

# 愛産大経営論叢

## (第 21 号)

### 目 次

#### 【 研究論文 】

- 1 ソーシャル・コミュニケーションの観点によるSDGsへの取り組み … 山崎 方義 (1)
- 2 日本における英語教育の現状と将来 …………… 各務 行雅 (11)  
— 英語の間違いはそれほど問題なのか —
- 3 労働者保護としての解雇の金銭解決制度 …………… 三田村 浩 (21)  
— 企業変動における適用可能性 —
- 4 戦略形成と組織認識に関する考察 …………… 星 和樹 (33)
- 5 日本語教材で取り上げられた日韓同形漢字語についての試論 …………… 下平 芳久 (47)
- 6 中国の広告フレーズに使用される副詞の特徴 …………… 王 平 (57)
- 7 インサイダー取引規制について …………… 横瀬 浩司 (67)
- 8 日本人L2中上級学習者の英語抽象名詞の可算化に関する誤用分析 … 西田 一弘 (77)
- 9 人称代名詞の使用からみるトランプ大統領就任演説 …………… 寺澤 陽美 (87)
- 10 プログラミングマインドとは何か …………… 牧野 純也／今井 昌彦 (97)  
— 小中学校へのプログラミング教育導入に際して — …………… 高野 盛光
- 11 西洋と日本の相違 …………… 赤松 宏 (113)  
— 言葉、理論、思想、方法論について (18) —
- 【 経営学部教員研究業績 】 …………… (121)

# ソーシャル・コミュニケーションの観点による SDGs への取り組み

山崎 方義  
(愛知産業大学教授)

## Approach to SDGs from the Viewpoint of Social Communication

Masayoshi YAMASAKI

### →要旨

SDGs 活用の企業行動指針「SDG Compass」では、5つのステップの5番目に「報告とコミュニケーションを行う」を提示している。ステークホルダーに対する適切なコミュニケーション活動は、SDGs の実行プロセスとして不可欠なものとして重視されているわけである。本研究では SDGs 先進企業の CSR 報告書において「SDGs」という単語の出現件数の推移および発信情報の文脈や形態を確認する。この結果から現状と課題を整理し、本領域の調査を今後進めていく上での萌芽的・探索的研究に位置づける。

### →キーワード

- ・ SDGs
- ・ ソーシャル・コミュニケーション
- ・ CSR
- ・ サステナビリティ
- ・ ESG

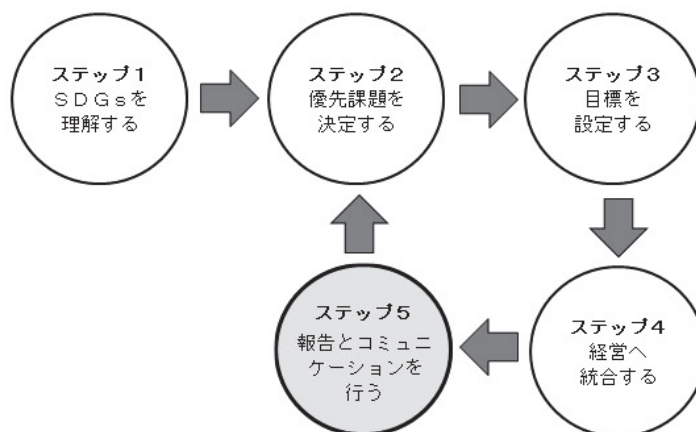
## I. 問題意識

企業の評価軸が経済的指標に加え、環境や社会性が重視されるようになって久しい。それはまた、ステークホルダーの多様化と表裏一体の関係でもある。企業経営は、顧客、株主・納入業者・流通業者・従業員・コミュニティといったステークホルダーとの関係性の上に成立している。現在はさらにグローバル規模で社会全般や生活者まで考慮した経営が求められている。問われるのは透明性や情報公開志向、公平性、環境保全、コンプライアンス面の重視といった要素に加え、社会的な存在価値、即ち「今ある社会的課題をどう解決していくのか」という命題に取り組む経営に他ならない<sup>1)</sup>。

そして近年注目されるのは、国連が定めた国際社会共通の成長目標 SDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）達成に向けて、企業が主体的に取り組むムーブメントである。SDGs 活用の企業行動指針ともいえるのが「SDG Compass」<sup>2)</sup>であり、事業にもたらす影響を解説するとともに、持続可能性を企業戦略の中心に据えるための情報を提供している。SDG Compass は企業が SDGs に貢献できるように 5つのステップを提示している（図表 1）。企業はこれらのステップに従い、持続可能性を確保する上で事業戦略がどのポジションにあるのかを確認し、戦略の方向を決定、調整していく。そして 5つのステップの 5番目に「報告とコミュニケーションを行う」が挙げられている。すなわちステークホルダーに対する適切なコミュニケーション活動は SDGs の実行プロセスとして不可欠なものとして重視されているわけである。

そこで本論文では、企業の SDGs に関するコミュニケーション活動に着目し、SDGs への取り組みに積極的だと思われる企業の CSR 報告書において、どのように扱われているのかを調査し、現状と課題を整理する。

[図表-1] SDG Compass の 5 ステップ



出所：『SDG Compass SDGs の企業行動指針 -SDGs を企業はどう活用するか』P.5 を簡略化して作成。

## II. 研究目的と研究方法

2015年9月に開催された国連総会において「我々の世界を変革する：持続可能な開発の

ための 2030 アジェンダ」が採択された。その中核となる SDGs は 17 の目標（ゴール）と 169 のターゲットで構成される（図表 2）。国連加盟国はこの目標達成への努力義務を負うが、「誰一人取り残さない－No one will be left behind」を理念に掲げているように、発展途上国から先進国まで対象は網羅的である。

[図表-2] 持続可能な開発目標の詳細

| 目標・領域 |                  | 目標の内容   |
|-------|------------------|---|
| 目標 1  | 貧困               | あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。   |
| 目標 2  | 飢餓               | 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。  |
| 目標 3  | 保険               | あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。   |
| 目標 4  | 教育               | すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。  |
| 目標 5  | ジェンダー            | ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。   |
| 目標 6  | 水・衛生             | すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。   |
| 目標 7  | エネルギー            | すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。                                      |
| 目標 8  | 経済成長と雇用          | 包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する。              |
| 目標 9  | インフラ、産業化、イノベーション | 強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。                              |
| 目標 10 | 不平等              | 各国内及び各国間の不平等を是正する。  |
| 目標 11 | 持続可能な都市          | 包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する。  |
| 目標 12 | 持続可能な生産と消費       | 持続可能な生産消費形態を確保する  |
| 目標 13 | 気候変動             | 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。   |
| 目標 14 | 海洋資源             | 持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。   |
| 目標 15 | 陸上資源             | 陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。        |
| 目標 16 | 平和               | 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。 |
| 目標 17 | 実施手段             | 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。                                       |

出所：外務省資料「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」<sup>3)</sup>を一部改訂して作成。

日本では SDGs の実施を総合的かつ効果的に推進するため、2016 年 5 月に「持続可能な開発目標（SDGs）推進本部」が設置され、内閣総理大臣により民間セクターにおける SDGs 達成に向けた取り組みの推進が指示された<sup>4)</sup>。経済界でも日本経済団体連合会（経団連）が SDGs の達成を柱として企業行動憲章を改定したこともあり、大企業は率先して取り組むことになった。

このように急速に注目を集めている SDGs であるが、採択されてから 3 年余りというこ

ともあって学術的な研究の蓄積は浅く、特に企業のコミュニケーション領域に限定すると実務的な取り組みが開始されたばかりである。そこで本研究は SDGs に関するコミュニケーション活動を現時点で一般化するのではなく、本領域の研究を今後深く進めていくにあたってのスプリングボードとなる萌芽的・探索的研究に位置づける。具体的には SDGs 推進に積極的な企業のコミュニケーション活動の現状を調査し、課題と今後の在り方を考察することを目的とする。

研究方法であるが、SDGs への取り組みに積極的だと思われる企業の CSR 報告書について、過去 3 年間「SDGs」という単語の出現件数の推移を調査し、同一企業内で報告量の変化を見ていく。次に最新版（2018 年版）の CSR 報告書から、SDGs 取り組みの発信情報の文脈や形態の傾向を質的に確認する。

対象企業の選択基準としては、SDGs への取り組みが熱心であると推定される企業をサンプルとすることから、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（GCNJ）加入企業（298 企業・団体＝2018 年 12 月 6 日現在）から選定する。ただし加入企業が多数に上ることから、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（GCNJ）および公益財団法人 地球環境戦略研究機関（IGES）がまとめた「未来につなげる SDGs とビジネス～日本における企業の取組み現場から～」<sup>5)</sup>で調査に協力している企業に絞る。その上で過去 3 年間の CSR 報告書の PDF データがホームページからダウンロード可能な企業を調査対象とし、結果として残ったのが「IV. CSR 報告書における SDGs 情報の扱い」で記述する 19 社である<sup>6)</sup>。

### Ⅲ. 先行研究

既述の通り、SDGs が採択されてから 3 年余りということもあって、SDGs のコミュニケーションに特化した研究は少ない<sup>7)</sup>ものの、企業と社会の関係や、企業の社会性に焦点を当てたソーシャル・コミュニケーションについての研究の蓄積は豊富である。そこでその領域の先行研究を SDGs およびそのコミュニケーション活動を考察するにあたって援用する。

#### 1. 企業と社会の関係（社会的責任）

まず企業と SDGs の関係をみる上で、代表的な企業の社会的責任の概念を整理しておきたい。Post et al. (2002) は「一般生活者や地域社会、環境に影響を与える企業のあらゆる活動について説明責任を負うこと」だとしている<sup>8)</sup>。Carroll (1991) は企業の社会的責任を 4 階層に分類し、製品やサービスを供給するという企業の基盤ともいえる経済的責任を土台に、法的責任、倫理的責任、社会貢献的責任を上積み上げるピラミッド構造で説明し、実務的に適合する概念を示している<sup>9)</sup>。

Coombs and Holladay (2012) は CSR とは、「従業員、地域社会、環境、社会全体を含むステークホルダーへの使命を果たし、認識されている義務を果たすために企業が実行する自主的な行動」と定義しているが<sup>10)</sup>、CSR プロセスの考え方の中心にくるものがステークホルダーに対するコミュニケーション活動だと述べている<sup>11)</sup>。これはステップに「報告とコミュニケーションを行う」を組み込んだ SDGs と整合する。

企業の社会的活動等が対象となるソーシャル・マーケティングは、社会変革のためのマネジメント技術を意味するようになったが、従来からのマネジリアル・マーケティングのプロモーションは適応可能で、コミュニケーション活動も重視される<sup>12)</sup>。これも対象者は限定的だがSDGsと共通部分を有すると考えられる。

ここまで述べてきた社会貢献性は利他的な要素が大きい。SDGsは実行する企業の価値も高めるわけであるから、次に述べるCSV(Creating Shared Value=共通価値の創造)との適合性が高いと考える。CSVは共益の創造によって企業の競争力を強化するもので、そのフレームは企業が経済的価値を創造しながら、社会的ニーズに対応することで社会的価値も創造するというアプローチであり、次なる成長の推進力となるというものである<sup>13)</sup>。このCSVは、貧困や環境、教育、労働問題等の幅広い課題を改善していく上で、企業が大きな役割を果たすことを示している<sup>14)</sup>。このようにSDGsに整合する概念であり、SDGsの受容性に貢献したと考えられる。

## 2. ソーシャル・コミュニケーション

多様化したステークホルダーが企業を正確に評価するためには、経済性に加え、環境性や人間性など、社会性の視点を加えた多元的評価が求められる。その多元的評価で高得点を得た企業こそが持続可能性(Sustainability)を確保した競争力のある企業だと認められる<sup>15)</sup>。つまり企業の社会性は明示的でなければならないということである。企業が社会に対し、社会的責任や社会貢献などの社会性をテーマに展開するコーポレート・コミュニケーションはソーシャル・コミュニケーションやCSRコミュニケーションという枠組みに分類される。SDGsのステップとしての「報告とコミュニケーション」もソーシャル・コミュニケーションだといえる。

井上(2009, p.108)はCSRコミュニケーションを、「CSRの実現、企業とステークホルダーとの信頼関係の構築と価値の共有、企業価値・社会価値向上のためのCSRの考え方や姿勢、取り組みに関するステークホルダーとの対話・情報交換」と定義し、双方向コミュニケーションを重視している<sup>16)</sup>。

企業は社会に対して発信するコミュニケーションを強化しているが、このような活動は販売促進や営業支援を直接的な目的とするコミュニケーション活動と区別する意味で、BtoBやBtoCとは異なる「BtoS(Business to Society)」コミュニケーションと表した方が適合する。山崎(2012)は企業と社会相互の持続的発展に寄与する「Sustainability(持続可能性)」実現に向けたコミュニケーションに位置づけられる「B(Business) to S(Society)for S(Sustainability)コミュニケーション」という概念を提唱している<sup>17)</sup>。

ここでいうSustainabilityは企業の持続可能性も確保するものである点を強調しておきたい。企業の社会性は社会のためだけではなく、企業のための社会性でもあり、企業にとって上位の目標として考える必要がある<sup>18)</sup>。企業のSDGsの取り組みは企業価値を向上させ、その「報告とコミュニケーション活動」はステークホルダーのみならず企業自身にプラスとなる。その意味でBtoSforSコミュニケーションはSDGs経営にそのまま適用可能なフレームである。

本論ではこれらのコミュニケーションをソーシャル・コミュニケーションで統一し、その概念を「企業が実施する事業を含めた企業経営の社会性の内容およびその意義を社会に

伝えるコミュニケーション活動。また、その活動を通じて、企業および社会相互の持続的発展に寄与するコミュニケーション活動」とする<sup>19)</sup>。

#### IV. CSR 報告書における SDGs 情報の扱い

##### 1. SDGs 出現件数の推移

「II. 研究目的と研究方法」で記述の基準によって選択した 19 社のサンプル企業の過去 3 年にわたる CSR 報告書における「SDGs」という単語の出現件数をまとめたものが図表 3 である。なお、企業によって社会性の年次報告書の名称は統合報告書やサステナビリティ報告書等様々であるが、本論では全体を指すものとして「CSR 報告書」を統一して用いる。

[図表-3] CSR 報告書における SDGs 出現件数の推移

| 企業              | 2016 年版 | 2017 年版 | 2018 年版 |
|-----------------|---------|---------|---------|
| ANA ホールディングス    | 1       | 12      | 50      |
| 大阪ガス            | 1       | 18      | 36      |
| オムロン            | 1       | 13      | 9       |
| 極東開発工業          | 0       | 6       | 6       |
| キリンホールディングス     | 1       | 7       | 3       |
| 国際石油開発帝石        | 0       | 5       | 8       |
| コニカミノルタ         | 3       | 49      | 43      |
| 住友林業            | 0       | 9       | 26      |
| ダイキン工業          | 2       | 5       | 7       |
| 大日本印刷 (※1)      | 4       | 38      | 19      |
| 帝人              | 2       | 6       | 7       |
| 東京エレクトロン        | 5       | 16      | 20      |
| 東京海上ホールディングス    | 13      | 33      | 45      |
| TOTO            | 1       | 0       | 9       |
| 不二製油グループ本社 (※2) | 12      | 9       | 7       |
| ヤマハ (※3)        | 1       | 12      | 14      |
| ヤマハ発動機          | 0       | 0       | 3       |
| 味の素             | 3       | 5       | 5       |
| 富士フイルムホールディングス  | 14      | 23      | 20      |

※1 2017 年版まで CSR 報告書、2018 年版は統合報告書。

※2 2017 年版までサステナビリティレポート、2018 年版は統合報告書。

※3 対象期間は 1 月-12 月、他社は 4 月-3 月。

出所：各社の CSR 報告書に基づき筆者作成。

個別企業の報告書の編集対象となるコンテンツやボリュームは異なることから、企業間



での出現件数の比較は意味が無く、時系列で同一企業の比較を行う。注意を要するのは、同一企業で報告書の名称と内容が変更になっている場合であり、当該企業の報告書における出現件数の変化要因の一つとなっていると考えられる。企業によって違いはあるものの、全体的な傾向として出現件数は増加傾向にあり、短期間で存在感を増していると言えるだろう。なお、年度は CSR 報告書の発行年度であり、報告の対象年度ではない。企業によって発行年度と報告対象年度が不統一であることから、多数の企業が採用している発行年度で統一した。

企業によって CSR 報告書であれば対象となる内容が CSR 活動に特化されるが、統合報告書の場合は財務情報が包含され、その分相対的に SDGs の扱い量が少なくなると考えられる。また年次報告書とは別に『SDGs コミュニケーション BOOK』や『ダイバーシティ・レポート』『サステナビリティデータブック』等のサブツールや Web 上に質量共に豊富なコンテンツを掲出しているケースもある。これは年次報告書の財務情報と非財務情報を統合化する潮流にある一方で、非財務情報の重要性の相対的な高まりと拡大により、情報が細分化、詳報化していると考えられる。

## 2. SDGs の記述様式

各社の CSR 報告書は基本的に SDG Compass に忠実に構成されている。SDGs の表現として、調査対象のすべての企業で採用している手法が、自社の事業や活動の目標なり実績等と 17 の目標のアイコンを紐づけしてプロットするものである。このアイコンはロゴ化され、国際連合広報センターの Web サイトから自由にダウンロードして使用できるようにデータが用意されている。17 の目標の象徴として視覚的に理解しやすいことから、その認識に効果を発揮している。CSR 報告書記載の前提として、自社に適合可能なゴールを選択、設定するという判断が、企業として意思決定されていることが前提であることは言うまでもない。

報告書で SDGs がどのようなコンテンツなり文脈で語られているのかを見ると、主に次のようなパターンが見出せる。

- ① トップメッセージにおける、SDGs を重視した経営を行っていくという意思表示なり、社会的責任を果たすことの宣言（コミットメント）。
- ② SDGs に焦点を当てた経営計画の解説。具体例としては SDGs を織り込んだ中期経営戦略の解説や、ESG 経営の推進による SDGs への貢献等。
- ③ トップまたは CSR 部門の代表者と社外有識者による、SDGs をテーマとした対談や座談会
- ④ 第三者意見への反映
- ⑤ 研修やセミナーの実施、インターナル・コミュニケーションの強化。役員や全従業員を対象としたセミナー、e ラーニングやワークショップ形式の研修などの啓発、イントラネットやグループ報、ポスターなど、インターナル・コミュニケーションによる SDGs の理解、浸透。

このように先進的な企業は積極的に SDGs の情報発信を展開しているが、製造業に限らずサービス業も取り組みを強化している。



## V. SDGs 関連ソーシャル・コミュニケーションの課題

先行研究で SDGs と親和性の高いフレームとして CSV を挙げたが、実務的な枠組みとしては ESG と ISO26000 との整合性が高い。ただし SDGs との関係に関する記述で企業間に差が見られた。

ESG の環境 (Environment)、社会 (Social)、ガバナンス (Governance) の観点による企業分析は SDGs と共通するが、何より ESG 投資は金融市場における企業評価パラダイムの転換を促した。ISO26000 は国際的に共有された国際規格と見なすことができ、人権や労働慣行、環境などの中核課題を提示している。国際社会に通じる CSR 推進を目指す企業に有効な手引書であると同時に<sup>20)</sup>、ESG や SDGs との共通項を有している。

CSR 報告書の読者は投資家やアナリストが中心であると想定すれば、SDGs と ESG、ISO26000 との相互関係を理解していると思われるが、Web 等で生活者も接触する。その説明において企業目標との連関をビジュアル等により専門家でなくても理解しやすいように表現している企業もあれば、SDGs を前面に出して強調し、それ以外のフレームや規格、ガイドライン等との関係を明確に示していない企業も見受けられた。SDGs と ESG、ISO26000 の 3 者をマトリックス化したものが図表 4 であるが、これに自社の事業や活動の目標を織り込んだ表現は、対象読者を問わず有効だと思われる。

[図表-4] ESG と ISO26000 および SDGs の関係マトリックス・イメージ

| ESG                   | ISO26000<br>7つの中核主題 | ESG重要課題<br>(マテリアリティ) | SDGs 目標 |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------|---------------------|----------------------|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                       |                     |                      | 目標1     | 目標2 | 目標3 | 目標4 | 目標5 | 目標6 | 目標7 | 目標8 | 目標9 | 目標10 | 目標11 | 目標12 | 目標13 | 目標14 | 目標15 | 目標16 | 目標17 |
| G                     | 組織統治                | コーポレートガバナンス          |         |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      | ●    | ●    |
|                       |                     | リスクマネジメント            |         |     |     |     |     |     |     |     |     |      | ●    |      |      |      |      |      | ●    |
|                       |                     | コンプライアンス             |         |     |     |     |     |     |     |     |     | ○    |      |      |      |      |      |      | ●    |
| 公正な事業慣行               | 公正な取引の遵守            |                      |         |     |     |     |     |     |     |     | ●   |      |      |      |      |      |      | ●    |      |
|                       | サプライチェーンマネジメント      |                      |         |     |     |     |     |     |     |     | ○   | ●    |      |      |      |      |      | ○    |      |
| 人権                    | 人権の尊重               | ○                    |         |     |     | ○   |     |     | ●   | ○   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 人事・福利厚生             |                      |         | ●   | ●   | ●   |     |     | ●   | ●   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
| 労働慣行                  | 従業員の健康・安全           |                      |         | ●   |     |     |     |     | ●   |     |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 人材育成                |                      |         |     | ●   |     |     |     | ●   | ●   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | ダイバーシティ             |                      |         |     | ●   | ●   |     |     | ●   | ●   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 製品の品質と安全性           |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     | ●    |      |      | ○    |      |      |      |      |
| 消費者課題                 | 健康価値 (健康と栄養性)       |                      |         | ●   |     |     |     |     |     | ○   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 製品のパッケージング情報公開      |                      |         | ●   |     |     |     |     |     |     |     | ●    |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 製品の求めやすさ            |                      |         | ○   |     |     |     |     |     | ○   |     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                       | 公正なマーケティングと広告       |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     | ●    |      |      |      |      |      | ○    |      |
|                       | 個人情報の保護             |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      |      |      | ○    |      |
| コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 | コミュニティと人権課題         | ●                    |         |     |     |     |     |     |     |     | ●   |      |      |      |      |      |      | ●    |      |
|                       | コミュニティと地域活動         |                      |         |     | ●   |     |     |     |     |     | ●   | ○    |      |      |      |      |      | ○    |      |
|                       | コミュニティと産業育成         |                      | ●       |     |     |     |     |     | ●   | ○   |     | ○    | ●    |      |      |      |      | ○    |      |
|                       | コミュニティと環境・文化        |                      |         |     | ●   |     |     | ●   |     |     | ●   |      | ○    | ●    | ●    |      |      | ○    |      |
|                       | コミュニティの震災復興支援       |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     | ●    |      |      |      |      |      | ○    |      |
| 環境                    | 気候変動                |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     |      | ●    |      |      |      |      |      |      |
|                       | 大気汚染の防止             |                      |         |     |     |     |     |     | ●   |     |     |      | ●    | ●    |      |      |      |      |      |
|                       | 省エネルギー推進            |                      |         |     |     |     |     |     | ●   |     |     |      | ●    | ○    |      |      |      |      |      |
|                       | 生物多様性の保全            |                      |         |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |      |      | ●    |      |      |      |
|                       | 水の管理                |                      |         |     |     |     | ●   |     |     |     |     |      | ●    |      |      |      |      |      |      |
|                       | 廃棄物とリサイクル           |                      |         |     |     |     |     |     | ●   | ○   |     |      | ●    | ●    |      |      |      |      |      |

●は関連する SDGs 目標、○は間接的に関連

出所：笹谷秀光 (2018)「企業における SDGs 戦略」白田範史編『SDGs の基礎』事業構想大学院大学出版部、P.74 の一部を改訂して作成。

本研究では SDGs 先進企業の CSR 報告書を対象に調査を行ない、併せて企業サイトで掲載情報も探索したが、エクスターナル・コミュニケーションの活動の幅が限定的で、CSR 報告書や統合報告書および企業サイトに留まっている傾向が見られる。SDGs は企業や限定的なステークホルダーだけのものではない。一般生活者も SDGs への理解を深め、企業を評価すると同時に自らゴールの達成に参画しなければならない。広告やソーシャルメディア、イベント等の多様なツールを駆使し、投資家や金融機関以外の幅広いステークホルダーに情報開示し、企業の社会性に基づく正しい価値の認識を得る必要があると考える。

また論点は異なるものの、現在はブーム的な様相を呈して各企業が軒並み SDGs への傾斜を強めているが、一過性ではなくこのハイペースを維持していけるのかという将来的な懸念が残る。コミュニケーション活動で SDGs への貢献をアピールしながらも、企業活動全体ではマイナスである場合や、実態より過度に SDGs への取り組みや貢献を訴求する「SDGs-wash」という現象があれば、SDGs 全体にとってマイナスに働く恐れがある<sup>21)</sup>。

## VI. 終わりに — 今後の研究課題 —

本研究は企業の SDGs に関するソーシャル・コミュニケーション活動について、SDGs への取り組みに積極的だと思われる企業の CSR 報告書から SDGs がどのように扱われているのか現状を調査し、出現件数の推移と SDGs の取り組みに関する情報の文脈や形態の傾向を確認した。またその結果として、コミュニケーション上の実務的な課題を抽出した。企業による SDGs のコミュニケーションに関する研究が薄い中で、この領域の研究を今後深めていくにあたり本研究結果の活用が期待できることは成果である。

ただし「II. 研究目的と研究方法」でも触れたように、SDGs が採択されてから 3 年という短期間であり、あくまでも萌芽的・探索的研究に留まっている。またサンプルも SDGs に積極的に取り組んでいる 19 社と限定的であり、一般化まで踏み込めない点は本研究の限界である。今後の量的ないしは質的調査に向けた仮説導出の予備論考レベルに位置づけられると考える。SDGs は 2030 年をゴールとする長期的かつ網羅的な目標である。仮説を構築した上で業種や企業規模による属性別の調査によって違いを明らかにすると共に、コミュニケーション・メディアの幅を拡大した議論も今後の研究課題としたい。

## 註

<sup>1)</sup> 山崎方義 (2015) 「グローバル化と BtoB コミュニケーション: ステークホルダー・マネジメントの多様化と方向性」『BtoB コミュニケーション』47(3) pp.2-7.

<sup>2)</sup> GRI, UNGC and WBCSD (2016) *SDG Compass: A Guide for Business Action to Advance the SDGs*. (グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、地球環境戦略研究機関訳『SDG Compass SDGs の企業行動指針 -SDGs を企業はどう活用するか-』).

<sup>3)</sup> 外務省ホームページ『持続可能な開発のための 2030 アジェンダ』

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000270588.pdf> (最終閲覧日: 2018 年 12 月 9 日).

- 
- 4) 渡辺 敦子・齋尾 浩一朗 (2017)「社会から課せられた責任－Responsibility－」KPNG ジャパン 統合報告センター・オブ・エクセレンス (編)『社会が選ぶ企業』日本経済新聞出版 pp.127-196.
  - 5) グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、地球環境戦略研究機関 (2018)「未来につなげる SDGs とビジネス～日本における企業の取組み現場から～」.
  - 6) 味の素、富士フイルム、富士ゼロックスの 3 社はインタビュー調査に協力している団体である社会課題を考える有志団体という立場での調査協力。本論では富士フイルムと富士ゼロックスの持ち株会社である富士フイルムホールディングスを調査対象とした。
  - 7) 例えば、大島昌子 (2018)「SDGs 時代の企業のサイエンスコミュニケーションについてーグローバル・コンパクト加入企業のウェブサイト調査からー」『日本広報学会第 24 回研究発表全国大会予稿集』pp.66-69、佐久間啓 (2018)「アジアにおける日本企業の SDGs 貢献：新聞 3 紙の記事調査から」『研究・イノベーション学会第 33 回年次学術大会講演要旨集』pp.754-757 などがある。
  - 8) Post, J.E., Lawrence, A.T. and Weber, J.(2002), *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics* 10th ed., McGraw-Hill, pp.58-59.
  - 9) Carrol, A. B., (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), pp.39-48.
  - 10) Coombs, W.T. and Holladay, S.J. (2012), *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*, Wiley-Blackwell, pp.7-8.
  - 11) Coombs, W.T. and Holladay, S.J. (2012), 前掲書 p.109.
  - 12) Kotler, P. and Roberto E.L. (1989), *Social Marketing*, The Free Press. (井関利明監訳『ソーシャル・マーケティング-行動変革のための戦略-』ダイヤモンド社 1995 年) .
  - 13) Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011), Strategy and Society: Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society, *Harvard Business Review*, Jan.-Feb. pp.62-77.
  - 14) 近藤久美子 (2017)『CSV 経営と SDGs 政策の両立事例』ナカニシヤ出版.
  - 15) 秋本敏男・山内清史 (2005)「企業サステナビリティとコーポレート・コミュニケーションとの関係性に関する試論」『経営論集』第 65 号 pp.69-82..
  - 16) 井上昌美 (2009)「CSR コミュニケーションの信頼形成への影響ーステークホルダーとの関係についてー」『広報研究』第 13 号 pp.94-111.
  - 17) 山崎方義 (2012)「今、時代はサステナブルへ B to S for S コミュニケーションのクリエイティブを考える」『BtoB コミュニケーション』44(7) pp.11-16.
  - 18) 岡本大輔 (2018)『社会的責任と CSR は違う！』千倉書房.
  - 19) 山崎 方義 (2016)「BtoB 企業におけるソーシャル・コミュニケーションの研究ーBtoC 企業調査による比較ー」『京都マネジメント・レビュー』第 28 号 pp.39-54.
  - 20) 藤田香 (2017)『SDGs と ESG 時代の生物多様性・自然資本経営』日経 BP 社.
  - 21) 沖大幹 (2018)「2030 年の SDGs 達成と Beyond SDGs へ向けて」白田範史編『SDGs の基礎』事業構想大学院大学出版部、pp.143-175.

# 日本における英語教育の現状と将来

## —英語の間違いはそれほど問題なのか—

各務 行雅  
(愛知産業大学准教授)

## The Existing Condition and the Future of English Education in Japan

Yukimasa KAGAMI

### →要旨

日本における英語教育は、生徒が英語を好きになるよう取り組んできたのか。日本人の使う英語がネイティブに通じないのは発音やアクセントなどの音声面や文法・表現などに原因の所在があると盛んに言われているが、実はコミュニケーション上の姿勢・態度や精神的な側面が大きな比重を占める。中学校や高校での英語授業で、生徒の少しの間違いで英語教師が0点を与えれば、生徒たちは学習意欲をなくし、自信を持って堂々と自己表現することを躊躇してしまう。

そこで、日本の英語教育を振り返り、将来的に効果的な英語指導法について提唱する。

### →キーワード

- 日本の英語教育
- 英語の間違い
- 効果的な英語指導法
- English Education in Japan
- Mistakes in English
- Effective Instructions in English Teaching

## I. はじめに（テーマの理由と目的）

私たち日本人が日本の中学校や高校で受けてきた英語の授業は、果たして英語好きな生徒を生んできたのであろうか。戦後から現在まで日本における英語教育は、本当の意味で学習者にとって正しい道を歩んできたのであろうか。

これまで日本の小学校、中学校や高校で英語教育が行われているが、英語教師がさまざまな英語指導技術を身につけ、どれほど生徒の英語力向上のために授業研究を進めてきたとしても、結果として児童や生徒の「英語嫌い」を再生産しているようでは、英語教師として本末転倒の行為をしていると言えないのだろうか。今日の日本において、未だに完璧なネイティブ英語を最終目標として英語指導を続けることは根本的に間違っているのではないか。

21世紀の世界で使用されている英語は、もはやアメリカ英語やイギリス英語だけではなく、まさに“Englishes”の時代であると言われる。アジア諸国にもフィリピン英語、マレーシア英語、シンガポール英語、インド英語、中国英語、韓国英語、台湾英語、ブルネイ英語など、さまざまな英語が存在する。これに日本（人）英語があっても別におかしくはないはずである。それに、英語を母語とするネイティブ・スピーカー6億人に比べて、外国語として英語を使用する人は今や15億人を超えている。世界で20億を超える人々が英語を使っている現代でもある。

日本における小・中・高校の英語教育の現場で「英語嫌い」を増やし続けている場合ではないのである。学校における英語授業では生徒に英語の間違いを恐れることなく、自信を持って堂々と英語を使う気持ちを育てていくような学習環境に変えていくことが大いに求められる。

そこで、本研究では、日本における英語教育の現状を振り返り、将来の目標とすべき英語教育の方向性や効果的な指導法を模索するための必要条件について提言したい。

## II. 日本における英語教育が取り組んできたこと—現状を振り返る

ある大手の英語教材会社が行った中学生に対するアンケートの結果によると、中学2年生の6割以上が「英語が嫌い」と答えている（各務，2014；2015）。その理由として、「文法がわからない」、「文を書くのが難しい」、「聞き取るのが難しい」、「単語が覚えられない」、「テストで思うような点数が取れない」などが上位を占める。英語がこれほど嫌われるのは一体なぜだろうか。

2003年度から日本の小学校では、小学5年生を対象として、教科（成績評価を伴う）としてではなく、外国語活動の時間に初歩的な英語（主に、歌やゲームなど）を遊びながら学習する制度が始まり、いよいよ2020年度からは必修科目として格上げされ、対象学年が小学3年生にまで下げられることが決まっている。

いわゆる「小学校英語」が導入され現在まで15年ほどが経過したが、生徒の英語力が向上したとか、英語好きな児童・生徒が増えたなどといった報告はほとんど聞いたことがない。それどころか、小学5・6年生から英語を学んだ児童の約3割以上が「英語はあまり好きではない」と聞かれる。ということは、公立の小学校で学習年齢を下げた英語学習（活動）を行っても、英語を好きになるような効果はあまり期待できないのではないかと云々を言わざるを得ない。

そこで、筆者は、日本の中学校や高校での学ぶ英語に関して、英語が好き嫌いかを知るために入学してくる大学生に対してアンケート調査を行うことにした。対象者は筆者が担当した今年度の必修科目である「基礎英語」を履修した大学1年生119人である。また、日本人対象クラスは

2つ（A：43人、B：39人）で、留学生対象クラス（37人、出身国：中国、ベトナム、ネパール、韓国）は1つである。なお、アンケートの質問文は“Do you like English?”で、初回の授業開始後、学生には0～100%（10%刻み）の数字を書く方法で回答してもらった。

図表1：2018年度「基礎英語」受講者アンケート結果（人）

| クラス  | 0% | 10% | 20% | 30% | 40% | 50% | 60% | 70% | 80% | 90% | 100% | 平均    |
|------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-------|
| 日本人A | 5  | 4   | 4   | 1   | 3   | 8   | 6   | 1   | 1   | 8   | 2    | 48.8% |
| 日本人B | 15 | 3   |     | 4   | 3   | 3   | 6   | 2   | 2   |     | 1    | 30.3% |
| 留学生  |    | 1   | 1   |     |     | 5   | 2   | 8   | 2   | 3   | 15   | 78.1% |
| 合計   | 20 | 8   | 5   | 5   | 6   | 16  | 14  | 11  | 5   | 11  | 18   | 51.8% |

図表1の結果でわかる通り、日本人と留学生とではまるで正反対の結果が出た。日本人クラス全体82人中で20人の24.4%、つまり4人に1人が0%を意味する「英語は大嫌い」と答え、約半数以上の学生は40%以下、つまり「英語は嫌い」、または「英語は嫌いな方」と答えた。

次に、平均値で見ると、日本人クラスAが48.8%、日本人クラスBが30.3%で、クラスAとクラスBを合わせてみると40.0%と低かったのに対し、留学生クラスは平均で78.1%（「英語が大好き」が40.5%）と高い結果であった。特に、日本人クラスBと留学生クラスの数値結果は、鏡像関係にあると言えるほど真逆であった。留学生の平均値が高い理由は、日本に日本語を学びに来ているので、元々語学そのものに興味や関心があると考えられる。

この結果から、高校を卒業する頃までに半数程度の学生は「英語は大嫌い」または「英語は嫌い」になっていることが読みとれる。また、「0%」と回答した「英語は大嫌い」の学生が約4分の1にも及んだ現実を我々英語教師は真摯に受け止めなければならないと考える。

前述したように、「小学校英語は好きではない」と思っている児童が既に日本全体の3分の1もいることから、中学・高校で英語が嫌いになっていく生徒が増えていくと考えられる。せっかく小学校で英語学習ができるようになって、さらなる英語嫌いの生徒を増やすことになれば、本来の意味で小学校英語は有益だと言えるのであろうか。

### Ⅲ. 日本の英語教育が見落としてきたこと—英語の間違いはそれほど問題なのか

ここ数年間に、『学校英語は忘れなさい』、『その英語ネイティブはカチンときます』などといったタイトルの著書が多く出回るようになってきた（デイビッド・セイン[他]，2016；デイビッド・セイン・岡悦子，2011）。確かに、これまで中学校や高校の生徒が学習する英語は、多くのネイティブ・スピーカーにとって日常で使うには不自然で、相手の誤解を生むような場合があるので、支障があると言えなくもないが、日本人の英語の間違いがそれほど問題なのだろうか。

人は誰しも外国語を学んでいく過程で間違えることは当然避けられないし、むしろ間違いをする中で正しく言語を身に付けていくのが自然な姿ではないだろうか。筆者が中学生だった頃、アメリカのレストランでriceをliceと間違って発音すると「ご飯」ではなくて「虱」が出てくるよ、などと先生に言われたものである。実際はレストランで「虱」が出てくるはずもないにも拘わらず、正しい発音や文法を身につけなければいけないという英語指導がごく主流であった。

また、「トイレを借りてもいいですか」の意味で“May I borrow the toilet?”と言えば、「ネイ



ティヴ・スピーカーはトイレにある便器を持って行って、どうするのだろうと笑われるから、注意しなければならない」と先生に言われ、間違った英語は使ってはいけないと心に刻んだ。

その後、ピーターセン (1988) の『日本人の英語』には、米国に行った日本人留学生が書いた“Last night, I ate a chicken in the backyard.”という英文が載っていた。ネイティブは、これを読むと「裏庭で、友達が血と羽だらけの口元に微笑を浮かべながら、ふくらんだ腹を満足そうに撫でている情景が浮かんでくる」と想像するようで、たった1つの不定冠詞 a だけで恐ろしい意味の英文になるから、絶対に英語を間違えてはいけないと怖くなった覚えがある。こうなると英語を少しでも間違えて使うことを躊躇せざるを得ず、結局のところ、多くの日本人は黙っていた方がいいと考えてしまう。

筆者は、日本に来ている留学生（中国人など）に笑顔で「先生、明日来るか」と言われたが、カチンとはこなかった。このような場合、留学生が敬語を使えなかったからと言って、腹を立てる日本人はいない。留学のため日本に来て、日本人に日本語で尋ねているのに「そんな言い方は大変失礼だ。先生は明日いらっしゃいますか、と言いなさい」などと腹を立てる英語教師がいるのだろうか。留学生の意図がこちら側に伝わればそれでよく、むしろ留学生にとっては外国語である日本語を使ってくれていることが日本人にとって嬉しいと感じるのではないだろうか。

筆者が米国に留学していた約5年間（1988～1992）で、英語発音の間違いや文法的間違いを指摘してくれたのはたったの3度しかない。外国人である留学生の話す英語を一々直しては会話が進まないからだ。また、ネイティブ・スピーカーのような完璧な英語を留学生が話せるのであればわざわざ留学する必要がない。ネイティブ・スピーカーがたとえ留学生の間違いに気づいていたとしても、伝えたい内容が理解できてさえいれば、コミュニケーション上は何の支障もない。もし、間違いを直すとすれば、それは英語の授業の中でしか行われなければならないはずである。

そこで、筆者は自身の担当する「基礎英語」の小テスト（毎週実施する5分程度の復習問題）と定期試験の採点方法を見直すことにした。これまで日本文から英文に訳す問題にまったく手をつけない学生が何割かいたことが気がかりだったからである。

その後、「基礎英語」の毎週の小テストなどで、たとえば、“John play tennis everyday.”と学生が書いた英文（配点5点の場合）であれば、plays と every day の2か所のミスに対して2点を減点し、3点を与えるようにした。もし、学生がこの英文を読んだ場合は、4点を与えられるが、筆記の場合、採点基準を厳しくする教師が多く見受けられる。

実は、以前、筆者が中学校に勤めていた時、女性の英語教師でピリオドやクエスチョンマークがなかったら、それだけで「0点」にしていたことを今でも鮮明に覚えている。その教師はテストで書く文字は筆記体しか認めず、ブロック体で書いた場合はすべて「0点」扱いにしていた。ピリオドがないだけで「0点」とは幾らなんでも採点が厳し過ぎると思ったが、残念ながら、未だに完全解答でなければ得点をもらえなかったと言う学生はいる。こういった英語教師は自分自身が完璧な英語を操れるのであろうか。日本語でもちょっとした間違いをするのが日本人であるのに、英語の授業では完全でないかと許されないのだろうか。

次ページの図表2は、過去2年間に筆者が実施した「基礎英語」の定期試験（大問は4種類）の中で大問3（日本文を英文に直す問題）の解答状況を示している。過去3年前までこの問題にまったく手をつけない、いわゆる「白紙解答」の学生が2～3割程度いたので、何とか「白紙解答」を減らせないか試行錯誤をしていたが、完全な「白紙解答」をした学生は2017年で4人、2018年で2人と格段に減った。



図表 2：定期試験（日本語を英文に訳す問題）の解答状況

| 年度      | 受験者数  | 白紙解答       | 半分以下解答     | 白紙+半分以下      |
|---------|-------|------------|------------|--------------|
| 2017 年度 | 110 人 | 4 人 (3.6%) | 9 人 (8.2%) | 13 人 (11.8%) |
| 2018 年度 | 116 人 | 2 人 (1.8%) | 6 人 (5.3%) | 8 人 (7.1%)   |

また、「白紙解答+半分以下解答」した学生は 13 人 (11.8%)、8 人 (7.1%) いた。「英語は大嫌い」が全体の 4 分の 1 を占めるので、「白紙解答」を 0 にすることはできなかったが、ある程度の効果があったと言える。ただし、この科目の定期試験の結果は、クラス B がわずかながら 1 番高く、留学生クラスが 1 番低かったので、好き嫌いとは必ずしも一致しない。

それでも、日本の中学校や高校の英語の授業の中、特に単元テストや期末試験などで、多くの日本人英語教師はどのような採点基準（方法）なのか疑問を抱く。末延（2010）はある調査を引用して、「I can't go to sleep.」の日本語訳を「私は今夜寝に行けない」と書いた生徒の解答文に 5 点満点で「0 点」にした英語教師が 38.8% もおり、「次第に寒くなった」の英語訳を「It got and got colder.」と書いた生徒の解答に「0 点」を付けた教師が 32.1% もいたという。これでは何も書かない場合の無解答と同じ扱いになってしまう。それに「0 点」をもらった生徒は「英語学習が楽しい」と思うだろうか。逆に「英語なんて（大）嫌い」と思う方が自然ではないか。

このように、完全解答（間違いを認めない）でなければ「0 点扱い」にする英語教師が全体の 3 分の 1 程度も存在するということは、英語教師がネイティブ・スピーカーの使う英語を絶対的なものと考え、それから少しでもずれていたら、たとえコミュニケーション上は何の支障がなくとも、生徒の英語学習意欲を完全に否定していることになりはしないか。

#### IV. 日本の英語教師の英語力

今度は英語を指導する立場にある英語教師の英語力について見ていきたい。英語を好きになってほしいと願っている英語教師の英語力を測ることは容易ではないし、全国の英語教員に試験を課すことなど不可能である。そこで、下記の図表 3 にあるように、2016 年に京都府教育委員会がネット上で公表した中学校英語教員の TOEIC スコア結果や英検レベルから英語力を考察する。

図表 3：中学校英語教員の TOEIC スコアの取得状況

| TOEIC スコア   | 人数   | 英検レベル | CEFR レベル |
|-------------|------|-------|----------|
| 730 点以上     | 16 人 | 準 1 級 | B 2      |
| 500 点～729 点 | 44 人 | 2 級   | B 1      |
| 500 点未満     | 14 人 | 準 2 級 | A 2      |

出典：京都府中学英語教員、TOEIC 目標遠く「資質」は OK？（京都新聞、2016）

直後に「京都府教育委員会によれば、京都市を除く京都府の英検準 1 級以上を取得していない中学校英語教員 74 人を対象に TOEIC テストを実施したところ、英検準 1 級に相当する 730 点以上を取得した教員は 16 人で、500 点に満たなかった教員は 14 人、最低点は 280 点だったとのことです」と報告している通り、なんともお粗末な結果だと言える。と言うのは、TOEIC で 500

点未満は、TOEIC 委員会が公表している「D ランク：220~465 点」にほぼ相当し、「ゆっくり話してもらおうか、繰り返しや言い換えをしてもらえば、簡単な会話は理解できる。身近な話題であれば応答も可能である。語彙・文法・構文ともに不十分なところは多いが、相手が Non-Native に特別な配慮をしてくれる場合には、意思疎通をはかることができる」レベルであるからだ。

では、文部科学省は英語教員に対してどれだけの英語力を求めているのであろうか。文部科学省 (2013) の「英語教育実施状況調査」によれば、「公立学校の英語担当教員の英語力について、英検準 1 級以上、TOEFL iBT80 点以上又は TOEIC730 点以上の者の割合は、全国平均で、中学校で 28%、高等学校で 53%となっている。この値は都道府県により大きく異なっている」と報告しているように、公立学校の英語教員の英語力は十分どころか、心許ない結果であった。

この結果は何を意味するのであろうか。これまで生徒の書いた英語文を完全でないと「0 点」扱いにし、取るに足らない些細なことを取り上げて「間違うとネイティブに笑われる」とか「完全でなければ点数をあげない」と言ってきた英語教師の指導姿勢こそが問題ではないだろうか。本来完璧であるはずの英語教師自身がしっかりとした英語力を身に付けていない状況で、生徒にそれを押しつけてきたことを猛省する必要があると言わねばならない。

以前、中日新聞 (2018 年 9 月 2 日朝刊) に英語指導に不安を抱えている小学校教諭に対してある私立大学でワークショップを開催した記事が掲載された。「発音クリニック」では year と ear の発音の違いを紹介した。こんな指導すれば小学校の先生たちは、発音が難しいと感じて余計不安を抱え、本末転倒である。重箱の隅をつつくような発音指導をするのではなく、発音に多少の間違いがあっても、児童が自信を持って英語を使えるようになるような指導法を紹介した方が先決ではないか。

末延 (2010) は、大学生に英語を好きになってもらうため、学生の英語の間違いに対処する独自の「エラー学 (errorology)」を追求し、「ニホン英語」を許容することを提案している。自身が高校の英語教師としてネイティブ教師から完全英語を求められるのに耐えられず、英語をコミュニケーションの道具だと考えることが大切であるとの視点に立った実践に数多く取り組んできた。その一つが、以下の図表 4 の調査である。英文 10 種類とアメリカ人の理解率を掲載する。

図表 4：ニホン英語はどれぐらいアメリカ人に通じるか

|    | 英語の例文  | 理解率    |
|----|--|--------|
| 1  | I born in Kobe and grew in Kobe.                               | 100.0% |
| 2  | I'm now mandolin club.   | 100.0% |
| 3  | My family is four.   | 97.5%  |
| 4  | I am not much money, so I can't go.                            | 97.5%  |
| 5  | I could not high school life, so I want to enjoy college life. | 92.5%  |
| 6  | I decided stop to go to this college.                          | 92.5%  |
| 7  | I want to back to my high school days.                         | 87.5%  |
| 8  | I have been swum since I am in junior high school.             | 80.0%  |
| 9  | I was very happy surrounding good senior or good juniors.      | 75.0%  |
| 10 | Hearing don't like very much.                                  | 70.0%  |

(出典：「日本人大学生の英語 (五十項目)」より抜粋。数字は米人の理解率を示す)

前ページの図表4から、一見英文法的にかなりの間違いがあると思われる英文であってもアメリカ人には意味が理解できると思われる。100%の理解率である“I born in Kobe and grew in Kobe.”や“I’m now mandolin club.”は、実際に日本人英語教師が採点すれば、1つ目の英文“I was born in Kobe and grew up in Kobe.”の2か所を、2つ目の英文“I’m now in the mandolin club.”の2か所を補うことを指摘し、0点の評価を与える場合が多いことだろう。もし、筆者が採点するとすれば、2か所の間違いならば、5点満点中の3点を与えるだろう。

末延（2010）は2004年に担当した公立大学の英語授業の前後で英語に関する学生意識比較調査を実施した。対象者は公立大学1年生101人で、以下の図表5に回答結果を示す。

図表5：英語に関する学生調査（対象者：公立大学1年生101人）

| 質問項目                | 回答                    | 人数  |
|---------------------|-----------------------|-----|
| ①英語は好きですか。          | 好き→好き                 | 46人 |
|                     | 嫌い→嫌い                 | 32人 |
|                     | 嫌い→好き                 | 19人 |
|                     | 好き→嫌い                 | 4人  |
| ②一般に日本人の英語をどう思いますか。 | 下手だと思う→下手だと思わない       | 69人 |
|                     | 下手だと思う→下手だと思う         | 20人 |
|                     | 下手だとは思わない→下手だとは思わない   | 12人 |
| ③一般に英米人の英語をどう思いますか。 | かっこいい→別にかっこいいとは思わない   | 48人 |
|                     | かっこいい→かっこいい           | 33人 |
|                     | 別になんとも思わない→別になんとも思わない | 20人 |
| ④自分の英語は好きですか。       | 嫌い→嫌い                 | 60人 |
|                     | 嫌い→好き                 | 26人 |
|                     | 好き→好き                 | 15人 |
|                     | 好き→嫌い                 | 0人  |
| ⑤自分自身の英語力をどう思いますか。  | 自信がない→自信がない           | 58人 |
|                     | 自信がない→自信がある           | 39人 |
|                     | 自信がある→自信がある           | 4人  |
|                     | 自信がある→自信がない           | 0人  |

（出典：末延（2013）『ニホン英語は世界で通じる』より）

以上の結果から、授業前と授業後では、すべての項目で英語に対する学生の意識が向上したことがわかる。特に、①の「英語嫌い」から「英語好き」になった学生が18.8%、②の「日本人の英語は下手だと思わない」に変わった学生が68.3%、③の「英米人の英語を別にかっこいいとは思わない」になった学生が47.5%、④の「自分の英語が好き」になった学生が25.7%、⑤の「自分の英語に自信がある」と答えた学生が38.6%もいたことは、指導の上で大きな効果があったと言える。学生が「英語が好き」になり、「自分の英語に自信を持つこと」が重要である。

それでは、どの程度の「ニホン英語」を許容できるのであろうか。末延（2010）が提唱する10項目について以下の図表6に掲げる。各項目の左側の英文は許容できる「ニホン英語」である。

図表6：ニホン英語の例（左の文がニホン英語、右の文がネイティブ英語）

|                         |                                     |                                  |
|-------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| ①冠詞                     | I have ball and bat.                | I have a ball and a bat.         |
| ②単複形                    | I like apple.                       | I like apples.                   |
| ③数量                     | I want to buy shoes.                | I want to buy a pair of shoes.   |
| ④代名詞                    | Will tomorrow rain?                 | Will it rain tomorrow?           |
| ⑤形容詞                    | My room is narrow.                  | My room is small.                |
| ⑥動詞（50%の教師が0点）          | How many rackets is Jane have?      | How many rackets does Jane have? |
| ⑦受動態                    | In Japan is spoken Japanese.        | In Japan Japanese is spoken.     |
| ⑧時制（43%の教師が0点、14.5%が1点） | I have come to Japan since 1979.    | I have been in Japan since 1979. |
| ⑨語順（43%の教師が0点、14.5%が1点） | I don't understand what did he say. | I don't understand what he said. |
| ⑩省略                     | I now mandolin club.                | I am now in the mandolin club.   |

出典：田部（1987）「主観テストの採点上の『ゆれ』に関する統計的研究」より

一見すると文法的な誤りが多く、かなり大雑把な英文でも許されることがわかる。もちろん、完璧な英文が書けることを目標に掲げることはよいが、それであればいつになっても満点が取れなくなり、生徒は英語学習をする意欲がなくなってしまう。生徒が英語を好きになり、英語を積極的に使うようになってもらうには、上のような相当思い切った指導が必要であると考えられる。

ここで注目すべき点は、⑥動詞の英文で、is と does を間違えただけで半数の教師が5点満点で0点を与えていることである。⑧時制の英文と⑨の語順の英文については半数以上の教師が0点、または1点の低評価をしている。これらの英文を口頭で言えば、ネイティブは100%理解してくれることだろうが、筆記した場合は書かなかった場合と同じ扱いになるのはあまりに酷ではないだろうか。特に、英語教師でさえ会話で起こしがちな間違いを、生徒の書いた英文に対して「0点扱い」するのは絶対に避けなければいけない。

## VI. これからの英語教育で実践すべきこと—日本人英語の提唱

これまで日本人英語は通じないから駄目だと言われ続けている。中学校や高校では完璧なネイティブ英語を生徒に求める指導が主流である。たとえ英語教師の英語力が十分でなくとも、生徒には完全なネイティブ英文を書くことを要求する。この状況は今日までずっと継続している。

最近になって、ようやく世界の英語は英米語だけではなく、インド英語、フィリピン英語、シンガポール英語など「世界諸英語（World Englishes）」が叫ばれるようになったが、教育現場である学校では依然として完璧な英語の習得を目指している。これではいつまで経っても世界で言語ツールとしての英語を堂々と使っていこうとする日本人はほとんど生まれえない。一部の日本人離れした意識を持った者が、たとえ英語がうまく使えなくとも、強い意志と勇気を持って世界の

舞台に出て行くだけであろう。それは本来、英語教育の目指す道なのであろうか。

マット・カーター（2014）は、日本人が英語下手な理由を4つ挙げている。1つ目は、日本人が完璧な英語を話そうとすることで、世界にそんなものはないと主張している。2つ目は、「ネイティブ」を目指してしまうことである。3つ目は、TOEIC の点数をすべてであると考えることだと言っている。4つ目は、Panic English に陥ることである。3つ目の TOEIC 以外は日本人の精神的な面を如実に表している。と言うより、日本における学校教育の現場では間違いが許されない。筆者が高校1年生で受けた「現代国語」の授業では、教師の質問に対して生徒を指名して答えさせるのが日常的であった。もし間違えると立っているように言われた。こうなると間違えることが恐くなるし、答えられなくて授業囚虜までずっと立っていて恥ずかしい気持ちになる。教師は楽しいかもしれないが、筆者はこのような教師には絶対なるものかと誓った。

末延（2010）は、以下の図表7のように学校英語の規制緩和を提唱している。英語を習得するには相当な時間と努力が必要である。英語教師になった人は、まず自分たちがどれだけ頑張ったかを思い出した方がよい。それだけの努力を生徒全員に求めることが如何に酷なことであるかを。そして、それほど努力して身に付けた英語力でもネイティブから見れば、まだまだ間違いの多い不完全な英語を使っている事実をきちんと自覚すべきである。

図表7：末延（2010）が提唱する学校英語の規制緩和

- |   |
|---|
| 1. 発音の簡略化—①母音の単純化、②子音の単純化、③区切り方<br>2. 文法の簡略化—①目標、②文法、③時制、④動名詞と不定詞、⑤時間の呼び方、<br>⑥付加疑問、⑦語順、⑧間接疑問文、⑨難解な単語、⑩スタンス |
|---|

生徒が「英語は難しい」と感じているのは、大きくは発音と文法の二つである。それぞれについて単純化することを提唱している。生徒がすべての文法事項を覚えることは現実的にはほぼ不可能であることから、可能な限り簡素化することで英語が相手に伝わるかどうかに力点を置き、英語学習が好きになることを目指すべきである。

## VII. おわりに（結論と課題）

これまで日本における英語教育の現状と将来のあるべき方向性について述べてきた。現代は「世界英語（World Englishes）」の時代であり、日本（人）英語を十分受容できる状況である。英語教師は自分自身の英語力レベルを再認識して、英語教育が本来目的とする生徒たちが英語を好きになり、英語を文字通り「楽習」する環境を創ることが急務になっている。末延（2010）が提唱するような単純化・簡略化した英語の規制緩和をそれぞれの英語授業の中で積極的に進め、手段としての英語の間違いを少しも恐れることなく、堂々と発信していく姿勢を育てていくことが強く求められる。

今回のテーマに関する具体的な資料が少なく、日本の英語教師全体が実際にどのような採点をしているかについては実態を伺うことができなかった。いくら素晴らしい実践報告がなされようとも、いくら素晴らしい学習教材があろうとも、最終的な段階で生徒の学習意欲を失わせるような評価をすれば逆効果であることは自明の理である。今後は、英語教師の評価方法のアンケート調査など実態をまとめ、全国的な実情を把握することが必要である。



《参考文献》

- デイビッド・セイン[他] (2016) 『学校英語は忘れなさい』 (株)新星出版社.
- デイビッド・セイン (2015) 『その英語ネイティブには失礼です』 (株)青春出版社.
- デイビッド・セイン (2014) 『もしもネイティブが中学英語を教えたら』 (株)アスコム.
- デイビッド・セイン (2013) 『日本人のちょっとヘンな英語』 (株)アスコム.
- デイビッド・セイン (2012) 『日本人がつい間違える NG カタカナ英語』 (株)主婦と生活社.
- デイビッド・セイン (2011) 『mini 版 ネイティブに嫌われる英語』 (株)アスコム.
- デイビッド・セイン (2011) 『その英語ちょっとエラそうです』 (株)青春出版社.
- デイビッド・セイン・小池信孝 (2011) 『教科書のその英語、ネイティブを怒らせませう』 (株)主婦と生活社.
- デイビッド・セイン・岡悦子 (2011) 『その英語ネイティブはハラハラします』 (株)青春出版社.
- デイビッド・セイン・岡悦子 (2011) 『その英語ネイティブはカチンときます』 (株)青春出版社.
- デイビッド・セイン・岡悦子 (2010) 『その英語ネイティブは笑ってます』 (株)青春出版社.
- デイビッド・セイン・小池信孝 (2009) 『教科書、辞書のその英語、ネイティブはもう使いません』 (株)主婦と生活社.
- グレン・サリバン (1993) 『「日本人英語」のすすめ』 (株)講談社.
- 本名信行 (2003) 『世界の英語を歩く』 (株)集英社.
- ジェイムズ・H・ウェブ (2006) 『日本人に共通する英語のミス 151』 (株)ジャパン・タイムズ.
- 各務行雅 (2015) 『改訂版 もしも、こんな英語の授業に出会っていたら?—英語の「なぜ?」を解き明かす 55 の秘話』 (株)三恵社.
- 各務行雅 (2014) 『もしも、こんな英語の授業に出会っていたら?—英語の「なぜ?」を解き明かす 50 の秘話』 (株)三恵社.
- マーク・ピーターセン (2016) 『なぜ、その英語では通じないのか?』 (株)集英社インターナショナル.
- マーク・ピーターセン (2014) 『日本人の英語はなぜ間違えるのか?』 (株)集英社インターナショナル.
- マーク・ピーターセン (2013) 『実践 日本人の英語』 (株)岩波書店.
- マーク・ピーターセン (2010) 『日本人が誤解する英語』 (株)光文社.
- マーク・ピーターセン (2003) 『英語の壁』 (株)文藝春秋.
- マーク・ピーターセン (1988) 『日本人の英語』 (株)岩波書店.
- 大井正之 (2012) 『日本人だけが間違える英語』 (株)実業之日本社.
- 末延岑生 (2010) 『ニホン英語は世界で通じる』 (株)平凡社.
- 田部定義 (1987) 「主観テストの採点上の『ゆれ』に関する統計的研究」『英語教育』 pp. 40-44. 大修館書店.
- 山田雄一郎 (2005) 『日本の英語教育』 (株)岩波書店.
- 「TOEIC280 点、中学校英語教師の英語力の低さが浮き彫りに」  
<https://eikaiwa.weblio.jp/school/information/education/junior-high-school-teacher/>  
(閲覧日: 2018 年 7 月 29 日)
- 「中学英語教師の 7 割以上が英語準 1 級 (TOEIC730 点) もない現実」  
[https://www.huffingtonpost.jp/yuki-suzuki/toEIC-teacher\\_b\\_7653970.html](https://www.huffingtonpost.jp/yuki-suzuki/toEIC-teacher_b_7653970.html)  
(閲覧日: 2018 年 7 月 23 日)
- 「英検準 1 級以上取得の教員は中学で 33.6%、高校で 65.4%」  
<https://gotcha.alc.co.jp/entry/20180417-eigoryoku-chosa> (閲覧日: 2018 年 7 月 23 日)
- 「TOEIC のスコア(点数)ごとに可能な『英語のできること』の目安とレベル」  
<https://toEIC-me.com/level.html> (閲覧日: 2018 年 7 月 23 日)

# 労働者保護としての解雇の金銭解決制度

—企業変動における適用可能性—

三田村 浩  
(愛知産業大学准教授)

## Monetary Compensation System of Dismissals from the Viewpoint of Protection of Workers

— Applicability under the Corporate Restructurings —

Hiroshi MITAMURA

### →要旨

企業変動に伴い、労働者の承継の余地があるものの引き継がれずに排除されたり、その前後で解雇が行われたりした場合には、労働者にとって単なる職場消失とはいえないばかりか、ともすれば再就職に向けた準備不足から生活に関わる重大な局面となり得る。そのため、それがあくまで使用者たる企業都合で行われるならば、その合理性を見極めながら、労働者への実効的な法的救済とともに、労働者の意向に即した特段の配慮が使用者たる企業の責務と考える。解雇の金銭解決制度が、労働者保護に資する選択肢として機能し、ひいては企業変動時の承継排除等に活用できるかを視野に入れつつ、企業変動時の労働者保護の選択肢の1つとして導入するためにどのような条件が必要なのか検討したい。

### →キーワード

- ・企業変動における労働者保護
- ・解雇の金銭解決制度
- ・労働者の自己決定権
- ・「労働者の自由な意思」論
- ・経済的従属性（非対等性）と人的従属性（他人決定性）



## I. 序論

本稿は、合併、事業譲渡及び会社分割といった企業組織再編に、企業解散及び倒産を含めた企業変動<sup>1)</sup>の局面に際して、それによって多大な影響を受ける労働者の法的保護の在り方をめぐる企業及び国家の責務につき、法学と経済学の視点から考察することを目的とした研究の一環をなすものである。そのなかで、とりわけ通常労働者の失職が想定される企業解散に着目し<sup>2)</sup>、事前に解雇される場合や、事業譲渡を伴うことで企業が存続するにもかかわらず労働者が排除されてしまう場合において、如何なる労働者保護が必要となるのかを主な研究対象とするが、本稿ではひろく企業変動において論ずることとする。

こうした企業変動に伴い、労働者の承継の余地があるものの引き継がれずに排除されたり、その前後で解雇が行われたりした場合には、労働者にとって単なる職場消失とはいえないばかりか、ともすれば再就職に向けた準備不足から生活に関わる重大な局面となり得る。そのため、それがあくまで使用者たる企業都合で行われるならば、その合理性を見極めながら、労働者への実効的な法的救済とともに、労働者の意向に即した特段の配慮が使用者たる企業の責務と考える。また、企業変動が企業維持や合理化のために今後もさらに必要とするならば、なおさら雇用に関する使用者の責務として、労働者に対する具体的な配慮の内容を明確化しなければならない。たとえば行政機関の支援を受けながら再就職あつせんなどが考えられるが、それが果たして労働者にとって真の保護になり得るのかを踏まえ、労働者の意向に即したあらゆる選択肢を用意しておかなければならないと考える。

たとえば会社解散において、それに先立って解雇が行われることが多いが、解散後に事業譲渡により新会社が事業を継続する場合に、解雇はされなかったが新会社に承継されなかったという事態が考えられる。こうした場面では、解雇の効力が判断されることで労働者保護がなされる場合や<sup>3)</sup>、さらに整理解雇法理の要素となる信義則の適用による労働者保護がなされる場合などが考えられるが<sup>4)</sup>、企業が不必要とした労働者の保護の在り方が問われよう。つまり、正当に行われる企業変動による解雇あるいは排除については、企業都合であることを踏まえ、労働契約において使用者と決して対等関係とはいえない労働者に対して、真の労働者保護とは如何なるものかを考察することに意義があると思われる。

ところで、こうした企業都合とはいえ、企業変動において正当かつ不当に解雇されてしまう労働者に対する配慮方法として、金銭解決という選択肢の可能性はあるだろうか。この点、解雇の金銭解決が従来から論じられており、裁判所が当該解雇を無効と認めても、職場復帰ではなく一定額を使用者が労働者に支払うことによって、労働契約関係を解消する可能性が認められる。こうした解雇の金銭解決については、制度としての導入に向け、厚生労働省での議論が進められてきた。

裁判で不当とされた解雇の金銭解決制度の創設に向け、厚生労働省が2018年6月12日に有識者検討会の初会合を開いたとの報道がなされた<sup>5)</sup>。今後、解決金に上限や下限を設けるかなどを議論し、導入に向けて2019年に法改正の検討を始めるとし、現在進行中である。ただし、解雇の金銭解決制度の導入議論は、これまで幾度も検討されてきたが、労働組合などの反対で議論が進んでいない状況にもあった。わが国の労働法制において、労働契約法16条で客観的合理性や社会通念上相当性を欠く解雇を無効としているものの、中小・零細企業では不当な解雇が多いのが実情である。こうした状況下、解雇された者が

希望すれば、職場復帰を諦める代わりに、会社から解決金を受け取れるのが「不当解雇の金銭解決」であり、労働市場の流動性を高める効果が期待できるとされる。同報道では、労働紛争の解決手段は、主に①都道府県の労働局などによるあっせん、②裁判所での労働審判、③裁判の3つがあるが、金銭解決は原則として、企業と労働者間で合意する必要があると指摘する。これによれば、金銭解決制度は4つ目の選択肢となるが、厚生労働省の案では、まず解雇された労働者が金銭解決を求める権利を行使し、裁判での判決で金銭の支払いが命じられれば、企業が支払った上で労働契約が終了するという仕組みとなる。

こうした解雇の金銭解決制度が、労働者保護に資する選択肢として機能し、ひいては企業変動時の承継排除等に活用できるかを視野に入れつつ、企業変動時の労働者保護の選択肢の1つとして導入するためにはどのような条件が必要なのかを検討したい。以下で企業変動における労働者保護の必要性を確認しつつ、解雇の金銭解決の問題点を解消することで、労働者保護としての解雇の金銭解決制度の在り方を探りたい。

## II. 企業変動における労働者への配慮義務の構築—労働者保護をめぐる議論

労働法学と経済学において、労働者保護そのものをめぐる議論はどのようになされているのであろうか。企業変動における解雇において、金銭解決を含めた実質的な解決方法を探る上で、労働者保護の必要性に関する議論をみておきたい。企業変動に伴う解雇に際して、労働者の自己決定権や「労働者の自由な意思」論により使用者による労働者への特段の配慮義務の構築を探りたい。

### (1) 労働者保護をめぐる労働法学の議論

労働法学において、労働者は、労働契約上の交渉力と情報収集力が使用者に比べて格段に劣ることから、労働契約の締結に加え、変更や解除等の決定において労働者保護が必要とされる。その労働者保護の役割を担うのが、社会法たる労働法であり、使用者に対する法規制である。使用者の権利としての企業変動に対する労働者の実質的な保護を考察する上で、労働者の自己決定権の行使における「労働者の自由な意思」にかかわる議論に着目し、法規制としての使用者による具体的な配慮義務を見出したい<sup>6)</sup>。

もとより労働者は、使用者に対して2つの側面からの「従属性」を有している<sup>7)</sup>。1つは「経済的従属性(非対等性)」であり、使用者との経済力の差が労働条件の決定等で非対等になることを指す。もう1つは「人的従属性(他人決定性)」であり、労働契約上の義務として使用者の下に身を置いて指揮命令に服することを指し、両者は結合しているとされる<sup>8)</sup>。つまり、労働契約は対等当事者の契約関係であると同時に、こうした従属性を債務の内容とする二面性を有する<sup>9)</sup>。労働契約法3条1項における労働契約における合意原則では<sup>10)</sup>、こうした従属性を認識した法的保護が必要であると指摘される<sup>11)</sup>。そこでは表面的な労働者の同意の有無を重んじるのではなく、真の労働者の自由な意思が反映しているかどうかを慎重に審査することによって、単なる合意形式のもとで使用者の単独決定が貫徹されることを防いでいる。

他方、労働契約の締結に際して、自らの自由な意思に基づき、労働者は売り手として労働力を必要とする買い手の使用者に対して、商品たる労働力を提供しているとみれば<sup>12)</sup>、

契約関係において本来は対等であり、当事者たる労働者として「自律性」を有しているはずである。ところが実態に合わず、バブル経済崩壊ごろに、日本国憲法 13 条を根拠とする労働者の自己決定権行使のための「労働者の自由な意思」を主張する学説が台頭し、それが下級裁において、使用者による一方的な契約申し込みに対して、実質的な労働者の承諾意思の存否の判断に用いられるようになった<sup>13)</sup>。

近時、企業変動の事案である山梨県民信用組合事件において、最高裁においてもこの基準が採用された<sup>14)</sup>。労働契約の不利益変更には、事前の具体的な説明を踏まえた労働者の自由な意思に基づく同意が必要であると、合併後の退職金の大幅減額における労働者の同意書の存在は重視せず、企業による事前の十分な情報提供や説明の実施など、その同意が労働者の自由意思と認められる客観的な理由の存在が必要であるとした<sup>15)</sup>。

この最高裁判決を踏まえ、吸収合併により解雇には至らない場合においても、企業変動自体が経営判断とはいえ、労働条件に不利益変更を伴うのであれば、それが手続上正当に行われたとしても、選択肢として労働者の退職の自由の余地はあろう。ただし、それはあくまで企業変動に基づくものであり、退職金額において単なる自己都合退職と同じとすべきではない。企業変動では、使用者の配慮義務として、労働者に対する今後に向けた選択肢を与えるべきであり、労働者の自由な意思で選択するためには事前の実質的な協議や提案も必要である。結果的に新たな企業に承継されなかったり、その前後に解雇されたりする企業変動の場合にはとくに、事前の誠実かつ実効的な労働者との協議は不可欠である。

こうして企業変動において、解雇では解雇規制等に従い救済されるなか、労働条件の不利益変更や新たな企業への非承継に対する救済の余地があるものの、意に反して承継を強いられる場合も考慮すれば、事前に労働者の意向を尊重した具体的手続の検討が必要であるといえる。つまり、場合によっては、使用者による不誠実な対応への責任追及よりも、労働者が職場環境の変化を受け入れたくないことに対する誠意ある金銭解決で、労働者の納得を得ることも労働者保護の 1 つであると考えられる。そこでは、使用者は、一方的かつ形式的な提案ではなく、労働者の自由な意思に基づいて自己決定をさせるべく実質的な提案が求められ、再就職に向けての準備金の提示や再就職支援などといった、具体的な選択肢を 0 提示することが、使用者による特段の配慮となり得よう。

## (2) 労働者の保護をめぐる経済学の議論

経済学のなかで、労働法における労働者保護として実際に用いられている手段は、たとえば強行法規として賃金の下限などを法定化するといった契約形態を制限ないし限定することと、交渉力を対等化するために団体交渉を認めることの 2 つを挙げ、それぞれなぜ労働者保護につながるのかを論じられたものがある<sup>16)</sup>。

前者では、労働契約当事者が合理的な判断能力を持っているという条件が満たされないことに契約の制限といった労働者保護の理由があるとする。こうした契約の制限を考える際には、使用従属性の議論に基づいて<sup>17)</sup>、使用者が過度な命令をすることを防ぐための手段としてのみ考えるよりも、合理的判断の欠如を理由として併せて考える方が実態に合っているとの指摘である。これによれば、労働者だから保護するのではなく、労働者と使用者双方の判断能力の問題であり、適切に判断できない者が保護されることになる。これを労働者保護の見地から企業変動に当てはめると、その経営手段を選択した使用者が労働者

の不利益を十分に考慮せずに行うという、合理的判断ができないことに法規制の必要性があり、取締役の雇用責任などを法規制の対象とすることにつながる。また、労働者が自らの最善の選択を考える際に、転職や離職という選択を合理的に判断ができなかったとすれば、その局面での判断材料が足りないことが考えられ、情報の非対称性から使用者による適切な情報が提供される必要性が見い出せる。

後者では、団体交渉によって労使間の交渉費用が削減される可能性とともに、集団として労働者側の意見や要望が伝えやすくなることが労働者保護につながる。しかし、今日のように個々の労働者の職務内容や能力等が異なり、同質性が低い職場環境においては、統一的に扱われるべき範囲は狭くなると指摘される。この点、同質性が低いというのであれば、労働組合による団体交渉以外にも労使協議や労使交渉といった方法もあり、個々の労働者の処遇をめぐる問題も含めて、集団としての協議は可能である。企業変動では労働者として情報が得にくい可能性があり、それを解消すべく実質的な協議の必要性や在り方を考える際に実効的な方策となり得る。また、使用者から経営事項の情報を得る最大の機会になり得、改めて労働組合の積極的な活用を見直さなければならないであろう。

他方、契約の不完備性により、使用者から過度の命令が行われることがあり得ることから、そのような事態から労働者を法的に保護する必要が指摘される<sup>18)</sup>。つまり、雇用契約を結び、企業組織内で労働サービスを提供してもらう組織的取引では、事前に約束できないことが当事者の裁量として現れ、時に転職や離職を通じた市場調整が不十分な場合においては法的保護が必要だとする。つまり、当事者の裁量の多くは使用者の指揮命令で行使されるところ、市場の調整メカニズムではその諾否の自由としての離職や転職のしやすさが重要な役割をなす。

確かに転職には費用がかかり容易でないとされるが<sup>19)</sup>、背景として転職がしやすい社会であれば、労働者に被害が集中することが避けられる。企業変動に際し、雇用の流動化が実現した社会という離職や転職のしやすさが土壌にあれば、結果的に労働者の選択の幅が広がり、解雇の金銭解決がより実質的な労働者保護の1つとして機能するものとする。

### (3) 企業変動における労働者保護

企業変動に伴う労働契約の承継問題について、今もなお裁判が後を絶たない状況下では、労働問題の解決方法が確定しているとはいえず、労働者保護の見地から法解釈論や立法的措置の構築が必要であると論じられて久しいところ、法的整備が不十分な状況にある。

企業変動のなかで、とりわけ事業譲渡については経営手段として多く活用されている状況下、労働契約の承継については現状では当事者企業が不必要と判断した労働者は引き継がれずに排除されることが可能である<sup>20)</sup>。つまり、この局面では法制度上、明確に労働契約の承継を求める規定がなく、承継の義務がある他の再編方策、すなわち包括承継の法律関係にある合併や会社分割とは異なる法律関係にあるのが要因である<sup>21)</sup>。従来の労働法制からの議論では、事業譲渡のみがこうした特定承継の法律関係にあるが故、企業の裁量に委ねられ、時には使用者が恣意的にこれら手法を利用できるともいえ、立法論も含めて法整備の必要性が指摘されていた<sup>22)</sup>。

本来は、こうした企業変動の手法の如何によって、労働者の処遇が変化すべきではないとすれば、問題の解決を図るには、たとえば外国法における企業組織再編時に伴う当然承



継の法律関係を導入する方策等を考えなければならない。また、労働者に適切な処遇を義務付けるべく、取締役個人の雇用責任といった会社法制の解釈論からの検討も必要であろう。しかしながら、法政策としては、企業の権利として多分に経営の合理化に資する企業組織再編政策を優先していたことから解決に至っていないと思われる。

こうした状況下、企業変動における労働者の承継問題は、会社法と労働法から調和的に解決する法律関係を構築するために、より広い視野に立つ多角的な研究の必要であり、既存の概念の再構成の必要があろう。もっとも、従来の労働法からの立法的解決を含む労働者保護論や、会社法をはじめとした企業法制との調整論に対して、従来の議論を押し進めるべく検討する必要もある。

他方、今後も活用されていく企業変動という経営手段において、使用者が労働者の処遇を重視して経営戦略を立てつつも、労働者の無理な承継が企業維持の障害になってしまうことは避けなければならないことから、労働者の納得を得るべき合理的措置も確立しておくべきである。その意味で、上記のように、労働者保護の必要性に関する議論を踏まえ、時には金銭的補償も含めて、より手厚い雇用保障の検討も行わなければならない。

さらに、実務で要望される円滑な解雇の処理に際して、行政機関が調整弁として効果的に介入すべく国家や地方自治体の責務の考察も必要であり、労働者保護に対する積極的な介入をもって、国家や地方自治体が如何に関わるべきなのかも検討に値する。

企業変動に伴う労働者保護と併せて今一度、解雇規制を厳しくすべきなのか、あるいはその逆で労働者と使用者の意思解釈に委ねて基本的に自由にするのか、労働契約における非対等性を克服しつつも、終身雇用の崩壊などの労働環境の変化にかんがみ、より柔軟な労働者保護概念の再構成が必要であろう。解雇をめぐる経済学における議論も参照しつつ、法学以外の学問領域との学際的研究の深化がより必要になると考える。

### Ⅲ. 解雇の金銭解決制度導入にかかわる議論と問題点

#### (1) 解雇の金銭解決制度導入にかかわる議論

解雇の金銭解決制度の導入に際しては、労働政策審議会等での議論を経て、いずれも結論が見送られてきた。解雇の金銭解決制度が行政において初めて議論されたのは、2003年の労働基準法改正時とされる。そこでは、解雇権濫用法理の法制化は実現したが、この議論の過程で、2002年の労働政策審議会が行った建議「今後の労働条件に係る制度の在り方について」<sup>23)</sup>のなかで、裁判における救済手段について次のように述べている。

すなわち、「解雇の効力が裁判で争われた場合において、裁判所が当該解雇を無効として、解雇された労働者の労働契約上の地位を確認した場合であっても、実際には原職復帰が円滑に行われないケースも多いことにかんがみ、裁判所が当該解雇は無効であると判断したときには、労使当事者の申立てに基づき、使用者からの申立ての場合にあっては当該解雇が公序良俗に反して行われたものでないことや雇用関係を継続し難い事由があること等の一定の要件の下で、当該労働契約を終了させ、使用者に対し、労働者に一定の額の金銭の支払を命ずることができることとすることが必要である」とした。ただし、「この場合に、当該一定の金銭の額については、労働者の勤続年数その他の事情を考慮して厚生労働大臣が定める額とすることを含めて、その定め方について、当分科会において時間的余裕をも

って検討することができるよう、施行時期について配慮することが適当である」<sup>24)</sup>としている。この時は、解雇の金銭解決制度について使用者申立を容認していたことから、少なくとも不当に利用する懸念が生じていたところである。

次に、2007年労働契約法制定に係る審議における議論である。「今後の労働契約法制の在り方に関する研究会」において、2004年4月23日から始まった解雇の金銭解決制度を含め、労働契約法制定に向けての議論が計28回行われた<sup>25)</sup>。2005年9月15日の報告書では、解雇の金銭解決制度導入について、同制度の積極論・消極論に留意しつつ検討されたが、結果的に同制度の労働契約法への導入は見送られることとなった。そこでは、「解雇紛争の救済手段の選択肢を広げる観点から、仮に解雇の金銭解決制度を導入する場合に、実効性があり、かつ、濫用が行われないような制度設計が可能であるかどうかについて法理論上の検討を行うもの」として研究会を位置付けた<sup>26)</sup>。そして、「仮に解雇の金銭解決制度を導入する場合には、裁判手続上、解雇の有効・無効の判断と金銭解決の申立てとを二段階とすると、迅速な解決という本来の趣旨からは問題があると考えられる。紛争の迅速な解決の観点からは、解雇の有効・無効の判断と金銭解決の判断とを同一裁判所においてなすことについて検討すべきである」<sup>27)</sup>とした。

そして、2015年10月29日から設置された「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会」において本格的な議論がなされ、2017年5月29日に計20回の議論が終結し、同年5月31日に「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会報告書」が公開された<sup>28)</sup>。

そこでは、導入困難との厳しい意見があるなか、解雇の金銭解決制度の必要性についても触れられている。すなわち、「解雇紛争についての労働者の多様な救済の選択肢の確保等の観点からは一定程度認められ得ると考えられ、この金銭救済制度については、法技術的な論点や金銭の水準、金銭的・時間的予見可能性、現行の労働紛争解決システムに対する影響等も含め、労働政策審議会において、有識者による法技術的な論点についての専門的な検討を加え、更に検討を深めていくことが適当」<sup>29)</sup>とした。ただし、「これについては、現行の労働審判制度が有効に機能しており、こうした現行の労働紛争解決システムに悪影響を及ぼす可能性があることのほか、労使の合意による解決でなければ納得感を得られないので、合意による解決を大事にすべきということや、企業のリストラの手段として使われる可能性があること等の理由から、金銭救済制度を創設する必要はないとの意見があったことを、今後の議論において、十分に考慮することが適当」<sup>30)</sup>としている。

同報告書を踏まえた論考においても、制度を導入するのであれば、その目的を不当解雇に直面した労働者の救済手段を多様化することに求め、法的正当化根拠として同制度の利用を選択した労働者の自己決定の尊重から、労働者の選択に相応しい内容・水準を備えた制度として設計することが必須であるとの見解がある<sup>31)</sup>。確かに、制度導入ありきではなく、労働者保護に資する制度として、条件や環境を整えた上での導入が求められよう。

さらに、厚生労働省において、「解雇無効時の金銭救済制度に係る法技術的論点に関する検討会」が2018年6月12日から開催されている。「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会報告書」を踏まえ、「裁判の無効判決とは別に、労働者側が金銭救済を求め、企業側が応じれば労働契約を終える裁判外の解決」を中心に、その際の法技術的な整備のあり方などを検討している<sup>32)</sup>。同報告書は、労働政策審議会・労働条件分

科会に示されたが、同分科会が前述の「労働政策審議会において、有識者による法技術的な論点についての専門的な検討を加え、更に検討を深めていくことが適当」との判断を受けて発足している。ここでも導入ありきの単なる法技術的検討ではなく、導入への反対意見や懸念に十分に対応しつつ、労働者保護に資する制度である点を重視した検討が求められよう。

## (2) 経済学からの解雇の金銭解決制度導入にかかわる議論

前述した「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会」における経済学的な観点からの論考をみておきたい。解雇の金銭解決制度の導入における今後残された課題として、複雑な利害対立、申立の権利、不当解雇無効の法律体系、解決金水準の設定といった4つのハードルがあるとした指摘をみていく<sup>33)</sup>。

第一のハードルとして、複雑な利害対立である。通常の雇用制度改革は労使の対立が問題になるが、解決金制度は、企業の規模に影響するため利害関係を考える必要があるとする。解決金制度の導入自体、解雇のしやすさに直接影響を与えるものではないが、大企業の場合、裁判沙汰を避けるために原職復帰させる傾向にあったとすれば、大企業使用者にはメリットがある。ただし、メンバーシップ維持の観点から原職復帰を重視したい労働組合の立場からは導入には反対意見が強くなり、同じような企業規模に再就職できないとすれば解決金の高額化が問題となろう。これに対して中小企業は、解雇が頻繁に行われるため、不当解雇で泣き寝入りするケースも多いといわれている。この場合、解決金制度によって解決金の目安ができることは、中小企業使用者にとって負担上昇になるためデメリットとなる。こうして、大企業使用者と中小企業労働者は導入にメリットがあり、中小企業使用者と大企業労働者はデメリットとなる利害構図が生じ、これらの調整が必要となる。

第二のハードルとして、労働者と使用者のどちらに申立の権利があるのかである。つまり、解雇無効になった場合、解決金の申立の権利を労働者側に与えるか、もしくは使用者側に与えるかという問題である。金銭的な解決を図りたい使用者側は申立の権利を持ちたいが、労働者側は一方的に原職復帰の機会が閉ざされないように反対するといった利害対立が想定される。こうした利害対立を乗り越える方法として、紛争について決着が図られた際にも、その解決の仕方を労使双方の利益に適う方向で、訴訟における救済選択肢を多様化するという目標を明示しておく必要がある。導入に際しては、申立の権利を労働者のみに明示的に付与し、使用者側の申立権は見送る必要がある。

第三のハードルとして、不当解雇は無効という法律体系である。現行の不当解雇は、労働契約法16条により無効という法律関係にある。無効であることに対する帰結は、労働者としての地位確認に過ぎず、金銭解決を解雇無効の自然な帰結として考えることができなくなる。この点、欧州諸国では、基本的に不当解雇は「違法」とされているので、救済バリエーションを考えることが可能となる。

第四のハードルとして、解決金水準の設定とその仕方である。OECD諸国の解決金の水準を比較すると、勤続年数20年の場合で大陸欧州諸国が賃金の1~2年分で、雇用保護の弱い英語圏諸国などでは半年前後とばらつきが多い<sup>34)</sup>。わが国において、解決金の適切な水準を探るためには、現実の解決金の水準がどのような要因に影響を受けているかを分析する必要がある。



こうして、わが国での解雇の金銭解決制度の導入には、少なくともこの4つハードルの解消が求められるが、新たな金銭救済制度創設の目的を、個別労働関係紛争解決システム全体としての金銭的予見可能性向上とともに、紛争解決迅速化、目的に合った紛争解決制度の選択と考えることで導入に向けてのハードルは下げることができると指摘される<sup>35)</sup>。

### (3) 解雇の金銭解決制度導入に関わる問題点

厚生労働省での解雇の金銭解決制度導入にかかわる検討会での議論を踏まえ、指摘されてきた問題点をみていきたい。

まず、「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会」の前提となった産業競争力会議での議論<sup>36)</sup>では、従来の雇用維持型から労働移動支援型へのシフト、すなわち解雇の規制緩和政策として解雇の金銭解決制度導入を求めていた。しかしながら、労働移動支援のために解雇された場合の金銭解決基準の予見可能性を高めるものとして必要だとしても、解雇に合理的な理由がないとの労働者の判断で労使紛争になっているのが実情であった。したがって、解雇をなす使用者に「金銭解決」という道具を法が準備してしまっただけでは、使用者に新たな武器を与えてしまうことに他ならないと指摘される<sup>37)</sup>。

また、労働審判制度をはじめとした現在の紛争解決システムは十分に機能しており、仮に解雇の金銭解決制度を導入して解決金の基準を示すことになるとすると、当事者は当該基準に拘束されるため柔軟な解決を図ることが困難となり、これまで以上に紛争が長期化する恐れも指摘される<sup>38)</sup>。こうした指摘をみる限り、同制度の目的が本当に労働者保護に資するものなのかが不明確になってしまう。解雇の金銭解決を、あくまでも労働者のために選択肢を増やすものであるとすれば、解雇における使用者の雇用責任の1つとして機能させるべきではなかろうか。

次に、欧米先進諸国と比して、未だ未成熟な外部労働市場の活性化が制度導入に必須の前提条件であるとの指摘がある<sup>39)</sup>。米国では、随意雇用原則が機能している1つの主要な理由は、極めて活発な外部労働市場が存在するため被解雇労働者が次の雇用機会を速やかに見出す可能性が比較的高いとされる。また、ドイツやフランスでも、解雇の金銭解決は、職業転換の経済的補償という面が大きいとされる。わが国において、これらの国々のように、労働市場を実現するためには雇用政策による雇用流動化の促進だけではなく、企業が内部労働市場を極端に重視する現在の人事制度を改める必要がある。つまり、現在の企業において、「生え抜き」の従業員が当該企業の役員となるという「岩盤慣行」を抜本的に改め、新卒一括採用にこだわる採用形態を改革し、労働者に対する兼職禁止や企業への行き過ぎた忠誠の要請などを改める方向を選択しない限り、活力ある外部労働市場の形成は期待できないとの指摘は正鵠を射ている<sup>40)</sup>。

さらに、解雇権濫用規制の下では、解雇無効は雇用関係存続強制であり、解雇有効は救済全面否定という紛争処理の選択肢しか用意されていないとの指摘がある<sup>41)</sup>。つまり、使用者と労働者双方に相当の帰責事由があることが多いという、解雇紛争の実態に見合う処理が困難になっているという指摘である。これに対しては、解雇における金銭解決という柔軟な救済方法を、その濫用防止措置を講じた上で導入すべきではないかとの提案も行われている<sup>42)</sup>。その背景には、2006年に施行された労働審判において、解雇の金銭解決も事案の実情に即した解決として実際に多用され、裁判所における解雇の金銭解決の1ルート

となりつつあるのに加え、都道府県労働局等の紛争解決機関において大多数の解雇紛争が金銭解決されている現状がある。

#### IV. 結語

労働者保護としての解雇の金銭解決制度の導入をめぐって、厚生労働省における検討会でのこれまでの議論を踏まえて、導入に向けてのいくつかの問題点をみてきた。これをさらに、企業変動における解雇あるいは承継排除の際に、労働者のための将来の選択肢の1つとなり得る手段として活用するには、補償額など解決すべき課題がある。そのなかで、金銭解決は解雇全般にわたる制度となるため、少なくともその条件として、使用者の恣意的事情で利用されることは防止しなければならない。

解雇の金銭解決制度を企業変動で活用するためには、労働者に対する使用者の特段の配慮義務として機能させるべく、論拠として労働者保護をめぐる議論を考察した。使用者都合で企業変動が行われる以上、その代償として労働者の自己決定権を尊重し、「労働者の自由な意思」論により使用者の強引な提案を防止しながら、事前に労働者の意向を尊重した具体的手続が求められよう。場合によっては、使用者による不誠実な対応への責任追及よりも、誠意ある金銭解決の方が労働者の納得を得る可能性があり、労働者保護の1つとなり得る。ただし、解雇の金銭解決制度導入に向けての土壌を築くには、再就職を導く雇用の流動化などの社会の変化も必要である。

現在、厚生労働省における「解雇無効時の金銭救済制度に係る法技術的論点に関する検討会」で、有識者による法技術的な論点についての専門的な検討が行われている。これまでの議論における課題をどこまで解消するかを見守る必要があるが、導入ありきの単なる法技術的検討の可能性はある。労働者のための制度として機能すべく、導入への反対意見を踏まえて、解雇に伴う失業者の増加といった悪影響が出ないように留意する必要がある。

結局のところ、解雇の金銭解決制度は、使用者の恣意的手段であってはならず、労働者保護の方策であることを前提として、制度を導入するのであれば、まずはその目的を不当解雇に直面した労働者の救済手段を多様化することに求める必要がある。そして、同制度の利用する労働者の自己決定の尊重から、労働者の選択に相応しい内容・水準を備えた制度として設計しなければならない。将来的に使用者側からの申立や提案を可能にするのであれば、労働者の転職や離職という選択に際して補償金額が最大の論点になろう<sup>43)</sup>。

先行き不透明な経済状況であれば経営の不確実性が増し、使用者が解雇や企業変動を判断及び実施する可能性が高まるなか、自らの身の振り方を決定すべく労働者もまた、その判断に必要な情報を共有できるように、協議や情報提供のあり方をめぐって、使用者と労働者との間の情報の非対称性について次稿で検討したい。

#### 註

1) 「企業変動」は法的概念ではないが、ひろく多彩な手法を用いた組織再編・改変を指し、会社や労働関係に一定以上の影響を与える企業の変化を広く捉える場合として用いる。一般的には組織再編と倒産・解散とに区別することが通常である。野川忍「企業変動における労働法の機能と課題」、『企業変動における労働法の課題』301頁(有

---

斐閣、2016) 参照。

2) 「企業解散」は、解散後に承継企業があるなか組合壊滅や不当労働行為が行われる「偽装解散」と、解散後は他企業によって承継されない「真実（真正）解散」に分けられるが、この区分は絶対的なものではないとの指摘がある。米津孝司「企業解散・事業譲渡における雇用と法人格の濫用—雇用責任法理と不当労働行為法理の交錯」、『企業変動における労働法の課題』186-187頁（有斐閣、2016）参照。

3) 土田道夫『労働契約法（第2版）』605頁（有斐閣、2016）。

4) 上条貞夫「整理解雇と信義則」労旬1884号23頁（2017）。

5) 日本経済新聞（2018年6月12日）「解雇ルールの設計再始動、2019年にも法改正を議論へ」（2018年12月10日閲覧）。

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO3166813012062018EE8000/>

6) 労働者の不利益を伴う意思決定につき頻繁に論じられており、労働契約の不利益変更に際して労働者を保護する視点から、判例において広く適用されるようになったと指摘される。小宮文人「労働者の自由な意思論の顕在化に思う」労旬1906号4-5頁（2018）参照。

7) 西谷敏『労働法（第2版）』6-7頁（日本評論社、2013）。

8) 西谷・前掲注(7)7-12頁。

9) 西谷敏『規制を支える自己決定—労働法的規制システムの再構築—』213-214頁（法律文化社、2005）。

10) 「労働契約は、労働者及び使用者が対等の立場における合意に基づいて締結し、又は変更すべきものとする」と規定する。

11) 西谷・前掲注(7)12頁。

12) 労使対等の立場で契約を締結する市民法に基づく表現であって、1944年フィラデルフィア宣言においては、労働は商品ではないことが確認されている。石田眞「ILO「労働は商品ではない」原則の意味するもの—労働法との関連をめぐって—」早稲田商学428号125-134頁（2011）参照。

13) 小宮・前掲注(6)4頁。初期の典型的な事案として、アーク証券（本訴）事件（東京地判平成12年1月31日労判785号45頁、2003）が挙げられ、二度にわたる賃金減額における労働者の受け入れが自由な意思による同意ではなく、合理的理由が客観的に必要とした。

14) 最二小判平成28年2月19日労判1136号6頁（2016）。

15) なお、同事件再戻審（東京高判平成28年11月24日労判1153号5頁、2017）において、労働条件変更にかかる労働者の同意及び労働協約の高禄に関する上告審の判示内容に従い、一審原告ら労働者側の請求が大部分において認容された（確定）。

16) 安藤至大「労働者保護の必要性和手段」日本労働研究雑誌624号47頁（2012）。

17) 労働者性の判断は、使用従属性や報酬の労務対償性ととも就業実態によって判断される。土田・前掲注(3)53-56頁。

18) 江口匡太「労働者性と不完備性—労働者が保護される必要性について」日本労働研究雑誌566号37頁（2007）。

19) 江口・前掲注(18)43頁。

20) 事業譲渡は特定承継の法律関係であり、当事者企業間の合意で労働契約の非承継が可能と解される。池田悠「事業譲渡と労働契約関係」、『企業変動における労働法の課題』62-63頁（有斐閣、2016）参照。

21) 合併は包括承継として存続会社・新設会社に労働契約が承継され、会社分割は分割された部分の労働者の雇用に承継するという「部分的包括承継」として承継会社・設立会社に承継される。水島郁子「企業変動と労働関係」、『企業変動における労働法の課題』10-20頁（有斐閣、2016）参照。

22) EU法のような企業変動に伴う当然承継の法律関係の立法化に加え、近時では譲受会社へ労働契約承継を肯定

---

する解釈論の立法化を具体的に提言されている見解がある。土田道夫「事業譲渡における労働契約承継法理の可能性—解釈論・立法政策の提言」法時 90 巻 7 号（2018）参照。

23) 厚生労働省（2002 年 12 月 26 日）「労働政策審議会建議—今後の労働条件に係る制度の在り方について—」（2018 年 12 月 10 日閲覧）。

<https://www.mhlw.go.jp/shingi/2002/12/s1226-8.html>

24) 厚生労働省・前掲注(23)（2018 年 12 月 10 日閲覧）。

25) 厚生労働省「今後の労働契約法制の在り方に関する研究会」（2018 年 12 月 12 日閲覧）

[https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/other-roudou\\_128893.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/other-roudou_128893.html)

26) 厚生労働省（2005 年 9 月 15 日）「今後の労働契約法制の在り方に関する研究会報告書」60 頁（2018 年 12 月 18 日閲覧）

<https://www.mhlw.go.jp/shingi/2005/09/dl/s0915-4d.pdf>

27) 厚生労働省・前掲注(26) 60 頁（2018 年 12 月 18 日閲覧）。

28) 厚生労働省「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会」（2018 年 12 月 18 日閲覧）

[https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/other-roudou\\_307309.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/other-roudou_307309.html)

29) 厚生労働省（2017 年 5 月 31 日）『「透明かつ公正な労働紛争解決システム等の在り方に関する検討会」報告書』30 頁（2018 年 12 月 20 日閲覧）。

<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11201000-Roudoukijunkyo-Soumuka/0000166655.pdf>

30) 厚生労働省・前掲注(29) 30 頁（2018 年 12 月 20 日閲覧）。

31) 土田道夫「解雇の金銭解決制度について—「雇用保障」と「自己決定」の視座を踏まえて—」季労 259 号 25-26 頁（2017）。

32) 厚生労働省「第 2 回解雇無効時の金銭救済制度に係る法技術的論点に関する検討会（議事録）」（2018 年 12 月 20 日閲覧）。[https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_03061.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_03061.html)

厚生労働省「第 1 回解雇無効時の金銭救済制度に係る法技術的論点に関する検討会（議事録）」（2018 年 12 月 20 日閲覧）。[https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_01194.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_01194.html)

33) 鶴光太郎「経済学の観点から見た解雇の金銭解決制度をめぐる議論」季労 259 号 44-51 頁（2017）。

34) OECD 諸国の解決金の水準につき、フランス 16 か月、ドイツ 18 か月及びイタリア 21 か月に対して、イギリス 5.5 か月、ニュージーランド 6.0 か月及びオランダ 7.0 か月としている。鶴・前掲注(33)49 頁、大内伸哉、川口大司編著『解雇規制を問う直す金銭解決の制度設計』129-198 頁参照（有斐閣、2018）。

35) 鶴・前掲注(33)51 頁。

36) 首相官邸（政策会議）「産業競争力会議」（2018 年 12 月 20 日閲覧）。

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/skkaigi/kaisai.html>

37) 中村優介「解雇の金銭解決制度—これまでの議論と問題点」法と民主主義 526 号 20 頁（2018）。

38) 中村・前掲注(37)20-21 頁。

39) 野川忍『労働法』393-394 頁（日本評論社、2018）。

40) 野川・前掲注(39) 393 頁。

41) 荒木尚志『労働法（第 3 版）』310 頁（有斐閣、2016）。

42) 名古屋功「解雇における金銭解決制度の検討」季労 212 号 76 頁（2006）。

43) 解雇の金銭解決の議論は、金銭をいつ払うかをめぐって事前型と事後型に分けられる。事後型の議論が進められているが、使用者側からの申立や提案については事前型も想定する。大内、川口・前掲注(34)25-27 頁参照。

# 戦略形成と組織認識に関する考察

星 和樹  
(愛知産業大学准教授)

## Exploration on Strategy-Making and Organizational Cognition

Kazuki HOSHI

### →要旨

既存の経営戦略論研究においては、意思決定の問題に主眼が置かれ研究が進展してきた。例えば、経営計画の必要性や成長戦略の方法、さらには競争戦略の策定など、組織としていかに戦略的に意思決定するかについて探究されてきた。しかし、現代のように組織を取り巻く経営環境が瞬時に激変するようになると、意思決定そのものよりも、それに先立つ環境の「認識」に重きが置かれるべきである。すなわち、生じた事実や結果などに対して、人々がいかなる意味を付与したのか、いかなる意味を形成したのかが重要になる。本論文は、このような組織認識の考え方について議論しつつ、それを経営戦略論研究に適用するとどのような論理展開がなされるのかについて考察する。その上で、このような組織認識論的経営戦略研究に関わる具体的事例を参照・再考しつつ検討を進める。

### →キーワード

- ・ 戦略形成プロセス
- ・ 組織認識論
- ・ センスメーキングとセンスギビング

## I. はじめに

経営戦略論は、組織の環境への適応の仕方を考究する学問領域である。そこでは特に、組織の戦略的な意思決定に注目し議論が展開されてきた。そもそも、経営学の歴史的経緯を振り返ってみると、そこには大きく分けて、行為、意志決定、認識という3つの局面がある（e.g., 遠田, 1998; 高橋, 2016）。経営学は当初、組織における「行為」という局面に注目して展開された。具体的には、生産や輸送など、企業活動に伴って生じる個々の行為の最適化を目指したのである。

その後、経営学は、「意思決定」に注目した議論がメインに行われることとなる。すなわち、行為の最適化に関わる効率的な生産や輸送などといったことではなく、いかなる製品を作るべきか、いかなるタイミングでそれらを市場に持ち込むべきか、他社との競争にいかにか打ち勝つか等といった観点、つまり意思決定の重要性が増したのである。経営戦略論の研究は、この意思決定の問題に主眼が置かれ、例えば、経営計画の必要性や成長戦略の方法、さらには競争戦略の策定など、組織としていかに戦略的に意思決定するかについて探究されてきたと言えよう（e.g., 青島・加藤, 2003; Mintzberg et al., 1998; Whittington, 2001）。

そして現代のように、ICTの著しい進歩やグローバル化の進展などによって、組織を取り巻く経営環境が瞬時に激変するようになると、意思決定そのものよりも、それに先立つ環境の「認識」に重きが置かれるようになる。すなわち、生じた事実や結果などに対して、人々がいかなる意味を付与したのか、いかなる意味を形成したのかが重要になってくるのである。

しかしながら、経営戦略論においては、上記のように意思決定の問題に主眼が置かれ研究が進展してきており、組織認識の側面からはほとんど議論がなされていない。それでは、組織認識的なアプローチからの経営戦略論研究は、どのような議論が展開されるであろうか。本論文は、既存の経営戦略研究を取り上げながら、それについて組織認識論的な検討・考察を行うことを目的とする。

本論文の具体的な流れは、以下の通りである。まず第2節では、組織の戦略形成プロセスに関わる既存研究について、代表的研究を取り上げつつ2つの側面から議論を行う。そして第3節では、組織認識論の考え方を概観しながら、それを経営戦略研究に適用するとどのような論理展開がなされるのかについて考察する。さらに第4節では、このような組織認識論的経営戦略研究に関わる具体的事例を参照・再考しつつ検討を進める。最後に第5節では、本論文で明らかにしたことをまとめる。

## II. 戦略形成プロセスの既存研究

既存の戦略形成プロセスに関する研究は、様々な論者によってその分類が提起されているが（e.g., Huff&Reger, 1987; Mintzberg et al., 1998; Schwenk, 1988; Van de Ven, 1992; Whittington, 2001）、ここでは Rajagopalan&Spreitzer（1996）の研究を参考にしつつ、大きく2つの側面から検討していきたい。



## (1) 合理的戦略形成プロセス

合理的戦略形成プロセスに関する考え方では、事前に設定された企業目標に基づき、そこから生じる問題に対して最適な解を連続的・計画的に探求するというものが基盤となっている。つまり、この論理においては、戦略ビジョンの創造と実行を通じ、企業と外部環境とのフィットを確立することによって、企業のパフォーマンスが最適化されると捉えられる。例えば、事業レベルにおいては、個々の事業ユニットの競争優位性を向上させるということであり、また企業レベルにおいては、事業の多角化などである。

この合理的戦略形成の考え方によれば、環境は客観的に決定され、「機会」と「脅威」の源泉となり、その環境状況が戦略形成に直接的に影響を及ぼすとされる。同様に、客観的に決定される組織要因についても、「弱み」と「強み」の源泉として、その後の戦略形成に影響を及ぼすものとして考えられているのである。

この合理的戦略形成プロセスの考え方を代表する研究者として、Ansoff (1965)、Porter (1980)、Barney (2002) などが挙げられる。

Ansoff (1965) は、より実践的な立場から、「経営戦略」について体系的な理論を展開した。彼は、企業における意思決定を戦略的決定、管理的決定、業務的決定の3種類に区別し、特にトップ・マネジメントや計画スタッフ等のための戦略的意思決定について議論することに注力した。戦略的決定とは、「企業と環境との関係を確立する決定」であり、その核心をなすのは、どのような事業あるいは製品・市場を選択すべきかに関する決定、つまり多角化の決定である。戦略的決定は、他の決定と比べ、非反復的で高度の不確実性に富んでいる。このような「部分的無知」の下で行われる決定の「決定ルール」となるのが戦略であり、その構成要素は、「製品・市場の領域」、「成長ベクトル（多角化、技術開発、市場開発、あるいは既存事業内での成長のいずれかによって示される企業成長の方向）」、「競争優位性（企業が競争上の優位性を生み出すための製品、市場の特性）」、「シナジー（製品・市場分野間の相乗効果）」の4つである。この研究において、経営戦略の核心をなしていたのは、企業成長の基本的な方向、つまり「どのような事業を行うか」の指針の決定であり、さらには、経営戦略は長期経営計画の指針としての役割を果たすということである。実際に、彼の研究は戦略的計画の立案の手続きを詳細に論じたものであった（石井他, 1996, pp.2~3）。この意味で、彼の研究は、経営戦略の合理的な側面に焦点を当てた「分析型戦略論」の始祖との位置づけがなされている（e.g., 奥村, 1989; 大滝他, 1997）。

Porter (1980) は、企業間の競争に勝つこと、つまり競争優位性の獲得に関する体系的な議論を展開した。彼の研究は、企業の競争戦略立案のための重視すべきファクターとして、当該企業を取り巻く業界構造に着目するところから始まる。そのうえで、業界の競争の激しさと収益率を決定する競争要因として、5つ（「新規参入の脅威」、「既存競争業者間の敵対関係の強さ」、「代替品からの圧力」、「買い手の交渉力」、「売り手の交渉力」）を挙げている。このような業界構造分析を基にして、次に彼が提起するのは、当該企業の投資収益を大きくするための、業界内での防衛可能なポジションを築く3つの基本戦略（コスト・リーダーシップ戦略、差別化戦略、集中戦略）である。これによって、当該企業が業界の中で他社に勝つためのポジションを追い求めようとするための論理を展開したのである。まとめると、どのような産業においても、個々の企業の個別努力では乗り越えられない構造的な力が働いているので、それらを体系的に分析・理解し、その知識を基にして自社を



いかに位置づけるかを考えることが必要となる。つまり、彼の研究は、様々な産業の構造を分析して、その中で自社をどう位置づけるのか（ポジショニングするか）を考えるための枠組みを提供してくれるのである（e.g., 青島・加藤, 2003; Mintzberg et al., 1998）。

Barney (2002) は、企業内の「資源 (resource)」や「能力 (capability, competence)」を重視した競争戦略の議論を展開した。彼はまず、議論展開の前提として、2つの仮定（「ある業界内の企業は、そのコントロールする戦略的資源に関して異質である」、「これら資源は、企業間で完全には移転できないので、異質性は長期的に存続し得る」）から始める（Barney, 1991, p.101）。このような資源の「異質性」と「固定性」の仮定に基づき、資源が持続的競争優位の源泉となるための要件を探究しようというのが、彼の研究のエッセンスである。そして、このような持続的競争優位の源泉となり得る資源の属性について、「価値 (value)」、「稀少性 (rarity)」、「模倣困難性 (imitability)」、「組織 (organization)」といった4つの要件を挙げ、これを「VRIO フレームワーク」(Barney, 2002, 訳書 p.250) と名付けている<sup>1)</sup>。これら4つの基準に照らして、当該企業の資源や能力を評価することで、持続的競争優位の源泉となる資源・能力を識別することができるとした。つまり、彼の研究は、競争優位性を獲得するための戦略の論理について、企業内で保有される資源・能力の分析フレームワークとその戦略的活用を基盤とした議論を展開したのである。

## (2) 学習的戦略形成プロセス

学習的戦略形成プロセスに関する考え方では、戦略形成は反復的プロセス、すなわち、マネジャーが環境と組織を段階的に精査していくことを通じて戦略形成を図っていくものとして捉えられている。したがって、この論理においては、戦略形成における通時的な経営行為 (managerial actions) の中心的役割に注目する必要がある。

この学習的戦略形成の考え方によれば、どんな戦略が作られていくかを捉えていくのと同様に、通時的な経営行為に相互に影響し合う環境・組織状況の変化も捉えていく必要がある。つまり、環境・組織コンテキストは、客観的に決定されるというよりも、不確実でダイナミックなものとして仮定されている。それによって、組織の戦略形成は、リニアなものではなく、進化的かつ反復的なものとして捉えられ、マネジャーがその経験から学習するという点が強調されるのである。

この学習的戦略形成プロセスの考え方を代表する研究者として、Mintzberg (1978)、Pascale (1990)、Burgelman (2002) などが挙げられる。

Mintzberg (1978) は、企業の学習プロセスから生じる戦略の創発的な側面に注目し議論を展開した。彼はまず、それまでの支配的な考え方であった Ansoff (1965) 流の戦略計画論によれば、トップが戦略を策定し、フォロワーがそれを実行するという前提に基づいているという。つまり、「戦略策定者がすべてを知っている」、「環境は十分に安定的（予測可能なもの）である」という2つの仮定による論理なのである。しかしながら、現実の企業行動は非常に適応的なものであり、したがって戦略形成は学習プロセスとなり、それによって実行は策定にフィードバックし、元々の意図は途中で修正され、それは結果的に創発的戦略 (emergent strategy) として生じるという議論を展開している。つまり、彼の研究によれば、経営戦略は企業と環境ならびに企業内の社会的相互作用の試行錯誤的プロセスを通じて学習的に生み出されてくるパターンなのである（石井他, 1996, p.6）。

Pascale (1990) は、企業が環境に対峙する中での「好機に乗じる戦略」について、いくつかの事例を用いながら議論展開した。彼はまず、戦略のもっとも重要な貢献は、文脈（ビジネス・パラダイム）を探究し、再確認することであるとする。つまり、基本的な戦略能力とは、好機に乗じようとする人たちは発見するが、しばしば見逃される文脈の変化を感じ取り、組織化、利用する能力なのである。例えば、1つの事例として、1950年代後半にホンダ社がアメリカのオートバイ市場へ参入したものが挙げられる。参入当初は、250cc と 305cc の大型バイクの販売という戦略を立案して事業展開していたが、その大型バイクが壊れだしたり、さらには本田の社員が用足しに利用していた 50cc バイクへの注目などが起こり、アメリカ市場に新たに 50cc バイクを導入することで市場シェアを獲得した。言わば、同社が成功した決定的な能力は、計画立案に伴う決心を、いったん最初の上陸拠点が確保されたら好機に乗じて学習する力量と結合させる能力だったのである。つまり、彼の研究は、組織の適応性について、学習の重要性を提起したのである。

Burgelman (2002) は、インテル社の発展の歴史を追いつつその新規事業開発の事例を取り上げながら、戦略形成プロセスを、企業と業界がともに影響を及ぼし合いながら共進化していくものとして議論展開した。その中で彼はまず、企業の戦略形成プロセスについて、トップ主導戦略と現場主導戦略という2つの概念を用いて提示する。そして、企業の発展段階によって、ある時期はトップ主導の戦略形成プロセスが支配的となり、またある時期は現場主導の戦略形成プロセスが支配的となることを明らかにした。また変化への適応力として、この2つのプロセスをうまく作用させることが必要であるとした。具体的には、インテル社が半導体メモリ事業の敗北からどういった教訓を学び取り、その成果をマイクロプロセッサ事業での新規事業戦略にどう反映させたのかという、組織学習としての戦略形成プロセスを明らかにした。つまり、彼の研究では、トップ主導と現場主導の2つの戦略形成プロセスを通じて、ダイナミックな環境に企業を適応させていかなければならないことを提起したのである。

### (3) 既存研究に内在する問題点

以上、既存の戦略形成プロセスの研究について、2つの側面から検討してきたが、ここで確認しておきたいこととして、合理的戦略形成プロセスと学習的戦略形成プロセスは、戦略論研究者によってトレードオフの関係のものとして捉えられてはいないということである。例えば、上記の Pascale (1990) は、計画的戦略と好機に乗じる戦略の弁証法的解決について議論展開しているし、また Burgelman (2002) についても、トップ主導と現場主導の2つの戦略形成プロセスの重要性を提起している。これらについてより詳しいものとして、Mintzberg & Waters (1985) は、純粋な計画的戦略も純粋な創発的戦略も、非常に稀なものであるとして捉えている。つまり、計画的戦略と創発的戦略は、コントロールプロセスと学習プロセスを代表する両極にある戦略プロセスとして対比できるが、現実の戦略プロセスでは、計画的戦略にも創発的な側面、また創発的戦略にもコントロールの側面があり、計画的戦略と創発的戦略の中間に、多様な戦略形成のタイプが存在しているのである (大月他, 1999, p.93)。Mintzberg & Waters (1985) は、これらについて、8つの戦略タイプ (計画的戦略、企業家的戦略、イデオロギイ的戦略、アンブレラ戦略、プロセス戦略、不連続戦略、コンセンサス戦略、環境賦課の戦略) として表している。この

ように、合理的戦略形成プロセスと学習的戦略形成プロセスは、混在したものなのである。

それでは、以上のような既存の戦略形成プロセス研究には、どのような問題が内在しているだろうか。それは、戦略的決定を行う上での前提となる「組織を取り巻く環境をいかに認識するか」に焦点が当てられていないということである。言い換えれば、生じた事実や結果などに対して、組織内の人々がいかなる意味を付与したのか、いかなる意味を形成したのかという組織認識に注目しなければ、なぜ組織全体としてそのような戦略的決定がなされるに至ったのかについてより詳細に明らかにできないのである。

例えば、Ansoff (1965) は、非反復的で高度の不確実性に富んだ戦略的決定の計画性や予測可能性に基づく立案手続きについて議論し、その不確実性への対処の必要性を提起する一方 (Ansoff, 1965, 訳書 p.226)、そういった不確実性の程度がいかに認識されるかについては触れられていない。また、Porter (1980) は、競争戦略立案のための業界構造分析の重要性について指摘し、業界の境界は主観的に決められるとしつつも (Porter, 1980, 訳書 p.252)、その主観的認識についての十分な議論がなされていない。そして、Barney (2002) は、競争優位の源泉となる資源・能力の評価・活用について議論するが、ともすれば「目に見えない」存在でもあり得る資源・能力 (チームワーク、組織文化、顧客やサプライヤーとの関係など) を (Barney, 2002, 訳書 p.263)、そもそもいかに組織的に認識するかについては検討がなされていない。さらに、Mintzberg (1978)、Pascale (1990)、Burgelman (2002) は、いわば機会志向的な戦略形成プロセス (星, 2007) の重要性について提起しているが、その状況がなぜ機会として認識されたのか (あるいは、なぜ機会として認識されなかったのか) については詳細な議論展開がなされていないのである。

したがって、このような組織認識の観点から経営戦略論研究を再考することによって、その理論的発展性が期待できるのである。上述の Rajagopalan & Spreitzer (1996) の研究においても、実は戦略形成における組織認識について検討されているが、その概略に触れているにすぎず、より詳細な探究はなされていない。つまり、次章で考察するが、組織認識は人々の社会的プロセスにより注目する必要があるにもかかわらず、Rajagopalan & Spreitzer (1996) の研究では組織全体レベルでの経営認知 (managerial cognitions) について触れているに過ぎない。これはいわば、「組織を擬人化 (anthropomorphize) すること (すなわち、組織それ自体を意図的かつ目的のある存在として取り扱うこと)」 (Hambrick, 2004, p.94) でその議論を展開しているだけなのである。本論文では、そこに焦点化し、つまり人々の社会的プロセスに基づく組織認識論の論理に焦点を当て、それを経営戦略研究にどのように関連させるのかについて考察していく。

### Ⅲ. 組織認識論から捉える経営戦略研究

#### (1) 組織認識論の考え方

組織認識は、「いかに環境を適切に捉えるか」に重きを置いたものであり、そこでは既存の戦略的意思決定研究が前提としていたような客観的事実や客観的結果は影を潜め、そうした事柄に人々がいかなる意味を付与したのか、いかなる意味を形成したのか (センスメーカーキング (sensemaking)) が重要となる (高橋, 2016, p.21)。

この組織認識およびセンスメーカーキングの重要性については、遠田 (2001) が提示した次

の寓話と考察を読むとよく理解できる。「ある未開の地に 2 人の靴のセールスマンが派遣された。現地に着き、そこの人々がみな裸足でいるのを見て、一方のミスター・ダイタンは『とりあえず 1 万足至急送れ』と本社に打電した。他方のミスター・ショシンは『見込みなし、すぐ帰る』と打電した。・・・ミスター・ダイタンは、裸足で歩く人々の姿に未来の経済開発のイメージをダブルさせて、靴の潜在需要が極めて大きいと見なした。一方のミスター・ショシンは、同じ裸足の人々の姿にこれまでの長い未開の歴史を重ねて、現在の需要はおろか将来の需要も無しと読んだのである。裸足の姿に、何を見るか、何を感じ取るか、何をセンスするか、すなわち何をセンスメーカーキングするか。同じ裸足の姿に、ミスター・ダイタンは靴の無限の潜在需要をセンスメーカーキングし、他方のミスター・ショシンはゼロの潜在需要をセンスメーカーキングしたのである。・・・2 人のセールスマンのセンスメーカーキングがこうも違えば、当然その後の本社の意思決定もアクションも違ってくる。その結果、現地の人々の足元が変わってくるかもしれないし、本社のビルも増築されるかもしれない」（遠田，2001，p. i）。これは、意思決定と行為に先立つ環境認識の重要性がよく表されており、そしてまさにこれこそが、組織認識論の基本的な論理である。

この組織認識論の代表的研究者として捉えられている Weick (1995) によれば、センスメーカーキングとは、能動的な主体が、有意味で知覚可能な事象を構築すること、いわば「未知を構造化すること」である (Weick, 1995, 訳書 p.5)。そして彼は、このセンスメーカーキングのきっかけとして、曖昧性と不確実性を挙げている。曖昧性の場合、人はあまりに多くの解釈に混乱する（つまり、同時にいくつもの異なる解釈が許容されている）のでセンスメーカーキングに取り組み、また不確実性の場合、人はどのような解釈も思いつかない（つまり、無知や不正確な推量）ためにセンスメーカーキングに取り組むのである (Weick, 1995, 訳書 pp.124~128)。また、彼によれば、センスメーカーキングは社会的プロセスであり、話、言説、会話に多くの注意を払う必要があるという。なぜなら、それらこそ多くの社会的接触を媒介する方法だからである (Weick, 1995, 訳書 pp.56)。さらに、組織は独自の言語とシンボルを有しているので、それがセンスメーカーキングに重要な影響を及ぼすともしている (Weick, 1995, 訳書 p.4)。

そもそも、Weick (1995) は組織を「ルーティンを相互に結びつける集主観性、解釈を相互に強化する間主観性、そしてこれら 2 種類の形態の間を行き来する運動、を継続的なコミュニケーションという手段によって結びつける社会構造である」と提起する (Weick, 1995, 訳書 p.225)。彼はこの組織観について、Wiley (1988) の研究を参考にし、特に主観性の分析レベルとして内主観性、間主観性、集主観性に注目した<sup>3)</sup>。内主観性とは、個人という分析レベルの主観性であり、このような個人的な思考、感情、意図が会話の中に統合ないし総合され、自我が「私」から「われわれ」に移行するとき、間主観的な意味が内主観的意味から立ち現れる。つまり間主観性は、コミュニケーションし合う 2 人以上の自我の交換と総合によって創発する。そして、このような相互作用によって生じた間主観性が、さらに一段上のレベルである社会構造のレベルに総合・創発されると、集主観性への移行が生じる。このレベルでは、具体的な人間、つまり主体はもはや存在しなく、背後に退いてしまう<sup>4)</sup>。したがって、社会構造は、具体的で個性化された自我ではなく、集的な自我、つまり相互に互換可能なパーツ（役割を引き受ける人やルールに従う人）を暗示しているのである (Weick, 1995, 訳書 p.97)。



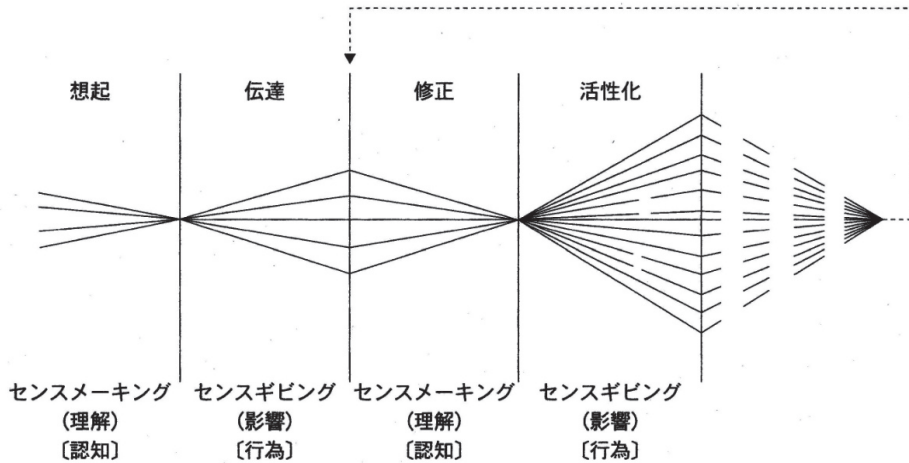
このことを基盤として、Weick (1995) は組織におけるセンスメーカーの特徴として、「前提コントロールや人的互換性を確保するために、集主観性が常に働いていること」を挙げている (Weick, 1995, 訳書 p.225)。つまり、「組織的」と言える行為の重要なポイントは、それが孤独なものではなくて社会的なものであり (Weick, 1979, 訳書 p.45)、したがって組織においては互換可能な人々の貢献によってパターンが維持されるように集主観性のコントロールが働いているのである。このように、彼が組織認識論の代表的研究者として考えられているのは、行為や意思決定というレベルを越えて、明示的に組織認識 (集主観性) を行為の調整源泉として取り上げたことによる (高橋, 2016, p.25)。その上で彼は、コミュニケーション活動こそ組織の本質であるとし、組織を間主観性と集主観性との間を絶えず行き来するものとして考える。つまり、間主観性の交換と解釈、および集主観性の共有された理解が発言し維持されるのは継続的なコミュニケーションがあればこそと捉えるのである。そして組織は、間主観性に固有のイノベーションと、集主観性に固有のコントロールとを調整しようとするときに生ずる緊張を上手く管理しなければならないとした上で (Weick, 1995, 訳書 pp.102~103)、コミュニケーションを通じた間主観性のイノベーションが組織認識 (集主観性) を変容させると考えているのである。つまり、組織のどこかでなされた間主観性によるイノベーションが活性化することで集主観性が変化し、変化した集主観性により新たなコントロールがはじまり、やがてはその集主観性も間主観性のイノベーションによって変化を余儀なくされるというダイナミックなセンスメーカーが展開される場として組織を捉えようとしたのである (高橋, 2016, pp.26~27)。

## (2) 組織認識と戦略形成に関わる研究枠組み

それでは、このような組織認識論の論理を用いると、どのような経営戦略研究が展開可能となるだろうか。前章では、現実の戦略プロセスにおける合理的戦略形成プロセスと学習的戦略形成プロセスの混在について議論した。それを踏まえて、経営戦略論的な枠組みとして1つ提示できるのが、組織認識の変容を通じた戦略形成プロセスについての研究である。以下では、Gioia & Chittipeddi (1991) の研究を参考にし、組織認識と戦略形成に関わる理論的展開可能性を探究してみたい。

Gioia & Chittipeddi (1991) は、組織の戦略転換 (strategic change) の始動プロセスという文脈において、「センスメーカー」と「センスギビング」という2つの概念を用いて考察を行っている<sup>5)</sup>。彼らは、センスメーカーを、「関係者集団が意図的な戦略転換の本質を理解するのに重要な枠組みを発展させようとした際の、彼らによる意味の構成と再構成」と定義し、またセンスギビングを、「組織的現実に関する望ましい再定義に向かって、他者の意味構成に影響を与えようとするプロセス」と定義している (Gioia & Chittipeddi, 1991, p.442)。そして、これら2つのプロセスが、組織内外の利害関係集団と反復的、連続的、相互作用的なやり方で生じることを示している。このことについて彼らは具体的に、戦略転換プロセスにおける4つのフェーズとして議論展開した (図表1)。1つ目は、「想起 (enbisioning) フェーズ」である。これは、戦略家 (戦略構想グループ) によるセンスメーカーの取り組みであり、戦略家が組織に対するいくつかの指針的ビジョンを創造することによって新しい状況への意味づけを模索する段階である。2つ目は、「伝達 (signaling) フェーズ」である。これは、戦略家によるセンスギビングの取り組み

図表 1 戦略転換の始動に関わるプロセス



出所) Johnson et al. (2007), 訳書 p.197.

であり、組織の利害関係集団に新たなビジョンを伝えようと試みる段階である。3つ目は、「修正 (re-visioning) フェーズ」である。これは、利害関係集団によるセンスメーカーの取り組みであり、彼らはその提示されたビジョンの意味を理解し、彼ら自身の理解を修正しようとする段階である。4つ目は、「活性化 (energizing) フェーズ」である。これは、利害関係集団によるセンスギビング取り組みであり、彼らは提案されたビジョンに反応し、その実現された形式に影響を与えようと試みる段階である。またそれは、ビジョンに向けた行為への全組織的なコミットメントの発生とコミュニケーションによって特徴づけられるステージでもある (また図表中のフィードバックループは、様々な利害関係集団のセンスギビング活動が、戦略家側で支持されたビジョンに対するいくつかの修正 (修正フェーズ) を導くということも示している)。

まとめると、Gioia&Chittipeddi (1991) の研究が明らかにしたのは、センスメーカー (複雑な戦略状況の新しい理解に到達するための解釈に関わる認知プロセス) とセンスギビング (他者のセンスメーカーに影響を与えることを目的とした行為志向のプロセス) によって表現された二重性であり、そして戦略家が自身の戦略転換のアイデアに関して最終的な支持を得るには、既存の解釈スキーマの認知的再配列が必要だということである (Johnson et al., 2007, 訳書 pp.199~202)。

以上、Gioia&Chittipeddi (1991) はセンスメーカーとセンスギビングの2つの概念を用いて、上述の Weick (1995) が提起したコミュニケーションを通じた間主観性のイノベーションが組織認識 (集主観性) を変容させるプロセスを議論展開したと言える。このプロセスを通じてこそ、組織の戦略形成がなされるということであり、つまり組織認識の変容によって、その後の戦略的意思決定や戦略的行為がなぜそのような方向性になったのか探究することができるだろう。したがって、合理的に戦略を策定するにせよ、学習的に戦略が形成されるにせよ、組織認識に焦点化しなければ、組織においてなぜそのような戦略が形成されていったのかについて真に明らかにすることはできないのである。



#### IV. 組織認識論的経営戦略研究の事例

それでは、このような組織認識論の考え方に基づいた経営戦略研究として、以下で2つの戦略事例を用いつつ明らかにする。これら2つの事例は、元々は組織認識論的な探究はなされていないので、前章での議論を踏まえて以下で再考してみたい。

##### (1) Regner (2003) によるニコレットの新戦略創造に関する事例

ここでは、Regner (2003) によって提示されたスウェーデンの Pharmacia 社による禁煙補助剤ニコレットの新戦略創造の事例 (Regner, 2003, pp.62~76) を検討する。具体的には、同社の事例で特に取り扱う問題は、喫煙停止製品の開発と、その後の OTC (over the counter: 処方箋なしの店頭販売) と顧客健康管理の問題である。この背景として、元々は、スウェーデン海軍からの要請に基づき (そこでは、潜水艦内での喫煙という問題を持っていた)、Leo 社 (後に Pharmacia 社の一部となる) の研究者が、喫煙の代替製品に関心を持つようになり、研究を始めたものである。しかしながら、Pharmacia 社のトップ・マネジメント、さらには製薬業界においては、一般に、ニコチンが製薬に属さない習慣性のものであると考えていたので、当初その問題に関して特に関心を持つことはなかった。しかし結局は、その目的に打ち込んだグループ (下位マネジャーや研究者) により研究は続けられ、その後、彼らは喫煙停止ブランド (ニコレット: Nicorette) を開発し、それは世界的に最も大きな顧客健康管理のひとつになったのである。

以下、組織認識論的経営戦略研究の観点から詳細に考察してみると、Pharmacia 社の下位マネジャーや研究者の意識・行動は、喫煙停止のための新しいテクノロジー、新しい市場、新しい規制、そしてその後の OTC 市場に向けて外向きに働いていた。そのために、下位マネジャーは、「カンファレンスに行き、話し、世界中飛び回った」と述べている。その中で下位マネジャーや研究者は、アイデアを発展させ、そして顧客製品市場や OTC 規制についての知識を探究していった (**想起フェーズ**)。また彼らは、観察と経験に基づく理解を展開していったのである。その後には、彼らは、新たな知識構造を確立するために苦心している。ある下位マネジャーは次のように述べている。「私たちは、自分たちのアイデアを他者に納得させるために、一生懸命に説得しなければならなかった。他者が OTC を理解するまでに、その重要性を説明するのに非常に長い期間がかかった」。

それに対して、同社のトップ・マネジメントは、下位マネジャーと比較して完全に異なる特性を示していた。トップ・マネジメントの意識・行動は、公式的産業レポートや文書を重視し、また狭義の市場開発に向けられていて、彼らは現行のテクノロジーや市場を築き上げ、これらへの投資や展開を強調していた。また、彼らの経験は、今までの戦略への関連 (すなわち、処方箋ありの製薬製品) に基づいていた。トップ・マネジメントにとって、処方箋ありの製薬は高マージンをもたらす一方で、OTC 製品でのマージンは、かなり低いものであると理解されていた。しかし、このような OTC の製品は、実際は資本回転率が実質的に高いので、しばしばより収益性の高いものになりうる。このことに関して、あるマネジャーは、次のように述べている。「トップは、マージンに基づく視点に固着していた。私が単に強調したのは、資本回転率の考慮と収益性分析を行なうべきということである。私がこの数字を提示したとき、トップの人々は、みんな驚いていた」 (**伝達フェー**

ズ)。また、トップ・マネジメントは、現行の知識構造を強調する傾向にあった。あるマネジャーは次のように述べている。「これらの顧客志向の製品（喫煙停止と OTC の製品）は、製薬業界では十分に詳しく考慮されていない。それらは低いマージンであり、よりマーケティングの努力も必要である。よって、この業界では風変わりなものであった」。

以上のように、Pharmacia 社における下位マネジャーとトップ・マネジメントでは意識・行動に関する違いがあったが、このことは、下位マネジャーとトップ・マネジメントの考え方の不一致を引き起こし、継続的なコンフリクトを生み出すこととなっていた。さらに、同社では、このような激しいコンフリクトの結果、ニコレット製品に関わる戦略展開を棄却する提案さえもあったという。OTC ユニットの 1 人のマネジャーは、このコンフリクトに関して次のように述べている。「(私たちにとって) 反対は信じられないものであった。私たちは、初めは(同社にとって) のけ者として見られていた」。しかしながら、同社内におけるトップ・マネジメントと下位マネジャーによる度重なる相互作用を通じて、トップ・マネジメントが次第に当該戦略問題に対して強い認識を持っていった結果 (**修正フェーズ**)、最終的に Pharmacia 社としての新たな戦略創造を引き起こすこととなったのである (**活性化フェーズ**)。

このように、Pharmacia 社の下位マネジャーや研究者が推し進めた新たな戦略問題は、企業全体のものへと発展・推進させることとなり、そして特に、いくつかの決定的なイベント（その中でも特に、ニコレット開発マネジャーによる OTC 製品の高い資本回転率から得られる高収益性の提示）は、トップ・マネジメントの既存の認識を変容させ、新たな戦略創造を引き起こす重大な契機となったのである。

## (2) Kim & Mauborgne (2005) による米国警察の戦略転換に関する事例

ここでは、Kim & Mauborgne (2005) によって提示された 1990 年代におけるビル・ブラッドンによるニューヨーク市警察の戦略転換の事例 (Kim & Mauborgne, 2005, 訳書 pp.202~203) を検討する。具体的には、ニューヨークの街中での度重なる犯罪が横行していた状態から、アメリカで最も安全な大都市へと変貌させたという事例である。ブラッドンは、それを実現するに当たり、「重犯罪の取り締まりの重視」既存の市警察の戦略行動を、「身の回りの犯罪（軽犯罪）の防止に力を入れる」という新たな戦略行動へと転換を図ったのである。その 1 つとしてまず着手したのが、地下鉄の安全化であった。

以下、組織認識論的経営戦略研究の観点から詳細に考察してみると、ブラッドンが就任する以前の警察は、「市民の安全のための重犯罪の取り締まり」に関連した組織認識を基盤として自分たちの仕事を行っていたので、市民がどれほど悲鳴を上げようとも、「ニューヨークの重罪のうち地下鉄内で発生するのはたったの 3% にすぎない」と捉えてさほど重要視していなかった。しかしニューヨークの地下鉄はひどく恐れられ、「動く下水道」という有り難くない異名をとっていて、それによって市民が乗車を避けたため、地下鉄の収入は急減していた。それをブラッドンは問題視したのである (**想起フェーズ**)。そしてブラッドンが市警本部長に任命されると、市警の最高幹部や中級幹部を連日連夜、地下鉄に乗らせることで、市民が日々接する光景（無賃乗車、駅構内や車内の落書き、酔っ払いに占拠された座席など）について現実を知ってもらうように仕向けた。幹部たちはそれまで、誰も地下鉄を使っていなかったのである (**伝達フェーズ**)。このような状況を目の当たりに

させることで、重犯罪よりもむしろ身の回りの犯罪の防止に力を入れさせ（**修正フェーズ**）、市民が日々安心して生活できるようにしたのである（**活性化フェーズ**）。つまり、「市民の安全のための軽犯罪の取り締まり」に関連した新たな組織認識へと変容させたのである。

このように、警察と市民の間で生み出されている街の治安の悪さに対する認識の違いについて、ブラッドンは組織メンバーに直に体験させることを通じて理解させ、新たな組織認識を基盤とした戦略行動をつくり上げたのである。

## V. おわりに

環境変化の激しい現代において、企業の競争優位性は、長期的・持続的なものから短期的・一時的なものへと移行しているという議論も多くなされるようになってきているが（e.g., Eisenhardt & Sull, 2001; McGrath, 2013）、いずれにせよ経営戦略論研究において不変のものは、企業としていかなる戦略的意思決定を行うかということである。上記のように、既存の経営戦略論研究においては、このような戦略的意思決定プロセスの詳細な探究が行われてきた。しかしながら、より重要となるべきは、「当該組織において、なぜそのような戦略的意思決定がなされたのか（なぜそのような戦略が生み出されたのか）」ということであり、つまり本論文で言うところの戦略形成に先立つ環境認識への注目である。本論文で議論展開したのは、このような組織認識に焦点化しなければ、その戦略形成の真のトリガーを明らかにすることはできないということであり、そのために組織認識論的経営戦略研究の理論的展開可能性について考察を進めてきた。

それでは以下で、今後の研究課題について触れてみたい。まず1点目は、組織認識論研究の一層のレビューについてである。本論文では、組織認識論の代表的研究者である Weick (1995) の研究について取り上げただけで、その他の研究については触れなかった。したがって、他の組織認識論研究をレビューすることで、異なった側面からの検討も行う必要があるだろう。次に2点目は、組織認識論的経営戦略研究の理論的展開可能性についてである。これは1点目の課題と関連しているものであるが、本論文では、Gioia & Chittipeddi (1991) の研究を基盤としてその理論的探究を行っただけである。これについても、他の側面からの検討が行われるべきであろうし、それによって経営戦略研究のさらなる進展にもつながるであろう。最後に3点目は、社会心理学的な検討の必要性である。本論文においても、組織メンバー間の相互作用・社会的プロセスが議論の対象となったが、組織行動論においてよく用いられている社会心理学の概念（例えば、「多元的無知<sup>6)</sup>」（宮島, 2018）など）を考察の対象とすれば、人間心理的なところからの経営戦略研究の可能性が開けるかもしれないだろう。以上のことについて、今後の研究課題としたい。

## 謝辞

本研究は、科研費（16H03661）の助成を受けたものである。

## 脚注

<sup>1)</sup> Barney の 1991 年の論文では、VRIN フレームワークとして、4 つ目の要件に「代替不可能性（non-substitutability）」を挙げているが、この属性はその後の研究で、3 つ目の「模倣困難性」の 1 つの構成

要素に組み入れられ、新たに「組織」要件が追加されることになった。

- 2) このことに関連して、Smith (1980) や Orr (1990) は、人々の語り (narrative、story) を、話し手と聞き手の間の社会的取引 (social transactions) として捉えている。
- 3) Wiley (1988) はもう 1 つの分析レベルとして超主観性を提示しているが、Weick (1995) の組織観で中心となるのは、とりわけ間主観性と集主観性である。
- 4) 遠田 (2005) は、こういった主観性に関わる語を用いた議論は日本人には馴染みにくいといった理由から、私見、互解 (相互理解)、常識という和語を用いて同様の議論を展開している。
- 5) Gioia & Chittipeddi (1991) は、戦略転換について次のように捉え議論展開する。一般的に、転換という言葉には、組織成員の思考や行為に関する今のやり方を変える試みという意味がある。より専門的には、戦略転換という言葉には、組織が重要な機会をうまく活用できる、あるいは重大な環境の脅威に対処できるようにするために、現在の認知や行為のモードを変える試みという意味を持っている (Gioia & Chittipeddi, 1991, p.433)。
- 6) 多元的無知とは、「集団の多くの成員が、自分自身は集団規範を受け入れていないにもかかわらず、他の成員はほとんどがその規範を受け入れていると信じている状況」を指す (宮島, 2018, p.6)。ここで言う規範は、本論文で取り上げた集主観性と同様のものとして捉えることができよう。

## 参考文献

- Ansoff, H. I. (1965), *Corporate Strategy*, McGraw-Hill. (広田寿亮訳『企業戦略論』産能大出版部、1969年)
- 青島矢一・加藤俊彦 (2003)『競争戦略論』東洋経済新報社。
- Barney, J. B. (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, Vol.17, No.1, pp.99-120.
- Barney, J. B. (2002), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage (2nd edition)*, Pearson Education. (岡田正大訳『企業戦略論：競争優位の構築と持続【上】』ダイヤモンド社、2003年)
- Burgelman, R. A. (2002), *Strategy Is Destiny*, The Free Press. (石橋善一郎・宇田理監訳『インテルの戦略：企業変貌を実現した戦略形成プロセス』ダイヤモンド社、2006年)
- Eisenhardt, K. M. & Sull, D. N. (2001), "Strategy as Simple Rules", *Harvard Business Review*, Vol.79, no.1, pp.106-116. (スコフィールド素子訳「シンプル・ルール戦略」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』第26巻第5号、pp.94~109.
- 遠田雄志 (1998)『グッバイ！ミスター・マネジメント：ゴミ箱理論、ワイク理論のすすめ』文真堂。
- 遠田雄志 (2001)「訳者まえがき」カール・E・ワイク (遠田雄志・西本直人訳)『センスメーカー・イン・オーガニゼーションズ』文真堂、pp. i ~ ii .
- 遠田雄志 (2005)『組織を変える〈常識〉：適応モデルで診断する』中公新書。
- Gioia, D. A. & Chittipeddi, K. (1991), "Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation", *Strategic Management Journal*, Vol.12, No.6, pp.433-448.
- Hambrick, D. C. (2004), "The Disintegration of Strategic Management : it's time to consolidate our gains", *Strategic Organization*, Vol.2, No.1, pp.91-98.
- 星和樹 (2007)「戦略論研究における論点の変容」『経営行動研究年報』第16号、pp.94~98.
- Huff, A. S. & Reger, R. K. (1987), "A Review of Strategic Process Research", *Journal of Management*, Vol.13, No.2, pp.211-236.
- 石井淳蔵・奥村昭博・加護野忠男・野中郁次郎 (1996)『経営戦略論【新版】』有斐閣。
- Johnson, G., Langley, A., Melin, L. & Whittington, R. (2007), *Strategy as Practice : Research Directions and*

- Resources*, Cambridge. (高橋正泰監訳『実践としての戦略』文眞堂、2012年)
- Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005), *Blue Ocean Strategy*, Harvard Business School Press. (有賀裕子訳『ブルー・オーシャン戦略：競争のない世界を創造する』ランダムハウス講談社、2005年)
- McGrath, R. G. (2013), *The End of Competitive Advantage : How to keep Your Strategy Moving as Fast as Your Business*, Harvard Business Review Press. (鬼澤忍訳『競争優位の終焉：市場の変化に合わせて、戦略を動かし続ける』日本経済新聞出版社、2014年)
- Mintzberg, H. (1978), "Patterns in Strategy Formation", *Management Science*, Vol.24, No.9, pp.934-948.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. (1998), *Strategy Safari*, The Free Press. (斉藤嘉則監訳『戦略サファリ』東洋経済新報社、1999年)
- Mintzberg, H. & Waters, J. A. (1985), "Of Strategies, Deliberate and Emergent", *Strategic Management Journal*, Vol.6, pp.257-272.
- 宮島健 (2018) 「残業規範知覚と意見表明との関係における心理的安全風土の調整効果」『組織科学』第52巻第2号、pp.4~17.
- 奥村昭博 (1989) 『経営戦略』日経文庫.
- Orr, J. E. (1990), "Sharing Knowledge, Celebrating Identity : Community Memory in a Service Culture", in Middleton, D. and Edwards, D. (ed.), *Collective Remembering*, Sage, pp.169-189.
- 大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田智 (1997) 『経営戦略：創造性と社会性の追求』有斐閣アルマ.
- 大月博司・中條秀治・犬塚正智・玉井健一 (1999) 『戦略組織論の構想』同文館.
- Pascale, R. T. (1990), *Managing on the Edge*, Simon & Schuster. (崎谷哲夫訳『逆説のマネジメント』ダイヤモンド社、1991年)
- Porter, M. E. (1980), *Competitive Strategy*, The Free Press. (土岐坤・中辻萬治・服部照夫訳『競争の戦略』ダイヤモンド社、1982年)
- Rajagopalan, N. & Spreitzer, G. M. (1996), "Toward a Theory of Strategic Change : A Multi-lens Perspective and Integrative Framework", *Academy of Management Review*, Vol.22, No.1, pp.48-79.
- Regner, P. (2003), "Strategy Creation in the Periphery: Inductive Versus Deductive Strategy Making", *Journal of Management Studies*, Vol.40, No.1, pp.57-82.
- Schwenk, C. R. (1988), *The Essence of Strategic Decision Making*, D.C.Heath and Company. (山倉健嗣訳『戦略決定の本質』文眞堂、1998年)
- Smith, B. H. (1980), "Narrative Versions, Narrative Theories", in Mitchell, W. J. T. (ed.), *On Narrative*, The University of Chicago Press, pp.209-232.
- 高橋量一 (2016) 『経営組織認識論考：組織認識論の世界』文眞堂.
- Van de Ven, A. H. (1992), "Suggestions for Studying Strategic Process : A Research Note", *Strategic Management Journal*, Vol.13, pp.169-188.
- Weick, K. E. (1979), *The Social Psychology of Organizing (2nd Ed.)*, McGraw-Hill. (遠田雄志訳『組織化の社会心理学【第2版】』文眞堂、1997年)
- Weick, K. E. (1995), *Sensemaking in Organizations*, Sage. (遠田雄志・西本直人訳『センスメイキング・イン・オーガニゼーションズ』文眞堂、2001年)
- Whittington, R. (2001), *What is Strategy : And Does It Matter ?*, Thomson Learning. (須田敏子・原田順子訳『戦略とは何か? : 本質を捉える4つのアプローチ』慶應義塾大学出版会、2008年)
- Wiley, N. (1988), "The Micro-Macro Problem in Social Theory", *Sociological Theory*, Vol.6, No.2, pp.254-261.

# 日本語教材で取り上げられた 日韓同形漢字語についての試論

下平 芳久  
(愛知産業大学経営学部講師)

A Study on Japanese and Korean Homographs  
Listed by Japanese Textbooks

Yoshihisa SHIMODAIRA

## →要旨

日本語教材で取り上げられた漢字語の多くは日韓同形同義語であり、韓国語を母語とする者が日本語を学習するのに有利に働くと一般に言われているのも無理はない。だが、発音は日韓で異なる。このことを学習者はしっかり自覚して学習に打ち込まなければならない。

## →キーワード

- ・ 日本語教材
- ・ 日本語能力試験 N1、N2
- ・ 日韓同形漢字語
- ・ 日韓同形同義語

## I. はじめに

日本語には大量の漢字語が含まれている。韓国語・ベトナム語も同様である。この点を踏まえて、中国語・韓国語・ベトナム語をそれぞれ母語とする者は日本語を学習するのに有利に働くと一般に言われている。筆者の教え導いた外国人留学生の大多数は長らく中華圏出身者であり、筆者自身も本格的に中国語を学習した経験がある。そのため、日中同形漢字語については高い関心を持ち、自分なりに研究を進め、その成果を授業にいかしてきた。これに対して、日韓同



形漢字語及び日越同形漢字語については、到底そこまでは到達していない状態にある。この状態を少しでも改善しようと考え、本稿の執筆を思い立った。

本稿で取り上げるのは、日本語教材で取り上げられた日韓同形漢字語である。一口に日本語教材と言っても多種多様だが、本稿では日本語能力試験受験対策用の日本語単語集である「日本語能力試験 ターゲット 2000 N2 単語」(以降「N2」と略称)「日本語能力試験 ターゲット 2000 N1 単語」(以降「N1」と略称)の二冊を選んだ。その上で、各単語集に収められた単語のうち、日本語能力試験の過去問題を分析した上で最も出現頻度が高いと編集者が明言する前半部分の 500 単語を取り上げ、合計 1000 単語を調査対象とした。

この教材を選んだ第一の理由は、単語が重要度別に分類されているため、前半部分のみに焦点を当てての効率的かつ精度の高い調査が容易であることである。もう一つの理由は、すべての単語に韓国語訳(ハングル)が付されているために日韓同形漢字語かどうかの判別が容易であることである。もっとも、この教材に書かれた韓国語訳に頼り切ったわけではなく、「朝鮮語辞典」(小学館 1993 年初版発行)及び「小学館日韓辞典」(小学館 2008 年初版発行)などをも活用したことを強調しておく。

本稿は、これら 1000 単語の中から日韓同形漢字語、その中でも特に同義語に焦点を当て、その上で分析を試みることを主旨とする。なお、単語の取り上げ箇所を示すのに、例えば「選手」【「N2」(224)】、「現象」【「N1」(49)】のような表記方法を用いた。これは、「選手」が「N2」の 224 番目の単語、「現象」が「N1」の 49 番目の単語として取り上げられていることを示している。

## II. 本稿における漢字語・同形語・同義語

本稿においては、以下の二点に注意して漢字語であるかどうかの判別を行う。第一点は、漢字語を漢字二文字以上の単語とみなすことである。日本語には音読みと訓読みが存在するが、韓国語には音読みに相当する読み方のみ存在する。したがって、漢字一文字の単語の場合、例えば次のような問題が生じる。「数」という単語を見た時、「すう」と音読みするならばこれは日韓同義語と言えるが、「かず」と訓読みするならば日韓同義語と言えるかどうかは判然としないと考えるのが自然である。しかし、両者ともに漢字では「数」と表記するために、この点を強調するなら、「かず」も日韓同義語と言えることになってしまう。しかも、「数」【「N2」(41)】は、「すう」ではなくて「かず」の方である。漢字二文字以上の単語とすれば、少なくとも今回の調査に限っては、こういった問題が回避できる。第二点は、送り仮名などの平仮名を含むものは原則として漢字語とはみなさないことである。例えば、「組み合わせ」【「N2」(221)】、「案の定」【「N1」(218)】である。ただし、その平仮名を削除しても一つの単語若しくはそれに近いものとして成立するものは漢字語とみなした。「非常に」【「N2」(58)】、「意外と」【「N1」(469)】の二語がこれに該当する。加えて、教材では平仮名では書かれていても漢字のみで表し得るものは漢字語とみなした。例えば、「結構」と表記できる「けっこう」【「N1」(440)】がこれに該当する。

次に、本稿においては、日本語単語の訳語をハングルから漢字に表記変換して同形語であるかどうかの判別を行う。韓国においては漢字の字体は日本と違い旧字体を用いるが、字体の異なりは考慮に入れない。なお、「効」「予」はハングルから漢字に表記変換するとそれぞれ「效」「豫」となるが、これは字体が異なるものと見なす。

さらに、本稿においては、例文に用いられた単語の意味に焦点を当てて同義語かどうかの判別を行う。したがって、単語と単語の間に横たわる全体的な意味のずれには拘泥しない。

### Ⅲ. N2 に属する漢字語の分類と分析

N2 に属する 500 単語のうち、漢字語は 268 単語あると判断した。その 268 単語を四領域に分類した。(1)「音読みの漢字語で日韓同形同義語」、(2)「訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓同形同義語」、(3)「音読みの漢字語で日韓異形語及び日韓同形異義語」、(4)「訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓異形語」である。以下、それぞれについて分析する。

#### (1)音読みの漢字語で日韓同形同義語

取り上げられている順に「筆者」【「N2」(6)】、「需要」【「N2」(498)】まで合計 228 語ある。ページの都合上、これら 2 語以外の掲載は割愛した。

#### (2)訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓同形同義語

取り上げられている順に「役割」【「N2」(229)】、「割引」【「N2」(338)】、「行方」【「N2」(436)】、「父親」【「N2」(478)】の合計 4 語ある。「割引」「父親」は訓読み、「役割」は重箱読み、「行方」は熟字訓の漢字語である。

#### (3)音読みの漢字語で日韓異形語及び日韓同形異義語

取り上げられている順に「友人」【「N2」(54)】、「様子」【「N2」(100)】、「一生懸命」【「N2」(109)】、「小学生」【「N2」(159)】、「次第」【「N2」(177)】、「非常」【「N2」(241)】、「今回」【「N2」(249)】、「先日」【「N2」(260)】、「不思議」【「N2」(275)】、「余計」【「N2」(326)】、「欠点」【「N2」(327)】、「返事」【「N2」(332)】、「一方」【「N2」(347)】、「工夫」【「N2」(348)】、「真剣」【「N2」(362)】、「感心」【「N2」(395)】、「我慢」【「N2」(396)】、「調子」【「N2」(398)】、「段々」【「N2」(402)】、「丁寧」【「N2」(419)】、「喫茶店」【「N2」(442)】、「絵本」【「N2」(443)】、「文句」【「N2」(452)】、「同様」【「N2」(461)】の合計 24 語ある。「工夫」は韓国語においては「勉強」を意味する。「非常」は韓国語においては日本語の「とても」の意味を含まない。「一方」は韓国語においては日本語の「～一方で」の意味を含まない。「真剣」は韓国語においては日本語の「まじめ」の意味を含まない。よって、これらは日韓同形異義語とみなしうる。また「不思議」は韓国語においては「不可思議」であり、「欠点」は韓国語においては「缺点」である。これらは日韓異形語とみなしうる。

#### (4)訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓異形語

取り上げられている順に「相手」【「N2」(1)】、「昼寝」【「N2」(11)】、「大声」【「N2」(84)】、「物事」【「N2」(130)】、「今朝」【「N2」(140)】、「恋人」【「N2」(154)】、「後程」【「N2」(195)】、「苦手」【「N2」(198)】、「割合」【「N2」(256)】、「日付」【「N2」(285)】、「次々」【「N2」(412)】、「我々」【「N2」(471)】の合計 12 語ある。「今朝」は熟字訓の漢字語である。これ以外の 11 語はすべて訓読みの漢字語である。

(1)と(2)はともに日韓同形同義語であり、合計 232 語である。N2 に属する合計 500 の単語に占める割合を計算すると 46.4%となる。だが、N2 に属する合計 268 の漢字語に占める割合となると、約 86.6%に数値がはねあがる。

#### IV. N1 に属する漢字語の分類と分析

N1 に属する 500 単語のうち、漢字語は 333 単語あると判断した。その 333 単語を N2 と同様に四領域に分類した。以下、それぞれについて分析する。

##### (1)音読みの漢字語で日韓同形同義語

取り上げられている順に「開発」【「N1」(2)】、「個性」【「N1」(496)】まで合計 291 語ある。ページの都合上、これら 2 語以外の掲載は割愛した。

##### (2)訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓同形同義語

取り上げられている順に「葉書」【「N1」(138)】、「大幅」【「N1」(144)】、「人影」【「N1」(305)】、「親子」【「N1」(306)】、「黒字」【「N1」(315)】、「手配」【「N1」(325)】、「赤字」【「N1」(366)】の合計 7 語ある。「葉書」「大幅」「人影」「親子」は訓読み、「黒字」「手配」「赤字」は湯桶読みの漢字語である。

##### (3)音読みの漢字語で日韓異形語及び日韓同形異義語

取り上げられている順に「口論」【「N1」(97)】、「欠如」【「N1」(154)】、「突如」【「N1」(160)】、「短大」【「N1」(181)】、「口調」【「N1」(275)】、「亭主」【「N1」(277)】、「同士」【「N1」(280)】、「始末」【「N1」(290)】、「流儀」【「N1」(375)】、「歩数」【「N1」(400)】、「本番」【「N1」(414)】、「結構」【「N1」(440)】、「従順」【「N1」(442)】、「意地」【「N1」(476)】の合計 14 語ある。

##### (4)訓読み・重箱読み・湯桶読み・熟字訓の漢字語で日韓異形語

取り上げられている順に「若者」【「N1」(19)】、「湯水」【「N2」(125)】、「口元」【「N1」(157)】、「三日月」【「N1」(162)】、「手際」【「N1」(163)】、「間柄」【「N1」(187)】、「親孝行」【「N1」(199)】、「指図」【「N1」(229)】、「枠内」【「N1」(327)】、「夕闇」【「N1」(329)】、「宝籤」【「N1」(332)】、「本場」【「N1」(342)】、「身近」【「N1」(349)】、「客間」【「N1」(350)】、「人柄」【「N1」(359)】、「世間話」【「N1」(368)】、「小銭」【「N1」(382)】、「問屋」【「N1」(407)】、「目印」【「N1」(480)】、「偽物」【「N1」(487)】、「献立」【「N1」(491)】の合計 21 語ある。「本場」「客間」「献立」は重箱読み、「指図」は湯桶読みの漢字語である。「親孝行」は訓読みの「親」と音読みの漢字語「孝行」から、「世間話」は音読みの漢字語「世間」と訓読みの「話」からそれぞれ合成された漢字語である。だが、結果として前者は湯桶読みの漢字語、後者は重箱読みの漢字語の体を成しているため、ともにこの領域に分類した。これら以外の 15 語はすべて訓読みの漢字語である。

(1)と(2)はともに日韓同形同義語であり、合計 298 語である。N1 に属する合計 500 の単語に占める割合を計算すると 59.6%となる。だが、N1 に属する合計 333 の漢字語に占める割合となると、約 89.5%に数値がはねあがる。

さらに N2 と N1 を合計してみると、次のような結果となる。日韓同形同義語は合計 530 語である。N2 と N1 に属する合計 1000 の単語に占める割合を計算すると 53.0%となる。だが、N2 と N1 に属する合計 601 の漢字語に占める割合となると、約 88.2%に数値がはねあがる。こうして見ると、N2 と N1 に属する漢字語の大多数は日韓同形同義語であり、この数字を見る限り、韓国語を母語とする者が日本語を学習するのに有利に働くと一般に言われているのも無理はない。

## V. 分類と分析の図式化

N2 及び N1 に属する漢字語の分類と分析の結果を統計的に図式化すると以下ようになる。

図表 1

N2

| 非漢字語                       | 漢字語     |      |         |    |
|----------------------------|---------|------|---------|----|
|                            | 同義語     |      | 異義語     |    |
| 232                        | (1)     | 228  | (3)     | 24 |
|                            | (2)     | 4    | (4)     | 12 |
|                            | (1)+(2) | ※232 | (3)+(4) | 36 |
| 268 【※232 ÷ 268 = 約 86.6%】 |         |      |         |    |
| 500 【※232 ÷ 500 = 46.4%】   |         |      |         |    |

図表 2

N1

| 非漢字語                       | 漢字語     |      |         |    |
|----------------------------|---------|------|---------|----|
|                            | 同義語     |      | 異義語     |    |
| 167                        | (1)     | 291  | (3)     | 14 |
|                            | (2)     | 7    | (4)     | 21 |
|                            | (1)+(2) | ※298 | (3)+(4) | 35 |
| 333 【※298 ÷ 333 = 約 89.5%】 |         |      |         |    |
| 500 【※298 ÷ 500 = 59.6%】   |         |      |         |    |

図表 3

N2+N1

| 非漢字語                     | 漢字語                      |      |         |    |
|--------------------------|--------------------------|------|---------|----|
|                          | 同義語                      |      | 異義語     |    |
| 399                      | (1)                      | 519  | (3)     | 38 |
|                          | (2)                      | 11   | (4)     | 33 |
|                          | (1)+(2)                  | ※530 | (3)+(4) | 71 |
|                          | 601 【※530÷601 = 約 88.2%】 |      |         |    |
| 1000 【※530÷1000 = 53.0%】 |                          |      |         |    |

## VI. 発音の面から見た同義語の日韓比較

N2 と N1 に属する単語のうち過半数は漢字語であり、しかもそれら漢字語の大多数は日韓同形同義語であることが統計的にわかったが、語学教育の面から見ると、これでピリオドとするわけにはいかない。日本語と韓国語とでは発音体系が大きく異なっており、日本語を学ぶ韓国語話者は同義語の習得するに際して、どのような点に気をつけなければならないのかを明らかにする必要があるからである。そこで、N2 と N1 に最初の部分に取り上げられた 10 個の同義語に焦点を当てて、発音の比較を行ってみる。漢字語と漢字の間には空白を置き、それに伴いそれに相当する仮名、ローマ字、ハングルの間にも空白を置いた。なお、ハングルのローマ字表記は筆者独自のものを用いた。

図表 4

N2 の同義語と発音

| 発音漢字 | 仮名(日本語) | ローマ字(韓国語) | ハングル(韓国語) | 取り上げ箇所   |
|------|---------|-----------|-----------|----------|
| 筆者   | ひっ しゃ   | phil ja   | 필 자       | 「N2」(6)  |
| 行動   | こう どう   | heng dong | 행 동       | 「N2」(8)  |
| 方法   | ほう ほう   | pang bop  | 방 법       | 「N2」(9)  |
| 理由   | り ゆう    | i yu      | 이 유       | 「N2」(12) |
| 調査   | ちょう さ   | cho sa    | 조 사       | 「N2」(13) |
| 内容   | ない よう   | ne yong   | 내 용       | 「N2」(15) |
| 消費   | しょう ひ   | so bi     | 소 비       | 「N2」(17) |
| 適当   | てき とう   | chok dang | 적 당       | 「N2」(19) |
| 睡眠   | すい みる   | su myon   | 수 면       | 「N2」(20) |
| 発表   | はっ ぴょう  | pal phyo  | 발 표       | 「N2」(21) |

図表 5

N1 の同義語と発音

| 漢字  | 仮名(日本語) | ローマ字(韓国語)   | ハングル(韓国語) | 取り上げ箇所   |
|-----|---------|-------------|-----------|----------|
| 開発  | かい はつ   | kel bal     | 개 발       | 「N1」(2)  |
| 個性  | こ せい    | ke song     | 개 성       | 「N1」(3)  |
| 成果  | せい か    | song gwa    | 성 과       | 「N1」(4)  |
| 世代  | せ だい    | se de       | 세 대       | 「N1」(5)  |
| 学部  | がく ぶ    | hak bu      | 학 부       | 「N1」(6)  |
| 微生物 | び せい ぶつ | mi seng mul | 미 생 물     | 「N1」(8)  |
| 予想  | よ そう    | ye sang     | 예 상       | 「N1」(9)  |
| 機能  | き のう    | ki nung     | 기 능       | 「N1」(11) |
| 乳児  | にゅう じ   | yu a        | 유 아       | 「N1」(12) |
| 把握  | は あく    | pha ak      | 파 악       | 「N1」(13) |

上の中で、日韓の発音がよく似ているのは「調査」【「N2」(13)】の 1 語であり、「理由」【「N2」(12)】「学部」【「N1」(6)】「把握」【「N1」(13)】の 3 語がかなり似ている。それ以外の 16 語についてはどことなく似ているという程度にとどまっていると思われる。韓国語には閉音節が豊富にあるが日本語には閉音節が極めて少ない。韓国語には長音と短音の区別がほぼないが日本語にはある。韓国語の語頭には濁音が来ないが日本語には来る。韓国語には子音の“r”と“l”の区別があるが、日本語にはない。これらの発音規則の違いが 20 語の中にはっきりと表れているのが看取できる。

## VII. 演習問題の例

上記の知見を活かして演習問題を作るとしたら、どのようなものになるだろうか。その具体例を提示してみたいと思う。工夫したポイントは、選択肢の中に韓国語の発音を想起させるものを取り入れている点である。あくまでも韓国語話者を想定してはいるため、それ以外の学習者には必ずしも適しているわけではないことに注意したい。

### 演習問題 I <N2>

次の「(1)」～「(10)」の各語彙について、正しい読み方を①～④から一つ選びなさい。

- (1) 筆者 ①ひっしゃ ②ひつしゃ ③ぴっしゃ ④びつじゃ
- (2) 行動 ①こうどん ②こうどう ③へんどう ④へんどん
- (3) 方法 ①ほうほう ②ほうぼう ③はっぼう ④ぼうほう
- (4) 理由 ①りゆ ②いゆ ③りゆう ④いゆう
- (5) 調査 ①ちょさ ②じよさ ③ちょうさ ④じょうさ
- (6) 内容 ①ねよん ②ねよう ③ないよん ④ないよう



- (7) 消費 ①そひ ②そび ③しょうひ ④しょうび  
 (8) 適当 ①てきとう ②てきどう ③ちよくとう ④ちよくどう  
 (9) 睡眠 ①すみん ②すいみん ③すみよう ④すいみよう  
 (10) 発表 ①はつびょう ②はつびょう ③はるびょう ④ばるびょう

## 演習問題Ⅱ<N1>

次の「(1)」～「(10)」の各語彙について、正しい読み方を①～④から一つ選びなさい。

- (1) 開発 ①けはつ ②けばつ ③かいはつ ④かいばつ  
 (2) 個性 ①けそう ②けせい ③こそう ④こせい  
 (3) 成果 ①せいか ②せいが ③そうか ④そうが  
 (4) 世代 ①せて ②せで ③せたい ④せだい  
 (5) 学部 ①がくぶ ②がくぷ ③はくぶ ④はくぷ  
 (6) 微生物 ①ひせいぶつ ②びせいぶつ ③びせいぶつ ④みせいぶつ  
 (7) 予想 ①えそう ②よそう ③えさん ④よさん  
 (8) 機能 ①きぬ ②きぬう ③きの ④きのう  
 (9) 乳児 ①ゆあ ②にゅうあ ③ゆうじ ④にゅうじ  
 (10) 把握 ①はく ②はあく ③ばあく ④ばあく

## Ⅷ. まとめと補足

繰り返しになるが、N2 と N1 に属する漢字語の大多数は日韓同形同義語であり、この数字を見る限り、韓国語を母語とする者が日本語を学習するのに有利に働くと一般に言われているのも無理はない。だが、日韓の発音がよく似ている或いはかなり似ている日韓同形同義語は意外と少なく、多くのものはどことなく似ているという程度にとどまっていると思われる。

韓国語話者はこの点をしっかり自覚して学習に打ち込まないと、本稿の演習問題Ⅰ、演習問題Ⅱのような問題を前にした時、正答が導き出せないという事態になりかねない。これは平たく言えば、「漢字語の意味は見てわかるけど、ちゃんとした発音は身につけていない」という、中国語話者と共通する一般的特徴を示すものでもある。教師は、この一般的特徴についてしっかり把握するのが望ましいと思う。そして、できれば日韓更には日中同形同義語の発音が具体的にどの程度似ているのか、どの程度異なっているのかについて強い関心を持つのが望ましいとも思う。それは、中国語話者の学習者には日常的に向き合っていない教師についても当てはまる。言うまでもなく、漢字の自家は中国語だからである。

そこで最後に、補足として、N2とN1に最初の部分に取り上げられた10個の同義語に焦点を当てて、日韓中三言語間の発音の比較を行ってみる。漢字語と漢字の間には空白を置き、それに伴いそれに相当する仮名、ローマ字の間にも空白を置いた。中国語のローマ字表記はピンインを用いたが、アクセントを表す声調符号は省略した。

このうち、「学部」【「N1」(6)】のみは日中異形漢字語であり、中国語では「院」または「系」が相当する。ここでは「院」のローマ字表記のみを記した。また、「予」の漢字表記については、韓国語では「豫」になるが、中国語では「預」(簡体字「预」)になる。この二点についても表中に明記した。

この表を見て、一つ一つの漢字語を日韓中三言語の発音規則にしたがって音読していくと、その発音の違いに愕然とせざるを得ない。それをプラスの学習意欲へと変えていけるよう、教師は努力を怠らないようにするべきではないだろうか。

図表 6

N2 の同義語と発音

| 漢字 | 仮名(日本語) | ローマ字(韓国語) | ローマ字(中国語) | 取り上げ箇所   |
|----|---------|-----------|-----------|----------|
| 筆者 | ひっ しゃ   | phil ja   | bi zhe    | 「N2」(6)  |
| 行動 | こう どう   | heng dong | xing dong | 「N2」(8)  |
| 方法 | ほう ほう   | pang bop  | fang fa   | 「N2」(9)  |
| 理由 | り ゆう    | i yu      | li you    | 「N2」(12) |
| 調査 | ちょう さ   | cho sa    | diao cha  | 「N2」(13) |
| 内容 | ない よう   | ne yong   | nei rong  | 「N2」(15) |
| 消費 | しょう ひ   | so bi     | xiao fei  | 「N2」(17) |
| 適当 | てき とう   | chok dang | shi dang  | 「N2」(19) |
| 睡眠 | すい みる   | su myon   | shui mian | 「N2」(20) |
| 発表 | はっ ぴょう  | pal phyo  | fa biao   | 「N2」(21) |

図表 7

N1 の同義語と発音

| 漢字  | 仮名(日本語) | ローマ字(韓国語)   | ローマ字(中国語)    | 取り上げ箇所   |
|-----|---------|-------------|--------------|----------|
| 開発  | かい はつ   | ke bal      | kai fa       | 「N1」(2)  |
| 個性  | こ せい    | ke song     | ge xing      | 「N1」(3)  |
| 成果  | せい か    | song gwa    | cheng guo    | 「N1」(4)  |
| 世代  | せ だい    | se de       | shi dai      | 「N1」(5)  |
| 学部  | がく ぶ    | hak bu      | yuan<院>      | 「N1」(6)  |
| 微生物 | び せい ぶつ | mi seng mul | wei sheng wu | 「N1」(8)  |
| 予想  | よ そう    | ye sang     | yu<預> xiang  | 「N1」(9)  |
| 機能  | き のう    | ki nung     | ji neng      | 「N1」(11) |
| 乳児  | にゅう じ   | yu a        | ru er        | 「N1」(12) |
| 把握  | は あく    | pha ak      | ba wo        | 「N1」(13) |

## 参考資料

大野敏明著『日本語と韓国語』文藝春秋、2002年

水谷嘉之著『漢字でわかる韓国語入門—日本人だからカンタン、読める話せる学習法』祥伝社、2004年

油谷幸利著『日韓対照言語学入門』白帝社、2005年

市吉則浩著『日本人だからできる！漢字で覚える韓国語』河出書房新社、2006年

山本貫三・朴賢雨著『韓日・日韓漢字語用例辞典』白帝社、2009年

佐藤貢悦・嚴錫仁著『日中韓同字異義小辞典』勉誠出版、2010年

兼若逸之著『韓国語の漢字語マスター—法則が分かれば語彙が増える!』HANA、2017年

# 中国の広告フレーズに使用される副詞の特徴

王 平  
(愛知産業大学講師)

## Features of Use of Adverbs in Advertisement Phrases in China

Ping WANG

### →要旨

中国の広告フレーズでは、よく副詞が使われている。広告の中で最も注目させたいテーマに程度、範囲、時間などの面で必要なハイライトを与え、伝達しようとする情報を適切に目立たせ強調する。広告言語によく使われるこのようなハイライトの役割をする副詞には、主に程度副詞、範囲副詞、時間頻率副詞、場所副詞、語気副詞が挙げられる。本研究は中国の広告表現に常用されるハイライトの役割で使用した代表的な例を挙げて検討していく。

### →キーワード

- ・ 程度副詞
- ・ 範囲副詞
- ・ 時間頻率副詞
- ・ 場所副詞
- ・ 広告の効果

## I. はじめに

広告のキャッチフレーズは広告活動と言語活動を結びつけるものである。広告のキャッチフレーズは短い表現の中でいかに分からせるかが肝心であるため、その表現中に、中国の広告用語句では、よく副詞が使われる。中国語は物事を率直に表現し、直接的、断定的な表現形式を用いる特徴がある。現代中国人の言語意識や言語心理が、むしろ、国際化しつつある時代的背景のもとで、伝統的儒教思想の影響から脱しつつあり、西洋的言語意識の自己本位や自己主張の精神に多少ながら影響され始めているのではないかと思う。

中国語表現は多くの場合論理的であり、発話者の意図を包み隠さず率直に伝え、相手に分からせるために筋道立ててはつきり説明する。言わば常に自分の立場を中心にした自己本位的な言語表現をするのである。

広告で最も注目させたいテーマに程度、範囲、時間などの面で必要的なハイライトを与え、伝達しようとする情報を適切に目立たせ強調する。広告言語によく使われるこのようなハイライトの役割をする副詞には、主に程度副詞、範囲副詞、時間頻度副詞、場所副詞、語気副詞が挙げられる。

中国の副詞は主に動詞や形容詞を修飾するのに用いられる。動作、性質や状態などの程度、肯定や否定、重複や頻度、時間、範囲、語気などを説明する。副詞は情報伝達のカギである。副詞によって文が安定し、表現しようとする事柄の度合いが示され、聞き手に安定した情報を伝えることができる。本研究はこれらの常用副詞を中国の広告表現に常用されるハイライトの役割で使用した代表的な例を挙げて検討していく。

## II. ハイライトの役割をする副詞の多用

中国語副詞の定義については、王力(1984)は、副詞を程度副詞、範囲副詞、時間副詞に分類し、「最、都、已」などの副詞を例として挙げている。朱德熙(1982)も、副詞を程度副詞、範囲副詞、時間副詞に分類し、「最、都、已」などの副詞を例として挙げている。また、朱德熙(1984)は、程度副詞として「常常、馬上、都、很、不」などの副詞も例として挙げており、話し手の心的態度を表す副詞は、日本語と同様に一般に文全体を前後から包み込む位置に置かれることを述べている。

さらに副詞の詳細な分析を行っている張友誼生(2000)は、副詞を描写性副詞、制限性副詞、評価性副詞の3つに分類し、「簡直、却、正、通常、都、很、不、一起、再、全力」など多くの副詞を例として挙げている。

相原茂(2007)は、副詞を「程度副詞、範囲副詞、頻度副詞、時間副詞、否定副詞、様態副詞、語気副詞」の七つに分類する。副詞の情報伝達について、相原(2007年)は、「副詞は情報伝達のカギ、副詞によって文は整い安定します。聞き手に安定した情報を伝えてくれる副詞なしでは文は画龍点睛を欠いてしまいます。大多数の副詞は動詞、形容詞、つまり述語の前、及び副詞の前か後ろに位置します」と述べている。

本論文では先行研究で指摘される多く広告言語によく使われる、このようなハイライトの役割をする副詞として、主に程度副詞(例:更、最、很、非常など)、範囲副詞(例:都、

就、只、尽など)、時間頻率副詞(例:常、永、常常など)、場所副詞(例:处处など)、語氣副詞(例:真正、当然など)を挙げる。そのような常用されるハイライトの役割をする副詞のうち、程度副詞(例:更、最)及び範圍副詞(例:都、就)について述べる。

## 1. 範圍副詞 「就」

まず、「就」という単語について述べる。「就」は中国語の中で極めて頻繁に使われる。副詞としての使用以外に、他の語句と結びついて、意味のそれぞれ違う語句が作り出され、使われることもある。主に時間の限定、肯定か否定、範圍と数量の限定、原因・理由と結果、距離の接近などを強調する単語として使われる。「就」を使って、表現しようとすることを強調し、喜ぶ気持ちを相手に伝えようと考えて名詞、動詞、形容詞、助詞などの前に「就」を付けると、その内容をさらに強調することになる。

また「就」は短時間である動作がなされ、その動作の進行が早い、あるいは順調であることを表したり、ある状態になることを表す。その動作が短時間のうちに行われることを表す場合は「就」を動詞の前に置く。未来形の文にも使用される。肯定を強めて唯一な存在であることを示す。あるモノとあるモノとの関係が近く、切っても切れない関係にあることを意味する。範圍を限定して、「～だけ、～しかない」を表現する。使用方法として他には、動詞句+「就」+形容詞の形がある。形容詞は動作の結果を表す。以下では、「就」を使用した代表的な広告フレーズの例を挙げて検討していく。

- ② 就是喜觀水。水が好き。(ミネラルウォーターメーカー)
- ② 愛的就是你！娃哈哈。好きなものは君だけ、ワハハ。(ワハハ飲料メーカー)
- ③ 泡的就是你統一！お湯を注げば、あなたの統一インスタントラーメン。(来一客インスタントラーメンメーカー)。
- ④ 酸酸甜甜就是我、蒙牛酸酸乳。甘くて酸っぱいサワーミルク、蒙牛のサワーミルク。(蒙牛サワーミルクメーカー)。
- ⑤ 生命就是一首狂想曲、美特斯邦威。生命は自由快活で愉快的ラプソディー。(Metersbonwe スポーツメーカー)
- ⑥ 飘柔，就是这么自信。リジョイシャンプー、自信そのもの。(リジョイシャンプーメーカー)
- ⑦ 佳雪就你值得拥有。Jiaxue、あなたが使う価値がある。(Jiaxue 化粧品メーカー)
- ⑧ 没错，我就是 M-ZONE 人。間違いない、私が“M-ZONE 人”です。(中國移動の M・ゾーンパッケージ)
- ⑨ 家就是最具有味道的地方。家こそが味がいっぱい染み込んだ場所だ。(台湾长青味全食品メーカー)
- ⑩ 理解就是沟通爱立信。理解することで通じ合うエリクソン。Telefonaktiebolaget LM Ericsson 携帯メーカー)
- ⑪ 开启“心”的方向，此刻就是盛大的庆典。心のスイッチをいれて、その瞬間から素晴らし世界が開ける。(自動車メーカー)
- ⑫ 一天营养的开始，就是可果美番茄汁。一日の栄養の始まりは、台湾カゴメのトマトジュ



ースから。(台湾可果美番茄汁公司广告 (KAGOME 台湾))

⑬男人对西服的要求, 就是女人对男人的要求。男がスーツに求めることは、女が男に求めることだ。(洋服メーカー)

⑭保护环境, 就是保护自己。環境を保護することは、自分を守ることである。(環境公共広告)

⑮喝了娃哈哈, 吃饭就是香。娃哈哈を飲めば、食欲が湧く。(ワハハ飲料メーカー)

⑯佳雪, 就是喜欢水。佳雪で水が好きになる。(CATHY ミネラルウォーターメーカー)。

⑰一嗑就开心。口入った瞬間にハッピーな気分。(お菓子メーカー)

⑱有多少南方摩托车, 就有多少动人的故事。南方オートバイがあるだけ、感動の物語がある。(オートバイメーカー)

⑲有新闻的地方就有我们。北京青年新闻周刊 (ニュースあるところに我々あり。)(北京青年ニュース週刊誌)。

⑳众里寻他千百度, 想要几度就几度。世界中何度探しても、欲しければ何度でも手に入られる、伊莱克斯冰箱。(冷蔵庫メーカー)

㉑我能经得住多大诋毁, 就能经得住多大赞美。私がどんな悪い評判にも耐えられるなら、どんな絶賛の評価にも耐えられる。(诺基亚 N9 携帯メーカー)

㉒心有多大, 舞台就有多大。こころの広さが、舞台の広さ。(中央電視台広告)

㉓牙好, 胃口就好, 身体倍儿棒, 吃嘛嘛香。(天六必治) 歯がよければ、食欲もよく、体も丈夫で、何を食べてもおいしい。(中国漢方薬メーカー 藍天六必治)

㉔自然堂, 你本来就很美。あなた元々美しい。(中国国自然堂 CHANDO 化粧品メーカー)

㉕没有买卖, 就没有杀害。売買がなければ、動物の殺害はない。(動物保護公共広告)

㉖老人家在哪, 老家就在哪。親いるところに、帰れるところあり。(公共広告)

㉗年纪大了就容易健忘, 那就干脆忘了年纪。年を取ると忘れやすくなる、いっそのこと年齢も忘れよう。(公共広告)

㉘两个人分着喝就会觉得更暖。二人で分かち合って飲むと暖かく感じる (国産お酒メーカー)

㉙如果你得了严重的肺结核, 你就能读这些文字了。もしあなたが重大な肺結核にかかっているなら、この文字が読めるでしょう。(肺結核の予防キャンペーン公共広告)

㉚我就喜欢麦当劳。私はなんてったってマクドナルドが好き。(マクドナルド)

㉛开心就要滚滚而来。喜びは次々とやって来る。(芬达 (ファンタ) 飲料メーカー)

㉜男人就该对自己狠一点。男はときには思い切って行動するべき。(セヴンブランド紳士服メーカー)

㉝百度一下, 就知道。ちょっと百度 (Baidu) すれば、すぐわかるよ。(百度 (Baidu))

以上、諸例の構成はいずれも“就+動詞(動詞短句)”。その中の“就”という一字の意味を重要視した捉え方で表現しなければならず、固くて変わらない意志を表す。この 33 例の中の“就”の確定範囲はいずれも“就”の前の事物で、強調するのはみな“就”の後の内容である。例⑥の確定範囲は“飄柔 (リジョイ)”であるが、顕著に示そうとする重点的な内

容は“是这么自信（こんなにも自信たっぷり）”という語句である。これは優れた品質を持つ“飄柔（リジョイ）”という製品を使うべきだということを暗示し、極めて強い説得力を持つ表現となっている。また、例③⑩の確定範囲は“我（私）”であり、顕著に示そうとする動作は“喜欢（好き）”で、“喜欢麦当劳（マクドナルドが好き）”を強調している。広告文としては極めて誘導性を持つ表現である。以上の広告文の中における異なる点は、「就」肯定の強調の仕方である。名詞、動詞、形容詞などの前に「就」を書き入れ、肯定を強調表現したり、ある意志や発生したこと、発生しようとしていることを強調したりする。中国語の判断句の様式は「A 是 B」である。「是」の前に「就」を書き入れたら、強調したい肯定の気持ちが強く伝わってくる。例①～⑫の動詞は“是（～だ）”という判断動詞で、“是（～だ）”は“的确、确实（確かに、本当に）”の意味があるため、後に続く内容をさらに強調することになる。例③⑩の場合、動詞は心理描写動詞の“喜欢（好き）”で“マクドナルドが好き”という気持ちを直接表している。例③⑫では、“就”の後についているのは動詞短句である。その内の“狠（思い切っして、こらえる）”は“強いて感情を抑える、思い切っして決断する”ことを表していて、全体の広告言語に極めて扇動的な意味合いを持たせる。

## 2. 程度副詞 「更」

副詞の「更」は、一般に「程度が深まること」を表すとされる。相原（2007）は「同一状況へのさらなる一步、よい状況がさらにその方向にぐんと進む場合に使います。」と述べている。また、呂叔湘（1999）では以下のような記述がある。『「更」は、程度の高まることを表す。比較的に用いる。多くはもとから一定の程度を持っている意味を含む。『更』は、元の程度からさらに進化した。』

前田（2010 p 144）では以下のように記述されている、「更の用法は、日本語の「よほど（よっぽど）或いは共通するものである」。小野（1998 p 96）は、「更は、意味的には最上級を表す」と述べている。「更」は「いっそう、ますます、さらに、ふたたび、重ねて、より高いレベルを表す意味を持つ言葉である。下の例のように、「更」が、広告フレーズに使用されることによって、商品、製品或いはサービスが以前のものと比べて、より一層素晴らしいものであることを強調していることを明確にする。「更」は相対的な程度副詞で他の状態の程度と比較してさらに高いか低いかということを表す。また比較文には「更+形容詞」は具体的な数量ではなく、不定の数量詞を置き変化を表す。「更」は一部の感情動詞を修飾することができる。使い方は形容詞と似ていて「很喜欢，很感动」と言うこともでき、「更喜欢，更感动」のようにより感情的な表現ができる。「更」を使用した代表的な広告フレーズを以下に例として挙げながら検討していく。

- ② 让我们做得更好。もっともっとベストを尽くさせて。（飛利浦（フィリップス）メーカー）
- ② 科技让你更轻松。高度な科学技術により快適に楽しめる（商務通 PDA 携帯電話メーカー）
- ③ 从更大到更好。より大きい企業から、より良い企業へ。（長虹電器メーカー）
- ④ 你能比你更快。君は君自身よりもっともっと速くなれる！（ナイキ運動靴メーカー）

- ⑤没有最好，只有更好澳柯玛。最高はない、もっと良いものがあるだけ。(Aucma スーパー)
- ⑥更多选择，更多欢笑麦当劳 より多くの選択技と、より多くの笑顔があるマクドナルド。  
(マクドナルド)
- ⑦更远，更自由和丰田一起走。より遠くへ、より自由に、一緒に走るトヨタ。(トヨタ自動車メーカー)
- ⑧ 蜕变，是成熟，更是新生。イノベーションとは、成熟であり、更には生まれ変わることである。(中国製自動車メーカー中華)
- ⑨让你更贴近！数码通。もっとあなたに寄り添うことができる数码通。(スマートーン電訊グループメーカー)。
- ⑩更省钱、更省油、更安全、更时尚、更皮实。(奇瑞新旗云)さらに節約でき、さらに省エネで、さらに安全で、さらに洗練され、さらに丈夫。(チェリーA216 自動車メーカー)
- ⑪原来生雅芳比女人更了解女人。雅芳は元々女性より女性のことがわかっている。(雅芳化粧品メーカー)
- ⑫活能更美的-美的空调。暮らしはもっと美しくできる、美的エアコン。(美的エアコンメーカー)
- ⑬原来生活可以更美的。美的空调 元々、生活はもっと美しくなる、美的エアコン。(美的エアコンメーカー)
- ⑭比世界更浪漫，比夸张更时尚。どこよりもロマンチック、どのよりも最先端で、どこよりも眼立っている。(ファッションメーカー)。
- ⑮非油炸，更健康。ノンフライで健康的。(五谷登场食品有限公司)
- ⑯我们为你想得更多。私たちはあなたのためにより多く考えています。(格力エアコンメーカー)
- ⑰我们想你的比你更多。あなた以上に我々はあなたのことを多く考えている。(神州電気メーカー)
- ⑱你能比你更快。君は君自身よりももっともっと速くなれる！(ナイキ運動靴メーカー)
- ⑲因为有我，生活更加精彩。(私がいてこそ、生活はさらに素晴らしい。(中国国家地理雑誌)

以上の諸例で分かるように、第一類：“更+形容詞” (例①～⑦)；第二類：“更+動詞短句(例⑧～⑪)” のような、二種類の構成がある。“貼近”には、二つの意味がある。一つ目は(動詞)緊緊地挨近(くっつく)、接近する。二つ目は(形容詞)親近(親しい)。この例⑨の場合、全社の“貼近”の意味と考えることもできれば、後者の“貼近”と考えることもできる。例⑩の場合、“更省钱(より無駄金無し)、更省油(より燃料節約)”は、二つ目の“貼近”に属すが、“更安全(より安全)、更时尚(より現代風)、更皮实(より丈夫で強い)”は、一つ目の“貼近”に属す。形式上、やや違いがあるが、“更”は“比較”関係に使い、元来持っていた程度よりも、その程度がより増加する意味を表すので、広告用語句では、今回の特定の製品或はサービスは以前のものと比べて、より一層素晴らしいものであることを強調するために、これらの副詞を選ぶ。

### 3. 程度副詞「最」

「最」のいくつかの使用例を確認しておく。「最」+形容詞の形。もっとも重要な点、キーポイントを意味する。その程度はすでに頂点に達していることを表している。「最」を使用した代表的な広告フレーズ例を挙げて検討していく。

- ① 不閃的，才是最好的。ちらつきのない画面がベスト（創維）。（テレビの Skyworth、創維グループメーカー）
- ② 父母是孩子最好的老师。両親は子供の最もよい先生である。（公益広告）
- ③ 简单就是最好的！シンプルこそがベスト。（（Playboy 手表）Playboy 腕時計メーカー）
- ④ 妈妈说这种糖的味道最好。ママは、このキャンディが一番美味しいって。（武漢兒童食品メーカー）
- ⑤ 嘉士伯，可能是世界上最好的嘉士伯啤酒。カールスバーグは世界で最も良いビールだと言える。（ビールメーカー）
- ⑥ 就要你最红。あなたが一番人気でありたい！（ユニコム UP 新市携帯メーカー）
- ⑦ 今年夏天最冷的热门新闻、西冷冰箱。今夏の最も冷えているトップニュースは西冷蔵庫。（冷蔵庫メーカー）
- ⑧ 中国最新锐的时事生活周报。（新周刊）最新鋭の時事生活記事を揃える“新週刊誌”。（週刊誌）
- ⑨ 打字太累，长途太贵，SKYPE 最实惠。面倒な字の入力も、高い長距離電話料金もいらない最もお得な“SKYPE”。（TOM SKYPE）
- ⑩ 最自然最健康，绿色好情绪 もっとも自然で、もっとも健康で、グリーンな生活スタイルで爽快な気分。（インスタントラーメンメーカー康師傅）
- ⑪ 没有最好，只有更好 ベストはない、ベストは更なるもっと次のベストへ、澳柯玛。（AUCMA 中国国際電気メーカー）
- ⑫ 家在哪里，胃最知道。家がどこにあるか、胃袋が一番よく知っている。（公共広告）
- ⑬ 真正的对手，是你最想赢的那个。本当のライバルは、あなたが一番勝ちたい相手だ。（公共広告）
- ⑭ 运动是人类最伟大的发明，我们的结缘始于棒球明星。スポーツは人類最大の発明で、私たちは野球スターとの出会いからすべてが始まった。（コカ・コーラ）
- ⑮ 能出现在每个人的手上，是我曾经最大的梦想。すべての人の手に届けるのが、私の最大の夢でした。（コカ・コーラ）
- ⑯ 独特设计，最新产品，女装自动表。独特なデザイン、最新の商品、女性用自動腕時計（東方表時計メーカー）

以上の諸例の構成はいずれも“最+形容詞”である。例①～⑤の構成は“最+好”で、その程度はすでに頂点に達していることを表している。例⑤はカールスバーグビールの品質は他のどのビールよりも、世界一の最高のビールであることを訴える。例⑥の構成は“最+紅（最も素晴らしい、優れている）”であり、ユニコム UP 新市を持つ消費者は他の商品を持つ消費者よりも一層優秀でバイタリティのある人であるように、という効果を表現するものである。例⑦の構成は“最+冷”、冷蔵庫の特徴を説明しながら、西冷冷蔵庫は今年最も不人気のものであることを示している。例⑧の構成は“最+新鋭（新鋭）”。《新週刊》という週刊誌が最も関心を寄せているのは、最前線の時事生活であることを表す。例⑨の

構成は“最+実惠（実利的）”であり、TOM SKYPE の価格は格安のものであることを示す。上述の例の“最”の意味はいずれも、その商品の属性は同類の人或は事物を超えていて、頂点に達していることを表現している。買い求めようとする商品或いはサービスは最高で比類なきものであることを望んでいる広汎な消費者の心理状態をとらえるために、“最”という程度副詞を使用している。

#### 4. 範囲副詞「都」

現代中国語における副詞“都”はこれまで多くの研究者によって論じられて来た。副詞「都」は、範囲副詞、語気副詞、時間副詞といった概念に囚われることなく、統一的な解釈が可能であることを提示する。相原茂（2007）は次のように述べている、「都はその前方にある複数の意味を表すものを統括し、取りまとめる働きをします。」また事態が極端な程度に達していることを強調する。」例えば、「这件事你都告诉了？」（このことを誰と誰に話したのか？）の「都」は前の言葉を指して、いずれも、全部、みなという意味に使われる。また「是」を伴って事柄の理由を説明する、みんなのおかげでという意味としても使われる。他の例として、「都是昨天这场雨下的。」（みんな昨日の雨のせいだ。）では、後ろに置かれる言葉の程度を強める時に使われる。その他の例として、「他都快 70 岁了。」（彼はもう 70 歳になる。）がある。「都」を使用した代表的な広告フレーズを例を挙げて検討していく。

- ①反正都是我。（诺基亚 3230） 一度ノキアを選べば、次もまたノキアを選ぶ。（ノキア 3230 携帯通信メーカー）。
- ②麦当劳都是为你。（麦当劳） すべてあなたのために“マクドナルド”。（マクドナルド）
- ③用了都说好。（达克宁霜） 使ったらみんないいという“ミコナゾールクリーム”。（ミコナゾールクリーム中国医薬品メーカー）
- ④拥有桑塔纳，走遍天下都不怕（桑塔纳轿车）。サンタナ車を持つと、世界中どこに行っても怖くない。（サンタナ自動車メーカー）
- ⑤每一年，每一天，我们都在进步。（联想电脑） 日々進歩するレノボ。（レノボ自動車メーカー）
- ⑥好山好水好烧酒，好汉都要喝两口。ヒーローの“恒山老白干酒”（恒山老白干酒お酒メーカー）
- ⑦读《世界新闻报》，世界大事都知道。世界新聞報（何でもわかる世界ニュース新聞）
- ⑧芬必得止疼痛，一天都轻松。リラックスに導く“Fenbid 痛み止め薬”（芬必得薬メーカー）
- ⑨金龙电器，大家都满意。金龍電器、みんな満足している。（中国の家電メーカー）
- ⑩没有老，你就都不懂这句话。先生がいなければ、この言葉の意味は分からない。（公共広告）

以上の諸例の中では、例①～⑦の構成は“都+動詞短句”、例⑧の構成は“都+形容詞”になっている。例①と例②は“都”と“是”の二字の持ち合わせで、強調の範囲が目立っている。みんなのおかげで、その結果になる意味を強調できた。例①の強調するものは後の“我（即ちノキア 3230）”で、例②の強調するものは前の“マクドナルド”である。両方と

も宣伝する製品のことを強調している。

例③～⑥は、いずれも“都”を持って、“都”という字の前の内容の範囲を説明している。例③の範囲はミコナゾールクリームを使ったことのある人、例④の範囲はどこでもという範囲内、例⑤の範囲は私たちのレノボ、例⑥の範囲はヒーロー、例⑦の“都”の範囲は前の“天下大事（世界のニュース）”だが、実際、“天下大事（世界のニュース）”は動詞“知道”の対象で、“《世界ニュース新聞》を読んで、私たちは世界のニュースを知るという意味になる。例⑧の構成は“都+轻松（リラックスする）”である。“都”の指している範囲は一日中。しかも、“一天都轻松（一日中リラックスする）”の前に来るべき主語（Fenbid 痛み止め薬を飲んだ人）が省略されている。これらの例に出ている“都”は“全部、すべて括弧”という意味を表し、その総括とする対象を普通“都”の前に置く。広告言語によく“都”を使って伝達しようとする情報をとりまとめている。

### Ⅲ. 終わりに

中国は国土が広く、民族の多様な国であり、よその人間に意志を伝達する場合、言葉で確実に話さないと相手にわかってもらえないおそれがある。わかりきっている事実でも、あえて言葉で表現する。その言語表現は、複数の言語表現を組み合わせることで事物を構成的に描き出す。中国語では副詞による気持ちの表し方で、日常生活の円滑なコミュニケーションにもその特徴がある。気持ちの言語化によって、会話参加者の情報のやりとりによる文脈の構築が円滑におこなわれ、強調したりして気持ちを込めればよいことが多い。

広告の一つの目的は受け手の購買意欲を引き出すことである。したがって、受け手の共感が最大のポイントになるのは言うまでもない。共感させるにはまず心を打つことであろう。中国の広告のキャッチフレーズには、言語的特徴を生かしたものが多い。本研究は以上の例から、中国の広告言語、伝達しようとする情報を適切に目立たせ強調するため、常用される強調表現の程度副詞（例えば、更、最）及び範囲副詞（例えば、都、就）の特徴が明らかになった。広告は常に生活する人々の願望や欲求と共に存在し、その時代のトレンドと共に姿を変える。人々の視線がグローバルになり、価値観が多様化しているこの時代に広告を研究する場合、単に消費者や広告を眺める視聴者としてだけでなく、生活者としての実態を深く学ぶ必要があると考え、今後はさらに広告語修辭表現、比喩表現の使用の研究を進めることで、新たな進展を図りたいと。

### 参考文献・資料

- 相原茂『中国語の文法書』同学社 2007年  
小野秀樹「中国語の比較文」『中国語学』245号 98頁  
呂叔湘『現代漢語八詞』北京商務印書館 1999年  
朱德熙『現代漢語形容詞研究』北京商務印書館 1982年  
朱德熙『語法講義』北京商務印書館 1982年  
王力『中国現代漢語語法』北京商務印書館 1984年  
前田真砂美「副詞更の意味（さらに）含意をめぐって」『中国語学』254号



何輝『廣告文案』第2版、人民出版社2016年  
何輝『廣告學教程』第3版、人民出版社2016年  
何輝『廣告創作與分析 分析作品開始學作廣告』第3版、人民出版社2017年  
許廣崇『攻心為上 88 個經典廣告策劃』湖南科學技術出版社2013年  
德魯·埃里克·惠特曼『吸金廣告』江蘇人民出版社2017年  
陳少勇『廣告狂人』北京經濟出版社、2014年  
莫邦富『中國ビジネスはネーミングで決まる』平凡社新書、2008年  
荒川清秀『日中漢語の生成と交流・受容』白帝社 2017年  
百度「有創意的廣告語·經典創意廣告語大全」、2018年12月10日閱覽  
<http://yjbys.com/guanggaoci/>  
百度「經典廣告語」、2018年12月10日閱覽  
<http://yjbys.com/guanggaoci/>  
百度「公益廣告文集」、2018年12月10日閱覽  
<http://yjbys.com/guanggaoci/>  
百度「CCTV公益廣告」、2018年12月10日閱覽

# インサイダー取引規制について

横瀬 浩司  
(愛知産業大学短期大学教授)

## A Study on Insider Trading Regulation

Koji YOKOSE

### →要旨

インサイダー取引の法規制の目的は、証券市場の公平性、公正性に対する一般投資家の信頼を確保することにあるとされる。近時、最高裁判例は、リーク報道は報道機関に対する「公開」には当たらず、また、会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がなされたとしても、情報源が公にされない限り、金商法 166 条 1 項によるインサイダー取引規制の効力が失われることはないとした。これは、最高裁の初の判断であり、規制範囲の拡大の可能性について、今後の判例の動向を注視する必要があることを論考した。

### →キーワード

- ・インサイダー取引規制
- ・報道機関に対する「公開」
- ・公知性と規制効力の喪失

## I. はじめに

インサイダー取引の法規制の目的は、証券市場の公平性、公正性に対する一般投資家の信頼を確保することにあるとされる。近時、最高裁判例は、リーク報道は報道機関に対する「公開」には当たらず、また、会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がなされたとしても、情報源が公にされない限り、金商法 166 条 1 項によるインサイダー取引規制の効力が失われることはないとした。これは、最高裁の初の判断であり、規制範囲の拡大の可能性が問題となる。本稿においては、この問題点について、学説・判例の分析を通じて、考察・検討したい。

## II. インサイダー取引規制について

金融商品取引法（以下「金商法」という。）は、上場会社等の重要事実を知って行う取引（金商法 166 条）と、公開買付け等事実を知って行う取引（金商法 167 条）を、インサイダー取引として規制している。上場会社等の重要事実、すなわち、内部情報に関するインサイダー取引は、①重要事実を知った、②会社関係者等、又は情報受領者が、③当該事実が公表される前に、④関係有価証券等の売買を行うことである（金商法 166 条）。

公開買付け等事実、すなわち、外部情報に関するインサイダー取引も、基本的には同じ構造であり、相違点は、主体の②が、公開買付者等関係者となる点だけである（金商法 167 条）。また、重要事実を受領して売買等を行った者も、第 1 次情報受領者までは処罰される（金商法 166 条 3 項、167 条 3 項）。

すなわち、金商法 166 条 1 項は、上場会社等の会社関係者が、その職務等に関し、当該上場会社等に係る業務等に関する「重要事実」を知ったときは、「当該業務等に関する重要事実の公表がされた後でなければ、当該上場会社等の特定有価証券等に係る売買その他の有償の譲渡若しくは譲受け、合併若しくは分割による承継又はデリバティブ取引をしてはならない。」と規定している。インサイダー取引規制については、「業務等に関する重要事実」が「公表」された後でなければ株式等の取引することを禁じている。

このうち「業務等に関する重要事実」については、金商法 166 条 2 項において、上場会社等の決定事実（同項 1 号）、上場会社等の発生事実（2 号）、上場会社の決算に関する事実（3 号）、上場会社にかかるその他の重要事項（4 号）等が、限定列举されている。

金商法 166 条 4 項が規定する「公表」は、1 つは、「当該各号に定める者が提出した第二十五条第一項に規定する書類にこれらの事項が記載されている場合において、当該書類が同項の規定により公衆の縦覧に供されたこと」である。すなわち、重要事実が記載された有価証券報告書・有価証券届出書・四半期報告書等の財務局における公衆縦覧である。

金商法 166 条 4 項が規定する「公表」のもう 1 つは、「多数の者の知り得る状態に置く措置として政令で定める措置がとられたこと」と規定している。この「政令で定める措置」とは、金融商品取引法施行令（以下「金商法施行令」という。）30 条に具体的に規定されている。この「措置」は、さらに 2 つある。報道機関に対する公開と金融商品取引所による公衆縦覧である。すなわち、2 以上の報道機関への重要事実の公開後 12 時間経過（いわ

ゆる「12時間ルール」と取引所等における重要事実の公衆縦覧（ホームページへの掲載、いわゆる「適時開示」）である。

以上のように、インサイダー取引規制が解除される重要事実の「公表」とは、①重要事実が記載された有価証券報告書等の財務局における公衆縦覧（金商法166条4項）、②以上の報道機関への重要事実の公開後12時間経過（12時間ルール）（金商法施行令30条1項1号、2項）、③取引所等における重要事実の公衆縦覧（ホームページへの掲載、適時開示）（金商法施行令30条1項2号、3号）の3つである。

このようなインサイダー取引規制の理由について、立法担当者は、インサイダーが「当該事実を知って、その公表の前に当該会社の有価証券の取引を行うことは、一般の投資家と比べて著しく有利となってきわめて不公平であり…、このような取引が横行するとすればそのような市場は人々の信頼を失い、健全な投資家はそのような市場から退避することとなり、ひいては証券市場として果たすべき機能を果たし得なくなる」からと解している。すなわち、インサイダー取引は、一般投資家が知り得ない情報をもっている者が市場に参加した場合は、市場の公平性・公正性が害され、市場に対する信頼を失う、というのである。

### Ⅲ．問題の所在

近時、情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達と金融商品取引法施行令（平成23年政令第181号による改正前のもの）30条1項1号にいう「公開」の意義について、及び情報源が公にされることなく会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がされた場合における金融商品取引法（平成23年法律第49号による改正前のもの）166条1項によるインサイダー取引規制の効力について問題となった最高裁平成28年11月28日第1小法廷決定（平成27年(あ)第168号、金融商品取引法違反被告事件）（刑集70巻7号609頁、判例時報2331号114頁、判例タイムズ1435号110頁）が出された。

最高裁平成28年11月28日第1小法廷決定は、リークないしリーク報道とインサイダー取引規制の効力の関係について初めて判断を示したものであるが、事案の概要及び審理経過は以下のようなものである。

X被告人は、経済産業省大臣官房審議官として、経済産業大臣の命を受けて、同省商務情報政策局情報通信機器課が所掌する半導体素子、集積回路その他情報通信機器等の部品等に関する事業の発達、改善及び調整等の事務の企画及び立案に参画し、関係事務を総括整理するなどの職務に従事していた。

平成21年3月9日に、X被告人は、同職務上の権限の行使に関し、半導体素子等の電子部品の開発及び製造等を業とし、東京証券取引所が開設する有価証券市場に株券を上場していたNECエレクトロニクス株式会社（以下「NE社」という。）の業務執行を決定する機関が、株式会社ルネサステクノロジ（以下「RT社」という。）と合併することについての決定をした旨の事実（以下「本件重要事実」という。）を、同省を訪問したNE社の親会社である日本電気株式会社（以下「N社」という。）の専務より、担当審議官として報告

を受けて知った。

平成 21 年 4 月 16 日に、日本経済新聞社は、「NE 社と RT 社統合」と題した記事を朝刊一面に掲載した。同記事では、NE 社と RT 社が経営統合する方向で最終交渉に入ったと報じられたが、記事の情報源は、明らかにされていなかった。その後、全国各紙が後追い報道を行ったが、同日中に、NE 社は、そのような報道は当社発表のものではなく、そのような決定事実もないとの適時開示を行った。

X 被告人は、同年 4 月 21 日から同月 27 日までの間、いずれも自己の携帯電話を用いて妻名義の証券口座にログインし、NE 社の株券合計 5000 株を代金合計 489 万 7,900 円で、7 回に分けて買い付けた。

平成 21 年 4 月 27 日午後 3 時、NE 社は、NE 社と RT 社の統合を合意した旨の適時開示を行い、同事実を公表した。

このことにつき X 被告人は、金融商品取引法（平成 23 年法律第 49 号による改正前のもの。以下「法」という。）166 条のインサイダー取引規制に違反するとして起訴された。

第 1 審判決（東京地裁平成 25 年 6 月 28 日判決・判時 2203 号 135 頁）は、NE 社に関する重要事実が公表されていないと判断し、また、事業統合に関する情報が公知の事実となっており重要事実ではなくなっていたとする被告人側の主張を退けて、当該規制違反の罪の成立を認め、懲役 1 年 6 月（執行猶予 3 年）及び罰金 100 万円を併科し、1,031 万 9,500 円を追徴した。

控訴審判決（東京高裁平成 26 年 12 月 15 日判決・高刑速(平 26)115 頁）は、当該規制違反の罪の成立を認め、第 1 審判決の認定を是認し、控訴を棄却した。

これに対して X 側は上告し、①本件重要事実は、法 166 条 4 項、同法施行令（同年政令第 181 号による改正前のもの。以下「施行令」という。）30 条 1 項 1 号に基づき、同号に規定された NE 社の代表取締役等が 2 以上の報道機関に公開したことにより公表され、法 166 条 1 項による規制の対象外となった可能性が高く、少なくともかかる方法により公表されていないことにつき検察官が立証責任を果たしていない、②本件重要事実は、平成 21 年 4 月 16 日付け日本経済新聞朝刊及びそれに引き続く一連の報道（以下「本件報道」という。）により既に公知の状態となっており、法 166 条所定の「重要事実」性を喪失し、インサイダー取引規制の効力が失われていた、などと主張した。

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、X 側の上告趣意がいずれも刑法 405 条の上告理由に当たらないとしつつ、職権により以下のような判断を示した。まず、上記①の主張に対して、「情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達は、たとえその主体が同号に該当する者であったとしても、同号にいう重要事実の報道機関に対する『公開』には当たらないと解すべきである」とした。

また、上記②の主張に対して、「法令上規定された公表の方法に基づかずに重要事実の存在を推知させる報道がされた場合に、その報道内容が公知となったことにより、インサイダー取引規制の効力が失われると解することは、当該報道に法 166 条所定の『公表』と実質的に同一の効果を認めるに等しく、かかる解釈は、公表の方法について限定的かつ詳細な規定を設けた…法令の趣旨と基本的に相容れないものである。本件のように、会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がされたとしても、情報源が公にされない限り、法 166 条 1 項によるインサイダー取引規制の効力が失われることはない」と解すべきであ

る」とし、以上と同旨の理由により、本件犯罪事実を認定した第1審判決を是認した原判断は正当であるとして、上告を棄却した。

本件において主に問題となったのは、①情報源が公にされることなく本件重要事実に関する内容が報道されたことにより法所定の「公表」要件が満たされ、X被告人による当該株券の買付けがインサイダー規制の対象外になったのではないかと、②「公表」要件を満たしていなくとも、インサイダー取引規制に係る重要事実が報道などによって公知の状態となれば、法所定の「重要事実」性を喪失し、X被告人の当該行為が同じくインサイダー取引規制の対象外になったのではないかと、ということである。以下、章を改めて問題点を検討する。

#### IV. 問題の検討

##### 1. 報道機関に対する「公開」の意義

最高裁判平成28年11月28日第1小法廷決定では、情報源が公にされることなく本件重要事実に関する内容が報道されたことにより法所定の「公表」要件が満たされ、X被告人による当該株券の買付けがインサイダー規制の対象外になったのではないかと、すなわち、報道機関に対する「公開」の意義が問題となった。

本件における平成21年4月16日付けの日本経済新聞朝刊による報道はいわゆる「スクープ」であるが、これを含めた一連の報道について、最高裁判平成28年11月28日第1小法廷決定は、「施行令30条1項1号は、重要事実の公表の方法の1つとして、上場会社等の代表取締役、執行役又はそれらの委任を受けた者等が、当該重要事実を所定の報道機関の『二以上を含む報道機関に対して公開』し、かつ、当該公開された重要事実の周知のために必要な期間（同条2項により12時間）が経過したことを規定する」、とし、「法令の趣旨に照らせば、この方法は、当該報道機関が行う報道の内容が、同号所定の主体によって公開された情報に基づくものであることを、投資家において確定的に知ることができる態様で行われることを前提としていると解される。したがって、情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達は、たとえその主体が同号に該当する者であったとしても、同号にいう重要事実の報道機関に対する「公開」には当たらないと解すべきである。」と判示し、本件において「公開」はされていないとした。

インサイダー取引規制に関する規程が新設された際の立法作業担当者の解説によれば、重要事実の公表の方法を上記のように限定列举した趣旨として、投資者の投資判断に影響を及ぼすべき重要事実は、公平、平等に投資者に開示される必要があること、そして、具体的な有価証券取引が処罰される行為であるか否かを区別する基準を明確に示すことであるとして、さらに、「いわゆるスクープは、その取材源が明らかでないことも多く、発行会社の判断と責任において発表した事実の報道とは限らないことから、いわゆるスクープをもってインサイダーによる取引の禁止を解除することは適当でない」としている<sup>2)</sup>。

また、当時の証券取引法施行令30条の「公開」の意義について、「本条の公開は、情報を伝達するだけでなくその情報を一般的にオープンにするという要素が加わったものであり、会社の代表取締役による記者等に対する発言であってもいわゆるオフレコのもは、



その情報を一般的にオープンにするものではないから公開にあたらぬ」としている<sup>3)</sup>。

学説においては、金商法施行令 30 条 1 項 1 号に規定する「公開」の意義については、会社の公式発表に限られるという見解<sup>4)</sup>や、非公式の情報提供すなわち、会社が非公式に報道機関に情報を提供するリークであっても公開に含まれるという見解がある<sup>5)</sup>。

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、投資家に対して公平・公正な情報アクセスの機会を与えるために、情報源が公にされることを前提としない報道機関に対する重要事実の伝達を「公開」と認めなかったのではないかと思われる<sup>6)</sup>。

## 2. 公知性と規制効力の喪失

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定では、「公表」要件を満たしていなくとも、インサイダー取引規制に係る重要事実が報道などによって公知の状態となれば、法所定の「重要事実」性を喪失し、X 被告人の当該行為が、インサイダー取引規制の対象外になったのではないか、すなわち、公知性により規制効力が喪失するのではないかが問題となった。

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、「法令上規定された公表の方法に基づかずに重要事実の存在を推知させる報道がされた場合に、その報道内容が公知となったことにより、インサイダー取引規制の効力が失われると解することは、当該報道に法 166 条所定の『公表』と実質的に同一の効果を認めるに等しく、かかる解釈は、公表の方法について限定的かつ詳細な規定を設けた…法令の趣旨と基本的に相容れないものである。本件のように、会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がされたとしても、情報源が公にされない限り、法 166 条 1 項によるインサイダー取引規制の効力が失われることはない」と判示した。

この公知性により規制効力が喪失するか否かについて、学説は、法令上の「公表措置以外の手段により当該情報が一般の投資家に知られる状態に至ったときは、当該情報は重要性の要件を満たさなくなり、重要事実…でなくなると解すべきである」。なぜなら、その情報が市場価格に反映され、投資者の投資判断に著しい影響を及ぼすことがないからである、という積極的見解（「公知性理論」）がある<sup>7)</sup>。これに対して、このような解釈をとることは、「わが国のインサイダー取引規制のあり方それ自体の否定にもつながりかねず、立法論としてはともかく、解釈論としては限界がある」という消極的見解がある<sup>8)</sup>。

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、本件のように会社の意思決定に関する重要事実を内容とする情報源不明のリーク報道がされた場合という限定付きであるが、理由付けも含め、上記の消極的見解に親和的であるといえる<sup>9)</sup>。

この最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定の文言からすると、法定の方法による公表がなされていない場合でも、情報源を公にする報道がなされれば、インサイダー取引規制の効力が失われる余地を認めたように読める、という見解がある<sup>10)</sup>。しかし、このような「公知性理論」の採用の余地が全くないとはしたものの、その適用の可能性がきわめて小さいものであることを示したと評価できよう。もっとも、實際上、法令上規定された公表措置はなされていないが、情報源が公にされ、内部者たる会社関係者と一般投資家との情報格差が解消されたと評価し得ることから重要事実性が喪失したと認められるケースはほぼ想定できない、という指摘もある<sup>11)</sup>。

なお、「しかしながら、インサイダー取引規制の趣旨を具体的に踏まえると、投資判断にとって影響を及ぼす重要事実の発生を知らない投資家に対して、公正・公平な情報アクセスの機会を与えることが問題になっているのである。したがって、法所定の公表要件を満たしているか否かにかかわらず、重要事実について公知の状態が生じているのであれば、当該規制を維持する前提が失われている。すると、本決定の結論を肯定するにせよ、法所定の公表がなされる前の、インサイダーである会社関係者の株券の売買等について、法所定の『重要事実』性が実質的に消失しているとして、あるいはその可罰的違法性が認められないとして罪に問わない余地も残しておくべきではないかと思われる。」という指摘もある<sup>12)</sup>。

## VI. むすびにかえて

最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、最高裁判例が存在しない金商法 166 条 4 項の「公表」を巡る論点のうち、リーク報道とインサイダー取引規制の効力の関係について初判断を示したものであり、実務上の参照価値が高いと考えられる<sup>13)</sup>。

従来判例の動向において、「日本織物加工事件」は、経営が悪化した上場会社が、他の会社との間で M&A 及び第三者割当増資を行うことで合意し、新株発行を行う旨を決定したが、その情報を公表前に知って株式を買い付けた相手方会社の監査役（顧問弁護士でもある）が、インサイダー取引規制違反に問われたというものである。同事件に対して、最高裁平成 11 年 6 月 10 日判決・刑集 53 卷 5 号 415 頁、判例時報 1679 号 11 頁、金融・商事判例 1072 号 16 頁は、証券取引法 166 条 2 項 1 号にいう「業務執行を決定する機関」は、商法所定の決定権限のある機関には限られず、実質的に会社の意思決定と同視されるような意思決定を行うことのできる機関であれば足りる。証券取引法 166 条 2 項 1 号にいう株式の発行を行うことについての「決定」をしたとは、業務執行を決定する機関において、株式の発行それ自体や株式の発行に向けた作業等を会社の業務として行う旨を決定したことをいい、右機関において株式の発行の実現を意図して行ったことを要するが、当該株式の発行が確実に実行されるとの予測が成り立つことは要しない、とした。本判決は、証券取引法 166 条 2 項 1 号にいう株式の発行を行うことについての「決定」を実質的な判断をしているといえる。

また、「村上ファンド事件」は、村上ファンドによるニッポン放送株式をめぐるインサイダー取引規制違反事件である。この事件に対して最高裁平成 23 年 6 月 6 日判決・刑集 65 卷 4 号 385 頁は、証券取引法（平成 18 年法律第 65 号による改正前のもの）167 条 2 項にいう「公開買付け等を行うことについての決定」をしたというためには、同項にいう「業務執行を決定する機関」において、公開買付け等の実現を意図して、公開買付け等又はそれに向けた作業等を会社の業務として行う旨の決定がされれば足り、公開買付け等の実現可能性があることが具体的に認められることは要しない、とした。本判決は、証券取引法 167 条 2 項にいう「公開買付け等を行うことについての決定」を実質的な判断をしているといえる<sup>14)</sup>。

このように従来判例が「決定」の概念を実質的に解してきたのとは対照的に、最高裁

平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、「公表」や「重要事実」の概念を形式的に解しており、バランスを欠くという批判がある<sup>15)</sup>。

確かに、最高裁平成 28 年 11 月 28 日第 1 小法廷決定は、あえて職権判断を下したうえで、情報を公にする前提での公開を要求した点は、要件の明確化による過少処罰の回避としての意味を持つといえよう。一方、法が予定する公表方法ではない形で公知の事実となった場合については、基本的に処罰を免れないとする立場を示しつつ、一定の留保を付すことで、過剰処罰に対する歯止めをかける可能性をいまだ残しているようにも読み得る。本決定の射程距離を超える問題は、いまだ多く残されており<sup>16)</sup>、今後の判例の動向が注目される。

## 註

- 1) 横島裕介『逐条解説インサイダー取引規制と罰則』（商事法務研究会、1989年）9～10頁。
- 2) 横島・前掲註 1) 著書 131～134頁。
- 3) 横島・前掲註 1) 著書 141頁。
- 4) 白井真「スクープ報道等や検討中である旨の開示とインサイダー取引規制における『公表』や『重要事実』の関係—東京地判平 25.6.28—」金融法務事情 1988号(2014年)19頁以下参照。
- 5) 黒沼悦郎「上場会社の合併や増資の検討に関する事前報道とインサイダー取引規制上の重要事実の公表（東京地裁平成 25 年 6 月 28 日判決）」金融法務事情 2001号(2014年)70頁以下参照。
- 6) なお、実際上の問題として、報道機関には情報源秘匿の職業倫理がある以上、検察側に情報源が誰であるのかにつき立証させるのは困難であるし、そもそも適切とはいえない、という指摘がある（内田幸隆「金融商品取引法施行令にいう重要事実の報道機関に対する『公開』およびインサイダー取引規制の効力」『平成 29 年度重要判例解説』（有斐閣・2018年）174頁。）。
- 7) 黒沼悦郎「インサイダー取引規制と法令解釈」金融法務事情 1866号(2009年)53頁参照。
- 8) 松井秀征「インサイダー取引規制における重要事実の『公表』の意義—東京地判平成 25 年 6 月 28 日の検討—」商事法務 2018号(2013年)12頁参照。
- 9) 久禮博一「1.情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達と金融商品取引法施行令（平成 23 年政令第 181 号による改正前のもの）30 条 1 項 1 号にいう『公開』／2.情報源が公にされることなく会社の意思決定に関する重要事実を内容とする報道がされた場合における金融商品取引法（平成 23 年法律第 49 号による改正前のもの）166 条 1 項によるインサイダー取引規制の効力」ジュリスト 1508号(2017年)109頁参照。
- 10) 飯国秀総「インサイダー取引規制における公表の意義」法学教室 439号(2017年)125頁。
- 11) 白井真「インサイダー取引規制に関する新判断—最一小決平 28.11.28—」金融法務事情 2056号(2016年)1頁参照。
- 12) 内田幸隆「金融商品取引法施行令にいう重要事実の報道機関に対する『公開』およびインサイダー取引規制の効力」『平成 29 年度重要判例解説』（有斐閣、2018年）174頁。
- 13) 久禮・前掲註 9) 論文 109頁参照。
- 14) 「村上ファンド事件」についての詳細は、拙稿「村上ファンド事件」愛産大経営論叢 18号(2015年)43～51頁を参照。
- 15) 鈴木優典「金商法 166 条 1 項における『重要事実の公表』と『公知の事実』」刑事法ジャーナル 52号(2017年)147頁参照。
- 16) 田山聡美「情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達が、インサイダー取引規制における『重要事実の公表』に当たらないとされた事例」判例評論 711号(2018年)180頁参照。

## 参考文献

- 飯国秀総「インサイダー取引規制における公表の意義」法学教室 439号(2017年)125頁。
- 内田幸隆「金融商品取引法施行令にいう重要事実の報道機関に対する『公開』およびインサイダー取引規制の効力」『平成 29 年度重要判例解説』（有斐閣、2018年）173～174頁。
- 黒沼悦郎「インサイダー取引規制における公表の意義」ジュリスト 1515号(2018年)108～111頁。
- 久禮博一「1.情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達と金融商品取引法施行令（平成 23 年政令第 181 号による改正前のもの）30 条 1 項 1 号にいう『公開』／2.情報源が公にされることなく会社の

---

意思決定に関する重要事実を内容とする報道がされた場合における金融商品取引法（平成23年法律第49号による改正前のもの）166条1項によるインサイダー取引規制の効力」ジュリスト1508号(2017年)107～109頁。

是木誠「インサイダー取引における重要事実の公表の意義等が問題となった事例」研修826号(2017年)19～32頁。

白井真「インサイダー取引規制に関する新判断—最一小決平28.11.28—」金融法務事情2056号(2016年)1頁。

鈴木優典「金商法166条1項における『重要事実の公表』と『公知の事実』」刑事法ジャーナル52号(2017年)142～147頁。

田山聡美「情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達が、インサイダー取引規制における『重要事実の公表』に当たらないとされた事例」判例評論711号(2018年)176～181頁。

藤原敏雄「金融商品取引法違反被告事件」法律のひろば70巻10号(2017年)55～66頁。

本村健ほか「情報源を公にしないことを前提とした報道機関に対する重要事実の伝達は、重要事実の報道機関に対する『公開』には当たらない」商事法務2134号(2017年)57～58頁。

湯原心一「インサイダー取引規制における公表と公知性」商事法務2131号(2017年)4～12頁。



# 日本人 L2 中上級学習者の英語抽象名詞の 可算化に関する誤用分析

西田 一弘

(愛知産業大学短期大学准教授)

## Error Analysis of Countability of English Abstract Nouns by Japanese L2 Advanced and Intermediate Learners

Kazuhiro NISHIDA

## →要旨

名詞語源の抽象名詞の可算化習得については、最大使用の名詞語源の抽象名詞においては、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められ、個々人における抽象名詞の可算化習得の状況が伺える。しかし、②a(n)+抽象名詞において、誤用数：64(39)の方が正用数：58(31)より若干多い状況は、特定の日本人中上級 L2 学習者に「名詞語源の抽象名詞の不定冠詞との共起」の習得に関して問題があることを暗示させる結果となった。動詞語源の抽象名詞の可算化習得については、2番目に使用の多い動詞語源の抽象名詞においても、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められ、個々人における抽象名詞の可算化習得の状況が伺える。②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞において、誤用数において有意差がでなかったのは、誤用の使用人数の少なさ：②a(n)+抽象名詞では9人、③抽象名詞では8人、が影響していると思われるので、動詞語源の抽象名詞の可算化習得状況に大きな問題はないと考えられる。形容詞語源の抽象名詞の可算化習得については、使用の一番少ない形容詞語源の抽象名詞においては、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められなかった。これは使用数が極めて少ないことが原因であり、①抽象名詞+sでは正用数5(4)と誤用数4(3)であり、②a(n)+抽象名詞では正用数7(4)と誤用数1(1)であり、③抽象名詞では正用数24(13)と誤用数2(2)であり、誤用数の少なさも考えると、形容詞語源の抽象名詞の可算化習得状況に大きな問題はないと考えられる。( )内の数字はタイプの数を表す。

## →キーワード

・ 抽象名詞    ・ 不定冠詞    ・ 複数語尾



## I. 研究の背景・目的

冠詞のない日本語を母語とする日本人にとって、冠詞の習得は容易ではない。ましてや抽象名詞という物質ではない概念と冠詞（特に不定冠詞）をどのように共起させるのかは、英語上級者といえども習得は極めて困難である。そこで日本人 L2 中上級者が、抽象名詞の可算化、即ち不定冠詞 a (n) や複数語尾 s を適切につけることができるのかを誤用例から分析する。なお、以下の抽象名詞の使用法はすべて正解である。

- (1) I wrote email yesterday.
- (2) I wrote an email yesterday.
- (3) I wrote emails yesterday.

## II. L2 学習者の冠詞習得

L2 学習者の冠詞習得に関しては、冠詞を持たない L2 学習者のみならず、冠詞を持つ L2 学習者においても、L1 の負の転移が習得を困難にする (Master, 1987; Snape et al., 2006, Hawkins et al., 2006)。変動仮説 (Fluctuation Hypothesis) (Ionin et al., 2004) においては、L2 学習者は対象言語の理解のために、普遍文法の原則とパラメーター設定に第一に依存し、対象言語のインプット情報が適切な価値を持つパラメーターになるまで、L2 学習者は情報を異なるパラメーターの間で変動させるとしている。また、定性 (definiteness) と指示性 (referentiality) が冠詞選択を支配するパラメーターの 2 つの主要な特性であり、L2 学習者が正しいパラメーターをセットし冠詞を使用することができない流動性を生み出している (Ionin and Wexler, 2003)。

## III. 抽象名詞の習得

### 1. 抽象名詞の文脈依存性

文脈理論 (Context Theory) (Schwanenflugel, 1996) においては、抽象名詞には広い意味では文脈 (context) はなく、感情 (feeling)、連想 (association)、強い情 (emotion) がその単語と結び付いているとしている。年齢習得仮説 (Age-of-Acquisition Hypothesis) (Gilhooly and Gilhooly, 1979) においては、語彙復元タスク (lexical retrieval tasks) で示される具象化効果 (concreteness effects) は蓄積された語彙頻度効果 (cumulative word frequency effects) に依存しているとしている。文脈有用性モデル (Context Availability Model) (Schwanenflugel and Shoben, 1983) においては、抽象名詞は指示対象が見えないので、意味を特定するために大きく文脈に依存するとしている。ダブル・コーディング理論 (Double-Coding Theory) (Paivio, 1971, 1986) においては、具象名詞は語彙 (word)、意味的単位 (lexical unit)、イメージ (image) として人の頭に記憶され、抽象名詞は言語記号 (verbal code) として記憶される。

### 2. 抽象名詞と不定冠詞

「無冠詞＋名詞」が「不可算性、一般性、抽象性」を表し、「a(n)+名詞」は「可算性、特定性、具体性」を表す（石田, 2002; 織田, 2002; Celece-Murcia & Larsen-Freeman, 1999）。 most indefinite (不定) ⇔ most definite (定)  
zero article(ゼロ冠詞:  $\varnothing 1$ ) ・ ・ some ・ a(n) ・ the ・ ・ null article (ヌル冠詞:  $\varnothing 2$ )

冠詞を母語に持たない L2 学習者は、ゼロ冠詞とヌル冠詞を混同しているため、不定冠詞 a(n)の習得が困難になっている（Master, 2003）。抽象名詞につくのはゼロ冠詞ではなく、ヌル冠詞である。

### 3. 抽象名詞の可算化（不定冠詞 a(n)や複数語尾 s との共起）習得の困難性

可算性は文法的範疇であり、実用性とは異なる。

- (1) 伝統的な抽象名詞の可算化の使用の増加（knowledge, behavior）。
  - (2) 意味に応じて可算化・不可算と使い分ける抽象名詞がある（experience）。
  - (3) 母語では複数形が使用される抽象名詞がある（フランス語の informations）。
- （Miller, 2005）

これらの点も L2 学習者が抽象名詞の可算化の習得を困難にする要因である。

### 4. 抽象名詞の複数形（特殊な例）

抽象名詞の複数形には特殊な例として以下の 3 点が考えられる。

- (1) 絶対複数（具象化レベルは低い）

複数形の形をとっているが、内容的には単数形と同じもので、指示対象は一つである（例: statistics）。

- (2) 分化複数（具象化レベルは低い）

単数形と複数形で意味が異なるものであり、通常、単数形の意味を引き継ぎつつ、複数形になると新しい意味が付与されているものである（例: manners）。

- (3) 強意複数（具象化はしていない）

対象の大きさや程度を強調するために複数形が使われているとするものである（例: heavens）

このように抽象名詞の複数形はすべて具象化レベルが低く、よって可算化レベルも低く、その使用もさほど困難とは考えにくく、習得はさほど困難ではないと考えられる。因みに、今回の調査で見られた事例は(2)の manners だけであった。

### 5. 語源から見た抽象名詞と不定冠詞の関係

多くの抽象名詞は動詞と形容詞から生み出されている事実で、言語学者の中には名詞化への変形は抽象性を確保するものだと主張する者がいる（Ekberb, 2006; Vendler, 1968; Apresyan, 1974）。そこで、語源に注目して抽象名詞を、①形容詞語源、②名詞語源、③動詞語源に分類し、L2 学習者の可算化習得に関する特徴を分析する。

## IV. 仮説

抽象名詞は動詞語源、形容詞語源、名詞語源と分類されるが、L2 中上級学習者による抽象名詞の可算化習得（不定冠詞 a(n)、複数語尾(e)s がつくかどうか）の習得に関しては差がある。L1 初級学習者にとって抽象名詞の可算化を習得するには無理があると考えられる為、今回の実験では省いた。

### (1) 語源についての仮説

- ①名詞語源の抽象名詞においては、L2 中上級者には習得は困難である。
- ②動詞語源の抽象名詞においては、L2 中上級者には習得は容易である。
- ③形容詞語源の抽象名詞においては、L2 中上級者には習得はますますである。

### (2) 仮説の根拠

派生語である動詞語源や形容詞語源の抽象名詞は元の形があるため、人々の認識が比較的同一となるが、元の形が識別しにくく派生語とは言えない名詞語源の抽象名詞は、人々の認識が同じものには成りにくい。動詞語源の抽象名詞が形容詞語源の抽象名詞より習得が困難としたのは、形容詞は名詞を修飾することもあり、意味的に名詞に近いと考えたからである。

さらに、SOV 言語（日本語、韓国語など）は名詞と動詞の区別があいまいな動詞親近性言語（verb-friendly language）であるのに対して、SVO 言語（英語、ドイツ語など）は動詞と名詞にはっきりとした区別を持つ名詞親近性言語（noun-friendly language）であり（Blaszczak and Klimek-Jankowska, 2008）、日本人 L2 学習者が名詞（名詞語源の抽象名詞を含む）の理解を困難にしている理由の 1 つと考えられる。

## V. 研究方法

### 1. Nagoya Interlanguage Corpus of English (NICE) 3.35

NICE は名古屋大学の杉浦正利氏を中心となって作成、公開されている日本語を母語とする英語学習者を例に、第二言語の知識・処理能力がどのようになっているかを解明するために構築している学習者コーパスである

([http://sgr.gsid.nagoya-u.ac.jp/wordpress/?page\\_id=790](http://sgr.gsid.nagoya-u.ac.jp/wordpress/?page_id=790) 2017/12/06 検索)。データは CHILDES (Child Language Data Exchange System) の CHAT (Codes for the Human Analysis of Transcripts) を参考に作成したフォーマットである（一部変則的な部分あり）。なお、NICE 3.3 のパッケージには、学習者データと、比較のための母語話者データ、および以下の関連ファイルが含まれている：

| サブコーパス名  | 内容                 |
|----------|--------------------|
| NICE-NNS | (学習者コーパス。185 ファイル) |
| NICE-NS  | (母語話者コーパス。40 ファイル) |

- (1) 学習者データは、日本語を母語とする大学生または大学院生の英語学習者によって書かれた英文エッセイである。

- (2) エッセイは“education”、“money”、“sports”の3つのテーマから学習者が1つ選び、1時間で、辞書や参考書等を使わずに書かれた。具体的な指示内容に関しては、添付の「Learner\_Instructions.pdf」を参照のこと。
- (3) エッセイの執筆にはワープロソフト（WordもしくはOpenOffice）を使用し、書いてもらう際に、使用するワープロソフトの「オートコレクト」と「スペルチェックと文章校正」の機能を全てオフにした。
- (4) エッセイを書き終わった後で、書いた本人にスペルチェックのみ手動で実行してもらい、単語のスペルミスを修正してもらった。
- (5) エッセイは教育経験者によるネイティブ・チェックがされている。

## 2. 調査

以下のように調査を行う：

- (1) NICEのNNS（L2中上級者）に対して、抽象名詞の可算化に関する誤用を調査する。被験者は100名（JPN501～JPN600）である。
- (2) 調査する抽象名詞の誤用（ネイティブ・チェックが入っているもの）は、①抽象名詞+複数語尾s、②不定冠詞a(n)+抽象名詞、③抽象名詞、の3つに関するものである。それぞれ、形容詞の有無は問わず、③においては不定冠詞の付いていないものである。
- (3) 抽象名詞の正しい使用（以下、「正用」とする）と誤用を、形容詞語源、名詞語源、動詞語源に分類し、正用と誤用に何らかの傾向や特徴があるかを調査する。

## 3. 調査結果

図表 1. 名詞語源の抽象名詞の正用数と誤用数

| 番号 | 抽象名詞+s        | 正用数     | 誤用数    | a(n)+抽象名詞    | 正用数    | 誤用数    | 抽象名詞        | 正用数     | 誤用数    |
|----|---------------|---------|--------|--------------|--------|--------|-------------|---------|--------|
| 1  | ages          | 1       |        |              |        |        | age         |         | 1      |
| 2  | aims          | 1       |        | an aim       | 1      |        |             |         |        |
| 3  | aspects       | 4       |        | an aspect    | 1      |        |             |         |        |
| 4  | battles       |         | 1      |              |        |        |             |         |        |
| 5  | benefits      | 2       |        |              |        |        |             |         |        |
| 6  | calories      | 1       |        |              |        |        |             |         |        |
| 7  | categories    | 2       |        |              |        |        |             |         |        |
| 8  | chances       | 2       |        | a chance     | 2      |        | chance      | 2       | 2      |
| 9  | circumstances | 1       |        |              |        |        |             |         |        |
| 10 | colors        |         | 1      |              |        |        |             |         |        |
| .. | .....         | ...     | ...    | .....        | ...    | ...    | .....       | ...     | ...    |
| .. | .....         | ...     | ...    | .....        | ...    | ...    | .....       | ...     | ...    |
| 合計 | 97(25=正用と誤用)  | 249(75) | 65(47) | 60(10=正用と誤用) | 58(31) | 64(39) | 52(6=正用と誤用) | 132(46) | 17(12) |

\* 紙面の都合上 10 種類の抽象名詞の記述とした。

図表 2. 動詞語源の抽象名詞の正用数と誤用数

| 番号     | 抽象名詞+s                  | 正用数        | 誤用数        | a(n)+抽象名詞       | 正用数        | 誤用数       | 抽象名詞            | 正用数         | 誤用数      |
|--------|-------------------------|------------|------------|-----------------|------------|-----------|-----------------|-------------|----------|
| 1      | activities              | 8          | 1          | an activity     |            | 4         | activity        | 1           |          |
| 2      | answers                 | 1          | 1          |                 |            |           | answer          | 1           |          |
| 3      | attacks                 | 1          |            |                 |            |           |                 |             |          |
| 4      | changes                 | 1          |            |                 |            |           |                 |             |          |
| 5      | choices                 | 1          |            |                 |            |           |                 |             |          |
| 6      | competitions            | 1          | 1          | a competition   | 1          |           |                 |             |          |
| 7      | demands                 | 1          |            |                 |            |           |                 |             |          |
| 8      | evacuations             |            | 1          |                 |            |           |                 |             |          |
| 9      | examinations<br>(exams) | 4          |            | an examination  | 1          |           | examination     | 1           |          |
| 10     | exercises               | 1          |            | an exercise     | 1          |           | exercise        | 3           |          |
| ..     | .....                   | ....       | ..         | .....           | ..         | ..        | .....           | ....        | ....     |
| ..     | .....                   | ....       | ..         | .....           | ..         | ..        | .....           | ....        | ....     |
| 合<br>計 | 27(5=<br>正用と誤用)         | 55<br>(21) | 18<br>(11) | 21(0=<br>正用と誤用) | 17<br>(12) | 17<br>(9) | 45(3=<br>正用と誤用) | 110<br>(40) | 9<br>(8) |

\* 紙面の都合上 10 種類の抽象名詞の記述とした。

図表 3. 形容詞語源の抽象名詞の正用数と誤用数

| 番号 | 抽象名詞+s        | 正用数 | 誤用数 | a(n)+抽象名詞  | 正用数 | 誤用数 | 抽象名詞        | 正用数 | 誤用数 |
|----|---------------|-----|-----|------------|-----|-----|-------------|-----|-----|
| 1  | abilities     | 2   |     | an ability | 1   | 1   | ability     | 1   | 1   |
| 2  | colds         |     | 2   | a cold     | 2   |     |             |     |     |
| 3  | difficulties  | 1   |     |            |     |     |             |     |     |
| 4  | hardships     |     | 1   |            |     |     |             |     |     |
| 5  | majors        | 1   |     |            |     |     |             |     |     |
| 6  | nationalities | 1   |     |            |     |     |             |     |     |
| 7  | sicknesses    |     | 1   |            |     |     |             |     |     |
| 8  |               |     |     | a half     | 2   |     |             |     |     |
| 9  |               |     |     | a society  | 2   |     | society     | 4   |     |
| 10 |               |     |     |            |     |     | contentment | 1   |     |
| 11 |               |     |     |            |     |     | enough      | 1   |     |
| 12 |               |     |     |            |     |     | first       | 3   |     |
| 13 |               |     |     |            |     |     | Fun         | 2   |     |

|    |            |      |      |            |      |      |                |        |      |
|----|------------|------|------|------------|------|------|----------------|--------|------|
| 14 |            |      |      |            |      |      | general        | 1      |      |
| 15 |            |      |      |            |      |      | happiness      | 1      |      |
| 16 |            |      |      |            |      |      | illness        | 2      |      |
| 17 |            |      |      |            |      |      | importance     | 2      |      |
| 18 |            |      |      |            |      |      | little         | 2      |      |
| 19 |            |      |      |            |      |      | news           |        | 1    |
| 20 |            |      |      |            |      |      | responsibility | 3      |      |
| 21 |            |      |      |            |      |      | strength       | 1      |      |
| 合計 | 7(0=正用と誤用) | 5(4) | 4(3) | 4(1=正用と誤用) | 7(4) | 1(1) | 14(1=正用と誤用)    | 24(13) | 2(2) |

図表 1.~3.が調査結果である。正用数とは正しい使い方の数を、誤用数とはネイティブにより正しく直されたものの数を指す。なお、個人の複数回の使用は 1 回と数える。( )内の数字はタイプの数を表す。

## VI. 結果検証

### 1. 抽象名詞の誤用数の検証

(1) 誤用数は、トークン (タイプ) 数では、①名詞語源 : 146(98) → ②動詞語源 : 44(28) →

③形容詞語源 : 7(6)の順で減少し、③形容詞語源は極めて少なかった。仮説とは②動詞語源、③形容詞語源が逆転する結果となった。これは共派生語である動詞語源と形容詞語源の抽象名詞において、習得は両方共容易であると類推できるが、形容詞語源の抽象名詞の絶対数が少ないことに起因していると思われる。

(2) 誤用数は 3 つの抽象名詞の使用パターンである : ①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞では、以下のような結果である。

・名詞語源 : ①65(47) ≙ ②64(39) → ③17(12)で減少。学習者は可算化への対応ができていない。

・動詞語源 : ①18(11) ≙ ②17(9) → ③9(8)で減少。学習者は可算化への対応が不十分である。

・形容詞語源 : ①4(3) ≙ ②1(1) ≙ ③2(2)でほぼ同数。学習者の可算化の対応はほぼ問題なし。

名詞語源の抽象名詞には理解の核となる派生前の動詞、名詞、形容詞が存在しないことは、習得の困難さを暗示させるものである。

(3) 総合すると、日本人中上級 L2 学習者は「名詞語源の抽象名詞の複数形や不定冠詞の関係性の習得が不十分である」と結論づけることができる。



## 2. 抽象名詞の正用数と誤用数の比較

図表 4. 抽象名詞の正用数と誤用数の語源別比較

| 抽象名詞の可算化 |           | 正用人数 (<.05) |       | 誤用人数 (<.05) |            |
|----------|-----------|-------------|-------|-------------|------------|
| 名詞語源     | 抽象名詞+s    | .000        | 有意差あり | .000        | 有意差あり      |
|          | a(n)+抽象名詞 | .000        | 有意差あり | .000        | 有意差あり      |
|          | 抽象名詞      | .000        | 有意差あり | .043        | 有意差あり      |
| 動詞語源     | 抽象名詞+s    | .003        | 有意差あり | .021        | 有意差あり      |
|          | a(n)+抽象名詞 | .009        | 有意差あり | .183        | 有意差なし      |
|          | 抽象名詞      | .000        | 有意差あり | .183        | 有意差なし      |
| 形容詞語源    | 抽象名詞+s    | .417        | 有意差なし | .766        | 有意差なし      |
|          | a(n)+抽象名詞 | .417        | 有意差なし | 計測不能        | 数値不足と推測される |
|          | 抽象名詞      | .317        | 有意差なし | 計測不能        | 数値不足と推測される |

Kolmogorov-Smirnov 検定： 漸近有意確立（両側）

### (1) 名詞語源の抽象名詞の可算化習得

Kolmogorov-Smirnov 検定の結果からもわかるように、最大使用の名詞語源の抽象名詞においては、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められ、個々人における抽象名詞の可算化習得の状況が伺える。しかし、②a(n)+抽象名詞において、誤用数：64(39)の方が正用数：(58(31)より若干多い状況は、特定の日本人中上級 L2 学習者に「名詞語源の抽象名詞の不定冠詞との共起」の習得に関して問題があることを暗示させる結果となった。

### (2) 動詞語源の抽象名詞の可算化習得

Kolmogorov-Smirnov 検定の結果からもわかるように、2 番目に使用の多い動詞語源の抽象名詞においても、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められ、個々人における抽象名詞の可算化習得の状況が伺える。②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞において、誤用数において有意差がでなかったのは、誤用の使用人数の少なさ： ②a(n)+抽象名詞では 9 人、③抽象名詞では 8 人、が影響していると思われるので、動詞語源の抽象名詞の可算化習得状況に大きな問題はないと考えられる。

### (3) 形容詞語源の抽象名詞の可算化習得

Kolmogorov-Smirnov 検定の結果からもわかるように、使用の一番少ない形容詞語源の抽象名詞においては、①抽象名詞+s、②a(n)+抽象名詞、③抽象名詞のいずれにおいても、正用数と誤用数の間に有意差が認められなかった。これは使用数が極めて少ないことが原因であり、①抽象名詞+s では正用数 5(4)と誤用数 4(3)であり、②a(n)+抽象名詞では正用数 7(4)と誤用数 1(1)であり、③抽象名詞では正用数 24(13)と誤用数 2(2)であり、誤用数の少なさも考えると、形容詞語源の抽象名詞の可算化習得状況に大きな問題はないと考えられる。

## VII. 今後の課題

今回わかった、日本人中上級 L2 学習者は「名詞語源の抽象名詞の複数形や不定冠詞の関係性の習得が不十分である」ことと、その中で「名詞語源の抽象名詞の不定冠詞との共起に問題がある者がいる」ことを踏まえ、当該の抽象名詞の特徴や共通性を調べ、その習得を困難にしている原因を追究したい。なお、今回の実験を通し year, month など「時間」に関する抽象名詞の使用が多く、時間は物質か否か、さらにそれのとらえ方に英米人と L2 学習者に違いがあるのかといった点も調査対象としたい。また、抽象名詞と冠詞との関係性を「定性」(definiteness)、「特定性」(specificity)の観点から検討したい。

## 引用文献

- Apresyan, Yu.D. (1974). *Leksicheskaya semantika: sinonimicheskie sredstvaazyka* (Lexical Semantics: Semantic Means of Language), Moscow: Nauka.
- Błaszczak, J. and Klimek-Jankowska, D. (2008). Noun and verb in the mind. An interdisciplinary approach. University of Wrocław.
- Celce-Murcia, M. & D. Larsen-Freeman. (1999). *The Grammar Book*. (2<sup>nd</sup> ed.). Newbury House.
- Dulay, H., and Burt, M. (1973). Should we teach children Syntax? *Language Learning 24*: 245-58.
- Ekberg L. (2006). Construal operations in semantic change: the case of abstract nouns. *Competing Models of Linguistic change: Evolution and beyond*, O. N. Thomse (ed.), 235-251.
- Gilhooly, K. J. and Gilhooly, M. J. (1979). Age-of-acquisition effects in lexical and episodic tasks. *Memory and Psychology*, 7. 214-223.
- Hawkins, R., Al-Eid, S., Almahboob, I., Athanasopoulos, P., Chaengchenkit, R., Hu, J., Rezai, M., Jaensch, Carol., Jeon, Y., Jiang, A., Leung, Y.-K.I., Matsunaga, K., Ortega, M., Sarko, G., Snape, N. and Velasco-Zárata, K. (2006). Accounting for English article interpretation by L2 speakers. In Foster-Cohen, S.H., Medved Krajinovic, M. and Mihaljević Djigunović, J., editors. *EUROSLA Yearbook: Volume 6*, pp. 7-25.
- Ionin, T., Ko, H. and Wexler, K. (2004). Article semantics in L2 acquisition: The role of specificity. *Language Acquisition* 12, 3-69.
- Ionin, T. and Wexler, K. (2003). The certain uses of the in L2-English. In Juana M. Liceras, Helmut Zobl & Helen Goodluck (eds.). *Proceeding of GASLA 6<sup>th</sup> Generative Approaches to Second Language Acquisition Conference (GASLA 2002): L2 Links*. Cascadilla Press. [<http://www.linguref.com/cpp/gasla/6/index.html>].
- 石田秀雄 (2002) 『わかりやすい英語冠詞講義』 p.68 大修館書店。

- Master, P. (1987). Across-linguistic interlanguage analysis of the acquisition of the English article system. Unpublished doctoral dissertation, UCLA.
- Master, P. (2003). *Acquisition of the Zero and Null Articles in English*. Regents of the University of California. Vol. 14 No. 1, 3-20. San José State University.
- Miller, J. (2005). Most of ESL students have trouble with the articles. *International Education Journal*, ERC2004 Special Issue, 2005, 5(5), 80-88. *Shannon Research Press*.
- 織田稔 (2002) 『英語冠詞の世界』 p.6 研究社
- Paivio, A. (1971). *Imagery and verbal processes*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Pavio, A. (1986). *Mental representations: A dual coding approach*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Schwanenflugel P.J. (1996). Context availability and the Development of Word Reading Skill. *Journal of Literacy Research*. Vol. 28, Number 1, 35-54
- Schwanenflugel, P.J., and Shoben, E. I. (1983). Differential context effects in the comprehension of abstract and concrete verbal materials. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*, 9, 82-102.
- Snape, N., Leung, I.-K. and Ting, H.-C. (2006). Comparing Chinese, Japanese and Spanish speakers in L2 English article acquisition: evidence against the fluctuation hypothesis? In Grantham O'Brien, M., Shea, C. and Archibald, J., editors. *Proceedings of the 8th Generative Approaches to Second Language Acquisition Conference (GASLA 2006)*. Somerville. MA: Cascadilla Proceedings Project, 132-39.
- Vendler, Z. (1968). *Adjectives and Nominalization*. The Hague: Mouton.

# 人称代名詞の使用からみる トランプ大統領就任演説

寺澤 陽美  
(愛知産業大学短期大学准教授)

## The Usage of Personal Pronouns in Donald Trump's Inaugural Address

Harumi TERASAWA

### →要旨

アメリカ第 45 代大統領ドナルド・トランプによる就任演説について、人称代名詞の使用を検討したところ、以下の三点が特徴的であることが分かった。第一に、人称代名詞の多くは話し手を含む人の集団を表す“we”（私たち）とその同系で、聞き手を引き付け新政権で国民と思いを共にすべくスピーチ全体を通して使用されている。第二に、2 人称“you”は、アメリカ国民全体あるいは国民の一部の不遇な立場の人々を指すなど場面によって指示対象が異なっている。第三に、話し手と相手以外の第三者を指す“they”が聞き手の一部を指す例が複数見られる。これらの特徴は、演説が広く人々の興味関心を引き付ける要因の一部であり、本スピーチのレトリックの要となっている。

### →キーワード

- ・ 英語スピーチ
- ・ 大統領就任演説
- ・ 人称代名詞
- ・ 修辞法
- ・ ドナルド・トランプ

## I. はじめに

ドナルド・トランプは2017年1月20日、首都ワシントンD.C.のアメリカ合衆国議会議事堂前において行われた大統領就任演説で第一声を発し、第45代アメリカ合衆国大統領に就任した。以来、トランプ大統領が行う数々の発言や行動は、これまでの大統領像と大きく異なることもあり、常に世界から耳目を集めている。

大統領演説は、アメリカにおける代表的なスピーチの一つであるが、とりわけこの就任演説は、アメリカ国内のみならず世界の注目を集めた。トランプが政治経験を持たない実業家であったこと、選挙期間中から発せられるメッセージが過激であったこと、白人労働者階級から特に支持を得ていると評されていたことなど話題を呼ぶ要素もあり、劇的勝利を収める結果となった。英語による16分余り、1,433語の大統領として初めてのスピーチには、聴衆の注目を集めるためにどのような意図や要素が組み込まれ、どのような方法で人々に印象を与えようとしたのだろうか。話し手が、どのように聞き手の興味関心を引き、内容を印象付け、主張を理解させ共感を得るかといった方策は、英語話者のみならず非英語話者にとっても、英語でスピーチを行おうとする時或いは聞いたり理解したりしようとする時の重要なポイントとなるであろう。そこで本稿では、文言の構造に込められた方策や修辞法<sup>1)</sup>について、考察を試みることにする。

## II. 英語スピーチにおける修辞法

英語で演説したり多くの聴衆に向かってスピーチを行ったりするとき、聞き手に対してより強い印象を与えるため、さまざまな修辞的技法が凝らされる。例えば、複数の文や句の中で一定の類似性のある表現形式や構造など対応する語句を並べて用いるパラレリズム<sup>2)</sup>、同様あるいは類似の表現を複数の文にわたって繰り返す再現的手法、断定を強めるために疑問文形式を用いる修辞疑問文<sup>3)</sup>、聞き手に話し手と一体感を持たせるための人称代名詞の選択などがある。また、スピーチの目的や聞き手に応じてさまざまな層に理解されやすい語彙の難易、強くインパクトのある表現の選択なども修辞的に重要である<sup>4)</sup>。

アメリカにおいて大統領就任演説は、主として、人々の結合、国家の過去と未来の融合、政治方針の明示、大統領に対する正しい認識を示すといった4つの特徴的な性質を持つ儀式演説であるとされる(鈴木, 2009)。このように壮大なテーマを掲げ国家を語り、多くの聴衆を前にスピーチを行う場合、多様な背景や考えを持つ聞き手を惹きつけ耳を傾けさせ、より多くの理解と支持を得ることは、今後4年間は続く政権運営を前に行うスピーチの主たる目的の一つと言えるだろう。

スピーチ行為はコミュニケーションの一つであり、非言語と言語が同時に作用し、メッセージを話し手である送り手から聞き手である受け手に送る活動がスピーチである。橋本(1988)によると、言語メッセージ活動においては、“visual”と“vocal”さらに“verbal”の三要素が相互依存し内包されている。本稿では、“visual”、“vocal”、“verbal”という言語メッセージの三つの要素のうち、特に“verbal”すなわち言語面に注目する。

このスピーチ行為における言語メッセージ三要素のうち“verbal”あるいは言語的な特徴からみると、これまでに、第44代大統領のオバマ第1期就任演説<sup>5)</sup>では、特徴の一つとし

て、“we”や“our”さらに“us”という 1 人称複数の人称代名詞群がコーパス上位にくるとの特徴が指摘されている(稲木, 2010)。そこで本稿では、トランプ演説においてはどのような特徴が見られるか、特に効果的な使用が観察される人称代名詞の使用に焦点を当て、大統領就任演説の一考察を試みたい。トランプ大統領就任演説の文言から、1 人称、2 人称、3 人称の主格、所有格、目的格の単数と複数の使用回数と割合、具体的な使用場面を検討する。また、所有代名詞、再帰代名詞、形式主語や強調構文など非人称の it については、本稿の検討対象からは除外する。

なお、本稿で扱う文言は、スピーチ本来の意図を尊重するため、アメリカ・ホワイトハウスが公開するスピーチ原稿<sup>6)</sup>に基づくものを用いることとする。実際の演説の中での登場順に扱い、スピーチ原稿からの英文に続いて筆者による試訳をカッコ内に記す。文中で注目する人称代名詞には、筆者による下線を付している。スピーチ中の発話、大文字と小文字の表記、句読法についても、ホワイトハウスが公開するスピーチ原稿に従って行う。

### Ⅲ. 人称代名詞的特徴的使用

#### 1. 人称代名詞の定義と役割

人称代名詞の定義と役割について、綿貫(2000)によると、1 人称は「話し手または話し手を含む人の集団」、2 人称は「相手または相手を含み、話し手を含まない人の集団」、3 人称は「話し手と相手以外の第三者」を指す。主語が度々省略される日本語と異なり、英語で主語が省略されることは、特に正式な場面では稀である。このため、意見や主張を述べたり組織のリーダーが方向性を示すスピーチを行ったりする際には、主格の人称代名詞が多くて使われることになる。トランプ就任演説では、選挙期間中のスローガン<sup>7)</sup>を基にした“**We will make America great again.**”が政治姿勢を象徴するフレーズとして有名になったが、この文に見られるように、聞き手を巻き込み共感を得るための“we”が主格を表す 1 人称代名詞として非常に頻繁に登場することが予想される。

トランプ大統領の就任演説で用いられている人称代名詞を調査<sup>8)</sup>したところ、全体としては次のような特徴があることが分かった。

文や節の主語で用いられる主格の人称代名詞は、1 人称複数がもっとも多く、延べ 60 回中 49 回と、8 割以上の割合で“we”が主語に用いられていた。これに所有格、目的格を加え、延べ 147 回の人称代名詞の使用のうち、99 回、67.3%が 1 人称複数つまり“we”とその同系が用いられている。次いで、“you”とその同系が 23 回で 15.6%、“they”とその同系は 16 回で 10.9%であった。最も少ない“I”とその同系は計 4 回で 2.7%であった。

これは、考え行動するのは「私たち」つまりアメリカ国民全体であり、過去の困難や将来の繁栄を共有するのもアメリカ国民全体であるとスピーチの話し手が国民に訴える姿勢が表れている。一人称複数の“we”(私たち)の頻繁な使用は、トランプのスピーチにおいてのみに限定されるわけではないが、大勢の聞き手に向けてスピーチ行為を行おうとする場合、より多くの聞き手の共感へとつながる重要な要素の一つであると考えられる。

事項以下、人称別に具体的な使用例を見ていく。

#### 2. 1 人称



人称代名詞のうち 1 人称は、話し手または話し手を含む人の集団を指す場合に用いられる。トランプ大統領就任演説においては、1 人称の代名詞は、本稿で扱う就任演説中に、主格では複数を表す“we”（私たち）が 49 回使用されているのに対し、単数を表す I（私）の使用は 3 回であった。一方、所有格については、“we”の所有格“our”が 48 回、“I”の所有格“my”はわずか 1 回であった。また、目的格については、“we”の目的格“us”が 2 回、“I”の目的格“me”は使用が認められなかった。1 人称の人称代名詞の使用状況から、本スピーチの中心は話し手個人を表す“I”（私）ではなく、話し手を含む人の集団を表す“we”（私たち）とその変化形であることがわかる。以下に特徴的な使用例を挙げる。

(1) The oath of office I take today is an oath of allegiance to all Americans.

（本日私が行う就任の宣誓は、全てのアメリカ国民への忠誠の宣誓なのです。）

直前、貧困、不十分な教育制度、犯罪などアメリカ国内の状況について危機的状況であると非常に強い表現“American carnage”を用いて指摘した上で、“I”つまりトランプが国民への誓いを行い大統領に就任することにより危機的状況は終わると、自らの登場意義を協調している。

(2) I will fight for you with every breath in my body and I will never, ever let you down.

（私は全身全霊をかけてみなさんのために戦います。そして私は決して、みなさんを失望させません。）

話し手つまり大統領が“you”つまり全国民のために戦う、これからの在任期間中、国民の期待に背くことのないよう働く決意であることを述べている。

(3) We, the citizens of America, are now joined in a great national effort to rebuild our country and to restore its promise for all of our people. Together, we will determine the course of America and the world for years to come. We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done.

（私たちアメリカ国民は今、私たちの国を建て直し、私たち全ての人々のための約束を改めて果たすための、偉大な国家的取り組みに参加しているのです。一緒になって私たちは、この先来たるべきアメリカと世界の進むべき道を決定するのです。私たちは試練に直面し、困難に立ち向かうことになるでしょう。しかし私たちはその仕事をやり遂げるのです。）

大統領就任演説の冒頭では、多くの先例に倣い、まず式に出席している大統領経験者やアメリカ国民、世界中の人々に向け謝辞を述べたうえで演説を始める。トランプ自身を含めたアメリカ国民“we”がこれから共に新しい仕事にとりかかることを述べている。

(4) Every four years, we gather on these steps to carry out the orderly and peaceful transfer of power, and we are grateful to President Obama and First Lady Michelle Obama for their gracious aid throughout this transition. They have been magnificent.

(4年ごとに私たちは、秩序正しく平和的な権力の移行を行うために、この階段に集います。私たちはオバマ大統領とミシェル・オバマ大統領夫人に対し、この権力移行を通じての彼らの丁寧な支援に感謝します。彼らはすばらしかったです。)

話し手である新大統領と式典への出席者、アメリカ国民が一同に会し式典の場に臨んでいる目的を述べ、そして前大統領夫妻への感謝と敬意が表されている。この部分でも動作主は”we”であり、式典に集う人々共通の思いであることが表されている。

(5) America will start winning again, winning like never before. We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams. We will build new roads, and highways, and bridges, and airports, and tunnels, and railways all across our wonderful nation. We will get our people off of welfare and back to work – rebuilding our country with American hands and American labor. We will follow two simple rules: Buy American and Hire American.

(アメリカは再び勝ち始めるのです。それはいまだかつてなかったほどの勝利です。私たちは雇用を取り戻します。国境を取り戻します。富を取り戻します。そして夢を取り戻すのです。私たちは新しい道、高速道路、橋、空港、トンネル、鉄道を私たちのすばらしい国中に建設するのです。私たちは人々を生活保護から抜け出させ、仕事に復帰させます。アメリカ人の手とアメリカ人の労働によって、国を再建するのです。私たちは2つの単純なルールに従うのです。それはアメリカ製品を買い。アメリカ人を雇うということです。)

アメリカ再建に向けた決意を国民と共に示そうという意図が表れている部分である。“We will bring back our ~ (名詞).”という1人称複数形を使った同形の短文を繰り返している。規則的なリズムを刻むことにより、聴衆の耳に届きやすい工夫がなされていると考えられる。

(6) Together, We Will Make America Strong Again. We Will Make America Wealthy Again. We Will Make America Proud Again. We Will Make America Safe Again. And, Yes, Together, We Will Make America Great Again.

(ともに、私たちはアメリカを再び強くするのです。私たちはアメリカを再び豊かにするのです。私たちはアメリカを再び誇り高くするのです。私たちはアメリカを再び安全にするのです。そして、そうです。ともに、私たちはアメリカを再び強くするのです。)

演説の最終場面において、話し手つまり大統領の決意を述べる部分である。ここでは、助動詞“will”が重要な機能を果たしており、話し手の強い意志を感じさせる部分である。大統領在任期間にアメリカを再びどのような姿にしたいか、“We Will Make America ~ (形容詞) Again.”という同形の短い文が5回繰り返されることでスピーチの完結に向けたリズムを創り出している。また、“Yes, Together”と聞き手である国民の共感を得てスピーチを結ぼうとしていることにも、話し手の強い意志が表れている。また、「アメリカを再び偉大にする」で演説を締めくくるのは、話し手であるトランプ自身が過去の演説で用

いて皆に知られているフレーズを踏まえている。

ここまで、1人称の使用例を検討した。1人称単数形は話し手個人を表すため、公のスピーチで使われることは極めて少ないことが改めてわかる。今回の演説中に使われているのは、上の2文のみである。主格と所有格を合わせて4回、全体の3%足らずである。これに対し、1人称複数形は他のどの人称よりも多く用いられており、全人称代名詞の7割を占めることがわかった。1人称複数形である“we”とそれにかかわる人称代名詞について、話し手を含む集団を表す“we”はスピーチでは話し手と聞き手を意味し、使用によって多くの聴衆を巻き込む効果が期待できる。1人称複数つまり“we”とそれにかかわる人称代名詞について、演説の冒頭、中盤、終盤と、スピーチ全体を通して満遍なく使われているのが特徴的であった。

### 3. 2人称

人称代名詞のうち2人称は、相手または相手を含み、話し手を含まない人の集団を指し言うとき用いられる。2人称の使用については、1人称複数に次ぐもので、本稿で扱うスピーチにおいては全体16%である。主格“you”が3回、所有格“your”が11回、目的格“you”は9回であった。ここで使用されている2人称は、スピーチの聞き手が多数の聴衆であることと各々の文脈から、全て複数を表すと考えられる。以下に主な使用例を挙げ検討していく。

(1) Today's ceremony, however, has very special meaning. Because today we are not merely transferring power from one Administration to another, or from one party to another – but we are transferring power from Washington, D.C. and giving it back to you, the American People.

(しかしながら、本日の式典は、非常に特別な意味を持っています。なぜなら、私たちは今日、ただ単に、権力を一つの政権から別の政権へ、あるいは一つの政党から別の政党へ移行しているのではありません。権力を首都ワシントンからみなさん国民へと戻しているからです。)

大統領就任式典が、アメリカ国民にとって重要な意味を持つのは言うまでもない。それは“you”すなわちアメリカ国民に対して権力が取り戻されるからであると、新大統領就任の意義について述べている。

(2) This is your day. This is your celebration. And this, the United States of America, is your country.

(これはみなさんの日、みなさんのお祝いです。そしてこのアメリカ合衆国は、みなさんの国なのです。)

上記においては「指示代名詞+be動詞+your+名詞」の同一構造を繰り返し、類似の短文をテンポ良く繰り返すことにより、聞き手である「みなさん」のための特別な日、お祝い、国であると、強い印象を与える効果があると考えられる。

(3) The forgotten men and women of our country will be forgotten no longer. Everyone is listening to you now. You came by the tens of millions to become part of a historic movement the likes of which the world has never seen before.

(わが国の忘れられた男性たちそして女性たちは、もう忘れられることはないでしょう。

今、誰もがみなさんの声に耳を傾けています。みなさん何千万という人々が歴史的な動きの一部になろうとやって来ました。世界が今まで見たことのないようなものです。)

国内で忘れ去られている人々について言及する部分である。こうした不遇な立場の人々に“you”と語りかけ、かつてなかった歴史的な動きを新しい政権のもとでともに創り出していこうという機運を高めるくだりである。

(4) You will never be ignored again. Your voice, your hopes, and your dreams, will define our American destiny. And your courage and goodness and love will forever guide us along the way.

(みなさんが無視されることはもう二度とありません。みなさんの声、みなさんの希望、みなさんの夢が、私たちのアメリカの運命を決めるのです。そしてみなさんの勇気と善良さ、そして愛が私たちを永遠に導いてくれるでしょう。)

上記部分の“you”は、直前の文の“all Americans”を指すと考えられる。さまざまな町や環境に暮らすアメリカ国民たちがこの先軽んじられることはない、新大統領としての誓いを述べている。

以上、2人称“you”は、アメリカ国民全体を指したり、あるいは国内に暮らす不遇な立場の人々を指したりと、場面によって異なっている。いずれも新大統領から直接「みなさん」と呼びかけ語りかける意図で使われているのが特徴であり、“you”と語りかけられた人々は、当事者として大統領の言葉に耳を傾けることにつながっていくと考えられる。以上のような2人称使用の効果が期待でき、大統領就任時に行う演説においては、重要な修辞のひとつと考えられる。

#### 4. 3人称

人称代名詞のうち3人称は、話し手と相手以外の第三者を指す場合に用いられる。単数、複数があるが、本稿で扱うトランプ演説の中では、3人称複数の人称代名詞すなわち主格“they”ならびに所有格“their”そして目的格“them”の使用に焦点を当てていくこととする。各使用回数は、“they”が5回、“their”が11回、“them”は0回であった。以下に主な使用例を挙げる。

(1) The establishment protected itself, but not the citizens of our country. Their victories have not been your victories; their triumphs have not been your triumphs; and while they celebrated in our nation’s Capital, there was little to celebrate for struggling families all across our land.

(支配階級は己の身を守りましたが、わが国の市民を守りませんでした。彼らの勝利はみなさんの勝利ではありませんでした。彼らの成功はみなさんの成功ではありません)

んでした。そしてこの国の首都で彼らが祝杯をあげている一方で、わが国の至る所で奮闘している家族たちが祝うことはほとんどありませんでした。すべてが変わるのです。今まさにここから、この瞬間から始まるのです。この瞬間はみなさんの瞬間なのです。みなさんのものなのです。)

この文の冒頭の“establishment”は支配階級を意味する。その支配階級の人々“they”あるいは“their”を被支配階級である多くの国民“your”と対比的に繰り返し用いることによって、二つの階級の格差を印象付ける構造となっている。支配階級の人々を第三者“they”として扱い、話し手つまり大統領自身と相手つまり一般の国民との間に心的距離を生み出す3人称の使い方となっている。

(2) Americans want great schools for their children, safe neighborhoods for their families, and good jobs for themselves.

(アメリカ国民は自分の子どもたちのためにすばらしい学校を求めています。自分の家族のために安全な地域を、そして自分たち自身のために良い仕事を求めています。)ごく普通の多くのアメリカ人たちが、日常の中で求めるであろう当然の要求について言及する部分である。

(3) We are one nation – and their pain is our pain. Their dreams are our dreams; and their success will be our success. We share one heart, one home, and one glorious destiny.

(私たちは一つの国家なのです。彼らの痛みは私たちの痛みです。彼らの夢は私たちの夢です。そして彼らの成功は私たちの成功となるのです。私たちは、一つの心、一つの家、一つの輝かしい運命を共有します。)

この部分で使われている3人称の“they”あるいは“their”は、直前に述べられている「国内で不遇な環境に暮らす人々」を指していると考えられる。スピーチの聞き手である多くの国民について1人称の“our”を対比的に繰り返し用いることによって、これまで国内に存在してきた境遇に差のある二つのグループが、新しい大統領の就任を機に国家として一つになり、思いや運命を共有する姿を描いている。

(4) And whether a child is born in the urban sprawl of Detroit or the windswept plains of Nebraska, they look up at the same night sky, they fill their heart with the same dreams, and they are infused with the breath of life by the same almighty Creator.

(そして子どもはデトロイトの都市部に生まれようとも、ネブラスカの風吹きすさぶ平原に生まれようとも、彼らは同じ夜空を見上げ、同じ夢を胸に抱き、そして彼らは同じ全能の創造主によって命の息吹を吹き込まれるのです。)

異なる場所や境遇の元に生まれたとしても、子どもたちは、全能の神から与えられる命に変わりはなく、同じ機会に恵まれることを述べている。

3人称“they”は本来「話し手と相手以外の第三者」(綿貫, 2000)を指す。ところが、

ここまで検討したスピーチの中には、同じ一つの国家アメリカの中に存在する国民つまり聞き手の一部を指し“we”と区別し用いられている例が複数見られる。この点については、話し手つまりトランプのどのような心的要因が働いているのか、今後、より詳細な分析と他のスピーチにおける使用についても検討の必要がある。

#### IV. まとめと今後の課題

本稿では、トランプ大統領就任演説の修辞法について、人称代名詞の具体的な使用例をもとに考察を試みた。その結果、主に以下の三点が特徴的であることが分かった。第一に、人称代名詞の使用の多くは、話し手を含む人の集団を表す“we”（私たち）とその同系であり、聞き手を引き付け新政権で国民と思いを共にすべくスピーチ全体を通して使用されていた。第二に、2人称“you”は、アメリカ国民全体を指したり国民の一部の不遇な立場の人々を指したりと場面によって指示対象が異なり、直接「みなさん」と語りかけられた人々を当事者として大統領の言葉に耳を傾けさせる効果がある。に、話し手と相手以外の第三者を指す“they”が聞き手の一部を指す興味深い使用例が複数見られ、今後の検討課題となった。

以上の特徴から、トランプ大統領就任演説における人称代名詞の使用が広く国民の興味関心を引き付ける要素であり、スピーチにおける修辞の要の一つとなっていると推察される。今後は、大統領演説における人称代名詞の選択をはじめとするその他の修辞法について、歴代大統領スピーチとの比較検討を行っていきたい。

#### 註

- 1) 言葉を美しく巧みに用いて効果的に表現する方法。レトリック。
- 2) parallelism. 対句法などとも呼ばれる。
- 3) rhetorical question. 答えを求める目的でない疑問文形式の問いかけ。
- 4) 寺澤（2018）を参照されたい。
- 5) 2009年1月20日に大統領就任演説が行われた。在任は第1期2009年1月20日～2013年1月20日、第2期2013年1月20日～2017年1月20日。
- 6) 言いよどみ、言い違い等のため、実際の発話とホワイトハウスが公開するスピーチ原稿とは異なる箇所がある。
- 7) “Make America great again（アメリカをもう一度偉大な国に）”のフレーズが使われた。
- 8) 文末の表1を参照されたい。

表1：トランプ演説における人称代名詞使用

※数字は使用回数、（ ）内は使用率、演説原稿をもとに筆者が作成

|     |    | 主格       | 所有格        | 目的格      | 計 (%)     |
|-----|----|----------|------------|----------|-----------|
| 1人称 | 単数 | I / 3    | my / 1     | me / 0   | 4 (2.7)   |
|     | 複数 | we / 49  | our / 48   | us / 2   | 99 (67.3) |
| 2人称 | 複数 | you / 3  | your / 11  | you / 9  | 23 (15.6) |
| 3人称 | 単数 | it / 0   | its / 3    | it / 2   | 5 (3.4)   |
|     | 複数 | they / 5 | their / 11 | them / 0 | 16 (10.9) |
| 計   |    | 60       | 74         | 13       | 147       |



## 参考文献・資料

- 浅川芳裕『ドナルド・トランプ 黒の説得術』東京堂出版、2016年
- 海老澤邦江「アメリカの代表的スピーチの修辞について ―プレゼンテーションへの応用―」『江戸川大学語学教育研究 究所紀要』Vol.11、pp.1-11、2013年 <http://id.nii.ac.jp/1193/00000198/>（閲覧日2018年12月8日）
- 近江誠、佐藤幸男、田中武人『歴史に残る大統領の就任演説』pp.4-8、小学館、2010年
- 鈴木健「トランプ大統領就任演説のひみつを探る」『トランプ就任演説』朝日出版社、2017年
- 寺澤盾『聖書でたどる英語の歴史』大修館書店、2013年
- 寺澤陽美「人称代名詞の使用からみる第1期オバマ大統領就任演説」『愛知産業大学短期大学紀要』30号、pp.57-69、2018年 <http://dl1.dl.sua.jp/dl/14951-3a561b8b155fda88f2571bf948660062>（閲覧日2018年12月1日）
- 橋本満弘『英語コミュニケーション』p45、学書房出版、1988年
- ハーラン、パトリック『大統領の演説』角川新書、2016年
- 藤本一美『戦後アメリカ大統領事典』大空社、2009年
- 三浦陽一「英語の人称代名詞について」『国際教育センター紀要』第12号、pp.33-47、2012年 [http://office.nanzan-u.ac.jp/ncia/about-cia/bulletin\\_12.html](http://office.nanzan-u.ac.jp/ncia/about-cia/bulletin_12.html)（閲覧日2018年12月1日）
- 安武知子『コミュニケーションの英語学』開拓社、2009年
- 横井希「Obama大統領の演説からみるアメリカ大統領英語の変遷」『大阪音楽大学研究紀要』第四十九号、pp.65-76、2010年
- 綿貫陽『改訂版ロイヤル英文法』旺文社、2000年
- P. Bump, *Trump's inaugural address was demonstrably bleak*, The Washington Post 01/20/2017, 2017 [https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/01/20/trumps-inaugural-address-was-demonstrably-bleak/?utm\\_term=.cab09d401cf1](https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/01/20/trumps-inaugural-address-was-demonstrably-bleak/?utm_term=.cab09d401cf1)（閲覧日2018年12月2日）
- CNN English Express編集部編『トランプ就任演説』朝日出版社、2017年
- B. Spice, *Most Presidential Candidates Speak at Grade 6-8 Level*, Carnegie Mellon University News, March 16, 2016 <https://www.cmu.edu/news/stories/archives/2016/march/speechifying.html>（閲覧日2018年12月1日）
- 『毎日新聞 2017年1月27日東京朝刊電子版』「トランプ大統領演説どう評価」 <http://mainichi.jp/articles/20170127/ddm/007/030/020000c>（閲覧日2018年12月2日）
- 『読売新聞 2016年5月30日電子版』「トランプの小学生英語が米国民にササる訳」 <http://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20160527-OYT8T50012.html>（閲覧日2018年12月2日）

## 大統領就任演説原稿参照元

- The White House, *REMARKS OF PRESIDENT DONALD J. TRUMP – AS PREPARED FOR DELIVERY, INAUGURAL ADDRESS*, 2017 <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/the-inaugural-address/>（閲覧日2018年12月1日）

# プログラミングマインドとは何か

## ～小中学校へのプログラミング教育導入に際して～

牧野 純也 (愛知産業大学 非常勤講師)  
今井 昌彦 (浜松学院大学短期大学部 教授)  
高野 盛光 (愛知産業大学短期大学 教授)

## What is Programming Mind?

～An occasion programming educational introduction to elementary and junior high schools.～

Junya MAKINO  
Masahiko IMAI  
Morimitsu TAKANO

### →要旨

指導要領改訂による小中学校へのプログラミング教育の導入を受け、教育現場をはじめ様々な場面での混乱が引き起こされている。曰く、プログラミングの教科を作ることなく各教科の中で、それもプログラミングそのものではなく「プログラミングマインド」を教えるのだという。この「プログラミングマインド」とはいかなるものか。それはどのように学校教育に導入すべきなのか。それはどんな意味や教育効果・影響をもたらすのか。私たちは、現在実践中のプログラミング教育の状況を踏まえ、「プログラミングマインド」がどのようなものかを探った。

### →キーワード

- ・プログラミング教育
- ・プログラミングマインド
- ・scratch
- ・オブジェクト指向
- ・Why?プログラミング
- ・幼児教育・小中学校教育
- ・指導要領改訂

## I. はじめに

学習指導要領改訂をはじめとする教育の様々な改革により、小学校にもプログラミング教育が導入されることとなった。近年では小学校における英語教育、それ以前には総合的な学習、といった、相次ぐ現職の教員が経験していない教育内容の導入に、現場、保護者、そして小学校に入学を控えた子どもたちのいる幼児教育の場面に至るまで、さまざまな混乱と困惑が広がっているのは周知のとおりである。

本稿では、プログラミング教育が掲げる「プログラミングマインド」なるものがどのようなものであり、それがどういった意味や影響をもたらすのか、について、現時点で我々が研究・実践している事柄を通して読み解いていきたいと思う。

(Ⅱ：高野 Ⅲ：今井 Ⅳ／Ⅴ：牧野)

## Ⅱ. プログラミング教育の意義・目的（既存資料による捉え方）

文部科学省 学習指導要領

現行の『小学校学習指導要領（平成 29 年告示）解説 総則編』（平成 29 年 7 月）では、小学校段階における「プログラミングに取り組むねらい」（小学校プログラミング教育に関する概要資料）について以下のように述べられている。

小学校段階において学習活動としてプログラミングに取り組むねらいは、プログラミング言語を覚えたり、プログラミングの技能を習得したりといったことではなく、論理的思考力を育むとともに、プログラムの働きやよさ、情報社会がコンピュータをはじめとする情報技術によって支えられていることなどに気付き、身近な問題の解決に主体的に取り組む態度やコンピュータ等を上手に活用してよりよい社会を築いていこうとする態度などを育むこと、さらに、教科等で学ぶ知識及び技能等をより確実に身に付けさせることにある。したがって、教科等における学習上の必要性や学習内容と関連付けながら計画的かつ無理なく確実に実施されるものであることに留意する必要があることを踏まえ、小学校においては、教育課程全体を見渡し、プログラミングを実施する単元を位置付けていく学年や教科等を決定する必要がある（小学校学習指導要領総則編 pp. 85-86）。

ここに見られるように小学校におけるプログラミング教育の目的はけっして「プログラミング言語を覚えたり、プログラミングの技能を習得したりといったことではな」とされる。実際小学校段階における論理的思考力や創造性、問題解決能力等の育成とプログラミング教育に関する有識者会議が平成 28 年 6 月 16 日に出した「小学校段階におけるプログラミング教育の在り方について（議論の取りまとめ）」においても

小学校段階におけるプログラミング教育については、学校と民間が連携した意欲的な取組が広がりつつある一方で、コーディング（プログラミング言語を用いた記述方法）を覚えることがプログラミング教育の目的であるとの誤解が広がりつつあるのではないかとの指摘もある。“小さいうちにコーディングを覚えさせないと子どもが将来苦勞するのではな

いか”といった保護者の心理からの過熱ぶりや、反対に“コーディングは時代によって変わるから、プログラミング教育に時間をかけることは全くの無駄ではないか”といった反応も、こうした誤解に基づくものではないかと考えられる。

プログラミング教育とは、子どもたちに、コンピュータに意図した処理を行うよう指示することができるということを体験させながら、将来どのような職業に就くとしても、時代を超えて普遍的に求められる力としての「プログラミング的思考」などを育むことであり、コーディングを覚えることが目的ではない。こうしたプログラミング教育についての考え方や、小学校段階における具体的な在り方等を、下記 3. や 4. において示している。

と、プログラミング的思考の習得こそが肝要であるとの見解が示されている。

『小学校プログラミング教育の手引き』の改訂（第二版）について」では「プログラミング的思考」について以下のように解説している。

自分が意図する一連の活動を実現するために、どのような動きの組合せが必要であり、一つ一つの動きに対応した記号を、どのように組み合わせたらいいのか、記号の組合せをどのように改善していけば、より意図した活動に近づくのか、といったことを論理的に考えていく力。

この背景には日本においても新井(2018)をはじめとして今後のAIに関して触れている論者たちが主張する、AIによって（ホワイトカラーの）労働が奪われ大量の失業者が生まれる未来に対する対応という側面があると考えられる。しかし次期学習指導要領でもその背景となった「議論とりまとめ」においてもその辺りを明確にしていなかったために説得力を非常に欠く結果となっている。また松村他（2018）や利根川他（2017）においても同様に非常に歯切れの悪い記述となってしまっている。

ただし非常に歯切れの悪い記述となってしまっている原因はもう1つあり、こちらの方がより大きな問題をはらんでいる。松村他（2018）でも挙げられている「人材育成総合プログラム」においては、今後、データサイエンス人材数において世界トップレベルの育成（5人/年）、業界代表レベルの育成（50人/年）、棟梁レベルの育成（500人/年）、独り立ちレベルの育成（5千人/年）、見習いレベルの育成（5万人/年）、リテラシーの醸成（50万人/年）が必要とされている。「人材育成総合プログラム」では大学入学者数/年：約60万人と見積もっているので、リテラシーの醸成（50万人/年）が挙げられているとはいえ、トップレベルから見習いレベルの人材は1割に満たない人数しか考慮されていない。英語教育におけるグローバル人材養成について「今後、少子化で高校卒業生が年間100万人ほどに減ると考えても、10万人とは上位1割にすぎません。残り9割のための原資を削って、1割のエリート育成に振り向けるわけです」と斎藤らが「スーパーグローバルハイスクール」や「スーパーグローバル大学」について批判したのと同じ構図が、原資に関する点を除いてここには見られる。

本稿では、そうしたエリート育成のためのプログラミング教育ではなく、論理的思考力

の定着をこそねらいとしたプログラミング教育のあり方について、具体的な事例を通して以下の章において検討を試みる。

### Ⅲ. プログラミング教育の実践例

#### 1. 児童向けプログラミング言語（環境）

小学校において新たに実施されることになるプログラミング教育は、前述のように、小学校教育課程の中で行われるイベント的な行事として営まれるのではなく、各教科において目的が位置づけられ、それを系統的に学んでいくよう指示がなされている。これについては、各行政区・教育委員会が頭を悩ますことになろうことは想像に難くない。

そこで、一つのお手本として筆者が受けとめている、つくば市の全小学校で実施するモデルプランを次に紹介する。

※【 】内は、使用する言語(環境)を示している。

- 
- ・ 1年 国語：【プログラミン】で「音読場面絵」をつくろう  
物語の好きな場面を選択し、登場人物の気持ちや様子を考えながら自分なりに解釈して音読に合う背景をプログラミンでアニメーションにすることができる。
  - ・ 2年 図工：【プログラミン】で「アニメーション」をつくろう  
たまごから生まれてくるものを想像して、たまごの模様や生まれたものをプログラミンでアニメーションに表すことができる。
  - ・ 3年 音楽：【スクラッチ】で「せんりつづくり」をしよう  
旋律をスクラッチでプログラミングし、聴き合い、友達と意見を出し合っていく中で、よりよいお囃子にしていくために理論的に考えて解決することができる。
  - ・ 4年 理科：【スクラッチ】で「季節と生き物」の特徴をまとめよう  
季節と生き物に関して収集した情報を自分なりに解釈し、クイズを作成するためのシーケンスを理解しながらプログラミングを通してまとめることができる。
  - ・ 5年 社会：【スクラッチ】で「食料生産地クイズ」をつくろう  
単元を通して調べた食料品の産地について調べたことを、スクラッチを効果的に活用し、クイズをつくることで、内容を身につけることができる。
  - ・ 5年 算数：【スクラッチ】で「正多角形」をつくろう  
自分が意図した正多角形をかくためにはどのような動きの組み合わせが必要か、どのように改善していけばよいかを考え、様々な正多角形をかくプログラムを作成することができる。
  - ・ 6年 理科：【マイクロビット】で「電光掲示板」をつくろう  
プログラミングを利用した教材などを適切かつ安全に使って電気の性質や働きを調べ、その仕組みや結果を科学的に分析することができる。
  - ・ 6年 外国語：【スクラッチ】で「観光案内」をしよう  
おすすめの国の紹介をするために、その国の食べ物や動物・世界遺産などの自然や建物を調べ、スクラッチを効果的に活用し、プレゼンテーションすることができる。
-

ここでは、1年次から発達段階に応じたプログラミング教材の選定と教材開発が行われている。中でも注目すべきは、文部科学省開発の【プログラミン】、MIT開発の【スクラッチ】、BBCが中心となって開発したコンピュータボード【マイクロビット】等が柔軟に配置されていることである。このような多元的な言語(環境)配置・利活用のカリキュラム構成例は、ある意味理想的なものとなろうが、それを実際に授業において教授し展開していかなければならない教師にとっては、その準備段階から苦勞を伴うものとなることが予想される。

つくば市の例に見られる言語(環境)に限らず、プログラミング言語やツール(環境)には、多種多様なものが想定される。発達段階に見合ったものをざっと概観すると、

- ・ 幼児～小学校低学年段階

ScratchJr Hour of Code Viscuit Lightbot キュベット(遊具) レゴ WeDo2.0(ロボット)

- ・ 小学校中学年～高学年段階

Scratch Minecraft プログラミン ComputerCraftEdu スクイーク Etoys Tickle アルゴロジック Pyonkee CodeMonkey MOONBlock SwiftPlaygrounds MESH(電子タグ) Sphero(ロボットボール) 教育版レゴ・マインドストーム EV3(ロボット)

ちなみに、中学校段階では、

Xcode AndroidStudio AppInventor などの、スマホ用アプリを開発作成できる専門的な言語や、Processing Arduino(ロボット制御用基板) などがあげられる。

## 2. “Why?プログラミング”

つくば市のカリキュラム構成例からも推測されるように、また、出版されている解説書(ノウハウ本)の圧倒的多数からもわかるように、言語環境としては【スクラッチ(Scratch)】が、学校教育現場において多用されることが予想される。スクラッチは、世界で約3,200万人、日本国内でも約33万人(2018年10月現在)に利用され、年間で約1.7倍の率で登録ユーザーが増加しているといわれている。

そして、スクラッチが教育現場でもはやされるであろうもう一つの大きな根拠となっているのが、“Why?プログラミング”というテレビ番組である。これは、NHK Eテレで2016年3月21日(JST)から放送されているスクラッチを利用したプログラミングに関する子ども向け番組であり、プログラミングをテーマとした番組としては、NHK for Schoolでは初となるものである。2017年の国際エミー賞にもノミネートされたユニークな番組として未だ(2019年1月現在)再放送及び「シーズン2」が同局にて放映されている。

具体的な番組内容としては、全18回(「シーズン1」、1回の放送は10分)の内の例えば、第1回～第6回の放送内容を列挙すると、



- ・ 第 1 回 : 「壊れた魚を動かせ」 (スクラッチの順次処理)
- ・ 第 2 回 : 「おかしな踊りを直せ」 (スクラッチの反復処理)
- ・ 第 3 回 : 「文房具でシューティングゲームを作れ」 (スクラッチの分岐処理)
- ・ 第 4 回 : 「北極の子ぐまを救え」 (スクラッチの同期、ライントレース)
- ・ 第 5 回 : 「リンゴ犬マックスを応援しろ」 (アルゴリズム、マイクの使用、四則演算)
- ・ 第 6 回 : 「びっくりハウスをつくれ」 (条件付反復処理、メッセージを送る)

などとなる。

人気芸人で IT 企業の役員でもある “厚切りジェイソン” 演じる 「ジェイソン」 が、2 体のパペットである天才プログラマーの 「ラム」 と 「プログ」 と一緒に、プログラムで動く不思議な世界で起きるさまざまなアクシデントを直していくという番組構成 (流れ) になっていて、ジェイソンのキャラ全開で、楽しみながらプログラミングの魅力と本質を学ぶことができる。また、NHK が運営・管理する番組ウェブサイト (下図参照) は、米 M I T メディアラボと連携し、実際にスクラッチを体験したり、番組で扱った不思議な世界を実際にプログラミングして動かしたりすることもできるよう多面的なアプローチが可能となる工夫が随所になされている。



図 1. “Why? プログラミング” ウェブサイトのトップページ



図 2. “Why? プログラミング” ウェブサイトの「配信リスト」第 1 回～第 5 回

### 3. プログラミング教育の実践

NPO 法人 K-IT シティ・コンソーシアム (岐阜県各務原市にある VR テクノジャパン 内に本部設置) 所属メンバーからなるプログラミング指導専門スタッフ 10 名が中心となり教育実践活動を展開している。この法人設立の前身は、2001 年 1 月 6 日から施行された 「高度情報通信ネットワーク社会形成基本法」 (通称 「IT 基本法」) に基づき設立された 「岐阜県 IT 戦略会議」 メンバーによる 「岐阜県 IT 戦略センター」 であった。筆者が代表を務めた 「岐阜県 IT 戦略会議 情報リテラシー向上分科会」 のメンバーが中心となり設立されたセンターであったが、住民 IT 教育に特化した新組織の必要性が生じたため、岐

岐阜各務原市に拠点を置く NPO 法人 “K-IT シティー・コンソーシアム” が 2001 年 4 月に誕生した。

その後、約 18 年間にわたり I T 教育を学校教育現場及び一般に向けて展開してきている。以下に、2018 年における、特にプログラミング教育活動について実践内容を紹介する。

① 実践 [1] : VR テクノジャパン内「テクノプラザ教室」(岐阜県各務原市)

2018 年実績

| ◆子どもプログラミング教室 テクノプラザ 312 教室   |  |
|---|--|
| 小学生 20 名 中学生 1 名  |  |
| 7 月期/14 21 28<br>各回 90 分  | <b>【scratch】</b> 月 1~3 回 各回の受講者 10 名程度<br>講師 2 名 TA※ 1~2 名<br><br><教材><br>検定模擬問題 4 級・3 級<br>キャッチゲーム<br>おばけをたたけ<br>図形を描こう<br>他、各自の進度にあわせ課題に取り組む<br><br>※TA : Teaching Assistant |
| 8 月期/11 18 25   |  |
| 9 月期/1 8 15 29  |  |
| 10 月期/6 13 20   |  |
| 11 月期/3 17 24   |  |
| 12 月期/1 8 15 22   | <b>【ビュートレーサー】</b> ※プログラミング用学習教材ロボット  |
| <b>【Scratch】</b><br>Scratch サイトのサンプルプログラムや NHK E テレ “Why プログラミング” で取り上げられた教材等をもとに教材を作成している。<br>各自が教材を見て課題に取り組む。講師はプロジェクトで重要な個所や、受講者が理解しづらい箇所を説明していく。<br>順次、繰り返し、条件分岐、変数を使った演算等、プログラミングの基礎的なスキルが身につくよう教材を工夫している。また、復習もかねて、同じ課題に 2 回 3 回と取り組んでいる。 |  |
| <b>【サーティファイジュニアプログラム検定】</b><br>現在 5 名 (小学生 4 名 中学生 1 名) 受験 4 級(エントリー)※合格 3 級(ブロンズ)※合格を目標に学習を進めている。<br>保護者も受験に理解があり、子どもに受験を勧めてもらえる。<br>低学年にはまだ難しいように思われ、受験の時期を検討している。(プログラミングのスキルは備わっているが、問題の指示を理解するのが難しいように思われる。)                               |  |
| <b>【ビュートレーサー】</b><br>12 月期は冬休みお楽しみ講座として、ビュートレーサーを体験した。<br>日頃取り組んでいるプログラミングが、実際に車を動かし動きを確かめるこ  |  |

とができて、とても楽しい授業となった。

Scratch の考え方と似ているところ、違うところを理解し、センサでコースの色を判別しながら、コース上を自動運転するプログラム作成に取り組んだ。

※主催・認定：サーティファイ情報処理能力認定委員会 試験名：“ジュニアプログラミング検定 scratch 部門”、1 級(ゴールド)・2 級(シルバー)・3 級(ブロンズ)・4 級(エントリー)の 4 グレード

② 実践 [ 2 ] : 岐阜市ドリームシアター「プログラミング教室」(岐阜県岐阜市)

2018 年実績

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>◆ドリームシアター プログラミング教室</b>   |  |  |
| 小学生 1 年～3 年 14 名 講師 1 名 TA 2 名   |  |  |
| 10 月/27 11 月/10 24<br>各回 120 分×3 回   | 【プログラミング】<br><教材><br>ちょうちょがはばたくアニメーション<br>ペンギンのリフティング<br>フルーツキャッチゲーム |  |
| <p>・文部科学省提供【プログラミング】</p> <p>マウスの使い方、自分の名前をローマ字で入力する等、パソコンの基本的な操作の指導も含め、アニメーションやゲームを作成した。</p> <p>繰り返し・条件分岐等のプログラミングの基礎を習得できた。</p> |  |  |

③ 実践 [ 3 ] : テクノプラザ「わくわくプログラミング」(岐阜県各務原市)

2018 年実績

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>◆テクノプラザ わくわくプログラミング</b>  |   |  |
| 小学生 1 年～3 年 30 名 (各回 5 名×6 講座) 講師 1 名 TA 2 名  |   |  |
| 9 月/22 10 月/13 11 月/10<br>各回 45 分<br>初回受講者向け<br>2 回名以降の受講向けに<br>2 講座を実施   | 【プログラミング】<br><教材><br>初回受講者向け 基本操作 お話をつくろう<br>2 回名以降 ちょうちょがはばたくアニメーション |  |
| <p>・文部科学省提供【プログラミング】</p> <p>マウスの使い方等、パソコンの基本的な操作の指導も含め、簡単なアニメーションを作成した。</p> <p>画面上でキャラクターが思い通り動くと、歓声上がるなど楽しい講座になった。</p> |   |  |

④ 実践 [ 4 ] : 「夏休み子どもプログラミング体験講座」(岐阜県揖斐郡)

2018 年実績

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <b>◆夏休み子どもプログラミング体験講座 学校法人立木学園</b>  |                                   |
| 小学生 1 年～3 年 13 名 講師 1 名 TA 3 名  |                                   |
| 8 月/26<br>50 分  | 【プログラミング】<br><教材><br>基本操作 お話をつくろう |
| <p>・文部科学省提供【プログラミング】<br/>画面上のキャラクタを思い通りに動かし、簡単なアニメーションを作成した。<br/>保護者の付き添いも多く、親子で楽しく取り組んでいた。</p> |                                   |

⑤ 実践 [ 5 ] : 「“ういち” おもしろ講座」各務原市立鶴沼第一小学校 (岐阜県各務原市)

2018 年実績

|  |  |
|--|--|
| <b>◆“ういち”おもしろ講座 鶴沼第一小学校</b>  |  |
| 小学生 4 年～6 年 30 名 講師 1 名 TA 3 名   |  |
| 11 月/10<br>150 分   | 【Scratch】<br><教材><br>図形を描こう<br>キャッチゲーム |
| <p>【Scratch】<br/>ペンの機能を使って、四角・三角・六角形を描くプログラムを作成した。さら<br/>に応用し、万華鏡のような幾何学模様を描く子もいた。<br/>キャッチゲームでは、条件分岐、変数を使って得点を計算する等、自分でゲ<br/>ームを作ることができ、集中して取り組んでいた。<br/>教師や保護者も一緒に取り組んでいた。</p> |  |

⑥ 実践 [ 6 ] : 「いずみ学級講座」各務原市立蘇原第二小学校 (岐阜県各務原市)

2018 年実績

|   |   |
|---|---|
| <b>◆いずみ学級(クラブ活動) 蘇原第二小学校</b>  |   |
| 小学生 4 年～6 年 30 名 講師 1 名 TA 5 名  |   |
| 6 月/14 7 月/5 19<br>9 月/13 20<br>10 月/4 11 18<br>11 月/15 29 (計 10 回)<br>各回 45 分×10 | パソコンの基本操作・ローマ字入力 (1 回)<br>【scratch】(7 回)<br>飛ばしてみよう<br>キャッチゲーム<br>図形描画<br>【ビュートレーサー】(2 回) |
| <p>クラブ活動 (年間 10 回) のプログラミング講座<br/>毎回真剣に取り組む様子が見られた。6 年生は理解が早く、さらに応用してい</p>        |   |

る様子や、互いに教え合う様子がみられた。

10回のうち、ローマ字入力練習や、【ビュートレーサー】も取り入れ、パソコンの基本操作からプログラミングの基本的なスキルが習得できた。

授業後に教頭先生から「子どもたちは毎回本当に楽しく取り組んでいる。(特別支援学級の子で) 普段は授業になかなか集中できない子が、この活動は集中して取り組んでいて驚いている」との評価をいただいた。

## IV. プログラミングの思想

### 1. 物事の捉え方→切り捨て方

現在主流であるオブジェクト指向プログラミングにて一般的に用いられる「オブジェクト」「プロパティ」「メソッド」という要素で現実の世界を捉えてみると、オブジェクトは「名前を付けて呼ぶことのできる”モノ”」、プロパティは「そのモノが持つ属性」、メソッドは「そのモノに対して可能な操作」であると言える。

例えば『リンゴを 箱に 入れる』という場面を考えると、オブジェクトは「リンゴ」と「箱」の二つだ。

そこでプロパティをリンゴについて挙げると

食品、果実、直径 10cm 前後、重量 300g 前後のほぼ球形、茎が付くことがある、水分を含む、糖分と酸味がある、赤または黄または薄緑色・・・

またメソッドをリンゴについて挙げると

持つ、投げる、転がす、食べる、洗う、皮をむく、切る、種を取る、芯を取る、絞る、する、放置して腐らせる・・・

等々といったものが挙げられる。では、これらの要素は私たちの生活を十分に表していると言えるのだろうか。

属性であるプロパティは描写の〈解像度〉によって際限なく細かく設定されていく。一般的な(どれでもいい)リンゴから、「今朝自分が食べた」リンゴ、「品種はサンふじ」「とても美味しかった」「芯の周りには黄色い蜜がたくさんあった」というように。

描写の〈解像度〉を上げれば、生活を反映したリアリティは向上するが、同時にプログラムとしての目的は不明瞭になる。画像で例えて言うなら「いろいろなものにピントが合っ、何を表しているのかわからない」ものになるのだ。

このアンビバレンツを回避するには、どこかで線引きして折り合いをつけるしかない。それがプログラムの「世界観」におけるある意味”お約束”となる。

例えば Scratch によるプログラミングで「右に 15 歩動かす」を表現する場合、NHK の子ども向けプログラミング番組「Why!?プログラミング」(第 6 回)では、右向きで並んだ一足の靴の絵と、歩を進めたように離れた一足の靴の絵を、14 回入れ替えながら右に向かって 15 回移動することで、歩いている状態を表現している。

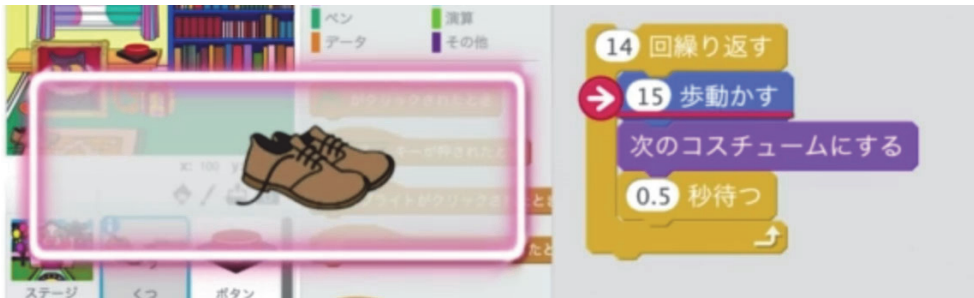


図3. “Why?プログラミング” 第6回より

この画像は、現実とかけ離れているのはもちろん、テレビアニメレベルと比較しても著しく情報が切り捨てられている。だがこの場合の「歩く」という表現は、この動作で満足されたということ（これがお約束）なのだ。

## 2. 着目されるもの

二足歩行のプログラミングといえば、ホンダの「ASIMO」に代表される高度なロボット技術などが連想されるが、この場合の「歩く」は遠くそれに及ばない、言ってみれば「解像度の低い」表現である。たとえ子ども向けのプログラミング表現であっても、よりリアルな（解像度の高い）表現は考えられるし、一般大人向けであれば何をかいわんや、である。しかしこの場合のプログラムはだからこそ「歩く」という言葉と対応する以外に、意味をなさないほど明瞭な表現となっている。プログラミング教育においては、この明瞭さが重要な意味を持つと考える。

複雑なプログラミングによる微妙な動作はリアリティがあるが、プログラミング初心者から見たら冗長で意味がつかみにくい。また小学生やそれ以下の幼児など低年齢の子どもが対象ならば、体験の少なさから現実との対応自体が困難であるかもしれない。例えばピアノを習い始めた初心者から見て、ジャズアレンジされコードが展開された楽譜から、元のメロディーを読み取ることが困難であるようなものだ。

一般的に、子ども向けのおもちゃや道具などは、操作が単純化され目的も手順も明快だ。色彩も原色が多用され、大人を対象とした同様のものと比較すると曖昧さが極力排除されているように見える。

現実世界には多種多様な刺激があり、曖昧・中間的・微妙な刺激に対して対応すれば無限の解像度が必要になる。前述の明瞭（単純）さは、無限のバリエーションから取捨選択する経験の乏しい子どもたちに対して、主たる目的（子どもたちは操作の途中で目的から逸脱していくことがしばしばである）に対して強力にアフォードするために重要であると言える。

またこれは逆から見れば、子どもたちに何を取捨選択すべきかを教育する教材であると考えられるだろう。子ども向けの道具やおもちゃは、大人向けのそれと類似する形態を単純化・小型化して危険を取り除いたものが多く、殆どは対応を類推しやすく作られている。ままごと遊びセットや自動車を模した乗用玩具などはその代表例である。

子どもたちは玩具を用いての遊びを通して、自然と「重要な目的」をなぞることになり、大人たちの設定した取捨選択を踏襲していくのだ。



### 3. 切り捨てられるもの

以上の事柄を踏まえると、小中学校でプログラミングを学んだ場合において身に着けられる「プログラミングマインド」とは、

「情報を取捨選択して有用なもののみを抽出し、意味をまとめ構成する能力」であると言える。

例えるなら現実の音声は PCM 方式でデジタル録音されるときに、「必要な解像度で」符号化されて記録されるように、アナログ的な（連続し、意味の不明瞭で膨大な）情報を削り落とし、有意にデジタル化していることになる。いわゆる「A→D変換」である。

このことは、「認知能力を高める」ことを求める従前のインプット型教育の価値観とマッチする。記述と数値化が容易であり、比較評価ができる。

ところで「要らないものをそぎ落とす」ことの必要性はこれで分かったが、そぎ落とすばかりなのだろうか。無論、その逆が必要になる。

### 4. 付け加えられるもの・・創り上げられるもの

「Why!?プログラミング」では「右に 15 歩動かす」という動作をプログラムすることを例に挙げたが、歩くという動作を表現するのなら「誰が」「どこに」「どうやって」などというディティールが欠かせない。国語的に言うならば述語だけではダメで、主語や目的語などが必要になるというわけだ。

「右に 15 歩動かす」では靴だけの動作で透明人間が歩いているような表現が使われたが、それはこの場面が遊園地のビックリハウスという特殊な設定であったからであり、通常のプログラムを作成していく上ではそのディティールを必要に応じて細かくしていく必要がある。だが、③で述べたような情報を切り捨てていく動作ならば既存の情報をただ捨てるだけだが、ディティールを細かくするということは、情報を生み出し付け加えるということになる。何もないところに創り上げていくディティールにはバリエーションが無数にあり、その内容もクオリティも全て作り手に依存する。いうまでもなく相応のスキルが求められる。前述の PCM 音声で例えるのなら、これはまさに「D→A変換」であり、記録された数値から実際の音を作り上げるという、最もクオリティが求められる場面だ。

また①の「お約束」を踏まえると、そのディティールはその都度設定された一定の「解像度」に従うことになるため、やみくもな”高解像度”が求められるわけではないが、適切なディティールに合わせることもまたスキルを要することになる。

切り捨てることも、認識能力を高めることにつながり、情報の連携から新たな構造を生み出すために欠かせないが、同時にかなりの部分で自動化の余地がある。これに対し、創造し生み出すことは最も自動化の困難な部分であり、最後まで人間が担わなくてはならない局面の最たるものといえる。

そのため、このスキル「創造力」こそが、これからのプログラミング、ひいては将来の社会全体においても最も重要なものの一つになると思われるのだ。

## V. プログラミングマインドとオリジナリティ／身体

### 1. ひな形と実行型・・・オリジナリティの欠如

「創造力」「創造性」などという事柄が話題になる場合によく取り上げられるのが「オリジナリティ」だ。表現やアイデアは、その人の唯一無二な能力・活動から生じるのだから、オリジナルなものであるのはもちろんのこと、アナログ的な手法で製作された様々なものも「オリジナル」として価値を持ち、場合によっては（作った人の意思とは関係なく）高値で取引されることもある。

ところが特にデジタルメディアが主流となって以来、様々な場面で「オリジナリティ」は脅かされてきた。コンピュータをはじめとするデジタルな世界ではコピーは無限に可能であり、劣化もなくオリジナルと区別は一切つかない。物理的なオリジナルと可能な限り同じように扱うべく、コンテンツビジネスを中心に様々なコピーコントロールの手段が講じられてはきたが、常にイタチごっこであって解決は見えない。

そしてプログラミングでは、その様相はさらにもう一段階進んでいるといえるのだ。

オブジェクト指向プログラミングでは、クラスやインスタンスという概念がある。クラスはオブジェクト指向におけるモノの定義であり、コンピュータが行う動作の設計図のようなものといえる。つまりプログラマーが創意工夫をして作り上げるプログラムのオリジナリティは、このクラスにこそ表れているということが出来る、言うなればプログラムの核心部分だ。

だが、クラスは「設計図」でしかないので、そのままでは仕事をしてくれない。そこで実際に仕事をしてくれる実行部隊（ロボット）とも言うべきプログラムが、クラスを元にして作られる。これがインスタンスである。インスタンスは、必要に応じてクラスからいくつでも作り出すことができる。

ここで、現実世界との齟齬が生じる。現実世界では作業を担ってくれる実働部隊こそが「本物」であるはずなのに、プログラミングにおけるそれはいくらかでも作り出せるコピーでしかないのだ。よってプログラムの世界では、オリジナリティという概念は極めて希薄にならざるを得ない。加えて作成されたプログラムは意味や機能を持った「モノ」としての存在になるため、他人の作ったそれを組み合わせる目的のプログラムを構成することが当たり前に行われる（オブジェクト指向プログラミングはそれが目的と言ってもいい）。スタンドアロンで個々のデバイスにおいて動作するプログラムばかりではなく、サーバーサイドで動作するプログラムも多々あるため、これらは既にインフラとしての様相を呈しており、（1970年代にジョブズやゲイツたちが集ったようなコンピュータクラブならばあり得たかもしれないが）全てをオリジナルのプログラムで構成しようとするのはナンセンスだ。技術のあるカーマニアが、たとえ車を自分で一から作ることができたとしても、走る道路も全て自分で切り開くことは不可能なのと同じである。

### 2. 身体の喪失・・・無限の可能性（アバター）

オリジナリティの欠如は、デジタルメディア登場以前の”コピー文化”時代（アンディ・ウォーホルの作品などに代表されるアレだ）から主張し始められていたが、デジタルメディア、特に VR／3D グラフィックスの発展によって次に問題となったのは「身体の喪失」

である。こちらも端緒はテレビ／ビデオ世代の”番組を現実と混同し云々”に遡りはするが、とても「身体の喪失」とまで呼べるものではなかった。しかし VR、特に 3D ゲームにおける「アバター」の登場によって「身体の喪失」は決定的となったといえるのだ。

3D ネットゲームの世界・・・年齢も性別も身長も体重も、筋力も走力もケガも病気も疲れも何もかも根本的制約は無く、ゲームとして成立させるための制約のみが存在する世界で、機械相手ではなく実際に（どこかにいる）他人とコミュニケーションが取れるのだ。現実世界が内包する諸問題を全て切り捨てることのできる世界は、ある意味まさに理想郷。「ゲーム依存症」が社会問題となりつつあるのも、むべなるかな、である。

当然、VR ゲームに対する社会（特に教育界）の風当たりは厳しい。「ゲーム依存症」は昨年（2018年）WHOによって疾病として正式に登録されたし、引きこもりを誘発する悪者としてやり玉に上げられるのもはやデフォルトである。

だが、ここで教育界がすべきことは、ネットゲームを禁止／排除することではなく、私はそれらが何をどう「切り捨てているのか」に着目すべきだと考える。ゲーム依存症に陥った人たちは、コミュニケーションを遮断していたわけではない。哲学的な自己と他者という観点で見れば、（むしろ積極的に）コミュニケーションし続けていたわけであって、それは SNS 等による「スマホ依存症」と全く同一である。それらの依存症に陥った人たちは、おそらくネットメディアを経由することによって（何か）切り捨てられ”洗練された”（と感じる）コミュニケーションの中にいると考えられる。だとすれば、彼らの立場から見たら物理的な現実の方がむしろ猥雑な”要らないもの”とされているはずだ。

ネットゲームをプレイすることは、当然プログラムを「消費している」立場なのだが、その中でコミュニケーションが取れてしまっている（と感じられる）ことが、消費サイドからの脱却を難しくし、（煩雑なものとして）現実を切り捨て続けることになっているように感じられるのだ。

### 3. 配列・条件分岐・繰り返し

さて、プログラムの要素におけるエッセンスがオブジェクト・プロパティ・メソッドならば、プログラムの構造におけるそれは配列・条件分岐・繰り返しであろう。

これらの特徴は、要素や処理を入れ子にして多数組み合わせることで、複雑なものを単純なものによって置き換えている点である。この入れ子の概念は、変数（代数）を使用する必要があるため、子どもたちにとってはやや敷居が高いと言える。例えば配列は「田中くん、山口さん、佐藤くん・・・」を「グループ A」と名付けるようなものだが、 $x$ 、 $y$  が出てくるだけで「算数」が「数学」になってしまったように、子どもたちにとってなじみが薄いであろうことはまず間違いない。

だがこれを、代数ではなく「見立て」と考えると話は異なってくる。見立ては枯山水をはじめとして、古来我が国では文化的に重要な観点であるが、子どもたちはそんな小難しいことをいうまでもなく、ごっこ遊び、ままごと遊びなど遊びの中で日常的に見立てを行っている。段ボール箱はあつという間に家にも自動車にも変身し、誰でもペットボトルのキャップで億万長者になれた思い出があろう。子どもたちは何かを「代わりに」扱うことには大人以上に慣れているのだ。

ただ入れ子の構造の方は普段の生活では一般的ではないし、ままごと遊びにもマトリョ

ーシカはなかなか登場しない。

そこで子ども向けのプログラミング言語である Scratch（言語というよりも「環境」と言うべきかもしれない）などは、徹底した GUI を用いているため、極めてビジュアル的である。そしてその操作のうちに、入れ子となる構造を自然と学ぶことになる。

#### 4.俯瞰した展開・大雑把な把握

「どんなに複雑なものも単純化して少しずつ処理すれば解決できる」

条件分岐と繰り返しの本質は、まさにこれである。複雑に見える事象を単純化して捉えなおすということ自体は、概念的にはさして高度ではないため、発想することは子どもであろうと容易だ。学習の場面においても基本的な手法であるし、「小さなことからコツコツと」という愚直さは通常、道徳的に美德とされる。

条件分岐と繰り返しによる問題へのアプローチは、微視的な観点でコツコツと問題をクリアすることができる点で、教育的にも意味があると思われる。しかし、この手法は他者の作り上げたプログラムや既存の問題点を分析・把握・解決するには極めて有用な反面、俯瞰的な問題把握には向かない。元来プログラミングの本質は、獲得した意味や情報を連携させて新たな意味のある構造を作り上げることにあるため、微視的な分析は正確な構造把握の一助にはなるが本質的なものではない。プログラマーは複数の情報を連携させ、新たな意味や構造を「創造」しなくてはならず、それには状況把握／観察力・構成力・コミュニケーション能力・創造力等々が不可欠である。前述の「生み出す力」や「付け加える力」が必要になるのだ。

問題や意味を認知して分析把握する能力を認知能力と呼ぶが、ここではそれに加えてふわふわしたイメージを柔軟に数多く生み出す力や、物事全体のざっくりとした把握や将来の見通し、他人の気持ちや考えを想像しコミュニケーションを取る力、情報の連携や構造的な未来予測力といった、認知能力では測れない非認知能力が必要不可欠なのだ。その意味において、プログラムを「消費している側」から「創り上げる側」へと導くであろうプログラミング教育は、（そのやりようによっては）「ゲーム依存」や「スマホ依存」に風穴を開ける機会にすることすらも可能なのである。

## VI. 終わりに

プログラミングを子どもたちの教育に取り入れることで得られるであろう「プログラミングマインド」は、一見すると単に情報の切り捨て方を伝えるのみで、硬直した価値観を助長してしまう愚挙に見える。だがそれは、プログラミングが持つ教育的側面のほんの一部であって、知識が洗練されることでの連携と発展、そこから生まれる創造性と爆発的な展開、その大きな可能性はそれらを補って余りある。とはいえ、それらを引き出すことは容易ではない。教師や学校側は設備施設に加えて展開に対する柔軟性と綿密な準備、各教科に織り込ませるのであれば教材研究の段階からプログラミングを想定した展開 etc...そして子どもたちの側にも意識的に壁を作らない姿勢が求められる。それらが、これからの我が国の教育において実現するのか、それとも頓挫するのか。プログラミング立国として発展の礎になるのか、それとも単なる愚挙になるのか。これから見極めていく必要があると考える。

## 参考文献・資料

- ・赤堀侃司『これならできる小学校教科でのプログラミング教育』、東京書籍、2018年
- ・阿部和広他『小学校の先生のための Why!? プログラミング授業活用ガイド』、日経BP社、2018年
- ・新井紀子 著『AI vs. 教科書が読めない子どもたち』東洋経済新報社、2018年
- ・アング『HTML・CSS・JavaScript ホームページ辞典』、翔泳社、2012年
- ・石戸奈々子『図解 プログラミング教育がよくわかる本』、講談社、2017年
- ・石戸奈々子『遊びながら楽しく学ぶ！小学生のscratchプログラミング』、ナツメ社、2018年
- ・大森康文『scratchで楽しむレッツ！プログラミング ジュニア・プログラミング検定公式テキスト』、FOM出版、2018年
- ・木村利明『オブジェクト指向型教育』、中部経済新聞社、2006年
- ・斎藤兆史・鳥飼久美子・大津由紀雄・江利川春雄・野村昌司 著『「グローバル人材育成」の英語教育を問う』ひつじ書房、2016年
- ・J. J. ギブソン『生態学的知覚システム』、東京大学出版会、2011年
- ・J. J. ギブソン『生態学的視覚論』、サイエンス社、1985年
- ・ソニー・グローバルエディケーション『プログラミング脳をこれから鍛える本』、日経BP、2016年
- ・竹林暁他『できるキッズ 子どもと学ぶscratchプログラミング入門』、インプレス、2018年
- ・利根川裕太・佐藤智 著 一般社団法人みんなのコード監修『先生のための小学校プログラミング教育がよくわかる本』翔泳社、2017年
- ・藤沢英明『改訂デザイン・映像の造形心理』、鳳山社、1992年
- ・増井敏克『プログラミング言語図鑑』、ソシム、2017年
- ・松下孝太郎他『親子でかんたんスクラッチプログラミングの図鑑』、技術評論社、2018年
- ・松村太郎・山脇智志・小野哲生・大森康正 著『プログラミング教育が変える子どもの未来』翔泳社、2018年
- ・堀田龍也『新学習指導要領時代の間違えないプログラミング教育』、小学館、2018年
- ・文部科学省「第4次産業革命 人材育成推進会議(第1回)文部科学省提出資料」  
[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/miraitoshikaigi/jinzaiikusei\\_dail/siryou7.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/miraitoshikaigi/jinzaiikusei_dail/siryou7.pdf)
- ・文部科学省『小学校学習指導要領(平成29年告示)解説 総則編』  
[http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/micro\\_detail/\\_\\_icsFiles/afieldfile/2018/05/07/1387017\\_1\\_2.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/__icsFiles/afieldfile/2018/05/07/1387017_1_2.pdf)
- ・文部科学省「小学校プログラミング教育に関する概要資料」  
[http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/micro\\_detail/\\_\\_icsFiles/afieldfile/2018/03/30/1375607\\_01.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/__icsFiles/afieldfile/2018/03/30/1375607_01.pdf)
- ・文部科学省「小学校プログラミング教育の手引(第二版)」  
[http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/micro\\_detail/\\_\\_icsFiles/afieldfile/2018/11/06/1403162\\_02\\_1.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/__icsFiles/afieldfile/2018/11/06/1403162_02_1.pdf)
- ・文部科学省「「小学校プログラミング教育の手引」の改訂(第二版)について」  
[http://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/micro\\_detail/\\_\\_icsFiles/afieldfile/2018/11/06/1403162\\_01\\_1.pdf](http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/__icsFiles/afieldfile/2018/11/06/1403162_01_1.pdf)

## 西洋と日本の相違

— 言葉、理論、思想、方法論について（18） —

赤松 宏

（経営学部非常勤講師）

## Differences between Europe and Japan

— on Languages, Theories, Thoughts and Methods —

Hiroshi AKAMATSU

### →要旨

インド哲学は絶対者の探求であったといわれる。絶対者とは自己と他者を出合わせ、交渉させ、関係づける原初的な開けの場とも呼ぶべきもので、絶対者をブラフマンと呼び、個我をアートマンと呼んで、両者の関係が真剣に検討された。ウパニシャッドの著名な哲人達がこの問題についていかに追及したか検討してみることにする。

### →キーワード

絶対者（ブラフマン） 個我（アートマン）  
シャーンディリヤ ウッターラカ・アールニ ヤージュニアヴァルキヤ  
不一不異説 不二一元説



## I. 絶対者の探求

インド哲学は絶対者の探求であったといわれる<sup>1)</sup>。絶対者とは相対者に対する言葉であるが、自己に対するものを持たず独立自存し、他の制約を受けないものを意味する。自己と他者、AとBが関係する、交渉するとはどういうことか。自己と他者が関係するためには、自己と他者を包む共通の場、基盤がなければなるまい。たとえば自己が他者を見ることができるのは如何にしてであるか。それは自己が他者を見ることの可能性の条件、つまり見られる可能性を他者がそなえているからだ。同じことは聞くこと、触れることなどおよそ認識することのすべてについていえる。ではこの自己と他者を出合わせ、交渉させる基盤とは何か。自己と他者を出合わせる基盤なるものは、自己があるいは他者が作り出しているものか。自己が当の基盤を作り出しているとは、自己がすでに他者へ届き、他者へと延び広がっていることを意味するし、逆に他者が基盤を作り出しているとは、他者が自己へと届き、自己へと延び広がっていることを意味するであろう。したがって自己と他者を出合わせる基盤なるものは、自己が作り出していることも、逆に他者が作り出しているということも、ともに自己と他者を包む共通の場の存在が前提になることを意味するであろう。この自己と他者を出合わせ、関係づけ、交渉させる原初的な開けの場こそ絶対者（ブラフマン）と呼ばれたものに他ならない<sup>2)</sup>。

## II. ブラフマンとアートマン

インド哲学史の主流をなすものは、ウパニシャッド聖典を遵奉するヴェーダ哲学の系統で、この哲学において絶対者をブラフマン（brahman）とよび、個人存在を個我（jiva, jivatman）と呼んで、両者の関係が真剣に検討された<sup>3)</sup>。ブラフマンとはもともと神聖で靈力に満ちたヴェーダ聖典の語で、ヴェーダ聖典の賛歌、祭詞、呪詞のうちに内在する神秘力をも意味していた。ヴェーダ聖典のうちのブラフマナ（祭儀書）文献においては、祭祀とは人間が神に供物をささげて神々を喜ばせることによって恩恵を受けるというよりも、むしろヴェーダの言葉を用いて秘密の呪力によって神々や人間を強制し駆使することであった。つまり非人格的なヴェーダ聖典の言葉の方が神々より優位に立ち、インド農村社会において祭式を重んずるバラモン（司祭者）の権威が確立するにつれて、ブラフマンは特別に重視され、ついに世界の根本原理の名称にまで高められたのである。その後インドの正統バラモン系統の哲学においては、もっぱら純粹に抽象的な絶対者そのものをあらわす哲学的熟語となった<sup>4)</sup>。

それに対して個我を意味するものとして立てられたのは、アートマン（atman）の観念である。アートマンとは元来「いき」「氣息」を意味する語で、それが転じて「生氣」「身体」の意味となり、さらに「自身」という意味になった。哲学的概念としては「自我」「自己」「靈魂」を意味する熟語となった。ブラフマンが中性的原理として考えられたのに対して、アートマンはむしろ人格的原理として考えられた<sup>5)</sup>。アートマンがいかなるものであるかについては、ウパニシャッドのうちに種々の見解が述べられているが、そのうちの有力な説は、アートマンはブラフマンと同一であるという説である。たとえば万有の究極の原理として「これは実に偉大にして不生なるアートマンである。不老、不滅、不死にして

無畏である。無畏なるブラフマンである。」と明言している。すなわちわれわれの存在の根底にある究極の自己、本来の自己、それがすなわち絶対者であるというのである。ウパニシャッドの著名な哲人たちがこの問題について如何に追求したか個別的に検討してみることにする<sup>6)</sup>。

### Ⅲ. シャーンディリヤの場合

自己すなわち個我と絶対者が同一であるという思想は、初期のウパニシャッドの哲人においてはただ直感的に表明されていたが、この道理を詳細に説いたのはシャーンディリヤ (Śāṅḍilya) である。彼は万有の真理 (satya) をブラフマンと呼び、それがわれわれが経験する一切の事物 (sarvam idem) と同一であると説いた。したがって真理ないし実在は現象界の背後に隠れて存在するものではなく、一切の現象がそのまま真理だというのである。つまりブラフマンは「思惟そのもの」「意図そのもの」であり、「一切の行為」「一切の欲望」であり、「一切の香り、一切の味」である。絶対者をこのようなものとして把握することは古代ギリシャにもみられるが、シャーンディリヤがギリシャ哲学と異なるのは、彼がこの絶対者を本来の自己と同一視した点にある<sup>7)</sup>。この絶対者たるブラフマンは本来の自己とも称すべき「身体の中にある黄金の原人」、あるいは「心臓の内部に存するアートマン」とも呼ばれ、ブラフマンについて述べられたことがアートマンについても繰り返し述べられている。このように万有の最高原理たるブラフマンが同時にわれわれの存在の根底にあるアートマンであり、両者は一体であると説いたところに彼の特色が認められるが、しかしブラフマンがいかにして展開して現象界を成立せしめているかについての説明はなされていない<sup>8)</sup>。

さてこの絶対者としてのブラフマンまたはアートマンは極大にしてまた極小であるという。それは一方では「米粒、麦粒、芥子粒よりも微小である」と説かれ、他方では「地、空、天およびこれらの世界よりも大である」という。絶対者が極大であるとともに極小であるという思想は、西洋ではニコラウス・クザーヌスやジョルダノ・ブルーノにもみられるし、中国では三祖大師僧さんや大珠慧海にもみられる。僧さんは「極小は大に同じく、境界を忘絶す。極大は小に同じく、辺表を見ず」という。大珠慧海も「人間う、般若は大なりや否や。師曰く大なり。曰くいくばくか大なる。師曰く辺際なし。曰く般若は小なりや否や。師曰く小なり。曰くいくばくか小なる。師曰く見れども見えず。」このように絶対者に関して東洋でも西洋でも同じようなことが述べられているが、西洋の場合は理論的、合理的思惟を伴っているが、シャーンディリヤや中国の禅人の場合は、論証によらず直観的に把握している<sup>9)</sup>。

シャーンディリヤの人間観の根本命題は、「人間は意向 (kratu) よりなる」ということで、意向すなわち意欲が人間の本質を構成しており、死後の運命に関しては「人間がこの世において意向を有するがごとくこの世を去ってのちにも、そのごとくに存する」と考えた。そのために彼は万有の真理、「このブラフマンを真理であると念想すべし」という。そうして「この世を去ってのちこのアートマンに合一するであろう」と固く信じている者にはいかなる疑惑も存せず、彼はブラフマンと合して解脱が実現すると考えていた<sup>10)</sup>。

彼の解脱論に関してはなお哲学的に究明されるべき幾多の問題がある。自己がもともと

ブラフマンと一体であるのだとすれば、自己がすでに自己と同一であるブラフマンに合一するとか帰入するということは矛盾ではないか。「彼には実に疑惑は存せず」と説いて何らの疑問もさしはさまなかつたが、これらの問題については後世のヴェーダンタ哲学者に委ねられたのであった<sup>11)</sup>。

#### IV. ウッダーラカ アールニ (Uddalaka Āruni) の場合

ウッダーラカの哲学はシャーンディリヤの思想を継承し、それをさらに発展させたものである。すなわちあらゆる万有がそのまま絶対者ブラフマンであり、それが同時にわれわれの本体であるアートマンに他ならない。「汝はそれなり」(tat tvam asi) という句は、われわれの個人存在の中核をなす自己がそのまま絶対者に他ならぬことを示す句として有名であり、「われはブラフマンなり」(aham brahma-asmi) という句とともに、ウパニシヤッドの思想を最も的確にしめす二大格語と呼ばれている<sup>12)</sup>。

ところでシャーンディリヤにおいては、万有と絶対者(ブラフマン)とわれわれのアートマンとの同一関係が強調されていたが、ウッダーラカはさらに進んで、絶対者がいかにして現象界の差別相を展開するかという問題に取り組んでいる。彼は絶対者を有(sat)と規定し、宇宙は太初においては唯一有のみで、これに対立するものなかつたと考える。根源としての有は純粹の有である唯一者であり、この唯一者たる有が展開して多となるのであり、一切の事物は唯一者たる有という原因の変化したものである。しかもこの有からの展開を次のような神話的説明によって行っている。この有がまず「われわれは多となろう、繁殖しよう」という意欲を起こして火を創出し、その火がまた「われは多となろう、繁殖しよう」という意欲を起こして水を創出し、その水が同様に意欲を起こして食物を創出した<sup>13)</sup>。

このように火、水、食物を創出し終わって後、有はさらに意欲を起こして「生命のアートマン」によって火、水、食物の中に入り、その三者をそれぞれ三重にしたという。たとえば我々の経験する自然界の火は、やはり火、水、食物の三元素から構成されているが、ただ火が優勢であるにすぎず、燃える火の中に見える赤い色は元素としての火の色であり、白い色は水の色であり、黒い色は食物の色である。その他太陽、月、電光、など一切の物体について、そこに見える赤色は火の色、白色は水の色、黒色は食物の色である。つまり一切の物質は、ただ三元素の構成の度合いによってその相を異にしているのである<sup>14)</sup>。

ウッダーラカの人間論もこのような有論によって説かれており、人間を構成する要素も自然界におけると同様、火、水、食物の三元素よりなる。食われた食物は三様に分かれたれ、その最も粗なる成分は糞便となり、中間の成分は肉となり、最も微細な成分は上方に昇って意となる。飲まれた水も三様に分かれたれ、その粗なる成分は尿となり、中間の成分は血となり、最も微細な成分は上方に昇って氣息となる。食われた火、すなわち燃焼性の食物、すなわち油分は三様に分かれたれ、その粗なる成分は骨となり、中間の成分は髓となり、最も微細な成分は上昇して言語となる<sup>15)</sup>。

ところで人間の構成要素のうちで生命を司るものは氣息であり、人間の思慮分別といった精神作用を司る意も氣息に制約されている。しかしこのような生命原理としての氣息も人間の自己ではなく、人間の真実の自己はアートマンであり、それは「有」に他ならない。

人間が覚醒状態において活動しているときは自己から乖離しているが、人間が熟睡した時には有と合一し、真実の自己に到達している。身体を構成する三要素のうち、食物の根底となっているものは水であり、水の根底となっているものは火であり、さらに火の根底となっているものは有である。したがって一切の生類は有を根 (mūla)、抛り所 (āyatana)、究極の根底 (pratiṣṭhā) となしている。有そのものが人間存在の中核をなしていることは認識することはできないが、それはあたかも塩を水中に投じた場合、塩が肉眼で認めることができないのと同様である。生命が去ったとき肉体は滅びるが、生命の本体たる有、すなわちアートマンは死ぬことはない。このように有であるところの主体、すなわちアートマンのみが唯一の真実在であると説くのであるから、彼の立場は徹底した一元論であるといえることができる<sup>16)</sup>。

## V. ヤージュニアヴァルキヤ(Yajñavalkya)の場合

ウッダーラカの弟子であるヤージュニアヴァルキヤは、師のブラフマン即アートマンの説を受け継ぎ、絶対者(ブラフマン)を多くの場合アートマンと呼んでいるが、ウッダーラカが根本原理とみなすすなわちアートマンを客観的存在のごとく眺めていたのに対して、ヤージュニアヴァルキヤはアートマンの主体性を強調し、その不可認識性を強調している<sup>17)</sup>。

彼の学説は彼の妻マイトレーイーとの対話が有名であるが、彼は我々の経験する一切のもの、バラモン、王族、諸世界、神々、生類、これら一切のものはアートマンに他ならない。これら一切のものはアートマンの吐き出したものであり、それはあたかも湿った薪に火をつけたとき、その煙が別々の方向に立ち上るようなものである。さらにヤージュニアヴァルキヤはいう。「ああ実に夫を愛するがゆえに夫が愛しいのではない。アートマンを愛するがゆえに夫が愛しいのである。ああ妻を愛するがゆえに妻が愛しいのではない。アートマンを愛するがゆえに妻が愛しいのである。」このように説き起こし子孫、財宝、家畜、バラモン、王族、諸世界、神々、ヴェーダ、生類など一切のものを愛するがゆえにそれらが愛しいのではない、アートマンを愛するがゆえにそれらが愛しいのであるという。この場合ヤージュニアヴァルキヤの真意はどこにあるのであろうか。一切のものがアートマンから現れ出たものであるならば、それらは究極的にはアートマンに他ならないがゆえに、われわれがなにものかを愛するとは究極的にはアートマンを愛することに他ならない。「実にアートマンが見らるべく、聞かるべく、考えらるべく、熟思さるべきである」とは、われわれがそもそもものが見られ、聞かれ、考えられ、熟思されるのはなぜか。その見られ、聞かれ、考えられ、熟思されるゆえんのもの、それがアートマンに他ならぬということである<sup>18)</sup>。「他に見られずして自ら見る者である。他に聞かれずして自ら聞くものである。他に思考せられずして自ら思考するものである。他に認識せられずして自ら認識するものである。かれの他に見者なく、かれの他に聞者なく、かれの他に思考者なく、かれの他に認識者なし。これが汝のアートマンであり、内制者 (antaryāmin) であり、不死なるものである。その他のものはすべて苦悩をもたらすのみ」という。ゆえにアートマンを体得することが人間の至福であり、これを知らずこれを離れていることが苦しみであると考えた<sup>19)</sup>。

ところで後世において宗教的通念となった業の観念については、「実に人は善行によって善い者となり、悪行によって悪い者となる」と語っており、それはあたかも蛭が草の葉から他の草の葉に移るようなもので、個我の中核をなす靈魂、すなわちアートマンは身体を去ってのち他の身体に入ると考えていたようである。したがってヤージュニアヴァルキヤは、アートマンを個人的靈魂とでもいうべきものと考えていたように思われる。しかしこれまで見てきたように、われわれの経験する一切のもの、バラモン、王族、諸世界、神々、生類これら一切のものはアートマンであり、ありとあらゆるものはアートマンの吐き出したものであるといわれている限りにおいては、アートマンは絶対者としての意義をもっており、ただ単に個人的靈魂といったものとは考え難く、いわば世界靈魂 (Weltseele) とでもいうべきものである。したがってヤージュニアヴァルキヤの場合、この二種のアートマンの区別、関係が明確でなく、この問題が後のヴェーダ哲学において論議されることになる<sup>20)</sup>。

絶対者と個我との関係について最古の二つのウパニシャッド、すなわちブリハドアーラニヤカウパニシャッドおよびチャンドギャウパニシャッドに現れている哲人の見解を見てきたが、初期のウパニシャッドのうちでもやや遅れて成立したタイティリーヤウパニシャッドにおいては、絶対者の観念に関して多少の変容が認められる。ブラフマンの定義として「これらの生存者 (bhūtāni) がそれから生じ、生じたものどもがそれによって生存し、滅びゆくとき、そのうちに没入するところのもの」、すなわちブラフマンは万有の生起と存続と帰滅の淵源と考えられており、この定義は後のヴェーダ学派におけるブラフマンの定義でもある。万有の現れ出る順序次第については、アートマンから虚空、虚空から風、風から火、火から水、水から地、地から食物、食物から人が生じたという。

ではブラフマンと個我との関係についてはどう考えたかといえば、従来の諸説を整理して階層的秩序を考えた。すなわち食物の精髓よりなるアートマンの内部に生氣よりなるアートマン、その内部に意よりなるアートマン、その内部に識 (vijñāna) よりなるアートマン、その内部に歓喜 (ānanda) よりなるアートマンがあり、これが最も内奥のものである<sup>21)</sup>。

ヤージュニアヴァルキヤの場合、最究極者としての絶対者は純粹の叡智 (prajñānaghana) であり、それは積極的に述語することができないものであるが、タイティリーヤ・ウパニシャッドにおいては、最も究極の本質をなすものは歓喜 (ānanda) である。

古ウパニシャッドのうちでも後期のものには有神論的な傾向が見られ、特にシヴェータシヴェタラ・ウパニシャッドにおいては顕著である。絶対者は最高ブラフマン (paramam brahma) と称せられ、支配者 (preritṛ) と経験の主体 (bhokṛ) と経験の対象 (bhogya) という三者として現れ、経験の主体とは個我であり、経験の対象は環境としての世界である。個我は経験の対象である諸事物に執着して業をつくり、常に輪廻のうちに沈む。支配者は超個人的な我で唯一神であり、大主宰神 (maheśvara 大自在天) とも呼ばれ、宇宙を開闢し、維持支配し、帰滅せしめ、しかもその過程を限りなく繰り返させる神で、「一切の生類の輪廻、存続、繫縛、解脱を成立せしめる原因」である。この神は幻力 (māyā) によって全宇宙を創造するがゆえに幻師 (māyin) とも呼ばれ、自然世界 (prakṛti) はそれによって現出した幻にたとえられる。神は万有の摂理を司り、恩寵を下す能力があるがゆえに、純粹な心情をもってこの神に信仰 (bhakti) を捧げるならば、主宰神の恩寵にあ



ずかり一切の束縛を脱して解脱に至るといふ<sup>22)</sup>。

ところでこの主宰神はルドラ (Rudra 凶暴なるもの) とシヴァ (Śiva) とも名づけられていたということは、当時シヴァ神を崇拝する俗信が次第に正統バラモンの中に影響を及ぼし、その結果このウパニシャッドが作成され、このウパニシャッドにおいて初めてヒンズー教の信仰の哲学的基礎づけが行われたと考えられる。ここで表明されている主宰神は人格的に表象されており、各個人はその人格的な主宰神に繫属しており、その主宰神に対する熱烈な信愛の情は西洋における宗教信仰にも比すべきものであるが、われわれは西アジア及び西洋に由来する一神教とは著しく異なる点に注目しなければならない。つまり世界主宰神といえども万有の究極の根本原理の現われる一つの在り方であり、それが個我と対立しているという点では、個我と同じ資格にあるということである。ということは根本的には主宰神は絶対者ではなく、絶対者は主宰神の背後にあるということになる。インドの神秘家が神を超えた境地に絶対者を認めるのに対して、西洋の神秘家が絶対者を神と呼ぶことを忘れなかった点に、インドの有神論に特有な一つの重要な性格を認めることができる<sup>23)</sup>。

## VI. 「ブラフマ・スートラ」における絶対者と個我の関係

初期ヴェーダンタ学派の哲学は AD400～450 年頃「ブラフマ・スートラ」として要約整理された。この経典において個我とブラフマンとの関係は如何に考察されたか。この経典においても絶対者はブラフマンであり、最高者と呼ばれ唯一、常住、不変であって、有にほかならず、しかも世界原因であり、人格的存在者としても表象されている。これに対して個我はアートマン (我 自己) と呼ばれることもあるが、特に個我であることを明示するためには有身我 (sārira)、あるいは監視 (adhyaksa) あるいは生命我 (jiva) と呼ばれている。有身我とは身体を具有しているからであり、監視者とは身体及び感官を監視するからであり、生命我とは生命の原理となっているからである<sup>24)</sup>。

では個我とブラフマンとの関係はいかなるものか。個我はブラフマンの「部分」(amśa) であると明記されているが、これは「バガバット・ギータ」において、最高神ヴィシュヌの言として「わが恒常の部分 (amśa) は生命の世界においては個我となった」と説かれていることに由来する。「ブラフマ・スートラ」はこの問題に関していえば不一不異説、すなわち別異であるが不異でもあるという立場をとっている。個我が最高我の部分 (amśa) であるとは、この部分は全体の構成要素ともいべき共通な性質を有し、そのうちに全体を内在せしめているがゆえに本性上同一であるが、しかしこの部分は全体と全く同一であるかというところではないという意味で、個我はその本性上ブラフマンそのものであるにもかかわらず、全同ではないといっていると思われる。

「ブラフマ・スートラ」は自ら説く不一不異説を理解せしめるために種々の譬喩を用いている。最高我と個我との関係は光源としての燈火とその光明との関係に例えられたり、太陽と水面に映じた太陽の像に例えられたりしている。初期のヴェーダンタ哲学者達の多くは、ブラフマンと個我との不一不異説をとっているが、8世紀前半に現れたシャンカラ (Śaṅkara) は両者の全同説をとって不二一元論を創唱した。シャンカラの学系はインドでは最も有力で今日まで続いているが、この不二一元論はすでにシャンカラ以前に「マー



ンズキャ頌」のうちに表明されているので、それを見たい。(未完)

## 注

1) 中村 元 (1967)『中村元選集第 10 巻』春秋社、p.275

2) op.cit.pp.275-276

3) op.cit.p.277

4) op.cit.pp.277-278cit..cit

5) op.cit.p.278

6) op.cit.pp.278-279

7) op.cit.p.280

8) op.cit.p.281

9) op.cit.pp.281-282

10) op.cit.pp.282-283

11) op.cit.p.283

12) op.cit.p.285

13) op.cit.pp.285-286

後世のヴェーダンタ学者達はこのような原始的な見解をそのまま採用せず、ウッダーラカの「食物」とは「地」の元素のことであると改めて解釈し直している。

14) op.cit.pp.286-287

15) op.cit.p.287

16) op.cit.pp.288-290

17) op.cit.p.292

18) op.cit.pp.292-293

19) op.cit.p.297

20) op.cit.p.301

21) op.cit.pp.302-303

22) op.cit.pp.303-304

23) op.cit.p.307

24) Op.cit.p.308

|    |     |       |         |           |
|----|-----|-------|---------|-----------|
| 凡例 | ◎著書 | ○学術論文 | □紀要など掲載 | 無印 その他の業績 |
|----|-----|-------|---------|-----------|

## 経営学部 総合経営学科

- 丸山 宏：「マネジメントバイアウトの計量分析—非公開型とダイバーストメント型の比較—」、『日本経営システム学会全国研究発表大会講演論文集』、60th、pp.150-153、日本経営システム学会、2018年5月
- 丸山 宏：「第61回全国研究発表大会開催にあたって」、『日本経営システム学会全国研究発表大会講演論文集』、61st、p.1、2018年10月
- 丸山宏：「巻頭言」、『岡崎の100年企業に学ぶ』研究誌、岡崎商工会議所、2018年4月
- 丸山 宏：「改正会社更生法の15年：法廷から市場へ」、旬刊経理情報（1506）、p.1、中央経済社、2018年3月
- 伊藤 万知子（共著）：「名古屋人気質に関する調査研究」『流通研究』第24号、愛知学院大学流通科学研究所、pp.13-14およびpp.41-43、2018年3月
- 伊藤 万知子：「有松における町並み保存と商業施設—重伝建選定以後の状況—」、日本商業施設学会第73回中部部会、愛知学院大学名城公園キャンパス、2018年12月
- 林 達明：「教育の最新事情とアクティブラーニング」教員免許更新講習 講師 愛知産業大学 2018年8月
- 加藤成明：「大学における情報リテラシー教育の現状」、日本企業経営学会第16回全国大会、同志社大学今出川キャンパス、2018年8月
- ◎山崎 方義（共著）：『リレーションシップ・マーケティング』、pp.117-130、五紘舎、2018年9月
- 山崎 方義：「ソーシャル・コミュニケーションの観点によるSDGsへの取り組み」、『愛産大経営論叢』第21号、愛知産業大学経営研究所、pp.1-10、2018年12月
- 山崎 方義：「広告主視点によるクリエイティブ理論化への再評価」、『日経広告研究所報』第302号、pp.77-82、日経広告研究所、2018年12月
- 山崎 方義（共同研究）：「BtoB企業の社会貢献活動の特質に基づくソーシャル・コミュニケーションの研究」、日本広報学会第24回研究発表全国大会、東京都市大学、2018年10月
- 山崎 方義・伊吹 勇亮：「Difference of CSR activities and communication between B2B and B2C companies」、BledCom2017 24th International Public Relations Research Symposium、Rikli Balance Hotel, Slovenia、2018年7月
- 山崎 方義：「公共広告の今日的意義に関する研究」、日本広告学会中部・関西合同部会、大同大学、2018年3月
- 山崎 方義：「BtoBコミュニケーションとステークホルダー・マネジメント」、第27期BtoBコミュニケーション大学校、講師、日本BtoB広告協会、日刊工業新聞社、2018年9月
- 山崎 方義・竹安聡・平野泰男：「〈巻頭鼎談〉グローバルコミュニケーションの最前線を探る—変容する世界情勢の中での課題と対応—」、『BtoBコミュニケーション』第573号、pp.6-15、日本BtoB広告協会、2018年3月
- 山崎 方義：「第39回日本BtoB広告賞 入賞作品講評 製品カタログ〈単品〉の部」、『BtoBコミュニケーション』第575号、pp.12-13、日本BtoB広告協会、2018年5月
- 山崎 方義：「第39回日本BtoB広告賞 入賞作品講評 企業活動レポート〈アニュアルレポート、CSRレポート、統合報告書等〉の部」、『BtoBコミュニケーション』第575号、pp.16-17、日本BtoB広告協会、2018年5月
- 山崎 方義：「組織コミュニケーションの在り方を考える」、教員免許更新講習 講師、愛知産業大学、2018年8月
- ◎加藤晃（共著）：『情報と職業 A I時代に向けてのキャリア開発』、pp.53-72、日本教育訓練センター、2018年8月
- ◎加藤晃：『CFO視点で考えるリスクファイナンス』、pp.1-237、保険毎日新聞社、2018年10月
- 加藤晃：「外部から観察される危機と当事者認識のギャップ—本業の縮小予測と海外PL 集団訴訟の事例研究」『国際マネジメント研究』第7巻 pp.1-16、国際ビジネス学会、2018年3月
- 加藤晃：「学校のリスクマネジメント」教員免許更新講習 講師 愛知産業大学 2018年8月

- ◎奥田 真之（共著）：『地方創生のための地域金融機関の役割』、中央経済社、2018年3月
- ◎奥田 真之・大藪 千穂：『はじめての金融リテラシー』、昭和堂、2018年5月
- 奥田 真之（共著）：「高校における保険教育の授業実践とその効果」、『生活経済学研究』第47巻、生活経済学会、pp.19-32、2018年3月
- 奥田 真之（共同研究）：「高校生の情報活動・金融意識からみた保険教育」、生活経済学会第34回研究大会、岐阜大学、2018年6月
- 奥田 真之：「くらしとお金について」、瑞穂市社会福祉協議会講演、講師、柳一色公民館、2018年2月
- 奥田 真之：「子どもに教えたお金のかほん」、大垣市西・日新校区青少年育成関係者ブロック研修会、講師、日新地区センター多目的ホール、2018年6月
- 奥田 真之：「自立をしていくために一働き方、人生上の諸リスクへの対応について考える」、華陽フロンティア高校特別授業、講師、2018年10月
- 奥田 真之：「人生100年のライフプランを考える」、岐阜県勤労福祉センターセミナー、講師、ワークプラザ岐阜、2018年10月
- 奥田 真之：「現金主義の国、日本」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年1月
- 奥田 真之：「日米中央銀行トップの再任・交代」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年2月
- 奥田 真之：「成人年齢の引き下げ」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年3月
- 奥田 真之：「忍耐と成功の相関関係」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年4月
- 奥田 真之：「保険教育のすすめ」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年5月
- 奥田 真之：「仮想通貨のトラブル」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年6月
- 奥田 真之：「投資信託での個人資産運用」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年7月
- 奥田 真之：「日銀の金融緩和と政策変更」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年8月
- 奥田 真之：「米国利上げとトルコショック」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年9月
- 奥田 真之：「株価上昇の家計資産への影響」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年10月
- 奥田 真之：「金融資産のリスク分散」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年11月
- 奥田 真之：「為替相場について考える（1）」、『中経論壇』、中部経済新聞コラム、2018年12月
- 奥田 真之：「現金のなくなる日①」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年2月
- 奥田 真之：「現金のなくなる日②」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年3月
- 奥田 真之：「お金のはたらき①」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年4月
- 奥田 真之：「お金のはたらき②『電子マネー』『仮想通貨』の良い点・悪い点とは?」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2017年6月
- 奥田 真之：「投資信託での運用①」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年7月
- 奥田 真之：「投資信託での運用②投資信託は儲かるのか?」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年9月
- 奥田 真之：「家計の金融資産について考える①最近、世界の株価が下がっているのはなぜ?」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年11月
- 奥田 真之：「家計の金融資産について考える②株価低下による家計金融資産への影響は?」、『中日新聞プラス達人に訊け!』、中日新聞ブログ、2018年12月
- 各務行雅：「日本における英語教育の現状と将来—英語の間違いはそれほど問題なのか」、『愛産大経営論叢』、愛知産業大学経営研究所、第21号、pp.11-20、2018年12月
- 各務行雅：「もしも、こんな英語の授業に出会っていたら? 英語の「なぜ?」を解き明かす10の秘話」愛知産業大学三河中学・高等学校、2018年9月

- 鶴見 正史(共著)：「簿記理論研究会最終報告要旨 簿記における計算構造の総合的研究」、『日本簿記学会第34回全国大会報告要旨集』、西南学院大学、pp.17-19、2018年8月
- 三田村 浩：「企業解散における労働者保護の在り方—近時の解雇事案を素材にして—」、企業経営研究第21号、日本企業経営学会、pp.17-31、2018年5月
- 三田村 浩：「岡崎市における多様な働き方・働く場の創出についての研究—学生と企業の意識調査を基にして—」、地域活性化研究第17号、pp.14-23、2018年9月
- 三田村 浩：「労働者保護としての解雇の金銭解決制度—企業変動における適用可能性—」、『愛産大経営論叢』第21号、愛知産業大学経営研究所、pp.21-32、2018年12月
- 三田村 浩：「岡崎市における多様な働き方・働く場の創出についての研究—岡崎市内の大学と企業の意識調査を素材にして—」、第18回地域活性化フォーラム、岡崎商工会議所、2018年3月
- 三田村 浩：「企業変動における解雇規制—法学と経済学の視点から—」、日本企業経営学会第16回全国大会、同志社大学、2018年8月
- ◎小野 琢：「企業の社会的責任と経営倫理」、菊池敏夫・櫻井克彦・田尾雅夫・城田吉孝編著『現代の経営学』、税務経理協会、pp.165-181、2018年3月
- 今枝 千樹：「日米における非営利法人制度の比較研究」、『公益・一般法人制度の研究【2017年度最終報告】—日・英・米の制度の比較研究—』、非営利法人研究会 公益・一般法人研究会、pp.67-79、2018年9月
- 今枝 千樹：「日米における非営利組織制度の比較研究」、非営利法人研究会 公益・一般法人研究会、大原大学院大学、2018年1月
- 星 和樹：「戦略形成と組織認識に関する考察」、『愛産大経営論叢』、第21号、愛知産業大学経営研究所、pp.33-46、2018年12月
- 下平 芳久：「日本語教材で取り上げられた日韓同形漢字語についての試論」、『愛産大経営論叢』第21号、愛知産業大学経営研究所、pp.47-56、2018年12月
- 下平 芳久：「日本とタイとのかかわり」、グローバル・フォーラム『魅惑の国』タイ、Global Studies Cafe、2018年7月
- 下平 芳久：「日本とイタリアとのかかわり」、グローバル・フォーラム「イタリア流～『人生の楽しみ方』」、Global Studies Cafe、2018年10月
- 王 平：「中国の広告フレーズに使用される副詞の特徴」、『愛産大経営論叢』第21号、愛知産業大学経営研究 pp.57-66、2018年12月
- 王 平：「国選弁護士」の通訳計8件、愛知県弁護士協会 2017年12月～2018年12月
- 王 平：「出入国管理及び難民認定法違反罪」、「偽造私文書行使罪」の法廷通訳計2件、愛知県名古屋地方裁判所 2018年2月、2018年6月
- 王 平：特許出願翻訳プルーフリング 計2件 2017年12月～2018年12月
- 王 平：刈谷市国際化・多文化共生推進委員 2017年12月～2018年12月
- 王 平：中国の小学校における「素質教育」の調査 2018年8月～2018年8月



## 『愛産大経営論叢』刊行規定

### ASU Business Review

1. (総則)

この規定は、『愛産大経営論叢』（以下『経営論叢』という。）の刊行に関して必要な事項を定める。

2. (英文名)

この経営論叢は、英文名を、ASU Business Review とする。

3. (目的)

この経営論叢は、研究所所属の専任教員、非常勤講師、研究員の研究成果公表の機関誌である。

4. (外部投稿)

前項の規定に関わらず、教員・研究員以外の研究成果についても、次に掲げる場合は、この研究論叢に掲載することができる。

- (1) 研究所で講演および口頭発表した者の研究成果
- (2) 研究所から依頼した者の研究成果
- (3) その他、編集委員会が承認した者の研究成果

5. (編集委員会)

- (1) 経営論叢の編集、その他経営論叢に関する業務を行うため、編集委員会をおく。
- (2) 編集委員会は、研究所所属の教員、研究員とし、所長が委嘱する。
- (3) 編集委員の任期は、1年とする。ただし、再任を妨げない。
- (4) 編集委員長は、編集委員から所長が委嘱する。

6. (経営論叢)

- (1) 経営論叢は、年1回発行する。
- (2) 投稿者は、研究所所属の専任教員、非常勤講師および研究員に限る。ただし、専任教員、研究員との共著者および前4項の(1)、(2)および(3)に該当する者はこの限りではない。
- (3) 経営論叢への投稿内容は、以下の各項に該当する著作とし、未発表のものでなければならない。
  - ① 経営および経営環境に関する領域における学術論文。
  - ② 経営および経営環境に関する領域における学術論文に準ずる研究ノートなど。
  - ③ 経営および経営環境に関する領域における実践研究報告および調査報告など。
  - ④ 経営および経営環境に関する領域における研究書を対象とした書評。
  - ⑤ 経営および経営環境に関する領域における地域共同研究および調査報告など。
- (4) 経営論叢へ投稿された著作は、編集委員会において委嘱された査読者が内容を査読し、その結果に基づき採否を決定する。

7. (執筆要領)

経営論叢投稿・編集に必要な細則および経営論叢執筆要領は別に定める。

8. (修正)

この規定および細則、執筆要領の修正は、経営研究所運営委員会において決定する。

付則

- (1) 本刊行規定は、平成10年4月1日より施行する。
- (2) 本刊行規定は、平成17年4月1日より施行する。
- (3) 本刊行規定は、平成18年4月1日より施行する。
- (4) 本刊行規定は、平成23年4月1日より施行する。
- (5) 本刊行規定は、平成24年4月1日より施行する。



## 編集委員

丸山 宏（委員長）

山崎 方義

加藤 晃

草田 清章

## 愛産大経営論叢

第 21 号（平成 30 年度）

平成 30 年 12 月 20 日 発行

発行人 愛知産業大学経営研究所

所長 丸山 宏

〒444-0005 岡崎市岡町原山 12-5

TEL 0564-48-4511 Fax 0564-48-6940

印刷・製本 ㈱中部日本教育文化会

# ASU Business Review

(NO.21 2018)

## Contents

### Originals:

- 
- |    |  |   |       |
|----|--|---|-------|
| 1  | <i>Approach to SDGs from the Viewpoint of Social Communication</i>   | ..... Masayoshi YAMASAKI                            | (1)   |
| 2  | <i>The Existing Condition and the Future of English Education in Japan</i>   | ..... Yukimasa KAGAMI                               | (11)  |
| 3  | <i>Monetary Compensation System of Dismissals from the Viewpoint of Protection of Workers</i><br>— <i>Applicability under the Corporate Restructurings</i> — | ..... Hiroshi MITAMURA                              | (21)  |
| 4  | <i>Exploration on Strategy-Making and Organizational Cognition</i>   | ..... Kazuki HOSHI                                  | (33)  |
| 5  | <i>A Study on Japanese and Korean Homographs Listed by Japanese Textbooks</i>  | ..... Yoshihisa SHIMODAIRA                          | (47)  |
| 6  | <i>Features of Use of Adverbs in Advertisement Phrases in China</i>  | ..... Ping WANG                                     | (57)  |
| 7  | <i>A Study on Insider Trading Regulation</i>   | ..... Koji YOKOSE                                   | (67)  |
| 8  | <i>Error Analysis of Countability of English Abstract Nouns by Japanese L2 Advanced and Intermediate Learners</i>  | ..... Kazuhiro NISHIDA                              | (77)  |
| 9  | <i>The Usage of Personal Pronouns in Donald Trump's Inaugural Address</i>  | ..... Harumi TERASAWA                               | (87)  |
| 10 | <i>What is Programming Mind?</i><br>— <i>An Occasion Programming Educational Introduction to Elementary and Junior High Schools</i> —                        | ..... Junya MAKINO, Masahiko IMAI, Morimitsu TAKANO | (97)  |
| 11 | <i>Differences between Europe and Japan</i><br>— <i>on Languages, Theories, Thoughts and Methods</i> —   | ..... Hiroshi AKAMATSU                              | (113) |
- 
- Professional Accomplishments:** (121)
- 

Published by  
Aichi Sangyo University Business Research Center