

早稲田大学大学院日本語教育研究科

博士學位申請論文概要

論 文 題 目

コミュニケーション行為としての
日本語ビジネスメールに関する研究

申 請 者

平松 友紀

2023年 2月

本研究は、待遇コミュニケーション論の立場から、コミュニケーション主体の認識と表現（内容・形式）の連動というコミュニケーション行為¹の特質を明らかにしようとするために、具体的なビジネスメールのやりとりの事例を対象とし、それらの分析・考察を通して、論じたものである。そして、その成果を日本語教育にどのように活かしていくのかを考察する研究である。

待遇コミュニケーション論では、コミュニケーション行為（表現行為・理解行為）を、コミュニケーション主体（表現主体・理解主体）による、「人間関係」や「場」の認識が融合した「場面」に基づく、「意識（きもち）」、「内容（なかみ）」、「形式（かたち）」の連動により、成立するものとして捉えている（蒲谷 2013 など）。「待遇」という術語で示されているように、特に「人間関係」や「場」の「認識が融合した」ものである「場面」に重点を置き、コミュニケーションを捉える立場である。要するに、コミュニケーション行為とは、「場面をどのように捉えるか」といったコミュニケーション主体の認識に基づくものと捉えた枠組みである。主体の認識に着目し捉える枠組みである点が、本研究において、待遇コミュニケーション論を理論的枠組みとして用いた理由である。

本研究では、コミュニケーション行為における認識と表現との関わりである「連動」に着目した。コミュニケーション行為として成立するには、連動に関わる、場面認識、意識・内容・形式といったコミュニケーション行為を構成する各々の観点が重要になるのはもちろんである。しかし、例えば、一つのメール文として表現し理解していくためには、各々の観点だけでなく、それらがコミュニケーション主体自身の内で、どのように結びつけられるかという点が重要になるだろう。意識はしたが形式が伴わない、知識として得た形式がその場面にはそぐわないなどということが起こりうるためである。このような、場面認識、意識・内容・形式をどう連動させるかという観点は、日本語教育で学習者のコミュニケーション行為を考えていく際にも、重要な観点となる。そこで、本研究では、場面認識、意識、内容、形式の各々の要素に区分して分析するのではなく、コミュニケーション主体が、どのような場面認識を持ち、どのように意識、内容、形式を関連させコミュニケーション行為を行っているかという連動の諸相を、ビジネス E メール（以下、ビジネスメールとする）を事例として、総合的に考察していくことを試みた。

¹ コミュニケーション行為という用語は、「コミュニケーションを、コミュニケーション行為として動的に捉えようとする」（蒲谷 2013、p.24）ことに基づき、コミュニケーションの持つ行為性を明示的に表したものである。

本研究においては、日本語のコミュニケーション行為の具体的な事例として、特に場面認識において様々な考慮が求められると言えるビジネスメールを採り上げる。ビジネスメールのやりとりは、相手との人間関係においては、社内・社外などを含めた上下・親疎関係がある。初対面の場合であっても、業種、職種、世代を超えた人たちと仕事を進める場合もある。そうした仕事においては、各々が担う立場や役割、社会的責任も生じるだろう。ビジネスメールを事例としたのは、場面認識において、人間関係や場などに対する様々な考慮が必要となることが、理由である。

本論文は、以下の 11 章で構成される（図 1）。

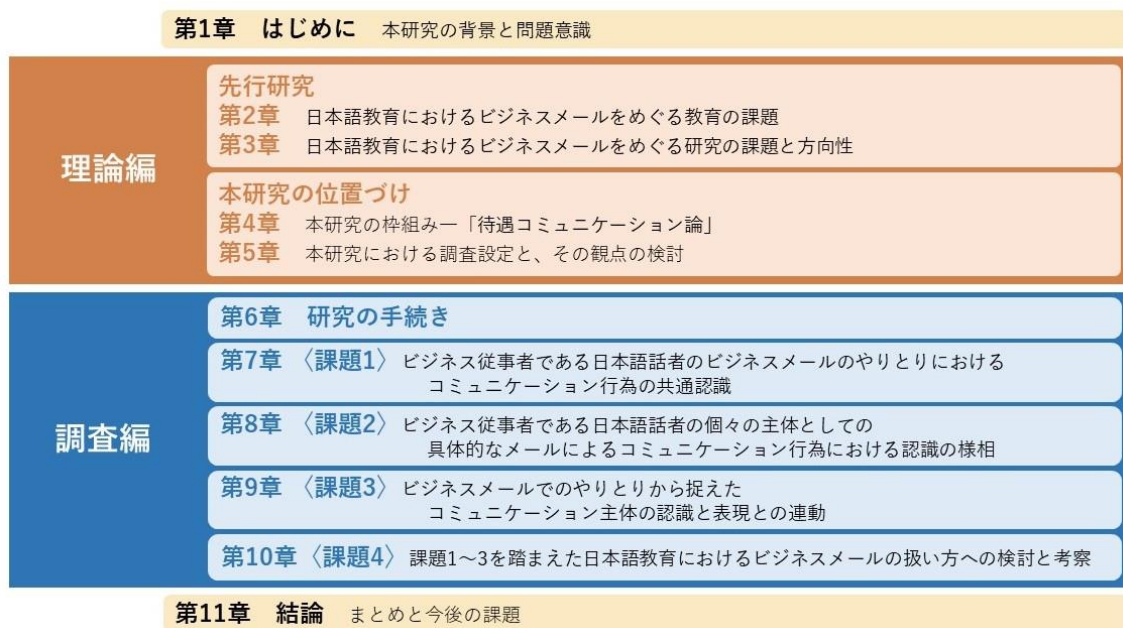


図 1 本研究の構成

第 1 章 序論

第 1 章では、本研究の背景と問題意識、本研究の目的と研究課題、本論文の構成を述べた。ビジネスメールの実社会での需要に関しては、テレワークの促進により用いられる機会が増えたことが指摘されるなど、需要の高さが窺える。一方で、実際のビジネスメールのやりとりには、非言語コミュニケーションに頼れず、文面から相手の様子が捉えづらといった難しさが指摘されている。日本語学習者にとっても、接触場面での問題が多く生じている。栗飯原（2009）では、ビジネスメールは、「学習者の使用期待度、使用実態」ともに高い割合を示し「期待度・使用度の高さに比例し、問題も多くなっている」（p.55）と報告した。ビジネスメールを扱う実践、教材の概観からは、基本事項やテンプレートなどを提示するにとどまっているという日本語教育の現状が明らかになった。テンプレートは、

書き方に当てはめながら、パターンとして活用しメールが作成できる利点がある。しかし、実際の仕事では、想定外の様々な場面に遭遇する可能性や、個々に担う役割や立場を踏まえたメールでの対応が求められ、テンプレートのみで対応できるわけではない。また、先行研究においても、日本語学習者に生じる問題では、敬語や配慮の表現といった形式に目が向きがちになり、それらを強く意識し迷いが生じるといった課題も捉えられている。

こうした現状や課題の背後には、社会に出てから行うビジネスメールの対応は、学習者自身が職場で読み書きする経験を重ね身に付けていくべきものとした捉え方がある。Evans (2013) は、「ビジネス従事者の多岐に亘るニーズを満たすことは不可能であり、ビジネス従事者は、そのような英語を教室で学ぶというよりも仕事場で英語を使うことで専門的なコミュニケーション能力を身につけるのだという点に目を向けることで」教材のあり方を「正当化」しているとビジネスメール英語教材の課題を指摘した (p.282、筆者訳)。この傾向は、社会に送り出す前には形式を中心として学習を行い、社会に出てから学習者自身で応用していくと捉えた日本語教育でのビジネスメール学習のあり方とも関連するだろう。

こうした課題に対して、本研究では、ビジネスメールの調査を行い、ビジネスに従事する日本語話者が、コミュニケーション行為においてどのように認識と表現（内容・形式）を連動させているかという特質を捉えることからの検討を試みた。メール文の内容や形式といった一つの観点に着目するだけでなく、コミュニケーション主体である日本語話者の場面認識と、その認識に基づく待遇意識と表現の内容や形式との連動を踏まえて、ビジネスメールというコミュニケーション行為を具体的に捉えていくことで、日本語教育へ向けた示唆も得られるだろう。

本研究の研究課題は以下の四点である。

- 【研究課題 1】ビジネスメールのやりとりにおいて、ビジネスに関わる日本語話者はどのような共通認識を持っているか。
- 【研究課題 2】ビジネスメールのやりとりにおいて、個々のコミュニケーション主体はどのような認識を持っているか。
- 【研究課題 3】ビジネスメールのやりとりにおけるコミュニケーション主体の認識と内容・形式との連動はどのようなものか。
- 【研究課題 4】日本語教育において、ビジネスメールはどのように扱っていけばよいのか。

第2章 日本語教育におけるビジネスメールをめぐる教育の課題

本研究の調査対象であるビジネスメールに関して、まず、教育面から先行研究を概観し、課題を検討した。メールを扱う実践や教育の変遷を踏まえ、ビジネスメールに関する実践や教材を全体に位置づけ捉えた。加えて、ビジネスメールを採り上げた教材から、教材の特徴、具体的な扱われ方、メールとビジネスメールの捉え方の異同を明らかにし、ビジネスメールがどのようなコミュニケーション行為として扱われているかを論じた。

教育面として、ビジネスメールを扱う実践や教材を概観し捉えた課題は、次の二点から論じた。(1) 学習・教材の内実が主に基本的な知識や、形式を中心とした学習にとどまる点、(2) 経験主義に偏重するビジネスの捉え方と、日本語教育でのビジネスメールの扱われ方との乖離により (1)、(2) の現状が助長される点である。これらから、先述した学習者に生じているビジネスメールのコミュニケーション行為を考えていく上では、社会に出てからの言語運用が学習者自身の責任に委ねられている日本語教育のあり方が課題の一つだと捉えられた。さらに、近藤(2007)が、ビジネス日本語教育において、教師の「ビジネス経験に頼って教室活動が行われているという事実は否めない」(p.6)と指摘しているように、日本語教育のビジネスメールを扱う教材も、教師の経験や実践の積み重ねに頼る部分が大きいと言える。研究において、具体的なコミュニケーション行為を捉え、扱いを検討していくことも求められるだろう。

第3章 日本語教育におけるビジネスメールをめぐる研究の課題と方向性

次に、メールを扱う研究の動向を踏まえ、ビジネスメールの研究の概観を行った。

概観からは、表現(内容・形式)の言語使用を捉えた調査研究が中心であり、日本語教育への言及がなされない研究も多い点、コミュニケーション行為における意識を扱った研究が少ない点、やりとりとして扱われずコミュニケーション行為の動態性が考慮されていない点、母語話者から捉えた非母語話者、学習者の問題点を対象とした研究が中心である点などを捉えた。こうした研究の動向、ビジネスメールの教育での課題も念頭に入れ、ビジネスメールをめぐる研究の課題と今後の方向性を、次の二点に着目し論じた。

一つ目は、母語話者から見た非母語話者・日本語学習者という見方での追究にとどまっている点である。ビジネスメールの研究では、母語話者と非母語話者の比較、日本語学習者が抱える困難や問題といった観点からの検討も多い。ここからは、非母語話者・学習者にとっての目標軸が、母語話者にとっての適切さとする一つの見方が得られる。しかし、

ビジネスメールの難しさには、学習者だけでなく、ビジネスに従事する日本語話者においても同様に、送り手と受け手間で誤解が生じるといった問題点などが挙げられている。学習者の不足点、非母語話者・母語話者との比較だけでなく、ビジネスに携わる日本語話者のビジネスメールのコミュニケーション行為の特質を調査研究から具体的に捉えていくことも求められる点に言及した。

二つ目は、ビジネスメール、メールを扱った実証研究の多くが言語学的アプローチによる形式の追究にとどまっている点である。日本語教育学の研究においても、言語学はその中心を担い多くの知見が得られてきた。石黒（2004）が、実践の場を「科学理論の試行の場」（p.1）と述べたように、日本語教育では、言語学などの領域で理論が産み出され、実践でそれらが応用されるといった捉え方が背景にあり、様々な知見が生み出されてきたと言える。調査研究においては、メールの構造や形式に重点が置かれた研究が多く、それは、調査で扱う際に、一方向までの伝達におけるメール文の表現形式を捉えてきた従来の調査方法とも関連する。しかしながら、コミュニケーション行為をより動的にやりとりとして扱い、メールの形式だけでなく、コミュニケーション行為における認識までを含み追究していくような日本語教育研究としての研究方法も模索される必要があると述べた。

また、先行研究では、ビジネスメール、ビジネスコミュニケーションがどのように言及されているかも捉えた。ビジネスの捉え方においては、主に職業領域であるか否かが客観的な区分を捉える指標となっている点を述べた。その上で、職業領域のみで捉えた場合には、ビジネスの固有性を採り上げる視点と重なり、分野別日本語教育という特定のコミュニケーション行為であるように捉えられがちな現状を乗り越えられず、その区別を強調してしまう点が課題になると指摘した。そこで本研究では、ビジネスメールも、普遍的なメールコミュニケーション行為の延長として捉えた上で、担う立場や役割により社会的な責任が生じる難しさがあるといった見方で捉えることとした。こうした見方で捉えれば、本研究で明らかになるコミュニケーション行為の様相から、日本語教育でのビジネスメールの扱い方を模索するための示唆が得られるだけでなく、他のコミュニケーション行為にもつながる共通性を見出せると考えた。

第4章 本研究の理論的枠組み—「待遇コミュニケーション論」

第4章は、本研究の理論的枠組み、用語の定義を示した。

待遇コミュニケーション論に基づく調査により、具体的なコミュニケーション行為を捉

えた研究を概観し、その課題と、動的なコミュニケーション行為を捉えるための調査方法を再考した。その結果から、コミュニケーション行為を行った際の、その場の意図などが明らかにされてきたが、コミュニケーション行為における前提にある認識まで内面を深めたインタビューは、それほど行われてこなかった点を指摘した。また、場面設定の中で送り手から受け手までの一方向ではなく、やりとりとして扱いつつ、その過程で調査協力者による対応への判断の余地を残していくこと、「連動」に着目し考察していくことも求められる点に言及した。本研究は、コミュニケーション行為全体を捉えながら、連動に着目して追究する点で、待遇コミュニケーション論に基づいた、従来の調査をさらに進めるものだと位置づけられる。

コミュニケーション行為を構成する各要素に関しては、調査・分析から捉えるため、場面認識は、その場の認識という、より短期的な視点で、コミュニケーション行為における「前提」にある認識は、経験などにより培われてきた、より長期的な視点として捉えた。

最後に、本研究の用語の定義を示した。先行研究での課題を踏まえ、本研究の調査対象であるビジネスメールは、「何らかの経済活動に関わる領域での仕事としての立場・役割を担ったコミュニケーション主体による、メール媒体でのコミュニケーション行為」と定義した。そして、定義には、待遇コミュニケーション論の立場から、自身をどのような立場・役割を担った者として位置付けているのかは、コミュニケーション主体の認識により決定されるという前提を置いた。

第5章 本研究を試みるための調査視点と方法の検討

第5章では、本研究を試みるための調査視点と方法を、先行研究を踏まえて検討した。本研究における調査・分析方法は、記憶の中に蓄積される知識の総称であるスキーマの研究から、動的に捉える観点を文章などの書き言葉の読解に取り入れている点、スキーマの形成には意識化が重要だと捉えられている点、コミュニケーション行為に関わるスキーマが実証研究でも扱われている点を参考とした。そして、ビジネスメールをやりとりとして扱うタスク調査、場面認識とコミュニケーション行為の前提にある認識を語るインタビュー調査、外的場面に変化を加える調査方法により、メール文と、コミュニケーション行為における認識を捉える試みを行う本研究の位置づけを述べた。

第6章 研究方法

第6章では、調査協力者、調査方法、分析・考察方法など、具体的な研究の手続きにつ

いて述べた。本研究では、メールを事例とする二つの調査を実施した。タスクに基づいた二人一組でのやりとりによるメール作成調査と、作成後のインタビュー調査である。調査協力者は、ビジネスに関わる日本語話者（日本語母語話者、日本語超絶レベルの非母語話者）14名で、計7組で調査を行った。調査協力者は、金融やサービス、メーカーなど、業界や業種は多岐に亘っている。タスクは、(Ⅰ)「打ち合わせの日程調整」、(Ⅱ)「トレーニングの仕事分担」、(Ⅲ)「進捗状況の遅れの報告」といった、職種を問わず日々の仕事の業務で行う、起こりうる状況を設定した。研究課題1では、切片化したインタビューデータを、KJ法を用いて考察した。研究課題2では、調査協力者ごとのインタビューデータをKJ法により整理した上で考察を行った。研究課題3では、意識と、メール文の表現（内容や形式）との関連が捉えられる箇所を抽出し、KJ法により整理した上で考察を行った。メール作成調査では、計72通のメール文が作成された。

第7章 研究課題1の結果

課題1では、具体的な個々の調査協力者の事例を論じる前に、調査協力者全員の語りからビジネスメールのやりとりにおけるビジネス従事者である日本語話者の共通認識を捉えることを試みた。その結果は、コミュニケーション観として、次の九つにまとめられた(図2)。九つのデータ群全体の関連から見ると、共通認識の中に、ビジネスに関わる捉え方、他のコミュニケーション行為とも関連する捉え方などが含まれていたと言える。

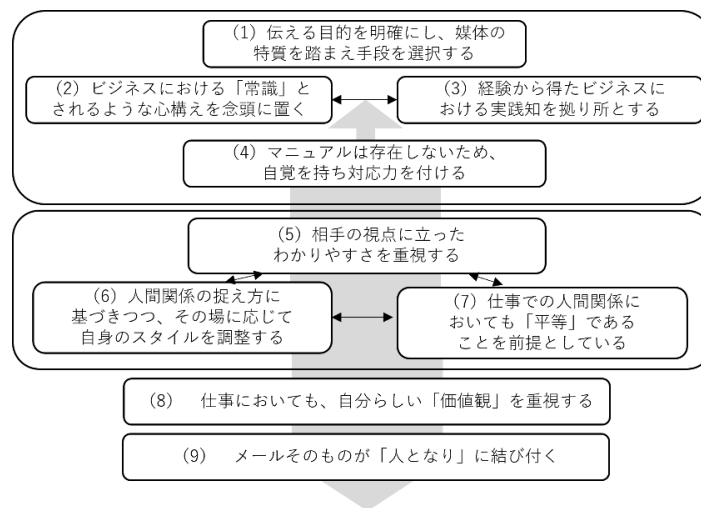


図2 ビジネス従事者のコミュニケーション観の図解

考察では、まず、多くの語りが得られた、相手視点に立ったわかりやすさを採り上げた。共通認識の中に、様々な考慮が含まれている点、相手視点に立ったわかりやすさを実現し

ようとした際に、調査協力者は、受け手への配慮だけに引きずられず、それを自身の仕事を進めるといった、自分事として認識していた点を述べた。次に、コミュニケーション行為を実現していくために、ビジネスメールを書く前に、思考を整理する段階があったことに言及した。さらに、文から伝わる「人となり」の読み取りの点からは、ビジネスメールの文面が、主体自身の仕事ぶりに関連したものとして認識されていたことを述べた。最後に、ビジネスの場における「平等」の解釈を挙げ、共通性の観点から捉えているが、ビジネスの固有性を考慮した上での認識であることへの留意を挙げた。

第8章 研究課題2の結果

第8章では、ビジネスに従事した日本語話者が、個々のコミュニケーション主体として、どのような認識に基づき、ビジネスメールのやりとりにおけるコミュニケーション行為をしていたかを明らかにした。その結果、表現された形式から読み取るだけでは掴めない個々の認識や、やりとりを通して認識が変容する様相が捉えられた。例えば、ビジネスの常識としての丁寧な対応を行うか、忙しい相手に合わせた対応を行うかといった中で、メール文としては忙しい相手に合わせたが、ビジネスの常識を持ち合わせていることだけは相手に伝わるよう工夫したいなどの認識も捉えられた。また、やりとり全体を通してコミュニケーション主体の認識が変容し、既に送ったメールに対して振り返り内省する、新たに気づいた解釈などを自身のコミュニケーション行為に汲み入れている様相なども捉えられた。

考察では、具体的な個々の語りから共通して捉えられた点、やりとり全体を通して捉えられた点に着目して、次の点を論じた。一つ目は、職場や職種の異なる調査協力者により語られた、個別具体的な仕事での出来事や経験からの共通点として、コミュニケーション行為を内省するきっかけがあった点、慣習からコミュニケーション行為が形成されていた点である。二つ目に、やりとりの全体を通じた様相では、相手との関係や、やりとりの段階などにより、コミュニケーション行為における認識が変容していた点を捉えた。最後に、コミュニケーション主体の内であっても、その認識に動態性が生じていたことに着目した。先行研究における、場面と意図との関連への言及から、意図とする場面は、日本語教育においてコミュニケーション行為を扱う上での前提にあり、コミュニケーション主体としては、基本的には、一つの叶えたい意図が明確にある状態が想定されてきたと言えるだろう。しかし、本研究の結果からは、申し出をするのか、承諾をするのかといった判断に至る前に、主体の内においても複数の認識が生じていたことを捉えた。そして、一つのメール文

として表現するためには、どの認識を優先するのか、重点を置くのかといった主体としての判断が求められる難しさがあることが明らかとなった。ここから、調査協力者は、時に葛藤する認識を、一つのメール文としてまとめ、どのように表していくかを判断していく必要性が生じていたことが推察された。

第9章 研究課題3の結果

第9章では、語りから得られた認識が、メール文の表現（内容や形式）とどのように関連しているかを捉えることを試みた。その結果、コミュニケーション行為においては、結果としての表現として表す際に、場面認識、「想起記憶」、内容に関する認識、形式に関する認識など、特にどこに重点を置いていたかにより、表現との関わりが異なる様相が明らかとなった。まず、場面認識に重点が置かれたコミュニケーション行為では、(1)「人間関係」に重点が置かれた場合、(2)「場」に重点が置かれた場合、(3)理解行為から生じた場面認識に重点が置かれた場合が捉えられた。次に、行為の前提となった認識に重点が置かれたコミュニケーション行為では、(4)「想起記憶」に重点が置かれた場合、(5)〈内容〉に重点が置かれた場合、(6)〈形式〉に重点が置かれた場合、(7)〈ライティング調整〉に重点が置かれた場合が捉えられた。最後に、(8)〈気持ち〉に重点が置かれたコミュニケーション行為も捉えられた。

考察では、第8章で述べた主体の内に生じた認識の動態性を、本章の結果を踏まえ、表現との関わりから再考し、意識の段階と、表現の段階の二つの視点から、連動における難しさに言及した。また、やりとり全体を通して、認識と表現（内容・形式）との連動が変容する場合を採り上げ論じた。最後に、そうした変容に対して、調査協力者が行ったビジネスメール上の工夫を述べた。

第10章 調査結果を踏まえた研究課題4の検討

第10章では、課題1～3を踏まえ、【研究課題4】日本語教育におけるビジネスメールの扱いを論じた。本研究の結果からは、ビジネスメールのコミュニケーション行為における認識は、その場と相手との関係を捉えるだけでなく、今ここで、どのようなコミュニケーション行為をビジネスメールにより行っていくかを思考し判断することに大きく関わっていることが分かった。その点を踏まえると、コミュニケーション行為を行う場を捉え、判断していく際の助けとなる見方、コミュニケーション行為を捉える観点を知ることも重要になるだろう。ビジネスメールの日本語教育での扱いを考えていくための重要な点として、

主に次の三点を論じた。(1) コミュニケーション行為への見方を知る意識の段階や過程と、表現していく段階や過程を意識すること、(2) いわゆる「社会」に出る前と後を区分せず、共通性と個別性という見方で考えていくこと、(3) コミュニケーション行為への見方は、具体的なメール文に基づいて扱う必要があること、である。その上で、一例ではあるが、本研究の結果を踏まえて、既存の教材で採り上げられたビジネスメールへの扱いで示された視点に加え、他にどのような連動の観点や見方で捉えていけるかを具体的に示した。

第 11 章 結論、今後の課題

これまでの日本語教育学においても、待遇コミュニケーション論の理論的枠組みにとどまらず、日本語をコミュニケーションとして捉えた教育・研究が伸展されてきた。しかし、ビジネスメールという一事例ではあるが、本研究では、表現における形式、意識といった一観点を捉えるのではなく、コミュニケーション行為の連動全体を、具体的なコミュニケーション行為のやりとりの展開の中で総合的に捉える試みを行い、明らかにできた。この点は、従来の研究をさらに進めるものだと位置づけられる。また、本研究では、ビジネスメールをコミュニケーション行為として扱うことで、コミュニケーション主体の、表現主体、理解主体としての、より動的な場面認識や、それぞれの意識、内容、形式の連動の具体的なあり方などを捉え、明らかにすることができた。ビジネスメール研究においても、形式に重点を置きがちなビジネスメールに関する捉え方を超えられたと言える。

最後に、こうしたコミュニケーション行為を捉える観点や見方を知ることが、日本語教育において、なぜ重要だと言えるのかを、本研究の問題意識、先行研究で捉えた課題に立ち戻り、(1) 学習者、(2) 学習者と共に働く日本語話者、(3) 日本語教師の視点から述べた。教師は、ビジネスメールにおいて母語話者に違和感のない表現を目指すといった一つの学習目標を意識しすぎてしまった場合には、答えの分からない学習者へ、どのような表現で伝えるとよいか、といった一つの正解を与えてしまう可能性もある。しかし、主体の内でも重点を置く認識に迷いが生じていたように、学習者にも矛盾した認識や葛藤が生じうると考えられる。また、そうした矛盾した認識や葛藤は、自身の対応に対する判断だと捉えられる点で、コミュニケーション行為を創造する重要な過程だと捉えられるだろう。教師が多様な見方で捉えられれば、それは、学習者自身の広い意味での社会におけるコミュニケーション行為を捉える見方を育成していくことへとつながり、母語話者にとって違和感のない表現や形式重視に固執しがちになる現状の課題からの脱却にもつながるだろう。

今後の課題は、本研究で得られた結果を、コミュニケーション行為を考える日本語教育の実践に向け、発展させていくことである。そして、本事例で用いたビジネスメールにおいては、コミュニケーション行為としてのビジネスメールに関する教育・学習の実践について検討することである。

参考文献

- 栗飯原志宣（2009）「ビジネス接触場面における日本語母語話者と学習者に生じる問題—海外で日本語を使用する日本語母語話者の視点を探る—」『間谷論集』3、49-77.
- 石黒広昭（2004）「フィールドの学としての日本語教育実践研究」『日本語教育』120、1-12.
- 蒲谷宏（2013）『待遇コミュニケーション論』大修館書店
- 近藤彩（2007）『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』ひつじ書房
- Evans, S (2013) Designing tasks for the Business English classroom. *ELT Journal* 67(3), 281-293.