

ビジネス日本語の実践—自分を知るプロセス
LEARNING AND TEACHING BUSINESS JAPANESE: KNOWING YOURSELF
PROCESS

マルチェッラ・マリオッティ、西田翔子
ヴェネツィア・カフオスカリ大学

要旨

本稿では、イタリアのヴェネツィア・カフオスカリ大学で筆者らが取り組んできたビジネス日本語コースおよびビジネス日本語に関連する授業外の活動について取り上げる。具体的には、日本語を専攻する学生に向けたプロジェクトやインターンシップの企画・運営、就職活動へのサポート、そして学生の自律的な学習を可能にするオンライン学習ツールの開発などがある。ビジネス日本語に関連して多様な活動を実施してきたが、その根底には、日本語の「形」ではなく、他者との関わりの中で自分の言いたい「内容」をみつけ、それをことばにし、他者に伝える行動を重視する外国語教育観がある。とりわけビジネスというのは、顧客や取引相手、同僚など他者の存在なくしては成立しない社会的活動である。だからこそビジネス日本語の枠組みの中で、他者とのインターアクションに注力する必要があると考える。また他者との関わりは、それを通して自分の個性や能力を認識し、それをもとに将来自分は何がしたいのか、できるのかを考え、「卒業後の自分」を具現化させていくための助けにもなる。以上のような考えから、いかにビジネス日本語に関する活動を発展させてきたかを述べ、学生の授業に対する期待や履修動機の多様化に対応しながらも、今後どのような実践が望まれるのかを考察した。

キーワード：ビジネス日本語、内容重視、批判的教育学、インターンシップ、オンライン学習ツール

1. はじめに

本稿では、イタリアのヴェネツィア・カフオスカリ大学で筆者らが取り組んできたビジネス日本語コースおよびビジネス日本語に関連する授業外の活動について取り上げる。そのうえで、ビジネス日本語を核とした多様な活動を、日本語教育の枠組みで実施する意義について論じることを目的とする。筆者であるマリオッティは 2011 年から本学でビジネス日本語コースを担当し、授業だけでなく、ビジネス日本語に関連する授業外の活動も拡大させてきた。授業外の活動には、日本語を専攻する学生に向けたプロジェクトやインターンシップの企画・運営、就職活動へのサポートなどが含まれる。それ以外にも、学生が自律的にビジネス日本語を学習できるようなオンライン学習ツールの開発にも取り組んでいる。また、ビジネス日本語を学んだ学生がインターンシップの一貫として、そのオンライン学習ツールの拡充に参加することで、実際に仲間と「働く」経験を作り出してきた。このようにビジネス日本語を中心に、

多様な活動を展開してきたのが本学の特徴である。共著者である西田は日本語母語話者として、マリोटティとともに上記の活動に携わってきた。その具体的な実践についても、本稿で取り上げたい。

ビジネス日本語に関連する多様な実践の根底には、学生が他者とのインターアクションのなかで、自分の役割や責任について自覚する機会を作りたいとのねらいがある。インターアクションはビジネスに不可欠な要素であり、だからこそビジネス日本語に関連する活動のなかで養っていくべき力であると考えからだ。ビジネスというのは、言うまでもなく、自分だけではなく、顧客や取引先、そして多くの場合、いっしょに働く同僚や上司、つまり「他者」がいることで成立する社会的活動である。そのため、常に「他者」との関係性の中で、自分のどのような性質や能力が必要とされるのか、その中で自分は何を実現したいのかという客観的な視点が問われる。よってビジネス日本語の実践においても、日本語を使って他者と関わり、自分の個性や可能性について理解を深めるプロセスこそが重要であり (Mariotti 2019)、これこそが日本語教育のなかでビジネス日本語という枠組みが担うべき役割のひとつだと考えている。

2. ビジネス日本語実践の背景にある外国語教育観

まずは、ビジネス日本語コースおよび、それを中心に展開する活動の背景に、どのような外国語教育観があるのか述べたい。マリोटティの研究・実践における問いは、外国語・日本語教育を通して学習者をいかにエンパワーメントできるのかということである (Mariotti 2020b)。ビジネス日本語と必ずしも関係ないように聞こえるかもしれないが、様々な活動を展開する上で原点となるのが、エンパワーメントの概念である。エンパワーメントされている状態とは、自分や他者を抑圧し、制限するようなイデオロギーや慣習に疑問を持ち、自分で考えられるような力を持つこと、その力があることを自覚すること、そして実際に変化を起こしていくことであると考え。そして、そのような自分の力への気づきは、自分一人で内省していても起こるものではなく、社会のなかで他者と接し、共生しようとするなかでこそ実現すると考えている (マリोटティ 2016)。このような考えのもと、日本語教育のなかで、他者と日本語で対話し、自分の考えをみつけ、それをことばにする実践を大事にしてきた (マリोटティ 2022)。

このような言語教育観は、カフオスカリ大学で自身が立ち上げた研究プロジェクト No-Level Brick Foreign Language Education (NoLBrick) (Mariotti 2020a) に結実している。「誰でも発言権利と責任がある。言語能力と関係なく。形は機械に、内容は人間に」 (Mariotti 2021) を理念とし、日本語教育の実践を通して、その実現を試みてきた。NoLBrick プロジェクトについて説明する際には、ピンク・フロイドの “Another Brick in the Wall Part II” (1979) から、次の一節を引用することになっている。

We don't need no education

We don't need no thought control...

All in all it's just another brick in the wall.
All in all you're just another brick in the wall
(Pink Floyd, 1979: EMI Records, UK)

教育なんていない
思想統制なんていない
結局、壁のレンガのひとつにすぎない
結局、あなたも壁のレンガのひとつにすぎない（筆者翻訳）

壁のレンガ（Brick）は、大きなシステムの歯車のひとつである。外国語教師や学習者が単なるレンガ（Brick）の一部にならないために、外国語教育のなかで、どんなエンパワーメントができるだろうか。これが NoLBrick プロジェクトの中心テーマとなる。では、外国語教育における壁とはなんだろう。例えば、外国語教育の世界に一般的に見られるような、言語レベルの概念が、それにあたるのではないだろうか。自分の日本語は「初級」だから、自分の言いたいことを言葉にできないと考えるのは、レベルという大きな権威のなかで、自分の力を認めることができない状態だと考える。そして教師の側も、文型学習に代表されるような「正しい形」を「まちがいでなく」運用させることを、どの学生にも期待することで、壁をさらに強固なものしている。ではその「正しさ」は誰が決めたものなのか(Thomson 2010)、その基準に従う必要があるだろうかと疑問を持ち、考える学習者や教師は、外国語教育の教室の中にどれくらいいるのだろうか。NoLBrick プロジェクトでは、外側から学習者の価値を一律に規定するような言語レベルの概念を批判的に捉え、日本語の「かたち」ではなく、「内容」を日本語にするプロセスそのものを重視してきた。「内容」をことばにするためには、それを伝えたい相手、つまり他者の存在が必要不可欠となる。その他者との関わりの中で自分の考えを見つけ、表現していくプロセスそのものが、学習者が社会の一員として生きていくためのエンパワーメントになると考える。

NoLBrick プロジェクトでは、オンライン学習ツールの開発にも力を入れ、カフォースカリ大学の学生や職員であれば誰でも自由に使うことができるよう開放してきた。プロジェクト理念の「誰でも発言権利と責任がある。言語能力と関係なく。形は機械に、内容は人間に」（NoLBrick 2021）の「機械」がオンライン学習ツールにあたる。つまり、学習者が自分で自分の言いたい「内容」にあった日本語の「形」を、自律的に探し、いつでも他者との対話を始められるようにオンライン学習ツールを開発している。オンラインの日伊・伊日辞書である a4Edu¹に始まり、日本語学習を目的とした JaLea(Japanese e-Learning system)²、ビジネス日本語に焦点をあてた JaLea Business³、そしてオンライン辞書 a4Edu のアプリバージョンである CAFOSCARI Jisho などを開

¹ <https://a4edu.unive.it/ita/index#do>

² <https://jalea.unive.it/jalea/>

³ <https://jalea.unive.it/jalea/business/>

以上のオンライン学習ツールにアクセスしたい場合は jalea@unive.it にご連絡ください。

発してきた。そして三菱商事の支援のもと、現在も開発・改良を続けている。このような豊富なオンライン学習ツールを使いながら、学習者は「教師」や「教科書」などに頼らなくても、自分が日本語をつくる主体になれると自覚しゆくのではないかと考えている。

3.カフォスカリ大学におけるビジネス日本語コースの発展

3.1 ビジネス日本語コースと学外のネットワーク

ここまで「形」ではなく、他者との関わりの中で「内容」をみつけることを重視する NoLBrick プロジェクトの理念について論じてきた。実際に、ビジネス日本語教育の枠組みの中で、この理念はどのように実現されるのであろうか。ここからは、ヴェネツィア・カフォスカリ大学で開講されているビジネス日本語コースについて論じたい。

カフォスカリ大学のビジネス日本語コースは、企業や団体など大学外とのネットワークを活かしながら発展してきた。マリオッティは、カフォスカリ大学で、日本語を専攻する学生に向けた就職やインターンシップ支援の活動を担い、カフォスカリ大学で日本語・日本研究を専攻した学生と、企業や団体とがスムーズに繋がるよう尽力してきた。現在ではイタリア三菱商事などの在イタリア日系企業、あしなが育英会などの非営利団体との交流、そして在イタリア日本商工会議所との協定関係 (Ca' Foscari University of Venice 2016)がある。また、2011年には Barilla (イタリアの食品会社。パスタなどの製品で有名)と就職に関連するプロジェクトを実施したように、授業外の活動をいっしょに企画運営することもある。またマリオッティがヨーロッパ日本語教師会会長在任中には、ヴェネツィアの地で日本語教育国際研究大会を開催し、「日本語教育と企業文化シンポジウム」という名のもと、企業で求められる人材像について企業関係者 (伊勢田 2018, 細田 2018)から話を聞く機会を得ることができた。以上のように、ビジネス日本語を媒介に、大学というアカデミックな世界とビジネスの世界を結びつけ、その関係を深めてきた。これにより、企業や団体から大学生の採用に関する動向や、卒業生の仕事ぶりなど生きた情報を得、知見を蓄積してきたつもりである。そして、その知見をもとに、本学におけるビジネス日本語の授業カリキュラムを考え、実践に落とし込んできた。

ビジネス日本語コースは、本学のアジア北アフリカ研究学部日本研究専攻の3年生を対象として開講されているものである。同専攻には人文系および経済系の課程があるが、ビジネス日本語コースは経済系課程の学生にとって必修科目である。イタリアの国立大学の多くのコースがそうであるように、ビジネス日本語コースも出席が義務ではない (授業には来ずに、試験だけを受けて単位取得をすることが制度上可能である)。よって確定した受講者数を示すことは難しいが、およそ20人から30人が毎回授業に参加する。同じ授業内容のクラスが3クラス開講されているため、合計で約100人弱の学生がビジネス日本語コースに参加していることになる。

このビジネス日本語コースは、筆者であるマリオッティと西田がチームになって実施している。マリオッティ担当の授業を1コマ、西田担当の授業を1コマの合計2コマを、週にそれぞれ受講することになっている。双方とも同一の参考文献 (Mariotti 2019)や、すでに紹介したオンライン学習ツール JaLea や JaLeaBusiness を適宜使用しているが、扱う項目は異なっている (表1)。

表1

マリオッティ	西田
90分×15週	90分×14週
<ul style="list-style-type: none"> ● 就職活動についての調査 ● 同時通訳 ● 商談の会話作成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 履歴書作成 ● 就職面接の準備 ● メールの書き方

3.2 「卒業後の自分」を考えるためのビジネス日本語

マリオッティの担当する授業では、主に商談や国際見本市などの具体的な場面を想定した日伊同時通訳や会話を学んでいる。授業はイタリア語と日本語の両方をバランスよく取り入れながら進められる。ビジネスを想定した場面では、当然に敬語が使われるため、その仕組みを理解し、その場で自分で考えながら言いたいことを組み立てることができるよう目指している。またイタリアや日本に限らず、ビジネスの場面で求められる振る舞い、考え方なども取り扱っている。なお授業中に会話や通訳を取り入れるといっても、ロールプレイのような一定のスクリプトを教師が与え、学生がそれを暗記するようなアプローチとは距離を置いている。その代わりに、学生がグループになって、見本市を想定した会話のスクリプトを作り、発表するワークショップ形式の授業を行っている。例えば、家具、繊維、チーズ、乳製品、ワインなど、学生が自分達で好きなものを選び、その見本市がイタリアの都市で開催されると仮定する。そして、イタリア側の出店者と、日本からの買い付け企業、そしてその間に入る日伊通訳者の会話を想定して、イタリア語と日本語を使ってスクリプトを書く。これにより日本語で会話をする力がつくだけでなく、イタリアの産業に関する知識を深め、それを日本語にする力をつけることができる。このように、単に教師が知識を提供するのではなく、学生が自分で調べ、学ぶような時間をできる限り作るようにしている。

またビジネス日本語ならではのテーマについて、学生たちが調べ、イタリア語や日本語を使って授業中に発表する機会もある。その題材は多岐にわたるが、毎年実施しているのは、日本の「就活」に関する調査である。企業説明会、エントリーシート、面接の仕組み、就職活動における服装のマナーなど、日本の大学生にとって共通認識となっている事柄についても、イタリアで日本語を勉強する学生にとっては新鮮であり、刺激となる。なお日本と違って、大学生が一斉に就職活動を始めるという慣習はイタリアではみられない。そのせいか、在学中は、一部の学生を除き、「卒業後の自分」に関する意識がやや希薄であるようだ。就職につながるイベントや機会が目の前

にあっても、それに気がつかない、もしくは積極的に掴もうとしない傾向もある。日本の「就活」に功罪があることは承知しているが、日本の「就活」をテーマにすることで、卒業後を見据え、どんなアクションが必要なのか考える時間を、日本語教育のなかで持つことができると考えている。

3.3 「卒業後の自分」をみつけるための「書く」活動

西田が担当する授業でも、ビジネス日本語を学びながら、「卒業後の自分」について考えが深まるような時間を優先して作り出すように努めている。そして、自分を深く理解するために欠かせないと考えているのが、日本語で考えながら「書く」活動である。具体的には、メールや履歴書を「書く」活動を授業で実施している。特に履歴書の作成には力を入れていて、日本で一般的に使われているような様式の履歴書を用いて、自分自身の履歴書を完成させることを授業課題としている。通常の履歴書の様式には、志望動機と自己PRを250字から350字程度書くスペースがある。志望動機については、現時点で興味がある企業・団体などを学生が自由に選択し、その企業・団体に応募するつもりで自己PRを書いている。また、インターンシップの応募や留学または奨学金の選考を控えている学生もいるので、実際の提出を目的とした履歴書を書いてもいいことにしている。

志望動機や自己PRを書くことは、日本語ライティングの学習という点から見たときにもユニークな教材になると考えた。履歴書の志望動機や自己PRというのは、自分とは面識のない相手に対して、自分のことをわかってもらうという明確な目的を持つ。企業はそれぞれの採用基準を持っているが、志望動機や自己PRなどを通して、その学生がこれまでに熱意を持って取り組んだことがあるか、応募企業について理解しているかを手がかりに、採用後のその学生の姿を積極的にイメージできるか問う場合が多い。よって、学生は、履歴書という紙の上で、自分の過去の体験や現在の取り組みなどの具体例をもとに、自分がどのような「強み」を持っているのか、その「強み」が相手にとってどんな意義を持ちうるのか、説得力のあるかたちで書きあらわす必要がある。そのためには、自分に客観的なまなざしを向けながら、将来何をしたいのか、できるのかを問うプロセスが欠かせない。よって、自分の考えや感情を、ある程度自由に表現するような作文とは性質が異なる。また、多くの学生が日本語をミスなく書くことが、日本語学習においてめざすべきゴールであると考えている。しかし、たとえミスがない文章でも、自分自身が相手に伝わらない文章は、履歴書としての目的を達成しない。履歴書の作成に日本語で取り組むことは、多様な価値観が存在する社会のなかで、自分の何が「強み」になるのか自覚するプロセスにもなると考えている。

ところで、志望動機や自己PRを書くことは、学生にとって簡単ではない。ビジネス日本語の授業は3年（イタリアで学部は3年制）の前期に実施されるが、250字から350字程度の長さで、自分に関する文章を書くということが、学生にとってはじめての体験である場合が多いからだ。カフオスカリ大学においても、1、2年次に日

本語で作文をする活動はあるが、履歴書のように何か特定の目的を持った文章を書く機会は少ない。一般的にも日本語教育の作文教材は、学習した文型を定着させる目的で作られているものが多いと言われている（小林 2017）が、本学の学生もこのような作文の形式に、より親しみを感じているように思われる。それ以外の理由としては、就職活動に対する準備不足、不慣れさもあげられる。先にも述べた通り、イタリアには大学生が一斉に就職活動を始める慣習がなく、学部3年の時点で就職について考えたり、実際に履歴書を書いたりすることは「時期尚早」だと捉える学生が一定数いる。以上のような理由から、履歴書を書くことに対して抵抗感、困惑、自信のなさを示す学生の姿も観察された。

そこで履歴書を書くという最終タスクは残しながら、書くプロセスにグループ活動を取り入れ、クラスメイトと将来への考えを共有しながら少しずつ考えを発展させるクラス内活動を取り入れた。その実践の詳細は Nishida (2021a) にまとめられているため、ここではその概要だけを述べる。この活動の特徴としては、「わたしの過去・現在・未来」という大きなテーマの作文を書く課題を、履歴書作成の前段階に入れることにしたことである。履歴書には自分の「強み」を書く必要があると言っても、「自分の強みはわからない」「書けるほどの強みなどない」「将来何をしたいかわからない」という学生の消極的な声が当初あった。そこで、細川・蒲谷編 (2018) を参考にしながら、まずは「わたしの過去・現在・未来」というテーマで 1,600 字の作文を日本語で書く活動を取り入れた。この作文を書きながら、現在に至るまでに自分がどんな人生を送ってきたのか、何が好きだったか、何に一生懸命に取り組んできたのか、卒業後に何を望んでいるのか、内省することになる。そして、その内省が履歴書の自己PRや志望動機へ書く内容を少しずつ準備することにつながり、また自分のことを、どんなことばで伝えることができるか、自分のための日本語を探すプロセスにもなると期待した。

さらに作文を書くだけではなく、学生が3人から4人くらいの小さなグループになって活動する時間もとった。そこで、同じグループになったもの同士が自分の作文の内容をドラフトの段階から読み合い、フィードバックのコメントを口頭やオンライン学習プラットフォーム (Moodle) に書き込むことで、伝え合い、またそのコメントをもとに作文を推敲していった。なお、この学生同士のやりとりは基本的に日本語で行われた。そのやりとりのなかでは、将来への関心だけではなく、迷いや不安も共有され、お互いに励まし合うようなコメントのやりとりも見られた。このような時間は、リラックスした雰囲気クラスメイトと交流し、少しずつ相手に心を開きながら、就職活動に必要な「自己分析」をする機会にもなった。またクラスメイトという「他者」を相手に、お互いのためにコメント交換しあうプロセスを経て、日本語をただ「正しく」書くことから、相手に伝わるように具体的に書くことへの意識の変化も見られた。このような具体性の獲得は、履歴書にふさわしい文章の要素であると考えられる。

以上のように、本学では「形」ではなく「内容」を重視する理念をビジネス日本語教育の実践に落とし込んできた。「卒業後の自分」に対する学生の意識がやや希薄で

あることについては先に述べたが、ビジネス日本語の授業を通して変わっていく学生も多い。もともとイタリアは日本と距離的に遠く、日本語に関連する求人が必ずしも豊富にあるわけではない。また、2022年現在、パンデミックの影響もあり、イタリアの若者の雇用は良好とはいえない状況もある。よって日本語を学んだ延長線上に自分の進路をイメージすることは学生にとって容易なことではない。しかし、そのような困難な状況のなかでも、カフオスカリ大学の卒業生、とりわけ、ビジネス日本語履修者のなかから、在日・在イタリアの日本企業で働くものや、日本を拠点にイタリア系、その他の外資系企業で働くものが輩出され続けている。

このような在学生・卒業生の活躍を聞くと、ビジネス日本語で取り組んできたことが、少しは形になってきたのではないかと実感できる。とりわけ、日本語を専攻する学生は日本語能力を高めることが、社会で評価されるための近道だと考える傾向にあり、それは必ずしも否定することはできない。しかし、ビジネス日本語の履修者・卒業生が、具体的なアクションを起こし、道なき道を切り開き、自分の活躍する場所を社会の中で見つける様子を聞くにつけ、日本語能力以外にも、大学でもっと大事に育てなくてはならないものがあるのではないかと、ますます確信するに至っている。

4. インターンシップなど授業外の活動に見られる意義

4.1 ビジネス日本語履修の動機多様化とインターンシップ

本稿の最後には、ビジネス日本語に関連する活動としてインターンシップやプロジェクトの活動について見ていくことにする。インターンシップもプロジェクトも、授業外の時間に実施されるものであり、基本的には学生本人の自発的な参加意思が前提となる点で、必修授業の履修とはやや性質が異なる。なお、カフオスカリ大学アジア北アフリカ研究学部では、学内外のいずれかで、規定の時間以上のインターンシップを実施することが卒業の条件でもある。よって日本語を専攻する学生のために、授業外の有意義な活動を模索することも、ビジネス日本語教育のありかたを考える上で重要な要素であると考えてきた。このような趣旨に賛同いただいた企業や団体の協力を大きな支えとして、これまでも多くのインターンシップやプロジェクトを企画・実施したり、学生を派遣したりしてきた。

ビジネス日本語に関する授業外の取り組みを活性化させる意義を、近年ますます強く実感している。ビジネス日本語コースに一定の成果が認められるようになった一方で、受講する学生の授業への期待や履修動機に多様化が進んでいるように思われるからだ。特に象徴的なのは、2011年にビジネス日本語コースを始めた当初は選択科目であったが、2013年に経済系課程の必修科目へと変わったことである。履修者の増加にあわせて、参加する学生の取組み姿勢にも変化が生じたようだ。選択科目であった当初は、ビジネス日本語コースでの学習を、自分の将来につなげようとする明確な意思を見せる学生の割合が高かった。そのためか、学生の積極的な参加を求める、いわばアクティブラーニング型の授業は肯定的に捉えられた。しかし、必修科目化して

からは、「無事に単位を取得すること」を優先する学生の割合が増えたようである。教師がある程度一方的に講義をし、学生がそれをそのまま覚えれば良い成績が取れると感じられる授業を、より好ましく思う学生の姿も見えてくるようになった。また履修人数が比較的多く、授業に関わることでできる教員の人数も限られている状況では、このような授業をせざるを得ないという教育機関側の事情もある。

4.2 ヴァーチャルビジネスプロジェクト

以上のような問題意識から、教室の外にもビジネス日本語教育の場を見出す必要性を感じ、実際にいくつかのインターンシップを企画・実施してきた。そのひとつが、ヴァーチャルビジネスプロジェクト（西田 2021）である。これは、2021年2月から2ヶ月にわたって実施された。マリオッティ（プロジェクトマネージャー）と西田（プロジェクトコーディネーター）がプロジェクトを企画し、国際交流基金ローマ事務所の支援を得て実現したものである。コロナウィルスが流行し、インターンシップ受け入れ先がないという状況下で、その機会を作り出さなくてはならないという事情もあった。実際に参加したのは、カフォスカリ大学で過去にビジネス日本語コース受講していることを条件に選ばれた10人の学生（修士4人、学部6人）である。プロジェクトの内容は、ビジネス日本語の勉強や就職活動のために役に立つオンラインコンテンツを、すでに述べたオンライン学習ツールJaLea上に作成することであった（図1—照）。具体的には以下の3つのコンテンツ・ツールを作るようにという大枠のゴールを、マリオッティおよび西田から示した。

- ①就職活動に関する YouTube ビデオ、
- ②日本語の自動メール作成機、
- ③日本語での履歴書の書くためのガイド

しかし、どのような内容にするか、またどのように実現するかは学生の裁量に任せることにした。

図1. オンライン学習ツールのコンテンツ例（就職活動に関する YouTube ビデオ）



The screenshot shows the JaLea Business website interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME', 'SEZIONI', 'MEDIA', 'EXTRA', and 'PROGETTI'. Below the navigation bar, the user 'Shoko NISHIDA' is logged in. The main content area is titled 'Video' and features a video player for a YouTube video. The video title is '#2 Come scambiarsi i biglietti da visita' (How to exchange business cards). The video player includes a progress bar and a list of subtitles in Japanese. The subtitles provide instructions on how to hold and present a business card correctly, such as holding it with both hands and showing it towards the other person.

学生たちは3つのグループに分かれ、それぞれの役割を見つけながら、任されたゴールを実現するために切磋琢磨した。Nishida (2021 b) では、プロジェクトの詳細についてまとめ、考察しているが、ここではプロジェクト終了後の学生の意識の変化に注目したい。プロジェクト終了後に、参加者10人に対して自由記入のアンケート調査を実施した。当初のプロジェクト参加理由としては、「実践的な日本語の機会」「授業で習った日本語を使いたい」など、「日本語能力」を伸ばすことに注目する学生の回答が多数であった。一方で、「プロジェクトに参加した結果、何を得ましたか？」という質問に対しては、「日本語」だけでなく「チームワークをする力」と答えるものが多数となった。このプロジェクトでは日本語教材を作るため、当然に日本語の力が必要ではあるが、実際にチームで働く経験を通して、仲間と働くための能力に意識が向かうようになったことがわかる。特に、他のメンバーが持っていないような特性を自分が持っていることに気づいたうえで、それをグループで仕事をする際に如何に役立てたのかを具体的に言及する学生が目立った。つまり、このプロジェクトでは、参加者にとって、人と働くうえで自分は何ができるかを経験し、自覚する場所になったと考察できる。

このプロジェクトの結果が示唆するように、授業外の活動においては、教師が何か課題を与えてそれを学生がこなすような垂直的な学習ではなく、学習者間の水平的な関係を中心にした実践が可能になりやすい。また「チームワーク」のように人と関係を作る力は、企業関係者が採用の際に非常に重視するポイントであると聞く。よって、大学在学中に、他者と日本語を使って働く経験をすることで、「卒業後の自分」を具体的にイメージし、新しい機会に挑戦するための自信を得ることにつながるだろう。一方で、プロジェクト実施のためには、予算や人手の確保などの課題も多い。そのなかでも、学生の動機や期待の多様化などの課題に対応するために、ビジネス日本語に関する授業外の活動を大学内で実施する意義は大きいと考えている。

5.おわりに

本稿では、筆者が中心となって取り組んできた、教室内外でのビジネス日本語に関連する活動を紹介し、その背景には、日本語の学習歴や経験などにとらわれずに、自分が伝えたい「内容」とそれを相手に伝えたいという気持ち、それに伴う行動に価値を置く外国語教育観があることを示した。本文中に指摘した通り、学生のビジネス日本語に対する意識は多様化しているが、その一方で、おそらく社会が日本語を専攻する学生に求める能力や期待も多様化している。よって日本語能力のようなわかりやすい力だけではなく、変化していく社会に対応するための力そのものが大事になっているのではないだろうか。だからこそ、ビジネス日本語教育においても、自分とは違う考えを持つであろう他者の考えを聞き、また自分の考えを伝え、日々の生活で起こる変化に対応できるような力を養っていく必要があるのだと考える。このような力はまさに、異なるもの同士が変化する社会で共生・協働するために必要な力であり、ビジ

ネスの世界で最も重視される「ソフトスキル」や「チームワーク力」と呼ばれるものである。以上の点から、ビジネス日本語をハブに大学外の世界とネットワークを広げ、学生がそのネットワークに接続しながら「卒業後の自分」について模索できるような教育実践は、今後も重要性を増していくと考えている。

参考文献

- 伊勢田兼之(2018)「日本企業が求める海外人材とは」『ヨーロッパ日本語教育』23, 54-59. <https://eaje.eu/media/0/myfiles/icjle2018/full.pdf>
- 小林ミナ(2017)「状況から出発する」アプローチ『早稲田日本語教育学』22, 101-113.
- 細川英雄, 蒲谷宏(編)津村奈央, 須賀和香子, 塩谷奈緒子, 市嶋典子, 武一美(2008)『日本語教師のための「活動型」授業の手引き』, スリーエーネットワーク
- 細田牧(2018)「企業が求める日本語人材のニーズについて」『ヨーロッパ日本語教育』23, 60-67. <https://eaje.eu/media/0/myfiles/icjle2018/full.pdf>
- マリオッティ, M. (2016)「第5章 社会的責任と市民性—外国語学習を通じた自己認識によって「自由」になること」細川英雄・尾辻恵美・マリオッティ, M. (編)『市民性形成とことばの教育—母語・第二言語・外国語を超えて』pp. 103-127, くろしお出版
- マリオッティ, M. (2022)「第3章 教室内・外での対話—他者との共生へ」細川英雄 監修、マリオッティ, M.・市嶋典子『「活動型」日本語クラスの実践—教える・教わる関係からの解放—』pp.74-99, スリーエーネットワーク
- Nishida, S. (2021a). Enhancement of Student Employability through Resume Writing Activities in a Business Japanese Course. *Japanese Language Education in Europe*, 25, 448-460. <https://eaje.eu/media/0/myfiles/online2020/full.pdf>
- Nishida, S. (2021b). Working in Japanese where you are right now: Internship program at Ca' Foscari University as a case study. *Proceedings of the Next Generation Global Workshop*, 14, 1-30. https://doi.org/10.14989/pnggw_14_30
- Mariotti, M. (2019). *Giapponese per il business: Guida al linguaggio nel mondo del lavoro*. [Japanese for business: Guide for language in the world of business]. Milano: Hoepli.
- Mariotti, M. (2020a). No-level brick foreign language education: Definition of the field and explanation of the Purposes. Japanese language classroom as case study. *Proceedings of IICE Hawaii2020 The 5th IAFOR International Conference on Education, USA*. 2189-1036. http://25qt511nswfi49iayd31ch80-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/papers/iicehawaii2020/IICEHawaii2020_54657.pdf
- Mariotti, M. (2020b). Including 'whom'? Including 'in where'? Foreign language teaching as deboxing system. *Proceedings of the 25TH Princeton Japanese Pedagogy Forum, Princeton University*, 429-451.

[https://iris.unive.it/retrieve/handle/10278/3723698/189262/
pjpf_proceedings_19_2_rev.pdf](https://iris.unive.it/retrieve/handle/10278/3723698/189262/pjpf_proceedings_19_2_rev.pdf)

Mariotti, M. (2021). NoLBrick Blog. *NoLBrick No-Level Brick Language Education*.

<https://nolbrick.wordpress.com/>

Thomson, C. K. (2010). Who is to say 'Your Japanese is incorrect'? Reflection on 'Correct' Japanese usages by learners of Japanese. *Japanese Studies*, 30(3), 427-441.

<https://doi/10.1080/10371397.2010.518604>

Ca' Foscari University of Venice. (2016). Do you study Japanese? Ca' Foscari can introduce you to 190 businesses.

[https://unive.it/pag/16584/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=1657&cHash=79e9ca4675fd03
813cdc58054cc8a1db](https://unive.it/pag/16584/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=1657&cHash=79e9ca4675fd03813cdc58054cc8a1db) (2022 年 8 月 25 日 閱覽)