続性に影響を及ぼしている。

本研究では、こうした供給不安の構造的原因の一つとして「多品目・少量生産体制」に着目する。すなわち、収益性の低下により後発医薬品企業(以下、企業)が頻繁に新規後発医薬品を収載する結果、製造ラインが多数の品目を少量ずつ生産せざるを得ない体制となり、工程管理の複雑化・品質リスクの増大・生産能力の逼迫を招いている。こうした生産体制は、一見柔軟な対応力を持つように見えるが、実際には供給の脆弱性を高める要因の一つとなっていると考えられる。

このような背景のもと、本研究では、後発医薬品における不安定供給の要因を理論的に分析し、

特に薬価が企業の収益性や生産体制に与える影響に着目する。さらに、多品目・少量生産体制の問題点を整理した上で、薬価の引き上げと少品目・多量生産体制への移行により生産効率の改善と供給安定の可能性について、モデル分析を通じて明らかにすることを目的とする。

### 2.仮説と検証手法

後発医薬品の供給不安の原因として、収益性の低下により企業が多品目を少量ずつ製造せざるを得ない「多品目・少量生産体制」を選択していると仮定する。この構造的要因の一つに薬価の低さがある。だが、もし薬価を引き上げれば、収益性が改善し供給安定化に資するか、さらには少品目・多量生産体制への移行により、効率的な生産と供給安定を実現しうるのかを、利潤最大化行動に基づく静学的最適化モデル(以下、モデル)で検証する。具体的には、次の仮説を設定する。

仮説：後発医薬品の薬価が一定水準に引き上げられれば、企業の収益性が改善し、頻繁な新規収載が抑制される。その結果、多品目・少量生産体制の是正による効率的な生産による供給の安定化が期待される。

この仮説を検証するために、企業の「一錠あたりの利益( $\Pi$ )」を以下の要素でモデル化する。

$p$ :薬価

$q$ :品質に関する変数

$I$ :一錠あたりの投資額

$c$ :一錠あたりのコスト

$c_0$ :固定費用

$A$ :潜在需要

$\alpha$ :後発医薬品の価格弾力性（2022年度と2023年度の沢井製薬における供給実績数量および、厚生労働省の発表する当該年度の薬価より算出）

$b$ :品質弾力性

$\alpha, \beta$ :定数

ここで、一錠あたりの利益は、薬価 $p$ および投資額 $I$ によって決定されると仮定し、以下の4つの関数に基づいて構築する。

まず、品質 $q$ は、品質向上のために投入される投資額 $I$ によって決定され、逓増関数として以下のように表す。

$$q = \alpha \log(1 + I) \quad \alpha > 0$$

次に、一錠あたりの製造販売コスト $c$ は、基本的な固定費用に加えて、品質水準に応じて増加すると仮定し、次式で示す。

$$c = c_0 + \beta q \quad c_0 > 0, \beta > 0$$

ここで、 $c_0 > 0$ は固定的な材料費・人件費・広告費等を表し、 $\beta > 0$ は品質向上によるコスト増加の程度を表す。さらに、需要量 $D(p, q)$ は、薬価が上昇すれば減少し、品質が上昇すれば増加するという線形構造のもと、以下のように表す。

$$D(p, q) = A - ap + bq \quad a > 0, b > 0$$

ここで、 $A$ は潜在的な需要量、 $a > 0$ は価格弾力性、 $b > 0$ は品質の需要への影響度を示す。

最後に、一錠あたりの利益 $\Pi(p, I)$ は、薬価と需要による売上高から製造コストおよび投資額を控除して算出され、以下のように定義する。

$$\Pi(p, I) = (p - c)D - I$$

ここで、 $c$ および $q$ は、先の式に従って $I$ の関数として決定される。以上、薬価 $p$ を変化させながら、最適な投資額 $I$ のもとでの利益 $\Pi$ を多品目・少量生産体制と少品目・多量生産体制で比較分析し、供給安定化に与える可能性を把握する。

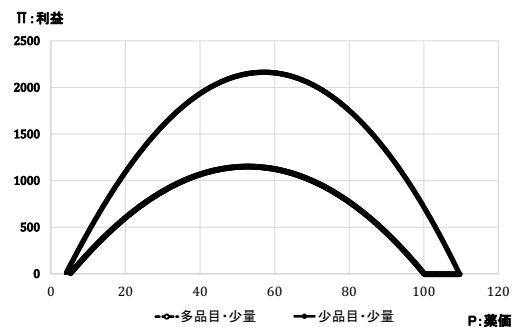
### 3.結果

薬価、生産体制、供給安定性の関係把握のため、モデル分析を試行した。ここでは、薬価が収益性を通じて生産体制に影響する構造を前提とする。加えて、「多品目・少量生産体制」と「少品目・多量生産体制」を比較するため、薬価を3～150の範囲で変化させ、各薬価において投資額 $I$

を最適化した上で利潤関数を算出した。その結果、いずれの体制も薬価の上昇に伴い利益が増加し、一定水準を超えると減少に転じる逆U字型の関係が確認された（図）。また、少品目・多量生産体制は多品目・少量生産体制に比べて、同一薬価でも常に利益が高くピーク利潤は約1.9倍、最適薬価も約4.4単位高かった。

以上より、多品目・少量生産体制では、効率的な生産が困難であることが明らかとなった。

図 後発医薬品における薬価と利益の関係



### 4.考察

本モデルによる検証の結果、薬価の低すぎ・高すぎが収益を阻害する逆U字型の関係が示された。多品目・少量生産体制と少品目・多量生産体制を比較すると、後者のピーク利潤は前者の約1.9倍（1,154 vs 2,163）、最適薬価も約4.4単位高かった。この差異は、同一薬価制度下でも生産体制の違いが収益性に大きく依存することを意味している。少品目・多量生産体制は生産効率や品質投資集中、工程切替削減などで有利であるのに対し、多品目・少量生産体制は需要分散や品質維持コスト増で不利となる。よって、医薬品の不安定供給の解消には、薬価改定や品目集約化に向けた効率的な生産体制への移行を促す政策が必要である。

### 5.おわりに

本研究では、後発医薬品の供給不安定要因を解明するために、薬価制度と生産体制の関係を理論的に分析した。薬価と利潤の関係が逆U字型の関数にあり、多品目・少量生産体制の下では生産効率の向上が構造的に困難であることが示唆された。以上、生産効率の向上と安定供給の実現には薬価改定、品目集約化、少品目・多量生産体制への移行を促す業界再編が必要ある。今後は、この政策分野における持続可能な制度設計に向けて、最適な品目数や他のステークホルダーの意思決定問題に踏み込んだ検証を進める余地がある。

# 特別養護老人ホームにおける コンプライアンスと生産性に関する予備調査 *A Study on Relationship between Compliance and Productivity in Assisted Living Facility : Pilot study*

日本工業大学 高津 洋貴, 辻村 泰寛  
Nippon Institute of Technology Hiroki KOZU, Yasuhiro TSUJIMURA  
千葉工業大学 丸山 友希夫, 白井 裕  
Chiba Institute of Technology Yukio MARUYAMA, Yutaka SHIRAI  
社会福祉法人 五葉会 戸山 文洋  
Goyokai Association Fumihiro TOYAMA

Keywords *Compliance, Productivity, Assisted Living Facility*

## 1.はじめに

超高齢化の進んでいる国内では、介護に対する多様な対応が求められているが、介護職へのネガティブなイメージがあり、介護士の不足が深刻な問題になっている。厚生労働省は、介護士不足による介護サービスへの影響を緩和するために、ロボット・センサー・ICTの活用による生産性の向上に取り組んでいる<sup>(1)</sup>。介護サービスの業務には、事務的な処理を行なう間接的業務と食事介助や排泄介助などのような利用者と直接的に接触する直接的ケアがある。前述の厚生労働省の施策では、間接的業務を中心とした生産性の改善となっているが、介護現場の全体的な生産性の向上を考えると、直接的ケアに対する施策も必要である。そして、この施策には、業務の方法や手順を知識化できることが前提となるが、直接的ケアの場合、介護士の経験に依存することが多く、介助方法や介助手順が決められていないケースがある。たとえば、介護士によって利用者の衣服の脱着を行なう介助は、利用者の転倒防止となり、安全性の向上の観点では合理的であると考えられる。しかし、この介助は、コンプライアンス上において不適切ケアに位置づけられているため、介護士によって対応に違いが生じていることがある。つまり、コンプライアンスによる制約が、介助方法や介助手順の知識化を阻害し、直接的ケアの生産性を向上させるためのロボット・センサー・ICTの活用を進められていない現状になっている。そこで、本研究では、特別養護老人ホームの現場の視点を踏

まえ、コンプライアンスの合理性を明確にし、知識化を前提としたコンプライアンスの見直しを提案する。そして、最終的には、介護現場における直接的ケアの生産性向上に寄与することを期待する。今回の発表では、予備調査によって得られた結果を報告する。

## 2.調査方法

### 2.1.調査票

#### 2.2.1 基本情報の設問

回答者の基本情報として、性別、年代、介護分野での勤務年数、現施設での勤務年数、コンプライアンスへの意識レベルなどを設定した。ここでは、各施設において、介助方法などのローカルなルールが存在し、介護士がそれに依存することがあると考え、介護分野での勤務年数と現施設での勤務年数を分類して設問を設定した。

#### 2.2.2 コンプライアンスの合理性に関する設問

本設問の作成に先立ち、2回の事前調査を実施し、40設問を導出した<sup>(2)(3)(4)</sup>。設問の一例として、「利用者が個室の施錠をできないように管理している」、「利用者の身だしなみを介護士が行なっている」、「賞味期限を過ぎたご利用者様の食品を廃棄している」など、現場ではグレーゾーンとされ、介護士が判断に苦慮するような内容で構成されている。これらの設問に対して、利用者に対する安全性、利用者に対するQOL、介護士に対する生産性の3つの観点での回答を設定した。図1には、調査票の一部を示す。

図 1. 調査票の一部 (出所) 著者が作成

Q7. 「ご利用者の身だしなみを介護者が行っていること」は、次の設問に対して、どの程度関連しますか。

Q7-1. 利用者の安全性の向上に関連しますか(1 つ選んでください)

・とても ・まあまあ ・どちらともいえない ・あまり ・まったく

Q7-2. 利用者の QOL の向上に関連しますか(1 つ選んでください)

・とても ・まあまあ ・どちらともいえない ・あまり ・まったく

Q7-3. 作業効率の向上に関連しますか(1 つ選んでください)

・とても ・まあまあ ・どちらともいえない ・あまり ・まったく

## 2.2.対象者

本調査の対象者は、埼玉県の特設養護老人ホーム (3 施設) に勤務する 104 名の介護士とした。各施設では、120 名ほどの利用者を受け入れている施設となっている。

## 2.3.調査の実施

本調査は、2024 年 10 月～11 月の期間に実施した。また、紙面による調査票を用いて、前半 (20 設問) と後半 (20 設問) に分け、前半を回答後に後半の回答を実施した。なお、本研究は、日本工業大学の人を対象とする研究倫理規定に従った。

## 3.結果

今回の予備調査では、コンプライアンスの合理性に関する設問に無回答がないものを有効回答とし、有効回答数は、86 回答 (82.69%) となった。

### 3.1 回答を得た介護士の属性

本調査での回答者について、性別は、男性：29 名、女性：57 名、年代は、20 代：17 名、30 代：14 名、40 代：23 名、50 代：20 名、60 代以上：11 名、未回答：1 名であった。また、現施設での勤務年数は、1 年未満：9 名、1～3 年：19 名、4～6 年：31 名、7～9 年：11 名、10 年以上：16 名であり、介護分野での勤務年数は、1 年未満：4 名、1～3 年：12 名、4～6 年：19 名、7～9 年：11 名、10 年以上：40 名であった。なお、回答者のコンプライアンスの意識レベルは、「よく意識する」と「いつも意識する」が計 56 名、「たまに意識する」と「あまり意識しない」が計 28 名、未回答が 2 名であった。

### 3.2 介護士によって「コンプライアンスの合理性に欠ける」と認識された介護

今回の発表では、5 段階の回答を 3 段階にまとめ、各設問が、安全性、QOL、作業効率に「関連する」、「どちらともいえない」、「関連しない」に再定義する。また、「関連する」に該当する回答が 33%以上である設問を導出する。まず、安全性では、14 設問が導出された。また、QOL では、6 設問が導出され、作業効率では、14 設問が導出された。なお、「Q7. ご利用者様の身だしなみを介護者が行っている」、「Q15. 介護者が義歯の管理

をしている」、「Q34. 賞味期限を過ぎたご利用者様の食品を廃棄している」の設問は、安全性、QOL、作業効率において、33%以上の回答であった。

### 3.3 「コンプライアンスの合理性に欠ける介護」とあると認識している介護士の属性

3.2 節で導出された設問について、今回は、現施設の勤務年数と介護分野の勤務年数で分類した。その際、それぞれの勤務年数において、回答が 90%以上である場合に顕著に高いと定義した。まず、現施設での勤務年数では、安全性の 5 つの設問において 1 年未満の属性のみが顕著に高くなった。また、介護分野の勤務年数では、安全性の 4 つの設問、作業効率の 4 つの設問において 1 年未満の属性のみが顕著に高くなった。なお、「Q2. ご利用者様が個室の施錠をできないように管理している」、「Q4. エレベーターのボタンを一部無効にしている」の設問は、安全性、作業効率の両方において、1 年未満の属性が顕著に高い傾向となった。

## 4.まとめ

本研究では、特別養護老人ホームでの直接的ケアに対して、コンプライアンスの合理性を明確にし、知識化を前提としたコンプライアンスの見直しを提案することである。今回の予備調査においては、安全性や作業効率を理由として、コンプライアンスの合理性に欠く介護があることが示された。特に、介護分野での勤務年数が 1 年未満の介護士においては、作業効率を理由に、コンプライアンスの合理性に欠く介護であることが示された。一方、今回の予備調査を通じて、見直しの余地がある介護が示されたが、対象者が 104 名(有効回答数：86 回答)であることを踏まえると、詳細な考察には至らなかった。今後は、対象者を拡大した本調査を実施する予定である。

### (注)

- (1) 厚生労働省; 「介護分野における生産性向上ポータルサイト」 ([https://www.mhlw.go.jp/kaigo\\_seisansei/index.html](https://www.mhlw.go.jp/kaigo_seisansei/index.html)) (2024 年 9 月 10 日閲覧)
- (2) 関根正龍, 森本麻日, 山崎奎太, 島田 美明, 辻村泰寛, 高津洋貴; 「データ工学的アプローチによる介護の質改善に関する研究～試作版チェックリストの開発の試み～」, 日本経営工学会 関東支部 2022 年度学生論文発表会, 2023
- (3) 高津洋貴, 辻村泰寛, 丸山友希夫, 白井裕, 戸山文洋; 「特別養護老人施設における不適切ケアのコンプライアンスに関する研究」, 日本経営工学会 2024 年春季大会, 2024
- (4) 高津洋貴, 辻村泰寛, 丸山友希夫, 白井裕, 戸山文洋; 「特別養護老人ホームにおけるコンプライアンスと生産性の関係に関する研究～調査票の検討～」, 第 15 回横幹連合コンファレンス, 2024

# 人流誘導と笑顔で万引きは減らせるか？ (3)

## ー店舗責任者へのインタビュー調査からー

### *Examination of the effects of crowd flow guidance and smiling on shoplifting prevention using interview surveys*

香川大学 大久保 智生

香川大学 岡田 徹太郎

愛知学院大学 太幡 直也

北海道大学大学院 高橋 陸斗

Kagawa University Tomoo OKUBO

Kagawa University Tetsutaro OKADA

Aichi Gakuin University Naoya TABATA

Graduate School, Hokkaido University Rikuto TAKAHASHI

Keywords: shoplifting, crowd flow guidance, smiling, interview surveys

#### 1.はじめに

現在、日本における店舗の万引き被害の規模は非常に莫大であり、店舗での新たな万引き対策が求められている。万引き対策では防犯カメラなどのハード面の対策よりも、客の観察などのソフト面の対策のほうが有効であることが海外<sup>①</sup>や日本<sup>②</sup>の研究において明らかになっている。近年、新たなハード面の対策として、防犯カメラを活用した顔認証システムや不審者検知システムなどが大型店舗を中心に導入されつつあるが、顔認証システムについては運用上の問題が指摘されており、不審者検知システムについては検知が不十分であることが指摘されている。

ソフト面の対策では、万引き犯は人に見られたり、声かけされることを嫌がることから、「人の目」を活用し、ホスピタリティに基づいた万引き対策に注目が集まっている。これまでの研究から、従業員が客をよく観察する店舗では万引きが減少すること<sup>③</sup>、ホスピタリティのある従業員は防犯意識が高いこと<sup>④</sup>が明らかになっていることから、ホスピタリティのある従業員が万引きの起きやすい「ホットスポット」を巡回することが万引き防止に有効であることが示唆されている。

従業員の巡回は有効な万引き対策といえるが、近年では店舗での人手不足が問題となっており、

実施するのは困難になってきているのが現状である。したがって、「ホットスポット」に従業員だけでなく、お客も含めた人流を誘導するための環境デザインとして、本研究では広報を行う人型ロボットと 1 つの笑顔を 1 円の寄付に変わる笑顔認証・寄付システムに着目し、人流誘導と笑顔による万引き防止の効果について検討を行っていく。

これまでホームセンターとディスカウントストアの客を対象にアンケート調査を行い、効果を検証してきたが、本研究では店舗責任者を対象にインタビュー調査を行い、効果を多面的に検証していく。そこで、本研究では、店舗責任者を対象としたインタビュー調査から、ホットスポットに従業員と客の人流を増やし、従業員と客が笑顔になることで店舗の雰囲気が変わり、人流が増加するのかについて検討を行うことを目的とする。

#### 2.方法

##### 2.1.対象店舗

2024 年 8 月に香川県内のホームセンター、9 月に香川県内のディスカウントストアで 4 週間にわたって実証実験を実施した。

##### 2.2.実証実験の流れ

①ホットスポットの同定：これまでに 6000 人以上の万引き犯を捕捉した現役の万引き G メンと犯罪心理学者が協議を行い、ホームセンターと

ディスカウントストアの店舗それぞれにおいて11箇所のホットスポットを同定した。

②ホットスポットでのタブレットの設置：11箇所のホットスポットに笑顔認証・寄付システムを搭載したタブレットを、ホームセンターとディスカウントストアそれぞれに設置した。このシステムはタブレットに向かって笑うと1つの笑顔が1円に寄付になるものである。さらにインセンティブとして、笑顔の寄付時にランダムにQRコードを発行し、クーポンを配布をした。

③人型ロボットによる広報と人流誘導：人型ロボット Pepper に笑顔が計測される度に「1 笑顔＝1 円」の寄付が発生するスマイルという事業を店舗で行っていること、笑顔の寄付時にクーポンを配布していることを広報してもらった。また、ホットスポットのタブレットに加え、出入り口付近に Pepper を置き、その傍にタブレットを設置し、来店客に笑顔認証・寄付を経験してもらった。

④従業員の巡回と笑顔の促進：従業員に対しては、万引きが起きやすいホットスポットにタブレットを設置していることを伝え、タブレットの設置してあるホットスポットを巡回するように促した。なお、従業員はインセンティブを受け取らないようにしてもらった。

⑤店舗責任者へのインタビュー調査：店舗責任者へのインタビュー調査を実証実験後に実施した。インタビュー調査の対象者は、ホームセンターの店長A、ディスカウントストアの店長Bであった。

### 3.結果および考察

店舗の変化について検討するため、2人の店舗責任者のインタビュー調査による回答をまとめた。本研究では、①人流とコミュニケーションの増加、②ホスピタリティと雰囲気向上、③最悪な万引きの減少という3つの点での効果が示唆された。

#### 3.1.人流とコミュニケーションの増加

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、ホットスポットへの人流が増え、客と従業員のコミュニケーションが増えたことが見てとれる。

A：『これはなにやっちゃん？』とか子どもは素直にストレートに聞いてくるんですけど、『これの前で笑顔になるんだよ』とか、『やってみて』と言うと、子どもも親もにっこり笑顔になってくれましたね。聞かれた従業員も笑顔で対応できてたと思います」

A：「Pepper のインパクトというか、存在は大きかったですね。タブレットだけだと意識が薄れがちになるんですけど、Pepper はずばりしゃべってくれるんで、他のタブレットも探してみようとなりましたね」

B：「お子さんがタブレットの前で笑顔になっているのをよく見かけましたね」

B：「特に Pepper のところでお子さんが群がってい

て、それが一番イメージに残ってますね。」

#### 3.2.ホスピタリティと雰囲気の向上

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、従業員のホスピタリティの向上と店舗の雰囲気が向上したことが見てとれる。

A：「笑顔の取り組みでお客さんにも見られてるし、ついでに、従業員もニコって笑顔になっていこうという感じでした。」

A：「笑顔を意識してる時の接客っていうのは、意外とお客さんも笑顔になっていることに気づかされました。お客様も自然とありがとうという言葉言ってくれることも多かったです。こちら『ほかに用はないですか』とか『お荷物お持ちしましょうか』とか、もうひとつ上のことができたと思います。「このまえはありがとう」とまた来てくれたりすることもある、商いの原点みたいなものに立ち返れたとは思っていますね。」

B：「親御さんがお子さんにつれられてというのはありましたね。」

B：「お客様の笑顔を見て従業員もいつもよりほらかになったかなと思っています。」

#### 3.3.最悪な万引きの減少

店舗責任者へのインタビュー調査の結果から、最悪な万引きが減少したことが見てとれる。

A：「最悪な万引きは今はいらないですね。完全に。質の悪い万引きがピタッととまっていて、今は誰に聞いても、ちょっと落ち着いたねって、みんなが分かるくらいです。」

#### 4.おわりに

店舗責任者を対象としたインタビュー調査から、人流誘導と笑顔による万引き防止に一定の効果があることが示唆された。今後は、人流を増やす別の環境デザインについて検討していく必要がある。

(注)

(1) Lindblom, A. & Kajalo, S., The use and effectiveness of formal and informal surveillance in reducing shoplifting: A survey in Sweden, Norway, and Finland, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research., Vol. 21, 2011, pp. 111-128.

(2) 大久保智生・堀江良英・松浦隆夫・松永祐二・永富太一・時岡晴美・江村早紀 (2013) 「店舗における万引きの実態と万引きへの対応と防止対策の検討：香川県内の店長と店員を対象とした聞き取り調査から」、『法と心理』, Vol. 13, pp. 112-125.

(3) 大久保智生・皿谷陽子 (2020) 「店員のホスピタリティと防犯意識の検討：スーパーマーケットでの万引き防止の観点から」、『Hospitality：日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌』, Vol. 30, pp. 9-16.

# 技能実習生の死体遺棄事件をめぐるソーシャルワーク の視座からの検討——妊娠・出産をめぐる排除とソー シャルワークの倫理

## Examination from a social work perspective of the case of the abandonment of a trainee's corpse——Exclusion and social work ethics regarding pregnancy and childbirth

文教大学 星野晴彦  
Bunkyo University Haruhiko HOSHINO

Keywords : reproduction, technical intern training program, social work

### 1.はじめに

日本の技能実習制度において、外国人実習生は「労働者」ではなく「研修生」として制度上位置づけられている。そして、女性実習生に対しては、妊娠や恋愛といった私的領域にまで及ぶ監視と統制が、制度運用の実態として常態化している。妊娠が判明した場合には、帰国指導、途中解雇、契約解除といった処遇が公然と行われ、それに抗う術を彼女たちはほとんど持ち得ない。こうした状況は、生命に関わる根源的営みである妊娠すらも抑圧し、女性実習生を「生きる主体」としてではなく、制度に従属する一機能として扱う構造的暴力の一形態である。制度上、妊娠・出産は禁止されてはいない<sup>(1)</sup>。しかし、現場では「妊娠＝制度違反」という暗黙の了解が支配しており、そのために女性たちは妊娠を告げることすらできず、支援から排除され<sup>(2)</sup>、孤立の中で苦しみを深めていく。そこに見えるのは、制度的沈黙と無援の構造である。この構造的排除の現実を象徴的に浮かび上がらせたのが、3人のベトナム人の技能実習生の死体遺棄事件である。いずれの事例も、妊娠を職場や管理者に知られることへの恐れから、相談すらできず、死産を迎え、医療機関にアクセスすることもできず、社会的支援にもつながれないまま、彼女たちは「加害者」として司法の場に立たされたのである。

今こそ、不可視化された声に応答する社会福祉の専門職が行う支援(ソーシャルワーク)の再構築が問われている。研究方法は、関連する先行研究の整理を基礎とし、支援団体へのインタビュー調査を含むフィールドワーク的手法により得られた知見の分析と考察に基づくものである。

### 2. 元技能実習生における孤立出産・死産事件とその法的帰結

ベトナム人元技能実習生による孤立出産・死産事例を取り上げる。それぞれの事件において、当事者が直面した制度的・社会的困難を明らかにするとともに、刑事司法の判断がいかなるものであったかを以下に示す。彼女たちの支援団体である「コムスタカー外国人と共に生きる会」の資料<sup>(3)</sup>を中心に整理した。

2018年8月、ベトナム国籍の技能実習生レー・ティ・トイ・リン(以下、リンさん)は、熊本県内の農園において技能実習に従事していた期間中、妊娠していることに気づいた。しかし、「妊娠が発覚すれば強制帰国させられる」との恐れから、妊娠の事実を誰にも告げることができず、孤立したまま出産に至る。2020年11月15日、住居内で双子を早産し、いずれも死産となった。リンさんは深い悲しみのなか、わが子の遺体をタオルで丁寧に包み、名前と追悼の言葉「天国でゆっくり休

んでください」と記された手紙を添え、段ボールに納めて自室のキャビネットの上に安置し、一晚を共に過ごした。翌日、雇用主の同行のもと病院を受診し、医師に死産を告白。その結果、病院からの通報により同年11月19日、死体遺棄容疑で逮捕、12月10日に起訴された。一審・二審の裁判所はリンさんの行為を死体遺棄罪に該当するとして有罪を言い渡したが、2023年3月24日、最高裁判所第二小法廷（草野耕一裁判長）はこれらの判決を破棄し、無罪を言い渡した（最高裁判所第二小法廷判決 令和5年3月24日）。最高裁は、「死体遺棄罪の『遺棄』とは、習俗上の埋葬等と相いれない態様で死体を放棄または隠匿する行為を指す」としたうえで、「リンさんの行為態様は『遺棄』には該当しない」と判断し、「破棄しなければ著しく正義に反する」と明言した。

### 3. 結果および考察

リンさんは来日前に150万円の借金を背負い、技能実習生として来日。来日後は休日もなく働き続け、帰国費用の負担や制度からの排除への恐れから、妊娠について誰にも相談できないまま、出産・死産を迎えた。彼女の行為は、母としての誠実な弔意に裏打ちされたものであったにもかかわらず、刑事訴追を受けた事実は、技能実習制度における女性の身体と尊厳の問題を鋭く浮かび上がらせるものである。

女性技能実習生の妊娠・出産に関する明確な規定や対応策の欠如が、構造的な人権侵害を惹起する土壌となっていることが浮き彫りとなった。こうした制度的空白は、個別の深刻な事案が「事件」として表面化することによってのみ社会的に可視化されており、制度としての予防的介入や支援体制が著しく脆弱である点が、改めて問われなければならない。にもかかわらず、現行のソーシャルワーク実践において、こうした課題に真正面から応答しようとする取り組みは依然として限定的であり、学術的にも本領域に対する理論的・実証的検討はきわめて乏しい状況にある。

苦悩に寄り添い、癒しを支えるというソーシャルワーク専門職の責務について述べておきたい。技能実習制度のもとで、妊娠・死産・遺棄として逮捕されるという出来事に一人で向き合わざるを得なかった女性たちは、正面から支援されず、むしろ制度から「はみ出す」存在として扱われることになる。支援とは、語られない声に耳を澄まし、制度の陰に隠された命に光を当てる行為である。その営みのなかに、ソーシャルワークの倫理と希望がある。ソーシャルワークが本来果たすべき倫理実践の意義を鋭く問い直している。私たちは、

「支援に至らなかったこと」に対してこそ応答する姿勢が必要であり、苦悩に早期に気づき、孤立を防ぎ、癒しのプロセスを支える専門職としての責務を改めて自覚しなければならない。孤立出産の事例に照らしてソーシャルワークが果たすべき使命とは、制度からこぼれ落ちた命に光をあて、「妊娠したら帰国」と語られる現実の中で「ここにいてよい」と言える支援の回路を開くことである。それは、個別支援の範囲を超えて、私たちがいかなる社会を志向するのかという倫理的課題であり、福祉の公共性そのものを問う営みである。まさにこの問いへの応答こそが、グローバル時代におけるソーシャルワークの核心的使命であるのではないだろうか。

### 4. おわりに

技能実習生による死体遺棄事件は、決して一個人の非倫理的行為ではない。技能実習生の孤立出産への対応は、単なる個別事象の支援ではなく、制度的排除と社会的無関心への倫理的応答である。

「信頼に基づくつながり」を生む支援の在り方が求められよう。技能実習生の多くは、雇い主や監理団体に対して「評価される存在」であるという意識を強く持っており、自らの弱みや不安を開示することに大きな心理的抵抗を抱えている。そのため、妊娠などのセンシティブな問題については、「評価される関係」ではなく、「信頼される関係」に基づいた支援が必要である。そして「顔の見える支援」を作っていくことこそが、技能実習生が妊娠などの困難を抱えたとき、制度に頼れない代わりに「人に頼る」ことを可能にする土壌を育てるのである。

#### （注）

- (1) 出入国在留管理庁（2019）『妊娠等を理由とした技能実習生に対する不利益取扱いについて（注意喚起）』
- (2) 巢内尚子（2020）「ベトナム人女性技能実習生と妊娠をめぐる課題」、『f visions』, No.2, pp.70-73.
- (3) コムスタカー外国人と共に生きる会（2025）『ベトナム人技能実習生グエットさん死体遺棄無罪主張裁判に関する記事』, [http://www.kumustaka.org/TITP/Nguyet\\_TITP.html](http://www.kumustaka.org/TITP/Nguyet_TITP.html)（2025年6月25日参照）

# ウェルネスツーリズムによる持続可能な地域活性化と 地球規模の幸福追求 —大阪府八尾市を事例として—

## *Sustainable regional revitalization and the pursuit of global well-being through wellness tourism*

### *—Yao City, Osaka Prefecture as an example—*

大阪経済法科大学 経済学研究科経営学専攻 付 娜  
Osaka University of Economics and Law FU Na

**Keywords** 地球規模の幸福追求 (*global well-being*) ウェルネスツーリズム (*wellness tourism*) 地域活性化 (*regional revitalization*)

#### 1.はじめに

21 世紀の観光産業は、物質的消費を中心としたマストツーリズムから、健康・環境・文化体験を重視する持続可能な観光形態へと移行しつつある。その中で「ウェルネスツーリズム」は、旅行者の心身の健康回復や生活の質向上を目的とし、地域資源を活用することで経済・社会・環境に波及効果をもたらす。

本研究では、大阪府八尾市を事例に、ウェルネスツーリズムによる地域活性化の可能性と、それが国境を越えて幸福を拡大させる構造を明らかにする。

#### 2.ウェルネスツーリズムの定義と意義

ウェルネスツーリズムは「心身、感情、職業、知性、精神など人間の生活に関わるあらゆる領域を向上ないしバランスさせる旅行行動で、旅行者の主な動機は、運動、健康的な食事、リラクゼーション（例：マッサージ、温泉、サウナ）、至れり尽くせりのヒーリングトリートメント（例：アロマセラピー）などの予防的で前向きなライフスタイルを向上させるアクティビティへの参加」であるとされる<sup>(1)</sup>。

日本のウェルネスツーリズムでは、長寿世界一

という統計的事実と、自然、社会環境因子、食文化、精神文化、日本的ライフスタイルと情緒をひもづけ、世界で優位な競争力を発揮できる”ジャパンプランドウェルネス”を確立することが期待される<sup>(2)</sup>。

#### 3.八尾市の現状と課題

八尾市の現状を分析し、その課題について述べる。

##### 3.1 経済の課題

八尾市は大阪府の中河内地域に位置し、伝統的に河内木綿や歯ブラシ製造といった地場産業が栄えてきた。しかし近年、産業の空洞化と人口減少により、地域経済は縮小傾向にある<sup>(3)</sup>。観光資源は点在しているが、総合的な観光戦略は未成熟である。

##### 3.2 社会の課題

高齢化率が上昇し（2023 年時点で約 29%）、若年層の域外流出も続いている。地域イベントはあるものの、観光客と住民が交流する機会は限定的である<sup>(4)</sup>。

##### 3.3 環境の課題

都市化の影響で自然環境が限定的であり、環境配慮型観光の実践例は少ない。一方で、周辺自治体との連携により山地・河川・農地を活用できる

可能性はある<sup>5)</sup>。

### 3.4 個人の課題

都市部に近く利便性は高いが、住民の健康意識や運動習慣は十分ではない<sup>6)</sup>。観光を通じた健康促進の仕組みも整っていない。

### 4. ウェルネスツーリズムを活用した解決策

ウェルネスツーリズムを活用した解決策を、経済面、社会面、環境面、個人面から提案する。

#### 4.1 経済面

経済面から次の4案を提案する。

- 河内木綿や地場産業体験を組み込んだ滞在型プランの開発（体験＋見学、サステナブルな価値を発見し、リサイクル意識を高める）
- 地域農産物を活用した健康食プログラムの提供（八尾市食文化一若ごぼうを使った創作料理と薬膳メニューを提供、ブドウ育成の体験）
- 周辺市町村と連携した広域ウェルネスルートの構築<sup>7)</sup>（八尾市の自然環境と温泉資源が少ないことから、周辺の東大阪市、藤井寺市などと連結することで短期滞在型観光を長期滞在型観光へ発展させる）
- 二次元文化の導入（二次元×観光ルート）→国際へ

#### 4.2 社会面

社会面から次の3案を提案する。

- 住民参加型観光（例：家庭料理体験、伝統工芸教室）
- 世代間交流イベント（高齢者の知識・技能を活用）
- 観光ボランティア育成制度の創設

#### 4.3 環境面

環境面から次の3案を提案する。

- 自転車や徒歩による観光ルートの整備
- 都市農業や市民農園体験を取り入れたプログラム
- 廃棄物削減と再利用を徹底した観光モデル

#### 4.4 個人面

個人面から次の3案を提案する。

- 健康診断や運動指導<sup>8)</sup>を組み合わせた宿泊プラン
- 地元温浴施設・フィットネス施設との連携
- 精神的リフレッシュを目的としたアート・音楽療法体験

### 5. 地球規模の幸福追求への展開

八尾市での成功事例は、他地域へのモデルケースとなり得る。特に、伝統産業・都市近郊農業・文化体験を組み合わせたウェルネスツーリズムは、世界各地の中小都市でも応用可能である。このよ

うな地域横断的モデルは、健康・文化理解・環境意識の向上を国際的に促進し、地球規模での幸福追求に寄与する。また「健康・文化理解・環境意識の向上×二次元」のハイブリッド観光で独自の地域ブランドを形成し、地域活性化を図ることができる。

### 6. おわりに

本研究は、ウェルネスツーリズムがもたらす持続可能な地域活性化の可能性を、経済・社会・環境・個人の四つの側面から分析し、事例として大阪府八尾市を取り上げた。八尾市は伝統産業や歴史文化資源を有しつつも、人口減少や高齢化、地域経済の停滞といった課題に直面している。

八尾市におけるウェルネスツーリズムは、経済活性化、社会的つながりの強化、環境保全、個人の健康増進という多方面の課題解決に資する。

今後は、行政・事業者・住民の三者協働による計画策定と、広域連携の推進が不可欠である。二次元の導入で人口高齢化の緩和、人口復旧になり得る。地域発のウェルネスツーリズムが地球規模の幸福追求へとつながる可能性は高く、その実現には持続可能性と地域性を両立させた施策が求められる。

（注）

- (1) 関口 陽一「ウェルネスツーリズム ～心身と地域を元気にする旅行～」『日経研月報』2024年2-3月号
- (2) 荒川雅志「特別寄稿 世界的需要高まるウェルネスツーリズム」観光経済新聞 2023年5月5日
- (3) 八尾市統計年報, 2023
- (4) 和泉大介 (2022). 八尾市における観光地域づくりの実践. 阪南大学観光学部研究室報告.
- (5) 株式会社リオデューズ (2022). 八尾市における地域循環共生圏づくり事業. Rhode us ウェブサイト. <https://rhodeus.net/2022/01/17/>
- (6) 八尾市健康づくり計画, 2022
- (7) 新垣晋 (2024). リジェネラティブ再生デザインによるウェルネスツーリズム定義とモデル開発. 科学研究費助成事業 基盤研究(C).
- (8) 八尾市 (2023). 健康寿命推定アプリ「ウェルやお」. 八尾市公式ウェブサイト.

# 観光資源としてみるスポーツスタジアム ー花園ラグビー場、京都サンガスタジアムー

## *Regional Revitalization through Sports Tourism Utilizing Tourism Resources: A Case Study of Hanazono Rugby Stadium and Kyoto Sanga Stadium*

追手門学院大学大学院 現代社会文化研究科 王 晨勳  
Otemon Gakuin University Graduate School Wang ChenHsun

---

Keywords Sport tourism Tourism resources  
Community revitalization

### 1. はじめに

本報告は、スタジアムやその周辺で展開されるスポーツツーリズムを観光資源として位置づけ、地域活性化にどのように寄与しているか検討することである。その事例として、花園ラグビー場や京都サンガスタジアムに現地調査を実施した。

### 2. スポーツツーリズムと観光資源

日本は 2003 年に、小泉首相（当時）が観光立国宣言した、観光とスポーツの融合は、地域間あるいは国家間における交流人口の拡大を図るうえで有効な方法である。

スポーツツーリズムとは、「する」「観る」「支える」スポーツ観戦を目的とした旅行や、その際に行われる周辺観光、さらにスポーツを支える人々との交流など、スポーツに関連する多様な形態の旅行を指す<sup>1</sup>。（観光庁、2011）

2014 年には観光庁が「スポーツツーリズム全国連絡協議会」を設立、2015 年にはスポーツ庁が創設され、推進体制がさらに整備された。2017 年には「スポーツ基本計画（第 2 期）」および「スポーツツーリズム需要拡大戦略」が策定され、2022 年には「スポーツ基本計画（第 3 期）」が策定されるなど、継続的な政策展開が進められている。

観光資源とは「観光に利用するために、人びとの働きかけの対象になり得る地域の要素」<sup>2</sup>（森重 2012, p. 114）とされ、スポーツも観光対象として活用されている。スポーツツーリズムにおける「支える」側面は、イベント成功や地域活性化に不可欠であり、ボランティア活動や地域住民による運営サポート、スポーツコミッションの活動などが具体例として挙げられる。また、スポーツツーリズム推進連絡会議は、スポーツを通じて日本各地の多様な観光資源を発信・体験させることで、日本観光のブランド価値向上と地域活性化を目指している。

### 3. 東大阪市（花園ラグビー場）

「ラグビーのまち」として知られる東大阪市では、2010年にラグビーワールドカップ2019（以下はRWC2019とする）誘致室が発足し、市民の署名やPR活動を経て2015年に花園ラグビー場での開催が決定した。これを契機に市のスポーツ推進体制が強化され、2017年には「スポーツのまちづくり戦略室」、2019年には「スポーツ推進計画」が策定された。RWC2019では花園ラグビー場で4試合が開催され盛り上がりを見せ、2020年にはスポーツ関連部局が市長部局へ移管され、「スポーツビジネス戦略課」の設置、「花園ラグビーの日・週間」の制定が行われた。<sup>3</sup>（東大阪市，2024）

東大阪市のスポーツイベントやスポーツツーリズムは、主に花園ラグビー場周辺に集中している。近鉄東花園駅や周辺一帯にはラグビーまたはスポーツ関連の施設や展示が整備され、ラグビー場の近くにはドリーム21やラグビー場ミュージアムが見学可能である。また、一駅先の河内花園駅から徒歩8分くらいにはラグビー神社と呼ばれている吉田春日神社があり、年末年始の全国高校ラグビー大会などの開催期間にはラグビー関係者が訪れる。また、もう一つの枚岡神社近くの枚岡駅にあり、「ラグビーお守り」がもらえる。さらに、周辺を拠点とするプロチームには、ラグビーの花園近鉄ライナース、サッカーJ3のFC大阪、野球独立リーグの大阪ゼロロクロブルズがあり、サッカーとラグビーは同じく花園ラグビー場で試合するが、野球は隣のセントラルスタジアムで行う。試合開催時には多くの観客が訪れるほか、飲食店やグッズ店も点在し、「観る」スポーツツーリズムとなっている。一方、東大阪市には球場以外の地域ではスポーツツーリズムは限られており、布施商店街にわずかにチーム関連表示が見られる程度である。

### 4. 亀岡市（サンガスタジアム by KYOCERA）

2020年に完成した府立京都スタジアム（サンガスタジアム by KYOCERA）や、2022年の京都サ

ンガF.C.のJ1昇格は、地域におけるスポーツ熱を高め、スタジアム周辺をスポーツイベントの中心地として発展させる契機となった。<sup>4</sup>（亀岡市，2022）

京都サンガJ1の試合を中心にスポーツイベントが展開されており、京都駅を皮切りに亀岡駅までもチーム関連の掲示や展示が整備されている。試合期間中はスタジアム周辺が賑わい、スタジアムの隣には広場があり、屋台もたくさん出店され、観客が食べながら試合前の雰囲気が楽しめる。また、近くにも「かめきたスポーツパーク」というミニ球場やスケートボール場があり、予約制で使うことができる。スタジアムには予約制のバスケットボール場もある。さらに、グッズ店も整えて、時々サッカーのゲームや選手ミーティングなどのイベントもある。一方で、スタジアム周辺にはこれらの観戦に関することがあるが、他地域は主に住宅地で構成されている。

### 5. おわりに

本報告は、スポーツツーリズムおよび観光資源に関する先行研究を整理し、東大阪市花園ラグビー場と京都サンガスタジアムを事例に現地調査を行った。観光資源としてのスポーツツーリズムが周辺店や住民にもたらす効果検討した。

---

（注）

1. 観光庁（2011）「スポーツツーリズム推進基本方針」
2. 森重昌之（2012）「観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性」阪南大学学会『阪南論集 人文・自然科学編』第47巻第2号 p.114
3. 東大阪市（2024）第2次東大阪市スポーツ推進計画
4. 亀岡市（2022）かめおかまるごとスタジアム構想

# 支払い方法が顧客満足度に与える影響 — 知覚品質による支払いの痛みの調整効果 —

## The impact of payment methods on customer satisfaction.

大阪経済法科大学大学院 徐 瑞（深瀬澄）

Osaka University of Economics and Law XU RUI (Kiyoshi FUKASE)

Keywords : Pain of Payment, Perceived Quality, Moderating effect, Sensitivity Analysis

### 1.はじめに

本研究は、購買行動の代償としての「支払いの痛み」に焦点を当て、心理会計的な実験結果から、支払い方法の利便性や決済時点の違いが、どのような変化をもたらし、最終的に顧客の知覚価値や SNS 上の評価にどのような影響を与えるかを考察した。

既往研究では支払いの痛みが知覚価値等に対する影響要因として扱われてきたが、新たに逆方向の因果関係の存在に加え、購買の成功と失敗による知覚価値の変化に対する支払い痛みの感応度において、支払い方法による特異性、非対称性が発見された。

### 2. 先行研究

Prelec & Loewenstein (1998) は「ダブルエントリーメンタルアカウンティング」を用いて消費の快楽と支払いの痛みを同時に記録し、双方を次のように結びつけた(注 1)。「快楽の弱化係数 ( $\alpha$ )」が大きいほど支払いの痛みが快楽を損ない、「痛みの鈍化係数 ( $\beta$ )」が大きいほど快楽が痛みを和らげる。例えば、支払い時点が時間的に消費時点に近い場合は  $\alpha$  が強まり、逆に離れた場合には  $\beta$  を強める。

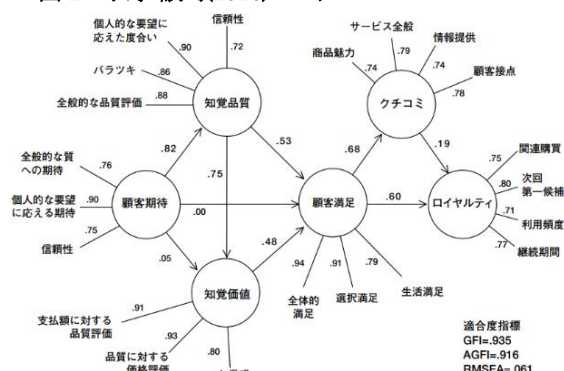
Thomas(2011)によれば、特に「快楽消費」では  $\alpha$  係数が大きくなるため、実用的消費に比べて支払いの痛みが強調されやすいとされる(注 2)

Liu (2021) は、支払い方法の便利さが痛みを軽減する効果を示し、特にスマホ決済や自動引き落としは心理的負担を和らげるとした(注 3)。すなわち

支払いの痛みをコントロールすることは、消費体験全体の満足度を左右する重要な要因となり得る。

小野(2010)のサービス業に対する顧客満足度指標 JCSI を用いた顧客満足モデルは、顧客満足度を顧客期待、知覚品質、知覚価値より規定される(注 4)。

図 1 小野 謙司(2010)のモデル

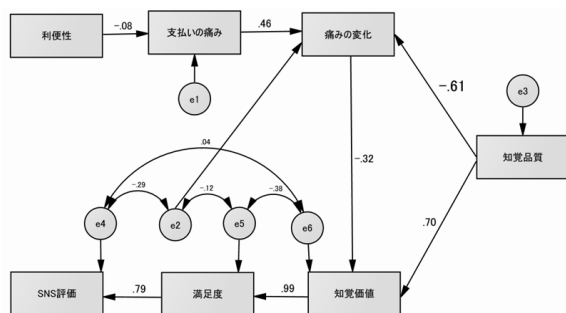


### 3.仮説モデル

高級レストランでの飲食や旅行等の贅沢な快楽消費は生活の質を高める一方で、支払いの心理的負担を伴うことを想定し、本研究では、小野(2010)をベースに、下記の心理会計モデルを設定した。

①消費者は、商品検索を通じて心理的期待価格を形成し、これが知覚価格を上回れば購入行動に出る。②購入後、商品評価から知覚品質が生じ、知覚品質と知覚価格との比較で知覚価値が決まる。③支払いの痛みの軽減により知覚価格が割引かれるため、知覚価値が高まり、顧客満足度も向上する。④支払いの痛みは「消費と決済の時間差」や「支払い方法の利便性」で軽減される。⑤新たな視点として、知覚品質による支払いの痛みへの調整効果を仮定しモデルへの影響を分析する。

図 2 筆者等による調整・媒介効果に関する仮説モデル



#### 4.検証手法と実験デザイン

贅沢な快樂消費に対する支払いの方法と痛みが消費者満足に与える影響を明らかにするため、(株)楽天インサイトの協力を得て2025年5月にインターネット実験を行い、2,000名のデータを収集した。

高級フランス料理店を予約し、一人15,000円の飲み放題付きコースを利用したことを想定する。まず希望する支払い方法を利便性(L1=スマートフォン決済、L2=カード決済、L3=現金)で分類し、リッカート尺度で支払いの痛み(共変量)を尋ねる。〈シナリオ1〉料理、給仕スタッフ、ソムリエのサービスが満足な場合を想定し、支払の痛み、料金との相対的な知覚価値、満足度、SNS評価を尋ねる。〈シナリオ2〉料理、スタッフ等のサービスが期待外れの場合を想定し、シナリオ1と同様に尋ねる。

#### 5.分析結果および考察

Amosによる共分散構造分析では、全てのパスが有意で、AGFI、CFIが1に近い良好な数値となった。分析結果より、以下の知見が得られた。

①支払い方法の利便性は支払い痛みに対して負の影響を及ぼす。②支払い痛みは顧客の知覚価値に負の影響を与える。③知覚価値が高いほど顧客満足度が向上し、その結果SNS上の評価を向上させる。

また、知覚品質の良し悪しを調整変数とした調整効果分析の結果、④知覚品質の調整効果は、知覚価値に加え、支払いの痛みにも及ぶことが確認された。すなわち、知覚価値が高い場合はプラスの調整効果、低い場合はマイナスの調整効果が働く可能性がある。

さらに、知覚品質の変化に対する支払いの痛みの感応度について、5つの支払い方法を比較した。組合せが多く、多母集団同時分析では煩雑になるため、支払い方法×知覚品質の2要因について、当初の支払いの痛みを共変量に用いて共分散分析を行った。主効果と交互作用は5%水準で有意となり、多重比較検定(Holm法)により痛みの強さが序列化されて、高い知覚品質<当初<低い知覚品質、となった。

現金による支払い痛みは、当初は平均を0.3程度上回ったが、知覚品質が高い場合には差が0.12程度に縮小し、低い場合は平均を0.09下回った。

全体平均の変化率に対する弾力性 $\eta$ を比較すると、現金には顕著な非対称性がみられ、知覚品質が高い場合には痛みを増幅させるが、逆に低い場合には他の支払いに比べて緩和される可能性がある。

図3：当初の支払いの痛み

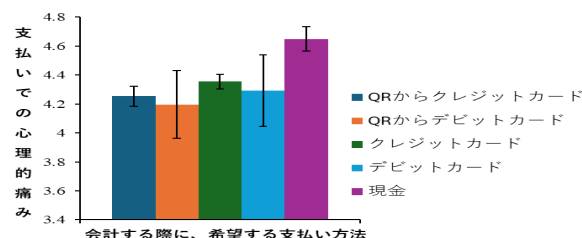


図4：支払いの痛み(知覚品質が高い場合、共編量=当初)

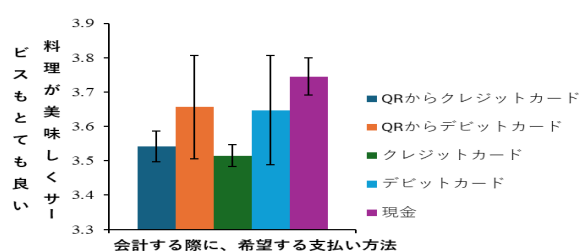


図5：支払いの痛み(知覚品質が低い場合、共編量=当初)

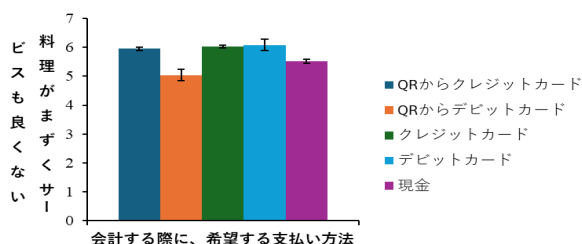


図6：知覚品質の変化に対する痛みの感応度

| 知覚品質       | QRクレジット<br>カード | QRデビッ<br>トカード | クレジット<br>カード | デビッ<br>トカード | 現金     | 全体<br>平均 |
|------------|----------------|---------------|--------------|-------------|--------|----------|
| 平均値        |                |               |              |             |        |          |
| 当初         | 4.25           | 4.20          | 4.35         | 4.29        | 4.65   | 4.35     |
| 高い         | 3.45           | 3.52          | 3.50         | 3.59        | 3.95   | 3.60     |
| 低い         | 5.91           | 4.98          | 6.01         | 6.05        | 5.62   | 5.71     |
| 変化率%       |                |               |              |             |        |          |
| 高い         | -16.73%        | -12.86%       | -19.29%      | -15.04%     | -19.4% | -16.7%   |
| 低い         | 39.81%         | 20.11%        | 38.25%       | 41.56%      | 18.8%  | 31.5%    |
| 弾力性 $\eta$ |                |               |              |             |        |          |
| 高い         | 1.00           | 0.77          | 1.15         | 0.90        | 1.16   | 1.00     |
| 低い         | 1.26           | 0.64          | 1.21         | 1.32        | 0.60   | 1.00     |

#### 6.参考文献

(注1) Prelec D., & Loewenstein, G. (1998). "The red and the black: Mental accounting of savings and debt", *Marketing science*, 17(1), 4-28.

(注2) Thomas. M., Desai, K. K., & Seenivasan, (2011), How credit card payments increase unhealthy food purchases. *Journal of Consumer Research*, 38(1), 126-139.

(注3) Liu Y., Luo J., & Zhang L. (2021). "The effects of mobile payment on consumer behavior". *Journal of Consumer*

(注4) 小野 謙司(2010)、「JCSIによる顧客満足モデルの構築」、マーケティングジャーナル Vol.30 No.1

# レジカート利用時の印象評価が店舗評価に及ぼす影響

## *Effects of User Impressions During Smart Shopping Cart*

### *Use on Store Evaluation*

北海道大学大学院 高橋 陸斗

香川大学 大久保 智生

Graduate School, Hokkaido University Rikuto TAKAHASHI

Kagawa University Tomoo OKUBO

Keywords Smart Shopping Cart, Impression Evaluation, Store Satisfaction

#### 1.はじめに

日本の小売現場では、人手不足や混雑緩和、非接触志向の高まりを背景として、セルフチェックアウトの導入が加速している。とりわけ、レジカートは、買物動線内で逐次スキャンし、会計行為を売場側に移す仕組みであるレジカート<sup>①</sup>は、会計行為を売場側へ移すという点で小売オペレーションの再編を促す技術である。レジカートの導入は、待ち時間の削減やオペレーション効率化といったメリットが見込まれる<sup>②</sup>一方で、利用者に一定の手続負担を生じさせること、ならびに確認・抑止の体制が従来と異なる形で求められることにも留意が必要である。こうした現状を踏まえると、レジカートが利用者にどのような印象を与えるか、そしてその印象が店舗評価や再来店意図にどのように波及するかを、心理学的観点から検討する意義は大きい。さらに、レジカート運用では、利用者の操作を見守り支援する店員の関与が欠かせず、顧客体験の質と確認行為の両立を図る実践的知見が求められる。<sup>③</sup>

セルフ会計技術の普及は、利便性や統制感を高める利点をもつ一方で、操作不安や煩雑感、羞恥感（誤操作・エラー時の視線の負担）といった否定的情動を喚起しうる<sup>④</sup>。購買の意思決定の連続と捉えられる店舗内での消費者の行動<sup>⑤</sup>に対し、レジカートという「移動しながらの逐次スキャン」「端末画面との連続的インタラクション」という媒体特性が、利用者の印象構造にどのような差異

をもたらすかに着目する。具体的にはセルフレジ研究で大久保ら<sup>⑥</sup>が用いている両極評価を用いてレジカートの印象を測定し、運用に対する印象及び店舗体験の印象との関係を検討する。

#### 2.目的と仮説

以上を踏まえ、本研究の目的は二点である。

第一に、レジカート利用時の印象を多次的に測定し、その因子構造を明らかにする。第二に、レジカート印象が店舗評価（満足・推奨）および再来店意図に及ぼす影響を、店員の人的支援（見守り・声かけ）の有無や強度を考慮し検証する。

仮説としては、本研究は1店舗における横断アンケートに基づき、レジカート体験の印象と評価との関連を検討する。具体的には、レジカートの印象が肯定的であるほど、レジカート担当店員の印象が良い、レジカートの再利用意向が高い、店舗満足が高い、という関連が見られると予測する。さらに、レジカートの印象は店員の印象及び再利用意向および店舗満足を高めると予測する。

#### 3.方法

レジカートを導入している食料品を扱う小売店舗を対象とした。また、レジカートを使用した客220名（男性69名、女性151名）を調査の対象とした。

研究に際しては、対象店舗と調査対象者の同意を得たうえで実施し、結果はすべて数量化（匿名化）した上で分析を実施した。

表 1. レジカート評価尺度の因子分析結果

| 項目                        | 因子負荷量 |       |
|---------------------------|-------|-------|
|                           | I     | II    |
| I 親近性( $\alpha=.817$ )    |       |       |
| 親しみにくい-親しみやすい             | .988  | -.177 |
| 嫌いな-好きな                   | .730  | .016  |
| 不親切な-親切的な                 | .592  | .238  |
| II 新規迅速性( $\alpha=.706$ ) |       |       |
| 古い-新しい                    | -.128 | .743  |
| 暗い-明るい                    | -.122 | .663  |
| 遅い-速い                     | .035  | .628  |
| つまらない-面白い                 | .066  | .547  |
| 因子間相関 I                   |       |       |
|                           | II    | 0.528 |

アンケート項目は、大久保ら<sup>(5)</sup>の項目を参考に、①レジカートの評価、②レジカートチェックの店員の印象、③レジカートの利用希望、④レジカートの便利度、⑤店舗の満足度について回答を求めた。①はSD法形式で10の形容詞対を作成し、5件法で回答を得た。また、②～⑤は大久保・徳岡<sup>(3)</sup>が作成した項目に対して3件法で回答を得た。

#### 4.結果

レジカート評価項目に対して探索的因子分析(最尤法、プロマックス回転)を行い、因子負荷量が.50以下の項目を削除した結果、2因子解が得られた(表1)。第I因子には「親しみにくい-親しみやすい」(.988)、「嫌いな-好きな」(.730)「不親切な-親切的な」(.592)が高く負荷し、親近性を表す因子と解釈した( $\alpha=.817$ )。第II因子には「古い-新しい」(.743)、「暗い-明るい」(.663)、「遅い-速い」(.628)、「つまらない-面白い」(.547)が高く負荷し、新規迅速性を表す因子と解釈した( $\alpha=.706$ )。

次に、レジカートの初回利用群( $N=35$ )と2回目以降群( $N=185$ )の平均差を $t$ 検定で検証した(表2)。その結果、レジカート店員の印象( $t=2.10$ ,  $p<.05$ )は初回利用群の方が高く、親近性( $t=-2.30$ ,  $p<.05$ )とレジカートの便利度( $t=2.10$ ,  $p<.05$ )は2回目以降群が有意に高かった。最後に、従属変数を店舗の満足度とし、説明変数に親近性、新規迅速性、レジカート店員の印象、

今後のレジカートの利用希望、レジカートの便利度を投入した重回帰分析を行った。その結果、レジカート店員の印象が満足度に正の有意な影響を示した( $\beta=.221$ ,  $p<.001$ )。次いで、今後のレジカートの利用希望( $\beta=.192$ ,  $p<.05$ )、親近性( $\beta=.156$ ,  $p<.05$ )もいずれも有意な正の影響を示した。モデルの調整済み $R^2$ は.228であった。

本研究では、レジカート評価は「親近性」と「新規迅速性」の二因子で構成され、利用経験の蓄積に伴い親近性と利便感が高まり、一方で初回利用者では担当店員の印象がより高いことが示された。店舗満足度は主として店員の印象と再利用意向、および親近性に結びつき、新しさ・速さや単純な利便感の寄与は小さいことから、レジカートの価値はホスピタリティ志向の人的支援と親近感の醸成によって強化されることが示唆された。

#### (注)

- (1) 矢野 尚幸;「食品小売業における決済手段の現状と今後の方向性」玉川大学経営学部紀要,35, pp57-79,2024
- (2) トライアルグループ広報;「スマートショッピングカート」開発秘話 #4 一店舗での効果と外部展開について」, <https://trial-holdings.inc/news/blog/63e4c0db2439796b50325db4/>
- (3) 大久保 智生・徳岡 大;「ホスピタリティに着目したセルフレジ不正対策—セルフレジサポーター導入による効果の検証—」日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌,33,pp25-33, 2023
- (4) 齊藤 勇樹・星野 崇宏;「実店舗内における高額商品選択を促す事前の購買行動の検討—スマートカートデータを活用した実証分析—」マーケティング・サイエンス,28(1), pp7-27,2020
- (5) 大久保 智生・高橋 陸斗・徳岡 大;「セルフレジ万引き対策の効果検証—ホスピタリティに着目した対策は何を変えたのか—」日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌,35(0), pp27-35,2025

表 2. レジカートの利用回数によるホスピタリティの差に関する  $t$  検定結果

|               | 初回利用( $N=35$ ) |      | 2回目以降( $N=185$ ) |      | $t$ 値  | 効果量 $d$ |
|---------------|----------------|------|------------------|------|--------|---------|
|               | 平均             | SD   | 平均               | SD   |        |         |
| 親近性           | 4.08           | 0.98 | 4.47             | 0.71 | -2.30* | 0.76    |
| 新規迅速性         | 4.60           | 0.55 | 4.56             | 0.57 | 0.41   | 0.57    |
| レジカート店員の印象    | 4.66           | 0.80 | 4.34             | 0.97 | 2.10*  | 0.95    |
| 今後のレジカートの利用希望 | 4.69           | 0.72 | 4.93             | 0.39 | -1.96  | 0.46    |
| レジカートの便利度     | 4.60           | 0.81 | 4.91             | 0.39 | -2.27* | 0.48    |
| 店舗の満足度        | 4.74           | 0.66 | 4.72             | 0.80 | 0.19   | 0.78    |

# 民事訴訟における控訴の意思決定メカニズム ：経済学的モデルと裁判データに基づく分析

## *Decision-Making Mechanisms of Appeal in Civil Litigation : An Economic Model and Empirical Analysis Based on Judicial Case Data*

京都府庁 佐々木琉太郎

京都府立大学 伊藤敦, 木戸茜

Kyoto Prefectural Office Ryutaro SASAKI

Kyoto prefectural university Atsushi ITO, Akane KIDO

Keywords: Decision-Making Mechanisms, Appeal in Civil Litigation, Cost-Benefit Analysis

### 1. はじめに

本研究は、民事訴訟における原告の控訴をめぐる意思決定行動について検討する。わが国において、1 審判決に対して控訴される割合は一定程度存在するものの、控訴審における棄却率は 75% を超えており、控訴の経済合理性には疑問が残る。それにもかかわらず、一定数の原告が控訴を選択しており、その背景には判決内容・費用・審理期間など、複雑な意思決定要因が存在しうると考えられる。

では、実際に原告は、どのような要因に基づいて控訴を決定しているのか？本稿では、この問いに応えるために、原告が控訴を決定する際に考慮する影響要因を明らかにすることを目的とする。まず、判決内容や代理人の有無などに基づく原告の控訴判断について、裁判制度や先行研究を参照しながらモデル化する。その際、訴訟事例および経済理論における意思決定モデルを参照しながら、原告の合理的判断を原告のインセンティブ問題として捉え直す。また、2022 年 12 月から 2023 年 12 月までに日本の地方裁判所で判決が下された金銭訴訟 2868 件の裁判データを入手し、データセットを構築した。さらに、これらのデータを用いて定量的な実証分析を試みる。

### 2. 控訴の意思決定をめぐる分析枠組み

控訴の意思決定をめぐる分析枠組みとして費用

便益分析に基づく経済モデルを定義する。これは、Shavell (2004) の訴訟モデルを参照の上、構築しており、原告が訴訟を提起するか否かの判断を、期待利得と訴訟費用の比較に基づくモデルを前提として踏襲している<sup>(1)</sup>。

まず、1 審で訴訟を提起するかどうかは、以下の条件によって決定されると仮定する。

$$P \cdot w > C \quad (1)$$

ここで、 $P$  は原告が 1 審で勝訴する確率、 $w$  は請求額、 $C$  は 1 審に要する総費用である。すなわち、訴訟の期待利得が費用を上回る場合、原告側に訴訟を提起するインセンティブが生じる。

一方、本研究の焦点である控訴においては、1 審判決の結果と控訴審における期待利得、および控訴に要する追加的費用を比較して意思決定が行われると仮定する。それゆえ、原告が控訴を選択する条件は以下の通りである。

$$R_2 - (TC_1 + TC_2^f) > D_1 - TC_1 \quad (2)$$

ここで、 $R_2$  は控訴審における期待利得、 $D_1$  は 1 審判決で認められた金額（認容額）、 $TC_1$  は 1 審にかかる費用、 $TC_2^f$  は控訴審にかかる費用（原告が想定する将来費用）である。

さらに、控訴審における期待利得  $R_2$  は次のように構成される。

$$R_2 = \bar{P}^* \cdot D_1 + (1 - \bar{P}^*) \cdot P_2 \cdot w + 0 \quad (3)$$

ここで、 $p_1$ は控訴棄却率（控訴が退けられ1審判決が維持される確率）、 $p_2$ は控訴審での勝訴確率である。第1項は控訴棄却時に得られる1審認容額、第2項は1審判決が取消され新たに全額が認容される場合の期待利得を意味する。

上述したモデルに基づき、以下ではこれらの要因が実際に原告の控訴行動に与える影響を実証的に検証する。

### 3. 分析手法と仮説設定

まず、民事訴訟における控訴の意思決定を、経済合理性に基づく選択行動として捉える。控訴の有無を従属変数とし、第一審判決に関する情報として、訴訟当事者の属性、事件の性質などを説明変数とする分析モデルを定義した。控訴は0または1の離散変数であるため、主たる分析にはロジスティック回帰分析 (logit model) を採用した。加えて、モデルの頑健性を確認するために、線形確率モデル(LPM)による推定も行った。以上を踏まえて、以下の仮説を設定した。

仮説1 (経済的利得仮説) : 請求額が大きい原告ほど、控訴する可能性は高い。→ 控訴審において勝訴した場合に得られる期待利得が大きくなるため、控訴の動機になると予想される。

仮説2 (判決不満仮説) : 認容額が小さく、請求額に満たないほど、控訴する可能性は高い。→ 控訴は、第一審判決に対する不満の表出とみなされるため、認容額割合（認容額の請求額に対する割合）が大きく、判決への満足度が高まると控訴インセンティブが弱まる。

仮説3 (専門性仮説) : 代理人弁護士がついている原告は、控訴する可能性が高い。→ 法的助言を受けた当事者は、控訴審の見通しに関する判断能力が高く、意思決定のコストが低下するため、控訴審の見直しを評価し、控訴を選択しやすい。

以上、控訴率を説明するための回帰モデルを設定し、各変数の効果と統計的有意性を検証した。

### 4. 結果

推定の結果、以下の関係が確認された。第1に、請求額の大きさは控訴確率に正の影響を示し、とりわけロジットモデルでは統計的に有意であり、仮説1と整合的な結果が得られた ( $p < 0.10$ )。一方で、LPMでは、統計的には有意でなかったが、期待利得の増加と費用増という相反する作用を含むため、理論的には両義的であり、モデルにより推定結果が異なることは自然な帰結といえる。

第2に、第一審の認容額割合は控訴確率に有意な負の影響を示した ( $p < 0.01$ )。判決への不満が小さいほど控訴インセンティブが弱まるという仮説2を支持する。

第3に、原告・被告の代理人弁護士の存在は控

訴確率に正の影響を持つ傾向があった。特に、原告側の弁護士の存在は有意な正の影響を示し ( $p < 0.05 \sim 0.10$ )、仮説3を裏付けた。

第4に、原告が法人である場合は控訴確率が低く、被告が法人の場合は高くなる傾向がみられた。

第5に、不法行為事件である場合は、控訴確率が低くなるのが有意に確認された ( $p < 0.01$ )。一方で、国家賠償請求事件では控訴確率が高くなるのが有意に確認された ( $p < 0.01$ )。

最後に、審理期間は控訴確率に正の影響を示した ( $p < 0.01$ )。これは、既に時間コストを負担した原告が、訴訟経験を踏まえて結果の納得性を重視する傾向を反映していると考えられる。

なお、これらの傾向は、LPMによる補足推定でも方向性・有意性に大きな差がなく、モデルの頑健性を担保していることが確認された。

表 推定結果

| 変数名      | サンプル全体      |            |        |             |
|----------|-------------|------------|--------|-------------|
|          | logit model |            | LPM    |             |
|          | 係数          | z-value    | 係数     | t-value     |
| 定数項      | -2.465      | -6.732 *** | 0.113  | 3.695 ***   |
| 請求額      | 0.056       | 1.654 *    | 0.006  | 1.833       |
| 認容額割合    | -1.995      | -8.473 *** | -0.132 | -12.084 *** |
| 審理期間     | 0.848       | 5.147 ***  | 0.094  | 5.058 ***   |
| 原告弁護士有   | 0.358       | 1.850 *    | 0.036  | 2.446 **    |
| 被告弁護士有   | 0.776       | 3.871 ***  | 0.040  | 3.213 ***   |
| 原告が法人    | -0.730      | -5.008 *** | -0.063 | -4.562 ***  |
| 被告が法人    | 0.212       | 1.402      | 0.012  | 0.922       |
| 不法行為事件   | -0.498      | -3.830 *** | -0.052 | -4.198 ***  |
| 国家賠償請求事件 | 0.851       | 2.914 ***  | 0.139  | 2.741 ***   |

(出所) 筆者作成。

### 5. おわりに

本研究は、民事訴訟における控訴の意思決定を経済学的にモデル化し、裁判データに基づいてその要因を検証した。その結果、請求額が大きいほど控訴確率は上昇し、認容額割合が大きいほど控訴確率が低下する傾向が確認された。また、弁護士の関与は控訴を後押しする要因となっていた。これらの知見は、控訴行動が合理的判断に基づく戦略的選択であることを示唆し、制度設計においても当事者の納得性や費用構造を考慮した見直しが求められる。とりわけ、控訴抑制策や訴訟費用の透明化を検討する上で、本研究の知見は重要な手がかりとなる。今後はより主観的な要因や訴訟類型を組み込んだ分析が必要である。

(注)

- (1) Steven Shavell, *Foundations of Economic Analysis of Law*, 2004, Belknap Press of Harvard University Press

# アーキテクチャ論から考察するブライダル産業のダイナミズム

## ー市場規模維持と単価上昇に対する考察ー

### *Exploring the Dynamics of the Bridal Industry through the Lens of Architecture Theory : A Study on Market Size Sustainability and the Mechanisms of Price Elevation*

福井県立大学 石崎 琢也

Fukui Prefectural University Takuya ISHIZAKI

Keywords : Architecture, Upsell, LTV

#### 1. 研究課題

日本のブライダル産業は、少子高齢化と婚姻率低下という厳しい経営環境に直面している。それにもかかわらず、市場規模は近年において横ばいで推移している。本研究は、その要因を明らかにするとともに、単価上昇がどのように実現されてきたのかを検討するものである。

#### 2. 産業動向

1990 年代以降、婚姻件数および婚姻率は一貫して低下し、とくに 2000 年代以降の下落が顕著である。しかし、ブライダル産業売上高はコロナ禍で大きく落ち込んだものの、2023 年度にはほぼコロナ以前の水準へと回復している。この背景には取扱件数の微減と並行して、1 件あたり売上高の増加がある<sup>①</sup>。すなわち、件数減少を単価上昇によって補うことで、市場規模が維持されているのである（図表 1）。

#### 3. 分析枠組み

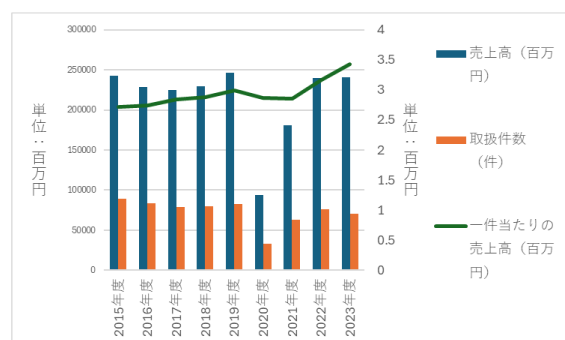
本研究では小売業態論およびアーキテクチャ論を援用しヒアリング調査（モリノブライズ:2025 年 3 月 7 日、WAO!! STYLE : 2025 年 3 月 11 日、岩本ブライダルハウス:2025 年 5 月 12 日、アイディールウェディング:2025 年 5 月 16 日、出雲

記念館:2025 年 5 月 22 日、ローズガーデン:2025 年 5 月 29 日）の結果とともに分析を進める。

まず業態とは、同じ商品・サービスを提供しつつも、対象顧客や提供方法、空間・接客の様式などにより異なる企業活動のスタイルを指す。日本のブライダル産業には、ホテル、ゲストハウス、神社・教会、リゾート、レストラン、フォトウェディングなど多様な業態が併存している。

こうした業態について、これまで小売業態論では、McNair (1958) の「小売の輪」モデル、Izraeli (1973) の「3 つの輪」モデルなどが知られている<sup>②③</sup>。とりわけ後者は、高価格業態の参入や競

図表 1 結婚式場業各種指標の推移



(出所) 経済産業省編『特定サービス動態統計調査』

争を通じた同質化を含み、産業の動態を説明する上で有用である。ただし複数業態の併存や産業全体での単価上昇を十分に説明できるわけではない。そこで本研究はアーキテクチャ論を導入し、婚礼サービスのモジュラー化と再結合化の視点から考察を行う。アーキテクチャ論は、製品やシステム、産業の構造（＝アーキテクチャ）に着目し、技術革新や産業構造の変化、競争優位の源泉を理解しようとする理論である。多くの産業・製品において、インテグラル型からモジュラー型への移行が見られ、モジュラー型は急速な機能向上をもたらす一方で、必ずしも機能向上＝単価上昇とは限らないという点が重要である。

#### 4. モジュラー化の進展

1990年代後半以降、日本のブライダル産業には新業態が次々と登場した。ハウスウェディング（1998年～）、レストランウェディング、フォトウェディング、リゾートウェディング（2010年代～）などである<sup>4)</sup>。これらは挙式、披露宴、衣裳、撮影、旅行などといった婚礼を構成する要素を切り分け、独立したモジュールとして成立させたものと位置づけられる。このモジュラー化により、多様な組み合わせと再結合が可能となり、新規業態が生まれる基盤となった。

#### 5. 単価上昇を可能にした3つの要因

##### (1) モジュールの再結合化と業態の独立

婚礼サービスのモジュラー化は、既存の要素を再結合させることで新たな業態を生み出してきた。例えば、貸衣装と撮影が結びつきフォトウェディングとなり、婚礼プランニングと旅行代理店が結びつきリゾートウェディングが生まれた。また、空間（一軒家貸し切り）と演出が結びついたゲストハウスは、さらに神社と提携するなど、モジュールが柔軟に再結合することで、顧客の多様なニーズに対応し、高付加価値なサービス提供が可能になった。

##### (2) ビジネスモデルの深化・洗練化

各モジュール（業態）内では、独自のビジネスモデルが深化・洗練されていった。総合結婚式場では、運営ノウハウの共有や他企業との協調を通じて演出力を高め、顧客を惹きつけた。フォトブライダル企業は、貸衣装と撮影を一体化させることで、七五三や成人式といったライフイベントを通じて顧客との接点を増やし、ウェディングへと繋げる垂直的な拡張を実現した。こうしたビジネスモデルの進化が、顧客単価の引き上げに貢献している。

(3) アップセル・クロスセルによる顧客生涯価値（LTV）の増加

ブライダル産業における単価上昇の最大の要因は、アップセル・クロスセル戦略の浸透であろう。顧客が当初見込んでいた金額と、実際に支払う金額の間には大きな乖離があることが調査で明らかになっている<sup>5)</sup>。会場決定後、平均10.3ヶ月から1.7ヶ月、衣裳は5.9ヶ月から1.9ヶ月など、多段階かつ長期にわたる打ち合わせを通じて、担当者は顧客の要望を詳細に引き出し、より上位のプラン（アップセル）や、関連する商材（クロスセル）を巧みに提案するのである。

このプロセスは、新規顧客の獲得コストが高いブライダル産業において、既存顧客のLTV（顧客生涯価値）を最大化する戦略である。多様な業態が提供する豊富な選択肢は顧客にとっての満足度を高める一方で、アップセル・クロスセルを容易にする土壌となっている。また引き出物のように予算を抑えることができるダウンセルの選択肢も用意することで顧客の心理的な負担を軽減し最終的な購買金額を押し上げる構造が確立されている。

#### 6. 結論

以上をまとめると、日本のブライダル産業は、婚姻件数の減少という需要縮小圧力に直面しつつも、モジュラー化による多様な業態の成立と再結合化、ビジネスモデルの深化、アップセル・クロスセルを通じたLTV拡大により単価上昇を実現してきた。その結果、市場規模を横ばいに維持しているのである。本研究は、小売業態論やアーキテクチャ論を援用しつつ、産業全体における高単価化のメカニズムを解明する点に学術的意義を有する。

##### (注)

(1)経済産業省編『特定サービス動態統計調査』「16. 結婚式場業（企業調査）」  
(URL)[https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabido/result/result\\_1.html](https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabido/result/result_1.html)

(2)McNair,M.P.(1958), “Significant Trends and Developments in the Postwar Period”, in *Competitive Distribution in a Free,High Level Economy and its Implication for the University*, A. B. Smith, ed., Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

(3)Izraeli,D.(1973), “The Three Weels of Retailing: A Theoretical Note”, *European Journal of Marketing*, Vol.7,No1.

(4)徳江順一郎（編）、遠山、野田、森下（著）（2014）『ブライダルホスピタリティマネジメント』創成社。

(5)『ゼクシィ結婚トレンド調査 首都圏』リクルート、各年版。

# 観光・ホスピタリティ教育におけるインターンシップの効果分析 ―高等教育機関のアンケートを通じて―

## *Internship Education in Tourism and Hospitality: Educational Impact and Student Perceptions*

駒沢女子大学 張 景泰, 明海大学 木内 伸樹

Komazawa Women's University Kyungtae JANG, Meikai University Nobuki KIUCHI

Keywords : *Internship Program, Tourism and Hospitality Education, Career Development, Learning Outcomes*

### 1.はじめに

近年、日本における多くの企業は人手不足に直面しており、高等教育機関では「即戦力となる人材」の育成を目指して実務教育を強化してきた。特に観光・ホスピタリティ分野においては、コロナ禍後のインバウンド市場の回復とともに、在学中から職業とのミスマッチを防ぐ観点から、インターンシップをはじめとする実務教育の重要性が一層高まっている。

しかし、観光・ホスピタリティ分野の大学や専門学校における実務教育には、学校種別、専門分野別に特徴と相違点が存在する一方、共通点も認められる。また、これらの教育の違いは学生の就職先やキャリア形成に少なからず影響を及ぼしているが、体系的に比較検討した研究は十分に蓄積されていない。

さらに現状として、関連高等教育機関の卒業生が必ずしも専攻分野に関連した職に就くわけではなく、就業後に業務内容とのミスマッチが生じる事例も少なくない。その背景には、学生自身の職業意識、受入企業の人材活用方針、教育機関のカリキュラム設計など、複合的要因が関与していると考えられる。

そこで本研究では、観光・ホスピタリティ分野における実務教育、とりわけインターンシップ制度の構造と運用実態を整理する。具体的には、専門学校、短期大学、4年制女子大学、4年制共学大学に所属する学生を対象にアンケート調査を実施し、比較分析を通じて制度的・運営的特徴と学生の学修経験およびキャリア意識との関係を明らかにする。最終的に、今後の実務教育の改善に向けた提言を行うことを目的とする。

### 2.先行研究の整理と観光・ホスピタリティ分野におけるインターンシップの仕組み

インターンシップに関する研究は多岐にわたるが、類型化を中心とした整理が試みられてきた。中村（2011）は、インターンシップを「セミナー型」「見学・仮想体験型」「現場実践型」の三種に分類している。実施期間の観点からは、大田（2012）が短期・中期・長期の三類型を提示しており、日本においては1日から4週間程度の短・中期インターンシップが圧倒的に多いことを指摘している。さらに張（2020）は、コロナ禍の影響により「オンライン形式」、既存の「オフライン形式」、そして両者を組み合わせた「ハイブリッド型」が存在することを明らかにしている。文部科学省が認定している「単位認定科目としてのインターンシップ」いわゆるカリキュラム内のインターンシップと「民間によるインターンシップ」で学生の意思や学校のキャリアセンターなどによるインターンシップ参加を分類している。各研究者による類型化で、それぞれ特徴を把握することが可能である。

観光・ホスピタリティ分野におけるインターンシップも、上記の分類に沿った多様な形態で運営されているが、専門学校、短期大学、4年制女子大学、4年制共学大学といった教育機関別にみると、カリキュラム設計の目的や運営の実態に共通点と相違点が存在する。しかしながら、それらを比較検討した体系的な研究は依然として少ない。

以上を踏まえ、本研究では観光・ホスピタリティ分野における四種類の高等教育機関を対象に、インターンシップ教育の制度的特徴と運営実態を体系的に分析し、各教育機関の在学学生を約100名ずつ抽出してアンケート調査を行い、その結果を比較検討することで、制度設計と学生の学び・キャリア意識との関係を明らかにすることを目的とする。

### 3.調査と分析（在学生へのアンケート調査を基に）

本研究では、首都圏に位置する観光・ホスピタリティ分野の4種類の高等教育機関を調査対象とする。対象は、N ホテル専門学校ホテル科、T 短期大学国際コミュニケーション学科、K 女子大学観光文化学部、M 大学ホスピタリティ・ツーリズム学部である。これらの教育機関におけるカリキュラム内のインターンシップを中心に分析を行い、さらにキャリアセンター主催のインターンシップや、学生が自主的に応募・参加するインターンシップについても調査を実施する。

調査の第一段階として、予備調査および調査設計の妥当性検証を目的に、K 女子大学および M 大学の在学生を対象としたアンケート調査を行った。実施期間は 2025 年 6 月から 7 月であり、インターンシップの参加経験、従事した業種、参加期間、満足度などについて回答を得た。

#### 3.1 女子大学と男女共学大学の共通点と相違点

両大学の調査結果から、インターンシップは学生のキャリア形成や進路選択に有効な教育的効果を持つことが共通して確認された。特に、現場体験を通じた業界理解、社会人基礎力の向上、職業意識の涵養といった点は、学生にとって大きな学習成果として認められた。また、両大学において満足度はいずれも高水準を示しており、学習意欲の喚起につながっている。

一方で、相違点も明らかとなった。K 女子大学では、1 週間から 10 日程度の短期インターンシップが主流であり、複数回参加する学生が多い。そのため、就職活動対策や社会人基礎力の涵養には有効であったが、期間の短さゆえに業務理解が深まりにくく、教育効果が表層的にとどまる課題が見受けられた。これに対して M 大学では、学部主催のインターンシップが短期（1 か月以内、夏季・春季）と長期（約 6 か月、前学期・後学期）に分かれており、年間で 15 ～ 20 名程度の 1 ～ 3 年次学生が参加している。長期プログラムは業界理解や職業意識の形成に効果的である一方、参加資格が設けられていることや、沖縄・奄美大島や海外など遠隔地での実施に伴う交通費などの経済的負担といった制度的課題が指摘された。

以上のことから、女子大学では短期集中型、共学大学では多様な期間設定型という特徴が確認され、それぞれに異なる教育効果と制度的課題が存在することが明らかとなった。

#### 3.2 カリキュラム内のインターンシップの結果

K 女子大学では、57 名中 7 割近くがインターンシップに参加し、その 8 割以上が進路や内定に良い影響を受けたと回答した。経験業種は観光関連が大半を占め、期間は一週間以内が最多であった。参加後に内定へ直結した学生は約 2 割で、満足度も高く、短期型ながら就職に資する効果が強くみられた。

M 大学では 18 名中 16 名が参加し、7 割以上が進路や内定に肯定的な影響を認めた。経験業種は観光関連が中心で、期間は 2 週間以上の中期・長期が多かった。内定につながった学生は少数にとどまったが、満足度は概ね高く、業界理解や志望形成に役立っていた。

以上の結果から、K 女子大学は「短期型による就職直結」、M 大学は「中長期型による業界理解・志望形成」という特徴を持ち、それぞれが異なる形で学生のキャリア形成に寄与していることが明らかとなった。

#### 3.3 その他のインターンシップの結果

両大学において、所属学科以外のキャリアセンター主催インターンシップ参加者はそれぞれ 2 名程度にとどまった。このことから、学科主催のインターンシップが十分に整備されている場合、キャリアセンター主催のプログラムに参加する学生は少数にとどまる傾向があることが明らかとなった。

K 女子大学では、個人参加は全体の 3 割程度で、短期型が多かったものの就職に直結した例も半数以上あり、満足度も高かった。一方、M 大学では学生の金融機関など自主的な開拓が見られた。

### 4.おわりに

両大学の調査から、インターンシップが学生にとって有効なキャリア形成の手段であることが明らかになった。しかし、その教育的効果の焦点には差異が見られる。K 女子大学は「自己成長」や「社会人基礎力の涵養」に比重が置かれるのに対し、M 大学は「業界理解」や「職業意識の形成」に重点が置かれていた。また、課題についても性格が異なる。K 女子大学では教育内容の深まりが課題であり、M 大学では制度設計や運営体制が課題である。この違いは、K 女子大学が短期・説明会型プログラムを多く取り入れているのに対し、M 大学は比較的事務体験型プログラムを導入している点に起因すると考えられる。

したがって、K 女子大学ではプログラムの長期化や実務参画型インターンシップの導入が、M 大学では経済的支援や情報提供の充実、体系的事前研修の導入が求められる。両大学の比較から、観光・ホスピタリティ教育におけるインターンシップの質を高めるためには、教育内容の深化と制度基盤の整備が相互に補完されることが不可欠であると結論づけられる。今後専門学校と短期大学のアンケート調査を加え、比較分析を通じて観光・ホスピタリティ教育における高等教育機関の制度的・運営的特徴と学生の学修経験およびキャリア意識との関係を明らかにする。

（注）張 景泰：「女子大学における観光系実務教育の取り組み」，駒沢女子大学研究紀要，No.27，p.59-77，2020

# 医療モールの最適規模の実証 — 2025 年全国悉皆調査を踏まえて —

## *Determining the Optimal Scale of Medical Malls: Evidence from Japan's 2025 Nationwide Census Survey*

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 京都府立大学                         | 伊藤 敦              |
| 株式会社マゼランメディカル                  | 渋谷悠希              |
| 株式会社マゼランメディカル                  | 荒川 徹              |
| 北見工業大学                         | 中村文彦              |
| Kyoto Prefectural University   | Atsushi ITO       |
| Magellan Medical INC.          | Yuki SHIBUYA      |
| Magellan Medical INC.          | Toru ARAKAWA      |
| Kitami Institute of Technology | Fumihiko NAKAMURA |

Keywords : Medical Malls, Optimal Scale, Japan's 2025 Nationwide Census Survey

### 1. はじめに

近年、医療機関の経営環境は物価高騰や診療報酬改定の影響により、一層厳しさを増している。医療機関の倒産件数は過去最多を記録し、病院数は減少傾向にある一方、診療所数は横ばいで推移している。こうした中で、複数の診療所や薬局が同一空間内に集積し、相互に連携する「医療モール」が新興モデルとして注目を集めている。2019 年に実施された悉皆調査では、国内に 2501 か所の医療モールの存在が確認されている。

しかし、日本の医療モールは米国などと比較して小規模であることが指摘されており、その最適な規模がどの程度なのか、経済学的な根拠は明らかではない。臨床現場では連携不全や運営摩擦により、医療モールの空中分解や撤退に至る事例も報告されており、適正な規模の特定が求められる。

そこで、本研究では、日本の医療モールの最適規模を解明することを目的とする。2025 年 5 月に第 2 回の全国悉皆調査を実施したので、そのマクロ・データを用いて、医療モールの最適規模を理論的、実証的に明らかにすることを試みる。

### 2. 方法

まず、医療モールを構成する診療所数（最適規模）を把握するモデルについて定義した。本モデルは、クラブ財理論（Buchanan, 1965）と取引コスト理論（Williamson, 1985）を基盤として、医療モール内診療所数  $n$  と 1 診療所あたりの平均費用  $AC(n)$  との関係を次の式で定式化する。

$$AC(n) = F/n + \theta n^2 + \delta n$$

ここで、

$F$  : 固定費（建物・共用設備等）

$\theta$  : ガバナンス費用係数（診療間連携や情報共有に伴う調整コスト）

$\delta$  : 混雑費用係数（移動や待ち混雑に伴う追加費用）とする。最適規模  $n^*$  は平均費用  $AC(n)$  の最小化問題より  $\min_{n \in \mathbb{Z}, n \geq 3} AC(n)$  と定義し、一階条件は次式で与えられる。

$$dAC/dn = -F/n^2 + 2\theta n + \delta = 0$$

識別のため本研究では  $\delta=1$  を据え置く。凸性条件は  $d^2AC/dn^2 > 0$  が成立するため、解は一意的な最小値となる。

次に、パラメータの推定法について定義した。

暫定的に固定費 $F$ ：2,200 万円に定め、平均商業地価を基準に各地域の  $F_i$  をスケーリングした上で次式により観測平均  $n_i$  から  $\theta_i$  を逆算した。

$$\theta_i = -(F_i/(n_i^2) - \delta)/2n_i$$

これにより、地価・賃料の地域差が固定費やガバナンスコストを介して最適規模に及ぼす影響を定量化し、理論との整合性を検証した。

### 3. 結果

まず、2025 年 5 月に実施した悉皆調査では、2,943 箇所の医療モールが存在することを特定し、その中に診療所が 11,250 軒、薬局が 2,461 軒開業していたことが判明した。ただし、全国の医療モール数の 8 割は、首都圏、京阪神、北海道を含む主要 13 都道府県に集中立地していた。

次に、表 1 より診療所・薬局を合わせた規模数を見ると、平均 4.66 軒（診療所のみでは 3.82 軒）であった。中央値及び最頻値はそれぞれ 4 軒で同様であり、規模の範囲は 3～38 軒にあった。

表 1 記述統計

|             | 診療所数  | 診療所+薬局数 |
|-------------|-------|---------|
| 平均値         | 3.82  | 4.66    |
| 中央値         | 3     | 4       |
| 最頻値         | 3     | 4       |
| 標準偏差        | 1.40  | 1.65    |
| 範囲          | 3-35  | 3-38    |
| Sample size | 2,943 | 2,943   |

また、地域別分析では、北海道（5.15 軒）、広島県（4.98 軒）、愛知県（4.86 軒）と地方都市部で比較的大規模な傾向を示した。一方で、福岡県（4.54 軒）、千葉県（4.57 軒）、東京都（4.46 軒）、など大都市圏では相対的に小規模であった。実際、商業地価と規模との間には、有意な負の相関が見られ（ $R \sim -0.567, p < 0.05$ ）、地価の高い地域ほど医療モールの規模が小さくなる傾向を確認することができた。

さらに、表 2 より推定された固定費 $F_i$ とガバナンス係数  $\theta_i$ を見ると、地価の高い都市部で高止まりしており、地方部では低水準であった。例えば東京都では  $F \sim 2,416$  万円/年、 $\theta \sim 13.54$  に対し、北海道は  $F \sim 117$  万円/年、 $\theta \sim 0.33$  と大きく乖離していた。それゆえ、固定費とガバナンスコストの双方が小規模化の要因であることが裏付けられた。

表 2 パラメータの推定結果(診療所+薬局)

| Prefecture | Size | $F_i$    | $\theta_i$ |
|------------|------|----------|------------|
| 北海道        | 5.15 | 116.91   | 0.33       |
| 広島県        | 4.98 | 247.93   | 0.91       |
| 兵庫県        | 4.89 | 352.80   | 1.41       |
| 宮城県        | 4.88 | 322.76   | 1.29       |
| 愛知県        | 4.86 | 521.23   | 2.17       |
| 奈良県        | 4.76 | 187.52   | 0.76       |
| 神奈川県       | 4.73 | 716.34   | 3.28       |
| 大阪府        | 4.73 | 1,165.24 | 5.41       |
| 埼玉県        | 4.67 | 353.13   | 1.63       |
| 千葉県        | 4.57 | 308.99   | 1.51       |
| 福岡県        | 4.54 | 446.94   | 2.28       |
| 京都府        | 4.47 | 809.18   | 4.42       |
| 東京都        | 4.46 | 2,416.69 | 13.54      |

### 4. 考察

2008 年に実施した調査では、薬局を含む医療モールの平均規模が 6.33 軒であったが、2025 年の調査では 4.66 軒であったことから、この 17 年間で小規模化が進行していることが示された。この変化は、医療モールの 8 割が国内の主要都市圏で開業していることに加えて、物価・賃料の上昇や診療報酬の伸び悩みといった経営環境の悪化が背景にあると考えられる。実際、地域別分析では、商業地価の高い都市部ほど固定費 $F$ とガバナンス係数  $\theta$ が高くなる結果、最適規模が小さくなる傾向が見られた。北海道や広島県などの地価が低い地域では相対的に規模が大きい一方、大都市圏では規模が抑制される構造が浮き彫りになった。

以上の結果は、固定費の高さがガバナンス面にも波及し、取引コストを押し上げることで規模の経済を阻害するという理論的予測と整合的である。ただし、地域内で平均規模から乖離した大規模な医療モールも観測されている。これは、内部の協議機関や連携体制により  $\theta$  を低減させる結果、規模を拡大させている可能性を示唆する。

### 5. おわりに

本研究では医療モールの最適規模について検証した結果、平均 4.66 軒と推定し、モデルと整合的であった。日本の医療モールは、固定費やガバナンスコストの圧力が規模の拡大を制約している構造が存在することを明確化することができた。

# 家庭用感情支援型 AI ロボットの受容要因と購買行動の乖離問題—近未来ホスピタリティマネジメント視座

## *Exploring the Acceptance Factors and Intention-Behavior Gap in Consumer Adoption of Domestic Emotionally Supportive AI Robots*

大阪経済法科大学大学院 宋 美怡 (深瀬 澄)

Graduate School of Osaka University of Economics and Law SONG MEIYI (Kiyoshi FUKASE)

Keywords : Negative Attitudes toward Robots Scale、CASA(Computers Are Social Actors)、Social Presence

### 1. はじめに

近年、高齢化および独居人口の増加に伴い、家庭用感情支援型 AI ロボットはホスピタリティや情緒的な生活支援において重要な役割を担うことが期待されているが、いかに受容されるかは学术界と産業界の双方において注目される課題である。

一般に新技術の受容をめぐり、有用性に魅力を感じる一方、コスト面や不安感からの抵抗感も根強い。本研究では近未来において一般家庭で普及するであろう AI ロボットに期待される購買意図要因を探る。

### 2. 先行研究

先行研究において、ロボットの擬人化に否定的な立場の佐久間(2018)<sup>(1)</sup>は森(1970)<sup>(2)</sup>が指摘した造形物の非生命体が過度に人間に近づくことで生じる、“不気味の谷”現象に着目してロボットに対し“心”や“共感”を無意識に投影してしまう点を懸念する。

Nomura 等(2010)<sup>(3)</sup>が擬人化ロボットに対する人間の不快・不安・拒否感に着目して開発したロボット否定的態度尺度(NARS: Negative Attitudes toward Robots Scale)と不安尺度(RAS: Robot Anxiety Scale)は、ヒューマン・ロボット・インタラクション(HRI)領域における標準的な測定尺度で、消費者の態度と行動傾向の把握に用いられる。上出・新井(2020)の研究<sup>(4)</sup>は、過度に人間らしい外観が必ずしも安心をもたらさず、むしろ適度にロボットらしさを残す方が心理的な安全感を与えると指摘している。

一方、擬人化に肯定的なBlanche 等(2021)<sup>(5)</sup>は、ロボットの人間のような特性(外見、能力、温かさ)が消費者のサービス価値を形作ることを指摘する。Zhang et. al(2024)<sup>(6)</sup>は、CASA(Computers Are Social

Actors) framework<sup>(7)</sup>を提唱し人間のような特性を示す技術と対話する際に対人関係の社会的規範が適用されると主張する。また、Mendeley(2023)<sup>(7)</sup>は、擬人化より社会指向的なCASAがより強く信頼と共感を向上させるが、製品の満足度は社会的存在感(Social Presence<sup>(表1)</sup>)を媒介し間接的に影響するとした。

Ren et. al(2025)<sup>(8)</sup>は、CASAframeworkの影響を受ける感情的デザイン要素を4つ想定し、可愛らしさ、クールさ、新奇性の3要素が使用意図に直接的な影響を与える一方、温かさの要素は主に社会的存在感を介して間接的に使用意図に作用することを示した。また、CASA 中では対話様式が最も強力な訴求因子で、感情的デザイン要素を顕著に高めるとした(図1)。

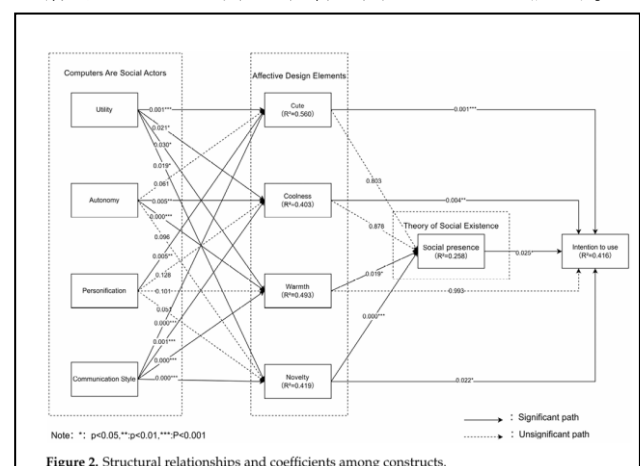


Figure 2. Structural relationships and coefficients among constructs.

図1 Ren et. al. (2025)における構造方程式分析モデル  
以上のように、感情的デザイン要素や社会的存在感などが影響因子として提示されてきたが、その作用メカニズムについては一貫した結論が得られていない。これらの知見は総じて温かさと社会的臨場感

が文脈により異なる機能を持つ可能性を示している。

### 3. 仮説と検証手法

日本国内では未だ擬人型 AI ロボットは一般的ではなく、信頼できるデータ収集は困難であると考え、本研究は Ren et. al. (2025) <sup>(1)</sup> により公開された 10 因子間の相関行列データを 2 次利用させてもらい、構造方程式モデリングにより、購買意図への影響要因を探索した。潜在変数の標準偏差と平均の記載がないため、観測変数の基本統計量より推定した<sup>(9)</sup>。

サンプルはサービスの現場でロボットを経験したユーザー 318 名 (女性 66%、男性 34%、年齢層は 21-30 歳が中心) であり、調査場面は中国におけるショッピングモールおよびホテルであった。

表 1 分析に用いる 10 個の潜在変数の概要

|       |                                  |
|-------|----------------------------------|
| 実用性   | 効率的なタスク遂行を通じてユーザーの機能的ニーズを満たす能力   |
| 自律性   | 人間の介入なく環境を認識し、意思決定し、タスク実行する能力    |
| 擬人化   | 外見、言語、行動、感情表現において人間のような性質を付与すること |
| 対話様式  | 音声またはタッチスクリーンを介し関連情報を伝達し顧客と関わる能力 |
| 可愛さ   | 外見や行動に見られる愛らしい性質を包含し、保護本能や親近感を呼ぶ |
| 涼しさ   | デザインにおける独自性とハイテクな品質              |
| 暖かさ   | 行動、言語、視覚的なデザインを通じて伝える親しみやすさや気配り  |
| 新規性   | 好奇心をそそるデザインにおける独自性と革新性           |
| 社会的存在 | 対話中にメディアを社会的で温かく繊細で個人的なものと認識する程度 |
| 使用意図  | 価格、安全性、プライバシー要因に影響され、将来使用する傾向    |

## 4. 分析結果と考察

### 4.1. Ren et. al. (2025) モデルの追証結果

Ren et. al. と全く同じモデルについて、予め多少の誤差が生じることを想定の上で、原データではなく相関行列を使用し、ソフトウェアが PLS-SEM に対応せず SEM で計算した結果、大方は原文と一致したが、原文の推定結果とモデル適合度に疑問が生じた。

感情的デザイン要素の推定結果において、①涼しさが社会的存在に作用する点 (原文では新奇性)、使用意図に作用する要素について可愛さと涼しさは一致したが、②暖かさが一致しない点 (原文では新規性)、③CASA における自律性が全ての感情デザイン要素に作用する点 (原文では涼しさと暖かさのみ) など、細部に齟齬が生じた。

①について、対話を通して生じる社会的存在の定義に対して、デザイン面が影響する分析結果は不自然であり、②の使用意図への影響要因については、仮に新奇さが有意だとしても、長期使用でユーザーに飽きられてしまわないだろうか。③の自律性は、実用 AI ロボットにとってサービスマーケティング上の“当たり前品質”であり、過少評価されていないか。

原文では、使用データの信頼性と妥当性が詳細に検討されたが、モデル適合度が示されていない。筆者等の試算では AGFI 値 0.7 未満で良好ではない。例えば、擬人化と可愛さの相関は 0.7 近くあるが、モデルでは影響していないなど、共分散が考慮され

ていないため、モデル構造が不安定な印象を受ける。

### 4.2 筆者等によるオリジナルモデルの分析結果

原文では使用意図への影響要因を、媒介変数である感情的デザイン要素の中から探索したが、本研究では、これらの要素を提供するために、その前段階である CASA-framework において、どのような機能が必要なかを図 2 に示す改造モデルで分析した。AGFI.960、CFI.999 と良好で、全パス有意となった。

①使用意図は、擬人化(標準化パス係数.30)、自律性(同.16)、特に暖かさ(同.40)に強く影響されるが、②社会的存在感は影響しない、という結果となった。

追証で有意となった、可愛さ、涼しさ、暖かさは、擬人化と自律性に強く影響されることから、①は妥当な結果である。実用性もこれらに影響するが有意とならないのは、擬人化との相関が強く、パスを繋ぐことで共線性が生じるためだろう。②の社会的存在感が使用意図に影響しないのは、原文では非有意となった暖かさからの直接効果が有意になり、社会的存在感を経由する間接効果が消滅したためだろう。

社会的存在感の確立は必ずしも使用意図につながらない。AI ロボットの擬人化は、感情的デザイン要素の暖かさの向上を介して使用意図を促進させるが、当たり前品質である機能面の充実が前提であろう。

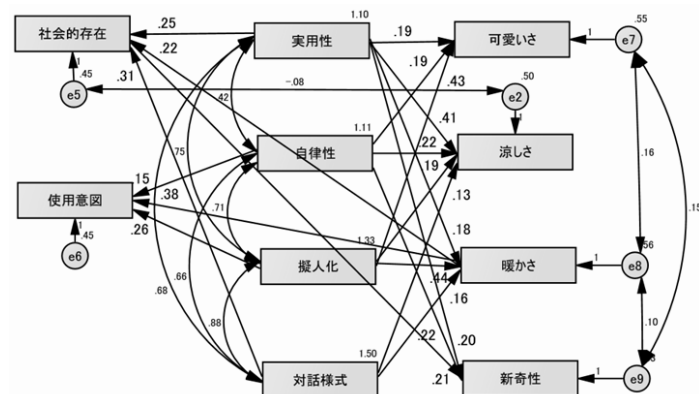


図 2 CASA の影響要因探索のためのオリジナル改造モデル

—注—

- (1) 佐久間路子 (2018). 「コミュニケーションロボットに対する否定的意識の心理的・社会的要因分析」.
- (2) 森政弘(1970)「不気味の谷」『Energy』第7巻第4号
- (3) Kanda, T., Shiomi, M., Miyashita, Z. Ishiguro, H., Hagita, N. (2010) “A communication robot in a shopping mall”, *IEEE Transactions on Robotics*, 26(5).
- (4) 上出寛子・新井健生 (2020) 「人間らしいロボットに対する心理的安心」『科学技術社会論研究』.
- (5) Belanche, D.;Casaló, L.V.;Scheepers, J.;Flavián,C. (2021) “Examining the effects of robots’ physical appearance, warmth, and competence in frontline services”: *Psychol. Mark.*, 38
- (6) Gu, C.; Zhang, Y.; Zeng, L(2024).” Exploring the mechanism of sustained consumer trust in AI chatbots after service failures: A perspective based on attribution and CASA theories”. *Humanit. Soc. Sci. Commun*
- (7) 具体的には、実用性、自律性、擬人化、対話様式など
- (8) Ren, X., et al. (2025)” Investigating Service Robot Acceptance Factors: The Role of Emotional Design, Communication Style, and Gender Groups” *Information* 16, 463
- (9) 下位尺度得点を平均とし、標準偏差については観測変数の分散の平方和と共分散和より近似的に求めた。観測変数間の相関の代理変数として因子の AVE を一括して用いた。

# Enhancing Large Language Models with Retrieval-Augmented Generation: Improvements and Applications in the Tourism Industry

Osaka University of Economics and Law Li Feng

Osaka University of Economics and Law Iwata Yoritaka

Osaka University of Economics and Law Fukase Kiyoshi

---

Keywords: Retrieval-Augmented Generation (RAG), Large Language Models (LLMs), Tourism Industry

## 1. Introduction

In recent years, generative AI (generative artificial intelligence) such as Claude2, and ChatGPT, which are based on large language models (LLMs), have achieved remarkable progress in natural language processing [1]. It demonstrates powerful text generation capabilities and versatility across various domains. However, despite these advances, several critical challenges remain. LLMs are prone to generate hallucinated information[2], struggle to provide up-to-date knowledge, and require substantial computational resources for training and deployment. To address these limitations, Retrieval-Augmented Generation (RAG) has been proposed as a promising approach. By integrating external knowledge retrieval with generative models, RAG has been shown to enhance the accuracy of answer, reduce hallucinations, and take into account domain-specific adaptation without retraining the entire model [3].

Meanwhile, the tourism industry is undergoing rapid digital transformation (DX), with increasing reliance on online travel agencies (OTAs), AI-based chatbots, and smart tourism services [4]. For travelers, timely information, personalized recommendations, and multilingual support are desirable. Conventional LLM applications often fail to meet these needs due to outdated knowledge or insufficient domain-specific information. Therefore, exploring the application of RAG to enhance LLMs and its potential in the tourism industry is both technically and practically significant. Using RAG, more reliable and context-aware information for travelers can be obtained. This study aims to investigate how RAG can improve LLM performance and be applied to real-world tourism scenarios.

## 2. Objective

The primary purpose of this study is to clarify the role of RAG in improving their overall performance of LLM. In particular, its key contribution to enhance knowledge freshness, reducing hallucination rates, lowering computational costs, and enabling greater domain adaptability is identified. By conducting a theoretical analysis and reviewing prior research, this study formulates the hypothesis that RAG-based architecture provides a more reliable and efficient approach to LLM.

Furthermore, as a secondary purpose, this study aims to explore practical applications of RAG within the tourism industry. Tourism industry provides an ideal testing ground for the implementation of advanced language technologies, as the tourism industry requires timely, accurate, and context-sensitive information. By examining potential usage of AI-powered travel consultation, automated itinerary generation, multilingual support, and crisis management, this study seeks to evaluate how RAG can contribute to DX in the tourism sector. The findings are expected to offer insights into both the technical significance of RAG for natural language processing and its practical value for industry innovation.

## 3. Problems of conventional LLM

LLMs have achieved strong performance in natural language processing, but three critical problems are reported [5]. First, LLMs often generate hallucinations, producing outputs that sound plausible but are not true. Second, they suffer from knowledge, because the

information encoded during training cannot be easily updated. Finally, computational cost is a major issue, as retraining or fine-tuning these large models requires significant resources. These problems limit their reliability in knowledge-intensive tasks.

#### 4. Implementation of RAG

RAG is proposed to address the above problems. The key idea is to add a retrieval module to the generation process. When a user query is given, the system retrieves relevant passages from an external knowledge source and then uses them. This design enables the model to access up-to-date and reliable information, and reduce reliance on memorized knowledge. Retrieval can be implemented through sparse methods like BM25 [6]), dense methods (embedding-based search), or hybrid approaches, supported by vector database technology for scalability.

According to the literature, RAG has been actively studied in tasks such as question answering, knowledge-intensive dialogue, and fact verification. Compared with conventional LLMs, RAG-implemented LLM has shown to improve accuracy and reduce hallucination. Furthermore, it allows for domain-specific adaptation without the need for expensive retraining. Applications in fields such as medicine and law confirm that RAG can significantly increase the reliability of generated outputs. Overall, research trends suggest that RAG is becoming a central method for enhancing the performance of LLMs. Note here that RAG has not been seriously applied to the LLM-based generative AI in the tourism industry.

#### 5. Summary

In conclusion, several main improvements can be achieved by RAG:

1) Knowledge freshness: Since RAG retrieves information at inference time, it can provide answers that reflect the latest knowledge.

2) Hallucination mitigation: By grounding responses in

retrieved documents, RAG improves factual reliability.

3) Cost efficiency: RAG reduces the need for frequent retraining of large models, lowering computational costs.

4) Domain adaptability: Retrieval queries can be tailored to specific domains, enabling flexible applications.

These four advantageous points are crucially valuable in the to the LLM-based generative AI in the tourism industry.

Despite these advantages, some issues still remain unsolved. First, the effectiveness of RAG depends heavily on the quality of retrieval, as irrelevant or noisy documents may still lead to poor responses. Second, handling unstructured or multimodal data remains difficult, as most current methods focus on text. Third, there are multilingual limitations, since high-quality retrieval resources are not equally available across all languages. These open issues highlight the need for further improvement before RAG can be fully deployed in complex real-world applications such as tourism.

#### References:

- [1]Undetectable 「Claude vs GPT 4: Key Differences Compared - Undetectable AI」,<https://undetectable.ai/blog/claude-vs-gpt-4/> (参照日時:2025-8-24)
- [2] Y. Zhang, Y. Li, et al., “Siren’s song in the ai ocean: A survey on hallucination in large language models,” arXiv:2309.01219, 2023.
- [3] C. Mala, G. Gezici, et al. “Hybrid Retrieval for Hallucination Mitigation in Large Language Models: A Comparative Analysis” arXiv:2504.05324
- [4] Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. et al. “Smart tourism: foundations and developments”, Electron Markets 25, 179–188 (2015).
- [5] Y Gao, Y Xiong, et al., “Retrieval-augmented generation for large language models: A survey” arXiv:2312.10997, 2023
- [6] Qiita 株式会社 「BM25 の Python 高速ライブラリ BM25-Sparse を日本語で使いたい」 <https://business.ntt-east.co.jp/> (参照日時:2025-8-24)

# 生成 AI 時代の観光・ホスピタリティにおける AI 応用

## ー2022–2025 年のシステマティックレビュー

### *AI Applications in Tourism and Hospitality in the Age of Generative AI*

#### *– A Systematic Review for 2022–2025–*

大阪公立大学経営学研究科 梶 咲傑

Osaka Metropolitan University Graduate School of Business Yijie NI

---

Keywords Generative AI; Hospitality; Tourism

#### 1.はじめに

人工知能（AI）は 1955 年に用語が提案され、その後の幾度かのブームを経て発展してきた（文部科学省, 2024）。現在、AI は経済・教育・医療など社会の広範な領域を再編しており、観光・ホスピタリティ分野もその例外ではない。

観光・ホスピタリティ分野については、Doborjeh et al. (2022) が 2010–2021 年の 146 本を対象に、機械学習・深層学習・自然言語処理・ロボティクスといった「方法」と、需要予測・顧客体験・業務自動化といった「応用」を二軸で包括的に整理した。

しかし、2022 年以降は、生成 AI（大規模言語モデルや拡散モデル）と基盤モデルの普及により、現在は「第 4 次ブーム」に差し掛かっているとも言われている（文部科学省, 2024）。当時の AI との最大の違いは、以下の点にある。第一に、大規模事前学習モデル（Foundation Models）が持つ汎用性である。第二に、対話的推論（In-context Learning や Chain-of-Thought）によるゼロショット／少数ショットでのタスク遂行能力である。第三に、テキスト・画像・音声を統合的に扱うマルチモーダル性である。第四に、検索拡張生成（RAG）やエージェント化に

よる外部情報の参照とタスク実行能力である。

この変化に伴い、行程計画、多言語応答、マーケティングにおけるコンテンツ生成（AIGC: AI Generated Content）といった利用が急速に一般化する一方、幻覚（hallucination）、真正性（Authenticity）、情報開示・検出といった品質・倫理・ガバナンス上の新たなリスクも顕在化している。需要予測やレビュー分析といった従来のタスクは依然として重要であるが、生成 AI の導入により、対話的・逐次的なモデリングや人間との協働運用へと拡張しつつある。

これら生成 AI 特有の能力と論点は、2021 年までを対象とした既往レビューの射程外にある。したがって、先行研究の枠組みを踏まえつつも、生成 AI 固有の論点に焦点を当てた新たなレビューが必要とされている。

#### 2.研究目的

本研究は上記のギャップを埋めるため、2022 年 1 月から 2025 年 7 月までに公表された学術研究のうち、生成型・エージェント型 AI（LLM、マルチモーダル生成、検索拡張生成 [RAG]・検証、エージェン

ト) に焦点を当てたシステマティックレビューを実施する。目的は、方法 (LLM/マルチモーダル生成/RAG・検証/エージェント) と (ii) 応用 (行程計画・意思決定支援/マーケティング・コンテンツ制作/運営・サービス自動化/教育・研究支援/分析・予測) の二軸で文献を再マッピングし、生成 AI がもたらした機能的変化を特定することである。

### 3. 方法

サンプル選定は、Doborjeh et al. (2022) の検索戦略を参照しつつ、Australian Business Deans Council (ABDC) ジャーナルランキングにおいて A\* および A に分類される観光関連ジャーナルを基準とした。

対象期間は 2022 年 1 月から 2025 年 7 月までとした。検索語は Doborjeh et al. (2022) に準拠した “AI algorithms in tourism and hospitality settings”, “smart tourism”, “future AI technologies” に、汎用語の “AI”, “artificial intelligence” と、生成系を特定する “generative AI” を加えた。初期検索ヒットは 352 本であった。ここから AI と無関連の論文を除外し 200 本とし、さらに生成 AI に該当しないもの、ならびに実証研究ではないものを除外して、最終的に 39 本を分析対象とした。

除外基準は次のとおりである。(1) 学習を伴わない VR/AR・IoT の紹介のみの論文、(2) LLM など生成要素を含まない時系列予測のみの研究、(3) 政策やスマート観光の概論であり AI による分析を欠く論文、(4) 実証研究ではない論文。ここで「実証研究」とは、質的・量的・実験・準実験・大規模観察のいずれかの方法でデータに基づく検証を行う研究と定義し、これに該当しない論文は除外した。

### 4. 結果

本レビューで最終的に分析対象とした 39 本は、ABDC Journal Quality List の A\*/A に格付けされた観光・ホスピタリティ関連誌に掲載されたものである。誌別の件数は次のとおりである。

表 1 最終分析対象論文の誌別分布

| Journals                   | Publishers        | Selected | Rating |
|----------------------------|-------------------|----------|--------|
| Annals of Tourism Research | Elsevier          | 2        | A*     |
| Journal of Travel Research | Sage Publications | 4        | A*     |
| Tourism Management         | Elsevier          | 9        | A*     |

|                                               |                            |    |   |
|-----------------------------------------------|----------------------------|----|---|
| Asia Pacific Journal of Tourism Research      | Taylor & Francis Online    | 1  | A |
| Current Issues in Tourism                     | Taylor & Francis Online    | 10 | A |
| International Journal of Tourism Research     | Wiley-Blackwell Publishing | 2  | A |
| Journal of Hospitality and Tourism Management | Elsevier                   | 1  | A |
| Journal of Travel & Tourism Marketing         | Taylor & Francis Online    | 4  | A |
| Tourism Management Perspectives               | Elsevier                   | 2  | A |
| Tourism Recreation Research                   | Taylor & Francis Online    | 1  | A |
| Journal of Destination Marketing & Management | Elsevier                   | 3  | A |

(出所) 筆者作成

上位は Current Issues in Tourism (10 本、25.6%) と Tourism Management (9 本、23.1%) で全体のほぼ半数を占め、Journal of Travel Research と Journal of Travel & Tourism Marketing が各 4 本 (各 10.3%) で続き、Journal of Destination Marketing & Management が 3 本 (7.7%) ,Annals of Tourism Research、International Journal of Tourism Research、Tourism Management Perspectives が各 2 本 (各 5.1%) であった。

分析対象 39 本の知見を統合した結果、生成 AI が観光・ホスピタリティ領域にもたらす影響は、その波及範囲と性質に基づき、3 つの層に構造化できることが明らかになった。

### 参考文献

(1) 文部科学省; 「令和 6 年版 科学技術・イノベーション白書」, 文部科学省, 2024

(2) Doborjeh, Z.; Hemmington, N.; Doborjeh, M.; Kasabov, N.; “Artificial intelligence: a systematic review of methods and applications in hospitality and tourism”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 34, No. 3, pp.1154-1176, 2022

# QGIS を用いた小田川上流地域の空間データ分析

## *Spatial data analysis of the upstream Oda River region using*

## *QGIS*

岡山商科大学 藤本宏美

Okayama Shoka University Hiromi FUJIMOTO

Keywords text mining, Oda river, folk tale

### 1.はじめに

世界において、今日、いつどのような災害が起こるか予測できない。平成 30 年 7 月豪雨は、岡山県西部に流れる小田川では、小田川では、60 年に一度、もしくは 100 年に一度起こるか起こらないかと言われていた洪水で真備町以外にも矢掛町や笠岡市、井原市でも支流の河川の堤防の決壊が確認されたほか、川沿いの道路の陥没や川水の勢いによる道路側面の浸食や堆積も確認された。定住者は祖先からの口承や町の昔話等で、知識がある場合もあるが、近年の家族形態の変化や地域社会等との関係の変化によって説話を伝えられること自体も減少している状態である。二瓶の「平成 30 年 7 月豪雨 小田川における洪水氾濫状況」<sup>①</sup>のように真備地域は取り上げられることも多いが、上流地域についての研究は少ない。また、真備地域の河川の流れが変わっていることは、取り上げられているが江戸時代の井原・後月の地図と現在では、少なからずではあるが川の流れが変わっていることもわかる。そこで、本研究を通して、井原地域（旧井原・後月地域）を中心とした地域に伝わる口承や昔話などの説話の調査を行う。説話の調査により昔話の語り手の高齢化による伝承の消滅を防ぎ、補完することを目的とする。次に説話を基とし、QGIS を用いた空間データを作成する。最後に空間データを用いて洪水等の災害における重要ポイントの洗い出しを行いシミュレーションすることを最終目的としている。

### 2. 本発表の概要

本発表では、岡山県井原市の中でも小田川沿いに位置する旧井原・後月の資料集めならびに聞き取り調査を行った。資料集めは井原図書館ならびに芳井

図書館の資料や井原市が発行している民話集等の資料を収集・整理する。

次に集まった資料に対して、「KH Coder」を用いてテキストマイニングを行い、新たな災害要素となるような言葉や場所がないか検証を行う。

### 2.分析

#### 2.1 分析手段

現在までに収集した口承や町の昔話をテキスト型データを統計的に分析するためフリーソフトウェアである「KH Coder」を用いて分析した。語彙など表現の揺れについては、プラグインでの表記の揺れを吸収しデータクレンジングを行ない整理した。次に、単語の出現頻度や単語間の関係性については、単語同士のつながりを可視化するために共起ネットワークを描画する機能を利用することとした。共起ネットワークの設定は、同じセルに出現する語を共起しているとみなす。

### 3.結果

#### 3.1 抽出語リスト

抽出された上位 14 の語句の出現回数を図 1 に示す。図 1 を見ると「大蛇」が 1 位で抽出されている。また抽出語上位 14 には入らなかったが、他にも「鯉」や「みずち」や「竜（龍）」のように水に関する生物名や「キツネ」など生物名もあった。また「(地名) + 川」や「井筒」や「分水嶺」や「池」や「雨」や「滝」のように直接水に関係する語句も多く抽出されている。そして、気になる語句を挙げたい。一つ目は「退治」である。上記で挙げられた生物に対し

て「退治」することが多かったと思われる。二つ目は「人柱」である。子ども向けの昔話では、ストレートに人柱などの言葉を使っていないものもあるが、この語句を使ってる話も多く登場していることが見受けられた。

表1. 表抽出語リスト (上位14語)

|    | 抽出語 | 品詞/活用 | 頻度 |
|----|-----|-------|----|
| 1  | 大蛇  | 名詞    | 35 |
| 2  | 雷う  | 動詞    | 33 |
| 3  | 池   | 名詞C   | 32 |
| 4  | 村   | 名詞C   | 27 |
| 5  | 川   | 名詞C   | 23 |
| 6  | 井筒  | 名詞    | 22 |
| 7  | 侍   | 名詞C   | 22 |
| 8  | 人   | 名詞C   | 22 |
| 9  | 土手  | 名詞    | 22 |
| 10 | 今   | 副詞可能  | 19 |
| 11 | 水   | 名詞C   | 19 |
| 12 | 和尚  | 名詞    | 19 |
| 13 | 人柱  | 名詞    | 18 |
| 14 | 家   | 名詞C   | 17 |

### 3.2 多次元尺度法

次に多次元尺度法の結果を図1に示す。上位語句にはあまり含まれなかったが「藍染または藍」や「米」など水が豊富にあるためにもたらしことが出来るような生産物が抽出された。さらに、「神様」や「伝説」や「竜神」や「高天ヶ原」のような語句も抽出している。さらに、「堤防」や「水車・井戸」や「改修」や「決壊」や「水害」など直接的な治水や水害に対する対策に関連する語句も出現していることに特徴が現れている。

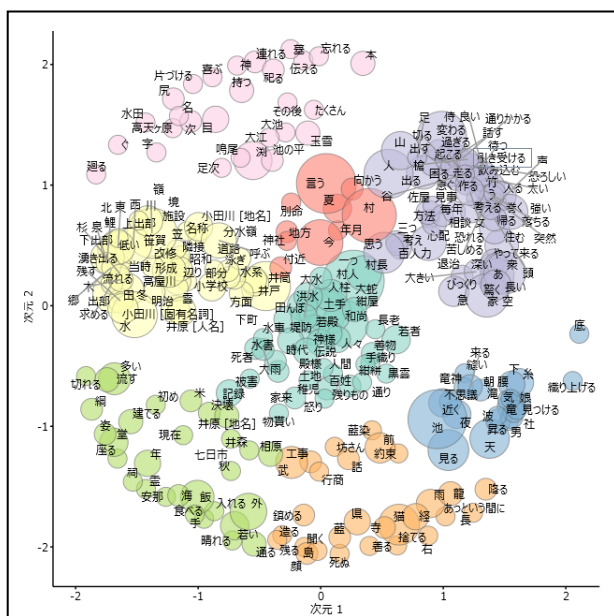


図1. 多次元尺度法

### 3.2 共起ネットワーク

総合的に内容の共起ネットワークを描画 (図2)

した。共起ネットワークでは、「分水嶺が東に形成されている」ことや「湧き出る泉が形成されている」や「芦田川水系」など小田川の西域説に繋がるような言葉や「高天ヶ原」のような神話で出てくるような考古学的な言葉など謎な部分が印象語として抽出されている。

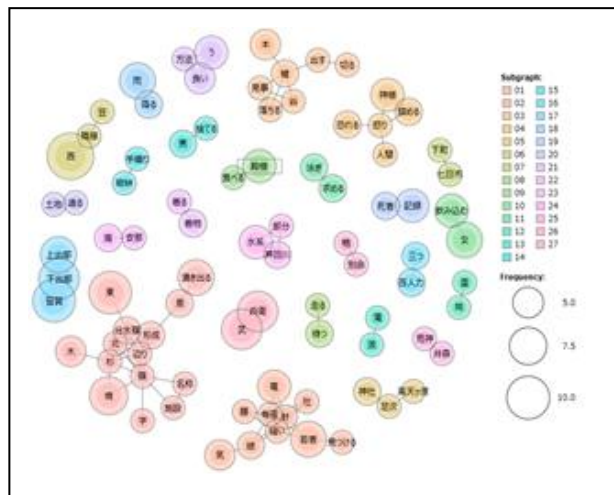


図2. 共起ネットワーク

### 4. おわりに

現在までに集まった口承や昔話などの説話を KhCoder を利用し、テキストマイニングを行った。その結果、水に関する生物の名前や語句が多く抽出されていることが分かった。また、川の氾濫等を治めるためと予測される語句も多く出現していることが分かった。しかしながら、集まった資料の数も多くで、古語を使っているものもあり、うまく分類できていない言葉もある。そのため古語を現代翻訳するなどしてより精度の高い分析をすることを今後の課題とする。また、時代系列の整理ができていないため、古地図や他の郷土史を参考として、時代系列を予測し順に並び変えることにより、氾濫の周期や河川の整備の歴史を知ることができるのではないかと考える。

### 謝辞

本研究を遂行するにあたり、公益財団法人ウエスコ学術振興財団による研究助成を賜りましたことを深く感謝申し上げます。

また井原語りの会「話輪和会」井上晴正氏をはじめ本研究にご協力を賜りました皆様に深く感謝申し上げます。

(注)

(1)二瓶泰雄, 平成30年7月豪雨 小田川における洪水氾濫状況, 消防防災の科学, No.136 2019 (春季), pp.12-18, 2019

# 産学官協創による道の駅の資源ベース拡大 に向けた検討と課題抽出に関する一考察 -高知県黒潮町「道の駅 ビオスおおがた」の事例から-

*A study on the investigation and identification of issues aimed  
at expanding the resource base of roadside stations through  
industry-academia-government collaboration*

*-A case study of Bios Ogata, a roadside station in Kuroshio Town,  
Kochi Prefecture-*

戦略的協創イノベーション研究所 松田 侑也

Strategic Collaborative Innovation Institute Yuya MATSUDA

戦略的協創イノベーション研究所 村中 海斗

Strategic Collaborative Innovation Institute Kaito MURANAKA

戦略的協創イノベーション研究所 村中 優菜

Strategic Collaborative Innovation Institute Yuna MURANAKA

富士通 Japan 株式会社 天野 隆興

Fujitsu Japan Ltd. Takaki AMANO

豊橋技術科学大学 藤井 享

Toyohashi University of Technology Toru FUJII

---

Keywords Roadside Stations, Kuroshio Town, Kochi Prefecture, Strategic Collaborative Innovation

## 1. はじめに

わが国の「道の駅」は、全国に、1,230 か所 (2025 年 6 月 13 日現在)が存在している。道の駅は国土交通省が管轄し、第 1~3 ステージの指針が出させおり、第 1 ステージ (休憩施設)、第 2 ステージ (レジャー等の目的地)、第 3 ステージ (地域住民の憩いの場) という目的が定義されている。

一方で、高知県黒潮町は、近年過疎化が進行し、そのための対策として、関係交流人口を増加させるために、「道の駅 ビオスおおがた」での資源ベースの拡大による観光政策を検討している。

本研究では、同道の駅を研究対象として、現状の強みと特徴を明らかにさせた上で、その拡大施策を提示すると共に、地域創生に向けた社会実装

化の政策を具体的に示すことを目的とする。そのために、黒潮町の関係交流人口の1つの柱である観光客（サーファー）への顧客満足度に関するアンケート調査・分析を行う。その上で、官（黒潮町町役観光政策課・地域創生課）、産（「道の駅 ビオスおおがた」及び、富士通 Japan の地域創生推進部門）へのインタビュー調査を行い、関係交流人口を増加させるための施策を検討する。

本研究では、「組織が意図的に資源ベースを創造・拡大・修正する能力（ダイナミック・ケイパビリティ理論）／A dynamic capability is the capacity of an organization to purposefully create, extend, or modify its resource base.

（David J. Teece 他）」の理論的枠組みをベースに、高知県黒潮町「道の駅 ビオスおおがた」の事例から、産学官協創による道の駅の資源ベース拡大に向けた検討と課題抽出を行う。

## 2. 研究対象の概要

高知県黒潮町は、人口 9,990 人（2024 年 6 月 30 日時点）、面積 188.46 ㎢の町で、「大方町（おおがたちょう）」「佐賀町（さがちょう）」が合併し、2006 年 3 月 20 日に誕生した。黒潮町の特徴は、美しい海岸線と豊かな自然を活かし、ホエールウォッチングや、サーフィンなどのマリナクティビティ、天日塩づくりやカツオのタタキづくりといった体験型観光を提供している他、土佐西南大規模公園を活用したスポーツツーリズムや、津波被害に備えた防災文化を学ぶ防災ツーリズムも推進し、多くの観光客を惹きつけている「観光対応型」の地方都市である。

本研究対象である「道の駅ビオスおおがた」は、太平洋に面した黒潮の香り漂う場所に位置し、徒歩 1 分で海にアクセスできる利点を持っている。直売所では、高知県の特産品や、地元産の新鮮な野菜・魚介類が豊富に揃い、オリジナル商品「かりんとまんじゅう」や「黒潮レモネード」も人気である。食堂では宗田節ラーメンや、かつおのたたきバーガーなど、魅力的な料理が楽しめる特徴もある。

## 3. 観光客（サーファー）へのアンケート分析からの提言

黒潮町に訪問したサーファー（全 206 名）に対して、37 項目のアンケートを実施した。その結果、以下の提言を示す。「道の駅 ビオスおおがた」の資源ベースの拡大に向けて、サーファーに特化せず、1泊 3,500 円～8,000 円程度の安価な素泊まり（1 人用）施設を設ける。シャワー、入浴用施設、24 時間買い物できる設備（自販機）を設ける他、食事を提供する喫茶コーナーの新設が必要である。

## 4. 産学官協創による現地インタビュー調査からの提言

産学官協創活動として、2025 年 3 月 3 日に、黒潮町町役場、道の駅ビオスおおがた、美術館を訪問した。現地インタビュー調査の結果、今後の方向性として、地域の特性を活かした観光戦略と、地元住民のための施設の設置が提案された。

観光政策では、サーファー向けの宿泊施設（トレーラーハウス）の設置や、防災ツーリズム、スポーツツーリズムの強化である。さらに、地元の人々の憩いの場として、海に見えるビーチ直結の喫茶店（美術館）、クジラが見える望遠鏡設置、トレーラーオフィス式喫茶店等の設置と、道の駅オリジナルのイベントの定期的開催等が検討施策として上げられた。

## 5. おわりに

本研究により得られた結果に基づき、高知県黒潮町の観光政策への具体的な政策提言を行っていく予定である。

### 注

#### (1) 黒潮町ホームページ

《<https://www.town.kuroshio.lg.jp/>》

#### (2) 渡部 直樹（編）、David J. Teece（著）

『ケイパビリティの組織論・戦略論』

中央経済社、2010 年

#### (3) David J. Teece” Dynamic Capabilities and Strategic Management “ OXFORD 2009

# 鉄道廃線跡の観光資源化 — 旧国鉄士幌線跡の活用 —

## *Tourism Resource Development of Former railway line traces*

### *— Utilization of the Former JNR Shihoro Line —*

追手門学院大学 安本 宗春

江戸川大学 崎本 武志

Otemon Gakuin University Muneharu YASUMOTO

Edogawa University Takeshi SAKIMOTO

Keywords Railway heritage Railway Rail fan

#### 1.はじめに

本報告は、鉄道廃線跡の観光活用を論じる。鉄道は観光資源として活用する事例が各地で見られる。その中でも旧国鉄士幌線では、廃線跡を観光資源として位置付け、鉄道の価値を再創造している。研究手法は、文献研究、事業運営者へのインタビュー調査と参与観察である<sup>1</sup>。

#### 2.鉄道廃線跡の観光活用

鉄道は、「車両」「線路・建造物」「駅」の構成要素である。鉄道を観光資源として位置づけた場合、営業路線と廃止路線ともに活用可能である。鉄道の構成要素は文化財として評価されることもある。鉄道遺産に関する研究は土木・建築分野で蓄積されている。国指定文化財等データベースでは 356 件が登録されており築堤、橋梁、トンネルなどの遺構が文化的価値を有することを示唆している（2025 年 7 月現在）。

鉄道をテーマとした観光研究蓄積は、「車両」研究が中心である。また、「線路・建造物」や「駅」の研究は、土木分野の研究が中心となり、観光活

用に着目した知見が不十分との指摘がある。その中でも、鉄道廃線跡は、移動手段としての役割を終えた対象である。したがって、鉄道廃線跡の活用そのものは、新しい利用価値を創造する取り組みとして位置づけられる。

1990 年代から廃線跡関連書籍が出版され、宮脇俊三「失われた鉄道を求めて」（1992 年）が廃線跡探訪ブームの契機となった。「鉄道廃線跡を歩く」（JTB キャンプックス）は 1995～2003 年の 8 年間で 10 巻発行され、実地調査に基づく詳細な解説で、鉄道ファン以外の多様な読者層の獲得により支持された。宮脇氏は既存の鉄道専門誌の学術性を評価しつつも、一般読者への訴求力不足を指摘した<sup>2</sup>。堀（1983）も同様に、マニア的・専門的記述が一般の人にとって理解困難であることを課題として提示している<sup>3</sup>。廃線跡の観光資源化には、正確な情報に加え、発見の過程や体験的楽しみなど観光客目線での価値創造が重要であり、遺構発見の感動、冒険性、想像力の喚起などが魅力要素となる。また、1995 年刊行時は、日本国有鉄道経営再建促進特別措置法により多くの路線が

廃止されてから約 10 年経過した時期で、実際の利用経験者が多く存在していた。

### 3.旧国鉄士幌線の保全と観光活用

士幌線は 1925 年開業、1939 年全通後、1950 年代以降の利用減少により 1987 年全線廃止となった。廃線後、平野部の用地は農地・道路に転用され線路跡は消失したが、山間部のアーチ橋は撤去費用の問題で放置された。1997 年の「鉄道廃線跡を歩く」では解体予定と記録されていたが、同年、国鉄清算事業団の解散に伴う施設処分方針により、上士幌町に解体撤去の申し入れがあり、保存活動の契機となった。

アーチ橋解体方針を受け、上士幌町民が保存活動を開始した。町教育委員会は 1997 年 7 月、北海道産業考古学会との連携でシンポジウムを開催し、土木遺産価値とまちおこしへの意義を発信した。「ひがし大雪アーチ橋を保存する会」が結成され、当初の価値認知度の低さを背景に、見学会開催や 6,000 筆の署名収集を通じて保存機運を醸成した。廃線から 10 年後であり、実際の利用経験者が活動に参加できる状況があった。

1998 年 6 月、上士幌町議会は士幌線アーチ橋梁群の取得・保存を議決し、国鉄清算事業団との契約により 2 億 6,100 万円の委託料を受けて「アーチ橋保存基金条例」を制定した。その後、文化庁への申請により段階的に文化財登録が進み、1999 年 4 橋梁、2003 年音更トンネル、2017 年 2 橋梁と駅プラットホームが国指定登録有形文化財となった。2001 年には全アーチ橋が観光振興を意識した北海道遺産に選定され、多層的な文化的価値の承認を得た。このような認定は、活用の契として位置づけることができる。

地域に根差した保存活動により、アーチ橋の撤去を回避できた。これを契機として廃線跡の観光資源化が進展した。具体的には、線路跡を遊歩道として整備、トロッキ鉄道運行、廃線跡のツアー実施など多様な活用が展開されている。線路跡は、トンネルや破損が進んだ橋梁を除き、線路跡

を歩くことができる。自然の中にあるため、定期的に草刈りなどの管理がなされている。

士幌線の廃線跡の中でもタウシュベツ橋梁は、最も多くの観光客を集める存在でもある。タウシュベツ橋梁は、1955 年に糠平ダム建設に伴う線路の切り替えにより残された。そして、ダムの水位変動による出現・水没を繰り返す特異な遺構である。かつては、糠平ダムの水かさが増した際、釣り人が足場としてタウシュベツ橋梁を利用していた。寒暖差の厳しい自然環境の中、出現・水没を繰り返し、タウシュベツ橋梁の破損が進行した。

2003 年の十勝沖地震によるタウシュベツ橋梁損傷報道を契機に観光客が増加した。しかし、アクセス困難な林道での観光客増加により交通事故が頻発した。2009 年に通行規制を開始し、当初は無料の鍵貸出と展望台整備で対応していた。需要増加により 2022 年から有料・予約制（1 日 10 個限定、入場料 1,000 円）に移行した。また、地元事業者によるツアー参加することにより、タウシュベツ橋梁を間近で見学することができる。

### 4.まとめ

本論は鉄道廃線跡の観光活用を検討した。文化遺産の保存・活用には多様な関係者の連携が不可欠であり、学術的裏付けが活動の契機となる。士幌線アーチ橋の事例では、土木遺産価値による文化財登録が保存を実現した。しかし、観光は地域固有性を活かす点で文化遺産活用と親和性を持つが、学術的評価は観光満足度向上の補助的情報に留まるものといえよう。

---

#### (注)

(1) ヒアリング対応者（2025 年 3 月 11 日）

- 上士幌町商工観光課 木田克則氏
- NPO 法人ひがし大雪自然ガイドセンター 河田充氏
- むかびライフ 上村潤也氏

(2) 宮脇俊三（1999）『宮脇俊三鉄道紀行全集 第三巻 国内紀行 III』角川書店 p.347

(3) 堀 淳一（1983）『消えた鉄道 レール跡の詩（風土と歴史をあるく）』そしえて pp.4-5

日本ホスピタリティ・マネジメント学会  
第 33 回全国大会予稿集  
2025 年 9 月 15 日発行

発行人 第 33 回全国大会実行委員長 深瀬澄  
事務局 〒581-8522 八尾市北本町 2-10-45  
大阪経済法科大学八尾キャンパス

学会 HP <https://hm-ac.jp/2025/06/zenkoku33-01/>