

日本語ビジネスコミュニケーション教材の開発

Development of Japanese business communication materials

西谷 まり

要旨

本研究では日本及び海外で働く日本人及び外国人ビジネスマンのための日本語ビジネスコミュニケーション教材開発のための基礎的研究である。日本及び海外で外国人社員と仕事をした経験のある日本人3名と、日本の企業で働く外国人19名を対象にビジネスコミュニケーションにおける阻害要因についての調査を行った。その結果、「仕事の背景理解と指示」「仕事の厳しさ」「日本語のスピーチレベル」「日本語教育への期待」「相互理解の可能性」の5つの要素が抽出された。インタビュー調査と先行研究を踏まえて、日本企業で働く外国人及び日本人に対する、日本語ビジネスコミュニケーション教育の一試案を提示する。

キーワード： ビジネスコミュニケーション、日本語、外国人、日本企業、教材開発

1. 研究の背景と目的

これまで筆者は、日本語を学ぶ学習者の不安の研究に取り組んできた。また、数年前から学部大学院の留学生に対して、就職活動を支援する授業とプロジェクトに取り組んできた。日本語学習者が日本及び海外の日本企業で働くことになった場合、学習中とは異なる不安や失敗を経験することが予測される。筆者の仮説は、日本語の理解と運用をめぐる誤解や失敗がトラブルの多くを引き起こしているものであるというものである。

本研究の目的は日本企業で働く日本人及び外国人社員のコミュニケーション上の問題を明らかにすることである。そのために、日本企業で外国人と接している日本人と外国人にインタビュー調査を行い、その結果に基づいて、効果的なビジネスコミュニケーション教育の教材を提案する。

2. 先行研究

ビジネス日本語分野は近年注目されており、日本語・日本文化に焦点をあてた研究が蓄積されつつあり、その成果を基に実践的な教材も作成されている。

近藤(2004)はビジネス日本語に関する広範囲な先行研究のレビュー論文である。外国人ビジネス経験者は日本語レベルに関わらず、スピーチレベルの特定にも困難を感じており、適切な敬語表現、婉曲表現が困難であり、特に「断り」の場面において顕著であるという指摘がされている。また、企業は顧客とのやりとりより、社内での日本語運用能力を必要としているという指摘もある。

粟飯原（2012）は、ビジネス日本語教育現場の改善を提言するために、面接調査で得られた香港のビジネス接触場面における非日本語母語話者の意識を詳細に考察した。

結果、非日本語母語話者は①ビジネス表現・用語／名詞修飾／要約力等の言語能力強化、②対照言語行動に関する問題解決、③ビジネス接触場面の背景知識（日本的企業文化等）が必要であること、④待遇の面で日本人に対して不快感を抱いていることも明らかになったとする。非日本語母語話者の問題意識は日本人同様、対照言語行動に関する内容が多く、教育内容として重要であることが示唆されている。

村野ほか（2012）は、教育実践と研究の成果として、「ビジネス日本語能力」「社会人基礎力」「異文化調整能力」の養成が必要であるという結論に達したとして、ケーススタディとロールプレイをとりあげた教材を作成した。また、近藤ほか（2013）は、それまでの研究の知見を基に、「問題発見解決能力」「課題達成能力」「異文化調整能力」に焦点をあてたビジネスコミュニケーションのケースブックを作成している。

3. 調査の概要

調査の概要は以下の通りである。

- 調査期間：2013年1月～3月
- 調査内容：日本人3名に対しては、個別に1時間から1時間半程度、「外国人と一緒に仕事をしていて、日本語の問題、その他で困ったこととその対応」について、適宜筆者からも先行研究の事例を提示しながら半構造化インタビューを行った。
外国人19名に対しては、個別またはグループで「日本の会社で働いて、また、日本人相手にビジネスをして、自分の国とは違うと思ったこと、日本語及びその他に関するトラブル事例、その対応」について聞いた。日本では個別にLINEで、ミャンマーでは対面で1人につき約30分程度の、ベトナムでは10名のグループに対して1時間半程度のインタビューを行った。すべてのインタビューは日本語で行われた。
- 調査協力者：
日本人A 50代男性：日本企業3社で欧米アジアに長期駐在経験あり。英語堪能。
日本人B 30代男性：東南アジア2カ国で駐在経験あり。英語堪能。
日本人C 60代男性：欧米と東南アジアに長期駐在経験あり。英語堪能。

外国人の調査協力者概要は表1の通りである。

表1 外国人調査協力者の概要

| 調査場所 | 人数 | 日本企業での経験・来日経験・日本語力 ¹ |
|-------|------------|---------------------------------|
| 日本 | 3名(中国、仏、独) | 半年～3年・日本留学後就職・上級と超上級 |
| ミャンマー | 6名 | 3年以上・来日経験あり3名・上級 |
| ベトナム | 10名 | 1～5年・来日経験なし・中級後半と上級 |

4. 調査の結果

本稿は日本人に対する調査を主に分析し、補足資料として外国人の発言も引用する。筆者の仮説とは異なり、日本人2名はまず、ビジネスコミュニケーションにおける問題の原因は仕事の背景知識の不足であると指摘した。

4.1 仕事の背景理解と指示

まず、仕事の背景理解については、日本人のやり方は外国人には通じないので、日本人側が配慮し、その仕事をする²ことや人事査定の意味、背景を外国人にわかりやすく説明する必要があると指摘している。

- A 「コミュニケーションは基本的に相互理解。(外国人社員は) 過去何十年のバックグラウンドは海外なので、そこを「のりしろ」を持って聞いてあげないとうまくいかない。日本人同士は2割ぐらいこちらが間違っている可能性があるですむが、外国人の場合は4割ぐらい誤解しているところがあるのではないかと覚悟して聞かなければうまくいかない。同じことを何度か聞いてみる。ストーリーを作って話してあげる。日本人が外国人に接するのは、これを何のために、いつまでに、このぐらいのレベルで、具体的なアクションを指示しないと相手は茫然としてしまう。早くやっといねというのが一番困る。」
- B 「この仕事をどうしてやるのかという背景の説明が必要。なんでこのプロジェクトをやるのか、「なんで」がつまっていないとコミュニケーションアウト。外国の人とだどこがうまくいかない。慣れない外国語で話をするので、ゴールが違ってしまふ。背景が話されていないとゴールがぶれる。」

これに対して、同様の経験を持つドイツ人は以下のように述べている。

「上司にメールまたは口頭で指示をもらった時に具体的に何をどうやってそしていつまでそのことをやらなければいけないかを教えてもらえず、ただ添付と大雑把な文書をしてもらったので困った。その問題を乗り越えるため結構時間がかかったが、自分はメールでその具体的な質問して、あるいはすぐ上司の席に行って関連ともしっかり説明を教えてもらった。」

しかし、ミャンマー人とミャンマー人のインタビューでは、こういった発言は皆無であり、仕事の背景理解の重要性や指示の出し方を問題と考えるまでに至っていないことが示唆された。したがって、教材にとりあげるべき課題であると考えられる。

¹ 中級後半は日本語能力試験 N3 合格レベル、上級は N2、N1 合格レベル、超上級は上級よりさらに上のレベルと規定する。

4.2 仕事の厳しさ

仕事の仕方について、日本留学経験のないベトナム人とミャンマーがよく口にした言葉は「日本人は厳しい」という声である。

ミャンマー人「仕事はちゃんとやらないとうるさいので、頼まれた仕事はきっちりやる。」

「ツアーのお客さんの日本人は要求が厳しい。」

「上の日本人はちょっと厳しい、きちんとやる。計画たてる。日本人はうまくいかないときは理由を探す。ミャンマー人は仕事を早く終わらせたい。日本人は良い結果を待つので仕事が終わらない。なかなか日本人の気持ちとか、ミャンマー人には理解できないかな。ミャンマー人の気持ちを日本人上司に説明したりするが、板挟みで苦しい。日本人のほうが上なので、そちらの指示に従ってとミャンマー人にわかるように説明する。」

「私は留学した経験があるので、問題ない。留学経験がない人は、うるさいとか厳しいとか言う。ミャンマー人はあまり注意しないから、あまり発展しないのかな。もともとミャンマー人の性格はのんきで、そのうちなんとかなると思う人が多い。ミャンマー人に愚痴をこぼされたときには『日本企業で働く場合はそうしないといけない。郷に入れば郷に従え』と言う」

ベトナム人「小さなことで日本は細かい。」

ミャンマー人留学経験者の「私は問題ない。留学経験がない人は、うるさいとか厳しいとか言う」という発言からもわかるように、留学経験がないミャンマー人、ベトナム人は日本人の仕事の仕方が「厳しい」「細かい」意味を理解しているとは言い難いのではないと思われる。そのため、「ミャンマー人の気持ちを日本人上司に説明」することはあっても、それは、「日本人のほうが上」だからであり、日本人上司がなぜ厳しいのか、どうして細かいことにこだわるのかといった点をミャンマー人に説明しきれていないことがうかがわれる。

この「厳しい」内容の一つが先行研究や日本人インタビューでも問題になった、時間について、以下の発言があった。

C「いつも遅刻する社員がいた場合、新しい人を雇って、その新人が15分前に来ているのを見せると本人が悟る。きちんとマナーをしつけていた工場は後で入ってきたらそうなる。」

ミャンマー人「一番問題は日本人はすごい時間を守る。タイムカード。くびが怖いからすぐ慣れた。ミャンマーでは家庭のビジネスや農民が多いので、自由。それに、日本の電車は時間どおり。バスは何時に来るかわからないので、間に合わない場合も多い。」

ベトナム人「時間が大変厳しい。」「日本の会社は時間が厳しいのはとても問題。」

4.3 日本語のスピーチレベルなど

近藤(2004)は、外国人社員はスピーチレベルの特定にも困難を感じており、適切な敬語表現、婉曲表現が困難であると述べている。今回の調査でも、外国人に求める日本語は、過度な敬語などではなく、丁寧な言葉で話してほしい、ため口やスラングは論外であり、また要求されたことを正確に伝えてほしいと感じていることがわかった。

- A 「「させてください」などファミレスのような敬語を使う人がいるが、必要ない。「です・ます」の丁寧語でよい。下手な敬語より。ため口はだめだが、あいづちについては、理解しているという意思表示はしてほしい。わからなければ、「おっしゃっていることはわかりません」と同僚なら言ったほうがよい。それから、むかつきたのは、香港でプロポーザルの英語への翻訳を頼んだ時、書いていないことまで翻訳してしまう。本人は、こういうことを書けばもっとよくわかるだろうと、辞書やネットで得た知識をひけらかすが、こういうのはいただけない。」
- B 「現地の人と日本語でしゃべるときは、一番丁寧な言葉でしゃべってほしい。丁寧すぎて笑われるほうがいい。スラングをしゃべって仲間になったみたいなのは必要ない。」

外国人からも「ため口」、あいづち等の難しさの言及が見られた。

フランス人「直属の上司に1か月のミッションを詳細に説明してもらい、一生懸命うなずきながら「分かった。面白いね。任せてください！」のようなニュアンスを伝えるために、「いいよ！」を何度も繰り返した。それが軽い、かつ上から目線、というニュアンスは当時まったく知らなかった。私が「いいよ」のニュアンスを知らないかもしれないというのは上司が想定していなくて、上司はかなりショックを受けていた。しかも上司がショックを受けていたことを、第三者の同僚から聞いた。あいづちや、日常の言葉の細かいニュアンスだけで、日系企業の上下関係に致命的な傷を残すような誤解は、日本語で、起こりやすいかと思う。特に、そこそこ日本語出来る外国人社員の場合、大体の細かいニュアンスを分かっていると思われがち。」

中国人「入社したての頃は、クッション言葉や、相手方への思いやりなどがあまり出来てなくて、不安だった。また、日本人は、Yes・Noをしっかりと言わないので、業者の営業担当に、何か相談しても、納得がいく答えが返ってこなかった。」

4.4 日本語教育への期待

日本語教育に対する期待は言葉だけでなく、その背景にあるものをビジネス場面と結びつけて、具体的に教えることが重要であることが示唆された。

- A 「言葉は大事だが、ビジネス日本語は仮想空間であまり役にたたない。価格交渉どうするか、そういう実践的なものやってみる。ある設備を買います。その時に3社から見積もりをとるときにどういう言い方をするのか。1社ごとに値下げ交渉をしてくださいといったタスク。また、それをどう上司に報告するのか。製品を推薦するところのプレゼンも含めて一貫してやってみる。エアコンでもいい、鉄の加工設備でもよい。設備によって業界知識が必要。そこまで踏み込んでやらないので、教室で学んでも使えない。」
- B 「語学だけでなく日本企業とは、これを抑えてほしい。座学だけでなく実際に企業の仕事を見てくほしい。なんで稟議制度ってあるの？なんで日本企業は成長してきたのか？メリットデメリットも含めて。」

「実践的」「座学でなく」という指摘がなされているが、業界における慣習や専門的な語彙を日本語教師がどこまで教えることが可能だろうか。仕事をする能力と日本語コミュニケーション教育の範囲をどう規定するかということは、重要な課題である。

4.5 相互理解の可能性

相互理解の可能性については、日本語力だけでなく、日本人の考え方の理解等についての言及がある一方、日本企業が現地に合う企業になる必要も説かれた。

- B 「日本の間合いが理解できているか。中長期的視野で考えること。ベトナム人は明日の100円より今日の10円。タイは長期的に考えることのメリットを考え始めている。そういうスタンスの違い。稟議制度、ディビジョンメイキングに時間がかかるが、決定したことはぶれないのが日本企業のいいところで、それを理解できる人。理想は日本人各々が持つ特質から企業の行動、日本人感覚でものを頼める人。阿吽の呼吸でいける人。日本文化の素晴らしさを日本にいるときに学べれば強みになる。」
- C 「どんな人が日本企業に向いているかという発想ではなく、現地の人にあう企業にならなければならない。権限とか実質的に働きやすい環境を作る。それと、明日への希望が大事。インドネシア時代、全員にパソコン持たせた。企業はそういう場合に、パソコンゲームはずすのがふつうだが、休み時間はゲームやっていい。」

「日本の間合い」「日本人感覚」「阿吽の呼吸」という抽象的な概念をどのように外国人に理解してもらうか、逆に相互理解という視点から考えると、「外国人の間合い」「外国人の感覚」についての理解も必要ということになるだろう。

5. ビジネスコミュニケーション教材の指導指針

筆者の仮説は日本語の理解と運用をめぐる誤解や失敗がトラブルの多くを引き起こしているものであるというものであったが、インタビュー調査から、「仕事の背景理解と指示」「仕事の厳しさ」「日本語のスピーチレベル」などを理解して、適切に運用できるようにする教育が必要であることがわかった。教材開発に際し、松田(2008)の「見方・考え方の指導」と申(2007)の「相手への認識だけではなく、自文化背景への認識」を指導指針にする。

松田は「見方」はものごとをとらえるための視点、「考え方」はそれを活用した推論手続きとし、教科「情報」の指導において視点とその使い方をセットで提案している。具体的には、良さの基準を提示したうえで、多様な良さがあることに着目しながら、よりよい問題解決を考えるという指導法である。申(2007)はコミュニケーション衝突を過程として受け入れ、それを経験することで「気づき」が生じた場合、新しいコミュニケーション方略を獲得することで、信頼関係が構築される、「相手への認識だけではなく、自文化背景への認識」といった気づきが大切である、と述べている。

外国人と日本人が接触するビジネスコミュニケーション場面は多文化、多言語が衝突する場である。そこには、まさに多様な良さが存在し、その中で問題解決を図る必要がある。

これまでにも、村野ほか(2012)は、「ビジネス日本語能力」「社会人基礎力」「異文化調整能力」の養成を目的とするケーススタディとロールプレイ教材を、近藤ほか(2013)は、「問題発見解決能力」「課題達成能力」「異文化調整能力」に焦点をあてたビジネスコミュ

コミュニケーションのケースブックを作成している。両教材ともにトラブル事例を読んで、外国人に類似の経験を問うた上で、なぜ日本人と外国人がそのように考えたり、行動したのか、外国人はどうすればよいかを考えさせるという方法を用いている。

本稿で提案する教材は、良さの選択肢を具体的に提示する。さらに、日本人と外国人が「なぜそう考え行動するのか」を考えさせるだけでなく、相手の持っている価値観のモデルを理解し、よりよい問題解決ができるようになることを目的とする。

具体的には以下のような教材を提案する。「仕事の指示」に関するものである。事例を読んで、①とるべき行動を選択し、②実際に使える日本語の表現を学び、③どのような指示が適切かを教え、④日本人社員の価値観、文化的背景のモデルを提示することにより、指示のスタイルの根底にあるものを理解して、外国人社員に自分の文化との違いを認識させることを目指すものとする。

事例の提示

今日は水曜日。ベトナム人のアインさんは、日本人上司の山田さんから「来週の月曜までに去年と今年の製品売上の比較のデータを出しておいて」と指示を受けました。アインさんは「はい、わかりました」と答えて自席に戻りましたが、仕事を始めようとして、はたと困ってしまいました。どの範囲で、どの程度詳しいデータを集めて、どのような形で出力すればよいのだろうか・・・

- ① アインさんは山田さんに質問をすることにします。何を質問したらよいですか。
1. データを使う目的
 2. データの何が大事か
 3. 使える前例はあるか
 4. その他 ()
- ② 1、2、3 どの質問も必要であることを明示し、それぞれについて具体的な質問の仕方を例示
- データを使う目的を聞く場合
 「このデータは経理課にまわすのですか」
 「このデータは何かの企画のアイデアを考えるために使うのですか」
- データの何が大事か
 「すべての製品についての数字が必要ですか」
 「製品の売り上げ高が重要ですか、売上の伸びが重要ですか」
- 使える前例はあるか
 「何かサンプルはありますか」
- ③ 山田さんは最初にどのような指示をすればよかったのでしょうか。
 答え：何のために、このぐらいのレベルでという具体的なアクションを指示することが重要です。具体的なゴールが示されていないとアウトプットがお互いの期待と違うものになってしまう可能性が高くなります。
- ④ 山田さんはどうして、④のような具体的な指示をしなかったのでしょうか。
 答え：世界の文化を大きく分けると、すべてを言葉にしなくても、相手の意図を察しあってなんとなく話が通じてしまうハイコンテクストの文化と、あくまで言語によるコミュニケーションを図ろうとするローコンテクストの文化があるとされます。日本はハイコンテクストの文化で、聞き手の能力に対する期待が大きく、すべてを言語化しない傾向があるとされます（安田 2007）。
 「阿吽の呼吸」という言葉もその表れでしょう。
- 外国人に対しては追加の質問：あなたの文化はどちらに属すると思いますか。

6. 今後の課題

本稿で提案した教材を実際に外国人社員に対して使い、効果を検証していくことが必要である。その際の効果とは何かについては、日本人社員にとってと外国人社員にとってでは異なるものになる可能性がある。

また、日本語教育に期待されている「実践的」「座学でなく」という点に関しては、今後の検討課題とする。

謝辞

本稿の執筆にあたり、調査にご協力くださった関係者の方々に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- 安田正(2007)『ロジカル・コミュニケーション』日本実業出版社
- 栗飯原志宣(2012)「接触場面における香港の日本語学習者の意識—ビジネス接触場面において学習者が感じた問題を中心に—」『日本学刊』15、pp.48-65
- 近藤彩(2004)「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
- 近藤彩、金孝卿、ムグダ ヤルディー ほか(2013)「ビジネスコミュニケーションのためのケース学習：職場のダイバーシティで学び合う【教材編】」ココ出版
- 申愛子(2007)「在日中国系企業の企業内接触場面における関係構築：日本人従業員の中国人経営者との関係形成プロセスを通して」『第34回 日本言語文化学会 発表要旨 言語文化と日本語教育』34、pp.55-58
- 松田稔樹(2008)「各教科における見方・考え方と教科共通の重要概念の指導」『日本教育工学会第24回全国大会講演論文集』、pp.803-804
- 村野節子、山辺真理子、向山陽子(2012)『ロールプレイで学ぶビジネス日本語』スリーエーネットワーク

(にしたに まり 国際教育センター准教授)