

## 日本語教育における「ビジネス日本語」に関する一考

半田 佳奈子

### 要旨

日本で就労する外国人の増加が期待される中、日本語教育における「ビジネス日本語」の現状とこれからについて考えたい。昨今の外国人の就職に関するデータ、および、「ビジネス日本語」に関する先行研究の結果をまとめると、日本の企業は外国人材を十分に活用できておらず、その要因として、外国人材の日本語能力の不足や企業側の受け入れ体制の不備が挙げられている。また、日本語能力不足の背景として、企業が外国人材に期待する日本語の能力と日本語教育機関が提供する学習内容にずれがあるとの指摘もある。一方で、近い将来、日本で就労する外国人の増加と多様化が進んだとき、日本人の行動パターンを規範としている「ビジネス日本語」の在り方を見直す必要もでてくるであろう。

【キーワード】 ビジネス日本語、人手不足、外国人材、就職状況、人材の多様化

### 1. はじめに

昨今、日本では、労働市場における人手不足を緩和するため、日本で就労する外国人が増加することを期待しており、また、そのための法整備が進んでいる。まず、2018年6月に外国人材<sup>(1)</sup>の受け入れ緩和を目指す「経済財政運営と改革の基本方針2018」(骨太方針)が発表された。その後、2019年4月に「特定技能」という新たな在留資格が施行された。これによって、製造業、農業、サービス業といった、これまでは外国人に就労許可が降りなかった幾つかの分野で外国人材を受け入れることが可能となった。また、日本の大学、または、大学院を卒業した外国人留学生に関するものとしては、2019年5月に公布・施行された「特定活動告知」の改正が挙げられる。この改正によって、日本の大学、または、大学院を卒業した外国人留学生が日本で就職できる業種の幅が広がった。このように日本で就労を目的として在留する外国人の増加が期待される中、日本語教育は大きな変換期に来ており<sup>(2)</sup>、今後、日本

語教育における「ビジネス日本語」の重要性が高まっていくのではないかと考える。そこで、本稿では、外国人留学生を含む外国人の就職に関するデータ、および、「ビジネス日本語」に関する先行研究の結果を参考に日本語教育における「ビジネス日本語」の現在とこれからの課題について考える。また、それらの結果をふまえ、筆者自身が関西外国語大学（以後、KGU）の Asian Studies Program において担当している「ビジネス日本語」の内容についても議論していきたい。

## 2. 就職に関するデータ

### 2.1 外国人の日本における就職状況

外国人留学生（以下、留学生とする）を含む外国人の日本での就職状況について、ジェトロ<sup>(3)</sup>と株式会社マイナビ<sup>(4)</sup>の調査結果を参考に述べる。ジェトロは海外ビジネスに関心が高い企業を対象に、外国人材全体について調査し、マイナビは上場、非上場の両方の企業を対象に新卒の留学生について調査している。ジェトロの調査によると、外国人を今後採用する予定の企業は 2017 年から 18 年にかけて 15.7%から 17.8%に微増、また、マイナビでは 2019 年度卒の留学生の採用予定が 11.7%、2020 年度の採用見込みが 10.7%となっており、これらの結果からは、外国人を新規採用している企業はまだ少ないということがわかる（ジェトロ 2019, マイナビ 2018）。その一方で、マイナビの 2017 年度の調査では、「いい人がいれば採用する」という企業が全体の 8 割近くに上っていることから、企業は必ずしも外国人の採用に関して否定的なイメージをもっているわけではないということがうかがえる。では、留学生の日本国内での就職に対する意識はどうかというと、日本学生支援機構の調査（2019）によると、2017 年度の留学生の卒業後の進路を調べたところ、日本国内で就職した人の割合は 3 割程度であるが、その一方で、6 割の留学生が卒業後、日本国内での就職を希望しているというデータもある（日本学生支援機構 2016）。これらのデータからは、働く意欲のある外国人がいても、実際には彼らを十分に活用できていないという現状が見て取れる。これはどのような理由によるのか。

### 2.2 留学生の就職に影響する要因

ここでは、先行研究の調査結果をもとに、留学生の日本での就職を難しくしている要因について述べる。留学生の日本語能力、日本語教育上の問題、日本の企業文化を

含めた文化的差異、日本の就職制度、ビザに関する法制度、そして、企業側の受け入れ体制といった側面から議論していく。これらの要素はそれぞれが独立しているわけではなく、お互いに関連している場合が多い。

ビジネスでは日本語での情報収集、資料作成、電話対応やメール等、実践的な運用能力に加え、高度な日本語でのコミュニケーション能力が求められる。しかしながら、鍋島（2015）、池田（2009）の調査によると、企業が求めるレベルの日本語能力を有する留学生は少ないという。それは、日本語教育機関が提供している日本語教育の内容の問題としても捉えられている。特に大学の日本語教育では、上級者に対してはアカデミックな日本語を教えることが多く（守屋 2012）、ビジネスを念頭に置いた日本語教育は必須科目ではなく選択科目の一つとなっていることが多い。つまり、企業が求めている日本語は大学等で教えている日本語とマッチングしていないのではないかという疑問がある。企業は留学生がビジネスに対応できる高度な日本語運用能力を留学中にすでに習得していることを期待しているが、具体的には正しい待遇表現を用いてのコミュニケーションやビジネス文書の理解と作成などにおいて留学生の能力は不足しているという（守屋 2012）。

また、企業は留学生に日本の企業文化の理解を求めている（福嶋 2016、福岡・趙 2013）。日本人の働き方は、正社員の雇用では長期雇用が一般的である。年功序列の風潮もいまだ存在し、企業が仕事を通して社員を育てていくという考え方も根強い。一方で、留学生には、自身の能力や希望にそって仕事を替えることは普通と考える人も少なくない。このような文化的差異のため、「留学生には転職や帰国で辞める人が多い」と感じている企業も多いという（福岡・趙 2013）。

次に日本の就職制度に関わる問題であるが、現状では留学生は日本人学生と同じように就職活動をしなければならない、企業研究からはじまり、エントリーシート、企業説明会、試験、面接等を日本人学生と同等にこなすのはハードルが高い。そして、これらの就職活動を突破するための留学生対象の日本語の支援、また、そのための教材も十分ではないという（池田 2009）。また、せっかく苦勞して就職活動を切り抜けたとしても、留学生にはビザ申請という法制度上のハードルがある。企業からもビザの申請や延長に困ったという意見が多く（福岡・趙 2013）、これらの制度上の問題が就職を難しくしている。

次に企業の受け入れ体制について述べる。マイナビ（2018）はアンケート結果から、

企業が留学生を採用しない理由として、「外国人が活躍できる環境が整っていない」ことや「現場の受け入れ体制が整っていない」ことを挙げている。その一方で国は2012年から企業の「ダイバーシティ経営」を推進し、外国人を含めた多様な人材の活用を企業に促している。経済産業省（2015）によると、「ダイバーシティ経営」とは「多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげている経営」であり、少子高齢化、経済のグローバル化、産業構造の変化という外部環境に対応するために「日本型雇用システム」を見直し、多様な働き手による労働供給力の確保、働き手の能力向上、人材の最適配置などの「人材戦略の変革」が必要（経済産業省 2018）としている。しかしながら、経済産業省が2018年に公表したデータによると、日本の外国人就業者数はいまだ他の先進国に後れを取っており、外国人の受け入れに関して具体的な方策をとっている企業はまだ少ない。「多様な人材」がその能力を発揮するためには、国籍の違いを超えた一個人のポテンシャルを活用できる職場環境が必要である。しかし、多くの企業は外国人を雇うとき、日本人と同様に考え、振舞うことができる人を欲しており（福嶋 2016）、その傾向は企業アンケートの結果においても、外国人に礼儀作法・ビジネスマナーの学習を期待する企業が多い（福岡・趙 2013）という形で見ることができる。このようなことから、現場の受け入れ体制が整っていないという点に関しては、採用する側の物理的側面だけではなく、心理的側面も影響していると考えられる。

### 3. 日本語教育における「ビジネス日本語」の課題

ここまでの議論をもとに日本語教育における「ビジネス日本語」の主な課題をまとめ、それらについての筆者の考えを述べたい。

一つ目は、外国人が日本でのビジネスに対応するためには、日本人同様の高いレベルの日本語運用能力が求められるということ、しかしながら、留学生が日本語教育機関で学ぶ日本語はビジネスに対応するには不十分であるという点である。まず、「ビジネス日本語」のコースは必須科目でないことが多いため、ビジネスで使われている日本語についての情報そのものが留学生全体に十分に伝わっていないという問題がある。そのため、上級レベルに達した留学生でさえビジネスにおいてはその日本語が不十分という事実を、就職を希望する留学生はもとより、教育する側も意識し、その

ための対策をとることが大事である。一方で、この問題は教育機関が提供する学習コンテンツの問題として捉えられることが多いが、筆者は日本語コースの運営上の問題でもあると考えている。まず、ビジネスにも対応できる日本語を習得するためには、そのレベルを目標とした学習コンテンツだけではなく、学生の高い学習意欲が必要なことはいうまでもない。しかしながら、実際の教育現場では必ずしもビジネスで求められるレベルの内容をコースで提供できるとは限らず、コースの状況に応じて、折り合いをつけながら扱う内容を決めざるを得ない。

二つ目は、ビジネスマナーを含む日本の企業文化についての学習であるが、現時点では外国人が日本で働く上で必要不可欠な要素であることは間違いない。しかしながら、ビジネスマナーを教育現場で扱う際には、教材の内容が現実に即しているか、ステレオタイプに陥っていないか、また、説明の際に教師の主観が入っていないか、などを慎重に吟味する必要がある。また、国を挙げて働く場における「ダイバーシティ」を目指している今、日本企業自体の意識改革が期待されており、今後、職場における文化的差異をどのように扱っていくのかについては議論を深める必要があるだろう。

また、就職活動対策のための指導が不足しているという点については、各教育機関の実情に合わせつつ、今後は留学生に特化した指導を進めていく必要があるだろう。

最後にもう一つ大事な点は、「ビジネス日本語」は留学生に自分の将来のビジョンについて考える機会となるべき点である（福岡 2015）。日本では専門的な知識や技能は仕事を通して教えていくという考え方がいまだ強く、採用の際には人としての資質やこれまでの経験などが重視される傾向が強い。そこで、「ビジネス日本語」の中で学習者が自身について考える機会を持つことは意義深いと考える。

以上に述べた点をふまえ、次に筆者が KGU の Asian Studies Program で担当する「ビジネス日本語」のコースについて議論していきたい。

## 4. KGU での「ビジネス日本語」

### 4.1 学習環境・コース目標・学習項目

筆者は当該コースを 2018 年秋学期より担当しているが、現在も試行錯誤の中、実際にビジネスで必要とされる日本語のレベルと本コースで扱えるレベルをすり合わせながら、適切なコース内容を探っている状態である。以下に現時点でのコースの学習環境、コース目標、学習項目について説明する。

当該コースは選択コースであり、受講者数は2018秋が5名、2019春が11名、2019秋が8名であった。対象者は日本語中級レベル以上で、受講生の日本語レベルは中級から上級と差があり、学習コンテンツを考える際には、このレベル差を常に考慮するようにしている。また、当該コースの受講者はコース修了後、自国に帰国し、すぐに日本で就職活動をするのは通常ないため、現時点では就職活動対策としての指導はコース内では行っていない。しかし、受講者の中にはKGUが提供しているインターンシッププログラムへの参加を希望する人もいて、これら参加者は受け入れ企業からの面接を受けることになっている。このインターンシッププログラムであるが、職務内容は参加企業によって様々であり<sup>6)</sup>、留学生が求められる日本語レベルも職務内容によって異なる。そのため、「ビジネス日本語」の授業内容をそれぞれのインターンシッププログラムの内容とすり合わせるのは現実的には難しく、インターンシップ参加者から面接等に関する質問があれば個別対応をしているが、コース全体としてはインターンシッププログラムのための具体的な指導は行っていない。

以上のような学習環境を考慮し、筆者は当該コースの第一の目標を受講者にビジネスで使われている日本語とはどのようなものかを実践を通して知ってもらうこととし、また、その中で日本語運用能力の向上を目指すことにした。主となる学習項目には次の4つを選択した。

1. ビジネス場面でのスピーチレベルを意識した口頭コミュニケーションの練習
2. ビジネスメール、ビジネス文書
3. ビジネスマナー
4. エントリーシートの執筆と面接シミュレーション

以下に各項目の学習内容について述べる。

## 4.2 学習内容

### 4.2.1 口頭コミュニケーションの練習

まず、口頭コミュニケーションの練習であるが、ビジネスでは外国人も適切な待遇表現を使用することが期待される。しかし、受講者はみな様に敬語は難しいというイメージをもっている。それは、学生の間は実際に敬語を使用する機会がほとんどないということも一因であろう。コースではスピーチレベルの違いによる、ことばの使い分けに気づき、何度も練習することでよく使われるフレーズに慣れてもらうこと

を第一の目標としている。敬語が実際どのように使われているのかを実際の使用を通して学んでほしいと思っている。

#### 4.2.2 ビジネスメール・ビジネス文書

次にビジネスメールとビジネス文書であるが、コースではメールと文書の形式の学習、メールと文書の読解、そして、基本的なテンプレートにそったメールの作成の指導を行っている。しかしながら、ビジネス文書の多くは中級レベルの受講者には難易度が高いため、適切な教材選びが難しく、これが現在の課題となっている。

#### 4.2.3 ビジネスマナー

ビジネスマナーについては、受講者自身に日本の文化と自身の文化の違いを考えてもらいながら、提示された状況でどう行動すべきか、どのような発言をすべきかを考えてもらうようにしている。また、前章で述べた通り、実際の傾向に即した内容を選び、教師自身のマナーに対する主観が入らないよう注意している。

#### 4.2.4 エントリーシートの執筆と面接シミュレーション

4 つ目のエントリーシートの執筆と面接のシミュレーションは就職活動対策としてよりも、まずは、受講者が自分自身について振り返る機会として設けている。先行研究でも指摘があるように、ビジネス日本語のコースは受講者が自身の将来のビジョンについて考える機会を提供すべきである。この活動はそのビジョンを具体化するために、自分はどんな人間なのか、これまでどんなことをしてきたのか、そして、どんな仕事をしたいのか、等を自問し、それを日本語で表現するための活動である。そのブレインストームの役割を果たすのがエントリーシートの執筆である。以下に詳細を述べる。

受講者にはエントリーシートで次の質問に答えるように指示している。

- ・あなたは大学でどんなことを勉強しましたか（テーマとその内容）。
- ・これまでに大学の勉強以外で力を入れて取り組んだことは何ですか。
- ・あなたはどんな人ですか。また、周りの人からどんな人だと言われますか。
- ・あなたは将来、どんな仕事をしたいですか。その理由も書いてください。

具体的な活動の流れは次のようになっている。エントリーシート執筆後、教師が添

削し、受講者は推敲したエントリーシートをリハーサルとしてグループ内で発表し、クラスメートと内容について質問しあう。これによって、クラスメートの話す内容が新たなリソースとなり、また、自分自身を振り返る材料にもなることを期待している。また、面接での基本的なマナーの学習も面接シミュレーションの前に行う。シミュレーションでは受講者数によって、個人面接、または、グループ面接の形をとっている。評価は形式（マナー）、語りのなめらかさ、内容と表現、受け答えという4つの観点から評価している。

過去3学期間に行われたシミュレーションを振り返ると、受講者はエントリーシートで準備した質問だけではなく、そこから派生する他の質問についても概ね問題なく対応できていた。現行のやり方の利点は、受講者が自身のレベルに合わせてシミュレーションに対応できることであろう。この方法であれば、上級者は実際の面接に近い日本語レベルでシミュレーションを受けることも可能である。

以上、筆者が担当している「ビジネス日本語」コースの現状について述べた。今後も「ビジネス日本語」に対する社会のニーズを観察しながら、コース内容を改善していきたい。では、今後、「ビジネス日本語」は、どのようになっていくのだろうか。最後に、これからの方向性について考えたい。

## 5. これからの「ビジネス日本語」の方向性

現時点で、まだ外国人の雇用に足踏みしている企業が多い原因の一つは、現場の受け入れ環境が整っていないことであった。しかしながら、人手不足という状況の中、法整備が整えば、着実に外国人を雇用する企業が増えていくであろう。それに伴い、日本社会の外国人材に対する考え方が変化していくことが十分に考えられる。現在では、まだ日本人と同様に行動できる外国人が求められる傾向が強いが、今後は国籍を超えた、一個人のポテンシャルをより優先する考え方が優勢になっていくのではないだろうか。また、それは、日本政府が描いている多様性を認めた社会の形でもある。このような意識の変化が進んだとき、日本人の行動パターンを規範とし、それを学習することを主な目的としている現在の「ビジネス日本語」の在り方を見直す必要もでてくるであろう。

## 注

- (1) 本稿では日本での就労を希望する外国人を「外国人材」とし、コンテキストによって外国人全般と区別して使用している。
- (2) 2019年6月に「日本語教育推進法」が公布・施行されている。
- (3) 「2018年度 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」2018年11月～2019年1月実施。回答数3385社。海外ビジネスに関心が高い日本企業対象。調査方法は不明。
- (4) 「2019年卒マイナビ企業新卒内定状況調査」2018年9月～10月実施。回答数3013社。回答用紙の郵送、および、メールマガジンを通してアンケートを実施。
- (5) 学内担当部署のデータによる

## 参考文献

- 池田伸子（2009）「留学生の就職を支援するための実践的日本語教育について」『ことば・文化・コミュニケーション』1, pp.131-142.
- 株式会社マイナビ（2017）「2017年卒企業外国人留学生採用状況調査」  
<https://saponet.mynavi.jp/wp/wp-content/uploads/2017/03/【2017年卒】企業外国人留学生採用状況調査.pdf>
- 株式会社マイナビ（2018）「2019年卒マイナビ企業新卒内定状況調査」  
[http://mcs.mynavi.jp/enq/naitei/data/naitei\\_2019\\_r.pdf](http://mcs.mynavi.jp/enq/naitei/data/naitei_2019_r.pdf)
- 経済産業省（2015）「価値創造のためのダイバーシティ経営に向けて」  
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/diversity/kigyo100sen/entry/pdf/h27betten.pdf>
- 経済産業省（2018）「ダイバーシティ2.0 一歩先の競争戦略へ」  
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/diversity/diversitykyousousenryaku.pdf>
- 独立行政法人日本学生支援機構（2016）「平成27年度私費外国人留学生生活実態調査」  
[https://www.jasso.go.jp/about/statistics/ryuj\\_chosa/\\_icsFiles/afldfile/2016/12/02/ryujchosa27p00.pdf](https://www.jasso.go.jp/about/statistics/ryuj_chosa/_icsFiles/afldfile/2016/12/02/ryujchosa27p00.pdf)
- 独立行政法人日本学生支援機構（2019）「平成29年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果」  
[https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl\\_student\\_d/\\_icsFiles/afldfile/2019/03/29/degrees17.pdf](https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_d/_icsFiles/afldfile/2019/03/29/degrees17.pdf)
- 鍋島有希（2015）「外国人留学生キャリア教育研究の動向と今後の展開」『地球社会統合化学研究』3, pp.45-54.

- 日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部（2019）「2018年度 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（ジェトロ海外ビジネス調査）結果概要」  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/01/a27d83f6e1cd38e6/20180055\\_outline.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/a27d83f6e1cd38e6/20180055_outline.pdf)
- 福岡昌子・趙康英（2013）「グローバル人材育成と企業の留学生雇用に関する研究」『三重大学国際交流センター紀要』8, pp.19-38.
- 福岡昌子（2015）「留学生の就職に関する意識調査とビジネス日本語教育への示唆」『三重大学国際交流センター紀要』10, pp.1-17.
- 福嶋美佐子（2016）「外国人高度人材受け入れの現状と政策的課題：探索的調査研究」『公共政策志林』4, pp.155-173.
- 守屋貴司（2012）「日本企業の留学生などの外国人採用への一考察」『日本労働研究雑誌』54(6), pp.29-36.

(han\_kana@yahoo.co.jp)