

〈研究ノート〉

異文化ビジネス・コミュニケーション についての予備的考察

関 根 幸 雄

(受付 2003年10月10日)

Abstract

After reviewing the implications of International Business Communication, it is the author's conclusion that International Business Communication is, in substance, Intercultural Business Communication.

The directions of our future study need to be explored in the context of communication, especially, intercultural communication. With an increased focus on communication, it seems that our traditional research will face not only methodological but also pedagogical challenges.

I. はじめに

国際ビジネス・コミュニケーションというと国を越えたビジネスにおけるコミュニケーションが想定されるが、今日内なる国際化が進んでおり、国内のみならず企業内でも異文化が存在する状況が散見される。

2002年10月に開催された日本商業英語学会第62回総会において学会名称を国際ビジネスコミュニケーションと変更し目的も国際取引および国際経営におけるコミュニケーションの研究と改正することが承認されたことを踏まえ、本稿では国際ビジネス・コミュニケーションの実体から導き出される異文化ビジネス・コミュニケーションという新たな切り取り方への足掛かりについて予備的な考察を試みるものである。

II. 国際ビジネス・コミュニケーションの実体

国際ビジネス・コミュニケーションについて、「場所的には内外を問わず、ビジネスの場における異文化間コミュニケーションと考えるべきである」¹⁾とか「international communication といっても、実は、国境を越えることよりも文化圏を越える、inter-cultural communication である」²⁾という意見がある。

また、「企業のなかには、人材活用の点から、国内のビジネス活動であっても、外国人を経営者や従業員に登用する企業もあり、また、自国のビジネス活動だけでなく、海外にその活動を向けるものも少なくない。……このようなことを考慮するときビジネス・コミュニケーションは、必然的に異文化ビジネス・コミュニケーションとなることが多い」³⁾という意見もあり、国際ビジネス・コミュニケーションの実体は、ビジネスの場における異文化間コミュニケーション乃至は異文化ビジネス・コミュニケーションであるということになる。

この異文化間コミュニケーションについて、日本商業英語学会理事長則定隆男教授は「今後われらが研究の対象とすべきは、国際取引を行う企業間コミュニケーションと企業内で行われる異文化間コミュニケーションの二つであることが明確になったと思われます」⁴⁾と述べている。筆者としては、ビジネス・コミュニケーションを企業間と企業内とに分け、企業内においては異文化間コミュニケーションに言及されている点に注目したい。

さらに、則定教授は「今後本学会では、交渉を中心とした国際取引の研究と並び、異文化コミュニケーションを中心とした国際経営の研究が重要

1) 秋山武清『国際ビジネス・コミュニケーション論—商業英語学の視点から—』、南雲堂フェニックス、1999年、84ページ。

2) 羽田三郎『ビジネス英語正攻法』、研究社出版、1988年、141ページ。

3) 大崎正瑠『ビジネス・コミュニケーション論』、西田書店、1995年、123ページ。

4) 2002年4月1日付け日本商業英語学会理事長所信「理事長二年目を迎えて」より引用した。

関根：異文化ビジネス・コミュニケーションについての予備的考察

性を増していくと思います」⁵⁾ と同学会の目的である「国際取引および国際経営におけるコミュニケーションの研究」を引用しつつ、国際経営の研究では異文化コミュニケーションを中心に位置づけている。

こうした則定教授の意見と西田司教授のビジネス・コミュニケーションの視点に2つのレベルがあるという捉え方⁶⁾ を考え合わせると、企業内や国際経営におけるコミュニケーションをコミュニケーション行動の背景にある理屈（文化理論やコミュニケーション理論）で切り取る方法論が研究対象とすべき異文化ビジネス・コミュニケーションということになる。

Ⅲ. 異文化（間）コミュニケーションという名称

異文化（間）コミュニケーションという言い方について、「異文化間コミュニケーション」のほかに「異文化コミュニケーション」ともいわれている。後者の場合、「異」と「間」の概念上の重複を避け、「異文化とのコミュニケーション」の意味を持たせる目的があるという⁷⁾。因に、この分野では異文化コミュニケーション学会（The Society for Intercultural Education, Training, And Research: SIETAR）という学会があり、異文化という言い方をしている。

もし概念上の重複があると仮定して、それが「異文化間コミュニケーション」という言い方をする研究者にとって理解され受け入れられるものであるとするならば、今日でも「異文化間コミュニケーション」という言い方がなぜ存在するのだろうかという疑問が残る。なお、「異文化ビジネス・コミュニケーション」という言い方については、筆者が文献を調べた

5) 国際ビジネスコミュニケーション学会ホームページ (<http://webclub.kcom.ne.jp/mb/jbea-1>) に掲載されているご挨拶（理事長）「新たな名の下に」より引用した。

6) David Wagner・西田司『国際ビジネス・コミュニケーション』、洋販出版、1999年、iv-v ページ参照。

7) 古田暁監修・石井敏ほか『異文化コミュニケーション』、有斐閣、1996年、66 ページ参照。

限りにおいては「異文化間ビジネス・コミュニケーション」という言い方は見当たらなかった。

その他、異文化の意味合いについて、小林薫教授は次のように述べている。

「cross-culture はかつては『交差文化』とか『交錯文化』とか『交流文化』と訳されたのが、いつの間にか日本人の舌に馴染み安い『異文化』として定着してしまったところに問題がある。日本語で『異』というと異端、異形、異種、異者、異物、異色、特異、異人、異論といった言葉の中に込められているように、そこには、strange, peculiar, different, alian …というニュアンスがかなり濃厚に感じられる。従って、異文化の中にも、こうした connotation が内包されているので、どうしても必要以上に、通常以上にプレイアップされるという運命を辿ってきたといえよう。」⁸⁾

英語では intercultural とか cross-cultural と表現されるが、このように日本語では異文化と訳されていることで「異」⁹⁾ であるということが前提の意味合いとなってしまうことは問題であるかもしれない。

IV. コミュニケーションの研究領域と傾向

コミュニケーションの研究は次の7つの領域に分けられるという¹⁰⁾。

(1) コミュニケーション理論

人間のコミュニケーション行動やプロセスに関するさまざまな現象に対する包括的かつ抽象的な分析や説明

8) 小林薫「グローバル化時代に求められる真の実用英語力—読み書き話すことのストリームライン化を目指して—」(『日本商業英語学会研究年報』第54号, 日本商業英語学会, 1995年), 146ページ。

9) 『広辞苑』第5版によると、異とは「①ことなること, 変わった点があること。別なこと。②普通とは違って怪しいこと, 妙なこと。また, すぐれていること。③正統ではないこと。」とある。

10) 橋本満弘・石井敏『コミュニケーション論入門』, 桐原書店, 1996年, 27-47ページ参照。

関根：異文化ビジネス・コミュニケーションについての予備的考察

(2)対人コミュニケーション

2人をベースに対面して行う言語および非言語によるコミュニケーション

(3)小集団・組織コミュニケーション

社会生活ではもっとも日常的であると考えられる家庭、地域、職場等の人間のコミュニケーション

(4)マス・コミュニケーション

送り手研究と効果を測定する受け手研究とに大別

(5)レトリカル・コミュニケーション

修辞学と訳されることが多いが、意味が曲解されることもあることからレトリックがそのまま使われる傾向にある。レトリックとは、説得のために、とりうるあらゆる可能な手段を発見する能力

(6)異文化コミュニケーション

異なる文化的背景をもつ人々の間で行われるコミュニケーション

(7)その他の領域

言語・非言語コミュニケーション（意味の解釈をめぐるサイン、シグナル、シンボルなどのメッセージ研究など）、コミュニケーション教育（スピーチ・コミュニケーションの実践的側面に重点を置いた領域）、国際コミュニケーション（国際間でのさまざまな次元における意思疎通、外交交渉など広大な領域をカバー）、説得コミュニケーション（レトリカル・コミュニケーションも説得論と言い換えてもよいほど基本的な関心は近似している）など

また、日本のコミュニケーション研究の傾向としては、(1)異文化コミュニケーションの重視、(2)語学教育との関連性、(3)対人、小集団等のミクロレベルのコミュニケーション研究の希少性の3点が挙げられるという¹¹⁾。

以上、コミュニケーションの研究領域と傾向を概観したが、異文化ビジ

11) 橋本満弘・石井敏『日本人のコミュニケーション』、桐原書店、1993年、145ページ参照。

ネス・コミュニケーション研究を行う上で上記のようなさまざまな研究領域からその成果を借用したり援用することが可能であろうが、とりわけ異文化コミュニケーションの研究をビジネスの視点から切り取るやり方がこれからの研究の方法論の一つではないかと思われる。

V. 異文化コミュニケーション研究

異文化コミュニケーション研究とは、基本的には複数の文化の単なる比較や対照ではなく、文化の異なる人たちが直接に対面 (face-to-face) して行う相互作用に焦点を置き、この相互作用と文化の関係が異文化コミュニケーション研究の主題であるという¹²⁾。

この対面ということについて、「コミュニケーションの基礎はあくまでも対面コミュニケーションにある」¹³⁾ といわれるようにコミュニケーション研究の基本的な認識なのであろう。これは、これまで商業英語 (学) が「主に非対面式における書面によるコミュニケーションとくに letter writing に焦点を合わせてきたこと」¹⁴⁾ とは対照的であるといえる。

異文化コミュニケーション研究の基本目的は次のように3つに大別されると考えられるという¹⁵⁾。

- (1)空間と時間の両面で縮小の一途をたどる現代世界に生きる人間の共通課題である異文化相互理解に対する積極的態度の養成と世界的展望を持つ人間観の確立である。
- (2)異文化との接触に必要な適応力の養成である。
- (3)学校や職場における教育の一部をなす实际的異文化コミュニケーション技能の養成である。留学生、海外駐在員、国内の多国籍および外国系

12) 古田ほか、前掲書 (注7), 73ページ参照。

13) 足立行子ほか『ビジネスと異文化のアクティブ・コミュニケーション』, 同文館出版, 2002年, 68ページ。

14) 大崎, 前掲書 (注3), はじめに。

15) 古田ほか, 前掲書 (注7), 76ページ参照。

関根：異文化ビジネス・コミュニケーションについての予備的考察

企業関係者などに要求される対人関係，交渉，問題解決の技能の養成は急務である。

ビジネスにおいても，グローバルな視野を持つビジネスパーソンの育成，異文化適応力の養成，異文化コミュニケーション技能の養成は急務の課題であり，異文化コミュニケーション研究のこうした基本目的は国際ビジネスコミュニケーション学会のビジネス・コミュニケーション研究にもそのまま当てはまるものといえよう。

ただ，異文化コミュニケーション研究が新しい学問であり，日本では外国語教育，社会心理学，貿易やビジネスなどの分野で注目されているが，理論的背景，動向，視点などの考察はほとんど行われていないという¹⁶⁾。

異文化コミュニケーション研究の方法論の確立が遅れている要因として，次の4つが挙げられている¹⁷⁾。

(1)比較的新しい研究分野である。

(2)コミュニケーション研究が一般に学際的な性格を持っている上に，多面的で多様な接近法を許す文化との関係においてコミュニケーションが一層複雑な様相を呈し，研究の焦点が合わせにくい。

(3)この分野が実際的な外国語教育やビジネスと直結したために，実際的な技能の養成に重点が置かれている。

(4)この分野の研究者が一般的に少なく，特に理論化や研究方法論の発展に関心をもつ研究者が限られている。

こうした状況を考えると，ビジネスという視点からこの分野の研究で果すことができる役割は少なくないように思われる。とくに，方法論の確立が遅れているということで，商業英語（学）のフレームワークをこの分野でどのように応用・発展させて行くのか今後取り組むべき課題といえよう。

16) 古田ほか，前掲書（注7），73ページ参照。

17) 橋本ほか，前掲書（注10），48-49ページ参照。

VI. 異文化ビジネス・コミュニケーションの現状

まだ新しい分野であるが、すでに異文化ビジネス・コミュニケーションとしての研究が見られる。そのいくつかを紹介してみることにする。

「異文化ビジネス・コミュニケーションは、個人、小集団、組織内、組織間、環境などあらゆるレベルで存在する。厳密に言えば、個人対個人、個人対小集団、個人対組織、個人対環境、小集団対小集団、小集団対組織、小集団対環境、組織対組織、組織対環境の9種類の異文化ビジネス・コミュニケーションがあると考えられる。そしてこれらは、多くの場合、単独ではなく幾つかの組合せで同時に進行する。」¹⁸⁾

これは、コミュニケーションの研究領域としての対人コミュニケーション、小集団・組織コミュニケーション等の分類に準じたものになっているように思われる。組織内、組織間とは、別の言い方をすれば、企業内、企業間と置き換えることができよう。

一方、異文化ビジネス・コミュニケーションの対象分野としては次のようになるという¹⁹⁾。

- (1) Community communication (地域社会とのコミュニケーション)
- (2) Culture (文化)
- (3) Organizational communication (組織内におけるコミュニケーション)
- (4) Language workability (言葉の運用能力)
- (5) Nonverbal communication (非言語コミュニケーション)

また、異文化ビジネス・コミュニケーションのターゲットとしては以下のとおりとなっている²⁰⁾。

- (1) 具体化と計量化 (visualization and quantification)

18) 大崎, 前掲書(注3), 123ページ。

19) 岩下貢『海外ビジネスコミュニケーション-米国式ビジネスの理論と実践』, 日本貿易振興会, 1988年, 5ページ参照。

20) 同上書, 119-131ページ参照。

関根：異文化ビジネス・コミュニケーションについての予備的考察

具体化とは物事をできるだけ具体的に、また例証的に説明しようとする行為。計量化とは物事の価値をできるだけ数値化して判断しようとする発想

(2)意思決定とプレゼンテーション (intrapersonal communication and presentation)

この intrapersonal communication とは discussion and decision-making within oneself (自己内部における討論と意思決定)。プレゼンテーションとは自分の意思を発表するすべての行為

(3)説得のコミュニケーション (persuasive communication)

どのように相手を動機づけ説得するか

(4)人間関係と葛藤の処理 (interpersonal relationships & conflict management)

「勝者、敗者」の関係をつくりだすことなく (Never create a winner-loser relationship), 建設的な葛藤の処理

(5)論理的なコミュニケーション (logical ways of communicating)

どのようにすれば論理的なコミュニケーションができるようになるか。どの程度論理的にコミュニケーションができるかが海外ビジネスの結果を左右する

対象分野の分類方法およびターゲットは、本稿で先に取り上げた内容とは趣を異にするものであり、アメリカ流のコミュニケーション理論であるように思われる²¹⁾。欧米の理論ももちろん研究しなくてはならないが、後述するように、Association for Business Communication の論文によると異文化ビジネス・コミュニケーションの研究・教育ではビジネスの焦点を欠いているという指摘がなされていることに留意する必要があるだろう。その他、非言語コミュニケーションについて、羽田三郎教授は「コミュニケーションは言語だけではできないといっても、非言語的要素も言語で説明できる

21) この書の副題には「米国式ビジネスの理論と実践」とある。

ことが多く、人間の高度で複雑なコミュニケーションはなんといっても言語によらねばならない²²⁾と述べているように、第一義的には言語によるコミュニケーションに主眼を置くべきであろうと考える。

Ⅶ. 他学会での動向

アメリカの Association for Business Communication で発表された論文からその動向を見てみることにする。

“The concern about the lack of business focus in intercultural business communication is not new. Limaye and Victor (1991) in a comprehensive review of the literature on intercultural business communication conclude that ‘current work on cross-cultural business communication has paid little attention either (a) to adapt these seminal works on general communication to the needs of intercultural business or (b) to create new models more relevant to cross-cultural business exchanges.’”²³⁾

この論文によると、異文化ビジネス・コミュニケーションにおいてビジネスの焦点を欠くことについての懸念は新しいものではなく、また異文化コミュニケーションの研究では、一般的なコミュニケーションの研究を異文化ビジネスのニーズに合わせることや異文化ビジネス交流により関連したモデル作りについてほとんど配慮が払われてこなかったという。

“All too often the focus of intercultural business communication courses is on general intercultural communication rather than on intercultural business communication. However, many aspects of general culture are irrelevant for international business. In an intercultural business communication course the focus must be on business, and we need to tie our teaching

22) 羽田, 前掲書 (注2), 142ページ。

23) Varner, I.I., “The Theoretical Foundation for Intercultural Business Communication: A Conceptual Model”, *The Journal of Business Communication*, Vol.37, No.1 (January 2000), p. 49.

firmly to business issues.”²⁴⁾

教育面でも、異文化ビジネス・コミュニケーションのコースのほとんどが一般的な異文化コミュニケーションが中心であり、ビジネスに焦点を合わせるるとともに教育をビジネス問題に結びつける必要があるという。

以上から、異文化ビジネス・コミュニケーションの研究・教育といっても、実態は異文化コミュニケーションの域を出ていない模様である。

日本では、(社)日本時事英語学会において、2002年7月に異文化間コミュニケーション研究分科会がビジネス異文化コミュニケーション研究分科会と改称された。この研究分科会では事例研究や実践的なテーマが取り上げられているようであり、今後どのような内容の活動を行ってゆくのか注視したい。

なお、同学会は定款の中でその目的を「時事英語の理論とその応用に関する進歩普及を図り、もって学術文化の発展に寄与すること」(下線は筆者)としている。これに対し、国際ビジネスコミュニケーション学会では「国際取引および国際経営におけるコミュニケーションの研究」(下線は筆者)としているので、双方の学会の基本的な取り組み姿勢に違いがあるのかもしれない。

VIII. お わ り に

則定教授は「商業英語研究は、英語学の成果を盛んに採り入れたが、多くは、英語学の研究に留まり、商業英語学としての独自性を持つに至らなかった。従来の研究のありようを反省しなければ、今後の研究は、コミュニケーション学の域に留まり、ビジネス・コミュニケーション学独自の方法論を持ち得ないことになろう」²⁵⁾と述べるとともに、「ビジネス・コミュ

24) Varner, I.I., "Teaching Intercultural Management Communication: Where Are We? Where Do We Go?", *Business Communication Quarterly*, Vol.64, No.1 (March 2001), p.100.

25) 則定隆男「ビジネス・コミュニケーション研究に対する批判と提言—国際契約コミュニケーション論の提唱—」(『日本商業英語学会研究年報』第51号, 日本商業英語学会, 1992年), 89ページ。

ニケーションは、学際的研究である。コミュニケーション学、言語学、文化人類学、心理学、そして法学という様々な分野の方法論を借用することが求められる。しかし、そこには常に商学の視点がなくてはならない。言い換えれば、コミュニケーション現象と、商学の視点を共通項としなくてはならない²⁶⁾ という。

これは、国際ビジネスコミュニケーション学会が日本経済学会連合に加盟し、また日本学術会議第3部（経済・商学・経営学分野）に登録しているという事情からの政策的な配慮があるのかもしれない。筆者は、さらに共通項として、商業英語（学）にみられる「ビジネスの促進・遂行」という考え方を付け加えてもよいのではないかと考える。「現実的効果は何か、コミュニケーションはその効果をあげているか²⁷⁾」、「利益があるかどうか²⁸⁾」という意見もみられるので今後さらに検討しなくてはならないが、筆者は商業英語（学）と比べて、ビジネス・コミュニケーションは領域が広い概念であると考えており、現実的効果や利益という直接的で有形の部分ばかりではなく、間接的で無形の部分をも視野に入れておく必要があるように思う。

異文化（間）コミュニケーションについて、羽田教授は「異文化間コミュニケーションを論じるのに、相違ばかり強調し過ぎるのもよくない。たしかに困難ではあるが、人類に共通の考え方や感じ方もたくさんある。また、ビジネスでは、利害の対立することも多いが、取引実現という共通の目的がある²⁹⁾」という。これに関連して、杉本良夫教授も「異文化との違いだけを紋切り型で強調する異文化教育が日本でも豪州でも盛んだが、百害あって一利なしだ。どこが同じかをまず見つけ、類似性と異質性の両

26) 則定隆男「学会の過去、現在、未来」（『日本商業英語学会研究年報』第61号、日本商業英語学会、2002年）、81ページ。

27) 同上論文、81ページ。

28) 第62回日本商業英語学会全国大会にて筆者が研究報告を行った際、フロアよりこの意見があった。

29) 羽田、前掲書（注2）、143ページ。

方を視野に入れたい」³⁰⁾ の意見であり、相違性を強調する傾向に対する反省として共通性や類似性にも目を向けることが求められているように思う。企業社会が求める英語についても変化が起きつつあり、「これまで求められていた貿易実務的でありテクニカルな英語に対し、これからは、自分の人生観や人間性をも含めてビジネス観や戦略を熱く語り、部下のやる気を引き出し、率いていけるような、ビジネスリーダーとしてのコンセプチュアルな英語が求められています」³¹⁾ という。これは、ある意味では、商業英語(学)からビジネス・コミュニケーションへ発展させてゆく必要性を企業社会の見方で表現したのではないかと受け止めている。

最後に、秋山武清教授は「わが国の悪しき伝統と同学会の従来の研究活動の姿をおもうとき、名称変更によってあるべき学会の姿に簡単に移行できるものかどうかという杞憂もある」という³²⁾。筆者としては、ビジネス・コミュニケーションという名称を用いることにより、その研究領域として本稿で取り上げたように、対面式による相互作用と文化、異文化への配慮や適応力、説得や論理的なコミュニケーションなどを視野に入れた研究・教育の内容が問われてくるので、これまでの商業英語研究・教育が大きな変容を迫られることは避けられないのではないだろうかと考える。

30) 2002年8月29日付け『朝日新聞』(10版)の記事「異文化理解への早道とは」より引用した。

31) 『TOEIC Newsletter 79』, (財)国際ビジネスコミュニケーション協会, TOEIC運営委員会, 2002年7月, 11-12ページ。

32) 秋山武清「ササラ型商業英語研究」(『青山経営論集』第37巻第4号, 青山学院大学経営学会, 2003年), 22ページ。