台大日本語文研究第 36 期
2018 年 12 月，頁 101-124
2018-09-28 收稿，2018-11-20 通過刊登
DOI: 10.6183/NTUJP.2018.36.101

商務日語教育非語言傳達教學內容之研究
－以商務禮儀為中心－

林長河*

摘要

近年來台灣高等教育，少子女化讓大學生源減少，全球化造成強勢英語，日語學習者數呈下降趨勢。處於這樣大環境下，日語相關科系應積極思考提升日語品質與人才的培育策略。

本研究從職場需求面出發，探討 JBP(Japanese for Business Purposes)非語言傳達的教學內容。商務日語教育，向來傾力於語言傳達面，往往容易忽略非語言傳達(non-verbal communication)的商務禮儀(business manner) 部分。

過去研究集中在「敬語表現」及「待遇表現」的語言結構表現。本研究將以商務禮儀為研究重點，補強日語系的軟實力。JBP 在教學內容、教學時間、教學法與評量法是教育上的重點項目，本研究先探索商務禮儀的教學內容與時間。

以面試、接待來客及拜訪公司等場面必備之禮儀為範圍，萃取如: 服儀、交換名片、上下座等禮儀計十種，教學時間在 4-6 小時內完成。其成果將有助於 JBP 教育以及日語系學生職場競爭力的提升。

關鍵詞: JBP、非語言傳達、商務禮儀、教學內容、4-6 小時

* 銘傳大學應用日語學系教授

臺灣大學學術期刊資料庫

A Study of Business Japanese Education Teaching Content Delivered through non-verbal communications: Focusing on Business Manners

Chang-Ho Lin*

Abstract

In the recent years, the number of Japanese learners has been dropping due to two major reasons: the low birth rate and English as the dominant global language. Japanese related departments should offer some strategies to cultivate talents in Japanese. This study explored the teaching content based on a syllabus delivered through non-verbal communications for JBP (Japanese for Business Purposes). The teaching content and time of use in relation to business manners are first discussed. The range of manners discussed covered manners required in interviews, receiving visitors, and visiting other companies. A total of ten manners were selected, including the manners for dressing, exchanging business cards, and sitting arrangements. The teaching time required for this content should be between 4 to 6 hours. The findings of this study can be used as references for business Japanese education and can help improve the competitiveness of students from Japanese departments.

Keywords: JBP, non-verbal communication, business manner, syllabus, 4 to 6 hours

* Professor, Department of Applied Japanese, Ming Chuan University

臺灣大學學術期刊資料庫

ビジネス日本語教育における非言語伝達のシラバス
－ビジネスマナーを中心に－

林長河*

要旨

昨今、少子化とグローバル化による大学の入学者数の減少と英語重視が原因で第2外国語としての日本語の魅力が色褪せつつある。台湾における大学の日本語学科は、厳しい環境に置かれながらも、前向きに将来に備え、日本語教育の中身や人材養成の戦略などの見直しが急務とされる。

本研究は職場のニーズから出発し、日本語学科生の競争力を高める趣旨で、JBP(Japanese for Business Purposes)の非言語伝達(non-verbal communication)の観点から、とりわけビジネスマナー(Business manner)の教育に焦点を当てて探究したい。

ビジネス日本語教育は、往々にして「敬語表現」や「待遇表現」の言語構造や表現に注目しがちである。しかし、ビジネスの実践面に移れば、言語と共に発生するマナーのような非言語伝達の大切さが浮かび上がり、避けては通れない重要な課題だということが分かる。

本研究は、JBPのコースデザインの特徴として、シラバス、教育時間、教授法、評価法などの重要な項目の中で、まずはシラバスと時間を探究する試みから始まる。ビジネスパーソンの身だしなみ、名刺交換、上座下座、訪問、接待などのマナーを洗い出し、4－6時間程度で完成できる内容を教育現場に導入すれば、日本語学科のキャリアアップに資することができるであろう。

キーワード：JBP、N-VC、ビジネスマナー、シラバス、4－6時間

* 銘傳大學應用日語學系教授

臺灣大學學術期刊資料庫

ビジネス日本語教育における非言語伝達のシラバス
－ビジネスマナーを中心に－

林長河

一、はじめに

台湾における大学の日本語学科は、少子化とグローバル化の脅威を受ける環境の下で、日本語教育の中身や人材養成の戦略の見直しが急務とされている[1]。生き残りの鍵は、人材養成が企業のニーズに接近するか否かにある。そのため、カリキュラム、コースデザイン、教授法などの見直しが必要とされる。今まで築いてきた基礎に立脚し、如何にして学生のキャリア形成面で更なる競争力を身に付けさせていくか、喫緊の課題である。

（一）研究背景

進学よりも就職が優先される時代では、日本語を専攻する学科生はエンプロイアビリティー（employability:どこにでも通用する職業能力[2]）を強化すべきだという企業の認識とニーズが存在している。言語学科の人文系の学生にとっては、エンプロイアビリティーなら、まず伝達能力（コミュニケーション能力）の向上が望まれよう。言語活動においては、言語と非言語の伝達があるにもかかわらず、往々にして言語の正確さ、使用の適切さの課題は、注目されやすいが、非言語的活動に関わる課題は気付きにくく、見逃される場合が多々ある。非言語的なコミュニケーションは、以下の例を参考にすれば、その重要性が一目瞭然になるであろう。

日本交流協会が主催した講演会で、某東証上場企業の台湾支社の会長が、2 人の職員を募集した時に 200 人を超える応募があったという話をした。参加者が「選択するのは、さぞかし難しかっただろう」と推し量る思いで質問をしたら、「面接が大事だよ」という答えが返

[1] 詳しくは、林(2015)、林（2016a）を参照されたい。
[2] 『用例でわかるカタカナ新語辞典』学習研究社(2003：98)

臺灣大學學術期刊資料庫

ってきた。「面接室に入り、座るまでの間に、マナーなどのチェックで、日本企業に溶け込めるか否か即時に判別できる」のだという。もう一例ある。筆者はビジネス会話の授業で、日本の有名な書店の台北支店長(総経理)を招いて、座談会を行なったことがある。面接のマナーに触れ、台湾に来て 7 年間、面接の時にサンダルを履いて来た応募者は、一人も取らなかったと語っていた。

台湾の人材バンクの会社である「Yes123 求職網」が、2014 年の 7 月に就職した会社員を対象に調査したところによると、「學非所用(学んだものが現職に活かされていない)」の人が 7 割(69.7%)に達しているという[3]。つまり、求人側と求職者の間の、条件のズレから生じるミスマッチをどのように解消していくか、現場の急務として解決すべき課題である。

この課題について、日本語学科のカリキュラムにビジネス日本語に関係する科目が次第に編み入れられていることは、そのズレを改善しようとする証と言ってもよかろう。しかし、従来のビジネス日本語教育は、「敬語」や「待遇表現」のような言語構造の指導に傾いた内容であった。つまり、残念ながら、ビジネス文化やマナーのような非言語コミュニケーションの教育が見逃されているのではないかということを指摘したい。

（二）研究目的

よって、小稿では、日本語学科生のエンプロイアビリティーの向上を図るため、均衡の取れたビジネス日本語教育の視点に立ち、専門日本語の JBP（Japanese for Business Purposes：特定したビジネス日本語)の中に含まれる非言語コミュニケーション(non-verbal communication：「N-VC」と略称する)に焦点を当て、4 時間から 6 時間のビジネスマナー(business manner)のシラバスを考案するのが目的である。

（三）研究範囲

なお、ビジネスにおいては、各業界の特徴により、特殊なニーズ

[3] 2014 年 7 月 25 日「卡優新聞網」、http://www.cardu.com.tw

臺灣大學學術期刊資料庫

が存在するので、有らん限りのビジネス場面とビジネスマナーを網羅することは不可能である。さらに、JBP の特徴の一つとして、学習者が授業に使える時間が限られているため、ビジネス日本語教育には、マナーの一点張りにはできない。

ここでは、就活の第一関門である面接活動をはじめ、入社後、新入社員としての接客から、他社の訪問まで、服装や身だしなみ、お辞儀など、といった一連した N-VC の行動において、どの業界の職に就いても、使用可能である、いわゆる「必要最小程度」のマナーの探究を範囲とする。

（四）研究方法

ビジネスマナーに関するシラバスの探究に当たり、「人の振る舞いや行為」に関する研究方法が蓄積されていないため、小稿では、まず十年間[4]の授業の実践体験を活かしながら、データや資料の分析法を用いる。データの収集方法として、本教材と DVD 教材、ウェブサイトの映像資料を使用する。まず、コースで使用された 3 冊の教科書とウェブサイトの映像資料を分析し、マナーに関わるものを参考データとする。

それから、データ資料からマナーの項目を帰納する。使用教材は以下の通りである。（1）米山隆介･藤井和子等著『商談ビジネス日本語初級から』（大新書局）、本教材＋CD 音声教材、（2）株式会社日本映画教育社(2004)『ビジネス日本語テキスト①〈内定者編〉』、（凡人社）本教材＋DVD 映像教材、（3）株式会社日本映画教育社(2004)『ビジネス日本語テキスト②〈新入社員編〉』（凡人社）、本教材＋DVD 映像教材、の 3 点である。

その他は、日本経済産業省が運営している DREAM-MATCHPROJECT（ドリーム・マッチプロジェクト）就活・面接のポイントというウェブサイト[5]の資料も取り入れた。上述した資料から「N-VC」のマナーの項目を洗い出し、シラバスの項目を特定

[4] 筆者は 2007 年から大学 4 年生のビジネス日本語を担当し始めた。
[5] 「DREAM-MATCH PROJECT 事務局」http://dream-match.jp。(参照：2012.9.8)

臺灣大學學術期刊資料庫

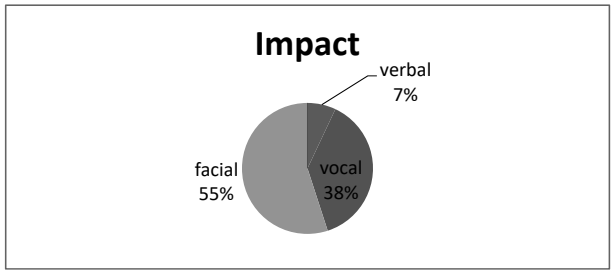
する。

ビジネスマナーの最大公約数的な「必要最小程度」の項目とは、どのような内容なのか、探求すべき課題である。ビジネスパーソンの身だしなみ、あいさつ、名刺交換、訪問、接待などのルーチン・ワークのマナーを洗い出し、4－6 時間程度で完成できる内容を教育現場に導入すれば、日本語学科生のキャリアアップに資することができるであろう。

二、先行研究

非言語伝達方面に関わる先行研究には、次の幾つかの論述がある。まずアメリカの心理学者であるマレービアン（Mehrabian,1968：53）は、伝達における非言語の働きに関して、言語が 7%、音声の非言語（声の高低、大きさ、テンポ）が 38%、顔の表情は 55%を占める[6]と指摘している。

図 1：(Mehrabian：1968:53)



言語は僅か 7%に過ぎず、音声的非言語と顔の表情のような「見る・聴く」のような視聴機能が人に与える働きは、意思伝達において、大きな役割を果たしていることが分かった。ビジネスのコミュニケーションでは、身だしなみをはじめ、接客のマナーのような非言語の伝達が、重要な役割をしている裏づけである。

言語学者のネウストプニー（J.V. Neustupny:1982)は、外国人場面

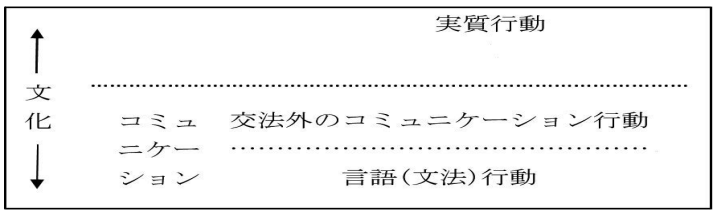
[6] 「Total Impact=.07verbal+.38vocal+.55facial」, Mehrabian,A. (1968).53

臺灣大學學術期刊資料庫

（外国人と母語話者のコミュニケーションの場面）に注目し、外国人が異なる文化・社会においてコミュニケーションのルール違反を犯しやすいという問題点を指摘し、目標言語の文化ルールを重視するための「二重文化能力」を養成する必要があると述べている。日本企業では暗黙知であるマナーも文化能力として解釈でき、文化ルールの一つでもあると言ってよかろうと思われる。

さらに、ネウストプニー(1983)は、社会言語学の観点から、言語と文化とは切り離せない関係で、図 2 に示すとおり、文化の中に言語(文法)行動と非言語の文法外のコミュニケーション行動が存在しているとし、実質行動(substantive behavior)の中に日常生活の行動、経済的な行動（business を含める）、政治、思想などが含まれていると述べている。80 年代は、構造言語学の全盛時代であり、外国語教育における実質行動やコミュニケーション行為に目を付け、非言語の重要性を唱える論点が稀で、ネウストプニー(1983)は時代に先駆け、斬新な観点を提出したと言えよう。

図 2：（ネウストプニー，1983:19）



続いて、同年代に野元(1983a,1983b)は日本語教育の観点から、言語は行動であり、「こと」であると言い、使用場面と密接な関係があり、言語で伝達する場合もあれば、非言語を使用する場合もあるとしている。そして、前者は「言語行動」と言い、後者は「非言語行動」と言うと述べている。野元(1983a,1983b)は言語、非言語を合わせて「言語行動学」と名付けており、場面と行動の重要性を主張し、見逃された「非言語行動」の大切さを指摘している。

臺灣大學學術期刊資料庫

そして、90年代に入り、日本を訪れる留学生が増加する中、彼らが日本の生活に溶け込めるように、「日本事情」がクローズアップされ、注目されてきた。水谷修・佐佐木瑞枝・細川英雄・池田裕 (1995：4) 編『日本事情ハンドブック』といった著書の中には、「非言語コミュニケーション」の一節が設けられ、非言語行動の研究者ナップ(Mark Knapp:1979)の七つの分類が引用されている。(1)身体的伝達行動、(2)身体的特徴、(3)接触行動、(4)周辺言語、(5)空間要素、(6)物品要素、(7)環境要素の7分類である。

この枠組みにある(1)、(4)、（5）、(6)を敷衍すれば、(1)の身体的伝達行動は、「顔の表情、視線、手振り、身振り」などが含まれる、(4)の周辺言語は「発話の間、音声の特徴、笑い声」が包含される、(5)の空間要素は「空間の使い方、対人の距離、上座、下座」、(6)の物品要素は「化粧、服装、名刺及びカタログ、持ち物など」が関わるであろう。以上の四つはビジネス行動において、扱う範囲が従来では見られないユニークさがあり、中身も具体的で、分類に明確さがあるという特色を備えているので、興味深い枠組みである。

藤原・籾山（1997)は、上級日本語教育という立場から非言語伝達に関して、以下のように述べている。学習者の行動については、話す能力の他に、対人交渉能力の養成をも目標にすべきであるとし、見知らず人をいかに遇すれば、いいのかといったことが重要な課題で、主として「待遇表現の適切な使用」、「適切な言語随伴行動」、「行動の手順に関する知識」の三つが重要だと述べている。「言語随伴行動」は、視線の置き方、対話者間の距離のようなことで、「行動の手順に関する知識」とは、見知らぬ人と接触したい場合、文化の異なりにより、好まれる行動を理解し、それを取るべきだと必要があるということである[7]。この指摘は非言語伝達の役割だけでなく、言語と伴なう行動や行動の手順があり、それに関する知識などが上級レベルの日本語教育において無視できないとの主張である。

さらに、同書に「日本語学習者の非言語行動」という章が設けられ

[7] 『上級日本語教育の方法』p.3による。

臺灣大學學術期刊資料庫

る。執筆者である村上京子（1997)は、非言語行動について、言葉だけが情報を伝達する手段というわけではない。言葉によらない非言語行動によって多くの情報を伝えていると冒頭で述べ、それが意識的と、多くの場合無意識的に様々なメッセージを送り続けているとしている。

ひいては、言語で伝えられる情報と非言語行動が意味するところと矛盾する場合、言葉では容易に真実を偽ることができるのに対して、表情や態度は意図的にコントロールするのが難しいため、その人の情動を素直に表現していると判断しがちである[8]と説明している。村上（1997)の観点を言い換えれば、言葉では「事実ではないこと」を語ることも有り得るが、非言語に属する表情、態度は、偽りが困難である。人間の動作において、実際、非言語が言語より多くの真実を伝えているという意味であろうと理解しても良かろうかと思われる。

面接や来客・訪問の場面において、初めて出会いになった二人が言語よりも非言語の方が重んじられ、相手の人柄、個性、態度などを探り合って、情報収集していると伺える。

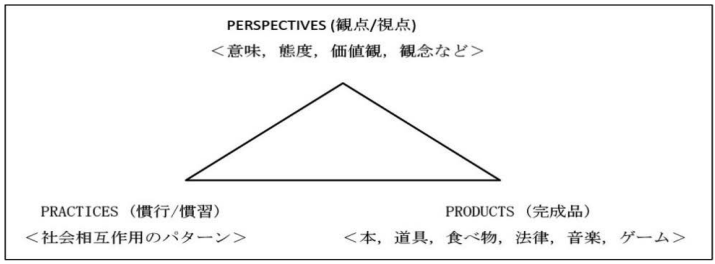
牧野(2003)は、文化という難解な語彙を次のように分かり易く定義している。「文化とは、ある社会の成員によって習得され、共有され、伝達されている様々なコミュニケーションの様式だ」とし、1996年にアメリカの「外国語学習のスタンダード」(Standards for Foreign Language Learning National Standards)から五つの C を提出している。Communication(コミュニケーション)、Cultures(文化)、Connections(コネクション)、Comparisons(比較対象)、Communities(コミュニティー)の五つの C である。

それに基づき、特に文化における三つの P を取り上げている。三つの P とは、Perspective(意味、態度、価値観、観念)、Practice (慣行、慣習)、Product(完成品、道具)であり、その相互関係は図 3 の通りである。

[8] 『上級日本語教育の方法』p .297 による。

臺灣大學學術期刊資料庫

図 3： 文化の三つの P　牧野(2003)



三つの P を日本のビジネス場面の接客や訪問のビジネス行動に当てはめれば、接客の観念、接遇の慣行、初対面の道具(名刺）は、マナーの態度と行動と一致する。牧野(2003)は「第 2 言語習得」の理論に従い、「第 2 文化習得理論」を構築する必要があると指摘し、衆知の OPI(Oral Proficiency Interview)の口頭テストのように CPT(Cultural Proficiency Test)「文化能力テスト」を実施する必要性があると主張している。「第 2 文化習得のテスト」という主張が評価やテストの重要性と一致しているが、評価やテストと言えども、実際のシラバスが明らかにされなければ、教育実践できないので、その中身が具体化されることが待たれている。

加藤(2009)は日本のビジネス能力テスト(BJT)の枠組みを考案している。図 4 で示したように、縦軸にある「実用的・専門的」と横軸の「技能・知識」という 4 象限から座標が構成されている。

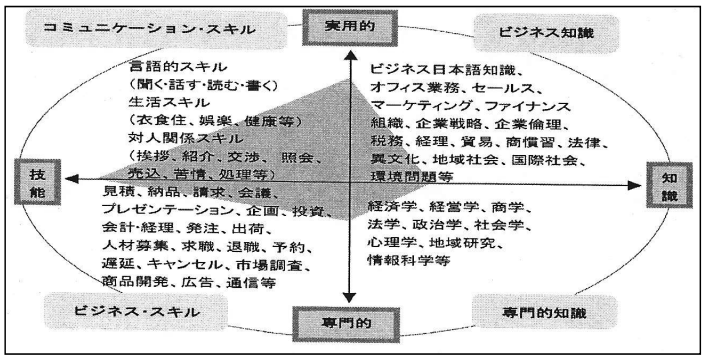
座標に「ビジネス知識､専門的知識､コミュニケーション･スキル、ビジネス・スキル」といった四つのブロックがある。「コミュニケーション・スキル」というブロックの中には、言語的スキルは「聞く・話す・読む・書く」、生活スキルは「衣食住、娯楽、健康等」、対人関係スキルは「挨拶、紹介、交渉、苦情、照会、売込み、苦情、処理等」といった下位分類の内容が含まれている。

本論と関係するのは、対人関係スキルのカテゴリーである。特に「挨拶、紹介、交渉、苦情等」の行為が言語と非言語の両方に跨って

臺灣大學學術期刊資料庫

いる。コミュニケーション行動において、言葉の運用がいくら正確かつ流暢でも、相応しい行為や態度が備わっていなければ、コミュニケーションの目的を達せないばかりか、誤解される恐れさえ起きる。マナーは、一連したビジネス活動において、極めて重要な働きをするわけである。

図 4： BJT における測定可能の能力領域　加藤(2009)



一方、台湾でも次第に言語の構造に拘る教育から脱皮して、文化の視点を取り入れ､教育現場に導入するという風が吹いてきている。台湾の教育部では、「多國語言與文化連結課程計畫」といって、言語と文化の融合を図るというプロジェクトが打ち出されている。賴錦雀先生がプロジェクトの担当責任者であるが、「台日異文化能力育成」を提唱している（賴 2016)。

黃(2016)は、ビジネス能力テストの問題集の内容から、ビジネスの会話場面を「上司指示、社内打診、発表提示、外來打診、表敬挨拶、会社訪問、部下報告、面談面接、社内雑談、電話対応、対外連絡、情報吟味」[9]の 12 の類型に分類した。下線を引いたのは、非言語伝達に関わる内容だろうと考える。

さらに、N2[10]合格者 79 名を募集し、「BJT の公式体験テスト」を実

[9] 黃英哲(2016：315)、下線は筆者。
[10] 国際交流基金のサイトによると、日本語能力試験（JLPT）は N5-N1 のレベ

臺灣大學學術期刊資料庫

施したが、小稿と関係があるのは、受験後、N1 合格者 10 名の学生を対象に質的調査のインタビューを行ったその結果である。それによると、台湾の学生は N1 に合格しても、ビジネスの慣用表現や慣習に苦手意識を持っていることが判明した。しかし、苦手さを感じている具体的な内容については言及していない。おそらく、ビジネスマナーも問題点の一つであろう。商い慣習やビジネスマナーの教育を導入しなければ、行動上において、困惑する場面が避けられないので、苦手意識が低下することは望めないであろう。

以上のように、先行研究では、N-VC の大切さは様々な視点から議論されてきた。言葉と文化が切り離せないという観点をはじめ、文化能力、第 2 文化能力習得、異文化などのその教育上においての重要性が指摘されてきた。惜しいことは、具体的な内容が言及されていなければ、漠然とした方向に向かってしまい、課題が解決される糸口が見つからないままになる。キャリア形成に役立つビジネス教育における方向性を押さえ、「可視化」の見える内容を提出していただきたいというのが、筆者を含め、教育現場にいる教師らの望みではなかろうかと察する。

冒頭で述べたようにエンプロイアビリティの向上を図ることが目的であるが、台湾において、就職活動に長年携わっている許書揚という専門家が、企業の様々な事例を観察し、職場における三つの重要なキャリア能力を取り上げた。その 1 は「専門職能」、その 2 は「行為職能」、その 3 は「願望職能」である。「専門職能」とは、会計や外国語など仕事においての専門的能力であるのに対して、「行為職能」とは、ビジネスマナーや、同僚間のインターアクション、高い EQ である。その 3 の「願望職能」とは、自ら成功することに対する強い願望と挑戦力である。さらに、企業には、三つの能力を取捨選択でき

ルがある。N1 は最も難しいレベルで、「幅広い場面で使われる日本語を理解することができる。」というレベルの認定目安を説明している。N2 は「日常的な場面で使われる日本語の理解に加え、より幅広い場面で使われる日本語をある程度理解することができる。」という。

臺灣大學學術期刊資料庫

るなら、その 1 よりも 2 と 3 を選ぶ人事担当者が多いようだ[11]と述べている。

許(2013）の指摘によれば、ビジネスマナーは行為的な職能で包含され、決して台湾の企業にとっては、それが無関心なことではないということが裏付けられる。

身だしなみ、服装、挨拶に伴なう動作、お辞儀、視線、距離、位置、態度などの非言語伝達が、相手に第一印象を与える。その良し悪しは、就職の面接やビジネスの面談などで成否を左右する印象を与える。

面接は 10 分、20 分程度の短い接触だが、その影響力は、ややもすれば、言語を超えているかもしれない。竹内一郎の著書『人は見た目が 9 割』(竹内 2005，新潮社)との書名のように、見た目による第一印象は、短期的な信頼感が生まれるかどうかと関わり、面接活動の結果に影響を及ぼしている。ビジネスマナーはエンプロイアビリティの向上にとっては、重要な能力の一つであると言ってもあながち言い過ぎではない。

三、台湾における JBP 教育の非言語伝達

筆者は2008年9月からビジネス日本語の教育実践に携わることになった。しかし、実際のビジネス場面で、学習者にシミュレーションさせる度に、言葉だけでは足りないといった違和感を覚えるようになり、N-VC におけるビジネスマナーを導入せねばならないことに気づいた。

実際に職を求め、職に付いたプロセスの中で、面接活動や、電話の取次ぎ、客の接遇、得意先への訪問などの場面に出会うことになる。こうしたビジネス行動の中で、お互いに暗黙の理解のような文化ルールが作用しており、文化ルールを守らなければ、相手に失礼な行動だと解されてしまい、誤解が生じかねない。相応しい言葉を発すると共に、適切な N-VC の行動が伴えば、プラスの印象が生ま

[11] 許書揚（2013）による。

臺灣大學學術期刊資料庫

れ、コミュニケーションも円滑になり、ビジネスも順調に進むということになろう。

こうして、面接は第一歩として乗り越えるべき関門になる。それから、入社後、会社のビジネス行動に移り、新入社員の自己紹介から、来客の対応、電話の取次ぎ、他社への訪問などのビジネス行動における言葉の学びと同時に、それに伴なった様々なマナーを身に付けさせることが教育上においては絶対忘れてはならない課題であろう。

この趣旨を汲み入れ、テキストにある場面や「ビジネスハンドブック」に挙げる項目、DVD 教材などに現れた場面やシーンに焦点をしぼり、非言語動作を収集・分析することにした。

各場面に伴うビジネスマナーを分析し、「必要最小程度」の類型を 10 項目にまとめる。それは、服装、挨拶、お辞儀、名刺交換、戸開きと戸閉め、お茶の出し方、笑顔、電話のマナー、上座と下座、客の見送りなどの十項目である。教育上の便宜を図り、「ビジネスマナーの十か条」と名付けた。

四、非言語動作の調査結果

研究方法のところで、教材リソースを四つ挙げたが、各教材の場面に基づいて、言語の前後や同時に発生する動作やマナーを確認し、出現頻度の多寡の集計を行った。その 1 は、『商談ビジネス日本語初級から』、その 2 は、『ビジネス日本語テキスト①〈内定者編〉』、その 3 は、『ビジネス日本語テキスト②〈新入社員編〉』、その 4 は、『就活・面接のポイント』というウェブサイトの 4 点である。非言語動作に関する調査結果は、表 1 の通りである。

（一）各教材のビジネスマナーの集計例

まず、その 1 の教材にある「訪問」[12]という場面の会話を例に挙げれば、ビジネスマナーの集計方法は、以下の通りに行われる。

[12] 『商談ビジネス日本語初級から』会話：訪問 P. 8

臺灣大學學術期刊資料庫

【訪問】

（訪問に行く前に、身だしなみ、資料、名刺等をチェックする。）[13]

A：いらっしゃいませ。***（あいさつ、お辞儀）***

B：私、アジア銀行の松本と申します。総務課長の市川様にお目にかかりたいですが、***（お辞儀、名刺を出して、自己紹介する）***

A：失礼ですが、お約束がございますか。***（名刺を貰って確認する）***

B：ええ、2 時半に。

A：さようでございますか。少々お待ちください。

―内線電話で市川に連絡する―***（内線電話を掛ける　電話マナー）***

（お辞儀、言われた通り、接客室に案内する、エレベーターのマナー、戸開き、上座・下座、お茶を出す）

A：松本様。ただ今、市川がこちらにまいりますので、
もう少々お待ちください。***（お辞儀）***

B：そうですか。どうも。***（お辞儀）***

―しばらくして市川が来る―

C：どうもお待たせいたしました。***（お辞儀）***

B：アジア銀行の松本でございます。どうぞよろしく
お願いいたします。***（お辞儀、名刺を渡す）***

C：松本さんでいらっしゃいますね。総務担当の市川でございます。こちらこそ、どうぞよろしくお願いいたします。***（お辞儀、名刺を渡す）***アジア銀行さんは銀座にあるんですね。

B：ええ、東銀座駅から歩いて 2、3 分のところにあるんです。

（すぐ事務的な話に入らない配慮、帰る時のあいさつ、見送る）

（二）各教材の集計結果

各スキットでは、言葉の前後、或いは言葉と同時に、ビジネスマナーが動作として必要とされる場面が望ましくなる。服装のような身だしなみと笑顔は、誰かと出会っても、不快感を与えない、礼を失しないように、気を付けなければならない心遣いである。

[13] 斜体字は筆者が加えたビジネスマナーの非言語動作である。

臺灣大學學術期刊資料庫

会社訪問や来客案内の時、あいさつとお辞儀が頻繁に行われる。まず来客の際、初対面の客と名刺交換、移動時のエレベーターの乗り方、相手が控える話し合いの場所に入る前のノックと戸開き、出る時の戸閉め、応接室の上座と下座に対する認識、お茶を出すもてなし、帰る際の見送りも身に付けなければ、失礼な接遇になる。逆の場合、会社訪問をする時、立場が入れ替わるので、マナーも要注意である。

このように、四つの教材を集計した。十項目に合計 235 回の非言語動作のビジネスマナーが言語と共に発生し、必要とされる。表 1 の通りである。

表 1：各教材における非言語伝達のマナーと動作の統計表

必要な動作とマナー	**回数**				
	その 1	**その 2**	**その 3**	**その 4**	**小計**
身だしなみ（服装と髪型）	7	4	15	9	35
笑顔	7	2	15	9	33
あいさつ	12	11	34	4	61
お辞儀	15	1	5	8	29
名刺交換	2	2	4	0	8
電話のマナー	5	2	12	0	19
応接室などの**上座と下座**	7	0	12	0	19
入室時の**ノック**と**戸開き**：退室時の**戸閉め**	5	0	5	4	14
お茶の出し方	5	0	4	0	9
お客様の**見送り**	5	0	3	0	8
合計	70	22	109	34	**235**

表 1 のように、各会話場面の随所に隠されている非言語伝達のマ

臺灣大學學術期刊資料庫

ナーが散在している。N-VC の集計について、場面により、若干の差異が認められた。電話の場面は、マナーの使用項目と使用数が少なくなるが、訪問や来客の場面は、接遇の流れにおいての動きや空間がバラエティーに富むため、マナーの使用種類と使用回数が高くなる傾向が見られた。

表 1 の集計を見れば、身だしなみ、笑顔、あいさつ、お辞儀の使用率が最も高いが、名刺交換、電話のマナー、上座と下座、戸開きと戸閉め、見送りなどが、いずれもビジネスパーソンの常識で、人に不快感を与えることを避けることができ、良き第一印象を与えることが可能となる。

教育上の便宜を図り、マナーの十項目を「ビジネスマナーの十か条」と名づける。確実にそれをおさえれば、ビジネスが捗ることに資することできるであろう。

五、「ビジネスマナーの十か条」のシラバス

以下、「ビジネスマナーの十か条」について説明する。まずは、服装である。これは非言語の内容だけあって、ビジネスの教科書では、扱わない場合が多い。しかし、実際、日系企業における面接や接遇の場では、相応しい服装が身だしなみとして、印象の良し悪しに影響を与える重要項目とされ、ビジネスマナーの専門書なら、ほとんどと言ってよいほど、重要な項目として扱っている。

重要なポイントは、男性のスーツはすべてのボタンを留めずに、上着の一番下のボタンを外すことに気を付けることであるのに対して、女性の方はすべてのボタンを留めることである。上着のポケットの蓋を出すこともマナーとして必要である。

台湾のテレビや新聞紙、雑誌で掲載されている俳優や政界の知名な人物のスーツ姿では、ポケットの蓋を出さなかったり、ボタンをすべて留めたりする例が見られる。

筆者は時々日本の交流大学を訪問する機会に恵まれる。生協を見学する時、入り口のところ或いは中にある適切な場所で、就活のた

臺灣大學學術期刊資料庫

めに、宣伝・販売する目的で、男性と女性のスーツを着たマネキンが立てられている。台湾では見られない光景である。面接に行く前に一回ぐらいスーツ姿で、人の前に出て、立ったり歩いたりして、第三者に見てもらった方がよかろう。

図 5：生協のスーツ販売[14]



次はあいさつである。辞書によれば、あいさつとは、「人と会った時や別れる時にやりとりをする、社交的・儀礼的な言葉や動作。」[15]となる。あいさつの言葉は、初級段階で導入されているにもかかわらず、動作の方は、担当教師の考えにより、指導しないこともあるようだ。

主婦の友社が編集した『社会人のための基本マナー』という著書の中に、「ビジネスのあいさつは、①おじぎ②名刺交換③(自己)紹介の三つがセットになっている」[16]と解釈している。しかし、本稿では、言葉と一緒にセットして演習する場合、例えば、「おはようございます、いらっしゃいませ」といったあいさつ言葉のほか、適切な非言語動作が要求される場合は、まず「あいさつ」として扱う。「日本式のおじぎ」と「名刺交換」は、台湾の学習者にとっては、身体で覚えるのに、難度が高いため、一項目として独立して練習しておいた方が適

[14] 筆者が鳥取大学の生協の前で取った写真である。
[15] 『新明解国語辞典』第 5 版による。P.3
[16] 主婦の友社（2002）P.162

臺灣大學學術期刊資料庫

切であるので、「あいさつ、おじぎ、名刺交換」の三か条に分けた。

その 3 はお辞儀である。普通は 15 度(会釈)、30 度(普通礼)、45 度(敬礼)の三つがよく使用されるお辞儀であるが、背筋を伸ばし、首を曲げずお辞儀をすることは、動作を伴なって練習しないと体得するには困難である。なお、あいさつと同じように、ビジネス場面においては、感謝とお詫びを述べる時、「ありがとうございました、申し訳ございません」などと述べてから、「言先行後(言葉を先に発して、動作をその後に行なう)」の順序で、非言語の相応しいお辞儀を伴うのが普通である。指導及び練習が必要である。

その 4 は名刺交換である。「はじめまして、私は、・・・」と自己紹介をしてから、どうやって名刺を交換するか、学ばなければ、正しくスムースに習得できないマナーである。なお、一対一の同時交換、一対多のような場面、交換の順序、上下関係などの要素を配慮して行なわねばならない。間違えると失礼なことになる。

その 5 はノックを含めた戸開きと戸閉めである。面接する場面では、落ち着きを保ち、自然な態度で面接官に対面する些細な態度が期待されるが、入室・退室する際のマナーが要である。接客の場合、ドアは内開き、外開きに分けており、取る行動が異なっているので、練習が必要である。この項目のマナーは、安全面に対する配慮が含まれ、身体で覚えていれば、接客が順調に進まれるであろう。

その 6 はお茶の出し方である。来客のとき、お茶を出して、おもてなしをすることになる。お茶の出し方も決まりがある。お茶の入れ方、お茶の出し方の礼儀作法を理解し、適切で、正しい振る舞いを身に付けていれば、商談の成功に貢献できるであろう。訪問の立場では、お茶を飲むマナーも注意しておかねばならない。

その 7 は笑顔である。「スマイルはゼロ円」、あるファストフードの会社が社員教育の際に、使う言葉である。笑顔は自分の喜びをお客様と分ち合い、好感を持たれる。如何に言葉が丁寧で、敬語を巧く使いこなしても、不機嫌な顔や無愛想な表情を見せたら、商談にブレーキを掛けてしまう恐れがある。笑顔に溢れていれば、決して

臺灣大學學術期刊資料庫

相手にマイナスなイメージを与えない。商談がすぐ出来なくても、いつかきっと順調に行く。笑う門には、福が来るからである。但し、笑顔の指導には方法とスキルが必要である。

その 8 は電話の取次ぎである。3 コール以内に出る。それ以上鳴ったら、「お待たせしました」とお詫びをする。電話を切る時のマナーも大切である。要するに、電話の取次ぎの言葉は言うまでもないが、言語の他に、必要なマナーも注意すべき点である。

その 9 は、上座と下座である。ビジネスの空間は、相手との親疎、上下、内外などの関係により、上座と下座のような位置が決まっている。上座と下座の位置を把握していれば、行動が落ち着くことになる。様々な交通手段、会議の席、食事の席などの上座と下座の位置をおさえて、正確に座ることが大事である。エレベーターでも、上座と下座があり、立つ位置のほか、出入りの順序も理解しておくと役に立つ。

最後は客の見送りである。来客が帰る際の見送りは、接客のラストワンマイルである。お客様をどこで見送るか、動作はどうすれば、いいか、念頭に置かねばならない。

六、終わりに

このように、ビジネスマナーの十か条は、必要最小程度のシラバスとして、提案したい。言語とかかわって、非言語の学習も動作を伴って、指導しておくべきであろう。動作や位置だけを理解するのではなく、なぜそうなるか、その動作が持っている奥深い意味を学習者に説明せねばならない。

竹内（2005）は、「社会生活のさまざまな局面で、できるだけ相手に不快感をあたえず、かつスムーズに行動すること、それはすなわち相手への礼を尽くしているということになる。つまりマナーを守っていることは、相手に「あなたを尊重していますよ」というメッセ

臺灣大學學術期刊資料庫

ージを発していることに他ならない」[17]と指摘している。ビジネスマナーの大切さを非常に分かりやすく解説している。

ビジネスの世界では、新入社員には「あなたは会社を代表している」といったことを耳にしていると思われるが、マナーを守っていることは、すなわちビジネスのパートナーに対して、竹内（2005）の指摘した「尊重」の意を表す意味でもある。もしも、会社の代表がビジネスの相手を「尊重していなければ」、結果は明白であろう。

したがって、ビジネスマナーの十か条を身に付ければ、冒頭で述べたエンプロイアビリティーの向上につながるであろう。ビジネスマナーは日系企業にとっては、避けて通れない基本のスキルと態度である。台湾の日本語教育界も日本語学科生のソフトパワーを高めるなら、一日も早く導入していただきたい。

小稿では、4－6時間を使い、指導する可能性があるシラバスを提案するに止まるが、今後の課題として、特に、教育上において、試みられた指導方法を紹介し、どのように実践したか、どのような問題点があるか、評価法の中身、引いては教育空間の構築などの課題の考察が待たれているが、次の拙稿に譲りたい。

参考文献

阿部開道(2005)『必携ビジネスマナー』西東社

岡田小夜子・山崎紅(2014)『完全図解いちばんわかりやすいビジネスマナー』成美堂

加藤清芳（2009)『BJT ビジネス日本語能力テスト　体験テストと解説　改定版』日本漢字能力検定協会

株式会社日本映画教育社(2004)『ビジネス日本語テキスト①〈内定者編〉』凡人社

株式会社日本映画教育社(2004)『ビジネス日本語テキスト②〈新入社員編〉』凡人社

[17] 竹内一郎（2005)、P.168 による。

臺灣大學學術期刊資料庫

金山宣夫(1983)『世界 20 ヵ国ノンバーバル事典』研究社
許書揚(2013)『CEO 最在乎的事-職場倫理與工作態度』台北市、天下雜誌出版
学校法人産業能率大学(2003)『ビジネスマナーハンドブック』産業能率大学出版（未公開資料）
黄英哲(2016)「ビジネス日本語能力テストの分析と台湾人日本語学習者の受け止め方」『台灣日本語文學報』40 期　PP.307-334
J.V.ネウストプニー(1982)『外国人とのコミュニケーション』岩波新書
J.V.ネウストプニー(1983)「日本語教育と二重文化教育」『日本語教育』49 号 PP.13-24
J.V.ネウストプニー(1995)『新しい日本語教育のために』大修館
島川崇編(2004)『ソフトパワー時代の外国人観光客誘致』同友館
主婦の友社(2002)『社会人のための基本マナー』主婦の友社
煤孫勇夫(2005)『いつかきっと役に立つマナーの基本』パッチワーク通信社
秦義一郎(1998)『日本人礼儀作法読本』マガジンハウス
竹内一郎(2005)『人は見た目が 9 割』新潮社
辰巳渚(2005)『日本人の新作法』幻冬舎
西出ひろこ(2013)『究極の「お客様満足」を実現するプロフェッショナル接客・接遇マナー』日本実業出版社
野元菊雄(1983a)「日本語教育と言語行動学」『日本語教育』49 号 PP.25-34
野元菊雄(1983b)「言語行動学入門」『日本語学』1983 年 7 月号明治書院 PP.4-10
藤原雅憲・籾山洋介（1997)『上級日本語教育の方法ーさまざまなアポローチ』凡人社
牧野成一(2003)「文化能力基準作成は可能か」『日本語教育』118 号 PP.1-16
松本繁美(2004)『大人のマナー　基本はこれだけ』講談社

臺灣大學學術期刊資料庫

水谷修･佐佐木瑞枝･細川英雄・池田裕(1995)『日本事情ハンドブック』大修館

村上京子（1997) 第二部第 5 章「日本語学習者の非言語行動」 藤原雅憲・籾山洋介編『上級日本語教育の方法－さまざまなアポローチ』PP.297-307 凡人社

Mehrabian, A. (1968)“Communication Without Words”.*Psychology today*2, September, 52-55

面接対策研究会(2001)『面接成功の自己 PR』永岡書店

安田賀計(2003)『【改訂版】ビジネス・マナーハンドブック』PHP 研究所

吉岡泰夫(2011)『コミュニケーションの社会言語学』大修館

賴錦雀（2016）『台日異文化能力育成研究 5』致良出版

林長河（2015)「グローバル化時代における台湾日本語学科の課題と展望―質の向上とイノベーションをめぐって―」『台灣日語教育學報』第 25 号 pp.405-434

林長河（2016a）「台湾の大学における日本語教育の現況と人材育成の展望-日本語学科を中心として-」『専門日本語教育研究』第 18 号 pp.15-20

林長河（2016b）「台湾日本語学科の自国文化に関する科目のコースデザイン-現状と課題-」『台大日本語文研究』32 期 台湾大學日本語文學系 pp.139-166

林長河（2016c）「日語系課程中如何導入「共通職能」教育之嘗試－以「職場倫理與國際禮儀」之課程為例－」『銘傳大學 2016 年國際學術研討會論文集』銘傳大學應用日語學系民國 105 年 3 月 11 日

臺灣大學學術期刊資料庫