



Title	中国人大学生に対するビジネス日本語教育の研究 : ガイドラインの作成を中心に
Author(s)	孫, 守峰
Citation	大阪大学, 2014, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/50578
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

博士論文

題目 中国人大学生に対するビジネス日
本語教育の研究
—ガイドラインの作成を中心に—

提出年月 2014年6月

言語文化研究科 言語社会専攻

氏名 孫 守峰

要 約

1. はじめに

1.1 研究目的と研究の流れ

現代の社会はグローバル化が進んでおり、日本企業が海外に進出し、また現地の企業も日本企業を相手に業務を展開している。そのため、関係する業務分野の知識を持ち、仕事に適応するための日本語、いわゆるビジネス日本語ができる人材を育てることが中国の大学における日本語教育の新たな課題となっている。

研究の大きな目的は、中国人現役社員と企業側が求めるビジネス日本語能力とは何かを調査し、中国の大学におけるビジネス日本語教育の目標を示し、教材作成や担当教員及び学習者の指針を示すことである。

本研究は、第1章では中国におけるビジネス日本語教育の背景と必要性、第2章ではビジネス日本語とビジネス日本語教育に関する先行研究の紹介、第3章では中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点を述べた。第4章では、現役中国人社員と企業側の日本人を対象とした質問紙とインタビューによるニーズ調査とその分析結果の順に論じ、中国の四年制大学のビジネス日本語教育に求められるものを明らかにした。更に第5章ではビジネス日本語のガイドラインと場面を提案し、具体的なシラバスの例を示した。第6章では、本研究で明らかになった事柄を簡潔にまとめた。要約は本研究の中心の一つであるニーズ分析の結果と対照しながらまとめておく。先行研究については割愛する。

1.2 中国と日本におけるビジネス日本語の違い

日本で言うビジネス日本語はビジネス一般のための日本語であり、関連分野の知識は含まれていない。しかし、中国でのビジネス日本語教育には、商務日本語、服装日本語、自動車日本語、IT日本語、観光日本語などが含まれ、コミュニケーションが取れる程度の日本語力が求められている面では、日本で言うビジネス日本語教育と共通すると考えられる。しかし、各分野の専門的な知識の獲得も含めてコースデザインがなされているという点が日本で言うビジネス日本語教育とは異なっている。

本研究は、国際貿易に関する日本語教育である「商務日本語」を考察の対象とする。「商務日本語」では日本語のほかに、国際貿易、経済管理、マーケティング開発などの科目に関わる。また、中国の四年制大学では、日本語専攻の中で行われている。

2. 中国におけるビジネス日本語教育の背景と必要性

2.1 グローバル化したビジネスが中国の日本語教育にもたらした影響

2001年に中国のWTOへの加盟は、経済、貿易、投資、関税、消費市場など幅広い分野に影響を与えただけではなく、中国の高等教育にも大きな変化をもたらしている。現在、中国と日本は互いに重要な貿易パートナーになっており、日本企業もこの十数年間中国に多く進出している。このような中国の経済状況を背景として、中国の高等教育機関としてはどのように投資、貿易に関連する企業で活躍できる人材を育成するかが大きな課題となっている。

2.2 就職難と人材不足の矛盾

1999年から、中国政府は大学教育を受けた人材を増やすために、各大学の募集定員を大幅に拡大させる政策を取り、高等教育の規模を急激に拡大した。日本語専攻の学生数もこの政策を背景に、10数年間で大幅に増え、卒業生の就職競争が激化してきている。日本語を学習した学生が多数いるにもかかわらず、企業が求める人材、すなわち日本語能力が高だけでなく日本人と円滑にやり取りを行える、国際分野、金融分野などの分野で活躍できる人材が供給できていないことも事実である。

2.3 日本企業が直面している人材問題

グローバル化によって企業が直面している問題の中で、人的問題が特に大きい。先行研究では、人的問題が、採用から育成、人材の活用、昇進など幅広い分野に及んでおり、ビジネス知識を有し、かつ異文化コミュニケーションを円滑に行える人材の不足が指摘されている。

このような背景の中で、中国の高等教育機関は一つの解決案として社会のニーズに応じビジネス日本語教育を実施することになった。ビジネス日本語教育は従来の一般的な目的の日本語教育と異なるため、すぐに効果的な教育ができるわけではなく、いろいろな問題が現れている。

3. 中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点

3.1 日本語専攻の規模と急増

2011年現在、中国には本科大学（4年制大学）が1090校あり、その内419校には日本語専攻が設立されているため、ほぼ半数の大学には日本語専攻があることになる。専科・短期

大学¹の日本語専攻を入れると、675校に達する。2012年現在、日本語専攻がある本科大学は全国で430校あり、その中の303校が2002年から新しく開設されたことが調査から分かった。つまり、70.5%の日本語専攻の歴史は10年程度であると言える。日本語専攻が急に増加したのは、2001年の中国 WTO 加盟、市場開放と外資導入を背景として、数多くの外資企業が相次いで中国に進出し、日系企業による日本語人材の需要に対応するため、日本語専攻が数多く開設されたからだと考えられる。また、1999年から大学の入学定員の拡大政策によって、高等教育の規模が急激に拡大した。

3.2 ビジネス日本語教育の現状

2011年の統計データによると、商務日本語コースの開設校は235校あり、日本語専攻開設校の約35%を占めている。商務日本語以外の、IT日本語、観光日本語など分野別の日本語教育も含めると、中国においてビジネス日本語教育を行う高等教育機関はさらに多くなる。

前述したように本研究では商務日本語の教育を例に取り、中国全体の商務日本語教育の概要と商務日本語コースを考察し、さらに詳しい内容を検討するために日本語教育規模が全国において2番目の山東省の状況を報告した。より具体的な事情を知るために、2001年からビジネス日本語教育を開始した山東交通学院をケーススタディーとして取り上げた。山東省において、日本語教育を行う機関56校の中で、ビジネス日本語教育を実施している機関は38校で67.9%を占めている。ビジネス日本語教育の中で、商務日本語教育を実施する機関は71.1%であり、商務日本語教育の規模の大きさが伺える。山東交通学院の商務日本語教育は日本語専攻の中の一つのコースであり、入学から2年次が終わるまで、基礎日本語教育を受け、3年次から、商務日本語を始めるというモデルである。

3.3 ビジネス日本語教育の問題点

中国の商務日本語教育に関する先行研究では、(1)何を教えるかという指導方針の問題(2)どのように教えるかという教え方の問題(3)教える側の質の問題の3点にまとめられる。山東交通学院を対象とした分析では、以上3つの問題点のほかに、(1)～(7)の更に問題があることがわかった。

- (1) 教師の指針となるものがないため、市販の教科書の内容がそのままシラバスになること

¹ 中国の高等教育機関は四年制の本科大学と二年また三年制の専科大学及び技能、職業教育を中心とする短期大学を含む職業訓練、技能指導を目的とする短期大学を含む。2011年現在中国全土に2305校ある。

- (2) 場面の設定がない、待遇表現を重視しないなど教科書自体の問題。
- (3) 貿易に関する専門知識と日本語の連携がないため、ビジネスのための日本語教育が不十分。
- (4) 教師による評価の基準と学習者による自己評価の基準がない。
- (5) 商務知識の勉強に時間が取られ、日本語運用能力が伸びない。
- (6) インターンシップの場が少ない。
- (7) 学習者への自律学習の指導が足りない。

山東交通学院の問題点は一つの大学にとどまらず、中国全土のビジネス日本語教育に重要な示唆を与えていると考えられる。

4. 中国国内におけるビジネス日本語教育に求められるもの

4.1 二種類のニーズ調査

- (1) 日本語専攻の卒業生（主に日本語で仕事をしている現役中国人社員54名）を対象にし、アンケート調査を行った（不明な点や気になったところについては電話でフォローアップインタビューを行った）。企業（中国における現地企業、日系企業ほかの外資企業）で働いている中国人社員の就業経験と、そこで得た教訓に基づいた社員の自己内省の面から、彼らがビジネス日本語教育に求めるものは何なのかについて考察を行った。
- (2) 企業側の意見として、中国人社員と同じ職場でともに働いている日本人上司、同僚（8名で、インタビュー時間は一人あたり平均で約1時間）が中国人社員に何を望んでいるのか、中国人社員と接触した中で感じたこと、気付いたことを調査した。

4.2 ニーズ分析によるビジネス日本語教育に必要とされるもの

本研究のニーズ調査の結果と先行研究を比較検討した結果、ビジネス日本語の内容として必要とされるものは以下の通りである。ビジネス日本語教育には日本語言語面の知識と能力だけでなく、ビジネス面、異文化面の知識及び能力と当該分野の専門知識が必要であると考える。ここで言う当該分野とは貿易業務である。

(1) 日本語言語面において必要とされるもの

言語面において必要とされるものは、口頭で伝えたいことが伝えられ、指示などを聞いて理解するコミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、

仕事上で必要な資料、文書の作成能力と理解能力、通訳の知識と技能、従事する分野の専門用語の五つにまとめられる。また、日常生活や職場でよく使われる語彙も必要になる。

コミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、文書の作成能力と理解能力は先行研究と共通している。異なる点、新しく加えるべき点は以下の①～③が指摘できる。

- ① 通訳・翻訳技能の重要性が高いこと。中国国内では、日系企業でも中国企業でも日本語と中国語が出来るスタッフは特殊な存在であり、ほかの社員と異なり、通常の業務の他に、社内の日本人スタッフや社外の日本企業と中国人スタッフの架け橋となる。通訳や翻訳の仕事も任せられるケースが多い。
- ② 専門用語以外に日常使うオフィス用品の名前（ホッチキス、セロテープ）やコンピュータを使った事務処理に必要な用語（メール添付、解凍）が必要であること。
- ③ 業務の関係上、日本からの客、中国国内に駐在する取引先の客が頻繁に来るため、空港やホテルなどの送迎場面、食事場面における料理関係の日本語が必要であること。

（2）ビジネス面において必要とされるもの

先行研究と共通して仕事のルールや進め方などのビジネス商慣習、仕事の方法についての知識と社会人としての常識、自己管理、社員としての品質意識と責任意識を身につけることが求められている。異なる点、新しく加えるべき点は次の2点ある。

- ① 先行研究では、電話応対などの場面が取り上げられているが、場面ごとの定型表現だけでは不十分であり、関連するビジネス知識も合わせて扱う必要がある。例えば、呼び出された人が留守の場合にただ「席をはずしております」というのではなく、誰からの電話か、どのような用件かなどによって期待される対応が異なる。
- ② 中国にある日系企業を含めた企業では新入社員に対する研修が少ないし、特に仕事面に必要な内容はほぼ仕事の中で覚えることが多い。仕事の進め方、日本の商慣習だけではなく中国と異なる商慣習をビジネス日本語教育に導入すべきであるとする。

（3）異文化交流の面において必要とされるもの

日本の企業文化と日本人の行動様式の理解、日本と中国の文化の差異、仕事観の違い、ビジネス場面での確認の重要性、チームワークの必要性を知ること。これについては先行研究と変わることはないが、本研究では、ビジネス日本語教育の内容として、日本文化と日本の企業文化などを紹介するだけでなく、日中の違いを取り入れるべきであるとする。

(4) 当該分野の専門知識

従事する分野の専門知識。日本語専攻の卒業生に、完全に言語と関係がない分野の知識を身に付けさせるのは困難なことである。ビジネス日本語コースをデザインする時点で、当該分野の知識をビジネス日本語教育に入れるべきであると考えられる。

アジア人財資金構想(2011)は旅行業と貿易業のプロジェクトの開発を例に紹介しているが、表面だけにとどまり、専門知識に深くまで触れていない。他の先行研究では、該当分野の専門知識が必要であるという論述も少ないし、どのような専門知識が必要なのかについての言及もない。

(5) 自己成長の意識と能力

知識と技術が進んでいる社会で、自律学習の意識と能力を持ち、キャリアプランニングができ、自己管理を通して自己成長する意識と能力が必要とされている。数多くの先行研究では、自律学習が外国語学習の一つのツールとして紹介されているが、自己管理、自己成長について、アジア人財資金構想(2011)以外ではほとんど言及されていない。しかし、自律学習を含む自己成長の意識と能力は現役社員と企業側両方に求められ、非常に重要な内容であるため、ビジネス日本語教育内容に入れた。

5. ビジネス日本語教育のガイドライン

5.1 中国におけるビジネス日本語教育のガイドライン

(1) Can-do によるガイドラインの提示

2001年にCEFRが発表されてから、能力記述文(以下Can-do)が頻繁に使用されている。Can-doは目標言語を使って何ができるかを「～できる」という文で記述したもので、到達目標の設定、学習指導、熟達度の評価などの面で使用される。ビジネス日本語の分野でもCan-doを使っていろいろな試みができると考えられる。ガイドラインは先行研究とニーズ分析により得た結果を日本語言語面、ビジネス面、異文化交流の面に分けて、それぞれ例示した。

(2) ガイドラインの扱い

ガイドラインは教師がビジネス日本語を指導するときの参考にし、学習者の目標設定に用いる目的で作成したものである。ガイドラインの内容をどのように取り扱うのか、どのようにその内容を授業に反映するか、ビジネス場面を設定し、それぞれの場面のシラバスを例示した。

使用されるビジネス場面を「話す・聞く」、「訳す」と「書く」の三つの枠に分け、計 21 場面を提示した。提示した 21 の場面がビジネス分野におけるすべての場面を網羅しているわけではない。しかし、本研究のビジネス日本語のガイドラインは新たな試みであり、他のいろいろな場面と組み合わせることで、Can-do の形で当該場面のシラバスを作成することができる。

実際の授業にこのガイドラインの内容を反映させるためには、例示した中国におけるビジネス日本語の場面と組み合わせ、さらに具体的なシラバスを作成する必要がある。本研究では完成した全てのシラバスを提示することができないが、いくつかの例を示しておきたい。目標、表現のポイントと社会文化知識及び注意点の順に「日常の挨拶」、「事務手続き」、「電話応対と電話での業務連絡」、「接客」の例を示している。

(3) 自律学習能力の育成と担当教師に求められる資質と能力

大学で学べることは限られているので、学習自身が自ら学び続ける自律学習能力の育成が重要である。中国人ビジネス日本語教師として必要とされる資質・能力を提案している。一人の教員にすべてを身に付けさせるのではなく、ビジネス日本語教師陣がチームとして示した資質・能力を備えていれば、ビジネス日本語教育によい指導ができると考える。

6. 今後の課題

本研究で提示したガイドラインの適用者は、大学日本語専攻 3 年生日本語能力試験 N2 レベル以上と想定した。そのレベルは CEFR が設定した B2 と C1 レベルの間に位置している。今回はレベル別に分けることはできなかったが、少なくとも三段階レベルのガイドラインがあれば、ビジネス日本語教育に必要とされる知識と能力のものさしがさらに明らかになり、学習者はそれを目指して勉強すれば、学習の順番や学習暦がはっきり見られるようになると思う。本研究の示したガイドラインやシラバスの例をもとに、更に活発な議論が行われ中国におけるビジネス日本語教育の発展の一助となれば幸いである。

摘要

1. 前言

现代社会全球化趋势加剧，日本企业赴海外投资的同时，中国本土企业也在和日本企业联系越来越密切。因此，社会需要既懂相关业务知识又懂日语的人才。商务日语人才的培养成为中国大学日语教育的新课题。本研究涉及到的商务日语和日本的商务日语有区别。日本的商务日语一般是指普遍意义上的商务中的沟通和交流的日语知识和应用能力，中国的商务日语除此之外，还需要具备相关领域的专业知识。本研究以中国商务日语中极具代表性的和贸易相关的商务日语为例展开研究。本研究通过对中国员工和企业用人方关于商务日语的需求调查，试图明确中国大学的商务日语教育的教学目标，为教材编写，教师和学生提供指南。

2. 中国商务日语教育的背景和必要性

中国加入“WTO”后，不仅为经济、贸易、投资、消费等领域带来深刻影响，也为中国的高等教育带来极大变化。中国和日本一衣带水，两国业已成为彼此的重要的贸易伙伴。在社会对日语人才需求加大的情况下，一方面，高校培养出了大量日语毕业生，另一方面，懂日语又懂业务的人才却明显供不应求。面对这一情况，高校开展了诸多尝试，其中，商务日语教育的开展便是一个重要的解决方案。

3. 中国高等教育机构的商务日语教育现状和问题

截至到 2011 年，中国高等教育机构的本科院校有 1090 所，其中 419 所设有日语专业，可以说近半数的学校有日语专业。据相关资料统计，在这些日语专业中，三分之一以上的学校开设商务日语方向课程。本研究以在全国高等教育规模排在第二位的山东省和山东交通学院为例，展开实例分析。在山东省 56 所高校的日语教育机构里，38 所学校开设了以国际贸易为中心的商务日语方向，商务日语教育规模可见一斑。

山东交通学院的日语专业，前两年以基础日语教育为主，进入三年级后开设商务日语方向课程，由于总课时的限制，同时也压缩了日语知识的学习和日语应用能力的训练。除了先行研究中指出的商务日语教什么，怎样教和教师的素养问题外，山东交通学院的商务日语教育还存在以下问题。没有教育指南；教材的会话场景没有设定，不重视符合日语习惯表达的知识传授；贸易知识和日语脱节，没有专门针对商务的日语教育；教师和学生没有评价标准；日语语言应用能力较差；学生实习实训场所少；对于学生自主学习能力的指导不足等问题。

4. 商务日语需求调查分析

通过对现役中国员工和企业用人方（日方）人员的调查，分析得出商务日语有以下需求。

（1）日语语言知识和日语应用能力方面：能把想传达的东西传达出去，对对方的指示能够很好领会的沟通能力；根据场景和对象使用不同方式和表达；有商务日语资料的书写和理解能力；了解和掌握翻译技能和知识及相关领域的专业术语。除此之外，在日本日常社会和职场中常用的词语也应该掌握。

（2）商务方面：日本企业的商务习惯和礼仪；工作推进的方法；作为社会人的常识和礼仪等。

（3）跨文化交流方面：了解日本企业文化和日本的思维模式；知道中国和日本的文化差异；在工作中明白“确认”的重要性，具有团队合作精神。尤其要指出的是，不仅仅要学习日本相关文化，更应该明白文化的差异。

（4）相关领域的专业知识。

（5）自我管理，自主学习的意识和能力。

5. 商务日语教育指南和使用

（1）以 Can-do 的形式来表述。根据先行研究和本研究的调查分析，得出商务日语的需求后，分语言方面，商务方面和跨文化交流方面三部分作成。

（2）指南的使用。将商务场合根据“听、说”，“译”和“写”三个框架，设定 21 个场景。在实际授课中，根据指南，结合场景做出更具体的教学内容。

（3）自我管理、自主学习能力的培养。学校里能够教的东西毕竟有限，可是，如果拥有自主学习能力的話，将来就可以根据需要自主学习，自我约束自我成长。

6. 今后的课题

本研究的指南适用于日语专业 3 年级学生，即日语能力在新日本语能力测试的 N2 以上，正好相当于“CEFR”的 B2 和 C1 之间。本研究由于篇幅和研究时间限制，没有给出其他级别的指南，这将会作为今后的课题待继续研究。本研究提示的指南和具体应用事例，期待能够对中国的商务日语教育贡献绵薄之力。

目 次

第1章 研究の目的と背景.....	1
1.1 研究の目的.....	1
1.2 研究の背景.....	1
1.2.1 グローバル化したビジネスが中国の日本語教育にもたらした影響.....	1
1.2.2 就職難と人材不足の矛盾.....	2
1.2.3 日本企業が直面している問題.....	3
1.3 ビジネス日本語とは何か.....	6
1.3.1 中国で行われているビジネス日本語教育.....	6
1.3.2 日本と中国におけるビジネス日本語教育の違い.....	6
1.3.3 ビジネス日本語の定義.....	9
1.3.4 ビジネス日本語の位置づけ.....	10
1.4 研究の方法と論文の構成.....	11
第2章 ビジネス日本語に関する先行研究.....	14
2.1 ビジネス日本語の概念.....	15
2.2 ビジネス日本語教育の実践報告.....	19
2.3 異文化が接触する職場における日中の意識のずれ.....	28
2.4 中国におけるビジネス日本語の研究.....	31
2.5 ビジネス日本語研究の新動向.....	36
2.5.1 アジア人財資金構想におけるビジネス日本語.....	36
2.5.2 Can-do によるビジネス日本語の研究.....	44
第3章 中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点.....	46
3.1 ビジネス日本語教育の規模.....	46
3.1.1 日本語専攻開設校の配置状況.....	46
3.1.2 日本語専攻の急増.....	48
3.1.3 商務日本語開設校の配置状況.....	49
3.2 商務日本語教育の現状.....	50
3.2.1 中国高等教育機関における学部レベルの日本語教育.....	51

3.2.2	商務日本語教育の概要	53
3.2.3	商務日本語のコース	55
3.3	ケーススタディーとしての商務日本語教育の実際	59
3.3.1	ビジネス日本語教育全体図—山東省を例に	59
3.3.2	山東交通学院の商務日本語教育	61
3.3.2.1	山東交通学院の日本語専攻	61
3.3.2.2	商務日本語教育の人材育成方針	62
3.3.2.3	商務日本語教育のカリキュラム	63
3.4	現在の商務日本語教育の問題点	66
3.4.1	先行研究における商務日本語教育の問題点	66
3.4.2	山東交通学院の商務日本語教育の問題点	68
第4章 中国国内におけるビジネス日本語教育に求められるもの		76
4.1	現役中国人社員に対するビジネス日本語に関する調査	77
4.1.1	調査の概要	77
4.1.2	調査結果と考察	79
4.1.2.1	会社の種類、業務範囲及び調査協力者の担当する仕事	79
4.1.2.2	仕事において必要とされるもの	80
4.1.2.3	日本人との接触	82
4.1.2.4	仕事面において足りないこと及び反省点	89
4.1.3	まとめ及びビジネス日本語教育への示唆	93
4.2	企業側が中国人社員に求めるもの	95
4.2.1	調査概要	95
4.2.2	調査結果と考察	96
4.2.2.1	日本語の言語知識と運用能力について求められるもの	96
4.2.2.2	ビジネス面において求められるもの	103
4.2.2.3	異文化交流面において求められるもの	108
4.2.2.4	その他	112
4.2.3	企業側が求めるもののまとめ	112
4.3	ビジネス日本語教育に求められるもの	113

第5章 ビジネス日本語教育のガイドライン	116
5.1 ビジネス日本語教育に必要な教育内容	116
5.1.1 先行研究におけるビジネス日本語教育の内容	116
5.1.2 ニーズ分析による中国におけるビジネス日本語教育に必要な内容	117
5.1.3 中国におけるビジネス日本語教育に含むべき知識と能力	119
5.2 中国におけるビジネス日本語のガイドライン	120
5.2.1 ビジネス日本語コースの人材育成目標	120
5.2.2 ビジネス日本語教育における Can-do の試み	121
5.2.2.1 CEFR における Can-do	121
5.2.2.2 JF スタンドアードの Can-do	122
5.2.2.3 ビジネス日本語教育のための Can-do の必要性	125
5.2.3 ビジネス日本語のガイドライン	126
5.2.3.1 日本語言語面のガイドライン	126
5.2.3.2 ビジネス面のガイドライン	128
5.2.3.4 異文化交流面のガイドライン	129
5.3 ガイドラインの取り扱い	131
5.3.1 ビジネス場面の設定	131
5.3.2 ビジネス日本語の場面シラバスの作成原則	133
5.3.3 ビジネス日本語の場面シラバスの例	134
5.4 自律学習能力の養成	141
5.4.1 学習者の自律学習能力の養成	141
5.4.1.1 自律学習について	141
5.4.1.2 自律学習の方法	142
5.5 担当教師に求められる資質と能力	143
5.5.1 中国の大学におけるビジネス日本語担当教師の現状	143
5.5.2 ビジネス日本語の担当教師に求められる資質・能力	143
第6章 まとめと今後の課題	147
6.1 中国におけるビジネス日本語教育の背景と必要性	147
6.2 中国におけるビジネス日本語教育の現状と問題点	147

6.2.1	ビジネス日本語教育の現状.....	147
6.2.2	ビジネス日本語教育の問題点.....	148
6.3	中国国内におけるビジネス日本語教育に求められるもの.....	148
6.3.1	二種類の調査.....	148
6.3.2	ニーズ分析によるビジネス日本語教育に必要とされるもの.....	148
6.4	ビジネス日本語教育のガイドライン.....	150
6.5	今後の課題.....	151
	謝 辞.....	153
	参考文献.....	154
	付録1 中国人社員に対するアンケート	167

第1章 研究の目的と背景

現代の社会はグローバル化が進んでおり、日本企業が海外に進出し、また現地の企業も日本企業を相手に業務を展開している。そのため、関係する業務分野の知識を持ち、仕事に適應するための日本語、いわゆるビジネス日本語ができる人材を育てることが中国の大学における日本語教育の新たな課題となっている。

1.1 研究の目的

本研究の大きな目的は、中国人現役社員と企業側が求めるビジネス日本語能力とは何かを調査し、中国の大学におけるビジネス日本語教育の目標を示し、教材作成や担当教員及び学習者の指針を示すことである。

1.2 研究の背景

1.2.1 グローバル化したビジネスが中国の日本語教育にもたらした影響

中国は、2001年にWTO²に加盟し、2011年で10周年を迎えた。WTO加盟後、中日経済貿易関係に飛躍的な発展が訪れ、中国商務部（日本の経済産業省に相当）の外資利用と対外貿易の関連資料によると、中日輸出入総額は2001年には831億7000万USドル、2002年には1018億9000万USドルに急増した。その後も高い成長率を維持し、2011年には3300億ドルを実現した。WTO加盟後10年間で中日貿易の規模は約4倍に増えた。日本の中国に対する直接投資額は中国がWTOに加盟する前の2000年には、29億USドルにすぎなかったが、中国のWTO加盟後、49%増の43億5000万USドルに達した。それ以降、日本の中国への直接投資額も年々増え、2013年12月現在、中国への投資国また地域の中で香港に次いで二番目になっている。中国の対日投資も急増し、投資額は累積で20億USドルを超えた。これらの事実からは、日に日に親密さを増す中日両国の経済貿易関係がうかがえる。

中国のWTOへの加盟は、経済、貿易、投資、関税、消費市場など幅広い分野に影響を与えただけではなく、中国の高等教育にも大きな変化をもたらしている。現在、中国と日本は互いに重要な貿易パートナーになっており、日本企業もこの十数年間中国に多く進出

² 世界貿易機関（英: World Trade Organization、略称WTO）は、自由貿易促進を主たる目的として創設された国際機関である。常設事務局はスイスのジュネーヴに置かれている。

している。

2011年釣魚島（尖閣諸島）領土問題と中国国内の反日デモ事件以降の中日の関係の冷え込みは、経済貿易に多少の影響を与えたが、日本の2013年の対中投資は2012年より増えている。ジェトロ（2014）は「2013年上半期（1～6月）の対中投資実行額は前年同期比4.9%増と、2012年の減少から増加に転じた」と指摘し、「業種別にみると、製造業は微減だったが、非製造業は卸・小売りや不動産に牽引され2桁増となった」と述べている。ジェトロは「日本の対中投資は新規案件に慎重さがある半面、既存事業の整備拡充は継続的に行われている。」と結論をまとめている。

このような中国の経済状況を背景として、中国の高等教育機関としてはどのように投資、貿易に関連する企業で活躍できる人材を育成するかが大きな課題となっている。

1.2.2 就職難と人材不足の矛盾

90年代の中国には、日本語ができる人材が少なかったため、日本語が話せれば日系企業で就職できる時代だったと言われている。1999年から、中国政府は大学教育を受けた人材を増やすために各大学の募集定員を大幅に拡大させる「拡招」³という政策を取り、高等教育の規模を急激に拡大した。日本語専攻もこの政策を背景に、10数年間で大幅に増え、卒業生の就職競争が激化してきている。

2011年11月、中国教育部（日本の文部科学省に相当）は近い将来各専攻の卒業生の就職率を大学評価リストに入れると発表した。就職率が2年連続して60%以下であれば、その専攻の学生募集数が削減されるか、最悪の場合にはその専攻自体が廃止される。中国教育部は2007年の『教育部关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见（本科教学改革を進め、教学の質と量を高めるための若干意见）』（教高[2007]2号）で、多分野の知識を融合した、社会的需要が高まっている専攻を創立し、社会のニーズに応え、各産業に密に適応する人材を育成するようという指導意見を出した。さらに、指導意見では大学三年次から社会ニーズに応え、柔軟に新しいコースを開設するように勧めている。

中国教育部2011年『中国教育統計数拠』によると、中国には2305校の大学があり、そ

³ 1999年より、大学進学率を上げ、多くの人を大学に入学させるため、募集定員を大幅に拡大する政策である。中国国家統計局の『全国年度統計広報』（1998、2013）、中国教育部の『教育統計数拠』によると1998年大学の進学率は9.1%であり、2002年は15%に急増し、2007年は23%になり、募集定員は1998年の108万人から2013年の699.8万人に、在籍学生数は1998年の341万人から、2013年の2468.1万人に増えた。

のうち本科大学（4年制大学）は1090校、1215校は専科・短期大学である⁴。2012年現在、本科大学1090校中419校には日本語専攻が設立され、ほぼ半数の本科大学に日本語専攻があると言える。専科・短期大学⁵の日本語専攻を入れると675校になり、2305校に対して約三分の一の大学には日本語専攻があると言える。

その結果、日本語専攻の卒業生数が膨大になり、就職競争は想像以上に激しくなっており、どのように就職率を上げるかが、各大学の日本語教育関係者の課題となっている。日本語を学習した学生が多数いるにも関わらず、企業が求める人材、すなわち高い日本語能力を有するだけでなく日本人と円滑にやり取りを行うことができ、国際分野、金融分野などの分野で活躍できる人材が供給できていないことも事実である。

上述の問題に直面し、その問題を解決する一案として、日本語教育機関、特に高等教育機関ではビジネス日本語教育を実施することになった。ビジネス日本語教育は従来の日本語教育と異なるため、すぐに効果的な教育ができるわけではなく、いろいろな問題が現れている。問題点については、3.3節で述べる。

1.2.3 日本企業が直面している問題

日本企業側も中国に進出した様々な人的問題に遭遇している。白木（2003）は在中日系企業が直面する人的資源管理（HRM）の典型的な課題の例として、（1）～（4）を挙げている。

- （1）期待するような人材が応募してくれない、期待した水準の人材が採用できないという採用・応募の問題。
- （2）適切なトレーニングセンターがないという教育訓練の問題。
- （3）現地社員が低賃金、昇進に不満があるという給与・処遇の問題。
- （4）トップマネジメント層と一般従業員との間のコミュニケーションが不十分であり、お互いに不信を抱いているというコミュニケーションの問題。

⁴ 中国の高等教育体系には成人教育のほかに、普通4年制大学の本科大学、学院と2年また3年の専科・職業技術学院（日本の専門学校、短期大学に相当、以下専科・短期大学と呼ぶ）2種類に分けられる。本科大学は国家学位条例の規定により卒業生に学士学位を与えることが認められ、専科・短期大学は学士学位の取得が認められない。4年制教育の本科に対して、専科は2年または3年教育である。職業技術学院は従来の職業教育を中心とする中等教育機構から昇格されてきたものであり、ほとんど「～職業技術学院」と名づけられる。西村（2012）によると、「高等職業技術学院」の設置学科は、それぞれの立地条件により一様ではないが、一般的に見られるのは工業技術、情報工学、ビジネス、観光、メディアなどの諸学科である。その教育課程の編成は、各学校の自由裁量に任せられており、軍事教練と政治思想教育が必須である以外は準拠すべき国の「教育課程基準」は存在しない。」としている。

⁵ 短期大学の新しい専攻の開設の申請は本科大学ほど難しくない。各省の教育管理部門に登録すれば開設できる。専攻の設立は本科大学より自由だと言える。

ほかに、ジェトロ（2005）、張（2007）は、在中国の日系企業における優秀な人材の採用難、離職率が高いことなどに言及している。徐（2009）は「1999年には人事・労務管理が諸経営課題の中で2位を占めていたが、2001年からは1位となっている」と日系企業にとっての中国における人事問題（現地管理職人材の確保と活用問題）の大きさを指摘している。

柳田（2003）、日本経済連合会（2006）は、在中国日系企業の人事問題に対しそれぞれの解決方法を示唆している。柳田（2003）は日中合弁企業における現地中間管理職の人材育成について、中国のように転職率が高い国において中核となる人材を育成するために、長期的育成方針が重要だということ、緩やかな管理と成果主義を結びつけ個人の活力を引き出すことを指摘している。

日本経済連合会（2006）は「ホワイトカラー人材の管理に関しては、日本的な慣行がグローバルな環境において必ずしも通用せず、中国においてもいかにホワイトカラー人材を活用していくかが、日本企業を悩ます大きな課題となっている」と指摘し、「外資系企業を目指す人たちは、中国企業よりも高い給与・処遇を求めると同時に、自分自身のキャリアアップ、自己実現へのこだわりが際立つ」⁶、「自分よりも優秀な上司、同僚との共同作業を好み、逆に自分より能力が低い人たちとのチームワークや後輩への教育指導にはやや抵抗感がある」と中国人特有の仕事観を分析している。中国のホワイトカラー人材戦略について以下の五つを指摘している。

（1）現地化ポリシーを確立する

多くの日本企業は中国での事業を拡大する上で、「人の現地化」、すなわち現地人材を育成・登用し、権限を委譲していく必要がある。

（2）企業の魅力を高める人事制度を構築する

報酬制度、昇進・昇格制度、評価制度、人材育成制度、モチベーション向上策などの人事制度を構築する。

（3）企業の経営理念や文化を知らしめる

自社の経営理念、企業文化・風土、グローバル企業として日本や中国を含む世界各地で行っているCSR⁷活動、経営状況、先端技術などを中国人にもっと積極的に情報発信する必要がある。

⁶ 下線は引用のまま、以下同。

⁷ 企業の社会的責任、英語：corporate social responsibility の略称。

(4) 日本的経営の特質を活かす

日本企業がこれまで日本的経営として培ってきたものから、中国における事業運営でも“強み”となるものを抽出し、中国人の仕事観に合致するかたちで、中国で活かすことが重要である。

(5) 日本の本社の役割を発揮する

日本の本社は次のような態勢が求められる。

- 1) 中国語、英語などの語学への対応力と、異文化に対する感受性、国際感覚を養うこと
- 2) 現場主義と双方向のコミュニケーションに留意すること
- 3) 政治・経済等のリスクに関する感覚を研ぎ澄ますこと

これらの中国人社員の仕事観の分析や、中国人社員を育成する観点には日本企業及び在中国の日系企業の管理側に重要であるとともに、大学におけるビジネス日本語教育にも有益な示唆を示している。例えば、中国人の「自分より能力が低い人たちとのチームワークや後輩への教育指導にはやや抵抗感がある」という性格また仕事観に対して、普段の学校教育で学習者にチームワークの指導に力を入れれば、学習者の仕事観の養成と日系企業の文化適応に役に立つと考えられる。

また、日本の対中投資だけでなく、中国の対日投資という動きも始まっている。周(2009)が「目標言語が分かり、ビジネス知識を持ち、相手国の法律、風土など異文化を理解し、異文化コミュニケーションを円滑に行える人材が不足しているのだ」と指摘しているように、中国企業の海外投資や企業買収などが進んでいる中、適切な人的資源の不足が原因となって、最終的に失敗するケースが報告されている。価値観や法律などの違いで失敗した例として挙げられているのは、中国の某家電企業のフランスの工場の例で、日本で生じたものではないが、どこの国に進出するにせよ、相手の文化や法律などを知らなければ、当然失敗するだろう。

以上の先行研究に共通しているものは、グローバル化によって企業が直面した問題の中で、人的問題が特に大きいということである。人的問題は、採用から、育成、人材の活用、昇進など幅広い分野に及んでおり、ビジネス知識を有し、かつ異文化コミュニケーションを円滑に行える人材の不足が指摘されている。

1.3 ビジネス日本語とは何か

1.3.1 中国で行われているビジネス日本語教育

現在、中国において日本語教育を行う高等教育機関には4年制の本科大学と専科・短期(2年また3年)大学の二種類がある(本科大学と専科・短期大学の概念は1.2.2を参照)。本科大学の専攻設定はすべて教育部の許可が必要であり、日本語専攻も例外ではない。本科大学レベルの「ビジネス日本語」はまだ専攻として存在していないため、ビジネス日本語教育は「日本語専攻」の中で行われている。専科・短期大学には「応用日語専攻」、「商務日語専攻」や「観光日本語専攻」のような特定の分野に特化した専攻がある。そのような専攻にはビジネス日本語教育が入っている。

中国の大学において行われているビジネス日本語教育は、本科大学の日本語専攻の中で行われているビジネス日本語教育にせよ、専科・短期大学の「応用日語専攻」、「商務日語専攻」と「観光日語専攻」にせよ、一般的な日本語教育を実施した上で、特定の分野についての関連科目がカリキュラムに導入される。特定の分野の関連科目とは、たとえば「商務日語」と呼ばれてきた日本語教育の中で指導される経済、貿易、投資に関する科目のことである。関連科目は、関係分野に関わる系統性がある科目群もあれば、1科目、2科目しかないものもある。商務日語の詳細は3.2節で述べる。

中国においては商務日語のほかに、IT日本語、観光日本語、金融日本語、自動車日本語、服装(アパレル)日本語、科技日本語などがある。

1.3.2 日本と中国におけるビジネス日本語教育の違い

日本でのビジネス日本語については2.1節でさらに詳しく述べるが、日中両国におけるビジネス日本語の違いを述べるため、ここでまずビジネス日本語について概観しておく。ビジネス日本語はビジネス活動を展開するためのコミュニケーションの日本語(大崎1994、高見澤1994、池田2001、近藤2007)、職業、仕事のための日本語(栗飯原2008、2009、応用言語事典2003、新版日本語教育事典2005、AJALT2012)という解釈があり、日本的人間関係や日本的取引慣行という日本文化、日本の企業文化やビジネスに対する日本人の行動様式の理解についての内容も含むとされている。

日本ではビジネス日本語は広くビジネス一般に対しての日本語教育と考えられているが、日本で言う「ビジネス日本語」は中国では「商務日語」と呼ばれる。本研究では、便

宜上「商務日本語」を「商務日本語」と呼ぶとする。中国における「商務日本語」の「商務」は英語の「business」からの翻訳であり、狭義と広義の意味がある。狭義は国際貿易に関する日本語の意味であり、広義は貿易日本語のほかに、IT日本語、観光日本語のような分野別日本語の意味である。日本で言うビジネス日本語はビジネス一般のための日本語であり、関連分野の知識が入らないことが多いため、狭義の意味でもないし、広義の意味でもないと言える。

本研究で使う「ビジネス日本語」を狭義の「商務日本語」として扱うとする。第3章で中国におけるビジネス日本語の規模、配置状況、カリキュラムなどを説明する際、すべて貿易関係の商務日本語を例とする。「商務日本語」は国際貿易日本語、経済、貿易活動を行うための日本語として解釈されることが多く、日本語のほかに、国際貿易、経済管理、マーケティング開発などの科目に関わる（詳細は3.2節の表3-1を参照）。

両国が扱うビジネス日本語の相違点は表 1-1 にまとめられる。

表 1-1 日本と中国で扱うビジネス日本語教育の相違点

種別	日本	中国
対象	① 企業で働いている外国人ビジネスマン ② 日本に留学して日本企業に就職しようとする外国人	大学で日本語を専攻とし、日本人と業務上のやり取りをしようとする現役大学生
学習者	① 日本語以外の専攻を持っている ② 日本語能力が高い ③ 日本文化に慣れている	① 日本語を専攻とする ② 入学時日本語学習はゼロ ③ 日本文化に慣れていない
内容	① 面接、就職に関する日本語 ② ビジネス場面に対応する日本語 ③ 日本企業の商慣習、ビジネスマナー	① 面接、就職に関する日本語 ② ビジネス場面に対応する日本語 ③ 日本企業の商慣習、ビジネスマナー ④ 一般の日本語、一般の日本文化 ⑤ 国際貿易のような他専攻の知識
教師	① 日本語が母語の教師 ② ビジネス経験がある講師	① 中国語母語の日本語教師（日本語母語教師は補助） ② すべての科目を担当する
実施機関	企業、民間語学学校、大学	大学
就職環境	① 日本企業に就職する。周りは日本人 ② 客は日本人または母国の人	① 中国での日系企業、日本企業と業務関係がある中国企業。日本人が上司であることが多い ② 客は日本人または母国の人

表 1-1 は、日本と中国でビジネス日本語の扱う範囲が異なることを表している。具体的にどのような違いがあるか、次に説明する。

(1) ビジネス日本語の対象

日本では、ビジネス日本語教育の対象のほとんどは日本で留学してこれから日本で就職しようとする人または、海外から来た社員である。中国では、大学で日本語を専攻とし、これから、中国での日系企業、また日本企業と業務関係がある現地企業で就職しようとする現役の大学生である。

(2) ビジネス日本語の学習者

法務省（2013）の『平成 24 年における留学生の日本企業等への就職状況について』によると、2012 年日本で就職を目的として在留資格変更許可を申請する人の中で、大学卒が 4620 人、大学院卒が 3805 人で、両者が全体の 76.8%（許可数 10969 人）を占めている。日本の大学で日本語で教育を受けた日本在住の留学生の日本語レベルの高さが想像できる。中国在住の学習者は大学入学時の日本語レベルはゼロであることが一般的であり、卒業時日本語能力試験 N1 または N2 に合格する。海外にいるため、日本文化の勉強と体験は教室内授業や漫画などのメディアに頼るほかない。

(3) ビジネス日本語の内容

ビジネス日本語の内容として、日本語でのコミュニケーション能力、日本語で仕事する知識と能力、社会人としての考え方、異文化理解などが求められているとされる（先行研究 2.1 を参照）。ほかに、就職活動に必要な面接方法、日本企業の商慣習、ビジネスマナー、社会人としての問題発見能力、問題解決能力などが教育の内容になる。就職指導の形で行われ、学習期間が短い（先行研究 2.2 を参照）。中国では、学習者は一般の日本語、一般の日本文化も勉強する必要がある。また、日本語以外に、これから就職しようとする分野の専門知識の学習も必要である。日本語と専門知識の学習は中国におけるビジネス日本語の大きな特徴である。

(4) ビジネス日本語の授業を担当する教師

日本では、日本語が母語教師が日本語を教えることが一般的であるが。中国では日本語母語教師は補助的役割であり、中国人教師が中心となる。また、日本では、専門知識は日

本語教師ではなく各分野の専門家が教えるのに対して、中国では、ビジネス日本語教育が日本語専攻の中で行われるため、ほとんどの科目は日本語教師が担当している。

(5) 実施機関

日本で、ビジネス日本語教育を実施する機関には企業もあるし、企業と民間語学学校または大学との連携もある。民間語学学校と大学それぞれ独立で就職指導やビジネス場面での日本語を指導することもある。中国では、ビジネス日本語を行うのはほとんど大学であり、日本語専攻の中で行われることが一般である。

(6) 就職環境

日本で就職する場合、周りはほとんど日本人上司や同僚であるが、中国人大学生の中国における就職先は中国にある日系企業もあれば、現地企業もある。そのような企業では、同僚に日本人は少ないし、いても上司か客である。

日中のビジネス日本語教育における対象となる学習者、学習環境、就職環境、日本語能力、学習内容、実施機関と指導する教師陣などの違いがあり、中国で扱うビジネス日本語は日本と異なっている。日本でのビジネス日本語は汎用性のある概念として使用される一方で、中国では、日本語そのもの、関係分野の専門知識が重視される。また、日本での学習者は自分の専攻があり、日本語能力が高いため、いかに企業に慣れてもらうかということが教育指導の主な内容である。しかし、中国においては、学習者は日本語専攻の中で学習するため、他の専門知識が足りないのが現実である。学習者にとって、日本語知識と運用能力はもちろん、日本文化、社会人としての知識及び能力、専門分野の知識も必須になると言えよう。

1.3.3 ビジネス日本語の定義

本研究は、中国における各分野の日本語教育の現状を踏まえ、日本で汎用されたビジネス日本語との相違点を参考にし、ビジネス日本語を以下のように定義する。

「国際的視野を持ち、日本人との人間関係を重視しながら円滑にコミュニケーションが取れる。関係分野の専門知識や言葉が分かり、日本の商慣習を意識しながら仕事を進めら

れる。日本人、日本企業とやり取りを行い、ビジネス業務を展開できる。そのような外国人向けの日本語知識また日本語能力である。」と定義する。

定義は四つの点からビジネス日本語を解釈している。

- (1) 「国際的視野を持つ」ことから、他国の文化を理解し、異文化交流ができることが期待される。「人間関係を重視しながらコミュニケーションが取れる」ことが、一般の日本語に似ている。
- (2) 企業で働き「関連分野の専門知識や言葉が分かり、日本の商慣習を意識しながら仕事を進められる」ことから、関係分野の専門知識の重要性を提示している。また、日本企業の商慣習を意識しながら、「常識」を破らないよう仕事ができることが望まれる。
- (3) 一人だけの仕事ではなく、「日本人、日本企業とやり取りを行い、ビジネス業務を展開できる」、つまり、他者、他企業との接触することも含まれる。
- (4) 外国人のための日本語である。ビジネス日本語は日本語母語話者を対象とするのではなく、外国人向けのものである。日本語、日本文化の重要さが指摘できる。

生活のための日本語は身近な生活に関わる日本語知識と日常会話である。人が日本社会で生きるための日本語だと言える。また、技術研修生のための日本語は技術研修のため、日本での仕事や生活において最低限の日本語である。従って、ビジネス日本語は生活のための日本語や技術研修のためのようなある程度専門性がある日本語より、**ビジネス場面の日本語、関係分野の言葉や表現及び仕事をする能力、社会人としての知識及び異文化知識など言語以外の知識と能力も求められる**と言える。

1.3.4 ビジネス日本語の位置づけ

ビジネス日本語が日本語教育体系の中でどこに位置づけるのか、ほかの用語との関連性を考えてみよう。JGP (Japanese for General Purposes)⁸は総合日本語また一般的な日本語と訳され、日本語日本文化を勉強して、日本人とのコミュニケーションを取るための基

⁸ JGP、JSPなどの用語は主に『新版日本語教育事典』、『応用言語学事典』及びほかの参考資料を参考にし整理したものである。

礎日本語だと考えられる。JSP は JGP の続きだという考えがあるほか、ゼロから JSP を勉強する考えもある。

JSP (Japanese for Special Purposes) は「目的別日本語」と訳され、対象別日本語と言う場合もある。教養や日本文化の理解のために、一般的な日本語を勉強する人もいるが、現在の社会では、多くの日本語学習者は、一般の日本語をある程度まで学び、次の段階はある目的により関係分野の日本語を学ぶことになる。最初から目的別日本語を学ぶという考えもある。ビジネス日本語は JSP の一種だと考えられる。

ビジネス日本語は JSP の下位分類として JOP と定義されることもある。栗飯原 (2009b) はビジネス日本語を「JOP」(Japanese for Occupational Purpose)と呼んでおり、「一般的に「ビジネス日本語」と呼ばれる分野を便宜上「職業上の目的のための日本語」、JOP (Japanese for Occupational Purposes)とした。これは術語として定着している名称ではないが、英語教育における ESP (English for Specific Purposes) の下位分類である EOP (English for Occupational Purposes : 日本語訳「職業上の目的のための英語」)を借用し、採用した。」としている。しかし、一般的に日本におけるビジネス日本語教育は広くビジネスに用いる日本語教育を指し、JOP は職業上用いる日本語の範囲が特に明確で特定される場合に用いられる。

対象別日本語にはビジネス日本語のほかに、JAP (Japanese for Academic Purposes)がある。JAP は大学における日本語の学習目的であり、アカデミックジャパニーズとも呼ばれる。また、日本の地域社会に生活する在住外国人のために、生活日本語と呼ばれる分野もある。生活日本語を JSL (Japanese as a Second Language) と呼ぶ場合もあるが、JSL は目標言語が使用される環境で学ぶ日本語教育を指す。

中国でのビジネス日本語教育には、商務日本語、服装日本語、自動車日本語、IT 日本語、観光日本語などが含まれ、これらは分野が違うが、ビジネス活動を行うために、うまくコミュニケーションが取れるほどの日本語力が求められている面では日本で言うビジネス日本語教育と共通すると考えられるが、各分野の専門的な知識の獲得も含めてコースデザインがなされているという点が日本で言うビジネス日本語教育とは異なっている。

1.4 研究の方法と論文の構成

本研究の構成は次の通りである。

(1) 先行研究

ビジネス日本語に関する先行研究を分析することにより、ビジネス日本語とは何か、ビジネス日本語教育の実践報告、異文化が接触する職場の中で起こる日中意識のずれ、中国におけるビジネス日本語の研究、ビジネス日本語研究の新動向などを見る。

(2) 中国の高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点の分析

中国の高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状を調べ、問題点を分析する。まず中国全体の日本語教育とビジネス日本語教育の状況を概観する。次に具体例として山東省の日本語教育と山東交通学院日本語専攻の中のビジネス日本語コースを取り上げ、ケーススタディとして考察する。

(3) ニーズ調査

中国の大学のビジネス日本語教育に何が求められているかを調べるため、二種類のニーズ調査を行う。

- 1) 日本語専攻の修了生である現役社員が日本語をどのように見ているか、社員として仕事面において何が足りないか、日本人とのやり取りで何か問題があったか、学校に何を教えてほしいかについて意識を調査する。
- 2) 中国人社員と接触する日本人がどのように中国人社員を見ているか、中国人社員にどのようなものを求めているのかを調べる。

(4) ガイドラインとシラバスの作成

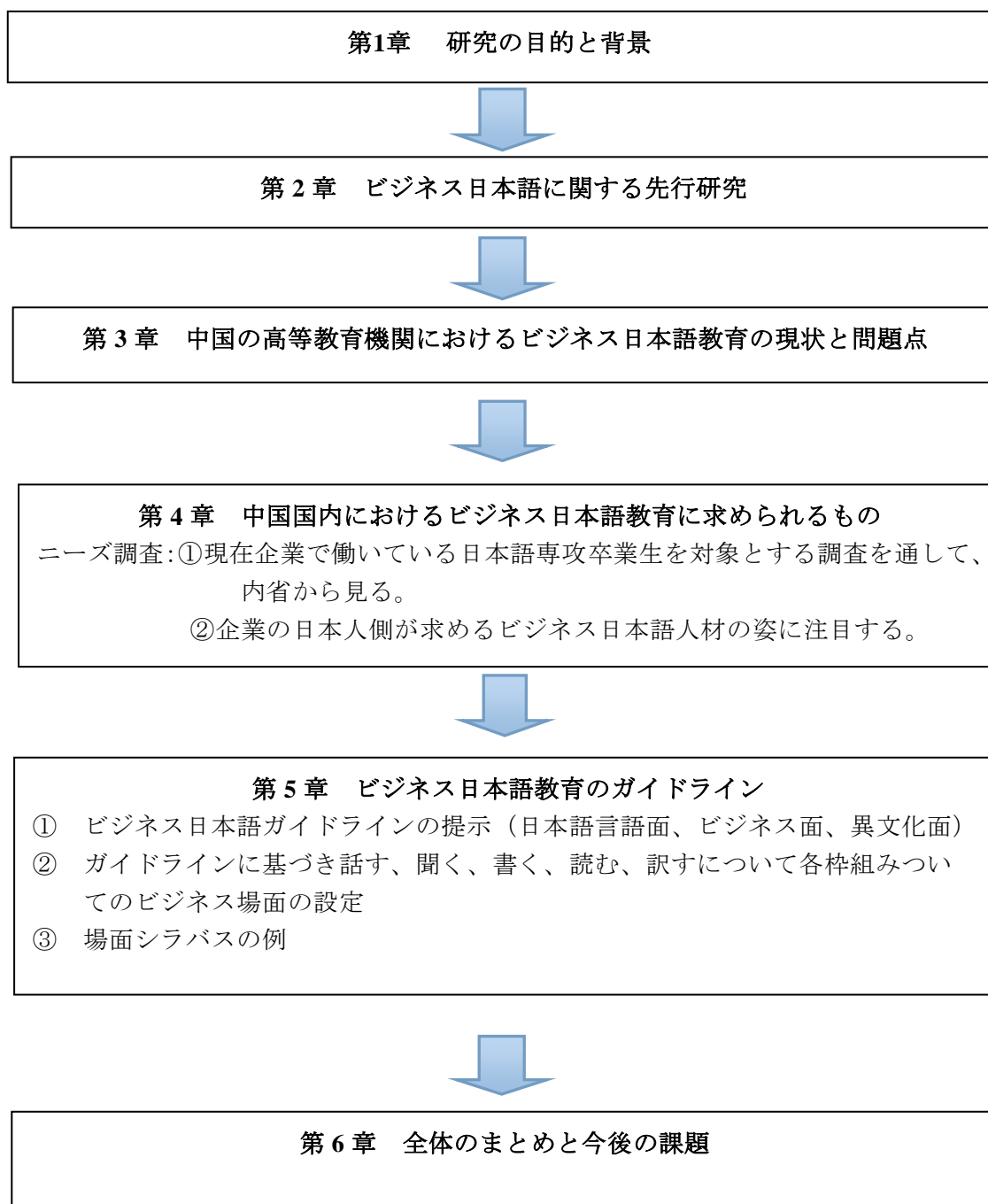
調査して得たデータの分析結果をもとに、中国の高等教育機関における学習者のための到達目標、つまりビジネス日本語のガイドラインを作成する。作成したガイドラインをどのように教育現場で使用するのか、必要とされるビジネス場面を設定し、具体的なシラバス案を提示する。学習者の自律学習能力の育成とビジネス日本語を担当する教師に求められる資質と能力にも言及する。

(5) 全体のまとめと今後の課題

本研究で明らかになった事柄を簡潔にまとめておく。

本研究の全体構成を図 1-1 に示しておく。

図 1-1 全体構成図



第2章 ビジネス日本語に関する先行研究

ビジネス日本語について、数多くの先行研究がなされている。西尾（1994）は、外国人関係者を対象とした日本語教育に対する取り組みは1970年代に始まったと指摘している。ビジネス・コミュニケーションについて、李（2002）では、①企業内コミュニケーション、②企業外コミュニケーション、③セールストークの3つに分類している。場面による分類であると考えられるが、セールストークを企業外コミュニケーションから外した理由が分からない。近藤（2007）は、ビジネス・コミュニケーションの先行研究を①ビジネス活動の研究、②ビジネスのやり取りの研究、③日本語学習に関する研究、④これまでの提言・助言という4つの焦点に基づき分けている。①ビジネス活動とは、外国人ビジネス関係者と日本人との衝突、問題点、日本社会に対する認識のことで、②ビジネスのやり取りとは、商談や会議、セールス場面において、外国人ビジネス関係者を含む参加者のやり取り、③日本語学習については、ビジネス日本語教育の実践報告など、④これまでの提言・助言とは、早い段階から日本語によるビジネス・コミュニケーションの役割や課題を指摘した内容のことである。

本研究では、中国におけるビジネス日本語のガイドラインの作成を目的とするため、先行研究を次の（1）～（5）の視点からまとめていきたい。

（1）ビジネス日本語という概念

ビジネス日本語の目的、特徴、日本語教育の中での位置づけ、扱う内容、ビジネス日本語教育の特徴、学習者の特性などの面からビジネス日本語とは何かについて述べる。

（2）ビジネス日本語教育の実践報告

企業内の研修例、ビジネス日本語教育機関のビジネス日本語コースの紹介、ビジネスクラスの授業報告、指導する教師側の連携などの報告である。

（3）異文化職場における日中意識のずれ

中国における日系企業で中国人と日本人との摩擦、意識のずれ、中国人特有の仕事観、中国人の離職率の高さの原因をまとめる。

（4）中国におけるビジネス日本語の研究

中国の日本語教育研究を代表する『日語学習と研究』（对外経済貿易大学）に掲載された

論文をまとめる。ビジネス日本語教育への提案、示唆、ビジネス日本語の指導理論、特徴、ビジネス文化の導入と学習者の社会言語能力の育成などの面から紹介する。

(5) ビジネス日本語研究の新動向

アジア人財資金構想というプログラムによる在日留学生へのビジネス日本語教育を紹介し、Can-doによるビジネス日本語の記述というビジネス日本語研究の新動向を概観する。

五つの面からだけではすべてのビジネス日本語に関する先行研究を網羅することできないが、ガイドライン作成のため、それに関連する先行研究を中心に見ることとする。

以下に、個々の研究について、概観する。

2.1 ビジネス日本語の概念

先行研究においては、ビジネス日本語という用語をめぐる、コミュニケーション機能、ビジネス日本語の特徴、位置づけ、取り扱う内とビジネス日本語教育の特徴の五つの視点から考察されている。表2-1は先行研究によるビジネス日本語の概念を整理しまとめたものである。

表2-1 先行研究におけるビジネス日本語の内容

著者	主な観点
大崎 (1994)	ビジネス活動に関わるコミュニケーション全体
高見澤 (1994)	① 狭義の意味：商取引のための交渉、つまり商談の意味。 広義の意味：社内の会話、打ち合わせ、調査、広報活動などビジネスのためのコミュニケーション活動全体。 ② 内容：日本人同士のやり取りの中から慣習化してきたものであり、「日本語」という言語の性質と「日本人間関係」や「日本的取引慣行」という日本文化の要因が複雑に絡み合っているもの。 ③ 特性：「仕事のため」の公的な話し合いである。参加者は「相互理解」に達する必要がある。主張の違いは、話し合いを通して調整される。合意された「相互理解」が「仕事」の内容となる。
西尾 (1994)	ビジネスがうまく運べるようにビジネス関係者がよき人間関係を作り、また保つためのコミュニケーション。
池田 (2001)	仕事場で行われる職務に関係したコミュニケーションのための日本語。
近藤 (2007)	ビジネスのための言語行動と非言語行動を含むコミュニケーション活動全般。
周・唐 (2006)	① 職業のための日本語。 ② ビジネス場面で使用された特別な目的がある日本語。
周・潘 (2009)	① 言語学を基礎にして発展してきた応用型多岐分野に渡るものであ

	<p>る。</p> <p>② 経済貿易、投資などの商務分野における言語使用であり、ビジネス活動を展開する重要な手段の一つである。</p> <p>③ ビジネス技能、言語交流技能及び異文化コミュニケーション技能を育成するもの</p>
栗飯原（2008、2009）	<p>① 職業上の目的のための日本語。</p> <p>② 言語以外の要素（たとえば交渉力）を職業のための日本語教育に取り入れる。</p>
王（2011）	ビジネス環境でビジネス活動を行う日本語。
アジア人財資金構想 ⁹ （2011）	<p>内容：就職活動から就職後までを視野に入れ、高度な日本語力の習得やビジネスの背景にある文化や考え方など理解するとともに、社会人として生きていくための包括的な能力を育成するもの。</p> <p>特徴：</p> <p>① ビジネス関係特有の語彙や表現がある。</p> <p>② 日本で就職できるよう、仕事ができるようにという実利的目的がある。</p> <p>③ ビジネスの背景にある文化、考え方など言語以外のことを学ぶことが必要。</p> <p>④ 社会人教育やキャリア教育が必要。</p> <p>⑤ 大学と企業社会の違い、留学生の母国と日本の違いという異文化の学習。</p>
AJALT ¹⁰ （2012）	留学生だけではなく、実務で自立しているビジネスマン、エコノミストや外交官など専門的な職業人のための日本語を「プロフェッショナル日本語」と呼ぶ。
新版日本語教育事典（2005）pp. 762-763	<p>定義：仕事に役立つ日本語。</p> <p>内容：ビジネス関連の表現や慣用句など、日本の企業文化やビジネスに対する日本人の行動様式の理解。</p> <p>目的：日本人と良好な関係を構築し、ビジネスでの成果を上げる。</p> <p>ビジネス日本語教育の特徴：</p> <p>① 学習者側のニーズや目的が大切である。</p> <p>② 日本語教師と専門家との連携が必要となる。現実の場面での練習、シミュレーションを取り入れた教育内容及び方法が要求される。</p> <p>③ 到達目標が明確になるため、学習者は自律学習及び継続学習への手がかりを得やすい。</p>
応用言語学事典（2003）pp. 836-837	日本のビジネスの場で日本人とのビジネスを達成するために、日本のビジネス・コミュニケーションの在り方を踏まえて使用される日本語の理解とその運用。

先行研究ではビジネス日本語とは何かについて、次の五つの方面（表 2-1）から述べている。

⁹ アジアの相互理解と経済連携の促進に向け、経済産業省と文部科学省は、「アジア人財資金構想」を平成19年から実施している。優秀な留学生の日本への招聘、日系企業での活躍の機会を拡大するため、産業界と大学が一体となり、留学生の募集・選抜から専門教育・日本語教育、就職活動支援までの人材育成プログラムを一貫して行う機関である。

¹⁰ 公益社団法人国際日本語普及会

(1) ビジネス活動を展開するためのコミュニケーション

ビジネス日本語は、社内の会話、打ち合わせ、調査、広報活動などのようなビジネスのためのコミュニケーション活動全体（高見澤 1994）、ビジネス活動に関わるコミュニケーション全体（大崎 1994）、ビジネスがうまく運べるようによい人間関係を保つためのコミュニケーション（西尾 1994）、仕事場で行われる職務に関係したコミュニケーションのための日本語（池田 2001）、ビジネスのための言語行動と非言語行動を含むコミュニケーション全般（近藤 2007）であると指摘されている。新版日本語教育事典と応用言語事典はそれをビジネス達成のための実用的日本語また仕事のための日本語と明記している。ビジネス活動を展開するためのコミュニケーションはビジネス日本語の目的だと言える。

(2) ビジネス日本語の特徴

高見澤（1994）は、ビジネス日本語は「日常生活における家族や友人との会話と異なり（中略）、ビジネス・コミュニケーションは、それが社内会話であれ、商談、調査であれ、いずれも公的な性格を持ち、そこで話し合われたことは『行為』として実現させる『社会的』責任が伴うことになる。」と指摘している。また、高見澤（1994）によれば、ビジネス・コミュニケーションの特性を以下のように要約できる。①「仕事のため」の公的な話し合いである。②参加者は「相互理解」に達する必要がある。③主張の違いは、話し合いを通して調整される。④合意された「相互理解」が「仕事」の内容となる。

意思伝達、意見が食い違う場合の調整、仕事場でのやり取り、異文化理解はビジネス日本語の特徴になる。仕事のためのコミュニケーション、またコミュニケーションの最後のゴールは相互理解であり、その相互理解は仕事内容になると言える。

(3) ビジネス日本語の位置づけ

ビジネス日本語の位置づけについて、周・唐（2006）は職業のための日本語、ビジネス場面で使用された特別な目的がある日本語だと述べ、栗飯原（2008、2009）は職業上の目的のための日本語であり、JSP（Japanese for Specific Purposes）の下位分類に位置づけ、「JOP」（Japanese for Occupational Purpose）と呼んでいる。アジア人財資金構想（2011）は大学の立場から外国人留学生を対象とする、日本で就職ができるため、仕事ができるためという実利的な目的のためのものと位置付け、AJALT（2012）は「プロフェッショナル日本語」の概念を提示し、留学生だけではなく、実務で自立しているビジネスマン、エコノミストや外交官など専門的な職業人のための日本語を「プロフェッショナル日本語」と呼

び、「自立して日本語で仕事ができる外国人」に求められるレベルの日本語をさすと示唆している。

(4) ビジネス日本語の内容

ビジネス日本語に何が含まれているのだろうか。高見澤（1994）は日本の慣習化してきたもの、「日本語」という言語の性質と「日本人間関係」や「日本的取引慣行」という日本文化の要因が複雑に絡み合って形成されているものと述べている。新版日本語教育事典（2005）（以下事典）は「ビジネス関連の表現や慣用句だけでなく、日本の企業文化やビジネスに対する日本人の行動様式の理解」も含むと指摘している。近藤（2007）と栗飯原（2008、2009）は異文化の理解、考え方など非言語行動の要素を含めると示唆している。周・潘（2009）はビジネス技能、言語交流技能及び異文化コミュニケーション技能が求められるほか、経済貿易、投資などの商務分野における言語使用にも言及している。アジア人財資金構想（2011）は①ビジネス関係特有の語彙や表現②ビジネスの背景にある文化や習慣、考え方、振る舞い方など、言語以外のこと③社会人教育やキャリア教育④大学と企業社会の違い、留学生の母国と日本の違いという2種類の異文化の学習が必要だと述べている。AJALT（2012）は具体的な内容を提示していないが、「自立して日本語で仕事ができる外国人」に求められるレベルの日本語を提示しており、仕事が必要とされる日本語が求められると推測できる。

ビジネス日本語の内容として、日本語でのコミュニケーション能力、日本語で仕事する知識と能力、社会人としての考え方、異文化理解などが求められている。

(5) ビジネス日本語教育の特徴

日本語教育事典（2005）はビジネス日本語教育をはじめ、目的別の日本語教育の特徴を次のように指摘している。

- 1) 学習側のニーズや目的が明確であり、学習の効果が厳密に問われる場合、より教育の効率を上げることが可能になる。
- 2) 日本語教師と専門家との連携が必要となる。現実の場面での練習、擬似体験やシミュレーションを取り入れた教育内容及び方法が要求される。
- 3) 到達目標が明確であるため、学習者は自律学習及び継続学習への手がかりを得やすい。

事典（2005）では目的別日本語教育の特徴として、学習者のニーズと目的を重視することが教育の効率と直接つながり、日本語教師と専門家の連携が必要だと示唆している。指導方法として、学習者の言語運用能力と問題解決能力を養成するため、現実場面を想定した練習、擬似体験などの方法を述べている。

またはビジネス日本語の学習者の特性として次の点が挙げられている。

- 1) 学習の目的は、業務遂行能力の向上にあり、日本語はその一手段と考える。
- 2) 業務に直結した分野の語彙・表現の学習には熱意を示すが、他の分野のそれには関心が薄い。
- 3) 業務実用性を重視し、「通じればよい」という考えの学習者が多い。
- 4) 「費用対効果」的な思考から学習成果を性急に求める傾向がある。

このような特性があり、指導する場合、学習者の求める内容を優先し、ビジネス現場を想定した実用性の高い練習法を採り、言語使用の「正確さ」を極端に求めず、受容可能な範囲での「やりとり」を中心とした指導が必要とされるとしている。

実用性を重視し現場で運用させるようにする指導方法、学習者の自律学習と継続学習を促すために到達目標を明確にすることには同意するが、3)「通じればよい」という点には賛成できない。中国の大学における日本語学習者が事典（2005）の記述と同じ学習者ニーズや特性を持っているかどうか、4章でニーズ調査を行い、その真否を確かめる。

2.2 ビジネス日本語教育の実践報告

中国での先行研究は2.4節で紹介するため、本節で列挙するビジネス日本語教育の実践報告は中国以外を対象とした研究である。次に紹介するのは、(1) 茂住（2004）の企業内の研修例、(2) あるビジネス日本語教育を行う機関の例、(3) 野元（2004）の就職のためのビジネス日本語教育、(4) 小野寺他（2004）の社員研修マニュアルから見られるビジネス日本語教育の内容、(5) 大木（2007）のビジネス場面で扱うトピック、(6) 野元（2007）の仕事現場で求められる各総合能力、(7) ビジネス日本語教育を指導する側の連携についてである。

(1) 企業内の研修例

茂住（2004）はある会社の中国人社員を対象とする社内研修を事例として、その研修内容、問題点、修了生の声を述べている。調査対象となった会社は日本と中国の合弁企業であり、上海に本社、東京に支社を置き、日本向けコンピュータ・ソフトウェアを開発・生産して対日輸出する企業である。ソフトウェア関係専門の中国人社員新卒生が入社後1年間日本語の研修を受け、次に日本に行き日本で5～6年働きながら研修を受け、その後中国の本社に戻る。当時の会社の社長は会社の「中核は単に高い技術力を持った社員ではなく『中国的思考・中国的進め方をしない中国人技術者』であることが必須条件であり、それを育てるためにはこの長期にわたる人材育成プログラムが不可欠だ」と述べている。

「中国的思考・中国的進め方をしない中国人技術者」を育成するという考えが妥当であるかどうかはさておき、社員がどのような研修を受けたかに注目する。

はじめの1年の中国国内の研修は、900時間の日本語の学習のほかに、日本事情の講義、到達度試験、渡日直前の集中講義としての一般新入社員研修及びコンピューター研修を合わせ計1400時間に上る。日本語研修の指導は国内の大学の日本語教員が担当し、精読、速読、ヒヤリング、会話、日本概況（日本事情）などの科目がある。教授内容は研修を受ける大学の日本語専攻の学生2年間かけて学ぶものに相当する。使用するメインテキストは『新編日語』、『中日交流標準日本語』と『日語会話』三種類である。この研修内容については次のような問題点が指摘されている。

- 1) 日本語の基礎的部分は十分カバーしているが、日本のビジネス社会でのコミュニケーションを円滑に進めるための日本語の教育は含まれていない。研修内容は指導教員が勤める大学の一般の日本語教育の縮小版と言われている。学習者の業務内容に特有の日本語の学習が含まれていない。
- 2) 文法や語彙についてはもれなく学習し、日本語能力試験2級程度までの日本語がインプットされる一方で、様々なコミュニケーション場面で必要かつ適切な表現が思うように使えないという、応用力の弱さを招く。
- 3) 教科書の構成は、本文や会話を提示し、そこに現れた語彙・表現・文法について解説を加え、練習するという形態は共通している。ロールプレイのような練習がないため、実際の場面での学習者の話し言葉のスキルを高める練習が不足している。

また、同論文では日本で最長 5～6 年研修を終えた帰国社員に聞き取り調査も行われた。中国での 1 年間の研修を受け渡日した時に何か支障を感じたかという問いに対して、ヒヤリング、仕事関係の会話、コンピューター用語などの回答があった。コミュニケーション上の問題が生じた際の戸惑いと、問題を解決せずに回避してしまった様子から、コミュニケーション過程で問題に遭遇した場合の対処の仕方、つまり問題解決のためのストラテジーが彼らに備わっていなかったことを指摘している。

日本で学んだ「ビジネス」とは何か、帰国社員の回答から、日本人の品質標準化要求、進捗管理の方法、協調的な進め方や、長時間勤務、勤務内容の指示が明示的でないことがと指摘されている。

この企業内の研修事例では、一般的な日本語教育が行われていたが、教科書と教え方は文字、語彙、文法など日本語そのものに重点を置いたものである。研修内容には、①業務と関連する日本語がないこと、②日本語運用能力が弱いこと、③話し言葉のスキルを高める練習が不足していることが指摘されている。帰国社員への聞き取り調査で、①コミュニケーション上で遭遇した問題を解決するためのストラテジーが身に付けられないこと、②日本の企業文化、仕事の進め方、日本人の行動様式などについての理解が足りないことが分かった。このような結果は本研究のビジネス日本語教育に有益な示唆を与える。

(2) ビジネス日本語コースの例

日本では、就職のためのビジネス日本語教育を行う大学と民間語学学校がある。大学のビジネス日本語教育について、詳細は 2.5 節で述べる。就職のためのビジネス日本語教育を行う民間語学学校の一つに、(財)日本語教育振興協会認定校西日本国際教育学院がある。多数の教育機関から、西日本国際教育学院を選ぶ理由は、多くの教育機関が短期コースの形でビジネス日本語教育を行うのに対し、この学校が 1 年に渡ってビジネス日本語コースの形でビジネス日本語教育を行っているためである。

日本語能力試験 3 級以上の母国の四年制大学卒業者を対象に、日本で働く際に必要な日本語を無理なく確実に身につけさせるための 1 年コースであり、修了者は日本企業への就職も可能としている。2010 年度版のコース内容は表 2-2 に示す。

表 2-2 ビジネス日本語コースのカリキュラム内容

日本教育内容		ビジネスマナー教育内容	
時間数	教育項目、内容	時間数	教育項目、内容
234	『中級から学ぶ日本語』 25 課	12	ビジネスオリエンテーション
50	日本語能力試験 2 級対策	338	職場のマナー教育内容
50	『新毎日の聞き取り上、下』 50 課	30	質疑応答、卒業制作など
46	入国オリエンテーション、まとめなど		
合計：380 時間		合計：380 時間	

(出典：西日本国際教育学院ビジネス日本語コースガイド 2010 年度版)

コースすべての学習時間は 760 時間であり、日本語教育内容とビジネスマナーからなる。日本語教育内容は、「中級から学ぶ日本語」が主教材であり、ほかに、聴解の練習と日本語能力試験対策指導など、いずれも一般的な日本語教育である。ビジネスマナー教育内容の内訳は表 2-3 を参照。

表 2-3 ビジネスマナー教育内容の内訳

時間	学習項目	学習内容	時間	学習項目	学習内容
6	日本のマナーについて	日本の習慣、礼儀	8	第一印象について	身だしなみ、表情、姿勢
12	挨拶	お辞儀の仕方	10	話し方と聞き方	自己紹介を話す、聞く
8	日常生活のマナー	交通ルール、ごみの分別	8	ビジネス社会のマナー	日本企業の組織・雇用
16	言葉遣い	敬語、待遇用語	28	来客対応	受付、取次、案内
12	企業訪問のマナー	名刺交換、話の進め方	6	企業訪問 (実習)	2~3 社訪問
26	電話対応	電話のかけ方、受け方	12	指示の受け方、報告の仕方	指示の受け方、報告の仕方
12	諸々の伝達の仕方	相談、依頼、断り方	32	ビジネス文書	社内文書、社外文書
12	ディベート	意見を聴き、考えを述べる	32	就職試験について	就職活動での心構え、準備
30	面接試験について	入退室、答え方	8	日本行事の習慣、しきたり	冠婚葬祭、日本文化
52	サービス接客検定試験指導	3 級・2 級試験対策指導			
合計：338 時間					

(出典：西日本国際教育学院ビジネス日本語コースガイド 2010 年度版)

表 2-3 のビジネスマナー教育内容はさまざま、諸々の方面からなっている。まとめると、1) 一般の日本文化、2) 企業文化及び職場知識、3) 面接・就職のためのマナー、4) ビジネス場面での日本語に分けられる。

1) 一般の日本文化

日本の習慣、冠婚葬祭、礼儀や、交通ルール、ごみの分別など日本で生活するなら知っておかなくてはいけない日本文化。

2) 企業文化及び職場知識

生活のための日本文化と異なり、企業また職場という特定の場合の文化、マナー、知識、仕事の進め方などを含む。例えば、日本企業の組織・雇用制度、名刺交換、指示の受け方、報告の仕方などが挙げられる。

3) 面接・就職のためのマナー

入退室、面接官からの質問への答え方、就職活動での心構え、準備などは、就職活動で使うマナー、必要な知識を含む。

4) ビジネス場面での日本語

電話対応、来客対応、相談、依頼、断り方などは企業文化及び職場知識であるが、外国人にとって、それもビジネスに限られた日本語でもある。敬語、接遇用語のような言葉遣い、社内文書、社外文書のようなビジネス文書、仕事に関するディベートなどは直接仕事に関連する日本語である。

以上のカリキュラム内容は、1 年間のコースとして内容が豊富であり、カリキュラム通りに学習すれば、日本で就職できる可能性が高いと考えられる。カリキュラム内容には、教え方、到達目標、評価方法などが記載されておらず、修了生の就職追跡報告もないため、学習効果は分からない。しかし、本研究のビジネス日本語教育に重要な示唆を与えている。

(3) 就職のためのビジネス日本語クラス

野元 (2004) は、立命館アジア太平洋大学で、日本企業への就職を希望する留学生にビジネス日本語の授業を実施し、その後アンケートを行った。主な授業内容は、①就職活動の概要、②自己分析と自己表現、③企業が求める学生像の把握、④模擬面接・ディスカッション、⑤ビジネスマナーや敬意表現の五つである。留学生へのビジネス日本語教育は就職日本語と判断できる。「ビジネス日本語クラスには、就職活動のウォームアップとしての役割もある」、今回のビジネス日本語クラスは「就職活動に求められる日本語運用能力

の向上を主眼にした内容であった」と指摘されている。就職活動をする際には、学習者は教師から離れ自分の力で判断し行動しなくてはならない。そこで、野元(2004)は「就職活動を支援する日本語教育」とは「自己成長を促す日本語教育」であり、教師は学生が自発的に行動し、気づき、考え、自分の目標へと歩いていくことができるように力を引き出す、「コーチ」の役割を兼ねると捉えている。

野元(2004)は就職活動に求められる日本語運用能力の養成については、次の①～⑦のように述べている。

- ① 「ウチ・ソト」の使い分け感覚を養成する。
- ② 敬意表現を伴う言葉の使い分けができるようになる。
- ③ 相手に不快感を与えないマナーや態度を身につける。
- ④ 常識的なビジネスメールや簡単なビジネス文書の書き方を習得する。
- ⑤ 的確な自己分析に基づく自己表現力を養成する。
- ⑥ 効果的な自己アピールができるように練習する。
- ⑦ 各種就職試験問題の形式に慣れる。

①～③と⑥は運用能力のための日本語の待遇表現知識であり、④～⑤は就職のための「書く」技能と「話す」技能で、⑦は就職試験のための日本語だと考えられる。いずれも面接や就職活動で内定を取るための日本語である。

(4) 社員研修マニュアルに見られるビジネス日本語教育

小野寺他(2004)は、日本企業二社の新入社員教育マニュアルを比較分析し、ビジネス場面での円滑なコミュニケーションのためには、言語面だけでなく非言語要素も重要であると指摘している。新入社員研修項目を社内と社外に分けて提示しているのは次頁の表 2-4、表 2-5 になる。

社外研修項目では客とのやり取りに重きを置く点が社内研修項目との大きな違いである。「顧客とのコミュニケーションの大切さ」、「電話のエチケット、マナー」、「クレーム処理」などの項目で、社内・非言語面に分類した「会社の顔としての自覚」との関連が見られる。また、電話の応対、来客の受付、訪問などは外国人社員にとって、非言語面のルールも、言語面の言葉遣いも難点である。「いらっしゃいませ」、「少々お待ちください」、「はい、かしこまりました」のような応対基本用語は、A社7つB社6つを挙げており、

自然に出てくるようになるまで何度も練習するようにと要求している。日本人社員にも厳しく要求するため、外国人社員はさらに練習すべきだろう。

社内外の研修項目は日本人社員向けであるが、ビジネス日本語教育では重要な参考になる。項目だけではなく、さらに具体的に何が必要であるか、どこまでできればいいかについては示されていない。

表 2-4 社内研修項目（言語面・非言語面）

非言語面	言語面
会社の顔である自覚	あいさつ
服装と身だしなみ	ビジネス文書
出退勤について	
職場のルールについて	
社内のコミュニケーションについて	

（出典：小野寺他（2004）「ビジネス日本語教育のあり方—新入社員教育マニュアルから見えるもの—」）

表 2-5 社外研修項目（言語面・非言語面）

非言語面	言語面
顧客とのコミュニケーションの大切さ	応対基本用語
お辞儀	言葉遣い
電話のエチケット・マナー	電話のかけ方
クレーム処理	電話の受け方
訪問のマナー	ビジネス文書
名刺の取り扱い	来客の受付
来客の受付	

（出典：小野寺他（2004）「ビジネス日本語教育のあり方—新入社員教育マニュアルから見えるもの—」）

（5）ビジネス場面で扱うトピック

大木（2007）は「ビジネス日本語」クラスで超級の学生を対象に、就職活動や仕事上で遭遇するさまざまな場면을トピックとして取り上げ、授業を行った。授業で扱ったトピックは表 2-6 に示している。

取り上げられたトピックは就職活動時の服装、挨拶の仕方の注意事項もあれば、面接時のディスカッションや面接試験のトピックもある。また、仕事場で必要とされる電話の応対、他社訪問のような社外の人との接触もあるし、ビジネス文書と推薦状の「書く」ことに関するトピックもある。トピックの種類が多いが、具体的な内容と目標は提示されていない。

表 2-6 ビジネス日本語授業で扱ったトピック

就職活動時の服装、挨拶の仕方	面接試験	推薦状
就職戦線のビデオとディスカッション	会社訪問、他社訪問	名刺交換
電話の応対	ビジネス文書	アポイントの取り方など
クレーム処理		

(出典：大木 (2007) 「「ビジネス日本語」授業報告—全学日本語プログラム800 (超級) レベルにおいて」)

(6) 仕事現場で求められる総合能力

野元 (2007) はジェトロが2005年8月に行った「ジェトロテストに対する大連の日系企業の声」という聞き取り調査を分析し、仕事現場で求められる各総合能力をまとめた。その総合能力を「仕事能力」と呼び、また「仕事能力」に「見える部分・見え隠れする部分・見えない部分」があると仮説を立てている。さらに、それを言語的能力、社会言語的能力、社会文化的能力に分けて、次頁表2-7のようにまとめている。

表 2-7 に提示された仕事能力には、一般言語能力のほかに、社会言語と社会文化能力も含まれている。それは本研究のビジネス日本語研究に参考になる。しかし、三種類の仕事能力はどのような基準で分けられていたのか不明である。また、C 段階また B 段階に提示された能力は A 段階より把握しにくいかどうかには疑問が残る。

表2-7：異文化の職場で必要とされる「仕事能力」

	言語的能力	社会言語的能力	社会文化的能力
A.明らかに必要だと把握できる仕事能力	相手の指示を理解する 外来語を聞き取り、カタカナで正確に書く 議事録や報告書などの社内文書を読解する 議事録、稟議書、メール文書などを作成する プレゼンテーションをする 専門用語を身につける 場にあった声の大きさを選択する	日常の挨拶を適切におこなう 初対面の人間関係を構築する 待遇表現を適切に（ウチソト・上下関係に気をつけて）使用する 適切な電話応対をする 実践的な通訳をする 適切な翻訳をする	情報収集をする 論理的な考え方を 社内の上下関係を理解する 「意志決定のプロセス」を理解する ビジネスマナーを理解する
B.必要性を感じてもきちんと把握できにくい仕事能力	日本語のあいまいさ（考え方）を理解する 母語の素養を深める	適切な接客をする 相手が嫌がる話題をさげ、適切な話題を提供する（例：プライベートな話題の扱い） 相手との関係を損なわないような冗談を言ったり、相手の冗談の真意を理解する 適切な謝罪や言い訳をする 適切などきに確実な「報告・連絡・相談・提案」をする 相手に配慮した断り、批判、叱責をする 適切な賞賛や評価をする	仕事上の責任の範囲を捕らえる 専門性（専門知識、専門用語、業務知識、専門技術など）を高める 時間を厳守したり工程管理を厳密に行ったりする 残業をいとわない「つきあい」や「接待」に参加する チームワークに配慮して共同作業をする 適切なリーダーシップを発揮する 日本の組織文化や商慣習を理解する 会社に対する「忠誠心」や転職に対する慎重さを持つ ビジネスマナーをわきまえ、適切に実践する
C.求められていることが自分でも把握できていない仕事能力			企業を取り巻く背景を理解する 企業の周辺情報を咀嚼する コスト意識を持つ 調整能力を持つ 広範な情報収集をする 集約能力を持つ 規律意識を持つ プロジェクト管理能力を持つ

（出典：野元（2007）「日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態」）

（7）ビジネス日本語教育指導側の連携

平野（2010）は熊本大学のビジネス日本語教育体制では、日本語教師が「ビジネス日本語」、ビジネスパーソンが「ビジネス」を担当、コンソーシアムの管理法人がカリキュラムのアレンジ、就職活動支援、各種情報提供を行うなどプログラム全般を管理・運営する

と紹介している。また、大学の「ビジネス日本語」クラスについて次の三点を提言している。

- ① 日本語教師、ビジネス講師、留学生就職サポート担当の三者が連携を取りながら授業を進めていくチーム・ティーチング体制を構築する必要がある。
- ② 就職活動支援講座の実施。
- ③ ビジネスパーソンとの交流機会の提供と講義の実施。

野元（2005）は「大学におけるビジネス日本語教育」の中でビジネス担当教師が主に日本における企業文化やビジネス関連の具体的内容を担当し、日本語担当教師が就職活動に求められる日本語運用能力の向上を主眼に授業を行った実践例を紹介している。

ビジネス日本語教育には日本語教師だけでなく、ビジネス経験がある講師や、就職支援などの部門と連携を取る必要があることが分かる。

2.3 異文化が接触する職場における日中の意識のずれ

異文化が接触する職場での意識のずれ、摩擦、中国人の仕事観に関する先行研究が多くなされている。本研究では、工藤（2004）の日系企業における日本人と台湾人の意識の「ずれ」、日本経済連合会（2006）の中国人の仕事観、張（2007）の中国人の離職率が高い原因の三つを紹介する。

（1）日系企業における日本人と台湾人の意識の「ずれ」

工藤（2004）は、台湾の日系企業におけるコミュニケーション摩擦についてアンケート調査をおこない、異文化コミュニケーション上の摩擦原因として、以下のような「ずれ」を指摘している（表 2-8）。

これらの項目は、台湾に進出した日系企業内で見られる日本人社員と台湾人社員の集団規範の違い、言い換えれば、円滑なビジネスコミュニケーションを阻害する恐れのある「常識のずれ」と位置づけられる。労働意識と行動様式の大きく二つの面に分け、いくつかの側面から日中の違いを述べている。例えば、会社に対する「忠誠心」について、台湾人が会社に「忠誠心」がないと述べおり、この点は中国大陸と似ている。同じ中国文化圏にある大陸も台湾の社員に似ている意識を持つと言えよう。この「ずれ」について、野元（2007）は「古くから『郷に入れば郷に従え』という考えが存在するように、日本企業という「郷」に入る現地雇用の人材には日本的な考え方に対する理解が必要であると同時に、「日本以

外の国」という「郷」に現地法人として入る日本企業側にも相手国の社会文化に対する理解は必要であろう。」と指摘している。一方的に現地社員に日本企業の文化に順応させるのではなく、海外進出する企業も現地の文化に適応する必要があると「文化の融合と調和」が必要だと言える。

表 2-8 日系企業における日本人と台湾人との意識の「ずれ」

労働意識	行動様式
会社に対する「忠誠心」の持ち方	あいさつの仕方と頻度
仕事上の責任の範囲の捉え方	謝罪・言い訳の仕方と頻度
共同作業（チームワーク）に対する意識	報告・説明・提案の仕方と頻度
時間管理（時間厳守）の感覚	断り方の違い
残業に対する考え方	批判や叱責の仕方
つきあいや、接待などへの参加意識、他	敬語・敬称の使い方
	冗談の機能と理解の仕方
	声の大きさ
	話題（プライベートな話題をたずねるかどう か、他）

（出典：工藤（2004）「台湾の日系企業関係が見たコミュニケーション問題」）

（2）中国人の仕事観

日本経済連合会（2006）では、中国人の仕事の捉え方を次のように指摘している。働けばその分の努力がその場で上の人に認められ、集団より個人を重視する個人主義、能力主義、仕事の内容と自分のキャリア計画に集中するキャリア志向というようにはっきりしたルールで管理や評価されることを好む形式知¹¹管理という中国人の仕事観をまとめている。

この研究は中国に進出する日系企業の人事管理に役立てることを目的としており、中国人の仕事観を分析しているが、それと同時に中国の大学におけるビジネス日本語教育においても、中国人の仕事観を知り、どのように日本企業の企業文化を理解し摩擦や衝突を避けるかが参考にもなると思う。日本の企業文化と大学生自身でも気付いていない可能性の

¹¹ 知識の分類の一つであり、主に文章・図表・数式などによって説明・表現できる知識を指す。それに対して、暗黙知とは、人間が暗黙のうちに知識として持っている、言語（文字）にできない（またはすることが難しい）ものを意味する。

ある中国人の仕事観とを比較しながら指導すれば、単に日本の企業文化を紹介するより分かりやすく、効率がよいだろう。

表 2-9 中国人の仕事観

個人主義	<ul style="list-style-type: none"> ★ 自らの責任範囲を線引きする ★ 自分自身の貢献・成果に対する正当な評価・処遇を求める ★ 実力主義、能力主義、成果主義であり、即時的な報酬への反映を求める ★ 「会社」より「個」を重視した独自の人間関係を築く (会社との連帯感が薄い)
キャリア志向	<ul style="list-style-type: none"> ★ 仕事の内容を重視する ★ 中長期的視野に立って、プロを目指す ★ さらに上の仕事、さらに大きい責任に挑戦する ★ 研修による能力アップを重視する
形式知管理	<ul style="list-style-type: none"> ★ 暗黙のルール、人による管理を嫌う ★ 合理的かつ公開された制度（就業規則、報酬・評価制度、昇級基準）による管理を好む

（出典：日本経済連合会（2006）「日本企業の中国におけるホワイトカラー人材戦略 優秀人材の確保と定着こそが成功の鍵」）

（3）日系企業で働く中国人社員の離職率が高い原因

張（2007）は、中国における日系企業の離職率が高い原因 1）～4）を指摘している。日系企業で働く中国人社員の離職率が高い、人材確保が難しいなどの問題が人事管理部門を悩ませる。企業としてどのように人材確保するか対策を打つ必要があると同時に、これから就職する大学生にも指導すれば、正しい就職観を養成するのに役に立つだろう。

1) 中国人の強いキャリア志向

中国人従業員は自分のキャリア・アップに有利になると判断すれば、躊躇なく転職してしまう傾向がある。大学生だけではなく、中国人従業員の間でも、「最初は教育に熱心な日本企業で技術を身につけ、給料の高い欧米企業に転職する。そこでお金を貯めたら、最後は福利厚生が充実している国有企業で高いポストを得ることが理想的」との話が聞かれるという¹²。

2) 中国人には通用しない曖昧な評価制度

¹² 馬成三（2000）『中国進出企業の労働問題—日米欧企業の比較による検証—』、ジェトロ、pp. 135～136。

中国人にとって日本の評価システムの曖昧さや、フィードバックの少なさが問題になっているようだ。日本（国内）の企業では、「以心伝心」、「暗黙の了解」、「阿吽の呼吸」のコミュニケーションがあり、従業員各個人の仕事振りや成果に対して、口頭によるフィードバックも含めて、一々提示する必要がないが、日本の企業文化と大きく異なる中国では、従業員に対するフィードバックは非常に重要で、それをはっきりした形で提示しないと、従業員は不安に陥ったり、意欲を失ってしまったり、あるいは自分の働き振りが会社に評価されていないと誤解したりする可能性が大きい。

3) メリハリのある賃金システムが必要

日系企業の場合は曖昧な評価システムのもとで、個人の能力差が見えにくく、昇進・昇格との連動も弱いため、当然、賃金格差をつけることが難しい。

4) 最近の中国に特有の離職要因

大都市での就職難のため、学生たちの間に「先就職、後選職」（まず就職してから、適職を選ぶ）が流行し、理想の企業ではないが、とにかくいったん就職し、自分の希望とのギャップが大きければ辞職する人が増え、人材の流動化、高い離職率を促す新たな要素となっている

2.4 中国におけるビジネス日本語の研究

ビジネス日本語教育が中国の高等教育機関で初めて行われたのは1980年代末から90年代の始めごろ（松嶋2003）だと言われる。王（2011）によると、2010年10月27日時点で「中国期刊数拠庫」で「商務日語」を使って検索した論文は99本ある。論文99本の中に、教学、教え方はよく注目され38%であり、コース、カリキュラムについては15%、ビジネス日本語試験については14%、ほかにはビジネス日本語の語彙、言葉遣いに関連する研究である。中国でのビジネス日本語研究はビジネス日本語教育より遅れていると王（2011）は指摘している。

公開発表された論文を載せる最大データベースである中国CNKIデータベースを用いて、「ビジネス日本語」の中国語訳「商務日語」というキーワードで検索した結果は7425件（2013年4月15日の時点で）ある。数字は王（2011）が指摘した99件より著しく増えている。この数字には専門的な論文から、一般市民向けの雑誌で発表されたものまで含まれるため、中国で日本語教育研究を代表する『日語学習与研究』（对外经济贸易大学）という

雑誌に掲載された論文をまとめておく。創刊 1979 年から 2013 年 4 月までに当雑誌で「商務日本語」というキーワードで検索した論文は 13 本で、すべてビジネス日本語教育関連で中国語で書かれている。

その 13 本の論文を①ビジネス日本語教育への提案②指導法③ビジネス日本語の特徴④社会言語能力の育成及びビジネス文化の重要性から四つに分けてまとめる。

(1) ビジネス日本語教育への提案

1) ビジネス日本語教学改革の提案

周・潘 (2009) は、中国のビジネス日本語教育の問題点、社会におけるビジネス日本語人材の需要状況及びそれに対応するための教学改革を示唆している。問題点として、①主に教科書に頼り教室内授業が中心であるため学習者のビジネス日本語応用能力が足りないこと、②教育内容が国際貿易に限られていること、③ビジネス経験を持つ日本語教師が少ないことが挙げられている。

教学改革の提案は、①カリキュラムデザイン、②課外活動の有効利用、③ビジネス日本語教育に携わる教師陣の育成を示唆している。カリキュラムの内容は、ビジネス知識内容（入出国、生活、金融、投資開発、貿易、ビジネス文書など各カテゴリーの内容を含む）、インターネットリソースの利用、模擬ビジネス環境と場面の設定、インターンシップ場所の提供と確保からなる。課外活動は日本語コーナー（日本語で話す場所）の設置、日本語コンテストへの参加、ビジネスマンの教壇への招待、企業での実習などが含まれる。日本語教師に主に日本の歴史、習慣、生活スタイルなどの文化と商慣習のようなビジネス知識を研修させる。

2) ビジネス日本語能力試験から教育への示唆

石 (他) (2009) は BJT (ビジネス日本語能力試験) の評価基準を参考にし、ビジネス日本語を指導する際、ビジネス場面を想定し、その場面に適応する内容を指導、訓練する。他に、ビジネス日本語教育では、教材を作成する場合、次の三つの部分の内容が不可欠だと主張している。

- ① 挨拶、感謝、褒め、批判などビジネス言語機能を含む内容。
- ② 訪問、商談、プレゼンテーションなどビジネス場面を含む内容。
- ③ 会計、マーケティング、経理、保険などビジネス業務を含む内容。

つまり、ビジネス日本語の内容は、機能シラバスと場面シラバスの視点から編集された

ものを含め、そのうえに各分野のビジネス業務を付け加えるものだと言える。

3) 教材編集の指針

胡・陳（2012）は、ビジネス日本語教材の編集方針を次のように述べている。①学習者の動機付けのため、ビジネス日本語領域の専門用語また文型を初級段階で優先に導入するべきである。②言語構造知識より言語運用能力が重要である。③社会言語能力を身に付けさせることが重要である。④ビジネス知識、ビジネスマナー、社会文化知識と言語知識の一体化することが重要である。⑤あるビジネス目的を実現するための有意義な練習が必要である。

(2) ビジネス日本語の指導法、教え方

1) ビジネス日本語教育の指導理論

胡・陳（2012）は、①特別用途の日本語（JSP）、仕事内容を優先すること、②コミュニカティブアプローチ教授法、③CBI（内容重視指導法）¹³はビジネス日本語教育の指導理論であると示唆を示している。また、一般の日本語教育と比べ、ビジネス日本語教育の特徴を以下のようにまとめている。

- ① 学習者を中心にする言語教育である。
- ② 研究と理論より実践と業務知識が重視される。
- ③ 言語構造より言語の運用が重視される。
- ④ 一般の言語能力より社会言語能力が重視される。
- ⑤ 一般の言語運用能力より総合的なコミュニケーション能力が重要である。
- ⑥ 理解能力より実践能力が重視される。
- ⑦ 言葉の正確さより仕事の効果が重視される。
- ⑧ ビジネス知識、ビジネスマナーと社会文化知識が不可欠である。

王（2011）は、ビジネス日本語はまずは外国語であるため、外国語の教授法はビジネス日本語にも適応すると指摘している。コミュニカティブアプローチ教授法はビジネス日本語教育に合うし、その教授法の代表としてロールプレイを紹介している。

2) ビジネス日本語コースデザインの方針

¹³ CBI(Content-based Instruction)は他の教科を第二言語または外国語で教える内容重視の指導法である。Brinton, Snow & Wesche（1989）『Content-Based Second Language Instruction』より述べた概念。

王（2011）は、IT と貿易業界の日本語人材の育成を例にして、「就職とこれからのビジネス業務を目指して実用性がある日本語言語知識と能力」を教育内容として、「実際に問題を解決する能力が第一」の教育方針で、「卒業後すぐ関連領域で仕事ができる」というコースデザインの精神を述べ、ビジネス日本語の応用性、実用性を指摘している。

3) シミュレーション指導法

周・潘（2011）はビジネス日本語教育ではシミュレーション教育方法の重要な意義と代表的なシミュレーション指導法を示唆している。ビジネス日本語教育の歴史はまだ浅いので、ビジネス日本語のためのシミュレーション指導法に関する教学ソフトはまだ開発されていない。現在の中国の状況を踏まえ、事例を提示しながら教育を行う「事例法」や、シミュレーション貿易の流れについてのソフトに基づく指導法のような「インターネットやソフトによる教え方」とロールプレイ、模擬商談、タスク達成法とプロジェクト企画などのような「教室内シミュレーション指導法」があると指摘している。

(3) ビジネス日本語の特徴

1) 語彙と言葉遣いの特徴

周・唐（2006）では、ビジネス日本語の特徴を語彙と言葉遣いの方面から指摘している。

① 語彙の面

ア 専門用語が多い。各分野の専門用語が多いことは、ビジネス日本語と生活日本語との大きな違いである。関連分野の専門用語が分からないと、上手く仕事が出来ないと述べている。

イ 外来語が多い。グローバル化に伴い、各分野特に貿易分野にたくさんの外来語が出てきた。

ウ WTO のような略語が多い。CEO、TPP などビジネスの場合だけではなく、生活の面でもよく使われる。

② 言葉遣いの面

ア フォーマルな言葉を使用する。例えば敬語の多用

イ 婉曲表現の使用、ビジネスの場合に間接表現が多い

ウ 言いよどみと省略の多用

2) ビジネス文書のスタイル

周・時（2007）は、ビジネス文書のスタイルの特徴を語彙、文と全体の構造三つの面から指摘している。

- ① 語彙は「専門用語を使用」「略語を好む」「書き言葉」などの特徴。
- ② 文は「複文の多用」「タイトルは簡潔文が多い」「陳述文と依頼文が多い」「敬語の使用」など
- ③ 全体の構造は「決まったフォームで書く」「接続詞を控える（使用しても、「さて、しかしながら、したがって、なお」など限られた接続詞を使う）」。

また、一般文書の「起承転結」と違い、ビジネス文書は「結起承」の順番で書くと述べている。

（4）社会言語能力の育成及び商慣習、ビジネス文化の導入

1) ビジネス場面における社会言語能力の育成

周・潘（2010）では、ビジネス場面における社会言語能力とは、「ビジネス場面において、様々な状況や役割の日本語を適切に理解したり使用したりする能力」と定義している。社会言語能力は「社会言語能力、異文化コミュニケーション能力とビジネス活動能力（問題を解決する能力）」を含める。

社会言語能力を育成方法については①～④の示唆を示している。

- ① 言語やビジネス日本語が言語以外の社会文化などの要素に影響されるという意識を身に付けてほしい。その要素は「言語環境」と「ビジネス環境」と呼ばれる。その「言語環境」と「ビジネス環境」を重視しながらビジネス日本語教育を行うようにと提案する。
- ② 「中日ビジネス商慣習と社会言語文化知識」を教授する。
- ③ マルチメディア、ロールプレイ、インターンシップなどの手段を通じて、「言語環境」と「ビジネス環境」を擬して、社会言語能力を育成する。
- ④ 宿題、質疑などのフィードバックを通して、問題を見つけて学習者の誤用を訂正する。

2) ビジネス日本語教育における非言語行動の重要性

張（2006）は、人と人の空間距離、視線、席順、エレベーターなどの出入り口での優先

原則などを説明している。日本人はキス、抱き合う、握手などの身体接触が少なく、「お辞儀するのが普通なので、かなりの空間距離がある」。「相手の目をじっくり見つめることや、ビジネスの場合決まっている席順に座らないことは失礼だ」と指摘している。また、エレベーターや出入り口などでは、日本のビジネスの場合、レディーファストではなく、「お客や上司優先」が常識だと思われる。

『日語学習と研究』にて掲載された文献をまとめてみると、①ビジネス日本語教学改革、ビジネス日本語能力試験の教育への示唆、②ビジネス日本語の指導理論、コースデザインの方針、授業の教え方、③ビジネス日本語語彙と言葉遣いの特徴、ビジネス文書のスタイル、④ビジネス場面における社会言語能力の育成とビジネス文化の導入などの研究がある。ほかに、李（2011）にはビジネス日本語の沿革、規模、問題についての論述がある。これは第3章で詳しく述べる。ビジネス日本語の指導理論、指導法と社会言語能力の育成については、本研究に示唆を与える。しかし、以上の先行研究は、具体的に何を教えるかという考察がない。

2.5 ビジネス日本語研究の新動向

2.5.1 アジア人財資金構想におけるビジネス日本語

日本の大学で留学生の就職のための日本語教育は、2007年までは各学校それぞれ必要に応じて行われた。現在でも各校独自のカリキュラムで就職のための日本語教育を行う学校が多い。しかし、2007年から「アジア人財資金構想」事業が発足し、留学生の就職のためのビジネス日本語教育を含むカリキュラムができた。日本で初めての共通のビジネス日本語カリキュラムができ、「アジア人財資金構想」事業に参加する大学はこのカリキュラムを共有することができる。このカリキュラムにはどんな内容が含まれるか次に見ていく。

(1) アジア人財資金構想とは

アジアの相互理解と経済連携の促進に向け、経済産業省と文部科学省は、「アジア人財資金構想」を2007年から2013年3月まで実施した。優秀な留学生の日本への招聘、日系企業での活躍の機会を拡大するため、産業界と大学が一体となり、留学生の募集・選抜から専門教育・日本語教育、就職活動支援までの人材育成プログラムを一貫して行った。「アジア人財資金構想」は、就職までの過程を念頭に置いた日本における初めての留学生支援

事業である。留学生が日系企業に就職し、活躍する際に壁となってきた「ビジネス日本語」や「日本企業文化」について、学習の機会を提供するとともに、インターンシップの実施、各種就職支援などにより、留学生に対して、就職を見据えた一貫したサポートを行った。現在はアジア人財資金構想の自立化事業として一般社団法人留学生支援ネットワークが運営しており、さらに、ネットワークに加盟した大学に在籍する外国人留学生のみが参加することができる、大学公認の外国人留学生の就職活動を支援するための仕組み、留学生就職支援ネットワークが 2011 年にできた。

(2) 留学生支援ネットワークに加入する大学

留学生就職支援ネットワークの統計データによると、ネットワークに加入している大学は 2014 年 3 月現在まで、国公立大学 38 校、私立大学 11 校ある。関東地域が一番多く 16 校があり、次に近畿地域は 11 校、中部が一番少なく 2 校である。

表 2-10 留学生支援ネットワークに加入する大学一覧

	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
国公立大学	北海道大学 東北大学 秋田大学 山形大学 会津大学	東京工業大学 一橋大学 東京農工大学 東京外国語大学 横浜国立大学 千葉大学（一部学部） 茨城大学 群馬大学 首都大学東京 産業技術大学院大学	金沢大学 北陸先端科学技術大学院大学	京都大学 大阪大学 福井大学 和歌山大学 滋賀大学 大阪府立大学 奈良女子大学	広島大学 山口大学 愛媛大学 徳島大学 香川大学（一部学部） 高知大学 下関市立大学	長崎大学 佐賀大学 鹿児島大学 九州工業大学 琉球大学 北 九州市立大学 長崎県立大学
私立大学		慶応義塾大学 早稲田大学 明治大学 法政大学 立教大学 中央大学		同志社大学 関西大学 大阪電気通信大学 桃山学院大学		福岡大学

(3) アジア人財資金構想のカリキュラム

アジア人財資金構想による日本語教育から就職支援までの留学生育成事業の教育プログラムの内容は次の通りである。

1) 産学連携専門教育プログラム（高度専門留学生育成事業のみ）

産業界が求めるスキル・ノウハウ等を体系化した専門的なプログラムを基本に、企業の技術者による講義や現場における実習などを含む実践的な専門教育を大学で実施する。

2) ビジネス日本語教育

高度な日本語運用能力をベースに、企業へ就職後、スムーズなコミュニケーションや難度の高いディスカッションを可能とする日本語教育を行う。

3) 日本ビジネス教育

日本の企業文化に対する理解を促進するため、日本企業の仕事の進め方、人材育成の考え方や意義などに関するビジネス教育も実施する。

4) 社会人基礎力の養成

情報の収集、分析、集約能力をはじめ、チームワーク力、協調性、プレゼンテーションや、ディスカッション能力、さらにビジネススキルやマナーなど社会人としての様々な行動能力を養成する。

5) インターンシップ

コンソーシアム参加企業のニーズと留学生のニーズをマッチングさせて、実践的能力を効率的に習得するインターンシップを支援する。

6) 就職支援

就職活動のカウンセリング、企業情報提供、就職ガイダンスなどを実施するとともに、企業に対しては受入れ環境の整備を支援するセミナーなどを開催する。

アジア人財資金構想（2011）は、Project-Based Learning（課題解決型学習）に基づき、語学教育における特徴として以下の点を挙げている。

- ・ 学習者の言語学習の目的が、語学そのものではない。
- ・ 言語は一義的には道具である。
- ・ 「学ぶべき対象」を「その言語」で学び、その過程で必要なスキルが結果として学習される。

カリキュラムは単に言語能力だけではなく、日本社会で活躍するための活動能力を身につけることが必要なので、Project-Based Learning による統合型学習は、事業の主旨に沿った効果・効率的な研修プログラムだと考えられる。アジア人財資金構想の方針に基づき、

連携する教育機関は必要に応じてカリキュラムを組むことが多いが、共通カリキュラムが提供されている。カリキュラムは2-11を参照されたい。

表2-11：共通カリキュラムにおける研修テーマ一覧

フェーズ	テーマタイトル		
就職活動を知る —就職に向けて	A-1	就活へ！始めの一步	1 コマ1.5 時間として1 テーマあたり15 コマ (22.5 時間) として設計 共通カリキュラムの授業時間数の目安は270 時間。18 のテーマのうち各フェーズ3 テーマ、計12 のテーマの実施を想定。 共通教材として、A からD の4 フェーズに分かれた全18 テーマを開発
	A-2	業界・企業研究入門	
	A-3	つかめ！面接のコツ	
	A-4	就職活動ワークブック	
日本と自国の違いを知る	B-1	キャリアプラン プロジェクト	各研修現場で、学生の実情に応じて共通カリキュラムの部分的な選択、テーマの組みなおし、教材のカスタマイズ使用により、更に効果的な研修を可能にした。開発した教材のうち、6 つのテーマの教材 (A-1, A-2, A-3, A-4, D-1, D-2) を一般に公開 (「留学生のためのビジネス日本語シリーズ-人財-」をご参考)
	B-2	インターンシップ プロジェクト	
	B-3	知的財産権プロジェクト	
	B-4	仕事と家族プロジェクト	
	B-5	社会的起業	
企業・社会を知る	C-1	自立支援による地域振興の試み	各研修現場で、学生の実情に応じて共通カリキュラムの部分的な選択、テーマの組みなおし、教材のカスタマイズ使用により、更に効果的な研修を可能にした。開発した教材のうち、6 つのテーマの教材 (A-1, A-2, A-3, A-4, D-1, D-2) を一般に公開 (「留学生のためのビジネス日本語シリーズ-人財-」をご参考)
	C-2	男女共同参画の推進	
	C-3	地域おこしエコイベント、エコツアーの企画	
	C-4	東アジアの進出企業の海外戦略	
	C-5	IT コース：企業の情報化活動研究入門	
仕事を知る—企業活動シミュレーション	D-1	自国を売り込むツアー企画プロジェクト (旅行観光業)	各研修現場で、学生の実情に応じて共通カリキュラムの部分的な選択、テーマの組みなおし、教材のカスタマイズ使用により、更に効果的な研修を可能にした。開発した教材のうち、6 つのテーマの教材 (A-1, A-2, A-3, A-4, D-1, D-2) を一般に公開 (「留学生のためのビジネス日本語シリーズ-人財-」をご参考)
	D-2	団塊世代向け商品企画プロジェクト (貿易業)	
	D-3	環境に優しい製品の開発プロジェクト (製造業)	
	D-4	コンビニ新規店舗企画プロジェクト (流通業)	

(アジア人財資金構想 (2011) 『教育機関のための外国人留学生ビジネス日本語教育ガイドライン』により)

人財資金構想により、共通カリキュラムに求められる能力はビジネス日本語能力、ビジネス文化・知識と社会人基礎力となる。

1) ビジネス日本語能力の養成

高度な日本語運用能力をもとに、企業へ就職後、スムーズなコミュニケーションや難度の高いディスカッションを可能とする日本語コミュニケーション能力が求められる。

- ・相手や場面に応じて使い分けるコミュニケーション能力
- ・電話やメールなどの「非対面型」コミュニケーション能力
- ・目的や場面に応じた文書や資料の作成・理解

2) ビジネス文化・知識の理解

日本企業における終身雇用的な発想、組織を重視する社内風土、顧客サービス志向、改善意識など、日本人には当たり前と思っていることは、留学生から見ると、違和感を感じるケースがある。日本企業文化に対する理解を促進するため、日本企業の仕事の進め方、

人材育成の考え方・意義等に関する知識を深める必要がある。

- ・ 日本での就労目的の明確化、キャリアに対する考え方
- ・ 業界や経済界の知識
- ・ 仕事の進め方（例：ハウ・レン・ソウ¹⁴の習慣）や人材育成の考え方

3) 社会人基礎力

社会人として必要とされる能力は、日本人学生、留学生を問わず必要とされる。その中でも留学生に対しては、協調性・チームワークなど、日本的な組織に順応するための能力が強く求められる。

表2-11で提示した共通カリキュラムは必ずカリキュラム通りに教育を行わなければならないわけではない。各研修現場で、学生の実情に応じて共通カリキュラムの部分的な選択、テーマの組みなおし、教材のカスタマイズ使用により、更に効果的を發揮すると指摘している。各テーマはどんな内容なのか、A-1「就活へ！始めの一步」を例にして紹介する。

表2-12 「就活へ！始めの一步」の14項目の内容

Part1 オリエンテーション	第1回 オリエンテーション (1) 就職戦線に勝つ 第2回 オリエンテーション (2) 就活スタート
Part2 戦況を知る	第3回 戦況を知る (1) 情報を収集する 第4回 戦況を知る (2) 先輩達はどのように就活を勝ち抜いたか 第5回 戦況を知る (3) 就職内定者から生の情報を得る
Part3 敵を知る	第6回 敵を知る (1) 企業とコンタクトを取る 第7回 敵を知る (2) 企業が求める人材像 第8回 敵を知る (3) 求められる人材像とは 第9回 敵を知る (4) 企業の人事担当者へ聞く 第10回 敵を知る (5) 筆記試験 第11回 敵を知る (6) 一般常識 試験体験
Part4 まとめ	第12回 己を知る (1) 自己の現在を評価する 第13回 己を知る (2) 私の就活プランはこれだ！ 第14回 いざ出陣！これが私の就活アクションプランだ！

(アジア人財資金構想 (2011) 『教育機関のための外国人留学生ビジネス日本語教育ガイドライン』により)

「就活へ！始めの一步」テーマは表2-12が示した14項目からなる。また、14項目に基づき、「リソース集」「活動冊子」と「講師用手引き」三冊の冊子からセットになっている。

¹⁴ 報告・連絡・相談の略称。

「リソース集」「活動冊子」は学習者のための事例と練習である。「講師用手引き」は教師のための指導法、教案などである。

共通カリキュラムの内容から、ビジネス日本語の重点は就職、面接、日本企業の商慣習、日本の企業と社会、ビジネス知識などの面に置かれていることが分かる。これは日本に留学する学生を対象とし、それぞれの専門知識を持つことを前提とするため、これらのようなカリキュラムになったのだろうと考えられる。日本の各高等教育機関にとって初めての共通カリキュラムであるという点で、大きな意義があると思われる。

本研究で扱う学習者は日本語専攻の学生であり、アジア人財資金構想が扱う学習者とは異なるため、アジア人財の共通カリキュラムをそのまま導入するのは意味がない。しかし、日本企業の商慣習、企業と社会の紹介、ビジネス知識などは本研究のビジネス日本語に重要な参考になると思う。

(4) アジア人財資金構想における学習者への評価

アジア人財資金構想は教育目標を達成するために講じられた多面的な教育活動について、量的な評価（定量評価）と質的な評価（定性評価）に分けて三つの評価ツールを導入している。

1) 評価ツール1「BJTビジネス日本語能力テスト」（定量評価）

BJTビジネス日本語能力テスト(Business Japanese Proficiency Test)とは、公益財団法人日本漢字能力検定協会（2009年JETROよりBJTビジネス日本語能力テスト移管）によって1996年より行われてきた学習者のビジネス日本語能力を客観的に測定するテストである。日本語知識を活用しながら、与えられた情報をいかに処理し対応できるかといったコミュニケーション能力を測定するテストであり、日本語によるビジネス場面すべてが出題範囲となる。受験時にどの程度の日本語によるビジネス・コミュニケーション能力を持っているかを知りたい人を対象とする。レベルは以下の六段階に分けられる。

●J1+段階

どのようなビジネス場面でも日本語による十分なコミュニケーション能力がある。

●J1段階

幅広いビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。

●J2段階

限られたビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。

●J3段階

限られたビジネス場面で日本語によるある程度のコミュニケーション能力がある。

●J4段階

限られたビジネス場面で日本語による最低限のコミュニケーション能力がある。

●J5段階

日本語によるビジネスコミュニケーション能力はほとんどない。

BJTビジネス日本語能力テストを用いて、各学生が研修期間の初期/最終期の計2回測定を行い、能力の伸びを客観数値で捉える資料となる。

2) 評価ツール2「日本語力チェックリスト」と「社会人基礎力チェックリスト」(定性評価)

「日本語力チェックリスト」と「社会人基礎力チェックリスト」は「BJT 個別テスト」のように客観的な評価を行うものではなく、学習支援ツールという位置付けである。双方とも学生の自己評価と講師の評価を5段階で主観的に行う。

●日本語力チェックリスト

日本語を使って何ができるか、できるようになったかについて留学生および講師が主観的に評価することにより、学習目標と学習成果を明確化する。評価項目は「聴く・読む・話す・書く」の4技能に分類される。

●社会人基礎力チェックリスト

社会人として必要な行動能力として何ができるべきか、何ができるようになったかについて、留学生および講師が主観的に評価することにより、学習目標と学習成果を明確化する。経済産業省が発表している「社会人基礎力」の概念を援用。評価項目は「前に踏み出す力」「考えぬく力」「チームで働く力」の3分類と12の小項目で構成する。

表2-13：チェックリストの一部

日本語力チェックリスト（一部抜粋）														
日本語でどんなことができますか。最も当てはまるものを次の1～5の中から選んで、○をつけてください。														
5			4			3			2			1		
問題なくできる (100%できる)			だいたいできる (70～80%できる)			ある程度できる (50%できる)			あまりできない (20～30%できる)			ほとんどできない (0%)		
聴く		自分の評価					自分のコメント		教師の評価					教師コメント
01	日常生活において、日本人同士のスピードの速い会話を理解できる。	5	4	3	②	1			5	4	3	②	1	
02	テレビの政治や経済に関するニュースの内容を理解することができる。	5	4	③	2	1			5	4	3	②	1	
03	授業やゼミなどで、友人の意見を聞き、自分と異なる点を理解できる。	5	④	3	2	1			5	4	③	2	1	

社会人基礎力チェックリスト（一部抜粋）																	
評価項目		定義	内容	ガイドライン	自己評価					自己コメント	講師コメント	講師評価					
前に踏み出す力	主体性	物事に進んで取り組む力	指示を待つのではなく、自らやるべきことを見つけて積極的に取り組む。	自分で考えて活動を進められるようになったか/「できません」と言わずに取り組んだか/自分からすすんで動くようになったか	5	④	3	2	1				5	④	3	2	1
	働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力	「やろうじゃないか」と呼びかけ、目的に向かって周囲の人々を動かす。	積極的にクラス活動に従事したか/まわりと助け合って取り組んだか/確認や質問をしながら活動を行えたか	5	④	3	2	1				5	4	3	②	1

(出典：アジア人財資金構想（2011）『教育機関のための外国人留学生ビジネス日本語教育ガイドライン』より抜粋)

3) 評価ツール3「日本語ポートフォリオ」（定性評価）

ポートフォリオについて、加藤（2001）は「学習活動を最初から最後までファイルしたものである」と解釈している。CEFR¹⁵（吉島他訳2004）の定義によれば「ヨーロッパ言語ポートフォリオ」とは「学習者が取得した資格をはじめ、重要な言語的、異文化的経験を国を超えて明瞭な形式で記録でき、そして生涯にわたり使用できる言語学習に関する個人の記録である」ということである。90年代以降、教育の分野でも導入されるようになった評価方式のひとつで、学校教育における総合的な学習のように、学習者が自分たちで計画を立てて学習を進めていくような学習活動の評価に活用されているものである。

¹⁵ ヨーロッパ言語共通参照枠（英語：Common European Framework of Reference for Languages CEFR あるいは CEF）の意味である。ヨーロッパ全体で外国語の学習者の習得状況を示す際に用いられるガイドライン。1989年から1996年にかけて欧州協議会が「ヨーロッパ市民のための言語学習」プロジェクトを推進した際に、ヨーロッパ言語共通参照枠がその中心的な役割となった。ヨーロッパ言語共通参照枠の目的は、ヨーロッパのすべての言語に適用できるような学習状況の評価や指導といったものの方法を提供することである。

「アジア人財資金構想」で実施した日本語ポートフォリオは、BJT・日本語力チェックリスト・社会人基礎力チェックリスト等の各種評価ツールの有機的且つ効果的な運用を図り、また、それらの評価ツールでは扱いきれない日々の学習の軌跡を明確化するために作成したものである。留学生自身が、現在できることと努力すればできそうなことを見据え、自分でできることと助けがあればできることを適切に把握し、次の学習のステップに進んでいくための内省的（学習を自分自身で振り返る）資料とすることを目指す。これらの情報は、留学生自身だけでなく、講師も共有することになる。その上で、学習者と支援者の双方向的コミュニケーションのもとに、学習活動全体が組織されていくことも意図している。ポートフォリオを作成することで、長時間の学習の軌跡を、全体として把握し、結果よりも学習過程に焦点を当てるような評価の機会を提供することができるようになると思われる。

2.5.2 Can-do によるビジネス日本語の研究

Can-doとは、Can-do Statementsの略で、外国語を使って何がどれだけできるかを「～できる」という形式で示した文である。

外国語教育において、CEFRはCan-doを使用し学習者の到達度を技能ごとに6段階を提示している。日本国際交流基金は「～できる」という形式でCan-doのデータベースを作成している。公開されているJF日本語教育スタンダード¹⁶はデータベースの一部であり、Can-doによるものである（詳細は第5章で述べる）。堀井（2013b）は神戸で行われたビジネス日本語研究会でCan-doにより、ビジネス日本語の記述の試みを発表している。次はCan-doによるビジネス読解の実践報告を紹介する。

池田他（2013）は大学院ビジネス日本語コースの授業科目の一つである「ビジネス読解」の目標設定にCEFRのB2・C1レベルのCan-doを活用し、教育実践の評価を通してCan-doによる目標設定の有効性と限界について考察した。ビジネス場面で必要な「読解」能力とは、「読んで理解して終わりではなく、要約して職場の上位者に口頭あるいは文書で報告するなど、「複合的なコミュニケーション能力」として位置づけられる。また、変化の速いビジネスの世界において、書籍や新聞やインターネット上のリソースなどの「読

¹⁶ JF日本語教育スタンダードとは、国際交流基金が2010年に発表した、日本語の教え方、学び方、学習成果の評価のし方を考えるためのツールである。JFスタンダードを使うことにより、日本語で何がどれだけできるかという到達度が分かる。また、コースデザイン、教材開発、試験作成などにも活用できる。ヨーロッパの言語教育の基盤であるCEFRの考え方を基礎にして作られたものである。

解」を通して得た新しい「知識」を、既存の知識と照合し再構成し、ビジネス上の様々な問題解決のために活用することも求められる」ということが提示されている。

授業科目の目標設定とした具体的な Can-do は以下の（１）から（４）で、これらは全て CEFR の B2・C1 レベルの Can-do を参考にして、授業内容に合った記述内容としたものである。

- （１）幅広い話題について書かれた新聞記事などから、必要な情報をすばやく探し出し、それらを関連付けることができる。
- （２）専門的な資料から、情報、考え、意見を、表現されない意図や含意も含めて、詳細に読み取ることができる。
- （３）新書などのまとまったテキストを読んで深く理解したうえで、わかりやすく要約することができる。（精読・要約）
- （４）コンテキスト上の様々な手がかりから、筆者の意図を推測し、先を予測しながら読み進めることができる。

Can-doは一般の日本語教育と実践で数多くの研究がなされ、熟達度の測定と到達目標の設定、学習指導、評価などの面で使用される。ビジネス日本語もCan-doを使っているいろいろな試みができると考えられる。

本研究は、会話作成やコミュニケーション活動の研究ではなく、教育内容と学習者の到達度が研究の重点になる。どんなビジネス場面が必要なのか、またその場面に必要とされる言語知識と文化知識は何か、Can-do で各指導項目を明記する。

第3章 中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点

第1章では、グローバル化に伴って生じたビジネス上の問題を述べた。日中間のビジネスにおいては特に人的問題が目立つこと、また、中国国内では就職難であるにもかかわらず、有能なビジネス日本語人材は不足しているという矛盾が起きていることなどが挙げられる。

また、ビジネス日本語とは何か、日中のビジネス日本語の違いも述べた。日本でのビジネス日本語は留学生を中心とし、留学生の日本での就職を援助するため、面接、社会人としての知識と問題解決能力を教育内容とすることが一般的である。それに対して、中国でのビジネス日本語は、まず日本語そのものの勉強、日本文化の理解、特定の関係分野の知識も必須になる。

第2章では、先行研究をめぐって、ビジネス日本語の特徴についての説明、ビジネス日本語教育の実践報告、異文化職場における日中の意識のずれ、中国でのビジネス日本語研究、ビジネス日本語研究の新動向としてアジア人財資金構想が提出したビジネス日本語ガイドラインとビジネス日本語の Can-do の試みを紹介した。

では、中国の高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状はどうだろうか、どんな問題点があるか本節で述べたい。

3.1 ビジネス日本語教育の規模

1.2 節で述べたように、各大学の日本語専攻は、就職率を上げ、社会的ニーズに応じて特色がある人材を育成するため工夫をしている。ビジネス日本語教育を行うのはその一つの試みである。

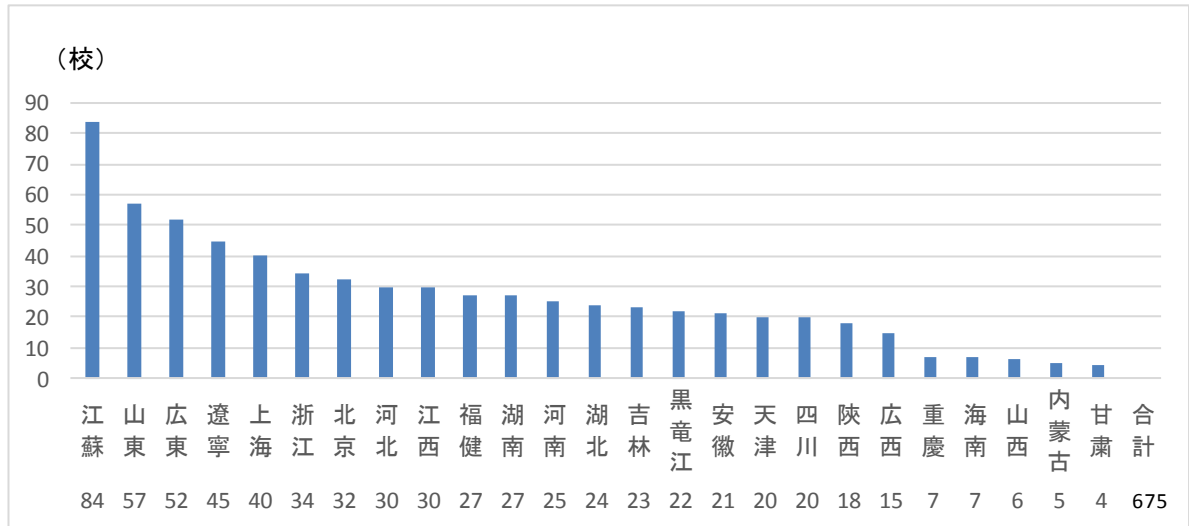
ビジネス日本語教育機関を見る前に、現在中国において日本語教育を行う高等教育機関を見ていきたい。1.2.2 節で述べたように、中国での高等教育機関には、四年制の本科大学と二年または三年制の専科大学と技能、職業教育を中心とする短期大学がある。2011年現在、中国の高等教育機関は2305校がある（2011年度中国教育部『中国教育統計数拠』）。

3.1.1 日本語専攻開設校の配置状況

図3-1は2011年現在の中国における高等教育機関数を省別に表したもので、中国の日

本語教育の分野において高い評価を得ている学術誌『日語学習と研究』を参考に、筆者がまとめたものである。

図 3-1 日本語専攻が開設されている中国高等教育機関数の省¹⁷別一覧



(出典：『日語学習と研究』2011年4号, 对外経済貿易大学)

2011年現在、中国には本科大学（4年制大学）が1090校あり、その内419校には日本語専攻が設立されており、ほぼ半数の大学には日本語専攻があることになる。専科・短期大学の日本語専攻を入れると、675校に達する。図3-1にまとめた高等教育機関数は本科大学と専科・短期大学に合わせた数である。

図3-1から分かるように、日本語専攻開設校は江蘇省が84校で一番多く、それに次いで山東省が57校、広東省が52校で三番目になる。2011年省別のGDP総額の統計によると、広東省、江蘇省、山東省の順に全国の1位から3位を占めており、日本語専攻の設置数の順位とほぼ一致している。経済の発展と日本語専攻開設の間に相関があると単純に言うことができないが、この三省では経済の発展により日本企業の投資を誘致しやすい環境が整備されているため、誘致された日系企業のニーズに応え、日本語専攻が多く開設されていると考えられる。

また、中国東北地方の黒竜江省、吉林省と遼寧省は日本と歴史的関係が深いため、日本語開設校が合わせて90校となり、全体の13.3%を占めている。相対的に発展し日系企業

¹⁷ 北京、上海、天津と重慶四つの直轄市と五つの自治区が含まれる。便宜上「省」を使う。

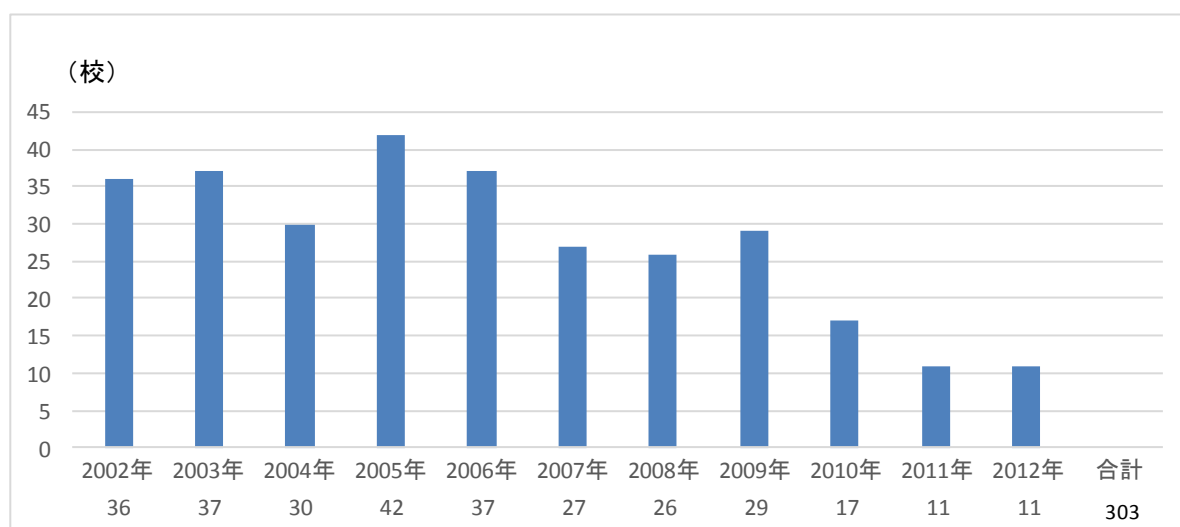
が集中している沿海部¹⁸を見ると、北から南まで、遼寧省、北京、河北、天津、山東、江蘇、上海、浙江、福建、広東 7 省 3 直轄市の日本語開設校は全部で 421 校で、全体の 62.4% を占める。このことから、中国の大学における日本語専攻の開設は経済発展とそれに伴う日系企業の進出と密接に関係があると言することができる。

3.1.2 日本語専攻の急増

次に、本研究の中心的な議論の対象となる四年制本科大学の日本語専攻に限って見てみよう。

専科・短期大学が、新しい専攻をある程度自由に開設できるのに対し、四年制本科大学は新専攻開設の申請の審査が厳しく、中国教育部の許可を得なければ開設できない。教育部が公開した資料（『2002-2012 年度经教育部备案的普通高等学校本科专业名单』）をもとに、2002 年から 2012 年までの 11 年間に日本語専攻を新開設した本科大学の数を筆者が整理したものが図 3-2 である。

図 3-2 中国における日本語専攻新規開設数（2002 年～2012 年）



（出典：中国教育部ホームページ <http://www.moe.gov.cn>，2013 年 12 月 30 日）

2012 年現在、日本語専攻がある本科大学は全国で 430 校あり、その中の 303 校が 2002 年から新しく開設されたことが図 3-2 から分かる。つまり、70.5%の日本語専攻の歴史は 10 年程度であると言える。2010 年より、増加スピードは緩やかになってきたが、増加傾向

¹⁸ 北京は沿海部ではないが、海まで近いので沿海部に入れる。

は変わっていない。この 11 年間で日本語専攻が急に増加したのは、2001 年の中国 WTO 加盟、市場開放と外資導入を背景として、数多くの外資企業が相次いで中国に進出し、日系企業による日本語人材の需要に対応するため、日本語専攻が数多く開設されたからだと考えられる。また、1999 年からの「拡招」という大学の入学定員の拡大政策によって、高等教育の規模が急激に拡大した。日本語専攻もこのわずか 11 年間の間に 127 校から 430 校になり、3 倍近くに増えた（表 3-1 を参照）。この社会ニーズに応えた急増は同時に数多くの問題も引き起こした（3.3 節で詳しく述べる）。

表 3-1 日本語専攻の増加（単位：校）

2001 年まで	2002 年～2012 年	合計
127	303	430

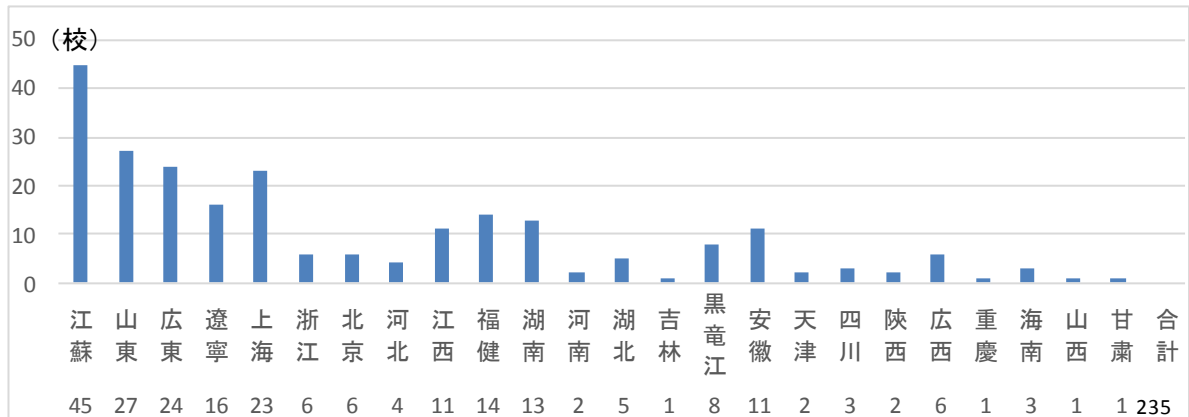
経済の発展と外資企業の進出によって増加しているのは日本語専攻だけではなく、韓国語、フランス語などの専攻も増えている。英語専攻の開設校と入学定員は外国語専攻の中で 1 番多く、日本語専攻はそれに次いで 2 番になっている。国際交流基金 2010 年度『日本語教育国・地域別情報』によると、「初等、中等、高等教育に関わらず、日本語学習者数は他の外国語（英語を除く）より多い。中略。高等教育における日本語教育の機関数及び学習者数は増え続けている。」としている。日本語の人気度の高さが伺える。

3.1.3 商務日本語開設校の配置状況

1.3.2 節で述べたように、中国では狭義のビジネス日本語は商務日本語のことである。本研究でビジネス日本語の規模、配置状況、カリキュラムを説明する際、すべて商務日本語を例とする。商務日本語の詳しい情報は 3.2 節で述べる。図 3-3 は中国において各大学の商務日本語教育を行っている高等教育機関数を表している。

商務日本語教育を行う機関の数は図 3-1 と比較してみれば、教育機関数の 1 位から 3 位までの順位は変わっていないことが分かる。また、江蘇、山東、広東、上海と遼寧において、日本語専攻がある大学の約半数が商務日本語教育を行っていることが分かる。

図3-3 商務日本語が開設されている高等教育機関数の省別一覧（単位：校）



（出典：『日語学習と研究』2011年4号，对外経済貿易大学）

李（2011）は商務日本語の開設校の規模に関して、次のように述べている。

商務日本語の開設校は 235 あり、日本語専攻開設校の約 35%を占めている¹⁹。学生数は 15 万人以上で、今後 5 年間に、全国の高等教育機関において毎年 10%以上の学生数の増加が見込まれる。商務日本語を教えている教師は約 3200 人で、日本語教師の約 30%を占める（筆者訳）。

李（2011）は商務日本語教育を行う機関数だけ統計したが、本研究では、商務日本語のほかに、IT 日本語、観光日本語など分野別の日本語教育もビジネス日本語だと見られるので、中国においてビジネス日本語教育を行う高等教育機関は日本語専攻開設校の 35%より多いと言える。

中国高等教育機関の日本語教育では、商務日本語の開設校が数も学習者も多く、近い将来必ずしもさらに発展できると簡単に判断できない。しかし、現在この規模が大きい商務日本語教育は、その具体的なコース、カリキュラムがどんな様子なのかを明らかにしたい。

3.2 商務日本語教育の現状

中国で行われている商務日本語教育は主に高等教育機関で実施されるため、商務日本語教育の現状を見る前に、まず、中国の高等教育機関の日本語教育全体と現在の学部レベルの日本語教育モデルを見ておきたい。

¹⁹ 2011 年度の統計データ、筆者注。

3.2.1 中国高等教育機関における学部レベルの日本語教育

国際交流基金 2010 年度『日本語教育国・地域別情報』によると、中国高等教育機関における日本語教育は、学部レベルと大学院レベルに分類される。学部レベルでは日本語専攻、いわゆる一般教育科目の中の第一外国語、第二外国語に分かれる。大学院レベルでは、日本語・日本文学専攻だけでなく、外国語・外国文学研究科の中で日本語、日本文学、日本文化などと関連する研究、歴史、国際関係、経済などの分野で日本と関連する研究の専攻を実施する機関もある。直接日本語・日本文学関連の研究を行う修士課程を持つ機関は 100 以上、博士課程を持つ機関は 15 以上ある。なお、日本語以外の外国語専攻の場合、必修の第一・第二外国語科目として日本語を開設するところも多い。本研究で見ているビジネス日本語は、学部レベルの日本語のことである。

すでに述べたように、日本語専攻の新設や既存専攻の定員募集の拡大で、学習者が急増している。日本語をゼロから始めて、3、4 年次に日本語能力試験 N1 レベルに達する機関が多い。国際交流基金 2010 年度『日本語教育国・地域別情報』は、中国高等教育機関の日本語教育は、「全体的に研究志向よりも実務志向（ビジネス、観光等）が高く、卒業後は日系企業に就職する学生が多い。また近年は日本語力だけでは就職が難しくなっており、英語、経営、コンピューターなどを併せて学ぶ学生が増えている。」と指摘している。

次は、現在中国高等教育機関における日本語教育モデルを紹介しておく。

（1）日本語言語文学を中心とするモデル

日本語そのものを中心に、言語知識を徹底的に定着させ、言語運用能力の向上を重視し、日本文化の紹介と理解を日本語教育の目的とする。日本語の学習と日本文化の理解をさらに深めるため、四年間の間に、日本の提携校で 1 年交換留学をさせる機関が多い。このような機関はほとんど日本語教育歴史が長く、教師陣が強い総合大学または外国語大学である。北京大学、吉林大学、山東大学、北京外国語大学などが挙げられる。学生は卒業後外交、役所の外事関係、日本に留学、大手企業で就職することが多い。

（2）日本語＋他分野科目の複合型人材育成モデル

2 年間日本語を勉強して、3 年次から社会需要に応じ他分野の科目を導入するモデルである。就職競争が激しいため、日本語だけでは就職が難しく、日本語のほかに何かできれば就職に有利であるという考えで、複合型人材の育成モデルが生まれた。このようなモデル

は、この10年で日本語専攻のを新規開設し、教師陣は総合大学ほど強くない理系大学が多い。職業訓練を目指す職業学院（2年間教育の短期大学）はほとんどこのモデルである。本研究が扱うビジネス日本語はこのモデルに当たる。

（3）ダブルメジャーモデル

二つの学位を授与するダブルメジャー制には二種類がある。一つは工学が強い大学で主専攻のほかに日本語を指導し、普段の四年より一年を増やして五年間で二つの学位を授与する。もう一つは、日本語を主専攻、違う外国語（主に英語）を勉強する二言語教育モデルである。ダブルメジャー制の卒業生は就職がよいが、一般の大学は簡単にこのモデルを実施することができない。ダブルメジャーは教育管理部門の許可を必要とするという政策の面もあるし、その大学の實力と募集する学生の質などさまざまな要因に関わる。

（4）産・学提携モデル

学校が関連企業と提携して、企業の受注の形で、指定される特別の分野のために、日本語人材を育成するモデルである。学生が入学時に学校と契約を結び、日本語と指定された技能を学習し、卒業後直接学校と提携した企業に就職する。提携企業があるため、半年または1年間企業で実習することもできる。このような教育機関はほとんど職業学院（短期大学）である。学生の就職と企業の求める人材が確保されるため、この育成モデルは現在人気がある。しかし、育成期間が長いほか、企業側が学生を多量に募集できない場合、クラスを編成することができないという難点がある。

（5）中日提携モデル

日本の大学と提携し、中日双方の学位を取得できる。最初の2年間は中国で日本語教育を受け、3年次から提携する日本の大学に編入し、卒業時には二つの大学の学位を取得するもので「2+2」制度と呼ばれている。学生は日本の大学で続けて日本語を専攻とすることもあれば、違う専攻で勉強することもある。

以上の五つのモデルの中では、(1)と(2)が一番多い。工学が強い大学でのダブルメジャー制は、主専攻が日本語でない可能性があるが、他はすべて日本語が主専攻である。つまり、日本語教育の中で日本語と他の分野の知識や言語を勉強する。本研究の研究対象となるビジネス日本語は(2)日本語+他分野科目の複合型人材育成モデルである。

3.2.2 商務日本語教育の概要

(1) 商務日本語専攻と日本語専攻の中での商務日本語教育

1.3 節で中国におけるビジネス日本語とは何かを述べた。その定義によると、中国では、広義のビジネス日本語は商務日本語、IT 日本語、観光日本語など分野別の日本語教育を含む。狭義のビジネス日本語は商務日本語のことである。ここでは、狭義のビジネス日本語「商務日本語」を中心に見ていきたい。

現在、中国において日本語教育を行う高等教育機関には 4 年制の本科大学と専科・短期大学（2 年または 3 年）の二種類がある。本科大学の専攻設定はすべて教育部の許可が必要であるため、日本語専攻も例外ではない。本科大学レベルの「ビジネス日本語」はまだ専攻として認められていないため、ビジネス日本語教育は「日本語専攻」の中で行われている。1.2.2 節で紹介したように専科・短期大学の専攻設定は教育部の許可が不要であり、所在地の各省の教育管理部門に登録すれば開設できる。専科・短期大学には、応用日本語専攻、旅行日本語専攻と商務日本語専攻の三専攻がある。

本研究で専科・短期大学の商務日本語専攻と 4 年制本科大学の日本語専攻におけるビジネス日本語教育を合わせて便宜上「商務日本語」と呼ぶとする。

(2) 商務日本語教育の歴史

中国の商務日本語教育の始まりは 1950 年代に遡る。当時、中国は日本と国交正常化していなかったが、民間貿易はすでに始まっていた。貿易を順調に発展させるため、日本語が分かり、貿易実務ができる人材が必要であったため、1950 年代の初めから 60 年代にかけて、当時の北京対外貿易学院（現在は対外経済貿易大学）、上海対外貿易学院、天津対外貿易学院（南開大学と統合）、広州対外貿易学院（広州外国語学院と統合し、広州外語外貿大学になった）四つの大学で日本語が分かり貿易実務ができる人材の育成が始まった。この四大学は、商務日本語の教育レベルが高いことで有名である。21 世紀に入り中国では商務日本語教育がブームになったが、残念ながら、2014 年現在においても他の大学の商務日本語教育はこの四大学ほど進んでいないのも事実である。

(3) 商務日本語は何を教えるか

商務日本語はどのような科目からなっているのか、中国にある三つの経済貿易大学²⁰、

²⁰ 前掲した対外経済貿易大学、上海対外経済貿易大学、広東外語外貿大学三つの貿易大学である。四つ

三つの理系大学、六つの専科・短期大学のカリキュラムを調べた。詳細は表 3-2 になる。

表 3-2 商務日本語に関する科目

大学名	授業科目名	備考
対外経済貿易大学（北京）	貿易文書範例、ビジネス商談、貿易文書閲覧、日本経済研究、異文化交流理論	中国で商務日本語教育の歴史が長い大学
上海対外経貿大学（上海）	商務日本語、日本新聞閲覧、商務日本語通訳演習、経済学原理、国際貿易、貿易実務、国際金融	
広東外語外貿大学（広東省）	経済貿易日本語、日本経済、経理基礎、日本企業経営概論、貿易実務概論、経済学原理、産業経済学、商務日本語	
常州大学（江蘇省）	国際貿易理論と実務、商務日本語会話、貿易日本語ビジネス文書、ビジネス関係文書閲覧	江蘇省、山東省、広東省にある理系大学
山東理工大学（山東省）	貿易日本語、日本新聞閲覧、ビジネスマナー、中日異文化交流、	
広東工業大学（広東省）	商務日本語、国際貿易実務	
無錫商業職業技術学院（江蘇省）	国際貿易、貿易日本語作文、商務日本語、ビジネスマナー、商務秘書日本語、インターンシップ	江蘇省、山東省、広東省にある専科・短期大学
蘇州工業技術学院（江蘇省）	商務日本語、輸出貿易実務、会計学原理、インターンシップ	
山東南山職業技術学院（山東省）	商務日本語、商務場面日本語、商務文書作成、貿易日本語通訳、貿易実務	
山東外事翻訳通訳職業学院（山東省）	商務日本語、旅行日本語、国際貿易概論、E コマース（電子商取引）概論	
広州珠江職業技術学院（広東省）	商務実務、国際貿易基礎、商務日本語	
広州鉄路職業技術学院（広東省）	商務日本語会話演習、国際貿易実務、商務文書作成、日本語オフィスソフト使用、貿易実務演習、就職日本語、ビジネスマナー、マーケティング入門、日本企業文化、インターンシップ	

（出典：各大学のホームページ公開データ）

3.1.3 節ですでに述べたが、現在江蘇省、山東省、広東省の商務日本語教育を行う大学数

の経済貿易大学があったが、天津対外貿易学院は南開大学と統合後、大学に日本経済研究所があり、言語と関係がなく完全に日本経済を研究しており、外国語学部の日本語専攻は普通の日本語言語教育を行うため、考察対象から外した。

は全国1位から3位の順で並んでいるため、三つの省からそれぞれ一つの理系大学と二つの専科・短期大学を選んでその教育内容を紹介する。理系大学と専科・短期大学を選んだのは、李（2011）によれば、近年来新しく開設された日本語専攻はほとんど理系大学や専科・短期大学に集中しており、90%は商務日本語であるからである。選んだ三つの理系大学ともこの10年内で日本語専攻を新規開設し、商務日本語教育を行っている。限られた学校数であるが、商務日本語の一側面が見られると考えられる。

商務日本語に注目するため、授業科目は商務に関する科目だけを取上げ、哲学や英語のような教養教育科目と日本語の言語教育部分の科目を除き、商務日本語の商務と直接関係がある科目のみ取上げた。商務日本語カリキュラム全体、時間数また単位の割合については次節で詳しく述べる。

表3-2で列挙された科目の名前は大学によって異なるが、国際貿易理論、貿易実務、貿易に関する会話、商務に関する文書の範例及び作成、貿易に関する文書の閲覧などの内容が共通しており、日本経済、異文化交流、ビジネスマナー、就職に関する日本語など直接貿易に関わらない内容を教える機関もある。

科目の名前から見れば、各機関が行っている商務日本語教育は国際貿易に関する日本語であると言える。この意味で、商務日本語は国際貿易日本語であり、IT日本語、観光日本語と同じく、ある分野の日本語教育であると指摘できる。商務日本語のコース全体がどのような状況かを次に述べたい。

3.2.3 商務日本語のコース

中国での商務日本語教育は中国WTO加盟後（2001年）外資の導入と海外との貿易の発展につれてブームとなり、李（前掲）によると、2011年度に日本語教育を行っている全国675校の内、三分の一以上（235校）が商務日本語教育を実施していると言える。

残りの三分の二はどのような日本語教育を行っているのかは統計データがないため、判断ができない。全国の統計データはないが、3.2.4節で山東省を例にしてその日本語教育全体像を通して、商務日本語以外の日本語教育も見ることとする。

3.2.1節で中国の高等教育機関にける日本語教育の現状を述べた。商務日本語は（2）日本語＋他分野科目の複合人材育成モデルに属する。商務日本語は、日本語のほかに、他分野科目として国際貿易理論と実践を中心に、市場調査、商談、契約、決済などの貿易の流れから経済理論の基礎知識まで、幅広い内容を含む。中国教育部は商務日本語に関するガ

イドラインを出していないため、**商務日本語のコース・デザイン、カリキュラム・デザイン、評価基準**などは各大学に一任されている。

(1) 四大学の**商務日本語**コース

四年制本科大学の**商務日本語**コースを紹介するために、前述の全国トップレベルの**商務日本語**教育を実施する三大学の中から**商務日本語**教育の歴史が一番長い**対外経済貿易大学**と表3-2に示した3校(本科大学)を選んで、それぞれのコースを見て行きたい。選んだ四大学の**人材育成方針(商務日本語コース)**は、**対外経済貿易大学(以下貿易大)**は2010年版、**常州大学(以下常州大)**は2012年版、**山東理工大学(以下山理工大)**は2011年版、**広東工業大学(以下広工大)**は2010年版のホームページを参照した。

中国の大学の履修科目は、**教養教育科目**と**専門科目**からなる。**教養教育科目**には、全大学共通の**歴史、哲学、軍事訓練**と各大学が必要に応じて開設した**英語、情報処理(PC基礎)**などの科目がある。本研究は**商務日本語**のコースに焦点を絞るため、**教養教育科目**の時数と単位数を表3-3に入れない。主に見るのは、**日本語と商務分野の知識や能力養成**の時数、単位数とそれぞれの割合である。

科目名称の翻訳は筆者による。**日本語言語知識・運用能力養成**の部分(以下**日本語部分**)と**商務知識**の部分(以下**商務部分**)の分類は筆者の判断によってまとめた。**商務日本語**会話や**ビジネス文書作成**などの科目は**商務**に関する内容であるが、目的は**日本語の運用能力**養成であるため、**商務知識**ではなく、**日本語言語知識・運用能力養成**の部分に入れた。**商務知識**部分は、**国際貿易や金融**など**日本語と関係がない知識**だけを入れた。

中国の授業の時間は、1コマが50分で、2コマ連続で行われ、間に10分間の休みを挟むのが一般的である。また、1単位は16~18コマで計算される。

表3-3は四大学の**日本語専攻**の中での**商務日本語**教育の様子である。各校の**人材育成方針**に、**科目名、開講学期、時数と単位数**を示している。

表 3-3 商務日本語のコースの内容

大学	日本語言語文化知識・運用能力養成の部分				商務知識			合計 時数	合計 単位
	言語文化知識	運用能力養成	時数	単位	科目	時数	単位		
対外経済貿易大学	基礎日本語、精読、読解指導、日本語文法、日本事情、文学作品鑑賞、異文化交流理論	日本語視聴説（会話、聴解練習指導）、作文、会話、翻訳・通訳理論と実践通訳演習	1548 79.6%	86 79.6%	経済貿易文書範例、ビジネス商談、経済貿易文書閲覧、日本経済研究	396 20.4 %	22 20.4 %	1944 100 %	108 100 %
常州大学	総合日本語、日本事情、日本文化、文学史、文学作品鑑賞、言語学概論	日本語聴解、会話指導、作文、論文指導、通訳演習、翻訳演習、商務日本語会話	1304 83.6%	81.5 83.6%	国際貿易理論と実務、貿易日本語商務文書、商務関係文書閲覧、経済学、国際商法、国際決算	256 16.4 %	16 16.4 %	1560 100 %	97.5 100 %
山東理工大学	基礎日本語、読解、日本事情、日本語文法、高級日本語、日本語能力試験対策指導、中日異文化交流、日本新聞閲覧、ビジネスマナー	会話、聴解、通訳・翻訳演習	1512 90.4%	94.5 90.4%	経済貿易日本語、日本経済、ビジネス文書、ビジネス商談、	160 9.6%	10 9.6%	1672 100 %	104.5 100 %
学 広東工業大	基礎日本語、読解、高級日本語、翻訳理論、日本事情、新聞閲覧	聴解、作文、通訳演習、商務日本語会話、商務日本語	1536 91.4%	96 91.4%	国際貿易と金融、商務文書作成、国際貿易実務	144 8.6%	9 8.6%	1680 100 %	105 100 %

(出典：各大学のホームページ)

(2) 日本語知識部分と商務知識部分の割合

時数と単位数の割合から見ると、商務知識の割合が一番高いのは貿易大であり、20.4%を占め、それに次いで常州大は16.4%、山理工大は9.6%と広工大8.6%は1割未満である。時数は400コマに近い貿易大が一番多く、それに対して、広工大は144コマで前者のわずか約三分の一だった。商務部分の実際の時数が少なく、どれぐらいのことが教えられるのかという疑問が残される。単位数の割合と時数は学校により大きな差を示している。(表3-3)

(3) 商務日本語は国際貿易のための日本語

どの学校のカリキュラムでも貿易理論及び実務と関連する科目があり、他に商務文書の作成、国際商法、貿易日本語などの科目も貿易業務と関わる。この四大学のカリキュラムを見ると、商務日本語コースは国際貿易のための日本語教育だと言える。

(4) ビジネスに関する日本語の科目

基礎日本語、日本語文法など日本語部分の科目名だけから見ると、ほとんど日本語の言語そのものの教育であり、商務に関わらないことが観察できる。つまり、この部分は前述のようにビジネス日本語教育は「日本語+他分野科目」の日本語に当たる。

国際貿易理論と実務、日本経済研究などの科目は日本語で解説されるが、知識の教授であり、商務知識が日本語・日本文化知識の伝授と日本語運用能力の養成にまったく貢献しないとまでは言えないが、ビジネス場面に必要とされる日本語の運用能力が養成されるとは言えないだろう。

現行の授業では日本語科目と商務科目の間の関連性が見えないため、ビジネス場面に求められる日本語、つまりビジネス日本語の指導が必要であることが指摘できる。

表3-3から次の3点がまとめられる。

- ① 商務知識部分の時数と割合は各学校によりそれぞれ異なり、大きな差を示している。
- ② 商務日本語コースは国際貿易のための日本語教育だと言える。
- ③ 日本語言語そのものだけの教育であり、ビジネス場面に対応するビジネス日本語に関する科目が極めて少ない。

3.3 ケーススタディーとしての商務日本語教育の実際

3.3.1 ビジネス日本語教育全体図—山東省を例に

(1) 山東省を選ぶ理由

3.2.2 と 3.2.3 では中国全体の商務日本語教育概要と商務日本語コースを考察した。さらに詳しい内容を検討するために山東省と山東交通学院をケーススタディーとして取上げる。

山東省は日本語教育機関数も商務日本語教育を行う機関数も中国全国第2位であり、山東省の大学を分析することにより、ある程度全国の商務日本語教育の傾向を知ることができる。図3-4と図3-5は山東省の地図である。

図3-4



図3-5



山東省は北には渤海、東には黄海があり、黄河の下流に位置する。人口 9579.3 万人、面積 15.71 万km²（日本の面積の約 4 割）である。省都は済南で、他に青島、煙台、泰安など全部で 17 都市がある。2003 年から、日本企業の山東省での投資企業と金額数は激増し、山東省にとって日本は香港、韓国に次いで 3 番目の海外からの投資地域となり 2012 年度の輸出入総額は米国、EU、韓国、ASEN に次いで 5 番目となっている（以上のデータはすべて山東省商務庁 2013 年 8 月の公開統計データによる）。山東省にある 27147 社の外資系企業（2012 年 3 月末、登記ベース、山東省工商局 HP より）のうち、日系企業は 2666 社（2012 年、在青島日本国総領事館 HP より）で、約 1 割を占めている。在留日本人数は 2804 人（2012 年、在青島日本国総領事館 HP より）。青島、済南と煙台の三都市が日本と国際航空路線でつながっている。

（2）山東省の日本語教育全体図

山東省の高等教育機関における日本語教育の始まりは、山東大学 1971 年、山東師範大学 1972 年からである。本研究のケーススタディの対象となる山東交通学院では 2001 年に商務日本語教育が開始された。当時の商務日本語コースは商務英語コースを参考にして作られた。

『山東省統計年鑑 2010』によると、2009 年山東省の大学数は 128 校、在籍学生 159.3 万人、専任教師 89734 人である。統合、編成などを経て、2013 年現在 125 校が残っており、各大学が公開しているホームページから得た資料を整理すると表 3-4 のようになる。

表 3-4：山東省における分野別の日本語教育を実施する高等教育機関（単位：校）

	一般の日本語 18 (32.1%)	ビジネス日本語 38 (67.9%)			合計
	日本語言語文学	IT 日本語	観光日本語	商務日本語	
本科大学	16 (10) ²¹	3	2	13	34
専科・短期大学	2	4	2	14	22
合計	18 (32.1%)	7 (12.5%)	4 (7.2%)	27 (48.2%)	56 (100%)

（出典：各大学ホームページの公開情報、2013 年度）

表 3-4 が示すように、全体の 125 校の中で、日本語教育を行っている機関は 56 校

²¹ 一般の日本語教育であるが、その内 10 校のカリキュラムに「商務日本語」また「経済貿易日本語」のような商務日本語教育に関する科目一つか二つがある。

(44.8%)であり、全国平均 35%より高い。日本語教育を行っている機関の中でビジネス日本語教育を実施している機関は 67.9%である。多数の機関がビジネス日本語教育を行っていることが分かる。

(3) 商務日本語教育の割合

表 3-4 が示すように、一般の日本語教育を行う機関 18 (32.1%) に対して、商務日本語、観光日本語、IT 日本語などビジネス日本語教育を行う機関は 38 (67.9%) である。38 校の内訳を見てみよう。観光日本語の 4 校と IT 日本語の 7 校に対して、商務日本語は 27 校、ビジネス日本語の中で 71.1%を占め、多数の機関が商務日本語教育を行っていることが分かる。この数字からも中国でビジネス日本語教育と言えば、商務日本語教育が中心となっていると言える。

商務日本語教育を実施する 27 機関の中で、本科大学は 13 校、専科・短期大学は 14 校がある。ほかに一般の日本語教育のカリキュラムの中に「商務日本語」、「経済貿易日本語」のような商務日本語教育に関する科目が一つか二つがある機関は 10 校ある。その 10 校を除けば、山東省の本科大学において、日本語言語文学だけを実施する機関はわずか 6 校である。それも 3.2.1 節で述べた日本語言語文学を実施する機関はほとんど日本語教育の歴史が長い、教師陣が強い総合大学また外国語大学であるという中国全体の傾向と一致している。日本語言語文学だけを行う機関の中で就職を第一の目的とする専科・短期大学はわずか 2 校であり、日本語だけでは就職が難しいことが伺える。

3.3.2 山東交通学院の商務日本語教育

商務日本語のことをさらに詳しく見るため、山東省にある一大学を例にとって商務日本語コースの内容を詳しく考察していく。分析対象とする山東交通学院は工学を中心とした四年制総合大学であり、筆者が勤務している大学である。

3.3.2.1 山東交通学院の日本語専攻

商務日本語教育のブームは中国の WTO 加盟後の 21 世紀からであり、ほとんどの大学の商務日本語教育の歴史は 2000 年以降に始まる。山東交通学院 (Shandong Jiaotong University, 以降 SDJTU) は 2001 年の日本語専攻の開設の当初から商務日本語教育を始めた大学の一つである。SDJTU では 2001 年から 3 年制の日本語教育が始まり、その後 2004 年に、4 年制の日本語専攻を開設した。それと同時に 3 年制日本語教育は 4 年制へと移行する。1 ク

ラス 30 名ずつ 1 学年 2 クラスで編成されている。現在の募集人数も年に 60 人であり、2 クラスが編成されている。

表 3-5 山東交通学院外国語学部日本語専攻

1～2 年	3～4 年
基礎 日本語 教育	日本語言語文学コース
	商務日本語コース
	IT 日本語コース

表 3-5 が示すように、SDJTU 外国語学部の日本語専攻には三つのコースがある。中国では、4 年制本科大学の日本語専攻の開設には許可が必要であるが、許可された後は、専攻の中でどのようなコースを開設するかは各大学に任されている。

商務日本語は日本語専攻の中の一つのコースであり、他に、日本語言語文学コースと IT 日本語コースがある。入学から 2 年次が終わるまで、すべての日本語専攻の学生が同じカリキュラムで基礎日本語教育を受け、3 年次から、日本語言語文学コース、商務日本語コースと IT 日本語コースから自由に選択することができる。各コースは常時開設されるわけではなく、20 人以上が希望した場合に必要なに応じてコースが開設される。

商務日本語コースは 2001 年から現在まで中止することなく続いている。IT 日本語コースは、日本向けのソフトウェア開発の人材に対するニーズが高まった 2005 年、2006 年入学の学生のために 2 年連続して開設されたが、卒業生の就職率が低かったため、その後開設されていない。日本語言語文学コースも 2004 年、2005 年、2008 年入学の 3 回開設されただけである。このように、SDJTU は中国のほかの大学と同じように、学生のニーズと就職率に敏感であり、日本語専攻は三つのコースが用意されているが、実際には商務日本語コースだけが継続的に設置されている。

3.3.2.2 商務日本語教育の人材育成方針

SDJTU は、山東省及びその周辺乃至全国の社会ニーズに応え、2014 年現在、13 年間商務日本語教育を行っている。

『山東交通学院人材培養方案』（人材育成方針）（2009）によれば、日本語専攻の人材育成目標は以下①～④である。

- ① 言語知識と言語運用能力を持つ
- ② 翻訳や通訳、ビジネス場面での交渉、コミュニケーションなどの技能を持つ

③ 対日国際商務に関する業務を展開することができる

④ 国際市場の分析及び開発する能力を備える

①言語知識と言語運用能力は一般的な日本語教育（JGP）であり、②はビジネス場面において日本語で仕事する能力であり、③④は貿易業務そのものについての知識と能力である。

この日本語専攻の人材育成方針が、実際の教育でどのように行われているのか、カリキュラムを見ていこう。

3.3.2.3 商務日本語教育のカリキュラム

(1) 日本語専攻のカリキュラム全体図

本節では、中国の4年制大学の日本語専攻における商務日本語教育をもっと詳細に知るために、SDJTUにおけるカリキュラムを見る。SDJTUの日本語専攻では、入学から2年間は一般的な日本語教育（JGP）を行い、3年次から、商務日本語を履修するモデルである。

表3-6は教養教育科目を除いた日本語専攻の専門科目のカリキュラム全体図を示している。専門科目は、全員必修の言語基礎科目、コース別の必修科目と選択科目からなる。各科目の右側は総単位数と時間数である。さらに右側はその科目が開設される学期と週あたりの時間数を表している。年度により各学期の週数は異なる。4年生の後期（第8学期）は教室内授業がなく、就職活動と卒業論文の作成が中心である。

言語基礎科目は、日本語専攻の学生全員の必修科目になる。主に、総合日本語、文法、会話と聴解練習、読解、日本文化の紹介など日本語の学習が中心となっている。

次はコース別の科目で、日本語言語文学、商務日本語、IT日本語三コースに分かれる。日本語専攻の学生は自分の所属するコース以外の科目は履修できない。コース別の授業は日本語で指導される。ITや国際貿易関係の科目を日本語で指導しているのは、専門の知識を学ぶと同時に日本語の能力も高めるという目的である。

選択科目はほとんど国際貿易とIT関係分野である。選択科目でこの二分野の科目を設定するのは、商務日本語コースやIT日本語コースに科目を補足するという目的以外に、日本語言語文学コースを選んだ学生に将来就職のため、他分野の知識を勉強させておくという目的もある。

3-6: SDJTU 日本語専攻のカリキュラム

分類	番号	科目	単位	時間数	開講学期							
					1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期	7 学期	8 学期
					15週	19週	18週	8週	18週	19週	12週	0
言語基礎科目	1	総合日本語	44	786	10	8	8	8	4	4	4	
	2	日本語会話	6	140	2	2	2	2				
	3	日本語聴解	6	110		2	2	2				
	4	日本語上級聴解	4	74					2	2		
	5	日本国概況	2	30	2							
	6	日本語文法	4	72			2	2				
	7	読解指導	4	72				2	2			
	8	通訳理論と実践	4	72					2	2		
	9	作文	2	36				2				
	10	卒業論文指導	2	38						2		
	11	日本文学史	2	36					2			
	12	日本文化	2	36					2			
必修基礎科目単位、時数合計			82	1502	14	12	14	18	14	10		
コース別科目	言語文学	1	上級日本語	3	48							4
		2	日本語学概論	4	70					2	2	
		3	日本文学作品鑑賞	4	57						3	
		4	言語学概論	3	51					3		
		5	卒業論文指導	2	32							3
		6	日本語古典文法	2	34						2	
	商務日本語	1	国際貿易実務	7	105					3	3	
		2	国際金融決算	2	32							3
		3	ビジネス商談	3	54						3	
		4	多国籍企業管理	2	32							3
		5	貿易関連商法	2	36					2		
		6	マーケティング開発	2	38						2	
	IT日本語	1	ソフト開発基礎 (VB)	4	60					4		
		2	JAVA プログラム言語	4	68						4	
		3	アウトソーシングソフト管理日本語	2	30					2		
		4	C++プログラム言語	4	60						4	
		5	IT日本語	2	30							2
		6	ソフトプロジェクト管理	3	60							4
コース別単位、時数合計			19	300								
選択科目	1	観光日本語	2	30				2				
	2	経済学理論概論	2	30					2			
	3	日本経済概論	2	30					2			
	4	WTO 基礎知識	2	30						2		
	5	通関実務	2	30							3	
	6	自動車日本語	2	30							3	
	7	異文化交流	2	30				2				
	8	オフィスソフト指導	3	50						3		
	9	IT日本語基礎	3	50					4			
	10	NET プログラム言語	2	30							3	
	11	高等数学	2	30				2				
	12	電子商取引	2	30							3	
選択科目最低単位、時数			12	180								

(出典：山東交通学院教務処 (2009) 『山東交通学院人材培養方案』)

いくつかの選択科目について説明しておく。「WTO 基礎知識」とは世界貿易に関する基礎知識のことである。「自動車日本語」とは SDJTU が交通関係の大学なので、自動車に関する日本語の言い方、主な自動車部品の言い方などの内容である。「オフィスソフト指導」とは、日本語版「Word」のようなソフトウェアの指導、「NET プログラム言語」とは IT 日本語コースの科目であり、ソフトを開発するためのツールを学ぶ。

(2) 商務日本語科目の割合

表 3-7 は商務日本語科目の日本語専攻科目の中での割合を示している。商務知識・能力養成部分は商務日本語コースの 6 科目及び必要とされる最低単位数の選択科目を含む。時間数から見ると、日本語基礎知識・能力養成部分は 75.8%、商務知識・能力養成部分は 24.2% であり、日本語の割合がかなり高いことが分かる。3.2.3 節で考察した四大学の商務日本語コースと比べ、SDJTU のほうが商務知識・能力養成部分の割合がずいぶん高い。また、表 3-6 が示すように、商務知識はほとんど国際貿易理論と実践の知識である。この点は他の大学の商務日本語に似ている。

表 3-7：商務日本語科目の割合

	時数	単位数	勉強期間
日本語基礎知識・能力養成部分	1502 (75.8%)	82 (72.6%)	1、2、3 年次
商務知識・能力養成部分	480 (24.2%)	31 (27.4%)	3、4 年次
合計	1982 (100%)	113 (100%)	

(出典：山東交通学院人材培養方案、山東交通学院教務処発行、2009 年)

日本語基礎知識・能力養成部分の科目は少ないように見えるが、総合日本語科目は各学期開設され、総単位数は 44 になり、全体単位の四分の一強を占めている。日本語言語文学コースが 3 年次になっても言葉の勉強を続けるのに対して、商務日本語コースは 3、4 年次になると、日本語そのものについての勉強時間が少なくなり、日本語で商務に関する知識を勉強する点が特徴である。

表 3-7 によると、日本語基礎知識・能力養成部分の科目と商務知識・能力養成部分の科目それぞれの単位数は 82、31 である。現在中国の大学の商務日本語教育にはガイドラインがないため、SDJTU の商務日本語コースそれぞれの単位数の数が適当であるかどうかは判断できない。

3.4 現在の商務日本語教育の問題点

中国の日本語教育は中日国交正常化（1972年）前後から多くの大学で行われるようになったが、商務日本語教育は李（2001）によると1953年北京對外貿易学院（現在の對外經濟貿易大学）の日本語専攻の中で初めて行われてきた。商務日本語教育ブームになり始めたのは2000年ごろからの話である。多数の大学にとって、商務日本語教育は十数年の歴史しがなく、試行錯誤で進んでいる。各大学はこれまで社会に多くの日本語専攻卒業生を輩出してきたが、同時に問題点も存在している。

3.4.1 先行研究における商務日本語教育の問題点

李（2011）は、商務日本語の問題点として以下の（1）～（3）を挙げている。

（1）商務日本語基礎の教科書が少ない

現在までの商務日本語に関する教科書はほとんど大学3、4年次または社会人の実習向けのものである。特に1年生、2年生を対象とする教科書が少なく、基礎商務日本語教科書を早急に開発する必要がある。基礎日本語教育段階でも、一般的な日本語教育ではなく、商務日本語教育を実施すべきである。

（2）商務日本語教育の教師が足りない

商務日本語の募集人数の拡大につれて、商務日本語教育を指導できる教師数が足りなくなっている。日本語教師の人数は多いが、ほとんどが日本語を専攻したものであり、ビジネスに関する知識が乏しく、ハイレベルのビジネス授業科目が担当できない。

（3）商務日本語に関する学術研究が少ない

商務日本語教育に関する全体的、系統的な研究が少ない。商務日本語をどのように位置づけるかはあいまいである。商務日本語は応用言語学の分野に属し、社会言語学、言語行動、異文化コミュニケーションなどの研究成果を商務日本語教育に導入すべきである。また、企業文化の視点から商務日本語教育を考察することを提案している。商務に関する日本語は企業文化の重要な内容である。企業により企業文化は異なるが、企業文化の共通している部分を抽出し商務日本語教育に導入する。例えば、商務日本語教育に導入すべき企業文化は①社内のコミュニケーション（例えば、決まり文句、決まったビジネス文書用語

など) ②社外のコミュニケーション(例えば、接客用語、電話の応対、ビジネス商談、クレームの対応など)が挙げられる。

また、李(2011)は商務日本語教育における問題点を解決するため、将来に向け解決案として次の(1)～(4)を提示している。

(1) 商務日本語専攻の設立

専科・短期大学と4年制大学レベルの商務日本語教育だけではなく、大学院レベルの商務日本語教育を行うべきである。現在、対外経済貿易大学は日本語言語文学専攻の中で地域・国別コースの商務日本語博士前期課程の院生、世界経済専攻の中で日本経済博士後期課程の院生を育成している。しかし、商務日本語は学部レベルの専攻として存在していない。日本語専攻の中での商務日本語コースではなく、商務日本語を一つの専攻として教育部に認可をしてもらう必要がある。

(2) 統一されたガイドラインの作成

中国において、商務日本語は専攻として認可されていないため、統一されたガイドラインがない。商務英語は専攻として認可されたので、商務日本語の認可も期待できる。そのためガイドラインの作成が必要になる。

(3) インターンシップを行う場の確保

運用性と実用性は商務日本語の特徴である。そのため、教室内の授業のほかに、実験、職場での実習などが重要である。

(4) 海外校との連携

「3+1」また「2+2」²²のモデルで海外の大学と連携して学生を育成する。また、学生育成だけではなく、教師研修についても海外連携を行う。

仇(2012)は中国8カ所の名門大学について調査をし、ビジネス日本語教育²³について(1)～(3)の問題を指摘している。

²² 「3+1」とは、国内3年間、海外1年間の学生を育成するモデルである。「2+2」は国内2年間、海外2年間のことである。

²³ 日本語で書かれた先行研究では、中国の「商務日語」を「ビジネス日本語」と訳すことが多い。本研究は、先行研究の「ビジネス日本語」用語をそのまま引用する。

(1) 大学が設定したビジネス日本語教育の目標と実際の教育内容の差

大学が設定した目標の中に、「ビジネス現場での日本語運用能力を育成する」という目標がある。しかし、実際の教育内容を見ると、現在の中国のビジネス日本語教育は「専門用語」と「ビジネス書類の書き方」²⁴に偏っている。また、会話の授業でも、語彙や文法を中心として教育を行っているため、実際にビジネス場面で適切に日本語を運用する能力を育成できるかどうかには疑問が残る。

(2) 実際の教育内容と学習者のニーズとの差

日本語学習者へのニーズ調査から、学習者は「ビジネス場面での会話の仕方」を習うことによって、「ビジネス場面で適切に会話する能力」を伸ばすことを求めていることがわかった。しかし、実際の教育の内容は1) で述べたとおり、「専門用語」と「ビジネス書類の書き方」に集中しており、学習者のニーズに応えることができていない。

(3) ビジネスの経験を有する教師の不足

教師は、日本語を専門に学習してきた人であり、ビジネス経験を有する教師は稀である。従って、授業では、教科書に頼らざるを得ないことが多い。しかし、教材は教師の選択に任されており、教材の体系性は保証できない。また、教材の実用性について、「教材で扱われている会話の場面の量と種類が少ない」、「モデル会話内の表現が不自然で、実際のビジネス場面で使わないものが多い」、「教材の内容が古くて、時代に合わない」などが多くの学習者に指摘されている。

李(2011)と仇(2012)は商務日本語教育について指摘した問題は(1)何を教えるかという指導方針の問題、(2)どのように教えるかという教え方の問題、(3)教える側の質の問題にまとめられる。

3.4.2 山東交通学院の商務日本語教育の問題点

前節の先行研究でビジネス日本語を専門とする教師が足りないという問題が指摘されているが、SDJTUでは、この問題は改善されつつある。ほかに李(2011)や仇(2012)で指摘された問題はSDJTUの商務日本語教育にもあるが、次の(1)(2)については改善されている。

²⁴ 専門用語はどの分野の専門用語なのか、ビジネス書類とは具体的にどんな内容が含まれるかについて著者は言及していない。

(1) 商務日本語の教師陣の充実

先行研究で指摘されているように、中国では、商務日本語を指導できる教師が少ないという問題がある。しかし、この教師陣の問題は、教員研修と人材募集などの手段を通して少しずつ解決されている。SDJTUの現在日本人教師を除き、中国人日本語教師は14人いる。9人の商務日本語教師陣のうち、2人が日本で経済学の学位を取り、3人が企業で実際に働いた経験がある。他に2人が企業で約半年間研修を受けている。商務日本語に関する研究業績はまだ少ないが、関連する理論知識とビジネス経験はあるので、教師陣は以前と比べかなり改善されている。

(2) 商務日本語コースの科目群の充実

商務日本語コースは、一つの「商務日本語」の科目で済むわけではない。また、「専門用語」だけの指導でもない。SDJTUでは、表3-6が示すように商務知識・能力養成の必修科目は6科目あり、ほかに関連する選択科目も3科目以上あり、ある程度国際貿易に関する系統性がある科目群になっている。

そもそも中国で商務日本語について統一されたガイドラインが存在しないため、各大学は試行錯誤しながら商務日本語教育を行っており、SDJTUも改善を重ねている。次はSDJTUの日本語専攻の中での商務日本語の問題点を指摘する。

(1) シラバスがないこと

中国の商務日本語教育においては教師の指針となるものがないために、設定されたシラバスに基づき教科書を選定するのではなく、教科書の内容がシラバスとなっているのが現状である。

たとえば、「ビジネス文書の書き方」という授業では、どのような種類のビジネス文書が求められているか、どの場面どのレベルまでの文書が必要なのか、文書の「書く」と「読む」、理解と翻訳・通訳それぞれの到達目標は何かというようなガイドラインがあれば、教師が教科書の内容を必要に応じて取捨できる。しかしガイドラインがないため、市販の教科書のとおり授業をしているのが現実である。

教科書通りに教えるだけでは、授業内容はすべて教科書に左右されるし、教科書が変わると、授業内容も変わり。連続性と統一性も確保できない。

(2) 教科書自体の問題

松嶋 (2003) は、中国のビジネス日本語教材における待遇表現の扱いについて教材を分析し、会話形式を備えている教科書にも、待遇表現に対する十分な配慮がないと指摘し、「人間関係」「場」「状況設定」がない教科書では、待遇表現を意識したコミュニケーション練習は不可能だと指摘している。松嶋は、『現代日語交際語』第3課問題4 (p. 31) を例として次のように述べている。

設問：要求に従って、正しく答えよ。

例1 見なれない人が部屋の入り口で何かききたそうにしています。こんなとき、どうしたらいいでしょうか。

この課では応対する際の表現を学ぶのがテーマのようで、各種挨拶用語から、前後に挨拶語とともに用いられるイディオム、さらには相手の身分をどのようにして確かめるか、丁寧な断り方など細かい応対のしかたが、代表的な表現とともに中国語によって説明されている。しかし、上記の設問には、状況設定やどんな場においているか、お互いの人間関係に関する情報が提示されていないため、待遇表現を意識しながら練習するのは不可能である。

松嶋 (2003) があげた以外にも教科書の不適切な記載は散見される。ここでいくつか例を挙げておく。SDJTU では教科書が指導のシラバスのかわりになっていることは (1) で指摘した。使用している教科書は問題がなければいいが、実際はどうだろうか、例を通して見ていきたい。『日語外贸函電 (ビジネス文書)』(2010) と『新版商务谈判日语 (商談のための日本語)』(2010) は現在使用している教科書のうちの2冊である。

陳 (2010) 『日語外贸函電 (ビジネス文書)』では、国際貿易に関わる文書の作成ルールなどを紹介するとともに、敬語を含む日本語の言語知識にも言及している。尊敬語の紹介として、「至急お調べになってください」という例文がある。「お調べになる」は確かに尊敬の形であるが、ビジネス場面では、取引先に向かって「至急」「～てください」を使うと、依頼ではなく命令に近く不適切である。目標言語圏と離れた海外で、ほとんど教科書だけに頼って勉強する学習者にとっては、このような教科書は不十分であり、そのままにまねるのは危険なことだと考えられる。

刁 (2010) 『新版商务谈判日语 (商談のための日本語)』では、常識篇と実戦篇に分かれて、会話の形で商談のための日本語が書かれている。P214～215 に次のような会話がある。発話番号と下線は筆者が付けたものである。

- 01A: では、取引について話し合い致しましょうか。
- 02B: はい。まず、お宅の果物の缶詰のオファーはできたでしょうか。
- 03A: はい、どうぞごらんください。
- 04B: そうですね。このオファー価格は、この前のより高いようですね。
- 05A: ご存じのように、最近、製品コストは絶えず値上がりしております。それでも、当方の価格は、他の供給先よりいいと思いますが。
- 06B: 分かりました。けれども、売り物はオファー価格が高すぎるので、難しいです。
- 07A: 実は、オファーは商談の始めですから、貴社のカウンターオファー7を教えてくださいませんか。
- 08B: 当方の購買価格としては、注文が一万件を超える場合は、元の価格の九割でお願いしたいのですが。
- 09A: カウンターオファー、ありがとうございます。前からのお客様ですので、5%割引させていただきます。ご承知のように、取引は平等互惠の下で行うものですから。
- 10B: そうですか。でも、こんなに大きいオーダーリストの場合から言って、5%の割引では充分ではないですね。
- 11A: こうしましょう。さらにビジネス関係を深めていくために、慣習を破って、7%の割引に致します。これでご満足いただけますか。
- 12B: ええ、それで結構です。
- 13A: ただし、有効期間は月末です。
- 14B: かしこまりました。至急、こちらからご返事いたします。

以上が教科書から取り出した「カウンター価格」をテーマとする会話である。当該授業を担当している中国人教師に感想を聞くと、変だと思うところがあるが教科書の通りにそ

のまま学生に教えたということである。この会話には少なくとも以下四つの問題が指摘できる。

1) 場面の設定がない

学習者はインターンシップの場が少ないため、主に教科書に頼り日本語を勉強しているのが現状である。状況、会話参加者の関係、商談はどこまで進んでいるかなどの設定をしないと、結局学習者は会話を丸覚えするだけになり、場面や事情が変わると、対応できない。

2) 当たり前のことを余計に入れている

下線部分「実は、オファーは商談の始めですから」、「取引は平等互惠の下で行うものですから」、「さらにビジネス関係を深めていくために」はいずれも当たり前のことである。おそらく中国語の会話をそのまま訳したと考えられる。このような「モデル会話」を学生が覚えてビジネス現場で使うと、どのようなことが起きるだろうか。

3) 自分の意見だけを主張する

会話全体はあいづちが少ないのが特徴である。あいづちや前置きがないと、相手の話を無視して自分の意見だけを主張するイメージを相手に与える心配がある。例えば、04B「(前略) この前のより高いようですね。」に対して、05Aは「ご存じのように、最近……」で対応し、相手の話をよく聞かないで、自分の主張だけしている感じを与えかねない。

4) 不適切なところ

11A「(前略) これでご満足いただけますか。」は敬語の形であるが、決して適切であると言えない。取引は平等の条件で行われるはずであり、だれかを満足させるものではない。また、相手はこのような発話を聞くと自分がそれほど無理な要求を出したのかと考えるだろう。この場合には、「これでいかがでしょうか」が適切だと考えられる。

(3) ビジネスのための日本語教育の必要性

SDJTU のカリキュラムと単位数の割合だけ見れば、日本語学習と商務知識の両方がバランスよく指導されているように見えるが、言語教育と商務知識の連携が十分に取れていない。1~2年生が学習している日本語は従来の JGP 一般的な目的のための日本語であり、ビジネスに対応する日本語となっていない。

3～4年生は商務知識を勉強するが、商務知識を中国語で教えれば、3年生から学生が日本語を勉強する時間が少なくなり、日本語能力が向上しない心配がある。日本語で商務知識を教えれば、学生は経済基礎理論知識が乏しいため、日本語が、理解できないと学生のクレームがくる。実際の授業では、日本語で書かれた国際貿易に関する教科書を使っているが、教師が中国語で説明することが多い。

結局、商務日本語コースと言っても学習者が学習している日本語はビジネスのための日本語とは言えない。1年生から一般の日本語ではなくビジネスのための日本語を導入し、貿易のような専門知識は母語で説明するのが一つの解決案ではないかと考えられる。

ビジネスのための日本語教育の内容に何が含まれるべきものとして、次の①～④を提案する。

① ビジネス場面で必要な日本語

ビジネスの場合、どのような場面が必要なのか、さまざまなビジネス場面でどのような日本語が求められるか、その場面に対応した日本語を指導する。

② 日本のビジネス習慣

日本企業の商慣習、社会人知識、仕事の進め方などのビジネス習慣と仕事方法のことである。ほかに、日本企業のチームワーク、品質意識、安全意識などの表面に見えないものも必要である。

③ 一般的な日本文化

日本の人口、面積、観光地など一般的な知識を教えるほか、日本人の国民性、習慣なども教えるべきである。また、日本文化だけではなく、中国と日本の異なる点を指導することがもっとも重要ではないかと考えられる。

④ 国際貿易に関する知識

オファーから、商談、通関、決済までの貿易理論と実務が含まれる。

(4) 日本語習得状況の評価方法と基準がない

評価は、教師による学生の日本語の運用能力の評価と学生の自己評価のほかに、学生による教師への評価もある。中国の国立大学の教師への評価は複雑なため、本研究では扱わない。

現在のSDJTUで教師による学生の評価は主に筆記試験による。既定の目標が実現されたかどうかは、現在のところ、学内の試験だけにより評価され、試験も言語の運用能力と問

題解決能力の評価が不可能な筆記試験である。異文化理解とコミュニケーション能力及びビジネスマナーのような非言語面の技能及び知識の評価は筆記試験だけで足りない。企業に求められる人材を育成するため、評価方法を見直す必要があると思われる。評価方法の変化は、シラバス内容、教授法などに変化をもたらす。評価方法の変化に合わせ、教科書の知識をそのまま伝授するだけでなく、学生がビジネス現場で問題を解決する能力の育成も重視しなければならない。

また、学生の自己評価が重視されていない。これまでの評価は教師が教えたことを学生がどのくらい把握したかについての評価である。学生は自分がどこまで達しているのかという自己評価ができないし、その評価基準もない。

(5) 学生の日本語運用能力の低さ

本来、日本語専攻の学生は4年間で日本語を集中的に勉強するはずだが、SDJTUでは3年次から商務に関する科目を選択するため、日本語自体を勉強する時間が少なくなる。卒業生と企業側からは「商務知識が分かるのはいいことだが、日本語専攻の卒業生として高い日本語運用能力も期待されている。」という声がある。貿易などの商務知識を勉強するのに時間を取られて、日本語運用能力を伸ばす時間が減ることにより、日本語運用能力が十分に養成できていないことが大きな問題である。

(6) インターンシップの場が少ない

学生が学習したことを仕事の現場でどのように運用するか、また実習を通して自分に何が足りないかをチェックするため、インターンシップの場が必要である。現在、インターンシップを行う場が少ないため、学生は主に教室内授業で勉強している。そうすると学生が卒業後会社に入っても仕事に慣れるまでだいぶ時間がかかる。就職競争が激しい中国では、学生が実習した経験がなかったら、面接を受けるチャンスもなくなるケースもある。

(7) 自律学習の指導が足りない

大学の授業で学べることには限界があるため、卒業後も学生自身が自律した学習者として成長していく必要がある。これまで自立学習については教師も学生もあまり目を付けてこなかった。学生が卒業してからも学び続けるための方法を指導することも重要であろう。

以上のように、山東交通学院（SDJTU）の商務日本語教育の問題点を指摘し、検討を加

えてきた。SDJTU の例は、単に一大学の例にとどまらず、中国の四年制大学における商務日本語教育全体に共通する問題と考えることができると考えている。

第4章 中国国内におけるビジネス日本語教育に求められるもの

ビジネス日本語教育実践報告において求められるビジネス日本語について、第2章の先行研究では次のように指摘されている。

- (1) 業務と関連するビジネスのための日本語、さまざまなコミュニケーション場面で適切な表現が使える高い言語運用能力（茂住 2004）。
- (2) 日本で就職しようとする外国人留学生向けのビジネス日本語。
 - 1) 一般の日本語教育のほかに、一般の日本文化、企業文化及び職場知識、面接・就職のためのマナー、ビジネス場面での日本語（西日本国際教育学院ビジネス日本語コースガイド 2010 年度版、永井 2011）
 - 2) 就職のためのビジネス日本語、日本語の待遇表現知識、就職のための「書く」技能と「話す」技能（野元 2004）
 - 3) 挨拶用語、ビジネス文書の作成のような言語面と来客の受付、服装のルール、電話のエチケット、意識のずれなどのような非言語面の要素（小野寺他 2004、大木 2007、栗飯原 2008）
- (3) 仕事現場で求められる仕事能力で言語的能力、社会言語的能力、社会文化的能力に分けられる（野元 2007）。
 - 1) 相手の指示を理解する、メール文書などを作成するなどの能力は言語的能力
 - 2) 適切な電話応対をする、待遇表現を適切に使用するなどの能力は社会言語的能力
 - 3) 情報を収集する、社内の上下関係を理解するなどの能力は社会文化的能力

以上の先行研究は、日本で就職しようとする外国人の就職支援の視点からビジネス日本語の内容が述べられていることが多い。また、そのようなビジネス日本語の内容はほとんど企業側の需要に着目している。確かに雇用側の需要は大切であるが、数年間企業で実際に働いている外国人社員対象に調査を行えば、仕事経験と教訓からビジネス日本語教育に何らかの示唆が得られると考えられる。そこで、外国人社員の内省を調査することとした。同時に、同じ職場で働いている日本人側が外国人社員にどのようなことを期待しているのかも調査する。

第4章では二種類の調査を行う。

- (1) 4.1 では、日本語専攻の卒業生（主に日本語で仕事をしている現役中国人社員）を

対象にし、アンケート調査とフォローアップインタビュー調査を行い、企業（中国における現地企業、日系企業、ほかの外資企業）で働いている中国人社員が就業経験と、そこで得た教訓に基づく社員の自己内省の面から、ビジネス日本語に求められるものは何なのかについて考察を試みたい。

- (2) 4.2 では、企業側の意見として、中国人社員と同じ職場でともに働いている日本人上司、同僚が中国人社員に何を望んでいるのか、中国人社員と接触した中で感じたこと、気付いたことを調査する。

4.1 現役中国人社員に対するビジネス日本語に関する調査

4.1.1 調査の概要

(1) 調査目的

中国人現役社員が日本語を使いビジネス活動を行う中でどのようなことを考えているのかを明らかにすることが主な目的である。日本語専攻の卒業生が、卒業後日本語でどのような仕事をしているか、日本語を使って仕事をする中でどのような問題に直面しているのか、自己内省を通してビジネス日本語において何が大切なのかを明らかにしたい。

(2) 調査協力者

中国にある日系企業、日本にある日本企業を相手に業務を展開する中国企業で働いている日本語専攻の卒業生を調査対象とする。調査協力者は中国国内における高等教育機関 6 校の卒業生計 54 名である。勤務年数が 2 年から 5 年未満の調査協力者を選んだ。1 年未満の新入社員は入社したばかりで分からないことが多く、5 年以上の勤務経験があるベテラン社員は仕事に慣れ、周りの環境に適応し、日本人との摩擦が少なくなっていると考えられるからである。勤務年数のほか、次の 2 点を考慮した。(1) 現在日本語を使って仕事していること、(2) 企業で働いていること（大学での日本語教師、研究者、大学院生などは対象外）である。調査協力者が働く企業は製造、貿易、ソフト開発関係、金融、保険などの分野に及ぶ。

(3) 調査方法

調査方法はアンケート調査とフォローアップインタビュー調査であった。2012 年 5 月から 9 月にかけて、筆者が直接または大学の教員を介して、E メールで調査協力者にアンケー

トを送り、Eメールで回収を行った。不明な点や気になったところについては電話でフォローアップインタビューを行った。

アンケート用紙は中国語と日本語での両言語を併記して提示したが、自由記述部分は自分が一番言いたいことを十分に言うことができるように、中国語での記述を依頼した。

(4) 調査内容

山東交通学院が実施した卒業生を対象としたアンケート調査²⁵では、1) 専門用語が分からない、2) 日本人との人間関係に悩んでいる、3) 仕事で日本人との考え方のずれを感じる、4) 仕事のやり方がわからない、5) 学校で会話と聴解能力を伸ばしてほしい、6) 日本語だけではなく日本企業の商慣習などのことも学校で教えてほしいのような意見があった。残念ながら考え方のずれとは何か、日本人との人間関係に悩む原因はどこにあるかなどの答えについての分析がなされないため、具体的な内容は分からないままであった。もっと詳しく究明するため、本研究の調査を行うことにした。

調査の内容は表4-1が示すように、1) 中国人社員が従事する会社の種類、業務範囲と担当する仕事、2) 日本語に対する認識、3) 日本人との接触、4) 仕事上で足りないところという4つの面について問いを設定した。アンケート用紙は選択式質問と質問に対する自由記述の組み合わせである。

表4-1：調査の内容

選択式	(1) あなたが所属する会社（日系か中国現地企業）
	(2) あなたが所属する会社を取り扱う業務
	(3) あなたが担当している仕事
	(4) 仕事上で、一番重要な日本語に関する知識は何だと思えますか
	(5) 仕事上で、一番重要な日本語能力は何だと思えますか
	(6) 日本人とのやり取りで、一番困っていることは何ですか
自由記述式	(7) 日本人との間に不愉快なことはありますか。あれば具体的にご記入をお願いします。（日本人上司に怒られたこと、同僚に誤解されたこと、けんかしたことなど）
	(8) あなたにとって、仕事面において足りない（またはもっと勉強したい）ことは何ですか
	(9) 日本語で仕事をする中で起きた失敗談や気づいたことを聞かせてください。
	(10) 大学で日本語以外の知識について教えてほしいことは何ですか（在学の後輩へのアドバイス）

²⁵ 卒業後1年を経過した学生を対象に2005年から毎年実施されている。

日系企業か現地企業、会社の業務範囲、担当している仕事などのような問いは、選択肢を設定した。日本人と接する中での失敗、注意している点、仕事で自分に不足していること（もっと勉強したいこと）と大学で教えてほしいものは何かのような問いは自由記述の形で設定した。

4.1.2 調査結果と考察

4.1.2.1 会社の種類、業務範囲及び調査協力者の担当する仕事

(1) 会社の種類

表 4-2：出資による会社の種類（単位：社）

表 4-2 から分かるように、調査協力者が働いている会社で一番多いのは、

1) 中国にある日系企業（日中合弁企業も含む）	34 (62.9%)
2) 中国にある日本企業と業務を行う中国企業	15 (27.8%)
3) 中国にある非日系外資企業（アメリカ系）	3 (5.6%)
4) 日本にある日本企業	2 (3.7%)
5) 日本にある中国企業	0 (0%)
計	54 (100.0%)

中国にある日系企業の 62.9%（34 社）であり、次に多いのは日本企業と業務を行う中国企業の 27.8%（15 社）である。アメリカ系という非日系外資企業も 5.6%（3 社）であり、非日系外資企業だが、日本企業と業務関係があるので、日本語を使っている。日本にある日本企業は 3.7%（2 社）だった。6 割以上占める日系企業で勤務している調査協力者は、毎日日本語を使っている。残りの約 4 割はほとんどが中国企業のため、取引先からの日本人の来訪がない限り、日本人とのやりとりは、電話やメールなどの媒体を通してのみである。

(2) 会社の業務範囲

表 4-3：会社が取扱う業務（単位：社）

会社の業務内容は表 4-3 で分かるように製造業が圧倒的に多く、調査協力者の会社の約半数を占めている。貿易関係の企業は約五分の一であり次に続いている。他はソフト開

1) 製造	26 (48.1%)
2) 貿易	11 (20.4%)
3) ソフト開発関係	9 (16.6%)
4) 投資、金融、保険など	5 (9.3%)
5) 日本への実習生予備教育	3 (5.6%)
計	54 (100.0%)

発関係、投資、金融と保険関係、実習生予備教育関係である。調査には現在の中国におけ

る日本語卒業生の進路をすべてを反映しているとは言えないが、今回の調査を見るに限り、製造関係の企業で働く人がかなり多いと言えるだろう。

(3) 調査協力者が担当する仕事

表 4-4: 調査協力者が担当する仕事 (単位: 人)

このような会社で調査協力者がどんな仕事をしているかは表 4-4 を参照されたい。担当の業務は、通訳兼秘書、管理などが3割強である。それに次いで、営業販売が17.5%、貿易業務が12.7%、研究開発、技術支援が11.1%、生産、品質管理が9.5%、財務、支払い関係9.5%である。

1) 通訳兼秘書、管理 ²⁶ など	21 (33.3%)
2) 営業、販売	11 (17.5%)
3) 輸出入貿易関係	8 (12.7%)
4) 研究開発、技術支援	7 (11.1%)
5) 生産、品質管理	6 (9.5%)
6) 財務、支払い関係	6 (9.5%)
7) 人事・総務	2 (3.2%)
8) その他	2 (3.2%)
計	63 (100.0%) ²⁷

日本語専攻の卒業生であっても、入社後担当する業務は通訳や翻訳だけではなく、それ以外の業務のほうが多いことが分かる。すなわち、日本語を使う業務だけ行っているのではなく、日本語を一つの道具として、通常業務を行っていると言えるだろう。通訳とほかの業務の兼務、あるいは、日本語を使った通常業務が任せられているという事実は、ビジネス日本語教育で扱うべき内容は日本語の言語知識のみにとどめるべきではないということを示している。

4.1.2.2 仕事において必要とされるもの

(1) 必要な知識

表 4-5 知識の割合 (単位: 件)

表 4-5 から分かるように、仕事上で一番重要な知識は何かという問いに対する回答では、1) 仕事の進め方、2) 業務に関する専門知識、3) 日本のマナー、社会ルールなど社会人としての知識、4) 日本語言語知識の順に並んでいる。

1) 仕事の進め方	39 (29.3%)
2) 業務に関する専門知識	37 (27.8%)
3) 日本のマナー、社会ルールなどの知識	29 (21.8%)
4) 日本語言語知識	28 (21.1%)
計	133 (100%)

日本語の言語知識が占める割合は約2割(21.1%)程度であり、言語以外の知識の割合

²⁶ 一般の生産管理、庶務など、通訳しながら担当する関連事務。

²⁷ 合計が54ではないのは、調査協力者の担当の仕事については複数回答を認めたためである。

は8割(78.9%)となっている。フォローアップインタビューで日本語は重要ではないかとたずねたところ、仕事の進め方や専門知識などはすべて日本語に結びついて、日本語言語知識という回答は日本語そのものに関する知識を指していることが分かった。この結果からビジネス日本語には、日本語そのものだけではなく、日本語を使って日本人とのやり取り、仕事の進め方などに関する、言語知識以外の多様な知識が必要だと卒業生は考えている。

日本では新入社員研修制度があり、新入社員は研修を受けてから仕事に就くのが普通であるが、中国では、日系企業を含め、社員の即戦力を期待している。言い換えれば社員の研修は少なく、研修は個人に任せることが多い。そのため、大学を卒業したばかりの新入社員は、入社前から独力で社会人としての心構えや基本を身につけておかなければ、なかなか仕事に慣れることはできないだろう。社内研修が少ないことについて栗飯原(2008)も「日本国内では、ビジネスマンに対する社内研修があるが、香港では一部の大手企業を除き、ビジネスマンとしてのスキルは会社が教えるのではなく、成人生涯教育機関などで自己投資の上で身に付けるものだ」と指摘している。中国には成人生涯教育機関はあるが、英語や会計など実用性がある研修が多い。成人生涯教育機関に日本語の研修があっても、一般的日本語にとどまり、ビジネス日本語に関する研修はない。

新入社員研修制度も、成人教育生涯教育機関にもビジネス日本語に関する研修もはないので、企業に就職する前に関連知識などをどのように教えるかは大学などの日本語教育機関の課題である。何に困っているのかを知り、日本語教育関係者として何をサポートできるのかを考えることが重要な課題であると考えられる。

(2) 重要な日本語能力

「仕事上で、一番重要な日本語能力は何だと思いますか。」という設問に対しての結果は、表4-6のようになっている。一般的な言語運用能力、つまり職場での電話応対やメールのやり取りなど日本語を使って何かを問題を解決する能力は43.2%の調査協力者が選択しており、一番重要な能力だと考えられている。それに対して、日常生活で必要とされる情報交換のような周りの人とコミュニケーションをする能力すなわち一般的な日本語能力は20.7%である。一般的な言語運用能力より、職場における言語運用能力が求められるという点もビジネス日本語教育の特徴と言えるのではないだろうか。会議の進行、ビジネス商談などのような高度な言語運用能力は14.5%で、調査協力者もそれをあまり期待していな

いことが伺える。そのほかに、相手国の文化、習慣など異文化理解能力が 24%と強く期待されていることが分かる。

表 4-6：日本語能力の割合（単位：件）

1) 職場における言語運用能力	48 (43.2%)
2) 異文化理解能力（文化の違いが分かり、相手の文化を尊重しながら交流する能力）	24 (21.6%)
3) 一般的な言語運用能力	23 (20.7%)
4) 会議の進行、ビジネス商談など高度な言語運用能力	16 (14.5%)
計	111 (100%)

4.1.2.3 日本人との接触

（1）日本人とのやり取りで困っていること

日本人とのやり取りで困っていることの設定に対する選択肢は、山東交通学院の卒業生への追跡調査の中で多かったものを選んだ。すべてを列挙するのは無理だが、中国人社員の視点から見た日本人の「変なところ」、自分と異なる点に注目した。調査協力者に分かりやすいように、事例を表 4-7 の 1)～5) のように挙げている。意識、考え方については 1)、2) と 3)、言葉については 4)、文化、商慣習は 2)、4) と 5) である。2) 作業服の整理のようなものは意識、考え方、文化、商慣習とも関連する。

表 4-7 が示すように日本人とのやり取りで、困っていることについては、回答が分散している。一番多いのは「日本人は何でも規定（また契約）通りで、柔軟性がない」であった。現代社会は契約社会とも言われ、社会ルールから企業内のルールまで従わなくては行けない。なぜ中国人社員は「日本人は柔軟性がない」と考えているのか。現在の中国は、経済発展のスピードが速く、関連する法律、ルールが完備されていないこともあるし、ある地方、ある領域ではルールがあっても守らないで人と人の人情で済むこともある。このような文化背景から、「日本人は何でも規則通り、柔軟性がない」と考えているのだろう。このようなことは、単に日本語の知識だけで解決できないと思われる。中国文化と比較する視点の日本文化の紹介、日本人の意識、考えなどはビジネス日本語カリキュラムに導入すべきだと考える。

表 4-7：日本人とやり取りで困っていること（単位：件）

また、「細かいことに拘る」という選択肢を選んだ調査協力者が2割以上いた。一般的に日本の製品は品質がよいことを認め、細部にわたる管理が厳しいと多くの卒業生が感じている。

1) 日本人は何でも規則（また契約）通りで、柔軟性がない	27 (28.7%)
2) 日本人は細かいことに拘る（作業服の整理、5S ²⁸ 管理、品質管理などの面）	21 (22.5%)
3) 日本人の考え方が理解しにくい	19 (20.2%)
4) 日本人は指示するときはっきりしない	14 (14.9%)
5) 終業後も残業の指示がないのに日本人が家に帰らないので、すぐに帰りにくい	13 (13.8%)
計	94 (100%)

しかし、日本人が細かいことにこだわる本当の意図がわかっていないために不満が生じているように思われる。調査結果の中には、どうして作業服のボタンまでうるさく言うのかという意見があった。ボタンが外れた作業服を着て機械を操作すると非常に危険だといふところに、その注意の意図があるのだろう。それが分からないために、日本人が細かいことにうるさくて嫌だと、否定的に捉えているかもしれない。日本の企業文化、日本文化と現地の文化との違いにより、このような問題が生じていると考えられる。ビジネス日本語教育において、日本の企業文化および日本文化を紹介し、現地文化との違いを比較することが必要であると言える。

また、「日本人の指示がはっきりしていない」については、中国人社員の日本語の理解能力、日本文化への理解不足が原因ではないだろうかと思われる。アンケートの回答に次のような例があった。ある中国人社員が、土曜日に出勤すべきかどうかを日本人上司に尋ねたが、上司の答えは「来たら嬉しいけど。」であったため、戸惑ってしまった。出勤すべきかどうかを明白に指示してほしいというのである。日本人にとっては、その上司の答えが「出勤してほしい」という意味であることは明白だろう。選択は個人に任されているが、上司は望んでいる。

中国では、基本的には終業時間になると帰宅する。残業の指示があったら残業し、指示がなければ、帰るのが普通である。最近、日本企業では残業をさせない傾向があるが、それでも終業ベルが鳴ってすぐに帰ることは好まれない。結局中国人社員は、終業の時間に

²⁸ 日本の工場で生まれた、職場の管理の基盤作りの活動である。整理、整頓、清掃、清潔、躰のそれぞれのローマ字の頭文字「S」からなるものである。

なってすぐに帰るか、帰らないかに悩まされることになる。職場でこのような問題に直面したときに、どのように処理すべきなのか、新入社員は知りたいだろう。

以上は選択式質問の結果についての考察であった。4.1.2.3 の (2) から 4.1.2.4 までは質問に対する自由記述の結果である。順に見ていきたい。

(2) 日本人との間に起こった不愉快なこと

表 4-8：日本人との不愉快なこと（単位：件）

「日本人との間に起こった不愉快なこと」について得た回答を整理すると表 4-8 のようになる。「ない」と答えた、あるいは無回答だった者は 16 人おり、全体の約 3 割であった。

1) 仕事に関して	19 (35.2%)
2) 日本語力が弱いため怒られた	7 (12.9%)
3) 人間関係	7 (12.9%)
4) 文化の違い・考え方の違い	5 (9.3%)
5) 「ない」或いは無回答	16 (29.7%)
計	54 (100%)

無回答の調査協力者にフォローアップインタビューを行ったところ、無回答は不愉快なことはないという意味だということが分かった。しかし、無回答を合わせて約 3 割の調査協力者が日本人と順調にやり取りを行っているとは単純に判断を下すことはできないだろう。

1) 「仕事に関して」は 19 件で一番多く、2) 「日本語が弱いため怒られた」と 3) 「人間関係」はそれぞれ 7 件であり、その次に 4) 「文化の違い・考え方の違い」が挙げられる。

それぞれの内容を具体的に見ていく。

1) 仕事に関して

仕事に関しての内訳を見てみると、納期通りに納品できなかったことで怒られたというのがあった。この内容自体は、日本人上司に限らず、中国人上司にも怒られることで、同様の回答が 19 件の中に 8 件あった。なぜ日本人に怒られると不愉快だと感じるのかについて、フォローアップインタビューから次の 3 つの理由が得られた。①中国で日本人に怒られるとプライドが傷付けられるというものである。会社で上司に仕事上のミスで怒られるのは当然のことだとわかりながらも、相手が日本人の場合やはり抵抗感がある。②同僚の前で怒らないでほしいというものである。同僚の前で大きな声で怒られるとメンツが潰される。③怒るのは仕事についてだけにしてほしいというものである。仕事で怒られるとすぐに、「中国人はだめ」「いまの大学生はだめ」などと一般化してしまい、広く差別的な言い方をされると、良い気がしないと述べている。

これらの事例は、中国人社員の教育と日系企業の海外駐在社員の教育の両方に反映させるべき内容を示唆している。中国人社員に対しては、社員の一人として怒られる時、相手が日本人でもまず素直に受け止め、自分のミスを反省すべきであること、また、怒られるのは自己の成長につながることを指導する必要がある。一方、日本人側に対しては、現地の人に対して日本の管理方法をそのまま持ちこむことによって生じる問題について理解を促す必要がある。以上の事例のほかに、「合理的かつ公開された制度（終業規則、評価制度など）による管理を好む」という中国人の仕事観が「暗黙のルール、人による管理」という日本式の管理と異なることは日本経済連合会（2006）でも指摘されている。張（2007）も「日本の企業では、従業員各個人の仕事振りや成果に対して、一々提示する必要はないが、日本の企業文化と大きく異なる中国では、従業員に対するフィードバックは非常に重要で、それをはっきりした形でしないと、従業員は不安に陥ったり、意欲を失ってしまったり、あるいは自分の働き振りが会社に評価されていないと誤解したりする可能性が大きい」と曖昧な評価制度は中国人に通用しないと述べている。

他の11件は、顧客や取引先に対する意識、電話やメールの対応、中日文化の違いなどが挙げられている。次の3つの代表的な事例を見たいと思う。

- ① 日本人上司は客の意見が何でも正しいと思っている。客の理屈の通らない意見でも受け入れ、それによって増えた仕事は全部部下にやらせる。
- ② 取引先からの電話を受け、怒られた経験がある。電話で指名された担当者が席にいなかったときのことである。電話があつたら、〇〇部署に行っていると伝えてほしいとその担当者に言われていたため、そのまま伝えた。しかし、取引先は、担当者は〇〇部署に行く時間があるにもかかわらず、どうして電話に出られないのかという不満を訴えた。〇〇部署が扱う客はその取引先のライバルである。
- ③ 終業時間直前に日本人上司から新たな仕事を指示され、早く終わらせるようにと言われたことが嫌だ。事前に何の予告もなく、残業をさせられると、その日の個人的なスケジュールが狂ってしまう。その仕事は今日やらないといけない急用ではないのに。

日本には「お客様は神様です。」（三波春夫）のようなもともと芸能界で使われた名言もあれば、松下幸之助氏の「お客様は、王様です」のような考え方もある。日本企業に限らず、中国の企業にとっても、少なくとも会社のスローガンのような宣言からは顧客は重要

であることが見える。それは会社の経営者にしろ、社員にしろ必ず持っていなければならない意識である。事例①のお客さんからの意見を受け入れたから、自分の仕事が増えたと思うのはお客様が第一という意識が薄いと考えられる。

事例②では取引先からクレームを受けた。言葉が通じない問題ではなく、普段の電話対応のマナーの問題でもない。担当者が〇〇部署に行ったことは事実であるが、そのまま伝えてしまえば、取引先は担当者がライバルの取引先のことだけ考えて自分が後回しにされていると思ってしまう。この事例は電話対応の問題のように見えるが、電話対応のスキルだけを指導しても問題解決にならない。それは、客の対応、ビジネスの商慣習に関わる。従来 of 先行研究では、電話対応がビジネス日本語教育の重要な内容として扱われているが、電話対応の言葉遣い、マナーなどにとどまっている。電話対応のマナーなどは確かに重要であるが、商慣習などと結びつけられれば、さらに効果がでると思う。

事例③では、日本では、たとえ終業時間になっても残っている仕事があれば、不満に思いついながらも、残業する人が多いだろうが、中国では、終業後は基本的に自由な時間と考えられている。事例③の予告もなく、急用でもないのに、なぜ残業が必要なのかという不満は、中国人と日本人の仕事観の違いがあると思う。

2) 日本語力が弱いため怒られた

事例①

入社当初、専門用語が分からず、間違えて訳したことがある。製品の一ヶ所だけを改善すればいいのに、訳せなくて、中日両側にそのことを伝えられなかった。そのため日本人取引先に怒られた。

事例②

本社からの電話を受け、意味が全然分からなかった。しかたなく、いきなり「何をしてほしいですか」と相手に聞いた。相手が驚いたことが電話でも感じられる。そのことのためか、相手が機嫌が悪くなったようだ。現在でもそのわけが分からない。周りの日本人に「何をしてほしいですか」を使ったこともあり、一度もそれがだめだと言われたことはない。

事例③

取引先とのメールのやり取りで、「図は部屋の住所にミスがある」と指摘された。同僚たちと何回もチェックしたが、そのミスが見つからなかった。いったいどこが間違っている

のか早く見つけるために、メールで相手に「住所というのはどの住所ですか」と聞いた。そのあと、日本人上司から電話が来て、「それは失礼だ」と怒られた。

三つの事例はどれも日本語が弱いことに関わる。事例①は専門用語が分からないため仕事に問題が起こった。専門用語を指導すれば解決できるようだが、分からないときなぜその場で聞かなかったのかということがもっと重要だと思う。中国人は分からないとき聞かないと多くの先行研究でも指摘されている。ビジネス日本語教育では学生に確認をすることの重要性を意識させることを指導する必要があると思う。事例②と③は分からないとき聞いたが、聞き返しのストラテジーが分からなかったため、問題が起きている。事例②と③のような問題はビジネス日本語教育だけではなく、一般の日本語教育でも指導すべき内容である。

3) 人間関係

事例①

中国人作業員の給料が低いので、人事管理の一員として彼らの給料をあげるため、日本人上司とけんかした。

事例②

設備にトラブルがあり、中国人技術員がなかなかその原因を見つけられない。通訳として、トラブルが何か、トラブルの原因を調べる方法、現在原因を調べている途中というのを日本人に説明した。それにもかかわらず、日本人は原因がどこにあるかと繰り返すばかりなので、私は怒った。

事例①は従業員の賃金に関する事で、労働法と労働法に基づき結んだ賃金契約があるので、法律と契約に違反しない限り、けんかする側が悪いと考えられる。この場合、個人ではなく労働組合を通して調整すればよいとビジネス日本語教育で指導できる。しかし、ビジネス日本語教育ですべての問題を扱えるわけではなく、またすべての問題を解決できるわけではない。

事例②は、当時の録音もないし、当事者としての日本人にも確認できないため、一体だれが悪いのかは分からない。原因はいろいろあるが、接触場面では、日本語の運用能力が不十分であるという問題とそれぞれの考え方の違いが一番大きな原因だと推測できる。中国人社員にチームワーク意識、問題が起きた時には、けんかするのではなく、問題の解決を目指すように考える意識を指導すべきだと考える。

4) 文化の違い・考え方の違い

事例①

なぜ注文した材料が納期通りに納品できなかったかについて聞かれたとき、こちらは必要な手続きをすべて完了したが、相手先の通関手続きの不備で港に留置されていると答えた。

事例②

食事会で、日本人上司とビールを飲んだ後で言葉のセクハラがあった。同じ人でも、仕事場の日本人と仕事場以外の場合は話し方が変わる。食事会で「さん付け」から「～ちゃん」に変わった。「かわいい」とも言われた²⁹。

事例①は文化のずれによる言語行動の違いだと考えられる。中国語の場合、何かを説明する時、特に謝罪する場合にはいつも理由が付く。日本語ではこのような行動は、言い訳に聞こえる。日常生活でもそうであり、ビジネス場面ではさらに気をつけないと誤解が起こるだろう。

事例②は、海外で日本語を学ぶ際、教科書で書かれたことを信じがちである点に問題がある。ビジネス日本語教育では、日本社会の本当の様子を学習者に紹介すべきだと思う。また、日本社会のみならず、中国社会でも、キャンパスでの学校生活と大人の社会も大きく違うことを学習者に覚悟してもらうように指導すればよい。

以上のように職場での不愉快について、1) 仕事に関して、2) 日本語が弱いため怒られた、3) 人間関係、4) 文化の違い・考え方の違いの4点からまとめた。このことから以下の4つをビジネス日本語教育に示唆することができる。

- 1) 日本企業の商慣習、電話対応のマナーだけではなく、客への対応の仕方などのビジネス知識、日本企業に適応するための仕事観、「以心伝心」、「暗黙の了解」のようなコミュニケーション方式を含めた日本文化をカリキュラムに導入する。
- 2) ビジネス場面における断り、依頼、謝罪のような言語行動を指導する。
- 3) 問題を解決するためのチームワーク意識、協調意識が大切である。
- 4) ビジネス日本語教育は万能ではないため、学習者の自律学習能力を育成する。

²⁹ 調査協力者は女性である。

4.1.2.4 仕事面において足りないこと及び反省点

(1) 仕事面において足りないこと

調査協力者の内省を通して、現在不足していることは何なのかを探るために、仕事面において足りないこと、もっと勉強したいことについて尋ねた。調査結果を言語面と非言語面の大きく二つに分けて集計した。

表 4-9：仕事面において足りないこと（単位：件）

言語面		非言語面	
専門用語、専門知識	26 (30.2%)	仕事を進める方法	9 (10.5%)
会話・聴解など言語運用能力	23 (26.8%)	日本経済、企業管理など	8 (9.3%)
言語知識	6 (7.0%)	人間関係調整	5 (5.8%)
文書作成	2 (2.3%)	その他	1 (1.2%)
訛り	2 (2.3%)		
その他	4 (4.6%)		
計	63 (73.2%)		23 (26.8%)

表 4-9 から分かるように、「仕事面において足りないこと」について、言語面では「専門用語、専門知識」「日本語運用能力」、非言語面では「仕事を進める方法」「日本経済、企業管理関連知識」が多く挙げられる。

言語面について、まず調査協力者を悩ますのは、就業分野の「専門用語、専門知識」である。日本語専攻の卒業生の就職先はさまざまな分野に及び、各分野の専門用語をどのように扱うかという問題は避けられない。大学で全部教えることは困難であり、どのようにこの問題を解決するのが課題となる。卒業生が多く就職する分野と担当業務の専門用語をまとめて紹介することは問題解決の第一歩だと考えられる。各教育機関は卒業生の就職分野、担当する業務、企業側のニーズを把握した上で、どの分野の専門用語どこまで指導するかを検討する必要がある。しかし、すべての分野の専門用語を教えるのは困難であるから、卒業後も必要な分野、必要な業務知識を独力で勉強するための自律学習能力を育成することが望まれている。

「日本語運用能力」は足りないことの一項目として目立っている。卒業後 2 年、3 年経っても日本語は仕事上で自由に使えるわけではないことが推察できる。ビジネス日本語教育においては、日本語の言語知識はもちろん、言語行動を含めた運用能力の育成は重要である。

非言語面について、日系企業で働いたり日本企業と業務展開を行うため「仕事を進める方法」をもっと勉強したいと考えていることが分かる。ここで言う「日本経済、企業管理関連知識」とは、日本経済の基本知識、経済発展傾向、管理者としての素質などの意味であることがフォローアップインタビューから分かっている。「今は必要ではないが、将来のため身に付けておく」という声があった。つまり、将来に管理職につくため知識をためておく。ここには、中国人の強いキャリア志向が見える。中国人のキャリア志向について、日本経済連合会（2006）は「中長期的視野に立って、プロを目指す。さらに上の仕事、さらに大きい責任に挑戦する」と指摘している。

仕事面において足りないことについては、次の三点にまとめられる。①学習者の就職が集まる分野と担当業務の専門用語と専門知識を教える一方、学習者の自律学習能力の育成も必要である。②日本語運用能力の育成が現在行われている以上にさらに重要である。③仕事に早く慣れるように「仕事を進める方法」、日本企業に適応するキャリア志向を理解して指導することが必要である。

（2）失敗談や気付いたこと

前節で述べた「仕事面において足りないこと」は、調査協力者が自覚的にもっと勉強したいと考えていることに注目した。本節では、調査協力者の「失敗談や気づいたこと」をみていきたい。

表 4-10：失敗談や気付いたこと（単位：件）

失敗談や気付いたことについて、1)「日本語自体の問題」が一番多く 58.2%を占めており、次に多かったのは2)「仕事の規則や意識など」(28.4%)、3)「人間関係」(8.9%)と4) その他(4.5%)である。

1) 日本語自体の問題	39 (58.2%)
2) 仕事の規則、意識など	19 (28.4%)
3) 人間関係	6 (8.9%)
4) その他	3 (4.5%)
計	67 (100%)

「失敗談や気付いたこと」全体の中「日本語自体の問題」に関する回答は 58.2%で、過半数を占める。仕事の失敗はほとんど日本語そのもののために起こされたと言えよう。「日本語自体の問題」39件の回答をさらに分類すると表 4-11 になる。

日本語のコミュニケーションについては、「一級に合格したが、会話と聴解能力が低いため、仕事で聞き取れない、自分が言いたいことがうまく表現できないことが多かった」、「一

表 4-11：日本語自体の問題の詳細

生懸命日本語で話したが、相手には伝わらない」、「考えていることが日本語でうまく言えないこと」などの回答が挙げられる。日本語運用能力が弱いことが伺える。

① 日本語でのコミュニケーション	12 (30.8%)
② 敬語の使用	8 (20.5%)
③ 通訳・翻訳の知識と技能	7 (17.9%)
④ 専門用語	7 (17.9%)
⑤ 方言、訛り	3 (7.7%)
⑥ 婉曲表現	2 (5.1%)
計	39 (100%)

敬語の使用について、「敬語が難しい」、「フォーマルな場面の敬語の使い方が分からない」、「敬語が大切だが、どのように場面や相手によって使い分けるのかが難しい」などの声があり、敬語の難しさとビジネス場面での大切さが感じられる。フォーマルな場面では、敬語が大切だという意識はあるが、敬語を正しく使用することができない、使いこなせないことが問題となっている。

調査協力者は日本語で仕事をするだけでなく、通訳を担当する人が多い。調査結果の中にも、日本人上司が中国人作業員に対して怒っているのに話を和らげて通訳して失敗したケースがある。そのケースから、「自分の判断や気持ちを入れずに、そのまま忠実に訳すのが大切だ。」という反省があった。ほかに、「メモを取る」、「分からない場合は必ずその場で確認する」などの気付きがあった。

「通訳するとき、専門用語が分からなかったため、途中で他の人に替えられた」、「専門用語が分からず、うまく訳せなかった」など専門用語のことで仕事が順調にできないケースは 17.9%あった。一つ、二つの分からない専門用語であればその場で聞いてもいいが、話の中に出てきた知らない専門用語を一々聞くようでは、日本人側は我慢できないし、本人も自信を失うだろう。研修も受けたことがない新しい業務分野に入ったばかりの新入社員なら、日本語どころか、母語でも戸惑うことがあるだろう。

日本語の方言に関して、今回の調査協力者が取り上げた方言は全て関西弁であった。「ええやんな?」、「準備せなあかん」、「なんぼ」のような方言が分かりにくいということがフォローアップインタビューで分かった。また、方言だけではなく、社内でのみ通用する特別な言い方や言葉もある。聞いた日本語が辞書になかったという悩みもあった。標準語がまだ全て分からない状況で、専門用語や方言を理解することの難しさに悩まされているようだ。

日本人との間に起こった不愉快なことでは、調査協力者が日本人上司に怒られるのは嫌

だというような日本式管理や日本人の考え方に抵抗感があることが観察された。本節では、仕事の規則や意識について、「日本人の考え方でものを考えるべきだ」、「言い訳よりも解決案が大事だ」といったような自覚や覚悟が見受けられた。

人間関係の問題は想像したほど多くなかった。人間関係の調整を考える以前に、どのように仕事を順調に進められるかが重視されているのだと推測できる。

(3) 大学で教えてほしい日本語以外の知識

調査協力者が期待するものを大学で全て教えるのは困難である。しかし、大学卒業後数年間会社で働く中で経験を踏まえて調査協力者が感じたことは、ビジネス日本語教育に携わる人々に参考になると思われる。ビジネス日本語教育において、日本語を教えることは当然なことであるが、日本語のほかに何が必要なのかを見ていきたい。

教えてほしいことの回答で、10%以上を占めるのは、1) 日本の社会文化、商慣習、2) ビジネスマナー、3) 日本企業の企業文化、経営者の考え方、4) 仕事に関する規則・心得である。ほかには、専門知識、日本語版ワードなど基本のパソコン知識、人間関係、インターンシップのチャンスを提供すること、業界の経験者を教壇に呼ぶこと、自律学習能力の養成など広範囲にわたる知識が挙げられる。

表 4-12：大学で教えてほしい日本語以外の知識（単位：件）

1) 日本の社会文化、慣習など	17 (14.8%)	2) ビジネスマナー	14 (12.2%)
3) 日本企業の企業文化、経営者の考え方	13 (11.3%)	4) 仕事に関する規則・心得など	13 (11.3%)
5) 日本語版のワードなど基本のパソコン知識	10 (8.7%)	6) 専門知識	10 (8.7%)
7) 人間関係調整	9 (7.8%)	8) インターンシップ	8 (7.0%)
9) 就職活動指導	7 (6.1%)	10) 社会人としての独立思考能力	6 (5.2%)
11) 業界の経験者を教壇に呼ぶこと	5 (4.3%)	12) 自律学習能力	3 (2.6%)
計： 115 (100%)			

日本の社会文化、慣習は単に日本のものをそのまま教えるのではなく、中国文化との比較、すなわち異文化教育が求められている。日本企業の企業文化、経営者の考え方を教えてほしいという意見から、調査協力者が日系企業の深いところまで知り、すこしでも溶け込みたいという気持ちが読み取れる。社会人として認められるビジネスマナー、会社で必

要な仕事の方法、人間関係の調整などの知識を積極的に学び、早く職場に慣れたいという思いを持っていることが推測できる。

表 4-12 の中で、異文化の理解と社会人に必要とされる知識が占める割合が大きい。社会人になる前に、学校で社会人としての知識を教えてほしいという意見から、社会への不安が観察できる。また、教科書に載っていることだけではなく、本当の日本の姿を教えてほしいという意見もあった。

大学生として、社会人のビジネスマナー、会社で必要な仕事方法、人間関係の調整などの知識は避けるのではなく、積極的に学び、一日も早く職場に慣れたいと考えていることが推測できる。また、調査協力者は大学の授業について次のように、理論知識を教えるのみならず、学生にインターンシップの場を提供することや、業界の経験者を教壇に呼ぶことなどのアドバイスを述べていた。

「自律学習能力を育成してほしい」という意見は 3 件あった。自律学習について、詳細は 5 章で述べるが、その能力の育成の重要性は本研究でも指摘したい。学校で教えることには限界があるが、学習者に求められるものは、分野や担当業務によりそれぞれ異なる。学習者にできる限り多くのもを教える一方、学習者に必要に応じて勉強する能力を育成することが重要である。

4.1.3 まとめ及びビジネス日本語教育への示唆

4.1.1～4.1.2 では、調査協力者が働く企業の種類及び業務範囲、担当する仕事、日本語、日本人に対する考え方、自分の足りないこと、失敗談、大学に教えてほしいことなど中国人社員の自省から考察を行った。これらはビジネス日本語教育に次のような示唆を示すことができる。

(1) ビジネス日本語の基本は日本語であり、ビジネス場面における日本語運用能力を上げることが一貫して重要な課題である

調査協力者の日本語力が弱いという意見は、ほぼどの設問に対する回答にも出てきている。ビジネス日本語コースをデザインするとき、日本語をどのように位置づけるかがビジネス日本語コースの成否を決めると考えられる。また、どのような日本語能力及び日本語知識が求められているのかは 1) ～3) のようにまとめられる。

- 1) 職場における言語運用能力。職場での電話応対やメールのやり取りなど、日本語を使って何かの問題を解決する能力である。

- 2) ビジネス場面における断り、依頼、謝罪のような言語行動の指導。1) の言語能力をどのように育成するためには、中日両言語を比較する視点を持って言語行動を指導することが一つの方法である。
- 3) 通訳・翻訳の知識や技能の指導。中国のように日本国外では、日本語で仕事をするのみならず、通訳や翻訳の役割も兼ねる。

(2) ビジネスマナー、仕事のルール・心得、ビジネスパーソンに求められる素質など 社会人としての知識はビジネス日本語の重要な内容である

- 1) 電話対応のマナーのような表面的な知識にとどまらず、客への対応のようなビジネス知識、日本企業の商慣習、日本企業における仕事観である「以心伝心」、「暗黙の了解」のようなコミュニケーション方式を含める日本文化をカリキュラムに導入する。
- 2) 日本文化や中国文化と関係なく、時間厳守、責任意識、人間関係の調整など社会人としての常識や素質も求められる。

(3) 異文化教育はビジネス日本語教育に欠かせないものである

調査項目の日本人との不愉快なこと、仕事で困っていること、自分に足りないこと、大学で教えてほしいことなど、いずれの面においても考え方の違い、習慣の違い、常識の違いなどの問題があることが指摘できる。つまり、異文化の衝突は避けられない問題になる。必ずしも学習者に日本文化、日本人的な考えのすべてを押し付ける必要はないが、中国文化との違い、考えの違いなどを知ってもらい、お互いに尊重しあい衝突を避けるように指導する。

(4) 自律学習能力

就職する分野はそれぞれ違うため、学校ですべての専門知識を教えることは不可能であるが、就職が集中する業種について学生に指導するほか、必要に応じて勉強ができる自律学習能力を養うことが必要になる。

4.2 企業側が中国人社員に求めるもの

4.2.1 調査概要

(1) 調査目的

4.1 では、日本語専攻の卒業生（主に日本語で仕事をしている現役中国人社員）を対象にし、社員の自己内省の面から、ビジネス日本語に求められるものは何なのかについて考察した。4.2 では、企業側、中国人社員と同じ職場でともに働いている日本人上司、同僚が中国人社員に何を望んでいるのか、中国人社員と接触した中で感じたこと、気付いたことを調査する。

(2) 調査協力者

中国人社員と同じ職場で働いている社長、人事担当、上司の日本人を調査対象とする。調査協力者はすべて日本人でプロフィールは表 4-13 の通りである。

表 4-13：日本人のプロフィール

	業種	会社出資側	職責		業種	会社出資側	職責
A	ソフト開発	日系	事業部長	E	電気製品製造	日系	工場長
B	園芸製品開発&貿易	香港系	社長	F	アパレル	中国系	品質担当
C	機械部品製造	日系	社長	G	技能実習生 ³⁰ 受け入れ	日本日系	海外業務担当
D	建設機械製造	日系	人事担当	H	技能実習生教育	中国系	教育担当

協力してくれた 8 社の中の 4 社は中国にある日系企業、2 社は中国系企業、1 社は香港系企業、1 社は日本にある日本企業である。表 4-13 に提示する日系、日本日系、中国系、香港系の意味を説明しておく。日系は中国に進出している日本企業、日本日系は日本にある日本企業、香港系は中国にある香港からの投資企業、中国系は中国にある中国企業を指す。香港系の会社は、取引先が日本であり、責任者も日本人である。

³⁰ 技能実習生は、以前の研修生のことである。開発途上国等には、経済発展・産業振興の担い手となる人材の育成を行うために、先進国の進んだ技能・技術・知識を修得させようとするニーズがある。日本では、このニーズに応えるため、諸外国の青壮年労働者を一定期間産業界に受け入れて、産業上の技能等を修得してもらう「外国人技能実習制度」という仕組みがある。外国から呼んだ人を技能実習生と呼ぶ。技能実習生はまずそれぞれの国で約 5 ヶ月日本語を勉強する。(http://www.jitco.or.jp 公益財団法人国際研修協力機構から筆者要約)

(3) 調査方法と内容

近藤（2007）は「著者の経験において企業を対象とした調査は協力を得ることが非常に困難であったが、海外で積極的に支援を行っている日本貿易振興会の調査においても協力を得るのが難しい現実が分かる。」と調査の難しさを指摘している。

本研究では、大規模なアンケート調査の代わりに、8社それぞれ1名の日本人管理者を対象にしてインタビュー調査を行った。大規模な調査が出来ればもっと広範に各会社、各業種が求めるビジネス日本語の全体が見られるが、これも先行研究に述べられたように、個人の研究者が大規模な調査をするのはかなり難しい。調査協力者の仕事が忙しいことを考え、調査時間を節約するため、中国人社員³¹に期待することは何なのかというテーマをめぐって対面の形で話を聞いた。インタビュー時間は一人あたり平均で約1時間である。調査時期は2013年1月～2月であった。

4.2.2 調査結果と考察

インタビュー調査で得たデータを文字化し、調査協力者の主な意見や考えを、(1) 日本語の言語知識と運用能力面、(2) ビジネス知識面、(3) 意識のずれ、(4) その他という四つの面から表4-14から表4-18にまとめた。

4.2.2.1 日本語の言語知識と運用能力について求められるもの

どのような日本語の言語知識と運用能力が求められるのかについては、大まかに(1) 仕事上日本語でのコミュニケーション能力、(2) 文章を理解・作成する能力、(3) 通訳の知識と技能、(4) 待遇表現が使える能力、(5) 専門用語と(6) その他の六つの部分に分けられる(表4-14)。

表4-14：求められる日本語言語面の言語知識と運用能力

分類	求められる日本語言語面の言語知識と運用能力
(1) 仕事上日本語でのコミュニケーション能力	A 仕事の指示を聞いて理解できる。敬語の使用より意味が通じることが優先。 C 挨拶や紹介など基本的なことが日本語で支障なくできる。 G 相手の伝えたことが理解できる。自分の伝えたいことがうまく伝えられる(口頭での報告)。社内の担当者へ日本語で仕事の引継ぎができる。社内の打ち合わせやミーティングでの内容が分かる。
(2) 文章を理解・	A 社内文書と必要な場合には社外文書の作成も出来る。

³¹ 日本語が分かり、日本語で仕事をする現地社員。

作成する能力	<p>B 決まったフォームで文書を作成することができる。</p> <p>C 文書を作成することができる。</p> <p>G 自分の伝えたい内容がうまく伝えられる（書面での報告）。電子メールについてルールは特に要求しないが、伝えたい内容が相手に分かってもらえればいい。</p>
(3) 通訳の知識と技能	<p>A 社内の通訳ができる。分からないところがあっても、聞き返しなどのストラテジーを使って正確に意思が伝えられる。社内での少人数の打ち合わせやミーティングを通訳できる。</p> <p>D 双方の意思を理解した上で通訳できる。</p> <p>E 通訳の場合、双方の意思を正確に伝えること（部下を叱る時、上司の気持ちや言い方を変更しないで完全に相手に伝えられる）。</p> <p>F 通訳するとき、日本語の表面的な理解だけではなく、日本人の意図や考え方も理解してほしい。</p> <p>G 理解したうえで、通訳する（自分の言葉でもいいから、必ず理解してから訳す）。</p>
(4) 待遇表現が使える能力	<p>A 社内と社外の相手を意識しながら挨拶できる。接客するとき、待遇表現に配慮して適切な話題を提供できる。</p> <p>B 少なくとも取引先に対して正しい敬語を使用ができる。敬語を使いこなせなければならない。</p> <p>C 敬語が正しく使える。</p> <p>D 敬語が必要。</p> <p>F お客さんと電子メールでのやり取りで、日本語の配慮表現に注意が必要（～までに至急に出荷してください。返事を待っています。～様のご返事で動きます）。</p> <p>G 社内の上司や年配者に対して敬語が使える。失礼のない挨拶が出来る。</p>
(5) 専門用語	<p>A 分からない専門用語を一度聞いたら覚えられる。初めて聞いた専門用語を含む言葉は知らなくて仕方がないが、学習する姿勢が必要だ。</p> <p>B 業務分野に関する専門用語が分かる。日本人にとって専門用語ではないことば（例えば、ホチキスのようなオフィス用品の言い方など）を知っておいてほしい。</p> <p>D 業務分野に関する専門用語をある程度知っておいてほしい。</p> <p>E 専門用語は業種によって違うが、少なくとも関係分野の基本知識と日本語の言い方などが分かる。</p> <p>F 服装分野の専門用語を知っておいてほしい。</p>
(6) その他	<p>E 日本語を勉強すると同時に、関係分野の中国語も勉強してほしい（例えば、電気製品分野の中国語の言い方など）。</p> <p>G 相手や状況に合わせて失礼がないように自己紹介や紹介ができる。</p> <p>H 日本語の基礎文法知識、正しい発音。</p>

(1) 日本語で仕事上のコミュニケーション能力

日本語で仕事上のコミュニケーションをする能力は数多くの先行研究で指摘なされている。これについて、本研究の調査で「仕事の指示を聞いて理解できる」「相手が伝えてくれたことが理解できる」と話を聞いて分かる能力を指摘されている。「敬語の使用より意味が通じることが優先だ」という意見から待遇表現より情報交換が重要だと考えられていることが分かる。

話を聞いて分かるということは基本的なことではないかと考えられるが、日本語が母語でない人にとって、そう簡単なことではない。問題は、分からない場合どう対応するかであり、例えば、専門用語や分からない言葉を聞いた場合、確認もしないで「はい、はい」とごまかせば、仕事に大きな影響を与えるケースがある。最も重要なのは、分からない場合、多様なストラテジーを使いその場で分かるようにすることである。ビジネス日本語教育では、言語知識、日本語能力を育成するとともに、分からない場合のストラテジーの指導も大切だと思う。

「伝えたいことが伝えられる」ことは決して簡単なことではない。言葉遣いのような待遇表現、話す技術などのことを別にして、外国人にとって表したいことを相手に分かってもらうまで話すのはかなりの日本語能力が必要である。

(2) 文書を理解・作成する能力

アジア人材資金構想によるビジネス日本語のカリキュラムでは、「目的や場面に応じた文書や資料の作成・理解」と外国人社員に文書の作成・理解能力が必要とされている。

今回の調査では、「社内文書と必要な場合には社外文書の作成も出来る」、「決まったフォーマットで文書を作成することができる」、「文書を作成することが出来る」「自分の伝えたい内容がうまく伝えられる(文書での報告)」など文書の作成能力を持ってほしいという要望が見られる。

社内文書には、出張報告書、事故報告書などの業務報告書、週報、月報、会議の議事録などが挙げられる。社外文書とは、契約書、見積書、招待状のようなビジネス文書を指す。社内連絡、報告書及び社外へのビジネス文書は日本語母語話者であっても研修がなければ難しいと考えられる。ビジネス文書自体は確かに難しいが、調査協力者から「決まったフォーマットが分かれば、ほとんどの文書作成は穴埋めだけで完成できる」との意見があった。それは学習者にビジネス文書を指導することに示唆を与えられると思う。ビジネス文

書の特徴、よく使用される表現を把握すれば、ビジネス文書のフォーマットは既存の文書や資料を参考にして作成し、授業に取り入れることは可能である。

近年はビジネス文書のほかに電子メールが頻繁に使用されている。電子メールは社内社外を問わず、その利便性、コストの低さにより、電話やファックスよりもよく使われる。特に海外の場合、日本にある本社や取引先と連絡する重要なツールになっている。「電子メールについてルールは特に要求しないが、伝えたい内容が相手に分かってもらえればいい」という調査協力者からの話は、電子メールの文体より内容が重視されると考えられることを示している。意味が通じることが重要であるとはいうものの、電子メールのルールもあり、特に社外への場合、待遇表現も避けられない。

(3) 通訳の知識と技能

海外（中国）にあるビジネス日本語人材は日本語で仕事をするほか、日本人と現地社員をつなぐ役割も担っており、通訳する能力が期待される。

表 4-14 が示すとおり、通訳は双方の意思を理解した上で訳すことの必要性が指摘されている。通訳が求められる範囲は、「社内での少人数の打ち合わせやミーティング」が挙げられているが、ほかにも社内または社外での双方の意思疎通のための通訳が想像できる。プレゼンテーションや国際シンポジウムなどのような場面への言及はなかったため、高度な通訳能力は一般のビジネス日本語人材には期待されていないと言えよう。

通訳は目標言語を聞いて理解し、母語を聞いて目標言語で話すという「聞く」能力と「話す」能力が基本である。すなわち、双方の意図を理解した上で通訳することが求められる。「分からないところがあっても、聞き返しなどの戦略を使って正確に意思が伝えられる」、「理解した上で、通訳する（自分の言葉でもいいから、必ず理解してから訳す。）」と調査協力者の声がそれを反映している。中国人の場合、分からないとき相手に確認すると自分の日本語がだめだと思われる心配があるため、メンツが潰れると思っている。そのため、文の中に分からない言葉があっても確認しないでごまかすことがある。本当の意図が伝えられない場合、相手の反応から話がかみ合っていないことがその場で分かることもあるが、分からない場合もある。分からない場合、誤解を招いたりトラブルを起こす危険がある。

「自分の言葉でもいいから、理解したうえで通訳する」との声がある一方、自分の意見や感情を伝え伝えることがタブーであるという声もある。調査の中で、通訳として、日本

人上司が部下を叱る時、上司の言葉を和らげて伝えた事例があった。日本人上司は仕事ミスを厳しく叱ることが部下の指導の一つの方法であると考えていたが、通訳がその言い方を変更して相手に伝えた。そうすると、指導の効果がうすくなる。なぜ言い方を変更して通訳したか、やはり日本人の意図が分からず、けんかしたような雰囲気のを和らぐため言い方を変えたようである。

海外に駐在する日本人社員は現地の言葉は挨拶程度しか分からないことが多い。現地社員との接触は通訳を介して進むため、そのまま、正確に双方の意図を伝えることが期待される。受け取った情報をお互いに読み取り、判断をするのは通訳以外の日本人と中国人の役割であるという声があった。通訳はあくまでも架け橋の存在であり、自分の意見を交えないようにとビジネス日本語教育では指導すべきだと考える。

(4) 待遇表現が使える能力

ビジネス社会では、社内では上下関係、先輩後輩関係、社外では取引先との関係、客との関係など多様な関係がある。いくら日本語が下手でも社外の人に対応する場合、失礼な行動や発言は許されないだろう。確かに、「敬語の使用より意味が通じることが優先」という考え方があるが、それは敬語が重要ではないという意味ではない。しかし、日本語レベルが低い段階では、敬語の使用よりどのように効率的に意味が通じることが優先される。日本語レベルが上がるに伴い、適切な敬語使用が望まれる。「少なくとも取引先に対して正しい敬語を使用ができる」「敬語を使いこなせなければならない」との意見もあり、待遇表現はビジネス日本語で重要な役割を果たしていると言える。

「お客さんとの電子メールでのやり取りで、日本語の配慮に注意が必要」という意見について、次のような話があった。取引先が納期に遅れてしまい中国人社員が送った「必ず～日までに至急に出荷してください。返事を待っています。」という催促のメールに対して、取引先から中国人社員の日本人上司にクレームが来た。その社員は「～てください」を使っているのに、何か失礼があったのかと戸惑っていたそうだ。「～てください」は中国語で「请」（英語の「please」に当たる）に訳され、尊敬の意味があると理解される。しかし、この文では「指示、命令」に近い意味が読み取れ、特に「必ず」「至急に」と合わせて使用すると、不愉快に聞こえる。この事例は、待遇表現のほかに、取引先との関係をどう見るかにつながる。日本では「お客様は神様」との意識があり、中国でもその意識が多くの企業の企業文化として導入されている。しかし、中国では買手が売り手より高い地位にある

ためか、このメールは中国における買手の地位と心境を反映していると考えられる。問題の所在は決して中国と日本の商業文化の違いだけではないため、ただ日本の商業文化を紹介するだけでは解決できないと思う。中国では確かに買手と売り手の地位が違うが、常連の取引先に対する配慮も必要である。以上のことから、この社員は社会人としての基礎力が足りないのではないかと推測できる。社会人としての基礎力は本研究のビジネス知識の範疇に入る。

(5) 専門用語

表 4-14 が示すように、会社側は「業務分野に関する専門用語が分かる」「業務分野に関する専門用語をある程度知っておいてほしい」「専門用語は業種によって違うが、少なくとも関係分野の基本知識と日本語の言い方などが分かる」と現地社員に専門用語を知ってほしいと求め、さらに「服装分野の専門用語を知っておいてほしい」と明確に必要な分野を挙げている。

業種は様々でそれぞれの関係分野に専門用語がある。学習者が学校で勉強した総合日本語またビジネス日本語には専門用語が入っていない。学校である分野の専門用語を勉強しておいても、卒業後必ずその分野の仕事に就くわけではないから、大学で専門用語を扱うことは難しい。

一方、「初めて聞いた専門用語を含む言葉は知らなくて仕方がないが、学習する姿勢が必要だ」「分からない専門用語を一度聞いて、覚えられる」との声がある。専門用語は難しいが、勉強する意欲と勉強する姿を見せてほしいと学習者に寛容な態度を示している。

業務分野の言葉と知識以外、「ホッチキス」「シュレッダー」「コンセント」などの事務用品、日常生活上でよく使われる言葉も必要であると調査協力者は述べている。筆者が入社一年目のとき「まず資料を PDF にスキャンして、解凍したファイルを添付ファイルで送ってください。残った資料はシュレッダーで処理してね。」と言われたことがある。「スキャン」って何？資料を「解凍」する？「シュレッダー」とはまた何？のような戸惑いがあった。このような言葉は日本語母語話者や、日本語の環境で勉強や生活する人にとっては聞きなれたものであるが、教科書だけに頼り日本語を勉強する人にとっては、「専門用語」のような存在である。このような一般的な言い方は特定の業務分野に限らず、汎用性がある。

目標言語圏ではない環境で普段接することがない言葉にはどのようなものであるか。筆者は日本語専攻3年生の授業でこのような言葉をいくつか提示してみたが、分かる人はほとんどいなかった。しかし、学生はこのような言葉に強い興味を持っているようだ。本研究では、このような言葉を表4-15のようにまとめてみた。決してすべての言葉を網羅しているわけではないが、ビジネス日本語教育に示唆をすることができればと思う。

表4-15 専門用語のように見える一般的な用語の言い方

事務	タイムカード、ホワイトボード、金庫、電気スタンド、コンセント、シュレッダー、スキャン、ホッチキス、パンチ、クリップ、セロハンテープ、ガムテープ、便せん、ペンチ、ドライバー、コーヒーポット
銀行	口座 振り込む 普通預金、キャッシュカード、クレジットカード、ネットバンク、引出、残高
ホテル	ロビー、フロント、チェックイン、チェックアウト、送迎バス、チップ、シングルルーム、ツインルーム、ダブルルーム、スイートルーム、ルームサービス、モーニングコール
旅行	ファーストクラス、ビジネスクラス、エコノミークラス、空港ターミナル、離陸、着陸、手荷物料金
入出国手続き	パスポート、ビザ、出入国カード、手荷物検査、免税店、入国審査、税関、検疫、健康申告書、課税通路、
パソコン・通信	ウィンドウズ、マッキントッシュ、ディスプレイ、インストール、ダウンロード、ホームページ、インターネットカフェ、圧縮、解凍、SB(softbank)、Docomo、au、LTE、WiFi
交通	通行止め、横断歩道、バス停、回数券、定期券、ICカード(ICOCA)、モノレール、リニアモーターカー
電気製品	電気ポット、ジューサー、コーヒーメーカー、シェーバー、マッサージ機

専門用語は業務分野によって異なるため、全て教えるのは無理だが、就職先が既に決まっていればその分野に関連する専門用語と知識を指導することが可能である。現実にはたくさんの方が一分野に集中し就職することが稀なので、専門用語の指導は困難である。自律学習能力を育成し、自分で関連分野の言葉を独学で勉強できれば一つの道だと考える。また、職場や日常生活でよく使われる一般的な「専門用語」の語彙はどの職場でも使われる可能性が高く、一日も速く新入社員に職場に慣れてほしいので、そのような言い方の指導に力を入れるべきだと考えられる。

(6) その他

「日本語を勉強すると同時に、関係分野の中国語も勉強してほしい（例えば、電気製品分野の中国語の言い方など）」という意見があった。これについて、筆者が企業で働いた

とき同じ経験をした。生産ライン設備のトラブルを通訳したとき、日本人側と中国人側両方が分かったが、通訳の筆者だけが専門用語の日本語はもちろん、中国語も分からなかった。日本人側と中国人側は英語の略語、ジェスチャーと目の前の状況を通じ、中国語の専門用語すら分からない通訳を飛ばして意思疎通ができたのである。

ほかには「相手や状況に合わせて失礼がないように自己紹介や紹介ができる」「日本語の基礎文法知識、正しい発音」が挙げられる。

4.2.2.2 ビジネス面において求められるもの

今回の調査で求められるビジネス面については大きく 3 点にまとめられる。(1) 仕事の方法、ビジネスマナー (2) 社会人としての意識、常識 (3) 業務分野に関する知識。表 4-16 は次頁に示す。

(1) 仕事方法、ビジネスマナー

今回の調査でビジネス面において一番多く求められたものは仕事の方法とビジネスマナーについてである。1) 電話応対、2) 電子メールでのやり取り、3) 報告・連絡・相談の重要性の 3 点について述べていく。ほかに、ビジネスマナー、値段交渉やクレーム処理、名刺交換などがある。

1) 電話応対

現在のビジネス社会では、電話は業務連絡のに不可欠な手段である。日本語母語話者の大学卒業生でも入社した時点で事前に研修を受けないと、ビジネス場面の電話応対はうまくできないだろう。外国人の場合はビジネス社会の知識が不足している上、言語能力も限られているため、電話応対は決して容易にできるものではない。電話応対は音声だけに頼り、目の前のやり取りではないため、外国人にとってより難しいだろう。

電話応対と言っても、「電話をかけるより、電話が鳴ったら出て、対応できるようにと期待する」という調査協力者からの声がある。他に、「社内電話はいいけど、社外の電話をきちんと対応してほしい。どのように挨拶するか、相手の言葉や意味が分からない場合、伝言が必要或いは頼まれた場合、呼び出された人が留守の時や休んでいる場合、相手に折り返し電話をしてほしい場合、どう対応するかを知っておいてほしい。」「難しい業務連絡は必要ないが、電話で訪問の予約を取る、何かを確認する、緊急事態の電話での報告、などができてほしい」という指摘があった。

このような指摘は、学習者に電話応対を指導するとき、どのようなことを教えるかに示唆を与える。

- ① 優先的に率先して電話に出ることを指導する。声をはっきり聞こえない場合、相手の言葉の意味が分からない場合の聞き返しなどの状況を想像し指導する。
- ② 電話応対マナーと方法は確かに重要であるが、結局は聞く能力と話す能力に関わる。いくらマナーを知っても相手の話が聞き取れないと何もならない。電話応対そのものの訓練だけではなく、普段の日本語能力の訓練もさらに重要である。

表 4-16 ビジネス面において求められるもの

<p>(1) 仕事の方法・ビジネスマナー</p>	<p>A 電話応対の基本マナーが分かる。接客するとき、待遇表現に配慮して適切な話題を提供できる。ハウ・レン・ソウ（報告、連絡、相談）が分かった上で行動する。電子メールのルールについて知っておいてほしい。ビジネス商談で、値段の交渉、クレームの処理などができる。</p> <p>B 名刺交換のマナーを知っておいてほしい。電話で業務連絡が出来る（打ち合わせの時間や場所の調整、商品品番の確認などができる）。接客マナーを知って、日本人のお客さんを接待するとき、場面に合わせた中国文化の紹介ができる。（例えば、中華料理を食べるとき、料理の名前と文化などの紹介）。文書や口頭で報告できる。社内ミーティングの司会や議事録作成などができる。一人で或いは日本人と協力して商談ができる。</p> <p>C 電話やメールのルールやマナーを知っておいてほしい。</p> <p>D 必要な場合、電話で取引先と連絡できる。お客さんの送迎ができる。報告の意義と方法が分かる。</p> <p>E 社内の報告書など文書の作成が出来る（箇条書きや 5W1H での書き方など、内容として、事件の経緯、原因分析と提案は必要）。報告、連絡、相談ができる。</p> <p>F スケジュール管理をきちんとしてほしい（材料の供給や出荷の確認、お客さんとの連絡など）。品質意識をつけてほしい</p> <p>G 名刺交換のマナーを知っておいてほしい。仕事の方法が分かる。勝手な判断はだめ（何かあったら必ず報告、連絡、相談）。5S などの実施。自発的に明るい挨拶ができる。</p> <p>H ある程度の職場マナーを知っておいてほしい。</p>
<p>(2) 社会人としての意識、常識</p>	<p>G 社会人としての常識（約束したことが締め切り通りに完成できない場合に、事前に連絡もなく、締め切りの直前に連絡してくるので、効率が悪い。1 時間で出来ることに、2、3 時間かかることがある）。時間厳守の意識。周りに迷惑をかけないように自己責任を持つ。</p> <p>H 明るく挨拶すること。もっと積極的に日本人と打ち合わせをしてほしい。仕事を真面目にしてほしい。</p>
<p>(3) 業務分野に関する知識</p>	<p>B 国際貿易理論、通関手続などに関する知識を知っておいてほしい。</p> <p>D 日本語のほかに、これから従事しようとする仕事に関する知識を知っておいてほしい</p>

2) 電子メールでのやり取り

木下（1994）は「少し前までは、本社と出先機関との間のコミュニケーションを担うのはテレックスと電話だった。今ではファックスと電話である。」と述べ、「ファックス時代の次には何がくるか。私はおそらく本社と出先機関の双方に複数の小型コンピュータを置いて電子メールを主用する時期が来るのではないかと思う。」と予測している。その予想通り電子メールの時代がやってきた。

電子メールはその利便性とコストの低さのため、現在ビジネス社会では広範に使用されている。電子メールについて、「電子メールのルールについて知っておいてほしい」「電子メールを活用してほしい。メールについてのマナーやルールを知っておいてほしい」と電子メールのマナーとルールの重要性を指摘している。

電子メールのルールについて、日本人課長が中国人社員に怒った事例がある。A 担当者は取引先にオファーのメールを送ったが、次の日休んだ。客から値段交渉の返信があり、課長は B 担当者に対応しなさいと指示した。B は会社の一回目のオファー表を客に送ったが、客からクレームが来た。B が送ったオファー表は A が送ったものと全く同じものだった。このような結果になったのは、A が客に送信したとき、CC を使わなかったからである。B は客に返信したときも客だけに宛てて、部署のほかのメンバーに送らなかった。課長も客からクレームがあって初めてそのミスが分かった。CC 機能を使えば、情報を共有でき、このようなことを避けられるだろう。

ほかに、返信のタイミング、個人情報を守るための BCC 機能の活用、文字化けの注意、添付ファイルの付け忘れなどに注意するなどのルールがある。

電子メールは日常生活でも使われるが、取引先とのやり取りのようなビジネス場面で扱われるものはビジネス文書に近いと考えられる。従って、決まり文句や表現に注意しなくてはいけないことになる。社内での電子メールは表現に不適切どころがあっても許されるが、取引先へのメールには問題がないかかなり心配だとの声がある。4.2.2.1 節で、電子メールの表現への配慮について客に怒られた事例を挙げた。また、社内メールに間違いがあっても意味が通じれば指摘しないことが多い。いちいち注意すると仕事の効率が悪くなるし、中国人社員にも嫌がられるという話もあった。

3) 報告・連絡・相談の重要性

報告・連絡・相談はビジネス社会で「ホウレンソウ」と称されている。調査でも、「ホウ

レンソウ」の重要性が多く指摘されている。報告・連絡・相談の「報告」を例にとれば、どのようなことを報告すべきか、誰に報告するか、どのタイミングで報告するか、どのように報告するか、どの媒体（電話、メール、文書、口頭）で報告するなどに関わる。報告にもルールや方法があり、日本語の知識や表現能力も必要である。調査では次のような事例があった。

事例①

中国国内にある送り出し機関³²が技能実習生の時給が低いので、直接、技能実習生の所属する日本の企業と連絡し時給について交渉した。送り出し機関は実習生を受け入れる企業に何か要望があったら組合を通じて連絡するのがルールである。しかし、送り出し機関は何年も連続してその企業に実習生を送りすでにお互いによく知っていたので、直接その企業に時給を上げてくれないかと連絡をしたのである。

組合は、送り出し機関が何の連絡も相談もなく直接、企業と交渉することによりかなり不満を持った。組合は、実習生の権益を保障するため、時給について企業と交渉していたようである。なぜ組合を通さずに直接連絡したのかと送り出し機関に聞くと、組合に迷惑をかけたくないとの答えがあった。その答えはどうしても言い訳に聞こえ、勝手な判断はマイナス評価を招いた。

事例②

材料購買の担当者が一種類の材料の品番を間違えた。材料が届き初めて気付いた。至急にメーカーと連絡して材料の入れ替えをお願いした。しかし、その材料はメーカーに在庫が足りず、急いで生産したため予定外の費用が請求された。

担当者はだれにも報告しないで自分の力でカバーしようとした。もし相談していれば、その間違った材料は返品しなくても次の機種で使えたそうである。必要な材料は同じ傘下企業からも調達ができる。そうすれば予定外の費用は不用だった。この事例は、報告、相談しなかっただけではなく、ミスを隠そうとしたという問題もあるが、早く報告相談していれば、損失を最小限に抑えられただろう。

³² 開発途上国等には、経済発展・産業振興の担い手となる人材の育成を行うために、先進国の進んだ技能・技術・知識を修得させようとするニーズがある。日本では、このニーズに応えるため、諸外国の青壮年労働者を一定期間産業界に受け入れて、産業上の技能等を修得してもらう「外国人技能実習制度」という仕組みがある。外国から呼んだ人を技能実習生と呼ぶ。技能実習生はまずそれぞれの国で約5ヶ月日本語を勉強する。その日本語教育機関は送り出し機関と呼ぶ。海外での日本語勉強が終わり日本に入国する。入国後すぐ企業に配属しないで、まずある機関で1ヶ月日本語を含め生活などの指導を受ける。その機関は組合と呼ぶ。一ヶ月後それぞれの企業に配属する。(http://www.jitco.or.jp 公益財団法人国際研修協力機構により、筆者整理)

前節のメールのやり取りで述べた CC 機能も報告連絡相談についての問題である。中国人社員は報告について、逐一報告するのは仕事ができない人間だと考えている。仕事ができる人間なら報告しないで上司を含め周りの援助がなくてもすべて一人で決めて解決すると考えている。このことも中国人社員が報告しないで何でも自分でカバーしようとする原因だろう。これは日本の企業文化では仕事がチームワーク、チームプレイである点と異なる。学習者に指導する場合、ただ報告連絡相談の方法だけを教えるのは足りず、その意義も理解してもらわなければならないと考える。

(2) 社会人としての意識、常識

表 4-16 にあるように「社会人としての意識、常識」について調査では次のように述べられている。「社会人としての常識（約束したことが締め切り通りに完成できない場合に、事前に連絡もなく、締め切りの直前に連絡してくるので、効率が悪い。1 時間で出来ることに、2、3 時間かかることがある）。時間厳守の意識。周りに迷惑をかけないように自己責任を持つ。」「明るく挨拶すること。もっと積極的に日本人と打ち合わせをしてほしい。仕事を真面目にしてほしい。」

時間厳守、仕事を真面目に、自発的に明るい挨拶など、いずれも当然なことだと考えられるが、社会人として自覚すべきことを指導する必要があるだろう。会社に入ってから、先輩や日本人の指導を受け徐々にその意識をつけることができるが、会社に入る前に知っておけば就職活動にプラスとなる。就職活動でよい評価を得られるのみならず、会社に入って仕事に慣れるのにも役に立つ。

このような意識付けは中日異文化と関わらず、社会人として必須の素質もあれば、日本文化にしかないものもある。例えば、時間厳守の意識は中日に通じるものであるが、定刻に来ればよいのか、5 分前に到着しないと遅いと思われるかなど微妙な差異がある。社会人として必要な常識や日中の違いを授業で取り上げることは、まだ社会経験が浅い学習者が会社に一刻も早く慣れるのに役に立つだろう。

(3) 業務分野に関する知識

仕事に関わる知識について、「国際貿易理論、通関手続などに関する知識を知ってほしい」、「日本語のほかに、これから従事しようとする仕事に関する知識を知ってほしい」との意見がある。本研究の研究対象は大学で日本語を専攻とする学習者である。学習者は日本語が主専攻であり、日本語以外のこと、特に理系の知識は不足しているのが

現実である。近年日本に留学して帰国する学生が増え、彼らは日本語が分かると同時に他の専攻で勉強した経験がある。中国で日本語が分かるだけでは就職しにくくなってきている。このような背景から、企業側の日本語のほかに関連する業務の知識を持ってほしいという要望は強くなっている。

4.2.2.3 異文化交流面において求められるもの

日本と中国における異文化交流のトラブル、ストラテジー、解決方法、教育などは先行研究で数多く指摘されている。日常生活でも異文化交流にはいろいろな問題があり、ビジネス社会では異文化交流問題は更に顕著である。日常生活において異文化の衝突が起こっても相手との関係によっては許される場合がある。しかし、ビジネス社会では、取引先との異文化衝突はかなり深刻である。厚生労働省（2010）『平成21年度企業における高度外国人材活用促進事業の概要』では「(外国人社員の)日本語が堪能というだけでは、仕事上の異文化トラブルはなかなか解消できない」と指摘している。ほかに、池田（2001）、栗飯原（2008、2009）、小平（2011）も同様の言及をしている。

電話対応や報・連・相については前節で紹介したが、それは社員としての素質であり、日本人新入社員にも同じ問題が起こる可能性があるため、異文化交流範疇に入れなかった。本節で言う異文化交流は表4-17（次頁）が示す通り（1）日本企業の企業文化、（2）仕事観、（3）日常生活でもありビジネス社会に反映される考え方の違い、すなわち意識のずれが原因となるものを含めた。

表 4-17 異文化交流面

(1) 日本の企業文化	<p>A 所属する会社の企業文化と経営理念を理解する。日本企業の習慣（例えば、9時に出勤は9時に会社に着くことではないというようなルール）を知ってほしい。チームワーク力が必要。</p> <p>B 日系の会社若しくは上司が日本人の会社に就職した以上は、日本の文化、やり方を否定せずいかに融和させることができるかが大切。</p> <p>C 所属する会社の企業文化と経営理念を理解する。</p> <p>E 日本人の管理方法や考え方を勉強してほしい。</p> <p>H 日本文化、特に日本会社社内のコミュニケーションと人間関係に関することを知っておいてほしい。日中文化の差異を知ってほしい。</p>
(2) 仕事観	<p>A 就業時間になったらすぐ会社を去る。残業すると必ず残業代を申告する。</p> <p>B 共同作業の意義が分かる。チームワーク力が必要。</p> <p>C 責任感があれば自然とチームワーク対応が出来る。</p> <p>D 仕事をすぐお金とつなげるのをやめてほしい（残業するなら残業代をもらえるか）。仕事以外のプライベートの話題に触れないでほしい。</p> <p>E 2、3年間働いて転職するのが平気どころか、転職することが好まれる。会社への忠誠心が低い。</p> <p>G チームワークの意味が分かってほしい（会社は一つの組織であり、お互いに助け合うべきだ）。</p>
(3) 意識のずれ	<p>D 日中両言語が分かる中国人社員にほかの中国人社員の考え方や不満などを教えてほしいが、なかなか教えてくれない。</p> <p>E 質問されたとき、言い訳はいらず、直接質問に対して答えてほしい。</p> <p>F 始まる前に、否定するのはだめ。達成するように頑張る道を探してほしい。ミスがある際、素直に謝ってほしい</p> <p>G 分からない場合、分からないと素直に話してほしい。自己主張しすぎないように（自分に利益があることだけ追求する）。仕事は上司を喜ばせるためではない。</p>

(1) 日本の企業文化

今回の調査では、日本の企業文化を知って企業文化に基づきながら動いてほしいということが頻繁に指摘されている。例えば、調査協力者 A、C と E は「会社の企業文化と経営理念を理解する」「日本人の管理方法や考え方を勉強してほしい」と日本の企業文化を勉強することが必要だと考えており、B は一方的に日本の企業文化を受け入れる必要はないが、「否定せずいかに融合するかが大切だ」と考えている。B と H は中国人社員に、企業文化だけではなく、日本文化、特に日中文化の差異を知ってもらいたいという意見を出している。

企業精神や経営理念は簡略され箇条書きされることが多いが、その条文を覚えるだけでは足りない。なぜ会社がそのような価値観を形成したか、経営理念の背景はどこにあるか、どのように企業精神を理解して実際の仕事に生かすか、企業文化の精神を理解すべきであ

る。

例えば、省エネのエコ製品を作成することが会社の目標であれば、技術開発はエコ理念が第一であろう。エコ理念の会社で、原材料が少し高くても省エネの材料を購入することは、広報やお客さんへの説明において、省エネがキーポイントになるだろう。このように、省エネという精神は製品の企画から、生産、販売まですべての仕事に影響を与える。実際の仕事で、いくら日本語が上手でもその点を頭に入れないと仕事がうまくできないだろう。

(2) 仕事観

調査協力者から「終業時間になったらすぐ会社を去る」、「残業すると必ず残業代を申告する」、「2、3年間働いて転職するのが平気どころか、転職するのが好まれる」などの話があり、転職率が高い、「中国人社員は会社への忠誠度が低い」と述べているものが多い。「3年後に辞めるから、頑張って仕事を覚える」(小平 2011)と宣言する中国人の新入社員がいる。それはなぜだろうか。

ジェイスーエス (2011) による日本、中国、インド、ベトナム人の仕事に対する価値観・優先順位の比較調査によると、「仕事」の優先順位が1位なのは日本だけだということが分かった。それについて小平 (2011) は、仕事を何よりも優先させようとする価値観は日本人にしかないと述べ、日本人は「組織貢献型」(1つの職場で長く働くことを重んじる)、中国人は「独立企業型」(将来の起業を視野に入れながら働く)と指摘している。

中国人社員は「独立企業型」のためか、チームワーク力が弱いと指摘されることが多い。例えば、「チームワーク力が必要」、「責任感があれば自然とチームワーク対応が出来る」「チームワークの意味が分かってほしい(会社は一つの組織であり、お互いに助け合うべきだ)」など複数の調査協力者がチームワークの重要性を指摘している。上述の客への対応が失敗した例でもきちんと情報共有ができれば、つまりチームワークがちゃんとできていれば、お客さんの対応もうまくできただろう。

中国人の仕事観について、2.3 節の先行研究を参照されたい。ビジネス日本語教育で、日本と違う仕事観を持つ中国人予備社員に対し日本の仕事観を指導することが必要だと考える。

(3) 意識のずれ

意識のずれに関して、4.2.2.2 節で「社会人としての意識、常識」でも述べたが、前節の「時間厳守」のような「意識」は中日企業文化に関わらず社会人なら当然のことであるが、

本節で言う意識のずれは文化の違いにより起こったものを指す。

今回の調査に表れた意識のずれには、1) 質問される際、答えより理由が先、2) ミスがある際まず謝ってほしい、3) 分からない場合分からないと言ってほしい、4) 自己主張しすぎないよう、5) 仕事は上司を喜ばせるためではないなどがある。ここでは、特に 3) の例を取り上げて、どのような問題があるのかを考えてみたい。

「分からない場合には分からないと素直に話してほしい。」「締め切り通りにできない場合事前報告してほしい」という要望が出てくる背景には、中国人社員との考え方のずれが存在している。

日本語の指示を聞いて、「はい、はい、分かりました」と応じたのに、実際は違う仕事をしていた。また、指示を承知したのに、締め切りまでにできなくても事前に報告もしない。なぜできなかったか、できなかった理由だけをたくさん述べる等の事例の背景には、中国では、上司から指示があった場合、まず積極的に受け取る姿勢を相手に見せるのはよい評価をされるということがある。もし、上司に指示を 2 回以上説明されると頭が悪い、仕事ができないと思われる心配がある。特に、日本語の場合、中国人社員には指示の意図と日本語そのものの両方とも分からない場合があるため、とりあえず指示を受け、あとで何とかしようとする気持ちがある。

分からなくても、できなくても「はい」と答える。できない場合、言い訳のような理由をつけて弁明する。通訳として、日本語の意味がきちんと分からない時、指示を間違えて理解すると大きな損失を起こす可能性が高い。

仕事が締め切り通りにできないのも以上のことが原因となっている可能性が高い。指示を受ける時、本当に締め切りまでにできるかどうかは考えないで引き受けてしまったり、またできないと分かっても、条件を言ったり、断ったりするとマイナス評価されると考える。なぜ完成していないかと聞かれると、メンツを保つため、できない理由を並べる。事前報告もしていないため、正当な理由であっても言い訳に聞こえやすくなる。

このようになると、日本人側は中国人社員には確認するという意識が薄い、言い訳が多いと思うだろう。指示を出した側から確認する、中間報告を聞く、怒るのではなく理由を聞く等が問題解決の一つの方法ではないかと思う。

中国人社員に日本の価値観や企業文化を理解させようとするだけでなく、異文化交流には双方の理解、寛容が必要である。特に、中国に進出する企業は日本の企業文化をそのまま受け入れさせようとする傾向がある。現地の文化を企業文化に取り入れ、現地文化と

融合した斬新な企業文化は現地社員にも受けやすいと考える。異文化交流は一方通行ではなく、双方の理解と寛容が必要である。

4.2.2.4 その他

求められるものは日本語言語面、ビジネス面と異文化交流面に分けて考察した。表 4-18 は調査から得たその他の部分である。自律学習、自己管理、自己成長に分類できる。

大学でいくら勉強しても、すべてのものを知っておくわけではない。従って、入社して、続けて勉強する自律学習が期待される。自律学習、自己管理をすることは自己成長の近道ではないかと考える。

表 4-18 その他

自律学習	B 初めて聞く専門用語を含む言葉は知らなくても仕方ないが、学習する姿勢が必要 C OJT による吸収力があれば良い
自己管理	A 自分の健康管理ができる。 E 素直に誠実でほしい。
自己成長	A キャリアプランニングができる。入社しても勉強を続けてほしい。 B 新しい環境に適応できる。 C 自己啓発を積極的に行える G 自分の成長（日本語）に磨きをかける

4.2.3 企業側が求めるもののまとめ

4.2.1 と 4.2.2 では、企業側が中国人社員をどのように見ているのか、どのようなことを期待しているのかについてのインタビュー調査結果を(1)日本語の言語知識と運用能力面、(2) ビジネス知識面、(3) 意識のずれと (4) その他の四つの面から考察した。

(1) コミュニケーションが取れるだけの総合的な日本語運用能力が必要

総合的な日本語運用能力に関しては以下の 5 つが挙げられた。1) 日本語で仕事上のコミュニケーション能力、2) 文章を理解・作成する能力、3) 通訳の知識と技能、4) 待遇表現が使える能力と (5) 専門用語の知識。専門用語は業務分野の専門用語のほかに、業務分野に関わらず普段仕事上よく接する言葉も知っておいてほしい。

(2) ビジネス面において、仕事の方法・ビジネスマナー、社会人としての意識・常識、

業務分野に関する知識が望まれる

仕事の方法について、電話応対、電子メールでのやり取り、報告・連絡・相談の意味と実行、ビジネスマナー、値段交渉やクレーム処理、名刺交換などが取り上げられる。時間厳守のような社会人としての意識、常識を知っておいてほしい。業務分野に関する専門知識も知っておくべきだ。

(3) 日本の企業文化、商慣習、仕事に関する意識が分かってほしい

そもそも日中の文化が異なり、さらに商慣習とそれぞれの企業に特有な企業文化も異なるため、異文化交流は重要な課題になっている。中国人社員は、確認意識がうすい、何でも弁明する、会社への忠誠度が低い、チームワーク力がないなどと批判されている。日本文化、日中文化の差異、日本の企業文化などを知っておいてほしい。

ほかに、中国人社員の自律学習、自己管理、自己成長も期待されている。

4.3 ビジネス日本語教育に求められるもの

4.1 と 4.2 では、どのようなビジネス日本語が求められるのかについて、中国人現役社員と企業側を対象にした調査の分析結果を報告した。両者の立場は異なり、相違点もあるが、共通点も多かった。表 4-19 (次頁) が示すように、網掛け部分は共通点であり、他は相違点であった。

(1) 言語知識と運用能力面の共通点と相違点

日本語の言語知識と運用能力面について必要なものは、表現上の違いはあるが、ほぼ共通している。異なる点として、次の二つが挙げられる。1)中国人社員が敬語そのものの形式に注意を向けているのに対し、企業側は社内では意味が通じることを優先し、社外とのやり取りでは十分に配慮しなくてはいけないと考えている点が異なっている。狭い意味での敬語の言語形式が重要なのではないということである。2)中国人社員が求める会議の進行、ビジネス商談など高度な言語運用能力は、企業側に期待されていないことが分かった。中国人社員は高度な日本語力を持って日本人と同じように仕事をしたいと思っているが、それに対して、企業側は、少なくとも今回の調査対象である中国に駐在する日本人は、海外社員の意思疎通ができる程度の日本語能力を求めている。それは、ビジネス商談や会議の進行のような仕事は海外の現地社員に頼まないことに関わるかもしれない。つまり、中国人社員には日本語が分かり自分で仕事ができる、また中国語と日本語の通訳としての役

割が期待されている。高度な日本語力よりも、仕事上のコミュニケーション能力が求められ、ほかに、身近なオフィス用品のような言葉を知ってほしいことから、中国人社員にまず基本的な日本語が分かってほしいと考えている。

表 4-19 ニーズ調査での共通点と相違点

項目	中国人現役社員	企業側
(1) 日本語の言語知識と運用能力面	①会話・聴解などの言語運用能力 ②訛りが知りたい ③ビジネス文書の作成 ④通訳・翻訳の知識と技能 ⑤専門用語 ⑥敬語の使用 ⑦会議の進行、ビジネス商談など高度な言語運用能力	①指示を理解する ②伝えたいことが伝えられる ③話すと聞く能力など仕事上のコミュニケーション能力 ④電子メールを含む文書作成・理解する能力 ⑤通訳能力 ⑥待遇表現 ⑦専門用語 ⑧オフィス用品のような一般的な「専門用語」
(2) ビジネス面	①ビジネスマナー ②社会人の知識 ③業務分野に関する知識 ④仕事の進め方 ⑤日本の企業管理知識 ⑥日本語版のワードなど基本のパソコン知識	①ビジネスマナー ②社会人としての意識（時間厳守、責任意識）、常識 ③業務分野に関する知識 ④電話応対、メールでのやり取り、報告・連絡・相談などの仕事に関すること
(3) 異文化交流面	①日本の社会文化、企業文化 ②日本人の考え ③日本人は細かいことに拘る ④人間関係調整	①企業文化、日中文化の差異 ②仕事観、日本人の考え ③確認意識 ④言い訳は要らない ⑤チームワーク
(4) 自己成長	①自律学習 ②社会人としての独立思考能力	①自律学習 ②キャリアプランニング ③自己管理 ④自己成長

(2) ビジネス面

どちらの側からもビジネスマナー、商慣習、社会人としての常識、仕事のルールや進め方、業務分野に関する知識が求められている。これもビジネス日本語の重要な内容である。

中国人社員は、働きながら日本企業の管理知識も身につけてキャリアアップするか自分で起業をすることを目指している。

企業側は中国人社員に管理知識より、まず社員としての品質意識、責任意識などの意識、社会人としての意識、常識などを身に付けてほしいと考えている。

このほかにパソコンで作業することが多いため、中国人社員が、日本語バージョンのコンピューターに関する知識も知りたいことが分かった。

(3) 異文化交流の面

中国人社員も日本人も相手の文化を認め、理解しようとする意識が観察できる。中国人の「日本人は細かいことに拘る」という批判に対して、日本人側は中国人には確認の意識が足りず、言い訳が多い、チームワーク力が弱いことを指摘している。解決方法としては、中国人社員だけが日本のやり方に合わせるのではなく、日本人の中国文化の理解や融合も必要である。

(4) 自己成長

いくら勉強しても現在だけの知識や能力が足りず、さらに続けて勉強する必要があると考えていることは共通している。企業側は中国人の自律学習とキャリアプランニングを通して、自己管理し、自己成長することを期待し、一つの会社で長く働いてほしいと考えていることが分かる。

第5章 ビジネス日本語教育のガイドライン

日本語を使って仕事に従事するにはどのような能力が必要とされるのか、また、どのような人材が求められているのかを知るために、第4章では現役社員と企業側の日本人を対象にしたニーズ分析を行った。先行研究と本研究で行ったニーズ分析の結果を踏まえ、第5章では中国の大学生のためのビジネス日本語教育のガイドラインを作成し、具体的なシラバスの例の提案を試みる。

第5章は、次の(1)～(5)の順で述べる。

- (1) 先行研究と第4章のニーズ分析の結果に基づき、ビジネス日本語教育に必要な教育内容を示す。
- (2) ビジネス日本語教育の指導指針つまりガイドラインを作成する。
- (3) 提示されたガイドラインをどう扱うかについて、必要とされるビジネス場面を示し、ビジネス日本語のシラバスの例を提案する。
- (4) 自律学習能力の養成について述べる。
- (5) 担当教師の資質と能力について述べる。

5.1 ビジネス日本語教育に必要な教育内容

5.1.1 先行研究におけるビジネス日本語教育の内容

先行研究については第2章で詳しく紹介したが、先行研究においてビジネス日本語教育の内容として取り上げられたものを再度まとめると(1)～(4)のようになる。

(1) ビジネスのための日本語

ビジネス活動を展開するためのコミュニケーションに必要とされる日本語の運用能力、仕事に関する知識と能力など、具体的には、①相手や場面に応じて使い分けるコミュニケーション能力、②電話やメールなどの「非対面型」コミュニケーション能力、③目的や場面に応じた文書や資料の作成・理解能力(高見澤 1994、大崎 1994、西尾 1994、池田 2001、新版日本語教育事典 2005、近藤 2007、近藤 2007、栗飯原 2008、2009、アジア人財資金構想 2011、AJALT2012)。

(2) 日本の商慣習とビジネス社会のマナー

日本の企業文化、社会人としての考え方、日本の行事や習慣、来客への対応、電話対応、報告・連絡・相談など伝達の仕方、挨拶の仕方、名刺交換など（小野寺他 2004、大木 2007、新版日本語教育事典 2005、近藤 2007、粟飯原 2008、2009、アジア人財資金構想 2011、AJALT2012）。

(3) 異文化交流、意識のずれ

会社に対する「忠誠心」の持ち方、チームワークに対する意識、時間管理の感覚、残業に対する考え方、謝罪・言い訳の仕方と頻度、断り方の違い、挨拶の仕方と頻度など。学習者自身の文化的特徴とのずれを知ること、例えば中国社員は、個人主義、キャリア志向、暗黙のルールによる管理ではない合理的かつ公開された制度を好むこと（工藤 2004、日本経済連合会 2006、張 2007、アジア人財資金構想 2011）。

(4) 就職指導

日本に滞在している留学生に対するビジネス日本語教育は、留学生の就職支援が一つの目的であるため、面接、就職指導もビジネス日本語教育の指導内容になる（小野寺他 2004、野元 2004、大木 2007、アジア人財資金構想 2011）。

先行研究の多くは、日本国内に滞在している留学生等を対象として行われるビジネス日本語教育が中心となっており、本稿の対象である中国の大学におけるビジネス日本語教育に共通することもあるが、新しくわかったことも多い。

5.1.2 ニーズ分析による中国におけるビジネス日本語教育に必要な内容

第4章で行った中国社員と企業側の日本人を対象としたニーズ分析の結果を踏まえると、中国におけるビジネス日本語教育の内容として必要とされるものは以下の通りである。中国の大学におけるビジネス日本語教育には先行研究で指摘された日本語言語面の知識と能力、ビジネス面、異文化交流面の知識及び能力以外にも当該分野の専門知識が必要となる。ここで言う当該分野とは貿易業務である。

(1) 日本語言語面において必要とされるもの

言語面において必要とされるのは口頭で伝えたいことが伝えられ、指示などを聞いて理

解するコミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、仕事上で必要な資料、文書の作成能力と理解能力、通訳の知識と技能、従事する分野の専門用語がまとめられることである。日常生活や職場でよく使われる語彙も必要になる。

コミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、文書の作成能力と理解能力は先行研究と共通している。異なる点、新しく加えるべき点としては以下の①～③が指摘できる。

- ① 通訳・翻訳技能の重要性が高いこと。中国国内では、日系企業でも中国企業でも日本語と中国語が出来るスタッフは特殊な存在であり、ほかの社員と異なり、通常の業務の他に、社内の日本人スタッフや社外の日本企業と中国人スタッフの架け橋となる。通訳や翻訳の仕事も任せられるケースが多い。
- ② 専門用語以外に日常使うオフィス用品の名前（ホッチキス、セロテープ）やコンピュータを使った事務処理に必要な用語（メール添付、解凍）が必要であること。
- ③ 業務の関係上、日本からの客、中国国内に駐在する取引先の客が頻繁に来るため、空港やホテルなどの送迎場面、食事場面における料理関係の日本語が必要であること。

（2）ビジネス面において必要とされるもの

先行研究と共通して仕事のルールや進め方などのビジネス商慣習、仕事の方法についての知識と社会人としての常識、社員としての品質意識と責任意識を身につけることが求められている。異なる点、新しく加えるべき点は次の2点ある。

- ① 先行研究では、電話対応などの場面が取り上げられているが、場面ごとの定型表現だけでは不十分であり、関連するビジネス知識も合わせて扱う必要がある。例えば、呼び出された人が留守の場合にただ「席をはずしております」というのではなく、誰からの電話か、どのような用件かなどによって期待される対応が異なる。
- ② 中国にある日系企業を含める企業では新入社員に対する研修が少ないし、特に仕事面に必要な内容はほぼ仕事中に覚えることが多い。仕事の進め方、日本の商慣習だけではなく中国と異なる商慣習をビジネス日本語教育に導入すべきであると考えられる。

（3）異文化交流の面において必要とされるもの

日本の企業文化と日本人の行動様式の理解、日本と中国の文化の差異、仕事観の違い、ビジネス場面での確認の重要性、チームワークの必要性を知ること。これについては先行研究と変わることがないが、本研究では、ビジネス日本語教育の内容として、日本文化と

日本の企業文化などを紹介するだけではなく、日中の違いを取り入れるべきであると考え
る。

(4) 当該分野の専門知識

従事する分野の専門知識。テレビの営業販売の仕事を例にとると、営業販売であるが、
テレビの性能、重要な部品の機能、一般的な故障の判断方法などを知るべきであると考え
る。客から品質問題のクレームがきた場合、専門知識が少し分かれば、対応しやすいだろ
う。日本語専攻の卒業生に、完全に言語と関係がない分野の知識を身に付けさせるのは困
難なことである。ビジネス日本語コースをデザインする時点で、当該分野の知識をビジネ
ス日本語教育に入れるべきであると考え。

アジア人財資金構想（2011）は旅行業と貿易業のプロジェクトの開発を例に紹介してい
るが、表面だけにとどまり、専門知識に深くまで触れていない。他の先行研究では、該当
分野の専門知識が必要であるという論述も少ないし、どのような専門知識が必要なのかに
ついての言及もない。

(5) 自己成長の意識と能力

知識と技術が進んでいる社会で、自律学習の意識と能力を持ち、キャリアプランニング
ができ、自己管理を通して自己成長する意識と能力が必要とされている。数多くの先行研
究では、自律学習が外国語学習の一つのツールとして紹介されているが、自己管理、自己
成長について、アジア人財資金構想（2011）以外ではほとんど言及されていない。しかし、
自律学習を含む自己成長の意識と能力は現役社員と企業側両方に求められ、非常に重要な
内容であるため、ビジネス日本語教育の内容に入れる。

5.1.3 中国におけるビジネス日本語教育に含むべき知識と能力

先行研究と本研究におけるニーズ分析の結果を踏まえ、中国におけるビジネス日本語に
必要とされるものをまとめると表 5-1 のようになる。

- (1) 日本語言語面において必要とされるもの
- (2) ビジネス面において必要とされるもの
- (3) 異文化交流の面において必要とされるもの
- (4) 当該分野の専門知識
- (5) 自己成長の意識と能力

本研究で扱うビジネス日本語は商務日本語のことであり、(4) 当該分野の専門知識は国際貿易に関する理論と知識である。国際貿易の理論と流れの専門知識は日本語で教えるより、母語でのほうが効率が高いため、本研究のガイドラインでは扱わないとする。(5) 自己成長の意識と能力については(1)～(4)の全てで関わるので最後にまとめて5.4で述べる。

中国におけるビジネス日本語教育のガイドラインを(1)～(3)の順に提示し説明していく。(2)(3)については、孫他(2012)に詳しいので参照していただきたい。

表 5-1 ビジネス日本語教育に含むべき知識と能力

(1)日本語言語面において必要とされるものの	ビジネス活動を展開しうまく仕事をするために、必要とされる日本語の知識と日本語運用能力。 ①対人関係を重視し、相手や場面に応じて使い分けるコミュニケーション能力とビジネス場面特有の語彙、表現。 ②電子メールや資料などビジネス文書の作成、理解能力。 ③通訳、翻訳の知識と技能。 ④該当分野の専門用語と日常や職場でよく使われる語彙 ³³ 。
(2)ビジネス面において必要とされるものの	①日本企業の商慣習と仕事の進め方と仕事の方法についての知識。 ②社会人としての常識(時間厳守、責任意識など)。
(3)異文化交流の面において必要とされるものの	①日本の企業文化と日本人の行動様式(チームワーク、品質意識、安全意識など表面に見えないもの)。 ②中日文化の差異(考え方の違い)。
(4)該当分野の専門知識	該当分野の専門知識。商務日本語の場合は、国際貿易理論、国際貿易実務、国際商法、通関手続き、マーケティングリサーチ、国際決済など。
(5)自己成長の意識と能力	健康管理、自律学習能力、キャリアプランニング、自己成長の意識など

5.2 中国におけるビジネス日本語のガイドライン

5.2.1 ビジネス日本語コースの人材育成目標

本研究のガイドラインにおける人材育成目標は、日本の文化や商慣習を理解した上で、ビジネス活動が行うことができ、日本語を使ってビジネスコミュニケーションができるこ

³³ 4.2.2.1 日本語の言語知識と運用能力について求められるもの、(5) 専門用語の表 4-15 を参照されたい。

と、社会人としての自覚を持ち、自律学習や自己成長ができること、国際貿易の理論と知識を身につけ、関連する仕事に従事できることの3つとする。

5.2.2 ビジネス日本語教育における Can-do の試み

2001年にCEFRが発表されてから、能力記述文（以下Can-do）が頻繁に使用されている。Can-doは目標言語を使って何ができるかを「～できる」という文で記述したもので、到達目標の設定、学習指導、熟達度の評価などの面で使用される。ビジネス日本語の分野でもCan-doを使っているいろいろな試みができると考えられる。

先行研究2.5.2節で紹介したように、堀井（2013b）は神戸で行われたビジネス日本語研究会でCan-doによるビジネス日本語の記述の試みを発表している。池田他（2013）は、大学院ビジネス日本語コースの授業科目の一つである「ビジネス読解」の目標設定にCan-doを活用することの利点を述べている。

本研究の中国におけるビジネス日本語のガイドラインにおいても、教育内容と学習者の到達目標を示すために、能力記述文を使用する。中国におけるビジネス日本語のガイドラインを示す前に、CEFRのCan-doとJF（国際交流基金）日本語教育スタンダードのCan-doを紹介しておく。

5.2.2.1 CEFR における Can-do

CEFR（Common European Framework of Reference for Languages）は、日本語ではヨーロッパ言語共通参照枠と訳され、欧州の言語教育 学習の場で共有されることを目指した包括的汎言語的な枠組みである。CEFR における Can-do は、「言語を使って何がどのくらいできるか」を記述し、「課題」を遂行するために必要となる個々の言語活動や言語能力を例示している。表 5-2 は CEFR 共通参照レベルの各段階の全体的な尺度を示したものである。

CEFR は言語熟達度を示す A1、A2、B1、B2、C1、C2 の 6 段階を提示している。A1 と A2 が基本的な使用者（Basic User）、B1 と B2 が独立した使用者(Independent User)、C1 と C2 が熟達した使用者(Proficient User)と呼ばれている。表 5-2 は CEFR における 6 段階の全体尺度である。各段階で学習者（CEFR では使用者と呼ぶ）に何ができるかが Can-do を用いて「～ができる」の形で例示されている。能力記述文はコミュニケーション活動、方略、コミュニケーション言語能力という三つの大きなカテゴリーより成る。CEFR は言語能力の構成要素と主な言語活動を提示しており、全体で 493 の Can-do からなっている。

表 5-2 CEFR 共通参照レベルの各段階の全体的な尺度

A1	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な欲求を満足させるための、よく使われる日常的表現と基本的な言い回しは理解し、用いることもできる。 ・自分や他人を紹介することができ、どこに住んでいるか、誰と知り合いか、持ち物などの個人的情報について、質問をしたり、答えたりできる。 ・もし、相手がゆっくり、はっきりと話して、助け船を出してくれるなら簡単なやりとりをすることができる。
A2	<ul style="list-style-type: none"> ・ごく基本的な個人情報や家族情報、買い物、近所、仕事など、直接的関係がある領域に関する、よく使われる文や表現が理解できる。 ・簡単で日常的な範囲なら、身近で日常の事柄についての情報交換に応ずることができる。 ・自分の背景や身の回りの状況や、直接的な必要性のある領域の事柄を簡単な言葉で説明できる。
B1	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事、学校、娯楽で普段出会うような身近な話題について、標準的な話し方であれば主要点を理解できる。 ・その言葉が話されている地域を旅行しているときに起こりそうな、たいていの事態に対処することができる。 ・身近で個人的にも感心のある話題について、単純な方法で結びつけられた、脈絡のあるテキストを作ることができる。経験、出来事、夢、希望、野心を説明し、意見や計画の理由、説明を短く述べることができる。
B2	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の専門分野の技術的な議論も含めて、抽象的かつ具体的な話題の複雑なテキストの主要な内容を理解できる。 ・お互いに緊張しないで母語話者とやり取りができるくらい流暢かつ自然である。 ・かなり広汎な範囲の話題について、明確で詳細なテキストを作ることができ、さまざまな選択肢について長所や短所を示しながら自己の視点を説明できる。
C1	<ul style="list-style-type: none"> ・いろいろな種類の高度な内容のかなり長いテキストを理解することができ、含意を把握できる。 ・言葉を探しているという印象を与えずに、流暢に、また自然に自己表現ができる。 ・社会的、学問的、職業上の目的に応じた、柔軟な、しかも効果的な言葉遣いができる。 ・複雑な話題について明確で、しっかりとした構成の、詳細なテキストを作ることができる。その際テキストを構成する。字句や接続表現、結束表現の用法をマスターしていることがうかがえる。
C2	<ul style="list-style-type: none"> ・聞いたり、読んだりしたほぼすべてのものを容易に理解することができる。 ・いろいろな話し言葉や書き言葉から得た情報をまとめ、根拠も論点も一貫した方法で再構成できる。自然に、流暢かつ正確に自己表現ができ、非常に複雑な状況でも細かい意味の違い、区別を表現できる。

(吉島茂 大橋理枝(訳 編)、Council of Europe(著)(2004)『外国語教育Ⅱ—外国語の学習、教授、評価のためのヨーロッパ共通参照枠—』 pp.27-28)

5.2.2.2 JF スタンドールの Can-do

国際交流基金は「相互理解のための日本語」という理念のもとに、2005年よりJF日本語教育スタンダードの開発を進めてきた。2010年に公開された『JF日本語教育スタンダード

2010』(以下、JFスタンダード2010)は、①日本語を使って何がどのようにできるかという能力に重点を置き、日本語の熟達度のレベルを提示し、②学習過程を記録し保存することの大切さを指摘している。また、③熟達度を評価し、言語的・文化的体験を記録し振り返ることによって、課題遂行能力と異文化理解能力を育成し評価することができ、④進学や留学、就職などで人が移動する際にも、それまでの学習成果や熟達度を正確に伝達できるようになるとしている。

CEFRのCan-doは言語熟達度の尺度である6つのレベル(A1, A2, B1, B2, C1, C2)に分かれている。JFスタンダードは「この6つのレベルは等間隔ではなく、A2, B1, B2の幅はA1, C1, C2よりも広いため、A2, B1, B2をそれぞれA2.1/A2.2, B1.1/B1.2, B2.1/B2.2にわけて、全部で9つのレベルでCan-doを記述することもある」としている。

森本他(2011)は、CEFR Can-doの記述は抽象的であるため、具体的な言語使用場面をイメージしにくく、そのまま教育現場で利用するのは難しいという課題が明らかになったため、より具体的な独自のCan-do作成の必要性を認識するに至ったと述べている。JFスタンダード2010では、日本語の熟達度を「～できる」という形で示した文(「Can-do」)を、53のカテゴリーに分類し提供している。コミュニケーション活動とコミュニケーション能力により53のカテゴリーは、受容(11)、産出(8)、やり取り(12)、方略(7)、テキスト(2)、能力(13)であり、「JFスタンダードの木」の図で示されている。JFスタンダード2010のトピックは15あり、詳細は次頁の表5-3に示される。

15のトピックはほとんど日常生活と関連した一般的な日本語である。その中でビジネス日本語と直接関係があるのは5番の「仕事と職業」である。「仕事と職業」について、JFスタンダードが運営するみんなのCan-doサイト³⁴では、75の能力記述文が提示されている。B2レベルの一部を抜粋し表5-4になる。Can-doサイトではC1とC2レベルは提示されていない。

³⁴ <https://jfstandard.jp/cando>

表5-3 JF日本語教育スタンダードCan-doのトピック

	トピック	トピックのキーワード
1	自分と家族	自分や家族に関すること（家族構成、身体的特徴など）
2	住まいと住環境	住居や居住地域に関すること（部屋、家具、周辺施設など）
3	自由時間と娯楽	余暇や趣味に関すること（スポーツ、映画、音楽など）
4	生活と人生	日常生活やライフステージに関すること（日課、入学、結婚、子育てなど）
5	仕事と職業	仕事と職業に関すること（企業、職種、職務など）
6	旅行と交通	旅行と交通に関すること（旅程、公共交通機関、観光など）
7	健康	身体や健康に関すること（病気、通院、生活習慣など）
8	買い物	買い物に関すること（店、支払いなど）
9	食生活	食生活に関すること（飲食、レストラン、料理など）
10	自然と環境	自然や環境に関すること（天候、季節、環境問題など）
11	人の関係	人づきあいに関すること（交際、トラブル、マナーなど）
12	学校と教育	教育機関や教育に関すること（学校、学習環境、教材など）
13	言語と文化	言語や文化に関すること（外国語、冠婚葬祭、伝統文化、ポップカルチャー、異文化体験など）
14	社会	社会に関すること（政治、産業、経済、国際関係など）
15	科学技術	科学技術に関すること（最新テクノロジー、サイエンス、メディアなど）

表5-4 JFスタンダードCan-doB2レベルの「仕事と職業」（一部抜粋）

言語活動	カテゴリー	Can-do本文
やりとり	情報交換する	会社などの職場で、取引先とトラブルがあったとき、トラブルの内容や取引先とのやりとりについて上司に正確に報告し、上司からの質問に答えたり、今後の対応について指示を受けたりすることができる。
やりとり	フォーマルな場面で議論する	職場の企画会議などで、新商品の開発などに関する議題について、出席者の活発な議論の要点を理解し、根拠を示しながら、自分の立場や見解を正確に述べるができる。
産出	レポートや記事を書く	消費者アンケート調査などにもとづいて、分析と考察を含む明快な報告書を書くことができる。
産出	公共アナウンスをする	旅客機の機内や旅客船の船内などの職場で、注意事項や緊急のお知らせなど、明快に流暢にごく自然にアナウンスをすることができる。
受容	手紙やメールを読む	食品や電気製品などの自社の商品に対するクレームの手紙やメールを読んで、苦情の内容をあまり苦労せずに理解することができる。
受容	必要な情報を探し出す	過去の報告書や議事録などに目を通して、自分の現在の業務と関連のある事柄をすぐに探し出すことができる。

（出典：みんなのCan-doサイト<https://jfstandard.jp/cando>）

JFスタンダード Can-doには「やりとり」、「産出」、「受容」、「視聴覚」という四つの言語活動があるが、今回「仕事と職業」というトピックの中には「視聴覚」という言語活動がないため、他の三つの言語行動からそれぞれ二つを選び、筆者が勤務する大学の日本語専攻4年生数人に見せた。「受容」はできるが「やりとり」と「産出」は難しかったという回答がほとんどで、B2レベルの項目であっても、中国人日本語専攻の大学4年生にとって決して簡単なものではないことが伺える。

5.2.1.3 ビジネス日本語教育のための Can-do の必要性

CEFR Can-do は多様な言語に共通して使用できるように作成されているため、ビジネス日本語の教育現場ですぐに使用できる形にはなっていない。JF スタンダード Can-do は日本語学習者のため開発されたもので具体性があり使いやすいが、一般的な日本語を対象にしており、ビジネス日本語に関するものは15トピックの中で一つしかない。堀井(2013b)によると、神戸で行われたビジネス日本語研究会で Can-do によりビジネス日本語の記述を作成する企画があるという報告があるが、その記述はまだ公開されていない。ビジネス日本語のために全体的な尺度とその能力記述文を作成する必要があると考える。

CEFR (2004) でも「目的が異なれば、特定のレベル、特定の領域・範囲、また特定のカテゴリー群に焦点を絞ることが要求されるだろう。またあるレベルやカテゴリーを削り、その一方である特定の目的にとって意味があるところでは、より詳細な細かいレベルを設定し、新しいカテゴリーなどを付け加えることも可能であろう。」と述べられている。

CEFR Can-do では6段階、JF Can-do では9段階に分けて、各レベルの目標や基準を記述している。本研究の対象となる中国の大学で日本語を専攻とする学習者は、1~2年次にJGPを学習し、3年生に進級した時点では、日本語能力試験2級以上と想定される。このレベルはCEFR Can-do のB2とC1の間にあたる。その後3~4年次においてビジネス日本語教育を受ける。本研究では、ガイドラインはレベルわけを行わず、中国の四年制大学日本語専攻の学生が日本語を使って業務を行うための到達目標としてガイドラインを試作する。教育を行う側からみれば、このガイドラインを参考にして、自分が担当する学習者のために教育内容を選定し、シラバスを作成して授業を行うということになる。また、教材作成の指針ともなるだろう。

5.2.3 ビジネス日本語のガイドライン

5.2.3.1 日本語言語面のガイドライン

1.3.2 節でビジネス日本語と一般的な日本語の違いを述べたが、ビジネス分野の言葉や表現及び就職し仕事をする能力、社会人としての知識、文化的な知識など言語以外の知識と能力も求められる。従って、ビジネス日本語では、言語面においても一般的な日本語教育とは異なり、ビジネスに関連した言葉や表現が重視される。また、相手や場面によって適切な表現を選ぶことが重要となる。しかし、中国において大学の日本語専攻を卒業した新入社員に対して、高度な交渉や商談の表現やビジネス知識、駆け引き技術などは必要とされていない。本研究でも、高度な商談技術や巧みな言語運用技術は取り扱わないこととする。

ビジネス日本語教育に必要な知識と能力をまとめると次のようになる。

- (1) 必要なストラテジーを使って伝えたいことが伝えられる。
- (2) 対人関係と待遇表現に配慮してコミュニケーションができる。
- (3) ビジネス場面でよく使用される表現、専門用語が使える、ほぼ支障なく情報交換ができる。
- (4) 相手と意見が異なる場合、相手を尊重しながら自社の利益を損なわないように交渉ができる。
- (5) 正確にビジネス場面の通訳と翻訳ができる。

表 5-5 は日本語言語面のガイドラインであり、14 のカテゴリーに分けられる。

表 5-5 日本語言語面のガイドライン

初対面、 日常の 挨拶	<ul style="list-style-type: none">・ ビジネス場面や相手に合わせて、自己紹介、他人の紹介ができる。予想外の事態が起きても、きちんと対応できる（名刺を切らした、相手の名前を忘れたなど）。・ 電話、手紙、電子メールなどのメディアを通じて、決まり文句を用いて適切に紹介や挨拶ができる。・ 朝晩、出勤退勤の際の挨拶ができる。元気に、笑顔で相手よりも先に挨拶し、相手に好感を与えるような挨拶ができる。同じ日に再び会ったときに「おはようございます」のような挨拶はしないことが分かる。・ 決まり文句を用いた挨拶の後、別の話題で話を続けることができる。・ お祝いや別れのような機能別に挨拶ができる。ビジネス場面での適切なお世辞表現が使える。
-------------------	---

お礼・お詫び	<ul style="list-style-type: none"> ・「ありがとうございます」のほかに、お礼の言葉や表現が使える。 ・社内の上司や先輩と客や取引先に対して敬語表現を使うことができる。 ・自己また自社の責任で相手に迷惑をかけた場合はもちろん、責任の所在が分からなくても、お客様に負担や迷惑をかけた場合に詫びることができる。 ・詫び表現が感謝の場合でも用いられることが分かり、使用することができる。
絡 報 告 ・ 相 談 ・ 連 絡	<ul style="list-style-type: none"> ・口頭、書面でまとまった報告、連絡ができる。「まず」、「つぎに」のような言葉を使って順番に話や文書がまとめられる。 ・困った時、悩んでいる時に、周りの人に助けを求めることができる。
ト ア ポ イ ン	<ul style="list-style-type: none"> ・電話、メールなどの方法でアポイントメントを取るとき、相手の都合を聞き都合が悪い場合には調整できる。 ・訪問日が近くなったら、事前に予約したことを確認することができる。
め る 許 可 を 求	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の意見やアイデアを提出して許可を求めるとき、質問に答えることができる。代案や部分的な変更を提案して、許可がもらえるように交渉できる。
催 促	<ul style="list-style-type: none"> ・納期や返事を催促する場合、事実を述べ、約束通りにできない時にどうなるかを伝え、命令の口調を避けて催促することができる。
認 質 問 ・ 確	<ul style="list-style-type: none"> ・話や契約の際に、分からないこと、重要な部分について確認することができる。 ・「これはどんな意味ですか？」のような直接的な表現を使わずに質問することができる。
依 頼	<ul style="list-style-type: none"> ・依頼の言葉や決まり文句が分かり、「～てください」のような指示や命令に近い表現を避け、依頼することができる。 ・無理な依頼や強引な依頼をせず、相手の都合に合わせて条件を変更する等の交渉ができる。 ・中国語とは異なり、依頼が成立する前に感謝の言葉を使わないことが分かる（依頼の時点で感謝の言葉を使うと相手にプレッシャーをかける可能性がある）。
断 り	<ul style="list-style-type: none"> ・受け入れられない場合、相手に配慮しながら適切に断ることができる。 ・断るだけでなく、必要な場合に代案を提出したり、条件を付けたりして交渉することができる。
処 理 ク レ ー ム	<ul style="list-style-type: none"> ・相手のクレーム、意見に耳を傾けて事情を聴取し、クレームや意見を関係者に報告、連絡することができる。 ・相手の怒りをしずめ、独断で受け入れや約束をせずにクレームを処理することができる。
べ る 意 見 を 述	<ul style="list-style-type: none"> ・賛成、反対、提案、意見の保留、説明等ができる。 ・注意、禁止、アドバイスなど相手と事態により適切に対応することができる。
交 渉	<ul style="list-style-type: none"> ・値段や納期、保険条件などが自社に不利な場合、取引先と交渉できる。

送迎	<ul style="list-style-type: none"> ・チケットやホテルの予約、変更、確認ができる。 ・客を空港、駅、ホテルまで送迎、案内することができる。送迎途中で相手の疲れを気遣ったり、雑談をしたりできる。 ・日本の空港での入国出国手続きが分かり、託送荷物が見つからなかったようなトラブルがあった場合に交渉できる。
通訳・翻訳	<ul style="list-style-type: none"> ・通訳する場合、両者の気持ちや意図を理解した上で、正確に日本語、中国語に通訳することができる。 ・一方の文化にしかない言葉や分かりにくい事情がある場合、その背景を加えて説明することができる。 ・分からないことがあった場合その場で確認したり、説明を求めたりできる。 ・業務連絡や関連資料を日本語や中国語に忠実に翻訳できる。

5.2.3.2 ビジネス面のガイドライン

社会人としての常識、仕事の方法、ビジネス商慣習が分かり、周りの日本人と協力して仕事を行い、日本人客と言語面だけではなくビジネス業務の展開も順調にできることが必要である。ビジネス面のガイドラインは8つのカテゴリーからなる。

表 5-6 ビジネス面のガイドライン

報告・連絡・相談	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者の幸願で決められない場合、勝手に判断せず、事前・事後の両方の報告連絡ができる。 ・チーム内での情報を共有する意識があり、連絡ができる。 ・仕事に困ったときも、上司、同僚に報告や相談をすることができる。
人間関係	<ul style="list-style-type: none"> ・上司、先輩と年長者を尊敬し、チームワークを重視し、同僚と協力し合う意識を持ち、職場の人とよい人間関係を構築することができる。
姿勢、服装	<ul style="list-style-type: none"> ・制服がある場合制服を着、ない場合には派手な服装を避け、男性は長髪やひげを生やすことは避け、女性は、派手な化粧や服装、マニキュア、香水などを避けたりして、職場にふさわしい服装や身だしなみが理解できる。
仕事の進め方	<ul style="list-style-type: none"> ・常識のような共通のやり方が分かり、同時に会社によって異なる場合があることが理解できる。 ・仕事の進め方が分かり、自律学習で自己成長をしながら仕事の進め方を身に付けることができる。 ・謙虚さを持って上司の指示をきちんと聞き、先輩や同僚を見習うことができる。

常識	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕事中に私用をしない、公私混同しない。 ・ 時間や約束を守り、間に合わない場合必ず事前に連絡することができる。 ・ 始業 15 分ぐらい前には会社に着くことができる。 ・ 言い訳しないことなどビジネスマンとしての常識が分かり、守ることができる。
電話の応対	<ul style="list-style-type: none"> ・ 積極的に電話に出ること、しっかりと名乗ること、感じのよい挨拶を行うこと、笑顔で姿勢よく電話すること、終わりの際にちゃんと挨拶することなど電話対応の基本が分かり、電話対応ができる。 ・ 電話をかける場合、かけたい相手と異なる相手が出た場合に、取次ぎ、伝言を頼むことができる。 ・ 電話に出る場合、指名された人が電話中、外出中などの状況であることを伝えることができる。 ・ 電話で伝えたいことを順序立ててわかりやすく伝えることができ、受けた内容をメモすることができる。
電子メール	<ul style="list-style-type: none"> ・ 言葉や表現に配慮して丁寧な文書を書くことができる。 ・ 電子メールの注意事項が分かり（件名や呼び方に注意する、不必要な改行や長文化をしない、ファイルを添付するのを忘れないようにするなど）、CC と BCC の機能を理解し活用することができる。 ・ 出す前に読み直し、あて先をチェックし、海外または日本人の客に送信する場合は、文字化けに注意し、本文は簡潔に重要なポイントを並べ、カタログや契約などの資料は添付ファイルで送信することができる。
自己管理	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自律学習 ・ 健康管理（仕事前夜夜深ししない等） ・ 自己管理、自己成長ができる。

5.2.3.4 異文化交流面のガイドライン

日本の伝統文化と現代社会について知ると同時に、日本企業独特の企業文化を理解する。また、従事する分野特有の企業文化と経営理念が分かり、その企業文化の精神に基づいて行動できる力を指導する。日本文化と中国文化の違いを認め、理解し、融合する気持ちで同僚や取引先とやり取りを行うという点をガイドラインに盛り込む。この異文化交流面の

ガイドラインは 14 のカテゴリーからなる。

表 5-7 異文化交流面のガイドライン

企業文化	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の価値観、経営理念、経営目標などの企業文化を理解した上で、実際の仕事にその企業文化を反映させることができる。
組織	<ul style="list-style-type: none"> ・日本企業の各部署の名前と仕事内容を知っておき、肩書きを使った呼び方が分かり、肩書きで上下関係が分かる。
意識 顧客優先	<ul style="list-style-type: none"> ・自分が担当する仕事ではなくても、客からの電話やクレームにきちんと対応し、客が第一という意識を念頭において仕事することができる。
感謝意識	<ul style="list-style-type: none"> ・感謝の気持ちを持ち、感謝の意を口頭または手紙やメール等で表すことができる。
品質意識	<ul style="list-style-type: none"> ・製品でも、仕事でも完璧を目指す品質意識が必要であり、品質確保のため、仕事や対策を徹底的に実施することができる。
コスト意識	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫管理、節約意識（事務室消耗品の節約、節電、時間の無駄遣いを避ける）を持ち、経費の節約、時間の効率性など、常に経費削減を意識しながら仕事することができる。
安全意識	<ul style="list-style-type: none"> ・製品の安全、環境の安全、自分の安全に注意し、手を抜かず何ごともルール通りに仕事をする意識を持ち、怪我や病気など自分の健康管理、または商品が市場や顧客に及ぼす危険性や情報管理について日頃から意識しながら仕事することができる。
迷惑意識	<ul style="list-style-type: none"> ・無理なお願いをしないこと、取引先に私用を頼まないこと、同僚や客に余計な負担や迷惑をかけないことを意識して仕事することができる。 ・迷惑をかけたら必ず謝ることを意識しながら仕事することができる。
確認意識	<ul style="list-style-type: none"> ・聞き取れなかったり、分からなかったりした場合に確認することができる。 ・電話で重要な事項を聞く場合に復唱したり、指示や意見を聞く場合にその場で確認したりすることができる。
貢献意識	<ul style="list-style-type: none"> ・一時的な利害を気にせず、会社に奉仕する精神を持ち、仕事を最優先に考えることができる。

責任意識	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の言動は会社を代表することを自覚し、会社の名誉を守る意識を持って仕事をすることができる。 ・仕事は責任を持って最後まで確認する意識を持ち仕事をすることができる。
改善意識	<ul style="list-style-type: none"> ・常に改善意識を持ち、会社に良いアドバイスがあれば提案することができる。 ・現状に満足せず、常に向上心を持って仕事を進めることができる。
目標意識	<ul style="list-style-type: none"> ・何を、いつまでに、どのような方法で、どうするのかという目標意識を持ちながら仕事をすることができる。
中行事	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の年中行事の内容と時期を知り、日本の会社の休業期間等を把握し、休期時には、緊急以外の業務連絡は遠慮する等の配慮ができる。

5.3 ガイドラインの取り扱い

ガイドラインは教師がビジネス日本語を指導するときの指針となり、学習者が目標設定に役立てるために作成したものである。ガイドラインはあくまでも参考であり、学習者を日本人社員と同じ基準で完璧なビジネスパーソンになることを要求するわけではない。教師はガイドラインを利用してシラバスを作成することができ、学習者の評価や自己評価の基準の参考にもなる。

次に、ガイドラインの内容をどのように取り扱うのか、どのようにその内容を授業に反映するかを考えたい。

5.3.1 ビジネス場面の設定

日本語教育は話す、書く、聞く、読むの四技能に分けられるが、本研究では、使用されるビジネス場面を「話す・聞く」、「訳す」と「書く」の三つの枠に分けている。「話す・聞く」を一つの枠にまとめるのは、口頭のコミュニケーションにてすべての場面において両方の技能が必要なためである。「読む」という枠を独立して設けていないのは、「読む」が他の三つの枠すべてと深く関連しているからである。例えば、電子メールに返信する場合、また仕様書などを翻訳する場合には「読む」が要求される。本研究では、「読む」は他の技能と合わせて必要となるという考えから、一つの独立の枠は設けず、三つの枠全てに含まれているとする。海外における日系企業でも中国企業でも日本語が出来るスタッフは特殊

な存在であり、ほかの社員と比べ、通常の業務の他に、通訳や翻訳の仕事も任せられるケースが多い。そのため、「訳す」の枠に該当するビジネス場面も重要であるため、独立した枠として設定した。

「訳す」という枠を設けることは、日本におけるビジネス日本語教育との大きな違いだと言える。外国人留学生が日本で働く場合、日本語は仕事のツールであり、日本語で周りの日本人や外国人とコミュニケーションを取る手段となる。しかし、海外でビジネス日本語が必要な仕事に従事する人々は、日本語で日本人とやり取りをするのはもちろんのこと、通訳・翻訳として日本人と中国人の架け橋という役割も担う。そのため、「訳す」という技能が日本で働く場合以上に要求されるのである。

では、具体的にどのような場面を想定する必要があるのだろうか。表 5-8 が示すように、「話す・聞く」の枠は 10 場面、「訳す」の枠は 8 場面、「書く」の枠は 3 場面の計 21 場面を例示した。

表 5-8 中国におけるビジネス日本語の場面

話 す ・ 聞 く	<ul style="list-style-type: none"> ① 日常の挨拶（朝晩の出勤や退社の挨拶、社外の取引先との挨拶） ② 自己紹介及び他人の紹介（社外での自己紹介） ③ 事務手続き（印鑑をもらう、通知を配布する、休みを取るなど） ④ 電話応対と電話での業務連絡 ⑤ 接客（航空便などの情報の確認、出迎え、ホテルへの案内、旅行案内など） ⑥ 打ち合わせ（会議前の打ち合わせ、時間と場所の調整、ある議題についての議論） ⑦ 業務報告、連絡、相談（申し出、事情説明、許可や指示をもらう、提案など） ⑧ 現場での指示を聞く ⑨ 朝礼、会議、プレゼンテーションでの話を聞く ⑩ 仕事以外の雑談（休憩中の話、プライベートな話など）
訳 す	<ul style="list-style-type: none"> ① 少人数の会議（一般の打ち合わせの場面と違い、分からない場合その場で聞き返しができず頻繁に日本語と中国語のスイッチをすることが多い） ② 仕事現場（報告、指示を受ける、立会い調査など） ③ 打ち合わせ（通訳として、打ち合わせの仲介役になる） ④ 朝礼、例会など部門内部の通訳をする場面 ⑤ 食事会（挨拶、料理の名前、時事的な話題や雑談など） ⑥ 業務連絡の通訳、翻訳（中国人取引先からの業務連絡を日本人に伝える） ⑦ 業務連絡の翻訳 ⑧ 説明書、手順書などの翻訳
書 く	<ul style="list-style-type: none"> ① 業務報告や議事録など（社内向け） ② 招待状、契約書、オファー、カウンタオファーなどのビジネス文書（社外向け） ③ 業務連絡（メール、FAX など）

これらの場面は、ニーズ調査で得た結果と先に作成したガイドラインをもとに選択した。日本語言語面のガイドラインを反映させた場面もあれば、ビジネス面と異文化交流面のガイドラインを反映させた場面もある。ここで例示した場面は実際には関連した、複数の場面から構成される。たとえば、打ち合わせを例に挙げると、打ち合わせの背景、関連資料の準備、時間や場所と関係者の調整から、実際の打ち合わせ場面での賛成や反対などの意見交換、打ち合わせ後のまとめ、書類整理まで、多くの場面を含んでいる。提示した 21 の場面がビジネス分野におけるすべての場面を網羅しているわけではない。が、本研究のビジネス日本語のガイドラインは新たな試みであり、他のいろいろな場面と組み合わせることで、Can-do の形で当該場面のシラバスを作成することができる。

栗飯原（2008）は香港の日系企業を対象に調査を行い、その結果、日系企業は学習者（香港現地社員）に接客、社外への電子メールのやり取りを特に期待していないと報告している。確かに、会社に日本人がいれば日本人客を接待する際には日本人が対応することが多いと考えられる。しかし、中国にある中国企業が日本企業とやり取りを行う際には、中国人が対応するほかない。社外への電子メールや電話も同じである。栗飯原（2008）において、接客などの社外とのやり取りを日系企業側が期待していないのは、調査対象者の日本語レベルが N3 相当で、学習者にそのようなやり取りを行う能力がないと判断されているためであるとも推測できる。本研究の対象となる中国の四年制大学の日本語専攻 3～4 年生は卒業後 N2 また N1 に合格することが望まれており、ビジネス日本語教育として接客、訪問、メールと電話などの社外とのやり取りも含めることが必要である。

5.3.2 ビジネス日本語の場面シラバスの作成原則

前節では、ガイドラインを作成し、ビジネス場面を設定した。それぞれのビジネス場面をどのように指導すれば良いか、CEFR の Can-do を参考に、到達目標を設定し、目標を実現するための表現やポイントを提示し、その場面に対応するビジネスと異文化交流の知識を注意点として付け加える。

（1）Can-do で到達目標を設定する

日本語を使って仕事をするビジネス場面で何ができるかという能力記述文（Can-do）で、到達目標を設定する。CEFR では Can-do を 6 段階に分け、各段階の違いが示されている。本研究では、中国における四年制大学の日本語専攻の 3～4 年生を対象として、CEFR の

B2 と C1 の間にあたるレベルの到達目標をビジネスの領域に特化して設定している。この目標が達成できれば、一般的なビジネス業務ができると考える。大学でのビジネス日本語教育で到達できない部分については、実際に仕事を始めてから、各人が自律学習を行うことを期待し、どのように自律学習を行うかを授業でも扱う。この点については、企業側も「入社しても続けて勉強してほしい」とインタビューで述べている。

(2) 表現のポイントを提示する

CEFR の Can-do リストには何が出来るかが示されており、教師の指導や学習者の自己評価に便利である。しかし、実際に指導を行っている多くの教師から、Can-do リストでは文法、発音や語彙など従来の基礎知識が明記されていないので、指導しにくいとの声がある。本研究では、Can-do リストだけではなく、その目標を達成するために、どのような文型が必要かを考慮し、文型や表現の例も提示することにした。

(3) ビジネスに関する知識と異文化に関する知識及びその注意点

高見澤（1994）は、「外国人の日本語によるビジネス・コミュニケーションは、日本的に行われるべきであることを日本人は期待しているが、その期待はずれてしまうことも多い。言語的には日本語が使われていたとしても、コミュニケーションに対する考え方は以前と同じである。」と述べ、コミュニケーション上に異文化による考え方の違いがあると指摘している。5.2.1 で設定したビジネス日本語教育における人材育成の目標を学習者が達成するためには、言語に関する知識のほかにビジネスに関する知識と異文化に関する知識を身に付ける必要があると考える。

ビジネス場面は表 5-6 に挙げられたものに限らないため、シラバスに示された知識と能力さえあれば、ビジネス日本語のすべての場面に対応できるわけではない。しかし、表 5-6 に掲示した場面を扱うだけでも、ビジネス日本語習得の大きな一歩を踏み出したと言える。また、ガイドラインに基づいて作成されたシラバスをもとに、自律学習を続けていくことによって、日本語で行う、それぞれの従事する分野で日本語を使ったビジネス業務が上手くできるようになるだろう。自律学習については本章の 5.4 節に詳しく述べる。

5.3.3 ビジネス日本語の場面シラバスの例

5.2 では、教師がビジネス日本語を指導する時の参考にし、目標を設定するためにビジ

ネス日本語教育のガイドラインを（１）日本語言語面、（２）ビジネス面、（３）異文化交流面の三つの分野に分けて表 5-5～5-7 のように提案した。実際の授業にこのガイドラインの内容を反映させるためには、表 5-8 に示した中国におけるビジネス日本語の場面と組み合わせて、さらに具体的なシラバスを作成する必要がある。本研究では完成した全てのシラバスを提示することができないが、いくつかの例を示しておきたい。

以下は目標、表現のポイントと社会文化知識及び注意点の順に表 5-9～5-12 に日常の挨拶、事務手続き、電話応対と電話での業務連絡、接客の例を示しておく。

表 5-9 日常の挨拶

目標	表現のポイント	社会文化知識及び注意点
<ul style="list-style-type: none"> 社内での基本的な挨拶ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> おはようございます。 	<ul style="list-style-type: none"> 笑顔で明るく相手に聞こえる声の大きさを挨拶する。 一日に2度会ったときは再び「おはようございます」などの挨拶はしない。
<ul style="list-style-type: none"> 退勤など帰宅する場合、適切に挨拶ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 何かお手伝いすることがあるでしょうか。 お先に失礼します。 お疲れ様でした。 	<ul style="list-style-type: none"> 帰宅する前に、まず周りに手伝ってほしいことがないか、上司に残業が必要かを確認する。 急用がある場合、事情を説明してから帰る。
<ul style="list-style-type: none"> 社外の相手に対して適切に挨拶が出来る。 	<ul style="list-style-type: none"> ご無沙汰しております。 お世話になっております。 お待たせしました。 	<ul style="list-style-type: none"> 親しい常連客に対してでもくだけた言い方をさける。 決まり文句を使用する。 敬語の使用が重要
<ul style="list-style-type: none"> 相手の調子が悪そうな場合、関心を示すことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 大丈夫ですか。 ゆっくり休んでください。 お大事に。 	<ul style="list-style-type: none"> 相手に関心を示す場合、相手の領域に勝手に踏み込まないように注意する。 相手に関心を示し、人間関係がよりよくなるようにする。アドバイスや意見を求める場合、配慮が必要。 適切な一言の関心は相手にいい印象を残す
<ul style="list-style-type: none"> 会釈とお辞儀を活用できる。 		<ul style="list-style-type: none"> にぎやかな街や混んでいる電車の中などで大きな声で挨拶する際に、周りの人にも聞こえることに要注意。

表 5-10 事務手続き

目標	表現のポイント	社会文化知識及び注意点
<ul style="list-style-type: none"> 許可書や決裁書などに印鑑をもらうことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ～のことですが… ～ということです。捺印をいただきたいです。 	<ul style="list-style-type: none"> まず状況説明が必要。許可を認めてもらうために相手から聞かれる前に、事情説明が大切。 印鑑をもらうことは依頼の一つであり、相手は上司のため、十分な配慮が必要。
<ul style="list-style-type: none"> 通知を配布したり、参加者の要望に合わせて部分的変更することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ご参加をお待ちしております。 ～月～日までにご返事をいただければありがたいです。 	<ul style="list-style-type: none"> 通知の主旨、時間、場所、参加メンバーなどの情報を明記すること お知らせを受け取ったら、決まった日時までに返事してもらうように依頼する
<ul style="list-style-type: none"> 休みや有給休暇の許可を取ることができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ～ですが、休ませていただけませんか。 休みを取ると、ご迷惑をお掛けすると思いますが… 	<ul style="list-style-type: none"> 病気や私用などで、有給休暇を取るのは権利であるが、休みを取る場合、周りに迷惑をかけることになることを理解する。 本来出勤日である日に休みを取る場合、事情説明が必要。 休んでいる間、自分が担当している仕事の代役を責任を持って手配しておく。

表 5-11 電話応対と電話での業務連絡

目標	表現のポイント	社会文化知識及び注意点
<p>電話応対の五つのルールを知っておく。①積極的に電話に出ること、②しっかり名乗ること、③感じのよい挨拶を行うこと、④笑顔で、姿勢よく電話すること、⑤終わりの挨拶に注意すること。相手の声が聞こえにくい時、話すスピードが速いなどの場合、対応できる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・～でございます。 ・お待たせ致しました。～でございます。 ・お世話になっております。 ・ありがとうございました。 ・失礼します。 ・宜しく願いいたします。 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話が鳴ったらすぐに電話にでる。3コール以上で受けた場合「お待たせいたしました」と言葉を添える。 ・最初の名乗りで、会社のアピールになる、相手を安心させる、自分のペースで話ができるなどの効果がある。 ・電話をしている人の側で、大声で世間話をしたり、笑ったりすることは、電話の向こう側のお客様に悪い印象を与える。 ・相手を受話器を置いたことを確認してから、電話を切る。 ・最初から最後まで明るく親切に電話対応することが大事。
<ul style="list-style-type: none"> ・電話に出て対応することができる。 ・電話に出る順番やマナーが分かる。 ・指名された人が不在の場合に対応ができる。 ・伝言を受け、誰からの電話か、どんな用件かなどのような情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・あいにくでございますが… ・差支えなければ… ・～は席をはずしております… ・誠に恐縮ですが… ・申し訳ございませんが… ・もしよろしければ、伝言をお伺いさせていただきますませんか… 	<ul style="list-style-type: none"> ・明るく、さわやかに電話に出るのが基本であり、相手に親身で温かみのある印象を与えることが期待される。 ・電話に出て、会社名を名乗る→相手の名前の確認する→挨拶する→用件を聞く→待つていただく→取り次ぐという順番が一つのパターン。 ・本人が電話に出られない場合、「申し訳ございませんが」とお詫びし、本人が電話に出られないことを伝える。その後で「いかが致しましょうか？」と先方の希望を聞くのが親切な対応である。 ・折り返しの電話を頼まれた場合、相手の電話番号を聞き、復唱し、自分の名前を名乗

<p>についてメモを取ることができる。</p>		<p>ること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本人が電話中の場合、「ただいま電話中ですが、まもなく終わりそうなので、少々お待ちいただいてもよろしいでしょうか」という旨を相手に伝え、先方の承諾を得る。 ・本人が外出中の場合、その旨を正確に伝え、何時に戻ってくるかを伝えるのが礼儀だが、帰社時間が分からない場合でも、「何時に戻ってくるか分かりません」という返事はしない。
<ul style="list-style-type: none"> ・目的を持って、電話をかけることができる。 ・電話で伝えたいこと、問い合わせたいこと、相談したいことを正確に伝えられる。 ・相手が留守の場合、伝言を頼むなどの対応ができる。 ・相手の都合に配慮して話をするることができる。 ・電話をかけた相手が不在の場合にも仕事に支障を来さないように工夫することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お世話になっております。 ・～社の～でございます。 ・～様はいらっしゃいませんか。 ・～様をお願いします。 ・お時間はよろしいでしょうか。 ・～についてお問い合わせしたいんですが… ・お手数ですが… ・伝言をお願いできませんか。 ・ありがとうございました。 ・失礼します。 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話をかける前、電話で伝えたいこと、問い合わせたいこと、相談したことをメモしておく。 ・はっきり名乗り、相手を確認してから、話したい相手の名前を伝える。 ・電話をかけることは、相手の時間を奪うことになるため、相手の都合を聞いてから用件に入る。 ・伝言を依頼する場合、一方的で複雑な内容は避け、電話をかけた目的、相手に何をしてもらいたいのかを簡潔に伝える。 ・先方に電話をかけてもらう場合、まず当方側の電話番号をゆっくり、はっきりと伝え、また、その電話番号は会社の電話か、自分の携帯かも伝える。

表 5-12 接客（航空便などの情報の確認、送迎、ホテルへの案内、旅行の案内など）

目標	表現のポイント	社会文化知識及び注意点
<ul style="list-style-type: none"> ・客の航空便の情報（フライト番号、日付、空港）を確認し、送迎準備ができる。 ・空港などの出入り口で送迎できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フライトはいかがでしたか。 ・お疲れではありませんか。 ・ぜひまたいらしてください。 ・～には初めていらっしゃったんですか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・航空便の情報で、交通事情などの要素を考え、遅れないように送迎する時間を調整する。 ・送迎の挨拶は、親切に対応する必要がある。 ・客の手荷物の運搬などは注意深く手配する。
<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルや会社まで案内ができる。 ・目的地までの必要時間、必要があれば、仕事の様子などを伝えられる。 ・客の質問に答えられる。 ・次の集合時間（打ち合わせや食事）や場所を伝えることができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゆっくりお休みになってください。 ・何かございましたら～までご連絡ください。 ・明日の午前8時にロビーでお待ちしております。 	<ul style="list-style-type: none"> ・長旅だった客は疲れていることが多いので、一方的に話をしないように注意が必要。 ・集合時間は相手の都合を確認してから知らせる。 ・客は知らない場所で不安があるかもしれないので、親切な対応が必要。
<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルでのチェックインとチェックアウトなどの手続きを手伝うことができる。 ・部屋の施設の説明やトラブルの処理ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・～にご案内いたします。 ・冷蔵庫に入っているものは有料となります。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国におけるホテルのチェックイン、チェックアウトなどの手続きは中国語や英語で行うことが多いので、客に日本語で説明する。 ・部屋内の有料サービスなどを客に説明しておく。 ・日本のホテルと違うものを説明する（中国の場合、部屋代は人数ではなくルーム単位で計算するなど）。ホテルの近くの紹介と案内。

5.4 自律学習能力の養成

5.2 ではビジネス日本語のガイドラインを作成し、5.3 ではガイドラインに合わせてを基にビジネス日本語場面と具体的なシラバス例を提案した。ガイドラインは教師のビジネス日本語教育の指導の参考となるとともに、学習者の自己評価基準の参考にもなる。ここでは、ガイドラインの(5)として挙げた自己成長意識と能力について述べる。自己成長意識を持ち、自律学習の能力を養成することは大変重要であり、言語面に限らず、ビジネス面、異文化交流面の全てに関わっている。

5.4.1 学習者の自律学習能力の養成

第4章でのニーズ調査で、学習者の「関西弁などのなまりが分かりにくかった」、「専門分野の知識も教えてほしい」、日本人側から「オフィス用語やコンピューター用語を覚えてほしい」などの声があったが、教育機関としてこれらの多様なニーズすべてに対応するのは困難なことだろう。つまり、大学で学べることは限られているので、学習自身が自ら学び続ける自律学習能力の育成が重要である。企業側も「入社してからも続けて勉強してほしい」「自己成長が期待されている」と学習者の学習能力と学習意識を望んでいる。

5.4.1.1 自律学習について

学習者の自律性 (Learner autonomy) とは、「学習者が自分のニーズや希望に役立つように、自分の学習をコントロールするための能力」であり、具体的には「何を、なぜ、どのように学ぶか」を「自分で選んで決めて、プランをたて」、「それを実行して、実行した結果を自分自身で評価できるような知識やスキル (青木1998)」である。また、新版日本語教育事典 (2006) は「自律学習 (autonomous learning)」を「学習者が自分の学習の理由あるいは目的と内容、方法に関して選択を行い、その選択に基づいた計画を実行し、結果を評価すること」と解説している。現在の第二言語教育では学習者オートノミー (Learner autonomy) という用語を使うほうが一般的である。学習者オートノミーは学習者が生来持っているものではなく、教育の中で育てるものであるという見解は多くの実践家・研究者に共有されている。

第二言語教育は学習者オートノミーを育てることを目標にすべきであると主張する人々の挙げる理由を新版日本語教育事典 (2006) は以下のようにまとめている。

- (1) 学習とは学習者が新しい知識を自らの既有知識と結びつけることによって起こるものであるから、学習に成功するためには学習者オートノミーが必要である。
- (2) 第二言語習得は教えられて起こるものではなく、学習者独自のシラバスに基づいているものだから、学習者が自分で学習をコントロールすれば習得の効率が上がるはずである。
- (3) 第二言語使用者として成功するためには、自分のことを自分ですること、自信をもつことが欠かせない。
- (4) 自分で選択することが内発的動機づけにつながる。
- (5) 社会の急速な変化に対応するためには生涯にわたって学び続ける必要がある。
- (6) 自分の学習に関する選択を自分で行うことは学習者の権利である。

5.4.1.2 自律学習の方法

Benson(2001)は学習者オートノミーを育てるためのアプローチを以下のように 6 つに分けている。

- ①セルフ・アクセス・センターなどのリソースをベースとするもの
- ②CALL³⁵
- ③インターネットなど電子メディアを活用するもの
- ④学習者トレーニングをメインとするもの
- ⑤学習活動の計画に学習者を参加させるタイプのもの
- ⑥プロセス・シラバスなどによりカリキュラムの作成に学習者を参加させるもの

自律学習は、学習者が教師とは完全に独立しておこなう学習ではなく、さまざまな過程で教師の助言を受けて進めるものである(大木 他 2004)。自律学習と言っても完全に学習者に任せるということではない。本研究では、以上の自律学習方法を参考にし、ビジネス日本語教育の中でインターネットを活用する自律学習方法を次のように提案する。

現代では、インターネットは自律学習の重要なツールになっている。たとえば、「関西弁が分かりにくい」との声に対して、教師が関西弁に関する本をインターネットを利用し日本から取り寄せて学習室に置いたり、学習者がインターネットで関西弁の特徴を調べたりして、その知識を蓄積することができるだろう。また、買い物サイトからは事務用品を含め、いろいろなものをオンラインで見ることが可能になる。実際に買う必要もなく、日

³⁵ Computer Assisted Language Learning コンピュータ支援言語学習の略語である。

本に行かなくても、必要なものの言い方や使い方を調べられるようになる。

5.5 担当教師に求められる資質と能力

5.5.1 中国の大学におけるビジネス日本語担当教師の現状

第2章でも述べたが、中国のビジネス日本語を担当する教師は、日本語を専門に学習してきた人であり、ビジネス経験を有する教師は稀である（仇 2012）。そのため、ビジネス日本語の教育については、教科書に頼らざるを得ないことが多い。中国でのビジネス日本語教育は歴史が浅いため、ビジネス日本語教師全体の質が低いのも現実である。ビジネス日本語教育を行う高等教育機関では、ビジネス日本語教育経験を持つ教師は一人もおらず、教科書に沿ってビジネス日本語を模索しながら、授業を行っていることも珍しくない。教材も少なく問題点も多い。教材については、「会話の場面の量と種類が少ない」、「モデル会話内の表現が不自然で、実際のビジネス場面で使わないものが多い」、「教材の内容が古くて、時代に合わない」等々が多くの学習者に指摘されている（仇 2012）。

現在の中国では、主に日本で研修を受けたことがない教師を対象に日本語教授法に関する研修がよく行われている。また、夏休みを利用した1週間程度の短期集中研修もある。これらの研修は日本語教授法を紹介し、教師自身日本語能力を向上させるためのものであり、ビジネス日本語に関する研修はほとんど見られない。ビジネス日本語研究の場（研究会、専門誌など）もなかなか見つからないのが現状である。

5.5.2 ビジネス日本語の担当教師に求められる資質・能力

ビジネス日本語教育を担う教師に求められる資質・能力とは何だろうか。アジア人財資金構想（2011）は次の三点を指摘している。

- (1) 成人に対する効果的な研修を設計し運営する能力
- (2) ビジネスや企業活動に関する知識・経験
- (3) 外国人に対する日本語教育の知識・経験

アジア人財資金構想（2011）が提示した教師に求められる資質は日本国内の日本語を母語とする教師を対象としているが、中国のビジネス日本語教育にも参考になる。近年中国におけるビジネス日本語教師陣には、日本で経済などの専攻を卒業した教員が現れてきて

いる。このような教員はビジネス分野の知識を持っているが、日本語を指導する知識・経験が少ない。本研究では、教師の卒業時の専攻を問わず、中国人ビジネス日本語教師として必要とされる資質・能力をさらに詳しく分類し、次のように提案する。

ビジネス日本語教師に求められる全ての資質・能力を一人の教員が備えることは難しい。アジア人財資金構想（2011）も「3つの資質・能力をすべて兼ね備えている人材を探し出して確保することは難しい」と述べ、「それぞれの強みを持った講師を組み合わせるチームを作るとともに、講師のブラッシュアップを行う必要がある」としている。筆者も一人の教員にすべてを身に付けさせるのではなく、ビジネス日本語教師陣がチームとして以下に示した資質・能力を備えていれば、ビジネス日本語教育により指導ができると考える。

（1）日本語指導の知識・経験

ア 学習者が教育活動の主体であることを認識する

教師が学習者に一方的に教えるのではなく、学習者のニーズはどこにあるのか、目的は何なのかを常に確認し、授業内容、教授法を調整しなくてはならない。

イ 個別に指導する能力

学習者の個性や能力の差を認め、個別に指導できる能力がある。

ウ 自律学習を育成する能力

Benson(2001)は教師のオートノミーを育てれば、それらの教師は学習者オートノミーを育てるための授業をするはずであるという仮定に基づいて教師教育に重点を置くものである。また、教育現場では複数のアプローチが選択的に用いられることも多く、いずれのアプローチでも、学習者オートノミーを育てるための教師の役割が重要なポイントとなっている（青木 2001）。学習者の自律学習能力があれば、多様なニーズや目的に対応できると考える。従って、教師が学習者の自律学習を育成する意識と能力が求められる。

エ 日本語を客観的に把握できる能力と運用能力

日本語を客観的に把握できる能力とは、日本語の文法、語彙などの言語知識を持ち、学習者からの質問を客観的に分析する能力である。日本語教師として、学習者に言語知識を教え、指導するのはもちろん、教師の言語運用能力も学習者の手本となる。

オ 情報処理能力

市販の教材にはいろいろな問題があるが、教師にコースデザインや教材開発知識と能力があれば、適当な教材がなくても必要な材料を収集して授業をすることができる。現在、

ビジネス日本語教育用のリソースがたくさんあり、いかに有効に利用するかは、教師の情報処理能力によって決まる。

(2) ビジネス分野についての知識

ビジネス日本語が一般的な日本語と異なる点については、すでに第1章で述べた。教師は日本語専攻を卒業した人多いため、多くの日本語教師はビジネス分野の知識が不足している。どのようなビジネス知識が必要かを示す。

ア ビジネス知識

ビジネス知識とはビジネスマンとして企業活動で備えておく必要がある知識である。この部分は本研究の5.2.3.3を参照されたい。

イ 業務分野知識

学習者が卒業後どんな分野に就職するのかは予測しにくい。しかし、数年分の卒業生の就職状況を追跡調査すれば、卒業生が主にどんな分野で就職しているのかが大体把握できる。すべての分野の知識を知る必要はないが、教師それぞれ一分野を選択すれば、教師全体として扱える分野が広がるだろう。

(3) 異文化交流の知識

教師が教えるビジネス日本語の最終のゴールは日本人と交流することである。従って、異文化交流の視点から学習者に指導する必要がある。中国文化と日本文化の違いが分かり、両文化を尊重して学習者に指導すべきだと考える。

大学の教師は自分の専門分野以外の知識が乏しく、また大学以外の社会での経験もないことが多い。教師自身も自律学習し自助努力する必要がある、研修の機会を設ける必要がある。また、外部からの人材の協力を得てこれらの不足を補うことも必要である。例えば

(1) (2) のような対応が考えられる。

(1) 日本から中国人留学生を採用する

日本で貿易、経済関係を専攻としている卒業生は専門分野の知識を持ち、日本文化を体で感じ、日本語が分かる。このような人材を採用して、周りの教師とグループでビジネス日本語を教えるのは一つの方法である。

(2) 企業からベテラン社員を教壇に呼ぶ

ビジネス現場で働いているベテラン社員は、仕事にはどのようなことが大切なのか、何

を注意しなくてはいけないかが分かる。このような人材を教壇に呼べば、学習者に現場からの声が聞こえ、大きな学習効果をもたらすだろう。

第6章 まとめと今後の課題

本研究は、第1章では中国におけるビジネス日本語教育の背景と必要性、第2章ではビジネス日本語またビジネス日本語教育に関する先行研究の紹介、第3章では中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状と問題点を述べた。第4章では現役中国人社員と企業側の日本人を対象とした質問紙とインタビューによるニーズ調査とその分析結果の順に論じ、中国の四年制大学のビジネス日本語教育に求められるものを明らかにした。更に第5章ではビジネス日本語のガイドラインと場면을提案し、具体的なシラバスの例を示した。第6章では、本研究で明らかになった事柄を簡潔にまとめておく。

6.1 中国におけるビジネス日本語教育の背景と必要性

中国のWTOへの加盟は、高等教育にも大きな変化をもたらしている。日本語を学習した学生が多数いるにも関わらず、企業が求めるような高い日本語能力を有するだけでなく日本人と円滑にやり取りを行うことができ、国際分野、金融分野などの分野で活躍できる人材を供給できていないことも事実である。このような背景のもとに、一つの解決案として中国の高等教育機関は社会のニーズに応じビジネス日本語教育を実施することになった。

6.2 中国におけるビジネス日本語教育の現状と問題点

6.2.1 ビジネス日本語教育の現状

中国では、三分の一以上の高等教育機関でビジネス日本語を行っている。本研究では狭義のビジネス日本語（商務日本語）の教育を例に取り、中国全体の商務日本語教育の概要と商務日本語コースを考察し、さらに詳しい内容を検討するために日本語教育規模が全国において2番目の山東省の状況を報告した。より具体的な事情を知るために、2001年からビジネス日本語教育を開始した山東交通学院をケーススタディーとして取上げた。山東省において、日本語教育を行う機関56校の中で、ビジネス日本語教育を実施している機関は38校で67.9%を占めている。ビジネス日本語教育の中で、貿易業務を対象とした商務日本語教育は71.1%であり、商務日本語教育の規模の大きさが伺える。山東交通学院の商務日本語教育は日本語専攻の中の一つのコースであり、入学から2年次が終わるまで、基礎日本語教育を受け、3年次から、ビジネス日本語を始めるモデルである。

6.2.2 ビジネス日本語教育の問題点

中国の商務日本語教育に関する先行研究では、(1)何を教えるかという指導方針の問題 (2)どのように教えるかという教え方の問題 (3)教える側の質の問題の3点にまとめられる。山東交通学院を対象とした分析では、以上3つの問題点のほかに、(1)～(7)の更に問題があることがわかった。

- (1) 教師の指針となるものがないため、市販の教科書の内容がそのままシラバスになること
- (2) 場面の設定がない、待遇表現を重視しないなど教科書自体の問題
- (3) 貿易に関する専門知識と日本語の連携がないため、ビジネスのための日本語教育が不十分
- (4) 教師による評価の基準と学習者による自己評価の基準がない
- (5) 商務知識の勉強に時間が取られ、日本語運用能力が伸びない
- (6) インターンシップの場が少ない
- (7) 学習者への自律学習の指導が足りない

山東交通学院の問題点は一つの大学にとどまらず、中国全土のビジネス日本語教育に必要な示唆を与えていると考えられる。

6.3 中国国内におけるビジネス日本語教育に求められるもの

6.3.1 二種類の調査

(1)日本語専攻の卒業生を対象にし、社員の自己内省、(2)企業側(日本人)の意見として、中国人社員に何を望んでいるのか、中国人社員と接触した中で感じたこと、気付いたことを調査した。

6.3.2 ニーズ分析によるビジネス日本語教育に必要とされるもの

本研究のニーズ調査の結果と先行研究を比較検討した結果、ビジネス日本語の内容として必要とされるものは以下の通りである。ビジネス日本語教育には日本語言語面の知識と能力だけでなく、ビジネス面、異文化面の知識及び能力と当該分野の専門知識が必要だと考える。

(1) 日本語言語面において必要とされるもの

言語面で必要とされる内容は、口頭で伝えたいことが伝えられ、指示などを聞いて理解するコミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、仕事上で必要な資料や文書の作成能力と理解能力、通訳の知識と技能、従事する分野の専門用語の五つにまとめられる。日常生活や職場でよく使われる語彙を知っていることも求められる。

コミュニケーション能力、相手や場面によって適切な日本語を使い分ける能力、文書の作成能力と理解能力は先行研究と共通している。異なる点、新しく加えるべき点は以下の①～③が指摘できる。

- ① 通訳・翻訳技能の重要性が高いこと。中国国内では、日系企業でも中国企業でも日本語と中国語が出来るスタッフは特殊な存在であり、ほかの社員と異なり、通常の業務の他に、社内の日本人スタッフや社外の日本企業と中国人スタッフの架け橋となる。通訳や翻訳の仕事も任されるケースが多い。
- ② 専門用語以外に日常使うオフィス用品の名前（ホッチキス、セロテープ）やコンピュータを使った事務処理に必要な用語（メール添付、解凍）が必要であること。
- ③ 業務の関係上、日本からの客、中国国内に駐在する取引先の客が頻繁に来るため、空港やホテルなどの送迎場面、食事場面における料理関係の日本語が必要であること。

(2) ビジネス面において必要とされるもの

先行研究と共通して仕事のルールや進め方などのビジネス商慣習、仕事の方法についての知識と社会人としての常識、自己管理、社員としての品質意識と責任意識を身につけることが求められている。異なる点、新しく加えるべき点は次の2点ある。

- ① 先行研究では、電話応対などの場面が取り上げられているが、場面ごとの定型表現だけでは不十分であり、関連するビジネス知識も合わせて扱う必要がある。例えば、呼び出された人が留守の場合にただ「席をはずしております」というのではなく、誰からの電話か、どのような用件かなどによって期待される対応が異なる。
- ② 中国にある日系企業を含めた企業では新入社員に対する研修が少ないし、特に仕事面に必要な内容はほぼ仕事に覚えることが多い。仕事の進め方、日本の商慣習だけではなく中国と異なる商慣習をビジネス日本語教育に導入すべきであるとする。

(3) 異文化交流の面において必要とされるもの

日本の企業文化と日本人の行動様式の理解、日本と中国の文化の差異、仕事観の違い、ビジネス場面での確認の重要性、チームワークの必要性を知ること。これについては先行研究と変わることはないが、本研究では、ビジネス日本語教育の内容として、日本文化と日本の企業文化などを紹介するだけでなく、日中の違いを取り入れるべきであるとする。

(4) 当該分野の専門知識

従事する分野の専門知識。テレビの営業販売の仕事と例を取ると、営業販売であるが、テレビの性能、重要な部品の機能、一般的な故障の判断方法などを知るべきであると考えられる。客から品質問題のクレームがきた場合、専門知識が少し分かれば、対応しやすいだろう。日本語専攻の卒業生にとって、完全に言語と関係がない分野の知識を身に付けさせるのは困難なことである。ビジネス日本語コースをデザインする時点で、当該分野の知識をビジネス日本語教育に入れるべきであると考えられる。

アジア人財資金構想（2011）は旅行業と貿易業のプロジェクトの開発を例に紹介しているが、表面だけにとどまり、専門知識に深くまで触れていない。他の先行研究では、該当分野の専門知識が必要であるという論述も少ないし、どのような専門知識が必要なのかについての言及もない。

(5) 自己成長の意識と能力

知識と技術が進んでいる社会で、自律学習の意識と能力を持ち、キャリアプランニングができ、自己管理を通して自己成長する意識と能力が必要とされている。数多くの先行研究では、自律学習が外国語学習の一つのツールとして紹介されているが、自己管理、自己成長について、アジア人財資金構想（2011）以外ではほとんど言及されていない。しかし、自律学習を含む自己成長の意識と能力は現役社員と企業側両方に求められ、非常に重要な内容であるため、ビジネス日本語教育内容に入れる。

6.4 ビジネス日本語教育のガイドライン

(1) Can-do によるガイドラインの提示

2001年にCEFRが発表されてから、能力記述文(以下Can-do)が頻繁に使用されている。Can-doは目標言語を使って何ができるかを「～できる」という文で記述したもので、到達目標の設定、学習指導、熟達度の評価などの面で使用される。ビジネス日本語の分野でも

Can-do を使っていろいろな試みができると考えられる。ガイドラインは 6.3.2 先行研究とニーズ分析により得た結果を日本語言語面、ビジネス面、異文化交流の面に分けて、それぞれ例示した。

(2) ガイドラインの扱い

ガイドラインは教師がビジネス日本語を指導するときの参考にし、学習者の目標設定に用いる目的で作成したものである。ガイドラインの内容をどのように取り扱うのか、どのようにその内容を授業に反映するか、ビジネス場面を設定し、それぞれの場面のシラバスを例示した。

使用されるビジネス場面を「話す・聞く」、「訳す」と「書く」の三つの枠に分け、計 21 場面を提示した。提示した 21 の場面がビジネス分野におけるすべての場面を網羅しているわけではない。が、本研究のビジネス日本語のガイドラインは新たな試みであり、他のいろいろな場面と組み合わせることで、Can-do の形で当該場面のシラバスを作成することができる。

実際の授業にこのガイドラインの内容を反映させるためには、例示した中国におけるビジネス日本語の場面と組み合わせ、さらに具体的なシラバスを作成する必要がある。本研究では完成した全てのシラバスを提示することができないが、いくつかの例を示しておく。目標、表現のポイントと社会文化知識及び注意点の順に「日常の挨拶」、「事務手続き」、「電話応対と電話での業務連絡」、「接客」の例を示している。

(3) 自律学習能力の育成と担当教師に求められる資質と能力

大学で学べることは限られているので、学習者自身が自ら学び続ける自律学習能力の育成が重要である。中国人ビジネス日本語教師として必要とされる資質・能力を提案している。一人の教員にすべてを身に付けさせるのではなく、ビジネス日本語教師陣がチームとして示した資質・能力を備えていれば、ビジネス日本語教育により指導ができると考える。

6.5 今後の課題

本研究で提示したガイドラインの適用者は、大学日本語専攻 3 年生日本語能力試験 N2 レベル以上と想定した。そのレベルは CEFR が設定した B2 と C1 レベルの間に位置している。今回はレベル別に分けることはできなかったが、少なくとも三段階レベルのガイドライン

があれば、ビジネス日本語教育に必要とされる知識と能力のものさしがさらに明らかになり、学習者はそれを目指して勉強すれば、学習の順番や学習暦がはっきり見られるようになると思う。本研究の示したガイドラインやシラバスの例をもとに、更に活発な議論が行われ中国におけるビジネス日本語教育の発展の一助となれば幸いである。

謝 辞

本博士論文は、筆者が大阪大学大学院言語文化研究科言語社会専攻博士後期課程在学中に行った研究をまとめたものです。入学する前に、博士論文は簡単にできるものではないのだと覚悟しておりましたが、実際に書くと、題目の選定、研究方法の使用、分析方法、まとめ方などいろいろな問題が出てきました。論文の完成は決して一人の力でできるものではないと感じました。

始終あたたかくご指導ご鞭撻を頂いた指導教員の鈴木睦先生に深く感謝の意を表したいと思います。修士時代から鈴木先生のもとでお世話になっております。先生のもとで、研究というものが何か少しずつ分かるようになりました。院生として研究していて恥ずかしいことがありましたが、充実した大学院生活を送れました。博士後期課程に入学してから、先生は研究指導のほか、生活の面までも面倒を見てくださいました。先生のご指導がなければ、この論文は最後まで書き上げることができませんでした。先生からのご指導、ご支援、励ましは人生の永遠の財産になると 생각합니다。

副指導の岸田泰浩先生、筒井佐代先生にお礼を申し上げます。岸田先生にはいつも熱心にご相談に乗っていただき、論文の構成、書き方のほかに、中日文化の違い、語学に関する自分の研究分野以外のものも勉強になりました。筒井先生は修士時代からの指導教員で、いつも微笑んで、コメントや励ましをくださいました。

研究について、新しい教育理論など分からない場合にはいつも真嶋潤子先生にご相談に乗っていただきました。日本語・日本文化専攻の実践コースと専修コースの先生方にも心より感謝いたします。ほかに、教務や共通教育の事務の方々にもいつも親切にご対応いただき、深謝しております。

日本語ネイティブチェックの赤城永里子氏、新谷知佳氏、宇都宮さとみ氏などの皆様、アンケート調査に協力して下さった皆様、論文のコピー、提出を手伝って下さいました徐麗潔氏に感謝します。

筆者が勤務する山東交通学院にも、研究生活を送りながら、国に帰ったときには、いつでも教壇に立つことができるチャンスを残してくれたことに対し、感謝の意を表したいと思います。

最後になりましたが、この場を借りて、論文の仕上げまでずっと応援してくれた家族に感謝します。家族の応援がなければ、日本での留学生活もできず、論文を完成することもできなかったと思います。ありがとうございました。

参考文献

- 栗飯原志宣 (2008)「ビジネス接触場面における日本語母語話者と学習者に生じる問題—ビジネス日本語教育現場の改善のために—」大阪大学大学院言語社会研究科地域言語社会専攻修士論文
- (2009a)「ビジネス接触場面における日本語母語話者と学習者に生じる問題—海外で日本語を使用する日本語母語話者の視点を探る—」『間谷論集』第3号 日本語日本文化教育研究会 大阪大学 pp.49-77.
- (2009b)「ビジネス日本語担当者に求められる役割—求められるものはビジネス経験か—」『Journal CAJLE』Vol.10
- (2012)「ビジネス接触場面における日本語母語話者の問題意識—使用言語の違いから見る問題意識の共通点と相違点—」『早稲田日本語教育学』第11号 pp.109-133.
- 青木直子 (1998)「学習者オートノミーと教師の役割」『分野別専門日本語教育研究会—自律学習をどう支援するか—報告書』国際交流基金関西国際センター
- (2001)「教師の役割」青木直子他 (編)『日本語教育学を学ぶ人のために』世界思想社 pp. 182-197.
- 赤城永里子 (2009)「JOP 教育に求められる教育とは—ホテル日本語教材の問題からの考察」『日本語・日本文化研究』19号 大阪大学言語文化研究科 pp. 73-86.
- 秋山和平 (1994)「ビジネス・コミュニケーションにおける「話しことば」の役割と課題」、『日本語学』13(11)pp.38-45.明治書院.
- アジア人財資金構想 <http://www.ajinzai-sc.jp/index.html> 2013年11月15日
- アジア人財資金構想プロジェクトサポートセンター (2011)『教育機関のための外国人留学生ビジネス日本語教育ガイド』経済産業省発行
- アジャルト (2012)「特集プロフェッショナルの日本語」NO. 35号 AJALT 公益社団法人国際日本語普及協会
- 安室憲一ほか (1999)『中国の労使関係と現地経営』白桃書房
- 池田伸子 (1996)「ビジネス日本語教育における教育目標の設定について—文化・習慣についての重要性を考える—」『ICU 日本語教育センター紀要5』国際基督教大学日本語教育センター. pp.11-24

- (2001) 『ビジネス日本語教育の研究』 東京堂出版
- 池田広子・島田徳子 (2013) 「ビジネス読解授業における Can-do による目標設定とその実践の評価」 『2013 年 WEB 版『日本語教育実践研究フォーラム報告』 pp.1-10
- 梅田康子 (2005) 「学習者の自律性を重視した日本語教育コースにおける教師の役割——学部留学生に対する自律学習コース展開の可能性を探る——」 『言語と文化』 12号 愛知大学 pp.59-77
- AOTS (The Association for Overseas Technical Scholarship) (2011) 『留学生のためのビジネス日本語シリーズ—人財—』
- 王 薇 (2005) 「在中日系企業の人材と資材・部品の調達現地化について」 『環太平洋圏経営研究』 第 6 号 桃山学院大学 pp.137-158
- 王 玉珊 (2013) 「中国におけるビジネス日本語教育について」 『中央学院大学社会システム研究所紀要』 13(2). 中央学院大学社会システム研究所紀要. pp.123-131. 中央学院大学社会システム研究所.
- 応用日本語教育協会 (STBJ) <http://www.ajlea.net/index.html> 2013 年 8 月 22 日
- 大阪外国語大学教育推進室(2007)「これからの外国語教育の方向性—CEFR が拓く可能性を考える—」平成 17 年度文部科学省海外先進教育実践支援採択プロジェクト『「国際標準・言語教育到達度評価制度の構築」成果報告書・』大阪外国語大学.
- 大崎正瑠 (1994) 「ビジネス・コミュニケーションを考える」 『大妻女子大学紀要——文系』 26 pp.87-132
- 大木充, 田地野彰, 浅田健太郎, 高橋克欣(2004) 「自律学習と学習者の動機づけに対する CALL の有効性—自律学習支援環境の構築に向けて—」 『フランス語教育』 32, pp.87-100.
- 大木理恵 (2007) 「「ビジネス日本語」授業報告—全学日本語プログラム 800 (超級) レベルにおいて」 『留学生日本語教育センター論集』 33 号 東京外国語大学 pp.169-177
- 小野寺志津ほか (2004) 「ビジネス日本語教育のあり方——新入社員教育マニュアルから見えるもの——」 『東京家政学院筑波女子大学紀要』 第 8 集 pp.127-137
- 嘉数勝美(2009) 「国際標準としての「日本語教育スタンダード」の構築—「ヨーロッパ言語共通参照枠組み」(CEFR)の応用と課題」 萬美保・村上史展編『グローバル化社会の日本語教育と日本文化』, ひつじ書房, pp. 4-27.
- 海外技術者研修協会 (2006) 『構造変化に対応した雇用システムに関する調査研究』

- (2007) 『平成18年構造変化に対応した雇用システムに関する調査研究—日本企業における外国人留学生の就業促進に関する調査研究—』
- 加藤幸次 (2001) 『総合学習に活かすポートフォリオ評価の実際』 金子書房
- 神谷順子 (2010) 日本における外国人留学生の就業に関する研究—大学・企業・行政との連携による就職支援の効果— 『北海学園大学学園論集』 第 143 号 67-71
- 川口直巳 (ほか) (2010) 「日本企業への就職を目指す工学系留学生への「ビジネス日本語」クラスを考える—アジア人財コンソーシアム企業に対するインタビュー調査より—」 『言語文化論集』 第 32 巻、第 1 号 pp.71-79
- 関満博 (1997) 『上海の産業発展と日本企業』 新評論
- (2000) 『日本企業／中国進出の新時代』 新評論
- 北原 恵・韓軍 (2011) 『ビジネス現場の中国語』 東方書店
- 木下是雄 (1994) 「これからのビジネス・コミュニケーション」 『日本語学』、13(11):pp.4-8. 明治書院
- 来嶋洋美 (他) (2012) 「JF 日本語教育スタンダード準拠コースブックの開発」 『国際交流基金 日本語教育紀要』 第 8 号
- 仇 文俊 (2012) 「中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状と問題点について」 『比較社会分化研究』 第 32 号 pp.1-6. 九州大学大学院比較社会文化学府
- 工藤節子 (2004) 「台湾の日系企業関係が見たコミュニケーション問題」 『台湾日本語文学報』 19 号、pp.221-242.台湾日本語文学会
- 経済産業省 (2009) 日本企業が人材の国際化に対応している度合いを 測る指標(国際化指標)国際協力銀行 中堅・中小企業支援室 (2006) 中国投資環境シリーズ (山東省篇)
- 小池生夫 (2003) 編集主幹 『応用言語学事典』 初版.研究社
- 幸運社 (2005) 『こんなことも知らないの?大人のマナー常識 513』 PHP 研究所
- 厚生労働省 (2010) 『平成 21 年度企業における高度外国人材活用促進事業の概要』
- 小平達也 (2012) 「企業が求める日本語で仕事ができる外国人材」 『特集プロフェッショナルの日本語』 35 号 AJALT
- 小林和夫 (1993) 「ビジネス・コミュニケーションの実態を調べる」 『AJALT』 16 号
- (1994) 「ビジネス・コミュニケーションの阻害要因と言語投資状況の実態調査」、 『日本語学』 13(11)pp.21-29.明治書院.
- 近藤彩 (1998) 「ビジネス上の接触場面における問題点に関する研究—外国人ビジネス関係

- 者を対象にして」、『日本語教育』、98:pp97-108.日本語教育学会
- (2004) 日本語教育のためのビジネス・コミュニケーション研究 『言語文化と日本語教育』増刊特集号 pp.202-222.
- (2007) 『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』ひつじ書房.
- 厚生労働省 (2010) 『企業における高度外国人材活用促進事業報告書』
- 国際交流基金(2009) 『JF 日本語教育スタンダード試行版』
- (2010a) 「JF 日本語教育スタンダード2010」
- (2010b) 「JF 日本語教育スタンダード2010利用者ガイドブック」
- (2012) 『JIF日本語教育スタンダード2010』 [第二版]
- ジェトロ (2005) 『中国進出企業の人材活用と人事戦略』日本貿易振興機構
- (2014) 『2013年上半期の対中直接投資動向』日本貿易振興機構
- J.TEST 実用日本語検定 <http://j-test.jp/> 2013年8月22日
- 塩澤真季・石司えり・島田徳子 (2010) 「言語能力の熟達度を表す Can-do 記述の分析—JFCan-do 作成のためのガイドライン策定に向けて—」『日本語教育紀要』6号国際交流基金 pp.23-39
- 笹川洋子 (1996) 「異文化の視点からみた日本語の曖昧性—在日外国人留学生調査より」、『日本語教育』、89:pp.59-63.日本語教育学会.
- 清ルミ (1995) 「上級ビジネスピープルのビジネスコミュニケーション上の支障点—インタビュー調査から教授内容を探る」、『日本語教育』、87:pp.139-152.日本語教育学会.
- 島田めぐみ・澁川晶(1998)「外国人ビジネス関係者の日本語使用—実態と企業からの要望」、『世界の日本語教育』、8:pp121-140.
- (1999) 「アジア 5 都市の日系企業におけるビジネスのニーズ」、『日本語教育』、103:pp.109-118.日本語教育学会.
- 島田めぐみ, 三枝令子, 野口裕之(2006), 「日本語 Can-do-statements を利用した言語行動記述の試み:日本語能力試験受験者を対象として」『世界の日本語教育』16, pp. 75-88.
- 島田めぐみ, 谷部弘子, 斎藤純男 (2007), 「日本語科目における言語行動目標の設定 : Can-do-statements を利用して」『東京学芸大学紀要総合教育科学系』,58, pp. 495-505.
- 島田めぐみ, 野口裕之, 谷部弘子 (2009), 「Can-do statements を利用した教育機関相互の日本語科目の対応づけ」『日本語教育』, 141, pp. 90-100.

- 島田めぐみ (2010a) 「自己評価 Can-do statements の母語別分析」『東アジア日本語教育・日本文化研究』,13 , pp. 79-93.
- (2010b) 「自己評価 Can-do statements に関する一考察 —客観テストとの比較を通して—」『東京学芸大学紀要 総合教育科学系 II 』 61, pp. 267 – 277.
- 白木三秀 (2003) 「中国の日系多国籍企業、HRM 上の悩みは何か」『人材教育』6月号 pp.14 – 19
- (2009) 日本企業のグローバル人材マネジメント上の諸課題 —調査結果からの考察— 『国際調査室報』 2号
- 社会経済生産性本部 (1993) 『新入社員読本—基本を身につける 100 のポイント』生産性出版
- JAL アカデミー (2007) 『ビジネス日本語用例辞典』アスク
- 社団法人日本語教育学会 (2008) 『外国人に対する実践的な日本語教育の研究開発 (「生活者としての外国人」に対する日本語教育事業) -報告書-』
- 徐 雄彬 (2009) 『中国における日系製造企業の人材現地化に関する研究——経営管理者の現地化を中心として』(桜美林大学 博士学位請求論文)
- (2010) 「在中日系企業における中国人管理職の確保・活用に関する一考察」『桜美林経営研究』創刊号 pp.53 – 66
- 鈴木 睦(1989)「聞き手の私的領域と丁寧表現—日本語の丁寧さは如何にして成り立つか」『日本語学』Vol.8-2 明治書院 pp.58 – 67
- (2009) 「日本語教育における対照言語行動研究の位置：機能シラバスと言語行動」『日本語学習者のための対照言語行動の基礎研究:第1号タイ日言語行動の対照研究』,平成20年度言語社会専攻研究プロジェクト研究成果報告書 大阪大学大学院言語文化研究科 pp.5 – 15
- 曾 榮欽 (2008) 「在中国外資中小企業の人的摩擦に関わる先行研究の検証」『政策科学』15 – 2 pp.97 – 109
- 孫 守峰 (2012a) 「WTO 加盟から 10 年間の中国高等教育機関におけるビジネス日本語教育の現状—商務日本語コースを中心に—」『間谷論集』 6号 pp.145 – 166.日本語日本文化教育研究会
- (2012b) 「商務日本語教育の試み—中国山東交通学院を例に—」名古屋日本語教育国際大会口頭発表

- 孫 守峰他 (2012)『新入社員マニュアル』北京大学出版社
- 孫 守峰 (2013a)「ビジネス日本語場面における紹介のシラバス」ベトナムハノイ大学第二回国際シンポジウム「ベトナムにおける日本語教育・日本研究—過去・現在・未来—」学会口頭発表
- (2013b)「中国で働く中国人社員が求めるビジネス日本語」『日本語・日本文化研究』23号 pp.94-105.大阪大学大学院言語文化研究科日本語・日本文化専攻
- 第一勸業銀行 (1986)『在日外国人のみた日本のビジネス』
- 地球産業文化研究所 (1993)『ビジネス・コミュニケーションの阻害要因と日本語の需要実態』地球産業文化研究所
- 高見澤孟 (1994)「ビジネス・コミュニケーションと日本語の問題—外国人とのコミュニケーションを考える」、『日本語学』、13(11):pp.30-37.明治書院.
- 高見澤孟・井岡祐治 (1992)「ビジネスマンに求められる日本語力—日本企業と外国人社員—それぞれの視点と問題」、『月刊日本語』、5(11):pp.10-15.アルク.
- 高江洲由美子他 (2009)「アジア人財資金構想ビジネス日本語 第1期第1フェーズ ビジネス会話クラス授業担当者報告書」『留学生教育：琉球大学留学生センター紀要』6号、pp.25-31
- 田島弘治 (1994)「『外国人ビジネス関係者のための日本語教育 Q&A』を紹介する」、『日本語学』、13(12):pp.85-90.明治書院.
- 田丸淑子 (1994)「ビジネス・スクールの日本語教育—コース・デザインの課題」、『日本語学』、13(11)pp.54-61.明治書院.
- 張 英莉 (2007)「在中国日系企業の人材マネジメント—現状・問題点・課題—」『埼玉学園大学紀要 (経営学部篇)』2007年12月、第7号
- 陳 黎璇 (2010)「台湾の職場における日本語使用の実態調査報告——日本語の使用場面とストラテジーの使用——」『台湾応用日語研究』7号 pp.238-266.
- 筒井佐代 (2008)「話しことば教育の体系化と会話の構造分析：言語行動と状況によるシラバス作成の提案」『タイ国日本研究国際シンポジウム 2007 論文報告書』チューラーロンコーン大学文学部東洋言語学科日本語講座.pp.179-199.
- 永井涼子 (2011)「日本企業のビジネス・マインドや特質に関する教育体制の構築」『大学教育』第8巻 山口大学大学教育機構 pp.53-64.
- 中村久人 (2001) 異文化接触と国際経営『経営論集』54号 pp.111-131.

西日本国際教育学院ビジネス日本語コース (2013)

<http://miyatagakuen.ac.jp/niei/w2img/20130902173916pamphlet.pdf> 2013年11月12日

西尾珪子 (1994) 「ビジネス・コミュニケーションと日本語教育」、『日本語学』13(11)pp.9-13.

明治書院.

西村 俊一 (2012) 「中国における職業教育の現状と課題 : 『高等職業技術学院』の新設をめぐって」『工業教育資料』(342)3号 pp.1-6.

日本経済連合会 (2006) 『日本企業の中国におけるホワイトカラー人材戦略 優秀人材の確保と定着こそが成功の鍵』

日本経済団体連合会 (2010) 『産業界の求める人材像と大学教育への期待に関するアンケート結果』

日本語教育学会 (1991) 『日本語教育機関におけるコース・デザイン』 凡人社

—— (2005) 『新版日本語教育事典』 初版第1刷. 大修館書店

日本貿易振興会 (1984) 『日本人と働く法』 学生社

—— (1996a) 「特集グローバル時代のビジネス・コミュニケーション—日本人のビジネス風土を考える」、『ジェトロセンサー』46 (5) pp8-33

—— (1996 b) 平成七年度ビジネス・コミュニケーションに関する補助事業実施報告書

野元千寿子 (2004) 「留学生に対するビジネス日本語教育——APUにおける教育実践とアンケート実施より」『昭和女子大学大学院日本文学紀要第15集』昭和女子大学大学院pp.31-43.

—— (2005) 「大学におけるビジネス日本語教育——受講者アンケートを通して見られるもの」『昭和女子大学大学院日本文学紀要第16集』昭和女子大学大学院 pp.13-23

—— (2007) 「日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態」『ポリグロシア』第13巻 pp.69-81

馬成三 (1997) 『対外新出の日米欧企業の労働問題の比較～現地中国人従業員を対象とする意識調査からの考察』 富士総合研究所

長谷川理映 (2010) 企業の積極的海外展開に向けた雇用戦略:外国人留学生雇用の視点から『経済学研究』41号 pp.129-148.

濱田英彦 (2012) 『あなたが上司から求められているシンプルな50のこと』 株式会社 実務教育出版

原田明子 (2004) バンコクの日系企業の求める日本語ニーズに関する分析-ビジネスパーソン

- ンによる日本語学習動機との比較から—『早稲田大学日本語教育研究』 pp.169-181
- 原やす江(2010) 「能力記述文(CDS) を利用した日本語授業のシラバス・デザインの試み—ヨーロッパ共通参照枠(CEFR) を外部指標とする日本語能力の可視化に向けて」『城西国際大学紀要』 18 (2) ,pp. 53-81.
- 平野貞二 (2010) 「大学での『ビジネス日本語』の方向性」『熊本大学国際化推進センター紀要』 1号,pp. 29-48.
- ヒラマツオ (漫画) 小平達也 (監修) (2011) 『爆笑、驚愕、号泣の異文化クライシス！新入社員は外国人』 株式会社 PHP エディターズ・グループ
- BJT ビジネス日本語能力試験 <http://www.kanken.or.jp/bjt/index.html> 2013年8月22日
- 藤原三枝子(2010) 「日本の大学のドイツ教育に「ヨーロッパ言語共通参照枠」を生かす試み—教科書の作成・実施・評価」マリア・ガブリエラシュミット他編『日本と諸外国の言語教育における Can - Do 評価—ヨーロッパ言語共通参照枠(CEFR) の適用』, 朝日出版社, pp. 126-137.
- 文化庁文化語部国語課 (1994) 『外国人ビジネス関係者のための日本語教育 Q&A』大蔵省印刷局
- 法務省 (2013) 『平成24年における留学生の日本企業等への就職状況について』
- 堀井恵子 (2013a) 「留学生の就職とビジネス日本語教育の現状と課題」『留学交流』 10月号,独立行政法人日本学生支援機構
- (2013b) 「ビジネス日本語教育再考—いつ、どこで、だれが、なにを：カスタマイズと Can-do」日本語教育学会ビジネス日本語研究会 in KOBE
- 真嶋潤子(2006) 「ヨーロッパ言語共通参照枠 (CEF) と言語教育現場の関連づけの一研究—ある日本語コースの質的研究—」『ヨーロッパ日本語教育 10 2005 日本語教育シンポジウム 報告・発表論文集』(ヨーロッパ日本語教師会), pp. 177-182.
- (2007) 「言語教育における到達度評価制度に向けて—CEFR を利用した大阪外国語大学の試み」『間谷論集』(大阪外国語大学日本語日本文化教育研究会) ,1, pp. 3-27.
- (2010a) 「日本の言語教育における「ヨーロッパ言語共通参照枠(CEFR)」と「能力記述(can do statement)」の影響—応用可能性に関する一考察」マリア・ガブリエラシュミット他編『日本と諸外国の言語教育における Can - Do 評価—ヨーロッパ言語共通参照枠(CEFR)の適用』,朝日出版社, pp. 49-65.
- (2010b) 「大学の外国語教育における CEFR を参照した到達度評価制度の実践—大阪

- 大学外国語学部の事例を中心に」『外国語教育フォーラム』([金沢大学]外国語研究センター2009 年度研究開発シンポジウム講演記録外国語教育における到達目標と成績評価), 4, pp. 3-12.
- 松嶋 緑 (2003)「中国のビジネス日本語教材における待遇表現の扱われ方—教科書の分類と教科書中の「待遇表現」の扱われ方—」『別科日本語教育』5号 大東文化大学
- 水谷修 (1994)「ビジネス日本語を考える—公的話し言葉を求めて」、『日本語学』、13(11)pp.14-20.明治書院.
- 宮副ウォン裕子 (1997)「香港理工大学における<ビジネスのための日本語>を中心とした連携」、『日本語学』、16(12)pp.211-222.明治書院.
- みずほ情報総研株式会社 (2012)『大学におけるグローバル人材育成のための指標調査—大学におけるグローバル人材育成に関する グッドプラクティス集』
- 森本由佳子 (2011)「コミュニケーション言語活動の熟達度を表す JF Can-do の作成と評価—CEFR の A2 B1 レベルに基づいて—」『日本語教育紀要』第7号国際交流基金 pp.25-42
- 文部科学省 (1999)『高等学校学習指導要領』(第2章普通教育に関する各教科 第8節 外国語) http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/cs/1320179.htm 2014年1月20日
- 茂住和世 (2004)「異文化環境に適応する人材に求められるもの～日中合弁企業における社員研修の事例から～」『東京情報大学研究論集』Vol.7 No.2 pp.93-104
- 柳田純子 (2003)「日中合弁企業における現地中間管理職人材の育成」『東京情報大学研究論集』Vol.6 NO.2 pp.183-197
- 安田賀計 (2008)『ビジネスマナーの基本と常識』PHP 研究所
- 吉島茂 大橋理枝(訳 編)、Council of Europe(著)(2004)『外国語教育Ⅱ—外国語の学習、教授、評価のためのヨーロッパ共通参照枠—』初版、朝日出版社
- 吉島 茂(2007)「ヨーロッパの外国語教育を支える考え方—複言語・複文化主義・行動主義, 4つの Savoirs, 部分的能力, ELP (Can Do Statement)」 ELEC『英語展望』増刊号, pp.47-53.
- 李志暎 (2002)「ビジネス日本語教育を考える」『言語文化と日本語教育』2002年5月特集号. 日本言語文化学会. 凡人社. pp.245-260
- Benson,P.(2001)*Teaching and Researching Autonomy in Lanuage Learning*.Pearson Education.

Council of Europe (2001) *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment*. Cambridge: Cambridge University Press.

中国語の参考文献

- 安旻（2011）「日语教学在中国的现状与发展」北京新东方学校 <http://bj.xdf.cn/> 2011/12/21
- 陈要勤（2010）「商务日语专业学生日语会话能力培养实证研究」『日语学习与研究』2010年第6期 pp.66—71
- 山东交通学院教务处（2009）『山东交通学院人才培养方案』山东交通学院教务处
- 山东省统计局（2011）『山东省统计年鉴 2010』
- 孙守峰（2008）「日本对华投资战略调整对高校外语（日语）教育的挑战」『职业时空』2008.04 pp.75—78
- 中国教育部（2007）『教育部关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见』，教高（2007）2号
- 中国教育报（2008）「中国人民大学校长纪宝成谈“高校扩招”」『中国教育报』2008年12月11日
- 胡小春，陈岩（2012）「商务日语教育的指导理论、教材编写方针及内容」『日语学习与研究』2012年第1期 pp.73—80
- 李爱文（2011）「中国商务日语教育的历史、现状及未来展望」『日语学习与研究』2011年第4期 pp.7—13
- 石若一（其他）（2009）「当代商务日语教学创新的研究」『日语学习与研究』2009年第4期 pp.63—67
- 王琳（2011）「论商务日语课程教学改革」『日语学习与研究』2011年第3期 pp.67—71
- 王玉（2011）「论商务日语人才培养模式与目标实施」『日语学习与研究』2011年第3期 pp.72—79
- 严红君（2011）「试论商务日语的能力界定」『日语学习与研究』2011年第3期 pp.60—66
- 张一娟（2006）「非言语交际在跨文化商务沟通的应用---商务日语教学新尝试」『日语学习与研究』2006年第1期 pp.53—56
- 周林娟，潘幼芳（2009）「中日商务人才需求与商务日语教学改革」『日语学习与研究』2009年第2期 pp.118—122

周林娟，潘幼芳（2010）「商务日语教学中的语用能力培养研究」『日语学习与研究』2010年
第1期 pp.71-76

周林娟，潘幼芳（2011）「商务日语模拟实践教学法的探索与研究」『日语学习与研究』2011
年第5期 pp.62-65

周林娟，唐千友（2006）「商务日语的语用特征分析」『日语学习与研究』2006年第3期 pp.40
-46

周林娟，时江涛（2007）「商务日语函电的语体特征」『日语学习与研究』2007年第6期 pp.46
-49

参考の教科書リスト

岩澤みどり・寺田則子（2006）『日本企業への就職-ビジネス会話トレーニング-』アスク

岩澤みどり・寺田則子（2006）『日本企業への就職-ビジネスマナーと基本の言葉 -（改訂
新版）』アスク

大木 理恵（ほか）（2005）『日本語Eメールの書き方』ジャパントイムズ

奥村真希・安河内貴子（2007）『仕事で使う！日本語ビジネス文書マニュアル』アスク

奥村真希・釜淵優子（2008）『しごとの日本語—電話応対 基礎編』アルク

奥村真希・釜淵優子（2008）『しごとの日本語 メールの書き方編』アルク

加藤 由紀子（ほか）（2005）『留学生のための分野別語彙例文集』凡人社

幸運社（2005）『こんなことも知らないの？大人のマナー常識 513』PHP 文庫

ことばと文化センター（1996）『実用日本語ビジネスマン物語—80 の場面で学ぶビジネス
会話とマナー』凡人社

近藤彩（ほか）（2011）『ビジネスコミュニケーションのための日本語』政策研究大学院大
学政策研究科近藤彩研究室

高見澤孟（1991）『オフィスの日本語』アルク

釜淵優子（2008）『しごとの日本語 ビジネスマナー編』アルク

TOP ランゲージ（2006）『新装版 実用ビジネス日本語—中級レベルからの』アルク

高見澤孟（1994）『ビジネス日本語の教え方—日本語の教え方・実践マニュアル』アルク

田中則明（2005）『ビジネス日本語基本単語 360』心弦社

田中則明（2006）『ビジネス日本語会話 商談・取引編』心弦社

日米会話学院日本語研修所（1989）『日本語でビジネス会話 初級編 生活とビジネス』凡

人社

日米会話学院日本語研修所（1996）『日本語でビジネス会話 中級編』凡人社

野澤和幸（ほか）（2009）『これで安心！外国人留学生のための日本就職オールガイド』凡人社

松本節子（ほか）（2007）『ビジネス日本語 Drills—外国人のための「ビジネス敬語」から「会社訪問」まで』ユニコム

宮崎道子（監修）瀬川由美（ほか）（2008）『人を動かす！実践ビジネス日本語会話（上級）』スリーエーネットワーク

宮崎道子・郷司 幸子（2009）『にほんごで働く！ビジネス日本語 30 時間』スリーエーネットワーク

宮崎道子（ほか）（2010）『Let's Work It Out!Office Japanese For Beginners—ビジネスパーソンの初級日常会話』スリーエーネットワーク

村上吉文（2008）『しごとの日本語 IT 業務編』アルク

山内 博之（2000）『ロールプレイで学ぶ中級から上級への日本語会話』アルク

山本いずみ・白井聡子（2011）『ビジネスへの日本語—これから社会へ飛び立つ君たちへ—』朝倉書店

米田隆介（ほか）（2006）『ビジネスのための日本語 初中級』スリーエーネットワーク

米田隆介（ほか）（2006）『新装版 商談のための日本語 中級』スリーエーネットワーク

刁鹏鹏（2010）『新版商务谈判日语』大连理工大学出版社

-----（2011）『国际贸易实务日语』高等教育出版社

林林（2006）『国际贸易日语』武汉大学出版社

胡以男 叶琳（2006）『日本经济』中国对外经济贸易出版社

金惠善（2009）『日语经贸入门』浙江大学出版社

罗翠翠 阿部诚（2007）『新编商务日语综合教程』东南大学出版社

赵忠林 衣美华（2011）『日语商务谈判』暨南大学出版社

荣轶（2008）『现代实用经贸日语』旅游教育出版社

参考のホームページ

中国教育部 www.moe.gov.cn 2014 年 2 月 12 日

中国商務部 www.mofcom.gov.cn 2014 年 2 月 12 日

山東省工商局 <http://www.sdaic.gov.cn> 2013年10月12日

山東省商務庁 <http://www.shandongbusiness.gov.cn> 2014年1月30日

山東省統計局 <http://www.stats-sd.gov.cn> 2013年9月20日

在青島日本国総領事館 www.qingdao.cn.emb-japan.go.jp/cn 2013年2月15日

付録1 中国人社員に対するアンケート

アンケート

大阪大学大学院博士後期課程の孫 守峰です。研究をするため、次のアンケートをご協力いただきたいです。何卒よろしくお願い致します。

個人情報には研究の目的以外に使用しません。

以下の設問に適切なものをお選びください（複数可）。当てはまらない場合、その他にご記入をお願い致します。

1. あなたが所属する会社：

A 中国にある日系企業（日中合弁企業も含む）

B 中国にある日本企業と業務を行う中国企業

C 日本にある日本企業

D 日本にある中国企業 E その他_____

2. あなたが所属する会社を取り扱う業務

A 製造 B 貿易 C 食品 D 投資、金融 E 物流 F 観光、ホテル、飲食関係

G ソフト開発関係 H 実習生の日本語教育 I アパレル（服装） J その他_____

3. あなたが担当している仕事

A 通訳また通訳兼他の仕事 B 生産・品質管理 C 研究開発、技術支持

D 財務、決済関係 E 人事・総務 F 営業 G ガイド、ホテルまた料理店のスタッフ

H 貿易関係 I その他_____

4. 仕事上で、一番重要な日本語に関する知識は何だと思えますか。（ ）

A 日本語に関する言語知識 B 業務に関する日本語専門知識

C 日本のマナー、社会ルールなどの知識 D 仕事を進める方法などの一般知識

E その他_____

5. 仕事上で、一番重要な日本語能力は何だと思いますか。()
- A 一般的な日本語能力（日本語で周りの人とコミュニケーションする能力）
 - B 一般的な言語運用能力（日本語を使い、問題を解決する能力）
 - C 会議の進行、ビジネス商談など高度な言語運用能力
 - D 異文化理解能力（文化の違いが分かり、相手の文化を尊重しながら交流する能力）

6. 日本人とのやり取りで、一番困っていることは何ですか。()
- A 日本人の考え方が理解しにくい
 - B 日本人は細かいことに拘る（作業服の整理、5S管理、品質管理などの面）
 - C 日本人は指示するときはっきりしない
 - D 日本人は何でも規定（また契約）通りで、柔軟性がない
 - E 終業後も残業の指示がないのに日本人は家に帰らない。先に帰りにくい
 - H その他 _____

7. 日本人との間に不愉快なことはありますか。あれば具体的にご記入をお願いします。
（日本人上司に怒られたこととか、同僚に誤解されたこととか、けんかしたことなど）

8. あなたにとって、仕事面において足りない（またもっと勉強したい）のは何ですか。

9. 日本語で仕事をする中で起きた失敗談や気づいたことを聞かせてください。

10. 大学で日本語以外の知識について教えてほしいのは何ですか（在学の後輩へのアドバイス）

ご協力ありがとうございました。