

朱 大江 提出 学位申請論文

『現代ビジネス文書における副詞について

—ビジネス日本語教育の視点から—』 審査報告

論文の内容の要旨

本論文は、ビジネス文書マニュアル本および会社案内パンフレット・統合報告書を調査資料として副詞の使用実態を分析して、ビジネス日本語教育に反映させるために、主要な副詞の用法の特質を考察した研究である。本論文は序章、第一部「ビジネス文書における副詞の全体像」、第二部「ビジネス文書における陳述副詞」、第三部「ビジネス文書における情態副詞」、第四部「ビジネス文書における程度副詞」、終章によって構成されている。

序章では、研究背景と目的を述べ、本論文における副詞の定義と分類を示し、ビジネス日本語における副詞に関する先行研究とビジネス文書の扱いについて述べている。

第一部は第1章「会社案内パンフレット／統合報告書における副詞について」、第2章「ビジネス文書における副詞について」の2章で構成されている。第1章では、日本語学習者の就職活動の資料となる「会社案内パンフレット／統合報告書」30社分を調査し、155語の副詞が用いられ、なかでも高頻度で使用される副詞31語を明らかにしている。またコロケーションの調査からビジネス日本語文書の語彙に接触し始める

日本語学習者にとって必要であると考えられる副詞として「より、さらなる、さらに、こう、一層、常に、特に、ともに、もっとも、しっかり、そう、もちろん、どう、極めて、予め、よく、ぜひ、ますます、真に、もっと」の 20 語を選定している。第 2 章では、日本語学習者の就職後に必要となる仕事で使用するビジネス文書マニュアル本 7 冊を調査資料として、合計 183 語の副詞が使用され、なかでも高頻度で使用される副詞が「ますます、まずは、誠に、格別、なにとぞ、よろしく、取り急ぎ、かたがた、早速、いっそう、大変、至急、いよいよ、謹んで、ひとえに、ぜひ、あらためて、かねて、すでに、必ず、あしからず、とりあえず、より、いまだ、重ねて、どうか、さらに」の 27 語あることを明らかにし、社外文書（5634 例）＞社交文書（4390 例）＞社内文書（616 例）の順で外向きの文書ほど副詞が多くなり、副詞の使用によって敬意を高めることができる」と指摘している。また、朝日新聞データベース『聞蔵Ⅱビジュアル』の社説における副詞 27 語を調査してビジネス文書において高頻度で使用される副詞とはコロケーションが異なることはビジネス日本語教育現場において副詞の例文を提示する際の参考になると指摘する。さらに 24 冊のビジネス小説の調査から「よろしく」「大変」「ぜひ」「改めて」「すでに」「必ず」「とりあえず」「さらに」の 8 語がビジネス会話でもよく使用される副詞であると指摘している。

第二部・第三部・第四部では、第 2 章で選定したビジネス文書マニュアル本において高頻度で使用される副詞を対象とし、それらの使用実態、呼応状況、意味特徴、類似する副詞との使い分けを中心に検討している。

第二部は陳述副詞を扱い、第3章「ビジネス文書における「ぜひ」「ぜひとも」について」、第4章「ビジネス文書における「どうか」「どうぞ」について」、第5章「ビジネス文書における「なにとぞ」について」の3章で構成されている。第3章では、「ぜひ」は社外文書と社交文書で多用され、特に希望・意志表現と呼応してしばしば依頼・必要などの表現を伴い、「ください」「てください」の「命令」の意味を弱めて「依頼」として用いることができ、相手にメリットをもたらす文脈においては「勧誘・意志」の意味を生み出すと指摘する。これに対して「ぜひとも」は社外・社交文書に多用され、「ぜひ」の強調表現であるが「ぜひ」より汎用性が低く、最も多く呼応する表現は勧誘・意志であり、希望・希求がこれに次ぎ、「ぜひ」を使用する文よりさらに丁重な文になり、懇願や希求の気持ちがかかなり強くなると指摘する。第4章では、「どうか」は社外文書と社交文書で多用され、最も多く呼応する表現は「V+ よう」（「…くださいますよう」など）であり、「V」がこれに次ぎ、挨拶状・祝い状・依頼状以外に詫び状・進退伺い状など謝罪類の文書でも使うことができ、「どうか」を使用する文は命題内容がほとんどの場合話し手にとって望ましいが、祈願文では命題内容が話し手と聞き手の両方にとって望ましいことを指摘する。これに対して「どうぞ」は、社外・社交文書で多用されるが「どうか」の使用数より少なく、最も多く呼応する表現は「V+ よう」で、次は「～ください」であり、「勧め」の意味を持ち、挨拶状・祝い状・依頼状のみで使用され、「どうか」が「どうぞ」より懇願の意味を表すことができるのに対して「どうぞ」は文の丁寧さ

を上げるのが主な役割であると指摘する。第5章では社交文書・社外文書で最も多く使われる陳述副詞「なにとぞ」で最も多く呼応する表現は「V+ よう」であり、次は「V」との呼応であり、さらに挨拶文および謝罪文や要望を提示する依頼文との相性がよいが、行為行動の要求との呼応は少なく丁寧な依頼表現として使われるときは「ぜひ」「どうぞ」「どうか」「なにぶん」と置き換えることができると指摘する。

第三部は情態副詞を扱い、第6章「ビジネス文書における「まずは」「とりあえず」「取り急ぎ」について」、第7章「ビジネス文書における「早速」「至急」「早急」について」の2章から成る。第6章では「まずは」は社交文書ついで社外文書に使用が多く「とりあえず」「取り急ぎ」と併用が可能で本格的な内容が後に続くことについての暗示が強く、「とりあえず」は主に社交文書で今伝えることが正式に決まっているがそれ以降の事情が未定である場合に多く使用され、「取り急ぎ」は特に社外文書で「情報伝達」に特化して使用される副詞であると指摘する。第7章では、「早速」は社外文書と社交文書で多用されて主に書き手の行動を修飾して切迫感の暗示はなく「先にある行動」に素早く対応する様子を表すのに対して、「至急」は主に社外文書の依頼文で読み手の行動を修飾して切迫感を暗示して緊急性を要する場合に使用し、「早急」は社外文書で主に読み手の行動を修飾する非過去の依頼文に多いが様々な文脈で使えることを明らかにしている。

第四部は程度副詞を扱う第8章「ビジネス文書における「ますます」「いよいよ」「一層」「より」「さらに」「大変」」の1章であり、「時間基準」

「過去基準」「他者基準」の視点から分析して、ビジネス文書の前文で多用される「ますます」と「いよいよ」の汎用性の相違、および「一層」「より」「さらに」「大変」の用法の相違を考察している。

終章では、本論文における分析をまとめ、ビジネス文書における副詞が文の丁寧さを増す役割、あるいは堅苦しい文書語を潤おす機能があり、ビジネス文書における重要な要素であると指摘し、ビジネス日本語教育に貢献する可能性を示唆している。

論文審査の結果の要旨

現代日本語における副詞の研究は現代語資料を中心にすでに多くの蓄積がなされている。しかしながら、日本語教育のなかでも学習者の習得した日本語能力を発揮して活用するために不可欠なビジネス日本語の文書・会話に特化した語法の研究、とりわけ副詞の研究は近時ようやく黎明期を迎えた状況であり、未開拓の分野が少なくない。本論文は、現代ビジネス日本語における副詞について、特にビジネス文書に特化してその用法を考察した研究である。ことにビジネス日本語教育に反映させるために会社案内パンフレット・統合報告書およびビジネス文書マニュアル本（文例集）を主たる資料として調査し、それらに高頻度で使用される副詞を明らかにし、その使用実態、主要な語の用法の特質・相違を分析した研究であり、日本語学習者のビジネス日本語の習得に大きく貢献する成果を挙げており、高く評価することができる。

序章では、先行研究における副詞の分類を踏まえて本論文における副

詞の扱いを規定し、主たる調査資料であるビジネス文書の特質について記述している。

第一部ではビジネス文書における副詞の全体像を求めて第1章で日本語学習者が就職前に接する「会社案内パンフレット／統合報告書」、第2章で就職後に接するビジネス文書のマニュアル本を資料として副詞の使用状況を調査し、それぞれ使用されるすべての副詞語彙と、そのなかでも高頻度で使用する副詞を明らかにしており、有益な情報として評価することができる。第1章で資料に「どんどん」のように口語性の強い副詞が用いられる要因については文体やカテゴリーの点からの検討が望まれる。「さらに」と「さらなる」、「万一」と「万一の」のように副詞と連体詞・形容動詞との境界の曖昧な語は、研究対象とするか否かについて統一的な基準を定めて注記してより厳密に分析する必要がある。また、例文では「こう」に「こうした」が含まれているので研究目的を考慮して除外することが望まれる。ビジネス日本語教育のための副詞の選定の際に「コロケーション上の傾向がはっきり見られない副詞を除外する」か否かは研究目的によって再考する余地があろう。第2章でビジネス文書は外向けの文書ほど副詞が多くなるという傾向から副詞が多いほどより丁寧な文書になるとする指摘は斬新な見解であり、配慮表現も踏まえて考察の深化が期待される。なお、第1章と第2章との関わり、ことにそれぞれで選定した語彙の関係をさらに明らかに示す工夫が望まれる。

第二部以下は第一部で指摘したビジネス文書に高頻度で現れる副詞の

個別的な考察であるが、第3章では、陳述副詞「ぜひ」「ぜひとも」のビジネス文書における用法の特性が明らかにされておりほぼ妥当な考察がなされている。「ぜひ」の用法は「決定権」で解するよりも「強制力を持たない」と記述すればより明快に説明できよう。なお、引用する『現代副詞辞典』などにおける記述と相違するところは本研究によって得た見解をもって積極的に補説を加えるべきであろう。第4章で「どうか」を「懇願」とする見解は妥当であるが、「どうぞ」については許可を与えることで相手にメリットがある場面が多いことも踏まえて考察を加えることが望ましい。第5章は用法の難解なところのある副詞の「なにとぞ」についての考察であるが、ビジネス文書の例文において「ぜひ」と「なにとぞ」との置き換えの可否および係り先の解釈について一部に再考の余地が認められる。ただ、ビジネス文書の例文のなかにはいささか用法の変化とも思しい例があることも考慮に入れてよいであろう。「なにぶんにも」は副詞相当連語として「なにぶん」と分けて捉える方が分析しやすいと考えられる。これらはビジネス文書が候文体で書かれていた時代からの史的変遷の観点を加えた研究も今後期待できるところである。

情態副詞を扱った第三部の第6章は「まずは」「取りあえず」「取り急ぎ」の分析でこれもビジネス文書における用法についてほぼ妥当な考察がなされている。第7章の「早急」の用例は「早急に」を副詞的用法として扱うなど再考の余地がある。また、「早速」「至急」「早急」のいずれについても「先にある行動」を問題にすることができるとい趣旨の論述となっているが、「早速」の場合は他の2語とは「先にある行動」の意

味が異なり、当該の語の語義記述にあたって「先にある行動」を問題にする必要があるのは「早速」だけであることに改めて留意し、この部分は論述を整理し直すのがよいと思われる。程度副詞を扱った第四部の第8章では程度副詞を分類しているが、立論の方法を工夫し、また、日本語教育のためには「より」に後接する語が限られていてプラスの意味を有する例が多いことについて分析することが望まれる。

本論文全体を通じて、ビジネス日本語のなかでも特にビジネス文書における副詞の使用状況を解明し、ことに高頻度で使用される語を中心に用法を考察しているが、個人的な手紙よりも候文体が長く保たれたビジネス文書の特徴を考慮すれば個々の語の史の変遷の視点を踏まえた研究も今後期待されるところである。また、今後は一般の日本語における副詞についても研究対象を広げ、ビジネス日本語における副詞の用法との差異を明瞭な形で抽出するという成果もあげることによって学習者を一層益し、また日本語学的にも魅力あるテーマとなるであろう。

本論文は以上のように再考を要すべき点も含まれるが、それ以上に第一部・第二部・第三部・第四部に亘る意欲的な調査と精密な考察によってビジネス文書における副詞の特質が解明された研究として高く評価することができる。

よって、本論文の提出者、朱大江は、博士（文学）の学位を授与せられる資格があるものと認められる。

令和3年12月14日

主査 國學院大學教授 諸 星 美智直 ⑩

副査 國學院大學教授 菊 地 康 人 ⑩

副査 國學院大學教授 小 田 勝 ⑩

朱 大江 学力確認の結果の要旨

下記三名が各専門分野からそれぞれ学力確認の試験を行った結果、
博士（文学）の学位を授与される学力があることを確認した。

令和3年12月14日

学力確認担当者

主査	國學院大學教授	諸 星 美智直	㊞
副査	國學院大學教授	菊 地 康 人	㊞
副査	國學院大學教授	小 田 勝	㊞