

ビジネス上の接触場面におけるコミュニケーション 困難点の解明

——中国の日系企業を一例として——

蒙 韞 (韞) (国立国語研究所 研究系 日本語教育研究領域 プロジェクト研究員)

要旨

本研究は、ビジネス上の接触場面において、中国の日系企業の中国人ビジネス関係者 10 名を対象にインタビュー調査とアンケート調査を行った。なお、本研究では、日本語による言い間違いや読み誤りを防ぐため、調査は調査対象者の母語である中国語で行う方法を用いた。質的分析の結果、次のことが明らかになった。①中国の日系企業の中国人ビジネス関係者にとって、仕事上、日本語を使う可能性が最も高いのは「電話」「社内会議や打ち合わせ」「雑談」という 3 つの場面で、続いて「接待」、3 番目は「出迎え」、4 番目は「交渉や商談」、5 番目は「メール他 4 つの場面」であった。②筆者がインタビュー調査で取り上げた 6 場面以外に、さらにメール他 4 つの場面が日本語の面で問題を感じるとされた。③今回、想定した 7 つの場面において、調査対象者が日本語の面で感じる困難点が深刻だと思われる順は、まず第 1 は、「交渉や商談」、以下、「電話」、「社内会議や打ち合わせ」、「接待」、「出迎え」、「雑談」、という順であり、最後の 7 番目は上述 6 場面以外のその他の場面となった。④アンケート調査とインタビュー調査の両方の結果から、日本語の言語能力が問題である可能性が示唆された。⑤中国の日系企業の中国人ビジネス関係者にとって、普段、日本語を使って仕事をする時に、1 番の問題は「日本語の言語能力」、2 番目は「仕事の非効率」、3 番目は「文化習慣の相違」、4 番目は「不当な待遇」、5 番目は「会社の制度に関すること」、6 番目は「その他のこと」、7 番目は「仕事にまつわる慣行の相違」であるという傾向が見られた。

【キーワード】 接触場面, 中国人ビジネス関係者, コミュニケーション困難点,
中国の日系企業, 日本語の言語能力問題

1. はじめに

厚生労働省 (2016) によると、日本国内の外国人労働者数は 1,083,769 人で、前年同期比で 19.4% の増加となっている。また、国際交流基金 (2017) による調査でも、世界全体の日本語学習の目的のうち、38.7%が「将来の就職」を目指しているという。実際、企業のグローバル化の進展や高度人材の育成・獲得のために、日本企業は国内外で日本語ができ

る外国人の採用を増やしている。こうしたビジネス現場では、当然、外国人社員にとっても、日本語による円滑なコミュニケーション能力が重要とされている。しかし、実際、日本語によるビジネス・コミュニケーションが必要な時代が到来したと言われるものの、現状は激動するビジネスや社会に研究が追いついていない。したがって、特に、近年、日中の経済的、社会的結び付きが深まる中で、中国に進出している日系企業、あるいは、在日外国人の中で中国系の割合がますます大きくなっている日本社会にとって、日本人と中国人ビジネス関係者の日本語によるビジネス・コミュニケーションの実態を、母語場面と接触場面の双方から解明することは、喫緊の課題であると言える。

2. 先行研究と本研究の目的

日本語によるビジネス・コミュニケーションに関する研究は、これまで次の4つの観点、および、その組み合わせによって行われてきた。即ち、(1)ビジネス活動自体の研究(小林1993; 李2011)、(2)ビジネスでのやり取りの研究(Tsuda1984; Marriott & Yamada1991)、(3)日本語学習に関する研究(清1997; 池田2001; 李2011; 神吉2011)、(4)提言や助言を行うことを目的とした研究(高見澤・井岡1992; 山本・糸川・渋谷他2008; 堀井・神吉・近藤2010)、および、(5)これら4つの観点のうち、2つ以上を組み合わせた研究(近藤2007; 栗飯原2009)である。日本国内では、まず、(1)ビジネス活動自体の研究の分野で、主に質問紙による量的な調査研究が進められ、その後、近年、(2)の質的研究、例えば、会話の機能ごとの分析や、全体構造を明確にする談話分析がなされるようになってきた。一方、海外においては商談や会議の分析、そして接触場面におけるインターアクション研究が先行している。しかしながら、西尾(1994)や水谷(1994)で記された、上記(4)のビジネス・コミュニケーションへの提言を支える実証的な研究はある程度なされてきたが、現在でもまだ不十分であるように見受けられる。特に、ビジネスの当事者の視点からの研究は、日本語教育現場からのニーズを考えると、その数は非常に不足している。また、李(2002)で指摘されているように、研究の対象者を国別・企業別に細分化する必要もあると思われる。特にアジア系の人とのコミュニケーションは現実世界では既に珍しいことではないが、彼らを対象とした研究は少数行われてきたにすぎない。さらに、海外の日系企業に焦点を当てた研究(島田・澁川1999; 宮副ウォン2003; 野元2007)は多いとは言えない。したがって、本研究はこれまでの不足を考慮し、ビジネス上の接触場面において、中国の日系企業に焦点を当て、中国人ビジネス関係者が日本人ビジネス関係者と日本語によるコミュニケーションを行う際、どのようなことを困難点や問題点として感じているのかを明らかにすることを旨とする。

3. 研究方法

3-1 調査方法

調査はインタビュー調査とアンケート調査からなっている。まず、インタビュー調査は仕事上の場面別⁽¹⁾により、下記8つの質問をし、日系企業での仕事上の体験や意見、感想などを含めて自由に語ってもらった。インタビュー時間は30分から50分までであった。インタビューは対象者の会社の会議室で、同席者無し、他人の出入り無しという同一の条

件下で実施した。

- (1)日本から来たお客さんを出迎えたことがあるか。その時、どんなことに気を遣うか。
- (2)普段、どんな電話が多いか。電話に出る時または電話をかける時、日本語の面でどんなことに困るか。
- (3)普段、社内でどんな会議や打ち合わせが多いか。その時、日本語の面でどんな問題を感じるか。
- (4)普段、交渉や商談を担当したことがあるか。その時、日本語の面でどんなことに困るか。
- (5)普段、日本人とどんな時、雑談をするか。その時、日本語の面でどんな問題を感じるか。
- (6)日本人を接待することがあるか。その時、どんなことに気を遣うか。
- (7)他に日本語の面で問題を感じる場面があるか。あれば、教えてください。
- (8)場面(1)～(7)において日本語の面で感じた困難点を深刻な問題だと思ふ順に番号を並べてください。「1」は最も深刻な問題 「7」は最も深刻ではない問題

次に、アンケート調査は近藤（2007）をもとにし、読みやすくするため、その表記や用語を一部修正し、さらに、先行研究で度々指摘され、筆者の日本企業での実務経験でも、問題と感じられたため、学習者の日本語能力に関する質問8問を新しく設けた。質問紙は表1の通り、7類、51の質問項目⁽²⁾から作成された。また、51の質問項目個々に対して、「強く反対する」「反対する」「どちらとも思わない」「賛成する」「強く賛成する」の5点尺度での回答を求めることにした。そして、質問内容について経験したことがない場合も考えられたため、「経験がないため、分からない」という選択肢を設けた。

表1 質問紙の構成

類別	質問項目	質問番号
1.不当な待遇	9項目	16,12,11,13,17,9,19,6,5
2.仕事の非効率	9項目	24,25,23,7,20,22,4,3,2
3.仕事にまつわる慣行の相違	5項目	32,30,31,26,40
4.文化習慣の相違	7項目	38,29,37,28,36,34,18
5.日本語の言語能力	8項目	44,45,46,47,48,49,50,51
6.会社の制度に関すること	7項目	1,8,21,39,41,42,43
7.その他のこと	6項目	10,14,15,27,33,35

また、以下、質問の一例を示す。

普段、日本語を使って仕事をする時に、どのような問題がありますか。

次の質問を読み、(1)から(6)までの1つに○を付けてください。あなた個人の意見と体験によって○を付けてください。一般的な意見を聞いているのではありません。

質問 45. 私は、日本語を使って仕事をする時に、伝えたいことが相手にうまく伝わらないことに問題を感じる。

(1)強く反対する (2)反対する (3)どちらとも思わない (4)賛成する (5)強く賛成する
(6)経験がないため、分からない

さらに、日本語による言い間違いや読み誤りを防ぐため、インタビュー調査とアンケート調査は調査対象者の母語である中国語で行った。また、調査対象者の属性や仕事における日本語の使用頻度等との影響関係を調べるためにフェースシートを用いた。

3-2 調査対象者

調査対象者は、日本の精密機器大手メーカー（創立して 80 年以上の歴史があり、資本金が 300 億円以上、従業員数（連結）が 2 万人以上、東京証券取引所第一部の上場企業）の中国広州支社で働く中国人社員 10 名である。調査対象企業は 1 社であるが、その中で可能な限り多様な部署で働く社員を対象とした。調査対象者の属性は表 2 の通りである。

表 2 調査対象者の属性

年齢	性別	職階別 内訳	勤務 年数	仕事 内容	滞日経 験	日本語 能力	日本語 の学習 歴
20代：1名 30代：6名 40代：3名	男：5名 女：5名	部長：4名 課長：4名 主任：1名 一般社 員：1名	平均 12 年 7 ヶ 月 (最長 20 年、 最短 6 年)	総務、 経営企画、 経理財務、 営業貿易、 物流資材、 製品開発、 品質保証	平均 3 ヶ月 (最長 1 年、最短 滞日経 験無)	N1:5名 N2:4名 資格な し:1名	平均 3 年(最 長 10 年、最 短半 年)

また、調査対象者の仕事上の日本語の使用頻度等を表 3 に示す。

表 3 調査対象者の仕事における日本語の使用頻度等

仕事でよく接する日本人の数 (1 週間当たり)	日本語で話す時間 (1 週間当たり)	毎日の仕事のうち、日本語を使う割合 (%)
平均 8 名 (最多 15 名、最少 2 名)	平均 8.1 時間 (最多 14 時間、最少 2 時間)	平均 29.5% (最大 50%、最小 10%)

4. 結果と考察

4-1 インタビュー調査に関する結果と考察

調査対象者 10 名のインタビュー・データを文字化し、分析した結果、まず、表 4 に示したように、各場面において以下のことが明らかになった。

表4 インタビューの各場面における実際の遭遇頻度・コミュニケーションの相手・詳細

場面	実際の遭遇頻度	コミュニケーションの相手	詳細(具体的な時間や場所・内容)
場面1: 出迎え	出迎えたことがある人: 8名 出迎えたことがない人: 2名	殆どグループ会社(本社や同じグループの他の子会社)からの日本人出張者か駐在者(上司になる人)	出迎えは、具体的には、以下の4箇所で行われている。 ① 空港 ② 深圳や香港の関所 ③ 宿泊のホテル ④ 会社の玄関や受付
場面2: 電話	10名とも普段、日本語で電話を受けたり、かけたりしている。	グループ会社(本社や同じグループの他の子会社)の日本人との電話は比較的多いが、外部の違う会社の日本人との電話は比較的小さい。	電話の内容は以下の2点である。 ① 自分の担当している業務について ② 自分の担当業務ではなく、他人の担当している業務の通訳や調整について
場面3: 社内会議や打ち合わせ	10名とも普段、日本語を使って社内会議や打ち合わせに参加している。	相手は主に以下の4タイプ: ① 自分の会社の同じ部署の日本人 ② 自分の会社の違う部署の日本人 ③ 自分の会社の日本人の取締役 ④ グループ会社(本社や同じグループの他の子会社)の日本人	社内会議や打ち合わせは主に以下の2タイプ: ① 例会: 朝会(毎日), 幹部会(毎週), グループ会社(本社や同じグループの他の子会社)との定例会 ② 不定期的なもの: 突発事件や緊急事態等の時 以下の2点をめぐって会議や打ち合わせが行われている。 ① 自分の担当している業務について ② 自分の担当ではなく、他人の担当している業務の通訳や調整について

場面 4：交渉や商談	日本人と日本語で交渉や商談したことがある人：5名 中国人と中国語で交渉や商談したことがある人：4名 全く交渉や商談を担当したことがない人：1名	相手は主に以下の2タイプ： ① グループ会社（本社や同じグループの他の子会社）の日本人（お客さんか仕入先） ② 外部の違う会社の日本人（お客さんか仕入先）	交渉や商談は以下のことについて： ① 製品やサービス、資材、特許使用料等の価格 ② 技術提携や製品開発、製品の販売やサービスの提供等に関する契約
場面 5：雑談	10名とも普段、日本人と雑談している。	相手は主に以下の3タイプ： ① 自分の会社の日本人 ② グループ会社（本社や同じグループの他の子会社）の日本人 ③ 外部の違う会社の日本人	雑談の時間と場所： ① 勤務時間の前か後 ② 仕事の合間か休憩時間 ③ 誰かがお土産やプレゼントを配る時 ④ 食事会、宴会や飲み会の時 ⑤ 随時、例えば、相手の気分や体調が悪そうな時、連休や出張の前か後 雑談の内容： ① 仕事について ② 仕事以外のことについて（家庭生活、趣味関心、時事ニュース、飲食文化、ファッション、スポーツ、旅行、天気等）
場面 6：接待	接待したことがある人：9名 日本人を接待したことはないが、日本人の接待を受けたことはある人：1名	相手は主に以下の3タイプ： ① 自分の会社の日本人 ② グループ会社（本社や同じグループの他の子会社）の日本人 ③ 外部の違う会社の日本人	以下のように接待している。 ① 食事会や飲み会 ② ゲストとして家で招く ③ 名所旧跡の案内 ④ 買い物の案内
場面 7：上述 6 場面以外のその他の場面	上述 6 場面以外、他に日本語の面で問題を感じる場面が	相手は主に以下の3タイプ： ① 自分の会社の日本人 ② グループ会社（本社や同じグ	上述 6 場面以外で、他に日本語の面で問題を感じる場面として、以下の 4

	<p>あると答えた人：4 名</p>	<p>ループの他の子会社) の日本人 ③ 外部の違う会社の日本人</p>	<p>つが挙げられた。 ① 人事異動や評価, 昇進昇級等において, 会社と個人の意見が異なった時, どうやって自分の意志を説明して会社に納得してもらうか。 ② 日本語でメールを書く時, 特に相手によってどのようにして丁寧さが欠けないメールを書くか。 ③ 工作上, 相手と意見が違い, かつどの意見に従うかを決めないといけない時, または何かで口喧嘩になり, お互い怒っている時, どうやって話を続けて人間関係を維持していくか。 ④ 方言の訛りが強い日本人とコミュニケーションをする時, 相手の言っていることが全然聞き取れない時にどうするか。</p>
--	------------------------	---	--

次に、表5により7つの場面において、調査対象者が、日本語の面で感じる困難点の深刻さの程度は、「1番目は場面4の交渉や商談、2番目は場面2の電話、3番目は場面3の社内会議や打ち合わせ、4番目は場面6の接待、5番目は場面1の出迎え、6番目は場面5の雑談、7番目は場面7の上述6場面以外のその他の場面」となっていることが判明した。

表5 7つの場面における日本語の困難点の深刻さの順位付け

場面	最も深刻な問題だと思う人数 (%)	2番目に深刻な問題だと思う人数 (%)	3番目に深刻な問題だと思う人数 (%)	4番目に深刻な問題だと思う人数 (%)	5番目に深刻な問題だと思う人数 (%)	6番目に深刻な問題だと思う人数 (%)	最も深刻ではない問題だと思う人数 (%)
場面1：出迎え	1名 (10)	0名 (0)	1名 (10)	2名 (20)	3名 (30)	2名 (20)	1名 (25)
場面2：電話	1名 (10)	3名 (30)	1名 (10)	1名 (10)	1名 (10)	3名 (30)	0名 (0)
場面3：社内会議や打ち合わせ	1名 (10)	1名 (10)	4名 (40)	1名 (10)	2名 (20)	0名 (0)	1名 (25)
場面4：交渉や商談	5名 (50)	3名 (30)	1名 (10)	1名 (10)	0名 (0)	0名 (0)	0名 (0)
場面5：雑談	0名 (0)	2名 (20)	0名 (0)	1名 (10)	1名 (10)	4名 (40)	2名 (50)
場面6：接待	1名 (10)	0名 (0)	2名 (20)	4名 (40)	2名 (20)	1名 (10)	0名 (0)
場面7：上述6場面以外のその他の場面	1名 (10)	1名 (10)	1名 (10)	0名 (0)	1名 (10)	0名 (0)	0名 (0)

さらに、調査対象者 10 名の回答から、各場面における留意点や困難点をまとめると、以下のことが分かった。

(1) 出迎え場面で気を遣ったこと

- ① 時間順守のこと、なるべく約束した時間の 15～20 分前に到着すること。
- ② 服装やマナーに注意すること、スーツでなくても、清潔感がある服を着ること。また、飲物を用意したり、席まで親切に案内したりすること。
- ③ 必要な場合、出迎える相手の名前や所属等を書いた看板を準備すること。
- ④ なるべく笑顔で出迎えること。また、相手の荷物が多い場合、一緒に運んだりすること。
- ⑤ 相手が初対面の人であれば、敬語や丁寧体を使い、普通は、仕事について話し、微妙な話題や攻撃的なトピックスを避けること。相手がこれまで面識や、やり取りがある人であっても、よほど親しい関係ではない限り、敬語まで使わなくても、基本的に「です・ます形」を使うが、話題は仕事以外では、個人的なことについてでもよいと思われる。

(2) 電話の時、日本語の面で困ったこと

- ① 相手の声が小さくて聞こえない時、「申し訳ございません、電話が少々遠いようです。もう一度、お聞かせいただけますか」や「もう一度お伺いして宜しいでしょうか」のような言い方のほうがあくまで、電話回線や電話機のせいのできるもので、相手にとってはよい。他方、「お声が小さいから、ちょっと聞こえません」のようなストレートな言い方は、相手に責任があるように取られて不快にさせる恐れがあるため、やめたほうがよい。
- ② 社外から知らない人の電話を取り次ぐ場合、敬語や適切な言葉遣いに困っている。
- ③ 言い方や話すスピードにより、日中間でお互いに分かる場合と分からない場合がある。
- ④ 専門用語が分からなかったり、またお互い、どうしても相手が言っていることの中で、理解できない言葉や内容があったりする。
- ⑤ 上下関係に厳しい人は、他の人に比べて、より丁寧な言葉遣いを期待したり要求したりしてくることに困っている。
- ⑥ 文法、敬語や丁寧さにこだわらず、何より、言いたいこと、内容を相手になるべく早く伝える「効率を重視する言い方」と、仕事の人間関係を円滑にするため、相手の気持ちを察する「相手のことを重視する言い方」のバランスの取り方に困っている。

(3) 社内の会議や打ち合わせの時、日本語の面で感じた問題

- ① 自分が良く知っている内容であれば、問題はないが、突然、ヘルプで通訳として他部署の会議や打ち合わせに参加し、完全に準備できない状態またはその会議や打ち合わせの内容をあまり知らない場合、聞き慣れるまでは困難である。
- ② 日本人何人かが熱く議論している中で、同席している中国人がその話についていけなさそうな場合、通訳としては、日本人の議論を止めてはいけないため、どうやって双方にお互いの状況をいち早く理解してもらうかが難しい。
- ③ 会議において当事者と通訳者との間で暗黙の了解ができていないことがあるため、通訳者として訳してはいけないうことを訳してしまう時がある。例えば、話し手側が思わず言っただけでいいことを言っただけで、後から気付いたが、すぐ通訳者に「先に言ったこと(問題発言の部分)を訳さなくていい」とはっきり言わなかったため、通訳者はその空気を読めないため、聞き手側に訳してしまったことがある。
- ④ 会社には一応、専門用語の辞書はあるが、それでも時々専門用語が分からなかったり、突然忘れてたりすることがある。
- ⑤ 議論の時、日中の文化や習慣が異なると思われることがある。すなわち、日本人の場合、相手との人間関係を維持するために、自分の意見をはっきり言わなかったり、また他人の意見に賛成しなくても、直接言わず「また後で話しましょう」とごまかしたりして、なるべく相手と直接ぶつからないようにする。それに対して、中国人の場合は、仕事のことなので、おのおの自分の意見を述べるのは当然なことであり、また結論を出すためには時には喧嘩しても特に問題がないと考える。このような文化や習慣の差により、中国人は日本人が、何故議論の時、いつもその場で自分の考

えをはっきり言わず後にするのか、疑問や不満を持っている。一方、日本人は中国人が、何故議論の時、いつも喧嘩になるかを理解できない時もある。

- ⑥ 提案をする時、断定的な言い方や決め付けた言い方を避け、かつ、自分の自信を見せながら相手を説得させるのは困難である。
 - ⑦ 厳しい日本人上司のネガティブ・フィードバックに問題を感じる。例えば、その上司の言う通りやらない場合、結果が正しいかどうかは別にして、必ず直接叱られる。特に社外のお客さんの前でも叱られ、トイレに逃げて泣いてしまったことがある。
 - ⑧ 時々日本人の上司は指示が明確ではなく、また決議案を提出する時、曖昧でどちらにもとれるため、次の仕事をどう進めればいいのか、困る時がある。
 - ⑨ 構造が複雑で、かつ長い文の聞き取りや理解に問題を感じる。その時、文をいくつか切って相手に自分の解釈を一つ一つ確かめる。
 - ⑩ 伝えたいことが日本語で相手にうまく伝わらないことに問題を感じる。
 - ⑪ 相手や場合により、自分の発話の丁寧さを変えることは難しく感じる。また、仕事上、相手との上下関係と親疎関係のどちらを優先し、話すスタイルを決めるかは困難である。例えば、相手が上司であるが、仕事をしていくにつれて親しくなったため、話す時、丁寧度を下げ、直接度を上げる言い方が本当に問題ないかは疑問で、不安である。
 - ⑫ 時々日本人が長時間にわたって話していたが、通訳を含めて在席の中国人は皆その発言の意図が一体何なのかをうまく読み取れないことがある。
 - ⑬ 結論の出ない会議があり、必要以上に時間がかかるため、会議の進め方や、やり方に問題を感じる。
 - ⑭ グループ会社(本社や同じグループの他の子会社)の日本人と電話やテレビ会議を行う時、日本側のグループ会社の日本人の話し方だと、分からないか分かりにくいことがある。しかし、その時、隣に座っている日本人に説明してもらうと、意外と分かるようになったことが多い。中国に駐在している日本人は、普段、私達と一緒に仕事をしたり、コミュニケーションをしたりして私達がどのような言い方だと、分かってくれるかを全て把握しているみたいである。私達にとって日本側に比べると、中国在住の日本人の日本語のほうが分かりやすい。
- (4) 交渉や商談の時、日本語の面で困ったこと
- ① 敬語などの待遇表現の使い分けや専門用語に困っている。
 - ② 交渉や商談は普通の仕事と違って、様々な条件に関わっているため、言葉遣いが少し下手だと、すぐ結果に影響を及ぼしてしまい、特に理解に間違いがあれば、非常に面倒なことになってしまう。そのため、高度な日本語能力と話すテクニックが要求されるので、その任に堪えるのはなかなか難しい。
 - ③ 双方の意見が衝突した時、笑顔はもちろん大事だが、いかに言葉を使って会場の雰囲気や相手との関係を修復するかは困難である。例えば、その時、どうやってジョークを言って硬い雰囲気を和らげるか、また自分側の誠意をどうやって言葉で表現し、相手に理解してもらい、お互いの仲間意識を高めるかも大変である。
 - ④ 相手に相談や交流の余地を残すための話し方や言葉遣いが難しく感じる。

- ⑤ 通訳として交渉や商談に入る場合、常に立場を変え、平等に双方の意志にしたがって物事を言うのは容易ではない。特に、双方が言い争って譲らない場合、通訳はその間に立って調整しないとイケない。その時の言葉遣いや話し方が難しい。また、話し手側が人の心に突き刺さるほどの非常にストレートな言い方をすると、通訳はその場でどうやってすぐ適切な婉曲表現や間接表現を見つけて聞き手側に伝えるのが確かにとても難しい。

(5) 雑談の時、日本語の面で感じた問題

- ① 雑談の話題がかなり広いため、初めて聞いた単語や知らない言葉が多い。
- ② 文化・習慣や考えの違いにより、自分が話していると思う話題は相手にとって話してはいけない、または話したくないことがある。例えば、結婚や給料などの個人のプライバシーに関すること。
- ③ 相手の日本人が自分の上司である場合が多い。雑談の時、完全にその上下関係を捨てて、お互いの距離を縮めるために、友達と話すような話し方が本当に問題ないかは疑問である。
- ④ 雑談の時、相手や場合により、丁寧体と普通体を使い分けることに問題を感じる。
- ⑤ 性格が内向的、寡黙な人と雑談する時、日本語で何をどう話せばよいか困る。

(6) 接待の時、気を遣ったこと

- ① 相手の希望や好き嫌いを事前に聞き、それを優先すること。
- ② 言葉での説明では相手が分からない時、できれば、実物を借りて説明すること。
- ③ 知らない単語や言葉がある場合、携帯ですぐ検索できるように準備すること。
- ④ 何より相手に楽しさや嬉しさ、リラックスしたムードを感じさせ、地元の文化や雰囲気を感じさせることが大事である。

4-2 アンケート調査に関する結果と考察

質問紙の 51 個の質問について、項目ごとにいずれかの選択肢が選ばれる度に、それぞれ 1 と数えた。また、「不当な待遇」「仕事の非効率」「仕事にまつわる慣行の相違」「文化習慣の相違」「日本語の言語能力」「会社の制度に関すること」「その他のこと」という 7 類ごとに 10 名の合計得点とその割合を算出した。その集計結果は表 6 の通りである。

表 6 から、7 類の問題点の中で、中国の日系企業の中国人ビジネス関係者にとって、普段、日本語を使って仕事をする時に、第 1 の問題は「日本語の言語能力」であり、以下、2 番目は「仕事の非効率」、3 番目は「文化習慣の相違」、4 番目は「不当な待遇」、5 番目は「会社の制度に関すること」、6 番目は「その他のこと」、7 番目は「仕事にまつわる慣行の相違」という傾向が見られた。このような、本研究の結果は、近藤(2007:58)の在日外国人ビジネス関係者に対するインタビューの時点で言語能力に関する問題はほとんど出なかったという結果とは異なる結果であった。他方、日本語教育でよく取り上げられている待遇表現の使用(Marriott & Yamada1991)や曖昧性(笹川 1996)などの問題がこのアンケート調査でも見られた。さらに、今回、アンケート調査と並行して行ったインタビュー調査の上述した結果からも、日本語の言語能力が問題である可能性が示唆された。

表6 アンケート調査の集計結果

選択	不当な 待遇： 9項目 の合計 得点 (%)	仕事の 非効率： 9項目の 合計得 点 (%)	仕事にま つわる慣 行の相 違： 5項目の 合計得点 (%)	文化習 慣の相 違： 7項目の 合計得 点 (%)	日本語 の言語 能力： 8項目 の合計 得点 (%)	会社の制 度に関す ること： 7項目の 合計得点 (%)	その他の こと： 6項目の 合計得点 (%)
強く反対 する	0 (0.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.9)	0 (0.0)
反対する	17 (18.9)	4 (4.4)	3 (6.0)	3 (4.3)	12 (15.0)	21 (30.0)	3 (5.0)
どちらと も思わな い	19 (21.1)	23 (25.6)	24 (48.0)	25 (35.7)	17 (21.3)	20 (28.6)	19 (31.7)
賛成する	23 (25.6)	32 (35.6)	10 (20.0)	22 (31.4)	35 (43.8)	16 (22.9)	14 (23.3)
強く賛成 する	7 (7.8)	17 (18.9)	3 (6.0)	10 (14.3)	12 (15.0)	3 (4.3)	5 (8.3)
経験がな いため、 分からな い	24 (26.7)	13 (14.4)	10 (20.0)	10 (14.3)	4 (5.0)	8 (11.4)	19 (31.7)

5. まとめと今後の課題

本研究では、ビジネス上の接触場面において、中国の日系企業の中国人ビジネス関係者10名を対象にインタビュー調査とアンケート調査を行った。なお、本研究では、日本語による言い間違いや読み誤りを防ぐため、調査は調査対象者の母語である中国語で行う方法を用いた。質的分析の結果、次のことが明らかになった。

- (1) 中国の日系企業の中国人ビジネス関係者にとって、仕事上、日本語を使うことに最も遭遇しやすい場面は「電話」「社内会議や打ち合わせ」「雑談」という3つの場面で、以下、2番目は「接待」の場面、3番目は「出迎え」、4番目は「交渉や商談」、5番目は「メール他4つの場面」という順であった。
- (2) 筆者がインタビュー調査で取り上げた6場面以外で、他に日本語の面で問題を感じる場面として、以下の4つが挙げられた。
 - ① 人事異動や評価、昇進昇級等において、会社と個人の意見が異なった時、どうやって自分の意志を説明して会社に納得してもらおうか。
 - ② 日本語でメールを書く時、特に相手によってどのようにして、丁寧さが欠けないメールを書くか。

- ③ 工作上、相手と意見が違い、かつどの意見に従うかを決めないといけない時、または何かで口喧嘩になり、お互い怒っている時、どうやって話を続けて人間関係を維持していくか。
 - ④ 方言の訛りが強い日本人とコミュニケーションをする時、相手の言っていることが全然聞き取れない時にどうするか。
- (3) 今回、想定した7つの場面において、調査対象者が日本語の面で感じる困難点が深刻だと思われる順は、まず第1は、「交渉や商談」、以下、「電話」「社内会議や打ち合わせ」「接待」「出迎え」「雑談」という順であり、最後の7番目は上述6場面以外のその他の場面となった。
- (4) アンケート調査とインタビュー調査の両方の結果から、日本語の言語能力が問題である可能性が示唆された。
- (5) 中国の日系企業の中国人ビジネス関係者にとって、普段、日本語を使って仕事をする時に、1番の問題は「日本語の言語能力」、2番目は「仕事の非効率」、3番目は「文化習慣の相違」、4番目は「不当な待遇」、5番目は「会社の制度に関すること」、6番目は「その他のこと」、7番目は「仕事にまつわる慣行の相違」であるという傾向が見られた。

本研究の結果を踏まえ、日本語教育の現場では、遭遇しやすい順に従い、各場面における困難点や問題点に力を注いで指導することが、学習者のビジネス日本語やビジネス慣行の習得にとって有効であると考えられる。

今後は、統計的検定に基づいた分析ができるように、調査対象者の人数を増やすこと、および、在日中国人ビジネス関係者に今回と同様の傾向が見られるかを検証することを課題とし、あわせて、日本語能力や滞日経験等の属性の違いによる中国人ビジネス関係者の各グループの特徴も探りたい。また、今回は中国人ビジネス関係者一方のみの調査であったため、今後、その相手となる日本人ビジネス関係者の意識も調査したい。

謝辞

本稿は国立国語研究所機関拠点型基幹研究プロジェクト「日本語学習者のコミュニケーションの多角的解明」(プロジェクトリーダー:石黒圭教授)に関連した研究成果の一部を報告したものである。ご指導いただいた石黒圭先生と、今回の調査にご協力くださった周云汉氏、周毅氏と覃莹氏にこの場を借りて感謝いたします。

注

- (1) インタビュー調査の場面の選定は先行研究で相対的に最も頻繁に対象となった状況とそれを取りまとめたものに、筆者の日本企業での勤務経験による知見を加味している。
- (2) 紙幅の都合上、今回、51の質問項目を資料としてつけていない。

参考文献

- (1) 栗飯原志宣(2009)「香港の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：問題意識のずれの修正は可能か』『2009年度日本語教育学会秋季大会』206-211.
- (2) 池田伸子(2001)『ビジネス日本語教育の研究』東京堂出版
 - (3) 李志暎(2002)「ビジネス日本語教育を考える」『第二言語習得・教育の研究最前線：あすの日本語教育の道しるべ』245-260.
 - (4) 神吉宇一(2011)「国内ビジネス日本語教育の現状と課題」『跨文化交际中的日语教育研究(異文化コミュニケーションのための日本語教育)』986-987.
 - (5) 厚生労働省(2016)『「外国人雇用状況」の届出状況まとめ(平成28年10月末現在)』
 - (6) 国際交流基金(2017)『海外の日本語教育の現状 2015年度日本語教育機関調査より』
 - (7) 小林和夫(1993)「ビジネス・コミュニケーションの実態を調べる」『AJALT』16, 22-26.
 - (8) 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
 - (9) 笹川洋子(1996)「異文化の視点からみた日本語の曖昧性：在日外国人留学生調査より」『日本語教育』89, 59-63.
 - (10) 島田めぐみ・澁川晶(1999)「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, 109-118.
 - (11) 清ルミ(1997)「外国人社員と日本人社員：日本語によるコミュニケーションを阻むもの」『異文化コミュニケーション研究』10, 57-73.
 - (12) 高見澤孟・井岡祐治(1992)「ビジネスマンに求められる日本語力：日本企業と外国人社員・それぞれの視点と課題」『月刊日本語』5(11), 10-15.
 - (13) 西尾圭子(1994)「ビジネス・コミュニケーションと日本語教育」『日本語学』13(12), 9-13.
 - (14) 野元千寿子(2007)「日系企業が現地社員に求める「ビジネス日本語」の実態」『ポリグロシア』13, 69-81.
 - (15) 堀井恵子・神吉宇一・近藤彩(2010)「現場が求めるビジネス日本語を探る 最終回 座談会：ビジネス日本語の今後を考える」『月刊日本語』3月号, 60-63.
 - (16) 水谷修(1994)「ビジネス日本語を考える：公的話しことばを求めて」『日本語学』13(12), 14-20.
 - (17) 宮副ウォン裕子(2003)「多言語職場の同僚たちは何を伝えあったか：仕事関連外話題における会話上の交渉」『接触場面と日本語教育：ネウストプニーのインパクト』165-184.
 - (18) 山本富美子・糸川優・渋谷倫子・副島健治・戸坂弥寿美・星野智子(2008)「企業が期待する外国人「人材」の能力とビジネス日本語」『専門日本語研究』10, 47-52.
 - (19) 李爱文(2011)「中国商务日语教育的历史, 现状与未来展望(中国ビジネス日本語教育の歴史, 現状と展望)」『日語学習与研究』4, 7-13.
 - (20) 李娜(2011)「中国人通訳が介在したビジネス・コミュニケーションの課題」『跨文化交际中的日语教育研究(異文化コミュニケーションのための日本語教育)』990-991.
 - (21) Marriott, H. and Yamada, N (1991) "Japanese Discourse in Tourism Shopping Situations." *Japan and the World*, 3, 155-168.
 - (22) Tsuda, A. (1984) *Sales Talk in Japan and the United States*. Georgetown: Georgetown University Press.