



Title	ビジネス日本語教育の試み：カリキュラム編成をめぐって
Author(s)	湯, 瑾
Citation	多文化社会と留学生交流：大阪大学国際教育交流センター研究論集. 2011, 15, p. 69-75
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/50716
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

ビジネス日本語教育の試み

— カリキュラム編成をめぐって —

湯 瑾*

要 旨

本稿では、カリキュラムの編成をめぐって、ビジネス日本語教育の背景と特徴を考察し、筆者の担当した「ビジネス日本語講義」の授業における取り組みを報告する。また、受講生に対するアンケート調査の結果に基づき、留学生が日本での就職に対する考え及びビジネス日本語教育に対する期待をまとめて紹介する。

【キーワード】 ビジネス日本語、ビジネス・コミュニケーション、カリキュラム、日本語教育

1 はじめに

大阪大学国際教育交流センターでは、2010年の春学期に初めて「ビジネス日本語講義」という授業が開設された。筆者は2010年4月から8月まで、毎週木曜日2限目の90分間の当該授業を担当した。授業においては、就職活動や日本の企業文化及びビジネスに関する理解を深め、就職後、会社でのコミュニケーションを円滑に図れるようになることを目標とし、カリキュラムを考案して実施してきた。

本稿では、ビジネス日本語教育の背景と特徴を考察し、この授業で取り組んだ内容について報告する。また、今期の受講生に対してアンケート調査を行い、その調査結果をまとめて紹介する。その結果から、大阪大学の留学生がビジネス日本語という科目に対してどのような考えを持っているかを明らかにする。最後に、今期の試みを通して得た知見を踏まえて今後の課題について検討する。

2 ビジネス日本語教育の背景と特徴

2-1 ビジネス日本語教育の背景

大阪大学でビジネス日本語教育を展開する背景

として、まず2008年に発表された「留学生30万人計画」に触れなければならない。

この計画は、日本とアジアおよび世界との間にヒト、モノ、カネ、情報の流れを拡大する「グローバル戦略」を展開する政策の一環として、2020年までに30万人の留学生を受け入れることを目指すものである。これは単に人数を稼ぐためのものではなく、優秀な留学生を得ることによって最終的に優秀な労働力を獲得することをねらいとするものとされている。グローバル化・少子化・高齢化社会が著しく進む日本では、国の政策として「国際競争力強化の観点から、専門的・技術的分野の外国人について、我が国での就業を積極的に促進」することがあげられている¹。

一方、文部科学省等の調査によると、平成19年度卒業後日本において就職を希望する留学生は、全体の61.3%を占めるという数字が示されている。一見留学生のニーズは日本の国策と一致しているように見えるが、実際に卒業後日本で就職できたのは全卒業生の30.6%に留まっている²。つまり、半数の希望者は就職希望がかなわなかったことになる。その理由としては就職情報の不足や卒業後の就職活動期間が短いことなど挙げられるが、一部の留学

* 大阪大学国際教育交流センター特任助教

生には日本語コミュニケーション能力の欠如がその一因となっていることは否めない。日本語コミュニケーション能力の低い学生は、他の留学生と比べて就職活動に出遅れる傾向があり、会社説明会のポイントも掴めず、面接の際にも自己アピールがうまくできない。また、せっかく就職した留学生でも社内コミュニケーションがうまくいかず退職に追い込まれるケースもある。

このように、留学生の就職事情を取り巻く問題をいかに解消するかは、国の政策の成否にかかわることと言えるであろう。留学生教育を担っている大学にとっては大きな課題であり、解決策を提示しなければならない問題である。

これまで大学での日本語教育は、留学生に対する生活上の支援、または勉学・研究上の支援という観点から行うものが多かった。留学生たちは社会とのかかわりが少なく、買い物や旅行などの日常生活場面を除けば、実際に日本語を使う場所はほとんど大学のキャンパスであり、会話の相手は先生や学生に限られている。また、たとえ上級日本語習得者であっても、キャンパスから一步出て就職活動をしようとする際には、時として意外な挫折に遭遇する可能性もある。

大阪大学は2009年に国際化拠点大学（グローバル30、以下はG30と略す）の1校として選出された。G30は「留学生30万人計画」と連動し、魅力的な水準の教育研究を提供できる環境づくりに主眼を置いており、その中では留学生に対する就職支援や補完教育の実施が大きく掲げられている³。日本語教育の領域においては、留学生に対する生活支援、研究支援だけではなく、就職支援も考えなければならない時代となった。キャンパスライフの延長線上にある就職活動、さらに就職後のコミュニケーション場面を想定した上での日本語教育が求められるようになったといえよう。

2-2 ビジネス日本語教育の特徴

「ビジネス日本語講座」は、初めて開講された科目であり、リソースは必ずしも完備されておらず、ビジネス日本語教育に対する定義もまだ明確にな

されていなかった。そのため、カリキュラムの編成については不確定の内容があった。この節ではビジネス日本語教育と一般的な日本語教育、そして就職活動指導、キャリア教育との相違点を論じることによって、ビジネス日本語教育の特徴を解明する。

「ビジネス英語」といえば、すぐに名刺交換や価格交渉、クレーム対応のやり取りなど「商談」というイメージを持たれやすい。「ビジネス日本語」も同様に、「商取引のための日本語」という、狭い意味で認識されることがある。市販のビジネス日本語教材には商談用の日本語を重視するような内容を組み込むものも多い。海外で行われている「ビジネス日本語」「商務日本語」の教育もほとんどこの類である。いわゆる中級段階の一般的な日本語教育にビジネスに関する内容を嵌め込んで教えるようなものである。つまり買い物や旅行を購買やクレームという内容にすり替えて、ビジネスに多用する言葉や文型を学習者に覚えさせる方法である。

しかし、近藤（2007:3）が指摘しているように、「日本人と外国人間のビジネス・コミュニケーションは異文化間での対話となるため、論理の運び方、理念や原則に対する考え方、価値観の違いなども大きな問題となる」。この点が一般の日本語教育との最大の相違点である。ビジネス日本語においては、単に「そういう言い方」を覚えるのではなく、「なぜそう言わなければならないのか」を知らなければ、場当たりの日本語になってしまい、真の意味でのコミュニケーションが図れない可能性が出てくる。最近ではこういった問題もある程度認識されてきており、豆知識やコラムとして日本の商習慣やマナーなどを追加説明されている教材も多く見られるようになった。

2-1で述べたように、ビジネス日本語教育には留学生に対する就職支援の意味合いが強い。ビジネス日本語を「就職活動のための日本語」と見なし、自己分析からエントリーシートの書き方、面接のテクニックまで就職活動の流れ通りに授業を進める大学もある。しかし、筆者はこの種のやり方が留学生の日本語能力アップにどこまでつながるかについて疑問を感じている。そもそも「就職活動指導」

の目標は内定を取ることであり、そこに到達した時点で打ち切ることができる。一方、日本語教育の目標は常に日本語コミュニケーション能力の向上を目指すものであり、「内定が取れた!」というようなハッピーエンドで終わるものではない。日本語教育という観点から見れば、内定を取ることは、ひとつの通過点に過ぎないのである。学生にとっては、就職後も自分のアイデンティティーを保ちながら会社に溶け込み、円滑にコミュニケーションを図ることこそ困難であり、ここが日本語教育における重要な指導ポイントであると考えられる。これがビジネス日本語教育と就職活動指導の最大の相違点である。このような現状認識を踏まえ、大学は留学生自身の日本語コミュニケーション能力を高め、就職活動だけではなく、より複雑なビジネス場面でも対応できるようにカリキュラムを編成しなければならないと考える。

また、ビジネス日本語教育はキャリア形成につながることを期待されているが、キャリア教育とも異なる。キャリア教育は「児童生徒一人一人のキャリア発達を支援し、それぞれにふさわしいキャリアを形成していくための必要な意欲・態度や能力を育てる教育」とされている(文部科学省 2004:7)。一方、「ビジネス日本語」の定義は様々だが、多くみられるのはやはり言語能力の向上に帰結しているものである。たとえば、高見澤(1994:8)はビジネス日本語を「仕事のための日本語」と定義している。池田(2001:11)はビジネス日本語の使用する場所に焦点を当て「仕事場で行われる職務に関連したコミュニケーションのための日本語」と限定した。近藤(2007:7)は「日本語によるビジネス・コミュニケーション」という言葉を用い、ビジネス・コミュニケーションを「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」と定義づけている。つまり、ビジネス日本語教育はあくまでもビジネス領域の日本語コミュニケーション能力を培うことによって、留学生のキャリアを高めるものである。

このように、ビジネス日本語教育には、一般日本

語のように語彙や待遇表現や文型の学習もあれば、商習慣や社会知識のような文化的側面の習得も含まれている。また、就職や人生設計などキャリア形成の要素、さらに経済・経営的な側面までも考えなければならない。筆者は、これこそがビジネス日本語教育の特徴かつ魅力的な点であり、またカリキュラムを作成する際に活かすべきものだと考えている。

3 受講生の期待

前述のように、「ビジネス日本語」という言葉を聞いてイメージする内容は、人によって相当の開きがある。大阪大学の留学生たちはどのように考えているか、あるいはビジネス日本語講義という授業に対してどのような期待を抱いているかについて、初回の授業において出席者全員に対してアンケート調査を行った。

回答者は36名である。国別では、中国出身者が16名で一番多い。次に韓国出身者が8名、タイとブルガリアの出身者がそれぞれ2名である。その他ネパール、アメリカ、ロシア、ブラジル、フィリピン、ラトビア、オーストリア、フランスの出身者がそれぞれ1名ずつである。身分別では研究生が一番多く、10名である。続いて修士2年生が9名、学部3年生6名、修士1年生4名、学部4年生3名、博士1年生2名、博士2年生と修士3年生がそれぞれ1名となっている。年齢は21歳から33歳までである。

回答者の中で就職経験を持っている者は13名(約36%)であり、就職経験を持っていない者は23名(約64%)である(図1)。主な就職経験は研究職、翻訳・通訳、語学教師、貿易会社の担当である。就労期間は最短が2ヶ月で、最長は9年間であった。

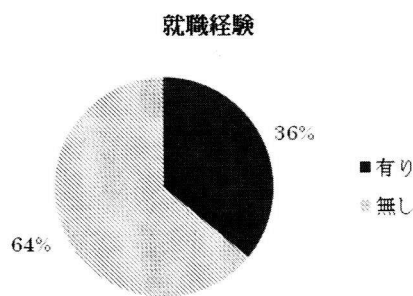


図1

日本でのアルバイト経験については、17名が経験あり、19名が経験なしであり、それぞれ47%と53%を占めていた（図2）。主なアルバイト経験は語学教師、料理店のホール、事務の手伝い、TA、翻訳・通訳などである。

「日本で仕事をするのに一番難しいと感じたこと」という質問に対しては23名の回答があった。そのうち、方言、敬語の使い方、自己意思の表明など日本語能力に関するものが61%（14名）で最も多かった。日本人の考え方やマナーなど社会文化的なことが分からないので難しいと答えたのは22%（5名）であった。他に、面接の対策や企業分析など、実際に就職活動の際に直面した問題を挙げた回答者と外国人だから難しいと答える回答者がいた（図3）。

日本でのアルバイト経験

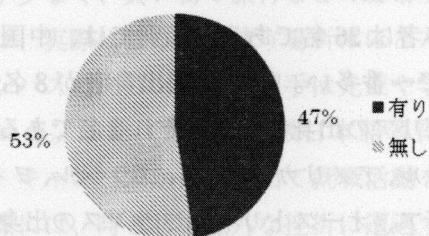


図2

一番難しいと感じたこと

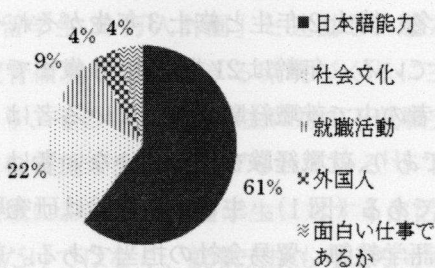


図3

卒業後の就職先については、母国、日本と第三国の三つの選択肢を提示した。複数選択した回答者が多く、合わせて見れば母国で就職しようとする回答者が56%（20名）なのに対して、日本で就職しようとする回答者は44%（16名）という数値を示している。第三国を選択したのは16%（6名）だったが、うち5名はアメリカと答えている。母国のみを選ん

だ回答者は34%であり、日本のみの14%を大幅に超え、母国で就職したいという強い意志がうかがえる（図4）。

卒業後の就職先

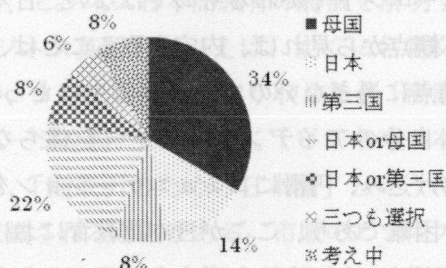


図4

日本で働こうとする期間については、半数近くの回答者が0-3年を選んだ。また3-5年を選んだ回答者は26%で、日本で就職しても長期に渡って就労する意思はなく、72%の留学生OBが5年以内に辞めるつもりであるということが覗える（図5）。優秀な人材をいかに日本にとどめるかが今後の課題と言えよう。

日本で働きたい期間

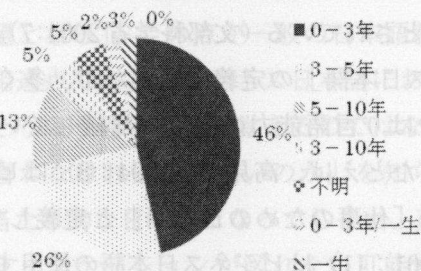


図5

「ビジネス日本語講義」という科目を選んだ理由については、①上級日本語を学びたいから、②日本での就職活動のときに役に立ちそうだから、③日本の会社に入ってからすぐに使えそうだから、④今後、他国で日本関係のビジネスをするときに使えそうだから、⑤日本のビジネス慣習、マナーを知りたいから、⑥その他、という6つの選択肢を与え、図6のような結果を得た。やはり「ビジネス日本語」は「一般日本語」プラス「商習慣・マナー」というイメージが強いことが伺える。この考えは次の質問

にも反映されている。

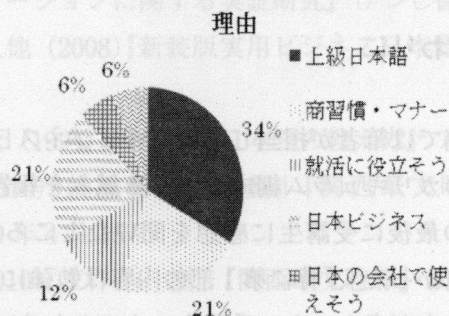


図 6

図 7 は、ビジネス日本語の授業で特に勉強したいものを任意に書いてもらった結果である。商習慣・マナーを挙げた回答者がもっとも多く、10 名ほどであった。ビジネス日本語が公的場で使われる言葉であるという性格が意識されたようで、敬語の勉強が多く挙げられている。さらにこの授業を通して就職活動について知識を得たい、もしくは日本の企業や法律を学びたいという回答者もそれぞれ 1 割以上いた。

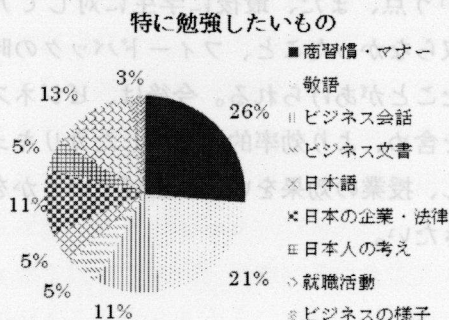


図 7

前節でビジネス日本語教育の特徴について述べたが、このアンケートの示した結果はまさにそれを証明している。日本語表現、商習慣・マナー、就職活動、経営・法律上の常識など様々な分野における知識が受講生に求められていることがよく分かる。

4 カリキュラムの編成と実践

わずか 15 回の授業ですべての内容を網羅するのは難しいが、筆者自身の企業での勤務経験、長年の

日本語学習者としての経験、また日本語教師としての経験を顧み、さらに前節のような受講者の特徴を踏まえて、優先順位を決めながらシラバスを決定した。

カリキュラムは三つの部分で構成した。第 1 部ではキャリア、経営、経済、法律、就職活動、社会人とビジネスの常識等各側面から基礎知識を教え、ビジネス日本語のベースを築く。第 2 部では、ビジネス会話を中心に練習させる。第 3 部では、ロールプレイを通して 1 部と 2 部の理解を深める。第 1 部は教師を主体とし、第 2 部は教師と学生による共同進行であるが、第 3 部は学生主体の学習に移行するように構成した。

以下、具体的な内容を説明する。

4-1 第 1 部の内容

第 1 部では、テーマを五つに絞った。

①「仕事とライフプランニング」

社会的身分の転換に着目し、まず学生と社会人の違いを考えさせる。次にキャリア形成の観点から長いライフスパンを考慮して自分の「できること、やりたいこと、すべきこと」を分析させ、ライフプランニング作成のポイントを指導する。さらにそのライフプランを実現させるのに養わなければならない力を挙げ、学習意欲の向上を促す。

②「日本の企業とは」

会社の起源からはじめ、筆者の経験を踏まえながら現代企業の分類、組織、給与体系、特に日本企業の特徴説明を中心に行う。

③「就職活動の流れ」

業界研究と会社分析の手法を含め、就職活動に出遅れないように事前準備やスケジュール管理の方法を教える。また、エントリーシート の書き方、会社説明会や面接のポイント、OB 訪問のマナーなど流れに沿って一連の注意点をピックアップして就職活動のイメージを作ってもらふ。

④「社会人の基本」

身だしなみと態度から正すこと、おじぎや名刺、おみやげなどビジネス関係だけではなく、日本

で社会人として生きていくのに必要最小限の常識・マナーを社会文化的意味を説明しながら習得させる。敬語の使い方は重要な学習内容として時間をかけて指導する。またコミュニケーションを円滑にさせるために社会人としての話術にも言及する。

⑤「日本ビジネスの基本」

国によってビジネスの慣習が異なるため、日本でビジネスに携わる際に注意しなければならないルールがある（たとえばホウ・レン・ソウ、社内文書の使い方など）。

第1部では、基礎知識の習得だけではなく、留学生が普段接触する機会の少ない語彙の学習もねらいのひとつとしている。また、いずれのテーマにおいても、他国との比較を通して理解を深めることに留意した。

4-2 第2部の内容

第2部はアルク出版の『実用ビジネス日本語新装版』を使用し、日本語によるビジネス会話を練習した。このテキストの特長は、各ユニットに「基本会話」、「戦略会話」と「実用会話」が設けられており、受講生が多くの表現を身につけることができることである。また、日本社会の常識やマナーについて短く説明した「Coffee Break」は、第1部の講義と対照的に読むこともできる。

受講生は基本的に日本語の中・上級学習者であるため、主にグループに分けて6回にわたり会話の練習を行うことにした。

4-3 第3部の内容

第3部はロールプレイである。来客・打ち合わせ、商談、訪問など、社内外のビジネス場面を各グループで設定し、それぞれ5～10分間程度のビジネス会話をする。条件としては、社会人らしい外見で実施することと、名刺交換、おじぎ、上下関係、社内挨拶など1部と2部で触れた内容を含めることである。最後にビデオ撮影したものを全員に見せて、お互いに指摘することによってビジネス場面で起

こしやすいミスに気づかせることができた。

5 おわりに

本稿では筆者が担当している「ビジネス日本語講義」のカリキュラム編成をめぐる試みを報告した。授業の最後に受講生に感想を聞いたところ、「とても面白かった」、「特に第1部の内容は勉強になった」という声が多かった。受講生の中にこれまで十数社の書類選考や面接に不合格だったが、この授業と筆者による個人指導を受けて希望の会社に採用された学生もある。

実践を始めて日が浅く、カリキュラムにもまだ未完成の感が強く残っているものの、この実践によって今後の授業のための多くの示唆を得ることができた。

反省点としては、ビジネス会話は多くのコミュニケーションの場面を含み、表現も多様であるため、6回だけの授業ではとても教えきれないことがあったという点、また、最後に学生に対してアンケートを取らなかったこと、フィードバックの時間が短かったことがあげられる。今後は、ビジネス文書の指導を含め、より効率的で充実したカリキュラムを検討し、授業の効果をいかに上げていくかを検討していきたい。

注

1. 厚生労働省ホームページ：告示第四十号（平成20年2月29日）<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2008/02/h0229-1.html>
2. 文部科学省ホームページ：「留学生30万人計画」の進捗状況について
http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/-icsFiles/afieldfile/2009/10/02/1284755-1.pdf
3. 日本学術振興会事業案内ホームページ
<http://www.jsps.go.jp/j-kokusaika/index.html>

参考文献

池田伸子（2001）『ビジネス日本語教育の研究』東京堂出版

- 近藤彩 (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
- 高野岳人他 (2008)『新装版実用ビジネス日本語』アルク
- 高見澤孟 (1994)『ビジネス日本語の教え方』アルク
- 湯瑾 (2010)「就職和人生規劃」『関西華文時報』
2010 年 4 月 15 日
- 湯瑾 (2010)「工作是什麼」『関西華文時報』2010 年
5 月 1 日
- 湯瑾 (2010)「留学生前輩指導就職活動一二三」『関西華文時報』2010 年 7 月 1 日
- 日本キャリア教育学会 (2008)『キャリア教育概説』
東洋館出版社
- 文部科学省 (2004)『キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書—児童生徒の一人一人の勤労観、職業観を育てるために—』
- 羅萃萃 (2008)『經濟全球化語境下的商務日語教育』
東南大学出版社