

パネル2 報告 奥田純子

パネル2「アジアの日系企業で働くグローバル人材に日本語は必要か」では、予めパネリストに依頼しておいた2つの質問

A. どのようなビジネス場面で日本語が必要か/使っているか?

B. 今後、グローバル人材に日本語は必要か? 必要なら、就職準備段階でどのようなビジネス日本語の学習が必要か?

について、以下の発表があった。

1) リュウ リー (HANWA SINGAPORE (PTE) LTD)

取引先の担当者が日本人で日本語しか話さない場合や日本語しか出来ない同僚・上司と話す場合に日本語を使っている。具体的には、社内ミーティング、取引先の日本人のアテンド、出張レポートである。今後、日本語は日系企業就職希望者に限って必要であるが、就職準備段階では、ビジネス日本語の学習よりも、まず、日常会話がきちんと出来るようにしておくことのほうが重要である。

2) リチャード チュア (Yamato Asia Pte Ltd)

現在、日本人顧客への対応、本社対応、書類、コミュニケーションの改善のために日本語が必要である。今後のグローバル展開に必要な人材にとっては、日本語の必要性はないし、あってはならない。けれども、現実には英語ができる日本人が少ないために日本語が必要とならざるをえない。ビジネス日本語の学習は、基礎日本語がベースになる。しかし、ビジネス場面では、非常に難しいレベルの日本語が求められる。

3) アルビン タン (シンガポールコーセー)

経営者と話す際、日本から出張者が来るあるいは日本に出張に行く際に日本語を使っている。日本企業で働く場合に限り、日本語が堪能であるほうがプラスではあるが、今後、日本語の重要性は減っていくだろう。これからは、英語、または中国語がビジネス上の主要言葉になると予測される。日本企業は海外に進出してはいるものの、まだ、グローバルとは言えない。グローバルになれる企業は日本語の重要性を弱めていくのではないか。ビジネス日本語では、敬語よりも、ビジネス・経済の専門用語、人の心理を形容する言葉、ビジネスプレゼンテーション、クライアントとの挨拶、会議・打ち合わせを学んでおくとよい。

4) 松ヶ崎 穂波 (三井住友銀行)

日本語が話せる人しか、その場にいなくて、日本語が母国語の人に難しい交渉をするとき、日本語が母国語の人にあいまいなニュアンスを伝えたいとき、上司のひとりごとを聞き取るときに日本語が必要である。日本語は、今後も、日本語が母国語のお客さまが多いビジネスに携わるなら必要である。日本語が母語の同僚・上司・部下が多い会社に勤めるなら、日本語ができると助かることが多いはずである。何をするために必要か、なぜ必要かを意識して、心楽しく、学ぶことが大切である。

5) 板倉 大樹 (株式会社ワークスアプリケーションズ)

従業員も過半数は日本人でコミュニケーションの手段として求められること、海外であっても日系企業の子会社が主な提案先でマネジメントが日本人であるケースが多いため、日本語は必ず必要である。当社ではセールスとコンサルタントで日本語力が求められる。対企業に対して、システムを提案し導入、サポートしていくためのコミュニケーションでは、常に交渉が求められる。電話でのアポ、課題整理、解決案提案、導入計画等。当社では入社時に専門性は不要だが、高度な日本語力は必要である。人を振り向かせる、共感させるためには、

言葉の使い方も重要で、敬語の使い方や間のとり方など日本語特有の“曖昧さ”を理解することが必要である。

6) 森田英一 (beyond global グループ)

シンガポール国内では日本語の必要な場面は徐々に減ってきているが、非英語圏では日本語能力のある人のニーズは高い。本社との連携業務には、日本語と日本文化の理解が必要である。中小企業では、日本語が使える人を重宝する傾向がある。今後、日本語の必要性は、日系企業がグローバル化のゴールをどこに置き、どの位のスピードで進めるかによる。日本人の英語のレベルも向上してきており、日本語の必要性は徐々に減ってくる可能性はあるが時間がかかる。日本語能力は非英語圏（日本含む）の日系企業で大きなニーズがあるが圧倒的に不足している。日本語能力は大きなアドバンテージになるので、できるだけマスターしておくといい。一方、日本語力だけでなく、仕事の能力が重視される傾向が強くなってきている。日本語能力に加えてプラスアルファの武器を持つべきである。

モデレーター 奥田純子 (コミュニケーション学院)。