

短期ビジネス日本語プログラムにおける Project-Based Learning の意義と可能性

—体験による学びとキャリア支援という二つの観点から—

寅丸 真澄(早稲田大学)

饗場 淳子・作田 奈苗(東京外国語大学)

要旨

本研究では、短期ビジネス日本語プログラムにおける Project-Based Learning(PBL)の実践を報告し、体験の学びとしての短期的意義と、留学生のキャリア支援につながる長期的意義の2つの観点から PBL の意義と可能性を示唆する。具体的には、企業訪問等の体験学習を主軸にした PBL 実践を計画・実施し、活動の過程における学習者の学びと、プログラム修了直後と1年後のインタビューを分析、考察した。その結果、短期的意義としては、(1)日本語による課題遂行能力の向上、(2)体験を通じた日本の社会文化に対する意識の変容、(3)日本人との関係構築と日本での生活に対する自信の高まりという3点が明らかになった。一方、長期的意義としては、学習者が(1)自分自身の適性や志向についての気づきを得られる、(2)進路や将来像について考えるきっかけになりうるという2点が明らかになった。以上の結果から、短期ビジネス日本語プログラムにおいても、PBL は、短期的観点から言えば、日本の社会文化の中での生活や仕事の素地作りに寄与するとともに、長期的観点から言えば、留学生のキャリア支援にもつながる可能性を示唆した。

【キーワード】短期ビジネス日本語プログラム、Project-Based Learning(PBL)、キャリア支援、真の(authentic)体験、短期的意義と長期的意義

1. はじめに

本研究の目的は、短期ビジネス日本語プログラムにおける Project-Based Learning(PBL)の実践を報告し、体験の学びとしての短期的意義と、留学生のキャリア支援につながる長期的意義の2つの観点から PBL の意義と可能性を示唆することである。

グローバル人材が世界中を移動する現在、留学生の進路も多様になっており、その中には日本企業への就職を目指す者もいる。しかし、留学生が希望の企業に就職し、十分な自己実現を果たしていくためには様々な課題がある。堀井(2009)は、「ブリッジ人材」に求められる能力として「ビジネス日本語力」に加え、「異文化調整能力」「問題発見解決能力」を挙げている。「ブリッジ人材」とは、異文化に対処するだけでなく、「異文化間調整能力」を持ち、

仕事をする上で必要な問題を発見し解決する能力を持つ者であるという。これら3つの能力を有する人材は、まさに貴重な「人財」として、多国の企業間をつなぐ存在になると言える。

しかし、海外在住の日本語学習者(以下、「学習者」とする)がこれらの能力を獲得することは容易ではない。「問題発見解決能力」を必要とする就業経験や、日本の社会文化に対する「異文化調整能力」を獲得するための異文化体験が少ないからである。そのような学習者には、2つの能力の育成につなげる前段階として、まず、日本社会で日本語による課題遂行能力を高めつつ、人や文化に対する異文化理解を深めることが重要であると考えられる。そこで筆者らは、短期ビジネス日本語プログラムにおいて、自国と日本の企業文化や商習慣の特徴や異なりを発見し、その実態と原因を現場でのインタビュー調査によって明らかにし、その結果と考察を修了プレゼンテーションとして報告することを目的としたPBLを行った。

筆者らがビジネス日本語教育において、短期プログラムに着目した理由は次の2点である。1点目は、短期間であるという気軽さから、多くの学習者の参加が期待でき、日本での就職や日本企業に興味を持つ学習者の裾野を広げられるからである。2点目は、短期ゆえ凝縮された体験ができ、その体験が長期留学や日本での就職のきっかけになりうるからである。

一方、PBLとは、「プロジェクト」を通して学習者の学びを促進しようとする学習である。異文化体験のない海外在住の学習者が、限られた期間で日本の社会文化や日本人に対する理解を深めるには、単に見たり聞いたりするだけでなく、現実の環境の中で自分にとって意味のあることを体験し、その体験をもとに思考を深めることが重要である。そして、そのような活動を自律的に計画・実行し、遂行することが課題遂行能力を育むのに役立つ。本研究では、そのような目的を果たせる活動の一つとしてPBLを実施した。

2. 先行研究

ビジネス日本語教育では、ビジネス日本語の指導内容や指導方法の模索からビジネスコミュニケーション上の問題の検討を経て、学習者のキャリアに必要とされる実践的な日本語能力や社会人基礎力を高めることの重要性が指摘され、より効果的、実践的な教育方法が模索されている。本研究では、そのような教育方法の一つとして、特にビジネス日本語教育と親和性が高いPBL(作田・寅丸(2017)に詳述)に着目した。

PBLは、自律性や協働性を重視した「プロジェクト・メソッド」の影響を受けた学習方法である(佐藤 2004)。「プロジェクト・メソッド」では、教科と活動がプロジェクトとして統合され、目的を重視した活動が行われる。プロジェクトは、学習者が生きていく上で必要なことや役立つことでなければならず、学習者が自律的に社会に関わっていくための一つの経験の場であるとされている。第二言語教育においては、PBLは学習者の自律性や協働性を重視した真の(authentic)言語体験によって、探究心や創造力、自律性・自己管理能力、問題解決能力、言語技能が向上できるとされ(Hedge 2000, Stoller 2006)、英語教育等でも活用されている(吉富 2012 等)。

PBLは、日本語教育においても活用されており、特にビジネス日本語教育では、財団法人海外産業人材育成協会(2011)による教材開発がなされ、アジア人財資金構想に基づく実践(太田他 2010, 仁科・楊 2010)等で使用されている。また、高等教育機関でも、PBLを採用した実践報告がなされている(堀井 2010, 堀井 2013, 向山・村野 2013 等)。但し、これらは長期

的な学習を前提とした教材や教育プログラムであり、本研究が対象とする短期プログラムではない。そこで、筆者らは、Stoller(2006:24)に基づき、PBLを資料1の条件を満たす学習として定義し、短期ビジネス日本語プログラムにおいてPBLを行った。

資料1 本実践におけるPBLの条件

(1)プロセスと成果物を重視する (2)学習者の主体性・自律性を重視する (3)一定期間にわたって実施する (4)複数の言語技能を統合する活動を行う (5)言語学習とともに内容学習ができる (6)グループ及び個人で活動する (7)目標言語による情報収集等が自律的に行える (8)教師は教授者とファシリテーターの役割を柔軟に担う (9)具体的な成果物を産出する (10)学習のプロセスと成果について学習者自身が振り返りを行う
--

3. 分析対象と分析方法

分析対象は、都内大学で1か月間にわたって実施された短期ビジネス日本語プログラムのPBLである。プログラムは、(1)言語学習、(2)PBL活動、(3)社会文化学習の3種に区分されている(表1)。但し、これらは独立しているのではなく、(1)で取り上げた日本語表現を(2)(3)で使用したり、(3)で日本企業の施設を見学したりするなど、互いに関連づけられている。

分析対象のPBLは、学習者自身が日本企業や企業文化に対する理解を深められるような課題を設定し、その課題を企業訪問と修了プレゼンテーション(1)を主軸にした一連の活動によって解決するという内容で計画された。企業訪問先は、キャラクタービジネス業界のA社と、ホテルを経営する観光業のB社である。学習者には来日前に興味のある事柄についてアンケートを行い、自国でPBLの準備を始めた。このPBLには、テーマ設定や日本の商店や訪問先企業に関する事前調査、企業訪問に必要な敬語やインタビューの準備、成果報告のプレゼンテーション等が段階的に組み込まれている(「4.分析結果」表2参照)。

分析対象者は、「企業風土と言葉の関係」⁽²⁾というタイトルで、企業風土とそこでの敬語使用の関係性について調査分析を行った学習者5名中の2名、サラとレナである。この2名を取り上げた理由は、プログラム参加時の日本語能力や国籍、学年(3年生)が同じであったこと、同じプロジェクト・グループのメンバーで中心的に参加していたこと、その一方、第2回インタビューの実施時点(4年生)の希望進路が自国での進学と日本での就職というように対照的だったことによる。似た背景を持つ2名がどのような学びを得て、異なる進路を希望するようになったのか、本稿では、学習者の体験による学びとキャリア支援という2つの観点から本PBLの意義と可能性について検討する。

分析資料は、授業メモ、授業報告、スピーチとプレゼンテーションの音声、学習者の産出物(スピーチのアウトライン、修了プレゼンテーションの調査計画書、スクリプト、パワーポイント等)、プログラム修了直後と修了1年後のインタビューの内容である⁽³⁾。分析にあたっては、プロジェクトの段階ごとに学習者の活動の様子を授業メモ、授業報告から整理した。最後に、各段階における学習者の産出物とインタビューの内容から学習者の学びを分析した。

なお、(1)から(3)のすべての活動において、事前に定められた2~4名の日本人学生が学習者の日本語学習の支援者、あるいは活動の一員として常時参加していた。具体的には、「7.プレゼンテーション・スピーチ学習」「9.修了プレゼンテーション」のスクリプト作成等では、学習者の日本語学習を支援した。一方、「6.地域オリエンテーリング」「8.企業訪問」には、

学習者と同様の立場で参加した。また、このような活動の過程で、学習者と日本人学生は授業外でも私的な親睦の機会を増やし、人間関係を深めていった。

表1 実践の概要

項目	内容
授業の目的	(1)ビジネス日本語能力を向上させる (2)異文化体験の中で日本の社会文化について新たな気づきを得、自分自身の視点でそれを理解して深め、考えを更新する (3)日本人と協働しつつ、自律的に活動の課題を設定して調査分析を行い、解決する
授業の目標	グループでPBLの活動を行い、その成果を修了プレゼンテーションとして発表する
学習者	アジア諸国の大学より中上級レベルから上級レベルの学習者10名が参加
授業時間	週5日4週間/午前中(1)「言語学習」2コマ、午後(2)「PBL活動」1コマ 但し、活動時間が足りない場合、学習者が主体的、自律的に正課外の時間を調整していた。また、(3)「社会文化学習」は土日の休日を利用して実施された。
授業内容	(1)言語学習：ビジネス日本語の四技能を学習 (2)PBL活動：オリエンテーリング、企業訪問(2社)、スピーチ、スクリプト作成、プレゼンテーション等を実施 (3)社会文化学習：都内外の観光・各種施設の見学等
評価	授業参加：30%、宿題・課題：40% 修了プレゼンテーション(準備を含む)：30%
その他	日本人母語話者2-4名が授業と活動に参加し、授業内容の(1)から(3)を支援した

4. 分析結果

4-1 PBLの活動段階における学習者の活動

本実践のPBLの活動は表2のように区分できる。本プログラムで配慮したことは、まず、異文化接触体験を中心として、関連性のある複数の活動を段階的に配置したことである。次に、Stoller(2006)を踏まえ、授業の目的(1)に関わる「言語技能」、(2)に関わる「体験」、(3)に関わる「自律性」と、本PBL独自の「協働性」の4つを特に重視し、活動ごとに何を育成するのか可視化したことである(表2左欄に【 】書きで記載)。

学習者の最終的な課題は、企業訪問での学びをまとめた修了プレゼンテーションである。しかし、単に企業訪問し、その結果を発表するだけの課題では、「体験」を深めたり、意識を変容させたりすることができない。そこで、本PBLにおいて最も重要である真の(authentic)「体験」、すなわち異文化接触体験(「6.地域オリエンテーリング」「8.企業訪問」)を中心として、事前活動(6.①調査準備・8.①調査計画・8.②事前学習)と事後活動(6.③発表(スピーチ)・9.修了プレゼンテーション)を関連づけて段階的に配し、最終的に、これら一連の活動の総括として修了プレゼンテーションが実施できるように計画した。本研究では、このような活動の過程における学びを学習者のインタビューから明らかにし、それらを整理することによって短期的・長期的意義を検討する。

なお、本PBLで最も重要な「企業訪問」の「体験」の学びについては、4-2と4-3において2名の学習者の事例をもとに、敬語に対する意識の変容という観点から詳述し、5では本プログラム修了1年後のインタビュー結果を取り上げる。無論、PBLによる学びはこれだけではない。敬語に対する意識の変容以外の学びについては、5章に示す。

表2 PBLの活動段階と活動内容

活動段階		学習者の活動		
1	来日前のテーマ検討 【自律性】	日本滞在中に明らかにしたい疑問や調査分析したい事柄をプロジェクト・テーマとし、メールで送る。		
2	活動目的の共有	プロジェクトの意義と概要を聞いて理解する。		
3	グループ決め(1) 【自律性】【協働性】	プロジェクトの意義を踏まえ、テーマの類似性によりグループを作る。		
4	テーマ決め(1) 【自律性】【協働性】	グループでプロジェクト・テーマを決定する。		
5	敬語学習(2) 【言語技能】	授業で日本語母語話者の待遇ストラテジーについて話し合いながら敬語の機能、表現を学習し、企業場面における敬語の使い方をロールプレイによって学習する。 ※ここで得られた知識と技能は、「6 地域オリエンテーリング」「8 企業訪問」「9 修了プレゼンテーション」において活用する。		
6	地域オリエンテーリング(3) 【自律性】【協働性】 【言語技能】【体験】	①調査準備	地域(商店街)オリエンテーリングの趣旨を理解する。	
		②調査	地域の商店街で興味のある店を見つけ、店の売れ筋商品や顧客層について店員にインタビューをするとともに、顧客の買い物の様子や店員の接客態度等を観察する。	
		③発表(スピーチ)	調査結果を整理してスピーチする。	
7	プレゼンテーション・スピーチ学習(1) 【自律性】【協働性】 【言語技能】	「6 地域オリエンテーリング」のスピーチの反省を踏まえ、効果的なプレゼンテーション・スピーチについて話し合い、合意形成を図る。		
8	企業訪問(6) 【自律性】【協働性】 【言語技能】【体験】	①調査計画	・グループで調査計画(目的、課題、方法・手順等)を立てる。	
		②事前学習	調査	プロジェクトに関わる企業や業界について事前学習を行う。例)企業概要、ホテル業界等
			調査報告プレゼンテーション	調査結果についてPPTを用いてプレゼンテーションする。その後、プレゼンテーションの振り返りを行い、修了プレゼンテーションに役立てる。
③訪問	事前に質問を用意した後、企業訪問を行い、社員にインタビューを行う。			
9	修了プレゼンテーション(5) 【自律性】【協働性】 【言語技能】	①アウトライン	話し合いによりアウトラインを作成する。	
		②ドラフト	話し合いによりドラフトを作成する。	
		③スクリプト	話し合いによりスクリプトを作成する。	
		④パワーポイント	話し合いによりPPTを作成する。	
		⑤実施	修了発表会にて修了プレゼンテーションを実施する。	
10	活動の振り返り(1) 【自律性】	修了プレゼンテーション、PBL、プログラム全体の活動について振り返る。		

※「活動段階」欄の()書きの数字は活動に担当したコマ数(90分/1コマ)である。

4-2 サラの事例

4-2-1 「4. テーマ決め」から「8. 企業訪問①調査計画」まで：「敬語」に対する苦手意識と、敬語の言語形式から使用文脈の重要性への気づき

サラは、日本語学習歴8年の上級学習者である。日本の子供向けテレビ番組をきっかけにして日本語に親しみ、自国の日本語学校で日本語を学び始めた。四技能が総合的によくでき、日本文化に慣れていていたが、今回が初来日であった。

サラは、「1.来日前のテーマ検討」では、自国とは異なる「接客の日本語(敬語)」に興味があると書いていた。「3.グループ決め」では、学習者たちは言語と文化に興味があるグループ

に分かれ、言語グループのテーマはメンバーの苦手意識の強い「会社の敬語」となった。「8. 企業訪問①調査計画」の事前準備の一つとして行われた「6.地域オリエンテーリング」では、花屋について調べた。そこでも店員と客を詳細に観察し、客に気を遣ったり、決めにくいことは上司に相談したりする店員の態度に着目し、分析している(資料2)。「6.地域オリエンテーリング」とそれをテーマにした「7.プレゼンテーション・スピーチ学習」は、修了プレゼンテーションのための言語技能を向上させる場であったが、そこでサラは、言語技能のみならず、日本の接客で使用されている日本語に対する興味をさらに深めていった。

資料2 サラ：「6.地域オリエンテーリング」③発表(スピーチ)

そして、販売員の特徴についてですが、まず、やはり丁寧な言葉遣い、敬語を使っています。そして、よくおじぎをしています。お客さんとの話の最中も、お客さんが店を出る時もよくします。そして、重要なのは、いつもお客さんに笑顔で向かっていることです。あと、ちょっと気づいたことは、お客さんが店に近づいてきたら、店員もお客さんの近くに行くことです。それは、たぶん、お客さんが質問したい時、すぐに店員に聞けるようにしているのだと思います。でも、声はかけませんでした。それは、邪魔したくないからでしょうか。それから、自分で決めにくいことは、すぐに上司に相談していました。それはとても面白かったです。

(注)資料中の下線部は特に留意すべき箇所を示す。資料3から資料9においても同様である。

一方、学習すると同時に、疑問も深まった。サラは「5.敬語学習」の後、年下の上司に敬語を使用するか否か、使用する場合、どの程度の敬語を使用するか疑問を持ち、インターネットで調べた。しかし、「場合によって異なる」という曖昧な回答だったため、教師に質問したところ、教師の回答もインターネットの回答と同様であった。サラが「そんなことは教科書には書いていない」と訴えると、教師は、現実の場面では会話の相手や場によって敬語の使い方が異なるので、企業訪問で敬語の使用の仕方を観察するとよいと助言した。

サラに見られる敬語の脱文脈的な捉え方は、他のプロジェクト・メンバーにも見られた。「会社の敬語」グループの最初の調査計画書は、「会社の敬語」の特徴を明らかにするため、店員と客、先輩と後輩といった様々な人間関係の二者の敬語使用の違いを比較するだけの調査計画書であり、敬語使用を生活の文脈から切り離して捉えている様子が観察された。

教科書では敬語使用のルールが簡略に示されるが、現実社会では、サラが疑問を抱いたケースのように相手や目的、場に応じて柔軟に使用される場合が多い。そこで、教師は「8.企業訪問①調査計画」の調査が単に資料をまとめるだけのものではないことを確認し、助言を行った。主な助言は、「自分たちで観察し考えること」「日本に来たからこそ学べる内容にすること」「将来の勉強や仕事に役立つこと」「敬語を柔軟に捉えること」の4点である。

サラを中心に話し合いを重ねた結果、学習者たちは、テーマを「会社の敬語」から「企業風土と言葉の関係」に変更した。サラは、敬語は言語形式だけの問題ではなく、その使用環境に密接に関係しており、その関係性の中で敬語を捉える必要があることに気づいたという。「接客の日本語」から「会社の敬語」、「企業風土と言葉の関係」へのテーマ変更は、敬語の言語形式から使用文脈の重要性への気づきを示唆していると考えられる。

4-2-2 「8.企業訪問」②事前学習実施へ：文脈に応じた柔軟な敬語使用への気づき

テーマの変更に伴い、サラのグループは、A社とB社の分析チームに分かれた。サラはA社チームに入り、企業訪問を円滑に行うための「8.企業訪問②事前学習」において、企業概

要について調べた。そして、調査報告のプレゼンテーションでは、キャラクターグッズによる仲間づくりを企業理念に掲げるA社の企業姿勢や商品戦略を報告した。サラは、「8.企業訪問②事前学習」によって「優しい企業理念に基づいて親しみのあるキャラクターがたくさん作られていることがわかった」と語っている。これらの企業理念や商品イメージから、A社について「親しみのある雰囲気のある会社だと思う」と想像している。

そして、企業訪問では、その印象を確認することになる。企業では、会社の事業説明と質疑応答、商品紹介、社内見学が行われた。事業説明は会議室で行われたが、その物理的環境も担当者も堅苦しくない雰囲気であったため、学習者たちはリラックスして積極的に質問することができた。最初緊張していたサラも、企業戦略についての質問と、調査分析のために用意した質問を行った。「どのような企業風土か」「社員同士の上下関係はどうか」「社員は社内コミュニケーションにおいて何に注意しているか」といった質問である。サラは企業訪問の感想を資料3のように語っている。

資料3 サラ：「8. 企業訪問」③訪問

S：日本の会社に行くのは初めての経験だったから、とても緊張しました。でも、担当の人がとても優しく話しかけてくれたので、少しずつ楽しくなってきました。(T：どんな雰囲気だと感じましたか?)親しみやすい雰囲気。企業理念は「人と人をつなぐ」ですが、本当にそんな感じが伝わりました。(どうしてそう思ったの?)服装がカジュアルで、社員同士はあまり敬語を使っていなかった。(T：あー、エレベーターの中で何人か話していましたよね)はい。年上の人も若い人も。

学習者は、教師から事前に、企業文化と言葉の関係を調査するため、業種、室内の調度品、社員の服装や話し方、態度等について丁寧に観察するように指示されていた。サラは、このような観察により、①人と人をつなぐ仲間づくりを企業理念に掲げるA社は自由で明るい企業風土を持っていること、②接客以外の同僚同士の会話では尊敬語や謙譲語等はほとんど使用されず、丁寧体かくだけた表現が多いということに気づいた。企業風土や会話の相手、場によって敬語の使われ方が異なるということである。サラは、これらの調査結果をもとに「9. 修了プレゼンテーション」において、「どのような言葉を使うのかという問題には正解がなく、置かれた場面や話し相手、その他の状況によって変えるべきだ」と述べている(資料4)。

資料4 サラ：「9. 修了プレゼンテーション」⑤実施

最後に、みなさんにお話したいのは、A社の社員の方の印象的な一言です。「どのような状況においても、話し手やその話の聞き手を不快に思わせないようにしたい」ということです。そして、これは、どのような言葉を使うのかという問題には正解がなく、自分が置かれた場面や話し相手、その他の状況によって変えるべきだということを表しています。特に重要なのは、相手の心を察し、不快に思わせない心遣いではないでしょうか。A社の方々もこれを心に留めて、行動しているのだと思います。

4-3 レナの事例

4-3-1 「4. テーマ決め」から「8. 企業訪問①調査計画」まで：「日本の接客では常に丁寧な敬語が使われる」という敬語に対する意識

レナは日本語学習歴5年の日本語専攻の大学生である。日本文化に興味を持って学習を始めた。サラと同じグループでB社の調査分析を担当した。B社に興味を持ったのは、B社が

複数のホテルを経営する観光関連企業であり、ホテル見学で日本式の接客が見られると期待したからである。レナも日本式接客では態度もことばも常に丁寧であると考えており、プログラム開始前のアンケートで、接客の仕方に興味があると述べていた。昔、北海道のホテルに宿泊したことがあり、そこでのこまやかな配慮に感動したという。

そして、そのような興味は、「6.地域オリエンテーリング」の報告にも表れている(資料5)。レナは店員の接客の仕方を細かく観察し、敬語を使用しながら笑顔で丁寧に接客する店員の姿を「店員のプロ」とであると評価している。そして、サラや他の学習者と「企業風土と言葉の関係」について調べることにした。その後、自ら希望してB社の調査分析を担当した。

資料5 レナ：「6.地域オリエンテーリング」③発表(スピーチ)

インタビューが終わった後、お客さんが来たので、遠い所で店員さんの接客の仕方を観察しました。店員さんはお客さんに話しかけたり、買ったお客さんにおじぎをしたりして、いつも笑顔でした。店員さんは、お客さんが来た時、軽いおじぎをして、お客さんが商品に興味を持つと、声をかけました。敬語を使って商品を説明したり、お客さんの質問に丁寧に答えたりしていました。お客さんがみんな笑顔で店から出ていったところを見ると、店員さんは店員さんとしてプロだと思いました。とても勉強になりました。

4-3-2 「8.企業訪問②事前学習」から「8.企業訪問③訪問」へ：「接客」についての気づき

レナの前学習は「日本のホテルの接客」であった。レナは「お客様の目を見て笑顔で挨拶をする」「正しい敬語を使う」という接客の基本を報告しつつ、日本の「接客」は「サービス」とは異なると主張した(資料6)。レナによれば、「サービス」とは「価格に相当するもの」で「当然のこと」である。一方、「接客」は「サービス」を超えた配慮であり、「客と向き合う」ことによって生まれるという。レナは、前学習によって「接客」と「サービス」の違いと、「接客」において「客と向き合う」ことの重要性を知った。「客と向き合う」とは、客に対して改まった態度で丁寧に接し、客をくつろがせるということである。態度面でも言語面でも、「改まり」と「丁寧さ」が重視されると指摘している。

資料6 レナ：「8.企業訪問」②事前学習

私は、この例を通して、面白いことを発見しました。「接客」は「サービス」とは違うということです。「サービス」は、価格に相当するもので、お客様に期待されています。たとえば、ホテルはベッドメイクというサービスを提供しています。これはホテルの料金に含まれているサービスで、当然とされています。しかし、「接客」は少し違います。「接客」の時、スタッフはお客様と向き合わなければなりません。それに、お客様は価格に相当するサービスではなく、無意識に宿泊費以外のものも期待しています。たとえば、誕生日にホテルに泊まったら、「誕生日おめでとうございます」という言葉を期待するかもしれません。このように、宿泊費以外のことも考えて行動することが接客サービスであると思います。

レナが調査分析を担当したB社の企業訪問では、A社同様、事業説明と質疑応答、見学が行われた。しかし、B社の企業風土や接客の仕方は、A社とは大きく異なっていた。レナは、訪問中驚いたこととして、B社における①見学前の企業側関係者と大学側引率者の挨拶の多さと長さ⁴⁾、②事業説明のパワーポイントや机の上に置いてあった資料、飲み水等の準備のこまやかさ、③見学案内の付き添い人数の多さ、④社員の話の丁寧さを挙げている。B社は、学習者にも改まった丁寧な敬語を用いた接客をしていた。このように客への敬意を最大限に

表した場づくりや「おもてなし」の接客は、学習者にとって予想以上であったため、レナは業務説明の質疑応答の場で緊張してしまい、何も質問できなかった。レナは、この時の感想を資料7のように語っている。

資料7 レナ：「8. 企業訪問」③訪問

R：初めての経験だったので、いろいろびっくりしました。(T：何に驚いたんですか?)みんなスーツを着ていて丁寧だったし、人が多かったし、部屋は広くてとてもきれいでした。部屋に入ったら、大きなテーブルに水と資料とペンが置いてあってびっくりしました。「おもてなし」の感じがすごかった。それに、女性社員はみんな優しくかったです。(T:訪問する前に、インタビューの質問を決めましたよね。インタビューできましたか?)いいえ、緊張してあまり聞けなかった。(T：レナさんの国のホテルと違う?)まあ、だいたい同じかもしれない。でも、日本はもっと丁寧です。話し方や接客が違う。

レナはそれまで何度も両親と日本を訪れている。しかし、勤務中のホテルの社員に長時間案内されたり、社員と長時間話したりして、内側から「接客」を観察するのは初めてであった。レナは、ホテル内の見学中、B社が設けてくれた質疑応答の場でできなかった質問を案内の女性社員に少しずつ聞いていった。そこでの女性社員との話は、レナにとって印象深いものであった。レナは、その時の話を自身のプレゼンテーションにおける最終的な結論とした。プレゼンテーションで述べたのは、資料8のような事柄である。

資料8 レナ：「9. 修了プレゼンテーション」⑤実施

B社はいつもお客様のニーズに応えるだけでなく、お客様が求める前から、そのニーズがわかっています。そして、それを行動に移すことができているので、やはり彼らは接客のお手本だと思いました。(中略)B社では、接客のときや上司と話すときはその相手や場にふさわしい敬語が使われます。そして、お客様や上司と接するときは、それぞれの関係にふさわしい態度で接しているようです。ですが、その根本には、「おもてなしの心」や信頼関係があることがわかりました。

レナが印象深く感じたのは、まず、「接客とは、お客様のニーズに応えるだけでなく、お客様が求める前から」そのニーズを察知し、「それを行動に移すこと」であった。たとえば、ホテルの種類によって接客の仕方やそこで使用される日本語が異なるということである。B社は、宴会や観光のための高級ホテルと、ビジネス客のためのビジネスホテルを経営している。前者では、改まった丁寧な接客が期待されるのに対し、後者では、迅速で機能的な対応が期待されるという。それに伴い、接客で使用される日本語は、前者では改まった丁寧な敬語を多用した婉曲な表現が多くなる一方、後者ではそれらは避けられ、忙しいビジネスマンが一刻も早く部屋で休めるように、丁寧でありながらも正確で簡潔な表現が好まれる。レナはインタビューにおいて、「客と向き合う」とは、その場における客のニーズを踏まえ、それにふさわしいことばで接客することだということがわかったと語っている。事前学習では、「客に対して改まった丁寧な態度で接し、客をくつろがせる」重要性を指摘していたが、企業訪問を通して、「客と向き合う」ということの本質に気づいたと考えられる。

また、レナは、A社とB社では社員同士のやりとりのあらたまり度が異なることや、接客という「外」の場面と同僚との会話という「内」の場面で使用される日本語に差異があることにも気づいた。見学中の観察から、その理由として「接客業なので礼儀を守る企業風土が

ある」「周りでお客さんが見ている」ことを挙げている。

レナは、企業訪問の振り返りの際、企業訪問の体験を通して、次の3点を学んだと述べている。①「接客」の日本語は客のニーズによって異なる、②業種によって企業風土が異なる、③一つの企業の中でも外向きの日本語と内向きの日本語があるという3点である。

4.3.3 サラとレナの敬語に対する意識の変容

サラとレナのグループは、「企業風土と言葉の関係」について調査分析し発表した。それは「課題設定」「計画」「実行」「省察」の過程であった。まず、「4.テーマ決め」で課題を設定した。次に、「6.地域オリエンテーリング」を実施して「8.企業訪問①調査計画」を立て、「8.企業訪問②事前学習」をした。「8.企業訪問③訪問」後はディスカッションを重ねてA社とB社を比較し、「9.修了プレゼンテーション」としてまとめた。最後に、活動の学びを「10.活動の振り返り」で共有した。各段階では、日本人学生や教師が長時間の支援を行っている。

修了プレゼンテーションでは、A社とB社の企業風土とそこで使用されている敬語の違いが比較され、資料9のようにまとめられた。サラやレナたちは、敬語は「会話の相手や目的、場」によって変化することや、日本人の配慮のあり方は「敬語などの言葉だけではなくて、企業風土や人々の考え方などもっと根本的なこと」から理解する必要性に気づいたと言える。

資料9 「9.修了プレゼンテーション」⑤実施のまとめ部分

ここから明らかになったことは、次の2点です。(1)企業風土と言葉には密接な関係があるということです。キャラクタービジネスをするA社は、比較的自由な感じで、くだけた言葉を使用していたのに対して、お客様へのサービスで利益を得ているB社は、接客態度や言葉遣いがとても丁寧で、きっちりした印象でした。(2)一方、2つの企業には、似ている点があります。どちらも、社内では、コミュニケーションをよくするため、親しみのある呼び方をしたり、くだけた会話をしていたりするということです。つまり、対外的には、それぞれの業界にふさわしい言葉が使用されますが、対内的には、人間関係をよくするための言葉が使用される傾向があるということです。これまで、日本の会社では、どのような場合でも、礼儀正しくしなければならぬし、敬語を使わなければならないと思っていました。今回の調査では、そのような考えが少なくなりました。そして、言葉は会話の相手や目的、場によって変わるということがわかりました。敬語などの言葉だけではなくて、企業風土や人々の考え方などもっと根本的なことを理解しなければならぬと思いました。

5. PBLの短期的・長期的学びと意義

5-1 プログラム修了直後のインタビューより

プログラム直後のインタビューでは、印象的だったこととして「国では経験がなかったの、企業訪問が面白かった」「実際に行ってみると、イメージが違って少しびっくりした」(サラ)等、企業訪問の体験が挙げられた。また、よかった点としては、「いろいろな活動が全部関係していてよかった」(サラ)等、PBLのテーマ設定から修了プレゼンテーションまでの活動の連関性や一貫性が挙げられた。

一方、学びに関する感想は、主に次の3点にまとめられる。(1)日本人学生の支援を受けながらも自分たちで日本語による調査や発表が遂行できた、(2)敬語の根底にある配慮の意識や敬語使用の文脈依存性に気づき、自国の日本語学習で形成された敬語に対する意識を変容させることができた、(3)(1)と(2)によって、日本人との関係構築や日本の社会文化に慣れ、日

本でも生活していけるという自信が生まれたという3点である。

まず、「日本語は大変だったけど、課題ができてよかったです」(サラ)、「最初はむりと思ったけど、なんとか最後までできてうれしい」(レナ)という達成感に関する感想が述べられた。企業インタビューや調査分析、発表、PPT作成、発表等がすべて日本語で行われたため負担は大きかったが、課題を完成させたことの満足感と安堵感も大きかったと言える。

次に、2名には日本の社会文化に対する意識の変容が観察された。日本語母語話者にとって、敬語使用の文脈依存性は自明である。しかし、サラやレナのように敬語を「日本っぽいもの」と捉え、企業や接客の場では常に丁寧な敬語が使用されているという敬語意識を持つ学習者は少なくない。日本語教育の過程では、言語形式をパターン化して提示せざるを得ず、実際の使用場面では当然とされる敬語使用の文脈依存性が捨象される可能性が高いからである。敬語を適切に柔軟に運用できるようになるためには、敬語の根本にある日本社会における配慮のあり方を学ぶ必要がある。4.2と4.3において詳述したように、本PBLは、学習者がそのような根本概念に気づききっかけになったと言える。サラとレナは、その経験を「国では経験できなかったこと」として評価している。サラは「教科書だけでは勉強できないことが勉強できた」と語った。真の(authentic)体験を通して、言語使用の実態や日本の社会文化を五感で感受する気づきの可能性を高められたと言えよう。

また、サラとレナは、意識を変容させるとともに留学生活にも慣れ、日本人との関係が築けるようになった。2名は活動の中で公共交通機関を使って商店街を散策し、現実の生活体験を積み重ねる過程で、留学生活に対する不安感や違和感が軽減され、日本での生活に対する自信が芽生えていったと語っている。さらに、その過程で経験した日本人学生との交流も印象深かったようである。「勉強や活動を日本人学生と一緒にできてよかった」(レナ)等、PBLの過程における日本人学生との交流も真の(authentic)体験の一つとして学習者に評価された。サラもレナも、本国では日本人との接触機会すらほとんどなかったからである。活動を通して日本人学生と親密になったレナは、「彩香さん(仮名・活動に参加した日本人学生)は私の親友です」と語っており、実際、その親交はプログラム修了後も続いているという。

以上の学習者の学びをまとめると、PBLの短期的意義は、(1)日本語による課題遂行能力の向上、(2)体験を通じた日本の社会文化に対する意識の変容(3)日本人との関係構築と日本での生活に対する自信の高まりという3点であったと言える。

5-2 プログラム修了1年後のインタビューより

では、本PBL体験は、長期的観点、とりわけ留学生のキャリア支援という観点から、留学生のプログラム修了後の進路や考え方にどのような影響を及ぼしたのだろうか。

プログラム修了から1年後のインタビューの内容をまとめたものが表3⁽⁵⁾である。インタビュー時、2名は所属大学の4年生で、本プログラムがきっかけとなって日本に再留学していた。そのため、インタビューは2名の各留学先(国内)で行われた。また、特にキャリアという観点から、活動の「開始前」「活動中」「活動後」の感想や「活動意義」が語られた。表3の「開始前」「活動中」「活動後」の記述については、半構造化インタビューの内容がそのまま示されている。「活動意義」は、2名の「活動前」「活動中」「活動後」の語りを統合、整理し、全体の意義を抽出したものである。

5-1 で言及した点は2回目のインタビューでも同様である。サラは、自国で「想像していなかった」ことがわかり「安心した」、日本と自国の「社会文化や人間関係の違いが実感できた」、自国で想像するだけだった「日本の本当がわかった」と語っているように、これまで現実に接したことのない社会文化の「本当」、すなわち「現実」の一端が五感を通して理解できたと感じていた。

一方、長期的な視点から言えば、次の2点の学びがあったと考えられる。すなわち、(1) 将来の希望や適性等、自分自身についての気づきを得られた、(2) 将来の進路や将来像について考えるようになったという2点である。

サラは、「安心感」や生活への「慣れ」から長期留学を決心し、日本での就職も視野に入れ始めた。最終的には、「長い間ここに住んでいたら、ちょっと、やはり自分はこの社会に、なんか、その社会の人ではない、っていう感じ」がしてきたため、自国での進学を希望するようになったが、本プログラムでの真の(authentic)体験が日本の社会文化、自分の適性或嗜好、進路についての理解や考えを深めるきっかけになったと言える。

一方、日本での就職を希望していたレナもまた長期留学を決心した。自国での競争の厳しさゆえ将来に不安を抱えていたレナにとって、留学生活は「日本が(自分に)合っている」し、自国より「自由」で「楽しい」と感じられる場となり、日本への憧れは強化されていった。そのため、留学中に「試しに」就職活動をして「就職試験みたいな試験」を受験したという。本プログラムでの体験が日本の社会文化を知り、自分の適性或嗜好について振り返り、その結果として進路について考えるきっかけになったことは、サラの場合と同様であった。

つまり、このような学びの実態から言えば、PBLの長期的意義としては、(1) 将来の希望や適性等、自分自身についての気づきを得られる、(2) 将来の進路や将来像について考えるきっかけになりうるという2点が挙げられる。

表3 1年後インタビュー調査の結果

	サラ	レナ
開始前	<ul style="list-style-type: none"> 日本語を将来の仕事に役立てようと思っていない 「吹き替えなしで映画が見られるようになること」が日本語の学習目的だった 「敬語は絶対に必要」なので、自分が「日本の会社で働くのは難しい」と感じていた 	<ul style="list-style-type: none"> 日本語に関係する就職も進路の選択肢にあった 日本が好きで観光旅行した際、宿泊した地方のホテルでの「おもてなし」に感動してより日本に興味を持ち、企業訪問の事前調査でも取り上げた
活動中	<ul style="list-style-type: none"> 活動体験を通して敬語に対する苦手意識を変えた 企業訪問では、業種や社内外の別によって待遇表現の軽重や使用頻度に差があることや、「意外に敬語を使っていない」という、自国で「想像していなかった」ことがわかり、「安心した」 日本と自国の「社会文化や人間関係の違いが実感できた」 自国で想像するだけだった「日本の本当がわかった」 東京の生活は「居心地がいい」し、「いろいろな会社がある」から、(日本で仕事をするのも)「面白いかもしれない」と考えるようになった 	<ul style="list-style-type: none"> 接客の様子を観察し、日本式接客のすばらしさを実感した ホテルの「おもてなし」が、「ビジネスホテルや高級ホテル等の種類によって違う」ことや、「お客の宿泊目的、ニーズ、好み等に合わせて接客方法を変える」ことがわかった 「日本人の心がわかれば、(日本で仕事をする)ことはいいと思う」 活動に参加していた日本人学生と親しくなり、日本に対する印象や興味を深めた 日本人学生との交流は継続中である
活動後	<ul style="list-style-type: none"> 短期プログラムの経験によって「生活の不安が少なく」なり、「本当の日本の生活がわかって自信ができた」ので長期留学を決意した 短期プログラムでの経験では、「意外に敬語を使っていない」企業等「いろいろな会社がある」こと、東京は「居心地がいい」ことがわかった 「仕事のための武器」になるかもしれないと思い、 	<ul style="list-style-type: none"> 短期プログラムの経験によって「帰国したくない」と感じるほど日本が気に入ったため、帰国後半年で長期留学生として再来日した 自国では、競争の厳しい学習環境や冷めた友人関係に対する不全感、苦手な英語を使わなければならない将来に対する不安などを抱えていた 日本では将来に対する不安から解放され、居心

	就職も検討した ・但し、現在は自国での大学院進学を検討している ・「長い間ここに住んでいたら、ちょっと、やはり自分はこの社会に、なんか、その社会の人ではない、っていう感じ」がしてきた ・日本語は、「好きなもの(映画)を見るための言葉」として捉えている	地のいい居場所を得られた。「日本が(自分に)合っている」し、自国より「自由」で「楽しい」ので、日本で仕事をしながら生活したいと考えたようになった ・「試しに」就職活動をして「就職試験みたいな試験」を受験した ・日本の生活は、長い間見てきた「夢」だった
活動意義	・長期留学を決意したり、将来について考え、自分自身を振り返り、自身にとっての日本語学習の意味を再確認できた ・自国と日本での将来を比較し、自身がどこで何をしたいのかを選択するきっかけになりえた	・自身の志向性や学習目的、キャリアについて振り返り、日本での進路を選択するきっかけとなった ・興味で学習し始めた日本語は、趣味の対象から友人を作るための道具になり、将来の仕事に必須のものとして意味づけられるようになった

6. まとめ

本研究では、短期ビジネス日本語プログラムにおける Project-Based Learning(PBL)の実践を報告し、体験の学びとしての短期的意義と、留学生のキャリア支援につながる長期的意義の2つの観点から PBL の意義と可能性を示唆した。具体的には、ビジネス日本語の学習と、企業訪問等の体験学習を主軸にした PBL 実践を計画・実施し、活動の過程における学習者の学びと、プログラム修了直後と1年後のインタビューを分析、考察した。

その結果、本 PBL の短期的意義としては、(1)日本語による課題遂行能力の向上、(2)体験を通じた日本の社会文化に対する意識の変容、(3)日本人との関係構築と日本での生活に対する自信の高まりという3点が明らかになった。つまり、日本語による課題を遂行する過程で様々な体験をして、その結果、日本の社会文化に対する意識を変容させるとともに、日本人や日本の生活に慣れ、自信を高めていったということである。一方、長期的意義としては、学習者が(1)自分自身の適性や志向についての気づきを得られる、(2)進路や将来像について考えるきっかけになりうるという2点が明らかになった。

以上の結果から、短期ビジネス日本語プログラムにおいても、PBL は、短期的観点から言えば、日本の社会文化の中で生活したり仕事をしたりするための素地作りに寄与するとともに、長期的観点から言えば、留学生のキャリア支援にもつながる可能性を示唆した。

本研究で明らかにされた PBL の意義は、限定された調査範囲から抽出されたものであり、今後も、具体的な実践を通じた効果検証が必要である。しかし、日本社会で生活し仕事をすることが可能な学習者に日本の社会文化の現実や日本人との交流を体験させることの意義は大きい。PBL は、短期的・長期的意義を踏まえつつ、今後の短期ビジネス日本語教育においても、多大な可能性を持つ体験活動として、より有効に活用していくべきであると考えられる。

付記

本研究は、科学研究費挑戦的萌芽研究、課題番号 16K13236 「PBL による短期ビジネス日本語プログラムとその教材の開発」(研究代表者：寅丸真澄)の助成を受けている。

注

- (1) プログラム参加学習者が修了発表会で行うグループごとのプレゼンテーションである。本分析対象のグループは5名の学習者から構成されていた。
- (2) 企業の雰囲気調査するという意味でタイトルを「企業風土」とした。

- (3) これらの産出資料の使用については、書面により関係者の承諾を得ている。
- (4) B社では、案内の社員のみならず、上司らが挨拶に現れ、次々に名刺交換を行った。学習者は現実に名刺交換を行う場に立ち会ったのが初めてであった。
- (5) インタビューの語りの中で直接引用したことばには括弧を付した。

参考文献

- (1) 伊月知子(2013)「短期交流学生受け入れプログラムの整備と改善—『愛アイプログラム インターンシップから学ぶ日系企業文化・風土』の実施から—」『大学教育実践ジャーナル』11, 53-59.
- (2) 太田亨・今井武・島弘子(2010)「アジア人材資金構想・金沢大学コンソーシアムにおける短期集中型ビジネス日本語教育とその評価・課題」『金沢大学留学生センター紀要』13, 1-10.
- (3) 財団法人海外産業人材育成協会(2011)『留学生のためのビジネス日本語シリーズ—人財—』
- (4) 作田奈苗・寅丸真澄(2017)「ビジネス日本語教育における Project-Based Learning の概観」『経営論集』27-1, 117-131.
- (5) 佐藤隆之(2004)『キルパトリック教育思想の研究—アメリカにおけるプロジェクト・メソッド論の形成と展開—』風間書房
- (6) 寅丸真澄・作田奈苗・饗場淳子(2017)「短期ビジネス日本語クラスにおける PBL(Project-Based Learning)を取り入れたコースデザイン」『2017年度日本語教育学会春季大会予稿集』303-308.
- (7) 寅丸真澄・作田奈苗・饗場淳子(2018)「キャリア支援につながる短期ビジネス日本語プログラムの実践と学習者の学び—体験を重視した実践の検証と学習者へのインタビュー調査を通して—」『2018年度日本語教育学会春季大会予稿集』351-355.
- (8) 仁科浩美・楊帆(2010)「山形大学におけるアジア人材資金構想「とうほくものづくり国際人材育成プログラム」—平成20年度に日本語関連科目の指導報告と課題—」『山形大学留学生教育と研究』2, 61-72.
- (9) 堀井恵子(2009)「留学生に対するビジネス日本語教育のシラバス構築のための調査研究—中国の日系企業へのインタビューからの考察」『武蔵野大学文学部紀要』10, 77-89.
- (10) 堀井恵子(2010)「プロジェクト型ビジネス日本語教育の意義と課題」『武蔵野大学文学部紀要』11, 47-57.
- (11) 堀井恵子(2013)「ビジネス日本語教育におけるシニアサポーター活動の意義と課題」『Global Communication』2, 77-87.
- (12) 向山陽子・村野節子(2013)「真正性を追求したビジネス日本語教育の実践—学生起業家選手権参加を通じた学生の学び—」2013年WEB版『日本語教育実践研究フォーラム報告』1-10.
- (13) 吉富朝子(2012)「第二言語語用論を意識化するためのプロジェクト・ベース英語指導の試み」『上智大学言語学会会報』27, 37-54.
- (14) Hedge, T. (2000) *Teaching and learning in the language classroom*. Oxford: Oxford University Press.
- (15) Stoller, F. (2006) Establishing a theoretical foundation for project-based learning in second and foreign language contexts. In Gulbahar H. Beckett, & Paul Chamness Miller(eds.), *Project-based second and foreign language education: past, present, and future*. Greenwich, Connecticut: Information Age Publishing. 19-40.