

国際文化交流事業における「言語」と「文化」 — 海外日本語普及意識調査の結果から考える —

“Language” and “Culture” in international cultural exchange activities: Consideration from the result of the online survey of awareness regarding activities for spreading the Japanese language

嶋 津 拓*

Taku Shimazu

1. はじめに

「日本語の普及」という表現が日本の法律の中で初めて用いられたのは、1972年に制定された「国際交流基金法」（1972年法律第48号）の第23条においてである。これは、「国際文化交流事業」（同法第1条）を行う目的から、国際交流基金（The Japan Foundation）という特殊法人を設立するために制定された法律であるが、この法律によって、「日本語の普及」（以下、「日本語普及」と言う）という営みは、「国際文化交流事業」の一環に位置づけられることになった。

2002年には、国際交流基金の組織形態をそれまでの特殊法人から独立行政法人に改めるため、この「国際交流基金法」は廃止され、かわりに「独立行政法人国際交流基金法」（2002年法律第137号）が制定された。しかし、後者の法律においても、「日本語の普及」という表現は用いられており、また、その位置づけも、「国際文化交流事業」の一環であることに変わりはない。

このように、1970年代以降、日本語という「言語」の普及は、国際「文化」交流事業の

一環として実施されているのだが、それでは、この国際文化交流事業における日本語普及の位置づけ、あるいは「言語」と「文化」の関係について、日本国民はどのように意識しているのだろうか。

本稿では、2015年に筆者が日本国籍を有する成年男女約5,400人を対象に実施したインターネット調査（以下、「海外日本語普及意識調査」と言う）の結果をもとに、この問題について考えたい。

2. 国際文化交流事業における「言語」と「文化」

川村（2013）によれば、国際文化交流事業における自国語普及の位置づけに関しては、2つの考え方があるという。すなわち、「言語は交流の「コミュニケーション手段」なので自国語は必要に応じて普及すればよいとする立場と、言語は「文化を映し出す鏡」であって自国語普及活動自体が自国文化の紹介としての役割を持つという立場」（川村2013：249）の2つである。この2つの考え方は、同じ国でも政党によって異なることがあり、たとえば旧西独においては、その対外文化政策（Auswärtige Kulturpolitik）におけるドイツ語の位置づけが、同国の二大政党である社

* しまづ・たく

埼玉大学大学院人文社会科学部研究科教授

会民主党とキリスト教民主同盟の間で異なっていた。アモン（1992）によれば、社会民主党はドイツ語を、「それ自身伝達されるには及ばないドイツ文化の伝達手段だと考えるきらいがあった」のに対して、キリスト教民主同盟は、「文化伝達を容易にするため言語そのものを伝達するという目標を力説した」という（アモン 1992 : 51）。

それでは、日本の場合はどうだろうか。すなわち、国際「文化」交流事業における日本語という「言語」の位置づけとして、「言語」は「文化」を伝達または発信するための「コミュニケーション手段」に過ぎないと考えているのか、それとも「文化を映し出す鏡」でもあると考えているのか。

管見の限りにおいて言えば、この言語観の問題に関して、日本の主要政党が党としての見解を公式に表明したことはない。ただし、政治家個人について言えば、公的な場で自身の言語観について語った者はいる。たとえば、当時は文部科学大臣を務めていた町村信孝（衆議院議員・自由民主党）は、2001年2月14日に開催された衆議院予算委員会において、「日本語の普及というのはまさに日本の文化の普及そのものである」と述べており、彼は言語について「文化を映し出す鏡」でもあるとする考え方に近い言語観を有していたことがうかがわれるのだが、前述のように、この言語観の問題について、日本の主要政党が公式見解を表明したことは、管見の限り見あたらない。

それでは、実際に国際文化交流事業（および、その一環としての日本語普及）を担当している外務省や国際交流基金の場合はどうだろうか。結論から先に述べれば、これらの機関も、かかる点に関し、すなわち、どのような言語観に基づいて日本語普及を実施しているのかという点に関し、明確な考え方を表明

したことはない。

ただし、日本政府や国際交流基金の設置した諮問委員会・懇談会が、その答申や報告書において、この問題に触れたことはある。たとえば、1985年に国際交流基金の諮問委員会（日本語普及総合推進調査会）は、「言語は、意思疎通の基本的手段である」との言語観を示し、その観点から、海外への「日本語普及」においては、「日本語が諸国間における相互交流の媒体として使用される言語になる」ことが重要であるとした。それに対して、1996年に同じく国際交流基金が設置した諮問委員会（海外日本語普及総合調査会）の答申においては、「言語は文化を映し出す鏡」であるとする言語観からの「海外における日本語教育の振興」が求められている（嶋津 2010 : 89-90）。また、2013年に「海外における日本語の普及促進に関する有識者懇談会」が外務省に提出した最終報告書では、「言語は文化や歴史、気候や風土、民族性とも密接不可分の関係にある」（海外における日本語の普及促進に関する有識者懇談会 2013 : 1）との言語観が示されている。すなわち、1980年代に比べると1990年代以降は、言語を「文化を映し出す鏡」でもあるとする考え方が強くなってきている、換言すれば、「言語」と「文化」を重ねあわせる考え方が強くなってきているとすることができるのだが、しかし、それぞれの時代において、これらの委員会や懇談会が示した言語観が、そのまま外務省や国際交流基金の日本語普及事業においても適用されていたのかと言え、前述のように、それらの機関が明確な考え方を表明したことはない。

3. 調査の概要

上記2で述べたように、国際文化交流事業における日本語普及の位置づけ、あるいは「言語」と「文化」の関係については、日本の主

要政党や政府機関から明確な考え方が表明されたことはない。また、この問題については、今まで大きな国民的議論の対象になったことがなかったためか、日本政府や各種報道機関によって、かかる点に関する世論調査が実施されたこともない。

このような状況を踏まえ、筆者は2015年5月に実施した「海外日本語普及意識調査」の中に、この言語観に関する質問項目を設けた。

この調査は、日本国民の日本語普及に対する意識の全体像を把握する目的から実施したものである。また、調査媒体としてはインターネットを利用した。

調査対象者は、日本のインターネット調査会社（本調査では同社にアンケート画面の制作および調査実施の広報ならびに結果回収を委託した）にモニターとして登録している者である。その属性および人数に関しては、調査時点で日本国内に居住し、かつまた日本国籍を有する（日本国籍を含む複数国籍を有する場合も含む）20歳から69歳までの成年男女5,000人を予定した。男女比は50%ずつに設定したが、年齢別では、総務省が2015年4月20日に発表した人口推移概算値（2015年4月1日時点）の総人口⁽¹⁾から、19歳以下と70歳以上の者を除いた人口を、同概算値の年齢別割合に基づいて按分し、20歳～29歳を16%（800人）、30歳～39歳を20%（1,000人）、40歳～49歳を20%（1,000人）、50歳～59歳を20%（1,000人）、60歳～69歳を24%（1,200人）に設定した。したがって、調査対象者は60代が最も多く、調査結果全体の中で、この世代からの回答が大きな比重を占めることになる。

この「海外日本語普及意識調査」は、インターネットを利用した調査だが、総務省が2014年1～3月に全国の世帯（40,592世帯）と企業（5,140社）を対象として実施した「通

信利用動向調査」の結果によれば、インターネットの利用率は20代から50代までがいずれも90%以上、60代前半（60歳～64歳）が76.6%、60代後半（65歳～69歳）が68.9%であるのに対して、70代は48.9%、80歳以上の場合は22.3%である。このため、インターネット調査における70代以上からの回答については、本当にその世代の意識を代表するものなのかという点で疑問が残ったため、本調査では60代まで（調査時点で69歳以下）の者を対象とした。すなわち、本調査の対象者は、成年とはいっても、概ね戦後生まれの者である。

なお、この「海外日本語普及意識調査」においては、日本語普及に対する日本国民の意識の在り方の全体像を探る目的から、前述のように、調査対象者の世代別人数を日本国民の実際の構成比率に合致させた。本来であれば、他の全ての属性（たとえば職業・居住地など）も実際の構成比率に合わせるべきところではあるが、そうすることが調査対象者確保の点で困難と予想されたため、本調査においては世代を優先した。

調査対象者数は前述のとおり5,000人を予定した。しかし、実際には5,543人が調査会社のウェブサイト上に設けられたアンケート画面にアクセスした。このうち国籍あるいは年齢の点で125人が調査対象からはずれたため（国籍に関して「答えたくない」と回答した者を含む）、結果的に5,418人分の回答を得た（有効回答率97.7%）。その性別および世代別の内訳は、次頁のとおりである。いずれの内訳も、当初に設定したそれ（前述）と大きな差がなかった。また、母語（第一言語）は日本語または日本語を含む複数言語と答えた者が5,410人、日本語以外と答えた者が8人だった（選択肢「答えたくない」を選んだ者はいなかった）。

【表1】調査対象者の内訳⁽²⁾

世代	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	434人	544人	547人	541人	654人	2,720人
	8.0%	10.0%	10.1%	10.0%	12.1%	50.2%
女性	433人	538人	537人	539人	651人	2,698人
	8.0%	9.9%	9.9%	9.9%	12.0%	49.8%
合計	867人	1,082人	1,084人	1,080人	1,305人	5,418人
	16.0%	20.0%	20.0%	19.9%	24.1%	100.0%

4. 調査の結果

この「海外日本語普及意識調査」の方法および結果の概要については、嶋津（2016）で報告した。このため、それを本稿に再掲することは紙幅の都合から割愛し、ここでは、国際文化交流事業における「言語」と「文化」の問題に関連する質問項目の結果のみを述べる。

これに最も該当する質問項目は Q11～Q13 である。まず、Q11 では日本語普及事業を実施するに際しての言語観について問うた。そ

の結果は、表2のとおり、「言語はコミュニケーションの手段であって、それ以上のもではない」という選択肢の選択率が14.6%だったのに対し、「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という選択肢のそれは69.7%だった。後者の選択率のほうが高いという結果は、性別を問わず、すべての世代に共通する。ただし、男女とも世代が若くなるにつれて、後者の選択率が低くなり、それと反比例して、前者を選択する者の比率が高くなる傾向が見られた。

【表2】日本語普及事業における言語観

Q11. 日本政府やその関連機関が海外に対する「日本語の普及」事業を実施するに際しては、どのような言語観から事業を実施していくべきだと考えますか。該当するもの1つをお選びください。												
① 言語はコミュニケーションの手段であって、それ以上のもではない												
② 言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである												
③ その他（具体的に：)												
④ わからない												
選択肢	選択者の人数	選択率（単位：％）										
		全体	男性					女性				
			20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
①	792人	14.6	24.7	19.7	16.3	12.4	9.8	16.9	16.2	13.4	11.1	10.1
②	3,776人	69.7	53.9	61.0	65.4	74.5	80.7	64.7	66.0	69.1	73.8	79.4
③	19人	0.4	0.0	0.7	0.4	0.6	0.9	0.0	0.2	0.0	0.4	0.2
④	831人	15.3	21.4	18.6	17.9	12.6	8.6	18.5	17.7	17.5	14.7	10.3
計	5,418人	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Q12 では、Q11 で「言語はコミュニケーションの手段であって、それ以上のもではない」という選択肢を選んだ者（792人）に、その理由を尋ねた。結果は、表3のとおり、男女と

も、すべての世代において、「日本語に限らず、そもそも言語とはコミュニケーションの手段であって、それ以上のもではないから」という選択肢が最も選ばれた（全体での選択率

は 54.3%)。

また、二番目に選択率が高かったのは、「日本文化は、日本語を学ばなくても理解できる

ものだから」という選択肢だった（全体での

選択率は 18.3%)。とくに 20 代男性での選択率が高かった (23.4%)。

【表 3】当該言語観を選んだ理由（その 1）

Q12. Q11 で、「言語はコミュニケーションの手段であって、それ以上のものではない」とお答えの方にお尋ねします。あなたは どうしてそう思いますか。もっとも該当するもの 1 つをお選びください。												
① 日本語に限らず、そもそも言語とはコミュニケーションの手段であって、それ以上のものではないから												
② 日本文化は、日本語を学ばなくても理解できるものだから												
③ 海外の人たちが日本語を学んでいるのは、ビジネスや観光などの実用目的からであって、日本文化を理解するためではないから												
④ 海外への「日本語の普及」事業が日本文化の「押しつけ」になってはいけなから												
⑤ その他（具体的に：												
⑥ とくに理由はない												
⑦ わからない												
選 択 肢	選択者の 人数	選択率（単位：％）										
		全体	男性					女性				
			20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
①	430人	54.3	49.5	59.8	59.6	55.2	53.1	58.9	48.3	50.0	45.0	62.1
②	145人	18.3	23.4	15.9	18.0	16.4	18.8	19.2	19.5	15.3	20.0	15.2
③	75人	9.5	12.1	6.5	5.6	11.9	9.4	9.6	14.9	11.1	8.3	4.5
④	68人	8.6	9.3	2.8	5.6	10.4	7.8	8.2	10.3	11.1	13.3	10.6
⑤	5人	0.6	0.9	0.9	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0
⑥	55人	6.9	3.7	9.3	10.1	4.5	6.3	4.1	5.7	8.3	10.0	7.6
⑦	14人	1.8	0.9	4.7	1.1	1.5	1.6	0.0	1.1	2.8	3.3	0.0
計	792人	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Q13 においては、Q11 で「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という選択肢を選んだ者 (3,776 人) に、その理由を尋ねた。結果は、表 4 のとおり、男女とも、すべての世代において、「日本語に限らず、そもそも言語と文化は切り離せない関係にあるものだから」という選択肢が最も選ばれた（全体での選択率は 64.6%）。とくに 20 代女性での選択率が高かった (76.8%)。

二番目に選択率が高かったのは、「いくら海外で日本語を学ぶ人が増えても、その日本語学習が日本文化の理解につながらなければ意味がないから」という選択肢だったが（全体

での選択率は 20.4%）、この選択肢に関しては、女性の場合、世代が若くなればなるほど選択率が低くなる傾向が見られ、20 代を 60 代と比較すると約 1/3 に減少する (20.7 ポイント差)。また、男性の場合も、20 代では 60 代に比べて半減する (14.9 ポイント差)。すなわち、若い世代では、「日本語学習」と「日本文化の理解」を重ねあわせて考えなくなる傾向が見られた。

前述のように、「日本語に限らず、そもそも言語と文化は切り離せない関係にあるものだから」という考え方の支持率が最も高いのは 20 代女性である。しかし同時に、「いくら海外で日本語を学ぶ人が増えても、その日本語学習が日本文化の理解につながらなければ意味

がないから」という選択肢の支持率が最も低いのも、20代女性である。すなわち20代女性の場合は、自身の言語一般に対する見方としては、「言語」と「文化」を「切り離せない」

と考える人の比率が高いのであるが、それと同時に、日本語という「言語」の学習成果としては、日本「文化」理解を必ずしも求めている人の割合も大きいのである。

【表4】当該言語観を選んだ理由（その2）

<p>Q13. Q11 で、「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」とお答えの方にお尋ねします。あなたはどのようにお思いますか。もっとも該当するもの1つをお選びください。</p> <p>① 日本語に限らず、そもそも言語と文化は切り離せない関係にあるものだから</p> <p>② 日本文化は、日本語を学ばなければ理解できないものだから</p> <p>③ いくら海外で日本語を学ぶ人が増えても、その日本語学習が日本文化の理解につながらなければ意味がないから</p> <p>④ 国際的なコミュニケーションの手段としては、英語があれば充分だから</p> <p>⑤ その他（具体的に： _____）</p> <p>⑥ とくに理由はない</p> <p>⑦ わからない</p>												
選 択 肢	選 択 者 の 人 数	選 択 率 （ <small>単 位</small> ： <small>%</small> ）										
		全 体	男 性					女 性				
			20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
①	2,441人	64.6	65.4	64.2	68.2	64.3	56.4	76.8	70.7	65.0	66.3	58.6
②	407人	10.8	17.1	12.7	12.6	11.2	12.5	6.4	7.9	10.8	9.5	8.7
③	771人	20.4	12.4	16.9	14.5	20.6	27.3	10.4	16.1	20.8	20.9	31.1
④	28人	0.7	0.4	0.6	1.4	0.2	0.9	1.4	0.6	1.6	0.3	0.2
⑤	25人	0.7	0.4	0.6	1.1	0.5	0.9	0.4	0.6	0.3	1.5	0.2
⑥	79人	2.1	3.8	3.0	1.7	2.5	1.3	4.3	2.8	1.3	1.0	1.2
⑦	25人	0.7	0.4	2.1	0.6	0.7	0.6	0.4	1.4	0.3	0.5	0.0
計	3,776人	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

以上の結果から、この言語観の問題に関しては、日本語あるいは日本語普及事業に限った言語観というよりは、自身の言語一般に対する見方から、「言語はコミュニケーションの手段であって、それ以上のものではない」という言語観よりも、「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という言語観を支持する日本国民の多いことがわかった。ただし同時に、性別を問わず、世代が若くなるにつれて、後者の選択率が低下し、それと反比例して、前者を選択する者の比率が高くなる傾向が見られた。すなわち、世代が若くなればなるほど、「言語」

と「文化」を重ねあわせなくなる傾向にあることがわかった。また、この傾向は、「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という言語観を支持する者でも、その理由として、「いくら海外で日本語を学ぶ人が増えても、その日本語学習が日本文化の理解につながらなければ意味がないから」という選択肢を選んだ者の比率が、男女とも世代が若くなるにつれて低くなる傾向が見られたことから言える。

この「海外日本語普及意識調査」では、上記の言語観に関する質問項目にさきだって、海外で日本語学習者が「増える」とことと、海

外で日本語学習者を「増やす」ことの、それぞれについての是非に関する質問項目を設けた。また、それを是とした者には、その理由も尋ねた。

まず、日本語学習者が「増える」ことを「よい」と思うかを Q6 で尋ねたところ、全体の 61.7%の者 (3,341 人) が「そう思う」と回答した。そして、その 61.7%の者に Q7 において、海外における日本語学習者の増加に何を期待するかを尋ねたところ (複数回答可)、表 5 のとおり、すべての世代で選択率が最も高かったのは、「世界中に日本や日本人に親しみを持

つ人が増える」という選択肢であり、また、二番目に支持されたのは、「日本の文化が海外の人にもっと理解されるようになる」という選択肢だったが、後者の選択肢に関しては、60 代での選択率が男女とも 60%以上であるのに対し、20 代では性別を問わず 50%を割っており、60 代と 20 代を比較すると、男性の場合で 15.8 ポイント、女性の場合で 21.3 ポイントの差があった。すなわち、若い世代では、「日本文化」の理解と「日本語」の普及を重ねあわせなくなる傾向が見られた。

【表 5】海外における日本語学習者の増加に期待すること

選 肢	選 者 の 人 数	選 率 (単 位 : %)										
		全 体	男 性					女 性				
			20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代
①	2,425 人	72.6	71.1	70.1	77.9	75.1	67.3	71.9	74.0	78.5	73.2	69.6
②	1,941 人	58.1	47.8	49.5	60.7	65.4	63.6	45.8	51.7	58.7	57.2	67.1
③	619 人	18.5	24.1	21.0	18.2	13.7	11.8	22.7	26.3	20.5	18.9	15.6
④	416 人	12.5	10.5	11.0	9.4	9.4	13.1	9.2	14.0	14.2	13.9	16.5
⑤	970 人	29.0	29.8	29.2	26.6	29.1	37.3	26.2	27.9	25.6	26.5	28.5
⑥	453 人	13.6	16.7	19.9	12.0	7.1	10.2	25.0	17.1	13.2	13.0	9.1
⑦	240 人	7.1	3.9	6.2	6.5	9.4	11.3	3.5	7.6	2.8	5.9	9.7
⑧	200 人	6.0	7.0	7.6	6.5	5.1	8.7	4.2	4.8	3.8	6.2	5.3
⑨	306 人	9.2	7.9	7.9	9.7	6.0	9.4	13.1	8.9	6.6	10.9	10.8
⑩	1,114 人	33.3	20.6	27.8	28.6	33.1	40.5	19.2	27.3	34.7	39.5	45.6
⑪	21 人	0.6	0.0	1.0	1.0	1.1	0.7	0.8	0.0	0.3	0.6	0.6
⑫	27 人	0.8	1.8	1.4	1.0	0.9	0.7	0.8	1.3	0.3	0.3	0.4
⑬	26 人	0.8	0.9	1.0	0.6	0.6	0.2	1.9	1.6	0.6	0.9	0.2

また、Q8で「海外で日本語を学ぶ人を増やしていく事業」を「重要」だと思うか質問したところ、全体の55.9%の者（3,026人）が「そう思う」と回答した。そして、その55.9%の者を対象にQ9で、日本語学習者を「増やす」ことに何を期待するかと尋ねたところ（複数回答可）、表6のとおり、最も選択率が高かったのは、「世界中に日本や日本人に親しみを増やそう」という選択肢であり、二番目に選択率が高かったのは、「日本の文化が海外の人にもっと理解されるようになるか

ら」という選択肢だったのだが、この後者の選択肢に関しては、女性の場合、世代が若くなるにつれて選択率が低下する傾向が見られ、20代と60代とでは26.6ポイントの差があった。また、男性の場合も20代では選択率が60代に比べて15.3ポイント低かった。すなわち、日本語学習者が「増える」場合と同様に、日本語学習者を「増やす」場合においても、若い世代では「言語」と「文化」を重ねあわせなくなる傾向が見られた。

【表6】日本語普及事業を重要だと考える理由

Q9. Q8で、海外に対する「日本語の普及」事業を重要だと思うとお答えの方にお尋ねします。あなたはどのようにして海外に対する「日本語の普及」事業を重要だと思いますか。該当するものを3つまでお選びください。 ① 世界中に、日本や日本人に親しみを増やそう ② 日本の文化が海外の人にもっと理解されるようになるから ③ 日本製品の海外での販売が促進されるようになるから ④ 日本企業の海外支店や海外現地法人が日本語のできる従業員を確保できるようになるから ⑤ 日本に旅行に来る外国人が増えるから ⑥ 日本人が海外旅行をしやすくなるから ⑦ 日本に留学する外国人が増えるから ⑧ 日本で働く外国人が増えるから ⑨ 海外の情報をもっと多く日本に伝わってくるようになるから ⑩ 日本の情報をもっと多く外国に伝わるようになるから ⑪ その他（具体的に：) ⑫ とくに理由はない ⑬ わからない												
選 択 肢	選 択 者 の 人 数	選 択 率 （ <small>単位：%</small> ）										
		全 体	男 性					女 性				
			20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
①	2,101人	69.4	64.5	73.0	73.5	74.3	69.5	68.1	71.8	71.6	67.3	62.4
②	1,914人	63.3	53.7	51.7	57.0	68.4	69.0	46.6	59.7	65.5	68.6	73.2
③	519人	17.2	18.2	20.2	19.4	12.2	12.8	20.6	20.2	20.9	18.1	15.4
④	414人	13.7	13.8	13.1	13.3	10.7	10.6	15.7	15.7	15.1	14.0	16.5
⑤	704人	23.3	29.1	28.1	22.6	23.6	26.4	22.5	21.8	20.1	18.1	21.3
⑥	299人	9.9	14.3	12.4	10.4	7.2	8.0	16.7	14.5	9.0	6.7	7.1
⑦	218人	7.2	6.4	7.1	5.4	9.6	10.0	7.8	5.6	6.1	6.0	6.2
⑧	184人	6.1	6.4	7.9	8.2	5.1	6.9	9.3	5.2	2.9	4.8	5.3
⑨	286人	9.5	8.9	8.6	8.6	7.2	8.2	9.3	12.5	6.8	12.7	11.5
⑩	1,161人	38.4	26.7	27.3	31.9	39.7	49.1	23.5	25.4	33.1	45.7	54.6
⑪	29人	1.0	1.0	1.5	1.4	1.2	1.3	1.0	0.4	0.4	1.0	0.5
⑫	13人	0.4	0.5	1.5	0.0	0.3	0.2	1.5	0.0	0.0	0.6	0.2
⑬	11人	0.4	0.5	0.7	0.7	0.3	0.0	0.0	0.8	0.7	0.0	0.2

5. 考察

以上の結果をまとめれば、日本語普及における言語観としては、多くの日本国民が「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という考え方を支持していると言うことができる。その意味では、1996年に国際交流基金が設置した諮問委員会（海外日本語普及総合調査会）の答申に見られた言語観、および2013年に「海外における日本語の普及促進に関する有識者懇談会」が外務省に提出した最終報告書の中に見られた言語観と、日本国民全体の言語観との間に大きな違いはないと言うことができる。

しかし、この「海外日本語普及意識調査」の結果からは、若い世代では「言語」と「文化」を重ねあわせて考えなくなる傾向が見られた。むしろ、これが現在の若い世代に特有の傾向なのか、それとも若いうちはどの世代でも「言語」と「文化」を重ねあわせて考えないのが、年齢の進行とともに重ねあわせて考えるようになるのかという点に関しては、この調査結果からだけでは明確なことを言うことができない。また、どうして若い世代は、「言語」と「文化」を重ねあわせて考えないのかという点も、本調査の結果からはわからない。これらの点は、本調査の限界であり、また今後の課題でもある。

6. おわりに

本稿では、日本が行う国際文化交流事業における日本語普及の位置づけ、あるいは「言語」と「文化」の関係について、日本国民はどのように意識しているのかという点について、インターネット

調査（日本語普及意識調査）の結果を基に考察してきた。その結果、多くの日本国民が「言語はコミュニケーションの手段にとどまらず、文化を内包するものである」という言語観を支持しているものの、若い世代では「言語」と「文化」を重ねあわせて考えなくなる傾向が見られた。

日本国民（とくに日本国内に居住する日本国民）は、日本政府や国際交流基金が実施する日本語普及事業の直接的な受益者ではない。しかし、同事業が「我が国の調和ある対外関係の維持及び発展に寄与すること」（前記「独立行政法人国際交流基金法」第3条）を目的のひとつとして実施されている以上、彼らは日本語普及事業の間接的な受益者であるはずだし、あるいは納税者としての立場からも、同事業最大の利害関係者であるはずである。また、今日、国際交流基金は日本語普及を国際文化交流事業の「重点領域の一つ」（国際交流基金2014:1）に位置づけている。だとしたら、その国際文化交流事業に占める日本語普及の位置づけ、あるいは国際「文化」交流における「言語」の役割についても、国際文化交流事業あるいは日本語普及の実施者は、何らかの考え方を日本国民に提示する、または国民との間に対話を積み重ねていく必要があるのではないかと思われるのだが、管見の限り、そのような機会は今までなかった。かかる提示や対話の機会が将来的に設けられることを期待したい。

謝辞

本研究は、日本学術振興会科学研究費助成事業（学術研究助成基金助成金）の助成を受けて実施

したものです（課題番号：26370588、研究課題名：海外への「日本語の普及」に関する日本国民の意識・認識についての研究）。助成金の交付に対して、厚くお礼申し上げます。

註

- (1) 2015年4月20日に発表された人口推移概算値では、日本人人口の年齢別内訳は公表されず、外国籍保持者を含む総人口（1億2,691万人）の年齢別内訳のみが公表されたため、ここでは後者に基づいて按分した。ただし、後者の年齢別内訳は、同じく2015年4月20日に発表された2014年11月1日時点における日本人人口（1億2,541万人）の年齢別内訳（確定値）と比較して大きな差は見られない。
- (2) 本調査では、百分率の計算において、小数点第2位を四捨五入した。このため、合計が100にならない場合がある。

参考文献

- (1) アモン, ウルリヒ (1992)『言語とその地位—ドイツ語の内と外—』三元社
- (2) 海外における日本語の普及促進に関する有識者懇談会 (2013)『海外における日本語の普及促進に関する有識者懇談会最終報告書』外務省
- (3) 川村陶子 (2013)「西ドイツ対外文化政策におけるダーレンドルフ改革の挫折—国際関係における文化のポリテイクス—」『成蹊大学文学部紀要』第48号、241-267.
- (4) 国際交流基金 (2014)『海外日本語事業中期重点方針：平成24～28年度』国際交流基金
- (5) 嶋津拓 (2010)『言語政策として「日本語の普及」はどうあったか—国際文化交流の周縁—』ひつじ書房
- (6) 嶋津拓 (2016)「海外への「日本語の普及」に対する日本国民の意識—インターネット調査の結果から—」『日本語教育』163号、17-31.
- (7) 総務省 (2014)『報道資料：平成25年度通信利用動向調査の結果』総務省
- (8) 総務省統計局 (2015)『人口推計—平成27年4月報—』総務省