

# 博士論文（要約）

## 国際ビジネスにおける実効的コミュニケーションを 成立させる能力モデルの構築

-効果的で適切な英文ビジネスEメールライティングに注目して-

戸田 博之

## 目次

第1章	序論 本研究の目的とわれわれの置かれた環境.....	8
第2章	研究の背景 .....	12
第1節	研究的背景.....	12
第2節	社会的背景.....	14
第1項	Eメールの定義・特徴とその歴史.....	14
第2項	通信手段としてのEメールの重要性.....	17
第3項	ビジネスの共通語としての英語の重要性.....	20
第4項	Eメールと英語の接点にある英文ビジネスEメール .....	21
第3節	教育的背景.....	22
第1項	Eメールライティング教育の不足.....	22
第2項	英文ビジネスEメールライティング教育モデルの必要性 .....	23
第3章	先行研究.....	25
第1節	言語学における先行研究.....	25
第1項	ジャンル (Genre) に関する先行研究 .....	25
第2項	コミュニケーション能力に関する先行研究 .....	29
第3項	ELF、 BELF に関する先行研究 .....	39
第2節	ビジネス分野における先行研究.....	43
第3節	先行研究の限界とリサーチ・クエスチョン .....	48
第4章	研究手法とデータ収集.....	51
第1節	研究手法に関する基本的な考え方.....	51
第2節	データ収集 .....	53
第1項	実験1 ビジネス・プロフェッショナルによるサンプル評価 .....	54
第2項	実験2 ビジネス・プロフェッショナル自身によるEメール作成 .....	57
第3項	得られたデータ .....	60
第3節	分析手法(KJ法とうえの式質的分析法).....	65
第5章	分析と考察:要素抽出からモデル構築まで.....	69
第1節	本章の概略.....	69
第2節	RQ1の解明-情報ユニットの抽出とカテゴリー化.....	70

第1項	情報ユニットの抽出.....	70
第2項	カテゴリー化.....	71
第3項	カテゴリー化のプロセスにおける「カテゴリー飽和」.....	96
第4項	カテゴリーの精査.....	96
第5項	カテゴリーを能力表記へ.....	97
第6項	マッピングによるカテゴリーのメタ情報への統合.....	100
第7項	さらなる上位概念（メタメタ情報）でのグループ化と性格付け.....	112
<b>第3節</b>	<b>RQ2の解明-要因関連図面作成(チャート化).....</b>	<b>118</b>
<b>第4節</b>	<b>RQ3の解明-モデルの構築.....</b>	<b>122</b>
<b>第6章</b>	<b>分析と考察:モデルの検証.....</b>	<b>126</b>
<b>第1節</b>	<b>実験1のデータを使っての確認.....</b>	<b>126</b>
第1項	確認の手法.....	126
第2項	ビジネスパーソンのEメール6ケース.....	128
<b>第2節</b>	<b>実験2のデータを使っての検証と指南書の分析.....</b>	<b>143</b>
第1項	実験2による検証の意義とその結果.....	143
第2項	モデルを使った市販指南書の分析.....	170
<b>第7章</b>	<b>本研究の意義.....</b>	<b>187</b>
<b>第1節</b>	<b>研究的意義.....</b>	<b>187</b>
第1項	意義1：先行研究との比較において.....	187
第2項	意義2：言語研究とビジネス研究を融合した.....	193
第3項	意義3：他領域への応用性が多大である.....	193
<b>第2節</b>	<b>教育的意義.....</b>	<b>196</b>
第1項	何を誰がどのように教えるべきかが明確化された.....	196
第2項	価値観的コンピテンシーの汎用性は教育体制の構造的改善をもたらす....	200
第3項	価値観的コンピテンシーは企業採用プロセスへの適用が可能.....	203
<b>第8章</b>	<b>結論と今後の課題.....</b>	<b>206</b>
<b>第1節</b>	<b>結論.....</b>	<b>206</b>
<b>第2節</b>	<b>残された課題と今後の展望.....</b>	<b>211</b>
<b>引用文献 213</b>		

## 表目次

表 1	メール利用者数と通数の増加見込み (The Radicati Group, 2021)	17
表 2	研究アプローチに基づく ELF と BELF の比較	41
表 3	マクレランドのコンピテンシー・クラスター	44
表 4	実験参加者 (書き手) 概要	54
表 5	ビジネスパーソンへの実験	54
表 6	評価者として実験参加したビジネス・プロフェッショナル概要	55
表 7	ビジネスプロフェッショナルへのインタビュー要領	56
表 8	評価者へのインタビュー概要	57
表 9	実験参加したビジネス・プロフェッショナル概要	59
表 10	被験者へのインタビューの概要	59
表 11	ビジネスパーソンにより作成された E メールサンプル (参加者 1)	61
表 12	書き起こしデータサンプル (Q: 面談者、A:被面談者)	62
表 13	各 E メールに対する数値評価	62
表 14	作成された英文ビジネス Eメールのサンプル (参加者 1)	63
表 15	上記 E メールに関わるコメント (書き起こし) の一部 (参加者 1)	64
表 16	ストーリーテリングの例 (上野, 2019, p. 210)	68
表 17	抽出されたカテゴリー	72
表 18	カテゴリー数の増加と理論的飽和	96
表 19	カテゴリー名の能力表記一覧	98
表 20	抽出されたメタ情報	102
表 21	上位概念 (メタメタ情報)	116
表 22	モデルの能力の略語一覧	127
表 23	Eメール 6 のコンピテンシー展開	128
表 24	Eメール 9 のコンピテンシー展開	130
表 25	Eメール 14 のコンピテンシー展開	132
表 26	Eメール 4 のコンピテンシー展開	134
表 27	Eメール 7 のコンピテンシー展開	136
表 28	Eメール 11 のコンピテンシー展開	138
表 29	ビジネス・プロフェッショナル 1 の Eメールのコンピテンシー展開	144
表 30	ビジネス・プロフェッショナル 2 の Eメールのコンピテンシー展開	148
表 31	ビジネス・プロフェッショナル 3 の Eメールのコンピテンシー展開	152
表 32	ビジネス・プロフェッショナル 4 の Eメールのコンピテンシー展開	156
表 33	ビジネス・プロフェッショナル 5 の Eメールのコンピテンシー展開	159
表 34	ビジネス・プロフェッショナル 6 の Eメールのコンピテンシー展開	163
表 35	検証対象の指南書一覧	170

表 36	指南書①の E メール文例 .....	172
表 37	指南書①の E メール文例内各文のコンピテンシー展開 .....	172
表 38	指南書②の E メール文例 .....	175
表 39	指南書②の E メール文例内各文のコンピテンシー展開 .....	175
表 40	指南書③の E メール文例 .....	178
表 41	指南書③の E メール文例内各文のコンピテンシー展開 .....	178
表 42	指南書⑤の E メール文例 .....	183
表 43	指南書⑤の E メール文例内各文のコンピテンシー展開 .....	183
表 44	本研究での能力と先行研究での能力の対比（言語コンピテンシー） .....	189
表 45	本研究での能力と先行研究での能力の対比（方略コンピテンシー） .....	191
表 46	本研究での能力と先行研究での能力の対比（価値観的コンピテンシー） .....	192

## 目次

図 1	インターネット利用率（総務省, 2020）	18
図 2	インターネット年齢階層別利用率（総務省, 2020）	18
図 3	インターネットの利用目的・用途（複数回答）（総務省, 2020）	19
図 4	仕事で使っている主なコミュニケーション手段	19
図 5	仕事で英文 E メールを書く人の割合	23
図 6	コミュニケーション用言語使用におけるコミュニケーション	31
図 7	言語能力の構成要素（Bachman, 1990, p. 87）	32
図 8	言語使用モデル（Bachman, 1990, p. 103）	36
図 9	Celce-Muricia, M., & Z. Dornyei and Thurrell（1995） p.11	37
図 10	コミュニケーション能力モデルの変遷	38
図 11	Boyatzis（1982） p.13	45
図 12	Spencer & Spencer の冰山モデル	46
図 13	コンピテンシーの原因-結果フロー・モデル	47
図 14	情報ユニットの抽出とカテゴリー化の手順	71
図 15	全カテゴリーのマッピング（イメージ）	100
図 16	メタ情報のマッピング	111
図 17	適切情報を E メールに書く能力の構成要素	112
図 18	英語力の構成要素	113
図 19	英語力養成能力の構成要素	113
図 20	行動設計能力の構成要素	113
図 21	目的達成能力の構成要素	114
図 22	信頼関係構築維持能力の構成要素	114
図 23	ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力の構成要素	115
図 24	利益最大化の完遂がビジネス目的であるという価値観的能力の構成要素	115
図 25	ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力の構成要素	115
図 26	メタメタ情報によるグループ化	117
図 27	3つの能力群（言語・方略・価値観）の関係	119
図 28	言語的能力群内での相互関係	119
図 29	方略的能力群内での相互関係	120
図 30	価値観的能力群内での相互関係	120
図 31	メタメタ情報間の要因関連図	121
図 32	効果的で適切な英文ビジネス Eメールのライティングモデル	123
図 33	簡略版各能力の関係図	124
図 34	ドベネックの樽のイメージ	125
図 35	Eメール 6 のコンピテンシー展開	129

図 36	Eメール9のコンピテンシー展開 .....	131
図 37	Eメール14のコンピテンシー展開 .....	133
図 38	Eメール4のコンピテンシー展開 .....	135
図 39	Eメール7のコンピテンシー展開 .....	137
図 40	Eメール11のコンピテンシー展開 .....	139
図 41	Eメール6のコンピテンシー展開 (図35の再掲) .....	140
図 42	Eメール11のコンピテンシー展開 (図40の再掲) .....	140
図 43	ビジネス・プロフェッショナル1のEメールのコンピテンシー展開 .....	145
図 44	ビジネス・プロフェッショナル2のEメールのコンピテンシー展開 .....	149
図 45	ビジネス・プロフェッショナル3のEメールのコンピテンシー展開 .....	153
図 46	ビジネス・プロフェッショナル4のEメールのコンピテンシー展開 .....	157
図 47	ビジネス・プロフェッショナル5のEメールのコンピテンシー展開 .....	161
図 48	ビジネス・プロフェッショナル6のEメールのコンピテンシー展開 .....	165
図 49	指南書①のEメール文例におけるコンピテンシー展開 .....	173
図 50	指南書②のEメール文例におけるコンピテンシー展開 .....	176
図 51	指南書③のEメール文例におけるコンピテンシー展開 .....	179
図 52	指南書④のEメール文例におけるコンピテンシー展開 .....	181
図 53	指南書⑤のEメール文例におけるコンピテンシー展開 .....	184
図 54	コンピテンシー教育を土台とする新研修体系の可能性 .....	202
図 55	企業における採用に関わる TOEIC 活用状況 .....	204

## 第1章 序論 本研究の目的とわれわれの置かれた環境

本研究の究極の目的は、国際ビジネスの現場で行われるコミュニケーションの必要不可欠な手段としての地位を占めるに至ったEメールと、そこで使われる共通語である英語の接点にある英文ビジネスEメールの優れた書き手を育成するためのヒントを得ることにある。それを実現するには、まず優れた英文ビジネスEメールとは何かを見極め、それを構成する要素を把握することが求められる。本研究では、これを行なった上で、それら要素を可能ならしめる書き手の持つ能力を探求することを当面の目的とする。序論では、本研究の目的を、そのように定めるに至った経緯を述べる。

ニューヨーク・タイムズ紙のコラムニストであり3度もピューリッツァー賞を受賞しているトーマス・フリードマンは、2005年に著した“*The World is Flat*”(邦題「フラット化する世界」)で、1989年11月9日にベルリンの壁が壊されたことが大きなきっかけとなり、2000年前後からこの世界がグローバル化第3時代に入ったとする。グローバル化第1時代は、コロンブスの航海がきっかけとなり旧世界と新世界間の貿易が行われた1492年～1800年頃までの時代、グローバル化第2時代は、多国籍企業が市場と労働力を求めてグローバル展開を行った1800年から2000年までの時代としている。

1989年11月9日に起こったベルリンの壁崩壊は、それまでの「世界は東西に分断されている」という世界観を「世界は一つ」というものに変化させ、この時以来「グローバル化」という言葉が使われるようになった。フリードマンによれば、この第3時代の大きな特徴は、1995年8月9日のネットスケープ社の上場を契機とするドットコム・バブルがもたらした過当競争によるブロードバンド環境や海底ケーブルといったテクノロジーへの大幅な投資によって通信コストがタダ同然までに安くなったこと、コンピューター価格が劇的に低廉化したことで世界中へ普及したこと(ベルリンの壁崩壊のわずか半年後に発売されたマイクロソフト社のOSであるWindow3.0を搭載したIBMコンピューターの発売がこれに寄与しているとする)および検索エンジン、業務用ソフトウェア、電子メールなどの国境を超えた分業を可能にするしくみの爆発であった。これで、それまで通信コストやコンピューター投資を行えなかった発展途上国も、国際間分業に参加できる下地が整った。

グローバル化第1時代の牽引者がスペイン、ポルトガル、後にはイギリスといった西欧の大国であり、第2時代の牽引者が西欧の多国籍企業であったことに対し、第3時代は、個人が牽引者であるとともに、西欧諸国の組織や個人だけではなく、世界中のあらゆる国



のあらゆる個人が参加できるようになった点で前二時代とは対照的であるとする。この意味で、国や企業といった階層、先進国と途上国といった階層、組織と個人といった階層がなくなった社会が実現したとして、題名にあるように、世界はフラットになったと表現した。フリードマンの言葉によれば「Playing field（競争の場）のフラット化」である（Friedman, 2005）。

フリードマンの世界観に共感しつつ、彼がグローバル化時代を推し進めたもうひとつのものを見過ごしていると指摘したのが、香港理工大学英語科教授であったエバンスである。そのもうひとつのものとは、世界共通語としての英語の存在である。エバンスは、2012年に著した論文で、Eメールがビジネス活動をする者すべての仕事のやり方を革新的に変化させたとしつつ、フリードマンがグローバル化の3つの時代を通して、その時々の世界共通言語が果たした役割について見過ごしていると指摘した。ステファン・エバンスは、Eメールが職業人の働き方や企業の業務遂行方法に革命的な変化をもたらしたとしており、これは彼がEメールを、フリードマンの言う「分業を可能にするしくみ」の代表格として捉えていることを示すと思われる。（Evans, 2012, p. 202）事実、技術関連市場調査会社のラディカティ・グループの報告書によれば、ビジネスにおける「公式の」コミュニケーションはEメールが基盤となっており、個人については、生活のあらゆる場面でEメールアカウントを保有していることが求められていることが示されている。（The Radicati Group, 2021, p. 3）

エバンスが主張する通り、グローバル化を進めたもう一つの牽引力が、世界共通語である英語であることには異論がないであろう。技術革新により国を超えて、世界のどの国もがどの国へも業務委託することが可能になったことが、現在のグローバル化を支えていることにも疑いがないが、業務を受託する側が委託する側と同じ言語を操ることができることも、グローバル化の中で優位な位置を得るためには必須の条件であると思われる。このことは、フリードマンが、前掲書の中で、グローバル化の恩恵を最も大きく受けたのがインドであったと述べていることと符合する。高等教育が英語で行われ、かつインド国民がIT関連に高い水準の知識を持っていたことが、主な委託者である多くの米国企業が委託先としてインドを選んだ条件となったと考えられるからである。<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 例外がないわけではない。フリードマンの前掲書では、中国の大連が日本のアウトソーシングの中心となっており、日本企業280社が大連に拠点を置き、現地の企業と提携していると伝えている。歴史的経緯から、この地域には日本語教育が盛んで、日本語を操れる人材も多いことから、日本語でのコールセンター業務などを行うことが可能であるとのことである。

フリードマンの著書がニューヨークタイムズ・ベストセラーになり、その邦訳が300万部を超えるベストセラーになったのは、まさに「われわれが眠っているあいだに」

(Friedman, 2005, p.15) 起こった大変革を歴史の流れの中に位置付け、それを読者にとっても他人事でないことに気づかせたことにその要因があるように思われる。私自身も、邦銀のニューヨーク拠点で勤務していた1995年<sup>2</sup>に突然「Eメールなるもの」が職場に導入されるという経験をした。それ以来、仕事でEメールに触れない日はないのであるから、振り返ってみれば「小さな大変革」であった。フリードマンの視点から見れば、この「小さな大変革」は、われわれがグローバル化第3時代に巻き込まれていった過程の一コマなのであろう。

現下の環境をこのように捉えると、ビジネスに携わる企業や個人がグローバル化時代の中で生き残っていくためには、世界を股にかけた分業体制を構築し、それを最大限に活用することが必須条件となると考えられる。現在私は、東京の複数の私立大学で英語の教師を務めているが、このような環境下で果たすべき役割を考えると、それは、学習者がこのような環境に対応できるよう、ひとつは実務で使える英語を伝えることであり、今ひとつは、Eメールを代表とするそこで使用される「しくみ」の使い方を伝えることであると考ええる。

そのような狙いの下に提供している講座の一つが、英文ビジネスEメールライティング講座である。この講座を運営するに際しての一つの課題が、何をどのように教えるべきであるかという点である。そして今一つの課題は、英語とEメールを駆使してキャリアを築いてきた先達たちが、そのキャリアを支えてきた英語習得やEメールライティングのノウハウをどのように伝えるべきかである。このように考えた末に、冒頭に述べた通り、まず優れた英文ビジネスEメールとは何かを見極め、それを構成する要素を把握し、さらには、それら要素を可能ならしめる書き手の持つ能力を探求することであろうと考えた。これが、本研究の目的を設定するに至った経緯である。

フリードマンが「フラット化する世界」を著して以降の世界情勢の展開は、必ずしも彼が唱えた通り「世界は一つ」の方向に一直線に進んでいるわけではない。デジタル革命とグローバル化が情報のみならず、人や資本、物資の国境を超えた動きを加速し、経済成長

---

<sup>2</sup> この年に、大和事件ニューヨーク支店で巨額損失事件あり、それが発端で、同行がアメリカで保有していた資産の引継ぎを、当時私が勤務していた銀行が引受けることになった。その移行作業の最中に、Eメールが導入されたので、印象深く記憶している。

を促進した面がある一方で、国際間あるいは個人間での所得格差が広がった。また、2008年のリーマンショック以降、市場経済の不安定さが増している。さらに、政治的にはトランプ政権下の米国が移民制限政策を採り、かつ貿易でも保護主義的な色彩を強めたように、各国が自国優先主義を取る傾向が強まった。「世界は一つ」の実現は、進んでいるとは言い難い。しかし、フリードマンが「フラット化する世界」を著して以降も、技術革新が次々に新たな製品やサービスの開発を促し、特に2020年のコロナ禍を境に技術革新の主要な部分である国境を超えた協業を可能にするしくみであるEメールと世界共通語としての英語の重要性は、増えることはあっても減じることは考えにくい。本研究で明らかにされる知見が、少なくとも短期間で失われることはないように思われるのである。

## 第2章 研究の背景

### 第1節 研究的背景

本研究に取り組むきっかけとなったのは、長年関わってきた金融の世界から離れ、ビジネス英語を企業人に教え始め数年経った2014年から2015年にかけて講師を務めたある大手企業でのビジネス英語指導での体験である。1日3時間の研修を12回、企業研修としては計36時間という比較的まとまった時間を使う研修であったが、12回の講義のうち6回が基礎文法・語彙の復習、残りの6回のうち3回がリーディング、そして残りの3回が業務を意識したEメール・ライティングに充てられた。

その際印象的であったのが、基礎文法・語彙の時間中に語彙テストを行うといつも最下位の点数を取る受講生が、Eメールを書かせると極めて読みやすく仕事を円滑に前に進めそうなものをしっかりと書いていたことである。逆に、語彙テストで常に高得点を取る他の受講生達のEメールの出来が極端に悪かったことも対照的で印象に残った。「良い」Eメールを書いた受講者は、与えられた限られた時間の中でどんな思考プロセスを経て書き上げたのか、そのプロセスにも興味が湧いた。ビジネス現場における業務には常に時間の制約が与えられると言って良い。そんな中で、限られた語彙を使いながら時間内でEメールを書き上げるためにどうすれば良いのかを、この受講者は心得ていたと思われる。なぜこのような「逆転現象」が起こるのかに素朴な疑問が湧いたことが、本研究のきっかけになっている。つまり、ビジネスの道具として優れた英文ビジネスEメールを書く力の源泉は、語彙等の言語的知識以外にもあることが、この例で如実に示されたと感じたのである。この「逆転現象」の要因を解き明かし、解決を図る必要があると強く感じた。相手の自分の意思を伝える力を重視するいわゆるコミュニカティブな言語教育という観点から見れば、例えばビジネス英語の教室においては、語彙等の言語的知識の習得のみに力を注ぐことでは十分とは言えないのではないだろうか。それら以外にも学習者が身につけるべき能力があるはずであり、これがどのような能力なのか明らかにすることが必要である。

本研究を進める中で、私が感じたこうした疑問は、私だけのものでないことがわかった。欲求理論の提唱者であり、後にビジネス界に広く定着した「コンピテンシー」という概念を提唱したことで著名なアメリカの心理学者デービッド・マクレランドも、1973年に

発表した論文の中で、同じような考えに至ったことを述べている。つまり、学校での成績を評価するためのアカデミック・スコアが、必ずしも社会に出た後の成功を予見するものではないというものであり、その裏付けとして次のような例を掲げている。

私にとっては、ある黒人学生がハーバードの大学院に応募してきた際のことが忘れられない。彼のミラーアナロジーテストの点数は、下位 5% 辺りというものであったが、この学生が大学新聞にレポーターとして書いていた物語を読めば、彼が明晰に考え効果的に書くことができることは明らかだった。このようにアナロジーテストが予測すべき標準的な行動をこの学生が示したにも関わらず、私はこの学生に入学許可を与えることへの同意を同僚から得られなかった。しかし、もし彼が心理学者として入学を許されていたなら、彼は同僚のために類推方法を伝えるわけではなく論文を書いていたはずである。同僚が幾度ともなく「彼がどんなに上手く書けるかなんて関係ない。彼のテストスコアを見てみる」などと言ったことは驚きであった。試験実施者たちは、これに身震いし、免責事項の記載を行うかもしれないが、テストスコアに対するこれほどの盲目的信認が今以上に広まらないために、彼らは何を具体的に行ってきたのだろうか。（McClelland, 1973, p.10 より著者試訳）

この例に続けて、エチオピアでの経験に触れ、ここでも、いわゆるアカデミックスコアとの相関が高いとされるテストで高得点を取った者が、社会に出て必要とされる能力が高いとは限らず、むしろ両者が負の相関関係にあることをも示している。（McClelland, 1973, p.10）

心理学の大家であるマクレランドも、私のような初学者も共有しているこの疑問に応えるために最初に行った研究が戸田（2014）である。この研究では、30名のビジネスパーソンを被験者とし、彼らにビジネスを内容とするEメールを英語で書いてもらい、それを10名の評価者が7つの基準で数値評価したものと、被験者のTOEICスコアの相関をみたところ、両者の相関は、TOEIC主催団体が公表しているものに比べるとかなり低い結果となった。現在実業界で、個人の言語コンピテンシーの実質的なものさしとして広く認識されているTOEICについては、そのスコアを上げるための学習が、英語を使っての実務能力を引上げる効果があるかのように一般的には認識されている。しかし、戸田（2014）の結果を見ると、このことに100%賛同することには抵抗が感じられる。

その後戸田（2016）では、ビジネス実務で機能する英文 E メールに求められる要因を明らかにすることを目的として、実際に書かれた英文ビジネス E メールを、ジャンル分析の手法を使って分析した。具体的には、1 通の英文ビジネス E メールを構成する構成要素の単体としてのムーブの概念に注目して精査した。その際の観点は①文法的に正しく、かつ適切な言葉遣いや語彙を使用することによって書かれているかのみならず、②英文ビジネス Eメールの本来の目的である「業務上の目的を達成する」うえで適切に書かれているかという 2 点である。その結果、この 2 つの観点を満足させるメールには、①必要なムーブが過不足なく備わっており、②各々のムーブの記述内容の質が高く、③ムーブを配列する順番も適切であるということがわかった。分析の過程でさらに深められた認識として、機能的な英文ビジネス E メールに求められる要因には、言語コンピテンシーのみならず、言語に直結はしないもののビジネスを円滑に進めるうえで必要欠くべからざる智慧のようなものがあることで、これを「ビジネス・センス」という捉え方で表した。しかしながら、ビジネス・センスの具体的な記述はまだ不十分かつ曖昧のままとなった。

このような背景の下に、本研究では英文ビジネス E メールを書く場合に焦点を絞って、優れた英文ビジネス E メールを可能にする書き手の能力を詳細に明らかにしていく。その知見が活かされれば、実務において、効果的で適切な英文ビジネス E メールを書くための指導が実現されるはずであり、それを目指して本研究に取り組むものである。私が、英文ビジネス E メールを教える対象は、非英語母語話者である日本人が中心であるから、本研究のテーマは「国際的なビジネスに携わる非英語母語話者、とりわけ日本人のビジネスパーソンが、効果的で適切な英文ビジネス E メールを書くにはどのような能力が必要か」といたしたい。

## 第2節 社会的背景

### 第1項 Eメールの定義・特徴とその歴史

Eメールは、「メッセージを電子的に送る手段またはシステム」と定義されている。また、そのようなシステムによって送られ受け取られるメッセージも Eメールと定義される (Merriam-Webster Online)。一方、ランドレポートでは Eメール（かつては電子メール）システムを以下のように定義している。

電子メールシステムは(1)人與人、人與人の集団および組織の機能的単位間で非同期の電子的情報交換を許容し、(2)その情報の作成、分配、使用、処理および保存を支援するしくみを提供する (Anderson, Shapiro, Bikson & Kantar, 1989)。

Eメールでは、送信者がメッセージを送信した際に受信者がコンピューターにログインする必要がない、かつ受信者は当該メッセージが置かれた「受信ボックス」を、自分の都合に合わせて見ることができる。これが「非同期」の意味するところである。また、「電子的」とは、メッセージが、遠隔通信システムを経由して銅線内を電気の速度で、あるいは光ファイバー内を光またはマイクロ波の速度で人工衛星のリンクを行き交うことを示す。加えて「情報交換」および「人與人、人の集団、および組織の機能的単位間」とは、それぞれシステムに加入する誰もが送信および受信でき、かつ、メッセージを個人や集団を示す「受信ボックス」に送信できることを意味する。さらに、「情報の作成、分配、使用、処理および保存のしくみ」は、将来の閲覧、再利用、および加工するために作成、分配、使用、加工（後に使用するメッセージ作成のために、部分的に写しかつ貼付けする、他者に転送する、内容を変更する、他のアプリケーションで再利用する等を含む）が可能であることとされている。

Baron (1998)によれば、Eメールの直接的な発生源は、1960年代から70年代にかけて進められたいくつかの技術革新にある。元々核攻撃を受けた際に、コンピューターを使っていかに情報を拡散させられるかという軍事使用を目的として開発された技術が、1968年までには、ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) という分散化されたコンピューターのネットワークとして導入された。このシステムによって、地理的にさまざまな場所にある政府機関と多くの大学の研究機関がコンピューターで繋がれることとなった。その後20年あまりの期間に、ARPANETは数々の変遷過程を経て、90年代にインターネットとなった。ARPANETの変遷の中で特筆すべきは、もっぱら軍事目的で運用されていたネットワークが軍事目的から分離され国際化されたことであった。この分散されたネットワークは、主として電子ファイルの交換や電子的なメッセージを交換し合うことを目指したものではなかったが、1970年代初期に、政府からARPANET開発を委託されていた複数の民間企業間で、個人的なメッセージを相互間で送り合うことが行われ始めた。

Eメールの歴史におけるもう一つの流れが、1960年代終盤に、戦争をテーマにした複数人で行うコンピューターゲームの開発に携わっていた技術者の動きである。この技術者（マレー・ターノフ）は、デルファイ（Delphi）と呼ばれるシステムによって複数の専門家から匿名で知見、コメントを集めることを目指した。約20年をかけてのこの開発努力は、コンピューターによる会議システムの開発に繋がり、さまざまな意思決定、グループディスカッション、メッセージ交換に使われるようになった。

また、今一つの流れが、独立系のコンピューターネットワーク上の掲示板（BBSsまたはcomputer bulletin-board systemと呼ばれる）の登場であった。複数の技術者により、小型コンピューターを電話回線で繋ぐハードウェアとソフトウェアが開発された。当初は、コンピューター上にある電子ファイルの交換のために設計されたシステムであったが、後に特定の受信者に直接メッセージを送る（Eメールの機能）などの複合的機能を持つことになった。

こうした技術開発が行われる中、民間においては、地域内でのコンピューターネットワークを利用して、送受信専用のホストコンピューターや単独に設定されたコンピューター経由で、従業員がメッセージをやり取りするしくみが構築されていった。導入に際しては、郵送料を必要とせず低コストであること、メッセージがほぼ発信と同時に届きスピーディであること、郵便等に比べ一度に多数の関係者に同じメッセージを送る際に手間のかからないこと、メッセージを電子データとして保存、加工、転送等が容易であることなどの多くのメリットが要因になったものと考えられる。一方、学術的な世界においては、Eメールの輪が、コンピューター精通者から教員、学生、職員へと拡大し、それがインターネットを通じてキャンパス間、大学間で繋がれるようになった。こうして開発された地域内ネットワーク、BBSs、インターネットがEメールの媒介手段としての機能を果たし、Eメール交換件数は1990年代終盤以降急速に増加していった。



## 第2項 通信手段としてのEメールの重要性

### 世界の趨勢

既述の通り、技術関連市場調査会社のラディカティ・グループは、Eメール使用に関する市場レポートの中で以下のように述べている。

Eメールは、引き続き世界中のビジネスにおいて、そして一般消費者間で非常に盛んに用いられている。ビジネスにおいては、Eメールはほとんどの「公式」コミュニケーションの基礎とされている。消費者向けビジネスの分野においては、ソーシャルメディアでの認証からオンライン・ショッピング、すべてのかたちでのオンライン上のコミュニケーションに至るまで、Eメールアカウントの登録が求められる。(The Radicati Group, 2021) (著者試訳)

同レポートによると、表1に示す通り、2021年現在、世界中で1日に交わされるEメールの通数は3,196億通、これを約41億人が使っている。通数は毎年4%ずつ、利用者数は毎年3%ずつ増加すると見込まれ、2025年にはそれぞれ3,764億通、約46億人に達すると予想されている。また、個々のユーザーが受取るEメールの数は、2021年の1日当たり77通から2025年には82通に増加すると予想されている。(The Radicati Group, 2021)

表1 メール利用者数と通数の増加見込み (The Radicati Group, 2021)

	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
世界中でのEメール利用者数(億人)	41.4	42.6	43.7	44.8	45.9
予想増加率(年率)	3%	3%	3%	3%	3%
世界中での1日あたりのEメール通数(億通)	3,196	3,332	3,473	3,616	3,764
1ユーザー当たりの通数(通)	77	78	79	81	82
予想増加率(年率%)	4%	4%	4%	4%	4%

(The Radicati Group, 2021 を基に、筆者が作成)

### 日本の趨勢

大前(1995)によれば、日本では米国から6年ないし10年遅れて伊藤忠商事や三菱商事、丸紅などの大手企業が1990年代の半ばに全社規模のEメールを導入したのを皮切りに、急速に企業へのEメールシステムないしグループウェアの普及が進んだ。それから20

数年間で、Eメールは、ビジネスコミュニケーションにおける中心的な手段としての地位を確立したと言える。

令和2年総務省情報通信白書によれば、モバイル端末およびパソコンの世帯保有率は、それぞれ96.1%、69.1%に達し、2009年に78.0%であったインターネット利用率も2019年には89.8%への上昇している（図1）。

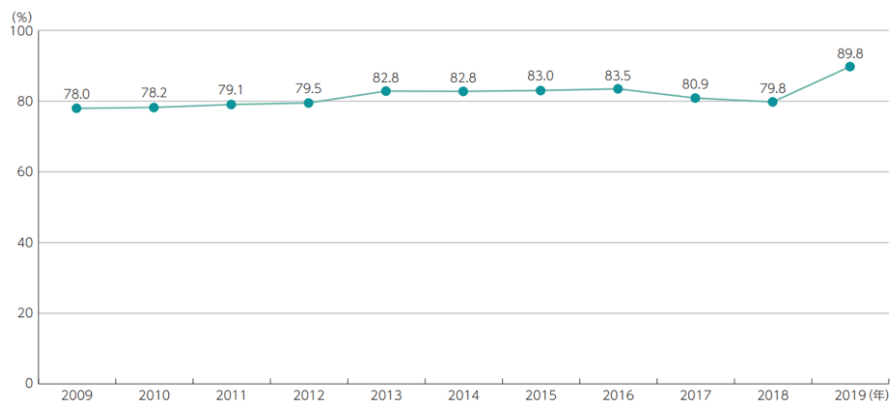


図1 インターネット利用率（総務省, 2020）

内訳を見ると、図2の通り、13歳から69歳まででは9割を超え、70歳から79歳でも74.2%と、普及が進んでいる状況がうかがえる（総務省, 2020）。

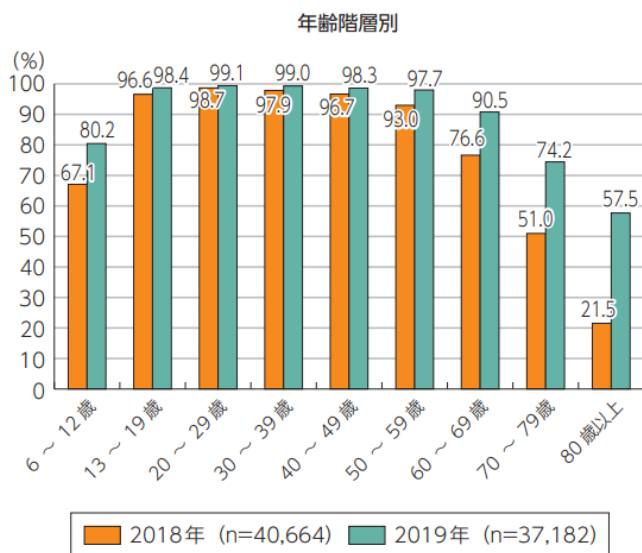


図2 インターネット年齢階層別利用率（総務省, 2020）

また、インターネットの使用目的については、図3の通り、「情報検索」と「電子メールの送受信」がほぼすべての年齢層で高くなっており、通信手段としてのEメールの高い普及状況が見て取れる（総務省, 2020）。

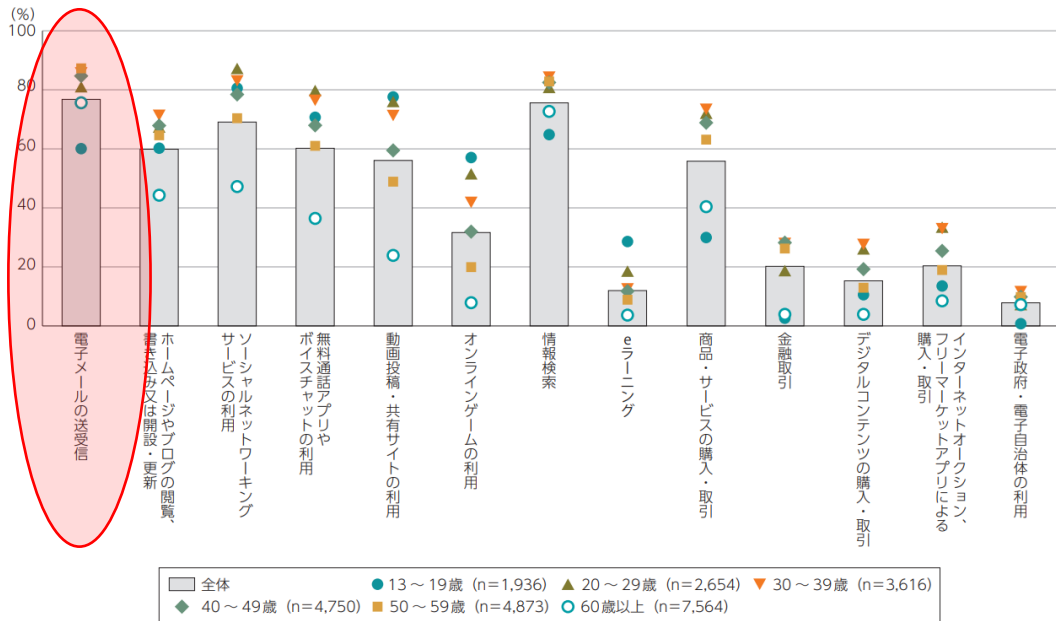


図3 インターネットの利用目的・用途 (複数回答) (総務省, 2020)

さらに、日本ビジネスメール協会の調査によれば、仕事で周囲とコミュニケーションをとる手段の中でEメールが最も重要であるという結果が出ている。この傾向は、2007年以来毎年行なっている同調査において、変わっていない (図4)。

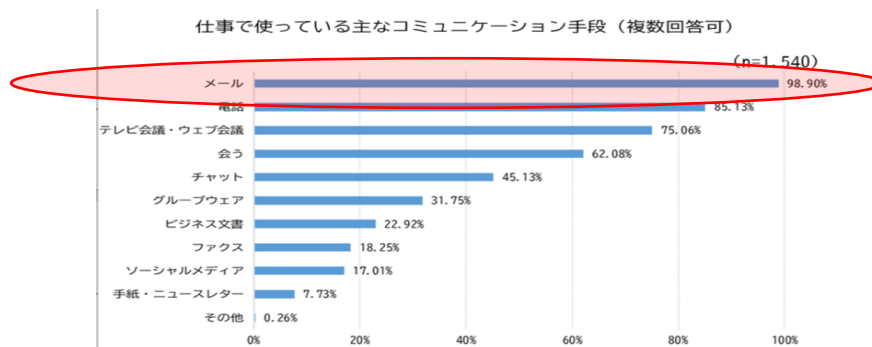


図4 仕事で使っている主なコミュニケーション手段

(複数回答可、最大5つまで)

(一般社団法人日本ビジネスメール協会「ビジネスメール実態調査2018」)

同調査によると、2010年代以降はツイッターやフェイスブックさらに日本国内においてはラインなどの、いわゆるソーシャルメディアによる通信が増加する傾向がある。さらに、一般的には若者はEメールを嫌う傾向があるとも言われているが、企業が業務を遂行する上ではEメールは必須であるとの考え方は依然として強い（New York Times, 2021）。また、Eメールには、以下に示すようなソーシャルメディアにはない特徴が多くあり、それらが企業間でのコミュニケーションにおいてソーシャルメディア対比利便性が高いと考えられる理由であると考えられ、今後もビジネスの世界においては、Eメールの優位は揺るがないと推察される。

- SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) と呼ばれる国際的な標準に基づいて送受信が行われるため、どんな言語で誰が送信しても、他のEメール利用者に必ず届くこと
- 利用者は、事前に特定のサービス提供者との契約を結ぶ必要がないこと
- Eメールサーバーという保存設備に保存され、テキストメッセージやインスタントメッセージなどの他の電子的コミュニケーション手段対比整理されたかたちでの再利用が可能であること
- 一人の送信者から多数の受信者に対して送信する設計になっており、これらは他の電子的コミュニケーションでは、通常同等には行えないこと
- 従来の郵送による場合に比べ、コミュニケーション速度が速い、コストが低い、他の電子書類を同時に送ることができるなど、利便性が高いこと

### 第3項 ビジネスの共通語としての英語の重要性

国際間での商取引に関わるコミュニケーションにおいては、国際間共通語としての英語（BELF）の役割がますます高まっていることは、先行研究においても明らかになっている（Kankaanranta & Planken, 2010）。こうした研究は、北欧企業を対象とするものを嚆矢（Bargiela-Chiappini, Nickerson, & Planken, 2007; Charles, 2007; Gerritsen & Nickerson, 2009; Rogerson-Revell, 2007; Seidlhofer, Breiteneder, & Pitzl, 2006）とするが、近年では日本企業でも英語を公用語化すると宣言する企業の出現も見られるようになった（三木谷, 2012; Neeley, 2013）。企業活動がさまざまな要因から国境を超え行われるようになるにつれ、企

業の意思決定から現場における製造販売活動、これらに伴う社内外に参加する役職員の構成が多国籍、他文化化し、使用される言語も多岐にわたるなど、多くの変化が起こっている。

このような急速な変化が推し進められた大きな要因は、急速な技術革新である。インターネットの普及とコンピューター技術の普及が「フラット化する世界」(Friedman, 2005)をもたらした。この結果、世界中が、コンピューターネットワークでつながり、情報伝達の高速化、コスト低減が実現した。これによる大変化は、国という地域的な限定を持つ存在を超える事業体の存在(多国籍企業がその例)、世界中の複数企業間を統合する製造物流システムであるサプライチェーンの出現、これまで大きな組織のみで可能であった世界中への情報発信が個人にも可能になったことなど、さまざまな革命的な変化をもたらした。こうした中、多くの企業において、相互コミュニケーションの手段としてどの言語を使用するかが課題となり、英語がビジネスにおける世界共通語としての地位を一層高める状況になっている。現在では、英語を母国語としない企業においても、英語を業務上の共通語(「企業内共通語」)として使用する企業が増えている(Ehrenreich, 2010)。

#### 第4項 Eメールと英語の接点にある英文ビジネスEメール

ここまで述べてきたEメールと世界共通語としての英語の接点にあるものが英文ビジネスEメールと言える。ビジネスコミュニケーション上の双方の重要性に鑑みれば、英文ビジネスEメールを書く力が組織の力に大きく影響を及ぼすとも考えられる。英文ビジネスEメールを書く力が、日本企業の生産性、競争力を向上させる大きな要因のひとつではないかと考えられるのである。

### 第3節 教育的背景

#### 第1項 Eメールライティング教育の不足

既述の通り、ビジネスにおけるEメール使用が本格的に始まったのは1990年代半ばからであるにも関わらず、今世紀に入ってから、早い段階からビジネスコミュニケーションの中心的手段となった。このようにその発展浸透があまりに急激であったため、これをどのように書くべきかについてのコンセンサスは十分確立されていない（Mallon and Oppenheim, 2002）という実態がある。マニュアル本の類はおびただしい数が発行されている一方、Eメールの書き方に関する企業の社員教育への関心は極めて低い（Crystal, 2001）。日本ビジネスメール協会の調査によればEメールの書き方に関する研修を勤務先で実施していると答えた者は回答者総数約3000人の1割にも満たない（日本ビジネスメール協会, 2018）。しかしながら、工作上必要に迫られたビジネスマンの多くは、実際にはこれらの指南書に頼らざるを得ないのが現状である。また大学教育については、英文ビジネスEメールを実際に使用する者は主として社会人である上、その数も限られているため、それを大学で教えることの意義や必要性について懐疑的な見方もある。

このような中、やはり日本ビジネスメール協会の調査によると、業務上の要請で英文Eメールを書く人の割合は、約15%となっている（図5）。この数値は、からなずしも高い数値とは言えないかもしれないが、一方で、わが国の学生のコミュニケーション手段の中心は、ラインを代表格とするSNSチャットとなっている（東京工科大学, 2019）。こうした環境下で、前出の通り企業においてはEメールが主要な手段となっている状況となっているにもかかわらず、社会人になってEメールに関する教育を受ける機会が雇用主からほとんど与えられていないことも示されている（日本ビジネスメール協会, 2018）。このことから推測されるのは、社会人となった学生達が就職すると、それまで日常的に使用することが少なかったEメールでの業務上のコミュニケーションを急に求められる状況に陥り困惑するという姿である。誰かがどこかで、英文ビジネスEメールを含むビジネスEメールの教育を提供するということは必要であるということを再認識しなければならない。どのような教育がなされるべきかが模索されなければならない。

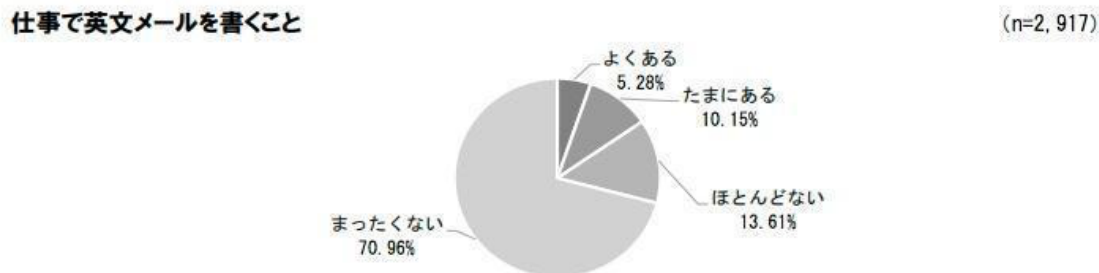


図5 仕事で英文Eメールを書く人の割合  
(一般社団法人日本ビジネスメール協会「ビジネスメール実態調査2018」)

## 第2項 英文ビジネスEメールライティング教育モデルの必要性

以上、英文ビジネスEメール・ライティング教育のニーズについては確認できたが、誰に対してどこで行うかという別の課題が存在する。それを切実に必要とする者のみに研修などを実施するか、あるいは社会に出る前の学生に対して準備のために、広く大学において行うか。そこでこの研究では、このことを考える意味でも、戸田（2016）での知見を振り返り、その上でこれら教育上の課題のために必要なことを考察していく。

戸田（2016）では、機能的な英文ビジネスEメールに求められる要因を探るために、実際の英文ビジネスEメールを基に、ビジネス・プロフェッショナルの見解からその要因を抽出していった。言語コンピテンシーについては、第二言語教育におけるライティング指導での知見を活用した。その結果、そうした知見を持つ大学教員などが指導を行うことが可能であることを述べた。その一方、データの中に垣間見られた今一つの要素、ビジネス・センスについては、分析が十分ではなく明確な結論を出すに至らなかった。しかしその多くがビジネス現場で養われると考えられることから、大学教員にこれを求めることは難しいと述べた。

では、長年ビジネスの現場においてビジネス・センスを豊かに身につけた者なら英文ビジネスEメール教育を十分に行えるか。それには疑義が残る。ビジネス・センスについては期待ができるが、言語コンピテンシーについて英語教育の専門的教育を受けていることは稀であると考えられるからである。では、ビジネス・センスと英語教育の専門知識を併せ持つ人物に期待することはどうか。それは理想的ではあるが、その人材を必要な数だけ確保するのは難しいと考えられる。この最後の人材以外は、上記のいずれの者が教育を行った

としてもそれぞれに欠けている要素があり、その要素を具体的に認識し補っていく必要があるだろう。

この問題を解決するために、考える基盤としての必要なのが、「優れた英文ビジネスEメールを可能にする能力は何であり、それらはどのように相互に関連しているか」を知ることであり、それをわかりやすく示したモデルである。このモデルが示されれば、英文ビジネスEメールに関する現在の大学教育や企業研修、そしてまた個人的な独習において個人が頼っている指南書の内容について、それらがどれほど理にかなっているかを学術的かつ客観的に判断することができる。このモデルを、英文ビジネスEメール教育の基盤として、大学での指導、企業での研修および自習のための指南書を含む教科書作成の基礎とすることができれば、現代日本における英語教育の質向上に資することができるのではないか。

ここまで、ビジネスコミュニケーションの主要な手段となったEメールと、ビジネスにおいて世界共通語としての地位を確立した英語の接点にある英文ビジネスEメールの重要性ならびに、それを教えるためのモデル構築の必要性について述べてきた。この英文ビジネスEメールの重要性ゆえに、本研究の切り口をあくまで英語で書くビジネスEメールに絞り込んだため、間口がいかにも狭く、またその応用範囲も限定的であるかのように考えられるかもしれない。しかし、英文ビジネスEメールは、多く存在する英語を媒介とするコミュニケーション手段、形態の一つにすぎないと考えれば、本研究で得られる知見やその成果物であるモデル構築に際し動員される知見は、他の多くのコミュニケーション形態にも応用可能ではないかと考えられる。

換言すれば、本研究で明らかにされる適切かつ効果的な英文ビジネスEメールを書く能力の源泉となっている諸要因は、その他のコミュニケーション能力の源泉となっている可能性も否定できない。例えば、国際ビジネス交渉現場でのビジネス会話においても、英語で行うプレゼンテーションにおいても発揮される能力である可能性もある。このような意味で、一見狭い「英文ビジネスEメール」という切り口で行われる本研究の応用範囲は、大きく広がる可能性を否定できず、より大きな貢献を期待できるのではないかと考える。



## 第3章 先行研究

前章で述べたように、「効果的で適切な英文ビジネス E メール・ライティングを実現する要因とその構造を可視化した構成要素のモデルの構築」が本研究の目的であるので、先行研究については、以下の観点で検討を行う。

まず、本研究が対象とするのは英文ビジネス E メール・ライティングという分野である。背景として詳細に述べたように、E メールは、90年代以降、世界中の企業や個人の業務フローに革命的な変化をもたらしたものであり、さまざまな分野での研究対象とされるべき分野であると考えるが、現在まで実際の先行研究ではどのように捉えられてきたのだろうか。それを見るために、まずジャンル研究を精査してみる。ジャンル研究において、ビジネス E メールが、研究対象ジャンルとして位置づけられているのかどうか、またもしそうであるならば、どのように研究されてきたかを明らかにする。

次に、英文ビジネス E メール・ライティングを対象とした本研究が明らかにしたいのは「効果的に適切に」書く能力（要素）であり、その能力は言語学的には「伝えたいことを十分に伝えられる」能力、すなわち「コミュニケーション能力」である。したがって、次には、言語学研究におけるコミュニケーション能力に関する研究を精査する。

さらに、序章で述べた通り、本研究では、ビジネス実務において効果的で適切な英文ビジネス E メールを書く能力には、言語的な要素以外に「ビジネス・センス」と戸田（2016）が呼んだ諸々の能力があるという前提をおいていることから、言語学でいう「コミュニケーション能力」以外の能力に関わるアプローチをも検証していく。

### 第1節 言語学における先行研究

#### 第1項 ジャンル（Genre）に関する先行研究

ジョン・スウェールズ<sup>3</sup>は、Swales（1990）でジャンル理論を提唱した。ジャンルとは、「広範に合意された共通の達成目標を持ち、構成員間の相互コミュニケーションのしぐみを共有し、情報提供やそれに対するフィードバックによって存続し、目的達成のため

<sup>3</sup> 1938年英国生まれの言語学者で、ジャンル分析で著名。英国クィーンズ・カレッジで心理科学の博士号取得後、リビア、英国、スーデン等で教歴を積んだ後、1985年よりミシガン大学で言語学教授。代表作に *Genre Analysis* がある。

に一定のコミュニケーション法を保有し使用する独特の言語項目を有し、かつ専門家と入門者が必ず存在する集団」である「ディスコース・コミュニティ」を前提とする概念で、「コミュニケーションを行うための情報の受発信 (communicative events) からなる集合で、その集合の構成要素はコミュニケーションの目的を共有している」である (Swales, 1990) とされる。スウェールズは、ジャンル理論の応用をもっぱら学術分野のライティング指導において行ったが、ビジェイ・バティア<sup>4</sup>はその範囲を販売促進レター、広告、訴訟関連文書、新聞記事等のビジネス分野にも広げた。また Bhatia (2004) では、ビジネス分野においては、企業の広告、年次報告書、投資レポート、財務報告、パンフレット等が各々別ジャンルを構成しているとし、ジャンル間での「相互侵入」 (invasion) (Bhatia, 2004, p. 88) も見られるとしている。

リーナ・ルヒアラ-サルミネン<sup>5</sup>は、職場内インタビューで、職場での通信手段やコミュニケーション内容の変化についての研究を行った結果、ビジネスレターやビジネスEメールを含むおよそビジネスと名のつく文書は、売り手と買い手の間で取引を継続的に行い双方に満足を保証するという共通の目的に沿ったコミュニケーション手段であると判断できることから、1つのジャンルを構成するとした。この立場は、ビジネス文書はジャンルの構成要件である「共通の達成目標」を持たないためジャンルを構成しないとしていたスウェールズ等の立場に異を唱えるものであった。加えて、Eメールでのコミュニケーションにおいては効率性が最優先事項とされ、その達成のためにはスペリングや文法の間違ひはある程度やむなしとする傾向があることが、面談者との談話から明らかになったとも記している (Louhiala-Salminen, 1996)。一方ジョナサン・ゲインズは、コーパスを使用してビジネスと学術という2分野におけるEメールにおいて文体、語彙、語法にどのような特徴が新たに発生し変化しているかを検討した。その結果、学術分野においては、従来の文書に比しコミュニケーションに要する時間が短く、語彙、語法が会話的な特徴を帯びていることから新たなジャンルと認識したが、ビジネスEメールにはそれまでのビジネス文書との差異が見られないとし、新ジャンルとは認めず、バティアやルヒアラ-サルミネン等とは異なる立場をとった。またEメールの通信目的が「共通の達成目標 (common public goals)」 (Swales, 1990, p. 24) でないことも新ジャンルと認めない理由の一つとした (Gains, 1999)。

<sup>4</sup> 香港城市大学(City University of Hong Kong) 英語学科教授。学術およびビジネス分野の談話ジャンル分析で著名。

<sup>5</sup> フィンランド、アールト大学経営学部教授

このような見解の対立が存在する中、Eメールがジャンルを成立させているという前提で、行われた研究もある。Ho (2011) は、そうした研究の例であり、Swales (1990) や Bhatia (1993) 等によるジャンル分析理論を、依頼を内容とする英文Eメールにあてはめ、3種類の職業グループの特徴を比較して解明を試みた。3つのグループとは、香港の中国人英語講師グループ、香港で英語を教える英語母語話者グループ、ならび香港に本社をおくIT企業に勤務する中国人IT技術者グループである。3集団の中で交わされたメール群を材料に、ジャンル理論の概念であるムーブを使って分析した。ムーブとは、「一定の特定可能な目標のためのテキスト内の機能単位」(中谷・ビューシス, 2016) であり、タスク総体の中で一定の目的に沿った機能を果たすとされる。彼は、文体を比較するに際し、大量のメールの中に現れるムーブの動きと各ムーブの内容的な質の違いに着目し、3つのグループの特徴を記述した。また、戸田 (2016) は、Ho (2011) を参考に、ビジネス実務で機能する英文Eメールに求められる要因をジャンル分析の手法を使って明らかにすることを目指し、実際に書かれた英文ビジネスEメールを分析した。具体的には、英文ビジネスEメールを構成する構成要素の単体としてのムーブの概念に注目して、現役ビジネスパーソン15名が同一シナリオに基づいて作成した英文ビジネスEメール内のムーブの種類、数、書かれている順番、記述の厚み(充実度)の観点から精査した。その結果、業務を前進させる効果を有する「効果的」英文ビジネスEメールは、必要なムーブを過不足なく備えており、各々のムーブの記述内容の質が高く、さらにムーブを配列する順番も適切であるということがわかった。分析の過程でさらに深められた知見として、機能的な英文ビジネスEメールに求められる要因には、言語コンピテンシーのみならず、言語に直結はしないもののビジネスを円滑に進めるうえで必要欠くべからざる智慧のようなものがあることで、これを「ビジネス・センス」として捉えた。

さらに、Eメールを含むCMC (computer-mediated communication) という新たなコミュニケーション媒体が、書き言葉に変化を与えつつあるとする研究もある。フリオ・ヒメネス<sup>6</sup>は、Eメールのように、「コミュニケーションを電子媒体で行う」ことが、使用言語にどのような影響を与えるのかに関心を持ち、同一企業の中でのEメールによるコミュニケーションとビジネスレターによるそれを比較し、電子媒体経由のコミュニケーションCMCが、話し言葉の性格を強めているかどうかを検証し、その結果CMCがビジネス現場の書

---

<sup>6</sup> ウェストミンスター大学主任講師

き言葉に影響を与え始めていると結論づけた。また E メールには確立されたルールがほとんど存在しないことも特徴的であるとし、スタイルにおいても、省略形、一人称代名詞、ファーストネームなどの使用等、口語的な色彩が見られるとしている。この傾向は学術の場よりビジネスの場の方が柔軟性に欠ける傾向にあるとし、それはビジネス現場でのスタイル選択が送り手と受け手の関係によって決まるためであると推測した (Gimenez, 2000)。また、デイヴィッド・クリスタルは、インターネットの日常生活への影響の増大に着目した。“Netspeak” と称されるインターネット上の言葉が、言語にどう影響を与えているかについての研究で、E メールにも触れている。E メールで使用される言語の特徴として、構造の標準化が見られると共に、次のような特徴もあるとしている。

- ・電話での会話と類似しているが、すぐ返答が欲しい際には電話にかなわない。
- ・一般に人は、対面よりも E メールの方が自己開示する度合いが高い傾向がある。
- ・他の手段では連絡がつかない人物と連絡を取るには最適である。
- ・郵送文書の多くを肩代わりしてはいるが、法律文書等代替されないものもある。
- ・送ったものを取り消せない、誰が見たり編集するか予測できないなど制約もある。

結論として、E メールは発展途上であるが、いずれ諸分野で正式ツールとしての地位を得てスタイル上の一貫性を求められ、教育現場で教える対象として認知されるようになると予測した (Crystal, 2001)。

ここまで本研究が対象とする英文ビジネス E メールについてのジャンル分析による研究成果を概観した。次に、本研究が最終的に目指す「効果的で適正な」英文ビジネス E メールという観点から、言語学における先行研究と、ビジネス界における先行研究の両面から精査していく。「効果的で適切な」ライティングとは、ビジネスにおいては、そのコミュニケーションの結果、書き手が望む結果を読み手から引出すことのできるライティングと考えられるが、この目的を達するためには、まずライティングが伝えたいことを十分に伝える能力、つまりコミュニケーション能力を備えているという点が前提となる。よってまず、コミュニケーション能力に関する研究から始める。そのうえで、言語学分野でビジネスに注目した研究として取り上げるべきものとして BELF (Business English as a Lingua Franca) を参照するが、BELF の母体としての ELF (English as a Lingua Franca) から取り掛

かることとする。すなわち、コミュニケーション能力、ELF、BELFの順で先行研究を精査する。

## 第2項 コミュニケーション能力に関する先行研究

まずコミュニケーションの能力 (communicative competence) に関する研究については、長年マサチューセッツ工科大学で教鞭をとり、生成文法理論で20世紀の言語学に多大な影響を与えたノーム・チョムスキーがコンピテンス (competence) の概念を提唱した時点からを概観していく。チョムスキーは、コンピテンスを、特定言語の理想的な母語話者が内製化 (internalized) した言語システム (あるいは文法) であり、一方パフォーマンス (performance) は発話 (speech) の知覚および生成に関わる心理的要素であると定義した。したがって、コンピテンスに関わる理論は文法理論と同一ということになり、文法的な文を生成し説明する言語規則に関わるものとした。その一方、パフォーマンスに関わる理論は、発話の知覚および生成の受容可能性 (acceptability) に関わる理論であり、文法理論と非文法的な心理的要因との相互作用に関わる理論であるというのがチョムスキーの枠組みである (Chomsky, 1965)。

チョムスキーが文法に比重を置いているのに対してデル・ハイムズ等が文脈の重要性を強調し、チョムスキーの提唱するコンピテンスとパフォーマンスを区別することに対して異論を唱えた。Hymes (1972) では、コンピテンスとパフォーマンスを区別することに対し、このような区分では発話 (utterance) の社会文化的な意味合い (sociocultural significance) への説明がつかないとした (Hymes, 1972, p.55)。このような理論的な展開の中で、ハイムズ等によって提唱されたより広い意味でのコンピテンスがコミュニケーション能力と呼ばれる概念である。つまり、コミュニケーション能力の概念には、文法的能力 (grammatical competence) のみならず、文脈的あるいは社会文化的能力も含まれるとされた。このように、最初にコミュニケーション能力 (communicative competence) という言葉を使ったのはハイムズであったが、コミュニケーション能力に関する広範なモデルを初めて構築したのは、カナダの言語学者マイケル・カナルとメリル・スウェインであった。

彼らは、第二言語教育の教育的および評価的見地から、「コミュニケーション能力に関する広範なモデル」を最初に構築した。モデルでは、コミュニケーション能力を、文法的能力 (grammatical competence)、社会言語的能力 (sociolinguistic competence)、方略的能

力 (strategic competence) に区分した。まず grammatical competence (文法的能力) は語彙項目、形態論、統語論、意味論および音韻論上のルールに関する知識であり、第二言語教育のコミュニカティブアプローチ<sup>7</sup>においては、発話の文字通りの意味を正確に決定し表現するためには重要であるとした。次に社会言語的能力は、社会文化的言語使用のルールと談話的言語使用のルールから成る能力で、特に発話の文字通りの意味と発話者の意図との間の透明度が低い場合で社会的な意味を持つ発話を解釈するには、この能力が不可欠であるとされる。これには、発話参加者の状況、意思疎通の目的、意思疎通のルールや習慣などのコミュニケーション事象 (communicative events) の構成要素との関係において適切に発話が生成され理解される方法を特定する能力と、複数の発話のグループにおける cohesion (結束性) と coherence (一貫性) に関わる能力であるとされる。3つ目が、方略的能力 (strategic competence) で、これはコミュニケーションにおける意思疎通の断絶 (breakdown) が発生した場合に、それを補うために発動されるコミュニケーション方略であり、言葉によるものとよらないものを含むとされ、文法的能力に関連するものと社会言語的能力に関連するものの2つのタイプに分けられるとした。これに対しカナルは、コミュニケーション能力は3要素ではなく4要素で捉えることとし、Canale (1983) において社会言語的能力に含まれるのは、社会文化的言語使用ルールのみであるとし、新たに談話能力を社会言語的能力から分離させた。談話能力とは、さまざまなジャンルにおいて口語または文語テキストの統一を行うために文法的形式と意味を組み合わせる方法の習熟に関わるものである。このような経緯で、今日では、第二言語教育におけるコミュニケーション能力は文法的能力、社会言語的能力、談話能力および方略的能力の4つの構成要素からなるとされている。さらに、Canale and Swain (1980) においては、方略的能力は、「コミュニケーションにおける意思疎通の断絶が発生した場合に、それを補うために発動される能力」であると定義されたが、Canale (1983) においては「コミュニケーションの効果を高めるため」にも発動されるとされた。

<sup>7</sup> 第二言語教育の分野では、grammatical approach が (linguistic) または文法的 (grammatical) なフォーム (phonological forms, morphological forms, syntactic patterns, lexical items) に基づいて構築され、それらフォームが組み合わせられることで文法的な文を形成する方法に重きを置くアプローチであるのに対し、communicative approach (または functional/notional approach と呼ばれる) は、学習者が知っておくべきコミュニケーション上の機能 (謝罪、説明、招待、約束などの communicative functions) に基づいて構築され、これら機能を適切に表現するために特定の文法上のフォームが使用される方法に重きをおくアプローチであるとされる。また、これら2つのアプローチに加えて触れられるアプローチが situational syllabus と呼ばれるもので、学習者が第2言語において実行 (perform) しなければならない特定の状況 (settings, situations) に基づいて構築されるものである。(ただし、この situational syllabus アプローチは、grammatical approach にも communicative approach にも重複する部分が多く、これら2アプローチを2つの大きなアプローチと位置付けている。

ここまでの理論展開においてコミュニケーション能力の構成要素である能力は相互に作用し合うという説明はなされていたが、Bachman (1990) において、コミュニケーションが動的なプロセスであるという認識が示された。また「言語伝達能力」(Bachman & Palmer の訳書における訳語) (communicative language ability) の概念を紹介し、その構成要素として知識構造 (knowledge structure)、言語能力 (language competence)、方略能力、心理生理的メカニズム (psychophysiological mechanism) があり、それらが下の図で示すように相互に関わってコミュニケーションが成り立つとした (図6)。ここでは、Canale and Swain (1980) および Canale (1983) で並列的に列挙されていた4つの能力から方略的能力 (strategic competence) が分離され、この能力がコミュニケーションという動的なプロセスにおいて他の能力を動かすものとして位置付けられている。また、方略能力が知識構造を基盤としていること、また個々のコミュニケーションの文脈 (context of situation) が心理生理的メカニズムと相互に作用し、それが方略能力と相互に作用していることが示されている点が特徴的である。

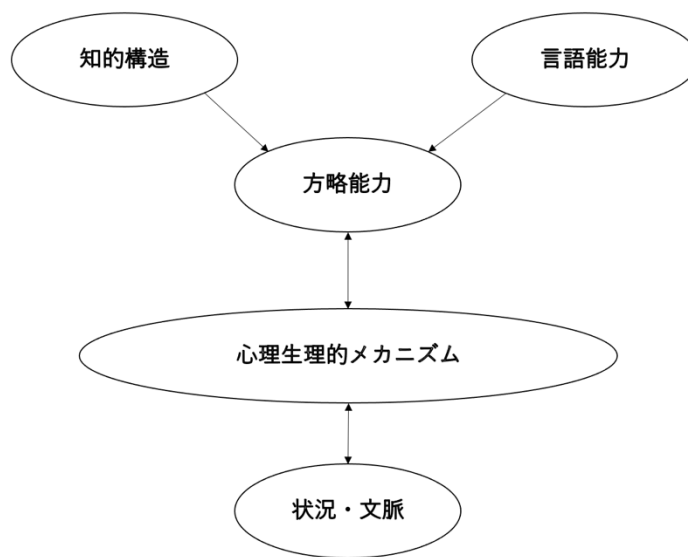


図6 コミュニケーション用言語使用におけるコミュニケーション  
言語能力の構成要素 (Bachman, 1990, p85)

また、前節で見た社会文化的能力の追加およびその内容的展開を軸とした流れを断ち切り、言語能力の構成要素も再構成され、図7に示すような構造になっているとした。すなわち、新たな構成では、組織的能力 (organizational competence) が文法的能力

(grammatical competence) とテキストに関する能力 (textual competence) に区分され、語用論的能力 (pragmatic competence) は発話内能力 (illocutionary competence) と社会言語学的能力 (sociolinguistic competence) に区分された。個々の能力については、以下の通りである。

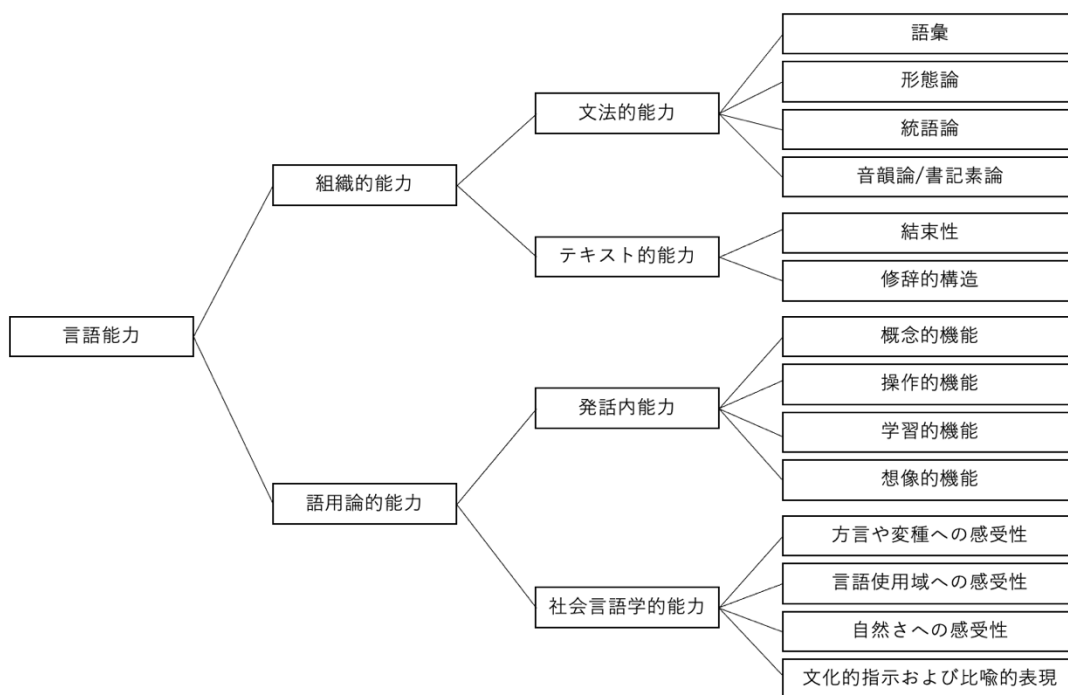


図7 言語能力の構成要素 (Bachman, 1990, p. 87)

### 組織的能力 (organizational competence)

「文法的に正しい文を産出したり理解するために言語の形式上の構造を統制する場合、それらの命題内容を理解する場合、それらを用いてテキストを形作る場合に含まれる能力から」構成される能力で、「文法的能力とテキスト的能力」から成る。」 (Bachman, 1990, p.87)。

### 文法的能力 (grammatical competence)

「文法的能力には言語使用に伴ういくつかの能力が含まれ...これらは多くの比較的独立した能力 (例えば語彙、形態論、統語論、音韻論/書記素論の知識) から成り立っている」とされ、また「それが音であれ、書きことばによる記号であれ、ある主張や身体的実



感を示すための発話における特定の意味、形式、および配列を表現するための選択をつかさどっている」とされる (Bachman, 1990, p.87)。

#### テキスト的能力 (textual competence)

一方のテキスト的能力には「テキストを形成するために発話をつなぐ申し合わせについての知識が含まれ...それが話しことばであれ、書きことばであれ、二つ以上の発話または文から成り立つものであり、結束性および修辭的構造の規則によって構成される」とされる (Bachman, 1990, p.87)。

#### 語用論的能力 (pragmatic competence)

組織的能力に対峙される語用論的能力には、その概念に「発語内能力、つまり容認できる言語能力を遂行するための語用論的規約に関する知識」である発語内能力と「特定の文脈において言語機能を適切に遂行するための社会言語学的規約に関する知識」である社会言語的能力が含まれるとする (Bachman, 1990, p.87)。

#### 発語内能力 (illocutionary competence)

発語内能力とは、ジョン・サールが Searle (1969) で定義する3つのスピーチ行為 (発話行為、命題行為、発話内行為) のうちの発話内行為 (発話者が「何かを言うときに使われる機能(断定、警告、要求) ) を発語媒介行為 (スピーチ行為が相手に対して具体的な行動を取らせるという結果) に結びつくよう発揮される力を指す (Bachman, 1990 訳書: p.103)。この中には、「命題を表現したり...知識や感情についての情報を交換するために言語を使用する」機能である観念的機能、「自分の回りの世界に何らかの影響を与える」ことを目的とする操作的機能、「...回りの世界に関する知識を広める言語使用に属する」学習的機能および「人を笑わせたりあるいは美的な目的のために...環境を創造したり、それを広めたりすることを可能にする」想像的機能を含むとされる (Bachman, 1990, p.87)。

また、サールに続き、発話内能力について、示唆的な説明を行なっているのが、ポール・グライスである。グライスは、Grice (1975) で、話を交換するに際しては、その会話は、関連のない表現の連続にはなっておらず、当事者は共通の目的や相互に受容する方向性を理解し、協調的な行動をとる。このことをグライスは、「協調の原理」 (Cooperative

Principle) と呼び、これを実現するためには、会話の当事者は、以下の4つの公準 (Maxims) を遵守することによって、聞き手は、目的に沿って発話を解釈することができるとした。逆に言えば、これらが遵守されなければ、聞き手にとっては、正しく解釈することが難しい会話となる。

(1) 量の公準 (quantity maxim)

必要な情報をすべて提供する。

必要とされる以上の情報提供はしない。

(2) 質の公準 (quality maxim)

偽りであると信じることは言わない。

適切な根拠に欠けることは言わない。

(3) 関係の公準 (relation maxim)

関連のあることを言う。

(4) 様態の公準 (manner maxim)

表現の不明瞭さを避ける。

曖昧な表現を避ける。

簡潔である (不必要な冗長さを避ける)。

順序だった表現を行う。

### 社会言語的能力 (sociolinguistic competence)

社会言語的能力とは、「その状況に適切な方法で言語の諸機能を遂行すること」を可能にする能力とされ、これには、地域や属する社会的集団の違いによって存在する言語使用者ごとの言語の変形や方言に対する感受性である方言や変種の違いに対する感受性、一方言や変種内における言語使用の変異である「言語使用域」 (register) や Swales (1987) の言う「談話領域」 (discourse domain) 内で使用される言語使用域に対する感受性である「言語使用域」の相違に関する感受性、使われた言語が、母国語話者のような話し方あるいは書き方からどのくらい乖離し、それが解釈に影響を与えるか否かを感じる使用言語の不自然さに対する感受性および「特定の出来事、場所、慣習、あるいは人々を述べる場合に、文化によって特定の意味が加わることを知っていること」を意味する文化的指示とスピーチの形体を解釈する能力から成るとする (Bachman, 1990, p.87)。

### 方略的能力 (strategic competence)

Canale and Swain (1980) および Canale (1983) の「コミュニケーションにおける breakdown (意思疎通の断絶)」が発生した場合に、あるいはそれを補うべく「コミュニケーションの効果を高めるためにも発動される」とされた方略的能力は、コミュニケーションという動的なプロセスにおいて他の能力を動かすものとして位置付けられた。また、方略能力が知識構造 (knowledge structure) を基盤としていること、また個々のコミュニケーションの文脈 (context of situation) が心理生理的メカニズム (psychophysiological mechanism) と相互に作用していることが示された。さらに、Canale (1983) において示された方略的能力の定義が、コミュニケーションの円滑化における方略的能力の機能を示しているものの、方略的能力がどのように機能しているかのしくみについての説明を行っていないとした。そこで、Bachman (1990) においては、方略的能力がコミュニケーションの目的を達成するために最も効果的な方法を決定するための評価 (assessment)、計画 (planning) および実行 (execution) の3つの構成要素を持つとしており、それぞれを以下のように定義した (Bachman, 1990 訳書: p.99)。なお、この3要素は、Faerch and Kasper (1983) が示したモデルを参照している。Faerch and Kasper (1983) では、要素 (factor) ではなく、段階 (phase) ということばが当てられている。

### 評価的要素

評価においては、(1) 言語の種類または方言など、与えられた文脈においてコミュニケーションの目的を達成するために必要となる情報を特定する、(2) そのコミュニケーションの目的を達するためにその情報を最も効果的に用いる手段としてどの言語能力 (母語、第2言語、または外国語) が利用可能かを決定する、(3) 対話者と共有する知識を確認し、(4) コミュニケーションを試みた後には、コミュニケーションの目的がどの程度達成できたかを査定することが行われるとした。評価プロセスにおいては、コミュニケーションの目的を達成するための文脈理解をし、使用手段を決定し、相手との共有知識を確認してコミュニケーションの試み、コミュニケーションの目的がどの程度達成できたかを査定する。なお、この評価的要素は、Faerch and Kasper (1983) では、計画的段階 (planning phase) に属するとされており、Bachman (1990) においては独立した要素として抽出されている。

### 計画的要素

この要素は、言語能力から必要となる項目（文法的知識、テキストに関する知識、機能的知識および社会言語的知識）を検索し、コミュニケーションの目的を達成することを可能にする計画を可能にする。単一言語によるコミュニケーションの状況では、関連項目は母国語能力（L1）から導き出され、バイリンガルな状況では第二言語（L2）、さらに外国語が使用される状況においては外国語（Li）が導き出されるとする。

### 実行的要素

最後の要素である実行的要素は、必要となる心理生理的メカニズム（psychophysiological mechanism）を利用して、コミュニケーションの目的と文脈にとって適切な様式（modality）と手段（channel）の使用を可能にする。

図8において、これら3つの方略的能力の要素と言語能力、および言語使用の文脈の関わりが示されている。

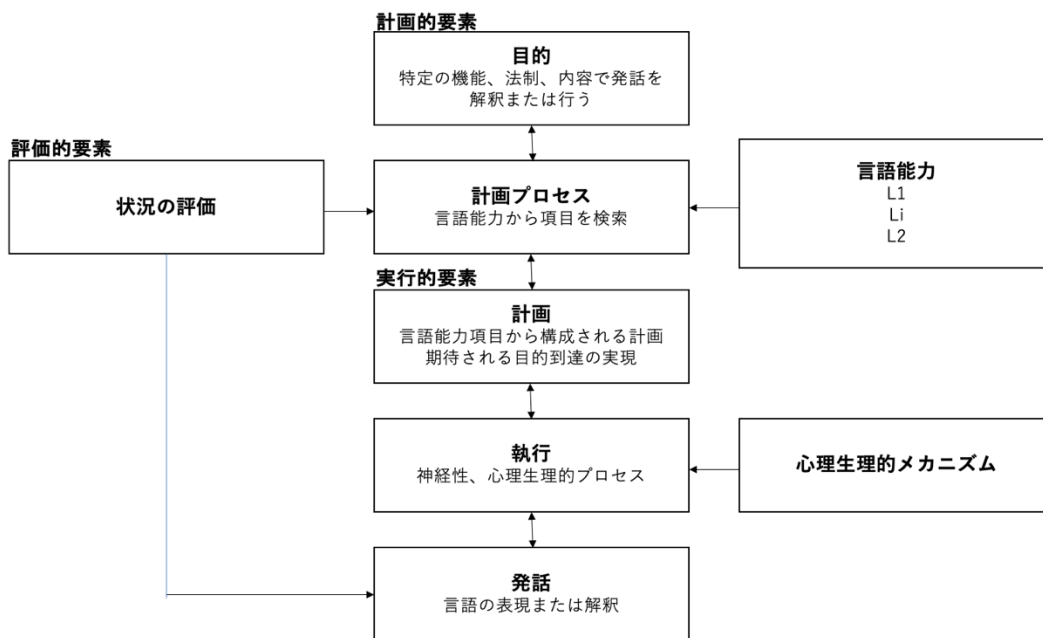


図8 言語使用モデル (Bachman, 1990, p. 103)

言語テストを想定したモデルを考案した Bachman (1990) に対し、Celce-Muricia, M., & Z. Dornyei and Thurrell (1995) は、言語能力とシラバス作成を含む言語教育現場での実務に結びつける必要があるとの認識から、新たに Canale & Swain (1980) および Canale (1983) の後継モデルを提案した。このモデルでは、言語能力の中心に談話能力があり、まとまった発話を成立させるために、語句、発話の選定や配列を決定するとしている。この談話能力は、社会文化的能力、行為的能力および言語能力と相互に作用しながら、その働きを行うとしている。このモデルでは、Canale & Swain (1980) および Canale (1983) における社会言語的能力が社会文化的能力と行為的能力に分離されている。ここでの行為的能力は、「全ての重要な言語行為や言語行為セットを理解したり作り出す能力」(坂本、谷, 2017) である。またこのモデルにおいては、言語教育の場でのシラバス作り等を意識して、書く能力の構成要素を細かに列挙している点に特徴がある。

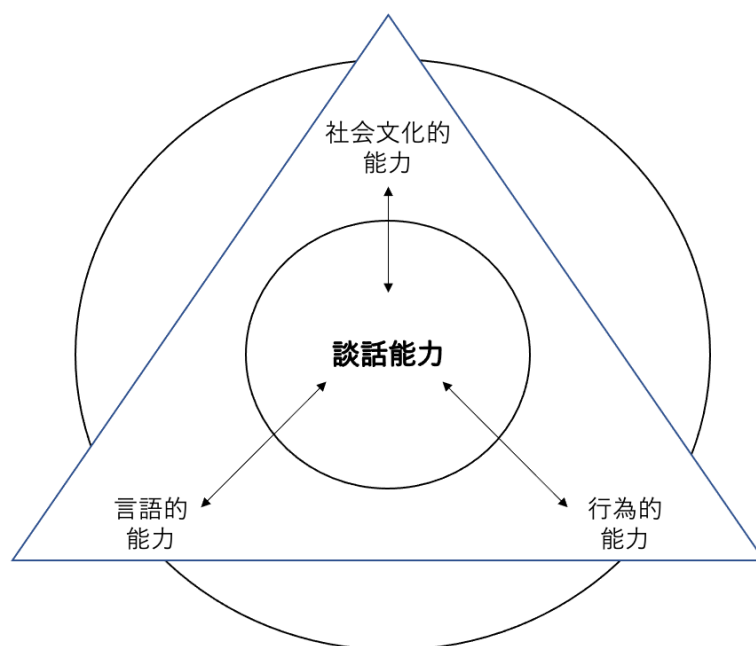


図9 Celce-Muricia, M., & Z. Dornyei and Thurrell (1995) p.11

ここまで、Chomsky (1965) から Canale (1983) 、さらには Celce-Muricia, Dornyei and Thurrell (1995) までの理論展開の流れを見たが、この流れは、図 10 で示すように、基本的には社会文化的能力の追加およびその内容的展開の歴史と言えよう。チョムスキーが唱えた competence と performance の区別に対して異論を唱えたハイムズ等は、より広い意味での competence たる communicative competence と呼ばれる概念を唱え、この段階で、言語

能力と社会文化的能力が分離された。さらに、カナルおよびスウェインは、コミュニケーションにおける **breakdown** (意思疎通の断絶) が発生した場合に、それを補うために発動されるコミュニケーション方略である **Strategic competence** (方略的能力) を社会文化的能力から分離した。さらに Canel (1983) では、社会文化的能力から談話能力が分離され、かつ方略的能力はコミュニケーションの効果を高めるための能力でもあるとされた。

Bachman (1990) はテスト理論から Canale & Swain のモデルを修正したが、特に方略的能力にコミュニケーションを支えるメタ能力的かつ独立した位置付けを与えた点において特徴的である。Celce-Murcia, Dornyei and Thurrell (1995) ではバックマンのモデルをさらに修正し、談話能力をコミュニケーション能力の中心に据えた。この歴史的論理発展の流れを、図 10 に示す。

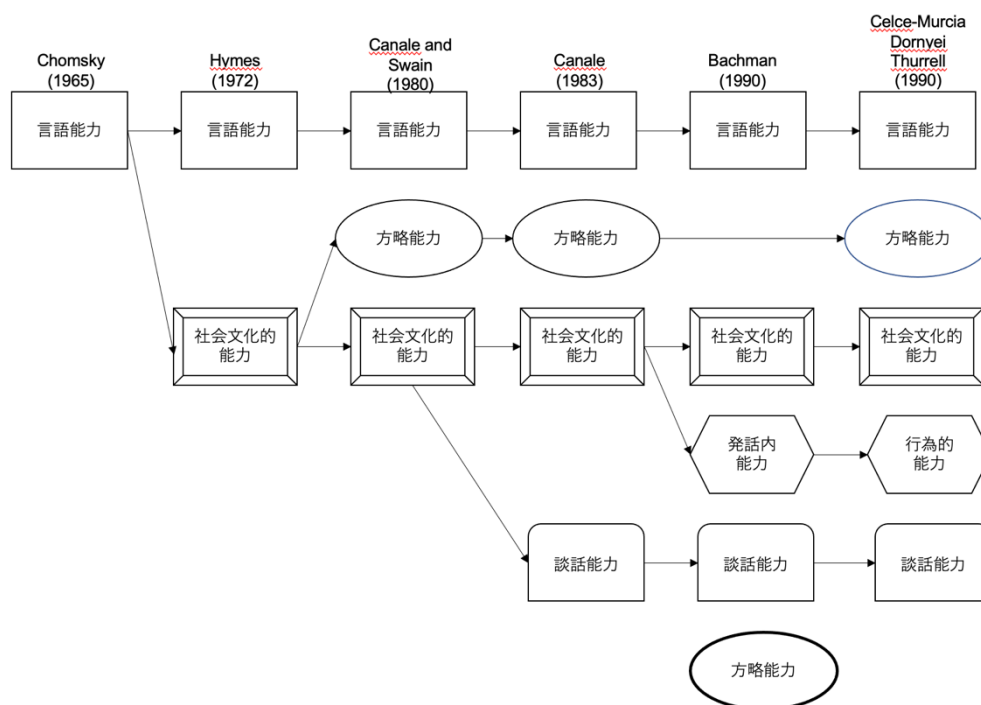


図 10 コミュニケーション能力モデルの変遷

次に、言語学分野でビジネスに注目した研究として取り上げるべきものとして BELF を参照するが、まず BELF の母体としての ELF から取り掛かることとする。すなわち、コミュニケーション能力、ELF、BELF の順で先行研究を精査する。

### 第3項 ELF、BELFに関する先行研究

#### ELFに関する理論展開

コミュニケーションの能力に関わる研究は1990年代までにその多くがなされたが、そうした研究においては、研究成果の応用である英語教育については、基本的に英語母語話者が持つ規範を目標とすることが前提とされてきた (Charles, 2007)。しかし、1990年代に入ると、企業活動を中心とする社会のあらゆる面でのグローバル化とインターネットを中心とする技術の進展に伴い英語の質的变化が意識されるようになる。まず1990年代に ELF (English as a Lingua Franca)<sup>8</sup> という概念が持ち込まれ、社会活動のあらゆる場面で使用される英語の変質が認識されるようになった。英国の言語学者ジェニファー・ジェンキンス<sup>9</sup>が、多くの留学生に英語を教える中で、彼らが相互にコミュニケーションを行う際に英語母語話者が使う英語とは異なる英語を使用していることに着目し、異なる母語話者によるコミュニケーションの手段である点に着目して ELF (English as a Lingua Franca) と名付けた。そこでは、英語は英語母語話者を含むすべての者が共有するもの (英語母語話者だけのものではない) であって、そこに参加する者が使用する英語にはそれぞれの特徴があるが、共通点もあるとした。しかし、相互間の理解 (intelligibility) を確保するためには、核となる英語の特徴が必要であるとした。その「核」が確保されていなければ、英語としての理解が不能になるものという意味である。この考え方を基に、英語としての理解を支えるための英語の音声的特徴を整理し、Lingua Franca Core という概念を提唱した (Jenkins, 2000)。こうした認識を受け、ELF のコーパス代表格である VOICE (Vienna-Oxford International Corpus of English) の開発者であるウィーン大学のバーバラ・ゼイデルホーファーは、ELF の実態が ENL (English as a native language) から乖離しているとの理解が進んでいるにも関わらず、英語教育の現場では相変わらず ENL (English as a native language) の規範に近づくことが目標になっているという実態と英語教育の現状の概念的乖離 (conceptual gap) が存在するとし、この乖離を埋めることが必要であることを主張した。さらに、ENL (English as a native language) との対比において ELF (English as a Lingua Franca) を特徴付ける必要性を主張し、英語使用の世界的広がりがありつつも、その性質やフォームについての議論が不足しているとした (Seidolhofer, 2001, 2004)。こう

<sup>8</sup> Lingua Franca は、異なる母語を有する多くの者が、共通の目的のために使用する共通言語を指し示すこととなり、ローマ帝国時代のラテン語などがその典型とされる。

<sup>9</sup> サザンプトン大学人文学部近代言語学所属

した指摘を受け、ジェンキンスは、三人称単数名詞を主語とする文の動詞のsの脱落、関係代名詞 who と which の混同、冠詞の省略や不要な箇所への挿入、重複する前置詞の挿入などの ELF の文法的特徴について紹介を行っている。この段階においても、依然として英語教育の目標は英語母語話者が持つ規範とされる傾向があった。

### ELF から BELF へ

このような ELF の理論展開を受け、さらに国際的に展開される企業活動の中で英語が支配的な地位を占めていることを前提に、ELF が国際的企業においてどのように使用されているかについて注目されるようになった。グローバル化の進展に伴い、英語が異なる母語を持つ話者間でのコミュニケーションに使われていること、その特徴や言語教育への応用に関する研究がなされるようになってきた。2000年代に入ると企業活動において使用される英語については、主に英語教育を念頭においた概念である ELF では説明できないことが意識されるようになり、企業活動（ビジネス）に携わる *discourse community* ないしは”*community of practice*”<sup>10</sup>の成員である者に共有される言語である BELF（Business English as a Lingua Franca）という概念が登場した（Nickerson, 2005）。さらに、BELF に関わる知識が国際的な舞台で活動する者の基本的な資質の一部を成しているという考え方が現れ、この資質 *global communication competence*（グローバルコミュニケーション能力）と呼ばれるようになってきた。

BELF 研究の嚆矢となったのは、ルヒアラ-サルミネンらによるスウェーデン企業とフィンランド企業との合併プロセスの中で、英語の使用がどのように行われたかについての研究である。それまで、国際間でいわゆる NNS（non-native speakers）によって使用される英語については、ELF（English as a Lingua Franca）という概念が使われてきていたが、この研究においては、使用される英語が、単に業務を遂行するための共通言語としての意味を持つものであり、もはや英語の NS（native speakers）がよって立つ文化を前提としていないところに特徴があったとした。また、BELF はその話し手の誰一人としてそれが自らの母語であると主張できないという意味において中立的であり、地球規模でのディスコース・コミュニティ（*discourse community*）の中でビジネスが行われる際に使用され共有されるものであるとした。そして、このディスコース・コミュニティの成員は独自に BELF を使

---

<sup>10</sup> カナダの言語学者エティエンヌ・ウエンガーが提唱した理論。



用しかつ意志疎通を行う者であって、NNSでもNSでもないとした (Louhiala-Salminen, Charles and Kankaanranta, 2005)。こうした流れの中、ミリアリサ・チャールズは、国際的に展開される企業活動の中で英語が共通語としての地位を占めていることが認識されていることを前提として、多くの国際的企業が、社内公用語として英語を採用し始めていることに着目した。英語が公用語として採用されることによって、社内コミュニケーション円滑化に貢献する一方、社内的に英語母語話者と非英語母語話者間の対立などの問題も産むことから、言語を経営的な問題として捉える必要があるとし、かつ ELF の概念を再構築し、BELF として捉えるべきであるとし、表2で示すような両者の違いについて整理を行っている (Charles, 2007)。

表2 研究アプローチに基づく ELF と BELF の比較

	ELF	BELF
意思疎通の成功をもたらすもの	英語母語話者類似の言語使用および言語能力	コミュニケーション場面の要請や条件に適切に対応する言語使用
発信者の目標	英語母語話者の談話の模倣	仕事の完了
非英語母語話者の位置付け	学習者、問題の元	独自の立場でコミュニケーションを行う者
コミュニケーション上の問題発生的主要原因	不十分な言語技能	不十分なビジネスコミュニケーション能力
文化	英語母語話者の国の文化	グローバルビジネスコミュニティの文化多様性と個々の文化的背景
言語的に側面に着目したコミュニケーション研究の目的	英語母語話者類似の英語と談話からの乖離に関わる理解を増進し、言語的逸脱を減少させる	グローバルビジネス遂行のため使用される多様な英語 (Englishes) とそれを使用した談話への理解を増進し、状況に応じたコミュニケーション技能の開発を促す
英語の「所有者」	英語母語話者	誰でもない (利用するすべての者)

(Charles, 2007 から要約)

これを補足するように、アンネ・カンカーンランタは、量的分析と質的分析手法を用いて、BELF を使用する者が、“get the work done” (「仕事を完遂せよ」) という共通の価値観を共有していることを示し、さらに BELF が「簡素化された、ハイブリッド型の、高度に動的な」コミュニケーション手段となっていると結論づけている。さらに BELF 能力とは、結局「明解さ、内容の正確性、ビジネスに特有の語彙とジャンルの慣習」を求めるものであり、現在のグローバルなビジネス環境においては、ビジネス知識が不可欠の要素で

あるとした (Kankaanranta and Planken, 2010)。一方で、スザンネ・エーレンライヒは、多国籍企業で企業でありながら、家族経営を継続しているドイツ企業を対象とした研究の中で、そのような企業が英語の必要性を認識する一方、企業活動の効率化の観点からは、各拠点で働く者各自の母語の重要性を認識することの必要性を述べている。同時に、そこで働く役職員のほとんどが必要な範囲内で英語の技能を習得すべきであるということ認識している一方、その習得のための教育は職場を想定した英語訓練ではなく、現場で仕事を通じて行う方法による方が合理的であると述べている (Ehrenreich, 2010)。

### **GCC (global communicative competence) の提唱**

こうした BELF 研究の流れの中で、ルヒアラ-サルミネンは、グローバルコミュニケーション能力 (global communication competence, GCC) というモデルを提唱した。グローバルなコミュニケーションに携わるビジネス・プロフェッショナルに求められるコミュニケーション能力を検証した広範な調査に基づいた研究を行い、グローバル化と新たな技術の進歩による急速な職場環境の変化の中で、グローバルビジネスを遂行していく上で求められるコミュニケーション能力を拡張していく必要性に焦点を当てた。また、それまでに行われたコミュニケーション能力の言語的側面、特に共通語としての英語 (ELF) についての研究が疎かであったとし、多文化に関わる能力 (multicultural competence)、BELF に関わる能力 (BELF competence)、そしてコミュニケーションを行う者の持つビジネス・ノウハウ (business knowhow) から成るグローバルコミュニケーション能力 (global communication competence, GCC) というモデルを示し、それが国際的なビジネスの世界で働くプロフェッショナルにとっては必須の能力であるとした。ここでの多文化に関わる能力とは、異なる国々、組織および職業的文化を代表する者とのコミュニケーション状況を管理運営する力であり、「異なる物事の進め方」 (Kankaanranta and Planken, 2011) に対する尊重と許容などの受容能力を必要とするものとされた。次に BELF に関わる能力は、人間関係を構築し維持しつつ目の前にある業務を遂行し、かつ英語の「コア」、ビジネス特有のジャンルおよび明解さ、簡潔さ、率直さおよび丁寧さに関わる能力を要するとされた。さらに、最も外側に位置付けられる能力であるビジネス・ノウハウは、ビジネス特有の知識とビジネス・コミュニティで共有される独特の「使用ドメイン」およびビジネスに関わる、より一般的総合的な目的、規則および方略の組合せからなるとした (Louhiala-Salminen and Kankaanranta, 2011)。

## 第2節 ビジネス分野における先行研究

クラーク・ハルの動因低減説やジークモンド・フロイドの精神分析的本能理論 (Freud, 1949) が、行動は食欲や性欲といった一次的動因によって引き起こされる内的緊張や刺激によって引き起こされることを前提としたのに対し、ロバート・ホワイトは、人間をはじめとする有機体などには刺激や情報などを自ら求めていく生まれながらに持っている傾向性があり、この傾向は環境に対し効果的に対応しようとする有機体の生得的能力によるものであるとした。ホワイトはこの能力を *competence* (コンピテンス) と名付け、環境との相互交渉の結果として得られる効力感 (*feeling of efficacy*) を充そうとする動機づけが学習を促すとした。そしてコンピテンスを構成するのは、技能 (*skill*)、熟練 (*proficiency*)、能率 (*efficiency*)、能力 (*capacity*)、能力資質 (*capability*) であるとし、これらが環境と相互作用し変化するとした。ホワイトの研究目的は、モチベーションの代替となる新たな概念の創出であり、コンピテンスはその候補とされた (White, 1959)。

ホワイトの理論を発展させ、近年のコンピテンシー研究の基礎を築いたとされるのがデイビッド・マクレランドである (福井, 2009)。マクレランドはコンピテンスを“an alternative approach to traditional intelligence testing” (McClelland, 1973) として提唱した。その問題意識は、学校での学業成績 (=テストの成績) が、ビジネスでの成果やその他の社会的活動における成果を的確に予想しえていないのではないかというもので、職業における成功を予測する力がないため、それを予測する学業成績以外の基準が必要であるというものであった。

知能テストは、仕事の上での成功の要因となる能力を予測するか?ほとんどの心理学者はそのように考えるし、そしてもちろん一般大衆もそのように考える (Cronbach, 1970, p.300)。しかし、証拠はそうした自信を裏付けるべき水準よりもはるかに下回る水準でしかない (McClelland, 1973)。

マクレランドは、この枠組みを企業での人材活用用にビジネス化したため、「コンピテンシー」という言葉がビジネスの世界で広く使われるきっかけとなった。その研究は、国務省からの依頼で優秀な外交官を採用するプロセスに活かされたことがきっかけとなり、実務への応用という色彩を強めるようになった。米国外務情報職員中の成功者とされる者

とそうでないとされる者にとり BEI (behavioral event interview=行動事象インタビュー) という手法を使って聞き取り調査を行い、成功者において見られる要素を検討している。そして適性を知る上で、職員採用試験が採用していた知能、知識、歴史、語学力などの試験では将来の業績の予測はできないとし、予測するためにはテストが「人生における様々な結果に関与するコンピテンシー・クラスター (competencies involved in clusters of life outcomes) を含む必要であるとし、それには、それまでにも重視されてきた読み、書き、計算するなどの認知的なものと、旧来心理学で「人格変数 (personality variables) と呼ばれてきたものが含まれるべきであるとした。具体的には、表3のようにまとめられる。

表3 マクレランドのコンピテンシー・クラスター

コミュニケーションスキル	言葉、表情、動作などにより正確に意思疎通を行う技能。書くことは、この技能を簡単に試すことのできる方法の一つであるとしている。
忍耐または応答遅延	サービス産業従事者や警官など、苛立ちを生じるような要望が、対応する相手からもたらされる傾向が強い職業には、極めて重要な資質であるとしている。
控えめな目標設定	高すぎる目標も低すぎる目標も、失敗につながる事が多く、控えめで達成可能な目標の設定をする方が好ましいとしている。
自我の発達	年齢により発達を遂げる自発性や感受性

(McClelland, 1973 から要約)

マクレランドはこれら4つのコンピテンシーをリーダーシップ (leadership) や人間関係スキル (interpersonal skills) といった「一般的な」 (general) (どの職業にも共通する) コンピテンシーの評価に用いることが、人の職業的、社会的な成功を予測するために重要であると述べている。また、こうしたどの職業にも共通するコンピテンシーを基準からはずしたなら、結局は職業毎に、それぞれの職業に特有のコンピテンシー・クラスターをおびただしい数作らなければならないとした (McClelland, 1973)。

1980年代には、マクレランドを引き継いだリチャード・ボヤティスにより、コンピテンシー概念に変化がもたらされる。ボヤティスは、「コンピテンシーとは、業務において優れたパフォーマンスに反映される性質であり、その原因となる知識、動機、特性、自己イメージ、社会的役割、技能である」とした Boyatzis (1982)。この研究において、2000人以上の管理職への大規模な調査から、特定の個人が高い業務成績を上げる条件として、

図 12 に示すような「職務の要請」「組織の環境」および「個人のコンピテンシー」の三要素の一致を要するとし、その中でも個人のコンピテンシーを重要視した。そして「コンピテンシーとは、業務において優れたパフォーマンスを生む人の根源的な特性である」とし、平均的なパフォーマンスと優れたパフォーマンスを区別する特徴がコンピテンシーであるとした。また、業務を遂行する上で必要ではあるが、優れたパフォーマンスにつながるものものを *threshold competencies*（必要最低限のコンピテンシー）と呼んだ。

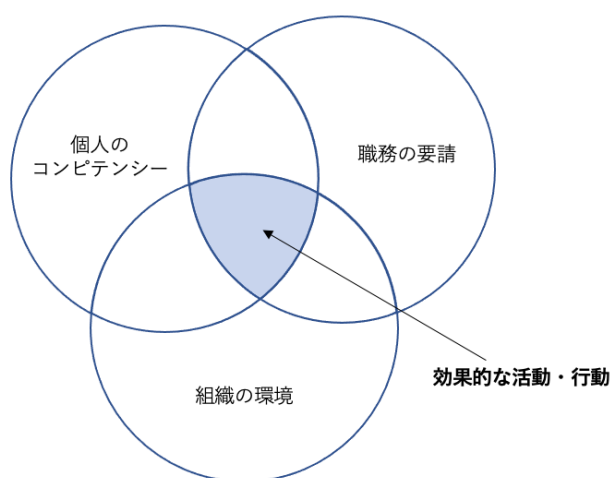


図 11 Boyatzis (1982) p.13

コンピテンシーには知識、動機、特性、自己イメージ、社会的役割、技能という要素があり、これらの関係は中核部分に動機 (motives) と特性 (traits)、その外側に自己イメージ (self-image) と社会的役割 (social roles) が、そして最も外側に技能 (skills) というものである。最も外側にある技能は、行動に現れるレベル、自己イメージと社会的役割は個人の意識するレベル、そして動機と特性は意識に上らないレベルにあるとレベル分けを行った。そしてさらにそれぞれの要素をクラスターと下部コンピテンシーに分類定義した。ボヤティスに続きライル・スペンサーとシグネ・スペンサーは、1989年にコンピテンシー・ディクショナリを開発、さまざまな職種に必要と考えられるコンピテンシー・モデルを開発した (Spencer and Spencer, 1993)。これら研究には、多くの米国企業が関心を示し、企業実務、特に人事における採用、人材配置、昇格昇進などに積極的に取り入れ、この流れは、海外にも波及していった。日本企業においても、「コンピテンシー」が人事施策におけるキーワードとなり、特に 90年代には多くの企業がこの概念を取り入れることと

なった。<sup>11</sup>Spencer and Spencer (1993) は、マクレランドの流れをくむコンピテンシーのモデル化や人事制度全般にわたる運用を完成する一端を担ったとされる。ここでは、コンピテンシー・モデルとその範囲図である冰山モデル（図 13）が示され、コンピテンシーを水面下（意識下）に隠れているため開発しにくい特性（trait）、動機（motive）、自己イメージ（self-concept）の部分と、意識上に出ているため開発しやすい知識（knowledge）やスキル（skills）といった部分で構成されているとした。Spencer and Spencer（1993）では 200 以上の職種についてコンピテンシーを発見し、それらを分類、定義した上で、それぞれの行動に置き換えられた。

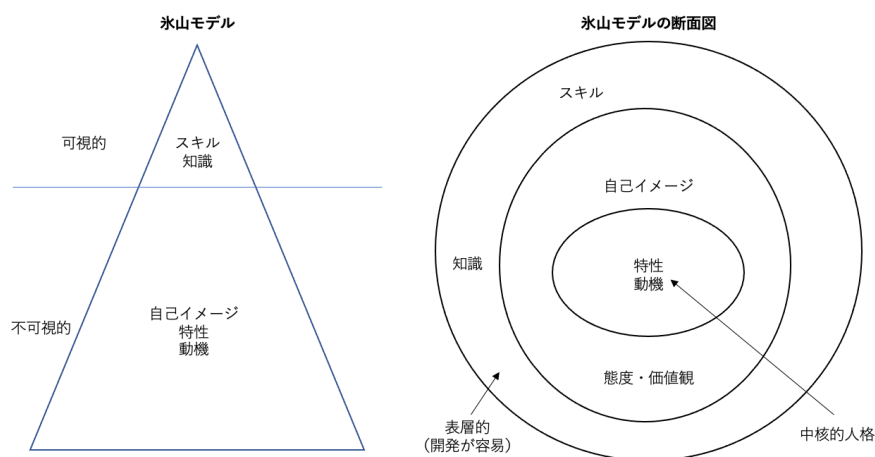


図 12 Spencer & Spencer の冰山モデル

Spencer & Spencer, 1993 梅津・成田・横山訳 2011 より

ここにおいてマクレランドやボヤティスが発見した高パフォーマンスにつながる要素が修正され、概念として確立されたとされる。基本的な考え方としては、コンピテンシーがパフォーマンスの原因となり、評価基準に照らして、発生頻度とレベルによって、個々人のコンピテンシーが把握できるというものである。これが、コンピテンシー・ディクショナリと呼ばれるものであり、先行研究によって明らかとなった多数のコンピテンシー要素

<sup>11</sup> コンピテンシー研究の成果が一時期は米国でも、さらには少し遅れて日本においても多くの企業がこぞって人事管理制度に取り入れるという時代があったが、短い期間でその「ブーム」は去ってしまったとする論評もある。(リクルートメディアコミュニケーションズ, 2003)

を用いて体系化された成果である。この意味で、スペンサー&スペンサーの研究は、重要な位置付けにあるとされる。

コンピテンシー・ディクショナリにおいては、コンピテンシーを「ある職務または状況に対し、基準に照らして効果的、あるいは卓越した業績を生む原因として関わっている個人の根源的特性」と改めて定義している。ここで、「根源的特性」としたのは、「コンピテンシーが個人の性格のかなり深い永続的な部分を占め、さらになかなり広い範囲の状況や職務タスクにおける行動を予見できる」ため、「原因として関わる」としたのは、「コンピテンシーはある種の行動や成果の原因となり予見し得る」ため、さらに「基準に照らして」としたのは、「ある特定の尺度や基準に基づいて測定する場合に、コンピテンシーは実際に、だれがすぐれた成果を生み、だれがおそまつな成果に終わるかを予見し得る」からとした（Spencer & Spencer, 1993 梅津・成田・横山訳 2011）。また、コンピテンシー特性を「動機」、「性向」、「自己イメージ」、「知識」、「スキル」の5つのタイプに分類したことは前述のとおりであるが、原因—結果の関係から見ると、動因、特性、自己イメージに関わるコンピテンシーがスキルにもとづく行動アクションの引き金となり、さらに職務パフォーマーの成果に影響を及ぼすとした。さらに、知識とスキルに関わるコンピテンシーには不可避免的に動因、特性、自己イメージのコンピテンシーが含まれ、これらが活用される知識やスキルを稼働させ「プッシュ」するとしている。この関係は、同書において、図14のように示されている。

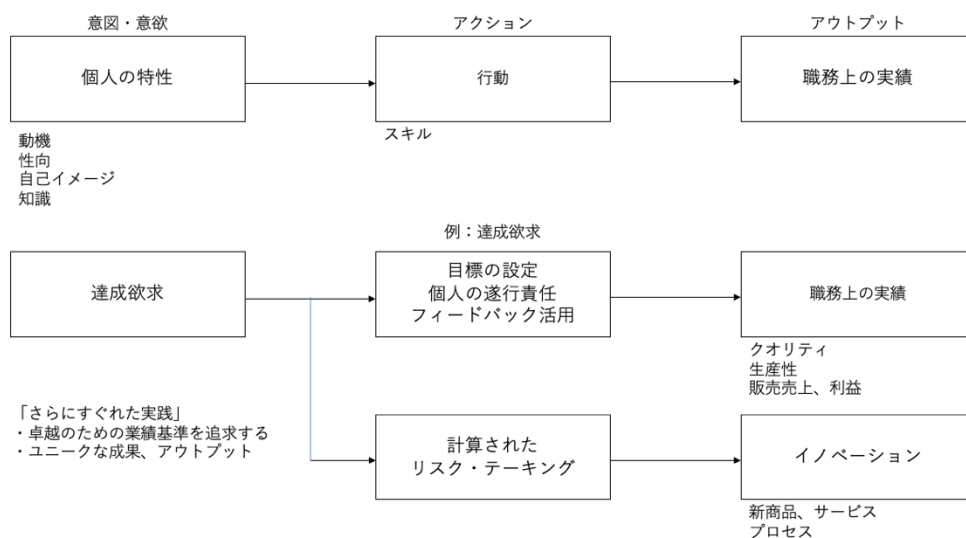


図13 コンピテンシーの原因-結果フロー・モデル

Spencer & Spencer, 1993 梅津・成田・横山訳 2011 より

### 第3節 先行研究の限界とリサーチ・クエスチョン

まず、ジャンル研究の功績は、学術的文書のみならず、ビジネスを含む社会活動において、達成目標を共有し、特定のコミュニケーションのしくみを持つ「ディスコース・コミュニティ」の存在を前提に、そのコミュニティの中で共有されるコミュニケーションのパターンを特定することにより、それを新たにそのコミュニティの構成員となろうとする者に対して継承することが可能になることを示したことであろう。本研究の対象である英文ビジネスEメールも、ジャンル研究の場において、一ジャンルであることが認知されている。そのため、英文ビジネスEメールライティングの授業を行うとすれば、一定の枠組みが用意されていることとなる。しかしながら、その枠組みは、いわば一定の語句や文を一つのテキストの中でどのように配置するか、どのような語彙を使えば自分が入ろうとするディスコース・コミュニティの成員として認められるかという点に重きをおくものである。ゆえに多くのビジネスEメールに関わる研究は、現象（結果）としてビジネスEメールが、どのように、独自で特徴的なテキストの組み立てになっているかを観察しており、どういったビジネスEメールが、実際に実効的、言い換えれば仕事を前に進める力を持っているかについては触れていない。

次に言語学上の研究では、与えられた状況でどのように言語使用を行うかを判断する諸能力（文法的能力、社会文化的能力、方略的能力、談話的能力等）の存在について触れられてはいるものの、本研究が対象とするビジネス現場でのコミュニケーション、特に英文ビジネスEメールの作成過程において具体的にどのような力として発揮されているのか、あるいはそのような判断の源泉となっている価値観は何なのかについては、研究の埒外のこととされている。例えば、Buchman（1990）においては、方略的能力が他のコミュニケーション能力を動員するとされてはいるものの、方略的能力が発揮される条件としている知的構造（世界に関する知識）の詳細については、説明していない。また方略的能力についても、その構成要素は具体的に示されていない。

さらに、BELFの研究においては、BELFがビジネスに携わる者を特定の「ディスコース・コミュニティー」の構成員として認識し、“get the job done”という到達志向の強い集団における価値観を基にした言語使用の特徴を有することに触れており、新たに産出されたグローバルコミュニケーション能力（global communicative competence: GCC）の構成要素と



してビジネス・ノウハウ (business knowhow) が提示されているが、その具体的内容については、積極的に触れてはいない

このビジネス・ノウハウは、マクレランド以降のコンピテンス研究においては、多くの職種における優れた業績を上げる者が有する特性に近い概念であるようにも思える。しかし、これら研究においては、コンピテンスは職種を軸として概念構成がなされており、スペンサー&スペンサーで示されたような職種別に求められる能力のリストを成果物としている。そこでの視点はあくまでどの職種のどのような役職の者にはどのような能力が望まれるかというものであり、本研究で目指す英文Eメールライティングといった業種や職種に関わらず一般的に優秀なビジネスパーソンに共通に求められる能力を抽出するものにはなっていない。以上の英文ビジネスEメールライティングに関わる研究分野での成果と限界を踏まえ、かつそもそも本研究を開始するに際しての基本的立ち位置である「国際ビジネスに現に携わっている、または将来携わることが期待される非英語母語話者に対する英語教育者」としての立場を踏まえて、本研究においては、まず、次のリサーチ・クエスションを立てる。

**RQ1: 効果的で適切な英文ビジネスEメールを書ける非英語母語話者にはどのような能力が求められるか?**

第一に、国際ビジネスに携わる非英語母語話者が実効的な英文ビジネスEメールを書くために必要な能力を、データに基づく質的分析により明らかにしていく。さらに明らかにされた能力は、先行研究ですべて列挙されているか否かを検証し、同時に列挙されていない能力をも明確にすることを目指す。

**RQ2: それら能力は、相互にどのように関わり合っているか?**

上記で特定された実効的な英文ビジネスEメールを書く能力は、相互に作用しながら連続的に発揮されていると考えられる。ある能力を引き出すには、別の能力が働いており、その能力が発揮されるには、別の能力がその契機となっていると考えられる。このような相互作用がどのように起こっているかの解明を目指す。

**RQ3: 国際ビジネスに携わる非英語母語話者に求められる英文ビジネス E メール・ライティング能力の概念モデルはどのようなものか？**

最終的には、上記で判明した相互作用の全体像（必要とされるすべての能力とそれらの相互関係）を可視化することによって、国際ビジネスに携わる非英語母語話者が実効的な英文ビジネス E メールを書く過程の再生が可能になる。この可視化の結果としてのモデル構築をも目指す。

## 第4章 研究手法とデータ収集

### 第1節 研究手法に関する基本的な考え方

本研究が目指す新たなモデルを構築するために採りうる方法のひとつが、先行研究で提唱された、あるいは独自の仮説に基づいたモデルにアンケートなどを通じて集められる数値化されたデータを当てはめ、すべてのデータが説明可能か否かを検証する量的研究手法である。しかしこの方法により本研究の目的を達成しようとするれば、いくつかの課題が存在する。

まず、既述のさまざまな先行研究が定義する「能力」の定義は一律でなく、どのモデルを基にデータを集めるかについての判定が難しいことがある。つまり量的研究手法で前提とされる「仮説」を特定しにくい。次に、さまざまな能力について、数値化して問うことの限界がある。往々にして、特定の能力が説明される場合は、人の語りや書物の中でさまざまな表現を使って言語化されることが多く、画一的に定義され数値化されるわけではない。先行研究における諸々の能力の記述は、そうした網羅的定義化、数値化の努力の結果として捉えることもできる。しかし、本研究は、本研究で明らかにしようとしている「非英語母語話者が、効果的で適切な英文ビジネスEメールを書くために持つべき能力」が先行研究ではすべて網羅されていないのではないかということをもその問いとしていることから、これらのいずれか（あるいはいくつかの組み合わせ）を、量的研究アプローチの仮説として使用することも適切ではないと考えられる。

このように考えると、新たなモデルを構築するためには、先行研究で提唱されたモデルを参考としつつも、それらでは記述されていない「実効的な英文ビジネスEメールを書く能力」が新たに発見されることも想定し、その上で、新たに発見された能力と先行研究で提示された能力を組合せることで、新たなモデルの構築を目指さなければならない。そうになると、特定の「仮説」の存在を前提とせず、そこから理論を導き出すアプローチを採るべきであると考えられる。浦野他（2016）で示された「既存の理論や研究者が前もって規定した枠に囚われることなく、研究参加者の視点からその経験の意味や認識を深く捉えること」（pp. 92-93）を目的とする質的研究手法がまさにそうしたアプローチであり、本研究では、このアプローチを採ることとした。先行研究が提唱するさまざまなモデルや能力を

いわばモデル構築の「スターティング・ポイント」(Corbin and Strauss, 2015)として参照し、新たなモデル構築を目指すこととする。

具体的な手順としては、質的研究の典型的な手法として紹介されている観察記録とインタビュー記録(大谷, 2008, p342)をデータとして収集し、それを後述する分析方法によって理論化することを試みとするが、以下では、実際に収集するデータについて記述する。データ収集および分析の方法としては、実際のビジネスの現場で使用されているいわゆる「オーセンティックな」データを使用し、それをジャンル研究におけるムーブを軸として分析するものも考えうる。ムーブとは、「一定の特定可能な目標のためのテキスト内の機能単位」(中谷・ビューシス, 2016)であり、タスクの中で一定の目的に沿った機能を果たすとされる。例えばHo(2011)は、依頼を内容とする英文Eメール(オーセンティックデータ)におけるムーブ構造、頻度、記述の厚みなどから3種類の職業グループの特徴の比較解明を試みた。また、Van Herck et al., (2021)は、顧客から企業への苦情に対応するための企業が送信するEメールについて、実際にある英国企業で使用された150通のEメールのムーブ構造を分析し、企業のEメールによる苦情対応を、個人からの苦情に対するものと企業からの苦情に対するものでムーブの頻度や語彙使用がどのように異なるかを調べ、それぞれの特徴を明らかにしている。

この他の分析手法としては、コーパスを用いたものもある。中谷(2019)は、英国の顧客にEメールで送られた119の文書と紙ベースで送付された90通のビジネス文書をデータベース化しコーパスを作成、その上で、このコーパスに含まれたオーセンティックな文書と、ビジネス教科書および一般言語コーパスとの比較を行い、その言語的特徴と使用されているコミュニケーション・ストラテジーについての考察を行っている。

これらムーブ分析およびコーパス分析による研究は、実際にビジネスパーソンの間でやり取りされるEメールの言語的特徴を捉え、それらの背景についての推測を行っている点で示唆の多いものであり、今後英文ビジネスEメールの書き方について学ぶ者が参考にできる点を多く明らかにしている点で、意義は大きいと思われる。しかしながら、これら手法が明らかにしているのは、突き詰めれば「ビジネスの現場で書かれているEメールはどんなものであるか」という実態である。これに対し、本研究においては、実態を明らかにするとともに、その背後にあるビジネス的なものの考え方、価値観についても触れることを目的にしている。その達成のためには、考え方や価値観をも示唆する可能性のある「実

務者の語り」を含めることが必要であると考えたため、インタビュー記録を取ることにした。

## 第2節 データ収集

本研究において資料するデータは、2つに分類される。一つは、同じシナリオの下で書かれた複数のサンプル英文ビジネスEメールテキストと、個々のEメールに対する国際業務経験豊富なビジネス・プロフェッショナルへのインタビューによる評価コメントで、戸田（2016）で収集されたものである。今一つは、複数のビジネス・プロフェッショナルが戸田（2016）で使用されたシナリオと同じシナリオに基づいて書いたサンプル英文ビジネスEメールテキストおよびそれらを書くプロセスを書き手となったビジネス・プロフェッショナルが思考発想法（think-aloud手法）<sup>12</sup>により説明した語りのデータである。

戸田（2016）においては、Eメールテキストを、ジャンル分析の手法であるムーブを用いて構造的に分析することに主眼が置かれたため、ビジネス・プロフェッショナルへのインタビューから得られたインタビューデータは、評価対象となった複数のEメールテキストを数値的に評価する際の補助的材料としてのみ使われた。このことから、これらインタビューデータへの詳細な質的分析が不十分となったため、推測された効果的な英文ビジネスEメールを書く能力を、考察において、包括的に「ビジネス・センス」と仮称したが、具体的にこのビジネス・センスがどのような能力群であるかについては細分化して記述するまでには至らなかった。さらに、サンプルメールの書き手と評価者が別人物であったために、書き手がEメールを書くプロセスで発揮した能力について書かれたテキストから評価者であるビジネス・プロフェッショナルが推測するに止まり、実際のEメールの書き手が、評価者が推測した能力を意識的に使用していたか否かは確認できなかった。

以上を踏まえ本研究においては、戸田（2016）で使用したシナリオを基に6名のビジネス・プロフェッショナル（うち2名は、戸田（2016）における評価者）にEメールを作成してもらい、そのプロセス think-aloud手法により説明してもらうことにより、どのような

---

<sup>12</sup> 思考発話法(Think aloud)とは、課題を達成する間に頭に浮かんだことをすべて、声に出して語ること。

能力が英文ビジネス E メールを書くプロセスにおいて発揮されているのかを明示的に示すことを目指した。

### 第1項 実験1 ビジネス・プロフェッショナルによるサンプル評価

#### E メールサンプルの作成依頼とビジネスプロフェッショナルによる評価

戸田 (2016) では、同じ目的を遂行するために書かれたサンプル英文ビジネス E メールを、ビジネスパーソン 15 人に 1 通ずつ書いてもらった。書き手はいずれも企業に勤務する男性 8 名、女性 7 名、年齢は 20 代から 40 代までであった (概要を表 4 に示す)。この際題材となる Eメールの状況設定 (シナリオ) は表 5 の通りであり、書き手には受け手であるタイラー教授から訪問の許可を取付けることを目的とすることを指示した。書かれた Eメールを、国際ビジネスに関わった経験の長いビジネスプロフェッショナル 15 名 (書き手と評価者の重複はない) に評価をしてもらった。評価者の概要は表 6、具体的な指示内容は表 7 の通りであった。実施時期は 2016 年 7 月から 8 月であった。

表 4 実験参加者 (書き手) 概要

書き手	職種	現職 (実験当時)	職歴 (年)	母語
1	エンジニア	自動車メーカー	5	日本語
2	システムエンジニア	IT 企業	7	日本語
3	営業職	薬品メーカー	10	日本語
4	事務職	商社	3	日本語
5	社内教育担当	保険会社	20	日本語
6	企画担当部長	銀行	25	日本語
7	事務職	食品メーカー	4	日本語
8	営業所	旅行代理店	1	日本語
9	営業部門事務職	商社	6	日本語
10	プログラマー	システム開発会社	5	日本語
11	事務職	流通業	2	日本語
12	社長	保険会社	25	日本語
13	管理部門事務職	商社	5	日本語
14	顧客接遇職	ホテル	8	日本語
15	営業部門管理職	証券会社	15	日本語

表 5 ビジネスパーソンへの実験

<状況>  
 あなたは薬品メーカーである佐藤化学の商品開発部門勤務です。最近学会誌で読んだ論文の著者タイラー教授 (Professor Taylor: ロンドン在住) が開発した新素材が自社製品の開発に利用できるのではないかと考えました。タイラー教授とは面識はありませんが、ぜひ会ってみたいと思っています。そこでロンドン出張の際にタイラー教授を訪問し、意見を聞きたいと考えています。出張日程は 8 月 1 日~7 日ですが、そのためにあなたがとれる日程は 3・4・5 日のみです。

### 評価者へのインタビューとデータの書きおこし

15名のビジネス・プロフェッショナルに半構造インタビューを行った（各評価者概要は表6に記載）。

#### 表6 評価者として実験参加したビジネス・プロフェッショナル概要

被験者の個人情報保護の観点から削除

表7 ビジネスプロフェッショナルへのインタビュー要領

ビジネス・プロフェッショナルへの英文eメールについてのインタビュー要領	
	実践者：戸田博之
このたびはご協力ありがとうございます。以下が、調査の概要と補足説明です。	
【概要】	
I部 (50分) メール評価 (通常ペースとモードで20分) ・評価の理由コメント (30分)	
II部 (約40分) 自由コメント (①メールを書く際意識していること、②その努力、③自分なら実際こう進める)	
【補足説明】	
I部 評価とコメント	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・集中できる環境を提供しますので、15通のメールを、いつもの職場デスクで処理するのと同じペースとモードで読んでいただき、以下の3観点でスコアをつけて下さい。</li> <li>・総合評価：メールの文章の総合評価 (10点満)</li> <li>・サブ評価：このメールに返信する気になるか」の度合い (5点満点)</li> <li>・サブ評価：このメールが要請している行動をする気になるか」の度合い (5点満点)</li> </ul> (尚これらのメールは、以下のタスクに従い10分程度で書かれた実際のメールです)	
「あなたは薬品メーカーである佐藤化学 (Sato Chemical Co., Ltd.) の商品開発部門勤務です。最近学会誌で読んだ論文の Professor Taylor が開発した新素材が自社製品の開発に利用できるのではと考えました。そこで、ロンドン出張の際に Professor Taylor を訪問し、意見を聴きたいと考えています。そこで、初めて連絡する Professor に対してアポイントの依頼をして下さい。出張日程は8月1~7日ですが、面談に取れる日程は3、4、5日なので、このいずれかの日に訪問したいと思っています。その旨を、丁重にお願いしてして下さい。」	
理由コメント：評価でそれぞれに「なぜそのスコアをつけたと思うか」を、具体的に文章に沿って振り返ってコメントしていただきます。(このコメントは録音させていただきます。研究のためにのみ使い、他の目的のためには使いません。)	
II部 ①インタビュー形式で以下3つを中心にお聞きします。(録音)	
(1) あなたは、通常業務において英文eメールを書く際、どのような点が大切だと意識して書いておられますか？	
(2) 良いメールを書くためにはどのような勉強が効果的だと思いますか？あなた自身は今までどのような勉強をされてきましたか？	
(3) I部で読んだものと同じ目的のメールをあなた自身が書くとしたら、具体的にどのようなことを考慮してこのメールを書きあげますか？あなたがいつも無意識にしていることを意識化してひとつひとつ順に声に出して言うてみてください。	

インタビューでは、各評価者が15通のサンプルEメールに対して下した評価を振り返り、なぜ各Eメールにそのような評価を下したか、ひとつひとつ分析的に解説してもらった。ICレコーダを用いて行った録音約20時間のうち実験に関連深い約16時間分の内容を書き起こした。ビデオ記録を行わずICレコーダーによる音声のみの記録としたのは、本研究では被験者の発言内容が必要とされる情報であり、被験者の行為、状況、表情などの非言語情報は必要ないと判断したためである。各評価者との面談時間、場所は表7の通りであり、データ収集に十分であるとともに、インタビュー対象者の疲労が出ないよう過度に長くならないよう心がけた。

データの書き起こしについては、書き起こしの作業効率を考え、評価者の回答ならびに研究者の質問を「なるべく聴いた音声に忠実に」(海保・原田, 1993, p.98) 書き起こし、



言い誤りや間投詞なども含むこととしたが、結論を得るための材料としては発言内容のみが必要となるため、ポーズや言い淀みなどに関わる注釈を加えること、記号を付すことなどは行わなかった。また、情報整理の便宜のため質問と回答の間に改行を入れた。（海保・原田, 1993, p.108）

表8 評価者へのインタビュー概要

評価者番号	面談場所	面談時間 (分)	分析部分 (分)
1	評価者の在籍する大学の研究室	59	50
2	評価者の在籍する弁護士事務所の会議室	70	55
3	評価者の在籍する弁護士事務所の会議室	90	70
4	評価者の在籍する銀行の会議室	66	55
5	評価者の在籍する銀行の会議室	89	70
6	評価者の事務所の会議室	125	93
7	評価者の在籍する会社の会議室	44	40
8	評価者の在籍する会社の会議室	26	20
9	評価者の在籍する会社の会議室	82	65
10	評価者の在籍する会社の会議室	78	70
11	喫茶店	127	93
12	喫茶店個室	80	65
13	喫茶店	160	130
14	喫茶店	51	45
15	喫茶店	57	50
合計		1,204	941

上記第2項で得た録音データを書き起こした。表8にサンプルを示す。（評価者3）

## 第2項 実験2 ビジネス・プロフェッショナル自身によるEメール作成

### 英文ビジネスEメールの作成

上記と同じシナリオで、ビジネス・プロフェッショナル6名に、受け手であるタイラー教授から訪問の許可を取ることを目的としたEメールを作成することを依頼した。実施時

期は2019年8月中であった。参加者は以下の通り、少なくとも10年（平均32.5年）の各分野で国際ビジネスにおける実務経験を有する者である（概要については表9に示す）。

この依頼の目的は、実験1では15名のビジネスパーソンが書いた英文ビジネスEメールを、その15名とは異なる15名の国際ビジネス精通者に評価してもらったため、Eメールを作成した者が実際にはどのようなことを考えながら最終テキストを作成したかについては直接的に聴取しなかったためである。ビジネスに携わるものが、実際にはどのような思考プロセスを経て、どのような判断を行いながらEメールを完成させ送信するのかを検証するため、この実験を行うこととした。

実験2に参加した6名のうち、2名（ビジネス・プロフェッショナル1および2）は、実験1に評価者として加わった者であるが、実験1から実験2までの期間は2年間と間隔が空いていること、また、実験1に基づいた戸田（2016）の結果については、当該2名には通知していないため、今回被験者としてEメールを書く際には、かつての実験の際に自らが評価者として述べたことを念頭に置きながら書いたとは推測しがたいと判断した。

表9 実験参加したビジネス・プロフェッショナル概要  
被験者の個人情報保護の観点から削除

表10 被験者へのインタビューの概要

評価者番号	面談場所	面談時間 (分)	うち本件分析関連部分 (分)
1	喫茶店	65	60
2	被験者の在籍する会社の会議室	49	40
3	喫茶店個室	92	60
4	喫茶店	66	55
5	被験者の在籍する会社の会議室	89	70
6	被験者の在籍する会社の会議室	41	35
合計		1,204	941

### インタビュー

各参加者が自ら書いたEメールテキストを見ながら、そのプロセスを振り返り、思考発話法 (think-aloud) の手法を参考に、テキストの各部分を書くにあたって考えていたことを口頭で説明してもらい、口述のすべてをICレコーダーにより録音した。

思考発話法 (think-aloud) とは、「課題を達成する間に頭に浮かんだことをすべて、声に出して語ること」(海保・原田, 1993, p.82) であるが、本研究では、本来の意味での思考発話法(被験者が単独で、課題を行うに際して、自らの頭に浮かんだことを声に出して語る方法)に加えて、事後にライティングの過程を録画して映像を見ながら各場面を見て思い出すことを声に出して語る再生刺激法 (stimulated recall) をも試した。その結果、思考発話法では、被験者がライティング作業に思考が集中するため発話が極めて限られること、再生刺激法においては、映像の再生を行いながら発話を求めるため、記憶を呼び起こす点においては優れているもののタスク全体に長時間を要すること、事後に発話を行うため記憶が薄れること、被験者が実験者の意向に沿った発言を行ってしまう可能性があることなどから、この2つの方法の採用を見送り(松永, 2011)、最終的には、被験者が書いたEメールテキストを印刷し、それを見ながら被験者がライティングの過程を思い出しながら発話する方式を採った。この場合も、再生刺激法と同様の課題があるため、ライティングの過程を思い出しながら発話する作業については、ライティングが終わったほぼ直後(ライティング終了後5分後程度)からの開始とし、また、発話を促すため、実験者が適宜質問を行うこととした。

### 録音データの書き起こし

インタビューデータは、すべて書き起こししたが、書き起こしについては、上記参加者データの書き起こしと同様の方法を採用した。

### 第3項 得られたデータ

実施した実験から得られたデータは、以下の通りである。

## 実験 1

### ビジネスパーソンにより書かれたサンプル E メールテキスト

まず、実験に参加したビジネスパーソン 15 名に Eメールの作成を依頼し、表 11 のようなテキストを 15 通収集した。

表 11 ビジネスパーソンにより作成された E メールサンプル (参加者 1)

<p><u>Subject: London Visit and Meeting</u></p> <p>Dear Professor Taylor;</p> <p>This is first time writing to you. My name is Ken Uehara, and working in a Japanese pharmaceutical manufacturer, Sato Chemical Co., Ltd., in its new products research unit.</p> <p>I read you “Ere of New Textile” report published in the Chemical Magazine November 2013 issue. I was very much impressed the unique nature of the new material you developed. The new material seems to provide a broad possibility for our new product.</p> <p><u>If your time permits</u>, I wish to discuss with you on our project plan and possibility to use your new material in it further. I’m going to visit London in the week of August 1, and if you could spare your time for us either in the date of 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> or 5<sup>th</sup> of August, it is highly appreciated. I will visit your office at the date and time set. I believe we can exchange views and have interesting time.</p> <p>It is highly appreciated if you could let me know your available date/ time by July 25<sup>th</sup>.</p> <p>Very truly yours, Ken Uehara Head, New Products Research Unit Sato Chemical Co., Ltd. Tel: 81-3- xxxx-xxxx Address: xxxxxxxxx Please visit our company web site: <a href="http://www.Satochemical.co.jp/en">http://www. Satochemical.co.jp/en</a></p>
--

### 評価者のインタビューデータ

評価者 15 名にインタビューを実施し、その語りを書き起こした結果、表 12 の通り、評価者 15 人分のデータを収集した。なお、15 名分の評価インタビューの書きおこしは Appendix に掲載した。

表12 書き起こしデータサンプル (Q: 面談者、A: 被面談者)

Q: なぜこのスコアを付けたかを具体的に文章にそって振り返ってコメントをいただき、録音して研究のために使わせていただきます。

A: 1番は8,4,4です。全体的に意味はわかりますのでよかったですけど、自分の会社が何をするのかをもうちょっと説明しないと目的がよくわからない。ところどころ文法的に気になるところがあって、冠詞の使い方・抜けているとか、それから目的語がないとか、最後の部分とか文法的に変なところもありましたが、まあ外国人として許容してくれるのかなと思います。それから言葉についても somewhere from August というのも言葉遣いとして変な気がします。

2番は6,4,4です。This is my first time to send you an email っていうのはちょっとまあ日本人的な気はしますが、必要ないんじゃないか。spacing も気になりますね、例えば三行目ののあとのスペースとか、基本的な文章の書き方については改善の余地ありですね。それから interview をお願いしているんですけど、これ教授がどういう背景の人かわかりませんが、まあ例えば job application とか雑誌の interview とかそういう風にもとられかねないので、目的をもっとはっきり書いて適切な用語を使う必要がありますね。それから Thank you for reading this e-mail は全く不要だと思います。全体にそういうのとか too polite な気がします。(続く)

### 各 E メールに対する数値評価

上記 E メールサンプルおよびインタビューデータの書き起こしデータに加えて、インタビュー内で語られた 15 名の評価者による各 E メールテキストに対する数値評価も与えられた。それを整理した結果は、表 13 に示す通りである。

15 通の E メールに対し、評価者 15 人の平均スコアは、印象評価が最高 10 点満点で 3.67 から 8.44 の範囲、返信する可能性は 5 点満点で 1.89 から 4.67、依頼への承諾可能性は 5 点満点中で 1.67 から 4.44 であった。返信可能性では、返信される可能性のあるスコア 4 以上を得たものが印象評価点上位 3 位までの 3 通、依頼承諾についても総合評価点 3 位までの 2 通となり、15 通のうち、返信をもらえるものが 3 通、依頼承諾を得られるものが 2 通という結果であった。全体としては、本件のサンプルメールのほとんどが、当初の目的を達成できないという結果となった。

表13 各 E メールに対する数値評価

合計点による ランキング	書き手	印象評価 (A)	返信可能性 (B)	承諾可能性 (C)
1	6	8.44	4.67	4.44
2	9	7.33	4.22	3.78
3	14	7.11	4.00	4.00
4	15	6.89	3.67	3.44
5	12	6.56	3.56	3.33
6	1	6.44	3.44	3.11
7	8	5.44	3.00	2.56
8	2	5.67	2.78	2.44
9	13	5.44	2.67	2.67
10	5	5.11	2.78	2.78
11	3	4.44	2.44	2.00
12	10	4.33	2.00	2.11
13	4	4.22	2.00	1.89
14	7	3.78	2.00	1.89
15	11	3.67	1.89	1.67

## 実験2

### ビジネス・プロフェッショナルにより書かれたサンプルEメールテキスト

実験に参加したビジネス・プロフェッショナル6名にEメールの作成を依頼し、下記のサンプル(表14)のようなテキストを6通収集した。

表14 作成された英文ビジネスEメールのサンプル(参加者1)

<p>Title: Exploring joint business development opportunity</p> <p>Dear Professor Taylor,</p> <p>This is Txxxxxxx Kxxxxx, working for the Product Development Division of Sato Chemical, one of the leading pharmaceutical manufacturers operating out of Japan. Inspired by your article on the new material, I am strongly wishing to meet you to explore the joint project opportunity for new product development. I believe your new material, coupled with our technology and expertise, could make a significant difference for the entire world.</p> <p>In the shortest horizon I will visit London for three days from August 3 to 5. If you could spare any time during those three days, I would prioritize the appointment with you. Till I receive your message, I will keep open those three days on my side. Otherwise, I would for sure look to find other possible dates with you. Please feel free to tell me your convenient dates. I wish you would have an interest in exploring the joint product development opportunity with us to create a better future.</p> <p>Best regards,</p> <p>Txxxxxxx Kxxxxx New Product Development Leader Sato Chemical CO. Ltd.</p>
---

### ビジネス・プロフェッショナルによる語りのデータ

ビジネス・プロフェッショナル6名が、Eメールを書いた際の意識を think-aloud したものを書き起こした結果、表15のようなデータを、6名の参加者分収集した。なお、think-aloud 面談(8時間)の書きおこしはアペンディックスに掲載した。

表15 上記Eメールに関わるコメント（書き起こし）の一部（参加者1）

A: まず全体量は、このぐらいの文章量にしないと読まれないというものがあるので、大体パッと一覽して読める程度の文章量とするというのがまず全体としてはあって、で、タイトルは、あのもうはっきりと、アカデミアの方なので、アカデミアの方が興味を持つのはビジネスなんですよね。そのアカデミアの人に、アカデミアのことを教えてくれって言っても、そんなもの知らんていう話になるので、やっぱりその商売の匂いがするっていうか、というのがタイトルから分かるように、**business opportunity** っていうことを書いてます。

で、あとはまあその、上から行きますと例えば、自分たちの自己紹介する時も、長々と書いてもしようがないので、要はまともな会社のひとつだよということをちゃんと言うと、でその時に、**largest** だとかの規模だとそれが今回分からないので、**leading** っていうのは問題ないですね。どっかでリードしているという...そういううまいこと **leading** といえおかしくないし、**operating out of Japan** の伝え方で、結局グローバルで全部やっているとは言わないけれど、**out of** と、ここを本拠にしているという意味で、だからまあ日本を本拠に活動している会社ですという一応 **global implecation** も感じてもらえるかなと...でも、どこまでグローバルにやっているかを言わずにそのイメージだけ出すということで **out of** を使ってます。

あとまあ、**inspired by** というと、悪くないことばじゃないですか。「あなたの論文で閃いた」と、うーん、そういう言い方をしています。それであの、**explore the joint project opportunity for new product development** ということは、共同開発の **opportunity** を追求したいと、はっきり言い切る。最初の段で。ここでタイトルの **business opportunity** とこの文章で大体、金になる話をどうしにきたのかということ伝えてたいなあ。

それからあと、**believe** っていうことばが大変便利で、その **surety** あってもなくても **believe** は自由なんですよ。

I: なるほど

A: よくシリコンバレーの経営者なんかでも **believe** を多用するんですよ。**Believe** は便利なことばなんで **believe** を使って。それで、「私が信じる」のは、「信じる」って印象悪くないじゃないですか。それで、あなたの素材が、われわれの技術とかこの業界の専門性とかを合わせることで、**make a difference** ということで、結局それとなくわれわれも、実はあなたのものを欲しいわけじゃなくて、あなたにないものを提供できるっていうことをさらっと・・・そして **mutual** な **benefit** があるということを言いたいわけですよ。

I: なるほど

A: 単に教えてくださいとか、やらしてくださいじゃなくて、われわれもある種対応に、価値がある中で、あなたのやつが来るとさらに価値が上がると。だからお互いにこれで価値が出るんじゃないのというイメージを出したい。（続く）



### 第3節 分析手法（KJ法とうえの式質的分析法）

データ分析は、元々川喜田二郎により開発されたKJ法（川喜田, 1967, 1970）にしたがって行った。本章では、その分析方法について述べるが、手順の説明にあたっては、そのプロセスをより簡素化して説明している「うえの式質的分析法」（上野, 2018）で使われた用語を用いる。「うえの式質的分析法」とは、社会学者上野千鶴子が「KJ法の発展型」（上野, 2018）として開発した質的分析法で、「KJ法をさらにシンプルに使いやすくしたデータ処理法」（上野・一宮・茶園, 2017）であり、その特徴として、「1. 収集したデータを効率よくまとめることができること。2. インタビュー時には語り手や聞き手さえも予想しなかった発見が分析を通じて得られること。3. データに語らせるので、根拠をもとに確実にこれが言えると主張できる」（上野・一宮・茶園, 2017）とされている。

KJ法の手順は、次のようなものとして記述されている。

まず、インタビューなどにより収集したデータを書き起こし、意味を持つ最小限の情報単位（「情報ユニット」と呼ぶ）に分割する。この時点で、データは、全体の文脈から一旦切り離されたものとなる（「脱文脈化」）。ここまでの手順を「情報ユニットの抽出」と呼ぶ。次の段階では、第一段階で抽出された複数の情報ユニットを意味単位が同一か、あるいは類似しているかという観点からグループ化し複数のグループを得る。さらに、このグループ化した情報ユニットの集合を、次の段階では、グループ化した際の同一性ないし類似性を言語化し、各情報ユニットのグループに名称を与える。このプロセスを「カテゴリー化」と呼び、名称を与えられた各情報ユニットの集合を「カテゴリー」と呼ぶ。このプロセスにおいては、各情報ユニットに含まれる単語や語句ではなく、そこに含まれる意味・言説を総合し、上位の言説を得ることが目的とされる。

カテゴリー化された言説の集合を次の段階ではさらに上位の言説でグループ化する作業を行う。この上位の言説グループを「メタ情報」と呼ぶ。この作業でのグループ化で得られた複数のグループはさらに相互類似性を基準として紙の上で配置される。つまり、意味的に近いものを物理的に近くに配置することとなる。この作業を「マッピング」と呼ぶ。

「マッピング」の最終段階では、カテゴリーとメタ情報を最終的に固定する。この際、それぞれの情報ユニットを一旦分類してカテゴリーに所属させるべきか否かの適否を再度判断し、必要に応じて情報ユニットを別のカテゴリーに移すなどの作業を行い、カテゴリー一、メタ情報とすべての情報ユニットの所属関係を固定する。

「マッピング」終了後は、この作業段階で抽出され配置された上位言説間の相互関係をその論理的関係によって結びつけ、「要因関連図」を作成する。論理的関係は、「因果関係」、「対立関係」および「相関関係」の3つである。この要因関連図の作成を「チャート化」と呼ぶ。次にすべてのメタ情報を論理的関係によってつなぐことによって、「チャート化」を終了する。すべてのメタ情報間の論理的関係を示すことができた時点で分析が終了する。

最後の作業は、メタ情報間の関係を言語化し、「チャート化」段階で作成した「要因関連図」（「チャート」）を説明する物語にする。この段階を「ストーリーテリング」と呼ぶ。この際、各メタ情報間の関係を示すために、適切な接続詞を用いることが重要となる。また、すべてのメタ情報を少なくとも一度は使用することが求められ、さらに必要に応じカテゴリーや情報ユニットに言及することも求められる。この作業が終了した後は、メタ情報をさらにグルーピング化し、さらなる上位言説を得ることを目指す。下位情報に立ち戻りながら、上位概念を抽出していくこのプロセスを踏むことが分析における恣意性を極力排除する役割を果たす（上野, 2018）。この結果、最終的に作成された「ストーリー」がある人間行動を説明する理論となる。以下では、各作業段階で行われることを説明する。

### 情報ユニットの抽出

各パラグラフ中の一文一文を確認していき、それぞれの文に含まれる情報ユニットを抽出していく。一文に含まれているのは一種類の情報（情報ユニット）であることが多いが、一文の中に複数の情報ユニットが含まれていることもあるので、一文を複数に分断し、別々の情報ユニットとして整理する。複数の文が一つの情報ユニットを形成することもある。

### カテゴリー化

次に、上記情報ユニット段階で作成したデータベース内の情報ユニットをグループ化する。そのための第一段階は、各情報ユニットを次の情報ユニットと比較し、同じ意味合いのことを示しているかを判断することである。これを行うために、データベース化された

情報ユニットを一件ずつカードとして印刷し、それらカードを整理していく。この際、最初に抽出したカードと次に抽出したカードが同じ意味合いを持つか異なる意味合いを持つかという基準のみに基づき同グループとするか否かを判断する。次に抽出するカードも同様に扱い、すべてのカードを分類した結果いくつかのグループができあがる。すべての情報ユニットをグループ化した後に、各グループ中の情報ユニットの共通点を言語化する作業を行う。これを「カテゴリー化」（上野, 2018: 198-200）と呼ぶ。このカテゴリー化の過程においては、各グループを形成するすべての情報ユニットの共通性を言い表す「上位の言説」（上野, 2018: 199）を得る。この上位の言説を上野は「メタ情報」と呼んでいる。

### マッピング

カテゴリー化された「メタ情報」の集合を、次の段階では再度上位の言説でグループ化する作業を行う。この作業でのグループ化で得られた複数のグループはさらに相互類似性を基準として紙の上で空間的に配置する。つまり、意味的に近いものを物理的に近くに配置する。この作業を「マッピング」と呼ぶ。マッピングの最終段階では、各情報グループと上位情報を最終的に固定する。この際、それぞれの一次情報を一旦分解して、グループに所属させるべきか否かの適否を再度判断し、必要に応じて一次情報を別のグループに移すなどの作業を行い、各上位情報とすべての一次情報の所属関係を固定する。

### 要因関連図の作成とチャート化

マッピング終了後は、この作業段階で抽出され配置されたメタ情報間の相互関係をその論理的関係によって結びつけ、「要因関連図」を作成する。論理的関係は、「因果関係」、「対立関係」および「相関関係」の3つである。この要因関連図の作成を「チャート化」と呼ぶ。次にすべてのメタ情報を論理的関係によってつなぐことによって、チャート化を終了する。チャート上、グループ間の因果関係を示す際には、記号として「→」を、対立関係を示すには「↔」、対立関係を示すには「⇄」を用いる。

### ストーリーテリング

次の作業は、メタ情報間の関係を言語化し、「チャート化」段階で作成した「要因関連図」（「チャート」）を説明する物語にする。この段階を「ストーリーテリング」と呼ぶ。この際、各メタ情報間の関係を示すために、適切な接続詞を用いることが重要となる。また、すべての上位言説を少なくとも一度は使用すること、また必要に応じてカテゴリーや情報ユニットに言及することも求められる。情報ユニットに言及した記述部分には下線を引くことが義務付けられている。この作業が終了した後は、上位言説をグルーピング化し、さらなる上位言説を得ることを目指す。常に下位概念に立ち戻りながら、上位概念を抽出していくこのプロセスを踏むことが、分析における恣意性を極力排除する役割を果たすとしている（上野, 2018）。表 16 に例を示す。表中の太字部分は、メタ情報、下線部分は、情報ユニットである。

表 16 ストーリーテリングの例（上野, 2019, p. 210）

<p>RSSC の志望動機と満足度</p> <p>1-1 <b>残りの人生、義務に捕らわれず、楽しく有意義に過ごす。</b>          大学卒業以来、保険業界一筋に <u>38 年間一つの会社で過ごしてきた。</u>心地よくはあったが、<u>反面会社の常識に染まり、視野は必ずしも広くなかったと自己評価をしている。</u><u>会社の研修で「健康寿命」を知った。</u><u>もうさほど長くない。</u>定年後も誰かの指示を受け、<u>義務感に捕られながら生きるより、自らの意思で楽しく有意義に過ごせることを見つけ出すことが肝要と判断した。</u><b>RSSC には好奇心を満たし、視野と行動範囲を広げる素材が沢山ある。</b><u>またそれらを発展させる人間関係を築けそうだ。</u>これらを志望動機に挙げている。</p> <p>1-2 <b>60 歳でリタイアして大満足。</b>          今では、<u>60 歳でリタイアして大満足している。</u><u>学生時代や会社時代の人間関係も有効に維持しているが、それらとは全く違う新しい人間関係ができたこと</u>に対し非常に高い満足度を示している。</p>
--

## 第5章 分析と考察：要素抽出からモデル構築まで

### 第1節 本章の概略

4章において、本研究に最適と考えられる分析手法たるKJ法について述べた。このKJ法を使って分析と考察が展開される。

本研究が明らかにしたいのは、効果的で適切な英文ビジネスEメール・ライティングにはどのような要素があり（RQ1）、それらはどのような関わり合いがあり（RQ2）、それを非英語母語話者が書くにあたって、どのような能力モデルが考えられるか（RQ3）である。以下に3章で掲げた3つのRQを再掲する。

**RQ1:** 効果的で適切な英文ビジネスEメールを書ける非英語話者にはどのような能力が求められるか？

**RQ2:** それら能力は、相互にどのように関わり合っているか？

**RQ3:** 国際ビジネスに携わる非英語話者に求められる英文ビジネスEメール・ライティング能力の概念モデルはどのようなものか？

上記のRQ1とRQ2については、その解明は、KJ法をうへの式質的分析法の手順にそって進めること自体が解明である。うへの式質的分析法用語でいうなら、情報ユニット抽出→カテゴリー化→マッピング→チャート化のプロセスは、要素の特定と関係の解明に他ならないからである。次に、特定された要素と、解明されたそれらの関係を踏まえて、モデル構築をしていく（RQ3）。ここまでを第5章として展開する。

まず、本章における分析と考察の手順について概要を示しておく。

先に述べた通り、RQ1の解明と言える「要素の特定」と、RQ2「要素間関係の解明」は、KJ法をうへの式質的研究法の手順で行うこと、すなわち、情報ユニットのカテゴリー化/上位概念化、マッピング/要因関連図（チャート）化で達成されるので、その手順で分析と考察が進められる。その流れは、（1）情報ユニットの抽出とカテゴリー化、（2）カテゴリーの精査とマッピングによるメタ情報の抽出、（3）メタメタ情報（上位概念）の抽出、（4）上位概念群とその関連図の提示、そして（5）モデルの提示となる。

## 第2節 RQ1の解明—情報ユニットの抽出とカテゴリー化

まず、リサーチ・クエスチョン1の解明の第一段階として、実験1のインタビューデータを書き起こしたのから、最小意味単位である「情報ユニット」を抽出する。インタビューで語られた文脈から一旦情報を切り離す作業である。次に、これら情報ユニットを、カテゴリー化し、意味の近いものを同じカテゴリーに分類し、各カテゴリーに名称をつけていく。

### 第1項 情報ユニットの抽出

評価者に対するインタビューデータから合計2269の情報ユニットを抽出した。この作業に際しては、前章で述べた通り、データベース化された情報ユニットを一件ずつ名刺大のカードに印刷する。次に、まず一枚カードを抽出し、別の1枚と比較する。比較したカードが同じ意味合いを持つか異なる意味合いを持つかという基準のみに基づき同グループとするか否かを判断する。次に抽出するカードも同様に扱い、すべてのカードを分類した結果いくつかのグループができあがる。すべての情報ユニットをグループ化した後に、各グループ中の情報ユニットの共通点を言語化する作業を行う。

## 第2項 カテゴリー化

抽出した情報ユニットを整理してカテゴリー化したところ、カテゴリーは64件となった。情報ユニットの中には、意味が不明解でカテゴリーに分類するものが困難なものもある。それらを除いていずれかのカテゴリーに振り分けられたものは、最終的に合計2144件となった。

なお、カテゴリー化については、どの区分に仕分けするかについて迷いを生じさせるものや他のカテゴリーで表された情報よりも上位概念を示すものなどもあったが、これらについては、とりあえず他のカテゴリーと同列に列挙し、次の段階で上位概念（メタ情報）として取扱うこととした。それらには「英語力がある」と「読み手への配慮がある」がある。ここまでの手順（情報ユニットの整理とカテゴリー化）の様子は、図14の通りである。この作業の結果として抽出されて情報ユニット数と、それに言及した評価者の数は表17の通りである。

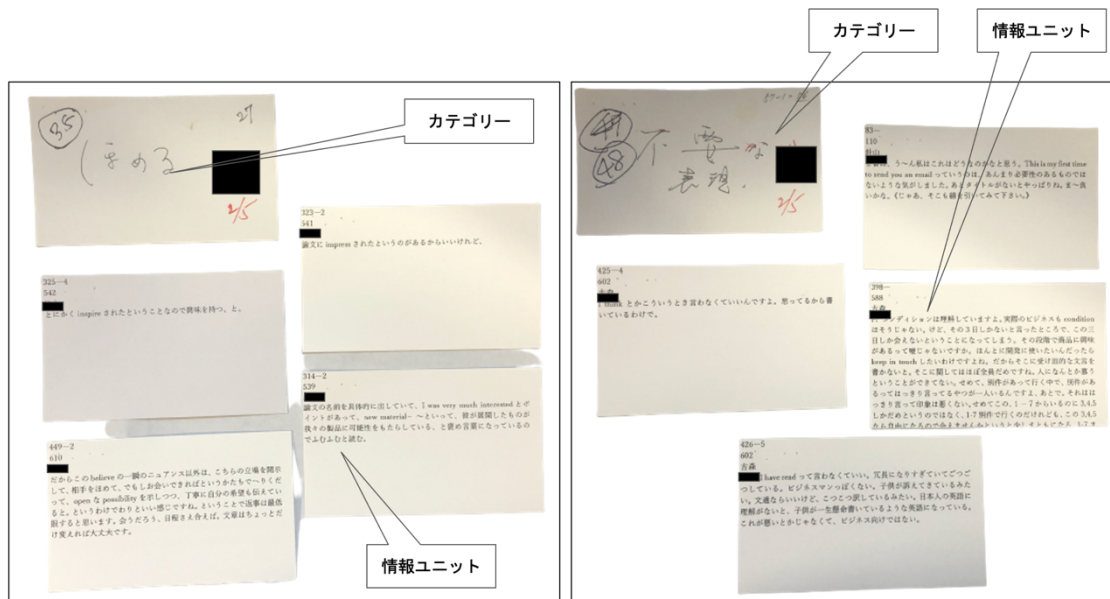


図14 情報ユニットの抽出とカテゴリー化の手順

表 17 抽出されたカテゴリー

番号	カテゴリー	ユニット数	評価者数
1	ことば遣いに違和感がない	282	14
2	自己開示している	157	15
3	件名が的確である	156	15
4	フォーマットが整っている	131	11
5	丁寧さがある	121	15
6	文法エラーがない	121	13
7	目的が明示されている	89	15
8	流れがスムーズである	75	12
9	一定のフォーマリティを備えている	73	12
10	スペルミスがない	72	14
11	Eメールライティング習得における個人的工夫がある	70	11
12	上から目線を感じさせない	69	14
13	不要な表現がない	69	9
14	英語力がある	69	12
15	情報が明解で曖昧さがない	58	11
16	事前に作戦を立てる	55	9
17	依頼に際し相手に選択権を与えている	54	10
18	長いメールは避ける	46	10
19	ポイントをついていて簡潔である	46	8
20	イコールフットINGの意識が見られる	42	12
21	情報の過不足がない	38	9
22	ほめる表現がある	35	8
23	相手のメリットを示す表現がある	33	9
24	過去の経験を活かしている	31	7
25	コンタクト経緯に関する記述がある	29	10
26	具体性で引きつけている	27	9
27	送信前の準備を十分に行う	27	9
28	プロ意識が感じられる	26	6
29	アクションを促す表現がある	23	6
30	まとまりがある	23	5
31	熱意が感じられる	21	8
32	情報が正確である	21	6



番号	カテゴリー	ユニット数	評価者数
33	あくまで外国人としての英語使用と認識する	19	6
34	読み手への配慮がある	18	8
35	適切な通信手段を選択する	17	3
36	結論が先に述べられている	16	6
37	送信理由の説明がある	14	5
38	異文化への認識がある	14	6
39	メリットとリスクに対するバランス感覚がある	13	3
40	重要事項に関わるミスがない	11	7
41	必要な場合は自分を大きく見せている	11	5
42	効果的に感情が込められている	9	2
43	興味を引く書き方をしている	8	3
44	不審がられない送信者名を使っている	7	1
45	インパクトのある表現がある	7	3
46	“I”と“We”を使い分けている	6	3
47	書く前のリサーチを十分にする	6	3
48	やる気を起こさせる表現がある	6	4
49	可能性を残す表現がある	6	3
50	原則として直ちに返信する	5	3
51	スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識する	5	1
52	関係性への配慮がある	4	3
53	自他の時間を尊重している	4	4
54	立場を踏まえた表現がされている	4	3
55	平易な構造と語彙を使用している	2	2
56	共通点や関連性を示している	2	2
57	最終的に送信すべきかを適切に判断する	2	2
58	この相手となら一緒に仕事がしたいと思わせる表現がある	1	1
59	CCの使用は適切に行う	1	1
60	Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識する	1	1
61	Eメールには書き手の個性が反映されると認識する	1	1
62	Eメールの怖さを認識する	1	1
63	返事しやすいEメールである	1	1
64	主体性が感じられる	1	1

以下に、上記 64 個のカテゴリーの各々についての説明を施し、その代表的な情報ユニット（コメント）の例を示す。掲載順は、含まれる情報ユニット数の多い方からとした。この際、各カテゴリーの代表的な情報ユニットとして示した例の後部に表示したかつこの表示（例：P1-1）は、順に、実験 1 および 2 の参加者を示し（P1 は、実験 1 の評価者 1）、次の数字は、アペンディックスに示した発話番号を意味する。また、アペンディックスの対応箇所には、下線を施した。

#### <カテゴリー1>ことば遣いに違和感がない（情報ユニット数：282）

文法的な間違いとは言えないが、表現が英語としては不自然あるいは「聞いたことがない」などのコメント。この項目に関する情報ユニットの数が最も多かった。Eメールの文中で使われている語彙が適切でないとする指摘である。ことに、専門分野で使われる語彙が使われていない場合は、同じ分野で働く者として扱ってもらえない、プロフェッショナルとして認められにくいなどの指摘があった。

##### <代表的な情報ユニット>

- ・ might で崩れちゃう。might はよろしくないかな。（P1-1）
- ・ 論文読んで I was moved って言うかなあ、これ違和感ありますね。（P1-1）
- ・ best one for the product I'm studying, ちょっと違和感があるな。（P7-5）
- ・ Condition, ここを availability と書けるとよかったですね。Condition って、ちょっと違いますよね。普通スケジュールの時は、availability ですね。（P5-11）
- ・ And the use of the word material, see it's very general. ...This is a pharmaceutical. It should be compound, chemical compound.（P14-7）

#### <カテゴリー2>自己開示している（情報ユニット数：157）

本研究におけるシナリオ設定が、会ったことのない読み手（テイラー教授）に対する Eメールの送付となっていたために、まず自己ないしは自己の所属する組織についての十分な開示がなければ、そもそも読み手が自分にとって価値がないものとして読まない可能性を示唆するコメントであった。また開示が十分でない場合に、送り手がどのような立場にいる者（一個人としてテイラー教授の研究に興味を持った者か、組織として研究開発に取組んでいる者なのか）であるのかが判断できない可能性に言及したコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・自分が何者か、自分の会社が何者かというのが書かれていないものが多い。(P5-1)
- ・佐藤ケミカルの背景を言わずにこの教授が会う気になるかというのは不明ですね。ウェブサイトとかがないと。私だったら、得体の知れない人とは会いたくないですえ。その辺がこれ（このメール）だとあまりにも少ないかなあ。(P12-1)

<カテゴリー3>件名が的確である（情報ユニット数：136）

Eメールの特性として、最初に読み手の目に入るものが送信者のEメールアドレスと件名であることを踏まえ、件名を見れば読み手がどのような対応をすべきかを理解することができる件名を書くべきであるとのコメントである。本研究のサンプルメールにおいては、件名がないもの、件名の表記に誤りや不適切なものがあることなどに対する否定的コメントが多く挙げられた。

<代表的な情報ユニット>

- ・まず、subjectのappointmentっていうのが、おそらくこれだけで行くと、その、すでに入っているアポイントメントが入っている内容...もっと強くいえばappointment at 何時、on 何日とかっていうものにすれば良いのかもしれませんが、これだけだと...すでに入っているアポイントメントに関する連絡なのかというところでconfuseされる。でよく読んでみると、この人とのアポなんてまだ入っていないだよねというふうになってしまうと、何だこいつはっていうことが出てくるかもしれません。(P6-8)
- ・Wish of a interview...これいうかなあ。wish of a interviewとは言わない気がするんですがねえ。(P7-15)
- ・これはsubjectがないですよ、まず。(P6-10)

<カテゴリー4>フォーマットが整っている（情報ユニット数：131）

パラグラフライティング、パラグラフなど文章の区切れでのスペースの挿入、箇条書きや記号などの使用が、読み手にとっての読みやすさを高める効果があるとの指摘である。フォーマットに配慮していない文面は、読みづらいとして敬遠される傾向もあるとのコメントも多かった。

<代表的な情報ユニット>

- ・クォテーションマークの後にスペースがあるとか、不必要なスペースとか、Ltdの後のスペーシングとか、あるいは下の方にあるラインの改行とか、基本的な部分での見にくさがありますね。(P2-1)
- ・この会社から出てくるメッセージはどうだっていう時に、まずはやっぱりフォーマットっていうのは一番目に入るところですので... (P7-33)
- ・That's - now the format is the first thing you see, you look at it and you should look at the thing before you even read it, you've already made up your mind, see. (P14-44)

<カテゴリ5>丁寧さがある (情報ユニット数：121)

サンプルEメール中のさまざまな言い回しに対して、丁寧さが表現できている、あるいは失礼であるといったコメントである。多くのコメントに「丁寧さが大切」との意図が直接的、間接的に表現されている。

<代表的な情報ユニット>

- ・文章の中ではリスペクトを入れる。頼む時は、Could you ...とかwe'd appreciate your assistanceとか書きますし。(P1-8)
- ・ここの表現は悪くない。リスペクトを感じますね。(P5-11)
- ・highly appreciateとかmuch appreciatedは絶対に入れるべき。(P5-12)

<カテゴリ6>文法エラーがない (情報ユニット数：121)

文中の文法の誤りを指摘するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・こちらの知的レベルを疑われるのは嫌なので、文法は気をつけるようにしています。...あとはtenseですね。...名詞や冠詞は難しいですけどね。(P2-2)
- ・I would like to visit you to discuss aboutとかいちいち気になる。一発だけだったらいいけど、全体を通して文法ミスが多いので、知能レベルが低く見える。しかもビジネスパーソンのメールですよ。高校生のホームステイならわかるけど。(P5-10)
- ・文法がだめなので、英語が弱いというのがわかりますね。あまり英語ができない人が連絡してきて会って生産的な話ができるかはわからないので、私なら受けたくないですね。(P12-1)
- ・And you start out with my name is ..., you should capitalize M. (P14-195)

<カテゴリ7>目的が明示されている (情報ユニット数：89)

Eメールを送っている趣旨が読み手に明確に伝えられていることが、相手の読む意欲を高める重要なポイントであるとの指摘である。

<代表的な情報ユニット>

- ・ I wish to discuss with you on our project と、自分たちのプロジェクトを説明したい、その中でプロダクトを使う可能性についてぜひ議論したいと、ばしっと伝わってきているので、非常にいい。  
(P1-5)
- ・ 何を申し上げたいかという、中身が大事なんです。曖昧にしたいわけではない。これをして、あれをお願いしますとかはサブジェクトラインと同じくらい当然大事で、何が言いたいかということは、はっきりと言わなければいけない。(P3-16)
- ・ No, it's not a bad sentence. It's persuasive, compelling. (P14-155)

**<カテゴリー8>流れがスムーズである (情報ユニット数 : 75)**

Eメールの文面が上から論理的に構成されているため、流れが良いと感じられる、あるいはそのようになっていないため流れがスムーズであると評価できず、読みづらいとするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ うん、なんかこう繋がり方がぎこちない感じがするね。もうちょっといい文章の繋がり方があるんじゃないかな。読んでる人がスムーズに読めるような。(P7-16)
- ・ I could visit you in London, こちら辺の流れもいいですね。(P1-5)
- ・ 日本語で考えると何となくその、こうセンテンスとセンテンスとに継ぎ目がないと心配になるんですけど、そこはあえて、なるべく...日本人が書くとしても and とか but とかで始めちゃうってよくあると思うんですけども、そういうのはしない。(P4-176)

**<カテゴリー9>一定のフォーマリティを備えている (情報ユニット数 : 73)**

サンプル Eメールの中の言い回しについて、例を失っているとまでは言えないまでも、Eメールを書き言葉として意識すれば、あるいは大学の教授という一般的には尊敬される地位にある人物に対することば遣いとしては、なれなれしい、砕けすぎているといった注意を喚起するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ 口語とフォーマルの区別をした方がいいね。(P5-17)
- ・ テイラー先生こんにちは、みたいな。そういうイメージですね。ビジネスマンには思えない。  
(P5-14)

**<カテゴリー10>スペルミスがない (情報ユニット数 : 72)**

Eメール文中のスペルミスに対するコメントである。重要事項におけるスペルミスについては、特に厳しいコメントが多かった。

<代表的な情報ユニット>

- ・英語としては、別にスペルミスもないですし、えー、割合と、何ていうのかな、ミスなく書けているというか、読みやすい文章だと思います。(P4-4)
- ・スペルミス絶対回避っていうのは最重要かもしれないですね。比重で、最重要項目になるってありますけど... (P7-28)
- ・ここ最初こうやってタイポしちゃうと、アウトだよな。この目につくところで、やっぱり緊張感感じられない。見直してないなのがわかっちゃう。(P11-29)

<カテゴリー11>E メールライティング習得における個人的工夫がある

(情報ユニット数：70)

各々の評価者が、これまでの業務経験の中で、ビジネスEメールライティングのコツをどのように習得してきたかについてのコメントである。また、普段英語でのEメールを書くに際し励行している点、留意している事柄に関するコメントも含まれる。

<代表的な情報ユニット>

- ・僕はネイティブからももらったメールを音読していました。トーンとはリズムとか、いいやつあるじゃないですか。...仕事で来るメールを、全部音読するんです。(P5-20)
- ・フォーマルな勉強は一度もしたことがないですね。やっぱりその経験だと思うんですね。まあ、やっぱり失敗もあるし、それから出したメールに対する相手からの返事で、そうか、ここはちょっとわかり難かったかなとか誤解されているとか、そういうのを繰り返しながら... (P7-18)
- ・When it comes to studying Japanese, I try to copy Japanese and native speakers because they are perfect. When it comes to good writing in English or Japanese, we should copy them. (P15-34)

<カテゴリー12>上から目線を感じさせない (情報ユニット数：69)

たとえ依頼のEメールであっても、相手の利益に言及せず、自分にとっての利益のみを記載して自分本位の態度を感じさせるものは不適切とするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・for the product、こういうの自分勝手な感じがするんだよね。この俺様がやってるやつにもしかしたらいいかもしれないんだよねっていうのは、俺だったらカチンとくる。自分のことしか書かれてない。一貫して上から目線なんだよ。(P11-15)
- ・これもなんかちょっと上から目線ですね。われわれの会社にどれほど利益があるかというのは、プロフェッサーに関係ないし... (P12-1)
- ・So, it's very much about me as the writer as opposed to talking about benefits to the reader of the meeting. So, that's why the grades are lower. (P15-5)

### <カテゴリ13>不要な表現がない（情報ユニット数：69）

不要な表現があることで混乱を招く可能性があることに関するコメントである。アポイントメントの期日設定に関してのものが多数あった。

<代表的な情報ユニット>

- ・けど全体的に情報不足であることには変わらない。（P5-11）
- ・ Subject-London visit and meeting. Again, it will be best to put more information here such as a meeting on the 5th. （P13-19）
- ・ I think this writer hits the important elements that I think are necessary in an email. It's all there; （P14-1）

### <カテゴリ14>英語力がある（情報ユニット数：69）

文章から推測できる英語力を、内容と詳細に述べずに、概括的に評価するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ 英文としては全体的にこの人は書き慣れていると思いますけど... （P1-1）
- ・ まあまあ結構こなれていますね。 （P3-1）
- ・ London, I go to – not good English. （P14-155）

### <カテゴリ15>情報が明解で曖昧さがない（情報ユニット数：58）

文面が複数の解釈を許すものになっているため主旨が明解に伝わらない、あるいは語の意味合いが曖昧、あるいは意図した意味を正確に伝えてないものは不適切とのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ それから discuss of opportunity とありますが、これは誰の opportunity だろうと...あなたにとっての opportunity ですよと相手は受け取るとありますが、それにしても opportunity ってなんなのというのが、よくわからないというのが気になる。 （P2-1）
- ・ あと in my proposal というのは何を propose しているかがわからない。ですからこの人は、目的を達していない気がして... （P2-1）
- ・ From the 1st or 7th August I would visit London on business trip—again two sets of dates are recurring. （P13-44）

### <カテゴリ16>事前に作戦を立てる（情報ユニット数：55）

Eメール作成前に、どんな目的で、どのような相手に送るかを考慮して、何をどのような順番で書くかという作成前の作業の重要性に直接的に触れた評価者は1名であったが、

「あなただったらこのシナリオでEメールを送るとしたら、どう書きますか？」という質問に対して10名が淀みなく答えたことから、事前の作戦策定を、多くの経験者は行っていることが分かった。

<代表的な情報ユニット>

- ・ どういう作戦でこのメールを書いているのかなって。自分もいつもそういうことを考えるし。人となんか新しいことをやろうとするときに、これどういう作戦で行くとうまくいくかなとか、そこを考えるのがビジネスにしても普通にしても面白いわけ。それがはっきり言って考えられた跡が感じられるものが少ない。(P11-30)

**<カテゴリー17>依頼に際し相手に選択肢を与えている (情報ユニット数：54)**

依頼する際のことば遣いとして、一方的に命令するようなトーンではなく、読み手が断ることもできる選択肢を提供して、相手を尊重する態度を示すことが重要であるとするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ この1日から7日の間にいて3日から5日の間に会いませんかっていうのは...こちらに選択権がある言い方をしているのでよくない。(P5-16)
- ・ 1日から7日のうち3日、4日、5日がなくなっちゃってるのはどうしてかなと。できるだけ幅広く相手に投げてあげないとよろしくないですね。(P8-4)

**<カテゴリー18>長いメールは避ける (情報ユニット数：46)**

文章全体あるいはそれを構成する各文の長さが長いものは、「グダグダ書いている」などの印象を読み手に与えるとのコメントで、短いものが一般的には好まれるとの指摘である。一方、あまりに情報量が少ないものは、良いEメールの条件を満たさないとのコメントも多くあった。

<代表的な情報ユニット>

- ・ 相手の受け取る側の気持ちを考えることも大事。長いメールを書くと、読む方も辛いですし、いかに丁寧であっても、伝わりにくくては本末転倒なので、そこは注意が必要です。(P8-8)
- ・ どうですかね。僕、スクロールしないとイケないのは絶対書かない。(P11-52)
- ・ It's a little too wordy there. (P14-173)



### <カテゴリー19>ポイントをついていて簡潔である（情報ユニット数：46）

上記37と類似のコメントであるが、伝えるべき事項が過不足なく、しかも短い文章で書かれていることを好意的に評価するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・まずは仕事のビジネス・プロフェッショナルという前提に立ちまして、やはりお互い忙しいんで簡潔に内容がわかるのが大事。（P8-5）
- ・まあポイントはおさえてますね。最初に用件をボンと書いてあって。（P10-7）
- ・It's fairly concise, relatively persuasive. Okay, not bad.（P14-194）

### <カテゴリー20>イコールフットイングの意識が見られる（情報ユニット数：42）

ビジネスにおいて当事者同士は、対等の立場にあることを表現しなければならないとするコメントである。同じ趣旨で、へり下りすぎるのが、コミュニケーション上不利益、不都合も招くこともあるとするコメントも含まれる。

<代表的な情報ユニット>

- ・It may be impolite for me to say this to one of the most authoritative professors in the world that I was impressed and inspired ... It's OK but it's a little bit too much.（P13-20）
- ・too much trouble は言い過ぎですけど（P5-11）
- ・貴重なお時間を賜り、みたいな話ってする必要ないですよ。いや、こっちの時間だって貴重なんだから会うの当たり前じゃんって感じでいかないと（P4-170）

### <カテゴリー21>情報の過不足がない（情報ユニット数：38）

情報の不足が混乱を招き、目的達成ができない、あるいはしっかりと意思が伝わらないとするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・全体的に情報不足であることには変わらない。（P5-11）
- ・もうちょっと全体的に肉付けしてもいいんじゃないかな。あまりにもシンプルすぎる。（P7-9）
- ・This is very brief so you are just looking at, oh, there is not enough here to say anything really.（P14-151）

### <カテゴリー22>ほめる表現がある（情報ユニット数：35）

本研究のシナリオにおいては、テイラー教授の開発した研究成果についての称賛を送ることについてのプラス評価を示すコメントである。このような表現があることで、読み手である教授の警戒感は低下し、その先まで読み進める契機となることに触れている。

<代表的な情報ユニット>

- ・論文の名前を具体的に出して、I was very much interested とポイントがあって、new material～と言って、彼が展開した者がわれわれの製品に可能性をもたらしているという褒め言葉になっているのでふむふむと読む。(P1-5)
- ・お願いをするのでいい印象を持ってもらわないといけないので、論文を褒めないといけないですよ。まあ、そういうことを書きますね。(P8-12)
- ・I was very much impressed by the unique nature of the material you developed; that's also very good as well. (P13-19)

**<カテゴリー23>相手のメリットを示す表現がある (情報ユニット数 : 33)**

本研究のシナリオのように、相手に何かを依頼するに際しては、自己の利益を前面に出すのではなく、読み手にもメリットがあることを示唆しなければ、読み手が真剣に読む可能性が低下するとするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・そこで気をつけるのは、相手も大学の先生で、学生からのメールもたくさんあると思うので、これはビジネスで、場合によってはお金になるかもしれないということを強調する、ビジネスをいう言葉を使って... (P2-12)
- ・この professor にとってもどんなメリットがあるのかというのもなんとなくチラつかせるような... (P7-5)

**<カテゴリー24>過去の経験を活かしている (情報ユニット数 : 31)**

Eメールライティングを含むライティングに関し、過去の経験がどう活かしているかに関するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ドイツで書くときは、Dr.と Prof.というのはどっちも書かないと失礼になることもあるので。過去の経験から学びますね。どっちがいいのか、ちょっと違うのかとかはよく考えます。丁寧に書くときは下調べをちゃんとしています。(P3-16)
- ・過去十何年やっていますから、手紙のときのいい表現とかわかります。(P5-20)
- ・Yes, and that's difficult for younger people with less experience. (P15-41)

**<カテゴリー25>コンタクトの経緯に関する記述がある (情報ユニット数 : 29)**

どのような経緯で送信者が読み手に対してEメールを送ったかについての説明がないEメールに対しては、読み手の警戒感が非常に高くなるため、読み進まない可能性が高まるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・“I found”とメールアドレスをどこで見つけたか、July issueのこのジャーナルに書いてあったアドレスをたどってメールしてきたかが一文でわかる。しかも怪しくない。あ、確かにあそこに書いたなっていうので... (P5-17)
- ・これちゃんと相手に対して何を読んだのかということを行っているのがいいところですね。(P7-5)

**<カテゴリ26>具体性で引きつけている (情報ユニット数：27)**

コンタクトの経緯を伝える際に、紹介者名や過去あった日付を具体的に書く、あるいは読み手の論文を讚える場合に、論文が掲載されていたジャーナルの出版日時、号などを具体的に記入することで、信憑性を高めることが、読み手の読む意欲を引出しことにつながるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・この雑誌の何が...何年何月号みたいな書き方をしていた人っていると思うんですけども、その方がずっといい。(P4-83)
- ・どの雑誌にいつどのタイトルで出しましたっていうの、これ作り話だろうけどこういうの書くっていう感覚がこの人はあってばっちりですね。ここまでspecifyしていると読んだねってわかる。(P5-11)

**<カテゴリ27>送信前の準備を十分に行う (情報ユニット数：27)**

主にリスク回避およびコミュニケーションの齟齬を回避する趣旨で励行している送信前の準備、作業に関するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・(送信前の音読は)僕は最後にやりますね。もっと分解的にいうと、とりあえず書くこともあるけど、僕自分のやつも5回くらい音読するんですよ。それでeditする。全体読み終えて各パラグラフの文章量が揃っていて、リズムが良くて、自分の文章を読んでいて気持ちが良くならないうと送らない。(P5-23)
- ・When I write an email, I always re-read it and I almost always find a type of mistake in my own emails in English. ...I usually read it twice, I keep rereading until I find no errors, then I push send. (P15-37)

**<カテゴリ28>プロ意識が感じられる (情報ユニット数：26)**

特に専門分野に関わるコミュニケーションなどで、その分野で特定のものを指し示す語彙を間違える、組織としてコミュニケーションをする場合は、使用代名詞をもっぱら“we”にするなど、専門分野に精通していることを示す重要性を示唆するコメント。

<代表的な情報ユニット>

- ・自分の商売に対して精通していなければならない、っていうのは全体としてあるんですけども。要は、自分がやっているその対象物がわかっていないと、英語もきちんと書けないと思うので… (P4-188)
- ・ Yes, he wants to speak to somebody on the same level. (P13-13)
- ・ It sounds like as a student. It's best to say researcher. (P13-16)

**<カテゴリ29>アクションを促す表現がある (情報ユニット数：23)**

特にEメールの文末付近で、具体的に読み手に次のアクションを明示的に求める表現を入れることで、ビジネスの段階を一段前に進める効果が期待できるとのコメントである。例えば、具体的な期限を設定して、送ったEメールに対する返信を求めるなどが挙げられる。

<代表的な情報ユニット>

- ・最後のところで、もう一回くらいお願いをすると。(P8-5)
- ・それからいついつまでに返事をという期限があるならそれも書きます。(P10-13)

**<カテゴリ30>まとまりがある (情報ユニット数：23)**

情報の過不足がなく、かつ論理の流れが追いやすようなEメールの文面に対する好意的な、あるいはこれら条件を充足していないものに対する否定的なコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ちょっと幾つかの悪い点があるけど、比較的バランスがいい。(P11-17)
- ・なんか全体的にちゃんとまとまっていると思いました。(P12-1)

**<カテゴリ31>熱意が感じられる (情報ユニット数：21)**

本研究のシナリオのように、読み手に対し一方的に依頼を行うような場合に、時間や場所の設定について読み手の意向に極力応じるなど、「どうしても会いたい」という意向が伝わる文面が、アポイントメント取得という目的達成の可能性を高める可能性について触れたコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ こういう新しい人に合う場合は、ロジックもそうですけど、熱意も伝えないと会ってくれないでしょう。...日本人はそういう excitement を表現するのも苦手だけど impressed だけじゃなくて thrilled とか... (P1-13)
- ・ 1日から7日の間いるのに3日から7日の間に限定しちゃうことで、なんとなく横柄ではないですけど、いつでもいいよ感がない、熱意が感じられない。(P7-12)

**<カテゴリ32>情報が正確である (情報ユニット数：21)**

伝える情報の正確さがEメールで求められる重要な要素であるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ 自分の所属している部署名とかは正確に記載したほうがいいですね。(P9-1)
- ・ 日付とかは間違えないように。情報を正確に。(P10-13)
- ・ It's just too – not accurate enough. (P14-120)
- ・ It could be a little bit tighter in the conciseness but it is precise. (P14-170)

**<カテゴリ33>あくまでも外国人としての英語使用と認識する (情報ユニット数：19)**

過去から現在に至るまでの英語学習経験を踏まえ、Eメールライティング力に貢献したと思われるものについてのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ レターの代わりに送るものがあるので、そういうのはボキャブラリーが貧困じゃない方がいいと思います。...僕らはやはりセカンドランゲージなので、こなれた英語を使うのは、やっぱりむずかしいと思います。(P3-12)
- ・ 私(会社の中で)日本人一人なんで、すべて英語が公用語なんですね。アメリカ人同士の英語はややもするとついていけないレベルの英語になっていることが多い。そういう中でその英語に触れたい、近づきたいという思いはあるんですけど、近づくと下手をするとミスコミュニケーションにつながったりするので、あくまでも自分は外国人として英語を話しているという姿勢を崩さないようにする。(P6-42)
- ・ If you give me the opportunity to meet you and either one, no, the grammar is a bit off there but it's forgivable in the sense that he is a foreigner and your kind consideration of the above... (P14-106)

**<カテゴリ34>読み手への配慮がある (情報ユニット数：18)**

相手が読みやすいようにさまざまな工夫がされていることへの評価コメントである。概括的で、具体的な内容には触れていない。

<代表的な情報ユニット>

- ・読み手への配慮かな。(P11-44)
- ・通常の間人間関係に必要な配慮をしていない。文章力にも出るんですよ。...この当たり前の配慮って多少語彙がないと。多少の語彙はそのために必要なんですよ。(P5-10)
- ・ My third paragraph would be empathy for him. I realize your schedule is very tight, ... (P15-20)

### <カテゴリー35>適切な通信手段を選択をする(情報ユニット数：17)

特定の状況において、ある情報を伝達する場合に、どのコミュニケーション手段を選択することが最良の選択肢であるかをまず考えるべきであるとのコメントである。その前提として、ビジネスコミュニケーションにおいて、Eメールが中心的な手段となっていることを認めつつも、状況が異なればその他の手段(多くの場合電話)がより効果的で目的をよりよく達成する手段である可能性を常に考慮すべきであるという趣旨のコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・また、メールというよりビジネスですけど、メールじゃなくて電話でよければ私は大丈夫という場合は電話番号を聞いてもいいと思います。(P3-12)
- ・ Another thing is we have to think about emails placed in the grand scheme of communications in this day and age. Many business articles or advice articles I'm reading are cautioning when to use email and when not to. (P15-23)
- ・ The other thing about the advantage of the phone call is, you can gauge the listeners' enthusiasm for meeting you by their answers, and then you can follow up with an email based on their response. (P15-26)

### <カテゴリー36>結論が先に述べられている(情報ユニット数：16)

Eメールを文面の上から読まれること、そしてビジネスに従事している者が、一般的には時間を尊重すべきとの価値観を持っているため、文面の最初または上の方に、Eメールを送る趣旨(結論)を書いて、読み手が時間を節約できるようにすべきであるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・結論を最初に言う。これはビジネスメールではねえ。(P7-26)
- ・もらう人も忙しいと思いますから、まず用件を述べるべき。逆は日本的ですけどね。(P10-12)
- ・ English is a very linear language. We are trained unconsciously. (P14-37)

### <カテゴリー37>送信理由の説明がある（情報ユニット数：14）

なぜEメールを送っているかの理由が添えられているEメールと添えられていないEメールでは、読み手の読む真剣度が異なってくるとのコメント。

<代表的な情報ユニット>

- ・あなたにコンタクトしている理由は実はアポをぜひとらせてほしいからというのを書きます。（P1-9）
- ・あとは全く知らない人にメールをうつときには、なぜ書いているのかをできるだけ短くかく。向こうが僕らに会うべき理由をわかってもらう。（P3-7）
- ・もう少し何故っていうのをはっきり、アピールポイントをもう少し強く...（P4-153）

### <カテゴリー38>異文化への認識がある（情報ユニット数：14）

読み手がどの国の人か、どのような地位でどのような専門分野の人であるかに応じて、その属するコミュニティ（ディスコース・コミュニティ）において使用される表現を取り入れたEメールの文面づくり、語彙使用を行うべきであるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・アメリカとイギリスの表現の違いとかも気をつけます。レベル感も。ファーストネームでいきなり呼ぶかどうかとか。うちの事務所は、そういう文化がなくて、いつまでもMr.を使いますね。僕は、アメリカ人ならすぐファーストネームを使いますけどね。アメリカ時代にそうだったから。（P1-8）
- ・そういうところは住んでわかりますよね。異文化コミュニケーションですね。（P2-26）
- ・Englandと言ってしまうのは良くない。LondonなのにEnglandはやばいですよ。この教授がスコットランド出身とかだったら、この段階で破り捨てられますね。それくらいセンシティブなんです。UKの人に対して都市名ではなくて旧国名を使うというのは配慮がなさすぎる。（P5-17）

### <カテゴリー39>メリットとリスクに対するバランス感覚がある（情報ユニット数：2）

ビジネスのさまざまな場面で、Eメールの文章あるいは送信行為そのものが持つリスクを、反対のメリットと常にバランスする態度が必要であるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・some of the ...期待を持たせつつリスクマネジメントしているのがいいですね。（P5-42-28）
- ・こういうプラスのファクターとマイナスのファクターというのは両方考えないといけない。（P5-22）

#### <カテゴリー40>重要事項に関わるミスがない（情報ユニット数：13）

例えば、読み手の氏名を間違えて記載してEメールには評価ゼロとするなど、ビジネス遂行上での重要事項に関する間違いに対するコメントである。この他、取引上の金額、単位、期限など、直接ビジネス上の損得に結びつく事項を間違えることは、致命的な影響を及ぼすとの指摘があった。また、こうした重要事項については、Eメールの文面中に埋もれないようにする工夫も必要であるとのコメントもあった。

##### <代表的な情報ユニット>

- ・プロフェッサーの名前間違えてますね多分。これ1点減点で7だな。（P4-120）
- ・ビジネススクールの先生で、会社の名前間違えたら0点という人がいたんですよ。その人がゴールドマンサックスを辞めた、投資銀行から来た先生でした。その人がよく言っていたのは、例えば英語で Philip Morris という会社は、あれエル1個なんですよ。2個書くと読んでもらえない。日本でも、Canon はキャノン（発音は「キャノン」だが表記は「キヤノン」）、ブリジストンはチに濁点とか。（P3-15）

#### <カテゴリー41>必要な場合は自分を大きく見せている（情報ユニット数：11）

自己開示の必要性に関連して、その開示の具体的方法について、あまりにへり下った表現で自己に対する過小評価を招く可能性のあるものは適切ではなく、自己が歴史と実績を備えた組織に属している、あるいは交渉を行うに際する決定権をある程度有している（そのような地位にいるなど）の表現を使用すべきであるとのコメントである。

##### <代表的な情報ユニット>

- ・自分を大きく見せるということを皆さんしてないんで。それってものすごくマイナスだよねっていう気がしますね。やっぱ、忙しい人を捕まえて話、ビジネスしたいと思ったら、自分が即断即決できますよぐらいの勢いでやらなかったら、会っても意味ないじゃないですか。（P4-1）
- ・一応 Chief of Division とかあるならつけた方がいいですね。まあ、先生だから会ってもいいなと思うんじゃないですかね。（P10-6）

#### <カテゴリー42>効果的に感情が込められている（情報ユニット数：11）

本研究のシナリオのような初めてEメールを送信する相手に、親近感を持ってもらい関係構築の端緒を開くには、時に感情が入っていると思わせる表現の使用も有効であるとのコメントである。



<代表的な情報ユニット>

- ・“I was very impressed.”とか、もっと強い言葉で、なんとかもっと emotion とか、開発している人の excitement を感じるような言葉を使うべきなのに、全部機械的。(P1-3)

#### <カテゴリ43>興味を引く書き方をしている (情報ユニット数：9)

文中に読み手の興味を引く表現があるか否かで、相手の読む気持ちを引き出せるかが決まるため、チャンスを得るためにあえてリスクを取ることもあるとするコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・特に知らない人にメールを出し...興味を引こうと思ったら、ちょっとどっち極端にしないと、なかなか興味は引けないだろうなと...そういった意味ではその、上から目線が悪いということにはならないと思うんです。(P4-128)
- ・ So I thought that is an interesting piece of information. (P14-170)

#### <カテゴリ44>不審がられない送信者名を使っている (情報ユニット数：8)

評価者中1名のみが行なったコメントで、送信者のEメールアドレスに不審点があると、いわゆるスパムメールではないかの疑念がある、あるいは受け手の所属する組織において受信拒絶が行われる可能性があるため、使用すべきではないとのコメントである。具体的には、hotmail や gmail など、無料で誰でもがアカウント取得できるものは不利になる可能性を示唆したものである。

<代表的な情報ユニット>

- ・細かい話ですが、メルアドが go-go.com とか書いてあると返事する気がかなり失せますよね。(P4-72)
- ・ bogus mail とは言わないんですけども、変なメルアドにメール送るの嫌なので... (P4-74)

#### <カテゴリ45>インパクトのある表現がある (情報ユニット数：7)

文章として知性がある、表現力が豊かであると文章よりも、正確で相手に対し強く伝わるというインパクトの方が有用であるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・文章自体はおかしくないですけど、何かインパクトがない。(P1-4)
- ・だけどビジネスライティングとしては突き動かさない。だから完全無視という感じではないけど、どうしようかなというもなさそう。(P1-7)
- ・Time は英文の知性を象徴するものかもしれないけど、使っているものが難しい、表現が独特。... ビジネスは effective なコミュニケーションに尽きる。(P1-8)

#### <カテゴリ46> “I” と “We” を使い分けている（情報ユニット数：7）

依頼と行う場合に、組織の一員として行う依頼か、個人的な興味からの依頼かを明確にするために、I と We という2つの一人称代名詞を使い分けしていないと、読み手が受けた依頼にどれほど真剣に取り組むかの意欲の低下を招くとの指摘である。

<代表的な情報ユニット>

- ・まあこれ確かに私が読みましたという“I”でも良いと思うんですけど、これ“we”かなあとも思っただけですね。（P6-28）
- ・… now, if you have the position to speak for your whole company, your country, you can get away with it but this guy is just a manager, we, it just doesn't work. （P14-192）

#### <カテゴリ47> 書く前のリサーチを十分に（情報ユニット数：6）

本研究で与えられたシナリオは、会ったことのない相手への初めてのEメールによる依頼を内容とするものであることから、効果的なものにするには、相手がどんな人物であるかについての事前の調査活動が必要であることを指摘した評価者が2名いた。

<代表的な情報ユニット>

- ・まず相手が誰で、自分とどういう関係の人で…自分の製品に関心を持っているのかっていうのは推察しないといけないと思うんですよ。（P4-204）
- ・このテイラーさんがだれかっていうのを調べて、どこにいて、とかさ。（P11-35）

#### <カテゴリ48> やる気を起こさせる表現がある（情報ユニット数：6）

先方に依頼するEメールにおいて、先方のメリットのみではなく、依頼する内容を受け取ってもらえれば、それが例えば社会に貢献することになるなどの大義名分を示すことで、相手の承認欲求などに訴えかけやる気を引出す工夫も必要であるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・（相手の開発したものには）これぐらいの価値があると思うんですけどっていうのがなんかしらあれば、これでもいいと思うんですが、それがなくて…（P4-57）
- ・私たちにとっても重要だということだけではなく、industryとしても重要な案件に取組みたいという文章は、これでいいですね。これは motivating です。ここはすぐよかったです。（P5-17）

### ＜カテゴリ49＞可能性を残す表現がある（情報ユニット数：6）

本研究のシナリオのような設定で、例え初回のEメールでは目的が達せられない場合でも、読み手との関係を維持することを目指し、今後の協働のための可能性が残るような工夫を施した表現を盛り込むべきであるとする指摘である。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・そのつもりがあるなら、あるいはまあ電話でもいいならば1日から7日までどっかのホテルに泊ってますよというのもいい。まあ、アベイラビリティの幅を広げるのがいいですね。（P2-14）
- ・要はプロダクトのために今回会えなくてもなんとかして会いたいというのを匂わせないと。そうじゃなくとも、これ以外の期間で電話でもスカイプでもあるのだから。（P5-3）
- ・Although, since he is eager to - I think to have some sort of further communication about the possibilities for his material, I believe that he would be willing to set up a meeting.（P14-75）

### ＜カテゴリ50＞原則として直ちに返信する（情報ユニット数：5）

受信したEメールについては、できるだけ早いタイミングで返信することを原則としているというコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・すぐ打たないといけないものは、すぐ打ってすぐ返事が来るのが大事なので。（P3-7）
- ・相手のメールが届いたら、できるだけ早く返すということですね。（P10-16）

### ＜カテゴリ51＞スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識する（情報ユニット数：5）

コミュニケーションの速さがその存在価値のひとつとであるEメールを使用するコミュニケーションにおいては、時に文法的エラーやスペルミスなどがある場合でも、事案の緊急度によっては、エラーを点検しない場合もあり得るというコメントである。現実のビジネス現場においては、優先度が低く、相手のエラーに対する許容度が高い相手Eメールを送信する際に、スピードを優先することも起こりえるとの趣旨であった。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・私の（Eメールの）質は悪い。僕はね、書いてて思うんだけどすごくタイポが多いの。見直さないから。ほんという。だけどそのリスクは僕が負ってるんですよ。あ、こいつあほだなんて。（P11-78）

### ＜カテゴリ52＞関係性への配慮がある（情報ユニット数：5）

書き手と読み手の関係性を踏まえて、適切な挨拶なり、文章を配置すべきであるとするコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・一番は関係性ですね。どちらがどちらに argument power を持っているか。誰に選択権があるのか、誰にお願いしているのか、それが上司だったりお客さまだったり。頼む時って関係性がすごく大事じゃないですか。全体を一貫して、そこに合わせて書かないといけないということですね。（P5-18）
- ・自分の出張の中の空いている日を述べているだけで、関係が構築されていないとちょっとどうかと思います。（P12-1）

### ＜カテゴリ53＞自他の時間の尊重をしている（情報ユニット数：4）

ビジネスにおいては、相手にとっても、自分にとっても、時間を尊重することが重要であるとするコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・自分の時間を使う価値がないと思う。（P4-168）
- ・僕読んでて怒りが湧いてきた。忙しい人の立場全然考えてないし。（P5-6）

### ＜カテゴリ54＞立場を踏まえた表現がされている（情報ユニット数：4）

読み手との関係において、局面局面で求められる表現を文面に組み込んでEメールを作成すべきであるとするコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・お客さんだったら、質問があったらいつでも連絡くださいと書きます。（P1-8）
- ・sell side にいた時間が長かったので、そういう書き方になっちゃったのかも知れませんが（P10-9）

### ＜カテゴリ55＞平易な構造と語彙を使用している（情報ユニット数：4）

英語でEメールを作成するに際し、手により文意が伝わりやすいように、難しい語彙（専門用語を除く）や関係詞を使った複雑な文構造を用いないように心掛けているというコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ えーっと、持って回った表現はなるべくしない。だから、...I think とか I believe とは、なるべく言わない。で、which とか that とか、そういうのもなるべく使わない。使わないんですむのであれば、なるべく使わない。(P4-174)

**<カテゴリ56>共通点や関連性を示している（情報ユニット数：2）**

読み手の警戒感を解くために、相手との共通の体験などや、どんな関係があるかを明示することを勧めるコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ 相手と自分の間にリンクがあるか、関係付けるということですね。(P8-23)
- ・ If the writer is to say, I actually studied at the same university as you or I worked in the same building as you five years ago; we have something in common. (P15-6)

**<カテゴリ57>最終的に送信すべきかを適切に判断する（情報ユニット数：2）**

リスク回避および適切なコミュニケーションチャンネルの選択の趣旨で、あえて作成済みのEメールを送らないケースに関するコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ そうすると出さない方がいいメールもあります。(P3-21)
- ・ 座ってたらすぐに返しますよ。返さないのは、仕事上のメールで返さないのは絶対意図がある。これについて意見求めますっていうときに無視するってのは絶対意図ある。反対だって思う。(P11-89)

**<カテゴリ58>この相手となら一緒に仕事がしたいと思わせる表現がある（情報ユニット数：2）**

本研究のサンプルは、まだ会ったことのない人物にアポイントメントを申し入れるという主旨のものであるので、書き手と会うと何か面白そうなことが期待できそうだというニュアンスを伝える必要があるとのコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・ あとエキサイティングなことかな。こいつと会うと面白そうとか、ディスカッションがこうなるといいなとか、なんかちょっとわくわく感があるような。(P5-22)
- ・ 順序、語彙、open と close の関係、interesting な相手として exciting な感じがする。(P5-11)

### ＜カテゴリ59＞CCの使用は適切に行う（情報ユニット数：1）

CCは場面を考えて使わないとリスクを生じる可能性があるとする見方を述べたコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・社内には最近CCが多いですけど、偉い人に出す時には、CCはできるだけしないように...お前はなんで俺のメールを知ったんだというのが来るので。（P3-12）

### ＜カテゴリ60＞Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識する（情報ユニット数：1）

英語で書かれるEメールが、従来の主要コミュニケーション手段であった郵送されるビジネスレターに比べ、使用される表現、語彙が話し言葉の要素を多く含んでいることも踏まえつつも、ビジネスにおけるEメール、特に組織の外部に送信されるものは、ビジネスレターと同様に、書き言葉によるコミュニケーションであると認識すべきという内容のコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・お客さんだったらEメールといえどもレターと同じ扱いじゃないかな。（P7-35）

### ＜カテゴリ61＞Eメールには書き手の個性が反映されると認識する（情報ユニット数：1）

個々のEメールには、書き手の個性が反映されるとのコメントである。

＜代表的な情報ユニット＞

- ・なんというかメールってやっぱり個性出るよね。だから誰が書いたメールかっていうのがわかると。はっきり言って相当違うよね。（P11-76）

### ＜カテゴリ62＞Eメールの怖さを認識する（情報ユニット数：1）

一方でその通信速度という大きなメリットがある反面、いったん送信されたら取消せない、あるいは特定の相手に送信したEメールが他の者（場合によっては、不特定多数の者）に転送されるリスクについて言及したコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・メールは怖いですよ。日本語もだけど英語はもっと。ネイティブスピーカーじゃないですから。僕らの商売なんかは法律のことを英語で全部書くわけですから、しかもカルチャーも制度も違う。その中で彼らの頭の中にこういうコンセプトがあってもそのコンセプトの中で理解してもらうように説明するのは難しいですよ。（P1-14）

**<カテゴリ63>返信しやすいEメールである（情報ユニット数：1）**

返信しやすい工夫があるか否かで、読み手のアクションが引き出せるかが決まるという趣旨のコメントである。

<代表的な情報ユニット>

- ・メールにもよるんですけど、返事が書きやすいかどうか、どう返答していいのかわからんっていうメールは、何か書いちゃいけないなど。（P4-246）

**<カテゴリ64>主体性が感じられる（情報ユニット数：1）**

例えば、文面から上司に命じられて仕方なく書いたようなニュアンスが感じられ、書き手のEメールが取り扱っている用件への主体的な関与が感じられなければ、読み手が真剣に読もうとする程度が低下する可能性が高いとする指摘である。

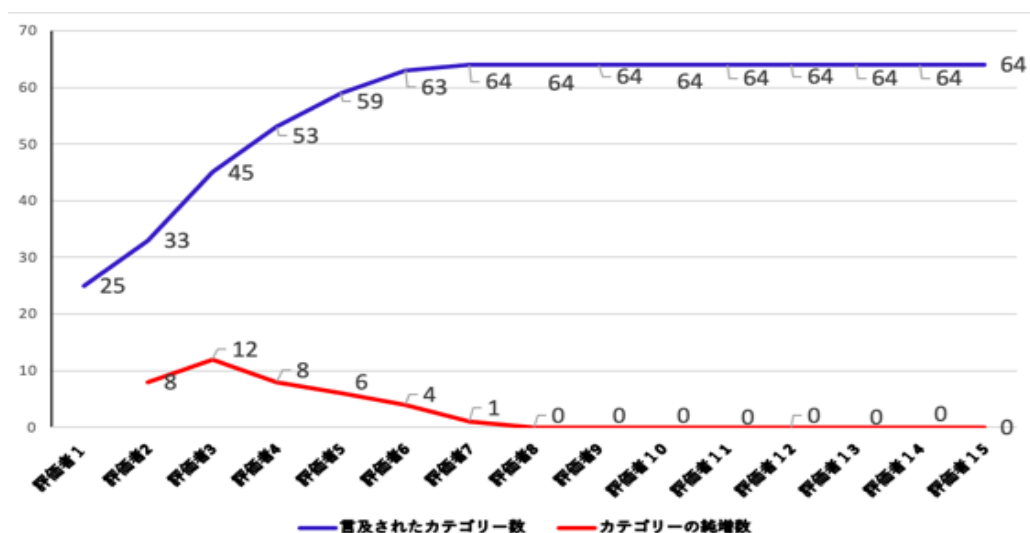
<代表的な情報ユニット>

- ・この人がわかっているかどうかだと思ふ。わかって書いているかどうかというの大きいと思う。自分のfunctionっていう、周りの人から言われてメール書いてみろよ面白いからって言われて書いている英語使いみたいな、社内の...（P11-23）

### 第3項 カテゴリー化のプロセスにおける「カテゴリー飽和」

情報ユニットをすべて抽出した後、各情報ユニットを印刷したカードを使ってカテゴリー化を行う際、評価者1から評価者15の順番でインタビューを進めていったが、7人目の評価者以降はカテゴリーが増えなかった。これは本分析法で唱えられている「理論的飽和」であり、「この状態になった場合は、それ以上評価者を増やしても、著しいカテゴリー数の増加は見込めない」とされている。本分析でも以下のグラフが示しているようなカテゴリー飽和が起こった。

表18 カテゴリー数の増加と理論的飽和



### 第4項 カテゴリーの精査

以上が2669の情報ユニットから抽出されたカテゴリーの説明であるが、以下の観点から精査して微調整した。まず、前項で述べたように、抽出したカテゴリーの中には、他のカテゴリーより上位概念というべきものが含まれており、それは「英語力がある」と「読み手への配慮がある」であった。また、意味的に重複するカテゴリーはこれらを統合した。具体的には「重要事項に関わるミスがない」を「情報が正確である」に統合することが適切であると判断した。その結果、カテゴリー数は64から61に減った。



## 第5項カテゴリーを能力表記へ

ここまでの過程で抽出されたカテゴリーは、実験1で書かれた15通のEメールに対して15名の評価者が述べた感想をまとめたものであるが、カテゴリー名は、インタビュー内容に沿って、例えば「ことば遣いに違和感がない」、「丁寧さがある」あるいは「経験を活かしている」など、状態を表す表現になっている。しかしながら、本研究が最終的には能力モデルの構築を目指していることを勘案し、それぞれのカテゴリーの表題の記述を能力を表す形式とした。この際、能力を、ボヤティスがBoyatzis（1982）において定義した「コンピテンシーとは、業務において優れたパフォーマンスに反映される性質であり、その原因となる知識、動機、特性、自己イメージ、社会的役割、技能」に準じて、知識、動機、特性、自己イメージなどを表す「持っている」という表現、社会的役割を示す「果たしている」「負っている」などの表現、および技能の保有を表す「できる」という表現を使って、ここまでに抽出したカテゴリー名を変換することとした。その結果は、表19の通りである。

元々の情報ユニットおよびカテゴリーは、収集したコメントデータから抽出したため、記述はすべて原則的に「～している」「～である」という状態を表す記述であった。また、評価者の方法、信念も反映したため、「～する」という表現も含まれた。しかし、能力モデル構築においては、これら『～している』『～する』の表現を、「～できる」という能力を表す表現に書き換える必要がある。さらに能力には、知識は価値観も含まれることに鑑みると、「～と認識している」「～を知っている」「～という価値が分かる」等という表現もあり得る。こうした方針の下に、能力表記への変換を行った結果は、表19の通り整理できた。

表 19 カテゴリー名の能力表記一覧

	カテゴリー	能力表記
1	ことば遣いに違和感がない	適切なことば遣いができる
2	自己開示している	十分な自己開示ができる
3	件名が的確である	件名が的確に書ける
4	フォーマットが整っている	フォーマットが整えられる
5	丁寧さがある	丁寧さを示すことができる
6	文法エラーがない	文法エラーがなく伝えられる
7	目的が明示されている	目的を明示できる
8	流れがスムーズである	流れのスムーズな伝え方ができる
9	一定のフォーマリティを備えている	一定のフォーマリティを備えることができる
10	スペルミスがない	スペルミスがなく伝えられる
11	Eメールライティング習得における個人的工夫がある	Eメール習得における個人的工夫ができる
12	上から目線を感じさせない	上から目線は禁物との意識がある
13	不要な表現がない	無関係な不要表現を排除できる
14	情報が明解で曖昧さがない	情報を明解に曖昧さなく伝えられる
15	事前に作戦を立てる	事前に作戦を立てることができる
16	依頼に際し相手に選択権を与えている	依頼に際し相手に選択権を与える必要があると知っている
17	長いメールは避ける	短いEメールで用件を伝えられる
18	ポイントをついていて簡潔である	ポイントをついていて簡潔に伝えられる
19	イコールフットINGの意識が見られる	イコールフットINGの意識を持っている
20	情報の過不足がない	情報の過不足なく伝えられる
21	ほめる表現がある	ほめる表現ができる
22	相手のメリットを示す表現がある	相手のメリットを示す表現ができる
23	過去の経験を活かしている	過去の経験を活かすことができる
24	コンタクト経緯に関する記述がある	コンタクト経緯に関する記述ができる
25	具体性で引きつけている	具体性で引きつけることができる
26	送信前の準備を十分に行う	送信前の準備を十分に行える
27	プロ意識が感じられる	プロ意識を持っている
28	アクションを促す表現がある	アクションを促す表現ができる
29	まとまりがある	まとまりよく伝えられる
30	熱意が感じられる	熱意を伝えられる
31	あくまで外国人としての英語使用と認識する	あくまで外国人としての英語使用と認識している

32	適切な通信手段を選択する	適切な通信手段を選択できる
33	結論が先に述べられている	結論を先に述べることができる
34	送信理由の説明がある	送信理由の説明ができる
35	異文化への認識がある	異文化への認識を有している
36	メリットとリスクに対するバランス感覚がある	メリットとリスクに対するバランス感覚を有する
37	重要事項に関わるミスがない	情報（特に重要な点）を正確に伝えられる
38	必要な場合は自分を大きく見せている	必要な場合は自分を大きく見せることができる
39	効果的に感情が込められている	効果的に感情を込めることができる
40	興味を引く書き方をしている	興味を引く書き方ができる
41	不審がられない送信者名を使っている	不審がられない送信者名を使える
42	インパクトのある表現がある	インパクトのある表現ができる
43	“I”と“We”を使い分けている	“I”と“We”を使い分けられる
44	書く前のリサーチを十分にしている	書く前のリサーチを十分にできる
45	やる気を起こさせる表現がある	やる気を起こさせる表現ができる
46	可能性を残す表現がある	可能性を残す表現ができる
47	原則として直ちに返信する	原則として直ちに返信すべきであると考えている
48	スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識する	スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識している
49	関係性への配慮がある	関係性への配慮ができる
50	自他の時間を尊重している	自他の時間を尊重できる
51	立場を踏まえた表現がされている	立場を踏まえた表現ができる
52	平易な構造と語彙を使用している	平易な構造と語彙を使用して伝えられる
53	共通点や関連性を示している	共通点や関連性を示すことができる
54	最終的に送信すべきかを適切に判断する	最終的に送信すべきかを適切に判断できる
55	この相手となら一緒に仕事がしたいと思わせる表現がある	この相手となら一緒に仕事がしたいと思わせる表現ができる
56	CCの使用は適切に行う	CCの使用を適切に行える
57	Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識する	Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識している
58	Eメールには書き手の個性が反映されると認識する	Eメールには書き手の個性が反映されると認識している
59	Eメールの怖さを認識する	Eメールの怖さを認識している
60	返事しやすいEメールである	返事しやすいEメールを書ける
61	主体性が感じられる	主体性が示すことができる

## 第6項 マッピングによるカテゴリーのメタ情報への統合

次の作業は、マッピングである。この段階では、意味の類似性、近似性を基準としてここまで抽出したカテゴリーを統合するが、ここでは、前項で行なった能力表記に伴う新たなカテゴリーを使用する。具体的には、模造紙などの紙面に、あるカテゴリー情報をまぜ一つ置き、次のカテゴリーが意味的に近似しているものであれば近くに、近似が認められないものであれば遠くに配置する。同様に、次のカテゴリーを、先に配置した2つのカテゴリーとの近似度合いに応じて配置する。これを61のカテゴリーのすべてについて行う。その結果、以下のように整理した。

例えば、「フォーマットを整えられる」と「文法エラーがなく伝えられる」を取り出し、類似性、近似性を検討すると、とりあえずは著しい近似性は認められないので、別の場所に配置する。次に、「短いEメールで用件を伝えられる」を取り出して、先の2つのカテゴリーとの近似性を検討すると、Eメールを開封した時の見た目の良さ、読みやすいと思わせる要素であるという点で共通点が認められる「フォーマットを整えられる」と近い場所に置く。次に「スペルミスがなく伝えられる」を取り出すと、テキスト上の形式上のエラーを指摘していると言う点で共通点が認められる「文法エラーがなく伝えられる」の近くに配置する。このような手順で、61カテゴリーすべてについて作業を行い、相互間の相対的な近似性、類似性を基準として配置していった。図15は、このプロセスのイメージ図である。

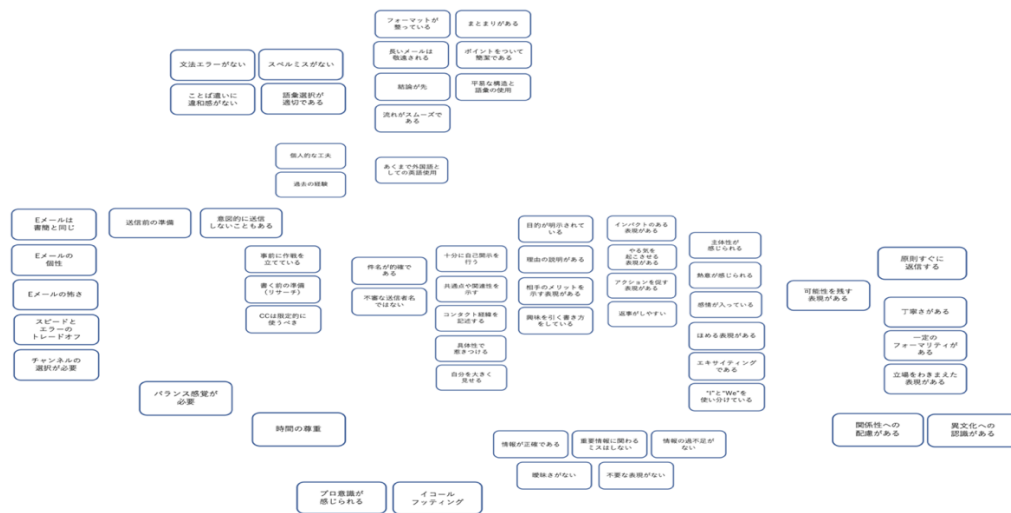


図15 全カテゴリーのマッピング（イメージ）

マッピングにおける次の作業は、本項で上記の通り整理したカテゴリーを上位概念で論理的に結びつけるものである。この目的のため、図 15 で見られる配置を参考にしながら、全カテゴリーを共通点で括り、上位概念（以降うえの式質的分析法に則り「メタ情報」と呼ぶ）を付しメタ情報に命名していく。このメタ情報化の発想は、情報ユニットからカテゴリー化を行ったのと同じ手続きで、61 のカテゴリーをまず2つ取り出し、その間の類似性を見て、似ていれば同じメタ情報に入れ、似ていなければ2つの異なるメタ情報に分類する。次に3つ目のカテゴリーに着目し、それが前2つのカテゴリーとの類似性に基づきどのメタ情報に分類するかを判断する。この手続きを繰り返した結果、18 のメタ情報が導かれた。詳細は、表 20 の通りである。

表 20 抽出されたメタ情報

	メタ情報	カテゴリー
1	ビジネスはプロ同士の対等の取引である という価値観的能力	イコールフットINGの意識を持っている
		上から目線は禁物との意識がある
2	利益最大化の完遂がビジネスの目的で あるという価値観的能力	プロ意識を持っている
		メリットとリスクに対するバランス感覚を有する
		自他の時間を尊重できる
3	ビジネスのカギは信用であるという 価値観的能力	関係性への配慮ができる
		異文化への認識を有している
4	Eメールの特性の理解	Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識している
		Eメールには書き手の個性が反映されると認識している
		Eメールの怖さを認識している
		スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識している
		適切な通信手段を選択できる
		CCの使用を適切に行える
5	事前準備能力	事前に作戦を立てることができる
		書く前のリサーチを十分にできる
6	直前点検能力	送信前の準備を十分に行える
		最終的に送信すべきかを適切に判断できる
7	開かせる能力	件名が的確に書ける
		不審がられない送信者名を使える
8	読ませる能力	目的を明示できる
		送信理由の説明ができる
		相手のメリットを示す表現ができる
		興味を引く書き方ができる
9	書き手が望む行動を読み手から引き出す 能力	インパクトのある表現ができる
		やる気を起こさせる表現ができる
		アクションを促す表現ができる
		返事しやすいEメールを書ける
10	書き手の個性を活かす能力	主体性が示すことができる
		熱意を伝えられる
		効果的に感情を込めることができる
		ほめる表現ができる

		この相手となら一緒に仕事がしたいと思わせる表現ができる
		“I”と“We”を使い分けられる
11	信頼関係構築能力	十分な自己開示ができる
		共通点や関連性を示すことができる
		コンタクト経緯に関する記述ができる
		具体性で引きつけることができる
		必要な場合は自分を大きく見せることができる
12	信頼関係維持能力	可能性を残す表現ができる
		原則として直ちに返信すべきであると考えている
13	敬意表現能力	丁寧さを示すことができる
		一定のフォーマリティを備えることができる
		立場を踏まえた表現ができる
		依頼に際し相手に選択権を与える必要があると知っている
14	情報適切化能力	情報（特に重要な点）を正確に伝えられる
		情報の過不足なく伝えられる
		情報を明解に曖昧さなく伝えられる
		無関係な不要表現を排除できる
15	英語力	文法エラーがなく伝えられる
		スペルミスがなく伝えられる
		適切なことば遣いができる
16	Eメールを読みやすく書く能力	フォーマットが整えられる
		短いEメールで用件を伝えられる
		結論を先に述べるができる
		流れのスムーズな伝え方ができる
		まとまりよく伝えられる
		ポイントをついていて簡潔に伝えられる
		平易な構造と語彙を使用して伝えられる
17	非英語話者という認識	あくまで外国人としての英語使用と認識している
18	英語力習得能力	Eメール習得における個人的工夫ができる
		過去の経験を活かすことができる

個々のメタ情報に属するカテゴリーについて以下に述べる。

#### <メタ情報1>ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「イコールフットイングの意識を持っている」

「上から目線は禁物との意識がある」

「イコールフットイングの意識を持っている」と「上から目線は禁物との意識がある」という2つのカテゴリーは、相手を尊重しつつも、ビジネスは、あくまでもプロフェッショナル同士の相互にメリットを追求する活動であるという意識を忘れないことが重要であり、そのような姿勢を送り手と受け手がともに尊重すべきことを共に示している。この2カテゴリーをまとめて「ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力」とする。

#### <メタ情報2>利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「プロ意識を持っている」

「メリットとリスクに対するバランス感覚を有する」

「自他の時間を尊重できる」

「プロ意識を持っている」というカテゴリーには、仕事を完遂し、かつ利益の最大化をもたらさなければ、仕事をやる意義はないという意識が反映している。そのために、あらゆる手段を講じるが必要になり、多くのノウハウを生む源泉になっている。また、「メリットとリスクに対するバランス感覚を有する」は、あるビジネス的行動についてのメリットのみに着目するのではなく、リスクにも留意し、必要に応じてリスクの回避（ヘッジ）も行うべきであるという考え方を示している。これらが同時に実現されることで、利益は最大化される。「自他の時間を尊重できる」は、時間が利益を生み出す極めて重要な経営資源であるというビジネスパーソンが持つべき価値観を示している。これらを実現するには、取引の完遂が条件となる。よってこれらは、「利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力」というメタ情報を構成する。



### <メタ情報3>ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「関係性への配慮ができる」

「異文化への認識を有している」

「関係性への配慮ができる」「異文化への認識を有している」の2カテゴリーは、いずれも相手との関係を毀損させないため、さまざま行われるべき配慮の重要性について触れている点で共通点があるため、同じメタ情報を構成すると考えた。「異文化への認識がある」の異文化は、国家や民族の間での異文化のみならず、企業間、地域間、分野間などの文化をも含むもので、信頼関係を築くためには、取引相手と自己（自社）の文化の違いにも敏感であるべきことを意味している。これらをまとめて「ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力」とする。

### <メタ情報4>Eメールの特性の理解

このメタ情報を形成するカテゴリー

「Eメールは書簡同様、書き言葉のコミュニケーションと認識している」

「Eメールには、書き手の個性が反映されると認識している」

「Eメールの怖さを認識している」

「スピードとエラーにはトレードオフの関係があると認識している」

「適切な通信手段を選択できる」

「CCの使用を適切に行える」

これら6つのカテゴリーは、いずれも、コミュニケーション手段の選択を行う際の判断材料として、Eメールの特徴に関する知識の必要性について触れているという点で共通している。これらの知識を動員して、具体的な状況においてどの手段を使うべきかを決定し、場合によっては、Eメール以外のコミュニケーション手段を使う方が適切である場合もあることもある。これらをまとめて「Eメールの特性の理解」とする。

### <メタ情報5>事前準備能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「事前に作戦を立てることができる」

「書く前のリサーチを十分にできる」

これら2つのカテゴリーは、いずれもEメールを作成する以前の動作に関することであり、コミュニケーションの目的を達成するために、どんな相手に、どのような内容を伝えるべきかについての準備行動であることという点において共通点がある。この段階については、その重要性を強調しているコメントが多かった。これらをまとめて「事前準備能力」とする。

#### <メタ情報6>直前点検能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「送信前の準備を十分に行える」

「最終的に送信すべきかを適切に判断できる」

これら2つのカテゴリーは、重要なEメールの送信にあたっては、十分に内容を吟味し、一旦送ってしまえば訂正が効かないというEメールのリスクに配慮して慎重を期するという姿勢を持つべきことを共に示している。これらをまとめて「直前点検能力」とする。

#### <メタ情報7>開かせる能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「件名が的確に書ける」

「不審がられない送信者名を使える」

これら2つのカテゴリーは、Eメールというコミュニケーション手段においては、そのしくみ上、開封されない限り伝達内容が相手に伝わらないことから、読み手による開封を促すことの重要性に着目している点において共通点がある。これらをまとめて「開かせる能力」とする。

#### <メタ情報8>読ませる能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「目的を明示できる」

「送信理由の説明ができる」

「相手のメリットを示す表現ができる」

「興味を引く書き方ができる」

これら4カテゴリーは、Eメールの用件が、読み手にとってビジネス上メリットがあり、真剣に取り組むべきであるという印象を持たせることによって、読む気を引き出す行為であるという点において共通している。これらをまとめて「読ませる能力」とする。

#### <メタ情報9>書き手が望む行動を読み手から引出す能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

- 「インパクトのある表現ができる」
- 「やる気を起こさせる表現ができる」
- 「アクションを促す表現ができる」
- 「返事しやすいEメールが書ける」

これら4カテゴリーは、いずれもEメールの読み手が、書き手の要請する具体的な行動を起こすよう促す文面を工夫している点で共通している。これらをまとめて「書き手が望む行動を読み手から引出す能力」とする。

#### <メタ情報10>書き手の個性を活かす能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

- 「主体性を示すことができる」
- 「熱意が伝えられる」
- 「効果的に感情を込めることができる」
- 「ほめる表現ができる」
- 「この相手と一緒に仕事をしたいと思わせる表現ができる」
- 「“I”と“We”を使い分けられる」

これら6カテゴリーは、案件の当事者が真剣に取り組んでいる姿勢を読み手に伝え、共に仕事をしたいという意欲を引出すための行動であるという点で共通している。これらをまとめて「書き手の個性を活かす能力」とする。

#### <メタ情報11>信頼関係構築能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

- 「十分な自己開示ができる」
- 「共通点や関連性を示すことができる」

「コンタクト経緯に関する記述ができる」

「具体性で引きつけることができる」

「必要な場合は自分を大きく見せることができる」

これら5カテゴリーは、いずれも読み手との関係構築を成功させるための契機についての記述であること、また、本件のシナリオ下では、読み手が書き手に対して抱く可能性のある警戒感を解いたり、ビジネスの相手として相応しい条件を備えていることを印象づける工夫を行う行為であるという点で共通している。これらをまとめて「信頼関係構築能力」とする。

#### <メタ情報 12> 信頼関係維持能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「可能性を残す表現ができる」

「原則として直ちに返信すべきであると考えている」

これら2つのカテゴリーは、Eメールの直接的な目的が実現しない場合でも、将来の可能性について触れることで、一度の接触の機会を将来につなげることを意図しての行動につながる点において共通している。これらをまとめて「信頼関係維持能力」とする。

#### <メタ情報 13> 敬意表現能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「丁寧さを示すことができる」

「一定のフォーマリティを備えることができる」

「立場を踏まえた表現ができる」

「依頼に際し相手に選択権を与える必要があると知っている」

これら4カテゴリーは、ビジネスの相手方との関係を構築し維持するために重要な丁寧さを確保しているという点で共通している。これらをまとめて「敬意表現能力」とする。

#### <メタ情報 14> 情報適切化能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「情報（特に重要な点）を正確に伝えられる」

「情報の過不足なく伝えられる」

「情報を明解に曖昧さなく伝えられる」

「無関係な不要表現を排除できる」

情報の質、特に正確性が損なわれることにより、ビジネスの円滑な遂行に支障が出ること、場合によっては損害発生という深刻な事態を招くことがある。これら4つのカテゴリーは、このような問題を回避するために、情報の正確性、明確性を確保することが重要である点を指摘している点で、共通点している。これらをまとめて「情報適切化能力」とする。

#### <メタ情報 15>英語力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「文法エラーがなく伝えられる」

「スペルミスがなく伝えられる」

「適切なことば遣いができる」

これら3つのカテゴリーは、英語の語彙や文法に関する基礎知識が備わっていることを求めている。これらをまとめて「英語力」とする。

#### <メタ情報 16>Eメールを読みやすく書く能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「フォーマットが整えられる」

「短いEメールで用件を伝えられる」

「結論が先に述べることができる」

「流れがスムーズな伝え方ができる」

「まとまりよく伝えられる」

「ポイントをついていて簡潔に伝えられる」

「平易な構造と語彙を使用して伝えられる」

これら7カテゴリーは、いずれも読み手がEメールを円滑に、かつ短時間で読み、処理できるようさまざまな工夫の必要性を説いている点で共通している。これらをまとめて「Eメールを読みやすく書く能力」とする。これらをまとめて「Eメールを読みやすく書く能力」とする。

### <メタ情報 17>非英語母語話者という認識

このメタ情報を形成するカテゴリー

「あくまで外国人としての英語使用と認識している」

このカテゴリーは、評価者の多く（15名中12名）が日本語を母語とする者であったことから、ビジネスの共通語としての英語の必要性を認めつつ、英語はあくまでも外国語であり、その運用力を英語母語話者の水準にすることは無理であるという前提で英語を使うという趣旨を述べたものであった。この意味で、他のカテゴリーとは性質を異にするため、単一のカテゴリーで形成されるメタ情報「非英語母語話者という認識」とした。

### <メタ情報 18>英語力習得能力

このメタ情報を形成するカテゴリー

「Eメール習得における個人的工夫ができる」

「過去の経験を活かすことができる」

この2カテゴリーは、ビジネスの道具としての英語という言語を習得する上での個人的な工夫と、過去の経験の活用について言及している点で共通している。これらをまとめて「英語力習得能力」とした。

ここまでの整理で得られた18のメタ情報を、視覚的に近似性と類似性で配置した結果は、概ね図16のように表記できる。

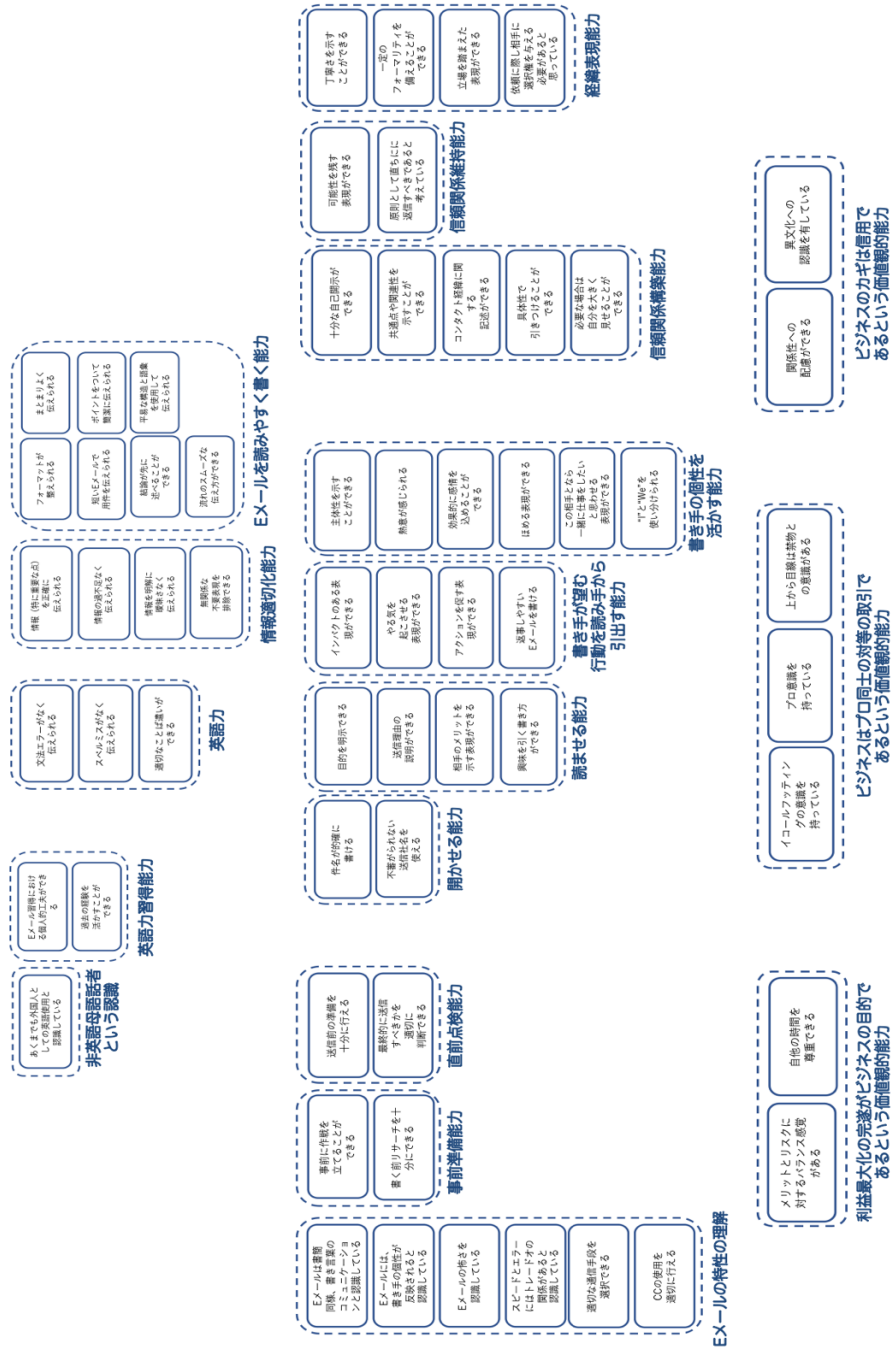


図 16 メタ情報のマッピング

## 第7項 さらになる上位概念（メタメタ情報）でのグループ化と性格付け

さらにここまで整理を進め図16のメタ情報間相互の近似性、類似性を検討すると、同図で示される能力群を、さらになる上位概念（うへの式質的分析法では「メタメタ情報」と呼ぶ）でグループ化することが可能となる。図16上で近接する能力群をメタメタ情報でグループ化していくと、次のような統合が可能であると考えられる。

まず、「情報適切化能力」と「Eメールを読みやすく書く能力」が1グループを構成する。これらは、いずれも言語を使ってコミュニケーション目的を達するために必要とされる力であるという点で共通している。これらの内容を見ていくと、前者はグライスの4つの公準に合致し言語学で言う語用論的能力に合致、また、「Eメールを読みやすく書く能力」には、言語学で言う談話能力が含まれており、いずれも言語能力と言える。本研究では、これらを統合して「適切情報をEメールに書く能力」とする。構成要素を図示すると、図17の通りである。

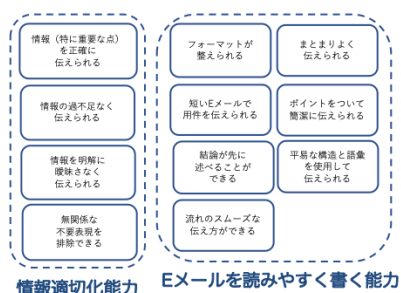


図17 適切情報をEメールに書く能力の構成要素

図16上でこれらに近接する能力に「英語力」があるが、内容を見ると、主に言語学で言う文法能力を含んでいる。「適切情報をEメールに書く能力」があり母語能力が備わっていれば、母語でのビジネスEメールを書くことは可能であるが、英文ビジネスEメールを書くことは、この「英語力」がなければ不可能である。つまり「適切情報をEメールに書く能力」が前提として与えられた上で、「英語力」が英文ビジネスEメールを書く際に追加的に求められる能力であるため、「適切情報をEメールに書く能力」とは別の単独要素のグループを構成すると考える。構成要素を図示すると、図18の通りである。



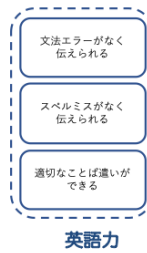


図 18 英語力の構成要素

さらに、英語に関わる能力としては、「英語力習得能力」および「非英語母語話者という認識」がある。これらは、英語力を獲得する上での前提となる能力という点で共通しており、1グループを構成すると考えられる。ここでは、これらを「英語力養成能力」とする。その構成要素を図示すると、図 19 の通りである。

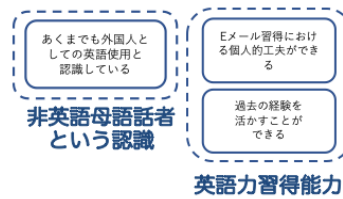


図 19 英語力養成能力の構成要素

次に、「Eメールの特性の理解」「事前準備能力」および「直前点検能力」は、Eメールという手段の特性を理解した上で、その特性どのように活かして最大の成果を生み出すか、かつ特性に由来するリスクをいかに回避するかという行動に関わる能力という点で共通していると考えられるためこれを「行動設計能力」として1グループとする。その構成要素を図示すると、図 20 の通りである。

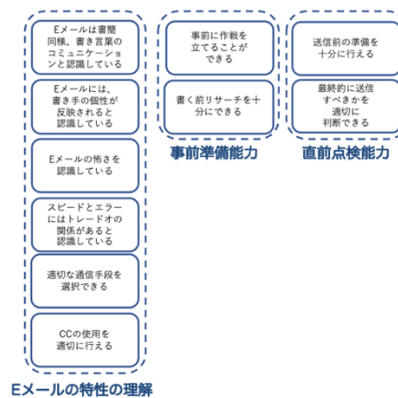


図 20 行動設計能力の構成要素

また、「開かせる能力」、「読ませる能力」、「書き手が望む行動を読み手から引出す能力」および「書き手の個性を活かす能力」は、相手から望ましいアクションを引き出し、仕事を前に進めるというEメールを書く目的を達成するために動員される能力である点において共通しており、「目的達成能力」として1グループを構成するものとする。その構成要素を図示すると、図21の通りである。

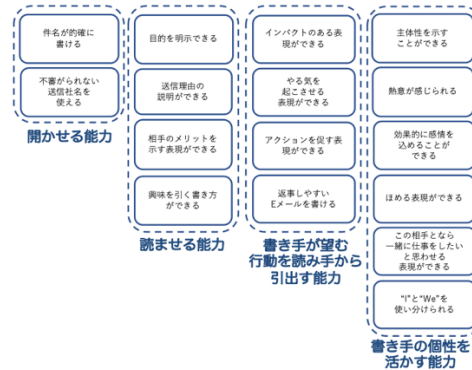


図 21 目的達成能力の構成要素

「信頼関係構築能力」、「信頼関係維持能力」および「経緯表現能力」は、目的達成能力にも含まれる「書き手の個性を活かす能力」とともに、信用の基礎となる信頼関係を作り上げ維持するために求められるという点で共通している。このため、これらを「信頼関係維持構築能力」として1グループとする。その構成要素を図示すると、図22の通りである。

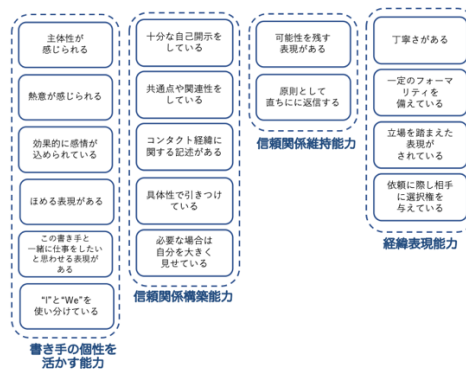


図 22 信頼関係構築維持能力の構成要素

さらに、「ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力」、「利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力」および「ビジネスのカギは信用で

あるという価値観的能力」の3つの価値観的能力が認められる。これらの関係を考えてみると、それぞれが独立しており、上位概念で括ることに馴染まないと判断されるので、3つのグループが存在すると判断した。それぞれを「ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力」、「利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力」と「ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力」という3つのグループに整理することとし、この3つの名称をそのままグループの名称とする。したがって、それぞれの構成要素は、図23、図24および図25で示す通りとなる。

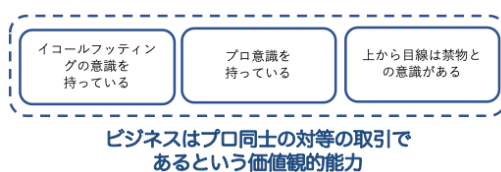


図 23 ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力の構成要素

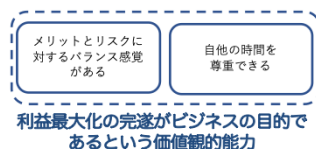


図 24 利益最大化の完遂がビジネス目的であるという価値観的能力の構成要素

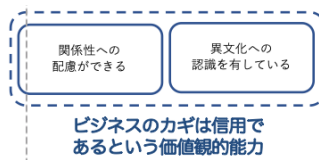


図 25 ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力の構成要素

このメタメタ情報によるグループ化により、表21に示される能力群が、効果的英文ビジネスEメールを書くために必要な能力として整理されたこととなり、ここに示された9つの能力群がRQ1に対する回答となる。また、図16（メタ情報のマッピング）に、ここでのメタメタ情報によるグルーピングを反映させると、図26の通りとなる。図中の赤字表示部分がメタメタ情報（グループ）名である。

表 21 上位概念（メタメタ情報）

上位概念（メタメタ情報）	メタ情報
適切情報を読みやすく E メールに書く能力	情報適切化能力
	E メールを読みやすく書く能力
英語力	英語力
英語力養成能力	非英語話者という認識
	英語力習得能力
行動設計能力	Eメールの特性の理解
	事前準備能力
	直前点検能力
目的達成能力	開かせる能力
	読ませる能力
	書き手が望む行動を読み手から引出す能力
	書き手の個性を活かす能力
信頼関係維持構築能力	書き手の個性を活かす能力（目的達成能力と重複）
	信頼関係構築能力
	信頼関係維持能力
	敬意表現能力
ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという価値観的能力	ビジネスはプロ同士の対等の取引であるという 価値観的能力
利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力	利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力
ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力	ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力

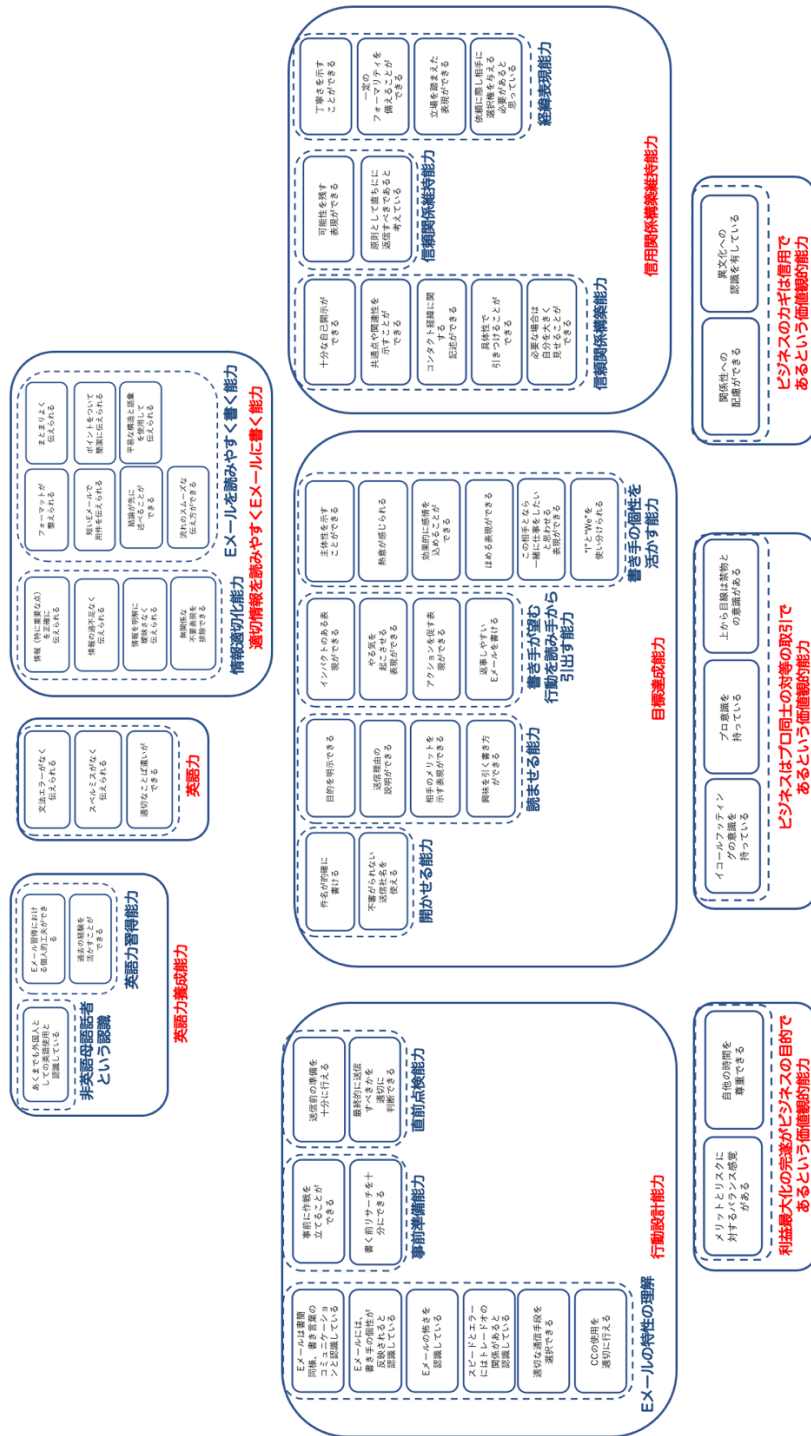


図 26 メタメタ情報によるグループ化

### 第3節 RQ2の解明—要因関連図面作成（チャート化）

次に、リサーチ・クエスチョン2の「その要素間の関係はどうなっているか？」については、本分析手法のチャート化（要因関連図作成）の手順を踏むことによって明らかになる。前節ではRQ1「効果的で適切な英文ビジネスEメールを書くためには非言語母語話者はどのような能力が必要か」を明らかにしたが、本節ではその要因間の関連をマッピングし、図としてチャート化していくことになる。

前節で明らかになった能力は、英語力、英語力養成能力、適切情報を読みやすくEメールに書く能力、行動設計能力、目的達成能力、信用関係構築維持能力、利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力、ビジネスはプロ同志の対等な取引であるという価値観的能力、ビジネスのカギは信用であるという価値観的能力であった。これらの間の関係を相関関係（ $A \leftrightarrow B$ ）、対立関係（ $A \nleftrightarrow B$ ）、因果関係（ $A \rightarrow B$ ）の関係について検討していく。

まず、これら能力群を大別すると、英語力、英語力養成能力、適切情報を読みやすくEメールに書く能力の3つを含む言語的能力群、行動設計能力、目的達成能力および信用関係構築意地能力の3つを含む方略的能力群、そして利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力、ビジネスはプロ同志の対等な取引であるという価値観的能力およびビジネスのカギは信用であるという価値観的能力群に分類できる。そしてこの3群の関係を見ると、価値観的能力が基盤となって、さまざまな方略が駆使されるという因果関係（価値観的能力群が方略的能力の原因となっている）が見られる。価値観が異なれば、目的達成のために使われる方略は異なってくることには異論がないと思われる。では、言語的能力群と、他の2つの能力群にはどんな関係があるのだろうか。結論的には、直接の関係はないと考えられる。言語的能力と、価値観的能力群を源泉とする方略的能力群は、どちらも最終的な成果物である英文ビジネスEメールの優劣を決定するものである。このイメージを図示するとすれば、図27に示すような成果物という屋根を2組の能力群の柱（一つは価値観的能力と方略的能力を構成要素とすると柱、今ひとつは言語的能力を構成要素とする柱）が支えるような関係が考えられる。

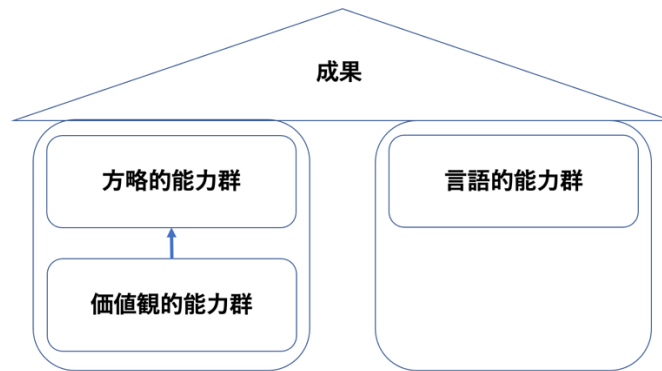


図 27 3つの能力群（言語・方略・価値観）の関係

次に各方略群内での関係を見ると、言語的能力群の中では、英語力養成能力が英語力を支える関係（英語力養成能力という原因が英語力という結果をもたらすという因果関係）が考えられるが、この2者と適正な情報をEメールに書く能力間には、直接的なつながりはないと考えられる。それぞれが独立した能力である。この関係を図示すると、図28のようになる。

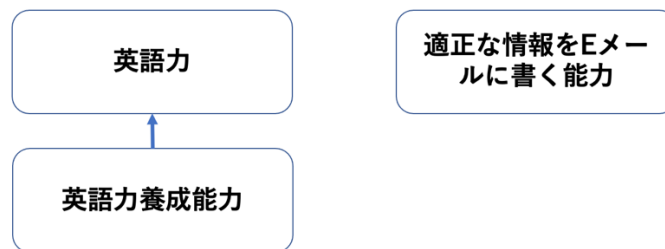


図 28 言語的能力群内での相互関係

さらに、方略的能力群の中では、目的達成能力と信用構築維持能力がそれぞれ行動設計能力の源泉となっていると考えられる。つまり目的達成能力（因）→行動設計能力（果）、信用構築維持能力（因）→行動設計能力となっている。目的達成能力と信用構築維持能力が高まれば、それぞれの目的に沿った準備行動も周到になると考えられるからである。また、目的達成能力と信用構築維持能力の間には、相関関係があると考えられる。読み手にEメールをまず読んでもらい、望む行動をとってもらうには、信用の基盤となる信頼関係を尊重せざるを得ず、また逆に信頼関係を尊重するものは、それがEメールを読んでもらうという目的に大きく影響することを、よりよく認識していると考えられるからである。この関係を図示すると、図29のようになる。

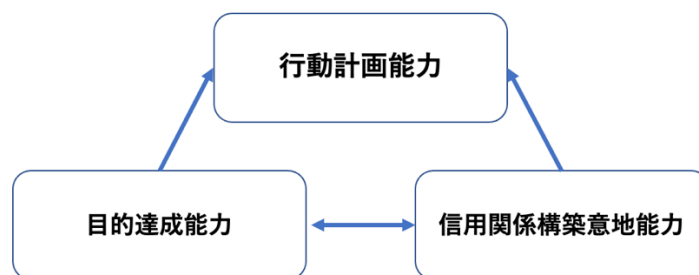


図 29 方略的能力群内での相互関係

最後に、価値観的能力群の中では、ビジネスはプロ同志の対等な取引であるという価値観的能力が、プロであるからこそその役割としての利益最大化と信用関係の構築維持を達成する必要があるという意識になっていると考えられる。つまり、ビジネスはプロ同志の対等な取引であるという価値観的能力が他2能力の源泉（原因）となっており、因果関係が存在すると言えよう。また、利益最大化の完遂がビジネスの目的であるという価値観的能力とビジネスのカギは信用であるという価値観的能力の間には、相関関係があると考えられる。利益最大化のためには、築き上げた信用に基づく継続的なビジネス運営が必要であり、信用を築けば利益最大化につながるという関係が見られるからである。この関係を図示すると、図 30 のようになる。

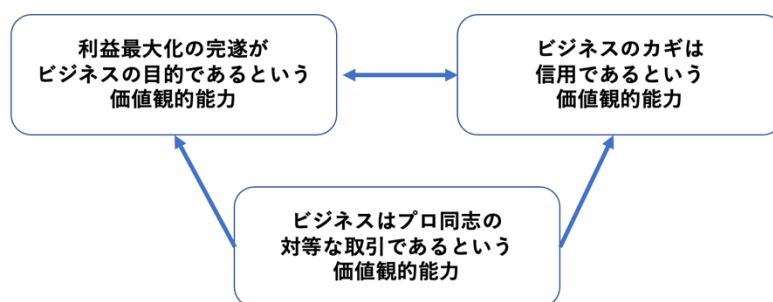


図 30 価値観的能力群内での相互関係

ここまでで反映したことを総合すれば、図 31 で示されるような各能力群間に相互関係が明らかになる。これが要因関連図となり、メタメタ情報間の相互関係が判明し、RQ2への回答が得られたこととなる。



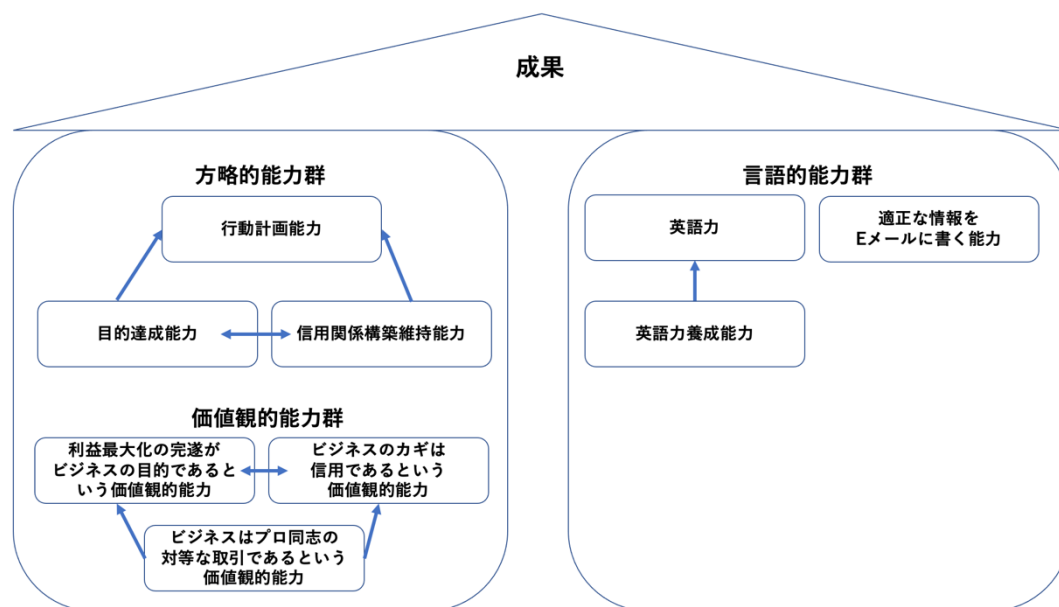


図 31 メタメタ情報間の要因関連図

## 第4節 RQ3の解明—モデルの構築

RQ1 および RQ2 への回答を基礎として、効果的で適切な英文ビジネス Eメールのライティングモデルを構築することが可能になるが、その際には、ライティングの実際のプロセスに沿った指針を含んだものとしなければならない。したがって、モデルでは、ビジネスパーソンが英文ビジネス Eメールを書くタスクを与えられたと仮定して、そこから Eメールを完成させるまでの間にどのような能力が介在して最終的な成果物である効果的で適切な英文ビジネス Eメールの完成に至るかを示す必要がある。したがって、モデルを図にすることを想定すると、まずタスクを与えられてその中で効果的で適切な英文ビジネス Eメールを完成するという目的設定を起点とし、成果物である効果的で適切な英文ビジネス Eメールの完成を終点とするものにすべきである。さらに、ライティングプロセスに沿って時系列的に行使される能力を示すものにすべきである。

このように考えると、まずタスクを与えられると、まず「ビジネスはプロ同士の対等な取引であるという価値観的能力」が動員されて目的が定まる。その目的にしたがって他の2つの価値観的能力が発動される。その結果、この2つの能力がタスク達成に相応しい方略的能力を選定し行使し、書くべき内容が定まる。方略の発動については、具体的方略を特定する各能力の上位方略とも言える行動設計能力、目的達成能力および信用関係構築維持能力という3つの能力がまず価値観的能力によって活性化され、それが次の段階で具体的な方略（下位方略）を動員するというプロセスを想定する。

書く内容が固まると、次に内容を具体的な英文 Eメールの文面として実現する必要が生じる。これを行おうとすれば、そこに言語的能力群の介在が必要となる。これは、バックマンが Bachman (1990)でモデル (図8) を示した通り、ライティングプロセスの計画段階で言語的能力が取り込まれることとなる。母語での Eメール作成であれば、適正な情報を読み易く Eメールに書く能力と母語の文法的能力が共に動員されれば、母語での効果的で適切なビジネス Eメールの完成が実現する。しかし、英文ビジネス Eメールの作成においては、適切情報を読み易く Eメールに書く能力と英語力という2つの別個の能力が同時に動員されなければならないこととなる。適切情報を読み易く Eメールに書く能力と英語力は別個の能力なので、書き手が2つを十分に備えているとは限らない。英語力は十分であっても適切情報を読み易く Eメールに書く能力が不足する場合は、文法エラーやスペルミスはないが、内容をしっかり読み手に伝えて、Eメールの目的である読み手から望ましい

行動を引出すまでには至らない。また、適正な情報を読み易く Eメールに書く能力が十分に備わっていても、英語力（母語の場合は母語の文法的能力）が欠落している場合も、そもそも英語での文面は作成できないこととなる。

この流れを図にすることにより、効果的で適切な英文ビジネス Eメールのライティングモデルが完成することとなるが、モデルを最終形にする前に、ボヤティスの定義「コンピテンシーとは、業務において優れたパフォーマンスに反映される性質であり、その原因となる知識、動機、特性、自己イメージ、社会的役割、技能である」）に準じて、言語的能力群、方略的能力群、価値観的能力群をそれぞれ言語コンピテンシー、方略コンピテンシー、価値観的コンピテンシーと改称することとする。またモデル図は、ライティングプロセスの流れの中で方略が言語能力を取り込む形になっているバックマンによるもの（図8）を参考にする。その結果として、効果的で適切な英文ビジネス Eメールのライティングモデルは、図32のようなものとなった。これが RQ3 への回答となる。

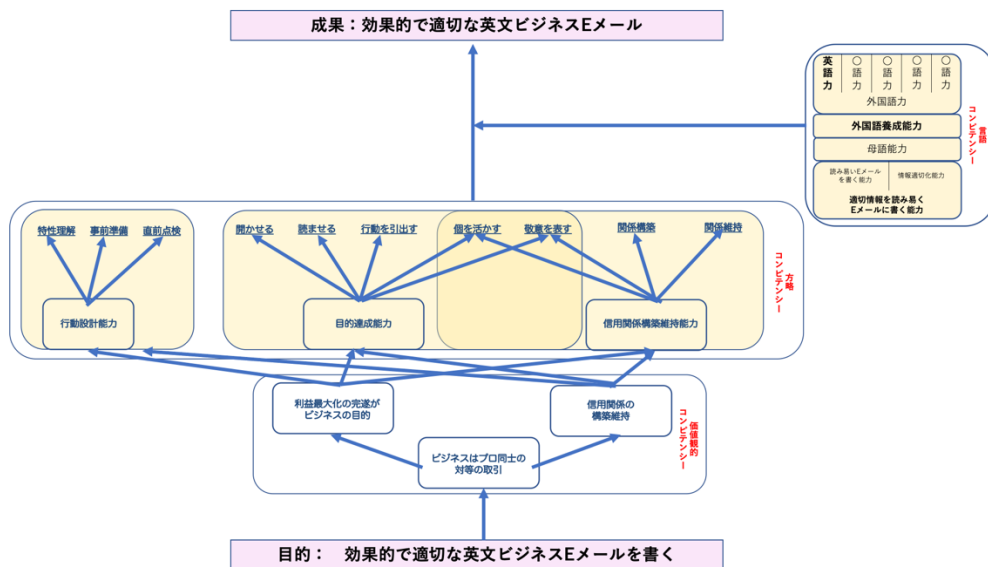


図32 効果的で適切な英文ビジネス Eメールのライティングモデル

また、図33はこのモデルを簡素化したもので、下の基盤から、随時その上へ、またその上へという、大きな流れで進んでいくという、Eメールライティングが成功していく場合の流れを示した図である。この図により、3種の能力の関係をより明確に示すことが可能となる。

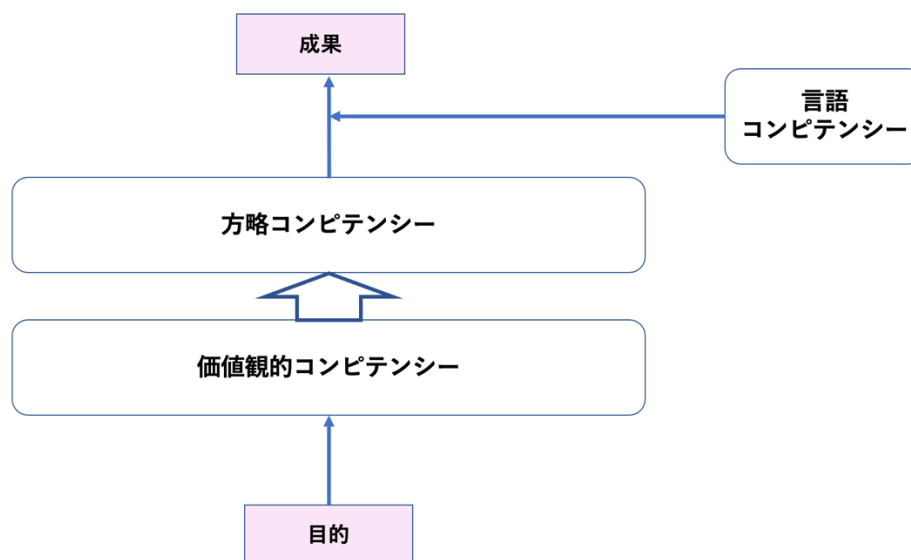


図 33 簡略版各能力の関係図

言語コンピテンシーとは、突き詰めれば「どんな内容を、どのように書くか」である。前者「どんな内容を」が「適正な情報を読み易く Eメールに書く能力」であり、後者の「どのように書くか」が「英語力」である。母語においてこの、どんな内容をどのように書くかが出来た上で、それを英語で表現していく「英語力」発揮の段階へと進むことになる。また、本研究の対象である「英文ビジネス Eメールを効果的に書く」ということに限って言えば、この英語力が欠落していた場合は、最終的な成果物は何もない。英語力を経て得られる成果物は、その意味では掛け算の積のようなもので、母語で極めて優秀なメールが出来上がっていても、もし英語力がゼロであれば、掛け算をしたら結局ゼロということになる ( $\alpha \times 0 = 0$ )。

この現象をイメージとして例えるならば、量のもっとも少ないもののみ影響されるとするリービッチの最小律の理論があげられよう。最小律の理論は栄養素に関する現象の説明に使っているが、同じように英文ビジネス Eメールにおいても、英語化する前段階までのプロセスでの要素が満足されていたとしても、英語力がゼロならば、成果はゼロ。すなわち「成果は、様々な要素の中で最も量の少ない要素によってのみ影響される」のである。「ドベネックの樽」<sup>13</sup> (図 34) はこれを視覚化したものである。桶を作っている板を様々な要因と見立てると、たとえ他の板がどれだけ長くとも、一番短い部分から水は溢れ

<sup>13</sup> 何枚もの板を合わせて作られた樽に水を満たそうとする場合、板の長さが不揃いであれば、満たされる水の水位は、他の板の長さが長くても、一番短い板の高さ以上にはならないことを示す例である。

出し、結局水の高さ（産出されるビジネス英文ビジネスEメール）は、一番短い板の高さまでとなる。この「英語力がゼロならば、成果はゼロと化す」という事実は、「英文メールに重要なのは英語力」という側面のみに力点が置かれる傾向を増長し、指導が「英語」の指導に終始しがちになってしまった一要因とも考えられよう。



図34 ドベネックの樽のイメージ

また、再度強調されるべきは、図33に明示されている価値観的コンピテンシーの存在意義である。つまり、効果的な英文ビジネスEメールが成立しうるのは、盤石な価値観的コンピテンシーがあり、方略コンピテンシーがしっかりとしてこそであり、それを母語だけでなく、英語としても言語化できた際に適切な英文ビジネスEメールとなるのである。しかし、これまでの大学でのビジネス英語の指導では、英語化する段階での英語力の指導に注力することに終始し、価値観的コンピテンシーをおろそかにした指導になりがちとなっているのではないか。それを是正するのが戸田モデルの目的である。

以上が、本研究が構築した能力モデルについての論述の展開である。ここに、リサーチ・クエスチョン3「国際ビジネスに携わる非英語母語話者に求められる英文ビジネスEメール・ライティング能力の概念モデルはどのようなものか」への回答が完結したと言える。

## 第6章 分析と考察：モデルの検証

5章では効果的で適切な英文ビジネスEメールのライティングモデルの構築を行なった。6章では、実際のビジネス場面で書かれている英文ビジネスEメールの適切さと効果の高さを、このモデルがどの程度説明できるかを検証する。その上で、現在市販されている指南書類にどのような特徴があるかを、このモデルを使って記述する。このような検証ならびに記述を通し、このモデルを今後の英文ビジネスEメールライティングに関わる指導や教材作成に活かすための指針を導き出すことを目指す。そのため、実験1および実験2で収集した英文ビジネスEメールテキストおよび市販されている指南書数冊を検証および記述の対象とする。

### 第1節 実験1のデータを使っての確認

まず、実験1のデータによる検証である。実験1では、ビジネスパーソン15人が書いたEメールテキストを収集した。ここでは、評価者の印象評価が上位としたものと最下位としたもの各々3通を対象とし、それぞれのEメールテキストの中に、モデルで示された能力やそれらの間の流れがどのように表れているかをまず抽出し、それらを比較した。5章で構築されたモデルは、そもそも実験1で収集したデータを使って作り出したものである。モデルが適切に各Eメールテキストの特徴を記述できなければ、モデル構築のプロセスのどこかに瑕疵があったことになる。この意味合いからは、実験1のデータによるモデルの検証は、むしろモデルの説明能力の「確認」と呼ぶ方が適切であると思われる。

#### 第1項 確認の手法

具体的なモデルの説明能力の検証を行うために、次のような手順で作業を行なった。

まず、Eメールテキスト内の各文から判断して、その存在が推測できるコンピテンシーの流れを記載する。その際、各文（場合によっては、パラグラフなど、よりまとまりのあるテキストの単位）に番号を付した。各文についての解説を付すとともに、各解説の最下段に、コンピテンシーの流れを矢印（→）によって示す。例えば、あるコメントが、利益最大化完遂がビジネスの目的というコンピテンシーが目的達成能力を動かし、それが読ま

せる方略コンピテンシーを活性化するという関係を示している場合は、利完→目→読と記述する。さらに、言語コンピテンシーについても、英語力または適切情報を読み易くEメールに書く能力が成果物である英文ビジネスEメールの成否に影響を与えているか否かを「成」「否」によって示す。またモデル図内では、各文に期待されているコンピテンシーの流れが達成されていると考えられる場合は実線で、達成されていないと考えられる場合には破線で表記し、関係線が同じコンピテンシーを2回以上引かれる場合は太線を使用し示す。言語コンピテンシーについては、成果を出すことに関して有効に活用されていると考えられる場合は実戦矢印を、活かされていないと考えられる場合には、破線矢印を、方略コンピテンシーから成果への矢印に垂直に向かう形で表示する。これらを記述するに当たっては、表22の略語を使用した。

表 22 モデルの能力の略語一覧

区分		略語	モデル図内での能力表示
価値観的 コンピテンシー		プロ	ビジネスはプロ同士の対等の取引
		利完	利益最大化完遂がビジネスの目的
		信築	信用関係の構築維持
方略 コンピテンシー	上位 方略	行計	行動計画能力
		目達	目標達成能力
		信築	信頼関係構築維持能力
	下位方略	特	特性理解
		前	事前準備
		準	直前点検
		開	開かせる
		読	読ませる
		行	行動を引出す
		個	個を活かす
		敬	敬意を伝える
		築	関係構築
		維	関係維持
言語 コンピテンシー		英語	英語力
		読易	適切情報を読み易くEメールに書く能力
		養成	英語力養成能力

第2項 ビジネスパーソンのEメール6ケース

<総合評価1位メール>Eメール6 (15通中)

①Subject: London Visit and Meeting

②Dear Professor Taylor;

③This is first time writing to you. ④My name is Ken Uehara, and working in a Japanese pharmaceutical manufacturer, Sato Chemical Co., Ltd., in its new products research unit.

⑤I read your “Ere of New Textile” report published in the Chemical Magazine November 2013 issue. ⑥I was very much impressed the unique nature of the new material you developed. ⑦ The new material seems to provide a broad possibility for our new product.

⑧If your time permits, I wish to discuss with you on our project plan and possibility to use your new material in it further. ⑨I’m going to visit London in the week of August 1, and if you could spare your time for us either in the date of 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> or 5<sup>th</sup> of August, it is highly appreciated. ⑩I will visit your office at the date and time set.

⑪I believe we can exchange views and have interesting time.

⑫It is highly appreciated if you could let me know your available date/ time by July 25<sup>th</sup>.

⑬Very truly yours,  
⑭Ken Uehara  
Head, New Products Research Unit  
Sato Chemical Co., Ltd.  
Tel: 81-3- xxxx-xxxx Address: xxxxxxxxx  
⑮Please visit our company web site: [http://www. Satochemical.co.jp/en](http://www.Satochemical.co.jp/en)

表 23 Eメール6のコンピテンシー展開

① Subject: London Visit and Meeting	読み手に開封させる努力をすべきところが、Subjectが本文内容の要約になっておらず読み手はどんなアクションを取るべきか明確でない。 利完→目達→開
② Dear Professor Taylor;	形式に則った敬辞となっているが、最後の「;」は、本来、「,」または「:」となるべき。 信築→信築→敬
③ This is first time writing to you.	相手に対する経緯の表明で、読み進んでもらうための挨拶ではあるが、不要な表現である。 信築→信築→敬
④ My name is Ken Uehara, and working in a Japanese pharmaceutical manufacturer, Sato Chemical Co., Ltd., in its new products research unit.	しっかり自己開示ができており、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 信築→信築→築
⑤ I read your “Ere of New Textile” report published in the Chemical Magazine November 2013 issue.	具体的な経緯説明で、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 利完→目達→読
⑥ I was very much impressed the unique nature of the new material you developed.	個人的な賞賛を表現することで、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 利完→目達→読
⑦ The new material seems to provide a broad possibility for our new product.	褒める表現を有効に使うことで読み手のやる気を誘い、行動を引出す工夫となっている。 利完→目達→行



<p>⑧ If your time permits, I wish to discuss with you on our project plan and possibility to use your new material in it further.</p>	<p>“If your time permits”で読み手への敬意を表すとともに、相手のメリットを仄めかす表現も使うことで、行動を引出す工夫となっている。 <b>利完→目達→行</b></p>
<p>⑨ I'm going to visit London in the week of August 1, and if you could spare your time for us either in the date of 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> or 5<sup>th</sup> of August, it is highly appreciated.</p>	<p>具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出すことにつながり、かつ”highly appreciated”という丁寧表現で敬意を示している。 <b>利完→目達→行</b></p>
<p>⑩ I will visit your office at the date and time set.</p>	<p>「自ら出向く」という意欲（個人の感情）を示し、読み手の行動を引出そうとしている。 <b>利完→目達→個</b></p>
<p>⑪ I believe we can exchange views and have interesting time.</p>	<p>ややくだけた表現を使うことで、関係の構築を企図している。 <b>信築→信築→個</b></p>
<p>⑫ It is highly appreciated if you could let me know your available date/ time by July 25<sup>th</sup>.</p>	<p>具体的な日程を示すことで、読み手の行動を促す効果がある。 <b>利完→目達→行</b></p>
<p>⑬ Very truly yours,</p>	<p>形式に則った結辞で、読み手への敬意を適切に表している。 <b>信築→信築→敬</b></p>
<p>⑭ Ken Uehara Head, New Products Research Unit Sato Chemical Co., Ltd. Tel: 81-3- xxxx-xxxx Address: xxxxxxxxx</p>	<p>十分な自己開示を行うことで、読み手の警戒感を解き、関係構築につながる内容としている。 <b>信築→信築→築</b></p>
<p>⑮ Please visit our company web site: <a href="http://www.Satochemical.co.jp/en">http://www.Satochemical.co.jp/en</a></p>	<p>ウェブサイト情報という追加的開示が関係構築を一層確かなものにする効果を持つ。 <b>信築→信築→情適</b></p>
<p>全体 ⑯</p>	<p>内容的にさまざまな方略の使用が見られることから、しっかりとした準備がなされ、また、文法語彙等が概ね適正であることから、送信前の点検も十分行われたものと思われる。 <b>利完→行設→準</b></p>

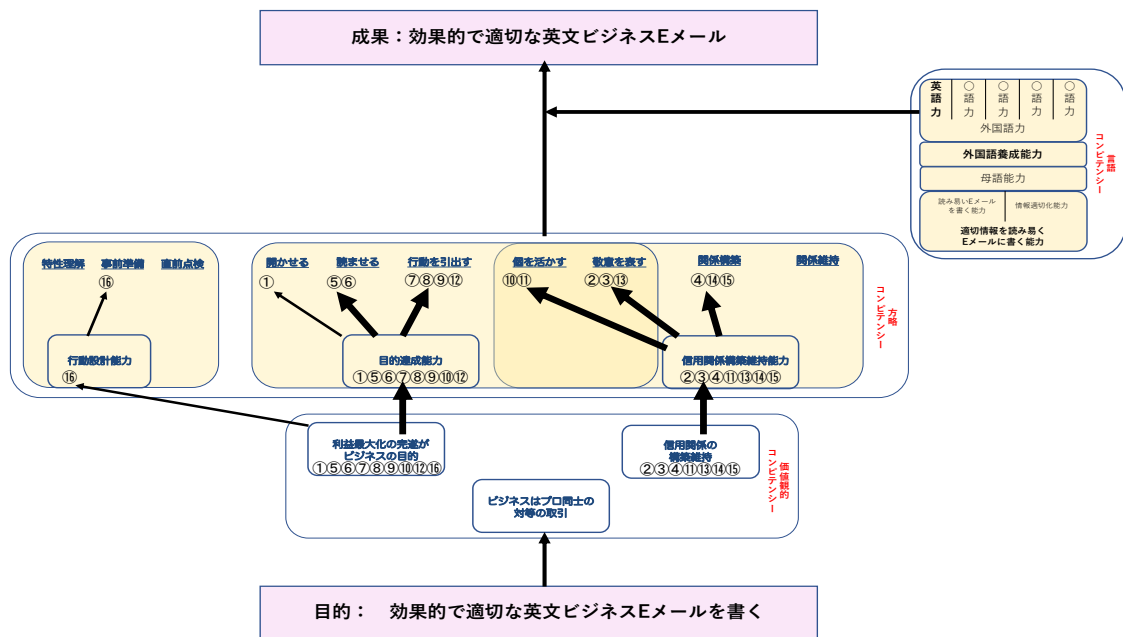


図 35 Eメール6のコンピテンシー展開

<総合評価2位メール>Eメール9 (15通中)

①Subject : Request of meeting

②Dear Professor Taylor

③Hello. My name is Sachiko Kainuma and I work at Product Development Department of Sato Chemical Co.,Ltd.,a Japanese drug manufacturer. ④I found your e-mail address on your article in the July issue of the academic journal, "Chemicals" about the new material you have invented.

⑤It may be too impolite of me to say this to one of the most authoritative professor in the world, but I was impressed and inspired by the invention of the new material, and would like to consider using it for development of products at our company.

⑥For this reason, it would be grateful if I could visit you in London and directly hear your opinion and more about this new material. ⑦Fortunately, I am going to London on a business trip from 1<sup>st</sup> to 7<sup>th</sup> of August, and would be available to visit you on 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> or 5<sup>th</sup>. ⑧Therefore, if you wouldn't mind taking the time for me, could you reply the applicable date and time that I may visit you? ⑨My contact information is as follows.  
 Name: Sachiko Kainuma  
 Company: Sato Chemical Co.,Ltd. (Product Development Department)  
 Phone No: 03- XXX- XXXX  
 E-mail Address: [sachikokainuma@gogo.com](mailto:sachikokainuma@gogo.com)

⑩I appreciate you for taking the valuable time to read this e-mail, and look forward to hearing from you.

⑪Sincerely, ⑫Sachiko Kainuma

表 24 Eメール9のコンピテンシー展開

① Subject : Request of meeting	Subjectは適正で、開封を促す内容である。 利完→目達→開
② Dear Professor Taylor	形式に則った敬辞となっているが、最後には、「,」または「:」を付すべき。 信築→信築→敬
③ Hello. My name is Sachiko Kainuma and I work at Product Development Department of Sato Chemical Co., Ltd., a Japanese drug manufacturer.	しっかり自己開示ができており、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 信築→信築→築
④ I found your e-mail address on your article in the July issue of the academic journal, "Chemicals" about the new material you have invented.	具体的な経緯説明で、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 利完→目達→読
⑤ It may be too impolite of me to say this to one of the most authoritative professor in the world, but I was impressed and inspired by the invention of the new material, and would like to consider using it for development of products at our company.	全体に読み手に対する敬意を表そうする意図が見えるが、大袈裟で過剰な表現となっており、逆効果を招きかねない。しかし、コミュニケーションの目的は明確になっている。 利完→目達→読
⑥ For this reason, it would be grateful if I could visit you in London and directly hear your opinion and more about this new material.	相手に対する敬意を示しつつ、コミュニケーションの目的をしっかりと伝えることで、読み進める意欲を引出している。 利完→目達→読、信築→信築→敬
⑦ Fortunately, I am going to London on a business trip from 1 <sup>st</sup> to 7 <sup>th</sup> of August, and would be available to visit you on 3 <sup>rd</sup> , 4 <sup>th</sup> or 5 <sup>th</sup> .	具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出すことにつながる。 利完→目達→行

<p>⑧ Therefore, if you wouldn't mind taking the time for me, could you reply the applicable date and time that I may visit you?</p>	<p>“If you wouldn't mind taking the time for me”で読み手への敬意を表すとともに、後半で相手の行動を促している。 信築→信築→敬、利完→目達→行</p>
<p>⑨ My contact information is as follows. Name: Sachiko Kainuma Company: Sato Chemical Co.,Ltd. (Product Development Department) Phone No: 03- XXX- XXXX E-mail Address: <a href="mailto:sachikokainuma@gogo.com">sachikokainuma@gogo.com</a></p>	<p>十分な自己開示を行うことで、読み手の警戒感を解き、関係構築につながる内容としている。 信築→信築→築</p>
<p>⑩ I appreciate you for taking the valuable time to read this e-mail, and look forward to hearing from you.</p>	<p>前半は読み手への敬意を示す狙いがあると思われるが、不要である。後半は、読み手の行動を促す表現となっている。 信築→信築→敬 利完→目達→行</p>
<p>⑪ Very truly yours,</p>	<p>形式に則った結辞で、読み手への敬意を適切に表している。 信築→信築→敬</p>
<p>⑫ Sachiko Kainuma</p>	<p>適正な署名で形式が整っているが情報が不十分。 信築→信築→敬</p>
<p>全体 ⑬</p>	<p>簡潔な文章の中に、含めるべき情報が過不足なく含まれており、しっかりとした準備がなされたことがうかがえる。また、また、文法語彙等が概ね適正であることから、送信前の点検も十分行われたものと思われる。ややフォーマットが窮屈な感じがして、読みにくい感がある。 利完→行設→準</p>

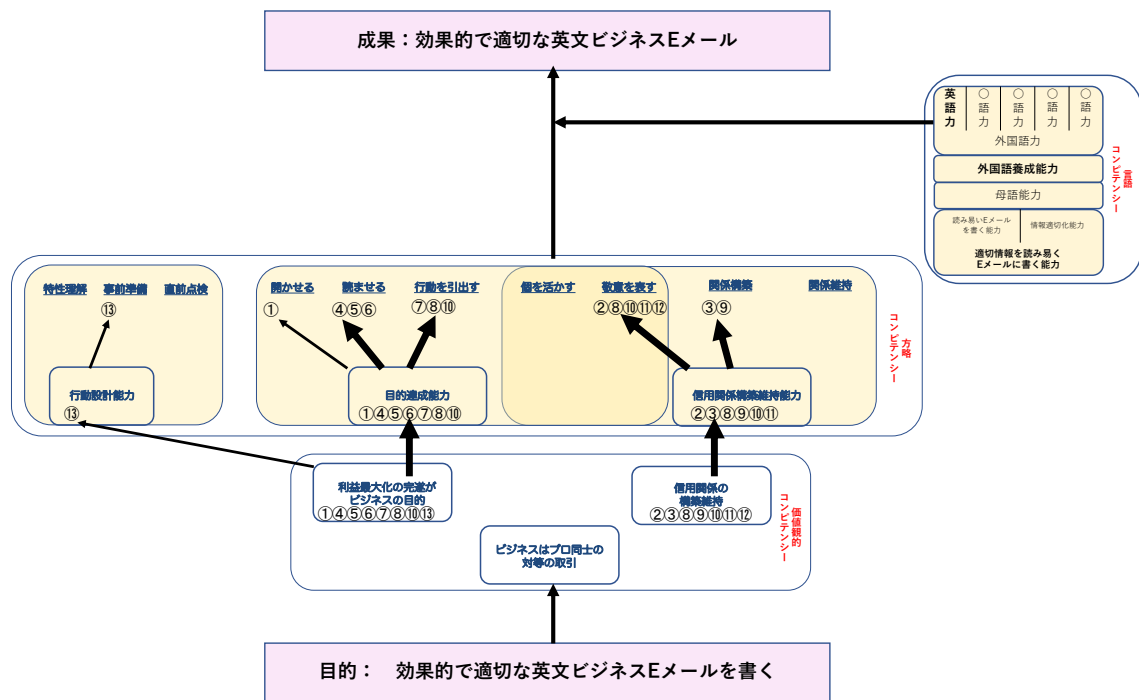


図 36 Eメール9のコンピテンシー展開

<総合評価3位メール>Eメール14 (15通中)

①Subject: A visit request on your new material

②Dear: Professor Taylor,

③I hope this email finds you well. ④My name is Satomi Endo from Sato Chemical Co., Ltd. in Tokyo Japan.

⑤I am currently working in our RD department. ⑥I have read your article from the journal *the Science of Chemistry*. ⑦I am highly interested in the new material you developed and considering using it for some of our new products which are still under development. ⑧I would like to hear your opinions so I'm wondering if I could have a chance to see you while I'm in London for my business in summer.

⑨I will be staying in London from 1<sup>st</sup> August till 7<sup>th</sup> and I will be able to visit you anytime between 3<sup>rd</sup> and 5<sup>th</sup>. ⑩It will be greatly appreciated if I could visit you something during the date above.

⑪Thank you for your consideration. ⑫I'm looking forward to hearing from you.

⑬Sincerely yours,

⑭Satomi Endo  
Researcher, Sato Chemical Co., Ltd.

表 25 Eメール14のコンピテンシー展開

① Subject: A visit request on your new material	Subjectは適正で、開封を促す内容である。"new material"は、読み手の気を引く表現で、開封をより促進する効果がある。 利完→目達→開
② Dear: Professor Taylor,	形式に則った敬辞となっている、読み手に信頼感を与える。 信築→信築→敬
③ I hope this email finds you well.	個人的親しみの表現で、信頼関係構築を企図したものとなっているが、この状況で適正か否かについては疑義がある。 信築→信築→個
④ My name is Satomi Endo from Sato Chemical Co., Ltd. in Tokyo Japan.	自己開示ができており、読み手が信頼を持って読み進めるきっかけとなっている。 信築→信築→築
⑤ I am currently working in our RD department.	専門分野を伝えること（自己開示）で、関連性のある、相手に相応しいという印象を与え、という意味で、信頼関係構築に資すると考えられる。ゆえに読み手は読み進める意欲が高まる。 信築→信築→築 利完→目達→読
⑥ I have read your article from the journal <i>the Science of Chemistry</i> .	相手に対する敬意を示しつつ、コミュニケーションの目的をしっかりと伝えることで、読み進める意欲を引出している。 信築→信築→敬 利完→目達→読
⑦ I am highly interested in the new material you developed and considering using it for some of our new products which are still under development.	個人的な感想を添えることで肯定的な評価を伝え、かつ相手のメリットを仄めかす表現も使うことで、行動を起こさせる契機となっている。 利完→目達→個

<p>⑧ I would like to hear your opinions so I'm wondering if I could have a chance to see you while I'm in London for my business in summer.</p>	<p>コミュニケーションの意図を明確に伝えることで、読み進める意欲を引出している。 利完→目達→読</p>
<p>⑨ I will be staying in London from 1<sup>st</sup> August till 7<sup>th</sup> and I will be able to visit you anytime between 3<sup>rd</sup> and 5<sup>th</sup>.</p>	<p>具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出すことにつながる。 利完→目達→行</p>
<p>⑩ It will be greatly appreciated if I could visit you something during the date above.</p>	<p>丁寧表現で読み手への敬意を示しつつ、意図を明確に伝えている。しかし、日程を特定しない”something”は効果が薄い。 信築→信築→敬 利完→目達→読</p>
<p>⑪ Thank you for your consideration.</p>	<p>読み手への敬意を適切に表している。 信築→信築→敬</p>
<p>⑫ I'm looking forward to hearing from you.</p>	<p>相手の行動（返信）を適切に促している。 利完→目達→行</p>
<p>⑬ Sincerely yours,</p>	<p>形式に則った結辞で、読み手への敬意を適切に表している。 信築→信築→敬</p>
<p>⑭ Satomi Endo Researcher, Sato Chemical Co., Ltd.</p>	<p>自己開示は適正だが、不十分である。 信築→信築→築</p>
<p>⑮ 全体</p>	<p>簡潔な文章の中に、含めるべき情報が過不足なく含まれており、準備がなされたことがうかがえる。また、文法語彙等が概ね適正であることから、送信前の点検も行われたものと思われる。フォーマットは、適切にスペースがあり、読みやすくなる工夫が施されている。 利完→行設→準</p>

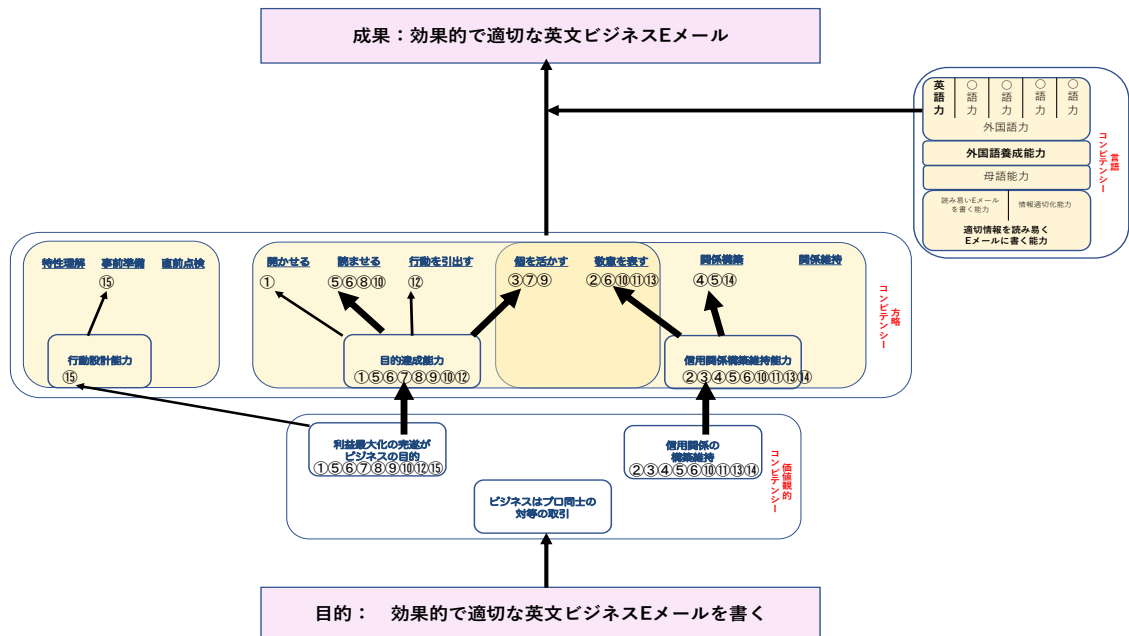


図 37 Eメール14のコンピテンシー展開

<総合評価 13 位メール>E メール 4 (15 通中)

①Subject: Request for Appointment
②Professor Taylor
③This is a request for appointment with you.
④My name is H.I, a manager of development dept. of Sato Chemical Co., Ltd in Japan.
⑤Recently, I have read your report on new materials you developed. ⑥I was interested in your study very much.
⑦I have a business trip schedule to London on our early August. ⑧I am very much appreciated if I can meet with you on August 3 <sup>rd</sup> . 4 <sup>th</sup> or 5 <sup>th</sup> .
⑨Best Regard
⑩H.I.

表 26 E メール 4 のコンピテンシー展開

① Subject: Request for Appointment	Subjectは適正で、開封を促す内容である。 利完→目達→開
② Professor Taylor	初めての相手には“Dear”で始める敬辞の形式が望ましく、やや不適正。 信築→信築→敬
③ This is a request for appointment with you.	コミュニケーションの意図を明確に伝えることで、読み進める意欲を引出している。 利完→目達→読
④ My name is H.I, a manager of development dept. of Sato Chemical Co., Ltd in Japan.	自己開示を行なっているが、氏名の表記が適正でなく、組織についても、開示が不十分なので、読み手の信頼感を得るところまで到達しない可能性が高い。 信築→信築→築
⑤ Recently, I have read your report on new materials you developed.	コンタクトの経緯を説明し、相手の警戒感を軽減する効果はあるが、具体性にやや欠ける。 信築→信築→築
⑥ I was interested in your study very much.	読み手の実績に対するプラス評価を伝えており、読み進める意欲を高める効果がある。 利完→目達→読
⑦ I have a business trip schedule to London on our early August.	大まかな予定を伝えて相手の読み進める意欲を高めている点は、評価できるが、前の文とのつながりがぎこちない。 利完→目達→読
⑧ I am very much appreciated if I can meet with you on August 3 <sup>rd</sup> . 4 <sup>th</sup> or 5 <sup>th</sup> .	具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出すことにつながる。 利完→目達→行
⑨ Best Regard	形式に則った結辞で、読み手への敬意を表そうとしているが、文法的な誤りがある。 信築→信築→敬
⑩ H.I.	名前の表記が不適正で、結果として自己開示が不十分である。相手の警戒感の軽減につながっていない。 信築→信築→築
全体 ⑪	各文の内容がやや薄く、情報が過不足なく含まれているとは評価できない。また、文と文の流れがぎこちない。こうした点から判断すると、準備が十分でなく、送信前の点検も不十分であると推測される。 利完→行設→準

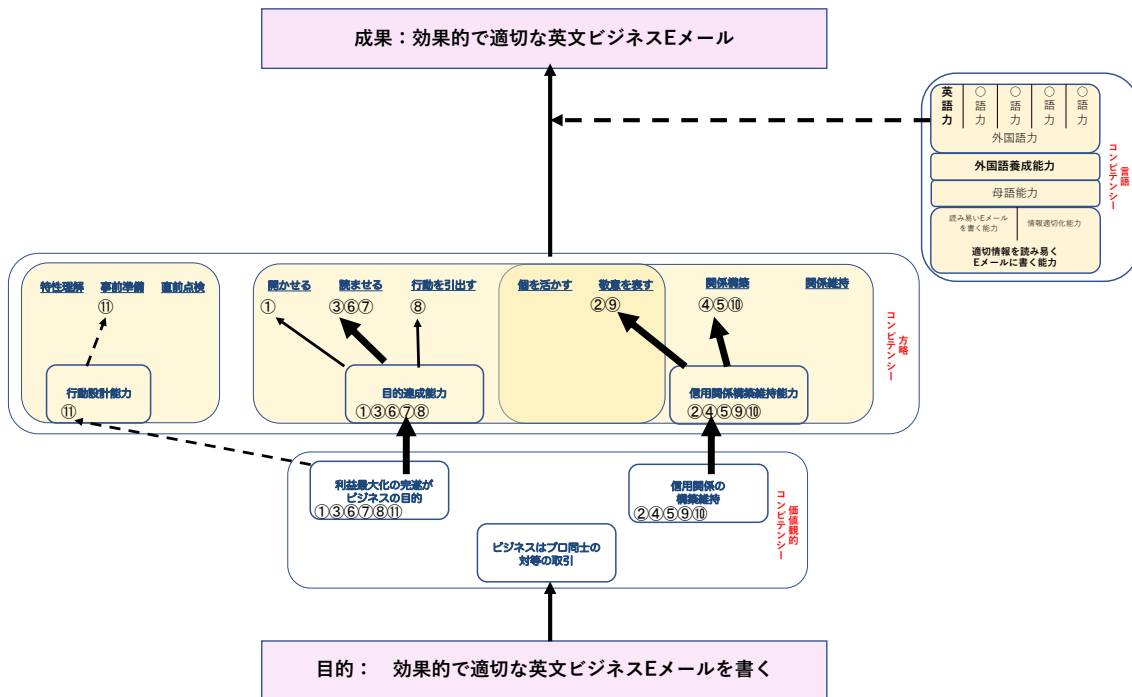


図 38 Eメール4のコンピテンシー展開

<総合評価 14 位メール>E メール7 (15 通中最下位の 3 通のうちの 1 つ)

- ① Subject: Kei Shimajiri from Sato Chemical Co., Ltd (Japan)
- ② Dear Professor Taylor.
- ③ Hello, professor Taylor,
- ④ my name is Kei Shimajiri from sato Chemical Co., Ltd.
- ⑤ We are Japanese Chemical Company.
- ⑥ I need your essay about new materials which you developed.
- ⑦ I am interested in the material, so I wonder if I could visit you and ask your opinions abt it more deeply.
- ⑧ I will be in London from Aug 3rd-5th.
- ⑨ So if you are available any day between 3rd-5th, I would like to visit you at your convenience.
- ⑩ Thank you very much and I'm looking forward your reply.
- ⑪ Sincerely,
- ⑫ Kei Shimajiri

表 27 E メール7のコンピテンシー展開

① Subject: Kei Shimajiri from Sato Chemical Co., Ltd (Japan)	Subject を読んでも、読み手はどのような行動を取るべきかが不明で、不適切と考えられる。 <b>利完→目達→開</b>
② Dear Professor Taylor.	形式に則った敬辞となっている、読み手に信頼感を与える。形式的には、最後の「.」は「,」か「:」とすべき。 <b>信築→信築→敬</b>
③ Hello, professor Taylor,	親しみを込めた表現で信頼関係構築の意図は見えるが、不要な表現と考えられる。 <b>信築→信築→築</b>
④ my name is Kei Shimajiri from sato Chemical Co., Ltd.	自己開示を行なっている開示が不十分。また、文頭の capitalization がなされていない。 <b>信築→信築→築</b>
⑤ We are Japanese Chemical Company.	大まかな自己開示を行なっている開示が不十分である。 <b>信築→信築→築</b>
⑥ I need your essay about new materials which you developed.	“need”は“read”の間違いで、文意が通じない。 <b>利完→目達→読</b>
⑦ I am interested in the material, so I wonder if I could visit you and ask your opinions abt it more deeply.	コンタクトの動機とコミュニケーションの目的を示しているが、具体性に乏しいので、訴えかける力が不十分。また、書き言葉としては不適正な表現やエラーがある。 <b>利完→目達→読</b>
⑧ I will be in London from Aug 3rd-5 <sup>th</sup> .	具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出すことにつながる。 <b>利完→目達→行</b>
⑨ So if you are available any day between 3rd-5th, I would like to visit you at your convenience.	コミュニケーションの目的を示しているが、表現が口語的で、ビジネス Eメールの文としては、適切さに欠ける。 <b>利完→目達→読</b>
⑩ Thank you very much and I'm looking forward your reply.	相手への経緯を示し、後半では相手の行動を促す効果がある。 <b>利完→目達→行</b>



⑪ Sincerely,	形式に則った結辞で、読み手への敬意が感じられる。 <b>信築→信築→敬</b>
⑫ Kei Shimajiri	自己開示しているが、不十分である。 <b>信築→信築→築</b>
全体 ⑬	各文の内容に不明確な部分が目立ち、かつ情報が過不足なく含まれているとは評価できない。文と文の流れもぎこちない。こうした点から判断すると、準備が十分でなく、送信前の点検も不十分であると推測される。 <b>利完→行設→準</b>

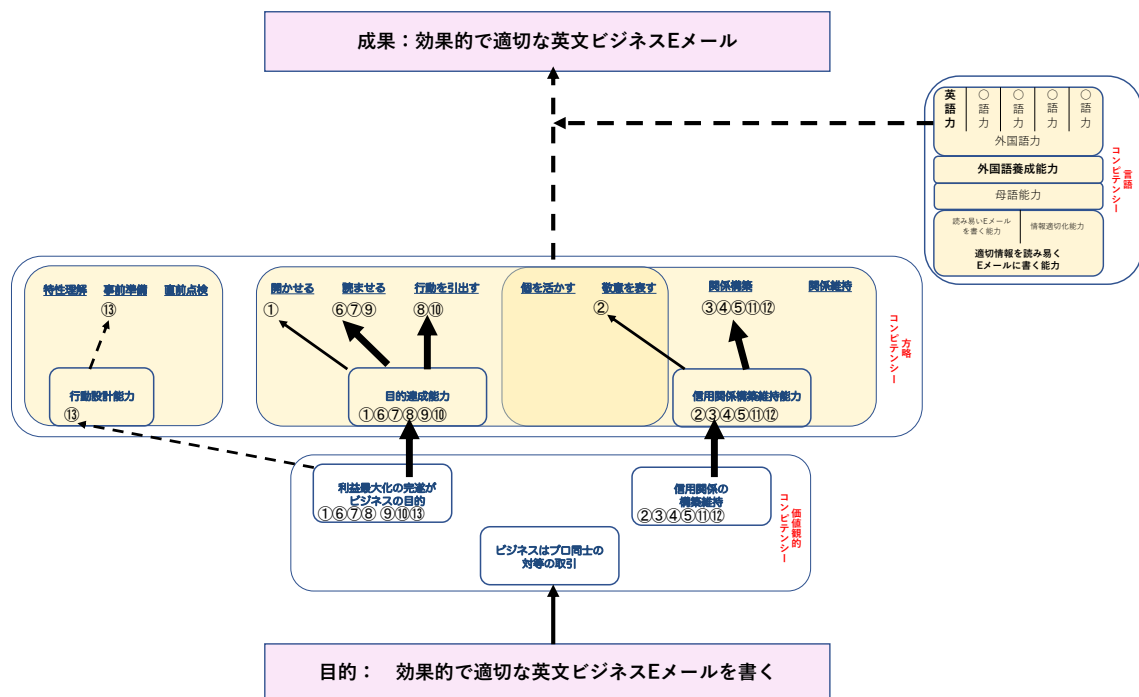


図 39 Eメール7のコンピテンシー展開

<総合評価 15 位メール>E メール 11 (15 通中)

- ① Subject: Arequest for an interview
- ② Dear Prof. Taylor
- ③ This is my first mail to you.
- ④ My name is Honda Ichiro belongs to Sato Chemical Co., Ltd
- ⑤ I am writing in regard to the request for an interview with you.
- ⑥ Recently, I read your report in the academic journal.
- ⑦ I thought that a new material you wrote in it can be applicable to our products.
- ⑧ So, could I have an interview with you about the material?
- ⑨ If you could do, I can meet with you in London, at Aug. 3, or 4, or 5.
- ⑩ I'm looking forward to hearing back from you.
- ⑪ Regards.
- ⑫ Honda Ichiro

表 28 E メール 11 のコンピテンシー展開

① Subject: Arequest for an interview	Subject は適正で、開封を促す内容であるが、文法的エラーがあり、不信感を持たれる可能性がある。 利完→目達→開
② Dear Prof. Taylor	形式に則った敬辞としようとしているが、Professor を“Prof.”を短縮系にしている点、最後に「,」がない点は修正を要する。 信築→信築→敬
③ This is my first mail to you.	信頼関係構築の意図は見えるが、不要な表現と考えられる。 信築→信築→敬
④ My name is Honda Ichiro belongs to Sato Chemical Co., Ltd	自己開示を行なっている開示が不十分かつ、文法エラー (“belongs to”) がある。 信築→信築→築
⑤ I am writing in regard to the request for an interview with you.	目的を明確に伝えて読む気を引出すことを企図しているが、語彙 (“interview”) は適切でない。 利完→目達→読
⑥ Recently, I read your report in the academic journal.	コンタクトの経緯を伝え、信頼感を高めようとしているが、語彙 (“report”) は適切でない。 信築→信築→築
⑦ I thought that a new material you wrote in it can be applicable to our products.	読み手に対する賛辞を送り、行動を促すことを狙っているが、語彙 (“wrote”) 選択が適切でない。 利完→目達→読
⑧ So, could I have an interview with you about the material?	コミュニケーションの目的を示し、読む気を引き出すことを企図しているが、表現が口語的で、ビジネス Eメールの文としては、適切さに欠け、語彙 (“interview”) も適正でない。 利完→目達→読

⑨	If you could do, I can meet with you in London, at Aug. 3, or 4, or 5.	コミュニケーションの目的を示し、読み手の行動を促すことを企図しているが、表現がやや高圧的で好感を得られない可能性がある。 利完→目達→行
⑩	I'm looking forward to hearing back from you.	行動を促す適正な表現である。 利完→目達→行
⑪	Regards.	形式に則った結辞で、読み手への敬意が感じられるが、文法エラーがある。 信築→信築→敬
⑫	Honda Ichiro	自己開示しているが、不十分である。 信築→信築→築
全 体 ⑬		多くの文法エラーや語彙選択の不適切さが目立ち、準備や知識の不十分さが目立つ。 利完→行設→準

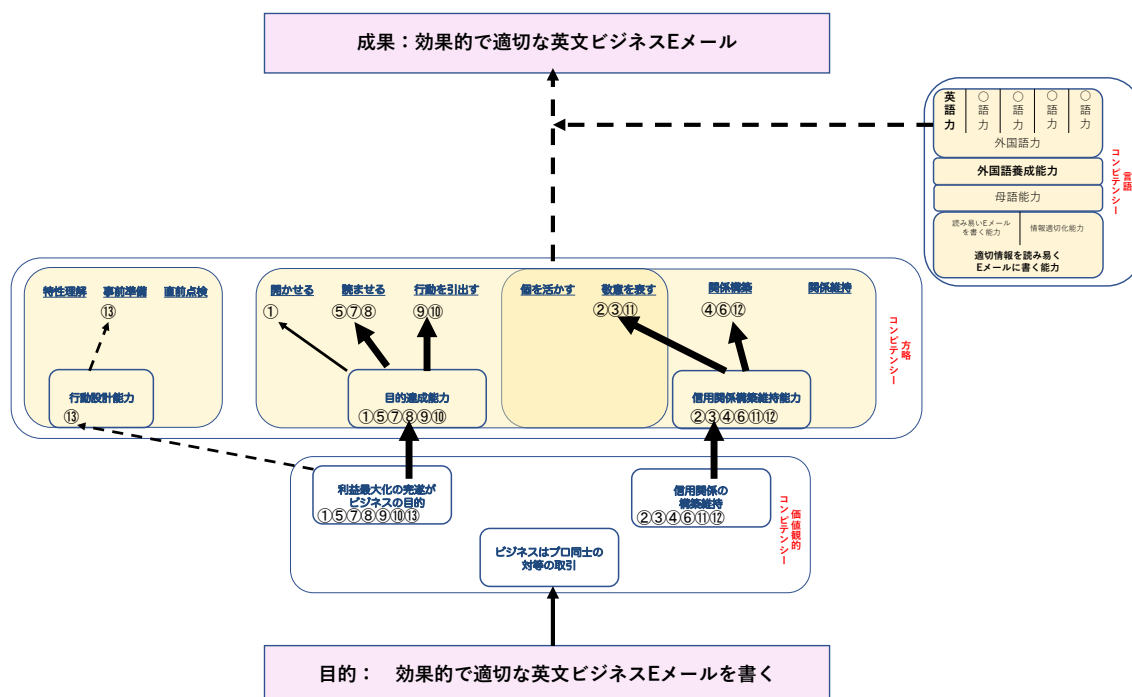


図40 Eメール11のコンピテンシー展開

### 最上位 E メールと最下位 Eメールの対比

以上、最上位3メールと、最下位3メールについてモデルでその特徴を説明してみた。ここでは、6通のメールのうち、最も評価に差のあった最上位（1位）と最下位（15位）のコンピテンシー展開図を比較する。これら最も差異の大きいはずの2つが、モデル内のコンピテンシー展開において、どれほどの差となって表れているかを見ることで、改めて本モデルの説明能力を確認した上で、その特徴を改めて対比的に捉えてみる。

まず、最上位 Eメールと最下位 Eメールの「モデルにおけるコンピテンシー展開」の図を並列して以下に示す。

#### 最上位(1位)Eメール: Eメール6

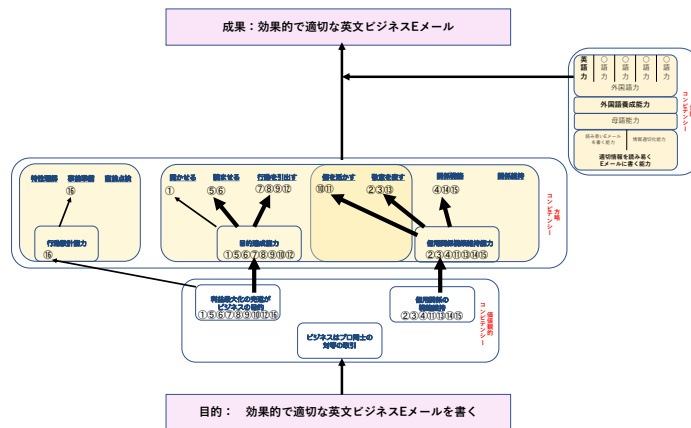


図 41 Eメール6のコンピテンシー展開（図35の再掲）

#### 最下位(15位)Eメール: Eメール11

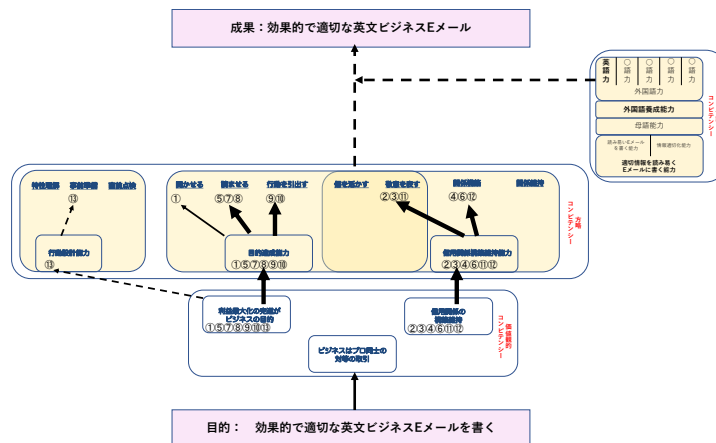


図 42 Eメール11のコンピテンシー展開（図40の再掲）

モデルに現れる各 E メールの特徴は大きく二つの点で確認することができる。一つは各要素（コンピテンシー）の有無と大きさであり、今一つはそれら要素間を繋ぐ関係線の有無と大きさである。これまで説明してきた通り、図内においては、「実際にその要素が存在しており、しかもそれらを繋ぐ関係が十分に考えられると判断される」場合には、その要素間の関係線を実線とし、反対に「その要素が存在しておらず（それが実現できておらず）よって実際にはそれらを繋ぐ関係線が成立していない」場合には、関係線を点線で表した。上の2つの図（図41と図42）を比較すると、一目瞭然なのが、最上位 E メールでは実線が極めて多く、最下位 E メールではその同じ部分がほとんど点線つまり「その要素は認められず、あるべき関係線もまだできていない」ということである。最下位 E メールに辛うじて認められるのが、細い2本の実線であるが、ひとつは **regards** であり、もう一つが、“I’m looking forward to hearing back from you.”である。これらをそれぞれ、分析では、**信築→信築→敬**と、**利完→目達→行**として評価はしたが、それぞれ1例しかなく、最上位 E メールに多く見られる、数本が重なっている太い関係線に比べて細い実線である。以上のことを考慮に入れると、図41が示す最上位 Eメールのコンピテンシー展開図における「要素の強さと要素間の関係線の強さ」は、ほとんどが実線で表し得るような様相と言えよう。16の文からなる最上位 Eメール（Eメール6）は、その大部分が、高い評価に値する多くの工夫のなされたメールで、それら工夫のひとつひとつが、価値観的コンピテンシーを基盤として上層のコンピテンシーを次々に活性化しているもので、要素そのものも要素間関係線も十分に強いと言える。ここに、極めて如実な形で、最も優秀な Eメールと最下位の Eメールの実態的に大きな差がモデルに映し出されている。本モデルには「効果的 Eメールとして成功しているかどうかの説明能力」が十分備わっており、本モデルが各メールの特徴を顕在化しその比較が可能であることが明らかにされた。総括として、本モデルから読み取れたことを基にして、最上位メールの書き手（書き手1とする）と最下位メールの書き手（書き手2とする）の違いを以下に整理する。

- ・書き手1は基盤としての価値観的コンピテンシーを十分持ち合わせており、書き手2には、あまり備わっていない。
- ・書き手1の持つ価値観的コンピテンシーは、方略コンピテンシーを十分活性化しているが、書き手2には、方略コンピテンシーが十分に備わっていない。

- 書き手1は方略コンピテンシーの数が多いが、書き手2にはそれが見られず、運用できる方略コンピテンシーが少ない。
- 書き手1は方略コンピテンシーを基にそれを言語化（英語に）する能力があるが、書き手2にはそれが不足している。
- 書き手1と書き手2の根本的な差異は、メールの重要性を意識し十分準備した上、戦略を立ててメールに臨むか否かの違いである。つまり書き手1には「行動設計能力」という方略コンピテンシーが備わっているが、書き手2には備わっていない。

## 第2節 実験2のデータを使っでの検証と指南書の分析

### 第1項 実験2による検証の意義とその結果

次に、6名のビジネス・プロフェッショナルのEメールについて、この関係図がどの程度説明能力があるかを検証する。第1節で述べた通り、ビジネスパーソン15名のサンプルメールについては、これらに対して行われた評価コメントを基に情報ユニットの抽出から始まるモデル構築が行われたため、当然評価対象となったこれらサンプルEメールは、モデルによる説明が可能であることが期待された。一方、6名のビジネス・プロフェッショナルによるサンプルEメールは、モデルの構築に関与していない新たなデータである。この新データを使っても、本モデルに説明能力があれば、検証と言えよう。加えて、実験2では、書き手本人が、ライティングプロセスの中でどんな能力を意識的に活用しているかを述べているため、モデルの説明能力をよりきめ細かく検証することができる。

以下では、まず各ビジネス・プロフェッショナルのプロファイルを紹介した後、実際に各人が書いたEメールを示し、その中のどの部分で、どの価値観的コンピテンシーが、どの方略コンピテンシーを動かし、それがどのように言語コンピテンシーの発揮につながっているかを表と図によって示す。また、その後、彼らとのインタビューの中から、価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシーならびに言語コンピテンシーについての言及があったかに触れる。インタビューでの実際の発言については、Appendixでの該当箇所を括弧内に表示する。

#### ビジネス・プロフェッショナル1

##### プロファイル

日系大手保険会社勤務の後、米系大手人事コンサルティング企業に転じ、最終的には日本社社長となる。2014年に独立、主に日本企業のグローバル化支援のコンサルティング業務に携わる。米大学でMBA取得している。

① Title: Exploring joint business development opportunity

② Dear Professor Taylor,

③ This is Txxxxxxx Kxxxxx, working for the Product Development Division of Sato Chemical, one of the leading pharmaceutical manufacturers operating out of Japan. ④ Inspired by your article on the new material, I am strongly wishing to meet you to explore the joint project opportunity for new product development. ⑤ I

believe your new material, coupled with our technology and expertise, could make a significant difference for the entire world.

⑥ In the shortest horizon I will visit London for three days from August 3 to 5. ⑦ If you could spare any time during those three days, I would prioritize the appointment with you. ⑧ Till I receive your message, I will keep open those three days on my side. ⑨ Otherwise, I would for sure look to find other possible dates with you. ⑩ Please feel free to tell me your convenient dates. ⑪ I wish you would have an interest in exploring the joint product development opportunity with us to create a better future.

⑫ Best regards,

⑬ Txxxxxxx Kxxxxx  
New Product Development Leader  
Sato Chemical CO. Ltd.

表 29 ビジネス・プロフェッショナル 1 の Eメールのコンピテンシー展開

①	Title: Exploring joint business development opportunity	Subject は適正で、開封を促す内容である。また、相手のメリットを感じさせるような記載となっており、インパクトがあり、開封される可能性が高いと思われる。 <b>利完→目達→開</b>
②	Dear Professor Taylor,	形式に則った敬辞である。 <b>信築→信築→敬</b>
③	This is Txxxxxxx Kxxxxx, working for the Product Development Division of Sato Chemical, one of the leading pharmaceutical manufacturers operating out of Japan.	書き手自身また所属先に関する開示が十分行われており、信頼関係の構築につながっている。 <b>信築→信築→築</b>
④	Inspired by your article on the new material, I am strongly wishing to meet you to explore the joint project opportunity for new product development.	読み手の業績に対する賛辞を贈ると同時に、Eメールの送付目的も明確にしているため、読む気を引出す効果がある。 <b>利完→目達→個</b> <b>利完→目達→読</b>
⑤	I believe your new material, coupled with our technology and expertise, could make a significant difference for the entire world.	今後の可能性に触れることで、読み手のやる気を引出し、行動に結びつける効果があると思われる。 <b>利完→目達→行</b>
⑥	In the shortest horizon I will visit London for three days from August 3 to 5.	具体的な日程を伝えることで、読み手の行動を促している。 <b>利完→目達→行</b>
⑦	If you could spare any time during those three days, I would prioritize the appointment with you.	相手の都合を優先することを伝えることで経緯を表しているとともに、申し出を断りにくい状況を作り出している。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→行</b>
⑧	Till I receive your message, I will keep open those three days on my side.	暗に読み手の返信を促す表現を用いて、読み手が行動を起こす可能性を高めている。 <b>利完→目達→行</b>
⑨	Otherwise, I would for sure look to find other possible dates with you.	当座のコミュニケーション目的が達成されない場合でも、将来的な関係維持につながる表現を有効に使用している。 <b>信築→信築→維</b>



⑩	Please feel free to tell me your convenient dates.	一方的な申し出ではなく、相手の懸念を払拭する意向を示すことで、良い関係構築を行うことにつながっている。 <b>信築→信築→築</b>
⑪	I wish you would have an interest in exploring the joint product development opportunity with us to create a better future.	コミュニケーションの目的を繰り返すことで、印象を高め、読み手が行動を起こす可能性を高めている。 <b>利完→目達→行</b>
⑫	Best regards,	形式に沿った結辞を用いて、相手への敬意を示している。 <b>信築→信築→敬</b>
⑬	Txxxxxxx Kxxxxx New Product Development Leader Sato Chemical CO. Ltd.	十分な自己開示を行なっている。タイトル記載など、追加情報があるとなお効果が高くなる。 <b>信築→信築→築</b>
全体		多くの方略を駆使して、読み手が望ましい行動をとる可能性を高めている。また、言語上のエラー、不適切な語彙の使用もなく、十分準備され、送信前点検も周到であることが窺える。 <b>利完→行設→準</b>

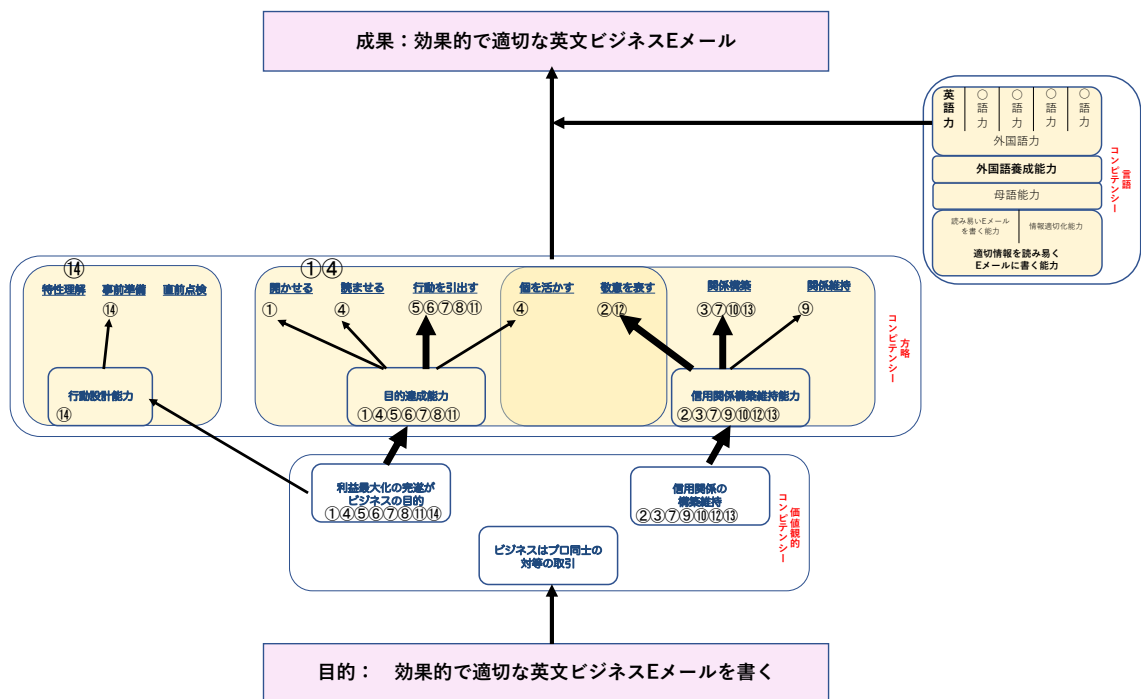


図 43 ビジネス・プロフェッショナル1のEメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーの表明

ビジネス・プロフェッショナル1の語りからは、モデルで示された3つの価値観的コンピテンシーが明確に表明された。例えば、「ビジネスセンスとは何か」という問いに対し

て、「最終的に経済的な結果が出る感覚を伴う行動」(P16-161)と位置付け、「やっぱり利潤追求、まあ、利潤追求っていうか、直でなくてもそこにつながるアクションにつながることですよね」(P16-162)と表明し、Eメールを書くことを含めて、その目的は、最終的に利潤の追求の達成のために個々の業務を完遂することが重要であるとした。したがって、すべての行動において、例えばEメールを含むビジネスコミュニケーションにおいて「相手を尊重したりとか、そういうことよりも、むしろそこ(=経済的な結果)がコア」であり「論理的なレイヤーでいうと、経済的に結果が出ることに向けて人を尊重」(P16-164)するとした。これらは、「仕事の完遂がビジネスの目的である」という価値観的コンピテンシーが最上位の価値観とされ、それを支えるものとしての「ビジネスのカギは信用の維持」という価値観的コンピテンシーが存在するという価値観の階層の存在に言及している点がビジネス・プロフェッショナル1に特徴的である。さらに、「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」という価値観的コンピテンシーについても、明確な意識が見てとれる。例えば、本研究でのシナリオに基づいて依頼を内容とするEメールを書くに際しては、「向こうがメリットを感じつつ、こちらが下手に出ないで済む書き方をすること」(P16-12)が肝要であると述べている。

#### 方略コンピテンシーに関わる表明

重要なEメールについては、必ず発信前に数度音読をするとコメントした。(P16-22)これは一義的には「行動設計能力」の重要性に言及したものである。またその中で、内容の適否とともに、語彙の選択の適否や文のリズム、読みやすさなどの点検が可能になるとしている(P5-20)。この点は、「情報の適切性を確保する能力」の構成要素である情報の正確性、情報の過不足の存否、文章の曖昧さ、不要な表現などの点検の必要性に対する意識の高さを示しているとも言えるし、丁寧さを確保し、かつトラブルを避け関係維持に留意すべきであるとの「関係構築維持能力」の発揮とも考えられる。

また、目的については「共同開発のオポチュニティを追求したいとはっきり言い切る」(P16-3)と単刀直入に目的を伝えることの重要性について述べ、「目的達成能力」への意識の高さを示した。但し、一方で過度の期待を与えるリスクにも留意すべきでありとの趣旨の発言もあった。例えば「期待は持たせんといかんのですよ」(P16-98)と言いつつ、「仮定法、could、wouldでやっぱりやっていますよね」(P16-94)と、法助動詞を駆使する

ことによって、リスクヘッジを行うことを「交渉の常識」と表現しており、これは「バランス感覚」（この情報ユニットの分類は、今一度再考の余地あり）への言及でもある。

さらに、leading company あるいは out of Japan という言葉を使ってグローバル展開をしている実績のある企業であることを印象付けることの重要性に触れている。こうした意味では、自分を適切に権威づけようとする「関係構築維持能力」が発揮されており、また「会社の話ばかりするやつは、デシジョン・メイキングも遅いし、何か決めるときいつも会社に戻らなきゃいけない」、「会社の看板ばかりいうやつもまたつまんないですよ」（P16-152）というコメントなどは、ビジネスの契機としての個人と個人の結びつきの重要性について触れており、個人的要素を活かすという「目的達成能力」への意識が示されている。

#### 言語コンピテンシーに関わる表明

言語コンピテンシーの構成要素である「読み手に配慮する能力」については、特に「平易な構造と語彙」の使用については一定の理解を示しつつ、やはり高いレベルの語彙使用能力を求めているとした。グローバル化が進む中、平易な語彙の使用の必要性を認めつつ、本研究のシナリオにおいては、相手がイギリスの大学教授ということを考慮すれば、その地位にある相手に発信するEメールという性質上、平易な言葉づかひの重要性よりも、英語表現の高い質を示すことの方が重要であるとした。Eメールライティングに関しては、平易な言葉づかひが一般的な傾向として見られるのではないかとのインタビューアーの問いかけに対して「知ってますよ、言いたいことは。」（P16-106）（しかし）これ（本研究のシナリオ）は相手がロンドンなので」（P16-108）、「グローバル・イングリッシュの場合はいいんです、70点くらいで。」（P16-110）…ロンドンのプロフェッサーの場合は、100点を目指さないとだめ。」（P16-111）、誰かエディターに出して送れっていうリスペクトがないねと思います」（P16-115）と、状況により語彙レベルを使い分けのできる言語コンピテンシーに対する意識の高さの表れと見られる。

#### 総括

総括すると、ビジネス・プロフェッショナル1が本研究でいう4つのコンピテンシーのすべてに言及している点ならびに幅広い方略をライティングの内外で発揮している点は、単に国際ビジネスの場に長くいたということだけではなく、外資系企業の日本法人をあず

かる経営者として、多岐にわたる困難な経験を乗り越えてきた結果と考えられる。特に、利益追求を最上位の価値として位置づけている点は、損益に関する責任を負った立場にいたからこそであると考えられる。この言語コンピテンシーに関するコメントは、ビジネス・プロフェッショナル1が、外資系企業の日本法人の社長として、社内でも高い地位にあり、その英語能力についても、社内外から高い水準を求められていたこと、ならびに、米国の経営学修士を修めるにあたって、高い水準の英語でのライティングを必要としたことが、意識とした表れた結果と考えることができると思われる。

## ビジネス・プロフェッショナル2

プロフィール  
 日系大手銀行に勤務後、米国系資産運用会社に転じ、顧客支援業務に従事。2013年に現勤務先の在日代表に就任。

① Subject: Request for Meeting  
 ② Dear Professor Taylor,  
  
 ③ I am Mr. Yxxxxx Hxxxxx from Sato Chemical, one of the leading firms in Japan.  
 ④ As a senior member of research and development group, I would like to let you know that we are seriously interested in learning your material, which had been introduced in the resent research paper. ⑤ We believe it will enable us to expand opportunities to develop new products. ⑥ If possible, we would like to offer you joint project.  
 ⑦ It will be highly appreciated if you will be able to meet me to discuss further in person during my next stay in London. ⑧ I will be in London from Aug. 1 through Aug. 7, and will be available to visit you on Aug. 3, 4 and 5.  
 ⑨ I hope one of these 3 days will work for you, as well. ⑩ Thank you for your understanding in advance and looking forward to seeing you in London.

表30 ビジネス・プロフェッショナル2のEメールのコンピテンシー展開

①	Subject: Request for Meeting	Subjectは適正で、開封を促す内容である。 <b>利完→目達→開</b>
②	Dear Professor Taylor,	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表している。 <b>信築→信築→敬</b>
③	I am Mr. Yxxxxx Hxxxxx from Sato Chemical, one of the leading firms in Japan.	自己開示が行われており、信頼関係の構築につながるが、特に所属先については、適正な権威付を行なっており、信頼感を高めている。 <b>信築→信築→築</b>
④	As a senior member of research and development group, I would like to let you know that we are seriously interested in learning your material, which had been introduced in the resent research paper.	コンタクトの経緯を伝えることで、読み手の抵抗感を軽減している。また、自身を適正に権威づけて信頼度を高め、かつ“seriously interested”で真剣度を示している点、読み手の行動を促す効果が大きいと思われる。 <b>信築→信築→築</b>

		<b>利完→目達→行</b>
⑤	We believe it will enable us to expand opportunities to develop new products.	読み手の業績を前向きに評価することで信頼感を高めており、信頼関係の構築にプラスに働くと考えられる。 <b>信築→信築→築</b>
⑥	If possible, we would like to offer you joint project.	読み手に敬意を示しつつ、メリットのありそうな提示を行うことで、コミュニケーションの目的の達成可能性を高めている。 <b>信築→信築→敬</b>
⑦	It will be highly appreciated if you will be able to meet me to discuss further in person during my next stay in London.	<b>利完→目達→読</b> 読み手に敬意を示しつつ、Eメールの目的を的確に伝えているため、読み手の読む気を効果的に引出している。 <b>信築→信築→敬</b>
⑧	I will be in London from Aug. 1 through Aug. 7, and will be available to visit you on Aug. 3, 4 and 5.	<b>利完→目達→行</b> 具体的な日程を伝えることで、読み手の行動を促している。
⑨	I hope one of these 3 days will work for you, as well.	<b>利完→目達→行</b> 読み手の立場を尊重しつつ、希望を伝えることで、信頼関係の構築にはプラス効果があると考えられる。 <b>信築→信築→敬</b>
⑩	Thank you for your understanding in advance and looking forward to seeing you in London.	<b>利完→目達→行</b> 自身の個人的な高揚感を伝えることで、信頼関係の構築の可能性を高めている。 <b>信築→信築→個</b>
⑪	全体	目的達成のための方略と信頼関係構築のための方略がバランスよく使われており、かつ趣旨が明解で流れがスッキリした読みやすい文章である。言語上のエラー、不適切な語彙の使用もなく、しっかり準備され、送信前の点検も周到であることが伺える。 <b>利完→行設→準</b>

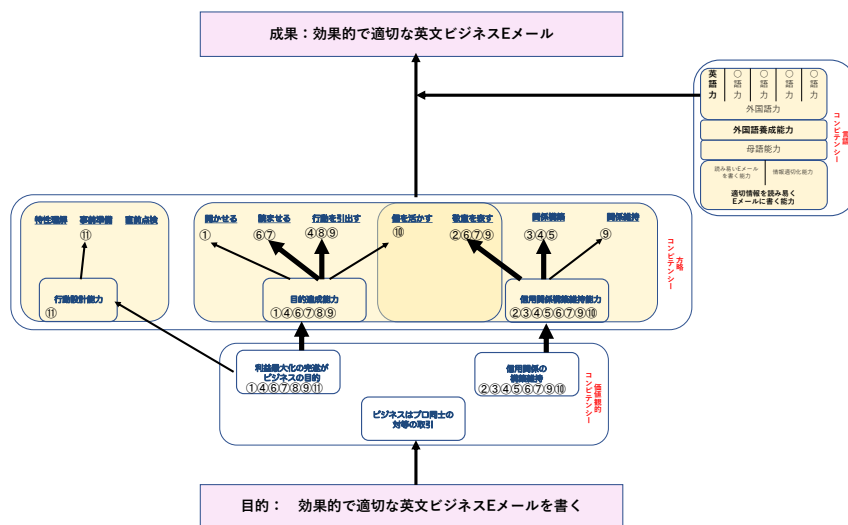


図44 ビジネス・プロフェッショナル2のEメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーの表明

件名については、「やっぱり（件名を）見過ごされるケースって非常に多いんですね。…現実的なことを考えると、時差、日本という国からは時差を超えてのメールなので、フォローアップすることがなかなか難し」（P17-5）く、「一晩おいてしまって、何も回答がなかったら、日本の営業時間の1日が無駄になるので」（P17-5）、また何らかの回答がなければ「お客さんに回答ができたりできなかつたりする」（P17-5）ため、「件名が的確である」ことが業務に与える影響について強調している。また、複数回にわたって「趣旨を明確にしたほうが良い」をいうコメントを行っている。これらは「目的達成能力」への表明であり、それを支える「仕事の完遂がビジネスの目的である」という価値観的コンピテンシーの表明であるとも考えられる。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

上記価値観的コンピテンシーの表明でも記したが、Eメールの件名が適切でなければ、受け取った相手に読んでもらえない可能性があり、時差のある拠点間でのビジネスにおいては、そのことが大きな時間のロスにつながることに言及している。これは、「目的達成能力」の重要性への意識の高さを示している。また、ビジネス・プロフェッショナル2によれば、こうした感覚は、「お恥ずかしいですけど、タイトル（件名）ですね。やっぱり見過ごされるケースって非常に多いんですね」（P17-5）と自身の過去の苦い経験から得られたものであるという趣旨のコメントをしており、さまざまな価値観的コンピテンシーや方略コンピテンシーが、ビジネス現場における経験の積み重ねによって養われていく点が改めて浮き彫りにされたとみられる。

### 言語コンピテンシーに関わる表明

専門用語を除き、ビジネスEメールを書く際にはできるだけ平易なことばづかいをすべきではないかという趣旨の質問に対し、「少なくともまず会って価値のある人間かというのをここで評価される可能性があるわけですよね。それが、あまりにも、小学校とか中学校のレベルの英語を書かれた日には、教授としては、価値あるのかな、この人はと。…会社の権限持っている割には、この程度の英語かと。…アメリカ人は、残念ながら能力を英語で評価する部分が非常に強いです」（P17-41）と述べており、また、同種のコメントが複数回繰り返され、一定の言語コンピテンシーを備えることの重要性を強調している。

## 総括

ビジネス・プロフェッショナル2は、過去10年余り、米国企業の中で唯一の日本人であり、日本の市場環境にほとんど理解を示さない米国本社と日本にいる顧客との仲立ちを、時差のある環境で行ってきたという、いわば三重苦ともいえる状況の中にある。こうした中での数々の厳しい経験が、ビジネス・プロフェッショナル2にEメールによるコミュニケーションを行うことならびに英語非母語話者が英語でビジネスを行うということの難しさを強く意識させる結果となっていることが感じられた。

### ビジネス・プロフェッショナル3

プロフィール  
 大手銀行に永年勤務。国内では、大手企業担当として大型案件を多く手掛ける一方、海外の諸拠点で非  
 日系大手企業との取引開拓に多くの実績を積んだ。後、現地法人のトップとして経営にも参画

① Dear Professor Taylor

② This is N. Hxxxxxx of Sato Chemical Industry, Tokyo, Japan.

③ I am responsible for development of new products for the Company.

④ I have read your recent paper on new material, which appeared in latest edition of Journal of New Chemical Product. ⑤ We, at Sato Chemical, believe this new material have a potential for wide industrial application and we would like to seek possibility of working together with you. ⑥ I will be in London from 1<sup>st</sup> through 7<sup>th</sup> of August and at this moment will be available on 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup>. ⑦ I would appreciate it very much if you could make yourself available to meet me and discuss developing business opportunity.

⑧ I look forward to hearing from you, meanwhile I remain,

⑨  
 N. Hxxxxxx  
 Sato Chemical, Tokyo, Japan

表31 ビジネス・プロフェッショナル3のEメールのコンピテンシー展開

①	Subjectがない。	Subjectは、Eメールを開かせる契機となるので、ないことでその可能性が低下する。 <b>利完→目達→開</b>
②	Dear Professor Taylor	形式に則った敬辞である。ただし、末尾に「,」を付すべきである。 <b>信築→信築→敬</b>
③	This is N. Hxxxxxx of Sato Chemical Industry, Tokyo, Japan.	自己開示が行われており、信頼関係の構築につながるが、特に所属先については、より詳細な情報を盛り込むべきである。 <b>信築→信築→築</b>
④	I have read your recent paper on new material, which appeared in latest edition of Journal of New Chemical Product.	コンタクトの経緯について具体的に示しており、説得力があるので信頼関係構築に資すると考えられる。 <b>信築→信築→築</b>
⑤	We, at Sato Chemical, believe this new material have a potential for wide industrial application and we would like to seek possibility of working together with you.	今後の可能性に触れることで、読み手の業績を賞賛しやる気を引出し、行動に結びつける効果があると思われる。 <b>利完→目達→行</b>
⑥	I will be in London from 1 <sup>st</sup> through 7 <sup>th</sup> of August and at this moment will be available on 3 <sup>rd</sup> , 4 <sup>th</sup> and 5 <sup>th</sup> .	具体的な日程を伝えることで、読み手の行動を促している。 <b>利完→目達→行</b>
⑦	I would appreciate it very much if you could make yourself available to meet me and discuss developing business opportunity.	丁寧な表現で相手に敬意を払いつつ、コンタクトの目的を明確に示していることで、読み手の読む気を高める効果があると考えられる。 <b>利完→目達→読</b>



⑧	I look forward to hearing from you, meanwhile I remain,	読み手の行動（返信）を促す表現が有効に使われている。“I remain”の後には、“sincerely yours”などを続ける必要あり。 利完→目達→行→英語 信築→信築→築
⑨	N. Hxxxxxx Sato Chemical, Tokyo, Japan	自己開示は行われているが、より詳細な情報の提供が望ましい。 信築→信築→築
全体 ⑩		言語上のエラー、不適切な語彙の使用もなく、しっかり準備され、送信前の点検も周到であることが伺える。方略使用は多くはないが、流れが整えられており、読みやすい文章である。 利完→行設→準

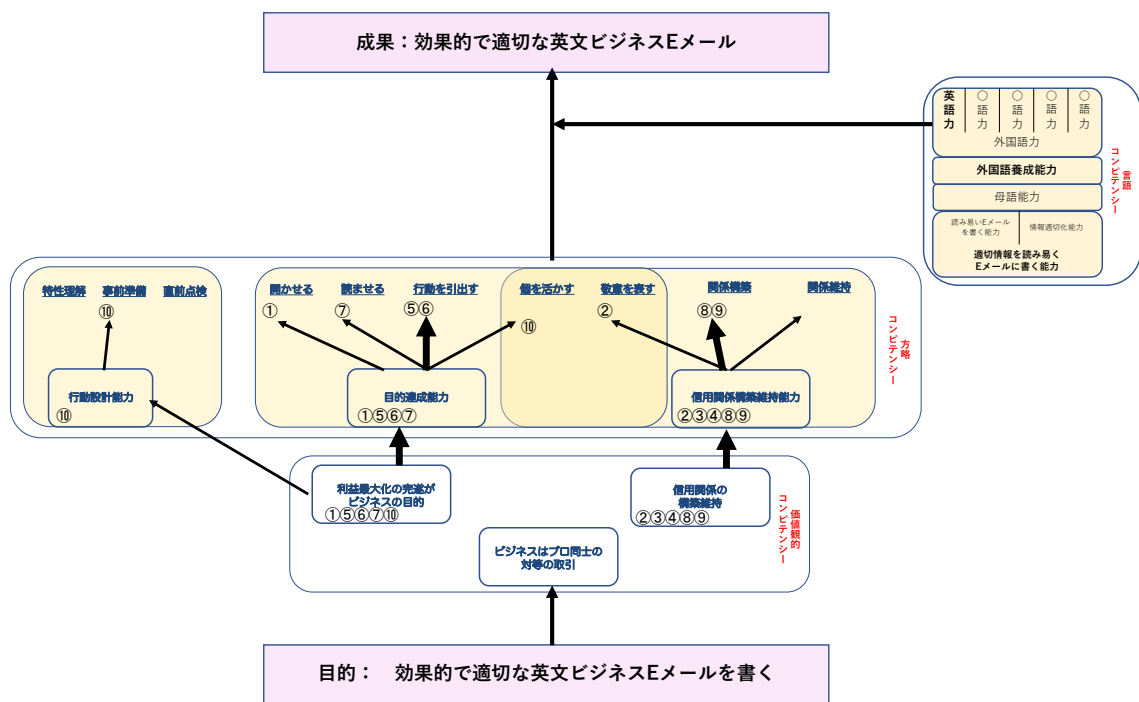


図 45 ビジネス・プロフェッショナル3のEメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーの表明

ビジネス・プロフェッショナル3は、「特に英語で（ビジネスEメールを）書くときに、これは気をつけようと思って取り組まれたことはどんなことですか」という問いに対し、即座に「丁寧語」（P18-3）と答えた。これは「ビジネスのカギは信用の維持」という価値観的コンピテンシーへの意識の高さの表れと見られるが、一方で「ビジネスの考え方が、最後の最後まで対等の立場だから」（P18-69）と、「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」という価値観的コンピテンシーにも明解に言及している。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

本研究で与えられたシナリオと時間制限内では現実のビジネスの場では極めて重要となる送信相手（テイラー教授）に関するバックグラウンドチェックが不可能である点をまず指摘した（P18-1）。また、重要なEメールについては、必ず発信前に数度音読をする（P18-26）と送信前の最終点検を行うことが重要であることにも触れている。これらは、「行動設計能力」への意識の表明である。また、上記価値観的コンピテンシーの表明でも触れた通り、「丁寧さへの意識」が強く表明されており、「関係構築意地能力」への高い意識が見られた。また、音読することで「リズムがあるとか、同じ言葉を繰り返さないとか」を確認する（P18-27）としており、この点は、上記ビジネス・プロフェッショナル1のケースと同じく、一義的には「行動設計能力」の重要性に言及したものと思われるが、同時に「適正情報を読み易くEメールに書く能力」の構成要素である情報の正確性、情報の過不足の存否、文章の曖昧さ、不要な表現などの点検の必要性に対する意識の高さを示しているとも言える。また、トラブルを避け関係維持に留意すべきであるとの「関係構築維持能力」の発揮とも考えられる。

### 言語コンピテンシーに関わる表明

上記の通り行動設計能力の重要性についての強い意識を表明しているが、その中で「同じ言葉を繰り返さないとか...同じ言葉を繰り返していないとか、読んでみるとね。その確認で、長い論文書いても、必ず音読しています」と「語彙選択の適切性」へのこだわりを示した（P18-27）。

## 総括

総括すると、ビジネス・プロフェッショナル3の長い海外での勤務経験が、日本国内における価値観よりも、「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」というコンピテンシーに対する強いこだわりに見られるような、グローバルスタンダードを重視する姿勢に影響しているように思われる。また、長年営業という新たなビジネスを産み出し、利益を追求する場にいたことが、新規顧客を追いかけるよりも、既存客との継続的な取引の維持が、企業の永続的な利益を支えるという信念が、「ビジネスのカギは信用の維持」という価値観的コンピテンシーへの意識の高さとして表れていると考えられる。また、長年の経験から、営業というビジネス上の攻めが重視される場においても、トラブルを避け損失も回避することへも十分意を用いなければならないという意識を育て、それが、Eメール発信前の繰り返しの音読などの慎重姿勢（本研究でいう「行動設計能力」の重視姿勢）を取らせる結果となっていると思われる。

### ビジネス・プロフェッショナル4

プロフィール  
 日系大手銀行に勤務後、外資系銀行に勤務。後に、中国系企業の財務部門責任者として経営全般に関与する傍ら、米国公認会計士資格を取得した。

① Subject: Request for the appointment

② Dear Professor Taylor

③ Recently, I have read the articles in the chemical industry magazine about the new chemical materials which you have invented. ④ We, Sato Chemical, became interested the materials in the articles because there may be a possibility to cooperate for our new product development.

⑤ I will be in London from Aug.3-5,by taking this opportunity I would like to have a meeting with you to discuss the possible business cooperation.

⑥ Your Sincerely

表 32 ビジネス・プロフェッショナル4のEメールのコンピテンシー展開

① Subject: Request for the appointment	Subjectは適正で、開封を促す内容である。 利完→目達→開
② Dear Professor Taylor	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表しているが、文末の「,」がない。 信築→信築→敬
③ Recently, I have read the articles in the chemical industry magazine about the new chemical materials which you have invented.	コンタクトの経緯を示すことで、読み手の不信感軽減を図っているが、より具体的な記述で信憑性を高めることが望ましい。 信築→信築→築
④ We, Sato Chemical, became interested the materials in the articles because there may be a possibility to cooperate for our new product development.	組織の意思としてコンタクトしていることを示すことで、会社としての真剣度を示し、読み手の行動を引出す効果を期待できる。 利完→目達→行動
⑤ I will be in London from Aug.3-5,by taking this opportunity I would like to have a meeting with you to discuss the possible business cooperation.	コンタクトの目的を明確に述べ、具体的な日程も示すことで、読み手の行動を引出す効果を期待できると考えられる。 利完→目達→行動
⑥ Your Sincerely	形式に沿った結辞を用いて、相手への敬意を示しているが、文末の「,」がない。 信築→信築→敬
全体 ⑦	全体として文章が短いため、相手を説得する情報がやや少ないように思われる。持っている方略が、英語力の制約のために、発揮できていない結果と推定される。言語上のエラー、不適切な語彙の使用も少なく、準備や送信前の点検がなされていることが伺える。 利完→行設→準

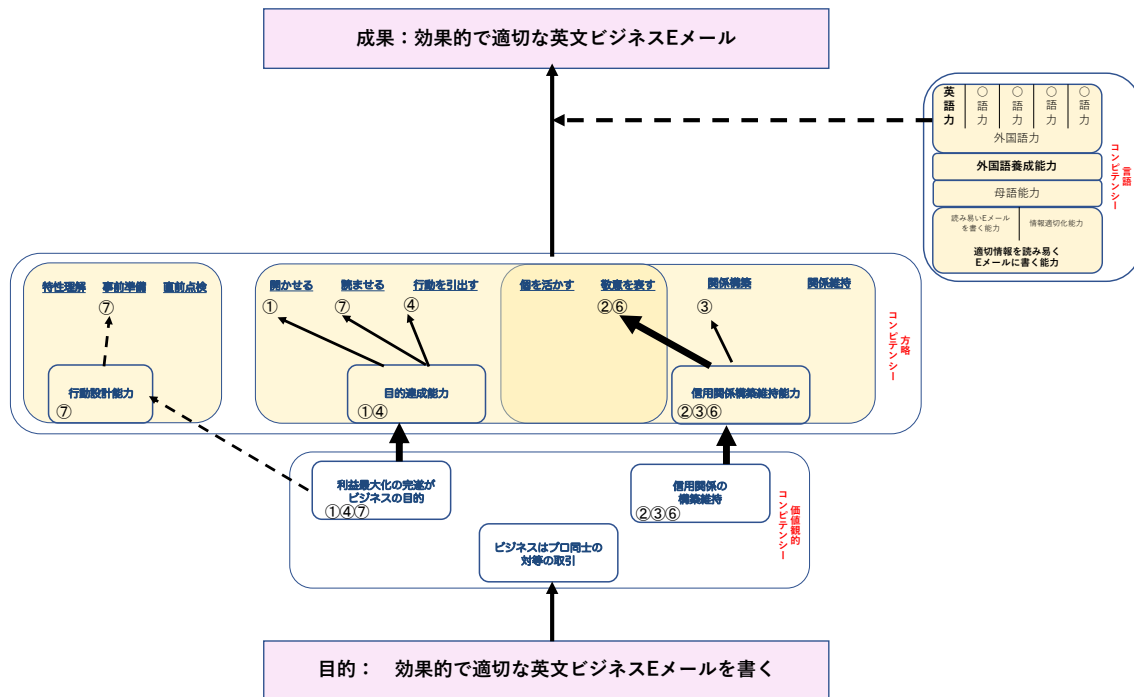


図 46 ビジネス・プロフェッショナル 4 の Eメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーに関わる表明

「面談というのは、やっぱりこの会社にとって非常に重要な話になる可能性があるので、必ず面談までこぎつけないといけないという会社の多分期待があるので」（P19-9）や「必ずミッションを達成しないとイケないの」（P19-17）などのコメントからは、「利益最大化の完遂がビジネスの目的」という価値観的コンピテンシーへの強い意識が認められる。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

「熱意をくみとってもらえるようなものを書くということ」（P19-17）などのコメントからは、目的達成能力の発揮が見られるほか、「突然の非礼、しかもアポイントのご依頼をさせていただくにあたり失礼をお許しくださいというような書き出しを英語でやりたかった」（P19-3）や「私は何々ですと自己紹介があつて」（P19-3）などのコメントは、関係構築維持能力が発揮されている証左であると考えられる。

### 言語コンピテンシーに関わる表明

上記の「突然の非礼、しかもアポイントのご依頼をさせていただくにあたり失礼をお許してくださいというような書き出しを英語でやりたかった」（P19-3）とのコメントは、同時に、自らの言語コンピテンシーの限界について残念に思っていることの表明であり、英文ビジネスEメールでのコミュニケーションにおける、言語コンピテンシーの重要さへの認識を示すものと言えよう。

### 総括

ビジネス・プロフェッショナル4は、最初に入社した銀行で、アメリカ、欧州、アジアと、世界のさまざまな地域で働いてきた実績がある。しかしながら、海外勤務を終えてからの期間が非常に長く、Eメールを英語で書くことへの苦手意識は強いように感じられた。その結果、日本語で書いたなら可能な表現も英語では十分表現できない点への不満の表明が幾度かあった。

## ビジネス・プロフェッショナル5

プロフィール

日系金融会社でのコンピューター・システム開発を長年担当。米国にて不動産開発業にも携わった経験もある。

- ① Subject: Making an appointment in London
- ② Dear Professor Taylor:
- ③ This is the first time to send you a e-mail. ④ First of all, let me introduce myself. ⑤ My name is Kxxxx Kxxxx, working at Sato Chemical in Japan and in charge of developing new products.
- ⑥ I have read your recent papers regarding new materials. ⑦ It has great possibility and effectiveness to our new products developing. ⑧ Therefore, if it is possible I would like to have a chance to meet you and seek the possibility to co-development.
- ⑨ I am supposed to visit London from August 1<sup>st</sup> through August 7<sup>th</sup>. ⑩ If you are available, I would like to make an appointment with you on 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup> or 5<sup>th</sup>.
- ⑪ I appreciate it if you let me know your availability. I look forward to seeing you soon in London.
- ⑫ With best regards,
- ⑬ Kxxxx Kxxxxx

表 33 ビジネス・プロフェッショナル5のEメールのコンピテンシー展開

① Subject: Making an appointment in London	この Subject の表現では、読み手が具体的にどのような行動をすべきかについて、やや不明解と思われる。通常は、名詞句を Subject にすることが多いので、読み手がやや違和感を抱く可能性も考えられる。 <b>利完→目達→開</b>
② Dear Professor Taylor:	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表している。 <b>信築→信築→敬</b>
③ This is the first time to send you a e-mail.	相手への敬意を表す表現と考えられるが、不要であると考えられる。 <b>信築→信築→敬</b>
④ First of all, let me introduce myself.	同上。 <b>信築→信築→敬</b>
⑤ My name is Kxxxx Kxxxx, working at Sato Chemical in Japan and in charge of developing new products.	自己開示が適正に行われているが、特に所属先については、より詳細な情報提供が望まれる。 <b>信築→信築→敬</b>
⑥ I have read your recent papers regarding new materials.	コンタクトの経緯を示して、読み手に安心感を与えているため、信頼関係構築にはプラスの貢献があると思われる。 <b>信築→信築→築</b>

		<b>利完→目達→読</b>
⑦	It has great possibility and effectiveness to our new products developing.	読み手の実績に敬意を払うことで、読み手の読み気を引出している。 <b>利完→目達→読</b>
⑧	Therefore, if it is possible I would like to have a chance to meet you and seek the possibility to co-development.	コンタクトの目的を端的に示しており、読み手の行動を促す効果があると考ええる。文法エラーあり。 <b>信築→信築→築</b> <b>利完→目達→読</b>
⑨	I am supposed to visit London from August 1 <sup>st</sup> through August 7 <sup>th</sup> . ⑩ If you are available, I would like to make an appointment with you on 3 <sup>rd</sup> , 4 <sup>th</sup> or 5 <sup>th</sup> .	読み手の立場を尊重しつつ、希望を伝えることで、信頼関係の構築にはプラス効果があると考えられる。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→行</b>
⑩	If you are available, I would like to make an appointment with you on 3 <sup>rd</sup> , 4 <sup>th</sup> or 5 <sup>th</sup> .	具体的な日程を伝えることで、読み手の行動を促している。 <b>利完→目達→行</b>
⑪	I appreciate it if you let me know your availability. I look forward to seeing you soon in London.	丁寧表現で敬意を表しつつ、期待感も示しつつ行動を促している。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→行</b>
⑫	With best regards,	形式に沿った結辞を用いて、相手への敬意を示している。 <b>信築→信築→敬</b>
⑬	Kxxxx Kxxxxx	署名欄での自己開示を行なっているが、より詳細な情報提供が望まれる。 <b>信築→信築→築</b>
全体		若干の重複表現もあるが、目的達成のための方略と信頼関係構築のための方略を組み合わせつつ、端的に用件を述べており、全体には簡潔な印象がある。言語上のエラー、不適切な語彙の使用も少なく、準備や送信前の点検も適正になされていることが伺える。 <b>利完→行設→準</b>



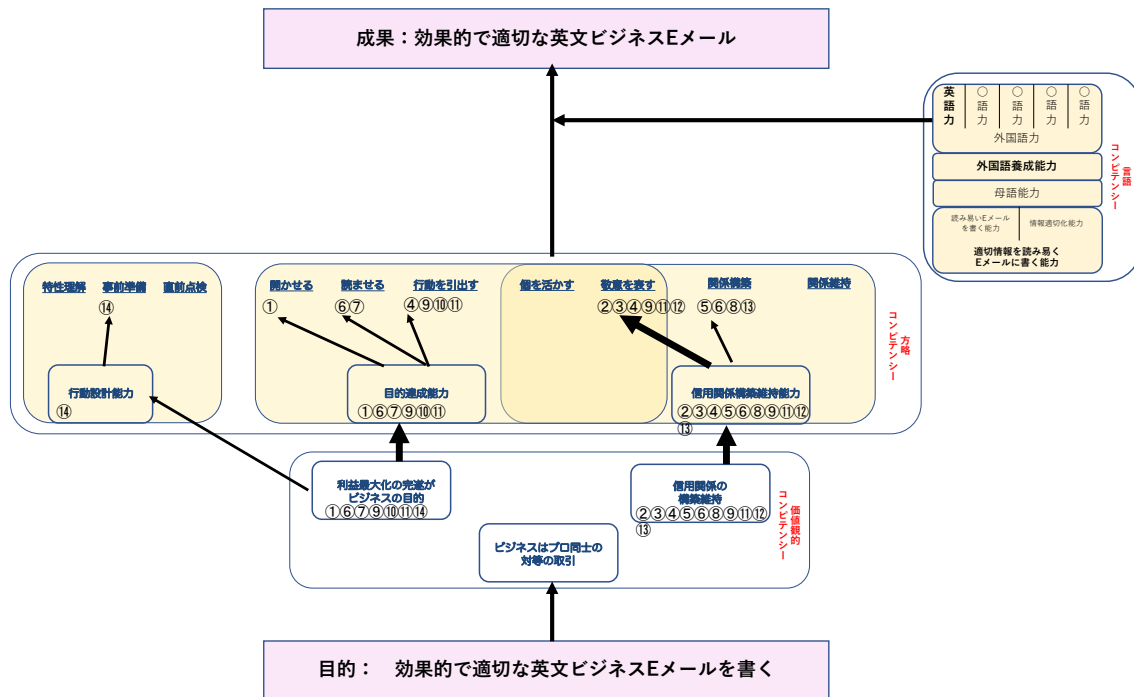


図 47 ビジネス・プロフェッショナル5のEメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーに関わる表明

Eメールというコミュニケーション手段の特徴としては、「レスポンスが大事だから、なるべく早く...やり取りするに当たっては、時間をかけて校正するよりは、とにかく早い時間になるべく早いレスポンスをしてあげる方が大切」(P20-10)というコメントを行っており、時間を尊重する考え方を示している。これは、本研究で導かれた「仕事の完遂がビジネスの目的」という価値観的コンピテンシーを構成する要素に関わる言及である。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

ビジネス・プロフェッショナル5の語りでは、方略に関わるコメントが多くあった。まず、「どこがポイントかということで主旨を伝える」(P20-2)あるいは「本当に会える時間が5分でもあれば会ってもらいたいことを伝える」(P20-49)といった目的達成能力に関わるものがある。この能力に触れたものとしては、「一個人として非常に先生に話をしたいという...こっちにも魅力があることを相手に伝えたい」(P20-50)といった個人的側面を前面に出すものや、「お金がもうかるから一緒にやらないか...そういう相手の気持ちを動かすようなポイント」(P20-54)という相手のメリットを示すことの必要性を語るものも含まれている。また、「突然なので、まず自己紹介からはじめました」(P20-2)、あ

るいは「このメールのきっかけになった教授の論文を読んだことを伝えて」（P20-2）などの関係構築維持能力に関わる言及も随所に見られた。

### 言語コンピテンシーに関わる表明

言語コンピテンシーについては、「丁寧語とか、そういう相手に気を使うような言葉...を英語で表すのはなかなか難しいので」（P20-5）と、自らの限界にも触れており、この能力を重視していること、しかし現実には必要な能力を得ることの困難さについての言及と見えよう。また、「あまり堅苦しい文章だったら、Eメールはよくないんじゃないかなという感じがします」（P20-12）と、Eメールの文体に関わる総体的な認識を示している。

ミススペルについては「ミススペルとか、そういうのも失礼にあたる...相手から見たら、僕の知性が疑われるというか、教養が疑われるというか」（P20-46）として、こうした言語コンピテンシーの水準が、ビジネスの成果に影響を及ぼす可能性に触れ、この能力を軽視できないという意識も見える。また、文体に関しては、「あまり堅苦しい文章だったら、Eメールには良くない」（P20-12）と、文体の選択に関わる能力についても触れている。

### 総括

ビジネス・プロフェッショナル5は、米国での勤務経験があるが、帰国して海外関連業務から離れて長いため、言語コンピテンシーにやや自信を失っている様子があった。日本語で書いたなら可能な表現も英語では十分表現できない点への不満の表明が幾度かあった。

## ビジネス・プロフェッショナル6

プロフィール  
 社会人、学生を対象に、ビジネス系の英語を教える民間語学学校で、企業、大学などの法人顧客の獲得、取引深耕を担当している。当社に勤務する前は、長年外資系研修会社で教育、研修プログラムの開発等も行ってた。

- ① Subject: Sato Chemical from Japan: Asking for an appointment in August
- ② Dear Professor Tyler,
- ③ My name is Sxxxxx Axxxxxx I'm working for a chemical company called Sato Chemical which locates in Japan.
- ④ I'm a member of the R&D Department and working on developing new products.
- ⑤ Recently, I read your paper on xx magazine and quite impressed by your new findings and the material, and I sense that the material has a huge potential for our new product.
- ⑥ I would really appreciate it if you could talk with me about our possibility of future collaboration on this coming August.
- ⑦ I happen to have a chance to visit London from August 1<sup>st</sup> - 7<sup>th</sup>, and I could visit your office on 3<sup>rd</sup>, 4<sup>th</sup>, and 5<sup>th</sup>.
- ⑧ It's totally fine to talk for only short amount of time, but I would appreciate it if you could give me 15minutes to introduce my corporation, what I do, and why I thought your material has a huge potential for our company.
- ⑨ I'm really interested by your finding, and I hope we could say hi and talk about our chance for collaboration.
- ⑩ Sincerely,
- ⑪ Sxxxxx Axxxxxx

表 34 ビジネス・プロフェッショナル6のEメールのコンピテンシー展開

① Subject: Sato Chemical from Japan: Asking for an appointment in August	Eメールの趣旨が適切に要約されている点と、知らない相手から送られたEメールを受取る読み手の不審感を軽減するために、送信社名を入れているところに方略が見える。 <b>利完→目達→開</b>
② Dear Professor Tyler,	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表しているが、読み手の名前を誤記している。 <b>信築→信築→敬</b>
③ My name is Sxxxxx Axxxxxx I'm working for a chemical company called Sato Chemical which locates in Japan.	自己開示を適切に行なっているが、特に所属先に関しては、より詳細な情報が望ましいと考えられる。 <b>信築→信築→築</b>

④	I'm a member of the R&D Department and working on developing new products.	自らを専門家として適切に権威付することで、読み手は相手に相応しいと判断する根拠となるため、読み進める意欲が高まる。 <b>信築→信築→築</b> <b>利完→目達→読</b>
⑤	Recently, I read your paper on xx magazine and quite impressed by your new findings and the material, and I sense that the material has a huge potential for our new product.	コンタクトの経緯を示すことで、読み手の不信感を軽減しつつ、読み手の業績に対する賛辞を送ることで、読み手の読む気を高めている。 <b>信築→信築→築</b>
⑥	I would really appreciate it if you could talk with me about our possibility of future collaboration on this coming August.	丁寧な表現で読み手への敬意を示しつつ、コンタクトの目的を明確に説明していることが、信頼関係構築の良い端緒となっている。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→読</b>
⑦	I happen to have a chance to visit London from August 1 <sup>st</sup> - 7 <sup>th</sup> , and I could visit your office on 3 <sup>rd</sup> , 4 <sup>th</sup> , and 5 <sup>th</sup> .	相手の負担感を感じさせない表現を使い具体的な日程を示すことで、読み手の行動を引出す工夫をしている。 <b>利完→目達→行</b>
⑧	It's totally fine to talk for only short amount of time, but I would appreciate it if you could give me 15minutes to introduce my corporation, what I do, and why I thought your material has a huge potential for our company.	ここでも、短時間でも会いたいという読み手の負担感の軽減を図りつつ、一方で面談に対する熱意も示していることで、読み手の行動を引出す可能性を高める工夫をしている。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→行</b>
⑨	I'm really interested by your finding, and I hope we could say hi and talk about our chance for collaboration.	読み手の立場を尊重しつつ、希望を伝えることで、信頼関係の構築にはプラス効果があると考えられる。 <b>信築→信築→敬</b> <b>利完→目達→行</b>
⑩	Sincerely,	形式に沿った結辞を用いて、相手への敬意を示している。 <b>信築→信築→敬</b>
⑪	Sxxxxx Axxxxx	自己開示を行なっているが、開示度合いが不十分である。 <b>信築→信築→築</b>
全体 ⑫		ビジネスの個人的な側面を活かす意識が、全体を通して見られる点が、特徴となっており、外資系企業で働いた経験が反映されているようである。言語上のエラー、不適切な語彙の使用も少なく、準備や送信前の点検も適正になされていることが伺える。 <b>利完→行設→準</b>

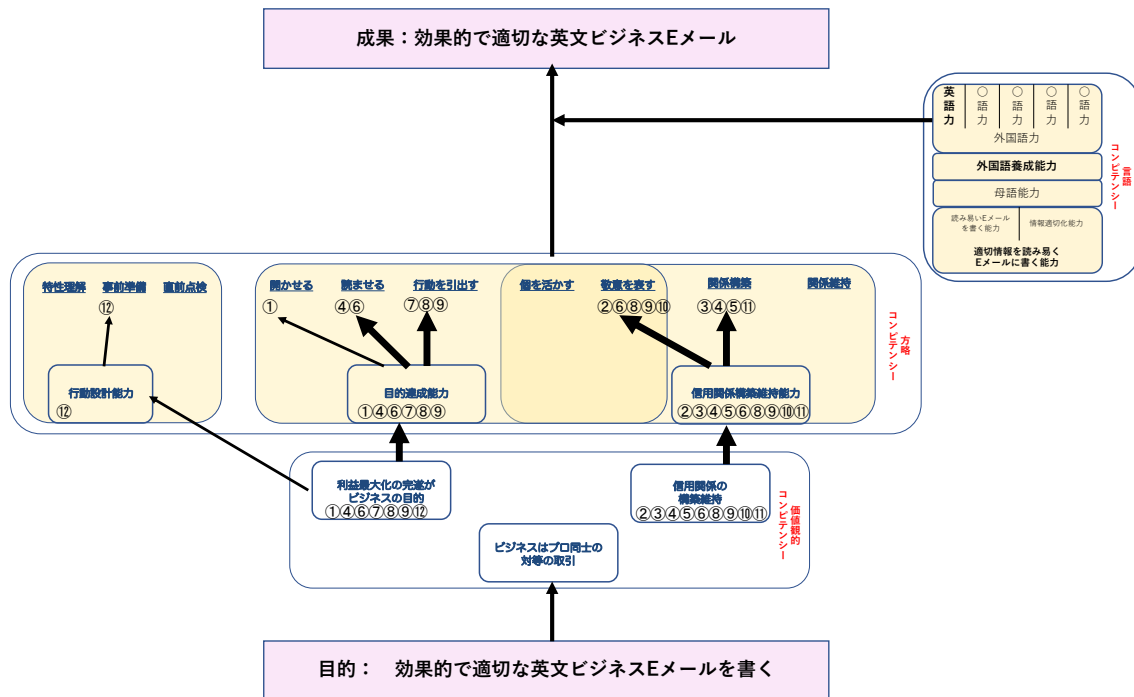


図 48 ビジネス・プロフェッショナル 6 の Eメールのコンピテンシー展開

### 価値観的コンピテンシーに関わる表明

「研究開発ということで、あなたに関係性して、ポジションとしては近いんだよというのをなんとなくいっておきたい」（P21-2）というコメントや「やっぱり上下関係は全然出してない...こっちの方が、英語の方が書いていて気持ちが良いんです。フラットに自分のことを伝えて、対等で尊敬しているみたいな関係性を目指している」（P21-22）というコメントでは、「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」という価値観的コンピテンシーに触れていると思われる。そのためか、日本語よりも英語の方が表現しやすいというコメントをしており、これはビジネス・プロフェッショナル 6 に特徴的であった。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

「初回のメールなんで、却下されるかもしれないんで、ハードルを下げたいので、ちょっとでもいいみたいなものを入れる」（P21-5）や、「あなたの発見という言い方をして」（P21-3）として相手を褒める表現を使ったりといった工夫は、目的達成能力の発揮と言えよう。また、「一応フォーマルな Dear がいいだろうと」（P21-2）や「やっぱり個人として話した方が面白いところもある。...個人も関心があるみたいな一面性が」（P21-121）などとして、関係構築維持能力も示している。この個人的な側面を強調することについて

は、ビジネス・プロフェッショナル5が現在の勤務先に勤める前に、外資系企業にしばらく勤務し、日常的に英語母語話者の仕事ぶり、ビジネスEメールの書きぶりなどを見ていたことからの影響が見られるようである。

#### 言語コンピテンシーに関わる表明

「RequestとAsking、どっちがいいかなみたいなのがあって」（P21-2）、「I thinkよりもsenseぐらいで言っという方が、話せるやつなんだなって思わせられるかなみたいなの」（P21-5）、「同じ単語を自分が何回も使ってるなってなっちゃうと、やっぱり変えたいなっていうか、変えないと流暢じゃない人って思われちゃうかもしれない」（P21-16）、あるいは「（相手が）イギリス人の方なので、多少ボキャブラリーのバリエーションを出しておいて、知性を出しておかないと」（P21-3）などのコメントからは、いわゆるネイティブ志向的言語コンピテンシーを重視している姿勢が窺えた。

#### 総括

ビジネス・プロフェッショナル6は、今回の被験者の中では、最年少（30代、他の被験者は全て50代以上）であった。同僚はほとんどが英語母語話者かつ使用言語も原則英語という外資系企業での勤務経験の中から、ビジネスの対等性や個人の特性をビジネスに活かす発想など、そのような環境で働いてきた者ならではのコメントもあった。

## 6名のビジネス・プロフェッショナルのコメントの総括

### 価値観的コンピテンシーの表明

経済的な結果を出すという目的を達成するための手段として、相手との関係を良好に築き維持することに対するこだわりは、6名すべてのビジネス・プロフェッショナルのコメントに見られた。また全員に問うた「相手との関係を考慮した言葉づかいには慎重でなければならないか」という質問に対しては、すべての者が「大いにそう思う」「またはややそう思う」という答えを行なっていることから判断して、相手との関係性を構築し維持することを尊重すべきであるという価値観が見て取れる。しかしそれは、「経済的な結果」（ビジネス・プロフェッショナル1）を出すための手段的な位置付けにあり、最上位の価値観というわけではない。

### 方略コンピテンシーに関わる表明

6名のビジネス・プロフェッショナルについて、明確に見られたのは、モデルの示した方略である「行動設計能力」を尊重する意識である。与えられたシナリオでは、読み手となるテイラー教授に関する情報が少ないが、Eメールを書き上げる時間に制約が設定されない現実のビジネスの場では、教授に関わる事前リサーチを十分行うべきとの指摘が見られた（ビジネス・プロフェッショナル3、4）。その結果、得た情報に基づき、その他の方略をどう発揮するかで、Eメールの成否が決まるということと考えられる。また、重要な内容のEメールであればあるほど、発信前の点検の重要が多く指摘されている。

また、コメント数が最も多いのは、「目的達成能力」についてであった。特に、件名の確さ、目的の明示の重要性、相手のメリットへの言及、相手が返信しやすいような配慮（および、返信義務を感じさせるような書き方の工夫）などに関するコメントが多かった。相手のメリットへの言及については、ほぼ全員が「（読み手であるテイラー）先生の関心を引くには、開発した素材について大いに賛辞を送り、プライドを刺激することが必要か」との質問に対し、一応に「大いにそう思う」「そう思う」との回答をしている。

信頼関係構築維持能力については、特に十分な自己開示の重要性と、コンタクトの経緯の開示の重要性についてのコメントが多かった。

こうした意味では、各ビジネス・プロフェッショナルが書いたサンプルEメールには、自分を適切に権威づけようとする意識が現れている、あるいは表れていない場合は、インタビューの中で、そのようにすべきであったとの反省のコメントも見られた。

### 言語コンピテンシーに関わる表明

言語コンピテンシーの水準に関しては、2名から、非英語母語話者とのコミュニケーションであれば、BELF的発想でなるべく平易な文構造や語彙を使用すべきだが、実験の設定は、相手が英国の大学教授なので、ネイティブ水準を目指すべきとの認識が示された。

また、6名とも総じて英語表現に問題のない者が多かったが、現場を離れての期間が長い者は、言語コンピテンシーの低下を自覚しており、価値観に基づくさまざまな方略は思いつくものの、それが英語表現には結びつかないというもどかしさを感じているようだった。

言語コンピテンシーに関わるコメントとして最も多かったのは、さまざまな方略を活かすための語彙選択についてのものである。「情報の適切性を確保する能力」を確保するために文章から曖昧さを取り除くためにどのような語彙が用いられるか、「目的達成能力」実現のために、件名の表現をどうするか、また、返信を確実にするためにどんな語彙を用いるか、丁寧さを表現するためにどのような語彙が適切かの選択に悩んだなどの趣旨の発言が多かった。また、言語コンピテンシーの構成要素である「読み手に配慮する能力」については、特に「平易な構造と語彙」の使用について、さまざまなコメントがあった。

### 総括

このように、6名のビジネス・プロフェッショナルによるコメントは、本研究のモデルで示された主要な価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシーおよび言語コンピテンシーに触れており、同モデルが、国際ビジネス経験豊富なビジネス・プロフェッショナルの有する効果的な英文ビジネスEメールを書く能力を説明していると考えられる。

もちろん、モデルでは説明できないような要素についての言及も見られた。例えば、言語コンピテンシーと価値観的コンピテンシーの関係、特に、必要十分な言語コンピテンシーを獲得するについては、どの程度の、どんな内容のビジネス経験を要するかについては、その説明能力を超えていると思われる。しかし、本研究に協力したビジネス・プロフェッショナルのコメントを全般的に見ると、本研究モデルで示された何らかの価値観的コ



ンピテンシーが方略、言語の各コンピテンシーを動かすという図式の中で説明できるものが大半であるため、モデルの説明能力は高いと評価できると考える。

## 第2項 モデルを使った市販指南書の分析

本章のここまでで行った検証によって、本研究で構築したモデルが、効果的で適切な英文ビジネスマイルライティングの巧拙を説明する能力があることが分かった。多くの実務家が実質的に英文ビジネスEメールを書く際に頼りとしている市販の指南書が、果たして本研究のモデルが示唆する価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシー、言語コンピテンシーを総合的に読者に伝え、彼らが英文ビジネスEメールの優秀な書き手となるために有効な教材となりうるかを検証する必要がある。

本研究が構築したモデルでは、一つのEメールが作成される過程の中で、3つのコンピテンシーがどのような働きをしているかを説明しているため、検証の対象となる指南書を選定するに際しては、単に場面別に使用可能な表現を列挙した有用表現集あるいは辞書的な著作ではなく、まず著者が国際ビジネスに永年従事した実務家または国際ビジネスに関わるコミュニケーション指導の経験豊富な教師であること、さまざまなビジネス現場での場面を想定した英文ビジネスEメールの模範例ないしはEメールで使える有用表現が掲載されていること、さらにそれらについての解説があることの3条件を満たすものを選定した。これら解説の中に、価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシーおよび言語コンピテンシーに関わる記述がある可能性があるからである。その結果、表35に示した5冊が検証対象として適切であると判断された。

表35 検証対象の指南書一覧

	タイトル	著者・出版時期・出版元
指南書 ①	英文ビジネスeメールの教科書 —書き方の基本から応用表現まで—	柴田真一/神藤理恵(実務家) 2019年3月 NHK出版
指南書 ②	人を動かす英文ビジネスEメールの書き方 —信頼と尊敬を勝ちとる「プロの気くばり」—	定森幸夫(実務家) 2018年8月 ダイヤモンド社
指南書 ③	英文メール強化塾 Lesson 1～20	P・ピンネット(教師) 2006年5月 国際ビジネスコミュニケーション協会
指南書 ④	英文ビジネスマイルの作法	大森都史春(実務家) 2014年7月 中央経済社
指南書 ⑤	英語ビジネス E-MAIL 入門 —電子メールの書き方を基礎から徹底解説 100のメール文例で応用も自由自在—	染谷泰正(実務家・教師) 1997年2月 アルク

以下、ここに採り上げた5冊の指南書が、本研究の知見に基づいた英文ビジネスマイルライティング指導の教科書としての条件を、どの程度備えているかを検証する。

### 指南書①

本書は、国際金融ビジネスのプロフェッショナルから英語教育の専門家に転じた著書（第一著者）と、長年の外資系企業における社内通訳から会議通訳者に転じた共同著者（第二著者）の合作による、ビジネスで使われる英文Eメールの書き方に関する指南書であり、著者2人の国際ビジネス現場での経験に基づいた内容となっている点を特色として掲げている（p.2）。

内容的には、全278頁の内の最初の8頁を使って「メールのポイント」を示し、あとはすべてビジネスシーン別の例文の提示という構成である。例として、ビジネスシーンごとに87例が示してあるが、「丸ごと使える基本メール」という見出しに表れているように、「学ぶ」というより「そのまま使う」、つまり辞書を引くような使い方の想定した内容となっている。

これに加えて、第一著者がその各例文に対して「ビジネス・アイ」と名付けたコラムを付し、数行のコメントでポイントを1点に絞った解説をしている。例えば、最初のコラムでは、「メールで恥ずかしさ・照れくさは捨て、経歴面でしっかりとアピールすること」とある。このようなコメントの多くは、本研究で構築したモデルでは、方略コンピテンシーにあたるものが多い。ただし、87個のコメントをすべて検討すると、内容的に重複と考えられるものや、常識としての行動指標に触れるなど、必ずしもビジネスに特化したコメントとは言えないため、ビジネス関連の方略コンピテンシーの列挙数は87には届かないと考えられる。つまり、ビジネスEメールが必要とする様々な局面での必要知識や工夫に比して、カバーしきれていない項目が多いと考えられる。また、方略コンピテンシーを支える価値観的コンピテンシーに関わる言及は、ほとんど見られない。

次に、本書で例文として取り上げられているEメール文例で本研究のシナリオに近いもの（依頼を内容とするもの）を採り上げ、これらが本研究で構築した3つのコンピテンシーモデルに照らして、模範例となりうるかを検証する。

表 36 指南書①の E メール文例

① Subject: Nice to meet you!
② Dear Mr. Wilson,
③ My name is Ishihara; ①we met and exchanged business cards at the networking event the other day. It was great to see you!
④ I was very pleased that you were interested in our company's services, and I was just wondering if I could bring the materials to you at your convenience.
⑤ Will you be available at any time on the following dates?
-Monday, February 19th: 13:00 to 18:00
-Friday, February 23rd: 9:00 to 12:00
-Wednesday, February 28th: All day
⑥ If none of the above works for you, please kindly suggest your available time slots. Thank you very much.
⑦ Yumi Ishihara

表 37 指南書①の E メール文例内各文のコンピテンシー展開

① Subject: Nice to meet you!	この Subject の表現では、読み手が具体的にどのような行動をすべきかについて、やや不明解と思われる。末尾に!のついた件名は、通常のビジネス設定では、ややカジュアルに過ぎる。 利完→目達→開
② Dear Mr. Wilson,	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表している。 信築→信築→敬
③ My name is Ishihara; we met and exchanged business cards at the networking event the other day. It was great to see you!	自己開示を適切に行なっているが、所属先の情報がないので、不審感を惹起するリスクがある。コンタクト経緯を示していることは、プラス評価できる。但し“!”は不要と思われる。 信築→信築→築 利完→目達→行
④ I was very pleased that you were interested in our company's services, and I was just wondering if I could bring the materials to you at your convenience.	自己開始の部分で、所属先の情報がないので、“our company's service”と伝えても、何を指すのか明確でないため、いきなり届けますと伝えても、読み手は対応に困る。 信築→信築→築 利完→目達→行
⑤ Will you be available at any time on the following dates? -Monday, February 19th: 13:00 to 18:00 -Friday, February 23rd: 9:00 to 12:00 -Wednesday, February 28th: All day	前段で、誰が何を届けるのが明確でないので、スケジュールを書かれても、読み手は行動を動かさない。 利完→目達→行
⑥ If none of the above works for you, please kindly suggest your available time slots. Thank you very much.	同上 利完→目達→行
⑦ Yumi Ishihara	自己開示を行う部分であるが、情報不足である。 信築→信築→築
全体 ⑧	相手を動かすために十分な情報を提供できているかという内容的な面、文体はビジネス E メールでのコミュニケーションに相応しいかについての判断が適正に行われていないので、基本的な価値観の理解がなく、そのため準備が不足している。 利完→行設→準

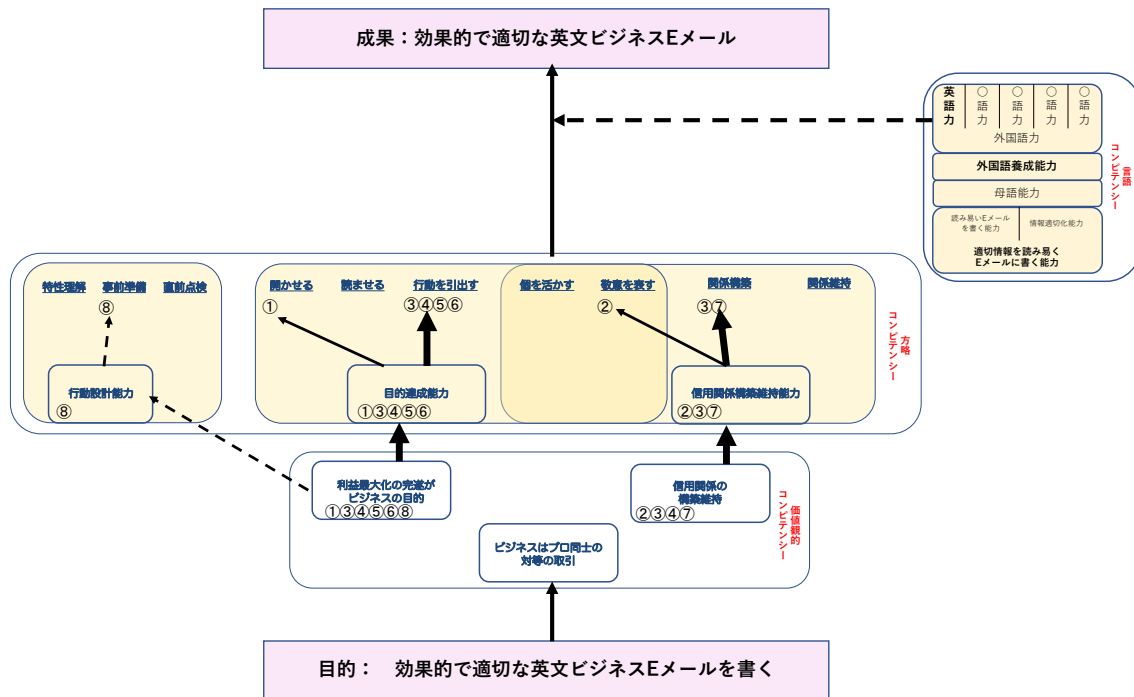


図 49 指南書①の E メール文例におけるコンピテンシー展開

この文例は、上記分析に照らすと、本研究で抽出された「Eメールは書き言葉としてであると認識して書く」という方略コンピテンシーを十分反映しきれていないと考えられるため、英文ビジネスEメールの指南書に模範例として掲載するには、内容的に十分でないと考えられる。

以上を総合すると、本研究で特定したコンピテンシー、特に価値観的コンピテンシー、および方略コンピテンシーへの本書の言及が限定的であること、また、模範となるべき「模範例」が、本研究の知見に照らせば、コミュニケーションの目的を達していない。もちろん、たまたまサンプリングした「模範例」が模範的でないからといって、本書で採上げられた文例のすべてが不適切な例であるとはいえないものの、個々の文例には、本研究の観点からの精査が必要であると思われる。

## 指南書②

本書は、約40年にわたり総合商社におけるビジネスの場を経験した著者が、「50カ国余りのビジネスパーソンとの仕事を通じて体得した人を動かす英文ビジネスEメールの書き方をまとめたものとなっており、ビジネス現場での経験を基にしている点が強調されている。その中で「重視したテーマは、「プロの心を動かすメッセージ」「プロに喜んでイエスを言わせる言葉の洗練度」「日本人が日常生活で大切にしている“思いやりの精神”を、世界のプロに称賛される「気くばりにパワーアップされるノウハウ」を披瀝するものである」としている(p.1)。」これを敷衍して、序章「英文ビジネスEメールの書き方」において、「人の心をつかみ、動かす5つのポイント」(p.18)を掲げ、ポイント1が「用件の伝達にとどまらず、『信頼関係の構築・発展』を目指す」としており、ビジネスEメールライティングというコミュニケーションが、「信頼関係の構築・発展」を目的としているという説明を行っている。著者は「気くばり」という意識が重要であることを強調しており、その「気配り」は、本研究で言う価値観的コンピテンシーに当たると思われる。しかし「気配り」という表現に見られるように、本研究が3つ挙げている価値観的コンピテンシーである「プロ取引の対等関係」、「利益最大化完遂目的」、「信頼関係構築維持」のうち、本書では最後の「信頼関係構築維持」に力点が置かれるとともに、解説が「信頼関係構築維持」に連なる方略コンピテンシーに集中する傾向があり、この点が、本書を本研究の知見を基にした英文ビジネスEメールのライティング指導の教科書とする際には課題となる部分であると考えられる。

第1章以降は、具体的な状況を設定し、それに対応する英文ビジネスEメールの模範例を示した上で、解説としてまず「気くばりのポイント」を掲げ、さらに「英語表現上のアドバイス」を提示するという構成となっている。本研究の実験1を実施したのが2016年8月で、その2年後の2018年8月に本著が刊行されているが、p46に「こちらの都合でアポを取り付ける」という、本研究での実験で使用したシチュエーションに近い想定での依頼シナリオによるEメールの文例が示されているため、それを以下に示し、モデルを使って分析する。

表 38 指南書②の E メール文例

① Subject: Visiting your office on May 24 or 25
② Dear Mr. Griffin,
③ I plan to be in New York from May 20 through 30 and, if you will be in town, would like to discuss the possibility of working with you on our new research project.
④ I am fully aware how difficult it is for a busy person like you to adjust schedules on short notice, but I would greatly appreciate it if you could somehow arrange to meet me on the afternoon of either May 24 or May 25.
⑤ Kind regards,

表 39 指南書②の E メール文例内各文のコンピテンシー展開

① Subject: Visiting your office on May 24 or 25	明解で、ビジネスの目的がよく分かる。 利完→目達→開
② Dear Mr. Griffin,	形式に則った敬辞で読み手への敬意を表している。 信築→信築→敬
③ I plan to be in New York from May 20 through 30 and, if you will be in town, would like to discuss the possibility of working with you on our new research project.	用件を明確に述べているので、読み手は読み進む気にはなるが、やや唐突感がある。 利完→目達→読
④ I am fully aware how difficult it is for a busy person like you to adjust schedules on short notice, but I would greatly appreciate it if you could somehow arrange to meet me on the afternoon of either May 24 or May 25.	相手の都合を配慮する表現が用いられ、かつ目的が明記され、相手の行動を引出す効果はあるが、前半は不要。 信築→信築→築
⑤ Kind regards,	定例的な結辞で適切 信築→信築→築
全 体 ⑥	やや不要な表現があるという点で、情報の適正さを確保する能力が不十分という面もあるが、全体的にはエラーも少なく、流れもよいので準備や送信前の点検も、行われていると推測できる。 利完→行設→準

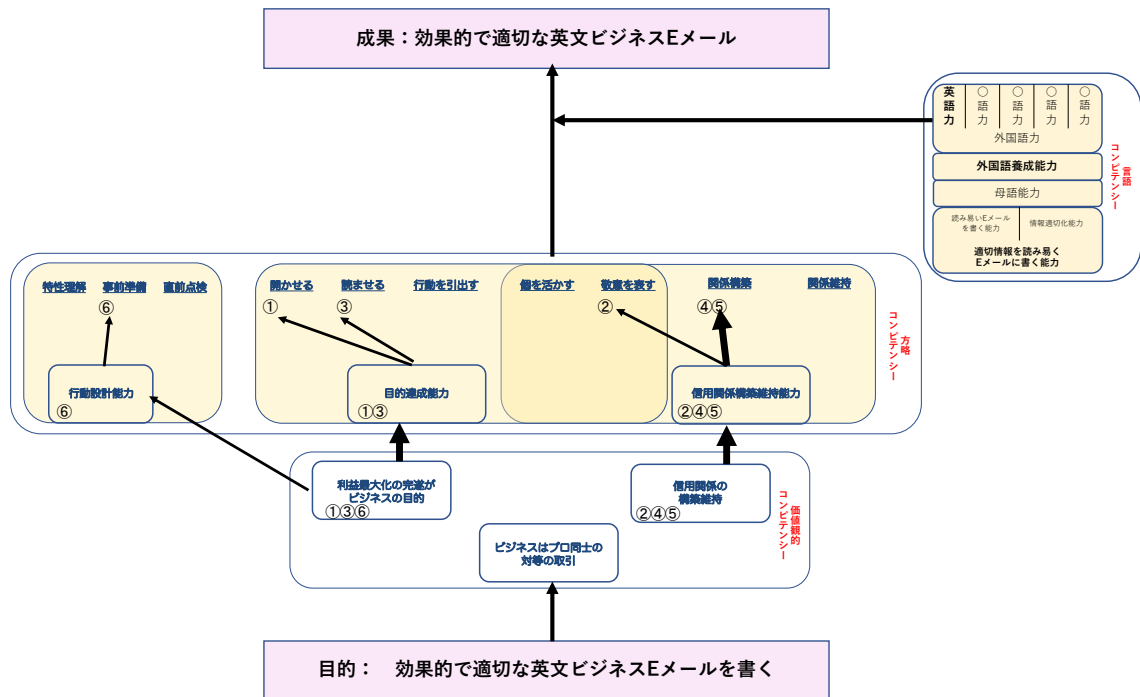


図 50 指南書②の E メール文例におけるコンピテンシー展開

示された文例は、モデルが示す3つの方略コンピテンシーを書き手が有していることを推定させるようなものになっており、語彙や表現も適切である。方略コンピテンシーの働きは、同時に価値観的コンピテンシーをも書き手が備えていることを推定させるものである。このような文例が網羅されているとすれば、本研究を基にして行う英文ビジネスEメールライティング指導においても、使用するに適切なものであると考えうる。

以上を総合すると、本書は、本研究が特定したコンピテンシーの働きを説明している文例を備えているものの、解説部分では、「信頼関係維持構築」にかなり偏った説明が行われており、他のコンピテンシー群への言及がない点が、教科書としては課題となる点であると考えられる。



### 指南書③

指南書③の作者は日本在住45年で企業研修の経験の豊富な英語母語話者であり、ビジネスコミュニケーションに関わる英語指導の実績も十分備えている。

本書では、20ケースのビジネスシーンでの英文ビジネスEメールライティングの文例が紹介されており、それぞれの文例について重要ポイントの解説、その解説に基づき修正を施した別の例文が併記されている。

本書の最大の特徴は、書き手と読み手の間の力関係を重視し、それに基づいて表現の強さをどの程度にすべきであるかが数値（グラフ）で視覚化されていることである。このような条件設定により、本書の読み手（学習者）は、各場面において、本研究でいう方略コンピテンシーの選択をどう行うべきか、どの方略コンピテンシー（あるいはその組み合わせ）をどの程度使うべきか、また、それら方略コンピテンシーをEメールの文面に反映させるための言語コンピテンシーは何かといった課題を突きつけられることになり、学習者は大いに鍛えられることとなる。この意味においては、本書は、本研究が期待する教科書の一要素を備えているとも考えられる。

しかしながら、本書では、方略コンピテンシーとその土台となっている価値観的コンピテンシーについて明示的に述べられているわけではなく、学習者は、本書が提示しているようなケースに幾度も取組むことによって、それらの存在に経験的に気付くことになることが予想される。このように見れば、本書を使って行うコンピテンシーの習得は、帰納的アプローチであると言えよう。これに対して、本研究が提示するライティング指導においては、3つのコンピテンシーモデルをまず提示して、学習者にライティングプロセスの全体像を示した上で、どのようなコンピテンシーがどのように動員される可能性があるか、個々のケースに応じどのコンピテンシーを動員するか学習者に考えさせる演繹的なアプローチを採ることとなる。この点は、本書を、本研究を基にした指導用教科書にする際の課題であろう。

前述20例のうち、本研究の実験1のシナリオと同じようなシナリオが本書42ページにある。これを、本研究のモデルを使って分析してみる。手法は、上記指南書①、指南書②で使用したものと同様である。

表 40 指南書③の E メール文例

① Subject: Request for meeting
② Dear Mr. Smith,
③ Thank you for sending the specifications so quickly. ④ I wonder if I could ask meeting 2 with you to discuss them? ⑤ At the meeting, 3 we would like to clarify some of the details 4 of the specs, including the temperature range.
⑥ We are afraid this spec could be an issue because it is somewhat wider than the range specified 5 for one of the key components of the XY-123. ⑦ So we would like to discuss the possibility of either modifying 7 the temperature spec or substituting the component. ⑧ If we decide 8 to substitute the component, I think we will also have to consider whether that would have effects on the budget or the production schedule.
⑨ So once again we would like to request the opportunity to meet you to clarify this and any other issues 11 for XY-123 production. ⑩ Could you let us know if the first week of December 12 would be convenient for you? ⑪ We can make time to meet you on any day that week.
⑫ Best regards,
⑬ Hiroshi Kato

表 41 指南書③の E メール文例内各文のコンピテンシー展開

① Subject: Visiting your office on May 24 or 25	明解で、ビジネスの目的がよく分かる。 利完→目達→開
② Dear Mr. Griffin,	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表している。 信築→信築→敬
③ I plan to be in New York from May 20 through 30 and, if you will be in town, would like to discuss the possibility of working with you on our new research project.	用件を明確に述べているので、読み手は読み進む気にはなるが、やや唐突感がある。 利完→目達→読
④ I am fully aware how difficult it is for a busy person like you to adjust schedules on short notice, but I would greatly appreciate it if you could somehow arrange to meet me on the afternoon of either May 24 or May 25.	相手の都合を配慮する表現が用いられ、かつ目的が明記され、相手の行動を引出す効果はあるが、前半は不要。 信築→信築→築
⑤ Kind regards,	定例的な結辞で適切 信築→信築→築
全 体 ⑥	やや不要な表現があるという点で、情報の適正さを確保する能力が不十分という面もあるが、全体的にはエラーも少なく、流れもよいので準備や送信前の点検も、行われていると推測できる。 利完→行設→準

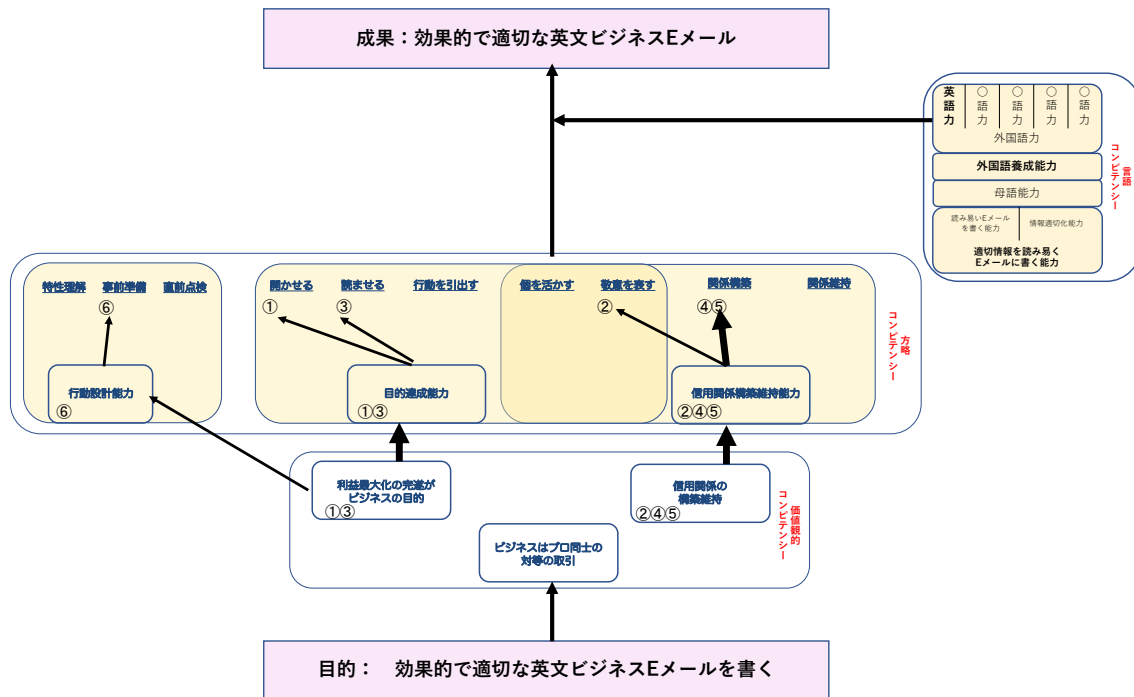


図 51 指南書③のの E メール文例におけるコンピテンシー展開

この文例におけるコンピテンシーの展開は、表 41 および図 51 によれば、本研究で抽出された「利益最大化の完遂がビジネスの目的」という価値観的コンピテンシーに基づいて目的達成能力が動員され、その手段として相手との力関係を利用する力が使われているように見える。また、行動設計能力も発動されている。つまり、本書が力点をおいて説明している力関係を利用するビジネス E メールライティングは、見方を変えれば、このような複数のコンピテンシーの展開と考えることもできる。このような文例は、本研究が特定した 3 つのコンピテンシーを説明する際に利用することが可能であると言えそうである。

ここまでを総合すると、指南書③は、本研究が特定したコンピテンシー構造を学習者に推定させるための文例は用意しているが、指導のアプローチが、本研究が目指す演繹的アプローチではなく、帰納的アプローチであるという点で、教科書として使用するには、課題があると考えられる。

#### 指南書④

本書は、オーストラリアに 18 年間滞在、現地の弁護士資格を取得し法律事務所に勤務後日本に帰国、その後外資系企業複数社で企業内弁護士を務める著者によるものである。

冒頭で「日本人の英文メールに潜む3つの『リスク』」の存在を指摘し、本文では、そのリスク（著者は「コミュニケーション・リスク」と呼んでいる）を抑える「削減テクニック」をまとめている。このようなリスクが発生する場面を、「メールの書き出し」

（1章）、「期間・期限について」（2章）、「時間の認識を合わせる」（3章）、「箇条書きを使ったコミュニケーション」（4章）などの項目に分類、それぞれの場面での具体的リスク削減法を提示している。その中で、リスク削減という目的を達成するための方略コンピテンシーに関わる説明を多く含んでいるが、本研究でいう価値観的コンピテンシーに関わる記述は見当たらない。方略コンピテンシーの使用に関わる説明の例としては、以下のようなものがある。

- ・相手が自分を知らない場合に、相手の不安を取り除くことができるような書き出しが必要である（p.2）。このような書き出しの例として、以下を掲げている。

① I came across your contact details while searching for an Indian tax law advisor on the Internet (p.2).

この例のコンピテンシーの展開は、**信築→信築→維**と示すことができる。

- ・グローバルなビジネスにおいて、時差に認識の違いによる問題の発生を防ぐために、「基準とする時間の認識を合わせる」（p.58）。このような文例として、以下を掲げている。

We have set the telephone conference for 6 p.m. (9 a.m. London time). Please let us know if this will be workable for you (p.58).

この例のコンピテンシーの展開は、**利完→目達→行**と示すことができる。

- ・「良好な関係を維持する」ために、「相手のどのような『行動』が、自分にとって、どのような『良い結果』をもたらしたか、この2つを具体的に相手に示す（p.222）。このような文例として、以下を掲げている。

② I would just like to update you on what we have accomplished since we had the discussion. Following your advice, we have implemented a few measures. These have worked very well and enabled us to achieve what we originally planned. We would like to

thank you for your valuable advice which has helped us be in a position to be able to write this note of appreciation to you (p. 222).

この例のコンピテンシーの展開は、**信築→信築→維**と示すことができる。

以上から、指南書④は、本研究が特定したコンピテンシー構造を学習者に推定させるための要素は部分的に提供しているが、コンピテンシーを説明する切り口が、コミュニケーションリスクを削減することのみに専ら向けられているため、本研究が特定したコンピテンシーの構造を示すことを通じての演繹的アプローチに使用する教科書としての条件を十分備えているとは言えない。

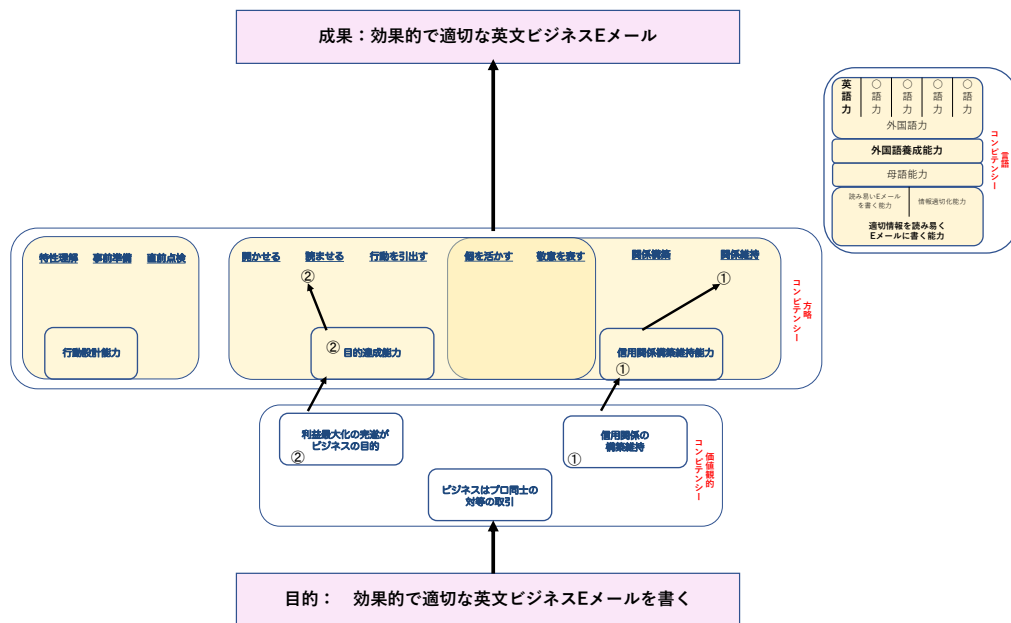


図 52 指南書④のEメール文例におけるコンピテンシー展開

## 指南書⑤

本書は、海外でのビジネス経験を積んだ後に、個人で英語教材開発を行うかたわら通訳・翻訳業務に携わった後、大学院で通訳翻訳研究、英語ビジネスコミュニケーション論専攻を修了し私立大学外国語教授をつとめていた著者により著された英文Eメールライティングに関わる指南書である。全320ページの約3分の1を割き、英文Eメールの書式、ルールとマナー、上手に使うヒント、文体と構成法などについて解説し、残りの3分の2でシナリオ別の分解説を行っている。その中で、本研究で特定した言語コンピテンシーや方略コンピテンシーにあたるものへの言及が少なからず見られる。例としては、以下のようなものがある。

- ・「文章を読みやすくするための工夫」(p.48)として「スクリーンインプレッションをよくする」という項目があり、「電子メールは、通常の紙に印刷された文書を読むよりも、目にかかる負担が大きい。また、画面表示上の技術的な制約も多い。したがって、メッセージの作成に当たっては、できるだけ読みやすくするための工夫が必要になる。いわゆる『スクリーンインプレッション』への配慮である(p.48)」とする。

この例のコンピテンシーの展開は、**利完→目達→読**と示すことができる。

- ・「ていねいさと文体上のフォーマルさの違い」という題目の下、「円滑な人間関係を維持していくうえで、相手との関係に応じた『ていねいさ』はどんな場合でも必要なことである。一般に、ていねいさを意識した文章はごくフォーマルな文体で書くことが多い。しかし、フォーマルな文章が必ずしもていねいとは限らない。過度のフォーマルさは、メッセージの伝達能力を損なうばかりでなく、相手との距離を必要以上に大きくし、かえって「ていねいさ」そのものを実現しないことが多い。」(p.76)とする。

この例のコンピテンシーの展開は、**信築→信築→敬**と示すことができる。

また、後半3分の2を使って紹介している文例は、ビジネスに関わるものとして著者が分類している文章が70本、個人的な目的でのものが23本で合計100本と、豊富に揃っている。その中には本研究の実験で使ったシナリオに近似したものは見当たらなかったが、

知らない相手に対して論文のコピーの送付を依頼するものがある (p. 160) ので、これをここでは検証の対象とする。

表 42 指南書⑤の E メール文例

① Subject: Could you send me a copy of your paper?
② Dear Dr. Hayes:
③ I was very interested to read your article, “The Growing Inaccessibility of Science,” which appeared in Nature (Volume 356, April 199*, pp. 739-740). ④ It seems to me, however, that the article was more or less a synopsis of what I presume to be a considerably more detailed research paper. ⑤ I would be most grateful to you, therefore, if you would send me a full copy of the original paper.
⑥ Hoping that this will not cause you too much trouble, I look forward to hearing from you at your earliest convenience. ⑦ Thank you.
⑧ Sincerely yours,
⑨ Taro Yamada <a href="mailto:tyamada@jpt.com.jp">tyamada@jpt.com.jp</a> Japan Trading Co., Ltd. 2-54-12, Eifuku, Suginami-ku, Tokyo, JAPAN 168 Fax: +81 3-3123-889*

表 43 指南書⑤の E メール文例内各文のコンピテンシー展開

① Subject: Could you send me a copy of your paper?	相手に求める行動が明解に分かる件名となっている。 利完→目達→開
② Dear Dr. Hayes:	形式に則った敬辞で、読み手への敬意を表している。 信築→信築→敬
③ I was very interested to read your article, “The Growing Inaccessibility of Science,” which appeared in Nature (Volume 356, April 199*, pp. 739-740).	自己開示がないので、やや唐突感があるが、具体的な情報を含めたコンタクト経緯を記述しており、相手の警戒感を解く効果がある。 利完→目達→読
④ It seems to me, however, that the article was more or less a synopsis of what I presume to be a considerably more detailed research paper.	文の表現が、書き手が専門的知識を備えていることを示唆しているため、安心して読み進めようとする読み手の意欲を高める効果がある。 利完→目達→読
⑤ I would be most grateful to you, therefore, if you would send me a full copy of the original paper.	ていねいな表現で読み手への敬意を伝えつつ、コミュニケーションの目的を明示しているため、行動を促しやすい。 信築→信築→築 利完→目達→行
⑥ Sincerely yours,	定例的な結辞で適切 信築→信築→築
全 体 ⑦	使われている語彙、表現がよく練られており、かつ文章の流れもスムーズかつ簡潔明瞭、しっかり準備し、送信前にも推敲が行われたことが推定できる 利完→行設→準

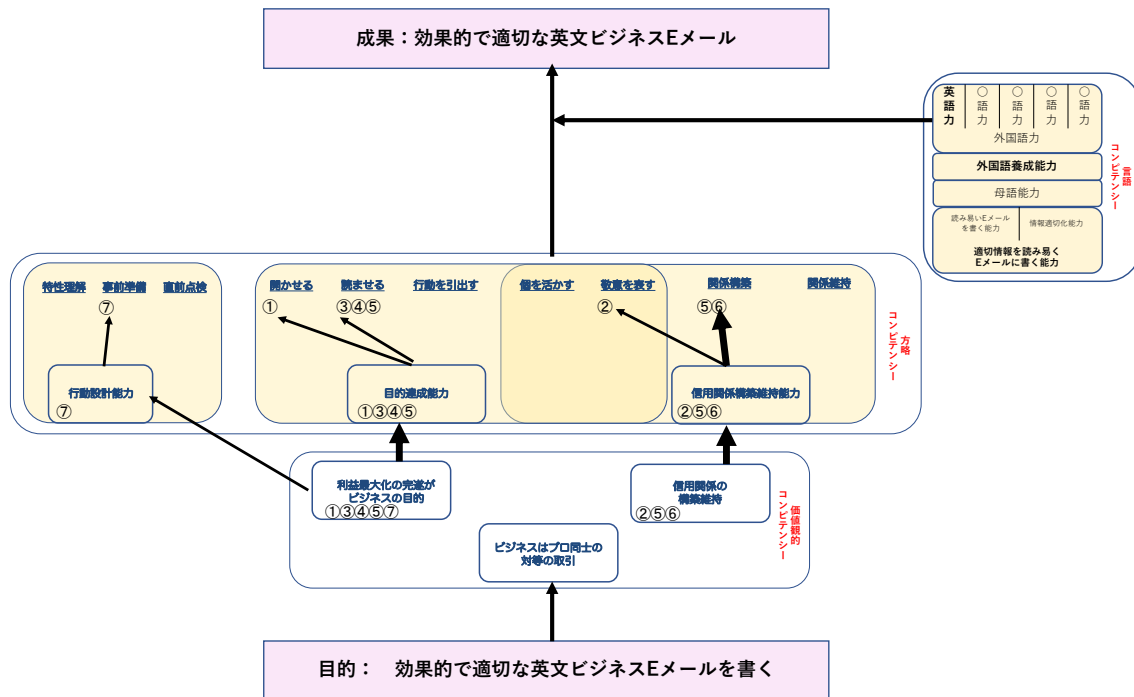


図 53 指南書⑤のの E メール文例におけるコンピテンシー展開

この文例におけるコンピテンシーの展開は、表 43 および図 52 によれば、本研究で抽出された「利益最大化の完遂がビジネスの目的」という価値観的コンピテンシーに基づいて行動設計能力、目的達成能力、信頼関係構築維持能力とすべての方略コンピテンシーが発動され、言語コンピテンシーも、この Eメールの目的を十分に達成するようバランスよく機能している。したがって、このような文例は、本研究が特定した構造のさまざまなコンピテンシーを説明する際に、利用することが可能であると言えそうである。

しかしながら、ここまでを総合すると、指南書⑤は、指南書③などと同様に、本研究が特定したコンピテンシー構造を学習者に推定させるための要素は一部具備しているが、指導のアプローチが、本研究が目指す演繹的アプローチではなく、帰納的アプローチであるという点で、教科書として使用するには、課題があると言えよう。



## 総括

市販されている指南書5冊を分析した本項の目的は、これら検証対象となった指南書に、価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシー、英語力、とりわけ前2者に関わる記述を見つけることにあったが、指南書②が、「気づき」を、指南書③が「相手との力関係」を軸に、ビジネスのさまざまな場面で使われる方略コンピテンシーの例を多く説明しており、そのことからそれらを動かす価値観的コンピテンシーの存在を示唆していると考えられた。この他の3冊においては、ビジネスのさまざまな場面でどのような方略を動員すべきかの示唆は感じられた。

但し、当然ではあるが、ここの採り上げたすべての指南書は、本研究のような理論的モデルを基盤としてライティングを指導する演繹的アプローチを前提としているわけではなく、むしろ学習者が多くのEメールの文例に当たって、経験的にそうしたコンピテンシーを身につける帰納的訓練を想定している。そのため、どの指南書にも、取り立てて本研究でいう方略コンピテンシーや価値観的コンピテンシーに関する明示的な言及はない。もちろん、指南書という性格上、具体的な英語表現（言語コンピテンシー）に関する記述は多くなされており、ビジネスをスムーズに進める方法として知っておくべきであるという趣旨からか、模範例解説の中に、本研究でいう言語コンピテンシーや方略コンピテンシーに関する説明は数多くなされてはいる。しかし、その記述の仕方は、「～とは～というものである」という所与のルールであるというものであり、それらがどのような価値観（本研究でいう価値観的コンピテンシー）に由来するものなのかについての言及は、なされていない。英文ビジネスメールの指南書という性格上、読者も、業務を遂行する上で、場面場面に応じたとりあえずは定型的な文例ないしは模範となるEメールの例を辞書的に見つけることを期待していると思われるので、このような状況であることは当然と言えよう。ここから言えることは、市販の指南書の多くは、価値観的コンピテンシーを予め伝えることは予定されておらず、当座の書き方を応急処置的に助ける働きは持っているものの、真に求められる能力を育成するには、十分とは考えられないと言える。

ここで、上述の演繹的/帰納的な観点について、さらに記述する。英文ビジネスEメールの指導を行うに際して、コンピテンシーモデルを最初に提示すれば、学習者は最初に習得すべき能力の全体像をイメージでき、その中に課題として与えられたケースでの学びを位置付けることができるため、理解を整理しやすい学びとなる。これが、本研究で得られた知見である。これに対し、実際のビジネス現場で行われる実践の中での学びは、次々に

何の脈絡もなく起こる眼前の状況になんとか対処していきながら行われる。それでも分析力のある学習者は、このような経験を重ねる中で、重要な概念や方略を自ら抽出し統合する力を備えている。つまり、帰納的に必要な能力を身につけていくことができる。しかし、そのような分析力を持つ者は限られている。このような現実を踏まえると、本研究が目指す能力開発を追求しようとするれば、指南書は、誰にでもわかりやすく学びやすいものが求められる。そのためには、コンピテンシーモデルの提示からケーススタディへという演繹的な指導を行うよう編集してあることが望ましいと考えられる。

こうした観点から、検証対象となった5冊を評価すると、そもそもそれらが理論的なモデルを提示する等の理論的背景から執筆されたものでない以上当然のことではあるが、「演繹的な学びができる指南書」と言えるものは一冊もない。このような編集がなされている以上、学習者がこれらを使ってケース毎の学びを重ねていく過程では、まるでジグソーパズルの一つのピースだけを与えられてもパズルの完成した姿を掴めないのと同様、なぜ指南書に書いてあるような書き方をすべきかの理由をいつまでも理解できず混乱、あるいは学ぶ動機付けを失うこととなろう。個々の例文や解説が極めて優れた指南書であっても、またそれらが何冊書店に並べられていようとも、この課題は解決しない。そこで、今、学習者の能力育成の観点から、本研究の知見に基づくような、演繹的学習を前提とする新しい型の指南書が求められていると考える。その作成に取り組むことが、次のステージで行うべきことであると捉えている。

## 第7章 本研究の意義

本節では本研究の意義を研究的な側面からと教育的な側面から述べる。まず研究的意義については、先行研究との比較において述べる。その後、教育的意義を述べていくが、最終的には大学等の学校教育現場での教育的意義と、企業等の社会人向け教育の現場での教育的意義として記述していく。

### 第1節 研究的意義

本研究においては、長年国際ビジネスに携わってきたビジネス・プロフェッショナルの知恵を、英文ビジネスEメールのライティングプロセスという視点から、主として彼らへのインタビューデータを質的に分析することによって明らかにした。具体的には、国際ビジネスにおける実行的コミュニケーションを成立させる能力を特定した。これらは分析の結果、価値観的コンピテンシー、それに支えられた方略コンピテンシー、そのほかに必要なコンピテンシーとしての言語コンピテンシーという概念で総称した。

本研究の意義を考えるにあたって、本研究が明らかにしたことの研究史の中での相対的な意義をここで確認するため、これら3つの能力群について概観する。具体的には、それらを先行研究がどのように認識し記述しているのかを網羅し、それとの比較において本研究が明らかにしたことを述べていき、「先行研究との比較における意義」を述べる。続いて、そこから浮かび上がった2つの意義について、さらに論を展開する。

#### 第1項 意義1：先行研究との比較において

##### 言語コンピテンシー

本研究で特定した言語コンピテンシーのうち英語力は、狭義の英語力と英語運用能力養成能力に分けることができる。このうち、後者については、言語学におけるジャンル研究、コミュニケーション能力研究、およびELF/BELF研究において、いずれも触れておらず、本研究のみが能力として認識しているという結果となった。本研究の実験1に評価者として、また実験2の被験者として参加したビジネス・プロフェッショナルの多くが、英文でEメールを書く能力を高める努力は不断に行なっていると。その方法は、相手方

(特に英語母語話者)とのEメールのやり取りの中で、利用価値があると思える表現やテクニックを「真似る」、辞書を丹念に引く、音読を繰り返して内容の効果を高めかつ正確を期すなどで、彼らが絶え間なく、実務を遂行するプロセスの中で、能力の向上を常に心がけているということがわかった。自らの能力を養成することに努力できることも、ひとつの能力として認識できたということとなる。

前者については、いわば言語学の本来的分野であることから、ビジネス系コンピテンシー研究以外の先行研究で詳細に触れているところであった。(ビジネス系コンピテンシー研究では、わずかにマクレランドが、コンピテンシー・クラスターの一要素として「コミュニケーションスキル」を含めているに過ぎない)具体的には、狭義の言語コンピテンシーの一要素である英語力を構成する「文法を正しく使う能力」や「語彙選択を適正に行う能力」などは、言語学において文法的能力として認識されているところである。また、もうひとつの要素である読み手に配慮する能力を構成する結論を「簡潔に述べる能力」、「流れがよく、まとまりのある文を作成する能力」は、言語学において談話能力と定義されるものに一致している。この点は、ジャンル研究において言われるビジネスEメールのムーブの動きに関わる知識とも言えると思われる。また、同様に、読み手に配慮する能力を構成する「平易な文構造や語彙を使用する能力」は、特にELF/BELFの研究分野において定義されるBELFの能力-相手の文化や言語運用能力に合わせて使用する言語における文構造や語彙選択を行う能力-と言われるものに合致すると考えられる。しかしながら、本研究で、読み手に配慮する能力として特定した「フォーマットを整える能力」については、先行研究で触れているものはなかった。この点は、本研究の独自の知見であると言える。また「情報の適切性を確保する能力」については、それに含まれる例えば「情報が正確である」、「特に重要事項に関わるミスをしない」、「情報に過不足がない」、「文章に曖昧さがない」、「不要な表現がない」といった能力群について、言語学の分野では、グライスの唱えた4つの公準が、ほぼ合致する。ビジネスにおいては、この4つの公準を破ることが、ビジネス上の直接的な損失にもつながることになる。実際にビジネスに携わっている者のうち「グライスの公準」を知っている者はごく稀であると思われるが、奇しくも彼らの行動原理をグライスが言い当てていると言えよう。一方、ビジネス系コンピテンシー研究分野においては、いくつかの職種について求められるコンピテンシーとして「仕事におけるクイリティーに関する関心」という能力の記述があり、これに近いものと考えられる。しかしながら、ごく一部の職種(起業家)について求められる能力としてあ

のみで、一般的に求められる能力とはされていない。本研究では、この点を英文Eメールライティングというプロセスに一般的に求められる能力として特定しており、ここに本研究の独自性が認められると考える。

このように、言語コンピテンシーについては、言語学の先行研究においてかなり言い尽くされており、本研究で抽出した能力は、上記の「フォーマットを整える能力」以外のほとんどのものはいずれもそれに対応するものが見つけられた。言語学の一つの派生形である BELF 研究もしかりで、それに相当するものは存在していた。しかし方略という概念を明解に記述しているのは、バックマンのみであった。その方略について以下に述べる。

表 44 本研究での能力と先行研究での能力の対比

(言語コンピテンシー)

	言語コンピテンシー	英語運用能養成能力
本研究	○	○
言語学	○	X
研究	○	X
	文法的能力	
	談話能力	
	グライスの公準	
ELF/BELF 研究	○	X
	BELF Competency	
価値観的コンピテンシー研究	○	X
	マクレランド	
	「コミュニケーションスキル」	

方略コンピテンシー

本研究で能力として特定した方略コンピテンシーには、行動設計能力、目的達成能力、信頼関係構築維持能力の3つおよびそれらを構成する下位方略コンピテンシーがある。そのうちの行動設計能力についても、さまざまな要素を本研究において特定したが、そのうちの、「事前の作戦を立てる能力」、「相手に関わるリサーチを行う能力」などについて言語学での先行研究で触れているのは、バックマンのみと考えられる。前者は、Bachman (1990) で方略的能力の一要素としての計画的要素であり、後者は、計画的要素に評価的要素を組み合わせた能力と考えられる。行動設計能力の3つ目の要素である「リスクに対する敏感さ」については、敢えて特定すれば Bachman (1990) で方略的能力の一要素としての評価的要素であるとも考えられるが、必ずしも詳細に特定していない。また、「Eメールの特性を知っているということ(能力)」については、ジャンル研究、コミュニケーション能力研究、ELF/BELF 研究のいずれの分野でも取り扱ってはいないと考えられる。

本研究で、「Eメールを含むさまざまなコミュニケーションの特性を知り、うまく使い分けできること」も能力として認定したところに、その特色があると言えるのではないか。

本研究が特定したコンピテンシーの中で、「目的達成能力」については、ビジネス系コンピテンシー研究分野において広い職種において、特に管理職にある者に求められる一般的な能力であるとされている。また、言語学分野においては、ELF/BELF、特にBELFの研究部門において、“Get the job done!”という目的意識が、ビジネスというコミュニティに属する者の至上の価値として強調されている。言語学については、この概念は取り立てて言語化されていないようであるが、コミュニケーションのそもそもの目的が意思の疎通、それによる目的の達成であるから、いわば既に内在する能力と想定されていると言えるのであろう。但し、本研究では、その「目的達成能力」を、「開かせる方略」、「読む気にさせる方略」、「行動を引出す方略」、「個を活かす方略」、さらには、「敬意を伝える方略」と、細かく具体的に特定したところに、実用性と独自性が認められると考えられる。方略コンピテンシーの最後の一要素である「信頼関係構築維持能力」については、言語学においては、社会文化的能力として広く言及されており、具体的にもポライトネス研究という下部分野もある（宇佐美, 2001 など）。また、ビジネス系コンピテンシー研究分野においても、広い職種において求められるコンピテンシーとされており、関連するコンピテンシーとして対人関係理解やインパクトと影響力といったコンピテンシーとともに挙げられている点は、本研究とも共通する部分が多い。但し、英文ビジネスEメールという業務遂行に即して、より具体的にどのように行動すべきかの指針を与えるような形で、この方略コンピテンシーの要素が特定されているところに本研究の独自性があると言える。例えば、単に「丁寧さを保つ」という指針だけではなく、「自己開示を十分に行う」、あるいは「コンタクトの経緯を示す」、「原則すぐに返信する」、「具体的表現でひきつける」あるいは「自分を適切に権威づける」などにその特性が如実に見られる。

以上述べてきたように、言語コンピテンシーにおける言語学等の先行研究との重なり方とは違って、本項方略コンピテンシーでは、バックマンとの多少の共通性は認められるものの、ここで取り上げたいいくつかの先行研究分野では、ほとんど触れられていないということ踏まえると、本研究の研究史上の意義が認められると考える。

表 45 本研究での能力と先行研究での能力の対比  
(方略コンピテンシー)

	行動設計能力	目的達成能力	関係構築/維持能力
本研究	○	○	○
言語学 研究	X	X	X
ジャンル研究	○		○
コミュニケーション能力	バックマン方略能力の計画的要素、 評価的要素		ポライトネス理論
ELF/BELF 研究	X	○ ビジネスに携わる者の 至高の価値	○
価値観的コンピテンシー研究	○	○ 広い職種で求められる 一般的能力	○ 広い職種で求められる 一般的能力

次の項では、基盤となる層である価値観的コンピテンシーについて、先行研究を概観した上で本研究と比較して本研究の意義を考えていくが、本研究の独自性を最も象徴するのが、価値観的コンピテンシーという基盤的概念を抽出・分析し記述したことである。これは、特に言語学の先行研究では意識さえされておらず、記述されることもなかったものを、本研究では3つの要素からなるビジネスの基盤的概念として位置づけた。

### 価値観的コンピテンシー

本研究では、「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」、「利益最大化の完遂がビジネスの目的」および「ビジネスでは信用構築と維持がカギ」という3つの価値観的コンピテンシーを、実効的コミュニケーションを成立させる英文ビジネスEメールを書く能力の基盤的能力であると特定した。これら能力については、言語学の領域ではBELF研究において若干の言及は見られるものの、いわば学問の埒外と認識されている傾向がある。これに近い概念として挙げておけば、Bachman (1990) に言う「知的構造」、あるいはBELF研究における「ビジネスノウハウ」といったものだと言えるかもしれないが、これらは非常に包括的で具体性に欠けるものである。それに対し本研究では、「プロ同士のイコールフットイングを重視している」、「時間を尊重している」、「関係性への配慮がある」あるいは「異文化への理解がある」など、より具体的なものとして特定している。一方、ビジネス系コンピテンシー研究分野のいくつかにおいては、いずれも「ビジネスはプロ同士の対等の取引である」については特段の言及はないが、「仕事の完遂がビジネス

の目的」および「ビジネスでは信用構築と維持が要諦」については、いずれも「広い職種で求められる一般的能力」であるとの認識が示されている。特に、「仕事の完遂がビジネスの目的」は「達成重視」というコンピテンシーとして、さまざまな職種において重要な位置づけにある。

表 46 本研究での能力と先行研究での能力の対比  
(価値観的コンピテンシー)

	ビジネスはプロ同士の対等の取引	利益最大化の完遂がビジネスの目的	ビジネスでは信用構築と維持がカギ
本研究	○	○	○
言語学			
研究	ジャンル研究	X	X
	コミュニケーション能力	知的構造	
	ELF/BELF 研究	ビジネスノウハウ	
価値観的コンピテンシー研究	X	○ 達成重視志向	○ 広い職種で求められる一般的資質

以上を総括すると、本研究における能力の特定は、第一に「先行研究のどの分野よりも広範である」ことがわかる。そして第二に「ビジネス現場において英語による実効的なコミュニケーションを可能にするための能力のリストを具体的に提供している」と言える。言語学に関わる研究においては、ビジネスを動かす価値観である価値観的コンピテンシーへの関心は極めて薄いため、これらへの記述はない。その片鱗のごときものがあったとしても非常に広範なものになっているため、ビジネスに特化された記述は一切ない。一方 BELF 研究は、ビジネスで使う英語に関わる研究であるため、個別にビジネスに関わる者が共有する価値観などが顔を見せることがある。また、ジャンル研究においても、ビジネス E メールが一つのジャンルとして認知されているため、「一般にビジネス E メールはこのような書かれる傾向がある」といった現状認識については記述している。しかしながら「実効的コミュニケーションを実現するために、どう書かれるべきか、またその理由は何なのか」という観点での研究はほとんど見当たらない。よって受け手は現実認識に終始し、行動の変容には繋がらないという結果となる。それに対して本研究では、具体的にどのように行動すべきかが明らかにされた形で方略コンピテンシーの要素が特定されている。これは研究の目的がもともと「効果的で適切な英文ビジネスライティングを実現する要因」を明らかにすることであったため、当然のことではあるが、故に行動変容に繋がる記述であると言える。これが他の論文にはない本研究の特徴と意義であると考えられる。



## 第2項 意義2：言語研究とビジネス研究を融合した

前頁の表19に明らかなように、本研究は対象こそ英文ビジネスEメールという極めて狭い間口の分野に限ってはいるものの、抽出した様々な要素の様相は、どの研究よりも広範かつ総合的である。ここで特筆したいのは、本研究の対象である英文ビジネスEメールが持つ2つのバックグラウンド、すなわち言語研究とビジネス研究の間に、架け橋がかかったことである。よって前項の「先行研究との比較における意義」に続いて、言語研究とビジネス研究の架け橋となったことを研究的意義としてあげたい。

本研究では、言語的能力を、「ビジネスにおける価値観・倫理観を含めた総合力の一部」として捉えているという意味で、言語研究とビジネス研究の橋渡しとなったと考える。先行研究の理論的枠組みの中で極めて概括的に取り扱われ、詳細な分析が十分におこなわれていなかった方略的能力について、本研究では、ビジネス界というディスコース・コミュニティに即した精緻な分析を行った。そして、優れた英文ビジネスEメールを書く能力を詳細に列挙し、それらの相互関係を明らかにした。その知見を基に優れた英文ビジネスEメールを書く人をどう育てればよいかという教育的示唆や方法論への端緒を導きだせたことは、本研究が新たに生み出した価値であると考えられる。

## 第3項 意義3：他領域への応用性が多大である

最後にあげる研究的意義は、本研究が与える他領域への影響の可能性である。本研究の着目点は、英語という言語的側面だけでなく、言語以外の要素であり、それに目を向けて観察し分析したことで、汎用性と影響力を持つに至ったと考えている。本研究は国際ビジネスを対象とし、中でも英文Eメール・ライティングという実務の一分野（しかし、研究背景で述べた通り、重要な一分野）に焦点を当てて分析し知見を得たものだが、上記で汎用性と影響力があると言及しているのは、知見はもとより、実験手法、分析手法、考察のプロセス、導き出した結論等が、いずれも他分野への応用が利くものであるからである。例えば知見に関して言えば、ビジネスEメールの文面で、初めてコンタクトをとる相手に対して、「自分がどのように名乗るのがよいのか」という判断力は、ビジネス活動の現場では、「どのように名刺を渡すか」に通じる。また同じように、「メールにおいて自分をどのように認識してもらうか」は「どのような服装で会うか」に通じ、「Eメールの

冒頭でこのメールを出すに至った経緯に触れて警戒心を解き自然に読み進めていく気持ちにさせる」ことは、「どのような話題で話を始めるか」に通ずる。このように、英文ビジネスEメールライティングの学びを通して鍛えられる価値観的コンピテンシーは、対面でのビジネス交渉など他領域の知見に、多大な示唆を与えうると考えられる。さらに言うなら、それはビジネスシーンに限らず、そのほか「すべての場面での人間のコミュニケーション」においても、この「ビジネス英文Eメール・ライティング」という極めて狭い分野において精査し明らかにした知見は、他の多くの分野にも相通ずる、極めて汎用性の高い知見であると言えると考えられる。これが本研究の大きな研究的意義である。さらに、これまでも学術的研究が実務の世界に応用される例には多いが、英語ライティング指導に関わる論文に著された知見が直接企業での人材育成や人事政策に応用された例はあまり見受けられなかった。この観点から見れば、本研究は、実務面で比較的浸透している「コンピテンシー」という概念と、言語学、コミュニケーション学でのコミュニケーション能力（communicative competency）を結びつける研究としての意義を有すると考える。

さらに本件の研究的意義は、単に英文ビジネスEメールライティングを超えて、その他のビジネス関連英語教育分野に応用可能であることだけには止まらない。本研究で行なった実務家が行なっている行動を、英文ビジネスEメールのライティングにおいて豊富な経験を持つ評価者に評価してもらい、彼らのコメントを集積した上で、その情報を質的に分析することで、効果的で適切な英文ビジネスメールに求められる能力を特定するという本研究のこの手法は、さまざまな分野で求められる能力を特定することにも応用が可能である。ビジネス分野であれば、優秀な経営者、販売力の高いセールスパーソン、優秀な技術者などに求められる能力群を、総合的かつ詳細に特定することにも使用できると考えられるし、さらには教育分野においても、例えば大学を出たばかりの新任教員が行なっている授業風景を撮影し、その画像を、経験豊富な教員に評価をしてもらいそのコメントを集積した上で、質的研究手法により分析するというを通して、「良い授業を行う教員の能力」も特定することができると考えられる。その他でも適用できる分野は極めて広いと思われる。

実用的な教育目的を動機として始めた本研究ではあるが、このように応用されれば、実践面だけでなく、研究上、理論上での広範な貢献も可能となると考えられる。本研究は、間口は一見狭く見えるが、その手法にも、明らかにされた知見にも、普遍性・汎用性が認められ、既述した意義を考慮すればその価値は認識されよう。

本研究とまったく同一ではないが、類似の発想と KJ 法以外の質的分析手法を用いて行われたコンピテンシー特定する試みとして他の例をあげるなら、病院での看護管理者に関わるコンピテンシー評価尺度の開発を行なった本村・川口（2013）や、組込みソフトウェア技術者という特定分野の製造業における製品開発技術者の能力（コンピテンシー）を特定した新井（2113）などがある。

## 第2節 教育的意義

本研究の教育的意義は、第一に、教育の基礎である「何を」教えるかについての示唆を英文ビジネスEメールライティングという特定の分野について詳細に記述したことである。またそのことは同時に「誰が」教えるべきかについての示唆ともなった。さらには、「どのように」教えるという課題への影響も大きい。つまりひとつの講座を、「誰が担当して何を教えるか」についても、本研究の知見からさまざまな可能性が浮かび上がり、よってその方法についても、柔軟な発想が得られることになる。

これに劣らぬさらに大きな意義は、ビジネスコミュニケーションの底流にある価値観的コンピテンシーという能力の存在が明らかにされたことである。この能力が、単に英文ビジネスEメールのライティングに関わる教育のみならず、ビジネス英会話、ビジネス交渉術、ビジネスプレゼンテーションなどといった他の多くのビジネスコミュニケーション関連教育の中で活用され得るという可能性が明らかになった。これにより、これまで個別に相互関連性を意識されることなく行われてきたビジネス教育の体系を大きく変革する可能性も示唆された。

### 第1項 何を誰がどのように教えるべきかが明確化された

本研究では、多くの非英語母語話者である国際ビジネス・プロフェッショナルが意識せずに活用しているノウハウが明示的に示された。このことにより、英文ビジネスEメールのライティングプロセスの中で、どのような能力がどのように関わって優れた英文ビジネスEメールという成果物が産出されるかが解明された。まず「何を」教えるべきかが明確になった。ここで重要な点は、従来のライティング教育法との差異である。

これまで英文ビジネスEメールライティング教育は、主として社会人向けに行われてきた。その学習内容は、まず一般的で定型的なこと（件名の付け方、敬辞表現、書き出しの方法等）その後、特定の状況に応じた英文Eメールの模範例を用いて書き方を学習するという流れで行われてきた。状況としては、取引先や社内との連絡、依頼、問い合わせなどがある。これはつまり、多くのビジネスパーソンが共有していると思われるビジネスEメール書き方に関する「形式」を伝達するというものであり、その底流にある価値観的コンピテンシーについては触れてはいない。これに対し、本研究の知見に基いた指導を行え

ば、学習者は、ビジネスコミュニケーションの土台である価値観的コンピテンシー（価値観や倫理観）という土台までも身につけることができる。「さまざまな状況に応じてどのような判断を行い、それをEメールの文面として表現するか」という能力と、実務的なライティング技能の両方を併せて学ぶこととなる。言うなれば、従来型教育と本研究に基づく教育の違いは質的なものであり、本研究の知見が、今後の英文ビジネスEメールライティング教育の可能性を大きく広げる可能性があると言えよう。

さらに、本研究において優れた英文ビジネスEメールを書くために必要な能力が明示され、それが詳細に種類別に分類されたことは、「誰が」教えるべきかについての示唆をも与えることとなった。Eメールを書くにあたって、文法的能力、談話能力、社会文化的能力といった言語学分野で示されてきた能力の必要性和重要性が改めて認識されたが、これらの能力の養成については、大学等の英語教師が担いうるということも確認された。他方、本研究でその必要性が明らかとなった方略コンピテンシーや価値観的コンピテンシーについては、それらが通常ビジネスの現場での実務を通して獲得されるものであるため、英語教師がこれを教えることには多くの課題があると考えられ、ビジネスの現場で経験を積んできた者にこそできることであることも確認された。こうして英文ビジネスEメールライティングを大学等の科目として教える際の適任者についての課題が明らかになってきた。

「誰が」教えるべきかという課題は「どのような体制で」教えるかという課題でもある。もちろん理想は、英語教育に関わる経験と知見とともにビジネス経験をも有する一人の教師が単独で教えることであるが、この両方を持ち合わせる人材には限りがある。そこで、以下に考えられるいくつかの可能性を述べる。その際、各選択肢の抱える課題を記し、本研究がその解決に貢献できると考えられる場合はそれも付記し、本研究の教育的意義の確認とする。以下、4ケースにつき、学校教育と社会人向け教育の両面で記述していく。

#### 一人が単独で教える

英語教育と価値観的コンピテンシー・方略コンピテンシー教育を同時に行える者がいれば理想的ではあるが、そのような人材の数には相当の制約があると思われる。大学のみならず、企業でもそのような人材を求めており、企業では、そのような人材をより得やすい環境にある。実際に英語を使つての豊かなビジネス経験を積んだ人が身近にいるからで、彼

らは英語力と価値観的コンピテンシーのバランスが取れている。一方、大学でそのような人材を確保するのはなかなか難しいのが現状であろう。人材を探すよいくみさえあれば、せつかくの才能が、見出されないまま活かされないことの多々ある現況を変えられると思われる。むしろ人材発掘法の方を意識すべきと思われる。

#### **英語教師が、方略コンピテンシーと価値観的コンピテンシーに関する教育を受けた上で、単独で教える**

この選択肢については、方略コンピテンシーや価値観的コンピテンシーに関わるトレーニングを英語教師に対し行う必要が生じる。価値観的コンピテンシーの伝授は多くの場合、既知の知恵や考え方のビジネスへの応用という性質のものであったが、具体的体系的に記述されない傾向があった。しかし本研究によってそれらが明示的に示されたことで、英語教師にとっては、従来より理解しやすく、教えやすいものになったと考えられる。この意味で、本研究の貢献は大きいと考える。以上、学校教育現場と主に企業について述べた。

もちろんこのような人材が社会人向け研修で用いられる機会もあるであろうが、どちらかと言うと、この型の人材は、学校教育の方により適しており、また現実問題としても、採用の道もこの型の人材の方に、より開かれていると思われる。

#### **国際ビジネス経験者が、英語教授法研修か大学講座受講/単位取得を経て単独で教える**

このケースでは、担当する教師自身にとっては、価値観的コンピテンシーは、意識せずとも仕事の中で応用してきた知識や知恵といった存在であるが、具体的体系的に記述されていないため、それを教えることには困難が伴う。本研究が明示的かつ具体的にこれらを示したことで、受講する者に伝えやすい形となった。また、英語教授法は、ある程度の時間と実地経験を踏むことでかなり身につく性質のものであると考えられるため、この方法もかなり現実的な選択肢と思われる。この型の人材は、前項をちょうど反転させた型と考えられる。もともと豊かなビジネス経験を母体としているため、言語コンピテンシーも価値観的コンピテンシーも申し分ない。ただ、「教え方」の部分でのスキルを新たに身につけることにより、教員として優れた人材へとになっていく可能性のあるケースである。

### 英語教師と国際ビジネス経験者が共同で教える

担当する講師が複数になることに伴うチームワークの醸成、人件費の上昇等は新たな課題ではあるが、それぞれを担当する教師自身にとって教授内容そのものは既知のものであるから、選択肢としてこれも現実的である。この場合もやはり、国際ビジネス経験者にとっては、意識せずに応用してきた知識や知恵を本研究が価値観的コンピテンシーとして明示したことが大きな支援材料となると考えられる。

以上4つのケースについて述べた。

この「何を」「誰が」「どのように」教えるべきかについて、つまり教育の体制を考えるにあたって、参考となる2つの試みについて以下に述べる。それはCLILと東京大学教養部のALESS/ALESSAである。

まず、欧州連合でのCLIL (Content and Language Integrated Learning) 推進の例は参考になると思われる。域内での人的資源の移動が進んでいくことを見込んでいる欧州連合は、人々が母国語以外の言語圏でも就労が可能な人材となれるよう、その中心的養成手段としてCLILを位置付けている。これを推進する際の課題となっているのが、「何を」「誰が」「どのように」教えるべきかという点である。CLILは、学習者が、自身の母語以外の言語で言語以外 (non-language) の教科を学ぶことを内容としているため、教師には少なくとも教える教科に関する専門知識と言語教育に関わる知識が求められることとなる。また、一つのCLILクラスの中で、言語科目以外の教科に焦点をあてた授業を行えば学習者の言語習得に課題が残り、逆であれば教科の理解に課題が残る。こうしたことを克服するために、授業を複数の教師がチームを組んで行う、教科の教授、言語の教授に関わる資格制度を整備するなどの施策が、加盟各国で行われているようである (Eurydice, 2006)。こうした欧州でのCLILにおける経験や課題を見ると、英文ビジネスEメール教育、さらには範囲を広げて英語ビジネスコミュニケーション教育に、本研究の知見を活かすことが可能であると考えられる。

また、同様の試みとしては、東京大学で2008年から始まったALESS (Active Learning of English for Science Students) プログラム、2013年4月に始まったALESA (Active Learning of English for Students of the Arts)<sup>14</sup>の経験も参考になろう。これらの授業において

---

<sup>14</sup> ALESSは理科生(理科I、II、III類)全員が履修する講義で、受講生が自ら考案して実施する科学実験を題材にして論文を執筆する内容となっている。文科生(文科I、II、III類)全員を対象とするALESAでは、諸々の学術テーマを採り上げ、さまざま

は、学術的な論文を英語で書く力の育成を教授目的としており、そこではサイエンティストと言語教師のコラボレーションが有機的に行われている。言語教師は教育プログラムの策定や教材を含む授業内容構築に関わる業務を引き受け、サイエンティスト等専門家は、専門的立場から実際に論文を書いて投稿経験も積んできた研究者として、仮説や論旨の立て方、専門知識の提供などに重点を置いた指導ができる。また、言語教師では気がつきにくい科学の基礎についての助言等をも、専門家としての立場から行うことができる。

英文ビジネスEメールを含む英語ビジネスコミュニケーション教育においても、このような有機的なコラボレーションが可能ではないか。ビジネスの経験豊かな人材の確保が課題となろうが、多くの私立大学が、いわゆる「グローバル人材教育」に注力している環境下では、英語教師に加えて、国際ビジネスに習熟したプロフェッショナルを教授陣に加えることに、積極的に取り組む可能性は考えられよう。ビジネス界にも、こうしたプログラムに相応しい経験と素地を持つ人材は、決して少なくないと考えられる。

本研究での知見を踏まえると、今後社会人向けあるいは学生向けに行うべき英文ビジネスEメールのライティング講座において使用する教科書の内容についての具体的イメージも出来上がってくる。本研究で明らかとなった言語コンピテンシー、方略コンピテンシーならびに価値観的コンピテンシーを教科内容として含むような教科書作りである。また、一般向けに出版販売される指南書においても、既存のもののように「所与のルール」とビジネスシーン毎の例文の単なる組み合わせではなく、本研究で明らかにした能力群を、系統立てて示し整理して位置づけた上で、バランスよくそれぞれの理解を深めていけるようなコンテンツづくりが可能となる。

## 第2項 価値観的コンピテンシーの汎用性は教育体制の構造的改善をもたらす

本研究の2つ目の教育的意義は、価値観的コンピテンシーの汎用性である。

本研究はビジネスコミュニケーションの一環である英文ビジネスEメールライティングについて検討を行ったが、明らかにされた価値観的コンピテンシーは、単に英文ビジネスEメールライティングのみの基礎となっているわけではなく、あらゆる形態のビジネスコミュニケーションにおいてすべての行動の源泉となるものである。そのように考えると、

---

な文章形式で論理的な文章を執筆するとともに、プレゼンテーションやディスカッションの方法を学ぶコースとなっている。いずれも、講義はすべて英語で行われている。



価値観的コンピテンシーをさまざまなビジネスコミュニケーションの訓練を行うプログラムに組み込む可能性も考える。

例えば、ビジネス英会話研修においても可能である。設定された場面で最終的に発話するまでにどのような価値観に基づいてどのような方略を使うかというプロセスを認識することで、受講者の価値観的コンピテンシーを育てることができよう。また、ビジネス交渉術研修でも可能である。与えられた交渉タスクの中で、どういう方略を使ってどのような結果をもたらすことを目指すかについてディスカッションを行い、その中で根拠となる価値観的コンピテンシーへの意識づけをすることも可能となる。さらにはプレゼンテーション研修についても同様のことが言える。聴衆をどのようなアクションに導くかを考え、そのためにどのようなプレゼンテーションを準備しどう語るかについて受講者に考えさせることにより、目的達成という価値観的コンピテンシーについての認識を、また方略としての聴衆分析や事前準備の重要性についての認識を深めることになる。

このように、価値観的コンピテンシーは、さまざまなビジネスコミュニケーション関連の授業や研修において、広く活用できる汎用性がある。換言すれば、受講者はこのようにさまざまなビジネスコミュニケーション研修を通して、ビジネスパーソンとして備えるべき価値観的コンピテンシーをも身につけることが可能になる。そのため、本研究の知見に基づく研修は、単に仕事で使う英語技能訓練という性格を脱し、ビジネスパーソンとしての成長を促す研修となり得るとも考えられる。

ここまでは、主として企業でのビジネスコミュニケーション訓練について述べてきたが、価値観的コンピテンシーを軸にしたビジネスコミュニケーション教育を、大学等の高等教育機関で積極的に展開すべきであるとも考える。もちろん一方では、大学とはあくまで学術研究を本旨とするところであるから、実学的な色彩の強い価値観的コンピテンシーを軸とした教育を行う必要はない、あるいは、そうすべきではないという反論もあろう。しかし、このことは、各教育機関が自らを「どのような人材を育成するための機関と考えているか」の定義によると思われる。実学ではなく基礎研究に力を注ぐことを旨とするのか、社会に出るための準備としての実学に重きを置くのかの選択である。もちろん、両者のバランスをとって、その折衷型にするという選択肢もありうるだろう。

現実的にはすでに多くの私立大学において、英語教育に関して言えば TOEIC 対策講座の積極的な導入、実施を行っていること等を考えると、それら教育機関においては実学重視の考え方が採られていると考えてよいと思われる。そうであるならば、本研究の知見を

活かして、言語コンピテンシーの養成に焦点を当てた標準テスト対策などに加えて、英文ビジネスEメールライティング講座を含む、価値観的コンピテンシーの育成をも併せて目標とするカリキュラムも考えられるのではないかと。多くの私立大学が、卒業生の就職率を一つの差別化要因として現実的に競争を行っていることを考えると、大学の経営的な観点からも、価値観的コンピテンシーを土台部分とするコミュニケーション講座を充実することは、理にかなったことと思われる。

このような考え方にに基づき、従来型の研修体系と、本研究の知見を活かした価値観的コンピテンシーを土台にした研修体系を比較すると、図53のように示すことができる。企業での研修体系は、通常大きく分けてスキル養成系と知識/マインドの養成系があるが、従来型では、個々のプログラム間に連携がなく、学びの対象となるのは、実務で行われている慣習的で定型的な内容である。これに対し、本研究を基にした新たな研修体系では、どのスキル養成系プログラムにおいても価値観的コンピテンシーをコミュニケーションの中でどう活かすかという視点での訓練を行う。したがって、学習するスキルがEメールライティングであっても、交渉術であっても、基底にある価値観的コンピテンシーが繰り返し受講者に対して植え付けられる。こうしてすべての研修が、いわば共通の土台を持つ融合的体系となると考えられる。

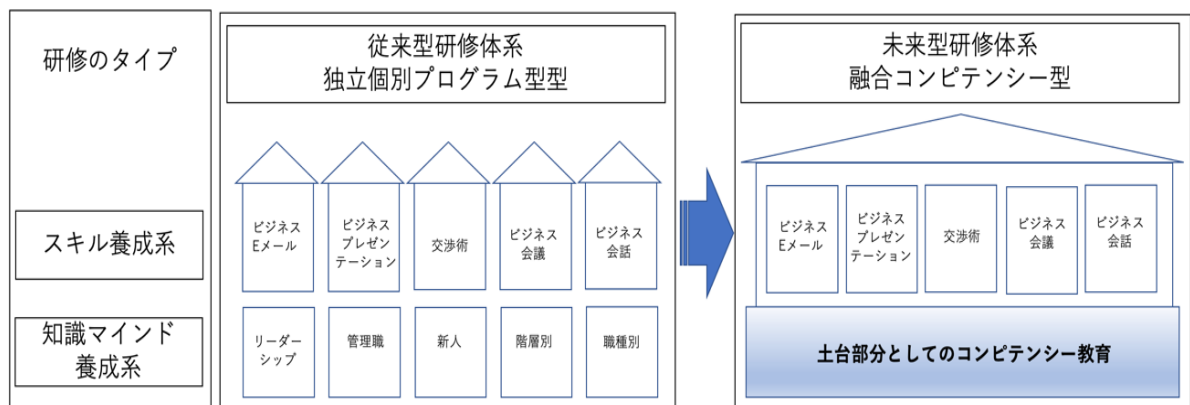


図54 コンピテンシー教育を土台とする新研修体系の可能性

### 第3項 価値観的コンピテンシーは企業採用プロセスへの適用が可能

本研究の3つ目の教育的意義は、企業の採用にあたっての貢献の可能性である。

企業の採用プロセスに英文Eメールライティングテストを導入することが考えられよう。本研究の知見から言えることはとりもなおさず、「メールを見れば書き手のビジネス的な能力（価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシー）がわかる」ということである。これを、企業での人事プロセスにおいて活用することが可能であると考ええる。例えば、採用試験において、業務上起こり得るシナリオを設定して応募者に英文ビジネスEメールを書く試験を課す。そうすることで、受験者の英語運用力を測定するのみならず、価値観的コンピテンシーおよび方略コンピテンシーをも測ることが可能となる。この意味で、冒頭の研究動機で述べた「実社会での成功を予測するアカデミックスコア以外のもの」を、企業の人材採用のプロセスについて本研究が提供できる可能性があるのではないか。結果として、採用の条件としてTOEICをはじめとする標準テストのスコアを重視する姿勢から、より広範な能力をも基準にする方向への転換を提言することが可能になると考えられる。

現在多くの企業で採用に際する参考指標として図54のようにTOEICが利用されている実態がある（一般財団法人国際ビジネスコミュニケーション協会, 2019）が、入社試験でTOEICに加えて、英文Eメールライティングを課すことで、応募者の成功の予測可能性が読み取れると考えられる。多くの企業、特に大手企業における採用プロセスにおいて、TOEICを要件ないし参考指標として採用している理由の一つは、大量の応募者の中からまず言語コンピテンシーを基準に一次判定を行う際に、可否ではなく数値化されて表示されるTOEICスコアが非常に簡便な評価方法としての役割を認められているからと考えられる。それならば、本研究の知見を生かして英文ビジネスEメールライティングを導入するに際し、TOEICと同様に、ルーブリック等を作成し、かつAIなどを利用した手間のかからない採点方法も考案するなどでできれば、一次選考での価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシー評価法として位置付けることが可能であろう。

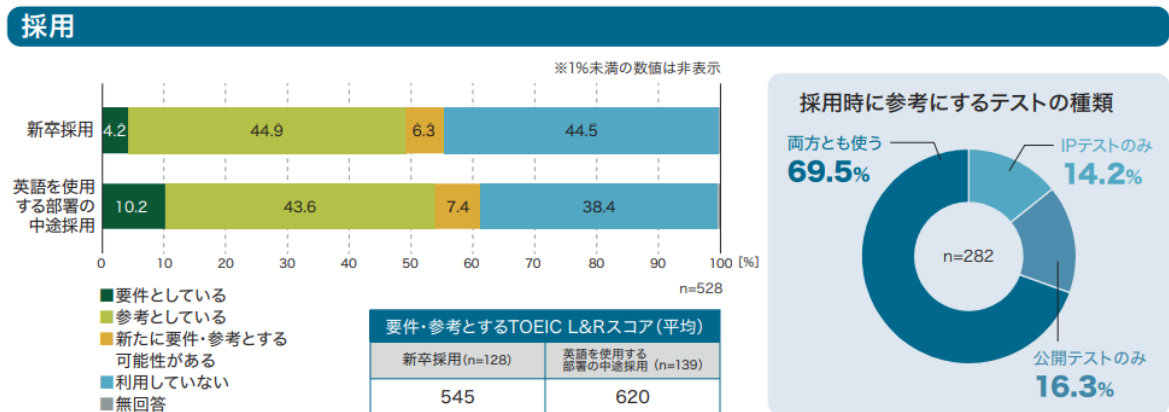


図 55 企業における採用に関わる TOEIC 活用状況

(一般財団法人 国際ビジネスコミュニケーション協会「英語活用実態調査 2019」)

ここで、上記のような教育展望を述べると多くの場合それに対する反論が上がることを考えられる。そこで最後に、予想される反論に対する見解を述べておきたい。

予想される反論の第一は、果たして本研究で抽出した言語コンピテンシーと方略コンピテンシーおよび価値観的コンピテンシーを同時には教えるべきではないというものである。欧州の CLIL 教育においても、単一講座の中で、非言語科目と（受講者にとっての）非母語を同時に教えようとする、必ず両者の間のバランスが問題となるとの指摘がある（Cenoz, Genesee, & Goter, 2013）。つまり、非言語科目を教えることにバランスが偏ると、もう一方の目標である目標言語の習得が疎かになり、逆もまた真であるという点である。この点については、カナダを嚆矢とするイマージョン教育においても同様のことが指摘されている（Allen, 2004）。

これに関連した反論としては、そもそも方略コンピテンシーや価値観的コンピテンシーを教えるために教室は適していないというものもある（Ehrenreich, 2010）。確かに、このような能力は、現実のビジネスの場で、さまざまな状況に遭遇する際に、その時々に応じた判断を求められることによって身についてくるものであり、現実のビジネスに密着しているゆえに記憶にも定着するものと思われる。このような感覚は、筆者の経験に照らしても、肯首できるものである。さらに、これに関連して提示されそうな疑問としては、果たして、実務経験のない受講者を相手にする場である大学等の高等教育機関において、英文ビジネス E メールを教える意義があるのかというものである。確かに、日本ビジネスメール協会による調査によると、業務上の要請で英文 E メールを書く人の割合は約 15%となっ

ており、必ずしも大多数の社会人に必須のものとは言えない。そのような状況の中、社会に出てもいない学生がそれを学ぶ必要があるのかといった疑義が出ることも、無理からぬことであるように思われる。

これらについて、本研究の知見を踏まえて反論を試みる。まず、言語コンピテンシー、方略コンピテンシーおよび価値観的コンピテンシーを同時に教えるべきではないという点については、全く反対の見解を表明したい。本研究で得られた知見は、これらを同時に教えてこそ英文ビジネスEメール教育の本質的な質向上が図れるというものであった。例えば言語コンピテンシーに育成面で課題が出てきたとしても、教育プロセスの中で、さまざまはビジネスコミュニケーションを行う場で、判断の基盤となるような価値観的コンピテンシーや方略コンピテンシーを育てれば、多くのさまざまなビジネス現場で対応できる力を育てることとなる。したがって、両者を併せて同一講座の中で教えることには、十分の説得力があると考えられる。言語コンピテンシーのために集中的に時間を取りたい向きには多少マイナスの感はあろうが、それを差し引いてもやはり行う価値はあると考える。

次に、方略コンピテンシーおよび価値観的コンピテンシーを教えるために、教室は相応しい環境でないという点についてである。しかし、大学は、学問を極めるという役割を負っている一方で、社会に出る前の学生に、社会に出た時に備えて準備教育を施すという使命も負っている。この使命に沿って、現場での教育ほどには周到ではないにしても、萌芽的な教育を施すことの意義はないとは言えない。また、特にEメール教育に関しては、記述の通り、わが国の学生のコミュニケーション手段の中心がLINEを代表格とするSNSチャットとなっている一方、社会人になってEメールに関する教育を受ける機会が雇用主からほとんど与えられていないことから考えると、社会人となった学生達が就職して、それまで日常的に使用することが少なかったEメールでの業務上のコミュニケーションを突如求められる状況に陥ることは自明である。それに備えて、直前の段階で、ビジネスにおいて最も主要なビジネスコミュニケーションの手段であるEメールに関わる教育を行うことは大いに意義があり、それは大学の責任の一端を果たすことになるのではないかと考える。また、本研究により価値観的コンピテンシーや方略コンピテンシーを言語コンピテンシーと併せ教えることにより、社会人になるための準備教育への貢献はさらに高いものになると考える。このことは、3つ目の反論であった、「果たして高等教育機関において、英文ビジネスEメールを教える意義があるのか」という見解への答えともなり得ると考えられる。

## 第8章 結論と今後の課題

### 第1節 結論

本研究は、「効果的で適切な英文ビジネスEメールを書くにはどのような能力が必要か」を特定することを目的として行われた。そのために、実際にビジネス現場を想定した仮想シナリオを設定し、そのシナリオに基づき実際にビジネスに携わっている被験者15名が書いた英文ビジネスEメールを、国際ビジネスの経験の豊かな複数の評価者により評価する実験を行った。評価者は、総合評価を判定し、その際、返信するかの意向およびEメールが求めている面談に対し、承諾するかの意向を、それぞれ点数化して付した。次に、なぜそのように評価したかを、筆者とのインタビューの中でのコメントという形で収集し記述した。その中から、KJ法により効果的で適切な英文ビジネスEメールに必要なとされる要素を抽出していった。

その結果、効果的で適切な英文ビジネスEメールを書くために必要な能力は、3つの価値観的コンピテンシー、3つの方略コンピテンシーおよび3つの言語コンピテンシーであることが明らかにされた。

価値観的コンピテンシーとは、ビジネスに関わる者が共有する価値観であり、その内容は、「利益最大化完遂がビジネスの目的」、「ビジネスはプロ同士の対等の取引」および「信用関係の構築維持がビジネスのカギ」である。価値観的コンピテンシーは、Eメールライティングというコミュニケーションのあらゆる局面での考え方の基礎である。

さらに、これら価値観的コンピテンシーが、メールの作成前、作成中、送信前のライティングに関わるプロセスの局面局面で、どのような行動を取るべきであるかを判断する指針となる方略コンピテンシーを働かせていることも明らかになった。これらの方略コンピテンシーとは、「行動設計能力」、「目的達成能力」および「信頼関係構築維持能力」である。さらに、次のステップとして必要なことは、これら方略コンピテンシーが、いわば「司令塔」となって、その下位にある10個の方略コンピテンシーを働かせることが求められる。まず「行動設計能力」には、「書く前段階での方略」と「必要な準備段階での方略」の2つの方略コンピテンシーを、「目的達成能力」は、「(送信したEメールを読み手に)開かせる方略」、「読ませる方略」、「(読み手の)行動を引出す方略」、「敬意を伝える方略」および「個を活かす方略」を、そして「信頼関係構築維持能力」は「関係

構築の方略」、「関係維持の方略」、「敬意を伝える方略」、(後者2つは「目的達成能力にも含まれる」を活性化させる。最終的に言語コンピテンシーにおいて必要な能力は、使用する言語に関わらず「読みやすいEメールを書く言語能力」と「情報の適切性を確保する能力」であり、前者には、「文章のまとまりがある」「ポイントについて簡潔である」「平易な文構造と語彙が使用されているといった、従来言語学の領域でコミュニケーション能力と定義されていたもの、更には「フォーマットが整っている」、「適正な長さである」、あるいは「結論が先に述べられている」、「流れがスムーズである」などの要素が、後者には、「情報の量、質、関連性、明確性を点検確保する」能力が含まれる。最後に、英文ビジネスEメールが成果物として産出されるためには、英語能力が求められる。英語能力として求められるのは、英語における「文法が正確である」、「スペルが正確である」、「語彙選択が適切である」といった文法や語彙に関わる知識である。

以上のような分析を経て、本研究全体を改めて鳥瞰すると、まず、価値観的コンピテンシーが方略コンピテンシーを動かしていること、そして方略コンピテンシーが必要な言語コンピテンシーを呼び込み、巻き込んで成果物へと至ることが、データの詳細な分析から明らかになった。そしてこの流れをモデルとして構築するに至った。

次に完成したこのモデルが妥当なものかどうかを検証する段階へと進めた。本モデルの説明能力を確認するために、まず分析で使ったEメールを本モデルをつかって分析して見て、評価者が下した判断との整合性を確認すると同時に、そのような評価となったことの説明力が本モデルに備わっているかを点検した。

次に、本格的なモデルの検証としては、モデル構築に関与していない新たなデータが必要であったため、実験2で収集したビジネスプロフェッショナルの書いたメールを用いて本モデルの説明能力を検証した。具体的には、国際関連ビジネス経験者(ビジネス・プロフェッショナル)6名に、モデル構築に使用したデータを収集した際の実験と同じシナリオで英文ビジネスEメールを作成してもらい、それを書く過程で、実際どのようなことを考えていたかをEメール作成直後に語ってもらった。その結果、ビジネス・プロフェッショナルの語りの内容からも、本モデルには十分な説明能力が認められた。

次の段階として、モデルを使って、一般に出回っている「英文ビジネスEメール指南書」を分析した。その結果、これら多くの指南書がとっている基本的姿勢としては、「模範文例というケースに取り組む中で、学習者が帰納的経験的に価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシーを身につける」というものであり、本研究が目指しているような「土台

となる重要不可欠なコンピテンシー群を先に伝え理解させたうえで、それを基盤として個々のケースに取り組む」という演繹的なアプローチとは全く異なるものであった。そのようなアプローチでは、数えきれないほどの多様なケースを列挙せざるを得ず、まるで辞書を引くように個々のケースにおける表現を探して、そのまま使ったりするタイプのものから、特に代表的なケースにだけ絞って書いたものまでであったが、いずれも、基盤的な能力をつけた上で、それが様々なビジネスシーン（メールはその一つ）での具現化をはかるというアプローチではなかった。

ここに、本研究の特徴が認められる。本研究が示唆する望ましい指南書とは、「まず基盤としての価値観的コンピテンシー育みつつ、その価値観から生まれる具体的な方略へと導き、その内容を言語化する際に必要な言語能力、英語能力を活用していくもので、ビジネス価値の具現化のための方略という柱と、言語として表現していく柱の2本柱である。一方従来の指南書の指導は、あくまでも英語という1本の支柱で構成され、それを繰り返しかれこれやっていくうちに「経験的・機能的に」ビジネスの何たるかをわかっていくというようなスタンスで、それでは、最後まで能力の習得が徹底しないままに終わってしまう可能性は極めて高い。よってこれらは、有効な指南書をしてはまだ課題が多いと言わざるを得ない。

以上を踏まえて本研究の意義を、研究的意義と教育的意義（学校教育と社会人教育）に分けて以下に記す。

まず研究的意義については、第一に、効率的で適切なビジネス英文Eメールを書く能力について、どの先行研究よりも広範にその内容を特定したことと、ビジネス現場において英語による実効性のあるコミュニケーションを可能にするための能力リストを提供したことである。第二の研究的意義は、言語研究とビジネス研究の橋渡しをなし得た点である。本研究は対象こそ英文ビジネスEメールという極めて狭い間口の分野に限ってはいるものの、抽出した様々な要素の様相は、どの研究よりも広範かつ総合的である。特筆に、本研究の対象である英文ビジネスEメールが持つ2つのバックグラウンド、すなわち言語研究とビジネス研究の間に、架け橋がかかったことである。内容的には、本研究は、言語的能力を、「ビジネスにおける価値観・倫理観を含めた総合力の一部」として捉えており、詳細な分析が十分におこなわれていなかった方略的能力について、ビジネス界というディスコース・コミュニティに即した精緻な分析を行った結果、優れた英文ビジネスEメールを書く能力を詳細に列挙しそれらの相互関係を明らかにすることができた。この知見が、今



後英文ビジネスEメールを書く人をどう育てればよいかという教育的示唆や方法論への端緒となった。そして第三の研究的意義は、本研究が与える他領域への影響の可能性である。本研究が言語的側面だけでなく言語以外の要素にも着目したことで、知見、実験手法、分析手法、考察のプロセスなどのさまざまな側面が他分野にも応用できる汎用性と影響力を持つに至ったと考えている。加えて、本研究の知見は、直接企業での人材育成や人事政策に応用され得ると思われる。この観点から本研究を見れば、実務面で比較的浸透している「コンピテンシー」という概念と、言語学、コミュニケーション学でのコミュニケーション能力を結びつける研究としての意義を有すると考える。

次に教育的意義について述べる。

第一の教育的意義は、「何を教えるべき」が明解になったことで、真に効果的で適切な英文ビジネスEメールの書き手の育成のためには、大学および社会人向けの教育プログラムの中で従来中心的に教えられてきた言語的能力に加えて、本研究でいう価値観的コンピテンシーや方略コンピテンシー的能力を含む非言語的能力についても、併せて伝えていくべきことが必要であることが明らかになった。次に、「誰が教えるか」については、従来から言語学分野で示されてきた文法的能力、談話能力、社会文化的能力については、英文Eメールライティング指導クラスの中で教えるべき要素としてその必要性が改めて確認され、これらは、従来大学等で英語教育に携わってきた英語教師の貢献が期待できると考えられる。他方、従来言語学において方略的能力とされてきたものや本研究で特定する「価値観的コンピテンシー」あるいは「方略コンピテンシー」と呼ばれる能力群については、ビジネスの現場で時間をかけて育成されるものであると考えられるため、ビジネスの現場で経験を積んできた者が行うことが適切であると考えられる。換言すれば、ビジネスEメールライティングを教育科目として大学等で教えるには、誰が適任かという課題を明らかにしたこととなり、そのための可能な4つのケースを上げ整理して述べた。さらなる教育的意義は、本研究が重視している価値観的コンピテンシーのあらゆる分野での汎用性の高さである。本研究が扱った対象は、英文ビジネスEメールという極めて狭い分野のように一見見える。しかし、その分野におけるデータの分析で明らかになった「価値観的コンピテンシー」は、単にEメールライティングのみならず、ビジネス英会話、プレゼンテーション、ビジネス交渉術など、あらゆる形態のビジネスコミュニケーションにおいてすべての行動の源泉となるものである。つまり、英文ビジネスEメールライティング以外の様々なビジネスコミュニケーション教育に、

「価値観的コンピテンシー」を組み込むことは、極めて有用だと思われる。さらに言えば、これまで企業研修などで一般的に行われてきたビジネス関連の諸々の英語研修（英文ビジネスEメール研修、ビジネスプレゼンテーション研修、ビジネス交渉術研修など）が、いわゆる「語学的側面の技能系研修」として認識され、他方では、階層別などの知識・マインド系研修が別途で行われていた。これはいわば、「独立した個別プログラム型研修体系」である。しかし、本研究から示唆される研修体系は、土台としての価値観的コンピテンシーの教育を施し、技能系をも統合していくという「統合的な融合型研修体系」である。このような指導への移行を促すものとして、本研究には教育的意義があると思われる。

最後にあげる教育的意義は、社会的意義ともいえる側面を持つもので、本研究で得られた知見は、企業での人事評価や採用プロセスで応用することが可能であるということである。具体的には、採用や昇進昇格試験において、業務上起こりそうなシナリオでのEメールを書かせることで、受験者の英語運用力のみならず、相手を動かし仕事を前に進める力をも測ることができる。この意味で、冒頭の研究動機にて述べた「実社会での成功を予測するアカデミックスコア以外のもの」を本研究が提供していると考えられる。このことから、採用や昇進昇格において、従来のようにTOEIC等の言語コンピテンシーを主として判定するだけではなく、価値観的コンピテンシー、方略コンピテンシーを併せて測るような選考方法を模索する必要性を、企業人事担当者などに訴えかける契機ともなりえると考えられる。また本研究の社会人教育における教育的意義として、企業で行っている人材育成方法についての示唆も与えていることがあげられる。特にいわゆる「グローバル人材育成教育」の一環としての社内英語教育では、優れたEメールを書くための教育に、従来伝えられてきた言語的能力に加えて、本研究で明らかにされた「価値観的コンピテンシー」を伝えることが、それ以上に重要であるということが本研究で示された。また同様の考え方は、他の英語を媒体とするコミュニケーション教育プログラムなどにも応用可能であることも、本研究から推測できるところである。

## 第2節 残された課題と今後の展望

本研究には上記の通り、教育的、社会的、研究的意義がある一方、その研究手法、実験方法、研究視点などの点において課題が残ったことは認識しなければならない。本節ではそれらについて述べる。

まず、本研究で残された最大の課題は、本研究が扱った英文ビジネスEメールのテキストが、実際の実務現場で書かれたオーセンティックなものではなかったという点である。本研究で収集したデータはあくまでビジネス現場を想定して書いてもらった文であった。よって評価者の評価も、彼らがそれらEメールを実務場面でもらったと仮定してどう感じるかという設定でのものである。現実のビジネスシーンにおいて、どのEメールが功を奏したかについては知る由もない。実際の効果については、実務現場におけるさまざまな要因が影響を与えるためである。この意味において、評価の対象となったEメールはすべてシミュレーションであり、評価は想定上での評価ということとなる。この点については、業務上の秘密保持などの原則から、実際の現場で取り交わされているテキストを使用することには大きな困難が伴うため致し方ないとする。但し見方を変えれば、本研究では、ある程度架空の状況を設定することにより「変数の統制」がなされたデータを収集できたと言えるかもしれない。例えば、実際のビジネス場面では個々の状況的背景が極めて多様なため、Eメールそのものの完成度は非常に高かったとしても、当事者の読み手はそれを受け入れること、つまりそれが優れたメールであると判断することに多少の躊躇があるというような場合も多いであろうことは想像に難くない。オーセンティックなデータには、あまりに多くの要素が入り込んでいるため、メールライティングそのものに焦点を当てた純粋な判断を評価者に求めることは困難と言える。しかしながら、今後の新たな課題としては、そのような複雑さを属性として持つそれら生のデータを敢えて使い、ケーススタディーとして徹底的に掘り下げ、そこから何が見えてくるかを研究していくという新しいアプローチも考えられよう。それも今後の研究上の選択肢として捉えていきたい。

次に、本研究のデータの中心軸である評価者のコメントというデータについて顧みる。まず評価者の母語に偏りがあるという点があげられる。本研究の評価者の大半は、長年国際ビジネスに携わってきた日本語母語話者であった。もし評価者の中に、より多くの英語母語話者がいたとしたならば、言語的側面や異文化間のコミュニケーションに関するコメントがもっと多くなった可能性が考えられる。英語母語話者の目から見れば、例えば「英

文ビジネス Eメールの文面に見られる文法的エラーの中には日本語母語話者ゆえの特徴的傾向が見える」、あるいは「日本語母語話者に特有の異文化への配慮の傾向が見える」など、本研究における日本人評価者が感じ取って言及したコメントとは異なる結果がもたらされた可能性はあると考えられる。

加えて、評価者の年齢についても、一名を除きほぼ 50 歳以上であったことは、年齢的な偏りと捉えることもできるかもしれない。しかしながら、本研究の目的がもともと、「国際的ビジネスで活躍できるビジネス・プロフェッショナルが、国際ビジネスにおいて成功を収めるために有すべき能力を、英文ビジネス Eメールへの評価を通して探る」というものであったことに立ちかえると、研究デザイン上、評価者を国際ビジネスに永年従事していた者に限定したことは当然とも言え、年齢の高さは、経験豊かであることの当然の属性と言えるかもしれない。

さらには、評価者の性別に偏りがあったことも指摘しなければならない。評価者 15 名のうち男性が 14 名、女性 1 名であった。これは、実験に際して研究者が実験を依頼するにあたって、過去のビジネス経験の中で接触してきた人材から選んだためである。これは言わば永年のビジネス界における性別の縮図とも捉えられよう。しかしながら現代のビジネス界での女性の進出はめざましく、これからの研究では、現代ビジネス社会の縮図を反映した研究を目指すべきで、少なくとももう少し高い割合で女性評価者に依頼することが望ましいと思われる。

最後に分析手法について触れる。分析手法としては KJ 法を用いたが、極力手順の定型化を行うことで手順をわかりやすくし、かつ再現可能性 (reproducibility) を高めるため、その派生的研究法であるうえの式質的分析法の用語や手順にそって分析を進めた。この分析法は、確かに認知度の面では未だ十分とは言えない段階にあるかもしれない。それでもこれを活用したのは、その手順が KJ 法に比べて高度に定型化されており、それゆえに再現可能性の確保という側面で優れており、本研究には最適であると判断したためである。質的研究では、他にも様々な手法が開発されており、それぞれに長所や限界があると思われるが、今後も様々な方法の特徴を多面的に理解し比較した上で、当該研究に最適なものは何かを常に模索しながら、他の研究者との情報交換をも交え、研究手法のレベルアップに努めたい。

## 引用文献

- 渥美育子 (2013). 世界で戦える人材の条件. PHP 研究所.
- 新井智 (2013). 製品開発技術者のコンピテンシーに関する研究—組込みソフトウェア技術者を対象として—. 広島大学大学院社会科学研究科マネジメント専攻博士論文.
- 上野千鶴子監修・一宮茂子・茶園敏美編 (2017). 語りの分析〈すぐに使える〉うへの式質的分析法の実践」. 『生存学研究センター報告』, 27, 立命館大学生存学研究センター
- 上野千鶴子 (2018). 情報生産者になる. 筑摩書房.
- 宇佐美まゆみ (2001). 談話のポライトネスポライトネスの談話理論構想. 国立国語研究所 (編), 談話のポライトネス (pp. 9–58) .国立国語研究所.
- 大谷尚 (2008). 質的研究とは何か—研究のいっそうの拡張をめざして—. 教育システム情報学会誌, 25(3), 340–354.
- 大前(1995). インターネット革命. プレジデント社.
- 大森都史春 (2014). 英文ビジネス・メールの作法. 中央経済社.
- 海保博之・原田悦子 (1993). プロトコル分析入門. 新曜社.
- 川喜田二郎 (1967). 発想法—創造性開発のために—. 中公新書.
- 川喜田二郎 (1970). 続・発想法—KJ法の展開と応用—. 中公新書.
- 木下康二 (2003). グラウンデッド・セオリー・アプローチの実践—質的研究への誘い—. 弘文堂.
- 木下康二 (2005). 分野別実践編グラウンデッド・セオリー・アプローチ. 弘文堂.
- 木下康二 (2007). ライブ講義 M-GTA 実践的質的研究法—修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチのすべて—. 弘文堂.
- 後藤隆昭 (2010). 英文ライティングにおけるジャンル分析方法論の比較研究. 熊本大学社会文化研究, 8, 179-187.
- 戈木クレイグヒル滋子 (2013). 質的研究法ゼミナール第二版—グラウンデッド・セオリー・アプローチを学ぶ—. 医学書院.
- 戈木クレイグヒル滋子(2014). グラウンデッド・セオリー・アプローチ概論. KEIO SFC JOURNAL, 14(1), 30-43.

- 戈木クレイグヒル滋子 (2016). グラウンデッド・セオリー・アプローチ—改訂版 理論を生み出すまで—. 新曜社.
- 酒井英樹・工藤洋路・高木亜希子・加藤由美子・福本優美子・津久井貴之 (2015). 中学生・高校生の英語学習実態に関するインタビュー調査. *ARCLE Review*, 9, 27-37.
- 定森幸生 (2018). 人を動かす英文ビジネス Eメールの書き方—信頼と尊敬を勝ちとる「プロの気くばり」—. ダイヤモンド社.
- 佐藤郁哉 (2008). 実践 質的データ分析入門. 新曜社.
- 柴田真一・神藤理恵 (2019). 英文ビジネス eメールの教科書—書き方の基本から応用表現—. NHK 出版.
- 白田千晶(2015). 日本人配偶者を持つある在日外国人女性の文化的価値観—TAE を用いた質的研究—. *人文科学研究*, 14, 195-210.
- 総務省(2020). 情報通信白書. 総務省.
- 染谷泰正 (1997). 英文ビジネス E-MAIL 入門—電子メールの書き方を基礎から徹底解説 100 の文例で応用も自由自在!—. ベレ出版.
- 高木亜希子(2014). 英語科教員養成における省察の意味とは何か. *JACET 言語教師認知研究会研究集録*. 60-74.
- 田中真理・阿部新 (2014). *Good Writing* へのパスポート. くろしお出版.
- 東京工科大学 (2019). プレスリリース：新入生のコミュニケーションツール利用実態調査を発表. Retrieved August, 29, 2021, from <https://www.teu.ac.jp/press/2019.html?id=104>
- 得丸さと子 (2010). ステップ式質的研究法—TAE の理論と応用—. 海鳴社.
- 戸田博之 (2014). TOEIC は企業が求める英語力を測定しているか—実務英語能力の測定における TOEIC の妥当性を中心に—. 東京大学大学院総合文化研究科入学試験提出論文 (未公刊).
- 戸田博之 (2015). 英文ビジネスメールがサクサク書ける—自律的ライティングのすすめ—. 研究社.
- 戸田博之 (2016). ビジネスで機能する英文 Eメールライティングに求められる要因—ビジネス・プロフェッショナルによる英文 Eメール・ライティング評価の分析から見えてきたもの—. 東京大学大学院総合文化研究科修士論文(未公刊).
- 中谷安男 (2019). 英文ビジネスレターにおける効果的なライティング・ストラテジー: コーパス分析による検証. *国際ビジネスコミュニケーション学会研究年報*, 78, 3-10.

- 中谷安男・ビューシスコンラド (2016). 大学生のためのアカデミック英文ライティング—検定試験対策から英文論文執筆まで—. 大修館書店.
- 一般社団法人日本ビジネスメール協会 (2018). ビジネスメール実態調査 2018.
- 福井直人 (2009). 日本企業における能力考課基準の変容—職務遂行能力からコンピテンシーへ—. 北九州大学商経論集, 44.
- ビソネットポール (2014). 改訂版相手を動かす英文メールの書き方. アルク.
- 松永志野 (2011). ライティング・プロセス探索を目的とする思考発話法による実験方法に関する研究. 熊本大学社会文化研究, 9, 249-260.
- 三木谷浩史 (2012). たかが英語—Englishnization—. 講談社.
- 深山晶子 (2007). ジャンル分析に基づいた ESP アプローチの実践. 時事英語学研究 2007, (46), 1-15.
- 箕浦康子 (1999). フィールドワークの技法と実際—マイクロ・エスノグラフィー入門—. ミネルヴァ書房.
- 箕浦康子 (2009). フィールドワークの技法と実際 II—分析・解析編—. ミネルヴァ書房.
- 本村美和・川口孝泰 (2013). 中規模病院の看護管理者におけるコンピテンシー評価尺度の開発. 日本看護研究学会雑誌, 44(1), 61-70.
- Allen, M. (2004). Does French immersion improve reading achievement? *Canadian Social Trends Autumn 2004*, 7-11.
- Amnuai, W. & Wannaruk, A. (2013). Investigating move structure of English applied linguistics research article discussions published in international and Thai journals. *English Language Teaching*, 6(2), 1-13.
- Anderson, R. H., Norman, Z. S., Tora, K. B., & Phyllis, H. K. (1989). *The Design of the MH mail system*. RAND Corporation.
- Anderson, R. H., Kedzie, C., Bikson, T. K., Keltner, B. R., Law, S. A., Panis, C. (Stan), Mitchell, B. M., Pliskin, J., & Srinagesh, P. (1995). *Universal Access to E-Mail: Feasibility and Societal Implications*. RAND Corporation.
- Angell, B., & Heslop, D. (1994). *The elements of e-mail style*. Addison-Wesley Professional.
- Bachman, L.F. (1990). *Fundamental Considerations in Language Testing*. Oxford.

- Bargiela-Chiappini, F., Nickerson, C. and Planken, B. (2007) *Business Discourse*. Palgrave Macmillan.
- Baron, N. (1984). Computer mediated communication as a force in language change. *Visible Language*, 18 (2), 118-141.
- Baron, N. (1998). Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email. *Language & Communication*, 18(2), 133-170.
- Baron, N. (2000). *Alphabet to Email: How written English evolved and where it's going*. Routledge.
- Baron, N. (2002). Who sets e-mail style? Prescriptivism, coping strategies, and democratizing communication access. *The Information Society*, 18, 403-413.
- Bauman, J. (1998). E-mail in the business world: Issues for teachers of English for specific purposes. *Proceedings, 1997: The Japan Conference on English for Specific Purposes*. University of Aizu, 35-41.
- Bhatia, V. K. (1993). *Analysing genre: Language use in professional settings*. Routledge.
- Bhatia, V. K. (2004). *Worlds of written discourse: A genre-based view*. A&C Black Continuum.
- Bhatia, V., Anthony, L., & Noguchi, J. (2011). ESP in the 21<sup>st</sup> Century: ESP theory and application today. *Proceedings of the JACET 50th Commemorative International Convention*, 143-150.
- Boyatzis, R.E. (1982). *The competent manager. A model for effective performance*. John Wiley & Sons.
- Canale, M. (1983). From communicative competence to communicative language pedagogy. In Richards, J. C., & Schmidt, R. W. (Eds.), *Language and Communication*, 2-27. Longman.
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1, 1-47.
- Celce-Muricia, M., Dornyei, Z. & Thurrell, S. (1985). A Pedagogically motivated model for content specifications. *Applied Linguistics*, 6 (2), 5-35.
- Charles, M. (2007), Language matters in global communication. *Journal of Business Communication*, 44: 260-282.
- Chen, C. (2006), The development of e-mail literacy: From writing to peers to writing to authority figures. *Language Learning & Technology*, 10(2), 35-55.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of the theory of syntax*. M.I.T. Press.



- Cenoz, J., Genesee, F., & Gorter, D. (2013). Critical analysis of CLIL: Talking stock and looking forward. *Applied Linguistics* 2014, 243-262.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research, techniques and procedures for developing grounded theory, 4th Edition*. SAGE Publishing.
- Crystal, D. (2001). *Language and the internet*. Cambridge University Press.
- Delgrego, N. (2009). Using English for specific purposes skills in an English for general purposes classroom: email as a genre. *Journal of the School of Contemporary International Studies, Nagoya University of Foreign Studies*, (5), 351-364.
- Dos Santos, P. (2002). Genre analysis of business letters of negotiation. *English for Specific Purposes*, 21, 167-199.
- Ehrenreich, S. (2010). English as business lingua franca in a German multinational corporation: Meeting the challenge. *Journal of Business Communication, Special issue of Language Matters*, 47 (2), 408-443.
- EURYDICE (Directorate-General for Education and Culture) (2006). *Content and language integrated learning (CLIL) at school in Europe*. Publication Office of European Commission.
- Evans, S. (2012). Designing email tasks for the business English classroom: Implications from a study of Hong Kong's key industries. *English for Specific Purposes*, 31, 202-212.
- Faerch, C., & Kasper, G. (1983). *Strategies in interlanguage communication*. Longman.
- Freud, S. (1949). *An outline of psychoanalysis*. W. W. Norton.
- Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. Farrar, Straus and Giroux.
- Gagné, R. M. (2005). *Principles of instructional design*. Thomson/Wadsworth.
- Gains, J. (1999). Electronic mail—a new style of communication or just a new medium?: An investigation into the text features of e-mail. *English for Specific Purposes*, 18(1), 81–101.
- Gally, T. (2011). Form and content in a science writing curriculum. *Komaba Journal of English*, 2, 95–114.
- Gass, S. M., & Mackey, A. (2016). *Stimulated recall methodology in applied linguistics and L2 research (second language acquisition research series) (English edition)*. Routledge.
- Gerritsen, M., & Nickerson, C. (2009). BELF: Business English as a Lingua Franca. In F. Bargiela-Chiappini (Eds.), *The Handbook of Business Discourse* (pp. 180-92).

- Gimenez, J. C. (2000). Business e-mail communication: Some emerging tendencies in register. *English for Specific Purposes*, 19(3), 237–251.
- Gimenez, J. C. (2002). New media and conflicting realities in multinational corporate communication: A case study. *Multinational corporate communication*, 323-343.
- Gimenez, J. C. (2005). The language of business e-mail: an opportunity to bridge theory and practice. *Journal of the Slovene Association of LSP Teachers*, 1(1), 13-23.
- Grice, H. (1975). Logic and Conversation. In P. Cole and J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics, III: Speech Acts*, Academic Press.
- Hafner, K. (2001). The 30-year path of e-mail. The New York Times. Retrieved August, 29, 2021, from [https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/learning/teachers/featured\\_articles/20011207friday.html](https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/learning/teachers/featured_articles/20011207friday.html)
- Hirose, K., & Sasaki, M. (1994). Explanatory variables for Japanese students' expository writing in English: An exploratory study. *Journal of second language writing*, 3(3), 203–229.
- Ho, V. (2011). A discourse-based study of three communities of practice: How members maintain a harmonious relationship while threatening each other's face via email. *Discourse Studies*, 13(3), 299-326.
- Ho, V. (2014). Managing rapport through evaluation in grounder—A qualitative study. *Journal of Pragmatics*, 61, 63-77.
- Hyland, K. (2004). *Genre and second language writing*. University of Michigan Press.
- Hymes, D. (1972). On Communicative Competence. In Pride, J. & Holmes, J. (Eds.), *Sociolinguistics* (pp. 269-285). Harmondsworth.
- Incelli, E. (2013). Managing discourse in intercultural business email interactions: A case study of a British and Italian business transaction. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 34(6), 515-532.
- Jenkins, J. (2000). *The phonology of English as an international language*. Oxford University Press.
- Jenkins, J., Cogo, A. & Dewey, M. (2011). Review of developments in research into English as a lingua franca, state-of-the art article. *Language Teaching*, 44, 281-315.
- Jensen, A. (2009). Discourse strategies in professional e-mail negotiation: a case study. *English for Specific Purposes*, 28, 4-18.

- Jonsson, M. (2013). Achieving communicative competence in business English. Bachelor degree project. *English Linguistics, Spring 2013*. The Department of English. Stockholms Universitet.
- Joyce, P. (2011). An analysis of the generic structure of customer service email. *Kinki University English Journal, 7*, 37-53.
- Kameda, N. (2008). Contrastive rhetoric in business email writing across cultures: A case of Singaporean and Japanese business students. *Worldwide Business Review, 10*(1), 47-66.
- Kameda, N. (2013). Japanese global companies: the shift from multinationals to multiculturals. *Global Advances in Business and Communication Conference & Journal, 2*(1), 1-18.
- Kankaanranta, A. & Planken, B. (2010). BELF competence as business knowledge of internationally operating business professionals. *Journal of Business Communication, Special Issue on Language Matters, Part 2, 47*, 380-407.
- Louhiala-Salminen, L. (1996) . The business communication classroom vs. reality: What should we teach today?. *English for Specific Purposes, 15*(1), 37–51.
- Louhiala-Salminen, L., Charles, M. & Kankaanranta, A. (2005). English as a lingua franca in Nordic corporate mergers: Two case companies. *English for Specific Purposes, 24*, 401-421.
- Louhiala-Salminen, L. & Charles, M. (2006). English as the lingua franca of international business communication: whose English? What English?" in J.C. Palmer-Silveira, M.F. Ruiz-Garrido & I. Fortanet-Gomez (Eds.), *English for International and Intercultural Business Communication, 27-54*.
- Louhiala-Salminen, L. & Kankaanranta, A. (2011). Professional communication in a global business context: The notion of global communicative competence. *IEEE Transactions on Professional Communication, Special issue on Professional Communication in Global Contexts, 54*, 244-262.
- Ly, A. (2016). Internal e-mail communication in the workplace: Is there an “east-west divide”?. *Intercultural Pragmatics, 13*(1), 37-70.
- Mallon, R. & Oppenheim, C. (2002). Style used in Electronic Mail", *Aslib Proceedings, 54-1*, 8-22.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for “intelligence”. *American Psychologist, 28*, 1-14.

- Munter, M. (2011). *Guide to managerial communication. Effective business writing and speaking*. Prentice Hall.
- Neeley, T. (2013). *Language and globalization: "Englishnization" at Rakuten (A)*. Harvard Business School Publishing.
- The New York Times (2001), The 30-year path of e-mail. Retrieved August, 29, 2021, from [https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/learning/teachers/featured\\_articles/20011207friday.html](https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/learning/teachers/featured_articles/20011207friday.html)
- The New York Times (2021), Could Gen Z free the world from email? Retrieved November 21, from <https://www.nytimes.com/2021/07/10/business/gen-z-email.html>
- Nickerson, C. (1999). The use of English in electronic mail in a multinational corporation. In F. Bargiela-Chiappini & C. Nickerson (Eds), *Writing Business: Genres, Media and Discourse*, 34-45. Longman.
- Nickerson, C. (2000). *Playing the corporate language game. An Investigation of the genres and discourse strategies in English used by Dutch writers working in multinational corporations*, Brill Rodopi.
- Nickerson, C. (2005). English as a lingua franca in international business contexts. *English for Specific Purposes*, 24, 367-380.
- Planken, B. (2005). Managing rapport in lingua franca sales negotiations: a comparison of professional and aspiring negotiators. *English for Specific Purposes*, 24, 381-400.
- The Radicati Group, (2016). Email market, 2016-2020–radicati.com. Retrieved August 29, 2021, from [http://www.radicati.com/wp/wp-content/uploads/2016/01/Email\\_Market\\_2016-2020\\_Executive\\_Summary.pdf](http://www.radicati.com/wp/wp-content/uploads/2016/01/Email_Market_2016-2020_Executive_Summary.pdf).
- Rogerson-Revell, P. (2007). Using English for International Business: A European Case Study, *English for Specific Purposes* 26, 103-120.
- Sapleton, N. and Lourenco, F. (2016). Email subject lines and response rates to invitations to participate in a web survey and a face-to-face interview: The sound of silence. *International Journal of Social Research Methodology*, 19(5), 611-622.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

- Seidlhofer, B. (2001). Closing a conceptual gap: the case for a description of English as a lingua franca. *International Journal of Applied Linguistics*, 11, 133-158.
- Seidlhofer, B. (2004). Research perspectives on teaching English as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, 24, 209-239.
- Seidlhofer, B., Breiteneder, A., & Pitzl, M. (2006). English as a Lingua Franca in Europe: Challenges for Applied Linguistics. *Annual Review of Applied Linguistics*, 26, 3-34.
- Spencer, L. M., Jr., & Spencer, S.M. (1993). *Competence at work. Models for superior performance*. John Wiley & Sons.
- Spencer, L. M., Jr., & Spencer, S.M. (1993). *Competence at work. Models for superior performance*. John Wiley & Sons.
- (スペンサー, L.M. ・ スペンサー, S.M. 梅津祐良 ・ 成田攻 ・ 横山哲夫 (訳) (2011). コンピテンシー ・ マネジメントの展開 生産性出版)
- Spencer-Oatey, H. (2008). Face (Im) politeness and rapport. in Spencer-Oatey, H (Eds.), *Culturally speaking: Culture, communication and politeness theory 2<sup>nd</sup> edition*. Continuum.
- Song, K. (2013). Teaching formal email writing in English. *Hiroshima Studies in Language and Language Education*, 17, 173-193.
- Sugita, Y. (2009). The development and implementation of task-based writing performance assessment for Japanese learners of English. *Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*, 13(2), 77-103.
- Swales, J. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (2004). *Research genres*. Cambridge University Press.
- Van Herck, R., Decock, S. & Fastrich, B. (2021). A unique blend of interpersonal and transactional strategies in English email responses to customer complaints in a B2C setting: A move analysis. *English for Specific Purposes* 65 (2022) 30–48.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.
- White, R. H. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66, 297-333.
- Widdowson, H. G. (1978). *Teaching language as communication*. Oxford University Press.

Yasuda, S. (2011). Genre-based tasks in foreign language writing: Developing writers' genre awareness, linguistic knowledge, and writing competence. *Journal of Second Language Writing*, 20, 111-133.

Yates, J. & Orlikowski, W. (2002). Genre systems: structuring interaction through communicative norms. *The Journal of Business Communication*, 39(1). 13-35.

# 博士論文

## 国際ビジネスにおける実効的コミュニケーションを 成立させる能力モデルの構築

-効果的で適切な英文ビジネス E メールライティングに注目して-

## Appendix

戸田 博之

## Appendix について

本 Appendix は、掲題表示論文の付属資料である。内容は、同論文内に記載の実験 1（2016 年実施）および実験 2（2019 年 8 月実施）において行った被験者へのインタビューの内容を書き起こした原稿である。各被験者（実験 1 では、「評価者」、実験 2 では「参加者」と呼んだ）のインタビューに P1 から P21 までの番号を付した。表 1 および表 2 に、各被験者の略歴と対応するインタビュー番号を示す。面談を行った研究者は R で表記した。なお、被験者の氏名や所属先名などプライバシーに関わる情報で、本人の特定につながる可能性のあるものは、その可能性を除くよう表記を変更した。

### 表 1 実験 1 の評価者略歴と対応するインタビュー番号

被験者の個人情報保護の観点から削除

### 表 2 実験 2 の参加者と対応するインタビュー番号

被験者の個人情報保護の観点から削除

### 以下各被験者へのインタビュー内容

被験者の個人情報保護の観点から削除