

留学生への就職支援としての日本語教育

—何が学ばればいいのか?—

Japanese Language Education as the Employment

Support Program for International Students:

What should be Learned?

コミュニカ学院学院長 奥田 純子

OKUDA Junko

(Communica Institute)

キーワード：ビジネス日本語教育、留学生支援

はじめに

留学生のための就職支援としての日本語教育は、日本の国際人材獲得施策「アジア人財資金構想」¹をマイルストーンとする新しい言語教育の分野である。一般的に就職支援ということばから、敬語、面接、ビジネス・マナーがイメージされることが多いが、教育内容はそれらに留まるものではない。キャリア形成や就職活動の支援のほか、高度職業人材育成やアカデミック・スキルの養成領域とのアーティキュレーション（連続性）を前提とし、対象範囲はビジネスパーソンのものより相当広い。今日、このような広義の就職支援としての日本語教育は、「留学生のためのビジネス日本語教育」という名称で定着しつつある。よって本稿では、「ビジネス日本語教育」を留学生のための就職支援としての日本語教育の意味で用いる。

以下では、まず、はじめに、ビジネス日本語教育の射程領域をアーティキュレーション、他部門との連携も含めて述べる。その上で、留学生を社会や職業につなぐビジネス日本語教育の観点から教育上の留意ポイントを示し、受け入れ促進のための留学生支援の一助としたい。

¹ 「アジア人財資金構想」は、日本企業への強い就職意欲を持つアジア等の留学生に対し、ビジネス日本語、日本ビジネス、社会人基礎力養成、インターンシップ、就職支援をワン・パッケージで提供し、産業界で活躍できる専門イノベーション人材の育成を目的とした経済産業省、文部科学省の共同事業である。2007年～2013年に実施され、170大学、留学生約2,000人が参加した。

1. 就職支援としてのビジネス日本語教育の領域

ビジネス日本語の教育領域はおおよそ3つに大別される（図1参照）。1つは、「就職・就業に必要な活動」の観点から取り組まれる領域で、「キャリアデザイン」、「ビジネス・コミュニケーション」、「専門技能」が学習／教育のコンテンツとなる。2つ目は、「職業・職種の異同に関わらず必要なスキル（知識・技能・態度）」の領域で、「汎用的能力（generic skills）」、「文化的対応力」が含まれる。最後の3つ目は、先の2つの領域の活動やスキルを下支えする日本語力の領域で、アカデミック・ジャパニーズを基礎とする。

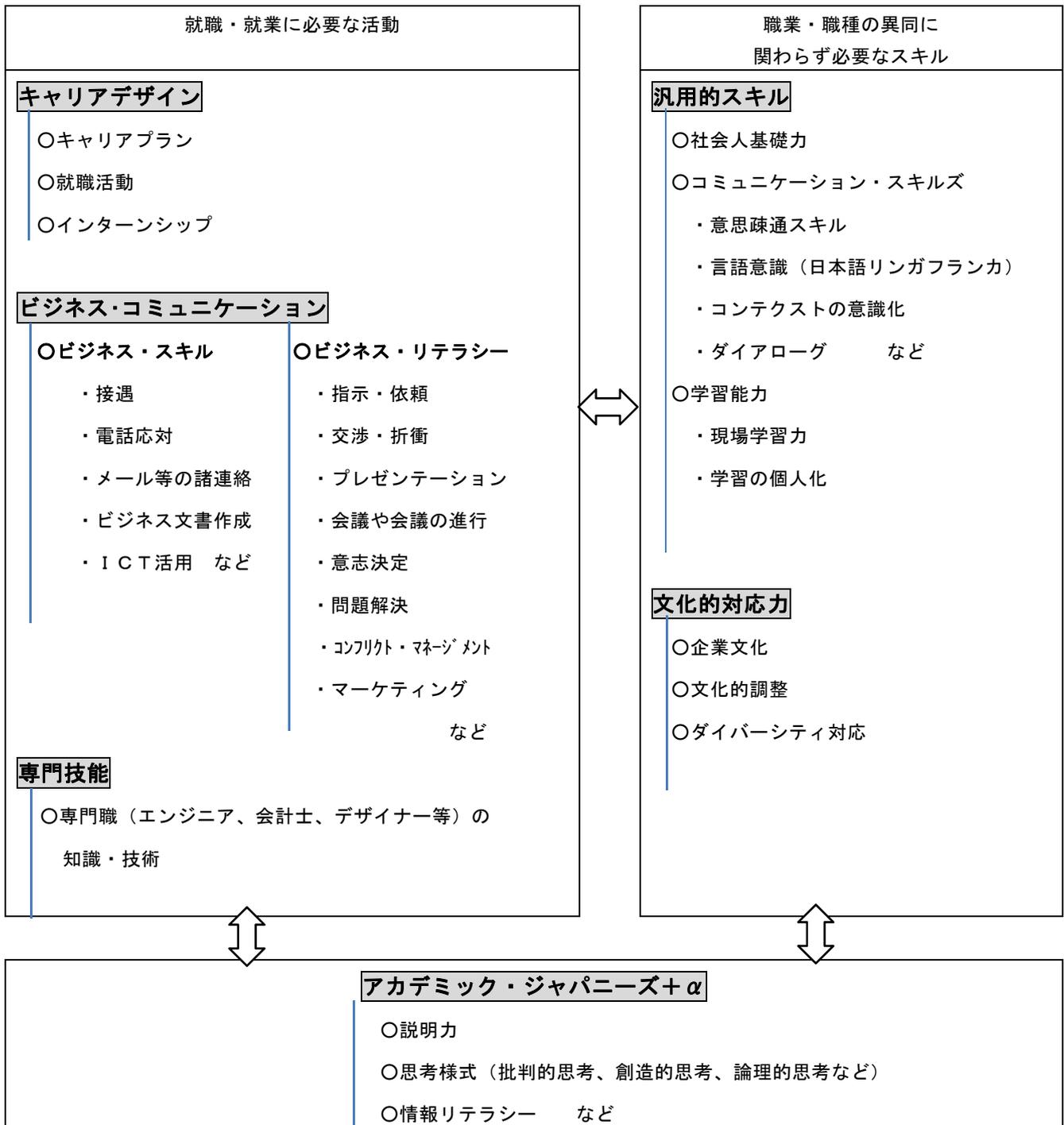


図1 ビジネス日本語教育の領域

1-1. 就職・就業に必要な活動

1-1.1 キャリアデザイン、専門技能

就職・就業に必要な活動の内、「キャリアデザイン」は、キャリア・カウンセラーや就職指導担当者、企業のインターンシップ受け入れ担当者との連携によって実施するもので、面接、ビジネス・マナー、エントリーシート、インターンシップ報告などが教育／学習項目となる。

連携という点では、「専門技能」は専門分野の指導教官との連携が必要である。この分野のビジネス日本語は専門職（エンジニア、会計士、デザイナー等）の日本語がほぼ該当し、これまでも専門日本語教育として実施されている。以上の2分野は、言語習得／運用そのものを目的とするのではなく、キャリアデザインや専門的な実務を遂行するための手段・道具として日本語の教育／学習を捉えるところに特徴がある。

1-1.2 ビジネス・コミュニケーション

「ビジネス・コミュニケーション」は、ビジネス・スキルとビジネス・リテラシーが複合的に活用されるもので、ビジネス組織の企業活動全般におよぶ。ビジネス・スキルは、メールや電話対応など、特定のビジネス上の実務を日本語で実現する力を指す。ビジネス・リテラシーは、複雑で難度の高いやり取り—例えば、交渉・折衝、会議、プレゼンテーション—において状況に応じて適切に言語を使用することや電話によるクレーム対応といった非対面コミュニケーションにおける伝達能力（communicative language competences）などを指す。連携の点から言えば、ビジネス・コミュニケーションは、企業人やビジネス経験者との協働領域である。

ビジネス・コミュニケーションの扱いは、軸足の置き方によって3つのタイプがある。1つは、言語習得／運用に軸足を置くものである。2つ目は、仕事で求められる課題（タスク）の達成能力に比重を置くもので、日本語の伝達能力は課題を達成するプロセスの中で身に付くと考えられている。1つ目のタイプが、特定のビジネス場面（例えば、業務の進捗報告）に応じた機能的な言語的实践を重視するのに対し、2つ目のタイプは、日本語を媒介とするビジネス・リテラシーの育成と日本語で仕事をする際に必要なコミュニケーションに重点が置かれる。

3つ目は、職業や職種の異同に関わらず必要となる「汎用的スキル（generic skills）」をビジネス・コミュニケーションの教育／学習の中で育成しようとするものである。これについては、次項で紹介する。

1-2. 職業・職種の異同に関わらず必要なスキル

1-2.1 汎用的スキル

汎用的スキルとは、特定の職業に限定されず職業分野を超えて活用できる移転可能(transferable)

な就業力(employability)である。職場で成功していける可能性を高め、生涯にわたって自分なりにキャリア展望を推進していける力だと言われている(川嶋, 2010)。

図1にある「社会人基礎力」は、経済産業省(2006)が産業人材育成の観点から提唱した汎用的スキルで、職場や地域社会の中で多様な人々と共に仕事を行っていく上で必要な基礎的能力として以下が提示されている。①前に踏み出す力(主体性、働きかけ力、実行力)、②考え抜く力(課題発見力、計画力、創造力)、③チームで働く力(発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール)。社会人基礎力は、教えたり、指し示したりすることはできない。例えば「主体性」について、ことばの辞書的な定義や重要性を教えることは可能である。けれども、ことばの知識が増えたからといって、主体性が身に付いたということにはならない。そこで、実際の達成目標が設定された企業の課題を解決する活動を通して汎用的スキルを育成しようというのが上に述べた3つ目のタイプである。アジア人財資金構想では、ビジネスレベルの日本語能力、ビジネス文化の理解力、社会人としての行動能力(社会人基礎力)を統合的、協働的に学ぶプロジェクト型学習(Project Based Learning)が提案された。

1-2.2 文化的対応力

さて、「文化的対応力」は、文化とコミュニケーションの関係性をどう捉えるかによって教育・学習の志向性が異なる。ここでは3つの立場を見ておく。

まず、文化がコミュニケーションに影響するという立場が一つある。文化は、ある枠組みを持つ比較的安定した存在であり、文化は互いに異なるという前提のもとで、コミュニケーションの背後にある考え方を理解することやコミュニケーション上の齟齬、摩擦の理解と解決が志向される。〇〇人との契約交渉では、どのように話を進めれば効果的かといったノウハウを学ぶことや、コンフリクト場面のエピソードをケーススタディによって解決する学習が志向される。そこでは、内容(問題の所在・コンフリクトの原因と解決策)と言語(解決策を具現化する日本語表現)の両面において文化的・言語的調整が教育/学習の対象となる。

次に、文化はコミュニケーションを媒介して生成されるとする立場では、文化を共同体におけるコミュニケーションの産物とみなし、文化は共同体のメンバーのアイデンティティの源泉と捉える。文化がコミュニケーションの所産であるならば、文化をコミュニケーションによって修正したり、作り直したり、あるいは新たに創ることができるとする主張もここに含まれる。この立場は、先述と同様にコミュニケーションの産物としての境界(枠組み)を持つ文化の存在を前提にする。したがって、ビジネス・コミュニケーションの背景にある、いわゆるビジネス文化や日本企業文化という切り口から境界内部の有り様が取り上げられることになる。

最後は、文化はコミュニケーション・プロセスのなかで共時的に顕在するという立場である。この

立場では、文化は国民文化や民族文化といった明確な枠組みを持つ静態的、本質主義的な単位ではなく、個人が持つ考え方、イデオロギー、価値体系、態度、習慣、帰属意識、ことば、などの総体と捉える。先の立場が、人が文化に属すると捉えるのに対し、これは、文化が人に属するという見方(Valsiner, 2007)である。個々人の文化は他者との関わりの中で現れ、文化的差異は動態的、構築主義的に関わりを通して間主観的に（再）構築されたり、評価されたり、あるいはまた変容したりもする。この関わりという社会的過程がコミュニケーションであり、文化はコミュニケーション過程の中で流動的にコンテキストとの関連で立ち現れると考えるのである。したがって、異文化調整には正解というものはなく、異なる考え方を持つ人とも人間関係を損ねることなく仕事を進めていくにはどうすればいいかを協働を通して学習者が自ら導き出していくことが教育／学習の中心となる。図1にあるダイバーシティ対応はこの類である。

その他の汎用的スキルは、後節の教学上のポイントで述べる。

1-3. アカデミック・ジャパニーズ+ α

アカデミック・ジャパニーズは周知のように、あるテーマにそって知識、思考を理解したり表現したりするための日本語である。言い換えれば、聴く、読む、調べる、まとめる、伝える、考えるための日本語である。アカデミック・ジャパニーズは、高度人材としての業務遂行や仕事場面での言語コミュニケーションの基礎となるものであり、就職支援から言えばこれらもビジネス日本語教育の重要な領域である。

けれども、アカデミック・ジャパニーズがビジネス日本語として必要十分かという点必ずしもそうとは言えない。アカデミック・ジャパニーズは、説明力、思考様式、情報リテラシーの基礎力としてビジネス日本語に貢献するが、業務の流れの中で捉えて言語的に遂行したり、社会人・企業人として振舞ったりするためのものではない。したがって、この部分は別途、取り上げる必要がある。

また、説明力（まとめる、伝える）で重要視されるのは、アカデミック・ジャパニーズもビジネス日本語も共に論理性、合理性、情報の正確性ではあるが、ビジネス場面ではそれに端的さと相手にとっての分かりやすさが強調される。一言で伝えられれば最も良いわけで、説明の構成もまず結論からということが多い。このような点が「アカデミック・ジャパニーズ+ α 」の α 部分である。

2. ビジネス日本語教育における教学上のポイント

現在のビジネス日本語教育の射程は、上に見たように広範囲に及ぶが、ここでは、ビジネス日本語教育における教学上のポイントをいくつか取り上げてまとめておく。

2-1. コミュニケーション・スキルズ（知識・技能・態度）

汎用的スキルの一つである「コミュニケーション・スキルズ」（図1参照）の育成は、ビジネス日本語における教学上の重点ポイントである。

コミュニケーションは、自己と他者が相互に影響を及ぼし合う過程である。このコミュニケーション過程において、他者と相互依存的に協力し、ことばの交換を通して共有の意味体系を構築する協働活動、すなわち、コミュニケーションのジョイント・ベンチャー²（ハウエル・久米，1992）に参加するための知識、技能、態度（意志、動機、姿勢）がここで言うコミュニケーション・スキルズである。コミュニケーション・スキルズが目指すものは、言語的实践における流暢さや正確さではなく、相互行為としての協働的な意味共有にある。したがって、ジョイント・ベンチャーに参加する日本人社員にも必要なスキルである。以下では、「意思疎通スキル」、「言語意識（日本語リンガフランカ）」、「コンテキストの意識化」を簡約に紹介する。

2-1.1 意思疎通スキル—確認スキル、再構成スキル、低文脈化スキル

業務を遂行するには、業務そのものを遂行するスキルと業務遂行のための「意思疎通スキル」が必要である。3社から取り寄せた見積金額の比較一覧表を作成するよう上司から指示されたとする。コンピュータの表作成ソフトを使って一覧表を作る技能が業務遂行スキルである。いつまでに、どのような仕様で何部作るのか、一覧表はどういった目的で使われ、作成を自分に指示した上司の意図、期待はどこにあるのかなど、業務遂行をめぐる情報を共有化するための技能が意思疎通スキルにあたる。

意思疎通スキルには3つのタイプがある。一つは、指示・依頼内容の「確認スキル」である。簡単な指示であっても「はい、分かりました」と答えるだけでなく、その場で声に出して内容を復唱確認することである。コミュニケーション・スキルズが焦点を合わせるのは、ビジネス場面で使われる言語の習得ではない。けれども、確認のための言語表現の選択肢を身に付ける必要はある。「～ですね」「～ということですね」など。あわせて「～ということですか」は質問に聞こえるし、「～ますね」は宣言に聞こえ、「～ですよ」はなれなれしく聞こえるなど、似た表現とのニュアンスの違いも理解しておく必要がある。

2つ目の「再構成スキル」は、アカデミック・ジャパニーズでいう、パラフレーズ（見聞きした内容を自分の言葉で再構成して表現する）と機能は同じである。ビジネスでは、人から聞いた話や状況を同僚や上司に伝える場面が多くある。見聞きした情報を簡潔にまとめ直して事実関係を正確に伝えることがこのスキルのポイントである。

² もともとはビジネス用語で二社が資本を出し合って設立する合弁会社をさすが、ハウエル・久米は、対人間でなされるコミュニケーション過程での共同作業あるいは協力活動をジョイント・ベンチャーと呼んだ。

3つ目の「低文脈化スキル」は、コミュニケーション・リスクを低減して意味共有を促進するためのものである。とは言え、難しいことではなく、指示・依頼、説明が曖昧あるいは不十分な場合に、意図を明確にしてもらうための質問をすることである。日本語コミュニケーションは、状況に依存する高文脈コミュニケーションである（Hall, 1976）と言われているが、状況に依存しない、つまり、聞き手に察することを期待せず、すべて言葉で明示的に表す低文脈コミュニケーションへと相手の言語コードをシフトしてもらうためのスキルである。

見積金額の比較一覧表の作成指示を例にとれば、「何時までに提出すればいいですか？」のように、上司が明示しなかった情報—いつまでに、どのような仕様で何部作るのか、一覧表はどういった目的で使われ、作成を自分に指示した上司の意図、期待はどこにあるのか—を明示してもらうための質問をすることがスキルの実際ということになる。

2-1.2 言語意識—日本語リングフランカ

日本語という個別言語に対する日本語ユーザーとしての向き合い方が、ここで言う言語意識である。多様な背景を持つ人々が協働する企業内では、日本語母語話者の日本語を基準とする民族言語としての日本語ではなく、さまざまな第1言語を持つ社員たちがリングフランカ（共通語）として用いる、言わば国際言語としての日本語という捉え方が必要である。この捉え方は、先に述べた低文脈化スキルとも通低する。教学のポイントとして言えば、日本語リングフランカという言語に対する態度の養成と言えるだろう。もちろん、日本語リングフランカの発想は、日本語母語話者に対しても唱道する必要があるが。

2-1.3 コンテキストの意識化

先に述べた低文脈化スキルは、要は質問であるが、この質問は、仕事を流れの中で捉えようとする態度・姿勢から生まれるものである。仕事の流れとは、見積金額の比較一覧表の作成で言えば、一覧表の作成⇒会議での検討⇒発注先の決定⇒発注ということになる。一覧表の作成という簡単な業務一つをとっても、仕事の流れの中で捉えられなければ、それは単なる作業となってしまう。

どのような仕事にも流れがある。流れとは別言すれば、仕事を取り巻くコンテキストである。一覧表の作成指示というコミュニケーションは、そのコミュニケーション行動を取り巻くその場の状況（コンテキスト）とその場をとりまく、例えば、商品の発注のような上位の背景的状况に埋め込まれている。コミュニケーションはコンテキストのない真空状態の中では起きえない。仕事をコンテキスト中で捉えていく、つまり、コンテキストを常に意識することが、ひいては日本語で仕事ができるということにつながっていくのである。

2-2. アーティキュレーション

アーティキュレーションには、言語教育以外の分野との外的アーティキュレーションと言語内部の内的アーティキュレーションがある。

2-2.1 外的アーティキュレーション

留学生の就職支援には、初年次教育、専門教育、出口支援の就職活動支援、企業でのインターンシップが言語教育と有機的に接続する体制を整備していくことが必要である³（図2参照）。けれども、実際に多くの教育機関では他分野との連携や情報交換がなく、それぞれが個別に教育・研修・支援をしているという現状がある。一例をあげれば、キャリアセンターでの就職活動支援や初年次教育における自己分析・キャリアプランづくりの導入とビジネス日本語教育に連続性がないなどである。

キャリア支援では、面接試験に備えて留学生活の経験とそこで得たことを総括することが広く行われている。言わば、キャリアにつながる留学生活の棚卸しである。「学業とアルバイトを両立した。頑張ることを学んだ」、「最初は日本語が分からなくて困ったが、慣れたら分かるようになった。あきらめずに努力することを学んだ」などは留学生によくあるパターンである。けれども、これではキャリアにつながる成長体験とは言えない。体験の具体性をエピソードに表現し、地に足のついた成長体験として言語化することで、体験ははじめて意味ある経験となる。企業が面接で見定めようとするのは職業人としてのポテンシャルであり、それは言語化された経験の質の評価を通して行われる。

では、採否の判断材料の一つとなる留学生活の棚卸しは、キャリア支援、ビジネス日本語教育のどちらが職掌すればいいのだろうか。結論から言えば、いずれが担当するかは教育機関内で活用可能な教師を含めた教育資源によるということである。アーティキュレーションの要諦は、キャリア支援の具体的な支援活動の内容とビジネス日本語教育のそれとを教育資源の条件や制約を考慮してすり合わせるところにある。以上のことは他の分野とのアーティキュレーションにもあてはまる。



図2 アーティキュレーションの分野

³ 日本語教育機関においては専門教育、初年次教育との接続はない。

2-2.2 内的アーティキュレーション

内的アーティキュレーションは、言語（日本語）内部における接続である⁴。図1に示したようにビジネス日本語の基礎はアカデミック・ジャパニーズである。さらに、アカデミック・ジャパニーズは基礎日本語（一般日本語）がベースになる。つまり、内的アーティキュレーションとは、基礎日本語から、アカデミック・ジャパニーズへ、そしてビジネス日本語へと連続性を持つことである。この連続性は、単に日本語能力レベルの段階的なつながりということではない。例えば、ビジネス日本語段階で、留學生活で得た経験や学んだことを採用面接で話すというタスクをする場合、基礎日本語段階では身近な体験エピソードを書く、アカデミック・ジャパニーズでは説明力、思考様式を活用して体験から得たことを論理的に伝える、ビジネス日本語では相手に応じて分かりやすく端的に述べるという、内容的なつながりが言語教育／学習の内部にあるということである。

一般的に言語教育において教育・学習内容は、目標に向かって積み上げていく方式、言い換えれば、上向きに設定される。しかし、内的アーティキュレーションでは、それとは逆向きにバックワード・デザインされる。まず、ビジネス・コミュニケーションの教育内容を選択し、次に、これを支える基礎力としてのアカデミック・ジャパニーズを特定する。そして、最後にアカデミック・ジャパニーズに接続する基礎日本語の内容を確定するという下向きの設定手順をとる。この手順がポイントである。

3. まとめにかえて

本稿では、現在、留學生への就職支援としての日本語教育が広範囲な領域を射程し、ビジネス日本語教育として展開していることを示した上で、ビジネス日本語の教育領域を紹介した。そして、これからのビジネス日本語教育が注力しなければならない汎用的スキルおよびアーティキュレーションを中心にビジネス日本語の教学上のポイントを述べた。本稿では、紙面の制約上、「学習能力」について言及できなかったが、業務を行う中で自律的・継続的に経験を資源として学んでいく「現場学習力」と自身のニーズに合わせて学習をカスタマイズする「学習の個人化」もポイントであることは指摘しておきたい。

ビジネス日本語教育はプラクティカルな分野である。そのため、企業や社会の変化を看取り、教育を構想する必要がある。しかし、このことは、企業や時代が要請する人材モデルを無批判に受け入れてそれに応えるということの意味するものではない。ビジネス日本語教育が研修ではなく、教育の分野に属するならば、今後のビジネス日本語教育は、留學生の人的成長にどう関わっていくかを検討していかなければならないであろう。

⁴ 日本語教育機関におけるビジネス日本語教育は、内的アーティキュレーションが主要課題となる。

参考文献

- 奥田純子(2010)「就職準備教育としてのビジネス日本語教育の課題—日本語学校の実践を通して」『2010年度日本語教育学会秋季大会予稿集』日本語教育学会, pp. 49-52
- 奥田純子(2012)「ビジネス日本語教育における日本語教育会の動向」『AJALT』AJALT, pp. 26-30
- 奥田純子(2012)「連載: グローバル時代のビジネス日本語」『日本語ジャーナル』アルク
- コミュニケーション学院(2009)『「アジア人財資金構想」産学協同による環境共生型ものづくり高度人材育成プログラム ビジネス日本語』大阪大学大学院高度人材育成センターアジア人財教育プログラム
- コミュニケーション学院(2015)『留学生のためのビジネス日本語 HAND BOOK』学情
- 川嶋太津夫(2012)「変わる労働市場、変わるべき大学教育」『日本労働研究 No. 629』pp. 19-30
- 経済産業省(2006)『「社会人基礎力」育成のススメ～社会人基礎力育成プログラム普及を目指して』ハウエル、ウイリアム・久米昭元(1992)『感性のコミュニケーション』大修館書店
- 堀井恵子・奥田純子・栗飯原志宣(2010)『「社会につながる, 豊かな人材育成」のためのビジネス日本語教育の課題を整理し, デザインを試みる』『2010年度日本語教育学会秋季大会予稿集』日本語教育学会, pp. 45-56
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York, NY: Doubleday.
- Valsiner, J. (2007). *Culture in Minds and Societies: Foundations of Cultural Psychology*. Los Angeles, CA: SAGE Publications.

参考URL

- 経済産業省『アジア人財資金構想』http://www.meti.go.jp/policy/asia_jinzai_shikin/index.html