

令和 6 年 2 月  
大学院文学研究科

茅 桂英 提出 学位申請論文  
『ビジネス日本語における  
依頼表現について』  
審査報告書

國 學 院 大 學

茅 桂英 提出 学位申請論文（課程博士）

『ビジネス日本語における依頼表現について』 審査要旨

### 論文内容の要旨

本論文は、ビジネス日本語における依頼表現について、話し言葉と書き言葉に分けて社内場面と社外場面における実態を調査し、また資料とする昭和期から平成期に至るビジネス小説における史の変遷、話者と聞き手の上下関係・ジェンダーによる影響を分析・考察した研究である。本論文は序章、第一部2章、第二部3章、第三部4章、第五部1章、終章の12章によって構成されている。

序章では、依頼表現の先行研究を整理して本論文の立場を述べている。

第一部「ビジネス場面における現代書き言葉の依頼表現の使用実態」は、第1章「ビジネス文書マニュアル本における依頼表現」、第2章「ビジネス場面における依頼表現—銀行ホームページの「お知らせ」を調査対象として—」の2章で構成されている。第1章では、ビジネス文書マニュアル本の社外文書、社交文書、社内文書における依頼表現の使用に違いがあり、社外文書には「くださいますようお願い申し上げます」、社交文書には「賜りますようお願い申し上げます」、社内文書には「お／ご～ください」が最も多く使われており、また「お／ご～ください」「のほどお願い申し上げます」「賜りますようお願い申し上げます」「くださいますようお願い申し上げます」は社外、社交のいずれにも多く使用さ

れている一方で、「お/ご~ください」は社外・社交・社内のいずれにも多く使用されているが「てください」は社内のみによく使われ、社外・社交にはあまり使われていないと指摘している。第2章では、銀行ホームページの「お知らせ」を調査した結果、ビジネス文書マニュアル本と同様に「お/ご~ください」が多く使われ、「いただけますよう」「いただけるよう」などの「いただける」系があまり使用されていないこと、マニュアル本では間接依頼文も見られるのに対して銀行ホームページの「お知らせ」では直接依頼文の「命令形で終わる文」と「<依頼する>旨を明示的に述べる文」しか使われていないこと、また「いただく」「くださる」の比較では、マニュアル本で「くださいますよう」「くださる」が多用されているのに対し、銀行ホームページの「お知らせ」には全体的に「いただきますよう」「いただくよう」などの「いただく」系のほうが多く使われていることを指摘している。

第二部「ビジネス小説における依頼表現の使用実態・変遷」は、第3章「平成以降のビジネス小説における依頼表現について」、第4章「昭和後期のビジネス小説における依頼表現」、第5章「「てください」の使用状況の変遷について」の3章で構成されている。第3章では、平成期のビジネス小説5作品を調査して、社内・社外のいずれの場面でも間接依頼文より直接依頼文の方が多く、年代が下るにつれて「てもらう」系依頼表現の使用の広がりが見られ、女性による「~て」、男性による「てくれ」「てほしい」の使用状況から平成以降のビジネス小説の依頼表現において男女差は依然としてある程度存在しており、社外場面で「お/

ご～ください」「ていただく」が多く使われていることから社外と社内とで使い分けているが、ビジネス小説における依頼表現はビジネス文書マニュアル本ほど丁寧度が高くないことを指摘している。第4章ではビジネス小説の祖と言われる城山三郎（1959）『総会屋錦城』などの昭和後期の4作品を調査して、直接依頼文は間接依頼文の2倍用いられているが、高杉良（1979）『社長解任』のみ社内場面で社長・副社長に対して間接依頼文が多用されていることから相手の地位による使い分けの可能性があるとみる。『社長解任』においては、「てほしい」の増加と、目上の男性が目下に対して「てくれ」を多用するのに対して女性が「～て」「～ないで」を多用する男女差の傾向が見られるとする。また、肯定疑問文、否定疑問文ともに「てもらえる」系より「てくれる」系の用例が多く、特に否定疑問文は「てもらえる」系（否定形）より、「てくれないか」「てくれませんか」などの「てくれる」系（否定形）の方が遥かに多い傾向が見られ、昭和後期のビジネス小説には「てくれる」系が主流であると指摘している。第5章では昭和・平成期のビジネス小説11作品を調査して、「てください」は1970年後半から下位者に依頼する時にも多用されるようになり、1974年の作品までは上位者が下位者に対して「てくれ」を多用する傾向が見られ、「てください」「ないでください」のいずれも昭和期から平成期まで「勧め」よりも「依頼」が主な機能であったこと、否定形の「ないでください」も昭和期から平成期にかけて下位者にも使用するようになったが「勧め」機能はあまり使用されないことを指摘している。

第三部「上下関係・ジェンダーの依頼表現に及ぼす影響」は第6章「ビジネスドラマにおける依頼表現—上下関係・話し手の性別・聞き手の性別による影響—」である。第6章では、ビジネスドラマ2作品を資料として職場の同部署における上下関係・性別の観点から分析して「てもらってもいいですか」という許可求め型依頼表現は異性に対してしか使用されていないことを指摘している。

第四部「「くださる」系・「いただく」系・「いただける」系の実際の使用状況」は第7章「ビジネス場面における依頼表現について—企業で実際に用いられているメールを調査対象として—」、第8章「「くださる」「いただく」「いただける」「賜る」について」、第9章「ビジネス場面における依頼表現—中国語母語話者と日本語母語話者とを比較して—」の3章で構成されている。第7章では実在の企業で使用されたメールを調査して、8つの依頼表現形式のうち「いただければ」が最も多用され、「くださいますよう」と「いただきますよう」は拮抗しており、「いただくよう」はまだ使用されているが「くださるよう」は現在あまり使用されていないことを指摘している。第8章では都市銀行2行のホームページの「お知らせ」を対象に調査して「くださる」「いただく」「いただける」「賜る」はいずれも普通形より丁寧形の方が多く使用され、また、2013年以降「いただきますよう」が「くださいますよう」に代わり2020年以降「賜りますよう」が「いただきますよう」に代わって多用されている実態を明らかにしている。第9章ではビジネス場面における中国語母語話者と日本語母語話者の使用する依頼表現をアンケートに

よって調査し、使用実態を分析している。

第五部「中国におけるビジネス日本語教育のあり方及び提案」は第10章「中国のビジネス会話教科書における依頼表現」で、4冊の中国のビジネス日本語会話教科書における依頼表現を調査し、「お願いします」と「てください」が最も多く使用されており、中国人日本語学習者が職場場面で使用する依頼表現は中国のビジネス日本語会話教科書の影響であることを指摘している。

終章では本研究の成果をまとめ、中国におけるビジネス日本語教育のありかたについて提言している。

## 論文審査の結果の要旨

本論文は、現代語における依頼表現について、これまで研究されてこなかったビジネス日本語に特化して、社内場面と社外場面に分けて、話し言葉を反映する昭和から平成にかけてのビジネス小説、書き言葉の資料であるビジネス文書・メール・企業ホームページ等を調査してその使用実態を解明した独創的な成果を示しており、日本語教育のためにも有益な貢献をする研究として高く評価することができる。

序章では、先行研究を踏まえて依頼表現を分類し、本論文の立場を述べているが、先行研究は年代順に整理するのが一般的である。また「依頼」と分けた「許容」の機能の論文全体での位置づけも序章で述べておくことが望まれる。

第一部ではビジネス場面における現代語の書き言葉としてビジネス文書マニュアル本と銀行ホームページの「お知らせ」を資料として依頼表現を調査して実態を解明しており、有益な情報が示されている。このうち第1章について、ビジネス文書マニュアル本の書誌は用例の使用状況の考察の手掛かりにもなるので詳しく記述すべきである。また、依頼表現の使用状況を示す表の中の「使用率」は文書数に対する用例数で一般的ではないので算出方法を明記すべきである。第2章では同じ銀行ホームページでもメガバンクよりもそうでない銀行の方が丁寧な依頼表現がはるかに多いという銀行間の個性の相違を解明していて興味深い。銀行ホームページの「お知らせ」がほぼ社外文書に相当することを明記す

ることで第1章との相違が明快になるはずである。

第二部ではビジネス会話における依頼表現を昭和期から平成期にかけてのビジネス小説を資料として調査することで間接依頼文より直接依頼文が好んで用いられている一方で昭和後期には「てもらう」系よりも「てくれる」系が主流だったのに対して平成期には「てもらう」系の依頼表現が広がっていることを明らかにするなどビジネス会話における依頼表現の実態を実証的に詳細に解明して評価することができる。平成期のビジネス小説を扱った第3章では、依頼表現の使用状況を分析するために主人公が男性である作品と女性である作品の相違を検討しているが、それ以上に上司と部下の関係とともに男女別の割合が使用状況の相違の分析のための基礎データになると思われる。第4章では、遡って昭和期のビジネス小説を扱っているが、論文の構成としては昭和期、平成期の順番で配置した方が言語の史的変遷は論述しやすいと思われる。これらのビジネス小説は新聞・雑誌に掲載後に単行本・文庫本として出版される過程で改稿・改題されることがしばしばあるので各作品の書誌を詳述する必要があるだろう。その上で昭和期と平成期の依頼表現の相違を整理した記述を設けると論旨が明快になると思われる。特に「てほしい」系の増加が指摘されていて興味深いのが、これはビジネス小説のみならず他の分野の小説も含めてどの時期から増加したのかについてさらなる解明が待たれるところである。日本語教育では「てほしい」はまだ一部の教科書しか取り上げていないが、コーパスなども援用して調査を継続発展させる意義があると思われる。なお、会社内での仕事上の依頼とプラ



イベートな場面での依頼とで改まり度が相違する可能性もあるので分けて分析することが望まれる。男性の上司に対する依頼表現の例だけでなく女性の上司に対する用例も挙げるのが望ましいが、ことに昭和期に遡って見られるかどうかは今後注目すべき視点である。第5章では「てください」の使用状況の変遷が解明されているが、先行研究で1940年代生まれの作者から下位者に対して受益型を用いることが一般的となると指摘しているのに対して本章における調査結果がどのように位置づけられるかを詳述すべきである。また、清水一行の『動脈列島』(1974)と高杉良の『社長解任』(1979)の間で使用状況に隔たりがあって区分できるのであれば言語史の研究としては昭和期と平成期の相違にこだわらずにまとめて論述した方がよいと思われる。「てくれ」が下位者に対して多用されているのはビジネス小説の特色といえるが、「よしてください」の例は「依頼」と解せられるかどうか、作品の内容に踏み込んで考察することが望まれる

第三部では上下関係・ジェンダーの依頼表現に及ぼす影響を検討するために第6章でビジネスドラマを調査しているが、テレビドラマを言語資料として扱う場合は、原作の小説の有無、ドラマ化の経緯などの検討を経た上で使用することが望ましい。本章でも依頼表現が話し手と聞き手の男女別だけでなく会社内のオフィシャルな場面なのかプライベートな場面なのか、また、頼んで当たり前の当然性の依頼なのか頼みにくい特別な依頼であるのか、あるいは相手の負担度によっても傾向が異なる可能性を考慮すべきである。命令形で終わる文の内訳は「てください」

が圧倒的なので「お～ください」と分けた方が傾向を的確に示すことができると思われる。

第四部は「くださる」系・「いただく」系・「いただける」系の使用状況の調査であるが、第7章では近時インターネットの発達に伴ってビジネスの現場で伝統的な紙の文書からメールに移行するなかで企業秘密・個人情報の観点から実物を言語資料として利用することが難しいなかで利用する機会に恵まれたことで実現した研究であるだけに実際の企業における貴重なデータを得ることができたといえる。ただし、「ご+名詞」「お+名詞」と「お+動詞ます形」を区別する意味は見出しがたいと思われる。第8章では銀行ホームページの「お知らせ」において「賜る」が再び増加していることを指摘しており、意外な興味深い事実を示している。近代語における「くださる」と「いただく」の史的変遷、さらにはビジネス文書が候文で作成されていた時代まで遡るなど研究の発展性が見込めるテーマである。なお、銀行ホームページにも規範的でない用例が見られるが、日本語母語話者が作成した文書であってもすべてが現代共通語における規範的な語形であるとは限らないことにも留意すべきである。第9章では中国語母語話者と日本語母語話者を対象としたアンケート調査に基づく分析であるが、話し言葉として使用しにくい選択肢が見られるので、回答者に質問の意図が正確に伝わるよう事前の準備を入念にすることが望まれる。また、「脱ジェンダー化」に言及しているが、本論文で詳細に指摘する男女差との整合性を考慮して慎重に論述することが望まれる。

第五部は中国におけるビジネス日本語教育のあり方について、第10章でビジネス日本語会話教科書を調査しているが、上下関係にも地位・年齢などの差異があることを考慮に入れて考察することが望まれる。

終章で今後の展望が述べられているが、本論文全体を通じて、ビジネス日本語の資料に特化して調査した依頼表現の研究は従来にない成果を得ており、これを踏まえた今後の発展を大いに期待することができる。

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12章に亘ってビジネス日本語における依頼表現を書き言葉と話し言葉とに亘って詳細に調査し、実証的に考察を加えた研究であり、日本語教育にも資するところの大きい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、茅桂英は、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6年2月15日

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	吉田 永弘	㊞