

ビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動に関する一考察

鄭圭弼*
jgp3232@yahoo.co.jp

<目次>

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. 本研究の背景と目的 | 4.2 協力者にみられるデータ |
| 2. 先行研究の概観と本研究の独創性 | 5. KP1にみられる日本語の運用能力や行動 |
| 3. 本研究の方法 | 5.1 分析 |
| 3.1 協力者及び協力社 | 5.2 考察 |
| 3.2 データ収集方法 | 6. KP2にみられる日本語の運用能力や行動 |
| 3.3 分析方法 | 6.1 分析 |
| 4. 調査結果 | 6.2 考察 |
| 4.1 協力者の属性と日本語学習歴 | 7. まとめ |

主題語: ビジネス場面(Business field)、韓国人社長(Korean company president)、エスノグラフィー(Ethnography)、コミュニケーション能力(Communication competence)、社会文化能力(Socio-cultural competence)

1. 本研究の背景と目的

21世紀に入り世界的なグローバル化が進む中、人や物の移動もより活発になっている。このような動きは韓国と日本の関係においても例外ではない。韓国では日本の衣食住にかかわる様々な品物を日本語で取り扱う商業施設が増え続けている(鄭 2016等)。一方、日本においても、韓国のドラマや映画、歌などのサブカルチャーに興味を持つ人々が増加しており、そこから韓国語の学習に発展している者もいる(日韓文化交流おまつり 2015等)。このような多方面での相互交流は様々なビジネス関係の形成要因となり、同時にその関係を発展させるための日本語教育の必要性も高まりつつある(鄭 2013、2014a等)。

このような背景により、本研究では日本とビジネスを行っている韓国内における韓国企

* 東明大學校 글로벌문화컨텐츠学部 兼任教授

業に焦点をあてる。そして、その韓国企業経営者(社長)に対する実証的な調査を行い、社長が日本語で業務をどのように遂行しており、その際考えているビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動とは何かについて探る。

2. 先行研究の概観と本研究の独創性

韓国における韓国企業を対象とし、そこで使われている、あるいは、求められている日本語の運用能力や行動などに関する実証的な研究は管見の限りまだ行われていない。ただし、日系企業を対象にしている研究として、島田・澁川(2000)と大崎(2006)がある。

島田・澁川(2000)はアジア 5 都市¹⁾にある日系企業を対象にアンケート調査を行い、そこでの「ビジネス日本語のニーズ」について探っている。ソウルに限ると、全17社の87名から回答が集められ、これを分析している。その結果に関し、日本語使用が入社時の条件であったという答えが53名から得られているほか、85名が日本語の学習経験を有していたという。また、企業側にいつ日本語の使用が必要かと尋ねた後、「会話」「読む」「書く」に関する下位項目を設けたところ、それぞれ順に「接客、電話、面談」「業務上の文書、FAX」「メモ、FAX」などを企業側が求めており、社員側も実行しているという。

次に、大崎(2006)は島田・澁川(2000)と同様、ソウルの日系企業を対象にアンケート調査を実施し、全8社の47名からの回答を得ている。これを使い、日本人社員と韓国人社員が感じている「異文化コミュニケーション上の問題点」について探っている。まず、日本人社員側に「同僚の韓国人社員とコミュニケーションがうまくいかない場合の事例と原因」を質問したところ、「お互いに相手の言語についてよく知らない時」「日本と韓国の価値観が異なり、仕事の優先順位に異なる意識を持っている時」「専門分野の知識に差がある時」などのデータが収集されている。一方、韓国人社員側にも同様の質問をしたところ、「言語能力の不備」「複雑な業務内容に関する会話のとき困難を感じる」「両国では違う礼節、業務方式がある」などの回答が得られている。このことから、ソウルの日系企業において、異文化コミュニケーション上に多様な問題が潜んでいることが示唆されている。

以上のように、在韓日系企業を対象にしている研究は2件のみであり、特にその現場で求められる日本語能力に関するものは島田・澁川(2000)の一部に過ぎない。次に、両研究とも

1) ソウル、香港、バンコク、大連、クアラルンプールを指す。

アンケート調査による大量のデータが集められたが、それは「この場合あなたならどうするか」という仮定的な質問に対する答えである。このため、実際のビジネス場面における日本語の運用能力とは言い難い。例えば、「接客、電話、面談」とあるが、接客の場合韓国内であることから当然韓国人客が予想されるが、その場合韓国人同士が日本語をどのように用いているのか、その具体的な運用能力や行動はわからないままである。また、社員側ではなく、社長からデータを収集し分析している研究はなされていない。以上のことから、本研究では韓国で企業を経営している韓国人社長に対する質的調査を行い、日本語の使用過程と現場で求められる日本語の運用能力や行動について分析する。

3. 本研究の方法

以下に調査協力者及び協力企業(以下、協力者及び協力社と記す)の獲得経緯とデータの収集方法、そして分析方法について順に詳述する。

3.1 協力者及び協力社

3.1.1 インターネット上の情報を利用した経緯

2016年7月1日から3日まで「WORKNET(www.work.go.kr)」を通じ、日本の企業と取引している韓国内の企業をリストアップした。このサイトでは様々な韓国の企業からの採用情報をキーワードとともに地域別・企業形態別・職種別などに分け検索することができる。

稿者は上記の3日間「日本語」をキーワードにし、地域別を「全体(全国)」と「釜山」にし検索を行った。その結果、全国から日本語の人材を募集している企業が741件(社)ヒットしており、このうち釜山は58件(社)であった。その後、釜山に限定し次の手順を実行した。まず、限定した理由は稿者の地元であり、データ収集への許可が得られた場合、質的調査(アンケートとインタビュー)に迅速な対応ができるからである。

次に、その手順に関し、58社のうち39社がインターネットのメール・アドレスを公開しており、この39社に「ビジネス日本語に関する調査依頼書―稿者の紹介、本研究の必要性、データ収集の依頼書、アンケートとインタビューの調査内容―」を文書化したファイルを添付し送信した。その結果、11社から返事あり、このうち4社はアンケートに限って応じると

いう返事を得た。だが、最終的には2社からアンケートの一部に記入してもらうことに止まる結果となった。こういったことから、以上の方法では研究目的の達成に適する良質のデータ確保に時間や労力がかかりすぎると判断し別の方法に切り換えることにした。

3.1.2 機縁法による経緯

前節により、「知人の知人」(村岡 2002:129-130)という関係を考慮する機縁法を用いることにした。稿者と協力者が共通の知り合いを持つことで信頼関係に繋がり、これが協力者にとって実際の日本語の運用能力や行動に関する経験と、現場で求められるものが語りやすくなると考えた。このような機縁法により、稿者の知人であり釜山で塾や大学と企業で日本語教育に携わっている2名の日本人(以下、知人)に本研究に関する説明を行ない理解を求めながら、協力者紹介の依頼を申し出た。その結果、1名の知人から企業を営んでいる2名の韓国人社長を協力者として紹介できる連絡をもらった。その後、その知人に上述の「ビジネス日本語に関する調査依頼書」を手渡し、2名の協力者(以下、各自を“Korean company president”の略字を使い、KP1とKP2と称する)に伝えるようお願いすることで、最終的にデータ収集への許可を獲得するのに成功したのである。

3.2 データ収集方法

KP1とKP2に対し、2段階を経てデータを収集する。第1段階は3つの質問領域から成るアンケートを行なう。「1.協力者の属性と企業環境」「2.協力者の日本語学習歴」「3.ビジネス現場での日本語の運用能力や行動」である。特に、「3」に関し、どのような場面で、誰と何をするために、どのように日本語を工夫し使用しているか、さらにその際必要だと感じる日本語の運用能力や行動は何かについて記述してもらう。次に、これらについて、1週間以内にインタビューという第2段階調査を実施し掘り下げながら、「1」と「2」の内容も合わせて再確認する。この2段階の全過程はICレコーダで録音収集する。

上記のアンケート用紙は知人が協力者に伝え、協力者が記入した後、その知人を通して回収した。その後、アンケート内容に基づくインタビューは、協力者別に知人を交えた状況で、KP1とはレストランで、KP2とは自社で、それぞれ行なった。また、調査時に協力者が使用する言語は各自にとって「語りやすい言語」(鄭 2013)とした。各自にとって、本研究のような言語(日本語)調査は初めてであり、この点が心理的な負担に作用し、データの量と質を下げかねないと考えた。2名の協力者は韓国語(母語)を第1言語に、第2言語に英語を

既習後、第3言語として日本語を長期間学び続けており、英語と日本語は仕事で使えるほどのレベルである。このように、協力者の多言語使用能力を考慮し、調査時に3言語への選択権を認めた。以上の過程によるデータは、「日本語の基本的な文字化の原則」(宇佐美 2007)を参考に日本語に文字化する。

3.3 分析方法

上述の文字化データに対し、エスノグラフィーの手法(箕浦 1999 ; 鄭 2013等)による分析を試みる。本研究の協力者は日本人)との実際のビジネスにかかわる様々な社会文化的・社会経済的な文脈の中で日本人ビジネス関係者からのことばや行動に対し、自ら日本語を工夫し産出しながら行動していると考えられる。その際、ビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動も感じていると推測される。本研究では、これらの過程を捉えるために、上述の文脈を重視するエスノグラフィーの手法による分析を行う。さらに、その結果に対し、「インターアクション能力」(ネウストプニー 2002 ; 鄭 2013、2014b等)を援用し考察を深める。

この能力には日本語の語彙、文法、文章、敬語などを正しく理解し発するための「言語能力」と、これらをなぜ、いつ、どこで、誰に対し、どのように用いるかなどの文脈や語用上の意味を考慮しつつ言語化するための「社会言語能力」が含まれる。さらに、多様なビジネス分野にかかわる専門的なことばや知識、情報、処理経験、マナーなどを理解し実行するための「社会文化能力」も含まれる。「言語能力」や「社会言語能力」はコミュニケーションするのに不可欠であるため、合わせて「コミュニケーション能力」とされており、これに「社会文化能力」を加え、「インターアクション能力」と呼ばれている。これらの能力に注目することによって、協力者がビジネス現場で実行している日本語の運用能力や行動が捉えられるとともに、求められるものも観察できると考えられる。

4. 調査結果

本章では協力者の属性や企業環境と日本語学習歴について述べる。その後、協力者が参加しているビジネス場面と日本語の運用能力や行動にかかわるデータについて詳述する。なお、データの引用は「斜体字」で示す。

4.1 協力者の属性と日本語学習歴

<表1>は協力者の属性や企業の業種、そして、日本語学習歴をまとめたものである。

<表1> 協力者の属性

協力者のコード	KP1	KP2
性別/年齢	男/50代後半	男/40代半ば
職位/業種	社長/船員及び船舶管理業	社長/重工業(発電設備、造船機材)
従業員数/経営期間	11名/21年	60名/5年
日本語学習歴	過去10年間独習。2014年から、日本語講師と個人レッスン中	過去20年間独習。2015年から、日本語講師と個人レッスン中
日本語能力試験歴	受験歴なし	受験歴なし
データ収集時期	2016年9月	2016年12月

注1:すべての内容はデータ収集時期のものである。

まず、KP1は船員や船舶の管理業を営む社長である。この企業は釜山とインドネシアに本社と支社があり、それぞれ11名と30名(2名は韓国人で28名は現地人)が勤めている。本研究での対象は本社に絞られており、ここは海務部、公務部、経理部から成っている。上記の事業分野に関し、船員管理には船員の乗船及び下船時の教育、船員給料、保険、病気や障害の管理等が含まれる。また、船舶管理には船舶に対する検査や審査、修理、各種証明書の管理などが含まれている。これらの業務と関連し、日本の船舶会社(3社:アジア海運、日本汽船、九州海運²⁾)と取引している。KP1は過去30年間乗船経験があり、そのうち船長として10年間活動している。その際、様々な国や地域で多様な言語や文化的背景を持つ人々と共に仕事を遂行したことがある。その後、2005年から日本の海運会社と取引が始まると同時に日本語を独習しており、2014年からは自社で日本語の個人レッスンを受けつつ、上述の事業分野に関わる仕事を日本語で行っている。

次に、KP2の企業は発電設備と造船機材を製造し国内外に販売している。この企業のビルはA館(事務室)とB館(工場)に区分されており、総60名の韓国人が勤務している。A館は社長室はじめ、総務部と営業部、技術開発部から成っている。この企業が取引している日本

2) 3社とも仮名である。

の企業は、東京、茨城、神奈川、神戸、大阪などに所在する計10社にのぼっており、取引期間は5年から20年までと幅広い。KP2は20代半ばからこの企業に勤務しつつ社員、課長、部長を経ている。その間KP2の父親が社長であった。2010年頃、父親が引退するとKP2が社長を引き継ぎ今日に至っている。このように、KP2が社員の頃(1995年頃)から日本企業との取引も徐々に始まっている。同時に、日本語の独習を開始しており、2015年からは日本語講師を自社に招き個人レッスンも重ねている。

4.2 協力者にみられるデータ

まず、KP1による日本語の使用や行動に関するデータに対し、本研究の分析方法を用い観察を繰り返した。その結果、2つの場面が一つの流れを形成しており、特に一つの場面の中には多様なコミュニケーション能力が絡み合っている会議が埋め込まれていた。一つの流れとは、「取引先の開拓」場面から、その取引先との「取引関係の成立及び発展」場面に繋がっていることを意味する。前者の場面には「ビジネスパートナーの開拓」にかかわるデータが得られている。後者の場面には、「スケジュール調整」→「会う時の挨拶」→「会議」→「業種にかかわる専門用語や情報などの蓄積と言語化」→「日本の各種社会文化的情報(交通手段の利用法、野球、相撲、料理等)の話題化」→「スピーチレベル・シフト」→「断りに対する文脈上の意味理解」→「聞き返し」→「メディア・リテラシー」→「別れる時の挨拶」が含まれている。

この流れの文脈を簡潔に解釈すると、KP1は自分のネットワーク(知り合い)と日本語や英語を使い、新しい日本の取引先を見つけ親しくなるために働き掛ける。次に、その取引先とスケジュールを調整し空港で会う。その際、挨拶(お辞儀や握手)が交わされた後、KP1の企業(会議室)に移動し名刺交換が行われる。その後、会議室で両社間の事業成立及び発展させるための日本語による話し合いが行われており、その際業界にかかわる専門用語や情報、断りの意味理解、聞き返し、スピーチレベル・シフトなどが用いられている。その後、別れの挨拶(お土産交換、宿泊地までの案内及び別れ等)が表れている。

次に、KP2に対し、特に日本語による業務の遂行過程に関するデータを収集し観察を繰り返した。その結果、「a.日本企業の開拓」と「b.(その)企業との業務遂行過程」という2つの場面にデータが収束された。具体的に、「a」をめぐって「継続的な連絡や往来」と「日本の地域文化の理解を通じた接触方法の模索」に関するデータがみられた。つまり、日本の企業を開拓するのに「5年以上かかる」場合もあり、その間「挨拶」や「連絡」を続けながら、取引がしたいという「切実な気持ち」を「日本語で」伝え続けることが重要である。同時に、先方が所在

する地域の衣食住と人々のことば(方言)や行動の特徴などを理解し、これらを考慮した「接近法」を講じなければならないという。

一方、「b」においては「メールや電話による日本語の運用能力」と「取引先との関係維持や発展のための言行」に関連するデータが集められた。つまり、先方に対し、普段時と緊急時にメールと電話による話し合いが迅速かつ的確にできなければならない。また、取引先と様々な仕事を進めていく過程の中で間違いや失敗などが生じたとき、それについて真実を真面目に説明できる言行が重要であるという。なお、次節では各協力者から得られたデータに対する分析を行う。

5. KP1にみられる日本語の運用能力や行動

5.1 分析

5.1.1 取引先の開拓

KP1がインタビューで最初に語ったのが新しいビジネス「パートナー」を開拓する際感じる難しさであった。KP1は過去30年間韓国だけでなく、多様な国や地域の人々と取引を結びビジネスを展開してきたが、特に「日本人」と取引を結ぶ時「一番時間がかかった」し記憶に「残る」という。その過程を韓国の企業と比較しつつ、次のように述べ始めた。

まず、第3者の「紹介」による新しい先方との面識作りは、両国のビジネス現場においてあり得ることだと語りながらも、そこからの関係を深めるための「進み方」や「取引」を結ぶまでの働き掛けの過程は「まったく違う」という。その過程に関し、KP1が言う韓国企業との間において、「韓国なら一度会えばすぐ仕事が始まる」こともあるし、「韓国の人々」の場合「最初パッと見てあの人は大丈夫そう」「そういうやり方だと述べた。特に「一度会えばすぐ」「最初パッと見て」のデータから、面識作りから取引が結ばれるまでの時間があまりかからない、ということが読み取れる。これに対し、KP1は「日本の人々」の場合ビジネスを「ぜったいそうしない」と韓国企業とは異なると言い切った。その後、すでに取引している日本の3社とのビジネス経験に基づき、次のように付け加えている。

つまり、「2年3年4年5年ずっと待ちながら「完全に信じ合った時」「仕事が始まる」場合が多いので、「一歩ずつ一歩ずつ分かち合いながら前に進む」過程が必要だと述べた。さら

に、その一歩ずつとは「正月や年末年始の時「挨拶」を交わすことと、「日常的に往来し続ける」ことであり、その過程で「親しくなるのが重要だ」と強調した。そうすると、KP1の場合先方から「自然に今度の事業をこうしたいですが」というふうに「提案」してきたという。KP1は長年待つことに対し、「じれったい」と語ったように不安やもどかしさを感じつつも、親しくなるまで相互が「礼儀を持って行動」しなければならないと述べた。KP1はこのような経験から、「日本の人々(企業)」を相手にする韓国人ビジネス関係者の中には長時間待つことに耐えられず、「途中で諦めてしまう人も多く見てきたと指摘した。

以上のデータ分析から、韓国だけでなく日本のビジネス現場においても、知人や第三者の紹介による他社とのネットワーク作りは可能であることがわかった。だが、そこからビジネスパートナーの関係に発展するためには、長期的で定期的な相互連絡や訪問が重要であることが観察された。

5.1.2 取引関係の成立及び発展

前節の分析から、KP1は日本の企業に対し、長年相互連絡や往来を続けるという接触の仕方を用いつつ徐々に関係を形成していく過程がみられた。しかし、関係を形成したとはいえ、実際の事業を成立させ、かつ発展させるためにはより「プロ」としての日本語の運用及び行動力が要するという。これに関し、以下では実際九州海運と関係形成後、KP1の企業に集まり帰るまでの一部始終を取り上げる。つまり、「スケジュール調整」→「会う時の挨拶」→「会議」→「別れる時の挨拶」の過程を対象に探る。

(1) スケジュール調整

KP1は九州海運の関係者(以下、先方)と船舶管理について話し合うために、自社に集まった時を振り返った。そして、先方が立てた「韓国滞在日程表」について語り始めた。まず、KP1はこのような日程を他社の韓国人と組んだことがあるという。その経験から、韓国人同士の場合「場所と時間のみを話してから会う」傾向があり、途中で日程を変更することも「多い」と述べた。反面、日本の企業との場合「彼らは事前準備を「徹底的にする」という。具体的に、「何名か」という人数や各自の「名前」が載っている名簿から、その人々が「釜山空港に何時に到着し」「何時にホテルに着く」か、そして「行き先のリスト」と会議時の「発表内容」や「使う機器まで知らせてくれる」という。つまり、空港到着時刻と宿泊地に関する情報から、滞在期間中の行き先リストと移動時間、そして会議の進め方や機材に至るまで詳細に知らせてくる。KP1はこれらの過程に対し、取引している他の2社(アジア海運と日本汽

船)もほぼ「同じだった」と述べ、上述のようなスケジュールの立て方が日本の企業の間で普遍的である可能性が読み取れる。

以上の分析から、日程に対し調整しつつ実行するスタイルと、詳細に決めてから実行するスタイルという多様性がみられた。特に、KPIによると日本企業の場合、後者のスタイルをとる傾向があり、韓国人ビジネス関係者にとってこのスタイルを知っておけば先方との円滑な日程調整に役立つといえよう。

(2) 会う時の挨拶

KPIは上述のスケジュール調整を通し、空港で九州海運の関係者に会った後自社に移動しており、その過程で表れた挨拶行動についても語ってくれた。まず、「彼ら」の「挨拶スタイル」のうちお辞儀に注目し、「何回もするじゃないですかそれを一緒にしてあげればいいです」と述べた後、「3回なら3回」と付け加えたほか、「握手する時も相手の目を見ながらする」と語った。このようなデータからも分かるように、ビジネス現場では互いに相手側の言語文化圏における挨拶行動を理解し柔軟に用いることがある。これは相互にとって利害関係が絡んでいることに起因していると考えられる。さらに、KPIは自社の会議室に移動した後、名刺交換の際先方の行動についても注意深くみている。つまり、先方は自分の「名前を「相手に「見せながら渡しており、この行動は韓国人同士からはみられないという。KPIにとって、このような名刺交換は相手の「個人情報(名前、職位、担当業務等)がより見やすくなっており、自分もそのような渡し方を実践していると述べた。

以上のデータ分析から、KPIと先方はお辞儀や握手を適切に用いていた。また、名刺交換の際名刺上の情報が相手にとって正しくみえる形に渡される場合が多く、これをKPIも実行していることが観察された。日本と韓国の企業とビジネスを考えている、あるいは、進めている韓国人と日本人にとって、以上のような相手側の挨拶や名刺交換行動を理解し適切に行えば、相互の対人関係形成がより運びやすくなると考えられる。

(3) 会議

上述したように、KPIは自社の会議室で九州海運の関係者と挨拶や名刺交換後、実際の事業に関する話し合いに移る。まず、KPIは先方の社会文化にかかわる話題を言語化し、その場を和ませる必要があるという。つまり、「彼ら」(日本)の文化に「理解を示す」ことであり、その具体的な話題は「イチロー選手の野球」と「相撲に関する話題から、「結婚式や葬式、そして首都圏の「地下鉄に至るまで幅広い。KPIはこのような日本の社会文化的な知

識や情報を自社で定期的に行っている日本語の個人レッスンからだけでなく、自ら「日本語のドラマやニュース」からも得た後日本語で話題化する、というメディア・リテラシーを身に付けている。KPIはこの能力を繰り返し実行するうちに、先方が「びっくりした」顔で「笑いながら、うむそれも知っているんですか」と言われたことがある。このように、先方による笑いが伴っている評価は“場を和ませる”というインターアクション上の目的が達成されていることを暗示しており、同時に本題により入りやすくなっていることをも示している。

その本題に入ると、KPIは実際の「海上事故」件に発展し話し合った時を回想した。その経験から、ビジネス現場で「一番大事で必要な能力は、自分が属している企業の業種にかかわる「専門的な用語が使えるか」であるという。「貿易なら貿易」「海運なら海運」それぞれの分野における日本語の語彙や表現を使い該当業務(ここでは上述の件)について、先方と「専門的に話し合うことができる能力」が求められると強調した。さらに、その話し合いの中で、文脈の変化によって「謙譲語」や「尊敬語」にくわえ、「普通のことば」も「自由自在に用いなければならないのだが、これが「難しい」という。つまり、先方との力(power)関係と利害関係などの文脈がダイナミックに変化することがあり、その変化に合うスピーチレベルを迅速にシフトしながら言葉にする能力が求められるが、KPIにとってこの能力の発揮が困難なときがある。だが、この困難に対しても日本語の「ドラマ」における「普通のことば」の使用場面を「実際に見ながら」応用する独習を繰り返しつつビジネス現場で実行している。その際、先方が「自分が使っている日本語に対し、“すごいですね”と好感を示したことから、その困難を克服していることが垣間見える。

さらに会議が続くと、「聞き返し」をすべきときもあるという。その理由には、相手から発せられる日本語の語彙や表現が聞き取れない場合と、聞き取れるがその「意味がわからない」場合がある。両場合とも「知っているふり」をしたり、「絶対逃し」たりしてはいけないとした上で、「繰り返して聞き返すか」「専門用語を英語で確かめる」など、ビジネス現場ではこのような「聞き返し方」が「非常に重要」だと指摘した。最後に会議中、KPIが相手に依頼した時、相手の断りの意味が分からなかったときもあったという。これに関し、韓国語母語話者同士の場合「大体YESかNOで表現する」が、「日本の人々(先方)は「いやなときはいやな表情はしない」と語った後、そのような「いやな事柄」は「遠回しによるやり取り」で表れることがあると付け加えた。KPIはこのようなやり取りを重ねるうち、「今は時々、あ…これはだめだな」と察することができるようになったし、「大体当たる」という。

以上の分析から、会議が開始されると相手の社会文化に関する知識や情報の言語化能力

によって、相手文化に対する理解表示とその場を和ませる効果に繋がり、これが円滑な本論への移行に役立っていることが明らかになった。次に、その本論にあたっては、業界にかかわる専門的な用語や表現を使い会話ができる能力が最も重要であり、その際文脈の変化に応じた迅速なスピーチレベル・シフト能力が求められている。最後に、不明な内容に対し、聞き返しを工夫しつつ実行を繰り返すことの大切さは言うまでもない。また、KPIは自分の日本語の運用能力を高めるために、個人レッスンのみならず、メディア・リテラシーも絶えず高めていることも指摘しておきたい。

(4) 別れる時の挨拶

KPIは会議が終わると別れの挨拶も交わしている。具体的に、飲み会に移動し会議成果について談笑しながら、簡単なお土産を渡すときがある。ただ、そのお土産について、これまでの日本企業との取引経験から「相手(先方)にとって」値段的に「負担にならないもの」が良いということがわかったという。このため、「お菓子か」「お茶セット」が無難だという助言もしてくれた。そして、最後に飲み会が終わってから、先方が「泊まっている部屋(宿泊地)」まで同行し、「お辞儀や握手」を交わすという別れの挨拶が「ビジネスマナー」であることも付け加えている。

5.2 考察

<表2>はKPIのデータ分析結果を「インターアクション能力」の観点からまとめたものである。なお、<表2>の「メディア・リテラシー」はKPIが自分のインターアクション能力を高めるために自律的に実践している行為であり、これが分析の中から観察されたため表に入れている。以下に、この表を使い考察を深める。

<表2> KPIの日本語のビジネスインターアクション能力

場面		社会文化能力	コミュニケーション能力	メディア・リテラシー
取引先の開拓		・長期間に渡ってお正月やお盆の時交わす挨拶行動	・挨拶のことばや表現	-
取引関係の成立及び発展	スケジュール調整	・日程(人数、移動の手段や所要時間、会う場所、発表内容と使用する機材等)の樹立行動	・日程調整に必要なことばや表現	-
	会う時の挨拶	・お辞儀や握手の仕方 ・名刺交換の仕方	・お辞儀や握手の時交わすことば ・名刺交換時に交わすことば	-
	会議	・相手側の社会や文化(野球、相撲、交通手段、結婚式と葬式等)に関する知識の蓄積 ・業種に関する専門的知識や情報、処理経験の蓄積	・社会文化的知識の話題化 ・業種に関わる専門用語を使い、話し合える能力 ・スピーチレベルシフト能力 ・不明なことばや表現に対し、聞き返すのに必要なことば	TV番組(ドラマ等)における社会文化的知識とスピーチレベル・シフトを参考にし、ビジネス現場で応用する能力
	別れの挨拶	・適切なお土産、お辞儀や握手	・別れる時の言葉	-

KPIは「取引先の開拓」とそこの「取引関係の成立及び発展」に全力を尽くしている。「取引先の開拓」は祝日を中心に定期的に挨拶を交わすという地道な努力が長年続けられることによって、成功の可能性が高くなる。つまり、開拓は地道な過程であることを理解した後、挨拶にかかわる多様な日本語のコミュニケーション能力を高めながら適切に用いる能力が求められる。

次に、「取引関係の成立及び発展」の過程には「スケジュール調整」から「会う時の挨拶」を経て、「会議」と「別れの挨拶」に繋がっていた。「スケジュール調整」は日本の取引先がKPIと当面事業について話し合うために、KPIの企業を訪ねるにあたって、いつ、誰と誰が、どこで、どのような話題について、どんな機材を使ってなどを定めた内容である。これらを日本語で調整できる能力も要求されている。

また、「会う時の挨拶」は空港とKP1の企業内における会議室で行われていた。それぞれの場所でお辞儀や握手と名刺交換が挨拶として交わされており、各行為に関する相手側の文化を理解しつつ日本語を用いる能力が望まれる。

さらに、会議室で「会議」が始まると、参加者同士は「a.業務外話題(スポーツ、衣食住等)に関する話し合い」を行い、その場が硬くならないように努めており、これが自然な本論への移行を担っている。そこでのやり取りでは、「b.海上事故」件にかかわる専門的な語彙や表現、情報などが絡み合っていた。その際、スピーチレベル・シフトと聞き返しが円滑な相互理解に重要な役割を果たしていることがわかった。つまり、この会議のインターアクションでは、「a」と「b」の2つの目的が内在しており、それぞれの達成に適した日本語のコミュニケーション能力が強く求められている。同時に、KP1はこの能力を高めるために、日々メディア・リテラシーにも励んでいることが明らかになった。

最後に、会議の後「別れる時」になると、私的な場所に移動し会議の成果に関し話し合う。そこで、お土産の交換後、宿泊地まで案内しお辞儀や握手が交わされるというビジネスマナーが観察された。

6. KP2にみられる日本語の運用能力や行動

6.1 分析

6.1.1 日本企業の開拓

(1) 継続的な連絡や往来

KP2は過去の経験を振り返りつつ日本企業の開拓を「最初の1さじで腹はふくれない」という韓国語の諺³⁾で表せるという。その上で、普通「日本企業」と「仕事が始まるまで5年かかる」と付け加えた。実際、KP2は「名前を挙げれば誰でも知っている日本企業」の担当者が「6年間」にわたって、自社を訪問し工場と実績を確認しながらも発注には至らなかったが、最後の6年目から発注が発生したと語ってくれた。では、KP2は今まで日本の企業を

3) 協力者が語った韓国語の諺「첫 술에 배부를 수 없다. 초췌스르예 베블스 오프타」を日本語訳したものであり、「最初から多くを望むべきではない」という意味を有する。

どのように開拓してきたのか、その過程についてみていく。

まず、日本の企業を探し出す方法として、「むかし」は「知人による紹介」が中心だったが、最近では日本とアメリカでの「留学経験」を持ち、「日本語と英語」が堪能な韓国人が増え、彼(女)らによる「日本企業への接近」も可能であるなど、方法が多様化していることを挙げた。しかし、このような方法で日本企業を発見したとしても、「少なくとも5年間」「1年に2回」、つまり「お正月」やお盆の時「往来や連絡」を「続ける」ことが大事であるという。その間、その日本企業(以下、先方)の担当者が変わり、「そこまでの努力が水の泡」になってしまったこともあったが、このような過程の中で先方と「ビジネスがしたい」という「切実さ」や「真実」を日本語で伝え続けることが重要であるという。

次に、そう伝える傍ら、他社への「納入」という「実績」を積んでおくことが大事で、このことが自社の価値を証明する「ライセンス」となるため、その実績を先方に示す必要があると述べた。ただ、上記の「他社」とは、その先方が「認めている日本国内の企業」か、あるいは「世界的な企業」を指しており、このような厳しさが伴っていることも明かしてくれた。このように、時間や労力を投じ続ける中で信じ合う段階に差し掛かると、先方から「最初のオーダー」と「2回目のオーダー」を受注する関係にゆっくりと発展していくという。このようなビジネス関係を「一度結べば」、「韓国の企業よりも」安定的な取引が続けられるだけでなく、他の競争社が現れたとしても「取引」が途絶えたり、「変えられたり」することはないという「強い同僚意識」が芽生え、感じられるようになると述べた。

以上のように、KP2は日本の企業を開拓するために知人だけでなく、外国語のコミュニケーション能力の高い韓国人ネットワークも積極的に使用していた。その際、接触できた先方に対し、長時間にわたって協働事業を希望する心を日本語や行動で伝え続けていたことがわかった。さらに、実績を積みむと同時に先方に示すことの重要性も浮き彫りになった。これらの過程を長年継続することで、新しい日本企業の開拓に成功したことが明らかになった。

(2) 日本の地域文化の理解を通じた接触方法の模索

KP2は日本企業の開拓に成功した後、初仕事が始まるまでどのように働き掛けたのか、本節ではその具体的な一部の過程について探る。

KP2は「日本」や日本人を「相手にビジネスがしたい」のなら、「あの人々(日本人ビジネス関係者)」に対する「理解」が不可欠であると指摘した。また、「日本式ビジネス」に関する知識や「日本語学」能力があるからといって、「偉そうに振舞ってはいけない」、「そうすると百戦百敗する」と強調した。インタビューの際、これらのデータについて掘り下げた結果、ま

す「日本式ビジネス」とはKP2自身が日本語の独習中に韓国内で出版され使用した「ビジネス日本語にかかわる教材」に書かれている「ホウ(報告)・レン(連絡)・ソウ(相談)」を指していることがわかった。KP2はこれらの行為について、「グローバル時代となった今日では「外国人」が「トップ(上司)」に「日本人が下(部下)」にある企業も珍しくなくなっており、そのような企業では「それ(ホウ・レン・ソウ)」はあまり「意味がない」のではないかと述べた。その後、「報告・連絡・相談」に関し、「理解してお」きながら、優先順位を考慮して実行の有無を判断すればいいという考え方を示した。次に、「日本語学能力に関し、「単語を少し覚えたり、「敬語が少しできる」、または「日本語能力試験 級を持っているから」ということを指しており、KP2にとってこれらの言語能力だけでは十分ではないと認識していることがわかる。では、KP2はこれらの能力にくわえ、何が求められると考えているのであろうか。

インタビューにあたって、KP2は「a. 日本の地域文化を理解したうえで、「b. その地域で働く日本人を考慮した接近法を用いる」ことを強調している。まず、「a」とは「浴衣の着方、交通手段の利用法、「寿司やラーメンの種類や食べ方」などといった衣食住にかかわる知識の蓄積に限らない。つまり、先方が所在する「地域」を意味しており、例えば「神戸」と「名古屋」は「主力産業」が異なるため、それぞれの地域産業を考慮しなければならないという。すなわち、神戸なら「造船」、名古屋なら「専」であり、それぞれの地域では造船と車にかかわる企業や工場が集中しているため、各地域における企業別専門的知識や情報を、その企業の「日本人バイヤー」と日本語で話し合うことができる能力が求められると述べた。次に、「b」とはその日本人バイヤーを考慮することである。つまり、KP2はそのバイヤーの「年齢」や「性別」だけでなく、「いつどこで会うのか」という時間と場所にくわえ、どのような「方言」を用いているかなどの社会言語学的な個別性や多様性に関する要素も考慮しており、これらの要素を「考えながら日本語」を的確で「速やかに」産出できる能力が重要であると述べている。

以上の分析から、KP2は自分が開拓した日本の企業から初受注に成功するために、その企業が所在する地域の衣食住だけでなく、企業の業種に関する知識や情報も積極的に収集していることが明らかになった。さらに、その企業の日本人バイヤーが持つ多様な社会言語学的特長にも細心の注意を払っていることが観察された。KP2はこれらを総合的に工夫しつつ日本語を言語化しており、このことが初受注の成功を後押ししていたのであろう。

6.1.2 日本企業との業務遂行過程

(1) メールと電話による日本語の運用能力

KP2によると、10社にのぼる日本の取引先(企業)とともに様々な業務を遂行しており、その際「a.メール」と「b.電話」が最も重要な連絡手段であるという。このため、これらを迅速かつ的確に行なうための日本語の運用能力が欠かせないという。

「a」について、日本の祝日(お正月やお盆等)に書く「挨拶メール」から、「業務上の緊急問題」が発生した時話し合うメールまで、その目的や内容はまちまちである。特に、後者をめぐり、KP2は「根拠が残る」メールでのやり取りを希望する取引先が殆どであると述べた。このため、「日本語で正確なメール」が書ける能力がとわれているものの、これが「意外と難しい」という。その理由と関連するデータとして、韓国の取引先は「課長様、社長様などと明記した後、「文章本文」を書く」場合が多い。一方、日本の取引先からは「企業名、部署名、職位、名前」などが「いつも」明記されており、その後本論が続くという場合が「殆ど」であるという。さらに、「必ず「お世話になっております」が添えられており、この表現から「いつも何をお世話になったか」という疑問を持つ時期もあったが、その時この表現の使い方に関する「ネットでの調べ」から、ビジネス場面における「形式的な挨拶言葉」であることが分かったという。

次に、「b.電話」は「メールより難しい」と述べた。それは、時間制限とともに「話しながら理解しなければならない」という動的な調整過程であるからである。メールは、事前に決まった内容を書くので「辞書やネットなどを通じ、その内容に合う適切な「単語」や文章を調べ、選ぶことができる。一方、電話は「自分がかかる場合」と「先方からかけてくる場合」があり、両方とも通話時間が長引かないように、本論について迅速に話し合うことが求められる。さらに、前者はKP2が前もって「話す内容」を整え通話を始められる反面、後者は突然かけてくることもあるので、話す内容について「心理的に準備ができていない」ときもあるという相違点がある。いずれにせよ、KP2にとって「簡単じゃない」方が電話でのやり取りであり、その過程の中で「相手の話すスピードについていけなかったり」、「ことばがうまく聞き取れなかったり」、「方言がわからなかったり」という多様な問題に直面している。KP2はこれらの問題に対し、「それはどういう意味ですか」「もう一度話してください」「メモをとる」などの聞き返しや確認による調整行動(鄭 2013)を行いながら解決に至っており、動的な日本語の電話応対に積極的に臨んでいる。

以上のデータ分析から、日本企業と業務を遂行する上で、メールと電話を媒介にした日

本語の運用能力が重要であることがわかった。日本語によるメールは、内容の電子版保存に適しているため広く使われており、所属や社会的地位、氏名、そして、形式的な挨拶表現を添えた後本題に入るといった一定のルールが観察された。つまり、メールはこれらのルールを理解した上で、日本語を用いる能力が求められているといえよう。また、電話は話し言葉による動的な調整過程であり、その際様々な言語問題に遭遇したりするが、その時、適切な聞き返しや確認を行い、その問題解決に成功していることが明らかになった。

(2) 日本の取引先との関係維持や発展のための言行

KP2は日本の取引先とビジネス上の関係を保ち、かつ発展させるために、常に「a. 甲乙関係」「b. 長期的な時間投資」「c. 率直な言行」を心がけているという。まず、「a. 甲乙関係」について、KP2はこの関係が韓国だけでなく、日本でも「当然ある」とした上で、一番大きい相違点として甲の言動を挙げた。これに関し、KP2は韓国の場合「甲の横暴」を口にしながら、「乙は」「甲から、甲の利益と損害のために」「不適切な要求を強いられることが多い」という。これに対し、取引している日本の企業(甲)との関係において、「苦痛分担の次元」だとし、その事例として、データ収集一ヵ月前にあった先方とのやり取りを回想した。つまり、先方から「お客様の「受注」に成功したが、その客が希望する「値段」に合わせるのが「大変だった」。そのため、「全体的なコストダウンが必要なので、すべての協力社に協力をお願いする」という「誰がみても常識的な範囲で甲乙関係が成り立っている」と述べた。さらに、このように日本の取引先からコストダウンが要求された場合「硬くならず、一緒に「同じ船に乗っている」「進行方向が同じである」などの同僚意識を日本語で「伝える」能力が求められていると強調した。

次に、「b. 長期的な時間投資」に関し、KP2は日本の企業と仕事を始めたい、または、継続させたいのなら、短時間で大金を儲ける「一発」のような「考え方」で接してはいけないと述べた。すでに述べたが、KP2は先方を知り初受注に至るまで「5年はかかって」おり、その間相互挨拶や連絡を絶えず行い、信頼関係を形成するのが最も重要だと繰り返した。このような地道な過程を経て、5年から20年を越す取引時間を有する日本企業を持つのに成功している。KP2にとって、このような取引の経歴は日本の同業界にも噂になっており、今は自社が乙側でありながらも、先方(甲)に「事業」を「提案」したりするという立場にまで発展している。また、先方によっては、KP2が訪問すると韓国の国旗を掲げてくれるところもあるという。いずれにせよ、日本企業とのビジネスにおいて、徐々に時間を投資しながら信頼を基盤とする相互関係を構築していくという考え方や姿勢が必要であろう。

最後に、KP2はインタビューの際、日本語で仕事がしたいと考えている韓国人「大学生に必ず言っておきたい」こととして、「c.率直な言行」を挙げた。KP2によると、仕事をする過程の中で「失敗」や間違いなどは起こり得るとしながらも、それを「隠したり」「曖昧に」しようとすると、ビジネスチャンスは「絶対二度と来ない」と指摘した。これと関連して、KP2は実際過去にあった出来事を次のように語り始めた。KP2は自社で製造した造船機材の部品の一部に不良が発生したが、これを先方に報告せず「隠した」のである。時間が経ち、それが「オープン」(知られること)になり、当時KP2の企業の技術力を高く評価していた先方の関係者に「面目を失ってしまう」結果となった。その後、KP2はその先方に行き、「すべての関係者が集まっている「大きな会議室で、実際「跪いた」姿勢で「日本語や英語」を併用しつつ、「本当に申し訳ありませんでした」と「日本スタイル」で謝ったという。その後、その先方とは一時期疎遠になったものの、また仕事を始めている。このように、失敗や間違いに対し、「謝る」と同時に「正確に説明した」後、再発防止を約束する過程が信頼関係に繋がりを、かつ継続的な取引を可能にしているのであろう。

以上のデータ分析から、KP2は取引している日本企業との関係を維持したり、より良くするために時間をかけてゆっくりと物事を進めていた。また、日本企業とも甲乙関係が存在しており、相互が仲間である意識を日本語で表し合うことが必要であることも浮き彫りになった。さらに、ビジネス上のミスや失敗は付きものであるが、それが発生した時真摯に説明した後、再発防止の約束に必要な日本語の運用能力や行動が大事であることも観察された。

6.2 考察

<表3>はKP2のデータ分析結果を「インターアクション能力」の観点からまとめたものである。以下に、この表を使い考察を深める。

<表3> KP2の日本語のビジネスインターアクション能力

場面		社会文化能力	コミュニケーション能力	
日本企業の開拓	継続的な連絡や往来	<ul style="list-style-type: none"> ・お正月やお盆の挨拶行動 ・実績の積み重ね及び公表 ・外国語話者の人的ネットワーク使用 ・同業界の企業情報収集 	<ul style="list-style-type: none"> ・挨拶のことばや表現 ・ビジネスパートナーになりたい心の表出に関わる言葉や表現 	
	日本の地域文化の理解を通じた接触方法の模索	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の衣食住に関する知識や情報の理解 ・地域における企業(業種)の理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本語能力試験(N1)に加え、 ・日本人バイヤーの個性や多様性(年齢、地位、方言、会う時間と場所等)に対応できる能力 	
日本企業との業務遂行過程	メール	<ul style="list-style-type: none"> ・パソコンの操作能力 ・ルール(社名、部署名、職位、氏名、挨拶文句等)考慮 	<ul style="list-style-type: none"> ・ルール、挨拶文句、本論等を言語化できることばや表現 	
	電話	<ul style="list-style-type: none"> ・電話機の操作能力 ・対応のマナー 	<ul style="list-style-type: none"> ・話すスピードや方言、不明な表現に対する聞き返しや確認の産出能力 	
	日本企業との関係維持や発展のための言行	甲乙関係	<ul style="list-style-type: none"> ・甲乙関係に関する理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・同僚意識を伝えるためのことばや表現
		長期的な時間投資	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的な挨拶や往来時の行動に関する理解 	<ul style="list-style-type: none"> ・挨拶や往来に必要なことばや表現
	率直な言行	<ul style="list-style-type: none"> ・ミスや失敗した時の謝り方 ・再発防止の約束行為 	<ul style="list-style-type: none"> ・謝罪と再発防止に関わることばや表現 	

KP2は「日本企業の開拓」とその「企業との業務遂行」に積極的な姿勢とともに慎重を期してきた。まず、「日本企業の開拓」のために、長年「a.継続的な連絡や往来」とその企業がある「b.地域文化の理解に基づく接触方法の模索」を工夫している様子がみられた。特に、「a」は日本の祝日を理解した後適切な挨拶行動の実行が必要であるほか、販売実績を積み上げ、これを開拓したい企業へ公開するという2つの並行が欠かせない。その際、挨拶とパートナーになりたいという気持ちが伝えられる日本語のコミュニケーション能力が求められている。また、「b」は開拓したい企業の地域に関する理解であり、これには衣食住に限らず、バイヤー一人ひとりが用いる日本語への対処能力も含まれる。つまり、これらができる日本語の社会言語能力を身につけることの重要性が露になった。

次に、KP2は「日本企業との業務遂行」にあたって、おかしなミスや失敗を隠したことが

あり、それが露出し取引先で謝ったことがある。この経験から、常に「率直な言行」を心がけており、説明や謝罪、再発防止などを日本語でできるコミュニケーション能力が欠かせない。また、時間をかけて挨拶や往來を繰り返すと同時に、日本の取引社(企業)と同僚である意識を日本語で伝えられる能力も求められている。さらに、実際の業務を遂行する際、「メール」と「電話」が大事であった。前者は書くルールがあり、これを考慮した後書ける日本語の社会言語能力や言語能力が要求されている。電話は本論について迅速かつ正確に動的な話し合いができるかが問われており、その際スピードや方言への対処と、不明な意味に対する聞き返しや確認が速やかに実行できる能力が強く望まれている。

7. まとめ

本研究では日本企業とビジネスを行っている2名の韓国人社長を対象に、質的研究方法を用い各自が仕事を日本語でどのように遂行しており、その際感じているビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動について探った。以下では、その結果に基づく日本語教育への提言と今後の課題を述べる。

まず、ビジネス場面における日本語の運用能力や行動に関する教育の場合、「場面の正しい認識及び理解」が最も重要であると考え。2名の協力者から「日本企業の開拓」とその「企業との協働業務遂行」にかかわる場面が観察された。各場面では目的、参加者、場所、媒介(メール、電話等)、利害関係などの諸要素が異なる形で絡み合っているため、協力者の日本語のビジネスインターアクション能力も多様化している。普段言われている「ビジネス日本語」における会話、あるいは、コミュニケーション中心の教育ではそれ自体が教育の目標であるため、それが行われている場面が前もって提示されたり、言及しなくても問題にならない。KP2が韓国で市販されているビジネス日本語教材を通し、「報告・連絡・相談」に関する独習過程の中で「外国人が上司である企業ではあまり意味を持たない」とした後、「現場で優先順位を考えながら行動すればいい」と考えるように至ったのは、実際のビジネス現場で外国人である韓国人(KP2)にとって、会うすべての日本人に「報告・連絡・相談」はしないということを物語っている。換言すると、教材の場面のみを与えた場合、韓国人日本語話者(学習者を含む)の中には、“なぜ日本のビジネス現場ではいつも「報告・連絡・相談」をすべきなのか”と疑問に思う人(学習者)があらわれるからである。すなわち、ビジネスにかかわる

場面(上述の緒要素)を正しく理解した後、相手との関係を保ちながら、言語能力や社会言語能力にくわえ、社会文化能力も共に工夫し実行する、という運用能力や行動が求められると考えられる。

次に、本研究は質的方法をとったとはいえ協力者が2名に過ぎないため、考察結果を一般化することはできない。このため、今後協力者を増やす必要がある。ただ、稿者個人が調査協力者を探し求める際力不足を実感した。本研究の協力者の獲得経緯のように、協力者を獲得しデータを収集したとしても、企業の機密や個人情報の公表問題により、これらにかかわるデータは削除せざるを得なかった。このため、質の高いデータの確保に難航したことも多かった。今後これらの限界を乗り越えるために、稿者、他の研究者、企業が協働で研究を推進する必要がある。本研究を土台にし、このような協働研究を積極的に押し進め、ビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動についてさらに深めていきたい。

謝辞

本研究はデータ収集の協力により実行することができました。特に、釜山で日本語教師として活発に活動している三國喜保子先生に心から感謝申し上げます。そして、企業の経営に多忙な日々をおくっているにもかかわらず、本研究の協力者として様々な経験や助言を語っていただいた2名の社長にも厚くお礼を申し上げます。

【参考文献】

- 宇佐美まゆみ(2007)「改訂版：基本的な文字化の原則(Basic Transcription System for Japanese-se:BTJS)2007年3月31日改訂版」『談話研究と日本語教育の有機的統合のための基礎的研究とマルチメディア教材の試作』平成15-18年度科学研究費補助金基盤研究B(2)(研究代表者宇佐美まゆみ)研究成果報告書
- 大崎正瑠(2006)「日韓異文化コミュニケーションの一研究—在韓国日系企業のアンケート調査より—」『東京経済大学コミュニケーション学会』No24、pp.215-228
- ザトラウスキー・ポリー(1994)「インターアクションの社会言語学」『日本語学』13、10、pp.40-51
- 島田めぐみ、澁川晶(2000)「アジア5都市の日系企業におけるビジネス日本語のニーズ」『日本語教育』103号、pp.109-118
- 鄭圭弼(2013)『韓日ビジネス場面における日本語のインターアクション行動—実質行動の遂行過程に関する実証的研究—』Gworld
- _____ (2014a)「ビジネス場面でプレゼンテーションをめぐるインターアクション—2名の韓国人ビジネス関係者を対象とした質的分析より—」『日本語教育』第69輯韓国日本語教育学会、pp.63-76
- _____ (2014b)「職場の食事勧誘過程における会話上の役割交渉—3名の調査協力者を対象とした質的分析よ

- りー』『日本近代学研究』第46集韓国日本近代学会、pp.117-140
- _____(2016)「釜山T大の学生は地元の言語景観調査から何を感じたかー教養科目のレポートを対象とした質的分析よりー」『日本近代学研究』第53輯、pp.105-131
- ネウストプニー、J.V.(1995)『新しい日本語教育のために』大修館
- _____(2002)「インターアクションと日本語教育ー今何が求められているかー」『日本語教育』112、pp.1-14
- 箕浦康子(編著)(1999)『フィールドワークの技法と実際マイクロ・エスノグラフィー入門』ミネルウエ書房
- 村岡英裕(2002)「2-8質問調査：インタビューとアンケート」ネウストプニー・宮崎(編)『言語研究の方法』くろしお出版、pp.125-142
- 村岡英裕、サウクエン・ファン・高民定(編)(2016)『接触場面の言語学 母語話者・非母語話者から多言語話者へ』ココ出版
- Gumperz, J, 1982, Discourse strategies, Cambridge : Cambridge University Press[日本語訳：井上逸兵、出原健一、花崎美紀、荒木端夫、多々良直弘(訳)(2004)『認知と相互行為の社会言語学ディスコース・ストラテジー』松柏社]
- Hymes, D.(1972)“On communicative competence”. In Pride, J. B. and Holmes, J.(eds.)Sociolinguistics.Penguin Books[日本語訳：唐須教光(訳)(1979)『ことばの民族誌:社会言語学の基礎』紀伊国屋書店]
- 日韓文化交流おまつり 2015(<http://park.tachikawaonline.jp/news/festival/14508/>参照。検索日：2017.2.10.)

논문투고일 : 2017년 03월 19일
심사개시일 : 2017년 04월 17일
1차 수정일 : 2017년 05월 13일
2차 수정일 : 2017년 05월 15일
게재확정일 : 2017년 05월 16일

〈要旨〉

ビジネス現場で求められる日本語の運用能力や行動に関する一考察
鄭圭弼

本研究では企業を経営している韓国人社長(2名。以下、KP1、KP2)に注目する。各自から質的データを収集しエスノグラフィの手法やインターアクション能力の理論を援用し、ビジネス現場での日本語による仕事の遂行過程について探った。その後、そこから各自が考える現場に必要な日本語の運用能力や行動について考察した。

KP1は日々「1.取引先の開拓」と「2.取引関係の成立及び発展」に励んでいた。「1」に関し、定期的で継続的な挨拶行動が成功の一要因であり、この過程を理解し日本語で挨拶ができる能力が求められている。「2」は「a.スケジュール調整」から「b.会う時の挨拶」の後「c.会議」を経て「d.別れの挨拶」に至る一連の流れが観察された。「a」は時間、参加者、場所、話題、使用機材等の調整であり、これが日本語でできるコミュニケーション能力と社会文化能力が必要である。「b」はお辞儀や握手と名刺が交わされており、それぞれの行い方に関する理解が望まれる。「c」は業務外話(衣食住等)が本論への円滑な移行の一助を担っており、本論では専門的知識に加え、スピーチレベル・シフトや聞き返す能力が必須である。「d」はお土産交換や挨拶の後宿泊地までの案内という過程がみられた。

KP2は「1.日本企業の開拓」と「2.(その)企業との業務遂行」に積極的であった。「1」のために、長年挨拶と実績公表を平行しており、そこからパートナーになりたい心とバイヤーへの対応が日本語でできるコミュニケーション能力の重要性が露わになった。「2」の過程で、ミスや失敗が露出し謝った経験から、それが生じた時、謝罪や再発防止に関する話し合いができる能力が要求される。また、メールと電話の使用頻度が高く、個人情報(部署名、職位、氏名等)の表明後本論に入るというルールが役立つ。特に電話は本論に関する動的な会話であり、その際、話すスピードと方言への対処、不明な意味に対する聞き返しや確認の迅速な言語化能力が強く求められている。

Japanese language proficiency and behavior required in business field
Chung, Gyu-Pil

This study focused on two Korean presidents who manage a company(KP1, KP2).Analyzing the qualitative data by using ethnography approach and theory of interaction competence, this study investigated the business process in Japanese and discussed Japanese language proficiency and behavior required in business field.

KP1 worked toward 1) creating new business partner and 2) establish and develop business relationship. 1) indicated that constant and continuing greeting behavior was one of the factors for success, and understanding the importance and having a greeting skill in Japanese was required. Regarding 2), it showed the following process: a) schedule coordination, b) greeting at the beginning, c) meeting, and 4) farewell. a) showed that the communication skill and socio-cultural competence to coordinate time, participants, place, topics, and equipment in Japanese was needed. b) was exchanging bows, a handshake and business cards, and it showed understanding of each manner was desirable. c) showed that talking about non-business subjects (clothing, food and housing etc.) helped going into main issue smoothly. Besides, to discuss main subject, speech level shift and skill of clarification request were required in addition to the specialized knowledge. d) showed the process of exchanging souvenirs toguiding to the accommodation after the farewell.

KP2 was positive toward 1) creating Japanese partner company and 2) execute the business. For 1), KP2 continued communicating and announcing business achievement over the years, and found the importance of wishing to be a business partner, and having communication skill to accommodate buyer in Japanese. KP2 had an experience of apologizing for their failure, and showed that in the process of 2), the skill of apologizing and discussing to prevent another mistake was required. Also, e-mails and phone calls were often used, and it was useful to understand the tendency to go into main issue after expressing the personal information (division name, position, and name etc.) first. Peculiarly, talking on the phone is a dynamic conversation regarding main issue, and it was strongly required to accommodate talking speed and dialect, and to verbalize for asking or clarify of the unclear points quickly.