

<実践事例>

北米地域との青少年交流事業「KAKEHASHI Project」への 学生短期派遣に向けた取り組みと学びの成果

森脇 可奈子¹・尾崎 良子²

京都産業大学は、外務省が推進する北米地域との青少年交流事業「KAKEHASHI Project - The Bridge for Tomorrow」に平成25年9月に採択され、平成27年3月に米国に短期派遣される学部学生23名、教員2名が、米国の大学生やコミュニティの人々に日本の強みや魅力を英語で発信する交流活動に向けて、約1年、正課外活動で準備を行った。本稿は、その派遣に向けた本学の取り組みと、派遣学生らが米国の訪問都市で発信した内容及び、交流した米国大学生の反応を報告し、また派遣学生らが現地で得た気づきに見られる学びの成果や、帰国後の学内での活動の可能性について報告する。著者らは本学での「KAKEHASHI Project」実施の観察者として、本事例を報告する。

キーワード：北米地域との青少年交流事業、日本の強み・魅力、英語プレゼンテーション、正課外活動

1. はじめに

日本政府外務省が推進する北米地域青少年との交流事業「KAKEHASHI Project - The Bridge for Tomorrow」(以下、「KAKEHASHI Project」)は、日本の強みや魅力を、日本と米国の学生交流を通じて発信することで、日本への関心の増進を図り、訪日外国人の増加を図ることを目的とした取り組みで、平成25年4月から平成27年3月末の2年間に、2,251名の米国人学生の日本招へいと、2,323名の日本人学生の米国派遣が実施され、合計4,574名の日米学生が交流した(国際交流基金青少年交流室, 2015)。

米国人学生の日本への招へい事業では、日本各地の伝統文化の体験と、同世代の日本人学生との交流を通して、米国人学生が日本への理解を深めることが意図されており、また日本人学生の米国派遣事業では、米国各地の訪問先で、同年代の米国人学生や地域コミュニティの人々と交流を行い、日本の強みや魅力を英語でプレゼンテーションを行うことで、幅広い層の米国市民に日本への理解を促進することが期待された。

京都産業大学は、この「KAKEHASHI Project」に平成25年9月に採択され、23名の学部学生と2名の教員を平成27年3月に、米国に短期派遣することが決定した。派遣学生の選抜と学生派遣に向

けた指導、また派遣時の引率には、江尻雅一文化学部准教授と桜井延子外国語学部准教授がその任に当たることが決まり、派遣学生については、本学のすべての学部生を対象とした公募選考で決定された。

派遣が決定した学生たちは、正課外活動で、本学を訪問する招へい米国人学生との交流の企画実施及び、派遣時に米国で発信するプレゼンテーションの準備に約1年をかけてチームで取り組んだ。

本稿では、これらの正課外活動の内容と、派遣学生の帰国直後のレポートから、米国の大学生から受けたフィードバック内容及び、本学学生が現地で得た気づきに見られる学びの成果を中心に報告する。

2. 派遣学生について

本学は8学部を有する総合大学であることから、多様なバックグラウンドを持つ学生を「KAKEHASHI Project」に派遣することを念頭に、すべての学部生を対象として派遣学生の公募を行った。今回の外務省による派遣事業は、日本から北米地域への往復渡航費用や、13日間の短期派遣中の宿泊費・食事代、施設見学料など派遣に伴う費用が日本政府によって拠出されることか

¹ 京都産業大学 学長室・教育支援研究開発センター、² 京都産業大学 学長室グローバル化推進室

ら、経済的な理由で在学中の海外留学などを断念してきた学生にとっても貴重な応募機会になると考えられた。米国の大学生との交流を図る上で、英語力は不可欠であるが、英語力水準による応募制限は設けず、TOEIC550またはTOEFL PBT470相当の英語力を派遣時まで保有することが本学の派遣要件に設定された。

本学が「日本の強みや魅力」「地域の魅力」として発信すると「KAKEHASHI Project」に申請し、採択されたテーマが「地球環境保全とエコ」、「日本人の道徳観と精神性」、「京都のグローバル企業—成長の秘密—」の3つであったことから、応募にあたっては、これらのうち1つを選んで論述することが求められ、グループ面接を経て、応募動機と共に、課題に取り組む姿勢、また他のメンバーと関わり、自分の意思を英語で伝える意欲な

どが総合的に判断された。

選考により派遣が決定した学生の学部・学年の内訳を表1に示す。

学部別構成では、外国語学部の学生が9名と最も多く、次いで文化学部の学生が6名で、双方合わせて全体(23名)の約65%を占めた。応募状況からも両学部の学生の応募が突出しており、これは「KAKEHASHI Project」が「日本の強みや魅力」の発信をうたった、英語による日米学生の文化交流であり、両学部の学生の関心を強く惹きつけたことの現れであった。経済学部・経営学部・法学部を合わせた社会系学部の学生は6名(約26%)、理系学部からは理学部・総合生命科学部の2名(約9%)の学生が派遣学生に決定した。

学年別構成では、23名のうち、1年次は2名で、他の学年(2～4年次)はそれぞれ7名となった。1年次が他の学年に比べ少ない結果となったのは、派遣募集と選考が入学の前年度から始まっており、最終募集が入学直後であったことも一因である。

尚、派遣が決定した学生の男女構成は、男性12人、女性11人ではほぼ同人数となった。

表1. 派遣学生の学部・学年構成

学部/学年	1年	2年	3年	4年	合計
経済学部			2		2
経営学部			1	2	3
法学部			1		1
外国語学部	1	3	1	4	9
文化学部		4	2		6
理学部	1				1
コンピュータ理工学部					0
総合生命科学部				1	1
合計	2	7	7	7	23

3. 派遣準備活動

派遣が決定した学生には表2に示すように平成26年3月より、定期的に引率教員による派遣準備の全体研修が実施された¹⁾。この全体研修は、春・秋学期を通じ、原則として毎月第2水曜の午後に行われた。

全体研修は初回から、派遣学生が学部学年に関

表2. 派遣前研修・活動実績

研修・活動日時		区分	内容
平成 26年	3月26日(水)	全体研修①	自己紹介、自大学紹介
	4月9日(水)	全体研修②	ペアワークによる日本紹介(11テーマ)
	5月14日(水)	全体研修③	京都案内プレゼンテーション
	6月11日(水)	全体研修④	南フロリダ大学交流企画・プレゼン練習
	6月27日(水)	終日交流	南フロリダ大学学生本学訪問、交流活動
	7月9日(水)	全体研修⑤	交流活動の振り返りと、フィールドワークに向けたグループ打合せ
	夏季休暇	グループ活動	フィールドワーク(企業訪問等)
	10月8日(水)	全体研修⑥	フィールドワークの報告
	10月18日(土)	全体合宿	学生による英語発表会(活動動機、意欲など)
	11月12日(水)	全体研修⑦	プレゼン発表とピアレビュー(第1回)
平成 27年	12月10日(水)	全体研修⑧	プレゼン発表とピアレビュー(第2回)
	1月14日(水)	全体研修⑨	プレゼン発表とピアレビュー(第3回)
	2月12日(水)	全体研修⑩	プレゼン発表とピアレビュー(第4回)
	2月23日(月)	学内公開	英語プレゼンテーション発表

わらずペアを積極的に見つけて英語で自己紹介や質問をするなど、メンバーが互いに仲間として理解すると同時に、英語を話すことへの抵抗感を取り払う活動が行われ、米国学生との交流に必要なスモールトーク²⁾への意識喚起が図られた。

春学期中は主に6月に招へいする南フロリダ大学の学生との交流に向けて、派遣学生が主体となって「いかに米国学生に日本・京都を伝え、交流を楽しんでもらうか」をメンバーで考え、その企画準備と、実際の交流を本学で行った(3.1参照)。米国派遣に向けた準備は夏季休暇中のグループによるフィールドワークから本格的に始まり、秋学期の全体研修では、各グループがその内容を英語でまとめ、教員を含むメンバー全員でピアレビューを繰り返し行った。ピアレビューでフィードバックされた内容は、各グループが持ち帰って議論を重ね、翌月の全体研修会で再度ピアレビューを受けるというサイクルで発表準備が進められ、出発前には発表会を行うことで、学内の学生・教職員にそれらの内容の共有がはかられた(3.2参照)。

これらの「KAKEHASHI Project」の全体研修や派遣学生による正課外活動には、学生の主体的な学びを支援する「学習空間」である雄飛館ラーニングcommons及び、図書館ラーニングcommonsが活用された。

3.1. 南フロリダ大学との学生交流について

平成26年6月27日、米国より「KAKEHASHI Project」で日本に招へいされた南フロリダ大学の学生、教員25人が本学を訪問し、本学の学生が事前に企画したプログラムに沿って終日、交流を行った。

本学の学生は、学内散策や、学食体験など独自の企画で南フロリダ大学の学生を歓迎し、プログラム途中、いたるところで双方の学生がスモールトークを重ねる姿が見られた。

また本学茶道部の協力を得て実施された茶道体験(図1)では、南フロリダ大学の学生だけでなく、本学の派遣学生も日本の伝統文化に触れ、説明に聞き入った。その後も、京都観光の見どころを、学生の視点でゲームを取り入れて紹介するなど、互いが打ち解けて交流できるようにプログラムを組み、プログラム終盤には、両大学の学生がグループに分かれて「日本のサブカルチャー」、「大学生活」、「教育・就職活動」について、テーブルを囲みICT機器やホワイトボードを駆使して、英語でディスカッションを行うなど、交流は大いに盛り上がった(図2)。



図1. 日本の伝統文化に触れる交流学生



図2. テーマごとに英語でディスカッション

一日の交流を終えて、南フロリダ大学の学生からは「日本人学生と語り合う貴重な経験となり、日本を身近に感じられた」、「日本人の友達が初めてできた」など交流への満足を示す感想が多数寄せられた。本学の派遣学生にとっても、この交流で米国人の友人が初めてできた者も多く、自ら積極的に話しかけることの大切さと、自信を感じる第一歩となった。一方、日本についての質問や自身の考えを聞かれた際に英語で十分に説明しきれなかった悔しさも残り、平成27年3月の米国派遣に向けて、英語学習のモチベーションを高め、また日本の強みや魅力を発信することへの意識を強くする機会となった。

3.2. 学生によるフィールドワークと発表内容

南フロリダ大学の学生との交流後、今度は本学の派遣学生が、米国で日本の強みや魅力を発信する準備が本格的に始まり、夏季休暇には、京都の企業や公的機関を訪問して調査を行うフィールドワークが行われた。調査は、「日本の環境問題」「日本人の精神性」「グローバル企業の成功の秘密」をテーマに、4つのグループ(各5~6名で担当)に分かれて実施された。またオープニングで京都という都市を紹介する1グループ(担当2名)を加

え、派遣学生は5グループに分かれた。各グループのプレゼンテーションのテーマ及び発表内容の英文要旨を表3に示す。

オープニングを担当した2名は、京都の四季の美しさや古い寺社を紹介すると共に、京都が観光都市としてだけではなく、世界有数の企業を擁す

優れた技術力を誇る都市であることを印象づける発表を行うことで、他のグループの発表につなげる大きな役割を担った。

グループAは、京都における景観保全の取り組みについて、京都がいかに歴史的な景観と現代を融合することに配慮しているか、グループB1は、

表3. 各グループの発表要旨

Opening: Introduction of Kyoto

In this brief introduction we will talk about some features of Kyoto, the most favorite destination among foreign tourists. Historic and modern Kyoto will be presented here.

Group A: The Harmony of Modern and Historic Landscapes

One of the attractive points in Kyoto is its beautiful landscape, which fascinates a lot of people from all over the world. In this presentation we will try to explain how the city of Kyoto has protected its environment by harmonizing modern with historic buildings.

Recently, tall buildings have been constructed in most cities in Japan, and consequently urban landscapes around the nation look very similar. However, the city of Kyoto enacted an ordinance regulating building height so that we can command a good view of the city from almost everywhere. Not only the building height, but also other regulations are helpful for retaining the uniqueness of Kyoto. We will present special features of the buildings in the city: color, design, and outdoor advertisement. Making the best use of old traditional houses called "*Kyo-Machiya*" is also an attempt to make Kyoto attractive. We will show some examples of how the historic wooden structures are used as stores or restaurants in the middle of the city.

It is not easy to keep a balance between the traditional and the modern. There have been some disputes over new building construction. We will talk about a controversy over the rebuilding of Kyoto Station in 1997. The voices of citizens clearly affected the height regulation thereafter.

Thanks to the efforts of the city and of the general public, Kyoto maintains its distinct urban setting. The harmony between modern and historic buildings makes visitors enjoy the beautiful landscape in Kyoto.

Group B1: Japanese Traits

The theme of our presentation is the Japanese national character. In this presentation, we will focus on studiousness, honesty and tenaciousness which many Japanese people commonly have.

First, we'll introduce one of the most famous baseball players, *Ichiro Suzuki* and one of the greatest earthquakes, the 2011 Tohoku earthquake to show how Japanese people are studious, honest and tenacious.

Second, we'll introduce interviews with craftsmen in Kyoto to explain these three traits more deeply. The two craftsmen we interviewed are *Tadahiko Ando*, who is a dressing craftsman for dolls and *Hakuhou Kimata*, who is an attaching hair craftsman for dolls.

In conclusion, we found how specific traits of studiousness, honesty and tenaciousness live on their works through the two craftsmen's interviews. Therefore, we strongly believe that these characteristics help to build part of Japanese culture and to make today's Japan and Japanese people.

Group B2: The Japanese Value of *Omotenashi* in Kyoto

In our presentation, we are going to talk about the Japanese national character. We are especially focusing on the Japanese way of hospitality called *omotenashi*. We think our sense of hospitality comes from the Japanese character. A lot of us tend to read other people's mind and are willing to do things for others without expecting to get anything in return. People in the service industry are especially good at doing so with respect for their guests.

To explain what *omotenashi* is, first, we would like to talk about special *omotenashi* that the inn, *Izuyasu*, offers. It values history and tradition in Kyoto, so workers there have been trying hard to retain valuable items in their *ryokan* or inn. We will focus on how and why they are doing so. Second, we will tell you how *Izuyasu* has changed but at the same time has preserved tradition as time goes by. Finally, we will introduce workshops *Izuyasu* holds so that their guests can experience tradition in their inn.

In conclusion, *omotenashi* by *Izuyasu* is to give their guests a chance to see and experience tradition in the way that suits people in the present. We believe this sense of *omotenashi* is one of the most important characteristics of Japanese people.

Group C: The Glocal Company in Kyoto

The theme of our presentation is the key to the growth of "glocal" companies. People tend to think Kyoto is a place for sightseeing. However, it is not the only attractive point of Kyoto. Kyoto also has many great companies. Some of them have been in business for a long time, and some are called "glocal" companies. We will give a presentation about the industry in Kyoto.

First, we will define and explain what "glocal" companies are with some pictures.

Then, we will talk about the reasons why these companies have emerged in Kyoto with some data. After that, we will focus on one "glocal" company, a textile company named *Hosoo*, as an example. Through an interview with the company, we found mentality, technological improvement and strategy are the key to success. We will then explain these three points. More specifically, we will discuss how they have changed their policies, how they have improved their machines, and what kind of strategies they have adopted. We will conclude our presentation by mentioning what the key is to the growth of "glocal" companies in Kyoto.

(出典: 京都産業大学「KAKEHASHI Project 英語プレゼンテーション発表会&壮行会」平成27年2月23日 配布リーフレット)

日本人の勤勉さ、誠実さ、忍耐強さに焦点を当て、米国の人も良く知るイチロー選手や、東日本大震災での日本人の行動に言及し、また京人形の伝統工芸士の仕事への信念をインタビューに基づいて紹介するなど、日本人の精神性を深く掘り下げて説明する発表を試みた。グループ B2 は、京都の旅館におけるおもてなしの精神の紹介を試み、グループ C は、京都で代々西陣織を取り扱ってきた地元企業が、その技術をもっていかに海外展開を果たすグローバル企業となったのか、その成功のカギについての発表を試みた。いずれのグループも、英語で発信する以前に、それぞれ取材した内容をいかに解釈すべきか議論を重ね、毎月の全体研修でプレゼンテーションの内容を全体共有することで、学生間でグループを超えたピアレビューが行われた。また教員からも随時、コメントやアドバイスのフィードバックが行われ、米国の人々に日本の魅力がより良く伝わるように、派遣直前まで、発表内容の検討と、英語プレゼンテーションの練習が重ねられた。

学内活動の総仕上げとして「KAKEHASHI Project 英語プレゼンテーション発表会&壮行会」が平成 27 年 2 月 23 日に雄飛館ラーニングcommonsのパフォーミングスペースで開催され、参加した在学生、教職員らから更なるアドバイスとコメント、また激励を得て、本学「KAKEHASHI Project」メンバー 25 名（学生 23 名、教員 2 名）は、東京研修を含む 3 月 2 日～14 日の日程で、米国派遣へと向かった。

4. 交流学生の反応と派遣学生の気づき

3 月 4 日に米国に到着した一行は、3 月 13 日までの滞在期間に米国 3 都市（ロサンゼルス、タンパ、ポートランド）で文化交流機関や企業の他、表 4 に示す 4 つの大学を主に訪問して米国大学生と交流し、日本や京都の魅力の発信に向けて準備した英語のプレゼンテーションを行った。

表 4. 米国現地の主な交流大学

訪問都市	交流大学	交流日
ロサンゼルス	カリフォルニア州立大学（フラトン校）	3 月 5 日
	ロサンゼルスハーバー大学	3 月 6 日
タンパ	南フロリダ大学	3 月 8 日～3 月 10 日
ポートランド	パシフィック大学	3 月 11 日

本章では、派遣学生が帰国直後に提出したレポートの記述を基に、本学派遣学生が行ったプレゼンテーションへの米国大学生の反応と、派遣学生が現地ですぐに得た気づきに見られる学びの成果について報告する。

4.1. プレゼンテーションへの米国大学生の反応

交流した米国大学生はいずれも、日本や京都への関心が高く、本学派遣学生の発表内容について彼らから、「京都のように建物に高さや色を制限することで、起業を考えている人の妨げとなっていないのか」、「ロサンゼルスのような明るい景観は良くないと思うか」、「京人形師に若い弟子もいるのか」、「グローバル企業とは貴方たちが作った言葉か」など、発表内容への具体的な質問が多数寄せられた。



図 3. ロサンゼルスハーバー大学でプレゼンテーションを行う本学派遣学生

また、「京都に行ってみたくなった」など本事業が目的としている「訪日外国人の増加」につながる感想も多数寄せられ、本学の派遣学生は現地でのプレゼンテーションや交流を通じて「日本の強さや魅力」「地域の魅力」を発信する役割を十分に果たすことができた。また各所で、「発表の構成や内容がよく考えて作られている」とのコメントを得られたことは、約 1 年間の準備を行って発表に臨んだ本学派遣学生にとって大きな励みとなり、交流する人々にメッセージを伝えようとする気持ちを、更に強く前に出す力となった。

4.2. 交流による派遣学生の気づき

米国の滞在期間は 10 日間と短期であったが、派遣学生の帰国直後のレポートからは、彼らが米国大学生との交流によって個々に様々な気づきを得たことを伺い知ることができる。紙幅の都合上、その中で複数名が同様にあげている幾つかの気づきについてのみ紹介する。

4.2.1. 「日本」を発信することへの省察

派遣学生の多くが最も印象的な出来事として挙げたのが、米国で交流した大学生らが「想像以上に」日本に興味を持っており、日本文化の理解に熱心なことであった。発表内容を真剣にメモを取る姿にまず一様に驚いており、会場の米国大学生から様々な質問を受ける中で、「日本の強さや魅力」を発信することに、日本人としての誇りと使命感を感じたと述べている。また、米国の大学生の真剣な様子から、むしろ自分たちが今まで気づいていなかった日本のすごさを教えられた気がするとも報告されている。そのことから「自分たちが動けば、日本の魅力について、伝えられることはまだたくさんある」と気づき、帰国後は、他の日本人にも日本の良いところを知ってもらうことで「新たな架け橋」をつくっていきたいと考え始める学生もいた。現地で米国大学生の日本への関心の高さに触れたことにより、派遣学生らは、日本の魅力をもっと正しく伝え、自国の文化、政治、経済などについて、自分の意見が持てることが海外に出る時には不可欠であるとの認識を強くしている。

4.2.2. 「もてなす心」は世界共通

平成26年6月に本学で交流した南フロリダ大学の学生(3.1参照)と再会した今回の南フロリダ大学での交流(3月8日～10日)では、多くの派遣学生が、「人を思いやりもてなす心は世界共通である」と報告している。南フロリダ大学の学生らは、再会した本学の派遣学生を「外国人」としてではなく「友達」として受け入れ、今度は自分達が様々なイベントで派遣学生を楽しませようと企画してくれていた。その相手を想う気持ちに触れ、「おもてなし」は決して日本人がもつ固有の心ではないことに、派遣学生は改めて気づき、人と人との交流で大切なのは相手を「思いやる気持ち」なのだと思える経験から強調して述べている。

4.2.3. 相手に伝える英語コミュニケーション

派遣学生の何名かは、英語でのプレゼンテーションについて、相手に伝える時に肝心なのは、上手に話そうとするのではなく、相手にメッセージを伝えようとする気持ちが重要で、その気持ちがあれば、例えつたない部分があったとしても相手も真剣に聞いて受け止めてくれることが分かったと報告している。実際に現地では、米国の人を前に発表を重ねるたびに、相手に伝えたいという気持ちが強まり、宿泊先でもグループが自発的に集まり、更に良い発表をするためにディスカッ

ションを重ねている。約1年の研修時より、この10日間の滞在で自身のコミュニケーション力が飛躍的に伸びたと報告する学生もいた。

4.2.4. 体験から得られる情報の大切さ

米国に滞在して、今まで抱いていた米国へのイメージが実はテレビなどのメディアを通じて得ていたもので、思いこみや固定観念から自身の視野を狭める可能性があることに気づいたと報告する学生も複数名いた。インターネットなどリアルタイムで便利に情報を得られるようになっていても、それだけではなく、実際に肌で感じ、体験することが重要で、自身の成長には欠かせないと強調している。

5. 今後の活動への期待

派遣帰国後、4年次生は卒業しそれぞれの進路で活躍を始めている。派遣時に1～3年次だった学生も留学や就職活動など、それぞれが次のステージへと活動の範囲を広げている。折しも学内では平成27年4月より文化学部京都文化学科、英語コミュニケーションコースが発足し、「KAKEHASHI Project」の実践に近い、京都の魅力を英語で発信することに主眼をおいた教育が正規プログラムでなされている。更に平成28年4月には、正課外の英語活用を促進する場としてグローバルコモンズが開設される。このような状況のもと、「KAKEHASHI Project」の派遣学生は、今後もまた、英語を使って人と積極的にコミュニケーションを行い、また仲間と主体的に課題に取り組む活動をした経験を、学内の正課・正課外教育プログラムの取り組みに活かしていくことが期待されている。

謝辞

KAKEHASHI Projectでの本学学生・教員の米国短期派遣に、ご尽力いただいた独立行政法人国際交流基金及び、米国非営利団体ローラシアン協会の皆様へ深く感謝申し上げます。また本教育プログラム(正課外活動)の観察を許可して下さった学生の皆さんに、そして観察の機会をくださった江尻雅一文化学部准教授と桜井延子外国語学部准教授に、心から感謝申し上げます。

注

1) 1年次学生は、派遣選考が決定した5月の第3回研修会(5月14日実施)から合流した。

2) スモールトークは、たわいもない世間話や共通の話題を交わすことで、楽しい雰囲気や互いへの親しみを感じコミュニケーションを円滑にする「雑談」の様式。

参考文献

国際交流基金青少年交流室 (2015) KAKEHASHI プロジェクト米国事業報告書. pp.2-5

KSU Students' Learning Experiences and Achievements through KAKEHASHI Project

Kanao MORIWAKI¹, Ryoko OZAKI²

In 2014, the Kyoto Sangyo University (KSU) applied for and was selected to participate in the “KAKEHASHI Project – The Bridge for Tomorrow,” a Youth Exchange Program with North America, promoted by the Ministry of Foreign Affairs of Japan. The objective of this youth exchange project was to promote international understanding of Japan’s strengths and its attractiveness among the citizens, especially the youth, of the United States. To identify and maximize the objectives and the mission of the project, KSU’s KAKEHASHI delegates (comprising 2 faculty members and 23 students) implemented a yearlong on-campus preparation for this project. This report presents an overview of the preparatory training and activities undertaken before the students were sent to participate in the program, the contents of the group presentations delivered by them in the United States, the feedback from US students, and the reflections of the delegate students. We also suggest students’ continuing post-KAKEHASHI Project learning, international activities, and engagement on campus.

KEYWORDS: KAKEHASHI Project, Japan’s strengths and attractiveness, Oral presentation in English, Extracurricular activity

2016年2月25日受理

1 Center for Research and Development for Educational Support, Kyoto Sangyo University

2 University Internationalization Project, Office of the President, Kyoto Sangyo University

