

韓国の企業における日本語の位相

泉 千春 ・ 金 智 垠 ・ 河 智 姫

1. はじめに

1970年代の「漢江の奇跡」と言われた経済成長期を基盤に、1990年代前半にはアジアの経済大国を目指して、さらなる成長を遂げてきた大韓民国(以下「韓国」と略称)。しかし、1997年11月、外貨資金返済不可能の危機に陥り、国際通貨基金(以下「IMF」と略称)の救済支援を仰がざるを得なくなり、空前の経済危機に見舞われた。それから5年、IMF経済危機体制克服のため、大企業を中心とした構造調整、不良金融機関の統合・合併は少なからぬ成果を修め、韓国の企業は大きく変わりつつある。

その中で企業における日本語の位相も様々な変化を見せている。本稿では1997年以降の韓国における日本語の変化と現状、そして今後の在り方を英語、中国語の場合と比較しながら考察したい。

2. 研究の目的および方法

2.1 研究の目的

本稿は、経済言語学の視点から企業における日本語の位相を考察する。フロリアン・クルマス(1993)と井上史雄(2000)・(2001)¹⁾によると、経済言語学とは、市場価値という概念から言語の価値を考察することである。利潤の追求を最優先させる企業は、経済動向にもっとも敏感な組織である。であるから経済と言語の関わりを考察する経済言語学の視点から研究を行うには、最も適した対象であるといえる。しかし、企業のあらゆる情報は企業の戦略そのものであるため、社外秘になっているものが大部分で、外国語戦略においても同様である²⁾。

1) 井上史雄(2000)『日本語の価値』大修館書店。

_____ (2001)『日本語は生き残れるか』PHP新書。

_____ (1993)「ことばの知的価値と情的価値」『言語』Vol.22 No.12(265)。

フロリアン・クルマス著 課訪功・菊地雅子・大谷弘道訳(1993)『ことばの経済学』大修館書店。

_____ (1993)「言語の評価」『言語』Vol.22 No.12(265)。

2) 企業では自社の戦略を他社に悟られないように情報は非公開を原則にしているところがほとんどである。企業のホームページにおいては、部外者は教育サイトに接続できないなど、個人レベルでの調査は極めて難しい。

そのような事情も伴ってか、韓国の企業における外国語の現状に関する先行研究は極めて少なく、韓国の大学院碩士³⁾学位論文が数稿ある⁴⁾に過ぎない。さらに、その内容も教育および学習実態の研究に止まっている。また、公的機関による日本語教育の実態調査においても企業は除外される場合が多く⁵⁾、企業における日本語の現状についての研究はこれまで十分行われてきたとは言えない。

したがって、本稿では企業における日本語の現状を、入社条件・業務・昇進時の価値、教育予算の変化、対日ビジネスにおける言語使用などの多核的な側面から行いたい。企業における日本語事情は、日本語の市場価値をリアルタイムに反映させており、21世紀の日本語の在り方を考える一資料となるはずだ。

2.2 研究方法

調査は、「企業を対象としたアンケート調査」と「インターネットWebサイト求人広告の調査」の2つの方法で行った。

2.2.1. アンケート調査

調査対象は、貿易会社を前提として、日本との交渉がわずかでもある会社に限定し、サンプリングは大企業⁶⁾と中小企業⁷⁾に二分し、各々異なった方法で行った。

大企業は、2002年5月30日～6月11日にかけて行った。対象は、大手企業のなかで業種別に電子5社・総合商事7社・通信5社・自動車4社・繊維7社選び⁸⁾、そ

3) 日本の修士課程に該当する。

4) 該当する論文は以下の通りである。

박 상득(1998)「직장인의 일본어 학습에 관한 연구(職場人の日本語学習に関する研究)」중앙대학교 교육대학원 석사학위논문. / 朴 愚東(1998)「기업의 語學教育정책에 관한 연구(企業の語学教育政策に関する研究)」연세대 경영대학원 석사학위논문. / 趙 恒嬉(1999)「기업내의 日本語教育에 관한 研究(企業内の日本語教育に関する研究)」중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.

5) 例えば、「韓国日語日文学会」刊行の『韓国の日本語教育実態』においても、大学、専門大学、高等学校を対象としており、企業は扱われていない。

6) 大企業とは、企業と総称される総ての企業体の中で中小企業振興法が規定する中小企業と零細企業を除外したその残りをさす。(インターネット:ヤフーコリア経済学辞典・インターネット:ライコス斗山大百科事典)

7) 韓国の中小企業は、中小企業振興法で鉄業・製造業・水産業、および運輸業の場合は常時300名以下(ただし労働集約的な特殊業種の場合は500名以下)、建設業の場合は常時従業員200名以下、商業およびサービス業は常時従業員20名以下と規定されている。また、常時従業員5名以下の企業を零細企業、20名以下を小規模企業といい中小企業と区別する。(インターネット:ヤフーコリア経済学辞典・インターネット:ライコス斗山大百科事典)

8) 調査当初は、韓国の企業を代表する4つの大手グループ会社、Sグループ・Lグループ・Kグループ・Cグループを選択し、各のグループの中から、日本との貿易を行っている物産・電子・流通系列の会社を3社ずつ計12社を選ぶ計画を立てサンプリングを行おうとしたが、昨今の大手企業の倒産、合併などで不可能であった。

のうち電子4社・総合商事4社・通信4社・自動車4社・繊維3社の合計19社から回答を得た(回収率 67.9%)。うち日本と取り引きの全くない1社を除外し、18サンプル(64.2%)を基に分析を行った。

中小企業は、「ソウル地方中小企業庁」⁹⁾より、2001年12月5日付け「ソウル地域輸出有望中小企業」のWebサイトに記載されている全体419の企業の内20社を選んだ。選択方法は、「ソウル地域輸出有望中小企業名簿」に記載されている順に20の倍数で20社をランダム・サンプリングした。調査は、2002年3月25日から4月4日にかけて行った。20社のうち13社のサンプルを回収し(回収率 65%)、対日ビジネスを行っていない2社を除き11社(55%)のサンプルを分析した。

調査票は大企業と中小企業とも同一のものを使用し、選択式と書き込み式の併用による。回収方法は、知人を通して、または電話により依頼し、アンケート用紙は直接・間接・郵送・Eメール・ファックスを併用して渡し、記入してもらった後回収した。中小企業の場合は、被験者の求めに応じて直接電話でインタビューを行い、調査者が記入した場合も数件あった。また、可能な場合は回答内容について補足インタビューを行い参考にした。

2.2.2 インターネットWebサイト求人広告の調査

調査は、インターネットWebサイト求人広告(以下、「求人サイト」と略称)における日本語の需要において、求人雑誌より、より新しくかつ詳細な資料を得ることを目的に行った。調査対象は、韓国の求人サイト239個¹⁰⁾のうち、企業登録数が2500個以上のインクルート(Incruit)・スカウト(SCOUT)・ジャブコリア(JOBKOREA)の3つを選択した。

検索作業は、6月17日の22時～24時の間に行い、約1ヶ月分¹¹⁾の情報を資料とした。調査は、要求されている外国語¹²⁾について調べた。求人サイトは、一日ごとにその情報が変化するので一定の日時を定めて調査を行った。

9) ソウル地方中小企業庁 <http://seou.smba.go.kr>

10) インターネットで検索したWebサイトは、ネイバーを使用した。 www.naver.com

11) インクルートは5/21～6/17、スカウトは5/17～6/17、ジャブコリアは5/15～6/17の情報である。

12) Webサイト調査では、3つのサイトすべてが、資格条件・選考方法・提出書類の形態で募集要項の項目に分かれている。この中で、外国語の需要に関しては資格条件か提出書類の項目で、外国語有能者に対する優遇、または共通資格要件などと記されており、試験より日本語の履歴書・日本語の自己紹介状など提出書類の形で示されている場合が多い。

3. 分析結果および考察

3.1. 入社条件における日本語

3.1.1 外国語試験の現状

Q 1.1.1 入社試験の科目に、外国語がありますか。

- ① はい ② いいえ

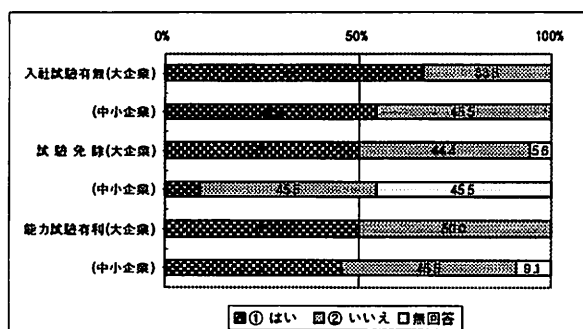
Q 1.2.1 入社時に外国語の資格証書があれば外国語試験が免除されますか。

- ① はい ② いいえ

Q 1.3.1 日本語能力試験の資格証書があれば入社する時に有利ですか。

- ① はい ② いいえ

図1 入社条件における外国語



入社時に外国語試験があると答えたのは、大企業においては66.7%で、中小企業は54.5%であり、共に半数を超えている。試験科目については、英語と日本語を両方行う1社を除いて、大企業・中小企業共に総て英語だけである。しかし、試験の形式は

大企業は筆記試験中心であるのに対し、中小企業は面接形式のインタビュー程度の試験が多く見られた。中小企業では実際の業務に必要な会話能力を重要視しているようである。次に、外国語資格証書の所有者に試験免除が適応されると答えたのは、大企業は50.0%で中小企業は9.1%であり大差が見られた。免除の基準は、大企業の場合は英語は「TOEIC」 [900以上(1)、860点以上(1)、850点以上(1)、750点以上(1)、700点以上(1)、点数の記載なし(1)¹³⁾] で、日本語は「JPT」¹⁴⁾ [540点以上(1)、500点以上(1)] であり、中小企業は「TOEIC」 [700点以上(1)] であった。英語が全て「TOEIC」なのは、就職における外国語資格証書は筆記試験のなかでもコミュニケーション能力を中心とする実用的な試験が重視されているからであろう。また、日本語試験の「JPT」があることは注目すべきだが、英語の次に記載されており、英語の試験が免除されるのではなく、日本語試験のみ免除されることを意味する。

13) ()の中は件数を表わす。

14) JPT(Japanese Proficiency Test)は、TOIC委員会の作成した日本語試験で、韓国では「日本語能力試験(JLPT)」と共に知名度の高い日本語試験である。

また、免除はされないまでも、「日本語能力試験」の資格証書があれば有利であるとする会社は、大企業で50.5%・中小企業45.5%で、予想以上に高かった。その基準は、大企業では1級(7社)・2級(2社)において優遇され、中小企業では特にレベルの記載はなかった。「日本語能力試験」は、主に日本に留学する場合に必要とされ、就職用の試験と認識されていないが、1級の資格があれば就職時にも有利なようだ。

入社時においては、会社の規模に関わらず英語は必須であり、日本語はプラス・アルファ的存在のようだ。また、大企業では試験があっても、知名度がある外国語、特に英語の試験で高得点を取得していれば、試験を免除する場合が試験全体の3分の2を占めており、合理的に処理されているようである。

3.1.2 インターネットWebサイト求人広告における外国語条件

リアルタイムな情報が得られる求人サイトでは、外国語能力を見る項目に英語と日本語と中国語の記載が見られた。

図2 求人サイトの入社条件における言語別募集件数

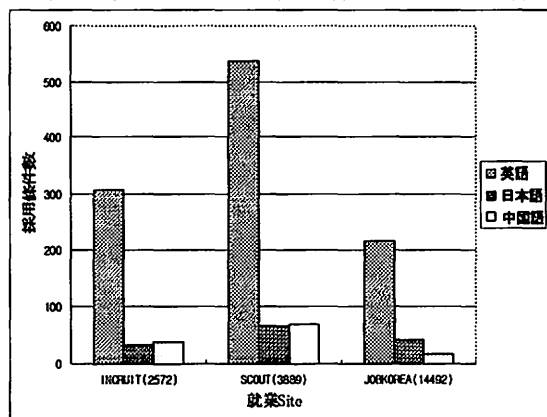


図2は、各求人サイトの入社条件における外国語有能者の言語別募集件数をまとめたものである。三社とも英語が圧倒的に優位を占めている。日本語と中国語を比較してみると、インクルートは日本語は34件、中国語は39件であり、スカウトは日本語は67件、中国語は69件、ジャブ・コリアは日本語は43件、中国語は17件で、イン

クルートとスカウトの場合は若干ではあるが中国語の需要が上回っている。

まず、アンケート調査には無かった中国語が見られたことは、注目すべきである。中国語の件数は、三社の合計15)では125件(0.6%)で、日本語の144件(0.7%)よりやや少ないが、インクルートとスカウトでは、日本語を上回っており、現在就職時に実際に中国語有能者が優遇されていることが確認できる。

また、性別による求人日本語と中国語に関して比較すると、3社の述べ数で、日

15) 三社はそれぞれ異なったインターネットサイトに記載されている情報であるが、同じ時期の情報であるため一部重なる可能性があるが、それについてはここでは言及しないことにする。

本語は全体(144件)のうち、男性(13件)、女性(29件)であり、中国語は、全体(125件)のうち、男性(10件)、女性(8件)であった。中国語の場合ははっきりした違いは見られないが、日本語においては、全体のうち29.2%で男女別の記載がなされており、そのうち9.0%が男性、20.1%が女性で、男性より女性の求人が2倍以上多いという結果が得られた。このことは日本語有能者を秘書として使う場合が多く、またその仕事内容は電話の受け答えや翻訳、通訳などの簡単な事務の場合が多いからだと考えられる。

3.2. 業務・昇進における日本語

Q 2.1.1 業務を遂行する上で、外国語能力が高ければ有利ですか。

- ① 有利だ ② 関係ない

Q 3.1.1 外国語能力が昇進に有利ですか。

- ① はい ② いいえ

図3 業務・昇進時の外国語能力(百分率)

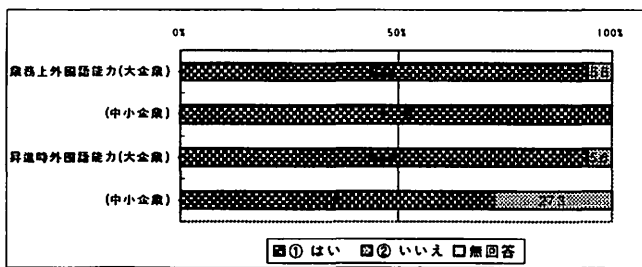


図3は、業務・昇進時の外国語能力の重要性を百分率で示したものだ。業務遂行において外国語能力が高ければ、有利かどうかを問う項目では、大企業では

94.4%、中小企業は100%、全体でも96.6%の企業において有利であるという結果が得られた。昇進においても、大企業で94.4%、中小企業で72.7%、合計86.2%で有利であるという回答であった。調査対象を輸出入を主な業務とする企業を選んだためでもあろうが、大変高い結果が得られた。

これらの企業における1997年と2002年の業務と昇進の際に重要な外国語の順序をまとめたのが表1である。まず、大企業・中小企業共に業務上、現在最も重要視されている外国語は英語である。そして英語の次は、大企業では中国語で、中小企業では日本語と中国語がほとんど同じ位置にあるといえる。

企業内でそれぞれの外国語がどのような位置をしめているのか、さらに正確に把握するために、それぞれの外国語の重要度を点数化して表したのが表2である。点数化における計算方法は、重要だと思われる外国語の順序を、重要な順序に5～1点の点数をつけ、その点数に回答頻度数をかける方法をとった。

表1 業務・昇進時における重要な外国語の順序（数値は会社の数）

	業務上有利な外国語				昇進時有利な外国語			
	大企業		中小企業		大企業		中小企業	
	1997年	2002年	1997年	2002年	1997年	2002年	1997年	2002年
英語 → 中国語 → 日本語	4	9	1	4	1	7	1	4
英語 → 日本語 → 中国語	10	5	5	2	9	2	4	-
英語 → 日本語	2	2	2	2	3	3	1	1
英語 → 中国語	-	-	-	1	1	2	-	1
日本語 → 英語 → 中国語	1	-	1	1	-	-	-	1
英語 → 第2外国語	-	1	-	1	-	1	-	-
英語だけ	-	-	-	-	2	2	-	-
無回答	1	1	2	-	2	1	2	1

表2 業務・昇進における外国語の重要度（数値は会社の数）

		英語		日本語		中国語		ドイツ語		ロシア語		フランス語		スペイン語		ポルトガル語	
		大	中小	大	中小	大	中小	大	中小	大	中小	大	中小	大	中小	大	中小
		業務上重要な 外国語の順序	1997年	84	44	58	36	44	20	-	6	3	3	2	-	3	-
128				94		64		6		6		2		3		2	
2002年	85		54	51	33	52	29	-	6	2	2	6	-	3	-	2	-
	139		84		81		6		4		6		3		2		
昇進時重要な 外国語の順序	1997年	85	30	47	23	36	16	-	2	0	0	0	-	3	-	0	-
		115		70		52		2		0		0		3		0	
	2002年	85	34	38	21	42	23	-	2	3	0	0	-	3	-	0	-
		119		59		65		2		3		0		3		0	

ここでは、比較的数値の高い、英語・日本語・中国語について比較してみる。英語は全体的に圧倒的に高い数値を示している。まず業務において重要な外国語は、2002年現在、大企業では英語(85)→中国語(52)→日本語(51)の順で、日本語と中国語の場合を比べると、中国語がやや上回っている。中小企業は英語(54)→日本語(33)→中国語(29)の順で日本語が中国語より上回っている。

次に、昇進において重要な外国語は、大企業の場合、英語(85)→中国語(42)→日本語(38)の順序で、中小企業の場合も英語(34)→中国語(23)→日本語(21)で、業務においてより中国語優勢の傾向がはっきり表れている。

さらに、このような結果を日本語と中国語に焦点をあて、5年前の1997年と比較すると、1997年は業務上において大企業では日本語(58)→中国語(44)、中小企業は日本語(36)→中国語(20)で、昇進時においては、大企業は日本語(47)→中国語(36)、中小企業は日本語(23)→中国語(16)である。1997年は全ての場合において、日本語→中国語の順序であったのが、2002年になり大企業は業務上と昇進で、中小企業は昇進において、日本語と中国語の順序が入れ替わったことが明か

であり、中国語の優勢が確認できた。これは、日本の不況と韓国の人件費の高騰による日韓貿易の減少、および中国の経済成長と市場経済体制の導入などによる韓中貿易交渉が増加したためだと思われる。

3.3. 企業における日本語教育

教育というのは、将来性を予測して長期的視野で行われる投資である。そこで、ここでは企業が日本語の将来をどの程度期待しているのか、教育予算を通して見ていくことにする。

教育予算は、大企業と中小企業で大差がある。まず、現在、外国語予算があるのは、大企業は100%で、中小企業は27.3%である。ほとんどの中小企業では教育予算が以前に比べ変化がないという結果であったが、これは補足インタビューによると、中小企業内においてはもともと予算がなかったか、あっても極わずかであり現在も大して変わっていないことがわかった。そこで、日本語の予算を問う設問では、圧倒的に高い予算がある大企業に限定して見ていくことにしたい。

図4は1997年から2002年現在の外国語教育予算の変化を示したものである。これによると、外国語全体の教育予算は1997年に比べ、増加(61.1%)・減少(22.2%)・変化なし(16.7%)で増加が圧倒的である。1997年はIMF経済危機の不況の時期にあたり、その不況の時期を起点に、その時より増加したことを意味する。それ以前は、どこの大企業でも専属の外国語講師を何人も抱える研修院を附設しており、教育予算は今とは比べものにならないほど高かったはずである。一方、図5の日本語の教育予算の5年間の変化では、変化なし(61.1%)・減少(33.3%)・増加(5.6%)で変化なしが最も多く、次は減少で増加はわずかであった。

つまり、外国語教育全体の予算は増加したのに、日本語の予算は変化がないか減少したということは、結果的には日本語教育の投資率は減少したことを意味する。教育は投資である。企業が教育にどの程度予算を割くのかは、投資価値の高低で決まる。したがって、日本語教育の予算が減ったということは、それだけ企業における日本語の価値も下がったと推測できよう。これには日本経済の冷え込み、対日貿易の縮小などの経済的要因が大きく作用しているようである。

なお、中国語教育の予算に関する質問は別途に設けなかったが、言語教育の重要さの順序を問う項目で、大企業においては回答のあった13社のうち、英語→中国語の順が9社で、英語→日本語の順が4社で回答が得られ、教育においても中国語の優勢が明らかになった。

図4 大企業の外国語教育予算(1997年→2002年)

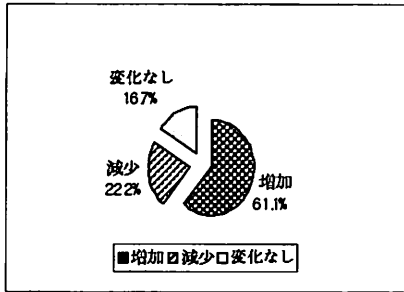
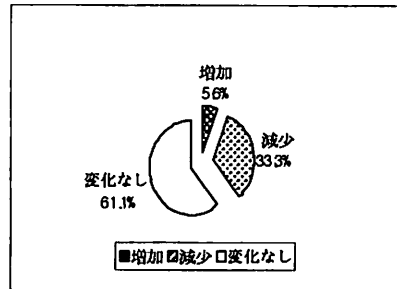


図5 大企業の日本語教育予算(1997年→2002年)



3.4. 対日ビジネスにおける日本語使用

現在、対日ビジネス・コミュニケーションにおいて、目的・手段・場所などが異なるような言語を使っているのであろうか。契約書類の作成・ファックス・Eメール・電話・商談言語・プライベート言語に分けて調査した。図6はそれを概観したものである。

まず目に付くのは、最も多く使用されている言語は英語であり、次に多いのが日本語だ。そして、大企業では全体的に英語使用の数値が高く、中小企業では大企業より日本語使用・混用の数値が高い。なお残念なことは、韓国語の使用が大変少ないことだ。大企業に限ると全く見られない。

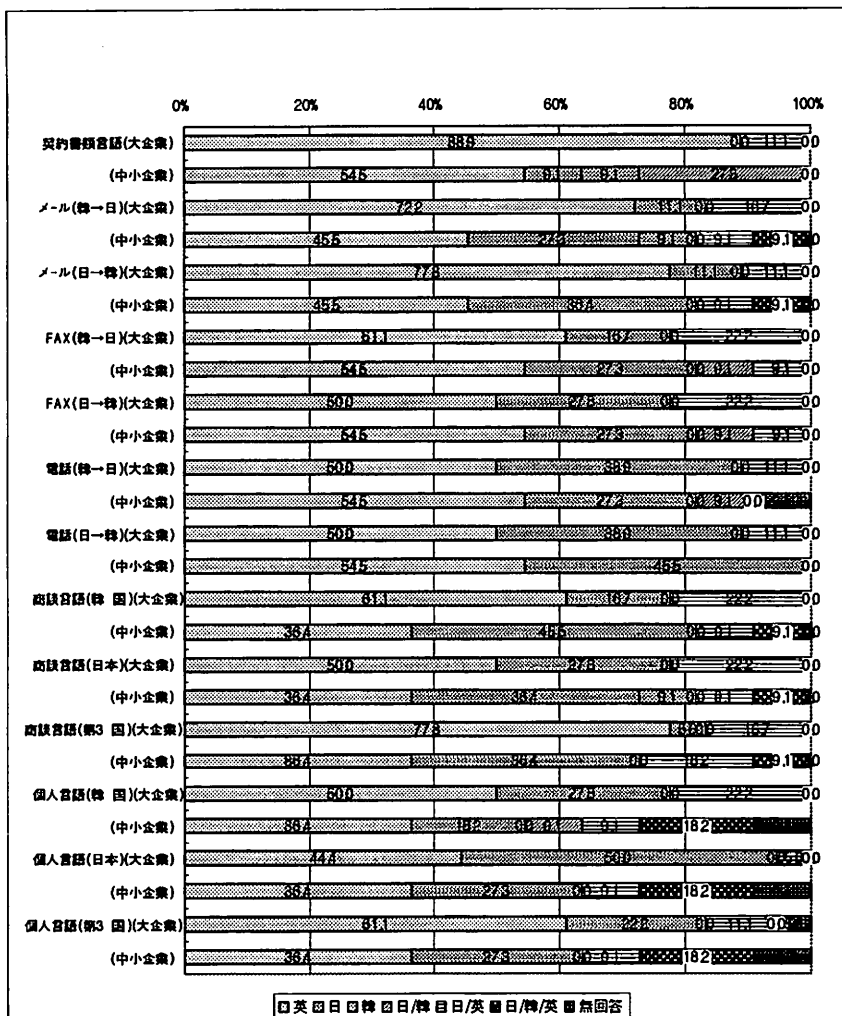
日本との貿易において、日本語ではなく英語が中心であるということは見逃せない。国際化社会において同等であろうとする時、韓国語は使わないまでも世界で通用する英語を使用するのは自然なことかもしれない。電話の場合を除いたら、大企業が中小企業より英語の使用が多いのも対等な関係でありえる度合いが高いことを意味していると言えよう。それに比べ、中小企業では商談言語において日本語の使用が英語をやや上回っている。これは対日貿易において、弱い立場にある韓国側が、相手国の言語を使用し好感度を高めることによって、ビジネスを成功させようとするためであると思われる。そのため取り引き先の接待において、日本語の通訳をも動員することさえあるという。

3.4.1. 契約書類における企業規模別使用言語

まず、図6の契約書類の部分より、大企業と中小企業の場合を比べてみたい。大企業では、英語(88.9%)、日本語/英語(11.1%)で英語が非常に高い。それに対して中小企業は、英語(54.5%)、日本語(9.1%)、韓国語(9.1%)、日本語/韓国語(27.3%)で、約半数が英語、残りの半数を仲よく日本語と韓国語が分け合っている。

日本語だけの使用に限ると、全項目のうち最も少なく、韓国語の使用は、他の質問項目に比べ日本語と共に使用する場合も含めると最も多い。大企業と中小企業の数値に大差があるのは、公的機能の高いEメールの場合も類似している。これは、ビジネス上、最も重要な事項における言語選択の決定要因が異なっているとも言えるようだ。

図6 対日ビジネスにおける使用言語(百分率)



大企業の場合は、どの担当者にもわかるように、より公的度合いの高い英語を選び、中小企業の場合は互いに都合の良い言語。つまり、英語に自信がなければ、お互いが最もわかりやすい日本語や韓国語を臨機応変に使っているのではないかと思う。社員数が少ない中小企業では、日本語の担当者がいない場合など、書類

が読めないというような事態を避けるためでもあろう。

3.4.2. 伝達手段と方法の違いによる使用言語

表3は、Eメール、FAX、電話、対面の場合の言語使用における、それぞれの値を平均して比較したものである。

対面言語は、商談時とプライベート時の値を平均して表わしたものである。

英語の使用を多い順序に見ていくと、Eメール→FAX→対面→電話で、日本語の場合は電話→対面→FAX→Eメールの順で、英語の場合と全く逆の結果がみられた。

表3 伝達手段による使用言語(百分率)

	英	日	韓	日/韓	日/英	日/韓/英	無回答
Eメール	67.2	20.7	0.0	1.7	8.6	0.0	1.7
FAX	55.2	24.1	0.0	3.4	17.2	0.0	0.0
電話	48.3	36.2	1.7	0.0	10.3	3.4	0.0
対面言語	49.4	27.6	0.6	0.6	14.4	5.2	2.3

次に、EメールとFAXの値を平均して「書く」機能とし、電話と対面の場合を平均して「話す」機能として、二者を比較してみた。

図7と図8を比べると、「書く」場合の方が「話す」場合より英語の使用の割合が高く、日本語は「話す」場合の方がやや高い。また、言葉の混用は、わずかに「話す」場合が高くなっている。このように、企業においては日本語は電話・対面などの「話す」場合に、より利用価値が高いと言える。

図7 「書く」機能における外国語使用

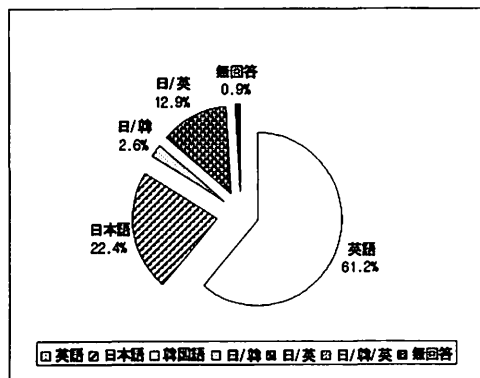
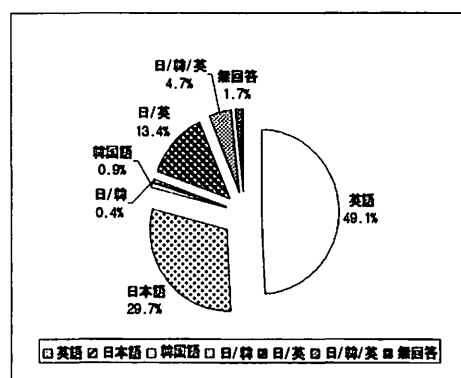


図8 「話す」機能における外国語使用



なお、電話の項目では、中小企業において韓国から日本にかける場合、韓国語でかけると答えた会社が1社あったが、これは日本との取り引きが盛んな会社で、日本の会社に韓国語の担当者がいるからだということが補足インタビューの結果明らかになった。韓国の国力が増してきた兆しではなかろうか、望ましい現象である。

3.4.3. 伝達目的の違いによる使用言語

では、目的が違えばどうであろうか。表4は、商談の場合とプライベートの場合に分けて比較したものである。まず、最も多いのは英語で、次が日本語、その次が日本語/英語という順序であり、他の場合の数値と類似している。大差はないが、英語の場合はプライベート時より商談時にやや高く、日本語はプライベートの場合にやや高い値を示している。

表4 伝達目的による使用言語（数値は百分率）

	英	日	韓	日/韓	日/英	日/韓/英	無回答
商談言語	52.9	25.3	1.1	0.0	17.2	3.4	0.0
個人言語	46.0	29.9	0.0	1.1	11.5	6.9	4.6

3.4.4. 場所による使用言語

場所による使用言語は、一つは伝達の起点と方向、もう一つはコミュニケーションが行われる場所の違いについて見ていきたい。

まず、起点と方向ではEメール・FAX・電話において、韓国から日本に向け発信する場合と、韓国から日本に向け発信する場合を比較してみた。表5は、英語は韓国→日本でやや高く、日本語は日本→韓国でやや高い数値を示している。

表5 伝達の起点と方向における使用言語（数値は百分率）

	英	日	韓	日/韓	日/英	日/韓/英	無回答
韓→日	57.5	24.1	1.1	2.3	12.6	1.1	1.1
日→韓	56.3	29.9	0.0	1.1	11.5	1.1	0.0

場所は、商談の場合とプライベートの場合を韓国・日本・第3国に分けて分析した。英語は第3国→韓国→日本の順で多く使用され、日本語は日本→韓国→第3国の順であった。また日本語/英語の場合は、韓国→第3国→日本の順であり、日本においては英語の使用は相対的に少ないことがわかる。場所による言語使用は、日本発また日本において日本語使用が高く、韓国発、第3国において英語使用が高い。

表6 場所による使用言語（数値は百分率）

	英	日	韓	日/韓	日/英	日/韓/英	無回答
韓国	48.3	25.9	0.0	1.7	17.2	5.2	1.7
日本	43.1	36.2	1.7	0.0	12.1	5.2	1.7
第3国	56.9	20.7	0.0	0.0	13.8	5.2	3.4

また、全体的に韓国語の使用が大変低いという結果が出たが、これは韓国と日本のビジネスの場合だけに表れる結果なのか、中国と韓国の取り引き、または東南アジアの国々と韓国のビジネスにおいても当てはまるのか、調査が必要であろう。

4.5. 日本語使用の動向

最後に、日本語の使用について5年前の1997年と、2002年現在、そして今後について分析した。

Q5.6.1対日ビジネスにおける日本語の使用は、5年前比々全体的にどのように変化しましたか。

- ① 増加した ② 減少した ③ 変化がない

Q5.6.3対日ビジネスにおける日本語の使用は、将来どのように変化すると思いますか。

- ① 増加する ② 減少する ③ 変化しない

表7 日本語使用の動向 [数値は件数で()内の数値は百分率]

	① 増加		② 減少		③ 変化なし		④ 回答なし	
	大企業	中小企業	大企業	中小企業	大企業	中小企業	大企業	中小企業
1997年との比較	3 (16.7)	5 (55.6)	9 (50.0)	2 (22.2)	6 (33.3)	2 (22.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
今後の変化	4 (22.2)	8 (88.9)	9 (50.0)	1 (11.1)	5 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

日本語使用の変化を見ると、日本語の使用は大企業と中小企業で異なった結果が現れた。まず大企業の場合は、まず1997年から2002年の変化を見ていくと、減少→変化なし→増加の順で、今後の変化についても、減少→変化なし→増加の順であった。

中小企業の場合は、1997年と比較して、増加→変化なし→減少の順で、今後の変化については、増加→減少の順である。大企業は1997年より減少し、今後さらに減少するという予測だが、中小企業は1997年より増加して、今後さらに増加すると予測している。全く対照的な結果である。

ではその理由を見てみよう。大企業の場合、日本語の使用が1997年より減少した理由を延べ数で見えていくと、「国際化による英語使用の公用化(7社)」・「対

日貿易の減少(4社)」・「日本人の英語能力の向上(1社)」であり、今後さらに減少すると思う理由は「国際化社会における英語使用の公用化(8社)」・「日本人の英語能力の向上(3社)」・「日本のビジネス・パワーの弱体化(2社)」・「韓国の英語教育の強化(1社)」で、国際化社会における英語使用の増加に伴う日本語使用の減少を挙げている。一方、中小企業における増加の理由は「対日事業の拡大(4社)」で、今後もさらに増加すると予測した理由は「自社の事業拡大(3社)」・「自社の対日ビジネスの増加(2社)」・「韓・日ワールド・カップの開催の影響で(1社)」・「輸出における専門化(1社)」・「必要性(1社)」で、対日貿易の増加に伴い日本語使用がさらに増加すると予測している。

このように、大企業と中小企業では、言語を選択するに当り、やや異なった要因を挙げている。まず、大企業においては、国際化社会において、同等な立場で英語を使うことが当然とする社会的要因を第一義としており、次に対日貿易の減少という経済的要因を挙げている。日本経済の冷え込みや中国との貿易の増大などで、対日貿易が縮小することによって、当然日本との交渉も減り、したがって日本語の使用も減少するというのである。一方、中小企業は経済的要因を第一義としているが、国際的視野に立ってではなく、自社の事情というやや近視眼的な視点に止まっている。現在の中小企業は、IMF経済不況以降、何とか維持してきたが、その後の経済回復と共にできた、まだ歴史の浅い会社がほとんどである。したがって、現実問題として日本と同等のビジネスを主張する余裕など無く、ビジネスに成功するためには、建前より本音、つまり相手に少しでもプラスのイメージを持ってもらうための戦略の一つとして、当然、相手の国の言葉を使うという発想は自然なことだ。また、中小企業の貿易先がさほど大きくない規模の企業の場合、日本側の英語力が障害になっている可能性も高い。とにかく、日本語の将来を考えると、日本語の使用はこれからも増大するという中小企業においてこそ、日本語の価値は維持され続けるといえそうである。

なお、この意識調査では明らかにできなかったが、大企業で日本語使用を避けたいとする理由の奥には、日韓の歴史的問題による歴史的・心理的要因も少なからず横たわっているのではないかと思われる。

5. おわりに

韓国の企業は、IMF経済危機以来、大きな痛みを乗り越え今日に至っている。零細企業・中小企業の相次ぐ倒産、財閥の解体・事業交換・合併など、ここ5

年の間の試練は、新たな実力重視の気風を生み、社会は徐々に立ち直りつつあるかのようだ。

そのような中で、企業における外国語戦略も、新たな局面を見せているのではなかろうか。中小企業は現実に根を下ろし、大企業は、国際社会の中で真に生き残ることができる実戦力をさらに磨いている。その実戦力の一つが語学力ではなかろうか。昨今、韓国ではどこの大学でも英語とコンピュータは必須である。これは、今後韓国社会を支えていく人材の国家的養成事業であり、このハードルをクリアした者が今後の韓国をリードしていくであろう。

したがって、韓国における日本語の位置づけも、これまでとは、異なった側面を見せ始めた。それがいち速く現れたのが企業ではなかろうか。企業における日本語に対して向け始めた冷めた視線を、私たちは速やかに察知する必要があるだろう。

ビジネスの大筋は英語で事足りるのである。そして、韓国企業において、日本語はもう英語に次ぐ第2外国語ではない。中国語の価値が上回りつつあり、この傾向はさらに進むであろう。もちろん、「日本語能力試験」や「JPT」の資格証書があれば入社する時に有利ではあるが、あくまでもプラス・アルファであり、そのアルファも以前より小さくなり、さらに小さくなる可能性が高い。それは企業の日本語に対する教育投資の縮小からも顕著である。

では、企業において日本語が生き残る道はどこにあるのだろうか。まず中小企業においてであろう。そして、「書く」機能以上に「話す」機能において、そして商談の場においてよりプライベートの場において、より重要だと言えそうである。すなわちコミュニケーション力の養成にさらに目を向けるべきなのである。特にビジネスにおけるコミュニケーション力とは、文法上正しく言語を話せることを意味しているのではない。ビジネスのノウハウはもちろんのこと、日本の社会のしくみを知り、円滑なコミュニケーションを行うためのストラテジーを駆使できることが要請される。さらにビジネスである以上は、経済的な損失を被ることなく利益をもたらすことのできる知識やスキルも必須であろう。

そのためには、口頭表現をはじめとする実戦力を養う教育、また日本社会が成り立っている基本原理などの文化・社会的知識を養う教育などにさらに力を入れるべきであり、その能力を測る試験の開発も急務であろう。

参考文献

- 井上史雄(2000)『日本語の価値』大修館書店.
_____ (2001)『日本語は生き残れるか』PHP新書.
任栄哲(1993)『在日・在米韓国人および韓国人の言語生活の実態』くろしお出版.
野元菊雄・野林正路(1977)『ことばと社会』三省堂.
古田博司・小倉紀蔵編(2002)『韓国学のすべて』新書館.
フロリアン・クルマス著 諏訪功・菊地雅子・大谷弘道訳(1993)『ことばの経済学』大修館書店.
鮑戸 弘(1987)『社会調査ハンドブック』日本経済新聞社.
毎日経済新聞社 編(1991)『1992 毎経就業ガイド』毎日経済新聞社.
_____ (1994)『1995 毎経就業ガイド』毎日経済新聞社.
_____ (2001)『2002 매경기업가이드』毎日経済新聞社.
井上史雄(1993)『ことばの知的価値と情的価値』『言語』Vol.22 No.12(265).
フロリアン・クルマス(1993)『言語の評価』『言語』Vol.22 No.12(265).
박 상득(1998)『직장인의 일본어 학습에 관한 연구』중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.
朴 愚東(1998)『企業의 語學교육정책에 관한 연구』연세대 경영대학원 석사학위논문.
趙 恒嬉(1999)『企業内の 日本語教育에 관한 研究』 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.
中央日報 (2002.03.04) 『아시아가 떨고 있다-아시아 경제 지도 중국이 다시 그린다』
_____ (2002.03.06) 『한조(漢潮)가 한류(韓流) 능가』
_____ (2002.03.21) 『한중교류, 동북아 파워구도에 영향』
_____ (2002.03.21) 『생활 외국어는 필수다 下』

参考Webサイト

- ソウル地方中小企業庁 <http://seou.smba.go.kr>
中小企業庁 <http://smba.go.kr>
中小企業共同組合 <http://www.kfsb.or.kr>
ソウル産業經濟情報通信網 <http://econo.seoul.go.kr>

(いずみ ちはる・西京大学)
(キム ジウン・中央大学大学院 博士課程)
(ハ ジヒイ・中央大学大学院 碩士課程)