

チェコ版「ケース教材」の開発

—在チェコ日系企業で働く日本語スタッフへの聞き取り調査を踏まえて—

森田衛（カレル大学）
moritatokyo@gmail.com

【要約】

チェコの日系企業で行われている日本語を使った業務を巡る問題点を探るために、チェコ人日本語スタッフを対象に聞き取り調査を実施した。調査を通じて、日本語スタッフが日本人マネージャーとチェコ人従業員の間積極的に仲介に入り、調整役を担っていることが明らかになった。その後、調査で得られたエピソードを基にケース教材を作成し、大学院生を対象とした授業で使用したところ、学習者自身が近い将来直面しうる問題として捉え、活発な議論が展開された。

1. はじめに

チェコ共和国は1989年のビロード革命以降、自由経済化の進展に伴い、90年代前半に高い経済成長を成し遂げ、2004年にEU加盟を果たした後も外国からの投資と個人消費の拡大が続いた。この間、製造業を中心とする日系企業の進出も増加の一途を辿り、チェコに拠点を置く日系企業数は2012年10月現在236社、そのうち製造業が95社（欧州第4位）を占めている。多くの日系企業にチェコが進出先として選ばれる理由として、①欧州の中央に位置しドイツ等の西欧地域の市場に隣接している地理的優位性、②国内に高速道路を含む広大な道路網の整備、③熟練した工場労働者の確保が比較的容易であること等が挙げられる（CZECH INVEST 2011、JETRO 2011、JETRO Praha2012）。自動車や家電等の大手日系メーカーの工場がチェコで操業を開始すると、部品供給業者（サプライヤー）も日本から続々と進出し、その生産現場で多くの労働力が必要とされるようになった。それらの現地従業員と日本から赴任したマネージャーとのコミュニケーションを円滑に進める役割を担うため、日本語ができる人材⁽¹⁾が求められることになったが、多言語・多文化化が進む海外の日系企業において、そこで働くチェコ人日本語スタッフが企業文化の違いから生ずる職場内の様々な問題に対して、実際にどのような調整役を担っているかについては、これまであまり明らかにされていなかった部分だといえる。

そこで、本稿では日本語スタッフが実際に企業に採用されるまでの過程から、日本語スタッ

フが業務を遂行するなかで、どのような問題を抱え、そしてそれらにどう対処しているのか探るために聞き取り調査を実施した。さらに、日本語スタッフへの聞き取りから得られた事例を基に、チェコ版「ケース教材」を開発して、大学院生を対象とした日本語授業の教材として使用した。その所見についても報告する。

2. 先行研究

日系企業で働く外国人社員をめぐる先行研究は、①日系企業が求める理想的な人材としての外国人社員に関する研究、②日系企業の問題点やビジネス・コミュニケーションに関する研究、③ビジネス日本語教育に関する研究、の3分野に大別されると思われるが、ここでは本稿と最も関連が深いと思われる、多言語・多文化化するビジネス環境に焦点を当てた研究をいくつか取り上げる。

オランダとベルギーの日系企業で働く社員を対象に行った面接調査では、仕事の進め方、責任感、納期管理、報告義務、会議・根回し、チームワーク、情報量、コミュニケーション、採用について、日本人社員と外国人社員の考え方に大きな隔たりがあること（Kragt・櫻井 2002）が指摘されている。ビジネス日本語教育に長く携わってきた近藤（堀井他 2010）によると、これまで日本語教育の現場では、日本語ができる人材を育てるところが注目されていたが、企業側はすぐに役立つ即戦力としての高度な技能を持つ人材を求めていること、そのためには「問題発見解決能力」と「異文化調整能力」の育成が今後の課題であるとしている。また、古森（奥村・古森 2008）は、最近海外では「日本とのやりとりができて、発注側のニーズを正確に現場の従業員に伝えるブリッジ人材」に対するニーズが高まっていること、また、ブリッジ人材には専門技術、ビジネス日本語のほかに、日本のビジネス文化や常識、自分が働いている会社についての知識等が求められると言っている。こうした先行研究からは、日本語スタッフとして日系企業で働くためには、高度な日本語運用力を前提としつつも、狭義の日本語力を超えてビジネスが遂行できるだけの幅広い能力を備えておく必要があるということが読み取れる。

3. 在チェコ日系企業で働く日本語スタッフに対する面接調査

3-1. 調査方法

日系企業で日本語を業務に使用している日本語スタッフの実情に迫るため、面接調査を実施した。面接は2011年7月～8月に行われ、事前に記入を依頼しておいた質問紙を基にして行った。面接調査では、調査対象者の業務体験に基づいた「語り」の部分に着目するために、半構造化形式を採用した。これは、一口に企業で働く日本語話者といっても、従事している業務や背景となるキャリアも様々であることから、質的調査の方が日本語話者の抱える悩みや問題

点等に、一層深く迫ることができるのではないかと考えたからである。

調査対象者⁽²⁾は企業関係者や日本語教師の紹介によって決め、個別に面接を実施した。調査対象者は11名（男性6名、女性5名）で、このうち日本人配偶者を持つ者が5名いた。雇用期間は5か月から7年で、平均すると4.2年、雇用形態は正社員が7名で非正社員が4名であった。正社員のうち1名は現地支店長を務めている。面接時間は1時間から1時間半程度で、調査対象者の同意を得た上で、全員の面接時の音声録音した。【表1】は調査対象者の概要である。調査では、1)日本語学習を始めた動機、2)入社以前の日本語学習、3)会社での日本語使用状況、4)日本の会社とチェコの会社の異なる点、5)チェコの大学の日本語カリキュラムについて（該当者のみ）、6)入社前にもっと勉強しておいた方が良かったと思うこと、7)将来の夢、希望、8)後輩へのアドバイス、について回答してもらった。

【表1】 面接調査回答者のプロフィール

| | 性別 | 年齢 | 学習期間 | 滞日年数 | 業種 | | 性別 | 年齢 | 学習期間 | 滞日年数 | 業種 |
|---|----|-----|-------|-------|-----|---|----|-----|-------|-------|-----|
| A | 男性 | 30代 | 5年 | 5年 | 商社 | G | 男性 | 20代 | 5年3か月 | 5年3か月 | 製造業 |
| B | 女性 | 30代 | 9年6ヶ月 | 3年9か月 | 製造業 | H | 女性 | 30代 | 7年 | 4年 | 製造業 |
| C | 男性 | 30代 | 10年 | 3年 | 製造業 | I | 女性 | 30代 | 7年 | 1年3か月 | 製造業 |
| D | 男性 | 30代 | 5年 | 3か月 | 製造業 | J | 男性 | 30代 | 1年6ヶ月 | 8年 | 製造業 |
| E | 男性 | 20代 | 2年 | 1年5か月 | 製造業 | K | 女性 | 30代 | 6年 | 1年6ヶ月 | 製造業 |
| F | 女性 | 30代 | 6年 | 1年1か月 | 製造業 | | | | | | |

3-2. 調査結果

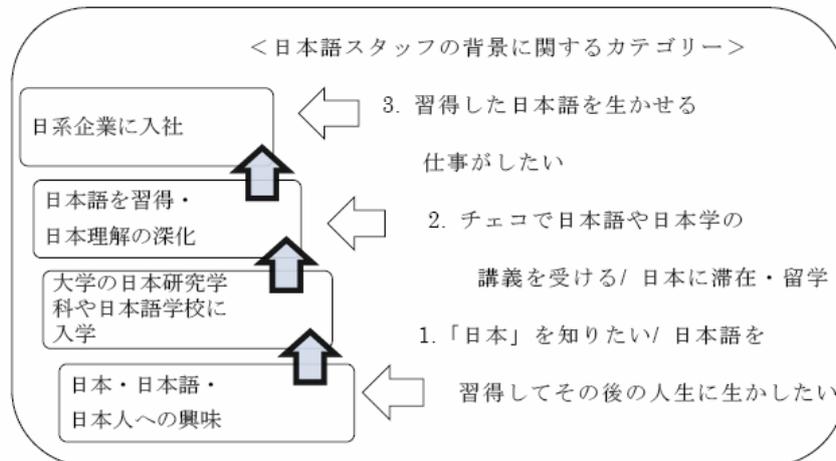
調査対象者11名が日系企業に入社するまでの日本語学習期間は1年半から10年で、平均すると約6年であった。11名のうち10名が日系企業に入る前、日本に平均約3年（最短1年1か月、最長8年）の滞在経験があり、空手の修行のために訪日した1名を除く10名は、大学や日本語学校で日本語を学習していた。日本語能力試験に関しては、旧試験の1級を2名、2級と3級をそれぞれ1名ずつ合格していた。ただし、実際の日本語の運用能力は全員、旧試験の1級相当レベルに達していると考えられる。面接調査を実施するにあたって、数回のメールを含めすべてを日本語だけで行ったが、調査対象者と意思の疎通に困る場面は一度もなかった。

面接調査の結果から、チェコの日系企業で働く日本語スタッフに共通するカテゴリーを抽出したところ【図1】のようになった。以下、日系企業に入社する以前と以降に分けて、各カテゴリーについて説明を加える。

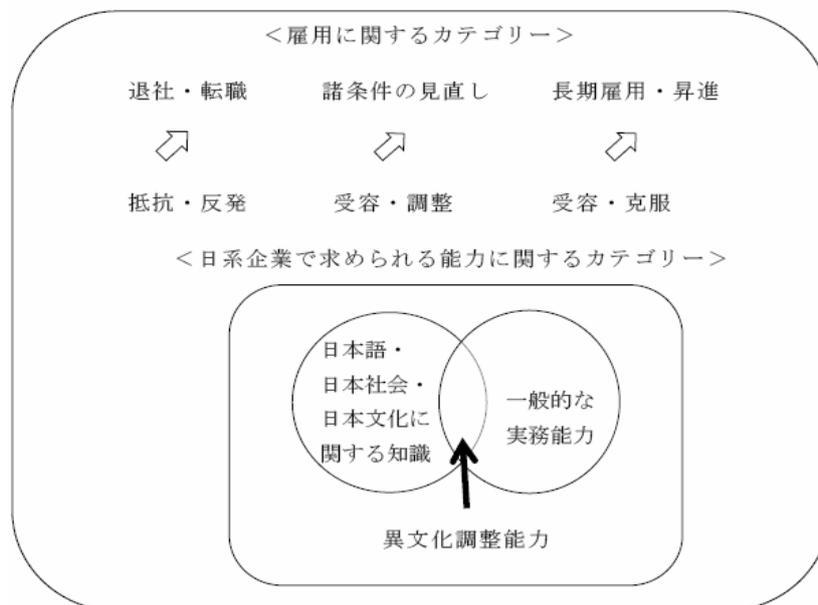
3-2-1. 日系企業に入社するまで

日本語学習動機は人によって異なるものであるが、今回の調査対象者の場合、日本語学習開始以前に合気道や空手、あるいは日本文学の翻訳作品等を通じて日本文化に触れていた者がほとんどで、11名のうち日本語学習経験がないまま理系分野で大学院への留学が決まった1名を

【図1】在チェコ日系企業で働く日本語スタッフを関係づけるカテゴリー相関図
入社以前



入社以降



除く全員が、日本に対する興味を学習動機として挙げていた。また、日本語学習開始当初から漠然と将来日本語を使って仕事ができたいと考えていた者が9名いたが、最初から日系企業への就職を意識していた者は2名だけだった。チェコの民主化以前はもちろん、日系企業のチェコへの進出が本格化する2000年以前に日本語を使った仕事といえば、わずかに翻訳や通訳の需要があるだけで、今日のようにビジネスの世界で日本語を使うようになるとは思ってもいなかったという声も聞かれた。また、中等教育で習った欧州の諸言語とはまったく異なるエキゾチックな言語を学習してみたかったという者が2名いた。「中国について勉強するにつれて、中国と日本の間に複雑な関係があることがわかったから日本語を勉強しようと思った」という中国語専攻の学生や、「ロシア留学中に日本文学ブームがあり日本語に興味を持った」というロシア文学専攻の学生もいた。これは、日本文化に根差した学習動機を直線的だとすれば、他国の文化との関係から日本のことを知りたいという複線的な学習動機といえる。一方で、今日見

られるような日本のアニメ・マンガの影響を語る者は一人もいなかった。

かつては、チェコ国内で日本語学習を開始して、そこで優秀な成績を収めた一部の学習者が日本政府の奨学金を得たり、大学の交換留学制度を利用したりして日本に留学するのが一般的であったが、近年では、奨学金に頼らずに自費で日本に渡る者も現れるなど、日本に行くルートも多様化しつつあることがうかがえる。また、日本での長期滞在を終えてチェコに戻ることが意識する頃になると、長い間時間をかけて習得した日本語を生かせる仕事をしたいという思いから、待遇が良いとされる日系企業への入社を希望するようになった者もいる。

3-2-2. 日系企業に入社してから

チェコの日系企業に製造業の割合が高いことは、すでに指摘した通りであるが、今回の調査対象者も 10 名が製造業の会社に勤務している。このため、本節では主として製造業で働く日本語スタッフが直面している課題と彼らの問題意識について述べる。

a) 日本語力

日本語スタッフを特徴づける最も大きなものは日本語力である。多くの企業は、日本語スタッフを採用する際、日本語による面接を行っている。入社後は、日本から赴任している複数の邦人マネージャーとチェコ人マネージャーや工場で働く従業員との間の通訳、文書翻訳等を任せられることから、日本語スタッフにとっては実践的な日本語力が必須である。日本語スタッフに自身の日本語力を 5 段階で評価してもらったところ、【表 2】のような結果になった。

【表 2】日本語スタッフによる自己評価 (n=11)

| | 話す | 聞く | 読む | 書く |
|------|------|------|------|------|
| 平均値 | 4.27 | 4.09 | 3.55 | 3.27 |
| 標準偏差 | 0.71 | 0.87 | 1.24 | 1.32 |

全般的に通訳よりも翻訳や文書作成に苦手意識を持っていることがうかがえる。「読む」「書く」についての自己評価は標準偏差の値が示すとおり、個人差が大きくなっている。これは、ビジネスレベルの日本語文書を理解し発信するためには、漢字や漢字語彙について相当な知識が求められることと関係があると思われる。そのため、日系企業に入社した後も、全員が漢字や専門語等自分でテーマを決めて日本語学習を継続していた。

a-1) 「読む」「書く」について

日本語で書かれた各種文書（メール、機械操作マニュアル、社内レポート、日本の新聞、社内ミーティングの記録等）のチェコ語への翻訳のほかに、チェコ語から日本語への翻訳も行っている。手書きについては全員が苦手だと答えていたが、特に業務で手書きが求められないことから、漢字は読み方を覚えて、文字の形をワープロソフトにある候補の中から選べばいいという割り切った考えを持つ者が 4 人いた。中には、「手書きは諦めた。漢字は基礎的な漢字を

超えると一字一字はわからないが、『携帯』のように単語で意味を把握している」と話す者もいた。

a-2)「話す」「聞く」について

社内ミーティングでの通訳業務が基本となる。会議通訳では日本語とチェコ語を交互に通訳しなければならないが、訳語を考える時間的な制約に頭を悩ませているほか、チェコ語から日本語への通訳よりも日本語から母語であるチェコ語への通訳の方が難しいと話すが5名いた。その理由は、「日本語は話の内容に専門語が多く難しいが、チェコ語の話の内容は専門的な話でもだいたいわかる」「会議で何人かの日本人が日本語で話し合っている内容をその場で他のチェコ人に伝えるのが難しい」という日本語の聞き取りの難しさに起因していた。また、少数ながら社内ミーティングを英語で行っている企業もあったが、英語の堪能な邦人マネージャーの異動によって英語を共通言語として使用できなくなると、再び日本語で社内ミーティングが行われていた。

a-3)専門語について

日本語スタッフにとって、避けて通ることができないのが専門語の習得である。日本語教育機関で熱心に日本語学習をしていたとしても、日本滞在中に日本語を使って日常生活や研究生活を送っていたとしても、入社するまで製造業の現場で使われる専門語に触れたことはほとんどなかったはずである。一口に製造業といっても、その業種、企業、部署ごとにそれぞれ使用される専門語が存在するため、知らない言葉が出てきたら、その都度、意味を確認しながら覚えていくしかない。調査対象者の全員が業務に必要な専門語を覚えるためにノートをつけており、ある者のノートには「火災報知器、治具、社有車」といった語とともに、チェコ語訳が細かい字で記してあった。専門語を覚えるのに要した期間はおよそ4か月から3年であった。4か月というのは同業種の企業を転職した事例であり、「前の会社は溶接、今の会社は切断なので専門語が違うが、ともに車に関係する会社なので共通するところもある」と話していた。専門語は一般的な辞書には載っていないことも多く、日本語スタッフは知らない語や表現があると、まず辞書やインターネットで調べ、それでもわからないときには日本人スタッフに尋ねている。「質問すると、日本人スタッフは言葉の意味を親切に教えてくれるので助かる」と皆が口を揃えて話していた。

b)日本の社会・文化に関する知識

日系企業は欧米の企業に比べて「現地化⁽³⁾」が進みにくいことが指摘されているが(岸 2010)、日系企業における意思決定の仕組み、上司と部下の関係、会議と根回しの関係等、チェコの企業文化とは大きく異なる面を理解するには、日本社会や文化に対する深い理解が欠かせない。ウチとソトの関係、ウエとシタの関係、日本人の集団意識等については、大学の日本研究学科の授業でも教えられており、日本研究学科出身者は、講義で得た知識によって、「日系企業で

は部長に対して言っていることとイケないことがある」ことが自然と理解できたという。また、日本での長期滞在中に経験した様々なこと（日本人の友人や恋人との出会い、アルバイト、武道の稽古、研究室内の人間関係の観察等）を通して、日本人を深く知ることができたという人もいた。

c) 一般的な実務能力及び担当分野に関する能力

日系企業に限らず、会社で働くためには一定の事務処理能力が求められる。しかし、多くの日系企業では、OJTによる人材育成に主眼が置かれていることから、入社時点で多くのスキルを要求されることはあまりない。しかし、入社後は業務に関する知識を増やすよう努力が求められる。もし配属先が経理部であれば、経理に関する専門語の習得の他に、チェコの会計制度や経理に関する全般的な知識が必要となる。ある者は、「工場が稼働する前の立ち上げ期から働いていたため、専門語や細かい管理方法等を一つ一つ聞くことができたが、その後入ってきた人はゆっくりと聞く時間がないので、大変かもしれない」と話していた。

その他、日本語スタッフからは日本語の他に英語ができると通訳に困ったときのセーフティネットになるという指摘があった。これは、専門語の意味がわからないときや訳語が思い浮かばないときなどに、英語が媒介語の役割を果たすことがあるからだという。

d) 異文化調整能力

邦人マネージャーは日本語スタッフに、同じ職場で働く人々との意思疎通を円滑に進める役回りを期待している。言い換えれば、通訳をする際に単に聞いた文をそのまま訳すのではなく、話し手が伝えようとしている内容をよく理解した上で聞き手にわかるように通訳しなければならないということになる。一例を挙げると、会議でチェコ人マネージャーの座り方が悪いとみた邦人マネージャーが、その場では何も言わず、後で日本語スタッフに「座り方が悪い」と言ってきた。その日本語スタッフは邦人マネージャーの真意（会議で座り方が悪いと相手から信用されなくなり、大事な仕事も任せられなくなる）を推し量り、チェコ人マネージャーが理解できるようにそれを伝えた。別の日本語スタッフは、通訳の仕事を「話者のアイデアを伝えること」と語ったが、それも同じような意味合いとして考えられる。話者のアイデアを聞き手にわかるように伝えるためには、チェコと日本、それぞれの文化に根差した思考や行動様式に精通していなければならない。他にも、「チェコ人は話しながら考えるが、日本人は考えながら話す。また、チェコ人の会話には皮肉や冗談が多いので、それを省いて日本語に通訳している」という回答もあったが、ここにもチェコと日本の文化の狭間で苦勞する日本語スタッフの姿が見られる。

3-3. 結果の考察

日本語スタッフを特徴づけるカテゴリ-相関図の分析を通じて、日本語スタッフが日系企業

に入社後、それぞれの職場で研鑽と試行錯誤を重ねながら技量を高めていく過程を見てきたが、一方で、日本語スタッフは日系企業の非効率性についてしばしば不満を抱くことがある。ここでは、日本語スタッフが日系企業側に求める事項を通じて、両者のより良い関係について考察することにしたい。

日本語スタッフからは、サービス残業の多さ、マネジメント能力に欠ける邦人マネージャーの存在、人材育成システムの欠如、責任の所在が曖昧な点等が特に指摘されたが、これらの事象について否定的に捉える者と肯定的な面を見出そうとする者とで意見が分かれた。

チェコには正社員の他に個人で興した会社⁽⁴⁾と契約を交わす雇用形態があるが、サービス残業を回避し休暇を充実させるため、4名が自分の会社を設立しフリーランスとして働いていた。一方、自分が必要だと思えばサービス残業をすると答えた者もいた。「何か問題が発生した時、チェコの企業では誰がそれをしたかが問題になるが、日系企業ではそれをどうやって解決するかが問題になる」と話し、「日本では会社のやり方で人を育てている」と日系企業の人材育成について評価する者もいた。また、「日本のやり方が正しい、チェコのやり方が正しいというのではなく、常に *compromise* (妥協) が必要。チェコ人スタッフは日本人マネージャーにゴマをするのではなく、その人に足りないところを示すことが大事」と話す者もいたが、邦人マネージャーに進言できるかどうかは、仕事を通じての日頃の信頼関係が前提になるだろう。信頼関係構築のための努力はどちらか一方だけが行うのではなく、両者の歩み寄りによってなされなければならない。実は、多くのチェコ人スタッフが日本人から通訳・翻訳以外の仕事の指示が来るのを待っているという。実際に、メーカーに日本語スタッフとして入社した後、新しいラインの取り付け中に通訳をした経験を買われて、通訳業務の他に生産ラインのマネージャーも務めている者がいるが、通訳・翻訳業務以外の仕事も任されていることに誇りを感じているという。

こうした声を総合すると、日系企業とチェコ人スタッフの懸け橋となる「ブリッジ人材」や、日系企業の現地化までを視野に入れた「グローバル人材」(経済産業省 2007)を育成するには、本人の努力もさることながら、企業側にも彼らの能力を開花させるための仕組み作りとキャリア・パスを明示することが求められていると思われる。

4. チェコ版「ケース教材」の開発

4-1. 「ケース・メソッド」について

前章では、日本語スタッフが日頃どのような問題意識を持って日系企業で働いているかについて言及しつつ、その能力を発揮するために必要となる日系企業側の受け入れ態勢についても検討した。次に、日系企業での勤務経験がない日本語学習者にも異文化理解が深まることを期待して、実際にチェコの日系企業で日本語スタッフが直面している事例を教材化することにし

た。教材化にあたっては、「ケース・メソッド」の手法を取り入れた。ケース・メソッドとは、米国ハーバード大学のビジネススクールにおける経営判断（ケース）をもとに討論する授業が起源になっており、そこで行われる教育はケース・メソッド教育（case method of teaching, case method of instruction）と呼ばれている。ここでは、実際に生じた問題点を教材（ケース教材）とするところが特徴であり、日本語教育の分野においてもすでに教材化が始まり、徐々にではあるがケース・メソッド教育が行われるようになってきている（近藤他 2012）。本稿の教材化にあたっては、近藤・金（2010）の手法を参考にした。

4-2. ケースをめぐる議論

第一のケースは、製造現場において欠かすことのできない安全に関するものである。以下、ケース教材から要点を抜粋する。

【安全手袋】日本の工場は「安全第一」なので作業をするときには安全手袋を使用するが、チェコ人従業員の中には「前に働いていた会社でも使わなかったから大丈夫」と言って手袋を使いたがらない人もいます。私がそれを従業員の安全のためだと言っても、指示に従わない人がいます。

ここでは、ケース学習によって得られる学習者の気づきを中心に考察していきたい。ケースを読んだ後、学習者には通訳としてチェコ人従業員と会社幹部との間に入ったとしたら、どのように対処するか自由に意見を出してもらった。その結果、この問題を解決するために最も良い方法として次のような見解が導き出された。

従業員は自分が仕事の安全性や危険性について、上司よりよくわかっているかもしれないが、もし事故が起きた時は会社の責任になってしまうので、強く指示しなければならない。もし、それでも従業員が安全手袋の装着を拒否した場合は、ラインから外すといった対応が考えられる。

さらに、徹底させるためには契約内容に安全手袋の装着を明記することも検討した方がいいという意見も出された。本ケースに関しては、学習者間においてあまり対応の差が見られなかったが、一方で意見の相違が表面化した事例もあった。

【ラジオ体操】その工場では毎朝、全員でラジオ体操をすることになっていますが、日本と違って、チェコにはラジオ体操の習慣がないので、その意味を説明しても全然理解してもらえません。チェコ人従業員からは「ラジオ体操なんかするよりも、ビールでも飲んだ方が目が覚める。」とチェコ語で皮肉を言われることもよくあります。私は、どうやってチェコ人従業員を説得したらいいでしょうか。

現場内の安全意識を高めて事故を未然に防ぎたいという会社側の意図は学習者側もすぐに理解し、チェコ人従業員を積極的に説得すべきであるという意見が出された。

従業員はラジオ体操の重要性を理解していないようなので、ラジオ体操は安全意識を高め

るために必須の準備作業であることを十分に説明しなければならない。ラジオ体操は始業時間以降に行われるのが普通なので、業務の一部としてみなすべきだ。

しかし、安全意識を高める必要性は認めつつも、ラジオ体操という手法を嫌う意見も出された。

チェコ人は集団で一緒に行動するのが苦手。ラジオ体操が昔のスパルタキアード⁽⁵⁾を連想させるのも嫌がられる一因になっているのではないか。

実際に、ラジオ体操を巡りチェコのある日系企業の工場で過去にストライキが発生したこともあり、日本の企業文化からすればごく当たり前のことであっても、その意義を丁寧に説明しなければならない事例が存在することに気が付かされる。さらに、学習者がこれまでの経験を踏まえて異文化に適応する必要性とその困難さを指摘する声が聞かれた。

私も日本にいた時は、チェコ人にとって全く意味のないようなことをよくさせられたが、それでも日本の文化を尊重しようと思って、だいたい従ってきた。従業員がラジオ体操に抵抗を感じるのも理解できるので、従業員がラジオ体操を恥ずかしいと感じていることを上司に説明すべきだと思う。

紙面の関係で議論の中身は割愛するが、他にも以下のケースを授業で扱った。

【社内ミーティング】私の仕事は、いろいろな部署でのミーティングで日本人とチェコ人の通訳をしたり、日本の本社や取引先から来たメールやレポートをチェコ語に翻訳したりすることです。私の会社ではミーティングが多く、しかもそれが2時間以上かかることもあります。大きな問題であれば長い時間ミーティングをすることも必要だと思いますが、細かい問題でもすぐにみんなで話し合おうとするので、チェコ人従業員からはよく不満の声を聞きます。

【取引先との関係】日本の取引先から業務の進捗状況についてよく問い合わせを受けます。その時、こちらで小さいトラブルを抱えていたとしても、それを正直に取引先のお客さんに報告してはいけないと上司に言われているので、いつも「順調に進んでいます」と言わなければなりません。そんなに取引先に気を遣う必要があるのでしょうか。私には理解できません。

【チェコ人社員の採用基準】日系企業がチェコ人マネージャーを採用する面接試験で通訳をすることがありますが、日本人は腰が低くてにこにこして謙虚な人を採用する傾向がありました。でもチェコ人の意見も聞いて採用した方がいいと思います。最初に会ったときの第一印象で、そのチェコ人がどういう人なのかは、日本人よりもチェコ人が判断した方がよくわかると思うからです。

5. 終わりに

今回、初めて自作のケース・メソッドを教材化して授業で使用してみたが、実際にチェコの日系企業で起きた事例を基に作成されていることから、学習者が近い将来直面しうる自分自身の問題として捉えることにある程度成功したのではないかと思われる。そして、現実に即した解決法を提示する必要に迫られたため、他者の意見に耳を傾けながらグループ内の協働が促進

された点も指摘できる。反省点としては、建設的な議論を進めるにあたって、必要な言語表現やストラテジーを事前に指導しておけば、さらに効果的なやり取りが教室内で活発に展開されたのではないかと思っている。

今回はチェコの日系企業を例にケース教材を作成したが、今後、他の国や地域でも、日本語スタッフが介在するケース教材が作られることを期待したい。

参考文献

- 奥村真希・古森政基（2008）「ビジネス日本語の最前線 第4回 企業が求める人材とは」『月刊日本語』、57-59、アルク
- 岸保行（2010）「アジアに進出した日系企業の現地化問題に関する社会学的アプローチ」『年報社会学論集』23号、24-34、関東社会学会
- Kragt 増井良子・櫻井直子（2002）『上級ビジネス日本語プロジェクト』ベルギー・オランダにおける日本企業が外国人社員に期待している技能・能力は何か『ヨーロッパ日本語教育7』89-101、ヨーロッパ日本語教師会
- 経済産業省（2007）『グローバル人材マネジメント研究会』報告書のポイント」経済産業省産業人材参事官室
- 近藤彩・金孝卿（2010）『『ケース活動』における学びの実態ービジネス上のコンフリクトの教材化に向けてー』『日本言語文化研究会論集』第6号
- 近藤彩・品田潤子・金孝卿・内海美也子（2012）『課題達成のプロセスで学ぶビジネスコミュニケーション』アプリコット出版
- 堀井恵子・近藤彩・神吉宇一（2010）「ビジネス日本語の最前線 最終回 座談会：ビジネス日本語の今後を考える」『月刊日本語』3月号、60-63、アルク
- JETRO（2011）「在欧州・トルコ日系製造業の経営実態 2010年度調査」在欧州・トルコジェトロセンター・事務所
- JETRO Praha（2012）Japanese-Affiliated Companies in the Czech Republic
- CZECH INVEST 〈<http://www.czechinvest.org/jp>〉 2012年11月25日参照

〔注〕

- (1) 本稿では日本語を使って業務に従事する非母語話者を日本語スタッフと呼ぶ。また本稿でいうチェコ人にはチェコの日系企業で働くスロバキア人も含まれる。
- (2) 調査対象者11名のうち調査者と面識がある者が2名いたが、過去に調査者の授業を受けた者はいなかった。
- (3) 岸（2010）によると、現地化にはヒトの現地化（経営幹部に現地従業員を登用）、資本の現地化（金・出資比率の現地化）、モノ・サービスの現地化（原材料や部品の現地調達）、技術の現地化、その他（言語、文化生活様式等）の5つが挙げられるという。
- (4) チェコで起業するには、živnostenský list というビジネス・ライセンスを取得する必要がある。
- (5) 旧ソ連、旧東ドイツなど東欧の社会主義国で行われていたスポーツの総合競技会。開会式で華やかなマスゲームを展開、集団行動の力強さ・美しさを誇示するのが特徴の一つ。（『世界大百科事典』第2版より）