

中国語中国関係学科におけるキャリア教育の試み ー演習科目「研究入門B」における中部圏の中国進出企業研究ー

澁谷 鎮明・舛山 誠一

1 はじめに

中国語中国関係学科のカリキュラムには、1年次の基礎演習から4年次の卒業研究まで、すべての学年に演習科目が配置されている。「研究入門B」は2年生配当の演習科目であり、学科設置2年目の昨年（2010年）度に初めて開講された。

この科目の内容については、前年度に学科内で討議を重ね、何らかの体験を軸としながら、本学科の学生に必要な社会科学系の学術用語・概念や視点を身につけさせることを目的とした。この際に、科目の中で追究するテーマとして「中部圏の中国進出企業研究」を設定し、受講生にこのテーマについて調査・作業をさせるという方針にした。

「中部圏の中国進出企業研究」というテーマを設定したことから、「これはそのまま学生の就職活動になるのではないか」という指摘が学科内からあったため、教授内容の調整を行い、受講生に将来の進路や、「中国関係企業で働く」、「中国語と言うスキルを持っていたらどうか」ということについても、さまざまな体験を通じて学ばせることとした。

本稿は、このような特徴を持って行われた、2010年度秋学期の「研究入門B」における、学科の特色を念頭に入れたキャリア教育の試みについて報告するものである。

2 中国語中国関係学科2年生向け演習科目「研究入門B」の位置づけと運用

以前より国際関係学部では、学科を問わず、1年次から4年次まで演習科目が設けられている。文系学部においては、本学に限らず双方向型の教育システムとしての演習（ゼミ）科目が設置されている。特に本学部では、2000年度というかなり早い時期より低学年向けの演習科目（基礎演習）が設置されており、これまで学生のスキルアップや、教員との相談の場、大学について知る場としての役割を果たしてきた。

「研究入門」は、フレッシュマンゼミとしての「基礎演習」と3年の専門演習を結ぶ必修の演習科目として、2002年カリキュラムより設置されており、学科によってその方法や内容は違う部分もあるが、「中間論文」の作成（国際関係学科・科目名称は2009年度より

「プレ演習」と変更）や、学生の研究テーマ・研究対象地域の決定（国際文化学科）など、各学科の専門や専門教育のコア部分へと2年生を導く役割を果たしている。

中国語中国関係学科では、2009年の学科設置の際に、学部内の他学科に合わせる形で、2年次に「研究入門A・B」をそれぞれ春・秋学期に配置した。この「研究入門A・B」の内容については、学科内で協議し、研究入門Aにおいては、中国を題材として人文科学的視点（人類学・社会学など）の基礎を、研究入門Bにおいては、社会科学的視点（経済・経営学、政治学など）の基礎を身につけさせるという方針とした。

これは、本学科の教育目的に、中国語語学能力の養成以外に「中国という地域の多面的な理解」があり、これは中国という地域を、上記の人文科学的視点と、社会科学的視点の双方で見ることができるところを目標とするためである。本学科のような、地域を対象とし、複数の学問分野にまたがる、いわば複合系の学科には、このような内容の科目が必要と思われる。

「研究入門B」では、社会科学的視点の基礎を教授するということから、冒頭にも述べたように、経済学、経営学などの分野の基礎的な学術用語・概念や視点を教授することとした。この際に、短い時間の中では、受講生にそのような抽象的な概念の理解が難しいと考えられたため、インタビュー、レクチャー、見学などの体験を通じて、他の講義科目とも連携しつつ、理解させることを試みた。そのためこの研究入門Bでは、より具体的に「中部圏の中国進出企業研究」をテーマとした。これは、本学科で経営・経済学を専門とする舛山担当の「中国経営論」の講義内容と合わせようとする意図もあった。

なお、見学、体験、調査などから学問分野を学ばせようとする方向性は、春学期開講の「研究入門A」も同様であり、その詳細は昨年度本誌に投稿した「日本の「中国」を題材とした現地調査実習ー中国語中国関係学科「研究入門A」における横浜中華街調査実習報告ー」において報告した。

また、やはり冒頭に触れたように、学科内の協議において、この科目で追求するテーマにある「中部圏の中国進出企業」は、本学科の卒業生の就職先の一つと

して考えるべきであり、受講生自らがこれらの企業の研究を組織的に行うことそのものが、一種の「業界研究」、「企業研究」になるのではとの意見があり、この科目にキャリア教育としての意味合いも持たせることとした。

文系学科の場合、就職先は「専門」に偏らず多様になるのが普通であるが、本学科は「中国」をターゲットとするやや特殊な学科であることから、この試みが広い意味での学科独自の「キャリア教育」になるのではないかと考えながら授業計画を作成した。

特に全学で3年次に行われているインターンシップは、就職のために重要な役割を果たすものと認識されているが、就職そのものや就職先、あるいは企業のイメージがない学生の場合、いくら指導してもそもそもインターンシップ制度そのものに反応しにくい。この点については、2年秋学期に就職先や企業を意識させた内容の演習科目があることは重要ではないかと考えられる。

なお、研究入門Bの担当者とクラス編成については、2クラスを開講し、経営・経済学を専門領域とし、中部圏の中国進出企業に詳しい舛山と、学科主任であり学科の就職関連情報が入りやすい澁谷が担当することとした。

3 研究入門Bにおける「中部圏の中国進出企業」授業計画

次に、このように社会科学入門と、キャリア教育的側面の双方を持った「研究入門B」の授業計画と、教授内容、ねらい、受講生の評価などについて報告したい。

表1は、平成10年秋学期開講の研究入門Bの授業計画である。これを見ると、授業の構成は、おおよそ5つのパートに分けられており、この時期に行われる3年次のゼミ（演習A・B）選択のための第3パート「3年ゼミ選択について」を除き、受講生が中部圏を中心とした日本企業の中国進出への動きと理由、業種や企業ごとの進出背景などについて考察し、そのような企業で働くことについて、レクチャーや見学などの体験を通じて考察するという内容になっている。また基本的に①教員側の概説→②体験・見学等→③学生側の作業という流れを意識している。

第1パートは、本学科で毎学期作成している、将来の進路とそのための手順を書き、それを後に自己評価させる「キャリアシート」の作成とともに、現在中部圏の企業で勤務している本学部の卒業生を呼び、教員が受講生の質問も受けてインタビューするという「体験」を準備した。なお、卒業生の予定に合わせて日程の調整を行ったため、第2回授業にも第2パートの内

容が入っている。

第2パートでは、学生の作業に先立って、舛山が「中部圏の企業の特徴と中国進出」について、1回分の時間を使って概説を行った。その後、概説の内容と、教員側が作成した中部地方の中国進出企業リストをもとに、受講生はグループワークを行い、代表者による発表が行われる。この際には、ゼミ形式の授業において、教員からの質問があり、これを通じて中部圏の企業の特徴と中国進出の理由や経緯について理解を促した。さらにこれらの作業が終わった後で、合同授業にて「中国進出企業経営者のレクチャー」として、K社長の講演をお願いした。

表1 中国語中国関係学科「研究入門B」授業日程

回	内容	配布プリント・課題等
第1パート：中国関連企業で働くということ		
1(9/27)	合同授業「イントロダクション」 ・今後の授業内容・日程の説明 ・各種連絡 ・キャリアシート作成	資料： キャリアシート
2(10/4)	合同授業 ・概説「中部圏の企業の特徴と中国進出」(舛山)	資料：中部圏の中国進出企業(上場)
3(10/11)	合同授業「卒業生へのインタビュー」 ・NL科卒業生(中国関連企業中国担当)にインタビュー	課題：レポート
第2パート：中国に進出する中部圏の企業		
4(10/18)	グループワーク1-1「中部圏の企業の特徴と中国進出」 ・課題：中国進出企業の状況と進出理由 ・手分けして作業をさせ、翌週に発表とする。	
5(10/25)	グループワーク1-2「中部圏の企業の特徴と中国進出」 ・グループの代表者2名が発表 ・その他の者には教員からの質問	
6(11/1)	合同授業「中国進出企業経営者のレクチャー」 ・印刷会社社長のレクチャー	
第3パート：3年ゼミ選択について		
7(11/8)	合同授業「3-4年ゼミ振り分けについて」 ・ゼミ振り分け方法と手順の説明 ・ゼミ振り分けのための資料(進路・ゼミ分野の希望など)	資料：ゼミ振り分け資料、提出書類
第4パート：どのような企業が存在するのか？		
8(11/15)	合同授業：概説「中国進出企業の業種・企業の特徴」(舛山) ・前回の作業の「答え合わせ」 ・「進出企業の業種や特性」+どのような企業が存在するのか？	資料：中部圏の中国進出企業(非上場)
9(11/22)	ワーク2-1「中国進出企業の業種・企業の特徴」 ・課題：各自が関心のある中国進出企業を選び、①その業界、②その企業について調査し、レジュメを作成して発表。 ・課題の説明、および企業リストの説明。 ・発表順の決定	
10(11/29)	ワーク2-2「中国進出企業の業種・企業の特徴」 ・個人発表時間	
11(12/6)	合同授業「中国進出企業の見学」 ・12/8(創立記念日)に実施。 ・K産業(瀬戸市)に訪問し、レクチャーと企業見学を実施	課題：レポート(レクチャー内容の記録と企業見学報告)
12(12/13)	ワーク2-3「中国進出企業の業種・企業の特徴」 ・個人発表時間	
13(12/20)	ワーク2-3「中国進出企業の業種・企業の特徴」 ・個人発表時間(予備日)	
第5パート：どのように働くのか？		
14(1/17)	合同授業「日中のさまざまな交流」(澁谷) ・現代日本のインバウンド観光と観光業	
15(1/24)	合同授業「インターンシップガイダンス」 ・キャリアセンターによるガイダンス	

なお、ここで行った「概説」の内容は、舛山が担当する専門必修科目「中国経営論」の内容を、この授業向けにまとめたものである。ある意味では、学科の中心となる専門必修科目「中国経営論」について、演習科目である「研究入門B」において、受講生の作業などを通じ、座学で得た知識の定着や応用を行っているともいえる。この両科目は本学科の必修科目である関係で、すべての2年生が受講しており、そのような方法も可能である。

第4パートでは、ここまでの内容を踏まえ、中国に何らかの形で進出している中部圏の企業について事例研究を行った。

ここでもやはり舛山が「中国進出企業の業種と企業の特性」について概説を行った上で、教員の配布した企業のリストの中から、受講生が関心を持つ企業について1つ以上ピックアップし、その企業の特性、業種、中国進出を含む海外進出の状況、経営の状況などについて、企業HPのIR情報や、有価証券報告書(EDINETを利用して入手)などから調査し、レジュメを配布しての個人発表をさせた。この個人発表については、フォーマットが自由であったためか、受講生によっては、発表のやり方が飲み込めず、予定よりもやや発表の日程がずれ込んだ。

また個人発表をしている時期に、舛山が調査を行ったことのある近隣の中国進出企業(K産業)に赴き、本社工場の見学を行った後、中国担当者にレクチャーを受けた。

最後の第5パートでは、キャリアセンターに依頼し、3年次に行われるインターンシップ制度についてレクチャーを実施した。ここで特に翌年度春にインターンシップのガイダンスがあることをアナウンスしたためか、参加する学生の割合が高かったようである。

4 体験を通じた学習と進路への意識

今回の「研究入門B」においては、前述のように、何らかの実体験を軸としながら社会科学分野の基礎について学習するとともに、本学科卒業生の就職先の選択肢と考えられる中部圏の中国進出企業について「業界研究」「企業研究」をさせるという目標がある。これらの「体験」の部分についてやや詳しく報告したい。

4.1 卒業生へのインタビュー

授業第3週に行った「卒業生インタビュー」では、本学科がまだ設置3年目で卒業生を出していないことから、国際文化学科卒業生の中から、在学中に中国語を学習し、本学の姉妹校に派遣留学した経験があり、中部圏の中国進出企業に勤務するI氏に依頼した。

授業では、科目担当者の一人である澁谷がI氏に代

表でインタビューを行うという形式で進行した。そして受講生には、インタビュー終了までにI氏への質問を考えることと、最も重要と考える点についてまとめさせ提出物とした。

このインタビューでは、①在学中の中国語学習や派遣留学を中心とした学生生活、③卒業後の進路、③現在の勤務先での業務とルーティンワークについて聞いた。ルーティンワークについて尋ねたのは、特に学生にオフィスワーカーの日常業務のイメージが無いと感じていたためである。

これらの点についてI氏には、誠実に答えていただいたが、上記①に関しては、中国への留学と、帰国後の留学生との交流が大きなきっかけになっていること、上記②については、卒業後にも上海に留学し、そこで日本の大手旅行社に現地採用されて2年程度勤務したことがキャリアアップにつながっていることが話され、中国で働くという進路への一つの例が示された。また現在勤務する企業が、中国に工場を持つ中部圏の繊維メーカーであることと、I氏の主たる業務が、日本と中国の工場を結ぶための、「各種文書の日本語への翻訳」であることも、受講生には具体的な「働く姿」のイメージ形成に役立ったのではないかと考えられる。

4.2 企業経営者によるレクチャー

次に、第6週には、実際に中国に進出し、長く関係を保っている企業の経営者を招請し、レクチャーを依頼した。依頼の際には、本学科の特徴と、科目の趣旨、対象が2年生であることを伝えた。なお、この企業は、中部圏で各種の印刷を業務としている企業で、本学卒業生も勤務している。

レクチャーでは、経営者のK社長より企業の紹介、業種・業務に関する説明に続き、現在中国で行っている業務内容、そこから見た中国ビジネスと日中関係についての内容が語られた。特に、K社長が自ら体験したビジネスや中国人ビジネスマンとのかかわりや、メディアではほぼ登場しない中国人像は、中国と関係を持ちながら働くことや、現在の日本における中国イメージを受講生が考える上で、一つの契機になったものと考えられる。

また、年賀状などの印刷物の日本語入力業務を中国で行うという方法は、前週までに「企業の中国進出」に関するグループワークを行った受講生の想像を超える進出の方法であり、よい事例となった。

4.3 「文系の企業見学」

さらに、第11週の授業では、瀬戸市に本社があり、中国に進出をしているK産業に企業見学を依頼し、教員2名が引率し、受講生は本社工場の見学をすると

もに、中国事業本部長である本学出身の I 氏に中国ビジネスに関するレクチャーを受けた。

K 産業は、もともと碍子を製造していた企業で、その後配電盤や大型コンピュータの躯体などの電器関連製品を製造し、中国にも以前より進出している。

工場見学では、主な業務や製品について説明を受けた後、配電盤製作のラインを見学し、メーカー企業の姿を理解した。その後 1 時間程度、中国事業本部長をつとめる I 氏から中国への進出と、中国市場の条件などについてレクチャーが行われた (図 1)。

レクチャーについては、本学科 2 年生のレベルを超える内容もあり、十分に消化できていない受講生もいたものの、工場見学も含めて、机上ではイメージしきれなかった「メーカー企業」と、その中国進出の実情を目の当たりにできたことは、この授業のテーマである「中国進出企業研究」には重要であったものと思われる。

前述のように本学科は中国語や中国研究に特化したやや特殊な学科であるため、「中国進出」を軸とした企業見学は可能であり、またこれを早い時点で行うことは就職活動やキャリア形成を受講生に考えさせる上で重要であるように思われる。

理系学科ではこのような企業見学は当たり前なのかもしれないが、本学に限らず文系学科では、あまり行われてきていないのではないだろうか。本学科のようなやや特殊な「出口」を持つ文系学科では、同様の企業見学は可能なのではないかと考える。



写真 1 K 産業・I 氏によるレクチャー (K 産業本社にて)

5 まとめ

一学科ごとの「キャリア教育」に向けて

最後に、ここまで述べた「研究入門 B」の授業内容について、受講生の反応や評価、教員側からの内容および運営上の問題などについて検討し、今回の取り組みの評価と、今後の方向性について考察し、まとめとしたい。

今回の「研究入門 B」内容は、①調査・体験を通じて社会科学（特に経済・経営学）の基礎を学ぶという目標と、これを契機として、②将来本学科の学生の現実的な就職先として考えられる中部圏の中国進出企業について理解を深めておくという目標があった。いわば、複合系学科のディシプリン教育とキャリア教育を一気に行おうとする試みともいえる。

上記の 2 点について、その効果や問題点、運営上の留意点などについてみてみたい。なお、「研究入門 B」終了直前に、学生に無記名の自由記述式アンケートを取っており、これと教員側の所見とをあわせて検討したい。

まず上記①の点についてであるが、インタビューや見学などさまざまな実体験を通じて学ぶことについては、教員側はこれまでの学生の姿から考えて有効な「はずである」という思いからは始めている。授業のおわりに行った学生へのアンケートでは「わかりやすい」という意見も見られたが、全く無反応の回答も多かった。これはそもそも「実体験と授業は結びつくものではない」という根強い誤解も背景にあるように感じられた。

また初めての試みであったため、教員側の準備した内容や、グループワークで要求するレベルと、学生側の基礎能力・知識にやや齟齬があったように思われる。特に企業研究の個人発表などにおいて、何らかのフォーマットが無かったためか、主要なデータの入手方法を教えたにもかかわらず、「企業を調べろと言っても何をしてよいかわからない」と戸惑う声もあった。

受講生の中には企業そのものへのイメージが極端に乏しい者もあり、やや要求レベルが高かったかもしれない。カリキュラム上では、同時に「中国経営論」を実施しているのだが、これを有効に結びつけることが難しかった。次年度には、個人発表については「教員の模範演技」を入れ、レベル的にはより基礎的な部分から教授しつつ他科目との連携を強めるなど、やや修正をかけるという方向で考えている。

上記②の点については、2 年生の段階では、ごく一部の専門科高校卒の者を除いて、就職やキャリア形成については、「まだまだ先の話」で「実感がない」ようであり、この授業のねらいの一つである「業界研究」する以前の段階であるかもしれない。ただし卒業生のインタビューについては、先輩の経験談でもあり、これを聞くことはためになったとの意見がアンケートやレポートの中で多く見られた。これを契機に、全く企業のイメージがない状態からは脱しているとも言え、このような体験は 2 年生という早い時点でさせておくことは有効であると考えられる。

前述の企業訪問に関しては、受講生から「われわれ

は理系ではないので、メーカーではない企業のほうがよい」という意見が見られた。これは尊重すべき意見のようにも思えるが、電気機器を作る企業には文系出身者は入る余地は無い（入るべきではない）、という誤解が背景にあるようである。企業で働くというイメージの深化が求められる部分である。

最後の授業時間にキャリアセンターに依頼して行ったインターンシップに関する説明は、その後質問に来る学生があり、3年春のガイダンスへの出席者も多いなど、それなりの効果があったように思われる。授業内での実体験と、このような就職関連情報がどの程度うまく受講生の頭の中でリンクしているかは不明であるが、ある程度方向付けにはなったのではないだろうか。

昨年度から本学で開講されたキャリア教育科目の「自己開拓」（全学共通）などの授業では、シラバスな

どで見る限り、社会人、あるいは人間としての基礎力を養成する方向であるように思われる。今回のように「学科で就職先と考えている業界や企業の研究をさせてしまう」という試みは、学科でできる独自のキャリア教育の一つといえるのではないだろうか。

ただ今回の受講生の反応などを考えるならば、業界・企業研究よりも、それ以前に「働く」ということへの理解や、社会に関わろうとする意識など、人格や精神的な部分は確かに最も重要であるのかもしれない。

謝辞

本教育研究の遂行にあたっては、平成23年度中部大学特別研究費C P「中国語中国関係学科のキャリア教育とインターンシップの整備—学生による中部圏の中国関連企業研究を端緒として—」の一部を使用した。

〔 教 授 国際関係学部 中国語中国関係学科 澁谷鎮明
教 授 国際関係学部 中国語中国関係学科 舩山誠一 〕