

VI. 日本語使用行動および意識調査

要旨：

国際交流基金ケルン日本文化会館の日本語講座の受講生を対象に、日本語学習に対する動機や意識、これまでの日本文化・日本語体験など、講座受講生の日本語使用行動や意識に関する調査を、国際交流基金総務部企画・評価課が国別評価手法の研究・開発の目的で収集したデータを再利用して行った。本節では、その調査結果について報告する。

キーワード：言語学習者・使用者、二次分析、直接体験、コースデザイン、ポートフォリオ

1. 本調査の意義と目的

海外に拠点を持つ国際交流基金（以下、基金）は、近年は学習者の多様化を踏まえて日本語教育事業を展開している。日本語学習の動機や学習年数、日本での滞在経験や日本語との接触状況は、地域によって、機関・講座によって、そして個人的事情によって、多岐にわたっている。基金が提供する講座のうち、3つの拠点（日本語国際センター、ソウル日本文化センター、ケルン日本文化会館）に関する「JF 日本語教育スタンダードの試行」の取り組みについては、「V. 教育現場との共同研究」で報告したとおりであるが、その試行において、CEFRの先行研究から得られた〈言語学習者を「社会的な存在（social agents）」と見なし、時間的・空間的広がりにおいて、言語活動を包括的に捉えていく〉という観点での見直しは含まれていない。そのため、ケルン日本文化会館の日本語講座の受講生を対象に、受講生が日本語学習にどのような動機を持ち、どのような意識で日本語を学び、これまで日本文化や日本語をどのように体験してきたかを把握するため、日本語の使用行動や日本語に対する意識に関する調査を取り入れた。本調査は、独自の調査を新たに実施するのではなく、基金総務部企画・評価課が国別評価手法の研究・開発の目的で収集したデータを、日本語学習レベルと日本に関する体験、日本への関心・イメージ、日本に対する認知度・好感度といった観点から再分析する二次分析の手法をとった。そして、分析結果をケルン日本文化会館の講座担当者にフィードバックすることで、カリキュラムやコースデザインの改定に役立てることを目的とした。

JF 日本語教育スタンダード（以下、JF スタンダード）では、CEFRの基本的考え方と同様に、「言語学習者が、生涯という時間的な流れの中で言語を学び、様々な領域（私的、

公的、職業、教育の4領域)において言語を使用するという、時間的・空間的広がりにおいて、言語活動を包括的に捉えていくことが重要である」と考える。真鍋(2007: 72)は、これまで日本語教育において多くの場合「学校」が「教育の場」として設定されていたが、社会学的観点に立って「社会化—ここでは日本語学習—の行なわれる場(setting) / 状況(situation) / 文脈(context)」に即して考えた時、日本語教育を「『家族 / 友人(基礎社会)』『学校 / 職場 / 地域(中間社会)』『社会(全体社会)』というように射程を広げて」考えていくことの必要性を指摘している。海外で約300万人に達する日本語学習者の実際を、教室内という限定された空間を超えて、社会における言語使用の側面から把握することは日本語教育を考える上で有効といえよう。

2. 分析方法

2.1 ドイツ事業評価調査の概要

基金の企画・評価課はこれまで評価手法開発研究として、「国際文化交流という文化的背景を異にする社会や人々を対象として実施される事業や活動の成果(効果や影響)を把握・測定する方法」(国際交流基金2007: 1)を確立することを目的に、2003年より「国別評価手法研究・開発プロジェクト」を行っている。その中で2005年度～2006年度に実施した韓国における第1次調査に続き、2007年度はドイツで第2次調査「ドイツにおける国際交流基金の事業評価調査(2007年度～2008年度)」(以下、ドイツ事業評価調査)を行っている。ドイツ事業評価調査は、「一般市民」「日本研究者」「知的交流事業参加者」「ケルン日本文化会館日本語受講者(以下、ケルン受講生)」「ケルン日本文化会館主催文化事業への参加者」といった対象グループ別に、日本体験や日本への関心・イメージなどを調査している。今回私たちは、JFスタンダード開発の一環として、ケルン受講生を対象に行った調査データを、初級・中上級という日本語能力の目安(以下、日本語学習レベル)と、日本に関する体験、日本への関心・イメージ、日本に対する認知度・好感度といった側面から、再分析した。ケルン受講生の概要は下記のとおりである。

- (1) 調査対象：ケルン日本文化会館日本語講座 計9クラス (Stufe 1～9) の受講生¹

表1 クラス別質問表回答者 (ケルン受講生)

日本語講座受講生

クラス名	質問表番号	度数 (回答者数)	クラスの全人数
1A	1-18	18	23
1N	19-28	10	15
2A	29-40	12	16
2N	41-44	4	6
3	45-66	22	25
4	67-82	16	20
5	83-89	7	7
6	90-105	16	18
7	106-110	5	7
8	111-114	4	8
9	115-124	10	10
合計		124	155

表2 ケルン講座のレベル概観

クラスのレベル

クラス名	レベル
Stufe 1A (夜の部) 18:45-20:45	初級：『みんなの日本語』1～10課
Stufe 1N (午後の部) 16:30-18:30	
Stufe 2A (夜の部) 18:45-20:45	初級：『みんなの日本語』11～20課
Stufe 2N (午後の部) 16:30-18:30	
Stufe 3	初級：『みんなの日本語』21～30課 (日本語能力試験 4級 程度)
Stufe 4	初級：『みんなの日本語』31～40課
Stufe 5	初級：『みんなの日本語』41～50課 (日本語能力試験 3級 程度)
Stufe 6	初中級
Stufe 7	中下級
Stufe 8	中上級 (日本語能力試験 2級 程度)
Stufe 9	中上級 (日本語能力試験 2級 以上)

- (2) 調査方法：自記式の集合調査法
 (3) 調査期間：2007年5月29日～6月21日
 (4) 回収数 (率)：124/155 (80.0%)

2.2 二次分析の意義と方法

二次分析は、ひとつの社会調査手法として、既存データを他の側面から見直すことで新たな視点を発見できる点、調査にかかるコストを抑えることができる点に意義を見出すことができる。今回は、企画・評価課の調査データを再利用することとした。

「ケルン受講生」は、若干時期は異なるものの、「V-4 ケルン日本文化会館日本語講座」の報告対象と同じ講座の受講生である。本調査では下記に挙げる質問項目に関して、有効調査対象者 (n=124) を「初級 (n=89)」と「中上級 (n=35)」の2つにわけ²、事業評価調査の結果とクロス集計することで、日本語学習レベルによって以下の項目の回答結果の傾向に差があるかどうかを分析した (表3)。

表3 分析の方法

分析の観点	分析方法
(1) 日本についての体験・経験	「日本について体験・経験されたことのある項目をすべて選んでください」の回答結果と日本語学習レベル (初級・中上級) のクロス集計。
(2) 日本についての情報・知識源	「あなたは普段、日本についての情報や知識をどこから入手していますか」の回答結果と日本語学習レベルのクロス集計。
(3) 日本の事柄についての関心	「あなたは日本の事柄についてどの程度関心がありますか」の回答結果と日本語学習レベル (初級・中上級) のクロス集計。
(4) 日本に対する認知度 (どの程度知っているか) と好感度 (日本が好きか、それとも嫌い)	「あなたは日本について、どの程度知っていると思いますか」「日本が好きですか、嫌いですか」の回答結果と日本語学習レベル (初級・中上級) のクロス集計。

また、(1)から(4)の各項目について「初級 (n=89)」と「中上級 (n=35)」の2つの群の傾向に差があるかどうかを検討するために、(1)と(2)に関しては、Fisher の正確確率検定 (両側) を、(3)と(4)に関しては χ^2 検定 (両側) を行った。

3. 分析結果

分析結果を以下4点にまとめる。

(1) 直接的な日本体験は、中上級者の方が多い。

表4のうち、網掛けされた項目 (初級と中上級で10ポイント以上差のあるもの) を見ると、中上級者は初級者と比べ、観光、仕事、留学といった目的で「日本に行ったことがある」と答える者が多く、特に観光目的の旅行経験に関してその差が約51ポイントもあった。

また、仕事等で日本との関わりを持つ者の割合も高いことがわかった（「日本企業・日系企業で働いていたことがある」は約 24 ポイント差、「日本企業・日経企業と取引をしたことがある」は約 14 ポイント差で、中上級が優位）。一方で、「日本に関する新聞や雑誌の記事を読んだことがある」「日本映画・アニメ・漫画を見たことがある」という問いに対しては両者でほとんど違いが見られなかった。日本体験を、日本・日本人との直接的な接触（直接体験と呼ぶ）、メディア等を通じた体験（間接体験と呼ぶ）に分けた場合、日本語学習レベルと直接体験には関連が見られ、間接体験にはそのような関連が見られない。

表 4 日本についての体験・経験と日本語学習レベルのクロス集計

	level	
	初級 (89 名)	中上級 (35 名)
1. 日本の製品や商品を購入したことがある	95.5%	100.0%
2. 日本の料理屋・レストラン・居酒屋・パブ・バーなどで飲食をしたことがある	93.3%	94.3%
3. 日本に関する展覧会・公演・講演会などに行ったことがある	86.5%	91.4%
4. 日本企業・日系企業で働いていたことがある **	15.7%	40.0%
5. 日本企業・日系企業と取引をしたことがある	20.2%	34.3%
6. 日本人作家の本を読んだことがある **	76.4%	97.1%
7. 日本に関する新聞や雑誌の記事を読んだことがある	95.5%	94.3%
8. 日本映画・アニメ・漫画を見たことがある	95.5%	100.0%
9. 日本の音楽・歌謡・J ポップ・民謡を聴いたことがある	91.0%	91.4%
10. 学校あるいは大学で日本のことを学んだことがある *	42.7%	65.7%
11. 日本人の友人・知人がいる	62.9%	80.0%
12. 観光で日本に行ったことがある **	31.5%	82.9%
13. 仕事で日本に行ったことがある **	9.0%	28.6%
14. 留学で日本に行ったことがある	6.7%	31.4%
15. 日本の柔道、華道、茶道、剣道などを習ったことがある	37.1%	40.0%
16. その他	14.6%	11.3%

※ 網掛けの項目は、初級と中上級との間で 10 ポイント以上の差があるもの。下線部は、最も差のある項目。Fisher の正確確率検定（両側）において、有意水準 5%未満で初級と中上級との間で各項目の比率に有意な差が見られる場合は「*」、有意水準 1%未満では「**」を付す。ただし、本データは、2007 年の調査実施時点でのケルンの講座受講生を対象として行った調査であり、無作為抽出によって得られたものでない。

(2) 初級者の方がテレビなどのメディアを通して日本に関する情報を得ている。

表5のうち、網掛け部分（5ポイント以上、初級の比率が高い項目）を見ると日本や日本語に関する情報源として、初級者は中上級者より、テレビ、ビデオ・DVD、インターネット、ケルン日本文化会館をあげる者が多かった。たとえば、テレビ番組と新聞・雑誌については約11ポイント、ビデオ・DVDについては約17ポイントの違いがみられた。逆に、中上級者で比較的比率が高いのは（表5下線部）、学校の授業・教科書であった。

表5 日本についての情報・知識源と日本語学習レベルのクロス集計

	level	
	初級 (89名)	中上級 (35名)
1. 新聞記事	76.4%	74.3%
2. 雑誌記事	75.3%	71.4%
3. 本	80.9%	77.1%
4. テレビ番組	76.4%	65.7%
5. ラジオ番組	25.8%	25.7%
6. 新聞・雑誌の広告	22.5%	11.4%
7. テレビ・ラジオの広告	14.6%	11.4%
8. 劇場映画	73.0%	68.6%
9. ビデオ・DVD	68.5%	51.4%
10. インターネット	89.9%	82.9%
11. 日本の政府・政府関連機関の広報誌	23.6%	22.9%
12. 日本料理屋・レストランなどに置かれている情報誌	22.5%	20.0%
13. 学校の授業・教科書	40.4%	45.7%
14. 家族・親族	20.2%	22.9%
15. 友人・知人・職場の同僚	60.7%	60.0%
16. 在ドイツ日本国大使館・総領事館	11.2%	8.6%
17. ケルン日本文化会館（国際交流基金）	89.9%	82.9%
18. ベルリン日独センター	2.2%	2.9%
19. 独日協会、独日友好協会	4.5%	11.4%
20. その他	12.4%	22.9%

※ 網掛けの項目は5ポイント以上、初級の比率が高い場合。下線部は5ポイント以上、中上級の比率が高い場合。Fisherの正確確率検定（両側）において、有意水準5%未満で初級と中上級との間で各項目の比率に有意な差は見られない。

(3) ファッション、映画・アニメ・漫画、スポーツなどの分野においては初級者の方が高い関心を示す者の割合が高い。

表6にあるとおり、「日本の事柄についての関心」では、ファッション、映画・アニメ・漫画、スポーツ、タレント・歌手・俳優、科学技術、経済・産業・企業、宗教などの項目では、中上級者よりも初級者の方が、「とても関心がある」、「まあ関心がある」を合わせた比率が高かった。中でも、ファッションと宗教に関しては、初級と中上級で20ポイント以上の差が見られた。そのほかの項目（たとえば、美術・絵画、伝統芸能、食べ物・飲み物・料理、社会・生活・風習、歴史、日本語、ドイツとの関係など）に関してはほぼ同じ比率である。

(4) 日本に関する「知識」の程度は異なるが、初級・中上級で「選好」に違いは見られない。

表7のとおり、「日本についてどの程度知っているか」という問いに対しては、初級者よりも中上級者の方が「とてもよく知っている」「まあ知っている」の合計比率が高くなっている。しかし、「日本が好きか嫌いか」の設問に対しては、初級であっても中上級であっても、選好の傾向に差はみられない。また、 χ^2 検定（両側）において、有意水準5%未満で有意な差が見られる場合はなかった。

表6 「あなたは日本の事柄についてどの程度関心がありますか」と日本語学習レベルのクロス集計

		とても関心 がある	まあ関心が ある	あまり関心 がない	全く関心が ない	Other/ DK
1. 音楽・歌謡・Jポップ・民謡	初級 (89名)	29.2%	37.1%	23.6%	10.1%	-
	中上級 (35名)	20.0%	37.1%	31.4%	5.7%	5.7%
2. 美術・絵画	初級 (89名)	22.5%	58.4%	18.0%	-	1.1%
	中上級 (35名)	25.7%	51.4%	11.4%	5.7%	5.7%
3. 伝統芸能 (歌舞伎、能など)	初級 (89名)	21.3%	49.4%	24.7%	4.5%	-
	中上級 (35名)	8.6%	51.4%	25.7%	11.4%	2.9%
4. ファッション*	初級 (89名)	18.0%	43.8%	25.8%	12.4%	-
	中上級 (35名)	17.1%	22.9%	34.3%	20.0%	5.7%
5. 映画・アニメ・漫画*	初級 (89名)	41.6%	43.8%	13.5%	1.1%	-
	中上級 (35名)	31.4%	37.1%	17.1%	11.4%	2.9%
6. 文芸	初級 (89名)	22.5%	50.6%	18.0%	9.0%	-
	中上級 (35名)	22.9%	51.4%	22.9%	2.9%	-
7. コンピューターゲーム・ ビデオゲーム及びゲーム機	初級 (89名)	20.2%	13.5%	32.6%	32.6%	1.1%
	中上級 (35名)	11.4%	14.3%	28.6%	37.1%	8.6%
8. スポーツ	初級 (89名)	18.0%	30.3%	31.5%	19.1%	1.1%
	中上級 (35名)	14.3%	17.1%	37.1%	25.7%	5.7%
9. 流行	初級 (89名)	28.1%	42.7%	21.3%	6.7%	1.1%
	中上級 (35名)	28.6%	40.0%	20.0%	8.6%	2.9%
10. タレント・歌手・俳優	初級 (89名)	15.7%	38.2%	32.6%	12.4%	1.1%
	中上級 (35名)	14.3%	22.9%	40.0%	17.1%	5.7%
11. 食べ物・飲み物・料理	初級 (89名)	66.3%	28.1%	5.6%	-	-
	中上級 (35名)	68.6%	22.9%	5.7%	-	2.9%
12. 商品・製品	初級 (89名)	39.3%	48.3%	11.2%	1.1%	-
	中上級 (35名)	37.1%	48.6%	8.6%	-	5.7%
13. 自然・地理*	初級 (89名)	44.9%	46.1%	9.0%	-	-
	中上級 (35名)	28.6%	60.0%	5.7%	-	5.7%
14. 名所・旧跡	初級 (89名)	61.8%	37.1%	1.1%	-	-
	中上級 (35名)	40.0%	57.1%	2.9%	-	-
15. 科学技術	初級 (89名)	30.3%	43.8%	19.1%	5.6%	1.1%
	中上級 (35名)	14.3%	48.6%	22.9%	8.6%	5.7%
16. 社会・生活・風習	初級 (89名)	69.7%	30.3%	-	-	-
	中上級 (35名)	54.3%	42.9%	-	-	2.9%
17. 経済・産業・企業	初級 (89名)	18.0%	40.4%	29.2%	11.2%	1.1%
	中上級 (35名)	14.3%	31.4%	37.1%	11.4%	5.7%
18. 政治・外交・国際関係	初級 (89名)	19.1%	47.2%	30.3%	3.4%	-
	中上級 (35名)	22.9%	37.1%	34.3%	-	5.7%
19. 歴史*	初級 (89名)	34.8%	57.3%	7.9%	-	-
	中上級 (35名)	34.3%	40.0%	20.0%	-	5.7%
20. 宗教*	初級 (89名)	25.8%	41.6%	27.0%	5.6%	-
	中上級 (35名)	14.3%	25.7%	51.4%	2.9%	5.7%
21. 日本語	初級 (89名)	87.6%	12.4%	-	-	-
	中上級 (35名)	85.7%	11.4%	-	-	2.9%
22. ドイツとの関係	初級 (89名)	24.7%	49.4%	22.5%	3.4%	-
	中上級 (35名)	25.7%	45.7%	22.9%	-	5.7%
23. その他	初級 (89名)	4.5%	-	-	-	95.5%
	中上級 (35名)	2.9%	-	-	-	97.1%

※ 網掛けは、初級と中上級で関心の有無に差がある項目の内、特に特徴的な部分。 χ^2 検定 (両側) において、有意水準 5%未満で有意な差が見られる場合は「*」。ただし、本データは、2007年の調査実施時点でのケルンの講座受講生を対象として行った調査であり、無作為抽出によって得られたものでない。

表7 日本に対する認知度・好感度と日本語学習レベルのクロス集計

		level	
		初級 (89名)	中上級 (35名)
日本についてどの程度知っているか	1. とてもよく知っている	9.0%	8.6%
	2. まあ知っている	57.3%	71.4%
	3. あまり知らない	29.2%	20.0%
	4. 全く知らない	-	-
	DK/Others	4.5%	-
日本が好きか、嫌いか	1. とても好き	55.1%	54.3%
	2. まあ好き	37.1%	37.1%
	3. どちらとも言えない	7.9%	8.6%
	4. やや嫌い	-	-
	5. とても嫌い	-	-

※ χ^2 検定 (両側) において、有意水準 5%未満で有意な差が見られる場合はない。

4. 考察

4.1 分析のまとめ

今回の日本語学習レベル別分析で新たに分かったことは、〈日本語学習レベルと日本との直接体験度合いとの関連〉、〈日本語学習レベルによる情報源・関心の違い〉である。特に、前者の関連は興味深い。直接体験が多いから日本語が上達するのか、あるいは、中上級であるから直接体験の機会が多いのかについて、本調査からは特定できないが、日本や日本語との直接体験が日本語の学習動機に深く関係している可能性がある。この結果をケルン日本文化会館にフィードバックし、教室外の日本・日本語体験をカリキュラムに取り入れることを提案した。カリキュラムやコースデザインを考え直す上で、このような実証データを講座に還元することは、大切だと考える。

4.2 学習者ニーズを把握するためのポートフォリオ活用

今回はケルン受講生を対象にした調査であったが、前述のように、国、地域、機関が異なれば学習者のニーズは異なってくる。たとえば、ソウル日本文化センターの受講生（日本語能力試験1級合格者レベル）では日本語学習の継続動機も、また学習者が望むコース内容もケルンの受講生とは違って来るだろう。近年ドイツでは、「日本のテレビゲーム、アニメやマンガがブームとなり、全体的に日本語学習者が増えており、特に低年齢化して

いるのが新しい傾向である」と指摘されるように（松尾 2005: 116）、同じドイツであっても、世代によって日本語学習者の関心に差が見られる。世代によって興味の対象や情報を得る媒体が異なるというように、日常の生活態度の相違が日本語学習の動機にも関係することが推測される。

IV章で紹介したヨーロッパ言語ポートフォリオ（ELP：European Language Portfolio）は、このように複雑化する学習者の現状を把握する手立てとしても活用できるのではないだろうか。ELPは、言語パスポート、言語バイオグラフィー、資料集の3部から構成されるが、中でも言語バイオグラフィーでは、言語能力の熟達度だけでなく、言語学習履歴、異言語・異文化体験、言語の学習計画もあわせて記録する仕組みになっている。たとえば、「日本語能力³は（自己評価で）どのくらいか」という情報に加え、「日本語をこれまでどこで、どのくらいのペースで、どのくらい学んできたか」、「これまでどのような、日本語・日本文化との接触があったか」、「日本語学習の動機は何か」、「学習目標は何か」、といった内容が学習者の自己管理の下、ポートフォリオに収められることになる。学習者が自ら記録するポートフォリオを媒介に、学習者と教師が対話することで、学習者のニーズをよりの確に把握できるのではないだろうか。そして、各教育現場は、ポートフォリオを媒介にして把握できた学習者のニーズにもとづいてカリキュラムを改訂し、実践現場の see-plan-do-see のサイクルを回すことにもつながるのではないかと考える。

4.3 事業展開のための調査の重要性

基金として日本語事業を展開する際には、まず学習者の学習動機や日本語・日本文化体験、日本語の学習計画といった情報を把握した上で、それぞれの受講生のニーズに即した講座を提供していくことが求められる。たとえば、テレビゲームやアニメ・マンガの影響と日本語学習については、受講生の世代や社会的・歴史的な文脈によって傾向が異なることが予想される。日本のポップカルチャーが海外に広まることで、日本語が身近なものとなり、日本語学習者が増えることは、真鍋（2007）の言葉を借りると「意図せざる結果」であるが、このような『意図せざる結果』ということにまで射程を広げ、その実証的研究をおして、その実像を明らかにすることが、基金が、今後日本語事業を効果的に展開するために重要なプロセスの一部となるだろう。

一方、本報告にあるとおり、基金が所有する基礎データ、他部署が行った調査データを二次分析の対象とすることは、コストをおさえながら、多角的側面からデータを再考察し、

新たな視点に導き出すという点で、価値を見出すことができる。これは、嘉数（2006: 54）のいう日本語教育事業の「取り組みの研究」ともいえるだろう。

5. まとめ

言語学習といったときに、学習者のおかれている社会的文脈を考慮せずしてコース担当者や教師が学習目標を設定することは困難である。基金が海外で開講する講座についても、学習者のニーズをコースに反映させていくことが重要であるが、こうした学習環境のデザインは、日本語教育に限定された枠内だけではなく、広い意味での日本の文化や芸術への学習者の関心や知識、学習者の体験なども考慮して、総合的にみていく必要があると考える。日本語学習の継続動機を高め、生涯学習を支援するという意味でも、また、日本語学習や日本・日本語体験を通じて人間的な豊かさを獲得するという意味でも、日本語教育・学習を多角的な視点で捉えることが重要になるだろう。このような学習環境デザインのあり方は、基金の日本語事業を推進していく上でも必要だと考える。その際、調査デザインのノウハウを構築すること、既存データを有効的に活用し自らの実践や経験を整理すること、などが今後欠かせない取り組みと考える。

注：

- 1 Stufe は「級」の意。
- 2 ケレン受講生は、Stufe 1～5が初級レベル（『みんなの日本語』1～50課に相当）、Stufe 6～9が中上級レベル（Stufe 8が日本語能力試験2級程度）に相当するため、前者を「初級」、後者を「中上級」とした。
- 3 ELPは複言語主義にもとづき、これまで自分が関わりを持った言語すべてについて記録することが求められている。

参考文献：

- 嘉数勝美（2006）「ヨーロッパの統合と日本語教育—CEF（「ヨーロッパ言語共通参照枠組み」）をめぐって—」『日本語学』11月号、第25巻第13号、46-58、明治書院
- 国際交流基金（2007）「国際文化交流の評価手法開発研究 中間報告書：国際交流基金の韓国事業を対象とする第一次調査について」国際交流基金
- 松尾馨（2005）「Germany ドイツ」『ヨーロッパにおける日本語教育事情と Common European Framework of Reference for Languages』、107-130、ヨーロッパ日本語教師会（AJE）、国際交流基金
- 真鍋一史（2007）「社会学と日本語教育学」『日本語教育』132号、68-78、日本語教育学会
- 真鍋一史、岡本真佐子、一寸木英多良（2008）「ドイツにおける国際交流基金（Japan Foundation）の事

業評価調査の分析：『一般市民』と『ケルン日本文化会館日本語講座受講者』との比較にもとづく諸知見」『関西学院大学 社会学部紀要』第 106 号、109-160、関西学院大学