

留学生の日本企業への関心と理解：日本企業見学を通じて

チャン ホアンナム、金 成海、坂田 浩、藤原 由紀子、橋本 智
徳島大学高等教育研究センター学修支援部門国際教育推進班

1. はじめに

日本の工場見学は、技術、品質管理、そして労働文化を学ぶ絶好の機会であり、国内外の多くの見学者にとって有意義な体験となっている。国際教育推進班は、コロナ下を除き、毎年、留学生を対象に日本文化・企業スタディツアーを開催している。留学生にとって、日本企業を理解する上では、技術が重要だと言われているが、それ以外の要素も存在する。そして、このようなツアーを通じて関心を高め、将来日本での就職を検討することが期待される。そこで、スタディツアーを通して、留学生の日本企業理解の効果とニーズ等を明らかにすることを目的とする。

2. スタディツアー概要と調査概要

1) スタディツアー概要

2018年度と2024年度に日本文化・企業スタディツアーを実施した。参加者は、在学留学生（学部生、大学院生、交換留学生）。実施時期は各年度6月で、日帰りツアー。企業見学は約2時間。教員が事前にバス車内で概要を説明した。

2) 見学先と見学の目的

本稿では、コロナ前の2018年に実施したヤクルト三木工場（以下：ヤ工場）の見学と、2024年に実施されたアサヒ飲料工場（以下：ア工場）のツアーを対象とし、それぞれの工場における自動化技術、企業文化、労働者の態度、環境への取り組み、食品の安全性に関する見学者の評価を比較し、その特徴を明らかにする。この研究は、日本の食品および飲料製造業における見学者の印象や関心がどのように形成されるかを理解することを目的としている。

3) データ収集方法

各年度、スタディツアー終了後に参加者にアンケート用紙を配付し、目的を説明した上で無記名で回答を依頼した。質問項目は、スタディツアーに参加した際の評価（達成感・満足度）（5段階評価、5点が最高評価）と、自由記述項目として「印象に残ったこと」「日本企

業について学んだこと」「将来訪問したい日本企業」などを設定した。

4) 分析方法

スタディツアーに参加した際の評価（達成感・満足度）については、平均点を算出した。自由記述項目については、テーマ分析によりカテゴリーに分類した。

3. 結果

1) スタディツアーに参加しての評価

留学生のスタディツアーに参加しての評価（達成感・満足度）は、2018年度は40名の平均点が4.4点、2024年度は40名の平均点が4.75点だった。

2) 印象に残ったこと、日本企業について学んだことや工場とア工場の見学結果を比較すると、それぞれの工場に対する評価や印象には共通点と相違点が見られた。以下、主要なポイントについて比較する。

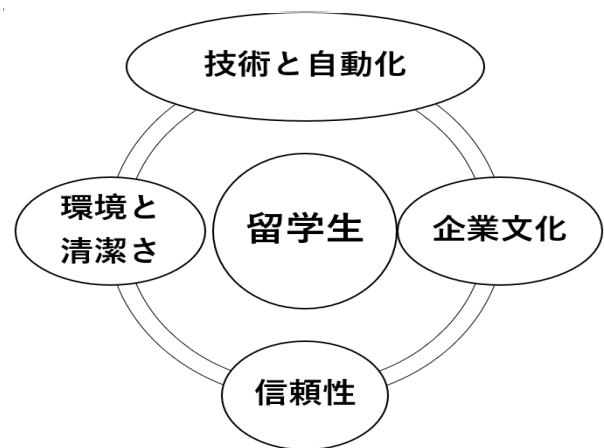


図1. 日本企業について学んだこと

技術と自動化

ア工場では自動化技術と効率に対する評価が主軸となっているのに対し、ヤ工場では自動化に加え、労働者の行動や態度への評価が重要視されている。

環境と清潔さ

両工場とも清潔さに対する評価が高いが、ア工場では環境保護やリサイクルに対する具体的な取り組みが特

に強調されている。一方、ヤ工場では清潔さや効率性が全般的に評価されている。

企業文化と労働者の態度

ア工場では自動化技術が目立ち、労働者に関するコメントは少ないが、ヤ工場では労働者の姿勢や態度が高く評価されている。特に、ヤ工場では日本の労働文化や規律が強く意識されている。

食品に対する信頼性

両工場とも製品の品質や安全性が評価されているが、ア工場ではリサイクルや環境配慮に対する視点が強調されており、ヤ工場では食品の品質や安全性そのものに対する信頼感がより強調されている。

総合比較

ア工場は技術と自動化、環境保護に焦点を当てて評価されているが、ヤ工場は労働者の態度や企業文化、食品の信頼性に強く関心が寄せられている。両工場とも高く評価されているが、それぞれ異なるポイントにおいて強みがあり、技術対文化・労働者という観点で違いが際立っている。

3) 日本企業の学習のための希望訪問場所や内容等 2024年のデータを分析し、2018年のデータと同様に分類と結果をまとめた。



図2. 関心がある業界

- 製造業：トヨタ、日産、ソニー、東芝、ロボットの工場、化粧品工場など、製造業への関心が非常に強い。
- 食品・飲料業界：東京のすし工場、大阪の稲庭うどん工場など、食品加工の工場見学にも興味が見られるが、2018年と比較すると食品関連企業への関心は減少している。
- 医薬品業界：大塚製薬が挙げられ、健康や医薬品業

界への関心も見られる。

- エンターテインメント：水族館、動物園、ファッションといったエンターテインメント分野への興味が表れている。2018年には見られなかった新しい関心である。

- メディア業界：朝日新聞が2名から選ばれ、メディア業界への興味も引き続き強い。

関心の理由

- 技術的な興味：2024年も技術力の高い企業（トヨタ、ソニー、東芝、ロボット工場）に対する興味が示され、自動車や電機、ロボットといった分野の製造技術に関心が集まっている。

- エンターテインメント・娯楽：動物園や水族館といったエンターテインメント施設への興味が表れ、仕事以外の観光的要素にも関心が広がっている。

比較結果

2024年のアンケートでは、製造業や技術関連企業への関心が引き続き高いが、エンターテインメントやファッション業界への新しい関心も表れている。特にトヨタ、ソニー、ロボット産業が人気であり、食品業界では伝統的な日本の食品工場への関心も引き続き見られている。この結果から、2024年の傾向として「技術力への強い関心と、伝統的な日本文化やエンターテインメント分野への新たな興味」が浮き彫りになっている。

4. 終わりに

スタディツアーに参加した留学生は、日本企業に対する理解を深め、さらに日本での就職に対する関心を高め、また意志を強めたと考えられる。また、留学生は全国の日本企業を見学したいというニーズがあるが、徳島県内での見学機会は限られている。留学生の日本に対する視野を広げるためにも、県外で普段接することができない企業を見学・体験する機会が必要である。大学として、こうしたニーズを踏まえ、留学生の日本社会に対する理解とモチベーションを向上させるための教育活動の場を検討することが重要である。

文献

留学生の日本文化理解への効果とニーズ~日本文化スタディツアーより、令和元年度全学FD推進プログラム・大学教育カンファレンスin徳島、62-63、2019。