HOKUGA 北海学園学術情報リポジトリ
学校法人北海学園
北海学園大学
北海商科大学

タイトル	「新常態」下の中国の日本語教育と日本人教師
著者	施，京京
引用	北海商科大学論集，7(1)：72-96
発行日	2018-02

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

 受理日：2018/2/20

「新常態」下の中国の日本語教育と日本人教師
Japanese Language Education and Japanese Teachers under the “New Normal” in China

施 京京　SHI，Jingjing

要旨

本稿は、「新常態」下の中国において、在中国の日系企業の日本語人材に対するニーズの変化と日本語教育方式の転換を分析することを通じて、その中で日本人教師のあり方を明らかにし、また「ネットプラス」政策下の語学教育産業の発展と、新たに登場したオンライン日本人教師という教育サービス形態の特徴を探ることを目的としている。中国の日本語教育に対する政策は、日中の政治・経済関係の転変によって大きく揺れ動いてきた。その影響を受けて、中国における日本人教師のあり方も多様化していった。日本人教師の資質や能力についても、語学能力の上に専門的知識、国際的視野、リーダーシップなどが要求されるようになってきた。

キーワード：新常態、オンライン日本人教師、日本語人材、日本人教師の雇用形態

Abstract：

Based on an analysis of the changes of demand for people with Japanese language talents and the changes regarding Japanese education model under the "New Normal" in China, this paper expounds the current situation of the Japanese teachers' life and work in China. In addition, it explores the characteristics of the development of language educational industry under the "Internet plus" policy and the characteristics of the new educational model of online Japanese teachers. The Japanese language education policy in China has undergone tremendous changes under the influence of the political and economic changes in China and Japan and the work and lives of Japanese teachers in China has shown a trend toward diversification. New requirements for Japanese teachers' qualifications and abilities have been put forward in terms of not only language expertise,but also business and technology expertise, international vision, leadership .

Key words: New Normal, online Japanese teachers, Japanese language talents, Japanese teacher employment form

1. はじめに

1.1 問題設定

中国と日本は世界の第 2 位及び第 3 位の経済大国であり、中国は日本にとって最大の貿易相手国である。日中間の経済関係は緊密かつ相互依存的となっている。

中国の改革開放以降、中国では日本語学習ブームが起こってきた。国際交流基金の調査によると、海外における日本語学習者数は中国が一番多い。それゆえ、中国の各学校・教育機構には日本語教育に携わる日本人教師が多く在籍している。

一方、2014 年、習近平は中国の経済発展が「新常態」の段階に入ったという認識を示した。「新常態」とは中国経済が高度成長期を終え、中高度成長期という新たな段階に入ったという状況を指している。「新常態」の下で中国は経済発展のスピード、発展パターン、産業構造の調整、外資誘致、海外進出などについて、一連の新しい政策を打ち出した。この新政策は在中国の日系企業にも大きな影響を与え、日系企業の現地人材に対する要求も変わってきた。このような日系企業の人材に対する需要の変化に対応して、日本語教育は転換期を迎え、新たに登場したオンライン日本語教育が急速に発展してきた。

2015 年 3 月、李克強首相は政府活動報告において、「互聯網＋（インターネットプラス）行動計画」を提出した。語学教育の分野でもオンライン教育が盛んになってきた。オンラインネイティブ教師という新しい就労形態も出てきた。オンライン日本人教師と従来どおりの形で中国へ赴任した日本人教師との差異はどこであるのか、中国の日本語教育に対してどんな変化をもたらすのかについても分析しなければならない。

1.2 研究目的

本稿には、次の二つの研究目的がある。一つは、「新常態」下の中国において、在中国の日系企業の日本語人材へのニーズと日本語教育方針の変容を分析することを通じて、その中で日本人教師のあり方がどのように変化してきたかを明らかにする。もう一つは、「ネットプラス」政策下におけるオンライン日本語教育の発展と、オンライン日本語教師という就労形態がもつ特徴を探る。日本語人材は市場のニーズの変化につれて要求される資質や能力も変わってきた。具体的には、日系企業の現地雇用、日本語人材の活用、日本人教師の雇用、オンライン日本人教師の役割などの各方面から検討する。

2. 研究手法

（1）インタビュー調査。中国の日本語教育の現場で働いている日本人教師は、転換期にある中国の日本語教育に対して、どのような悩みに直面しているのかを明らかにするために、次の 4 人の日本人教師に対してインタビューをした。また、中国の日本語科主任にもインタビューをした。調査は半構造の面接調査方式を取り、2017 年 3 月から 6 月にかけて南京、揚州において実施した。

表１　インタビュー調査の協力者のリスト

インタビュー調査の協力者	所属機構	年齢	日本語教師として働いた年数
J1	南京市のある語学教育機構	50 歳	11 年間
J2	揚州市の Y 大学の日本語科	60 歳	5 年間
J3	南京市の T 大学の日本語科	27 歳	2 年間
J4	南京市の N 大学の日本語科	50 歳	10 年間
C1	南京市の A 大学の日本語科の主任	42 歳	12 年間（そのうち主任として 3 年間働いている）

出所：面接により、筆者作成。

（2）文献調査。教師のブログ、政府が刊行した行政資料、公表された日本語教師雇用情報などについて分析を行った。

（3）公式統計調査の利用、新たな時代の変化に対応するためには、中国と日本の経済貿易関係、中国に進出した日系企業の状況、また日系企業の雇用問題などを分析するために、主として中国の商務部のデータと日本のジェトロが実施した調査、保聖那人才服務（上海）有限公司の統計、日本人教師募集サイトなどを参照した。

3.「新常態」下の日系企業と日系企業の人材問題

3.1　「新常態」下の日系企業

2010 年に中国の国内総生産（GDP）は日本を抜いて世界 2 位になった。その後、中国の成長率は徐々に鈍化し、14 年には 8.3%、2015 年 6.4%、2016 年 6.7%（『中国統計年鑑』2017 年版）となり、これからも 7～6%ぐらいで発展すると見込まれている。

2014 年 5 月、習近平が河南省を視察した際、初めて「新常態」という表現を使った [1]。その後、ニューノーマル [2] を意味する「新常態」という言葉は、中国経済を議論する時のキーワードとして、メディアに頻繁に登場するようになった。2014 年 11 月 9 日、APEC ビジネスリーダーサミットの開幕式でのスピーチにおいて、習近平は中国経済の「新常態」には①高度成長から中高度成長への転換、②経済構造の改革、③生産要素の拡大や投資が推進力となる経済からイノベーションが推進力となる経済への移行、という三つの特徴を述べている [3]。

「新常態」の段階に入って以降、中国の人件費の高騰と経済発展のスピードの鈍化につれて、一部の外資企業は中国から撤退していった。そのような状況を背景にして、中国はもう外資が必要ではないという声も聞こえる。2015 年習近平はボア・オファーラムにおいて、中国の対外開放政策について、三つの「不変」を堅持すると明言している [4]。中国はもはや外資が必要ではないというわけではないが、以前の外資でさえあれば何でも歓迎するという状態から転じ、「外資」の「質」を重視しはじめてきた。中国における外資系企業は一方でますます現地化し、中国の経済や人材・市場とより密接に繋がってきている。経

済の「新常態」に入った中国は、これまで実施してきた「外資三法」[5]では国内外の新しい情勢に応じることが難しくなってきた。そこで、「三法合一」の『中華人民共和国外国投資法(草案)』が制定された。

以下では、上述した新しい外資政策が、日系企業に対して、どのような影響を与えたのかについて分析する。

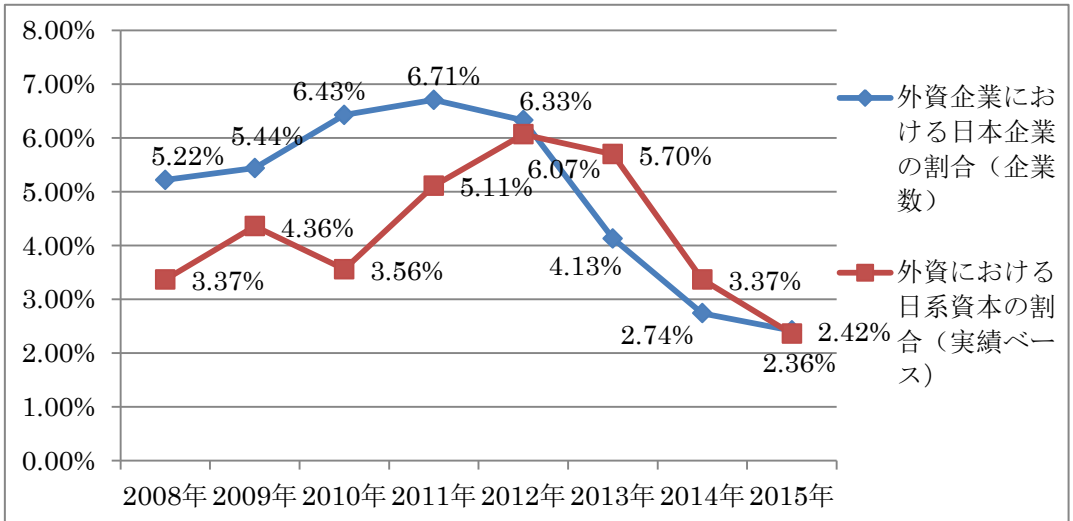

図1　日本の対中直接投資の推移

出所：『中国外資統計 2016』に基づいて、筆者作成。

図 1 のように、日本から中国への直接投資額についてみると、契約ベースで見ても、実績ベースで見ても 2012 年にピークになって以降、2014 年から減少に転じた。中国に進出した外資に占める日系企業の比重は 2011 年から減少しつつある。商務部の統計により、対中投資の国・地域別をみると、日本の順位は 2014 年の 4 位、2015 年の 5 位から 7 位に低下した [6]。日本語ができる人材の就職先は日系企業の進出や日中貿易の増減と密接な関係を持っている。

一方、川嶋・鶴田（2015）は中国が「新常態」の時代に入ったということは、日本企業にとっても、新たなチャンスの到来が期待できると述べている。図 2 に示したように、「日系企業の中国事業の今後 1～2 年間の事業発展の方向性」については、「事業を拡大する」と答えた企業はリーマンショック直後の 2009 年の 61.9%から 2011 年 66.8%まで回復しつつある。しかし、2012 年からは再び減ってきている。2015 年は 38.12%にまで減少した。「現状維持」とした企業は 2009 年の 34.6%から徐々に増加して、2015 年には半数以上（51.3%）に達した。「投資を縮小する」、「移転する」、「撤退する」を回答した企業は 10%以内を占めているが、全体的に見れば小幅な増加傾向にあることが分かる。

日本企業が中国での事業を拡大・維持する理由について、日向（2013）は中国には充分な労働力、巨大な市場、緊密な生産ネットワークがあると指摘している。筆者は以上の理

由のほかに、日本語できる人材がほかの国や地域より圧倒的に多いという点も挙げられると考える。

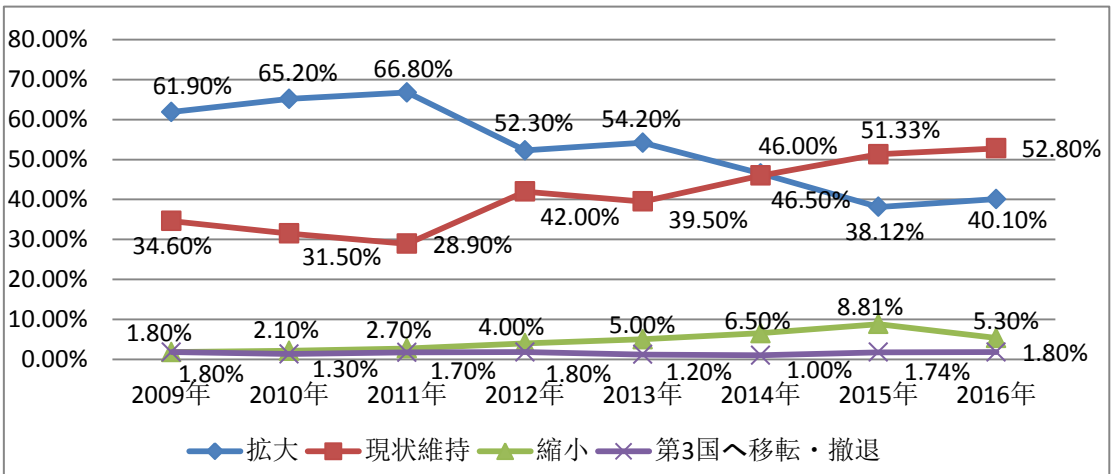

図2　今後の日系企業の事業展開予想

出所：ジェトロが実施した「アジア・オセアニア進出日系企業実態調査―中国編―」各年版により、筆者作成。

3.2　日本企業が直面する問題点

ジェトロの日系企業に対する調査の結果からみれば、「雇用・労働面」で悩みを抱えている企業が一番多いことが分かる[7]。

表 2　中国における日系企業の人材現地化についての問題点

	2010 年	2011 年	2013 年	2014 年度	2015 年度
幹部候補人材の採用難	42.0%	41.9%	37.7%	38.2%	36.1%
幹部候補人材の高離職率	12.3%	13.0%	15.8%	14.5%	12.4%
現地人材の語学力（日本語、英語）	12.3%	17.1%	18.1%	19.7%	18.7%
現地人材の能力・意識	39.6%	53.5%	60.6%	58.9%	67.6%
現地人材の育成が進まない	44.0%	40.9%	40.1%	—	—

出所：ジェトロ「在アジア・オセアニアン日系企業活動実態調査」各年度により筆者作成。

具体的に言えば、日系企業にとって 2010 年からずっと第一位を占めていた問題点は「従業員の賃金上昇」（約 8 割）である。次いで、半分以上の企業が抱えている問題点は「従業員の質」である。「従業員の質」について、さらに分析すると、表 2 のような「現地人材の能力・意識」、「幹部候補人材の採用難」「現地人材の語学力（日本語、英語）「現地人材の育成が進まない」という問題を抱えていることが分かる。そのうち、一番悩んでいるのは「現地人材の能力・意識」で、2015 年度は 2010 年度より 28 ポイント増えている。また、「現地人材の語学力（日本語、英語）」に悩んでいる企業も増えている。ジェトロの

調査では、「人材の能力・意識」について詳しく説明していないが、筆者は、「人材の能力」とは専門的技術能力と国際的視野を備えたマネジメント能力とであり、「人材の意識」とは社員のモチベーション・日系企業文化への理解であると理解している。

ジェトロ（2011）は中国市場における競争力強化に向けた戦力の一環として、現地人材を確保・育成しなければならないと指摘している。中国での研究開発拠点を機能させるためには、中国文化と日本文化との両方を理解している中国人を採用・育成・活用していくことが欠かせない。

4.日系企業の中国における人材戦略

前述したように、日系企業が抱えている最大の経営上の問題点は「人材」の質である。以下では日系企業の雇用面の実態について検討する。

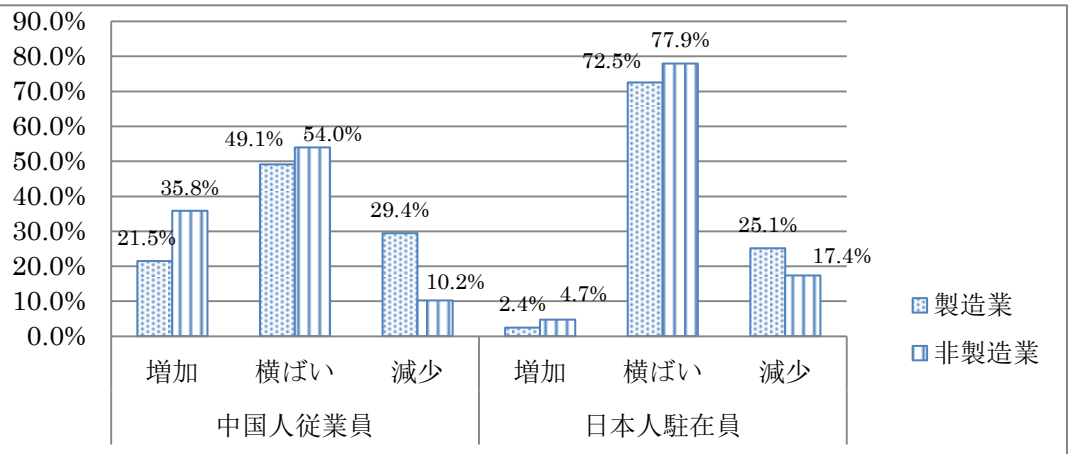

図3　中国における日系企業の現地従業員と日本人駐在員の増減についての見通し

出所:ジェトロ「2016 年度在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査―中国編」により、筆者作成。

図 3 のように、今後は現地従業員を増やそうと思っている在中国の日系企業は、「日本人駐在員」を増やそうと思っている企業より多い。特に、通信・ソフトウェア業では、57.1%の企業が現地従業員を増やそうとしている。これは 2015 年に中国が打ち出した「インターネットプラス（互聯網＋）」という国家産業戦略と合致している。したがって、日系企業が現地化を推進するためには、中国人の人材を活用しなければならないという認識は高まっている。中国人人材の中でも日本語ができる人材に対するニーズは高い。

表 3 に示したように、梅村（2012）の調査によると、中国人社員のうち日本語話者は三つのグループに分けられる。

表 3　中国人社員における日本語話者の三つのグループ

職位	日本語学習歴	役割と特徴
①幹部社員	日本の大学または専門学校卒業	日本人社員とコミュニケーションに問題がない。
②中間管理職社員	夜間学校や社内の日本語教室で初級レベルの日本語を習得	日本語能力は低い。しかし、業務に精通しているため、架け橋的役割を担っている。
③通訳	中国の大学で日本語を専攻	業務経験が浅いため、現場で架け橋的役割を担うことはなく、文書の翻訳などが業務の中心となっている。

出所：梅村（2012）「在中国日系企業における中国人社員と日本人社員による協働的学習の実践―戦後理解の構築を目指して―」により、筆者作成。

前述したように、今後の日系企業の中国人人材活用戦略において、日本語のできる人材は日系企業においてその役割が重要になっていく。以下では、保聖那人才服務（上海）有限公司[8]が 2017 年 9 月に発表した求人情報に基づき、日系企業が日本語人材に求める要件について分析する。

表 4　日系企業の給与と語学レベルの関係（副総経理参考）単位：人民元

語学レベル	最小値	25%タイル	中央値	75%タイル	最大値	平均値
日本語ビジネスレベル	100000	268023	411960	549145	1131000	437329
日本語コミュニケーションレベル	200000	275000	326328	540000	777600	395894
英語ビジネスレベル	150000	409300	560401	697480	1000000	558414
英語コミュニケーションレベル	212000	226000	240000	300500	361000	271000
英語日本語ともコミュニケーション以上	140000	382500	550000	988510	1190000	660021
不可（コミュニケーションに満たない）	156000	251125	280800	322476	376980	277748

出所：パソナカンアパニーグローバル事業部（2013）「2012 給与情報・福利厚生分析レポート」、筆者作成。

保聖那人才服務（上海）有限公司は 2012 年に、副総経理という中国人幹部を対象として、給料と語学レベルの関係を調査した。表 4 に示したように、日系企業において外国語能力を持っていない人と外国語能力を持っている人とでは給与の格差が大きい。外国語能力は日本語コミュニケーション、日本語ビジネス、英語コンミュニケーション、英語ビジネスという四段階に分けられている。中央値からみれば、一番高いのは英語ビジネスレ

ベル、次は英語と日本語両方のコミュニケーションレベル、日本語ビジネスレベル、日本語コミュニケーションレベル、英語コニュにケーションレベルの順である。日系企業ではより競争力を持つために、「英語で経営する時代」に適応しようという声がよく聞かれる。社内の英語によるコミュニケーションを促進する方針の下で英語の能力を重視していく傾向にある。しかし、中国も日本も共に英語を母語とする国ではないのだから、日中間の交流は一方の母語を使えば、意思疎通はやりやすくなる。日系企業の文化や経営理念、また日本の特有な技術など、日本語でしか表現できないところは多い。英語を社内公用語にするという声が強い中で、中国における日系企業は依然として日本語能力を重視している。

現在、中国の日系企業はいったいどんな人材を欲しがっているであろうか。保聖那人才服務（上海）有限公司 の求人情報から、現時点における日系企業の求人像につて分析してみよう。言語種類から「日本語」を選択すると、666 件の求人情報が出てくる [9]。そのうちに「new」という印がついている募集中の 60 件の情報を分析した。60 件の求人情報からメーカーは 34 件、商社は 15 件、流通・小売は 3 件、サービス 3 件、金融 2 件、IT と建築はそれぞれ 1 件であった。日本語能力への要求は、表 5 に示すようにメーカーの求人件数が多いが、日本語能力への要求はそんなに高くはない。それに対して商社は日本語能力への要求が高いといえる。

表 5 産業別日本語能力を要求される募集件数

	ビジネスレベル	コミュニケーションレベル	挨拶レベル	日本語専攻から出身した人材が優先
メーカー	10	20	2	2
商社	12	3	—	
その他	5	2	—	3

出所：保聖那人才服務（上海）有限公司の求人情報による、筆者作成。

職業からみれば、全部の 60 件の求人情報は、営業職・技術職・事務職と三つに分類され、それぞれの日本語に対する要求は、表 6 に示したように営業職で日本語に対する要求が最も高い。それに対し、技術職は人材の専門知識を重視し、日本語能力はコミュニケーションレベルぐらいが求められる程度である。

全体からみれば、日本語能力試験 N1 か N2 に合格していることを明らかに要求する会社は 13.3%（8 件）でしかない。人材の日本語能力はテストによる判断ではなく、面接の時に、実際のコミュニケーション能力によって判断する企業のほうが多い。理由として日本語能力試験には口頭試問もないし作文試験もないから、合格しても、受験者の日本語のアウトプットの能力はわからないままということである。また、日本語専攻の出身が優先と明記した募集要項は一つだけで、募集職種は教育担当である。つまり、人材の言語能力を重視していながら、日本語の専攻を卒業したかどうかは問われていない。

表 6　職業別にみた日本語能力を要求される募集件数

	ビジネスレベル	コミュニケーションレベル	挨拶レベル	日本語専攻から出身した人材が優先
営業職	22	13	1	2
技術職	1	9	—	2
総務職	5	3	1	2

出所：保聖那人才服務（上海）有限公司の求人情報に基づき、筆者作成。

一方、企業は人材の専門知識と仕事の経験を重視している。現在の中国では日本語ができる人は、その需要に対しそれより多くいる。そのため日本語ができるだけでは価値があまりなくなりつつある。「日系企業への就職はますます競争が激しくなっている。私が入社した 90 年代は日本語の人材が少なく、日本語専攻卒であれば容易に日系大手企業に入社することができたが、今は日本留学を経験した大学院生であろうと、ただ日本語ができるというだけでは特に競争優位とはならない」[10]。したがって、就職活動をしている者にとって語学力は必要だが、ある程度の専門知識、特に相当の仕事の経験を持っている者はさらに有利になる。日本語科を卒業したばかりの新人は、専門知識はないし、経験もないし、そのまま日系企業へ就職しようとしても不利である。

現在の日系企業の求人ニーズに合うように、中国の大学における日本語教育の理念も転換しつつある。乔頴（2012）は、2000 年以降、中国の多くの大学では、伝統的な日本語、日本文学等の領域を含めた外国語専攻科が「実用学科」あるいは「応用学科」として位置づけられるようになり、「ビジネス日本語」・「観光日本語」・「コンピュータ日本語」といった実用訓練型の科目を従来の専攻科に加える傾向が目立ってきたと指摘している。しかし、日本語科の学生は大学に入学してから日本語を学び始めるから、四年間という期間は日本語をうまく身に付けるのにも不十分であるから、ほかの実用学科や専門知識などを学ぶ余裕がない。また、日本語教師をしている中国人はほとんどが言語学、文学の専門でほかの専門知識が弱い。日本人教師は、後述したように、厳しくなった条件により日本語教育や言語学の出身の人しかできなくなっている。そのため、社会経験や専門知識の方面が弱くなってきている。日本語科の卒業生が新たな日本語教育の理念通りに「日本語＋α」の人材になることができるかどうかについて検討しなければならない課題は多い。

5. 中国における日本語教師雇用の現状

5.1　中国における外国人雇用政策の変動

中国が 2001 年に WTO に加盟して後、中国で勤務する外国人は増え続けている。2016 年末までに「外国人就業証」を持ち、中国で働いている外国人は 23.5 万人に達した[11]。それに伴い、違法就業・受入れ体制の混乱・現地人とのトラブルや事件などの状況がよくみられるようになった。したがって、現状に適応した受入れ体制の整備が急務になってきた。そういう状況において、2017 年 3 月 28 日に 、国家外国専家局、人力資源・社会保

障部、外交部、公安部により「外国人の中国における勤務許可制度の全面的実施に関する通知」（外専発[2017]40 号）が共同公布され 、2017 年 4 月 1 日から、外国人の中国における勤務許可に係る新制度が全国的に実施されることになった。

2017 年 4 月 1 日以降、外国専門家と一般外国人との区分が取り消された。従来、雇用単位が必要としていた「外国専家来華工作許可証」と「中華人民共和国外国人就業許可証書」は「外国人工作許可証」に統一された。外国人が必要としていた「外国専家証」と「外国人就業証」も「外国人工作許可証」に統一された。登録の手続きも簡略化された。

「高級人材の奨励、中級人材の規制、低級人材の制限」の原則に基づき、外国人は外国高級人材（A 類）、外国専業人材（B 類）、およびその他の外国人（C 類）に区分される。外国語を教える教師は B 類に属すと明記されている。「外国語教育者は、原則として、その母国語の教育に従事し、大学学士以上の学位を取得し、かつ、言語教育勤務歴が 2 年以上あること。そのうち、教育系、言語系もしくは師範系の学位を取得しており、所在国の教師資格を取得しており、または要求基準を満たす国際言語教学証書を取得している者については、勤務歴に係る条件が免除される」[12]。 また、B 類人材は、年齢が 60 歳を上回らないことが条件とされている。

5.2 中国における日本語教師雇用

以上の中国の新しい外国人雇用政策により、今後 60 歳以下で、大学（四年制）を卒業した日本語ネイティブスピーカーは次の 4 つの条件のうち、いずれかを満たせば、中国で「外国人工作許可証」を取得でき、日本語教育に携わることができるようになった。①言語教育経験が 2 年以上ある者、②教育系、言語系もしくは師範系の大卒者、③教員資格を持っている者、④日本語教育資格を持っている者、能力検定試験合格者あるいは日本語教師養成講座 420 時間以上の修了者。

新しい外国人雇用政策により、日本人教師の雇用にどんな変化が起こるのか。この点について、筆者は「日本語教育学会の教師募集」[13] と「日本語教師の集い」[14] という二つサイトに 2017 年 9 月 15 日にアクセスした。二つのサイトで募集中の 13 件の中国の日本語教師求人情報を分析した。13 件の情報のうちには、国公立大学からの求人情報が 11 件で、高校からの求人情報は 2 件であった。

募集資格は基本条件と専門条件と分けられる。基本条件は、「日本語を母語とし、日本国籍を持つ者、大卒（四年制）、年齢は 60 歳か 55 歳以下」である。

専門条件についていうと、日本では日本語教師資格という国家資格は今まで存在しなかった。それに対し、中国では日本語教師資格を持っているかどうかの判断基準は「①420 時間の日本語教師養成講座の修了者、②日本語教育能力検定試験の合格者、③日本語教育分野の（主、副）学位の取得者」という三つの条件のうち、いずれかを満たすことである。

求人情報の中で明確に日本語教師資格が必要なのは 8 件で、優先的に採用されるのは 2 件で、不要なのは 3 件である。学歴についていえば、現在の中国の国公立大学においては、教師は高学歴を要求される。各大学は高質の教師人材を獲得しようという戦略を打ち出し、

中国人教師が博士号を取っていなければ採用しない大学も多くなっている。そのような背景の下で、外国人教師への学歴要求も高くなっており、修士号か博士号を明確に要求する大学も二つある。また、日本人教師の収入は学歴と直接的な関係がある。10 か所の学校では学士、修士、博士により、それぞれ月 500 元～1000 元の給料差がある。

教育経験については、2 年以上の教育経験を持つことを要求する募集要項は 7 件、不要のものは 5 件、優先的に採用されるものは 1 件であった。つまり、学校側は日本人教師の教育経験を重視していることがわかる。他方、日本語教育資格と教育経験のうち、いずれかを満たすことができれば十分である。言い換えれば、日本語教育資格を持っている教師は教育経験を持っていなくても構わない。資格さえあれば経験を問わないという点では、中国の他の外国人雇用政策と共通している。

現時点の中国では、日本語教師になるのは「狭き門」になりつつあるといえる。次の二つの理由があげられる。①定年後の人は年齢制限があるので、第二の人生として日本語教師になる道はすでに閉ざされた。2000 年以前は、中国で雇用される日本人教師のうち定年を迎えた団塊の世代が多く、第二の人生として中国で日本語教育に携わっていた。定年を迎えた世代は大体 60～65 歳の人が多いが、今後、そういう人たちは中国で日本人教師になれなくなる可能性がある。筆者がインタビューした J2 は今年 60 歳になったので、契約を更新することができなくなり、帰国するほかなかった。

②日本語教師の資格が必要である。日本語教育能力試験の合格率は 23％ぐらいで [15]、それに合格するのは難しいことである。日本語教師養成講座はより簡単でも、一年間ほどの講習を学び、学費は 50 万～60 万円である。時間的にも経済的にも若者にとって大きな負担である。日本語教育能力試験は 1987 年から始まったが、以前は日本語教師の資格はなかったし、中国は日本語教師不足であったから、日本人でさえあれば、だれでも雇用されるようなところがあった。

他方で、中国へ行きたがる日本人も少なくなっている。次の 2 つの理由があげられる。

①20 歳代後半から 50 代歳後半までの正社員にとって、国内の仕事をやめて海外へ行く選択肢は基本的にあり得ない。非常勤の日本語教師をやっている人は中国へ行く可能性があるが、中国の学校の日本人教師はすべて一年契約で、数年で交替するため、専任教師と言われても、実際には非常に不安定な仕事で、日本の非常勤教師とほぼ同じ状況下にある。したがって、そういう人が中国へ行く可能性は低い。これに対して、80・90 年代の中国にいた日本人教師の多くは国・県自治体から派遣された現職の国語教師であった。一・二年間の派遣が終わると、職場に帰ることができた。

②雇用待遇からみれば、以上の募集要項中の情報から計算すると、学士号をもらった人の月給は 6000 元（10 万円ぐらい）となり、無料の宿舎 を提供され、年一回の日中往復エコノミークラスの航空券が支給される。学校によっては、年 2000 元（3 万円）ぐらいの旅行手当を支給するところもある。しかし、医療保険がある学校は 4 つしかない。「一番心配なのは病気になることですね。学校の病院では公費医療ができるが、対応できる治

療が少ないから、外の病院へ行ったら全部私費で支払うんですよ」と J3 は言っている。したがって、中国で日本語教師になるのは、日本国内で就職するのと比べて、待遇面でほとんど優位性がない。海外日本語教師という職業は発展途上国ではボランティア精神を要求されるところがある。キャリアとして、中国へ行きたがる人がさらに少なくなるおそれがある。

雇用形態についてみると、日本人教師が各学校と契約する場合、通常一年の常勤講師という形式で契約が結ばれる。翌年の契約更新ができる。契約更新は双方の合意により、一年ずつ延長するのが普通である。「教員側が帰国・異動を希望する」ことや、「大学側が別の教員を採用する」などの理由から契約延長に至らないケースもある。そんな場合、日本人教師個人にとって重要になってくるのが「次の異動先を探すこと」になる。他方で、大学側にとっては「新しい日本人教員を探すこと」になる。

募集方法はというと、ネット上の各公募サイト(日本語、中国語共に)に公募情報を出すのが普通であるが、実際には、中国は人脈社会なので、知りあいから紹介してもらったりするケースが多い。

具体的に言うと、次のような例がある。①同じ地区に属する各大学の日本語科主任などが相手校の主任と連絡を取りあい、紹介してもらう。②前任者の出身大学、或いは関係者から、後任者を推薦してもらう。③中国の大学が日本の友好関係にある自治体や姉妹学校などに依頼して、人材を派遣してもらう。また、たまにではあるが、学会・研究会などで個人的に知り合った日本人教員を直接誘う場合もある。

日本人教師側は普通三つの方法で就職先を探す。①ネット上の公募サイトから詳しく情報を調べて応募する。②既に指摘したように人脈関係によって応募する。③現役の日本人教員同士の情報網[16]によって、公募が出る大学の情報などを回覧し、それを見た教員が応募する。このような日本人教員の公募をめぐるやりとりは、よくトラブルを引き起こす要因にもなっている。筆者がインタビューした J4 は、契約のことについて次のようなトラブルがあったという。

> ぼく本人はこの大学でやり続けたいんですが、主任教師が急に期末の時、理由を説明しないで、契約更新ができないと連絡してきて、ぜんぜん納得できないんです。たぶん、主任は僕のことが好きではないんではないかな。次の移動先は決まっていないんだ。一時帰国するしかない。

大学側にも困る事情がある。筆者がインタビューした A 大学の主任によると、次のような状況があった。

> 学校は 5 月から各公募サイトに募集情報をだし、2 人の応募者があった。第一の人は当時日本に住んでいるんで、書類選考だけで合格にした。しかし、ビザを申請するために、健康診断を受けて、ちょっと何か具合が悪いことに気づいて、残念ながら、来ないことにしたと連絡が来た。急いで、第二の応募者を選考した。

この人は現在、中国のB市の大学で日本人教師をやっているが、面接のことを約束したが、ある日彼が勤めている大学の知らない先生から電話をもらった。「〇〇さんを雇用しようしていると聞いているが、気を付けて。その人は人柄がちょっと……、だからうちは契約更新したくないんです」。本当に雇用するかどうかわからないんですが、やっぱり、念のため、止めようか。もうそろそろ7月になったが、まだ、決まっていない。

9月になって、筆者はもう一度A大学の主任と連絡を取り、日本人教師のことを聞いた。結局、やっと日本人教師は決まったが、9月末に中国に来る予定で、日本人教師が担当する九月分の授業は中国人教師に振り分けるほかなかったという。

中国に住んで6年以上になるある日本人教師は自分のブログで[17]、そういう日本人教師の採用のあり方については「公募合戦」と呼んでいる。「毎年、日本人教員の公募をめぐる攻防は、究極のところ、現代中国における日本人教員のおかれた雇用条件の課題を突きつけている」と指摘する。以上のような需要と供給のバランスがうまくとれないケースを減少させるためには、「何よりも重要なことは、現在のような単年度契約ではなく、複数年契約や任期なしの常勤ポストの拡張、同時に雇用条件の向上をはかることだと考えています」という意見を出した。筆者は、日本の大学を定年退職した教授を活用し、日本語を教えてもらうだけでなく、中国人教師と同じように、研究しながら専門科目を日本語で教えてもらうようにする。そうすれば、学生は日本語より専門知識を身に付けることができるし、中国人教師の研究能力をアップすることもできると思う。

6. 中国の語学教育の市場化と日本人教師

6.1 中国の語学教育の市場化

2003年9月1日に施行された「民営教育促進法」は中国における教育事業の市場化を促した。当時の『北京週報』は「教育はインターネットに継ぐ二番目の投資のホットスポットになったと判断する専門家もいる」と報道した[18]。

実際は、「教育の市場化」につれて、営利を目的とする民営の教育機構は80年代半ばから既に存在していた。言語教育機構からみれば、1987年全国英語試験から始まっている。1993年には、外国語教育機構のトップワンだと言われる「新東方教育」が英語を教える塾として発足した。現在、言語教育は教育市場において大きなシェアを占めている。2006年から国内で11社[19]の教育企業がアメリカの証券市場に上場した 。そのうち「新東方教育」と「環球天下」は語学教育企業である。胡小玲（2013）によると、2012 年時点で中国では3億人もの人々が外国語教育の消費者として多くの民営教育機構で外国語を学習している。民営語学教育機構は2012年には約5万機構に達している。

『2007-2010 年中国培訓市場発展予測と投資分析報告』によると、2007 年における中国の英語研修の市場規模は約150億元、全国の英語教育機構は5ヵ万所に上った。中国の

外国語教育産業においては、英語が圧倒的に大きなシェアを占めている。言語教育企業は全て英語から起業したものである。グローバル化が進展するにつれて、非英語の国との交流も大幅に増えてきており、多言語[20]教育の需要が激増している。具体的に言えば、日本語、韓国語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、ポルトガル語、イタリア語、ロシア語などである。その中で、日本語と韓国語は学習者数が多いので、ほとんどの言語機構に設置されている。

民営の英語教育は 30 年近く発展してきた。現在では英語教育に対する需要が多元化している。それに対して、日本語教育は今までほとんどの教育機構が『標準日本語』、『みんなの日本語』という二種の教科書を利用してきた。学習目的を日本語能力試験の合格に置いた受験教育が多い。また、語学教育機構における日本語教育は教育理念から具体的な授業のやり方まで同質になりがちである。

教師にも問題がある。現在の日本語教育機構では働いている中国人の日本語教師はほとんどが大学の日本語科を卒業した学士・修士である。例外を除いて、日本語の学習は大学の日本語専門課程に入学してから始めた人たちである。したがって、学士の日本語教師は日本語をゼロから 4 年間しか勉強していない。彼らは日本語能力試験 N1 に合格しても、日本語能力は十分とは言えない。また、専門性が要求される教師という職業としての教育能力からみれば、大学における日本語専門は師範大学を除いて教育知識、教育方法、教育実践が一切ないので、厳密に言えば、教育の素人であると言っても言い過ぎではない。修士も同じ状況である。機構の日本語教師募集要項には大学の日本語専門課程を卒業し、N1 に合格していればいいと書かれている。教師としての専門性は一切問われないまま、日本語教師になることができる。もう 1 つの問題は、現時点での語学教育機構の日本語教師は非常勤教師が多い。教師の専門性も定着性も保障されていない。

6.2 民営語学機構の外国人教師

中国人教師より外国人教師のほうが重視されているという点は民営教育機構の特徴である。学習者はいったいどの言語教育機構を選択するのかについて検討すると、一番の決定要因は教師の資質である。また近年の調査によると、60%以上の学習者がネイティブ教師のいる学校を選択している[21]。優秀なネイティブ教師がいるかどうかは言語教育機構にとって重要である。したがって、民営の教育機構は外国人教師の募集を重視している。外国人教師は民営の教育機構の「看板」になっている。外国人教師の人数は中国人教師より少ないから、「売り手」市場になり、授業料は中国人教師よりはるかに高いが、それでも学習者が殺到した。外国人教師が担当しているのは主に会話、とくにビジネス会話など口頭能力をアップする授業である。中国人の外国語能力において、一番弱い部分は話す能力だと認められている。学校教育において、外国人教師と話すチャンスは限られている。職場に入って、コミュニケーション能力が重要だと認識し、民営の言語教育機構で「ネイティブ」教師の授業を受けたいと思っている学習者は多い。

一方、外国人教師をめぐるトラブルや学習者からの不満がよく新聞に載るようになって

きた。中国青年報社会調査センターは、2014 年 8 月、2079 人に対して外国語学習についての調査を行なった。外国人教師の授業に対して、77.1%の調査者は授業の目的が不明で、授業の中身がないと答えた。33.1%の調査者は外国人教師の態度はあまりよくないとしている。51.7%の人は学校側に外国人教師に対してより明確な教育効果の評価標準を作ってほしいと望んでいる[22]。

外国人教師の側からいうと、非常勤教師の割合が多い。非常勤教師にしかなれないとなれば、在中国の就職ビザをもらえないから、大学の専任外国人教師や留学生などが空き時間を利用して、教育機構で働くことになる。観光ビザしかもっていない外国人教師もいる[23]。 また、外国人であるにしても、母語は英語ではない、あるいは訛りがつよいなどの問題もよくある 。「外国人教師」の授業と銘打ち、学習者を募集した結果、学習者は「高価格・低効果」の授業を受けさせられることになる」[24]。しかし、どのようにして外国人教師の資質を保証するのか、また外国人教師の授業の効果はいったいどう評価するのかという点について、これまで統一的な資格に対する客観的な評価がなかった。したがって、現在の語学教育市場において外国人教師について玉石混交の状態は依然として存在している。

日本語教育についてみれば、日本語教育を受けた学習者は 10 代、20 代の学生を主体としており、経済力はあまりないから、高いレベルの日本人教師の授業を受けたい人は英語に比べ少ない。また、権威のある日本語能力試験には口頭試問がないから、試験に合格しさえすれば十分で、わざわざ日本人教師の授業を受ける必要がないと考えている人も多い。

次に、現在 A 語学教育機構で専任教師として働いている日本人教師 J1 に対するインタビューにより、語学教育機構の日本人教師の実態を明らかにする。J1 は 2007 年に中国へ行って日本語教師として働くようになった。今年で 11 年になるベテラン教師である。中国へ行く前は服の貿易会社で部長として働いていた。中国へ行った当初は民営の大学で日本語教師として勤めていた。2010 年現在の語学教育機構に転職し、今はこの語学教育機構における唯一の外国人教師である。転職の原因について、次のように語っている。

> 2010 年、前の学校の日本語専門課程が廃止され、僕は失業する直前で、他の大学の求人があるかどうか、来年のことまでわからないから、ビザがないと、帰るしかない。前に A 語学機構で非常勤教師として働いたことがある。当時、日本人教師が一人もいなかったから、校長先生が「うちへ来て」と呼んでくれた。

大学の職場と比べ、現在のような語学機構のほうが好きであると J1 が言った。

> 大学には決められた教育理念やカリキュラムなどがあり、日本人教師の特徴を生かすには融通性に欠ける。それに対して、語学機構は学習者のニーズに応えて、日本人教師の特徴を生かし、日本語だけでなく、専門的な知識を教えることができる。例えば、僕の場合は、長い会社の経験があるから、謝り方であったり、マナーであったり、挨拶の仕方であったり、メールの書き方であったり、僕は全部実践でやったことがある。教科書で教えるようなことはしていない。僕の経験を

生かすることができておもしろい。また、大学教師の仕事というのは本当につまらないと思う。書類ばかり、サインとか、試験した時も面倒くさい、採点とか宿題とか。上級から検査もある。現在の語学機構では唯一の外国人教師として校長から特別優遇され、より自分のペースで授業を進めることができている。

瀬尾（2015）に掲載された池田さん[25]の例では「顧客満足としての学習からの評価が非常勤講師である自身の雇用を左右したので」、教師はしかたなく、学習者の興味や関心に応えようとしていた。だが、これは教育の質に負の影響を及ぼしていると指摘している。しかし、J1 が自らの「おもしろい」授業を作りたいと工夫し、学生の評価に左右されず、ただ、「楽しい雰囲気を作れば、学生だけでなく、僕のためでもある」と言ったとおり、教師自身の認識により、教育現場の対応に違いが出ると言える。

待遇面については J1 が低いと強調し、「年金、保険など一切ない。病気になれば現金で自費で病院へ行くしかない」という不満がある。中国人の奥さんと共働きで、子供はいないから、生活は大丈夫であるが、日本とは比べものにならないほど低保障である。

語学機構では J1 のような専任の日本語教師は少ないが、中国での日本人留学生とか駐在員の奥さんなどの非常勤教師が多く、ベテランの教師が少ない。また、教育の専門性を持っている人も少ない。しかし、これらの非常勤教師は「外国人就労」による雇用ではないので、ビザ申請などの管理面の問題が回避でき、採用側にとって好都合である。一方、いろいろな学歴を持ち、仕事の経験がある人が日本語教育に携わるなら、日本語を教えるだけでなく、それぞれの知識や経験を生かして、学習者に多様な視点から日本を理解させることができる。この面からみれば、語学機構の日本人教師には多様性と不安定性との両面が併存している。

2002 年から 2011 年までの期間は日本語教育業界の「ゴールデン十年」と言われる。当時、日本語教育市場は急速に発展した。2011 年 3・11 の大震災以降、オフラインの日本語教育に衝撃が走った。大震災前、日本語教育の学習者は主に留学あるいは就職という目的や動機から、日本語を勉強していた。3・11 大震災以後そうした学習者が減っていき、日本語教育に携わってきた語学機構はしだいにオンライン教育に目を向けて、よりインターネットを活用しようとするようになった。

7.「ネット＋」語学教育と日本人教師

7.1 中国におけるオンライン教育の概要

2015 年 3 月、李克強首相が政府活動報告において、「互聯網＋（インターネットプラス）行動計画」を提出した。新しいインターネット技術全体とほかの産業とが結びつくことにより、「インターネット+医療」、「インターネット+教育」、「インターネット+金融」などのように従来の産業の新たな発展の推進を目指すものである。中国のインターネットユーザーも急増し、16 年 12 月までに、7.31 億人に達し、年間で 4,299 万人増えた。そのうちモ

バイルネットユーザーは 6.95 億人に達し、年間で 7,550 万人増えた。ネットユーザーにおけるモバイルネットユーザーは、2015 年の 90.1%から 95.1%に増加した [26]。

そのような背景の下で、2016 年 12 月までに、中国のオンライン教育ユーザー規模は 1.38 億人に達した。前年比 25.0%増加した。そのうちモバイルでオンライン語学教育を使用しているユーザーは 9798 万人であり、前年より 4495 万人増え、増加率は 84.8%と、急成長を遂げている。各学齢をターゲットに、様々な語学教育アプリが市場展開している。例えば、「網易有道詞典」、「百度翻訳」などの辞書・翻訳類、宿題の質問ができる「作業帮」、「一起作業」のような補講・宿題補助類、「学而思網校」等のようなオンライン講座類である。外国語教育に最初に出てきたアプリは「有道詞典」である [27]。

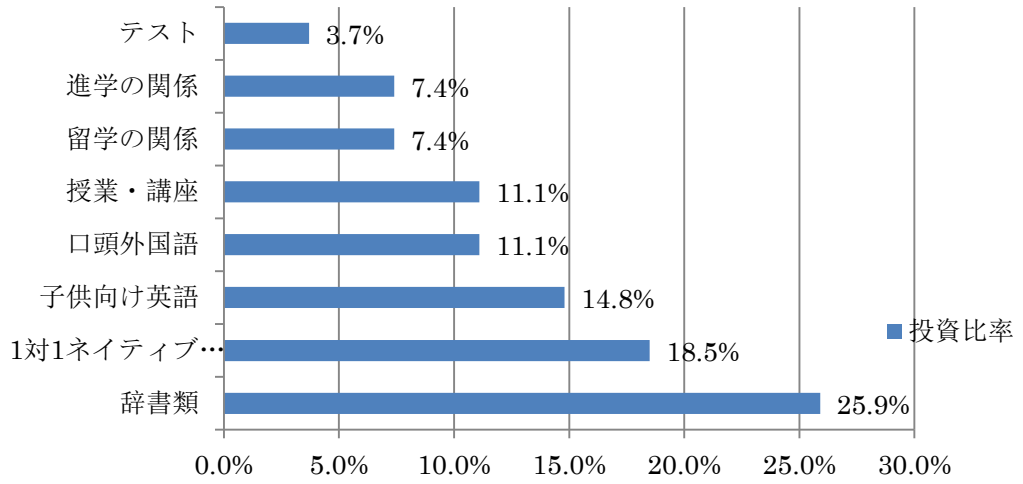

図4　2014年タイプ別に見た中国におけるおけるオンライン語学教育投資の割合

出所：『2015 年中国オンライン語学教育産業研究報告』,艾瑞咨询＆有道学堂。58 頁。

2013 年から資本はオンライン教育を追いかけ、大量の資金がオンライン教育に投資されるようになった。2013 年は「中国オンライン教育の元年」と呼ばれている。オンライン語学教育がオンライン教育投資全体に占める割合は 2013 年の第二位の 27.0%から 2014 年には第一位の 46.0%になり、増加率は最も大きかった。語学教育では、図 4 のように、辞書類への投資が一番多く、次いで 1 対 1 のネイティブ授業と子供向け英語教育であった。

中国のインターネットの普及につれて、ネットの利用者数も急増していった。ネットがあったからこそ、中国人は海外へ行かなくても、海外のことに触れることができ、最新の海外の情報を手に入れられるようになった。ネットの友の会には外国語に興味を持ち、外国語を学びたい欲求を持つ潜在的な消費者が大量に存在するようになった。『2015 年中国オンライン教育研究報告』によると、中国のオンライン語学教育ユーザーは 1200 万人となった。年間増加率は 20%以上で、2018 年には 3123 万人になると予測されている。

オンライン語学教育規模が拡大した要因として、次の四つが挙げられている。①グローバル化の時代において留学ブームや外国との交流の進展などにつれて、外国語の重要性がいっそう高まり、外国語教育産業の規模が拡大した。②インターネット技術の発展により、ネット利用が普及し、学習者は時間や場所の制約がなくなった。いつでもどこでも自分のペースで学習できる。③オンライ教育課程が標準化され、学習のコストが大幅に削減され、格安の授業料でユーザーに教育サービスを提供できるようになった。④1 対 1 の授業形態によって個人的な学習ニーズに対応できるようになった。

オンライン語学教育の言語の種類は英語とその他の言語とに分かれている。2015 年、「有道学堂」の調査によると、言語別にみた学習者の割合は英語 44.7%、中国語 28.7%、日本語 11.4%、韓国語 5.2%。フランス語 3.1%、ドイツ語 2.3%、ロシア語 1.6%、スペイン語 1.2%、ポルトガル語 0.6%、アラビア語 0.5%、その他 0.5%であった。日本語学習者の学習動機については、仕事上の必要性 22%、移民 4%、個人的趣味 31%、テレビ番組を見るため 16%、資格試験 10%、進学試験 8%、留学 9%からなる。以上からみれば、日本語学習者の動機は、実用性と興味性が半分ずつを占めている。その他の言語では実用性のほうが多く、その点で日本語は他の言語と違っている。

現在、オンライン語学教育の内容からみれば、電子辞書類、単語の暗記、聴解口頭練習、ネット講座、1 対 1 のネイティブ教師の授業、友の会といった六種類に分けられる。電子辞書と単語の暗記は IT 技術を利用して、伝統的な本や辞書の機能をネットへ移される。ユーザーは端末さえあれば、断片の時間を利用し、外国語が学べるようになった。聴解と口頭の練習については、テレビ番組、最新のニュース、映画、音楽などネットからの視聴リソースを学習者に提供し、学習のポイントを指導しながら、ユーザーに自由に使用させることができるようになった。友の会では、外国語の学習だけでなく、「日本の音楽」、「日本語番組」、「日本語の留学案内」などいろいろなカテゴリーが設けられ、同じ興味のある人を集めて、交流のプラットホームが作られている。友の会はオンライ教育機構にとってとても重要な役割を果たし、人気の友のある会はユーザーを引きつけることができ、教育機構の口コミに大きな影響を与えている。日本語オンライ教育において、一番人気のある「沪江網」は非営利の日本語の友の会から発足したものである。当時、日本側の最新情報を提供することが沪江網の「看板」であった。2006 年にはユーザー数は 80 万以上を超え、それから営利の会社として起業することになった。

ネット講座は有料と無料とに分けられる。無料講座とは一般的に五十音図、挨拶語など初級レベルの授業、または日本文化を紹介している授業などである。日本への興味を持っているユーザーを引き付けようとするから、講座の講師には日本人もいる。有料の講座は能力試験向けの一連の授業であり、ユーザーは学費を支払い、ID 番号とパスワードで登録し、いつでもどこでも授業を受けることができる。また、ネット講座の内容は何回も繰り返すことができ、自分のペースで学習することができる。ネット講座の講師には中国人教師もいるし、日本人教師もいるが、中国人教師のほうが多い。講座は非同時型であるため、

学習者と講師との即時的なコンミュニケーションができないというデメリットがあるが、講座に Q&A という掲示板を設定したりして、講師と学習者との交流チャンスを作ろうと工夫している。

日系企業でも中国人従業員に対し、オンラインの日本語講座を利用するよう奨励しているところもある。トヨタ（長春）エンジン会社の人事担当者によると、「以前は、日本語教師を招聘し、社内で日本語教育を行っていたが、今では PC や移動端末を利用し、オンライン日本語教育を行うようになった。日常会話だけでなく、仕事現場で使われる実用日本語の能力を要求している。オンライン語学教育はより多様化し、中国人従業員の学習意欲を引き付けている」[28]。

7.2　1 対 1 オンラインにおけるネイティブ教師の授業

現時点でユーザーがオンライン語学学習を利用する時、無料の商品をより好む傾向がある。1 対 1 のネイティブ授業は他の商品より受講料が高いから、現時点では注目しているユーザーは少ない。一方、「搜狗ビックデータ商業研究院・腾讯教育」が発表した『2014 年教育業界のデータ報告』によると、試験、授業講座、オンライン教育、語学学校、教科書、学費などのキーワードに比べ、外国人教師というキーワードで検索することが多くなってくると見られる。コミュニケーション能力が次第に重視されるようになってきたことが分かる。語学学習者は「100%の外国語の雰囲気」で学ぶのを好む。したがって、外国語学習において、ネイティブスピーカーの重要性も高まってきた。9 割の利用者から 1 対 1 の外国人教師の授業は有効だと認めたられている。同報告によると、2011 年にオンラインネイティブ口頭講座を主な業務として起業した 51Talk の検索量は PC 端末で 72.8%増え、移動端末で 84.6%増えている。51Talk は現在の語学機構で最も注目されている会社である。外国人教師のオンライン授業は高速発展期に迎えている。学習者がオンラインのネイティブ口頭授業を選ぶには、次の四つの理由がある。①学習時間、場所の制限がない。②自分のペースとニーズに合う。③学習費用が低い。④自分が好きな講師が選べる。

7.3 オンライン語学教育における日本人教師

現時点において、オンライン日本語教育に携わっている企業 [29] の募集要項から見ると、基本的な条件は普通の日本語学校と同じようである。また、オンラインだからこそ、PC 環境、勤務環境等の基本的要件を満たされなければならない。応募者の英語の能力も要求される。しかし、中国向けの募集は中国語の能力は要求されていない。時給は大体 1,250 円～2,000 円になり、日本での日本語学校の非常勤教師とほぼ同じであるが、通勤などの手間が省けるという利点がある。

2013 年に発足した「日本村」はオンライン日本人教師の口頭授業の提供を業務としている。ホームページで、次のように自社アピールをしている。

> 日本村には百名以上の日本人教師がいる。教師たちは専門的な研修を受けて、2 年以上の教育経験を持っている。さらに商学、法律、ビジネス、マスメディア、文学、エンジニアなどの専門知識を持っている。学生にしても社会人にしても、

日本人教師と会話しているうちに学びたい知識を身に付けることができる[30]。

また、ホームページにも日本人教師の写真と自己紹介が載っているだけでなく、日本人教師それぞれの特徴を強調し、自己アピールにより、学習者を引きつけようとしている。オンライン 1 対 1 の日本人教師の授業において、教師の収入は学習者数によるのである。しかし、日本人教師が日本語教育能力試験に合格しているかどうか、日本語教育専門課程を卒業しているかどうかは不明である。

課程顧問の紹介[31]によると、学校はユーザーのニーズを一番重視するという方針によって運営されている。ユーザーはまず、無料の体験券をもらい、日本人教師の授業を一回体験することができる。次は、オンラインで日本語能力のテストを受け、ユーザーの日本語レベルにより、課程顧問によって何人かの当該レベルのネイティブ教師を勧められる。ユーザーはコマごとに学費を支払わないで、あるレベルの講座（48～80 コマ）全体の学費を支払わなければならない。1 コマはレベルにより 68～92 元（1000 円～1500 円ぐらい）である。コマごとの授業料はあまり高くないが、講座ごとに支払うので、高くないとは言えない。その後で、ユーザーは自分の好きな教師を選び、授業を予約する。指定されたテキストがあるが、よく使われているネットチャットのソフト[32]を使わず、会社が開発した授業用の模擬教室のようなソフトをダウンロードしなければならない。日本人教師について、課程顧問が「お客様が、自分が好きな教師を選ぶことができ、途中で、教師を何人か変更することもできる。教師の給料はお客様方々の評価によるのであるから、お客様を満足させようと工夫している」とアピールしている。

オンライン教育における教師にとってのメリットは次の三点がある。①スキマ時間に仕事ができる。②外国へ行かなくてもよく、ビザ申請などの手続きを回避し、仕事ができる。③異なる文化を持っている外国へ行かなくてもよく、異文化摩擦を激減させることができる。

オンライン日本語の最大の特徴は、インターネットにアクセスできる環境さえあれば、どこでも受講できるという点である。現在、日本語教師養成講座で人気がある専業主婦でも海外へ赴任しにくい日本人でも、ネットで日本語教師になりうる。また、オンライン教師に対する年齢上の制限もなくなり、伝統的なオフラインの学校教育と違い、オンライン教育の募集要項には教師の年齢にこだわらず、60 歳以上の人も外国人向けの日本語教師になれる。オンライン教育は、海外の日本人教師不足という問題について、解決の糸口を見出すのに貢献している。

異文化摩擦は、人が国境を越え、異文化の環境において発生する問題である。国境を越えずに、慣れ親しんだ日本文化の環境にいるまま中国人に教えるのは異文化摩擦が全くないわけではないが、大幅に軽減される。異文化摩擦の回避においてこれはメリットだと思われる。一方、教師は中国へ行ったことがないし、中国語もできないし、中国人の考え方や中国文化などの知識が不十分のままである。「言語は思考の鏡」と言われるように、語学学習は言語についての知識だけでは足りない。日本人と中国人の考え方の違いや文化の違

いについて理解していないと、うまく日本語を教えることもできない。

前掲の「日本村」の例のように、これからの日本人教師はユーザーによって選ばれることになる。また、教師の給料もユーザーの評価によって決められる。完全な「買い手」市場において、教師は「商品化」 されて、学習者の状況や経験を知らないまま、一コマ（45分）の中でのみ、学習者を満足させるのは難しい。オンライン教師も収入が不安定な仕事であると言える。1 対 1 の授業において、伊智鉉他（2016）は学習者の「個人化」を促すためには教師自身の個人化も重要であると指摘している。数百名のオンライン教師の中で、どのように自分の特徴をアピールし、自分なりの経験や知識を生かして、マイスタイルを作るのか、日本語教師の側も工夫しなければならない。

8. おわりに

（1）新常態下における日系企業と日本語人材のニーズについての考察[1]

日本語教育は日中間の政治・経済関係から影響を受けやすい分野である。中国の「新常態」の段階において、日系企業は人件コストの高騰に悩んでおり、また、人材の現地化に苦慮している。日系企業の雇用問題についての先行研究は多い。ジェトロも毎年、日系企業の雇用問題について調査を行っている。日系企業にとって、異文化コミュニケーション能力と専門技術を併せ持つ人材が最も大切なのは言うまでもない。他方、日本語は日系企業のグロバール化にとっての阻害要因でもあると指摘した研究もある。本稿は保聖那人才服務（上海）有限公司の求人情報を分析することを通じて、中国における日系企業が依然として日本語ができる人材を重視していることを明らかにした。しかし、日本語だけで就職できる時代ではなくなった。専門知識を持たなければならない。中国の日本語教育もそういう状況を認識した上で、大学の日本語教育も改革を迫られている。語学教育が大衆化された今日、日本語人材の育成は大学だけに依存するのでは不十分である。大学の日本語教育だけでなく、民営機構の語学教育もそれなりの役割を果たさなければならない。

（2）新しい外国人就労政策における日本人教師の雇用問題についての考察

2017 年、中国は新しい外国人就労政策を打ち出した。先行研究には、この政策についての研究はまだ少ない。外国人教師の雇用はより厳しくなった。日本人教師にとって年齢、日本語教師の資格、日本語教師としての経験などいろいろな条件が付けられた。他方で、日本人教師の待遇は 2000 年以前の日本語教師と比べ悪くなった。したがって、中国で日本語教師として働きたいと思う日本人は今日では少なくなった。

本稿は大学で働いている日本人教師へのインタビューにより、雇用をめぐる摩擦などを事例として、日本語教師になるのは「狭き門になりつつある」ことを明らかにした。筆者は、日本人教師に対し、日本語教育の専門性や年齢条件だけを要求するならば、本当に日系企業のニーズに合う人材を育成できるのか疑問を持っている。日本人教師の語学以外の専門知識、日本人教師の社会経験も重視すべきである。

（3）民営機構の日本語教育と日本人教師のあり方についての考察

先行研究には、言語教育における民営教育機構の発展に注目した研究はほとんどない。大学の語学教育と違い、民営語学教育機構はより学習者のニーズを重視している。民営教育機構はネイティブ語学教師を「看板」としてアピールしている。

本研究は、南京の民営機構で働いている日本人教師 J1 に取材した。現在の民営機構では日本人教師は大学より雇用の要件も低いから、語学教育機構はビザなどの面倒を回避するために、留学生などを非常勤教師として雇用している。大学の日本人教師の「狭き門」と比べ、民営機関の日本人教師は玉石混交の状態になった。しかし、民営語学教育には、筆者のインタビューした J1 のようないろいろな仕事経験がある日本人がおり、日本語以外の専門知識を教えることができる。

(4)「ネットプラス」政策におけるオンライン日本人教師についての考察

中国の日本語教育はオンライン語学教育の発展につれて、急速に発展してきた。オンラインネイティブ教師という新しい教育サービスが出てきた。先行研究には、中国におけるオンライン教育の市場規模などに注目したものは多いが、オンライン教師という教育サービスの形態についての研究は少ない。オンラインネイティブ教師は現在の中国に駐在している日本人教師が直面する文化摩擦のような不利なところを回避することができる。他方、人と人の接触がなく、同じ文化圏に暮らしていないので、相互理解という面で共感を起こしにくくなっている。在中国の日本人教師はただ日本語を教えるだけでなく、日常生活の接触による非言語の文化・習慣・考え方を伝えることに大きな役割を果たしている。

以上の考察に基づくと、中国の日本人教師のあり方は「二極化」の傾向にある。日本人教師は日本語教育の能力を持っているかを問われるとともに、いろいろな専門や社会経験を持っているかも問われるようになった。日中経済発展のニーズに合致した日本語人材を如何に育成していくのか、日本語教育は模索の過程にある。また、ネット時代において、どのようにインタネットをうまく利用し、オフラインとオンラインとを協力させながら、日本人教師を活かしていくのかが今後の課題にもなる。

注

注 1)「我が国は依然として重要な戦略的チャンス期にあり、自信を持ち、現在の経済発展段階の特徴を生かし、新常態に適応し、戦略的平常心を保つ必要がある」2016 年 12 月 16 日中国新聞網による。http://www.chinanews.com/cj/2016/12-16/8095980.shtml　2018 年 1 月 10 日閲覧。

注 2) ニューノーマルは英語で New Normal である。米国債券運用会社 PIMCO の最高経営責任者モハメド・エラリアンが 2009 年に投資家向けのレターの中で言い始めた言葉である。世界経済はリーマンショックから経済が回復しても元の状態には戻らず、低成長と主要国から中国に率いられる重要な新興国へのシフトを伴いつつあるという特徴を持つ「新常態」に移ると予言した。

注 3)『谋求持久发展　共筑亚太梦想－在亚太经合组织工商领导人峰会开幕时上的演讲』『人民日報』(2014 年 11 月 10 日 02 版)。

注 4) 2015 年 3 月 29 日「国家主席习近平 29 日在海南省博鳌国宾馆同出席博鳌亚洲论坛 2015 年年会的中外企业家代表座谈」。「三つの不変」は「中国の外資投入政策は変わらない」、「外資投資者の合法的権益への保障は変わらない」、「外国投資者の中国での事業により良いサービスを提供する方向性は変わら

ない」ということを指す。

注 5）改革開放初期に制定した『中外合資経営企業法』『外資企業法』『中外合作経営企業法』という三つの法律は「外資三法」と略称される。

注 6）商務部データセンターによって対中直接投資トップ 10 の国・地域。
http://data.mofcom.gov.cn/lywz/topten.shtml.2018 年 1 月 7 日閲覧。

注 7）ジェトロの日系企業に対する調査質問票は、現在直面する経営上の問題点について「販売・営業面」「財務・金融・為替面」「貿易制度面」「雇用・労働面」「生産面（製造業のみ）」という五つの分野に分けて質問をしている。全てが複数回答可である。

注 8）1976 年 2 月人材派遣事業を主業として株式会社マンパワーセンターを設立。2002 年株式会社パソナに改称。2006 年 3 月中国で日系企業を中心に人材紹介サービスを行う「Pasonal Human Resources（Shanghai）Co.,Ltd」を設立した。中国語の名前は「保聖那人才服務（上海）有限公司」である。現在中国において日系企業を対象にしている。最も大きな人材募集、研修、派遣の会社である。

注 9）2017 年 9 月 15 日閲覧。

注 10）人民網日本語版　2015 年 04 月 17 日。

注 11）中国人民共和国人力資源と社会保障部により発表された「2016 年人力資源と社会保障事業発展統計公報」による。

注 12）外国人来华工作分类标准（试行）
http://fwp.safea.gov.cn/sinosoft/attached/file/20170717/20170717193419_177.pdf。6 頁。2017 年 9 月 12 日閲覧。

注 13）「日本語教育学会の教師募集 http://www.nkg.or.jp/boshu　2017 年 9 月 15 日閲覧。

注 14）「日本語教師の集い」http://www.e-tsudoi.com/db_job/job/job_bbs_list.php。「日本語教師の集い」では中国の学校へ日本人教師を紹介する人材仲介会社の募集情報もあるが、これらの募集情報は詳しく書かれていないし、信憑性が低いので、本文には学校側から直接に出てきた情報のみを分析する。

注 15）公益財団法人日本国際教育支援協会のデータにより、日本語教育能力検定試験の合格率は 2016 年 25.1%、2015 年 23.3%、2014 年 23.5%、2013 年 22.9%、2012 年 23.1%となっている。

注 16）例えば中国各地には日本人教員の組織した教師会がある。定期的に活動をおこなう。

注 17）http://blog.goo.ne.jp/mimutatsu1008/e/dd28a8afa9b200320ee24e0311f88a0e。2017 年 9 月 16 日閲覧。

注 18）北京週報（日本語版）「政策の解禁が民営教育の発展を促進」2003 年 7 月 7 日。

注 19）新東方、学爾思、学大教育、安博教育、双威教育、ATA、環球天下、正保遠程、弘成、诺亚舟、中国教育集团。

注 20）英語で「multi-lingual」つまり、英語以外の外国語である。中国では一般的に「小語種」と言われた。

注 21）2016 年 11 月 HCR 慧辰資讯 TMT ネット研究部の調査による。

注 22）2014 年 8 月 6 日『中国青年報』「外教课程内容空洞 过半受访者建议明确教学标准。

注 23）2014 年 8 月 11 日搜狐教育 http://learning.sohu.com/20140811/n403336218.shtml。2017 年 9 月 16 日閲覧。

注 24）人民網 2014 年 9 月 15 日。

注 25）香港の語学機構に勤めている日本人教師の仮名である。

注 26）中国互联网信心中心 CNNIC『2016 中国互联网发展状况统计报告』
http://www.cac.gov.cn/wxb_pdf/39CNNIC.pdf，2017 年 9 月 1 日閲覧。

注 27）http://dict.youdao.com/これは網易有道による検索エンジン技術を使用した無料言語翻訳ソフトとして 2007 年 9 月サービスを開始してきた。2015 年 4 月までに、パソコン/モバイル版合わせたユーザー数は 5 億人を突破し、中、英、日、韓、独、仏等の言語切替が可能になり、単語は 3700 万以上、2300

万の例文をカバーしている。

注 28）沪江網が発表した「2005～2014 中国インターネット教育青書―「日本語十年」の回顧と展望」による。

注 29）「ジャパンオンラインスクール（J-OS）」「NIHONGO　IROHA」「Love to talk」　「Shimanami College」「We Japanese Language School」「日本語オンライン教育」「日本語イブリッジ」「68 日本語オンライ教室（中国）」「小欣日文線上教室」「HongKong Japanese Tutor」「World Bridge ネットワーク教育（中国）」「日本村オンライン日本語教室（中国）」。

注 30）http://www.ribencun.com/　2017 年 9 月 16 日閲覧。

注 31）筆者は 2017 年 9 月に 2 回にわたってユーザーとして、課程顧問に問い合わせた。

注 32）ウィーチャット　（Wechat），タンシュンキュキュ（TencentQQ），　スカイプ（Skype）などである。

参考文献

日本語

1．伊智鉉・岩崎浩司・鄭良媛「反転授業型オンライン日本語コースにおける初日本語学習者向けの遠距離チュートリアル」『早稲田日本語教育実践研究』第 4 号、2016 年、61～62 頁。

2．梅村弥生「在中国日系企業における中国人社員と日本人社員による協働的学習の実践―戦後理解の構築を目指して―」　WEB 版『日本語教育実践研究フォーラム報告』、2012 年、1～10 頁。

3．川嶋一郎・鶴田祐二「新常態下の中国企業とイノベーション」『知的資産創造』2015 年 9 月号、24～41 頁。

4．喬頴「中国の日本語科教育における「人材育成」の系譜」『早稲田日本語教育学』第 14 号、2014 年、27～48 頁。

5．国際交流基金『中国 2015 年度日本語教育機関調査結果』、2016 年。

6．柴田弘捷「在中国日系企業の人事管理（5）」『専修人間科学論社会学編』Vol.5,No.2、2015 年、51～67 頁。

7．ジェトロ『日本企業の今後の対中ビジネス戦略』、2011 年。

8．ジェトロ『在アジア・オセアニアン日系企業活動実態調査―中国編―』2010～2016 各年版。

9. ジェトロ『互聯網＋（インターネットプラス）」で変わる　中国のライフスタイル　2017』、2017 年。

10. 周宝玲『日系企業が中国で成功する為に―異文化経営が直面する課題』晃洋書房、2007 年。

11．瀬尾匡輝・瀬尾悠希子・米本和弘「日本語教師はどのように教育の商品化を経験しているのか」『言語文化教育研究』第 13 巻、2015 年、83～96 頁。

12．張暁霞『中国における日系企業の人的資源管理についての分析』白桃書房、2002 年。

13．日本経済団体連合会 2006『日本企業の中国におけるホワイトカラー人材戦略―優秀

人材の確保と定着こそが成功の鍵』
http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/030/honbun.pdf。
14. 日向裕弥「中国事業の縮小・徹底は限定的―在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査（2012 度）から」『 ジェトロ「中国経済 3」』、2013 年、 2～13 頁。
15. パソナカンアパニーグローバル事業部「2012 給与情報・福利厚生分析レポート」、2013 年。
16. 吉原英樹・岡部曜子・澤木聖子『英語で経営する時代―日本企業の挑戦』有斐閣選書、2001 年。
中国語
1. 艾瑞咨询『2015 年中国在线教育研究报告』、
http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=2490。2017 年 9 月 1 日閲覧。
2. 艾瑞咨询・有道学堂『2015 年中国在线语言教育产业研究报告』
http://www.199it.com/archives/333684.html。2017 年 9 月 1 日閲覧。
3. 北京华研世纪产业咨询有限公司『2007-2010 年中国培训市场发展预测与投资分析报告』、2016 年。
4. 贺军「中国与外资关系进入“新常态”」『中国外资』第 3 期、2016 年、38～39 页。
5. 沪江网・百度教育・中国日语教学研究会「2005～2014 中国互联网教育蓝皮书暨“日语十年”回顾与展望」。
http://f2.s.yun.hjfile.cn/file/201412/201412264215868636.pdf。2017 年 9 月 2 日閲覧。
6. 胡小玲「论语言产业的结构性，外部性与发展方式」『语言文字运用』第 3 期、2013 年、35～42 页。
7. 刘东梅「在线教育二十年从“教育＋互联网”到“互联网＋教育”」『互联网经济』第 7 期、2015 年、90～97 页。
8. 搜狗大数据商业研究院&腾讯教育『2014 年教育行业大数据报告』、2014 年。
9. 徐雄彬・金香兰「论日企的人才本土化对商务日语专业教学的启示」『中国校外教下旬刊』7 期、2012 年、90～92 页。
10. 中国互联网信心中心 CNNIC『2016 中国互联网发展状况统计报告』
http://www.cac.gov.cn/wxb_pdf/39CNNIC.pdf。2017 年 9 月 1 日浏览。
11.『中国外資統計 2016』
http://images.mofcom.gov.cn/wzs/201611/20161107131933879.pdf。2017 年 8 月 28 日浏览。

付記
本研究は平 2016 年度南京理工大学研究プロジェクト「新中国日语教育与中日关系」（研究番号：30916013113）の研究結果の一部分である。