

令和 6 年 2 月
大学院文学研究科

譚 新珂 提出 学位申請論文
『ビジネス日本語における
謙讓表現について』
審査報告書

國 學 院 大 學

譚 新珂 提出 学位申請論文（課程博士）

『ビジネス日本語における謙讓表現について』 審査要旨

論文内容の要旨

本論文は、日本語教育において重要な課題であるビジネス日本語における謙讓表現の実態を解明するために現代日本語におけるビジネス文書文例集、経済小説などのビジネス日本語に関わる各種の資料に特化して用例を集めて分析・考察した研究である。本論文はすべて10章で構成されている。

第1章「現代日本語における敬語とビジネス日本語」では、現代日本語における敬語の分類、ビジネス日本語の用語の定義、本論文における調査資料の選択について述べている。

第2章「ビジネス日本語文書における「謙讓表現」について」では、2冊のビジネス文書マニュアル本を調査資料として謙讓表現を調査して謙讓語Ⅰが多数使用されていることを明らかにしている。謙讓語Ⅰの一般形「お（ご）…する」の形式内に動詞「願う」が入った「お願いする」が大量に使用されているが、現在では謙讓の度合いは非常に低いのに対して、やはり多用される「お願い申し上げます」は「お（ご）…申し上げます」自体の謙讓の度合いが高いため、謙讓意識が喪失しているようには見えないと指摘する。

第3章「ビジネス日本語会話における「謙讓表現」について」では、

3冊の経済小説を資料として、ビジネス会話における謙讓表現の使用状況を調査し、謙讓表現の出現総数438例のうち、謙讓語Ⅰは343例、謙讓語Ⅱは86例、謙讓語Ⅰ兼謙讓語Ⅱは9例であり、3資料のいずれについても、謙讓語Ⅰが謙讓語Ⅱより多く使用されており、また、第2章で扱ったビジネス文書で多用される謙讓語Ⅰ特定形「存じ上げる」「差し上げる」、謙讓語Ⅰ一般形「お(ご)……申し上げる」は非常に少なく、また、謙讓語Ⅰ特定形「お目にかかる」「お目にかける」「御覧に入れる」などの形式も見られないことを指摘している。さらに経済小説以外の分野の小説5冊における謙讓表現の使用実態を調査したところさらに少なく、むしろ小説の分野では謙讓表現が少なからず見られるのが経済小説に特有の傾向であり、経済小説がビジネス会話の資料として有益であることを証明している。

第4章、第5章では、ビジネス日本語における「させていただく」について、第2章、第3章で相違を指摘したようにビジネス文書と会話における実態を検討している。第4章「ビジネス日本語文書における「～(さ)せていただく」について」では、7冊のビジネス文書マニュアル本における334例の「～(さ)せていただく」は、Ⅰ実際に「恩恵を受けた」場合、「許可を請う」或いは「許可を得て行動する」場合153例、Ⅱ「恩恵を受けた」と想定できる場合、「許可を得て行動する」と想定できる場合、或いは「許可を得ようとする」場合76例、Ⅲ「恩恵を受けた」「許可を得た」或いは「許可を請う」の意味が一切見当たらない場合148例であり、現代のビジネス文書マニュアル本では、既に「～(さ)

せていただく」の拡張・拡大的用法をある程度認めていると考えられるとし、さらにビジネス文書マニュアル本において、「攻撃性」または「自己主張性」が感じられる用法が存在していると言える指摘している。第5章では、10冊の経済小説における177例の用例を〈1〉本来用法、話し手が聞き手（特定できる相手）から恩恵を受け、または許可を請う場合90例、〈2〉拡張用法、「恩恵を受ける / 許可を請う」の意味が薄く、あるいは「恩恵を受ける / 許可を請う」という相手を特定できない。また、話し手が自分の立場を低くしてある行為（或いはこれからの行為）を相手に伝える場合62例、〈3〉変質用法、「恩恵を受ける / 許可を請う」の意味は見当たらず、話し手が何かを「宣言」しているように聞こえ、または「攻撃性」「自己主張性」を強く感じられる場合25例に分類して、現代におけるビジネス日本語会話場面では、「～（さ）せていただく」の「本来用法」だけではなく、「拡張用法」と「変質用法」の用例も確認され、さらに本来用法から大幅に変貌して「慇懃無礼」の意味が非常に強い用例まで見られることを指摘している。

第6章「ビジネス日本語文書における二重敬語「お伺いする」などについて」では、6冊のビジネス文書マニュアル本において誤用ともいわれる二重敬語「お伺いする」「お伺い申し上げます」「お伺いいたす」が計62例見られるが、例文が見られないマニュアル本も存在していることから、この3形式について使用を避けた方がよいと考える人もいる可能性があることを指摘している。

第7章「日中謙讓表現についての対照研究」では、6冊の商務中国語

例文集における謙辞の使用状況を確認し、ビジネス日本語における謙讓表現と比較して、現代中国語における商務中国語では謙讓表現「承」「蒙」が曖昧な部分もあり、非常に少ないことを指摘している。

第8章「ビジネス日本語教科書における謙讓表現について」では、ビジネス日本語教科書における謙讓表現について、現代日本語社会における謙讓表現の特徴や使用傾向を十分に反映していると言えるが、謙讓語Ⅰ特定形の「存じ上げる」「…いただく」「お目にかかる」「お目にかける」「頂戴する」「拝～する」や謙讓語Ⅱ特定形の「いたす」「存じる」が見られないなどの相違も認められると指摘している。

第9章「ビジネス日本語における「お（ご）…する」「お（ご）…申し上げます」「お（ご）…いたす」について」では、ビジネス文書と経済小説における使用状況を調査して、「お（ご）…する」「お（ご）…申し上げます」「お（ご）…いたす」の使用上の違いが存在することを指摘している。

第10章は終章として「結論とこれからの課題」で本研究の議論をまとめた上で、今後解決すべき課題及び今後の展望について述べている。

論文審査の結果の要旨

現代語における敬語の実態についてはこれまで数多くの研究が蓄積されてきたが、日本語学習者にとって重要なビジネスの現場における敬語の実態については十分な説明がなされているとはいえないようである。本論文は、このほとんど未開拓といえるビジネス敬語のうちでもとりわけ特徴的な傾向が見られる謙讓表現について、ビジネス日本語を反映するビジネス文書マニュアル本と経済小説を資料として謙讓表現の実態を分析・考察した研究であり、ビジネス日本語における謙讓表現の特質を説明するとともに、日本語教育学にも有益な貢献をする成果を挙げており、高く評価することができる。

第1章では、本論文の枠組みとして敬語の分類の先行研究を踏まえた2007年の『敬語の指針』の5分類を用いることを述べるとともに、ビジネス日本語について定義しているが、本論文で扱った伝統的なビジネス文書マニュアル本とは異なるビジネスメールを扱った石黒圭編(2020)『ビジネス文書の応用言語学的研究—クラウドソーシングを用いたビジネス日本語の多角的分析』(ひつじ書房)などの研究にも現代のビジネスの伝達手段が文書からメールへという過渡期にあることを踏まえれば言及することが望まれる。また、複数の章に亘って関連する先行研究も多いので参考文献は章末よりも巻末に整理した方が効率的である。

第2章では、2冊のビジネス文書マニュアル本における謙讓表現の使用状況が示されていて有益なデータになっているが、その用例数に誤謬

が見られるので慎重を期すべきである。また「お（ご）……申す」は謙讓語Ⅰとともに丁重語の性格も帯びているので謙讓語Ⅰ兼謙讓語Ⅱと解するのが妥当である。

第3章では、調査した経済小説の資料3点のうちの2点は銀行員の経験のある作者による銀行を舞台とした作品であるだけに日本の銀行組織における人間関係を踏まえたリアルな敬語表現の使用が解明されていて有益であるが、経済小説の描く業界は多様化しているので作品数を増やして業界による敬語表現の在り方の相違について、また、調査資料は半沢直樹を主人公としてドラマ化された作品でもあるので、ドラマにおける用例との相違も考慮に入れれば研究をより深化させることができると思われる。また、経済小説における謙讓表現と比較するために調査する小説の分野としては若年層よりは経済小説と同様に社会人の言語生活を反映させる小説を選ぶ視点も必要であろう。なお、謙讓語Ⅰ特定形の「お目にかかる」「お目にかける」「御覧に入れる」が調査資料に見られないことだけでビジネス会話における「使用が避けられている」とせずにさらに幅広い年代の話者を対象とする調査などによって検証することが望まれる。

第4章・第5章では、ビジネス文書・ビジネス会話における「～（さ）せていただく」の使用実態について考察を加えてその相違を示しているが、この問題を論ずる上で椎名美智（2021）『「させていただく」の語用論 人はなぜ使いたくなるのか』（ひつじ書房）に対する立場を示すことが望まれる。また、第4章で「～（さ）させていただきます」の用法

をⅠ実際に「恩恵を受けた」場合、「許可を請う」或いは「許可を得て行動する」場合、Ⅱ「恩恵を受けた」と想定できる場合、「許可を得て行動する」と想定できる場合、或いは「許可を得ようとする」場合、Ⅲ「恩恵を受けた」、「許可を得た」或いは「許可を請う」の意味が一切見当たらない場合の3分類をしているのに対して、第5章で〈1〉本来用法、〈2〉拡張用法、〈3〉変質用法の3分類をしているが、両章は統一的に論じて、第5章で「変質用法」を論じるのであれば、第4章に立ち返って再考の方が論旨は明快になると考えられる。また、第4章のⅢは認定が難しいので用例をより多く掲げた方が分類の説得力が増すと思われる。曖昧なものはまとめてさらに1枠設ける方法も考えられる。第5章では「～(さ)せていただく」の上接語の出現頻度の表に動詞の他に「幹事」「こと」などの名詞を含めているが、用例の処理に工夫の余地があるといえる。また「～(さ)せていただく」は字面通りの意味で使用される場合と語用論的に場面によって意味が変わる場合とを分けた考察も今後試みることが望まれる。「～(さ)せていただく」を終止形で一括しているが「変質用法」が言い切りの用例に多いのに対して「～(さ)せていただきまして～」のような用例はどうかなど活用形式と用法との対応も考えられ、また、「～(さ)せていただく」の上接語と「本来用法」「拡張用法」「変質用法」との対応を語彙的に分析するなどの視点は学習者のために有益ではないかと考えられる。発言する内容は「脅かし」「嫌がらせ」であっても敬語を使用する場合はあるので、これを摘出して文法的にだけでなく、語用論的に、また場面特有の用法など幾つかの視点

に分けて検討する余地がある。

第6章では、二重敬語といわれる「お伺いする」「お伺い申し上げます」「お伺いいたす」の三形式のビジネス文書における実態を明らかにしているのは貴重であるが、言及していない92例の「伺う」についても併せて分析する視点があってもよいと思われる。また文化庁の調査をもとに「現代社会において、二重敬語に対する許容度は高まっていると考えられる」と述べているが、もともと問題とはされていない二重敬語もあるのでこの問題とは切り離れた方が論旨は明快になると思われる。

第7章は、日本語と中国語の謙譲表現の対照研究であるが、この研究のためには中国のビジネス文書の歴史について踏まえた上で現代中国語における謙譲表現の考察に及ぶことが望まれる。ただ、中国語における謙譲表現の概念が曖昧で使用頻度も少ないので、日本語学習者のために検討すべき課題ではあるが本論文の構成の上ではやや周辺的に位置付けられる考察であるといえる。

第8章もビジネス日本語教科書における謙譲表現の扱いを調査したもので、ビジネス日本語教育の現場のために有益な情報として評価することができる。

第9章では、ビジネス日本語における「お（ご）～する」「お（ご）～申し上げます」「お（ご）～いたす」の語彙・使用状況が社外・社内別に示されていて評価できる。そのなかで、「お（ご）申し上げます」だけしか使用されない動詞について言及しているが、そのリストが知りたいところである。なお、形式内に入る語のうち「意図的加害性」があると

して挙げている「断る」「辞退する」については、加害性とする見方に付き再考を要する（例えば、相手からの過大な提供を断る / 辞退する場合は、加害性は認められない）。

第 10 章では今後の課題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に特化した謙讓表現を詳細に分析し考察を加えており、今後の研究の深化が大いに望まれる。

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 10 章に亘ってビジネス日本語研究のなかでもとりわけ中枢というべきテーマである謙讓表現を取り上げ、これに実証的調査に基づく考察を加えたのは高く評価することができる。現代日本語の謙讓表現の一端を明らかにするとともにビジネス日本語教育の現場にも資するところの大きい研究であるといえる。

よって、本論文の提出者、譚新珂は、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	國學院大學兼任講師・東京学芸大学名誉教授	北澤 尚	㊟