

## 中国人ビジネス関係者の日本語の謝罪メールに対する評価

— 読み手の属性による評価観点の比較 —

潘静

キーワード：ビジネスメール、中国人ビジネス関係者、読み手の属性、評価観点、謝罪メール

### 1. はじめに

インターネットの普及やITの発達により、顔を合わせずに相手とやりとりする機会が増えている。とりわけ、電子メールは、書いた文章を即送信できる利便性とコストの低さにより、広く使用されている。ビジネス場面においても、ビジネス文書のやりとりは手紙やファックスなどの書面ではなく、電子メールで行われることが多い。特に海外の場合、電子メールは、日本にある本社や取引先と連絡する重要なツールとして欠かせないコミュニケーション手段となっている。なかでも、中国は日本の最大貿易相手国<sup>(1)</sup>であり、両国ではメールでの連絡が頻繁であると考えられる。今後日系企業あるいは日本の企業と取引のある会社で働こうと考える中国語母語話者にとって、ビジネスメールの書き方を身につけることは、極めて重要であると思われる。

一方、電子メールにおいては、非言語的な手段で対人配慮を示すことができないため、誤解や摩擦などの問題を引き起こす恐れがあると考えられる。また、Matsuda (1997) は、書き手が第二言語学習者の場合、書き手自身は適切な文体を用いて書いたつもりでも、読み手に文章が否定的に捉えられる可能性が高いことを指摘しており、書き手自身が考える「適切な」文体が、読み手にとっては不適切に映る可能性があることを示唆している。これらのことから、読み手がメールを読む際に、どのような基準で適切性を判断するのか、どのような点に注意を払うのかといった評価観点を明らかにすることが重要であると思われる。

さらに、ビジネスの場面では、顧客、取引先とのトラブルやクレーム対応など、メールで謝罪しなければならない状況が少なくない。「謝罪」という言語行動は、「共通の言語を持つ話者同士の間でも円滑に遂行するのは難しい発話行為」(大谷 2008:26)であり、異なる言語文化を持つ者の間ではなおさらである。適切な謝罪ビジネスメールを書くことは、中国語母語話者にとって困難を伴うものであると思われる。そこで、本研究では中国語母語話者による謝罪ビジネスメールを取り上げ、読み手である日本人ビジネス関係者の観点を探る。

また、電子メールでのやりとりが日常化している今の時代において、メールの書き方はビジネス日本語教育においても重要な学習項目であるが、ビジネス経験のない教師がビジネスメールの指導をすることには限界があると思われる。しかし、外国人就労者が増加していく中で、ビジネス日本語を指導できる日本語教師の需要も高まり、ビジネスメールを指導する機会も増えるであろう。このような状況を考えると、日本語の専門家としての日本人日本語教師(以下日本人教師)がどのような観点でビジネスメールを評価するのか、日本人ビジネス関係者と同じように評価するのかといったことについても明らかにしておく必要があるのではないかと考えられる。また、

日本語教師であっても、言語背景が異なることによって評価観点も違いがあると推測されるため、書き手と同じ母語の使い手である中国人日本語教師（以下中国人教師）がどのような点に注意を払うかについても比較してみたい。そこで、本研究では、日本人ビジネス関係者、日本人教師、中国人教師という3グループの評価観点を比較分析する。調査結果から得られた知見をもとに、日本語学習者に対するビジネスメールの効果的な指導について考察する。

## 2. 先行研究

日本語学習者が書いたメールに対する評価研究は、ツォウン（2007）、胡（2014）、上田（2018）、叶（2021）などがある。ここでは、胡（2014）、叶（2021）の2つについて概観する。

胡（2014）は、大学の教員に送る「研究生になりたい」というメールの場面設定のもと書かれた中国人学生のメールを日本人教師（大学の教員、日本語教師）と中国人学生（大学院の留学生、日本語学校の日本語学習者）に読んでもらい、研究生として受け入れたい順番に1位から8位まで順位付けを依頼し、読み手の評価の観点を問う質問紙調査を実施した。因子分析の結果、「読み手への配慮」「研究への理解・研究能力」「日本語の正確さ」「書き手の背景」という4因子が得られた。大学の教員、日本語教師による評価では、用件が明確に書かれており、研究の内容に関することが具体的に書かれたメールを高く評価する傾向が見られた。留学生と日本語学習者は、読み手への配慮に注目しているという傾向が見られ、丁寧な表現や敬語を用いたメール、また、読みやすいレイアウトのメールに対して、肯定的に評価する傾向が見られた。

叶（2021）は、依頼メールについて、中国人日本語学習者が難しいと思っている点、および中国人日本語学習者と日本人が重視している点の違いを明らかにするために、まず、日本に在学している10名の中国人日本語学習者に、「大学の教員に推薦書を書いてもらう」という依頼メールを書いてもらった。その後、依頼メールの困難点について、アンケート調査を行った。また、3名の日本人評価者に学習者が書いたメールを順位付けしてもらい、その基準を聴取しPAC手法を用いて分析した。その結果、学習者にとって最も難しい点、重要な点のどちらも「依頼文の表現」という項目であることがわかった。これに対して、評価者の順位付けの基準は「事情説明」「メールのマナー」「依頼のしかた」「先生に対する配慮」「日本語の表現」などの観点であることが明らかになった。また、依頼メールにおいて最も重要なのは、「事情説明」という内容面であると指摘されている。

これらの研究では、主に大学生活など日常生活の場面を設定し、日本語学習者が書いたものについて、母語話者はどのような点に着目して評価するか、あるいは「母語話者」と「非母語話者」との間では評価のあり方がどのように違うか、ということ調査したものであった。しかし、ビジネス場面において、日本語非母語話者の言語運用を評価する研究は管見の限り見当たらない。また、メールを評価する研究は主に「依頼」という言語行動を取り上げたものであり、他の言語行動におけるメールの評価については明らかにされていない。これらのことから、「依頼」以外の場面において、日本語非母語話者が作成したビジネスメールを取り上げ、その言語運用を観察し、評価する研究が必要であると言える。

### 3. 調査概要

#### 3.1 調査目的

本調査の目的は、アンケート調査により、中国人ビジネス関係者が書いたビジネスメールについて、1) 日本人ビジネス関係者と日本語教師は、メールを読む際に、それぞれどのような点に注意を払うのか、2) 中国人教師と日本人教師とで評価の観点に違いがあるのかを明らかにすることである。

#### 3.2 メールの場面設定

本研究では謝罪行為を研究対象とし、取引先の日本人ビジネス関係者にメールで謝罪するという場面を設定し、中国人ビジネス関係者にメール文を作成してもらった。具体的な指示文は、下記の通りである。

あなたは AB 株式会社の社員です。取引先（株式会社鈴木商事）が注文した製品「AB-2435」を 8 月 4 日に納品予定ですが、出荷の前に付属品未梱包が発覚して、納期が 7 日ぐらい延期します。納期遅延のことを株式会社鈴木商事の鈴木正雄さんにメールで伝えます。株式会社鈴木商事は大切な取引先なので、関係を損なわないように適切にメールしてください。

#### 3.3 評価対象データの選択

上記のような場面設定に従い、中国の大学で日本語を専攻し、現在日本語で仕事をしている中国人ビジネス関係者に 18 例のメールを作成してもらった。18 例の内訳は、本研究で設定したような状況（3.2 参照）でのメールを実際の業務で書いた経験がある中国人ビジネス関係者によるメールが 11 例で、書いた経験のない中国人ビジネス関係者によるメールが 7 例である。それらのメールについて、構造面と内容面から分析を行った。まず構造面では、「意味公式」でメール文の内容を分析し、各メールの展開パターンを特定した。本研究で設定した意味公式については、カムトーンティップ（2015）、宮崎（2007）、黎（2015）で用いられた意味公式の 15 類<sup>(2)</sup>に、筆者が設定した意味公式の 8 類<sup>(3)</sup>を加え、23 類を設定した。分析の結果、各謝罪メールの中心内容である「謝罪の表明」「遅延の理由」「遅延の報告」という意味公式の出現順序パターンが計 13 類<sup>(4)</sup>に特定された。続いて、内容面については、「件名」「開始部」「主要部」「終了部」<sup>(5)</sup>に分けて、件名のタイプ（4 つ）<sup>(6)</sup>、そして各部分の意味公式の使用頻度と内容、また文体、記号の使用などの特徴を分析した。その上で、メール文の長さも評価に影響を与えると考え、各メール文の長さも比較した。その後、主要部の「謝罪表現」の使用回数が最も多い（3 回）ものと「謝罪表現」がないもの、「遅延の理由」がないもの、終了部の「終了の表明」で「以上」を使用しているもの、そのほかくだけた表現が混ざっているもの、記号が使用するもの、最も短いものと長いものを抽出した上、展開パターン及び件名のタイプが重ならないという基準で、6 例を抽出した。その詳細は表 1 にまとめた<sup>(7)</sup>。

表 1 調査対象としたメールのサンプル

	展開パターン	件名のタイプ	本文の特徴
サンプル1	遅延の理由+謝罪の表明+遅延の報告+謝罪の表明	「納期について」のタイプ： ご注文した「AB-2345」納期について	・最も短い(151字) ・「終了の表明」で、「以上」の使用 ・記号の使用
サンプル2	遅延の理由+遅延の報告+謝罪の表明	「遅延のお詫び」のタイプ： 「AB-2435」納期遅れについてのお詫び	・なし
サンプル3	遅延の理由+謝罪の表明+遅延の理由+遅延の報告	「納期について」のタイプ： AB-2345納期について	・くだけた表現（話し言葉）が混ざっている ・「終了の表明」で、「以上」の使用 ・文が長い(313字)
サンプル4	謝罪の表明+遅延の報告+遅延の理由+謝罪の表明+謝罪の表明	「遅延について」のタイプ： 製品「AB-2345」の納品遅れについてのご連絡	・「謝罪表現」の使用回数が最も多い(3回)
サンプル5	謝罪の表明+遅延の報告+謝罪の表明	「遅延について」のタイプ： 【納品延期】	・「遅延の理由」がない
サンプル6	遅延の報告+遅延の理由+謝罪(謝罪による終結)	「納期延期の依頼」のタイプ： 納期遅延のお願い	・「謝罪表現」がない

### 3.4 調査協力者

調査は、2022年7月10日から8月10日までの1か月間で行った。調査への協力者は、日本人ビジネス関係者10名、日本人教師11名、中国人教師11名<sup>(8)</sup>の計34名である。以下、属性によって3つのグループに分け、その詳細を述べる。

#### (1) 日本人ビジネス関係者

日本人ビジネス関係者は、いずれも普段の業務でメールを主なコミュニケーション手段として使っている10名である。表2に示すように、製造業が4名、次いで、小売が2名、電気電子機器関係の業種が1名となっている。調査協力者が会社で従事している業務は、営業が3名で、海外取引、開発・技術サポート、財務・会計関係、生産・品質管理がそれぞれ1名である。また、中国語母語話者から日本語のメールを受ける頻度については、「頻繁にある（ほぼ毎週）」が2名と「ときどきある（年に数回）」2名の合計4名で、「これまでに数回程度経験がある」が2名と「全くない」4名の合計6名となっている。

表 2 調査協力者（日本人ビジネス関係者）10名の基本情報（ ）は人数

業種	製造(4)、小売(2)、電気・電子機器(1)、その他(3)
担当の業務	営業(3)、海外取引(1)、開発・技術サポート(1)、財務・会計関係(1)、生産・品質管理(1)、その他(3)
普段の業務で用いる主なコミュニケーション手段(複数回答)	メール(10)、電話(9)、テレビ会議、ウェブ会議(6)、ソーシャルメディア(WeChat、Lineなど)(2)、ファクス(1)
中国語母語話者から日本語のメールを受け取る頻度	頻繁にある(ほぼ毎週)(2)、ときどきある(年に数回)(2) これまでに数回程度経験がある(2)、全くない(4)

#### (2) 日本語教師

日本語教育に携わっている日本人教師、中国人教師ともに11名である。表3の通り、企業の正社員としてのビジネス経験がある日本人教師は8名であるのに対し、中国人教師は6名である。そのうち、ビジネス場面で日本語でのメールのやりとりをした経験については、日本人教師は、「頻繁にある」が7名、「ときどきある」が1名の合計8名で、7割を占めている。一方、中国人



教師は、「頻繁にある」が2名、「ときどきある」が2名の合計4名と半数未満である。

表3 調査協力者（日本語教師）各11名の基本情報（ ）は人数

	日本人教師	中国人教師
日本語教育歴（期間）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・5年以上(7)</li> <li>・3～5年未満(3)</li> <li>・1～3年未満(1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・5年以上(2)</li> <li>・1～3年未満(5)</li> <li>・1年未満(3)</li> <li>・その他：定職で教えていない(1)</li> </ul>
企業の正社員としての ビジネス経験	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある(8)</li> <li>・ない(3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある(6)</li> <li>・ない(5)</li> </ul>
ビジネス場面で、日本語でのメールの やりとりをした経験 (ビジネス経験がありの人のみの回答)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・頻繁にある(7)</li> <li>・ときどきある(1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・頻繁にある(2)</li> <li>・ときどきある(2)</li> <li>・ほとんどない(2)</li> </ul>

### 3.5 調査の手順

本研究では、Google フォームを利用してアンケート調査を行った。(1) 順位付けの作業と (2) 読む意識に関する調査という2つの側面から調査した。調査手順は以下の通りである。まず、調査協力者に、3.3で抽出された6例のメール（表1参照）を読んでもらい、宇佐美（2010）を参照に、「感じが良い」と感じられるものから1位から6位まで順位付けをしてもらった。順位付けの後で、評価観点に関する質問などについて回答してもらった。第1位（最も感じが良い）と第6位（最も感じが悪い）としたメールについては、その理由も書いてもらった。

順位付けの作業が終了後、評価シートを用いて、評価観点を調査する。評価シートは、表4に示すように、宇佐美（2010）、胡（2014）、黎（2015）、菊池（2016）、菊池（2018）、小竹（2020）の文献を参考にした上で、本研究で収集した中国人ビジネス関係者のビジネスメールから見られた特徴に基づき設定した「結びの挨拶表現が適切かどうか」「謝罪表現を繰り返しているかどうか」「遅延の理由を明確に説明しているかどうか」という3項目を加え、計12項目を設定した。これらの項目を以下の定義に従い、「言語形式」「読み手への配慮」「全体性」という3つの大カテゴリーを分類した。

- ・「言語形式」とは文法・文字・文体など、個別の言語形式に関わるものである。
- ・「読み手への配慮」は、「書き手の態度や書かれている内容そのものに着目」（宇佐美 2010:115）した項目である。
- ・「全体性」は、全体の分量や論理性に関わるものである。

そして、「評価シートの観点にどの程度、注意を払ったか」ということを、協力者に「とても注意した・やや注意した・あまり注意しなかった・全く注意しなかった」の4段階で回答してもらった。

表4 評価シート

大カテゴリー	小カテゴリー	参考文献
言語形式 (4問)	①文法的な間違いがないかどうか	胡(2014)、宇佐美(2010)、小竹(2020)、菊池(2018)
	②日本語としては自然な表現かどうか	宇佐美(2010)、胡(2014)、小竹(2020)、菊池(2018)
	③誤字・脱字がないかどうか	胡(2014)
	④くだけた表現(話し言葉)が混ざっていないかどうか	宇佐美(2010)、胡(2014)
読み手への配慮 (6問)	⑤自分の非や責任を認めているかどうか	黎(2015)
	⑥内容が分かる件名であるかどうか	小竹(2020)、菊池(2016)、菊池(2018)
	⑦敬語や丁寧な表現を使っているかどうか	宇佐美(2010)
	⑧結びの挨拶表現が適切であるかどうか	本研究にて追加
	⑨謝罪表現を繰り返しているかどうか	本研究にて追加
	⑩遅延の理由を明確に説明しているかどうか	本研究にて追加
全体性 (2問)	⑪本文の分量(長さ)が適切かどうか	宇佐美(2010)、菊池(2018)
	⑫話にまとまりがあるかどうか	宇佐美(2010)

#### 4. 調査結果

本節では、(1) 順位付けの作業と (2) 読む意識に関する調査という2つの調査の結果および分析について述べる。

##### 4.1 順位付けの作業に関する調査結果

###### 4.1.1 順位付けの結果

3.3で抽出された6つのメールにそれぞれの順位によって得点をつけ、平均値を求めてから、3グループの傾向を比較し、考察を行った。具体的には、第1位のサンプルを6点、第2位のサンプルを5点、第3位のサンプルを4点、第4位のサンプルを3点、第5位のサンプルを2点、第6位のサンプルを1点として平均値を算出した。つまり、平均値が大きければ大きいほど、そのサンプルへの評価が高いことになる。計算の結果、日本人ビジネス関係者、日本人教師と中国人教師の各サンプルの得点および順位は図1のようになった。

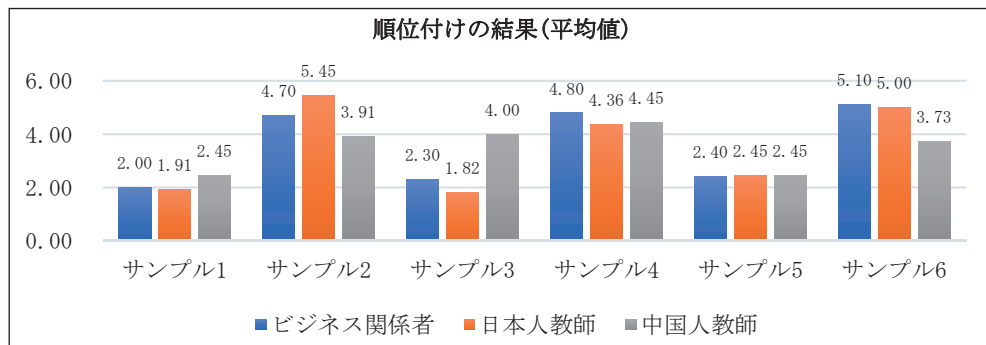


図1 順位付けの結果(平均値)

図1を見ると、日本人ビジネス関係者、日本人教師、中国人教師が第1位とするものは異なっており、それぞれサンプル6、サンプル2とサンプル4となっている。また、日本人ビジネス関係者はサンプル1の得点が最も低い。日本人教師はサンプル3の得点が最も低く、中国人教師はサンプル1とサンプル5の得点が最も低いことがわかる。

また、サンプル3・6については、中国人教師は日本人ビジネス関係者、日本人教師との得点に顕著な差があると言える。中国人教師の場合、日本人教師と日本人ビジネス関係者が低く評価しているサンプル3の評価が高い。その一方で、サンプル6に関しては、日本人ビジネス関係者、日本人教師ともに高く評価したのに対し、中国人教師は低く評価している。この結果から、日本語母語話者かどうかによって、評価に差が生じることが示唆される。

#### 4.1.2 第1位・第6位の理由

##### (1) 評価観点の比較

協力者によって記入してもらった自由記述の内容（第1位・第6位の理由）を、図2のように、まず3.5の表4で挙げた評価シートの大カテゴリーである「言語形式」「読み手への配慮」「全体性」の定義に従い分類した。次に、各部分の内容を評価シートの小カテゴリーである評価観点に基づき、さらに細かくコーディングした。評価シートの中に含まれていない評価観点については、「その他」に分類している。コーディング作業の後、「言語形式」「読み手への配慮」「全体性」の件数をもとに、分析を行った。

		第1位	理由	大カテゴリー	小カテゴリー
BJ5	BJ5-1-01	サンプル2	伝えるべき事案(遅延していること)、なぜそうなったか、具体的にいつ改善されるか(数値を用いた説明)がはっきり明示されていてわかりやすく、	読み手への配慮	遅延の理由を明確に説明しているかどうか
	BJ5-1-02	サンプル2	そして丁寧である。	読み手への配慮	その他

図2 自由記述のコーディングの例

第1位の理由については、表5に示すように、日本人ビジネス関係者、日本人教師、中国人教師とも「読み手への配慮」を重視する傾向が見られた。読み手にプラスの印象を与える要素としては、日本人ビジネス関係者は「遅延の理由を明確に説明している(6)<sup>(9)</sup>」「内容がわかる件名である(4)」という点を多く挙げている。日本人教師は「遅延の理由を明確に説明している(3)」「文法的な間違いがない(2)」という点に肯定的に評価していることがわかった。中国人教師は「遅延の理由を明確に説明している(2)」「内容がわかる件名である(2)」「敬語や丁寧な表現を使っているかどうか(2)」という点を多く挙げている。

一方、表6からわかるように、読み手にマイナスの印象を与える要素として、日本人ビジネス関係者は「読み手への配慮」を重視しているのに対し、日本人教師は「言語形式」を重視している。中国人教師は、「言語形式」と「読み手への配慮」に着目して評価するコメントの割合がほぼ同数である。3グループとも、プラスの評価(表5)に比べ、「言語形式」に着目して評価するコメントが多くなっている。このことから、「言語形式」に不備がある場合、相手にマイナスの印象を与える可能性が高いと言える。また、マイナスの印象を与える要素について、日本人ビジネス関係者は「遅延の理由の説明がない(3)」という点を多く指摘しているのに対して、日本人教師は、「日本語のミス、文法のミス(3)」ということで、低く評価している。中国人教師は、「敬語を使っていない(3)」という点を多く挙げている。

表5 第1位の評価観点

	日本人ビジネス関係者 (コメント数(割合))	日本人教師 (コメント数(割合))	中国人教師 (コメント数(割合))
言語形式	2(7.69%)	5(21.74%)	4(17.39%)
読み手への配慮	19(73.08%)	14(60.87%)	17(73.91%)
全体性	3(11.54%)	3(13.04%)	2(8.70%)
その他	2(7.69%)	1(4.35%)	0(0.00%)
計	26	23	23

表6 第6位の評価観点

	日本人ビジネス関係者 (コメント数(割合))	日本人教師 (コメント数(割合))	中国人教師 (コメント数(割合))
言語形式	5(26.32%)	13(56.52%)	8(42.10%)
読み手への配慮	12(63.16%)	8(34.78%)	10(52.63%)
全体性	2(10.53%)	1(4.34%)	0(0.00%)
その他	0(0.00%)	1(4.34%)	1(5.26%)
計	19	23	19

## (2) サンプル3に対する3グループの評価のズレ

<p>サンプル3 (以下のメールサンプルは、署名の部分は省略してあります。段落の間隔について、今回もなくして統一するようにしてあります。)</p> <p>件名：AB-2345 納期について</p> <p>株式会社鈴木商事 鈴木様：</p> <p>いつもお世話になっております。</p> <p>AB-2345は既に生産ができて、出荷の準備をしている状態になっています。</p> <p>8月4日の予定ですが、ここでちょっと一つ気づいたことがあります。</p> <p>それは付属品が未梱包です。</p> <p>こんなことが発生したのは本当に申し訳ありません。</p> <p>緊急に梱包を追加していますが、予定通り4日に出荷することが難しそうになります。</p> <p>おそらく7日に延期することでしょう。</p> <p>ご検討できませんか。</p> <p>ご迷惑をおかけしたことが十分承知いたしました。どうかご了承ください。</p> <p>早く出荷できるように精一杯頑張っています。</p> <p>こちらが救いとして何かできることがあったら、いつでもご連絡ください。</p> <p>以上でご検討をお願いいたします。</p> <p>よろしく願いいたします。</p>
--

図3 サンプル3

3グループで最も評価に開きのあったサンプル3についての記述をさらに詳しく分析した結果、「日本人ビジネス関係者」「日本人教師」「中国人教師」では、同じ評価観点でありながらも評価が異なるものがあることがわかった。それは、「敬語の使用」と「くだけた表現」という2つの観点においてである。評価者のコメントを引用する際には、日本人ビジネス関係者はJB、日本人教師はJT、中国人教師はCTという記号を用いて表す。

まず、「敬語の使用」に関する評価のズレについて述べる。サンプル3では、「ご迷惑をおかけしたことが十分承知いたしました。どうかご了承ください。」「(中略)、いつでもご連絡ください。」などの敬語が用いられる。中国人教師は「ちゃんと敬語をつかう(CT5)」「敬語がいい(CT9)」という理由で、プラスの評価をしている。これに対して、日本人ビジネス関係者は「『ご迷惑をおかけしたことが十分承知いたしました。どうかご了承ください。』…(中略)など、偉そうで上から目線に感じる。(JB8)」とマイナスの評価をしている。また、日本人教師も「下から3行目の文章は先方に対して非常に失礼です。(JT2)」と指摘している。日本人ビジネス関係者、日本人教師は表現の適切な使用に注目していることに対して、中国人教師は敬語表現を重視しているとわかった。こうした評価のズレから、中国人教師は敬語表現の使用が必ずしも読み手に良い印象を与えるわけではないという認識が足りないと言える。

次に、「くだけた表現」に関する評価のズレを説明する。「くだけた表現」については、「言葉遣いは柔らかいです。(CT5)」と考える中国人教師がいる一方で、「『ちょっと一つ気づいたこと』という口語調が気になる。(JB5)」と低く評価する日本人ビジネス関係者もいた。大崎(2008)で



は、中国人の「外人」は付き合いにつれて、互いに深く理解できるようになると、「自己人」になるとされている。そのため、中国のビジネス場面において、取引先相手を友人として、付き合いがよく見られる。このような母国の文化の影響で、協力者が日本のビジネス場面においても、くだけた表現を使うことで相手との距離を縮め、相手との関係をよくできるという考えを持っているのではないかと推測される。しかし、今回の調査結果を見ると、くだけた表現は、日本人ビジネス関係者にはビジネスメールに相応しくないと受け止められる恐れがあると言える。

## 4.2 メールを読む意識に関する調査結果

ここでは、主に評価シートの調査結果をまとめ、分析を行う。アンケート調査では、「メールを読んだ際に、以下の項目にどの程度、注意を払いましたか」について12項目を設定し、「日本人ビジネス関係者」「日本人教師」「中国人教師」がそれぞれ4段階で評定した結果を点数化した。「とても注意した」を4点、「やや注意した」を3点、「あまり注意しなかった」を2点、「全く注意しなかった」を1点にしている。その後、3グループの各項目の平均値を求めたところ、図4のような結果が得られた。

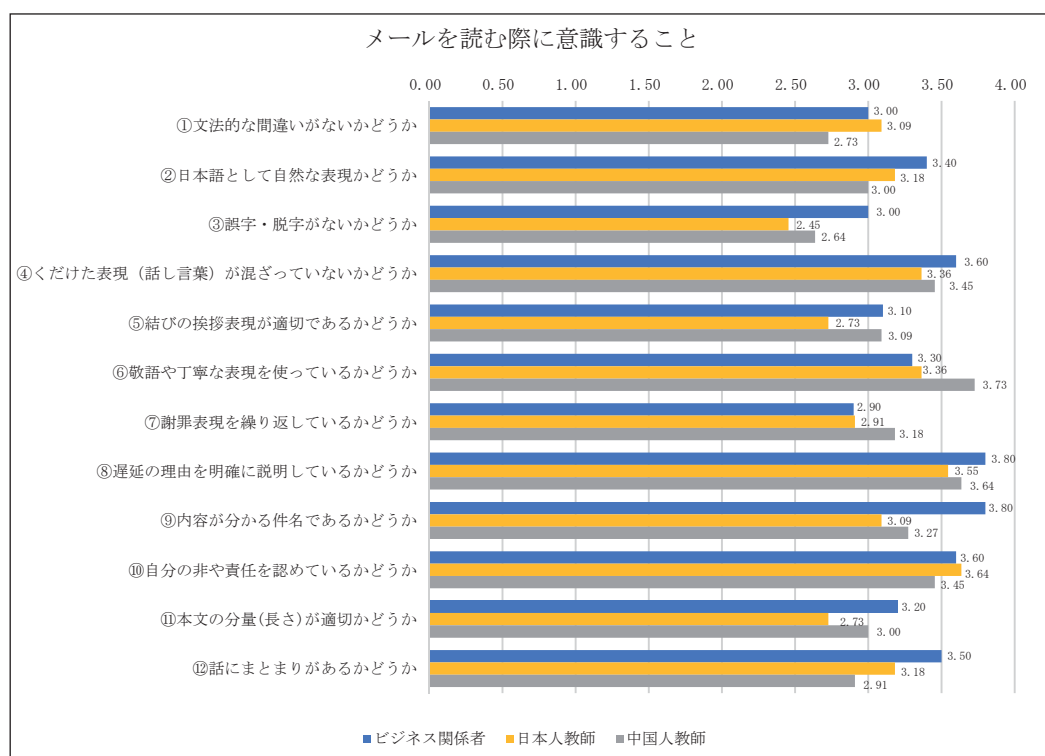


図4 評価シートの調査結果（3つのグループの各項目の得点の平均値）

図4に示すように、12項目のうち、最も重視した項目は、日本人ビジネス関係者は「⑧遅延の理由を明確に説明しているかどうか」「⑨内容がわかる件名であるかどうか」で、日本人教師は「⑩自分の非や責任を認めているかどうか」、中国人教師は「⑥敬語や丁寧な表現を使っているかどうか」であった。その一方で、各グループで点数が最も低い項目は、日本人ビジネス関係者の場合は「⑦謝罪表現を繰り返しているかどうか」である。日本人教師、中国人教師ともに「③誤字・脱字がないかどうか」が最も低い点数となっている。以下に、「言語形式」「読み手への配慮」「全体性」の各項目について詳しく見ていく。

### (1) 言語形式

「言語形式」には①～④という4つの項目がある。図4から、項目①～④の結果を見ると、項目②～④とも、日本人ビジネス関係者の点数が日本語教師より高いことがわかる。「①文法的な間違いがないかどうか」について、日本人教師の点数が日本人ビジネス関係者を上回り、最も高い。その評価観点としては、「遅れることの理由説明はないが、文法のミスがないため、読んだ時に不快感が少ない。」という例が挙げられる。情報面の不足があっても文法の間違いないため、メールの全体に高い評価を与える傾向が見られた。

### (2) 読み手への配慮

「読み手への配慮」には、項目⑤～⑩が含まれている。「⑤結びの挨拶表現が適切であるかどうか」の平均値を見ると、日本人ビジネス関係者と中国人教師はそれぞれ3.10と3.09であり、日本人教師は2.73とやや低い。「⑥敬語や丁寧な表現を使っているかどうか」の調査結果を見ると、中国人教師の平均値は3.73点で最も高く、日本人ビジネス関係者と日本人教師より「敬語の使用」を重視していることがわかった。「⑦謝罪表現を繰り返しているかどうか」について、日本人ビジネス関係者と日本人教師はそれぞれ2.90と2.91であり、中国人教師は3.18とやや高くなっている。「⑧遅延の理由を明確に説明しているかどうか」では、3グループともに高い点数をつけて、それぞれ3.80、3.64、3.55であり、「遅延の理由を明確に説明している」を重視していると言えるであろう。「⑨内容がわかる件名であるかどうか」の平均値については、日本人ビジネス関係者は3.8と高いのに対して、日本人教師は3.09、中国人教師は3.27と低く、3グループ間の評価に多少違いが見られた。「⑩自分の非や責任を認めているかどうか」の平均値を見ると、日本人ビジネス関係者と日本人教師はそれぞれ3.60と3.64であり、中国人教師は3.45とやや低い。

### (3) 全体性

「全体性」という大カテゴリーには項目⑪と項目⑫がある。「⑪本文の分量（長さ）が適切かどうか」では、日本人ビジネス関係者の平均値は3.20とやや高く、日本人教師（2.73）、中国人教師（3.00）と低くなっている。「⑫話にまとまりがあるかどうか」については、日本人ビジネス関係者の平均値は3.5と高いのに対して、日本人教師は3.18、中国人教師は2.91と低く、3グループ間の評価に多少違いがあるとわかった。

以上が、(1) 順位付けの作業と (2) メールを読む意識に関する調査という2つの調査結果と分析についてである。分析結果全体についてまとめると、表7のようになる。

表 7 調査結果のまとめ

	日本人ビジネス関係者	日本人教師	中国人教師
(1)順位付けの作業			
順位付けの結果	サンプル6(第1位)→サンプル4→サンプル2→サンプル5→サンプル3→サンプル1(第6位)	サンプル2(第1位)→サンプル6→サンプル4→サンプル5→サンプル1→サンプル3(第6位)	サンプル4(第1位)→サンプル3→サンプル2→サンプル6→サンプル5→サンプル1(第6位)
第1位の理由 (「最も感じが良い」の理由)	・「読み手への配慮」(77.78%) ・「遅延の理由を明確に説明している」「内容が分かる件名である」という点を多く挙げている	・「読み手への配慮」(60.87%) ・「遅延の理由を明確に説明している」「文法的な間違いがない」という点を多く挙げている	・「読み手への配慮」(76.00%) ・「遅延の理由を明確に説明している」「内容が分かる件名である」「敬語や丁寧な表現を使っているかどうか」という点を多く挙げている
第6位の理由 (「最も感じが悪い」の理由)	・「読み手への配慮」(57.12%) ・「言語形式」に着目して評価するコメントが多くなる ・「遅延の理由の説明がない」という点を多く指摘している	・「言語形式」(59.09%) ・「言語形式」に着目して評価するコメントが多くなる ・「日本語のミス、文法のミス」という点を多く指摘している	・「読み手への配慮」(47.83%) ・「言語形式」に着目して評価するコメントが多くなる ・「敬語を使っていない」という点を多く指摘している
(2)メールを読む意識に関する調査			
最も重視している項目	「⑧遅延の理由を明確に説明しているかどうか」「⑨内容が分かる件名であるかどうか」	「⑩自分の非や責任を認めているかどうか」	「⑥敬語や丁寧な表現を使っているかどうか」
最も重視していない項目	「⑦謝罪表現を繰り返しているかどうか」	「③誤字・脱字がないかどうか」	「③誤字・脱字がないかどうか」

## 5. 考察

本節では、上述した3グループの評価観点を比較して、考察を行う。それをもとに、中国人学習者にビジネスメールを指導する際にどのように応用するか、筆者の提案を試みる。

### (1) 3グループの評価観点の共通点

メールを「最も感じが良い」と評価する際、日本人ビジネス関係者、日本人教師と中国人教師とも「読み手への配慮」を重視する傾向が見られ、3グループの評価にはあまり差が見られなかった。評価対象が謝罪のビジネスメールであり、かつ信頼関係の維持を目的とするものであるため、全体的に「読み手への配慮」が重視されるという結果は妥当であると判断できる。

また、3グループとも「最も感じが悪い」と評価する際、「言語形式」に着目して評価する傾向が見られた。これは、「言語形式」に不備があった場合、相手にマイナスの印象を与える可能性が高いということを示唆していると考えられる。

### (2) 3グループの評価観点の相違点

メールを読む際、評価シートの12項目にどの程度、注意を払うかに関する回答結果では、日本人ビジネス関係者は「⑧遅延の理由を明確に説明しているかどうか」「⑨内容がわかる件名であるかどうか」という2項目を最も重視していることがわかった。「最も感じが良い」と評価する場合も、「最も感じが悪い」と評価する場合も、この2項目が重要な評価観点であることが調査から明らかになった。『仕事で使う!日本語ビジネス文書マニュアル』というビジネスメールの教科書でも指摘されているように、「人によっては一日に何十通もメールを受信するので、ちゃんとメールを開いてもらうような件名にしないと、読まれないままになってしまうかもしれ」ない(奥村・安河内 2007:84)という恐れがある。件名を書く際、「件名は短く」「キーワードを入れる」「『緊急』『重要』と書く」という3つのポイントが重要であるとも述べられている。忙しいビジネス関係者にとっても、一目で内容がわかるような件名が望ましい。また、「遅延の理由」はメールの中心内容であり、相手に丁寧に説明しなければ信頼関係が崩れる可能性が高いと思われる。

評価シートの12項目のうち、日本人教師は「⑩自分の非や責任を認めているかどうか」を最も重視しているとわかった。「最も感じが良い」と評価する場合でも、「好ましくない」と評価する場合でも、日本人教師は「文法的な間違いがない」「日本語のミス、文法のミス」のような点を多く挙げており、「①文法的な間違いがないかどうか」を重視している傾向も見られ、「言語形式」に高い注意を払うと言える。特に、今回の協力者には教師経験が長い日本語教師が多く、「言語形式」に関する不備に敏感で、「言語形式」に関する不備に敏感に反応していると思われる。また、評価対象は社外のビジネスメールであり、かつ、謝罪メールであるため、日本人教師は言語面における正確さが重要であるという考えを持っているのではないかと推測される。宇佐美・森・吉田(2009)では、日本人教師は評価の際には言語形式を重視すぎないよう意図的なコントロールを行っているという分析を行っているが、本調査結果は宇佐美らの調査とは異なる結果となった。

中国人教師は謝罪のビジネスメールにおいて、「⑥敬語や丁寧な表現を使っているかどうか」を最も重視しているという特徴が、本調査結果から明らかになった。また、「最も感じが良い」と評価する場合も、「最も感じが悪い」と評価する場合も、この項目が重要な評価観点であることも明らかになった。中国におけるビジネス教育では、「敬語」に関する教育が大きな割合を占めていることから、敬語の使い方を特に重視していると言える。しかし、本調査では、仇(2016)が指摘するように、中国人教師はビジネス場面で実際にどのように敬語を使用すればよいのかについてはあまり詳しくないという問題も考察された。

以上の結果から、3グループの評価観点には共通点もあるものの、日本語教師と日本人ビジネス関係者の間、また日本人教師と中国人教師の間には相違点も多いことが明らかになった。ビジネスメールには読み手が存在して、相手に失礼せず不快をさせないメールを作成するためには読み手である日本人ビジネス関係者の評価観点を知ることが重要であると思われる。また、学習者にビジネスメールを指導する際、日本語教師として、自分の評価観点と日本人ビジネス関係者との違いも明確する必要があるであろう。

このように、本調査の結果で明らかになった日本人ビジネス関係者、日本人教師と中国人教師の評価観点を、中国人学習者にビジネスメールを指導する際にどのように応用するか、筆者の提案を以下にまとめる。(1)日本語教師は、「言語形式」に高い注意を払う現象が見られた。「言語形式」に不備があった場合、相手にマイナスの印象を与える可能性が高いため、適切な言語表現を意識して指導するのに加え、内容がわかる件名のつけ方、遅延の理由を明確に説明するなどの要件の書き方も重要なポイントとして、ビジネスメールの指導を行う必要がある。(2)敬語を含む定型表現を教える際、その定型表現を習得させることは重要であるが、それにとどまらず、場面によってどのように使用するかなど、適切な言語使用について説明することが求められる。敬語を使えば丁寧だというわけではなく、敬語表現を使用しても丁寧な表現にならない場合もあるという点も注意する必要がある。(3)各国には独自の文化や習慣があり、メールにおけるコミュニケーションは単に情報交換ではなく、文化の交流とも言える。日中における文化の違いによって、言葉遣いや注意点が異なると思われる。日本語教師は、ビジネスメールを指導する際、このような違いを学習者にも理解させる必要があるのではないだろうか。

## 6. まとめと今後の課題

本研究では、中国人ビジネス関係者が書いたビジネスメールを取り上げ、日本人ビジネス関係



者、日本人教師と中国人教師はメールを読む際に、どのような点に注意を払うのかについて考察した。しかし、本研究における調査対象は、謝罪場面でのビジネスメールであった。今後、「依頼」「断り」といった他の場面についても、ビジネスメール文の特徴や読み手の評価観点について検討が必要であると考えられる。また、日本語母語話者によるビジネスメールにはどのような特徴があるか本研究では解明できなかった。今後は日本語母語話者のビジネスメールも分析し、中国語母語話者のメールと比較することで、「感じが良いメール」とはどのようなものかがより明確になるのではないかとと思われる。さらに、今後は、インタビューなどの質的調査も加えることで、ビジネス関係者がメールで何を重視しているか、どのようなコミュニケーションが望ましいと考えているかなど、メールにおけるコミュニケーション主体の意識を探求する必要があるであろう。

## 付記

本稿は2023年3月に東京外国語大学総合国際学研究科に提出した修士論文の一部に加筆・修正を加えたものである。

## 注

- (1) 外務省(2023)『中国経済・日中経済 概要(令和5年7月)』<<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000007735.pdf>> (2023.11.18 閲覧)
- (2) 「件名」「宛名」「開始の挨拶」「名乗り」「メール送信への謝罪」「話題提示・予告」「遅延の理由」「謝罪表現」「再発させる意志のないことの表明」「補償の申し出」「再連絡の予告」「問い合わせ先の通知」「謝罪の終結」「返信要求」「終了の挨拶」という15種類である。
- (3) カムトーンティップ(2015)と宮崎(2007)はそれぞれ生活場面の謝罪メールと依頼メールを対象に研究したもので、黎(2015)は謝罪のビジネスメールを対象にしているが、メールの構造という視点ではなく、主に謝罪の言語表現を中心に分析したものである。したがって、先行研究で用いられている「意味公式」だけではカバーしきれないものがある。筆者は、「注文への感謝」「遅延の報告(1)」「遅延の報告(2)」「自身の非の表明」「迅速な対応の表明」「了承の依頼」「了承の依頼(終結)」「終了の表明」の8種類を新たに加えた。
- (4) 2回以上反復して使用された意味公式がある場合、それを新しく展開パターンとして数える。終了部の「謝罪による終結」は謝罪の意を表すことができると考え、項目にも加えた。
- (5) 「開始部」は宛名、名乗り、相手に対する感謝やメール送信への謝罪などの開始の挨拶から成り、メールを開始する部分である。「終了部」は、納期遅延の謝罪を重ねたり納期遅延の謝罪でまとめたりする終結表現、終了の挨拶などから成り、メールを終了する部分である。それ以外の「開始部」と「終了部」の間に書かれる「主要部」は、納期遅延のことに関する、送信者が最も伝えたい内容から成り、メールを展開する部分である。
- (6) 本研究では、件名を「納期について」「遅延について」「納期遅延の依頼」「遅延のお詫び」という4つのタイプに分けた。
- (7) サンプル2は、本文には顕著な特徴が見られないが、「遅延のお詫び」というほかのサンプルにはない件名のタイプであるため、サンプルとして抽出した。
- (8) 実際に調査に協力してくれた中国人教師は13名であったが、2人はビジネス日本語を専門に担当していた。ビジネス日本語を担当しているか否かが評価結果に影響を与える可能性があると考えたため、この2名の中国人教師のデータを分析対象から除外した。
- (9) 括弧内の数字は人数である。

#### 参考文献（和文）

- (1) 上田早苗 (2018) 「香港の上級日本語学習者が書いた「依頼」のメール文の評価 ——日本語教師ではない読み手の視点——」『日本文学刊』 Vol.21, pp.53-66.
- (2) 宇佐美洋 (2010) 「文章の評価観点に基づく評価者グルーピングの試み ——学習者が書いた日本語手紙を対象として——」『日本語教育』 Vol.147, pp.112-119.
- (3) 宇佐美洋・森篤嗣・吉田さち (2009) 「「非母語話者の書きことば」に対する日本人の評価観をめぐる量的調査」『社会言語科学第24回大会論文集』 pp.228-231.
- (4) 大崎正瑠 (2008) 「日本・韓国・中国における『ウチ』と『ソト』」『東京経済大学人文自然科学論集』 Vol.125, pp.105-127.
- (5) 大谷麻美 (2008) 「謝罪研究の概観と今後の課題 ——日本語と英語の対照研究を中心とした考察——」『言語文化と日本語教育 11月増刊特集号』 pp.24-43.
- (6) 奥村真希・安河内貴子 (2007) 『仕事で使う！日本語ビジネス文書マニュアル』株式会社アスク出版社
- (7) カムトーンティップ, タワット (2015) 「日本語での約束をキャンセルするメールの談話構造」『日本語・日本文化研究』 Vol.25, pp.54-65.
- (8) 菊池理紗 (2016) 「メールに対する読み手の評価とその共通点に関する考察」『実践女子大学生生活科学部紀要』 Vol.53, pp.69-78.
- (9) 菊池理紗 (2018) 「読み手や書き手はEメールに何を求めるのか？」『法政大学大学院大学院紀要』 Vol.88, pp.99-109.
- (10) 仇文俊 (2016) 「中国におけるビジネス日本語教育に関する基礎的研究 ——教育の体系性と実用性を中心として——」九州大学博士論文
- (11) 胡芸群 (2014) 「メールに対する読み手の評価 ——読み手の属性による評価の観点の違い——」『一橋大学国際教育センター紀要』 Vol.5, pp.81-91.
- (12) 小竹直子 (2020) 「外国人留学生の書く依頼メールの問題点 ——読み手の評価の観点から——」『亜細亜大学国際関係紀要』 Vol.29, No.2, pp.53-83.
- (13) ツォウン, ティマイ (2007) 「依頼のEメールに対するベトナム人・日本人の評価意識比較 ——『対人配慮』に注目して——」『日本言語文化研究会論集』 Vol.3, pp.169-196.
- (14) 宮崎玲子 (2007) 「電子メールにおける依頼の展開構造—日本語母語話者とタイ人日本語学習者の対照研究」『日本語・日本文化研究』 Vol.17, pp.175-184.
- (15) 叶国青 (2021) 「依頼メールにおける中国人日本語学習者と日本人評価者の重点差異 ——PAC分析の手法を通して——」『言語習得と日本語教育』 Vol.1, pp.133-149.
- (16) 黎秋虹 (2015) 「ビジネスメールにおける日本語の対人配慮の示し方 ——謝罪表現とその意識を中心にして——」『昭和女子大学大学院言語教育・コミュニケーション研究』 Vol.10, pp.61-76.

#### 参考文献（英文）

- (1) Matsuda, P. (1997) Contrastive rhetoric in context: A dynamic model of L2 writing. *Journal of Second Language Writing*. Vol 6, pp.45-60.

(はん せい 東京外国語大学大学院総合国際学研究科国際日本専攻 博士後期課程)

# **Readers' Evaluation of Chinese Business People's Japanese Apology E-mails:**

## **Comparison of Evaluation Perspectives Based on the Reader's Attributes**

**Jing PAN**

**KEYWORDS:** business e-mails, Chinese business people, reader's attributes, evaluation perspectives, apology e-mails

In this study, a questionnaire survey was administered to Japanese business people, Japanese teachers of Japanese, and Chinese teachers of Japanese to understand the differences in their evaluation views when evaluating Japanese business e-mails written by Chinese business people. As a result, the three groups had two points in common in their evaluation perspectives: 1) when evaluating an e-mail as “favorable”, they tended to focus on “consideration for the reader”; 2) when evaluating an e-mail as “unfavorable”, all three groups tended to focus on “linguistic accuracy”. Regarding the differences in the evaluation perspectives of the three groups, 1) Japanese business people placed the most importance on “whether or not the reason for the delay was clearly explained” and “whether or not the subject was understandable”; 2) Japanese teachers tended to emphasize “whether there were any grammatical errors” when reading the e-mails; 3) On the other hand, Chinese teachers placed less emphasis on “whether there were any grammatical errors”. In contrast, Chinese teachers placed the most importance on “whether or not honorific and polite expressions were used”. These results revealed some commonalities in the evaluation perspectives of the three groups, while also highlighting the divergent perspectives between Japanese language teachers and Japanese business people.