

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—

川口直巳 古本裕子¹

キーワード：アジア人財、工学系留学生、日本企業、ビジネス日本語

1. はじめに

最近、「ビジネス日本語」という言葉が日本語教育の中でよく取り上げられるようになった。また最近では、「ビジネス日本語研究会 (BJG)」²が発足され、「ビジネス日本語」が注目されていることが窺える。留学生が増加する傾向にある現在、今後大学での「ビジネス日本語」クラスの実施も増加が予想される。しかし、「ビジネス日本語」の位置付け、定義付けが確定されているわけではない。

本研究は、「アジア人財資金構想プロジェクト」³の「ビジネス日本語」、「ビジネス事情」クラスの授業内容改善を目的とし、企業が大学に求める日本語教育内容について、自動車関連企業 10 社にインタビュー調査を行った結果を示す。

2. 研究目的

「アジア人財資金構想プロジェクト」は、外国人留学生が日本企業で働く上で克服すべき課題として、「ビジネス日本語能力」「ビジネス文化・知識理解」「社会人としての行動能力」を挙げており、それらを大学で教えるカリキュラムが作られている。しかし、「ビジネス日本語能力」とは一体どのような能力なのだろうか。

エンジニアを志望する留学生に必要とされる日本語能力は、就職活動中または就職後においても、文系の留学生のそれとは違うことが予想される。日本での就職を目指す工学系留学生に対して、大学でどのような「ビジネス日本語」を教える必要があるかを明らかにするため、就職先である企業のニーズを詳しく知る必要がある。企業のニーズを教師と学生双方で共有してはじめて、効果的な「ビジネス日本語」授業の実施が可能になると考えられる。本研究では、日本での就職を目指す工学系留学生に対して、大学でどのような「ビジネス日本語」クラスを実施すべきかを企業へのヒアリング調査から考察することを目的としている。

3. 先行研究

おくむら（2009）が『月刊日本語』編集部との協力を得て行った「大学におけるビジネス日本語クラスの実態調査」によると、学生のニーズの内容は、就職活動に関すること、ビジネス日本語・敬語、BJT 対策、ビジネスマナー・電話対応・e-mail など多岐にわたっていることが分かった。また、「ビジネス日本語」クラス実施に際しての問題点として、「適当な担当者がいない」、「授業内容を決めにくい（モデルがない）」、「市販のテキストが不足している」などが挙げられている。学生の「ビジネス日本語」クラスにおけるニーズは多岐にわたっているものの実際の実施に際しては多くの問題が存在していることが窺える。

山本ら（2008）は、日本企業が期待する外国人「人財」の能力について、公開されている外国人社員、企業に対するヒアリング調査やアンケート調査結果を分析し、検討を行っている。その結果、外国人社員はアカデミックジャパニーズに関わる能力が不十分なまま卒業し、入社する留学生が多く、その能力を入社後も過大評価していることを企業による評価と比較することにより明らかにしている。また、「日本企業は入社前から「ビジネス日本語」にこだわっているわけではなく、在学中は総合的な日本語力と、その背景となる日本文化社会に関する知識・対応力を身につけ、専門知識は入社後の育成項目としてとらえている企業が多いものと考えられる」とし、アカデミックジャパニーズと共通する力を強化することを提案している。おくむら（2009）は、『月刊日本語』1月号で、武蔵野大学、堀井恵子氏の意見を次のように紹介している。「実際に仕事をする時に問題発見・解決能力が最も重要であり、この力を身に付けることが「ビジネス日本語」の目標であり、それはアカデミックジャパニーズにおいて重要なものと大きく違うものではない」という堀井氏は、山本ら（2008）と同様、アカデミックジャパニーズの重要性を指摘している。

しかし、実際に日本企業が入社前から「ビジネス日本語」にこだわっているわけではないという直接の調査結果はなく、本研究では実際に企業へのヒアリング調査から、企業が求める大学での日本語教育（「ビジネス日本語」クラス）を考察しようと試みた。

4. 調査方法

4. 1 調査対象

調査対象企業は、アジア人財資金構想「自動車産業スーパーエンジニア養成プログラム」参加のコンソーシアム企業のうち、外国人社員を採用したことがある10社である。調査対象となった10社の企業概要を表1に示す。

表 1 調査対象企業 10 社の概要

	社員数	業種	外国人社員	仕事内容
A	36,000 人	自動車部品の製造販売	中国人 50 人。インド、ベトナム数人	あらゆる仕事（ローテーションする）
B	11,830 人	自動車部品	中国 48 人・韓国 9 人・タイ 1・アメリカ 3 人、ブラジル 27 人（以下 1 人ずつ）チェコ・スリランカ・台湾・カナダ・マレーシア	開発・物流・人事・生産管理・製造。全分野。
C	400 人	製造販売・メーカー商社	中国 5 人	現地法人総経理アシスタント・国際業務・海外技術指導員
D	10,000 人	製造	中国 5 人・アメリカ 2 人	開発・法務
E	6,000 人	自動車部品メーカー	中国 2 人・フランス 2 人・（以下 1 人ずつ）韓国・フィンランド・イギリス・カナダ	開発（理系）・経理・人事・広報・営業
F	9,800 人（派遣期間工を含む）	自動車部品メーカー	中国 12 人・（以下 1 人ずつ）ベトナム・トルコ・ロシア・ケニア・ペルー	開発、設計、グローバル事業 事業企画
G	3,600 人。	自動車部品	中国 20-30 人・韓国十数人・インド 5-6 人・ベトナム 2 人・タイ人 4-5 人	開発（理系）・経理・人事・広報・営業。全員総合職
H	550 人	情報・技術サービス	中国 10 人・韓国 1 人・ブラジル人 1 人（韓国ブラジルは永住権）	設計、技術マニュアルの企画、編集、翻訳、ソフトウェア開発
I	3,000 人	自動車部品製造	中国（12）韓国（5）マレーシア（2）台湾（以下 1 人ずつ）・インドネシア・チェコ・フィリピン・ケニア	開発、設計、生産技術、営業、総務、調達、品質管理
J	12,700 人	製造	中国 25 人、韓国 10 人、アメリカ 5 人、その他 10 人	開発、営業、管理部門、製造、生産

4. 2 調査期間

調査期間は、2009 年 4 月 29 日～2009 年 6 月 18 日である。

4. 3 調査に用いたアンケート

今回の調査にあたり、6 つの項目からなるアンケート用紙を作成した。アンケートの主な内容を表 2 に示す。質問 I、IV、VI は記述形式、質問 II、III、V は選択形式の質問となっている。

表2 アンケート用紙の主な内容

質問Ⅰ	企業概要を問うもの
質問Ⅱ	大学で行う授業について
質問Ⅲ	会社における日本人社員と外国人社員の日本語能力の比較
質問Ⅳ	自由記述（外国人社員の日本語力について）
質問Ⅴ	大学で行う日本事情の授業について
質問Ⅵ	自由記述（外国人社員の行動や態度、人間関係、文化知識に関する問題について）

事前に10社の調査対象企業にアンケートを送付し回答してもらった後、半構造化面接を行った。

5. 結果

今回の調査は、アンケートを事前に送付し、インタビュー時には、回答されたアンケートに沿ってインタビューを進めた。ここでは、調査結果として、アンケート結果にインタビュー結果を含めて紹介していく。

5. 1 企業が大学での授業に求める日本語指導

ここでは、アンケートの質問Ⅱの結果を紹介する。表3に、企業が大学での授業に求める日本語指導として選んだ項目の内訳を示す。「一般的な日本語」として「会話」、「書く」、「読む」ともに、半数以上の企業が必要であるとしている。また、敬語使用についても半数の企業が必要としていることが分かった。

これに対して、ビジネス場面で使われる日本語においては、「ビジネス文章を読む」が2社に挙げられている以外は、「ビジネスシーンでの会話」、「ビジネス文章を書く」ともに1社も挙げられていなかった。

ビジネス場面での日本語指導の必要性が低い理由として、6社が「大学では、ビジネスに関係する日本語よりも、OJT（On the Job Training）がスムーズに行えるように、基本的な日本語を身につけておく必要がある」を挙げている。また、「ビジネスシーンでの会話や、ビジネス文書の書き方などは、日本人でもできないため、そのようなことを外国人社員に要求しない」という理由を挙げた企業が6社あった。

入社後、日本人社員と共に受けるOJTがスムーズに行えるような日本語力が求められていることが明らかになった。

表3 大学での授業に求める日本語指導

一般的な日本語会話	7社
一般的な文章を書く	6社
一般的な文章を読む	6社
敬語使用	5社
工学系で使用する語彙	3社
一般的な事務処理に必要な語彙	3社
日本語能力検定1級	3社
日本語能力検定2級	2社
ビジネス文書を読む	2社
ビジネスシーンでの会話	0社
ビジネス文書を書く	0社

5. 2 外国人社員と日本人社員の日本語力の比較

ここでは、アンケートの質問Ⅲの結果を紹介する。表4に、外国人社員が日本人社員に比べ劣っているとして企業が挙げた項目を示す。

外国人社員が日本人社員に比べ劣っている点を聞いたところ、半数の企業は、「外国人だからといって劣っている点は特にない」と答えていた。

外国人社員が日本人社員に比べて劣っているとされたものは、「ビジネスレターが書けること」が最も多く4社であった。ビジネスレターのようなフォーマルな文章は、助詞などのミスが気になるという意見もあった。

敬語の使用においては、「目上の人に相談、報告」を含めて、外国人社員には難しいと判断されている企業があった(3社)。しかし、その反面、敬語の使用は日本人でもできないという現状もあるようで、「日本人は敬語を使おうとする意識すらないが、外国人は使おうとする意識がある点で、日本人よりも好感が持て、評価できる」とする企業もあった。

表4 外国人社員が劣っている日本語力

外国人が劣っている点は特にない	5社
ビジネスレターが書けること	4社
一般的な敬語の使用	3社
目上の人に適切な日本語で相談ができること	3社
目上の人に適切な日本語で報告ができること	3社

5. 3 企業が大学での授業に求める日本事情について

ここでは、アンケートの質問Ⅴの結果を紹介する。表5に企業が大学での授業に求める日本事情として選んだ項目の内訳を示す。

企業側が大学での授業に求める日本事情として、7割の企業が「日本人の行動様式」を挙げていた。アンケートの外国人社員の行動や態度、人間関係、文化知識に関する問題について問う自由記述(質問Ⅵ)に対する回答は、ほとんどなかった。理由としては、現在調査対象企業で働く外国人社員は、日本での生活経験があり、一般的な日本事情の知識に関わる問題は特にないとのことだった。また、外国人だからという問題ではなく、「個人の問題」と捉えているため「外国人の問題」とすることはできないという企業もあった。

表5 大学での授業に求める日本事情

日本人の行動様式	7社
終身雇用などの日本の労働習慣についての知識	4社
日本の文化・歴史	4社
ビジネス習慣についての知識	3社
企業組織についての知識	3社
一般の人との交流体験	2社
自動車産業についての知識	2社
ビジネス現場の人との交流体験	0

6. 考察

今回の調査結果から、今後の大学での「ビジネス日本語」クラスを考えるべく、1「企業が必要とする日本語力」、2「企業が求めるビジネス事情教育」、3「ビジネス日本語の

細分化の必要性」の3つの考察をおこなった。

6. 1 企業が必要とする日本語力

ここでは、企業が工学系留学生に求める日本語力を採用試験の合格基準に関連させて考察を行う。

今回調査対象となった10社のうち、採用試験の合格基準を「日本人と同じ」とする企業は8社だった。英語ができれば日本語ができなくてもいいという企業や、外国人採用枠がある、つまり日本人とは違う基準で採用するという企業は、それぞれ1社にとどまり、ほとんどの企業が日本人と同じ採用基準であることが分かった。今回の調査では、外国人社員が日本人社員と比べて劣っていると企業判断する項目が少なく、その原因の一つとして、現在調査対象企業で働いている外国人社員の日本語力がかなり高い事が推測できる。グローバル化が叫ばれる近年ではあるが、「日本人にはない外国人としての能力」を期待しての採用を行っている企業は、まだ少ないと言っていいのかもしれない。ある企業では、以前はグローバル化を意識して「外国人としての能力」を求めて採用を行ったことがあったが、入社後日本人社員との関係など組織としての問題が生じたため、現在は以前のような採用基準を設けず、「日本人と同じ」採用基準に戻ったとのことだった。このことから、工学系留学生は、必ずしも高度な日本語力が求められるわけではない外国人枠のある企業へ応募する機会はかなり少ないのではないかと推測できる。

一方、既に入社している外国人社員の日本語能力については、半数の企業が日本人と比べて「外国人が劣っている点は特にない」としていることが分かった。このことから、調査対象企業で働いている外国人社員の日本語力は、かなり高いことが推測できる。採用試験時に、日本語力が低い者はふるい落とされている可能性がある。

工学系留学生が就職活動に必要な日本語能力はかなり高度なものが求められており、「日本人と同じ」合格基準を満たす事ができる日本語能力取得を大学の授業で目指すことが望ましい。

しかし、この企業が必要とする日本語力とは、具体的にどのようなものだろうか。企業へのインタビューから探ってみることにする。まず、聴解力については、(企業が)技術を教えるために、相手(会社の人)の言っていることが分かるレベルの日本語力が必要であるという企業が1社あった。これは、結果でも述べたように、入社後OJTを行う際に指導者の指示が理解できるということとも関連されるだろう。

応答については、(1)論理的に・理路整然と話す3社、(2)的確な答えが返せる4社、(3)意志を伝える・自己PRができる2社 という意見があった。(1)「論理的に・理路整然と話す」においては、「言葉は少し変でも「内容のある話」ができること、話のボ

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

キャボラリーや細かいことよりも、話のストーリーなど理路整然と話すことができればいい」という意見からも、細かな助詞の間違いなどが面接時の致命的要因となるわけではないことが窺える。(2)「的確な答えが返せる」においては、「質問の趣旨に合った答えが返せること」、「的を射た答えができること」、「質問に対する答えがずれているのはダメ」というような意見があり、コミュニケーションの重要さが求められていることが分かる。

こうした企業の意見からも企業が言う「日本人と同じ」とは、必ずしも日本語が細かいところまでネイティブレベルというものではないことが推測できる。

6. 2 企業が求めるビジネス事情教育

結果に示したように、企業の人事担当者の多くがビジネス事情教育に求めているのは、「日本人の行動様式」を教えることであった。しかし、この行動様式が示すものが何なのか、具体的に分かったわけではない。この点について、インタビューの内容から推測してみる。

ある企業は「日本の企業は終身雇用を前提に、長期的な視点で育成したり、キャリアを積んでもらうということが（外国人に）なかなか理解されにくい」と言う。8社が、外国人社員の一般的な問題点として「入社してもすぐやめてしまう」など在职期間の短さを挙げた。中には「得た技術を持って他の会社に転職するような人」さえいるようである。またこの他に、外国人社員は「自分の希望やキャリアにこだわりすぎる」傾向があるとする場合もある。このため、企業のシステムとして「希望部署」を考慮したり、昇給昇進システムを工夫する例もあった。この点について、ビジネス事情教育でできることは、「終身雇用」や「会社の方針で配置部署が決められる」など、日本企業の伝統的な人事システムと考え方、さらには日本人の行動様式について、事前に知識を与えておくことであろう。

一方、現在在籍する外国人社員について言えば、7社が「文化面で問題となっていることはない」と答えている。これは、日本語力についても現在在籍している社員には問題がないという回答が多かったことと共通する現象である。日本語力に問題がなければ、文化的な問題も起きにくいという可能性がある。日本語力が高ければ、日本の文化習慣や知識を取り入れることもできる。もし問題が発生したとしても、日本人とコミュニケーションすることによって関係を調節することができるのではないだろうか。考え方の違い、行動様式の違いを決定的な問題に発展させないために、大学において十分な日本語力をつけておくことも重要である。

6. 3 「ビジネス日本語」の細分化

これまで出版されている「ビジネス」という言葉が表記されている日本語のテキストの多くは、「自己紹介」、「名刺交換」「電話応対」などの場面シラバスのテキストや、「断る」、「同意する」、「謝罪する」などの機能シラバスのテキストが多く目に付く。しかし、今回行った調査からは、こうしたテキストで取り上げられている項目は入社後に OJT (On the Job Training) で行うため、知識として知っているにこしたことはないが、敢えて入社前に身につけておく必要はないという企業が多かった。けれど、このような意見は、企業によって異なるものであると思われる。OJT の実施の有無や内容に関しても企業によっては異なることが予想される。エンジニアと一般職でも就職先で求められる日本語力は違ってくるはずである。また、就職活動の場所（母国か日本か）や、外国人枠への応募かそうでないか、ブリッジ人材⁴としての採用かなど企業のニーズによっても違うはずである。従って、必要とされる日本語力は一様ではなく、このことを鑑みると、「ビジネス日本語」の内容も細分化されることが理想と思われる。細分化されることによって、留学生も就職後どのような日本語が必要とされているのかを事前にある程度知ることができ、自分にとって必要な日本語力の獲得に努力することができ、日本での就職を目指すことができるのではないだろうか。

多角的な視点から「ビジネス日本語」とは何かを考えることが必要であり、「ビジネス日本語」を細分化していくことが、今後の大学における「ビジネス日本語」クラス内容の充実につながると考えられる。

7. 今後の課題

工学系留学生の多くは、文系留学生ほど論文に高度な日本語力が求められていることはない。研究も実験が大部分を占めているケースも多く、博士課程になってもローマ字で日本語を表記する学生もいる。こうした盲点とも言える工学系留学生に欠けている日本語力を早い段階から日本語クラスで補い、日本での就職活動を行える日本語力をつけるため、工学系留学生の日本語使用状況の把握も必要である。

今回は企業の調査結果にとどまり、工学系留学生への具体的な「ビジネス日本語」クラスの提案には至らなかった。今後は今回の調査で多くの企業が必要であるとした力を伸ばすことを目的とした教材の開発を進め、「ビジネス日本語」クラスの改善につなげたい。

8. 参考文献

古本裕子・川口直巳・山本いずみ (2009) 「日本企業に就職する工学系留学生へのビジネス日本語とは？—アジア人材コンソーシアム企業に対するヒアリング調査より—」『日

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

本語教育方法研究会誌 Vol.16 No.2 2009』

おくむらまき (2009) 「ビジネス日本語の最前線 第10回 大学におけるビジネス日本語クラス」『月刊 日本語』1月号 pp.57-59

山本富美子、糸川優、渋谷倫子、副島健治、戸坂弥寿美、星野智子 (2008) 「企業が期待する外国人「人財」の能力とビジネス日本語」『専門日本語教育研究』第10号 pp.47-52

おくむらまき (2008) 「ビジネス日本語の最前線 第7回 大学でのビジネス日本語教育」『月刊 日本語』10月号 pp.49-51

本論文の内容においては、川口直巳がすべての責任を負っております。

¹ 名古屋工業大学国際交流センター非常勤講師

² 社団法人日本語教育学会のテーマ領域別研究会として「ビジネス日本語研究会」(Business Japanese Group; BJG) 発足。第1回研究会が2010年6月18日に行われた。

³ 経済産業省と文部科学省共催の「アジア人財資金構想」事業とは、日本で学んでいる留学生に「ビジネス日本語」「日本ビジネス教育」などの講義を実施、インターンシップ、就職支援を行い、卒業後の日本企業への就職を総合的にサポートし、日本やアジアの国際競争力を強化することを大きな目的としている。

⁴ 日本企業からシステム開発を請け負っている海外の会社で、日本とのやり取りや、発注側のニーズを正確に現場の従業員に伝える、いわゆる日本企業との橋渡し役（ブリッジ）を務める人材。

