

資 料

海外旅行と親がかり消費

柳 川 高 行

(白鷗大学経営学部
白鷗大学ビジネス開発研究所)

1. 問題設定
2. 海外旅行成長の要因
3. 海外旅行成長の3つの牽引役
 - 3-1 若年独身OL
 - 3-2 新婚夫婦
 - 3-3 大 学 生
4. 結 過剰消費と親がかり消費

キーワード

海外旅行, 平成景気, クレジットカード, 過剰消費,
親がかり消費, デモンストレーション効果, 共依存

(白鷗女子短大論集 第17巻第2号 1993年)

1. 問題設定

1980年代以降の日本は「経済のソフト化」が進展しつつあるといわれている。ソフト化する日本経済は、一方において産業構造において「サービス産業」の著しい発展が見られ、他方において消費構造において「サービス支出」が増大するとともに「財貨支出内のソフト化」が生じてくる（〔1〕）ので、「サービス化経済」（〔2〕）、「サービス・エコノミー」（〔3〕）等と呼ばれるようになってきている。

サービス支出増大の象徴的出来事の一つが、「レジャー支出」の急激な増大であり（〔4〕）、東京ディズニーランドの大変な人気（〔5〕）と海外旅行の急成長であろう。

本稿は、急成長してきた日本人の海外旅行を取り上げ、その需要者層の内で牽引的役割を果たしてきた若年独身OL、新婚夫婦、大学生の消費の仕方の共通性を探り、その共通性がなぜ生じてきたのかの仮設的解答の糸口の発見をその目的とするものである。

2. 海外旅行成長のマクロ的要因

〔4〕によれば、余暇活動参加希望上位第1位は国内旅行であり、第4位が海外旅行であった。今日のバブル崩壊後の「唯一の成長産業」というオーバーな表現（〔6〕）をする人もいる程、旅行ビジネスは堅実な成長を続けている。1991年度の海外旅行の販売額は、3兆1,870億円と湾岸戦争の影響で前年比3.4%減となり、企業毎のシェアは、JTB14.7%、近畿日本ツーリスト7.4%、日本旅行4.5%、日本通運4.0%、ジャルパック3.3%、東急観光2.9%、その他63.2%であった（〔7〕）。大蔵省調査（〔8〕）によれば、1992年度1～7月の間に海外旅行者数が急回復し、旅行赤字額は前年同期比30.1%増の135億8,400万ドルにのぼった。

日本における海外旅行の歩みは次の通りであった。「海外旅行元年」と言

われ観光目的の出国が許された昭和39年の海外旅行者は12万7,000人であったが、年々増加し昭和44年には観光目的渡航者が業務渡航者を初めて上回った（〔9〕，〔10〕）。その後も順調に増加し，昭和53年350万人，昭和59年465万人（〔10〕），昭和63年に840万人（〔9〕）と伸び，平成2年（1991年）に1,000万人を突破した（〔11〕）。〔12〕によれば1990年度の旅行赤字は213億5,000万ドルにのぼり，貿易収支黒字額639億ドルを減少させるのに大きく貢献していた。

海外旅行の最近の成長の要因としては次の4つをあげうるであろう。

〔1〕 個人所得の大幅な増大

個人所得の大幅な増大は，1986年から1991年上期まで「平成景気」といわれる好景気が続き^(注1)，その好景気の中で人手不足が深刻化し^(注2)，①初任給が大幅に上昇し，②給与の上昇とボーナスの増額が続き，③所定外労働時間（残業）が増加し，時間外手当が増加したことの相乗効果によってもたらされた。

〔2〕 円高の進行により海外旅行のコストが相対的に低下したこと。

〔3〕 日本独特の割安なパック旅行が存在していること^(注3)。

〔4〕 格安航空券が市民権を得て大手旅行代理店も正規に扱うようになり，旅行コストが低下したこと（〔13〕，〔14〕，〔15〕）。

3. 海外旅行成長の3つの牽引役

平成景気と人手不足の中での所得の上昇に伴う旺盛な個人消費支出は，マスコミによって「消費新時代」（〔16〕），「艶やかな消費」（〔18〕），「豊熟消費」（〔19〕），「貴族的消費」（〔20〕），「平成消費」（〔21〕）等，様々な名称が付与される程注目度の高い社会現象であった。

そのような旺盛な個人消費支出の中で，海外旅行支出を急速に増大させた主体として，①若年独身OL^(注4)，②新婚夫婦，③大学生の3種が考えられる。3種の主体がどのような仕方で旅行費用を調達しているのかを次に考察

する。

3-1 若年独身OL

柳川高行〔1992〕（〔22〕）が論じたように、現代日本では様々な要因が重なり合って「晩婚化」と「非婚化」とが進行しつつある。この事は取りも直さず独身ビジネスマンと独身OLとを相対的にも絶対的にも増加させずにはおかず、「独身貴族」と呼ばれる彼らは文字通りその収入のかかなりの部分を自分の為に使用できる人々である。

三和銀行調査（〔23〕）によれば、独身サラリーマンと独身OL各600人の平均的プロフィールは次の通りである。1ヶ月の平均収入と支出とは、独身サラリーマンが20万900円と18万4,750円であり独身OLは15万2,300円と15万1,700円である。平均貯蓄高はサラリーマンが181.8万円、OLが186.7万円である。OLの方が相対的に使いぶりがよく貯蓄も多い。海外旅行経験に関しては、独身サラリーマンの平均が1.3回であるのに対し独身OLは1.9回であり若年独身OLの海外旅行志向の強さがよく分かる。

若年独身女性の旺盛な海外旅行熱は、新婚カップル739組を対象とした日本航空調査（〔24〕）によっても明らかである。夫の45%と妻の54%が既に海外旅行経験があり、30才以上に限れば夫の50%に対し妻が74%であった。

若年独身OLの海外旅行志向は、大都市圏の20代独身OL282人を対象としたポーラ文化研究所調査（〔25〕）によっても明瞭である。海外旅行経験者は63.8%であり、25才以上の場合は80%であり、その内複数渡航経験者は58.4%にのぼる。彼女達の今最もしたいことの第一位は旅行、それも海外旅行であり39%を占めていた。

25～35才の独身男性の平均小遣いは類は、月10万であり同年代の既婚男性の1.5倍であるというデータ（〔26〕）又、未婚OLの年間平均可処分所得は200万円近いというデータ（〔27〕）も存在しているが、旅行消費を始めとする旺盛な個人消費をリードしてきた若年OLは「真性 Hanako」（〔28〕）或いは「お嬢様OL」（〔29〕）と呼ばれるOL達である。大和銀行調査

(一宮春子) (〔28〕) によれば、独身女性=消費の主演=Hanako と一般に
一くりにされがちであるが、東京都内に住む17万人は生活費で給料が無く
なる「見かけ Hanako」が4人に1人の割合である。寮又間借りに住む3.4
万人の内の一部は企業が社宅を提供する「企業お抱え Hanako」である^(注5)。
残り3/4弱が、親付き・家付き娘の「真性 Hanako」であり、彼女達は食料
費・住居費・光熱水道等生活費を出費せずに済むので「見かけ Hanako」よ
りも月5万円の余裕金がある。さらに同調査によれば3種の Hanako 達す
べてが「親からの小遣い」をもあてにした消費生活をしている。日経流通新
聞の消費者調査 (〔30〕) によれば、独身OLの間では母親から借りる、利
子無し・督促無しの「マミーズローン」が常態化していることが明らかにさ
れている。

「真性 Hanako」達は、生活費を負担せず、両親からの借金を当てにして
潤沢な資金を有しているが、彼女達の旺盛な消費活動を支えているもう一つ
の「魔法の杖」は「クレジットカード」である^(注6)。〔23〕によれば、独身
サラリーマンとOLのクレジットカードの平均使用枚数は、それぞれ2.4枚、
2.0枚であった。日本信販の調査 (〔31〕) によれば、減少傾向にあったク
レジットカード所有者が、海外旅行ブームで再び増加傾向に転じ、海外旅行
でのクレジットカードの利用率は1989年の42%から1991年の52%へと増加し
ている。〔32〕によれば金離れのよい男性独身者の消費行動を支えているも
ののひとつにクレジットカードが考えられ、〔21〕によれば20代独身OLの
商品購入の主要ツールはクレジットカードである。若年独身OLはクレジッ
トカード利用で浮いた資金を海外旅行支出に振り向けることができるのであ
る。

3-2 新婚夫婦

三和銀行調査 (〔33〕) によれば、470組の新婚カップルの内、海外新婚
旅行が82.3%、国内旅行は13.6%であった。1992年のJTB調査 (〔34〕)
によれば、約2,200組の新婚旅行申し込みカップルの内、海外旅行は93.3%

であり平均費用は83万4,000円であった。ビッグブライダルの1991年の調査（〔35〕）によれば、1,036組の新婚カップルの内ハネムーン実施カップルは93.8%で、海外旅行カップルは84.5%であり平均費用は131万9,000円であった。先の三和銀行調査（〔33〕）によれば、1991年の結婚総費用（結納金・結納返し含まず）は768.5万円であり、夫の69.8%妻の74.0%が親の援助を受けていた。親の援助の平均額は309.9万円であった。

このように豪華な海外新婚旅行ブームを支える大きな要因は、親からの「生前贈与」でありまさに「親がかり消費」だと言えよう。

3-3 大 学 生

大学生専門の旅行会社「地球倶楽部」の調査（〔36〕）によれば、1992年の大学卒業予定者の30%近くが記念旅行に出かけ、その内3人に1人が海外に出かける予定であった。

財団法人日本交通公社の調査（〔37〕）によれば、1990年の海外旅行者1,000万人の内約3%が学生旅行であり、1人当りの費用30万円として900億円の市場規模があると推定している。

日経流通新聞の記事（〔38〕）によれば、1990年の大学・短大卒業予定者64万人の内15~20万人が海外卒業旅行へ出かける。全国大学生生活協同組合連合会によれば平均費用は50万円であった。同記事は20万人が50万円使うと仮定して1,000億円の市場があると推定している。同記事はさらに、学生の海外卒業旅行の費用の調達方法としては、①親の援助を受ける、②アルバイトで稼ぐ^(注7)、③ローンを利用する（全体の内ローン利用者は20%である）、の3つの方法があることを指摘している。大学生協東京事業連合の調査（〔39〕）によれば、海外旅行費用を自前で調達した学生の割合は38%、親から一部援助を受けた学生27%、100%親からの援助のみの学生21%、借金した者6%であった。

4. 結 過剰消費と親がかり消費

海外旅行の急成長の要因分析を通して明らかになったことは、海外旅行消費の大きな担い手である「若年独身OL」、「新婚夫婦」、「大学生」のいずれもが、親からの援助、クレジットカードの利用、大学生の場合のアルバイト収入を不可欠とする、言わば「身の丈を越えた」消費行動、「過剰消費 (over-consumption)」を行なっているという事実である。このような過剰消費を可能にしているクレジットカードについては(注6)、大学生のアルバイトについては(注7)で論じたが、彼らの過剰消費行動を必要にしている要因は、デューゼンベリー (James Duesenberry) の仮説である「デモンストレーション効果 (demonstration effect)」によって説明可能であると思われる^(注8)。

本資料において明確になった、究明されるべき課題について最後に触れておくことにする。若年独身OL、新婚夫婦、大学生と言う3種の経済主体の過剰消費行動に見られる現象は、親という「パトロン」が、大学生は当然としても、有職で収入・貯金もあるOL又新婚夫婦にも多額の「贈与」を行なうことであり、さらに注目すべき事は、贈与を「あたりまえ」と考え、「親がかり消費 (parent-patronized consumption)」を「当然」と受け止めている事実である^(注9)。問題は、近年になって何故に親はごく当り前の行為として大金を贈与し、子は恬として恥じることなく受け取るようになったのか、という事実である。

この問題を解く場合に、少子化と親の所得水準の上昇という事実に加え、「新しい親子関係」、「新しい家族関係の形成」の可能性を考えうると思われる。「親がかり消費」を解く有効な概念として、精神医学者齋藤学の提示する「共依存 (co-dependency)」がある ([40]) が、この問題に対する解答を筆者はまだ持ち合わせていない。他日を期すことにしたい。

(1992年9月14日 成稿)
(1992年10月2日 補筆)

(付記)

本稿はまず「柳川研究室 discussion paper No.8」として執筆され、後に加筆修正して成立したものである。「親ががり消費」の英訳に関しては、白鷗大学教授大瀧真氏のご教示(1992年9月16日)を得た。記して深謝致します。デモンストレーション効果については、柳川ゼミ3回生岡安良君のご教示(1992年9月17日)を得た。記して感謝致します。原稿のワープロによる清書は、白鷗大学ビジネス開発研究所の大沢加奈子さんの助力を得た。記して感謝致します。

(注1) 「平成景気」は「いざなぎ景気」(1965年～1970年の57ヶ月間)を越えて戦後最長の好景気になるか(〔41〕,〔42〕)と言われた程の大型景気であったが、ある説によれば1986年12月から1990年12月まで続いたと言われている、(〔43〕)。

平成景気については、さらに〔44〕,〔45〕,〔46〕,〔47〕,〔48〕を参照のこと。

(注2) 好景気の下の人手不足は、1989年からいわゆる3K労働又外食産業を始めとして深刻化した。このことに関しては、〔49〕,〔50〕,〔51〕,〔52〕,〔53〕を参照のこと。

労働力不足を象徴的に示すのが、新入社員のリクルート効果を狙った独身寮と在職者の為の社宅建築ブームであった。このことに関しては、〔54〕,〔55〕を参照のこと。

労働力の不足を象徴的に示すのが外国人労働者問題、特に出稼ぎ日系ブラジル人の問題である。この点に関しては、〔56〕,〔57〕,〔58〕,〔59〕,〔60〕,〔61〕,〔62〕を参照のこと。

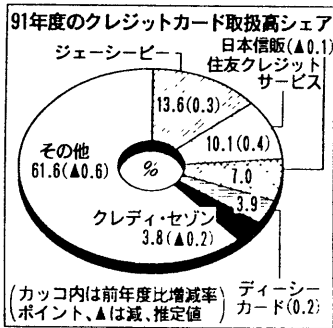
(注3) パック旅行は、昭和40年日本航空より初の海外団体旅行「ジャルパック」として売り出された。大卒初任給が2万円そこそこの時代にヨーロッパ16日間の旅は67万5,000円であった。〔63〕を参照のこと。

(注4) 海外旅行の需要層の最大のグループは、企業がその費用を負担する「職場旅行」と「研修旅行」であり、業界の推定によれば1991年度で20万人近くが海外に出かけている。これは「企業がかり消費」(company-patronized consumption)と呼ぶことができ、日本的雇用慣行のひとつである「企業内福利厚生」の問題である。〔64〕を参照のこと。

(注5) 社宅に住む社宅族のちょっぴりリッチな消費行動については、〔65〕を参照のこと。

(注6) [66]によれば、1991年3月末のクレジットカード発行枚数は、1,869万枚にのぼり、信用市場の規模は、1990年に19兆3,776億円に成長しており、1980年の4.25倍に拡大している。販売信用と消費金融の割合は逆転し、1990年の消費者金融の割合は約69%であった。1991年のクレジットカードのシェアは図1の通り（[67]）であり銀行系カードのシェアが極めて大きい。

図1



近年クレジットカードの過剰利用による個人破産者の数が急増しており（[68]，[69]，[70]，[71]，[72]），その理由としては、カード利用者側の①ぜいたく消費，②クレジットカードのシステムに関する知識の乏しさ、景気における③バブル経済の崩壊、信用供与者（カード発行者）の④与信管理システム整備の遅れと、⑤平成景気下の与信基準の緩和による大量のカードの発行、等が考えられる。[73]によれば、都市銀行の個人向けローンの内、消費

者ローン残高は1988年末で3兆4,456億円で、1年前の2.2倍、3年前の6.2倍と文字通り急増している。カードによる個人破産者の急増とその半数が20代であるという最近の現象の背後には、カード会社の「過剰融資（over-financing）」と利用者の「過剰借入れ（over-borrowing）」による「過剰消費（over-consumption）」行動が存在していると解される。

(注7) 学生アルバイトの実態については2つの調査がある。

学生援護会の調査（[74]）によれば、大学生のアルバイト経験率は91.6%で1日当りの平均アルバイト時間は、4.1時間であった。

全国大学生協同組合連合会の調査（[75]）によれば、1991年4月～9月の半年間にアルバイトに就労経験のある大学生は84.5%にのぼり、半年間のアルバイト収入の平均は25万4,000円であった。

大学生が長時間アルバイトすることを可能にしている要因には2つがある。ひとつ目は「可処分時間」の多さである。

『平成3年青少年白書』（[76]）によれば、平日の平均学習時間は、小学生7時間19分、中学生9時間8分、高校生8時間6分、大学生4時間55分であった。

大学生の学習時間の極端な少なさの原因は、大学入学後の目標喪失感に伴う学習意欲の低下と学生の怠惰が考えられるが、それ以上に日本の大学（特に文科系の大学）には、アメリカの大学とは異なり、大学生を強制的に勉強させる仕組みが構造的に欠けており、教員の側にも学生を勉強させずに置かないような講義の仕方をしている人は少ない点に求められる

アメリカの大学生がどれ程勉強しているのか（させられているのか）に関しては、

例えば〔77〕を参照のこと。

日本の大学教官は、極めて講義に関心が薄いことは、アメリカ留学の経験のある人々がよく指摘することである。このことに関しては、例えば、〔78〕、〔79〕を参照のこと。

大学生の長時間アルバイトを可能にしているもうひとつの要因は彼らのアルバイトを不可欠の要件とする「職種」の存在である。その第一は、教育最優先社会日本に独特のアルバイト職種である「家庭教師・塾講師」の存在である。学生援護会の調査（〔74〕）によれば、1989年すべての大学生のアルバイトのNO. 1は家庭教師・塾講師であった。職種の第二は、大学生と高校生のアルバイトを必要不可欠とするばかりでなく、彼らを必要労働者の中の圧倒的部分とする業態である「ファミリー・レストラン、ファーストフード、コンビニエンスストア、居酒屋」等のサービス業の隆盛である。先の学生援護会の調査によれば、1990年度からNo1のアルバイト職種は「ウェ이터・ウェイトレスなどのサービス業」になった。

日本がなぜ教育最優先社会となったのかに関する筆者の見解については、〔80〕を参照のこと。

日本における学習塾市場の現状に関しては、〔81〕、〔82〕を参照のこと。

学生がアルバイトを必要としている理由は、レジャー・娯楽を生活の必需品化している彼らのライフ・スタイルと、特に自宅外学生の生活水準低下への強い「歯止め志向」である。前者に関しては、先の全国大学生生活共同連合会調査（〔75〕）によれば、アルバイト収入の使い途は多い順に、①レジャー・旅行、②生活費のゆとり、③サークル費、④生活の維持、⑤衣料費・バック代、等が挙がっていることから明らかなように「ワンランクアップ」の豊かな学生生活を彼等は求めている。その象徴的な所有物が車であり、その維持費（月20,920円）は、本代（月5,180円）よりはるかに多い。後者の生活水準低下への歯止めは自宅外生の住居が一昔前の狭い下宿から広い・バス付き・冷蔵庫・給湯設備・電話機所有の生活が現在は一般化していることに明瞭である。かつてのような清貧に甘んじる学生生活ではない豊かなカレッジライフを享受する為には、アルバイトは必需品化しているといえよう。

（注8） デモンストレーション効果とは、人々の消費態度が周囲の、同一所得階層に属する人々の平均的消費態度にも大きく左右されるという効果のことである。このことに関しては、〔83〕を参照のこと。

（注9） 筆者の経験したエピソードをひとつ紹介しよう。1990年の秋ゼミナール終了後に、地元企業に就職が決まり親元から通勤する予定の男子学生に、筆者が何気なく「給料のうち何万円位家に出すのか」を聞いたところ、「1円も出しません」との答えが返ってきた。重ねて「なぜ出さないのか」と聞くと、「みんな出していませんから」との答えがあり、旧人類の筆者は啞然・呆然するばかりであった。

引用・参考文献・資料（引用・参照順）

- [1] 森崎初男, 1992年, 「ソフト化する日本経済」, 関東学院大学経済研究所編, 『転機の日本経済』, 日刊工業新聞社, 第四章, 91-120ページ。
- [2] 佐和隆光編, 1990年, 『サービス化経済入門—その全データと展望—』, 中公新書。
- [3] 井原哲夫, 1992年, 『サービスエコノミー』, 東洋経済新報社。
- [4] 余暇開発センター, 1992年, 『レジャー白書 '92』
- [5] 堀貞一郎, 1989年, 『人を集める—なぜ東京デズニerlandが“はやる”のか—』, TBSブリタニカ。
- [6] 秋場良直, 1992年, 『旅行業の未来戦略—21世紀ニッポンの可能性を拓く—』, 日本能率協会マネジメントセンター。
- [7] 「シェア点検 海外旅行」, 日経産業新聞, 1989年6月19日。
- [8] 「海外旅行復調 旅行収支の赤字30%増1~7月」, 日本経済新聞, 1992年9月27日。
- [9] 「昭和が生んだもの 海外旅行」, 日本経済新聞夕刊, 1989年1月20日。
- [10] 「こんなに変わった 戦後経済40年 海外旅行」, 朝日新聞, 1985年8月22日。
- [11] 「海外旅行1000万人突破 90年運輸省統計」, 日本経済新聞, 1990年11月30日。
- [12] 「旅行赤字 黒字減らしにまだ貢献?」, 日本経済新聞, 1991年4月28日。
- [13] 「サンデートピックス 夏休みの割引航空券」, 日本経済新聞, 1991年7月14日。
- [14] 「検証伸びる格安航空券 海外旅行者増で人気上昇」, 読売新聞, 1992年7月15日。
- [15] 「格安航空券大手代理店も本腰」, 読売新聞, 1992年8月10日。
- [16] 「いま消費が面白い 誰が, そしていつまで」, 『日経ビジネス』, 1988年4月11日号, 6-20ページ。
- [17] 「贅沢にとりつかれた艶やかな消費の時代」, 『日経ビジネス』, 1990年5月7日号, 9-24ページ。
- [18] 「現代消費学入門1~5」, 日本経済新聞, 1988年10月2, 9, 16, 23, 30日。
- [19] 「消費ブーム第二期黄金時代 キーワードは豊熟消費」, 日経流通新聞, 1989年10月19日。
- [20] 「ゆきわたる“貴族的消費”モノへの支出均質化 資産格差はサービス面に」, 日経流通新聞, 1989年10月28日。
- [21] 「一瞬豪華主義 平成消費支える20代独身OL」, 日経流通新聞, 1990年8月1日。
- [22] 柳川高行, 1992年, 「結婚ビジネス研究の基礎資料—晩婚化と非婚化—」, 『白鷗女子短大論集』, 第17巻第1号, 79-99ページ。
- [23] 三和銀行ホームコンサルタント調査レポート, 「独身サラリーマン・OLの生活実態徹底調査」, 1992年4月, No 174, 全66ページ。
- [24] 「ハネムーン, 女性に主導権 (日本航空調査)」, 日経流通新聞, 1990年6月23日。
- [25] ポーラ文化研究所調査, 「20代シングルの方々のOL達」, 1989年10月, 全10ページ。

- [26] 「当世独身男性気質 仕事まじめで遊び上手」, 日経流通新聞, 1990年5月1日。
- [27] 「現代OL 進む貴族化」, 日経流通新聞, 1990年7月17日。
- [28] 一宮春子, 「「Hanako」消費は本物か」, 大和銀行, 『経済調査』, 1991年5月号, No 517 3-14ページ。
- [29] 「自信たっぷり 現代お嬢様OL 消費も生活も積極的」, 日経流通新聞, 1990年7月7日。
- [30] 「集32回消費者調査・OL千人の意識&生活」, 日経流通新聞, 1990年1月4日。
- [31] 日本信販調査, 「クレジットカードの消費者調査」, 1992年4月, 全19ページ。
- [32] 「金銭感覚ドライ 単身ヤング男性」, 日経流通新聞, 1990年8月8日。
- [33] 三和銀行ホームコンサルタント調査, 「挙式前後の出納簿」, 1991年10月, No 170, 全50ページプラス資料編。
- [34] JTB調査「'92年春(3月~5月)の新婚旅行情報」, 「ニュースと資料」, 1992年第4号, 3月24日。
- [35] ビッグブライダル調査「型にはまる新婚さん 海外のハネムーン 家具は婚礼セット」, 日経流通新聞, 1991年10月8日。
- [36] 「子供達はいま第86話 卒業模様①」, 日本経済新聞, 1990年12月31日。
- [37] 「市場ニューウエーブ 学生旅行, 豪華に拡大」, 日本経済新聞, 1990年12月31日。
- [38] 「3人に1人 海外卒業旅行」, 日経流通新聞, 1990年1月16日。
- [39] 「現代学生の必須アイテム 海外旅行 肩ひじ張らず国内感覚 自前調達は4割弱」日経流通新聞, 1990年7月14日。
- [40] 斎藤学, 1989年, 『家族依存症—仕事中毒から過食まで—』, 誠心書房。
- [41] 「どっこい元気 景気は“二枚腰” “いざなぎ”越えも」, 日本経済新聞, 1991年5月15日。
- [42] 「景気 いざなぎ越え 視野に底堅さ 5月の日銀短観」, 日本経済新聞, 1991年6月12日。
- [43] 「基礎コース 平成景気の読み方①~⑩」, 日本経済新聞, 1991年12月6日~1992年1月15日。
- [44] 飯田経夫, 1992年, 『日本経済ここに極まれり』, 講談社現代新書。
- [45] 「経済教室 大型景気のゆくえ①②③④⑤」日本経済新聞, 1989年11月30日, 12月1, 2日。
- [46] 「経済教室 日本経済中期予測 内需主導型の成長定着」, 日本経済新聞, 1989年12月5日。
- [47] 林敏彦, 1990年「あえて日本経済の死角を問う」, 『エコノミスト』, 1月16日号, 10-15ページ。
- [48] 「ウィークエンド経済 求む名付け親今回の好景気」, 朝日新聞, 1991年9月15日。
- [49] 「ヒト不足 変わる雇用事情1~5」, 日本経済新聞, 1989年5月16日~22日。
- [50] 「ひと不足時代 変わる経営(1)~(37)」, 日経流通新聞, 1989年4月11日~

- 9月28日。
- [51] 「ゼミナール 労働市場 人手不足深刻化の状況は?」, 日本経済新聞, 1989年8月27日。
 - [52] 「人手不足の経営学 上中下」, 日本経済新聞, 1991年8月12, 13, 14日。
 - [53] 「SCENARIO どうなる日本の人手不足 ミスマッチ解消が焦点」, 日本経済新聞, 1991年8月26日。
 - [54] 宮島洋, 「やさしい経済学 社宅ブーム①～⑥」, 日本経済新聞, 1990年8月3日～10日。
 - [55] 「ルポルタージュ 社宅狂騒曲1～14」, 日経産業新聞, 1990年6月15日～6月30日。
 - [56] 桑原靖夫, 1991年, 『国境を越える労働者』, 岩波新書。
 - [57] 「ゼミナール 外国人労働者 “開国”は避けられぬ道か?」, 日本経済新聞, 1989年11月12日。
 - [58] 「企業の中の外国人 実態報告1～9」, 日経産業新聞, 1990年1月22日～2月2日。
 - [59] 「特集外国人労働者現象 群馬県 太田・大泉地区」, 『Will』, 1991年7月号, 122-127ページ。
 - [60] 「日系ブラジル人を「戦力」にした企業城下町」, 『プレジデント』, 1992年8月号, 308-313ページ。
 - [61] 「断面 ブラジルから集団就職“祖国日本”に出稼ぎラッシュ」, 日本経済新聞, 1991年5月12日。
 - [62] 「南米日系人が町にやってきた 群馬・大泉町」, 朝日新聞, 1991年7月9日。
 - [63] 『いやでもわかる経済学』, 1991年, 日本経済新聞社, 第3章 1枚のクーポン券, 91-129ページ。
 - [64] 「職場旅行も「安・近・短」 景気後退の影ジワリ」, 日本経済新聞, 1992年9月28日。
 - [65] 「ちょっぴりリッチ 社宅族 活発に趣味又旅行楽しむ」, 日経流通新聞, 1990年8月21日。
 - [66] 「全面広告 消費者志向強めるクレジット産業 初の50兆円台達成一流市民産業めざす」, 日本経済新聞, 1992年5月26日付付録。
 - [67] 「シェア点検 クレジットカード」, 日経産業新聞, 1992年6月18日。
 - [68] 「5問5答「クレジット破産」なぜ増える」, 朝日新聞, 1991年1月9日。
 - [69] 「無計画にカードで買い物 多重債務に陥る若者急増」, 日本経済新聞, 1991年11月12日。
 - [70] 「増える女性ローン破産」, 日本経済新聞, 1991年5月6日。
 - [71] 西村隆男, 1991年, 「カード地獄に落ち込む若者たち」, 『Will』, 10月号, 212-215ページ。

- [72] 総務庁調査, 「カード破産倍増20代中心 サラ金地獄なみ」, 朝日新聞, 1992年6月1日。
- [73] 「積極化する都市銀行のリテール戦略」, 『NOMURA SEARCH』, 1989年6月号, 32-34ページ。
- [74] 学生援護会調査, 「第12回大学生のアルバイト調査」, 1992年3月1日。
- [75] 全国大学生生活協同組合連合会調査, 「第27回学生の消費生活に関する実態調査 快適は素敵だ」, 1991年。
- [76] 「平成3年青少年白書」 中学生勉強漬けに 平日平均9時間8分 4割が塾通い」, 日本経済新聞夕刊, 1992年1月14日。
- [77] 佐藤隆三, 「真剣勝負の米学生 グテでないノーベル賞」, 『THIS is 読売』, 1992年12月号, 230-247ページ。
- [78] 藤原正彦, 1984年, 『数学者の言葉では』, 新潮文庫, 「大学の講義に思うー研究至上主義と比較文化」, 53-65ページ。
- [79] 津久井喜子, 1990年, 「日本の大学で一年間教えてみて」, 『世界』, 9月号, 214-218ページ。
- [80] 柳川高行, 1992年, 「教育玩具市場の高い成長可能性」, 『白鷗大学論集』, 第7巻第1号, 31-57ページ。
- [81] 「構造変化で再編が進む学習塾」, 『NOMURA SEARCH』, 1991年10月号, 34-36ページ。
- [82] 「学習塾市場の現状と今後」, 太陽神戸三井銀行, 『経済情報』, 1992年2月号, 1-9ページ。
- [83] 中谷巖, 1987年, 『マクロ経済学第2版』, 日本評論社, 165-166ページ。