

「日本語普及は日本ブランド戦略の要」

——母国語普及に熱注ぐ中・韓両国に後れをとるな——

1、日本語を軽んじている日本の弊害

日本では目下、英語の普及が盛んにいわれている。国際交流が一段と進む中、お隣、中国、韓国、台湾、香港、シンガポール、フィリピンなど日本の周辺諸国はみんな英語をスムーズに話しているのに、日本人だけが下手だからだ。では、その逆はどうか、日本は母国語の日本語を大切にしているのか？ あるいは日本語の普及に力を入れているのか？ 正しい日本語を話しているか？ 胸に手を当ててじっと考えると、日本人くらい、母国語を軽んじている国民はいないのではないかと思われてきた。公園に行けば、花の名前は英語名のカタカナ表記になっている。立派な和名があるというのに、漢字ひらがな表記が圧倒的に少ない。言葉の乱れも甚だしく、文法も正と俗との使い分けができていない。言葉の乱れを正す年配者も識者もいなくなった。

こんなことで良いのだろうか、と考えてみたら、お隣の中国と韓国の母国語普及運動の熱の入れ方を見ていて漫然としていられなくなった。それほどに、両国は中国語、韓国語、あるいは中国文化、韓国文化の普及に熱心だ。韓国は海外でのハングル誤記表記の訂正運動までしている。それは正しい言葉の理解者が増えるほどに、必然的に友好関係が深まるからだ。将来、「母国と相手国との懸け橋となる人材が増える」からだ。長い目で見て自国のイメージ、ブランド向上にもつながるからだ。日本も遅ればせながら「留学生30万人計画」を立てて、日本語教育の大事さ、日本のために役立つ海外の人材養成の大切さに目を注ぎだしたが、隣国の注目すべき母国語普及運動に目を注いで見よう。

2、儒教創始者の名を採った「孔子学院」世界に700校

吸引力のある中国の文化広報戦略の巧みさを象徴

まず中国語の世界普及運動だが、これは、中国の友好国を増やすという列記とした中国政府の海外広報戦略と結びついている。中国語教育機関のブランド名「孔子学院」の名は最早、世界中に展開され浸透し、米国では警戒感も生まれるほどの存在感を示している。「孔子」はもちろん『論語』の教えで知られる儒教の創始者。中国の歴史上、最も有名な思想家である。その偉人の名をとつ

た「孔子学院」は儒教を教える学校ではない。中華人民共和国政府が2004年に「中国語と中国文化の普及・宣伝、他文化との共生を目指して」世界各国の大学と共同して設置、展開してきた中国語普及運動機関のブランド名だ。

「孔子学院」自体は非営利の教育機関で設立は2004年。中国政府の教育部（省）傘下の国家漢語国際推广領導小組弁公室が管轄し、北京市に本部がある。世界に701校あり、うち332校の孔子学院と369校の分校である孔子学堂が校設立されている。海外初の「孔子学院」は2004年11月、韓国ソウル市に設置された。日本は2005年、立命館大学と北京大学が連携して立命館大学に初めて設置された。

孔子学院の運営は当事国の大学が主体だが、中国に提携しているパートナー大学が無いと設置できない。また理事会の構成は日本を例にとると、理事の3分の2は日本、3分の1は中国。理事長は日本、副理事長は中国の構成となって日中連携が非常に密だ。毎年12月に孔子学院世界大会が北京で開かれ、何千人という世界中の孔子学院の幹部が北京に集い経験交流を行い、大宴会が開かれる。親中派を大幅に増やす中国の吸引力のある文化広報戦略の巧みさを実感させるイベントだ。

日本で11番目に設立された「工学院大学孔子学院」(西園寺一晃学院長)は、北京の北京航空航天大学がパートナーだが、メインの「中国語講座」は、入門コースから始まって、初級、中級、上級、早朝コース、映画コース、中国政府公認の中国語試験HSK（4級）のHSK試験対策講座、マルチメディアコース、ビジネス中国語、観光中国語と非常に多彩だ。この他に、「文化講座」として、漢詩、水墨画、二胡、書道、篆刻の各コースがある。さらに「出張講座」もある。西園寺学院長の話では、設立1年目は中国語クラスが5クラスだったのが、3年目には25クラスと5倍に増えたという。それも学生は横ばいだが、社会人が中国との取引の必要上、爆発的に増えているという。とにかくかゆいところまで手が届くような中国語・中国文化の普及・宣伝ぶりがうかがえる。

3、日本人学生の向学心、挑戦する姿勢の欠如を憂慮

——工学院大学孔子学院の西園寺学院長

ちなみに工学院大学孔子学院では毎年1回、授業計画を立てるが、工学院大学が経営費の6割を負担。原則、授業を行って赤字が出た場合は大学が責任を持ち、黒字になったら大学に還元される仕組みになっている。

ところで、世界で中国語を学んだり使ったりしている人は15億人にのぼる。中国の人口は13億4000万人。華僑が世界中で4000万人から5000

万人といわれており、それを除くと約1億人の外国人が中国語を学んだり使ったりしていることになる。西園寺学院長の話によると、中国は今、逆に日本語ブームだという。北京の航空航天大学では日本語弁論大会には1000人もの学生が押しかける。2～3週間のパートナー校交流には、応募者が何百人も押しかけ、その中から20～30人に絞って日本に派遣するそうだが、工学院大では「派遣費用の半額を援助します」と告知しても、パートナー校交流の応募者は数人しか名乗り出ない淋しさだ。中国語スピーチコンテストも年一回の実施だが、聞きに来る学生は50人前後、最近では70人と少し増えているが、「日本の若い人の向学心、海外挑戦の姿勢が年々薄くなっているのが最大の懸念材料だ」と西園寺学院長は指摘する。

4、李王朝の名君世宗の名を冠した韓国語教育機関「世宗学堂」

世界500校目指す。韓国文化院ハングル誤表記訂正運動

中国に負けず劣らず韓国語普及に熱心なのが大韓民国だ。孔子学院に匹敵する「世宗学堂」の名で、海外での韓国語普及活動を活発に行っている。中国に遅れること3年目の2007年1月11日に、韓国の文化観光部長官が「2011年までに海外で100校以上の『世宗学堂』と名付けた韓国語学校を設置する」と構想を発表している。ちなみに「世宗学堂」は、海外に張り巡らした韓国語教育機関のブランド名だ。

文化体育観光部（省）傘下の国立国語院が管轄する韓国語世界化財団が窓口だが、「世宗学堂」は政府の出先機関と大学と連携して作る2タイプがあって、世界各国の大学と連携して作る「学堂」に対しては、場合によっては韓国語世界化財団から助成金が出る。同財団は、主に韓国語講師の派遣、教材支援などを行っている。「世宗学堂」を創設したい場合は、韓国語世界化財団に申請し、認可されれば設置できる。

ちなみに韓国語講座の名前の由来となった世宗（セジョン）は、洪武30年（1397年）に生れ、景泰元年（1450年）に没した李氏朝鮮の4代目国王。韓国では1万円札に肖像が載るほど親しまれ、ハングル（訓民正音）を制定した「李氏朝鮮歴代君主の中で最も優れた王」といわれている。学問研究所として「集賢所」を設置し、若く有望な学者や官奴、外国人を登用。仏教を排斥し、儒学を採り入れ、李朝の文化と文治主義を発展させた。

世宗の政策は多岐にわたり朝鮮通宝を鑄造して貨幣経済の浸透を試み、高麗以来の税法を改定して李朝の田税制度を定めた。また、王立天文台の簡義台を設置し、渾天儀など多くの天体観測器を作成させた他、日時計と自動水時計も

制作させたことでも知られている。また世宗は、在世中の1428年、1439年、1443年と3回、日本に通信使を派遣し日本の国情を視察させている。使節に同行した申叔舟が日本社会の観察記録『東海諸国記』を書き残している。

現在「世宗学堂」は、日、英、米、ベルギー、カナダ、露、中、トルコ、カザフスタン、インド、タイなど16カ国28カ所にあるが、今年は仏、ネパール、バングラディシュ、ウズベキスタン、カンボジアの5カ国10か所に増やして21か国38カ所にするという。

一方、政府機関系は現在世界54カ所で「世宗教室」を開いている。そのうち日本は17カ所にのぼり、こちらは教育科学技術部傘下の韓国文化院などに所属している。駐日韓国文化院は「ハングル誤表記訂正運動」も展開しており、町の案内看板からコマーシャル、出版物の誤表記を正しい表記に直すよう要望するなど正しいハングル語の確立に非常に熱心だ。「学堂」と「教室」を合わせると韓国語学校は世界75カ所になる。韓国国立国語院の調べによると、「世宗学堂」などが発足した2007年からこれまでの世界での韓国語受講者は、合わせて延べ25万人にのぼるという。

韓国政府によると、今後は韓国語教室を2015年までに世界500カ所まで拡大する構想だという。駐日韓国文化院の話では、世界でこの5年間に講座数は1.5倍、韓国語の普及は5倍にそれぞれ増えたというから大変な努力だ。これとは別に、韓国語能力試験制度（1級～6級）があり、全世界で実施している。韓国企業が現地採用する際の目安に使っており「5、6級を取らないと、サムソンやLGなどの一流企業への就職は厳しい」という。大学入学でもそこまで語学力が向上すれば入学が考慮される。そのために就職、就学のツールとして「世宗学堂」で学ぶケースが多くなっているようだ。

韓国政府調べによると、世界で韓国語を話す人は南北朝鮮の人々と中国国内朝鮮族、そして南米北米への数十万の移民韓国人を合わせると7700万人（世界13位）にもなる。その規模の上に「世宗学堂」「世宗教室」があるわけで、両講座の目的とするところは「韓国語の世界への普及と韓国文化をブランド化する」韓国政府の遠大な「国家ブランド戦略」に密接につながっている。

5、英独仏スペインなど各国とも母国語と自国文化の普及に熱心

中・韓両国は、母国語を普及させることは親中派、親韓派を増やし「母国のブランド力向上にもつながる」と見ている。しかし両国を除く諸外国も早くから、自国の国際文化交流機関を設立して、母国語普及活動や自国文化の宣伝を活発に行なってきた。

例えば、ドイツはドイツを代表する作家の名を採り、1951年に非政府機関の独立公益法人「ゲーテ・インスティテュート」を設立し、ドイツ最大の国際文化交流機関に育てた。国内に16校、海外に127校を整備している他、56カ所の資料センターと50カ所以上のゲーテ・センターやドイツ文化協会を設置して、ドイツ語並びにドイツ文化の普及に努めている。2004年6月に北朝鮮の平壤市にも開設されたほどだ。国内の学校は独立採算性だが、海外は財政支援があるという。

英国は公的な国際文化交流機関「ブリティッシュ・カウンセル」を持ち、世界100カ国以上で英語教育と英語文化の普及のために活躍している。エリザベスⅡ世女王が総裁、チャールズ皇太子が副総裁を務める格式ある機関だ。

文化的関心が高いフランスでは、非営利団体「アリアンス・フランセーズ」が最も古い約120年前の1883年に創設されている。フランス語とフランス文化の普及に努めてきたが、私立の高等教育機関の性格を持ち、世界131カ国800以上のセンターを配備し35万人がフランス語を学んでいるという。母国語と自分の文化を大事にするフランスならではの歴史を誇る「アリアンセ・フランセーズ」だ。

スペインは同国を代表する作家で、小説『ドン・キホーテ』の著者セルバンテス・デ・ラ・マンチャの名前を採った国営の国際文化交流機関「セルバンテス」がスペイン語とスペイン文化の普及を担っている。本拠地派はマドリードで、世界40カ国72カ所で設立されている。日本は2007年9月に東京都千代田区にオープンした。

米国は国際文化交流機関としては、政府機関の「アメリカン・センター」を有しているが、英語、或いは米語は教えていない。世界中に英語学校があり、世界中の人々がすでに英語を話し、必要にかられて世界中で英語を学んでいるから、英語学校の特別な設置は必要ないのだ。「アメリカン・センター」そのものは、学術・文化の講演会や各種イベントなどを開催し、アメリカ文化の交流に情熱を注いでいる。同センターは、米務省の「開かれた外交」の担い手として、相手国との友好・親善・相互理解の促進に努める政府機関としての確固たる位置づけがなされている。

6、留学生30万人計画で増えた日本語学校。海外102校に拡大

日本語能力試験は海外56カ国・地域、183都市で開催

そこで、わが国の日本語普及の実体だが、留学生受入れ施策は、平成20年(2008年)7月に文部科学省、外務省、法務省など関係6省で骨子を策定

した「留学生30万人計画」に結実している。平成32年（2020年）までに留学生受け入れ30万人を目指す計画で、すでにスタートしている。昨年（2010年）6月に閣議決定された「新成長戦略」では、2020年までの目標として「質の高い外国人留学生の受け入れを30万人にする」と目標をより具体化し「わが国から海外への日本人学生らの留学・研修などの交流を30万人にする」ことにもなっている。

そこで大事なのが留学生を増やすための日本語普及活動となるのだが、海外で同事業を展開しているのが、東京新宿区四谷にある「国際交流基金」だ。同基金は外務省傘下の国際文化交流機関で、日本語普及を全世界に図るため、同基金の海外事務所及び日本語教育専門家らを派遣している大学などを拠点に、平成20年度（2008年度）までに日本語教室40拠点を整備してきた。

「留学生30万人計画」の策定により、日本語教育の拠点を増やすために平成22年度（2010年度）内に合計100拠点づくりを掲げ、こうした拠点をつなぐ「JFにほんごネットワーク（通称：さくらネットワーク）」の構築を図ってきた。ネットワークは「日本語学習者が日本留学を志す動機づけ」として期待されている。要の「日本語教育拠点」だが、平成20年度（2008年度）は31カ国・地域40都市だったが、平成22年（2010年）末には33カ国・地点、102都市にまで拡大した。

また、「日本語能力試験（1級～4級）」は、2010年で海外56カ所・1地域、183都市で行われた。年1回（12月）実施の最後となった平成20年度（2008年）の受験者数は45万人。平成21年度（2009年度）からは、中国、韓国、台湾の44カ所について年2回（12月に7月を加えた）実施に切り替えたために、平成21年度の受験者数は62万1331人へと大幅増となった。平成22年度（2010年度）は、国内も含め58カ国・地域、221都市にまで拡大し、受験者数は70万3685人にまで増えた。国内を含めない海外だけだと56カ国・地域、183都市だ。

いまやこの日本語能力試験はすっかり定着し、今では留学生の検定成績は大学入学の目安、あるいは日系企業の採用の目安となっている。

7、「明治学堂」「聖徳塾」などブランド名掲げた戦略を

日本語教師の拡充も急がれている。国際交流基金が日本語の先生や専門家を海外に派遣しているが、規模は約100人以上。今年度は日本語講座とEPA（経済連携協定）に基づく6カ月日本語学研修を現地で看護師と介護福祉士を対象に半々ずつ行う。平成23年度（2011年度）の教師派遣は160人以上に

なる予定だ。また同基金では、海外の日本語教師会でワークショップなど有効な教育活動を行っているところには適宜、助成金などを援助している。

こうした東アジア、並びに世界各国の動きを探って見ると、各国がいかにか、母国語の普及と自国の文化の普及に力を入れているかが分かる。とくに、最近の中国、韓国の躍進ぶりには学ぶべきことが多い。日本は海外の日本語学校を結ぶ「さくらネットワーク」を張っているが、ここまで日本の海外留学生向けの日本語学校では、隣国の語学学校関係者が保持しているような明確な目的・目標を掲げているのかどうか？あるいは教職員はこうした情熱に支えられて仕事の遂行に当たっているのかどうか？詳しく検証されなければならない。

日本も日本語学校については、各国と同じように国際社会で最も有名な明治天皇や聖徳太子、夏目漱石、福沢諭吉、渋沢栄一などの名前を冠して「明治学堂」「太子塾」「渋沢学院」「大和学院」など、ブランド名をつけて日本語普及運動を進めてみてはどうだろうか。

8、韓国国家ブランド委員会・韓国ブランドや国格の向上目指す

留学生は「日本と母国の懸け橋」。日本語学校の重要性自覚を

韓国は今、国家ブランド戦略を大展開している。2009年1月22日、大統領令第21283号「国家ブランド価値向上に関する規定」に基づき、李明博大統領直属の機関として「国家ブランド委員会」を創設し、韓国や韓国文化の地位やイメージ向上、国の品格を向上させるために体系的、かつ総合的に取り組んでいる。これはGDPが世界15位前後にありながら、韓国の有名人として北朝鮮の「金正日」の名があげられるなど、国際的認知度が低いことを痛憤して、韓国政府が、国の品格も含めた韓国ブランドの向上に全力で取り組むために起ち上げた強力な機関だ。

「国家ブランド委員会」は、大統領による囑託委員の他、企画財政部長官、教育科学技術部長官、外交通商部長官、法務部長官、行政安全部長官、文化体育観光部長官、放送通信委員会委員長、大統領室国家ブランド担当企画官など50名以内で構成されている。委員会の審議条項は、1、国家ブランド基本計画及び年次別実行計画の樹立・調整。2、政策及び事業の調整。3、中央行政機関別履行の点検及び推進実績の評価。4、関連予算の効率的使用及び調整。5、価値向上のための制度改善及び法令整備。6、国民の意見収斂及び参加。7、官民協力。8、海外広報、国際協力及び国際交流。9、関連基礎研究及び政策開発。10、その他関連事項——の10項目に及ぶ。

韓国政府が、国を挙げて自国のイメージ、ブランド向上に努力を傾けているかが明確に分かる取り組みだ。韓国料理の売り込み攻勢、タレントの海外進出のさいには当事国の語学も学ばせる努力、歴史テレビドラマなどソフトコンテンツの海外売り込み攻勢、ベトナムには韓国のテレビ番組のコンテンツが無料で贈られるなど実に目を見張るものがある。それは政治マターも例外ではない。近年の「竹島自国領土化」に向けた実効支配と広報宣伝攻勢、「日本海の東海への呼称変更」、など政治問題まで含めて実に多岐にわたっている。無論、韓国語教室の急拡大も「韓国ブランド、韓国語ブランドの向上」と直結している。

決断が遅く、首相が代わる度に政策がくるくる変わる日本政府、領土問題でまともな反論の一つもできない日本の政治の在り方を見慣れている者にとって「これは韓国に見習うべきだ」と思いたくなる韓国政府の素早い、しかも断固とした行動と対応だ。

日本語教育機関の育成という地道な政策だが、各国の母国語普及にかける情熱を知れば、あるいは留学生の一人ひとりが将来、「日本と母国の懸け橋となってくれる貴重な存在」だと自覚できれば、日本の地位向上、ブランド向上の上からも、「日本語教育がどれだけ、おろそかにできない大切な仕事か」ということが改めて思いかえされる。