

日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態

野 元 千寿子

要旨

中国に進出した日本企業は、人材雇用や育成に前向きであるといわれているが、現状では日本語能力の評価や日本語学習が必ずしも現場のニーズを満たしているわけではない。本稿では、大連に進出した日系企業に対して行った聞き取り調査の報告を基に、日系企業が中国人現地社員を採用し活用する際に求めている日本語能力を把握し、ビジネス日本語教育における課題を明らかにしようと試みた。

その結果、日系企業の人材採用や人事考査で日本語能力を測定・評価するために、現場のニーズにあった基準が求められていることがわかった。また、ビジネス現場では「日本人とうまく仕事をする」ための「仕事能力」が求められていることがわかったので、これを具体的に把握することで日本語教育や教材・教授法に反映できると考え、集団規範の「見える部分・見え隠れする部分・見えない部分」という考えに基づいて、仕事能力を形成する要素の抽出・分類を試みた。

キーワード：ビジネス日本語、異文化コミュニケーション、集団規範、日本語人材、仕事能力

1. はじめに

日本企業の海外進出に伴い現地での雇用が拡大している。経済産業省（2007）によれば、2004年度末時点の現地法人数は14,996社で、アジア地域が8,464社（地域別シェア56.4%）と全世界の6割弱を占めている。

国際協力銀行（2004）によると、日本の製造業の生産拠点数は中国が第1位。中でも大連市には多数の日系企業が進出し、「輸出生産拠点」を形成している。

大連に進出した日系企業は、現地の教育機関の協力を得て人材育成に力を注いでいるが、現行の日本語評価基準や現地採用の人材に求められる日本語能力が日系企業の現場でのニーズを十分に満たしているとは言いがたいのが現状である。

本稿では、異文化におけるビジネスコミュニケーション教育としての日本語教育が抱える問題点を明らかにし、ジェトロ（日本貿易振興機構）人材開発支援課が、2005年8月に大連に進出した日本企業に対して行った聞き取り調査報告書を基に、日系企業が中国人現地社員、いわゆる「日本語人材」を採用し活用する際に求めているビジネス現場での日本語運用力の実態を把握し、ビジネス日本語教育における課題を明らかにしたい。

2. 「ビジネス日本語」研究

2.1 ビジネス日本語教育の先行研究

ビジネス日本語教育が、一般の日本語教育とはどのように異なるのか、また、異文化におけるビジネスコミュニケーションが抱える問題にはどのようなものがあるか。さらに、企業向けの人材育成には、いかなる要素が求められるのか。これらの問いに答えるためにまず、ビジネス日本語教育の先行研究を見ていくことにしたい。

ビジネス日本語教育は、いわゆる日本語教育のなかでは特殊な目的をもった日本語教育、言い換えれば「分野別日本語教育」と位置づけられてきた。従い、生活のための日本語学習や、技術研修のための日本語、あるいは大学教育を受けるために必要な日本語教育とは異なる要素が求められる。

これまで行われてきた研究を振り返れば、池田(1995)他により、ビジネス日本語学習には、文化面からのアプローチが重要であり、文化・習慣の目標設定が重要(池田:1996)だと指摘されている。

小野寺他(2004)は、日本企業が社内研修で使用している新入社員教育マニュアルの内容を分析し、社員には顧客とのコミュニケーションで「企業の顔」としての自覚をもって振舞うことが期待されていると分析している。言い換えれば学生とは異なる大人の社会人としての役割と責任を自覚しなければならないということであろう。また、茂住(2004)は、日本の中国進出企業が現地で実施した社員向け日本語研修の事例報告で、外国人研修生には、日本企業で働く日本人社員が常識としている企業内のビジネスマナーや考え方への理解が望まれると指摘している。これらを総合すると、日本語学習者にとって日系企業は「異文化」であり、新卒の外国人社員には「未知との遭遇」であると言える。

2.2 「ビジネスコミュニケーション」の位置づけ

コミュニケーションを、対話する人間の個性やコンテキスト(状況、場面)に着目してとらえると、個人レベルで見ると、社会レベルで見ると、個人コミュニケーションと社会コミュニケーションに大別できる。岡部(1987)は、社会コミュニケーションを、(1)個人内コミュニケーション、(2)対人コミュニケーション、(3)集団・組織コミュニケーション、(4)国際コミュニケーション、(5)異文化コミュニケーションに分類している。この考えに基づけば、ビジネス社会においては、個人レベルでのコミュニケーションではなく、社会レベルでのコミュニケーションが求められる。

現地採用の社員は、日系企業に就職するとすぐにコミュニケーションの中でも社会的なレベルが最も高い、ビジネスという組織コミュニケーションを、日本企業という異文化ビジネス社会で行うことになるわけである。様々な場面で違和感を持ち、言語行動に葛藤が生じるのは当然だといえよう。

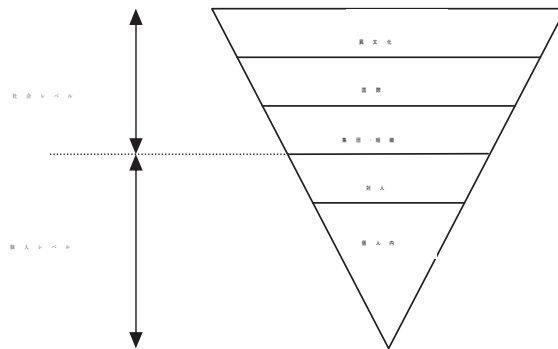


図1：コミュニケーションのレベル 岡部：1987

日本国内の調査ではあるが、日本経団連が2003年10月に実施した「外国人受け入れ問題に関するアンケート調査」でも、外国人を活用している日本企業は、社内システム上の問題点として「文化・習慣の違い」と「職場内での意思疎通」をあげている。

日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態

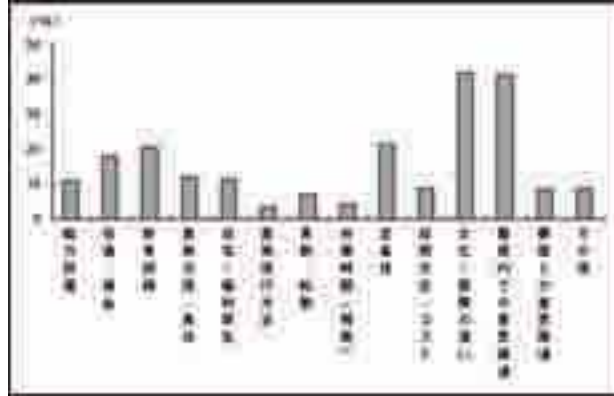


表1：外国人を雇用・活用するにあたっての社内システム上の問題点
出典：日本経団連「外国人受け入れ問題に関するアンケート調査」(2003年10月)

組織におけるコミュニケーションを行う上で、意思疎通を阻む文化や習慣の違いとして、まず考えられるのは組織に存在する決まりや常識である。ところが、茂住(2004)が指摘しているように、「日本人社員が常識としている考え方」が、外国人社員にとっての「常識」ではないのである。

2.3 組織に存在する決まりの構造

自分がある特定の集団の一員であることにより集団から「決まり」という形で受ける様々な制約は集団規範といわれている。集団規範は、個人の行動を制限する一方で、集団の活動に大きな効果をもたらすとされており、この「組織に存在する決まりの構造」は、しばしば氷山のイメージでとらえられる。

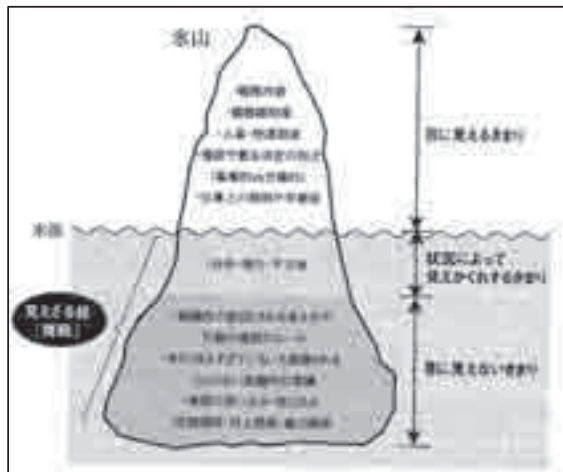


図2：組織に存在する決まりの構造(山口：1994)

このように、ビジネスでは規範に添った行動が期待されており、外国人社員といえども例外ではない。不案内な日本のビジネス社会に「異文化」や「多文化」という要素が加われば、目に見えない「非公式な規範」や、周囲から無意識に期待される「規範に添った行動」がさらにわかりにくいものになる。まさに未知との遭遇であろう。

2.4 「異文化ビジネスコミュニケーション」研究

このように、「異文化」満載の日系企業が、海外に進出した場合、日本人社員と現地社員の間には、当然のようにコミュニケーション上の摩擦や誤解が発生する。この「異文化ビジネスコミュニケーション」

ョン」については、個人的な経験に基づいて執筆された「ハウ・ツー本」が、たくさん出回っているが、客観的な研究として、アメリカとアジアを例に挙げる。大淵(1993)は、アメリカに進出した日系企業について報告し、工藤(2004)他は、アジア地域に進出した日系企業について研究している。

大淵(1993)によれば、アメリカに進出した日系企業においては、賞罰の与え方(褒める・叱る)や仕事の範囲とチームワークに違いがあると述べている。日本の企業文化では「相手に期待しているから叱る」という考えがあるが、アメリカでは「叱られることはマイナス評価」だと考えることが多い。また、日本ではチームワークを重んじるが、アメリカ人はそれを、仕事の指示や役割分担があいまいであると感じて摩擦の原因になることが多いという。チームワークに関してはアジアの日系企業でも同じような傾向が見られることを、西田(2002)がマレーシアとフィリピンの調査で、藤本(1992)が、タイの事例で報告している。西田(2002)は、また、東南アジアの日系企業における、日本人社員と現地社員考え方の顕著な違いとして、「時間厳守や時間管理に対する厳密さ」「転職に対する意識」「意志決定のプロセス」をあげている。

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。

労働意識に関する日本人と台湾人との「ずれ」

- ・ 会社に対する「忠誠心」の持ち方
- ・ 仕事上の責任の範囲の捕らえ方
- ・ 共同作業(チームワーク)に対する意識
- ・ 時間管理(時間厳守)の感覚
- ・ 残業に対する考え方
- ・ つきあいや、接待などへの参加意識、他

行動様式に関する日本人と台湾人との「ずれ」

- ・ あいさつの仕方と頻度
- ・ 謝罪・言い訳の仕方と頻度
- ・ 報告・説明・提案の仕方と頻度
- ・ 断り方の違い
- ・ 批判や叱責の仕方
- ・ 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

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。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。

3. 日本企業に就職した留学生の抱える問題点

ここで、日本国内に目を転じ、日本に留学し日本企業に採用された外国人留学生の現状を把握しておきたい。独立行政法人日本学生支援機構(JASSO)の調査によると、平成18年5月1日現在の留学生総数は117,927人、そのうち、アジア地域からの留学生が109,291人(92.7%)を占めている。一方、

「留学」及び「就学」の在留資格を有する外国人が日本で企業等へ就職する際には在留資格を変更する必要があるが、平成17年の変更許可数は5,878人である。この数字だけ見ると、総留学生のわずか5%の人材しか日本国内で採用されていないことになる。

これら日本企業に就職した「元留学生」に対しては、財団法人 海外技術者研修協会（2007）が、平成18年度に「構造変化に対応した雇用システムに関する調査研究」として、「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」を行っている。以下その報告書から、外国人留学生の採用基準と、入社後、採用した日本企業と採用された元留学生との間にいかなる「ギャップ」が生じているかについて見ていくことにする。

3.1 外国人留学生の採用基準

報告書によると、現状では、外国人の新卒者採用のために別途枠を設けることはせず、日本人と同様の採用基準が活用されているケースが多く、日本企業側の採用のポイントとしては、「日本語能力」、「専門知識」、「日本語以外の語学力」が上位を占めている。日本語以外の語学力としては、英語力、留学生の母語を期待する傾向にあり、グローバル人材として日本と海外をつなぐ語学力を期待している傾向が強い。

日本語能力については、各社ともに職種を問わずネイティブレベル、または業務に支障をきたすことのない高いレベルの日本語能力を求める傾向にある。日本語能力試験1級レベルの日本語能力を期待しているといった具体的な基準を設けている会社もあるが、それ以上に幅広いビジネス場面で対応できるだけの高度なコミュニケーション能力を求めている。

日本人の新卒者と同じように、採用に当たっては日本語運用能力だけでなく、本人の資質、専門性を重視しており、特に技術職の採用においては、日本語能力よりも専門性を重視する傾向がある。

3.2 元留学生に対して企業が求める人材像

前述の報告書によれば、人事部門が元留学生を採用する時は、職種、国籍を問わず優秀であること、グローバル化に対応できる素質、能力を備えていることの2点に大きく期待する傾向にある。企業は元留学生を「高度グローバル人材」として活用する目的を持って採用する傾向が強くまた、日本企業での採用の際は、中長期的な視野での人材育成、スキルマップを想定している。

しかし、元留学生に対してそれらが明確に伝わっているとは言いがたい。報告書によれば、採用された元留学生から、企業が自分たちにどのような期待やキャリアパスを想定しているのか明示されていない、という指摘がなされている。元留学生も自らが備え持つグローバルな視点、能力を十分に発揮できる人事配置を求めていることから、企業側の意向が十分に伝わっていない可能性が高いと報告されている。

私見であるが、これまで日本企業は、新卒社員はまず「下積み」として「現場研修」を行い、「スペシャリストよりジェネラリスト」になることを期待してきた。終身雇用であったので「ゆっくり育ててしっかり使う」ために、人材に対して社内研修や訓練、各種の再教育を継続的に行ってきた。これは「日本の企業文化」としての「常識」、言い換えれば「集団規範」としての「暗黙の了解」であり、「言わなくてもわかっているはず」のことであった。しかし、この感覚は「異文化人材」には通用しない。「言わないことは相手にはわからない」のである。異文化コミュニケーションに必要なのは「理解の共有」と「共有の確認」および「違いの納得」という作業であろう。

したがって、日本企業が元留学生を採用するに当たっては、彼らに対して日本で就職する意義を明確に持たせると同時に、自分たちが求めている人材像を明確に発信し、お互いの理解を確認しあっておく必要があると確信する。

3.3 就職後の課題

引き続き報告書から、元留学生が日本企業に就職した後の課題について見ておこう。

(1) ビジネス日本語

業務を遂行する上で表面化しやすい課題のため、人事部門と元留学生双方の問題意識が一致し、大きく3点に集約される。

相手に応じて使い分けるコミュニケーション能力

まず、相手との関係、場面、目的に応じて適切に使い分けるコミュニケーション能力である。特に、社内と社外、上司と同僚等、ビジネス場面で使用される敬語や丁寧語などの待遇表現に関する指摘が多い。

非対面型コミュニケーション能力

次に、電話対応やメール等、非対面型のツールに対応するコミュニケーション能力である。打ち合わせなど、対面してコミュニケーションをとる場合、言語面だけではなく、非言語面をも駆使することが可能であるが、電話やメールの場合、言語面による情報伝達に比重が高くなるため、日本語が母語ではない元留学生にとって負担が大きいと言える。

文書読解能力および作成能力

3点目は、業務上必要となる文書の読解能力および作成能力である。職種や業種により必要となる文書は異なるものの、読む・書くという能力は共通して必要となる。

(2) ビジネス文化・知識への理解

元留学生側は、社内の上下関係、「報・連・相」をはじめとする日本企業特有の習慣、文化、特質に関する指摘が多い。一方、企業側は、上述の点に加え、企業を取り巻く背景理解や周辺情報の咀嚼、コスト意識、チームワーク力を挙げており、留学生側の問題意識よりも強い。

(3) 社会人としての行動能力

この点についても、(2)と同様に、元留学生側の問題意識と、企業の求めているレベルにギャップが生じている。留学生側は、ビジネスマナー、プレゼンテーション能力、情報収集能力を課題としてあげている。一方、企業側は、留学生側と同様の問題意識に加えて、調整能力、情報収集・集約能力、規律意識、プロジェクト管理能力、確実な「報・連・相」、チームワーク力、と幅広い能力を求める企業が多い。特に技術系においては、論理性と専門性への期待が強い。

報告書では、(1) ビジネス日本語、(2) ビジネス文化・知識への理解(3) 社会人としての行動能力に分けて記述しているが、これは、ネウストプニー(1995)による以下の枠組みを思い起こさせる。(1)は、社会言語(文法外)能力と言語(文法)能力を伴ったコミュニケーション能力に関する言及であり、(2)と(3)は、社会文化(領域)能力に関する言及だと位置づけられる。そして、これらすべてが総合的に作用して実質行動が行われると考えられるからである。

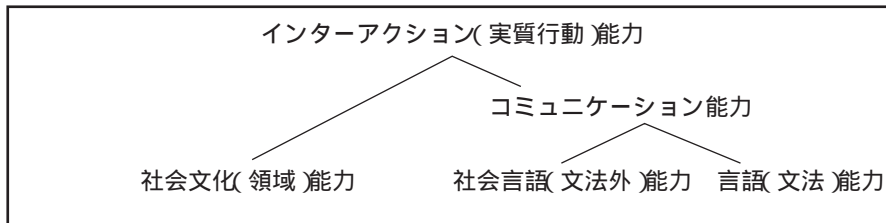


図3：コミュニケーション能力の位置づけ

4. ビジネス日本語コミュニケーションにおける問題点

非日本人が、日本的なビジネスの現場において、日本語を使って仕事をする際、日本人側に期待される実質行動ができない要因とはなにか。これまで俯瞰してきた先行研究から、お互いの円滑なコミ

日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態

コミュニケーションを阻害する、あるいはお互いの人間関係や信頼関係を損ねる要因を列举すると、以下のようなになる。

- ・ 採用時におけるお互いの意識と期待の違い
- ・ 日本のビジネス文化やビジネス知識の理解や問題意識の違い
- ・ 社会人としての行動能力や組織における役割に対する意識と期待度の違い
- ・ 集団規範としての「常識」や「意識」のちがいがい
- ・ 労働意識に関する「ずれ」
- ・ 行動様式に関する「ずれ」
- ・ ビジネス日本語コミュニケーションのスキル不足
(対面型のやりとり・非対面型のやりとり・文章読解・文章作成など)

5. 大連の日系企業に対する聞き取り調査

大連市に拠点を置く日系企業に対して2005年8月にジェトロが行った「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報告から、日本語人材としての中国人社員の採用や彼らの日本語使用の現状に関する部分を取り出して検討したい。

大連は東京から約2000キロ。日本の仙台、朝鮮の平壤の延長線にあたる。福岡 大連間は、福岡東京とほぼ同じ距離という立地条件である。

大連には、2007年現在3500社余りの日系企業が進出し、生産輸出拠点となっている。大連の特色は、日本企業の集積地としてのビジネスチャンスに加え高い日本語能力をもつ人材の育成を大連市が行っていることである。具体的には、職業訓練学校や私立大学で日本語だけでなくIT技術などの実技や起業ノウハウまでを教え、日本企業向けの人材を育成している。1例を挙げれば、ライブドアが自社のコールセンターに日本人の若者をインターンとして派遣していることから、日本人も含めた日本語人材が集結している場所であるといえよう。

この調査で対象となった52社はメーカーが全体の6割で、内訳はIT産業を支える電子部品、資材、機械、精密機器などである。

有効回答： 企業：52社

実施対象： 中国大連市に拠点を置く日系企業

メーカー（31）・商社（6）・ソフトウェア（5）・運輸（3）・金融（2）・コンピュータ（1）・IT関連（1）・政府系機関（1）・建築設計（1）・損保（1）・メーカー（31）の内訳：電子部品（7）・資材（7）・機械（5）・精密機器（4）・家電（3）・その他（5）

5.1 入社時に求める日本語能力

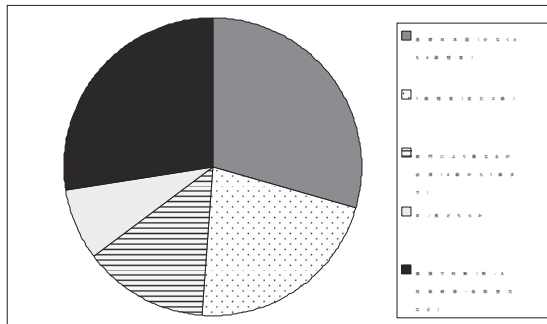


表2：入社時に求める日本語能力（対象：日系企業52社）

入社時にどの程度の日本語能力を求めているかという問いに対しては、29%が面接で判断していると答えている。また、各企業が日本語能力の測定基準として、日本語能力試験を採用している。現時点で中国国内に浸透している日本語能力測定のための一斉試験は日本語能力試験が主流でありそれに代わる測定方法がないためである。日本留学の経験がない日本語人材の場合は、「日本語能力試験1級を持っていても話せない」という現場からの声がある。また、日本語能力試験の点数にたよらず面接で判断している企業では、「日本語能力測定の基準があいまい」という理由をあげていた。

5.2 日本語能力の評価と学習援助

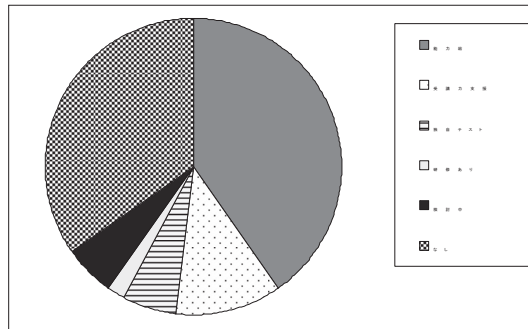


表3：日本語能力の評価と学習援助 (対象：日系企業52社)

社員の日本語学習に対する援助があるかをたずねたところ、日本語能力試験の合否が給与に反映される企業があることがわかった。能力試験の受験を奨励し、合格級により手当を設けるなどして、日本語学習の努力を評価している会社は、メーカーに多い。特に援助はしていないという会社は即戦力を求める傾向が強く、商社・金融・運輸などであった。

次に、「日本語人材」に求められる日本語能力や仕事に必要な能力についてメーカーとサービス業を例に具体的に見ていきたい。まず、現地法人のメーカー(9社)で求められている職位ごとの日本語レベルと仕事に必要な能力についてはおおむね下の表のようにまとめられる。

5.3 メーカーが求める「日本語人材」の能力

日本語能力試験のレベル	職位	仕事に必要な能力
4級程度(以下)	現場労働者	単純指示理解
3級程度	部門主任など	日常的な報告(意思疎通)
2級から1級	管理・技術者	専門技術・管理能力など(読み書き+会話)
1级以上(高級)	通訳・幹部	業務知識・総合的な判断能力など(高度な日本語スキル)

表4：メーカーが求める「日本語人材」の能力

メーカーでも、日本語能力試験が採用基準となっており、職位や仕事内容により、必要とされる日本語レベルが段階的に設定されている。通訳や幹部には「高度な日本語スキル」が求められているが、当然のことながら、いわゆる「日本語能力」は仕事をするときに必要なスキルのひとつにすぎず、現場で重要なのは「仕事をする力」であり「結果や業績を出せることが重要」である。また、必要とされる日本語のレベルによって待遇表現の必要度が異なっている。4級程度が求められている現場では

日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態

単純な指示が理解できればよく「敬語は不要」なのに対し、2級から1級を求める管理部門以上になると「ビジネスマナーや敬語が重要」になってくる。

次は、サービス業である。サービス業で求められている日本語レベルと仕事に必要な能力についてはおおむね下の表のようにまとめられる。

5.4 サービス業が求める「日本語人材」の能力

日本語能力試験のレベル	仕事に必要な能力
3級程度	指示理解、単純な入力作業など
2級程度	日常的な意思疎通、一般的な事務作業など
1級程度	日本人顧客への対応など
5級以上	交渉・管理・総括など 日本語以外の能力（業務知識、管理能力、専門知識、マナーなど）

表5：サービス業が求める「日本語人材」の能力

サービス業でも同様に、仕事の内容、特に顧客対応や本社対応の有無によって必要な日本語のレベルが異なっている。日本語能力試験2級程度が求められているバックオフィスでは、事務的な処理をするための日本語能力が求められ、日本語能力試験1級以上の能力が必要とされる部署では、本社との対応や業務管理といった、「高度な日本語スキル」が求められている。「日本語以外」とあるのは、業務知識・専門用語やビジネスマナーであり単に日本語運用力が高いだけではいい仕事ができないという現場での意識がうかがえる。幅広い総合的な能力が求められているといえよう。

5.5 「日本語人材」が必要だと感じている能力

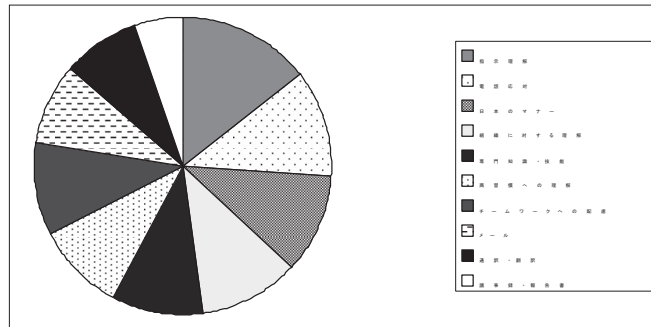


表6：「日本語人材」が必要だと感じている能力（対象：日系企業52社）

次に、「日本語人材」が必要だと感じている能力について、日系企業に共通した傾向をまとめると上のようになる。

「電話対応」「メール」が難しいのは非体面型のコミュニケーションだからであり、「元留学生」を採用した日本国内の企業からも指摘されている。「指示に対する理解」には、「仕事の内容に対する理解」と「日本語運用能力」の両方がかかわる。もし、現地の日本語学習が「読み・書き・理解」や「日本語能力試験対策」に偏っていて、実践的な聞き取りや発信能力を十分育成していないとすれば、現場で求められる対面型コミュニケーション能力と乖離しているのではないかと推察される。

新卒者である「元留学生」同様、大連の日本語人材にも、組織に対する理解が不足し、商習慣の違

いや、専門知識・技能といった日本のビジネス文化や知識が不足しているという自覚がある。また、日本のマナー、チームワークへの配慮といった、社会人としての行動能力や組織における役割意識も必要だと感じている。

報告によれば、日本語人材が感じる難しさの具体例としては、文法が正確でもコミュニケーションは出来ない。敬語の使い方(ウチソト・上下関係)が難しいだけでなく、個人的場面や初対面での関係構築が難しい。日本語能力試験1級を取得しても日本語のあいまいさや考え方は理解できにくい。専門用語(例:金融・在庫管理・電子部品など)が不足し、外来語が聞き取れなかったりカタカナで正確に書けない。日本の組織文化・商慣習・マナーが理解しにくいなどがあげられている。

現場で必要なのは、ビジネス日本語コミュニケーションのスキルだけではなく、日本語とは直接関係のない複数の能力であることがわかる。

5.6 企業側が「日本語人材」に求めている能力

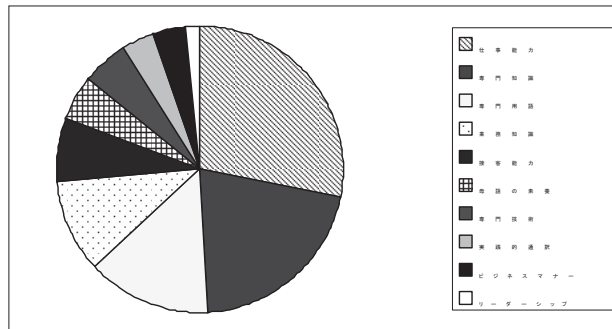


表7: 企業側が日本語人材に求めている能力 (対象: 日系企業52社)

次に、日系企業側が「日本語人材」に求めている能力について、その傾向をまとめると上のようになる。

企業が日本語人材に一番求めているのは「仕事能力」である。

「専門性」(専門知識、専門用語、業務知識、専門技術)は仕事をする上での基礎実力である。チームワークで仕事をするために必要な相手に対する気配りなどもこれに含まれよう。「接客能力」「母語の素養」「実践的通訳能力」などは、コミュニケーション能力としての比重が高いと考えられるが、「ビジネスマナー」としては、確実な「報・連・相」も求められるはずである。また、「リーダーシップ」は、日系企業側と現地の従業員との間で、人間関係を調整する「ブリッジ人材」に求められる能力ではないかと推察できる。そして、これらすべてが「仕事能力」という言葉に収斂されていく。「元留学生」に期待されていると同様、日本のビジネス文化やビジネス知識を理解し、社会人としての行動能力や組織における役割に対する意識を持って仕事ができる能力、情報収集・集約能力、規律意識、プロジェクト管理能力など、いわゆる「幅広い能力」こそが「仕事能力」であり、ネウストプニー(1995)が提唱した、「言語(運用)能力」+「社会言語能力」+「社会文化能力」の総体である、「インターアクション(実質行動)能力」であろう。

6. 今後の課題

本稿で明らかになった今後の課題をまとめると以下のようになる。

1. 採用や人事考査に関する日本語能力測定・評価の方法と基準

日系企業が必要としているのは、良質の人材獲得である。現在、採用基準になっている「日本語能力試験」は知識の正確さを求めており、現場で必要とされるコミュニケーション能力を測っていると

は言いがたい。そして、多様なビジネス現場のニーズを満たす人材を採用し、人事考課に反映するための評価方法や基準の確立も求められている。

2. 現場のニーズにあったビジネス日本語教育の確立

異文化ビジネスの現場では、専門的な能力と同時に人間関係性と場面性を伴う社会言語能力を養う必要があり、日本語教育のカリキュラムが現場のニーズを反映していることが望まれる。社内と社外の教育（研修）機関が連携して教材や教授法などを開発し、日本語教師の再訓練を行うなども視野にいれる必要があろう。

3. ビジネス現場でのコミュニケーション能力の向上

企業側が日本語人材に求めているのは仕事に必要な日本語によるコミュニケーション能力の向上である。「日本人とうまく仕事をする」ためには、相手との人間関係性や場面性に基づく難しさがあり、異文化ゆえの難しさも挙げられている。現場で求められる「仕事能力」とはこれらを総合した能力であらう。

では、「仕事能力」を具体的に示すにはどうしたらいいか。先行研究同様、本調査でも日本語人材が仕事に必要なと感じるものと企業側が求めているものには、やはり「差」が見られた。そこで、「仕事能力」には集団規範のように「見える部分・見え隠れする部分・見えない部分」があるのではないかという仮説を立て、「日本語人材」の立場から以下のような枠組みを考えてみた。今回の調査とこれまで言及してきたことから要素を抽出し、日本語人材と企業の双方が必要性を認めている事柄を「見える部分」日本企業側が必要性を認めても日本語人材側は気がついていないことを「見えない部分」に入れ、それ以外の事柄は「見え隠れする部分」に入れることにした。

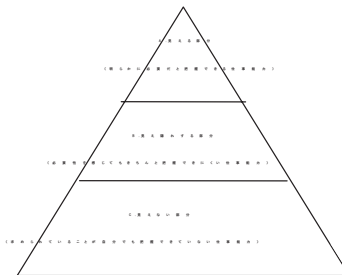


図4：異文化職場で必要とされる仕事能力の全体像（仮説）

そして、ネウストブニー（1995）の「インターアクション（実質行動）能力」の分類に倣い、仕事能力を、言語的能力、社会言語的能力、社会文化的能力に分けて、以下のような記述を試みた。

	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 適切な電話対応をする 実践的な通訳をする 適切な翻訳をする	情報収集をする 論理的な考え方を理解する 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

<p>B . 必要性を感じてもきちんと把握できにくい仕事能力</p>	<p>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</p>	<p>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 適切なときに確実な「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</p>	<p>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かまえ、適切に実践する</p>
<p>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</p>			<p>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</p>

表8：異文化の職場で必要とされる「仕事能力」(仮説)

本稿で取り上げたことに限定して記述したため、要素が限られてはいるが、傾向を把握し「日本語教育の教材化」という観点で考えてみたい。

A .の「言語的能力」、「社会言語的能力」は、教えやすく日本語教材にもなりやすい。「社会文化的能力」も限定すれば日本語教材になるのではないが。

B .の「言語的能力」、「社会言語的能力」は、典型的な複数の場面や状況を特定しなければ日本語教材にはなりにくいのではないが。「社会文化的能力」は、自分が今何をどこまで求められているかを客観的に把握できるような訓練が必要だろう。

C .の「社会文化的能力」は、無意識の「常識」として身近すぎるので、求めている側にも十分な明確化ができにくいであろう。

異文化ビジネスの現場で求められる「仕事能力」を明らかにしないと、ビジネス日本語の教材も教授法も、評価基準も発展しない。「日本語の運用」というレベルを超えた、大きな枠組みで考えることが、これからのビジネス日本語教育に求められるのではないだろうか。

日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態

参考文献

- 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日本語教育研究センター紀要5』国際基督教大学日本語教育研究センター。pp. 11-24.
- 岡部朗一(1987)「コミュニケーションの基礎概念」古田暁監修，石井敏・岡部朗一・久米昭元『異文化コミュニケーション』第1章，有斐閣 pp. 15-38
- 小野寺志津、李徳奉、金久保紀子(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.
- 工藤節子(2004)「台湾の日系企業関係者が見たコミュニケーション問題」、『台湾日本語文学期』19号，pp. 221-242.台湾日本語文學會
- 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究の事例から」『東京情報大学研究論集Vol. 7 No. 2』pp. 93-104.
- 関 満博(2005)「日本企業誘致に熱・大連「人づくりの現場」」『PRESIDENT』2005.8.1号。pp. 113-115.
- 西田ひろこ(2002)『マレーシア、フィリピン進出企業における異文化間コミュニケーション摩擦』多賀出版
- ネウストプニー，J.V.(1995)『新しい日本語教育のために』pp. 103.大修館
- 山口裕幸(1994)「集団過程」藤原武弘・高橋 超(編)『チャートで知る社会心理学』pp. 111-124。(図10-1)福村出版
- 国際協力銀行開発金融研究所(2004)「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 2004年度海外直接投資アンケート結果(第16回)」
- 社団法人日本経済団体連合会(2004)外国人受け入れ問題に関する提言(2004年4月)
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/029/honbun.html>
- 経済産業省(2007)『第35回我が国企業の海外事業活動基本調査 - 平成16(2004)年度実績/平成17(2005)年7月1日調査 - 』
- 財団法人 海外技術者研修協会(2007)平成18年度 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 報告書
<http://www.meti.go.jp/information/data/c70412dj.html>
- 独立行政法人日本貿易振興機構(2005)ジェットロ人材開発支援課が2005年8月、大連に進出した日本企業に対して行った聞き取り調査報告書