

# 日本人の英語コミュニケーション

石川 英夫

「日本の言語は不便利にして文章も演説も出来ぬゆえ、英文を用いるなどと、取るにも足らぬ馬鹿を言う者あり」(福澤諭吉「学問のすすめ」)

When the Japanese say “It will be difficult,” they mean “No.”

——Secrets of Power Negotiating by Roger Dawson——

外交官が外国語に堪能なのは当然と考えられている。外交官即語学の達人というのが当たり前のことのようにある。しかし、現実はずしもそうではない。目的・目標を達成するために用いる言語には「当たり前」を超える厳しさがある。間違ってはならない。相手に誤解を与えてはいけない。礼を失してはいけない。言葉だけが流暢になり過ぎてもいけない。洗練さに欠けていてもいけない、などなど。しかも、そこには国益を守る務めがある。

今日の世界は「ボーダーレス」だといわれている。ならば、外交官のみならず、人ひとりびとりに外交官的資質や能力が要請される。とはいっても、現実はまだまだはるか遠いところにある。そこで、本稿では、私達が日頃体験し、観察している事例を取りあげ、それらから異文化を背景にした人達とのコミュニケーションの改善と深化について考えてみたい。

## ● 人間行動の基本的なところを抑えておこう

国籍、人種、宗教、信条などが異なる人間同士でも、相寄ると、何となくウマが合う場合がある。ウマが合うことを英語では“have good chemistry”という。しかし、プライベートの場合でも、ビジネスの場合でも、それらが同国人の間であっても、ウマが合うときと、合わないときがある。これが、国際的場面となると、状況は複雑化する。といっても、怖がることはない。外国人とて同じ人間である。知・情・意、喜・怒・哀・楽……たくさんの共通項を持っている。つまり、それらは人間行動の基本項目であり、それらを共有し、

馴染むことにより、異文化間コミュニケーションを怖がらず、むしろ楽しみたいものである。

## ● 日常生活の中で

- (1) レディファストの言動が、なかなかできない。しかし、慣れてしまえば、簡単。しかも、そうした言動がうまくできれば快感でもある。欧米での会食でご婦人と同席したとき、冬だったらオーバーコートの脱がせ方、着せ方、テーブルマナーなど、まだまだ男尊女卑(?)的世界にいる日本人男性にはつらい場面である。
- (2) 欧米人の家に招かれると、子供達がそれぞれアルバムや日記を抱えて、お客様に自己プレゼンテーションをする。そんなときに、どのようにお相手してよいか戸惑う。こんなときには、適当な英語のほめ言葉をたくさん知っているといい。
- (3) 欧米人に「あなたの英語はお上手ですねえ」とほめられると、はにかんでしまって、すばやく“Thank you.”と反応できない。日本人の「はにかみ屋」「照れ屋」的性格は、世界中つとに有名だが、それでいいわけではない。
- (4) 「くさいものにはフタ」とか「出る杭は打たれる」という、極めて日本的な要素は欧米人にはわかりにくい。自分の子供が悪いことをしたときには、明快に理由を説明して、はっきり叱ろう。「隣のおじさんが見ているから、止めなさい」では、何の効き目もない。日本特有の「恥」の文化に便乗しているだけである。

## ● ビジネスで、世界各国に共通する、コミュニケーションパターンやフォーマットについて未知・無知・無視によるもの

- (1) 会議を開催するときには、先ず、丁寧に議題 (agenda) を作成すること、会議は目標・目的志向であり、議題、議事録 (minutes) などが不可欠という認識が希薄。議題作りは相手とのきびしい交渉事である。外国人との会議を日本人が仕切ると、どうしてもお土産、会食など、ご挨拶的な手続き志向になってしまう。ここでまた異文化間の摩擦が生じかねない。
- (2) 「ダメもと」的発想を持つ。「こんなことを要求しては相手が気を悪くするかもしれない」などと遠慮することはない。「ダメでもともと」的言動が日本人にはもっとあって欲しい。こうした考え方無しに英語コミュニケーションは有効に働かないので

ある。

- (3) 外国語で電話がかかってくると、大抵の日本人は二の足を踏む。英語は苦手。もしも聞き間違えたら大変とばかり電話に出ない。また、英語で電話をかけることなどめったにしない。相手と電話で会話が出来れば、それだけ親密感が増すのに、電話利用に積極的ではない。これでは、もったいない。電話には電話の英語があり、それを心得れば、全く怖がることはない。電話でのやりとりを“*Yes, yes*” “*No, no*”とといった調子で、ビジネスに成功している日本人の友人が東南アジアにいる。
- (4) とはいっても、仕事の内容にかかわる電話には気をつけたい。電話で話したことは必ず文書で確認をしておきたい。異文化間ビジネスを成功させるカギは、何事にも「マメ」に徹することである。面倒くさがっていて起きるのは「誤解」と「事故」でしかない。日本人に目立つこの傾向を筆者は「面倒くさい症候群」と名付けて、戒めている。
- (5) 会議に出ているが発言しない人がいる。この人は、何故、黙りこくって会議に出ているのか。欧米人はこうした日本人にガマンがならないようである。必ず“*He keeps silence for a long time. Is he comfortable?*”と心配する。だから、発言しない人は会議に出ない、出さない方がよい。会議で発言することは「貢献」することなのである。英語ができないと尚更発言しないし、できないし、「無言」や「沈黙」は相手を「恐れ」させてしまう。
- (6) 「時間を大切に」「ムダをなくそう」などと張り紙がしてある会議室で「だらだら会議」が続く。しかも、大人数の会議。放っておくと会議の時間は延びる。議題がきちんとしていないから、議論が散らかってしまい、枝葉末節に及ぶ。こんな場面に外国人がいると本当にバカにされる。英語・日本語の問題ではない。とにかく、日本人は会議下手である。「議長」が「簡単に説明してください」と頼んでいるのに、「繰り返しになるかと思いますが……」と平気で続ける人もいる。「よくできた会議」を英語では“*a well-organized meeting*”という。
- (7) 英語による e-mail や手紙、メモ、レポートの書き方にも通じよう。それには、決まったかたち「フォーマット」があるから、それをおぼえておけばよい。アメリカは「秘書 (secretary)」の国である。だから、英語で書かれて「秘書読本」「秘書必携 (Secretary's Handbook)」という本が書店に溢れている。これらの本には各種のビジネス文書の書き方が詳述されている。文法の手引きもある。実に有益な内容が満載さ

れているから、ビジネスにかかわる人は是非とも熟読して、その知識とスキルを身に付けてもらいたい。欧米から学ぶことはまだまだたくさんあるのだから、ポジティブに学んだらよい。しかし、残念なことに、自分が無知・非力でありながら、知識の吸収に怠慢な人が私達のまわりにわんさといるのが悲しいかな現状である。

- (8) 「継続は力なり」とさも自信ありげにいう人がいる。確かにその通りである。この頃は内外で国際会議が数多く開催されて、モノや金だけでなく、人の交流が盛んなことは、世界諸国間の融和に欠かせない条件である。だが、待てよ。会議に参加する人がいつも同じであれば、再会を重ねる内に「親密感」「信頼感」が醸成されるが、たった一回の出会いでは不可能なことである。参加を続けるのは継続だが、参加者がちがいで、相手と初対面では知己の「継続」を絶たれる。それでは、「今度の会議で、昨年会った日本からの〇〇さんとまた会える」と楽しみにして会議に臨んだ外国の友人は落胆する。これでは「継続は力なり」がウソになる。「継続は力なり」といいながら、当の本人が「継続を怠っている」ケースが私達のまわりに数え切れない程あることを忘れてはならない。

## ● 言葉を大切にしよう

- (1) 言葉を駆使しながら相手の誤解を招くようでは実もフタもない。正確な言葉を使おう。それには、使用言語の正確な定義を心掛けねばならない。曖昧なことを曖昧なまま放置しておいてはならない。あとで大変なツケを払わされることになる。何事も「当たり前」「わかっている」と早とちりしてはならない。石橋は叩いて渡るか、叩いてみて不安があれば渡らない方がよい。
- (2) 「コンセプト (concept)」という語を広告関係者はよく使う。しかし、関係者同士がお互いに、この語の定義を正確に理解していないと、「私のコンセプトはこうだ」「君のコンセプトは違う」などとしばしば混乱が起きる。ニューヨークタイムズや朝日新聞社など主要新聞社には、チャンとした“Check Book”があり、記事を書く際の用語について正確な使い方を促している。
- (3) 「戦略 (strategy)」と「戦術 (tactics)」の違いにしても同じことがいえる。この違いをアメリカの辞書から以下に引用してみよう。

strategy = the science or art of military command as applied to the overall planning and conduct of large scale combat operations. (戦略：大規模戦闘行動の全体計画とその実行に適用される軍事命令に関わる兵法)

tactics = the technique or science of securing objectives designated by strategy, esp. the art of deploying and directing troops, ships and aircraft in coefficient maneuvers against the enemy. (戦術：戦略に基づき決定された目的を達成するための技法で、特に、対敵共同作戦行動で軍隊、幹線、航空機の動員・指揮に関わる兵法)

— The American Heritage Dictionary —

ご覧のように、英語による定義は実に明快である。つまり、「戦略」とは敵がまだ視界に入っていないときに立てる計画、「戦術」とは敵が目前に姿を現したときに立てる計画なのである。

(4) “operation” と “policy” という二つの語の混同について述べよう。そして、欧米人と仕事の打ち合わせをしていると仮定しよう。いま、“policy” について議論しているのに、“operation” を話題にする人がいる。例えば、東北地区全体の販売方針について議論しているときに、仙台の個別店の話をするものだから、はなしがややこしくなる。そして、分かりにくくなる。“operation” とは「現場活動」のこと、“policy” とは「業務の基本方針」のことなのである。「欧米人」は大事な会議になると “policy” 担当と “operation” 担当が同席する。後者は謝ったり、脅し (bluff) をかけたりするが、前者は、個々の現場的に話に加わらないし、関わらない。日本人はこうしたやり方にまだまだ不慣れである。

(5) 「ポリシー」とか「オペレーション」とかカタカナ言葉が増え続けている。カタカナ言葉は分かりにくいから使わないようにしようという声がある。しかし、ならば、それらに対応する日本語がはたして分かりやすいだろうか。使用する英単語なり語法の定義をしっかりと心得て、それらをカタカナ言葉として活用した方が分かりやすい例がいくらでもある。英語であろうが、日本語であろうが、語感のいい方に耳は傾く。ならば、語感のいいカタカナ語の正確な理解があれば、それでいいではないか。しかし、IT が「アイター」、「routine (一連の作業)」が「ルーチング」などと発音されるようでは困りものであるが……。

(6) カタカナ日本語と英語の日本語訳について述べてみよう。明治から今日まで、私達日本人の先達達は一生懸命に西欧の思想を日本語で捉えようとして、涙ぐましい努力をしてきた。福沢諭吉はそうした面で傑出した人物である。彼が日本語に訳し、いまになっても新鮮味を保ち続けている単語に「広告 (advertising)」や「演説 (speech)」がある。何と素晴らしい訳ではないか。ところが、第二次大戦後日本がアメリカから学び抜いた“marketing”には適当な日本語が見つからないままである。そして、増殖を続けているのがカタカナ言葉である。まさに、止まらない、止まらない現象となっている。しかも、今日の新思想や新概念のほとんどが英語という車に乗ってわが国に運ばれてきたものである。変化の流れは早い。英語を、外国語を日本語に訳している間に、時代の流れは変わってしまう。辞書に載るときには、もう遅い。辞書が時代の変化の早さについていけない時代が到来したのである。しかも、世の中の現象を横文字で描写、表現した方が分かりやすいケースが増え続けている。特に、ビジネス社会では顕著である。また、「シラバス」と「講義要項」のどちらが学生に理解され易いか。「メディア」と「媒体」はどうか。「PR」と「広報」ではどうか。「こしらえる」の意味をを知らない若者には“make”の方が分かりやすいかも知れない。言葉は時代を映している。隠せない、だませないのである。としたら、カタカナ言葉を大いに活用し、その精度を高めたらどうだろう。

(7) 言葉の定義の重要性については先に述べたが、英語だけではない。日本語だって、曖昧な定義の氾濫である。「意思」と「意志」、「ジョーク」と「ユーモア」、「問題」と「案件」などなど。コミュニケーションの正確を期すには、はじめに言葉の定義ありきである。外国人には気軽に“Here is a problem. (問題があります)”というなどというアドバイスがある。「問題」というと相手が要らぬ心配をするからである。そんなときには「案件」、つまり、英語で“issue”といえよという。“It's difficult. (それは難しいですよ)”とアメリカ人にいうと「難しければ何としてもやってみましょう」といった反応が返ってくる。私達日本人は「私にはできません」というネガティブな意味を婉曲に「難しい」というのだが、それがそのまますんなり外国人相手には通じ難い。しかし、異文化間コミュニケーションはまだまだ複雑である。アメリカ人はそれでよいが、イギリス人は同じ英語を話しているのに、アメリカ人とは違って、極めて日本的である。「難しい」というと彼らは“impossible (できない)”と受け取ってくれて、分かりがいい。受け入れられない提案やアイデアに対して、「来年使いましょ

う」といって，“no”の意思を相手に婉曲に伝える。

- (8) 相手をファストネームで呼ぶことは「親愛」のジェスチャーだという。レーガン (Ronald Reagan) 元アメリカ大統領と中曽根康弘 “Yasuhiro Nakasone) 元首相の「ロン・ヤスの関係」はつとに有名であるが、親しくなったら相手をファストネームで呼びあうべきと思うのは短絡過ぎる。これはアメリカ的であり、イギリス人はアメリカ人と違って、なかなかファストネームで呼び合える関係までにはいたらない。彼らと本当に親しくするには2～3年のテスト期間を必要とするだろう。その期間が経過するまで，“Mr. Ishikawa” “Ishikawa-san” の関係で我慢せねばならないが、アメリカ人には初対面の瞬間からファストネームで呼べる人間関係のインフラが整っているといえよう。

## ● 速読のすすめ

- (1) 巷には情報や知識が溢れている。しかも世界規模で広がり、深まっている。それも英語である。文書を読むにしても、英和辞書片手にページをめくっては時間が経つばかりである。世界の変化を先取りするには急がねばならないのだ。まさに「時は金なり」である。それには「速読 (fast-reading)」をマスターしよう。この速読力がないと情報音痴になってしまう。これは「狂牛病」情報についてもいえる。英国政府はこの問題についてあらゆる情報を“well-publicize (十分に公開)”したといっているが、その公開情報が英語で書かれていたので、例えば英語不得手のわが国のお役人には速読・理解がかなわなかった。そして、それ故に危機管理が手遅れとなったことは、記憶に新しいところである。世界の情報に遅れをとらないためにも英語速読術の習得を可及的速やかに、先ず国益を守るべきお役人の最優先課題とすべきである。
- (2) 速読術を身に付けるには本をたくさん読むことである。まず、小説がよい。シドニー・シェルダンをお薦めしたい。展開の面白さについつい引っぱられて、あっという間に読み終える。読み終える体験を何度も積んでいけば、ひとりでに速読力は身に付く。

## ● コミュニケーションと心

- (1) “hospitality” と “reciprocity” について記したい。日本語では “hospitality” を「おもてなし、低姿勢」という。“reciprocity” を「共生、互恵、お返しをすること」という。ならば、英語による定義はどうなっているだろうか。

hospitality = cordial and generous reception of guests

reciprocity = a mutual or cooperative exchange of favors or privileges

—The American Heritage Dictionary—

敢えて日本語に訳さないが、英語の方が分かりやすい。だから、英語が大切だといわれるのである。

- (2) 外国へ行って、現地の友人にお世話になったとする。観光をさせていただいたり、食事に招かれたりしたとする。こんな時のお礼の手紙は “Thank you very much for your hospitality.” でよい。“reciprocity” には “reciprocate” という便利な動詞があるから、それを使えばよい。ニューヨークでお世話になったので、「次は日本でお返しをしたい」という意思を相手に伝えるには、“Thank you very much for your hospitality in New York. I would like to reciprocate in Japan next time.” でよい。この頃は、“hospitality” が「ホスピタリティ」というカタカナ言葉になり、サービス産業の世界では当たり前の接客ルールとして確固たる位置を占めつつある。ついでに、心の英語の最たるものは “May I help you?” と “Thank you.” であることをしっかりと受け止めておきたいものである。それにしても、英語が相当使える人のなかでさえ “Thank you.” がなかなか聞けない世の中になってしまったのは気がかりである。

## ● 相手に知ってもらおう、分かってもらおう

- (1) いくら話しても、知ってもらえない、分かってもらえないことがしばしばあるが、それでは有効なコミュニケーションにならない。知ってもらおう、分かってもらおうためにはどうしたらよいか。まず、相手がいったことを正確に理解することである。その

ために、分からないこと、聞き取れないことがあれば、遠慮なしに聞き直そう。そして、分かるまで、“Beg your pardon?” “Pardon?” を連発してよい。英解日本人の間でも外国人との会話の中で“Pardon?” と相手に聞き直している例に余り出会わない。本当にわかっているのだろうかとか少々気になるところである。相手を理解させるにはエネルギーが要る。そのエネルギーとは「熱意・情熱 (enthusiasm)」であり、・話そうという意味・知っててもらおうという意味・聞いてもらおうという意味・理解してもらおうという意味・相手に行動してもらおうという意味、などである。これらの意思のうち、・ひとつでも欠ければ、円滑なコミュニケーションは成り立ちにくくなる。何の気おくれも無く“Beg your pardon?” を頻繁に活用したいものである。俗に「聞くは一時の恥、聞かぬは一生の恥」というのではないか。

### ● 心で思ったら発言しよう

日本人は「察しの文化」の中で生きていられるといわれている。はっきり口に出していわなくとも、相手に分かってもらえるというのである。だから、無口でもよかった。しかし、言葉にしないと分からない文化を背景にした外国人との交流や接触の機会が増すにつれ、「察しの文化」の足りないところが露呈してきた。しかし、まだまだ日本人は無口で、「察し」に頼っているようである。外国人と会話をしていると、“Let me tell you……” という表現をしばしば耳にする。相手に訴えようとする積極的姿勢の表れである。われわれはこれについていかねばならない。“Tell me.” といって、相手に話させるより、自分の方から話すという能動的な姿勢を持ちたいものである。それには英語コミュニケーション力を身に付けねばならない。しかも、英語は手段であり、目的ではない。だから、話す内容を持たねばならない。そのための語彙や知識が必要となってくる。「聖徳太子」「夏目漱石」「野口英世」「金閣寺」「七五三」などなどの日本文化についても熟知していて、確かな説明ができるようにしておきたい。もともとコミュニケーションとは手間のかかるものなのである。しかも、発言すれば、必ず反応がある。この繰り返しがコミュニケーション成果を高める有効手段であることを銘記したい。

### ● よい聞き手になろう

対話には「話し手」と「聞き手」が要る。両方とも大事な役目であるが、「話し手」よりむしろ「よい聞き手」の方が難しい。だが、「よい聞き手」になる方が容易に友達を作れる。話の内容が難解の場合は「聞く」ことが尚更最重要作業となる。本当によい聞き手とは単なる“good listener”ではなくて“critical listener”と呼ばれて、一目も二目も置かれる存在である。上手に話しすぎて友を失う人、とつとつとした話し方で、一見頼りなさそうに見えるが友がたくさんできる人など、人間いろいろだが、容易に友ができるに越したことはない。また、相手のいうことに耳を傾けるときには「アイコンタクト (eye-contact)」を怠ってはならない。日本でも「目は口ほどにモノをいい」というではないか。相手の目を捉えて対話を続けよう。そうすれば、心と心が結ばれる。よい聞き手になると、相手から言葉を教わる。語彙や語法が学べる。なるべく、相手が得意とし、多用する語彙や語法を参考にしよう。特に英語などの外国語はその様にしておぼえるのがよい。「これは使える」という語彙や語法に出会ったら、メモをとろう。言葉との出会いは瞬時に消え去るものだから、メモをとって、残しておきたい。相手が真剣に聞いていないと思ったら、“Please listen.”と攻め込もう。とはいっても、この頃の若い人達の「語彙不足」は困ったものである。

## ● 言葉だけがコミュニケーションではない

アメリカのメジャーリーグで大活躍中の野茂英雄選手は口が重い。無口な男である。日本語でもおとなしいのだから、英語では尚更だろう。しかし、仲間とのコミュニケーションを結構こなしているようである。かつてアメリカの新聞に“Nomo does not speak English but his pitching does.”という一文が載った。彼の素晴らしいピッチングが野茂選手の英語表現だということである。これは立派なコミュニケーション力である。これからメジャーリーグで活躍が期待されている前巨人軍の松井秀喜選手はどのような英語コミュニケーション力を身に付けるだろうか、これも楽しみである。髪型だって、手の動きだって、化粧の仕方だって、衣裳や履き物だって、指輪などアクセサリだって、一緒にいる友達の風采だって、言葉と同じ働きをする。だから、手抜きをしてはならない。不注意であってはならない。コミュニケーションを全うするためには、ありとあらゆる要素を動員しよう。「察する」ことはもはや日本人の専売特許ではない。外国人の察しの能力を決して軽視してならない。そして、彼らは、日本人以上に「心配性」であることも忘れてはならない。

例えば、あなたが無口であると、彼らは「気分が悪いのか (Is he comfortable?)」「私達が嫌いなのだ (Probably he does not like us.)」と気にする。

## ● 日本人の英語コミュニケーションの展望

- (1) 決して明るくないといっておこう。国際化・グローバル化のかけ声も空しく、日本人の英語コミュニケーション力は劣化の一途を辿っているようである。「使える」英語を身に付けていない。英語を習いおぼえても使う場所や機会がない。英語ができることがその人の成功と直結しない。だから、英語習得に情熱も熱意も沸かない。経済大国だといわれていい気になっていた。英語を話さなくとも、日本製の優秀な製品が英語を語ってくれた。野茂の例を思い出そう。その内に通訳を使えばいいと考えようになった。そして、気がついたら、自分の日本語がおかしくなって、通訳泣かせの日本語しか話せなくなってしまった。メジャーリーグに長谷川滋利というアメリカの文化風土に慣れ親しんで元気な投手がいる。英語達人である。新しいタイプの日本人野球選手である。彼が如何にして英語を身に付けたかは彼の著書「僕の英語勉強法」(幻冬舎刊)に詳しく、巧みに記述されているので、是非お読みいただきたい。
- (2) 国が富んで国民もリッチになると、自分たちの力だけで富んだと合点し勝ちである。そこにおごりの心が醸成されてしまった。言い換えれば「日本人の傲慢さ」である。相手の気持ちを分かろうとしない気風が生まれた。「ホスピタリティ」や“reciprocity”の心の欠如とまで外国からいわれるようになってしまった。思いやりや共感・共鳴・共生の努力不足が指摘されている。「英語が話せなくとも、以心伝心でいいのだ」という日本人がまだたくさんいる。世の中は国際化だから英語くらいはマスターせねばという人もたくさんいるのだが……。また、英語の学習はするのだが、圧倒的にハンパな英語であり、使えない英語である。しかし、世界の相手は経済大国日本人達はさぞかし英語に堪能であろうと期待するが、大方の場合失望する。そんな気持ちを率直にある親日家は次のように述べている。

To globalize, it is not sufficient for Japan to open its markets, but also for Japanese to open their minds. A critical criterion of globalization is fluency in English, an area where Japan is so pathetically lags.

Media and opinion leaders should do much more. Nikkei, for example, has sought to run an international forum, which so far has failed, undoubtedly for the simple reason that it is held in Japanese (albeit with interpreters.)

——Jean-Pierre Lehmann\*——

よくもここまでいってくれるかと呆れもするが、これが、外国から見た日本の実情なのである。恥ずかしいとしかいいようがない。

- (3) 外人嫌い (xenophobia) が増えている。どこの国にも必ず存在するのだが、国際化現象が急速に進行しているいまの日本で見られるこの傾向は時代の流れに逆行するものである。「ホスピタリティ」も“reciprocity”も英語を通してこの国にやってきた新しい概念である。そこには「嫌い」という感情はない。あるのは「愛」「友情」「共感」「共鳴」など、人と人を心で結ぶ絆である。そこには、相互理解の助けになる言語が必要である。だから、英語が益々重要性を帯びることになる。英語ができれば相手も安心して、心を開いてくれる。そのためにも、外人嫌いの風潮に歯止めをかけたいものである。次の文章を読んで、意味を吟味していただきたい。

Once Japanese mind gets set in a certain emotional direction, objective facts and common sense get pushed aside, particularly when disliked, foreigners are involved.

——Gregory Clark\*\*——

- (4) 多くの国際人を養成しよう。「国際人とは？」という問いが頻繁になされてきたが、まだ定見は無い。「国際人とは必ずしも英語ができる人とは限らない」とよくいわれるが、それは問題である。国際活動をするのに英語ができないのは決闘するのに銃を持たないようなものである。国際的環境で英語ができるとできないとは雲泥のちがひがあることを忘れてはならない。そして、国際人に大事なのはまず英語コミュニケーション力の持ち主という条件である。これこそ日本のビジネスマンに課せられた永遠の宿題である。しかし、「できない」といってあきらめて、放っておく訳にはいかない。ならば、どうしたらよいか。それには、先ず、国際的なビジネス活動に必要な基本的なスキル（技量）を身に付けること。英語力に加えて、異文化と素直に、熱意をもって取り組めるコミュニケーション力を身に付けること。自らを国際的環境に身をおき、

働き盛りの国際人の仕事ぶりを自分の目で見て、学習すること。そして、最も大事なことは、国際社会で活躍しようという熱意と情熱を燃やすことである。

## ● むすび

日本は島国だとか、よその国とは違うからとか、日本には日本の良さがあるとか、何も外国の真似をする必要な無いなどといって殊更に日本の特殊性を主張し、自分たちを守ろうとローカルルールを振りかざす時代は過ぎたことを認識すべきである。しかし、ローカルルールを全てグローバルルールに変える必要はないが、それらのローカルルールを世界に受け入れてもらうために、相手に説明し、理解を得なければならない。そのためには“make sense (筋が通っている)”な発言をしなければならない。外国から“Speak up, Japan. (日本よ、発言しなさい)”とけしかけられているのもそのためである。それには、発言や主張の手段である英語を有効に使えるようにならねばならない。それが、待ったなしの日本に課せられた務めであることを改めて認識したいものである。そして、「最後に、」英語ではこれを「“last but not least (大事なことを最後に一言述べるが)”」というが、日本の行政も、企業も、団体も、英語コミュニケーション力のある人を高く評価して、重要なポストに登用してもらいたい。これこそが日本人の英語コミュニケーション力アップのための最も有効な手段であり、国益にかなうものである。そして、ある日本企業の一幹部の言葉を次に引用して本稿を終わりたい。

「未だに、日本企業の多くは英語のできる人間を英語屋と称して、敢えて軽視する傾向がある。これは英語ができない人間のコンプレックスだ。聞く英語は大体分かるという幹部は多いが、まず信用できない。圧倒的多数の英語ができない幹部に気を遣い、英解幹部を大切にしない、またそんなことに思いも及ばない日本の経営者がまだまだたくさんいる。こんな状況では先行き明るい筈がない。」

\*Professor of International Political Economy at IMD and founding director of the Evian Group, Lausanne, Switzerland

\*\*A former Australian diplomat and honorary President of Tama University