

Title	中国進出日系企業における日本人と中国人同僚間のビジネス・コミュニケーション：中国人通訳の果たす「業務の遂行促進」役割に注目して
Author(s)	李, 娜
Citation	大阪大学言語文化学. 21 P.29-P.41
Issue Date	2012-03-31
Text Version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/11094/77781
DOI	
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

中国進出日系企業における日本人と中国人同僚間の ビジネス・コミュニケーション

—中国人通訳の果たす「業務の遂行促進」役割に注目して—*

李 娜**

キーワード：ビジネス・コミュニケーション、通訳の役割、業務の遂行促進

Today, China and Japan maintain close economic relations, and communication between Japanese and Chinese business persons increases. With the rapid social development in China, competition among companies is intensifying due to the rise in number of local companies and the entries of other foreign companies in China. Japanese companies have faced a series of problems in China, such as strikes and wage rises.

The purpose of this study is to analyze business communications in the Japanese companies operated in China. The focus of this study is the Chinese interpreter's role in the interaction. The following three researches, 1) Participant observation 2) Semi-structured interviews 3) Conversational data collection on business scenes were conducted in Japanese company in Dalian.

The results of the analysis reveal that the three roles “language mediator”, “cultural mediator” and “participant of business” are required to interpreters, but in actual communications between Japanese and Chinese business persons, interpreters make much of the role of “promoting business” as participants of business. Although such act to avoid a conflict facilitated the success of communication, the perception gap between Chinese and Japanese business persons may still not be resolved. The balance of three roles, “language mediator” “cultural mediator” and “participant of business” is important.

Moreover, negative effects of the actions to temporarily avoid conflicts are found from the interviews. Japanese and Chinese business persons have recognized the limitations on business communication accompanied by Chinese Interpreters, because “Partially interpretation” and “adding interpreter's opinion” to avoid conflicts could lead more serious conflicts. The Chinese interpreters are interested in acquiring higher income and

* Problems in the Business Communications Accompanied by Chinese Interpreters:
Focusing on the Chinese Interpreter's Role of Promoting Business (LI Na)

** 大阪大学大学院言語文化研究科博士後期課程

social status, rather than accomplishing the work of interpretation.

In recent years, research on business Japanese education in China has been actively conducted. When we study the Japanese language education for interpreters, the roles of “interpreter” and “interpreter as a professional post position” should be taken into consideration.

1 はじめに

近年、中国経済は急速に発展しており、日本貿易振興機構（2011）によると、中国の2010年の実質GDP（国内総生産）は39兆7,983億元（約5兆8,812億ドル）となり、日本を抜いて世界第2位の経済大国へ躍進した。日本は、中国が経済改革および対外開放政策を始めた1978年以来、中国の最も重要な経済パートナーである。日中両国が密接な経済関係を維持しているなか、日本人と中国人のビジネス場面でのコミュニケーションも増加傾向にある。

一方、中国現地企業の台頭や他の外資系企業の参入による企業間競争が激しくなるとともに、中国に進出している日系企業にはストライキや賃上げの動きなど問題も相次いで発生した。日本人と中国人ビジネス関係者間の問題は、言語や文化の問題、労使関係などが複雑に絡み合っている。実際のビジネス・コミュニケーションを分析する際には、企業という各種の利害関係が伴っている環境を考慮して検証する必要があると考える。特に、通訳は日中両方の間に立つ仲介者として異文化間ビジネス・コミュニケーションに欠かせない存在である。しかし、ビジネス場面における通訳の役割についての先行研究は少ない。鳥飼（2005）では、「言語仲介者」「文化仲介者」という通訳の二つの役割が言及されたが、ビジネス場面における通訳の役割を考察する際、この二つの役割以外に「ビジネス参加者」としての役割があるだろう。船山（2004）では、ビジネス場面では、日中両言語のできる日本人ビジネス関係者は言語や文化によるコンフリクトを解決するより、ビジネス参加者として「業務遂行促進」役割を重視すると述べたが、ビジネス場面の通訳にも同じ傾向が見られるだろうか。

本研究は、以上の問題意識に基づき、大連の日系企業1社を対象に実施したケーススタディである。本稿では、まず、収集した会話データに基づいて、協力者である中国人通訳がビジネス場面会話で果たす仲介者としての役割を分析し、特に「業務遂行促進役割」に注目する。つぎに、インタビュー調査をもとに、日本人側、中国人側、通訳本人の3者の視点から通訳の仕事に対する認識を明らかにする。最後に、通訳を取り巻く環境も含め、中国の日系企業における通訳の果たす役割を決定する要因を考察する。

2 主要概念及び先行研究

ビジネス・コミュニケーションは、そのコミュニケーションの相手や目的などによって内容や形式が異なる。平松（2007）では、ビジネス・コミュニケーションをその対象、目的に応じて3つに分類している。第一は、人の生活や社会に有効な「モノとサービス」を効率的に生み出すための社内コミュニケーション、第二は、そこで生み出した「モノやサービス」の存在と価値を顧客に認知してもらい、購買を促進するための顧客コミュニケーション、第三は、ビジネスと関わりを持つ人や会社、コミュニティと良好な関係を保つためのソーシャルコミュニケーションであるという（平松 2007 p.94）。

本稿の研究対象は中国に進出した日系企業内における中国人・日本人社員間の企業内（社内）ビジネス・コミュニケーションである。企業内では会議や定例の打ち合わせ以外に、日々の会話においても仕事の目的や目標、役割分担や進め方についての意思疎通を縦横に図らなければならない。

先行研究では、欧米などに進出している日系企業におけるビジネス・コミュニケーションに関する研究に比して、中国に進出している日系企業を対象にする研究はまだ少ない。そのうち、西田（2007）は、中国に進出した日系企業を対象にアンケート調査と面接調査を行い、異文化間コミュニケーション摩擦の要因は文化スキーマの相違によるものであると述べ、海外に進出した多国籍企業では社員が実際のコミュニケーションを通して意識的に新たなスキーマを獲得する必要があると指摘している。アンケート調査は、全体的な傾向を把握するには効果があるが、個々の参加者を取り巻く環境を考慮に入れ、ビジネス・コミュニケーションを深く掘り下げるためにはインタビューや会話データの収集などの質的調査も必要であろう。

インタビュー調査を行った先行研究では、唐澤他（2011）は、在台湾日系企業2社を対象に、中間管理職の日本人駐在員および彼らと同じ職場で働く他の日本人・台湾人社員にインタビューを実施し、駐在員のもつ社内コミュニケーションに関する認識を分析した。その結果、2社に所属する2名の日本人駐在員は、ともに言語文化の異なる上司や同僚・部下と働く中間管理職であるが、社内コミュニケーションに対する評価や、台湾人と日本人の差異の受け止め方は大きく異なることが明らかになった。しかし、社内コミュニケーションに対する認識が実際の会話データにどのように体现されているのかなどに関しては分析されていない。

以上、ビジネス・コミュニケーションの概念及び関連する研究をまとめたが、次は、通訳の役割及び関連する研究を紹介する。動詞の interpret はラテン語の「説明する」に由来し、inter（の間）+ pret「仲介者」ということから「二者間の仲介者として振る舞う」が原義であり、interpreter は通訳を行う人間を指す（鳥飼 2005）。一般的に通訳

業務とは、異なる言語の話者間で言語変換作業を行うことであるとされ、通訳者には中立の立場で本人の意見や考えは入れず、会話参加者の発言内容のみを訳すことが求められる。つまり、「正確に伝達する」という「言語仲介者」としての役割が期待される。同時に、異なる文化に属する参加者間の架け橋である通訳には「異なる文化の間に立つて仲介する」という「文化仲介者」としての役割も要求される（鳥飼 2005）。

しかし、通訳といっても一方で共有する要素（異なった言語を話す話者間を言語面で橋渡しする）を持ちながら、他方でそれぞれ独自の特徴を持っているのである。ビジネス場面での通訳を考察する際、企業という各種の利害関係が伴っている環境を考慮して検証する必要がある。

椎名他（2006）では、10名の日本人通訳者（日本語－英語）に、ビジネス場面に絞って、通訳業務中のクライアントや通訳者の異文化接触について、現状、問題点等に関してインタビュー調査を行った。その結果、通訳者の大半は意味を伝えることを最優先に考えており、意味の正確な伝達が通訳業務で最も重要だととらえていることがわかった。しかし、日中ビジネス場面にも同じ傾向が見られるだろうか。ビジネス・コミュニケーションにおける通訳の役割に関する研究は、現状では非常に限られており、特に、日中ビジネス場面で通訳の果たす役割についての研究は管見の限り見当たらない。したがって、中国の日系企業における日本人と中国人同僚間のビジネス場面に焦点を絞り、通訳の役割について考察する本研究は、本テーマにおいて先駆的な価値を持つと言える。

3 研究対象と研究方法

3.1 調査概要

2010年9月に大連の日系企業1社の協力を得て、①参与観察、②半構造化インタビュー、③ビジネス場面会話データの収録、の3種類の調査を行った。半構造化インタビューでは、企業関係者10名を対象に社内コミュニケーションにおける工夫と問題点、他の従業員に対する印象、社内の雰囲気、仕事のやりがいなどについてたずねた。会話データの収集では、協力者3名にICレコーダーを渡して、実際のビジネス会話の収録を依頼し、日本人と中国人のビジネス場面の18の会話データ（合計7時間）を収集した。本発表は②インタビューと③会話データを中心に分析する。

3.2 調査協力企業

協力企業は、中国国内販売を中心にした製造業企業であり、大連に20年以上の進出歴がある。出資比率から見ると、日本側の出資は9割を占め、中国側の出資は1割となる。日本人社長を最高責任者とし、管理本部、生産本部、営業本部、物流本部の4部門

からなる従業員 150 名（うち日本人は、社長 1 名、部長 3 名、計 4 名）の企業である。管理本部と生産本部に 1 名、営業本部に 2 名、合計 3 名の中国人通訳が配置されている。近年現地化が進んだ結果として、副社長は 4 人全員が中国人である。その 4 人の中国人副社長はそのレベルに差はあるものの、業務遂行可能な程度の日本語能力を有しているため、日本人社長 / 部長と中国人副社長は日常的に日本語でコミュニケーションを取っている。その他の中国人従業員とのコミュニケーションでは、中国人通訳を介している。協力企業の管理職人員配置は図 1 の通りである。

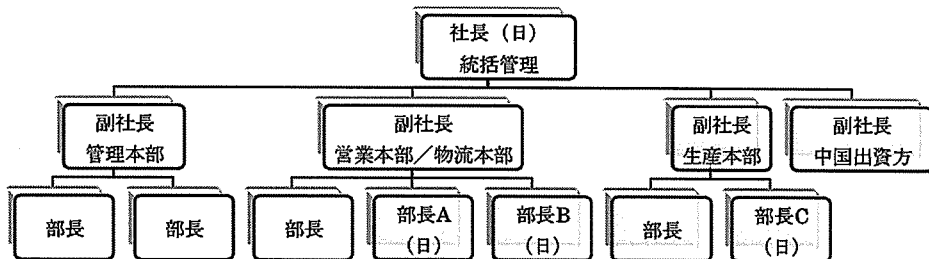


図 1 協力企業の管理職人員配置

4 会話データ分析：通訳の果たす「業務の遂行促進役割」

3 名の中国人通訳が介在する会話データを繰り返し確認した結果、中国人通訳 A は会話の中では「言語仲介者」と「文化仲介者」の役割に比べて「業務の遂行促進役割」をより重視することがわかった。他の 2 名の通訳にも程度の差があるが同じ傾向が観察された。

以下「業務の遂行促進役割」に関わる会話例を 2 例挙げて分析する。日中双方の参加者は違うものの、同じ通訳が介在した会話例である。使用言語は、日本人参加者は日本語、中国人参加者は中国語、通訳は中国語と日本語の両方を使用し随時に訳している。中国語発話の訳は筆者による。

会話例 1 は、中国人通訳 A（以下通訳 A）と日本人部長 A（以下日部長 A）、中国人営業マン（以下営業）の三者が取引先へ移動する車内における会話の一部分である。

会話例 1

31	営業	小 Y、你现在跟他说、阐明一个什么观点、我个人认为现在明细是次要的、怎么把这个问题给解决。等总经理回来的时候、你叫他再跟总经理再碰一下这个问题。现在你总是强调明细的话、这个问题很难沟通。中略 (Yさん(通訳の名前)、彼に言って、私の考えでは、個人的な考えだけど、明細は二の次で、問題を解決することが大事だ。社長が帰ったら、社長ともう一度このことを話し合うように伝えて。明細ばかり言うと、このことについてコミュニケーションができない。) 中略
32	通訳 A	明細はですね。あとで、あのう、金額は終わったあとに、明細ください、明細くださいといいですけど。
33	日部長 A	逆にさあ。
34	通訳 A	最初にですね。先、値段ですね。いくら払ったら一番いいか。うちも、たぶん、うちの希望のかた、値段がありまして、向こうも、向こうの希望の金額あるんでしょ。それより、あのう、先に相談してね。金額を決めた後で、明細……いまから明細をくださいくださいといっても、別にないに、逆に。 中略
48	通訳 A	他这个、就是说我这个 20 万、他如果说 20 万以下他不能再谈的话。那没办法、我们这边就让他把那个 20 万的明细给我们、只能这么说。还有一个就是说、这次的主要、主角还是你、你来说、然后他在那边补充、就给你、属于那个补充内容那个作用(笑)、配角、他是配角、你是主角(笑)。 (その、この 20 万、向こうは 20 万以下は話し合えないなら、しょうがなく、我々は 20 万の明細をもらう。これしかいえないよ。また、もう一つ、今回の主要、主役はあなた、あなたから言う、彼はそばで付け加える、あなたに、内容を付け加えるその役割(笑)、わき役、彼はわき役、あなたは主役(笑)。
49	営業	我知道、我是主角、他是配角。主角配角这个东西(笑)。 (わかっているよ、私は主役、彼はわき役。主役わき役なんて(笑)。

会話例 1 では、通訳 A が行った行為の特徴は、「部分的に訳さない」ことと「自分の意見を付け加える」ことであった。会話例 1 は取引先へ移動する車中における会話であるため、商談での日部長 A と営業の役割担当を明確にすることが会話例 1 の目的であろう。会話例 1 の発話 30 まで、日部長 A と営業はどちらが商談の方向を決めるか、どちらが実際の商談を担当するかなどについてディスカッションを行ったが、双方の間には認識のずれが生じた。発話 31 では、営業は価格を決めてもらうことの重要性を強調し、社長と話し合うように日本人部長に求めたが、通訳 A は文化の差異によるこのコンフリクトを解決するよりも「取引先との円滑な商談」を懸念して、営業の発話を訳さなかったのであろう。さらに、発話 48 では、日部長 A の明細を最優先するという意見を営業

に伝えたあと、通訳は「彼はわき役、あなたは主役」という自分の意見を付け加えた。通訳の「わき役と主役」発言を受けて、営業は自分が主役だとの認識が強まった可能性がある。

本来、「言語仲介者」である通訳は、当事者双方が相談している中で、自分の意見を付け加えることをするべきではない。しかし、「業務の遂行を成功させる」という配慮の下で、通訳はコンフリクトを回避するために、あえて自身の意見を付け加えたと考えられる。インタビューでも通訳 A は、通訳するとき、つねに円滑なコミュニケーションを保つことを心がけていると述べている。

次に示す会話例 2 は、営業本部のオフィスにおける、日本人部長 B（以下日部長 B）、中国人会計担当者（以下会計）、通訳 A の三者間の会話である。

会話例 2

1	会計	问一下啊，这个换个新的啊。（聞いてね、これは新しいのに換えるよ。）
2	通訳 A	嗯。（うん。）
3	会計	原来啊，这个数量上含两位小数，现在就把小数。 （もともとはね、この数値には二桁の少数が含まれて、今は少数を。）
4	通訳 A	换三位了呗。（三桁に換えたね。）
5	会計	没，把小数取消了。（いいえ、小数を消した。）
6	通訳 A	啊，取消了啊？（あ、消したか。）
7	会計	小数点后取消了。（小数点の後ろを消した。）
8	通訳 A	啊～啊～。（あ～、あ～。）
9	会計	取消了之后啊，完了，这个数量上有点儿变动。 （消したあとは、あのう、この数値はちょっと変わった。）
10	通訳 A	嗯～。（うん～。）
11	会計	所以说给它换个新的。（だから新しいのに換える。）
12	通訳 A	好，知道了。（はい、わかった。）
13	通訳 A	あの、B 部長、これ、あのう、販売実績表。
14	日部長 B	うん。
15	通訳 A	それですね。あのう、もともとの表見たらわかりますけど。
16	日部長 B	うん。
17	通訳 A	この数量のほうですね。後ろに、点の後ろに二つ……残したんでしょう。
18	日部長 B	うん。
19	通訳 A	それを全部消してですね。
20	日部長 B	うん。
21	通訳 A	消したら、あのう、これの総額のほうでちょっと数字が違いますよ。もともとのこのより。

22	日部長 B	なんで？
23	通訳 A	知らない。＜笑いながら＞
24	日部長 B	え？ どういうこと？
25	通訳 A	C 姐、C 姐。 (C 姉さん、C 姉さん。C は会計担当者の苗字)
26	通訳 A	「百点」、なにに「点儿」でしょう。それを点よりなにを全部消したんですよ。ししゃくごにゅう (四捨五入の発音を間違えた) ですか。
		中略
32	通訳 A	そうそう、見えなくするためで。だからこおの以上だったら、直接、あのう、1、2 になりますし、以下だったらそのまま見えないほうになったんです。だから、そうすると、合計の数字が、その数字がちょっと違いますので、
33	日部長 B	そう？

会話例 2 では、会計は、小数点後の 2 位を省略するため、新しい販売実績表に変更するという通訳を介して日本人部長に伝えようとした。しかし、フォローアップインタビューでは、日中双方の職務分担に対する認識が異なることが明らかになった。会計は、会計関連の表を更新することは、会計部門の仕事であると認識し、日部長 B にはその理由を説明する必要がなく、結果を伝えることが今回の会話の目的であると述べた。しかし、これに対して、日部長 B は、販売実績表は営業部門の仕事と密接な関係があると考え、詳しく状況を把握する必要があると語った。小数部分に変更されたら、販売金額と量も変化する可能性が出てくるため、営業の業績に関わりが深いと認識している。このように双方は販売実績表の更新はどちらの職務分担になるかについて異なる認識を持っていることがわかった。

これは、上記会話参加者間には、林 (1996) で論じられた組織に関するイメージの相違が存在することを表していると考えられる。林 (1996) によると、O 型組織は有機的 (organic) 組織であるのに対して、M 型組織は機械的 (mechanistic) 組織である。図 2 の O 型組織の三角の中の円は異なる職位を表し、円の中は個人に割り当てられた仕事であり、影の部分は成員が相談し合っ行う戦略的な共有領域である。これに対して、M 型組織では職務のすべてを明確に配分しきっているとされる。



図 2 O 型組織と M 型組織 (林 1996)

今回の会話データでは会計担当者はM型組織イメージを持っており、日部長BはO型組織イメージを持っていると言えるであろう。異なる組織イメージを持つビジネス関係者同士が一緒に仕事をすると問題が起りやすい。会話例2での主なコンフリクトは会計と日部長Bとの業務責任範囲に対する異なる認識に起因すると分析できる。

会話例2における通訳Aの訳し方から見ると、同時通訳でもなく、逐次通訳でもなく、会計から聞いた内容に自分の理解を付け加えて説明している。発話22で日部長Bが「なんで?」と質問したにもかかわらず、「四捨五入」という自分の理解のみを伝え、その後も、会計に理由を聞くのではなく、「四捨五入」と結果の確認だけをした。本来、「言語仲介者」としての通訳には「意味を正確に伝達する」という役割が期待される。この役割を果たした訳し方であれば、日部長Bの理由を尋ねる質問を受けたら、直ちに中国語で会計に伝達すべきである。また、「文化仲介者」としての通訳は、日中双方の業務責任範囲に対する異なる認識を理解しているならば、「二つの文化の間の架け橋」として、双方にその認識のずれを説明するべきである。しかし、この会話例では、通訳Aは意識的あるいは無意識的に「意味を正確に伝達する」という「言語仲介者」の役割や「二つの文化の間に立って仲介する」という「文化仲介者」の役割よりも、「業務遂行を促進する」という「ビジネス参加者」の役割をより重視した。日部長Bは販売実績表の変更する理由を尋ねたにもかかわらず、日中間で起こる可能性のある販売実績表変更起因するコンフリクトを回避するために、つまり、同僚間の対立を最小限にするために、日部長Bの質問を訳さなかったと思われる。

以上の2つの会話例からわかるように、企業内のビジネス通訳の場合には、調査協力者である通訳Aは「言語仲介者」「文化仲介者」以外に「ビジネス参加者」としての役割が求められると認識した上で、「業務の遂行を促進する(船山2003 p.23)」という「ビジネス参加者」の役割をより重視していた。企業という場でコミュニケーションに従事するものにとっての最重要の課題は「業務を遂行すること」である。協力企業のような企業構成員の国籍や文化的帰属が異なる企業では、コンフリクトが生じる場合、その原因を検証するよりも、通訳は、自身の意見を付け加えるなどコンフリクトを回避・否定する行為によって、「業務を遂行すること」を優先する傾向があると考えられる。

5 日本人側、中国人側、通訳本人3者の通訳の仕事に関する認識

ビジネス・コミュニケーションの全貌、特に「通訳の仕事」についてのビジネス・コミュニケーション参加者の認識をさらに究明するために、協力企業の日中ビジネス関係者合計10名を対象に30分から1時間の半構造化インタビューを行った。インタビュー協力者のプロフィールは次の表1の通りである。

表1 インタビュー協力者のプロフィール

国籍及び職位	性別	年齢	日本語・中国語能力	協力企業での勤務歴 (現在の所属)
中国人通訳 A	女	30代前半	日本語能力試験1級(日本語専攻)	6年(営業本部)
中国人通訳 B	女	30代前半	日本語能力試験1級(観光専攻)	7年(営業本部)
中国人通訳 C	女	30代前半	日本語能力試験1級(秘書専攻)	9年(生産本部)
日本人部長 A	男	40代前半	中国語で業務遂行が可能	1年
日本人部長 B	男	40代前半	中国語で日常会話が可能	1年
日本人部長 C	男	40代前半	中国語ができない	半年
中国人副社長 A	男	40代後半	日本語で業務遂行が可能	18年
中国人副社長 B	女	40代後半	日本語で業務遂行が可能	17年
中国人部長	男	40代後半	日本語で業務遂行が可能	10年
日本人社長	男	50代後半	中国語ができない	2年半

5. 1 日中双方ビジネス関係者の認識

近藤(2007)では日本国内において日本人ビジネス関係者は外国人ビジネス関係者、特にアジア系のビジネス関係者に対しては「同化戦略」を使って、日本の文化やビジネス慣行への理解を強要することを論じたが、本調査の中国駐在日本人ビジネス関係者は、現地化している日系企業という新しい環境では、自ら積極的に中国の文化やビジネス慣行に合わせて、協力的な態度をとることがわかった。そのため、通訳には高い日本語レベルを要求するのではなく、自ら通訳のレベルに応じて日中両言語を使い分け、復唱や確認などによって通訳による不十分な通訳業務を補うこともある。インタビューでは日本人ビジネス関係者は通訳が介在したビジネス・コミュニケーションの限界をはっきり認識しており、自ら積極的に中国人従業員とのコミュニケーションに臨んでいると述べた。

一方、中国人ビジネス関係者に対するインタビューからは、通訳が「言語仲介者」としての役割を十分に果たせなかった経験から、通訳が介在したビジネス・コミュニケーションに否定的なイメージを持つ人が多い現状が浮かび上がった。インタビューでは、中国人副社長Aは、自分の伝えたいことが通訳には言う必要がないと思われて訳してもらえなかった経験を語って、完全に通訳に頼ることの弊害と自ら日本語を勉強する必要性を強調した。また、中国人部長は通訳が正確に訳さないことによって自分と日本人との間でコンフリクトが生じたケースを挙げ、通訳には正確にメッセージを伝えるという役割を重視していると語った。以上をまとめると、インタビュー調査からは日本人側は通訳に寛容な態度を持っているのに対して、中国人側は通訳に「正確に伝達する」役割をより期待していることがわかった。

5. 2 通訳自身の認識

インタビューを受けた通訳の3名は自分の仕事について述べる時は、通訳だけでなく、実際にはほかの業務も担当していることを強調した。中国人通訳Aは、「名刺には役職名は通訳と書いてあるけど、通訳だけではないです。通訳ばかりやらせたら、もうやりたくないです。(中略)最初私たちの部署に入った時、私は機械材料、例えば機械の販売など(を担当した)」と述べ、通訳以外の業務を担当していることを強調して、他の業務へのあこがれが見られた。中国人通訳Bは自分の仕事を「通訳と業務の両方」と認識し、100%通訳ではなく、他の仕事もすると述べ、通訳のみとしての自分の身分を否定している。中国人通訳Cは自分の仕事を通訳ではなく、雑務的な仕事になったと語って、通訳の仕事へのアイデンティティが確立していないことを表している。「仕事の内容はね、普段は現場に行かないですが、時には現場を見に行ったりします。(中略)ほかには生産管理、例えば予算や、生産書類など。仕事は煩雑で多いです。」

また、キャリアプランにおける通訳の仕事の位置づけについては、中国人通訳Aは「副社長は通訳から副社長に昇進したね。すごく優秀な人で社長に信頼されている。副社長のような人になりたい」と述べ、管理職への昇進を計画している可能性が見られる。中国人通訳BとCは現在の自分の職務を通訳と認識しておらず、事務・総務関連の仕事に転向したいと述べた。つまり、調査対象企業の中国人通訳は、3名全員が通訳を自分のキャリアプランの中の通過点として認識している。通訳は一生続ける仕事ではなく、数年間通訳を務めた後、他の管理、総務などの職務への転属を期待していることがわかった。

以上、日本人側、中国人側、通訳本人の通訳の仕事に対する認識にはずれが生じていることが明らかになった。

5. 3 通訳の果たす役割を決定する要因

通訳の果たす役割を決定する要因を明確にすることは、通訳の仕事を改善するだけでなく、より円滑なビジネス・コミュニケーションの促進にも貢献できる。次は3名の中国人通訳の果たす役割を決定する要因をまとめる。

①通訳に対する社会的評価の低さ

中国では、通訳に対する理解と評価は今も低い。ようやく最近になって通訳の養成コースが一部の大学に設けられることになったものの、その数は少なく、また認知度の高い国家レベルの資格認定制度も存在していない。通訳は本来高度な専門性を必要としているにもかかわらず、社会的評価が低いのは、通訳の専門職としての地位が確立されていないからだろう。これは通訳のみならず、中国では専門職に対する全体的な評価が低い

ことにも関係があると考えられる。

②通訳のキャリア上昇志向

インタビューから通訳にはキャリア上昇志向傾向があることが確認された。このような上昇志向傾向は通訳という職務特有のものではなく、中国の社会的な傾向だと言えるだろう。3名の通訳は共通して通訳という仕事を一生続けるべき仕事であると認識しておらず、キャリアプランのワンステップとして認識していることがわかった。通訳は日中両方の管理者と日常的に接する仕事である。企業管理の中核に近い立場に立っている通訳は、管理者に評価してもらえば、管理職へ昇進する可能性が高い。実際に協力企業では、通訳から副社長に昇進したケースがあった。

以上の二つの要因から、3名の通訳は通訳としてのアイデンティティが確立されず、「言語仲介者」「文化仲介者」としての通訳の仕事に専念するよりも、「業務遂行促進役割」をうまく果たすことによって、通訳以外の管理などの能力を評価されるように努力していると言えるだろう。こういう努力によって、通訳から次の管理職へのステップアップをはかっている可能性がある。

6 まとめと今後の課題

本稿では中国人通訳が介在した社内ビジネス・コミュニケーションに焦点を当てて分析した結果、分析対象である通訳は「言語仲介者」「文化仲介者」以外に「ビジネス参加者」としての役割が求められると認識した上で、「業務の遂行を促進する」という「ビジネス参加者」の役割をより重視していることがわかった。

また、インタビューでは、日本人側、中国人側、通訳本人は通訳の仕事に対する認識にずれが生じていることが明らかになった。日本人側は通訳に寛容な態度を持っているのに対して、中国人側は通訳に「正確に伝達する」言語仲介者役割をより期待していることが確認された。しかし、通訳に対する社会的評価の低さや通訳本人のキャリア上昇志向などによって、中国人通訳は通訳の仕事キャリアプランの中のワンステップとして認識しており、「業務遂行促進役割」を果たすことによって、通訳以外の管理などの能力を評価されるように期待していることがうかがえる。

本論文の分析対象企業の通訳はいずれもコンフリクトを一時的に回避または否定することによって目前にある業務遂行をもっとも優先する姿勢を有していた。しかし、長期的に見れば、通訳のこれらの行為は日中ビジネス関係者間のビジネス・コミュニケーションを阻害する可能性があることを指摘したい。

近年、中国ではビジネス日本語教育についての研究が盛んに行われるようになってきた。しかし、今後通訳に対する日本語教育を研究する際には、現地化などの新しい環境

や中国人の就職意識なども考慮に入れなければならない。

参考文献

- 唐澤麻里他 (2011) 「在台湾日系企業の社内コミュニケーションに対する駐在員の認識」
『お茶の水女子大学人文科学研究』 7 pp.125-138
- 近藤彩 (2007) 『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』
ひつじ書房
- 椎名佳代・平高史也 (2006) 「異文化間ビジネスコミュニケーションにおける通訳者の
役割—日本語・英語の場合—」 総合政策学ワーキングペーパー 86
<http://coe21-policy.sfc.keio.ac.jp/ja/wp/WP86.pdf> (2011年12月2日アクセス)
- 鳥飼玖美子 (2005) 「通訳における異文化コミュニケーション学」 井出・平賀編 『異文
化とコミュニケーション』 ひつじ書房 pp.24-39
- 西田ひろ子 (2007) 『米国、中国進出日系企業における異文化間コミュニケーション摩擦』
風間書房
- 日本貿易振興機構 (2011) 『中国 GDP 世界第 2 位時代の日本企業の対中ビジネス戦略』
http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07000555/china_japan_business_all.pdf
(2011年12月2日アクセス)
- 林吉郎 (1996) 『異文化インターフェイス経営』 日本経済新聞社
- 船山和泉 (2003) 「異文化経験の場で構築される「中国(人)的であること」と「日本(人)
的であること」の意味の多重性—日中合弁会社における事例」『ヒューマン・コミュニ
ケーション研究』 (31) 日本コミュニケーション学会 pp.145-165
- 船山和泉 (2004) 「多国籍企業における「異文化間コンフリクト」の位置付けに関する
一考察—文化の共有・非共有の意味構築に関連して—」九州コミュニケーション
研究 2 pp.12-26