

The  
Economist

## Learning English in Japan

# Talk like a gaijin

The government hopes to boost the economy with English lessons

Aug 27th 2016 | TOKYO | From the print edition

ITS buses and trains arrive on the dot. Its engineers are famously precise. But when it comes to English, Japan is uncharacteristically sloppy. Signs are often misspelled. Taxi drivers point at phrasebooks to communicate with foreigners. Shops that take an English name to be trendy often get it horribly wrong: witness “Poopdick”, a second-hand cosmetics outlet.

English-speakers are much less common in Japan than in most rich, globalised countries. In 2015 Japan’s average score in the TOEFL, a popular test of proficiency for non-native speakers, was 71 out of 120, lower than in all East Asian countries except Laos and Cambodia. Companies seeking English-speakers tend to look for people who studied or grew up abroad, on the assumption that locally schooled candidates will not cut the mustard.

The government wants to change this. Earlier this month it announced plans to overhaul the teaching of English. Children may soon start learning the language two years earlier, when they are eight instead of ten. Lessons will emphasise communication over reading, writing and grammar.

All this, it is hoped, will help Japan play a bigger role in a world where English is the *lingua franca*. “We need English to understand other cultures and explain ourselves to them,” says



cdn.com Got it?

Hideyuki Takashima of Tokyo University of Foreign Studies. And, particularly important to the government of Shinzo Abe, English is needed to boost the economy. Japanese companies, which are increasingly expanding abroad as the local population shrinks and ages, need English to prosper outside, and to attract talented workers to Japan.

Some businesses have taken matters into their own hands. Sony has long insisted that workers be able to explain the workings of its products in English. Six years ago Hiroshi Mikitani, the Harvard-educated boss of Rakuten, an e-commerce giant with operations in 30 countries, decreed that English should become the firm's main language; it no longer conducts any meetings in Japanese. Rakuten provides tuition in English for all its staff. Honda, a carmaker, said last year that by 2020 it too will make the linguistic shift.

Tweaks to the education system alone will not be enough; cultural barriers abound. Many Japanese don't see the need to use English because they rarely travel abroad and work in jobs that don't require it. American films and music are not as widespread as in Europe, Africa or the Middle East. Traditionalists, eager to maintain the purity of Japanese culture, would be happy for things to stay that way.

Kensaku Yoshida, a professor at Sophia University in Tokyo, reckons the biggest obstacle is a lack of confidence. Many Japanese are so embarrassed by the inevitable mistakes that a non-native speaker makes that they prefer not to try at all. Many also struggle with English sounds: their language does not differentiate between "l" and "r", for instance. The many English words used in Japanese are often so changed as to be unrecognisable to a native speaker: *aidoru* (idol), *Makudonarudo* (McDonalds), *bareboru* (volleyball). "We need to accept that we don't have to talk like native speakers," says Mr Yoshida. "We just have to communicate."

From the print edition: Asia

日本の英語学習

ガイジンのように話す

日本政府、英語の授業で経済活性化を狙う

2016年 8月 27日 | 東京 | 印刷版

日本のバスや電車は定刻通りに到着する。日本の技術者は正確なことで有名だ。しかし、英語となると日本らしからずいい加減である。掲示の綴りはよく間違っており、タクシー運転手は外国人とコミュニケーションを取るのにフレーズ集を指さす。流行に乗ろうとして英語名を付けた店に至ってはひどいありさまで、「プープディック」(※英語で排便と男性器を指す)という中古の化粧品店を目撃した。



わかる？

他の裕福な先進国と比べて、日本には英語を話せる人が格段に少ない。2015年、非ネイティブスピーカー向けで人気のある英語習熟度テストである TOEFL の日本の平均スコアは 120 点中 71 点であり、ラオスとカンボジアを除く全ての東アジア諸国のスコアよりも低い。英語話者を求人する企業は、日本で英語教育を受けた人物は期待に沿わないだろうと考え、留学経験者もしくは帰国子女を求める傾向にある。

この傾向を変えたい政府は今月初旬、英語教育を全面的に見直す計画を発表した。児童は程なくこれまでの 10 歳より 2 年早く、8 歳で英語を学び始めることになる。授業では読み・書き・文法よりもコミュニケーションが重視されることになる。

これら全ての改革によって、日本が英語を共通語とする世界で一層大きな役割を果たす助けとなることが望まれている。東京外国語大学の高島英幸教授は「他者の文化を理解し、私たちのことを他者に説明するために英語は必要なのです」と述べている。そして、特に安倍晋三政権にとって重要なことであるが、経済を活性化させるためには英語が必要である。国内の人口が減少・高齢化するにつれて、海外事業を拡大している日本企業は海外で成功するため、そして日本に優秀な人材を惹きつけるために英語を必要としているからだ。

英語に関わる問題について自社で対応している会社もある。長きにわたりソニーは、従業員は自社製品の取り扱いについて英語で説明出来なければならないと説いてきた。30カ国に展開する電子取引の巨大企業である楽天のハーバード大卒の社長、三木谷浩史氏は6年前に会社の主要言語を英語と定めた。その結果、今では日本語で行われる会議はない。また楽天は全ての従業員のために英語の授業を提供している。自動車メーカーのホンダも昨年、2020年までに言語を転換すると発表している。

教育システムの見直しだけでは十分ではなく、文化的障壁に取り組みねばならない。滅多に海外旅行をせず、仕事で英語が必要ではないため、多くの日本人は英語を使う必要性を感じていない。アメリカの映画や音楽はヨーロッパ、アフリカ、中東ほど普及していない。日本文化の純粋性を保つことに熱心な伝統主義者には万事そのまま保たれるのが嬉しいのである。

上智大学の吉田研作教授は最大の問題は自信の欠如にあると考えている。多くの日本人は、ネイティブスピーカーが犯しがちな誤りを恥ずかしく思うあまり、全く挑戦したがない。また、彼らは英語の発音に苦労している。というのも、例えば、日本語では“l”と“r”の発音を区別しないからである。日本語で使われる英単語はしばしば、ネイティブスピーカーですら認識できないほど音が変わっている。例えば aidoru は idol, Makudonarudo は McDonalds, bareboru は volleyball を意味する発音なのである。吉田教授は「私たちはネイティブスピーカーのように（ガイジンのように）話さなくてよいのだと認識する必要があります。意思疎通さえ出来ればよいのです」と述べている。

印刷版より：アジア

<宇野雄司・村上美保子訳>