

研究ノート

高度外国人材育成に向けたビジネス日本語の授業とは ——タイのA大学卒業生および企業への各種調査結果から——

鹿 目 葉 子
大 橋 真 由 美

東京国際大学論叢 人文・社会学研究 第3号 抜刷
2018年（平成30年）3月20日

研究ノート

高度外国人材育成に向けたビジネス日本語の授業とは
——タイのA大学卒業生および企業への各種調査結果から——

鹿 目 葉 子
大 橋 真 由 美

**Business Japanese Classes for Training
Highly Skilled Foreign Professionals
— Survey Results of Thai University Graduates
and Japanese Enterprises Study —**

KANOME, Yoko
OHASHI, Mayumi

Abstract

To ensure international competitiveness for Japanese enterprises, it is necessary to have highly skilled professionals who are university graduates and have professional skills or knowledge. According to a study by Kubota (2015), only about 40% of foreign students who want to work in Japan can actually be employed. One of the reasons is Japanese language proficiency. Therefore, the authors of this study included Japanese language proficiency required by Japanese enterprises and also Business Japanese classes taught at university as critical issues. The authors analyzed the requirements to hire foreign students by Japanese enterprises from former studies and conducted a survey by questionnaire to Japanese enterprises in Thailand and Thai university graduates. The results found that foreign students required high Business Japanese language skills. The authors propose a Japanese language study program that utilizes a structure for Business Japanese classes based on Kamiyoshi and Tsunekawa's theory as an approach to Business Japanese education (2010).

Keywords: ビジネス日本語, 学び, 産学連携, 高度人材, 日本語教師の役割

目 次

1. はじめに
2. 先行調査
3. 調査の概要
 - 3.1 調査目的
 - 3.2 調査対象者
 - 3.3 調査方法
4. 結果と分析
 - 4.1 タイの日本企業のアンケート調査
 - 4.2 タイの日本企業就業者のアンケート調査
5. 考察
6. おわりに

1. はじめに

高度な専門的知識や技術を有する高度外国人材の受入促進・定着率向上は我が国の成長戦略の重点課題の一つであり、日本企業にとって国際競争力強化のためには国籍に関わらず多様な人材の活用が求められている（株式会社ディスコキャリアタスリサーチ, 2016）。

福嶋（2016）は、高度外国人材に関して明確な定義は確立されていないというが、「大学卒以上で、専門的な技術あるいは知識を有する優秀な人材」と定義した場合、日本の大学・大学院への留学生がこれに相当する。久保田（2015）によると、日本の日本企業に就職を希望している日本滞在の留学生は約6割だが、そのうちわずかに4割しか就職できないのが現状であるという。これは、我が国の政策にとって望ましい状況とはいえない。留学生が就職できない要因には日本独特の就職活動の形態と日本語能力が挙げられている。

そこで、筆者らは日本語能力に焦点をあて、日本企業が求める日本語能力とは何か、大学において日本語能力を高めるためにどのような授業を展開するべきかを問題提起として、先行調査のデータ分析、タイの日本企業、およびタイの日本企業に就職したA大学（以下A大）卒業生にアンケート調査を実施した。その結果をもとに、ビジネス日本語の授業について考える。

2. 先行調査

2016年、株式会社ディスコキャリアタスリサーチ（以下DISCO）はインターネット調査法を用いて、全国主要企業18,575社に外国人留学生／高度外国人材の採用に関する企業調査を実施し、628社から回答を得た。回答した企業のうち、大卒以上の高度外国人材を雇用した経験がある、または雇用予定のある企業は61.7%であり、2017年度の採用を予定している企業は、製造業が55.6%、非製造業が63.7%であった。これらの企業が外国人留学生に求める日本語能力は高く、内定時、文系の学生には48.4%の企業が、理系の学生には43.8%の企業がビジネス上級レベル以上（表1参照）を求めている。また、入社後のそれは、文系の学生の場合、81.5%、理系の学生の場合、76.4%となっている。

表1のビジネス上級レベルは、図1のBJT J1に相当する。また、採用時にJLPT（日本語能力試験）の基準（表2参照）を設けている企業は45.6%であり、そのうちN1を求める企業は24.0%、N2を求める企業は14.9%であった。

次に、2012年の株式会社クオリティ・オブ・ライフの調査では、企業（調査回答企業433社のうち製造業39.3%、非製造業60.7%）が最も注目している点に日本語能力があり、面接時の「聞く力」と「話す力」、就業後の社内におけるコミュニケーション能力、ビジネスで使用される尊敬語・謙譲語・丁寧語の使い分けやビジネス用語、日本企業文化、ビジネスマナーなどの高い日本語能力が必要であるという。また、JLPTのN1レベル以上を求める企業は84.5%で、そのうち57.1%はJLPTでは計れないさらに上位レベルの日本語能力が必要であると回答している。JLPTのN1レベル以上が測定できるテストとしてBJTビジネス日本語能力テスト（図1参照）がある。

DISCOとクオリティ・オブ・ライフの調査から留学生の日本語能力をJLPTだけではなくBJTビジネス日本語能力テストを使用して測る企業もあり、高度な日本語能力を採用時から求める企業

表1 日本語コミュニケーションレベル（DISCO 2016の調査より）

ネイティブ相当	= どのようなビジネス場面でも日本語による十分なコミュニケーション能力がある
ビジネス上級レベル	= 幅広いビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある
ビジネス中級レベル	= 限られたビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある
日常会話レベル	= 限られたビジネス場面で日本語による最低限のコミュニケーション能力がある
ほとんど求めない	= 日本語によるビジネスコミュニケーション能力はほとんどない

表2 日本語能力試験のレベル

N 1	幅広い場面で使われる日本語を理解することができる
N 2	日常的な場面で使われる日本語の理解に加え、より幅広い場面で使われる日本語をある程度理解することができる
N 3	日常的な場面で使われる日本語をある程度理解することができる
N 4	基本的な日本語を理解することができる
N 5	基本的な日本語をある程度理解することができる

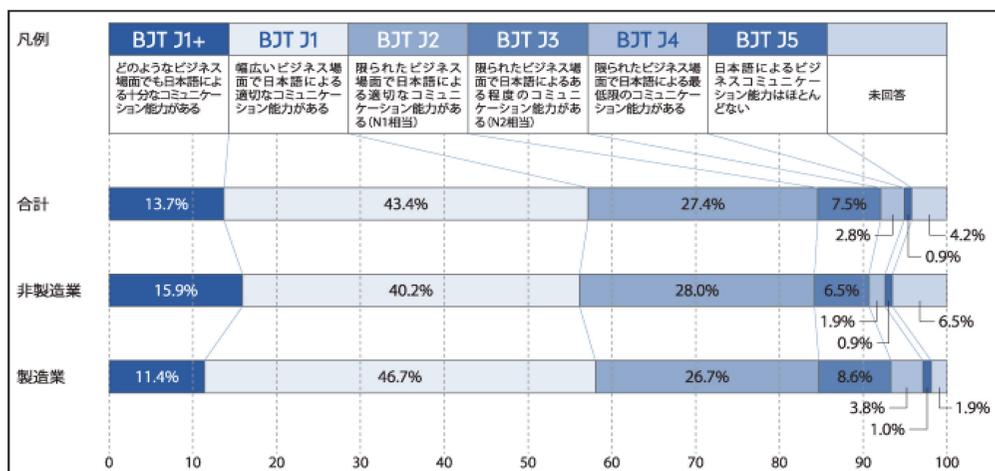


図1 高度外国人材の採用時にもとめる日本語コミュニケーションレベル
（クオリティ・オブ・ライフ「平成24年日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」より）

が多いことがわかる。面接時の「聞く力」と「話す力」に関しては大学を含めた日本語教育機関において、大学での学習に必要な日本語教育として養うことが可能である。一方、就業後の社内におけるコミュニケーション能力やビジネス上で求められる日本語能力は、大学において取り組む必要があり、留学生のキャリアパスという観点から、ビジネスに焦点をあてた新たなカリキュラムを立てていくことが急務といえる。

3. 調査の概要

3.1 調査目的

本調査は以下の2点に関してアンケート調査を対象者に実施し、その結果を分析考察し、今後の大学における日本語の取り組み方について考察することを目的とする。

- ①タイの日本企業がタイ人日本語学習者に求める日本語能力について
- ②A大卒業生が日本企業勤務において必要だと考える日本語能力について

3.2 調査対象者

2013年、文部科学省は「世界の成長を取り込むための外国人留学生の受け入れ戦略（中間まとめ）」を提示し、重点地域の一番目にASEANを挙げている。また、筆者らの勤務する大学ではベトナム、インドネシア、タイなどの東南アジアからの留学生が多く、母国へ戻って日本企業に就職を希望している学生もいることから筆者らの1人（鹿目）がタイの大学に勤務していた際、Kanome・Yoshimine（2015）の調査協力者であり、盤谷日本人商工会議所に登録されているタイの日本企業31社を対象とした。その内訳は図2のとおりである。

国際交流基金（2011）の調査によると、タイの各教育機関では卒業生の追跡調査は行なわれていない（Kanome・Yoshimine, 2015）。そこで、筆者らの1人（鹿目）が勤務していたA大日本語主専攻の卒業生で日本企業に就職し、連絡がとれた6名を対象とした。なお、この6名はKanome・Yoshimine（2015）の調査においての協力者でもある。

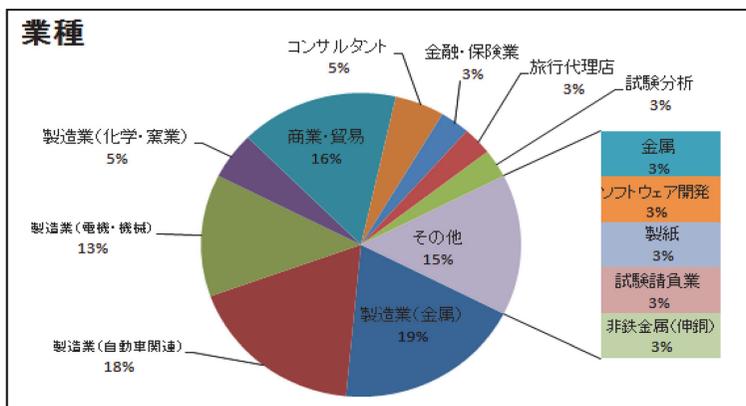


図2 タイの日本企業の業種

3.3 調査方法

本調査では、3.1に関するアンケート（別紙1参照）を作成し、web上またはアンケート用紙にて回答を記入してもらった。

4. 結果と分析

4.1 タイの日本企業のアンケート調査

まず、社内での日本人従業員とタイ人従業員のコミュニケーション方法について質問をした。その結果、英語、タイ語、日本語のうち、2言語以上を組み合わせるコミュニケーションをとっており、社内では意志疎通程度の日本語能力があれば良いと考えている。一方、社外（他の日本企業）向けの日本語能力についての質問では、タイ人従業員に高度な日本語能力を求めていることがわかった。企業が考える高度な日本語能力とは、ビジネス場面で必要なビジネス会話や顧客へのメール対応のためのビジネスライティングである。

高度な日本語能力を求める理由として、タイ人従業員を日本人従業員のパートナーと考えており、ASEAN諸国の労働者を取りまとめていく役割を果たす高度人材として、社外との取引や対応を将来的に任せていくという意向があるからだという。

さらに、企業は日本事情（文化社会）、ASEAN事情、企業文化等を高度な日本語能力とともに大学の授業科目として取り入れたほうが良いと回答していた。しかし、各企業ともJLPTのレベルに関しては特に言及していなかった。

上記から、企業内でのコミュニケーション能力としては、高度な日本語能力を求めているが、ビジネス上では、ビジネス会話やビジネスライティングといった高い日本語能力を求めていることがわかる。

4.2 タイの日本企業就職者（A大卒業生）のアンケート調査

A大日本語専攻の卒業生の就職先における職種は、カスタマーサービスプロフェッショナルと言った日本語での会話を必要とするものから、企業間におけるビジネス文書を書く事務系の職種まで幅広い。

まず、就職した後で在学中に学習しておくべきだった科目について質問をした。その結果、上位にビジネス会話、ビジネスライティング、発音、日本事情（文化社会）が挙げられた。ビジネスライティングと日本事情（文化社会）を挙げた理由には、仕事上、書類を作成することが多く、お客様との対応に日本に関する知識があると有利に働くからと回答した。次に、仕事上、役に立っている科目についての質問結果であるが、上位に日常会話、発音、ビジネス会話、作文が挙げられた。作文を挙げた理由として、簡単なビジネスメールやメモ、文を書くことが求められるからと回答していた。在学中に卒業生が選択した科目によって回答に多少のずれが見られるが、「ビジネスライティング」や「作文」といった「書く」能力、「ビジネス会話」や「日常会話」といった「話す」能力は必須といえる。また、「発音」は相手に不快感を与えないためや誤解を生じさせないために大切だと認識していると考えられ、「日本事情（文化社会）」は、回答理由から、ビジネスをスムーズに進めていく上で必要な科目だと考えていることがわかる。

5. 考察

先行調査, 1と3から, 企業はビジネスに直結した高い日本語能力を高度人材に求めており, その能力を養うためのビジネス日本語の授業形式について考える必要がある。

そこで, まず, ビジネス日本語の授業を実施しているタイおよび日本の各2大学を無作為に選出した。そして, そこでのビジネス日本語の授業について概観し, ビジネス日本語の授業に求められる要因を探り, 大学における新たなビジネス日本語の取り組み方について考えたい。

表3から, 日本とタイの大学におけるビジネスの授業内容はほぼ同様であり, 留学生の就職活動や就職後に焦点をあてた内容となっている。相違点として, タイの2大学では回数は少ないが現地の日本企業が授業に参加している。両大学の担当教師にその目的を聞いたところ, 大学側と企業側とそれぞれ2つの目的があると回答した。大学側の目的の一つは, 日本企業への就職を希望している日本語学習者に企業の人と交流をするチャンスを与えること, もう一つは, 日本企業が何をしているのかを知らない日本語学習者に日本企業の実態や現状等を知ってもらうことである。

一方, 企業側は, 自社のアピールをすること, より良い人材を採用することが目的である。タイの2大学の教師は, いずれも企業経験者であり, 企業の人の声を学習者に聞かせる場を作りたいと思っていたという。この講義は, 両者が企業側との接点があったことから実現したものであり, 一般的にタイの他大学のビジネス日本語の授業では, 企業経験者ではない日本語教師(日本人あるいはタイ人)による講義授業のみである。

また, 企業が求める高い日本語能力では, 表3の授業内容以外に「日本文化(事情)」が挙げられている。表3の日本のC大以外の大学では, 「日本文化(事情)」の授業が単独で実施されている。日本の企業に就職すること考えた場合, 「日本文化(事情)」の知識は必要であり, ビジネス日本語の中に「日本文化(事情)」の授業を取り入れることも考慮に値すると思われる。

次に, ビジネス日本語を教えるにあたって, 神吉・常川(2010)はビジネス日本語の教室と日本語教師には役割があると述べている。まず, ビジネス日本語の教室の役割は, 1. 就職活動や企

表3 タイと日本の大学におけるビジネス日本語の授業について

	タイA大	タイB大	日本C大	日本D大
授業内容	ビジネスマナー／ ビジネス文章作成 ／ビジネス会話／ 待遇表現	ビジネスマナー／ ビジネス文章作成 ／ビジネス会話／ 商品企画発表／待 遇表現／就職活動 関連	ビジネスマナー／ビ ジネス文章作成／ビ ジネス会話／待遇表 現	面接／ビジネス文章 作成／ビジネス会話 ／ビジネスプレゼン テーション／待遇表 現／経済用語
目的	ビジネス場面で必 要となる日本語能 力(語学および企 業文化)の習得を 目指す	就職活動およびビ ジネス場面で必要 となる日本語能力 (語学および企 業文化)の習得を 目指す	ビジネス場面で必要 となる日本語能力 (語学およびマナ ー等)の習得を 目指す	ビジネス場面におい て必要となる日本語 や企業文化, 異文化 理解力等の習得を 目指す
その他	・中上級レベルの 4年生以上対象 ・選択科目 ・日系企業の方 による講義を導入 (1~2回度)	・中上級レベルの 4年生対象 ・日系企業の方 による講義を導入 (1~2回度)	・上級レベル ・希望者	・上級レベル ・選択科目

業に関する適切な情報提供, 2. 経験の整理をしたり具体的な場面からいくつかの解決法を見出す力を育成したりする研修, 3. 多様な人と知り合う場を提供することであるという。そして、日本語教師の役割は、①情報に留学生がアクセスする橋渡し, ②留学生がプロジェクト学習から得た経験を学びへつなげること, ③多様な人々とのネットワークの構築であるという。③には教室へのゲストの参加も含まれる。

留学生にとって、前述のビジネス日本語の教室の役割1は「情報収集の場」、役割2は「成長の場」、役割3は「人間関係形成の場」に言い換えられる。また、日本語の教師の役割1は「企業へのインターフェース」、役割2は「ファシリテーター」、役割3は「コーディネーター」と捉えられる。筆者らは、上述をもとに図式化（図3参照）を試みた。

また、神吉・常川（2010）は、ビジネス日本語教育の取り組みについて、ビジネスコンテンツをいかに教えるかということではなく、人が学ぶということはどういうことか、人を育てるということはどういうことかを直接的に問うてくるものだと述べている。社会・企業からの留学生教育への要望は高く、日本語教育が「学ぶということの本質」をどう追求していくかが重要であるという。

では、「学ぶ」とはどういうことなのか、「学ぶということの本質」とは何を意味するのだろうか。

佐々木（2012）によると、「学ぶ」とは人生を何度も生きるために「学び続ける」ことであり、たんに情報を「知る」段階から、「理解する」「疑う」「超える」という段階を経て、はじめて「勉強」は「学び」に発展するという。また、組織行動学者のデービッド・コルブ（Kolb, 1983）は、経験学習モデルを提示している。これは、「経験」「省察」「概念化」「試行」の順番で「学び」を経験から体系化したものである。「経験」は、具体的な経験をする事、「省察」は、何が起こったかを多様な視点で振り返ること、「概念化」は、他でも応用できるように概念化すること、「試行」は、新しい場面で実際に試してみる事である。この経験学習モデルと同様に、企業における社員育成等にも応用されているものに、ジョン・グリンダー（John Grinder）とリチャード・バンドラー（Richard Bandler）によって提唱されたNLP（Neuro Linguistic Programming）があり、その

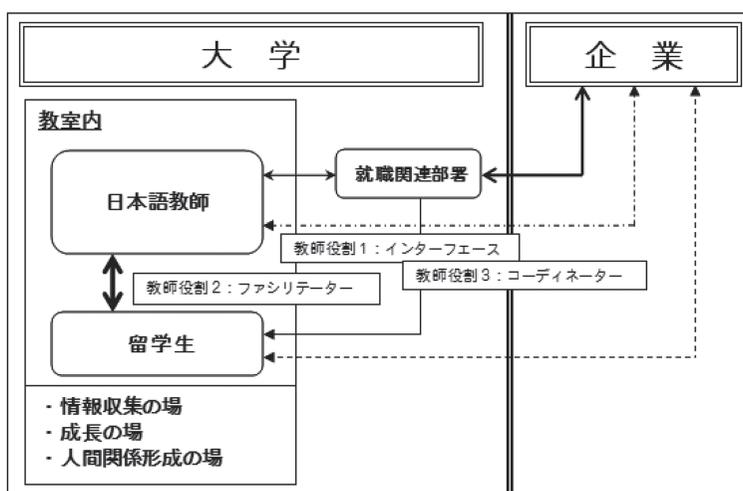


図3 ビジネス日本語の教室と日本語教師の役割図

中で、両者は「学び」を「学習の4つの段階」に分けて提示している。ジョセフ・オコナー（Joseph O’Conner）とジョン・セイモア（John Seymour）（1994）によると、それらは、第1段階・「無意識的無能＝知らない」、第2段階・「意識的無能＝知る、分かる」、第3段階・「意識的有能＝行う、できる」、第4段階・「無意識的有能＝無意識的にできる」であるという。この学習段階をもとに、「知る」、「わかる」、「行う」、「できる」、「わかちあう」の5つの段階に分けて提示しているものも昨今見られる。

さらに、齋藤（2011）は、人と対話をし、質問と答えを繰り返すことから、そこに新しい意味が生まれ、その意味が生まれる瞬間を祝うのが、「学ぶ」ことの醍醐味であり、本質であると述べている。

上記から、「学び」とは「知る」ことから始まり、「経験」を通してある境地に達するための成長の過程であり、その本質は、「人」との関わりから生まれる「意味」を体感することであると考える。ビジネス日本語の授業において、ビジネスマナーやビジネス文書作成等のビジネスコンテンツを学習するだけでは、企業で働くための素養を身に着けることは困難だと思われる。

そこで、筆者らは、ビジネス日本語の教室と日本語教師の役割（図3参照）、そして、「学ぶ」という観点から、ビジネス日本語の授業の仕組み（別紙2：図4）を考案した。

学びの段階を「知らない」から始まり、「知る」、「分かる」、「行う」、「できる」、「共有」の6段階とし、その各段階を授業内と授業外に分けた。また、留学生、日本語教師、就職関連部署、企業の各段階における役割も提示した。まず、授業内での「知らない」から「知る」への段階では、日本語教師には二つの役割がある。一つは、ビジネスマナーや文書作成等のビジネスコンテンツの提供である。もう一つは、留学生に必要な就職情報を提供するため、就職関連部署と留学生とのインターフェースの役割である。この段階での就職関連部署の役割は、ビジネス日本語の授業に必要と思われる情報の提供であり、企業の役割は就職関連部署との関係を密に情報の提供を行うことである。留学生は、今まで知らなかったビジネスコンテンツの知識や企業情報等を獲得し、「知る」段階に進む。

次の「わかる」の段階では、日本語教師は留学生の理解度に応じて、企業、就職関連部署へ追加情報を依頼するためのインターフェースの役割と、ビジネスコンテンツに対して留学生の理解が深まるように促すファシリテーターの役割を行う。ここでの就職関連部署と企業の役割は、追加情報の提供であり、企業にはビジネス日本語の授業への参加や講演等が挙げられる。留学生は、ビジネスコンテンツと企業で働くことの意味や企業内の仕事等を理解する段階に入る。前述までは、授業内で実施される内容である。

続いて、授業外であるが、「行う」と「できる」の二つの段階がある。「行う」は、留学生のインターンシップが相当する。ここでの日本語教師の役割は、就職関連部署からの情報や受け入れ企業からの申し出により、留学生と企業側をコーディネートすることにある。留学生はインターンシップ先で、「行う」と「できる」を繰り返し、自信と疑問をもってインターンシップでの経験を終わらせ、次の段階に進む。留学生のこの繰り返しの期間中、日本語教師は、企業側へ留学生の仕事に関する報告や相談を行うインターフェースの役割を行い、就職関連部署は、留学生からの報告を受け、課題や課題達成に向けたアドバイスや指導を行い、企業は、留学生の指導等を行う。

そして、インターンシップ後、授業内において「共有」の段階に入る。留学生は、インターンシップでの成果や疑問点、課題など他の留学生と共有する。その際、日本語教師は、他者との情報共有や意見交換を円滑、かつ深まるように授業を進めるファシリテーターと、就職関連部署と

企業への報告を行うインターフェースの役割を行う。就職関連部署は、日本語教師からの報告をもとに、今後の課題解決に取り組む。「共有」の段階に到達した時点で、ビジネス日本語に対する留学生の「学び」が終わるのではない。留学生は「共有」を通して、課題の解決方法を見出す。

つまり、その解決方法を「知り」、「わかる」ことで、再度、「行う」の段階に進んでいくのである。

この繰り返しの過程において、留学生は、「知る」・「わかる」の段階から『知識力』を、「行う」・「できる」・「共有」の段階から『協調性』、『思考力』、『主体性』、『コミュニケーション力』、『表現力』を身につけ、日本企業への就職に向けた日本語能力を養っていけると考える。

これらの日本語能力を身に付けさせるためには、ビジネス日本語の授業を「学び」の観点から捉え、日本語教師、就職関連部署、企業の産学連携を視野に入れた授業作りが求められると考える。

6. おわりに

本研究は、日本企業が求める日本語能力とは何かを探るために始めた。日本での先行調査、およびタイの日本企業とタイのA大卒業生へのアンケート調査から、企業は留学生に高い日本語能力を求めていることがわかった。筆者らは、その日本語能力を養うために、「学び」の観点を取り入れた、ビジネス日本語の授業の仕組みを考案した。産と学に線を引くのではなく、産と学が協力することで、高度人材の育成に近づくのではないだろうか。

Kanome・Yoshimine (2015) の調査では、企業に対し、日本語の授業の中で参加してみたい科目についての質問がある。その結果、ビジネス会話、ビジネスライティング、マーケティング、スピーチ、パブリックスピーキングが挙げられていた。また、どのような教師に教わった学習者を採用するのか、つまり、教師の資質に関する質問では、学習者にコミュニケーション力や忍耐力、幅広い物の見方、臨機応変さ、謙虚さ、先見の明、創造性、企画力、察知力などを身に付けさせる能力を持った教師と回答していた。

上記の回答から、現場で働いている企業人が、ビジネスに直結する授業に参加することで、即戦力に近い人材を育てることが可能であるだけでなく、教師の質の向上も望まれることが示唆される。

今後は、まず、ビジネス日本語の授業内容の具体化を図り、企業が求める日本語能力を身に付けさせる授業内容であるかを検証していきたい。

参考文献

- 鹿目葉子・吉嶺加奈子 (2015). What native Japanese teachers should offer: Survey results from questionnaire with students and Japanese companies. *Japanese Studies Journal*, 32(1), 15-32.
- 株式会社ディスコキャリアタスリサーチ (2016). 「外国人留学生／高度外国人材の採用に関する企業調査 <2016年11月調査>」 1-14.
- 神吉宇一・常川早希子 (2010). 「留学生の支援としてのビジネス日本語教育——アジア人材資金構想事業の取り組みから」『2010年日本語教育学会春季大会予稿集』 306-311.
- 久保田学 (2015). 「外国人留学生への就職支援の現状と対応策——大学に求められる外国人留学生キャリア戦略——」『ウェブマガジン留学交流』 2015 (3) Vol. 40, 22-30, 独立行政法人日本学生支援機構.
- 国際交流基金 (2011). 「日本語教育国別情報 2011年度 タイ」『国際交流基金』.
- 齋藤 孝 (2011). 『人はなぜ学ばなければならないのか』 東京：実業之日本社.
- 佐々木毅 (2012). 『学ぶとはどういうことか』 東京：講談社.
- 福嶋美佐子 (2016). 「外国人高度人材受け入れの現状と政策的課題——探索的調査研究——」『法政大学大学院公共政策研究科公共政策志林』 第4号, 155-173.

- 文部科学省 (2013). 「世界の成長を取り込むための外国人留学生の受け入れ戦略 (中間まとめ)」.
 オコナー・ジョセフ, セイモア・ジョン (1994). 『NLPのすすめ:優れた生き方へ道を開く新しい心理学』チー
 ム医療.
 Kolb, D.A. (1983). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. USA: FT Press.
 株式会社クオリティ・オブ・ライフ (2012). 「平成24年度アジア人財資金構想プロジェクトサポートセン
 ター事業『日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査』報告書」 [https://issn.or.jp/pdf/
 surveydata_2012.pdf](https://issn.or.jp/pdf/surveydata_2012.pdf) (2017年7月27日閲覧)
 一般社団法人留学生支援ネットワーク「留学生就職支援の現状」 https://ajinzai-sc.jp_situation.html (2017年7
 月25日閲覧)

別紙1 アンケート調査内容: タイ日系企業用

①業種
<input type="checkbox"/> 製造業 (自動車関連) <input type="checkbox"/> 製造業 (電機・機械) <input type="checkbox"/> 製造業 (金属) <input type="checkbox"/> 製造業 (繊維) <input type="checkbox"/> 製造業 (化学・窯業) <input type="checkbox"/> 製造業 (食品) <input type="checkbox"/> 製造業 (その他:) <input type="checkbox"/> 商業・貿易 <input type="checkbox"/> ホテル・宿泊業 <input type="checkbox"/> 広告・出版・書籍 <input type="checkbox"/> 金融・保険業 <input type="checkbox"/> 百貨店・小売業 <input type="checkbox"/> 教 育・学習支援業 <input type="checkbox"/> 土木・建設業 <input type="checkbox"/> レストラン・飲食業 <input type="checkbox"/> 情報通信業 <input type="checkbox"/> 旅行代理店 <input type="checkbox"/> 航空・運 輸業 <input type="checkbox"/> 不動産業 <input type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> 医療・福祉業 <input type="checkbox"/> その他: ()
②タイ人従業員と日本人従業員のコミュニケーション言語 (日常会話)
<input type="checkbox"/> 主にタイ語 <input type="checkbox"/> 主に日本語 <input type="checkbox"/> 主に英語 <input type="checkbox"/> タイ語と英語 <input type="checkbox"/> 日本語と英語 <input type="checkbox"/> タイ語と日本語 <input type="checkbox"/> タイ語・日本語・英語のすべて <input type="checkbox"/> その他 ()
③業務上でのタイ人従業員と日本人従業員のコミュニケーション言語
<input type="checkbox"/> 主にタイ語 <input type="checkbox"/> 主に日本語 <input type="checkbox"/> 主に英語 <input type="checkbox"/> タイ語と英語 <input type="checkbox"/> 日本語と英語 <input type="checkbox"/> タイ語と日本語 <input type="checkbox"/> タイ語・日本語・英語のすべて <input type="checkbox"/> その他 ()
④日本語能力試験のレベル
<input type="checkbox"/> N1 <input type="checkbox"/> N2 <input type="checkbox"/> N3 <input type="checkbox"/> 特に要求しない <input type="checkbox"/> その他 ()
⑤授業の中に取り入れたほうがよい科目
<input type="checkbox"/> 日本事情 (文化社会) <input type="checkbox"/> 日本研究 <input type="checkbox"/> ビジネス会話 <input type="checkbox"/> ビジネスライティング <input type="checkbox"/> 翻訳 <input type="checkbox"/> 通訳 <input type="checkbox"/> 作文 <input type="checkbox"/> 文学史 <input type="checkbox"/> 映像メディアの日本語 <input type="checkbox"/> 日常会話 <input type="checkbox"/> スピーチ <input type="checkbox"/> 発音 <input type="checkbox"/> パブリックスピー キング <input type="checkbox"/> 漢字学 <input type="checkbox"/> 観光・ホテル日本語 <input type="checkbox"/> その他 ()
【その他, ご意見等ございましたらご記入ください】

アンケート調査内容: タイのA大学卒業生用

①現在、勤務している日系企業の職種と勤務年数
(1) 職種: (2) 仕事内容: (3) 勤務年数:
②在学中に学習しておくべきだった科目
<input type="checkbox"/> 日本事情 (文化社会) <input type="checkbox"/> 日本研究 <input type="checkbox"/> ビジネス会話 <input type="checkbox"/> ビジネスライティング <input type="checkbox"/> 翻訳 <input type="checkbox"/> 通訳 <input type="checkbox"/> 作文 <input type="checkbox"/> 文学史 <input type="checkbox"/> 映像メディアの日本語 <input type="checkbox"/> 日常会話 <input type="checkbox"/> スピーチ <input type="checkbox"/> 発音 <input type="checkbox"/> パブリックスピー キング <input type="checkbox"/> 漢字学 <input type="checkbox"/> 観光・ホテル日本語 <input type="checkbox"/> その他 ()
③仕事上、役に立っている科目
<input type="checkbox"/> 日本事情 (文化社会) <input type="checkbox"/> 日本研究 <input type="checkbox"/> ビジネス会話 <input type="checkbox"/> ビジネスライティング <input type="checkbox"/> 翻訳 <input type="checkbox"/> 通訳 <input type="checkbox"/> 作文 <input type="checkbox"/> 文学史 <input type="checkbox"/> 映像メディアの日本語 <input type="checkbox"/> 日常会話 <input type="checkbox"/> スピーチ <input type="checkbox"/> 発音 <input type="checkbox"/> パブリックスピー キング <input type="checkbox"/> 漢字学 <input type="checkbox"/> 観光・ホテル日本語 <input type="checkbox"/> その他 ()
【その他, ご意見等ございましたらご記入ください】

別紙2： 図4 ビジネス日本語の授業の仕組み

