

ビジネス分野における外来語の諸相
—企業の年次報告書（アニュアル・レポート）に着目して—

LD152003

佐野 彩子

1. 本研究の考察対象と研究成果

本研究は、ビジネス分野における外来語の使用の特徴を明らかにすることを目的として、企業が作成・発行している年次報告書（アニュアル・レポート）を分析対象に設定し、使用されている外来語を量的、質的な観点から分析、考察した。また、そこで得られた知見から、ビジネス日本語教育への応用について試案をまとめたものである。

日本企業に就職する留学生は増加しており、「ビジネス日本語（ビジネスジャパニーズ、以下 BJ）」の需要は高い。しかし、ビジネス分野における言語面そのものに焦点があてられた研究は決して多いとは言えない。背景には企業の厳しい情報管理があり、ビジネス場面のデータ収集が容易でないことが挙げられる。本研究は、ビジネスを「企業活動」と捉え、企業活動を把握する資料として、企業が作成している年次報告書（アニュアル・レポート、以下 AR）に着目した。日本の主要産業である製造業を中心に 6 業界（自動車・銀行・情報通信・医薬品・商社・電機）16 社の 5 年分の AR を対象とし、ビジネス・コーパス（約 140 万語）を作成した。このコーパスを用いて、業界毎の特徴語の抽出、「ビジネス共通語」の選定の他、他ジャンルの語彙との比較、個別用語の分析、また複合名詞の語種の語構成に着目した分析から、ビジネス分野における外来語の諸相を明らかにすることを試みた。

業界毎の特徴語や、複数の業界に共通して抽出された特徴語「ビジネス共通語」には、必ずしも高度な専門語彙ばかりではなく、既に日本語に定着している馴染みのある外来語が多く含まれた。また、その中にはビジネス分野特有の意味を有する語や、業界毎に異なる意味を有する多義語や抽象名詞等も含まれている。企業はこれらの外来語に特定の用言を用いたり、複合名詞を構成したり、また時には敢えて外来語を使用せずに類義表現に置き換えたりしながら、戦略的に言葉を選択し、ビジネス文書を作成していると言える。本研究の個別の用語分析として取り上げた「リスク」「マネジメント」からは、外来語には、他の語種の類義語がもつ意味とは完全には一致しない意味領域のズレが生じている語があることを指摘している。外来語がもつこの領域のズレは、既存の類義語よりもおよそポジティブな意味の方向に伸びた変動幅となる。利潤追求という使命を負うビジネスの世界において、外来語を用いて企業活動を表現することのメリットは、この変動幅を最大限プラスに振り切り、国際性やスピード感、技術や性能の良さ等の外来語の持つポジティブな意味の恩恵を享受することだと考えられる。

2. 本研究の概要

本研究は 11 章から構成されている。各章の概要は以下の通りである。

第 1 章では、自身のビジネス経験を踏まえ、ビジネス日本語研究、とくに外来語の語彙研究に着手した動機、およびその研究資料として、企業が作成している AR の選定に至った経緯について述べている。

第 2 章では、本研究が参考にした先行研究を 4 つに分けて紹介している。第一は外来語を総合的に扱った研究であり、外来語使用の特徴や効果、弊害などについて論じた研究である。第二は外来語の語彙調査に関する研究であり、新聞や雑誌の語彙調査研究を概観後、抽象的な意味を持つ外来語の基本語化が起きているという指摘を行った先行研究を示している。第三は専門語彙に関する研究であり、学術分野の語彙抽出研究を概観し、学術分野以外の医療分野・行政分野などの語彙抽出研究にも言及している。第四はビジネス日本語に関する研究であり、ビジネス日本語の多様な研究や実践を紹介したうえで、ビジネス語彙研究の不足を指摘し、この四点をまとめ、研究の位置づけを行っている。

第 3 章では、ビジネス文書における、AR の位置づけを述べている。AR が体外的に公表され流通している資料であり、合法的な入手が可能であるほか、1 年間の企業活動の報告資料という性格上、特定の事業や商品広報等よりも内容面で網羅性があり、直近の企業活動の実態を反映した語彙を得られることが期待できる点に言及している。

第 4 章では、AR に出現する外来語の特徴を分析するにあたり、まず、分析対象になった資料の選定基準を示している。分析対象には、東京証券取引所の「TOPIX Core30」（時価総額・流動性の特に高い企業 30 社で構成された株価指数）に指定されている企業から、日本の主要産業である製造業を中心に 6 業界（自動車・銀行・情報通信・医薬品・商社・電機）16 社の 5 年分の AR を選び、ビジネス・コーパスを作成した。外来語の語数は、延べ語数では全体の 7.6%、異なり語数では 14.1%を占めていた。また、高頻度語や広範囲語の調査結果を示したのち、『現代日本語書き言葉均衡コーパス』（以下 BCCWJ）の書籍を参照コーパスとし、対数尤度比を用いて抽出した業界ごとの特徴語に、各業界の製品や材料等のモノを指す語彙に加え、技術開発、企業経営形態や業務内容を指す外来語、「パイプライン」や「ドライバー」のように業界ごとに異なる意味をもつ語が含まれていたことを示している。

第 5 章では、「ビジネス共通語」を中心としたビジネス語彙の分類を提案した。抽出された業界ごとの特徴語の中には、複数の業界に共通して抽出された語と、特定の業界にのみ抽出された語が存在し、そのうち、複数の業界に共通して抽出された特徴語を「ビジネス共通語」、該当する業界のみに抽出され、「留学生の日常生活からの距離が近い語」（BCCWJ の頻度順位が高い語）を「業界一般語」、「留学生の日常生活からの距離が遠い語」（BCCWJ の頻度順位が低い語）を「業界専門語」と再分類することを提案した。「ビジネス共通語」の割合は、すべての業界で業界特徴語の 7 割前後である一方、情報通信業界や電機業界では「業界一般語」が、銀行業界では「業界専門語」の割合が高かった。

その背景として、情報通信業界や電機業界では日本語に定着している IT 関連語彙が多い一方、銀行業界の金融取引に関する語は、日常生活の中ではあまり馴染みのない専門性の高い語彙が多いことを指摘している。

第 6 章と第 7 章は個別の用語分析であり、ビジネス・コーパスにおいて高頻度語であり、興味深い振る舞いをする語を分析した。第 6 章では「リスク」を取り上げ、共起表現や複合語構成、類義表現等を中心に分析している。「リスク」がもつ経済的損失の可能性とは、「リターン」(プラス)とひもづいた損失可能性(プラス方向に可変的なマイナス)であるのに対し、類義語の「危険」「危険性」には「リターン」の可能性という意味を持たないという違いがあることを指摘した。第 7 章の「マネジメント」では、統語的特徴に加え、AR の内部構成における出現位置に着目し、異なる語種の類義語との使い分けを分析している。類義語との使い分けでは、AR の見出し語には「マネジメント体制」、具体的な事案に対する企業内の「管理」ならば「管理体制」、経営者自身の口から発信されるのは「経営体制」というように、AR の構成項目に応じた使い分けがみられた。「マネジメント体制」(外来語+漢語)のように他語種と複合語を構成する外来語の複合語機能には、表記面の分かりやすさや視覚的なインパクトから「見出し効果」がある点を指摘している。

第 9 章では、ビジネス分野の語彙と他ジャンルの語彙との比較を試みた。その前提として、第 8 章では、学術日本語である社会科学専門文献の外来語を分析している。具体的には、社会科学専門文献における外来語について、学術分野ごとの語種比率や高頻度語、また、学術分野に共通する高頻度語について、複合名詞の語構成の観点から検証している。社会科学専門文献における外来語の語種比率は、商学が高く、法学では少ない。また、法学の語彙は頻度順位が最も高く比較的馴染みのある語が多いと考えられる一方、国際政治学は頻度順位が最も低く日常あまり使用されない馴染みのない語が含まれ、それ以外の商学、社会学、経済学は、その中間に位置するとされている。さらに、学術分野に共通する高頻度語の複合名詞の語構成では、どの分野においても「漢語+外来語」の語構成をとる複合名詞が最も多いが、商学や社会学では「外来語+外来語」の複数の外来語で構成された複合名詞、経済学では「二字漢語+外来語」、国際政治学では「四字漢語+外来語」により構成された複合名詞の比率が高かったことを指摘している。

第 9 章では、ビジネス分野の広範囲語と、社会科学専門文献の商学、経済学、BCCWJ の白書、新聞の出現頻度上位 100 語を比較し、相対的な位置関係や重なり、非重なりを検証している。BCCWJ の頻度順位データをもとに、各ジャンルの語彙の平均順位をみると、ビジネス分野の広範囲語は、新聞・白書よりも順位が下がるが、商学・経済学よりも上位に位置した。ビジネス分野の語彙は、白書や新聞のように公共性の高さという点で外来語が抑制的に使用されている媒体と比較すると、専門性の高い語彙が含まれているものの、商学や経済学ほど専門性の高い語彙が含まれているわけではなく、およそ中間に位置していた。また、ビジネス分野において、高頻度の複合名詞には、前項に外来語の事

業名、後項に漢語の組織や分野の名称を組み合わせて事業内容や組織名を指す複合名詞（「一事業」「一業務」「一分野」等）が多い点や、情報通信業界では外来語同士の結合した複合名詞が多いという特徴がある。また、「ビジネス共通語グループ A」（全 6 業界に共通して抽出された特徴語）のほとんどが複合名詞を構成して使用されるが、そのなかで、語彙素レベルの単独一語として用いられることが多い語の一例として「ビジョン」が挙げられ、「ビジョン」の用例には、カタカナの持つ視覚的なインパクトとしての「見出し効果」の他に、括弧等の装飾と組み合わせて特別な意味を持たせる等、修辞面での特徴が多く見られた点を指摘している。

第 10 章では、ビジネス日本語教育への示唆として、就職活動を控えた留学生に対してはアカデミックジャパニーズ (AJ) からビジネスジャパニーズ (BJ) へのアーティキュレーション (連続性) を考慮した教育方法を提案している。前章の分析結果を踏まえ、「AJ 語」と「BJ 共通語」双方に共通する語 ⇒ 「BJ 共通語」⇒ 留学生が就職を志望する業界の「業界専門語」へと段階的に語彙学習を進めていくことが学習者の負担軽減につながる。また、語彙の提示は「ビジネス」という大きなまとまりではなく、その下位にある仕事の分野を指す意味カテゴリーごと（財務・会計、情報 IT、企業統治等）にまとめ、語彙の確認、理解を実際の企業活動の理解へとつなげていくことを示している。さらに、外来語の多くが複合名詞を構成して使用されることから、複合名詞を構成する語の意味や語種を関連付けながら、同種の語構成ごとに体系立てて提示することも重要である点を指摘している。

第 11 章では、それまで述べてきた内容をまとめ、今後の研究課題を示している。