

留学生に対するビジネス教育の一展開

日大・国際関係 ○白川良典

日大生産工 田村喜望

1 はじめに

我が国に、「国際化」が強調されてすでに30 有余年が過ぎた。この間、日本の「国際化」は政治・経済・文化という側面の知識を世界から輸入することが重視されてきた

（「輸入型国際化」）。そのため多くの教育機関は、このような内容を柱とした教育を進めてきたのである。近年、アジア諸国の留学生(図 1、2 参照)が格段に増加している現状を鑑み、従来のような教育を施すだけでよいか否かが問われ始めている。日本の知識を教育する、いわゆる世界に日本の知識を輸出する「輸出型国際化」尊重の教育も今後取り入れる必要がある。知識の輸出入バランスがとれた教育は留学生に必要不可欠である。国際ビジネス系学部・学科では諸外国の知識だけでなく、日本の特徴ある商業に関する知識を留学生（含む日本人学生）に修得させることが望ましい。

図 3 から、社会科学への留学生数が際だっていることが判明する。経済のグローバル化に伴い我が国の企業がアジア地域にも海外進出している証となることが伺いしれる。

（図 4、5 参照）日本への留学は国費よりもむしろ私費留学が圧倒的に多い(図 3 参照)日本へ留学した知識をビジネスの世界で

照)。これらの図から留学生数の推移と日本の海外進出企業数推移を比較すると、将来生かしたいという留学生の思いが伝わってくる。

2 「国際」を冠する学部・学科の特徴

「国際」を関する学部・学科はその趣旨から外国の知識を取り入れることで日本の国際化を進める「国際化」である。「国際」という用語は幅広い印象を与える。「国際化」は取り扱う範囲が世界的規模に広がるという印象がある。それがために、「国際」を冠する学部・学科で学ぶと、卒業後世界各地で活躍できる人材になるものと理解されている。

世界の国々の文化、社会を学ぶことで幅広い知識を身に付けることもできると解釈される。語種のうち英語は世界に通用する言語でそれをうまく操れるようになると理解されている。当該学部・学科を卒業すると、学生は世界の国々の政治・経済・文化の知識を身に付け、世界を理解する能力と世界の人々とコミュニケーションがとれる能力を身に付けることとなる。日本は輸出依存の強い国の一つであるといえる。そのため世界の情勢や世界の国々を知ることは重要

A Study of Business Education for International Students

Ryoten SHIRAKAWA, Kibo TAMURA

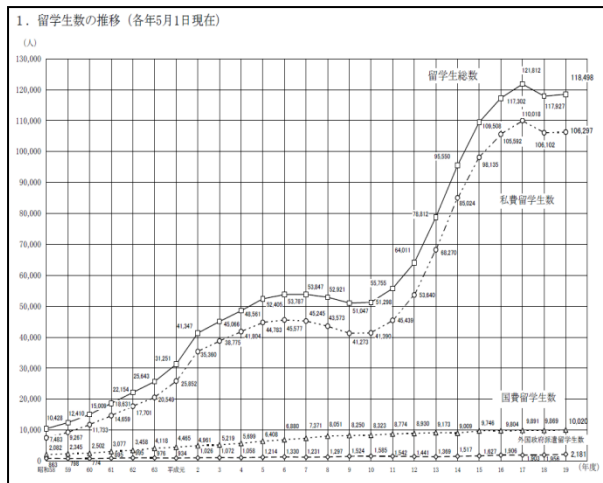


図1 留学生数の推移

1. 留学生総数

平成20年5月1日現在の留学生数
123,829人 (5,331人 (4.5%) 増) で過去最高

※: この調査でいう「留学生」とは、「出入国管理及び難民認定法」別表第1に定める「留学」の在留期間「留学ビザ」により、我が国の大学(大学院を含む)、短期大学、高等学校、専門学校課程)及び我が国の大学に入学するための準備教育課程を設置する教育施設において教育を受ける学生をいう。

2. 在学段階別留学生数

大学院	32,666人 (1,074人 (3.4%) 増)
大学(学部)・短大・高専	63,175人 (1,016人 (1.6%) 増)
専修学校(専門課程)	25,753人 (3,354人 (15.0%) 増)
準備教育課程	2,235人 (▲113人 (▲4.8%) 減)

3. 出身国(地域)別留学生数上位5位

中国	72,766人 (1,489人 (2.1%) 増)
韓国	18,862人 (1,588人 (9.2%) 増)
台湾	5,082人 (396人 (8.5%) 増)
ベトナム	2,873人 (291人 (11.3%) 増)
マレーシア	2,271人 (125人 (5.8%) 増)

図2 H20年5月現在の留学生数

年次区分	総数	国費留学生		私費留学生		大学		大学院		短期大学
		1)	2)	1)	2)	1)	2)	1)	2)	
文科系	63,760	3,352	60,408	47,215	1,025	15,368	2,327	1,177		
人文科学	18,591	1,359	17,232	13,950	565	4,137	794	504		
社会科学	40,537	1,435	39,102	31,009	350	8,940	1,085	588		
教育	3,102	446	2,656	1,370	97	1,714	349	18		
芸術	1,530	112	1,418	886	13	577	99	67		
理系	21,880	5,225	16,655	7,930	572	13,415	4,653	535		
理学	1,586	507	1,079	557	52	1,029	455	-		
工学	14,103	2,884	11,219	6,013	464	7,840	2,420	250		
その他	7,572	886	6,686	4,365	123	2,809	763	398		

図3 系統別留学生数出所

(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/g5122.htm>)

である。しかしながら、その重要性は日本では認識されているが外国人留学生に対してはたして認識されているだろうか。日本という国を留学生に理解してもらうことそして学んだ日本の政治・経済・文化を卒業後母国で大いに役立ててもらえることが「輸出型国際化」である。しかしながら、その重要性は日本では認識されているが外国人留学生に対してはたして認識されているだろうか。留学生の多

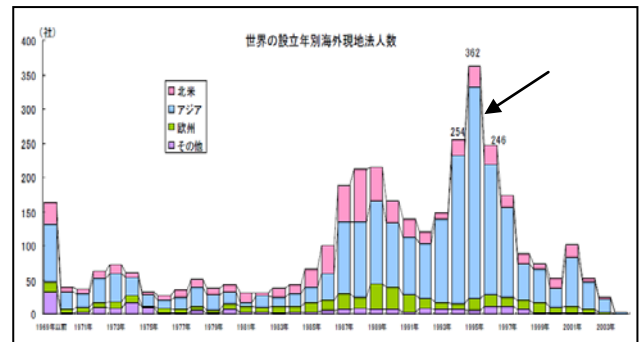


図4 設立年別海外現地法人数(アジア) 注1

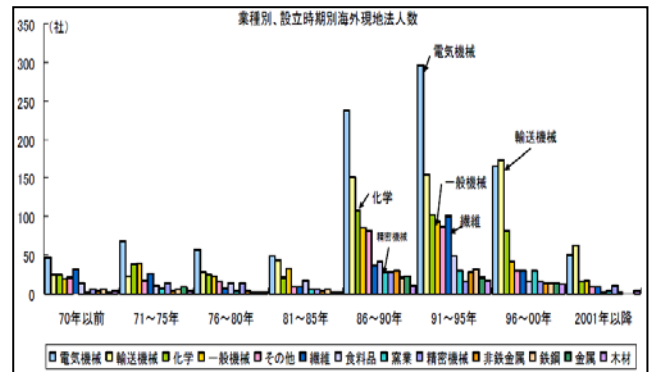


図5 海外進出企業数 注2

くは卒業する単位を取得することに熱心であり、積極的に地域の歴史や文化および社会についてふれる機会は極めて少ないものと推察する(図参照)。留学生の多くは私費留学生であり、彼らの多くは何らかの形でアルバイトをし、生計の一部にその収入を充てているのが現状であろう。

また、留学先の都道府県では、東京都、神奈川県、千葉県、大阪府、京都府が全国の中でも圧倒して多い地域である。(図参照)このような学部・学科の特徴として学生が日本の知識と世界の知識をバランスよく学んでいるとは言えない点を挙げることができる。

3 国際ビジネス系学部・学科の現状

「国際」に関する学部では英語教育に重点をおいているところが多い。また、当該学部・学科では世界で活躍できるビジネスリーダーの育成に力を入れている。「英語」と「ビジネス専門分野」を強みに教育したいと考えるところも多く見受けられる。そのため科目は既存の商学部や経済学部および経営学部を設置

されている科目に相似したものが多く設置されている。しかし限られた年限で英語の強化と専門分野の同時履修は学生への負担が高くなり、専門分野の学習もますます負担が高くなっていく。そのため商業教育を専門とする学部・学科の専門分野、科目数、単位数を圧縮した教育内容となっているのが現状である。

4 カリキュラムの一試案

従来の学部・学科構成から眺めるとビジネス教育の重要性は認識しつつも日本独自の商業教育は十分なされていない。そこで「国際」と冠するビジネス系学部・学科ではビジネス教育のコアとなる「商業」に関する科目を設置し、留学生にも日本の「商業」についてもっと深く学んでもらい、大いに母国の現場でそして世界のビジネス局面で役立ててもらうことを狙いとしている。

配当 学年	科目名（案）	使用言語
1 年	商業発展史 （地域の商業）	Bilingual （日本語・英語）
2 年	江戸時代の商人 （読み書き算盤）	Bilingual （日本語・英語）
3 年	商業のグローバル化と サービス	Bilingual （日本語・英語）
4 年	世界の商人比較 （「商い」に国境なし）	Bilingual （日本語・英語）

（表 1 履修科目の配当学年）

表 1 は大学 4 年間で履修する商業教育科目の枠組みの一部を示した案である。

「国際」を冠する学部ではやはり日本語と英語による Bilingual な講義を前提にしている。

第 1 学年では日本の商業発展史を理解してもらい、日本における商業発展の経緯を学習する。同時にそれぞれの地域における商業の

あり方や商業との関わりも学ぶ。さらに、商業の発展要因や商業の成立要因を個人個人が考えてもらう機会を与える。またその時代の人々の暮らしを通して留学生に理解してもらい、当時の日本人の特徴や地域の商業文化を掴んでもらう。地域のビジネスを詳細に眺めると、そこには日本独自のサービスや社会貢献を見ることができる。例えば、就業開始前に、若手社員が社屋周辺の清掃をしている光景はよく見受けられる。また、ショッピングモールのような大型ショッピングセンターでも、管理職の社員が建物周辺の道路側溝の清掃、植え込み部分の空き缶回収などを行っていることもよくあることである。

日本の企業の多くは、社内清掃を清掃派遣会社に依頼するだけでなく、社員自らの手で清掃し、会社周辺の美化に協力する姿勢を示すことはよく見かける光景である。米国では、清掃はあくまでもビルの管理者（いわゆる「Janitor」）が行うものとされている。したがって、清掃を正社員や管理部門の社員が就業開始前に行うことは全くないと言っても決して過言ではない。社員による清掃作業は日本独特な会社行為として存在することを留学生の体験を通して理解してもらうことが重要である。

第 2 学年では我が国で商業がめざましい発展を遂げた時代を学習してもらい、「商い」の概念と日本人の「商い」に対する考え方を理解してもらい。江戸時代は日本の庶民文化が発達したことは周知の事実である。そのため文化を軸に多くの「商い」が生まれ、経済も大きく発展してきた経緯を辿ることで日本市場経済の原型（Prototype）を学ぶことになる。またこの時代の商人の生き方として商売の記録・計算（大福帳・量り売り）や計算ツール（算盤・枺など）の特徴を学ぶことも重要である。特に算盤は当時の業務になくは

ならない貴重なツールとして「商い」に位置づけられていたものである。この計算機の構造を理解することは貴重な経験となる。また実際にこの計算機を留学生に使用してもらうことも重要な教育的配慮となる。現在でもこの計算機は日本では最も有効な計算ツールとして多くの人達に指示を受けている。

第3学年では我が国のグローバル化と日本のサービスについて理解してもらい、日本の「商い」をする側の生き方や顧客の側にたった「商い」の考え方を学ぶ。商業は時代の変遷とともに変化し、常に顧客と良い関係を構築することに邁進してきた。そのため商業は時代の「今」を分析しつつタイムリーな顧客への対応を展開している。すなわち「商い」をする側とされる側の論理を理解してもらう。

第4学年では我が国の「商人」と世界の「商い」に長けた人達の比較研究を通して、世界に通用する日本の「商い」の長所と短所を学ぶ。

「商い」は確かに一地域から始まるが、それが様々な地域に受け入れられてきており、今日では世界にまで発展してきた。これは地域や国そして国民性を乗り越えて「商い」は進展していく証として受け止め、国境なき「商い」のあり方を考えてもらう。

いままで、欧州や米国からの「輸入型国際化」教育を見直し、日本独自の「輸出型国際化」教育を展開し日本の「商い」という学問を多くの留学生にそして次代を背負う日本の学生に学んでもらうことが望ましい。

5 おわりに

「ビジネス教育」は古くて新しい教育である。常に時代の波に乗っていく性質の教育でもある。グローバル化のもとに「国際化」の影響を受けてきた日本のビジネス教育は

新たな局面を迎えている。同時に日本の企業文化やビジネスのあり方について多くの留学生が学ぶことは世界における日本のあり方や役割を理解してもらう機会になると考える。今後留学生を受け入れる大学では、単に日本の学術・芸術を学ぶ機会を設けるだけでなく、留学生が期待している日本における大学教育の枠組みを再構築し、その教育内容は「輸入型国際化」教育から大きく方向転換し、教育面での日本が世界に果たす役割を演じるために「輸出型国際化」教育を進めることが肝要である。すでに時代は「変わった」のである。世界の中の日本型「ビジネス」を留学生に学んでもらい、それを学んだ留学生が自国や世界で活躍する原動力の一翼を担い、日本のあるべき姿を自国にまた世界に発信する人財となることを期待したい。

※注 (注1・2)

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/gennti-hou/sanko/pdf/h2c3e1ni.pdf#search='海外進出企業数'> 平成21年10月17日現在

「参考文献」

- (1) 教職必修最新商業科教育法 日本商業教育学会編 2006年5月 実教出版
- (2) 商業科教育法 吉野弘一 2007年1月第6版 実教出版
- (3) 総務省統計局ホームページ <http://www.stat.go.jp/> 2009年10月16日
- (4) 独立行政法人日本学生支援機構(JASSO) <http://www.jasso.go.jp/> 2009年10月14日
- (5) 経済産業省統計：海外進出企業数 <http://www.meti.go.jp/statistics/> 2009年10月12日
- (6) 経済産業省統計：白書関連 <http://www.meti.go.jp/hakusho/index.html> 2009年10月12日