

# 國學院大學學術情報リポジトリ

## ビジネス日本語における副詞の研究

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-02-13 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 呉, 雨, Wu, Yu メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.57529/00002481">https://doi.org/10.57529/00002481</a>

# ビジネス日本語における副詞の研究（要約）

呉 雨

## 論文の課題

本論文は、ビジネス日本語の視点から副詞を考察したものである。

副詞は日常の会話、文章を理解する際に重要な役割を担い、特に将来の職場においても、副詞の意味と用法をつかめず、文脈の理解に困難が生じる可能性がある。したがって、外国人学習者にとって、ビジネス場面で用いられる日本語の副詞の習得は重要な課題である。外国人学習者に対するビジネス日本語教育を行う際に、副詞の使用について教える必要がある。しかしながら、ビジネス日本語における副詞を教える前に、あらかじめビジネス日本語における副詞の使用状況と特徴を解明しなければならない。

そこで、本論文は従来の「情態、程度、陳述」という副詞の3分類に加え、工藤浩(2016)による「叙法、とりたて、評価」という陳述副詞の分類方法に従い、ビジネス日本語の文章語資料と会話資料で使用される副詞を分類し、特徴的な副詞の使用を考察した。また、ビジネス日本語における副詞の分析を踏まえ、日中対照研究、中国人学習者の学習状況という視点でビジネス日本語の副詞を考察し、日中のビジネス文書の比較、中国人学習者による副詞の使用についても検討した。

## 論文の構成と内容の要旨

### 1. 論文の構成

本論文は序章、ビジネス日本語の文章語資料における副詞を扱った第Ⅰ部、ビジネス日本語の会話資料における副詞を扱った第Ⅱ部、対照研究、学習状況の視点から見たビジネス日本語の副詞を扱った第Ⅲ部、そして終章によって構成される。以下は本論文の章立てである。

序章 本研究の目的と先行研究

第Ⅰ部 ビジネス日本語の文章語資料における副詞

第1章 「ビジネス文書における副詞による配慮表現の一考察」

第2章 「企業広報誌における副詞の使用実態」

第3章 「法律の条文における副詞の使用実態: ビジネスに関わる法律を中心に」

## 第Ⅱ部 ビジネス日本語の会話資料における副詞

第4章 「職場の会話における副詞の使用:職場談話コーパスを調査資料として」

第5章 「ビジネス場面の会話における副詞の使用実態:テレビドラマ『わたし、定時で帰ります。』を調査資料として」

第6章 「国会会議録における副詞の使用実態」

## 第Ⅲ部 対照研究、学習状況の視点から見たビジネス日本語の副詞

第7章 「日中のビジネス文書における副詞の対照研究」

第8章 「中国人日本語学習者による依頼場面における副詞の使用:依頼メールを調査資料に」

終章 まとめと今後の課題

## 2. 内容の要旨

### 2.1 序章

序章では、ビジネス日本語における副詞を研究する必要性を以下のように述べた。副詞は日常と職場の日本語使用において重要な役割を果たし、外国人学習者に対するビジネス場面で用いられる副詞の指導が必要とされる。ビジネス日本語における副詞を教える前に、あらかじめビジネス日本語における副詞の使用状況と特徴を解明しなければならない。

また、序章では、副詞の研究史をまとめ、これまでの先行研究における副詞の分類方法を概観し、本論文における副詞の分類方法を述べた。本論文は山田孝雄（1936）由来の3分類（情態、程度、陳述）に加え、工藤浩（2016）による「叙法、とりたて、評価」という陳述副詞の分類方法に従う。

次に、本論文で使用する述語「書き言葉、話し言葉」「異なり語数、延べ語数」「共起」を説明し、本論文の枠組みについて示した。

### 2.2 第Ⅰ部

第Ⅰ部では、ビジネス日本語の文章語資料における副詞を調査し、文章語資料における特徴的な副詞について考察した。

第1章では、配慮表現の視点でビジネス日本語の言語行動の一つであるビジネス文書における副詞を考察した。副詞による配慮表現はビジネス活動に伴う日本語表現において企業間の関係構築や交渉、業務の円滑な遂行に重要な役割を果たす。そのため、ビジネス文

書の言語状況を分析するに最も可能な資料として、ビジネス文書の文例集を調査資料にした。調査を行う前に、本章の内容に関連する先行研究を概観し、配慮表現の定義を示した。

10冊のビジネス文書マニュアル本と教科書の文例集を調査した結果、この10冊の資料で使用される副詞の異なり語数は159語、延べ語数は3156語であった。副詞の分類別に見ると、異なり語数、延べ語数ともに時間副詞が最も多いことがわかった。新聞、雑誌、教科書の他分野の文章語資料と比べて、ビジネス文書では相手を配慮する機能を持つ「ますます」「誠に」の使用が特徴的であり、「もう」「一番」のような口語的な副詞は現れにくいことを明らかにした。

また、配慮表現の視点からビジネス文書で使用される副詞を分析した結果、「ますます(益々)」のような副詞は、「拝啓 時下ますますご清祥の段、お喜び申し上げます」のように、ビジネス文書の前文に位置されやすく、挨拶文などの慣用的表現として多く用いられていた。わずか2例が、前文の挨拶文ではない例であった。

「何卒(何とぞ・なにとぞ)」「どうぞ」「ぜひ(是非)」などは相手の指導、意見、容赦、来場、参加などを求める場面で出現し、相手に依頼する意味を示す共通の用法を持つ。しかし、抽出した例には「どうぞ」「ぜひ」の相手に対して行為を勧めるや強い願望を伝えるような依頼の意味と異なる用例が見られた。

主文に現れる「誠に(まことに)」「大変」は、相手のことを配慮する際の改まった表現として多用されていた。類義の「本当にありがとうございました」「とても仕事がやりやすい」と比べて、「誠に(まことに)」「大変」を用いた例が圧倒的に多い。これはビジネス文書の文体上の特徴に関係するためであると考えられる。

「取り急ぎ(とり急ぎ)」「まずは」は「取り急ぎ、要件のみ申し上げます」「まずは、書中をもちましてお誘い申し上げます」のように、末文に出現し、挨拶などを省略して、文書の締めくくりを表し、相手への配慮の気持ちを示す副詞であることを明らかにした。

本章で残された今後の課題として、ビジネス文書を社外・社内文書の視点で副詞の使用を究明する。

**第2章**では、ビジネス日本語の研究の試みとして、企業のさまざまな情報を伝達する、ビジネスコミュニケーションの機能を持つ企業広報誌における副詞を考察した。

具体的には建築、電気、情報通信、運輸、卸売・小売、金融・保険、医療・福祉の8つの業界の企業の2019年計1年間の企業広報誌を調査資料とした。調査の結果、8つの業界

の企業広報誌における副詞の異なり語数は228語であり、延べ語数は1969語であった。

また、企業広報誌においては、①様態副詞の異なり語数が最も多く、種類が豊富であること、②程度副詞の延べ語数が上位にあり、使用頻度が高いこと、③企業別に見ると、建築、電気、情報通信、運輸、卸売・小売、金融・保険、医療・福祉の業界の企業広報誌では、それぞれ「かつて」「より」「大変」「たとえば」「ぜひ」「約」「そう」が多く使用されていることを明らかにした。

ビジネス文書（第1章）と比較した結果、企業広報誌における様態副詞は、語の種類と使用頻度が圧倒的に多かった。その原因として、仕事に渉るようにビジネス文書では物事の様子を表す様態副詞の使用が回避されること、読み手の顧客や住民に親近感を与えるように、企業広報誌では擬音語・擬態語をはじめとした様態副詞が多く使用されることが考えられる。また、ビジネス文書と比べて、企業広報誌では「こう」「そう」「しっかり」「とても」のような話し言葉的な副詞が出現しやすいことも明らかにした。

次に、以下のように企業広報誌における特徴的な副詞を考察した。概数を表す副詞として、「約」「ほぼ」「およそ」が見られる。そのうち、「約」と「およそ」は概数を表す際に近い性格をもつが、「約」のほうは用例数が圧倒的に多く、年数、人数、字数のような数値、「半数」のような数値に関わるものと共起しやすい。「ほぼ」は、「ゼロ」「すべて」のような極限の意味を含む文脈で出現する傾向が見られた。

「ゆったり」は「座る」に関わる表現と共起し、座り心地の良い様子を表し、運輸業や椅子を扱う小売業の企業広報誌での使用が特徴的である。また、距離の近い意味を表す「すぐ」は、「そば」のような位置を表す名詞と後接しやすく、時間副詞の「すぐ」より「すぐに」の用例数が比較的多いことを述べた。

**第3章**では、ビジネス日本語の文章語資料における副詞を考察するには、ビジネスに関わる法律の条文を調査資料にすることは可能である。来日外国人留学生が将来、労働者としてビジネスに関わる法律を場面も想定され、法律の語彙と日本語教育との隔たりを埋めるにも、ビジネス日本語の法律の条文における副詞を考察する必要がある。

ビジネスに関わる法律として、会社法、商法、労働法の条文を選定し、それらの条文における副詞の使用を調査した。その結果、各法律の条文で出現する副詞の異なり語数は21語、延べ語数は602語であった。会社法、商法、労働法の条文のいずれにおいても最も多く現れるのは「なお（仍）」であった。いずれの法律の条文では、「なお（仍）」「いつでも」

「現に」「既に (すでに)」「あらかじめ」「更に (さらに)」が使用されるが、「どう」「初めて」「まだ」は会社法のみで使用され、「自ら」は商法のみで使用され、「当分」「一層」「まず (まづ)」「あまねく」は労働法のみで使用されている。使用される全体の語彙を副詞の分類で見ると、時間副詞が異なり語数全体の 52.4%、延べ語数全体の 80.7%も占めており、最も多く使用されている。評価副詞のような感情を表す副詞は、法律の条文で出現しにくい傾向が見られた。

法律の条文における副詞をビジネス文書 (第 1 章)、新聞、雑誌、教科書の文章語資料で使用される副詞と比較した。「こう」「いろいろ」「まだ」「ちょっと」「いちばん」のような口語的な副詞、「大変」「何とぞ」「誠に」のような読み手に対して配慮を示す副詞が法律の条文では出現しにくいことがわかった。

また、法令用語として特有の意味合いを持つ副詞を分析した。法律の条文では、「なお (仍)」は「なお従前の例による」、「当分」は「当分の間」の形で多く出現する。「現に」は「すでに」と区別する必要がある、「直ちに」は「速やかに」などよりも即時性が強い。「あらかじめ」は単なる「事前に」を表す場合と、当為表現と共起する場合がある。「あまねく」と「もとより」の用例は少ないが、いずれも硬い文章語として法律の条文における特徴的な副詞であると述べた。

外国人留学生にとってはビジネスに関わる法律以外に、在留資格に関わる「出入国管理および難民認定法 (略して、入管法)」なども在日の生活に関連する法律であり、それらの法律の条文における副詞を今後の課題としたい。

## 2.3 第 II 部

ビジネス日本語を使用する場面は、ビジネス文書などで文章語を用いる場面と、職場の会話をはじめ交互を用いる場面がある。次に、**第 II 部**では日常でも多く使用される話し言葉の視点から、ビジネス日本語における副詞の使用を検討した。ビジネス日本語の会話資料における副詞の使用実態について調査し、各資料における特徴的な副詞について考察した。

**第 4 章**では、「職場談話コーパス」(『現日研・職場談話コーパス』(中納言版))を利用し、事前に定めた基準で、職場談話で使用される副詞の調査を行った。その結果、使用される副詞の異なり語数は 301 語、延べ語数は 6194 であった。そのうち、様態副詞の異なり語数が最も多く、叙法副詞の延べ語数は最も多かった。その原因として、「ばっと」「ちゃんと」

「はっきり」などの擬音語・擬態語が多くあり、様態副詞の語彙の種類が他の分類より豊富であること、「やっぱり」「たとえば（例えば）」「たぶん（多分）」などの用例数も多く、叙法副詞の用例数も多くなったことが考えられる。「職場談話コーパス」における副詞は、文体としては、口語的なものが中心であり、ビジネス文書や新聞、雑誌などの分野における硬い表現と明らかに異なることがわかった。副詞の重複、倒置などの表現が多く見られ、擬音語・擬態語の副詞、方言の副詞の使用も特徴的であった。

また、ビジネス文書における副詞との比較を行った。比較した結果、「職場談話コーパス」では、①相手を勧誘する際に「ぜひ」は「いらしてください」のような口語的な表現と共起する、②「どうぞ」は依頼の場面以外に、相手の行動に対して承諾する場面でも使用される、③「早速」は先方以外に、自分たちの行動に関わる場合でも用いられる、④「大変」は相手を配慮する意味ではなく、単なる程度を表す用法もあるというビジネス文書では見られない特徴が見られた。

本章の調査資料では会話の場面が限られており、用例のほとんどが 1990 年代のものである。より新しい資料を用いた調査が今後の課題になる。

**第 5 章**では、ビジネス日本語の会話資料として、ビジネス場面を反映するテレビドラマを用いて、使用される副詞を調査した。テレビドラマは有用な日本語教育教材であり、なかでも、最近のビジネス場面を描いたドラマは日本のビジネス情報や職場の日本語使用を把握するのに最適な教材である。

本章では、ビジネス場面を描いたテレビドラマ『わたし、定時で帰ります。』を選定し、仕事に関わる発話場面を調査対象とした。それらの場面に見られる副詞を抽出して集計した。このドラマの職場の談話場面で使用される副詞の異なり語数は 220 語、延べ語数は 1515 語であった。使用される様態副詞の異なり語数が多く、バリエーションが豊富であるが、延べ語数から見ると叙法副詞と時間副詞が多く用いられることを明らかにした。

本章の調査資料における職場の副詞を「職場談話コーパス」（第 4 章）、日常談話における副詞と比較した。本資料は小説による架空の話を実写化したドラマであるため、「職場談話コーパス」における副詞とは若干異なる部分がある。日常談話と比べて、テレビドラマが反映する職場談話では「よろしく」のような人間関係を重視する副詞の使用が特徴的であり、特に初対面の挨拶では、「よろしく」は相手と良好な関係を保つ願望を表す役割を果たす。

また、指示語由来の「こう」「そう」「ああ」「どう」の多用、内心情報処理を表示する「まあ」は雰囲気や和らげる機能を持つことを明らかにした。多義性を持つ「よく」は程度副詞としての用法が基本的であり、中には「わかる」と共起する例が多かった。

**第6章**では、会議における副詞の使用実態を明らかにしたいが、企業、団体などの会議録は多くの場合非公開とされている。そこで、本章では、公の会議録である国会会議録を利用し、国会会議のような公的場面での発話における副詞を考察した。

使用したのは、全文検索システム『ひまわり』の『国会会議録』パッケージ（本会議版）におけるより新しい2012年の1年分のデータであった。

調査した結果、使用される副詞の異なり語数は282語、延べ語数は7167語であった。また、①国会会議録では様態副詞の異なり語数が多く、バリエーションが豊富であること、②延べ語数が多いのは時間副詞であるということが明らかになった。

国会会議録（2012）で使用される副詞を、ビジネス文書（第1章）、ビジネス関係の法律の条文（第3章）、「職場談話コーパス」（第4章）、ビジネス場面を反映するテレビドラマ（第5章）における副詞と比較した。国会会議録（2012）で使用される副詞のうち、「一層」「既に」「改めて」「まずは」は書き言葉的な副詞であり、ビジネス文書、法律の条文にも見られた。国会会議録（2012）では、「そう」「本当に」などのような「職場談話コーパス」とドラマでも使用される話し言葉的な副詞も上位に出現している。

また、国会会議録（2012）では、「直ちに」は当為表現「べきだ」と共起し、「決して」「到底」「断じて」は「許してはならない」のような「不許可」表現と共起する傾向が見られた。

## 2.4 第Ⅲ部

**第Ⅲ部**では、日中対照研究、中国人学習者の学習状況の視点から、ビジネス日本語における副詞について考察した。

**第7章**では、第1章で行った日本語のビジネス文書における副詞の調査と比較し、日中のビジネス文書における副詞を対照した。日中の品詞体系は異なっており、特に副詞の下位分類は互いに対応しないため、ビジネス文書における副詞の日中対照研究が難しいことを述べた。

5冊の中国語のビジネス文書の文例を考察した結果、時間を表す副詞が最も多く、「否定



副詞」の“没有”、「可能性副詞」の“是否”のような中国語特有の副詞が日本語の副詞とは対応せず、日中副詞の対照研究が困難であることを再確認した。日中の文化の違いにより、事案を伝える際に相手への配慮の表し方は異なるが、日中のビジネス文書では話し言葉的な副詞が使用されやすい点は共通していることを明らかにした。

**第8章**では、ビジネス日本語と日本語教育の双方に関わるビジネス文書と関連性の高い依頼メールに着目し、中国人学習者による副詞の使用状況について考察を加えた。『多言語母語の日本語学習者横断コーパス』(I-JAS)における依頼メールの作文データを資料とし、日本語母語話者のデータと比べながら、中国人学習者による副詞の使用の特徴を明らかにした。

調査の結果、中国人学習者は「様態副詞」「時間副詞」「とりたて副詞」を多く使用するのに対し、日本語母語話者は「叙法副詞」の使用が多いことがわかった。具体的には、中国人学習者は「とても」「ちょっと」「どうも」のような口語的副詞を多く使用していた。また、「まだ」を「また」にし、「必ず」を「きっと」にし、「どうぞ」を「どうも」にするという誤用が見られた。

日本語で依頼メールを書く際に、副詞の意味用法、文体上の副詞の使い分けから、副詞による相手への配慮などまで、注意すべき点が多くある。それに対する有効な指導法は今後の課題として検討したい。

## 2.5 終章

**終章**では、本論文全体をまとめ、今後の課題を述べた。資料全体を見ると、「職場談話コーパス」における副詞の異なり語数(301)、国会会議録における副詞の延べ語数(7167)が最も多かった。また、各資料を比較すると、企業広報誌は文章語資料であるが、会話資料のように、様態副詞のバリエーションが多いこと、会話資料の国会会議録は文書語資料のように、時間副詞の使用頻度が高いことがわかった。

「職場談話コーパス」とドラマでは話し言葉的な副詞が多く見られ、ビジネス文書、法律の条文では書き言葉的な副詞が多く見られたが、国会会議録、企業広報誌における副詞は話し言葉と書き言葉の中間的性格を持っているという文体上の違いが見られた。改まり度は法律の条文(例:「なお、現に、直ちに」)、ビジネス文書(例:「ますます、誠に、よろしく」)、企業広報誌(例:「約、より、ぜひ」)の順に低下し、職場談話コーパスとビジ

ネス場面を反映するドラマにおける会話（例：「そう、まあ、ちょっと」）と比べて、国会  
会議録の発言（例：「さらに、まず、どう」）の改まり度が比較的高いことを明らかにした。

本研究によって、ビジネス日本語の文章語資料と会話資料における副詞の文体的特徴、  
公的・私的場面による改まり度が異なること、ビジネス言語資料における特徴的な副詞の  
使用についてなど明らかにできた部分も多い。また、日中対照研究、中国人学習者の学習  
状況の視点からビジネス日本語の副詞を考察したことも本研究の特徴であると考ええる。

副詞とビジネス日本語の関わりを視野に入れることは、今後の副詞の研究、ビジネス日  
本語の研究において重要である。本研究ではビジネス日本語における副詞の研究が、多言  
語対照研究、ビジネス日本語教育に関する分野に貢献できる可能性を示した。個々の副詞  
の考察をさらに深めるべき点もあるが、文章語、会話資料における副詞の使用実態を明ら  
かにしたことは、今後の研究につながるものであると考えられる。副詞の個別の考察、副  
詞の指導への提案を今後の課題にしたい。