

中国におけるビジネス日本語教育の体系化に関する 一提案：先行研究概観に基づいて

仇, 文俊

<https://doi.org/10.15017/1650601>

出版情報：地球社会統合科学研究. 4, pp.51-66, 2016-02-29. 九州大学大学院地球社会統合科学府
バージョン：
権利関係：

中国におけるビジネス日本語教育の体系化に関する一提案

—先行研究概観に基づいて—

キョウ 文 シュン
仇 俊

1. はじめに

経済グローバル化により、多くの日本企業が中国に進出している。中国では、これらの日系企業に就職することを日本語学習の目的とする学習者が少なくない。中国における日本語学習者の学習目的について、2009年に行われた国際交流基金の調査によると、中国の高等教育機関において、将来の就職のために日本語を学習する学習者は、すべての日本語学習者の80%を占めている。

このような状況のもとで、近年中国の高等教育機関では、経済や貿易などの科目が開設され、ビジネス日本語に関する教育が始まった。ビジネス日本語に関する教科書も多く開発されている。しかし、現在中国で行われているビジネス日本語教育には多くの問題点がある。例えば、中国のビジネス日本語教育においては一体何を教えるのか、どのように教えるのかという基本的なことについて、まだ不明な点が多い。教育内容を十分に考え、カリキュラムを体系的に設置することと、それに応じた体系性や実用性のある教科書の開発などが、現在中国におけるビジネス日本語教育の急務となっているのではないかと考えられている(仇2012、上原・陶2015)。

そこで、本研究では、これまでの研究から何らかの示唆を受けられるのではないかと考え、先行研究を概観した。それに基づいて、中国におけるビジネス日本語教育は何を教えるべきか、そしてこれらの内容をどのように体系的にカリキュラムに盛り込むのかを検討する。具体的には、次節で本研究の視点と目的を述べる。

2. 研究の視点、目的と方法

1970年代から、日本の経済発展と経済のグローバル化に従い、「ビジネス日本語」に関する研究が次第に盛んになり、多くの研究成果が挙げられている。これらの研究は各自の研究の立場と視点によって、「ビジネス日本語」に対する捉え方がそれぞれ異なっている。

水谷(1994)によると、「ビジネス日本語」という言葉は、使う人によって意図する内容に大きな相違があり、

まだ市民権を得た言葉とはなっていないといえる。「ビジネス日本語」という言い方がよく使われるようになったのは、外国人に対する日本語教育の中で、外国人のビジネスマンに対する教育活動が盛んになって、教科書のタイトルなどにも使用されるようになってからであり、「ビジネス日本語」は、ビジネスの世界で必要とされる日本語を学習する必要があるという意図で、使われ始めたものである。

本研究では、水谷(1994)の観点に基づき、「ビジネス日本語」については、日本語教育の立場から「日本語教育の一科目」として捉えていく。すなわち、「ビジネス日本語」とは、どのような日本語であるのか、どのような特徴があるのかということ考察するのではなく、本研究は、学習者がビジネス場面において、円滑なビジネス・コミュニケーションできるようになるために、「ビジネス日本語」という科目の下で、何を、どのように教えるのかということを考えるものである。

本研究では、まずこれまでの「ビジネス日本語教育」に関する研究を分類する。次に、それぞれの研究を概観し、中国の「ビジネス日本語教育」で活用できるものをまとめる。最後に、中国の「ビジネス日本語教育」の内容とカリキュラムの体系化を試みる。

3. 先行研究の分類

「ビジネス日本語教育」に関する研究は様々あり、概観するために、研究の性質によって分類する必要がある。本節では、分類の基準を決め、先行研究の分類を行う。

「ビジネス日本語」または「ビジネス・コミュニケーション」に関する先行研究を分類して概観するものは、李(2002)と近藤(2004)がある。

李(2002)では、先行研究を、①企業内コミュニケーション、②企業外コミュニケーション、③セールストークの三つに分けている。さらに、この三つの下位に、言語面であるか或いは文化面であるかによって二つの分類が設けられている。

一方、近藤(2004)は、李(2002)の分類に対して、「そ

の研究はいったい何についての研究なのかという研究の性質に関することはわかりにくい(近藤2004:206)」と指摘し、研究の性質によって、新たに先行研究を四種類に分類した。第一は「ビジネス活動の研究」、第二は「ビジネスのやり取りの研究」、第三は「日本語学習に関する研究」、第四は「これまでの提言・助言」である。

近藤(2004)の分類から、確かに研究の性質は明らかになったが、それが「ビジネス日本語教育」とどのような関係があるのかについて、はっきり見えない。

従って、本研究では、「ビジネス日本語教育」の立場から、それぞれの研究が、「ビジネス日本語教育」において、どのような位置づけであるのかをはっきり示し、これまでのビジネス日本語に関する研究を二種類に分類した。

第一は「ビジネス日本語教育は何を教えるべきかに関する研究」である。その下位分類としては、「理論的研究」「企業が求めるビジネス日本語」「ビジネス現場におけるビジネス日本語の使用実態」という三つの分類がある。まず、理論的研究は「ビジネス日本語とは何か」「ビジネス日本語教育は何を教えるのか」に関する理論を考える研究である。また、「ビジネス日本語」の「実用性」という特徴から、企業のニーズ、従業員のニーズ、また実際の使用実態と問題を明らかにすることが必要であり、「企業が求めるビジネス日本語」と「ビジネス現場におけるビジネス日本語の

使用実態」に関する研究は、企業のニーズ、従業員のニーズ、また実際の使用実態と問題点について調査を行い、その結果をビジネス日本語教育に反映させるものである。

第二は「ビジネス日本語教育現場に関する実践的研究」である。これらの研究は教育の現場から、教育の現状を調査し、その問題点を明らかにするものである。また、教材の分析や新たな教授法の開発をしたりすることによって、実践的な面からビジネス日本語教育を考えるものである。その下位分類は「ビジネス日本語教育」の「現状報告」「実践報告」「教材分析」「その他(コースデザイン・テストなど)」の四つに分けられる。

「ビジネス日本語教育」の立場から先行研究を七種類(下位分類を含む)に分類しているが、すべての研究が必ずしも一つの焦点に絞って書かれたわけではないため、分類する際は、研究の主要な内容によって分類を行った。

これらの先行研究を分類して、表1にまとめた。

表1で示しているように、「ビジネス日本語教育」に関する研究において、「企業のニーズ」「ビジネス現場の使用実態」に関する研究が圧倒的に多い一方で、教育現場からのニーズの解決という面から考える研究はまだ少ない。従って、「企業のニーズ」と「ビジネス現場の使用実態」に関する研究の成果をどのように教育現場で活用するのかを考える必要がある。

表1：ビジネス日本語教育に関する先行研究の分類

分 類		研 究
何を教えるべきかに関する研究	理論的研究	松井(1993)、水谷(1994)、大崎(1994)、高見澤(1994、2010)、西尾(1994)
	企業が求めるビジネス日本語	板井(1999)、島田・澁川(1999a、1999b)、石川・池田(2004)、小野寺・他(2004)、茂住(2004)、原田(2004a)、タナサーンセーニー他(2005)、海外技術研修協会(2007)、経済産業省産業人財参事官室(2007)、野元(2007)、山本・他(2008)、岩脇(2009)、堀井(2009)、戎谷(2012)
	ビジネス現場におけるビジネス日本語の使用実態	山田(1992)、秋山(1994)、木下(1994)、小林(1993、1994)、清(1995、1998a)、池田(1996a、1996b、2003)、島田・澁川(1998)、宮副ウォン(1999)、近藤(1998、2000、2001、2004b、2005、2007)、李(2001、2003)、大崎(2003)、原田(2004b)、パチャリー(2005)、小池(2006)、根橋(2006)、工藤(2007)、辻(2007)、ヤルディー(2007)、服部(2008、2009)、栗飯原(2009)、孫・他(2009)
教育現場の実践研究	現状報告	西尾(1995)、林(2005)、馮(2007)、池田(2009)、鈴木(2012)、上原・陶(2015)
	実践報告	榊原(1991)、藤本(1993)、上田(1995)、清(1998b)、野元(2004a、2004b、2005)、内海(2006、2007)、大木(2007)、高木・川口(2007)、鈴木(2009)、高江洲・中川(2009)、近藤・金(2010)、倪(2011)
	教材分析	王(1997)、松嶋(2003)、小野(2005)、黄(2007)、樋口(2008)、トムソン・尾辻(2009)、向山・他(2009)
	その他	丸山(1991)、田丸(1994)、池田(2001)、島田(2002)

4. 先行研究の概観

本節では、分類されている先行研究を概観し、それぞれの研究成果をまとめる。そして、中国の「ビジネス日本語教育」で活用できるものを見出す。

先行研究の量は少なくないが、本研究では、字数の制限があるため、その中から、代表的な先行研究を取り上げてまとめる。

4. 1 「ビジネス日本語教育は何を教えるべきか」に関する研究

4. 1. 1 理論的研究

「ビジネス日本語教育」に関する研究は、ビジネス日本語とは何か、ビジネス・コミュニケーションとは何か、などの用語を定義するための理論的研究から始まったものである。そのため、この理論的研究によって、ビジネス日本語教育においてビジネス日本語をどう捉えるかが規定されている。

松井(1993)では、ビジネスの日本語の分野で必要とされる日本語学習は二つに大別されるとしている。「一つはどのビジネス分野にも共通の部分であり、一つは学習者が担当する業種業務に特有な専門語の部分である。共通の部分は、仕事は何であれ、日本のビジネス社会で好ましい人間関係を保つための待遇表現、話の運び方であり、個別の部分は各業種、業務における特別な専門語彙と特有な言い回し、特殊な表現(松井1993:9)」である。それに、ビジネスにおける信頼関係の構築の重要性を考慮しながら、そのための日本の商取引の慣習や日本人の言語行動の文化的側面を理解し、日本のビジネス社会に仲間として受け入れられるような日本語を学ぶ必要があると示している。

大崎(1994)では、ビジネス・コミュニケーションを、ビジネスとコミュニケーションの二つの側面から、「ビジネスとは、物またはサービスを生産し、営利を目的とする行為であり、コミュニケーションとは複数の人間が意味を相手に伝えながら相互に作用を行う動的プロセスであり、ビジネス・コミュニケーションは対人レベルだけでなく、他の幾つかのレベルも考慮しなければならない(大崎1994:87)」と定義した。

高見澤(1994)は、ビジネス・コミュニケーションの特性を、「①仕事のための公的な話し合いである、②参加者は相互理解に達する必要がある、③主張の違いは話し合いを通して調整される、④合意された相互理解が仕事の内容となる(高見澤1994:31)」の四点に要約し、「ビジネス・コミュニケーションは、どのような目的で行われる場合でも、まず、自分の主張を明解に相手に伝え、相手の主張から真意を探り出すことから始めて、その上

で、互いに納得できる相互理解を形成していくのであるが、その方法や手続きは言語(=文化)によって異なっている(高見澤1994:31)」と指摘している。

これらの研究を通して、ビジネス日本語は、より良い人間関係を作る、または維持することを基礎に、ビジネス上や仕事上の目的を達成させる、という特徴があることが明らかになった。つまり、ビジネス日本語教育において、どのように良い人間関係を維持するのか、目的を達成するために、どのように意思疎通したり、説得力を強めたりするのかを考えなければならないのである。

4. 1. 2 「企業が求めるビジネス日本語」に関する調査研究

「ビジネス日本語教育」の内容を考えると、企業が求めているのはどんなものなのかについて調べなければならない。企業のニーズが分からないままで行われているビジネス日本語教育は、いわゆる「実用性のない」とよく指摘されているようなビジネス日本語教育になるだろう。したがって、企業のニーズに関する調査は数多く実施されている。

板井(1999)では、香港における日系企業100社(回収62社)を対象に絞り、アンケートを行うことによって、「日系企業において活躍できるビジネス・パーソン」のモデル化を試みた。その結果、「日本語と専門的知識をどう組み合わせるかというトータルな能力が香港人に求められ、日本語学習としては、ある場合にはビジネスの性質上、複雑な業務や部門ごとに異なるニーズに対応して、個性的でありながら、同時に一貫したコースとするためには、マス化したカリキュラムを設定しなければならない。日本語能力と別に、企業における香港人と日本人スタッフの相互コミュニケーションを考えると、異文化理解という視点が必要不可欠である(板井1999:520)」と指摘している。

石川・池田(2004)は、台湾における日系企業を対象として「日系企業が期待する日本語能力」についてアンケート調査を行った。調査結果によると、面接において新卒者は「日本語の流暢さに欠けている」「自己紹介以外の会話が成り立たない」傾向があることが指摘され、実践に役立つ会話能力の育成が要求されていることが分かった。また、採用時に求める能力は、「日常場面での通訳」「電話でのやり取り」「ビジネス場面での通訳」「Eメールでのやり取り」の順である。日系企業から見て、日文系出身者に不足している能力は「書く能力」「ビジネスに関する知識」「日本的な慣習に関する知識」であることに対して、企業が日本語学科に求める教育は「ビジネスに関する知識」「日本的慣習に関する知識」が最も多く、

次いで「書く能力」「話す能力」の順になっている。

タナサーンセーニー他(2005)は、タイ国日本語教育研究会が行った調査の結果をまとめたものである。タイ国日本語教育研究会は、大学での日本語教育を修了した学習者が、タイのビジネス場面で求められる日本語能力にどの程度到達しているのかを分析するために、企業5社、大学10校、卒業生25名を対象として調査を行った。その結果、ビジネス日本語に関して、「企業が何を求めているのか」「大学の教育現状はどうなっているのか」「卒業生の使用実態はどうなっているのか」の三つのことが明らかになった。これに基づき、日本語教育について、「①知識を実践力に変えるために体験的な活動を学習の場に作り出す工夫、②言語的、文化的ギャップから生じる問題を解決する能力を養う工夫(タナサーンセーニー他2005:220)」の二点を提言した。

経済産業省産業人材参事官室(2007)では、国内の企業と元留学生への調査結果に基づき、外国人留学生が取り組むべき課題として、①ビジネス日本語能力、②ビジネス文化・知識への理解、③グローバル人材としての能力、④社会人としての行動能力(社会人基礎力)の養成、を挙げ、この四分野の統合的な研修を提案した。

野元(2007)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もとに、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、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。また、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、それぞれ解説を加えている。

堀井(2009)では、中国上海における日系企業の担当者などを対象として、「日本留学経験者に対する採用と仕事についての実態調査」を行った。調査結果から、従来の「敬語教育」「ビジネスマナー」「就職活動対策」の教育と研修時の「ビジネス日本語」「ビジネス文化」「社会人基礎力」の教育のほかに、留学生に対するビジネス日本語教育のシラバスに、日本留学経験者のメリットとなる「ブリッジ人材としての役割の認識、異文化調整能力を高める項目」と「問題解決能力」を加える必要があることが示されている。

企業が求めているビジネス日本語は、企業の種類や国別によってそれぞれ異なっているが、以上の研究から、どの企業においても必要とされているものがまとめられる。つまり、企業が求めているビジネス日本語は、「言語面」「文化面」「行動面」の三つの面からまとめられる。「言語面」において、「聞く、話す、読む、書く、の四技

能を上達させ、流暢に日本語を使える」「ビジネスに関する専門用語を使える」「より良い人間関係を維持するための待遇表現などを使える」ということが要求されている。「文化面」では、「ビジネスに関する知識を持つ」「日本の慣習に関する知識を持つ」「異文化理解調整能力を持つ」ということが要求されている。「行動面」では、「社会人基礎力を持つ」「問題解決能力を持つ」ということが要求されている。企業のこれらのニーズに基づき、どのように学習者にこれらの能力を身に付けさせるかが、ビジネス日本語教育の急務となっている。

4. 1. 3 「ビジネス現場におけるビジネス日本語の使用実態」に関する研究

ビジネス日本語教育は、企業のニーズを満たすだけでは不十分である。企業で働いている従業員にはどのような悩みがあるのか、受けた教育にどのようなフィードバックがあるのか、についても調査する必要がある。そして調査の結果を教育に反映させるべきであろう。

清(1995)は、東京に勤務地があり、仕事のほとんどを日本語で遂行する外国人77名と、その外国人と同じ職場で働く日本人社員65名を対象として、インタビュー調査を行った。その結果、言語行動上、言語能力の差に関係なく、「意見を述べる」ことが最も難しく、次いで「意見を聞く」ことが困難であることがわかった。その原因として、ビジネス・コミュニケーションというものが、必ずある成果物を生み出さなければならないものであり、時間的にも効率性を重視するという前提に立って行われるということや、いかなる状況下でも絶対に人間関係を切らずに継続的な人間関係を保つべく配慮する必要性があることを、教師が十分認識せずに、それらの要素を教室活動に取り入れてこなかったことが指摘されている。

池田(1996a)は、実際に日本語でビジネス活動を行っている35名の外国人ビジネスマン(回答者数26名)に対して行ったアンケート調査の結果から、ビジネス日本語教育において取り上げるべき文化・習慣的項目を明らかにした。その結果、「①日本語の曖昧さ(主語の欠如、文が途中で途切れるなど)、日本語の階層(相手、立場、場面による)など、日本語に直接反映されている文化的項目が必要と感じる人が多い。②日本人ビジネスマン、日本企業へのアプローチの方法、彼らのコミュニケーションのとり方に関わる項目の必要性を感じている人が多い。③ビジネスや日本企業体制に関する専門性の高い項目への必要性は低い、ゼロではない(池田1996a:20)」という三点が明らかになった。また、学習者の出身国、つまり文化背景が異なっても、ビジネス日本語教育で取り上げる必要のある文化・習慣的項目には大

きな違いがないということが分かった。

清 (1998a) は、日本企業34社と日本で活動する外資系企業9社において、仕事の殆どを日本語で遂行している上級レベルの外国人社員77名と、共に働く日本人社員65名を対象に面接調査を行った。その考察によって明らかになったことは、日本語上級レベル在日外国人社員と日本人社員の日本語でのビジネス・コミュニケーションの阻害要因は言語面、心理面の両面に存在する一方で、外国人社員の方は主に言語面に阻害要因があると見ていることである。また、外国人社員にとって、意見の産出・受容において適切な敬語表現、待遇表現、婉曲表現を駆使することが最も困難であり、特に「断り」の状況においてそれが顕著であることが明らかになった。また、ビジネス文書や翻訳などにおける日本語特有の形式表現にも困難を感じていた。

宮副ウォン (1999) は、「書く能力」に焦点を当て、香港人日本語話者を対象として調査を行った。調査の結果によると、一般的に、香港人日本語話者に期待される日本語能力は、読む能力に対しては高いが、書く能力に対する期待はそれほど高くない。また、日本語母語話者の多くが香港人日本語話者の書く能力で最も劣っているのは敬語の使い方だと指摘していることが分かった。文法的な間違いより、非常に改まった文体とくだけた文体が混在するような丁寧度の統一に欠ける手紙は、日本人の読み手に失礼な印象を与えることが多い。文書や場面により異なる文体表現や敬語表現の多様性、機能、敬意の程度の認識、その使い分けの徹底的な指導が大学卒業前に必要だと指摘もあつた。

辻 (2007) は、日本人駐在員と現地の中国人とのコミュニケーションの実態、及び日中両国の経済交流の活発化に伴うトラブルや摩擦など、コミュニケーションにおけることばの諸問題に関して、上海・北京における日系企業に従事する日本人スタッフ、中国企業に従事する日本人スタッフ及びその帯同家族を対象に調査を行った。その結果として、①中国人スタッフに注意する場面、②中国人スタッフに仕事の指示を与える場面、③中国人スタッフを仕事上で誉める場面、④中国人の意見・要求を断る場面の四つの場面が挙げられ、日本人スタッフが中国人スタッフに対して頻繁に使用している「注意喚起表現」「依頼懇願指示表現」「賞賛表現」「断り表現」などの4表現を中心に考察し、各表現における言語行動上の発話内容や発話形式、聞き手に与えるニュアンスを解析した。「婉曲的な表現」を使用して相手に対して配慮したニュアンスで伝えることは可能である一方で、「以心伝心」の特徴を持つ表現の影響などにより伝達に支障をきたしてしまい、コミュニケーションにおける誤解や摩擦を引き起

こすことが指摘されている。

これらの研究から、日系企業で働いている外国人従業員が感じている問題は「言語面」の問題が多いということが分かった。特に、「日本文化に関連している日本語の使用」「人間関係に関連している日本語の使用」において、多くの問題が発生している。教育上では、日本語に直接反映されている文化的項目の教育や、敬語表現、待遇表現、婉曲表現などの人間関係に関連する日本語の教育が強く要求されている。

4. 2 教育現場に関する実践的研究の概観

前節では、「ビジネス日本語教育」は何を教えるべきかを考察するために、「理論的研究」「企業のニーズ」「従業員の日本語使用実態」に関する研究を概観した。本節では、前節でまとめている先行研究の成果がどのように教育現場に反映されているのかを考察するために、教育の現状、実践報告、また教材分析などの研究を概観する。

4. 2. 1 教育の現状について

実際にどのようにビジネス日本語教育を行っているのかについて、各国・地域において調査が行われている。

林・陳 (2005) では、台湾の大学の日本語学科ではどんなビジネス日本語教育が行われているのかについて、台湾の8校の大学の日本語学科の卒業生と教師を対象として調査を行った。調査の結果、七割以上の卒業生が「ビジネス日本語」科目の重要性を認めた。また、「ビジネス日本語」教育の問題点として、「①普及していないビジネス日本語の会話教育、②応用文に存在するビジネス文書教育、③理想と現実の不均衡のクラス人数、④学習者ニーズを満たさないシラバス、⑤開発を待たされる教科書、⑥教師のビジネス経験の欠如、⑦企業体験制度が難航状態 (林・陳2005: 272)」ということが指摘されている。これらの問題点に対して、「①ビジネスの視点を持つこと、②台湾の学習者に適するビジネス日本語教科書の開発、③教師の再研修、④実習制度(インターン)の推進 (林・陳2005: 272)」などの点が提議されている。

馮 (2007) では、中国の職業高校におけるビジネス日本語教育のカリキュラムを改善するために、平湖職業中等専業学校という教育機関の現行カリキュラムを分析した。その結果、職業日本語科の三科目(会話、日本概況、コンピューター入力)の授業改善が課題となった。「会話」では、社内と顧客にかかわる項目の重視、実践的な仕事場面を想定した練習の設定、会話とビジネスマナーの並行的育成、職場での日常的な場面や話題の導入、「日本概況」では、ディスカッションやビジターセッションの実施、「コンピューター入力」では、表の作成方法の導

入などを提案している。

鈴木(2012)では、山口大学、立教大学、群馬大学、琉球大学、北見工業大学の教育事例を挙げている。山口大学では、2009年度から行われている「就職フェスタ・イン・山口」に加え、2010年度後期より、「日本企業文化理解講座」及び「ビジネス日本語」を開講し、留学生向けの就職支援体制が整ったとしている。このうち、「ビジネス日本語」については、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二点を柱として行っており、ほかの二つの科目との連携により、就職支援体制をより強固なものとしている。立教大学では、一段階目では、日本語能力試験1級かそれ以上のレベルの文法や語彙、漢字、読解能力等を鍛え、二段階目ではより実践的なビジネス日本語能力取得を目指すビジネス日本語教育を行っていた。群馬大学では、「ビジネス作文」「BJT対策」「日本事情理解(読解)」「日本事情理解(討論)」「ビジネス会話」の五科目を設けて指導していた。琉球大学では、一年目は就職活動に必要な日本語力のアップにつながるカリキュラムを組み、二年目は夏前まで主に就職試験対策を行い、6月くらいから日本企業入社後に必要とされるビジネス日本語のスキルアップにつながるカリキュラムを組んでいる。北見工業大学では、2008年4月に初めてビジネス日本語という科目を設けた。授業内容については、就職活動全般についての把握、自己分析・企業研究、面接対策・ビジネスマナー習得、就職活動・内定獲得という手順で授業を行っている。留学生に対するヒアリングの結果によると、「役に立った授業内容」について、「会社でのマナーや話し方、電話の掛け方、メールの習得」を選ぶ人が最も多い。調査の結果を基に、「①進学者と就職希望者のクラス分けの必要性、②実践的な授業の導入、③インターンシップの受け入れ企業の確保」という三つの課題が挙げられている。

上原・陶(2015)では、中国の南京農業大学外国語学院日本語学科で調査を行い、中国の学生の日本文化学習への意識、キャリアアップとビジネス日本語教育への認識を明らかにするとともに、学生の回答を通して、日本文化関連の授業の現状、ビジネス日本語授業の現状の一端を明らかにしている。調査の結果、ビジネス日本語教育がキャリアアップと深く関係していることが確認され、ビジネス日本語教育が学習者に大いに求められていることが分かった。しかしながら、教材の実用性、体系的性が多くの学習者に強く要望されているにもかかわらず、教員に対する調査から、学習者のニーズは満たされていないことも明らかとなった。例えば、「教材の内容が古い」「時代に遅れている」「実用性が不足」「新しい教材は写真や絵などが豊富で分かりやすいが、誤字や脱字が

多く、内容が浅い」「学習内容は教員任せになっているが、教員の専門性や知識面が充分であるかどうかの問題である」ということが多く指摘されている。

以上の研究から、ビジネス日本語教育において、「ビジネス会話」「ビジネス作文」「ビジネス事情・文化」などのカリキュラムの基で行われるべきであるという共通認識があることが明らかになった。しかしその一方で、「教科書の質の不十分」「教師の資質のばらつき」などのことが教育の効果に影響していることも明らかになり、「教科書の改善」や「教師の育成」が急務となっているのである。

4. 2. 2 実践報告について

前節で指摘している現状に対して、ビジネス日本語教育の有効的な方法を探るために、多くの研究者が実践を試みている。

清(1998b)では、早稲田大学国際部において1997年春学期に開講したビジネス会話ワークショップクラスで行った授業内容と、主に待遇表現学習に関する履修者の特徴についての考察をまとめた。まず学習者の履修理由を探るためのアンケート調査の結果によると、「丁寧な話し方を勉強したい」「将来、日本語を使ってビジネスをしたい」ということが殆どの履修者の理由となることがわかった。これに基づいて、授業では、仕事上円満な人間関係をつくるための待遇表現を中心に行い、「丁寧な話し方を学習したい」という希望に沿うことにした。そこで、「学習者全員に各々企業名を自分で決めさせ、各社の営業部の新入社員という役割と、それぞれ新しい取引先を確保せねばならぬという状況を設定することにより、新規の会社に電話をし、アポイントメントを取る、訪問して自社商品をPRし、プレゼンテーションの機会をもらう、相手の反応を確認し商談、交渉成立、クレーム処理、といった一連の仕事の流れを模擬体験させる(清1998b:188)」というような授業設定になっている。授業は11回あり、シミュレーションワークとして、ロールプレイとそのフィードバックを教室活動の中心にしている。コース終了後の調査結果をみると、好評であったことがわかった。

野元(2004b)では、留学生を取り巻くビジネス社会の変化を踏まえ、立命館アジア太平洋大学(APU)の経営・社会両学部で日本企業への就職を希望する三年次の留学生を対象に行った授業とアンケートを基に、大学の学部留学生に対するビジネス日本語教育の必要性と役割、留学生の就職活動における課題について考察した。主な授業内容は、「①就職活動の概要、②自己分析と自己表現、③企業が求める学生像の把握、④模擬面接・ディスカッション、⑤ビジネスマナーや敬意表現」などであり、授

業の評価に関するアンケート調査によると、「就職活動に役立ったが、もっと習いたかった」のは、「ビジネスマナー」「敬語」「ディスカッション」である。就職活動に求められるものとして、創造的な問題解決能力が挙げられ、そのためには、「①自身の将来や生き方についての考え、②自己分析に基づく表現力を養うことからスタートし、③なぜその会社が自分に合っているか、④志望する会社で何がしたいか、⑤なぜ自分にはそれができているか」を分析して、将来に向けての行動計画を立てることが求められる。そして授業を通して、「①自分について考えるきっかけを与え、②必要な知識や情報を与え、③日本語のミスを直すことで彼らの自律学習を促し、④結果として自分なりの自信をつけさせる」ことが授業に求められている。

鈴木(2009)では、立教大学観光学部におけるPBL型(Project Based Learning、日本語では「問題発見解決型学習」と翻訳される)ビジネス日本語教育の授業実践を検証しながら、その可能性について論じている。このプロジェクトで求められる日本語スキルとは、表面的な日本語力ではなく、その日本語をどのように使ってビジネス場面のコミュニケーションを実践するかということである。授業の内容について、学生の実生活に直結したリアルなテーマ、もしくは彼らにとって問題解決が必須のテーマが設定され、前期を中心に電話会話やビジネスメールの執筆で言語的側面の学習を行い、その後、後期の後半から後期にかけてPBL形式でのインタビュー活動を実施することになった。授業に対する満足度は平均点3.8であり、学習内容はおおむね妥当で、授業の狙いも理解されていたと判断できる。また、「自ら体験できることがよかった、フォーマルな日本語を使う機会が多かった。今回の学習活動を経験して、発話内容や場面に応じて敬語使用を調整する必要がある(鈴木2009:146)」と、学習者が意識し始めたことが報告されている。

高江洲・中川(2009)では、2007年秋にスタートしたアジア人財資金構想におけるビジネス日本語教育の一つであるビジネス会話クラスのカリキュラムの紹介と授業者の授業への取り組みとその結果をまとめ、考察した。ビジネス会話クラスは、日本語ビジネス教育を受講するときに要求される日本語水準に達していない学生に、日本語能力の強化を図るために設けられたクラスである。目標は、「①日常のビジネス場面において、ある程度の日本語によるコミュニケーションの技能を身に付ける、②日本における就職活動やビジネスに対する知識を深め、日本語を使って適切に行動する能力、および異文化調整能力を身に付ける、③日本語及びビジネスに関することを自立的に学習できるようになり、積極的に社会に

かかわっていきける社会人としての基礎力(「前に踏み出す力」「考え抜く力」「チームで働く力)を身に付ける(高江洲・中川2009:26)」の三つに設定されている。授業の内容は、「①日常のビジネス場面で行われるコミュニケーション活動に必要な日本語を場面・機能シラバス中心に授業した。具体的には、ビジネス語彙と使用法、敬語表現の適切な使用法、電話応対の仕方、ビジネス文書の書き方などを取り上げた、②日本における就職活動やビジネスに対する基礎知識、③社会人になるにあたって必要な態度や行動に関する情報、④ビジネス語彙クイズ、⑤ビジターセッション(高江洲・中川2009:26)」の五つの内容である。結果として、「①DVDを使用し、様々なビジネスシーンを具体的に映像としてみることはビジネス・コミュニケーションに必要な日本語を理解するのに容易である、②『ビジネス文書』作成というビジネススキルの習得は社会人になりビジネス場面に直面した際の自信の一つになるはずだとの学生の声があった(高江洲・中川2009:29)」の二点が挙げられている。

倪(2011)では、中国の大学の日本語学科の卒業生、採用企業、ビジネス日本語の教師に質問紙調査を実施し、ビジネス日本語の授業の問題点を把握した上で、改善を目指し、タスク先行型ロールプレイ、シミュレーション、ケース活動の体験型教室活動ⁱⁱを取り入れた実験授業を行った。その結果、タスク先行型ロールプレイは言語の間違いへの気づき、シミュレーションは臨場感あふれる行動、ケース活動は話し合いを通して、ビジネスマナーの理解を促進することが示された。一方、実験授業は学習者と授業見学をした日本語教師から肯定的に受け止められたが、待遇表現の効果的な指導法に関しては課題を残した。学習者は敬語の言語形式ばかりではなく、状況などに応じて適切に使うことができないことが分かった。つまり、待遇表現の適切な使用は中国語母語話者にとって容易なことではないことが、今回の実験授業で分かった。同時に、中国のビジネス日本語教科書に待遇表現を配慮した記述が少ないということも分かった。

これらの先行研究からみると、「言語面」「文化面」「行動面」などを含める総合的な「ビジネス日本語教育」が学習者に評価されている。それに、「問題解決型学習」や「体験型教室活動」を取り入れる授業は、知識の学習のほかに、学習者の問題解決能力と異文化調整能力を高めることができ、評価されている。これらの実践の成果をどのように教材に取り入れるのが重要な課題となっている。

4. 2. 3 教材分析について

現在、ビジネス日本語教育の需要増大に応じて、さまざまな教材が開発されている。これらの教材は学習者の

ニーズに応えているのか、どのような問題点があるのか、ということ明らかにするために、多くの研究者が教材の分析を行っている。

王 (1997) は、台湾におけるビジネス日本語関係の教材 37 冊を集め、年代別、出版国別、内容別という三つの点から分類分析した。また、ビジネス日本語の文型を中心として、各教材に出ている文型・文法事項についても検討した。その結果、「①内容も多様化してきており、単一のテーマが 1 冊の教材となるものもあるし、複数のテーマを 1 冊の教材に入れる総合的なものもある、②『電話』『訪問』『商談』『紹介』『挨拶』の五つは総合的な教材に多く取り入れられている、③総合的な教材とはいっても、会話に重点を置いたものが多く、ビジネス日本語の『聴く、話す、読む、書く』という四つの面を同時に配慮しているものは少ない、④ビジネス日本語によく用いられる文型は敬語と授受表現であり、『電話』『紹介』などの特定場面では慣用語のような決まった表現が多い (王 1997 : 140)」の四点が挙げられている。

松嶋 (2003) では、ビジネス日本語教育の中で、待遇表現の習得は大変重要な学習項目であるが、海外で待遇表現を学習する際の困難点は、学習者は実際に日本社会を体験することが出来ず、教科書に頼らざるを得ないということを描いたうえで、中国のビジネス日本語教材における待遇表現の扱われ方について分析した。その結果、①教科書の冒頭部、または会話文の前に「待遇表現」を考えていく上で必要な情報が記述してある教科書は、1 冊もない、②そのほかの情報の記載している教科書も全くない、③課ごとの学習目標設定している教科書も一冊もない、④非会話部分の記述・説明に待遇表現に関する記述・説明がある教科書は、調査対象全 13 冊のうち 1 冊だけ解説の中に関連があると判断できるものがある、⑤学習目標に基づいて表現練習・練習問題を作成している教科書も 1 冊もない、但し、表現練習・練習問題がある教科書は 5 冊あり、その一部に待遇表現や日本人とビジネスをしていく上での文化を意識した設問が見られる教科書は 3 冊ある、ということが明らかになった。そこで、「①関連する待遇表現を記述するようにする、②会話文の前に、待遇表現を理解する手助けとなる明確な状況設定を示す、登場人物の人間関係・場などなどをわかりやすく提示する、③待遇表現に基づく表現練習を組み込む、④待遇表現に関連した学習目標を明示する、⑤中国語母語圏の人々と日本人の待遇行動の共通点・相違点をより明確にする (松嶋 2003 : 65)」の五点が提言されている。

向山・他 (2009) は、「タスクの遂行を目的とし、事前に表現などを学習せず、まずやってみる (向山・他 2009 : 63)」という特徴を持つタスク先行型ロールプレイに、さらに

異文化理解の視点を組み込んだ教材を作成し、口頭表現クラスで使用した。また、教材や使用方法の改善についての示唆を得る目的で、教材に対する学生の評価について調査した。作成したロールプレイ教材の目的は、「①ビジネス現場において自分で考えて適切なコミュニケーション行動ができる能力を養う、②自ら問題を発見し、解決する能力を養う、③上下関係、組織内の慣習など、日本の企業文化を理解する、④ブリッジ人材としての能力 (異文化調整能力) を養う (向山・他 2009 : 64)」の四点であり、これらの目的を達成することで、学生の「日本語能力」「問題発見・解決能力」「異文化調整能力」の育成を図ることが指導のゴールとして設定されている。調査の結果からみると、学習者は全般的に肯定評価であったが、教材のコンセプトは理解しても、実際のロールプレイをするのはそれほど簡単ではないと感じていることがわかった。また、日本語能力が低い場合は教材からの学びがやや少ないことが示唆されている。

これらの研究からみると、海外のビジネス日本語教材は、内容の充実性、話題の同時代性の面では、まだ足りないところが多い。機能・場面シラバスで教材を編成するだけでは、学習者のニーズを満たすことはできず、「日本語能力」「問題解決能力」「異文化調整能力」などを総合的に養成できる教材が期待されている。

4. 2. 4 その他：指導法とコースデザインなどについて

教育の現状や、教育実践の報告、また教材の分析のほかに、指導法の検討やコースデザインに関する研究もある。

丸山 (1991) では、上級段階のビジネスマン学習者を想定し、営業職を取り上げて、ビジネスにおける専門的知識を与える日本語教育プログラムの一つのモデルを提供した。それは営業職にある日本人ビジネスマンが専門家として指導に参加するプログラムの可能性について検討したものである。日本語教師とビジネスマン教師双方がそれぞれの特質を生かしてプログラム運営の役割分担をする。ビジネスマン教師の役割としては、「①ビジネス情報の提供、②専門用語の指導、③単元全体の枠組み設定、④模擬練習における状況設定」の四つであり、日本語教師の役割としては、「①プログラム全体の運営、②各単元の運営、③一般的な言語要素に関する指導」の三つである。作業手順としては、「ニーズ・アナリシス→到達目標の設定→シラバス・デザイン／カリキュラム・デザイン (指導法の選択、教材の選択および作成、教室活動の決定)→実際の指導→評価→プログラムの再検討」のように設定されている。このような指導法の問題点として、「①専門領域担当教師の資格明確化とその確保、

②日本語教師と専門領域担当教師の役割分担の明確化、
③ビジネスマン学習者以外の学習者に対する専門教育への
応用の可能性追求」の三点が挙げられている。

田丸 (1994) では、ビジネス・スクールでの日本語教育の難しさはどこにあるのか、コースデザインで直面する問題点は何かということを検討し、実際の事例にあたって何が成功の要因かを考え、それからコースデザインの基本方針を探った。まず、直面する問題点として、「①到達目標の高さと時間的制約、②ニーズ特定と目標設定の難しさ、③日本語使用の実際に関する情報不足、④文化的側面をどう扱うか (田丸1994: 57)」の四点が指摘されている。そこで、CIBER (Center for International Business Education and Research) プログラムの夏期日本語コースⁱⁱⁱの成功例を考察し、コースの成否の鍵を握る根本的なこととして、「目標設定、授業の方法、目標到達、評価のそれぞれの段階で学生を納得させ、学習に主体的に取り組ませることができるかどうか」ということを挙げ、そのために、「教師からの一方的な授業と試験ではなく、問題 (課題) 解決方式の導入と実際の言語使用の場で自己評価の機会を作ることである (田丸1994: 57)」と述べている。

5. 考察

以上の先行研究の概観によって、「ビジネス日本語教

育」は学習者の「ビジネス日本語能力」「ビジネス文化理解能力」「異文化調整能力」「問題解決能力」などの能力を養成する必要があり、そのために、「言語面」「文化面」「行動面」などを総括する体系的な教育が重要であることが明らかになった。

しかしながら、このような要請に対して現実には大きな隔たりがある。仇 (2012) が行った中国の8ヶ所の大学の教師と学習者を対象として、中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状に関する調査によると、中国のビジネス日本語教育は、教育内容が体系的な実用性に欠けており、一貫性のある教材があまり見当たらない。また、教師はビジネス経験が少ないため、何を教えるべきかについて分からず、教材に頼ることが多く、このような教育は学習者のビジネス日本語能力を養成することが難しく、学習者の期待に応えられていないということが分かった。

本研究は、「教育内容が体系的に欠けている」という問題点を解決するために、中国におけるビジネス日本語教育の教育内容を体系的に整理することを試み、表2としてまとめた。

先行研究を概観した結果、ビジネス日本語教育には、主に「言語面」「文化面」「行動面」の内容が含まれている。各内容で求められる教育目標は、具体的には「言語面」において、「聞く、話す、読む、書く、の四技能を上達させ、流暢に日本語を使える」「ビジネスに関する専門用語を使

表2：中国におけるビジネス日本語教育のカリキュラム

カリキュラム 教育内容	ビジネス日本語	経済と商学	企業実習
言語面	① 聞く、話す、読む、書く、 四技能の養成 ② ビジネス場面における待 遇表現の教育 ③ ビジネス専門用語	① ビジネス専門用語 ② 日本語で経済商学知識を 学習する	① リアルなビジネス場面 での日本語総合能力の 向上
文化面	① 言語に直接反映する文化 項目の学習	① ビジネス慣習の学習 ② 異文化理解の学習	① ビジネス文化の体験と 自己反省
行動面	① シミュレーションで問題 解決能力の向上	① 社会人になるための心理 的準備	① 社会人基礎力を持ち、 問題解決の訓練

える「人間関係を維持するための待遇表現などを使える」ということが要求されている。「文化面」では、「ビジネスに関する知識を持つ」「日本の慣習に関する知識を持つ」「異文化理解調整能力を持つ」ということが要求されている。「行動面」では、「社会人基礎力を持つ」「問題解決能力を持つ」ということが要求されている。

さらに、先行研究からまとめられたビジネス日本語教育の内容をもとに、これらの内容をどのようにカリキュラムに盛り込むのかを考えなければならない。中国におけるビジネス日本語教育のカリキュラムは、教育機関によってそれぞれ異なっているが、主に、「ビジネス日本語」「経済と商学」「企業実習（インターンシップ）」の三種類がある。「言語面」「文化面」「行動面」の三つの内容をそれぞれ体系的に「ビジネス日本語」「経済と商学」「企業実習（インターンシップ）」の三つのカリキュラムに盛り込んで教育を行うことによって、学習者のビジネスに必要な能力を高めることができるであろう。

6. おわりに

本研究では、これまでの研究に基づいて、中国のビジネス日本語教育のカリキュラムを体系的に整理した。しかし、現在中国のビジネス日本語教育は、「言語面」「文化面」「行動面」いずれも充分ではなく、各カリキュラムにおける具体的な教育内容はまだ明らかにされていない。例えば、「ビジネス場面における待遇表現の教育」において、どのような「場面」が学習者に意味があるのか、「ビジネス慣習の学習」において、どのような慣習が大切であるのか、などのような具体的なことは、これからの研究により、明らかにされる必要がある。

注

- i <<http://www.jpf.go.jp/j/japanese/survey/country/2010/china.html#GAKUSHU>> (2011年7月22日)
- ii 倪(2011)で使われている体験型教室活動はタスク先行型ロールプレイ、シミュレーション、ケース活動の三つの活動が含まれている。倪(2011)によると、タスク先行型ロールプレイとは、まずロールプレイをし、その後モデル会話を聞き、タスクシートを記入する「気づき」活動を行い、さらに教師の説明を聞き、再度ロールプレイをする活動であり、シミュレーションとは、学習者に模擬会社を作らせ、会社内での肩書を決めさせ、その役割を担い、実際の場面のシミュレーションを行わせる活動であり、ケース活動とは、事実に基づくケースを題材に、設

問に沿って参加者が協働でそれを整理し、解決方法を導き出し、最後に一連の過程について内省するまでの活動である。

- iii 詳しくは、佐野ひろみ(1993)「CIBERグループ夏期日本語コース報告」『ICU夏期日本語教育論集十』、pp.83-87を参照。

参考文献

1. 栗飯原志宣(2009)「ビジネス接触場面における日本語母語話者と学習者に生じる問題——海外で日本語を使用する日本語母語話者の視点を探る」『問谷論集』(3)、pp.49-77、日本語日本文化教育研究会編集委員会
2. 秋山和平(1994)「ビジネス・コミュニケーションにおける『話しことば』の役割と課題」『日本語学第十三巻第十二号十一月号』、pp.38-45、明治書院
3. 池田伸子(1996a)「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、pp.11-24
4. 池田伸子(1996b)「日本人ビジネスマンの話し言葉における語彙調査——ビジネスマン用日本語教育システム開発の基礎として」『日本語教育』88号、pp.117-127、日本語教育学会
5. 池田伸子(2001)『ビジネス日本語教育の研究』、東京堂出版
6. 池田伸子(2003)「ビジネス会話における『聞き返し』戦略の使用傾向——ビジネス日本語教育用教材開発の基礎として」『広島大学留学生センター紀要』13、pp.37-45、広島大学留学生センター
7. 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」『異文化コミュニケーション学部紀要』1、pp.131-142、立教大学
8. 石川清彦・池田万季(2004)「日系企業が期待する日本語能力」『いろは』16、pp.1-3、財団法人交流協会日本語センター
9. 板井美佐(1999)「香港における日系企業にとっての理想的人材について」『二十一世紀における日本研究』、pp.515-528、香港日本語教育研究会
10. 岩脇千裕(2009)「理想の人材像と若者の現実——大学新卒者採用における行動特性の能力指標としての妥当性」『独立行政法人労働政策研究・研修機構ディスカッション・ペーパー』(6)、pp.43-83、労働政策研究・研修機構
11. 上田和子(1995)「テープ通信」を用いた日本語コー

- スの試み——香港でのビジネス・ジャパニーズの場合』『世界の日本語教育』5、pp.45-60、国際交流基金
12. 上原徳子・陶婉悠 (2015)「中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状と問題点について」『宮崎大学教育文化学紀要 人文科学』第32号、pp.21-45、宮崎大学
 13. 戎谷梓 (2012)「日本のIT企業のブリッジ人材に求められるビジネス・コミュニケーション能力——ソフトウェア開発中に発生するコミュニケーション上の問題分析から」『日本語教育』152号、pp.14-29、日本語教育学会
 14. 王敏東 (1997)「台湾におけるビジネス日本語関係の教材について」『日本語教育研究』34、pp.128-141、言語文化研究所
 15. 大木理恵 (2007)「ビジネス日本語授業報告——全学日本語プログラム800(超級)レベルにおいて」『留学生日本語教育センター論集』33、pp.169-177、東京外国語大学
 16. 大崎正瑠 (1994)「ビジネス・コミュニケーションを考える」『大妻女子大学紀要・文系』26、pp.87-132、大妻女子大学
 17. 大崎正瑠 (2003)「日中異文化コミュニケーションについての一研究」『コミュニケーション科学』(18)、pp.165-191、東京経済大学コミュニケーション学会コミュニケーション科学編集委員会
 18. 岡本和枝 (1997)「オーストラリアにおけるビジネス日本語コース」『日本語教育学会春季大会予稿集』、pp.159-164、日本語教育学会
 19. 小野寺志津他 (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』8、pp.127-137、筑波学院大学
 20. 小野寺志津 (2005)「ビジネス日本語教科書の日韓対照分析」『東京家政学院筑波女子大学紀要』9、pp.67-71、筑波学院大学
 21. 岸本俊子 (2000)「日米文化の特徴を取り入れたビジネス日本語教育のこころみ——就職活動プロジェクトワークの実施と効果」『SEATJ 15th Annual Conference at Emory University. March 19, 2000』
 22. 木下是雄 (1994)「これからのビジネス・コミュニケーション」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.4-8、明治書院
 23. 北原恵 (2005)「日中間ビジネスにおける中国語・日本語人財の育成」『神戸学院経済学論集』6(3/4)、pp.37-80、神戸学院大学
 24. 仇文俊 (2012)「中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状と問題点について」『比較社会文化研究』第32号、pp.1-6、九州大学比較社会文化学府
 25. 工藤節子 (2007)「経済活動の接触場面から日本語教育を考える——台湾の日系企業の調査より」『中国21』27、pp.65-86、風媒社
 26. 経済産業省産業人材参事官室 (2007)「外国人留学生向けの研修のあり方について」
 27. 小池浩子 (2006)「日本人と日系ブラジル人の職場における情動摩擦：自由回答調査の分析」『国際行動学研究』1、pp.40-51、国際行動学会
 28. 黄涵梅 (2007)「台湾におけるビジネス日本語教科書についての研究——MIJ教科書とMIT教科書の語彙分析を中心に」『中国四国教育学会 教育学研究紀要』第53巻、pp.554-559
 29. 小林和夫 (1993)「ビジネス・コミュニケーションの実態を調べる」『AJALT、NO.16、特集ビジネス日本語を考える』pp.22-26、社団法人国際日本語普及協会
 30. 小林和夫 (1994)「ビジネス・コミュニケーションの阻害要因と言語投資状況の実態調査」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.21-29、明治書院
 31. 近藤彩 (1998)「ビジネス上の接触場面における問題点に関する研究——外国人ビジネス関係者を対象として」『日本語教育』98号、pp.97-108、日本語教育学会
 32. 近藤彩 (2000)「国際見本市におけるインターアクション——日本人ビジネス関係者は何をどのように評価するのか」『言語文化と日本語教育』19、pp.75-88、お茶の水女子大学日本言語文化学研究会
 33. 近藤彩 (2001)「商談におけるインターアクション——参加者全員の視点から」『アメリカ・カナダ大学連合日本研究センター紀要』24、pp.35-60、アメリカ・カナダ大学連合日本研究センター
 34. 近藤彩 (2004a)「日本語教育のためのビジネス・コミュニケーション研究」『言語文化と日本語教育・増刊特集号、第二言語習得・教育の研究最前線』、pp.202-222、日本言語文化学研究会
 35. 近藤彩 (2004b)「会議におけるコミュニケーションスタイルに関する事例研究」『アメリカ・カナダ大学連合日本研究センター紀要』27、pp.24-40、アメリカ・カナダ大学連合日本研究センター
 36. 近藤彩 (2005)「ビジネスにおける異文化コミュニケーション——日本語での会議は非効率か」『講座社会言語科学第1巻・異文化とコミュニケーション』、pp.202-222、ひつじ書房

37. 近藤彩 (2007)『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』、ひつじ書店
38. 近藤彩・金孝卿 (2010)「『ケース活動』における学びの実態——ビジネス上のコンフリクトの教材化に向けて」『日本言語文化研究会論集』第6号、pp.15-31、国際交流基金日本語国際センター・政策研究大学院大学
39. 榊原祥隆 (1991)「米大学の国際ビジネス学科での大学院生を対象として日本語プログラムの開発」『世界の日本語教育』1、pp.173-182、国際交流基金
40. 諸見昭 (1996)「外国人のための『ジェトロビジネス日本語能力テスト』」『日外協マンスリー』190、pp.10-13、日本在外企業協会
41. 島田めぐみ (2002)「日本語ビジネス文書の評価——会社員と日本語教師への調査から」『多摩留学生センター教育研究論集』第3号、pp.23-31、多摩留学生センター
42. 島田めぐみ・澁川晶 (1998)「外国人ビジネス関係者の日本語使用——実態と企業からの要望」『世界の日本語教育』8、pp.121-140
43. 島田めぐみ・澁川晶 (1999a)「アジア5都市の日系企業におけるビジネス日本語のニーズ」『日本語教育』103号、pp.109-118、日本語教育学会
44. 島田めぐみ・澁川晶 (1999b)「企業における外国人社員の採用に関する諸要素——日本語のニーズを中心に」『二十一世紀における日本研究』、pp.529-537、香港日本語教育研究会
45. 鈴木伸子 (2009)「インタビューを活用したビジネス日本語教育の試み——日本企業のOJT研修に備えたProject Based Learningとして」『立教大学観光学部紀要』11、pp.140-147、立教大学
46. 鈴木衛 (2012)「日本におけるビジネス日本語教育及び就職に関する一考察」『台湾応用日語研究』第九期、pp.192-221、台湾応用日語学会
47. 清ルミ (1995)「上級日本語ビジネスピープルのビジネス・コミュニケーション上の支障点——インタビュー調査から教授内容を探る」『日本語教育』87号、pp.139-152、日本語教育学会
48. 清ルミ (1998a)「外国人社員と日本人社員—日本語によるコミュニケーションを阻むもの—」『異文化コミュニケーション研究』10、pp.57-73、神田外語大学
49. 清ルミ (1998b)「ビジネス会話ワークショップにおける待遇表現学習の試み」『講座日本語教育第33分冊』、pp.181-196、早稲田大学日本語研究センター
50. 清 (せい) ルミ (2006)「禁止の場面における現実の言語表現—医師と美術館員の場合」『世界の日本語教育』16、pp.107-123
51. 孫愛維・劉娜・野々口ちとせ・徳永あかね・矢高美智子・近藤彩・尹松・張瑜珊 (2009)「日本人と中国人のビジネス・コミュニケーション及び習慣に関する意識調査——在中日系企業を対象に」『言語文化と日本語教育』37号、pp.55-58、日本言語文化学会
52. 高江洲由美子・中川麻美 (2009)「アジア人材資金構想ビジネス日本語第1期第1フェーズ——ビジネス会話クラス授業担当者報告書」『琉球大学留学生センター紀要留学生教育』第6号、pp.25-31、琉球大学
53. 高木美嘉・川口義一 (2007)「企業の重役への敬語表現教育の理念と方法——社会生活の内省を通じた敬語表現教育の試み」『専門日本語教育研究』9、pp.3-8、専門日本語教育学会
54. 高見澤孟 (1994)「ビジネス・コミュニケーションと日本語の問題——外国人とのコミュニケーションを考える」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.30-37、明治書院
55. 高見澤孟 (2010)「ビジネス日本語理論と指導法の研究」『日本語教育研究』56、pp.1-27、長沼スクール
56. 田島弘司 (1994)「『外国人ビジネス関係者のための日本語教育Q&A』を紹介する」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.85-90、明治書院
57. タナサーンセーニー美香他 (2005)「ビジネスで使う日本語を考える——企業と教育現場の視点から(タイ国日本語教育研究会調査・シンポジウム報告)」『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』第2号、pp.207-222、国際交流基金バンコク日本文化センター
58. 田丸淑子 (1994)「ビジネス・スクールの日本語教育——コース・デザインの課題」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.54-61、明治書院
59. (財)地球産業文化研究所 (1993)『ビジネス・コミュニケーションの阻害要因と日本語の需要実態』
60. チンプラサートスック・パチャリー (2005)「タイ人と日本人との間のビジネス・コミュニケーションの問題に関する研究」『共生時代を生きる日本語教育——言語学博士上野田鶴子先生古稀記念論集』pp.349-376、お茶の水女子大学日本語文化学会編集委員会
61. 辻周吾 (2007)「中国日系企業に従事する日本人と中国人とのコミュニケーションに関する調査研究——注意喚起表現、依頼懇願指示表現、賞賛表現、断り表現の特徴及び誤解や摩擦の解明をめぐる」『日中対照言語学研究論文集——中国語からみた日本

- 語の特徴、日本語からみた中国語の特徴』、pp.453-482、和泉書院
62. トムソン木下千尋・尾辻恵美 (2009)「ビジネス日本語教科書とジェンダーの多面的考察」『世界の日本語教育』19、pp.49-67、国際交流基金
63. 内海美也子 (2006)「ビジネス場面に対応する敬語表現——習得を促すアプローチの方法」『敬語表現教育の方法』、pp.78-107、大修館書店
64. 内海美也子 (2007)「ビジネス関係者を対象とした待遇表現の指導——初級教科書の会話例を活用した授業の報告」『AJALT 日本語研究誌』(3)、pp.18-29、国際日本語普及協会
65. 永尾正章 (1994)「国際ビジネス・コミュニケーション」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.46-53、明治書院
66. 西尾珪子 (1994)「ビジネス・コミュニケーションと日本語教育」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.9-13、明治書院
67. 西尾珪子 (1995)「ビジネス関係者への日本語教育——現状と展望」『日本語教育』86号別冊、pp.108-118、日本語教育学会
68. 倪虹 (2011)「ビジネス日本語の授業における体験型教室活動の試み——ビジネスマナーを中心に」『日本言語文化研究会論集』第7号、pp.31-58、日本言語文化研究会
69. 日本貿易振興会ビジネス・コミュニケーション研究委員会 (1995)『ビジネス・コミュニケーションに関するアンケート(中間)』
70. 根橋玲子 (2006)「海外日系企業における現地従業員の上司に対する役割スキーマの相違——フィリピン人、マレーシア人、中国人を対象に」『国際行動学研究』1、pp.17-27、国際行動学会
71. 野元千寿子 (2004a)「国際学生に対する『ビジネス日本語教育』の課題」『ポリグロシア』9、pp.155-168
72. 野元千寿子 (2004b)「留学生に対するビジネス日本語教育——APUにおける教育実践とアンケート実施より」『昭和女子大学大学院日本文学紀要』15、pp.31-43、昭和女子大学
73. 野元千寿子 (2005)「大学におけるビジネス日本語教育——受講者アンケートを通して見えるもの」『昭和女子大学大学院日本文学紀要』16、pp.13-23、昭和女子大学
74. 野元千寿子 (2007)「日系企業が現地社員に求める『ビジネス日本語』の実態」『ポリグロシア』13、pp.69-81、立命館アジア太平洋研究センター
75. 服部明子 (2008)「ビジネス場面における電話会話終結部の分析——中国語を母語とする日本語学習者(JFL)のクレームへの応対を中心に」『日本語教育』138号、pp.63-72、日本語教育学会
76. 服部明子 (2009)「電話会話における日本人ビジネス関係者のクレームへの応対」『言葉と文化』10、pp.77-93、名古屋大学大学院国際言語文化研究科日本言語文化専攻
77. 原田明子 (2004a)「バンコクの日系企業の求める日本語ニーズに関する分析——ビジネス・パーソンによる日本語学習動機との比較から」『早稲田大学日本語教育研究』5、pp.169-181、早稲田大学
78. 原田明子 (2004b)「海外のビジネス場面における日本語シラバスの開発——タイの日系企業における日本語使用の実態調査から」『2004年日本語教育学会秋季大会予稿集』、pp.105-110、日本語教育学会
79. 樋口裕子 (2008)「留学生に対するビジネス場面を意識した敬語教育の重要性」『大阪大谷国文』38、pp.47-60、大阪大谷大学
80. 平井一樹 (2005)「ビジネス日本語の課題と新たな領域」『愛知産業大学日本語教育研究所紀要』2、pp.49-56、愛知産業大学
81. 馮芳 (2007)「中国の職業高校のビジネス日本語教育——平湖職業中等專業学校のカリキュラムの改善に向けて」『日本言語文化研究会論集』第3号、pp.115-140、日本言語文化研究会
82. 文化庁文化語課 (1994)『外国人ビジネス関係者のための日本語教育Q & A』、大蔵省印刷局
83. 堀恵子 (2009)「留学生に対するビジネス日本語教育のシラバス構築のための調査研究——中国の日系企業へのインタビューからの考察」『武蔵野大学文学部紀要』10、pp.90-78、武蔵野大学
84. 松井治子 (1993)「ビジネス日本語とは」『AJALT、NO.16、特集ビジネス日本語を考える』pp.8-9、社団法人国際日本語普及協会
85. 松嶋緑 (2003)「中国のビジネス日本語教材における待遇表現の扱われ方：教科書の分類と教科書中の待遇表現の扱われ方」『別科日本語教育：大東文化大学別科論集』5、pp.55-66、大東文化大学
86. 丸山敬介 (1991)「日本語教育上級段階における専門教育の一モデル——営業職にあるビジネスマンを対象に」『同志社女子大学日本語日本文学』3、pp.34-53、同志社女子大学
87. 水谷修 (1994)「ビジネス日本語を考える」『日本語学第十三卷第十二号十一月号』、pp.14-20、明治書院
88. 宮副ウォン裕子 (1999)「香港人日本語話者に期待さ

- れる『ビジネス・社交場面での書く能力』『二十一世紀における日本研究』、pp.387-398、香港日本語教育研究会
89. 向山陽子・村野節子・山辺真理子 (2009)「ビジネス日本語教育におけるタスク先行型ロールプレイ教材に対する学習者の評価」『言語文化と日本語教育』37号、pp.63-66、日本言語文化学会
90. 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修の事例から」『東京情報大学研究論集』Vol.7 No.2、pp.93-104、東京情報大学
91. 山下暁美 (1991)「ブラジルの企業における日本語の評価」『日本語教育』73号、pp.179-193、日本語教育学会
92. 山田伸子 (1992)「買い物場面のインターアクション——店員の販売行動を中心に」『日本語教育』77号、pp.116-127、日本語教育学会
93. 山本富美子・糸川優・澁谷倫子・副島健治・戸坂弥寿美・星野智子 (2008)「企業が期待する『人財』の能力とビジネス日本語」『専門日本語教育研究』第10号、pp.47-52、専門日本語教育学会
94. ヤルディー・ムグダ (2007)「ビジネス・コミュニケーションを中心とした中級向けのシラバス開発——日印ビジネスの現場における日本語使用実態調査をもとに」『日本言語文化研究会論集』第3号、pp.197-223、日本言語文化研究会
95. 李志暎 (2001)「ビジネス場面における『確認要求』発話の効果——受け手の応答に対する後続発話の展開を中心に」『学芸日本語教育』第3号、pp.17-31、東京学芸大学
96. 李志暎 (2002)「ビジネス日本語教育を考える」『言語文化と日本語教育』2002年5月特集号、pp.245-260、お茶の水女子大学日本言語文化学会
97. 李志暎 (2003)「ビジネス場面における〈依頼・許可求め〉の言語行動——社会的役割によってどう違うのか」『言語文化と日本語教育』25、pp.26-38、お茶の水女子大学日本言語文化学会
98. 林長河・陳怡如 (2005)「日本語学科におけるビジネス日本語教育の一考察——アンケート調査を中心に」『銘傳日本語教育』第8期、pp.272-298、銘傳大学

A proposal for the systematization of Business Japanese education in China —Based on literature research—

Wenjun QIU

The increase in Japanese-funded enterprises in China has seen Business Japanese education gain increasingly more attention within the country. At the same time, surveys indicate that Business Japanese education in China seriously lacks Systematization and Practicality. In order to address this issue, this thesis has carried out a detailed investigation into the relevant literature available on Business Japanese education. Given the nature of the research, the literature has been divided into two categories. The first concerns what should be taught in Business Japanese education, which includes research on education theory, the enterprise's needs, as well as the Japanese that is used by the employee. The second relates to investigations into the field of education, specifically those that deal with the status of education, practice reports, and also those that provide an analysis of teaching materials. Through this research this thesis has developed and systematized a curriculum for Business Japanese education in China. Entitled “Language study, Culture study, Practical training”, three aspects of Business Japanese education, namely “Business Japanese, Economy Commerce, and Internship”, have been incorporated into this curriculum. A more detailed summary of the specific content is yet to be put forward, which is an issue that could be addressed and picked up in future research.