

全球化時代台灣日語系的課題與展望

--品質提升與創新--

林長河

銘傳大學應用日語學系教授

摘要

台灣的大學日語系處全球化・少子女化時代中，面臨國際語英語的強勢發展壓力、大學過度設置、學習人數縮減，以致部分大學發生招不足學生的窘境。

日語系可依資源優劣分成六種類型，背景、體質雖不同，但品質提升與創新需求卻是一致的。品質提升在「+1」的溫和改善；創新則在「日語+ α 」產生「新結合」，跨領域創造價值。

大眾對日語系的品牌認同來自「知名度、信賴度、魅力度」，須歷經「打破現狀、普及理念、確實落實」等三個過程。檢視過去的日語系創新行為，最成功的案例是東吳大學的「重音教育」。

展望未來日語系必須重視社會與學習者之需求，做出自我定位、找出目標、開發具特色的系課程、具體實踐以達創新價值之目的。深度，應求日語溝通力的提升；廣度，在跨領域，可借助專業日語 JSP、JAP、JOP，同時可善用日本文化與知識，語言問題則有賴社會語言學的理論解決。日語系組織經營與再造，全係於教師對目標的認同能形成共識，團隊力量的整合與發揮。

關鍵詞：全球化、少子女化、日語系、品質提升、創新

受理日期：2015.03.13

通過日期：2015.10.30

The Issues and Outlook of Japanese Departments in Taiwan in the Age of Globalization: Quality Improvement and Innovation

Lin, Chang-Ho

Professor, Applied Japanese Department, Ming Chuan University

Abstract

In the age of globalization, Japanese departments in Taiwan have been under the pressure from the development of English and the phenomenon of decreasing birthrate, and thus in a difficult situation with reducing learners. Some departments cannot even enroll enough students.

There are six types of Japanese departments. Although their characteristics are different, they all need quality enhancement and innovation. In the aspect of quality enhancement, mild improvements can be made in comprehensible input ($i+1$). In the aspect of innovation, values can be created across different fields ($J+\alpha$).

The brand attraction of a Japanese department comes from its “reputation, reliability, and charm”. The three processes are inevitable: “changing the current situation, disseminate ideals, and implementation”. In the past, in making innovation, the most successful case is Soochow University with its “Accent Education”. In the future, Japanese departments must focus on learners’ needs and departments’ self-positioning, in order to innovate departments’ value. The future direction is to improve students’ Japanese communication ability and help them to use their knowledge regarding the Japanese culture. In different areas, Japanese for Specific Purposes can be helpful. Language related issues still need guidance based on sociolinguistic theories. A Japanese department’s organizational management and re-engineering relies on its teachers reaching common consensuses and its team members integrating their strengths.

Key words: globalization, decreasing birthrate, Japanese department, quality enhancement, innovation

グローバル化時代における台湾日本語学科の課題と展望 — 質の向上とイノベーションをめぐる —

林長河

銘傳大学応用日本語学科教授

要旨

台湾の日本語学科は、グローバル化、少子化の時代に置かれ、英語教育の市場拡大と大学の設置過剰といった影響を受け、一部の大学日本語学科が定員割れ、生き残りの戦いに直面している。

日本語学科は大別して6つのタイプがある。背景、体質は異なるが、質の向上とイノベーションが求められている点は一致している。質のアップは「 $i+1$ 」、イノベーションは「日本語 $+\alpha$ 」により、「新結合」をもたらし、価値創造を実現することができる。

日本語学科のブランド力は「知名度、信頼度、魅力度」から来ているが、その成立には「打破、普及、定着」の三過程がある。過去において、最も学科のブランド化を成功に導いたイノベーションの例は、東呉のアクセント教育である。

展望として、学習者ニーズを重視し、学科の位置づけを行い、目標を見つけ出し、コースデザイン、JAP、JOPの研究・実践を通じて目標を達成すべきである。教育上、深さはコミュニケーション能力のアップ、広さは第2専攻の融合の試み、日本文化や知識の運用が努力すべき方向だと考える。JSP、社会言語学は、学術、キャリア形成、言語問題等を研究するツールとして活かせる。日本語学科という組織の営みは、目標へのコンセンサスを得ることとチームワークの発揮ができるか否かが、明暗を分ける鍵となる。

キーワード：グローバル化、少子化、日本語学科、質の向上、
イノベーション

グローバル化時代における台湾日本語学科の課題と展望 — 質の向上とイノベーションをめぐる —

林長河

銘傳大学応用日本語学科教授

1、はじめに

グローバル化時代は、如何なる領域においても、勝ち組と負け組が生まれることが特徴である。企業界にとっては、勝ち組の商品は、皆熱狂し我先にと買う一方で、負け組は取って代われ、忘れ去られ、淘汰されて市場から去る。アップル社 (Apple Inc.) のスマートフォン、タブレット端末が全世界を席捲しているのは、衆知の通りである。またメルセデス・ベンツ、BMW の高級車、LV、エルメスの高級バッグ、ダイソン (Dyson) の掃除機など、これらのブランド商品は、売り価格が一般商品の数倍であるにもかかわらず、売れ行きは依然として好調である。勝ち組の商品は、購入者のステータスと地位を際立たせるものであり、歓迎の度合いたるや一般人の想像を超える。その一方で、コダックフィルムは、まだ人々の記憶にあるだろうか。写真撮影でフィルムを使った昔には、フィルムと言えば、コダックだといった繁盛時代があったが、コダックは過去の栄光に甘んじていたため、デジタル化時代に入り、新しい潮流の変化を感じ取れずに衰退の道を歩まざるを得なかったのである。目を疑うような経済界の実例は実に枚挙に遑がない。

高等教育をマーケットとして例えるならば、それぞれの大学・学科にとって、グローバル化時代の特徴により、生まれた潮流を対岸の火事と見ては済まされず、むしろ警戒すべきではなかろうか。台湾の高等教育における日本語学習者数が史上初めて下がっていることが、国際交流基金 2012 年の調査¹により、明らかになった。高等

¹ 国際交流基金 (2013) P32-33.

教育のマーケットでは、日本語学科も「商品」の一つに当たり、学科という立場に立ち、組織の視点を以って、現況の己を知り、策略を打ち出さなければならない時期が訪れているのではないか。

台湾の北部にある日本語教師を主な会員とする台湾日本語文学会、台湾日本語教育学会の二大会では²、2010年からそれぞれグローバル化時代に関係する課題をテーマに取り上げ、シンポジウムを開催している。前者は、2010年に「国際化における日本語学及び日本文学研究」、2011年に「グローバル時代の日本語文研究の展望」、2年間続けて「国際化」「グローバル化」のテーマを、後者は、2014年に「台湾日本語教育におけるイノベーションの探求」と「イノベーション」の議題を用いた。両方とも時代の変遷を捉え、前向きで意味深長なテーマであった。グローバル化時代において、対策を講じるようにと言わんばかりの呼びかけであった。残念ながら会員が発表した論文は、従来の研究領域の内容に止まり、大会のテーマに応えるような発表は、欠けていた。

台湾における日本語教育の問題は、現場から見れば、深刻になりつつある。地理的な利に恵まれていない南部の日本語学科は、定員割れが著しくなり、悲鳴を上げている。韓国の日本語教育の方も「大きい衝撃に直面している」と崔（2014）は述べている。

そこで、本稿は、グローバル化時代に、高等教育市場に置かれる日本語学科という「市場の商品」について、質の向上とイノベーションの観点から、呼び水として、学会の呼びかけに応えると共に、直面している課題を指摘し、革新的な例を振り返りながら、見通しへの提言をし、改善の参考として役立つことを目的とする。

2、台湾日本語学科の現状と課題

² 台湾の南部に「台湾応用日語教育学会」がある。

2.1 少子化と経済不振の背景

台湾の高等教育³は今や嵐の前の静けさと言った状況にある。内政部の統計⁴では、18歳人口は2015年に32.3万人、2016年に26.7万、2020年に21.9万、2028年に16.9万と、減少の一途を辿ることが明らかになった。大学が「廃校」⁵になる悪夢も決して杞憂に止まらない。企業の方は人件費が安く、土地を簡単に取得でき、コストダウン等の理由で、生産基地を中国に移す戦略をとったため、雇用が減少している。更に台湾の経済は長期間不振が続いているので、新規雇用が減少する傾向に拍車が掛かった。グローバル化時代において、日本経済も戦後以来の活気が弱まり、かげりを見せている。このような背景の下では、日本語学科も影響を受けることを免れない。

2.2 日本語学科のかげり

2.2.1 日本語学習者数の減少

台湾における日本語教育は、2012年度の国際交流基金の調査によると、史上初の学習者減少を経験し、後退局面を迎えている。日本語学科は軽微な場合には英語学科との統合縮小、深刻な場合には学科自体が跡形もなく消え去り「母校」が蒸発してしまうという現実直面している⁶。関連学科が次々に統合・消失することで、博士号を取得した若手研究者の就職が困難になる。更に市場が縮小したせいで、再就職先を求めて彷徨う教師も出る。教師問題の深刻さは次第に顕在化している。

韓国では、世界一の日本語学習者数を長年維持してきたが、2012年の調査では学習者数が12.8%減少し、1位から3位に転落した⁷。

³ 本稿では高等教育とは絶対多数の4年制大学を主として議論する。

⁴ 内政部戸政司『内政部戸政司統計年報』「1974-2011年人口年齢分配」

⁵ 2014年2月に「高鳳數位技術学院」が廃校と教育部に申し込んだ。(2014年2月14日、自由時報) 同月に「永達技術学院」も幕を閉じた

⁶ 景文は少子化のため、規模を縮小させ、英語と日本語の二学科を外国語学科に合併した。経営不振のため、理事会が更迭し、「致遠」は「首府」に、「稻江」は「康寧」、「興国」は「中信金融」にそれぞれ校名が変更された。

⁷ 国際交流基金(2013) P29による。

崔（2014）では、韓国の日本語学習者は、経済や政治などの原因で、中国語の学習に切り替えていると述べている⁸。台湾では、日本語学習者数が減少しているのは、主に英語教育の方に移っているからで、第2外国語としての日本語の単位を省いて、英語を強化する傾向が顕著である。国際語⁹である英語は、揺ぎ無い国際化の言語になりつつある。

2.2.2 英語からの脅威

英語の脅威は全面的である。第2外国語の他、講義英語化の潮流がある。2000年に銘傳大学（以下、大学名は略称）は授業の全講義英語化という国際学部を開設し留学生を誘致し成果を得た。続いて2010年に MSCHE (Middle States Council for Higher Education) により、アメリカ大学連盟の認定（Accreditation）大学となった。

講義英語化は一箇所の校内に留まらず、徐々に学校間の規模に発展している。全講義英語という課程はすでに目新しくはない。2012年5月からは台湾中部の逢甲、東海、静宜などの大学十数校が結束して、一般教養の全講義英語化を実施した。これが相互協力により国内外の学生に入学を促す魅力になればと希望する。また多くの大学では、英語で書いた論文が、SCI、SSCI の紀要に載せられたら、教師に高額の研究奨励金を与えるような制度を実施している。英語に有利な材料は、枚挙の遑がない。

更に、泣き面に蜂のように、中国と韓国が台頭して世界経済市場で日増しに重要な地位を占めるようになった。中国語と韓国語も、日本語教育に影響を与え、鎬を削るような体勢になっている。

2.2.3 組織としての危機意識の有無

台湾の日本語学科には、未曾有な危機が訪れ、様々な現象によって警鐘が鳴らされている。危機がチャンスにもなるという道理はよ

⁸崔光準（2014）「韓国の日本語教育の実態と展望」。

⁹「Lingua Franca」と「International Language」の両方を含める意味である。

く知られている。問題は危機を敏感にとらえるのが容易ではないことである。

パナソニック社の社長を務めた山下俊彦氏は、「順調な時に危機感を持つことは難しい。しかし、危機の時に危機感を持つことはそう難しいことではない。一番困るのは危機でありながら安易感を持つことである¹⁰」と語っている。凶星をさした言葉である。危機意識さえなければ、それが最も危険な状態となるのは当然である。危機の存在に備えを怠らなければ、転機への機会が生まれる。台湾の日本語学科では、この危機はどの程度に認識されているのであろうか。

2.3 台湾日本語教育の特徴

高等教育の日本語教育における特徴は、整理すれば、以下のよう
に幾つかの点がある。(1) 学習者数では高等教育の該当者が多数を
占めている（国際交流基金 2012 年度の調査では、約 107,235 人
/45.9%）、(2) 日本語学科の大多数が私立校に創立されている(43
校：36 校/84%)、(3) 日本語学科に入学した学生は日本サブカルチ
ャーの受容性が高く、漫画、アニメ、ゲームソフト、ポップスへの
関心が高く、これが日本語学習の主要素の一つとなっている、(4)
観光業、IT の科学技術産業、商業、サービス業では日本語人材のニ
ーズが高い、それに就職する卒業生が比較的多い、(5) 台湾の日本語
教育では、指導者が日本語学科に集結し、教師は、日本文学、日本
語学、日本語教育の 3 つのうちのいずれかを専門とする者が大多
数を占めている、といった点がある。以上の特徴をおさえれば、現
状がより明白になるであろう。以下、日本語学科という組織に焦点
を当て、資源と条件により、タイプの分析を試みる。

2.4 日本語学科それぞれのタイプ

一言で日本語学科¹¹と言っても、実際は、すでに大きな違いが存

¹⁰佐久間・立石（2009）p.141

¹¹ 日本語文学科、応用日本語学科の学科名を問わずに略称する。

在している。それについて述べる。

2.4.1 すでに差異が存在する日本語学科

台湾の日本語学科は多種多様であり、幾つかのタイプに分けられる。国立、私立があり、日本語文学科、応用日本語（学）科があり、総合大学、4 年制技術大学がある。設立期間にも長短の差がある。組織が所属する母体のスケール、大学の発展史、大学の経営者、目指す目標、学科の教師陣などは異なっており、一視同仁にはできず、存在する圧力と脅威も一致していない。台湾の高等教育市場において、日本語学科は凡そ次の 6 つのタイプに大別できる。

2.4.2 日本語学科のタイプ

(1) ブランド力を持つ国立校：名望のある国立大学に設立された日本語学科である。平たく言えば、「ブランド力」を持つ大学である。井原（2015）は、マーケティング的な考察により、ブランド力とは、ブランドの持つ影響力と支配力のことで、一般にブランド力が強くなると、ブランド・ロイヤルティが高まると述べている。ブランド・ロイヤルティ (brand loyalty) とは、「商標忠誠度」と訳され、顧客がそのブランドを支持して、繰り返して同じブランドを買い続ける忠誠度のことをいう。ブランド力は三つの機能と関わりがある。識別機能は知名度、品質保証機能は信頼度、意味づけ機能は魅力度、それぞれ関係があると指摘している¹²。台湾大、政治大などがその例である。優れた伝統があり、入学希望者が多く、名声が響きわたり、キャンパスが美しく、交通が便利で、立地条件も良い。カリキュラムには、日本語学と日本文学に重きが置かれている。

(2) 一般の国立校：新しく創立された国立大学の日本語学科である。学校の新と旧がさまざまだが、設立史は浅い学科が多い。高雄第一科技大、高雄大、台中科技大、屏東大、高雄餐旅大などが例である。

¹² 井原（2015） pp. 226－227 による。

新しく創立された大学では、学科名としては応用日本語学科が大半を占める。総合大学系統の高雄大(東亜語文学科：日・韓・越3組)を除いて、その他はすべて職業学校卒¹³の高校生を募集対象とする4年制技術大学である。キャンパス所在地は台中大を除けば、台湾の南部に集中している。高雄餐旅大は観光業を主にする学科の位置づけが最も明確で、台中大は商業をメインとしている。

(3) 伝統の4校：歴史の長い私立大学に設立された伝統の日本語学科で、文化、淡江、輔仁、東呉の4校である。学科設立(1963-1972)の年数から計算すれば少なくとも40年以上の歳月を経ている。輔仁は文学で知られ、東呉は日本語教師の育成で名を馳せている。日本語学科の「老舗」としての価値は否めないものである。

(4) タイプ1の新設校：歴史のある私立大学に設立された新興日本語学科であり、東海大、静宜大が例である。東海と静宜は、(3)と同じ歴史を持つ伝統的な大学で、両方とも「日本語文学系」という学科名を採用したが、東海は言語と文化の関係を打ち出そうという意欲があり、2012年に「日本語言文化学系」と改名した。静宜では多様化したカリキュラムが作られている。

(5) タイプ2の新設校：前身は専門学校で、大学への昇格により、1996年から設立された新興日本語学科である。銘傳、世新、真理、文藻、呉鳳、実践大である。最初の「応用日語学系」が設けられたのは銘傳である。その後次々と「応用」系統の日本語学科が創立された。但し世新は「日本語文学系」を用いるが、ビジネスと観光業の職種を配慮したカリキュラムがデザインされている。

(6) タイプ3の新設校：新設の大学には、育達、開南、首府(致遠)、真理(麻豆キャンパス)、康寧(興国¹⁴)などの学校がある。新しい大学は真理を除いて、全て「応用日語(学)系」を学科名とし、(5)

¹³ 中学を出て3年間勉強する。中には日本語を専攻した生徒が多くいる。

¹⁴ 2015年から「中信金融管理学院」に改名した。応用日本語学科が廃止された。

と同じくビジネスと観光従事者の育成を主軸としている学科が多い。

2.4.3 各タイプのそれぞれの事情

以上のように、日本語学科と言っても、日本語を教えていることが同じだけで、多くの面では、非常に異なっている。大学は「学術の殿堂」と呼ばれるが、それは壁となり人の目を遮るのが事実である。つまり内部の事情は容易に分かるものではない。例えば、公立校には学費と雑費が私立校の半額だけで、設備面では、国の出資や補助があるから、私立校より完備していると思われやすい。特に国立大学の看板は、何とは無しに国が保証し、経費も国庫負担で、一般人には設備良し、立地良し、そして学費が安いというイメージがある。ともかく限られたマスコミの情報やステレオタイプの判断により、大学の良し悪しを云々する場合が多いであろう。ここでは、設置背景と条件を押し図ってみよう。

タイプ（1）のブランド校は、学生も一流、経費も潤沢である。ただし、名門校は国や社会から関心と期待を向けられる。教師も学生も比類のない結果を出すよう社会の強い期待を受け、自然と無言の圧力を数多く背負い込むことになると思われる。ブランド校は目標をどこに置けば世間の期待に応えられるだろうか、研究の業績はどのくらいが相応しいだろうか、恐らく苦慮していることであろう。

相対的に見てタイプ（2）の一般国立校は、学費と社会的イメージで優位性があるものの、ブランド校のように比類のない結果を出すような圧力がかかることもない故、学科によって上昇志向の熱気があるか否かで、教育成果に大きな影響が出るであろう。

一方、タイプ（3）伝統の4校は、歴史が古く経験を積んできたので、生き延びることは差し当たり問題はないであろう。なぜなら、大学が「狭き門」であった時代に創立され、すでに優秀な卒業生（以下 OB）を無数に輩出しており、学科の知名度があるからである。業

界に多く進出している OB の力を貸してもらえば、限りなく強い力になる。学校の所在地は、全て台湾北部にあり立地に恵まれ、そして学校運営での実績でも一定の基礎があり、企業界での良好な評判なども有利な長所となる要素である。しかし、伝統に拘りすぎると、変化に弱く、時代に対応できない体質になりやすい懸念がある。

新設校において、タイプ（4）の両校は、学科を運営する経験が浅く、OB も前者ほど多くなければ、社会キャリアもまだ浅いことで損をしている。専門学校からの学制改革で創立した新設校タイプ（5）の学科も似通った所がある。特色を打ち出すまでには、大学からの十分な支援と学科の努力が必要とされる。タイプ（6）は、比較的不利な立場に立たされている。新校舎とハード面での設備は引けを取らないかもしれないが、大学の評判、立地は相対的に不利であり、教師陣の顔ぶれを見ても高学歴で専門面でも遜色はないようであるが、学科では新参加者が多数を占めており、学科運営の困難度も相対的に高くなると予想する。学科廃止の途に付いている大学もある。

3、質の向上とイノベーション

3.1 「点」の質の向上

日本語学科には大きな相違があるにもかかわらず、改善と言え、どの大学の日本語学科でも同じく品質の向上を図る課題に直面している。質の向上は、個としての「点」と組織の「面」がある。点では、各コースを持つ教師が目標を目指し、自ら質をアップすることである。日本語教授法には、ナチュラル・アプローチ（The Nature Approach）が提起する「 $i+1$ （Comprehensible Input）」¹⁵のような教授法がある。今持つ程度よりどのように「 $+1$ 」を向上させるかといった温和な教育理念である。すべての教師が確実に学科の目標に

¹⁵ 川口義一（1996）「ナチュラル・アプローチ」p.133

照準して、「+1」の教育実践をすれば、個のレベルアップができるようになる。

3.2「面」の質の向上：コース・デザインの役割

面では、改善の方法として、イノベーションに負う所が大である。ましてや教育には完璧はありえず、そのため、学科の位置づけが大事である。位置づけについては後述する。それに基づいて目標の再確認をし、学科の横と縦の繋がりを講じ、一丸となる組織の結束力が前提条件となろう。学科の運営はこのようなコンセンサスとチームワークが有るかどうかにより、結果に大きく影響を与えている。

学習者のためにオーダーメイドでコースを設計するのが、最も理想的なやり方で、コースデザイン (Course Design) は重要である。林 (2007a) によれば、コースデザインには、大と小がある。大はマクロのコースデザイン、小はミクロのコースデザインである。大は学科の、小は教師の持つコースデザインである、小は分かりやすいため、近年「授業デザイン」¹⁶という用語を使用する傾向がある。

学科の体質と条件が異なり、学習者、学習目的も多様化しているので、全体の特徴に合わせ、目標を再考し、カリキュラムをデザインする必要がある。最初のステップは学科の合理的な位置づけである。学科の方向性、育成したい人材の種類について、位置づけを通じて方向性を見出し、更に差異化を具体化して、特色を出す。

但し、位置づけは独善的な好みで下すのではなく、学科が過去と現在に持ち合わせた強み (Strength) と弱み (Weakness) を分析し、将来存在する機会 (Opportunity) と脅威 (Threat)¹⁷を厳密に見極める分析を欠かしてはいけない。その位置づけをはっきりさせることで目標が自然と明確になる。明確な目標に基づいたカリキュラムがより適切で、効果的に実施できるようになろう。

¹⁶ 詳しくは呂 (2013) を参照されたい。

¹⁷ SWOT 分析というが、己を知る有効な分析である。

各コース目標の達成方法は、当然学科の教師が考えるべきである。教師の専門性と経験が合致しているかが重要な鍵となる。適任な教師は、教育内容(シラバス)と教授法、評価方法を適切に采配する。身丈によって、似合う服を拵えることが、コースデザインの役割である。

4 年間手塩に掛けてきた学科の「商品」が世に出て、社会の受けがよいかどうかといった評価は、卒業後の追跡調査作業を待たされる。卒業生の職場での働き具合を検討して、今後のためのコースの改善作業をしていく必要がある。

コースデザインでの「デザイン」は、「設計、計画」のみに止まると誤解されやすいが、正確なプロセスは、PDCA の管理サイクルと合致している。PDCA は (Plan) 計画、(Do) 実施、(Check) 確認・測定、Action (対策・処置) という頭文字で、日本において第二次世界大戦後、品質管理に貢献したデミングらが提唱したシステムである¹⁸。コースデザインは実施、確認、対策のステップも含めている。計画は言うまでもなく「イノベーション」のコンセプトを以て、行うのがベストである。

3.3 「イノベーション」の定義と働き

「イノベーション (innovation)」の意味を定義しよう。一般的には、既存のモデルに対して新たなやり方を提起し、その新たなやり方により、古いモデルを改善することをイノベーションと呼ぶ。井原 (2015) は、社会学的な観点に立ち、「イノベーションとは、既存の体系に存在しない新しい解決法が浸透していく過程である。この過程を通じて、技術、製品、ライフスタイル、制度、文化などが創造され受容されていくことになる」¹⁹としている。本稿では井原 (2015) の定義に従う。

¹⁸ 木下 (2014) P. 39

¹⁹ 井原 (2015) P. 239 による。

それと似通った単語に「創意」がある。『新明解国語辞典』²⁰では「独創的な考え、新工夫」と説明している。創意とは今まで起こらなかった全く新しい考え方に当たり、オリジナリティーを持ち、英語の (creation) と似たような意味がある。日本語学科を例にすれば、1963年に台湾で最初の日本語学科を設立した時、「創意がある」と言えよう。これに対して、最初の応用日本語学科を設立した時には、すでにモデルがあるので、このようなモデルに対して異なった新たなやり方を提起する。そのため、この時に、「イノベーションをめざす学科」であるというように考える。

イノベーションは経済学者ヨーゼフ・シュンペーター (Joseph A. Schumpeter 1883-1950) の理論の中心概念である。著書『経済発展の理論』では「新結合」と呼んでいる。「体系の均衡点を動かすもの」といい、その「均衡点の移動」にこそ、イノベーションの本質である²¹。従来の方式から脱皮して新たな方式を導入することである。

応用日本語学科を例にして、「日本語 + α 」で例えるなら、従来の「 α 」の意味は、学術のための文学、語学であるのに対し、新結合の「 α 」は、キャリア形成のための内容である。「均衡点の移動」を行い、移動の決行は、新目標に基づく価値判断の結果である。

日本語文学科も自分なりの「旧と新」が存在しているはずである。某中文学科では、中国の文学古典である『紅樓夢』の研究を従来の方法と違って、『紅樓夢』で紹介された料理を焦点に研究を行った。その成果を料理として再現し、「紅樓夢料理」²²を具体化した。研究は実務との結合で、一石二鳥である。従来の方向と一線を引いて、新たな価値体系を見つけ出したことは、シュンペーターが提唱した「創造的破壊」であり、新結合を試みた例である。

²⁰ 金田一京助等編 (1998)、第五版 p. 797 三省堂

²¹ 同注 19。

²² 游秀雲 (2011) 『紅樓養生食譜』銘傳大學應用中國文學系出版

応用日本語学科の誕生は、価値選択の結果であった。方向として、企業のニーズに応じる専門分野を融合して価値創造の「+α」が達成できれば、という思惑が込められている。こうして内容改善に向かい、付加価値を高めるようにするやり方がイノベーションである。

さらに、イノベーションには、「打破、普及、定着」の三つの過程がある。「打破と普及」の過程は、ブームのように一時的な流行に終わる可能性があるが、「定着」の過程は難しく、最も見過ごされやすいと井原氏が指摘している²³。確かに、学科名とカリキュラムが変われば、「打破」の過程が完成したかもしれない。但し、教育内容（シラバス）、教授法、評価法の良質変化がなければ、意味が生じない。「普及と定着」の段階は教師と密接な関係があり、適所適材の教師がいるか否かにかかっている。「イノベーション」の要は、組織に属した教師全員にある。

話は抽象的かもしれないが、ここでは、かつて日本語教育界で無意識にイノベーションらしい教育を行った痕跡が存在している。その事例を挙げてみる。

4、過去の「イノベーション」の実例

以下、台湾の日本語学科において「イノベーション」を目指した事例を振り返ってみよう。「完成」の例は2つ、定着まで至っていない「未完成」のものを1つ挙げて紹介する。

4.1 東呉「アクセント教育」の実例

極めて斬新的で強烈な革新事例は、東呉大学の蔡茂豊教授による「発音教育」にほかならない。当時アクセントの存在さえ認識されていなかったゆえ、教師が自己流の台湾式アクセント²⁴で当たったのが多い。1972年に東呉は学科設立当初から日本語教師が不足して

²³ 井原（2015）pp. 239-240.

²⁴ 語彙の後ろから二番目の拍に下がる傾向である。メガネ①はメガネ②になる。

いるという問題に気付き、教師養成を目標とし、日本語教育では発音、とりわけアクセントの重要性を強調し、アクセント教育の戦略を掲げた。それにより差異化という効果を生み出し、瞬く間に新規学科である東呉の特色と知名度を高めた。

実は当時交流協会の派遣専門家として原土洋教授²⁵が日本から台湾に赴任し、4校の間で発音教育に奔走した。原土教授の論著の中に、戦後台湾の日本語教育 1970 年代という箇所がある。自分の役割を次のように書いている。交流協会に特に依頼された指導分野は、音声教育であった。日本語教師の間に専門的学識(音声教育を指す)の必要なことを痛感せしめると言い、特にアクセント教育が特に力が入れられた²⁶と述べている。筆者も原土教授に発音教育を教わった学生(1974 年 2 月から 6 月までの一学期)の一人であった。それゆえ、アクセント教育の重要性を唱える専門家は、当時蔡氏だけであるとは言いがたい。但し、結果的には組織の働きとコンセンサスが物を言わせ、明暗を分けた。

原土氏は担当科目が 1 つのみで、学習面での強制性にも欠けていたのに対して、東呉の方は、学科挙げて貫かれていた。まして、他校の日本語教師は、アクセント教育を理解する者がまれで、専門的なハードルもあり、導入や模倣をしたくても、かなり困難であった。

蔡氏は 2012 年に退官記念講演会で「東呉が成功した要素は 3 つあり、第 1 のポイントとしてアクセント教育であった」とそれを述懐している²⁷。アクセント教育は、当時希少性があり、付加価値が高く、簡単に模倣できないような良さが兼備したので、時代の要請に応えたイノベーションの手本となり、もってこい成功例であった。

4.2 輔仁「文学」教育の実例

²⁵原土(2015)によると 1972 年 11 月に財団法人交流協会に赴任したという。
p. 261

²⁶ 前掲書の p. 93。

²⁷第 2 の要素は構文で、第 3 は交流協会の奨学金と言った。蔡(2012) p. 3。

輔仁大学の革新は「文学」教育にあった。輔仁は、文学部にあるべき文学を主軸として堅持し、カリキュラムでは、文学科目を広く、深くに編み入れ、日本文学の人材育成を掲げた。戦略的には文学の課程を専攻内容とし、古典文学、近世文学などの課程を多めに開設して、文学教育を推し進めることで、輔仁の「日本文学」教育を強調した。これも目標を明確とされ、大学が追い求める学術研究の目標と当時の時代背景にかみ合っていた。差異化のある位置づけと目標を持っていたため、輔仁の日本語学科で著名な文学研究者が多く育てられた。組織の特色をイメージアップした成功例である。

4.3「未完成」の実例：銘伝応日系のコースデザイン

反省材料として「未完成」の例を1つ挙げよう。銘伝応日系の例である。学科名も従来「日本語文学科」と異なり、「応用日本語学科」の学科名とカリキュラムで船出した。「日本語＋ α 」の理念により、就職を目指す学科目標を掲げた。

3年生に上がったとき、カリキュラムを組み分けして「ビジネスパーソン養成」と「日本語教師養成」の2コースに分ける方法を導入した。しかし、10年ほどの実験の後、強制的な組み分けが打ち切られた。教師間のコンセンサスが得られなかったのが原因であった。その代わりに2007年から開放的なカリキュラムに修正した。二代目のカリキュラムでは他学科で履修した単位を卒業単位として認定することにし、また、「ビジネス、観光ガイド、日英両言語、(日本人を対象とした)中国語教師」など、4つの人材養成コースを「学分学程」²⁸として導入するなど、第2専攻を奨励するシステムの試みが行われ、現在に至っている。

確かに学科名称とカリキュラム、空間と施設²⁹などではシューペ

²⁸ 約20から30までの単位数で他学科の専門科目を6単位以上履修する規定がある。英語学科、中国語学科、経済学科、観光学科などが協力学科である。

²⁹ 日本文化教室と日本商業文化教室などの設備が設けられえている。

ーターの「創造的破壊」が行われた。しかし、イノベーションの 3 つの過程では、「打破と普及」は目標の通り、軌道に乗ってきたにもかかわらず、まだ「定着」には至っていない。成果の判断は卒業者や雇用企業の追跡調査が必要とされ、暫くお預けになると言わねばならない。

このように 2 つの成功例と 1 つの未完成の実験例を挙げた。その他の学科にも当然知られざる成功したイノベーション活動があったはずであるが、紙幅の関係もあれば、筆者は見識が浅いということで、全体の把握はできなかった。更に資料を集め、調査を続けねばならない。

実例から得られた教訓は次のようにまとめることができる。(1) 教師全員が鍵である。目標を明確にした位置づけこそが、方向性を鮮明にする。(2) 良きリーダーがいること。東呉は蔡氏のようなリーダーがいて、学科長としての専門性と実行力により、資源を注ぎ、適切な方向性を定め、活動力のある集団をゴールに引き入れることに成功した。(3) イノベーションは「天時(タイミング)」が必要である。タイミングがかみ合わないとも効果が現れにくい。例えば、アクセント教育がすでに普及している今日、これをアピールしても、中間言語の示唆、社会言語学による方言³⁰の重要性の見直しなどが確実となった現在では、新構想を出さなければ、昔ほど意義はない。

(4) 学習者ニーズを重視すること。常に学習者のニーズと問題を重要視していれば、要所を抑えられると同時に、ユニークな発想が生まれやすい。学習者の苦悩が最もはっきり分かる人は、現場にいる教師である。学習者のニーズと問題を出発点とした試みは、有意義な第一歩になる。

4.5 イノベーションを求める際、注意すべき落とし穴

³⁰吉岡(2011)は、方言はコミュニケーションにおいて親近感を持たせポライトネス理論のポジティブフェースに有益であるとしている。

如何なる時代の教育もその時代とともに進化せねばならない。新しさと変化を求めるのは勿論重要だが、しかし、どのような日本語学科であっても、イノベーションを追い求める時には、逸脱できない一点として日本語学科は日本語が根本だという点である。

「日本語＋ α 」は、日本語能力にアルファが加わることで、ようやく「付加価値」が発揮できることになる。仮に専門性のアルファに過度に重きを置けば、逆に日本語能力が失速し、中途半端な能力しか持てなくなると、マイナス効果になりかねない。

日本語学科が果敢に専門領域を越えてキャリア形成に役立つ「均衡点の移転」に進むことは喜ばしいことであるが、一途に専門科目を過度に拡充することは、かえって競争力がなくなるという欠点をもたらす恐れがある。

日本語学科は日本語がやはりコアコンピタンスである。中上級以上の程度になって、ようやくキャリア形成の専門性に「付加価値」の効果が現れる。本末転倒になってはならない。

5、学習者重視とイノベーションの方向性

5.1 学習者の台頭

グローバル化の時代に直面し、世間が最も関心を持つ議題が学生の行方である。特に少子化の津波が襲来している現在、大学にとっては、学生を確保できるか否かが、第一義的な生き残るための課題で、それからより質の良い学生を確保しているかどうかは、第二義的な生き延びるための課題となる。しかし、その選択権は学生が持っている。その実施に当たり、社会のロコミをはじめ、企業、保護者、親戚、友達、などの利害関係者が影響を与えるであろう。

このように、台湾の日本語教育を語る上で、教育を受ける対象である学生を疎かにすることはできない。我々の勤めている学科を選

んでくれる学生が大勢いるなら、このような学科が魅力も持っていれば、生き延びられるのである。西原（2001）は、日本語研究に影響を与えた鍵となる要素は「学習者の存在」であると語った。大学関係者の心に学習者を大事にする意識があれば、行う教育は自然と変わってくる。学習者が研究すべきキーパーソンになる時代である。

5.2 「教育」を研究する

台湾の大学は「台湾、成功、清華、交通」などの名門校の修士・博士課程が高い比率を占めており、潤沢な資源から「研究型大学」の名で呼ばれている。一方東呉、銘伝などの多くの私立校は「教育型大学」を名乗っている。「教育型大学」だと言って、教えることに徹すればよいと勘違いされやすい。「教育型大学」とは、決して「私は研究しない。教えることだけに努力する」という意味ではない。学習者の存在を意識していれば、日ごろの教育でも変革が必要とされ、変革はイノベーション活動の行為で、研究を通じて言語教育の問題を解決していく段取りである。よって、教育問題は「教える、学ぶ、支援する、育てる」といった学習者をめぐる様々な学習活動の中に潜んでいる。今まで蓄積された知見を吸収し、新たな気づき、悟りを体得していくディスカバリーが、教育を改善する効果的かつ効率的な方法である。

したがって、「研究型」と「教育型」とは内容が異なっていることが明白である。「研究型」は、アカデミック的な学術の研究を行うのに対し、いわゆる「教育型」は学習者を重視し、教育の質的な向上のために、創意工夫を凝らし、全力を尽くして教育実践の研究を行う校風こそが、「教育型大学」に相応しいと考える。

5.3 台湾の学習者における言語問題の解決

日本語学科は、言葉を身に付けることが目標だけに、言語学と深い関係がある。衆知のように、応用言語学は教授法と関係している。

一方、言語問題の解決を社会言語学の目的とすることを社会言語学の大家である柴田武氏は、提唱している³¹。社会に存在する言語問題を解決する糸口は「社会言語学」による所が大である。吉岡(2011)では、社会言語学を利用してビジネス日本語、敬語と外来語の氾濫問題、医療のコミュニケーション問題に関して、興味深い示唆が得られている³²。あらゆる言語問題を探究することが、語学学科の裾野を広げられるような望ましい方向である。

こうして、日本語学科は大学のタイプにより、研究の目的と内容に方向性の違いがあっても差し支えないが、如何にして現状の「+1」と「+ α 」の日本語教育を改善していくかが吟味される必要がある。

5.4 鍵はニーズと「定着」

改善方法の一つは、学習者の「ニーズ」から出発することである。学習者ニーズの源は、社会・企業のニーズから来ている。学科の価値は、学習者が巣立っていき就職した際、最も顕彰できる。ニーズに応えているどうかは重要な課題である。この学科に入ってよかった、悔いはないと思ってくれるのであれば、まずまず任務達成と見てよかろう。

また、イノベーションは、「打破」の段階に、新鮮味があるが、その良さを認められれば、フォロワー（追従者）が加わり、普及するようになる。それにつれて、付加価値が目減りするという現象が見られる。応用日本語学科のように、「応用日語」という名前とカリキュラムが大衆化されたとき、一時的なブームに終止符が打たれるようになる。しかし、肝要なのは、「定着」である。ブランド力の3つの過程のように、「定着」させる過程が最も困難である。

「応用日語」³³というような商品は、どのようにイノベーション

³¹ 柴田武 (1978)『社会言語学の課題』三省堂

³² それに関して吉岡 (2011) が詳しい。

³³ 中国語では、就職時に役立ち、応用できる日本語という意味である。

をして質的な改善を図り価値創造をしていくのか、有識者に首を長くして期待されているところである。「日本語文」も同様であろう。

日本語学科の役割は、教育を通じて学習者を社会に立脚させ、身を落ち着ける居場所が得られるように、準社会人の土台作りをしてあげることではないだろうか。

5.5 「JSP と JOP」の示唆

ここでは、「応用日語」の質の向上に対して「JSP (Japanese for Specific Purposes) と JOP (Japanese for Occupational Purposes)」の観点に立ち、研究を進めることを提案する。具体的に言えば、専門分野を融合するには専門日本語 (JSP) の研究が必要となる。JSP の研究は日本語学科にとっては機会であり、「応用日語」の実現に「定着」の段階へ進める理論的基礎を与えてくれるものである。

日本語教育は付加価値を高めるのに従来のカテゴリーを越える必要がある。「日本語 + α 」は質の向上の理念であり、更に実践できる方向でもある。JSP の枠組みでは、JAP (Japanese for Academic Purposes) と JOP の 2 種類に分かれる。日本語文文学科のように学術の目標を目指すなら、JAP の示唆で研究を行えばよい。目的が就職にあるなら、観光、又はビジネス、IT などといった JOP の方向へ発展していくことになる。

職場では、日本語学科卒業で最も歓迎される人材は、「複合型人材」、
「T 型人材」³⁴である。つまり日本語プラスその業界の知識と技能が備わった人材である。観光業、商業、IT 業などの仕事に携わる場合、複合型や T 型の人材であることが求められる。日本語以外の領域に対して、学生が自ら関心があれば、それを履修するか、副専攻を選択するかを選択肢がある。カリキュラムにおいて、柔軟性と可能性を持たせることが望ましい。

³⁴ 「T」は、縦の棒は日本語で、横の棒はもう一つの専門の意味である。

但し、日本語学科には日本語学、日本文学、日本語教育などを専門とする教師が大勢いる。教師陣は学習者のために新たな知識と技能を学習・研究することで自分の専門領域に(融合)溶け込ませ、「複合型」、「T型」の教師になるのが先決条件である。

日本語学科は、私立大が8割以上で、生き残りの戦いが待っている。ニーズに応える変身ができれば、選んでくれる生徒が増え、知名度、信頼度、魅力度のブランド力が次第に生まれてくると、プラスの循環になる。日本語学科は、社会・企業に役立つ人材が育てられることに貢献することが可能になる。

そもそも台湾で日本語学科を運営する本質は、生徒の幸福を創り出すことではないだろうか。日本語を使って仕事をするのであれば、大願成就である。「専門日本語教育」はそれを支援する方法論である。大坪氏(1999:2)は「専門日本語教育」の研究目的について、「現実の社会の中で、日本語を使って、ある目的を達成使用として
いる人々を支援する効果的な方法の開発」である³⁵と述べている。教員の立場から、社会や企業に役立つ人材を如何にして養成するかを検討すべきである。知識の賞味期限が一層短くなり、知識の量が拡大していく時代にあって、知識の絶えざる革新と知識の創造が必要となっている。

6、日本語学科の新たな位置づけと価値創造

6.1 新たな位置づけの意義

グローバル化時代に置かれ、たとえ大学側が生き残ったにしても、日本語学科は共に存在できる保証はない。見捨てられることもある。存亡の秋^{とき}に危機意識を持ち、常に「活路を見出す」努力を怠ってはいけない。個よりも組織全体の視野を以って、戦略に合わせて推進

³⁵ 『専門日本語教育』専門日本語教育研究会会長の刊頭言。「・」は筆者。

した方が価値が高い。どのような営みや戦略を行えば、危機から逃れることが可能かを考えるのである。

その答えは「位置づけ」である。日本語学科は体質が異なるだけに、金太郎の飴になってはいけない。サバイバルレースの中では、自分にフィットする位置づけが必要とされる。日本語学科の老舗や新店舗でも、時代に相応しい位置づけの選択を迫れている。位置づけにより、焦点を絞り集中的に発展していき組織の特色と価値を醸し出すのである。

6.2 新たな価値創造の方向

日本語学科の価値創造では、学際的な試みのようなプラス専門分野も方向の一つであると共に、日本語や日本文化そのものも、特色を鍛えだす可能性がある方向性であることを見逃してはならない。前者は、知識の広さを狙うのが他力本願なら、後者は、日本語や日本文化の深さを配慮するのが自力本願である。広さとは、「 $+\alpha$ 」のように中上級に到達し、その日本語能力をツールとして多種多様な専門知識を吸収・学習することである。深さとは、JLPTの試験にすべてを託さずに、「話す・書く」のスキル向上に更なる努力と成果が必要とされる。各スキル均衡のコミュニケーション能力の教育がポイントである。同時に、日本の優れた文化も極めて好材料のリソースである。価値創造にはボトルネックがあるかもしれないが、日本語学科のレパートリーを増やすために乗り越えなければならない。

6.3 日本語学科のレパートリー

以上のような戦略の元で、どのような戦術が施されるかを考えよう。新たなレパートリーを探るのに、愚見として以下のような幾つかの方向性が考えられる。

(1) 日本事情・台湾事情の研究と発信：日本語学科のコアコンピタンスは日本語コミュニケーション能力の育成ならば、日本事情も

射程内である。言葉と文化の理解という強みを利用して、日本文化から、政治経済、社会、環境保全まで台湾の社会に役立つ研究を行い、発信していくことである。一方、日本語コミュニケーション能力を発揮するには、自国文化である台湾事情の知識や理解もその能力のうちに入っていると認識しておかないと困る。この領域の発展が待たされる³⁶。

(2) 中学・高校生に日本文化の体験：スティーブ・ジョブズがアップル商品をプレゼンする時に、いつも同じ格好で臨んだ。日本の制服文化をヒントとして活用した発想である。このような日本文化の応用例は大いに参考に値する。たとえば、茶は中国で生まれ、日本で大いに発展し、茶道となった。日本の茶道は4百年以上の発展により、緻密な文化になり、多様化した芸術となった。着物の文化も日本の特色に溢れている。いずれも中学・高校生にとっては、魅力性をたっぷり持っている日本文化である。日本文化は茶道と着物だけという意味ではないが、ニーズを考えれば、生かすべきである。茶道と着物の文化を日本語学科の教育に導入することで人格教養面で薰陶を受ける一方、高校生に日本語学科の魅力を宣伝する結構な材料である。日本文化を発信することも可能である。

筆者の学科では、2010年から土日や夏休み、冬休みに学科の「日本文化教室」を利用して「高校生の日本文化キャンプ」を開催し続けてきた。毎年、お茶、浴衣の着付け、アニメのアフレコ、礼儀作法など、日本文化の体験と学習が主である。いつも人気が高く、全く日本語が話せない生徒でも日本文化を楽しむことができる。高校も国際化が進められ、毎年日本の姉妹校を訪れるようになっている。出発の前に、言葉とマナーを特訓してほしいという依頼が今も続いている。ちなみに、昨今中学や小学校の日本文化キャンプの依頼も

³⁶ 林(2014)を参照されたい。

増えつつある。ついでに、社会人のためにビジネスマナー³⁷を身に付けるトレーニングも可能である。これが日本語学科にとって、危機の中に見えてきたチャンスの1つではないか。

(3) 日本に関する知識の活用：かつて筆者は台湾の高等教育に関する討論会に呼ばれたことがある。日本の高等教育の事情に関して、大学の競争力の向上、危機の対策などの取り組みの具体例を提供してくれと求められた。日本の大学が繁盛時に地方に設置された分校の拡張を見送り、都市の交通が便利な場所に校舎を増築する傾向があること、将来性が見込めない学科を福祉介護の学科に切り替えること、大学のリタイヤ(退場)制度などの事例を提供したら、有意義な参考資料と評価された。日本研究や日本事情を発信する可能性を示唆した事例である。価値創造においては、従来考えたことのない取り組みが日本、日本語、日本文化を大いに利用すれば新たなイノベーションの方向性が生まれてくる。

7、結び（展望）

グローバル化時代では、モノが「M」字のような二極化になりやすく、「繁盛か消えるか」をさせられる時代でもある。日本語学科は少子化で危機がじわじわと近づいている。危機がやって来た時、危機意識を備えるほかには、それに立ち向かって倍以上の工夫と努力で組織の体質と条件を強化・改善していかなければならない。

冒頭で述べたように、われわれは日本語学習者数が減少している現実に直面している。「雨降って地固まる」という言葉のように、量が増加中では、教師の確保に追われ、新コースのアレンジなどの作業に惑わされ、縛られることがしばしばある。景気がよい時、売りに売って質を考える余裕はなかなか持てない。逆に危機に見舞われ、

³⁷ 銘傳応用日本語学科では2014年に日本商業文化教室が作られた。

量の減少がむしろ緊張感を持って質の向上を考えるよき機会となる。今こそ、商品の知名度、信頼性、魅力性を高めるチャンスだと思えばよい。質の向上に繋がる対策を練っていくチャンスである。

展望として、学科では、学科目標を見直し、教師間のコンセンサスを得て、学生のモチベーションの向上やレベルアップに全力投球していくべきである。8割を占める私立校の日本語学科にとっては少子化が天王山である。対策としては、キャリア形成に役立つ教育内容の開発を優先的に考えるべきだと提言したい。就職への効果が出れば、学科のイメージ・チェンジに繋がる。

一方、日本語学科のレパートリーを再発見することである。レパートリーが増えれば、日本語学科のブランド力を高め、志願する高校生を増やし、教育市場を開拓する可能性が潜んでいる。最後に高校生が日本語学科に入るインセンティブとは何か、それをよく吟味することである。常にその課題の探求により、反省の心が生まれ、課題の発見になる。日本語学科の教師は、学科組織の立場に立ち、ブレインストーミングが行われる必要がある。コンセンサスも得られやすいであろう。学科にとっては、更なる価値創造が、グローバル化時代へ挑戦する基本的な任務である。

本稿では、日本語学科が置かれた厳しい環境の下で、学科の課題と営みを主として、過去の例と対策を述べてみた。すべての学科の事情をカバーできない点は本稿の限界であり、反省点でもある。各タイプの学科に関する詳しい分析や革新事例の発見と調査を今後の課題にしたい。拙稿の討論をきっかけに、呼び水として、一人でも多くの関係者が、台湾における日本語学科の永続的な発展に関心を寄せてくだされば、幸いである。

参考文献

- 井原久光（2015）『社会人のための社会学入門』産業能率大学出版
- 大坪一夫（1999）「専門日本語教育研究の一方向」『専門日本語教育研究』創刊号 No.1 専門日本語教育研究会
- 川口義一（1996）「ナチュナル・アプローチ」『日本語教授法ワークショップ』凡人社
- 木下耕二（2014）『経営コンサルティング・ノウハウ②仕事の基本』中央経済社
- 国際交流基金（2013）『海外の日本語教育の現況 2012 年度日本語教育機関調査より』くろしお出版
- 佐久間昇二・立石泰則（2009）『松下幸之助から教わった「経営理念を売りなさい」』講談社
- 蔡茂豊（2012）「私の日本語教育年表－引退記念講演－」『東吳大學創系四十週年紀念「2012 年日語教學國際會議」大會手冊』2012 年 4 月 28 日、P. 1-15
- 佐藤貴仁（2010）『2009 年度台湾における日本語教育事情調査報告書』財団法人交流協会
- 崔光準（2014）「韓国の日本語教育の実態と展望」『2014 年度国際学術シンポジウム－台湾日本語教育におけるイノベーションの探究』P. 21－31 東吳日本語文学科と台湾日本語教育学会の共催
- 佐野ひろみ（2009）「目的別日本語教育再考」『専門日本語教育研究』第 11 号、P. 9-4
- 田中望（1988）『日本語教育の方法－コース・デザインの実際－』大修館
- 鳥飼玖美子（2013）「グローバル化の中の英語教育－国際共通語としての英語をどう考えるか」吉田文代表『シリーズ大学 1 グローバリゼーション, 社会変動と大学』岩波書店
- 西原鈴子（2001）「日本語教育の 20 年」『日本語学』明治書院 11 月号、P. 81-88
- 仁科喜久子（2013）「専門日本語教育の新しい展開」『銘傳日本語教育』、P. 1-20

- 原土洋著作集編集委員会(2015)『日本事情原論序説－原土洋著作集』株式会社ウェイツ
- 村岡貴子(2009)「大阪大学における専門日本語教育のさらなる定着に向けて－留学生・指導教員とのディスカッションを通して－」『第2回大阪大学専門日本語教育研究協議会報告書』
- 吉岡泰夫(2011)『コミュニケーションの社会言語学』大修館
- 林長河(1994)『第二外国語としての日本語の問題点と改革』台北致良出版社
- 林長河(2001)「從課程設計的觀點探討應日系的競爭力」『銘傳日本語教育』第4号、P. 23-50
- 林長河(2007a)「応用日本語学科のカリキュラムをめぐる諸問題－銘傳大学を例に－」『台灣日本語文學報』第22号、P. 405-429
- 林長河(2007b)『学習者のニーズに応じる日本語教育研究－コース・デザインの理論と実践』台北致良出版社
- 林長河(2012)「日語教育與文化情境空間的建構與運用」銘傳大學應用日語學系 2012 年『應用日語的理論與實踐學術研討會大會論文集』2012 年 3 月 16 日、P. 153-160
- 林長河(2014)「龍山寺を例にした自国文化を説明する日本語教育の模索－語学教育理論の応用と課題－」『台灣日本語文學報』第35號、P. 351-374
- 呂惠莉(2013)『応用日本語学科における専門分野科目の授業デザイン－キャリア形成支援を目指して－』台北尚昂文化
- 呂國禎・萬年生(2012)「商周追蹤，揭開六十年來最大投資潮－日本錢來了！No.1 技術來了！」『商業周刊』1270 期 2012 年 3 月 26 日發行、P. 110-118

謝辞：本稿は 2013 年度科技部の研究助成をいただきました。助成番号は NSC102-2410-H-130-030-です。なお、同僚の本間美穂先生に煩瑣な日本語のネイティブチェックをしていただきました。合わせて御礼を申し上げます。