

「日本語教育研究所」に聞く

外国人の就労者のための日本語教育



▲理事長
西原鈴子氏



▲コロナ禍で急増したが、以前から海外にいる学習者とのリモート授業にも対応している



▲日本語教育研究所が製作した書籍の一部

政府は人手不足対策として、外国人材の活用を図る動きを加速させています。一方で、言葉や文化・習慣の違いから、外国人の採用に壁を感じている企業もあります。そのような中で、長年、企業・個人からのニーズに応え、集団研修や個別オンラインなどを活用した多様な方法で「ビジネスの日本語」を教えてきた、NPO法人日本語教育研究所の理事長・西原鈴子さんに、職場での、外国人の日本語コミュニケーションについてお話を伺いました。

2013年には71万人だった外国人労働者数は、今や200万人にまで増加しています(次頁図表参照)。国籍別で一番多いのは、ベトナムです。次は中国、3位はフィリピンとなっています。人手不足も増加の背景にあります。その多くは技能実習生です。2019年には特定技能制度ができました。「相当程度の技能」を持つ人は特定技能1号という在留資格を取得、「より熟練した技術」を持つ人は2号を取得できます。

特に2号は在留期間が無制限で就労できるなど、国は外国人の人材確保に力を注いでいます。

さらに、この先の5年間で82万人の受け入れを見込むとし、政府は現行の技能実習制度を解消し、人手不足分野における人材確保及び人材育成を目的とする「育成就労制度」を創設する法案などを決定しました。2027年までの施行を目指します。さらに、外国人労働者の日本語習得の要件が



厳しくなるとされています。新たな制度では、外国人が就労開始前までに日本語能力A1相当以上の試験（日本語能力試験N5等）に合格すること又は相当の日本語講習を受講することを要件とした上で、外国人の技能修得状況等が評価されます。そのため、受入れ機関は、新たな制度による受入れ後1年経過時までには技能検定試験基礎級等及び日本語能力A1相当以上の試験を外国人労働者に受験させることが必要になります。また、技能実習生資格から「特定技能」への移行にも、技能と日本語の両方の試験に合格するという条件を加えます。さらに、これまで原則できなかった別の企業への「転籍」には、1年以上働いたうえで、一定の技能と相応の日本語の能力が必要になります。

これまでの技能実習と特定技能制度のあり方を見直すもので、在留資格を長期にする分野を増やし、転職を認めるなど、これまでの制度が直面していた課題に対し、国際的に理解が得られる形で外国人の就労の受け入れを拡大していく方向です。しかし、これまで認められていなかった転籍が緩和されると、地方の企業などでは、苦勞して確保した人材が都会に流出することを懸念する声もあります。

外国人が働いてくれる職場づくり

日本語教育研究所で理事長を務める西原さんは「人材流出を防ぐのに大切なのは、魅力ある職場づくりです」と話します。

同研究所は、2003年に特定非営利活動法人になる前から、日本語教育の発展や、

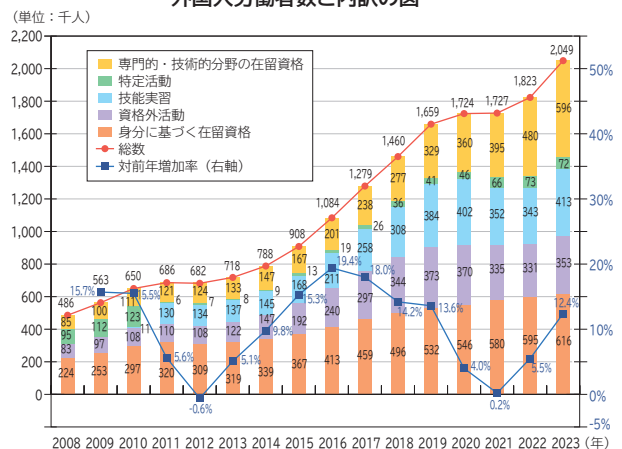
国際社会における日本語・日本文化への理解促進に力を注いできました。特に、経験が豊富な日本語教師を多く抱えている同研究所は、日本語習得のサポートに長年の実績があり、これまでに多くの企業で日本語教育レッスンを担っています。

「これまで、職場や生活にストレスを感じると、会社を辞めて他の国に行ってしまうケースがありました。また、配偶者の仕事が見つからないからと帰国してしまった例もあります。外国人の立場に立って、居心地がいいから他に行かないと思えるような職場にすることが大切です。それは外国人だけではなく、同じ職場で働く日本人にとってもいいことです」

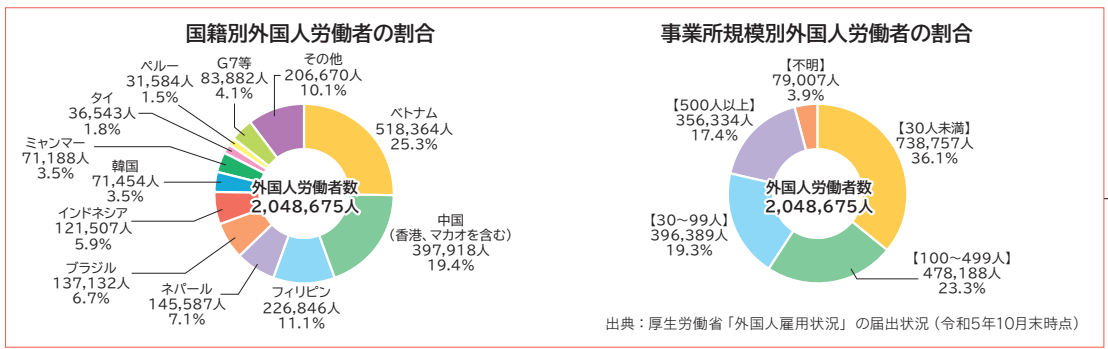
西原さんは、人口減少が激しいとされる地方の方が、外国人就労への依存度が高いと指摘します。特に、製造業や農業、漁業の人手不足は深刻だといいます。

「例えば、牡蠣の養殖が盛んな広島では、技能実習生なくして牡蠣生産が成り立たないほどだと聞きました。実際に、地方自治

外国人労働者数と内訳の図



出典：厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況（令和5年10月末時点）



体の首長自らが東アジアなどの外国に行って、人材の確保をしていることもあります」と話します。

要は「良い人間関係を築くための日本語」

同研究所では、技能実習生に限らず、企業からの依頼を受けてマンツーマンから100人規模の集団相手まで、様々な形で日本語研修を行っています。企業規模も大企業だけでなく、本当に小さな数人の組織でも必要があれば教えに行きます。対象は新入外国人や、すでに働いている人など、働き方も、日本語の習得レベルもまちまちです。研修センターなどで数ヶ月の間、みっちり授業する場合もあれば、週に1、2回の頻度で授業を行う場合もあります。学習プランは、その都度作成し、クライアントの要望や学習者のレベルに合わせます。日本企業で働くことが初めてという場合は、日本の文化、ビジネスマナーについて学習プランに織り込むこともあります。

「企業の要望のほとんどは、『職場で日本語のコミュニケーションが取れるようになってほしい』というものです。この漠然としている要望を、分解していくのが私たちの仕事です。コミュニケーションといっても、営業職か技術職かで、必要とされる日本語スキルは違うからです。営業は、お客様とのやり取りがあるので、丁寧な言葉づかいを覚える必要があるでしょう。プレゼンテーションをする可能性もあり、配布資料などを作成できる能力も必要とされる

かもしれません。技術職であれば専門用語を覚えるのが先決になります」

同研究所の日本語教師は、事前に企業の担当者と打ち合わせを行い、どんな場面で、誰に対して使う、どんな日本語が上手になってほしいのかという細かいところまで突き詰めて、企業ニーズを把握します。このようにきめ細かく対応していると、企業側と外国人学習者のニーズのすれ違いなどに気がつくこともあるそうです。

「敬語を勉強してほしいという企業側の要望があるのに対し、学習者にどうもやる気が感じられないことがありました。理由を聞いてみると、『今の職場では敬語はほとんど使わないから不要だと思う』と、学習のモチベーションが上がらないようです。しかし企業側は、この先、外国人にもお客様と接する機会を増やしたいと考えていました。このようなすれ違いも、日本語教師が間に入ることで解消でき、お互いの関係がよくなります」

そのような経験から、同研究所では「良い人間関係を築くための日本語」の習得を目標に掲げています。日本語教師は学習に寄り添う「伴走者」であり、企業と受講者の「仲介役」でもあるのです。

優秀な日本語教師かどうかは、ニーズにあった学習目的や到達までのプランを立てられるかどうかであり、そこが肝だと西原さんは言います。

「例えば、敬語を勉強したいという受講者に対して、状況に応じて敬語を使えるようにしていくために、具体的に、取引先と

の電話で使う敬語なのか、日常的に使う社内の上司に使う敬語なのか、ニーズを把握し、そのシーンを想定して授業をしています。少し教育分野の専門的なお話になりますが、私たち研究所の教師が学習プランを立てる際に採用しているのが『現場Can do (現場ですぐ使える動作指標)』という考え方です。この『Can do』は、学習の到達目標を『～することができる』とリスト化し、具体的に何ができるようになるのか、明確化するものです」

ペーパーテストで高得点を取るのとは違って、実際に日本語を使って「できる」を積み重ね、その結果、「話せる」ようになることを目指すものです。日本の教育の現場でもこれらのコースデザインの採用が広がっています。

「話せる」の先へ。相手の国の文化やマナー、ルールを学ぶ

同研究所には、受講者からの「言葉は通じるのに、ギクシャクしてしまってどうしたらいいかわからない」という相談もあるそうです。言葉を学ぶスタンスとして、まずは「相手をよく知らないといけない」と西原さんは言います。

例えば、日本人は本題の前に、「お手数ですが」「申し訳ないのですが」などのクッション言葉を多用します。また、自分の意見を述べる前にまず相手の意見を褒め、次に課題を指摘し、最後に反対の意見を述べるという、3段階を踏みます。もしこれをしなかった場合、良い印象は与えられません。しかし、外国人の場合は、せっかく良いと思う発言をしたのに雰囲気が悪くなっ

た理由がわからず、嫌われているのかと受け止めて、そこですれ違いが生まれます。

「例えば、有給休暇の取り方を教えるようなこともします。日本人は『いつでも取っていいよ』と言われても、チームの仕事の進捗や、周囲とのタイミングを計って取ります。外国人からすると、権利であるはずの有給休暇を取るのにどうして気を使うのかと思うわけですが、『日本人はチームワークを大切にしている、休んだら他の人が穴埋めをすることを考えます。だからお土産も買います』と説明して納得してもらいます。外国人が日本人になる必要はありません。しかし、日本企業の文化、マナー、ルールを知ると、みんなが気持ちよく働けます」

働き先として選ばれ続けるために

現在、外国人労働者が日本語を学ぶ場が不足しているといわれています。文化庁によると、地域に日本語教室などがないという市町村は、2021年時点で全体の46%を占めています。そのため、日本語教師の養成・増員や、地方における日本語教育の拠点となる施設づくりが急がれています。しかし、ただ日本語を教えればいいのかではないこと、潜在的なニーズを引き出し、さらに自分たちの国のマナーや習慣も含めてわかりやすく伝えていくという、総合的な支援が求められています。

「経済成長が目覚ましいアジアの国々の人々から、この先も日本を働き先に選んでもらうためには、職場や地域においてまだまだできることがあります」(西原さん)