

国際日本研究

第十四号 二〇二二年 二月

ISSN 2186-0564

論文

- 平沢 照雄
企業城下町日立における地域中小企業の「第二創業」と生き残り戦略
—三友製作所の事例分析—
- 大茂矢 由佳・阿曾 麻理依
ブラジル系住民の主観的統合とパーソナル・ネットワーク：
東海地方S市在住の21名の事例から

研究ノート

- Aashlesha MARATHE
Comparative Psychological Study of Narratives in
Native Marathi and Acquired Japanese Language
- Nina ŽDANOVIČ
“Half-Place, Half-Consciousness”: The (re)construction of
Home and identity among migrants
- Mariia KALIANOVA
A Framework for Corporate Social Responsibility and Advertising:
A Case Study of Japanese Mobile Companies
- 前川 孝子
中国人日本語学習者の意見文の捉え方
—学校教育における作文学習を背景に—

実践報告

- 江口 真規
アメリカ南部における歴史的黒人大学（HBCU）の歴史と教育：
アーカンソー大学パインブラフ校での日本語・日本文化教育を通して

筑波大学大学院 人文社会ビジネス科学学術院
人文社会科学研究群 国際日本研究学位プログラム

『国際日本研究』は、筑波大学大学院人文社会ビジネス科学学術院人文社会科学研究群国際日本研究学位プログラムにより年に1回発行される、国際的視野を持った日本研究のジャーナルです。

本ジャーナルは、国際比較、国際学の観点から行われる広義の日本研究領域（政治、経済、社会、メディア・情報研究、文化、言語学と言語教育学、芸術、文学研究等）に関する学位プログラム内外の先端的な研究成果を公表することによって、開かれた議論を促進するために刊行されています。

『国際日本研究』を通じて、日本研究・日本語研究をはじめ、国際比較研究、国際学研究がさらに発展することを期待しています。

著作権について

本紀要のウェブサイト（<http://japan.tsukuba.ac.jp/research/>）の掲載内容（著作者を明記した論文等を除く）に関する著作権は、筑波大学大学院人文社会ビジネス科学学術院人文社会科学研究群国際日本研究学位プログラムに帰属します。掲載論文等の著作権は著作者に属し、引用や使用許可を含む各論文等の内容に関する責任は著作者にあります。

国際日本研究 第十四号

〔編集委員会〕

ブッシュネル・ケード・コンラン（編集委員長）

ヴァンバーレン・ルート

関能徳

タック川崎・レスリー

福住多一

〔学生編集委員会〕

阿部春香

ドリュウ・スペイン

福村佳美

.....
2022年2月22日発行

編集・発行 筑波大学大学院人文社会ビジネス科学学術院

国際日本研究学位プログラム

〒305-8571 茨城県つくば市天王台 1-1-1

筑波大学大学院 人文社会ビジネス科学学術院

人文社会科学研究群 国際日本研究学位プログラム

TEL: 029-853-4037

FAX: 029-853-4038

Eメール : jjajs@japan.tsukuba.ac.jp

筑波大学
国際日本研究

第14号
2022年2月

目次

<http://japan.tsukuba.ac.jp/research/>

研究論文

- 平沢 照雄 1
企業城下町日立における地域中小企業の「第二創業」と生き残り戦略
—三友製作所の事例分析—
- 大茂矢 由佳・阿曾 麻理依 23
ブラジル系住民の主観的統合とパーソナル・ネットワーク：
東海地方S市在住の21名の事例から

研究ノート

- Aashlesha MARATHE 40
Comparative Psychological Study of Narratives in
Native Marathi and Acquired Japanese Language
- Nina ŽDANOVIČ 66
“Half-Place, Half-Consciousness”:
The (re)construction of Home and identity among migrants
- Mariia KALIANOVA 77
A Framework for Corporate Social Responsibility and Advertising:
A Case Study of Japanese Mobile Companies
- 前川 孝子 91
中国人日本語学習者の意見文の捉え方
—学校教育における作文学習を背景に—

実践報告

- 江口 真規 105
アメリカ南部における歴史的黒人大学（HBCU）の歴史と教育：
アーカンソー大学パイnbrラフ校での日本語・日本文化教育を通して

『国際日本研究』 投稿規定

(R3. 3月改訂)

- (1)本紀要は、筑波大学大学院人文社会ビジネス科学学術院人文社会科学研究群国際日本研究学位プログラムにより発行され、国際比較、国際学の観点から行われる広義の日本研究領域（政治、経済、社会、メディア・情報研究、文化、言語学と言語教育学、芸術、文学研究等）の学位プログラム内外の先端的な研究成果を公表することによって、開かれた議論を促進するために刊行される。
- (2)本紀要は、(1)の目的にかなう原稿、また本学位プログラムの教育研究活動に資する原稿の投稿を受け付ける。
- (3)本紀要に投稿できる原稿は、以下のものとする。
 - ①未投稿・未発表の原稿。
 - ②学会等で口頭発表され、その旨を明記した原稿。
 - ③本紀要編集委員会の定めた投稿規定およびテンプレートに従った原稿。
- (4)他の学会誌や研究紀要等で出版された原稿と著しく重複する内容の原稿を、本紀要に投稿することは認めない。
- (5)本紀要に投稿できる原稿の種別は、以下のものとする。
 - ①研究論文：「研究論文」とは、新規性を有する研究を報告するものであり、その原稿は、序論、当該研究分野に関する文献及び当該研究に用いられた理論上の構成概念又は枠組みに対する批評、研究を行うために使用した方法、研究のデータ及び結果、そして分析結果及びその含意について論じた結論部分を含んでいることを要する。
 - ②研究ノート：「研究ノート」とは、研究論文のように厳密な構成の文書である必要はないが、学会誌の読者の目に新たな見解をもたらす、理論的な視点、研究計画又は方法論的アプローチを進展させることを試みるものであることを要する。
 - ③その他：書評論文、研究調査の内容を資料として提供するもの、教育研究活動についての報告、研究プロジェクトの報告、オーラルヒストリー（史・資料の紹介に重点を置きつつ、考察を加えたもの）等。
- (6)本紀要に投稿することができる者は、次の者とする。
 - ①大学教員または研究員（国内・外を問わない。投稿の際、所属・肩書、住所、電話番号、所属機関から発行されている投稿者のメールアドレス（Gmailなどのフリーメール、独自ドメインのメールアドレスは不可）が明記されていること。）
 - ②国際日本研究学位プログラムに所属する学生（短期プログラム等に参加中もしくは参加経験のある学生を含む）
 - ③本学位プログラムの修了生またはその他本紀要編集委員会が認める者
- (7)本紀要に投稿する者は、以下の責務を負う。
 - ①投稿者は、eAPRINやeL CoRE等の大学が定める研究倫理教育を、最低5年ごとに受講する。但し、これらのe-learning教育を受けることができない者は、これと同等の研究倫理教育を受講することで代替することができる。
 - ②投稿者は、iThenticate等の論文剽窃検知ツールによりチェックを行い、投稿原稿に既存の著作との類似がないことを確認する。
 - ③投稿者は、投稿原稿に剽窃、データの捏造、改ざん、個人情報の不当な扱い等の不適切な作成方法が含まれていないという誓約書を提出する。
 - ④明白な権利侵害、現代日本の社会通念上不適切と思われる表現については、特にそれが本文中で考察・分析の対象となっている場合を除き、あるいは研究対象となる文章、発言、その他の資料をそのまま掲載する等の必然性がある場合を除き、避けなければならない。各種権利や社会通念上の問題については、「筑波大学におけるウェブ公開ガイドライン」などを参照すること（<https://www.u.tsukuba.ac.jp/guideline/>）。
- (8)同一投稿者が複数の原稿を投稿することは、特に禁じない。
- (9)原稿は、日本語または英語を使用し、ワープロ（A4サイズ）にて横書きで作成する。執筆は原則としてテンプレートで指定した形式（国際日本研究学位プログラムホームページ参照）に合わせることにする。
- (10)各原稿の冒頭に、日本語と英語の双方で、氏名、論文タイトル、プロフィール（所属・肩書）、要旨（英文原稿の場合150語程度の英文要旨のみ、和文原稿の場合150語程度の英文要旨および400字程度の和文要旨）、キーワード（英文原稿の場合5語まで、和文原稿の場合は日本語と英語で各5語まで）を明記する。
- (11)英文原稿は英語母語話者のチェック、和文原稿は日本語母語話者のチェックを受けておくことが望ましい。
- (12)一度提出した原稿の差し替えは原則として認めない。また、投稿原稿は返却しない。
- (13)投稿原稿に対する査読は、以下の規定に従って行われる。
 - ①本紀要編集委員会が投稿原稿の全てについて精査した上で、投稿者に原稿の加筆・修正を求めることができる。
 - ②投稿原稿1件について査読者を2名以上とし、当該原稿が該当する研究分野を専門とする者とする。
 - ③査読は、本紀要編集委員会が、原則として人文社会系構成員に対して依頼する。人文社会系構成員に適任者がいない場合には、人文社会系以外の教員又は学外者に対して、国際日本研究学位プログラムリーダー及び本紀要編集委員長が依頼する。
 - ④査読者は、査読結果について、国際日本研究学位プログラムリーダー及び本紀要編集委員長に報告する。投稿原稿に不適切な作成方法が含まれている疑いがあると判断する場合は、その旨を国際日本研究学位プログラムリーダー及び本紀要編集委員長に報告する。
 - ⑤本紀要編集委員長は、採録、加筆・修正または不採録についての査読結果を、その理由を付して投稿者に通知する。個々の査読者の判定結果及び査読者の氏名は、投稿者に対して通知しない。
 - ⑥投稿者は、査読結果について、別途定める手続きにより、本紀要編集委員長に不服申立てをすることができる。
- (14)投稿原稿の採録、加筆・修正または不採録に関する裁定は、査読結果に基づき、本紀要編集委員会が行う。投稿原稿の採否について査読者の意見が分かれた場合、国際日本研究学位プログラムリーダー及び本紀要編集委員長は、別の査読者に査読を依頼し、本紀要編集委員会が最終的に採否を決定する。
- (15)採録決定者は、査読結果に関する通知を受けた後、入稿用の原稿を作成し、電子ファイルをメール添付で指定された日時までに提出する。
- (16)『国際日本研究』に掲載された原稿は、筑波大学つくばリポジトリ等で電子化され、保管され、本学位プログラムのホームページにおいても、PDF形式で公開される。
- (17)発行回数は年1回以上とする。紀要別冊を設ける場合もある。

原稿提出先・問い合わせ先

〒305-8571 茨城県つくば市天王台 1-1-1
筑波大学大学院人文社会ビジネス科学学術院
人文社会科学研究群国際日本研究学位プログラム
『国際日本研究』紀要編集委員長宛
jjajs@japan.tsukuba.ac.jp

*原稿募集およびテンプレートについては、以下のウェブサイトをご参照ください。

<http://japan.tsukuba.ac.jp/research/>

Journal of International and Advanced Japanese Studies

Submission Guidelines

(Revised in March 2021)

1. The *Journal of International and Advanced Japanese Studies* is published by the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. The *Journal* aims to promote open debate through publishing the results of leading research in Japanese Studies and welcomes submissions from the perspectives of cross-national and international studies (encompassing politics, economy, society, media and information studies, culture, linguistics and pedagogy, the arts, and literature).
2. Manuscripts that contribute to the purpose outlined above and to the Program's educational practices and research activities will be considered.
3. The following manuscripts will be considered for publication:
 - A) Unpublished manuscripts that are not under review elsewhere.
 - B) Manuscripts that are clearly identified as based on oral presentations.
 - C) Manuscripts that conform to the submission guidelines and template specified by the Editorial Committee.
4. Manuscripts that significantly overlap in content with those published in other academic journals or research bulletins will not be accepted.
5. The following types of manuscripts will be considered:
 - A) Research Articles: A "research article" is a fully structured academic paper that reports on original research. The manuscript must include an introductory section, a critical review of the literature in the field and any theoretical constructs or framework used in the research, the method(s) employed to undertake the research, the data/results of the research, and a concluding section discussing the findings and implications.
 - B) Research Notes: In terms of content and structure, a "research note" may differ from a research paper. However, it should attempt to advance a new idea, theoretical perspective, research program, or methodological approach.
 - C) Other papers: Review articles, research survey reports, reports on educational or research activities, research project reports, and oral histories (with a focus on introducing and discussing historical and factual materials), etc.
6. Those who are eligible to submit to the *Journal* are as follows:
 - A) University-affiliated faculty members or researchers (in Japan and abroad; contributors must provide their affiliation, title, phone number, and institutional email address. In order to confirm affiliation, free email addresses such as Gmail and private email addresses are not acceptable.).
 - B) Students (including short-term students) who are affiliated with the Program.
 - C) Alumni or other contributors as deemed eligible by the Editorial Committee.
7. Authors intending to submit manuscripts for consideration by the *Journal* have the following responsibilities:
 - A) Authors must demonstrate that they have taken an educational course on research ethics, such as those provided online by the University of Tsukuba that include eAPRIN and eLCoRE, within the past five years. Those potential authors who are unable to take the University of Tsukuba's online research ethics courses are allowed to submit proof that they have taken one or more equivalent courses.
 - B) Authors must undertake the task of checking their manuscripts with anti-plagiarism software (such as iThenticate) to confirm that the content of their submission does not significantly overlap with that of previously published research.
 - C) Authors must attest that their manuscripts are not plagiarized, that the data referred to within the manuscript has not been falsified, and that there has been fair and legal treatment of any collection of personal and identifiable data.
 - D) Expressions that are clear violations of rights or that are considered inappropriate under social conventions in contemporary Japan should be avoided, unless they are the subject of discussion and analysis in the text, or unless there is a necessity to publish research-related text, talk, and other materials verbatim. For information on various rights and issues regarding social conventions, refer to the "Guidelines for Releasing Information on the Web at the University of Tsukuba" (<https://www.u.tsukuba.ac.jp/en-guideline/>).
8. There is no limit as to the number of manuscripts that may be submitted.
9. Manuscripts must be written in either Japanese or English and formatted for A4-size paper using word processing software. Manuscripts are required to follow the template that is available on the Program's website.
10. Each manuscript must include: (1) Author(s) name(s), (2) Title, (3) Affiliated institution(s) and job title(s), (4) Abstract (about 150 words in English for all manuscripts; Japanese-language manuscripts also must include a Japanese-language abstract of about 400 characters); and (5) Keywords (maximum of 5 words; in English for all manuscripts; Japanese-language manuscripts also must include keywords in Japanese).
11. Prior to submission, it is highly recommended that English-language manuscripts be checked by a native English speaker and Japanese-language manuscripts be checked by a native Japanese speaker.
12. In principle, originally submitted manuscripts may not be replaced by updated versions and submitted manuscripts will not be returned.
13. Submitted manuscripts will undergo the following peer review process:
 - A) The Editorial Committee will review all manuscripts and may ask authors to supplement or revise the content of their manuscripts.
 - B) Each manuscript will undergo a peer review process by at least two peer reviewers who are specialists in the appropriate academic field.
 - C) In principle, the Editorial Committee will request reviews from researchers affiliated with the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. If necessary, the Program Leader of the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies and the Editorial Committee will request reviews from researchers affiliated with other programs within the University of Tsukuba or from researchers affiliated with educational institutions outside the University of Tsukuba.
 - D) Peer reviewers will report the results of the peer review process to the Program Leader of the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies and the Editorial Committee. Any issues that may arise concerning inappropriate creation methods (including plagiarism, data falsification, or breaches in the handling of personal and identifiable information and/or data) will be reported to the Program Leader of the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies and the head of the Editorial Committee.
 - E) The head of the Editorial Committee will inform the author(s) of the decisions of the peer review process, as well as reasons for acceptance, revision, or rejection. Neither individual peer reviewers' results nor their names will be communicated to the authors.
 - F) Authors may appeal the results of the peer review process to the head of the Editorial Committee through a separate set of procedures.
14. Decisions as to acceptance, revision, or rejection, based on the results of the peer review process, will be made by the Editorial Committee. In cases where there is non-agreement between peer review results, the Program Leader of the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies and the head of the Editorial Committee may request further peer reviews of the manuscript under consideration. The final decision as to acceptance, conditional acceptance, or rejection will be decided by the Editorial Committee.
15. Authors whose papers have been accepted for the *Journal* must prepare the manuscript for publication and submit it through email by the due date designated by the Editorial Committee.
16. The *Journal* will be stored electronically in the Tsukuba Repository (University of Tsukuba Library). The papers will be also available in PDF format on the Program's website.
17. The *Journal* is published at least once per year. Supplements may also be published.

Address for submissions and/or inquiries:

Editorial Committee
Journal of International and Advanced Japanese Studies
Master's and Doctoral Programs in
International and Advanced Japanese Studies
Degree Programs in Humanities and Social Sciences
Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences
University of Tsukuba
Tennodai 1-1-1, Tsukuba-shi, Ibaraki-ken, JAPAN 305-8571
jiajs@japan.tsukuba.ac.jp

* For the CFP and template, please refer to our website:
<http://japan.tsukuba.ac.jp/research/>

研究論文

企業城下町日立における地域中小企業の「第二創業」と生き残り戦略 —三友製作所の事例分析—

“Second Startup” and Survival Strategy of a Regional Small and Medium-sized Enterprise
in the Company Town, Hitachi City, Japan:
A Case Study of Sanyu Co., Ltd.

平沢 照雄 (Teruo HIRASAWA)¹

要旨

本論文は、企業城下町日立に拠点をおく三友製作所を事例として、[1]創業期からの事業展開および [2]1980年代後半から1990年代初頭における経営危機について明らかにしたうえで、[3]1990年代後半における「第二創業」とそれを契機とした生き残り戦略の展開について、「両利きの経営」(Ambidexterity Management)の視点から考察するものである。それにより、同社が、(a)分析機器分野におけるユニット受注体制の構築を目的とした事業の“深化”に取り組むことで下請企業として生き残りをはかるとともに、(b)産学官連携を積極的に活用する形で次々と自社製品を開発し、新たな事業機会の“探索”にも取り組むという2つの側面について明らかにした。以上の経営展開は、縮小を続ける企業城下町のなかであって、“脱下請”を意図した自立指向型企业とは異なる、もう1つの地域中小企業の生き残り戦略を示すものとして注目することができる。

キーワード：企業城下町、三友製作所、第二創業、両利きの経営、産学官連携

Abstract

This article examines “Second Startup” and business development of Sanyu Co., Ltd. in the company town Hitachi, Japan under the global competition. We focus on three phases: [1] business development since establishment, [2] a financial crisis during the late 1980s and the early 1990s, and [3] the survival strategy by “Second Startup” and the creation of new business, from the viewpoint of Ambidexterity Management. As a result, we clarify as follows: (a) Sanyu tried to survive as a subcontractor by working on business “exploitation” for providing unit-assembling services to a parent factory. (b) It actively engaged in “exploration” of new business chance based on industry-academia-government collaboration positively and expanded the scope of its own products. It suggests that business development by Sanyu is another case of survival strategy different from self-reliance enterprises in a shrinking company town.

Keywords: Company Town, Sanyu Co., Ltd., Second Startup, Ambidexterity Management, Industry-Academia-Government Collaboration

¹ 筑波大学人文社会系 教授。

はじめに

本論文は、茨城県日立に拠点を置く地域中小企業の経営史に着目することにより、グローバル競争下における下請 企業による「第二創業」²とそれを契機とした生き残り戦略（既存事業の再編・強化と自社製品開発の展開）について経済・経営史的に検討することを課題とする。

なお本論文が取り上げる日立地域は日本の代表的な企業城下町の1つであり、日立製作所を中核企業とし、その傘下に多くの中小企業を組織化する形で発展してきたことはよく知られている。特に第2次大戦後は、地域内の有力な下請企業が協同組合や協業組合を設立し、日立製作所の各工場と密接な関係を形成しつつ発展してきた（中央大学経済研究所1976; 平沢2018; 平沢2020）。本論文が分析対象とする三友製作所はそうした地域中小企業の1つであり、1957年に設立された久慈鉄工協同組合に加盟し、多賀工場（後には佐和工場、那珂工場）などと下請取引関係を結ぶことで発展してきた。

ところが、1980年代後半以降、世界経済がグローバル競争の時代へと移行するなかで、中核企業の経営スタンスが大きく変化するとともに、企業城下町型の経済発展も新たな局面をむかえるに至った。実際、三友製作所が加盟する久慈鉄工協同組合の年間総生産額は、1985年に90億円超えを記録したのをピークとして、1980年代後半以降低下することとなった。また日立市の製造品出荷額に関しても、1991年（16,672億円）を境として減少傾向へと転じたのである（久慈鉄工協同組合提供資料; 日立商工会議所2002）。

このように“親工場—下請協同組合—加盟企業による相互発展”という構造が行き詰まりをみせつつあるなかで、地域中小企業は独自の生き残り戦略により持続的な企業成長を実現することが重要課題となっている。これに対して本論文では、日立地域において下請企業として発展をとげてきた三友製作所が、1980年代後半から1990年代初頭の時期に経営危機に直面するなかで、いかなる取り組みによりそれを克服し、新たな企業成長を実現するに至ったのかについて、「両利きの経営」（Ambidexterity Management）の視点から明らかにするものである³。

ここで「両利きの経営」とは、企業がイノベーションのジレンマや組織的硬直性に陥ることを回避するために、組織能力や技術を“深化”（exploitation）させるだけでなく、新たな成長機会や技術を“探索”（exploration）することで持続的な企業成長を実現する経営をさす（O'Reilly & Tushman 2016）。

その場合、前者は自社の既存事業が有する特定分野の知や技術力を継続して深掘りすることで、その収益力あるいは競争力をより強固にする取り組みである。これに対して後者は、自社がこれまで保有してこなかった新たな知や技術力を外部に見出し、自社内に取り込

² 「第二創業」とは、創業以来継続されてきた事業展開が行き詰まりをむかえるなかで、経営者の交代などを契機として経営革新を行い新たな企業成長をはかるものである。

³ 研究史的には、March(1991)が企業による組織学習（organizational learning）における資源配分の側面から知の探索と深化のバランスの必要性を提起し、その後、O'Reilly & Tushman(2016)を代表的な文献として、「両利きの経営」研究が進展しつつある。ただし地域経済・経営史研究の領域では、同視点からの事例研究は、管見の限り十分に行われていないのが現状といえる。本論文は、三友製作所の「第二創業」による生き残り戦略の2面性について、同視点から分析を試みるものである。

むことにより新たな製品あるいは事業を創出してゆく取り組みを特徴付けたものである（O'Reilly & Tushman 2016, Ch. 2; 入山 2019, 12-13 章）。

とはいえ、下請企業では、既存技術・事業の深化と新技術・事業の探索の両者を並行して追求することは必ずしも容易ではなく、実際は前者に傾斜してゆき後者は等閑に付されることが多い。これに対して三友製作所は、「第二創業」を起点として両者に取り組む「両利きの経営」により新たな企業成長を実現した事例として注目することができる。

さらに上記の課題にアプローチするにあたり、日立の企業城下町型産業集積および地域中小企業に関する先行研究として、以下の2つに着目する必要がある。

1つは、同地域における下請企業の自立化に焦点をあてた実証研究である（遠山 2002; 中村・神谷・大谷・鈴木・福井・山下 2012; 平沢 2017）。例えばスターエンジニアリングの事例分析では、産学官連携の利活用による自社製品の開発と海外事業による販路開拓により中核企業への依存体質から脱却し、自立的な事業展開を行ったことが明らかにされている（平沢 2017）。

これに対して、もう1つは、地域中小企業の生き残り戦略をもっぱら“自立化”あるいは“脱下請”として捉える見解に批判的な研究である。例えば森嶋俊行氏は、氏が調査した2015年時点においても「地域・企業に対する日立製作所の影響力の大きさは今後とも変わらないであろう、という認識は広くみられ、[この地域において<脱日立>という表現を用いてはいけない。<日立製作所のパワーを他へ>というべきである]という見解もみられた」とし、「いくつかの対象企業においては、必ずしも日立製作所との取引比率の高さを脆弱性と捉えていない点は今回の調査において留意すべき点である」として、日立地域における自立化の取り組みのみを一面的に強調することに疑問を呈している（森嶋 2018, 157-158）。

森嶋氏による問題提起は、日立製作所との取引比率が依然として高い中小企業が必ずしも経営の脆弱な企業であるとはいえないこと、それゆえそうした企業に関してもより立ち入った事例分析の必要があることを示唆するものと捉え直すことができよう。

本論文が分析対象とする三友製作所は、表1に示すように多くの日立製作所グループ企業と取引関係にあり、2000年代以降においてもその比率は7~9割に達している。その意味で下請企業としての側面を持ち続けているが、それをもって同社が脆弱であると捉えることは適切ではない。しかもその一方で研究開発型企業の一面をも持ち、電子顕微鏡関連や半導体故障解析ツールといった自社製品開発に積極的に取り組む企業としての側面を有する点にも着目する必要がある。

同社が有する2つの側面をトータルに捉えるにあたっては、前述の「両利きの経営」視点はきわめて有効であり、本事例を分析することを通して“脱下請”を意図して自立的な事業展開を進める企業とは異なる、もう一つの地域中小企業の生き残り戦略とその事業展開を明らかにすることにしたい。

その場合、同社の経営に関しては、[1] 創業期からの事業展開、[2] 1980年代後半から1990年代初頭における2度の経営危機、[3] 1990年代後半における「第二創業」と新たな

事業展開という3つの時期に分けて捉えることができる。そこで以下では、[1]と[2]に関してはそれぞれ1章と2章において、さらに[3]に関しては3~4章において検討することで上記の課題にアプローチする。

表1 三友製作所・企業概要

| | |
|-------|--|
| 設立 | 1946年9月 |
| 本社所在地 | 常陸太田市馬場町 |
| 資本金 | 4,500万円 |
| 創業者 | 加藤木友三 |
| 代表取締役 | 加藤木克也 |
| 従業員 | 209名(2019年時点) |
| 主要事業 | 分析機器関連製品の製造 ラボ・オートメーション機器の製造 精密機械加工 電子顕微鏡関連付属品の製造 半導体故障解析ツールの製造 |
| 事業所 | 本社工場(常陸太田市馬場町) 団地工場(日立市石名坂町) テクノセンタ(同上)、スマートリイセンタ(同上) |
| 主要取引先 | 日立ハイテク、日立ハイテクマニファクチャ&サービス、日立ハイテクソリューションズ、日立ハイテクサイエンス、日立ハイテクフィールドイング、日立製作所、ルネサスエレクトロニクス、産業技術総合研究所、物質・材料研究機構、東京大学、北海道大学、茨城大学、千葉工業大学、京都先端科学大学 |

(資料) 三友製作所ホームページ、同社聞き取り調査より筆者作成

1. 協力企業としての事業展開—創業から1980年代前半期—

1.1 工業計器部品事業の展開

本章では、日立地域が企業城下町として成長を続けた時期における三友製作所の事業展開の特徴についてみておきたい。表2にあるように、同社は終戦直後の1946年に加藤木友三が常陸太田市にて創業した。ただし創業当初から日立製作所の下請企業であったわけではなく、ミシンとカメラ部品の製造を手がけていた。

これに対して、同社が日立製作所および同グループ企業との取引を開始するのは1949年以降である。この時期の事業展開としては、以下の点に着目する必要がある。

第1は、1955年に日立製作所電線工場(1956年4月日立電線として分離独立)から、電線の評価試験機の製作を依頼された点である。ちなみにこの時期の日立電線は、唯一の製造工場であった日立市(助川町)の電線工場に加えて、1960年に新工場(日高工場)を新設し、電線需要の急拡大に対応していた。さらにそうした設備増強とともに技術開発の強化を掲げ、様々な用途の電線を開発していった(以上、日立電線2006, 29-35)。その場合、用途ごとに製品評価を行う試験機が必要となり、その外注先となったのが三友製作所であった(加藤木2009, 1-2)。

表2 三友製作所・沿革

| 年・月 | 事 項 |
|---------|--|
| 1946・9 | 常陸太田市西三町で創業 |
| 1947・3 | ミシン、カメラ部品の製作開始 |
| 1955・12 | 日立製作所電線工場（後に日立電線）と評価試験機の取引開始 |
| 1956・9 | 日立製作所多賀工場向け工業計器部品の製作開始 |
| 1957・4 | 久慈鉄工協同組合設立・加入 |
| 1959・10 | 常陸太田市馬場町工場(現本社工場)完成・操業開始 |
| 1961・1 | 日立製作所那珂工場と取引開始 |
| 1964・5 | 久慈鉄工団地完成・団地内に団地工場を開設 |
| 1968・2 | 日立製作所佐和工場と取引開始 |
| 1969・8 | 常陸太田市栄町に第2工場操業開始(温度計の組立) |
| 1974・8 | 株式会社に組織改編 |
| 1986・10 | 日立製作所那珂工場による経営改善指導 |
| 1989・3 | 第2工場を久慈鉄工団地に移転し団地工場と統合 |
| 1990 | 第1次中期経営計画（1990~1994年）の策定 |
| 1990・8 | 団地工場内に精密加工センターを新設 |
| 1994 | 「ニュー三友ビジョン」（第2次中期計画：1995~1999年）の策定 |
| 1995・7 | 加藤木克也氏が2代目代表取締役に就任 |
| 1996・7 | 電子顕微鏡用マイクロマンピュレータの共同開発を開始 |
| 1998・4 | 資本金を3,000万円に増資 |
| 2003・4 | 電子ビーム吸収電流（Electron Beam Absorbed Current）用プローバ開発 |
| 2004・3 | 半導体不良解析用プローバ開発 |
| 2003・4 | 産業技術総合研究所とマルチプローバの共同開発を開始 |
| 2007・12 | 資本金を4,500万円に増資 |
| 2008・12 | 医用分析装置ユニット組立専用工場増築 |
| 2009・4 | 局所プラズマ加工装置の共同開発開始 |
| 2014・7 | 久慈鉄工団地内にテクノセンターを開設 |
| 2017・2 | CEマーク対応電子顕微鏡用サンプルクリーナを販売 |

（資料） 三友製作所『経歴書』、同社ホームページより筆者作成

第2は、以上の取引を契機として、その翌年に日立製作所多賀工場との間で工業計器部品の取引が開始された点である。さらに1959年には、常陸太田市に馬場町工場(現本社工場)を設立して、同製品の本格的な生産を開始するに至った。

なおここで日立製作所の計器事業に関してふれておけば、工業計器（自動温度調整器）が製品化されたのは1935年であったが、1945年の日立空襲による計器製造工場（鮎川工場、日立工場）の壊滅後は日立市の多賀工場によって生産が再開された。その後、計測器事業部門は1961年に那珂工場として分離独立するに至る。

その場合、日立製作所が取り扱う工業計器は、変換器、伝送器、調節計、応用計器、計装システム、デジタルシステムと多岐にわたっていた（日立製作所計測器グループ 2001c,

57-65)。このうち三友製作所が主に手がけたのは調節計および伝送器関係の部品供給であり、那珂工場が主な取引先となった。

1.2 自動車部品（カーエアコン）事業の展開

さらに第3は、非量産型の計器部品製造を行う一方で、それとは対照的な量産型の自動車部品製造を手がけるに至った点である。具体的には、1957年に久慈鉄工協同組合への加入を契機とし、さらに久慈鉄工団地が完成した際には団地内に工場を新設して自動車部品の製造拠点とした（表2）。

なお冒頭でもふれたように、第2次大戦後に日立製作所は、日立市周辺の国道6号線とJR(旧国鉄)常磐線沿線に多くの工場を設立するとともに、それらの工場が主導する形で、その周辺に下請工場を育成しつつ、同時にそれらを協同組合の下に組織化していった。

その1つが久慈鉄工協同組合であり、1966年に多賀工場による積極的な支援のもとで工場団地を造成し集団移転を行った。移転当初は多賀工場を主要な取引先としたが、1967年に自動車部品事業部が佐和工場を新設して独立した後は、同工場を主要な取引先として発展した（平沢 2020）。こうした経緯から、三友製作所も自動車部品に関しては佐和工場を主要な取引先とし、カーエアコンの製造を行ったのである。

以上のように、1980年代前半期までの三友製作所は、大きくわけて2つの事業によって支えられていたと捉えることができる。すなわち、1つは工業計器関連の非量産型部品・製品であり、主に電磁流量計、温度調節計、スリーバルブなどを那珂工場から受注していた。さらにもう1つは自動車向けの量産型電装部品であり、主にカーエアコン関連製品を佐和工場から受注していた。

なお、1980年代初頭の時点でみた場合、両事業の総売上高に占める比率は、それぞれ約50%であった（後掲図3）。その意味で、同社は2つの異なる事業を、常陸太田と久慈鉄工団地という異なる製造拠点で棲み分けながら製造し発展してきたということが出来る。

2. 既存事業の縮小・撤退と経営危機

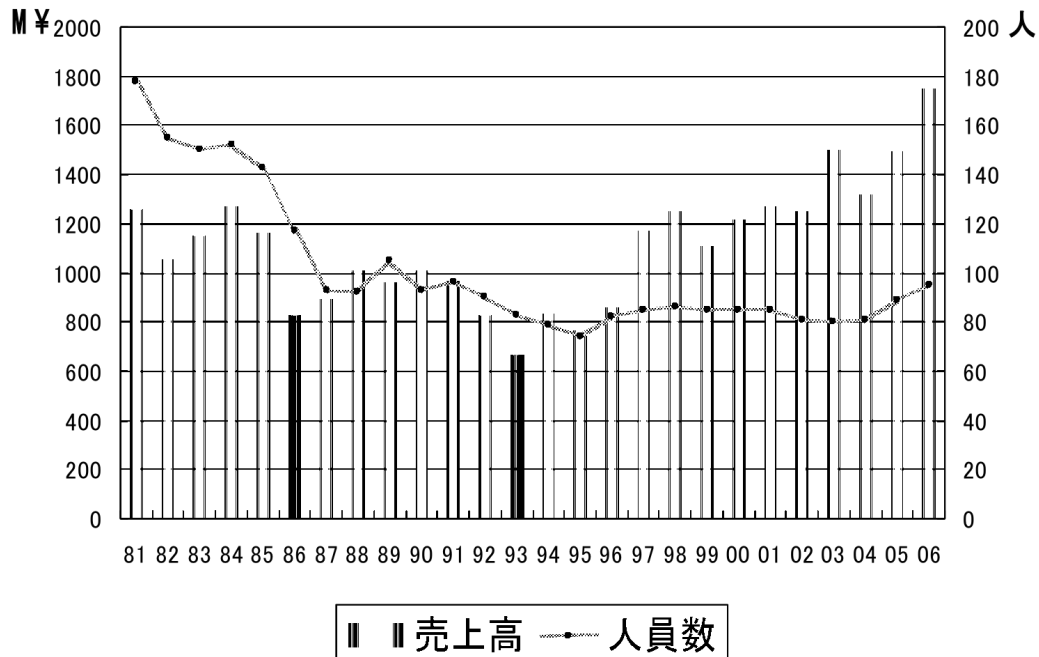
2.1 既存事業の大幅減産と事業撤退による経営不振

ところが、1980年代後半以降、そうした発展が行き詰まり、転機をむかえることになった。具体的には、図1に明らかなように、[1]1986年と[2]1993年の2度にわたり売上高が大幅に落ち込むこととなり、深刻な経営危機に直面することになったからである。

まず[1]では、同社の主力製品であった工業計器とカーエアコンに対する取引が、相次いで大幅に減少したことが大きな原因であった。このうち前者に関しては、特に温度調節計の受注停止が大きな打撃となった。なお日立製作所工業計器のなかで、温度調節計は1950年に生産が再開された後に、1960年代には真空管やトランジスタ、ICを内蔵するなどして電子計器化され、EOIシリーズとして長期にわたり販売された（日立製作所計測器グループ 2001c, 57-67）。

そうした流れのなかであって、三友製作所では、那珂工場からの依頼により常陸太田市に第2工場を新設し、温度調節計の組み立てを開始した（三友製作所 1976）。さらに EOI シリーズが工業計器のヒット製品となるなかで、第2工場はその組立専用工場として生産を拡大していったのである。

図1 三友製作所の売上高・従業員数の推移(1)



（資料） 三友製作所提供資料

ところが、1980年代に入ると温度調節計の売り上げが頭打ちとなり、日立製作所は1985年をもって EOI シリーズの販売を停止するに至った（日立製作所計測器グループ 2001c, 242）。その結果、三友製作所は、工業計器製造の大幅減産に直面することとなったのである。

さらにその一方で、カーエアコン生産に関しても、大きな変化に直面することになった。ちなみに、1980年代から1990年代に入る時期、日本の自動車産業は、貿易摩擦問題、プラザ合意以降の急激な円高への対応とともに、環境問題対策の一環として「特定フロン全廃」に向けた代替フロンへの移行を課題としていた。

これに対して自動車メーカーは、海外現地生産への動きを加速するとともに、国内では調達コストの削減・効率化および代替フロンへの移行を意図して調達部品の見直しを推進した。例えば日産の場合、カーエアコンを日立製作所、カルソニック、ディーゼル機器（1991年にゼクセルへと社名変更）の3社から調達してきた従来の方針から、カルソニック、ディーゼル機器の2社に絞り効率化する方針へと転換した（『日経産業新聞』1990年7月13日；同1991年2月22日）。

こうした流れのなかで、日立製作所は、1980年代半ば以降、日産の方針に従ってカーエアコンの一部をカルソニック、ディーゼル機器の2社に順次移管していった。さらに1991年10月には、生産規模が縮小しつつあったことに加え、上記代替フロン化への投資が回

収困難であるとの理由によりカーエアコン事業から撤退した（アイアールシー1998,285-289）。このように日立製作所が国内での事業を縮小し、最終的には撤退するなかで、三友製作所のカーエアコン事業も1980年代後半期に大幅減産を余儀なくされ、1990年代初頭には全面撤退に至ったのである。

2.2 “ニュー三友への脱皮”を意図した中期経営計画の策定

以上、2つの主要事業が行き詰まり深刻な業績悪化に陥った点についてみてきた。これに対して、親工場である那珂工場は、三友製作所に対して、(1)経営指導として温度調節計の製造拠点であった第2工場の閉鎖を提案するとともに、(2)工業計器に代わる製品として理化学機器関連部品の新規取引を提示した（加藤木2009,3）。

そしてこれを契機として、三友製作所は経営改革に着手するに至る。具体的には、第2工場を1989年に閉鎖し、温度調節計以外の受注品を久慈鉄工団地にあった団地工場に移管するとともに、佐和工場向けカーエアコン部品の生産を1991年に停止し、同事業から全面撤退するに至ったのである。

さらに重要なのは、こうした縮小・撤退策の一方で中期経営計画を新たに策定し、事業転換を積極的に進めた点である。この点に関して表3は、同社が1990年以降に策定した中期経営計画について示したものである。

表3 三友製作所における中期経営計画の展開

| | 第1次 | 第2次 | 第3次 | 第4次 |
|-------|------------|-------------|-----------------|--------------|
| 期間 | 1990-1994年 | 1995-1999年 | 2000-2003年 | 2004-2007年 |
| スローガン | 自分達の強みを活かせ | ニュー三友への脱皮 | マイクロマニピュレータの事業化 | 真のパートナーを目指して |
| 主要課題 | 精密加工職場の構築 | ユニット受注体制の整備 | 試作から受注できる体制作り | 精密現場の再構築 |
| | | 自社製品開発の推進 | 設計力の強化 | 検査体制の再構築 |
| | | 若者が集まる会社作り | | パートナーとの連携強化 |

（資料）三友製作所提供資料および聞き取り調査により筆者作成

そこにみられるように、最初に策定した第1次計画においては、“自社の強み”である基盤技術＝機械加工の技術力を新規事業へ活用することに重点が置かれ、その観点から“精密加工職場の構築”が主要課題とされた。そして、新たに那珂工場から受注する予定の理化学機器（計測器・分析機器）関係の部品加工に対応するために、久慈鉄工団地内に精密加工センターが設立され、新規事業への取り組みが開始されたのである。

しかしながら、以上のような取り組みを開始したにもかかわらず、図1に明らかなように1990年から1993年にかけて同社の売り上げは増加に転じることなく低下していった。また従業員数に関しても、1990年代に入り再び減少傾向に転じていたことがわかる。

そこで、さらに改革を進め「第二創業」（“ニュー三友への脱皮”）を意図して策定されたのが、第2次中期計画であった。そしてその中心課題は、[1] ユニット受注体制の構築

と[2] 自社製品開発にあったといえる（表3）。このうち[1]に関して、加藤木氏は以下のように証言している（平沢2008、[]内は引用者）⁴。

[第1次] 中期計画を立て、精密加工センタを設立したのですが、不景気になったら再び業績が落ちこむという状況が続きました。一番最低が1993年で7億円を割り込みました。その時に、部品加工だけの仕事を請け負っていてもそれほど全体の売り上げは増えないし、事業的には難しいと判断しました。一方、バブル景気が終わった頃から、日立さんでは加工品をユニットにまとめるところに発注を集約化するようになりました。機械加工だけやろうとしたところの多くは2次外注、3次外注となりますが、そうすると値段や納期の面で厳しくなるため、我が社としてはユニット発注を受けられる1次外注に残らなければならない。そのためには組立部門を充実させようということで[第2次] 中期計画を立てました。

それとともに同計画では、[1]への取り組みだけではなく、[2]の自社製品開発を積極的に掲げた点が注目される。つまり三友製作所にとって「第二創業」による事業展開とは、①計測器・分析機器分野においてユニット部品の製造を手がけることで1次下請けとしての生き残りをはかるとともに、②自社製品の積極的な開発に取り組むことで新たな市場と取引先を開拓するというものであった。

またそれを推進するキーパーソンとして、1995年には加藤木克也氏が2代目代表取締役役に就任し、新たな取り組みが展開されることになったのである。

3. 「第二創業」による新たな事業展開

3.1 若手人材の採用による設計・組立部門の拡充

そこで、3章では、「第二創業」における新たな取り組みについて検討することにしたい。まず注目されるのが若手人材の補充であり、毎年1~3人のペースで採用を進めていった。この点に関して図2は、そうした取り組みから約10年が経過した時点における従業員の年齢構成をみたものである。

そこにみられるように、同時点においては35歳以下（44名）および50歳以上（30名）の2つの年齢層が中心となっていた。このうち前者はこの10年間に入社した部分であり、当該世代が会社の中心になりつつあることがうかがえる。

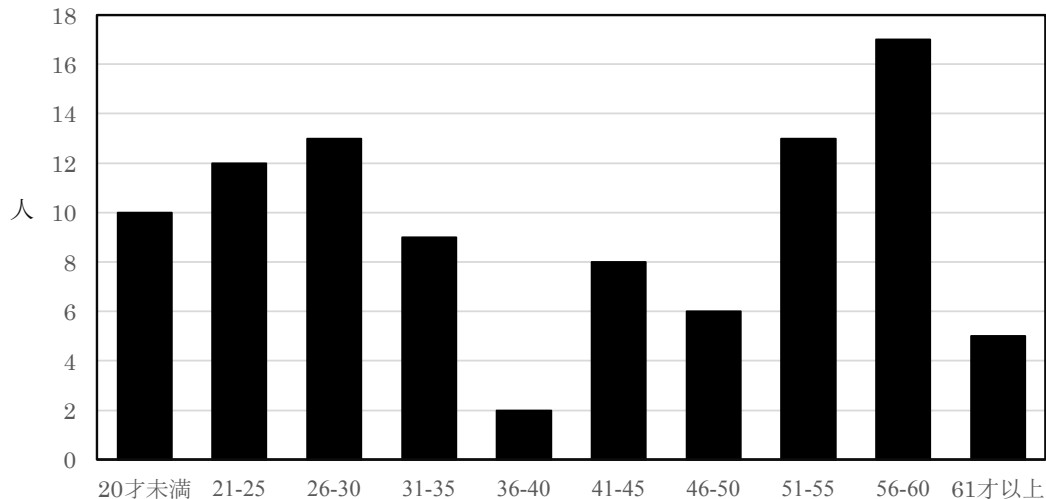
しかも若手を中心とした採用に際しては、開発設計部門の人材確保を優先的に進めた点が注目される。ちなみに同社では、1980年に本社工場内に設計室が新設されてはいたものの、以下の証言からもうかがえるように、それにより開発設計が重視されるに至ったとは必ずしもいえない状況にあった（加藤木2009, 2）。

日立電線の評価試験機を開発していたため、小さな会社ながらも開発部がありました。ですが、会社の屋台骨は工業計器とカーエアコンの部品の製造になっていましたから、

⁴ 三友製作所加藤木克也氏への聞き取り調査は2008年3月5日に実施された。また本論文での引用に際しては、2021年9月14日に再確認のために追加の調査を実施した。

そちらの仕事に人を多く配していました。そうした状況から社内には、設計部門は製造部門の付属品と見られていました。

図2 三友製作所・従業員の年齢別構成(2007年10月時点)



(資料) 三友製作所提供資料より筆者作成

これに対して、開発設計部門を製造部門の単なる“付属品”ではなく、開発重視型企業への転換をはかる拠点として重視することを明確化したのが第2次中期計画であったといえる。その結果、1990年代初頭までは3~4人にすぎなかった開発設計部門⁵は、1990年代末に6名となり、2000年代に入って13名へと大幅に増員された⁶。

さらに以下の証言にあるように、設計・開発部門に続いてユニット組立部門の拡大・強化がはかられた点にも注目する必要がある(平沢2008)。

自動車部品事業に従事していた人を新規事業に移動しようとしたのですが、結局できませんでした。それで自動車部品をやっていたほとんどの人が退社しました。(中略)設計部門を充実したいと考えて、新規学卒を採用しようと考えました。最初は設計に入れて設計部門を強くしながら、その次には組立現場のほうにも若手を入れていきました。今は従業員が100人ほどいますが、1995年に入った3人より下の世代が50人ほどに達しています。

この点に関して、上記と同じく取り組みから約10年が経過した2007年時点における従業員の部門別構成をみると表4のようになる。このうち、まず製造部門の構成(役員を除く)をみた場合、加工部門が約35%に対して組立部門は50%以上に達しており、組立部門に重点をおいた生産体制が整備されたことがわかる⁷。

⁵ 三友製作所(1991)によれば、1991年時点で従業員総数92人に対して設計部門のそれは4人であった。

⁶ それ以降も、設計チームは大学、大学院あるいは高専の専攻科を卒業し、設計について学んできた人材に限って採用してきたとされている(常陽地域研究センター2015, 47)。

⁷ 同時に組立部門内では、設計・開発部で開発した自社製品の組立を専門に担当する人員(メカ担当)の補充が行われた(表4)。これは4章でみる自社製品事業の展開をにらんだ配置であり、「両利きの経営」における新規事業の“出島”的人材配置として注目できよう。

表 4 三友製作所の部門別従業員構成(2007年10月時点)

| 所 属 | | 社員 | 構成比 (%) | 派遣 等 | 計 | 構成比 (%) |
|-----------|--------|----|------------|---------|-----|------------|
| 役 員 | | 3 | — | — | 3 | — |
| 設計・開発 | | 13 | 13.7 | — | 13 | 11.9 |
| 機械 加工 | 間接 | 8 | 35.8 | — | 8 | 34.9 |
| | 直接 | 26 | | 4 | 30 | |
| 組立 | 間接 | 8 | 50.5 | 3 | 11 | 53.2 |
| | 直接 | 35 | | 5 | 40 | |
| | 直接(メカ) | 5 | | 2 | 7 | |
| 合計(役員を除く) | | 95 | 100.0 | 14 | 109 | 100.0 |

(資料) 三友提供資料より筆者作成

(注) 構成比は役員を除いて算出

3.2 分析機器関連事業を起点とした“深化”と“探索”

以上のように、三友製作所は、1995年から始まる第2次中期経営計画を契機として、若手学卒人材を積極的に採用するとともに、それらを開発設計部門および組立部門に重点的に配置することで、開発設計とユニット組立を重視する“ニュー三友”への転換を進めていった。

さらに、同社ではこうした取り組みを前提として、“深化”と“探索”を駆使した「両利きの経営」により新たな事業の展開を推進したのであり、3.2節ではこの点について具体的に検討することにしたい。

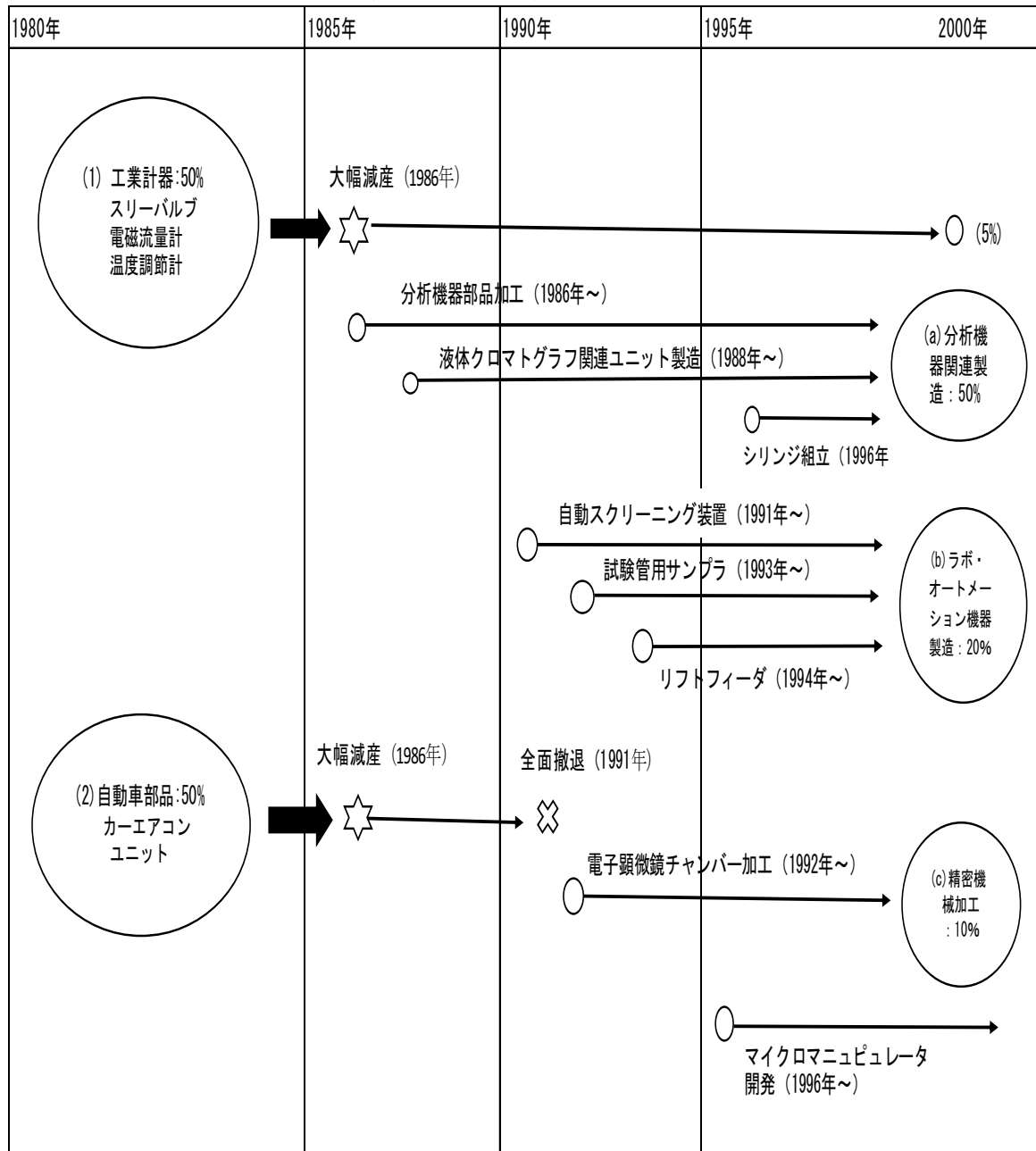
そこで、改めて1980年代以降における同社の事業展開を、主要製品に着目しつつ示すと図3のようになる。前章でふれたように、1980年代前半まで同社の柱であった工業計器と自動車部品事業は、1980年代後半以降に大幅減産さらには全面撤退へと追い込まれた結果、2000年時点では売上総額の5%を占めるにすぎなくなった。

その一方で、これらの事業と入れ替わる形で1980年代後半以降に取り組み始めたのが分析機器関連事業であった。同事業は経営危機下の1986年に始められた部品加工を端緒とするが、さらに1988年には液体クロマトグラフ（以下、液クロと略記）関連のユニット製造へと深化させていった。「両利きの経営」でいう既存事業・自社技術の“深化”が行われたと捉えることができる。

なおここで、三友製作所の事業展開にとって重要な意味を有する液クロおよび同分野における日立製作所の展開について言及しておきたい（以下、日立製作所計測器グループ2001a, 82-89）。

まず液クロ装置の発展にふれておくならば、それは[1]大粒径の充填剤を利用し時間をかけて分析を行った古典的液クロの時代（1950年代後半～1970年代前半）から、[2]微粒子の充填剤を用いて短時間分析を可能にした高速液クロ（以下、HPLCと略記：1970年代後半～1990年代）の時代を経て、[3]ラボラトリー・オートメーションの時代（1990年代～）へと推移してきた。

図3 三友製作所の事業展開—1980～2000年—



(資料) 三友製作所提供資料より筆者作成

このうち[2]の特に1980年代以降に着目するならば、この時期はHPLCの使用分野の拡大とラボ内での設置台数の増大による大量普及時代へと移行した時期にあたる。それと同時に、小型化、低価格化が求められた時代でもあった。さらに1980年代後半以降になると、ユーザーの裾野拡大を背景として、操作性・利便性の向上、自動化とともにシステム化の要求が増大していった。

こうしたユーザーニーズに対応するために、日立製作所が1980年後半に開発したのがL-6000形シリーズである。同製品の特徴は、シリーズ独自の通信方式を採用し、HPLCを

構成するポンプ、オートサンプラー、各種検出器などのユニットを 1 本のケーブルで接続できる本格的なシステム化製品という点にあった。小型化、低価格化とともにシステム化を追求するなかで、同社としては、HPLC を構成するユニット関連部品の製造を担える 1 次下請を選択し組織化していったといえる。

そうした外注方針に適応するために、三友製作所は上述のように事業の“深化”に取り組み、液クロ関連のユニット製造に取り組んでいった。その結果、同社の分析機器関連事業は 2000 年時点で売上総額の約 50% を占め、中核事業へと成長するに至ったのである（図 3）。

さらに同社の事業展開に関して注目されるのが、以上でみてきた液クロ分野での取り組みを起点とする形で、ラボ・オートメーション機器事業へと新たな“探索”を試みた点である。ここでラボ・オートメーションとは、医薬品の研究開発分野などにおいて臨床用および研究用ラボにおける膨大な量の手動タスクを自動化することで、人為的なエラーの減少、作業時間の短縮・効率化をはかる一連の取り組みをさす（インテル 2021）。

それにより実験・開発コストを削減するとともに、研究者・技術者の反復的な作業を軽減して、戦略的に重要なタスクに注力できるというメリットを有していた。こうしたオートメーション化の一環として、医用機器をはじめとする分析機器分野においては、自動分析装置の開発・製造が 1990 年代以降急速に進展していったのである（日立製作所計測器グループ 2001b）。

そこでこの動きに連動する形で、三友製作所は、1991 年にスクリーニング検査を自動で行う装置製造に着手した。そしてそれを皮切りとして、1993 年には分析装置に連携させて同装置に試料を運搬・投入する自動サンプラの製造が開始されるといったように、ラボ・オートメーション関連製品の連続的な開発・製造への取り組みが展開されたのである（図 3）。

なお以上のように、連続的な製品開発により“探索”を進めていった背景として、かつて手がけた自動車部品事業とは大きく異なり、それらの製品の市場規模が相対的に小さく、ニッチ市場的な性格を有していた点に着目する必要がある。こうした市場制約を克服し持続的な企業成長を実現するうえで、連続的な製品開発による新規事業の“探索”が必要とされたといえよう。その結果、同事業は 2000 年時点で売上総額の約 20% を占めるまでになり、分析機器事業に次ぐ事業へと成長するに至ったのである。

4. 産学官連携の利活用による新たな“探索”と自社製品事業の展開

4.1 産学官連携によるマイクロマンピュレータ装置の開発

それとともに同社の事業展開において見逃せないもう 1 つの“探索”的な取り組みが、自社製品の積極的な開発であった。そしてそれは産学官連携事業を積極的に利活用しつつ展開していった点に特徴があり、4 章ではこの点に関して検討することにしたい。

その場合、同社にとって最も重要な契機となったのが、1996 年から開始された電子顕微鏡マイクロマンピュレータの共同開発であった。なお電子顕微鏡は、光の代わりに電子を

用いることで光学顕微鏡の限界をはるかに超えた高い空間分解能が得られる器具であり、それは透過型（TEM）と走査型（SEM）の2種類に大別される。

日立製作所では、このうち後者（SEM）の開発に1960年代から着手し、それ以降次々と商用機の製品化を実現していった。その結果、例えば2009年時点における日立ハイテクノロジーズの製品（FE-SEM）は、世界市場で40%以上のシェアを獲得するに至り、日立分析機器グループにとって重要製品の1つとなったのである（大林2009）。

一方、三友製作所においても、1992年以降、計測器グループとの取引として、電子顕微鏡部品（チャンバー）の精密加工に取り組んでいた（図3）⁸。それとの関連から、同社が最初に共同開発のテーマに選んだのが、「電子顕微鏡下で微細作業をつかさどるシステムの開発」であり、その一環として取り組んだのが電子顕微鏡内マイクロマニピュレータ装置であった（平沢2008; 加藤木2009; 三友製作所2005a）。

ところで、電子顕微鏡を使って顕微解剖を行う際には、顕微鏡内の微小空間において“掴む”、“切る”などの微細作業が必要となる。しかしながらこの作業は技術的に難易度が高く、特に手作業による針の移動にはかなりの熟練が必要とされた。そのため微細になればなるほど一部の技能者しか扱えないという問題を抱えていた。

そこで、そうした作業を容易にする装置として期待されたのがマイクロマニピュレータである。この装置は2つのマニピュレータを操作することにより、ワークテーブル上で行う作業を熟練をあまり必要とせずに行うことができる利点を有していた。加藤木氏によれば、この開発を始めるに至った経緯は以下のとおりであった（加藤木2009, 3-4）。

腰を据えた開発ができる分野はないかと探していたときに、茨城県が主宰するものづくり企業の集まりがありました。そこに知り合いの茨城大学の教授と若い先生が参加されていました。（中略）翌日、私の元に若い先生から一枚のファックスが届きました。いくつかの開発支援テーマが書かれていました。その中にマイクロマニピュレータという「電子顕微鏡下で微細作業をつかさどるシステムの開発」のテーマがありました。当時、弊社では電子顕微鏡の部品を製作していたこともあり、このテーマに大変魅力を感じました。しかし、電子顕微鏡についての知識のある人は、社内にはいません。また、私共としては、難しい課題が多く、「ゼロからの出発であること」を覚悟しました。

そこに示されているように、この開発は同社にとってゼロからの出発に近い“探索”であった。そのため、自社内部で全般的に不足する知識・情報および資金を補完する必要があった。そこで、電子顕微鏡部品の発注元である日立製作所計測器グループの紹介により、同社にかつて所属した電子顕微鏡設計の第一人者をアドバイザーとして助言を求めるとともに、産学官連携の利活用によって開発を進めたのである。

⁸ この点に関して、加藤木氏は、「日立製作所那珂工場と付き合いなかで電子顕微鏡に関しては若干の知識がありました。それで電子顕微鏡の付属品を手掛けたら、うまくいくかもしれないという思いがありました。電子顕微鏡の中で使うマニピュレータの話が持ちかけられた際に、これを我々がやっつけば今後の発展にうまくつながるのではないかと考えました」と述べている（平沢2008）。

そうした取り組みにより、電子顕微鏡内マイクロマンピュレータ装置の第1号機が出荷されたのは2001年2月であった。そこで1996年の開発開始から第1号機出荷に至る一連のプロセスをまとめると図4のようになる。

図4 マニピュレータ開発プロセス（第1号機出荷まで）

| 年次 | 主な取り組み | 外部出展・デモンストレーション | 主な政策的支援事業 |
|----------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| 1996~ 1997年 | 産学官共同研究開発事業スタート (1996年7月) | | 茨城県中小企業振興公社 産学官共同研究支援(1996-97年) |
| | 顕微解剖調査：三重大 (1996年11月) | | |
| 1998年 | | つくばベンチャーテクノフェア出展 (1998年12月) | 茨城県 創造技術開発支援(1998年) |
| | | | |
| 1999年 | SEM内顕微解剖実験 (1999年3月) | | 科学技術振興事業団 創造的研究成果育成支援(1999年) |
| | | 医学・生物学電子顕微鏡学会デモ (1999年7月) | |
| | | 米国・SPIE学会デモ (1999年9月) | |
| 2000~ 2001年 | | マイクロマシン展出展 (東京、2000年11月) | |
| | 第1号機出荷 (2001年2月) | | |

(資料) 三友製作所提供資料より筆者作成

そこに示したように、このプロジェクトは、[1] 三友製作所と連携先（茨城大学）による研究開発に加えて、[2] その成果を外部へと情報発信しモニタリングする取り組みと、[3] 公的機関（茨城県中小企業振興公社、茨城県、科学技術振興事業団）からの資金面での政策的支援の3つが重要な役割を担ったといえる。

このうち[1]に関しては、1996年からの2年間に茨城県中小企業振興公社の資金援助を得て、茨城大学の工学系研究室が開発を主導する形で試作機の製作にまで到達した。この間、三友製作所は、三重大学で実際の顕微解剖に関する見学・調査を行うとともに、茨城大学研究室にスタッフを常駐させて、マイクロマニピュレータに関する知識・情報を蓄積していった。

ただし上記の共同開発においては、試作機は製作できたものの事業化にまでは至らなかった。そこで次のステップとして、三友製作所は1998～1999年にかけて[3]の創造的技術開発資金を獲得することにより、自社での開発を継続した。またその過程で、試作機をベンチャーテクノフェアや国内外の学会に出展して、情報発信するとともに専門家からの助言を得る取り組みを精力的に行ったのである。

その結果、1999年に第1号機のプロトタイプを完成するに至る。そこで、今度は同機をマイクロマシン展⁹に出展したうえで、翌2001年初頭に第1号機の出荷を実現させた（平沢2008; 加藤木2009; 中小企業金融公庫2004）。

しかも[2]の展示会への出展に関しては、「以前は中小企業展などにも出ていましたが、当社の製品は実際にやっている人や専門家に見ていただき、さらに説明しないと商売に結びつきません。ですから今は、[マイクロマシン展のような]専門の展示会に出展するようにしています」（加藤木2009, 5, []内は引用者）というように、自社製品の事業化に向けて専門性の高いB to B型の展示会を利活用する方向へと進化させてきた点も注目される。

4.2 自社製品開発における事業機会“探索”の展開

以上のように、三友製作所は、自社にはない、しかしながら開発に必要な知識・情報および資金を、外部との連携により獲得することで電子顕微鏡用マイクロマニピュレータの開発に成功したといえる。そしてこの成功を出発点として、2001年以降、同社はさらに新たな事業機会の“探索”により自社製品の幅を拡大していったのである。

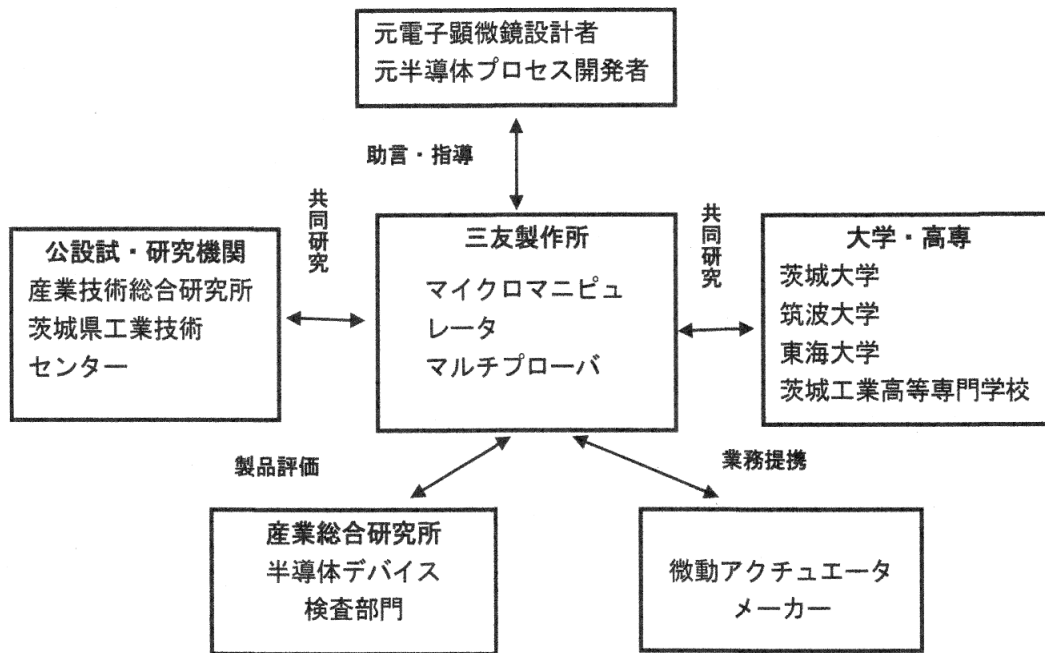
具体的には、図5に示すような各機関等との協力関係を構築するなかで、①バイオ研究用マイクロマニピュレータ→②半導体不良解析用マイクロマニピュレータ→③マルチプローバの開発へと進んでいった。

このうち①は、バイオ研究領域をメインターゲットとし、しかも光学顕微鏡にもセット可能な装置として開発に取り組んだものである（三友製作所2005b）。しかし、ユーザーとして想定したバイオ関係の研究機関にとって、マニピュレータを遺伝子レベルで活用する余地はきわめて少なく、そのため市場の成長があまり期待できないことが明らかとなり、この“探索”は十分な成果をあげることはできなかった。

⁹ マイクロマシン技術・製品の情報発信および同ビジネス活性化を目的とした展示会であるマイクロマシン展は、1990年に第1回（主催：マイクロマシン研究会）が開催され、財団法人マイクロマシンセンターの設立（1992年）以降は同センターの主催により毎年開催されてきた。三友製作所が出展を始めた2000年当時は、マイクロマシン技術や半導体製造技術、レーザー加工技術の進展に伴い、MEMS（Micro Electro Mechanical Systems）デバイスが産業発展のキーデバイスあるいは産業のメメとして注目されるようになった時期であったこともあり、それ以降入場者規模が急増した（マイクロマシンセンター2012）。さらに2016年からは展示会の内容をリニューアルし、新たにMEMSセンシング&ネットワークシステム展の名称で開催されている。

これに対して、アカデミックな研究機関から市場の成長が見込める半導体産業分野へとターゲットをシフトさせ、半導体の不良解析・評価向けへと用途を変えて取り組んだのが②である。この開発は、(a)半導体プロセス開発者の助言を契機とし、(b)中小企業総合事業団による課題対応新技術研究開発事業（R&D）の資金助成を受け、(c)産業技術総合研究所、茨城県工業技術センター、筑波大学、東海大学との連携により進められたものであった（三友製作所 2005c; 常陽地域研究センター2015）。

図5 三友製作所の開発協力体制



（資料）三友製作所提供資料より筆者作成

さらに③は、マニピュレータ開発で蓄積された技術シーズをもとに、高感度・多機能プローバの開発を、経済産業省による地域中小企業支援型研究開発制度を活用する形で、産業技術総合研究所と茨城県工業技術センターとの連携によって進めたものである。

なお、マニピュレータの場合、アームに取り付ける針が絶縁物であったのに対して、プローバでは針への通電による微小電流の測定を可能とし、そのためにノイズ対策を施す点に新たな特徴があった（産業技術総合研究所 2005; 平沢 2008）。そのうえで、同研究の進展をベースとして、半導体デバイス計測・評価用の電子顕微鏡用多機能ステージ「ナノワークステージ」の製品化にも取り組み、これを実現した。

さらに 2007 年には、スマートフォンなどの普及に伴い市場の成長が見込める半導体デバイス解析装置（局所プラズマエッチング装置）の開発にも着手した。これは半導体の不良箇所を短時間で加工・解析する点にメリットがあり、先に見た電子顕微鏡関連装置に次ぐ自社製品の創出を意図した新たな“探索”であったといえる（加藤木 2009; 三友製作所 2015）。

またそうした取り組みと並行して、これまで本社工場で行ってきた自社製品の生産を移管するとともに、その生産能力拡大をはかる目的からテクノセンタの新設を構想し（『日本経済新聞』2012年11月8日；『茨城新聞』2012年11月22日；同2012年11月27日）、2014年に久慈鉄工団地内に新設するに至った。

4.3 2000年代における企業成長

以上のように、三友製作所は、最初のマニピュレータ開発での経験を踏まえ、[1] 経済産業省や中小企業総合事業団による助成制度によって開発資金を確保しつつ、[2] ターゲットとするユーザーあるいは市場の成長が見込める用途の“探索”を試みるとともに、[3] それに応じて外部の連携先を柔軟に組み替える形で継続的に開発を推進し、自社製品事業の新規創出に取り組んでいったといえる。

そうした取り組みの結果として、マイクロマニピュレータ1号機を初出荷した2000年初めにはほぼゼロであった自社製品の売上げが、2010年代初頭には売上総額の約1割を占めるに至り、同社にとって分析機器やラボ・オートメーション関連事業とともに企業成長の一翼を担うこととなったのである。

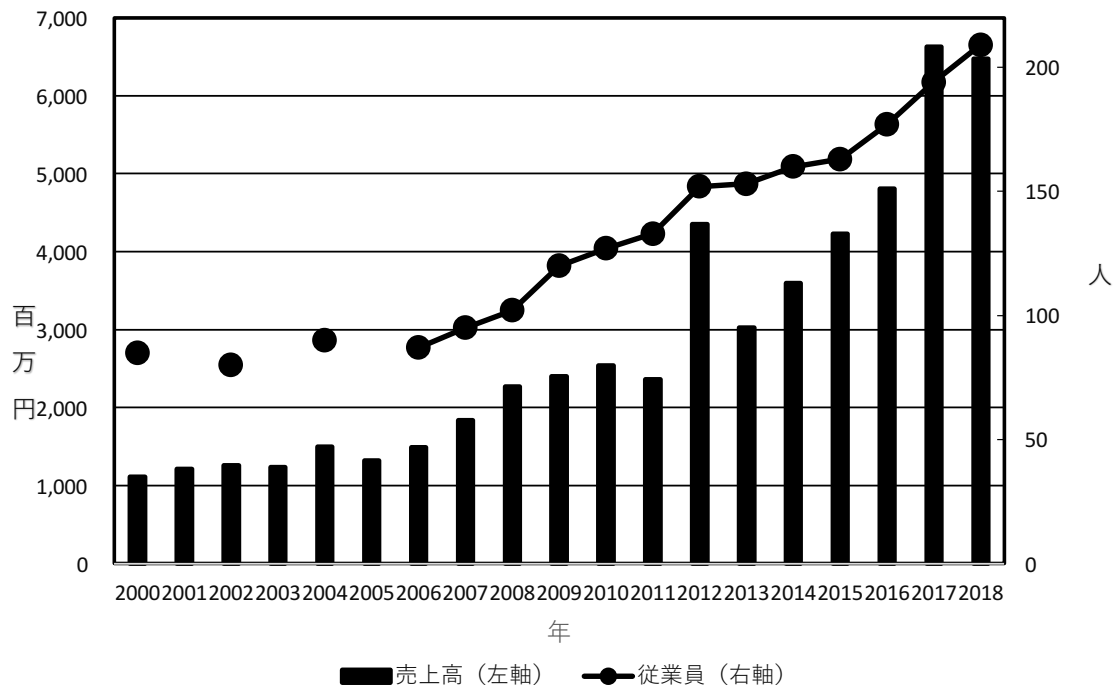
そこで以上の展開を念頭に、改めて2000年以降における同社の売上高と従業員の推移に着目すると、図6のようになる。このうち売上高に関しては、2度の経営危機に陥り業績が不安定に変動し、傾向的には停滞局面にあった1990年代初頭までの時期とは対照的に、2000年代以降になると業績の変動も収まり、一部の例外を除き増大基調が続いていることがわかる¹⁰。

その場合、この持続的成長を主導したのは分析機器関連事業であった。なかでも2000年代後半期における増大は、医療用分析装置向けユニット製造の好調に支えられたものであった¹¹。そして同事業で安定的に得られる収益が、新たな自社製品開発と従業員の拡大を支える基盤となったとみることができる。実際、かつて減少傾向にあった従業員数は、2000年代に入り下げ止まった後、2004年以降の既存事業分野および自社製品開発・生産の増大を反映する形で増加傾向に転じたのである（図6）。

¹⁰ 図6において、2011年から2013年にかけての変動は、主に以下の特殊事情によるものであった。まず2010年度後半（2011年1月頃）の時期に、三友製作所では、発注元による医療用分析装置のユニット品増産計画が発表されたのを受けて、その準備を行っていた。ところがその直後に東日本大震災（2011年3月11日）が発生し、2011年3～4月の売上げはゼロに近い状況となり、2011年4月期の売上高は対前年度比で減収となった。震災後、発注元（日立ハイテク工場）は、同年8月以降における契約台数の年内納入達成に向けた生産計画を立てるに至り、三友製作所も従来の約2倍の受注生産を行うこととなった。その結果、同社の2012年の売上高は48億円へと急増した（図6）。翌年度（2013年4月期）はその反動で再び減収となったが、それ以降、売上高は好調に推移したのである。

¹¹ この点、加藤木氏は以下のように指摘している。「今、何で食べているかと言ったら、医療用の分析装置です。具体的に申し上げますと、主に、日立ハイテクノロジーさんが生産する血液の生化学分析装置（血糖値やγGTPといったデータを分析）のユニットの製造を行っています。医療用の分析装置の製作は経営が厳しくなった昭和59年から機械加工、そして、ユニット品組立については平成9年から始めていましたが、この種の装置の受注がここ数年来伸びており、平成21年4月期では売上全体の7割を占め、今期はさらに増える見通しです。ただ、そうは言いますがこの仕事が将来もあり続けるという保証はありませんので、半導体の不良解析装置などを産学官連携によって開発しているところです」（加藤木 2009, 4-5）。

図6 三友製作所の売上高・従業員数の推移(2)



(資料) 三友製作所提供資料および帝国データバンク『企業名鑑』各年版より筆者作成

おわりに

以上、本論文では、日立地域あるいは久慈鉄工協同組合の工業生産が減少傾向に転じたことになった、まさにその時期に経営危機に陥った三友製作所が、その後「第二創業」を果たし、新たな事業展開により持続的な企業成長を実現するに至った点について明らかにしてきた。最後に、それらの知見をもとに、同社が歴史的にどのように進化し、生き残りをはかってきたのかについて、要点をまとめると以下のようなになる。

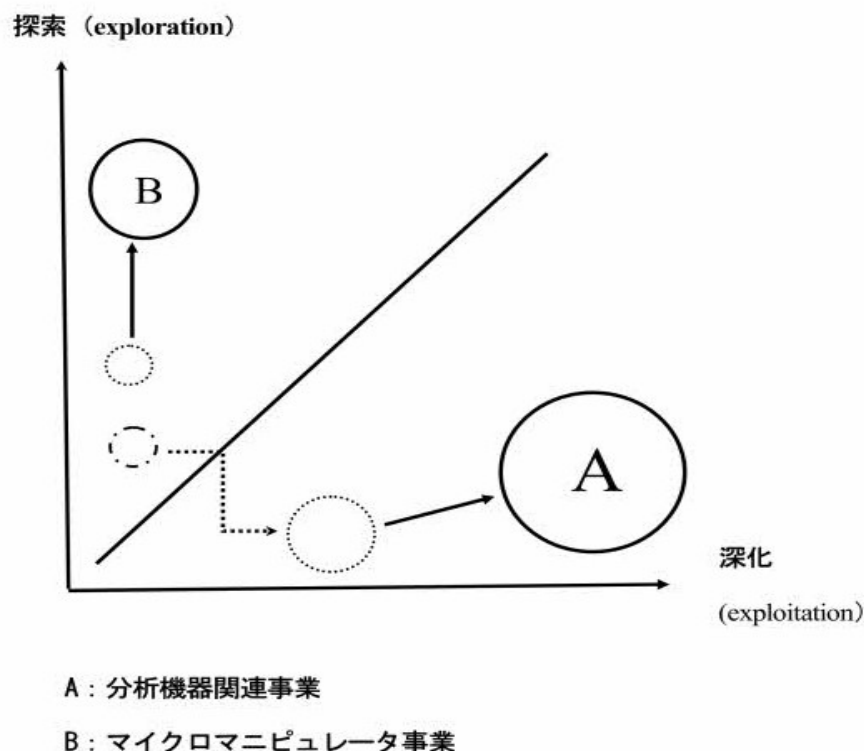
まず 1 章でみたように、1980 年代前半期までの三友製作所は、日立製作所の下請企業として、那珂工場から工業計器関連部品を、さらに久慈鉄工協同組合加盟を契機として佐和工場から自動車関連部品を受注することにより発展してきた。すなわちこの時期は、企業城下町において形成された“親工場—下請協同組合—加盟企業”という関係の下で企業成長を実現してきたと捉えることができる。

ところが、グローバル競争時代へと移行する 1980 年代後半から 1990 年代初頭の時期になると、2 章でみたように、親工場による経営戦略の変化によって、三友製作所は深刻な経営危機に直面することとなった。すなわち、日立製作所による温度調節計の販売停止を主な要因として、工業計器事業は大幅な減産を余儀なくされた。それに加えて日立製作所によるカーエアコン事業からの撤退により、自動車部品関連事業も大幅減産に追い込まれ、やがては同事業から撤退するに至ったからである。

こうした事態に直面するなかで、三友製作所は、“ニュー三友への脱皮”（「第二創業」）を目標とした中期経営計画を策定して経営改革を展開した。なかでも重要な意味を持った第2次計画では、開発設計部門の充実を意図した若手人材の採用とともに、(1)理化学関連機器事業におけるユニット受注体制の構築と、(2)自社製品開発推進の2つが主要課題に掲げられた点が注目される。

この2つの取り組みに関して、本論文では、「両利きの経営」の視点から検討を行ってきた。ここでそれを簡単に示すと図7のようになる。図では45度線を境にして、左の領域が“探索”的な取り組みを、右が“深化”に向けた取り組みをそれぞれ表している¹²。

図7 三友製作所における「両利きの経営」



このうち A に関しては、那珂工場から新規に受託するに至った分析機器事業に関して、新たな“探索”により習得した精密加工から出発し、ユニット受注さらには開発から組立までの一貫生産体制を構築することで、同事業を“ニュー三友”の中核事業にまで“深化”させた。さらに分析機器事業を起点として、新たな事業の“探索”によりラボ・オートメーション関連製品の開発・製造にも取り組み、その後の“深化”により同事業を第2の中核事業にまで発展させた点は3章でみたとおりである。

これに対して(2)に関しては、自社内部で全般的に不足する経営資源（人材、知識・情報および資金）を補完しつつ開発を進める必要があった。そのため、4章でみたように、政策的支援事業により開発資金を獲得しながら、大学、公設試、研究機関などとの産学官連

¹² 図の作成にあたっては入山（2019, 233）の図を参考にした。またここでは表示をシンプルにするため、A と B の2つの事業に絞って示している。

携を積極的に利活用する形で、図の B に示したようにマイクロマニピュレータを起点として新たな事業機会の“探索”に次々と取り組み、自社製品の幅を拡げていったのである。

以上の取り組みの結果として、「第二創業」以降の三友製作所は、一方で親工場からのユニット製品受託製造により下請企業として生き残りをはかるとともに、他方でそこで得た収益を新規開発の資金的基盤にもしながら、開発重視型企業として自社製品の創出にも積極的に取り組むという 2 つの側面を有するに至ったといえる。

三友製作所によるこうした経営展開は、縮小を続ける企業城下町のなかにあつて、経営革新により中核企業への依存度を低下させて自立化を進める企業とともに、もう 1 つの地域中小企業の生き残り戦略を示すものと位置づけることができる。なお同社は、2017 年に経済産業省による「地域未来牽引企業」に選定された¹³。そのことは、以上でみてきたような取り組みによって発展を続ける同社が、日立地域の今後を牽引するキープレイヤーとして注目されていることを示唆するものともいえよう。

参考文献

- アイアールシー（1998）『日立グループの実態 '98 年版』
入山章栄（2019）『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社
インテル（2021）「ラボ・オートメーションによる効率とインサイトの向上」
（<https://www.intel.co.jp/content/www/jp/ja/healthcare-it/lab-automation.html>, 2021 年 5 月 28 日最終アクセス）
大林秀仁（2009）「イノベーションを支える電子顕微鏡の進化」『日立評論』2009 年 11 月号
加藤木克也（2009）「トップインタビュー 株式会社 三友製作所」『JIR ニューズ』2009 年 12 月号
経済産業省（2021）「地域未来牽引企業」
（https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/chiiki_kenin_kigyuu/index.html, 2021 年 6 月 20 日最終アクセス）
産業技術総合研究所（2005）『高感度・多機能マルチプローバの開発』
三友製作所（1976）『経歴書』
三友製作所（1991）『経歴書』
三友製作所（2005a）『電子顕微鏡マイクロマニピュレータシステム』
三友製作所（2005b）『光学顕微鏡バイオ研究用マイクロマニピュレータ』
三友製作所（2005c）『電子顕微鏡半導体不良解析用マニピュレータシステム』
三友製作所（2007a）『ナノワークステージ』
三友製作所（2007b）『局所プラズマ剥離装置』
三友製作所（2008）『会社案内』
三友製作所（2015）『卓上プラズマエッチング装置』
常陽地域研究センター（2015）「日立グループを巡る取引構造変化と日立・ひたちなか地域の中小製造業」『JOYO ARC』551 号

¹³ ここで同省が着目する地域未来牽引企業とは、「地域内外の取引実態や雇用・売上高を勘案し、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補である企業」とされている（経済産業省 2021）。

- 中央大学経済研究所（1976）『中小企業の階層構造』中央大学出版部
中小企業金融公庫（2004）『産学連携・公設試験研究機関等を活用した開発型中小企業の戦略』中小公庫レポート No.2003-2
帝国データバンク『帝国データバンク会社年鑑 東日本』各年版
遠山恭司（2002）「〈企業城下町・日立地域〉における中小企業の自立化と地域工業集積」『中央大学経済研究所年報』33号
中村文宣、神谷隆太、大谷万里絵、鈴木将也、福井一喜、山下清海（2012）「日立市の機械金属工業における中小企業の自立化」『地域研究年報』34号
日立商工会議所（2002）「日立市の工業統計推移」『日立市の経済動向』26号
日立製作所計測器グループ（2001a）『日立分析装置のあゆみ』
日立製作所計測器グループ（2001b）『日立自動分析装置のあゆみ』
日立製作所計測器グループ（2001c）『日立計器の90年』
日立製作所計測器事業部（1992）『那珂工場30年史』
日立電線（2006）『日立電線50年史・沿革編』
平沢照雄（2008）三友製作所加藤木克也氏聞き取り調査 2008年3月5日
平沢照雄（2017）「企業城下町日立における自立指向型中小企業の産学官連携と海外事業展開」『国際日本研究』9号
平沢照雄（2018）「企業城下町日立における協業組合の形成と展開」筑波大学『経済学論集』70号
平沢照雄（2020）「企業城下町日立における下請協同組合の集団化と事業展開」筑波大学『経済学論集』72号
マイクロマシンセンター（2012）「マイクロマシン展と産業」
(<http://www.mmc.or.jp/business/tenji/i-sangyou.html>, 2021年6月3日最終アクセス)
森嶋俊行(2018)「企業城下町型集積：茨城県日立地域」松原宏編『産業集積地域の構造変化と立地政策』東京大学出版会所収
March, J. 1991. Exploration and Exploitation in Organizational Learning. Organization Science, 2/1: 71-87.
O'Reilly, C. and Tushman, M. 2016. "Lead and Disrupt: How to Solve the Innovator's Dilemma." California: Stanford University Press.

[付記] 本論文の作成にあたり、聞き取り調査、資料提供、事実確認にご協力くださった三友製作所代表取締役 加藤木克也氏に対して記して感謝の意を表します。また本誌査読担当者（ブラインド）から貴重なコメントを賜ったことにも感謝いたします。なお本研究は日本学術振興会(JSPS)科学研究費(課題番号 18K01718)の助成を受けた研究成果の一部である。

ブラジル系住民の主観的統合とパーソナル・ネットワーク：
東海地方 S 市在住の 21 名の事例から
Subjective Integration and Personal Network Structures of Migrants:
The Perspective of Brazilian Residents in the Tokai Area

大茂矢 由佳 (Yuka OMOYA)¹
阿曾 麻理依 (Marie ASO)²

要旨

本稿は、日本の外国籍住民の主観的統合（ホスト社会に統合されているという感覚）や社会的帰属意識を、パーソナル・ネットワークの構造からとらえることを目的とした研究である。東海地方 S 市のブラジル系住民 21 名にインタビュー調査を行ない、聞き取ったパーソナル・ネットワークを図示した。その結果、ネットワークの開放性や日本への強い定住意欲が、主観的統合を促進する要素として示唆された。また、日本居住年数が長く、日本語使用に不自由しない人ほど、日本社会への帰属意識が高い傾向が示された一方、これらの 2 要素は、ブラジル社会、および日本のブラジル人コミュニティへの帰属意識との関連はみられなかった。本稿では、個々のパーソナル・ネットワークの構造のみでは、主観的統合の程度を十分に説明することは難しかったものの、日本居住年数や日本語運用能力など、複数の要素を分析軸に加えることで、ある程度とらえることが可能であった。

キーワード：ブラジル系住民、日系ブラジル人、主観的統合、パーソナル・ネットワーク、帰属意識

Abstract

This study investigates the subjective integration (the feeling of being integrated into a host society) of foreign residents in Japan through personal network analysis. Personal interviews were conducted with 21 Brazilian residents in the Tokai area, and network diagrams were created for each interviewee to visualize their personal network structures. The analysis results suggest that the main factors promoting subjective integration are openness of networks and a strong desire to settle in Japan. In addition, interviewees who have lived in Japan for a long period and have little difficulty conversing in Japanese tend to have a higher sense of belonging to Japanese society. This study demonstrates that personal network analysis is an effective method for understanding the sense of belonging of migrants and explaining the degree of subjective integration into a host society.

Keywords: Brazilian Residents, Nikkei-Brazilian, Subjective Integration, Personal Network, Sense of Belonging

¹ 筑波大学人文社会科学研究群 博士後期課程。メール：s1820130@japan.tsukuba.ac.jp.

² 筑波大学人文社会科学研究科 博士前期課程。メール：s1820128@u.tsukuba.ac.jp.

1. はじめに

2020 年末現在、日本に居住する外国人は約 288 万人を数える³。新型コロナウイルス感染症の影響により 8 年ぶりに減少（前年比 1.6%減）に転じたものの、外国からの労働力に対する需要は今後も高まり続けることが確実視されている。こうしたなか、国の重要な政策的課題の一つとして位置付けられているのが、外国籍住民と共生できる地域社会づくりである。そのための取り組みを総称する「多文化共生」は、もともとは外国人の集住地域におけるまちづくりのスローガンとして登場した言葉であったが、2006 年には国の政策用語として使用されるまでに至った⁴。以降、多文化共生への政策的関心は高まり続け、2018 年 12 月の「経済財政運営と改革の基本方針 2018」⁵では、関連事業に 211 億円の予算が計上されるなど、国レベルでの施策の充実が図られている。

一方、欧州に目を転じると、多様な文化的背景をもつ人々を包摂する社会のあり方は、「社会統合」という概念のもとに模索されてきた。この概念が日本に輸入されなかった最大の要因は、移民に対する政府のスタンスの違いであろう。多文化主義を採用する欧州政府は、将来的に移民が増加していくことを前提とした「社会統合政策」を推し進めてきた。他方、日本政府は移民政策への転換を否定しており、建前上は、すでに日本国内に居住している外国籍住民との共生関係を築いていくことを目標とする「多文化共生施策」をとってきた（明石 2019）。こうした日本独自の発想からなる多文化共生施策は、しかしながら、欧州の社会統合政策と通じるところが大きく⁶、欧米での社会統合に関する知見が日本の実践・研究の場で言及されることも多い。とくに社会統合の現状を客観的に評価するための指標は、日本の多文化共生施策の評価にも援用されている。

本稿では、その社会統合指標の一要素である「社会的つながり」に着目し、ブラジル系住民のパーソナル・ネットワークの構造を分析する。在留外国人のなかでも高い定住性が認められるブラジル系住民を対象とすることで、中長期滞在の外国人が日本社会でいかなる「社会的つながり」を構築し、それが社会への帰属意識にいかなる影響を与えているかを明らかにする糸口となるだろう。

2. 研究背景

2.1 社会統合と主観的統合

社会統合とは、Berry が提唱する異文化適応の類型（ASIM モデル）の一類型である（Berry 1986）。このモデルによれば、移民の異文化適応は、ホスト市民との関係性とアイデンティティ・文化の維持の程度によって「同化（Assimilation）」、「分離（Separation）」、「統合（Integration）」、「周辺化（Marginalization）」の 4 種類に分類される。アイデンティティと文化を維持しつつ、ホスト市民とのポジティブな関係性

³ 法務省ホームページ（2021）「令和 2 年末現在における在留外国人数について」
http://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13_00014.html（2021 年 6 月 20 日最終アクセス）

⁴ 政府資料での初出は、総務省『地域における多文化共生推進プラン』（2006）である。

⁵ 通称、「骨太の方針 2018」。

⁶ 明石は、多文化共生を「日本型『社会統合』」と呼んでいる（明石 2019）。

を築く「統合」は、もっとも理想的な異文化適応の形態として、多文化主義をかかげる欧州の移民国家を中心に、さまざまな施策が推し進められてきた⁷。

こうしたなか、各国の社会統合の取り組みを国際的に評価するための指標も開発されている。たとえば、ブリティッシュ・カウンシルが中心となって作成した移民統合政策指数（Migrant Integration Policy Index、以下、「MIPEX」）は、正規滞在の外国人の政治参加と権利保証を国際比較するための指標である。2004年にEU14カ国で調査が開始され、日本は2010年の第3回調査から加わっている。最新の第5回調査（2020年）では、参加国は52カ国にのぼり、労働市場、家族統合、教育、政治参加、永住許可、国籍取得、差別禁止、保健医療の8分野における政策を調査対象としている⁸。

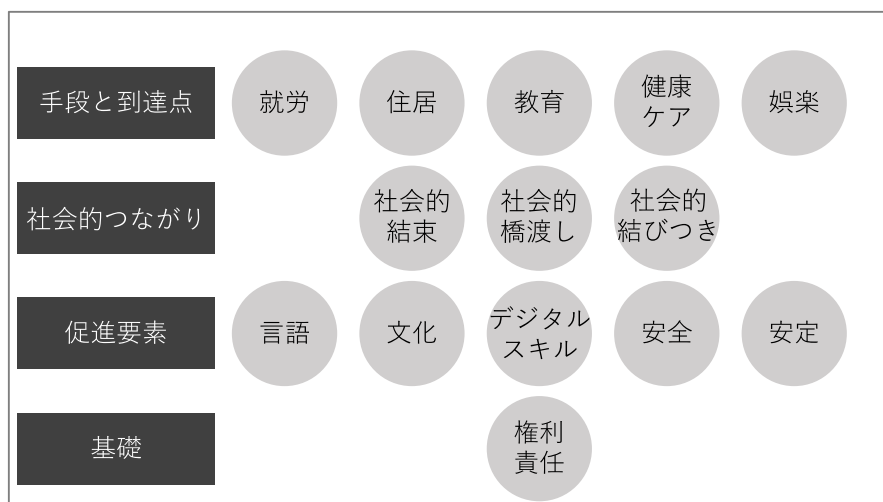
また、OECDは2012年に移民統合指標（Indicators of Immigrant Integration）を発表し、以降、3年に一度のペースで、EU加盟国における移民の統合状況に関する報告書を刊行している（OECD/EU 2015, 2018; OECD 2012）。同指標の調査項目は、世帯収入、居住形態、社会福祉、教育、雇用、市民参加、差別などであり、ホスト市民と移民の比較データを国ごとに整理している。

この他、日本でも引用されることの多い社会統合の指標として、イギリス内務省の社会統合指標（Indicators of Integration Framework、以下、「IOI」）がある（Ager & Strang 2004）。図1にあるように、社会統合の基礎（Foundation）としてまず「権利と責任」があり、その上で統合を促進する要素（facilitators）として、「言語」や「文化」などの5要素が提示されている⁹。3層目の社会的つながり（Social Connection）は、同郷者やエスニック・コミュニティとの「社会的結束（Social Bond）」、文化的背景の異なる人々を結びつける「社会的橋渡し（Social Bridge）」、そして、ホスト社会や政治への参加を意味する「社会的結びつき（Social Link）」の3要素によって構成される。最後に、統合のための具体的な手段や到達点（Means and Markers）として、「雇用」や「住居」、「教育」などの5要素が示されている。ホスト社会における移民の人間関係が考慮されていることは、前述の2つの指標との大きな違いといえよう。また、MIPEXやOECD指標が社会統合の国際比較を念頭に作成された指標であるのに対して、IOIはイギリス国内における移民・難民の社会統合状況を評価する目的で作成されている。そのため、取り組むべき分野のリストとして、中央政府のみならず、自治体レベルでも参照されることが多い。

⁷ 移民に一方的な変容を求める「同化」への批判として1970年代に登場した「統合」は、ホスト市民と移民に相互適応（mutual accommodation）を求め、緩やかで継続的な双方向過程を目指すものである。しかし、最終的なゴールは主流社会への同化にほかならず、結局のところ、緩やかな「同化」であるとの批判もある（de Haas, Castles, Stephen & Miller, 2020, 327）。

⁸ Migrant Integration Policy Index 2020. <https://www.mipex.eu/>（2021年6月17日最終アクセス）

⁹ デジタルスキルと娯楽は、2019年の改訂版で新たに追加された。Home Office Indicators of Integration framework 2019 (third edition). https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/835573/home-office-indicators-of-integration-framework-2019-horr109.pdf（2021年6月21日最終アクセス）



出典：Home Office Indicators of Integration framework 2019 (third edition), p. 15 にもとづき、筆者作成。
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/835573/home-office-indicators-of-integration-framework-2019-horr109.pdf (2021年6月21日最終アクセス)

図1：イギリス内務省による社会統合指標（IOI）の構造

しかし、これらの指標はいずれも機能的な側面に関心が向けられている。それゆえ客観的、かつトップダウン的な性質が強く、当事者である移民自身の認識に対する注目を欠いていることが指摘されてきた（森 2018, 99）。たしかに、MIPEXはその名に冠しているように、移民・外国人に関わる政策や制度を得点化する指標であり、そこに移民の声が反映されることはない。また、図1の指標のなかでも、達成度の数値化が容易な分野（雇用、教育、言語、権利など）については豊富な研究の蓄積があるが¹⁰、「社会的つながり」のように数値化が難しい指標については、これまでに明確な基準による評価がなされてきたとはいえない。

こうした欠点を補うものとして、移民自身がホスト社会に統合していると感じるかという主観的感覚の重要性が指摘されている。従来の社会統合指標が「客観的統合」を評価するものであるのに対して、この主観的感覚への着目は「主観的統合」とよばれ、日本の移民難民研究においても、とくに社会福祉学者の間で関心が高まっている（森 2018, 99）。Brissette, Cohen & Seeman（2000, 56）が提唱する社会統合の2要素（行動的要素と認知的要素）のうち、主観的統合は後者の認知的要素、すなわち社会への帰属意識に該当するものといえる。

この主観的統合の感覚を規定する要因としては、社会的ネットワーク（Social Network）が注目される。前述のIOI指標の「社会的つながり」は、ネットワークや社会関係資本

¹⁰ たとえば、就労年数や就学歴の有無、義務教育課程での母語教育、言語能力試験のスコアやレベルなどが参照されやすい。これらの指標は、移民の社会階層に関する研究でしばしば言及される（是川 2019; 永吉 2019）。また、言語に関しては、欧州では外国語学習者の言語習得レベルを評価するための共通の参照枠として、CEFR（Common European Framework of Reference for Language）が開発されるなど、汎用性のある指標づくりが加速している。

(Coleman 1988; Portes 1998; Putnam 2000) に依拠して作られている¹¹。また、主観的統合論者の代表ともいえる Atfield, Brahmabhatt & O'Toole は、「Refugee's Experiences of Integration」と題した 2007 年レポートにおいて、全 10 章のうち 3 章を社会的ネットワークに割り、統合の機能的側面を促進するリソースとして、その重要性を強調している¹²。このことから、移民や難民が形成するネットワークを分析することによって、主観的統合の程度を明らかにできる可能性が示唆される。

2.2 パーソナル・ネットワークを用いた先行研究

ネットワーク理論のなかでも、とくに個人が形成する関係性に着目したものをパーソナル・ネットワークと呼ぶ¹³。パーソナル・ネットワークは、伝統的には政治意識

(Bienenstock, Bonacich & Oliver 1990; 安野 2005) やウェルビーイング (Lee, Chung & Park 2018; 小山 2012) に関連する領域で用いられてきたが、この 20 年ほどで、移民難民研究に援用されるケースが増加している。

たとえば、最大の移民国家であるアメリカでは、人種の異なるグループ間の友人関係の分析から、人種の統合 (racial integration) の程度を測定する試みがなされている (Smith 1999)。同研究によれば、人種間の友人関係を測定する方法として、1-step アプローチ (ダイレクト・アプローチ) とネットワーク・アプローチの 2 種類が存在する。前者は、人種の異なる友人の有無を尋ねるシンプルな方法であり、後者は複数の友人をリストアップしてもらい、それぞれの友人の属性について聞き取りを行なっていく方法である (Smith 1999, 2-4)。後者のネットワーク・アプローチは通常、より親しい間柄の友人からリストに挙げられる。そのため、リストアップする友人の数を限定した場合 (たとえば「5 人まで」など)、ネットワークに含まれる人種の多様性は低下する傾向がある。しかしそれでもなお、1970 年代と 1990 年代とを比較した場合、人種間の友人ネットワーク保有率に向上が見られ、このことから Smith は、四半世紀の間に人種の統合は進んでいると結論づけている (Smith 1999, 6, 11-12)。

また、アメリカの総合的社会調査 (General Social Survey、以下「GSS」) では、1985 年からパーソナル・ネットワークに関する質問項目を採用しており¹⁴、同調査データにもとづいた社会統合評価も数多くなされている。代表的な研究としては、強い紐帯の形成における、生まれ持った属性 (性別や人種) と選択的属性 (宗教など) の影響を分析した Louch (2002) がある。

同様の先行研究は欧州においても見受けられる。Lubbers, Molina, Lerner, Brandes, Ávila & McCarty (2010) は、スペインのアルゼンチン移民 25 名を対象にパーソナル・ネットワークを調査し、2 年後の追跡調査の結果との比較分析を行なっている。その結果にもとづき Lubbers et al. は、移民のホスト社会への適応・統合過程は、パーソナル・ネットワークの変化に着目することで観察可能であると指摘している。たとえば、ホスト社会で仕

¹¹ ネットワークと社会関係資本は極めて関連性が強いが、本稿では紙幅の関係上、社会関係資本への言及は最小限に留める。これについては、Lin (1999) が詳しい。

¹² 同レポートにおける社会的ネットワークは、IOI の社会的つながりとも類似する概念である。

¹³ ここでいう関係性のなかには、国家や企業、団体、組織といった非人間主体も含まれるが、本研究では安田 (2011) にならい、人間同士の関係性にのみ焦点を当てることとする。

¹⁴ 質問項目や調査設計についての詳細は、Burt (1984)、Burt & Guilarte (1986)、また、下記ホームページを参照のこと。<https://gss.norc.org/> (2020 年 1 月 18 日最終アクセス)

事を得ることは、ホスト市民との新しい関係構築の機会を生み出す。それに加えて、こうした社会における推移性 (transitivity) は、既存の紐帯に安定をもたらす効果も有していることが示唆されている (Lubbers et al. 2010, 102)。

一方、日本においてはパーソナル・ネットワークが外国籍住民の統合状況の評価に使用されている事例は見当たらない。移民研究に関連するものとしては、日本人の対外国人意識や寛容性を規定する要因としてパーソナル・ネットワークが検討されている研究 (伊藤 2011; 田辺 2001) や、在外日本人のパーソナル・ネットワークに関する研究 (叶 2015; 野邊 2010) が存在する。しかし、日本に居住する外国籍住民を対象とした研究は筆者の管見のかぎり見当たらなかった。

3. 研究目的

本研究は、ホスト社会における「社会的つながり」のなかでもとくに社会的結束と社会的橋渡しに着目し、外国籍住民のパーソナル・ネットワークの構造と主観的統合、社会的帰属意識の関係を分析することを研究目的とする。その上で、主観的統合の程度を説明する指標として、パーソナル・ネットワークの適用可能性を検討する。たとえば、社会的属性が異なる人々とのネットワークが形成されている場合、その調査協力者は橋渡し型の「社会的つながり」が豊富であると評価できる。反対に、同質性の強いネットワークが形成されている場合は、その調査協力者の社会的橋渡しは希薄である一方、結束型の「社会的つながり」は強いと評価できる。後者と比較した場合、前者の主観的統合レベルはより高いことが予想される。また、ネットワークの密度や紐帯の強弱も考慮すべき重要な要素である。

前述のように、社会統合過程においてパーソナル・ネットワークが果たす役割の重要性は国際的に認識されているものの、日本を事例とした研究はなされていない。大規模社会調査である日本版総合的社会調査 (JGSS) のなかには、パーソナル・ネットワーク分析に使用可能なデータも含まれているが¹⁵、同調査では調査対象者を選挙人名簿から抽出しているため、回答者は必然的に日本国籍保持者に限られている。それゆえ、外国籍住民に特化した本研究の分析には同調査データを活用することはできない。そこで本研究では、事例研究としてブラジルにルーツをもつ住民にインタビュー調査を実施し、パーソナル・ネットワークや社会的帰属意識などについて聞き取りを行なった。本研究の分析から得られる知見や示唆は、外国籍住民のプレゼンスが拡大し続ける現代日本にとって、社会統合、あるいは多文化共生に資するものとなるだろう。

4. 調査サイトとインタビューの概要

本研究では、東海地方に位置する S 市を調査サイトとした。S 市は製造業が盛んな市であり、自動車関連の下請けや孫請け会社が数多く所在する。また、稲作やお茶栽培などの農業も盛んであり、工業と農業がバランスよく市経済を担っている。こうした産業構造を背景に、同市にはブラジルやペルーなどの南米出身者を中心に、多くの外国籍住民が定住している。その人口割合は 4.3% (約 8600 人、2019 年 9 月末時点) であり、同市が立地する県全体の外国籍人口割合 (2.6%) を大きく上回る数字である。

本研究では、S 市に居住する外国籍住民のなかでも、ブラジルにルーツをもつ住民に特化

¹⁵ たとえば、JGSS-2003 留置 B 票の問 1-1~問 7-12。

してインタビュー調査を行なった。同市に居住するブラジル系住民の多くは、いわゆる「ニューカマー」と呼ばれる人々であり、本研究のインタビュー協力者もニューカマーが中心である¹⁶。1989年の入管法改正によって「定住」という新たな在留資格が設けられ、日系人に対して就労を目的とした（就労制限のない）滞日の道が開かれた。これにより、1990年代以降、ブラジルとペルーから移住する日系人が急増し、その多くは自動車産業を中心とする工業地域（東海地方や北関東地方など）に定住した。S市はまさにこうした流れのなかで、外国籍住民の増加を経験した市である。

インタビュー調査は2020年7月中旬から同年8月初旬にかけて実施した。調査に先立ち、地域の国際交流協会のフェイスブックページにインタビュー協力者の募集案内を掲載してもらった。それに加えて、インタビューに協力してくれた人からの紹介（スノーボール・サンプリング）によって、合計21名の調査協力者を得た（表1）。

インタビューは新型コロナウイルス感染症の流行に鑑み、一般的な対面形式のほか、メッセージングアプリのビデオ通話機能を用いたリモート形式も採用した。インタビューの申込み時にどちらの形式を希望するかを尋ね、16名が対面形式、5名がリモート形式でインタビューを実施した。リモート形式の場合、同意書への自筆の署名を取り付けることは難しく、そのための対応として、事前にオンラインフォームにて調査目的やデータの取り扱い方法などについての説明を日本語とポルトガル語の両言語で行なった。その上で、フルネームの入力とフォームの送信を以って、調査への協力を同意したとみなすこととした。

インタビュー中の使用言語は、主に日本語とポルトガル語であった。調査協力者がポルトガル語でのインタビューを希望した場合には、本人の同意のもと、通訳者一名がインタビューに同席した。また、1名（Cさん）は英語でのインタビューを希望したため、通訳者を介さない一対一のインタビューを実施した。

インタビュー項目としては、家族構成や日本居住年数、S市居住年数、雇用状況などの基本的な情報のほか、日本語運用能力¹⁷、社会への帰属意識、地域行事への参加経験などを聞き取った。また、パーソナル・ネットワークを聞き取る際の質問は、アメリカのGSSの質問票を参考に、「この半年の間に、重要な相談事をした人、あるいはそのような相談事ができると思う人」とした。該当する人を3名から5名まで挙げてもらい¹⁸、調査協力者本人との関係性や会話言語、知り合ってから年数などを聞き取った。また、ネットワークに含まれる人同士が互いに知り合いかどうかについても、聞き取りを行なった。

¹⁶ ただし、本研究ではインタビューの対象を日系人に限定していないため、日本にルーツをもたないブラジル人も調査協力者のなかに含まれている。

¹⁷ 本調査における日本語運用能力は調査協力者の自己評価であり、語学試験のレベルや日本語学習歴などは考慮していない。具体的には、「生活のなかで日本語がわからなくて困ることはありますか？」という質問に対して、1（まったく困らない）～5（とても困る）の5段階尺度で回答してもらった。したがって、日本語でインタビューを受けるのに十分な日本語運用能力を有している人であっても、本人が不十分であると感じている場合には4や5が選択された。無論、その逆のパターンもあった。

¹⁸ その際、ネットワークに含まれる人物の名前は実名である必要はなく、インタビュー中に調査協力者が混同しない呼び方（仮名や愛称、イニシャルなど）で構わないことを説明した。

| 仮名 | 年代 | 性別 | 日本 居住年数 | 未既婚 | 子の有無 | 職業 (雇用形態) | 日本語運 用能力*1 | 帰属意識*2 | | |
|----|-----|----|------------|-----|------|--------------|---------------|----------|------------|------------|
| | | | | | | | | 日本 社会 | ブラジル 社会 | ブラジル 人C |
| A | 40代 | 女 | 10-19年 | 既婚 | 有 | 自営業 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| B | 30代 | 女 | 1-9年 | 既婚 | 有 | パート | 3 | 2 | 3 | 4 |
| C | 20代 | 女 | 1-9年 | 既婚 | 無 | 正社員 | 4 | 4 | 1 | 3 |
| D | 50代 | 女 | 30年以上 | 既婚 | 有 | その他(教育) | 1 | 1 | 2 | 3 |
| E | 30代 | 男 | 20-29年 | 離婚 | 有 | 派遣 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| F | 50代 | 女 | 1年未満 | 既婚 | 有 | 派遣 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| G | 30代 | 男 | 10-19年 | 事実婚 | 有 | 正社員 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| H | 40代 | 男 | 10-19年 | 独身 | 無 | 正社員 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| I | 40代 | 男 | 20-29年 | 既婚 | 有 | 正社員 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| J | 40代 | 女 | 10-19年 | 既婚 | 有 | パート | 4 | 1 | 1 | 1 |
| K | 40代 | 男 | 1年未満 | 既婚 | 有 | 派遣 | 5 | 4 | 2 | 2 |
| L | 30代 | 男 | 1-9年 | 既婚 | 有 | 派遣 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| M | 30代 | 女 | 10-19年 | 既婚 | 有 | パート | 3 | 3 | 2 | 2 |
| N | 50代 | 女 | 20-29年 | 離婚 | 有 | その他(介護) | 4 | 2 | 2 | 1 |
| O | 30代 | 女 | 20-29年 | 既婚 | 有 | パート | 5 | 4 | 1 | 1 |
| P | 40代 | 女 | 20-29年 | 既婚 | 有 | 正社員 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Q | 40代 | 女 | 10-19年 | 既婚 | 有 | 無職 | 5 | 5 | 2 | 2 |
| R | 50代 | 女 | 10-19年 | 既婚 | 有 | 正社員 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| S | 50代 | 女 | 20-29年 | 既婚 | 有 | パート | 2 | 2 | 3 | 1 |
| T | 30代 | 女 | 1-9年 | 既婚 | 有 | その他(保育) | 3 | 5 | 5 | 4 |
| U | 40代 | 女 | 20-29年 | 事実婚 | 有 | 正社員 | 1 | 2 | 2 | 1 |

*1 設問：「生活のなかで日本語がわからなくて困ることはありますか？」

回答：1（まったく困らない）～5（とても困る）

*2 設問：「わたしは（日本社会 | ブラジル社会 | 日本のなかのブラジル人コミュニティ）のメンバーである」

回答：1（とてもそう感じる）～5（まったくそう感じない）

表 1：調査協力者の概要

5. 分析結果と考察

以上の方法で得たインタビューデータをもとに、主観的統合や社会的帰属意識を規定する要因の分析を行なった。まず、社会的帰属意識を規定する基礎的要因を調べるために、日本居住年数と日本語運用能力の変数を用いたスピアマンの順位相関分析（両側）を行なった。表 2 より、日本居住年数 ($M = 3.05$, $SD = 1.071$) と日本語運用能力 ($M = 2.76$, $SD = 1.513$) の間に、正の相関が認められた ($r = .539$, $p < .05$)。また、日本社会の一員としての意識 ($M = 3.05$, $SD = 1.203$) は、日本居住年数と日本語運用能力の双方と正の相関が認められた ($r = .502$, $p < .05$; $r = .435$, $p < .05$)。したがって、日本居住年数が長く、日本語の使用に不自由しない人は、日本社会への主観的統合の程度が高い傾向があるといえる。一方で、これらの 2 要素は、ブラジル社会、および日本のブラジル人コミュニティへの帰属意識には関連がないことが確認された。

また、社会的帰属意識は、相互に関連がないことも判明した。移民研究の定説では、エスニック・コミュニティの存在は、移民の異文化適応を促進する要素である一方、帰属意識が強すぎると、ホスト社会への統合を阻害する要因ともなり得る¹⁹。このことから、日本のブラジル人コミュニティへの帰属意識は、日本社会の一員としての意識と何らかの関連があることが示唆されるが、本分析結果からは、ブラジル人コミュニティと日本社会への

¹⁹ これは、欧州での多文化主義の「失敗」を論じる際の前提ともされてきた。しかし、帰属意識の排他性 (Verkuyten & Yildiz 2007)、あるいは両立 (Martinovic & Verkuyten 2012; 五十嵐 2021) に関する研究は数多く存在するものの、調査結果や知見は文献によってまちまちであり、これまでのところ明確な結論は導き出されていない。

帰属意識に、有意な関係性は認められなかった。また、日本社会への帰属意識が強い（すなわち、日本社会への主観的統合の程度が高い）ほど、ブラジル社会への帰属意識が弱まる、といった排他的な関係性も確認されなかった。

| | 日本居住年数 | 日本語運用能力 | ID:日本社会の一員 | ID:ブラジル社会の一員 | M | SD |
|-------------------|--------|---------|------------|--------------|------|-------|
| 日本居住年数 | 1 | | | | 3.05 | 1.071 |
| 日本語運用能力 | .539 * | 1 | | | 2.76 | 1.513 |
| ID:日本社会の一員 | .502 * | .435 * | 1 | | 3.05 | 1.203 |
| ID:ブラジル社会の一員 | .348 | .021 | .121 | 1 | 3.67 | 0.913 |
| ID:ブラジル人コミュニティの一員 | .402 | -.186 | .115 | .369 | 3.76 | 0.995 |

* $p < .05$

表 2：社会への帰属意識に関する順位相関係数

次に、インタビュー調査で聞き取った内容をもとに、調査協力者 21 名それぞれのパーソナル・ネットワークを図示した²⁰。それらを調査協力者の社会的帰属意識（表 1 参照）にもとづいて 9 カテゴリーに分類したものが、図 2 から図 5 である。

まず、図 2 には日本社会への帰属意識が高い 3 カテゴリーを示した。カテゴリー 1 と 3 に属する人々は、日本社会の一員としての意識、すなわち主観的統合の程度がもっとも高いと回答した人々である。とりわけ開放的、かつ豊かなネットワークを有していたのは、D さんである。彼女のネットワークでは、5 名の構成員が互いに知り合いではなく、D さん自身との関係性も多種多様である。また、D さんは日本居住年数が 31 年と本調査における協力者のなかでもっとも長く、日本語の使用にもまったく不自由しないと語っている。D さんの日本社会に対する高い帰属意識は、これらの要因によるものと考えられる。

一方、同じカテゴリーに属する B さんは、ネットワークをみる限り、橋渡し型の「社会的つながり」が豊富とは言い難い。また、日本居住年数も 1 年半程度と短い。インタビューのなかで B さんは「ブラジルには戻りたくない」と語り、その理由としてブラジルの経済的困窮と治安の悪さを挙げた。このことから、日本への強い定住意欲が、主観的統合を促進する要素の一つとなることが示唆される。

²⁰ 図の各記号や線が何を意味するのかについては図 2 の凡例に示したが、ここで今一度説明を加えておきたい。まず、ネットワークの中心に位置する A～U のアルファベットは、調査協力者自身である。そこから放射状にのびる線は、ネットワークを構成する各メンバーと調査協力者との会話言語を意味している。二重線は日本語、単線はポルトガル語、点線はその他である。その他の場合の会話言語については、ネットワーク内に注記している。ネットワーク構成員の○印は、その人の居住地を示している。二重丸は調査協力者と同居、白の一重丸は S 市内在住者、薄いグレーの丸は S 市外の日本在住者、濃いグレーの丸はブラジル在住者である。丸のなかの小文字アルファベットは、その人の国籍を意味しており、j が日本、b がブラジル、o がその他の国の出身者である。会話言語と同様に、その他の場合の国籍はネットワーク内に注記している。○印の外に書かれている文字は、調査協力者との関係性を示している。そして、ネットワーク構成員同士が親しい間柄の場合は太線、とくに親しいわけではないが知り合い同士の場合は太い点線で結んだ。

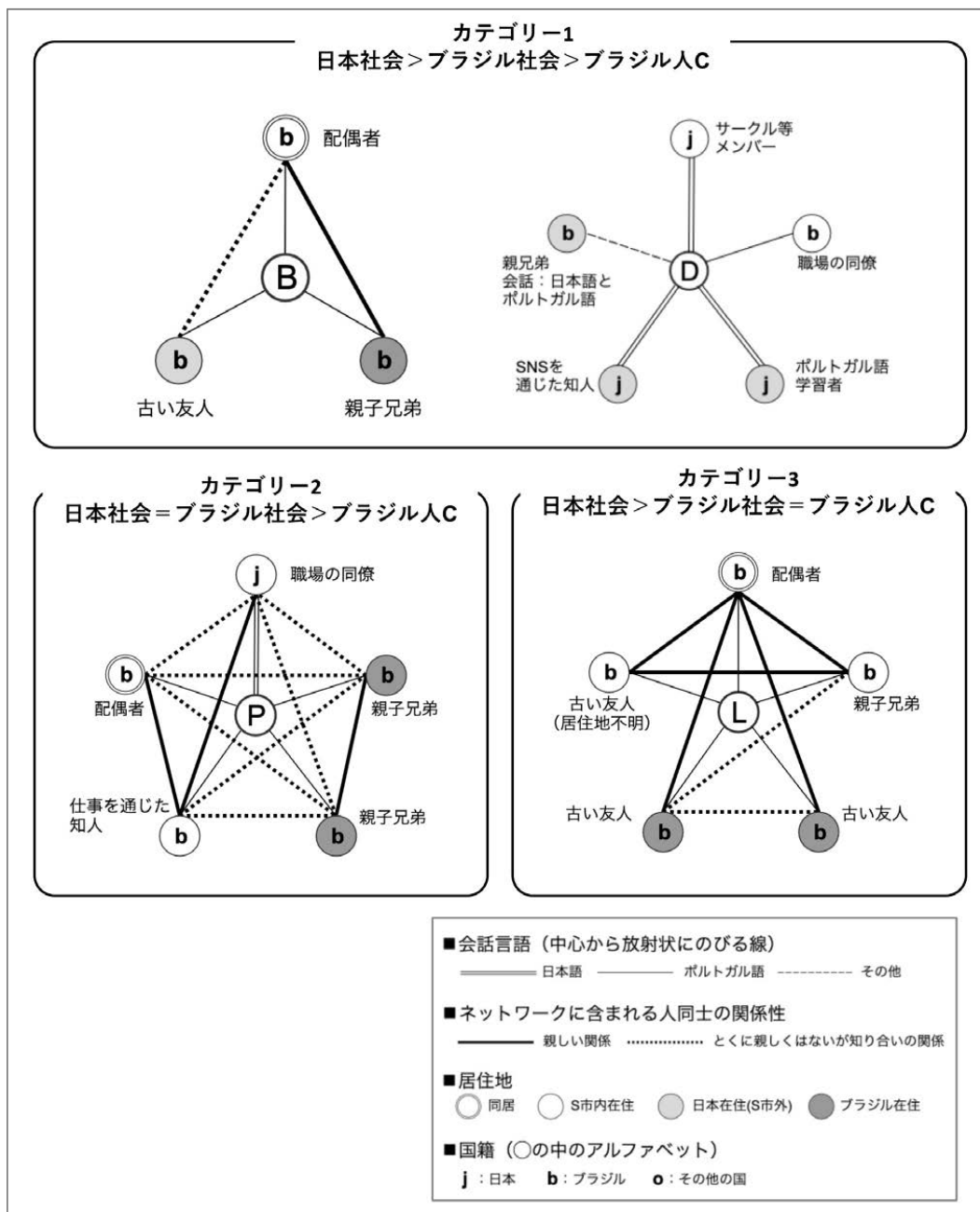


図2：日本社会の一員としての意識が強いカテゴリー

図3は、日本のブラジル人コミュニティに対してもっとも強い帰属意識を有している、カテゴリー4、6、および7である。このグループの特徴として第一に、日本居住年数は長いものの、日本語に不自由を感じている人が多い点が挙げられる。たとえばHさんは日本居住年数が長く、ネットワークも開放的であるものの、日本語の使用に関しては「とても困る」と回答している。こうした言語的な障壁から開放される場として、ポルトガル語での円滑なコミュニケーションが約束されている日本のブラジル人コミュニティを拠り所としていると考えられる。

第二の特徴として、ネットワークに含まれるブラジル在住者が少ない（1人ないしは0人）点が挙げられる。ルーツや言語、アイデンティティを共有する同郷者とのネットワークは、ホスト社会における結束型の「社会的つながり」である。IOIの作成者である Ager & Strang（2004）は、「社会的つながり」を構成する3要素のなかでも、とりわけ社会的結束（Social Bonds）を重視している。その理由は、「社会統合」と「同化」を分ける最大の要素が、出自アイデンティティの継続の可否だからである。アイデンティティの継続を重視する「社会統合」において、その基盤となる同郷の家族や友人との結束関係はきわめて重要なものと理解されており、反対にそれが欠如した状態での異文化適応は、単なる「同化」になりかねない。この Ager & Strang の考えに依拠すれば、図3に示したカテゴリーに属する人々は、もっとも理想的な「統合」のかたちと言えるかもしれない。

また、Uさんのように、教会や宗教を通じた知り合いがネットワークを構成している点も興味深い。森（2018, 270）は主観的統合を促進する要素として「宗教」の役割を指摘しているが、本調査結果から、「宗教」が促進する社会的帰属意識は、ホスト社会に対してではなく、エスニック・コミュニティに対してであることが示唆される。

図4は、ブラジル社会への帰属意識が高いカテゴリー8とカテゴリー9である。このカテゴリーに属する人は、日本社会への主観的統合の程度がもっとも低いと評価される。このカテゴリーの特徴として第一に、日本語運用能力の自己評価が低い傾向が指摘できる。たとえば、FさんやKさんは、日本居住年数が1年未満であり、日常生活における日本語使用にも困難を感じている。OさんやQさんは日本での居住年数が15年以上であるものの、日本語が不自由と回答しており、これが日本社会への帰属意識を低下させる要因の一つとなっていると考えられる。

そして、第二の特徴として、強い紐帯で結ばれたネットワーク構造である点が挙げられる。その典型例がAさんとFさんであり、ネットワークを構成する5名全員が親しい間柄にある。とくにFさんは、ネットワークの全構成員が家族であり、ネットワークの閉鎖性が極めて高い。彼女はインタビューのなかで、5年後にブラジルに帰国予定であると語っており、日本で橋渡し型の「社会的つながり」を形成するインセンティブが弱いことが示唆される。また、Kさん、Oさん、Qさんの3名も、強い紐帯で結ばれたネットワークの傾向を示している。こうした同郷の家族や友人からなる非開放的ネットワークは、日本社会の一員であるという感覚を育む機会を減らし、その結果として、主観的統合の程度が低くなっていると考えられる。

非開放的なネットワーク構造を有している場合、Aさんのように、日本居住年数が長く、日本語に不自由しない場合であっても、日本社会への主観的統合の程度が低い。このことは、主観的統合の程度を説明するものとして、ネットワーク構造の分析が有意義であることを示唆しているといえよう。

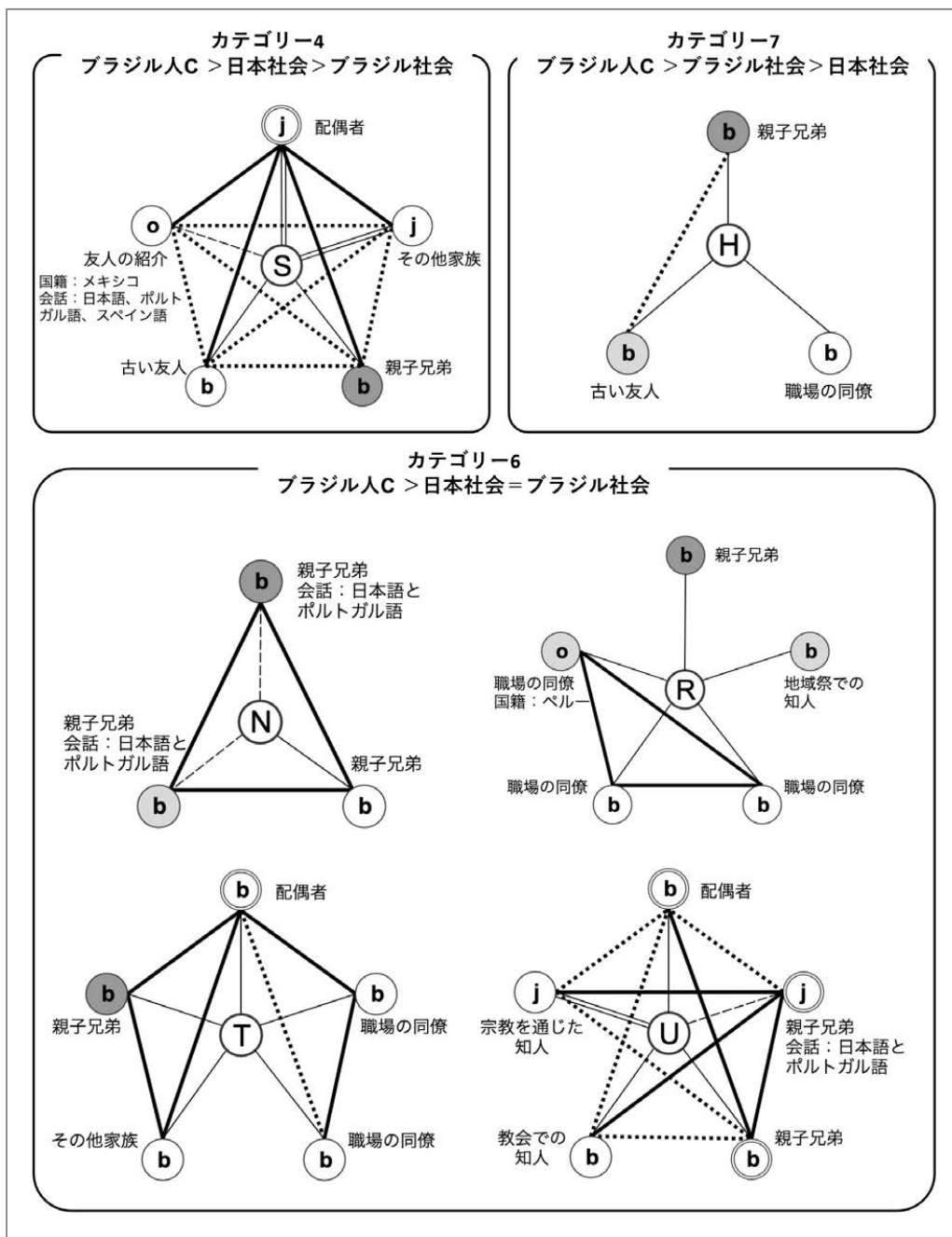


図3: 日本のブラジル人コミュニティの一員としての意識が強いカテゴリー

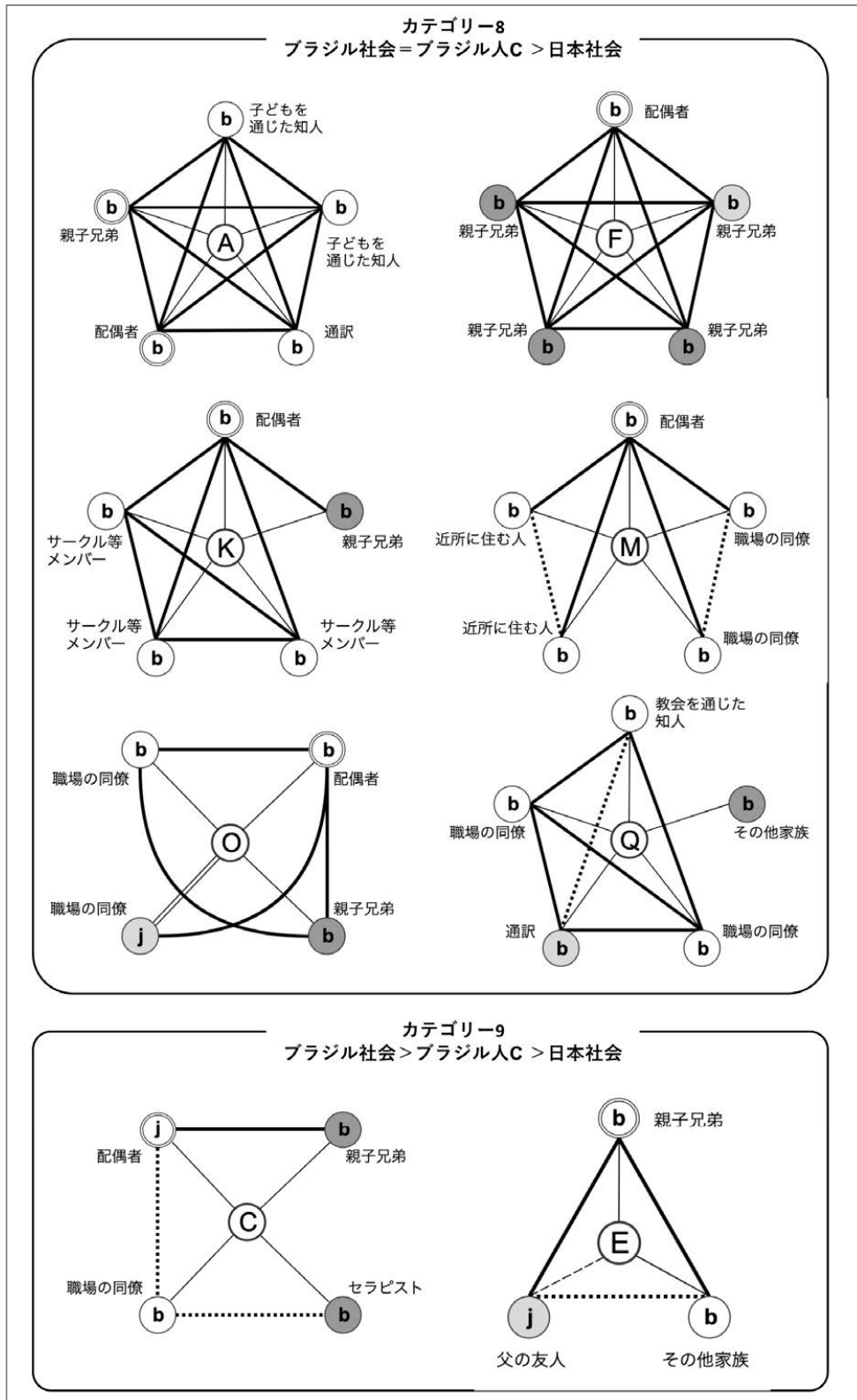


図 4：ブラジル社会の一員としての意識が強いカテゴリー

図5に示したカテゴリー5は、3つの社会への帰属意識が等しいグループである。このカテゴリーに含まれる3名に共通する特徴は少ないものの、日本居住年数が15年以上であることは特筆すべきであろう。在日ブラジル人の研究に詳しいイシによれば、1990年代後半から2000年代は在日ブラジル人の間に、「『できるだけ早く帰る』ことを諦めて、『もうしばらくは日本で頑張る』という心境の変化が現れた時期」（イシ2020, 56）だという。すなわち、数年で帰国するつもりで来日した出稼ぎのブラジル人が、日本に腰を落ち着ける道を選択し始めたのが2000年前後であった²¹。カテゴリー5の3名が、日本社会、ブラジル社会、ブラジル人コミュニティのそれぞれに同じ程度の帰属意識を感じていることには、いずれの社会にも所属していきたいという意思が込められている可能性が推察される。

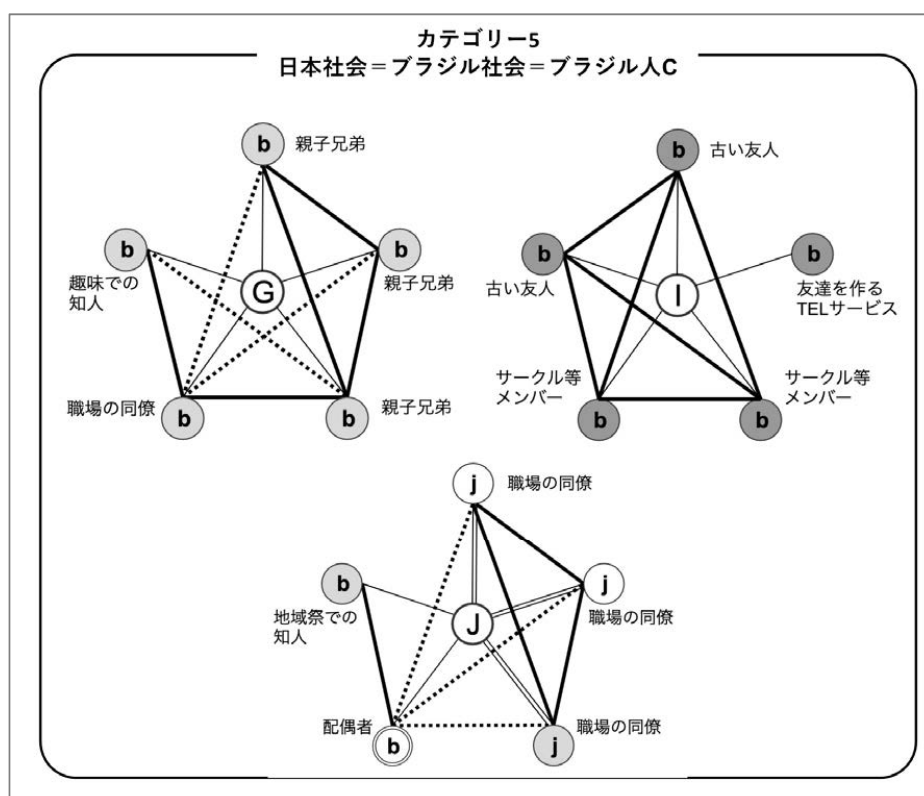


図5：社会への帰属意識の程度が等しいカテゴリー

6. おわりに

本稿では、S市在住のブラジル系住民21名にインタビュー調査を行ない、彼／彼女らのパーソナル・ネットワークの構造から、主観的統合の程度や社会的帰属意識をとらえることを試みた。分析の結果、個々のパーソナル・ネットワーク構造のみでは、主観的統合の程度を十分に説明することは難しかったものの、日本居住年数や日本語運用能力など、複数の要素を分析軸に加えることで、主観的統合や社会的帰属意識をある程度とらえることが可能であった。今後、地域のイベントや自治体活動への参加、子の有無、いる場合の子

²¹ それを裏付けるものとして、イシ（2020, 56）はマイホームを購入するブラジル人が増えたことを指摘している。

の社会的帰属意識など、新たな要素を分析に含めることで、本稿ではとらえきれなかった特徴や知見が得られるかもしれない。

本研究の限界としては、まず、得られた調査協力者が21名と比較的に小規模であった点が挙げられる。少数の事例研究であることに加え、分析も限定的であることから、本研究によってS市のブラジル系住民の特徴を完全にとらえられたとは言い難い。また、本研究ではS市在住のブラジル系住民のみを調査対象としたため、本研究の知見がブラジルにルーツをもつ人に特徴的に観察されるものであるのか、あるいはS市という環境に要因があるのかという点までは考察が及ばなかった。今後、別の地域や移民グループを対象とした事例研究が増加し、比較分析が可能になることに期待したい。また、Lubbers et al. (2010) が指摘するように、ホスト社会への統合過程は、移民自身のパーソナル・ネットワーク構造の変化に反映されやすい。本研究の調査協力者についても、パーソナル・ネットワークの経年変化を観察することで、主観的統合との関連性がより明確化できる可能性がある。

また、本調査協力者の追跡調査を行なうことは、日本居住年数と日本語運用能力、パーソナル・ネットワークの関係を解明するためにも役立つであろう。本稿では、これらの3要素をブラジル系住民の主観的統合意識を規定する要因として並列的にとらえたが、因果関係にある可能性も否定できない。たとえば、日本語運用能力が高いことで日本人との友人関係を築きやすい場合もあれば、逆に日本語運用能力が不十分だからこそ、地域の日本人支援者とのネットワークが豊かになる場合も考えられる。日本居住年数と日本語運用能力の関係についても同様である(永吉 2021, 74)。21人という少数事例をみつかった本研究では、こうした因果関係の有無やその要因を検証するには至らず、この点については継続的な追跡調査によって解明されることが求められる。

謝辞：本インタビュー調査は、一般財団法人財団せせらぎ「2019年度第2回せせらぎ優秀賞」の奨励金によって実施した。ここに記して、謝意を表したい。また、21名の調査協力者のみなさま、本調査をさまざまな面でサポートしてくださったS市の方々にも御礼申し上げます。

参考文献

- 明石純一 (2019) 「多文化共生～輸入されなかった多文化主義と日本型『社会統合』」
『文化の対話と翻訳・翻案論文集』23–33.
- 五十嵐彰 (2021) 「移民の日本に対する帰属意識：水準と規定要因」永吉希久子 (編)
『日本の移民統合：全国調査から見る現況と障壁』第7章、明石書店、pp. 186–207.
- イシアンジェロ (2020) 「ブラジル人：デカセギ時代の期限と終焉 時間、空間、階層をめぐる模索」駒井洋・小林真生 (編) 『移民・ディアスポラ研究9 変容する移民コミュニティ：時間・空間・階層』第2章1節、明石書店、pp. 54–65.
- 伊藤泰郎 (2011) 「外国人に対する寛容度の規定要因についての考察：接触経験とネットワークの影響を中心に」『部落解放研究』17: 85–103.
- 小山弘美 (2012) 「パーソナル・ネットワークからみた高齢者の孤立と地域の役割」『社会学論考』33: 1–27.
- 是川夕 (2019) 『移民受け入れと社会的統合のリアリティ：現代日本における移民の階層的地位と社会学的課題』勁草書房
- 田辺俊介 (2001) 「東京都民のパーソナルネットワーク V 外国人への排他性とパーソナルネットワーク」『総合都市研究』76: 83–95.
- 永吉希久子 (2019) 「日本における外国籍者の階層的地位：外国籍者を対象とした全国調査をもとにして」是川夕 (編) 『移民・ディアスポラ研究8 人口問題と移民：日本の人口・階層構造はどう変わるのか』第5章、明石書店、pp. 114–133.
- 永吉希久子 (2021) 「移民の階層的地位達成：人的資本・社会関係資本の蓄積の影響」永吉希久子 (編) 『日本の移民統合：全国調査から見る現況と障壁』第2章、明石書店、pp. 63–87.
- 野邊政雄 (2010) 「メルボルンに住む日本人高齢女性のパーソナル・ネットワークの特徴」『岡山大学大学院教育学研究科研究集録』144: 57–62.
- 森恭子 (2018) 『難民のソーシャル・キャピタルと主観的統合：在日難民の生活経験への社会福祉学の視座』現代人文社
- 安田雪 (2011) 『パーソナルネットワーク：人のつながりがもたらすもの』新曜社
- 安野智子 (2005) 「JGSS-2003 にみるパーソナル・ネットワークと政治意識」『日本版 General Social Surveys 研究論文集』4: 153–167.
- 叶尤奇 (2015) 「日本人海外駐在員妻のパーソナル・ネットワークに関する一考察：上海在住の日本人海外駐在員妻の事例をもとに」『多文化関係学』12: 71–88.
- Ager, A. and Strang, A. 2004. Indicators of Integration: Final Report. “Home Office Development and Practice Report No. 28”.
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110218135832/http://rds.homeoffice.gov.uk/rds/pdfs04/dpr28.pdf> (accessed on June 22, 2021).
- Atfield, G., Brahmhatt, K. and O’Toole, T. 2007. Refugees’ Experiences of Integration.
http://www.refugeecouncil.org.uk/assets/0001/7066/Integration_research_report (accessed on June 22, 2021).
- Berry, J. W. 1986. The acculturation process and refugee behavior. In C. L. Williams and J. Westermeyer (eds.) “Refugee mental health in resettlement countries.” Hemisphere Publishing Corp, pp. 25–37.
- Bienenstock, E. J., Bonacich, P. and Oliver, M. 1990. The Effect of Network Density and Homogeneity on Attitude Polarization. *Social Networks*, 12/2: 153–172.
- Brisette, I., Cohen, S. and Seeman, T. E. 2000. Measuring Social Integration and Social Networks. In S. Cohen, L. G. Underwood, and B. H. Gottlieb (eds.) “Social Support

- Measurement and Intervention: A Guide for Health and Social Scientists.” Oxford University Press, pp. 53–85.
- Burt, R. S. 1984. Network Items and the General Social Survey. *Social Networks*, 6: 293–339.
- Burt, R. S. and Guilarte, M. G. 1986. A note on scaling the general social survey network item response categories. *Social Networks*, 8/4: 387–396.
- Coleman, J. S. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94: S95–S120.
- de Haas, H., Castles, S. and Miller, M. J. 2020. “The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World (Sixth Edition).” London: The Guilford Press.
- Lee, S., Chung, J. E. and Park, N. 2018. Network Environments and Well-Being: An Examination of Personal Network Structure, Social Capital, and Perceived Social Support. *Health Communication*, 33/1: 22–31.
- Lin, N. 1999. Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22/1: 28–51.
- Louch, H. 2000. Personal network integration: Transitivity and homophily in strong-tie relations. *Social Networks*, 22/1: 45–64.
- Lubbers, M. J., Molina, J. L., Lerner, J., Brandes, U., Ávila, J. and McCarty, C. 2010. Longitudinal analysis of personal networks: The case of Argentinean migrants in Spain. *Social Networks*, 32/1, 91–104.
- Martinovic, B. and Verkuyten, M. 2012. Host national and religious identification among Turkish Muslims in Western Europe: The role of ingroup norms, perceived discrimination and value incompatibility. *European Journal of Social Psychology*, 42/7: 893–903.
- OECD/EU. 2015. Indicators of Immigrant Integration 2015: Settling In. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264234024-eu> (accessed on June 22, 2021).
- OECD/EU. 2018. Settling In 2018: Indicators of Immigrant Integration. <https://www.oecd.org/publications/indicators-of-immigrant-integration-2018-9789264307216-en.htm> (accessed on June 24, 2021).
- OECD. 2012. Settling In: OECD Indicators of Immigrant Integration 2012. <https://doi.org/10.1787/9789264171534-en> (accessed on June 22, 2021).
- Portes, A. 1998. Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24/1: 1–24.
- Putnam, R. D. 2000. “Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community.” New York: Simon & Schuster.
- Smith, T. W. 1999. Measuring Inter-Racial Friendships: Experimental Comparisons. “GSS Methodological Report (Vol. 91).”
- Verkuyten, M. and Yildiz, A. A. 2007. National (dis)identification and ethnic and religious identity: A study among Turkish-Dutch Muslims. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33/10: 1448–1462.

Comparative Psychological Study of Narratives in Native Marathi and Acquired Japanese Language

Aashlesha MARATHE¹

Abstract

This research note discusses a study that compares narratives in Marathi and Japanese languages. There are five native Marathi participants, who have formally acquired the Japanese language. “Conflictive Thoughts Analysis Inventory” by C.G. Deshpande has been used as the tool for (verbal) data collection. Questions about family, past, present life, society, etc. were asked in both languages with a considerable gap between the two interviews. The interviews were transcribed verbatim, qualitatively analyzed, and compared in both languages on the following points - Codes and Themes, Emotional Expression, Language Specific Terms and their impact on the content, Japanese societal characteristics, and Code-Switching. Variations between the two languages were seen in terms of details in the narratives. Language-specific expressions brought about variation in content, and there were interesting instances of code-switching throughout the interviews. Similarities and differences between the two languages have been analyzed throughout the research note.

Keywords: Native language, Acquired Language, Emotion, Culture, Code-switching

1. Introduction²

Prior bilingual studies have investigated pairs like Japanese-English (Wydell & Butterworth 1999), Japanese-Portuguese (Senaha, M.L.H. & de Mattos Pimenta Parente, M.A. 2012), etc. Many of these studies focus on neurological processes, like Alzheimer’s and dyslexia in bilinguals.

Dr. Prashant Pardeshi has worked on Japanese and South Asian languages, including extensive work on Marathi and Japanese (e.g., Pardeshi 2008; Pardeshi 2011). Other studies comparing Marathi and Japanese are by Matsumoto (1998), Chida (2015), etc. However, they have focused mainly on grammatical aspects, and not the psychological, sociological, or cultural perspective of Japanese-Marathi bilingualism.

A study by Ervin (1964) has taken a psychological perspective to compare responses to the projective Thematic Apperception Test (TAT) by French-English bilinguals. The present study is inspired by this research. It compares Marathi and Japanese responses by the same participants to the same questions, emotional expression, and how language impacts the content of narratives from a cultural perspective.

This note discusses a range of ideas without going into extensive details of a single aspect of analysis. Therefore, this note has attempted to provide a starting point for bilingual and

¹ Doctoral student, International and Advanced Japanese Studies, Graduate School of Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. Contact: aashlesha.arun.2021@japan.tsukuba.ac.jp

² I would like to extend my gratitude to all those who have contributed to this project as a participant or as a guide. I would like to thank my professor Dr. Sheetal Ruikar for her guidance, and Fergusson College, Pune for giving me the opportunity to carry out this study. I also thank all my Japanese language teachers from Pune who have supported me throughout my endeavors.

© 2022 Journal of International and Advanced Japanese Studies, Master’s and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba

multilingual studies of Japanese with Indian languages from psychological and socio-cultural perspectives, that go beyond grammar and semantics.

2. Literature Review

2.1 Native language, second language, and emotions

Native language³ is the first tool of interaction used by a child. Languages acquired in childhood are developed at the same time as emotional regulation systems. Hence, they relate to emotional physiology and cover a wide range of emotions (Bloom & Beckwith 1989 in Ayçiçeği & Berko 2003).

Native languages guide further communication (see Sultana 2018). They influence L2 acquisition, both positively and negatively. A study found that many bilinguals, regardless of their learning level, preferred their native language to express strong emotions (Dewaele & Pavlenko 2001 in Yashima 2006). Thus, native languages have an emotional advantage over L2.

On the other hand, non-native languages are languages of detachment. They do not affect the heart (Dewaele & Pavlenko 2004). In such languages, it is easier to use abusive expressions or express difficult emotions. E.g., non-native English speakers find it easier to say "I love you" in English. Thus, bilinguals and multilinguals may use their non-native languages while expressing affection or scolding their kids (Yashima 2006). L2 processing demands more cognitive resources, thus compromising emotional resources (see Morishima 2013). Therefore, native language expresses emotion more clearly while L2 serves a more intellectual function, lacking emotion. However, L2 acquired through immersion learning and interaction with cultural environments and used habitually and in wider contexts are capable of carrying emotions (Pavlenko 2002). Thus, emotional intensity and distance with native and acquired language respectively cannot be generalized. Speakers may use multiple languages to communicate an emotion. Language dominance affects emotional expression (Pavlenko 2004).

In this study, emotional distance with L2 is seen to be played out in the participants' narratives through code-switching.

Ekman & Friesen (1986) suggested that emotions are biological and universal. However, others proposed that emotions are not purely innate. They are influenced by socio-cultural situations, creating complex interaction of innate processes and social situations surrounding a person (see Kitayama & Markus 1994). Fundamental elements of a culture are determined by everyday language. They are internalized by members of a culture, especially during native language acquisition (D'Andrade & Strauss 1992 in Yashima 2006). Emotional scripts (emotional expression in a particular culture and language) are also internalized through socialization.

Culture-specific emotional words are words for which literal translations do not exist in other languages (Wierzbicka 1999). They are naturally acquired through direct emotional experience while learning a language. Thus, so-called culture-specific emotions may be experienced by other cultures as well but labeled specifically by some. Thus, words expressing emotions in one language do not always have a corresponding term in other languages (Wierzbicka 1999).

³ The language acquired before the age of three is referred to as first language, native language, or mother tongue (Sinha, Banerjee, Sinha, & Shastri 2009 in Deng & Zou 2016). This paper will use the term native language. L2 will refer to non-native languages.

India and Japan are Asian countries with collectivistic cultures that value group cohesion and harmony. They are guided by adherence to certain social norms, unlike individualistic cultures driven by personal needs and a sense of self (Triandis 2001). Emotional scripts of these countries are influenced accordingly.

For example, “Amae” is specific to the Japanese language (and some Asian cultures). The emotion that Amae suggests (depending on others’ kindness) is experienced by all humans but is specifically used in Japanese language.

2.2 Code-switching

Code-switching is the alternating between two languages in a single conversation. It can be intersentential i.e., whole sentences spoken in one language before switching to another, or intrasentential, i.e., within the same sentence (Myers-Scotton 1997). Code-switching is common in bilingual and multilingual communities. Codes of spoken languages do not violate the syntactic rules of either language (Poplack 1980 in Barnali 2017). Code-switching may take place for cognitive control, i.e., to convey the most appropriate meaning using multiple languages, regulate emotional intensity, i.e., switching between native language and L2 depending on emotional intensity (Pavlenko 2005), or cultural frame switching (Williams, Srinivasan, Liu, Lee, & Zhou 2020)

According to census data of 2001, 25 percent of Indians can speak more than one language (Times of India 2010). English was used widely for administration during British rule in India and remains a common language of communication today (Gupta & Bajpai 2016). It has made a significant mark on most Indian languages. Hence, code-switching to English is common, and many times unconscious. Almost no Indian language is pure. There are hybrid languages, like Hinglish, a mixture of Hindi and English. Some English words do not have corresponding terms in Indian languages, and if they do, they are not commonly used (Barnali 2017).

The participants of this study have acquired English in a social setting, where it is spoken habitually. Their medium of education was also English at the university level. Therefore, code-switching to English was extensively seen from Marathi (see section 3.4).

Considering the above findings, this research aims to investigate the differences between the Marathi and Japanese narratives among native Marathi speakers who have formally acquired Japanese language. The study explores the following points through the data collected.

1. Possible reasons behind variation of content in response to the same questions in native and second language
2. When does code-switching take place while speaking in Marathi and Japanese by native Marathi speakers? What are the possible reasons for this?

The difference of content between the two languages, the emotional expression and cultural differences are discussed in this note. This study does not offer definite findings or generalizable conclusions but offers an insight into the sociocultural and psychological aspects of the two languages that are not explored in prior studies. These factors can be incorporated into future bilingual studies with other languages in focus.

3. Methodology

3.1 Participants

The Japanese Language Proficiency Test (JLPT) is conducted worldwide by “Japan Foundation”.⁴

In July 2019, 192 applicants appeared for the N2 level examination, and 35 people appeared for the N1 exam in Pune. This is the second-highest number of examinees in India for the two examinations after New Delhi (JLPT 2019). Pune is famous for its Japanese language studies (Bari 2017).

Therefore, this study was conducted with skilled Japanese teachers and experts from Pune, who spoke native Marathi. The criterion for selection was based on age (above 30 years), mother tongue (Marathi), and Japanese language proficiency (N1). Participants were fluent in English and used it in their professional lives and daily conversations from time to time. The participants have stayed in Japan for at least one year. They interact with Japanese people and keep visiting Japan from time to time.

The participation of subjects was voluntary. Informed consent was taken before the interviews.

The researcher was a 21-year-old female, native Marathi speaker, a Psychology student, training for JLPT N2 at the time of the interviews. She was junior to the participants in age, proficiency, and education.

Table 1
Participant details

| Participant | Age | Gender | Duration of studying Japanese | Completion of N1/Ikkyuu | Profession |
|-------------|-----|--------|-------------------------------|--|---|
| 1 | 39 | Female | 10 years | 2011 (8 years ago) | Teacher |
| 2 | 41 | Female | 24 years | 1999 (20 years ago) | Teacher and interpreter |
| 3 | 32 | Female | 15 years | NA (Cleared multiple times, latest attempt in 2013, 8 years ago) | Teacher |
| 4 | 42 | Male | 24 years | 1999 (20 years ago) | Department head at a Japanese firm in India |
| 5 | 48 | Female | 32 years | December 1992 (27 years ago) | Translator, Interpreter, Teacher, coordinator for Japanese projects |

⁴ JLPT is being conducted since 1984. It measures Japanese proficiency, especially of non-native speakers. There are five levels, N5 being the easiest and N1, the hardest (JLPT n.d.).

3.2 Tools

Conflictive Thoughts Analysis Inventory (CTAI) by Dr. C.G. Deshpande consists of 30 questions related to “past experiences, present condition, future life, family interactions, and social life”. The questions allowed for the elicitation of emotional narratives across a range of topics.

It is a projective test designed to understand the test-taker’s conflictive thoughts. However, for the present research, the test was not used as a projective test or for analyzing conflictive thoughts, but as narrative questions. CTAI was translated into both Marathi and Japanese languages. The translation was checked by a skilled Japanese language teacher, a native Marathi speaker who has been studying Japanese for twenty years and has cleared JLPT N1.

“Memory” was formed as an additional category by the researcher for independent analysis.

1. Family
2. Past
3. Memory
4. Future
5. Present Life
6. Society

One question was omitted in data analysis, as it was vague.

3.3 Procedure

CTAI was taken for narrative questions (Deshpande 1988), i.e., questions to elicit responses to provide data for subjective emotional experiences of the participants. This test allowed the researcher to obtain narratives⁵ regarding different topics, which were personal, professional, analytical, and emotional. This allowed for an overall analysis of the participants’ speech.

The test was verbally administered to the participants in both languages with a mean gap of 16.14 days. Before both interviews, the participants were told that they will be asked about their thoughts on certain things, and they were asked to elaborate on these thoughts. For example, “About my future life I think”, or “My relations with family members are”. The Japanese interview was administered to three of five participants first. Two participants took the Marathi interview first.

The mean length of Marathi interviews was 19:04 minutes and Japanese interviews was 17:49 minutes. Transcripts were created verbatim from audio recordings of all the interviews.

⁵ Narratives allow researchers an insight into an interviewee’s subjective experiences through their life stories (Schütze 1976 in Flick 2009). These can be analyzed from a linguistic as well as social or cultural perspective.

3.4 Analysis

Considering the abovementioned questions, the following points were explored in the narratives of both languages.

1. The data was coded⁶ and categorized into themes⁷. Themes in both languages were identified and compared under each main category.
2. Emotional words under each category were compared for both languages, i.e., words that describe universal emotions and adjectives describing emotions.
3. Language-specific words were noted. These included culture-specific terms, commonly used phrases (with no corresponding term in the other language to denote the exact meaning), and proverbs commonly used in a language.
4. Instances of code-switching were noted. Possible reasons for code-switching were studied.

4. Data and Discussion⁸

Section 3.1, 3.2, and 3.3 discuss the first research question, i.e., Variations in emotions and content in Marathi and Japanese narratives in response to the same questions, and reasons for the same.

4.1 Codes and Themes

This section discusses the codes and themes that emerged in each category in both languages. The data was coded and re-coded multiple times before moving on to the thematic analysis. It was also checked by an experienced researcher in qualitative analysis.

Thematic analysis provided a basis for analysis of language-specific content, code-switching, emotions, etc. In cases of a major difference in the content and themes based on language, or where there is significant data, supporting literature is provided with further exploration of the findings.

1. Future

Contribution

Excerpt 1

Marathi - Participant 2

ShikShaN kShetrAt(0.8)samAjAlA kAhitari ApaN deu Shaku asa kShetra Ahe
Education field-LOC society-DAT something we give can like field is

tyAmuLe mala nakkich kAm karAychay (0.6) te mAza antim dhyey ahe
therefore I definitely.EMPH Work want to do that I. final goal is

The education field is a field through which one can contribute to society. So, I definitely want to work (in this field). That is my ultimate goal.

⁶ Coding refers to labeling and summarizing segments of data (Charmaz 2006 in Thornberg & Charmaz 2009)

⁷ Themes refer to patterns of data that identify meanings relevant to the research question

⁸ Excerpts from interviews have been given in the relevant parts of the report. Names, gender, or identity of any people mentioned by the participants in these quotes have been changed or skipped (except in cases where necessary. E.g., where the answer is gender specific). Personal details or experiences have not been given anywhere in these quotes. If mentioned, they have been modified to protect the speaker's identity (For example, native town, name of their school or college, etc.).

Excerpt 2

Japanese - Participant 4

Kazoku ya jibun no tame ni mo iroiro yatte:: kita to iu ano:: kanji ga suru
Family or self IP for for also various did came QT such SF feel SB do

no wa mochiron da ke do: chotto hoka no hito no tame ni shakai no
IP TP of course CP-PLAIN but some other IP people IP for society IP

tame ni mo sukoshi gurai wa nani ka ii koto yatta na:: to iu manzokukan
for also some TP something good thing did such satisfaction

shite hoshii
do want

Of course, (in the end), I want to feel that I have done things for myself, but I want the satisfaction of knowing that I have done something good for others, a little something for society.

Career Ambitions

Excerpt 3

Marathi - Participant 2

Research work vyavasthit pUrNa (0.8) neTAnE chalU THEvaychay
Properly complete dedication-INST on keep

I want to keep doing my research with dedication

Excerpt 4

Japanese - Participant 3

Keikaku wa (1.0) kaisha wo ookiku shitai
Plan TP company O big want to do

My plan is to expand (my) company

Personal Life Goals (Health, children, and travel)

Excerpt 5

Marathi - Participant 2

EkTa mala jarA firAylA AvDel (0.8) kAhihii laTambar barobar na ghetA
Alone I-DAT little travel-DAT anything burden with no take

I would like to travel alone without taking any burden (of family/kids) along with me

Excerpt 6

Japanese - Participant 2

Hitori tabi ni detai desu (omitted) genki de yamanobori wo
Alone journey to go CP healthy and mountain climbing O

shite iru watashi
doing me

I want to go on a trip alone (omitted) ((Imagining oneself as) I would be healthy and climbing mountains ((In response to a question asking, how do you imagine yourself in ten years)

Personality

Goals in terms of personality development, personal characteristics, and discipline.

Excerpt 7

Marathi - Participant 2

thoDasa priority Tharvauun consistently prayatna ajuun vADhavlA yetiil
Little decide efforts more increase can

I need to decide my priorities and increase my efforts

There was no major difference in the content in both languages by the participants, except for the choice of words and the content that was elaborated upon.

2. Past

There was a great difference in content across participants. They spoke about their experiences, thoughts, and feelings about childhood, school and college, significant people, and situations from the past, ups and downs, learnings, satisfaction, gratitude towards these experiences, and pride. There was a huge variation in the codes that emerged in the interviews of each participant. Some were grateful towards their school, while some had negative experiences. Most participants described challenging phases in their lives, but nobody expressed any regrets.

Excerpt 8

Marathi - Participant 3

Ektar mAjhi shALA muliinci ShALA hotii (omitted) ANi jevhA
First of all I-GEN school girls-GEN school was and when

mi college gele tevha pahilyAndA mala mulAn-barobar paN shikAyca
I college went then first time I-DAT boys-DAT with also learn

asta he kaLala tyAmuLe te khuup interesting hota (0.8) ANi
Is this understood therefore that very was and

Adhii mhaNaje khuup bAvLaT hote mii
Before means very stupid was I

First of all, I belonged to a girls' school (omitted) and the first time I found out about co-education was when I entered college so that was very interesting. And, well, I was really stupid before

Excerpt 9

Japanese - Participant 4

Gakkoo de osowatta (0.5) sono kiso ga hijoo ni shikkari dekite ite
School at learnt that foundation SB very ADV firm became is

(0.5) sono kiso no ue ima no ookina biru wo tateru koto ga dekita
That foundation IP up now IP big building O build thing SB able

To kangaete irun desu ne De (0.8) gakkoo mo soo desu shi gakkoo de no
QT think am is IP SF school also that is and school in IP

kodomo ano:: tomodachi mo hotondo minna ano:: chuukaikyuu (0.8)
Children SF friends also almost all SF middle-class

chuukaikyuu no hitotachi na no de kangaekata to ka mo icchi shite ite
Middle-class IP people IP IP IP thought process etc also match do is

karera kara mo (0.8) karera no ryooshin kara mo iroiro manabu koto ga
They from also they IP parents from also various learn thing SB

dekita to omoimasu
Able QT think

Whatever I learnt at school contributed to building a strong foundation, and therefore I think that I can construct a huge building on that foundation right now. That's about school, but the kids-my friends at school were also from a middle-class background due to which we got along. I could learn a lot from them as well as their parents.

Discussion:

1. Three participants were significantly more descriptive about the details in their past while speaking in Marathi. They elaborated on the experiences from their childhood, their school, and college life, and content was much more prominent while speaking about the past in Marathi.
2. Four participants expressed in Marathi how the transition from school to college made a difference in their lives, but none of them mentioned this in Japanese. Only one briefly mentioned this point while speaking in Japanese.
3. Although themes were almost common in both languages, narratives lacked descriptive quality while speaking in Japanese and were very brief.
4. All the themes mentioned appeared to some extent in both languages, except for "pride". Two participants expressed their pride in Marathi, with respect to their past, but not at all in Japanese.

Prior research suggests that stories narrated in the language where the original events took place are more detailed and emotionally intense. When narrated in L2, an experience may become shorter and elaborated differently (Javier, Barroso, & Muñoz 1993). Thus, childhood or adolescence memories are emotionally richer when spoken in a native language and lose their emotional intensity in L2 (Schrauf 2000 in Dewaele 2013). This pattern is seen in the above data.

3. Memory

One of the questions was "What is the most important memory of your life?". Everyone described an emotional or impactful experience from their lives.

Discussion:

1. In two interviews, the memory was the same in both languages. There was some difference in the content while talking about memory. One participant has elaborated more while talking in Marathi, while the other has elaborated while speaking in Japanese.
2. The memories narrated by three participants were entirely different in both languages.
3. In two Japanese interviews, the most important memories described by the participants were events related to their Japanese education and experience, how they felt during that experience and what they learned from it. The same participants described entirely different experiences while speaking in Marathi. These were important events related to their childhood, families, and feelings associated with them. For example, one of the participants elaborated on an incident of a Japanese contest while speaking in

Japanese. The same participant described an early childhood experience that has impacted their life while speaking in Marathi.

Native language has greater emotional involvement (Pavlenko 2012). Relevant to the data obtained in the present research is the pattern of social behaviors or scripts created in certain events and social interactions (Kitayama & Markus 1994). Stories narrated in the language where original events took place are found to be more detailed and emotionally intense (Javier et al. 1993). Emotions are not only manifested biologically but are influenced by social and cultural situations, creating a complex interaction of innate processes and social situations surrounding a person. Emotions are physiological and sensory elements embedded in a social situation (Kitayama & Markus 1994). This explains why participants naturally thought of emotional childhood experiences while speaking in Marathi, and Japanese educational experiences while speaking in Japanese.

For one of the participants, however, it was entirely the opposite. In Marathi, they said that the most important experience was an event related to their Japanese education. While speaking about this, the participant elaborated on certain specificities of the experience. In Japanese, the same participant answered that the birth of their child was the most important experience for them, but the content was not elaborated on. It was mentioned in a single sentence. There are two contradicting explanations for this. Being a second language, it does not resonate, therefore it was mentioned in one sentence. However, although brief, it was a very emotional thing to mention in a second language. Some emotionally laden content may be expressed more comfortably in another language Dewaele & Pavlenko (2004). Another possibility states that second languages that are acquired through immersion learning and used habitually and in wider contexts and different settings can carry emotions as well.

There are multiple explanations to the narrative content above, none of which can be stated conclusively. Therefore, narratives about “past” and “memory” particularly call for deeper investigation in future bilingual studies. In future studies, more specific topics can be studied in more detail. For example, how multilinguals speak about their “teenage” in different languages, or what kind of memories are recalled while speaking in a certain language, etc.

4. Family

There were questions related to feelings about family members, relationship with them, etc. There were times where Marathi interviews were more descriptive and detailed than the Japanese interviews of the same participant. For example, while talking about the nature of their family, or feelings. This difference was not as prominent as in the “Past” category.

The major themes that emerged were

Relationship with family members

Participants spoke about relationships with family, who they feel close to, or if they do not get along with a family member.

Excerpt 10

Marathi - Participant 3

AmhAlA ek lahAn mulagii Ahe so ticamuLe gharAmadhala
We-DAT one little girl is because of her in the house

vAtAvaraN ekadam kheLimeLica asata
Environment very lively is

We have a little girl because of whom our house is very lively.

Feelings toward family members

Participants spoke about the importance of family in life and expressed feelings of gratitude towards their support, etc.

Excerpt 11

Japanese - Participant 5

Amari iken ga awanai toki mo arimasu keredomo (0.5) watashi wa
Much opinion SB match-NEG time also is but I TP

jibun nari ni ikite kite imasu kara daijoobu desu
Self way by live come am thus ok is

There are times when our opinions don't match but I'm someone who lives as I like, so it is all fine.

Some participants also spoke about their children, their feelings about them, and how they contribute to their lives. Under "Family", there were instances where content entirely differed while speaking in both languages (See "Language-specific content").

5. Present Life

Questions in this category were regarding one's daily life, conditions of life, etc. Narratives highly overlapped with content from other categories. This was due to the ambiguity of the category. Participants spoke about many things, tapping on several themes. Sometimes, participants were more descriptive in their content in Marathi, but not very prominently.

Participants spoke about being busy, what makes them happy, etc. and their views on life. They narrated prior experiences and spoke about dissatisfaction and satisfaction. They spoke about wanting to do certain things and wanting to make an effort for that, such as career, personality development, enjoyment, and focusing on children.

Excerpt 12

Marathi - Participant 3

Aii vaDilAnnii je kAhi shikavalela ahe AttA paryanta tyAcAmuLe
Mom dad-INST whatever taught is now till because of that

mii Ahe ANi sAsuu sAsare pan ekdam khuup chhan
I is and mother-in-law father-in-law also very very nice

Ahet ANi umm muLAt tyAnca ekamekanbarobarcha nAAta paN
is-PLU and SF basically they-GEN with each other-GEN relation also

khuup chhan asalyamuLe AmhAla tyAchA khuup fAyDA hoto
Very nice is therefore we-DAT it-GEN very benefit happen

I am what I am because of what my parents taught me. My in-laws are also wonderful, and basically they have a good relation with each other which is good for us.

6. Society

Questions were related to thoughts about society and social life. Participants spoke about issues in society, changes, conveniences, inconveniences, etc. They also spoke about social evils, issues in social relations. Some also expressed positive views and hopes for society. Content spoken by participants was similar in both languages, but narratives in Marathi were more descriptive and illustrated with examples.

Positive and Negative Evaluations

The content is regarding the Indian society, and more specifically about the participants' life in Pune city. The participants come from a middle-class lifestyle and face similar daily hassles in their everyday life.

Excerpt 13

Marathi - Participant 5

JyAnnA kAmAlA jAylA (.) travel karAyAlA lAgta tyAnnA thoDa
those-DAT work-DAT go do have to they-DAT little

tough Ahe paN bAki khuupac smooth Ahe mhaNaje ApalyAla sagaLya
Is but other many-EMPH is means we-DAT all

vastunci sahaj upalabdhata Ahe ANi tashA dainandin Ayushyat AplyAla
things-POSS easily available is and that everyday life-LOC us-DAT

yenAre kAhic problem nAhi mhaNaje basic suddha kAhi chintA nAhi
Come some-EMPH no means also some worry no

sagaLya sukh soyii Ahet asa mala waTata
All happy utility is-PLU QT I-DAT think

It's slightly tough for those who have to travel to work but otherwise it's really smooth. We have easy access to everything, and there are no problems related to everyday life, not even basic stuff. I feel we have everything we need.

Excerpt 14

Marathi – Participant 3

AplyA samaJamadhe AtA khuup chAngale badal ghaDuun yAylA lAglet
Our society-LOC now many good change evolve come happen

asa distay(0.8) lok swaChhatA baLagAyAlA lagalele Ahet kinwa lokAnci
QT visible people cleanliness follow started is or people-POSS

sAmAjik jAgrutii kinwA sAmAjik bhAn je Ahe te wADhAyAlA
Societal awakening or societal awareness that is that growing

lAglay asa waTatay
Started QT think

It looks like there are a lot of good changes in society. People have started following cleanliness, or people have become more aware and enlightened about society.

Excerpt 15

Japanese - Participant 1

Shuukyoo ni tsuite ano:: gankoo no kangae wo sutenakereba
 Religion IP about SF discernment IP thought O throw-COND-NEG

seichoo dekinai
 Growth be-NEG

I feel that society won't grow unless we throw away our discerning thoughts about religion, etc.

Comparison between India and Japan

Excerpt 16

Marathi - Participant 3

JapAnii lokAnci quality khuup cAngalii ahe mhanuun AmhAlA te
 Japanese people-POSS very good is so we-DAT they

AvaDtAt he ApaN khuup Avarjuun bolto paN te tasa ka kartAt hyAcA
 Like this we very strongly say but they that why do that-POSS

abhyAs karat nAhi kinwA te ApaN ApalyAmadhe AtmasAt karaNyacA prayatna
 Study do no or that we in us incorporate do-POSS try

karat nAhi so te hii karAyala pAhiJe ANi kAhi varshAn nantar nakki
 Do no that also do should and some years later definitely

chAngale badal ghadalele asatiil asa waTatay mhaNaje positive waTatay
 Good changes happened will be QT think means think

We strongly say that we like Japanese people because they have good quality, but we don't study why they do so or we don't try to incorporate that in our lives. So we must do that as well, and I feel positive and think that there will be good changes in the next few years.

Excerpt 17

Japanese – Participant 1

Nichijooseikatsu wa nihon dattara benri desu (omitted) chiisana koto de
 Daily life TP Japan is-COND convenient ((India)) little things in

hontooni iroiro gambaranakereba naranai jibun no pasupooto no
 Really different do one's best-COND have to self IP passport IP

tame ni mo iroiro na koto wo yaranakereba naranai
 For IP also different things O do-NEG-COND have to

Daily life is convenient in Japan. (In India) we have to struggle for small things, for example, we have struggle for simple things like passport procedures.

Personal behavior

Excerpt 18

Marathi – Participant 5

sAmAjik dabAv koNihii koNavarahii sahaj ANuu shakata asa mala waTata
 Societal pressure anyone on anyone easily bring can QT I-DAT think

paN ApaN ApalyA principles var ThAm asalo tar ApalyAvar nahi koNAcA
 But we us on firm is then on us no anyone

yeu shakat
Come can

I think that people can easily be victims of social pressures, but if we are firm on our principles we won't get pressurized.

Excerpt 19

Japanese – Participant 1

Nichijou seikatsu wa isogashii desu ga: (0.5) **gambareba** nan no tame ni
Daily life TP busy is but if I do my best anything IP for IP

demo jikan ga tsukureru
also time SB can make

My daily life is busy, but if I do my best (/take efforts), I can make time for anything.

Nothing conclusive can be stated based on the content analysis of the transcripts. However, the kind of content variations in some cases, and the reasons behind those are very interesting to investigate in further studies. The narratives in the present study are very personal. Future studies can investigate how content plays out while talking about general topics, e.g., discussing a movie, recent news, etc. Social experiments can be done such as manipulating the environment, changing the conversation partners to people of different backgrounds, etc. Cultural backgrounds and social setting are important in such analysis.

4.2 Emotional Expression

Emotional words and phrases⁹ in the data were highlighted. Emotional expression in both languages was compared by listing emotional words and comparing their number.

Table 2

Number of Emotional Words and Phrases

| | Japanese Interview | Marathi Interview | | | |
|---|--------------------|-------------------|---------------|----------------|-------|
| | Japanese Total | Marathi Total | English Total | Japanese Total | Total |
| 1 | 20 | 30 | 3 | 0 | 33 |
| 2 | 49 | 41 | 22 | 2 | 65 |
| 3 | 30 | 12 | 4 | 1 | 17 |
| 4 | 12 | 30 | 0 | 0 | 30 |
| 5 | 40 | 13 | 17 | 0 | 30 |

For participants 3 and 5, the number of emotional words was greater in the Japanese interview. Even during the Marathi interview, Participants 2 and 5 have code switched to English frequently while describing emotional content. Thus, of all three languages, Participant 5 has expressed the least emotional content in Marathi. As studied by Dewaele & Pavlenko (2004), emotionally laden content may be comfortably narrated in another

⁹ Ananda (Happiness) would be an emotional word while expressing "I want to be a good human" would be emotional phrases, i.e. there is no emotional word in the sentence, but the emotion was interpreted from the context, and speaker's tone, etc.

language, and as emotionally distant languages, it is also easier to express negative emotions.

Some people experience socialization in the acquired language i.e., they are exposed to and are engaged in social situations more in the acquired rather than in their native language. They may speak fluently in their native language at home, but their home environment does not allow them to be expressive about their emotions, so they fulfill their emotional needs in other settings. In such cases, one may find it easier to express in the acquired language (Pavlenko 2004). This may be specific to Participant 2 and 5 in the present research.

There was no code-switching from Japanese in terms of emotions. However, while speaking in Marathi, four participants used emotional words from English (see Excerpt 35). Two participants also uttered a few Japanese words.

The total number of emotional words and phrases is greater in Marathi for three participants, but the difference between the number was not statistically significant. Studies state that a native language is associated with greater emotional arousal, which is in line with this data, although it is not statistically significant here (see Pavlenko 1998).

Further studies can specifically investigate emotional expression in Marathi and Japanese bilinguals from a psychological perspective, going deeper into case history, such as, whether the person's family environment is conducive for emotional growth, how communication is with people who speak in native language and how that affects emotional expression in L2, and probably how the nature of emotional expression changes in a language along the course of counseling or psychotherapy.

Excerpt 20

Japanese – Participant 2

Shippai shita koto mo iroiro arimashita ga matomete ieba **tanoshii**
Fail did things also various was but compile if said fun

jinsei datta
life was

There were failures, but overall, it has been a fun life

Excerpt 21

Marathi – Participant 1

ThoDese ase diwas kadhi asatAt kI **Aj** **vargAt** **nAhI**
Some like this days some are that today class-LOC no

shikavAyala **jamala** **chAngala** kinwa ekhAdya diwashI khUp **positive** wATata
teach could do good or some days very feel

There are some days where I feel I wasn't able to teach well today, or some days, I feel very positive

4.3 Language-specific content

Japanese

There are some emotional words in a language that do not have exact translation (Wierzbicka, 1999) e.g., *taihen*. *Taihen* has many connotations. *Taihen* means “very” or “terrible” (Miura 1983). It can be used colloquially, e.g., very hot, to describe a difficult situation, or even a positive situation such as an amazing meal. It can thus be an emotional term too. In Japanese, the word was uttered frequently in one of the interviews, all in the context of describing a difficult situation or a tough spot.

In a Marathi interview, the speaker has code-switched and used the word *taihen* convey their exact feelings. This is an instance of cognitive control (see Williams et al 2020), where the speaker has chosen the words most appropriate to convey their emotions using two languages.

Excerpt 22

Marathi - Participant 3

Kautumbik ayushya anubhavatana (0.8) khup maja yetey (0.8) jababdarya pan
Family life experiencing very fun coming responsibilities also

astat (1.0) kadhikadhi khup **taihen** ((code switch with Japanese)) pan hota
are sometimes very stressful also be

Experiencing family life is very fun. There are responsibilities. It also gets stressful(*taihen*) at times.

In one instance, *taihen* appeared in the context of the hassles experienced while raising one’s child. In a partially sarcastic narrative, the participant mentioned:

Excerpt 23

Japanese - Participant 2

Kosodate wa hontooni **taihen** (hahahah) watashi kodomo futari ite daburu
Child-rearing TP really difficult I kids two is double

desu ne (0.5) (hahahhaa) (0.8) hontooni tokidoki akite shimaun desu ne::
is IP really sometimes fed up entirely is IP

Demo akiramenai
but won't give up

Sore wa hahaoya da kara (1.0) ano:: gambatte gaman shite:: (1.2) ie wo
That TP mother is because SF do best patient do house O

deyou to omou kurai nayami mo arimasu ke do gaman shimasu (hahaha)
Leave QT think much trouble also is but patient do

Raising children is really difficult (*taihen*), and I have two, so there's double trouble for me. I really get fed up sometimes, but I won't give up. That's because I'm a mother. I will be patient and do my best. There are troubles which make you feel like running away, but I'll be patient.

Non-native languages are emotionally distant languages at times. Hence, it is easy to use abusive expressions or express things that are hard to say in the native language (Dewaele 2004). Therefore, the above utterance may not be hurtful to mention in

Japanese, possibly due to an emotional distance. The same interviewee, while speaking in Marathi has not expressed the above feelings about their children.

Metaphors and proverbs

In Japanese interviews, only one participant used some metaphors. There were no proverbs in any of the Japanese interviews.

Excerpt 24

Japanese - Participant 4

Shakai ni wa hito to iu haguruma ga atte (0.5) sono haguruma ga subete
Society in TP person QT say gear SB is that gear SB all

jibun no shitei sareta toori ni kinoo sureba shakai tte iu
Self IP specify do-PASS like ADV function if it does society QT say

ookina kikai ga (0.5) junchooni ugoku no de wa nai ka to watashi wa
Big machine SB well-ADV function IP not Q QT I SB

kangaete imasu
Think is

Society consists of gears in the form of humans. If those gears function as per their designated tasks, I feel that this machine, i.e. the society will function well.

Excerpt 25

Japanese - Participant 4

Jibun no kazoku wa watashi ni totte toodai no yoo na mono nan desu
Self IP family TP I IP according lighthouse IP like IP thing is

ne:: (0.5) michi ni mayotte shimau to (0.5) sono toodai wo mite chanto
IP road IP lost completely that lighthouse O see proper

hoogaku ga wakaru yoo na sonzai da to omoimasu
Direction SB understand like IP being CP QT think

According to me, family is like a lighthouse. If one gets lost, one can look at the lighthouse and find the right direction. That is what a family is.

Proverbs are figurative expressions that capture the shared beliefs and values of a society (Nipold & Haq 1996).

Marathi

Marathi narratives were found to be more descriptive and emotional for some. Narratives are affected by multiple factors, and culture plays an important part in it (see Yashima 2006). Certain words that emerged in Marathi interviews were interesting words used commonly in everyday language.

Following is a common proverb in Marathi, to describe that someone with the slightest knowledge ends up looking smart among a group of fools (Transliteration Foundation n.d.). The participant said that she was considered smart as a child but realized later that it was just an illusion.

Excerpt 26

Marathi - Participant 1

VAsrAt langDi gAy shahANi
Calves-LOC paraplegic cow wise

A paraplegic cow seems smart among a group of calves

Metaphors were used frequently in Marathi interviews.

Example

Excerpt 27

Marathi - Participant 2

PAnAtlIi kaDU bhAjii sampavaNya sArkha Ahe
Plate bitter vegetable finish like is

It is like finishing the bitter food on your plate first.

There were some words used in Marathi for which parallel words were not used in Japanese while speaking about the same content. Some of these were related to old traditions, specific to India, or Maharashtrian culture. The availability of these words in Marathi and their usage had a great impact on some of the content.

Excerpt 28

Japanese - Participant 2

Kanojo ga gan no kenkyuu zutto yatte kita hito desu
She SB cancer IP research all along do come person is

(omitted) kanojo no kenkyuu wa ma (1.0) hijooni korekara mo yuumei
She IP research TP SF very from now also famous

ni naru daroo to omoimasu (0.5) de (0.5) hontooni jiman no hanashi nan
IP become will QT think SF really proud IP talk EMPH

Desu
Is

She is a cancer researcher (omitted) I believe her research will become famous. It is truly a matter of pride for me.

Excerpt 29

Marathi - Participant 2

TicA baddal mala khuup special bhAvanA Ahet kAran ticAt mAzyAt
she-GEN about I-DAT lot emotion is because her-LOC I-LOC

sahA varShAca antar Ahe ANi vaDiil gele tevha ti fakta sAt
Six year-GEN distance is and father went then she only seven

varshAci hotii (0.5) dusriit hoti mhaNaje (0.5) tyAmuLe
years-GEN was second grade-LOC means therefore

jAstii mii protective Ahe tica bAbtimadhe (0.5) tii umm ANi
More I is her about-LOC she SF and

yogAyogAne tica **kanyAdAn**
Coincidentally she-GEN wedding ritual ((of giving away the daughter)

paN miic kelay lagnAt tyAmuLe ek thodasa jAsti motherly Ahe
Also I-EMPH did wedding-LOC therefore one little more is

(0.5) emotions jAsti Ahet (0.5) bahiiN fakta hyAchyAvar limited nAhiye
More is sister only of on not

I have very special emotions for her, because there's a six-year age gap between us. She was only seven when dad passed away, she was in second grade. So I'm more protective of her, and coincidentally it is I who has performed her *kanyadaan* as well when she got married. So I have more motherly emotions for her, they're not limited to being a sister.

When asked about her sibling in Japanese, a participant spoke about her younger sister's career and how she makes her proud with her research. In Marathi, the same participant spoke about motherly emotions towards her sister, and how she has performed her sister's *kanyadaan* (wedding ritual of giving the daughter away to the husband's family), making the bond special.

While talking about their childhood, one of the participants mentioned in Marathi, how they've spent their childhood in a *vaadaa* (a traditional house in Maharashtra), another spoke about their participation in the *Marathi vangmay mandal* (Marathi literature club) in college. One of them spoke about specific castes (*Kokanastha* and *Deshastha* - two Brahmin sub-castes of Maharashtra) and their differences. These topics were not touched upon while speaking in Japanese, thus bringing out different themes in response to the same question. Furthermore, the events were experienced by the participant in their native language.

Thus, the descriptive nature of the Marathi interviews can be attributed to the availability of these words.

Some words were related to the Maharashtrian/Indian society and customs such as *bhishi* (kitty party), *jaat* (caste), *arakshan* (reservation based on caste), *vasti* (slums).

The above words may be translated very well by a proficient speaker, but their nuance is lost in translation. Naturally, the availability of these words in Marathi brought about different codes and themes while speaking about certain topics, and the same topics were not mentioned in Japanese.

One of the participants' interviews displayed that language ability makes a lot of difference to the content expressed. Both interviews with this participant brought out the same content in both languages, in most of the topics, except for the "important memory". A few metaphors and phrases used in the respective languages were different but did not change the content of speech.

One important characteristic of Japanese culture and society, i.e., *Honne* and *Tatemae* was seen with one participant while speaking in Marathi and Japanese.

Honne-Tatemae

Honne is one's true intention, reserved for personal spaces. *Tatemae* refers to socially structured intentions (Honna & Hoffer 1986 in Davies & Ikeno 2002). The Japanese consider it a virtue to not express true thoughts and emotions. They are careful to not hurt someone's feelings, thus using *tatemae* and maintaining harmony. Some participants were candid in expressing their thoughts and feelings in both languages.

However, the following are instances of a clear distinction between *Honne-Tatemae*. The statement is socially attuned in Japanese and more straightforward in Marathi.

Excerpt 30

Marathi - Participant 2

SAsuu sAsaryAncha::, typically baghAyalaA gela tar sAsuu sAsare ANi
Parents-in-law-POSS typically consider if in-laws and

suun he nAta jarA avghaD Ahe tasa (0.8) paN chAngale
Daughter-in-law this relation little difficult is Kind of but good

guuN gheNyasArakhe astAt tyAnCAmadhe (0.5) ApaN shikaNyasArkhe
points worth taking are in them us worth learning

Typically, the relationship between parents-in-law and daughter-in-law is kind of difficult, but there are some things that we can learn from them

Excerpt 31

Japanese - Participant 2

Giri to iu kotoba wa chotto yokunai na to omoimasu kedo ne (0.8)
In-law QT say word TP little good-NEG IP QT think but IP

nanka gimu to shite oya to yonde iru ki ga shimasu ke do (0.8)
like duty QT do parent QT Call am feel SB do but

I don't like the word "in-laws", because I feel like calling them parents because that is the duty they fulfill.

4.4 Code-switching

This section addresses the second research question, i.e., the reasons behind code-switching while speaking in Marathi and Japanese.

No code-switching was seen to another language in the Japanese interviews, i.e., Marathi or English terms were not used apart from Katakana. Only once, one of the participants emphasized their speech content by switching to English completely.

Excerpt 32

Japanese - Participant 2

Seishunki datta toki (0.8) namaiki deshita (.) hontoo ni namaiki deshita.
Adolescence was when impertinent was really impertinent was

I was really moody

I was very impertinent as a teenager, really very impertinent. I was really moody

Code-switching in Marathi Interviews:

Code-switching was seen in all the Marathi interviews. Most of the switches were in English and very few in Japanese.

Table 3
Code-Switching in Marathi Interviews

| Participants | Words (Approximate) | Japanese | English |
|--------------|---------------------|----------|---------|
| 1 | 1600 | 1 | 60 |
| 2 | 2500 | 3 | 141 |
| 3 | 2000 | 1 | 105 |
| 4 | 2400 | 0 | 8 |
| 5 | 1200 | 0 | 107 |

Following are the instances of using Japanese in a Marathi interview.

Excerpt 33

Marathi - Participant 2

AvghaD paN phases kAhi hotyA (1.0) **mentally** jAsti karun (0.6)
Difficult also some were mostly do

physically kurushii vagaire (0.8) khuup thakwA ANaNaryA ashA goshti
painful et cetera Lot tiring bring like things

fArsha navtyA paN **mentally exhaustive** jAstii hotyA
many not but more were

There were some difficult phases, mostly mentally, not physically painful per say, they were more mentally exhaustive

Excerpt 34

Marathi - Participant 2

ChhAn Ahet kuTumba (0.5) **chikara ni narimasu**
Good are family power PT become

My family is very nice. They are my strength. (code switching with Japanese sentence)

Three of these instances are expressing the speaker's emotion, and twice, these emotions have a negative connotation to them. One of the participants has code-switched to using the word *taihen* in the Marathi interview (Excerpt 23).

Code-switching to English from Marathi was frequent. Code-switching to English is habitual in Indian languages. Some were related to work and education such as "career, social work, company, corporate, students, thesis", etc.

The experience of certain events and social interactions create patterns of social scripts, i.e., knowledge of the sequence of events as a cognitive structure and these scripts or schemas guide similar interactions in the future (Kitayama & Markus 1994). Thus, speakers tend to speak in English while speaking about their work and education, (the language they have socialized in at their workplaces). The word *happyoo* 発表 (presentation) was also used in the context of the participant's Japanese work-life in Marathi.

Emotional English words used in Marathi interviews were – “positive”, “negative”, “comfortable”, “looking forward”, “no one to answer to”, “motherly”, “close” (relation), “special”, “happy”, “disturb”, “attachment”, “enjoy”, “support”, etc.

As mentioned by Pavlenko (2012) a person may be fluent in several languages but differ in terms of emotional expression. Emotional expression and speech content is largely influenced by culture, environment, and circumstances in which the language was learned (Ervin 1964). Code-switching allows a multilingual speaker cognitive control, regulation of emotional intensity, and cultural frame switching. Cognitive control over a language is disrupted by emotions experienced by a speaker (Williams et al 2020).

Following is an emotional discourse by Participant 2 in Marathi, regarding the ills of the society and their negative impact. Out of about 220 words, there are 49 English words, including entire sentences spoken in English.

Excerpt 35

Marathi - Participant 2

Umm..samAJAcA vicAr kar-tAnA mala watata ki (0.8) AtA khUp apapravrutti ahet
SF society-DAT thinking I-DAT feel that now many evils are

AplyA samAjAmadhe **particularly** mala baryAch weLela paper nahi wAcwat (0.8)
Our In the society particularly I-DAT many times.DAT paper not read-POT

mhanje mii TALte kityek weLela ki:: mala sahan hot nAhii ANi AtA
In fact I avoid many times-Dat that I-DAT tolerate be no and now

newspaper madhe jarA jAstach **explicit** tyAcha varNan alela asta
newspaper in little lot.EMPH explicit its description come is

news channel tar bhayAnakach astAt (0.5) paN (0.5) he suddhA mala kityek
news channel EMPH horrible are but this also I-DAT many

welela asa wAcwat nahi ki (0.8) mala saglyAt jAsta trAs hoNari goshTa time-DAT
SF read-POT no that I-DAT all-LOC most trouble happen thing

atta kuThli Ahe samAjAtli tar **caste** vagaire he sagLa (0.5) mhaNaje
Now what is society-LOC QT et cetera this all means

Ahech (0.5) ki kAy bAlvivAha kinwa ajun kAykAy (0.5) paN mala sagLyAt is-
EMPH QT what child-marriage or more whatnot but I-DAT all-LOC

disturb hoNari goshTa mhaNaje (0.8) ti mhaNaje lahAn mulAnwarche atyAcAr
Happen thing QT that QT little on kids torcher

ANi te (0.5) te ekamev jarii **eliminate** kartA Ala nA kAhitari kuthlyAtari
And they they one only if do-POT come SF something something

jaducA kAnDine (0.5) tari **I'll be the happiest person in the world** asa mala
 magic-DAT wand-INST still QT I-DAT

wATata (0.6) baki saglya goshti na **adults** shi sambandhit Ahet mhaNaje caste
 Think other all things SF with related are like

kinwa arakshan kay (0.8) mag quota ch ahe (0.8) mag **admission** milali nahi
 Or reservation what then EMPH is then got no

still they can survive (0.8) tyanna tevdhi **strength** ahe **mental, physical**
 they-DAT that much is

(0.5) lahan mula weak ahet mhaNaje **weakest element of the society** ANi tyAnchi
 Little kids are means and they-DAT

tumhi muskaTdAbii kartay ANi **that is something** (2.0) mhaNaje mala AttA
 you-PL torcher do-PL and means I-DAT now

boltAnA paN traas hotoy ((welled up and started sobbing))
 speaking Also trouble happen

I feel that there are many evils in the society, I particularly cannot bear to read newspapers, I avoid it most of the time. I cannot tolerate it. And nowadays newspapers have an explicit description of everything, and news channels are even worse. But I cannot tolerate reading about it. The thing that troubles me the most in the society is- of course "caste" is a problem, and child-marriages, etc. but what disturbs me the most is child abuse. If by magic, just that one thing can be eliminated by a magic wand or something, I think I will be the happiest person in the world. All other things have to do with adults, such as caste, reservation, quota or not getting into your desired university (due to caste-based reservation), they can survive as they have the physical and mental strength to do so. But children are so weak, they are the weakest element of the society. Why are you abusing them? And that is something (wells up), I cannot even speak about it.

In both languages, the speaker has talked about the hassles faced while living in the society in both languages, the need to change and adjust. However, while speaking in Marathi, she got involved in the topic and went beyond descriptive statements to express her anger about the situation. After a point, she welled up, and frequently code-switched while doing so.

Prior literature states that native language has greater emotional involvement (Dewaele 2013). Here, the dominant language was Marathi. She did not speak the same content in Japanese. As mentioned earlier, code-switching to English is common and habitual in Indian languages. Heightened emotions interfere with cognitive control mechanisms for people who have multiple languages active in their brains. Therefore, code-switching occurs more loosely when the speaker is emotionally involved (Williams et al. 2020).

5. Conclusion

This study showed that native Marathi speakers with Japanese as an acquired language generally had more detailed and emotional narratives in Marathi than Japanese. This was most prominent while talking about Past and Family. The usage of certain words, characteristic of or specific to either language had an influence on the narratives in both languages - in terms of content, emotions, and subthemes in a category. Code-switching

was prominent in Marathi. Speakers mostly switched to English for multiple reasons (habit, emotional, cognitive control, etc.) and to some extent in Japanese.

6. Limitations

The same questions were presented to the subjects twice, one in each language, subjecting them to a practice effect. Although a considerable gap was given between the two interviews, the questions were familiar. In some interviews, this led to the second interview being shorter than the first one, while sometimes, it was more elaborate. Emotional expression and speech content is influenced by culture, environment, and circumstances in which the language has been learned (Ervin 1964). While some people may have an emotional distance from their native language, others may be more comfortable with their native language in terms of emotional expressions. Therefore, participants cannot be compared homogeneously. With each participant having a considerable amount of experience with the Japanese language, it is not possible to eliminate the impact of Japanese learning on the subjects' discourse in Marathi, and the impact of their Marathi language background on their Japanese speaking. Furthermore, the participant's state of mind during both interviews is also bound to guide their speech content, as an extraneous variable.

Therefore, taking the present research as a basis, this study invites further investigation into the emotional expression of multilingual people, in a more controlled, detailed, and broader manner.

References

- Ayçiçeği, A. and Berko Gleason, J. 2003. Taboo words and reprimands elicit greater autonomic reactivity in a first than in a second language. *Applied Psycholinguistics*, 24: 561-579. doi:10.1017/S0142716403000286.
- Bari, P. 2017. Pune emerges as a major hub for Japanese learning. <https://www.hindustantimes.com/pune-news/pune-emerges-major-hub-for-japanese-learning/story-vPIKRcKvLNmMTgiHJlJ0QJ.html> (accessed on November 4, 2021)
- Barnali, C. 2017. Code-Switching and Mixing in Communication - A Study on Language Contact in Indian Media. RAIS Conference: The Future of Ethics, Education and Research, 2017. doi:http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3085969
- Chida, S. 2015. Analysis of Japanese particle errors made by Marathi JSL learners. *Bulletin of the Deccan College Research Institute*, 75: 215-224.
- Davies, R. and Ikeno, O. 2002. "The Japanese Mind". Tai Seng Avenue, Singapore: Tuttle Publishing.
- Deng, F., & Zou, Q. 2016. A Study on Whether the Adults' Second Language Acquisition Is Easy or Not—From the Perspective of Children's Native Language Acquisition. *Theory and Practice in Language Studies*, 6(4), 776-780. doi:http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0604.15
- Deshpande, C.G. 1988. Conflictive Thoughts Analysis Inventory. In D. Pestonjee (Ed.), *Second Handbook of Psychological and Social Instruments*. New Delhi: Ashok Kumar Mittal, Concept Publishing Company.
- Dewaele, J.-M. 2004. The emotional force of swearwords and taboo words in the speech of multilinguals. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 25/2-3: 204-222.
- Dewaele, J.-M. 2013. Multilingualism and Emotions. In "The Encyclopedia of Applied Linguistics". Oxford, UK: Wiley-Blackwell. doi:10.1002/9781405198431.wbeal0795.
- Dewaele, J.-M. and Pavlenko, A. 2002. Emotion Vocabulary in Interlanguage. *Language Learning*, 52. doi:10.1111/0023-8333.00185.

- Dewaele, J.-M. and Pavlenko, A. 2004. Languages and Emotions: A Crosslinguistic Perspective. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 25/2: 93-93. doi:10.1080/01434630408666522.
- Ekman, P. and Friesen, W.V. 1986. A new pan-cultural facial expression of emotion. *Motivation and emotion*, 10/2: 159-168.
- Emotion and culture: Empirical studies of mutual influence. 1994. In S. Kitayama, & H. R. Markus (Eds.). American Psychological Association. doi:https://doi.org/10.1037/10152-000
- Ervin-Tripp, S. 1964. Language and TAT content in bilinguals. *Journal of abnormal psychology*, 68/5: 500-507. doi:10.1037/h0044803.
- Flick, U. 2009. Narratives. In U. Flick, *An Introduction to Qualitative Research*, New Delhi, India: Sage Publications, pp. 176-193.
- Gupta, A., & Bajpai, S.S. 2016. Impact of Western culture and English language on Indian culture and society. *New Man Int J Multidiscip Stud*, 3, pp. 38-43.
- Javier, R., Barroso, F. and Muñoz, M. 1993. Autobiographical memory in bilinguals. *Journal of Psycholinguistic Research*, 22: 319-338. doi:https://doi.org/10.1007/BF01068015
- JLPT. 2019. Number of Applicants and Examinees by Test Site. html:https://www.jlpt.jp/statistics/pdf/2019_1_3.pdf (accessed on November 4, 2021)
- JLPT. What is the Japanese-Language Proficiency Test? (Index). (n.d.). <http://jlpt.jp/e/about/index.html> (accessed on September 8, 2021)
- Kitayama, S. and Markus, H. R. (eds.). 1994. "Emotion and culture: Empirical studies of mutual influence". American Psychological Association. doi:https://doi.org/10.1037/10152-000
- Matsumoto, Y. 1998. A reexamination of the cross-linguistic parameterization of causative predicates: Japanese perspectives. In *Proceedings of the LFG98 Conference* (Vol. 16).
- Miura, A. 1983. "Japanese words and their meanings". Tokyo: CHARLES E. TUTTLE COMPANY.
- Morishima, Y. 2013. Allocation of Limited Cognitive Resources During Text Comprehension in a Second Language. *Discourse Processes*, 50. doi:10.1080/0163853X.2013.846964
- Myers-Scotton, C. 1997. *Duelling languages: Grammatical structure in codeswitching*. Oxford University Press.
- Pardeshi, P. 2008. No Smoke without Fire: Invisible Agent. *Constructions in South Asian Languages. Annual review of South Asian languages and linguistics*, pp. 63-82.
- Pardeshi, P. 2011. The passive and related constructions in Marathi. In 2000. Gruyter Mouton, pp. 147-172
- Pavlenko, A. 1998. Second Language Learning by Adults: Testimonies of Bilingual Writers. *Issues in Applied Linguistics*, 9/1: 3-19.
- Pavlenko, A. 2002. Bilingualism and Emotions. *Multilingua - Journal of Cross-cultural and Interlanguage Communication*, 21: 45-78. doi:10.1515/mult.2002.004
- Pavlenko, A. 2004. "Stop Doing That, Ia Komu Skazala!": Language Choice and Emotions in Parent-Child Communication. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 25/2-3: 179-203. doi:10.1080/01434630408666528
- Pavlenko, A. 2012. Affective processing in bilingual speakers: Disembodied cognition? *International journal of psychology: Journal international de psychologie*, 47: 405-428. doi:10.1080/00207594.2012.743665.

- Senaha, M.L.H. and de Mattos Pimenta Parente, M.A. 2012. Acquired dyslexia in three writing systems: study of a Portuguese-Japanese bilingual aphasic patient. *Behavioural Neurology*, 25/3: 255-272.
- Shariati, M. 2012. A Comparative Study of Proverbs' Characteristics of Mesopotamian Language, and a Local Dialect of Persian. *International Journal of English Linguistics*, 2. doi:10.5539/ijel.v2n2p141
- Sultana, S. 2018. Role of first language in second language development. https://www.researchgate.net/publication/324243581_Role_of_first_language_in_second_language_development (accessed on November 4, 2021)
- Times of India. 2010. Indiaspeak: English is our 2nd language: India News - Times of India. The Times of India. <https://timesofindia.indiatimes.com/india/Indiaspeak-English-is-our-2nd-language/articleshow/5680962.cms> (accessed on November 4, 2021)
- Transliteration Foundation (n.d.). Vaasraat Langdi Gaay Shahani (A Paraplegic Cow is wise among a group of calves). <https://www.transliteration.org/dictionary/वासरांत-लंगडी-गाय-शहाणी/word> (accessed on June 21, 2021)
- Triandis, H.C. 2001. Individualism and Collectivism: Past, Present, and Future. In D. Matsumoto (Ed.), *"The handbook of culture and psychology"*, Oxford University Press, pp. 35–50.
- Wierzbicka, A. 1999. *Emotions across languages and cultures: Diversity and universals*. Cambridge University Press.
- Williams, A., Srinivasan, M., Liu, C., Lee, P. and Zhou, Q. 2020. Why do bilinguals code-switch when emotional? Insights from immigrant parent-child interactions. *Emotions*, 20/5: 830-841. doi:<https://doi.org/10.1037/emo0000568>
- Wydell, T.N. and Butterworth, B. 1999. A case study of an English-Japanese bilingual with monolingual dyslexia. *Cognition*, 70/3: 273-305.
- Yashima, T. 2006. "Kanjoo sukuriputo to dai ni gengo komyunikeeshon (Emotional scripts and second language communication)". *Journal of foreign language education and research*, 10: 43-58.

“Half-Place, Half-Consciousness”: The (re)construction of Home and identity among migrants

Nina ŽDANOVIČ¹

Abstract

This paper investigates the changing relationship with Home and the development of transnational identities among migrants in Japan. A qualitative approach involving in-depth semi-structured interviews was implemented with 12 graduate students at a Japanese university. The research reveals that maintenance of significant relationships and family traditions through virtual spaces and the migrant’s concept of Home are in a dynamic relationship. Home becomes a deterritorialized space, and the physical location of it becomes less relevant. As a result, the deterritorialized sense of Home creates space for the development of transnational identities.

Keywords: Transnational Identities, Transnationalism, Home, Mobility, Identity

1. Introduction

In an era of globalization and unprecedented migration, “Home” can easily become a fuzzy concept; as we become attached to multiple localities, our families become dispersed, and our notions of belonging expand (Bier & Amoo-Adare 2016). Discussing Home and belonging in the post-digital revolution era is particularly important, as clear-cut categories, such as us/them and here/there are getting blurred. Simultaneously, loyalties, values, social capital, and identities become multifaceted. Migrants’ identities and senses of belonging are being constantly reconstructed through their involvement in different social realities of multiple geographical locations (Vertovec 2001). Such synchronous involvement has been further enhanced by virtual spaces, such as the Internet, social media websites, direct messaging, and video conference applications, allowing an alternative for traditional social interactions.

In this paper, I will examine the changing concept of Home through everyday communication with family and other significant relationships and the development of transnational identities among migrants. First, I will situate this paper within the existing literature on Home and transnational identities. Second, I will address the research questions and methodology. Then I turn to the analysis of interviews with international students to answer the posed research questions, and, ultimately, finalize the paper with concluding remarks.

2. Home, family, and transnational identities

What is Home? In migration studies, Home is often used interchangeably with “country of origin,” emphasizing the state of belonging to one’s nation, country or culture. Another way

¹ Doctoral student, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. Contact: zdanovicnina@gmail.com.

to define Home is to collate it with the term "house." However, such interpretations of Home might be conceptually problematic. The former definition falls under "methodological nationalism," examining Home and belonging through the implication that nation is the most important ingredient in the mixture (Metykova 2010; Nowicka 2007). The latter, on the other hand, has mostly been maintained as a means of selling real estate and therefore fails to acknowledge the complex, multi-layered nature of the concept (Mallett 2004). Modern scholarship agrees that Home is not easy to define (Ralph & Staeheli 2011; Lucas & Purkayastha 2007; Wiles 2007). Home could be attached to a particular geographical location, it could be a metaphorical place (Silva 2014), a "constellation of relationships" (Mallett 2004), or a "fuzzy" and ever-changing concept (Bier & Amoo-Adare 2016). It can also be a place of security and comfort that people crave and seek (Taylor 2014), or it might be an unsafe place filled with fear and abuse (Mallett 2004). Essentially, Home is an intricate structure of ideas, spaces, identities, feelings, practices, relationships, and states of being (Ralph & Staeheli 2011; Wiles 2007; Mallett 2004).

In this paper, I adopt Nowicka's (2007) understanding of Home as a set of relationships, encompassing bonds with people, daily routines, customary interactions, memories, myths, and so on. Ralph & Staeheli (2011) see such sets of relationships as primary elements of Home and specific locales as secondary. In other words, Home is not necessarily tied to a particular location, but instead is constructed through relationships, and then consolidated through the repetition of localized social practices. As transnational lifestyles become widespread, Home acquires a transnational dimension as well. People live in the social worlds of multiple countries, develop attachments to different localities, and feel a sense of belonging in more than one place (Lucas & Purkayastha 2007). Transnational migrants simultaneously live in more than one place through regular communication, financial and bureaucratic obligations, building their daily activities and constructing identities through a constant dynamic relationship with Home (Wiles 2007). At its core, transnationalism is a type of consciousness that transcends one truth: belonging to more than one place, identifying as more than one ethnicity or nationality, living simultaneously in more than one location (Nedelcu 2012; Čiubrinskas 2006; Vertovec 1999). It transcends national/international, internal/external binaries, and allows people to participate simultaneously in more than one locality (Nedelcu 2012). "Being here and there," and "neither here, nor there" is one of the key features of transnational lifestyle (Vertovec 1999).

The ability to be "here and there" is further facilitated by the advancement of the means of communication. While transnational families and relationships are not new phenomena and have been previously sustained through an exchange of letters and phone calls, the spread of information and communication technology (ICT) allowed migrants to connect with Home instantly. Some studies have been conducted focusing on the impact of ICTs in developing transnational identities and maintaining the sense of everydayness with Home and family. Ahlin (2020) and Alinejad (2019), for instance, covered relationships between adult migrant children and their parents. Share, Williams & Kerns (2017) presented intergenerational relationships between parents, children, and grandparents, Nedelcu (2017) researched ICT-mediated grand-parenting, and Pham & Lim (2016) examined migrant students' relationships with their families. What is common among these studies is that for transnational migrants, "family" becomes a verb which encompasses the plethora of proactive practices and activities that are shared through, but not limited to, the ICTs, and turns into, as Share et al. (2017) refer to it, "doing and displaying" family.

To sum it up, Home is a complex, multi-layered structure built from relationships, routines, memories, identities, and spaces. As transnational lifestyles become more normalized in society because of the increasing availability of inexpensive means of transportation and

advancement of ICTs, Home becomes deterritorialized as well. As a result, the maintenance of relationships with people associated with Home, “doing and displaying” family, becomes one of the essential elements of re-constructing the subjective concept of Home and Home-related identity.

3. Research questions

Based on the observations presented in the previous section, the goal of the current inquiry is to investigate, first, the relationship between migrant students’ processes of “doing family,” and its influence on the concept of Home. Focusing on the maintenance of migrants’ close relationships is instrumental in understanding which elements of communication make them feel mutual co-presence, and monitor the shifts in perception of what Home is. The second research question addresses whether such practices contribute to the development of transnational identities among migrant students.

4. Methods

Empirical data was gathered during March-April of 2018 by conducting qualitative interviews with 12 full-time graduate students at a university in Japan. The initial respondents were selected through mutual connections, and the others were invited to participate through snowball sampling. Eight respondents were women, and four were men. All respondents arrived in Japan between 2011 and 2015, having spent at least three years in the country at the time of the interviews. At the time of conducting the interviews, the majority was planning to remain in Japan for an uncertain period, and eventually, leave to a third country. Each interview was conducted in English or Russian, with occasional Japanese words and phrases used by the participants, and took approximately one hour to complete.

5. Being together at a distance

Home is regularly linked to family and personal relationships both in academic literature and in popular discourse. For the majority of the migrant students participating in this research, the notion of family was strongly attached to their concept of Home. The presence of family was named as “the main determinant” of calling a place Home by several respondents. Relationships with family and Home are maintained through several communication tools, such as video conferences, instant messaging applications, and WhatsApp calls. The choice of a specific tool depends on a variety of factors, such as the level of digital literacy of the family members (Share et al. 2017, Pham & Lim 2016), availability of applications depending on geo-political localities (Ahlin 2020), and relationship closeness (Alinejad 2019; Bucholtz 2019; Pham & Lim 2016). Being able to contact family and friends at any time is a crucial element of maintaining close relationships and building a sense of everydayness.

Ilektra, a 28-year-old Ph.D. student from Greece, shared her experience:

No matter what you use, the fact that you have the means of being in the immediate contact with your family and friends is very important. Like, I think, that the times when people were going away, and all people had were pay-phones that were super expensive, I don’t know how they did that. In, like, I may not talk as much as I would like to, which is bad, but the fact that you have the possibility to do that is very important. It makes you feel safe. Like, if I want to talk to them, I can.

The instantaneous connection, made available by contemporary ICTs as opposed to more “traditional” modes of communication such as pay-phones, provided Ilektra with a sense of safety. The sense of gratitude towards modern technology was unanimously shared by all respondents, including Anna-Linda:

I can't imagine the times when we only had snail mail to be honest. No one can. No one can. And that's usually like, in any conversation, that thing pops up. At least once. Like, can you imagine, when we only had letters, like... I think I wouldn't have let you leave, or I wouldn't know you anymore or in anyway... <...> I guess it's because like the distance relationships existed also before all the Skype and Facebook whatever, and they still worked, it seems, I don't know how, I live in a different time, but yeah, it is helpful. (Anna-Linda, 26, Estonia)

As young adults who grew up at the time of rapid technological advancement, the participants struggle to imagine maintaining close relationships with Home without the advantages of the Internet: "I wouldn't be able to do it otherwise, writing letters is so much worse" (Ra'no, 27, Uzbekistan). The ability to effortlessly connect provides a sense of casualness, mutual co-presence, and safety. Moreover, it allows the students to maintain existing traditions despite national borders. Lesia, a 33-year-old Ph.D., recollected hosting a virtual Christmas celebration:

Obviously, it is better [to have online communication tools]. If Skype didn't exist, it would be much sadder, like, last time we had a Christmas party in our house, and we actually turned on the Skype, and we like showed family, and showed how we are celebrating, and they showed us the way they were having their Christmas party, so, if no Skype, no... there is no, yeah, chance to do it like that.

Similarly to Lesia, Anna-Linda annually joins her family on Skype during the Christmas dinner, and Waldir joins his family for Easter lunch:

With my family, especially during Christmas, I am with them on screen, eating Japanese food, while they are feasting on all the [Christmas] goodies.

No, I don't celebrate [Easter], but my family in Brazil – they do. So I just make myself coffee and I drink coffee with them. Every year they do the traditional lunch, Easter lunch. (Waldir, 27, Brazil)

For Anna-Linda and Waldir, physical distance does not prevent them from participating in annual traditions celebrated by their families. Doing things together at a distance allows the participants to keep a sense of "normality" and continuity. Migrants tend to find Home in routine practices, stories, memories, familiar interactions, familiar food, and customary ways of doing things (Nowicka 2007; Wiles 2007). Virtual participation in family traditions allows migrants to feel a sense of Home despite the physical distance, eventually expanding the subjective notion of Home.

Online co-presence is not merely a means of maintaining relationships. It allows migrants to foster, nurture, and strengthen connections through sharing new experiences via ICTs. Trisha, 29, a graduate student from India, describes her experience of going on virtual dates with her boyfriend:

But we did some shared activities, like we had a Skype date, we went for a dinner together on Skype one day. Quite a few times we watched movies together, or watched a series together, like me and him watching at the same time, and it felt like we're doing the activity together.

Eventually, Trisha and her boyfriend got married. She attributes the success of their long-distance relationship to messaging and video conference applications, such as Skype and WhatsApp:

We got married while being on distance pretty much all the time. Our relationship never really suffered because of it, touch wood. But it actually became, it actually grew and evolved through Skype, I would say. And whatever, WhatsApp. Ours could be like an online relationship. I don't know if we met 10 years, 20 years back when those things were not that advanced, I don't know if this thing survived and ended in marriage, I don't think it would be possible. I think it's a big... Today, ours is, I would say, touch wood, a successful relationship, because of modern technology and nothing else. And to first world countries that have good Internet. Like, also I really don't know what would happen if I was in India and he was, because, you know, it's not that good yet, services and all of that, if we would be able to do that many shared activities.

For a long time in migration studies, physical presence was considered to be the “gold standard,” implying a lesser involvement and emotional intimacy among transnational family members. However, digital co-presence is not any less significant than spending time together physically simply because of its virtual essence (Alinejad 2019). While there are things that could only be experienced when being physically together, such as touch and engaging in particular activities together, the absence does not necessarily mean emotional alienation.

To sum it up, the majority of respondents have initially defined Home as a place wherever their families are, while geographical location was secondary. One of the most efficient ways of preserving a sense of Home is through regular communication with family members left behind. In a transnational family context, sharing intimacy and strengthening relationships rely on the ways families create an ambient co-presence together at a distance (Alinejad 2019). Technological advancement and the availability of ICTs make it much easier for migrants to create a sense of mutual co-presence, feel connected with Home, feel safe, maintain family traditions, and even foster new relationships through virtual spaces.

6. Re-defining Home

Migration changes the concept of Home (Nowicka 2007). While settler populations experience Home as a complex, multi-layered structure as well, migrants tend to be more aware of changes in perceptions of Home, and therefore serve as a figure through which researchers can examine the meanings of Home and identifications related to it. Particularly, the everyday maintenance of relationships across national borders tends to undermine the importance of a solitary, unrivaled Home and allows migrants to re-configure their identification with Home in more than one place (Ralph & Staeheli 2011). Trisha, for example, initially identified her Home as India:

Home for me is India. Any day. Any time. Like, I don't feel as complete, like I feel when I'm in India. And now that I'm just back from India, I feel like my whole is still together.

Yet, Trisha acknowledges how her perception of Home has changed since her experience of living abroad. Before, Home was in India, “any day, any time.” Now, her Home is “everywhere”:

I liked it when I did not know any better. When I was there, I didn't see the world. That was my Home, that was my world. Now my Home is everywhere. Now I will never be fully happy anywhere. You know? Because, because my world is scattered now. But I still do feel that major parts of my world are [my husband], my family, some of my close friends. And if this part is still together, I will still feel together. (Trisha, 28, India)

Trisha reveals the inner conflict she has been experiencing since moving abroad. As globalization and transnational practices take away specific, unitary homelands and Homes that people used to have, it might bring up many negative feelings, such as loss, confusion, and angst (Bier & Amoo-Adare 2016). For Ra'no, a 27-year-old Ph.D. student from Uzbekistan, Home became "half-place and half-consciousness," which she defines as "more of a psychological relationship with a place." Particularly for migrants, Home becomes a symbolic space which embodies subjective feelings of safety, love, and belonging (Lucas & Purkayastha 2007). For transnational migrants, Home can be "everywhere" and "nowhere," as they live their social lives across nation-states, being "half here" and "half there." Anna-Linda shares a sentiment similar to Trisha and Ra'no's:

I would say that my Home is where my heart is, but my heart is everywhere, so... I don't know. I need... Probably, wherever you feel cozy and happy, that's where your Home is. And you can have many Homes at the same time <...> But I feel, that I lost... I lost my national identity and place, to which I belong 100%. <...> I feel like I belong, and like I don't.

In contrast to their settler friends and family, migrants develop a much broader understanding of what Home means to them (Bier & Amoo-Adare 2016). Alternatively, they can identify as having several distinct Homes instead of one, similarly to what Anna-Linda was talking about in the quote. Ilektra sees her Home divided between three places: her hometown in Greece, Athens, and Japan. Feelings of safety, happiness, freedom, and community are what makes place a Home for her:

Home is a place where you feel safe and happy, and surrounded by people, who make you feel safe and happy. Doesn't matter, where it is. I think, I could call Japan one of my Homes. <...> In Greece it's my town and Athens, but two countries, Greece and Japan. It's people, whom you love, it's a safe place and the ability to do what you want. (Ilektra, 28, Greece)

Not for everybody having more than one Home brings up a sense of loss and confusion, as described by Bier & Amoo-Adare (2016). Waldir, originally from Brazil, feels good about having two Homes simultaneously. For him, this means two places to feel belonging and safety: "I feel good, I leave one Home and I come back to the other Home."

Home can be divided into a *home* Home and a professional Home:

There are several different Homes. For example, Japan would be mine, how do I say it, specific Home, where I can do whatever I want, my "professional Home" is here. But as a person, my Home is Estonia. It is a very complicated feeling. I can't say that one Home is more "Home" than the other. It's just two completely different Homes. (Anna-Linda, 26, Estonia)

Anna-Linda's experience is consistent with a study conducted by Lucas & Purkayastha (2007) regarding the Home identities of Canadians working in the United States. Many of the interviewees described both Canada and the U.S. as their Home, associating each

country with different aspects of their lives. Just like for Anna-Linda, their “work” Home was in the United States, and their “family” Home was in Canada. None of these “homes” was more important than the other; they merely co-exist simultaneously, in the spirit of transnationalism, “transcending one truth.” Alternatively, Home might be constructed from several places where the members of the extended family live (Mallett 2004):

For me, Home might be in more than one place. So like, family, people... It has to be people that are my family. But it doesn't have to be in my home country. (Lesia, 33, Ukraine)

For Lesia, among others, the presence of her family is the main determinant of why she would call a place one of her Homes. As she explains, it does not necessarily have to be tied with her home country. At the same time, another Home exists: the Home that she remembers from her childhood. After Lesia's family moved, the Home to which she still feels an emotional attachment does not exist anymore, and only remains in memories. Ra'no shares a similar sentiment:

Yes, I remember my childhood Home – that is also my Home, but it doesn't exist anymore. In that sense, I can't say that where my parents live now is Home, because I can't come back to my childhood Home.

Since she does not have any family-related memories in the place where her parents currently live, she does not perceive that place as Home. For her, it has no emotional or sentimental value.

To sum it up, the definition of Home is remarkably flexible and subjective, and at the same time quite universal. It might mean a childhood family Home, hometown, place of birth, place of residence, nation-state, or planet Earth (Bier & Amoo-Adare 2016). Home constitutes many things and is individual to each person: it might be a particular house, one's country of birth, a significant relationship, or a set of feelings associated with Home. Moreover, Home is in a dynamic relationship with migrants' life experiences and ways of “doing family.” The accessibility of ICTs allows maintaining intimacy with family members, while information on the Internet, like current news and real-time pictures, normalize deterritorialization and pluralization of Home. As a result, the majority of the student migrants participating in this study have developed attachments and loyalties to more than one place through their life experiences and transnational practices.

7. Developing transnational identities

Mallett (2004) writes that Home is not only a place of origin, it is also a point of destination. The construction of Home can become a quest for The Promised Land, based on lived or imagined, nostalgic, romanticized, and/or idealized images of memories, places, relationships, and activities we associate with Home (Taylor 2014; Mallett 2004). Both Jason and Lesia have an image of a Home they would like to build for themselves in the future. Jason describes Home as a mystical destination he has not reached yet, but intends to build one day:

Home is like this mystical place that I haven't reached. It's a small house with a big kitchen, there's a lot of board games, a lot of vegetables in the garden, kids are running outside, and friends are living nearby. Yes, for me Home is a physical place, something, towards which I am working. For me Home is something that one day I will create myself.

In Jason's mental picture, Home is an embodiment of the things that are important to him: a small house, space for his hobbies, cooking, board games, children, and friends living nearby. Lesia also feels that she has not yet reached a place she would be able to call Home:

I think, one day I will have a place, which I will be able to call my Home, you know, a place where I plan to live for a long time, perhaps, my own place, and I will definitely invest my time and energy into that place, which I will call my Home. But now [where I live] it's not that place. And I don't have a feeling that my Home is somewhere else right now, no... But you start to develop a relationship with a place. You find the best hairdresser in the world, because it will be the hairdresser which you'll be visiting for the rest of your life, you know? That's the thing. That would be Home.

For her, it is less about the physical properties and attributes of the house, and more about building long-term relationships with the place, people, and surroundings. Neither Jason's nor Lesia's description of their ideal Home had any references to a particular geographical location, which highlights the idea that an ideal Home could be created anywhere in the world. Their experiences are consistent with Ralph & Staeheli's (2011) argument that initially, and particularly for migrants, Home arises from relationships with both humans and non-humans, and only later can it be localized in a fixed location. The relative insignificance of place and migrants' confidence in the ability to create Home anywhere in the world demonstrates the migrants' shift towards a transnational mindset:

Well, I think that you can belong to any country you want, basically. I'm not saying culturally, but you can move to any country you want and feel at home there. And relate to it. Any country you want. And it got stronger... The feeling that you can, that you can have a life in any country, not just where you were born. <...> I understood that the world isn't as big as I thought it was. And you don't have to live only in Ukraine, where you were born, but you can live anywhere. In any country, and still relate to Ukraine, and come back Home to Ukraine. I mean that sense of mobility, I think. It became much stronger. (Yuliya, 25, Ukraine)

That's also something that, uhm, I... kind of felt more strongly about in the beginning, when I moved here and everything. But now I'm like kind of getting tired of all nationalities to begin with, like... It shouldn't be something you define yourself by, like, you should define yourself by you. Your experiences, not like, I'm from this group, or like, I like these things, it's basically something like because I like pink, I'm pink or something. It doesn't really matter, yeah.... Not anymore. Used to. Not anymore. (Anna-Linda, 26, Estonia)

Anna-Linda shares how over time, national identity became less important to her. Instead of describing herself in terms of nationality, she views herself as a global person:

I do have to say, like, aiming for more transnational, like, global kind of message, yeah, that has become quite a big part. Like I said, I kind of grew apart from the nationalism of Estonia or any other European country, and, like, I don't get it anymore really. Yeah, just more of this universal, universal topics, universal humanity, kinda like that, yeah. Trans-border, without any borders kind of mentality has become stronger because I'm away, that's true. (Anna-Linda, 26, Estonia)

Echoing Anna-Linda's experiences, Waldir prefers to think of himself as a citizen of the world:

Yeah, I would go, like, for a more general term, like, a citizen of the world. I mean, there's, like, I've been to US, then I've been in Japan, then I lived in Brazil. <...> I think I'm stuck in a limbo. There's no, like, my place, I'm a citizen of the world, I could be anywhere. (Waldir, 26, Brazil)

Yuliya, Anna-Linda, and Waldir share a common sentiment of being able to find Home anywhere in the world. They reveal that after living abroad their self-image expanded to include multiple national borders (Ramie 2006). In other words, through their journey as migrants, they managed to reconfigure their sense of identity to merge old and new meanings, which eventually led to the transformation of their concept of Home (Ralph & Staeheli 2011). The increasing interconnectedness across borders, virtual co-presence with family and other significant relationships, as well as belonging to social groups of other transnational migrants contributes to a smoother transition to identifying as a "citizen of the world." Lena emphasizes the impact of her social network, mostly comprising of other international students, on diversification and globalization of her identity:

I mean, I live in one country, I take courses in another country, I work for a third country, I mean, judging just by that I am super transnational. I keep in touch with people from other countries, I mean, either my home country, or I also have several friends with whom I constantly keep in touch with, from other countries. And also, here, <...> I hang out with foreigners, and that also, like, affects the way I, like, see myself, it affected my habits. Like, affects how I see myself. <...> It all rubs on you. And I feel like I'm a cultural chameleon, I adopt certain things, gestures, words, concepts, and yeah, that's why, like, what works for me I keep, and what doesn't, I throw away. (Lena, 25, Lithuania)

To sum it up, Home is a complex structure, a virtual place, inhabited by memories, experiences, spaces, and relationships (Mallett 2004). For migrants, in contrast with their settler family and friends, the notion of Home becomes a significant life anchor and a space for contemplation. After experiencing living far away from a family Home, migrant students develop transnational identities, which result in belongings, loyalties, and attachments to multiple places. Not everyone maintains the same levels of transnational integration, as it varies depending on individual characteristics and circumstances. However, the general trend reveals that migrants tend to fuse their old and new values and re-shape their identities towards a more transnational vector (Ralph & Staeheli 2011). The shift to a transnational mindset alters the students' orientations towards their future Home(s): Home becomes a deterritorialized idea, tied neither to a family Home in the country of origin nor to their current place of residence. In other words, after having a positive experience in establishing their own Home, and maintaining intimate relationships with their significant relationships across the international borders, migrants do not feel limited geographically in their "quest for Home." Rather, the main point of reference becomes rooted in their subjective judgment about how they feel in a particular locale.

8. Conclusion

This paper pursued two goals. First, it described how migrants maintain their close relationships with people back at Home, and how this affects their concept of Home. And second, it investigated whether virtual co-presence and a shifting sense of Home contribute to the development of transnational identities. I conclude that the shift to the transnational type of consciousness is facilitated by the maintenance of intimate co-

presence with migrants' significant relationships and the consequent deterritorialization of the meaning of Home among migrant students.

Despite missing small things, such as physical affection, the smell of cooking, and taking trips together, through ICTs migrants are able to share everyday moments freely through instantaneous connection and creating a sense of mutual co-presence. The students reported feeling involved in the everyday lives of their families. Not only did they successfully maintain already established relationships, but they were also able to deepen them, and even foster new ones. This was achieved through regular online communication and virtual participation in existing family traditions, such as joining family gatherings for celebrations or establishing new shared practices online. The relationships, then, become deterritorialized, as virtual co-presence and involvement in the loved ones' lives through ICTs provide a sense of comfort, security, and belonging, something migrants associated with Home.

I argue that the migrant students' transnational experiences and the practices of "doing family" have transformed the way they feel and think about Home. The migrants described Home as "half-place, half-consciousness," a set of relationships, or the feelings of happiness, security, and love, associated with a place. Due to contemporary hyper-connectivity, the understanding of Home becomes more flexible and context-dependent. Feeling actively involved in the lives of significant people despite physical distance facilitates the transition to a deterritorialized, transnational perception of Home. It translates into being able to feel at Home in more than one place in the present. In terms of the future, it detaches migrant students from deciding between their future Homes based on geography and family proximity alone, thus creating space for the development of transnational lifestyles, mindsets, and identities.

References

- Ahlin, T. 2020. Frequent callers: "Good care" with ICTs in Indian transnational families. *Medical Anthropology*, 39/1: 69-82.
- Alinejad, D. 2019. Careful co-presence: The transnational mediation of emotional intimacy. *Social Media + Society*: 1-11.
- Bacigalupe, G. and Camara, M. 2012. Transnational families and social technologies: Reassessing migrants' psychology. *Journal of Ethnic and Migration Studies*: 1-14.
- Bier, M. and Amoo-Adare, E. 2016. Not quite home or alone: A conversation on belonging in a digital age. *Crossroads Asia Working Paper Series*, 31.
- Brettell, C. 2006. Introduction: Global spaces/local places: Transnationalism, diaspora, and the meaning of Home. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 13/3: 327-334.
- Bucholtz, I. 2019. Bridging bonds: Latvian migrants' interpersonal ties on social networking websites. *Media, Culture & Society*, 41/1: 104-119.
- Chib, A., Malik, S., Aricat, R. G. and Kadir, S. Z. 2014. Migrant mothering and mobile phones: Negotiations of transnational identity. *Mobile Media & Communication*, 2/1: 73-93.
- Čiubrinskas, V. 2006. Nostalgijos migrantai: Repatriantų identitetas ir socialinis netikrumas pokomunistinėje Lietuvoje. *Lietuvos Etnologija*, 6/15: 73-93.
- Dekker, R. and Engberse, G. 2014. How social media transform migrant networks and facilitate migration. *Global Networks*, 14/4: 401-418.
- Lucas, S. and Purkayastha, B. 2007. Where is home? Here and there: Transnational experiences of home among Canadian migrants in the United States. *GeoJournal*, 168: 243-251.
- Mallett, S. 2004. Understanding home: a critical review of the literature. *Sociological Review*: 62-89.

- Mand, K. 2010. "I've got two houses. One in Bangladesh and one in London... everybody has": Home, identity and belonging(s). *Childhood*, 12/2: 273-287.
- Metykova, M. 2010. Only a mouse click away from home: Transnational practices of Eastern European migrants in the United Kingdom. *Social Identities*, 16/3: 325-338.
- Nedelcu, M. 2012. Migrants' new transnational habitus: Rethinking migration through a cosmopolitan lens in the digital age. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38/9: 1339-1356.
- Nedelcu, M. 2017. Grandparenting in the digital age: Mediated co-presence and childcare in the case of Romanian migrants in Switzerland and Canada. *European Journal of Ageing*, 17: 374-383.
- Nowicka, M. 2007. Mobile locations: Construction of home in a group of transnational professionals. *Global Networks*, 7/1: 69-86.
- Ralph, D. and Staeheli, L. 2011. Home and migration: Mobilities, belongings and identities. *Geography compass*, 5/7: 517-530.
- Ramji, H. 2006. British Indians 'returning home': An exploration of transnational belongings. *Sociology*, 40/4: 645-662.
- Share, M., Williams, C. and Kerns, L. 2017. Displaying and performing: Polish transnational families in Ireland Skyping grandparents in Poland. *New Media & Society*, 20/8: 3011-3028.
- Silva, K. 2009. Oh, give me a home: Diasporic longings of home and belonging. *Social Identities: Journal for the Study of Race, Nation and Culture*, 15/5: 693-706.
- Taylor, S. 2014. The diasporic pursuit of home and identity: Dynamic Punjabi transnationalism. *The Sociological Review*, 62: 276-294.
- Vertovec, S. 1999. Conceiving and researching transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*, 22/2: 447-462.
- Vertovec, S. 2001. Transnationalism and identity. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27/4: 573-582.
- Vertovec, S. 2004. Migrant transnationalism and modes of transformation. *The International Migration Review*, 38/3: 970-1001.
- Wiles, J. 2007. Sense of home in a transnational social space: New Zealanders in London. *Global Networks*, 8/1: 116-137.

A Framework for Corporate Social Responsibility and Advertising: A Case Study of Japanese Mobile Companies

Mariia Kalianova¹

Abstract

Consumer behavior research shows that implementing a CSR strategy positively affects customer loyalty and increases a company's bottom line. However, communicating these strategies to consumers remains a challenge. This research tries to contribute to the literature by focusing on the advertising component of CSR and testing the effectiveness of communicating CSR messages with the public. To this end, an experiment was conducted with the cooperation of consumers of Japanese mobile companies. Specifically, I introduce a modified framework that includes CSR Communication Model and CSR principles. The results indicate that consumers prioritize socially responsible companies if they have enough information about CSR programs. On the other hand, if the information is not available, consumers focus on other benefits, creating doubts about CSR effectiveness. Furthermore, the impact of CSR increases during disastrous events when demand for support arises.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Advertising, Marketing, Mobile Companies, Japan

1. Introduction

In today's hyper-competitive and rapidly-changing environment, companies have to struggle to maintain their reputation advantages over others. As a result, many of them utilize Corporate Social Responsibility (CSR) as a marketing tool for promoting their company's brand and winning over consumer loyalty (Maignan, Ferrell 2001; Liechtenstein, Drumwright, Braig 2004). Previous research defined CSR as voluntary policy companies integrate social, economic, and environmental issues into their business strategies (Deegan 2002). The point is that CSR could increase a company's market values by positively affecting its brand (Bhattacharya, Sen 2004; Du, Bhattacharya, Sen 2007; Bhattacharya, Sen, Korschun 2008; Podnar 2008; Pomeroy, Johnson 2009). On the side of consumers, Pomeroy and Johnson (2009) find that most people have expectations for companies to have an active position on pressing issues, but, at the same time, many do not trust a company's social standing (Pomeroy, Dolnicar 2009; Miltenberg 2013). This dilemma creates a necessity for companies to have different comprehensive communication channels.

Among the channels used to convey CSR messages, advertising is one of the most practical tools for reaching consumers (Pomeroy, Johnson 2009; Seele, Lock 2015; Illia, Romenti, Rodriguez-Canovas, Carroll 2017). In comparison to other channels, such as corporate reports or public statements, advertising provides an advantage by using audio and visual methods of communication. However, considering that advertising stays a controversial marketing approach, as it may raise doubts among consumers (Du et al. 2010), previous studies have mainly focused on inhibiting distrust toward advertising

¹ PhD Candidate, Graduate School of Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. Contact: s1936003@s.tsukuba.ac.jp

connected with cynicism about companies' intentions (Schlegelmilch, Pollach 2005; Van de Ven 2008; Dunn, Harness 2019). In this way, this paper provides valuable empirical input for the debate by examining CSR advertising's effectiveness.

Regarding the impact of CSR, Du et al. (2010) defined a conceptual framework for measuring CSR communication effectiveness. In this sense, a positive perception of a company's corporate social responsibility demonstrates a greater willingness to buy its products and, consequently, is associated with long-term loyalty and consumers' advocacy behavior. However, several researchers (Bhattacharya, Sen 2003; Pomeroy, Johnson 2009) highlight that it remains unclear whether companies can gain a competitive advantage through CSR, as consumers will first respond to advertising or price and then to CSR. In light of this, this paper utilizes the CSR Communication Model (Du et al. 2010) and CSR theory (Boulstridge, Carrigan 2000) to measure the impact of CSR advertising on the brand.

To the best of the author's knowledge, the literature on CSR theory and practice focuses on its impact in a Western context (Birch, Moon 2004). For this reason, this paper uses a case study of Japanese mobile companies' consumers (NTT Docomo, KDDI.au and Softbank Mobile) to fill an empirical gap in the academic literature on CSR activities perception in Japan.

2. CSR and communication

In marketing, communications are critical when there is no customer experience or when the product is indistinguishable in terms of consumer characteristics. Depending on the ratio of these factors, specific characteristics of modality, strength, and attitude to the brand are formed (Thompson 2003).

The phenomenon of consumers' attitude to brands includes the social identification of the consumer, one's direction in the world of various goods and services, the removal of emotional stress in the context of "tyranny of choice" (Schwartz 2004), and others. This process also includes factors of the consumer's acquaintance with the product and marketing communications from the side of the brand.

According to Corporate Social Responsibility communication theory (Du et al. 2010), social support has emerged as a critical marketing tool to position the company's brand as an active part of society rather than a passive recipient of profit (Hilton 2003; Hachley, Tiwsakul 2006). However, debate arises when it comes to the impact of CSR on consumer attitudes. For example, Du et al. (2010) argue that a positive perception of a company's corporate social responsibility demonstrates a greater willingness to buy the company's products and, as a consequence, is associated with long-term loyalty and advocacy behavior (Figure 1).

(Du et al. 2010: 11)

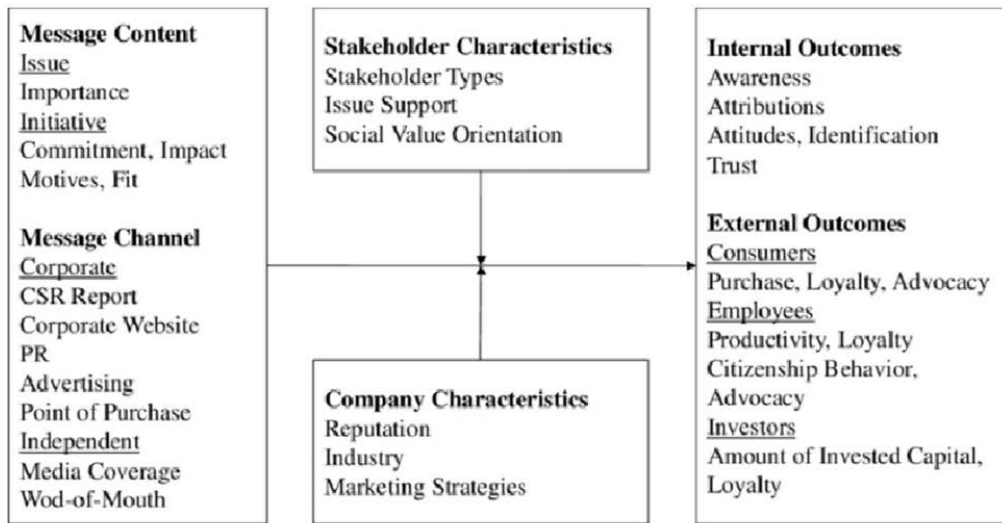


Figure 1: A framework of CSR communication

However, Bhattacharya, Good and Sardashti (2020) suggest that even if CSR helps distinguish a brand from others, the impact on attitudes toward a company is negligible. This is linked to the fact that customers do not want to pay much attention to external signs of quality in stable economic times (Melo, Galan 2011)

Among the tools used to communicate CSR, advertising is defined as corporate communication designed to improve a company's image (Pomering 2011). However, despite the growing use of CSR advertising in marketing communications, Pomering and Johnson (2009) pointed out that CSR advertising could cause negative reactions and consumer skepticism instead of fulfilling intended aims. For example, cynicism about companies' intentions or low trust in advertising (Schlegelmilch, Pollach 2005) can be detrimental to the effectiveness of social information. Moreover, a company will receive positive outcomes only if its CSR strategy is not copied by competitors (Hoppe, Lehmann-Grube 2001).

3. Disaster relief CSR

The concept of "disaster" can be interpreted differently depending on the subject that defines it. For example, from the perspective of private companies, "disaster" is the occurrence of an insured event that may lead to financial losses (Kousky, Kunreuther 2018). On the other hand, for a society, "disaster" represents the risk of losing property and health due to adverse natural phenomena (Botzen, Deschenes, Sanders 2019).

In Japan, interest in disaster response increased after the Great Hanshin-Awaji Earthquake in 1995, followed by the economic crisis. As a result, companies had to rethink their relationship with consumers (Tanimoto 2002; Kambaiashi 2015). Therefore, in 2003, also known as "the first year of CSR," Japanese companies established CSR units and aimed to follow social interests (Hosoda, Suzuki 2015: 628).

In recent years, CSR trends in Japan have changed in response to a series of events. For example, the Great East Japan Earthquake on March 11, 2011, prompted the need for

rapid response to natural disasters and an awareness of the importance of corporate risk management (Eweje, Sakaki 2015).

Another example, the coronavirus pandemic, represents a uniquely gruesome challenge for the everyday life of people, which raises a need for well-thought-out CSR initiatives (He, Harris 2020). Since the health impact of a pandemic is classed as a disaster, CSR is defined as corporate philanthropy that includes activities in a disaster (Wang, Tong, Takeuchi, George 2016). This statement is supported by the examples of leading mobile companies in Japan. For example, Docomo, KDDI.au and SoftBank have developed a new disaster preparedness system covering various areas. Their main goals are to ensure the safety of people and peace of mind by providing communication capabilities, responding as quickly as possible in disaster areas, and providing customer convenience during a disaster. In summary, companies decided to use CSR to solve such social problems (Eweje, Sakaki 2015), which led to CSR policies becoming socially desirable and beneficial for business (Eweje 2014).

4. Development of a CSR framework

The basic CSR model of Du et al. (2010) is used to develop a new proposed model incorporating a two-tier process and results framework. The model also integrates the CSR constructs defined by Boulstridge and Carrigan (2000) in the form of the impact of CSR on the brand. Overall, this paper recognizes that CSR advertising can influence brand acceptance (Pomeroy, Johnson 2009). However, so far, this assumption has not thoroughly been tested. Therefore, this model tries to explain the effectiveness of CSR advertising based on the cases of mobile companies in Japan and use the three CSR constructs: CSR Communication and advertising, Consumer's Decision-Making Process, and CSR Outcomes.

4.1 CSR communication and advertising

In Japan, responsible business philosophy implies that companies must consider the tripartite interests of sellers, buyers, and communities (Tanimoto 2013). However, according to the Japan Association of Corporate Executives (2010), although Japanese companies agree that CSR is an important tool in business management, they still perceive it as a required response to legal or social needs.

The CSR communication principle (Du et al. 2010), applied to advertisements for mobile companies in Japan, finds that one of the CSR initiatives in disaster relief activities also includes intentions regarding network reliability. Companies distinguish three basic work principles during emergencies: increasing the system's reliability, ensuring the necessary communication, and rapidly restoring communication services (NTT Docomo Sustainability Report 2020: 90). During a disaster, regular calls and data transmission/reception become impossible (hereafter "congestion") (Fouladgar, Parchami, Elmasri, Ghaderi 2017). To prevent this situation and to avoid a large-scale communication system failure due to congestion, companies create temporary communication channels and expand the range of radio waves (Softbank Sustainability Report 2020: 19).

Bhattacharya and Sen (2004) consider that consumers are aware of the need for CSR activities if they are consistent with the company's intentions. CSR advertisements for network reliability and CSR communications during disasters have common associations that are important in achieving consistency between the company and CSR activities. Thus, in the context of this article, the company's intention to protect communications during disasters is seen as a central topic for CSR advertising.

4.2 Consumers' decision-making process

When a company launches marketing strategies, consumer awareness plays a vital role in responding to company requests (Du et al. 2010). However, when people are exposed to CSR communication through advertising, they may experience low trust in advertising in general (Pomeroy, Johnson 2009) and skepticism about the credibility of companies' intentions (Pomeroy 2011). On the other hand, Carrigan, Szmigin and Wright (2004) note that consumers increasingly focus on ethical issues and avoid companies whose corporate brand appears insincere when making purchasing decisions.

In this sense, Du et al. (2010) pointed out in their theoretical work that the links between traditional standards of choice and buying attitudes are inconsistent. This theory requires further research; therefore, this paper proposes that the traditional standards of choice (price, quality, and brand awareness) would likely be the most critical decision factors rather than social activities. Considering previous studies, the theme of advertising, where CSR is not the main message, was promotional videos containing discounts for young people.

4.3 Consumers' attitudes

The emotions and feelings of consumers concerning a particular product are an essential component of creating an attitude towards a brand (Schiffman 2012). Marketers often think of emotions and feelings as evaluative. In other words, they fix the individual's direct or global assessment of the installation object. Kim, Lim and Bhargava (1998) show that depending on emotional state, a positive or negative experience can be enhanced, directly impacting purchasing decisions. Relationships can be associated with specific groups, social events, or causes. Companies regularly mention the social events they sponsor in their advertisements to educate the public about the benefits they are trying to bring.

Consumer behavior research clearly shows that customer attitudes toward corporate social responsibility affect individual company performance, such as loyalty and positive reputation (Pomeroy, Johnson 2009; Pomeroy 2011). However, except those examining the impact of CSR on a brand (Bhattacharya, Sen 2004; Bhattacharya et al. 2020), the existing studies cited previously did not examine the specifics of CSR activities concerning the disaster. Since disasters can affect all aspects of society, including its economy (Ong, Mayer, Tost, Wellman 2019), companies should improve customer interactions when making strategic decisions such as corporate social responsibility.

Considering previous studies, this research investigates whether Japanese mobile companies' current investment in CSR is justified. According to Moliner, Monferrer-Tirado and Estrada-Guillen (2018), the disconnect between attitudes and outcomes is unclear, suggesting a discrepancy between consumers' thoughts and actions. This argument suggests that companies' current efforts to strengthen their reputation through CSR may be less effective than expected. Thus, the proposed design of this research can confirm or refute the results proposed in the previous literature, especially in terms of the impact on consumer buying behavior.

5. Methodology: Applying the CSR framework to mobile companies' practice

Given the variety of models of corporate social responsibility and the lack of agreement on this matter (Schlegelmilch, Pollach 2005; Van de Ven 2008; Dunn, Harness 2019), this research has two key objectives. The first objective is to provide valuable empirical input to a useful debate about CSR advertising's effectiveness. The second objective is to fill an empirical gap in the academic literature on CSR activities perception in Japan. Specifically,

one research question ("How does public perception of CSR activities transmitted through advertising affect perception of corporate image?") frames this paper.

One case was selected (advertising for mobile companies in Japan) using two types of Docomo advertising (and that of KDDI and Softbank, the main competitors). In one case, the advertisement contained a CSR message, and in the other, it did not contain a CSR message. Moreover, there were questions regarding the company's image before and after advertisements were shown. Using variations of the two strategies across advertisements allows comparing the direct impact of advertising on consumers and their relationship to the company (Rahman 2014). Furthermore, consumers' level of engagement with a product is an essential factor in their responses to the purchase intent question (Suh, Yi 2006). Thus, target samples were limited to mobile operators.

This paper uses a mixed-method case study to examine Japanese advertising practices and corporate social responsibility. According to Greene, Caracelli and Graham (1989), research based on mixed methods combines the strengths of both qualitative and quantitative methods. In other words, a mixed-method approach will provide a better understanding of the research problem posed (Creswell, Creswell 2017). Both qualitative and quantitative data were collected through online focus groups and questionnaires before and after focus groups. The gender distribution of 20 respondents was the same between women (50%) and men (50%). This is similar to the 2019 report of the Communication Usage Trend Survey developed by the Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC 2018), which states that the number of mobile phone users in Japan over the age of 20 is 6.6% of women and 6.8% of men. In addition, all respondents received education at the bachelor's, Master's, or higher levels. This may reflect the fact that the data was collected at the University of Tsukuba.

The advertisements with CSR messages had themes of disaster relief activities. The advertisements without CSR had the theme of students' discounts.

Case selection

Japan is an example of a country with extensive mobile phone usage. This is supported by statistics from 2020, which showed that the total value of mobile contracts was 183.26 million yen (Ministry of Internal Affairs and Communications 2020). Therefore, the telecommunication industry occupies a central place in the daily lives of people in Japan. However, mobile companies are also part of society, and to maintain a successful business, they must respond to social changes (Oliver, Lepri, Sterly, Lambiotte 2020). For instance, the COVID-19 pandemic presents unprecedented challenges to governments and societies around the world. Attracting customers through the provision of high guarantees and functionality is becoming insufficient, so companies use their obligations to society, especially in CSR activities. One of the main components of CSR is to bring a human face to business structures, conveying empathy, understanding and support, both moral and financial, to those who need it most (Bartik et al. 2020). According to Oliver et al. (2020), data from mobile operators represent a critical arsenal of tools to support public health action in the early, middle, and late stages of the disaster. In addition, more people are staying at home due to the spread of the virus, leading to increased Internet use. Thus, mobile companies can play a crucial role in leading the recovery from disasters and emergencies.

Data collection

As part of the qualitative paradigm, this paper uses three focus groups as a primary data collection method to benefit interaction between respondents. For the analysis and

interpretation of the data, a thematic analysis was used, which uses the resources of grounded theory. This method of collecting primary information helps to obtain extensive and deep knowledge about the research problem. For example, it can help in understanding the phenomenon of consumer attitudes towards corporate social responsibility. During the focus group's discussion, several questions were included to eliminate the manipulation factor and ensure adequate identification of the participants. At the end of the study, an ad relevance test was conducted to verify that the strategy used did not influence the participants' discussion.

6. Analysis of findings

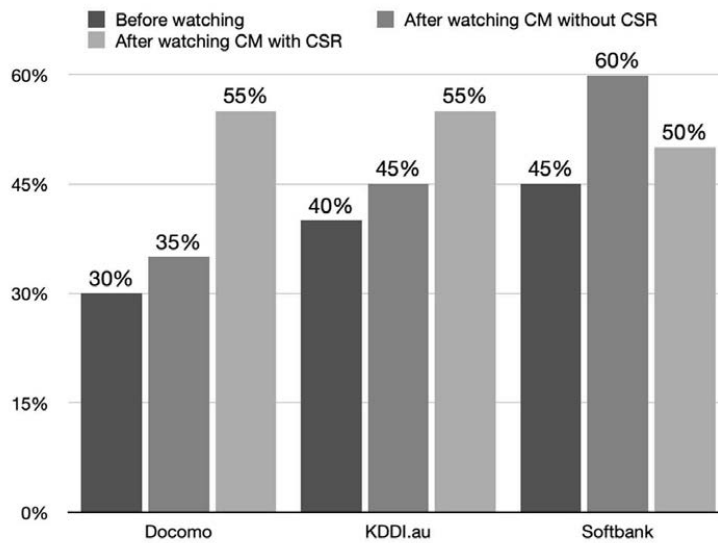


Figure 2: Overall Opinion on Advertisements

Overall opinion (Figure 2): After watching the Docomo advertisement with CSR, 55% of respondents found it good compared with advertisements without CSR (35%) and before watching any advertisement (30%). Regarding the KDDI.au ads, an almost identical percentage of respondents reported that both advertisements with CSR (55%) and without (45%) were good. However, the opposite results were observed in the Softbank case, where 10% fewer respondents found the CSR advertisement better than the one without CSR (60%).

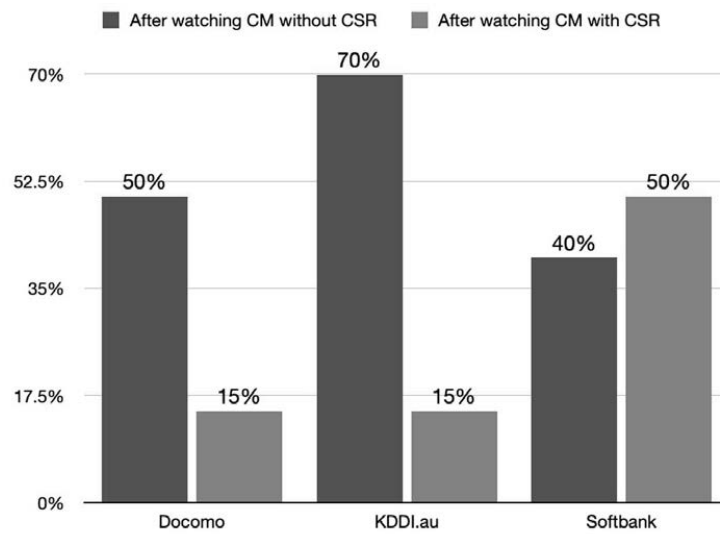


Figure 3: Uniqueness of Advertisements

Uniqueness (Figure 3): Half of the respondents (50%) found the Docomo advertisement without CSR unique compared to the one with CSR (15%). The same results can be seen in the analysis of the KDDI.au CSR advertisement, where 55% fewer respondents found it unique compared with advertisements without CSR (70%). On the other hand, most respondents (50%) found the Softbank advertisement unique, compared to the advertisement without CSR (40%).

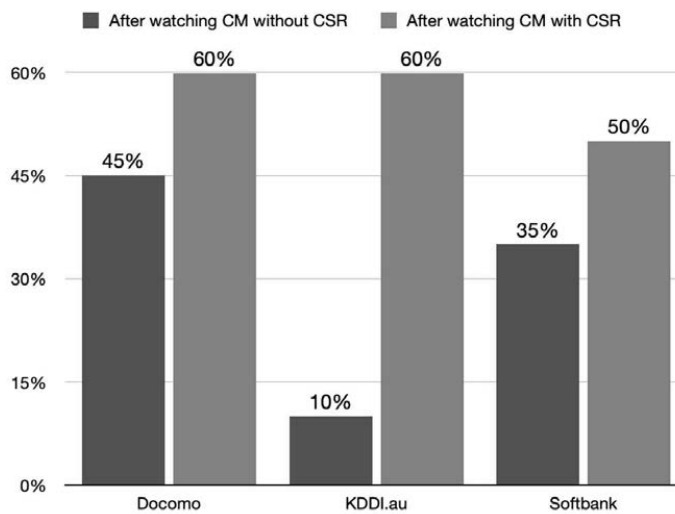


Figure 4: Relevance of Advertisements

Relevance (Figure 4): Interestingly, even though the Docomo advertisement dedicated to student discounts was considered more "unique," 60% of respondents claim that CSR advertisement is relevant to them. This is 15% more compared to the advertisement without CSR. As for KDDI.au, only 10% of respondents agreed that the advertisement without CSR messages is relevant for them, compared with the CSR advertisement (60%). The same results can be seen in the analysis of the Softbank advertisement: half (50%) of respondents agreed that CSR advertisement is relevant for them. In comparison, only 35% of respondents considered advertising without CSR as such.

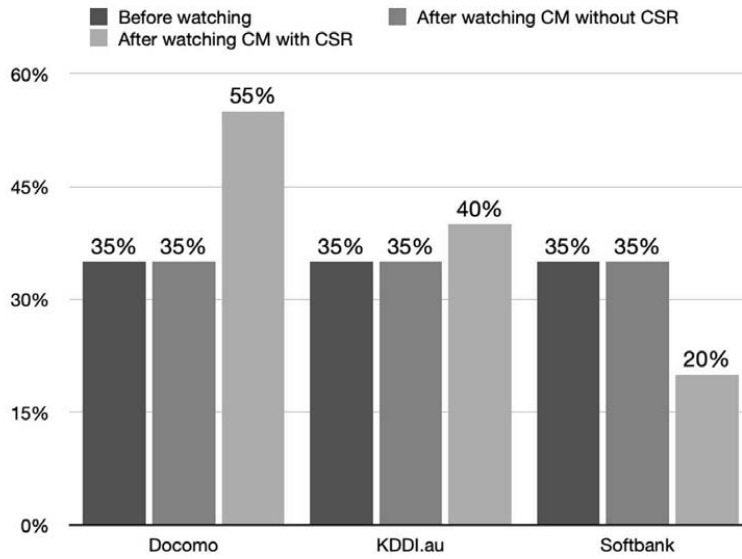


Figure 5: Purchase intent

Purchase Intent (Figure 5): The majority of respondents (55%) answered that they would like to purchase Docomo's products after watching its advertisement containing a CSR message. However, 35% of respondents also expressed their interest after watching the advertisement without CSR. Regarding the KDDI.au advertisement, 40% of respondents wanted to try the company's products or services after watching advertisements with CSR. Moreover, similarly to Docomo's case, 35% of respondents wanted to purchase from the company after watching the advertisement without CSR. On the other hand, a different opinion was expressed after watching the Softbank advertisement. Only 20% intended to buy after watching the advertisement with CSR and 35% after watching the advertisement without CSR.

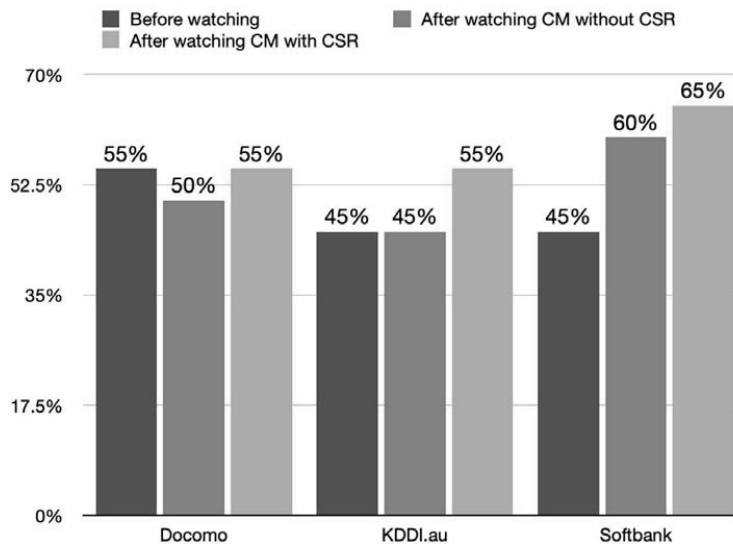


Figure 6: Social Image

Social Image (Figure 6): Before watching the advertisement from Docomo, 55% of

respondents were already convinced that the company was socially responsible. However, after watching advertising without CSR, the effect decreased by 10% and remained unchanged after watching the CSR advertisement. In the case of KDDI.au, after watching the advertisements, minimal difference was observed in advertisements with (55%) and without CSR messages (45%). Testing advertisements from Softbank demonstrates similar results. More than half of respondents (65%) found the company socially responsible after watching advertisements with CSR messages and after advertisements without CSR messages (60%).

Overall opinion on the company: Regarding Docomo, the results show that there is no difference toward the company, between the two cases with and without CSR advertisements (55%). In contrast, the analysis of KDDI.au indicates significant changes after watching advertisements with (55%) and without (30%) CSR. On the other hand, after watching the Softbank advertisement with CSR messaging, 65% of respondents considered the company good compared to the advertisement without CSR (60%).

7. Results

Unlike previous studies in the field of CSR, direct mention of the term "corporate social responsibility" most often aroused weak interest in respondents and a reluctant desire to communicate on the topic. However, all respondents were able to express their opinions after the term was rephrased. They all agreed that mobile phone companies in Japan should not be viewed only as economic constituents of society but constituting an indisputable social foundation. The results confirm that CSR messaging positively affects attitudes towards a company and on advertising itself in general. This means that CSR advertising can act as an image indicator for strengthening and improving corporate culture.

Until now, opinions about CSR advertising as a marketing tool have been controversial. The most common skepticism in marketing communications stems from the belief that it is not profitable for a company to provide genuine social support. This research has proposed that companies' CSR strategies may be less effective than expected, but the results obtained show that CSR advertising is an effective way to manage a company's image. However, this conclusion applies only to a state where the impact of a disaster increased the need to keep in touch. Moreover, when creating an advertisement, it is necessary to consider the peculiarities of consumer thinking. Accordingly, for achieving advertising success, a CSR message should be combined with a creative strategy.

Finally, the findings confirm that even though the respondents welcomed good corporate behavior, the price factor remained more critical. The study also revealed an interesting point regarding the effect of an individual's economic position on the choice of the company. According to the results, practical factors such as price or recommendation are essential for consumers who pay independently for their mobile phones. On the other hand, service and company image are more important for financially dependent consumers.

Thus, it can be concluded that the introduction of new technologies and the development of communication with the consumer is associated with significant investments and is one of the priority problems for a mobile company. In this regard, increasing the duration of some discounts and programs, especially the period characterized by tremendous opportunities, could be relevant. Likewise, forming an effective communication policy will help responsible companies receive additional benefits from raising consumer awareness of CSR activities.

The findings were applied to the model presented by Du et al. (2010) (Figure 1). The resulting model (Figure 7) shows the areas where the earlier model demonstrates the driving forces behind the perception of CSR communication.

(Developed for this research based on Du et al. (2010), Boulstridge & Carrigan (2000) and Pomeroy & Johnson (2009))

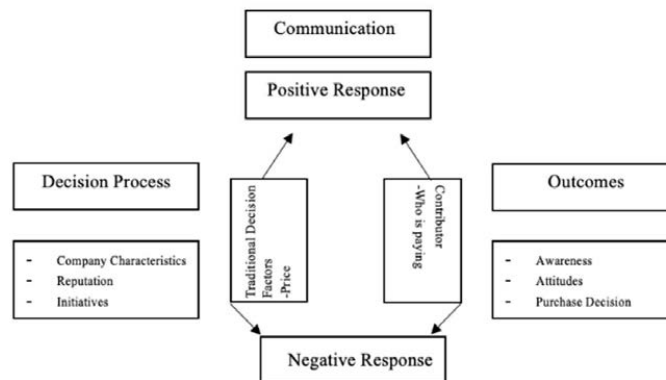


Figure 7: Developed CSR communication

8. Discussion

What makes the proposed CSR structure unique is the environment in which CSR advertising operates. While companies or marketers may not prevent disaster, they can limit its negative impact by engaging in CSR activities. Using CSR in an environment where the customer needs social support can effectively strengthen brand communication.

According to Bendell and Ng (2009), environmental pollution and health problems drive companies to use CSR in Asia. Although CSR research in Western countries has been extensively developed over several decades, consumers' CSR perception in Asian societies, especially in Japan, has been minimal. This study complements the literature by empirically examining consumer perceptions of corporate social responsibility advertising and its impact on purchasing decisions in Japan.

Another element that makes the current context unique is the presence of additional advertising tools compared with CSR. Early research has already raised the question that CSR is undoubtedly crucial for companies in communicating with consumers, but they also recognize that price or quality often takes precedence. This argument also guides this study. Combining the elements presented makes this area an interesting forum for CSR research and developing a framework for developing a strategy in practice. Thus, this study contributes to a better understanding of the gap between primary attitudes and behavior: consumers report a positive attitude towards a company that uses CSR, but this positive attitude is not reflected in actual buying behavior. While a company's corporate image is a factor that can influence attitudes towards the company, other factors have a more significant impact, thereby limiting the direct impact of corporate responsibility. This distinction between attitude and actual behavior allows us to look at consumer participation in CSR communication from a different angle.

In conclusion, the proposed framework adapts the principles of the CSR Communication Model by Du et al. (2010) and the CSR principles of Boulstridge and Carrigan (2000),

applying them to the practice of Japanese companies. The revised structure introduces an essential aspect of choice and reflects the need for further study. Thus, the impact in corporate social responsibility is far from unambiguous and depends on several different factors, including the environment in which the consumer is located and the level of his interest in other advertising tools. In addition, it is essential to consider the country's cultural characteristics, as this is an integral part of the impact on CSR communication.

Further research may apply this concept to other marketing tool processes besides advertising. This will help test the robustness and generalizability of the proposed model. In addition, applying the model to company practice could help improve the development of a CSR strategy by identifying the inherent strengths and weaknesses of initiatives and creating opportunities for companies to be more socially responsible.

References

- Bartik, A.W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E.L., Luca, M., and Stanton, C. 2020. The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117/30: 17656–666.
- Bendell, J., and Ng, C. 2009. Characteristics of Asian CSR. *Social Space*, 1: 56-61.
- Bhattacharya, A., Good, V. and Sardashti, H. 2020. Doing good when times are bad: The impact of CSR on brands during recessions. *European Journal of Marketing*, 54/9: 2049–77.
- Bhattacharya, C.B. and Sen, S. 2004. Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47/1: 9-24.
- Bhattacharya, C.B., Sen, S. and Korschun, D. 2008. Using corporate social responsibility to win the war for talent. *MIT Sloan Management Review*, 49/2: 37-44.
- Birch, D. and Moon, J. 2004. Corporate social responsibility in Asia. *Journal of Corporate Citizenship*, 13/1: 18-23.
- Botzen, W.W., Deschenes, O. and Sanders, M. 2019. The economic impacts of natural disasters: A review of models and empirical studies. *Review of Environmental Economics and Policy*, 13/2: 167-88.
- Boulstridge, E. and Carrigan, M. 2000. Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude—behaviour gap. *Journal of Communication Management*, 4/4: 355–68.
- Carrigan, M., Szmigin, I. and Wright, J. 2004. Shopping for a better world? An interpretive study of the potential for ethical consumption within the older market. *Journal of Consumer Marketing*, 21/6: 401–17.
- Creswell, J.W. 2007. "Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches." US: Sage.
- Deegan, C. 2002. Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15/3: 282-311.
- Du, S., Bhattacharya, C. and Sen, S. 2010. Maximizing business returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12/1: 8-19.
- Du, S., Bhattacharya, C.B. and Sen, S. 2007. Reaping relational rewards from corporate social responsibility: The role of competitive positioning. *International Journal of Research in Marketing*, 24/3: 224-41.
- Dunn, K. and Harness, D. 2019. Whose voice is heard? The influence of user-generated versus company-generated content on consumer scepticism towards CSR. *Journal of Marketing Management*, 35/9: 886-915.

- Eweje, G. 2014. "Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies." Auckland: Massey University.
- Eweje, G. and Sakaki, M. 2015. CSR in Japanese companies: Perspectives from managers. *Business Strategy and the Environment*, 24/7: 678-87.
- Fouladgar, M., Parchami, M., Elmasri, R. and Ghaderi, A. 2017. Scalable deep traffic flow neural networks for urban traffic congestion prediction. Paper presented at the International Joint Conference on Neural Networks, William A. Egan Civic and Convention Center, 14 May, 2017.
- Glaser, B.G. and Strauss, A.L. 1967. "The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research." Hawthorne: Aldine Publishing.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J. and Graham, W. F. 1989. Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational evaluation and policy analysis*, 11/3:255-274.
- Hackley, C. and Tiwsakul, R. 2006. Entertainment marketing and experiential consumption. *Journal of Marketing Communications*, 12/1: 63–75.
- He, H. and Harris, L. 2020. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116: 176-82.
- Hilton, S. 2003. How brands can change the world. *Journal of Brand Management*, 10/4: 370-77.
- Hoppe, H.C. and Lehmann-Grube, U. 2001. Second-mover advantages in dynamic quality competition. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10/3: 419-33.
- Hosoda, M. and Suzuki, K. 2015. Using management control systems to implement CSR activities: An empirical analysis of 12 Japanese companies. *Business Strategy and the Environment*, 24/7: 628-642.
- Illia, L., Romenti, S., Rodríguez-Cánovas, B., Murtarelli, G. and Carroll, C.E. 2017. Exploring corporations' dialogue about CSR in the digital era. *Journal of Business Ethics*, 146/1: 39-58.
- Kambayashi, N. 2015. "Japanese Management in Change." Tokyo: Springer
- Kim, J., Lim, J., and Bhargava, M. 1998. The role of affect in attitude formation: A classical condition approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26: 143–52.
- Kousky, C. and Kunreuther, H. 2018. Risk management roles of the public and private sector. *Risk Management and Insurance Review*, 21/1: 181-204.
- Liechtenstein, D.R., Drumwright, M.E. and Braig, B.M. 2004. The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68/4: 16-32.
- Maignan, I. and Ferrell, O.C. 2001. Corporate citizenship as a marketing instrument: Concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*, 35/3/4: 457-484.
- Miltenberg, B. 2013. How Much the Most Reputable Companies Spend on CSR. PR News. <https://www.prnewsonline.com/how-much-the-most-reputable-companies-spend-on-csr/> (accessed on April 22, 2021).
- Moliner, M.A., Monferrer-Tirado, D. and Estrada-Guillén, M. 2018. Consequences of customer engagement and customer self-brand connection. *Journal of Services Marketing*, 32/4: 387-399.
- Oliver, N., Lepri, B., Sterly, H. and Lambiotte, R. 2020. Mobile phone data for informing public health actions across the COVID-19 pandemic life cycle. *Science Advances*. <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abc0764> (accessed on June 5, 2020).
- Ong, M., Mayer, D.M., Tost, L.P. and Wellman, N. 2018. When corporate social responsibility motivates employee citizenship behavior: The sensitizing role of task significance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144: 44–59.
- Podnar, K. 2008. Guest editorial: Communicating corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 14/2: 75–81.

- Pomering, A. 2011. Communicating corporate social responsibility through corporate image advertising. In O. Ihlen, J.L. Bartlett and S. May (eds.) "The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility." Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., pp. 379–98.
- Pomering, A. and Dolnicar, S. 2009. Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: Are consumers aware of CSR initiatives? *Journal of Business Ethics*, 85/2: 285-301.
- Pomering, A. and Johnson, L.W. 2009. Advertising corporate social responsibility initiatives to communicate corporate image. *Corporate Communications: An International Journal*, 14/4: 420–39.
- Rahman, M. 2014. Advertising to bottom of the pyramid consumers: Descriptive analysis of CSR advertising. *Review of Enterprise and Management Studies*, 1/2: 63-69.
- Schiffman, H. 2012. "Linguistic culture and language policy." London: Routledge.
- Schlegelmilch, B.B. and Pollach, I. 2005. The perils and opportunities of communicating corporate ethics. *Journal of Marketing Management*, 21/3: 267-90.
- Schwartz, B. 2004. The tyranny of choice. *Scientific American*, 290/4: 70-75.
- Seele, P. and Lock, I. 2015. Instrumental and/or deliberative? A typology of CSR communication tools. *Journal of Business Ethics*, 131/21: 401-14.
- Suh, J.C. and Youjae, Y. 2006. When brand attitudes affect the customer satisfaction-loyalty relation: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*, 16/2: 145-55.
- Tanimoto, K. 2002. "Kigyo Shakaino Rekonsutorakushon (Reconstructing the Corporate Society)." Tokyo: Chikura Shobo.
- Tanimoto, K. 2013. Sanpo-yoshi and CSR. In S.O. Idowu, N. Capaldi, L. Zu and A. Das Gupta (eds.) "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility." Berlin: Springer, pp. 2107-14.
- Thompson, G. 2003. "Between Hierarchies and Markets: The Logic and Limits of Network Forms of Organization." Oxford University: Press on Demand.
- Van de Ven, B. 2008. An ethical framework for the marketing of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 82/2: 339-52.
- Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R. and George, G. 2016. Corporate social responsibility: An overview and new research directions. *Academy of Management Journal*, 59/2: 534–44.

中国人日本語学習者の意見文の捉え方
—学校教育における作文学習を背景に—

On Chinese Students' Perceptions of Japanese Opinion Writing:
From the Perspective of Writing in their Mother Tongue

前川 孝子 (Takako MAEGAWA)¹

要旨

本研究の目的は、中国人日本語学習者が、日本の意見文をどのように捉えているかを明らかにすることである。そのため、日本に留学経験のない大学で日本語を学ぶ中国人学生に2つの調査を行った。一つ目は、意見文の定義を作成してもらう。二つ目は、2つのタイプの意見文を示し、中国の文章の種類に当てはめてもらい、その理由を回答してもらう。調査の結果から、意見の捉え方を3つのタイプに分けることができる。これは、行動原理としての意見の3類型(大西1997)に類似している。文章の種類判断では、一方の意見文を議論文、もう一方を記叙文と分類する意見が多数であった。その理由を分析すると、文章に必要な要素と共に表現方法(記叙・議論)に注目していることがわかった。意見文は、中国語では一般に「议论文(議論文)」と訳されるが、本研究の結果、学習者にとって、文章の目的や表現方法の点で中国の議論文と違いがあることがわかった。

キーワード：意見文、記叙文、議論文、説明文、中国人日本語学習者

Abstract

This paper intends to clarify what Chinese students who are learning Japanese language (CLJ) think of Japanese opinion writing (JOW). We asked college CLJs who had never studied in Japan to complete two surveys. One survey queried their definition of JOW. The other investigated their classification of two different kinds of JOWs. The first survey found that their definitions of JOW can be classified into three types, similar to Onishi's three action principles of opinion. The second survey found that many students regard the two types of JOWs as Chinese discussion writing and Chinese descriptive writing respectively. Although JOW is generally translated as discussion writing in Chinese, the analysis of CLJs' judgment reveals that these two kinds of writings are different for the CLJs in terms of their aims and methods of expressions. Based on these results, Japanese teachers can improve their methods of teaching second language learners.

Keywords: opinion essays, narrative essays, argumentative essays, explanatory essays, Chinese learners of Japanese

1. 問題の所在と本研究の目的

中国の学校教育における国語の作文では、「記叙文」「説明文」「議論文」という文章の種類、「記叙」「説明」「描写」「議論」「抒情」の文章表現が基本的な学習項目となっている(南本1995)。高校・大学の入学試験科目である国語においては作文の配点が高く、試験問題の資料からも文章表現に基づき種類に応じた作文の書き分けが出来なければ

¹ 聖学院大学特任講師。メール: t_maegawa@seigakuin-univ.ac.jp.

高得点が得られないことが分かる（闻他編 2016a; 闻他編 2016b）。これらの作文には、日本の意見文に直接対応する文章の種類は存在しない。しかし、中国での日本語教育においては、意見文を議論文と翻訳している場合が散見する。例えば、人民教育出版社発行の高等学校での日本語教科書に付された中国語での注記や、同教科書の中国語版教師用指導書では、教科書本文にある「意見文」が、中国語で「议论文（議論文）」と翻訳されている（人民教育出版社課程教材研究所・日语課程教材研究开发中心編著 2007a; 人民教育出版社課程教材研究所・日语課程教材研究开发中心編著 2007b）。また、中国国内の日本語能力試験である「大学日语专业四级考试（大学日本語専攻四級能力試験）」「大学日语专业八級考试（大学日本語専攻八級能力試験）」では、課題作文に議論文の作文が課されているが、これは意見文もしくは小論文に相当する（许・Reika 他編 2015a; 许・Reika 他編 2015b）。

すでに前川（2020）では、本研究の資料を用い、3点が明らかになった。一つ目は意見文を「自分の意見を述べる」文章ととらえる傾向があること、二つ目は1つの意見文を議論文、1つの意見文を記叙文と捉える傾向があるということ、三つ目は議論文や記叙文の文章に対する正確な認識を有していることである。しかし、一つ目の結果においては、それ以外の回答結果との違いを十分に検証していない。そして、どのような点において、議論文もしくは記叙文と捉えるのかまでの検証には至っていない。

本研究の目的は、上記の調査において未検討に終わった問題をふまえ、同調査における中国人日本語学習者の記述内容の分析から、中国人日本語学習者が日本の意見文を理解する際の着眼点を明らかにし、それによって彼らの意見文認識の特徴を示すことである。それをふまえて、日本語教育に見られる「意見文＝議論文」という認識が妥当であるか否かを検討したい。そして、本研究をとおり、学習者の認識枠組みを十分に理解した上での日本語教育における指導の在り方を考えていきたい。

2. 中国の学校教育で扱う作文の種類

2011年版の中国の小・中学校の学習指導要領（义务教育语文课程标准）には、作文では、記叙性の文章（記叙性文章）、説明性の文章（説明性文章）、議論性の文章（议论性文章）、応用文（应用文）を学習することが記述されている。このうち「記叙性」「説明性」「議論性」の3つの文章は、それぞれ「記叙文」「説明文」「議論文」を指す²。以下では、汪（1998）をもとに、記叙文・説明文・議論文の基本的な概念を示す。

記叙文

記叙文とは、人物の言葉や行動、起こった出来事の経過を記述し描写することによって、そのストーリーの軸になる主題または意図を表現し反映する文章を指す。一般的に人物・時間・場所・出来事の起因・出来事の経過と出来事の結末の6つが含まれる。いわゆる6大記叙要素である。（汪 1998, 269）

説明文

説明文とは、ある事柄の道理や物事の紹介・説明・解説を内容とし、目的は主として人に新しい知識を与えることであり、表現方法としては説明を主とするような類の文章を指す。（汪 1998, 326）

² 「記叙文」「説明文」「応用文」は中国の“记叙文”“说明文”“应用文”の直訳である。中国語の直接引用や分析で用いる中国語用語には、日本語訳を示す。翻訳はすべて筆者による。

議論文

議論文が指すものは、議論を文章の主要な表現方法とし、事実を提示し道理を述べることを通じて、人・出来事・物事に対して、作者の見解（观点）や見方（看法）を表し、好きなもの、嫌いなもの、賛成するもの、反対するもの、好きではないもの、賛成しないものを明確に示す文章である。どの議論文にも論点・論拠・論証が必要である。これはいわゆる議論文の3要素である。（汪 1998, 298）

汪（1998）では、応用文の記述がないが、2003年発行の《写作大辞典》には、「応用文」は、「人々の日常生活、学習、仕事の中での対人関係、事業活動や公務の遂行などについての文章の種類」（庄他 2003, 393）と記されている。

以上の基本的説明からすると、日本の意見文に最も近いのは議論文であることが分かる。記叙文も議論文も意見を述べる点では共通しているが、記叙文は6要素を用い叙述をとおし何らかのテーマを伝えるものである。一方、議論文は論点・論拠・論証を示し書き手の意見を明示的に表現する。

続いて、学校教育で学習する表現方法について述べる。表現方法には、「記叙」「説明」「描写」「議論」「抒情」がある³。この表現方法の名称は、高等学校ならびに小・中学校での学習指導要領にも記されている（中华人民共和国教育部制定 2003; 中华人民共和国教育部制定 2012）。このうち、「記叙」「説明」「描写」は客観的表現、「議論」「抒情」は主観的表現とされており（人民教育出版社中学文室編著 2001）、この「議論」は日本語の「議論」とは意味が異なる。以下の叙述と関連する「記叙」「議論」について汪（1998）の説明を引用する。

記叙

記叙とは、記録と叙述のことである。記叙は叙述とも言える。叙述は最も基本的な表現であり、また、文章の中で最も基本的であり、最も一般的な方法でもある。記叙とは、人物の経歴や行為または事柄（事物）の発生や発展変化を文字で表現していくことである。（汪 1998, 76）

議論

表現形式としての議論は、主に人や出来事（事物）に対する、つまり客観的・主観的な世界に対する作者の観点や見方を、比較的強い感情的な傾向を持って表現したものである。あるいは、議論とは、事実を提示し、道理を述べ、是非を論じることであり、また、賞賛と批判を示すとも言える。（汪 1998, 100）

このように中国では、文章の種類ならびに表現方法を意識して作文を書くことが要求される。どの表現方法を用いるかは文章の種類によって規定されている。

³ 「記叙」「説明」「描写」「議論」「抒情」は中国の“记叙”“说明”“描写”“议论”“抒情”の直訳である。

3. 調査の概要

3.1 調査時期と対象者

調査は、中国語を母語とし、日本への留学経験がない日本語専攻の中国人大学生（以下、「学習者」とする）を対象に行なった。調査日時は 2018 年 6 月である。学習者は瀋陽市内の A 大学 22 名（日本語能力は上級 2 名、中上級 20 名）、大連市内の B 大学 29 名（日本語能力は上級 23 名、中上級 6 名）、合計 51 名である。日本語能力の上級とは、日本語能力試験の N1 の合格者、中上級とは日本語能力試験の N2 合格者と「大学専攻日語四級考試」の合格者を指す。調査対象はすべて 2 年生以上であり、この学年で「日語写作」（日本語作文）という名称の作文の授業を履修済みである。大学による回答の偏りはみられなかった。調査対象には、それぞれ cs1 から cs51 の ID 番号を付す。

3.2 調査方法

調査内容は以下のように 2 つに分かれる。

一つ目は、意見文の定義の作成である（調査 1「意見文の定義を問う質問紙」参照）。これは、中国人日本語学習者が「意見文」を、自身の学習した文章の種類と照らし合わせて、どのように認識しているのかを検証するためである。二つ目は、A と B、2 つのタイプの意見文を示し、中国の文章ではどの種類の文章に当てはまるかを問い、その理由を回答してもらおう（質問紙 2「文章の種類を問う質問紙」参照）。2 つの質問は、相互に影響を与えようと考へ、表裏印刷をし、同時には見えないようにした。

調査 2 で用いた 2 編の作文は、前川（2017）が設定した意見文の 5 類型のうち、「探求思索型意見文」と「感想型意見文」であり、前者を作文 A、後者を作文 B とした⁴。この 2 つを用いたのは、行動原理の観点からも文章構造の観点からも、意見文の類型として差異が大きいからである。文章の難度については、国際交流基金・日本国際教育支援協会（1994）の『日本語能力試験 出題基準 [改訂版]』に基づき、旧日本語能力試験 2 級程度のものでした。中国の大学で日本語教師をしていた中国語母語話者 2 名に依頼し、日本語の語彙による意味類推が可能なレベルの文章であるかを確認した。

作文 A は日本の国語教科書における模範文章「何気なく言った言葉」を使用した。一方、作文 B は、同様の長さや難度で適当なものがなかったため、新聞の投書を想定し、筆者が作成した⁵。なお、作文 A・B の本文は、調査結果を述べる「5.1 作文 A の概要」「6.1 作文 B の概要」の項で掲出する。

⁴ この類型は、作文産出におけるアイデアの創出と組織化である「創構」過程の行動原理として大西（1990, 1997）が指定した「感想型意見」「思索型意見」「解決型意見」を、意見文のタイプの指標となる意見そのものの類型として捉え直し、再定式化したものである。意見の類型により意見文を「感想型意見文」「思索型意見文」「解決型意見文」の三つに大別し、さらに「思索型意見文」のもとに「探求思索型意見文」「二項対立思索型意見文」「疑問解明思索型意見文」の下位分類を設ける。

⁵ 2000 年から 2018 年までに発行された古典教科を除く全ての国語教科書（215 冊）を対象に意見文の掲載を調べた。本研究で使用する資料は、その結果、37 編が掲載されていたものの 1 編である。資料は題名が記載されていなかったため、文章の一部を筆者が付したものである。なお、作文 B では投書を想定した文章であるが、投書としての意見文は実際の教科書でもこの期間の教科書には 10 編が掲載されている。

以下、具体例を示す。なお、句読点や誤用は全て回答者が記したとおりである。

自分の意見を述べるもの

- (1) 意見文とは、あることに対して意見を言う作文です。(cs13)
- (2) 意見文とは、最近よく注目されることに、自分の意見を表す作文です。(cs45)

議論文と同類のもの

- (3) 意見文是对某一现象发表自己看法的作文。(ある現象に対して自分の見方を述べること) (cs32)
- (4) 意見文是和议论文相似表达作者鲜明观点意见的作文。(作者のはっきりした観点や意見を表現する議論文に近いもの) (cs42)

アドバイスや改善方法を示すもの

- (5) 意見文とは、アドバイスを提出する作文です。(cs2)
- (6) 意見文是提出作者对某一事物具体的建议和措施的作文。(ある物事に対する作者の具体的な提案や対策を提示する)」(cs21)

なお、複数のタイプを含む回答の例として以下のものがある。

- (7) 意見文とは、自分の意見やすすめを述べる作文です。(cs6)
- (8) 意見文是针对社会事件的议论和建议的作文。(社会の出来事に焦点を当てた議論と提案) (cs15)

以上の3つの分類に属さない回答として、以下の3つのものがあった。(11)は記叙文のことを指しているように思われる。

- (9) 意見文とは、何かの社会現象や文学などに評論、批評する作文です。(cs23)
- (10) 意見文是表达自己的意见,希望别人怎样去做的作文。(他の人にどうしてほしいか、自分の意見を述べること) (cs39)
- (11) 意見文とは、日常の出来事を例にして自分の願いを述べる作文です。(cs46)

4.2 作文 A と作文 B の認定結果

作文 A と作文 B の認定結果は表 2 のとおりである。大学による回答の偏りは、作文 A では見られなかったが、作文 B を記叙文とする回答については、わずかながら見られた。

| | 議論文 | 記叙文 | 説明文 | 散文 | 小説 | ない | 分からない | その他 | 計 |
|------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|----|-------------|-------------|--------------|
| 作文 A | 44 (86.3%) | 5 (9.8%) | 2 (3.9%) | - | - | - | - | - | 51 (100%) |
| A 大学 | 19 (86.4%) | 2 (9.1%) | 1 (4.5%) | - | - | - | - | - | 22 (100%) |
| B 大学 | 25 (86.2%) | 3 (10%) | 1 (3.4%) | - | - | - | - | - | 29 (100%) |
| 作文 B | 4 (7.8%) | 37 (72.5%) | 2 (3.9%) | 3 (5.9%) | 2 (3.9%) | - | 1 (2.0%) | 2 (3.9%) | 51 (100%) |

| | | | | | | | | | |
|------|--------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---|-------------|-------------|--------------|
| A 大学 | 3 (13.6%) | 14 (63.6) | 2 (9.1%) | 1 (4.5%) | 1 (4.5%) | - | - | 1 (4.5%) | 22 (100%) |
| B 大学 | 1 (3.4%) | 14 (79.3%) | - | 2 (6.9%) | 1 (3.4%) | - | 1 (3.4%) | 1 (3.4%) | 29 (100%) |

・各項目の上段の数字は回答数を示し、下段は割合を示す。

表2 作文Aと作文Bの選択結果

5. 作文Aの調査結果

5.1 作文Aの概要

初めに資料として用いた作文Aを示す。数字は段落番号、丸数字は文番号である。

この文章では、文⑰で書き手が意見の正当性を証明するために自分の意見と相反する意見を取り上げ、文⑱でその意見に対し自身の意見を述べ、文⑳で自身の意見が正しいことを証明するという譲歩の表現がある。そのため、「書き手が意見の正当性を証明するために自分の意見とは相反する意見を取り上げ、その意見に対し自身の意見を述べ、自身の意見が正しいことを証明する文章が含まれる」（前川 2017, 66）「探求思索型意見文」に当てはまる。

作文A

題名「何気なく言った言葉」

- 1①登校の途中、友達とおしゃべりしていた時のことである。
- ②話題が、先日行われたテニス大会のことになった。
- ③その大会には共通の友人であるAさんが出場していたが、準優勝であった。
- ④わたしは、「Aさん、惜しかったねえ。もうちょっとがんばってればねえ。」と話した。
- ⑤すると、その日の夜、Aさんから電話があり、「わたしだって一生懸命テニスの練習をしているのに、どうして非難されなければいけないのか。」と抗議を受けた。
- ⑥わたしは「もう少しで優勝だったのに。」のつもりで「がんばってれば。」と言った。
- ⑦しかし、Aさんには「ふだんからもっと練習でがんばってれば。」と伝わったのだ。
- ⑧きちんと説明をして誤解がとけたが、一つ間違えると友人を失ってしまいかねないという経験をした。
- 2⑨ものを言うことは確かに難しい。
- ⑩何気なく言った言葉が人の心を傷つけることも多い。
- ⑪発言をする際にはよほど注意して言うべきである。
- ⑫正しく伝わらないと困る場合や、誤解が起こりやすい問題についてはへたに発言することは慎んだほうがよい。
- 3⑬自分の言ったことが、必ず相手に正しく伝わるとは限らない。
- ⑭どんなに正しい表現であっても、相手が誤解や曲解をするかもしれない。
- ⑮そして、相手が正しく理解しているか誤解しているかは分からないこともある。
- ⑯そう考えれば、正しく理解されるという保証のない場合は、むやみな発言は避けたほうがいいことになろう。
- 4⑰もっとも、「不注意な発言を慎んでいたら、言いたいことが言えなくなる。」という意見もあるだろう。

- ⑱しかし、全ての発言を慎む必要はない。
- ⑲他人の心を傷つけるおそれのある発言だけを慎めばよい。
- ⑳他人を思いやるのは人として当然のことであり、そうすれば、自分の発言についての判断はおのずとできるはずである。
- ㉑その判断をせずに黙ってしまう必要はないのである。

(『国語表現Ⅱ 改訂版』(2007) 京都書房, pp. 70-71.)

5.2 議論文と認定した理由

議論文と認定した理由は、大きく3つに分けられる(表3)。「論点」とは、議論文の定義に含まれる作者による問題の見方のことで、同義である「观点」「看法」「见解」などの言葉が書かれているものも、ここに含める。1つの回答に2つのタイプが含まれている場合(回答数6)は、それぞれのタイプに数を加算する。

| 回答の内容 | 回答数 |
|----------------|-----|
| 「論点」という語彙を含む回答 | 15 |
| 「例」という語彙を含む回答 | 15 |
| 「議論」という語彙を含む回答 | 12 |
| 3つの分類に属さないもの | 3 |

表3 議論文と認定した理由の回答の内容

以下、回答例を示す。四角で囲ったものが該当する語彙である。

「論点」を含むもの

- (12) Aの作文は、友達と話す時も誤解や曲解しやすい言葉を選ばなくて、自分の判断を通して必要な場合で黙る方がいいの論点を提出した。(cs8)
- (13) 第一段通过记述的方式交代了作者亲身经历的一件事，为事实论据，以此来证明下三段的观点，即“言葉を注意する”。最后一段点明了论点。(第一段落では、記述という手段をとおして作者が自ら経験したことを説明して事実論拠とし、これによって、次の3つの段落の観点、すなわち「言葉を注意する」を証明する。最後の段落は論点が明らかになる。) (cs42)

「例」を含むもの

- (14) 自分の意見をしようこうするために、例をあげる。(cs2)
- (15) A作文举了我说的话让友人A误解了的例子。说明了一个道理，这是议论文的特点(作文Aでは、私の言ったことを友人Aが誤解した例を挙げている。一つの道理を説明しているが、これは議論文の特徴である。) (cs3)

「議論」を含むもの

- (16) 自分の経験によって、何気なく言った言葉の悪いところを議論する。(cs15)
- (17) 議論が多い。目的は議論を述べる。(cs39)

以下の例(18)は、議論文と認定しながらも違和感を表明している。

(18) 和高中时写的作文差不多。提出一个论点，举例证明论点。只是格式和高中作文不一样，虽然也有同学是用这种格式写的，但是不规范。（高校生の時に書いた議論文に似ている。論点を出し、その論拠となる例を挙げる。ただし文章の型は高校の作文とは同じではなく、この型で書く学生はいるが、規範的ではない。）（cs28）

5.3 議論文以外の文章と認定した理由

以下は、作文 A を議論文以外の文章として認定した回答の具体例である。

記叙文としたもの

(19) 記述文讲述一件事并说一下自己的感想。虽然有议论部分，但议论文不能用自己的事情，而需要更有说服力的事例。然后讲自己的看法。（記叙文は1つのことを述べ、併せて、自分の感想を述べる。記叙文は議論の部分があるが、議論文は自分のことではなく、もっと説得力のある事例が必要である。その後、自分の考えを述べる。）（cs7）

(20) 只是记叙了一件事。（ただ1つの事を叙述しただけである。）（cs35）

作文 A を記叙文と認定した理由として、例(19)では意見の不十分さが挙げられ、例(20)では、意見が書かれていると判断できないことが挙げられている。

説明文としたもの

(21) A の作文の最初の段落は中国の語文に「举例子」と呼ばれる。その目的はあとの文書を理解しやすいである。A の作文は発言の謹慎の重要性と説明した。（cs22）

(22) この作文、何気なく言った言葉について説明した。それはどんな言葉とその影響、それを避ける方法を説明した。（cs33）

例(21)では、初めの段落を、後段の叙述のための例を挙げたもの（「举例子」）と解釈し、全体を一般的な事柄（「発言の謹慎の重要性」）の説明と解している。例(22)も、一般的な事柄（「どんな言葉とその影響、それを避ける方法」）に対する説明文であると解釈している。両者に共通するのは、文章の主題を、書き手独自の意見とは認識していないことである。そのため、前半の記述を、意見を裏付けるための論拠と捉える例(13)とは異なり、一般的な事柄を説明する例として把握しているといえる。

6. 作文 B の調査結果

6.1 作文 B の概要

まず、資料として用いた作文 B を示す。文⑪が意見で、その理由は文①から文⑩である。さらに、文⑭で著者の願望（意見）を示すが、その理由は文①から文⑬である。

作文 B

題名「満員電車での出来事」

1①ある日、子供を取り囲む社会の在り方について考えさせられる出来事があった。

2②私はいつも満員電車に乗って学校に通っている。

③電車の中はとても息苦しく、皆イライラしているように見える。

3④会社員風の若い父親が小さな女の子を連れて電車に乗ってきた。

⑤私はそれを見て、あんな小さな子供を電車に乗せるなんて酷い親だなと思っていた。

⑥また、誰か席を譲ってあげないと小さなこどもが立っているのは辛いだろうなとも感

じていた。

- ⑦二人の目の前に座っていた男性は新聞を夢中になって読んでいたが、子供の声で二人に気づき、席を譲った。
- ⑧女の子は席に座ると、「おじさん、ありがとう。」と言った後、「大丈夫?」とその男性の重たそうなかばんを持ってあげようとしていた。
- ⑨その可愛い声と仕草に電車の重たい空気が変わり、たくさんの人の表情が微笑みに変わった。
- 4⑩二人の会話から母親が体調を崩し、父親の両親のところに子供を預けに行くところだということがわかった。
- ⑪普段、小さな子供と接する機会は少ないが、こんなに電車の空気を変えられる子供の力に感動した。
- 5⑫一方、東京では保育園が不足し、子供を預けられないことが問題にもなっている。
- ⑬保育園がもっと利用しやすければ、会社員の父親も子供を連れて満員電車に乗る必要もないのと思った。
- ⑭早くこの問題が解決することを願う。

(論文筆者作成)

6.2 記叙文と認定した理由

記叙文と認定した理由は、大きく3つに分類することができる(表4)。回答の記述が2つのタイプを含む場合(回答数4)は、それぞれに加算する。

| 回答の内容 | 回答数 |
|------------------------|-----|
| 記叙(記述)が中心に書かれた文章 | 17 |
| 話を記述(記叙)された後に感想が書かれている | 17 |
| 記叙文の要素を含む回答 | 6 |
| 3つに分類した回答に属さないもの | 1 |

表4 記叙文と認定した理由の回答の内容

以下に回答例を示す。四角で囲ったものが該当する語彙である。

記述が中心に書かれた文章

(23) 记叙了电车上发生的事件。(電車で起こった出来事を記述する。)(cs3)

(24) 以记叙为主要表达内容(主要な表現が記述である)(cs30)

話が記述された後に感想が書かれている

(25) ある事実をあげます。そして、作者がその事実を見た後自分の感想を説明します。

(cs1)

(26) 議論の部分は、記叙の部分の総括として存在している。文章の主は記叙です。

(cs45)

「記叙文の要素」を含む回答

(27) 说明是自然身边发生的事, 现实存在的事, 事情经过发展结果影响, 自己本身想法, 现实问题提出等(自然や身近に起こること、現実に存在すること、出来事の経過、発展、結果、影響、自分の考え方、現実問題が提起されることを説明する)(cs48)

上記のうち後者2つをどちらも含む回答は4つあった。

(28) 全篇在叙述一件事情, 有[人物], [地点], [事件], 最后写出了作者的感想。(作品全体が1つの出来事を叙述していて、人物、場所、出来事があり、最後は作者の感想を書いている。) (cs12)

3つに分類した回答に属さないもの

(29) 文章のたくさんの部分は自分のことを書きます。この文章は、作者の生活の中で小さなことを書きます。(cs38)

以上、記叙文と認定した理由はいずれも出来事が記述されていることに注目したものと言える。

6.3 記叙文以外の文章と認定した理由

以下、具体的な回答例を示す。

議論文と認定したもの

(30) Bの作文は最初から子供と社会の問題を提出した。真ん中の段落は中国の語文に「事実な論拠」と呼ばれる。最後にも自分の考えと伝えていた。(cs22)

(31) 有论点和论据。(论点と論拠がある。)(cs27)

散文と認定したもの

(32) タイトルは「出来事」で、あとは、正文で全部こと満員電車のことを書きますので、この作文は散文だと思います。(cs20)

説明文と認定したもの

(33) 現実のことは現実の現状を表現します。(cs17)

小説と認定したもの

(34) 作文以“我”为主人公, 以我的视角来看电车内发生的一切, 来映射现实中人的身份并提出了问题, 所以我个人认为是小说体裁(この作文は、「私」を主人公にして、電車の中で起きていることを私の視点から見て、現実の人々の状況を投影し問題を出したりしている)ので、個人的には小説のジャンルだと考える)(cs16)

なお、このほかに、「意見文」とするもの(cs4)と“夹叙夹议”とするもの(cs42)があった。「夹叙夹议」とは、「只把叙述与议论结合起来的表达方法(叙述と議論だけを結合させた表現方法)」(庄他 2003, 532)ということである。

以上のうち、例(32)(33)(34)は記述に注目しているが、それぞれ理由は異なるものの記叙文とすることには留保があると言える。一方、例(30)(31)は議論文としており、文の叙述部分を単なる記述ではなく論拠と見なしていることが分かる。

7. 考察

調査 1

分析の結果、中国人日本語学習者による日本の意見文の定義は、「自分の意見を述べるもの」「中国の議論文に類似したもの」「提案・アドバイスをするもの」に集約される。これは、大西（1990；1997）が、創構過程の行動原理として示した意見の3類型、「感想型意見」「思索型意見」「解決型意見」におおむね対応している。意見文における「意見」は、このような3つのタイプの意見を含んでいるが、中国人日本語学習者は、それぞれにそのうち1つのタイプのみ焦点を当てているということになる。

また、意見を議論としてとらえる記述も目立った。ここでの「議論」は、特定の観点や見方から評価を示すもの（既述）である。このような立場からは、日本の意見文は、上記の意味での「議論」が不十分と見なされる可能性がある。例(11)のように、日本の意見文を記叙文と認定するのは、このような背景から理解できると思われる。

調査 2

調査 2 では、作文 A（探求思索型意見文）を議論文、作文 B（感想型意見文）を記叙文と認定する回答が最も多かった。このような認定をもたらした理由をそれぞれ検討する。

調査 2A

いくつかの回答では、議論文と認定しつつも、議論文と見なすには不十分であるとしていた。

議論文と認定した回答では、「論点」「例」「議論」がキーワードになっている。日本の意見文は自分の意見を述べること自体を主眼としており、どのような観点から述べるかということは特に意識されていない。一方、中国人日本語学習者の場合、既述のように、自分の意見を述べる場合、論点・論拠・論証をどのように書くかを意識している。また、どのような観点を主張するかということとともに、どのように証明するかということも重視される。この点からすると、例を論拠として自身の主張を証明するというのは、議論文では「例証法」に相当する。

何らかの観点を、特定の論点を、意見を述べるための方法（論証）を用いて述べていると見なした場合、作文 A を議論文と認定していると考えられる。一方、そうした議論文の要件が一部欠けている、ないしは意識的に用いていないと判断した場合、本節冒頭に示したように、議論文と見なすには不十分という認定に至ったと考えられる。

調査 2A における少数意見については、作文 A における意見を、議論文におけるような意見と見なすことができなかつたため、記叙文ないし説明文と判断したといえる。そのうえで、記述内容を、実際に起こった出来事の叙述と考えるか、一般的な事柄を説明するための例と考えるかで、記叙文か説明文かという判断が分かれたものといえる。この結果からは、議論文における意見がどのようなものかについて、学習者の間に明確な認識があるといえる。例(7)の記述からすると、この認識自体は、作文 A を議論文と判断した学習者と共通していると考えられる。

調査 2B

記叙文は、6つの要素をとおし何らかのテーマを伝えるものである（汪 1998, 269）。例(27)、例(28)では、四角で囲った箇所が記叙文の要素に該当する。中国人日本語学習者は、作文Bの内容を、出来事の叙述により何らかの意図を伝えるものであると判断したことが分かる。最終文が作者の意見であることは読み取られているが、それが主たる内容であるとは考えられていない。意見文として見ると、満員電車での出来事は意見に対する論拠であり、単なる出来事の記述ではないが、そのような捉え方をする回答は見られなかった。もっとも、作文Bを議論文ととらえ、論点・論拠があるとみなす回答も少数ながらあったので、中国人日本語学習者の間でも、論拠や論証の認定については、一定の幅があると考えられる。

上記の結果から、単に意見を述べるだけではなく、その意見が正しいという「議論」（上述）をすることが、議論文にとって重要であるという認識を見出すことができる。それ故、そうした要素が希薄なタイプの意見文は、議論文とは見なされない傾向があるということになる。

8. まとめと今後の課題

調査の結果、「意見文＝議論文」という認識は、意見文に対する認識の一部をとらえたものであり、実際には意見文における「意見」と議論文の「議論」には明確な差異があり、後者においては書き手の見方・観点・論拠や特定の表現方法が必須とされていることが明らかになった。一方、学習者個々人の認識においては「議論」の認定に幅が見られることも示された。中国人日本語学習者に対する意見文の教育においては、「議論文」ではなく「意見文」であることを明確にした上で、学習者自身の認識を考慮して指導にあたることが、日本語を母語とする人から見て違和感のない作文を習得する上で必要な点と思われる。

調査1に関しては、提案型意見を含めた3種類の意見文を判別してもらった方が、より明確な結果が出たかも知れない。また、調査1の回答と調査2A・2Bの判別の相関関係などについては、今後の課題とする。

参考文献

日本語文献

大西道雄（1990）『意見文指導の研究』溪水社

大西道雄（1997）『作文指導における創構指導の研究』溪水社

国際交流基金・日本国際教育支援協会（1994）『日本語能力試験 出題基準[改訂版]』凡人社

前川孝子（2017）「意見文における意見の類型とその変遷 —国語教科書（1960年代～2010年代）のモデル作文を資料として」『アカデミック・ジャパニーズ・ジャーナル』(9) <http://academicjapanese.jp/dl/ajj/ajj9.64-72.pdf>（2020年6月2日最終アクセス）

前川孝子（2020）「中国人日本語学習者は意見文をどのようにとらえているか：中国の大学での質問紙調査から—」『日本語教育方法研究会誌』26(2), 72-73. 日本語教育方法研究会ポスター発表

南元義一（1995）『中国の国語教育』溪水社

中国語文献

- 人民教育出版社课程教材研究所·日语课程教材研究开发中心（编著）（2007a）《普通高中课程标准实验教科书 日语 选修 应用写作入门》人民教育出版社
- 人民教育出版社课程教材研究所·日语课程教材研究开发中心（编著）（2007b）《普通高中课程标准实验教科书 日语 选修 应用写作入门 教师教学用书》人民教育出版社
- 人民教育出版社中学文室（编著）（2001）《九年义务教育三年初级中学教科书语文第二册》人民教育出版社
- 汪丽炎（1998）《汉语语文学知识丛书 汉语写作》上海大学出版社
- 许小明·Reika 主编（2015a）《高等院校日语专业四级考试 10 年真题与详解》华东理工大学出版社
- 许小明·Reika 主编（2015b）《高等院校日语专业八级考试 10 年真题与详解》华东理工大学出版社
- 中华人民共和国教育部（2012）《义务教育语文课程标准（2011 年版）》北京师范大学出版
- 中华人民共和国教育部（2003）《普通高中语文课程标准（实验）》人民教育出版社
- 庄涛·胡郭骅·梁冠群主编（2003）《写作大辞典》汉语大词典出版社
- 闻钟主编（2016a）《中考满分作文特辑》南京大学出版社
- 闻钟主编（2016b）《高考满分作文 10 周年纪念版》南京大学出版社
- 日本語資料
- 「（二）どのようにして意見を持つか【文章例】」2007 年『国語表現Ⅱ 改訂版』京都書房, pp. 70-71.

アメリカ南部における歴史的黒人大学（HBCU）の歴史と教育：
アーカンソー大学パイnbrラフ校での日本語・日本文化教育を通して
History and Education in Historically Black Colleges and Universities in the Southern U.S.:
Teaching Japanese Language and Culture at the University of Arkansas at Pine Bluff

江口 真規 (Maki EGUCHI) ¹

要旨

2020年にBlack Lives Matterと呼ばれる人種差別抗議活動が世界各国に広まった中、アメリカにおける人種差別の歴史と教育について考えるうえで、歴史的黒人大学（Historically Black Colleges and Universities、HBCU）の存在を見逃すことはできない。本稿では、アメリカでHBCUが設立された歴史的・社会的経緯や、特にアメリカ南部のアフリカ系アメリカ人の学生の現状について、報告者のHBCUでの日本語・日本文化教育の活動をもとに考察を行う。また、2019年2月に開催された秋田県及び東京での黒人歴史月間での取り組みの例を通じて、アメリカの人種問題を日本で教え学ぶことの意義を考えたい。

キーワード：歴史的黒人大学（HBCU）、アメリカ南部、ディープサウス、アーカンソー、黒人歴史月間

Abstract

In 2020, a political and social protest called Black Lives Matter spread not only in the United States but also throughout the world. In considering the history of racial discrimination and education in the United States, concern about historically Black colleges and universities (HBCUs) has been growing. Based on my teaching experience at the University of Arkansas at Pine Bluff during the 2012–2013 academic year, this essay will introduce the social and historical backgrounds of HBCUs and their role in the American South. I intend to argue in favor of the significance of teaching and learning racial issues in Japan through examples of public lectures in Japan titled “Black History Month in Akita and Tokyo” in February 2019.

Keywords: Historically Black Colleges and Universities (HBCUs), American South, Deep South, Arkansas, Black History Month

1. はじめに

2013年にアメリカで始まったBlack Lives Matter（BLM）と呼ばれる人種差別抗議活動は、2020年のジョージ・フロイド（George Floyd, 1973–2020）の殺害をはじめとする警察官による黒人の殺害事件をきっかけに世界各国に広がった（山本ほか 2020）。この動きは、アメリカだけではなく世界各地に広がりを見せ、日本でも2020年6月に東京で3500人が集まりデモ行進が行われた（坪池 2020）。

BLMの報道を通して、アメリカでは人種差別が根強く残っていること、また、新型コロナウイルス感染症のパンデミック下において、人種的マイノリティの存在が社会・経済的

¹ 筑波大学人文社会系 助教。メール：eguchi.maki.fw@u.tsukuba.ac.jp.

© 2022 Journal of International and Advanced Japanese Studies, Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba

な影響を受けやすいことが日本でも知られるようになったといえるだろう。しかし、BLMを報じるメディアや SNS の情報からは、黒人がどのような差別を受け、どのような不安を抱いているのか、一人一人の現状を十分に理解するのは難しい。そこではあくまでも「黒人」と一般化され、その中にある様々な差異——性別、セクシュアリティ、年齢、職業、住んでいる地域など——は捨象されているかのように見える。

アメリカの人種差別は白人と黒人の問題であり、日本人には関係がないと思われることもある。しかし、日本では人種問題に無自覚であるために生じている差別の例が見受けられる。例えば近年では、2019年2月に放映された日清食品のテレビアニメCMにおいて、大坂なおみ選手の肌の色が白く描かれていたこと²や、BLMに関するNHKのアニメ動画にステレオタイプの黒人の表象が現れる³といったメディアでの表象の問題が批判されてもいる。

アメリカにおける人種差別の歴史と教育について考えるうえで、歴史的黒人大学（Historically Black Colleges and Universities、以下 HBCU と略記）の存在を見逃すことはできない。本稿では、報告者の HBCU での日本語・日本文化教育の経験をもとに、HBCU が設立された経緯や、特にアメリカ南部の地域社会で果たす役割について述べる。資料やデータから判明するものだけではなく、HBCU の学生が人種差別に向き合いながらどのような学生生活を送っているのか、学生たちとの対話を通して明らかになった点を論じたい。また、毎年2月は黒人歴史月間（Black History Month）として、黒人の歴史や文化について学ぶ取り組みが行われるが、2019年2月に開催された秋田県及び東京での講演会の事例を通じて、アメリカの人種問題を日本で教え学ぶことの意義を考えていきたい。

なお、本稿では、アメリカの「黒人」（Black）について言及する際に、歴史的な背景を考慮しつつ、「アフリカ系アメリカ人」（African-American）の用語も用いることとする。

2. アーカンソー大学パイナブラフ校について：HBCU の歴史

まず、報告者が HBCU で日本語・日本文化を教えた経緯と、アーカンソー大学パイナブラフ校（University of Arkansas at Pine Bluff、以下 UAPB と略記）について、HBCU の歴史と合わせて概要を述べる。

2.1 アーカンソー大学パイナブラフ校（UAPB）について

報告者は 2012 年から 2013 年に、日米教育委員会のフルブライト語学アシスタント（Fulbright Foreign Language Teaching Assistant、以下 FLTA と略記）プログラムに参加した。FLTA は、アメリカ国務省機関である米国国際教育研究所（Institute of International Education）によって運営されている奨学金のプログラムである。アメリカにおける他言

² ハイチ系アメリカ人の父と日本人の母をもつ大坂なおみ選手を描いたこの CM においては、肌の色が実際よりも白く描かれ、非白人を白人のように描く「ホワイトウォッシュ」（whitewash）ではないかという指摘が SNS 上で挙がった。しかし、大坂のスポンサーでもある日清食品は、意図的ではなかったものの配慮が不足していたと謝罪し、動画を削除している（BBC 2019; 生田 2019）。

³ NHK のニュース番組「これがわかった！世界のいま」が公式 Twitter アカウントに投稿したアニメ動画の中で、怒りを露わにする黒人がステレオタイプのかつ差別的に描かれ、また抗議デモの背景として人種差別の歴史に触れずに経済的な格差という側面だけに焦点を当てている点に対して、SNS を中心に批判が巻き起こった（生田 2020）。

語・他文化の理解を高めることを目的として 1968 年に開始され、2012 年には 50 を超える国々から 400 名以上が参加していた（Institute of International Education 2021）。

FLTA には、アメリカの大学で母国語を教えながら、英語教授のスキルを高め、アメリカの文化や習慣について知識を深めることが求められる。そのため、FLTA はアメリカの大学で 1 学年間、週 20 時間を限度に教員もしくはアシスタントとして言語クラスを担当するほか、アメリカ研究や英語教授法に関する科目を 1 学期間に 2 科目受講することとなっている。FLTA には文化を伝える「文化大使」（“cultural ambassador”）としての役割が求められ、授業だけではなく、課外活動や地域の人々との交流といった活動への参加も含まれる（Institute of International Education 2021）。

このプログラムの特徴の一つは、派遣先の大学を FLTA 自身が決定できない点であり、アメリカで応募のあった大学と FLTA の申請情報などをもとに派遣先が決定される。報告者が派遣されたのが UAPB であり、UAPB はアーカンソー州内に 5 校ある州立アーカンソー大学システムのうちの一校である。

UAPB の歴史は 1873 年に遡る。当初はその地域の黒人学生のためのカレッジ（Branch Normal College）として設立され、1890 年にはアメリカのランドグラント大学（land-grant university、土地付与大学）の一つとなった。ランドグラント大学とは、連邦政府が所有する土地を州政府に供与し、農学や軍事学、工学の教育・研究のために高等教育機関を設立することを目的とするモリル・ランドグラント法によって創設された大学のことである（Gavazzi & Gee, 2018）⁴。UAPB には、現在では総合大学として 4 学部があるが、地域の農業や産業、特にミシシッピ河流域のナマズなどの養殖業を支援するための教育・研究が行われている。報告者が滞在した 2012 年度には、学部生・大学院生合わせて約 2800 人の学生が在籍しており、アメリカの大学としては小規模の大学であるといえる（University of Arkansas at Pine Bluff 2012）。

2.2 歴史的黒人大学（HBCU）について

UAPB の大きな特徴は、上述したように創設当初は黒人のための大学であったことである。UAPB は、現在アメリカに 101 校ある HBCU の一つである。ここで、山本ほか（2020）、パターソン（2010）を参照し、アメリカで HBCU が設立された経緯を概略したい。

17 世紀、バージニア植民地におけるアフリカ大陸からの奴隷の上陸以後、タバコや綿花のプランテーション農業により、白人の農園主による黒人奴隷の使役が広まっていった。特にミシシッピ河流域では、奴隷を用いた綿花の栽培が行われたことは周知の事実である。1861 年から 1865 年の南北戦争では、奴隷制の存続を主張する南部 11 州と、奴隷制に反対する北部 23 州の間で衝突が起こった。1862 年に当時のアメリカ大統領であったリンカーンによって奴隷解放宣言が出され、北部が勝利を治める。その後、合衆国憲法の修正により、奴隷制の廃止・奴隷の権利が確保され、人種を問わず法による平等が定められた。

⁴ 現在アメリカには、パーデュー大学（インディアナ州）、コーネル大学（ニューヨーク州）、ラトガース大学（ニュージャージー州）、ミシガン州立大学（ミシガン州）、テキサス A&M 大学（テキサス州）、カリフォルニア大学システム（カリフォルニア州）等の大学や、HBCU、先住民保留地にキャンパスのある部族大学（Tribal Colleges and Universities）等を含む約 300 のランドグラント大学がある（Gavazzi & Gee, 2018）。

しかし戦後の南部では、黒人が白人と同じ公共施設を使用することを禁じるジム・クロー法が可決され、1896年のプレッシー対ファーガソン裁判では、これが人種差別に当たらないとする最高裁の判決が下される。「分離すれども平等」(“separate but equal”)という原理のもと、南部諸州では、学校やレストラン、バス、トイレといった空間や、教育・医療・結婚などのサービスや制度において、白人と黒人を分離する政策が1960年代まで続くこととなる。UAPBの前身となる大学が黒人学生のために設立されたのも、この期間にあたる1870年代である。

人種分離政策の転機が訪れたのは、ようやく1950年代になってからであった。公民権運動の高まりに乗じて、ジム・クロー法の裁判闘争が行われるようになり、1954年には、ブラウン対教育委員会裁判において、公立学校における人種分離は違憲であるとする判決がなされる。これまで白人だけが通うことのできた学校に黒人も入学することができるようになり、また黒人のために設立された大学にも黒人以外の学生が通うことができるようになったのである。これにより、UAPBにも、黒人だけではなくあらゆる人種の学生が通うことが可能となった。

このような経緯を通して、「歴史的 (historically)」黒人大学がアメリカの中に誕生することとなった。つまり、HBCUは、かつては黒人のための教育機関であったが、現在では全ての人種の学生に開かれている。HBCUは、2021年の時点において、公立・私立を含みアメリカ全土に101校ある (National Center for Education Statistics 2021)⁵。東部や南部に位置する大学が多く、アフリカ系アメリカ人の人口の割合が多い地域に位置していることがわかる (United States Census Bureau 2011)。現在では、HBCUの学生の人種構成は地域や大学によって異なる (Minor 2008)。しかし、報告者が滞在していた2012年度のUAPBでは、学生の93%がアフリカ系アメリカ人、4%が白人、留学生が1%、残りの2%がヒスパニック・ネイティブアメリカン・アジア系となっており、ほとんどの学生がアフリカ系アメリカ人であり、留学生もアフリカやカリブ海諸国出身者の割合が多いものとなっていた (University of Arkansas at Pine Bluff 2012)。

2.3 アーカンソー州パインブラフ市について

UAPBは、アーカンソー州で初めて設立された黒人のための教育機関である (University of Arkansas at Pine Bluff 2021)。ここで、アーカンソーにHBCUが存在することの意義を考察したい。

アーカンソー州はアメリカ中南部に位置し、クリントン元大統領の出身地として、また世界最大規模のスーパーマーケット企業であるウォルマート社 (Walmart) や、食品加工業社であるタイソン・フーズ (Tyson Foods) の本部があることで知られている。

アーカンソー州全体の人種構成は、白人が8割、アフリカ系アメリカ人が2割となっているが、パインブラフ市ではこの比率が逆転し、白人が2割、アフリカ系アメリカ人が8割となる (United States Census Bureau 2021b)。アメリカ全体では、資料のある2018年時点でアフリカ系アメリカ人は13%となっており、特に東部から南部にかけて人口比の

⁵ 2021年には、1月に副大統領に就任したカマラ・ハリス (Kamala Devi Harris, 1964-) が、ワシントンD.C.にあるHBCUのハワード大学 (Howard University) 出身であることも知られるようになった (Goins 2021)。

割合が高い（United States Census Bureau 2021b）。この一帯は「ブラック・ベルト」（Black Belt）と呼ばれ、上述したプランテーション農業の歴史と関係しているが、1860年の奴隷の分布図と比較しても人種構成はそれほど大きくは変化していない（United States Census Bureau 2021a）。アーカンソー州の東南部に位置するパイナブラフ市は、かつてより南の州からの解放奴隷が集まった都市であった（Whayne 2002）。このように、アーカンソー州内においても、北部と南部、また西部とミシシッピ河流域の東部で人種構成が異なることがわかる。

アーカンソーの歴史で着目されるのは、州の中央部に位置する州都・リトルロックで起こった、1957年のリトルロック高校事件（Little Rock Nine）である。1954年のブラウン対教育委員会裁判での違憲判決を機に、これまで白人しか通学していなかったリトルロック・セントラル高校に、9名のアフリカ系アメリカ人の生徒が通うことになった。この9名が初めて登校するという9月4日、アフリカ系アメリカ人生徒の通学を阻止するため白人による暴動が起こり、それを鎮圧するために州知事による命令のもと州兵が動員されたという事件である。これにより、アーカンソーには根強い人種差別が残っていることが全米に知られることとなった（Whayne 2002）。

パイナブラフ市に関しては、アメリカの都市ごとの犯罪発生率のデータでは、報告者が滞在していた時期には同規模の354都市中4位であり（CQ Press 2011）、州内でも一般に治安の悪い地域として知られていた。昼間でも町を歩く人はほとんどおらず、ダウントウンの店舗はほとんどがシャッターを閉め、強盗や銃撃事件といった事件の話題をよく耳にした。近所で銃声が鳴り響く夜もあり、また2013年にはUAPBの学生一名が銃の暴発で命を落とすという事件もあった。

3. 差別と教育の現状：日本語・日本文化教育活動を通して

以上、UAPBが設立された経緯や地域的な背景を概略したが、本節では報告者が担当した日本語クラスと、学生たちとの対話によって明らかになった差別と教育の現状について述べたい。

3.1 日本語クラスの概要

報告者はUAPBのビジネス経営学部にも所属し、FLTAとして担当した科目は「日本語」ではなく、「インターナショナル・マーケティング」の授業の一部として開講されているものであった。したがって学生は、日本語や日本文化を学ぶためにこの授業を履修したのではない。同学部のCarla Martin学部長（当時）及びEddie Hand教授によれば（私信）、UAPBの学生たちはアメリカ以外の文化に意図的に触れる機会が少なく、メディアの影響で偏った知識を身に付けがちであるという。国際教育が進む中でも、特に都市部から離れたHBCUでは、アフリカ系アメリカ人の中で閉じられたコミュニティが形成され、外国語学習や他文化に対する興味が少ないという現状がある。また、海外渡航や留学に関心を抱いてはいるものの、人種的・経済的な問題から困難を感じる学生も多い。そのような中で、UAPBでは、学生に他文化に接する機会を提供し将来の活躍の場を広げてほしいという願いから、国際教育プログラムの発展に取り組んでいた。その一環として、2012年度にFLTAプログラムが初めて導入されたという。

したがって、報告者の授業も、日本語の習得を目的とするよりも、日本語での基本的な挨拶や自己紹介、ひらがなの読み書きのほか、学生たちが日本について知りたいと思うテー

マについての講義とディスカッションを行うという内容で実施した。毎回の授業では、日本の自動車、ファッション、音楽、経済、観光業、ビジネスのマナーといったテーマを設定した。授業は主に3年生を対象としており、社会人として仕事をしながら大学に通っている学生、退職後大学に通い始めた学生、子育て中で子どもと一緒に参加している学生など、幅広い年代の受講生がいた。ビジネス経営学部の学生だけではなく、日本のマンガやアニメに詳しい学生からの希望もあり、巻き寿司パーティや浴衣の着付け、映画鑑賞、マンガ講読、折り紙といった日本語の課外活動も定期的実施した。

2012～2013年度にFLTAとしてUAPBで実施した授業の概要は、以下の通りである。

- 科目名：インターナショナル・マーケティング (International Marketing)
- 科目番号：MKTG 4320
- 単位：3単位
- 科目概要：マーケティング理論を国際貿易に適用する。多国籍企業におけるマーケティングの問題点と視点を理解する。海外市場に関連したマーケティングを分析する能力を身に付ける。
- 担当教員：【秋学期】Eddie Hand、江口真規 (FLTA)
【春学期】Serena Breneman、江口真規 (FLTA)
- 実施期間：【秋学期】2012年8月25日～2012年12月8日
月曜・水曜・金曜 2限 (10:00-10:50)
【春学期】2013年1月9日～2013年5月4日
月曜・水曜・金曜 2限 (10:00-10:50)
- 対象：ビジネス経営学部マーケティング専攻3年生
- 受講者数：【秋学期】3年生5名、教員2名 (聴講)
【春学期】3年生25名

授業や課外活動を通して、学生との間で信頼関係を築き、また自由に議論できるような授業の雰囲気醸成することに、はじめは時間を要した。しかし、授業や研究室で互いのことを話したり聞いたりし、また同僚の教員と共に地域コミュニティのイベントや家族間の集まりに参加するなどして、学生や地域の現状を知るようになった。アメリカ南部に関しては、人種差別が根強く残り、貧しく、犯罪発生率が高いというネガティブな側面が強調される一方、「サザン・ホスピタリティ」(Southern hospitality)という言葉があるように、この土地に来た者を温かな気持ちで迎えてくれるような風土がある (Moore 2019)。

このような中で得られた学生たちとの対話の中で、次のような現状が明らかになった。

3.2 差別と教育の現状

UAPBの学生たちはアーカンソーや近隣の州の出身者が多かったが、中にはシカゴやロサンゼルスなど大都市出身の学生もいた。UAPBに来た理由としては、「HBCUに通うことで、アフリカ系アメリカ人として生きるプライドや自信を身に付けたい」という学生がいた。他の大学と比較した際のHBCUの教育の目的は、アフリカ系アメリカ人の歴史や文化を学び、そのアイデンティティを身に付け自己を肯定し、それ以外の多様性も同じように受け入れる姿勢を育むことである (Moore 2019)。

しかし、学生たちがUAPBを選んだのはそのような肯定的な理由だけではない。「高校までアフリカ系アメリカ人の人口が少ない地域に育ち、差別を受けてきたため、大学はアフリカ系アメリカ人の多い地域に行きたかったから」という理由で選択した学生もいる。パインブラフ市はアフリカ系アメリカ人の割合が高いことから、出身地よりも住みやすく感じ、卒業後も市内に残る学生もいる。家族の中で初めて大学に進学し、地元を離れ、大きなプレッシャーを感じているという学生もいた。

アフリカ系アメリカ人の学生たちの差別への不安は、日本語の授業内でも明らかになった。日本の都道府県や地理に関する講義を行った後、各自が日本の中で旅行に行きたい場所を調べ、想像上の旅程表を作るという課題を課した。その際に学生から、「日本に行ったら黒人は差別されるのか」という質問があった。この質問に対して、どのように答えることができるだろうか。

アフリカ系アメリカ人の学生たちは、アメリカ国内においても、自分たちが差別されないかどうか常に不安を抱えているという現状を知った。旅行先や居住地を選択する際にも、差別が少ないと思われる場所や、同じようにアフリカ系アメリカ人の多い地域を選ぶ傾向があるという。かつて訪れた国外の旅先で、「黒人だから」という理由で写真を撮られたことに対し、「自分は見世物ではない」とショックを受けた感想を語った学生もいた。

この質問を受けて、日本における人種差別の問題や、白人／黒人だけではない、在日韓国・朝鮮人やアイヌ民族、外国人、被差別部落など、日本社会の中の差別についても授業の中で説明を行った。学生たちは、「差別」については主に自分たちが受けているアメリカの人種差別だけを考えてしまう傾向にあったが、異なる社会では異なる差別があることを学んでいった。

これに関連して、UAPBでの学生の海外派遣の取り組みについて、アフリカ系アメリカ人の学生は、経済的な問題や、また家族の間での結び付きが強いことから、長期間アメリカを離れることにネガティブな反応が起こりやすく、海外留学は必ずしも促進されていなかった（Moore 2019）。しかし、アフリカ系アメリカ人学生のための海外留学奨学金制度が整備されてきたことから、UAPBでは毎年数名程度が半年～1年間程度留学するようになり、そのような学生の多くはアフリカへ行くことに興味を持っているという（Moore 2019）。

特に印象的であった、ある70代の学生の言葉についても述べたい。その学生は、働いて十分な貯金を得てから、大学でアートを学んでいた。若い頃には、大学に通うための経済的な余裕はなかったと言い、「我々ブラックには教育が必要なんだ」と話した。自分たちが置かれている社会的・経済的な状況を改善していくためには、教育しかないと訴え、UAPBの教育に携わっている報告者を励ました。しかし、教育が必要であるのは、差別を受けているアフリカ系アメリカ人だけだろうか。視点を転ずれば、人種差別を行ってきた側への教育も必要であると考えざるを得ないのである。

4. 日本における黒人歴史月間の取り組み

アーカンソーから帰国後、アフリカ系アメリカ人の学生たちの現状を知ってもらいたいと、フルブライトプログラムやアメリカ大使館の広報活動の一環としてUAPBでの経験を語る

機会を得た。2019年2月の黒人歴史月間⁶には、UAPBのPamela Moore博士を招聘し、秋田県と東京のアメリカ大使館において、アメリカの南部文化に関する講演会を開催した。講演者のMoore氏はミシシッピ州の出身で、政府機関や高等教育機関での活動を通じ、アメリカやアフリカの黒人の貧困に関わる国際問題と地域貢献活動に長年携わってきた。2019年にはUAPBのグローバル・エンゲージメント副学部長及び農学部助教を務め、高等教育と国際化、農業法を専門としている。

4.1 高大連携講座「平成30年度あきた異文化コミュニケーション講座～Black History Month in Akita～」(2019年2月17日於カレッジプラザ、秋田県秋田市)

本講座は、報告者が当時勤めていた秋田県立大学の高大連携講座として実施された。異文化交流を通じて高校生・大学生が知見を広め、英語学習のモチベーションを高めることを目的とし、アメリカの南部文化や人種差別、農業政策との関わりについて英語で学ぶ機会を提供した。講演は二部からなり、第1部は「アメリカ南部の歴史と文化」と題し、講義と音楽やダンスを取り入れた交流活動を中心に秋田県内の高校生を対象とした。第2部は「アメリカ南部の農業政策」と題し、高校生及び大学生・一般の参加者を対象に、アメリカ南部の農業政策(特にアーカンソー州の稲作)に関する英語の講演を行った。第1部には18名、第2部には19名が参加し、高校生や高校教員を中心に、県内外の大学生、大学教職員、書道家、公務員などが参加した。

講演会終了後に回答を依頼した参加者へのアンケートでは、次のような感想が寄せられた。以下、アンケートからの抜粋である。

- 黒人差別については授業やニュースで知っていたが、実際に黒人の人たちがどのように暮らしていたのか、今回の講座で初めて知ることができた。自分が黒人を差別する側にならないように、これからも勉強していきたい。(高校生)
- 地理の授業でアメリカの農業や歴史的背景を勉強していたので、内容が少し理解できた。(高校生)
- 曲[報告者注:講演中に紹介されたゴスペル・ブルースの代表曲“Let Your Light Shine on Me”]を聞いていて、多くの黒人達が公民権獲得に向けて盛り上がっていく様子も伝わってきた。(大学教員)
- 農業を巡る国際情勢に興味があったが、アメリカの農業や地方の暮らしについて大きく知見を広げることができた。今後の農業経済や農業政策の研究や将来の仕事に役立てたい。(大学生)
- 農業が様々な人の生活に少なからず影響を与えていることにもかかわらず、若い担い手が減っていることが日米共通の課題ということに少し暗澹とした気持ちになった。(大学職員)

⁶ 黒人歴史月間は、アメリカ連邦政府が指定する記念月間の一つであり、毎年2月に指定されている。その起源は、1926年に、ハーヴァード大学のアフリカ系アメリカ人の学者であったカーター・G・ウッドソン博士(Carter G. Woodson, 1875-1950)が、「ニグロ歴史週間」(Negro History Week)を提唱したことに始まる。ウッドソン博士は、この週間を設けることにより、全てのアメリカ国民が自らの民族的ルーツを見直し、相互を尊重することを目的としていた。2月が指定されたのは、奴隷解放宣言を行ったエイブラハム・リンカーン(Abraham Lincoln, 1809-1865)と、アメリカで影響力のあった道徳的指導者フレデリック・ダグラス(Frederick Douglass, 1818-1895)の誕生月であったからである。この期間には、地域社会や教育機関などにおいて、アフリカ系アメリカ人の歴史や公民権運動をテーマとする講演会やイベントが開催される(Short 2001)。

- 今回のような企画は、高校生にとってとても貴重な体験。高校生の家庭の経済状況を考えるとそう簡単に留学できるものではないため、このような講座でネイティブスピーカーの方がその国・地域の歴史や文化、課題などについて話をすることは、それを聞いた生徒にとって、今後の自分の将来を考えたり、地元地域について考えるとき、ヒントになることがたくさんあると思う。（高校教員）

高校生を中心に、アメリカの人種差別やアフリカ系アメリカ人の実際の生活の様子を、講演者から直接聞くことで、学校で学ぶ知識をより身近な問題として捉えることができるようになったと考えられる。また、アーカンソー州はコメの生産量が全米一であることが知られているが（Arkansas Farm Bureau 2021）、秋田県内の人口減少と近年の農業政策、アメリカ南部の綿花栽培における奴隷解放と農業の機械化など、異文化における問題と地域の課題とを結び付けて考えた参加者からの意見も挙がった。

4.2 在日米国大使館主催講演会「黒人歴史月間 アメリカ・ディープサウスへの探訪 – アメリカ南部に生きる：その歴史と現在」（2019年2月21日於白百合女子大学、東京都調布市）

この講演会は、アメリカ大使館が毎年2月に開催している黒人歴史月間の取り組みとして開催されたものである。アメリカの中でも最南部地域を示すディープサウス⁸のミシシッピ州に生まれ育ったMoore氏が、南部の文化や歴史、ネイティブ・アメリカンやイタリア系・ユダヤ系・アジア系を含む人種の多様性、また独自の風土を活用した地域政策について、自身の体験を交えながら同時通訳付きの講演を行った。

日本では知る機会の少ないディープサウスについて直接に話をうかがえるということもあり、会場は中学生から一般参加者を含め定員の80名満員となった。当時のアメリカはトランプ政権下であり、アメリカ社会で起こっている分断に対する関心、また南部の文化・社会についての情報が日本では得られにくい状況を反映していたと考えられる。講演会後には、Moore氏と英語・日本語での質疑応答が交わされた。

5. 終わりに：誰がアフリカ系アメリカ人について語るができるのか

東京での講演会の中で、Moore氏は、同じくミシシッピ州出身のノーベル文学賞作家、ウィリアム・フォークナー（William Faulkner, 1897–1962）の小説『アブサロム、アブサロム！』（*Absalom, Absalom!*, 1936）の中の一節を引用した。

“Tell about the South. What’s it like there. What do they do there. Why do they live there. Why do they live at all” (Faulkner 1995: 174)

（邦訳：南部の話をしてくれよ。南部はどういうところなの。南部ではどういう暮らしをしているの。どうして南部なんかに住んでいるんだい。それより、そもそも南部の人はなぜ生きているんだい）（フォークナー2012: 21–22）

この小説の主人公と同じように、ミシシッピ州で生まれ育ち、ハーヴァード大学に進学し

⁸ ディープサウス（Deep South）は、アメリカ深南部を示す地理的な用語として、またその地域一帯で共有される歴史や伝統、信条や習慣を表すものとして、主にルイジアナ州、ミシシッピ州、アラバマ州、ジョージア州、サウスカロライナ州一帯を示すが、テキサス州、アーカンソー州、テネシー州、ノースカロライナ州、フロリダ州が含まれることもある（Birdsall & Florin 1998; United States Embassy in Japan 2019）。

た Moore 氏は、同じように南部の話聞かせてほしいと言われることが多いという。興味深いことに、日本人である報告者にも、度々同じ質問が投げかけられることがある。南部にいたことを知ると、その経験を聞かせてほしいと言われるのである。アメリカ人であっても、南部やアーカンソー州にはほとんど行ったことがないという人が多いことも知った。

アメリカ南部での人種差別の現状を目にして、逆説的ではあるが、日本国内の、あるいはより身近な、大学の中や教室の中、自分の住んでいる地域、隣人の間に潜む差別の問題の重要性により向かい合っていかなければならないと考えるようになった。アーカンソー州パイナブラフ市のアフリカ系アメリカ人の生活を「代弁」して語ることは、簡単なことではない。しかし、報告者が体験したことを伝えていかなければ、その現状は語られないままである。日本においても、アメリカの地域社会における HBCU の歴史や現状を伝えることで、多文化共生への取り組みや身近な差別に目を向けるきっかけの一つとなるだろう。

6. 謝辞

本教育活動に多大なご支援・ご協力を頂いた日米教育委員会、在日米国大使館、アーカンソー大学パイナブラフ校、秋田県立大学、筑波大学の皆様に、この場を借りて感謝の意を申し上げます。

なお、本発表は、以下の口頭発表に加筆・修正を行ったものである。

- Eguchi, M. 2019. Bridging Akita and the American Deep South: Teaching cultural diversity in local universities and communities. Invited lecture at Akita JALT Chapter Meeting, Yugakusha, Akita, 27 April, 2019.
- 江口真規 (2021) 「歴史的黒人大学における多文化共生の取り組み：アーカンソー大学パイナブラフ校での日本語教育を通して」筑波大学人文・文化学群日本語・日本文化学類第 3 回シンポジウム「地域社会と多文化共生」、オンライン開催、2021 年 2 月 6 日

参考文献

- 生田綾 (2019) 「「日本だから例外」にはならない。日清 CM 騒動から考える、マイノリティーを描くということ」『ハフポスト』2019 年 2 月 23 日
https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_5c6e55a5e4b0e2f4d8a2c5bd (2021 年 10 月 1 日最終アクセス)
- 生田綾 (2020) 「黒人を描いた NHK のアニメ動画はなぜ差別的で、『許されない』表現なのか」『ハフポスト』2020 年 6 月 11 日
https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_5ee0a01bc5b6faafc92b76de (2021 年 2 月 5 日最終アクセス)
- 坪池順 (2020) 「私たちが日本で Black Lives Matter を訴える理由。東京で 3500 人がデモ行進」『ハフポスト』2020 年 6 月 17 日
https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_5ee595d1c5b6f20b4d0e8d5b (2021 年 11 月 12 日最終アクセス)
- フォークナー、ウィリアム (2012) 『アブサロム、アブサロム!』藤平育子訳、岩波書店

パターソン、ジェームズ（2010）『ブラウン判決の遺産：アメリカ公民権運動と教育制度の歴史』慶應義塾大学出版会、2010年

山本伸・西垣内麿留美・馬場聡編著（2020）『ブラック・ライブズ・スタディーズ：BLM運動を知る15のクリティカル・エッセイ』三月社

- Arkansas Farm Bureau. 2021. Arkansas Agriculture: Rice. <https://www.arfb.com/pages/arkansas-agriculture/commodity-corner/rice/> (accessed 25 June, 2021).
- BBC. 2019. Naomi Osaka: Noodle company apologises for 'white-washing.' BBC, 23 January 2019. <https://www.bbc.com/news/world-asia-46972920> (accessed 5 February, 2021).
- Birdsall, S. and Florin, John. 1998. The Deep South. "An Outline of American Geography." United States Department of State. <https://americancenterjapan.com/aboutusa/translations/3522/#enlist> (accessed 1 October, 2021).
- CQ Press. 2011. City Crime Rankings 2010-2011. <http://os.cqpress.com/citycrime/2010/citycrime2010-2011.htm> (accessed 5 February, 2021).
- Faulkner, W. 1995. "Absalom, Absalom!" London: Vintage.
- Gavazzi, S. and Gee, G. 2018. "Land-Grant Universities for the Future: Higher Education for the Public Good." Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Goins, J. 2021. Why is the spotlight on HBCUs? It's more than just Vice President Kamala Harris. Chicago Tribune, 16 March 2021. <https://www.chicagotribune.com/business/careers-finance/sns-hbcu-spotlight-kamala-harris-20210316-f7rq3d4qwfq47py5t5i7rtor4u-photogallery.html> (accessed 25 June, 2021).
- Institute of International Education. 2021. Fulbright Foreign Language Teaching Assistant (FLTA) Program. <https://foreign.fulbrightonline.org/about/flta-program> (accessed 25 June 2021).
- Minor, J. 2008. A contemporary perspective on the role of public HBCUs: Perspicacity from Mississippi. The Journal of Negro Education, 77/4: 323-335.
- Moore, P. 2019. Journey through the American Deep South --- Past and Present: Reflections and Memories from a Southern Perspective. Paper presented at Symposium on Black History Month 2019, Shirayuri Women's University and U.S. Embassy in Japan, 21 February, 2019.
- National Center for Education Statistics. 2021. Accredited HBCU Listing. <https://nces.ed.gov/COLLEGENAVIGATOR/?s=all&sp=4&pg=1> (accessed 25 June, 2021).
- Short, D. 2001. Black History Month. "Celebrate! Holidays in the U.S.A." United States Department of State. <https://americanenglish.state.gov/resources/celebrate-holidays-usa> (accessed 1 October, 2021).
- United States Census Bureau. 2011. Majority of the Black Population Lived in the South. <https://www.census.gov/newsroom/blogs/random-samplings/2011/11/majority-of-the-black-population-lived-in-the-south.html> (accessed 25 June, 2021).
- United States Census Bureau. 2021a. Map Showing the Distribution of the Slave Population of the Southern States of the United States Compiled from the Census of 1860. https://www.census.gov/history/pdf/1860_slave_distribution.pdf (accessed 25 June, 2021).

- United States Census Bureau. 2021b. Race and Ethnicity.
<https://data.census.gov/cedsci/profile?q=United%20States&g=0100000US> (accessed 5 February, 2021).
- United States Embassy in Japan. 2019. History and Hospitality Converge in American Deep South. American View. <https://amview.japan.usembassy.gov/en/history-and-hospitality-converge-in-american-deep-south/> (accessed 1 October, 2021).
- University of Arkansas at Pine Bluff. 2012. UAPB Quick Facts Fall 2012.
- University of Arkansas at Pine Bluff. 2021. Historical Overview.
http://www.uapb.edu/about/historical_overview.aspx (accessed 25 June, 2021).
- Whayne, M. et al. 2002. "Arkansas: A Narrative History." Fayetteville: University of Arkansas Press.

University of Tsukuba
Journal of
International and Advanced
JAPANESE STUDIES
Volume 14 / February 2022

Table of Contents

<http://japan.tsukuba.ac.jp/research>

Articles

- Teruo HIRASAWA 1
“Second Startup” and Survival Strategy of a Regional Small and Medium-sized Enterprise
in the Company Town, Hitachi City, Japan:
A Case Study of Sanyu Co., Ltd.
- Yuka OMOYA & Marie ASO 23
Subjective Integration and Personal Network Structures of Migrants:
The Perspective of Brazilian Residents in the Tokai Area

Research Notes

- Aashlesha MARATHE 40
Comparative Psychological Study of Narratives in
Native Marathi and Acquired Japanese Language
- Nina ŽDANOVIČ 66
“Half-Place, Half-Consciousness”:
The (re)construction of Home and identity among migrants
- Mariia KALIANOVA 77
A Framework for Corporate Social Responsibility and Advertising:
A Case Study of Japanese Mobile Companies
- Takako MAEGAWA 91
On Chinese Students’ Perceptions of Japanese Opinion Writing:
From the Perspective of Writing in their Mother Tongue

Practice Report

- Maki EGUCHI 105
History and Education in Historically Black Colleges and Universities in the Southern U.S.:
Teaching Japanese Language and Culture at the University of Arkansas at Pine Bluff

The *Journal of International and Advanced Japanese Studies* is published by the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. The *Journal* aims to promote open debate through publishing the results of leading research in Japanese Studies and welcomes submissions from the perspectives of cross-national and international studies (encompassing politics, economy, society, media and information studies, culture, linguistics and pedagogy, the arts, and literature).

The *Journal of International and Advanced Japanese Studies* aims at contributing to the development of research involving Japanese Studies, Japanese Linguistics, International Comparative Studies, and International Studies.

Notice Regarding Copyright

The copyright for the content of each submission rests with its respective author(s), and they take full responsibility for the content of their submission, including quotations and usage permission. Except where copyright privileges are explicitly indicated to be held by the author(s), the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba, holds the copyright for this *Journal* and its related content posted on the Program's website (<http://japan.tsukuba.ac.jp/research/>).

Journal of International and Advanced Japanese Studies, Volume 14

[Editorial Board]

Cade Conlan BUSHNELL (Editor-in-Chief)

Masakazu FUKUZUMI

Katsunori SEKI

Leslie TKACH-KAWASAKI

Ruth VANBAELEN

[Student Committee]

Haruka ABE

Yoshimi FUKUMURA

Drew SPAIN

.....
Published on February 22, 2022

Edited and Published by

Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies,
Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences,
University of Tsukuba

Typesetting by:

Inamoto Printing Co., Ltd.

Telephone: 029-826-1221

Copyright ©2022 by the Master's and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies, Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences, Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba. All rights reserved.

Journal of International and Advanced JAPANESE STUDIES

Volume 14 / February 2022

Articles

- Teruo HIRASAWA
“Second Startup” and Survival Strategy of a Regional Small and Medium-sized Enterprise
in the Company Town, Hitachi City, Japan:
A Case Study of Sanyu Co., Ltd.
- Yuka OMOYA & Marie ASO
Subjective Integration and Personal Network Structures of Migrants:
The Perspective of Brazilian Residents in the Tokai Area

Research Notes

- Aashlesha MARATHE
Comparative Psychological Study of Narratives in Native Marathi and Acquired Japanese Language
- Nina ŽDANOVIČ
“Half-Place, Half-Consciousness”: The (re)construction of Home and identity among migrants
- Mariia KALIANOVA
A Framework for Corporate Social Responsibility and Advertising:
A Case Study of Japanese Mobile Companies
- Takako MAEGAWA
On Chinese Students’ Perceptions of Japanese Opinion Writing:
From the Perspective of Writing in their Mother Tongue

Practice Report

- Maki EGUCHI
History and Education in Historically Black Colleges and Universities in the Southern U.S.:
Teaching Japanese Language and Culture at the University of Arkansas at Pine Bluff

Master’s and Doctoral Program in International and Advanced Japanese Studies,
Degree Programs in Humanities and Social Sciences, Graduate School of Business Sciences,
Humanities and Social Sciences, University of Tsukuba