

中国の大学におけるビジネス日本語学習者に対する意識調査

胡 小春*

1 はじめに

本稿では、中国の大学でビジネス日本語を受講している日本語学習者向けの意識調査を扱う。

中国の大学における日本語教育の新しい動向として、日本語学習者の人数の増加、日本語教育機関の量的拡大、日本語学習者のニーズの多様化、教育内容の変化などが挙げられる。特に、日本語科にビジネス日本語コースを設置した中国の高等教育機関は、その数が235校と相当多くなっており、さらなる増加傾向が予想される（李 2011）。ビジネス日本語教育は、中国の高等教育機関の日本語教育において中心的な地位を占めつつあると言える。

一方、中国の大学におけるビジネス日本語学習者についての研究はあまりなされていない。ビジネス日本語学習者の増加にともなって、彼らにはどのようなニーズがあるのかの研究がなされるべきだが、そのような研究はまだまだ少ないのが現状である。

そこで、本稿では、中国の大学でビジネス日本語を受講している日本語学習者に対して、ビジネス日本語教育の現状に対する意識調査を行う。本調査の結果を踏まえて、現在の中国の大学におけるビジネス日本語教育の

現状や問題点を指摘することで、今後のビジネス日本語教育における教育内容などの改善の方向性に対して有益な示唆を得られればと思う。

2 先行研究

現在までのところ、中国の大学でビジネス日本語を受講している日本語学習者への意識調査としては、仇（2012）のみが挙げられる。仇（2012）は、ビジネス日本語の受講者204名と非受講者52名に対して、ビジネス日本語へのニーズと現在のビジネス日本語教育に対するフィードバックに関してのアンケート調査を行い、学習者の習いたい内容・伸ばしたい能力・現在のビジネス日本語授業に対する満足度について報告している。

まず、学習者の習いたい内容としては、「ビジネス場面での会話の仕方」・「ビジネスマナー・習慣」・「ビジネス書類の書き方」・「ビジネスに関する専門用語」という順番になっている。そのうち、一番教えてほしい内容は「ビジネス場面での会話の仕方」で、約5割を占めている。それに対して、「ビジネス書類の書き方」・「ビジネスに関する専門用語」に対するニーズは極めて少ない（仇 2012:3）。

次に、学習者の伸ばしたい能力として、「ビ

* 中国：大連外国語大学 副教授

ビジネス場面で適切に会話する能力」・「日本人のビジネス慣習を理解し、正しく行動する能力」・「正しく語彙や文型を使う能力」という順番になっている。「正しく語彙や文型を使う能力」が1割であるのに対して、約5割の学習者がビジネス場面におけるコミュニケーション能力の重要性を重視していることが分かった（仇 2012：3）。

最後に、ビジネス日本語授業の受講者 204 名の調査協力者に対して、ビジネス日本語の授業に対する満足度について調査を行った。その結果、約 1 割の学習者が「非常に満足している」であるのに対して、6 割近くの学習者が「あまり満足していない」という結果が得られた。「あまり満足していない」という点については、具体的に 4 つのカテゴリーに分類しているが、それぞれは、教育内容・教材・教育方法・授業時間である（仇 2012：3-4）。

以上の学習者への調査に基づき、現在の中国の大学におけるビジネス日本語教育の問題を「主に教育内容の問題と教材の問題」とであると述べている（仇 2012：4）。より具体的に言うと、「実際の教育内容と大学が設定したビジネス日本語教育の目標と差がある」・「実際の教育内容は学習者のニーズと差がある」・「ビジネスの経験を持っている教師が少ないので、授業の時に、教科書に頼らざるを得ないことが多い」と指摘している（仇 2012：4）。

3 研究の目的と課題

本稿では、中国の大学のビジネス日本語学習者に対する意識調査を行うことによって、現在の中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状および問題点の解明の一部とする。

このため、具体的には、以下の課題を設定する。

①現在の中国の大学において、ビジネス日本語学習者の学習状況などはどうであるか。

②学習状況のあり方に関わる要因は何か。

4 調査の概要

本節では、大学でのビジネス日本語学習者に対して行ったアンケート調査の方法と調査協力者について述べる。

4.1 予備調査

まず、予備調査として、アンケート調査票作成の準備段階では、3 つの大学でビジネス日本語を受講している学習者 10 名に試作のアンケート調査票に答えてもらい、記入済みの調査票を回収し、分析した。

予備調査の調査協力者の個人情報などは、【図表 1】に示すとおりである。

【図表 1】 予備調査のアンケート対象者の属性

番号	性別	年齢	学年	ビジネス日本語に関する学習科目
1	女	20 歳	3 年	ビジネスマナー、日商簿記
2	女	20 歳	3 年	ビジネスマナー、日商簿記
3	女	21 歳	3 年	ビジネスマナー、日商簿記
4	男	20 歳	3 年	ビジネス日本語会話、異文化間コミュニケーション
5	女	21 歳	3 年	ビジネス日本語会話、異文化間コミュニケーション
6	女	20 歳	3 年	ビジネス日本語会話、異文化間コミュニケーション
7	男	21 歳	4 年	ビジネス日本語会話、ビジネスマナー
8	女	22 歳	4 年	ビジネス日本語会話、ビジネスマナー
9	女	21 歳	4 年	ビジネス日本語会話、ビジネスマナー
10	男	21 歳	4 年	ビジネス日本語会話、ビジネスマナー

4.2 本調査

本調査のアンケート調査票は、予備調査のアンケートを分析したのちに作成した。調査項目の作成についての主な留意点は、次の2点である。1つ目は、一つ一つの質問を、できるだけ単純な事柄を尋ねるものとして、答えやすいように作ること、2つ目は、質問が誤解なく解釈されるように工夫することである。調査協力者の個人情報などは、以下の【図表2】に示すとおりである。

【図表2】 アンケート調査協力者の属性

性別	男性		女性	
	60名 (30.8%)		135名 (69.2%)	
年齢	10代		20代	
	41名 (21%)		154 (79%)	
日本語学習歴	二年以上		三年以上	
	129名 (66.2%)		66名 (33.8%)	
ビジネス日本語学習歴	一年以下	一年以上	二年以上	三年以上
	56名 (28.7%)	42名 (21.5%)	80名 (41%)	17名 (8.7%)

4.3 調査内容

本節では、本調査の内容について説明する。

調査内容は、2部に分かれており、第1部は、ビジネス日本語学習者の個人背景についての調査であり、調査内容は、協力者の性別・年齢・日本語学習歴・ビジネス日本語学習歴からなっている。詳細は【図表2】を参照されたい。

第2部は、次の5つの調査である。1つ目はビジネス日本語の学習内容に関するもの、2つ目はビジネス日本語の学習動機に関するもの、3つ目はビジネス日本語学習上の困難点に関するもの、4つ目はビジネス日本語学

習に対する認識に関するもの、そして最後の5つ目はビジネス日本語教育に対する期待・意見に関するものである。

それぞれの調査の結果は、「5.1」から「5.5」までの小節に報告している。

4.4 データ収集

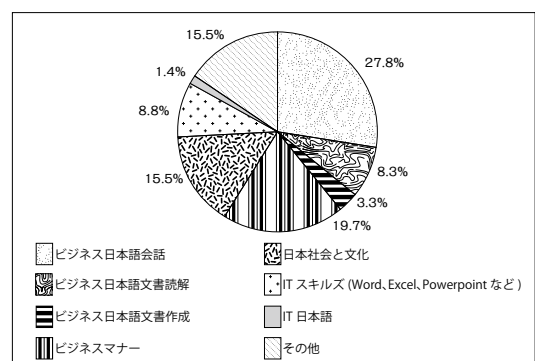
本調査は2016年3月5日から4月5日までの1カ月間に行った。調査結果の信頼性と普遍性を保つために、ビジネス日本語コースが設置されている中国全土8つの大学でビジネス日本語を受講している学習者220名に、ネットでアンケート調査票に回答してもらった。回収率は100%であるが、有効な回答数は195名である。

5 調査の結果

5.1 ビジネス日本語の学習内容

アンケートの設問、「どんな科目を勉強していますか（勉強しましたか）」については、「ビジネス日本語会話」・「ビジネス日本語文書読解」・「ビジネス日本語文書作成」・「ビジネスマナー」・「日本社会と文化」・「ITスキルズ（Word・Excel・Powerpointなど）」・「IT日本語」・「その他」の8つの選択肢を挙げ、複数回答を可として選んでもらった。「その他」については、自由記述で内容を記入して

【図表3】 ビジネス日本語の学習科目



もらった。その結果を見てみよう。

【図表3】から、学習科目の上位3分野は「ビジネス日本語会話」・「ビジネスマナー」・「日本社会と文化」であることが分かった。

選択肢「その他」の自由記述を見てみると、「敬語」・「専門用語」・「日本企業文化」・「異文化間コミュニケーション」や「ビジネスの専門知識」などが挙げられている。

また、学習内容として設問に加えた、「これから勉強したいと思う科目（内容）は何ですか」に関しては、自由記述で記入してもらった。その結果は、以下のように、「言語面」・「文化面」・「専門知識面」の3つのカテゴリーにまとめることができる。

①言語面

言語面の内容では、「ビジネス敬語・ビジネス専門用語・ビジネス日本語文書作成・IT日本語・貿易日本語・ビジネス翻訳および通訳」などの回答が多く見られた。

②文化面

文化面については、「日本企業文化・日本社会や日本文化・異文化間コミュニケーション」という回答が多く見られた。

③専門知識

専門知識面としては、ビジネスの専門知識、例えば「日商簿記・IT・金融・国際貿易・ビジネス商談」などの回答が得られた。

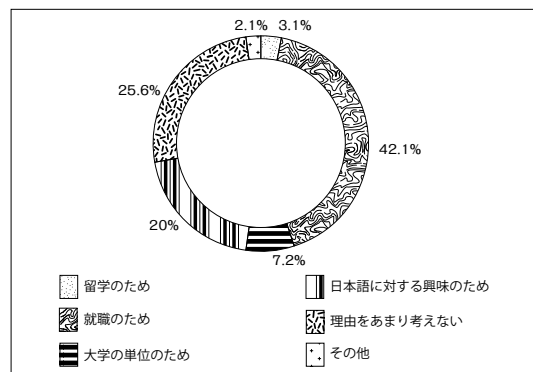
さらに、「ビジネス日本語の勉強を通して、どんな能力を身につけたいと思いますか。」についても、自由記述で記入してもらった。その結果は、「日本語によるビジネス・コミュニケーション能力」・「ビジネス場面における聴解能力」・「ビジネス書類の読解および作成能力」・「ビジネスマナーや日本の企業文化に対する理解能力」の4つのカテゴリーに分類できた。

5.2 ビジネス日本語の学習動機

アンケートの設問、「なぜビジネス日本語を勉強しましたか」については、「留学のため」・「就職のため」・「大学の単位のため」・「日本語に対する興味のため」・「理由をあまり考えない」・「その他」の6つの選択肢を挙げた。「その他」については、自由記述で記入してもらった。

その結果、「就職のため」と「日本語に対する興味のため」に、ビジネス日本語を受講している学習者が合わせて約6割であり、「理由をあまり考えない」・「大学の単位のため」が合わせて約3割であることが分かった。

【図表4】 ビジネス日本語の学習動機



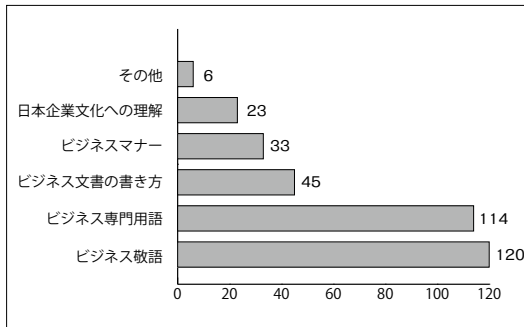
5.3 ビジネス日本語学習上の困難点

アンケートの設問、「ビジネス日本語の勉強について、何が難しいと思いますか」については、「ビジネス専門用語」・「ビジネス敬語」・「ビジネス文書の書き方」・「日本企業文化への理解」・「その他」の6つの選択肢を挙げ、複数回答を可として選んでもらった。「その他」については、自由記述で記入してもらった。

その結果、「ビジネス専門用語」と「ビジネス敬語」が難しいと思っている学習者が圧倒的に多いことが分かった。また、「ビジネス専門用語」と「ビジネス敬語」を両方とも

選んだ学習者が 107 名で、調査協力者の半分以上を占めていることが判明した。

【図表 5】 ビジネス日本語学習上の困難点



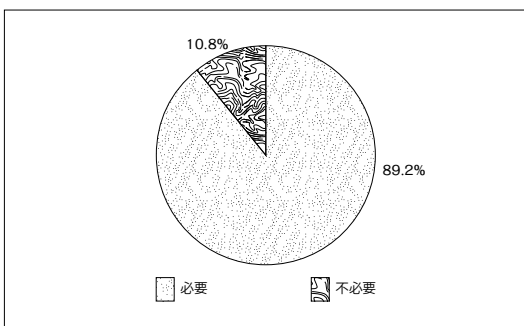
N=341

5.4 ビジネス日本語学習に対する認識

アンケートでは、ビジネス日本語学習に対する認識について、以下の問題を設けた。

①「ビジネス日本語の勉強が必要だと思いますか。なぜそう思いますか」については、自由記述で記入してもらった。

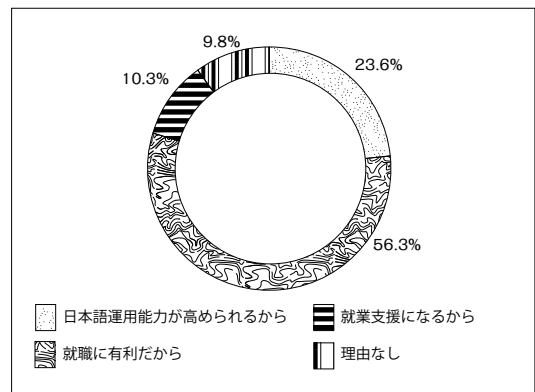
【図表 6】 ビジネス日本語学習の必要性



【図表 6】 から分かるように、ビジネス日本語の学習は必要であるという肯定的な意見が圧倒的に多くて、9 割近くを占めている。

その理由を見てみると、「就職に有利だから」という回答が最も多く、約 6 割であり、続いて、「日本語運用能力の向上」および「就業支援」のためにビジネス日本語を勉強して

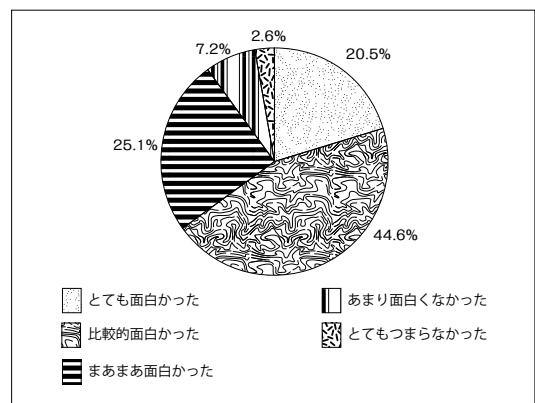
【図表 7】 ビジネス日本語学習が必要とされる理由



いる学習者の割合が合わせて 3 割以上を占めていることが分かった。

②「今までのビジネス日本語の勉強をどう思いますか」については、「とても面白かった」・「比較的面白かった」・「まあまあ面白かった」・「あまり面白くなかった」・「とてもつまらなかった」の 5 つの選択肢を挙げた。選択結果は、【図表 8】 のとおりである。

【図表 8】 ビジネス日本語学習への評価



【図表 8】 を見ると、ビジネス日本語の学習に対して、6 割以上の学習者が「とても」あるいは「比較的」面白かったと認めていることが分かった。それに対して、「まあまあ面白かった」と思う学習者は 2 割以上であり、残りの約 1 割はビジネス日本語の学習に否定

的な意見を持っていることが見て取れる。

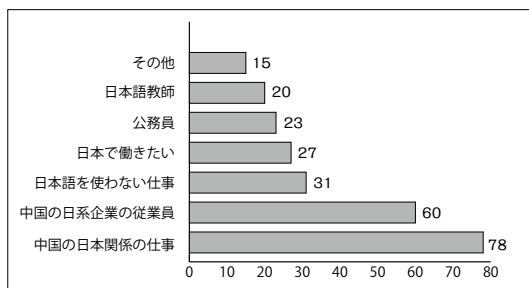
肯定的な意見と否定的な意見、それぞれの理由について、自由記述で記入してもらった結果は、それぞれ次のようにまとめられる。

肯定的な意見の理由としては、「先生が優しいから」・「先生の教え方が上手だから」・「授業の雰囲気が活発的だから」・「日本語が好きだから」・「面白い日本文化を知ることができるから」・「日本企業文化や日本のビジネスマナーを身につけ、日本語への理解を深めることができるから」・「日本語のコミュニケーション能力が高められるから」・「中日における文化の違いに気づけるから」・「就職にプラスになるから」などが挙げられた。

否定的な意見の理由としては、「先生が厳しいから」・「先生の教え方が画一的だから」・「授業の雰囲気が硬いから」・「内容が難しすぎて、分かりにくいから」・「敬語が難しいから」・「専門用語が難しいから」・「専門知識がよく理解できないから」などが挙げられた。

③「将来、どんな仕事をしたいと思いますか」については、「中国の日系企業の従業員」・「中国の日本関係の仕事」・「日本で働きたい」・「日本語教師」・「公務員」・「日本語を使わない仕事」・「その他」の7つの選択肢を挙げ、複数回答を可として選んでもらった。「その他」については、自由記述で記入してもらった。

【図表9】 希望職種



その結果を見てみると、就職の方向性としては、「中国の日系企業の従業員」・「中国の日本関係の仕事」・「日本で働きたい」・「日本語教師」などで、すなわち日本語を使って働きたいと思っている学習者が大多数であることが分かった。一方で、「公務員」と「日本語を使わない仕事」を選んだ学習者もいるが、全体的には就職の方向性にちゃんとした認識があると認めてよいと思われる。

5.5 ビジネス日本語教育に対する期待・意見

アンケートの最後に、「ビジネス日本語の授業に対して、何かご意見があれば、書いてください」という項目を設け、自由記述で記入してもらった。回答結果は、以下の4つのカテゴリーにまとめられる。

(1) 教材内容

教材の内容については、まず、教材の内容が古くて、実用的なものが足りないと指摘した学習者が多くいる。教材の内容が古ければ、現在の日系企業における実際のビジネス活動の需要に応えられず、学んだモデル会話が実際のビジネス場面における会話と差があるのであれば、すぐには使えないと考えられる。これは仇（2011）の学習者へのアンケート調査の結果とほぼ一致している。

また、教材に載っている日本文化、特に日本の企業文化についての知識やビジネス場面に使われるビジネス専門用語の絶対量が足りないということが挙げられた。

さらに、「練習」に関しては、「機械的練習」が多くて、あまり効果を感じられないという意見が来ている。

これらの意見は、ビジネス日本語教育における現行教材の内容に不足をある程度反映しているものと思われる。

(2) 教育内容

学習者の教材への不満は、教育内容にも表

れている。教材の内容が古くて、実用的なものが足りないのが、実際のビジネス場面の言語活動にすぐ使えるモデル会話を教えてほしいという声が多かった。また、日本語教師自身の日系企業でのビジネス経験を通して、日本企業文化についての知識を伝授してほしいという期待もあった。さらに、教材に所載のビジネス場面に使われるビジネス専門用語の数量も少ないので、関連語彙を補充してほしいという期待も来ている。「練習」に関しては、ビジネス活動に使用できる実践的な「練習」を十分にすべきであると学習者からも指摘されている。

(3) 教育方法

教育内容を学習者によく理解させるために、効果的な教育方法が重要であることは言うまでもない。今度の調査では、教育方法についての意見を述べた学習者も多くいる。

例を挙げれば、先生が授業中、教科書をそのまま講義することが多く、学習者のニーズに合わせて、教科書以外の関連知識も教えてほしいことや、また、教わった知識をビジネス現場でも活用できるように、ビジネス場面に基づいたロールプレイの練習をしたいことや、さらに、マルチメディアなどの手段を有効的に利用して、授業の雰囲気を活発的にしてほしいとの声が多かった。

「5.4」で述べたように、ビジネス日本語学習への評価のうち、否定的なものの理由である「先生が厳しいから」・「先生の教え方が画一的だから」・「授業の雰囲気が硬いから」などという意見も、教育方法に対する不満を示唆するものである。

また、仇（2011）も述べたように、教師による一方的な説明が多くて、練習するチャンスが少ないことや、言葉の意味や文型への説明が多すぎて、実際の場面の使用についての説明が少ないことなどが学習者からも指摘さ

れている。

(4) 日系企業へのインターンシップ

「5.4」で指摘したように、相当数の学習者が日本関係の、日本語を使う仕事をするためにビジネス日本語を受講していることが分かった。日系企業の職場環境で働く体験を得るために、また、リアルなビジネス場面での日本語を身につけるために、インターンシップを活かしてみたい、あるいはインターンシップの機会を増やしてほしいとの声があった。

以上のビジネス日本語教育に対する期待・意見を【図表 10】に示している。

6 まとめ

本稿では、中国の大学でビジネス日本語を受講している日本語学習者に対して行ったアンケート調査の項目、「ビジネス日本語の学習内容」・「ビジネス日本語の学習動機」・「ビジネス日本語の学習上の困難点」・「ビジネス日本語の学習に対する認識」・「ビジネス日本語教育に対する期待・意見」、それぞれの結果について、考察を行ってきた。あらためて、項目ごとにまとめてみると、以下のようになる。

- (1) ビジネス日本語の学習内容としては、「ビジネス日本語会話」を受講しているという回答が最も多い。ビジネス場面での口頭コミュニケーション能力の向上に役立つと考えられているからであろう。また、順調にビジネス活動を進めるために、「ビジネスマナー」や「日本社会と文化」への理解も必要であることから、この2つの選択肢が多く学ばれていることが分かった。これから勉強したいと思う科

【図表 10】 ビジネス日本語教育に対する期待・意見

カテゴリー	項 目	記述数 (比率)
教材内容	教材の内容が古くて、実用的なものが足りない	120 (61.5%)
	日本文化、特に日本の企業文化についての知識が足りない	60 (30.8%)
	ビジネス場面に使われるビジネス専門用語の絶対量が足りない	41 (21.0%)
	「機械的練習」が多くて、してもあまり効果を感じられない	53 (27.2%)
教育内容	実際のビジネス場面の言語活動にすぐ使えるモデル会話を教えてほしい	129 (66.2%)
	日本語教師自身の日系企業でのビジネス経験を通して、日本企業文化についての知識を伝授してほしい	89 (45.6%)
	関連語彙を補充してほしい	65 (33.3%)
	ビジネス活動に使用できる実践的な「練習」を十分にすべきである	78 (40.0%)
教育方法	ビジネス場面に基づいたロールプレイの練習をしたい	118 (60.5%)
	教科書以外の関連知識を教えてほしい	76 (39.0%)
	マルチメディアなどの手段を有効的に利用して、授業の雰囲気を活発的にしてほしい	66 (33.8%)
	「先生が厳しい」・「先生の教え方が画一的である」・「授業の雰囲気が硬い」などの教育方法に対する不満	39 (20.0%)
	教師による一方的な説明が多くて、練習するチャンスが少ない	88 (45.1%)
	言葉の意味や文型への説明が多すぎて、実際の場面の使用についての説明が少ない	69 (35.4%)
日系企業へのインターンシップ	インターンシップを活かしてみたい、あるいはインターンシップの機会を増やしてほしい	45 (23.1%)

目(内容)としては、言語面においては「敬語」や「専門用語」など、文化面においては「日本の企業文化」や「異文化間コミュニケーション」など、専門知識面においては「金融」や「国際貿易」などが強く求められていることが窺える。

- (2) ビジネス日本語の学習動機は、学習者によりそれぞれ異なるが、今度のアンケートの調査協力者のうち、半分以上がしっかりした学習動機と学習目標を持っていることが判明した。身についたビジネス日本語を将来の仕事に役立てたい、あるいは日本語が好きだから受講しているという回答を合わせると、全体の約6割になることから、動機が明確な学習者の多いことが分かった。これは2009年

に国際交流基金により行われた中国の日本語学習者の学習目的についての調査結果である「中国の高等教育機関における日本語学習者の80%は将来就職のために日本語を学習していること」とある程度一致していると言えよう。しかし、約3割の学習者は、「理由をあまり考えない」・「大学の単位のため」という回答であり、しっかりした学習意識と学習動機を持っていないと考えられる。

- (3) ビジネス日本語の学習上の困難点については、「ビジネスマナー」・「ビジネス文書の書き方」・「日本企業文化への理解」より、「ビジネス専門用語」と「ビジネス敬語」が難しいと思っている学習者が多いことが分かった。これは普段の日本

語学習の中で、学習者が日本語、特にビジネス場面の専門用語および敬語を使って練習する機会が少ないからのではないと思われる。

- (4) ビジネス日本語学習に対する認識では、まず、ほとんどの学習者がビジネス日本語の学習が必要であると認めている。その理由としては、就職にプラスになること、日本語運用能力の向上や就業支援になることなどが挙げられている。次に、授業への満足度に対する評価のうち、不満足割合が3割以上も占めているので、いかに学習者のビジネス日本語の授業への積極性や興味を引き起こすかが喫緊な課題となっていることが窺える。
- (5) ビジネス日本語学習への期待・意見に関しては、「教材内容を実用的なものにし、文化面の情報と専門語彙を増やす」「教育内容に実用的なビジネス会話を入れる」「教育方法にロールプレイを取り入れる」「日系企業へのインターンシップの機会を増やす」などが挙げられている。

このように、中国の大学のビジネス日本語学習者に対する意識調査を行った結果のまとめに基づいて、本調査の目的と課題をある程度解明することができた。まず、「ビジネス日本語会話」「ビジネスマナー」「日本社会と文化」という順番で受講している人が多いことから、ビジネス場面での口頭コミュニケーション能力の向上、および順調なビジネス活動展開のために役立つと考えられているからであろう。続いて、約6割の学習者と約3割の学習者がそれぞれ明確な動機としっかりした動機を持っていないことが判明した。また、「ビジネス専門用語」と「ビジネス敬語」が難しいと思っている学習者が多いところを

見ると、普段の練習機会が少ないことが予想される。さらに、3割以上もの学習者が授業に不満足を示していることと、ビジネス日本語学習者の期待・意見を合わせて見ると、教材内容、教育内容や教育方法についての不満と直接関係していると考ええる。

7 中国の大学におけるビジネス日本語教育改善への示唆と今後の課題

今回のアンケート調査の結果に基づき、中国の大学におけるビジネス日本語教育改善への示唆と今後の課題を求めると、以下のようになろう。

- (1) 現行のビジネス日本語教育は、主に言語面と文化面から行われているが、ビジネス専門知識の伝授があまり重要視されていない。日系企業が求める即戦力となり得るビジネス日本語人材を育成するには、日本語運用能力だけではなく、日本の企業文化を熟知し、ある程度のビジネス専門知識も身につけるべきである。そこで、今後の中国の大学のビジネス日本語教育においては、教育内容の一部として、ビジネス専門知識を重要視すべきであろう。
- (2) 今回の調査で、一部の学生がしっかりした学習意識と学習動機を持っていないことも分かった。これはビジネス日本語教育だけではなく、日本語教育あるいは他専攻の教育においても、同じような問題が存在しているのではないだろうか。
- (3) ビジネス日本語教育の内容において、「ビジネス専門用語」と「ビジネス敬語」がその他の内容より難しいという意見は、ビジネス専門用語の専門性と、敬語、特にビジネス場面の敬語における相手と

の関係や場面・状況による使い分けなどの教育を改善することを示唆している。また、実践的な効果を上げるために、ビジネス日本語教師がどんな教え方を実施するかがますます重要になってくる。

- (4) 学習者のビジネス日本語の授業への積極性や興味を引き起こすために、教師からの一方的な授業ではなく、リアルなビジネス場面での練習をたくさんさせたりして、学習者を擬似ビジネス環境に置き、学習者の自発的な学習を促すことが必要になる。
- (5) ビジネス日本語学習者の期待・意見を見ると、教材内容、教育内容や教育方法についての不満が多い。つまり、今後のビジネス日本語教育においては、学習者のニーズに応えるために、系統的なカリキュラムを編成し、体系的および実用的な教材を使用し、効果的な教育方法を実施すべきである。また、授業と実践を結びつけて、日系企業との連携を強化して、インターンシップを受け入れる企業を増やしていくべきである。そうすることによって、学習者がリアルなビジネス場面での日本語によるビジネス・コミュニケーション能力を高められるものと考えられる。

本研究は2016年度大連外国語大学科研基金項目「大連市における日系企業従業員のビジネス日本語能力の調査研究」（課題番号：2016XJJS11）、2016年度遼寧省教育庁項目「新中国の成立後、大連における日本語高等教育の歴史についての研究」（課題番号：2016JYT11）、2018年度遼寧省教育科学企画項目「日本近代語コーパスに基づいた「役割語」の形成についての研究」（課題番号：JG18DB111）の成果の一部である。

【参考文献】

- 仇文俊（2012）「中国の大学におけるビジネス日本語教育の現状と問題点について」『比較社会文化研究』32:1-6.
- 国際交流基金（編集）（2011）『海外の日本語教育の現状 日本語教育機関調査・2009年』
- 李愛文（2011）「中国商务日语教育的历史、现状及未来展望」『日语学习与研究』4:7-13.

An Awareness Survey on Business Japanese Learners in China's Universities

HU Xiao Chun

Dalian University of Foreign Languages

Abstract

As Japanese language learners in China are increasing dramatically, and Japanese education institutions are also expanding, therefore Japanese learners' needs and teaching content are changing too. All these lead to the dominant position of Business Japanese education in China's universities. However, there are few studies on Business Japanese learners in China's universities.

By concentrating on Business Japanese learners in China's universities, this paper has made an awareness survey on the learning content, motivation, difficulties, cognition, expectation and advices for Business Japanese. Besides, this paper discusses the present situation and existing problems in Business Japanese education in China's universities according to the survey results, so as to provide constructive suggestions on the improvement of teaching content in Business Japanese education in China and propose the relative issues in future.

