

**企業内日本語教室におけるカリキュラムに関する
研究報告**

研究部会

I. はじめに

本報告書は、調査部会による調査報告をもとに、研究部会が企業内日本語教室における外国人労働者²を対象とした日本語教育カリキュラムの開発を目的に協議を重ねた結果をまとめたものである。

前章の調査結果を踏まえ、企業と外国人の双方向からのニーズ分析による現状把握と企業内の日本語教室の実施に向けた効果的なプロセスを見出すことができた。そのため、多文化共生社会づくりに寄与する企業内日本語教室の在り方とその実践方法について提唱することによって、本事業の報告とする。

【実施日】

- ・ 第1回 平成20年2月6日（水）
- ・ 第2回 平成20年3月5日（水）
- ・ 第4回～8回 平成20年3月21日（金）～23日（日）

【研究部会委員】

- ・ 春原憲一郎 ((財)海外技術者研修協会日本語教育センター長)
- ・ 山屋 宏 (ヤマハ発動機(株) IMカンパニー主管)
- ・ 米勢治子 (浜松学院大学特任教授)
- ・ 宮司恭子 (浜松日本語センター所長)
- ・ 中村利恵子 (日本語ボランティア)
- ・ 増田恵子 (日本語ボランティア)
- ・ モンテイロ ネルソン エンヒッケ フィーリョ (外国人リーダー)

オブザーバー：柳澤好昭（国立国語研究所）、神吉宇一（日本語教育学会）



² デカセギを主目的としたブラジルやペルーなどの南米系外国人のことをさす

II. 企業のニーズ

・ 現状

浜松市総人口の約4%を占める外国人市民は、年々増加の一途をたどり、いまでは3万3千人を越えている。彼らは「生活者」であり、近年その生活様態は日本人と変わらない。しかしながら、外国人労働者の多くがデカセギ目的で来日しており、日本語能力が不十分なためにトラブルを起こすケースは決して少なくない。彼らの多くが製造業に従事し、少子高齢化のすすむ現代において貴重な労働力の一旦を担っているが、その実態は派遣や請負での労働条件下にあり、不安定な雇用形態にある。

近年、正社員として外国人を直接雇用している企業もあるが、その数は未だ少なく、日本の学校を卒業しているか、日本語ができなければ正社員としての採用が叶わない。企業、特に製造業の生産現場にとっては、繁忙期と閑散期によって必要とされる人員が左右されるため閑散期に余剰人員を抱えないために派遣労働者を大量に受け入れている。一部の従業員や派遣会社の通訳によって複数言語による業務指示はそつなく行えるので、派遣労働者の外国人に日本語能力をさほど問わず、単純な労働力として考えているところもある。

そのため、外国人労働者は、日本語による上司の業務指示がわからず業務上のトラブルや人間関係上でのトラブルを起こしてしまう。しかも日本人管理者側の外国人に対する安全教育や指導上の配慮が足りずに労働災害に至ってしまう問題も生じている。言い換えると、業務上のトラブルは、外国人側の日本語能力の問題と、外国人にわかりやすい日本語表現ができない日本語表現ができない日本人側の発話の問題という二つの要因の複合的形態として現れていると考えられる。こうした業務上のトラブルを回避するために、企業では外国人労働者に対する日本語教育を行っていないにも関わらず、外国人労働者に対してある程度の日本語能力を要求している。

外国人を受け入れている企業側からすると外国人は時給単価が1円でも高いところに安易に移動してしまう傾向があること、派遣のため一定期間を過ぎると派遣先が変わること、加えて複数の派遣会社の外国人労働者に一律教育をすることが困難な状況にあることなどから、外国人のために企業内での日本語教室を提供するケースが少ない。中には、外国人は派遣社員のため、派遣会社による日本語教育が好ましいと考えているところもある。

このような背景で、企業における日本語教育をすすめるにあたり、外国人のための日本語教育を必須の課題と考え、そのための教材開発が必要となった。

・ 企業の視点

ヤマハ発動機（株）IMカンパニー（以下、IMカンパニーと称する）が社内における日本語教室を設置したことは、地域の日本語教育を推進するなかで非常に画期的で大きな前進であった。当初、IMカンパニーが日本語教室を設置した主な目的は、「品質と生産性の向上」であり、従業員同士の不十分なコミュニケーションは品質の低下を招くという視点から、外国人のための日本語教育が推進された。製造業において、より良い製品を作るには、十分なコミュニケーションが成り立つ豊かな人間関係が築きあげられ、社内環境を改善しなければならないと考えられる。また、高品質な製品を作り上げる責任は企業にある以上、その業務にあたる従業員の教育や指導も受け入れ企業側の責務と捉えていた。

IMカンパニーでは、教室設置の効果を探るべく、第1期の日本語教室の開催後に、社内日本人

リーダーを対象にアンケート調査を行った。すると、ほとんどが「外国人従業員の日本語能力に変わりがない」と回答した。全 10 回の第 1 期では外国人に早急な日本語習得の成果が見受けられなかつたが、反対に日本人側に好意的な意識の変化が見られた。これまで日本人は外国人に対して多少の距離を持って接していたが、一生懸命日本語を学ぼうという彼らの姿勢を見て、歩み寄って声をかけるようになり、二者の距離間が近くなったのである。このように日本語教室がある種の起爆剤となり、日本人と外国人の従業員同士の結びつきを作ったと考えられる。また、IM カンパニーは、企業内日本語教室を通して、外国人労働者を高い技術能力を持つ人材として育成していきたいと考えている。

IM カンパニーの日本語教室は、限られた期間で外国人従業員の日本語能力を伸ばすのではなく、外国人と日本人の従業員同士の接点を生み出す場として機能していたといえる。しかし、これは日本語能力の伸長が必要ないということではない。日本人従業員との接点を持ち、日常的なやり取りを積み重ねていくことで、日本語学習に対する動機付けの高まりと日本語能力の向上が見込めるのではないかと考えているのである。したがって、たとえ外国人従業員が IM カンパニーを退社することになっても、日本人との豊かなコミュニケーションを通じた日本語学習を継続的に行えるための支援であり、IM カンパニーで働いていたことを誇りに思えるようにしたいと考えている。そして、このような企業の取り組みは、地域の多文化共生社会の構築に向けた社会的責任の一助となる。

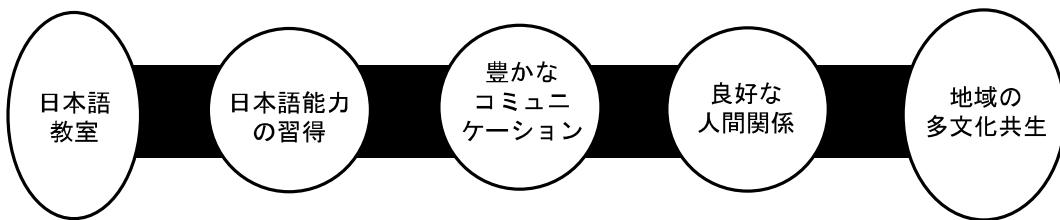
・企業内日本語教室の意味

企業の業種によっては、外国人に対して日本語能力を求めるかどうかの温度差はあるが、外国人労働者を受け入れている工場現場においては、日本語能力の必要性が高いことに変わりはない。それは、外国人とのやり取りをするなどの接点が他の部署に比べて多く、作業手順や内容の説明についての日本語が十分に理解されないと、業務に支障をきたし、その結果不良品を出してしまったり、事故につながってしまったりするからである。そうしたことからも日本人リーダーとしては、通訳を介さずとも直接指示を出せて、意思疎通が図られることが効果的であると考えているようだ。

たとえばIMカンパニーの日本語教室の場合、社内コミュニケーションの最適化が目標にある。もちろん、企業により、また業種、職種により求められる日本語能力レベルが異なるため、そのレベル設定をどのように行い、そのレベルに達成するためにどのような方策が講じるかも異なる。しかし、各現場の実情に応じた方策をどのように講じるかというモデルが存在しないということが、外国人従業員を抱える企業、そしてそれを支援する地域の共通の課題となっている。

もともと、正規雇用している外国人、現地法人の責任者や管理職候補者を対象にした日本語教育は、その企業における教育訓練の一環にある。そのため、その教育訓練としての日本語教育は、企業の必要経費として費用が支弁され、その実施は公的な専門機関や学校等にゆだねられ、定められた期間内での徹底した教育プログラムで行われている。この日本語教育は、日本語での交渉や折衝、報告までが日本人と同等に行われるよう、いわば仕事上で必要な日本語の教育が行われる。一方、一般的に派遣や請負として働く外国人労働者には、管理者養成のような教育訓練が行われていない。そのため、外国人労働者は独学で日本語を学ぶか、あるいは週末に地域で開催されている日本語教室に通うほか方法はなかった。

それでは、なぜ企業内日本語教室が必要なのか。外国人の日本語能力と日本語教室は一連の関係にある（図1）。これまで、地域の日本語教室では、外国人が地域社会に適応でき、彼らの日常生活レベルの向上を目的に、日本語指導者は文法積み上げ型の指導法による日本語能力の習得に重視して多文化共生社会づくりを目指していた。

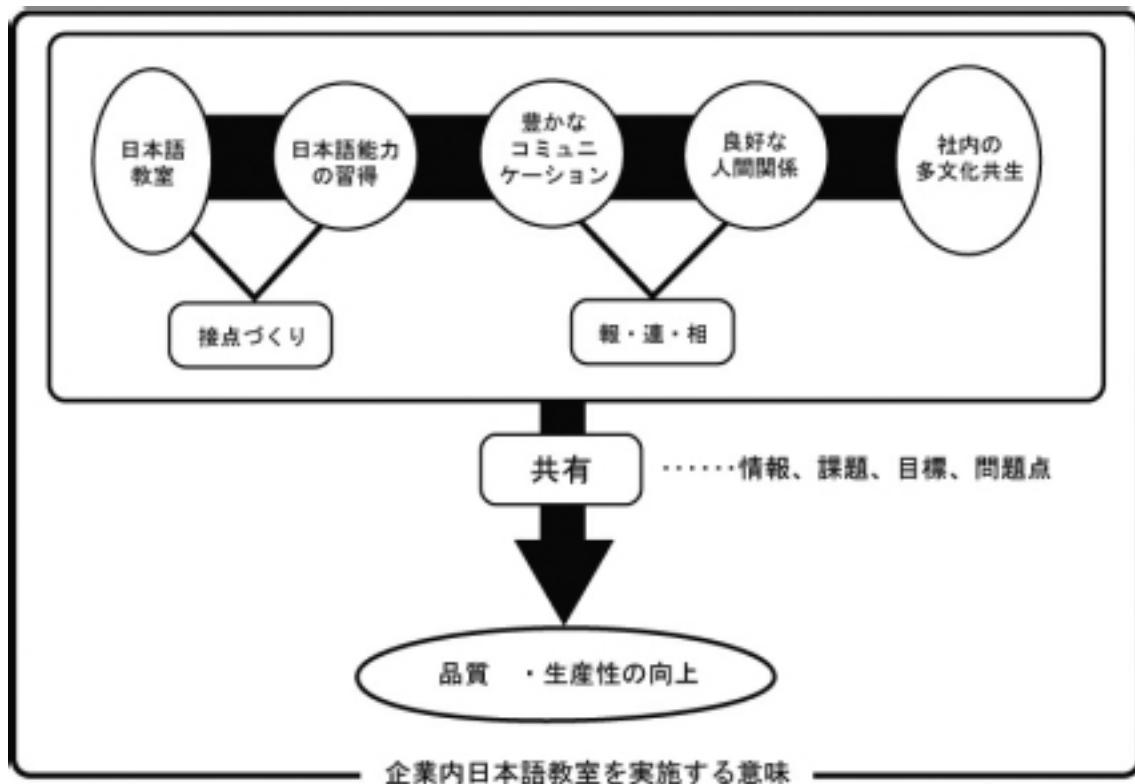


そのため、IMカンパニーでも当初、企業内日本語教室では地域の日本語ボランティアによるテキストを使用した文法積み上げ型の講義形式で日本語教授が行われた。しかし、1期10回の教室を終了した時点で、教室の振り返りと課題の見直しのためにアンケートを実施したところ、外国人の出席率の低下や従来の授業内容に対する改善が必要となった。そこで、2期目は授業の内容に工夫を加え、対話式授業を展開し、従業員のゲスト参加やゲームを通して交流を深めるなど、参加者の興味を誘う教室活動を取り入れた。

繰り返しになるが、IMカンパニーが開催している日本語教室は、従来の文法を中心とした語学教育ではなく、日本人と外国人従業員同士のコミュニケーションが生まれるきっかけづくりを目標としている。さらに、IMカンパニーが行っている日本語教室は、「職場内日本語教育」の枠内にと

どまるものではない。そこでは、職場内のみならず生活上の意思疎通を図るための最低限必要となる会話の練習といった実践的な教室活動が求められていることが明らかとなった。したがって、その教室活動は、外国人が学習を長く続けられるような工夫と楽しいものであることが好ましい。

企業内日本語教室は、社内コミュニケーションの充実が促進され、ひいては「品質と生産性の向上」をもたらすのではないだろうか。社内で日本語教室を実施するからこそ、従業員同士の接点ができ、豊かなコミュニケーションが生まれ、社内における良好な人間関係が構築される。それが企業内における多文化共生社会であり、そこから社内コミュニケーションが派生する。従業員の間で様々なことを共有するようになり、品質と生産性の向上につながる。これが、企業内日本語教室のもたらす効果であり、社内コミュニケーションは社内でなければ成立しない。だからこそ、企業内に日本語教室を設置することが大切なのである。



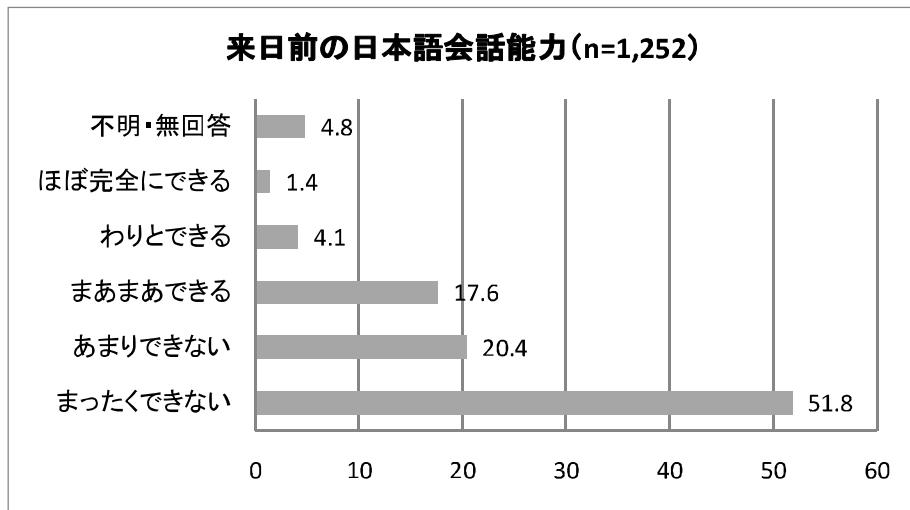
IM カンパニーの事例から考える企業内日本語教室の位置づけをまとめると以下のとおりである。

- ① 日本語の知識やスキルの付与ではなく、日本語を通したコミュニケーションを行う場
- ② 相互の理解のずれを修正し、気づきを与える
- ③ のめり込む日本語教室³

³ 参加することが楽しくて仕方ない、参加したくてたまらないと思わせるような教室のこと

III. 外国人労働者のニーズ

浜松市の調査報告や企業内アンケートの結果でもわかるように、外国人労働者の多くが日本語学習の必要性を感じている。しかし、外国人側の経済的事情や物理的な原因から日本語を十分に学ぶ時間や場所が確保されていないのが現状である。しかも、浜松市内には多数のエスニックビジネスが点在し、さながら母国の環境と同等な状況が成立しており、日本語が話せなくても生活していく環境が整っている。さらに、外国人の定住化がすすむなかで、高い日本語能力を有する人も増えてきた。彼らは来日前から日本語能力を身につけていたわけではない。これは、彼らが日常生活のなかで日本語がわからないと困難な状況に陥った経験などから、日本語を学ぶことの大切さを痛感したからであると推察できる。



浜松市における南米系日系人の就労調査より

さて、日本語を身につけている外国人のなかには、派遣会社通訳として活躍しているにもかかわらず、識字能力に乏しい人もいる。これは長年の滞日経験から職場内で自然と身についたからだと推測できるが、このような人には日常生活で使われる漢字や日本語文法を基礎から学びたいと希望する人もいる。行政的な機関での通訳をしている人は、日本語能力試験2級取得者や日本の学校を卒業している人もおり、自らの日本語をブラッシュアップしたいと望んでいる。しかし、大半の外国人労働者は、挨拶程度の日本語を理解するものの、自らの意思を相手に伝え、意見を述べるといったところまでの日本語能力を習得していない。

それでは、外国人労働者には、どのような日本語が求められているのだろうか。日本語がある程度できる外国人であっても、なかなか理解できないと感じているのは、以下のものであった。

ひとつは、朝礼で話す上司の日本語。そしてローマ字表記の日本語である。たとえば、「根拠」や「もてなし」といった日本人にとっては当たり前とされている言葉であっても、ポルトガル語では表現しにくいものが存在するという。職位や社会的地位、場面の違いなどによって変化をもたらす日本語の待遇表現に言葉の難しさを感じる。さらに、日本人側の配慮によって日本語をローマ字表記にしているものが、逆に新たな困難を引き起こしていることもある。これは、日本での一般的なローマ字表記とポルトガル語表記では、文字と音声の対応関係にずれがあることが原因となっている（たとえば、IとEの違いやRとLの違い）。

病院での会話も困難なもの一つである。医療用語が原因でもあるのだが、日本語がわからない

ために、症状を伝えることや治療が正しいのかどうかさえわからないという。たとえば、患者の持つ治癒力を引き出し、その痛みを緩和する薬の投与を行う日本の医療制度と傷みを消す強力な薬を使用するブラジルの医療制度が薬一つをとっても違うため、理解できないことが多い、と言う。

さらに、日本人が話す曖昧な表現も、誤解を招くというのである。外国人は Yes か No かがはつきりしたコミュニケーションを好むが、日本人の話す「ちょっと考えます」などの表現では真意が明らかではないために、不信感を抱いてしまうというのである。

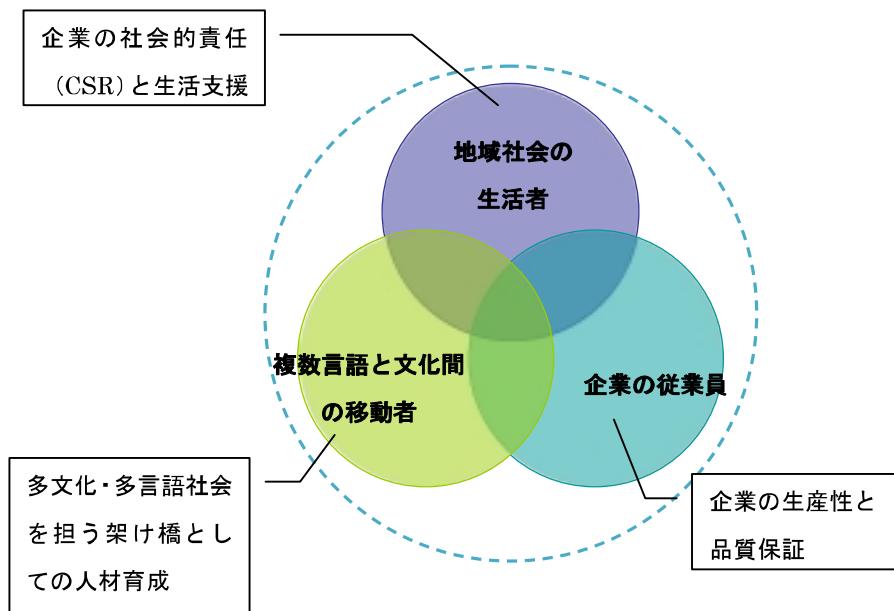
こうしたことからも、外国人労働者は日常生活における最低限の日本語を学ぶ必要性を感じているが、不安定な雇用形態、滞日期間の不明確さから長期的な展望を描くことが難しく、経済力や家族の事情といった様々な理由から、日本語学習に十分な時間と労力を費やすことができない。そのため、外国人労働者の多くが、短時間ですぐに使える日本語が求められている。外国人によると、日本語教室に通っても習得までに長い時間がかかるってしまうこと、しかも日常生活で使われる言葉は教科書には載っていない言葉が多いことから、日本語を学ぶことを諦めてしまうという。とりわけ、彼らの自尊心が日本語学習を妨げてしまう場合もある。たとえば、1度や2度教室を欠席してしまうと授業についていけず途中でやめてしまうことや、自分よりも滞日年数が短いにもかかわらず日本語ができる相手が隣にいると日本語を話さなくなってしまうことである。そのため、従来の文法積み上げ型の教室形態では継続的な学習が臨めず、外国人労働者の学習には適していない。日本語教室では、たとえ欠席が続いても再び参加できるような環境づくりと外国人の自尊心を傷つけない活動が求められる。

外国人には、言いたいことが言えるようになりたい、自分のことをわかつてもらいたいという強い思いがある。日本人をより理解するために、日本文化も学んだほうがいいと感じている。こうしたことからも、外国人にとっての日本語教室は従来の語学習得のための教室とは違い、自己の存在価値の認識や社会的自立など様々な意味を含んでいることがわかる。そのため、企業における日本語教室を設置するためには、外国人の労働状況を十分に把握したうえで、ニーズ調査を行う必要がある。

IV. 企業内日本語教室の進め方とカリキュラム

これまでの協議のなかで、地域と企業が協働的に創り上げていく企業内日本語教室のカリキュラムは下記の条件を満たしていかなければならないことがわかつた。

- ① 語学研修ではなく日本語学習支援であること
- ② 豊かなコミュニケーションが生まれるもの
- ③ 生活習慣や文化摩擦で生じているギャップを埋める



り来たりすることも含まれる。つまり、複数のコミュニティに属する統合的なアイデンティティを持つ人々である。上記の図が表わすように、一人の人が複数の属性を持っていることは自明であり、そのような複数性を包括した支援をしていくためにも、企業と地域の連携が重要になる。

次に、上記の図をもとに、それぞれに属する人に対する日本語教育のあり方を考えてみる。地域の外国人を対象とした日本語教育は、外国人の生活支援という側面で意義がある。従業員としての外国人を対象とした日本語教育は、企業の生産性と品質保証をもたらすことにつながる。そして企業と地域が連携した支援は、企業の CSR⁴という観点からも意義深い。先に述べたとおり、外国人は地域の住民であり、同時に企業の従業員でもある。したがって、企業内日本語教室は、2つの領域における外国人の生活の質を高めることに寄与する。外国人が日本語能力を身につけ地域住民としての豊かなコミュニケーションが行えるようになることは、当該地域の多文化共生社会づくりに、また企業内日本語教室への参加を通じて従業員同士の良好な人間関係ができ、社内コミュニケーションが活発化することにより、企業内多文化共生環境づくりに貢献する。それは、ひいては地域の多文化共生社会作りにつながるだろう。これはまさに CSR の一形態といえる。

さらに、文化言語間を移動する人々に対する日本語教育という観点からは、どのような意義を見出せるだろうか。既述のとおり、企業内日本語教室は、外国人と日本人の従業員間の意識や理解のずれを解消させるものでなければならない。外国人が日本語教室に参加することで、複数の文化や言語間を移動する人たちが持つ葛藤や不安、様々な壁などが解消される。同様に日本人従業員にと

左図は、外国人を3つの視点から位置づけたものである。まず彼らは、日本の地域社会における生活者である。また同時に、労働者として企業で働く従業員でもある。さらに、彼らは母語と日本語、母国文化と日本文化という複数言語・文化間を移動している移動者でもある。ここでいう移動というのは、国境を越えた移動だけを指すものではない。日常生活においても、家庭の言語と職場の言語が異なっていたり、同郷人コミュニティと日本人コミュニティを行った

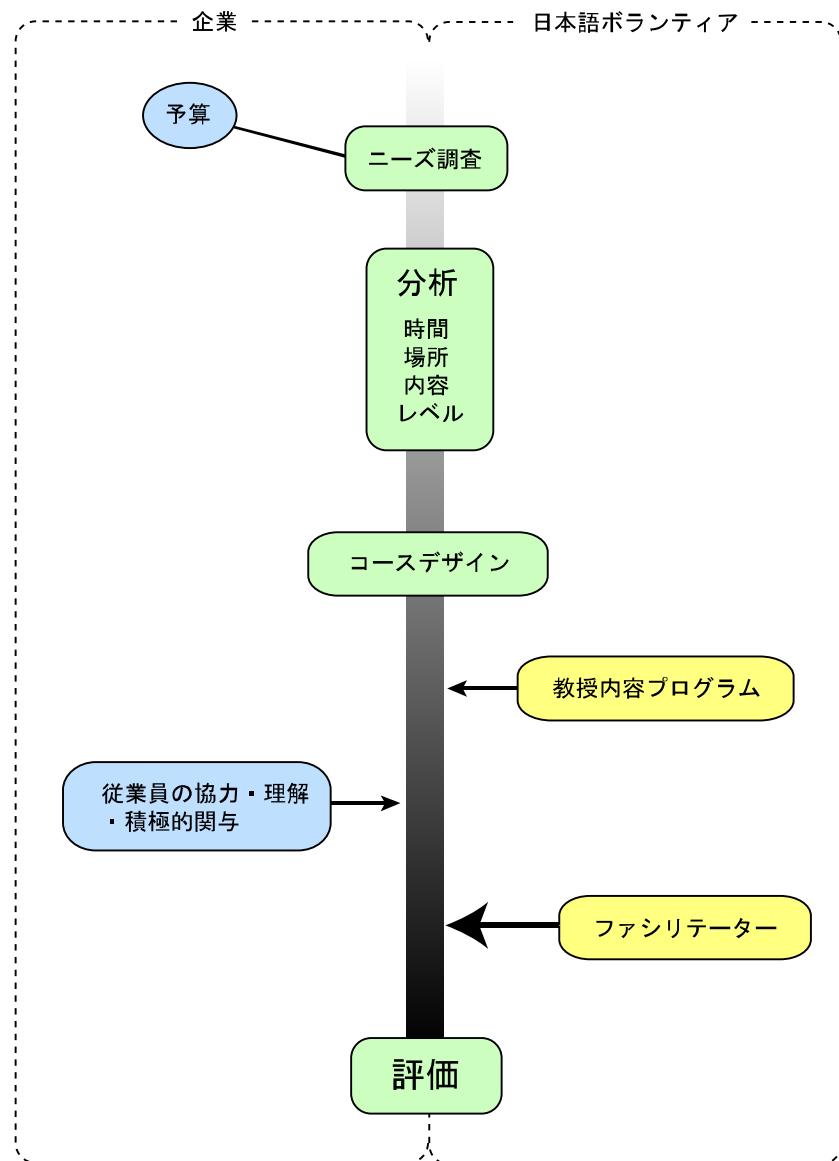
⁴ Corporate Social Responsibility;企業の社会的責任

つても、自分たちが今まで当然だと思っていたことがそうでなかつたり、気づかなかつたことに目を開かされたりして、外国人に対して抱いていた先入観や疑問を解き、相手の文化を尊重し理解するようになる。このようなことから、「多文化・多言語を移動する人」への日本語教育は、様々なアイデンティティを持つ人々がともに暮らす社会・地域・環境を作り出していく際に、「人と人」の、「人と社会」の懸け橋となるような人材の育成につながると考えられる。

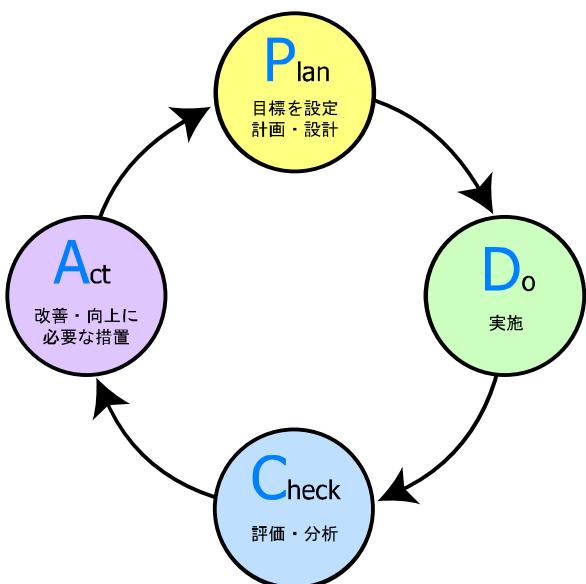
企業内日本語教室は、このような様々な日本語教育の意義を包括的に含んでおり、上記図中の三つの円の中に位置づけられると言える。

企業における日本語教育は職種などの違いからも多様な外国人を対象としているため、どのようなカリキュラムが汎用性を持ち、求められるのか。特に製造業では、その作業内容や種類によって業務の難易度が異なるので、当然、日本語の必要度も異なる。そのため、モデルカリキュラムを作ることは容易ではない。現場や学習者が複雑で多様性を持つため、ある一つのカリキュラムに固定化させることは、非常に困難であり、それぞれの状況やニーズに適した日本語支援が行われない恐れがある。そこで、重要なのが、企業内日本語教室を作り出し運営するときのプロセスのモデル化である（図参照）。

企業内日本語教室



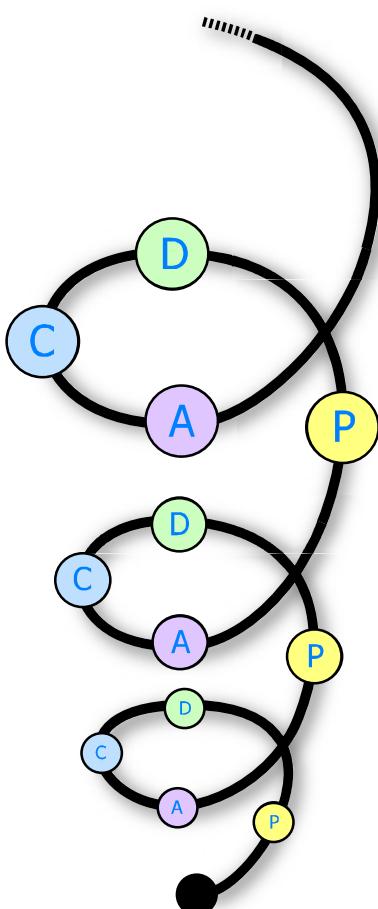
どのようなカリキュラムや教室が求められているのかということよりも、どのようなプロセスを経ていけば、より多くの外国人従業員に対する日本語教育支援が行え、企業にとっても地域にとつても有用な体制が作れるかということが大切である。今回のIMカンパニーにおける日本語教室におけるプロセスを図に表してみる。



この図が表わすように、IM カンパニーでは、教室開設のときから一貫して PDCA サイクル⁵による日本語教室が実施されてきた。このプロセスは、最後の改善において評価の結果から、最初の計画内容を継続・修正・破棄のいずれかにして、次のステージに向かっていく。そして、次の図のような、らせん状のプロセスを繰り返すことで、企業はいわゆる品質の維持と向上、継続的な業務改善活動を推進していくのである。まさに今回の IM カンパニーの日本語教室は、このらせん状のプロセスにより運営されてきたのである。

企業内日本語教室では、このプロセス、つまり関わっている様々な人々が教室を開催、実施するたびに評価をし、議論を積み重ねていくことで大きな効果をもたらした。このプロセスを経ることで、常に教室の質が上がっていったのである。たとえば、講義形式だった 1 期目は、2 期目で何回かにわたり社員をゲストに迎え、ゲームを通じた交流を取り入れ楽しさを加えた。2 期目から 3 期目にかけては対話式の教室となり、職場のみならず生活習慣に対するニーズに応じた活動が取り入れられた。コミュニケーションと日本語力が結びつく活動が組み込まれていることが大切であると評価したので、その教室活動には日本人も巻き込んだ様々な場面に対応できる創意工夫が必要であると教室内容を改善した。そのため、企業側と外国人側のそれぞれのニーズを十分に把握し、教室活動に活かすための企業側の全面的な協力と日本語ボランティアとの強力な連携体制が重要であるということが明確となった。このような教室の進化は明らかにこの「らせん状プロセス」がもたらした最大の効果であったと言えるだろう。

こうした PDCA サイクル版企業内日本語教室に「完成形」はない。らせん状プロセスであることから、企業担当者と日本語ボランティア、浜松国際交流協会は、常に議論を重ねて試行錯誤しながら、より良いものに変えていかなければならない。そして、日本人も外国人も共に学び、様々な経験を通して変わっていく必要がある。職場のリーダーと呼ばれる人だけでなく、いろいろな部署の従業員も教室に参加してもらい、接点を作ることが大切である。そのことが企業における社内コミュニケーションをより充実させ、地域に開かれた多文化共生への礎となるのではないだろうか。



⁵ 典型的なマネジメントサイクルの一つで、計画(Plan)、実行(Do)、評価(Check)、改善(Act)というプロセスを表したもの。Dr. William Edwards Deming が提案。

様々な人が関わり、いろいろな経験を通して情報や課題、目標を共有することにより、日本語教室はさらなる進化を遂げることができるだろう。

V. 課題

・ コミュニケーションのきっかけ作りのために

外国人に対する地域住民の意識調査からもわかるように、日本人の外国人に対する関心は高いことがうかがえる。とりわけ企業所在地である早出地区の住民からは、「友達になりたい」「交流を深めたい」という前向きな回答が多かった。相手を理解しようという意向があることがわかる。しかしながら、外国人と関わる度合いが高い住民のなかには、「あまり関わりたくない」という回答があった。これは、関わるなかでの意思疎通が十分に図れなかったことや外国人側が習慣やルールがわからないために生じたトラブルが起因していると推測される。

これらは日本人と外国人とのコミュニケーションが非常に重要であることを表している。コミュニケーションの成立により、相互理解が深まり、意思疎通を積極的に図ることができる。しかし、そのコミュニケーションは言葉のみを手段にしたものでないことを指摘しなければならない。つまり、外国人は日本語の習得だけではなく、いわゆる日本人の価値観や労働觀を知っておかないと日本社会に適応できず地域コミュニティに交わることはできない。企業内を一つのコミュニティと考えると同様のことが言えるだろう。そのため、企業内日本語教室では、日本人との意識のギャップを埋めるためにも、外国人は日本人の労働觀などを知る必要がある。

一方で、日本人側の意識改善も求められる。自分が外国人に対して話している日本語が本当にわかっているのかどうか、その話し方が日本語を身につけていない外国人に対して適切なのかどうか、ジェスチャーなどの工夫が必要かどうか、外国人への日本語の発し方に対する「気づき」が大切である。コミュニケーションを成立するために、相手側の努力ばかりを望むのではなく、相手の立場や考えを尊重する自己努力も必要である。そのため、日本人従業員が日本語教室に参加してみることは、日本人に「気づき」を与える効果的な方法であると考えられる。

こうしたことから、企業内日本語教室は、外国人と日本人との相互理解を深めるコミュニケーション作りのきっかけとなる。そして、豊かなコミュニケーションが生まれることにより、より良好な人間関係を築くことができる。そのため、企業内日本語教室は、コミュニケーションを生むためのきっかけづくりをすすめる場所でなければならない。

したがって、企業内日本語教室では、日本人従業員の積極的な参加の必要性を提唱していく。職場とは異なる雰囲気のなかでの交流は、双方向からのコミュニケーションを生む機会となるだろう。その結果、外国人から日本人に対して気軽な「報・連・相⁶」ができる人間関係が構築されると期待される。

⁶ 報告、連絡、相談のこと

- ・ **日本語ボランティアの養成と育成**

企業内日本語教室における教授項目は、職場内ののみならず日常生活で生じる様々な場面を設定し、その場における日本語コミュニケーションが繰り広げられる会話であろう。しかし、場面を設定してもその場面での一つに定まった会話練習で終わってしまうと会話に広がりが生まれないと危惧される。日本語教室では、会話のバリエーションが求められ、自発的な会話が生まれるようにしなければならない。そのため、企業内日本語教室では、たとえば、ある場面における一つのテーマに沿った緩やかな会話が進められ、自発的なコミュニケーションができるような指導が適しているのではないだろうか。これは外国人にとって、例として提示された場面から生まれる会話に加えて、新たな会話が生まれることになる。その結果、自分の考えや気持ちを一生懸命伝えようと努力する新たな力を引き出すことができる。こうしたことから、日本語ボランティアには、外国人の自発的な会話能力を引き出し、日本語力を高める技術と知識、さらには長く楽しめる教室活動を作り出す企画力が求められる。

一方、日本人従業員に対しては「気づき」を与えるような存在になるだろう。日本人は、日本語能力が入門あるいは初級レベルの外国人と接し、彼らから理解や同意を得るために、相手にわかり易い日本語で会話しなければならない。とはいえ、普段から相手の日本語レベルを考えながら話をする日本人は決して多くないだろう。そのため、外国人には自分の思いを伝えられないと感じたり、最初から話すことをやめたり、ためらったりするのではないだろうか。その結果、外国人に日本語を学習するべきだとつい強要してしまうのである。もちろん、日本語学習は外国人の生活の質を向上させるためにも大事ではあるが、企業内日本語教室では、学校教育現場のような短期間あるいは一定期間による日本語能力の向上や成果がすぐに現れるわけではない。むしろ企業内では社内コミュニケーションが活発になるきっかけづくりが重要である。そうしたことからも、日本語ボランティアは、日本人と外国人をつなげるファシリテーターとしての役割を担っているのである。

日本語ボランティアには、日本語に関する知識のみならず、様々な背景を持つ人々による参加型教室を構成し、実践できる技術力と教室の活動内容への豊富なアイディアや企画力が求められるのである。浜松国際交流協会のような機関では、そうした能力を高める日本語ボランティアの養成と育成が急務となっている。

・企業側への周知

現在、浜松市内で外国人を受け入れている企業の数が公開されていないことから、企業内日本語教室に関する周知とアプローチが困難な状況にある。おそらく、現場の担当者にとって、外国人労働者の日本語教育に対する必要性を強く感じているところは数多くあるであろうと予測できる。教室運営プロセスや実施に関するノウハウがないため、実際に教室開催まで至っていない可能性があるのではないだろうか。そのため、浜松国際交流協会は、マスコミ等を活用した精力的な広報活動が大事である。また、浜松商工会議所が発表した外国人雇用企業ガイドラインによる啓発活動をもとに、浜松商工会議所との連携をすすめ、各企業に対して社員教育の一環としての日本語教育を促進させていくことを呼びかけていく必要があるだろう。

企業のなかには、その事業所の規模や受け入れている外国人労働者数によって日本語教室の開催が難しいところもあるという可能性は高い。しかしながら、外国人従業員の雇用形態がどのような状態であったとしても、CSRの観点から地域の多文化共生社会づくりのために日本語教室を実施していくことが大切であるという理解が求められる。

企業内日本語教室は、企業の当事者意識と全面的な協力に意味がある。企業内日本語教室を実施することは、社内に豊かなコミュニケーションが生まれ、品質や生産性の向上といった効果が期待できることは既述のとおりである。より多くの企業が日本語教室を実施できるよう、IMカンパニーの教室を事例に広く周知していくことが重要である。

・ 日本語教室活動事例集

企業内日本語教室で、いったいどのような活動が求められるのだろうか。企業担当者によると、業務上での語彙や職場に関する言葉は、日常業務のなかで体得することが可能で、使われる専門用語は製造業で常用されている語彙のため、日本語ボランティアがその内容を知らなくても、かえって外国人が既に知っている言葉である場合が多い。また、専門用語は翻訳版を準備することで対応が簡単になり、通訳ができるレベルの日本語能力を身につけている外国人がリーダーとして補助にあたる。そのため、初期教育のときに行われる作業手順の指導は外国人リーダーが母国語を介して行っている。しかし、それではいつまでたっても職場内の自立が不可能となる。緊急時など、とっさのやり取りでは、日本語がどうしても必要になる。そのため、通訳を介さなくても、その問題に直面したときに対処できる日本語能力が求められる。

厚生労働省は、改正雇用対策法（平成19年10月1日施行）に伴い「外国人労働者の雇用管理の改善等に関する事業主が適切に対処するための指針」を発表した。このなかで企業における日本語教育は「労働災害の防止のための教育」と「生活指導」に位置づけられている。これにより、外国人がたとえ請負や派遣社員の雇用形態であっても、企業は安全確保と生活支援のために日本語教育を行うように提唱されている。このことは、浜松商工会議所も啓発を進めている⁷。

そこで、外国人を受け入れる際の初期教育と日本語教育をいかにリンクさせていくかが課題となる。企業が外国人労働者に対して行う教育のなかに、どのように日本語教育を組み込んでいくのか、そのノウハウの構築が急務となっている。企業内日本語教室では、OJT⁸では対応しきれない日常生活に関する日本語を教えながら、職場での安全性を確保するための日本語を理解し、職場での従業員同士の会話が気軽に行えるようにしなければならない。こうしたことから、企業内日本語教室では、職場と地域と行政の三つの視点から活動が繰り広げられる活動事例集が必要となるだろう。

⁷ 外国人雇用企業ガイドライン（2007年）

⁸ On the job training

関連資料

IM カンパニー日本語教室

<第1期>

期 間；平成 19 年 4 月 18 日～6 月 27 日 毎週水曜日 午後 6 時～7 時半 全 10 回

レベル；初級 1、初級 2、漢字

主教材；にほんご 4 5 じかん（専門教育出版）

参加者数；45 人（うち初級 1 ; 22 人、初級 2 ; 20 人、漢字 ; 3 人）

内 容；「にほんご 4 5 じかん」を中心に文法積み上げ型による日本語指導。

- ・ 当初約 50 名が参加を希望したため、事前に口頭でのレベルチェックを行い、初級レベルに重点を置きレベルの底上げをねらった教室を設置。
- ・ 3 つのレベルに分かれ、漢字クラスでは中上級レベルの日本語能力を持つ（IM カンパニー判断基準だと 80% 以上の日本語理解度）学習者が参加。
- ・ 日本語ボランティアは、日本語学校や日本語ボランティア団体等で活動している者 2 名と、大学生 1 名の計 3 名。

課 題；

- ・ 朝礼等で教科書の購入を呼びかけたが、全員が購入したわけではなかった。
- ・ 5 月 23 日を境に、繁忙期に入り残業が増えたため出席者が激減してしまった。
- ・ ボランティアが外国人の業務のことを十分理解していないため、企業側が依頼した専門用語の語彙の扱い方がわからなかつた。
- ・ 文型積み上げ型の教室だと、欠席が続いた場合教室に戻ることができなくなってしまうため、1 回完結型の内容で展開される教室が必要であることがわかつた。

アンケート結果；（一部抜粋）

外国人側・・・日本語の勉強が楽しかった（100%）、従業員にとってとても有意義だった・期間が短かった、先生が優しかった、などのコメントが寄せられた。（有効回答数 12）

日本人側・・・お昼休みや業務上の会話が日本語でされている、日本語を話せるようになったら相手のことを理解できると考える、日本語教室の開催により外国人と日本人との間に変化がある、積極的に話し合うようになった、などのコメントが寄せられ、77% の人が日本語教室を開催する必要があると考えていることがわかつた。（有効回答数 18）

対策・改善；

- ・ 1 回完結型の教室を展開する。
- ・ 一日の作業工程をビデオに録画するなどして、必要とされる日本語語彙を具体的に掌握する。
→初期安全教育の様子を見る
- ・ これまで使用していたテキストに様々な教材を加えることでオリジナルの内容を作っていく。

<第2期>

期 間；平成 19 年 9 月 5 日～11 月 7 日 每週水曜日 午後 6 時～7 時半 全 10 回

レベル；初級 1、初級 2、漢字

主教材；にほんご 4 5 じかん（専門教育出版）

参加者数；14 人（うち初級 1 ; 11 人、初級 2 ; 8 人、漢字 ; 3 人）

内 容；「にほんご 4 5 じかん」を中心に文法積み上げ型による日本語指導。

- ・ 継続して学習した人に新規参加者も加わったため、復習も兼ねながら 1 回完結型で会話量を増やした教室を開いた。
- ・ 3 回に 1 回、合同授業を行い、ゲストを迎えてスピーチを開き質問をするなど、実践的な会話を取り入れた。混合レベルのグループを作り、ゲームで対抗するなど交流を深める工夫があった。

課題 :

- ・ 漢字クラスに参加者は、日本語能力が他のクラスに比べて高いため、合同授業のときにつまらなさそうだった。
- ・ 休まず出席した人は 10 人だった。

アンケート結果 ; (一部抜粋)

※ 途中で参加をやめてしまった人も含めてアンケートを実施。時間や内容に関するニーズ調査を再度行った。

- ・ 残業や時間帯、内容の不一致で日本語を欠席している。
- ・ 授業時間はちょうどいいと感じている。
- ・ 授業の内容は、「あまりよくわからなかった」人が全体で 10 人いた。

→学びたい日本語については以下のとおり

- A) 基礎からの文法 16 人
- B) 職場での会話 15 人
- C) 生活で必要な会話 20 人
- D) 漢字 12 人
- E) 言い回しやあいづち 10 人
- F) 新聞を読む 7 人
- G) 読解 8 人
- H) リスニング 6 人
- I) その他 (具体的に) ; 大学受験のため
- 無回答 3 人

日本人側のアンケート結果 ;

- ・ 意思疎通ができなかつたことや理解してもらえなかつた経験の有無；有 23、無 4
- ・ 不良の原因と対策を実施しようとしたときに相手が責められていると感じている。
- ・ 話した内容にわかつたふりをする。
- ・ 一般常識や労働観の理解が難しい。
- ・ 細かなニュアンスが通じない。
- ・ ゲスト参加をしてみたい；はい 5、いいえ 20

対策・改善 :

- ・ 1 回完結型の教室を引き続き展開し、より内容を充実させる。
- ・ 外国人のニーズに応え、残業へ戻ることもできるようにするために、終業後すぐに日本語教室が始まるよう時間帯を変更する。(18:00→17:15)
- ・ ゲストの日本語が難しい。単純にゲストが来て話をするだけでは、聞いているほうが理解しにくい。

- ・ 学習ニーズに合わせ病院での会話や緊急時の会話を取り入れる。
- ・ 場面を設定して、その場面での会話を徹底的に練習させる。
- ・ 日本語ボランティアのスキルアップ。
- ・ 日本語能力試験を目指すなど目標を設定させる。
- ・ 動機づけのためにスタンプカードの導入と、皆出席者への賞品提供などを検討。

<第3期>

期 間；平成 20 年 2 月 20 日～4 月 23 日 毎週水曜日 午後 5 時 15 分～6 時 45 分 全 10 回

レベル；初級 1 、初級 2 、漢字

主教材；オリジナルプリント、日本語コミュニケーションゲーム 80 (The Japan Times 改訂版) ほか

参加者数；19 人（うち初級 1 ；6 人、初級 2 ；7 人、漢字；6 人）

内 容；講師が独自に作成したオリジナルプリントを使用し、1 回完結型による日本語指導。

- ・ 1 回完結型で会話量を増やした教室を展開。
- ・ 漢字クラスでは 4 コマ漫画を使って寸劇を取り入れた。
- ・ 3 回に一回外部からの参加者を招き、日常生活で必要な知識の習得を図った。（産業医（病院）、浜松市消防本部（119 番））

平成 20 年 3 月末現在