

日本企業のビジネス・マインドや特質に関する 教育体制の構築

永井涼子

要旨

山口大学留学生センターでは、平成 22 年度後期、日本のビジネス事情を学ぶ「日本企業文化理解講座」および「ビジネス日本語」を開講した。「日本企業文化理解講座」は、毎週企業人を招き企業理念や企業風土を学ぶものである。また、「ビジネス日本語」ではビジネスマナーを意識したビジネス会話およびビジネス事情教育を行った。これにより、昨年度から行われていた就職支援フェスタ・イン・山口と合わせて、留学生向けの就職支援体制が整った。

キーワード

留学生，就職支援，企業文化，ビジネス日本語

1 はじめに

1983 年に提唱された「留学生 10 万人計画」が 2003 年に達成され、留学生の受け入れは大学の教育および研究のグローバル化に貢献してきたといえる。しかし一方で、積極的に受け入れてきた留学生の卒業後の進路、就職については課題が残されていた。そのような中、政府の「グローバル戦略」の一環として「留学生 30 万人計画」が提唱された。この計画の中では、留学生受け入れの増加だけではなく、卒業した優秀な留学生を日本社会に取り入れるため留学生の就職も、支援の視野に入っている。

しかし、留学生にとって就職活動は、語学・資金面の問題だけでなく、留学生を採用する会社の情報が得られにくい、日本独自の就職活動が理解できない、など、様々な問題を有している。つまり留学生の就職支援は、単なるサポートにとどまらない、「教育」としての在り方が求められているといえる（末松，2007）。

山口大学では、2009 年 8 月に開催された留学生向けの就職説明会「第一回留学生就職支援フェスタ・イン・山口」（福屋，2010）をはじめとして、留学生の就職支援を本格的にスタートさせた。2010 年度は上記の就職支援フェスタに加え、様々な企業をゲストスピーカーとして招き、各企業および業界について学ぶ「日本企業文化理解講座」が通常講義として行われた。また、それと並行する形で日本語上級クラスにおいて「ビジネス日本語」の講義も開講された。こうして、留学生のための就職説明会、日本企業文化事情教育、ビジネス日本語教育という、山口大学の留学生就職支援および教育体制が整った。

本稿では、上述の教育体制の中でも、「日本企業文化理解講座」および、それに関連させた形での「ビジネス日本語」の授業の紹介を行い、留学生の就職支援の一つの形としての日本企業のビジネス・マインドや特質に関する教育の在り方を考察する。

2 ビジネス日本語教育におけるビジネス・マインドの重要性

企業が留学生に求める「日本語力」は、単に文法を理解し、漢字や語彙の知識が多いことだけを指しているのではない。採用する企業からは、日本語のコミュニケーション力が強く求められる（早川，2008）。これに対し、留学生は日常生活に不自由しない、大留学生活に不自由しない日本語力が「ある」と思うが、企業が求めているレベルはそれだけではない。企業側としては、「ビジネス」の場面における十分なコミュニケーション力が必要とされている。つまり、日本独自のあうんの呼吸のような場を理解して答えるという日本文化、企業文化を理解していることが求められている（早川，2008）。

多くの企業が留学生を採用する際、採用試験の合格基準は日本人と同等に設定している（川口・古本，2010;工藤，2008）。留学生の採用が増えたとはいえ、それは「日本人にない外国人としての能力」を期待して採用している企業が多いということではない（工藤，2008）。つまり、同じ基準で見た際、留学生のほうが優秀であったから採用となったというケースが多い。求める日本語力も「日本人と同等」としている。この「日本人と同等」であるためには、単に日本語の知識を増やすだけでなく、社会言語学的な側面や日本の常識も理解しておく必要がある。したがって、企業の求める「日本語力」には、一般的に考えられる4技能以上のものが含まれるのである。つまり、企業はいわゆる日本型キャリアパスに適応できる「日本人性」の高い人材を求めているといえる（横須賀，2007）。

このことから、日本語クラスにおいても、単に電話対応の仕方、ビジネス文書の書き方のみを指導するのではなく、その背後に

あるビジネスマナーや慣習への意識を促さなければならない。また、それと同時に日本の企業風土を学ぶ講義を単発のイベントではなく、科目として設置する必要がある。

山口大学留学生センターでは、そのような日本企業のビジネス・マインドや特質に関する教育として「日本企業文化理解講座」および、ビジネス事情を意識したビジネス日本語クラスの取り組みを行った。以下で各々の詳細について報告する。

3 日本企業文化理解講座

「日本企業文化理解講座」は留学生センターの福屋利信教授がコーディネーターとなり、様々な企業人をゲストスピーカーとして招いて話を聞くという講義である。具体的には、企業理念などの企業紹介をはじめ業界の動向や就職活動に際してのアドバイスなどの話を聞くものである。

本章では、アシスタントとして参加した筆者が講義の概要を紹介するとともに、留学生が毎回講義後に提出している感想文の一部を紹介し、留学生の学びや意識の変化を考察する。

3.1 講義概要

「日本企業文化理解講座」は様々な企業人を招き、その企業だけでなく該当業界の動向を学び、さらには会社の経営理念を学ぶことで、日本の企業文化を理解することを目指したものがある。日本の企業文化の理解の必要性は様々なところで指摘されている（神谷，2010;厚生労働省職業安定局外国人雇用対策課，2007;早川，2008;横須賀，2004）。その一因として、日本の企業文化を理解せずに、日本の雇用慣習にそぐわないキャリアパスを形成したことなどにより、短期間で離職する留学生が多いことが挙げられる（横須賀，2004）。「日本企業文化理解講座」はそのような懸念を払しょくする

機会として、また、企業人と直に接し学ぶ機会として役立つものと考えられる。

「日本企業文化理解講座」は毎週火曜日に1コマ90分で行われた。留学生対象であるが日本人学生も聴講は可能である。また学外からの聴講も受け入れている。講座のゲストスピーカーの企業は、以下の通りである。なお、これらの企業に加え、山口大学留学生支援機構就職支援部の教員による講義も最終週に行われた。

- A) 株式会社クオリティ・オブ・ライフ (IT 業界)
- B) 帝国ホテル (ホテル業界)
- C) ヤフー株式会社 (IT 業界)
- D) 株式会社クロスメディア (映画製作業界)
- E) ベネトンジャパン株式会社 (アパレル業界)
- F) 株式会社ミクニ (自動車業界)
- G) 株式会社イーステーション (映像制作業界)
- H) 東洋鋼板株式会社 (鉄鋼業界)
- I) パナソニック株式会社 (家電業界)
- J) 東洋証券株式会社 (証券業界)
- K) 宇部興産株式会社 (化学業界)
- L) 株式会社 KRY 山口放送 (TV 業界)
- M) 東ソー株式会社 (化学業界)

およそ60分程度の講演が行われたのちに、留学生からの質疑応答の時間となる。その後、留学生は講演についての感想や意見を書いて提出し今回の講義から学んだことを内省するという流れである。参加者は、留学生は35名程度であったが、日本人学生は聴講のみとしたこともあり、1~26名と日によって違いがあった。留学生の日本語のレベルは3レベル(中級前半)から5レベル(上級)まで幅がある。留学生の出身は、韓国、中国、台湾、タイ、マレーシア、ルーマニアなどである。

次節では、留学生の提出した感想文から、

留学生の学びおよび意識の変化を記述する。

3.2 感想文からみた留学生の変化

「日本企業文化理解講座」では、毎回の講義終了後に、その講義を聞いての感想や意見を書いて提出させた。この感想文は自由記述にしているため、項目ごとの統計的な処理は行えない。しかし、自由に感想や意見を述べているため、留学生の気づきや学び、意識の変化を観察しやすい。そこで本節では、感想文を観察した上で、留学生の変化が感じられた箇所を紹介し、本講座がどのように受け取られ、どのような意義を持っているのかについて述べる。

感想文を概観すると、毎回半数以上の留学生が、自分なりにその回の「キーワード」を見つけ、感想を加えていることがわかった。つまり、中級前半レベルの留学生であってもその講座のキーワードは聞きとることができており、理解していると考えられる。「日本企業文化理解講座」では教員以外の日本人がゲストスピーカーであるため、内容はもちろん、日本語自体を理解できるかという心配があったが、感想文を見る限りは全く理解できなかったという留学生はいなかったようである。

それでは以下で、感想文を観察した結果明らかになった気づき、学びについて、①単発の講義での気づき、学び、および②科目を通しての気づき、学びについて述べる。

3.2.1 単発の講義での気づき、学び

1回の講義の中でであっても、留学生は様々な気づきや学びを得ている。本稿ではその代表的なものとして、①企業に対する意識の変化、②自らの課題の発見、③地域への意識の変化を挙げ、留学生の実際の感想文を抜粋して紹介する。

- ① 企業に対する意識の変化

「日本企業文化理解講座」の講義の前後で留学生の持つ企業に対する意識の変化があり、さらにそれを自覚していることが伺える。それは当日の企業に対してはもちろん、日本の企業全体に対する意識にも及んでいる。しかも、その意識の変化はほぼプラスの変化である。特に、専門外の業界の企業について、興味がわいたという意見が多くみられた。

例1 留学生の感想文

(一部抜粋、下線は筆者)

- a) 日本の企業は思ったよりもおもしろいです。
- b) 製造業には今まであまり興味がなかったし、直接話や仕事について聞けるきっかけがありませんでしたが、今回の授業を通じて日本の製造業に携わっていらっしゃる方の話を聞くようになってとてもよかったですと思います。
- c) 私は自動車についてはともかく経済や企業営業についてもさっぱりなので、今回の話はそんなに興味を持ってないんじゃないかなと思いましたが、海外についての営業の話とか、なかなかおもしろかったんです。
- d) 最初的时候は何についての会社かよくわからないが、今分かってきて、興味を持つようになりました。
- e) いろいろな事業に関わっているのを見て私が考えたよりずいぶん大きい会社だなと思いました。
- f) 会社で働くということはとてもきびしいとわかってきました。そして世界は実力の世界であるということもおもしろいと思いました。

このように、「日本企業文化理解講座」は留学生にとって、就職のための情報を集めるというだけでなく、これまで興味のなか

った会社や中小企業の良さを理解し、就職活動の幅を広げるといった意義があると考えられる。

② 自らの課題の発見

講義内容で学んだことを自分に当てはめ、今後の参考にしようとする学生も多い。企業の理解だけに終わらず、実際に役立てられるポイントを取り入れようとする姿勢が見られる。

例2 留学生の感想文 (一部抜粋)

- a) これから友達と一緒に練習しようと思います。少しでも成長したら何かの役に立つでしょう。
- b) 最後の先生の質問の答えの中でかけ橋という話を聞いて何か自分の国についてもちゃんとわからないといけないと考えました。
- c) 自分が何がしたいのかを考えとくのが重要だと思いました。

これは日本人のアンケートに多く見られた傾向であったが、留学生も自分のこととして就職問題をとらえ、向き合っていることがわかる。

③ 地域への意識の変化

「日本企業文化理解講座」は後半では地元企業が多かったこともあり、地元企業の話聞き、地域(山口)に愛着がわいたという意見もみられた。

例3 留学生の感想文 (一部抜粋)

- a) 山口に住んでいる外国人として誇りになりました。
- b) 山口って素晴らしい地域だなあと感じる人が多いです。

このように、就職だけでなく地域への関

心も寄せられることは、地方大学にとっては意義深いものであると考えられる。地方で学んだ留学生が、その土地に就職して国際化の刺激剤となることは地域貢献にもつながる。また、留学生にとっても実際に企業の話聞くことで、大都市や大企業のイメージに惑わされず、自分に最も合った就職先が見つけられるのではないだろうか。

3.2.2 科目を通しての気づき、学び

ここでは、1回の講義ではなく、複数回の講義を通して変化していった留学生の意識、姿勢について記述する。「日本企業文化理解講座」は単発のイベントではなく、半年をかけて行われる1つの科目である。その意義が以下の2点に現れている。

① 感想から質問へ

学期の前半では感想文には感想あるいは意見を述べていたが、回数を重ねるにつれ、質問を書く留学生が増えた。実際に講義内でも留学生による質問がより活発に出るようになった。質問が考えられるということは、単に内容を理解しただけでなく、それについて考えるところまで余裕がでてきたと考えられる。また就職活動や日本企業に対する関心の高まりも示している。

② 日本での就職意欲の高まり

これも学期の前半ではなかった傾向であったが、ゲスト企業あるいは日本での就職を実際の問題ととらえ、就職したいと述べている留学生が増えていった。

例4 留学生の感想文（一部抜粋）

- a) まだまだ日本企業のことを勉強したい。
- b) このような会社に入って一生懸命に働いて、どんどん会社が成長したらすごくうれしいと思う。

c) この会社はタイにあると聞くと、思わずタイのミクニの会社で通訳として働きたいです。

d) 留学生も入れるので、これから国に帰っても考えてみようと思います。

e) 日本の企業は積極的に海外に進出していることを聞いて、自分もこの一員になりたいと思いました。

f) この講義を受けてからずっと感じたものなんですけれども、「やっぱり就職活動は日本でしたい」ということだ。

(中略)外国人にとって日本での就活は難しいという予想と違って、「がんばれば私もできる」というように考えが変わった。

g) この会社は日本人だけじゃなくて、外国人もいます。それは興味があります。

h) 留学生も働いているようで、働きたいと思いました。

i) この会社はタイで建てているので、働きたいのは可能性が高いと思います。

j) 宇部会社はタイにあります。会社は多くのもを作ります。私はその会社がちょっと興味があります。

留学生がこのように考え始めたことにはいくつかの理由が考えられる。まず、学期半ばから、実際に留学生を雇用している、あるいは海外拠点を持っている企業の話が増えたことである。「就職活動は大変だ」という漠然としたイメージから、日本で就職することを初めから諦めている者も多い。内藤(2007)でも、就職活動に対して取り組む姿勢が弱い、つまり就職意識が低いことが指摘されている。しかし、実際の企業の話聞き、そこで働く留学生がいる、自分の国にも支店や工場がある、と聞くと、「就職」という言葉が現実味を帯びてくるのではないだろうか。内藤(2007)も指摘していることであるが、長期視点に立ち、

就職の機会が確実に高まっていることを伝えていくことで、留学生本人の意欲が引き出せると考えられる。

次に、いくつもの企業の話を書く中で、企業に対するイメージが具体的になり、また、身近となったことが挙げられる。実際に企業の話を書きに行くことは地方大学の留学生にとっては、金銭的にも時間的にも非常に厳しい。さらに、自分が興味のない業界や企業には足を運ぶこともないし、日本での就職に非常に強い熱意を持った留学生ではない限り、自分で多くの情報を収集することも難しい。しかし、今回は科目として講義を行うことで、間口を広くとり、少し興味がある留学生が就職に興味を持つようになったり、もともと就職希望のある留学生が広い視野で就職を考えることができるようになったと考えられる。

3.2.3 課題

しかし、感想文の中には「日本企業文化理解講座」の課題もいくつか散見された。ここでは主な2点を紹介したい。

① 専門用語が理解できない

今回の講義は主に経済、人文、教育など文系の留学生が受講していたため、製造業など理系の企業の話の中には未習の専門用語が多くあり、わからないという意見があった。また経済以外の留学生からは金融に関して知識が乏しいため、内容がわからなかったという意見も見られた。

日本人にとっても初めて知る内容についての話を1時間以上聞き、内容を把握するのは難しい。留学生にとって、さらにそれが当てはまる。そこで、「日本企業文化理解講座」の前にそれに関する業界の業界研究を行ったり、経済の基本的な語彙を勉強するなどの措置が必要となる。

その対策として、今年度は上級レベルの

ビジネス日本語クラスで業界研究を行っていたが、「日本企業文化理解講座」およびビジネス日本語クラスの両方を受講した留学生は3名のみであったため、準備不足だった留学生も多かったと考えられる。今後は両者の連携を明示していく必要がある。なお、両方受講している留学生からは、専門用語がわからない、内容がわからないという感想が出なかった。この「日本企業文化理解講座」の準備活動については次章で詳述する。

例5 留学生の感想文（一部抜粋）

- a) 衛星放送に関していろいろな言葉が出て、ある言葉がわからないのがあります。
- b) 放送の言葉はちょっとわかりません。
- c) ビデオの内容に出てきた当分野の専門用語はほとんど知りません。
- d) 株や証券…などこんなことは全然わかりません。

② 自国との比較ができていない

「日本企業文化理解講座」では日本企業の話が行われるのであるが、その内容を自国の事情や動向と比較している留学生が全回通して3名と非常に少ない。複数名のゲストスピーカーから指摘があったが、企業は留学生の国際感覚や自国との懸け橋としての役割を期待している。つまり、留学生は自国の事情にも明るい必要がある。しかし、聞いた話の内容を理解するのにとどまっているようである。

その対応として、次章で述べるビジネス日本語クラスでは、業界研究とともに自国との比較を行っている。留学生が両者を連携したものと捉え、両方受講することが望まれる。自国との比較は急にその場でできない場合もある。しかしビジネス日本語の

クラスのように宿題を利用すればその問題は解決できる。さらに、「日本企業文化理解講座」で自国の事情を頭に入れて日本の企業文化を聞くことができれば留学生にとってより有益なものになると考えられる。

3.3 日本企業文化理解講座の意義

留学生の就職の大きな問題の一つに、キャリア形成などにおける企業側とのミスマッチによる離職が挙げられる。それには、日本での求職者が増える中で、ただ漠然と日本で就職したい、力試しに就職活動を経験してみたいと考えるだけで、キャリア目的が不明瞭なまま就職活動を始めてしまう留学生が出てきていることがある。その対策として、留学生に対して、日本で就職する目的を明確化させ、日本企業による雇用慣行を理解した上でキャリア概念を形成させる必要がある（横須賀 2007）。伝統的な人事制度のあり方が見直されてきているとはいえ、日本にはまだ独特な企業風土が存在することから、留学生は日本の雇用環境を十分理解する必要がある（横須賀 2004）。

その意味で、「日本企業文化理解講座」は実際の企業のゲストスピーカーによる話が学年を問わず聞くことができる。工藤

（2008）は留学生が日本人学生と比較して社会常識やビジネスマナーなどの習得に時間を要し、就職活動の開始時期が遅れがちであると指摘しているが、このように就職活動において様々な準備が必要な留学生にとって、1年生から日本ビジネス事情を学ぶことができるのは非常に意義のあることである。数年かけて日本のビジネス事情を理解することができ、就職に必要な基礎を学ぶことができる。通常、就職活動の支援というと、就職活動が本格化する3年生、4年生から行われるが、本講座は1年生から受講できるため、効果がさらに期待できる。

「日本企業文化理解講座」は多くの留学生が感想文の中で「今回、このような授業に初めて参加しました。出身大学ではこのような講座を見たことがありませんでした」と述べるなど、この講義の重要性を深く理解しているようである。実際に日本企業に対するイメージも良くなり、日本での就職について本気で考え始めた者も見られる。今後はビジネス日本語との連携を深め、相補関係にある講義として周知していくことで、より一層の効果が期待できる。

4 ビジネス日本語クラス

本章では、平成22年度後期から始まったビジネス日本語クラスの紹介を行う。このクラスは上級レベル対象のクラスである。出席者は10名で、出身は中国、台湾、韓国、オーストラリアである。このうち2名は研究生であり、残り8名は交換留学生であった。そのため、今回は「就職支援」という形に直接は結び付かなかった。しかし、その代りにビジネス・マインドを採り入れた広義のビジネス日本語のクラスを行った。

このクラスでは、①ビジネス会話の習得、②日本ビジネス事情教育を兼ねた発表・ディスカッション、の2点をクラスの柱とした。その理由としては、①に関しては企業の求める日本語能力の中でコミュニケーション能力が最も高かったこと（早川、2008）、②に関しては、日本企業文化理解講座の準備活動が必要だと考えたことがある。以下で、それぞれについて詳述する。

4.1 ビジネス会話の習得

企業の求める日本語能力には、コミュニケーション能力が主に挙げられる（早川、2008）が、中にはビジネス日本語クラスよりも一般日本語クラスでの能力向上を求める企業もいる。ビジネス日本語については、入社後の研修やOJT（On the Job

Training)で行うから必要ないというのである(早川, 2008;山本ら, 2008)。

しかし,研修やOJTでビジネス会話について学ぶ企業は全てではないだろう。さらに,留学生は日本の大学で学んでおり,非常に優秀であっても,ネイティブである日本人とは異なる。つまり,日本語の習得に関しては,彼らは日本人社員よりも努力を重ねなければならず,練習の時間も必要である。そのため,入社後同様のことを学ぶにせよ,あらかじめ基礎づくりをしておく必要があると考えられる。

今回は,ビジネス場面における敬語に加え,日本のビジネス・マインド(日本のビジネスマン同士の付き合い,接客姿勢と「ほうれんそう(報告連絡相談)」の必要性)も同時に学ぶことを目的とした。具体的には,「面会して交渉する」「顧客からの苦情に対応する」「顧客からの苦情を上司に報告して,対応をお願いする」「上司が顧客の苦情に対応する」という4つの場面における会話を扱った。

教科書は,宮崎(2008)『人を動かす!実践ビジネス日本語会話【上級】』を選定し,第2課~第5課を扱った。各課は,場面ごとに短く会話が区切られているので,その場面ごとに導入,練習を行い,その後該当部分の応用として,ロールプレイ会話をペアで作らせた。練習する際の注意事項としては,なめらかに自然に言えるようになるまでくり返し練習すること,およびイントネーションを挙げ,練習を十分行った。

耳慣れない敬語をくり返し練習し,ビジネス会話を学んでいく中で,客の苦情に対してまず謝ってから会話を始めるなど,日本人が自然に行っている社会言語学的な側面についても理解できるようになったと考えられる。また,「申し訳ございません」などをはじめとする敬語についても,プリントやテキストを見ずに自然に言えるように

なった。

このようにビジネス日本語会話の授業を行ったが,ビジネス日本語を丁寧に学ぶことで,ビジネスに必要な日本語を学ぶと同時に,その根底にあるビジネスマナーなどの社会言語的な側面についても学べることがわかった。つまり,日本語だけでなくビジネス・マインドも同時に学べるビジネス日本語の授業が行えるということである。

4.2 ビジネス日本事情教育を兼ねた発表・ディスカッション

山口大学では本年度から日本語クラスと並行して,「日本企業文化理解講座」という企業文化を学ぶビジネス日本事情の講義が行われた。この講座は前章でも述べた通り,毎回各業界の企業人を招いて日本の企業文化や業界事情を学ぶ貴重な機会である。講座後は,感想文を書き,自らの学びを内省する機会が与えられているが,講座前には十分な準備時間が取れない。また,学習のステップから考えても,事前学習→講座→内省というサイクルが重要であると考えられる。

そこで,ビジネス日本語のクラスで「日本企業文化理解講座」の事前準備にもなるビジネス日本事情教育を兼ねた活動を行うこととした。以下で,活動概要および意義について述べる。

4.2.1 活動概要

「日本企業文化理解講座」の準備活動としては,企業研究,業界研究,質疑応答の練習など,様々な形が考えられる。しかし今回は,業界研究および各国の業界事情との比較を発表およびディスカッション形式で行うこととした。その理由としては,以下の3点が挙げられる。

- ① 「日本企業文化理解講座」とビジネス日本語クラスを両方受講する

留学生が 10 名中 3 名のみである

- ② 来春の就職を目指すものがない
- ③ 本クラスは日本事情ではなく日本語を学ぶ場である

つまり、「日本企業文化理解講座」を受講しない留学生にとっても、就職活動をしていない学生にとっても意義のある授業にしなければならない。そこで日本の企業全般について広く学べ、さらに日本語で発表やディスカッションをすることができる授業とした。

使用教材は、市販のテキストではなく、就職活動・就職情報サイト「リクナビ」の「就職ジャーナル 1日10分の社会勉強サイト」の中から、「業界トレンドNEWS」を扱った。そのサイトの、次週の「日本企業文化理解講座」で扱う業界についての記事を読み、自国の事情を調べて比較し、考えをまとめてくることを宿題とする。そして次週、各自の国別比較や考えを持ちより、発表およびディスカッションを行うという方法である。

このクラスには同じ出身の留学生が複数名いた。もちろん同じ出身の留学生からは同じ内容の回答が得られることもあったが、各留学生がそれぞれの視点から問題を調べてくるため、大部分の内容が重複することではなく、同じ出身の他の留学生の発表を聞いて、新たな側面に気付く場面も見られた。

具体的な授業の流れは以下の通りである。

【課題】

- ① 次週の「日本企業文化理解講座」の業界についての「業界トレンドNEWS」を読む宿題を課す

【授業（翌週）】

- ② 「業界トレンドNEWS」の概要を教師が説明しながら確認し、最近のニュースがあれば付け加える
- ③ 内容把握を確認した後、一人ずつ留学生が自分のまとめてきた考えや自

国の状況を発表する。教師はキーワードを拾いながら板書し、一人が発表を終えるごとに発表内容の確認を行う。発表に対する意見などがある場合はディスカッションも行う。

この授業には、ビジネス日本事情教育およびビジネス日本語教育両方における意義があると考えられる。以下ではそれぞれにおける意義を考察する。

4.2.2 ビジネス日本語事情教育としての意義

まず、ビジネス日本事情教育としての意義は、「日本企業文化理解講座」との連携である。実際に企業のゲストスピーカーから話を聞く前に、その業界についての基礎知識を得、またその業界の自国状況も把握しておくことで、講座内容をより深く理解することができる。さらに質問をする余裕も生まれ、ゲストスピーカーとの交流をより積極的に持つことができる。

また今回の「日本企業文化理解講座」の中でも複数のゲストスピーカーが言及していたことであるが、企業は留学生に対して日本と海外の橋渡しとしての役割を期待している。そのため、日本についてだけでなく、自国の経済状況などにも明るい必要がある。今回の準備活動を通して、留学生は日本の業界事情を理解するだけではなく、自国の業界事情についても調べ、考えるきっかけになった。実際に、発表の中で、自国の当該業界の動向について知らなかったが、今回調べることで少しわかるようになったという声も聞かれた。

そして、この活動全体を通して言えることであるが、多岐にわたる業界研究を重ねることで、特定の業界だけでなく、経済全体の流れについても把握できるようになってきたように感じられる。例えば、前回の業界研究のときも同じことを言っていた、

これはどの業界研究をしているときにも自国の問題点として挙げられるなどの、気づきが見られた。

さらに、日本の業界事情を読解課題として与えたことで、業界特有の未習用語を自分で調べることもなり、「日本企業文化理解講座」の内容理解を助けることにもなった。

4.2.3 ビジネス日本語教育としての意義

ビジネス日本語教育の意義としては、発表およびディスカッションという口頭活動を行う場となったことが挙げられる。特にビジネス用語を用いて、自国の事情について発表およびディスカッションをする機会はそれほど多くない。しかし、就職活動の面接あるいはグループディスカッションの場、および入社後同僚や上司に自国の動向を伝える際など、自国の経済事情について説明する機会は非常に多く、ニーズも高いと思われる。今回、「日本企業文化理解講座」の準備活動を行ったことで、これらに必要な練習を積むことができたと考えられる。また調べた内容をまとめ、自分の意見を加えて発表するという活動は通常の日本語授業でも扱うべき内容であり、決してビジネスに興味を持っていない留学生に開かれていない授業というわけではない。

5 まとめと今後の展望

本稿では、今年度後期から新しく始まった「日本企業文化理解講座」および「ビジネス日本語」の報告を行い、就職支援フェスタ・イン・山口と合わせて、山口大学の留学生向けの就職支援体制が整ったことを記述した。

各企業のゲストスピーカーから日本のビジネス事情を学ぶ「日本企業文化理解講座」では、留学生が講座後に提出した感想文から、①企業に対する意識の肯定的な変化、

②自らの課題の発見、③地域への愛着の芽生え、④感想を超えた質問の記述、⑤日本での就職意欲の高まりなどの意義深い変化が見られた。一方で①専門用語が理解できない、②自国との比較ができていないという課題もあった。つまり、「日本企業文化理解講座」を通じて、留学生は、日本の企業風土をある程度理解できたことはもちろん、日本の企業について先入観なく捉えられるようになり、日本での就職についてより前向きに考えられるようになったと考えられる。問題点として挙げられている、専門用語の理解と自国との比較については、ビジネス日本語の授業と連携を取ることで改善することができるだろう。

「ビジネス日本語」の授業では、ビジネス会話およびビジネス事情教育を日本語クラスとして行った。ビジネス事情は、「日本企業文化理解講座」の準備活動として簡単な業界研究と自国との比較を行い、発表およびディスカッションをした。それにより留学生は「日本企業文化理解講座」だけでなく就職活動およびその後のキャリア生活において役立つ能力を得ることができたと考えられる。また、ビジネス会話では丁寧に会話を追い、その表現が何を表しているのかを考えながら授業をすすめた。その結果、上級敬語だけでなく、ビジネス会話の根底にあるビジネスマナーを感じられる授業となった。

このように、山口大学では2008年度から始まった「就職支援フェスタ・イン・山口」に加え、ビジネス日本事情を企業から学ぶ「日本企業文化理解講座」、「日本企業文化理解講座」に必要な基礎的な業界知識、ビジネスマナー、ビジネス日本語会話の学べる「ビジネス日本語」クラスが揃い、留学生の就職支援の現段階での形は整った。しかし、特にビジネス日本語には、就職のための日本語、就業のための日本語の双方

が必要であり、今後も改善を続けていく必要がある。また、前期にもビジネス日本語のクラスを開講するため、通年授業としてどのように組み立てていく必要があるか検討することで、さらに充実したクラスになっていくだろう。また、この3つが連携しているものであることを留学生に周知していくことで、より意義深いものになっていくと考えられる。

(留学生センター 講師)

【教科書】

宮崎道子 [監修] 瀬川由美・紙谷幸子・北村貞幸 [著] (2008) 『人を動かす! 実践ビジネス日本語会話【上級】』スリーエーネットワーク

【参考文献】

阿曾沼一成, 2007, 「多文化共生時代における留学生の進路・就職」『留学交流』2月号, 2-5

—————, 2009, 「留学生受け入れと就職についてー立命館アジア太平洋大学の現状と課題からー」『留学交流』2月号, 2-5

太田篤, 2007, 「留学生の日本での就職活動支援」『留学交流』2月号, 20-21

岡崎仁美, 2009, 「外国人留学生の採用動向と就職支援のポイント」『留学交流』2月号, 22-25

神谷順子, 2010, 「日本における外国人留学生の就業に関する研究ー大学・産業・行政との連携による就職支援の効果」『北海学園大学学園論集』第143号, 68-91

川口直巳・古本裕子, 2010, 「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」クラスを考えるー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ー」『言語文化論集』第32巻 第1号, 名古屋大学大学院国際言語文化研究科

71-80

工藤雅彦, 2008, 「外国人留学生に対する就職支援」『留学交流』2月号, 6-9

郡司正人, 2008, 「外国人留学生の採用の現状」『留学交流』2月号, 10-13

厚生労働省職業安定局外国人雇用対策, 2007, 「留学生の就職支援の現状」『留学交流』2月号, 18-19

信田グレチェン, 2008, 「留学生のキャリアパスと大学のサポート」『留学交流』2月号, 14-17

白木三秀, 2008, 「留学生の就職と採用における諸課題」『留学交流』2月号, 2-5

末松和子 (2007) 「東北大学における留学生へのキャリア教育支援」『留学交流』2月号, 6-9

内藤均, 2007, 「これからの留学生就職支援のあり方」『留学交流』2月号, 14-17

中島武幸, 2009, 「岩手県外国人留学生就職支援協議会について」『留学交流』2月号, 10-13

中山昌秋, 2009, 「留学生の受け入れと出入国管理行政について」『留学交流』2月号, 6-9

早川芳子, 2008, 「留学生の進路と転職ーNPO 法人留学生職業能力開発センターの活動を通してー」『留学交流』2月号, 18-21

廣田陽子, 2010, 「留学生の受け入れと就職」『研究報告書』第45集岡山大学産業経営研究会, 1-23

福屋利信, 2010, 「「留学生就職支援フェスタ・イン・山口」の実施報告とアンケート結果に基づく今後の展望」『大学教育』第7号, 81-100

山崎光悦, 2009, 「金沢大学アジア人財育成プロジェクトに見るキャリアサポートーアジア人財資金構想・北陸地区産学官連携リソースを活用した理工薬系留学生の育成ー」『留学交流』2月号, 14-17

横須賀柳子, 2004, 「外国人留学生の就職に

