

【論文】 学習経験と職場経験が日本語の「断り」表現の選択に与える影響

— 中国人ビジネスパーソンに対するインタビュー調査から —

宗 甜甜

日本大学大学院総合社会情報研究科修了生

Impact of learning and work experience on the choice of Japanese “Refusal” expressions

— From interview survey with Chinese businesspersons —

ZONG Tiantian

Former graduate student of Graduate School of Social and Cultural Studies, Nihon University

The purpose of this study is to investigate the impact of learning and work experience on Chinese businesspersons' “refusal” for requests in business situations using Japanese. In this study, a follow-up interview was conducted with the respondents of the “refusal” email survey. By confirming Chinese businesspersons' Japanese-learning experience, whether or not they have learned Business Japanese, what they were careful about when writing a “refusal” email, and the resources of the knowledge they referred to, this study would like to consider whether the “refusal” expressions of Chinese businesspersons is influenced by work experience, Japanese-learning experience, and/or the textbooks used. As a result, it was found that Chinese businesspersons referred to work experience most when composing the “refusal” email. In addition, they used resources such as textbooks, reference books, and the Internet to select words and expressions. Regarding what Chinese businesspersons value when expressing “refusal”, to customers, top priority is placed on interpersonal relationships with customers, while to the inside of the company is the intention of clearly refusing.

1. 背景と目的

日本語での「断り」において、断る意志を明言せず、間接的に断る特徴があると多くの研究で指摘されており（生駒・志村 1993、藤森 1994 など）、日本語非母語話者の外国人ビジネスパーソンが日本語での依頼に対する「断り」について難しいと考えているという指摘もある（喬 2015）。外国人ビジネスパーソンは日本語によるビジネスコミュニケーションにおいて、自身の日本語学習および職場での学びにより、「断り」方や「断り」表現を選択し、「断り」の場面に使用することがあるのではないかと考えられる。外国人ビジネスパーソンの日本語の「断り」をより理解するには、なぜそのような「断り」をし

ているか、「断り」表現の使用が何に影響されているかを知ることが重要だと考えられる。しかし、これまでの研究では、外国人ビジネスパーソンの「断り」に特化し、その「断り」方に学習経験や職場経験がどのように影響しているか調査したものは少ない。本研究では、中国人ビジネスパーソンの日本語の「断り」に焦点をあて、「断り」表現の選択は学習経験やビジネス経験に影響を受けているか、受けているのであればどのような影響を受けているかということをも明らかにすることを目的とする。宗（2021）では、対社内、対顧客（社外）というウチソトの対人関係と場面を設定し、依頼メールに対し、日本語非母語話者である中国人ビジネスパーソンがどのように

「断り」メールを作成するか調査を行い、メールでの日本語の「断り」方および「断り」表現の使用の特徴が場面によってどのように異なるかを検討している。その結果、対顧客では、緊急度の高い依頼に対しては直接断るが、緊急度の高くない依頼に対しては、できないことを明示し直接断ることを避け、間接的に断っていた。一方、対社内では、緊急度にかかわらず、理由や謝罪などの間接的な「断り」表現を使用すると同時に、直接できないと述べて断る傾向のあることが明らかにされている。宗（2021）では中国人ビジネスパーソンの「断り」方と表現の特徴を明らかにしているが、その「断り」はどの要素に影響されて形成されたのか検討されていないため、本研究では、宗（2021）の「断り」メール調査の協力者にフォローアップインタビューを実施し、中国人ビジネスパーソンの「断り」言語行動は職場経験、日本語学習、使用した教科書などの影響を受けているかを検討する。具体的には、以下の研究課題について分析する。

- (1) 中国人ビジネスパーソンは断りメールを書く際に、どのような知識のリソースを参考にしたか。
- (2) 中国人ビジネスパーソンは断りメールを書く際に、場面をどのように捉え、どのようなことを重視しているか。
- (3) その他、普段断りメールを書く際に気をつけていること、特に工夫している点はどのようなことか。

2. 先行研究

早期の「断り」研究には学習者の母語からの影響を分析している研究が見られる。Beebe et al. (1990) では、日本語母語話者（非英語学習者）、アメリカ人英語母語話者、日本人英語学習者を対象に、非英語学習者の日本語母語話者には日本語で、アメリカ人英語母語話者と日本人英語学習者には英語で「断り」について調査を行い、語用論的転移を検討している。その結果、日本人英語学習者には具体的でない理由を用いて「断り」をするという母語における特徴が見られ、学習言語の英語に転移していると述べられている。加納・梅（2002）では、中国人日本語学習

者と日本語母語話者を対象に日本語での「断り」を調査し、日本語での「断り」表現の差異について分析を行っている。調査結果として、中国人日本語学習者は、「詫び先行型」の使用が日本人とそれほど差がなく、中国人の「理由先行型」の思考様式の影響が少ないという。しかし、「結論先行型」と「直接的な断り」の使用は日本人よりやや少ない。中国人日本語学習者の日本語での「断り」では、母語および学習言語両方に影響されていると結論づけられている。しかし、この研究では学習者と社会人が混在しており、対象者の属性にばらつきがあるため、日本語のレベル、日本文化の理解度の差異が結果に影響している可能性もあるだろう。

日本語非母語話者の「断り」を分析する研究には、フォローアップインタビューを行い、収集した「断り」データの分析結果を検証しているものもある。日本語とドイツ語の対照分析を行っている林(2000)では、「依頼」と「断り」の会話展開の構造に注目し、それぞれの言語における会話展開の構造パターンと会話の展開に関わるストラテジーを分析している。日本語を母語とする学生と、ドイツ語を母語とする学生を対象に、ロールプレイで会話を収集し、収集した会話とフォローアップインタビューから「断り」ストラテジーを分析している。日本語とドイツ語の母語話者にはそれぞれ期待される会話展開パターンがあり、その展開を実現するための具体的なストラテジーの特徴を見出している。

ビジネス場面での「断り」研究には、日本人とタイ人のビジネスパーソンによる日本語の断りメールを比較しているワラシー（2015）がある。ワラシー（2015）は日本人ビジネスパーソン、日系企業に勤務するタイ人ビジネスパーソンと日本語がわからないタイ人ビジネスパーソンの3グループの「断り」メールを比較し、中間言語語用論の観点および、人間関係を維持、管理するラポールマネジメントの観点から分析している。また、フォローアップインタビューを実施し、日系企業に勤務するタイ人ビジネスパーソンは母語のタイ語から影響を受ける「語用論的転移」が確認でき、既習の知識やビジネスメールを書いた経験を踏まえて、意識的・能動的に断りメールの書き方を選択していることを明らかにして

いる。

これまでの「断り」研究では、フォローアップインタビュー調査により、「断り」の分析結果の検証を行う研究は多数あるが、ビジネス場面において、中国人ビジネスパーソンの日本語の「断り」にどのような要素が影響しているかを分析した研究は筆者が調べた限り見当たらず、中国人ビジネスパーソンの「断り」にどのような要素が影響するか明らかにされていない。しかし、その点を明らかにすることは、中国人ビジネスパーソンがなぜそのような表現を使用しているか理解する上で重要だと考えられる。そこで、本研究では、中国人ビジネスパーソンの日本語での「断り」に焦点をあて、中国人ビジネスパーソンの学習や職場経験での「断り」言語行動への影響を調査することにする。

3.調査の方法

本研究では、宗（2021）の「断り」メール調査の協力者にフォローアップインタビューを実施するため、まずは宗（2021）の調査概要を説明し、次に本研究で実施した調査について述べる。

3.1 宗（2021）での調査概要

宗（2021）では31名の中国人ビジネスパーソンの協力者に8つの依頼メールを読み、それぞれに対して断りメールを作成するように依頼し、断りのデータを収集している。対人関係による「断り」方の相違点を明らかにするため、提示する依頼メールは「顧客（社外）からの依頼」と「社内からの依頼」の2つのウチソトの対人関係を設定し、それぞれの関係において以下の4つの依頼場面を設定している。①「障害対応での作業の依頼」、②「製品の納期調整の依頼」、③「打ち合わせの依頼」、④「一般業務の依頼」である。4種類の場面を依頼側の困る程度と断る側の負担度を総合的に考慮し、内容の緊急度の度合いにより、場面①の障害対応での作業の依頼を緊急度「高」とし、場面②、③を緊急度「中」とし、場面④を緊急度「低」としている。場面設定の詳細は表1のとおりである。「A」は「対顧客」、「B」は「対社内」という対人関係を示し、「1」から「4」の数字は上記の4つの依頼場面を示す。

表1 宗（2021）での場面設定の詳細

場面	依頼内容	自分	相手	相手との関係
A-1	障害対応	A 社営業部スタッフ	B 社情報システム部スタッフ	相手は取引先（対顧客）
A-2	納期調整	A 社営業部スタッフ	B 社情報システム部スタッフ	相手は取引先（対顧客）
A-3	打ち合せ	A 社営業部スタッフ	B 社情報システム部スタッフ	相手は取引先（対顧客）
A-4	一般業務	A 社営業部スタッフ	B 社情報システム部スタッフ	相手は取引先（対顧客）
B-1	障害対応	A 社製品部スタッフ	同じ会社の営業部スタッフ	相手は社内の同僚（対社内）
B-2	納期調整	A 社製品部スタッフ	同じ会社の営業部スタッフ	相手は社内の同僚（対社内）
B-3	打ち合せ	A 社製品部スタッフ	同じ会社の営業部スタッフ	相手は社内の同僚（対社内）
B-4	一般業務	A 社製品部スタッフ	同じ会社の営業部スタッフ	相手は社内の同僚（対社内）

3.2 本研究でのデータ収集の方法

本研究では、宗（2021）の「断り」メール調査に協力した中国人ビジネスパーソン31名から、無作為抽出した¹8名（表2）の協力者を対象に半構造化インタビューを行った。依頼事項の了承を得た上で、協力者とインタビューの日時を約束した。インタビューは中国のビデオチャットのソフトウェア（WeChat）を用いてビデオ電話で行った。

¹協力者31名に1～31の番号を振り、4番おきの人を抽出しインタビューの依頼を行った。断られた場合はその次の番号を抽出した。

表2 フォローアップインタビュー調査協力者

表示	年齢	業種	職種	役職 ¹	業務上の使用言語 ²	勤務年数
C2	NA	IT(日系)	営業	担当	日本語	2
C5	NA	IT(日系)	営業	NA	日本語	2
C9	20代	IT(外資系)	技術	担当	日本語	4
C13	20代	アパレル(日系)	企画	社員	日本語	2
C17	20代	IT(日系)	営業	担当	日本語	2
C21	20代	IT/金融(日系)	事務	なし	日本語	2
C25	30代	IT(日系)	研究	担当	日本語(英語)	4
C29	NA	IT(外資系)	事務	なし	日本語	2

(注1) 協力者が回答した会社での役職を記入している。

(注2) 業務上の使用言語は業務上で使用する主要言語を指す。カッコには主要言語以外に、使用する言語がある場合のみ記載している。

3.3 調査手順

インタビューを実施する前に、宗(2021)で実施した断りメール調査で書いた断りメールを協力者の手元に用意するように依頼した。インタビューの手順として、まず協力者の日本語学習歴(教育機関での学習、会社での研修、個人での学習など)とビジネスメールの書き方の学習歴について質問した。次に、8場面それぞれについて、それぞれが書いた断りメールを読んで、以下の2つの質問に回答するように依頼した。なお、インタビューは中国語で実施し、分析する際に日本語に訳し、文字化した。

(1) 8場面の断りメールをそれぞれ書く際に、利用した知識のリソースを教えてください。次の選択肢から選んでください。

- ・職場経験
- ・日常生活の経験

- ・ビジネス日本語教科書
- ・書き方例のある本(参考書)
- ・授業
- ・その他(インターネット参照など)

(2) 8場面の断りメールをそれぞれ書く際に、何を意識し書いていたか、気をつけた点を教えてください。次の選択肢を参考にしてください。

- ・断る意志を明確に伝える
- ・相手との関係を重視する
- ・簡潔に伝える
- ・丁寧な書き方をする(敬語表現など)
- ・その他(自由回答)

協力者の日本語学習歴、ビジネス日本語の学習の有無および、「断り」メールを書く際に気をつけた点、参考にした知識のリソースを確認することにより、中国人ビジネスパーソンの「断り」言語行動は職場経験、日本語学習、使用した教科書などの影響を受けているかを検討する。

4.結果

4.1 日本語学習歴

まずは、8名のインタビュー協力者の日本語学習歴を表3にまとめた。表3を見ると、協力者全員が大学あるいは日本語学校で日本語を勉強し、さらに5名が教育機関またはビジネス日本語の本でビジネス日本語を勉強したことがある。ビジネス日本語の学習内容に関しては、敬語や、ビジネス場面での会話表現(顧客との挨拶、顧客訪問、社内会議など)、ビジネスメールの書き方などがあると回答している。また使用されていたビジネス日本語教科書として、『新装版商談のための日本語』(スリーエーネットワーク 2008)、『日語 商業信函』(大連理工大学出版社 2008)、『商务口语 随口说』(北京航空航天大学出版社 2010)が挙げられた。上記からこの5名の協力者はある程度ビジネス日本語学習経験を持ち、ビジネス日本語の知識を有していると言えるだろう。

表 3 日本語学習歴

協力者	学校での学習	個人での学習	ビジネス日本語の学習歴
C2	中国の大学で専攻、日本の大学院	入社以降個人で学習	あり(大学一年間)
C5	日本の日本語学校	なし	なし
C9	日本の日本語学校	なし	なし
C13	中国と日本の日本語学校	独学してN1 ¹ に合格	なし
C17	中国の大学の第二外国語、日本の日本語学校	独学および塾の勉強でN1に合格	あり(日本語学校半年間)
C21	中国の大学で専攻、日本の日本語学校	なし	あり(大学1年間)
C25	日本の大学で勉強	独学してN2、N1に合格	あり(個人で本を購入し勉強)
C29	中国の大学で専攻、日本の日本語学校	入社以降個人で学習	あり(大学1年間と個人で勉強)

(注1) 日本語能力試験 N1 レベルを表す。

4.2 断りメールの書き方の知識リソース

本調査の目的「(1) 中国人ビジネスパーソンが断りメールを書く際に、どのような知識のリソースを参考にしているか」という点を明らかにするため、8 場面において、どのような知識を参照しながらメールを書いたか、メールを書く際に利用した知識はどこから得たかについて場面一つずつ尋ねた。協力者に自分が書いた断りメールを読むように指示し、メールを書いた際に主にどのような知識や経験を参考にしたか以下の 6 つの選択肢から選んで答えるよう

に依頼した。複数選択することも可能であることを説明した。

- ①職場経験
- ②日常生活の経験
- ③ビジネス日本語教科書
- ④書き方例のある本(参考書)
- ⑤授業
- ⑥その他(インターネット参照など)

調査結果は表 4 (対社外の場合)、表 5 (対社内の場合) のとおりである。

表 4 知識のリソース(対社外)

協力者	対社外			
	場面 A-1	場面 A-2	場面 A-3	場面 A-4
C2	職場 ¹ 、教科書	職場	職場	職場
C5	職場、日常経験 ²	職場	職場	職場
C9	職場	職場	職場	職場
C13	職場	職場	日常経験	職場、教科書
C17	職場、ネット	職場、教科書 ³ 、ネット ⁴	職場、教科書、	職場、教科書
C21	日常経験	職場、教科書	職場、教科書	教科書、ネット、職場
C25	職場、ネット	職場	職場	職場
C29	職場、教科書、ネット	職場、教科書	職場、教科書	教科書

(注1) 職場経験を表す。

(注2) 日常生活の経験を表す。

(注3) ビジネス日本語教科書を表す。

(注4) インターネットを表す。

表 5 知識のリソース（対社内）

協力者	対社内			
	場面 B-1	場面 B-2	場面 B-3	場面 B-4
C2	職場、教科書	職場、教科書	職場、教科書	職場
C5	職場、日常	職場	職場	職場
C9	職場	職場	職場	職場
C13	職場	職場	職場	職場、日常経験
C17	職場、教科書、参考書	職場、教科書、	職場	職場、教科書
C21	教科書、職場	職場、日常経験、教科書	職場	職場、教科書
C25	職場、参考書、ネット	職場、ネット	職場、参考書	職場
C29	職場	職場、教科書	職場、教科書	教科書、ネット

表 4、5 を見ると、対社外、対社内を問わず、いずれの場面においても「職場経験」が参考になっていたことがわかる。職場での似たような場面に対応した経験や、顧客および社内の同僚にメールした経験を参考にしていると答えている。

さらに、職場ではどのようにメールの書き方を身につけたのか質問し、以下のことがわかった。普段の業務においては、メール作成時に「職場の先輩や上司のメールの書き方を真似ている」や、「上司に添削してもらうことがある」といった工夫をしており、会社では日本語の研修を受けたことがないものの、会社の先輩から指導を受けたり、先輩が発信したメールを見て参考になりそうなことばや表現をメモしたりしている協力者もいた（C2、C5、C13、C17）。「上司に添削してもらうことがある」と答えた協力者にさらに「どのようなことを添削してもらえたか」という質問をしたところ、上司に添削してもらうポイントとしては文章のロジックや構成、敬語、単語のチェック以外に、内容上のアドバイスなどがあることがわかった。例えば、断る理由を述べる際に、どこまで具体的に言う必要があるか、内部事情を社外に言う必要があるかなどの具体的なアドバイスがあると答えた者もいた。ビジネス日本語の学習歴を

持っていない C5、C9、C13 の協力者は特に、ビジネス日本語の知識は職場の経験で蓄積されてきたとコメントしている。

「職場経験」以外では、教科書やビジネス日本語の書き方の例がある参考書、およびインターネットを参照した者も多い。特に、敬語表現や文型などのことば自体は学校での勉強や教科書から学んだ表現を使用していると述べている（C2、C17、C21、C25、C29）。また、職場でメールをする相手が限られている協力者から、大半のことばや書き方は教科書から学んだとの答えもあった（C29）。教科書や参考書から学んだ表現として、次の例が挙げられた。これらの例は実際に協力者が断りメール調査において使用していた。各例の後ろに、該当表現を使用した協力者番号と使用場面を示す。

例：

ご理解くださいませ（C13、対顧客/場面 4）

恐れ入りますが、ご理解の程よろしく願いいたします（C17、対顧客場面 4）

提示しかねる（C17、対社内場面 4）

あいにく（C29、対社内場面 3）

また、「その他（インターネット参照など）」を選択した協力者が、ことばや表現を勉強したことがあっても、ことばの使い方に自信が持てない場合は、インターネットでことばの使用例を検索することもよくあると述べている（例：「希望に添えず」C17、対顧客/場面 2 など）。インターネットは便利なツールとして、ビジネスメールを書く際に参照していると考えられる。普段の業務においても、特に対顧客の場面では、相手に失礼にならないように、インターネットで確認するだけではなく、さらに職場の人に確認してもらうか、他人のメールを参照し、ことばの使い方に問題ないかを再確認する場合もあるという（C21、C25、C29）。

全体的に見ると、中国人ビジネスパーソンは「断り」メールの作成時に職場での経験を参考にすることが最も多い。加えて、教科書やインターネットのリソースを活用し、ことばや表現を選択している。中国人ビジネスパーソンはそれぞれが属する職場の

スタイルに合わせて「断り」メールを作成しているが、教科書で学んだ表現もメールの作成に一定の影響力を持っていることも確認できた。

4.3 メール作成において重視するポイント

ここでは、中国人ビジネスパーソンが断りメールを書く際に、場面をどのように捉え、どのようなことを重視しているかを明らかにする。「この場面でこれ（具体的な文章を指す）を書いている際に何を意識して書いているか、重視するポイントや気をつけた点はなにか」と協力者に質問した。参考として、協力者に、「断る意志を明確に伝える、相手との関係を重視、簡潔に伝える、丁寧な書き方をする（敬語表現など）、その他（自由回答）」を選択肢として提示し、回答を求めた。

まずは場面1の「顧客からの障害対応依頼」という緊急な依頼場面において、対社外と対社内それぞれどのようなことを重視しているかを表6に示す。

表6を見ると、社外（顧客）からの障害対応依頼という緊急な依頼場面において、協力者は主に相手との関係を重視し、適切な理由を述べ、丁寧な書き方、婉曲的な表現を使用することを心がけている協力者が多い。また、緊急な依頼であるため、顧客が困っていることを解決できるように代案を提示することも考慮されている（C9、C13、C17）。協力者からのコメントは下記のとおりである。

例1「謝罪だけではなく、不可能を可能にする方法を提示する。また、失礼にならないように、直球で言わない。緊急であるため、理由は言い訳に聞こえるため、理由をあんまり述べすぎずにその代わりに積極的に代案を提示」（C5）

例2「顧客の緊急な依頼はできるだけ対応するが、できないときは迅速に相手に連絡し、明確に状況を伝えた上で、対策を相談する」（C2）

例3「理由をはっきり説明する。できないことははっきりできないと言う。相手との関係を維持し、解決のため代案提示」（C21）

上記例1から例3より、顧客への配慮を示すため、婉曲的な表現を選択すること、および、緊急依頼に

対し理由の代わりに問題解決に役立つ代案の提示を心掛けて断りメールを作成したことがわかる。相手との関係の維持を重視していることが確認できた。

表6 場面1のメール作成で重視したポイント

協力者	場面1	
	対社外	対社内
C2	丁寧な書き方	簡潔に明確に。相手との関係も考慮
C5	相手との関係を重視、積極的に動く	明確に理由を伝える
C9	相手との関係を重視し、代案を提示することで協力的な姿勢を示す	あまり丁寧ではなくてもいい、理由を明確に伝える
C13	相手との関係を考慮し、丁寧な言い方。 緊急であったため、代案を提示	丁寧さより明確さと簡潔さを重視
C17	明確に断る意志を表明。丁寧に書く。代案で相手と関係維持	理由をはっきり述べる。社内と協力することで仕事を進める
C21	相手との関係を重視	明確に相手に伝える。
C25	相手との関係を重視し、丁寧な書き方を心かけている。適切な理由をつける。	丁寧さより、簡潔に明確に伝えることを重視
C29	相手との関係を重視。対応すべきことを断るにはなるべく丁寧に	明確に断る

一方、対社内では、次のC25のコメント例4、C21のコメント例5のように、相手との関係より、簡潔に且つ明確に状況を伝えることを重視している。社内からの緊急な依頼に対し、効率よく対応すること、および正確性を持つことが最も重視されていることが窺える。

例 4「ことばや表現の取捨選択より早く返事してあげることが重視」(C25)

例 5「断る意志を明確に伝え、それで相手がすぐに状況を認識し、諦めて他の対策に方向転換することができると思った」(C21)

また、依頼事項が緊急であるため、業務を推進することに注目し、できないことを明確に伝え、できることがあれば代案を提示するというコメントもあった(C17)が、その代案は顧客に対するものほど積極的ではなかった。その理由として、「他の〇〇にお願いしたらいかがですか」のように、社内の他の人に仕事を押し付けるようなことになるのは良くないという回答があった(C13)。一方で、対社外の場合は、どの部署の誰に、どのような対策を依頼したらいいか明確に伝える必要があると考えている。

次に、場面2の「納期調整」の依頼場面では、対社外と対社内それぞれどのようなことを重視しているかを表7に示す。

場面2では、顧客からの納期調整依頼に対し、できないことを明確に伝えることと同時に、相手が顧客であることから、関係維持のため、婉曲的な言い方を選択するように心掛けているという回答が多い(C5、C9、C17)。さらに、C13、C21は理由の説明や謝罪を加えると回答した。場面1と異なり、代案を提示するという回答はなかった。それは、次の回答例6、例7からわかるように、できない状況が明確で、且つ調整が難しい場合、謝罪と理由を丁寧に述べることで相手との関係に配慮していると考えているからである。

例 6「納期調整ができないことが明確にわかっているなら、明確に断ったほうがあとあとの面倒がない」(C13)

例 7「納期というのは他部門が関わって、決まった納期を調整するのが難しいため、代案より謝罪と理由を重視」(C21)

表7 場面2のメール作成で重視したポイント

協力者	場面2	
	対社外	対社内
C2	顧客の事情をよく理解する	客観的にその状況を伝える
C5	相手との関係を傷つけずに丁寧な書き方を心掛ける	理由を十分に伝える。また、ことば自体は社内に対してはもっと直接的に言う
C9	相手との関係を重視し、丁寧な言い方を心掛ける	明確に状況を伝える。関係が近い人なら、あまり丁寧でなくてもいい
C13	理由を明確にした上ではっきり断る	明確に事情を説明する
C17	顧客に配慮し、曖昧(婉曲)な日本語を使う	事情を明確に説明。社内でははっきりと伝える
C21	顧客との関係を重視し丁寧に理由の説明と謝罪をする	顧客に対しては遠回しに言うが、社内に対しては明確に伝える
C25	相手との関係を重視。緊急度が高いので、早く返信することとできる範囲を提案	明確に簡潔に伝える。理由をつける。また、担当者をはっきりさせる
C29	相手との関係を重視	明確に断る、簡潔に

また、対社内では、「目上の人に対しては敬語を使うこともある」(C17)という回答もあるが、関係維持などはあまり考慮せず、理由を簡潔に説明し、できないことを明確に伝えることを重視している回答が多い(C2、C9、C21、C25、C29)。次のC2、C21、C25の回答のように、社内の責任分担が明確になっていることを前提として社員同士で業務を推進しているので、自分の責任範囲内のことを明確に把握した上で相手に伝えることが重要であるとの意見が多かった。

例 8「社内のことは自分が把握しているので」(C2)

例 9「責任を明確にするのは社内関係維持上重要」
(C21)

例 10「自分のできることをするのは当たり前だから」(C25)

この場面では、納期調整できるか、出荷時期がいつになるかについては担当者である自分が一番把握していることであるため、社内の相手が次にどのような行動を取るべきかを判断できるような情報を客観的に相手に伝えることが重要視されている。

次に、場面 3 の「打ち合わせ依頼」の場面における調査結果を表 8 に示す。

対顧客では、依頼事項がそこまで緊急ではなく調整余地もあるため、協力者は相手との関係を重視し、相手の依頼には基本応じる姿勢で望んでおり、顧客の依頼そのままに対応できないとしても、代案や、可能な日程の条件、次回約束などを提案し、関係維持に努めることを重視している。その理由として、「顧客と関係維持するのはビジネスのチャネルを確保することにはとても重要である」とのコメントがあった (C29)。

対社内では、場面 1、2 と同様に、明確に簡潔に伝えることを重視している。また、次の C17、C25 の回答のように、社内との関係の維持を考慮し、婉曲的な表現を選択しており、また仕事を一緒に進めていく姿勢を示し、できる条件を提示することで業務を進めることを心がけている。

例 11「将来案件が発展する可能性を考え、曖昧な表現にした」(C17)

例 12「自分の仕事上の責任だから、できないことに申し訳ない気持ちがあるので、断る際には婉曲的に言う。また仕事を進める意欲を示す」(C25)

表 8 場面 3 のメール作成で重視したポイント

協力者	場面 3	
	対社外	対社内
C2	積極性、前向きな態度を示す	客観的に事情を説明する。
C5	代案を提示することで相手の依頼を断る。あまり緊急ではないため、理由をしっかりと述べる	簡潔に。社内に対してはあまり気にせずには本当の理由を言う。(個人的な理由でも)
C9	相手との関係を重視し、できなくても顧客には協力的な姿勢を見せる	明確で簡潔に
C13	丁寧な書き方をする。相手の関係を重視し、やる前提で方法を探る	簡潔に断る。社内関係を重視し、条件提示
C17	相手に申し訳ない気持ちを表明する	現時点でできない理由を伝える。
C21	理由を説明し、できる条件を提示。相手との関係重視と、婉曲的な表現を心掛ける	明確に伝える。
C25	相手との関係を重視	社内関係の維持、仕事を進めることを重視
C29	相手との関係を重視し、次回約束をすること、且つ丁寧な書き方をする	簡潔に明確に。条件提示で業務を進める

また、この場面において、対顧客では積極的な代案を提示しているが、対社内では調整権利を相手に委ねる消極的な代案を提示している。提示された代案が顧客に対する場合ほど積極的ではない理由に関しては、C2、C21 のコメント (例 13、14) から読み取ることができる。例 13、14 を見ると、社内の役割分担を考慮し、相手からの依頼を相手に主導してほしい、自分から仕切らなくてもいいと判断していることがわかる。これは、場面 2 でも同様であった。

例 13「社内では役割分担がはっきりしているため、案件に対しての状況や優先度がまだ不明な場合は、必要以上に積極性、温度感を出さない」(C2)

例 14「代案はそんなにポジティブではない。相手が調整役のため。相手に日程を提示してほしい」(C21)

最後に、場面 4 の「一般業務依頼」に対して断る際に重視したポイントを表 9 に示す。

表 9 場面 4 のメール作成で重視したポイント

協力者	場面 4	
	対社外	対社内
C2	相手との関係を重視	状況を明確に説明し、業務推進も重視
C5	相手との関係を重視し、積極的に顧客とコミュニケーションする	社内に対してはできない意志を事前に少し開示しながら、やってみる姿勢を見せる
C9	あまり必須ではなければ、代案は提示しなくていい。言葉は丁寧に	簡潔に
C13	相談する余地がない場合は、明確に理由を説明して断る	明確に伝える、責任を明確にする
C17	理由をきちんと述べる	できないことを明確に直接伝える。社内関係を考慮し、できることを提示
C21	相手との関係重視、且つ明確に伝える	断ることの理由を明確にする、客観的に事情を説明し、相手との関係を維持
C25	顧客関係を重視。できなくても代案提示	できることの提示、業務推進を重視
C29	理由だけで断ることばを使わない、丁寧に婉曲的に	明確に説明

緊急度の低い場面 4 において、対顧客では、相手との関係を重視し、丁寧なことばを使用するように心がけていることがわかる。断る理由を明確に述べ、断る表現に関しては、直接「できない」と言わずに緩和した不可表現を用いることが重要だと考えている。また、次の C5 の回答のように、相手に代案などを提示することで、積極的な姿勢を見せることにも努めている。

例 15「できないことをできないとだけ言うのは失礼なので、まずは努力する姿勢を見せる。相手との関係を維持し、積極的に顧客とコミュニケーションする。いつ回答するか約束する。」(C5)

対社内では、一般業務の依頼に対し、できない場合は、明確に伝えることが重視されていることがわかる。また、次の C2 がコメントしているように、社内同士で業務を進めるにあたって、なるべく代案を提示しようとしている。

例 16「社内の一般の依頼に対し、社内関係の維持より、ビジネスをいかにによりよく進めることができるかを一番に考え、できることを提示する」(C2)

ここまでは、場面ごとに協力者がどのようなことを重視し断りメールを書いたのかを詳しく見てきた。緊急度にかかわらず、対顧客では相手との関係、対社内では明確に断る意志を伝えることを最も重視していることがわかった。

4.4 通常の断りメール作成時に留意する点

インタビューの最後に、その他、普段の業務において、断りメールを書く際に気をつけること、特に工夫している点はどのようなことかを協力者に尋ねた。協力者からの回答は、「社内と社外のことばの使い分け」「社内と社外の断り方の使い分け」「受け取ったメールの参照」「断る際のメール構成」「代案の提示」「その他」に分けることができる。

「社内と社外のことばの使い分け」については、顧客には、「敬語の使用を重視」、「ことばをより丁寧

に」などの意見があった（C9、C17）。また「対社外と対社内のことば遣いの違いに関して指導を受けたことがある」という回答もあった（C13）。

「社内と社外の断り方の使い分け」については、「対顧客では、直接断らず、代案を提示することで協力的な姿勢を示す。対社内では情報をより開示し、理由をはっきり述べることで相手を説得する」（C5）、「顧客に対しては、失礼にならないようにできるだけ婉曲的に表現することを心がける。社内に対しては直接伝えるが、業務を推進することを考慮し、完全に断るのではなく、自分から提案していくか、相手が何か提案してくる」（C17）と述べられている。またその理由として、「顧客の会社文化もそうである」（C17）ということが挙げられ、顧客の会社文化に合わせるメールの書き方を意識することもある。その他、断る際の理由に関して、「顧客に対しては言っていることと言っていないことがあるが、社内に対してはできるだけ事情を詳しく説明することで理解や協力を得やすくするようにする」（C2）という意見が挙げられている。

「受け取ったメールの参照」については、「参考にできるメールを自分でメモにまとめる。そして時間があるとき参照する」（C17）との回答があった。他の協力者からも返信に困った際には、「他の日本人のメールを参照することもある」（C29）という回答があった。

「断る際のメール構成」については、「断る際には、結論からはっきり伝える。その後理由も述べる」（C17）、「職場経験から、最初に「承知しました」と承諾することをメールの構成として意識している。最初に事情を受けたことを伝えた上で、理由や対応方法を述べる」（C21）と普段書くメールの構成も述べられている。

「代案の提示」について、「代案は曖昧でもいい」（C17）、「断るのは、効率性、正確さを重視するので、依頼が緊急で重要なことであれば、断るときはなるべく代案を示す。相手の問題にフォーカスし、問題解決に協力的な姿勢を見せる。そうでなければ、代案は提示しない」（C29）、「緊急でない場合、代案で何回もやり取りするのは効率が悪い」（C9）とコメントが挙げられ、効率性を重視することが再確認

できた。

その他、「普段では、日本語の正確さに一番気をつけている」（C17、C29）と、中国人ビジネスパーソン協力者が普段から職場でのメールやり取りにおいて、周りのメールの書き方に留意し、日本語の正確さにも気をつけながら業務のメールをこなしていることが窺えた。

5.まとめと今後の課題

本調査では、中国人ビジネスパーソンが断りメールを書く際に、どのようなことに影響を受けていたかおよびメール作成時にどのような点を意識したかについて確認することができた。明らかになったことを研究課題ごとにまとめる。

(1) 中国人ビジネスパーソンが断りメールを書く際に、どのような知識のリソースを参考にしたか。

中国人ビジネスパーソンは断りメールの作成時に職場経験を最も参考にしていた。企業の習慣や日本人ビジネスパーソンの考え方を受け入れ、仕事上でやり取りしているメールの経験を活かし、断りメールを書いたと言える。加えて、教科書や参考書、インターネットなどのリソースを活用し、ことばや表現の選択に使っていた。中国人ビジネスパーソンはそれぞれが属する職場でのスタイルに合わせていくことがあるものの、教科書で学んだ表現はメールの作成に参考にされていることが確認できた。

(2) 中国人ビジネスパーソンが断りメールを書く際に、場面をどのように捉え、どのようなことを重視しているか

中国人ビジネスパーソンは緊急度にかかわらず、対顧客では相手との関係、対社内では、明確に断る意志を伝えることを最も重視している。また、場面の緊急度により、重視するポイントも異なってくる。緊急度の高い場面においては、顧客に対しては断ると同時に関係維持のため、解決に近づけようと努力をするように心がけている。社内に対しては効率性と正確性を重視している。一方、緊急度がそれほど高くない場面においては、対顧客では理由と謝罪を述べることによって断りの意志を伝えるように工夫している。対社内では、明確で簡潔に状況を伝えると同時に、いかに仕事を推進するかということを重

視し、社内関係者の責任分担を考えた上での代案提示を心がけている。また、相手に納得させるため、明確に理由を提示するようにしている。

中国語母語話者のビジネスパーソンを対象に調査した蒙 (2010) によると、中国語母語話者は自分の事情などを細部まで詳しく説明し、相手との社会的距離にかかわらず相手を説得しようとするが、詳しく説明することが親切であると考えている。また、崔 (2002) でも、日本人は中国人に比べ、理由を述べる際に、理由の内容が曖昧であり、中国人が用いる理由は具体的で種類が多いという特徴を見出している。このことから、中国人ビジネスパーソンが明確な理由の説明を重視している点は、母語からの影響を受けていると考えられる。その一方で、例 1 のように、緊急の場合、理由が言い訳に聞こえる危険性があるため、顧客に対しては理由の代わりに積極的に代案を提示したほうが良いというコメントもあり、職場経験から影響を受けているケースもあった。

最後に、今後の課題について以下の 2 点をあげる。

1) 今回は中国人ビジネスパーソンの日本語での「断り」について考察したが、今後は母語での「断り」を調査し、中国人ビジネスパーソンの日本語での「断り」が母語とどのような関連があるかさらに分析していく必要がある。2) 本フォローアップインタビュー調査で収集したデータ数は限られている。今後は異なる業種や勤務年数の中国人ビジネスパーソンのデータ数をさらに増やし、本研究で得た結果を検証する必要があると考える。

参考文献

- 生駒知子、志村明彦 (1993) 「英語から日本語へのプラグマティック・トランスファー——「断り」という発話行為について」『日本語教育』79、pp.41-52 日本語教育学会
- 加納陸人、梅曉蓮 (2002) 「日中両国語におけるコミュニケーション・ギャップについての考察——断り表現を中心に」『言語と文化』15、pp.19-41 文教大学大学院言語文化研究科附属言語文化研究所
- 喬曉筠 (2015) 「ビジネス場面における依頼の方法——日本語母語話者と台湾人日本語学習者の共通点

- と相違点——」『待遇コミュニケーション研究』12、pp.18-34 待遇コミュニケーション学会
- 崔平 (2002) 「中国人と日本人の「断り表現」の相違について——依頼される場面をめぐって——」『日本語教育と異文化理解』1、pp.10-18 愛知教育大学国際教育学会
- 肖志、陳月吾 (2008) 「依頼に対する断り表現についての中日対照研究」『福井工業大学研究紀要』38、pp.133-140 福井工業大学
- 宗甜甜 (2021) 「中国人ビジネスパーソンの日本語メールでの「断り」」『日本大学大学院総合社会情報研究科紀要』22、pp.61-71 日本大学大学院総合社会情報研究科
- 林明子 (2000) 「会話展開の構造と修復のストラテジー：日独語対照の視点からみた「依頼」と「断り」におけるインタラクション」『東京学芸大学紀要第 2 部門人文科学』51、pp.81-94 東京学芸大学
- 藤森弘子 (1994) 「日本語学習者にみられるプラグマティック・トランスファー——「断り」行為の場合——」『名古屋学院大学日本語学・日本語教育論集』1、pp.1-19 名古屋学院大学
- 蒙韞 (2010) 「日中断りにおけるポライトネスストラテジーの一考察：日本人会社員と中国人会社員の比較を通して」『異文化コミュニケーション研究』22、pp.1-28 異文化コミュニケーション研究会
- ワラシー・クンランパー (2015) 「タイ人ビジネスパーソンによる日本語の断りメールにおける言語行動様式とラポールマネジメント：日本人ビジネスパーソンとの比較を通じて」（大阪大学大学院言語文化研究科博士論文）
- Beebe, L. M., Takahashi, T, and Uliss-Weltz, R. (1990). Pragmatic transfer in ESL refusals. In R. Scarcella, E. Andersen, and S. D. Krashen (Eds.), *On the Development of Communicative Competence in a Second Language* (pp.55-73). New York: Newbury House.
- (Received: October 19,2021)
- (Issued in internet Edition: November 1,2021)