

研究ノート

ビジネス日本語教科書における人物イラスト

——男性と女性の描かれ方の違い——

梅 木 陽 子

Abstract

What do business Japanese textbooks teach? Do they teach how to be polite and fluent in business settings in Japan? Do they teach anything besides that?

This paper examines human illustrations in seven business Japanese textbooks published from the 1990's to 2019 in terms of their appearance, emotions and activities they engage in. "The method of analyzing pictures" that Sanmori (2006) proposed was used to analyze the pictures which were displayed with the conversations and tasks in business Japanese textbooks.

The findings are that older men are mostly shown, while older women are not. In addition, men struggle in hard circumstances and have negative emotions while women never sigh or break into a cold sweat. These findings show that business Japanese textbooks reproduce and reinforce gender stereotypes, which men and women have different roles in work settings.

It is argued that textbook authors, publishers and practitioners of business Japanese must be aware of such unsaid messages in textbooks and be critical about them because business Japanese learners should be motivated to prepare themselves for the future and make their life fruitful, not just to respect Japanese gender stereotypes.

In conclusion, it offers the viewpoint necessary for the development of business Japanese textbooks to motivate students and satisfy social needs by learning from business English textbook.

Keywords: Business Japanese, textbook, human illustrations, appearances, emotions, activities, aging, gender stereotypes

0. はじめに

本稿は、1990年代から2010年代までに出版された7冊のビジネス日本語教科書の人物のイラスト（挿絵）を分析した結果を報告するものである。その結果、イラスト（挿絵）の人物は、性別によって描かれ方に違いがあることを明らかにする。描かれ方の違いとは、男性に「年長者であること」と「仕事の厳しさを経験すること」という役割を与える一方、女性に与えられた役割は「若いまま」で、「職場で味わうのは休憩の楽しみ」というものである。しかし、このような違いは、学習者の学習目的と合わず、学習意欲を高めるとは言えない。学習者の学習に対する動機を高め、同時に社会のニーズを満たすようなビジネス日本語教科書とはどのようなものか、ビジネス英語の教材をヒントに検討する。

本稿は以下のように展開する。まず第1節で、ビジネス日本語教育のニーズの高まりについて説明する。第2節で先行研究を概観する。第3節で本稿の分析対象の教科書を紹介し、分析方法と分析結果を述べる。第4節で考察を行い、最後に結論を述べる。

1. ビジネス日本語教育のニーズの高まり

日本語教育の分野では、社会の変化と学習者の多様性から生まれたニーズに応える、ビジネス場面に対応できるような日本語運用力を授けるための教材が1980年代から開発されてきた（寅丸・饗場・作田2017）。1980年代のビジネス日本語の教育は、日本の職場で働く白人のホワイトカラー男性対象であった。

それから30年以上経過した近年、日本で就職する外国人留学生が増えていると言われている（法務省2018）その背景には、外国からの投資を呼び込みやすい環境を整えるという目的がある（内閣府2015, 首相官邸2018）。このような政策の影響を受け、文部科学省HPでも留学生の日本国内における就職を後押しすることが明記されている。

2018年12月には新たに外国人材を受け入れる法制度が整えられ、今後さらに外国人材が日本の職場で活躍する場が増えることが予想される（法務省2018）。人手不足が解消され、活力ある社会へつながることが期待される一方で、どちらかと言えば立場の弱い外国人に日本社会のマイナス面の弊害が如実に影響を与えることもあり得る。「日本で働く外国人」＝「白人のホワイトカラー男性」という単純な図式が成り立たない社会に、これまでのビジネス日本語の教授法は十分対応できるのだろうか。多様な学習者のニーズに応え、ビジネス場面に对应できるような日本語運用力をつけさせるための教材開発が待たれている（堀井2009, トムソン木下・尾辻2009, 寅丸・饗場・作田, 前掲論文）。

2. 先行研究

2-1. 外国人社員・留学生の就業に関する問題

本節では、外国人社員・留学生の就業に関する問題について述べる。

株式会社ディスコが企業に対して行ったアンケート調査「外国人留学生／高度外国人材の採用に関する企業調査」によれば、企業が外国人留学生を採用する最大の目的は、文系・理系を問わず「優秀な人材を確保するため」ということである。その後に「外国人としての感性・国際感覚等の強みを発揮してもらうため」、「海外の取引先に関する業務を行うため」「日本人社員への影響も含めた社内活性化のため」という内容が続く。

守屋（2011）は日本企業における外国人社員の労働問題を研究し、次の二つを外国人社員の就労に関わる問題として挙げている。一つは、中短期での離職が多いこと、もう一つは専門職であっても協調性を売りにして「日本人化」しないと就職できないことである。「日本人化」とは、外国人が「敬語・丁寧語や相手への依頼や苦情対応といったかなりレベルの高い日本語運用力と同時に、相手の気持ちや場面を想定して動くことができる日本人特有の『あうん』の呼吸的な『場の共有』をできる能力」を身につけた状態である。

総じて、留学生を採用する企業の期待は大きいと言える。

では、日本企業で働こうとする外国人社員、外国人留学生の就職に関する考え方とニーズはどのようなものだろうか。独立行政法人労働政策研究・研修機構の報告が参考になる。日本の大学等に留学し、調査時に正社員・契約社員として日本企業に就職・就労している「元・留学生」に行った調査報告によれば、日本企業への就職理由は多いものから順に、「仕事の内容に興味があったから」「母国語や日本語などの語学力を生かせるから」となっており、「ずっと日本で働きたい」と希望する人は全体の三割以下にとどまるという。つまり、大学卒業後、「日本の仕事の『場』に自分の語学力を生かして参画するが、永遠に日本で仕事の『場』を共有したいと思っているわけではない」と考える人が多数であるというのが現実である。海外の現地法人の幹部になることを希望する者や、日本や母国以外の第三の国で働くことを視野にいれている者も少なくないということだ。

袴田（2014）は、静岡県内の企業に就職した工学および情報学専攻の元・留学生30名を対象に調査を実施し、就職先を選ぶときに「国際的に展開しているかどうか」「企業に将来性があるか」「技術力が高いか」は男女ともに重視する項目であるものの、男性か女性かによって回答傾向が異なる項目があることを指摘している。それらは入社理由と入社後の予定である。入社理由として、男性は「自分の実力を試せる」「母国で関連会社のトップになれる」を5割選択しているのに対し、女性ではそのような回答を選ぶものは1割足らずで、女子学生に多いのは「勉学の成果を発揮・活用できる」「いろいろな種類の仕事を経験できる」

であったと述べている。入社後は、男性が「母国に戻る」「起業する」「経営に関わる」といった回答が多い一方、女性には「このまま勤める」、「(社会での地位と仕事内容について) まだわからない」「(生活基盤について) まだ未定」という就職後の長期的な展望に違いがあるという傾向を報告している。男性は「帰国、企業などある程度明確な将来計画を持って勤務する」が、女性は「就職してまず当面の生活基盤を安定させ、その後の状況や満足度によって将来計画を形成していく」可能性があることを示唆している。

日本企業で働くアジア出身の女性社員のキャリア形成をインタビューによって調査した鈴木(2017)によれば、調査回答者は母国(中国とベトナム)のジェンダー規範を維持し続けると同時に、日本企業における自らの位置と役割に悩む傾向があるということである。この悩みとは、母国では20代のうちに結婚と出産をするのが当たり前で、家族からそれを期待する圧力が直接に届くが、女性社員の仕事と出産・育児の両立が難しい日本企業の慣習に板挟みにあうというものである。そして、大学が行う就職支援は就職内定を得るための指導と、長期的な就労を実現するためのキャリア形成と自分のライフイベントをどう組み合わせるかの熟考の二つを平行することを提案している。

これらの先行研究をまとめると、外国人社員の増加傾向という現象の中には、以下に述べるような三つのギャップが隠れている。一つ目のギャップは、企業が外国人社員に期待していることと、外国人社員の腹積もりが合致しているわけではないことである。二番目のギャップは、外国人社員が男性か女性かによって生じる入社後の人生設計の違いである。三番目のギャップは、外国人の女性社員が抱える母国と日本のギャップである。これらのギャップに入社前の段階、すなわち大学での就職指導の段階においては、それぞれの性別に応じた配慮が必要だということが言える。

2-2. 教科書とイラスト(挿絵)の関係

本稿で取り上げる「ビジネス日本語の教科書」とは、「第二言語、または外国語として日本語を使う人が、仕事の場面を想定し、日本語の運用力を向上させることを目的に出版されたもの」である。理解を向上させるために、図や表、イラストなども含む。

日本語の「イラスト」という語は英語の *illustration* に由来する。「イラストレーション」が「イラスト」と短縮化されるが、「挿絵」と同じ意味で用いられる。挿絵は読者の理解を助けるために入られる「絵」のことである。本稿では以下「イラスト」という言葉に統一する。

大学の教科書におけるイラスト利用の効果を検証した周村(2003)は、イラストを使った教科書が学習促進に有効だと考えられているが、実際は顕著な結果は見られなかったことを報告している。しかし、既学者、初学者、親などの立場の違いによって、評価が異なってお

り、特に初学者は「適切な量のイラストが含まれ、イラストによって、学習の重要度が視覚的にわかる教科書に対して、好感を持つ」と述べている。

ビジネスの実践の経験が乏しい学習者や、日本語の運用能力があまり高くない学習者の場合、ビジネス場面を想定した教科書の会話文にイラストが添えられていれば、それだけで好感を持つ可能性が高いということになる。

次のセクションで、日本語教材、とくに年少者向けのものと同級・中級レベルの総合的な日本語教材のイラストに関する先行研究について述べる。

2-3. 日本語教科書とイラストの関係

日本語教育の教科書とイラストの関係は、渡辺（石田）（2001）の年少者向け日本語教科書のイラストの研究が嚆矢である。9冊の年少者向け日本語教材の挿絵・写真を分析し、登場人物の男女比はほぼ同じでありながら、明確な職業役割分担が描写されていることを報告した。ここでいう「明確な職業役割分担」とは、「男性は専門的な仕事」「女性は外では店員、家の中ではエプロン」という性別によって固定された描写のことである。そして、その描写が、それらの教科書を使って学ぶ幼い学習者（小学生）にとっては見えないカリキュラムとして機能する可能性があることを示唆した。

水本（2013）は、18冊の初級、および中級レベルの総合的な日本語教科書の登場人物を分析し、その人物が男性か女性かという性別によって職業に偏りがあることと、その偏りは「男性＝社会的地位が高く専門的な職業」、「女性＝サービス業や小売り業」という構図で、性別役割分担を強調するものであることを示した。

これらの先行研究は、日本語教育の教材において性別役割分業が色濃いことをイラストの分析を通じて具体的に示したという点で意義がある。

次に、ビジネス日本語に限定した教科書の研究を振り返る。

2-4. ビジネス日本語教科書の研究

ここではビジネス日本語の教科書に限定した先行研究を概観する。

まず、ビジネス日本語の教科書11冊の登場人物、会社での役割を分析対象とした研究として、Thompson・Otsuji（2003）がある。分析対象とした11冊の教科書には、日本人でない外国人女性のマネージャーが一人も見当たらず、これらの教科書を使って学ぶ女性学習者にはロールモデルが見当たらないことを明らかにした。

また、トムソン・尾辻（2009）は、一冊のビジネス日本語教科書について、内容分析、教科書著者チームとの質疑応答、その教科書を使った授業観察、教師と学習者へのインタビューを行った。そして、熟練の教師が教えた場合でも教科書を批判的に使いこなすのは難

しいこと、教科書にある「女ことば」「男ことば」を自分のものとして使いこなせるように学習者を支援するためには、女同士、男同士の会話の提示だけでなく、解説やタスクを入れる必要があることを指摘した。

寅丸・饗場・作田（前掲論文）は1980年代から2010年代に出版された36冊のビジネス日本語教材の教育観が、「言語技能の獲得を目指すコミュニケーション・アプローチの教育観から、人間形成という課題を射程に入れた『社会人基礎力』の育成を目指す教育観へ」と変容していることを報告している。そして、このような変容は「留学生に対する言語教育という枠を超えるもの」とであると認めている。

饗場・作田・寅丸（2018）は1980年代から2010年代に出版された46冊のビジネス日本語教材のシラバスを分析し、1980年代には場面シラバス、機能シラバス、構造シラバスの三タイプしかなかったが、2010年代には場面シラバス、機能シラバス、構造シラバスの三つに加え、技能シラバス、マナーシラバス、その他も加わり、バリエーションが豊かになった。その一方で、ビジネス日本語教材の主流はやはり場面シラバスであるということが明らかになった。このような変容の背景には、「日本経済の発展」と「衰退」、そして「時代のニーズ」「学習者のニーズ」「教授法理論の影響」があるということである。

ビジネス日本語教科書に限定した先行研究では、以下のようなことが明らかになった。まず、女性学習者にとってロールモデルが見当たらないこと、それに関連して「男ことば」「女ことば」の習得に関して学習者支援につながるタスクや解説の不足が明らかになった。さらに、シラバスが多様になる一方で、依然として場面シラバスが主流であることが示された。

2-5. 先行研究のまとめ

「外国人社員・留学生の就業に関する問題」、「教科書とイラスト（挿絵）の関係」、「日本語教科書とイラストの関係」、「ビジネス日本語教科書の研究」の四つの観点から先行研究を概観した。ここで明らかになったことは、以下のようにまとめられる。

- 1) 外国人社員・留学生の就業について、男女差がある。
- 2) 教科書におけるイラスト利用の効果は顕著とは言えないが、初学者はイラストに好感を持つことが示唆されている。
- 3) 一般的な日本語教科書では性別役割分担が強調される傾向がある。
- 4) ビジネス日本語の教科書は女性学習者にとってロールモデルを提供しておらず、「男ことば」「女ことば」の習得につながるような教育内容を提示していない。
- 5) ビジネス日本語の教育は、社会の変化を受けて変容している部分と変容していない部分がある。

3. 本調査の実施と分析

3-1. 分析対象の教科書

分析の対象とした教科書は以下の7冊である。1990年代から2010年代に出版されたビジネス日本語の教科書、または日本語を使ったビジネス・コミュニケーションの教科書として出版された。日本国内で入手可能なビジネス日本語の教科書として一般的に流通しており、愛知県内の大学図書館に所蔵されていた。

これら7冊は、学習者が「学ぶべき」とされる学習項目（本文、またはメインの会話など）があり、理解を補うために描かれた人物のイラストが掲載されている。分析には、人物の表情や動きが明快な線で描いてあるものに限定した。線が極端にぼやけているものや、四コマ漫画は除外した。

- 1) 米田隆介・藤井和子・重野美枝・池田広子 (1996) 『新装版 商談のための日本語 We Mean Business: Japanese for Business People 中級』スリーエーネットワーク
- 2) 米田隆介・藤井和子・重野美枝・池田広子 (1998) 『新装版 ビジネスのための日本語 Getting Down to Business: Japanese for Business People 初中級』スリーエーネットワーク
- 3) 加藤清方監修, 島田めぐみ・澁川晶・小川茂夫共著 (2001) 『「ジェトロビジネス日本語能力テスト」入門—わかるビジネス日本語』アスク
- 4) 岩澤みどり・寺田則子 (2006) 『日本企業への就職 ビジネス会話トレーニング』アスク
- 5) 村野節子・山辺真理子・向山陽子 (2012) 『ロールプレイで学ぶビジネス日本語—グローバル企業でのキャリア構築をめざして』スリーエーネットワーク
- 6) 近藤彩・金孝卿・内海美也子・品田潤子 (2012) 『課題達成のプロセスで学ぶビジネスコミュニケーション』アプリコット出版
- 7) 近藤彩・金孝卿・ムグダ ヤルディー・福永由佳 (2013) 『ビジネスコミュニケーションのためのケース学習：職場のダイバーシティで学び合う』ココ出版

3-2. 分析の方法

イラストの分析には、三森 (2006) が示した「絵の分析」方法を用いた。絵の中に描かれたものを根拠にして、その作品を批判的に解釈する方法である。

ステップ1として、人物の外見を分析した。特に、髪、シワ、メガネに注目した。

ステップ2として、表情や行動、しぐさに注目した。どんな心理状態にあるか、どんな性格か、どんな会話をしているか、何が起こったか、これから何が起ころうとしているのか、というような情報を引き出した。そして、表情、心理状態、健康状態を読み解いた。

3-3. 分析の結果

分析対象のビジネス日本語教科書から抜き出した人物のイラストの数は表1が示す通りである。全体で191個のイラストがあった。教科書ごとのばらつきはあるが、すべての教科書で男性の出現回数が女性より多かった。男性のイラストは126個（66%）、女性のイラストは65個（34%）だった。

総務省発表の資料によると、日本国内の就業者全体に占める男女の割合は男性57%、女性43%である。男性対女性の比率は1.23である。下の表2に、各教科書の人物のイラストの男性対女性の比を表す。7冊中6冊において、男性対女性の比率は統計結果よりも高い。すなわち、現実よりも多く男性を描いていると言える。

【表1. 各ビジネス日本語教科書における男女別のイラストの数】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	合計
男性	21	53	5	14	17	10	4	124 (66%)
女性	14	13	4	13	13	5	3	65 (34%)
合計	35	69	9	27	30	15	7	189

【表2. 各教科書 人物イラスト 男性対女性の比】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	全体
男性対 女性の 比	1.5	4.07	1.25	1.07	1.30	2	1.33	1.90

次に、これらの人物の外見に注目した。注目した点は「ハゲ、しわ、白髪」という老化現象を伴って描かれたイラストが何個あるか調べた。結果は表3の通りである。

「ハゲ、しわ、白髪」など老化現象を伴って描かれたイラストは7冊中5冊に見られた。男性は126個のイラストのうち、31個（24.6%）に老化現象が見られた。一方、老化現象とともに描かれた女性イラストは65個のうち8個（12.3%）にすぎなかった。

老化現象に関して、女性の存在感は薄く、男性と老化現象に緊密な関係がある。

ついで、「メガネ」をかけている人物を調べたところ、すべての教科書に見られた。全部で29個あったうち、男性のイラストが27個、女性のイラストが2個だった。男性のほうが視力が悪いということを表すためではなく、上司など年長者が男性であることが多く、ハゲ

や白髪、シワとともに加齢をメガネで表現したためと考えられる。

【表3. 「はげ・白髪・しわ」など老化現象を表すイラストの数】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	合計
男性	3	22	1	3	0	2	0	31 (79.5%)
女性	1	6	1	0	0	0	0	8 (20.5%)
合計	4	28	2	3	0	2	0	39

【表4. メガネをかけている人物のイラストの数】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	合計
男性	8	9	0	3	5	1	1	27 (93.1%)
女性	0	0	1	0	0	0	1	2 (0.68%)
合計	8	9	1	3	5	1	2	29

ここまでが外見の分析である。表3を見てわかるように、年長の女性はあまり描かれな
ない。ビジネス日本語で上司や敬語を使って話す対象として場面設定をわかりやすくするた
めに、必要以上に多く年長の男性を描く構図が出来上がっていると言える。

次に、表情や行動に注目した分析結果を示す。

表5に示した通り、「ため息をつく」、「冷や汗をかく」、「困惑する」、「驚く」、「風邪をひ
く」など、何らかのネガティブな感情や状態を表すイラストは21個あり、そのうち全てが
男性のイラストであった。

ビジネスに関わる女性がため息をついたり、冷や汗をかく様子は描かれな
ない。男性には仕事の苦勞を味わうことが人生の醍醐味であるという期待がある一方で、女性
が仕事で大変な目にあうことはないという暗黙の前提が窺える。

では、女性のイラストが男性のイラストより多く描かれるケースはないのだろうか。

唯一、女性のイラストが男性イラストより多いのは「飲食と休憩」の場面である。表6が
示す通り、7冊中3冊に「飲食と休憩」の場面があった。全部で10個のイラストがあ
ったが、そのうち1個だけが男性の飲食の場面を描いているが、残り9個は女性の
飲食・休憩を描いていた。男性のイラストでは「ため息」「冷や汗」が描かれても、
「休憩」は描かれな

い。一方、女性のイラストに「ため息」「冷や汗」が描かれず、「休憩」が描かれるのは偶然と言えないだろう。

【表5. ネガティブな感情・状態にある人物のイラストの数】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	合計
男性	6	7	0	5	0	1	2	21 (100%)
女性	0	0	0	0	0	0	0	0 (0%)
合計	6	7	0	5	0	1	2	21

【表6. 飲食・休憩中の人物のイラストの数】

	米田他 (1996)	米田他 (1998)	加藤 (2001)	岩澤 (2006)	村野 (2012)	近藤 (2012)	近藤 (2013)	合計
男性	0	0	0	0	1	0	0	1 (10%)
女性	1	0	0	5	3	0	0	9 (90%)
合計	1	0	0	5	4	0	0	10

4. 考察

ビジネス日本語の教科書に描かれた人物のイラストを、絵画分析の手法で分析したことにより、次のようなことが明らかとなった。

まず、目に見える老化現象（メガネ、ハゲ、しわ、白髪）は男性のイラストに多く見られる。老化現象を伴って描かれる女性は少ない。敬語の練習などで年長者であることを視覚的に理解させるため、メガネをかけさせたり、しわを入れたりするが、それは男性の引き受ける役割となっている。一方、メガネをかけた女性、老化現象の現れた女性はビジネス日本語の世界では非可視化されている。

次に、「ため息」「冷や汗」「困惑」など否定的な感情や状態を伴って描かれるのも男性が多い。男性には仕事を通じて成長を期待しつつ、女性には若いことは求めても、成長を求めないという日本社会のジェンダーステレオタイプが色濃く反映されていると考えられる。

先行研究では男性には「専門的な仕事」、「社会的地位が高い職業」が割り当てられ、女性には「サービス業や小売り業」「家の中ではエプロン」という性別役割分担があることが指

摘されていた（渡辺（石田）（前掲論文）、水本（前掲論文））。これら先行研究は、専門的な職業の女性が少ないから、現実を反映してもっと専門的な職業の女性を教科書に登場させるのがのぞましいという主張を行っている。しかし、World Economic Forum（世界経済フォーラム）の発表する「ジェンダー・ギャップ・レポート2018」によれば、日本は世界149か国中110位となっている。多くの留学生の目から見れば、日本はジェンダー平等の点で後進国である。専門的な職業に就く女性の登場する割合が、後進国である日本の統計的な数字に近づいても、そのことが学習者にとってどれほど重みがあるだろうか。

ビジネス日本語の教材では、男性が多く女性が少ないというだけでなく、男性ならば職場で経験を重ねた姿、メガネやしわや白髪を伴った上司の姿、仕事の苦労を味わう姿が描かれることはあっても、そのような姿の女性は可視化されない。そして、そのことを教科書が放置するのは好ましくない。教科書が教育という公的な目的のために使用される以上、男でも女でも、そして若くても若くなくても、日本語を使って生活し、仕事をする人々を描写し、その教科書を使って学ぶ人たちの意欲を刺激する役割がある。

これまでも、小・中・高等学校の教科教科書のジェンダーステレオタイプの是正は提案されてきたが、外国人向けの日本語教材ではあまり注目が集まらなかった。先行研究で場面シラバスが主流であることが示されたように、ビジネス日本語の教育実践では、敬語を練習するときに「誰が見ても上司らしい人」がいたほうが都合がいい。上司かどうか判断できない人に向かって、敬語を練習したのでは臨場感が生まれにくいのは明らかである。

トムソン・尾辻（前掲論文）は、学習者支援につながるタスクや解説の必要性を訴えている。学習者支援とは、学習者が日本のジェンダーステレオタイプに沿ったコミュニケーションを無条件に受け入れることを期待するのではない。むしろ逆に、日本のジェンダーステレオタイプに違和感を感じた学習者がいたら、日本語の使い方を批判的に把握することを支持し、その人が自分なりの方法で何らかの主張ができるように導くことであるとする。

そのためには、「教科書＝教育のための道具（Textbooks as Tools for Education）」にとらえるのではなく、「教科書＝社会を変える道具（Textbooks as Tools for Social Change）」という視点が必要である（UNESCO 2009）。

数多くのビジネス英語の教科書が日本国内で流通しているが、その一冊の『Business English in Movies～映画で学ぶビジネス英語～』（Tsuruoka, Wilson, Hayakawa 2014）は、そのヒントを示している。映画を使って学ぶビジネス英語の教科書だが、教材として選定した映画を取り上げる際に、以下の点に留意したと述べている。

- ・暴力シーン、セックスシーンのないこと
- ・政治・宗教など信条とは関連しないこと
- ・男女・民族・人種など差別的でないこと

- ・スラングが多用されていないこと
- ・主役が男女含めて数名いること

教材として学ぶ場面を選定する際に、上述した「社会を変える道具」としての教科書を具現化するための視点が示されている点で評価できる。この教科書本体には、映画の中のいくつかの場面がモノクロ写真で掲載されている。本稿で取り上げたイラストと違いはあるが、教科書の本文の理解を助けたり、タスクに対する興味を喚起する目的で利用されているという点では変わらない。

このように社会に変化を起こす道具としてのビジネス英語の教科書を習って、ビジネス日本語の教科書も性別役割分担の是正を含め、社会に変化を起こす道具としての役割を担うことができるはずだ。

5. 結論

日本語を使ってキャリアを築こう、自分の人生を実り多いものにしようと決意してビジネス日本語を学ぶ学習者に、日本のジェンダーステレオタイプを尊重したいという考えはない。ビジネス日本語の教科書は非明示的にジェンダーステレオタイプを再生産、あるいは強化する可能性があることを、教科書執筆者、出版関係者、そして教科書を使って教える教師は知っておく必要がある。

ビジネス日本語の教科書のイラストが示す性別役割分業は、ささいな問題に見えるかもしれない。しかし、社会を変える道具として教科書を見たとき、イラストの一つ一つの役割は決して小さくない。それは精密な機械を作るときに、部品の数が数万点を超えても、一つ一つに明確な役割があるのと同じことである。

外国語の教育や教科書、教授法は社会の変化に大きな影響を受ける。しかし、影響を受け続けるだけでなく、本稿で示したような視点を持つことで、教科書の在り方が変わり、社会に小さな変化をもたらさう。日本語を使って仕事をする人、仕事をしようとする人々が、日本語の教材で繰り返される性別役割分担に辟易するのではなく、学ぶ喜びを感じられるように、教科書執筆者、出版社、教師の力が必要である。

謝辞

本発表の資料収集の段階で、名古屋商科大学中央情報センター参考係の藤枝保子さんに大変お世話になりました。また、愛知大学の梅田康子先生と犬飼明子先生、金城学院大学の中本祐子先生、大手前大学の加藤恵梨先生に本研究の内容についてご助言いただきました。ここに記して、感謝いたします。

付記

本研究の一部は、2015年度6月13日に日本語教育学会中部地区研究集会において「ビジネス日本語の人物イラスト——ダイバーシティを視覚化しているか——」というタイトルでポスター発表を行ったものである。発表当日に貴重なコメントをしてくださった方々に感謝の意を表する。

参考文献

《和文》

- 饗場淳子・作田奈苗・寅丸真澄 (2018) ビジネス日本語教材についての位置考察——教科書のシラバスを手がかりに——, 『東京外国語大学 留学生日本語教育センター論集』第44号, pp. 101-117。
- 株式会社ディスコ「外国人留学生／高度外国人材の採用に関する企業調査〈2017年12月調査〉」
<https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2017/12/2017kigyuu-gaikoku-report.pdf> (2019年3月22日閲覧)。
- 三森ゆりか (2006) 『外国語で発想するための日本語レッスン』白泉社。
- 首相官邸「未来投資戦略2018——「Society 5.0」「データ駆動型社会」への変革——」
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/kettei.html> (2019年3月22日閲覧)。
- 鈴木伸子 (2017) 「日本企業で働く女性外国人社員のジェンダーとキャリア形成——元留学生で文系総合職社員の場合——」, 『ジェンダー研究』第20号, pp. 55-71。
- Tsuruoka Tomoyuki, Wilson Matthew, Hayakawa Tomoko (2014) 『Business English in Movies～映画で学ぶビジネス英語～』株式会社フォーインスクリーンプレイ事業部。
- 独立行政法人労働政策研究・研修機構 (2008) 『調査シリーズ NO. 57 日本企業における留学生の就労に関する調査』
<https://www.jil.go.jp/press/documents/20081208.pdf> (2019年3月24日閲覧)。
- トムソン木下千尋・尾辻恵美 (2009) 「ビジネス日本語教科書とジェンダーの多面的考察」『世界の日本語教育』第19号, pp. 49-67。
- 寅丸真澄・饗場淳子・作田奈苗 (2017) 「ビジネス日本語教材にみるビジネス日本語教育観の変遷——教材のパイロットスタディの調査結果から——」, 『東京外国語大学 留学生日本語教育センター論集』第43号, pp. 109-120。
- 内閣府「外国企業の日本への誘致に向けた5つの約束 (対日直接投資推進会議決定 2015年3月17日)」
http://www.invest-japan.go.jp/committee/promise_ja.pdf (2019年3月22日閲覧)。
- 袴田麻里 (2014) 「就職活動に対する留学生の意識」, 『静岡大学国際交流センター紀要』第8号, pp. 63-79。
- 法務省「新たな外国人材受け入れ (在留資格「特定技能」の創設等)」
http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00127.html (2019年4月24日閲覧)。
- 法務省「平成29年留学生の日本企業等への就職状況について」
http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri07_00177.html (2019年3月22日閲覧)。

- 堀井恵子 (2009) 「留学生に対するビジネス日本語教育のシラバス構築のための調査研究——中国の日系企業へのインタビューからの考察——」, 『武蔵野大学文学部紀要』第10号, pp. 77-89。
- 水本光美 (2012) 「日本語教科書における日本女性像：家庭内の女性と仕事場の女性のステレオタイプ」, 『研究基盤教育センター紀要』第12号, 北九州市立大学, pp. 1-20。
- 水本光美 (2013) 「日本語教科書における女性の職業：教科書分析と日本語教師の意識調査分析」, 『研究基盤教育センター紀要』北九州市立大学, 第16号, pp. 14-44。
- 守屋貴司 (2011) 『日本の外国人留学生・労働者と雇用問題』晃洋書房。
- 文部科学省 「外国人留学生の就職関係」

http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1370919.htm (2019年3月22日閲覧)。

- 渡部 (石田) 孝子 (2001) 「子供向け日本語教材における性別役割分業の描写——ジェンダー・フリーの教材を目指して——」 日本語ジェンダー学会 『日本語とジェンダー』第1号, 論文2。

《英文》

- Thompson Kinoshita Chihiro and Otsuji Emi (2003) “Evaluation of business Japanese textbooks: issues of gender” *Japanese Studies*, Volume 23, Issue 2, pp. 185-203.
- UNESCO (2009) “Promoting Gender Equality through Textbooks; A Methodological Guide” Paris: UNESCO
- World Economic Forum “Global Gender Gap Report 2018” <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2018/data-explorer/#economy=JPN> (2019年3月22日閲覧)。