

言語政策第15号の電子化に伴い、執筆者より下記箇所について訂正の申請がありました。

『言語政策』第15号 2019年3月

p.142 末尾

「本研究は、JSPS科研費（No.25280121）の助成を受けた研究成果の一部である」

誤 →25280121

正 →15K12896

研究ノート

観光資源としての日本語コミュニケーションの可能性と課題 ーグリーン・ツーリズムによる地域振興を持続的に行うためにー

佐藤 香織・田中 真寿美

キーワード：観光資源、社会アトラクション、日本語教育、グリーン・ツーリズム、地域振興

要旨

本稿では、外国人を対象としたグリーン・ツーリズム（以下 GT）を持続的に発展させ、地域振興につなげるためには、「日本語によるコミュニケーションそのものが観光資源としての価値がある」という視点を持ち、異文化理解を促進するようなコミュニケーションを提供する必要があることを主張する。そして、そのためには、日本語教育者によるゲスト・ホスト側双方への働きかけが必要であることを実践例から明らかにしていく。さらに、GTに関わる様々な主体（日本語教育者、農家団体、誘致団体、DMO、国際交流協会、行政等）がこのような意識を共有する必要性について論じ、その共有のためには、GT 全体に統合的な視点を持ち、各主体の活動の調整役が必要であることを述べる。

1. はじめに

近年、海外からの短期留学者が増加している。日本学生支援機構の「平成28年度短期プログラムによる外国人学生受入れ状況調査結果」によると、いわゆる留学ビザを持たずに短期教育プログラム（以下短プロ）に参加した外国人学生数は年々増加しており、最も実施数が多い大学学部レベルでは、2010年度の3,514人が2016年度には12,147人と3倍以上に伸びている。また、同調査を2010年度版から見てみると、期間別（2週間未満、2週間以上1か月未満、1か月以上3か月未満、3か月以上6か月未満）では「2週間未満」と「2週間以上1か月未満」のプログラムへの参加者数がいずれの年もそれ

ぞれ3割以上を占め、両者合わせて7~8割に達している。2013年度以降は「2週間未満」への参加者数が「2週間以上1か月未満」を上回り、その差は年々大きくなっている。日本学生支援機構の「2. 大学院・大学(学部)・短期大学・高等専門学校・専修学校(専門課程)・準備教育課程・日本語教育機関における留学生数の推移」によると、大学学部・短期大学・高等専門学校に留学ビザを持って在籍する留学生数は、2010年の72,665人から2017年の80,020人へと約1割しか増えていない。じっくり腰を据えて学修・研究を行う長期留学より短期留学へのニーズが高まっていると言える。

短プロの実施にあたり各教育機関には、単なる語学研修にとどまらず、地域の特性を活かした活動を組み込んだ魅力的なプログラムを提供することが求められる。特に、外国人の人气が集中する都市以外の地域で外国人を惹きつける短プロを作るには、グリーン・ツーリズム(以下GT)に代表されるような、その土地ならではの体験・交流活動を組み込むことが不可欠である。

短プロに参加する外国人学生にとってGTの魅力は、単に農業体験を行うことそれ自体にとどまらず、農業体験や農家民泊を通じて「そこに住む日本人と日本語でコミュニケーションし、互いの文化について理解を深める」ことができる点であると考えられる。Middleton(1989)は観光客の「経験」を観光産業の「生産物」と見なし、それが生じる過程の要素の1つに、地域住民との「出会い」の機会やその暮らしぶりを体験する「社会アトラクション¹⁾」を挙げた。加藤(2014)は観光接触場面における「社会アトラクション」は現地の人と外国人旅行者のインターアクションそのものであり、この場面におけるインターアクションを研究することは、「経験」をより良質なものにしていくための重要な研究課題であると述べた。

また、農家民泊を伴う教育旅行²⁾について述べた中川(2017)は、受け入れた学校の再訪率が高く、受入れ農家の組織の拡大及び質的向上と受入れ人数の増加が相乗効果として起きているとしている。このことから、GTは地域振興に寄与していると考えられる。

外国人が、GTにおいて日本の家庭や農作業を体験し、日本語を話しながら文化の相互理解を深めることは「社会アトラクション」であり、魅力的な短プロとして、また、地域振興に寄与する観光資源として、価値を持つと言える。しかし、GTに関わる各主体(日本語教育者、農家団体、誘致団体、行政、国際交流協会等)がこのような共通認識を持っている状況とは言い難い。また、外国人が参加するGTに関する研究も、参加者誘致にどの国・地域を狙うべきかといったマーケティング、外国人参加者を農家とどう結び付け、受け入れるかという態勢の構築など、数を増やすことにつながる取り組みについての考察が中心であり、GTが外国人にとって新たな日本語学習の場になっている

という認識はなく、コミュニケーションの質をどう担保するかということは重要視されてこなかった。

本稿では外国人を対象とした GT を持続的に発展させ、地域振興に確実につなげるためには、農家民泊や農業体験という「場」を提供することにとどまらず、「日本語によるコミュニケーションそのものが観光資源としての価値がある」という視点を持ち、異文化理解を促進するようなコミュニケーションを提供し、体験の質を上げる必要があることを主張する。

まず、簡単なコミュニケーションがさらなる深い異文化理解や気づきを伴うコミュニケーションにつながる可能性があることを実践例から明らかにしていく。そして、そのようなコミュニケーションを提供するためには、日本語教育者による外国人参加者・受入れ家族双方への働きかけが必要であることを述べる。

さらに、GT に関わる様々な主体がこのような意識を共有し、日本語によるコミュニケーション自体を「社会アトラクション」として改善、発展させていくためには、外国人が参加する GT の実施に統合的な視点を持ち、各主体の活動の調整役が必要であることを述べる。

2. 観光資源としての日本語と日本語教育

宿泊施設のスタッフ（ホスト）と外国人観光客（ゲスト）との観光接触場面におけるインターアクションを調査した加藤（2016）は、「日本語でのコミュニケーションが少しでもできればと考えるゲストが増えてきているように感じる」ホスト側が、ゲストに対し、理解しやすい日本語やゲストが日本で使用する可能性が高い日本語を使用していることは、「一人一人の横の関係を基盤とした、わかりやすく、より親密度の高い日本語使用のあり方」で、観光接触場面での新たな「オモテナシ」として認識する必要があるとし、さらに「日本語教師ではない一般の日本人による日本語教育」でもあると述べている。

では、GTの外国人参加者が受入れ家族と日本語でコミュニケーションを取ることは、参加者にどう受け止められるのだろうか。田中（2019）は、海外で日本語を学ぶ教育旅行生が GT に参加し、受入れ家族の温かさや、「方言で話すことに感動しました」「お互いに頑張って話したことに感動しました」「農家の生活を知り、お互いに話し合ったのは楽しかったです」など、受入れ家族とのコミュニケーションについて、好意的なコメントを残すと述べている。また、田中・佐藤（2017a）は、海外で日本語を学ぶ教育旅行生

が日本で GT を体験し、「日本語の勉強のモチベーションがあがってきた」など、日本語学習へのさらなる意欲を示したことを述べている。これらの例から、GT 参加者が受入れ家族と日本語でのコミュニケーションを求めている場合、そこでの日本語使用は、満足感や達成感につながっている可能性があり、日本語学習のモチベーションを上げるきっかけともなると受け止められていると言える。つまり、GT での日本語コミュニケーションは外国人参加者にとって、「社会アトラクション」として価値あるものになると考えられる。

参加者と受入れ家族との間にコミュニケーションが生まれず、あるいは参加者がコミュニケーション上の不満を抱える GT は、農家民泊するだけ、農業体験するだけの、単なる「場」ともなりえる。「社会アトラクション」としての GT で求められるのは最低限必要な意思疎通を可能にするための何か（日本語・英語・ジェスチャー等）ではなく、受入れ家族と参加者双方が互いや互いの文化を深く知り、気づきをもたらされるようなコミュニケーションであろう。そのようなコミュニケーションを生じさせるには、双方の意識を高めることが必要である。そのため、GT のプログラムに日本語学習が組み込まれている場合、日本語教育者には「互いや互いの文化を深く知り、気づきをもたらされるようなコミュニケーション」が生じるための「仕掛け」を参加外国人、受入れ家族双方に行っていくことが求められると考える。

これまでの日本語教育、特に観光やサバイバルのための日本語教育では、外国人が自分の意思や要望を最低限伝えられるような言語運用力の育成に重点が置かれていた。しかし、それは農家民泊や農業体験という「場」に最低限必要な意思疎通を可能にするためのものであり、受入れ家族と外国人参加者との日本語のコミュニケーション自体に価値を生み出すことを目指したものではなかったと言ってよい。GT を通じて外国人参加者がどれだけ地域に魅力を感じ、満足しリピーターになるかということを考えた場合、「社会アトラクション」としての日本語コミュニケーションのために必要な日本語教育は、それだけでは不十分であろう。

GT において、参加外国人と受入れ家族の間にはどのようなコミュニケーションが生じているか、また、そこでのコミュニケーションを可能にするためにどのような日本語教育がされているのかを扱った研究は、まだ少ない。特に後者については、管見の限り、田中・佐藤 (2015, 2017b) と佐藤・田中 (2017) しかない。そこで、以下では、海外で日本語を学ぶ大学生を対象とした短プロにおいて、プログラムに含まれる GT での日本語コミュニケーションと日本語教育について考察を行ってきた田中・佐藤 (2015, 2017b) と佐藤・田中 (2017) から、GT が異文化理解を深める場となっていることを示す。

3. 農家民泊を含む短期プログラムの事例

3.1. プログラムの概要

田中・佐藤（2017b）によると、青森県内の大学でタイの大学生を対象に行われている約1か月の短プロは、日本語学習を中心にしつつも様々な社会体験・文化体験・交流から成り、また、日本語授業と農家民泊などを含む社会体験が関連付けられている（第1表）。プログラムの企画・運営は受入れ大学の国際交流課スタッフが、日本語授業のシラバス作成・授業運営は日本語教育を専門とする日本語教員が行っている。農家民泊は、受入れ大学も構成員となり GT 体験のための外国人観光客誘致を行っている協議会³⁾が、GT を受け入れる農家団体との仲介やコーディネートを行っている。また、社会体験のうち学外での活動の一部は、受入れ大学の国際交流課と上記協議会などが連携してコーディネートしている（田中・佐藤 2017b）。このように、GT を伴う短プロには大学等の教育機関、GT を誘致するための協議会、農家団体など様々な主体が関わることに特徴があることがわかる。

第1表 プログラム内容例

	活動	詳細
授業 日本語	①日本語授業 40 コマ ②成果発表会・リハーサル 6 コマ	①日本語表現・会話練習、日本についてのミニ講義、グループインタビュー、日本語の歌、日本語でのお礼状、民泊で気になったことの振り返り ②サマーキャンプの総括としてのグループ発表
社会 体験	①農家民泊 ②老人ホーム・幼稚園 ③県内見学・散策	①農作業体験とホームステイ ②老人ホームでの日本語の歌の披露 ③水族館・大仏・遺跡・春フェスティバル見学と日本人へのインタビュー、県内見学・散策
体文 験化	藍染、勾玉作り、書道、茶道、 着物着付	解説とそれに従った体験 書道体験の講師は日本人学生
交流	①新入生歓迎会参加 ②県内高校との交流 ③受入れ大学の学生との交流	①タイ舞踊披露、タイの子供の遊び紹介 ②日本語・英語での文化紹介と自由会話 ③日本人学生チューターと自己紹介

田中・佐藤（2017b）によると、海外では教室外で日本語を実際に使うことが少ない状況であるため、日本語授業における目標は、①これまで学んできた日本語を使う（日本語使用機会の増大）、②体験や活動を通して日本（日本文化、日本の経済、日本社会など）を知る（日本理解）とした。毎年20人前後参加する学生の日本語レベルは初級（前半～後半）だが、十分に日本人との簡単なコミュニケーションは可能なことを実感させ、達

成感を感じさせることを目的としている（田中・佐藤 2017b）。また、プログラムの中盤に組み入れられている二泊三日の農家民泊の際には、参加学生 3～5 人を 1 つのグループとし、各グループには、受入れ大学に在学中のタイ人留学生である「語学サポーター」⁴⁾が 1 名ずつ付いて、参加学生が受入れ家族の話す日本語が理解できない場合や言いたいことを表現できない場合に、適宜通訳や日本語援助を行っている（田中・佐藤 2015）。

3.2. 異文化理解につながる日本語教育の実践

田中・佐藤（2017b）によると、例年、農家民泊がプログラムの中頃に行われることから、プログラム前半の日本語授業は GT でのインターアクションを想定した内容を中心とし、初年度の 2010 年度から 2015 年度までは、日本人の家で食事する・泊まるという場面で想定される表現（例 「何か食べられないものはありますか」「～が食べられないんですが・・・」）や、通常の教室活動では使用しない挨拶表現（例 「お休みなさい」「お世話になります」）、社会文化知識（例 食事時のマナー、家屋内での靴やスリッパの着脱）と、文法練習（例 シャワーを使います→「すみません、シャワーの使い方が分からないんですが…」）などを扱っていた。これは、農家民泊や農業体験という「場」で最低限必要な意思疎通を可能にすることを目的とした授業だと言える。

しかし、田中・佐藤（2015）の農家民泊の観察から、参加学生は受入れ家族と単なる情報のやり取り以外のインターアクションを行っていること、特に農作業前後の家屋内や夕食時にインターアクションの機会が多いことが明らかになった。そこで、2016 年度からは、「自分や身近な人・ものに関するトピックについて話す練習」（自己紹介、趣味、好きなもの、将来の希望、食べ物）や「民泊での夕食作りや片付けの場면을想定した会話練習」を積極的に行った結果、2016 年以降の参加学生の多くは「料理、食べ物、手伝い、挨拶、好きなもの、嫌いなもの」などについては「うまく話せた」という認識が増え、さらに「お手伝いしましょうか？」など積極的に手伝いを申し出る場面が多く見られるようになったという（佐藤・田中 2017）。

ここで、GT における受入れ家族と参加学生のインターアクションの特徴についても少し考えてみたい。参加学生へのアンケート結果や GT 場面の録音・録画データを分析した佐藤・田中（2017）は、外国人参加者が「手伝いを申し出」たり、受入れ家族が「手伝いを指示」し「ゲストの手伝いに対して感謝」といった、「一人一人の横の関係を基礎とした、わかりやすく、より親密度の高い日本語使用のあり方」（加藤 2016）とも言えるやり取りが行われていたことを報告している。また、佐藤・田中（2017）は、受入れ家族・参加学生の間で「民泊や農作業に関連すること」（例 作った料理の材料、

リンゴ農園や農家の生活、リンゴの栽培方法)、受入れ家族・参加学生の「個人的なこと」(例 ホスト家族について、参加学生の将来のこと、ゲストの好きな食べ物、ゲストの母国での生活)、「タイについて」(例 タイの農業について、タイ人の日常生活、料理・コメ・観光地について、文化の日タイ比較)の3つの話題が出ていたと報告している。受入れ家族は、参加学生個人やその母国の事情・状況に関して、基本的にすべて日本語で質問をしており、参加学生も語学サポーターの力を借りつつ、答えられるところは自ら日本語で回答している。

農業体験活動における留学生と引率教師、農業従事者の相互作用を分析した市嶋(2014)では、抽象的な話題が会話の維持を難しくすると判断された場合、身近で「今、ここ」に当たる話題が日本人側により選択されるとしているが、語学サポーターが適宜介入した佐藤・田中(2017)の研究データでは、「タイについて」「農業について」「文化比較」など抽象度の高い話題も提起されていた。この例から、語学サポーターを介するGTでは、受入れ家族・参加学生双方の話題の選択に対する制約が市嶋(2014)より弱く、受入れ家族・参加学生双方の異文化理解につながっていると言える。

このように、佐藤・田中(2017)から、外国人参加者の日本語が初級レベルであっても異文化理解につながるコミュニケーションが生じる可能性があることが明らかになった。また、田中・佐藤(2015)の実践から、日本語学習とGT体験は別個のものではなく有機的に連携可能なものであり、連携してこそ「社会アトラクション」として機能するのではないかという示唆が生まれる。

4. GTにおける日本語教育の今後の可能性

今後、GTにおいてさらにコミュニケーション量を増やし、受入れ家族、外国人参加者双方の異文化理解につなげるためには、両者への働きかけが必要であると考えられる。

民泊での手伝い場面で見られたやり取りを分析した佐藤・田中(2017)では、受入れ家族の発話には、「簡単な日本語」で「繰り返し」、時には「身振りもつけて」話すといった、参加学生に配慮した特徴的な話し方が見られたが、日本の常識(例 瓶は資源として分け、瓶用のごみ箱がある場合はそれに入れる)については、外国人には馴染みがない可能性があるため、より具体的に指示することが必要であるとしている。このことから、受入れ家族に対しては、外国人参加者の理解度を上げる工夫が必要であることを示すべきである。

それに加え、受入れ家族には、外国人参加者の文化について関心を持ち、より深い問

いかけをすることを求めることも必要である。例えば、佐藤・田中（2017）では、GTでよく出されるトピック（自国の食生活、住宅・結婚事情、観光地情報、日本文化の流入状況など）について、事前に外国人参加者に簡単な日本語で「新聞」風にまとめてもらう作業を事前の日本語授業で行い、民泊ではそれを団らん時に見ながら受入れ家族と外国人参加者が話し合うという案が提案されている。このような、受入れ家庭と連携した日本語教育の実践がもっと考えられてもよい。

また、外国人参加者に対しては、コミュニケーションをできるだけ長く持続・展開させるためのストラテジー指導も必要である。初級レベルの学習者の場合、質問され、答えることはできても、問いを返すことは少なく、単発的な会話で終わってしまうことが多い。外国人参加者が受入れ家庭で母国や自分の状況について質問された時、質問され、それに答えて終わるのではなく、「日本ではどうですか？」「お母さんはどうですか？」などと同じ質問を返すことができれば、そこからまた会話が生まれるだろう。この「問いかけ返す」のようなストラテジーを指導し、外国人参加者が利用できれば、日本語が初級レベルであっても、より達成感を得られるコミュニケーションが可能になると考えられる。

5. 外国人が参加する GT の発展のために

上述のように、外国人が参加する GT においては、日本語によるコミュニケーションとそれを促す日本語教育自体が GT 体験と有機的につながることで、「社会アトラクション」としての価値を高めうる。しかし、GTに参加する外国人は日本語学習者ばかりでない。GTプログラムも、GTの前後に日本語学習が組み込まれず、日本語教育者が関与しないものもあるだろう。そのため、今後、外国人が参加する GT が質的にさらに発展していくには、日本語教育者以外にも、GTに関わる各主体（受入れ家庭、農家団体、誘致団体、語学サポーター、国際交流協会、行政等）がこのような価値を共有し、共に魅力的なプログラムを作り上げていくことが必要となる。

現状の外国人が参加する GT で、受入れ家庭は参加者と日本語で話すことがプログラム内容として求められていないので、GTにおける日本語でのコミュニケーションが「社会アトラクション」としての側面を持つことに気づきにくい。また、外国人参加者を誘致し、受入れに関し農家団体との仲介をする誘致団体は GT に帯同しないことが多く、やはり「社会アトラクション」としての側面に気づきにくい。日本語教育者はこの二者だけでなく、GTの全体的な活動予定を決める農家団体や、外国人参加者に日本語援助

を行う語学サポーターなど、GT 参加者と日本語でコミュニケーションを取る可能性がある受入れ側全体と、「日本語によるコミュニケーションそのものが観光資源としての価値がある」という視点を共有することが必要である。

しかし、誘致団体は外国人参加者の受入れまでがその役割で、日本語教育者はプログラムに日本語学習が含まれていない場合は GT に関与できない。日本語学習が含まれている場合も、GT には帯同せず前後の日本語授業に注力することが多い。農家団体と受入れ家庭はその期間の農作業やその地域文化の体験の世話役をする。このように、参加外国人に対応する主体は時系列的に変わり、日本語コミュニケーションの観光資源としての価値を共有することは簡単ではない。価値を共有するためには、GT 全体に統合的な視点を持ち、プログラムの目指すものを明示化した上で各主体の活動を調整するという役割が必要であろう。

その役割が期待できるものの1つは、近年、地域振興や観光振興において、重要性が指摘されている DMO (Destination Marketing Organization) である。藤田 (2017) によると、DMO は、観光客誘致のためのマーケティングに加え、「利害関係者間の利害調整と関係構築」や「ディステーション内の観光関連事業者の支援」といったマネジメント機能を有した組織である。内田 (2015) は、GT のような「体験や個人個人の価値観を重視したオルタナティブ・ツーリズム」においては、「観光業界に関わってこなかったサプライヤーがひとまとまりになるということが難しい」現状があり、「日本の DMO に必要な機能」は「観光の『共有価値』を策定し、それを地域内に広めることだ」と述べている。

現在、GT を伴う短プロなどを企画している DMO でも、本稿で述べてきたような観光資源としての日本語コミュニケーションの価値や、その質を高めるための日本語教育との連携の重要性に気づいているところは少ない。例えば、秋田県の DMO 法人「トラベルデザイン株式会社」運営のウェブサイト「Concierge, Akita」には農業体験や交流活動の様子が詳細に記載されているが、日本語授業については実施がわかる程度の記述しかない。まずは、観光資源としての日本語コミュニケーション及び日本語教育との連携を GT に取り組んでいる DMO に提唱していくことも一案であろう。

6. おわりに

GT に参加する外国人は必ずしも日本語学習者とは限らず、日本語でのコミュニケーションもあいさつ程度で構わないと考える参加者も多いかもしれない。しかし、「日本語

によるコミュニケーションそのものが観光資源としての価値がある」という視点や、異文化体験の質を上げるという意識が GT に関わる主体に共有されていれば、本稿で提唱する取組は、そのような参加者に対しても十分に応用可能であると考えられる。

外国人とのコミュニケーションに、地域の多くの人々が関与するのであれば、その質の向上のために日本語教育者とその地域の人々とが協働することは合理的なことであろう。また、GT に外国人の参加者を増やすためには、国際交流協会や行政などの協力も得ることが必要かもしれない。地域振興になるプログラムであればこそ、また、様々な外国人の参加が見込めるものであればこそ、GT に関わる日本語教育者、誘致団体、語学サポーター、農家団体、DMO、国際交流協会、行政などの主体が価値と目的を共有し、コミュニケーションの質を保証し、プログラムを持続的に改善していくためのシステムが必要なのである。

注

- 1) Middleton (1989) は「アトラクション (観光対象)」をツーリストの観光動機によって分類し、「社会アトラクション」の他に、以下のものを挙げている。
 - ①「自然アトラクション」(景観、海岸線、砂浜、気候等)
 - ②「人工的アトラクション」(都市景観、産業遺産、テーマパーク等)
 - ③「文化アトラクション」(劇場、博物館、フェスティバルなどのような歴史的・民俗的行事)
- 2) 文部科学省初等中等教育局国際教育課「平成 27 年度高等学校等における国際交流等の状況について」では、外国からの教育旅行を「引率者と児童生徒で構成される団体等で学校を訪問したものを指し、研修旅行・留学など個人的なものは除く」と定義している。さらに、観光庁・文部科学省「訪日教育旅行受入促進検討会報告書～地方における訪日教育旅行の受入拡大に向けて～」は、海外からの教育旅行について、「日本における修学旅行と比べ、一般に学校訪問を含むことが多い、全員参加が前提の学校行事ではなく希望者だけが参加する、といった違いがある」と述べている。
- 3) アジアからの観光客誘致推進協議会。2007 年に十和田農業体験連絡協議会、青森中央学院大学、あおもりくらしの総合研究所の三者で設立。事業内容は、アジアからの観光客の誘致促進、宣伝活動、観光客の受入れ体制の整備と研修の実施など (中川 2009)。
- 4) 受入れ大学の「国際語学サポートセンター」に登録している留学生で、母国の言葉・

文化・料理などの紹介を行ったり、簡単な通訳・翻訳をしたり等、地域の小・中・高校での国際理解教育や地域の国際交流イベントに協力している（田中 2019）。田中・佐藤（2015）は、短プロ中の GT に参加した語学サポーターが、通訳以外に、参加外国人学生の日本語使用や異文化理解を促進するという役割を担っていることを明らかにした。

文献

- 青森県構造政策課（2018）「平成 29 年度青森県における農林漁家民泊の宿泊者数等の状況について」（農林水産部重要施策に係る報道機関へのブリーフィング資料）
- 市嶋典子（2014）「農業従事者と留学生の接触場面に関する一考察－農業体験活動における調整行動に注目して」『秋田大学国際交流センター紀要』3号 1-13
- 内田純一（2015）「観光マーケティング：日本版 DMO に必要な CSV 機能とは何か」『ほくとう総研情報誌 NETT』第 90 号（2015 Autumn）10-15
- 加藤好崇（2014）「観光立国を目指す日本のツーリスト・トーク再考－和式旅館における観光接触場面－」『東海大学大学院日本語教育学論集』1号 1-17
- 加藤好崇（2016）「和式旅館における日本語使用の分析－オモテナシの言語使用－」（2016 年日本語教育国際研究大会パネル発表）
- 佐藤香織・田中真寿美（2017）「農家民泊における外国人参加者と農家間のコミュニケーションのための日本語支援の在り方」『2017 年度日本語教育学会支部集会予稿集』27-32
- 田中真寿美（2019）「グリーン・ツーリズムと青森中央学院大学における留学生への日本語教育」『青森型グリーン・ツーリズム（インバウンド）の展開と今後の展望』青森中央学院大学地域マネジメント研究所編
- 田中真寿美・佐藤香織（2015）「農家民泊での異文化コミュニケーションにおける語学サポーターの役割」『日本語教育学会第 8 回東北地区研究集会予稿集』44-49
- 田中真寿美・佐藤香織（2017a）「短期留学プログラムにおける送り出し機関と受け入れ機関の連携の在り方－学生の意欲的・主体的参加を目指して－」タイ国日本語教育研究会 第 29 回年次セミナー分科会発表資料
- 田中真寿美・佐藤香織（2017b）「日本語学習のさらなる動機づけにつながる短期留学プログラムを目指して－「泰日工業大学日本語サマーキャンプ」の歩みと課題－」『青森中央学院大学研究紀要』27 83-97

- 中川一徹 (2009) 「産・学・官の連携によってアジアからの観光客を農家民泊に」『青森中央学院大学地域マネジメント研究所研究年報』第5号 188-220
- 中川一徹 (2017) 「青森県の教育旅行の特徴」(2017年11月13日 青森県グリーン・ツーリズム国際フォーラム発表資料)
- 藤田尚希 (2017) 「DMOの役割及び機能に関する一考察—国内外におけるDMOに関する議論を基に—」『経済科学論究』第14号 81-95
- Middleton, V. (1989) Tourist Product. In Witt, S. and L. Moutinho eds. *Tourism marketing and management handbook*, 573-576.

参考サイト

- 観光庁・文部科学省「訪日教育旅行受入促進検討会報告書～地方における訪日教育旅行の受入拡大に向けて～」
<http://www.mlit.go.jp/common/001105575.pdf> (2018/12/16)
- 日本学生支援機構「2. 大学院・大学(学部)・短期大学・高等専門学校・専修学校(専門課程)・準備教育課程・日本語教育機関における留学生数の推移」
https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_e/2017/_icsFiles/afieldfile/2017/12/22/data17_02.pdf (2018/12/17)
- 日本学生支援機構「平成28年度短期プログラムによる外国人学生受入れ状況調査結果」
https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_p/_icsFiles/afieldfile/2017/12/22/program16.pdf (2018/9/25)
- 文部科学省初等中等教育局国際教育課「平成27年度高等学校等における国際交流等の状況について」
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afieldfile/2017/07/06/1386749_27-2.pdf (2018/12/16)
- Concierge, Akita「2018年度 羽後町国際交流推進事業①タイ カセサート大学生受け入れ Vol.1」
<https://www.con-akita.com/5296/> (2018/9/26)

※本研究は、JSPS 科研費 (No.25280121) の助成を受けた研究成果の一部である。

Potentials and Challenges of Japanese Language Communication as a Resource for Tourism : For sustainable regional development through green tourism

**SATO Kaori
TANAKA Masumi**

Key words: Resource for tourism, social attraction, Japanese language education, green
tourism, regional development

Abstract

The paper asserts the need to provide communication that has a perspective on “Japanese language communication counting as a resource for tourism” and promotes inter-cultural understanding for the sustainable development of green tourism (hereinafter referred to as “GT”) intended for foreigners and to lead to regional development. Furthermore, for this purpose, examples of practices show the need for the influence exerted by Japanese language educators on both guests and hosts. In addition, for various entities (Japanese language educators, farmers organizations, organizations for attraction of foreign tourists, DMOs, international exchange associations, the government, etc.) committed to GT to share this awareness, it addresses the need to have an integrative perspective of GT in general and to coordinate activities of each entity.

(佐藤香織：北海道教育大学 田中真寿美：青森中央学院大学)