

—— 専門日本語教育関係機関紹介 ——

銘傳大学における専門日本語教育としての ビジネス日本語教育

林 長河（銘傳大学応用日本学科）

銘傳大学の紹介

銘傳大学（以下銘大）は、台湾の北部に位置する台北と桃園に二つのキャンパスを有する総合大学である。10 学部、34 学科、一万八千人余りの学生数を有している。1947 年に創立され、前身は銘傳女子商業専科学校（日本の短大に相当）であった。その教育理念を受け継いだゆえ、理論のほかに実務教育が重要視されている。とりわけ英会話とパソコン、マナーなどビジネスパーソンとしての実践能力を重視してきた。学生は厳格な教育で鍛えられるため、即戦力を持っているというイメージが台湾の商業界で知られている。

2000 年に台湾では初めての国際学部が設けられ、講義は英語のみで実施することによって留学生が急速に増加している。現在では、留学生数は 419 名、台湾大学、政治大学に次いで三位、私立大では一位となっている。近年、留学生の増加につれ、中国語学習センターや中国語教育学科が新たに設置され、中国語の研究と学習や中国語教師養成といった国内と海外のニーズに応じた取り組みがなされている。

非専攻の日本語教育

銘大では、日本語教育にも長年力を入れてきた。第 2 外国語としての日本語教育においては、「2-1-1 制」、つまり台湾人教師 2 時間、日本人教師 1 時間、ビデオ教材 1 時間というシステムを導入している。それを実践するために日本人教師を招聘し、ビデオ教材も含む自作教材の開発を進めている。

日本語の履修者に全員ヒアリングテストを課す方法は、台湾では例を見ない試みである。聴解試験が一斉に行われるので、一つの外国語試験の開発と維持に投入された設備費と人件費は計り知れないものがある。日本語履修者は 1,500 名程度である。彼らは J1、J2、J3 の 3 レベルに分けられ、3 年間にわたって学習している。この中では、特に進んだ段階のクラスも設けら

れ、日本語に高い関心を持つ学生に対しては、単位は付与しないものの 15 人以内の小クラスにおいて週に 2 時間の教育を提供している。全学の共通したシステムのほかに、各学科に学科の専攻と関係する「専門日本語教育」も実践されている。特に国際企業学科と観光学科がそれぞれ、最終学年の 4 年生に「ビジネス日本語」と「観光日本語」をカリキュラムに組み込み履修させている。ビジネス日本語は面接、自己紹介、会社訪問、アポとり、電話の取次ぎ、来客の接待、ビジネスレターといった内容が主であるのに対し、観光日本語はホテルのチェックインとチェックアウト、会計、電話の取次ぎ、メッセージ、レストランの接客、料理の注文などが骨子である。このようなシラバスも社会のニーズへの配慮の意図がうかがえ、台湾の企業が求める教育内容を示すものと言える。

主専攻の日本語教育

台湾では伝統的な日本語学科は日本語文学科と称され、日本文学、日本語学を中心にアカデミックな目的を掲げ作られてきた。これに対して、銘伝大学には 1996 年に社会のニーズに応えようとする「応用日本語系（応用日本語学科）」が設置された。「応用日本語」とは就職に役立つ日本語のことである。就職に役立つということは、従来台湾の大学ではその重要性を認めているにもかかわらず、表では体裁がよくない、あるいは、教師の専攻等の理由により、なかなか口ににくいことばであった。

当学科はビジネスマン養成コースと日本語教師養成コースという 2 コースに分けられ、学生が自分の関心によってそのいずれかを選択し履修する制度を導入している。この 2 コース制度は「専門日本語教育」の嚆矢となる。学生はおよそ 7、8 割程度ビジネスコースを選んでいく。銘大を皮切りに、台湾では「応用日語」のブームとなり、7 年間ぐらいで新規学科が 25 校とな

り、40年間の歴史を持つ日本語文学科の数を上回り、1.8倍ほどの数となった。筆者の調査では、8割程度の応用日本語学科が日本語の通じるビジネスマンの養成を学科目標の一つとして掲げている。その他、翻訳、日本語教師、観光、ハイテクなどの人材養成にも関心が高まっている。

専門日本語教育の課題と挑戦

しかし、日本語の出来るビジネスマンの養成は、決して容易なものではない。実践的な人材を養成するのであれば、学生は日本語を4年間で習得するべきであり、かつビジネスに関わる専門知識を獲得しておくべきである。台湾では例のない新しいチャレンジだけに学科間でコンセンサスを得ることが困難である。

難関の一つは、ビジネスコースのカリキュラムにある。科目の選定、専門科目としてのシラバスの充実、あるいは、専門教師のアイデンティティの問題もある。特に語学教育と専門教育の間にどのようにしてバランスを取るか難しく、また、専門教師が博士号の学位を招聘条件とされているので、専門分野での学位も日本語教育の経験もともに有する人材が不足していることも課題になる。しかも、海外では専門教育と言っても、日本語と切り離して母語で行うことも可能であるため、教育内容は、言語表現と専門的内容の間の振り子のように偏りが生じかねず、その取捨選択には常に悩ま

されている。日本語の方が重要なのか、専門知識の方が大切なのか、教師の迷いが学生にも伝わり、結局どちらも不十分な状態になりかねない。

あっという間に10年間が経ち、実際の実践経験と修了生の追跡調査によって明らかになってきたのは、まず、日本語学科の出身者で持つべき日本語能力が基本的な必須の能力であり、それを確保できない状態で専門知識を強調しても結局両方とも生半可になる恐れがあるという現実である。あり方として中上級の日本語4技能の能力を向上させながら、専門知識を統合していく形が理想ではないかと検討されている。

言うは易し、行うは難しではあるが、中上級レベルまで日本語能力を向上させながら、ビジネスの専門知識・技能、マナーといったものも取り入れた教授法の開発が望まれている。今後の研究と実践の課題になるであろう。ビジネスのために使用される語彙や文型、表現などとはどのようなものか、ビジネス・コミュニケーションなどの課題を把握し、その達成のために、確実に研究と実践を積み重ね、充実していかなければならないであろう。社会の要請に応じた人材を養成しようという目的は評価できるものであるが、これからの10年間、正に台湾における中上級の日本語教育がその真価を問われ、果敢な挑戦が強く求められる時代でもある。