

在チェコ日系企業で働く チェコ人日本語スタッフの現状と課題

—企業への質問紙調査を通して—

三上 京子（国際基督教大学日本語教育課程）

kmikami915@gmail.com

【要約】

チェコには多くの日系企業が進出し、日本語が堪能なチェコ人を採用している企業も少なくない。本稿は、それらの企業に採用されているチェコ人の採用形態や担当業務、日本語学習歴や日本語力、日本語以外に求められる資質等について質問紙調査を行った結果を報告するものである。調査の結果、かつては通訳・翻訳が中心であったが、現在では様々な業務も担当するようになったこと、それに伴い、日本語以外の資質や能力、また日系企業で働くために必要となる日本社会や日本のビジネス文化への理解等も求められるようになってきたことがわかった。

1. はじめに

1989年のビロード革命以降、目覚ましい経済発展が見られたチェコには多くの日系企業が進出し、2012年にはその数も230社を超えている。それら日系企業の中には、通訳・翻訳の業務を主として担当するチェコ人¹を採用している企業も多いが、日本語が堪能な彼らの多くは、日本学や日本研究の専攻課程を持つ大学の出身者である。しかし、それらの大学ではいわゆる「ビジネス日本語」がカリキュラムに取り入れられているわけではなく、実際に日系企業で働く上で、ビジネス場面における日本語運用の問題や様々な異文化間コミュニケーション上の問題に遭遇していることが想像される。また最近では、企業も日本語が堪能なだけでは物足りず、他の業務も担当させる等、様々な別の能力を求めようになってきたと言われている。

そこで、2010年に、チェコ商工会のメンバー企業の協力を得て、Eメールによる質問紙調査を行った。調査では、在チェコ日系企業に採用されたチェコ人日本語スタッフ（以下、日本語スタッフ）が、実際に日本語を使ってどのような業務を任されているのか、彼らの日本語力は企業の求めるニーズを満たしているのか、企業は日本語力以外にどのような資質を彼らに求めているのか等について回答を得た。本稿は、この調査結果を報告し、今後チェコにおける日本研究、日本語を専攻する大学において、どのような日本語力の養成が必要となるか、また日本語力以外の面で身につけておくべきことは何か等について示唆を得ようとするものである。

2. 先行研究

日系企業で働く外国人社員に関する先行研究には、日系企業の問題点やビジネス・コミュニケ

¹ 本稿でいうチェコ人には、チェコの大学等で学ぶスロバキア人も含まれる。

ーションに関する研究、ビジネス日本語教育に関する研究などがあるが、本稿では、「日系企業が求める理想的な人材としての外国人社員」に関する研究に焦点を当て、主な先行研究を概観する。

企業が求める理想的な人材については、島田・澁川（1998,1999）、板井（1998）、原田（2004）、タナサーンセーニー他（2005）等の調査や論考がある。島田・澁川（1999）は、アジア5都市²の日系企業を対象に、現地社員の採用条件や日本語学習動機と経験、日本語が求められる場面と実態についての現状調査を行っている。その結果、ソウル・大連では、企業が現地社員に日本語力を求め、現地社員も多くの場合で日本語を使用している一方、香港・バンコクでは日本語力はあまり求められず、現地社員の日本語使用も限られていること、また、クアラルンプールでは、企業が日本語力を求めているにもかかわらず、現地社員は多くの場合で日本語を使用しているというように、同じアジア内でも都市によって大きな差が見られたと報告している。原田（2004）は、将来日系企業で働きたいと考える人に役立つようなビジネス日本語シラバスの作成を目的として、バンコクにある日系企業と日本語学習者双方に対する調査を行い、企業側の望む日本語力と学習者の考える日本語力とに乖離があること等を明らかにしている。

板井（1998）は、香港の日系企業を対象にアンケート調査を行い、「日系企業において活躍できる」理想的人材のモデル化を試みている。また、石川・池田（2004）では、採用時に応募者の能力をどう判断するかについて、「日本語能力を優先的に評価する」のは少数派であり、「他の能力」すなわち、英語力、コンピュータ能力、専門知識のほかに、性格、一般常識、ビジネス常識の有無を考慮するといった回答が得られた、と言っている。さらに、日本の文化や習慣の理解という面から、日本への留学経験も評価に繋がっているとのことである。

3. 在チェコ日系企業の現状

チェコは、1960年以降の社会主義体制のもと、当時はチェコスロヴァキアとして工業化が進められたが、1989年のビロード革命の結果、中央計画経済から市場経済への移行が始まり、自由経済が急速に進展した。90年代には経済状況が悪化したものの、2000年からは経済成長が再びプラスに転じ、この頃から日本企業のチェコ進出も目立つようになった（薩摩，2003）。2004年にEU加盟を果たした後は、さらに外国からの投資の拡大と個人消費の増加が顕著となった。チェコはまた、ヨーロッパの中央にあり、他の東欧諸国に比べて西欧諸国の市場に近いという地理的優位性があること、社会主義時代からの工業国としての高い技術力を持っていることなども、多くの日系企業の進出先として選ばれる理由であるとされている。

【表1】 在欧州日系製造業の拠点数
JETRO（2011）より

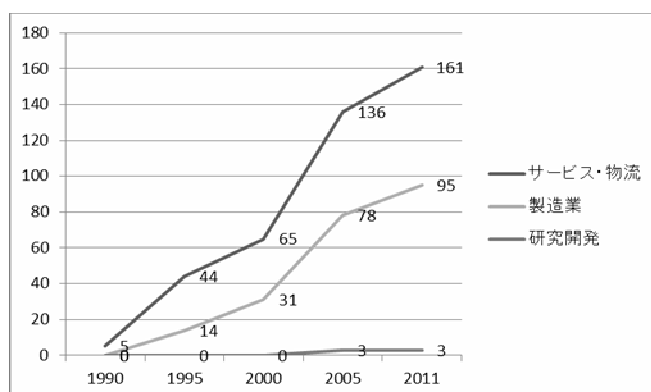
1	英国	235
2	ドイツ	169
3	フランス	111
4	チェコ	89

【表1】は、欧州に拠点を持つ日系製造業の国別の数であるが、欧州の中で決して国土が広いとは言えないチェコが第4位となっている。また、【図1】は、2011年の時点でチェコに進出している日系企業の業種別内訳を示したものであるが、全259社のうち95社が製造業である。次に、従業員数で見ると、全体の9割以上が製造業に従事していることが以下の【表2】でわかる。

² ソウル、大連、クアラルンプール、香港、バンコクの5都市である。

【図 1】 チェコに進出した日系企業数（業態別）

JETRO PRAHA（2010）より



【表 2】 在チェコ日系企業従業員数

JETRO PRAHA（2011）より

製造業	その他	合計
41,179	4,226	45,445

このように、チェコに多くの日系製造業社が進出したのは、2000年にトヨタ・プジョー・シトロエンの3社が合弁会社 Toyota Peugeot Citroën Automobile (TPCA)を設立し、プラハ近郊のコリーン市に工場を建設したことがきっかけであると言われている。こうして2000年以降には、各種自動車部品を供給するサプライヤーが日本から次々と進出していき、多くのチェコ人従業員が雇用されることとなったのである。

4. 在チェコ日系企業に対する質問紙調査

4-1. 調査方法

在チェコ日系企業（以下、企業）に対する質問紙調査は、2010年6月～7月に行った。調査に先立ち、チェコ日本商工会（以下、商工会）の5月の定例会において、調査の趣旨説明と調査協力への依頼を行った。また、定例会後の懇親会では、商工会の事務局長をはじめ、主要企業の代表者と直接話す機会が得られ、チェコ人日本語スタッフの現状や彼らに求められる日本語力、また業務上必要とされる資質等に関する様々な情報を得ることができた。

質問紙調査は、商工会加盟企業に対し商工会事務局からEメールを一斉送信してもらい、回答は直接Eメールで報告者に返信してもらうという形で行った。調査項目は、(1)企業のプロフィール、(2)日本語スタッフの採用状況と担当業務、(3)日本語スタッフの日本語学習歴、(4)日本語力で足りないと思われる点、また必要とされる専門日本語の知識、(5)その他必要とされる知識等とし、選択式および自由記入式で回答してもらった。

4-2. 調査結果

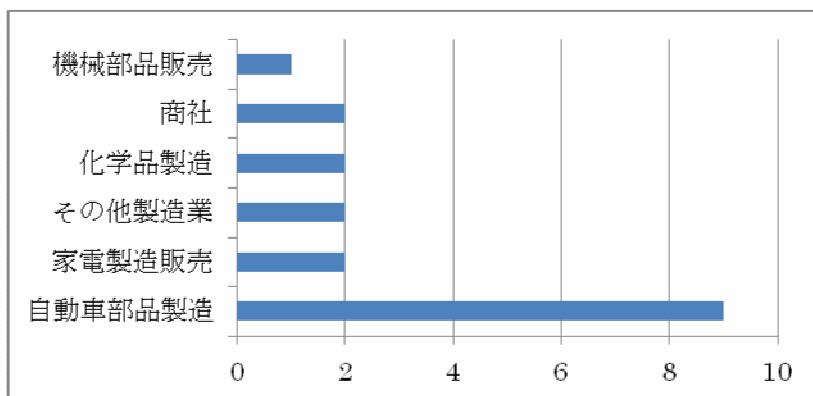
調査用紙への回答は、2010年7月～9月にかけて、計26社から得られ、そのうち日本語スタッフを採用している企業は18社であった。以下に、その18社の回答を項目別に記述する。

4-2-1. 企業のプロフィール

【図2】で見ると通り、18社の業種は、自動車部品製造業社が9社と全体の半数を占めている。

【図 2】業種別企業の数

(単位：社)



チェコへの進出時期は、1973年という一社を除き、1990年代後半から2000年代前半に12社が集中している。これは、第3章でも述べた通り、多くの日系企業がチェコに進出した時期と重なっている。どの企業も邦人従業員数は1名から最大でも16名と少ないが、現地従業員の数は、1～35名と少数のところは7社、200～980名が8社、1000名以上最大3000名が3社と様々である。また、現地従業員数に対する邦人従業員数は必ずしも比例関係にはない。

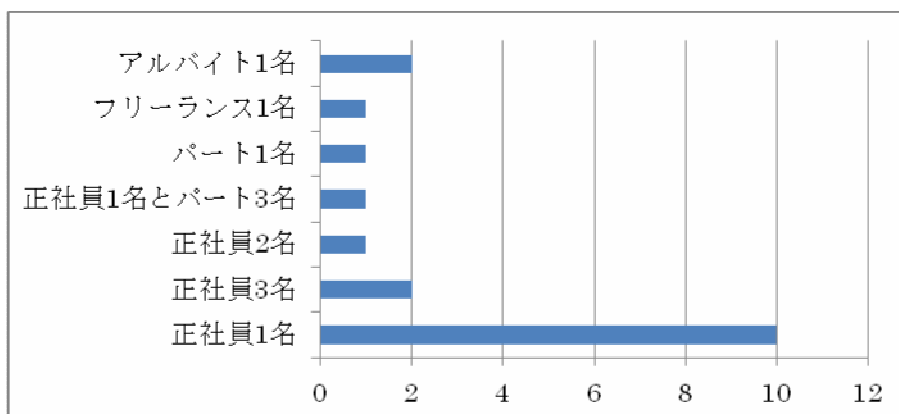
4-2-2. 日本語スタッフの採用状況と担当業務

各企業が採用している日本語スタッフの数であるが、2名以上採用している4社以外、14社は1名のみとなっている。また、現地従業員が35名しかいない企業と、980名いる企業が、共に日本語スタッフを3名採用していること、現地従業員3000名を擁する企業が1名しか日本語スタッフを採用していないこと等から、現地従業員数と日本語スタッフ数の比率は、企業によって様々に異なっていると言える。

次に、日本語スタッフの採用形態であるが、【図3】で見る通り、18社中14社が正社員として採用しており、アルバイトやパート、フリーランスでの採用はあまりしていないことがわかる。

【図 3】日本語スタッフの採用形態と採用数

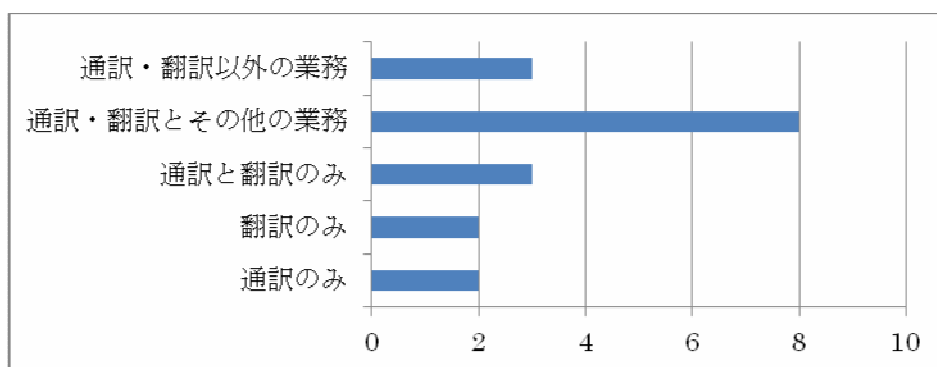
(単位：社)



【図4】は、日本語スタッフが担当する業務内容を示したものである。これを見ると、通訳と翻訳の両方、あるいはどちらかを担当させている企業は、全18社中11社となっており、やはり日本語を運用する高い能力が求められていることがわかる。

【図 4】日本語スタッフの担当業務内容

(単位：社)



特に、企業がチェコに進出した直後の立ち上げ期には、邦人社員と現地従業員との意思の疎通、中でも現場での作業手順や指示をチェコ語で正確に伝えることが最優先課題であったと考えられる。しかし、非常に難解な言語とされるチェコ語を、現地に駐在する邦人社員がマスターすることは期待できず、また、邦人社員も現地従業員も、媒介語としての英語がある程度理解できたとしても、業務で必要となる技術専門用語を駆使するまでの英語力がある者は限られていたようである。そこで、邦人社員と現地従業員との間の意思疎通は、日本語が堪能なチェコ人通訳に全面的に頼らざるを得なかったのである。

しかし現在は、18社中11社が通訳・翻訳以外の業務も担当させている。それらは、事務、プロジェクト管理、品質管理、日本の本社との連絡、営業、市場調査、企画、他社との取引業務等、多岐にわたっている。また、現地駐在員のビザ取得関連業務、病院や役所等に同行すること等、駐在員の生活面のサポートを任されているケースもある。さらに、非常にまれであると思われるが、チェコ人スタッフが副社長として会社経営全般を任されている例もあった。

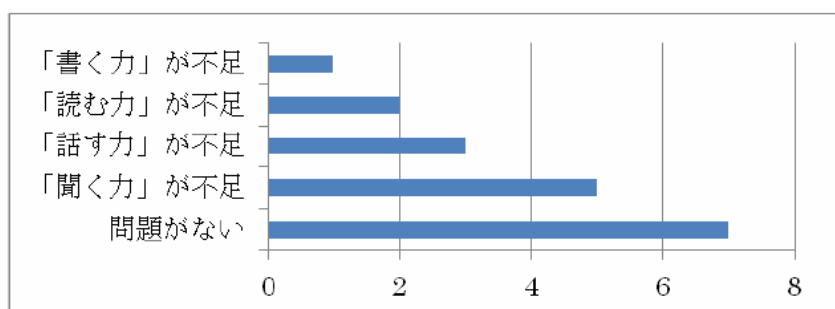
4-2-3. 日本語学習歴および日本語力について

日本語学習歴は最短でも2年から最長は25年、回答のあった15社の平均は約7年半であった。また、ほとんどの日本語スタッフは日本滞在経験があり、その間に大学等の日本語教育機関に留学をしている。留学については未回答の企業もあるが、回答のあった11社の平均は2年3か月である。一方、日本滞在経験のない者は18社中2社の2名のみであった。

次に、日本語スタッフの日本語力が企業の求めるレベルに達しているかどうかという点について、【図5】のような回答が得られた。

【図 5】日本語スタッフの日本語力

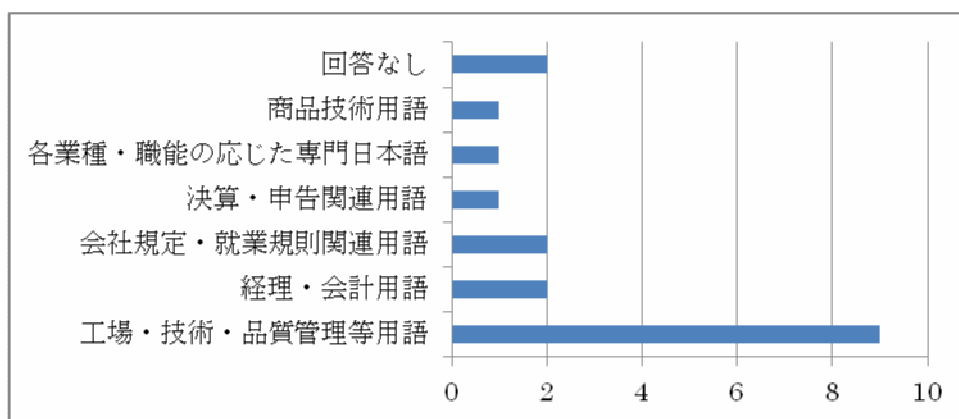
(単位：社)



18社のうち7社が日本語力については問題がないと回答した。中には、「敬語が完璧でないだけで非常に高いレベル。日本から来る技術文書を完璧に訳す」それ以外の企業では、3社が「話す力」、5社が「聞く力」、2社が「読む力」、1社が「書く力」をそれぞれ日本語力で足りない点として挙げた。また、「専門日本語の知識」が足りないとしたのは3社のみで、専門語については、「専門語の知識が少ない点があるが、OJT³で補えるので問題視はしていない」、「専門語は経験を積むしかない」、「専門語は初めから分からなくて普通、それより日本語の基礎力がしっかりあれば業務の中で覚えていける」という回答等があった。

しかし、日常会話以外に必要なと思われる専門日本語の分野は、という質問に対しては、【図6】に示すような回答が得られた。

【図6】日本語スタッフに必要とされる専門日本語の知識 (単位：社)



9社が「工場・技術・品質管理等の用語」を挙げ、最も多かったが、調査に回答を寄せた企業が2社を除きすべて製造業であったことを考えると当然の結果かもしれない。また、企業としては、現状では日本語スタッフの日本語力に概ね満足しているものの、将来的には、経済・経営関係の用語も含め、さらに幅広い専門用語を身につけ様々な面で即戦力となってほしいと考えていることがうかがえる。

4-2-4. 日本語以外に必要なと思われる能力や資質

この項目については、回答のあった18社中16社から具体的な回答が得られた。以下にそれらの回答を種類別に列記する。

a) 一般的な心構え等

- ◆向上心 ◆やる気と根気 ◆社会人としての責任と自覚 ◆他のスタッフとの良好な人間関係
- ◆通訳・翻訳業務以外の仕事にチャレンジする意欲 ◆業務を勉強する姿勢

b) 語学、専門知識、経験等

- ◆英語 ◆技術的な理解力 ◆各職種・職能に必要な専門知識 ◆ビザ取得知識 ◆業務経験

³ いわゆる On-the-Job Training。具体的な仕事を通じて仕事に必要な知識・技術・技能・態度などを意図的・計画的・継続的に指導し、修得させること。

c) 日本社会やビジネスに関する知識等

◆会社の規則や日本的な生活習慣の知識 ◆組織行動の理解 ◆ビジネスセンス ◆日本のビジネス文化への理解 ◆日本人の特性・文化の知識 ◆経済や商業システムについての最低限の知識

これらの回答から、企業側は日本語スタッフに対して、単なる通訳者・翻訳者ではなく、一企業人としての心構えや自覚、また日系企業で働くための大前提となるような日本文化・社会に対する背景知識、日本人従業員に求めるのと同等の組織行動、ビジネス文化への理解等、非常に広範囲にわたる知識や経験を求めていることがわかった。

4-3. チェコの日系企業が求める日本語スタッフ像

多くの日系企業が立ち上げ期にあり、日本語—チェコ語の媒介役が必須だった 20 年前とは異なり、現地マネージャーが育成され、現地スタッフとの意思疎通もチェコ人同士でできるようになってきた現在、単純な通訳業務は減る傾向にあると言える。今回の調査からも、採用した日本語スタッフに通訳・翻訳以外の様々な業務を担当させている企業が多いこと、またそのために必要となる様々な知識や資質が日本語スタッフに求められていることがわかった。

一方、現在までに採用されてきた日本語スタッフは、いわゆる文系の大学あるいは語学学校等で日本語を身に付けた者がほとんどで、理工系を専攻し、かつ日本語も堪能であるという学生は非常に少ない。従って、一般的な日本語の知識はあるものの、チェコの日系企業の大半を占める製造業で必須となる理系の専門語の知識は、入社後に OJT で習得せざるを得ない。複数の商工会関係者からもその点が指摘され、「即戦力となる最高の人材は、理系を専攻し、なおかつ日本語ができる人」という声を聞いた。また、「経済や商業システム、日本のビジネス文化等について最低限の知識を身につけておいてほしい」という意見も多く聞かされた。最近、日本研究学科に入学後、経済大学にも同時に在籍し⁴、経済学でも学位を取る者が増えてきているが、その辺りの事情を察知してのことと思われる。

5. まとめと今後の課題

今回の調査では、回答が得られた企業数は限られていたとは言え、企業側が日本語スタッフに求めているものを具体的に知ることができたと考える。また、この調査から、多くの有能な日本語話者を送り出す教育機関の側に、どのようなことが求められるのか、ということも見えてきたように思う。一つには、日本研究、日本学専攻と言えども、より学際的な日本語教育のシラバスが求められていくだろうということ。また、古森（2008）が、「ベーシックなビジネス日本語と、日本の文化・常識、マナー、日本ビジネスのやり方・考え方等を教えてほしい」と指摘しているように、「ビジネス日本語」の基礎知識を教えると同時に、「日本社会・日本事情」等の講義を現地語で行うだけでなく、日本語の授業シラバスの中にもこれらの要素を取り入れていくことを考えていく必要があると思われる。

今後は、製造業以外の日系企業における日本語スタッフに対するニーズや、それらの企業で働

⁴ チェコでは、二つの大学に同時に在籍し、単位を取得後、両方の大学を卒業することも可能である。

く日本語スタッフの実態について、また、チェコ以外の国の事情についても、引き続き調査と分析を行っていくことを課題としたいと思う。

参考文献

- 石川清彦・池田万季（2004）「日系企業が期待する日本語能力」『いろは』16、1-3、財団法人交流協会日本語センター
- 板井美佐（1998）「香港における日系企業にとっての理想的人材について—インタビューを基にした考察—」『日本学刊』2号、96-101、香港日本語教育研究会
- 薩摩秀登（2003）『チェコとスロヴァキアを知るための56章』明石書房
- 島田めぐみ・澁川昌（1998）「外国人ビジネス関係者の日本語使用—実態と企業からの要望—」『世界の日本語教育』8月号、121-140、国際交流基金日本語国際センター
- （1999）「アジア5都市の日系企業におけるビジネス日本語のニーズ」『日本語教育』103号、109-118、日本語教育学会
- タナサーンセーニー美香・當山純・高坂千夏子・中井雅也・深澤伸子（2005）「ビジネスで使う日本語を考える」『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』2号、207-222
- 原田明子（2004）「バンコクの日系企業の求める日本語ニーズに関する分析—ビジネスパーソンによる日本語学習動機との比較から—」『早稲田大学日本語教育研究』5号、169-181
- 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（2011）Japanese-Affiliated Companies in the Czech Republic
- JETRO Praha（2010）「チェコの最新ビジネス環境」