

<原著>

## 大学教育における「ビジネス日本語」教育

滝内 ひろ子

### “Business Japanese” Education at University

Hiroko Takiuchi

It is important to appreciate values and customs behind language to understand why an expression is used in business communications related to interests in Japan that have a high-context culture, with “business Japanese” considered as “communication in Japanese in business.” However, the definition and the area of “Business Japanese” have not been yet clarified, and not been commonly recognized. By researching syllabus of university classes titled “Business Japanese”, this research reveals two points. One is that the activities of job-hunting are highly included but not much. The other is that the situational syllabus is well applied. In conclusion, it is said that lecturers were more aware of “business situations” after students joined a company even though it includes the activities for job hunting.

**Key words** : Definition of Business Japanese, Area of Business Japanese, Syllabus, International students, University education  
ビジネス日本語の定義, ビジネス日本語の領域, シラバス, 外国人留学生, 大学教育

### 要 旨

「ビジネス日本語」を「ビジネス場面での日本語によるコミュニケーション」と捉え、高コンテキスト文化である日本でのビジネスコミュニケーションにおいて、言葉の背景にある価値観や慣習などを理解し、なぜその表現を使用するのかを知ることが重要であると考えている。しかし「ビジネス日本語」の定義、領域については明確にされておらず、共通認識がなされていない状態である。他大学の「ビジネス日本語」のシラバスを検索、調査した結果、就職活動関係の項目を取り扱うが、授業内での割合は多くないこと、場面シ

ラバスを取り入れる傾向があるという2点が明らかになった。つまり、就職活動をビジネス日本語の領域に含むが、入社後の「ビジネス場面」をより意識していることがわかった。

### 1 はじめに

筆者は2015年度から所属大学の外国人留学生対象の「ビジネス日本語」科目を担当している。日本社会でのビジネスマナーを学ぶこと、そして、社内外での様々なビジネス場面において適切な発話ができ、コミュニケーションがとれるようになることを到達目標とし、シラバスを構成した。「ビジネス日本語」

を外国人留学生対象の「ビジネス場面での日本語によるコミュニケーション」と捉え、高コンテクスト文化である日本での利害が絡むビジネスコミュニケーションにおいて、言葉の背景にある価値観や慣習などを理解し、なぜその表現を使用するのかを知ることが重要であると考えていたからである。しかし、この「ビジネス日本語」の定義や領域については明確にされておらず、共通認識がなされていないのが現状である。

本稿では、まず外国人留学生の現状（留学生数の推移や就職率など）を整理する。そして、教員の授業目的、学習者に修得させるべき内容や具体的な授業計画などが簡潔に提示されているシラバスを閲覧し、大学教育において行われている外国人留学生対象「ビジネス日本語」科目の教育内容について調査することで、当該授業担当教員の「ビジネス日本語」に対する認識を探り、定義、領域を考察する。

## 2 外国人留学生に関する現状

### 2-1 外国人留学生数の推移

日本の留学生受入れ政策には、1983年の「留学生10万人計画」がある。この計画は、21世紀初頭には留学生の受入れ数を10万人に増加させることを目標に掲げ、「教育」「友好」「国際協力」のための留学生受け入れを推進するもので、2003年に達成された。さらに、2008年には「留学生30万人計画」が新たな留学生政策として立案された。この計画は、「日本を世界により開かれた国とし、アジア、世界の間の人・モノ・カネ、情報の流れを拡大する『グローバル戦略』を展開する一環として、2020年を目途に30万人の留学生受入れを目指すもの」<sup>1)</sup>であり、大学等の教育研究の国際競争力を高め、優れた留

生を戦略的に獲得することをねらいとしている。

独立行政法人日本学生支援機構（以下JASSO）の調査（2017）<sup>2)</sup>によると、2012年には外国人留学生数の減少が見られたが、留学生30万人計画が立案された2008年の12万3,829人から2016年には23万9,287人と8年間で約115,000人増加している。そのうち、71.5%の外国人留学生が高等教育機関に在籍している。

### 2-2 外国人留学生の就労状況

表1<sup>3)</sup>は、2015年度卒業（修了）留学生の進路状況を示している。全体の73.3%と多くの留学生が日本国内で就職、もしくは進学をしている。また、日本国内で就職した外国人留学生の最終学歴は、大学（学部）卒業者が39.7%の4,654人と最も多く、次いで、大学院修士課程修了者が33.9%の2,917人であり、就職者の半数以上であることがわかる。

図1<sup>4)~10)</sup>は、専修学校等の卒業者数、日本国内の就職人数と就職率を示している。2008年から2009年にかけて就職率が低下しているが、これはリーマンショックの影響であると考えられる。それ以降は毎年上昇しており、2015年における外国人留学生の日本での就職率は30.1%、12,325人と過去最高の人数である。

海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）に対して行った日本貿易振興機構（以下JETRO）による「2016年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査～JETRO海外ビジネス調査～」<sup>11)</sup>（2017）では、外国人を雇用している企業は46.0%、現在雇用はしていないが、今後、採用を検討したいとする企業は21.9%であった。つまり、約7割の企業が外国人の雇用もしくは採用を考えているのである。外国人社員の採用・雇

大学教育における「ビジネス日本語」教育

表1 外国人留学生進路状況

(独) 日本学生支援機構「平成27年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果」(2017)を基に作成

学種	日本国内				日本国内以外				小計	不明	卒業(修了) 留学生総数
	就職	進学	その他	計	就職	進学	その他	計			
博士課程	539	75	689	1,303	796	18	599	1,413	2,716	268	2,984
	19.8%	2.8%	25.4%	48.0%	29.3%	0.7%	22.1%	52.0%	100.0%		
修士課程	2,917	1,474	1,048	5,439	1,079	138	1,957	3,174	8,613	572	9,185
	33.9%	17.1%	12.2%	63.1%	12.5%	1.6%	22.7%	36.9%	100.0%		
専門職 学位課程	257	18	128	403	131	13	201	345	748	65	813
	34.4%	2.4%	17.1%	53.9%	17.5%	1.7%	26.9%	46.1%	100.0%		
大学(学部)	4,654	2,081	1,294	8,029	992	278	2,423	3,693	11,722	801	12,523
	39.7%	17.8%	11.0%	68.5%	8.5%	2.4%	20.7%	31.5%	100.0%		
短期大学	131	130	45	306	22	16	42	80	386	15	401
	33.9%	33.7%	11.7%	79.3%	5.7%	4.1%	10.9%	20.7%	100.0%		
高等専門学校	9	83	1	93	3	0	4	7	100	0	100
	9.0%	83.0%	1.0%	93.0%	3.0%	0.0%	4.0%	7.0%	100.0%		
専修学校 (専門課程)	3,725	6,658	2,160	12,543	548	47	1,252	1,847	14,390	30	14,420
	25.9%	46.3%	15.0%	87.2%	3.8%	0.3%	8.7%	12.8%	100.0%		
準備教育課程	93	1,746	26	1,865	37	3	299	339	2,204	13	2,217
	4.2%	79.2%	1.2%	84.6%	1.7%	0.1%	13.6%	15.4%	100.0%		
計	12,325	12,265	5,391	29,981	3,608	513	6,777	10,898	40,879	1,764	42,643
	30.1%	30.0%	13.2%	73.3%	8.8%	1.3%	16.6%	26.7%	100.0%		

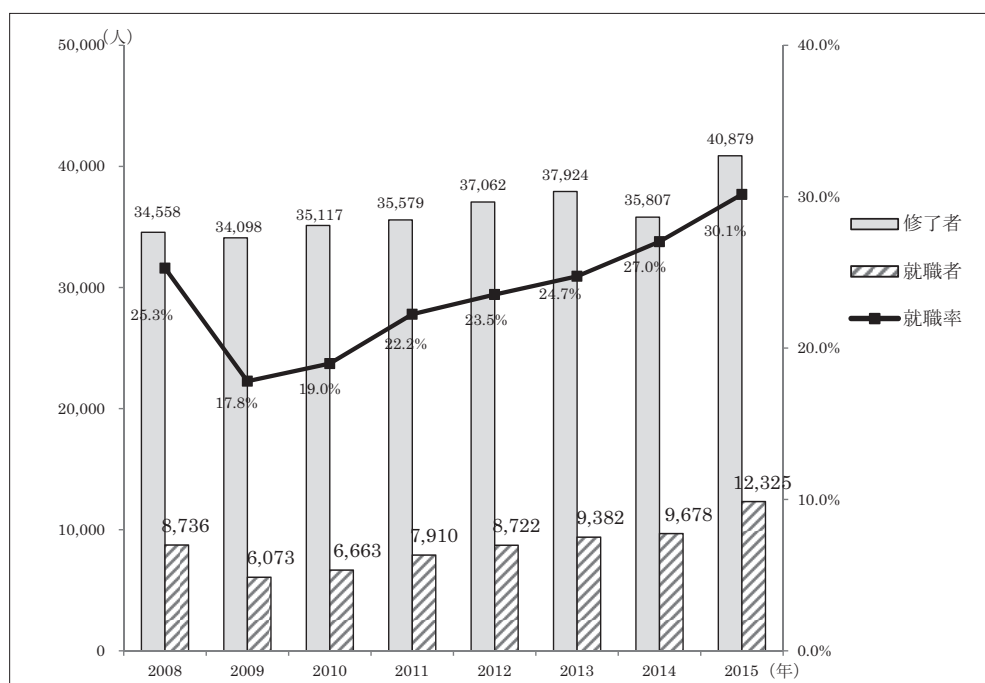


図1 卒業(修了)留学生数と就職率の推移

(独) 日本学生支援機構 平成20年度から平成27年度「外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果」(2010~2017)を基に作成

用において、販路の拡大や対外交渉力の向上 (JETRO,2016)<sup>12)</sup> をメリットとしており、今後も外国人留学生の雇用が増えていくと考えられる。

### 2-3 企業が求めているもの

まず、企業が外国人留学生に求めているものについて述べる。経済産業省委託の調査 (2012)<sup>13)</sup> によると、70.3%の企業が採用時に「語学力 (日本語)」を重視していることが示されている。この日本語能力のレベル<sup>14)</sup> であるが、BJT ビジネス日本語能力テストのJ1+ レベルを希望している企業は13.7%、J1レベルは43.4%、J2レベルは27.4%であり、約8割の企業がJ2レベル以上 (N1相当) の日本語能力を求めている。「語学力 (日本語)」に次いで多い項目は、「コミュニケーション力」で60.4%である。日本経済団体連合会が実施した「2016年度新卒採用に関するアンケート調査」 (2016)<sup>15)</sup> によると、「選考にあたって特に重視した点」は「コミュニケーション力」であり、13年連続して1位であることから、多くの企業が外国人留学生と日本人学生の双方に求めている項目であることがわかる。反対に、外国人留学生に関しては「出身大学」が4.2%、「大学の成績」については1.9%と数値が低く、重要視していない項目であった。

次に、外国人留学生を育成する教育機関 (大学等) に企業が求める教育について述べる。同じく、経済産業省委託の調査 (2012) では、最も多かった項目が「日本語能力 (日常会話・読み書き)」63.9%、次いで、「日本の企業文化への理解を促す教育」60.2%であった。さらに、「日本企業の基本的なビジネスマナー教育」55.4%、「ビジネスシーンで使用する高度な日本語教育」45.2%の順である。基本的な日本語能力に加え、将来日本企業で働く可能性のある外国人留学生に対し

て、日本におけるビジネス場面に関する要素への教育が望まれていることが見られる。

## 3 「ビジネス日本語」

### 3-1 ビジネス日本語の定義、領域

企業が教育機関 (大学等) に求める教育については、「日本語能力 (日常会話・読み書き)」以外に「日本企業文化への理解」「日本企業の基本的なビジネスマナー」「ビジネスシーンで使用する高度な日本語教育」など、文法、文字・語彙、読解などを取り扱う一般的な日本語教育とは異なり、「ビジネス場面での日本語」であることが示されていた。では、実際の現場では、ビジネス日本語教育に関してどのような認識が持たれ、どのような教育がなされているのだろうか。

神吉 (2016)<sup>16)</sup> はビジネス日本語教育は、1960年代頃からあり、ビジネス日本語教育の対象者は特に欧米出身のビジネスパーソンが中心であったと報告している。しかし、2007年から開始された経済産業省・文部科学省によるアジア人材資金構想事業が大きな転換点となり、対象者が大学や教育機関に通う「ビジネスパーソン予備軍」へと大きく変化したと述べている。このアジア人材資金構想事業は、「将来日本での就職を希望するアジアからの留学生に対し、就職のための専門教育から就職支援に至るまでの教育を施し、産業界で活躍する人材の育成を促進しよう」<sup>17)</sup> という計画であり、計1,959人の留学生が参加し、67%の留学生が日本企業に就職をしたと報告している。以下に、アジア人材資金構想のプログラム全体の内容を記す (表2)。

アジア人材資金構想では、企業へ就職後のビジネス場面でのコミュニケーションを可能とするものを「ビジネス日本語教育」、日本企業文化に対する理解を促進するための教育

大学教育における「ビジネス日本語」教育

表2 アジア人材資金構想 プログラム内容

	内容	【具体内容例】
(1) 産学連携専門教育プログラム（高度専門留学生在成事業のみで実施）	産業界が求めるスキル・ノウハウ等を情報収集して分析・体系化し、産業界のニーズに即した専門的な教育プログラムを共同開発する。開発したプログラムをもとに民間企業技術者による講義や企業現場における実習等を含む実践的な専門教育を大学にて行う。	企業技術者による講義、企業現場における実習、実際に企業が取り組んでいるテーマの内容等、実践的な要素を含めた教育を実施する。
(2) ビジネス日本語教育	高度な日本語運用能力をもとに、企業へ就職後、スムーズなコミュニケーションや難度の高いディスカッションを可能とする日本語教育を行う。	目上、目下、社内、社外などの対人関係によって適切な言語表現の選択訓練を行う。ビジネスシーンを想定したロールプレイング、社会的トピックスを題材にしたディベート、専門分野におけるディスカッション等をチームで行い、背景を含めた相手の主張を理解し、それに対する適切な表現・語彙を用いた論理的な反論ができる訓練を行う。
(3) 日本ビジネス教育	日本企業文化に対する理解を促進するため、日本企業の仕事の進め方、人材育成の考え方・意義等に関するビジネス教育をあわせて実施する。	欧米企業とは異なる日本企業の評価処遇制度、長期雇用型の日本企業の雇用慣行、OJTや様々な部署のローテーションによる人材育成、日本企業の会社システム（稟議制度、会議の進め方等）等の講義を行う。日本と海外のビジネス習慣の違い、日本で働く外国人ケーススタディ、日本と海外の企業経営理念等について、ディスカッションを行う。
(4) インターンシップ	コンソーシアム参加企業のニーズと留学生の資質・専攻・ニーズをマッチングするとともに、受入れプログラムの作成支援、インターンシップ中の進捗確認、事後フォローアップ等を行うことで、実践的能力を効率的に習得するインターンシップを実施する。	
(5) 就職支援	留学生に対して、就職活動のカウンセリング、企業情報提供、就職ガイダンス等を実施する。また、企業に対して、留学生の受け入れ環境の整備を支援するセミナー等を実施する。	キャリアカウンセラーを配置し、留学生に対して、就職カウンセリング、就職相談、ビザ手続きのサポート等を実施。エントリーシート・履歴書の書き方、面接の受け方・自己PRの仕方等、就職セミナーを実施。企業に対して、留学生の受け入れ環境の整備を支援するセミナー等を実施。
(6) 留学推進・プログラム参加推進	国外・国内の大学等や、我が国企業に就職意思のある能力・意欲の高い留学生へ本事業の広報を行う、当該プログラムへの参加を促進する。	

出典：ABK 留学生メールニュース 2007年7月号（第68号） 財団法人アジア学生文化協会

を「日本ビジネス教育」、そして就職活動に関しては「就職支援」と分けている。

高見澤 (1994)<sup>18)</sup> は、ビジネス日本語とは「仕事のための日本語」と定義している。また、日本漢字能力検定協会が実施するBJTビジネス日本語テスト<sup>19)</sup> では、測定する能力は「ビジネス場面で必要とされる日本語コミュニケーション能力」であり、具体的なビジネス場面での日本語を領域としており、アジア人材資金構想の「(2) ビジネス日本語教育」にあてはまるものであると言える。近藤 (2014)<sup>20)</sup> は、「ビジネス日本語」は「敬語」などの勉強であると狭義に捉えられることが多く、実際に行われている職場内外でのコミュニケーションや、提案書及び議事録を作成するためのアカデミックライティングといった、広範囲な教育内容が理解されにくく、誤解を招きやすい用語であるとし、日本語を媒介語として仕事をする際に必要となるコミュニケーション教育と位置づけ、「ビジネスコミュニケーション」という用語を用いており、ビジネス場面でのコミュニケーション能力であるとしている。これは、アジア人材資金構想の「(2) ビジネス日本語教育」にあてはまるものであると言える。平野 (2010)<sup>21)</sup> は、アジア人材資金構想の「(2) ビジネス日本語教育」「(5) 就労支援」にあてはまる内容を含む、①チーム・ティーチング、②就職活動支援講座の実施、③ビジネスパーソンとの交流機会の提供と講義の実施の3つを大学の「ビジネス日本語」クラスへ提言としている。そして奥田 (2017)<sup>22)</sup> は、ビジネス日本語教育の射程を就活 (内定) から就職後2～3年としている。また、ビジネス日本語の教育領域を、1つは、キャリアデザイン (就職活動、インターンシップなど)、ビジネス・コミュニケーション (電話応対、指示、依頼など)、専門技能 (専門職の知識・

技術など) をコンテンツとする「就職・就業に必要な活動」、1つは汎用的能力 (社会人基礎力、コミュニケーションスキルズ、学習能力)、文化的対応力 (企業文化、文化的調整等) が含まれる「職業・職種の異同に関わらず必要なスキル」、1つは前述した2つの領域の活動やスキルを下支えする日本語力の領域で、アカデミック・ジャパニーズを基礎とするものと、3つに大別している。これらは、アジア人材資金構想の「(2) ビジネス日本語教育」「(3) 日本ビジネス教育」「(4) インターンシップ」を含み、さらに社会人基礎力を取り入れた広義なビジネス日本語教育の領域を示している。また、神吉 (2016)<sup>16)</sup> は、「ビジネス日本語教育」の内容は、主に、①就職活動に関連するビジネス日本語教育と②企業に入ってから役立つことを想定したビジネス日本語教育の2つの内容に分けられるとし、さらに、ビジネス場面でよくある事柄に関してコミュニケーションや文化理解につながる能力などの育成を狙いとする「ケースを活用したビジネス日本語教育」、Project Based Learning (PBL) が代表的とされる「プロジェクト型のビジネス日本語」なども挙げ、「ビジネス日本語」を広義に捉えている。堀井 (2015)<sup>23)</sup> は、仕事をするために必要な社会人基礎力や問題発見解決能力の育成を含めた広義のビジネス日本語教育が必要であるとし、また就活支援もあったほうがいと述べている。栗飯原 (2015)<sup>24)</sup> は仕事実務上の目的のための日本語教育を広義の日本語、特定の職業のための日本語教育を狭義の日本語と定義しているが、ビジネス日本語には決まったコンテンツは存在せず、ニーズに従い柔軟に対応するべきだとしている。

このように、「ビジネス日本語」という用語に対しての定義づけ、領域は統一されたものがなく、共通認識がもたれていない状況である。

3-2 「ビジネス日本語」科目担当者の認識  
3-2-1 調査方法

3-1で述べたように、「ビジネス日本語」の定義、領域は様々である。では実際、高等教育機関では、「ビジネス日本語」という科目がどのような項目を取り入れて実施されているのかを見る。

シラバスには教員の授業目的、学生に獲得させるべき内容、具体的な授業計画などが簡潔に提示されており、当該授業担当教員の科目に対する認識が表れているものであると考え、「ビジネス日本語」を科目名とするシラバスの授業内容を調査対象とした。

JASSOの調査(2017)<sup>2)</sup>により「留学生が多い機関」として挙げられている31校について、「ビジネス日本語」をキーワードとしシラバスをインターネットで検索した。その結果、2017年度において「ビジネス日本語」という用語を用いた科目(「ビジネス日本語」以外に「ビジネスのための日本語」「インターンシップのためのビジネス日本語」があっ

た)を開講している大学が12校あり、前後期など、異なる開講時期で同様の内容を開講しているものは削除し、15回の授業内容が公開されている10校、19科目の授業内容を調査対象とした(1校は単位の表記が「0」、1校2科目については単位の表記が見られなかったため、計3科目については、単位認定の科目であるかは不明である)。

授業内容は、面接、自己紹介、エントリーシート、インターンシップなど、就職活動に関する項目を「A:就職活動型」、入社後のビジネス場面で使用されるであろう具体的な項目は「B:入社後型」、ガイダンス、総括、小テストなどは含めないA・B以外の項目、授業概要、及び到達目標などに照らし合わせてもA・Bの判断がつかなかった項目を「C:その他」とした。入社後型の内容については、「ビジネスマナー」「日本の企業文化」などの知識面と、「電話をかける」「許可をもらう」などの表現面でカテゴリー分けをし、表現面では、「メール」「社内・社外文書」などの文

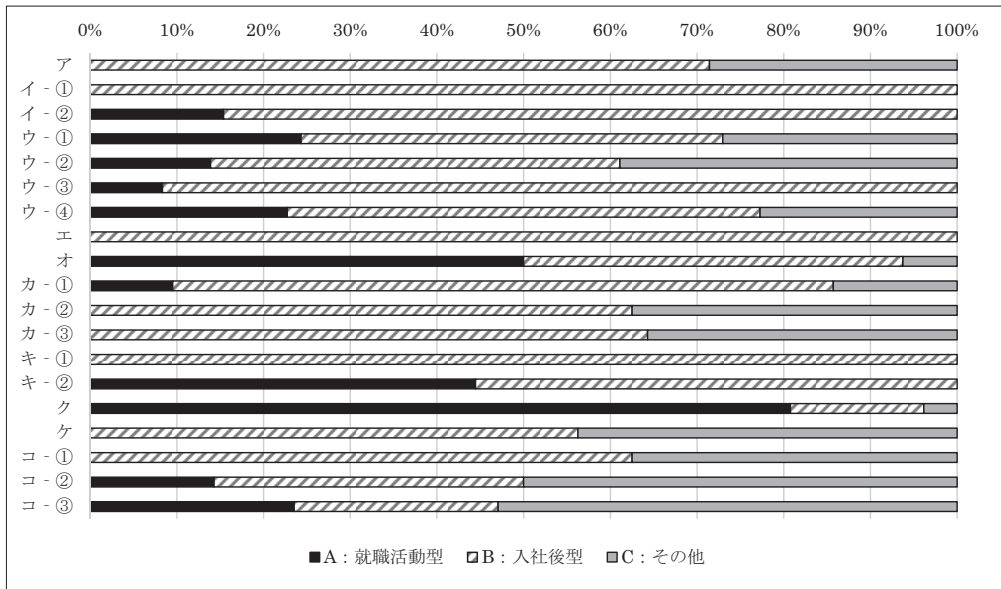


図2 授業に取り上げている項目の割合  
五十音:教育機関、数字:「ビジネス日本語」科目が複数ある場合

書系と口頭系を区別した。ただし、「メール」は、書式に関する知識も教授内容に含まれると考え、表現面と知識面両方の分類に入れている。

### 3-2-2 結果

まず、就職活動の内容を取り入れているのは10校中7校11科目であった。全実施項目数に対する就職活動型の実施項目割合であるが、2割程度が8科目、4割程度が2科目、8割程度取り入れている科目が1つ見られた(図2)。具体的な内容としては、日本での就職活動についての説明、エントリーシート、自己分析、志望動機、企業分析、面接などの項目である。取扱いが一番多かったのは、「面接」で7科目、次いで、「エントリーシート」が4科目、そして、「自己紹介」「自己分析」「企業分析」が3科目であった。入社後型の内容については、19科目中、17科目が待遇表現を使用する「メール(文書)」もしくは「電話」を取り入れていた。一般的な日本語教育ではなく、ビジネス場面に対応したより実践的な項目が取り扱われていることが見られた。

シラバスの構成についてであるが、入社後の項目について、「文書系-口頭系」に注目してカリキュラムを組んでいるものが5科目、そして、場面シラバス、機能シラバスなど、「教授方法」に注目して15回の授業を組んでいるものが13科目あった。全体的には場面シラバスを取り入れている科目が多かった。

### 3-2-3 考察

大学教育で行われている「ビジネス日本語」科目では、就職活動型の項目は取り入れられているが、全実施項目数に対する就職活動型の実施項目割合として、半数以下が多

かった。入社後の項目については、「電話」もしくは「メール(文書)」を多くの科目で取り扱っており、「待遇表現」として大きく捉え「敬語」の項目も加えると、全科目が待遇表現に関する項目を取り入れている。また、シラバスを構成する際、「文書系-口頭系」ではなく「教授法」に着目して15回の授業を組んでいること、さらに、機能シラバスより場面シラバスを多く採用していることがわかった。

「ビジネス日本語」科目担当者の認識として、就職活動型を「ビジネス日本語」の領域に含めているが、入社後型をより重要視し、特に「待遇表現」を重要項目として扱い、その中で場面シラバスが多かったことから、「ビジネス場面」をより意識していると考えられる。

今回の調査でシラバス検索した結果、ビジネス日本語のシラバスがweb上に提示されていたのは、31校中10校(32.3%)の教育機関であった。BJTビジネス日本語能力テストを実施している日本漢字能力検定協会による「大学におけるビジネス日本語教育の実施状況に関する調査」(2012)<sup>25)</sup>では、89校中32校(35.9%)の教育機関でビジネス日本語教育を実施しているという結果から見ても、今回の調査機関数は相当であると推察できる。

## 4 まとめ

「ビジネス日本語」という用語には明確な定義がなく、取り扱う領域も様々であるが、ここで、「大学教育」という視点を加えてみる。

現在の日本の大学はユニバーサル化により学生が多様化していると言われている。野中(2014)<sup>26)</sup>は「大衆化にともなって、大学はそれまでは大学に進学しなかった層の学生た



ちを迎えることになった。こうした状況に対して、『学生の多様化』という表現がなされることがあるが、もう少し直截に言うなら、従来のエリート型の大学時代では進学できなかった『学力』水準にある学生が大量に入学しているということになる。」と述べている。エリート型の大学を除き、大衆化した大学では、このような現状において大学教育の一環として基礎教育が必要になっているということが言えるのではないだろうか。また、文部科学省はキャリア教育を推進している。中央教育審議会(2011)<sup>27)</sup>はキャリア教育を「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」と定義している。さらに、社会的・職業的自立、学校から社会・職業への円滑な移行に必要な力の要素は、基礎的・基本的な知識・技能、基礎的・汎用的能力、論理的思考力、創造力、意欲・態度及び価値観、専門的な知識・技能で構成されるとしている。2010年には大学設置基準が改正され、「すべての大学・短期大学において、教育課程の内外を通じて社会的・職業的自立に向けた指導等に取り組むための体制を整えること」とし、大学教育において、キャリア教育実施を推進しており、文部科学省の調査(2016)<sup>27)</sup>によると、実際の教育現場では、学部段階において96.8%の大学でキャリア教育が教育課程内で実施されていることが示されている。大学教育という現場では基礎学力が求められ、またキャリア教育についても行われているのが現状である。

日本語教育では、コースデザインをする際、学習者のニーズやレディネス調査に基づき、教授する内容、教授法などを選定する。「ビジネス日本語」は、対象者、目的などの変化によりその領域が柔軟に変化し、共通する定義づけもされていない状態である。しかし、

大学教育という視点に立ち、日本人学生と外国人留学生双方に対する教育機会の均等を考えたとき、キャリア教育やキャリアサポートが充実していない環境の措置以外で全学生に対して行われているキャリア教育や就職活動型の項目を留学生対象の単位制「ビジネス日本語」科目に取り入れるのは逸脱しているのではないだろうか。つまり、充実した環境にある大学において、日本人学生と外国人留学生との教育における機会均等を考えると、外国人留学生対象の単位制「ビジネス日本語」科目の領域は日本におけるビジネス場面で使用される表現の背景にある価値観や慣習などの理解を促す「ビジネス場面における日本語によるコミュニケーション」とあると考える。

今回はJASSOの調査により「留学生が多い機関」として挙げられている31校を対象としたが、今後は、JASSOが実施する日本留学試験を大学入学試験に利用している教育機関を調査対象とし、さらに大学教育における「ビジネス日本語」の定義、領域を探ってみたい。

## 【注・引用・参考文献】

- 1) 文部科学省：「留学生30万人計画」骨子の策定について  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/20/07/08080109.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/20/07/08080109.htm)  
 (最終閲覧日2017年9月29日)
- 2) 独立行政法人日本学生支援機構：平成28年度外国人留学生在籍状況調査結果、2017
- 3) 独立行政法人日本学生支援機構：平成27年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2017
- 4) 同上：平成20年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2010

- 5) 同上:平成21年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2011
- 6) 同上:平成22年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2012
- 7) 同上:平成23年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2013
- 8) 同上:平成24年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2014
- 9) 同上:平成25年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2015
- 10) 同上:平成26年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果、2016
- 11) 独立行政法人 日本貿易振興機構 海外調査部 国際経済課:2016年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査～JETRO 海外ビジネス調査～、2017
- 12) 同上:2015年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査～JETRO 海外ビジネス調査～、2016
- 13) 株式会社クオリティ・オブ・ライフ:(平成24年度経済産業省委託事業)平成24年度アジア人材資金構想プロジェクトサポートセンター事業「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」報告書、2012
- 14) BJT ビジネス日本語能力テストによる日本語レベル  
 J+:どのようなビジネス場面でも日本語による十分なコミュニケーション能力がある。  
 J1:幅広いビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。  
 J2:限られたビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。  
 J3:限られたビジネス場面で日本語によるある程度のコミュニケーション能力がある。
- J4:限られたビジネス場面で日本語による最低限のコミュニケーション能力がある。
- J5:日本語によるビジネスコミュニケーション能力はほとんどない。  
 J1レベルが JLPT の N1レベルに相当すると言われている。
- 15) 一般社団法人 日本経済団体連合会:2016年度新卒採用に関するアンケート調査結果、2016
- 16) 神吉宇一:「ビジネス日本語教育」で目指されているものは何か、2016年日本語教育国際研究大会パネル発表、2016
- 17) 財団法人アジア学生文化協会:ABK 留学生メールニュース、(7)、2007
- 18) 高見澤孟:日本語の教え方実践マニュアル ビジネス日本語の教え方、8、株式会社アルク、1994
- 19) 公益財団法人 日本漢字能力検定協会:ビジネス日本語能力テストとは  
<http://www.kanken.or.jp/bjt/about/>  
 (最終閲覧日:2017年9月29日)
- 20) 近藤彩:日本語非母語話者と母語話者が学び合うビジネスコミュニケーション教育ーダイバーシティの中で活躍できる人材の育成に向けてー、専門日本語教育研究、(16)、15-22、2014
- 21) 平野貞二:大学での「ビジネス日本語」の方向性、熊本大学国際化推進センター紀要、1、29-48、2010
- 22) 奥田純子:ビジネス日本語教育の導入方法、教育機関における留学生支援関係教職員向けセミナー配布資料、2017
- 23) 堀井恵子:ビジネス日本語教育の課題再考 コース・デザインとPBL、シニアサポーター活用、前田直子、世界の日本語研究と日本語教育ビジネス日本語教育の展開と課題、125-142、(株)ココ出版、2015

- 24) 粟飯原志宣：ビジネス日本語の定義と領域 ビジネス日本語担当者の不安と疑問の解決を求めて、前田直子、世界の日本語研究と日本語教育ビジネス日本語教育の展開と課題、105-123、(株)ココ出版、2015
- 25) 日本漢字能力検定協会：大学におけるビジネス日本語教育の実施状況に関する調査、2012
- 26) 野中浩一：ユニバーサル化時代における大学の意義― 異質性が高める学生の共生力、和光大学現代人間学部紀要、(7)、2014
- 27) 中央教育審議会：今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）、2011
- 28) 文部科学省：平成26年度の大学における教育内容等の改革状況について（概要）、2016

