

在タイ日系企業が求める日本語人材 ——インタビュー調査より——

前野文康、勝田千絵、Nida LARPSRISAWAD

1. はじめに

国際交流基金(2013)の調査によると、タイの日本語学習者数は2012年度の調査で約13万人(世界第7位)となっており、年々学習者数は増加している。その中で、高等教育機関での日本語学習者数はここ数年安定しており、高等教育段階での日本語教育は円熟期にあると言われている。高等教育機関における日本語学習の目的として、「日本語そのものへの興味」や「コミュニケーション能力の向上」「マンガ・アニメ・J-POPが好きだから」という項目と並び、「将来への就職」が挙げられており、日本語能力を生かした就職を考える学習者が多いことがうかがえる。

一方、日系企業にとっても、タイは最もリスクの少ない海外の投資先のひとつとして考えられてきた。帝国データバンク(2014)はタイの製造拠点としての魅力として、ASEANの一角であること、80年代から本格化してきた産業集積が進んだことを挙げており、「長年かけて培われてきた魅力は、1度の災害や政情不安で損なわれるようなものではない」(帝国データバンク2014:4)と報告している。実際、タイを含むASEAN諸国の経済は近年内需を中心に成長しており、その中でもタイは2011年の洪水の影響で落ち込んでいた消費や投資が政府の景気対策などの効果もあって増加し、経済成長率が大きく回復している(経済産業省2013)。また、国際協力銀行(2013)の調査⁽¹⁾においても、日本の企業が中期的(今後3年程度)に有望と考える海外の事業展開先として、タイは中国を初めて抜き、インドネシア、インドに続き、第3位となっている。その理由として、「現地マーケットの今後の成長性」「組立メーカーの供給拠点として」「産業集積がある」などが挙げられており、生産拠点としての魅力も高いようだ。

実際、タイには3,924社の日系企業が進出しており、業種も多岐にわたっている⁽²⁾。そして、進出増加が著しい日系企業において、タイ人従業員に日本語学習が奨励されていることを考慮すると(国際交流基金2013)、日系企業で働く目的を持ったタイ人日本語学習者も増えていくことが予想される。大学などの高等教育機関での日本語教育関係者が、タイ人日本語学習者の卒業後のことも視野に入れた立場に立つのならば、日系企業が求める人材のニーズを知り、各々の現場で実践していくことが必要だと考える。

2. 先行研究

タイの日系企業が求める人材についての調査は90年代後半から見られるようになった。大きく分類すると、言語のみに焦点を当てたもの、言語以外(人材像やタイ日社員間のコミュニケーション

ョン上の問題点など)にも対象を広げたものに分けられる。

まず、言語のみ焦点を当てた先行研究として、島田・澁川(1999)、原田(2004)、壺坂(2012)が挙げられる。島田・澁川(1999)はアジアの5都市(ソウル、大連、クアラルンプール、香港、バンコク)を対象に日系企業でのビジネス日本語のニーズをアンケートにより調査した。バンコクの21社の日系企業と46名のタイ人現地社員が調査対象となっており、バンコクではタイ人社員の日本語能力が強くは求められておらず、日本語を使用する場面は限られていると報告している。原田(2004)はバンコクの日系企業(18社)における日本語ニーズに関してインタビュー調査し、求める日本語能力は仕事で使えるレベル(読み書きと会話)であり、大手企業においては英語を中心に業務を進めていると報告している。また、壺坂(2012)は、タイ人日本語学習者に対する質問紙調査(26名)と求人情報サイト(日系企業472社)の分析から、日系企業への就職を意識している学生が多いのに比べ、日本語能力を求めている日系企業は少ないとしている。実際、求める語学力として、英語だけを採用条件に挙げている企業は全体の73%であった。壺坂(2012)は、タイの日系企業への就職を希望する学生にとっては、日本語より英語のスキルを身につけているほうが有利なのではないかと考察している。また、日本語能力が必要とされる場合においても、専門性が高いため、日本語教育機関(大学)において体系的に教えることは難しいのではないかと述べている。

次に、言語以外にも焦点を当てたものとしては、タナサーンセーニー他(2005)、チンプラサートスック(2005)、堀井(2012)が挙げられる。タナサーンセーニー他(2005)は、企業と教育現場の両方の視点から、タイにおけるビジネス日本語の使用と日本語教育の実態について調査した。バンコクの日系企業(製造業のみ)5社へのインタビュー調査の報告では、通訳や秘書での採用では高い日本語能力が必要とされていること、日系企業の仕事の進め方や勤務態度への理解が求められていることが報告されている。また、教育現場において、企業実習などにより知識を実践につなげること、言語や文化による違いから起こる問題を柔軟に解決する能力を育てることなどが提案された。チンプラサートスック(2005)は、バンコクとバンコク近郊にある日系企業の駐在員178名とタイ人社員185名を対象にした質問紙調査による因子分析から、タイ人と日本人の間で生じるビジネス場面でのコミュニケーション上の問題を抽出した。その結果、「通訳能力」、「上下・部外者関係」、「ビジネス風土」、「意思疎通」、「人間関係」、「時間運用」、「使用言語」の7つの要因が明らかになった。堀井(2012)は、留学生のためのビジネス日本語教育のシラバス構築を目的とし、バンコクの日系企業の管理職(6名)と現地社員(元留学生など含む6名)にインタビュー調査を行った。そして、日本語人材がタイと日本の間の異文化間の摩擦の調整をしていること、また、日本への留学経験などが異文化調整に活かされていることなどが示された。

以上のように、先行研究では調査対象の軸を日本語能力に置いているものが主流であり、企業が求める人材像(素質や日本語能力以外にも含めた能力)の把握を調査の主目的にしているもの

はない。必要とされる人材のニーズは、日系企業での就職を支援するために日本語教育関係者が把握しておくべきことであると言えるが、このような目的を持って行われた調査に、前野・勝田・Lapsrisawad (2013) がある。同調査では、質問紙調査により、在タイ日系企業が求める日本語人材像を調査した。企業が求める性格や資質については、責任感、誠実さ、協調性などのキーワードが挙げられており、言語能力としては、タイ語・英語・日本語を使い分けているという企業からの回答が多く、日系企業だからといって必ずしも日本語のみに使用言語が統一されているわけではないと報告している。

しかしながら、「アンケート調査の場合、回答者の回答は質問項目に規定される範囲にとどまり、質問項目として設定されていない事柄については、回答を得ることができない」(日和 2013: 151) という点を考慮すると、質的な調査で新たに明らかにできることもありうる。そこで、本調査ではインタビュー方式を採用した。

3. 調査と分析の概要

3.1 調査対象とした企業

バンコクの日系企業 10 社 (10 人) の人事担当者に対し、日本語でのインタビュー調査 (2012 年 9 月～2013 年 2 月) を行った。そのうち、製造業が 4 社、広告・出版・書籍を扱う企業が 3 社、情報通信業が 1 社、航空運輸業が 1 社、教育・学習支援および人材派遣業が 1 社であった。質問項目は必要とされる人材のニーズを把握するため、タイ人従業員と日本人従業員の間で使われている言語、企業が求める性格・能力・資質に加えて、日本語と英語の能力、パソコンに関するスキルに関するものにした。

3.2 調査および分析方法

半構造化インタビューを採用し、IC レコーダーで録音した。インタビュー時間の平均は 36.9 分 (SD 14.16, 範囲 59-21) で、すべてのインタビューが対象者の勤務先で行われた。そして、インタビューの文字化データ (テキストデータ) の分析をテキスト・マイニングにより試みた。テキスト・マイニングとは「テキストデータをさまざまな計量的方法によって分析し、形式化されていない膨大なテキストデータという鉱脈のなかから言葉 (キーワード) どうしに見られるパターンや規則性を見つけ、役に立ちそうな知識・情報を取り出そうとする手法・技術」である (藤井他 2005: 10)。樋口 (2013) は、テキスト・マイニングを用いれば、客観性が向上し、大量なデータでも探索が可能になると述べている。今回の調査で対象とする文字化データは大量とは言えないが、データの恣意的な解釈を避け、バラバラに見えるデータから共通性を見出すことを主目的とし、テキスト・マイニングを採用した。分析ソフトは KH Coder を使用した。

分析対象としたデータの総抽出語数は 11,430 語であり、そのうち分析対象としたのは 10,066 語である。総異なり語数は 2,039 語、そのうち分析対象としたのは 1,817 語である。出現回数

平均は 5.54 回で、出現回数の標準偏差は 21.12 である。

すべての回答の全体像を把握するため、多変量解析の一手法である自己組織化マップ (Self-Organizing Map) での分析を試みた。自己組織化マップは Kohonen (2001) によって提案されたニューラル・ネットワークの一種で、高次元データを 2 次元平面上にマッピングし、データの全体像を可視化することができる。分析対象のデータは、「文書×抽出語」表 (表 1) である。これは、各段落に、それぞれの語が何度出現していたのかを示した集計表である。この高次元データ (発話データ) をもとに自己組織化マップを作成し、出現のパターンが似ている語を近い場所にマッピングし、異なっている語を遠くにマッピングする⁽³⁾。

表 1 「文書×抽出語」表 (一部)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	段落	通し番号	英語	日本語	スタッフ	日本人	会社	部署	コミュニケーション	ケース	マネージャー
2	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
3	2	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0
4	3	3	0	0	1	2	0	0	1	0	0

自己組織化マップの学習は 2 段階で行われる。デフォルト設定で、大まかな順序付けを行う段階 (第 1 段階) は 1,000 回、微調整を行う収束段階 (第 2 段階) は 200,000 回であった。図 1 が自己組織化マップである。ユークリッド距離によりクラスター内の語同士の出現パターンが似ていることが読み取れた語を分類したところ 11 のクラスターが得られた。該当する個所を筆者が丸で囲んだ。

得られたクラスター内の語を用いて、その語が話された文脈を確認するため、文書検索のコマンドを実行した。「tf 順」⁽⁴⁾ により語と語の間の関連を最も典型的に表示し、クラスター内の語の意味を念頭に置きながら、その発話データから話者の意図を読み取った。本稿では、「タイ人、スタッフ」のクラスターの分析方法を参考例として示す。

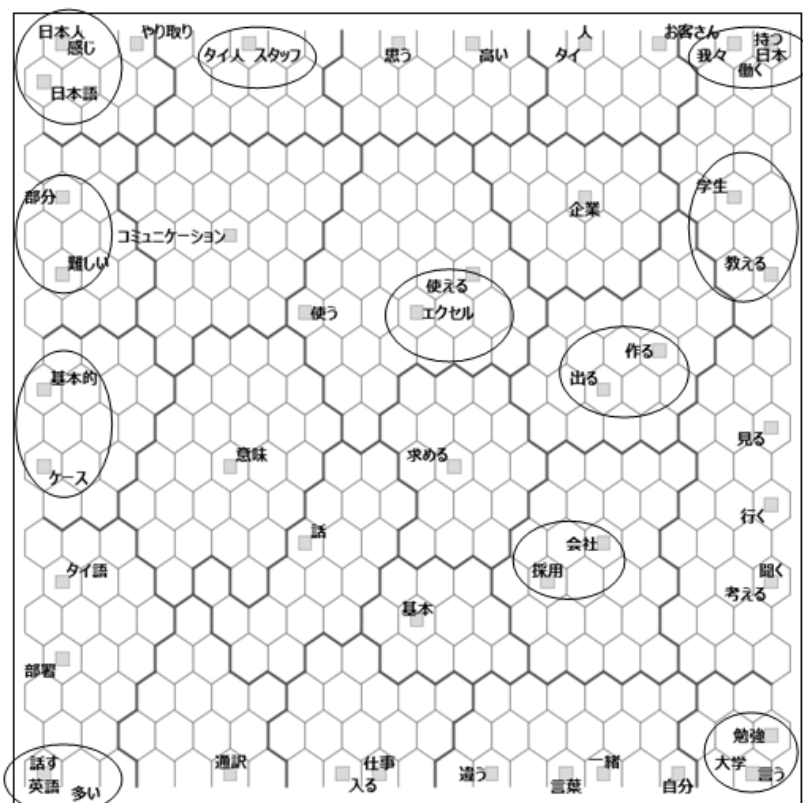


図1 自己組織化マップ

以下が文書検索により表示させた実際の発話データの1例である。クラスターに該当する語には下線を引いた。この発話データから、話者が意図するメッセージを読み取り、まとめたものが太字の文である。このような手順ですべてのクラスターの発話データ（合計 89 例）についても同様に分析を行った。

タイに長くいるスタッフが、もう今、5年くらいいるのが日本人でおるんですけども。あと、まあ、他にも、3年くらいっていうのがあと2人くらいいるんですけども。彼らが通常タイ人とのコミュニケーションをとるような役目をとってまして。で、日本人がある程度タイ語ができるので、どちらかというと、タイ語。はい。

タイ語がわかる日本人社員がタイ人社員とのコミュニケーションをとっている。

4. 分析の結果と考察

すべてのクラスターを分析し、読み取れた話者のメッセージを分類したところ、最終的に【日系企業が求める人材】、【必要性】、【使用言語の実態】、【タイ人との仕事】、【大学】の5つの概念が抽出できた。表2は各概念の一覧である。

表2 得られた概念の一覧

カテゴリー (大)	カテゴリー (小)	話者のメッセージ	発話数
日系企業が求める人材	日本や日本人のことを理解し、興味も持っている人材	日本語能力があっても、日本人の働き方を理解していなければ仕事ができない。したがって、日本や日本人のことを理解した人材が欲しい。	6
		日本人社員が多いので、日本人の働き方を理解している人材が欲しい。	5
		日本に関係する商品を扱っているので、日本のことに興味を持っている人材が欲しい。	2
	仕事に対する意識が高く、目的を持っている人材	仕事に対して真剣な姿勢を持っている人材がいい。	3
		日系企業で働くことを目的にしている人材が欲しい。	2
	日本語をツールとして用い、実践力のある人材	通訳などの日本語能力のみをいかした採用は人数枠がかなり少なく、欠員補充で回している。しかし、日本語を一つのツールとみなし、総務や営業職での就職を希望する人材なら採用枠は多い。	2
		日本語能力試験のN1を持っていても、その知識を実際に使えなければ仕事にならない。	1
	必要性	日本語	顧客が日本人の場合は日本語を使う必要がある。
通訳のような高度な日本語能力がなくても、日本語を使う業務はある（英語ができない日本人社員の補助など）。			2
通訳に求める日本語能力はかなり高度である。			2
英語		世界の共通語としての英語	4
		英語を使う部門では英語ができなければ採用できない。	2
パソコンスキル (エクセル)		パソコンのスキルに関してはエクセルがどの程度使えるかが重要である。具体的には関数や分析などの機能が使えるといい。	5

使用言語の実態	英語優勢	タイ人・日本人双方が現に使える言語は英語である。	6
	日本語優勢	日本人が多く、管理部門も日本人が多数の会社は社内言語として日本語を使う。	6
	タイ語優勢	タイ語ができる現地採用の日本人社員はタイ語を使う。	2
		経理や総務などはタイ人社員だけで固められているので。	1
	日本語とタイ語	日本語もタイ語もわかる社員が多いので、社内言語はタイ語か日本語である。	2
タイ人との仕事	タイやタイ人に対する考え	日本語能力があっても、タイ人社員に日本人顧客の対応をさせることは難しい（言語以外の面で）。	2
		タイ人社員は数字を使ってロジカルに考えることが苦手で、エクセルなどを使って論理的に分析している人はあまりいない。	2
		タイ人社員は広い視野に立って仕事をこなすことができない。また、改善しようとする姿勢もあまり感じられない。	1
		タイでは日本のような人物面を掘り下げた採用面接ができていない。	1
	日本人とタイ人の役割分担	日本人社員が日本人顧客の対応をし、タイ人社員がタイ人顧客の対応をする。	5
		経理や総務はタイ人社員で固められている。	1
大学	大学で教えてほしいこと	ビジネスマナーや一般的なビジネス用語は教えておいてもらいたい。	4
		大学の授業では予習をしっかりとっておけば学ぶことが身に付きやすいことを教えてもらいたい。	3
		大学の勉強やサークル活動などをしっかりとっておいてもらいたい。	1
		理想的な日本だけではなく、現実的な日本の面も教えてもらいたい。	1

	大学では できないだろうこと (実務を通して身に 付けること)	大学の授業では身に付かず、実際の仕事の中でしか身に付けていけないものがある。	4
--	--	--	---

【日系企業が求める人材】の категорияで得られた概念を全体的に見ると、日本語能力があるだけではなく、日本や日本人のことを理解している人材が求められていることがわかる。タイという外国に展開している企業であっても、日系企業で働くにあたり、日本の企業文化や仕事に対する考え方を理解し、仕事に取り組める人材が即戦力になると捉えられているのではないだろうか。また、「仕事のことを勉強しようという気持ちを持ってほしい」、「仕事で成果を出してから給料を上げてもらうことを望むべきだ」というような、タイ人従業員の仕事に対する姿勢を指摘する声もあった。したがって、仕事に対しての意識が高く、真剣な姿勢で挑める人材が望まれていると考察できる。また、通訳は採用枠が少ないが、総務や営業職を目指せば活躍できるチャンスが広がるという意見から、日本語能力だけに固執せず、日本語能力を1つのツールとして実践的に用いることのできる人材が求められていると考えられる。その一方で、【必要性】、【使用言語の実態】、【タイ人との仕事】の概念を併せて見ると、実際の業務を日本語能力がある人材のみで回していくことは難しく、英語・日本語・タイ語が使い分けられていることがわかる。そして、日本語能力がある人材であっても、日本人顧客の対応を任せるまで至っていないことや仕事の姿勢に不満を感じているという意見などもあり、このようにタイの人には「できない」という考えから、タイ人と日本人の従業員の役割分担がなされている可能性もある。さらに、日本語能力以外に英語能力も求めているという意見も多く見られた。日本以外の国にもグローバル展開している企業にとっては、業務言語を英語に統一することで、様々な国間でのコミュニケーションが円滑になり、仕事の効率化も進むのであろう。そして、パソコンのスキルとしては、様々なパソコンのソフトウェアがある中で、エクセルへの言及がほとんどであり、エクセルが使えるかどうか重要視されていることがわかった。最後に、【大学】の категорияからは、大学などの高等教育機関での日本語教育において、留意してもらいたいこととして以下の意見が得られた。①どのような職種でも用いるビジネス用語やビジネスマナーを教えてもらいたい。②日本のいい面ばかりではなく、現実的な面（カルチャーショックを受けることなど）も教えてもらいたい。③大学の勉強やサークル活動などで他者と協力することを学んでおいてもらいたい。一方で、実務経験を通してしか、身に付けられないものがあるという意見もあった。

5. まとめ

本稿では、タイの日系企業が求める人材を明らかにすることを目的に、インタビューにより得られた質的データをテキストマイニングにより分析した。その結果、日本や日本人のことを理解

した人材が求められている一方、実際には、そのような人材が足りず、職種や場面に応じて、言語が使い分けられたり、日本人社員とタイ人社員の役割が分担されていることがわかった。一方で、発話データの中に「日本人のような」「日本のサラリーマン的な」人材が欲しいというような意見もあったが、それが具体的にどのような人材像のことを指しているのかまでは追及できなかった。今後の調査で明らかにしていきたい。また、今回の調査の対象企業数は10社にとどまっているため、タイの日系企業全体の意見を反映しているものではない。今後は調査対象企業数を増加させ、コストや時間などの実現可能性も考慮し、インターネット上でのアンケート調査など、より適した調査手法を採用することも視野に入れたい。ただ、本調査が意図するのは日系企業への就職をタイの高等教育における日本語教育の絶対的な目標にするものではない。あくまでも、タイ人大学生の卒業後の選択肢の1つとして捉えた上で、教育現場に企業のニーズを反映させていくことが必要だと考えている。

注

- (1) 2013年7月から10月にかけて行われた。調査対象企業は海外現地法人を持つ製造業であり、中期的事業展開見通し、海外事業展開実績評価、有望事業展開先国などを調査した。992社に調査票を送付し、625社から回答を得た。
- (2) 帝国データバンク(2014)の調査結果を見ると、製造業(2,198社、56%)、卸売業(915社、23.3%)、サービス業(293社、7.5%)、運輸・通信業(164社、4.2%)、建設業(123社、3.1%)、その他(118社、3%)、小売業(82社、2.1%)、不動産業(31社、0.8%)の業種の日系企業がタイに進出していることがわかる。
- (3) 自己組織化マップのアルゴリズムについては、Kohonen(2001)を参照のこと。
- (4) 「tf」とは、「ある語tが文書dの中にあらわれる回数を、文書dの長さで除したものである」(樋口2013:61)。

参考文献

- 経済産業省(2013)『平成25年版通商白書』
- 国際協力銀行(2013)『わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告—2013年度海外直接投資アンケート結果(第25回)—』株式会社国際協力銀行業務企画室調査課
- 国際交流基金(2013)『海外の日本語教育の現状 2012年海外日本語教育機関調査より』くろしお出版
- 島田めぐみ・渋川 晶(1999)「アジア5都市の日系企業におけるビジネス日本語のニーズ」『日本語教育』第103号、pp109-118
- タナサーンセーニー美香・高坂千夏子・當山純・中井雅也・深澤伸子(2005)「ビジネスで使う日

- 本語を考える—企業と教育現場の視点から—『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』第2号、国際交流基金バンコク日本文化センター、pp207-222
- チンプラサートスック・パチャリー (2005) 「タイ人と日本人との間のビジネス・コミュニケーションの問題に関する研究」『共生時代を生きる日本語教育：言語学博士上野田鶴子先生古稀記念論集』お茶の水女子大学日本言語文化学会『共生時代を生きる日本語教育-言語学博士上野田鶴子先生古稀記念論集-』編集委員会、pp349-376
- 壺坂 健 (2012) 「タイの大学における日本語教育—学習者の学習意識と日系企業の実態とのギャップ—」『日本語教育論集』姫路獨協大学大学院、第21号、pp34-42
- 原田朋子 (2004) 「バンコクの日系企業の求める日本語ニーズに関する分析—ビジネスパーソンによる日本語学習動機との比較から—」『早稲田大学日本語教育研究』第5号、早稲田大学大学院日本語教育研究科、pp169-181
- 堀井恵子 (2012) 「留学生の就職支援のためのビジネス日本語教育のシラバス構築のための調査研究3 —タイ・バンコクの日系企業などへのインタビューからの考察—」『武蔵野大学グローバルコミュニケーション教育研究センター紀要』第1号、pp31-43
- 樋口耕一 (2013) 「KH Coder 2.x リファレンスマニュアル」
<<http://khc.sourceforge.net/dl.html>> (2014年11月1日)
- 日和恭世 (2013) 「ソーシャルワーク研究におけるテキストデータ分析に関する一考察」『評論・社会科学』第106号、pp141-155
- 藤井美和・小林考司・李政元 (2005) 『福祉・心理・看護のテキストマイニング入門』中央法規
- 前野文康・勝田千絵・Larpsrisawad, N. (2013) 「在タイ日系企業が求める人材-アンケート調査より-」『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』第10号、pp67-76
- 帝国データバンク (2014) 「第2回 タイ進出企業の実態調査」『TDB Watching』株式会社帝国データバンク
- Kohonen, T. (2001) *Self-Organizing Maps 3rd ed.*, New York: Springer