

情報化社会における ビジネスコミュニケーション

—その意義と大学での教育について—

亀 田 尚 己

はじめに

I 「情報化社会」の商学的意義

- 1 企業の情報化と国際化
- 2 CALS の誕生と推移

II インターネットと電子メール

- 1 一般的定義
- 2 ビジネス上の意義と役割
- 3 電子メールと日本語の問題点

III 大学における電子メール教育

- 1 その意義と役割
- 2 演習：「米国大学生との電子メール交換」

おわりに

はじめに

最近よくマスコミを賑わす「情報化社会」とは何を意味するのであろうか。情報の重要性を説明する際には、現代の戦争とくにあのイラク侵攻にはじまった湾岸戦争が引き合いに出されることが多い。「戦争とは当然のこととして軍事力の強い方が勝つわけだが、現在軍事力というものは実際の戦闘力というのが三割位で、残りの七割位が情報力¹となっている」とい

われる。このことは、あの湾岸戦争のほぼ全容がテレビを通して世界の多くの家庭に報道され、わが国では軍事評論家と称せられる専門家の詳しい解説のおかげもあり、現代人ならば容易に理解できることであろう。敵情を探ることに始まり、多国籍軍の空軍、陸軍、海軍、海兵隊部隊の適切な配置から敵地への効果的な総攻撃に至るまで、また偵察衛星、そしてセンサー、カメラ、コンピューター、通信などを装備した攻撃兵器など、すべてがハイテクの集積からなる情報戦の勝利であったといえよう。

今、視点をビジネス社会に転じて見ると、そこにおいても情報の重要性はかつてないほどに強調され、新聞紙上では情報に関するニュースが一日たりとも欠けることなく大々的に報道されている。ビジネス社会においても、戦争の場合と同じように、情報力の優劣が企業力そのものの差をもたらす、とまでいわれる。企業の経営資源、生産の要素、がかったのヒト、モノ、カネから情報を加えた四つになり、しかもそのうちでも情報が最も重要なものとして上げられるようになってから久しい。これは、コンピューターと、やはり米国で軍事目的から始まったインターネットに代表される「高速情報通信網」と呼ばれる情報インフラの長足的な進歩により、一昔前では考えられなかった情報化の進展がはかれるようになったからでもある。この情報インフラの著しい進展により、今日のビジネス環境は情報ネットワーク社会に完全に組み入れられ、好むと好まざるとにかかわらず、情報力が企業の力を左右するものになってきたといえよう。情報を入手する早さとその量が企業の力を表わすようになってきている、といっても過言ではないだろう。

情報化社会においては従来の流通や経営パターンの変更が余儀なくされることも十分にありえることであり、かつその傾向が随所に見られ始めている。本論では、情報化社会における日本企業の進むべき道をビジネスコ

1 小川明『表現の達人・説得の達人』TBS ブリタニカ、1993年、57ページ。

コミュニケーションの立場から概観し、その企業社会へ進むビジネスマン予備軍である大学生に対するビジネスコミュニケーション教育はどうあるべきかを論じ、筆者の担当する演習で実行している外国人大学生との間の「電子メール交換プログラム」を紹介し、その意義を考えてみたい。

I 「情報化社会」の商学的意義

1 企業の情報化と国際化

前述したように、今日では「ヒト、モノ、カネ」という従来の経営資源に「情報」という資源が加えられているが、これを、「情報は第四の経営資源」と考えるだけではあまりにも単純といえよう。『情報』は『ヒト・モノ・カネ』と同列ではない。『情報』は『ヒト・モノ・カネ』を有機的に結び付け、その価値を最大限に引き出すための『共通基盤的経営資源』なのである²と飯沼は述べ、その論文「ネットワーク時代の情報経営」において「情報経営のコンセプト」なる図を紹介しているが、それによれば、企業風土・企業文化の円内の中心に位置する経営ビジョンを人財・物財・金融財の三つの小円が囲みそれら三つの小円それぞれを情報財が一つの輪となって結び付けている。すなわち、情報がなければそれらの三つの財はばらばらになり、戦略的に活用されることができず、企業経営が成り立たなくなってしまう、という意味である。『情報』をいかに戦略的に企業経営のために役立たせ、知的財産権を持った戦略的武器としての力を行使していくか、という『情報のマネジメント』が最重要な経営課題となるのである。³

2 飯沼光夫「ネットワーク時代の情報経営——情報経営実現への課題——」（『情報仮想空間と日本の選択』富士通経営研修所，1995年），152ページ。

3 同書，152ページ。

このように今日の企業経営にとって情報は最重要な経営資源となっているが、その企業経営の多くは今日社会を取り巻く厳しい国際競争にさらされている。われわれは「これまでビジネスに携わる者にとり基本的な概念であった、国内ビジネス、国際ビジネスという2つの明確な伝統的区分は意味がなくなってしまった。実際、今日すべてのビジネスは、国際的な要素、意味合いを持っているので、『国際ビジネス』という用語自体が冗長である⁴」とまでいわれる時代を迎えている。ビジネス世界における実際の流通や経営を概観しても、このことは容易に理解できる。財やサービスの購入から販売に至るルートはより長く国境線を超えて延びて行き、その企業の物理的所在が国内・国外にかかわらず役員・幹部社員から現場の作業員に至る人材は多国籍化され、金融機関や金融市場からの資金調達もまさに国際化されているのが、今日である。表面的には外国との関係が薄いような企業活動であっても、一步その中に入り込めば、何らかの外国とのつながりが必ず露呈してくるような状態である。

こうした時代においては、企業経営、財・サービスの流通、財務管理、など、商学一般のどの分野においても、情報を中心に置いたグローバルな視野が要求されるであろう。まさにわれわれは、ヒト・モノ・カネ・情報が超速度で世界中を駆け巡るグローバル経済の中で生きているのである。「ビジネスが国境線を超えて延びて行く」と前言したが、これはまた、後述するインターネットによる「電子商流」（エレクトロニック・コマース）の

4 J. W. Salacuse, *Making global deals: negotiating in the international marketplace*, Boston, Houghton Mifflin Company, 1991.

〔則定・亀田・福田訳『実践グローバル交渉——国際交渉における障壁と対策』中央経済社、1996年、「日本語版への序文」〕

なお、引用箇所の原文は次のとおり、“For one thing, they have made meaningless the traditional, neat distinction between domestic and international business, once so basic in the minds of executives. Indeed, the very term ‘international business’ contains a redundancy, since all business today has international connections and implications.”

場を意味するものでもある。次節では、その電子商流の中心となる CALS (キャルスまたはカルスと音読みされる) について考察を進めたい。

2 CALS の誕生と推移

あらゆる情報を電子ネットワークでやり取りし、生産性の革新的な向上をはかるものといわれる CALS だが、経済雑誌の多くが特集を組んだり、その解説書が次から次へと刊行されベストセラーになっている割にはその実態がいま一つ分かりにくい。各誌や諸解説書の説明するところをまとめると次のような定義が可能であろう。米国国防省が軍需物資の調達を高度化するため導入したコンピューターネットワークを利用した資材調達プロジェクトの名称を指し、1985年に EDI (電子データ交換) システムとして始まった当初は、Computer-aided Acquisition & Logistics Support (コンピューターによる調達と後方支援) と呼ばれていたが、80年代末ごろから民間企業同士の取引にも応用されるようになった。資材の調達から設計、生産管理、保守までの製品に関する情報のすべてを一元的に管理するシステムで、企業間で情報を円滑に交換できるようになり、その意味づけも Continuous Acquisition & Life-cycle Support と変わったが、この CALS に対応したシステムは、開発の期間短縮や作業効率の向上、在庫の減少などに効果があり、製造業の競争力向上に役立つといわれ米国ではボーイングなどの航空宇宙産業や、ゼネラル・モーターなどのような自動車産業で多くの会社が積極的にシステム構築に取り組んでいる。さらには、従来の CALS から電子商流 (もしくは「電子商取引」と訳される Electronic Commerce) に関心が移りつつあるのにもとない、その概念も Commerce At Light Speed (高速=光速の商取引) と次第に拡大しつつある。

これは通説であるが、CALC の誕生は国防省の担当者が倉庫に山積みされた兵器類のマニュアル (取扱説明書) の膨大な在庫に頭を抱えてしまっ

たところにあったといわれる。「はじめに」でも述べたように、軍艦、航空機、戦車、ミサイルなどの近代戦向きの兵器類はハイテク化され、その構造や取扱は複雑を極め、取扱や修理、またそのメンテナンスには膨大なマニュアルを必要とするのが実情である。マニュアル総量が数万ページにおよぶといわれる。それら必要とされるマニュアルのすべてを搭載すると「飛べなくなる航空機」、[戦闘員が乗り込むスペースがなくなる戦車]や、「喫水線が5センチ下がる航空母艦」などという笑えない冗談のような事態になっているという。あのジャンボジェット機のマニュアル類も全部機内に積み込むと離陸できなくなるといわれるが、そのような膨大なジャンボジェット機のマニュアルも、その情報をデジタル化しCDに収めればわずか1枚で済むという⁵。

「瞬時の判断が死命を制する戦場では、トラブルが発生したときにいちいちマニュアルを開いていたのでは命取り。第一、それほど膨大なマニュアルを保管する場所もない。そこで関連情報をデジタル化してコンパクト・ディスク（CD）などに記録。必要なときにすぐ取り出し、メンテナンスや物資の調達を行おうとしたのである。このシステムは湾岸戦争で効果を発揮、その結果、CALCの民間活用が考えられたといわれる。そしてアメリカのビッグ・スリーなどが相次いで生産工程に導入、アメリカ企業を

5 この項は、多くの解説書に記載されている通説をまとめたものに、日本商業英語学会関西支部会（1995.6.24.）での口頭発表「文書と電子情報」八尾晃、の一部を抜粋し加えたものである。なお、この「ペーパーレス化」に関し、興味深い事実があるので紹介する。「現行の商法では商業帳簿および営業に関する重要書類を十年間保存、また税法では取引記録や法定帳簿類を七年間納税地で保存することを義務づけているが、産業情報化推進センターによる『EDI 法的问题調査研究報告書』（1994年3月）によると上場企業（2,318社）の帳簿・伝票類保存状況は、1社平均274㎡、全企業含みで58万6千㎡になり、これはあの東京ドーム（後楽園球場）13個分に匹敵する。現行の税法では、電子的記録は認められていないが、CALCの導入が認められれば、この問題は一気に解決に向かうことだろう」岩淵幸雄、小泉幸一『完全図解版CALCのすべて』産能大学出版部、1995年、40-41ページ。

復活させた裏に CALS ありとして、一躍 CALS が注目されるようになったのである⁶』といわれる。

この CALS を導入し、本格的な電子商取引（エレクトロニック・コマース）の実用サービスが始まったのは比較的最近のことである。「企業同士がインターネット上で製品売買について交渉・契約するシステムで、AT & T、ゼネラル・エレクトリック（GE）などで構成する企業連合が事業主体となり、26日（1995年9月——筆者）からサービスを始めた。米国では複数の電子商取引が進行しているが、本格的な事業化は今回が初めて。実用化を急ぐ日本や欧州のモデルケースとなりそうだ⁷』と報道されている。わが国においても時期を同じくして、西武百貨店が富士通などと共同で総合的な情報システムを構築し、取引先とも協力して商品の納入期間短縮や生産コストの削減、ホワイトカラーの生産性の向上を狙う、と発表された⁸。CALS の発想は製造業で普及し始めたが、流通業での本格的な取り組みは初めて、という。また、リコーとキャノンも、CALS の手法を利用した新たな生産システムを構築、商品企画段階で設計拠点、生産工場、資材ルートを想定する方式で、まず調達関連の全社的なネットワークを10月から作ると報道された⁹。

後者の報道では、リコーの場合「これまでの海外生産では部品の型番や見積り作成、ベンダー選定などコスト調査に約一ヵ月半かかり、円相場の急展開に即応した戦略決定ができなかった。資材情報の統合で迅速な最敵地生産を進めるとともに、開発経費を約30%、製品コストも20%削減する方針だ」といわれ、「一方、キャノンも10月1日付で生産本部に国際調達センターを新設、プリンターや複写機など各製品事業部の調達窓口を統

6 仁科剛平「CALSって何」『フォーブス』1月号、1996年、55ページ。

7 日本経済新聞、1995年9月28日、9ページ。

8 同紙、1995年9月29日、13ページ。

9 同紙、1995年9月30日、11ページ。

合する。取手工場など国内主力工場やタイ、中国、台湾、欧米など海外約20の生産拠点を結ぶ国内外千数百社のベンダー情報を集中管理する」という。この2社のケースのように、CALC戦略はグローバル戦略である。CALC戦略の狙いは企業統合（エンタープライズ・インテグレーション）にあるといわれるが、「グローバルに展開した生産拠点、世界各地のビジネスパートナーと効率良く協調する業務運営をするということは、容易ではない。多国籍企業の多くは、自社の海外拠点との協調すら苦勞しているのが現状である。時差や言葉の問題もある。社外の場合は、ビジネス情報や技術情報の管理方式や書式が異なるので、例えお互いに電子化しても効率的なコミュニケーションが出来ない¹⁰」のが現状ではなからうか。グローバルな企業統合の実現は、いわゆるデータの企業間の交換が困難なことから容易ではないが、だからこそそこにCALCへの期待があるともいえる。

CALCを本格的に普及させるためには、まだ多くの問題があるといわれる。CALCは、(1)設計図の情報交換ルールである「STEP (Standard for the exchange of product model data)」, (2)文書データの交換ルール「SGML (Standard generalized mark-up language)」, (3)受発注など取引業務の電子データ交換ルール「EDI (Electronic Data Interchange)」という三つの標準化で構成されているが、それぞれの標準化も産業界全体ではまだ始まったばかりの段階である。その上、さらにその標準化、そしてグローバル化を妨げるものと予想されるのが、わが国独自の商慣習や経営システムの壁である。欧米とは異なる「書式軽視、人間関係重視」のビジネススタイルや、書類や伝票に判子を押しながら上位者へと上がっていく「責任所在不明確」な稟議システム、などが定着している日本の企業システムの中で本当に電子取引がなじんでいくのだろうかという危惧もある。本当に「グローバルな企業統合」をめざすには、変革しなければならない日本的ビジネス・ス

10 松島克守『CALC戦略とEC電子商流』生産性出版、1995年、40-41ページ。

タイトルが数多くある。世界規模の標準化とインフラの整備がアメリカを中心として進んでいく中で、それに追いついていくためにはまずそうした日本のビジネス・スタイルの変革をはかり本当の「企業の国際化」を志向しなければならないが、それはまず企業内外のコミュニケーションに対する考え方を改めるところから始まるものであると思う。なぜならば、CALSの実践とはローカルにしる、グローバルにしるネットワークを通したコミュニケーションそのものであり、その実態はインターネット（広義の）による「電子メール」の交換だからである。次章では、そのインターネットと電子メールについて考察を進める。

II インターネットと電子メール

1 一般的定義

前節末で、「インターネット（広義）」としたが、これには理由がある。実は、新聞紙上を賑わしている米国で生まれ、ゴア福大統領の旗振りによる情報ハイウエー構想のもと、まさにグローバルネットワーキング化している、あの「インターネット」は、これから述べる狭義のインターネットであり、電子情報の交換や蓄積をする電子メールが行なわれるのは、そのインターネット上だけではない。電子メールは、一企業内に設けられたLAN（ローカル・エリア・ネットワーク）や、本社と遠距離にある事業所間、また各事業所間を結ぶWAN（ワイド・エリア・ネットワーク）を通して交換されているし、従来からあるニフティサーブなど専門の「情報媒体」商業機関いわゆる「パソコン通信」を通じて情報収集や発信などの電子メールが行なわれている。また、今米国でブームとなっている「イントラネット」もインターネットをベースにした企業内情報システムであり、それによりグループ会社の世界中のオフィスが一体化されると

いわれるが、社外と接続される場合は狭義の「インターネット」が利用される。

広義のインターネットは *internet* と小文字で書かれ、狭義のインターネットは *Internet* とキャピタル・レターで始める。前者は「インター・ネットワーク (*inter-network*) の略であり、ルーターを使って接続されている、各々が異なるネットワーキング・プロトコル（手順）を用いる 2 個あるいはそれ以上のネットワークである。このインター・ネットワークの利用者は接続されているすべてのネットワーク上のデータなど情報を活用することができる¹¹」と定義されている。ルーターとは、郵便であれば宛名、発信者住所・氏名、日付、用件欄など通信に必要な情報をメッセージ本文に添付したものを小分けし（これをパケットという）、それがネットワーク上を正しいルートで、まちががなく相手に届くように、接続させるものである。すなわち、「インター・ネットワーク」は企業や組織の内外にまたがるコンピューター・ネットワークの総称でもある。

これに対し、狭義の「インターネット」は、「世界最大のコンピューター・ネットワークである。ネットワークとは、お互いが情報や資料を分かち合うことができるように結びつけられた複数のコンピューターのグループをいう。その名が示すように、インターネットは一つのネットワークではなく、むしろネットワーク群のネットワークである。その中心は、情報を一つのネットワークから他のネットワークへと回し、世界中のネットワークがコミュニケーションできるようにさせる、合意に基づいた基準である¹²」が、その誕生は米国防省の中であった。「インターネットの誕生は、米国の国防省調査企画局（DARPA）の手により 1970 年に作成されたコンピューター・ネットワークの研究計画であった。それは、TCP/IP というコミ

11 P. Dyson, *Dictionary of Networking*, Novell Press, 1994, p. 144.

12 C. Shirky, *The Internet by E-mail*, Emeryville, CL, Ziff-Davis Press, p. 2.

ユニケーション発信・受信のための手順を用いるが、それによりローカルな地域ネットワークと世界中のコンピューター・ネットワークの接続が可能となる。その後民間にも活用されるようになったものの、最初のころは、インターネットはごく限られた数の大学と高等研究機関をつないでいたに過ぎなかった。しかし、ビジネスの世界に広がり始めるや米国ではさまざまな勢いでその使用が広がっていったのである。初期に比べるとまさに爆発的な勢いであり、かつまたその勢いは一向に衰えを見せてはいない¹³という状況である。

昨今、よく世界のインターネット使用者人口は6千万人を超えるといわれるが、この数値のもとになったものは、1995年7月に米国ネットワーク・ウイザーズ社がまとめたインターネットに接続するコンピューター数に関する調査結果である。それによるとインターネットに接続するサーバー数は約6,641,000台である。インターネットの利用人口はホスト(サーバー)数に10をかけた数字が実際に近いといわれているので、この数字の10倍で約6千万人がインターネットを利用しているということになる¹⁴。しかし、一説には、世界のインターネット利用人口は毎月100万人単位で増加しているといわれており、今やその数は7千万人を超えていることは容易に想像がつく。

さて、次は「電子メール」だが、英語では electronic mail, email または e-mail あるいは E-mail と呼ばれている。電子メールは、電子的に受発信されるメールあるいはメッセージであり、その意味では、ファックスも「電子メール」の一種といえるのだが、通常はこのファクシミリによる受発信

13 *The Nikkei Weekly*, June 27, 1994, p. 22.

なお、TCP は Transfer Control Protocol の略で、「送・受信管理手順」とでも訳せよう。また、IP は Internet Protocol の略で、「インターネット上の接続手順」のことである。

14 日刊工業新聞、1995年9月4日、1ページ。

は含まれない。「受発信されるメッセージを、コンピューターのモニター上で電子的に処理すること、また処理されるもの」と考えればよいだろう。辞書的には次のように定義される。「文書によるメッセージ、メモやレポートを伝えるためにネットワークを利用すること。利用者は、一人あるいはそれ以上の個人、また前もって指定したグループ、あるいはまたはそのシステムの利用者全員に、メッセージを送信することができる。メッセージを受け取った場合は、それを読み、印刷し、転送し、回答したり、または除去することもできる。」¹⁵

2 ビジネス上の意義と役割

最近よくいわれることだが、企業の国際競争力は、日本優位とされていた1980年代から一転して、1990年代には米国がリードしている。そして、その差が広がりつつある一因は米産業界の「情報革命」であるという。それは、ただ単にインターネットやパソコン通信の活用だけではない。米企業は情報技術の革新にともなって電子メールで組織をフラットにし、権限を委譲された現場が本社の巨大なデータベースを自由に駆使して意思決定を下し、経営の効率化とスピードアップを実現している。

日本企業もこの厳しい国際環境の中で米企業に伍して企業活動を進めていくためには、情報化社会における業務改革を徹底的に推進していかなければならない。すでに多く報道されているように、大手企業の多くが「ホワイトカラーの生産性向上」のためにパソコンを社員1人に1台持たせるシステムを導入している。各社ともにホワイトカラーの作業効率アップと情報化を進めるのが狙いである。日本企業は米企業に比べ、パソコンを生かした情報交換が遅れており、それがホワイトカラーの生産性を低くしているといわれる。その向上をはかるために、社員用に電子メールの利用に

15 P. Dyson, *op. cit.*, p. 100.

重点を置いたパソコンを持たせ、情報伝達、部門を超えた意見交換を活発にし、問題処理の迅速化を進め、かつペーパーレスもはかりたい、とその希望は盛りだくさんである。また、トヨタ自動車では、役員用のパソコンには専用のシステムソフトを開設し、毎日の経営データ、ニュースも見られるほか、電子メール、仮想ミーティングにも利用できるようにするとい¹⁶う。

各社がこぞって電子メールを使って社内の意思疎通をはかる経営手法を導入しているのは、なぜであろうか。この経営手法は、米企業ではもはや常識であり、そうした情報革命が経営を左右することを知った経営者が自社内にもと思うのは、当然の帰結であろうが、情報に対する考え方、言葉やコミュニケーションに対する考え方や扱い方の相違を無視して単に模倣のために導入するだけで果たして期待するだけの効果が得られるのであろうかという疑問も残る。確かに、米国産業界の生産性を向上させ、国際競争力を急速に回復させた原動力の一つがこの電子メールに代表される情報ネットワークであったが、それが日本企業に導入された場合に同じだけの経済・経営効果を上げることができるのか、後段ではそうした問題点にも触れてみることにする。しかし、その前に電子メールは経営上における情報通信手段としてどのようなメリットを有しているのかを考えてみたい。そのメリットには次のようなものがある。

- ・ 相手が席にいるかどうか気にせずにメッセージを送れる
- ・ メッセージを複数の相手に同時に送ることができる
- ・ 受信メッセージを好きなときに好きなところで読める
- ・ 受信したメッセージの加工が簡単にできる
- ・ 受発信メッセージの記録をそのまま残せる

- ・秘匿性にすぐれている
- ・作成したメッセージをすぐにその場で発信できる
- ・国内、国外にかかわらず数秒～数分で相手に届く

これらの通信手段としてのメリットは、郵便、電話、ファクシミリなど従来の通信手段と比較してみれば、容易に理解できよう。また、社内文書など紙の文書を作成すれば、それを人が運ばなければならないし、配布先が複数の場合には複写機のあるところまで行ってコピーしなければならない、またそれを社内あるいは社外へ発信するにはファクシミリの置いてあるところへ行かなければならない。情報を人間が運ぶということは、その度に業務のプロセスが増え、またそのための人も必要になることを意味する。人件費はかさみ、スピードを必要とする情報の伝達に時間がかかる。このようなことを考えれば、前述した電子メールの持つメリットは、人件費と時間を飛躍的に圧縮する効果があることを誰も否定できない。ペーパーレスをはかることが、結局は業務プロセスの節約になり、それが会社全体のリエンジニアリングにつながるものであるということは容易に想像がつく。

三菱マテリアルでは、1996年中に社内稟議などすべての意思決定をコンピューターによる電子ネットワーク上で処理する環境を構築する。意思決定の時間を短縮するとともに、伝統的な根回しの慣習を排除して、役員の実任を明確にするのが狙いで、業務連絡なども電子メール上で管理し、経理・人事情報もデータベース化し、本社間接部門の人員を2割～3割ほど減らして本格的なリエンジニアリングを推進していく、という。報道されたところによると、「新しい意思決定システムは社内に構築済みのLAN（構内情報通信網）を活用する。まず各部署から出された個々の案件を、関連部署の担当者や各役員へ電子メールで回覧。画面で見た人は自分の意

見を画面に打ち込んで議論する。社長など最終権限者はその意見を見た上で結論を出す仕組とする。これまでの意思決定システムでは課長、部長、事業部長・本部長、担当役員、役員会など根回しにかなりの時間がかかるうえ、大量の書類と人手がかかっていた。何段階も通るうちに責任もあいまいになる。この時間のロスを生む古い経営体質にメスを入れる。例えば上司の認可に2日かかると5段階の決済で10日前後かかる計算だが、メールの回覧で3日、意見交換で2日の計5日など半分ほどに短縮することが可能だ。意見交換の過程をもとに、失敗した際の責任も明確にできる。また、業務改革の実現で、ペーパーレス化を徹底する。書類の削減など効率化で浮いた人員を、営業など他部署に配置転換する考えだ¹⁷という。

さて、そのように重要視されてきた電子メールであるが、日本企業への普及度はいったいどのようなものなのであろうか。幸いに、この企業における電子メールの普及度そのものを調査した二つの調査結果が相前後して発表されているので、それを概観してみよう。まず、日経BP社が、東京証券市場、大阪証券市場の一部上場企業と、生命保険会社など、それに準じる企業の合計2000社を、帝国データバンクの協力を得て抽出し、1995年11月7日から郵送でアンケート用紙を送付し、11月22日で回収を締め切った調査だが、541社から回答を得て有効回答率は27.1%であった。調査結果では、「95年までに電子メールを導入している企業が68.8%に達している。この数字が96年末には88.2%まで上昇し、電子メールを使っていることは、もはや常識になる。ただ、全体の平均をとると、社員数比で8.2%の社員しか電子メールを使えない。全社員が電子メールを使える企業が7社(1.3%)にとどまったことから考えても、『部門に1台、電子メールが使えるパソコンがある程度』といった、平均的な日本企業の姿が見えてくる。実際に、現状では『電子メールを使い始めたばかり』の企業

17 同紙、1995年11月23日、13ページ。

が42.5%だが、『業務上の報告、連絡業務を電子メール中心にした』企業も29.9%あり、電子メールは企業の業務にしっかりと根付いていることがうかがわれる。また、『経営トップが電子メールで最前線に直接、指示を下す』企業も7.8%あり、こうした使い方が広がってくれば、電子メール本来の、企業のコミュニケーション方法を根本から変える効果を、実感できるようになるはずだ¹⁸と報告されている。

もう一方の調査は、日本電子メール協会による調査結果である。同協会は、情報機器メーカーや電力会社、電話事業者など百社前後で構成されているが、従業員500人以上の各業種の企業や官公庁、電話会社などを対象に95年11月に電子メールの普及率に関する調査を実施し、2,301社から回答があったという。それによると、『電子メールを利用している企業は43.5%で、前年度の導入率（30.9%）の約1.4倍に増えた。今後、電子メールを導入する計画がある企業も30%を超えた。海外の取引先と電子メールをかわしている企業のうち42.3%がインターネットを経由し、パソコン通信経由（20.5%）のほぼ倍となった。海外支社と電子メールをやりとりしている企業の22.0%もインターネットを使っていた。ただ、電子メール利用企業のうち、半数以上は利用者が社員の一部に限られている。研究部門でも2人に1人の通信端末を配備している企業は45%程度にすぎず、工場ではわずか8.6%だ。このため調査報告では『利用環境は、まだ整っているとは言えない状態¹⁹』としている。

電子メールがこれから先、日本企業の社内外で多用されてくればいろいろな問題が出てくるであろう。「顔を突き合わせた話し合いで合意を作り出していくことを誇りにしている日本株式会社は、電子メールを導入する

18 「上場企業2000社の『情報化進展度調査』」『日経情報ストラテジー』1月号、1996年、92ページ。

19 朝日新聞、1996年1月24日、12ページ。

ことで、経営幹部が情報を入手し決定を下す方法に大きな変化を見ることになるだろう。例えば、旧態依然の企業では、ある提案が社長に届くまでに少なくとも10人のマネージャーたちがそれを検閲している。その社長はといえば、少しずつ自分のところへ入ってくるものが許されている意見にハンコを押す以外ほとんど何もしない。それとは正反対に、マイクロ・プロセッサのメーカーであるインテル社のような米企業では、何かよい考えを思いついた工場のライン作業者は誰でもただちに経営陣のトップに電子メールでそれを伝えることができる。²⁰ この記事にあるような日本企業では、直属の上司を通さずに電子メールで社内の人々に情報を流すようなことが果たしてどこまで社内合意を得ることができるのであろうか。電子メールの導入は、わが国固有の「根回し」という伝統的な意思決定システムを排除することにもつながりかねない、あるいはそれを打ちこわすところにその目的があるといっても過言ではない。また逆に、海外に子会社、関連会社を持つ企業で、そのトップが英語を駆使できるような企業では、上記の米企業のように海外子会社の一現地社員から直接自分に打たれてくる電子メールを歓迎するようになるかもしれない。本節で紹介した三菱マテリアルの秋元社長は「これまでは縦のヒエラルキー（階層）に沿ってしか情報が流れなかったが、情報化で一度打破し、水平化する必要がある²¹」

20 The Nikkei Weekly, September 26, 1994, p. 13.

21 日本経済新聞, 1995年11月23日, 13ページ。

電子メールが誕生し、現在わが国の数十倍規模で活用されている米国では、この問題は以前から指摘されており電子情報関係の論文や著書の随所に散見される。大体が次のようなものである。“With e-mail, the employee has a better chance of the CEO reading the communication. ... Some experts would argue that electronic mail allows a ‘virtual organizational hierarchy’; that is, the organizational hierarchy does not exist electronically. All users are equal.” K. S. Nantz & C. L. Drexel, Incorporating Electronic Mail into the Business Communication Course, *Business Communication Quarterly*, Vol. 58, No. 3, 1995, p.45. また、米国でインターネットの入門書として発売以来すでに10万部を超えるという爆発的な売れ行きを示している『インターネット・コンパニオン』にも次のような記述が見ら

と述べている。

3 電子メールと日本語の問題点

前節で紹介した「わが国企業の情報化進展度調査」の結果が示すものは何であろうか。大手企業の一部が「パソコン1人1台」の環境を整えているものの、日本企業全体で見ればまだまだそれは絵に描いた餅であり、実際に電子メールを利用している社員の数も限られているという。筆者は、この理由を米国と日本の「言葉によるコミュニケーション」に対する認識の違いから来るものではないかと考える。すなわち、企業活動における言語やコミュニケーションを重要なものとして考える米国人と、「物言えば唇寒し秋の風」や「言わぬが花」あるいは「腹芸」などの表現に代表されるように、言葉や言語によるコミュニケーションをネガティブにとらえる日本人との違いにも一因があると思う。小さいときから Say what you mean, and mean what you say！（自分が思っているとおりのことを言いなさい。言うことには責任を持ちなさい。心にもないことを言っではいけません）と言われ、育てられる米国人に対し、日本人のコミュニケーションの特徴には次のようなものが上げられる。ただし、これらは決してすべてが駄目なものとしてとらえられるべきではなく、使い様によっては効果のあるコミュニケーションパターンにもなりえるものである。異なっているということは、決してそれ自体で優劣をつけるものではない。

される。“Online communication, perhaps the ultimate in democratic exchange of information, eliminates barriers. You can't make judgments about whom you're talking to based on appearance, or even on voice. ... Accounting clerks communicate on the same level as CEO's,” T. LaQuey, *Internet Companion* (2nd.), Addison Wesley, 1994, p. 45. このフラットな構造の利点を評価し、ピラミッド型から抜け切れない会社は競争社会に生き残れない状況を揶揄する米国のジョークに「上司には必ず10%ウソをつくから、その話が社長のところに行き着くまでには、大ウソになる」というものがある。この項は、「インターネット衝撃波が社会を変える」日本経済新聞、1995年10月22日、19ページ、による。

(a) 逃げの余地を残しておく

これは、「と思われる」、「と考えられる」と断定を避ける表現に見られるものである。「私」を前面に出さず問題の良否や決定の判断を相手に任せることで、「と思われる(が自分はそうは思わなかった)」とか「と考えられる(が実は自分は別の考えであった)」と、後から言い逃れることができるようにしておく。

(b) 意味のない儀礼的表現が多い

「何もございませんが」と言われて部屋へ入ってみればテーブルいっばいのご馳走、とか「お近くへお越しの節はぜひ、お立ち寄り下さい」と書かれていたので寄ってみたら相手が大慌てだった、という転居通知の決まり文句など、がその代表例である。

(c) 察してくれることを期待する

(一部を除いて)単一民族、単一文化、単一言語のわが国では「言わなくても分かる」部分は多いかもしれない。全部を言わずに、後は相手が察してくれるのを期待する。それなりの反応を示さない相手は「察しの悪いヤツ」と烙印を押される。

(d) 言葉を飾り、表現だけが丁寧

相手を敬うところからそうなったものだが、上司や取引先に対しての表現では、言葉だけを飾り丁寧過ぎる表現が多く用いられる。公式文書には敬語や丁寧表現、また書きだしには古来からの挨拶表現を用いなければならない。

これらの表現上の特徴を持っている日本人マネージャーが持つ電子メールに対する意識は、米国人マネージャーのそれとは著しく異なるものであろう。「1970年前後に大学などで開発された電子メールは、マネージャーの通信手段として70年代後半になって企業へ導入されるようになった。

当時の調査によると米国のマネージャーは平均して労働時間の70～80%を電話、会議、出張、メモ書きに費やしている。その中でも電話の占める割合が最も多いが、実情として電話で用件がすむのは4呼のうち1呼くらいであるとされる。残りは話中、番号違い、留守、あるいは『調査して後日返事する』などで目的が達せられない。電話を受ける方も、発信者の都合によって仕事を中断させられるわけで、自分本来の作業が妨げられる。電子メールはこのような状況を改善するために、いわばマネージャーのツールとして開発された²²といわれるが、日本人マネージャーの場合、日々のビジネスコミュニケーションに費やす時間、そしてその重要度に対する認識が米国人マネージャーと同じであるとは思えない。「1人1台パソコン」という環境整備も大切だが、それと同時に企業内外コミュニケーションに対する認識をあらたにしていけないかぎり、この16～7年の日米ギャップはなかなか埋らないのではないだろうか。

詳しくは次号で述べる予定であるが、上記(d)の丁寧過ぎる表現は電子メール上で致命的な欠陥となりえる。「飛行機に乗り、気流の悪いところへさしかかると、『ご搭乗機の前方に気流の悪いところがあるようでございます。まことに恐れ入りますが、お座席にお戻りになり、シートベルトをしっかりとお締め下さいますようお願い申し上げます』とアナウンスするが、これが英語ならば“Please return to your seats and fasten your seat belts. We're expecting some turbulence ahead.”²³と16語で言い表すことができる。しかも、コンピューター上では、英文字は半角で1バイトであり、日本語は漢字、平仮名、片仮名ともにその倍の2バイトを必要とする。上記のアナウンスでは、日本語が82文字で164バイトあるのに対し、英語

22 青井浩也『電子メール——経営効率化の新情報メディア』日本経済新聞社、1995年、17ページ。

23 K. Kinoshita, Language Habits of the Japanese, *The Bulletin of the Association for Business Communication*, Vol. LI, No. 3, 1988, p. 35.

は文字間のスペースを計算に入れても合計で91バイトで済む。情報量が多いということは、そのまま時間と費用がそれだけ余計にかかることを意味するのであり、企業の総合的な情報・通信時間と費用を勘案するとこの日本語と英語の差がもたらす影響は大きいものとなるはずである。

そうした中で「インターネット時代に英語は不可欠」と役員、社員全員に対する英語教育を強化する日本企業が現われた。富士通は、「全員参加を原則とする英語の試験を実施する計画で、2月半ばにまず関沢義社長以下3万人が受験する。(中略)インターネットの急速な普及で、英語力さえ備えていれば『簡単に海外情報を得られるほか、提携先企業との交渉も効率的に進められる環境が整った』(関沢社長)ため、役員、社員全員の²⁴実力を高める必要があると判断した」という。情報化社会の中で企業の国際化が叫ばれ、国際競争に打ち勝って行くためには好むと好まざるとにかかわらず、国際取引を考慮せざるをえない多くの日本企業にとって、このようなグローバル・ビジネスコミュニケーションに対する積極的な考えを持つ企業が出現したことは意義深いものがある。

Ⅲ 大学における電子メール教育

1 その意義と役割

これまで概観したように、日本の企業社会においても電子メールが電話やファックスと同じように、あるいはそれ以上に使用されるようになる日はもうすぐそこに来ている。前述したように「日経ストラテジー」誌の調査によれば、「機能の分かりやすさ、使い方の簡単さも電子メールの普及を後押ししているのだろう。このため、96年度末には電子メール導入率は約9割(88.2%)にまで上昇。電子メールを使っていることは、もはや

24 日本経済新聞、1996年1月21日、1ページ。

常識になる。²⁵ そのような時代にあっては、当然のことながら、企業人にはコンピューター操作能力を基礎としたコミュニケーション能力＝「コンピューター・リテラシー」が要求されてくる。この情報化社会の中で、大学卒業後に就職する予定の学生がそれなりの予備知識を持つと同時に、コンピューター・リテラシーを身につけておくことは、意味のあることだと思う。ただし、ここでいうコンピューター・リテラシーとは、単にソフトやハードを駆使し、コンピューターを自由に操作できる能力ではなくて、電子メールを使って何を、どのように伝えることができるかという、表現する能力を意味する。

従来わが国では、小学校以来「効果的なコミュニケーションのために何をどう書き、どう話すべきか」という教育は軽視されてきた。作文教育は小学校から始まるものの、学生の多くは、何か自分の周辺に起きたことを時間の流れに沿いながら書き連ねて行く絵日記調のものであればそれによしとされた時代から、その後表現技術においてはあまり進歩せぬままに大学生になっている。このように自分自身を表現する技術を身につけてこなかった学生に、今急に時代が変わったからといって、情報を創造する力と表現する能力を求めてもそれは酷というものであろう。ただ、筆者は、そのような教育は大学生になってからでは遅すぎるという声には与しない。彼らはその機会を与えられなかっただけであり、機会さえ与えられれば、まだ若いその頭脳を使い大学で学ぶ間に十分に、社会で必要とされるコミュニケーション能力を身につけることができるはずである。

その一環として、そしてそれは重要な一環であるが、「ビジネス上一定の効果を上げるために何を (Subject) ; 誰に (Audience) , なぜ (Purpose) , どのように (Style and Organization) 伝えるかを考え実践すること」を研究と教育の中心に置くビジネスコミュニケーションは重要な役割を果たさ

25 「上場企業 2000 社の『情報化進展度調査』」前掲誌、92 ページ。

なければならぬと思う。言わずもがなではあるが、電子メールは「書き言葉」によるコミュニケーションである。話をするときは、声の調子や顔の表情で、相手の反応がすぐに分かる。また、表現を思いつかなければ、身振り手ぶりでお互いの意図するところを相手に伝えることもできるだろう。電話では、身振りや手ぶりは無理としても、声の調子による反応や、発言を理解できないときの質問など、自分の発言に対するフィードバックがすぐに帰ってくる。しかし、書き言葉の場合にはそうはいかない。どうしてもフィードバックは遅れがちになる、あるいは思わぬ誤解を生じ、それが訂正されぬまま事態が進行してしまう場合さえある。自分の意図するところを相手に誤解のないように伝えるには、それなりの心構えと書き言葉によるコミュニケーション技術の最低知識が必要である。

米国で興った「ビジネスコミュニケーション学」は、その広大な国土を反映し、お互いに遠距離間にある企業や人間同士の主な通信手段であったビジネス文書を如何に書くかという「ビジネス・ライティング」の学として誕生し、長い間にわたって栄えたものである。書き言葉そのものである電子メールを効果的に利用するには、こうした歴史を有する「ビジネスコミュニケーション」の教育がさらに重要となってくるであろう。「何を、誰に、なぜ、どのように伝えるかを考え実践すること」は、電子メールによる社内外とのコミュニケーションに要求される必須の条件である。前節で紹介した三菱マテリアル社の事例でも、各部署から出された案件が電子メールで同時同報システムを使い複数の関連部署へ回覧され、画面で見た人は自分の意見を画面に打ち込んで議論し、社長など最終権限者はその意見を見た上で結論を出す仕組みとするというが、それらの意見の開陳や議論がすべて書き言葉で行われるのである。自分で考え、それを論理立てて、相手が納得するように表現しなければ意見とはならないし、議論とはならない。学生同士の口角泡を飛ばし、非論理の論理がまかりとおるような議

論は通用しない。「時はカネなり」の企業社会においては、手短にそして論理的に意見を述べ、議論をしなければならないのである。このような論理システムが待ち受けている企業社会を目前にした大学で、「将来の職業目的のはっきりしない、また学問研究にも関心のない学生達が多数をしめる。大教室の講義では私語し、小人数のゼミでは無言になる学生達を、どのように学問に、²⁶といわぬまでも学習に動機づけるのか」は難しい仕事であるが、このような事態を放置しておくわけにはいかない。

筆者は、大学は決して就職予備校的なものであっていいとは思わない。しかし、現実に卒業生の90%以上が民間企業へ就職する現実に目をつむるわけにもいかない。そうであれば、学生を採用する側の企業が大学に望む声にも謙虚に耳を傾けることも必要であろう。以下は、某誌に掲載された「人事部長ホンネ集」²⁷「今後の大学に望むこと」からの抜粋である。

- 就職予備校的な傾向にあることは悲しむべきことで、大学では専ら勉強や研究に励むべきではないか（建設）
- 自分の頭で考え、意見をまとめることができる教育（電機）
- マスプロ教育でつくられた画一的な学生に辟易している（電機）
- 変化球は会社に入ってから身に着くもの。とにかく速く、強いボールを投げられる人材育成を目指してほしい（機械）
- 企業では議論することが多い。それがいま、学生に欠けている（機械）
- 英語とパソコンについては最低限身に着けさせてほしい（運輸）
- 簿記の基礎を必修にしてほしい。どの職場においても経理処理は必要（運輸）

26 天野郁夫「大学の教育革命」朝日新聞、1995年9月3日、4ページ。

27 「役に立つ大学 '95」（人事部長が本音で選んだ新・大学ランキング）、週間ダイヤモンド、4月8日特大号、1995年、35-37ページ。

筆者は、これらの要望事項の中で自身の担当演習「国際ビジネスコミュニケーション」に関連するものとして、「自分の頭で考え、意見をまとめることができる教育」、「企業では議論することが多い。それがいま、学生に欠けている」と「英語とパソコンについては最低限身に着けさせてほしい」という希望に沿える授業を心がけてきた。詳しくは後述するが、学生との電子メールの交換をとおして、またゼミ生と米国大学生との電子メール交換をとおして、「考えること」と「自分の意見を持ち、それを相手と議論するために表現すること」、そして「自分の意見に論理的理由づけをすること」の重要性を習得させたいと願ったからである。

「考える」ことの重要性に関しては、「まず驚きがあって、そこから『何だろう』と自らが考えはじめることが学問の基本的な要素ですね」と石井威望慶応大学教授も述べている²⁸、「私の好きな言葉の一つに、アイザック・ニュートンの『そのことをいつも考えているから』という言葉がある。引力の存在を発見したとき、人から『どうして発見できたのか』と問われてそう答えたのである。学問はとにかく、考えることが第一である」と江上波夫氏も述べているとおりで²⁹ある。また、自分の考えを持ち、それを表現また論理立てて主張することは、ますます小さくなる「地球村」における情報化社会の中で国境を越えたコミュニケーションを行う場合においても、そしてそれがわれわれ日本人にとって苦手ではあっても、最重要課題としてとらえられなければならないことである。

「日本と外との接点（外国とのコミュニケーションのインターフェイス＝コンピューター用語では2つのハードウェア、ソフト、OS、や2人の間が接続される点をいう^{筆者注}）では、まず最初にはっきりと物事を言

28 石井威望「新しい大学、新しい人材」Voice, 4月号, 1995年, 181ページ。

29 江上波夫「私の履歴書」日本経済新聞, 1994年7月31日, 30ページ。

うこと、つまり自分が何者であり、そして自分の体験が何であるかを、自分の考えが何であるかを、はっきりと提示する必要がある。そしてこれはたぶん、あまり『日本の方法』³⁰ではない]かもしれないが、「相手が誰であれ、欧米人との技術的な議論ではもちろん、単なる雑談のときでさえ“自分自身の考え”をはっきり述べなければ、コミュニケーションは成り立たない。日本人は一般に、語学力のハンディキャップとは別に、自分自身の考えを持つこと、いわんやそれを主張することを極めて苦手とするから、欧米人との議論あるいは雑談でさえ、中々その中に溶け込めないのである。（中略）欧米人は必ず『それはなぜだ。うまく説明できる理論があるか。お前自身はどう考えているのだ』という具合に畳かけてくるのである。欧米人の議論の根底にはいつも Why（なぜ）？——Because（なぜならば）の思考がある。³¹」このように、欧米人にかぎらず外国人とのコミュニケーションにおいては、自分の考えを論理的にはっきりと述べなければならぬのである。

「国際ビジネスコミュニケーション」という演習テーマの中で、この「考え、自分の意見を持ち、それを論理的に発言する」ことを、英語をツールに学び、そして実践していくために同志社大学に構築され、インターネットを通して世界に広がる電子網を活用した「電子メール教育」は格好のものといえるであろう。

2 演習：「米国大学生との電子メール交換」

筆者が「電子メール」による国際ビジネスコミュニケーションを大学での授業に取り入れたのは1993年の秋であった。なぜ、どのようにして始

30 室謙二「時代と日本のコミュニケーション」AERA Mook 7, No. 7, 1995, 139 ページ。

31 志村史夫『体験的・日米摩擦の文化論』, 丸善, 1992年, 128 ページ。

めたのかという事情については、後述することにして、ここではまず本格的な開始となった今年度(1995年度)の3年演習の模様についてその概略を報告することにする。その経過の概略は以下のとおりである。

前期(4月~7月中旬)

まず、学生が本学情報センターにてコンピューターを使用し、インターネットを利用できるようにするため、ゼミ生全員にコンピューター使用申し込みとメール・アドレス取得の手続きをとらせた。その後、情報センター教室(N.21)にて演習の前半をコンピューター操作ならびにインターネットによる電子メールの実践に当て、後半を通常の報告と討議、筆者の講評に当てた。なお、前半においては、4年生で電子メールに詳しい台湾からの留学生張明昌君の助力を仰ぎ、インストラクターとしてコンピューター操作についての説明など実質的なクラス運営を任せた。その他に男子学生2名、女子学生2名をアシスタントとして任命し、授業中コンピューター操作やインターネットの扱に不慣れな学生の手助けをするよう依頼した。総勢31名の学生を対象にしたこの種の授業は教員一人では実行不可能であるし、尾崎、西岡両氏をはじめとする情報センター職員の方々にも多大なる援助をいただいはじめて初期の目的を達することが可能となった。本紙面を借りて全員に感謝の意を表したい。

同時期全期間にわたり、ゼミ生には筆者に毎週1回必ず英語で電子メールを入れることを義務づけた。内容は、ただ単に身の回りに起きた事柄の報告だけに終わらずに、そこから、あるいは別のことでよいから何かについて、自分の思うことを述べ、なぜそう言えるのか説明することを徹底させた。それに対しては、筆者は必ず返事を入れた。その目的は秋に予定していた3国間大学生の電子メール交換をスムーズに行えるだけのコミュニケーション能力を高めたいと願ったからである。筆者のメールボックス

に入っているメールを開けて読み終わると直ちに一人ひとりに英語で返事を出し、必要に応じて英語面の不備は指摘した。ただ、学生のヤル気を殺がないためにも英語の訂正は最小限必要なものにとどめ、ほとんどの場合、内容と英語力を高く評価し褒めることに徹した。人間の性質として、褒められればうれしいものであるし、また褒められることによってさらに自助努力により次のメールをよく書こうとする意欲が湧くようである。そのような様子がかいま見られ、徐々によくなっていく学生の英文電子メールを読むことが楽しみになっていった。日常業務に抹殺される週などは、メールボックス内の40通ほど（複数のメールを送ってくる学生がいたためと、ゼミ生以外の本学学生からのメールもあったため）のメールを読み、ただちに返事を書くことが苦痛になることもあった。記録によれば期間中に合計で約450の来信があり、それを少し上回る発信をしている（来信のない学生には督促をしているため）。参考までにハード面の説明と練習の記録を下記に付す。

4月20日 インターネットの説明。およびキーボードの説明とキーボード操作練習、パワー・オン、パワー・オフの練習

4月21日 同上、とくにキーボードの操作練習続行。インターネット・パスワードの設定方法の説明と練習

5月11日 パスワード設定の練習。電子メール使用方法の説明と電子メール受信と送信の練習

5月18日 パスワード設定、再設定の練習。電子メールでできる簡単な指令の説明と練習。トーク（Talk＝電子メールによる対話）の説明と練習

5月25日 フロッピーディスクの活用についての説明。MS-DOSのフォーマット、ディレクトリー、デリート、エグジットなど

- 各機能の説明。テキストファイルの活用についての説明と操作練習、とくにセーブ、オープン、エディットについて
- 6月01日 ファイル上のコピー（複写）機能の説明と練習。今後は直接に電子メール上で文書作成発信とせず、テキストファイルで作成し、それをコピーして発信するように、また筆者や友人との交信をすべて自分達のフロッピーディスクにセーブするように指示する
- 6月08日 インターネットにより米国大統領官邸ホワイトハウスに接続、ディレクトリーの操作により、希望する情報の検索と入手を行う
- 6月15日 これ以降、前期終了まで自主練習。情報検索や友人とのメール交換をした

後期（9月末～1月下旬）

電子メールに関してはゼミ生達の自主的な研修に任せ、演習は本来の「報告・討論・講評」に戻し、教室も S-24 の普通教室へ移動した。筆者へのメール発信は義務づけなかったものの数名の学生とは頻繁にメールのやり取りをした。また、自分の友人達とのメール交信もあってほとんどのゼミ生が情報センターのコンピューター室へは足繁く通ったようである。

その間に筆者は、7月24日に以前より親交のあった米国州立アラバマ大学のチャド・ヒルトン教授に「国際電子メール交換計画」を申し込んだ。実は、当初この計画は「米国およびシンガポールの大学生と当方ゼミ生の電子メール・パル（仲間）の組合せを考え、組合せ決定後は日本・アメリカ・シンガポール3国の学生間による電子メールの交換を行う」ものであった。結果として、シンガポール側の学生数と開講時期とがネックとなり実現しなかったが、シンガポールのナンヤン工科大学のドロシー・チェ

- しく述べられている] (中略) (同前)。
- (質問1) 3名のうち誰が一番チームリーダーとして適していると思うか?
- (質問2) なぜその人を選んだのか、他の人はなぜ駄目なのか?

なお、チャド・ヒルトンとも相談し、すぐに上記のシナリオ中心のメール交換に入らず最初の2~3回は肩ならしの意味も含めてお互いの自己紹介などにすることにした。その後実際にシナリオに沿って日米学生間でメール交換が繰り返された。発信期間が短かった者、また課題が終わってもお互いにメール交換を続けた者など様々であった。

1月に入り、ゼミ生達は、交換メールのハードコピー(ハードディスクあるいはフロッピーディスクに記録してあったものをプリントする)全点を添付して「私が電子メール交換から学んだこと」という題で英文レポートを提出し、これで本計画は一応終了した。本年度は、学生自身のコンピューター・リテラシー習得、英語表現能力の向上、計画進行のスケジュール、そして実施プログラムの内容自体、などの面において成功したといえるだろう。このようにスムーズにことを運べるようになったのも過去の経験と、本年度から学部学生がインターネットを使用できるようになったという事実があったからである。参考までに、「国際電子メール交換計画」の誕生からこれまでの経緯を以下に記す。文中のBCはビジネスコミュニケーションの略である。

(第1回) 1993年11月の第1週から第3週にわたり「中村弘ゼミ」学生25名のうち「貿易外国語(英)」の受講者19名とノース・テキサス大学のジョン・ペティット教授のBCクラス受講者16名との各学生間で行った。当初、本学の中村弘教授が日本商業英語学会の前理事長であり、同学会と

姉妹組織である米国ビジネスコミュニケーション学会の理事長で友人関係にあるペティット教授から申し込みがあったものを、ペティット氏とは面識もあった筆者に依頼されて来られたのが始まりであった。同志社大学は当時インターネットに未加入のために、送受信はファックスによった。米国側からは11月4日からの来信と11月16日に返信が入り、日本側からは11月10日と11月20日に発信した。通信の内容は学生生活や日常一般的のものであったが、全員が課題に参加し1名も欠けることなく、また日程的にもスムーズに進んだ。

（第2回）1994年4月末から5月第2週にかけて、「亀田ゼミ」学生24名と上記大学同一クラスの新規受講者24名との間で2往復の通信を行った。4月から同志社大学もインターネットへ加入したが、学部学生の電子メール使用は許可されていなかった。受信は亀田研究室に設置のパソコンへ着信のメールをコピーして学生へ渡し、発信は学生が書いてきた原稿を亀田がパソコンへ入力し発信するという変則電子メール交換を行った。メール交換の主題は、同じく学生・大学・地域・文化一般に関するもの。メール交換終了後に英文による「電子メール交換から学んだこと」というレポートを提出させた。

（第3回）1994年11月中旬から12月初旬にかけて、上記ジョン・ペティットの一時的赴任先であるウイチタ大学のBCクラス受講者41名にあわせ当方ゼミ生（3年次24名+2年次31名）を適宜組合せたペアリング・リストを作成、それぞれの相手を決定し交信を開始した。交信方法与交信後の英文レポートの提出は前回と同じであったが、前回と違ったのは：

- 1) 内容を「日本におけるビジネス上の諸問題——会社、労働条件、通

勤状況、給料など」の質問に日本人学生が答え、そして米国での事情を聞くという方式を取ったこと

- 2) 地域性からか(国際関係に対する関心の薄さ——ジョン・ペティットの弁)未受信者が多いままプログラムが終了し、交信のできない日本人学生が10名出たこと
- 3) 米国側の学期の関係から発信回数は米国側2回に対し日本側が1回で終わったこと

次に、日米学生間電子メール交換から学生が体験学習したことを、提出されたレポートから抜粋してみた。

- 学校の英語は「与えられた英語」で英作文には「自分」がない。自分自身を表現する伝達の用具として英語を使うことができ、英語を勉強する目的が初めて分かった。
- 日本語では言いたいことを、特に目上の人には、言えないのに電子メールでは英語はうまくないが、言いたいことがストレートに言えた。
- 自分のパートナーがシナリオへの考え方を表現するのに文章がうまく構成されていて、ポイントについて説明していることに感心した。自分の考えを持つだけではなく、それを理路整然と伝える能力が重要だということを知った。
- 米国の大学生は、結婚していたり子供がいる人など年齢の違う人が多くいる。大学でそうした各層の人達と出会い、話をすることは有意義だと思うし、そうしたパートナーと意見の交換ができいろいろなことを多く学んだ。
- 米国人学生も私たち日本人学生も、多くの共通点を持っていて人間として同じなのだということを知り、驚くと同時にとても嬉しく感じ

た。シナリオへの意見が一致して以前に持っていた米国人に対する偏見が消えた。

- 米国人は、否定的な返事をするときに単刀直入に「ノー」と言う。日本人は、相手の気持を傷つけてしまうのではないかと思い、はっきりと「ノー」とは言えない。
- 最初は、操作の命令を出すコンピューターに自分が使われているように嫌いだったが、後期になって「メールが来ています」を見ると嬉しくなり、キーボードを打つのが楽しくなった。コンピューターは私に命令する主人ではなく、私が使う召使いになった。

以下は、学生達のメール交換から気付いたことの一部である。

- (1) メールを“Hello, nice to meet you!”あるいは“How do you do?”と書き出した学生が2名いたが、これは和英辞典の弊害の一部といえる。「状況」抜きで語句（「はじめまして」）だけを和英辞典の助けを借りて、翻訳するとこのような英語が生まれる。しかし、電子メール自体が「書き言葉」と「話言葉」の間のような言葉で発信されるし、テレビ会議のようなものがそのメールの一部となる日も近いことを考えれば、これでも「よし」とすべきかもしれない。まさに、言語は状況なくしてはその正否は問えないということであろう。
- (2) 京都の説明のために Meiji Era とか Heian Dynasty をメール中に用いているものがかなりいたが、日本の歴史をほとんど知らないアメリカ人学生には意味の少ない言葉であり、「古さ」を具体的に知って欲しいならば括弧して西暦を入れた方がよい、「自分が知っていることが、そのまま相手も知っていることにはならない」と指導した。

- (3) 同様に、自分の出身地を Ehime Prefecture とか Toyama Prefecture と書き、何ら補足説明をしていない学生も多かったが、日本の地理に不祥であるアメリカ人には分からない、補足情報が必要になると、その重要性を説明した。1 学生はその説明の後に“My parents live in Nagoya, about two and a half hours by car and about 200 kilometers southeast of Kyoto.”と書いてきた。「車社会」のアメリカをよく考え、「相手の論理でものを書く(話す)」理想的なスタイルであると誉め、なお約 200 キロを約 130 マイルとすればより一層「相手の立場に立った」英文になると助言また指導した。
- (4) 日本でのクリスマスの祝い方を聞いてきたアメリカ人学生に、日本人学生がその説明の中で“young people”という単語を使ったところ、そのアメリカ人学生は、“When you say young people, are they our age or children?”と聞いてきた。一般意味論の主張する「意味は人にあり、言葉にはない。言葉は何も意味を与えない、人が意味を与えるのである」という命題の好例であろう。
- (5) 両国学生が、音楽や映画のことにに関して、作曲家、演奏家、歌手、監督、主演俳優、助演俳優などに関する知識を数多く共有していることに驚かされた。自分を含めそれらのことがらを外国人と共有していない中老年者層よりは、少なくともこれらのジャンルだけでも、国境を越えて共通の知識を分かち合える現代の若者は、世界をよりよく理解していくことができるであろうと思った。

おわりに

これはまだ、単なるアイディアに過ぎないが、学生間の電子メール・ネットワークが広がっていけば、ある国との間で模擬的な輸出・輸入取引を

行うことも、また複数国間に仮想企業（親子関係また取引先関係）を設立し、それぞれ会長・社長・部長・秘書などの役職を与え「状況 X」を提示、問題解決をさせるといった疑似あるいは仮想ビジネスコミュニケーションを行うことも可能であり、近い将来それらを演習に取り入れていくのもおもしろいのではないだろうかと考えている。

大学において学生たちに、情報化社会における発信言語としての英語によるビジネスコミュニケーションを教えるいわゆる「～についての教育」も重要である。しかし、外国の大学生との電子メール交換による異文化間コミュニケーションを実践することによって、彼等自身が実際にビジネスコミュニケーションの役割を知り、かつまた自らが実際にその伝達運用能力を高めたいと思うようになる環境づくりが、一企業だけではなく、日本がそして社会が求める国際人、また国際ビジネスマンたるにふさわしい人間を育てる教育につながるのではないだろうか。