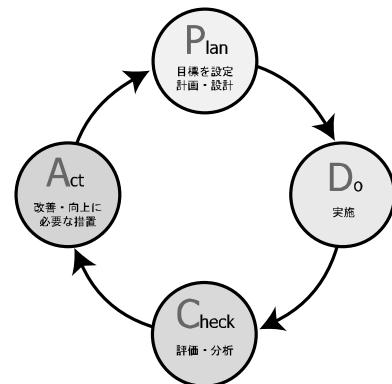


# 第1章 前提と経緯

## I. PDCA サイクル版日本語教室

企業日本語教育開発事業では、まさに当事者によって「教室づくり」のノウハウが研究、開発された。その「教室づくり」では、企業という主催者側が日本語講師（ボランティア）に一方的に依存することなく、企業は国際交流協会と日本語講師が互いに話し合いを進めながら情報を共有し、教室を取り巻く様々な課題に取り組んでいった。こうして築き上げられてきた教室は、PDCA サイクル版日本語教室（右図）という運営方法を見出し、常に課題を改善していく、下記のような進化型の日本語教室となった。



### ● IM の教室の変容

第1期	<ul style="list-style-type: none"><li>テキストを使用し文法積み上げ型で、日本語講師と外国人学習者の二者のみが教室活動を行った</li><li>学習者の欠席が目立ち始めた</li></ul>
第2期	<ul style="list-style-type: none"><li>テキストは使用するが、4回に1回日本人上司などをゲストに迎えてコミュニケーションを楽しむ機会を導入した</li><li>学習者の定着はあまり促進されなかった</li></ul>
第3期	<ul style="list-style-type: none"><li>警察署や産業医の協力を得て、緊急時の対応や医者のかかり方について学び、その際に求められる日本語を体験しながら学ぶ機会を設けた</li><li>企業側の日本人従業員に対して教室への参加を促した</li></ul>

IM の第 1 期では、日本語教室は外国人従業員への単純な語学習得講座のように位置付けられた。教室開講の目的は「品質と生産性の向上」であった。IM では一人当たりの作業時間数が通常の他の製造現場行程ラインより長く約 300 時間以上になる。そのため従業員同士の指示確認では日本語が必要となる。実際に職場を見てみると製造工程マニュアルはポルトガル語に翻訳されており、長年従事している先輩外国人が通訳する。しかしながら、作業上発生するトラブルの原因解明時、外国人従業員には日本語能力が不足しているため、会社の意向や作業改善の意図が十分に伝わらない。そこで IM はそのトラブル防止対策とし

て外国人従業員に対する日本語教室を開催することにした。

当初、この日本語教室は地域の教室によく見られる学校教室スタイルで行われた。テキストの内容に沿って、いわゆる「文法積み上げ型」の指導方法だった。それは講師も HICE も、既存テキストを使用し基礎から学んでいくことが受講者にとって最良な学習であると考えていたからである。また、テキストがあることで講師は順序立てて指導することができ、容易に教材準備ができることも理由の一つであった。

しかし、しばらくすると理想的だと思っていた教室にある日突然変化が起きた。外国人受講者が一斉に欠席するようになったのである。我々はそれを「5.23 事件」と名付けた。5 月 23 日を境に欠席が続いた原因を企業に問い合わせてみると、その時期ちょうど企業が受注増加による生産繁忙期に入り、受講者は残業を余儀なくされたということがわかった。もともと多くの外国人労働者は、彼らの生活の経済的理由から日本語学習よりも残業を優先してしまうという傾向にある<sup>3</sup>。しかしながら、もし受講者が日本語学習の必要性を感じていて、学習に対する興味があったなら継続して出席することはできたかもしれない。そこで、HICE は受講者に対してアンケートを実施することにした。

#### 【IM 第 1 期受講者アンケート】n=12

Q 日本語の勉強は楽しかったですか

A はい (12) いいえ (0)

Q 日本語をまた勉強したいですか

A はい (12) いいえ (0)

Q 感想を聞かせてください

A (自由記述、一部抜粋)

- ・先生はとても落ち着いた感じで、優しくて、意欲的な人でした。従業員にとっても有意義な講座だったので、企業にも利益になると思います。
- ・この講座のおかげで日常生活に役立つ日本語の勉強ができました。
- ・短い期間だったのでもっとあつたらいいなと思います。先生は、とても親切で根気のある人でした。
- ・初級で大事なところを学びました。それは、文法のなかの名刺と形容詞の正しい使い方です。
- ・とてもいい講座だったけど続くことができず残念です。

このアンケートの答えからは教室に対してとても満足している様子がうかがえるが、このアンケート対象者は最終回の教室に出席していた人たちだけである。彼らは教室に対する満足度が高かったから受講が続いたのであり、高評価であることは当然の結果なのではないか。受講者のなかには、授業についてゆけず脱落してしまった人もいただろう。出席

---

<sup>3</sup> 浜松市南米系外国人生活就労実態調査 2007 年 3 月

しづらくなってしまったということもあるかもしれない。もしかすると朝礼時に奨励した経済的余裕がなくテキストの購入に負担を感じた人がいたかもしれない、と推測した。授業を休まざるを得ない状況には様々な理由がある。しかし、積み上げ型の授業では前回学んだことが大きく反映されるため、1回教室を欠席してしまうと次の教室の内容についていけないということがあったことは間違いない。

そこで第2期では、テキストの継続使用をしながらも、テキストを進めることに囚われず、受講者が理解しているかどうか常に復習することを心がけ、前回欠席した受講者にも学びなおしができるようにした。また、最終回は受講者が日本語スピーチを行い、受講者が日本語学習の達成感を得られるよう工夫した。

さて、第2期に向けて日本人従業員を対象に、この教室が外国人従業員にどのような変化をもたらしたと思うかについてのアンケートをとった。

#### 【第1期日本人従業員アンケート】n=18

Q 外国人従業員と日本語で話すことはありますか

A はい (18) いいえ (0)

Q (上記の質問に続いて) どのような場面のときですか

A (複数回答)

回答数	
仕事の手順	18
業務の指示	15
お昼休みなどの雑談	11
その他	0

Q 社内で日本語教室が行われていることをどう思いますか

A

回答数	
大変好ましい	13
好ましい	5
どちらとも言えない	2
好ましくない	0

Q (上記の質問の続きで) その理由を具体的に教えてください

A

- ・今まで以上に会話ができるようになり、お互いの言いたいことが伝わりやすくなる。
- ・コミュニケーションをとることで、仕事の発展にもつながる。
- ・仕事の手順で細かい内容が理解できるようになる。仕事の幅も広がる。

- ・日系人を受け入れる私たちこそポルトガル語を覚える必要があるが、仕事の流れ的に今のはうがいい。自分が日本語しか話せないから。
- ・生産計画に対して余裕がないときに妨げになる。

Q 日本語教室が始ってから、外国人従業員に変化がありましたか。n=17

A はい (5) いいえ (12)

Q (上記の質問の続きで) 具体的にどのような変化がありましたか。

A (原文のまま)

- ・日本語を積極的に話す人もいる。覚えようとする人、しない人の差がハッキリする。
- ・理解できる日本語が多くなった。
- ・新しく覚えた日本語が会話の中に出てくる。
- ・まだわからない。どちらとも言えない。
- ・変化は本人の内面で起きているため表面ではわからない。

Q 日本語教室が始まってから、日本人従業員に変化がありましたか n=15

A はい (3) いいえ (12)

Q (上記の質問の続きで) どのような変化ですか

A (原文のまま)

- ・今まで以上に積極的に話せるようになったと思う。
- ・会話が楽しくなった。話がしやすい。
- ・もともと日本語で話しかけているため変化はない。

これまで派遣や請負の外国人労働者を受け入れている企業が職場内に日本語教室を設置することはなかった。そこで、企業内日本語教室の開講が社内の日本人従業員にどのような変化をもたらすのかに着目した。

アンケート結果から、日本人従業員の意識に明らかな変化が見られた。しかし、いまだに日本人従業員に変化があるかどうか聞くと「いいえ」と回答する人もいた。そのため社内における日本語教室の存在価値を高める必要性を感じた。企業、講師、HICEは、授業に参加している外国人従業員が同僚や上司の日本人従業員ともっと積極的に会話ができるよう、教室で職場内の言葉を教えることにした。そのためにまず日本語講師は受講者がどのような労働状況にあるのか職場観察を行い、講師が授業中に提示する職場の表現と現場が一致できるように試みた。講師の観察は、講師と受講者の距離を縮めるきっかけになった。

教室では、講師と受講者の2者によるコミュニケーションという従来の教室スタイルを一新して、同社の日本人従業員にゲストとして参加してもらうことで、講師、受講者、日本人従業員の3者によるコミュニケーションを生み出すことにした。なぜならば、受講者

は日本人と言葉で意思が伝わりあう楽しさを味わい、日本人には外国人労働者が授業に出席し日本語学習に励んでいる様子を理解してもらおうとしたからである。

これまでの授業では、外国人受講者同士で講師により意図的に作られた人工的な会話練習をしていたが、上述のとおり日本語講師以外の日本人が加わることで、受講者は習ったての言葉を駆使しながら実践的な会話を学び、日本人ゲストと真のコミュニケーションを成立させた。また、会話の練習のみならずゲストとの質疑応答やゲームを通して交流を深めることができた。おかげで教室に自然な笑いが生まれるようになった。

たとえば、IM のプレジデントがゲストで参加した際、プレジデントは「ブラジルレストランが浜松にある」「ブラジル人は牛肉が好き」など、ブラジル文化を初めて知った。逆に、受講者は初めてプレジデントの存在を知り、「オーストラリアの女性はきれいですか?」といった冗談も飛び交うなど気さくな会話と活気ある教室ができた。ほかにもヤマハ発動機（株）本社から、組合関係者やブラジル支社経験者、韓国人社員などを迎え、受講者はこれまで知り合うことのなかった様々な従業員と関わりあうことができた。こうしたゲストの参加を通して、企業と講師は、社内コミュニケーションを図るきっかけづくりに手ごたえを感じるようになった。

そのうち、三者は職場内の会話がもっと成立できるようにしたいと考えるようになった。そのためには職場上の会話をさらに分析する必要があり、語彙もできる限り職場で使われる語彙を教えようとした。そこで企業側に「これだけは覚えてほしい語彙」をリストアップするよう依頼したのだが、リストアップされた職場の語彙は、あまりにも専門的で現場に対する理解がないとわからないことばかりだった。講師は言葉を教えようとしても意味がわからず、受講者からの質問に答えられなかつたりもした。逆に受講者のほうはその意味を十分に知っていて教えてもらうこともあった。講師は結局、職場の言葉を教えたくても教え方がわからないという大きな壁にぶつかってしまった。講師は提示された職場の言葉を今まで使用したことがないため、教室で教えることに限界を感じるようになった。そのため、HICE は国立国語研究所に協力を依頼した。

日本人と外国人の会話の実態を調べたところ、業務上個人的な会話がなされることはそれほど頻繁でないことがわかった。しかも現場では会話の対象となる機械や部品が目の前にあって、会話のやり取りを行う当人同士は何を指して何について話しているのかを認知している。しかしいくら職場の語彙が抽出されても外部の人間に現場のことはわからない。職場で必要な語彙は、外国人従業員の母国語であるポルトガル語翻訳や通訳スタッフを配置すれば、理解が早くの効率も良いことが判明した。職場内の専門語彙は、日本語教室で学ぶのではなく、むしろ現場の同僚である日本人が外国人に対して彼らの日本語レベルにあつた、かつ日常使用される「やさしい日本語」で指導にあたるほうが業務上効果的なのである。ということは、日本人従業員が外国人従業員に対して常に「やさしい日本語」を使えるような環境を整える必要がある。そのためには、日本人側がもっと外国人のことを知らなければならない。先例のアンケートを見ると、日本人の意見のなかには外国人に対

して「話がしやすい」「積極的に話せるようになった」と理解に前向きな回答がある。日本人が外国人を知るようになるには実はもっと外国人とコミュニケーションを取れるようにしなければならない。

そのためにはお互いがもっと気軽に話せる場所が必要で、その場所こそ日本語教室なのではないだろうか。三者は初めてそこに気がついた。第1期の反省にもあったように受講者の数は回を重ねるうちに減少してしまった。受講者は自らが学びたいことが学べていなかったという不満を抱えていたために欠席者が増加したのではないだろうか。だから第3期の教室づくりでは内容自体に対する一層の改善を図った。

そこで前回のように日本語教室に参加した外国人に対するアンケートを実施した。そのアンケートは前回のような簡易的なものではなく、受講者の考え方や意見などがより具体的に把握できる内容に改め、欠席したり脱落したりした学習者も対象として行った。アンケート結果は以下のとおりである。

#### 【IM 第2期受講者アンケート】n=28

Q あなたは日本語教室を休まず出席しましたか

A はい (10) いいえ (18)

Q 欠席した理由はどれですか (複数回答)

A

理由	回答数
残業	8
家庭の事情	5
内容が合わなかつた	5
時間や曜日が合わなかつた	10
教科書が高かつた	0
体調不良	4
その他	1

無回答者 6人

Q 教室の時間はどうでしたか

A

	回答数
ちょうどいい	10
少し短い	7
とても短い	4
少し長い	1
とても長い	0

<b>無回答</b>	8
------------	---

Q 授業の内容はどうでしたか

A

	<b>回答数</b>
<b>大変わかりやすかった</b>	3
<b>わかりやすかった</b>	9
<b>あまりよくわからなかつた</b>	10
<b>全然わからなかつた</b>	0
<b>無回答</b>	7

Q ゲストとの交流やスピーチ発表はどうでしたか

A

<b>とても楽しかつた</b>	2
<b>楽しかつた</b>	2
<b>普通</b>	13
<b>つまらなかつた</b>	1
<b>全然面白くななかつた</b>	0
<b>その他</b>	繰り返しあかりで授業が進まない
<b>無回答</b>	7

Q 日本語教室で何を学びたいですか

A (複数回答可能)

<b>基礎からの文法</b>	16
<b>職場での会話</b>	15
<b>生活での会話</b>	20
<b>漢字</b>	12
<b>言い回しやあいづち</b>	10

Q 今回、日本語教室に参加しなかつた理由を教えてください

A (自由記述)

- ・残業が必要なので都合がつかない
- ・教師が日本人だったから
- ・時間帯。今あるクラスの時間帯は不便
- ・時間がない
- ・残業もあるし、仕事の時間と合わない
- ・よく理解できなかつた。先生もあいまいだった

これらの結果から、受講者の欠席理由が判明した。主催者側が設定した時間帯が実は受講者にとって非常に不便であることがわかつた。企業はより多くの外国人が参加できる

ようとするため、日本語教室の開催時間を大幅に変更することを検討し、彼らが望む残業に対応できる時間帯へ開催時間をずらした。教室スタイルは、文法積み上げ型をやめて一回ごとのテーマを設けた一回完結型の教室を展開することにして、連続して欠席した受講者の脱落を防止した。教室内容に関する回答を見てみると、こちらが考えているほど受講者たちは日本人ゲストとの交流やスピーチ発表に満足しているとは言い難い。授業に対して「内容があわなかつた」人が5人いたり、「あまりよくわからなかつた」という人が10人いたりしたこともあり、教室活動のさらなる改善が求められた。受講者が教室で学びたいことが「職場の会話」よりも「生活上の会話」であることから、日常生活上で日本語コミュニケーションが必要となる場面を取りあげた教室づくりを心がけた。こうした改善を行って進化を遂げた教室は、いよいよ大きな変貌を見せた。

第3期の教室では、まず浜松中央警察署とヤマハ発動機（株）の産業医に協力を要請した。警察に参加してもらった理由は、犯罪や交通事故時の通報方法を学ぶためである。緊急時には日本語が最も必要なのであるが、日本語が話せない場合は近くにいる日本人に助けを求める方法を知ることも大切である。実際に警察署の方から指導を受ける前に、教室で通報に関する語彙の習得や表現について学び、その学びを生かす形で警察署との実践練習につなげていった。

また寸劇を自分たちで考えさせ、警察とのやり取りができるようにした。産業医を迎えた教室では、日本とブラジルの医者のかかり方の違いなども学んだ。日本人リーダーが看護婦にふん装し、臨場感を作り出したばかりでなく、遊びを取り入れたことから教室全体に楽しさを与えた。このように、期を重ねることで教室は益々活気に満ちてきた。いつしか、日本人従業員は積極的に教室に携わるようになり、教室が「楽しくてやみつきに」なつていった。

また第3期から受講者の継続的な学習を維持することを目的に、全出席者には購買券2,000円分を8割以上出席者には1,000円分の購買券をインセンティブとして授与した。そしてレベルの相違で脱落しないよう、他のクラスへの移籍をしやすくし、カリキュラムのテーマを統一させ受講者のレベルに合わせて語彙や表現のレベルに差を設けた。

第3期を終了した時点での受講者の学習状況を把握するため、企業が行ったインタビュー形式の受講者アンケートでは、以下のような結果がみられた。

### 【IM 第3期受講者アンケート】

Q1. 第3期の授業でよかったことは何ですか。よくなかった授業はどんなものですか。

A よかつたこと

- ・医者とのやりとり、薬の説明、緊急連絡の仕方
- ・授業の内容がわかりやすくなつた
- ・宿題があつてよかつた
- ・漢字のつくり

よくなかったこと

- ・寸劇は勉強にならず時間が無駄だった
- ・寸劇はレベルの違いが大きいからクラス別にしてほしかった

Q2. 授業の中に取り入れてほしいことは何ですか。

A

- ・日本文化
- ・公共機関でのやりとり
- ・実践的な会話（正しい言葉づかい）
- ・日常会話、もっと単語を覚えたい
- ・職長やリーダーとの会話

Q3. 日本語を覚えたたらどんなことをしてみたいですか。

日本人との会話を増やしたい

ブラジルで日系企業に就職したい

専門学校、大学に入りたい

能力検定試験に挑戦したい

上記のように、受講者の学習意欲は高く、なかでも「日本人との会話を増やしたい」という意向が強いことも明らかとなった。特に、初級クラスでその傾向が多くみられた。こうしたことから、第4期では「日本人リーダーとのコミュニケーション向上」を目標に掲げ、受講者の会話能力のレベルアップを図り、人と人とのつながりを作る教室づくりを目指した。そのため、企業は日本人リーダーや職長を積極的に参加させることを図った。さらには様々な業種にいる地域を構成する日本人に関わりを求めるようにした。ただ、3期のアンケートでは受講者の学びたいことが具体化されていなかったため、開講前に受講者と講師との話し合いの場を設けて各クラスの活動内容を具体化することに決めた。また、外国人の学習ニーズ調査から、緊急事態における日本語を学びたいといった声が多かったので、そのニーズに対応できる仕組みも作りあげていった。さらに、評価チェックシートを用意して、各自の習得経過がわかるよう習得度チェック評価を取り入れた。（資料1）

このような試行錯誤を繰り返した結果、企業内日本語教室は、

- ① 豊かなコミュニケーションを生み出すきっかけづくり
- ② 良好な人間関係づくり
- ③ 職場内の多文化共生社会の実現

を目指すものであるということがより明確になった。

つまり、企業内日本語教室は日本人と外国人の従業員同士が豊富なコミュニケーション

を生み出すきっかけの場所で、その場所に職場の当事者同士が参加することによって良好な人間関係が作り出されていく。これにより、社内の多文化共生社会が構築され、ひいては地域全体の共生社会の実現につながっていくからである。

## ヤマハ発動機IMカンパニー日本語教室 評価チェックシート

	できる	すこしできる	まだできない
1 自己紹介(じこしょうかい)をする Jico shoobai o suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 家族(かぞく)や友達(ともだち)を紹介(しょうかい)する Kazoku ya Tomodachi o shoobai suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 自分(じぶん)の職業(しょくぎょう)をはなす Jibun no shokugyoo o hanasu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 宅急便(たっくいゆうびん)の不在(ふざい)れんらくをする Takkyubin no fuzai renraku o suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 仕事(しごと)の流れ(ながれ)をつたえる Shigoto no nagare o tsutaeru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 社内(しゃない)のお知らせ(おしらせ)を読む(よむ) Shanai no oshirase o yomu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 被害(ひがい)状況(じょうきょう)をつたえる Higai jyookyoo o tsutaeru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 110 に 電話(でんわ)する 110 ni denwa-suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 薬局(やっきょく)で 薬(くすり)をかう Yakkyoku de kusuri o kau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 119 に 電話(でんわ)する 119 ni denwa-suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 地震(じしん)のとき避難(ひなん)する jishin no toki ni hinan suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 マクドナルドでドライブスルーをする Macdonald de doraibu suruu o suru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 病院(びょういん)で症状(じょうじょう)をつたえる Byoooin de shoojyoo o tsutaeru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

日本語教室(にほんごきょうしつ)では、何(なに)がおもしろかったですか。

nihongo kyooshitsu dewa, nani ga omoshirokatta desuka.

- 宅急便(たっくいゆうびん)について学ぶ(まなぶ)  
takkyubin ni tsuite manabu.
- 職場(しょくば)で仕事(しごと)のせつめいをする  
shokuba de shigoto no setsuimei o suru.
- 110-警察(けいさつ)  
110- keisatsu
- 119-救急(きゅうきゅう)  
110- kyuukyuu
- 杏林堂薬局(きょうりんどうやっきょく)  
kyourindoo yakkyoku
- マクドナルド  
McDonald's

## II. 企業の目的（品質・生産性の向上）と外国人労働者の学習ニーズ

前項で述べたとおり企業内日本語教室は PDCA サイクル版日本語教室の運営により、常に改善が図られてきた。毎期ごとに外国人学習者に対するアンケートを実施して学習ニーズをうかがってきた。その結果、テキスト重視の学習は彼らのニーズに不適合で、彼らの学習ニーズと主催者の学ばせたいという思惑が異なることに気がついた。IM が日本語教室を開催した当時の目的は既述のとおり「品質と生産性の向上」であった。そのため文型積み上げ型の教室スタイルで、講師は「きちんとした日本語」を教えなければならないと思気込みすぎていた。もちろん彼らの国民性や職場の環境も考慮し、タスクを与えて会話練習をするなどの工夫はしていた。しかし、そのコミュニケーション練習は外国人学習者同士で行うもので、講師が人工的に成り立ていたものにすぎなかつた。それは生の日本語を聞いて話すというものではなかつた。

「きちんとした日本語」というのは何か。確かに文法習得は言語活動に必要な知識であるためおろそかにすることはできない。しかも学習者にとっても文法に対する学習ニーズがなかつたわけではなく基礎から学びたいという意向もあつた。しかし、講師が考える「きちんとした日本語」の指導方法は、学習者が望む日本語学習方法ではなく、ニーズには不適合だった。学習者は学んだ日本語を職場や日常生活ですぐに活かせるようにしたかったのだ。

振り返ってみると、第 1 期の教室では就業後の疲れを抱えた外国人労働者にとって継続して参加したいと思える教室づくりができていなかつた。文法積み上げ型の教室スタイルでは、学習者は 1 回休んだだけで授業についていけなくなってしまうため、学習意欲が低下してしまうのは容易に見当がつく。また、彼らが学びたい内容と学んでいる内容に差があつたことも欠席理由の一つとして考えられる。

企業と HICE は教室開講前にプレースメントテストを行った際に、外国人はどのようなことを学びたいのかニーズ調査としてインタビューを行っていたのでそれで学習ニーズを把握していたつもりだった。しかし、積み上げ型式学習では学習者が学びたいことを学べるまでに時間がかかりすぎて、本当に学びたいことがなかなか学べないというジレンマがあつたことは否めない。

第 2 期では日本人と実際にコミュニケーションを行う場を作りだした。自然な形での自由な発話が生み出されるよう、たとえ言葉に詰まってしまったとしても言いたいことが言えるように講師がフォローしていくけば、学習者は言いたいと望んでいたことが言えるようになり、学習の達成感を味わうことができる。

一方、第 2 期終了時のアンケートには「内容が合わなかつた」という回答があつた。授業そのものの中身について「あまりよくわからなかつた」という人が 10 人もいた。ゲストを迎えて「楽しかつた」ことは間違いないが、ゲストの話には通訳が入るわけではなく、日本語レベルが低い学習者にとっては話の内容が理解できず、レベルが高い学習者にポルトガル語でわからないところを補つてもらうしかなかつた。たとえ教室にゲストを迎

えてコミュニケーションを育む機会を作っても、相互が交わり話せないでいるのでは、学びたいことが学べていなかったとしても仕方がない。まだまだ学習者のニーズを十分に網羅したわけではなかった。

ではいったい学習者は具体的に何を学びたいのか。もっとも多い回答が「生活で必要な会話」で、次に「基礎からの文法」「職場での会話」「言い回しやあいづち」となっている。入門レベルの学習者にとっては「通訳がいたほうがいい」と答えている人もいた。通訳がいれば講師の指示やゲストが話したことをすぐに理解できるし、母語で質問することができるからだろう。講師は直接法で指導する以上、対訳や辞書などを活用しながら授業を進めている。しかしそれ以上に講師は学習者にとってよりわかりやすい授業を行うことが肝心で、そのため日本語講師自身のスキルアップと授業内容そのものの見直しが求められた。

結局、三者が正しいと思っていた以前の内容や運びは所詮一方的で勝手な思い込みであって、あまりにも日本人側の意向が強く反映しており、学習者の意向に沿っていなかつたということがわかった。

第3期では、まず外国人のほとんどが理由としてあげた「時間が合わない」という課題を解消するために、授業の時間帯を残業も考慮した時間帯に変更した。日本語教室を受講したい外国人が終業後、日本語教室に参加してからでも残業に戻れるように開始時間を15分早めた。教室時間は17:30～19:00から17:15～18:45とし、残業する人は18:50から仕事に戻れるようになった。次に、外国人が社会生活のなかで日本語能力を求められる場面は、職場よりも子どもの学校や医療機関などの日常生活上にある。事実、職場ではポルトガル語版に翻訳された業務説明書などが整備されているため、特に日本語能力が低くても職務を全うすることができる。だが、彼らが地域社会のなかで生きていくためには、日本人と日本語コミュニケーションが必要な場面に遭遇した場合の日本語を習得しなければならない。こうしたことから、より生活の場面に即して日本語コミュニケーションが活発に行われる授業体制へと変貌させた。

産業医や警察の参加を得て、日本語による会話の場面が実際に繰り広げられ、学習者にとっては日本人とやり取りをしなければならない状況を意図的に再現した。とりわけ、産業医が参加した回は受講者の数が多く質問も活発だった。

国立国語研究所の全国調査<sup>4</sup>によると、学習ニーズが最も高い項目は「火災・救急（119）や警察（110）に電話する」であった。しかも、第3位に「災害・事故時に他の人に助けを求める」、第4位に「出された薬に関する説明（種類や効能、飲み方など）を聞く」、第6位に「診察のときに、医師や看護師とやりとりをする」となっている。これまで試行錯誤しながら、IMの教室を運営してきたが、この調査からもわかるようにIMでほぼ網羅した内容がニーズの上位を占めている。

IMの教室では消防署に協力を得て実際に緊急電話を行ってみるなど具体的な指導を取り入れた。その結果、外国人学習者は日本語学習のみならず日常生活に必要な情報も入手す

---

<sup>4</sup> 2008年に全国規模で実施したアンケート調査。外国人と日本人を対象に行われた。

ることが可能となった。彼らの学習ニーズだけで構成するのではなく、生活情報を提供することで彼らの生活を充実させようという狙いもあった。前述の国立国語研究所の調査結果を照らし合わせても、第3期のコースは、まさに目的を射た活動であったといえる。

そもそも企業内日本語教室は、PDCA サイクルで動かしているので、三者は教室が終了した時点で次に向けた教室の内容について課題を明らかにし、その改善策について協議・検討していくものである。だからこそ、学習者、企業、講師はそれぞれのニーズを共有し、ここまで成果を得られるようになったと言っても過言ではないだろう。

### III. 企業内日本語教室の変容～当事者の参加～

IM 第4期の教室では、杏林堂薬局やマクドナルドの協力を得て、教室のなかはますます臨場感を高められた。

なぜ杏林堂薬局やマクドナルドの協力を要請したのか。前節でも述べたように、「病気のときの日本語」という学習ニーズが高かったこと、そしてIMで頻繁にあった事例を反映した。現場リーダーによると、「外国人は、調子が悪いと何でもかんでもバファリインをくれって言うんだよね」という。以前、外国人児童対象のある派遣会社の企業内託児所の園長先生から「大人が子どもに大人用の薬を飲ませて肺の一部を摘出しなければならない事態に陥った」という実話もあった。このような事態が二度と起きることのないよう、外国人に薬についての正しい知識が必要であると感じた。そこでHICEは、コースを組む際に企業と講師にある提案をした。地元の薬局をゲストに入れてみたらどうかと。

静岡県西部で最も身近な大手ドラッグストアの杏林堂薬局に趣旨を説明し、協力を要請した。要請したのはHICEで、IMと杏林堂とHICEの三者による打ち合わせが行われた。この打ち合わせ時に、杏林堂には実際に様々な種類の薬を持ってきてくれるよう依頼をした。薬の名前を忘れてしまっても、パッケージで判断できるようになってくれればと思ったからである。よく目にする風邪薬のみならず、湿布薬や胃腸薬などを実際に見せて教えた。なかには子供用の風邪薬を手に取り、メモをとる受講者もいた。薬剤師への質疑応答でも、薬の購入時の素朴な疑問を相談していた。実生活に密着していると、やはり受講者の関心は高いようだ。

同様に、IMはマクドナルドのゲスト参加を提案した。なんか、楽しいことをやってみたい、せっかくだからマクドナルドはどうだろうか。ドライブスルーのときの言葉がわかつたら、もっとマクドナルドに行きたくなるんじゃないいか。

早速HICEはマクドナルド本社のお客様相談室に相談をした。すると意外にもスムーズに前向きな回答を得て、すぐに地元の高林店の店長に話をつないでくれた。これはマクドナルドが社会的貢献活動に深い理解があることを表している。しかもマクドナルドは、驚くほどにたくさんの商品の実物例を高校生のアルバイトが制作してくれた。なんとドライブスルーの臨場感をより演出できるようにと、お遊戯会などで作られるような段ボールでできた自動車や看板、メニュー表などもオリジナルで作ってくれた。このとき、正直HICEもIMもマクドナルド側にここまで依頼をしたわけではなかった。すべて店長と高校生アルバイトのアイディアで、ある高校生に尋ねると「楽しみながら作った」そうだ。マクドナルドはゲストで参加するにあたり、主催者以上に日本語教室のために様々なことを積極的に準備してくれた。アルバイトを動員することで不足してしまう店舗の人員を他店舗から応援に来てもらうことも考慮して対応してくれたようだ。IMは、教室に参加した受講者と日本人従業員、日本語講師、HICEスタッフのために、事前に高林店から大量のハンバーガーとポテトを購入していた。注文の練習をしたあとに、実際に商品が出てくるのだから、楽しい思い出になるだろうと嬉しい配慮だった。

この活動を通して、我々は外国人住民の「消費者」という一面を明確にした。杏林堂薬局やマクドナルドからすれば、外国人は当然「お客様」の立場になる。おそらく、これまではお店でいつもお互いに「どうしたらしいのか」という疑問や不安を持っていたかもしれない。しかし、この教室をきっかけに双方は非常に身近な存在になったのではないだろうか。やはり当事者が関わり合うことで、教室内容は厚みを増し、職位や店員と客といつた社会的立場や国籍の違いに関係なく、地域住民として互いに歩み寄ることができた。