

國學院大學學術情報リポジトリ

〔書評〕 余耀著 『中国の日系企業のニーズとビジネス日本語教育』

| | |
|-------|---|
| メタデータ | 言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-02-05 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 村澤, 慶昭, Murasawa, Yoshiaki メールアドレス: 所属: |
| URL | https://doi.org/10.57529/00000451 |

〔書評〕

余耀著

『中国の日系企業のニーズと』

ビジネス日本語教育』

村澤慶昭

日本語学習者が日本の企業もしくは日系企業に就職して業務をこなしていく上で必要となる日本語は「ビジネス日本語」と位置づけられているが、本書はまさにその「ビジネス日本語」の教育について正面から取り組んだ研究成果をまとめたものである。単に日本語が「できる」というだけでは、それが日常会話レベルであるのか、アカデミック・レベルであるのか、またはまたビジネス・レベルであるのかはわからない。そこで本書ではまず日本国内の日本語教育と中国における日本語教育を概観した上で、中国に進出した日系企業の求める人材像とは何かについての研究成果を報告している。そして、それと対比する形で、日本国内における日本語の求める人材像はどうであるの

かについての研究成果も紹介し、現在の特に中国の大学における日本語教育が有している問題点を指摘した。また、授業内容に関する知見として、ビジネスドラマを活用する際の著作権の取り扱いや、ビジネスドラマの敬語分析、日中ビジネスドラマにおける謝罪表現の対照研究を踏まえ、ビジネスドラマを用いた授業の試案、さらにはその効果について言及している。

それでは、各章を追いながら、その内容について少し詳しく見ていきたい。

まず、「第2章 現在の日本語教育」の中では、「中国における日本語教育」が概観されている。「中国の高等教育機関における日本語人材育成モデル」は、「言語文学専門型モデル」「言語と関連実用科目の複合型モデル」「ダブル外国語モデル」「言語プラス技能型モデル」の4つに大別して紹介され、それを踏まえて人材育成の課題も指摘されている。日本の大学教育においても、近年は特に出口を見据えた人材育成が重要視されているが、同様の視点から、大学で日本語を学んだ人材が社会でどのように活躍するかについては、日本語教育の分野でもさらに検討すべき課題である。しかし、「出口」と簡単に言っても、中国での就職を考えた場合、例えば大都市であっても北京と上海では人材として求められるものが違うであろうし、日系企業が

多く進出している都市とそうではない地方都市では当然需要が異なる。また細かく見ていけば各企業によって求める人材像は当然異なる。従って、本書の研究範囲や指摘は、さらにそれぞれの地域特性や企業特性を踏まえた上で、その地域の大学教育としての日本語教育について俯瞰、整理がなされると、その後本書で紹介されている研究の位置づけがより明確になると思われる。

「第3章 中国に進出した日系企業の求める人材像に関する分析」では、唐山市の日系企業25社から回答を得たアンケート調査の結果について詳細な報告がされている。企業が求める日本語力について、期待するスキルの詳細が明らかにされ、また在学中、採用時、入社後に望む能力についても明確にされている。結果を言語面だけではなく非言語面からも分析している点は大変興味深い。ここからは大学の日本語教育に望むことも明確にされているが、例えばOJTで企業内で学ばせるものと、その素養となる知識等の区別を企業側がどのように判断、理解しているかについてはまだ明らかにされておらず、その点についての研究が待たれる。

続く「第4章 日本国内における日本企業の求める人材像について」では、先行研究の結果をフォローする形で、日本国内

の日本企業で働いている8名の中国人にヒアリングを行い、その結果をまとめていく。中でも、「調整能力」や「チームワーク能力」が重要視されている点が興味深い。日本は今や外国人労働力に頼らざるを得ないような状況になってきているが、それも踏まえて、元留学生たちがどのように企業内で活躍し、どのような点を大学教育に求めているのかを広範囲に調査することはさらに必要となるだろう。

「第5章 中国における日本語専攻の教育現状と問題点」では、制度やカリキュラムの面から問題点を指摘している。教育の枠組みの中でどのように内容の充実を図るかを考える視点は必須であり、その意味でも有意義な考察である。

本書の後半は具体的な授業に関する研究、考察である。まず、「第6章 ビジネスドラマを活用する日本語授業における著作権問題について」では、授業内で取り扱う、いわゆる「生教材」に対する法的な注意事項が整理されている。日本の著作権法のみならず、中国の著作権法にも触れられているため、次章以降の研究で述べられている「ビジネスドラマ」の取り扱い等について大いに参考となる。

第7章、第8章は、ビジネスドラマにおける敬語の分析及び謝罪表現の詳細な調査結果が述べられている。

用いた題材は、当時大ヒットとなったテレビドラマ『半沢直樹』である。

ドラマはそもそも脚本があるフィクションであるため、台詞自体がコントロールされている。従って、ドラマの中の会話は現実に行われている会話をそのまま反映したものではないし、また場面設定も「銀行」の内部など、特殊性があることには注意を払わなければならない。その上で結果を見てみると、「尊敬語や謙讓語の使用頻度」が「決して高くない」ことが指摘されているが、母数をどう捉えて「頻度」を示したら良いのかには、再考の余地があると思われる。また、同様に「尊敬語と謙讓語の用例数」から「習得すべき敬語表現の優先順位を明らかにした」というのには、結論を若干急ぎすぎている感もある。この結果をもって「教科書に記述されている敬語に関する規範が現実の敬語使用を完全に説明できる」とは言えないことが明らかにした」とするのでも早計の感がある。

続いて日中のビジネスドラマにおける謝罪表現の対照研究であるが、ここでは謝罪表現の「定型表現」「非定型表現」「定型表現+非定型表現」として「謝罪のストラテジー」を詳細に比較分析している。これも「ドラマ」であることが制約になっていると思われるが、それを一旦脇に置いて考えると、それぞれ

多様な謝罪のされ方があることを整理した意味は大きいと思われる。ただ、一般的と思われる使用例と個々の登場人物のキャラクターに応じた個別事例が混在しているため、この分析結果をどのように考察するかにはもう少し議論も必要であろう。また、分析対象とした日中それぞれのドラマが等価ではないことにも注意を要する。

最後に、前章までの結果を踏まえて「ビジネスドラマを用いた授業の試案」が検討されている。

基本的にはドラマを視聴し、ターゲットとなる敬語部分を空欄にしたスク립トを配布して埋めさせるような一般的な授業活動ではあるが、同時に文化面への配慮やグループ発表なども取り入れられている。次章ではその結果についてまとめられており、その分析対象は学習者の振り返りアンケートである。その結果を見ると、学習者は「聴解の練習」「敬語の練習」といった言語面だけではなく「日本文化と企業文化を知ること」や「日本人の考えを理解すること」などを「役立った」点としてあげている。また、「ディスカッションやグループワーク」を通じて「資料収集能力」「チームワーク能力」「プレゼンテーション能力」が訓練できたと認識し、「ビジネスドラマが好きか」との問いに関しては「非常に好き」「好き」と答えたたとされている。

このような授業の形態は日本国内の教育機関でも従来から行われてきた方法である。しかしながら、なぜその素材を選定したのか、学習者の力の伸びを何を持ってどう測るかについてはまだまだ議論の余地がある。すなわち、ドラマの視聴、理解を意図とする授業であれば、目的は達成されたとしても、例えば本書の主眼である敬語の使用や謝罪の方法を、このビジネスドラマを用いた授業を行うことで学習者が習得できたのかどうかを検証しなければならない。

本書は、広範なテーマに果敢に挑戦しているため今後の研究結果に期待する部分もあるが、体系的に「ビジネス日本語教育」についての一連の研究を行ったものとして、日本語教育の実践者のみならず、日本語教育分野で研究する大学生、大学院生には一読の価値がある書である。

(A5判、一九二頁、郵研社、二〇一七年八月発行、三七〇〇円＋税)