

国際英語論からみたフィリピン英語留学における商品としての英語教育の考察

Study Abroad Programs in the Philippines: the construction of English Education as a commodity

渡辺 幸倫

国際英語論からみたフィリピン英語留学における
商品としての英語教育の考察
Study Abroad Programs in the Philippines:
the construction of English Education as a commodity

渡辺 幸倫

WATANABE, Yukinori

Abstract

According to the Department of Tourism, Philippines, the number of Japanese students in English language programs in the Philippines has increased from 4,000 in 2010 to 35,000 in 2015. This increase is significant, especially since Japanese students tend to prefer native speaker accents of English, especially American English over nonnative speaker accents such as Philippine accent (Hanamoto, 2010). Although this apparently inconvenient choice of study-destinations has been explained mainly by the Philippines' price advantage and one-on-one based instruction (Haisa & Watanabe 2013), more attention should be paid to their main commodity, or English language. In this study, the discourse of commodification of English in the English school industry in the Philippines is analyzed by using promotional materials of English schools and semi-structured interview of students and teachers. The analysis revealed that 1) the theory of English as a Lingua Franca (ELF) is used to make English that is taught at schools more authentic. 2) the Philippines' sociolinguistic characteristics are used to make the Philippines more legitimate place to study English by utilizing World Englishes (WE) theory. The analysis also suggested that English is shifting from a monopolized product of native speakers and English-speaking countries to a commodity that can also belong to countries such as the Philippines and Japan. This implies that after decades of effort that are made by many scholars and practitioners in Japan to promote ELF and WE ideologies in English classrooms (Honna & Takeshita 1998), Japanese learners are finally finding ways to include themselves as legitimate users of English language. In conclusion, the process of commodification of English in the study abroad industry in the Philippines is accelerating the change in positioning of English language among Japanese learners.

キーワード

フィリピン英語留学、英語の商品化、World Englishes、English as a Lingua Franca、マーケティング

はじめに

日本の英語教育の現場で「ネイティブ志向」型英語教育観を転換し、World Englishes (WE) (Kachru, 1992)、English as an International Language (EIL) (Smith, 1983)、English as a Lingua Franca (ELF) (Jenkins, 2007) などの国際英語論を中心にした英語を教えるべきだと唱えられはじめてすでに 20 年以上となる (Honma and Takeshita, 1998、塩澤ほか, 2016)。近年はクラス単位で行われている小規模な実践の報告にとどまらず、大学単位での実践も報告されるようになった (Okada *et al.*, 2015)。それにもかかわらず学習者の英語に対する態度の研究では、アメリカ英語を強く志向することが指摘され (Hanamoto, 2013)、留学先についても「完璧なアクセント」を身につけるためにもアメリカやイギリスのような英語国に身を置くべきと信じられている (Piller *et al.*, 2010)。その一方、フィリピン観光省 (2016) によればフィリピンに英語留学をした日本人の数は 2010 年の 4,000 人から 2015 年の 35,000 人へと 8 倍に増えたと報告され、この現象についての調査報告がここ数年なされている (渡辺・羽井佐, 2014, 2015, 尾崎, 2016 など)。フィリピンで話される英語はいわゆるネイティブ英語とは異なる特徴を持つため (河原, 2002)、「ネイティブ志向」型英語教育観の影響の強い日本では、価値あるものとして受け入れられないはずであった。そのためこの変化は国際英語論の観点からはネイティブ志向からの脱却という「成果」として見ることはできるはずであるが、その仕組みについては十分な説明がなされていない。

一方、近年新自由主義的競争原理が広がる中で言語や教育の「商品化」についての積極的な議論がなされるようになってきている (Heller, 2003, Cameron, 2012, 瀬尾ほか, 2015)。特に、英語や英語教育の商品化の議論では、言語としての英語がいかに経済的、社会的、個別的な価値をまとうことで「商品化」され、学習者がどのような対価を払い「消費 (= 学習)」しているのかの解明が中心課題となる (Piller *et al.*, 2010)。英語がどのように商品化されどのように消費されているのかという市場モデルからの検討は一般的な教育モデルとは異なる理解を提供してくれるという点で有用であろう。

以上を踏まえ、本研究では、言語の商品化という立場からフィリピン英語留学における商品としての英語に付加されていく個別の価値に関わる言説を国際英語論の進展を念頭に整理し、その仕組みを考察する。具体的には、フィリピン留学を扱う企業 (学校、留学エージェントなど) が英語や英語教育の提供にあたってどのようなマーケティング戦略をとっており、その中で「国際英語論」はどのように利用されているのか、といった問いを、パンフレットや Web サイトなどの宣伝資料に現れる言説に加えて学生、教師などへのインタビューによって分析する。これによって急増する日本からのフィリピン英語留学者が、消費するに値すると判断している商品としての英語の特徴を探りたい。

なお、分析のための資料は、パンフレットなどについてはフィリピン留学普及協会¹⁾による留学フェア（2013-2017）に参加していた学校及び留学エージェントを中心に収集し、Web サイトはこれらの学校やエージェントを起点に閲覧していった。またインタビューは、本稿の依拠する二つの助成による研究プロジェクト²⁾で実施した者全体として、録音・録画を含むフォーマルなインタビューとした。これに加えて、フィールドワークとして、2014年に短期留学を2回（2週間、1週間）、期間中はほぼ毎年現地の学校を訪問し担当者などに聞き取り調査を行った³⁾。

1. フィリピンにおける寄宿舎型の英語学校

本稿が対象とするフィリピン英語留学は2000年前後から韓国資本の学校によって主導され、2012年ごろからは日本資本の学校の参入も始まった。現在は500校を超える学校に年間10万人が留学しているとされる。フィリピン英語留学は、日本の教育基本法にみられるような「人格の完成」や「心身ともに健康な国民の育成」といった考え方とは異なる文脈で発展してきた。当初から私企業としての語学学校による市場原理に基づいた学習者獲得競争の側面が強く、何よりも「欧米に比べて割安な英語留学」という価格優位性が強調されている（渡辺・羽井佐, 2014）。しかし、その発展の過程では、学習者のニーズにこたえるために、マンツーマン指導の導入といった教授方法の工夫、スパルタ式やリゾート型などのカリキュラム開発といった英語学習に直接かかわる点だけではなく、宿舎の充実（個室、プール、食事・掃除・洗濯の提供、Wi-Fiの設置など）、ボランティア活動やインターンシップの提供などが行われてきた。さらにインターネット上で得られる情報の充実や留学エージェントの増加により、各学校の提供するプログラムの比較一覧性が高まりフィリピン留学市場での学校間競争はさらに激化している。学校間の競争過程は、英語の商品化の観点からは、英語教育をいかに魅力的な商品とし、消費者（学習者）へと浸透させるのかという企業努力の過程と理解することができる。

一般にフィリピン英語留学の分類は、学校選択に還元された上で、カリキュラムの側面から、スパルタ（英語の授業時間が多く、自由時間が少ない）とリラックス（英語の授業時間が少なく、各種のアクティビティと組み合わせられる）という軸と、地理的側面から日本からのアクセスがよく都市生活を享受できる都市型と値段が安くのんびりした雰囲気の地方型（あるいはリゾート）という軸の2軸で考えられることが多い。しかしこの分類では、教え

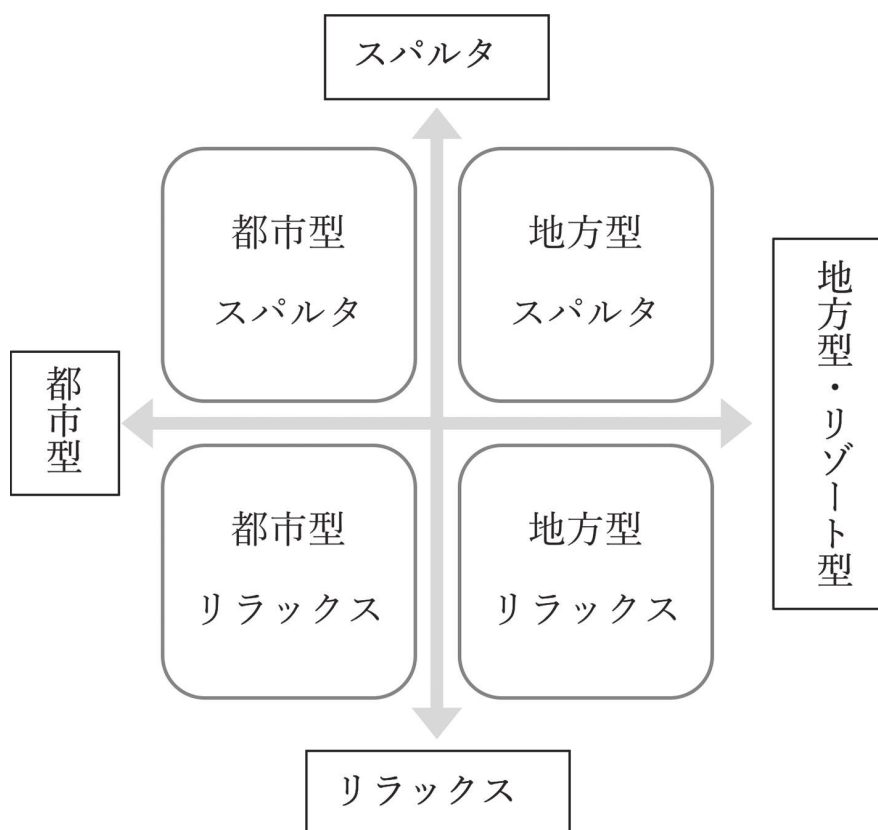
1) 同協会はフィリピン観光省の後援によって設立された財団法人で、フィリピン観光省との協力の下日本国内で各種のセミナーやイベントなどを運営している。

2) 相模女子大学特定研究助成費（B）「フィリピン英語留学が言語態度に及ぼす影響：継時的インタビュー及び参与観察を手掛かりに」2013年度-2014年度（代表：羽井佐昭彦）、科学研究費基盤研究（C）「フィリピン英語留学における教室内談話の分析：共通語としての英語使用の観点から」2015年度-2017年度 15K02767（代表：羽井佐昭彦）

3) 調査の詳細は上記両研究助成の報告書を参照のこと。

られる英語と英語教育そのものの様相はみえてこない。

図1 一般的なフィリピン英語留学の分類



2. 英語を学ぶ「場」としてのフィリピンについての言説：“English is an official language in the Philippines”

2.1. 「英語公用語」が付与するフィリピン英語留学の価値

フィリピン留学の魅力として、価格競争力、マンツーマン教育に加えて、英語が公用語というフィリピンの社会言語学的な特徴があげられる（渡辺・羽井佐，2014）。ほぼすべての学校や留学エージェントがフィリピンでは英語が公用語であることに言及しており、これに加えてアルク社の発行するフィリピン留学情報誌のように Pearson English Business Solutions (2013) による英語力の国際比較調査の結果（1位）を示し、フィリピン人の英語力の高さを印象付けている例も多い（アルク，2016）。これらを理由に講師は、英語の非母語話者（Non-Native English speaker：NNES）ではあるものの高い英語力を持つこと、学校外でも英語が通用すること（学んだ英語をすぐに実践できる）を強調し、英語学習の場としてフィリピンが適切な場であると説明している。図1はフィリピン留学普及協会によるもので、ここにも英語が公用語であることや、「英語人口は、世界3位！」という記述が確認できる⁴⁾。

4) 図2の下線は筆者（図3－6も同じ）。なお、「3位」の基準は明示されておらず詳細は不明。

図2 フィリピン留学入門(フィリピン留学普及協会, 2017)

英語人口は、世界3位！

先ず、フィリピンが英語圏であるという事実をご存知ですか？もちろんタガログ語やセブアニア語、ビサヤ語等のますが、TV、新聞、映画、公共施設、レストラン、ホテル等街中いたる所で、流暢な英語を広く利用しています。

フィリピンは、英語を公用語としている国の中で世界に三番目に英語を話す人が多い国です。

(1位パキスタン 2位ナイジェリア)

又、他の英語圏の企業のコールセンターもフィリピン人の高い英語力と人件費の安さから多くの海外企業が進出しフィリピン人の英語の実力が高い事が分かります。高い教育を受けたフィリピン人は、100%英語を流暢に喋りますを受けられない人たちは、あまり英語は喋れません。)

又、フィリピン人講師は、フレンドリーで同じアジア人なのでネイティブの先生より話しやすく分かりやすい英語

図2のCIPLSはセブにある英語学校で、歴史も古くこれまで5万人を超える留学生を受け入れてきた代表的な学校である。同校のパンフレットでも学校自体の紹介よりも前(表紙の見返し)にフィリピンの社会言語学的な特徴が詳しく説明されており、英語を学ぶ場所としてのフィリピンの正当性が主張されている。

図3 CPILS (Center for Premier International Language Studies) (セブ) のパンフレット (2016)

英語が第二言語として使われている社会的環境

フィリピンでは母国語と共に英語が公用語として国内で広く使われています。現地の学校では幼稚園から大学への教育媒体として英語を使っているため、一定の学歴を持った現地の人は母国語に近い英語力を習得しています。たとえば、ホテル、銀行、病院、レストラン、ショッピングセンターなど外国人旅行者が利用する公共施設では、地元住民との英語による交流がとても簡単であることが分かります。街中でも毎日のように英字新聞20種類以上が販売され、テレビ、ラジオ、映画なども英語で放送されております。その中でもアメリカ英語は留学生や地元の人達にとっても人気があります。人々は最新の映画を見るために、毎日のように映画館に足を運びます。上映される映画には、字幕スーパーも母国語への吹き替えもなく、英語のまま観て楽しむのが一般的です。このように英語が溢れている社会環境に加え、フィリピン人の国民性でもある陽気で明るく誰にでも親切にする精神が多くの外国人や留学生を魅了します。

このように「英語が公用語である」という社会言語的状況の説明には、アメリカやイギリスのような伝統的な英語留学先に劣ると考えられがちな英語学習の場としてのフィリピンの価値を高める役割が期待されていると見てよいだろう。

2. 2. World Englishes 論から見たフィリピン留学で学べる英語

「英語が公用語」という説明は、「英語が国語」との対比として表現されており、Kachru (1992) の WE 論における Outer Circle と重なりとみて良い。Kachru のモデルでは、Outer Circle の国や地域（インド、シンガポール、フィリピンなど）は、英語を国語とする国々（Inner Circle: アメリカ、イギリス、カナダなど）から提供を受けた規範を独自に発展（Norm Developing）させているため、これらの国や地域での英語使用は正当であるとした。

図4 フィリピン英会話研修センター（PICO）（マニラ）のパンフレット（2017）

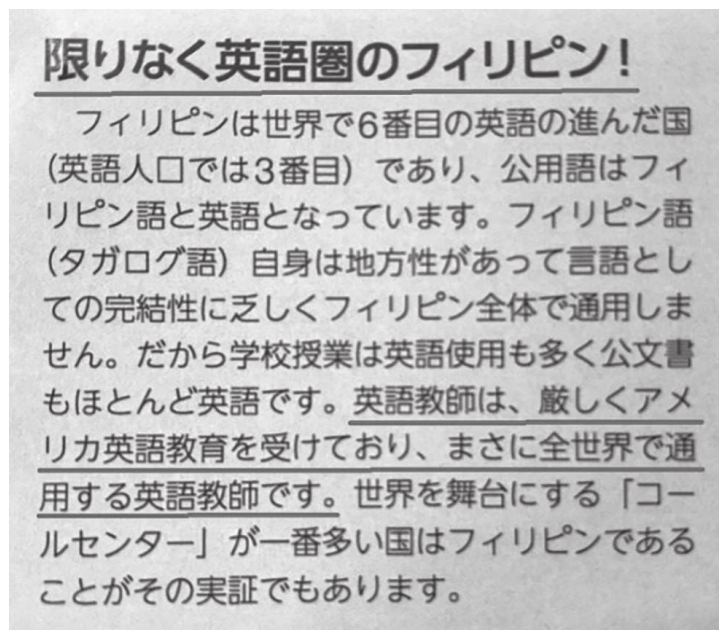


図4のパンフレットの「限りなく英語圏」という表現は、フィリピンが英語圏ではないという表現になっているが、文脈から見るとフィリピンは Kachru の Inner Circle には含まれないが、Outer Circle として正当性を持った英語使用が行われていると読むことができる。また、「英語教師は、厳しくアメリカ英語教育を受けて」きたことが教師の正当性につながっているという認識も同時に示されている。フィリピンは英語を学ぶ場所として正当で、そこで学べる英語は世界的に通用度の高い「アメリカ英語」であると価値付けされていることがわかる。

教師たちへのインタビューでも、「どのようなアクセントの英語を教えているのか」という問いに対しては、ほぼすべての者が「アメリカ英語である」と即答し、「自分たちは学校でアメリカ英語を学んでいたし、現在もアメリカ英語のテレビや映画などの娯楽に接することが多く、学生も当然のようにアメリカ英語を求めている」と語る者が多かった。ただし、確かにフィリピン人講師はアメリカ英語を規範とした高い英語力を持つとされるが、一般社会で話されている英語はフィリピン独自の特徴を持つものである。これを WE 論が示す Inner Circle と Outer Circle における規範の関係に当てはめれば、フィリピン留学で学べる英語はアメリカ英語の提供する規範をフィリピンで公用語として使用しながら発展させた英語と肯定的に見ることもでき得るはずであるが、この点はあまり強調はされず、アメリカ英語と

の近さに力点が置かれている。ここでは旧来の日本における英語観に適合するように学習者のニーズがアメリカ英語志向にあることを認めたうえで、「フィリピンではアメリカ英語を学べる」とする方策が観察できる。

英語が公用語であるという説明は、同時にフィリピン人の教師が英語の NNES であることも示唆しているが、教師が NNES として英語を学習したからこそ、日本人学習者がつまづきやすい点に気がつき適切なサポートをしてくれるのだといった説明が学校や留学エージェントの宣伝資料や留学体験談（太田 2011 など）でなされている。このような考えは、羽井佐（2014）によるフィリピン留学経験者へのインタビューの「英語ネイティブの先生は英語に慣れすぎちゃって、どこがわからないのかわからないというようなところがあるけど、フィリピンの先生はそういうところがなくて、わからないところがわかるっていう」（25 歳女性）という語りに代表されるように、学習者にも相当程度浸透している。しかし、フィリピンで英語が公用語として使われている状況については、街中での買い物の際などに話したフィリピン人に「英語が通じないことが多かった」と語り、事前に得ていた情報との落差を感じていた者もいた（羽井佐昭彦，2017）。このように、学校内外で様々な英語力の者が公用語として英語を使用しているという現実を多角的に経験しながら、英語を学ぶ場として Expanding Circle と異なる Outer Circle の特徴を確認しているとみることができるだろう。

2.3. World Englishes 論からみたアメリカ留学とフィリピン留学の対比

フィリピン英語留学は WE 論を援用することで商品としての価値を高めていることを述べたが、この Kachru (1992) のモデルでは上述の Inner Circle、Outer Circle に加えて外国語として使う地域（日本や韓国など）を Expanding Circle として最周縁に位置づけ、Expanding Circle に属する人は Inner Circle が提供し Outer Circle で発展させられた規範に依存（Norm Dependent）するとしている。この枠組みが内包する日本の学習者へのメッセージを、どのような商品（英語）が、どこで、どのように、誰に、誰が販売しているのかという観点から整理すれば次のようになる。

表 1 World Englishes 論からみたアメリカ留学とフィリピン留学の対比

	アメリカ留学	フィリピン留学
目標となる英語 （主商品）	英語の規範である国語 としてのアメリカ英語	アメリカ英語に基づいて フィリピンで発展した英語
英語学習環境 （商品提供場所）	Inner Circle	英語使用圏として正当な Outer Circle
教師 （商品提供手段）	規範の体現者である ネイティブスピーカー	高度な英語運用能力を持つ ノンネイティブスピーカー
学習者の出身地 （消費者）	日本・韓国など	Inner Circle が提供し Outer Circle で発展 させられた規範に依存する日本・韓国
学校運営者 （販売者）	アメリカ資本中心	Expanding Circle である 韓国・日本資本中心

WE 論の影響を受けたとみられる「フィリピンでは英語が公用語」言説は、学習環境として Outer Circle は正当であるとした点で画期的であったが、「アメリカ英語」を学ぶ場としてフィリピンの正当性を訴求しているという限界があり、「安価な代替物としてのフィリピン留学」という枠を超えることができていない。つまり、英語使用圏を「中心・周辺」という同心円状に配置し、「周辺は中心に依存する」という枠組みとしているため、Expanding Circle である日本出身の学習者は規範依存的存在と規定され、フィリピンの英語学校を通して示される英語の規範に対して従属的な立場に固定されてしまう恐れがあることを指摘したい。

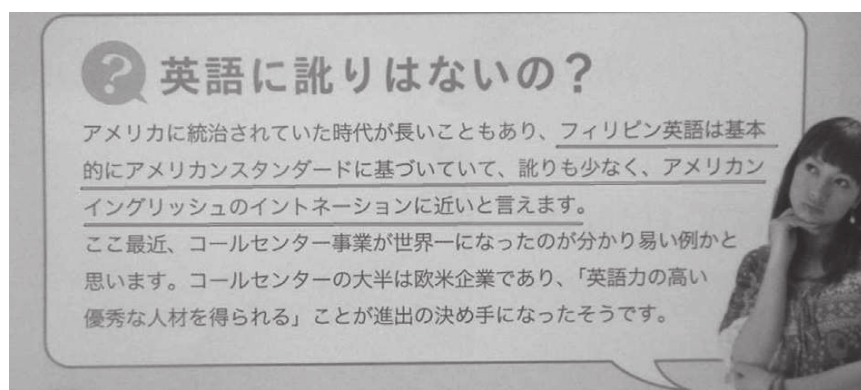
ただし、このようにアメリカ留学とフィリピン留学の対比は留学エージェントやフィリピン留学全体の紹介本などでは未だになされることが多いものの、各学校レベルでは本研究を始めた 2013 年ごろに比べて本稿執筆時の 2018 年 1 月には減少している。これは日本市場参入当初には、各学校が各留学検討者に対して、自校での英語留学の特長を「フィリピン留学」対「米英留学」の枠組みで情報提供をしていたのに対して、現在はフィリピン留学が留学検討者の間で一定の認知を得られたという判断から、各学校の宣伝は他の在フィリピン英語学校との比較の中で特徴を切り出していると解釈できる。この数年での、フィリピン留学を取り巻く環境の変化とそれに伴う宣伝の戦略の変化を読み取ることができるだろう。

3. フィリピンで学べる英語の正当化についての言説 : Philippine English $\rightleftharpoons$ American English から English as a Lingua Franca へ

3.1. フィリピンで学べる英語の現状を肯定する考え方

フィリピンで話されている英語はアメリカ英語の強い影響を受けているものの独自の発展を遂げた英語である。このような認識はフィリピン留学予定者の間でもフィリピン英語に「なまりがある」という形で広く共有されている (Haisa and Watanabe, 2013)。このような傾向に対して、多くの語学学校や留学エージェントは、先述のように「フィリピンではアメリカ英語を学べる」と強調する。下の例は MK Education International (イロイロ市) のパンフレットからの引用だが、フィリピンで学べる英語がアメリカ英語であることを主張するために、アメリカによる支配の歴史をとりあげ、さらに英語による北米向けコールセンターが多く設置されていることをフィリピン人の (アメリカ) 英語力の高さの傍証としている。

図 5 MK Education International Language School (イロイロ) のパンフレット (2014)



しかし、近年はアメリカ英語という規範ではなく、「通じる」英語という機能を学ぶという語りが見られるようになってきている。図6は「フィリピン留学情報」のWebサイトの一部である。「フィリピン留学情報」は、Web主体の留学エージェントで、フィリピン各地の特徴にはじまり、紹介できる学校の細かいデータを示し、学校の選び方を解説している。同サイトでもフィリピン留学のメリットの一つとして「東アジア最大の英語国家」という項目を設け、英語が公用語である点を強調しているが、「フィリピン英語の訛り」という項目では、前項で見たような多様な英語が話されている英語公用語の現実をつぶさに紹介したうえで、「フィリピン訛り程度の発音の正確さで十分通じる」「70%の正確さの発音で通じているならばすでにコミュニケーションツールとしての役割は果たしています」と説明し、現在の英語の役割はネイティブを必ずしも相手としない「非ネイティブ同士のコミュニケーションツール」となっていると主張している。

図6 フィリピン英語の訛り（フィリピン留学情報, 2017）

必要なのは「通じる」発音
MENU

百歩譲ってフィリピン訛りが身に付いたとしましょう。ですが困ることはありません。なぜならば、フィリピン人たちはフィリピン訛りの英語でアメリカ人などと十分やり取りができています。それはつまり、フィリピン訛り程度の発音の正確さで十分通じるということです。

日本人は異常なまでに完璧主義ですので、発音も100%の完璧でないとダメみたいに考えます。ですが実際に必要なのは通じる程度の正確さの発音です。テレビに出てくる外国人タレントを見てください。日本語の発音が100%完璧な人など一人もいません。ですが十二分に通じています。発音に100%は必要ないのです。

目的はコミュニケーション

完璧な発音

100%

70%

通じる発音

↑

通じればOK

もちろん、発音は正しいほうが良いに決まっています。ですが言語とはコミュニケーションを取るための単なる道具です。70%の正確さの発音で通じているならばすでにコミュニケーションツールとしての役割は果たしています。

すでに道具として十分なレベルにあるのに、100%ではないからとフィリピン留学を心配し、100%に近づけるために留学先をわざわざアメリカにする必要性が果たしてあるのでしょうか？

もはやアメリカ語ではない

もう一つ考えて欲しいのは現在の国際社会における英語の役割です。かつての英語はその名の通り、イギリス人やアメリカ人など英語ネイティブとのコミュニケーションツールでした。やり取りをする相手が英語ネイティブでしたので、ネイティブの発音が求められました。

しかし現在の英語は対ネイティブ以上に非ネイティブ同士のコミュニケーションツールです。日本人、イラン人、ブラジル人など母語を共通としない人同士がやり取りをするための道具です。そして、そこで使われる発音は必ずしもネイティブの発音ではありません。

例えばフィリピンの学校では、視察に来た日本人のエージェントと、韓国人の学校経営者と、フィリピン人の事務スタッフが、それぞれ日本訛り、韓国訛り、フィリピン訛りの英語で商談をしています。

同じく、星野（2013）はアジア英語留学全般という文脈ではあるが、あこがれが語学学習の強い動機付けになり得ることを認め欧米へのあこがれが強い人には欧米留学を進める一方で、英語を欧米文化から切り離し短期間で効率的に学ぶことを目的とする人にアジアへの英語留学を勧めている。これは従来型のアメリカ英語や「白人」教師を志向する英語観の中では、極めて発想にくいアドバイスだろう。

49

これらに対応するように、Haisa and Watanabe (2013) のインタビューでは、大半の留学予定者がフィリピンアクセントについて心配しておらず、なかには「もしフィリピンアクセントになったとしても、英語でコミュニケーションできるならそれで良いと思う」という者もいた。このような態度は、これまでの研究で示されてきたアメリカ英語志向と異なるだけでなく、本格的にフィリピン英語に接する留学前ということ勘案すると、多く接触している変種に対して好意的な態度をとる (Hanamoto, 2013) という知見とも差がある。ここからは、「フィリピン留学に行く者にそもそも各英語変種に対する寛容な傾向が強い」、あるいは「フィリピンへの留学決定までの過程でそのような態度が育成される」などの可能性を考えることができるだろう。これらの点は言語態度の変容という観点からも大変興味深く、今後の検討が期待されるが、いずれの場合でも、現状のように、フィリピン英語への抵抗感の少ない消費者（＝留学予定者）に対しては『フィリピンで話される英語＝アメリカ英語』といった図式化をことさら強調する必要性は乏しいように見える。

3. 2. World Englishes 論と English as a Lingua Franca 論

表 2 でも示した通り学校の運営者の多くは、WE 論にしたがえば韓国や日本などの Expanding Circle の出身である。そのため学校運営者にとっては、自分の言語ではない、いわば借り物であるアメリカ英語を借りた場所であるフィリピンで販売するという状況になり、二重の意味での周辺化を余儀なくされる。彼らのビジネスの正当性を模索する動きに力を与えたのが EIL や ELF などの理論である。EIL 論では英語の脱英米化、英語の所有権の脱国家化などが唱えられ、フィリピンで教えられる英語が英米の文化を必ずしも反映する必要がないことや、アメリカ英語をフィリピンで販売することの正当性の強化につながる論点を見ることができる。さらに初期の ELF 論では、NNES 同士が英語を唯一の共通語とする場合のコミュニケーションに着目し、Inner Circle が提供する規範にとらわれず、英語がコミュニケーション上で果たしている機能を重視するべきであると説いた。これをフィリピン英語留学の文脈に当てはめれば、NNES である韓国系や日系の学校で、NNES のフィリピン人講師から、NNES の日本人が英語を学ぶ ELF 環境では、Inner Circle が提供する規範に合わせるように学ぶよりも、コミュニケーションに参加している者同士での通じやすさ、つまり英語の機能に学習を焦点化することがむしろ正当ということになる。これは WE 論による二重の周辺化を脱し、商品としての英語の正当性を現状に合わせる形で再定義する道筋を開く。

表 2 World Englishes 論と English as a Lingua Franca 論からみたフィリピン留学

	従来のフィリピン留学	ELF 型フィリピン留学
目標となる英語 (主商品)	アメリカ英語に基づいて フィリピンで発展した英語	コミュニケーションの場で機能する ELF
英語学習環境 (商品提供場所)	英語使用圏として正当な Outer Circle	教師・学習者間には英語を 唯一の共通語とする ELF 環境

教師 (商品提供手段)	高度な英語運用能力を持つ ノンネイティブスピーカー	高度な英語運用能力を持つ ELFスピーカー
学習者の出身地 (消費者)	Inner Circleが提供しOuter Circle で発展させられた規範に依存す る日本・韓国	コミュニケーションの場で機能する英語 (ELF) が求められている日本
学校運営者 (販売者)	Expanding Circleである 韓国・日本資本中心	経済効率の良いELF学習の場を提供で きる日本・韓国資本

これは学校運営者にとっては、自分のモノでもある英語を ELF を学ぶための正当性の高いフィリピンで販売するという構図になり、先述の二重の周辺化から脱却することを意味する。教師の教える英語についても Inner Circle を基準にそれに劣らない、という他者準拠型の議論から、現状として行われている ELF コミュニケーションは固有の価値を持つ真正なものである、とする自己準拠型の議論枠組みへと変化している。さらに学生にとっても、「安いからフィリピン留学」ではなく「ELF を学ぶためにフィリピン留学」のような積極的な意味を見いだせるようになる。言い換えれば、アメリカ英語は身に着けるべき目標ではなくなり、通じるという機能を重視した英語こそが真正な英語とする、学習目標となる英語の再解釈を行うことによって、「アメリカ留学の安価な代替物としてのフィリピン留学」から脱却し、「アメリカ留学よりもフィリピン留学の方が『通じる英語 (= ELF)』学習上の競争力がある」といった言説までが可能となったのである。

おわりに

本稿では、フィリピン英語留学市場拡大の過程を、フィリピンで学べる英語をより魅力的な商品とし、その価値を消費者（学習者）へ浸透させようとする企業努力の過程と理解することで、その中で「国際英語論」がどのように利用されているのかを考察した。具体的には、フィリピン英語留学において、英語がどのように商品化されどのように消費されているのかについて「フィリピンで学べる英語」を軸に検討した。具体的には、①これまでの多くの宣伝資料に現れる「フィリピンでは英語が公用語」という言説は、WE 論がフィリピンなどの国を Outer Circle として正当な英語圏に位置づけたことを利用し、英語を学ぶ場所としてのフィリピンの正当性を高め、フィリピンの英語留学の価値を高めているが、その圏外からやってくる日本人学習者を周辺的な英語使用者にとどめてしまう恐れがあること、②近年の新しい傾向として ELF 論を取り入れた英語観の転換（アメリカ英語の提供する規範にいかに近いかを評価する考え方から、英語がコミュニケーションでいかに機能しているかを重視する姿勢への変化）によって、「フィリピンではアメリカ英語を学べる」から「アメリカよりもフィリピンの方が『英語』の勉強に良い」という価値づけの変化が起こっており、これについてフィリピンにおける商品としての英語の正当性が現状を肯定する形で再定義されようとしていると指摘した。

以上をまとめれば、フィリピン留学産業は、アメリカやイギリスなどとの留学生獲得競争

の過程で、従来英語学習の場として「不利な条件」（英語が国語ではないこと、教師が NNES であることなど）と考えられていたことを、WE 論や ELF 論に基づく議論を援用することで、フィリピン留学が「正当な理由」へと転換させ、この主張が多くの日本の英語学習者に受け入れられているといえよう。これは、日本の英語教育界で 20 年あまりの間導入が唱えられながらも必ずしも順調ではなかった国際英語論に基づいた英語観への転換が、フィリピン留学を経由して日本に還流してきているとみることができる。結論的には、フィリピン留学の場で行われている英語の商品化が日本の英語学習者の英語観をアメリカ英語のくびきから解放する動きを加速させているといっていよう。

本稿では、フィリピン留学を英語の商品化という観点からの考察を試みたが、商品としての言語の特殊性を考慮に入れても経済・経営学的に十分な検討がされてきたとはいえない。今後は流通論・マーケティング論などのより専門的な理論や方法を援用しながらさらに議論を深めていくこととしたい。

謝辞

本研究は相模女子大学特定研究助成費(B)、JSPS 科研費 15K02767 の助成を受けたものです。

参考文献

- 天野智之 . (2016). *Study in the Philippines*. 東京 : アルク .
- Cameron, D. (2012). The commodification of language: English as a global commodity. In T. N. Traugott, *The Oxford Handbook of the History of English* (pp. 352-361). Oxford: Oxford University Press.
- Haisa, A., and Watanabe, Y. (2013). Language Attitudes of Japanese Learners Who Are Planning to Study English in the Philippines. *The Journal of Sagami Women's University (Humanities)*, 77, 117-137.
- 羽井佐昭彦 . (2015). フィリピンに英語留学する日本人の言語態度に関する一考察 . (日本大学経済学部, Ed.) 研究紀要 . 一般教育・外国語・保健体育, 77, 15-30.
- 羽井佐昭彦 . (2017). フィリピン英語留学が日本人学習者の言語態度に与える影響 . 相模女子大学紀要, 80, 11-24.
- Hanamoto, H. (2013). How does the experience of exposure to non-native English varieties relate to learners' language attitudes toward EIL?: A mixed quantitative and qualitative study of Japanese students of science and engineering. *Asian English Studies*, 15, 125-139.
- Heller, M. (2003). Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics*, 7(4), 473-492.
- Honna, N., and Takeshita, Y. (1998). On Japan's Propensity for Native Speaker English: A

- Change in Sight. *Asian Englishes*, 1(No.1), 117-137.
- Jenkins, J. (2007). *English as a Lingua Franca: Attitude and Identity*. Oxford: Oxford University Press.
- Kachru, B. (1992). World Englishes: approaches, issues and resources. *Language Teaching*, 25, 1-14.
- 河原俊昭 . (2002). フィリピンの英語事情 . In 本名信行 , アジアの最新英語事情 (pp. 199-213). 東京 : 大修館書店 .
- Okada, T., Milliner, B., Ogane, E., Leichsenring, A., Imai, M., Cote, T., McBride, P. (2015). A Report of the Center for English as a Lingua Franca (CELF) for Academic Year 2014-2015. *The Center for ELF Journal*, 1(1), 9-24.
- 尾崎茂 . (2016). フィリピンの英語学校に関する調査報告 . 拓殖大学語学研究 , 135, 209-224.
- Pearson English Business Solutions. (2013). *Heightened urgency for business English in an increasingly global workforce*. San Francisco, CA: Pearson Business English Solutions.
- フィリピン留学普及協会 . (2017, 6 7). フィリピン留学入門 . Retrieved from Association for English Studies in the Philippines: <http://psaa.jp/choose/philippines>
- フィリピン留学情報 . (2017, 6 7). フィリピン英語の訛り . Retrieved from フィリピン留学情報 : <http://xxx00.liuxue998.com/20106%20namari%20.html>
- Piller, I., Takahashi, K., and Watanabe, Y. (2010). The dark side of TESOL: The hidden costs of the consumption of English. *Cross-Cultural Studies*, 20, 183-201.
- 瀬尾匡輝・瀬尾悠希子・米本和弘 . (2015). 日本語教師はどのように教育の商品化を経験しているのか . 言語文化教育研究 , 13, 83-96.
- 塩澤正・吉川寛・倉橋洋子・小宮富子・下内充 . (2016). 「国際英語論」で変わる日本の英語教育 . 東京 : くろしお出版 .
- Smith, L. (1983). *Readings in English as an International Language*. Oxford: Pergamon.
- 渡辺幸倫・羽井佐昭彦 . (2014). フィリピン英語留学が言語態度に及ぼす影響 : 継時的インタビューを手掛かりに . 相模女子大学文化研究 , 32, 7-66.
- 渡辺幸倫・羽井佐昭彦 . (2015). フィリピン英語留学が言語態度に及ぼす影響 : 継時的インタビュー及び参与観察を手掛かりに . 相模女子大学文化研究 , 33, 27-37.

