

富士論叢

第58卷 第1号

学園創立 70 周年記念号

学園創立70周年記念号に寄せて

学長 岡村一成

私たちの学園が今日あるを得ますのは、今を去る70年の前、高田勇道先生によって蒔かれた一粒の種が、豊に実を結ぶことが出来たことに他なりません。

高田先生は不幸にして、早く亡くなられてしまいました。草創期の非常に困難な時期を引き受けられた二上仁三郎前理事長によって学園の基礎が築られました。その後、二上貞夫現理事長の手腕によって、学園の充実期を迎えたのであります。

そして、今日、「東京富士大学」「東京富士大学大学院」「東京富士大学短期大学部」を持つ学園として立派に発展を遂げることが出来たのも、二上貞夫理事長のリーダーシップの元で、高田先生の高邁な理想に共鳴し、献身的な努力をされて来られた多くの教職員や卒業生等、関係者の皆様のご支援、ご協力を賜って参りました御蔭であります。

私たちは皆様方のご労苦に感謝致しますと共に、これからの先の80周年、いや100周年に向かって新たな歩みを始めなければなりません。ご承知のとおり、これからの大学運営は大変厳しい状況になっておりますが、私たちは高田先生の残されました建学の精神を基礎と致しまして、新たな社会情勢に対応しながら一層の充実、発展を図っていかなければなりません。私たちは一体となって、前進を続ける決意でございますので、今後とも、皆様方の暖かいご支援とご協力をお願い申し上げます。

さて、本学園の学術研究の要となる「東京富士大学学術研究会」が毎年発行致しております機関誌（研究紀要）『富士論叢』も記念号を発行することになりました。誠に喜ばしいことであり、貴重な論文等をご寄稿くださいました諸子並びに編集の労をとられた学術研究会幹事の皆様に心から感謝申し上げる次第です。

この『富士論叢』は1957年（昭和32年）2月に、富士短期大学学術研究会の発足によって創刊されています。創刊にあたって、富士短期大学初代学長の勝俣銓吉教授は『各自の大学は一つの知識の源泉である。その大学の教授陣の持つ知識の全量はその源泉を成すのである。であるから教授陣を構成する各教授の知性活動がその大学の位置を定めることになる。教授は「学問の息」であり、その知識探求は東西古今に亘るべきで、殊にその知識の最新性に重点を置き現実と直結することが肝要である。また既成知識に満足せず更に進んで独創性を発揮し所謂「自我作古」の抱負がなくてはならない。我が富士短期大学の機関紙である「富士論叢」が、呱呱の声をあげ

たことはまことにご同慶に堪えない次第である。希くは我が「論叢」が健全な成長を遂げ、富士の霊峰のように東海の天にその偉容を現すことになることを我学界のために祈るものである。(原文のまま・抜粋)』と述べられております。

学園創立70周年記念号の発刊にあたり、原点の学長先生の決意に触れておきたいと思います。わが『富士論叢』は大学の発展とともに、その伝統を脈々と受け継いで、内容も充実し成長を遂げてきました。そして、この『富士論叢』は、私たちのこれまでの研究成果を広く公表し、社会の発展に寄与するという大きな役割も果たして参りました。勝俣先生もご満足いただけてくださると思います。今後は、さらに研究の成果をあげ、内容の充実した研究紀要として発刊していくことを誓いたいと思うものであります。

目 次

学園創立 70 周年記念号に寄せて	岡村一成	3
【特別寄稿】		
デュイイ宗教論の社会性.....	早坂忠博	7
内ヶ崎作三郎とその時代.....	藤井直	19
【経済・経営】		
〈論文〉		
金融危機後の国際マネーフロー ——欧米の銀行活動を中心に——	飯島寛之・松田岳	31
見えざる資産としてのコーポレート・レピュテーション ～投資行動へのインパクト～.....	円城寺敬浩・廣瀬盛一	49
中小企業の BOP ビジネス戦略 成功の鍵とは何か?.....	黒田秀雄	61
〈研究ノート〉		
人的資源管理論における日本的雇用慣行とコミットメントの関連性	高橋哲也	77
【一般教養】		
〈論文〉		
学部留学生対象の「日本事情」科目に関する一考察 ——日本文化・社会への能動的な関わりを促進する授業実践に向けて——	塩谷由美子・小野塚若菜	93
〈資料〉		
東京富士大学における外国人留学生の日本語能力に関する調査報告	小野塚若菜	105
〈論文〉		
狂言における伯父の特徴と役割	網本尚子	142
平成 24 年度研究業績一覧.....		117

CONTENTS

Foreword.....	<i>Kazunari OKAMURA</i>	3
 Contribute		
Sociality of Dewy’s Theory of Religion	<i>Tadahiro HAYASAKA</i>	7
SAKUSABURO UCHIGASAKI and the TIMES He Lived	<i>Tsuyoshi FUJII</i>	19
 Economics / Business Administrasion		
[Articles]		
The international money flow after the Global Financial crisis in 2007-08 : It focuses on European and American bank activity	<i>Hiroyuki IIJIMA, Takashi MATSUDA</i>	31
How a corporate reputation impacts on investment behavior : The case of B to B corporate advertising	<i>Takahiro ENJOJI, Morikazu HIROSE</i>	49
An Empirical Study on the Business Strategies for Small Companies at the Base of the Pyramid.....	<i>Hideo KURODA</i>	61
Relevance of commitment and Japanese employment practices in human resource management theory	<i>Tetsuya TAKAHASHI</i>	77
 General Studies		
[Articles]		
A study on “Japanese Culture” For Undergraduate Foreign Students —Promoting Further Active In-Class Involvement with Japanese Culture and Society—	<i>Yumiko SHIOTANI, Wakana ONOZUKA</i>	93
Report on the students’ ability of Japanese language at Tokyo Fuji University.....	<i>Wakana ONOZUKA</i>	105
The character and the role of the uncle in “Kyogen”	<i>Naoko AMIMOTO</i>	142

デューイ宗教論の社会性

早坂忠博

キーワード：実際の信仰，自然的な社会的価値，理想的目的，宗教的なもの，社会的知性，
方法的な知性

要約

デューイは，“A Common Faith”の第三章で宗教が人間の社会関係の全体を基盤にして成立することを強調している。世俗的領域が宗教的影響からの独立を強め，超自然的なものを核にし成り立ってきた既成宗教との対立が次第に大きくなってきている。宗教を，超自然的な宗教世界から切り離された形で，世俗的世界の中で活かすことを改めて考えていかなければならない。それは人間関係全体に基づく価値を理想化し，これを信仰して生きていく上での支えを得るという形をとるが，それは反面で社会関係全体に関わって社会悪を除去し，社会を改良するという意識を喚起することになる。ここに「宗教的なもの」の信仰と社会改良のための「社会的知識」が問題となるが，意図されているのは両者の合一すなわち「信仰と知性の統一」である。

はじめに

「現在この世に生を受けている我々は，遠く隔たった過去にまでつながっている人類の一部であり，自然と相互に関係し合って生きている人間存在全体の一部である。文明の中にあるもののうち最も大切なものは，我々自身に直接関わるものではない。最も大切なものは，継続する人間社会が行うことや受容することのお陰で存在しているものである。我々はそういう営みによって連続していく人間の社会を構成するところの鎖の環の一つなのである。我々が受け取った諸価値の遺産を守り，未来へ伝え，これを修正してさらに発展させていくことが我々の責務である。それをもっと安定した，もっと広く利用できる，そしてもっと豊かに分かち合えるものにしていかなければならない。」^(注1)デューイの宗教論“A Common Faith”末尾のこの文章は，世界における現実の人間のありようを要約して示し，それを踏まえての人間のあるべきあり方を述べているが，同時にそれがデューイの宗教観つまり「人間の誰もが共感しうる信仰」の内容を示すものともなっている。デューイが問題にする世界は人間の住む世界である。人間はこの世界の中で行為し，こ

の世界のもたらすものを受容して生活している。人間はその活動によって世界に変化をもたらし、その変化を受け止めてさらにこれに対応するという形で自分が変化していく。その連続、関連の全体が人間にとっての自然のありようである。個々人は人間同士が相互に関連し合って形成する人間社会の一部であり、人間社会は自然の内部で自然と相互作用しながら一つの全体として存続している。この人間存在の実相を前提にし、それを反映して成立し、人間の現実社会において機能する実際の信仰 (practical faith) を明らかにすることが“A Common Faith”の第三章 The Human Abode of Religious Function のテーマとなっている。本論はこの“A Common Faith”第三章の内容に即してデューイ宗教論の核心がその社会性にあることを、さらにデューイの言う実際の信仰が社会改良の意識に重なるものであることを明らかにしようとするものである。

(I)

デューイは、自らの宗教論を宗教の社会的連関の考察から始めるべきだったのに、宗教の知的内容を論じることを先にしてこの考察を後回しにしてしまったと断った上で第三章の叙述を始めているのであるが、また別の個所で第三章の考察内容は「宗教的機能の人間の基盤」という第三章の表題に予め要約されてしまっていると述べている。この表題そのものが、宗教は人間社会すなわち人間の社会関係全体を基盤にして成立するものであるとして、宗教の働きを人間世界の中で、人間世界の全体連関において確認しようというデューイ自身のこの章での目論見をほぼ表現してしまっているというわけである。宗教は人間の営みとして存在する。したがって宗教とは何かという問いに対しては、人間の実際の宗教的ありようを示すことが現実的な解答になる。宗教は人間の社会でいかなる働きをなすものとして成立したのか、それが現在どのように機能しているか等々、全体的社会連関の中で宗教がどういう意味をもちどういう役割をはたしているかを示せば、それが宗教とは何かを示す具体的な答えになる。

しかしこれまでの宗教論では社会連関において宗教を捉えるというよりも、宗教の核心を儀礼や儀式から理解しようとするのが通例であった。儀礼、儀式を中心に宗教を捉えようとするれば、どうしても一つの特別な集団である司祭階級に焦点を合わせることになる。司祭階級は神々の系譜や天地創造の神話を儀礼、儀式を用いて自らの保護下に置き宗教組織をコントロールしようとする。やがて司祭階級が共同社会、都市国家、帝国等の公の代表者という形をとるようになる。このポイントを押さえて、神々の系譜・天地創造の神話—儀礼・儀式—祭司—宗団組織という仕組みの全体を理解することが、これまでの宗教論の内容をなしていたのである。

ところで共同社会の成員としての個人は特定の社会的、政治的組織の中に生れてくる。同様な意味で、個人は一つの宗教的な社会の中に生れてくる。そして宗教的行事の影響が社会のあらゆる

る習慣に及ぶといったような共同社会の中で個人は生育することになる。個人は風俗、習慣、行事が宗教と密接に関係し、宗教によって容認されているところの共同社会の中に生を受け、そこで成人し、その社会の一員になるのであった。ところが、社会連関における宗教の位置は固定した不変のものではなく変化をする。社会連関の中で歴史の経過とともに宗教の重心が移動し始める。社会の全体に浸透していた宗教が、世俗的社会の中の一つの特殊な機関にすぎないということになっていった。そして宗教的組織体の成員になるということが、各個人の自発的選択に関わる問題となったのである。この重心の変化は、教育、政治、経済、博愛、科学等の目的のもとに形成された諸社会活動体の驚くべき膨張、発展を伴っており、その展開は人々の思想、関心の大きな部分を占めるようになっていった。それは、とりもなおさず人々の現実的関心の大規模な拡大を意味していた。この変化のもたらす影響に比べれば、たとえば科学が宗教箇条に及ぼす直接の影響などは第二義的な重要性しかもっていないとさえ言えるほどである。科学的知見の迷信を含む信仰内容への攻撃などよりも、発明、技術が産業や商業と連携して社会生活の根底にある基本的条件に及ぼしていった深甚な影響こそ人間にとっての大問題なのである。この影響の結果、人々がそれに基づいて互いに交わり共に行動する社会的環境条件が変わってきたのである。社会生活の内容の実質的变化に合わせて、一般の人々の心の中の価値の全体的意味や重点の置きどころに大きな変化が起こってくる。しかしそのことを教団組織の内側すなわち職業的宗教者の階層はまったく意識していなかった。しかし人々の集合的生活に影響を与える実践上の変化は、中世以来広くかつ深くかつ急速に進行し続けてきていた。世俗主義の新しい波がルネサンスに始まる。18世紀を特徴づける自然主義という観念の発達は、宗教的な団体の支配に対する世俗の側からの抗議であった。それは独立諸宗教団体の成立という形をとり、個々の人間の自然理性を基礎として有神観や靈魂不滅観を正当化しようとしたが、超自然観を否定するものではなかった。19世紀の先験論は靈魂不滅論、有神論を一般化の方向にさらに一歩進めたものであった。それは人間が抱く理想というものの一層ロマンティックな、一層多彩な、一層集約的な形態であったと言ってよい。

教会的な制度、習慣は、一段低く見られていた世俗的な諸々の社会活動の側から絶えず侵略を受け続けていた。教会のいかなる仕事とも関係のない興味や価値が、それまでの一般の人々が持っていた宗教に裏打ちされた希望や目的を揺るがしこれを変化させていったのである。このことに関して、革命的变化をもたらした二つの事実を指摘することができる。一つは人間の行動が個人的立場からの決意によって行われるものになったということである。つまり人間行動が社会的組織のあり方と関係なく個人の選択という形をとるようになった。次にそういう個人的態度が拡大する世俗的な事柄の中で全面化していったということである。世俗的な事柄にも宗教的精神が浸透していなければならないという建前は生きている。それにもかかわらず世俗的領域は大きく変

化し宗教的影響から独立していくのである。そして宗教的という語は宗教そのものを離れて一つの態度あるいは観点を示すようになり、おのずからの傾向として超自然的なものとは無関係ということになっていった。宗教的価値をある限られた密室の中に閉じ込めることをしなくなり、特別な形の生活様式が宗教的価値と特別な関係をもつという考えをとらなくなっていった。宗教的価値は成立宗教の範囲内に限定されてあるのではないという傾向や雰囲気広がっていくことになる。宗教の働きを諸成立宗教から解き放っていくこと、言い換えれば宗教を宗教以外の世界で活かすということが課題となっているのである。ただし以上に述べたことは大勢のおもむくであろう傾向を示したものであり、過去が完全に葬り去られ新しいものに入れ替わるといった明確な転換があったと言えるわけではない。デューイが宗教論を書いた時代からこれまでの間に、デューイの指摘した課題が受け入れられて問題が大きく改善したとはどうてい思われぬ。現実社会における問題の比重が変化したというようなことはあったとしても、デューイの提出した問題は依然として問題であり続けている。

(II)

世俗化の傾向はプロテスタントの伸長とともに広まったとカソリックの側では主張する。プロテスタントは神と人間との関係を個人的事柄すなわち個人の選択、責任に関わる事柄だとし、神との交わりは神の直接的な援けによっても、個人の心情と意志の側からの発意がなければならぬとする。組織的な宗教の社会的なあり方について起った変化は、実は驚くにあたらない。そこで失われたものは、表面的、外面的なものである。むしろ、プロテスタントによって引き起こされた個人選択の拡大こそ重要な変化であり、この変化によって宗教は真の確固たる基盤の上に立つことになったのだと考えられる。良心と意志が神に対して直接的な関係をもつようになったことが新しい問題である。こういう流れの中で、教会は社会的動向への立ち遅れを示すことになる。教会はその関心を社会的事象の中の悪徳、悪習といった道徳的徴候に向けていく。そして戦争の原因、経済上の問題、政治上の不正、圧政といった社会的問題からは目をそらしてしまう。そういった問題への取り組みは、むしろ世俗的な運動の手に委ねられていったのである。教会組織の現実社会の課題からの逃避という問題は、当事者に自覚されることが少ないということもあってこれからも残存しつづけることが予想される。

人類の初期においては、超自然的なものは特別に異常なものということ以上の意味をほとんどもっていなかった。次いで、人間の心が超自然的なものに調子を合わせていた時代においては、超自然観はそのまま社会的な宗教であったと言ってよい。そしてその後、自然科学の発達は超自然的な異常な出来事を次第に自然的説明が与えられているような出来事と同じ水準に引き下ろし

ていった。同時に社会に対する現実的な関心の広がりや、天国・地獄を舞台の背景へと押しやっ
てしまった。こうした中で教会の機能と仕事は、ますます特殊化していったのである。一方で世
俗的なものとして一段低く見られていた価値が重要視されるようになり、それが大きく膨らんで
いった。ただ精神的な理想的価値は超自然的なものに結びついているという考えが世俗的現実の
背景として生き残り、これら両者が並存するという状態が続いていく。この状態は人の心に二重
性をもたらし、混乱、分裂した精神状態を生み出していくことになる。それは「宗教の意味や価
値がはっきり通常^(注3)の社会関係の中に統合されるようになるまで」^(注3) 続いていくのではないかと思
われる。

この問題は超自然的なものとの関係を別にすれば人間は倫理的に獣類と同じだとする考えを生
み出したが、他方には「すべての有意義な目的、すべての安定、平和の確保等は人間関係を母体
として成長するものである。超自然的な位置を与えられている価値は、実際には自然的なよきも
のを捉えこれを理想化する想像力の産物である。」^(注4) と考える人々を生み出すことになる。前者は
人間を動かす力の源泉として超自然的なものに対する関係が最終的な拠り所になるという考えを
前提としているが、後者は人間に導きや支えを与えるものは現実^(注5)に経験されたよきものなので
あり、超自然的なものやあの世的なものとの関わりは、よきもの自体の真の性質をむしろあいまい
にしその力を弱めてきたのだとする考えに立つ。結局理論的にも現実的にも、社会的価値の起源
を超自然的なものに求めた結果、自然的な社会的価値（natural social values）は軽視されること
になったのである。自然的な社会的価値は多くの重要なものを含んでいるにもかかわらず、軽視
され、見過ごされ、未発達のままに放置されてしまう。さらには真の高い価値に対する危険な敵
対者と見做され、誘惑を招き寄せて霊の権威を肉によって奪い取るもの、神的なものに対する反
逆者として扱われることになったのである。二つの異なる価値の系列は現在も存在している。こ
の心の二重性は、自由思想家の啓示の真理と科学の真理とは同じ一つの究極の真理の両面であり、
互いに支え合うものだとする考えに重なるものである。この考えは真理が二重に啓示されること
に対する違和感を呼び起こすことになるのであるが、結論的には、これを実質的な人間的観点の
発展を示すものとして受けとる必要があると考えられる。この流れがあって初めて「人間関係は
宗教的な働きを持った価値で満たされている」^(注5) ということが容認されるようになったと言ってよ
いであろう。この流れに立って、思想と実際^(注5)の努力の一体化、協力を実現していくことが課題と
なる。常に証明しうるものの上に足場を置き、良きものの実現、社会的問題の解決へ向けて、方
法的意識に立って実践していくこととこれを感情的面で支える信仰が一体となって力を尽くすこ
と以外に実際生活において人類が現実的に救われる道はない。

このことに関する歴史的な発展の段階を再確認しておかなければならない。人間関係は悪、悪
意によって侵されているが、その悪意は墮落した人間の本質に基づく。そのため外的な超自然的

な源泉からの贖罪を必要とするという考えが先行する。次の段階では、人間関係の中で有意義と認められるものだけが特別な宗教的価値を維持するものとみなされるようになるが、これは自由神学者の到達点である。三番目に「理想的要素を持った宗教において大切なものとされている価値は、実際には自然的な社会交流における特質的なものを理想化した結果であるということを理解する段階^(注6)」が考えられる。第三段階への確かな移行がなければ、根本的な二元論と生活の分裂はいつまでも続いていくであろう。それは、人間の努力の対象としての目的を分裂させ、人間の精力をいたずらに消耗させることになる。

ともかく宗教的価値とされてきたものは自然的な人間相互の交渉や依存関係のもつ価値なのであり、それは実際的に一般社会生活の中に存在しているものなのだということが認められるところまで来た。その価値の証明を自然現象に対する証明と同じ方法を用いて行い、自然現象の場合と同じ実験的な方法を用いてこの価値を実現していくことが人類の課題となっている。

(III)

デューイは制度、風習の中に含まれている悪を摘発して社会は不道德であると断言するようなあり方を批判する。このような考え方は、制度、風習が根本的な社会関係の姿をその本来の性質に従って表現しているとする前提に立っている。しかし制度、風習が社会関係そのものの直接の反映であるという考え方は、制度、風習が形成される際に入ってくる歴史的要素の多様性を無視するものである。制度、風習は社会関係に即して形成され変化を続けていくが、その形態のありようは偶然的なものである。制度風習の変化は始めから予想されるわけではなく、計画されるものでもない。ところで制度風習の変化を理解しこれに対応していくための社会的知性 (social intelligence) は、自然的関係に対する知性と同じ意味での知性という形ではまだ存在していない。社会的事象の原因、結果の関係を理解できず、それを支配する手段を持たないというのでは、やはり超自然的な支配に頼らざるをえないということにもなる。社会的事象に対処するための確立された知識、理解が先行しているわけではない。だからといって社会的事象に対する広範な知識の発展を待っているわけにはいかない。そのための努力をすぐにでも始める必要がある。社会現象を検討し—その問題、課題を指摘し—その原因を明らかに (この原因は抽象的、倫理的な力とは異なったものである場合が多い) —この理解・知識に従って解決をはかる、これは救済の福音ではないが社会の保険、厚生のために有効であり、この方向での試みの継続は社会的知性の発展を促していくはずである。これは、かつて自然に関する知識の発達が進んだ道と同じ道である。

自然的知性に基づく社会的知性の発展に関わる大きな問題は、社会的悪を人間の罪深さ、人の心の墮落、権力への執着等々一般的な道徳的原因に帰して片付けてしまおうとすることである。

これはかつて物理的な科学の領域で、抽象的な力に訴えて現象を整理しようとしたのと同じやり方である。現実には社会変化の動向をコントロールできるのは社会的知性だけである。「社会的知性によってのみ社会的変化の方向は偶然の領域から脱却できる。」^(注7) 現実には、伝統的宗教の威信に支えられ超自然的信仰の感情に後押しされて維持される古い道徳的世界観の存在が、偶然の社会的支配を長引かせることになった。しかし個人的な霊の単なる個人的救済に対する反動、そして政治、経済上の自由放任という考えに対する反動等は、「孤立した個人性がいかに空虚であるか」^(注8) を多くの人々が実感し始めていることを示している。自由放任という観念の根本に知性が人間の生活活動に参与しようという可能性を否定する考えが根を下ろしている。自由放任主義が社会的な出来事に対して人間の力が対応していくことは不当、無益であるとする考え方を導きだし、そこから社会事象の改善について超自然主義的の干渉に訴えるという方向も容認されていったのである。

社会的知性は方法としての知性（intelligence as a method）を重視する。それは理性という古い観念から区別された知性である。そして「それは本質的に行動の中に含まれている知性である。」^(注9) この知性は感情との対立をもたない。したがって社会的知性は感情的知性という形で機能することが可能である。この知性は社会のマイナス部分を照らし出し、事態を刷新する力となる。この力が総合的にして十全なる働きを展開するために「宗教的なもの」と連動することが考えられる。社会的行動における力として機能するこの知性に、宗教的と表現できるような献身的態度が結びつくというあり方はまだ実験されるに至っていないが、このような「情緒と知性の結婚」^(注10) が実現されるならば、必ずやそこによりよきものの誕生が見られるであろう。

デューイが超自然的なものを拠り所にする考えを否定する理由すなわち既成の宗教を非難する理由は、それが「自然的な人間関係の持つ意味の広がり^(注11)と深さを効果的に実現すること」を妨げるからである。「我々の手中にあつて自然的人間関係に根本的変革をもちきたらす方法」^(注12) を用いることを妨げるからである。ただ精神的、理想的な方法の展開を、外側から促すことはできない。それは「人間の相互関係の中に本来内在する価値を、一層強く自覚することによってのみ生じうる」^(注13) のであり、そのための意識上の方向転換が求められる。

未発達^(注14)の形においてはであるが、社会的な条件や出来事をその原因に結び付けて処理、解決していく能力はすでに存在している。これを訓練しさらに発達させなければならない。一方、愛情、慈悲、正義、平等、自由等に向かう力は本来人間に備わったものであるが、これらをすべて融合して一つのものにすることがこれからの仕事として残されている。そして、これら両者の結びつきすなわち社会的知性と人間関係の全体に浸透していく情操との結婚を実現するという仕事が、人類の大きな課題となる。この課題を果たしていくためには、超自然的なものにすがろうとせず、自然的手段を用いることを選択しなければならない。また超自然的なものを認める人々からだ

け支持を得ようとするのではなく、社会的な感情の燃え立つのを感じる人々と同盟することを選ばなければならない。これらの選択は、自由放任の立場に立って知性や自然的な知識や理解に基づく資源を過小に評価するか、それとも自然的知識の適用を個人とか階級とかの目的から転じてより大きな人間全体の目的に向けていこうとする意識的、組織的努力に身を寄せていくかの選択でもある。結局、これはより人間らしい生き方を実現する道を探るかそれを拒絶するかという人生に対する基本的態度決定の選択になるのではないかと思われる。

デューイは現在の悪の除去を課題として意識するところから社会の変革を意図し、自然的、人間的レベルでそれに対する対策を取らなければならないと考える。そうでなければ実質的な社会改善の効果は得られないと考えられるからである。この問題意識は教会を否定するものではなくかえって教会の活力を回復する方法の提供を意味している。教会は社会的事象にもっと関心を示すべきである。地上に神の国を建設するための活動を教会が提供すべきなのである。

しかし教会が経済的、政治的な問題に関わると、教会は自らの領域の外に出ていると非難される。教会は最高の価値や動機と特別な関係をもつとされ、そのこと自体が自然的な平等な人間の基礎の上に立って社会的目的の促進に参与することを不可能ならしめるのだと言われる。こういう関連から脱却するには、教会が自ら排他的、権威的な位置を放棄する以外に方法はないのではないかと思われる。社会的な関心や活動の領域が氏族社会や市民社会のそれと偶然に一致しているという状態が次第に失われていって、世俗的な関心や活動が組織的な諸宗教の外側に拡大してきたという現実がある。それらは諸宗教の権威とは無関係に現に存在している。こうした関心、活動が広がるにつれて、成立宗教の社会的重要性は次第に縮小、低下していった。この機に新しい積極的な人間存在の特質が、新しい基盤の上に、新しい将来性をもって広がり、定着していくことができるかどうか、それが問題である。

キリスト教は、人間はすべて同胞であると言う。しかし、実際には教会の外にあるもの、超自然者に対する信仰に依存しないものは、実のところ将来の可能性としての同胞にすぎないとみなしてきたのではないのか。キリスト教が認めてきたこの根本的な距離の観念を放棄することなしには、倫理的、精神的理想としての民主主義的理想を実現することは不可能であろうとデューイが言う時、デューイは既成宗教に対して限界の意識を抱いていたのではないかと思われる。彼が「我々は、少なくとも、荒れ狂う大海原を横断しつつある同じボートに乗り合わせた同胞である。」^(注14)ということは事実として認めなければならないのではないかと述べる時、それは距離を設定する教会とのぎりぎりの妥協点を求めての呼び掛けになっているのである。さらに彼がこれに続けて「この事実が含んでいる可能性としての宗教的意義は限りなく大きい。」^(注15)と述べているのは、既成宗教の側につまり宗教の専門家に対して、一緒に上るべき共通の土俵を示そうとしているのだと考えることができる。

むすび

デューイは“A Common Faith”第三章で、社会連関全体の中での宗教の機能、役割を明らかにするという作業を行っているが、実際のところそれはキリスト教世界に範囲を限定しての考察になっている。これを読むものはキリスト教世界の内部変遷に焦点を合わせて欧米社会の宗教精神の歴史を辿るということにならざるをえない。しかしこの世界こそが近代社会を成立させ、この近代社会がキリスト教世界の中に世俗社会を拡大させていくと同時に個人という存在を出現させ、この社会状況の中で個人がどう生きるかという新たな課題を生起させているのだということを認めるならば、キリスト教世界に限って展開されているデューイの宗教論が自ずからキリスト教世界を越えて普遍的な問題を考察していることになるということを理解することになるはずである。デューイが世俗世界として述べているものが、現在、人類社会全体へ拡大を続けており、この社会状況における個々人の生き方如何は全人類の共通の課題になっていると言ってよい。そしてデューイの主張する宗教的なるものは、人類共通の「誰でもが共感しうる信仰」としてこの課題に対し効果のある対応を可能にする一つの答になっているように思われる。デューイの言う「宗教的なもの (the religious)」は特定の宗教に対応する言葉ではない。それは既成の宗教の中に共通して見られる宗教を成立させている本質であり、逆に宗教を離れてもあらゆる人間行為の中に見出されうる人間的な事象である。それは人間の行為の意味を深め、人間の営みを支える力となりうるものである。この宗教的なものが、既成の宗教の独占物となってきた点に注目し、これを人間の日常生活の中に取り戻そうというのがデューイの考えであった。

ただ、第三章ではこの「宗教的なもの」が、第一章、第二章とは別の観点から考察されている。第三章は社会連関において宗教の何たるかを明らかにするというところで展開されるが、より具体的には「社会連関に含まれている価値ならびに知性の理解」という形で説明されていると言ってよい。そしてこの価値の実感とこの知性の実践が統合される時「宗教的なもの」が実現されると考えられている。

社会連関全体への関心の広がり、意識の浸透は人間関係の含む良きものを感得させ、自覚させるが、それが私たちの目的をもった意識的生き方を支える力になる時、その機能を「宗教的なもの」と呼ぶことができる。これに対し社会連関全体への関心の広がり、意識の浸透が社会の問題、課題を明らかにしこれを方法的知性をもって解決していくという方向を指し示す時、この意識、知性を「社会的知性」と表現することになる。デューイはこれら両者を截然と区別して論じているわけではない。両者は重なったものとして意識されているように受け取られるのだが、後者の社会的善の実現、社会的悪の除去・社会改良の努力が前者の情緒でもって支えられるところに「宗

教的なるもの」が機能すると総括されているように思われる。しかし、大切なことは宗教的なものと社会的知性の両者が具体的、現実的な人間関係の全体を意識するところに実感され、対象化されているということである。宗教を人間関係、社会連関において見るということは、また人間を社会連関において見るということである。宗教の社会性は人間の社会性を意味する。デューイにおいては、人間の社会性を徹底して理解することが「宗教的なもの」の発見に繋がっているのである。

以上デューイの宗教論をその社会性という点から考察してきたが、デューイの宗教論には一貫して超自然的なものの絶対化への攻撃という面が見られる。それはとりもなおさず既成宗教への批判、攻撃を意味することになるわけであるが、既成宗教の側がデューイの指摘した問題をよく解決してきたとは言えないであろう。しかし、一方ではデューイの指摘した問題点そのものが時代とともにその緊迫性、衝撃性を薄くしてきているようにも思われるのである。もともと、我々日本人にとって超越的なもの、超自然的なものは基本的に馴染みが薄かったこともあり、既成宗教への攻撃は我々にとって直接共感しにくいという面があるようにも思われる。それに反して、世俗世界の拡大、その中で孤立した個人の投げ所の問題、世俗社会の中で発生する対立の問題は深刻で深甚な影響をもつ差し迫った課題として意識される。この連関でデューイに直接学ぶべきことは多いのであるが、とくに「宗教的なもの」と「社会的知性」というテーマに関しては、さらに掘り下げた考察が必要であると思われる。なお、宗教的なものは宗教以外のあらゆる我々の経験においても生じるもの、感得されるものとされているが、それは単純に「理想的目的 (ideal ends)」に対する信仰 (faith) という形で表現されてもいる。宗教の本質は信ずるという人間の一般的なありようの一つの形 (信仰) であり、これは宗教を離れて (も) 活かすもの、いや世俗生活の中でこそ活かされなければならないものだというのがデューイの考えである。デューイは宗教を論じて、結局は信仰を論じることになったのだと言ってよい。

“A Common Faith”には彼の世界観が集約されて述べられていると同時に、彼自身の世界への対応姿勢が端的に示されているという面がある。これをもって彼の思索活動の結論とみなすわけにはいかないとしても、ここにデューイの思想全体を照射する一つの見通しを見出すことは許されることのように思われる。哲学、倫理学、心理学、論理学、社会哲学等々多岐にわたる彼の仕事を統一的に理解するヒントがこの著作の中に含まれているように考えられる。彼の宗教論を踏まえて、そこから改めて彼の思索の全体を見返すという作業が要求されることになる。

【注】

- 1 John Dewey, “A Common Faith”, Yale University Press, 1934, p.87.
- 2 宗教の知的理解 (A Common Faith の第一章、第二章) については、以下の拙稿を参照されたい。
『「宗教」と「宗教的なもの」』1998、『東西における知の探究—峰島旭雄教授古稀記念論集』所収。

- 『人間経験における宗教的なもの』2009, 『峰島旭雄先生傘寿記念論文集—「いのち」の流れ』所収.
3, 4 John Dewey, "A Common Faith", p.70.
5 Ibid., p.72.
6 Ibid., p.73.
7, 8 Ibid., p.78.
9 Ibid., p.79.
10, 11, 12, 13 Ibid., p.80.
14, 15 Ibid., p.84.

内ヶ崎作三郎とその時代

藤井 直

キーワード：英国留学，人道主義，ベルグソン，帝国議会と国体論，高等教育と使命，高田勇道

要約

早稲田大学の教員（1902-1943）であった内ヶ崎作三郎（1877-1947）の人とその思想を，特に教育思想について，英国留学（1908-1911）時から，立憲民政党衆議院議員（1924-1945）時代までの言説を検討した。

内ヶ崎は英国留学時に経験した人情の普遍性の実感から，人類同胞が相互の正しい理解に至れば，現に存在する国家間の反目さえも自ずから解決するであろうとして，人道主義にもとづく楽天論に確かな自信をもった。そのことを『白中黄記』（1914）に著した。

衆議院議員時代の帝国議会本会議における治安維持法処罰規定改正反対演説や，高等教育，成人教育，女子高等教育振興についての発言等を紹介した。特に，日本社会が，軍国主義への傾斜を強めるなかで，国体論を媒介にしつつ，人道主義の論理を貫いたことに留意した。

最後に，哲学者ベルグソン（1859-1941）が宗教，国家，資本主義それぞれのヒエラルキーに抗しながらも，近代がもたらす自由と独立についての実質化の途を模索したことに内ヶ崎が注目した。その事柄に触れたことによって，「人道による世界平和」の理念の現代性について，内ヶ崎から高田勇道（1909-1951）が一定の影響を受けたことを含意している。

はじめに

本稿は東亜学院創立者高田勇道（1909-1951）が早稲田大学・専門部研究科のときの指導教授であった内ヶ崎作三郎¹⁾の人とその時代について理解を深めることを目的としている。内ヶ崎は英国留学（1908-1911）時に，自らの信条とする人道主義が，国際化が進む世界の中で，平和を維持するための基準になる理念であることを実感する。帰国して13年後，彼は衆議院議員として国体論をはじめとする国家の使命論を熱心に展開する。当時の国際環境の中で日本が西欧列強に伍して，協調し，主導していくためには，有為な人材の育成，すなわち高等教育・成人教育

の拡充が必須の課題であることを強く自覚していて、その主張には切実なものがあったのではな
いか。それを検討したい。ベルグソンに関しては現在の感覚から遡及的に見ることになるが、内
ケ崎が意識したことの意味を考えるための緒は^{いとぐち}ぜひみつきたい。

I 英国留学

内ケ崎作三郎(1877-1947)という人を尋ねる作業をはじめたい。まず、彼が1908年から
1911年の間の留学時に身を置いた英国で考えたこと、行動したことを記した『英国より祖国へ』²⁾
(1911)と、「東海黄色の一遊子が親しく白人の中に生活して得たる印象を記したるもの」と述
べた『白中黄記』³⁾(1914)から繙くことにする。

内ケ崎は『白中黄記』の自序⁴⁾で自身の行動と心情について「人を愛すること、あらゆる人
に対して好意を有すること…人を恐るゝことがなく…独立自由の精神が旺盛」といつている。そ
して「善意と希望と信頼…僕の心、に植え付けてあった」ものは、留学中「欧米各國到る處に於
て毫も寂寥を感じなかった」。それどころか「人種や國土や言語」の異なる環境のもとでもこの「僕
の信念は変ずることが出来なかった」「故に僕は随所に友人を見出した」。それは「小兒あり、婦
人あり、老人あり、軍人あり、学生あり、教授あり、文豪あり、政治家あり、いづれも皆僕と親
交を結んだ。空気と空気と会積するがごとく、水と水とが流合するがごとく、僕は極めて自然に
是等の人々に接した」といつている。

相当な自信というべきであるが、この自信は「かくして僕は人情に東西なきを実験した」とい
わせている。ここで実験というのは単に実体験、実際の経験の略という意味なのか、それともも
う少し広く experimentalism の立場に立っているとの宣言も兼ねていつているのか、ここから
だけでははっきりしない。しかしさらに「僕は人類の一員として同胞人類の間に交って来たので
ある」と一般化している。これを、現実の国際関係での解決指針のように使い、「今や人種の競
争といひ、軍備の拡張といひ、国と国との間には反目の情蟠^{わだか}まりて、哲人理想の平和の時代は
容易に出現すべくもない。されども僕は猶此点に就いても樂天觀を棄てない」と明言する。この
ように宣言するのは、彼が留学体験の中で自分の主義主張の正しさを確認でき、その思いを抱く
ことのできる数多くの体験を重ねたということのほかに、留学するまでにすでに形成されていた
信念に依っていると見做すことができる。

内ケ崎が人類同胞の相互理解の可能性を追求することの意味と、その実現性に向けて畏敬の念
をもって挙げているのはラフォカディオ・ハアン(1850-1904)と新渡戸稲造(1862-1933)であ
る。近代化の先行者としての欧米の世界から異境の地に遣って来たハアンは異郷にあって「人情
に東西なき」ことの数多くの実験を世界の人々に発信してみせたのみならず、当時の東京帝国大

学文科大学英文科講師として、情熱的に、英国作家の中に流れる人間感情の普遍性を講義の中で開示することに、倦きることがなかった。

逆に、こちらから合衆国、ヨーロッパに出て行った新渡戸は『歸雁の蘆』(1907)に示しているように、「邦人の智と意とは…世界的たるを得べき」ことを、見事に実証して見せた。彼は合衆国やヨーロッパの辺境の農村にまで足を伸ばして、厚く情を通わせることを悦んだ。

内ヶ崎のハアン先生との信頼関係は本郷の教室で培われた「彼我を知る」ことにもとづいている。つぎに、新渡戸博士はギリシャ・ローマの歴史・哲学までを共有し、十分に議論し尽くすことで、世界各地に知己を数多くつくった。その旺盛な実践によって示した相互理解こそ、平和の基盤であるという真理性に、内ヶ崎もまた自らの信念の拠を置いたのではなかったか、と思われるのである。

「彼我を知り、我彼を知らば、多くの紛糾せる問題は自ら解決するであろう」と内ヶ崎がいうとき、それは「人類の一員として」の同胞は必ず「相互の正解」つまり正しい理解、正確な理解に至ることができるという信念になっているという意味であろう。このスタンスは、内ヶ崎が帰国後、早稲田大学政治経済学部教授を続けながら、1924年衆議院議員になってからもそのまま変わることなく、維持されたとみることができる。つぎにそのことを内ヶ崎の帝国議会の委員会、本会議での質疑のなかで、どのように確認できるのかみてみることにする。

II 民政党議員時代と国体論

ここでは民政党議員内ヶ崎作三郎の議会での発言を取り上げたい。まず、1929年3月2日の第56帝国議会本会議において1928年6月29日の勅令第129号による治安維持法改正の承諾を求むる件（政府提出）についての委員会委員長報告に対する内ヶ崎の発言をみる。

この案件の論点は国体変革を志す犯罪者を罰する法律である治安維持法の処罰規定を、最高刑を禁錮10年から強化して「死刑または無期」に変更することを承諾するかどうかという問題であった。民政党はこの勅令の承諾については反対であった。内ヶ崎は斉藤隆夫（1870-1949）議員などとともに対立演説をした。委員会においては、賛成9名反対8名の1票差で可決され、本会議に上程されていた。内ヶ崎の演説は2日間に亘って行われ、中心となるのは国体論であるように思われる。

この勅令は発令されるまでの手続として、1928年6月12日に閣議決定され6月13日に枢密院に提出された。枢密院は14日より枢府精査委員会を開いて精査をはじめた。枢密院の議論は公開されないのが、新聞報道等からして内ヶ崎は枢密院で6つの質問があったと紹介している⁵⁾。その内の第3は「根本対策の方が却て緊急である。法律を改正するよりも根本対策の方が

却て必要である」というもので、第6は「教育問題竝に社会問題の完備を期し、思想界の急激なる変化を惹起なきように注意をしなければならないではないか」といっている。他に緊急時についての定義問題、臨時議會を招集して帝国議會の協賛を得る必要の優先性の問題等も含まれていた。なお与党政友会の中にも強硬に反対する議員がいたこと、貴族院の有志の中に反対意見を発表した議員があったことなども挙げていて、これから述べる意見が決して自分のみの孤立したのではないことを強調した。

つぎに内ヶ崎は、この問題は広汎に、外交、社会政策、思想問題、教育問題等、何よりも国体の問題とも関係しているとして、議論をつづける。彼の発言が、1917年10月の「露西亜革命、労農政府」の成立からヨーロッパ各国および中国への影響へと進んだところで、議場騒然となり、中断すること13回におよんで、ついにその日は午後11時7分散会、発言の続きは次回持ち越しとなった。

3月5日 前回の討論に続いて内ヶ崎は、この問題は「第一外交問題と関係して、第二社会問題の立場より、第三は国体観と関連いたしまして」と重ねて念を押したうえで議論をすすめる。反対演説は分量が龐大であるので適宜抜き出して、しかし慎重に内ヶ崎の真意を把握することに努めたい。

緊急勅令まで出して治安維持法の処罰規定を改正しようとする政友会田中儀一内閣の姿勢を咎めて、この改正法案を否認に持ち込みたいとする民政党ないし内ヶ崎議員の発言構想は、まことに雄大なものであった。曰く「彼の鉄血宰相と謂われたる普魯西の「ビスマルク」は如何でありましたか、最初は社会主義を圧迫したのであるが、却て後には社会政策を実行することゝなりまして、そうして思想の悪化を予防したのであります。1884年には労働者疾病保険法ならびに工場負傷保険法を制定致しました。1889年に労働者養老保険法を設けたのであります」「また現在の英国に於きましては、議會は依然として国民多数の信頼を博して居りまして、彼の労働党を以てしても、一步たりとも合法的改革手段以外の方法に出でしめないのであります。是は要するに英国歴代の内閣が時勢の推移を洞察し、絶えず適當なる社会政策を行って居るからでございます。即ち1911年および1920年に制定せられたる失業保険法、また昔から存在し来った度々改正せられたる救貧法、1908年初めて制定せられて、其後度々改正をみたる養老保険法、1925年の寡婦および孤児年金保険法、1922年の健康保険法等はこれを語るものであります」「英国に於ける議會政治が揺がぬ基礎を有するのは、他に種々なる原因があるのであります。主としてこの時勢に応じたる徹底的社会政策が行われて居る事に原因を有して居るのであります」「然るに田中内閣のこの方面に於ける施設は、既に述べたるが如く、全く何等見るべきものはありません（拍手）」。

「思想悪化の根本的原因を除去する諸種の具体的方法を講ぜずして、単に嚴罰のみを以て思想

国難に対せんとする政府の時代錯誤的頭脳に憫まざるを得ないのであります（拍手）」。続いて就職難および失業問題を指摘して、「治安維持法の過重的改更は、徒に窮鼠を駆って猫を嘔ましむが如き危険なる結果を惹起するのではないかと思われるのであります（拍手）」。野党の立場という政治的事情は考慮しなければならないという点は若干あるとしても、論理そのものは十分に汲み取ることができる。

つぎは国体論である。内ヶ崎は「国体の根本義」について「今更申し上ぐる迄もなく、我が国体は万世一系の皇室を奉戴して、上下心を合わせ、其建国の理想を実現し、併せて其道徳的、人道的使命を達成する事であると思うのであります。国体の尊厳は種々なる原因に依って、三千年の伝統を背景として、我が民族の鞏固なる信念の対象となって居るのでございます。しかしながら、其原因の一つ二つは、国家民族に取って大問題の発生したる場合は、皇室は常に其指導的解決者の位置に立たれまして、国家民人をして其恵福に浴することを得せしめ給わりたる点であると考ふるのであります」。

「而して現代の国家民族の大問題は何でありますか、即ち現代文化の基調は社会維新と云う言葉をして表現することが出来るのであります。此文化の特色の一つは法制の社会化であります。普通選挙法の設立と、陪審法の実施がこれを証明して余りあるのであります。第二の特色は産業を中心とし、労働を本位とする社会の進歩であります。第三の特色は各国家を貫通し、これを包圍する大社会の出現であります。要するに産業と資本と労働とが国際化するに至ったのであります。世界大戦〔第一次、筆者註〕以来各国家は政治的には独立することが出来るけれども、経済的には互いに相倚り相助けて、世界を挙げて一国家となる観があるのであります。換言すれば将来世界各国は共同して国民の自由と権利とを尊重し、組織的に共存共栄の原則を適用しなければならない時勢となったのであります」。

つまるところ内ヶ崎は産業・国民国家として国際化の進展するなかで、先進諸国に伍して資本と労働の有効な社会編成を成し遂げ、「国民生活の安定を図る」ことに「皇室は必ず国民の中心となって、我々を指導し給うことを信じて疑わないのであります（拍手）」といている。国体論を現実の国民国家としての課題への取り組みに絞り、そこに意識を向けることで、軍勢力だけでなく、市場万能でもないところの、「斯る時代に善処する為には、一面には忠勇義烈なる愛国的良心が必要でありますと共に他方に於いては公明正大なる人道的良心が必要であるのでありまして」と持論の人道主義的ヒエラルキーへの国体ヒエラルキーの一致ないし置き換えを、本気で提案しているとみることができる。国体の精華の發揮は「道徳的、人道的使命を達成する事」に他ならず、「国体の尊厳」もそこにあるのではないかという論理は、始終一貫したものになっている。

III 教育論

国体が人道主義を指導理念としたとして、現実には日本が国際市場で主導力を発揮するには、すでにJ.S ミルが1867年2月にセント・アンドルーズ大学名誉学長就任講演において熱っぽく語っているように⁶⁾、つぎのことが必要条件となる。その時点での世界的水準を反映した自然科学分野と、ミルが道徳科学と呼んでいる人文社会分野の両方について、偏りのない知識を身につけ、普遍を見据えて、国際的市民感覚を共有しながら、市場の競争に負けない企業経営、技術開発においての可能性を具現できる幅広い国民層が育っていなければならない。内ケ崎が治安維持法改正審議に際して、国体の精華発揮の前提になる備えと条件を婉曲に、しかし心の中では直截に、2日間に亘って本会議で訴えつづけなければならなかったほど事態は切迫していたと思う。もちろん経済の国際化の進展は、国民に総力戦を強いる事態の到来を意味している。さしあたって男子の職業専門教育の充実のみならず、女子の実業界での戦力化が課題になるのは避けられない。内ケ崎はこの方面について議員に当選後1925年3月11日の第50帝国議会本会議で発言している。それは「女子高等教育の振興に関する建議」の提出であった。その提案理由は「政府は時勢の進運と女子向学心の顕著なる実情に鑑み速に帝国大学其の他官公私立および各種専門学校に女子の入学を一層容易ならしむと共に女子高等教育の振興を図られむことを望む、右建議す」というものであった。因みにこのときの議長席は小泉又次郎副議長（小泉純一郎の祖父君）であった。この建議案の委員会付託は承認され、委員会審議を経た後、委員会委員長の報告通り本会議で可決された⁷⁾。

人道主義に基づく世界平和の達成という内ケ崎作三郎の主題は、差し当っては国内の争いについての解決にもその方途を示しうるはずである。1927年時点での成人教育問題について、第52帝国議会予算委員第一分科会（外務省、司法省および文部省所管 同年2月2日）での内ケ崎の質疑から、この点に絞って彼の議論の方向をみておきたい⁸⁾。

内ケ崎の質疑は労働争議の解決を問題にしたものであった。「英国に於いてはご承知の通り労働争議が随分に起こるのであります。けれども割合に円満に解決すると云うことは、政府当局者また社会の指導者の中に相当の人物があるばかりではなくして、労働運動の指導者にも中々円満なる人格者が居りまして、そうして好い加減の所まで来ると妥協して、そうしてまた次の機会を待つと云うような相当な人物がありますからして、そこで英国の労働争議が各国に於けるが如く極端まで行かないのであると云うことを、私は先年留学して居った時も能く感じたのでありますが、二度目に大戦争〔第一次大戦〕後ロンドンに参りました時に労働者教育協会「ワーカーズ・エデュケーションル・アソシエーション」と云う団体がありまして、主として労働者のために成

人教育を施して居る機関があることを知りました為に、一夕それを参観に参ったことがあります。ところが其成人教育の科目の高尚なものには私は驚いたのでありまして、やはり美学哲学文明史などと云うようなものでありまして、公民教育と云うような、まあそう云う月並みのことは大抵分かり切った人々に対して、人としての教育、従来イギリスに在りますご承知の通り「アダルト・スクール」と云う是もやはり成人教育であります、是なども何を教えて居るかと云えば、やはり人の人たるの道、哲学であるとか、あるいは芸術であるとか、宗教であるとか云う、人生の趣を深く高く清く味わうことが出来ると云うような教育が、英国で行われて居るところの成人教育であります。我国の成人教育はイギリスの程度まで高く引き上げると云うことはむずかしいことと思ひますけれども、あるいはあまりこの標準が低いのではないかと私共思われる節があります（中略）そこへ将来労働者の幹部となるべきような人を集めて、（中略）人たるの道、つまり人としての修養をするような教育を施しますならば、そういう教育を受けた人々が、労働争議を遣る時には手加減もありましようし斟酌もありましようし、闘う時は闘って、妥協すべき時には妥協すべき途も知るだろうと思ふのでありまして、この労働争議あるいは階級闘争と云うものはよほど取扱い易くなるものではあるまいかと思ふのであります」。

「人間として内容を豊富にするような意味の成人教育を施すことが出来ますならば（中略）解決を幾らか円満にすることが出来る一つの方法が聞かれるのではあるまいか、つまり馬を戦場の中心地に向かつて、この文化の為め戦場を開かると云うような、そういった態度を取っていただきたい」といっている。また「欧米各国と、物質上、科学上、あるいは軍事上競争しなければならぬと云うような必要に迫られまして」、「独創的精神を鼓吹しなければならぬ時代になって参りまして、それならば独創的精神は如何にして鼓吹することが出来るかと云えば、自分の立つて居る所を深く掘ると云うことが一つの方法だろうと思ふのであります」とも述べている。この箇所は直接的には明治以降の日本の教育が概して画一的であったことについての反省と、改善についての意見を述べているところである。要するに、一方でヴェルサイユ講和条約後のワシントン体制の下で、当時の日本の主導的産業部門の綿紡績業での女子従業員の深夜労働の廃止を求められるとか、ILO から、労働組合の公認と制度化について度重なる要請を受けたとか、先進資本主義列国への横並び意識の実体化についての課題がある。他方がかねてから中国市場への接近についての機会均等を求める米国をはじめとする西欧先進国と、直接投資でフェアな競争状態を実現するという第一次大戦の反省の上に立つ課題に、どのように正面から向き合うことができるのかなど、当時の日本の指導者にとっては、現在私共が考える以上に頭の痛いことではあるまいかと思われる。

IV 哲学者との邂逅

ところで、内ヶ崎作三郎は英国留学の最後の年 1911 年の 4 月にヨーロッパ旅行をしたとき、ポローニャ大学で第 4 回万国哲学会議が開かれていて、そこでのパリ大学教授のベルグソン (1859-1941) の報告が「熱誠を以て独創的学説で大いに好評をえた」ものであったことを大変気に留めている⁹⁾。「ベルグソン教授の哲学も天才的である」「来たらんとする夏の学期にはベルグソン教授オックスフォード大学の招聘に応じて 2 回の公演あるべく」「朝永三十郎君よりベルグソンの風采を聞き、未だ見ずして其人物を慕う」といって「彼の三名著は既に英訳されてある」ことを徴^ししている¹⁰⁾。

ベルグソン教授に対して 1911 年の時点で、内ヶ崎が注目した客観的意味が何であったのかは問われてよい問題である。ひとつには 19 世紀末のヨーロッパでは重化学工業が進んでいて、リーディングセクターの資本の有機的構成が高まって、大規模企業での基幹労働力、中間管理職、専門経営者などの厚みのある層が増大し、定着することになり、いわば **common peoples** の軸が見えてきたと思われる。不断に、技術・科学・哲学を考え、語り合い、日常を分かちあう階層が広範に成立してきたということであろう。そのことは、既存のヒエラルキー内部での価値秩序規範の安定性に、動きが出てくるということになる。

ヨーロッパの 19 世紀末の思想界のなかでベルグソンの位置づけについて吉田健一 (1912-1977) が興味ある記述をしている。吉田健一は『ヨオロッパの世紀末』(1994) のなかで「カントがヘゲルを生み、そのヘゲルがマルクスを生んだのであるが、それが十九世紀のヨオロッパの哲学というもので、その後再びヒュウム [Hulme, Thomas Ernest (1883-1917)] のような響きを伝える文章に接するには十九世紀末になってベルグソンが意識の直接与件について書くまでまたなければならない」といっている¹¹⁾。吉田は、ベルグソンの『物質と記憶』(1896) の中の「精神は物質から得た認識を養分にしてそれを精神の自由を刻した動きの形で物質に返す¹²⁾」の一節を引用して、「これが近代、あるいは世紀末の文章であるのはそこには至上命令も措定、反措定の原則もなくベルグソンが自由と必然その他を自由と必然その他と考え、あるいはそれをそのものとして表す言葉を探し、そのままの形でそれを我々に返している点にある。或るものが何故そのものであるかを求めるのが哲学の仕事ではなくて、それが真実に我々の精神にとってなんであるかを究める仕事が文学の形式を定める上で哲学と呼ばれている…浪漫主義の文学の後でボオドレエル (1821-1867) に来た時間と同じものをわれわれはカント以下の後でベルグソンに感じる¹³⁾」と批評している。

ベルグソン自身が同時代人 W. ジェイムズ (1842-1910) の著作の翻訳の序文として記述した

『ウィリアム・ジェームズの実用主義 真理と事象』（原著は 1911）にみると、「ジェームズはまだ実在していないものに対する関係によって真を定義する。ウィリアム・ジェームズによれば真はそれまでであった、もしくは今あるなにものかを模写するのではなく、これから出てくるものを予告し、もしくはむしろこれから出てくるものに対する我々の行動を準備するものである¹⁴⁾」（ベルクソン著河野与一訳『思想と動くもの』, 1998）。となっている。筆者にはまるで M. ボランニー（1891-1976）の議論に近似して好ましく感じている。

内ヶ崎が 1911 年に英国でベルグソンに注目したからといって、内ヶ崎の人道主義による世界平和の実現に向けてという彼の使命観と、ベルグソンないし W. ジェームズの方法との同質性について証明をしているわけではなく、金融資本成立期、第一次大戦直前期という同時代性に依拠しているに過ぎない。ただ一方的な解釈を模索している。とはいえ、内ヶ崎の 1908～1911 年の英国滞在中での時代感覚のひとつとして、留意しておくのは無駄ではないと思う。

1911 年といえば日本では、西田幾多郎（1870-1945）によって、W. ジェームズへの言及のある『善の研究』が刊行された年である。これは後に 1980 年代にパリのジョルジュ・ポンピドー国立芸術文化センターの近代美術館の特別展に、一枚の画面一杯に労働者の手が大きく描かれた作品が出ていたのが印象的であったが、製作年が 1911 年となっていて、これが、第一次大戦前夜なのかと、ある意味でヨーロッパの主役は誰なのかを問うているのかと、緊迫感がストレートに伝わってきたのを覚えている。

V おわりに

内ヶ崎作三郎の人道主義がどのくらいのヒエラルキーをもつものであるのか、上述の資料および議論だけからは何とも言えない。しかし内ヶ崎の議論の場も、明らかに資本主義の特殊歴史的積極性というか、資本主義の歴史的成果を踏まえたうえでの議論であるのは、間違いのないところである。資本主義はその市場の果てまで、自由と対等は強制するけれども、L. ボリタンキ、E. シャペロ著『資本主義の新たな精神』の中の「資本主義の精神および批判の役割について」をふまえて、須田文明、海老塚明が「プラグマティックな社会経済学のために」（『経済学雑誌』第 113 巻第 4 号大阪市立大学経済学会）の中で述べているように、その「蓄積過程への動機付けは（中略）資本主義が提供できないものなのである。つまり自ら自身にその正当化を見いだす資本主義は、倫理的領域から切断されており、アクターを動員するためには、自らの外側に、正当化の資源を求めなければならない。資本主義は、その敵、資本主義への批判を必要とし、批判こそが、資本主義に対して倫理的基礎を提供し、正当性を与えるのである。アクターたちは批判により培養される資本主義の精神を内面化することで、蓄積過程に倫理的な制約を加えること

になる…もしくは蓄積過程を制約する限りでしかこれを正当化しない¹⁵⁾』。ということであれば、内ケ崎の人道主義は資本主義の利潤追求、蓄積（拡大という意味）の直接の内部そのものではなく、その使命感からくる公正、正義のヒエラルキーは本来別のもの、資本主義に対して批判的視点を有している外在的な体系というべきであろう。

内ケ崎の想いはこれでもって「人類同胞の相互理解」という同質性を意識することで、西欧列強へのキャッチ・アップに資するものがあると、確信したのではなかったのか。さらに、引用しなかったが、英国の帝国主義行動についての一定の批判ともとれる言辞も、わずかではあるけれども『英国より祖国へ』には見られるが、そこに彼が描く「人道による世界平和」の理想を基準とした日本型の不均等発展の可能性についても、手がかりに似た感触を得ていたのではないか。

しかし後に内ケ崎が帝国議会議員や文部政務次官として日本の現状に向き合ったとき、自らの理想の真正性についての思いと同時に、軍部を始めとする別のヒエラルキーに対しての、制約的影響力を備えるための教育、わけても高等教育の拡充を、喫緊の課題として胸に抱きつづけていたのではなかったのか。

ただ、「文明史」の科目を担当していた内ケ崎の早稲田大学での退任と、内ケ崎を指導教授に仰いでいた高田勇道の東亜学院開設がともに1943年であったことの平仄について、何らかの有益な歴史的証言を提供するためにはまだ決定的に資料が足りないことは確かである。

【付記】

本稿作成にあたり次の方々に資料検索、資料貸与、聞き取り等でお世話になりました。記して感謝の気持ちを表させていただきます。（順不同、敬称略）

宮城県黒川郡富谷町役場、富谷町公民館、波多江幸枝、小野寺宏、内ケ崎哲夫、中村祐一、法政大学市ヶ谷図書館、東京神学大学図書館、東北学院大学図書館、早稲田大学大学史資料センター。

【注】

- 1) 内ケ崎作三郎（1877-1947）宮城県黒川郡富谷村（現富谷町）生まれ。仙台の第二高等学校を経て、1901年東京帝国大学文科大学英文科卒業。在学中小泉八雲の指導を受ける。1902年早稲田大学講師。1908～1911年英国オックスフォード大学留学。1911年教授。1924～1945年衆議院議員（ただし1930～1931年の間は落選）。1937～1939年文部政務次官。1939年高田勇道（専門部政経研究科在籍）の指導教授となる。1939～1940年立憲民政党幹事長。1941～1945年衆議院副議長。1943年停年制実施により早稲田大学退職。1945年日本進歩党所属。1946年占領軍の公職追放指令により衆議院議員選挙立候補資格を失う。1947年胃がんにより逝去。
- 2) 内ケ崎作三郎著『英国より祖国へ』（1911）北文館。
- 3) 内ケ崎作三郎著『白中黄記』（1914）實業之日本社。
- 4) 同上書 p.p.1-12、以下Ⅰ節の引用はすべてこの「自序」の中からによる。
- 5) 小野寺宏編著『内ケ崎作三郎の足跡をたどる』（2007）p.572。以下Ⅱ節の引用はすべて小野寺宏編著同上書 p.p.564-587による。引用にあたっては、旧かなづかいを現代かなづかいに、カタカナをひら

がなに、漢字については旧字体を新字体に、改めたところがある。

- 6) J.S. Mill, *Inaugural Address: Delivered To The University of St. Andrews, Feb. 1st 1867*, J.S. ミル著, 竹内一誠訳『大学教育について』(2011) 岩波書店, とくにつぎの部分には注目しておきたい. “The proper function of an University in national education is tolerably well understood. At least there is a tolerably general agreement about what an University is not. It is not a place of professional education. Universities are not intended to teach the knowledge required to fit men for some special mode of gaining their livelihood. Their object is not to make skillful lawyers, or physicians, or engineers, but capable and cultivated human beings” *ibid.*p.4.
邦訳: 上記__部分のみ; 「大学は職業教育の場ではありません. その目的は……有能で教養ある人間を育成することにあります」. 前掲訳書 p.12.
- 7) 小野寺編著前掲書 p.p.551-559.
8) 小野寺編著前掲書 p.p.661-676.
9) 内ヶ崎作三郎著『英国より祖国へ』 p.p.332-333.
10) 内ヶ崎同上書 p.p.332-333.
11) 吉田健一著『ヨオロッパの世紀末』(1994) 岩波書店, p.54.
12) 吉田健一著同上書 p.p.186-187.
13) 吉田健一著同上書 p.187.
14) ベルクソン著, 河野与一訳『思想と動くもの』(1998) 岩波書店, p.338.
15) 須田文明・海老塚明著「プラグマティックな社会経済のために」『経済学雑誌』第113巻第4号(2013年3月) p.35.

【参考文献】

- 内ヶ崎作三郎著『英国より祖国へ』(1911) 北文館.
内ヶ崎作三郎著『白中黄記』(1914) 實業之日本社.
小野寺宏編著『内ヶ崎作三郎の足跡をたどる』(2007).
J.S. Mill “*Inaugural Address: Delivered To The University of St. Andrews Feb. 1st 1867*”.
J.S. ミル著, 竹内一誠訳『大学教育について』(2011) 岩波書店.
吉田健一著『ヨオロッパの世紀末』(1994) 岩波書店.
ベルクソン著, 河野与一訳『思想と動くもの』(1998) 岩波書店.
Henri Bergson, “*Time and Free Will, 2001*” (1910) Dover Publications.
ベルクソン著, 中村文郎訳『時間と自由』(2001) 岩波書店.
W. ジェームス著, 伊藤邦武編訳『純粹経験の哲学』(2004) 岩波書店.
西田幾多郎著『善の研究』(1950) 岩波書店.
マイケル・ポランニー著, 佐藤敬三訳『暗黙知の次元』(1980) 紀伊国屋書店.
マイケル・ポランニー著『暗黙知の次元』(2003) 筑摩書房.
稲垣保弘著『経営の解釈学』(2013) 白桃書房.
稲垣保弘著『組織の解釈学』(2002) 白桃書房.
石橋湛山著『湛山回想』(1985) 岩波書店.
松尾尊兌編『石橋湛山評論集』(1984) 岩波書店.
岡 義武編『吉野作造評論集』(1975) 岩波書店.
新渡戸稲造著『新渡戸稲造全集第六巻』(1969) 教文館.
吉見俊哉著『博覧会の政治学—まなざしの近代』(1992) 中央公論新社.
吉見俊哉著『大学とは何か』(2011) 岩波書店.
大隅要之助他著『高田勇道先生の面影』(1956) 富士短期大学日本再建研究会.
学園二十年史編纂委員会編著『学園二十年史』(1966) 富士短期大学.
学園三十五年史編纂委員会編『学園三十五年史』(1978) 富士短期大学.
五十年史編纂委員会編『学園五十年史』(1993) 富士短期大学.

- 富谷町誌編纂委員会編『富谷町誌』（1965）富谷町.
早稲田大学大学史編集所編『早稲田大学百年史第一巻』（1978）早稲田大学.
早稲田大学大学史編集所編『早稲田大学百年史第二巻』（1981）早稲田大学.
早稲田大学大学史編集所編『早稲田大学百年史第三巻』（1987）早稲田大学.
早稲田大学大学史編集所編『早稲田大学百年史第四巻』（1992）早稲田大学.
早稲田大学大学史編集所編『早稲田大学百年史第五巻』（1997）早稲田大学.
『帝國議會衆議院議事速記録 52 第56回議會 上 昭和三年』（1983）東京大学出版会.
『帝國議會衆議院議事速記録 53 第56回議會 下 昭和三年』（1983）東京大学出版会.
『樞密院會議議事録 第四十五巻 昭和三年』（1992）東京大学出版会.
『帝國議會衆議院議事速記録 46 第50回議會 下 大正一三年』（1982）東京大学出版会.
『帝國議會衆議院委員會議録 Reel 1』臨川書店.

金融危機後の国際マネーフロー

——欧米の銀行活動を中心に——

飯島 寛之・松田 岳

キーワード：国際マネーフロー，世界金融危機，欧州危機，ドル体制，「ドル不足」

要旨

世界金融危機を境に急減した国際資本取引は、4年の歳月をかけてピーク時の半分程度にまで回復しているものの、その実態はかつてと大きく異なっている。世界金融危機から今日までの国際資本移動のうち、国際銀行取引に限定してその特徴を検討した本稿では、欧州系銀行の与信活動の停滞を浮き彫りにすると同時に、米銀の与信活動も2000年代に欧州銀行の活発な対米投資を支えたオフショア市場経由が減少し、アジア向け与信の比重が高まっていることを確認した。

はじめに

周知のように、1971年の金ドル交換停止以降国際的な資金移動は飛躍的に拡大を続けてきた。1990年代以降に限定しても、一時的な減少局面はあったものの、国際的な資金移動は右肩上がり増加し、とりわけ2000年代に入ってからの増加テンポは過去の数十年よりも一段と加速した。

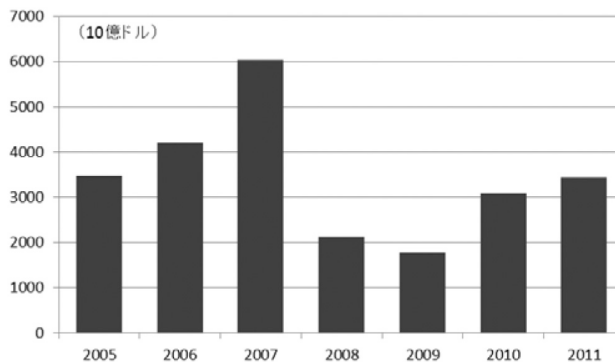
こうした国際資本取引の拡大を促してきたのは、世界的に安定・拡大が続いた景気動向を背景とした良好な投資環境、証券化などの新たな金融技術の発達・普及、そして新興国の台頭と国際金融取引への参加などであったことは多くの研究が示しているところである。同様にまた、こうした国際資本移動の拡大を資金運用の面から支えたのは、機関投資家であった。国際通貨基金(IMF)によれば、2000年代の国際的な資本移動においてみられた投資家行動の特徴は、①自国の資産を中心に資産運用を行うホーム・バイアスが低下して国際的な分散投資が進んだこと、②旧来、国際資本移動を担っていた年金基金や保険会社による資産保有の割合が低下するのに代わって投資ファンドによる資産運用が拡大したことにある¹ (IMF [2011])。

上記のような国際資本移動が2008年のリーマンショックに端を発する世界金融危機を契機として一挙に縮小したことは広く知られるところであるが、今日その取引が再び拡大に転じている(図表1)。この再拡大は、その主たる担い手が機関投資家である点において2007年までと共

通しているものの、しかしその内容には大きな相違を見ることができる。例えば、米国の国際収支動向を参考に2012年と2007年を比較してみると、12年の米国人による総海外株式投資は07年の4割程にとどまり、同じく社債投資は2,187億ドルの投資超過（07年）から85億ドルの引き揚げ超過に転じたままである。他方、非居住者によるそれも、対米株式投資で4割弱、社債投資が3,837億ドルの投資超過（07年）から12年には516億ドルの引き揚げ超過に転じ、それに代わるように米国財務省証券への投資が3倍に膨れ上がっている。

同様に、銀行部門を通じた米国の対外投資は6,497億ドルの投資超過であった07年から12年には3,719億ドルの引き揚げ超過へ、他方、07年には非居住者によってなされていた5,453億ドルの投資から12年には4,037億ドルの引き揚げ超過が続いている（いずれも米国商務省統計による）。もちろん、米国一国の資本流出入だけで国際資本移動の趨勢を論じるわけにはいかないにせよ、ここに典型的に表れているように総額としての2007年の5割強にまで回復した国際資本移動の実態は、リスク許容度を反映した投資対象・相手国の点において2007年とは全く違った姿での回復なのである。

図表1 民間部門における国際資本移動



注) IMF加盟各国の負債からみた直接投資, 証券投資, その他投資の合計
出所) IMF, International Financial Statistics

筆者らはこうした国際マネーフローの構図と変化とを総合的に理解しようと試みているが、本稿ではこのうち国際銀行の活動、とりわけ欧米のそれに限定して検討を行う。ここでは、まず世界金融危機前とその直後の国際資本移動の特徴を米国の国際収支から読み解き（Ⅰ）、次いで危機から2012年までのそれを検討する（Ⅱ）。この過程においては、投資家のリスク許容度の低下を反映した国債投資の増加、欧米銀行の国際与信の消極化という現象が明らかになっていくが、前述の通り本稿では後者に焦点をあて、現代の国際通貨体制の下における米国銀行の役割を踏まえた国際銀行活動の検討をⅢで行っていく。

なお、国際的な資金移動を検討する手がかりとしてまず米国をめぐる資本移動の姿を検討する

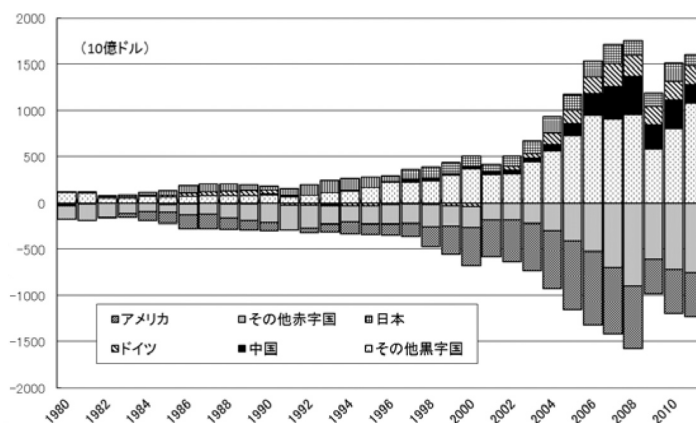
ことから始めるのは、米国が拡大を続ける国際的な資金循環の中心に位置し、米国をめぐる国際資本移動の姿が2000年以降の国際資本移動の縮図と考えられるからである。

I 米国をめぐる国際資本移動

1. グローバル・インバランス

2000年代における国際経済関係の一つの重要な焦点は、世界的な規模で広がる経常収支の不均衡、いわゆるグローバル・インバランス（以下、GI）をどう見るか、またそのうちでも一国で経常収支赤字の大部分を抱える米国の経常収支赤字の維持可能性をどう見るかという点にあったといえよう。

図表2 経常収支の国際的不均衡



出所) IMF, World Economic Outlook Databases

図表2にみられるように、1990年代までに常態化していた先進国での経常収支黒字、新興国での経常収支赤字という関係は、1990年末を境に大きく変化している。先進国の経常収支は、前述のように米国の未曾有の経常収支赤字に引きずられて赤字幅が拡大する一方、その鏡像である新興国——主役はアジア諸国（とりわけ中国）と中近東産油国——の経常収支黒字が拡大の一端をたどったのである。2000年代に入って顕著となるGIは、20世紀的常識に合わない新しい現象を生んだ。

そのひとつは、従来の国際的な資金の流れ、すなわち投融資や援助を通じた先進国から発展途上国への資金移動というトレンドとは異なり、発展途上国や新興国から先進国へと資本の流れが「逆流」した点である。

そのメカニズムを説明する際、主流ともいえる考え方はバーナンキによって次のように説明さ

れる。すなわち、1990年代半ば以降、新興国が経験した一連の通貨・金融危機の教訓から新興国民間部門は貯蓄に精励する一方、政府は国際資本移動の管理、外貨準備を増加させるという政策選択を実行し、その結果として累積した外貨準備の運用手段として安全資産である米国への投資——とくに米国債——が拡大した、と。こうストーリー立てることでバーナンキは、新興国での国内貯蓄の増加が自らを資本輸出国へ変化させたのであり、世界的過剰貯蓄を基底的要因とした新興国の過剰貯蓄が未曾有の経常収支赤字を続ける米国へ向けられたという「世界的な過剰貯蓄」論を展開した (Bernanke [2005])。主として新興諸国通貨当局の行動の変化に着目したバーナンキの議論には、後にレバレッジの形成メカニズムや金融イノベーションの役割を強調する (例えば Obstfeld and Rogoff [2009]) など、米国金融市場が (民間) 資金を引き付けたのだとする議論などが付け加えられていくが、いずれの場合でもその底流にあるのは米国の金融・資本市場は常に効率的であり、新興国の未発達な金融市場と為替規制が途上国から先進国への資金の流れを生んだとの見方である。

ただし、GIあるいは国際資本フロー「逆転」の主因を経常収支黒字国である新興諸国に求めれば、米国の資本流入拡大とその反対表現である経常収支赤字の拡大は受動的なものになり、世界の経常収支赤字の主たる要因である米国の経常収支赤字拡大をめぐる議論を背景に追いやってしまう。新興国の経常収支黒字拡大と外貨準備の累増、あるいはまた民間投資家が対米投資を実施しようとするときに国際金融市場でドルを容易に調達可能であるひとつの重要な理由は、米国の未曾有の経常収支赤字にあることは明らかであるから、米国の対外赤字拡大を受動的なものとするのは、GIあるいは国際資本フロー「逆転」をめぐる議論の本筋を見落とす一面的な見方といわざるをえない。したがって、それがなぜゆえ生じたかという点については、依然として論争の余地が残されているといわざるをえないが、ここでは先進国から発展途上国という旧来みられた国際的な資金フローは、発展途上国・新興国から先進国——とりわけ米国——へと「逆転」したという事実だけを指摘しておこう。

さてGIが生んだいまひとつの現象は、米国の経常収支赤字とドル相場との関係の変化である。

2000年代に入って未曾有の水準に突入した米国の経常収支赤字には、その持続可能性に対して懸念が高まり、その是正のために概ね20～30%程度の実質実効為替レート (REER) の調整の必要性が論じられてきた。だが、2001～2007年までにドルのREERが20ポイントほど下落したにも関わらず、経常収支赤字は減少どころか増加の一途を辿った。と同時に、是正が不可能な場合に生じるはずと警鐘が乱打されたドル暴落が一向に起きない現実を前に、2003年頃から米国の経常収支赤字拡大とGIに対する楽観論が多数発表されはじめたのである。

例えば Dooley *et al.* [2004] は、「ブレトンウッズ体制再来」論を展開し、現在の国際金融システムは、アジアの新興国 (周縁国) と米国 (中心国) との事実上の固定相場制度に支えられてい

る点で、ブレトンウッズ体制の再来であると特徴づけた。しかも、①アジア新興国の経済発展戦略は余剰労働力の吸収が完了するまで続く長期的なものであり、②外貨準備が米国債の購入に充てられていることで米国の長期金利やドル相場の安定に寄与するとともに、それら諸国に進出する米系多国籍企業に安心を与える一種の「担保」として機能している、という点を根拠に GI の安定性・普遍性を主張した。

また Caballero *et al.* [2007] は、不均衡を米国と他国間の金融市場の発展度合いの差に求め、世界の金融市場の半分を占める米国金融市場の比類ない金融資産創出能力が GI を支える要因だとした。すなわち、GI は経済的・金融的グローバリゼーションの深まりの現われであって、その拡大は問題ないとの見方を示したのである。

公的部門か民間部門かという違いはあるにせよ、これらに共通するのは、巨大な対米投資が維持される環境が定着あるいは構造化したとでもいうような楽観的認識である。では、この根拠となった 2000 年代半の対米投資はどのような姿であったのだろうか。

2. 米国をめぐる資金循環

図表 3 は、2006 年以降の米国の資本流出入の主要部分を示したものである。例えば米史上最大の資本流入を記録した 2006 年の場合、その 7 割が各国通貨当局による対米投資 (Line11)、対米社債投資 (Line19)、そして在米銀行による対外借入 (Line22) の 3 要素によって占められた。順にみていこう。

図表 3 米国をめぐる資本移動

Line	2006	2007	2008				2009	2010	2011
			I	II	III	IV			
1(40) 対外投資	-12857	-14536	-2657	1721	1012	3146	-1195	-9395	-4837
2(41) 公的準備資産	24	-1	-3	-13	-2	-31	-523	-18	-159
3(46) 公的準備資産以外の政府資産	53	-223	33	-416	-2260	-2853	5413	75	-1037
4(50) 民間対外投資	-12934	-14312	-2587	2150	3274	5830	-6086	-9452	-3641
5(51) 直接投資	-2449	-4140	-1096	-1010	-790	-395	-2895	-3279	-4193
6 株式	-1373	-1478	-180	-125	-236	454	-637	-791	-890
7 債券	-2278	-2187	60	77	918	533	-1633	-599	-578
8(53) 非銀行部門の非子会社による対外投資	-1813	-9	1200	755	1213	1394	1537	330	-116
9(54) 銀行部門の対外投資	-5021	-6497	-2572	2453	1697	3843	-2458	-5113	2136
10(55) 対米投資	20652	20646	4574	-170	759	-849	3144	13083	10010
11(56) 公的部門資産	4879	4810	2162	1814	1422	148	4803	3982	2118
12(57) 政府証券	4284	2699	1852	1694	1293	1075	4373	3533	1587
13(58) 財務省証券	2086	984	1060	762	1520	2144	5699	4420	1712
14(59) 財務省証券以外の証券	2198	1715	792	931	-227	-1069	-1326	-887	-124
15(63) 民間対米投資	15772	15836	2412	-1984	-664	-966	-1659	9101	7892
16(64) 直接投資	2432	2212	897	695	665	844	1504	2058	2340
17(65) 財務省証券	-582	668	144	188	662	636	-155	2978	2409
18 株式	1397	2305	358	223	26	-28	1634	1378	124
19 社債	5178	3837	-102	507	-629	-286	-1173	-247	-688
20 政府機関債	258	-88	-407	-528	-628	-163	-443	262	0
21(68) 非銀行部門の非子会社による対米投資	2448	1832	724	-611	858	-1287	90	630	66
22(69) 銀行部門の対米投資	4620	5176	864	-2461	-1677	-1010	-3243	1759	3092
23(77) 経常収支赤字	-8006	-7103	-1533	-1776	-1938	-1524	-3819	-4420	-4659

出所) U.S. Dep. of Commerce, Brue of Economic Analysis 統計

まず通貨当局による対米投資は、対米貿易黒字を拡大させた中国をはじめとするアジア地域の通貨当局によるものが 3 分の 2 を占め、そのほとんどは財務省証券投資であった。この事実関

係およびそれが米国の長期金利持続に寄与したという点は、先にみたバーナンキ等の指摘通りである。

また社債投資をリードしたのは、社債投資額の64%を占めた欧州の金融機関および非銀行部門による証券化商品投資であった。ただし、ここで注目しておかなくてはならないのは、欧州系銀行は自ら対米社債投資をただけでなく、非銀行部門が証券化商品を購入する際に、ドル資金を融通することでこの投資に深くかかわっていたということである。McGuire and von Peter [2009] は、2007年半ばまでに欧州系銀行が上記の非銀行部門に対して保有していたドル債権を1.1～1.3兆ドルとし、これをインターバンク市場(4,320億ドル)と中央銀行借入(3,860億ドル)、為替スワップ(3,150億ドル)を使って調達したと推計する。またこれとは別に、欧州系銀行のMMF(Money Market Fund)からのドル資金調達が1兆ドルほどであった。欧州系銀行へのこれらドル資金の主たる供給は、2004年から上昇を始めた原油価格によって巨額の資金を手にした産油国からなされた。オイルマネーの一部は直接米国へ流れもしたが、一部はカリブ海地域を中心とするオフショア市場、そしてイギリスを主とするヨーロッパに流入し、欧州系銀行および非銀行部門を介して米国債券市場へと流れていったのである。

最後となる在米銀行(とくに投資銀行などの security brokers)によるドルの対外借入のうち、86%はバハマやケイマンのカリブ海金融センターからであった。このオフショア市場へは、先にみた産油国をはじめとする世界各国から資金が集まっているが、注意すべきは、米国の金融機関はこれらオフショア市場から単に資金を調達するだけではなく、同時にまた巨大の貸付を行っていることである。すなわち、米国の対外投資がオフショア市場を介して対米投資されているのである。それは、「非銀行部門に対する米銀の国際的債務の大部分が、カリブ海諸島のオフショアセンターに居を置く米銀事務所に帳簿記入されたもの」であり、実質的には「米銀の国内活動の延長」(McGuire and von Peter [2009] p.57)と捉えることが可能である。オフショアセンターをもつば規制回避と税金逃れ的手段として用い、そこから、レボ取引あるいはCPの発行によってドル資金を調達することで、投資銀行は自らが組成・販売するサブプライム関連の証券化商品に大規模な投資を行ったのである。

以上の点を大づかみに2つの点から整理しておこう。

第一の特徴は、欧州(特にイギリス)、アジア、中南米(特にカリブ海金融センター)という三つの地域から行われた対米投資、とりわけ米国の債券に対する投資が急拡大したことであった。それが米国の住宅価格上昇のひとつの重要な役割を担ったことは周知の通りである。しかし、ことは対米投資の巨大さだけにとどまらない。その反面、米国から世界への投資も拡大した。すなわち第二の特徴は、米国をめぐる資金移動が、債権債務の両建てで増加したことにある。「誰を相手に」ということを別にすれば、こうした構図のもとに国際資本移動が拡大していたのである。

3. 世界金融危機とマネーフローの縮小

だが、こうした米国の国際収支構造、そして国際資金循環の姿は世界金融危機によって一変する。前掲図表3の網掛けに着目して、2008年の対米投資の変化を見ていこう。

まず、民間部門による社債投資のマイナス転化は、米国への証券化商品が流出超過に転じたことを意味する (Line19)。2007年夏のパリバ・ショックを契機に、すでにヨーロッパからの社債投資が流出超過を記録していたが、世界金融危機以降はすべての地域から流出超過に転じたのである²。

証券化商品価格の大幅な下落が生じると、まずファンドを中心とする金融機関が借入資金の返済困難に直面したが、それは直ちに、傘下のファンドに対する流動性補完や特別投資会社 (SIV) の運用資産の買い取りに迫られた欧米金融機関の資金繰り悪化を招来した。とくにそれはドル資金を短期で調達する一方、非銀行部門向けに長期で貸し付けていた欧州系銀行のドル資金獲得困難という形で表面化した。それゆえ欧州系銀行はインターバンク市場でのドル資金調達に躍起になる一方、米国支店による本国への対外貸出を急増させたのである (Line22)。

他方、世界的な「ドル不足」が深刻化する下で、ドルを供給可能な米国の対外投資は引き揚げられ、銀行部門もまたかつてない規模での対外貸出の回収を進めた (Line9)。ただし、すべての銀行が貸出回収に走ったわけではなかった。例えば2007年8月～09年8月の間、主として欧州系銀行への2,350億ドルの対外貸出が行われたように、対外的貸付は継続していた。にもかかわらず回収超過となったのは、FRBからの資金供給を受けられなかった投資銀行など Security Broker が、流出額を上回る対外借入を行っていたからであった。

このような状況のなかで、ほぼ唯一国際的なドルの供給を行ったのはアメリカ連邦準備制度理事会 (FRB) であった。FRBは、自国金融機関へのドル供給を目的とする主要国中央銀行との間でスワップ協定を取り結び、危機直後から大規模にドルを提供した。その見返りとして手にした各国通貨の規模がスワップ取引の巨額さを示している (Line3)。その残高規模は、2008年末には5,537億ドル——過半が欧州中央銀行 (ECB) に対するもの——に達し、中央銀行からドルを調達できるようになってはじめて、各国金融機関は在米支店からの借入を縮小し、返済することが可能となった。危機を放置すれば招くであろう「崩壊」を救うには、FRBが「国際的な最後の貸し手」としてほとんど無制限に近いドル供給体制の構築が必要だったのである。

以上のように、2008年の米国の国際収支には、対米投資の急激な減少と流出転化、米国の対外投資の引き揚げ、米国公的部門による外貨保有の急増という大転換が刻印された。それは経常収支赤字の縮小と合わせて、拡大一辺倒を続けてきた米国からの資金供給が1971年以降はじめて本格的収縮に転じるという歴史的な事態と、ドルの絶え間ないドルの供給で増大の一途を辿っ

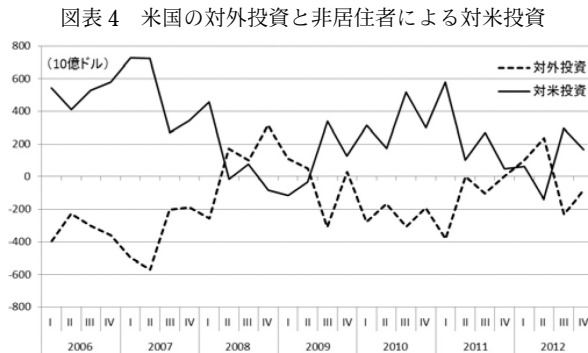
てきた国際資金移動の縮小を引き起こしたのである。

冒頭みたように、こうした国際資金循環上の歴史的な事態は落ち着きを取り戻し、再び国際資金移動は拡大に転じている。では、世界金融危機直後から今日までの米国をめぐる資金循環の姿はいかなるものであろうか。次にこの点について検討していこう。

II 欧州危機下の国際資本移動

1. 国際資本移動の再収縮

図表4は米国をめぐる資本の流出入の姿を図表3よりも簡略化して示したものである。



注) プラス表示、マイナス表示の意味は図表3の注3参照
出所) U.S. Dep. of Commerce, Bureau of Economic Analysis 統計

すでに確認したように、2008～09年にかけて米国の対外投資が流入超過（米国居住者の海外投資資金の回収）へ、また対米投資は流出超過（非居住者の対米投資資金引き揚げ）に転じ、米国の対外的なバランスシートは資産・負債の両面において縮小したが、それと同様の事態が2012年の前半期にも生じていることをうかがうことができる。こうした事態を引き起こした主たる要因は、2つの点に求めることができる。

ひとつは、証券投資によるそれである。図表5に米国をめぐるネットの長期証券投資の内訳を示しているが、ここにみられるように、米国からの対外証券投資は2011年第4四半期から2012年第3四半期まで引き揚げが続いており、総対外投資を牽引したことを確認できる。さらに詳細にみると、株式にも一時的な引き揚げ超過期がみられるが、対外証券投資全体の動きを規定しているのは、債券投資であることは明らかであろう。同図表のなかに示されていないが、こうした債券投資の回収は、長らく米国からの巨大な投資超過がみられた対欧州向けのそれであった。2011年第3四半期には35億ドルの投資超過であった米国の対欧州債券投資は、続く第4四半期に入って291億ドル、さらに2012年第1四半期にも327億ドルの回収超過をみたのである。こ

ここでは、ソブリン・リスクが深刻化する欧州地域に対する債券投資から米国の投資家が手を引いて行った姿を見て取ることができる。

図表5 長期証券投資内訳

(10億ドル)

Line		2011				2012			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1(A1)	対外証券投資	-85.5	-57.2	-40.1	36.0	3.6	6.5	2.1	-64.8
2(A4)	株式	-47.7	-27.2	-22.8	8.6	-14.8	-21.0	2.1	-27.4
3(A18)	社債	-37.7	-30.0	-17.3	27.4	18.4	27.5	0.0	-37.4
4(B1)	対米証券投資	4.3	-5.1	-20.4	-35.3	3.7	-43.1	47.6	68.5
5(B4)	株式	32.1	25.7	-28.3	-17.1	18.9	-8.5	37.3	42.5
6(B16)	社債	-9.9	-18.0	-9.7	-31.3	-14.8	-38.2	-6.1	7.5
7(B30)	政府関連機関債	-17.9	-12.8	17.6	13.1	-0.4	3.6	16.4	18.5
8(C1)	アメリカ財務省証券	55.8	0.6	101.4	41.7	56.5	19.7	22.7	32.5

注1) Lineの()内は米商務省国際収支統計のTable 8a. Transactions in Long-Term Securitiesのライン番号

注2) プラス表示, マイナス表示の意味は図表3の注3参照
出所) U.S. Dep. of Commerce, Bureau of Economic Analysis 統計

他方、非居住者による対米証券投資もまた2012年第1四半期に流出超過に転じたが、それは株式部門でのそれに牽引されたものであった。そして、この株式投資の減少を補うように拡大したのが、アメリカ財務省証券投資であった。こうした結果は、欧州ほどではないにせよ景気低迷が続く米国のリスクの高い株式から、いわゆる財政の崖など財政問題が深刻化しつつあるとはいえ、米国のそれは欧州で生じる危機ほどではないとの判断による非居住者の米財務省証券への資産転換＝安全資産への逃避としてみるのが可能ではなかろうか。

すなわち、2011年後半から2012年にかけて米国をめぐる国際資金循環は、投資家のリスク許容度が低下することによるリスク回避行動の結果としてみるべきであろう。このことは世上、「リスクオフ」として理解される場所であるが、当該期においては、米国をめぐる資金循環のみならず世界的な傾向としてこの「リスクオフ」行動がなされていたものと理解することができる³。

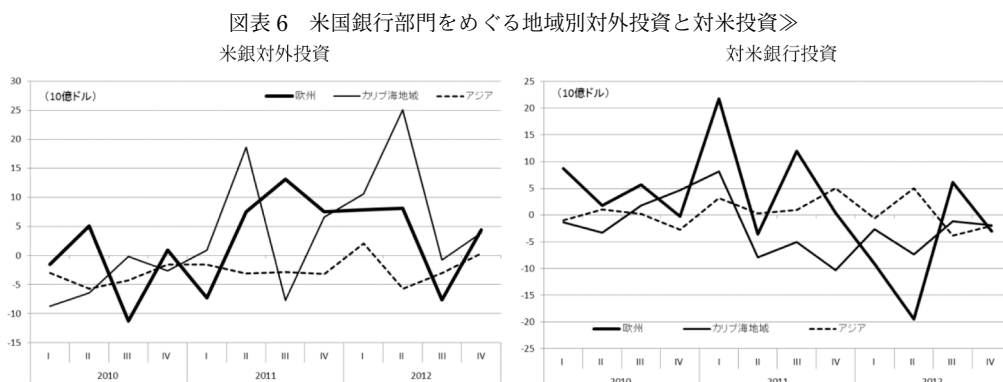
さて、こうしたリスク回避に伴う証券投資の消極化という要因とともに米国の対外資産・負債圧縮を引き起こしたいまひとつの要因は、銀行部門における資本流出、すなわち銀行の国際活動に求めることができる。

例えばまず、米国の銀行部門における対外投資はすでに2011年第二四半期から流入超過に転じていたが、2012年の第一四半期には2,184億ドル、第二四半期には2,670億ドルの流入超過を記録した。他方、銀行部門を通じた対米投資は、2012年第1四半期に90億ドルの流出超過に転じ、さらにこの規模は第二四半期には2,190億ドルに達した。対外資産・負債両面におけるその他項目にもわずかな変化が見られたとはいえ、銀行部門における変化がこの期間に特徴的にみ

られたのである。

2. 米国銀行部門をめぐる地域別資金移動

では、銀行部門を通じた対米投資および対外投資の収縮は、いずれの地域との間に生じたのであろうか。これを示したのが図表6である⁴。みられるように、当該期における米国の銀行部門を通じた対外投資の回収先は欧州地域およびカリブ海地域（金融センター）からであった。欧州地域と米国との資金移動の縮小は前述の通りであるが、ここではカリブ海地域と米国との関係を再確認することで、対外投資回収の意味を確認しておこう。



注) プラス表示、マイナス表示の意味は図表3の注3参照
出所) U.S. Dep. of Commerce, Brue of Economic Analysis 統計

前節でふれたように、カリブ海地域と米国との関係は、他地域と米国とのそれとは性質を違えている。山本 [2002] の表現を借りて確認しておけば、「(カリブ海などのオフショア市場に拠点をおくヘッジファンドなどの：筆者注) 高レバレッジ機関は自己資本で、または信用取引で米国証券（財務省証券）を購入する。次に、彼らはそれを担保に米国のレポ・マーケットで資金を借り入れて、さらに高利回りの米国証券（政府機関関連債→民間社債→株式→ジャンク・ボンド）を次々に購入する。この取引を繰り返してレバレッジを高めるのであるが、その間に様々なOTCデリバティブ取引を介在させる。また、米国の大商業銀行や大投資銀行は自己勘定トレーディングを世界的経営戦略に従ってカリブ海OFCs（オフショアセンター：筆者注）に所在する自行の支店や銀行子会社を積極的に利用する形で行っていることから、自分たちの支店や子会社向けに巨額の融資を行っている。高レバレッジ機関の対米証券投資が増加すれば、米国の対カリブ海OFCs短期債権も増加する構造になっていたのである。他方、彼らは証券の短期売買を頻繁に繰り返すので、売却すれば借入の返済を行うことになり、米国に短資が還流する」（117ページ）のである。

したがって、米国からカリブ海への銀行部門を通じた対外投資の回収は、その反映としてのカ

リブ海金融センターからの対米証券投資（株式、民間社債、政府関連機関債、米財務省証券の合計）の減少と同時に表れることになる。実際、カリブ海金融センターによる対米証券投資は、2012年第1四半期（62億ドル）まで投資超過が続いたにも関わらず、第2四半期には一転119億ドルの流出超過に、さらに翌第3四半期も32億ドルの流出超過を記録した。とくに2012年第2四半期をみると、株式投資は前期の49億ドルの流入から第2四半期には126億ドルの流出へ、証券投資全体の動きを規定したのである（数字は米国商務省統計による）。

しかしさらに重要な関係は、このカリブ海金融センターと米国との国際資本取引は両国・地域間で完結するものではなく、カリブ海金融センターに設立されたヘッジファンドを代表とする高レバレッジ機関の金融活動を仲介するかたちでその他世界との国際資本取引と密接に結びついている点にある。すなわち、カリブ海金融センターは、米国とその他世界との結節点であり、同地域を経由した世界への対外投資の中継点となっているのであって、カリブ海金融センターと欧州との資金取引もまた巨額に行われているのである。

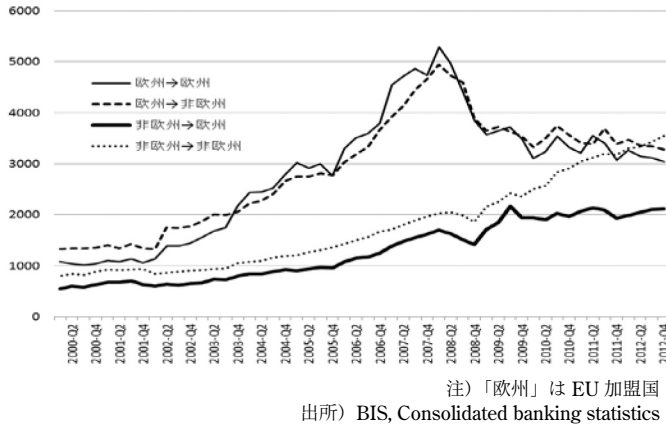
そこで当該期間を確認すれば、欧州地域のカリブ海諸国に対する債務の返済は、2012年第1四半期の40億ドルから第2四半期には176億ドルへ急増し、翌第3四半期にも142億ドルを記録した（ECB, *Monthly Bulletin* による）。欧州地域とカリブ海地域における資金取引の縮小を直接に米国銀行部門のカリブ海地域からの資金回収の理由として説明することはできないが、米国にとってのカリブ海金融センターの意味合いを考えれば、カリブ海地域の対欧州投資の回収は米国銀行部門の対カリブ海金融センターからの回収と密接に関連していると考えられる。

他方、銀行部門を通じた対米投資は2012年第2四半期に大きく低下した。図表6でも確認できるように、すでに2011年の早い段階からカリブ海地域からの対米銀行投資は減少が続いていた⁵が、この2012年第2四半期に至って欧州系の銀行が米国から200億ドルもの資金回収を行ったのである。

こうした事態を招いた直接の原因は、欧州金融危機下での欧州系銀行の行動に求めることができよう。南欧諸国に多くの与信を行っていた欧州各国の銀行が、同諸国国債価格下落によって損失を膨らませる一方、その余波を受けて金利が上昇するなど資金調達環境が日に日に悪化するなか⁶、国内向け与信だけではなく、国外向け与信を圧縮したのである（図表7）。こうした欧州系銀行の行動は、対米向けのみにもみられた特殊な事情ではなかったが、とりわけ欧州各国銀行の対米与信残高は、ピークとなる2008年第1四半期の1兆9,535億ドルから2012年第4四半期には1兆889億ドルへ44%も急減し、米国の国際収支上に顕在化することになった。こうしてひとまず欧州危機の再燃懸念を背景とする欧州系銀行の行動が、当該期の証券投資にみる「リスクオフ」の直接の主役としても、そして銀行融資を通じた間接的な主役としても位置づけることができるのである。

ただ、それは欧州系銀行の行動だけを取り上げ、説明することだけでは不十分である。それがここで「ひとまず」と留保をつけたことの意味であるが、この含意を明らかにするために、節を改めて2007年までの欧州系銀行による国際的な債権債務関係の拡大について振り返っておこう。

図表7 銀行の国際与信残高

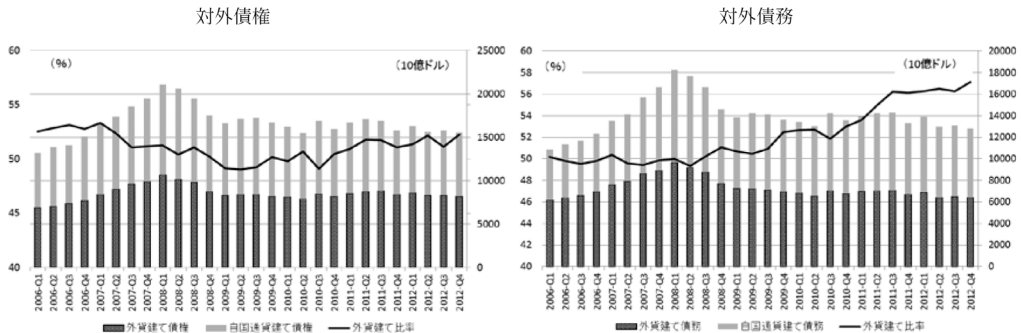


III 欧州銀行の外貨建て取引

1. 欧州銀行の国際活動

2000年代初頭における欧州系銀行の国際債権・債務はかつてないほど拡大した。その拡大は、ユーロ圏の拡大⁷とそれともなまって高まるユーロへの信託を背景とするユーロ建て資産の拡大と対米投資に典型的に表れた外貨建て——といってもそのほとんど大部分がドル建てであるから、以下ではこれをドル建てと表記する——取引の拡大に大きな特徴があった。図表8からこのことを確認しよう。

図表8 欧州系銀行の通貨別国際的債権債務



欧州系銀行のグロスの国際債権額は、2008年初頭までに20兆ドルを超えた。ユーロ建て債権が大きく拡大をみせていくがゆえに、ドル建て債権の全体に占める割合は横ばいか、わずかに幾分減少傾向にあるが、それでもドル建て債権も増加の一途を辿り、全体に占める割合は半数前後を維持した。一方、同時期にグロスの国際債務も18兆ドルを超えるまでに拡大を続けた。国際債務に占めるドル建て債務の割合も、国際債権同様に減少傾向がみられたものの、こちらもまた拡大する債務のほぼ5割をドル建て債務が占めるに至った。すなわち欧州系銀行は、ユーロへの信認の高さを背景としたユーロ建て取引を拡大させる一方で、ドルで借りてドルで運用する「ドル・ドル取引」を最盛期には20兆ドル規模で展開した。このドル建て債権の積み上げ過程において欧州系銀行は、ドル短資依存を強めていったのである。

だがすでにみたように、こうした欧州系銀行の国際活動の拡大は、2007年のバリバ・ショックからの一連の金融市場の混乱下でドル資産の急落とドル逼迫といった事態に帰結した。こうした構造の下で欧州系銀行が抱えていたリスクは「(ドルの)短期借入と(ドルでの)長期運用」による満期ミスマッチ、そして外貨ドルでの国際活動の拡大そのものによる通貨のミスマッチとして理解されるところである。

では、世界金融危機以降、欧州系銀行はこうした構造を変えていったのであろうか。

欧州中央銀行の指摘によれば、欧州系銀行は危機以降、ドル資金のリファイナンス需要を減らすと同時に、資金調達や資本市場が比較的良好な状況にあった2011年前半にはそこから資金を調達し、米国の支店や子会社にドルを積み上げることで危機への緩衝材としたという(ECB [2012])。だが、2011年段階においても欧州系銀行の「ドル短資依存」構造は克服されたわけではなかった。そのことは、前掲の図表8をみれば明らかであろう。欧州銀行の国際的な与信・受信活動の縮小にもかかわらず、対外債務に占める外貨の割合は横ばい、対外債権に占める外貨の割合に至っては世界金融危機よりもむしろ高くすらなっているのである。

2. 欧州金融危機と金融機関のデレバレッジ

さて、これらの事態は少なくとも2つの事態を意味しているものと考えることができる。

第一は、債権債務両面における取引量全体の減少とその主要因である自国通貨建ての取引の減少である。ただこれについては再三触れてきたようにギリシャの財政危機を発端とする域内問題に起因する資産圧縮が原因であることは明白であろう。

というのも、欧州系銀行は、危機の深刻化や景気の失速を背景に不良債権処理費用の評価損の計上に追われて新規貸出を抑制する傍ら、不良債権をバランスシートから引き離す必要に迫られるなど、業績悪化による財務のリストラに迫られたからである。それだけではない。欧州系銀行は日米の銀行に比べて資金調達に占める市場(インターバンク市場、債券市場およびMMFな

どの短期金融市場)からの調達割合が倍近く高く、なかでも大規模銀行の資金調達のほぼ半分は市場からのそれに依存している。また、ECBの*Monthly Bulletin*に掲載されている統計資料によれば、欧州の銀行の預貸率(貸出額÷預金額)は常に100%を超える水準にあることから、貸出の一部は市場からの資金調達に大きく依存していることは疑いない。こうした環境下で市場の資金調達環境が悪化、具体的にはソブリン・リスクが意識されて長期金利が上昇すれば、資金調達コストの増大から銀行貸出は抑制されざるをえない。それゆえ、市場への依存が高い欧州系銀行はその資金調達構造を是正する過程で資産の圧縮を選択したのである⁸。

例えば欧州58行の資産圧縮の規模をIMF[2012b]は、2011年第3四半期から2013年末までに2.8兆ドル(総資産の7.3%)と試算しており、このうちの4分の1の部分が欧州域内外の貸出圧縮によるものになるとの見方を示している⁹。この数字がどの程度まで実際の数字に近づくかどうかは別としても、ここまでみてきたように欧州各国の銀行は、欧州域内の新興国向け¹⁰と同様のペースで非欧州向けの対外貸出を減少させた。それはⅡでみた米国向け——米国向け与信残高は新興国向け与信残高に並ぶ水準まで減少した——与信の減少だけにとどまらず、域外新興国向けでも同じであった。

BIS統計(Consolidated banking statistics)によれば、新興国に対する国際与信の7割弱を欧州の金融機関が占めており、これらの国々の対外与信に占めるユーロ圏銀行の存在は極めて大きい。中東欧全体でみると、対外受信の9割以上がユーロ圏銀行からであり、中南米でも5割程度、アジアでは2割弱程度をユーロ圏銀行が占めている。そのため、欧州の金融機関が新興国向け投融资を急速に圧縮すれば、新興国にとっては死活問題となることは想像に難くない。実際、ユーロ圏銀行の中東欧向け与信は2011年央から半年の間に2割近く減少し、アジア向け与信も同時期に継続的な減少を記録したのである。

ただし、対外与信への依存度が低ければ欧州系銀行の資産圧縮が国内信用供給に与える影響は限定的であるとも考えられる。国内信用残高に対する割合をみると、中東欧では100%を上回る水準であるが、アジアではシンガポール・香港などのオフショア市場を除けば数%程度にとどまっております。世界金融危機後において欧米銀行の対外与信の圧縮がアジアに与えた影響は小さなものであった(IMF[2012a])。とはいえ、こうした地域的な影響力の差異があったにせよ、欧州系銀行の与信圧縮が国際的な規模で展開されたことは疑いない事実であるから、欧州系銀行の与信圧縮に伴うドル需要の少なさから、ドル建て債権債務の伸び悩みが説明される。ここでは文字通り、欧州系銀行が国際資本取引縮小の主役であった。

3. ドル資金の供給者として米系銀行

ただそれ以上に自国通貨建の対外債権債務が減少した結果、欧州系銀行の対外債権債務に占め

る外貨取引の割合が横ばいしないし上昇し、外貨（ドル）依存が継続している点はすでに確認した通りである。しかし忘れてはならないのは、このことが「ドル依存」体質から抜け出していないことを意味していたとしても、それは決してドル取引が拡大した結果ではないことである。これが図表 8 の指し示す第二の点である。

本節 1 で確認したように、欧州系銀行による積極的な国際的与信活動は、それと同時にドル資金の積極調達を伴っており、その結果、欧州系銀行のドル建て債権・債務は両面で急膨張した。欧州系銀行のドル資金調達のルートは①インターバンク市場からの借入、② FX スワップ、③ MMF、④ノンバンク（年金・保険を含む企業および個人）借入、⑤中央銀行借入に大別されるが、いずれにしても欧州系銀行の外貨を利用した積極的活動は、それに伴うドル資金の供給があってこそ可能だったのであり、言うまでもなくそのドル資金を供給しうるのは最終的には米国をおいてほかにない。そしてそのルートは米国の経常収支赤字であり、米国金融機関による対外投融資である。だが、自国の通貨ドルを対外支払いに利用できるという「ドル特権」があってもなお世界金融危機後、米国の経常収支赤字がかつてのような急拡大ができなくなっており、すでにみたように米系銀行の国際的活動そのものが縮小している。

それゆえ、こうした関係の下において欧州系銀行の国際活動が縮小したということは、世界金融危機下で劇的に顕在化した「ドル不足」という事態を中央銀行間のスワップによって賄うことでその混乱を抑えた後にあってもなお、ドル資金そのものを手に入れることができなくなったということの反映でもある。つまり、（経常収支の問題を別とすれば）欧州系銀行活動の縮小は、ドル供給者である米系銀行の活動が縮小していることを前提として進んでいるのである。もちろん、投融資を通じてドルが世界に供給されるルートは銀行与信だけにとどまるわけではなく、欧州への最大のドル資金供給ルートであった MMF の縮小¹¹など銀行活動に限定した本稿の分析範囲を超える検討が必要になることはいうまでもないが、ここまでみてきた米系銀行の国際与信活動を振り返るだけでも、米系銀行活動のドル供給に対する消極的役割は明らかであろう。

米国の対外銀行資産残高を四半期ベースで確認すると、ピークとなる 2008 年第 1 四半期 4 兆 3,246 億ドルから 2012 年第 4 四半期までに 3 兆 8,982 億ドルへと減少し、純資産残高は一時的なものを除けば 2008 年以降対外債権よりも対外債務のほうが上回る状況が続いている（米国商務省統計による）。こうした残高の減少は欧州への直接の資金供給だけではない。Ⅱ でみたように、カリブ海金融センターを経由した欧州への資金供給も減少しているのである。何が米系銀行をそう行動させているのかと問われれば、もちろん欧州危機の発生とくすぶり続ける再燃への懸念を挙げないわけにはいかないが、国際銀行活動停滞の主役である欧州系銀行の活動を説明しようとするれば、黒子としての広く米系金融機関のドル供給の減少を指摘しなければならないのである。

それでも米系銀行の与信額が上記のような数字でとどまったのは、図表 7 でみた「非欧州→非

欧州」の国際与信活動増加の中心をなし、対欧州直接与信の穴を埋めるように——とはいっても純残高そのものが減少していることから明らかなように埋め切れているわけではないが——アジア向け対外与信を拡大させているからにはほかならない¹²。しかしこれは、欧州地域への直接貸出に加えて、オフショア市場を迂回した欧州地域への間接的貸出として欧州系銀行のドル資金調達を支えていたような2007年までの国際資金循環の構図とは異なるものなのである。

むすびにかえて

世界金融危機後の「リスクオフ」のもとで拡大基調へと転じた国際資本移動の特徴は、欧州危機を背景とする欧州系銀行の国際与信活動の縮小にあった。多くの統計資料が指し示すように、そして本稿でも述べてきたようにこのこと自体は疑いない。しかし、多くの研究が行うように、このことを欧州危機と欧州系金融機関の行動に焦点を当てるのみでは、例えそこに原因の分析があったとしても、まさしく各国を出入りする資金の大小を説明しているにすぎなくなってしまう。近年ではグロスの資本移動に着目すべきであるとの議論も強調される場合が多いが、それでも問題を見る視角の本質が失われている点では変わらない。2007年までの欧州系銀行の行動からも明らかなように、現代のドルを中心とする国際通貨体制のもとでは、そのドルを供給しうるアメリカを出発点とした資金移動を検討する必要があると考えられるのであるが、残念ながら上述の研究にはこうした視角からの検討が少なかったように思われる。

本稿は上記の点に注意しながら、銀行活動に焦点を当てて再び国際資本移動が拡大しているその中身の一端を明らかにしてきた。しかし「はじめに」でも述べたわれわれの研究課題に近づくには、いくつかの難点を抱えていることもまた事実である。例えば第一に、本論は銀行部門を通じた資金供給経路に焦点を当てているために、株式および社債投資の検討はもとより、本文中でも触れたように金融機関への重要な資金ルートであるMMFを通じた資金供給の検討について立ち入ることはできなかった。また、公的部門の資金移動についても同様である。

また第二に、こうしたマネーフローの変化と各国実体経済——とりわけ先進各国が競争的に進める量的緩和政策とのそれ——との関係にまで踏み込んだ議論を展開できなかった。これらを含めた国際資金活動の検討については別稿にて行いたい。

【参考文献】

- 飯島寛之 [2013] 「グローバルな資金循環とドル体制の行方」 中本悟・宮崎礼二『現代アメリカ経済分析』日本評論社
- 岡本恵也・楊枝嗣朗編 [2011] 『なぜドル本位制は終わらないのか』文眞堂
- 貝塚啓明+財務省財務総合政策研究所編 [2012] 『国際的マネーフローの研究』中央経済社

- 坂本達夫 [2013] 「債務危機下にある欧州銀行の与信動向」『JRI レビュー』Vol.2 No.3
- 通商産業省 [2012] 『通商白書 2012』
- 内閣府 [2012] 『世界経済の潮流 (2012 年 I)』
- 松田岳 [2009] 「米国の金融資産バブルと国際マネーフロー」『Fuji Business Review』(東京富士大学) 第 1 号
- 山本栄治 [2002] 『国際通貨と国際資金循環』日本経済評論社
- Asian Development Bank (ADB) [2013] *Asian Development Outlook 2013*.
- Bernanke, B. [2005] “The Global Saving Glut and the U.S. Current Account Deficit,” Speech delivered for the Sand ridge Lecture at the Virginia Association of Economists, Richmond, March 10.
- Bank for International Settlement (BIS) [2012] *82nd Annual Report*.
- Bertaut C.C. and L. Pounder [2009] “The Financial Crisis and U.S. Cross-Border Financial Flows,” *Federal Reserve Bulletin*, November.
- Brunnermeier M., P.R. Lane and D.Rodrik et al. [2012] *Banks and Cross-Border Capital Flows*, September.
- Caruana, J., A. Van Rixtel [2013] *International financial markets and bank funding in the euro area*, February.
- Credit Suisse [2012] *Research Institute*, February.
- Dooley, M., D. Folkerts-Landau and P. Garber [2004] “The Revised Bretton Woods System,” *International Journal of Finance and Economics*, 9 (4).
- European Banking Authority (EBA) [2012] *The EBA's Board of Supervisors makes its first aggregate assessment of banks' capital plans*.
- European Central Bank (ECB) [2011] *Financial Stability Review*, December.
- [2012] *Changes in Bank Financing Patterns*, April.
- International Monetary Fund (IMF) [2011] *Global Financial Stability Report*, September.
- [2012a] “Asia and Pacific,” *Regional Economic Outlook*, April.
- [2012b] *Global Financial Stability Report*, October.
- McGuire, P. and G. von Peter [2009] “The US dollar shortage in global banking,” *BIS Quarterly Review*, March.
- U.S. Department of Treasury [2012] *Treasury Bulletin*, March.

* 本稿は、2012 年度東京富士大学共同研究「国際資金循環と米国の資産インフレに関する実証的研究」への研究助成による成果の一部である。ここに記して謝意を表したい。

【注】

- 1 その他、第三の理由として IMF は各国の外貨準備を積極的に運用するソブリン・ウェルス・ファンド (SWF) の役割が高まったことを挙げている。
- 2 外国公的部門保有のエージェンシー債も世界金融危機と無関係ではいられず、対米投資は流出に転じた (Line14)。だがそれは「安全資産への逃避」＝米国債への乗り換えという形で進行し (Line13)、結果として公的部門の対米投資は全体として大きな変化をもたらしていない。
- 3 この時期に投資家のリスク許容度がリーマンショック直後にも増して低下していたことは、クレディ・スイスが発表する国際リスク態度指数 (Global Risk Appetite Index) からも視覚的に見て取ることができる (GRAI については Credit Suisse [2012] 参照)。
- 4 図表 6 に掲載されていない諸国及び地域との銀行部門を通じた取引を省略した理由の第一は、米国銀行の対外債権債務の半数から 6 割ほどがイギリスおよびカリブ海金融センターであること、第二はその他地域ではこの間大きな変化は見られなかったことによる。

- 5 この点について米財務省は「この減少の一部は、オフショアの支店がもつポジションについてアメリカの銀行にとってあまり有利ではない規制の変更に起因するものである可能性がある」と述べている (U.S. Dep. of Treasury [2012]) .
- 6 欧州系銀行を取り巻く金融市場環境については、内閣府 [2012]などを参照.
- 7 図表8からも明らかのように、伸び率の点でいえばユーロ建て資産拡大の方が著しく、BIS報告銀行全体の対外資産残高に占める自国通貨建ての対外ユーロ建て資産は2000年から2007年までに約4倍に拡大した。なお、ユーロ建ての取引が大きいのがフランス、イタリア、オランダ、スペインであり、ドル建てのウェイトが大きいのがイギリス、ドイツ、スイスに所在する各銀行であった。
- 8 2011年12月に欧州銀行監督機構が域内71行に行った中核的自己資本比率を9%に引き上げる要請もまた欧州系銀行の債務圧縮理由として挙げられることがあるが、EBAが2012年2月に発表した報告によれば、自己資本不足行が所要自己資本を充たすために貸出圧縮という手法はほとんど用いられなかった (EBA [2012]) .
- 9 残り4分の3は、証券や非主力事業の売却やインターバンク貸出の削減によるものとされる。なおこの試算は標準 (baseline policy) シナリオに基づくものであるが、IMFはこの他に、悲観的 (weak policies) 見方として4.5兆ドル (銀行総資産の12%)、楽観的 (complete policies) にみても2.3兆ドル (同6%) の資産圧縮が行われる可能性を示唆している。
- 10 本稿では域内新興国向け与信圧縮についての言及は少ないが、この点については例えば内閣府 [2012] および坂本 [2013] を参照されたい。
- 11 Caruana and Rixtel [2013] の Graph 6 が示すところによれば、世界金融危機後もアメリカのMMFから欧州の銀行へ危機前と同水準かそれ以上の資金が供給されていたが、欧州金融危機の深刻化が広く行き渡る2011年以降はフランスの銀行を中心にその供給が減少し、3分の1にまで急減した。なお、ECB [2012] は、欧州の銀行のドル資金調達においてアメリカが2010年に変更したMMFへの規制の変化が及ぼす影響について言及している。
- 12 同様に、邦銀もまたアジア向け融資の拡大で国内市場での資金需要の低迷や利ザヤの縮小を補おうとしている。国際的な資金がアジアへ集中することは銀行融資だけに限ったことではないが、アジア地域に資金が集中することについてアジア開発銀行は、「世界的な流動性過剰の副次影響が、アジアでの資産バブルを引き起こしかねない」 (ADB [2013], p.26) との懸念を示している。

How a corporate reputation impacts on investment behavior : The case of B to B corporate advertising

Takahiro Enjoji & Morikazu Hirose

Keywords: Corporate reputation /Corporate Advertising / Intangible Asset / Investors' Behavior / B to B industries

Abstract

Researchers and managers have recognized corporate reputation as a critical asset for managing global companies. Previous studies have revealed different outcomes and roles of a corporate reputation for Business to Consumer (B to C) companies from various perspectives, but few studies have identified them for Business to Business (B to B) companies. In this study, we have investigated the role of corporate reputation for B to B companies in corporate advertising, focusing on its impact on investors' behavior within the conceptual framework provided for the customer-based reputation model (CBR) and corporate advertising. The results of this paper will provide some theoretical and practical implications for reputation management and corporate advertising.

INTRODUCTION

The theoretical and practical perspectives of reputation management have attracted significant attention because corporate reputation is recognized as an intangible valuable asset (Rindova, V. P., Williamson & Petkova, 2010) and a source of sustainable competitive advantage (Barney, 1991). As a strong and favorable reputation provides a differentiation and a competitive advantage (Fombrun & Van Riel, 2004), it is important to understand how it works in reputation management.

Corporate advertising plays an important role in corporate communications for building a company's reputation. It is used to trigger different responses from a variety of stakeholders, including existing customers, the financial community, prospective customers, the general public, shareholders, employees, government agencies, and trade associations (Patti &

McDonald, 1985). These stakeholders reflect the diverse nature of corporate advertising.

As most B to B advertisers do not have many chances to communicate with these stakeholders through their products, corporate advertising is a useful tool for communicating with their potential stakeholders. Especially for global B to B companies, urgent objectives are to gain important resources, including investment money from the market and potential employees. In Japan, many advertisers develop corporate advertising campaigns as a part of investor relations (IR). In fact, the divisions related to corporate communications, investor relations and corporate social responsibility work together in Japan.

Despite the importance of corporate reputation and corporate advertising in corporate communications, few corporate advertising studies focus on the role of corporate reputation or good will. According to Schumann, Hathcote, and West (1991), the most common measurement themes have been corporate awareness and public attitude rather than corporate reputation in this field. Conversely, in the corporate reputation research area, prior studies have revealed the factors comprising corporate reputation and their differing effectiveness (e.g., Walsh & Beatty, 2007). For example, a corporate reputation could affect different types of decision making, including purchase, investment and commitment decisions to the company (Fombrun & Van Riel, 2004). The effectiveness of corporate reputation is equivalent to that of corporate advertising, yet only a few studies use corporate advertising as an information cue.

In spite of their huge commonality, the two research areas have developed independently, which suggests there is reasonable justification to fill the research gap between corporate reputation and corporate advertising studies. In this study, we focus on the impact of corporate reputation on behavioral intention to invest in order to reveal the role of corporate reputation in a corporate advertising context.

Theoretical Background and Hypotheses

Corporate Reputation

Corporate reputation has been recognized as a valuable, intangible asset that provides a firm with a competitive advantage (Rindova, Williamson, & Petkova, 2010; Barney, 1991). Corporate reputation is defined as “a stakeholder’s overall evaluation of a company over time” (Walsh & Wiedmann, 2004, p. 304). This definition suggests that corporate reputation is built through multiple initiatives that influence corporate outcomes. In other words, corporate

reputation could be formed through various processes by different stakeholders.

Previous research demonstrates that good reputation could produce a multitude of positive effects for a company (Fombrun & Van Riel, 2004; Roberts & Dowling, 2002). According to Fombrun and Van Riel (2004), for example, a good reputation leads to competitive advantages such as job attractiveness, repeat purchase, new investment, and so on. Furthermore, Roberts and Dowling (2002) suggested that a good reputation allows a firm to achieve persistent profitability or sustained superior financial performance, and it provides market-entry barriers to competitors. To understand how a corporate reputation works, communication officers need to know the perceptions that both different types of stakeholders and their customers have of their company.

Several studies have developed structural models and measurement scales for the corporate reputation (e.g., Schwaiger, 2004; Sarstedt, Wilczynski, & Melewar, 2012). For example, Fombrun and Van Riel (2004) developed the Reputation Quotient (RQ) to measure corporate reputation and identified several dimensions of corporate reputation: emotional appeal, products and services, vision and leadership, workplace environment, social responsibility, and financial performance from the perspective of multiple stakeholders. This model was developed with the research company, Harris Interactive, to measure corporate reputations in the world. Fombrun, Gardberg and Sever (2000) defined corporate reputation as a “collective assessment of a company’s ability to provide valued outcomes to a representative group of stakeholders (p. 243).” This RQ model has the characteristic of multi-dimensional understanding as an overall phenomenon for corporate reputation (Walsh & Wiedmann, 2004; Walsh & Beatty, 2007). In addition to explaining corporate reputation as mentioned before, this model could make it possible to measure corporate reputation in different companies located in different countries. However, this model is not perfect for measuring corporate reputation, because that one country’s cultural and reputation-related traits could affect the six dimensions of RQ (Walsh & Wiedmann 2004). Walsh and Beauty (2007) focused on customers in service companies. Based on previous concepts, including RQ and customer-based brand equity by Keller (1993), they proposed a framework for customer-based reputation (CBR). They defined CBR as “the customer’s overall evaluation of a firm based on his or her reactions to the firm’s goods, services, communication activities, interactions with the firm and/or its representatives or constituencies (such as employees, management, or other customers), and/or known corporate activities” (Walsh & Beatty, 2007, p. 129). They further developed a five dimensional

scale focused on customer orientation, good employer, reliability and financial strength, product and service quality, and social and environmental responsibility from the customers' perspective. They examined the relationships between their scale and important customer-outcome variables—namely, customer satisfaction, loyalty, trust, and word of mouth. The result showed that a corporate reputation had positive impacts on these variables.

Several studies subsequently applied this concept. Walsh, Mitchell, Jackson and Beatty (2009) revealed the mediating effect of corporate reputation. In their study, customer satisfaction and trust influenced corporate reputation, and corporate reputation influenced customer loyalty and word of mouth. Meanwhile, Bartikowski, Walsh and Beatty (2011) investigated the influence of CBR on loyalty and the moderating effect of culture and age in an international survey; they identified positive relationship between those factors and the moderate effects of culture differences. Since the CBR model has been tested repeatedly in different situations, we decided to apply this model to our study.

In spite of these outcomes, previous studies have several limitations. First, existing studies have focused too much on B to C relations (Walsh and Beatty 2007). One series of studies did not even mention the applicability to the B to B context. Second, prior studies have focused primarily on customer-based outcomes, including customer satisfaction, loyalty, trust, and word of mouth. Few researchers have included other types of outcomes related to investments and human resources. Finally, only a few studies have tested the multi-dimensional reputation model in an advertising context. Therefore, it is necessary to consider these issues to reveal the role of corporate reputation.

Corporate Advertising and Corporate Reputation

Corporate advertising has been used to build a corporate reputation. Prior studies on corporate advertising have proposed that attitude toward the advertising plays an important role in information processing. According to Goldsmith, Lafferty and Newell (2000), attitude toward advertising directly influences purchase intention and plays a mediating role of attitude toward the brand (e.g., Goldsmith et al., 2000). In addition, much of the literature on attitude toward the advertising has suggested positive relationships between attitude toward the advertising and attitude toward the brand (e.g., MacKenzie and Lutz, 1989). Although there are still many debates on the differences between brand and reputation (Ettenson and Knowles, 2008), it is easily assumed that reputation can be replaced with brand at the conceptual level.

In our research context, purchase intention was replaced with positive outcomes provided by corporate reputation—namely, intention to invest.

In terms of behavioral intention in investment, Pfarrer, Pollock and Rindova (2010) revealed that corporate reputation has a positive impact on investor behavior. Also, Fombrun et al. (2004) mentioned that corporate reputation affects investment decisions. Similar causal relationships to previous hypothesis are assumed to be applicable to this context. Therefore, we propose the following hypotheses. Figure 1 summarizes our conceptual model.

H1: Attitude toward the advertising has a positive influence on the corporate reputation

H2: Attitude toward the advertising has a positive influence on intention to invest.

H3: Corporate reputation has a positive influence on intention to invest.

Methodology and Results

To test our research hypotheses, online surveys were conducted by using a professional research firm in Japan. We used an actual 60-second television commercial for a global B to B manufacturing company. B to B advertisers had developed printed media advertising, such as news papers, industrial papers, and magazines. However, some B to B advertisers tried to develop their commercials via broadcast media, such as radio, television, and the Internet. Therefore, we decided to use a television commercial in this study. It depicted farm lands and water environments around the world, relating the products to them. It also implied the advertiser contributed to the earth. Respondents were asked to answer the questionnaire (see Table 1) after watching the commercial. They could watch the commercial if they wanted during the survey. The online panel produced a total of 1,200 responses (see Table 2).

All scales were adapted from prior research and measured using 7-point Likert scales except for attitude toward the advertising, which was taken from Balasubramanian and Chakraborty (2000) using bipolar scales. Corporate reputation scales were adapted from Walsh and Beatty (2007), and intention to invest in the company was from Singh, Putrevu and Lord (1994). These scale items were translated into Japanese and back-translated to ensure consistency and accuracy of meaning. A group of academics in advertising and marketing checked the wording and made appropriate modifications (Craig & Douglas, 2005). Then, we conducted a pretest using a student sample ($n = 30$). Following the results of exploratory factor

analysis (EFA), we modified several items to make the final questionnaire.

To analyze our models, we used the 2-step approach presented by Anderson and Gerbing (1988). First, we conducted confirmatory factor analysis (CFA), which was composed of seven latent constructs and a total of 36 variables. The maximum likelihood method was used with AMOS 19.0 (Byrne, 2010). Following the recommendations of Bagozzi and Yi (1988), we used multiple indexes to assess the fit of the proposed model. For the investment model, the CFA produced the following results: $\chi^2_{674} = 5253.92$, CFI = 0.93, TLI = 0.92, and RMSEA = 0.075. Although the χ^2 value was significant, this statistic is too sensitive for the sample size. Thus, we focused on the other indices, which were all within an acceptable range (Hair, Black, Babin and Anderson, 2009), indicating the measurement models were statistically acceptable. Next, Cronbach's alpha (α), the composite reliability (CR) and average variance extracted (AVE) were calculated to determine the level of internal consistency. All scores (see Table 3) highly exceeded the recommended minimum level (Hair et al., 2009).

To test the hypothesized relationships, the structural paths between the proposed constructs were examined using AMOS 19.0 and the maximum likelihood method. The fit indexes of our model were again acceptable, except for the χ^2 statistic in the model ($\chi^2_{693} = 5678.21$, CFI = 0.92, TLI = 0.92, and RMSEA = 0.077). Table 3 shows the model estimation results. All standardized path coefficients were statistically significant at a level of .01 (see Figure 2).

First, the paths from attitude toward the advertising to corporate reputation were strongly related. Therefore, H1 was supported. Second, the path from attitude toward the advertising to intention to invest was negatively related, although the relationship was quite weak. Therefore, H2 was rejected in our data. Finally, paths from corporate reputation to intention to invest were strongly positively related. Therefore, H3 was supported.

Conclusion and Discussion

This research investigates the role of corporate reputation in investment behavior through the context of corporate advertising. The theoretical rationale was based upon the conceptual framework provided for the customer-based reputation model (CBR) (Walsh and Beatty, 2007) and corporate advertising (Goldsmith et al., 2000). The results of this study provide some theoretical and practical implications.

Theoretically, this study applies CBR, developed in a service firm scenario, to the B to B context. Our results demonstrate the applicability of CBR. In addition, our results reveal the relationships from attitude toward the advertising to corporate reputation and from corporate reputation to intention to invest. These results are consistent with prior research results. However, attitude toward the advertising did not have positive relationships in the data, suggesting that corporate reputation serves as a mediator in our settings.

This study tested the role of corporate reputation in corporate advertising in a multiple-stakeholder context. Furthermore, we examined the role of corporate reputation in investment situations. This study's results demonstrated that corporate reputation gives a positive effect toward the intention to invest. To enhance this behavior, advertisers should realize that corporate reputation serves as a mediator in corporate advertising. Corporate advertising does not directly explain stakeholders' behaviors in these situations. Therefore, it is useful to measure corporate reputation to understand the effectiveness in corporate advertising. It might be useful for company officers to address their different initiatives, as well as the numbers related to the company's performance, for investor relations (IR) purposes.

Despite these findings, there remains room for further study. This research model has been tested within very limited situations. In addition, this study used a TV commercial as the research stimulus. To generalize our results, the CBR model should be tested in more and different situations. Different types of media and industries should be considered. Furthermore, this study did not take personal traits into account. As personal traits or past experiences seem to be influential factors in these behaviors, it is necessary to investigate stakeholder differences. Finally, there are still discussions on measuring the corporate reputation model (e.g. Schwaiger, 2004; Sarstedt et al., 2012). In this study, we used the reflective model, following Walsh and Beatty (2009). Some researchers have proposed the corporate reputation model as a reflective measurement model (e.g., Helm, 2005). To better understand the effectiveness and role of corporate reputation in B to B companies, further research should be conducted to test this model in different ways.

ACKNOWLEDGEMENT

This study was partially supported by Tokyo Fuji University. The authors also thank the companies for supporting this study.

TABLES AND FIGURES

Table 1: Question Items

Attitude toward the advertising

- Good/Bad
- Like/Dislike
- Interesting/Uninteresting
- Fair/Deceptive

Corporate reputation

Factor 1: Customer orientation

- Has employees who are concerned about customer needs
- Is concerned about its customers
- Has employees who treat customers courteously
- Takes customers rights seriously
- Seems to care about all of its customers regardless of how much money they spend with them*

Factor 2: Good employer

- Looks like a good company to work for*
- Seems to treat its people well
- Has management who seems to pay attention to the needs of its employees
- Seems to have a good leadership
- Seems to have good employees
- Seems to maintain high standards in the way that it treats people
- Seems to be well-managed

Factor 3: Reliable and financially strong company

- Tends to outperform competitors*
- Seems to recognize and take advantage of market opportunities*
- Looks like it has strong prospects for future growth
- Looks like it would be a good investment
- Appears to make financially sound decisions
- Has a strong record of profitability
- Is doing well financially
- Seems to have a clear vision of its future
- Appears to be aware of its responsibility to society*

Factor 4: Product and service quality

- Offers high quality products and services
- Is a strong and reliable
- Stands behind the services that it offers
- Develops innovative products
- Offers products that are a good value for the money

Factor 5: Social and environmental responsibility

- Seems to make an effort to create new jobs*
- Would reduce its profits to ensure a clean environment
- Seems to be environmentally responsible
- Appears to support good causes

Intention to invest

- It is very likely that I will buy the company's stock
- I will purchase the company's stock in the future
- Suppose that a friend called you to get your advice in his/her search for a stock, I would recommend him/her to buy this company's stock

*items removed after first confirmatory analysis

Table 2: Distribution of Sample

	Male	%	Female	%	Total	%
Executive / managerial	14	2.31	6	1.01	20	1.67
Administrative / clerical	338	55.68	156	26.31	494	41.17
Self-employed	54	8.90	16	2.70	70	5.83
Part-time workers	45	7.41	120	20.27	165	13.75
Public officers	30	4.94	10	1.69	40	3.33
Freelance	20	3.29	18	3.04	38	3.17
Homemakers	2	0.33	205	34.57	207	17.25
Students	35	5.77	12	2.02	47	3.92
Unemployed	61	10.05	46	7.76	107	8.92
Others	8	1.32	4	0.67	12	1.00
Total	607	100.00	593	100.00	1200	100.00

	Male	%	Female	%	Total	%
20s	128	21.09	124	20.91	249	20.75
30s	168	27.68	162	27.32	330	27.50
40s	163	26.85	159	26.81	322	26.83
50s	149	24.55	150	25.30	299	24.92
Total	607	100.00	593	100.00	1200	100.00

Table 3: Reliability and Validity

Investment model Constructs	Scale Items	α	CR	AVE
Customer Orientation	4	0.96	0.87	0.87
Good Employer	7	0.97	0.83	0.81
Reliable and Financially Strong Company	6	0.96	0.93	0.81
Product and Service Quality	5	0.96	0.83	0.82
Social and Environmental Responsibility	3	0.95	0.87	0.86
Attitude toward the Advertising	4	0.91	0.78	0.75
Intention to Invest	4	0.95	0.83	0.82

$\chi^2_{674} = 5253.92$, CFI = 0.93, TLI = 0.92, and RMSEA = 0.075

Figure 1 : Proposed Model

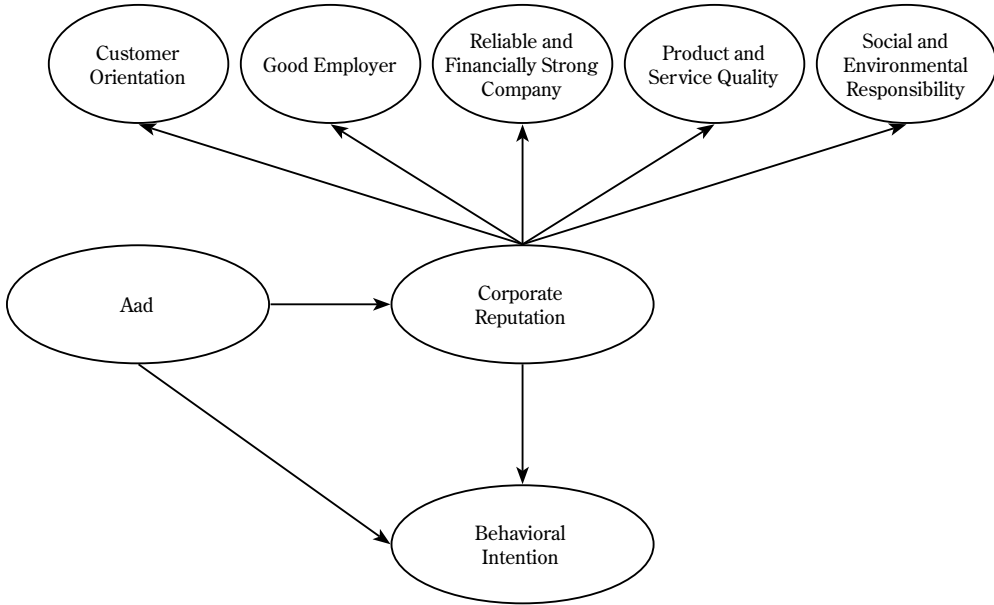
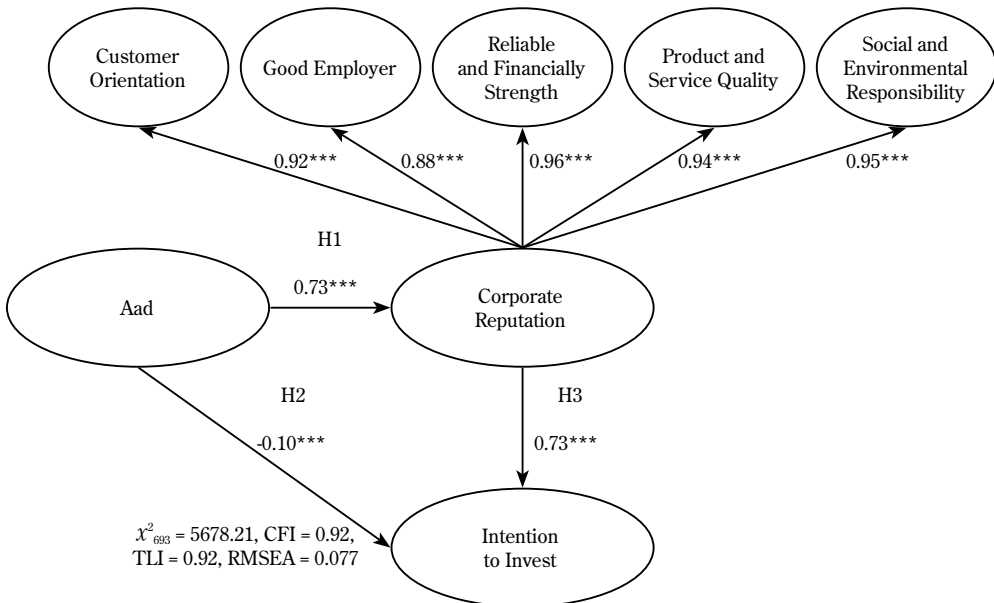


Figure 2 : Model Results



References

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice - A review and recommended 2-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. J. (1989). On the use of structural equation models in experimental-designs. *Journal of Marketing Research*, 26(3), 271-284.
- Barney, J. B. (2000). Firm resources and sustained competitive advantage (reprinted from JAI Press/Ablex, Vol 17, 99, 1991). *Advances in Strategic Management*, Vol 17, 2000, 17, 203-227.
- Bartikowski, B., Walsh, G., & Beatty, S. E. (2011). Culture and age as moderators in the corporate reputation and loyalty relationship. *Journal of Business Research*, 64(9), 966-972.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming (2nd ed.)*, New York: Routledge Academic.
- Craig, C., & Douglas, S. P. (2005). International marketing research. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Ettenson, R., & Knowles, J. (2008). Don't confuse reputation with brand. *MIT Sloan Management Review*, winter, 19-21.
- Fombrun, C., Gardberg, N. A., & Sever, J. W. (2000). The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7, 241-225.
- Fombrun, C., & Riel, C. V. (2004). *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. Upper Saddle River Pearson Education, Inc, Publishing as Financial Times Prentice Hall, 2-21.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43-54.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River Prentice Hall.
- Helm, S. (2005). Designing a formative measure for corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 8(2), 95-109.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1); 1-22.
- Mackenzie, S. B., & Lutz, R. J. (1989). An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward and ad in an advertising pretesting context. *Journal of Marketing*, 53(2), 48-65.
- Patti, C. H., & McDonald, J. P. (1985). Corporate advertising – Process, practices, and perspectives (1970-1989). *Journal of Advertising*, 14(1), 42-49.
- Pfarrer, M. D., Pollock, T. G., & Rindova, V. P. (2010). A tale of two assets: The effects of firm reputation and celebrity on earnings surprises and investors' reactions. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1131-1152.
- Putrevu, S., & Lord, K. R. (1994). Comparative and noncomparative advertising: Attitudinal effects under cognitive and affective involvement conditions. *Journal of Advertising*, 23(2), 77-90.
- Rindova, V. P., Williamson, I. O., & Petkova, A. P. (2010). Reputation as an intangible asset: Reflections on theory and methods in two empirical studies of business school reputations. *Journal of Management*, 36(3), 610-619.
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.
- Sarstedt, M., Wilczynski, P., & Melewar, T.C. (2012). A comparison of reputation measures' convergent and criterion validities. *Journal of World Business*, article in press.
- Schumann, D. W., Hathcote, J. M., & West, S. (1991). Corporate advertising in America: A review of published studies on use, measurement, and effectiveness. *Journal of Advertising*, 20(3), 35-56.
- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation: An empirical study. *Schmalenbach Business Review*, 56(1), 46-71.

- Singh, M., Balasubramanian, S. K., & Chakraborty, G. (2000). A comparative analysis of three communication formats: Advertising, infomercial and direct experience. *Journal of Advertising*, 29(4), 59-75.
- Walsh, G., & Beatty, S. E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 127-143.
- Walsh, G., Mitchell, V. W., Jackson, P. R., & Beatty, S. E. (2009). Examining the antecedents and consequences of corporate reputation: A customer perspective. *British Journal of Management*, 20(2), 187-203.
- Walsh, G., & Wiedmann, K. (2004). A conceptualization of corporate reputation in Germany: An evaluation and extension of the RQ. *Corporate Reputation Review*, 6(4), 304-312.

中小企業のBOPビジネス戦略

成功の鍵とは何か？

黒田 秀雄

キーワード：BOP ビジネスの潮流，JICA 民間連携制度，BOP ビジネス戦略

要旨

本研究論文は、4年前に研究ノートとして執筆した「中小企業のBOPビジネス戦略」の発展版である。日本企業のBOPビジネスは、JICAの民間連携制度を活用して、持続可能なBOPビジネスも出てきている。「BOPビジネス」を支援するJICAの民間連携制度を活用し、今後も持続可能なビジネスへ繋がる企業を具体的に分析し、その共通項を洗いだし成功の鍵をまとめた。ここで言う成功とは、筆者は次のように考えている。まずは、日本企業が「BOPビジネス」で進出した国において、持続可能なビジネスを継続していけることである。次に、その国においては、その「BOPビジネス」が十分に受け入れられて、その国の「BOP層」にも発展が見られることの2点を持って成功と言えるのである。その鍵とは何かを検証した。さらに日本における「BOPビジネス」の潮流について言及した。

I はじめに

私が今回の題名と同じ「中小企業のBOPビジネス戦略」の研究ノートを書いたのは、2009年の暮れである。この研究ノートが、本学の富士論叢に掲載され出版されたのが、2010年12月である。この頃が日本における「BOPビジネス」研究の黎明期であった。その後4年間で経営学の研究者の間では、「BOPビジネス」への研究が様々になされるようになってきた。例えば、2012年12月に開催された多国籍企業学会40周年記念シンポジウムでは、「BOPビジネス」への研究の特集が行われた。同時に、BOPビジネスに論点を当てた「多国籍企業と新興国市場」という題名の記念出版もされた。また、マスコミの数多く番組の中に、日本企業の「BOPビジネス」への取り組みを報道するようになった。そして、2013年に入り日経新聞の第1面には、アジアについての記事が、ほぼ毎日掲載されるような状態となり、その中の記事には「BOPビジネス」関連の記事も多く見られるようになった。2013年6月に横浜で開催された「第5回ア

フリカ開発会議」の中での JICA 主催のセミナーでは、アフリカにおける日本企業の BOP ビジネスへの事例発表があり会場は大盛況であった。本学で実施した「BOP ビジネス研究会」も 3 年間が経過し、今年で 4 年目を向かえることになる。本研究においては、4 年間の BOP ビジネス研究会の活動を踏まえ、その成果から、もう一度「中小企業の BOP ビジネス戦略—成功の鍵」を論じ考察したい。そこでは、主として以下の 2 つの観点に立って検討する。

- (1) 日本における「BOP ビジネス研究の流れ」と日本企業の「BOP ビジネスへの取り組み状況」について考察する。
- (2) JICA の民間連携制度を活用した企業の中で、持続可能な企業から学んだものから見えてきた「中小企業の BOP ビジネス戦略の中での成功の鍵」について考察する。

II 日本における「これまでの BOP ビジネス研究の展開」と日本企業の「BOP ビジネスへの取り組み状況」

1. BOP ビジネス研究の全体的な流れ

明治大学の大石は、論文の中で Prahalad や Hart の考え方を継承しながら、「BOP ビジネスの特徴」を、次の 7 つに絞り込みまとめている。

多国籍学会誌 5 号, p.39 ~ p.53 から引用。^(注1)

《大石の言う、BOP ビジネスの特徴》

- (1) BOP ビジネスは、ビジネスである。
- (2) ビジネスを通して貧困とそれに関する諸問題を解決・緩和しようとしている。
- (3) 遂行する主体は先進国の多国籍企業でも現地の中小企業でもかまわない。
- (4) BOP ビジネスはイノベーションである。
- (5) BOP ビジネスは、BOP の人々を単なる顧客と捉えない。
- (6) BOP ビジネスは持続可能性を持つ。
- (7) BOP ビジネスは、多様なステイクホルダーを巻き込むことが多い。

このまとめ方に異論を挟むものはいないと思われるが、大石の言う、(1) BOP ビジネスは、ビジネスである。この点に対して、日本の研究者は、様々な見解を持っている。

研究者の流れは、1) 企業の CSR の延長線上が「BOP ビジネス」であるとの考え方、2) 「BOP ビジネス」は SB (ソーシャルビジネス) と捉える考え方、3) 1) 2) でもなく「BOP ビジネス」はあくまでビジネスとして捉えようとする考え方の 3 つである。

本論で述べる具体的な事例は、JICA の民間連携制度を活用し、持続可能な企業となる例を参考にして行きたい。^(注2)

1) 企業の CSR の延長線上に「BOP ビジネス」があるという考え方

この考え方は、上智大学の岡田などが提唱している。岡田は、2012年の第19回国際ビジネス研究学会の全国大会の講演「制度変革とビジネスのフロンティア」の中で、日本の開発援助と企業の CSR をリンケージさせながら企業の CSR の延長線上に「BOP ビジネス」があると主張していた。日本企業にとっては ISO26000 が決定後、CSR への取り組みに対して閉塞感があり、その中で企業の CSR の延長線上に「BOP ビジネス」への取り組みとしての考え方が出てくると自体は、むしろ妥当であると思われる。

2) 「BOP ビジネス」は SB (ソーシャルビジネス) と捉える考え方

この考え方は、九州大学の星野が、2012年第19回の国際ビジネス研究会で前掲の岡田と同じように「ビジネス・NPO・コミュニティー、セクターを超えた協働による価値創造」という題で発表した。参考例としては、バングラディッシュでの「雪国まいたけ社」の例を取り上げていた。「雪国まいたけ社」は、バングラディッシュでは、グラミン銀行のグラミンググループと提携しており、ユヌス氏の考え方を踏襲している点では、ある意味では SB と言わざるをえないであろう。しかしながら「BOP ビジネス」は SB と考えるとソーシャルビジネス (以下 SB と略する) としての考え方が「BOP ビジネス」と整合性が取れるであろうかとの疑問が湧いてくる。確かに、「BOP ビジネス」は年収が 3,000 ドル以下の人たちを対象としているが、「BOP ビジネス」の考え方の根底には、そのような「BOP 層」を市場に引き上げて行き、社会的な課題解決に繋げていくための雇用の促進の意味合いもあり、すべてが SB と言い切れないのではないだろうか。

3) 「BOP ビジネス」はあくまでビジネスである。

この考え方は、上記 1) 「BOP ビジネス」は企業にとって CSR の延長線上である。2) 「BOP ビジネス」は SB である、という考え方ではない。「BOP 層」は様々な困難に直面している。例えば、「BOP 層」としては、飲料水の問題、トイレを含む衛生環境の問題、子どもたちの栄養状態の問題などであるが、そのような「BOP 層」でありながらも自分の直面する社会的課題には直接役立たない携帯電話を所有しておりインターネットなども活用している現状にある。このような社会的課題を多く抱えた「BOP 層」を、単なる寄付や ODA のような援助だけでなく、「BOP ビジネス」の市場に巻き込み、雇用を確保するとともに社会的な課題を解決し、「BOP ペナルティー」を少しでも解決しようとする考え方である。

2. 日本企業の「BOP ビジネスへの取り組み状況」

上記の 3 つの流れと現状の「BOP ビジネス」に当てはめてみると現実の状況が把握できる。

ここで取り上げる例は、JICAの民間連携制度の活用事例とする。

(1) 企業のCSRの延長線上に「BOPビジネス」があるという考え方

現実の例としては、味の素社の例を参考としたい。味の素社は、2009年に創立100周年を迎えた。同社2009年のCSRレポートの中で、味の素社の「食と健康のCSRビジョン」の一つにアミノ酸を活用した開発途上国への栄養改善活動を掲げている。世界で栄養失調に苦しむ人は10億人いると言われ、この解決が国連のミレニアム開発目標(MDGS)に合致することから、味の素としても100周年事業の一貫として味の素の「事業を通じたCSR」として栄養改善活動にさらに取り組みことになった。その内容としては、4つのコンセプトになっている。1) 現地の人々の食生活に合うおいしいものであること。2) 困っている人々にきちんと届くこと。3) 健康増進に加えて、現地の人々が経済的に豊かになるきっかけになること。4) 続けられるものであること。そして2007年から始めた西アフリカのガーナでの栄養改善への取り組みを強化し、味の素、ガーナ大学、米国のNPO・INF(Nevin Scrimshaw International Nutrition Foundation)の3者でガーナの乳幼児たちへの栄養改善運動を継続推進した。

この内容の詳細は、2010年の味の素社のCSRレポートにより詳しく掲載された。ガーナでは、離乳期の子供たちの伝統的な食事(離乳食)としては発酵コーンを用いたお粥(現地名称・KOKO)が使われる。この離乳食だけではたんぱく質や微量な栄養素が不足してしまう。そこで、味の素が開発した栄養サプリメントを添加することで、栄養改善を図ろうとするプロジェクトである。そのためは、先ほどの4条件にさらに次の3条件が市場調査の結果付け加える必要があると判明した。5) 必要な栄養素を充足する。6) 現地になじむおいしさ。7) 必要とする人々にとって購入可能な価格である。2010年からは、味の素社の取り組みは、JICAの「BOPビジネス」の民間連携制度の仕組みに乗り、さらに推進されたのである。まさにこの例は、味の素社の「事業を通じたCSR」の良き事例であると言えるのである。

(2) 「BOPビジネス」はSB(ソーシャルビジネス)と捉える考え方

九州大学の星野は、「雪国まいたけ社」の例を、「BOPビジネス」の中ではSBとして発表しているが、このプロジェクトの中心人物である佐竹氏(雪国まいたけの新規事業部長)によると星野の考え方とは違い、このプロジェクトは単なるビジネスであると明言している。本来ならば、この「雪国まいたけ社」のバングラデッシュでの取り組みをここで例示したいが、当事者の意見が齟齬しているので別の例を参考にする。

同じバングラデッシュでの事業ではあるが、天水研究所の飲料水ビジネスを取り上げることにする。このプロジェクトの中心人物は、元隅田区の職員である村瀬氏である。村瀬氏は、墨田区

職員を退職後、以前から所縁のあったバングラデッシュの飲料水の改善に向けて、JICA の民間連携制度を活用しながら今日に至っている。このプロジェクトは、現地で大きな嚢を作り、その中に雨水を貯め飲料水として活用しようという仕組みである。過去にも、NGO が同じ試みをしたが、うまく行かずに頓挫している。

村瀬氏は、現地の人々が飲料水に関連する費用（例えば、不適切な飲料水を飲み医者に通った費用や飲料水を人に頼んだためにかかった費用など）を現地で調査し、嚢の価格を決める参考にした。現地の嚢を購入する人にオーナーシップを持たせるためにマイクロファイナンスと分割方式を考えた。本プロジェクトでは、紆余曲折があったがバングラデッシュでは受け入れられ、持続可能なビジネスになりそうである。但し、今後の課題では、どのように普及を推進するための戦略（のれんわけ方式）が有効に機能するかの精緻なマネジメント手法が必要である。砒素中毒や下痢症状を無くすためにも、この飲料水に関わるプロジェクトは、「BOP ビジネス」の中では、ソーシャルビジネス＝社会を大きく変化させるものに近いといえるのである。

ソーシャルビジネス（SB）への考え方は、経済省の SB の定義は次の通りである。①社会性・現在求められている社会的課題に取り組むことを事業のミッションにする。②事業性・①のミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。③革新性・新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発すること。その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。^(注3)

(3) 「BOP ビジネス」はビジネスであるという考え方

ここで取り上げる具体例としては、パナソニック社のアフリカ・ケニアでの「ソーラーランタン」を取り上げる。「ソーラーランタン」プロジェクト・マネージャーであるパナソニックの堀田氏は謙遜して、自分の推進している「ソーラーランタン」は、まだ SB ビジネスの領域程度と言及していた。まずアフリカのケニアを中心に、パナソニックの「ソーラーランタン」を BOP 層に販売しブランド力を高め、その後アフリカ全土へブランド名を普及させるための先行商品として投下する。まずは未知のアフリカマーケットで「ソーラーランタン」でニッチ市場を確保してから、さらに品質で優れたパナソニック製品を販売し、BOP 層の市場に広げていこうとする戦略である。

なお、アフリカは、グローバル企業のパナソニックであっても単独で攻め込むことは難しい、そこでアフリカに詳しい UNDP（国連開発計画）や JICA の支援を受けてこのプロジェクトに望んだ。特に、今回調査をしたケニアは日常安定した電機の供給を受けている人々が僅か 16% 程度といわれている（世界銀行の発表）。マーケットとしては「ソーラーランタン」向きのマーケットである。2 つの試作品で実験し、さらに製品を安く、明るさが 3 段階に切り替わり、また携帯

電話の充電機能つきの商品を開発した。製品は、発売前なので、正確な値段は不明であるが、自信を持って品質のよい製品であると堀田氏は話していた。

アフリカは、2000年に1,700万台の加入者であった携帯電話が、2012年で7億台を突破したといわれている。携帯電話の充電器が必需品であることは良くわかる。ちなみにアフリカで売られる携帯電話の値段は日本円で1,500円から3,000円である。^(注4)

パナソニック・堀田氏の言うように、最初はアフリカの社会的課題である家庭で夜に照明がつき団欒が過すことができ、子どもの勉強の手助けになるようにする。つまりSBに近いビジネスからブランドを構築し、最終的には持続可能なビジネスへ繋げる手法は、まさにビジネスそのものである。このような意見を書くと、アンチ「BOPビジネス」派からは、結局はSBときれい事を言っている、最終的には多国籍・グローバル企業の手法を変えたマーケティングの一貫ではないかと皮肉られる可能性は否めないのである。多国籍・グローバル企業におけるマーケティング手法の1つとする見方からすると、社会的課題の解決になっていることが理解されない点がある点、残念であるが。

このように、「BOPビジネス」は、企業におけるCSRの延長線上のもの、SB（ソーシャルビジネス）にオーバーラップする考え方、ビジネスと割り切る考え方と、3つの考え方に分かれる現状は、やむを得ない。それぞれの立場から発言し、「BOPビジネス」を実践する上でのそのような過程は避けられないのである。

III JICAの民間連携制度を活用した企業の中で、「BOPマーケット」に持続可能な企業から見えてきた「中小企業のBOPビジネス戦略の中での成功の鍵」について

1. JICAの民間連携制度を活用し現地の調査活動を終了後、「BOPマーケット」に対し持続可能と思われる企業の特徴

(1) 企業の特徴

JICAの民間連携制度を活用して将来持続可能性があると判断される企業の資料を見ると、次のような特徴がある。

表 1 : BOP ビジネスでの持続可能な企業について

	中小企業	13	やる気度	◎ 6 人	○ 4 人	△ 3 人
企業区分						
	大企業	6	やる気度	◎ 1 人	○ 4 人	△ 1 人
	中小企業	水 3	食・栄 1	電気 0	衛生 1	教育 1
業種						
	大企業	水 0	食・栄 2	電気 2	衛生 1	教育 0

注：2013 年 3 月，JICA 民間連携部資料，民間連携制度を活用した持続可能な企業一覧より筆者が加工した資料。

この表は JICA の資料を筆者がまとめたものであるが，中小企業は 13 社，大企業は 6 社で，中小企業の方が「BOP ビジネス」に強いことがわかる。また，その中で，創業者がやる気度○以上の中小企業は 6 社 + 4 社の合計 10 社である。（中小企業 13 社中の 77% となる。）大企業は 6 社中，やる気度○以上は 5 社となり，全体の 83% であり，サラリーマンであっても使命感に燃えた企業の担当者は「BOP ビジネス」を十分に遂行できることが読み取れる。また，業種はバラツキがあり，自分の得意分野をうまく「BOP ビジネス」繋げていると言える。

つまり次のように結論付けることができないだろうか。「BOP ビジネス」では，中小企業は，創業者がその気になれば海外での「BOP ビジネス」も十分に実現可能である。また大企業では，企業の組織の中で「BOP ビジネス」が十分に理解されず，「BOP ビジネス」の担当者が苦しい傾向にあるが，その担当者次第で，持続可能な「BOP ビジネス」が構築されることになることが可能である。

大石が，2011 年 7 月～8 月に東証一部上場企業へ「BOP ビジネス」のアンケートを実施した。「BOP ビジネス」への関心度合いとしては，「非常に関心がある」10.5% + 「やや関心がある」20.9% 合計 31.4% と日本企業の関心度合いの低さが目立った。「BOP ビジネス」への関心度合いが低い企業の中で，「BOP ビジネス」のプロジェクトを立ち上げ，持続することの困難さは筆舌に耐えかねる状況であろうことが思量されるのである。^(注5)

(2) 持続可能性のある企業の具体例

大企業の事例：論点 1 で掲載した，味の素社とパナソニック社の 2 例を振り返る。

1) 味の素社について（100 周年と本業に関わる CSR の実践）

味の素社は，100 周年になる前から，10 年間に亘り，パキスタン，中国，シリアなどで開発途上国・地域で必須アミノ酸「リジン」を用いて栄養改善のフィールドスタディーを実践してきた経緯がある。その結果としては，僅かな量のリジンを日常食とともに摂取することで栄養失調が改善されることが実証された。同社が 100 周年を迎えることで「実験」から「実

践」へと、「本業を通じた CSR」の推進をすることになったのである。このような背景があるからこそ、味の素社のプロジェクト・リーダーの取出氏も力強く、味の素社が考える「21世紀の人類社会の課題」の1つ健康な生活問題の解決へ強く取り組むことができたと言えるのである。

ところで味の素社の社風は、従来から営業が勝る社風である。この栄養改善プロジェクトは、100周年事業の一貫と限定され、JICAからの民間連携に対する支援が終了した場合に、そこでこの事業は終了してしまうかと思われた。そこであえて、取手氏に質問した。「栄養改善プロジェクトは、味の素のグローバル戦略の位置づけとしては、どのようなものであろうか」と。取手氏からの回答としては、この栄養改善プロジェクトは、味の素社のグローバル戦略の中で基本となる戦略であると明確に持続可能性を示唆していた。

2) パナソニック社（サンヨー社からの継続事業）の「ソーラーランタン・プロジェクト」について

パナソニック社は電機業界の中でも、昨年の大赤字を抱えて極めて厳しい状況下にある。その中であってアフリカの「ソーラーランタン・プロジェクト」のようなとても息の長いプロジェクトは切り捨てられる事業ではないのか。まして利益がなかなかでないSBのような状況の商品である。本プロジェクト・リーダーの担当者である堀田氏は、厳しい状況であることを十分に自覚した上で、堀田氏持ち前の情熱で社内を説得し、アフリカの10億人市場を開拓するためのツール、もしくはブランド作りの仕掛けのための主力商品として、この「ソーラーランタン・プロジェクト」を推進すると明言していた。商品化する新商品には、アフリカの携帯電話の普及率も勘案し、わざわざ携帯充電器の機能もついている商品と考えたところが素晴らしい。アフリカで、携帯電話のハイシェア持つノキア社は、太陽電池式の携帯用充電器を販売していることは有名である。

アフリカの携帯電話の普及率は、70%を超えていると言われている。単純に考えると、 $10 \text{億} \times 70\% = 7 \text{億台}$ ということになるのだが。^(注6)

この2つの事例を見ても理解できることであるが、大企業が「BOPビジネス」を実施する時は、大義名分の旗が立つ時がチャンスである。もし旗が無い場合でも、マーケットサイズを考えて、JICAの民間連携の制度を活用しながら現地調査をして商品化を考えるなど、プロジェクトに携わる担当者の情熱がある企業ならば、「BOPビジネス」への挑戦をすべきである。

次に中小企業の事例：エヌ・ウェーブ社

- 3) 前掲の天水研究所と違うケースとしては、エヌ・ウェーブ社のケースを検証してみよう。
- 同社も、JICA の支援を受けて、バングラディッシュの国営バス会社の経営改善と交通渋滞緩和に対して大きく貢献した企業である。（国営バス会社の経営改善状況は、当初バスの台数は 38 台→経営改善した結果バスの台数は 738 台となり、さらに当初 1 路線であったバス路線も 8 路線へ拡大した。）エヌ・ウェーブ社は、日本で IT 企業として様々なソフトウェア開発をしている企業であり、従業員数 10 人、売上高 1 億円の中小企業である。バングラディッシュの現地法人は 200 人の従業員を抱えている。エヌ・ウェーブ社の矢萩社長が行ったビジネスモデルは、ソニー社のフィリカカード（日本では、スイカ・パスモの名称）を国営バス会社へ提案して、現政権の IT バングラの波に乗り、フィリカカードの仕組みをバングラディッシュの国営バスに導入させその機能を高めさせたことである。矢萩社長の凄いところは、ソニー社とコネクションもないのに直談判しソニー社にフェリカカードを支援させた点と、バングラディッシュの国営バスにフェリカカードを導入させ、経営改善を実行させた 2 点である。情熱と絶え間ない努力がなければ当然できないプロジェクトである。こんなに凄い日本人がまだいたのかと思うと頭が下がる思いである。

2. 中小企業の「BOP ビジネス」での成功の鍵とは

(1) 中小企業が抱える海外進出への不安材料

企業が海外進出を考えた場合、次のような問題提起がなされる。具体的に列挙すると次の通りのような内容となる。^(注7)

神奈川県調査

- 1) 法規制や法制度の調査の支援→政権が変わると法制度が変化しやすい
- 2) 情報収集や相談の支援→どのような製品が売れるのかとの不安
- 3) 資金調達の支援→市場調査の資金も必要
- 4) 人材育成に支援→語学ができる人材がない
- 5) 現地課題解決のために支援→現地で相談できる NGO や NPO がない
- 6) 戦略立案の支援→社外に相談する相手がいない
- 7) リスクマネジメント→どのようなリスクがあるのか不明
- 8) 市場動向調査の支援→コンサルタント会社との繋がりが無い

この内容を見ると、中小企業は海外進出をおやめなさいと言いたくなるかもしれないが現実である。しかしながら多くの中小企業は、この不安材料を乗り越えて海外へ進出している。そこで、中小企業にとってこれらの不安材料を克服する仕組みとしては、現在は JICA の民間連携制度が良い。この制度は、5,000 万円 3 年間の支援策と 2,000 万円 3 年間の両方の支援があり、中小企

業にとっては、2,000万円3年間の方が使いやすい。

民間連携機構・JICAは、世界中に91の事務所を持ち、企業が進出する前も、進出した後も、日本でも現地でも様々な問題解決への相談に乗りそして支援している。^(注8)

(2) BOP ビジネスで成功する中小企業の共通点

成功する鍵については、現地での施策が多いが、本来は本社のある日本で次の問題点をクリアーできる中小企業が、「BOP ビジネス」での成功への早道となる。

1) 日本の経営基盤が強固なこと。

中小企業のオーナーが海外進出に目が向くと、どうしても国内の母体に対して経営の手が緩くなる。「BOP 層」への水ビジネスで有名な日本ポリグル社の小田社長も過去の同社の歴史の中で、お家騒動があったと明言されている。つまり、オーナーと残される日本の残留部隊との間で十分な対話がなされ、部下がオーナーの海外進出を理解し支援する体制が出来上がっている企業。しいては国内体制が磐石であることがスタートのポイントである。奥様が経理を握っているような体制でも良いと言えるのである。

2) ビジネスモデルの中に、ITC 技術を活用できること。

「BOP ビジネス」は「BOP 層」を市場とするために、「BOP 層」が購入できる金額つまり、安く、少量単位でと考えられるケースが大半である。物を販売するビジネスでは、まさにその通りである。ところで「BOP 層」への携帯電話の高い普及は、先ほどのアフリカに例を見ても良く理解できる。衛生設備やインフラ整備が不十分であっても携帯を購入して、情報交換や送金を行っているのが現実ある。つまり「BOP ビジネス」の中に、IT 技術を導入しさらに活用慣れている企業が、「BOP 層」をターゲットとしたビジネスモデルを構築することが望ましい。

例えば、「雪国まいたけ」社の例を見てみると、バングラディッシュの農村地域で、7,000人の農民（男子）と1,000人農民の妻（女子）合計8,000人を雇用し、もやしの種となる緑豆を栽培している。緑豆を栽培する農民を70人から100人単位でまとめ、技術指導するスーパーバイザー（SV）が雇われている。SVと本部の連絡は携帯電話やスマートフォンである。「雪国まいたけ」社は、独自のSNSを構築しており、SVから送られてきた情報は、このプロジェクトに関係するメンバーは誰でもアクセスができる。「どの畑の緑豆生育状況はどのような状況か」「どの畑では肥料をどの程度活用しているか」など、7,000人の農民をITC技術でマネジメントしているのである。そして本社と現地バングラディッシュのやり取りは、

PC を活用したスカイプである。

中小企業であってもこのような ITC 技術を活用できる会社が、より進出しやすいと考えられる。

3) 「BOP ビジネス」を取り組むリーダーについて

リーダーとしては、中小企業であれば社長、大企業であればプロジェクト・リーダーがその立場に立つと思われる。立場の違いはあるが、次のような気概を持つ人物が「BOP ビジネス」を成功させるタイプの人物像である。

①「BOP ビジネス」へのあくなき情熱を持ち、かなりの問題が発生しても情熱は揺るがないこと。（簡単にへこたれない人。）

例えば、大企業であった場合「BOP ビジネス」を収益の出るビジネスのつもりであったところ、スタート当社は、SB となってしまう可能性もある。それでも、将来性を見据えて、本社を十分に説得できるような力を持つ担当者であることが肝要。つまり進出する企業として、「BOP ビジネス」の経営戦略上の位置づけが、その企業の中で明確であることになっていることが重要である。

②他者の意見を傾聴し、柔軟性を持った性格であること。（学習機能に優れた人。）

例えば、日本では考えられないような、価値観・風土・宗教的感覚の中で、ビジネスを展開していくことになるため、学習能力に優れた人物が望ましい。

③他者を巻き込むためのコミュニケーション力を持つこと。（語学ができれば良いが語学ができなくても、その人の魅力でビジネスを成功させている方も多い。）

例えば、上記②と同じように、異文化の中でのコミュニケーションをとる必要がある。現地目線で、表情豊かでボディランゲージが得意であるとなおさら良い。リーダーそのものが、BOP ビジネスの社会的意義が十分に理解されていれば、他者を巻き込むことは容易である。

(3) 現地での対応ポイント

1) お墨付きを持っていること。

例えば、JICA の民間連携制度を活用して、現地に調査に行けば、現地政府（行政）と話をする場合でも、現地政府としては、日本政府に認められた企業としての対応をとる。また、個人的であっても、世界で通用する資格を持っていること。例えば、天水研究所の村瀬氏は薬剤師であり、その資格は、病院や医師と話を煮詰めるときに、非常に役に立ったそうである。

2) 現地のパートナーと提携する。

例えば、日本と違い、進出した現地の経済環境や社会風土はわからない。そこで、現地や世界で活躍している NGO や NPO と連携することが肝要である。コネがあればよいであろうが、無くても公募することをお薦めする。コネに頼りすぎると、断わりにくくなる。

3) コンソーシアムを組む。

自前主義で、何事も解決できるとは限らない。日本から進出する場合であっても、また単独で進出した場合であっても、コンソーシアムを組むことは重要である。流通網が確保しづらい場合は、問屋や代理店を公募して、現地での流通網を構築することが肝要である。いかによい製品であっても、店頭に並び「BOP層」の目に触れなければ「BOP層」を開拓することはできないからだ。

4) 自分の市場を持つ。

ランチェスターの法則を活用することである。つまり、自社は新参者で、急速に他者に追いつくことは困難である。これは誰でも理解できる。そこで、小さくても良いから特定の市場を構築することである。市場を持てば、製品の評価も吸い上げることができ、改善に繋がるのである。例えば、先ほどのパナソニックのソーラーランタンもケニアの市場で、2つの試作品がどのように評価されるかの実験を2つの村で実施している。その結果としての新しい商品が携帯電話の充電器付商品として、新たに販売されることに繋がっていったのである。まずは、自分にとって都合の良いニッチな市場作りから始めるべきである。

5) 技術革新を怠らない。

BOP市場は、欧米・中国・韓国企業が既に進出している市場である。例えば、アフリカのランタン市場は、値段の安い製品は既にあるが、パナソニックが開発したような高性能な商品はまだない。パナソニックの商品が発売されれば、他社はそれを研究し、さらに安価な商品を開発するかもしれない。技術競争が付きまとうが、技術革新を怠らなければ、パナソニックの蓄電技術は他社の追従を揺るがさない現状にある。

ところで、このソーラーランタンは、東日本大震災直後、電気が復旧しない地域で、活用されたことは記憶に新しい。「BOP層」に販売される製品が、日本でも緊急時には、活用できることを証明した良き例である。

6) リスクマネジメントを先行しながら、撤退する勇気を持つ。

日本企業は、リスクマネジメントの意識が乏しい。そのよき例は、タイの洪水の例である。日本企業は、タイ政府が招致する工業団地に進出して工場を建てた。その工業団地は、川のそばで低湿地であった。そのような地理的な条件はすぐに現地に行けば判明する。それにも関わらず、工場の床をかさ上げせずに低地に工場を建設した。リスクマネジメントの基

本ができていれば、日本での工場の建設時に注意すべき事柄とタイでの工場建設はリンクするであろう。残念ながら、それができていなかったのである。そのためにタイの洪水で被害を受けた会社は、保険会社から保険金を1回は支払ってもらえても、次回は掛け金が高くなるか、引き受けを拒絶されるかもしれない。タイのビジネスには、直接繋がることではないが、「BOP ビジネス」では、中長期的な経営戦略が要求されるケースが多い。その時に、撤退する勇気を持つことも重要である。

IV 結論

まず BOP ビジネス戦略の考察のための基礎として、現在日本における「BOP ビジネス」に対する3つの潮流について、検討した。CSRの延長線と考える流れ、SB ビジネスとして考える流れ、ビジネスとして取り組む流れの3つである。結論としては、進出する企業の経営判断で自社の企業戦略としてはどの道を進むのかは決定すべき問題である。つまり傍からみて嘴を挟むことは避けるべき問題と考える。

次に「BOP ビジネス」での成功要因を整理した。成功要因は、現地に目が向けられることが多く、内容的にもそのことが中心となることが多い。正にそのとおりであるが、あえて筆者は、日本の企業が海外へ進出する以上、企業の日本での経営母体にも着目する必要があると考えている。ITC 技術が進歩して、海外との連絡はより取りやすくなった。しかしながら、中小企業では中心人物(社長)が海外に出向き仕事をする。日本の母体でもかけがえのない人である。そこで、次のように整理をした。

1. 母体企業の日本でのポイント

- (1) 日本の経営基盤が強固なこと
- (2) ビジネスモデルの中に ITC 技術を活用できること
- (3) 「BOP ビジネス」に取り組むリーダーの資質
 - 1) 「BOP ビジネス」へのあくなき情熱を持ち、かなりの問題が発生しても情熱が揺るがないこと。
 - 2) 他者の意見を傾聴し、柔軟性を持った性格であること。
 - 3) 他者を巻き込むためのコミュニケーション力を持つこと。

2. 現地での対応ポイント

- (1) お墨付きを持っていること。

- (2) 現地のパートナーと提携すること。
- (3) コンソーシウムを組めること。
- (4) 自分の市場を持てること。
- (5) 常に技術革新を怠らないこと。
- (6) リスクマネジメントを先行させながら、撤退する勇気を持っていること。

以上が、JICAの民間連携制度を活用して「BOPビジネス」を試行し、その結果として持続可能な企業を調査した結果の結論である。但し、今回の例示した会社の数が5社と少なく、さらに将来に亘って数多く調査する必要がある点は自覚しており引き続き調査を継続したいと考えている。^(注9)

また題名としては中小企業とは書いたが、大企業もプロジェクトとして「BOPビジネス」を開始する場合は、中小企業と同レベルの展開が組織の中で、予想されるので、本論は参考となると思われる。つまり、ここに記載した必要条件としての様々な鍵を全て持っていたとしても「勝利の方程式とはならず」ビジネスは成功するとは必ずしも限らない点が「BOPビジネス」であっても、通常のビジネスと差がない結果であると言えるだろう。

グローバル企業で、「BOPビジネス」でも有名なフランス・ダノン社のCEOフランク・リブー氏の言葉を引用して、この論文を締めくくることにする。

フランク・リブー氏曰く「従来の尺度が通用しなくなった世界をグローバルと呼ぶのだ。グローバル化の成功には、相手国・地域の独自性を尊重、理解してビジネスの仕組みを構築する必要がある。これは組織作りにも通じる。フランス本社でうまくいっていることが世界各地でうまく行く保証はない。組織はいろいろなものを混ぜる錬金術のようなもので、そこから社会への変化に瞬時に反応する力が生まれる。企業は常に自分を問い直していく動物であるべきで、画一的な基準で組織は成長しない。企業が存続していくには業績向上、人材の育成、そして環境対策、貧困解消などの今の社会に求められることと合致する強い使命感を持ち続けることが重要だ。つまり、財務的な価値基準が前に出すぎると本当に必要な社会の発展との乖離が生まれる。」日本の企業も「BOPビジネス」を通じて、真のグローバル企業となるためには、この言葉を指針として行かれることをお勧めする。

今後の課題としては、JICAの民間連携制度を活用して「BOPマーケット」で持続可能となる企業に対して、JICAとタイアップしながらアンケート調査を実施したいと考えている。その調査アンケートを分析することにより、「成功の鍵」から、より実践的な「勝利の法的式」が導き出せるように、さらに研究活動を継続して行きたいと考えている。^(注10)

表2 JICA の民間連携制度を活用し、今後も持続可能な具体的な企業の例と内容分析

社名 (対象国)	大・中小	社会的 課題	区 分	技 術	担当者部門 (情 熱)	現地対応・ お墨付き	対象の BOP 層
1 味の素 (ガーナ)	大企業	栄養不足	CSR	栄養素	研究開発部 ◎	JICA・大学・ 他	栄養教育・母親
2 パナソニック (ケニア)	大企業	電気不足	SB → ビジネス	蓄電池	国際渉外部 ◎	JICA・国連・ NGO	消費者
3 雪国まいたけ (バングラディシュ)	大企業	食糧問題	SB・ビジネス	農業技術	新規事業部 ◎	JICA・ グラミン G	農民・消費者
4 天水研究所 (バングラディシュ)	中小企業	飲料水	SB	雨水利用	社長 ◎	JICA・ 薬学博士	消費者
5 エヌ・ウエーブ (バングラディシュ)	中小企業	交通渋滞 衛生管理	ビジネス	IC カード	社長 ◎	JICA・IT・ ソニー	消費者

※雪国まいたけは、化学物質の検査技術水準は高い。安全・安心が売り物となる。

※バングラディシュは、宗教上の関係で食事は手つかみである。そのため、紙で手売りされるバス切符ではなく、IC カードを導入し、衛生面の管理を図っている。

※この資料は 2013 年 3 月、JICA の資料を筆者が加工し作成した。

【注】

1. 大石芳裕著「BOP ビジネスの意義」『多国籍企業研究 5 号』多国籍学会誌 2012, pp.39-53.
2. JICA 民間連携部資料 民間連携制度を活用した持続可能な企業一覧より。
3. 経済産業省、『ソーシャルビジネス研究会報告書』, 2008, pp.2 より。
4. 野村総研主催 第 142 回メディアフォーラム「BOP ビジネス戦略」の資料 pp.14 と筆者の補足説明。
5. 大石芳裕著、『グローバル・マーケティング・イノベーション』2012, 同文館出版 pp.78-83.
6. 野村総研主催 第 142 回メディアフォーラム「BOP ビジネス戦略」の資料 pp.22-24 と筆者の補足説明。
7. 日経新聞 (神奈川版) 2013 年 1 月 19 日。
8. JICA 『アニュアルレポート 2012』2012 年 3 月, pp.21-23.
9. JICA 「BOP ビジネスの開発効果向上のための評価及びファイナンス手法に係るセミナー」
2013 年 9 月 27 日開催の中で、民間連携制度を活用して持続可能な企業については、PWC の分析が小職の論文内容に近似している分析結果を表明していた点の特記する。
10. 謝辞:紙面を借りて「BOP ビジネス研究会」を開催した 4 年間、数多くのスピーカーの方々や「BOP ビジネス」の研究者、そして「BOP ビジネス」への進出を考えている産業界の方々に恵まれて運営できたことに感謝申し上げます。また本会の主旨を理解し、強力にご支援していただいている JICA 民間連携部のメンバーの方々には衷心より感謝申し上げます。

【参考文献】

1. 三宅隆之著『非営利組織のマーケティング』白桃書房, 2003
2. 服部篤子, 武藤清, 澁澤健編, 『ソーシャル・イノベーション』日本評論社, 2010
3. ビジャイ・ゴビンダラジャン, クリス・トリンプル, 『リバース・イノベーション』ダイヤモンド社, 2012
4. 英『エコノミスト』編集部, 『2050 年の世界』文芸春秋社, 2012
5. 大木博巳編, 『欧米企業の BOP ビジネスモデル』ジェトロ, 2011
6. 日本企業の BOP ビジネス研究会, 『日本企業の BOP ビジネス』日本能率協会マネジメントセンター, 2011
7. 野村総合研究所編, 『BOP ビジネス戦略』東京経済新報社, 2010
8. 経済産業省貿易経済協力局, 通商金融・経済協力課編, 『BOP ビジネスのフロンティア』経済産業調

- 査会, 2010
9. 林倬史, 古井仁編, 『多国籍企業とグローバルビジネス』 税務経理協会, 2012
 10. 多国籍企業学会編, 『多国籍企業と新興国市場』 文真堂, 2012
 11. 藤沢武史編, 『グローバル・マーケティング・イノベーション』 同文間出版, 2012
 12. 経済産業 省貿易経済協力局 通商金融・経済協力課編, 『新中間層獲得戦略』 経済産業調査会, 2012
 13. PE, ドラッカー, 『非営利組織の経営』 ダイヤモンド社, 2007
 14. 二宮書店編集部編, 『2012 データーブック・オブ・ザ・ワールド』 二宮書店, 2012
 15. C.K. ブラハード, 『ネクスト・マーケット』 英治出版, 2012
 16. スチュアート・L・ハート, テッド・ロンドン, 『BOP ビジネス市場共創の戦略』 英治出版, 2011
 17. (社) 関西経済同友会, 『BOP ビジネスに日本企業はどう向き合うか』。関西同友会 BOP ビジネス委員会編, 2013
 18. (社) 経済団体連合会, 『中小企業のアジア地域への海外展開をめぐる課題と求められる対応』 (社) 日本経済団体連合会, 2013
 19. グローバルコンパクトジャパン, 『BOP ビジネス・ソーシャルビジネス分科会』2012年活動報告, グローバルコンパクトジャパン, 2012
 20. 味の素グループ『CSR レポート 2009』『CSR レポート 2010』(株) 味の素 CSR 部作成

人的資源管理論における日本的雇用慣行と コミットメントの関連性

高橋 哲也

キーワード：日本的雇用慣行，コミットメント，メンバーシップ，ワークライフバランス

要約

アメリカ経済の優位性は 1970 年代から緩やかに低迷を始め、経済全体のパフォーマンスが悪化し始める。高成長を続けていた日本企業に米国は目を向け、日本企業の競争優位性はその雇用慣行にあると分析し、経営方式の革新を模索し始める。伝統的な人事労務管理から人的資源管理への移行を捉える上での要点があり、その中で従業員のコミットメントを重視する部分がある。またハーバード学派の研究者はコミットメントを重視した経営というものを提案する。ここに人的資源管理のベストプラクティス・アプローチが登場するのである。これらを含め日本的雇用慣行におけるコミットメント重視の発想が米国での人的資源管理にどのように受容されているのかをみていく。一方で日本の研究者から日本的雇用慣行こそがコミットメントを高めているとされている研究成果があり、別の研究では日本的雇用慣行にはメンバーシップを重視した契約である指摘もなされる。日本においてこのメンバーシップは職務の非限定性という側面を含むという指摘に注目すると、この考え方を職務記述書のある米国に導入する方法は熟慮を要すると予想される。本稿では、人的資源管理へのコミットメント概念の導入、米国での受容および導入の状況、コミットメントの機能などについて俯瞰的な考察を行う。

1. はじめに

1990 年代はじめ日本経済はバブル崩壊という大きな転換点を迎えた。未曾有の経済危機を乗り越えるための反省が各分野でなされ、その反省の中でもとりわけ大きな点は日本的経営に対するものであった。それは旧態依然とした経営方式を新たな経営方式へ脱却すべきとの論調で議論されてきた。それまでの日本的経営に対する賞賛とは異なり、日本的経営の限界と課題について厳しい指摘であったといえる。日本的経営の三種の神器ともいわれる終身雇用慣行、年功序列賃金、企業別労働組合の中でも特に終身雇用慣行と年功序列賃金の修正については産業界および学

会などでも多くの議論が戦わされた。日経連(1995)による「新時代の『日本の経営』」報告によってなされた雇用の複合化は産業界からの一つの解答であり、その後にならざる影響があったと思われる。この雇用の複合化とは具体的には人材を三つのグループに分類し雇用管理をするという発想であった。その三つのグループとは終身雇用(長期雇用)を前提とした正社員の長期蓄積能力活用型グループ、高度な専門的知識を保持し必要に応じて企業間を横断して働く契約社員や派遣社員の高専能力活用型グループ、パート社員、契約社員の雇用柔軟型グループ、というものである(図表1)。このような雇用の複合化の狙いは雇用の流動化および総人件費の削減である。そしてもう一つが業績や成果という評価基準の導入であった。

業績による人事評価の要点は数値化にあり、被評価者の職務とその成果の数値的把握が必須である。そのため数値的評価の困難な部門、例えば経理部や人事部では、業績そのものの把握が困難となる。問題はそれだけに止まらない。業績の数値化が可能である部門であっても不満を産む要因がある。例えば研究開発部門においてである。研究開発であれば、新素材の開発や特許というかたちで業績の数値的把握は可能であろう。しかし、業績評価の期間が問題となる。新素材開発や特許取得は一朝一夕というわけにはいかず短期間で成果の出ない場合もある。人事評価の期間が単年度であるため、開発途中の素材や製品を評価することは非常に難しい。結果として被評価者の関心事は一年間で仕上がる業務に集中することになる。さらには長期的な視点での革新的・挑戦的な開発に対する意欲も失われていくことにも繋がる。以上のように、成果主義的人事評価への問題が露呈してきた。日本の経営の修正が目指される中で業績や成果による人事評価が盛んに導入されていったが、その後人事評価制度の運用における難しさにより大混乱を引き起こした企業も見られたのである¹。日経連の「新時代の『日本の経営』」報告後の追加調査においても従業員の帰属意識の低下が報告されている。また佐藤(1999)も場当たりに人員整理などを行い、従業員数、人件費の削減をすることで従業員のコミットメントの低下を招くことを示唆している。

組織行動論(Organizational Behavior: OB)の領域では組織と個人の関係性を中心に研究が行われてきた。また組織における個人を資源として考え、その研究領域を発展させたものが人的資源管理論(Human Resources Management: HRM)である。組織行動論および人的資源管理論はともに行動科学(Behavioral Science)の影響を色濃く受けて発展してきたとされている²。しかしながらOB、HRMにおいてコミットメント概念の取り扱いに差異があると考えられる。OBの領域においては、主体としての個人がコミットする対象を何にしているのかを探り、その対象が組織に対するコミットメントであれば、そのコミットメントを詳細に分類する研究が中心となっている。一方でHRMはコミットメントの高い従業員の成果に注目していると指摘できる。この立場の研究のひとつとして「高業績作業システム(High Performance Work System: HPWS)」というアプローチがあり、高いコミットメントは高い業績を産むのかという視点から

研究を行っている³。双方とも行動科学の影響を受け、組織と個人の関係性の分析を行っているが、その方向性は異なっていると言えよう⁴。

ブラットンら (2003) によると人的資源管理とは、「人のもつ諸能力を高めることが持続的競争優位を獲得するうえで極めて重要であることを強調する雇用関係管理の戦略的アプローチの1つであり、その管理は雇用に関する施策、計画、実践を統合した一連の組み合わせを通じて達成される」ものであり、人的資源とは「人々が働く現場に持ち込む特性のことを指し、具体的には、知性、才能、コミットメント、暗黙知や技能、学習能力など」のことを指す。本稿でも、上記の考え方に従っている。

人的資源という用語は人的と資源という2つの単語の合成語である。ドラッカー (1954) によれば、「人と他の資源との間とは異なり、双方向の関係が生ずる」という。つまり人だけは一方的に使うことのできない資源である。単なる資源として考えるということは、ヒトとモノを区別しないということであり、働く者の心理的な側面を見逃すことになる。資源的側面を強調する場合、人格を持つヒトであることを捨象してしまう危険性をドラッカーは指摘しているといえる。この働く者の心理的側面を分析する概念の一つとしてコミットメントがあげられる。人的資源が物的資源では無い、あくまでも人間だと意識していることが重要であり、ここにコミットメントを取り上げる意義がある。日本人の働き方についての説明において忠誠心や帰属意識という概念を用いる場合があるが、本稿ではコミットメントという概念を用いていくこととする。

HRMにおいて鍵となる概念としてコミットメントを指摘したが、この概念は日本企業の強さの源泉であるとされた帰属意識の高さをHRM施策に組み込んで利用しようとする狙いから導入されたものである。帰属意識の高さは、企業からの退出(離・退職)を回避し、欠勤率を抑制し、業務中の怠業をせず、さらには日々の業務の改善をしていく行為として現れる。これらの行為は勤勉さの現れとみることができる。このような勤勉な労働者と日本企業という部分に米国の企業や研究者が注目をした。米国の企業および研究者は日本的経営における強みを研究し、日本人の帰属意識の高さや勤勉性をHRM施策に取り入れようとしたのである。しかしながらバブル崩壊後の日本経済の立て直しにあたり日本の企業および研究者が導入を試みたのがいわゆる米国流の成果主義的人事評価であった。日本における成果主義人事評価への反省も多く見られるようになった今、日本型雇用慣行とコミットメントの関係を再度考察する必要があると本稿では考える。

図表1 日経連による従業員の三分類

	雇用形態	対象	賃金	賞与	退職金・年金	昇進・昇格	福祉施策
長期蓄積能力活用型グループ	期間の定めのない雇用契約	管理職、総合職、技能部門の基幹職	月給制か年俸制 職能給 昇給制度	定率+ 業績スライド	ポイント制	役職昇進 職能資格制度	生涯総合施策
高度専門能力活用型グループ	有期雇用契約	専門部門（企画、営業、研究開発）	年俸制 業績給 昇給なし	成果配分	なし	業績評価	生活援護施策
雇用柔軟型グループ	有期雇用契約	一般職 技能部門 販売部門	時間給制 職務給 昇給なし	定率	なし	上位職務への 転換	生活援護施策

出典：日経連（1995）『新時代の「日本の経営」』より

2. HRMにおけるコミットメントへの注目

2.1 PM から HRM へ

HRMにおいてコミットメントがどのように取り扱われているかを理解するために、一見迂遠であるが人事管理（Personnel Management：PM）とHRMの異同について説明することから始める。PMとHRMの異同については二つの立場から議論がなされている。一方はPMとHRMを理論や制度内容に差異は無いとする立場である。もう一方はPMとHRMの違いを明確にし、その異同について強く主張する立場である。このような議論の端緒には、管理対象の問題が含まれている。具体的には管理対象をブルーカラー、ホワイトカラーとした場合にどのように差異があるのか、そしてその管理制度の異同はあるのかということに及ぶ。英国、日本で議論が盛んにされており、日本においては管理対象論争として議論がある。筆者も学問領域の名前の変更は決して小さなものではなく、そこには明確な理由と意図があると考える立場をとる。英国研究者のゲスト（1987）などを含め同じ立場をとる研究者の意見を総括したところ、その違いは次の6点に要約可能であるといえる⁵。

列挙すると①人事部門の役割の変化、②ライン管理者のHRMへの統合、③コストではなく教育・開発される存在としての労働者観、④コミットメント、⑤HRMの戦略的統合、⑥柔軟性のある組織構造、の以上6点である⁶。

これら6点を管理主体、管理対象、組織と戦略のあり方というように捉えてもよいだろう。まず上記の①、②は管理主体についての側面である。次に③、④は管理対象としての人的資源についての側面である。最後に⑤、⑥については組織と戦略、端的には経営戦略に関する側面と捉えることが可能である。つまり、PMとHRMの違いを、管理主体の変化、管理対象の変化、組織と戦略の変化とまとめることが可能である。つまり「人事部門の役割の変化」は、人事部門はトップ・マネジメントのサポートに徹するのではなく、人的資源の活用を使命とし、組織の全体性を考えながら「HRMの戦略的統合」を目指すことを意味する。その際には、ライン管理者との協

働も不可欠であり、「ライン管理者の HRM への統合」も意図されている。そして、人的資源とされる個人は「コストではなく教育・開発される存在としての労働者観」の下に扱われ、その個人も「コミットメント」を求められる。またこのような政策を達成するためには、「柔軟性のある組織構造」を視野に入れておくことが必要となる。

本稿での関心は管理主体や組織と戦略ではなく、管理対象として人的資源であり、その人的資源とは組織における個人にある⁷。

2.2 米国の競争力低下と日本的経営への注目

前述のように PM と HRM の異同のポイントの一つに戦略論的な発想が導入されたことを指摘したが、さらに HRM 領域の中でよりいっそう経営戦略との融合の度合いを高める理論展開があったことを指摘しなければならない。この背景として、アメリカ産業界の経営慣行に対する現実の問題がある。当時のアメリカ産業界の国際的競争力の低下は顕著であり、ここにアメリカ産業界の経営戦略と HRM の統合を要請した理由がある。国際競争力の低下という問題はいくつかの要因が相まって発生したとされており、それらはアメリカ経済のインフレ体質、労働生産性の長期的な低下、労使関係の変化などである。アメリカ産業界における労働生産性の低下が問題視され、さらに競争力の低下が深刻化するにつれて経営革新が求められた。そこで当時高度成長期であった日本企業および日本的経営への興味が高まったのである⁸。その当時の米国の経済状況の基本情報を示したものが図表 2 である。

特に注目したいのが悲惨度指数（Miserable Index）である。悲惨度指数は消費者物価上昇率と失業率の合計で定義される。消費者物価上昇率（Consumer Price Index : CPI）は消費者の生計費水準を表す指数であり、同指数の上昇率はインフレの重要な尺度インフレ率を表す指標である。インフレ率や失業率が上昇すれば国民生活は悪化するため、悲惨度指数は国民の生活に対する不満や不安度を示すものとして用いられる。1974 年から 1982 年までの悲惨度指数の平均は約 16.3 というかなり高い数値を示している。米国ではこの数値が 10.0 を超えると政権継続が困難になるといわれている。

アメリカ産業界が苦しむ中、二度の石油危機を乗り越えさらなる経済発展をしていたのが日本企業であった。当時、日本企業に対して注目が集まったことを象徴する二つの著作について触れてみたい。二つの著作とはヴォーゲル（1979）による『ジャパン・アズ・ナンバーワン—アメリカへの教訓（Lessons for America）—』とオオウチ（1981）による『セオリー Z—「アメリカのビジネスは、いかにして日本からの挑戦に対抗することができるか（How American Business Can Meet the Japanese Challenge）—』である。これらの二作に共通するテーマは、「なぜ、日本企業はあれほどにも強いのか」、「米国の企業と社会を再生させていくためには、日本の

企業からどのような点を学べば良いのか」という点にあった⁹。

図表2 1970年代および1980年代の米国経済基本指標

	実質 GDP :	労働生産性 :	CPI	失業率	実質 GDP	労働生産性	CPI 上昇率	悲惨度指数	大統領
	1996 年価格	民間非農業			成長率	上昇率			
	10 億ドル	1992=100			1982-84=100	%			
1970	3578	68.9	38.8	4.9	0.2	1.5	5.7	10.6	ニクソン
1971	3697.7	71.8	40.5	5.9	3.3	4.2	4.4	10.3	
1972	3898.4	74.2	41.8	5.6	5.4	3.3	3.2	8.8	
1973	4123.4	76.5	44.4	4.9	5.8	3.1	6.2	11.1	
1974	4099	75.3	49.3	5.6	-0.6	-1.6	11	16.6	
1975	4084.4	77.4	53.8	8.5	-0.4	2.8	9.1	17.6	フォード
1976	4311.7	80.3	56.9	7.7	5.6	3.7	5.8	13.5	
1977	4511.8	81.5	60.6	7.1	4.6	1.5	6.5	13.6	カーター
1978	4760.6	82.6	65.2	6.1	5.5	1.3	7.6	13.7	
1979	4912.1	82.2	72.6	5.8	3.2	-0.5	11.3	17.1	
1980	4900.9	82	82.4	7.1	-0.2	-0.2	13.5	20.6	
1981	5021	83	90.9	7.6	2.5	1.2	10.3	17.9	
1982	4919.3	82.5	96.5	9.7	-2	-0.6	6.2	15.9	レーガン
1983	5132.3	86.2	99.6	9.6	4.3	4.5	3.2	12.8	
1984	5505.2	88.1	103.9	7.5	7.3	2.2	4.3	11.8	
1985	5717.1	89.3	107.6	7.2	3.8	1.4	3.6	10.8	
1986	5912.4	92	109.6	7	3.4	3	1.9	8.9	
1987	6113.3	92.3	113.6	6.2	3.4	0.3	3.6	9.8	
1988	6368.4	93.5	118.3	5.5	4.2	1.3	4.1	9.6	
1989	6591.8	94.2	124	5.3	3.5	0.7	4.8	10.1	

出典：甲南大学経済学部教授・稲田義久氏サイトより¹⁰

また日本企業へ関心の高さを利用しつつ、高業績を上げている米国企業への注目を高めることに成功したピーターズ&ウォーターマン（1982）の『エクセレント・カンパニー―「アメリカの最優良企業から学ぶ教訓（Lessons from America's Best-Run Companies）」―』がある¹¹。彼らは「超優良企業（excellent companies）」の経営実態を調査し、8つの原則を提示した。それらは①行動の重視、②消費者の重視、③自律的な個人と組織、④権限委譲による生産性の向上、⑤積極的かつ価値にもとづく経営、⑥核となる本業へのこだわり、⑦単純で少人数の組織、⑧厳格かつ寛大な管理構造、という8つの項目である。日本企業への注目度合いが高まる中で、これらの点を備えた企業はアメリカ国内にも存在するという指摘をした。日本企業だけではなく米国内の企業に注目し大きな反響を呼んだのである。

このように日本的経営に注目が集まったという事実がまず一点、また日本企業への意識の傾斜に対抗する形で成功したエクセレント・カンパニーの存在の指摘が一点、この二点から鑑みても米国において既存の経営手法に対する改善の気運が見て取れる。言い換えると現状に固執しては取り残されるのではないかという危惧を呼び起こしたといえるのではないか。日本企業への関心の高まりという現象は、日本企業の競争優位性の源泉の分析へと転換し、その競争優位性を高める施策の導入に関心は移っていった。分析の結果として、日本企業における競争優位の源泉は日本的雇用慣行とコミットメントにあるという指摘がなされ、さらには米国企業への導入

の方法を考えるに至り、発案されたのが HRM におけるベストプラクティス・アプローチである¹²。

2.3 ベストプラクティス・アプローチにおけるコミットメント

ここではベストプラクティス・アプローチの概要を説明しつつ、HRM におけるコミットメントについての理解のされ方についても触れていく。

ベストプラクティス・アプローチを主張するピアーら（1984）によれば、「HRM 展開の成果としてその有効性を評価する場合、コミットメント、能力（competence）、コスト効果性（cost effectiveness）、整合性（congruence）を評価基準とする¹³」と説明し、これら四つの評価基準を HRM の有効性指標として提示している。それぞれの評価指標およびその際に求められる人材像について説明したものが図表3である。そして、これら四つの評価基準を満たすための職務システムを提案している。それがハイコミットメント職務システムである（図表4）。ピアーらの主張は伝統的職務システムからの脱却とハイコミットメント型職務システムの導入にあると思われる。換言すると PM から HRM への移行と捉えることが可能であり、前節で指摘した日本的経営への関心の高まりと捉えることも可能である。このハイコミットメント型職務システムの特徴は、広く定義された職務、職務間ローテーションの実施、チームによる柔軟な配置、チームの一員としての従業員、などの点にある。ここでは、職務拡大（job enlargement）、職務充実（job enrichment）、ジョブローテーション（job rotation）、などの QWL 運動の影響が強く見られる。

岩出（2002）によれば「Taylor 流の伝統的な PM に代わり、行動科学にもとづく革新的な HR 施策の『唯一最善の方法』（one best way）を強調してきた QWL 運動の強力な推進者が集まる Harvard Business School の研究者たちが中心になっていることから、SHRM の『ハーバード派』（the Harvard school）とも呼ばれている。こうしたことからベストプラクティス・アプローチは、そのルーツを QWL 運動に置き、その発展的な形態と理解できるものである」と指摘されている。QWL 運動で推進された職務拡大、職務充実、ジョブローテーションとは、職務概念を基本としつつ仕事内容を柔軟に捉えるという機能的な柔軟性を目指す仕組みと理解できる。

ピアーら（1984）によれば「従業員は、心理的により深く仕事に関与するようになると、より高いモチベーション、業績、忠誠心が結果として生まれる。より深く仕事に関与すると、地域社会への関与が増し、この形で社会一般の福祉に貢献するようになるという証拠がある」と説明されている。ただし、その説明内容を見ると広義に解釈が可能なものとなっており、厳密な意味でどのようなものが求められているのか限定することが難しいといわざるを得ない。ピアーらの主張を伝統的職務システムからの脱却とハイコミットメント型職務システムの導入と捉えた場合、そこでは高いコミットメントが求められているという点に注目したい。

図表3 ベストプラクティス・アプローチの評価指標および人材像

コミットメント (commitment)	HRM 諸制度は、従業員の自分の仕事、組織へのコミットメントをどの程度高めているか。従業員のコミットメントが増せば、企業への忠誠心や業績を増すだけでなく、個々の従業員の自己評価、尊厳、参画心、さらには主体性を増すことにも役立つ。
能力 (competence)	HRM 諸制度は、現在から将来にわたり企業と社会で必要とされている知識、技能を持った人材をどれだけ採用し、確保し、開発しているか。必要とされる知識、技能が適切ときに確保できれば、企業はもちろん利益を得ることが出来るし、従業員の側も自己への革新と経済的福祉を享受することが出来る。
コスト効果性 (cost effectiveness)	給与、福祉、離職率、欠勤率、ストライキといった観点から見て、HRM 諸制度のコスト効果性はどの程度であるのか。このコストは、従業員、企業、社会全体へのコストと考えることができる。
整合性 (congruence)	HRM 諸制度と運用は、マネジメントと従業員の、従業員の形成する各種グループ、企業と知識社会、従業員とその家族の間に、さらには個々の従業員の心理の中にどれほどの整合性をもち、保っているのか。もしこのような整合性が欠けている場合には、企業の経営にとって、時間、経費、エネルギーと言った面でまた従業員に信頼感が薄らぎ組織の目標が共有されなくなるという面で、かる整合性が欠けていることによって生ずるストレスや心理的弊害といった種で、高いコストが生じてくることとなる。
求められる態度や行動	<ul style="list-style-type: none"> ・イニシアティブと自発的な行動力 ・信頼性 ・責任を引き受ける意欲 ・会社とマネジャーに対する忠誠心 ・仕事の変更や改善を提案する意欲 ・適応力と柔軟性

出典：ピアーら（1984）34 頁および 258-260 頁より作表

図表4 代替的な2種の職務システム

モデルA：伝統的職務システム	モデルB：ハイコミットメント職務システム
<ul style="list-style-type: none"> ・狭く定義された職務 ・従業員の専門化 ・特定の職務内容による給与 ・直接監督による考課 ・厳重な監督下での労働 ・規則による残業命令あるいは異動 ・キャリア開発なし ・個人としての従業員 ・従業員は、ビジネスについて無知 ・階層を補強するために用いられるステータス・シンボル ・従業員は、ほとんど寄与せず 	<ul style="list-style-type: none"> ・広く定義された業務 ・職務を通じての従業員のローテーション ・習得した技能による寄与 ・同僚による考課 ・本人自身または同僚による監督 ・チームが柔軟な方法でメンバーを配置して空席を充足 ・学習や成長への関心 ・チーム・メンバーとしての従業員 ・チームが事業を運営。事業データを広く共有 ・地位の違いを最小限にとどめる ・広く従業員が参画

出典：ピアーら（1984）281 頁

2.4 ベストプラクティス・アプローチと日本的経営の接点

日本的経営を米国に最初に紹介したのはアベグレンである。アベグレン（1958）によれば「日本とアメリカにおける工場の社会的組織として決定的な相違点がある。それは終身の関係（lifetime commitment）である」とし、「どのような水準にある日本の工場組織でも、労務者は入社にさいして、彼が働ける残りの生涯を会社に委託（commit）する。会社は、最悪の窮地におこまれた場合を除いて、一時的にせよ、彼を解雇することをしない。¹⁴」と説明する。日本における長期的雇用と労働者の関係についての説明として、すでに終身の関係（lifetime commitment）という用語が用いられている点には注意したい。この一文を含むアベグレンの著作は米国および欧州でも大変な注目を浴びた。一方当時の日本では訳者である占部都美がライフタイムコミットメントを「終身雇用」と翻訳したことに対する議論や、アベグレンの指摘した雇

用制度の歴史と制度理解の正確性についての議論がなされた。日本的経営は突如として米国に現れたのではなく、このような前兆があったのである。

ベストプラクティス・アプローチと日本的経営の接点についてみる。先ほどのピアーらの著書にある「はじめに」の部分を見てみると次のような文章がある。ピアーら（1984）は「経営幹部たちは、マネジメントと従業員、労働組合とマネジメントの関係に思い切った変革を図っていかない限りこれらの目標は達成できないと認識しはじめています。（中略）日本を観察すると、そこにはアメリカとは異なるけれども、非常に成功した経営のモデルが存在している。日本の独自の社会と文化の脈絡のなかで、日本人は経営と労働、労働組合と経営との間に協調的な関係を築きあげており、その結果、優れた生産性と品質が達成されている」と説明する。当時のハーバード大学の研究グループの日本企業への関心の高さを示した一文である。そこには日本独自の社会と文化というコンテキストの存在を意識しながらも学べるものは学び使えるものは使うという実践的な思想があらわれている。

岩出（2002）によれば「企業の競争優位の達成という観点から、非情ともいえるロジックをもつと同時に、スマートで魅力的なロジックで関心を集める『戦略適合 HRM 論』だが、一方、同じ SHRM（戦略的資源管理：引用者）論の中にあっても、ベストプラクティス・アプローチは、多少異色である。それは、長期的な雇用関係をベースにして従業員の組織コミットメントを重視する方法論を提起している点にある¹⁵」と指摘する。ここでは組織コミットメントが日本的雇用慣行と関係性に日本的な考え方が意識されたという指摘に注目したい。

HRM におけるコミットメント概念の導入についてここまでみてきた。しかしながらコミットメントについては OB の分野での研究蓄積も多く、それらをすべて紹介することは難しい。そこで HRM との関連性の高い部分に限定して、概念の関連性について紹介する。図表 5 はコミットメント概念と関連概念および HRM 施策との関連性を捉えたものである¹⁶。ここまでコミットメントの対象および分類については詳細には扱っておらず、HRM 研究におけるコミットメント概念の導入の経過についてみてきた。

図表 5 コミットメントの分類と関連概念

		以前の説明	集団のレベル	HRM 施策
組織 コミットメント	愛着的 コミットメント	組織への愛着	共同体	長期的雇用慣行
		組織目的への一体化		
	功利的 コミットメント	人間関係	集団性の強い 機能的組織	OJT 中心の教育訓練
企業特殊の技能				
	規範的 コミットメント	世間体	共同体	企業の社会的貢献 労働 CSR
仕事 コミットメント		仕事への没入	個人の強い 機能的組織	キャリア設計
		仕事中心性		

出典：筆者作表

3. HRMにおけるコミットメントの有効性

3.1 コミットメントと日本的雇用慣行

日本的雇用慣行におけるコミットメントを考察していく上で、コミットメントが発生する要因についてみていく。鈴木（2002）によれば「日本人の心理特性や国民性が、組織コミットメントを強くしているのではなく、その経営制度が組織コミットメントを強くしている。日本人従業員の組織コミットメントが強いのは、国民性や心理特性ではなく、採用している経営制度にその要因があるとして、組織コミットメントの日本的な要素の探求が必要である」と指摘する。ここでいう経営制度とは、いわゆる日本的雇用慣行を制度化したものを意味する。より具体的には年功賃金制度、終身雇用制度を始めとする人事制度のことである。重要なのは、経営制度の整備により組織コミットメントの度合いが高まるという指摘である。個人の心理的な要因ではなく制度へ注目している点に注目したい。

鈴木（2002）は「組織コミットメントという組織行動論の概念を用いて、個人が感じる組織との関係を組織と個人の関係として捉えていく」と述べるように、基本的には組織コミットメントに関しての議論に終始していた。ただし組織コミットメント以外に仕事コミットメントに関する議論も今後は必要であろうと思われる。鈴木（2007）では、この点も含めた説明もあるが分析という点ではいささか不十分ではある。以上のように、組織コミットメントに限定しながらも日本人の心理特性により組織コミットメントが高まるというのではなく、経営制度つまりは日本的雇用慣行により組織コミットメントが高まっているという点に注目したい。

3.2 コミットメントとパフォーマンス

HRMと業績との関連に関して結論が出るには至っていないが、経営戦略と人事戦略とが統合されることにより業績が改善し、競争力を高めるという想定がなされている点については共有されているとしてよいだろう。

コミットメントとパフォーマンスの関係について詳細なサーベイを行った西脇（2008）の研究がある。西脇（2008）によれば、「①主観的なパフォーマンスの方が客観的パフォーマンスよりもコミットメントと有意な関係にあること、②組織の最終ゴールから遠いパフォーマンスの方がコミットメントと有意な関係にあるが、近くなるとそうではなくなること、③組織全体の成果に対してマイナス影響を与えるパフォーマンス（欠勤、怠業）は主観的測定でも客観的測定でも有意な関係が見出されているが、プラスの影響を与えるものは有意性が確認されにくいこと、」という指摘がなされている（図表6）。そして西脇は「コミットメントはパフォーマンスがより個

人的で組織全体のアウトプットから遠くなるほど関係が強まるが、組織の最終成果に近くなるほど関係が希薄になる傾向がある」と説明するのである。客観評価における組織の生産性や個人の生産性、自己評価における自身のパフォーマンスとの関係においては有意な関係は見られず、客観評価における欠勤や自己評価における努力や参加においては有意な関係が見いだされたということである。つまり、身近なパフォーマンスについての行動に関しては客観的・主観的に関係性があるといえる一方で、組織的なパフォーマンスに関しての関係性は見いだせないという結論である。そして西脇は次のように述べる。「コミットメントは動機付けやリーダーシップのような直接的な HRM の手段にはなりにくいが、HRM の諸施策が組織メンバーに受け入れられ、有効に機能する土壌が整っているかを判断する指標となるだろう」と指摘し、行動の前提に影響を与えるコミットメントの性質を考える必要があるだろうと結論づける。これらを総括すると職場の環境整備には大きな影響があることが予想される。

図表6 コミットメントとパフォーマンスの関係

	有意な関係あり	有意な関係なし	研究ごとに結果相違
客観評価 (データ・上司による評価)	欠勤 自発的貢献意欲	組織の生産性 個人の生産性 仕事の質・量 業績（パテント・出版物） 他人とうまくやる 成長 役割外行動	役割内行動 離職 市民行動
自己評価	残留欲求 努力（仕事に投入した時間） 参加 市民行動 欠勤 怠業 製品の質・量（弱い関係）	100点満点で自己評価したパフォーマンスの関係 他者と比較してどれだけうまくできたか	

出典：西脇（2008）51頁

3.3 メンバーシップという発想

国民性や心理特性からコミットメントが発生しているのではなく、コミットメントを生み出す経営制度になっているということが3.1で指摘された。このことが意味するのは、コミットしなければ組織メンバーとして認めないと言い換えることも可能である。このような現象を「メンバーシップ契約」という概念で説明するのが濱口（2009, 2011a, 2011b, 2013）である。

日本型雇用システムの本質は「職務のない雇用契約」という点にある。日本以外の社会では企業の中の労働を種類ごとに職務（ジョブ）として切り出し、その各職務に対応する形で労働者を採用し、その定められた労働に従事させるのに対し、日本型雇用システムでは、企業の中の労働を職務ごとに切り出さずに一括して雇用契約の目的にする。労働者は企業の中のすべての労働に従事する義務があるし、使用者はそれを要求する権利を持つ。

もちろん、実際に労働者が従事するのは個別の職務である。しかし、それは雇用契約で特定されているわけでは無い。あるときにどの職務に従事するかは、基本的には使用者の命令によって決まる。雇用契約それ自体の中に具体的な職務は定められておらず、そのつど職務が書き込まれるべき空白の石版であるという点が、日本型雇用システムの最も重要な本質である。こういう雇用契約の法的性格は、一種の地位設定契約あるいはメンバーシップ契約と考えることが出来る。

日本型雇用システムの特徴とされる長期雇用制度、年功賃金制度、企業内教育訓練および企業別組合は、すべてこの職務の無い雇用契約という本質からそのコロシアム（論理的帰結）として導き出される。

（中略）日本型雇用システムでは、雇用契約で職務が決まっていないのだから、ある職務に必要な人員が減少しても、別の職務で人員が足りなければ、その職務に移動させて雇用契約を維持することが出来る。別の職務への異動の可能性がある限り、解雇することが正当とされる可能性は低くなる。このように長期雇用制はメンバーシップの維持を目的とする仕組みである（濱口 2011a, 93-94 頁）。

図表7 正社員・限定正社員・非正社員

	正社員	限定正社員	非正社員
勤務地・職務	限定無し	限定	限定
雇用期間	無期	無期	有期
契約の特徴	メンバーシップ	ジョブ	時間

出典：筆者作表

このように職務が限定されていないままに雇用契約を結ぶ場合の法的性格をメンバーシップ契約と呼んでいる。これまでの議論を踏まえるとメンバーシップ契約を結ぶことにより、いわゆる終身雇用慣行の恩恵を得られるという意味でよいだろう。これにより職務が非限定となり人事異動やジョブローテーションが可能となる一方で転勤ということもありうる。このようにメンバーシップ契約の根底にあるのはいわゆる就職ではなく「就社」なのである。職務に就くのではなく入社する意味合いが強いのである。この議論は限定正社員の議論とも通ずる部分がある(図表7)。職務と勤務地を限定するという意味での限定正社員を濱口は限定正社員のことを「ジョブ型正社員」とよんでいる。限定正社員の特徴は事業撤退した場合（果たすべき職務が無くなった場合）には正社員であれば雇用維持されるが、限定正社員であれば解雇の可能性は大きいという点にある。職務の非限定性を含むメンバーシップを前提としている点が日本の雇用慣行には含まれているのである。

3.4 課題の検討

これまでの内容全体を踏まえながら課題の検討を行っていききたい。メンバーシップを前提とした制度設計がなされており、その制度設計は成功しているのでコミットメントの度合いは強い。しかしながら、コミットメントはパフォーマンスがより個人的で組織全体のアウトプットから遠くなるほど関係が強まるが、組織の最終成果に近くなるほど関係が希薄になる傾向がある。コミットメントは HRM の諸施策がうまく活用される土壌作りに効果がある。改善のための工夫を雰囲気や勤労意欲 (morale) が醸成されている。しかしながら今後は雇用の複合化および人事評価の成果主義化が進行するならば、メンバーシップを前提とした制度設計だけでは無理が生じるであろう。

日本企業の競争優位性の要因を分析し米国における HRM 施策に導入する狙いがあったと指摘した。限定正社員というものを設定することにより正社員の非限定性が明確になり、メンバーシップにおける職務の非限定性を日本の雇用の特徴とするならば、これを米国の企業に導入することの難しさが露呈することになる。なぜならば職務の無限定性とは職務記述書 (job description) の否定にも繋がる可能性があるからである。笹島 (2001) によれば「職務記述書の用語として job description が長らく利用されてきたが、近年 position description という用語を利用する企業が増大している。job よりも position のほうが職務範囲を弾力的にとらえられる意図がある」と指摘されている。職務範囲の弾力化という点では前述のピアーらの指摘と一致するが、職務の非限定性から生じるメンバーシップという発想には到達する可能性は低いといえよう。米国であれば職務の内容が精密に記載された職務記述書をもとにした契約が一般的だからである¹⁷。よってメンバーシップ契約を米国に導入することはほとんど不可能であるといっていよう。その結果、その国の社会や文化などのコンテキストを踏まえた独自の HRM 制度の必要があるといえる。今後を考えて行く上で踏まえておかなければならない二つの道筋がある。一つは戦略的人的資源管理 (Strategic Human Resource Management : SHRM) であり、もう一つはワークライフバランス (work life balance : WLB) である。

4. おわりに

冒頭で述べた雇用の複合化という志向は人件費の削減という視点から、より一層強く希求されるものとなりつつある。日本における非正規雇用労働化が三分の一を越えたともいわれる中で、SHRM の存在感はますます顕著になっている。コスト感覚に優れ経済合理的な戦略立案を目指す SHRM はグローバル競争の激化する中で確かに魅力的な論理である。しかしコスト面だけを

捉えた場合に人的資源の捨象してしまう部分がある。人だけは一方的に使うことのできない資源であり、人的資源と物的資源の明確な差異を認め、その要因を人間のもつ心理的側面に求めていると指摘したのは前述のドラッカーである。

このことを考える上で、前出の濱口(2011a)が参考になる。濱口氏は「雇用保障の縮小と引き替えに職務限定、時間限定、場所限定を権利として持つジョブ型正社員への移行を提示することには意味がある。その意味では『ワークライフバランス型正社員』と呼んでいいかもしれない」と述べる。企業がグローバルな競争に晒されている中、現実社会の要請として仕事と生活の調和が求められている。SHRMを経済面における合理性の論理とするならば、WLBは生活面における合理性の論理といってよいかもしいない。この「ワークライフバランス型正社員」の導入が狙い通りに行われるとするならば、SHRMの課題とWLBの課題の双方に利点はもたらされるだろうか¹⁸。またSHRMとWLBを相容れない論理として扱うのか、統合の論理があるのか、次の課題としたい。

【参考文献】

- 玄田有史(2001)『仕事のなかの曖昧な不安』中央公論新社。
- 橋場俊展(2009)『高業績パラダイム』の批判的検討：Godard & Delaneyの諸説を中心に』『三重大学法経論叢』第26巻第2号。63-78頁。
- (2013)「ハイ・パフォーマンスを志向するマネジメントの新機軸 —従業員エンゲージメントの考察—」『日本労務学会第43回全国大会研究報告論集』日本労務学会。
- 濱口桂一郎(2009)『新しい労働社会 —雇用システムの再構築へ—』岩波書店。
- (2011a)『ジョブ型正社員という可能性』『自壊社会からの脱却』岩波書店。
- (2011b)『日本の雇用と労働法』日経文庫。
- (2013)『労使双方が納得する』解雇規制とは何か—解雇規制緩和の正しい論じ方—』『世界』岩波書店, No.843, pp.107-116。
- 間宏(1989)『日本的経営の系譜』文眞堂。
- (1998)『長期安定雇用』文眞堂。
- 平野文彦・米澤聡士・三井泉・加藤一誠・村上英吾(2008)、『日本企業における日本的経営の変容に関する調査研究』, 日本大学産業経営研究所。
- 岩出博(2002)『戦略的的人資源管理論の実相』泉文堂。
- (2005)「産業・組織心理学と人事労務／人的資源管理」馬場昌雄・馬場房子監修『産業・組織心理学』白桃書房。
- 岩田龍子(1977)『日本的経営の編成原理』文眞堂。
- (1984)『「日本的経営」論争』日本経済新聞社。
- 熊沢誠(1997)『能力主義と企業社会』岩波書店。
- 笹島芳雄(2001)『アメリカの賃金・評価システム』日経連出版部。
- (2008)『アメリカの賃金・評価制度 日米比較から学ぶもの』日本経団連出版。
- 佐藤博樹(1999)「雇用システムの変化から見た人事管理の課題」、『日本労働研究雑誌』, 日本労働研究機構。
- 城繁幸(2004)『内側から見た富士通「成果主義」の崩壊』光文社。
- 杉本・マオア(1995)、『日本人論の方程式』ちくま学芸文庫。
- 鈴木竜太(2002)『組織と個人 キャリア発達と組織コミットメントの変化』白桃書房。
- (2007)『自律する組織人』, 生産性出版。

- 田尾雅夫 (1997) 『「会社人間」の研究—組織コミットメントの理論と実際—』京大大学学術出版会.
- 高木浩人 (2003) 『組織の心理的側面—組織コミットメントの探求—』白桃書房.
- 高橋哲也 (2007) 「日本における「人的資源管理」認識に関する考察—英国における HRM 認識を通じて—」, 『経済集志』第 77 巻第 3 号.
- (2009) 「ドラッカー理論における人的資源概念について」, 『産業経営研究』, 日本大学経済学部産業経営研究所, 第 31 号, pp.79-89.
- 魚津郁夫 (2006) 『プラグマティズムの思想』, 筑摩書房.
- 占部都美 (1978) 『日本の経営を考える』中経社.
- 松山一紀 (2008) 「自己選択型の人事施策が組織コミットメントに及ぼす影響」『組織科学』白桃書房 Vol.42, No.2 : 61-74 頁.
- 南博 (1978) 『行動理論史』岩波書店.
- 三戸公 (1991) 『家の論理 1—日本の経営論序説—』文眞堂.
- (1991) 『家の論理 2—日本の経営の成立—』文眞堂.
- 日経連能力主義管理研究会編著 (1969) 『能力主義管理—その理論と実践—』日経連出版部.
- 西脇暢子 (2008) 「人的資源管理研究におけるコミットメント研究の位置づけ」『産業経営研究』日本大学経済学部産業経営研究所, 第 30 号, pp.47-55.
- 山本七平 (2006) 『日本資本主義の精神』ビジネス社.
- Atkinson, J. (1985) “Flexibility, Uncertainty and Manpower Management,” IMS Report No.89, Brighton: Institute of Manpower Studies.
- Arthur, J. (1994) Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover. *The Academy of Management Journal*, Vol.37, No.3, pp.670-687.
- Abegglen, J. (1958) *The Japanese Factory. Aspects of its Social Organization*. The Free Press, (占部都美訳『日本の経営』ダイヤモンド社 1958 年)
- (1973) *Management and Worker :The Japanese Solution*. Kodansha America, Inc. (占部都美監訳『日本の経営から何を学ぶか』ダイヤモンド社 1974 年)
- (1985) *KAISHA :The Japanese Corporation*. Basic Books (植山周一郎訳『カイシャ』講談社 1990 年)
- (2004) *21st-Century Japanese Management :New System, Lasting Values*. Palgrave Macmillan (山岡洋一訳『新・日本の経営』日本経済新聞社 2004 年)
- Armstrong, M. (2006) *Strategic Human Resource Management: A Guide to Action, 3rd ed.* Kogan Page.
- Beer, M.Spector, P.Lawrence, D.Mills, Q. & Walton, E. (1984) *MANAGING HUMAN ASSETS*. (梅津祐良・水谷栄二訳『ハーバードで教える人材戦略』日本生産性本部 1990 年)
- Becker, G. (1975) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, With Special Reference to Education*, University of Chicago Press (佐野陽子訳『人的資本—教育を中心とした理論的・経験的分析—』東洋経済新報社 1976 年)
- Bratton, J. & Gold, J. (2003) *Human Resource Management Theory and Practice, 3rd ed.* Palgrave Macmillan. (上林憲雄・原口恭彦・三崎秀央・森田雅也訳『人的資源管理—理論と実践—第 3 版』文眞堂 2009 年)
- Drucker, P.F. (1954) *The Practice of management*, Harper & Row. (上田惇生訳, 『現代の経営』ダイヤモンド社 1996 年)
- Guest, D. (1987) “Human Resource Management and Industrial Relations”, *Journal of Management Studies*, 24:5.
- (1989) “Personnel and HRM: Can you tell the difference?”, *Personnel Management*, January.
- Ouchi, W. (1981) *Theory Z; How American Business can meet the Japanese challenge*, Addison-Wesley Publishing Company, Inc. (徳山二郎監訳『セオリー Z』CBS ソニー出版 1981 年)
- Peters, T.J. & Waterman, R.H. (1982) *In Search Of Excellence*, Harper & Row. (大前研一訳『エクセレント・カンパニー』講談社 1983 年)
- Pfeffer, J. (1998) *The Human Equation: Building Profits by Putting People First*, Boston: Harvard Business

- School Press. (佐藤洋一訳『人材を生かす企業一経営者はなぜ社員を大事にしないのか?』トッパン 1998年)
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992) *Economics, Organization, and Management*. Prentice Hall. (奥野正寛・伊藤秀史・今井晴雄・西村理・八木甫訳『組織の経済学』NTT出版 1997年)
- Vogel, E. (1980) *Japan As Number One: Lessons for America*. Harvard University Press. (Tuttle, C. E.・広中和歌子・木本彰子訳『ジャパン・アズ・ナンバーワン』TBSブリタニカ 1980年)

【注】

- 1 当時いち早く現場の状況を報告した事例として城(2004)がある。全社員を対象にした成果主義賃金制度を導入した富士通のケースである。短期的な成果を求める賃金システムでは、長期的で達成の困難な業務に取り組まない、また同僚社員との協働関係に支障を来すなど、従業員の機会主義的な行動を招くことにつながるという指摘がある。
- 2 岩出(2005)、南(1976)を参照。
- 3 例えばHPWSを批判的に検討している研究として橋場(2009)がある。
- 4 橋場(2013)によれば、コミットメントはあくまで心理的な部分の説明であり、行動の部分に関する説明は不足していると指摘する。
- 5 高橋(2007)を参照。
- 6 ブラットンら(2003)の見解では①人的資源を戦略マネジメントと統合している②組織目的へ向けたコミットメント行動を求めている③個人に焦点が当てられた全体の統合が基本的視座となっている④「有機的」な構造をもつ組織においてよりよく機能する⑤人的資源の十分でかつ積極的な活用が強調されている、の5つに集約している。おおむね本稿での理解とは相違ないように思われる。
- 7 「コストではなく教育・開発される存在としての労働者観」という考え方は、人的資本論より大きな影響がある。またコミットメントが行動科学からの影響であることは本文中にも記載した。
- 8 岩出(2002) 26-36頁。
- 9 オオウチは日本企業の人事労務慣行ともいえる①長期的な雇用保障、②遅い人事考課と昇進、③非専門的な昇進コース、④明示的でない管理機構、⑤集団による意思決定、⑥集団責任、⑦人に対する全面的関わり、などに注目した。これらの種々の慣行を取り入れた経営手法をセオリーZと名付け、その著作のタイトルにもなっている。
- 10 <http://kccn.konan-u.ac.jp/keizai/america/menu.html> (2013年7月13日取得)
- 11 訳者である大前研一は訳者後書きで次のようにコメントしている。「70年代の後半は、こうして日本や西独(のち日本のみ)との国際競争に相次いで敗れ、その敗北感から極東の地への旅行者たち(今様マルコポーロ)による日本経営礼賛ものが排出した」としながらも、80年前後して日本経営ブームは去ったとされている。日本とアメリカが文化的にあまりに違うことから学ぶことよりも圧力をかける方向にもなったとしている。
- 12 HRMは、経営戦略、HRM施策、企業業績といった3変数間の関係の理解の仕方によって三つに分類できるとされている。それぞれの名称はベストプラクティス・アプローチ、コンティンジェンシー・アプローチ、コンフィギュレーション・アプローチと名付けられている。
- 13 ビアーら(1984)、34頁。
- 14 アベグレン(1958)、17頁。
- 15 岩出(2002)、192頁。
- 16 日本におけるコミットメント研究として田尾(1997)を参照。また共同体と機能集団という分析枠組みは山本(2006)を参照。
- 17 笹島(2001、2008)を参照。
- 18 濱口(2013)は、ジョブ型正社員の導入を「解雇規制緩和」ではないこと主張している。ILOの推奨する「人間らしい働き方(decent work)」という発想もあるが、次の課題としたい。

学部留学生対象の「日本事情」科目に関する一考察 — 日本文化・社会への能動的な関わりを促進する授業実践に向けて —

塩谷由美子・小野塚若菜

キーワード：日本事情，外国人留学生，日本語教育，能動的学習，インタラクティブ

要約

日本の大学で学部所属する外国人留学生対象の「日本事情」科目は、大学科目設置基準の特例として設けられた時点で、目的と内容についての明確な基準がなかったため、それぞれの大学の認識に基づいて試行錯誤で授業が進められてきた。国内の大学の「日本事情」科目の現状について調査した結果、その目標や内容について、大学教育としてのコンセンサスはいまだに得られていないことが示唆された。本稿では、「日本事情」科目をめぐるこれまでの議論の一部を取り上げ、また事例調査の結果から、「日本事情」科目の位置づけを再確認し、外国人留学生が他の受講者とのインタラクティブなやり取りを通して主体的かつ能動的に日本文化・社会に関わり、「考える」機会を提供することが「日本事情」科目の目的であるとする考えを述べる。

I はじめに

我が国の大学において、学部所属する外国人留学生（以下、外国人留学生）を対象とした「日本事情」科目（以下、「日本事情」）は、1962年の文部省令により外国人留学生の特別措置科目として設置されたもので、各大学に送付された通達によると、その内容は、一般日本事情、日本の歴史および文化、日本の政治、経済、日本の自然、日本の科学技術などを教える科目である、としている。ここでは、「日本事情」は、日本に関することを学ぶ科目であると定義づけられているにすぎず、「日本事情」の位置づけや日本語教育との関係性についての考え方を明確に規定してはいない。そのため、各教育機関の「日本事情」担当の教員の間でも、「日本事情」ではどのようなことをどのように教えるべきなのか、具体的な扱い方がわからないという疑問を個々に抱えたまま授業に取り組んできたと言えよう。本稿では、文部省令によって「日本事情」が大学教育に設置されてから50年を経た現在、外国人留学生を対象とした「日本事情」の位置づけや教育目標について、改めて考察を試みたい。

II 研究の目的

本稿ではまず、近年、「日本事情」が外国人留学生の科目としてどのように位置づけられ、議論されてきたか、その経緯を概観した後、日本国内の大学における外国人留学生対象の「日本事情」の現状について、各大学が行っている「日本事情」の事例を紹介する。最後に、今日までの変遷と現状を踏まえ、日本語教育の観点から、今後「日本事情」をどのようにとらえ、実践していくべきか、ということについて考察する。

III 先行研究

1. 大学科目設置当初の「日本事情」

戦後、大学に迎える外国人留学生数が増加し始め、留学生教育の施策を構築するにあたり、昭和37年に文部省（当時）は、各四年制大学の学長に文部省令第21号として以下のような通達を出した¹⁾。

「教育内容：『一般日本事情、日本の歴史、文化、政治、経済、日本の自然、日本の科学技術といったもの』『各授業科目の内容については、日本人学生に対する一般教養科目の趣旨と同様の教育的意図を実現できるように留意するとともに、学生が在学または進学する学部の特攻分野に応じた基礎知識をもちあわせて学習し得るよう配慮することが望ましい』

教育水準：『大学教育の水準に応じた内容を有することを要し、初歩的内容のものは従来通り基準外』

この文部省令により、初めて正式に「日本事情」が留学生教育の教育施策とされ、「日本事情」は外国人留学生が日本人学生の一般教養科目と同様の基礎知識を得るためにおかれた1科目となった。その第一の目的は日本についての知識を広く外国人留学生に与えることであり、もう一つの目的は、外国人留学生の大学での履修上の合理化である。大学の履修上、日本語教育関連科目はそれまでは要卒単位として認められなかったが、外国人留学生は日本人学生に比べて要卒単位をすべて満たすことが難しく、その負担軽減を図り便宜を図るために設置したというものである。

しかし、「日本事情」を大学設置基準の特例としたこの文部省令の内容は、その範囲が広く目的も曖昧であり、日本語能力のほかに日本文化・社会についての知識を伝授するという程度の趣旨しか読み取れず、明確な目的、教育内容については触れられていない。そのため、岡崎（1995）

が言うように、「日本事情」をどう位置づけ、だれが、なにを、どのように教えるのかというコンセンサスが得られにくいものになっていると考えられる。

2. 「日本事情」の位置づけ・内容に関する議論

「日本事情」の目的について、細川（1999）が挙げたのは、「ことばによる文化の体得の訓練」である。その訓練を通じて、単なる異文化に対する理解と適応ではなく、個別の地域や社会としての異文化観を超えて「個の文化」を学習者が自らの問題としてとらえなおすことの大切さを説く。さらに、表現能力を中心とした言語運用能力の獲得も目指すとしている。これを実践したプロジェクト活動の中から細川は次の3点が観察されたとしている。第一に、いわゆる日本文化の「曖昧さ」といったような一般論として指摘されている文化論にとられるのではなく、学習者自らが具体的コミュニケーション活動の体験を通して自分にとっての個別の文化的事実を発見していき「社会を内側から見る」ことである。第二に、実体験を通じて文化に対する先入観を修正し、学習者が「自己変容に気づく」ことである。そして第三に、自己変容を他者に伝えようとする行為を通して文化のステレオタイプに疑問を抱き新しい発見をすることである、としている。また細川は、このような「ことばによる文化の体得」としての学びの活動を、「日本研究」のような学問研究対象ではなく外国人学習者に対する日本語教育の分野としてはっきりと位置づけ、図1のように示している。

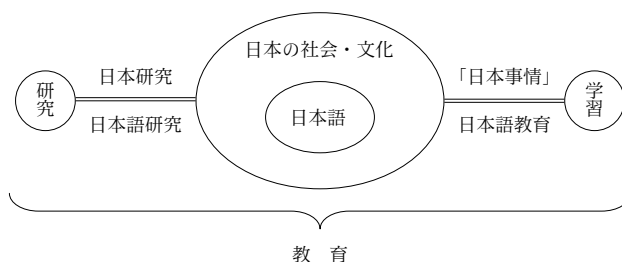


図1 「日本研究/日本事情」と「日本語研究/日本語教育」
（細川（1999）より引用；p.224）

図1からわかるように、細川は、「日本事情」の目的は日本の社会・文化を対象とした日本研究をすることでも、またその研究成果をそのまま学習者に与えることでもなく、第二言語習得を目的とする学習者のための日本社会・文化を「学習」する場の提供であるとして、「日本事情」は日本語教育の範疇であるとしているのである。さらに、「日本事情」の目的を「ことばによる文化の体得」とすることにより、細川はそこで扱われる内容は、当然学習者の日本語能力によって変わるとしている。表1に示されているように、言語能力が低いほど扱う内容は日本の生活習

慣といった具体的な事項になり、言語習得に重点が置かれる。言語能力が高くなるにつれて内容はより抽象的になり、目的も社会適応からさらに宗教や思想といった専門知識を主とする情報収集へと移る。この考え方のもと、「日本事情」で扱うべき「内容」については、羅列して厳密に特定できるものではなく、内容を定めて知識として学習者に与えるという固定観念に疑問を呈している。

「日本事情」の位置づけに関して、長谷川（1999）は、「学習者の異文化対処行動能力の育成を目標とした複合的教育支援活動」とし、「文化研究を目標とした個別専門領域とは異なる」のであって、後述する水谷ほか（2001）も言うように、従来ジャパノロジーという名でくくられる日本文化そのものを研究することとは違うということを明確にしている。長谷川は、さらに、その教育活動の対象となる日本文化は、日本全体を抽象的にとらえた総合的な日本文化ではなく、個々の学習者が日本で遭遇する個々の場面における行動様式・価値観であるサブカルチャーをテーマにするべきであると述べている。この点において、長谷川の指摘は先述の細川の「学習者が具体的なコミュニケーション体験を通して文化的事実を発見することで社会を内側から見るべきだ」という主張に重なる。長谷川は、「日本事情」は、個々の学習者のニーズに添って異文化対処行動能力育成・異文化におけるパーソナリティ形成のための教育支援であるとし、「対異文化者教育」と名づけている。

さらに、長谷川は、特に大学での「日本事情」を議論する場合には、異文化適応を中心にとらえるだけでなく、授業で扱うべき内容としてアカデミックレベルの向上も重要であると指摘している。学習者が日本文化に触れ日本社会と相互作用を持つ中で自らの知識体系として構築していくことが大学での学習であるとし、外国人留学生が留学という学習形態にも適応し「日本事情」がパーソナリティ形成にも貢献することを求めている。つまり、日本語学習以外の日本に関する専門領域あるいは入門講座という様態ではなく、異文化である日本社会（生活レベルに加え、アカデミックスキルが必要な大学教育レベルをも含めたさまざまなレベルの社会）に適応していくための訓練課程として「日本事情」を位置づけているのである。

水谷ほか（2001）は、日本語の学習は日本文化の理解を伴わなければ効果的に成立せず、ことばと文化の両方の教育が異文化理解の橋渡しとなるのであるから、日本語教育はことばによる文化の教育にもその範囲を広げるべきであるとし、その場合の、文化の教育の部分が「日本事情」

表1 言語能力レベルによる分類

⑦ 日本 の思想・ 哲学・宗 教	⑥ 日本 の芸術・ 哲学・文 学	⑤ 日本 の地理・ 歴史・経 済・政治	④ 日本 人の暮ら し・生活 ・家族・ 社会	③ 人にも の頼むと きはどう するか	② 銀行 口座はど のように して作る か	① 家には 玄関で靴 を脱いで からあが る	
上級			中級		初級		言語能力
抽象的					具体的		内容
専門知識			一般常識 (社会知識)		具体的 (生活知識)		知識
情報収集			社会適応		言語習得		目的

(細川 (1999) を元に作成 ;
pp.227-228)

に託された領域であると主張する。このように、「日本事情」が日本語教育の領域であることを前提に、水谷ほかは「日本事情」の目的を「単に知識を受け止めるということではなく、主体的に日本の文化・社会に参加し、主張もできる能力を身につけること」であるとしている。そして、「日本学」を研究することはできても「日本事情」そのものを研究することはできないことから、「日本事情」は学問研究対象ではなく、あくまでも外国人学習者に対する教育科目の一つであると言う。

また、水谷ほかは、「日本事情」が外国人学習者に対する教育科目である以上、学習者の日本語能力には慎重に対処する必要があるとし、「日本事情」をだれが担当するかについても考察している。確かに、だれがどのように「日本事情」を教えるのかという議論は、現場の担当教員の間でもしばしば起きる。一般的に、大学での「日本事情」は日本の文化・社会についての知識を教えるという枠組みを設定することが多いが、担当教員が日本語教師か専門科目の教員かで授業の内容は異なる。日本語教師が担当する場合は、学習者の日本語能力を見極めた授業が期待できるが、テキストや生教材を使用した知識情報の切り売りになってしまう感が否めない。専門科目の教員が担当する場合は、専門分野の知識を噛み砕いただけの解説になりがちであり、日本語能力が十分ではない学習者に対する配慮が適切とは言い難いことがある。このような実情から、水谷ほかは日本語教育の専門的な技術をもつ日本語教師と専門科目担当の教員との連携が不可欠であると指摘している。

以上見てきた議論は、「日本事情」教育は単に知識を獲得することを目的にしたものではなく、学習者の体験を通じた能動的な学習と授業に対する主体的な関わりを追究しているという点において一致している。このことから、「日本事情」では、「学習者が主体的あるいは能動的に日本の文化・社会に参加し、学習者とその体験を通して考えたことや疑問点を、他者に向けて表出・主張できる能力を身につける」ことが、教育目標のひとつとして挙げられるのではないだろうか。

IV 国内の大学における現在の「日本事情」の事例

前章まで、外国人留学生の科目としての「日本事情」の位置づけに関する議論の経緯について述べてきた。本章では、日本国内の大学における現在の「日本事情」について調査を行った結果を報告する²⁾。

国内の大学における「日本事情」の事例について調べるために、まず、外国人留学生に日本語教育を行っている日本語教師に対してインタビュー調査を行った。対象は国内の国公立大学および私立大学に専任講師または非常勤講師として勤務する13名の日本語教師で、それぞれが所属する大学計16校である。インタビュー調査では主に、以下の4点について回答を得た。

1. 「日本事情」という名称の科目があるか。
2. 「日本事情」がない場合、それに代わるような科目はあるか。
3. 「日本事情」がある場合、その目標と授業形態（講義形式やグループ学習など）はどのようなものか。
4. 「日本事情」がある場合、担当教員は日本語教師かどうか。

表2 「日本事情」という名称の科目について

「日本事情」がある	「日本事情」がない	計
8 (50%)	8 (50%)	16

「日本事情」という名称の講義科目があるかという質問については、「ある」と「ない」が半数ずつという結果になった(表2)。「ない」と答えた8の大学のうち5の大学は、「日本語」科目(読解、作文など)の中で日本文化に関するテーマを扱っている、と回答している。しかし中には、教師の判断で、年度により扱ったり扱わなかったりする、という例も見られた。「日本語」科目として扱うほかには、「日本研究」や「日本文化の理解」という名称の科目で、歴史・文化、政治・経済等の内容について、各専門科目の教員が外国人留学生のみを対象にした講義を行ったり、「地域交流研究」等の名称の科目で、大学のある地域の産業について、フィールドワークを通じて学んだりする例が見られた。

次に、「日本事情」が「ある」という回答を得られた各大学のシラバスを分析し、「日本事情」の到達目標や授業内容を確認した。そのうち4つの大学の事例を、以下に紹介する。

(1) A大学の事例

A大学では、「日本事情」という枠組みの中に、歴史、文化、社会、文学等の半期科目が20科目程度設置されている。なお、一部では英語による講義も行われている。

1) 科目名:「日本事情(社会)Ⅰ」(半期科目)

到達目標:日本の政治の特質や、現代日本が抱える課題を理解することにより、日本の社会そのものへの認識を深めること

授業形態:講義

授業担当者:専門科目の教員

2) 科目名:「日本事情(歴史)Ⅰ」(半期科目)

到達目標:日本の歴史の理解、専門的な言葉と知識の習得と活用

授業形態:講義

授業担当者:専門科目の教員

(2) B大学の事例

1) 科目名:「日本事情1」「日本事情2」(半期科目)

到達目標：現代日本について概念的に理解した上で、自分自身の問題としてとらえなおす。

日本人学生とのインターアクションを通して、自他の文化を相対化し、多元的な視野を身につける。

授業形態：講義，グループワーク

授業担当者：日本語教師

(3) C 大学の事例

1) 科目名：「日本事情Ⅰ」（通年科目）

到達目標：日本の文化・社会（言葉，風俗習慣，制度など）をさまざまな面から知り，親しむこと。

授業形態：講義

授業担当者：専門科目の教員

(4) D 大学の事例

1) 科目名：「一般日本事情Ⅰ」「一般日本事情Ⅱ」（半期科目）

到達目標：日本での就職を目指している外国人留学生が，企業や職種についての知識を広め，就職活動に際して企業研究を行える力をつけること。

授業形態：講義，企業によるパネル・ディスカッション，面接練習やエントリーシート作成などの実践的なこと

授業担当者：日本語教師

A 大学では知識を習得することに焦点が置かれているが，B 大学では日本人学生とのインターアクションを通して，多元的な視野を身につけることを目標としている。また，C 大学では日本の社会や文化を研究対象とするのではなく，「親しむこと」を目的としているようである。特徴的なのは D 大学で，「日本事情」を外国人留学生の就職支援の一環として活用している。このように，各大学で開講されている「日本事情」の到達目標がさまざまであることは，大学によって「日本事情」の位置づけが異なることを示唆している。また，ここに挙げた 4 つの大学の事例では，専門科目の教員が担当している例もあるが，8 校中 7 校は，1 科目以上を日本語教師が担当している。授業形態も，講義形式やグループワーク，パネル・ディスカッションなど多様である。このことから，先に述べたように，「日本事情」の位置づけや日本語教育との関係性についての考え方がさまざまある中で，日本語教師が個々に取り組んでいるという状況は，現在もほとんど変わっていないものと考えられる。

V まとめと考察

Ⅳ章で見てきたように、現在日本国内の大学で実施されている「日本事情」は、その授業の目的・到達目標、内容、担当者などにおいて、さまざまな形態をとっている。そもそも「日本事情」という名称の科目を設置していない大学もあった。それは、単に日本文化の知識を断片的に教えるだけなら、特に独立した科目を設置せずとも、「日本語」科目の授業で適当な教材等を使って扱えば十分だという理由があるのかもしれない。授業形態については、講義形式もあるが、大学でのアカデミックスキルを訓練することも「日本事情」の目的のひとつとして、プロジェクトワークや発表形式、なんらかのグループ活動などが取り入れられているケースも見られた。担当教員に関しては、「日本事情」を日本語教育という語学教育の中に位置付けて日本語教師が担当している場合と、専門科目の教員が、専門分野の学習への橋渡しとして担当している場合とがあった。いずれも、それぞれの大学がその実情に合わせて試行錯誤しつつ対処してきたようであるが、「日本事情」の目的と内容を明確にして大学教育としてのコンセンサスを得ることに成功しているとは言い難い。それは、Ⅲ章で述べたとおり、大学における「日本事情」設置の時点からその目的、内容が明確にされてこなかったことに起因すると考えられる。その結果、個々の大学でそれぞれが独自の目的と内容を定めて実施しているという現状があるのではないだろうか。

それでは、大学における「日本事情」はその目的をいったいどのようにとらえ、どう実践していくべきなのだろうか。まずは教員側が外国人留学生の特性を踏まえることが重要であり、それを前提に「日本事情」のあるべき目標を提案したい。

外国人留学生は、日本人学生が大学入学までの成長・教育過程で身につけてきた日本についての知識、習慣、常識といったものの一部を当然ながらまだ身につけていない。それが大学で専門教育を受ける際のハンディキャップになる。それ故に、当初は「日本事情」という科目を設置してそれを補おうとしたのである。

例えば、経営学関連の授業でJという大手スーパーが取り上げられたとき、日本人学生はJの名前を聞いただけで、その店内の様子、デパートとの違い、扱う品物の値段の高低、日本社会での受け止められ方、他のスーパーと比較したランク付けなどがある程度想像できるだろう（教員もその知識を前提に講義をするだろう）。しかし、Jの名前以外に知識がない外国人留学生は、日本人学生とは学習のスタート地点で歴然とした差がある。これが外国人留学生にとってハンディキャップになるのである。Jという題材を投げかけられた外国人留学生がこの問題に対処するには、日本人学生と同程度の知識を急いで補てんしなければならない。

しかし、日本人学生の標準的知識の量に追いつくにはかなりの量の知識獲得作業をしなければ

ならないが、当然そのような知識をすべて「日本事情」でカバーできるものでもない。知識の切り売りという授業形態に教育現場から疑問が呈されるのはそのためではないだろうか。

限られた文化知識や文化的対処能力しか持たないとしても、外国人留学生は、大人のような文化知識や文化対処能力を持たない年少の日本人と同じではない。外国人留学生は、日本文化に触れるときの受容体としては、母国の文化を豊かに内に抱えた成人である。母文化ともいべき文化体系を内包するひとりの成人として、異文化である日本文化・社会に対峙しているのである。その外国人留学生が異文化である日本文化を大学で学習素材として扱うにあたっては、知識として習得する、あるいは「郷に入っては郷に従え」とばかりに日本社会の生活者として適応しようとするだけでは、大学教育としては十分とはいえない。

「日本事情」教育に必要なのは、外国人留学生が日本の文化・社会の具体的な事象に直面したとき、まずはすでに彼らが持っている母文化の上に立ってそれを「考える」基礎としつつ、自ら問題意識を持って主体的に日本の事象に対峙し、個々の事象について深く「考える」ことである。さらに、外国人留学生の個別の文化体験と個別の思考を授業の場で彼らが互いに表出し、学習者間で共有しインタラクティブに作用しあうことで、一人ひとりの学習者の思考をさらに深めることが期待できるのである。そのためには、「日本事情」の授業は、講義主体の形式ではなく、個々の学習者の能動的思考および学習者間のインタラクティブな交流を積極的に引き起こす環境を整えることが重要であろう³⁾。

安田ほか（2000）は大学教育の目標を、学問としての知識の獲得、思考方法と分析力の育成、自己研鑽と価値判断力をもった自己形成、の3点に集約し、個別的な学問知識の獲得だけでは不十分で、人間の文化現象、社会現象の中に普遍性を見出す方向に進むことが、大学レベルの学問であると述べている。大学における「日本事情」もこのスキームの中でとらえるとするならば、外国人留学生が授業を通して日本文化・社会に主体的・能動的に関わり「考える」ことなしには成立しない。その機会を提供することこそが、大学における「日本事情」の目的であることを共通認識とすべきではないだろうか。

VI おわりに

本稿では、学部留学生を対象とした、近年の「日本事情」科目の位置づけとこれまでの議論の経緯を概観した上で、日本国内の大学における「日本事情」の事例を調査し、それを踏まえて現状を考察した。しかしながら、「日本事情」の事例として調査した大学は8校と少なく、一般化できる段階にはない。また、それぞれの大学に対するインタビュー調査は、「日本事情」の担当者に対して行ったのではなく、その大学に所属する日本語教師に対して行った。そのため、イン

タビューに答えた日本語教師が、「日本事情」の担当者から聞いた情報や、シラバスとして公開されている情報を調査資料として使用した。今後、「日本事情」の現状についてさらに詳細を把握するためには、より多くの事例を収集し、担当者に対して直接インタビューを行い、その大学の外国人留学生の「日本事情」に対するニーズなどについても詳しく調査を進める必要があるだろう。また、大学によって「日本事情」の位置づけが異なり、結果として大学教育におけるコンセンサスが得られていない状況について、多くの「日本事情」担当者の意見を収集することによって、その原因の一端に迫ることができると考える。この点を今後の課題としたい。

経済のグローバル化が進む昨今、日本企業において、大学で日本語や専門分野を身につけた外国人留学生が、高度なグローバル人材として求められる時代が到来している。グローバル人材には、外国語でのコミュニケーション能力があることを前提に、行動力、発信力、そして、異文化活用力が求められているという（梶田；2013）。外国人留学生が異文化である日本文化・社会と積極的に関わり、自らの持つ母文化や個性を生かせるように促していくことが、大学における外国人留学生教育の役割のひとつと言えるのではないだろうか。この点に留意しつつ、今後も外国人留学生教育に取り組んでいきたい。

【注】

- 1) 長谷川（1999：p.10）からの引用。
- 2) 学部に所属する外国人留学生を対象としたもので、短期交換留学生や、特別研修留学生、別科生等を対象としたものは含まない。
- 3) 本稿で述べた考えと具体的な教育実践との関係は、別稿、塩谷ほか（2012）を参照されたい。

【参考文献】

- 1) 岡崎正道（1995）「日本事情教育の視角」『Artes liberales』56号、11-18、岩手大学
- 2) 梶田朗（2013）「2013年国際ビジネスを見る4つの視点」『ジェトロセンサー』2013年1月号、日本貿易振興機構
- 3) 塩谷由美子、小野塚若菜（2011）「『日本事情』科目におけるディベートの導入—多人数クラスでの能動的な学習活動の促進を目指して—」『2011年度大11回研究集会（関西地区・京都）発表予稿集』
- 4) 塩谷由美子、小野塚若菜（2012）「能動的学習の促進を目指す外国人留学生の『日本事情』科目—ディベートを取り入れた多人数クラスでの検証—」『富士論叢』第57巻第1号
- 5) 長谷川恒雄（1999）「『日本事情』—その歴史的展開—」、『21世紀の『日本事情』』編集委員会編『21世紀の『日本事情』—日本語教育から文化リテラシーへ』第1号、『日本事情』研究会
- 6) 細川英雄（1999）『日本語教育と日本事情—異文化を超える—』明石書店
- 7) 細川英雄（2006）「第4章 多文化理解と共生のための教育的アプローチ」、『縫部義憲監修・倉地暁美編『講座・日本語教育学 第5巻 多文化間の教育と近接領域』スリーエーネットワーク
- 8) 水谷修、細川英雄、佐々木瑞枝、池田裕編（2001）『日本事情ハンドブック〈再版〉』大修館書店
- 9) 安田芳子、小川早百合（2000）「大学教育の目標から見た『日本事情』教育」『21世紀の『日本事情』』編集委員会編『21世紀の『日本事情』—日本語教育から文化リテラシーへ』第2号、『日本事情』研究会
- 10) 一橋大学ホームページ <http://www.hit-u.ac.jp/>（2013年6月10日）

- 11) 中央大学ホームページ <http://www.chuo-u.ac.jp/>（2013年7月11日）
- 12) 都留文科大学ホームページ <http://www.tsuru.ac.jp/>（2013年6月10日）
- 13) 同志社大学 日本語・日本文化教育センターホームページ https://www.doshisha.ac.jp/international/from_abroad/cjlc.html（2013年6月10日）
- 14) 武蔵野大学ホームページ <http://www.musashino-u.ac.jp/>（2013年7月16日）

東京富士大学における外国人留学生の 日本語能力に関する調査報告

小野塚若菜

キーワード：外国人留学生，日本語教育，ビジネス日本語，能力推移，学習到達度

要約

本稿は、2008年度から2012年度に東京富士大学に入学した外国人留学生の日本語能力について、その能力の年度ごとの推移と、「日本語」科目における受講者の学習到達度について明らかにすることを目的とし、「日本語」科目で実施したテストの解答データを分析した結果を報告するものである。分析の結果、外国人留学生の本格的な受け入れを開始した2008年度から2011年度まで、入学直後の日本語能力は連続して緩やかに下降しており、2012年度に上昇していることがわかった。また、学習到達度については、入学直後から春学期終了時までには全体の95%の受講者の日本語能力が向上しているという結果が得られた。この結果から、東京富士大学において外国人留学生に実施している「ビジネス日本語」教育は、一定の成果を挙げていることが確認できた。

I. はじめに

東京富士大学（以下、本学と称する）の外国人留学生は、2008年度に本格的に受け入れを始め、2013年度までに累計500名以上が入学している。2012年度までに本学に入学した外国人留学生のほとんどは、1年次に必修科目として「日本語」科目を、前期に2科目（「日本語Ⅰ」および「日本語Ⅱ」）、後期に2科目（「日本語Ⅲ」および「日本語Ⅳ」）を履修している。「日本語」科目では、外国人留学生へのニーズ調査の結果および卒業後に日本企業への就職希望が多いことを鑑み、ビジネス場面で使用する日本語を習得することを主な目的として取り組んできた。

外国人留学生の受け入れを開始して5年を経て、本学を無事に卒業した外国人留学生の進路に関する調査も必要であるが、一方で、本学に入学した外国人留学生の日本語能力は年度ごとに異なっているのか、また、本学で行われている日本語教育によって日本語能力は向上しているのかについて、検証を必要とする時宜であると言えよう。本稿では、「日本語」科目における具体的

なテストデータをもとに、本学の外国人留学生の日本語能力についてまとめる。

II. 本学の外国人留学生の概要

1. 日本留学試験を利用した外国人留学生入試

本学への入学を希望する外国人留学生は、「外国人留学生入試」を受験する。出願資格はいくつか規定されているが、多くの受験者が、日本学生支援機構が実施する日本留学試験の「日本語」科目の成績を利用して受験している。日本留学試験の「日本語」科目は、日本の大学等の高等教育機関に外国人留学生として入学を希望する者が、大学等での勉学・生活において必要となる言語活動に、日本語を用いて参加していくための能力をどの程度身につけているかを測定することを目的とする試験である。2002年より年2回、国内外で実施されており、2012年度の年間受験者数は国内外合わせて3万1千人を超えている。この試験は、理解に関わる能力を問う領域（読解および聴解・聴読解）と、産出に関わる能力を問う領域（記述¹⁾）で構成されている。受験者の成績は、統計処理により等化された尺度得点を採用しており、複数回受験した場合でも、その成績は比較可能なものとなっている。

日本留学試験の「日本語」科目は合計450点（聴解・聴読解200点、読解200点、記述50点）で、本学にこの試験の成績を利用して受験する場合は、180～200点以上（年度、学部によって異なる）が必要である²⁾。また、あわせて日本語による面接試験も実施し、本学での修学にふさわしい日本語能力を有しているか等について、審査を行っている。

2. 外国人留学生の人数と国籍

2012年度までに本学に入学した外国人留学生の人数、国籍は、表1の通りである。これを見ると、入学時の人数は、2008年度の78人を皮切りに、およそ100名前後で推移している。国籍は、中国と韓国が全体の9割以上を占め、その他の国籍の外国人留学生は少数である。

表1 東京富士大学の外国人留学生数と国籍（2008～2012年度）

	人数（入学時）	国籍
2008年度	78人	中国, 韓国, 台湾
2009年度	60人	中国, 韓国, ベトナム, ミャンマー
2010年度	99人	中国, 韓国, ベトナム, モンゴル
2011年度	117人	中国, 韓国, 台湾, ベトナム, イラン, モンゴル, スリランカ, イギリス
2012年度	96人	中国, 韓国, 台湾, ベトナム

Ⅲ. 東京富士大学における日本語教育

I章で述べたように、2012年度までに本学に入学した外国人留学生は、通常、1年次に「日本語」科目の履修を終える（2013年度からは1年次に2科目、2年次に2科目に変更された）。「日本語」科目では、コース開始時のニーズ調査の結果や、卒業後の進路希望等を鑑み、日本の企業や日系企業で働く際に必要となる、ビジネス場面での日本語（以下、ビジネス日本語と記す）の習得を教育目標とし、さまざまな工夫をしながら取り組んできた。李（2002）が「目的遂行能力が重視される点で、ビジネス日本語は、一般的に行われている日本語教育の目標言語としての日本語とは区別されている」と述べているように、ビジネス日本語の教育は、外国人留学生が本学に入学する以前に受けてきた日本語教育とは異なるものである。そのため、外国人留学生のほとんどは、本学の「日本語」科目を通して初めてビジネス日本語の学習を始めることとなる。

ビジネス日本語の習得と言っても、単に日本の経済の知識や日本的ビジネス習慣を学ぶものではない。小野塚ほか（2009）は、日本企業が外国人材に求める能力に関する調査結果をまとめた上で、「ビジネスの現場においては、言語的知識よりも、さまざまなやりとりの中で相手の考えを理解し、それに対して臨機応変に対応していくコミュニケーション能力の重要性が指摘されている」と述べており、ビジネス日本語教育においては、語彙や完璧な敬語等の言語知識やビジネス習慣に関する知識を習得することよりも、ビジネス場面でのコミュニケーション能力を伸ばすことを最終的な教育目標としてとりあげ、場面や相手との関係において、状況に適した行動を選ぶことができるような能力の向上を目指すべきであると提言している。このことから、本学の「日本語」科目のシラバスには、授業概要として、「ビジネス場面において日本語によるコミュニケーションができる能力を身につけることを目標とする」と明記している³⁾。

Ⅳ. 外国人留学生の日本語能力の推移

ここまで、本学へ入学した外国人留学生の入学試験および「日本語」科目について概要を述べてきた。では、本学の外国人留学生の日本語能力は、年度ごとに違いがあるのだろうか。また、入学時から、「日本語」科目の履修を終える1年次終了時までには、ビジネス日本語能力は向上しているのだろうか。これらを検証するために、「日本語」科目で実施しているテストの具体的な解答データをもとに、探ることとする。

1. 「日本語」科目におけるテスト

図1に示すように、「日本語」科目においては、外国人留学生は通常1年次に3つのテストを一斉に受けることとなる。

まず、前期科目開始時には、「日本語」科目を履修した全外国人留学生に対して①レベルチェックテストを実施している。「日本語」科目担当者は、このテストの結果によって、入学した外国人留学生の日本語能力を把握し、授業の内容や進行速度の調整に役立てている。

次に、7月末には、②春学期本試験を実施する。この試験は、春学期に学習した内容に関して、どの程度習得したかを測る試験である。筆者が担当した「日本語」科目の春学期本試験では、それに加えて、①レベルチェックテストと同一の問題項目群（①-A）を出題し、その正誤データから、入学直後からの学習到達度を評価している。

1年次修了時の1月末頃には、③秋学期本試験を実施する。この試験も春学期と同様に、秋学期に学習した内容に関する習得度を測るが、筆者が担当した「日本語」科目の秋学期本試験では、①レベルチェックテストと②春学期本試験と同一の問題項目群（①-B、②-A）を出題し、入学直後ならびに春学期終了時からの学習到達度を評価している。

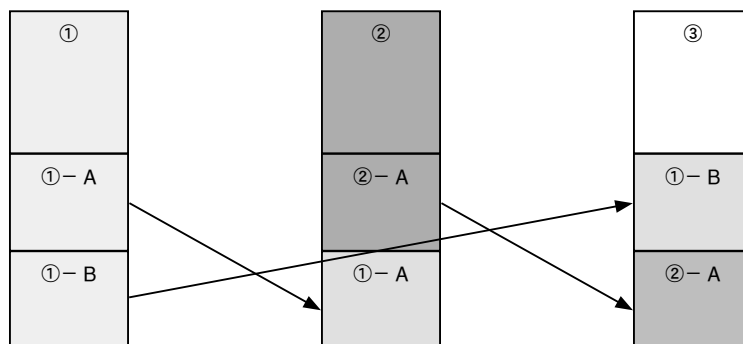
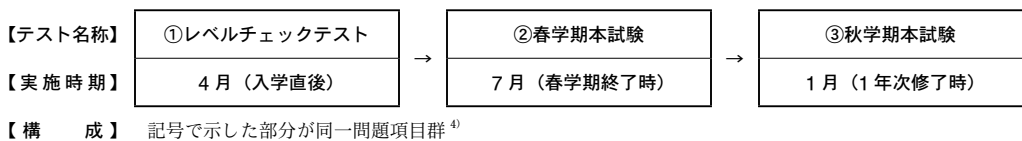


図1 「日本語」科目で一斉に実施するテスト

これら3つのテストは、2008年度に作成したもので、2012年度まで、同じテストを実施してきた⁵⁾。また、実施時期も同じである。したがって、これらのテストの解答結果から、外国人留学生の日本語能力について、年度ごとの比較が可能である。本稿では、これら3つのテストにおける解答データを利用して分析を行う。

2. 分析のポイント

3つのテストの解答データを用いて、以下の5点について分析・検証する。

- (1) ①レベルチェックテストの結果から、外国人留学生の入学直後の日本語能力を、年度ごとに比較する。
- (2) ②春学期本試験の結果から、春学期終了時の日本語能力を、年度ごとに比較する。
- (3) ③秋学期本試験の結果から、1年次修了時の日本語能力を、年度ごとに比較する。
- (4) ②春学期本試験で出題した①レベルチェックテストの問題項目群の正誤結果から、入学直後から春学期終了時までの、外国人留学生個々の学習到達度を測定する。
- (5) ③秋学期本試験で出題した①レベルチェックテストの問題項目群および②春学期本試験の問題項目群の正誤結果から、入学直後ならびに春学期終了時から1年次修了時までの、外国人留学生個々の学習到達度を測定する。

3. 分析結果

3-1 年度比較

3-1-1 入学直後の日本語能力の年度比較

入学直後に実施する①レベルチェックテストは、ビジネス日本語に関する聴解、聴読解、読解1（語彙・文法）、読解2（短文読解）の4部門で構成されており、四肢選択肢形式の客観的テストである。部門ごとの得点を100%に換算し、平均値を比較したものが図2である。全体的な傾向として、2008年度から2011年度まで緩やかに下降し、2012年度にやや上昇していることがわかる。また、部門別に見ると、読解の平均値が、他の部門に比べて低い傾向が、どの年度にも連続して観察された。

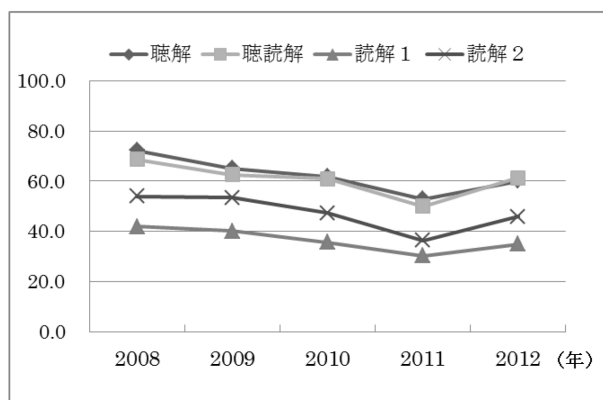


図2 レベルチェックテストの部門別年度比較（全体平均）

経営学部および短期大学部別に見てみると（図3および図4）、経営学部のほうが短期大学部よりも、どの部門においてもおおむね平均値がやや高い傾向にある。

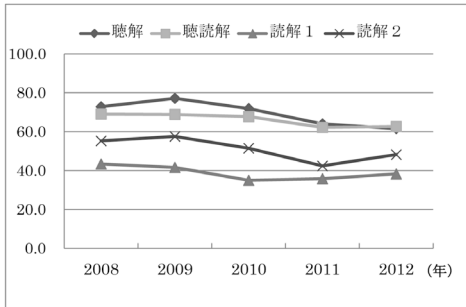


図3 レベルチェックテストの部門別年度比較（経営学部）

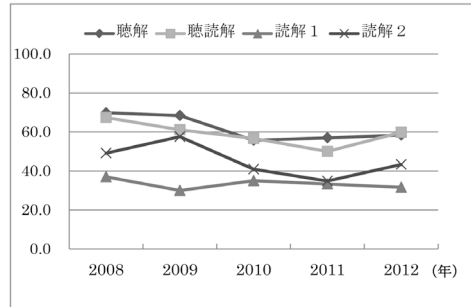


図4 レベルチェックテストの部門別年度比較（短期大学部）

3-1-2 春学期終了時の日本語能力の年度比較

春学期終了時に実施する②春学期本試験について、筆者が担当した「日本語」科目では、春学期に学習した内容をどの程度習得したかを測ることを目的としている。内容は、ビジネス日本語に関する聴解および聴読解部門で構成されており、①レベルチェックテストと同様、四肢選択形式の客観的テストである。②春学期本試験の得点を100%に換算し、年度別の基本統計量を算出した（表2）。また、年度ごとの平均値の推移を表したものが図5である。これを見ると、2008年度から2010年度まで下降し、2011年度に上昇しているのがわかる。ただし、2011年度および2012年度は、筆者が担当した「日本語」科目の受講者は経営学部経営学科の外国人留学生のみであったため、経営学部の他学科および短期大学部の結果が含まれない限定されたものである。①レベルチェックテストで経営学部と短期大学部の平均値に差があったことから、2011年度および2012年度の平均値については参考にとどめるべきであろう。

表2 春学期本試験の基本統計量

年度	受講者数	平均値 (%)	中央値	標準偏差	最大値	最小値
2008	76	63.92	66.53	14.17	91.82	14.91
2009	56	62.70	63.08	12.50	84.11	36.45
2010	96	60.14	61.68	14.02	83.18	27.10
2011	41*	66.47	67.29	11.25	89.72	36.45
2012	43*	64.68	64.49	15.57	91.59	27.10

* 2011年度、2012年度は経営学部経営学科のみ

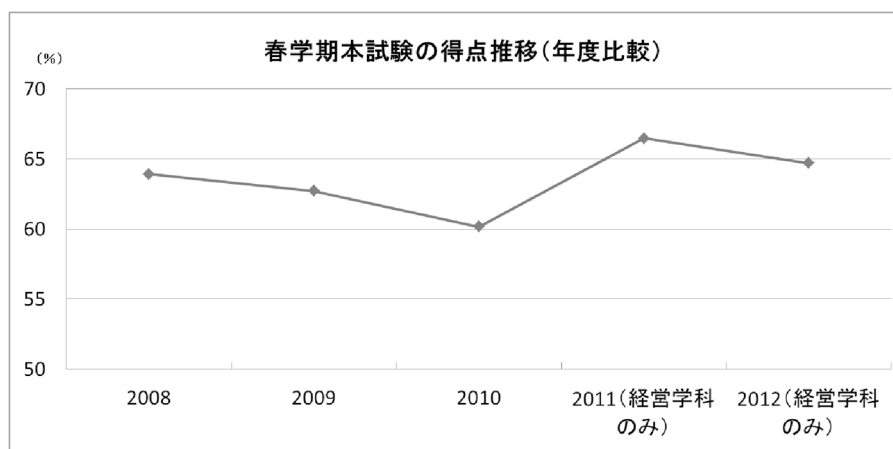


図5 春学期本試験の得点推移(年度比較)

3-1-3 1 年次修了時の日本語能力の年度比較

1 年次修了時に実施する③秋学期本試験について、筆者が担当した「日本語」科目では、秋学期に学習した内容をどの程度習得したかを測ることを目的としている。内容は、ビジネス日本語に関する聴解および聴読解部門と、秋学期に教材として使用した、ビジネス場面を主な舞台としたテレビドラマに関する問題で構成されており、四肢選択肢形式ならびにディクテーション形式⁶⁾の客観的テストである。③秋学期本試験の得点を100%に換算し、年度別の基本統計量を算出した(表3)。また、年度ごとの平均値の推移を表したものが図6である。これを見ると、2008年度から2009年度にかけてやや上昇したが、2009年度以降は緩やかに下降気味である。ただし、②春学期本試験と同様に、2011年度および2012年度は、経営学部経営学科の外国人留学生のみの結果であることに留意されたい。

表3 秋学期本試験の基本統計量

年度	受講者数	平均値 (%)	中央値	標準偏差	最大値	最小値
2008	69	71.37	74.19	18.78	98.39	18.28
2009	58	72.86	76.88	18.80	98.39	14.52
2010	88	67.40	68.28	19.52	97.31	15.05
2011	40*	68.78	70.43	17.75	93.01	13.98
2012	44*	61.71	64.25	20.35	91.40	8.60

* 2011年度、2012年度は経営学部経営学科のみ

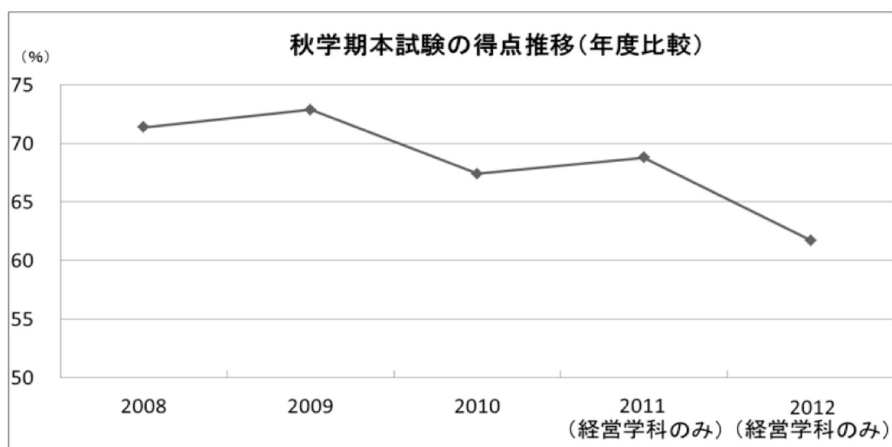


図6 秋学期本試験の得点推移(年度比較)

3-2 学習到達度

前節まで、外国人留学生の年度ごとの日本語能力の平均の推移を見てきたが、では、外国人留学生個々の日本語能力の習得度についてはどうであろうか。本節では、「日本語」科目を受講した外国人留学生個々の学習到達度を分析することによって、本学の日本語教育の成果を検証する手掛かりとしたい。

3-2-1 入学直後から春学期終了時までの学習到達度

筆者が担当した「日本語」科目の②春学期本試験では、一部に、①レベルチェックテストと同じ問題項目群（10項目で構成）を出題し、入学直後からの学習到達度を測定している。学習到達度について、具体的には、表4のように、①レベルチェックテスト出題時に正解した問題項目が、②春学期本試験で再出題した際にも正解ならば「1」、不正解ならば「-1」を、逆に不正解だった問題項目が、再出題時に正解ならば「2」、変わらず不正解ならば「0」を、それぞれ学習到達度指数としてデータを変換したものを合計し、パーセンテージで表示した⁷⁾。

表4 学習到達度指数の算出方法

項目番号	①レベルチェックテスト出題時			②春学期本試験再出題時			学習到達度指数		
	1番	2番	3番	1番	2番	3番	1番	2番	3番
受講者A	正解	不正解	正解	正解	不正解	不正解	1	0	-1
受講者B	正解	不正解	不正解	正解	正解	正解	1	2	2
受講者C	正解	正解	不正解	正解	不正解	不正解	1	-1	0

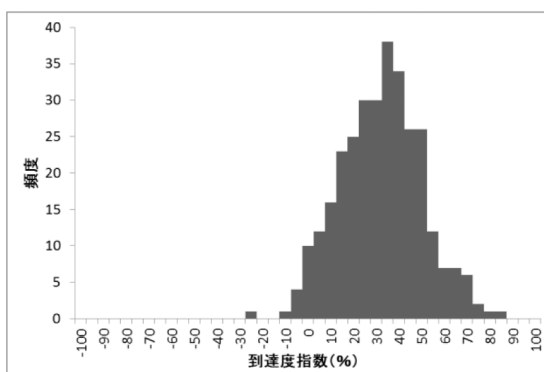


図7 入学直後から春学期終了時までの学習到達度（2008～2012年度）

春学期に「日本語」科目を履修した、2008年度から2012年度のすべての受講者の学習到達度指数の分布を表したものが図7である。全受講者312名のうち、学習到達度指数が0以下の受講者は16名のみで、全体の約95%の受講者がプラスの伸びを示している。

3-2-2 入学直後および春学期終了時から1年次修了時までの学習到達度

図1で示したように、筆者が担当した「日本語」科目の③秋学期本試験には、①レベルチェックテストと②春学期本試験と同じ問題項目群（各4項目計8項目で構成）を出題し、入学直後および春学期終了時から1年次修了時までの学習到達度を測定している。学習到達度指数の算出方法は表4と同様である。

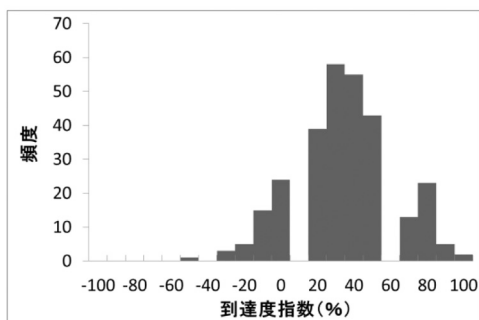


図8 入学直後から1年次終了時までの学習到達度（2008～2012年度）

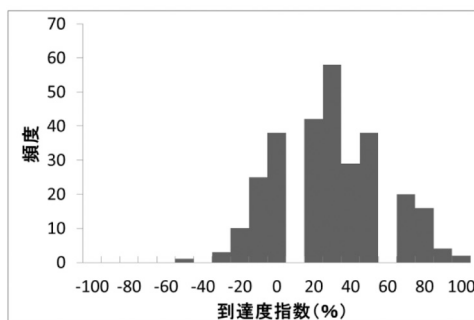


図9 春学期終了時から1年次終了時までの学習到達度（2008～2012年度）

秋学期に「日本語」科目を履修した全受講者299名の学習到達度指数の分布を表したものが図8および図9である。入学直後から1年次修了時までの学習到達度指数が0以下の受講者は48名で、全体の約84%の受講者がプラスの伸びを示している。また、春学期終了時から1年次修了時までの学習到達度が0以下の受講者は77名で、全体の約74%の受講者がプラスの伸びを示している。いずれの場合も、100%の学習到達度を示した受講者もあり、入学直後から春学期

終了時までの学習到達度と比べると、マイナスの伸びを示した受講者が増え、分散が大きくなっていることがわかる。入学直後に実施した①レベルチェックテストの得点から、受講者を上位・中位・下位の3群に分け、それぞれの学習到達度の平均を求めたものが表5である。上位群が学習到達度が高い傾向にあることがわかる。

表5 入学時のレベル別に見た学習到達度(%)

レベルチェックテストの 得点区分	入学直後からの 学習到達度指数	春学期終了時からの 学習到達度指数
上位群	34.25	37.82
中位群	28.59	22.19
下位群	30.84	17.05

IV. まとめと考察

本稿では、本学に入学した外国人留学生の日本語能力の年度ごとの推移と、「日本語」科目を受講した外国人留学生の学習到達度について明らかにすることを目的とし、テストデータを分析した。分析の結果から、2008年度から2012年度までに本学に入学した外国人留学生の日本語能力について、次のようにまとめられる。

- (1) 入学直後の日本語能力の平均について、年度ごとの推移をみると、外国人留学生の受け入れ開始2008年度から2011年まで緩やかに下降している。2012年度には上昇したが、2008年度の水準には至っていない。
- (2) 入学直後の日本語能力を学部別にみると、経営学部のほうが短期大学部より高い。
- (3) 入学直後の日本語能力をテスト部門別にみると、聴解、聴読解のほうが読解より高い。
- (4) 春学期終了時に、入学直後からの学習到達度を測定したところ、受講者の95%がプラスの伸びを示した。
- (5) 1年次修了時に、入学直後および春学期終了時からの学習到達度を測定したところ、それぞれ、受講者の84%および74%がプラスの伸びを示した。
- (6) 入学時に日本語能力が高い外国人留学生は、日本語能力の伸びが大きい傾向にある。

入学直後の日本語能力の年度ごとの推移については、「日本語」科目担当者らの印象と合致している。受け入れ開始初年度の2008年度は日本語能力の高い外国人留学生が多かったが、その後は日本語能力が十分でない者が多くなっているという印象である。しかしながら、ほとんどの外国人留学生が、学習到達度においてプラスの伸びを示していることから、「日本語」科目での1年間の学習を通して、ビジネス日本語能力を習得していることが示唆される。ただし、入学直

後から春学期終了時まで、あるいは1年次修了時までの学習到達度がプラスの伸びを示した受講者が、それぞれ全体の95%、84%であったのに対し、春学期終了時から1年次修了時までにプラスの伸びを示したのは全体の74%であったことについて、秋学期の授業内容や進行速度に問題がなかったかどうか、見直す必要がある。

入学時の日本語能力が、その後の日本語能力の習得度に影響があることから、入学直後の日本語能力評価が「日本語」科目のシラバスデザインをする上で重要な指標となることは確かである。「日本語」科目担当者は、入学時の日本語能力をひとつの指標として授業を設計し、今後も、外国人留学生に効果的な日本語教育を実践していくべきだろう。

V. おわりに

本学の外国人留学生の多くは、卒業後に日本で就職あるいは母国の日系企業への就職を希望している。一方で、企業側では産業のグローバル化に対応するため、外国人留学生を採用する動きが活発になっている。厚生労働省（2012）は、「高度外国人材に関する厚生労働省の取組」における「就業促進に向けた具体的な施策」のひとつとして、「外国人留学生の国内就職支援」を挙げ、大学の就職担当者との連携や、留学生向けにインターンシップを実施するとしている。また、中小企業庁は、2013年4月より、日本国内の外国人留学生を活用し、中小企業とマッチング後、人材育成・定着までを一体的に支援する「地域中小企業の海外人材確保・定着支援事業」を実施している。このような背景で、本学では、「ビジネス場面において日本語によるコミュニケーションができる能力を身につける」ことを目標とし、日本語教育を実践している。外国人留学生への就職支援が課題となる中で、「日本語」科目の教育目標を達成し、本学卒業後の就業等に活かしているかどうかを追跡調査することを今後の課題としたい。

一方で、大学教育を受ける彼らの学修に必要な日本語能力や専門知識を運用する能力を伸ばすことも喫緊の課題である。これらに対応するためには、外国人留学生教育を本学の重要施策と位置づけ、「日本語」科目単体ではなく、他の専門科目の担当者とも情報を共有しつつ連携していくことが強く望まれる。

【注】

- 1) 日本留学試験の「記述」領域とは、「聴解・聴読解」「読解」領域がマークシートの選択肢選択形式であるのと異なり、いわゆる小論文形式で、与えられた課題の指示に従い、自分自身の考えを、根拠を挙げて筋道立てて書くための能力を測定するものである。基準に基づいて0～50点で採点が行われる。
- 2) 日本留学試験の「日本語」科目200点以上という基準は、在留資格認定証明書の交付申請において、日本語能力を証明する資料として法務省によって定められている得点と同じである。また、日本留学

試験を利用した外国人留学生入試を実施する大学で、出願資格の規定としてもっとも多く使われている得点でもある（2013年現在）。

- 3) 具体的な授業実践については、小野塚（2012）を参照されたい。
- 4) 再出題した問題項目群は、2008年度に実施した①レベルチェックテストおよび②春学期本試験の項目分析データから、小野塚ほか（2008）にならい、項目識別力（項目の正誤とテスト総合点の点双列相関係数）が0.3以上のもので、かつ項目正答率が0.5以上の項目を選び出したものである。
- 5) 一部、年度ごとに異なる問題項目を出題したが、それらの問題項目は分析に含まない。
- 6) ディクテーション形式の問題項目の採点基準は、2008年度から2012年度まですべて同一である。
- 7) たとえば、10項目の問題項目群で、入学直後に実施した①レベルチェックテストではすべて不正解であったのが、春学期終了時（②春学期本試験）には10項目すべて正解となった場合、その受講者の学習到達度指数は合計20となり、伸び率が+100%となる。

【参考文献】

- 1) 李志瑛（2002）「ビジネス日本語教育を考える」『言語文化と日本語教育』2002年5月特集号 お茶の水女子大学, 245-260
- 2) 小野塚若菜（2008）「日本語教育施設における日本語能力の評価・測定に関する研究—学習到達度の評価の試み—」『学芸国語国文学』第四十号, 東京学芸大学国語国文学会, 1-10
- 3) 小野塚若菜（2012）「学部留学生対象の「ビジネス日本語」クラスにおけるテレビドラマの活用—ビジネスコミュニケーション能力の向上を目指して—」『2012年度日本語教育学会研究集会 第9回【研究発表・講演】中国地区（山口）予稿集』日本語教育学会, 7-12
- 4) 小野塚若菜, 篠崎佳子, 島恭子（2009）「ビジネスコミュニケーション能力の向上を目指す日本語教育に関する考察」『日語日文学』第40輯, 大韓日語日文学會, 191-200
- 5) 小野塚若菜, 島田めぐみ（2008）『日本語教師のための Excel でできるテスト分析入門』スリーエーネットワーク
- 6) 厚生労働省（2012）「高度外国人材に関する厚生労働省の取組」『資料4 外国人の雇用状況について』<<http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyousei/dai1/siryou4.pdf>>（2013年8月16日）
- 7) 中小企業庁「中小企業・小規模事業者海外人材対策事業」<<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/kokusai/2013/130617shinsotu.htm>>（2013年8月27日）
- 8) 東京富士大学 東京富士大学短期大学部（2008）『外国人留学生募集要項』東京富士大学
- 9) 東京富士大学 入試情報 <<http://www.fuji.ac.jp/exam/>>（2013年8月16日）
- 10) 日本学生支援機構 日本留学試験（EJU）ホームページ <<http://www.jasso.go.jp/eju/index.html>>（2013年8月16日）

平成 24 年度研究業績一覧

本業績一覧は、本学専任教員が学長宛に提出した「研究業績リスト」をもとに、編集委員会が下記研究業績の分類基準によって再整理したものである。

なお、「投稿中」のもの、未発表のものは発表のあった時点を基準に掲載することとし、当該年度中の業績でも本誌の「業績一覧」からは除外した。

研究業績

- (1) 著書（単著／共著，以下同様），翻訳書
- (2) 論文（研究ノート含），書評，資料，調査報告，学会発表，その他

それぞれに「タイトル」，「発行所」（発表場所），発行（発表）年月を記載した。

青山 和正

論文

「中小企業経営者の変革型リーダーシップと管理職との関係性が従業員の経営革新行動に及ぼす影響について」(共著),『富士論叢』第57巻第1号,東京富士大学学術研究会,2012年11月

「ベトナム中小企業政策に関する研究～ベトナムの中小企業振興施策の現状と課題～」(単著),『成城大学経済研究所・研究報告』No.61,成城大学経済研究所,2013年1月

「後継者の育成」(単著),企業診断,同友館,2013年3月

「これからの事業承継のあるべき姿の提案」(単著),企業診断,同友館,2013年3月

網本 尚子

論文

「狂言『宗論』試考」(単著),『富士論叢』第57巻第1号,東京富士大学学術研究会,2012年11月

著書

「新版日本語表現法」(共著),アイ・ケイコーポレーション,2012年10月

その他

「演目解説」(単独),野村狂言座公演プログラム第58回～61回,万作の会,2012年4月～2013年1月

飯塚 康之

論文

「オリンピック・ビジネス構造」(単著),『イベント研究』5号,JEPC イベント総合研究所,2012年12月

調査報告

「引きこもり支援プログラムとイベント効果」(単著),ソーシャル起業家集団コヨーテ,2013年2月

研究報告

「企業合併とブランド戦略」(単著),実践経営学会・研究部会,2012年12月

レビュー報告

「ネット通販に対抗する,体験型ギフトはイベントである」(単著),通販会社フェリシモ,2012年11月

その他

研究論文「イベント・リスクマネジメント」(単著)が,日本危機管理学会・年次総会にて「研究奨励賞」を受賞,2012年5月

講演

「イベント・リスクマネジメント」(単独),イベント・ジャパン2013,東京ビッグサイト,2013年1月

石塚 一彌

資料

「東京税理士会による寄附講座の大学教育における役割について」(単著),『Fuji Business Review』第5号,東京富士大学総合研究所,2013年3月

伊波 和恵

学会発表

「ワーク・ファミリー関係研究における『家族』概念の導入(3)―二次データによる仮説の検証―」(共同),産業・組織心理学会第28回大会,文教大学,2012年9月

- 「高齢者のアサーティブ行動に関する研究」(共同), 日本心理学会第76回大会, 専修大学, 2012年9月
- 「中高年者の『お墓』観(9)」(共同), 日本応用心理学会第79回大会, 北星学園大学, 2012年9月
- 「新人介護職者のコミュニケーションストレス—アサーティブネスとの関連から—」(単独), 日本発達心理学会第24回大会, 明治学院大学, 2013年3月
- ワークショップ
- 「高齢者とアサーション」, 日本心理学会第76回大会, 専修大学, 2012年9月, ワークショップ(話題提供)
- 「中高年者における『お墓』観」, 日本心理学会第76回大会, 専修大学, 2012年9月, ワークショップ(企画)
- シンポジウム
- 「老人の力」, 日本老年社会科学会第54回大会, 佐久大学, 2012年6月, シンポジウム(話題提供)

岩田 康成

論文

- 「中小会計要領の概要と課題」(単著), 『Fuji Business Review』第5号, 東京富士大学総合研究所, 2013年3月

浮谷 秀一

学会発表

- 「血液型性格学」は信頼できるか 第29報Ⅰ—白佐俊憲の『道新Today』における先駆け—(共同), 日本応用心理学会79回大会, 北星学園大学, 2012年9月, 責任発表者
- 「血液型性格学」は信頼できるか 第29報Ⅱ—S大学, W大学, T大学における血液型愛好サークル—(共同), 日本応用心理学会79回大会, 北星学園大学, 2012年9月, 連名発表者
- 「血液型性格学」は信頼できるか 第29報Ⅲ—応用心理学における法則とはなんだろう—(共同), 日本応用心理学会79回大会, 北星学園大学, 2012年9月, 連名発表者
- 「人国記の心理学的研究—渡邊徹『旧新人国記』刊行60周年を記念して—(完結)—」(共同), 日本パーソナリティ心理学会第22回大会, 島根大学, 2012年10月, 連名発表者
- 自主ワークショップ
- 「血液型による性格判断を信じる人がなぜ多いのだろうか part V」日本応用心理学会79回大会, 北星学園大学, 2012年9月, 企画・司会・話題提供者

書籍

- 「人間関係の心理学」(共同監修), メイツ出版, 2012年12月
- 「パーソナリティ心理学ハンドブック」(共編), 福村出版, 2013年3月

円城寺 敬浩

コメンテーター

- 「経営行動研究学会第85回研究部会」(単独), 『経営行動研究学会会報』第77号, 経営行動研究学会, 2013年1月, 3頁にコメント掲載

太田 さつき

論文

- 「中小企業経営者の変革型リーダーシップと管理職との関係性が従業員の経営革新行動に及ぼす影響について」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

学会発表

- 「就職活動に対する自己効力感：尺度づくりと支援の検討」(単独), 日本応用心理学会第79回

研究業績一覧

- 大会, 北星学園大学, 2012年9月, ワークショップ
「組織規模と組織コミットメントの関係: 中小企業と大企業の比較による検討」(共同), 産業・組織心理学会第28回大会, 文教大学, 2012年9月
「自己効力感および行動の規定要因についての基礎的研究: 就職活動に対する自己効力感を用いた考察」(単独), 日本社会心理学会第53回大会, つくば国際会議場, 2012年11月

岡 星 竜 美

論文

- 「2012 麗水国際博覧会視察レポート」(単著), 『イベント研究』第5号, JEPC イベント総合研究所, 2012年12月

調査報告

- 「2012 年度展示会事業の国際化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査」(共著), 経済産業省 展示会事業人材育成手法検討委員会, 2013年2月

その他

- 「Communication Creator イベントをプロデュースするということ」(単著), (株)ピー・オー・ピー, 2012年8月
「展示会と MICE vol.5」(単著), (株)ピー・オー・ピー, 2012年8月
「イベントを活用したビジネス発展のポイント」(単著), 『生活研究』147号, (社)農山漁村女性・生活活動支援協会, 2013年1月

岡 村 一 成

論文

- 「中小企業経営者の変革型リーダーシップと管理職との関係性が従業員の経営革新行動に及ぼす影響について」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

岡 本 慶 一

論文

- 「融合するデザインと広告」(単著), 『日経広告研究所報』第263号, 日経広告研究所, 2012年6月

書評

- 「池田純一著『デザインするテクノロジー』青土社」(単著), 『日経広告研究所報』No.267, 日経広告研究所, 2013年2月
「フレデリック・マルテル著『メインストリーム』岩波書店」(単著), 『日経広告研究所報』No.266, 日経広告研究所, 2012年12月
「新雅史著『商店街はなぜ減びるのか』光文社新書」(単著), 『日経広告研究所報』No.265, 日経広告研究所, 2012年10月
「野村恭彦著『フューチャーセンターをつくろう』プレジデント社」(単著), 『日経広告研究所報』No.264, 日経広告研究所, 2012年8月
「原克著『白物家電の神話』青土社」(単著), 『日経広告研究所報』No.263, 日経広告研究所, 2012年6月
「田中水四門著『現代広告事象論』明石書店」(単著), 『日経広告研究所報』No.262, 日経広告研究所, 2012年4月

黒 田 秀 雄

論文

- 「短期大学生と卒業後のキャリア・デザイン」(単著), 『Fuji Business Review』第5号, 東京富士大学総合研究所, 2013年3月

学会発表

「短期大学生と卒業後のキャリア・デザイン」(単独), 初年次教育学会, 文教学院大学本郷キャンパス, 2012年9月

その他

「BOPビジネス研究会(年間実施報告)」(共著), 『Fuji Business Review』第5号, 東京富士大学総合研究所, 2013年3月

小 坂 善治郎

論文

「ロンドン・パリ & Puydu Fou の調査研究の意義」(共著), 『イベント研究』第5号, JEPC イベント総合研究所, 2012年12月

「イベントプロデュース学科・日本初の意義」(単著), 『見本市展示会』春期特集号, (株)ピーオーピー, 2013年3月

資料

「マイキャリアノート2013」(単著), 東京富士大学キャリア開発センター, 2013年3月

「『ロンドンオリンピックに関する調査研究』ST PANCAS RENAISSANCE in Rondon 2012」(単著), JEPC イベント総合研究所・JASM 国際イベント研究会

「Puydu Fou (フランス)に関する調査研究」(単著), JEPC イベント総研, 2013年1月

「経済学視点によるイベント学の研究」(単著), イベントJAPAN2013, 東京ビックサイト, 2013年1月

佐 藤 恵 美

論文

“*Variance Trend in Reaction Time for Personality Traits - Personality Traits of Version and Emotional Stability -*” (共著), Japanese Journal of Applied Psychology, Japanese Journal of Applied Psychology, Vol.38, p.92-100, 2012年11月

学会発表

“*A relationship between the motivation for choosing a university and the job orientation to the future in Japan*” (共同), 16th European Conference on Personality, 16th European Conference on Personality, Trieste University, 2012年7月

「青年期のキャリア形成とその支援について考える(ワークショップ)」(共同), 日本応用心理学会第79回大会発表論文集, 日本応用心理学会第79回大会, 北星学園大学, 2012年9月

塩 谷 由美子

論文

「能動的学習の促進を目指す外国人留学生の『日本事情』科目一多人数クラスにおけるディベートの導入とその検証」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

篠 崎 香 織

著書

「第2章:成長戦略のガバナンス—M&Aによる研究開発部門の再編—」『企業統治と経営行動』(共著), 文眞堂, 2012年9月

論文

“*Knowledge Transfer of Research and Development Results on the Petrochemical Industry*” (単著), Portland International Center for Management of Engineering and Technology, 2012 CD-ROM pp.3508-3514, 2012年8月

学会発表

研究業績一覧

- 「ワーク・ファミリー関係研究における『家族』概念の導入(3)―二次データによる仮説の検証―」
(共同), 産業組織心理学会第28回大会 予稿集 pp.114-117, 2012年9月
- 「中高年の『お墓』観 ―成人期後期以降のライフ・イベント(9)―」(共同), 日本心理学会第76回大会発表論文集 p.939, 2012年9月
- 「中高年の『お墓』観 ―成人期後期以降のライフ・イベント(10)―」(共同), 日本応用心理学会第79回大会 発表論文集 p.91, 2012年9月
- 「M&A実施に伴う研究開発マネジメントの課題―成長戦略のガバナンスに向けて―」(共同), 研究・技術計画学会 第26回年次学術大会要旨集 pp.266-270, 2012年10月

清水 良樹

著書

「終わりなき世界金融危機 バブルレス・エコノミーの時代」(共著), 岩波書店, 2012年9月
論文

「金融・経済危機におけるユーロシステムの危機対応―他国中央銀行との共通性とその独自性―」
(単著), 『季刊 経済理論』第49巻第1号, 経済理論学会編, 2012年4月

「中央銀行信用の意義と限界」(単著), 『立教経済学論叢』第77号, 立教大学大学院経済学研究会,
2013年3月

研究費獲得

「立教大学学部プロジェクト研究支援制度」(共同研究), 立教大学, 2009年度～2011年度, 研究テーマは「ドル体制の行方とアジア共通通貨の可能性」。定期的に研究会を開催し, そこに学外からゲストスピーカーをお招きした。RA(リサーチ・アシスタント)として, ゲストスピーカーへの依頼, プロジェクト予算の組み立てと執行業務, 議事録や各種報告書の作成を行った。本プロジェクトの成果は『終わりなき世界金融危機 バブルレス・エコノミーの時代』(岩波書店, 2012年9月)の刊行という形で結実した。(助成金額300万円)

須川 一幸

論文

「福岡市商店街活力アップ支援について」(単著), 福岡市役所, 2012年5月

調査報告

「鹿児島県志布志市『やっちく松山藩・秋の陣まつり』の再生について」(単独), 鹿児島県志布志市,
2012年5月

「鹿児島県薩摩川内市『大馬越地区の特産品の販路拡大イベントについて』」(単独), 鹿児島県薩摩川内市, 2012年6月

「鹿児島中央駅『ジャズフェスティバルの実施運営の改善について』」(単独), 鹿児島市, 2012年6月

「熊本県山鹿市夢大地館『直売所の魅力と売れる直売所とは』」(単独), 熊本県山鹿市, 2012年7月

「6次産業化の意義と役割」(単独), 熊本県農業大学校, 2012年9月

「宮崎県『太陽の国地域づくりリーダーについて』」(単独), 宮崎県都城市, 2012年9月

「宮崎県五ヶ瀬町『夕陽の里フェスタ in 五ヶ瀬の総括と今後の展開について』」(単独), 宮崎県西臼杵郡五ヶ瀬町, 2012年10月

「九州国立博物館『九州地域づくりフォーラムについて』」(単独), 九州国立博物館, 2012年10月

「秋田駅前『賑わい創造 まちの賑わいについて』」(単独), 秋田市, 2012年10月

「食と農と販路拡大イベントについて」(単独), 福岡県久留米大学, 2013年1月

「延岡市特産品開発・観光開発『ずばなもん・えんぱくの総括とこれからの展開について』」(単独), 宮崎県延岡商工会議所, 2013年1月

「過疎地域における地域活性化の方策」(単独), 熊本県立大学, 2013年3月
「佐世保・雲仙・長崎アンテナショップ『キトラスの販路拡大についての総括と今後の展開について』」(単独), 長崎市・佐世保市・雲仙市, 2013年3月

隅田浩司

その他(判例評釈)

「事業提携契約解約に対する単独の取引拒絶の成否——東京スター銀行事件——(東京地判平成23・7・28)」(単著), 『ジュリスト』1444号108頁, 有斐閣, 2012年

その他

「医療・介護と個人情報」(単著), 野村豊子編『介護福祉士養成テキストブック2 人間関係とコミュニケーション』, ミネルヴァ書房, 2013年2月

田島外志美

論文

「聴覚障害卓球選手の視線分析から探るビジュアル・トレーニング」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

西村卓二

論文

「聴覚障害卓球選手の視線分析から探るビジュアル・トレーニング」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

著書

「確実に上達する卓球 [改訂新版]」(単著), 実業之日本社, 2012年12月

その他

2012世界ろう者卓球選手権大会, 国際ろう者スポーツ委員会(ICSD), 国立オリンピック記念青少年総合センター, 2012年4月, ヘッドコーチとして参加
第82回全日本大学総合卓球選手権大会・団体の部, 日本学生卓球連盟, 北九州市立総合体育館, 2012年7月, 監督として参加

講演

スポーツコーチングによる育成力(単独), 東芝メディカル(株), 2012年7月

スポーツコーチングによる育成力(単独), 日立化成(株), 2013年1月

スポーツコーチングによる人間育成(単独), 兵庫県西脇市教育委員会, 2013年1月

スポーツコーチングによる人間育成(単独), 慈恵大学病院, 2013年2月

廣瀬盛一

論文

“*The Gendered Product Strategy: Endorsers' Role and The Gender Difference*” (共著), 11th ICORIA Conference Proceeding, European Advertising Academy, 2012年6月

“*The Effects of Mobile Coupon Benefits and Privacy Concerns on Attitude and Intention*” (共著), Global Marketing Conference at Seoul Proceeding, Korean Scholar of Marketing Science, 2012年7月

“*Differences between Mobile Coupons and Traditional Coupons: A Multi-Group Analysis of the Theory of Planned Behavior*” (共著), Global Marketing Conference at Seoul Proceeding, Korean Scholar of Marketing Science, 2012年7月

「聴覚障害卓球選手の視線分析から探るビジュアル・トレーニング」(共著), 『富士論叢』第57巻第1号, 東京富士大学学術研究会, 2012年11月

学会発表

“*The Gendered Product Strategy: Endorsers' Role and The Gender Difference*” (共同), 11th ICORIA

- Conference, European Advertising Academy, 2012年6月
“*The Effects of Mobile Coupon Benefits and Privacy Concerns on Attitude and Intention*” (共同),
Global Marketing Conference at Seoul, Korean Scholar of Marketing Science, 2012年
7月
“*Differences between Mobile Coupons and Traditional Coupons: A Multi-Group Analysis of the Theory
of Planned Behavior*” (共同), Global Marketing Conference at Seoul, Korean Scholar of
Marketing Science, 2012年7月
「ソーシャルゲームにおける消費者行動と広告」(単独), 日本広告学会, 早稲田大学, 2012年6
月
“*What is the most influential Korean products in Japan?: The case of mobile social game with smart
phones*” (単独), Korean Advertising Society, Holiday Inn Alpensia Pyeongchang Suites,
2012年10月
「ユビキタスがモバイルクーポンの利用にもたらす影響—技術受容モデルからのアプローチ」(共
同), 日本広告学会, 駒澤大学, 2012年11月
「携帯電話を用いた健康促進サービスの利用について」(共同), 日本商業学会, 広島経済大学,
2012年12月

深澤伸幸

論文

- 「職場に潜む危険と将来予測される事故への備え」(単著), 『応用心理学研究』Vol.38 (1), p.67-
73, 日本応用心理学会, 2012年

講演

- 「交通危険学」(単独), 安全運転センター中央研修所, 3回

深澤琢也

学会発表

- 「小売流通企業の海外市場における外部資源獲得による事業展開—関係ケイパビリティからの考
察—」(単独), 国際ビジネス研究学会第19回全国大会, 於: 桜美林大学, 2012年10月

その他

- 「平成23年度調査研究『消費財中小企業の海外市場開拓に関する調査研究～地域資源活用企業
を中心として～』(中間報告書)」(共著), 平成23年度調査研究, 財団法人中小企業総合
研究機構

- 「平成23年度調査研究『消費財中小企業の海外市場開拓に関する調査研究～地域資源活用企業
を中心として～』(最終報告書)」(共著), 平成23年度調査研究, 財団法人中小企業総合
研究機構

藤森大祐

著書

- 「経営学史叢書Ⅳ フォレット」(共著), 経営学史学会, 文眞堂, 2012年12月, 第7章 p.164-184
担当

星野由子

著書

- 「英語リーディングテストの考え方と作り方」(共著), 研究社, 2012年9月25日, 第3章4節
担当

- 「教科教育の理論と授業Ⅰ: 人文編」(共著), 協同出版, 2013年1月, 第3章6節担当

リレー連載

- 「語彙習得研究の現在 第7回」(単著), 英語教育, 大修館, 2012年10月号

松 田 美 登 子

論文

「大学生の学生生活支援に活かす認知行動療法（CBT）の検討—境界性パーソナリティ障害への CBT 基本モデルによるアセスメントを中心に—」（単著），『臨床発達心理実践研究』第 7 巻 p.153-161，一般社団法人臨床発達心理士認定運営機構日本臨床発達心理士会，2012 年 7 月

学会発表

「大学生における GHQ-12 と AQ-10 によるメンタルヘルス類型化の研究—4 年間の調査データを 中心に—」（単独），日本学生相談学会第 30 回大会発表論文集 pp.78，北海道大学，2012 年 5 月

「『大学生版発達障害スクリーニング・テスト』の基礎的研究」（単独），日本心理臨床学会第 31 回大会論文集 p.564，愛知学院大学日進キャンパス，2012 年 9 月

「時間的展望イメージ尺度の作成の試み（1）—『過去・現在・未来の私』描画をベースとした質問項目作成—」（単独），日本パーソナリティ心理学会第 21 回大会発表論文集 p.55，島根県民会館，2012 年 10 月

光 澤 美 芽

著書

「セグメント情報」齋藤真哉編著『ニューベーシック連結会計』（共著），中央経済社，2013 年 1 月

武 藤 篤 生

論文

「聴覚障害卓球選手の視線分析から探るビジュアル・トレーニング」（共著），『富士論叢』第 57 巻第 1 号，東京富士大学学術研究会，2012 年 11 月

その他

「パフォーマンス・リファレンス・モデル（PRM）」（単独），早稲田大学パブリックサービス研究所第 3 回資産マネジメント研究会，早稲田大学，2012 年 11 月

山 川 悟

論文

「ゲームメソッドのマーケティング活用に関する考察」（単著），『Fuji Business Review』第 5 号，東京富士大学総合研究所，2013 年 3 月

執筆者紹介

網本尚子	東京富士大学教授
飯島寛之	立教大学准教授
円城寺敬浩	東京富士大学准教授
小野塚若菜	東京富士大学非常勤講師
黒田秀雄	東京富士大学教授
早坂忠博	東京富士大学名誉教授
塩谷由美子	東京富士大学教授
高橋哲也	東京富士大学講師
廣瀬盛一	東京富士大学教授
藤井直	東京富士大学名誉教授
松田岳	東京富士大学准教授

編集委員

岡本慶一 (委員長)	網本尚子
伊波和恵	岡星竜美
深澤伸幸	山川悟
山口善昭	篠崎香織

富士論叢 第58巻第1号 (通巻96号)

学園創立70周年記念号

平成25年11月1日 発行

編集 東京富士大学富士論叢編集委員会

発行 東京富士大学学術研究会

代表者 岡村一成

東京都新宿区高田馬場3-8-1

☎ 03-3360-5050

印刷者 豊文社印刷所

編集後記

- 今年は本学園の創立70周年にあたり、特集として本学名誉教授のお2人の先生に原稿を依頼しました。お忙しい中をご執筆いただきありがとうございました。
- 本学の創立は昭和18(1943)年。大本営発表の勇ましい戦勝報告が続く中で、敗戦を予感し、戦後に向けた新しい動きが出てきた年でした。創造性あふれる人材を次々に輩出した文化学院の西村伊作校長は、3月の卒業式で「この戦争は負けですよ」と発言して特高に咎められ、半年近く獄舎につながれる結果となりました。
- 作家の山本有三が「米百俵」の戯曲を発表したのもこの年です。この戯曲は、戊辰戦争の敗者長岡藩の逸話をもとにしたもので、以前小泉元首相が就任演説で教育と人づくりの重要性を示した作品として紹介したことで知られています。
- 敗戦で食糧難に陥った長岡に隣藩から米百俵が支援物資として届けられた際、長岡の小林虎三郎が、米は食べてしまえば数日でなくなる。この米百俵で次代を担う子供たちを教育する小学校をつくろうと発案し、長岡で日本初の小学校が創立されたという話でした。
- この逸話を山本有三がなぜ戯曲化して昭和18年という年に発表したのか、山本有三もまた、敗戦の予感から戦後の教育と人づくりこそ重要と感じていたのだと思われます。本学の創立者もそうした時代の空気を敏感に感じ取っていたのでしょうか。
- それまでの富国強兵型のイデオロギーの支配する社会とは異なる社会の到来を予感しつつ、そうした社会で活躍できる人材の育成を目指した創業者の思いを具現化していくことが、曲がり角にある大学教育の中で改めて求められているようです。
(岡本)

成立する曲がある。だが、伯父の登場する曲は、伯父にかなり固定化された役割があるので、他の人物関係の設定では成立しがたいのではないか。たとえば、主従関係の曲として作ったものを、人物だけ伯父と甥に直す、というような成立過程は考えにくく、はじめから伯父と甥で作られる場合が多かったのではないかと思う。同族の関係が形成される時代背景から言っても、狂言における伯父の登場は、比較的初期の段階から存在するパターンだったのではないかと考えておきたい。

注

- 1 「万劫女置文」と呼ばれる、『東寺百合文書』ユ函、『鎌倉遺文』八三八九号の文書（西尾和美「中世の家族と個人」・『歴史評論』一九九二・三所収による）
- 2 本稿で用いた台本は次の通りである。
 虎明本 池田広司他校注『大蔵虎明本狂言集の研究上中下』（一九七二）
 〓一九八三・表現社）
 天理本 北川忠彦他校注『天理本 狂言六義上下』（一九九四）
 一九九五・三弥井書店）
 大系本 小山弘志校注『狂言集（日本古典文学大系）上下』（一九六〇）
 〓一九六一・岩波書店）
 集成本 野々村戒三他編『狂言集成』（一九七四・能楽書林）
- 3 内山弘編『天正狂言本 本文・総索引・研究』（一九九八・笠間索引叢刊一一四・笠間書院）
- 4 坂田聡『日本中世の氏・家・村』所収「中世後期百姓の苗字・家・同族―主に丹波国山国荘を例に―」（一九九七・校倉書房）による。
- 5 坂田聡前掲書参照。

心をするような設定はない。天正本でははっきり「物こひに行」としており、甥は伯父から施しを受けようとしているのである。伯父から経済的援助を受けなければ生活が立ちゆかない天正本「米かり」の甥は、他の曲の甥とは明らかに身分が違う。そのため、主、大名レベルの階層における伯父と甥の関係を描くことが定型化した江戸時代以降の諸本では、伯父・甥という設定をはずすようになったという事なのではないだろうか。

六 おわりに

「悪太郎」「謀生種」「鱸包丁」以外の伯父は、主または大名の伯父であった。「鱸包丁」も官途成が話題となっていることから、村落の中でも指導的階層にあった人物の話だと考えられるし、「悪太郎」「謀生種」の伯父も、その出で立ちが主と同じであることから、主と同レベルの身分に設定されていると考えられる。

主の身分は「多くの名田を持ち、若干の所従を有する在地の名主層」だと考えられており、大名も、戦国大名などはまったく違う、主とあまり変わらない階層の人物だと考えられる。

在地の名主レベルの人々の間では、中世後期になって家名や家産を相伝する「家」が形成されたようである。同一の苗字を用いる家はさらに、たとえば「久保・上久保・中久保・下久保」とか、「新井・東新井・西新井」のように分家していく。これがいわゆる「同

族」と呼ばれる、家同士の関係である。同族はお互いに協力して生活を営んでいたと考えられるが、狂言における伯父と甥は、まさにこの同族の関係である。

同族はルーツを同じくする者同士なので、心理的に近いのは当然であるし、また、同族の年長者が下の世代を教育する役割も担っていたことだろう。同族が形成される以前の段階でも、『今昔物語集』の「陸奥国府官大夫介子語第五」にも見られたように、伯父は時には甥の親代わりとなり、財産も甥に引き継がれることがあった。

同じ血縁関係にあっても、親子・兄弟では、同居や近居の可能性が大きくなる。太郎冠者が使いに行くような離れた所に住んでいて、しかも道具を借りたり、教えを請うたり、お互いに馳走に呼び合ったり、贈答し合ったりといった、一曲の中心趣向を形成するための前提状況を自然に作れる存在として、同族の伯父は非常に便利な登場人物なのである。狂言に伯父が出てくることが多いのは、以上のような理由からだと考えられよう。

なお、伯父の登場する曲と、他の人間関係を描いた曲との先後関係について、まだ断定的な結論は出しがたい。しかし本稿での考察を通して、伯父と甥の関係を描いた曲は、主従関係や夫婦関係、聾と舅関係など、他の人間関係に置き換えて作るとは難しいのではないかとの見通しを持った。

狂言では、たとえば、本来出家狂言として作られたが、後に主従狂言となって定着した「附子」のように、別の役割に置き換えても

鬼松風 おにまつかぜ
竹松 たけまつ

「鬼松風」「竹松」ともに、大名に命じられた使用人が、神事のためには大名の伯父の元へ道具を借りに行く、という設定である。「おちの所よりかりて来る」とされているだけで、伯父の具体的な台詞は記載されていない。①大名が登場し、②使用人に命令し、③伯父の所へ借りに行く、という筋書きが記載されているので、伯父の役は舞台上におそらく登場したのだろうとは思われるが、さしたる台詞のやりとりはなかったのだろう。

第三章で挙げた「腥物」などと同じく、祭や神事の時の道具を融通してもらう相手として最適な、大名の伯父を登場させたのだと考えられる。

天正本にはまた、現行曲では伯父以外の役柄となつているところを伯父で演じる曲が二曲ある。「はま千鳥（千鳥）」と「米かり（米市）」である。

「はま千鳥」の冒頭には「大明出て人をよひ出しおちの所へ酒をでにとりにとりにやる行おちの本に酒つかせる」とある。どのような理由かはわからないが、酒が必要になった大名が、下人に命じて伯父の元へ酒をとりに行かせる。現行曲「千鳥」も、来客に出す酒がないので、太郎冠者にとりに行かせるが、行き先は伯父の家ではなく、酒屋である。

これまでに見た例からもわかる通り、道具を借りる相手の設定としては伯父が最適であるが、道具と違って酒は元通りに返すことは

できない。甥から頼られた伯父は、酒を詰めた酒樽を気前よく与えなければ、伯父の描き方の型からははずれてしまう。しかし、天正本の伯父は「だい（代）をさいそく（催促）する」、つまり代金を請求しているので、伯父は酒屋だったということになる。代金を払わずにいかにして酒をとってくるか、というのが本曲の最大の趣向なのであるから、酒をとりに行く相手は酒屋であればよいので、その酒屋をわざわざ伯父とする必要はまったくない。

伯母が酒屋という設定の曲「伯母ケ酒」があるので、そこから連想して伯父が酒屋という曲を作ったのかもしれないが、先述の通り、この酒屋が伯父である必要性はないので、諸本すべて、ただの酒屋として演じるようになったのも、至極もつともである。

次に「米かり」だが、冒頭は「一人出て年とるへきやうなしとてうとく（有徳）なおち（伯父）をもつ物こひに行」としている。つまり、年も越せそうにないほど逼迫している男が裕福な伯父を頼る、という筋書きなのだが、諸本では伯父ではなく、「おめ（目）をかけるる人」（虎明本）、すなわち、日頃から援助をしてくれている裕福な人、という設定になつている。

困窮した男が伯父を頼るという設定は一見すると自然なように思えるが、なぜ諸本は伯父としないのだろうか。

これまで考察した伯父の例は、主や大名の伯父である場合が多かった。経済的に伯父より下である甥が、伯父を頼る設定はあるが、伯父に借りるのは茶競への道具や、神事に使う道具などで、金の無

村落の指導的階層、いわゆる「おとな（乙名）」の仲間入りをすると考えられる。天正三年、丹波国山国荘において、名主が先祖相伝の跡職と名前を子息に譲る旨の譲り状を書いていることからも、名前を継ぐとか、新しく名乗るという行為は、公的なものであったことがわかる。官途成も同様で（家名は、苗字だけを指すのではなく、字や官途名などの場合もあり得る。伯父が新たに官途名を与えられたものか、継承したものか明らかではないが）、村人全体に披露しなければならぬ重要な儀式だったと思われる。よって、官途成の披露宴に供するための鯉を調達するのは、同族の人間である甥の役回りとしてふさわしいと言えよう。

また、ここで描かれているのは、「戦い・争い」とまではいかないまでも、甥と伯父との対立である。甥と伯父との対立は、「悪太郎」での、伯父に桶突く悪太郎と、その悪太郎を僧形にしてしまう伯父や、「謀生種」での、伯父に挑む甥と、それを軽くかわしてより大きなダメージを甥に与える伯父、といったところにも見て取れる。

これまで見てきた狂言の伯父には、第二章で挙げた、説話や軍記に登場する伯父の、①一族の年少者である甥を指導する存在 ②親のように育てる存在、というイメージと共通する面があることを確認したが、③の「時に敵対する存在」というイメージも、これらの曲には反映されていると見てよいのではないだろうか。

最後に特異な例として「釣狐」にも触れておきたい。

狂言における伯父の特徴と役割（網本）

釣狐 登場人物 古狐の化けた伯蔵主（前シテ）・正体を現した古狐（後シテ）・獵師

眷属を次々と獵師に釣り殺された古狐が、獵師の伯父の伯（白）蔵主に化けて、狐狐をやめるよう獵師に意見する。

狐が「かのもの（者）のおぢぼうず（伯父坊主）が、此山一つあなたに、寺をもつていらるるが、此人の云事は、あまさかさま（天逆様）なる事もがてん（合点）をいたす程に」と虎明本で述べているように、獵師に意見できる唯一の存在が伯父である、という設定になっており、これまで確認してきた伯父の登場意義が、ここにも反映されている。したがって、古狐が化ける人物としては、やはり伯父という設定が最適だと言えよう。

実際に伯父の出で立ちで登場するため、この章の「実際に舞台上に伯父が登場する狂言」に分類してもよいかと思うが、狐が化けた伯父、という設定であることから、特殊な用例として付加することとした。

五 天正本に見られる伯父

伯父の登場する曲で、諸本にも天正本にもともにあるのは、以下の三曲である。なお、（ ）内に現行曲名を記す。

うちみ（鱸包丁） あわた口（粟田口） つりきつね（釣狐）

また、天正本独自の曲は、以下の二曲である。

年少者を教え導く存在としての伯父のイメージが、本曲では生かされていると言えよう。

謀生種 登場人物 甥（シテ）・伯父

虎明本では伯父ではなく「知音仕人」つまり、単なる知人と設定されている。

天理本と集成本では伯父（大系本には所載なし）。伯父にいつも嘘をつかれて悔しく思っている甥が、今度こそ伯父を言い負かそうと法螺話を仕込んで伯父の元に出かけるが、結局伯父の一枚上手の法螺話に負けてしまった挙げ句、話がうまくなるのは謀生（嘘）の種が庭に埋められているからだ、という伯父の嘘にひっかかり、庭中掘り返して伯父に叱られる。

このような話の展開ならば、伯父ではなく、知人という虎明本の設定でも不都合はなさそうだが、天理本は、地面を懸命に掘って話の種を探す甥に対して伯父は「うつけ」と叱り、甥の「あら、めんぼくも（面目も）なや」という台詞で終わっている。いつも伯父に騙されるからと、リベンジのためにやって来たにも関わらず、結局は簡単に騙されてしまう甥をなさげなく思い、伯父は甥を叱るのである。虎明本でも、騙す方の男が種明かしをし、騙される方の男が「あらおめんぼくなや」と恥じ入って終わるが、騙す方の男は単なる知人なので、もちろん「うつけ」と叱る台詞はなく、そのため、騙される男のあやまる台詞がしつくりこない。やはりここは、騙される

男よりも一枚も二枚も上手で、最後は男を叱咤する人物として、伯父が最もふさわしい人物だと言えるだろう。

伯父がシテとなる珍しい曲もある。

鱸包丁 登場人物 伯父（シテ）・甥

諸本とも伯父であるが、虎明本、大系本では、都の伯父とし、天理本、集成本では、伏見の伯父としている。

伯父が官途成かんどなりの祝宴のために淀の名物の鯉を買ってくるよう甥に頼むという設定は、諸本で同じである。甥は頼まれた鯉を準備していないのだが、それを適当な口実で言い逃れようと、伯父の家へやって来る。

甥は、約束を守らず、口先だけでのらりくらりと乗り切ろうとするいい加減な性格と設定されており、それに対して伯父の性格について虎明本では「たらしよひと」、大系本では「正直な人」、集成本では「堅い人」と甥は評している。つまり本曲の伯父はまじめで誠実な人柄で、「止動方角」「素袍落」などでも見られた、甥の未熟さ、浅はかさを際立たせる人物として設定されていると言える。さらに、「悪太郎」と同様に、人間的に問題のある甥を反省させようとする一族の長という役回りも持っており、伯父の登場なくして本曲は成立しないのである。

官途成とは、村落の中で「大夫」「右衛門」などといった官職を名乗ることを許されることである。この儀式を経ることによって、

虎明本・天理本では、本気で伊勢参りに誘っているようだが、大系本では主が、「かねがね約束じやによって だけは行かれぬ。お附届けまでに行てこい」と言っており、一応約束だから形だけでも誘っておこうという心持ちで演じる。また、大系本、集成本では、伯父から太郎冠者に餞別をもらってしまおうと、お返しをしなければならなくてたいへんなので、供はまだ決まっていなと言えと主は述べている。主をこのような台詞を吐くような吝嗇な人柄として設定することによって、「止動方角」と同様、甥と伯父の対比が明確に浮かび上がるという効果が期待できる。

伊勢参りへの同行者となり得、しかも太郎冠者に立派な素袍を餞別に贈るような人物として、また、主の器の小ささを観客に実感させ得る人物として、伯父を登場させたと考えられよう。

ここまでは、登場する伯父の甥にあたるのはアドの主であったが、甥が主ではなく、しかもシテとなる曲も二曲見られる。

悪太郎 登場人物 悪太郎(シテ)・伯父・出家

シテの悪太郎は、髭をたくわえ、頭には燕尾頭巾、手には長刀という、見るからに外れ者の出で立ちで登場し、伯父の元へ押しかける。虎明本には、伯父の元を訪れる理由を示す詳しい台詞はないが、悪太郎は伯父に無理に酒を出させ、さんざん飲んだ挙げ句に、帰りの路上で寝ているところを伯父に見え、知らぬ間に僧形にされてしまう。伯父は、「ごんごだうだん(言語道断)の事じや、あ

のことくに(如くに)いつもしておらは、だうぐ(道具)も、きる(着る)物もとられて、ぐわいぶん(外聞)をうしなふ(失ふ)、ぜひ(是非)におよばぬしだいじや、いたしやうが有」と述べているので、悪太郎の将来を心配しており、反省させるために荒療治をしたという設定である。

天理本では、悪太郎は長刀を伯父の前にちらつかせ、伯父のほめ方が気に入らないと言って伯父を脅す。悪太郎の振る舞いの傍若無人ぶりをより強く描くことによって、伯父の荒療治には、根底に甥の将来を心配する気持ちはあるとしても、悪太郎への報復という側面もあることがほのめかされている。

虎明本や天理本にはないが、大系本では、伯父の家へ行く途中の悪太郎の「また、例の、酒を飲むな、飲むなと、意見ばしせらるるものである。」という台詞が、また集成本では「身共が常々好いて飲む酒を、陰でいかう叱らると承って御座る。今日はこの長刀を持つて参り、重ねて姦しう云はれぬ様に、口をとめて帰らうと存ずる。」という台詞があり、自分の大酒に意見する伯父への不満をもらしている。

悪太郎は先述のように異形の出で立ちであるが、伯父は通常の長上下出立で、主の伯父を演じる場合と同じ扮装である。このことから、悪太郎は本来、主と同レベルの階層の人物であると考えられる。まともな家柄でありながら、そこから逸脱してしまった悪太郎を、荒療治で更生させようとする人物として伯父は最適である。一族の

贈るのは、普請の祝いのための木六駄である。和泉流では歳暮として木六駄以外に炭六駄も贈る設定なので、十二頭もの牛を追いながら、雪の峠道を歩く太郎冠者の演技が最大の見どころとなるが、大系本では、牛は六頭だけである。また、太郎冠者は都までは行かず、催促のために出てきた伯父と、茶屋で会うという設定になっている。

いずれにしる、遠くはるばるの道を、悪天候にもかかわらず、どうしても祝言の品を届けなければならないという設定にするためには、主が最大限の気配りを見せるべき相手が必要である。その相手として、一族の重鎮たる伯父を登場させるのは、最適の設定だと言えるだろう。

止動方角 登場人物 主・太郎冠者（シテ）・主の伯父

主は伯父に茶競べに使う茶や馬を借りるため、太郎冠者を使いこやる。前章の「腥物」で祭や神事の道具を伯父に借りたのと、類似した設定である。行事などで不足の品がある場合、それを融通し合う相手としては、同族の伯父は最適の設定と言える。

ただし、本曲の甥と伯父の間には、経済的な隔たりがあり、融通というより、甥は常に一方的に伯父を頼っている感がある。それは虎明本の太郎冠者の台詞「何にても道具があるたびに、おちごさま（伯父御様）へかりに（借り）に）おやりやる（お遣りやる）、たびたびの事じやによつて、身どもさへはづかしひ（恥づかしひ）」や、天理本の太郎冠者の台詞「いつもながら又御無心を申さるる」、大

系本の伯父の台詞「そちの頼うだ者は、小心者じやによつて馬は持つまい」などからもうかがえる。

すべての品を貸し与える伯父に対して太郎冠者は、「おちごさまのやうに、たしなみのふかひ（深ひ）人は御ぎなひ」（虎明本）などと同様、「たのふだ（頼ふだ）人はふたしなみな（不嗜みな）」、「もし一色なりともかさせられずは（貸させられずば）、身がとが（科）のやうにおしやつて（おしやつて）、きげん（機嫌）がわるからふ（悪からふ）」（虎明本）と主への悪口を述べる。帰宅した太郎冠者をねぎらうこともなく、帰りが遅いと叱りつける主に対して怒った太郎冠者が、主を馬から落とし溜飲を下げる、という展開になるわけだが、経済的にも人格的にも甥の上を行く存在として伯父を設定することによって、主の未熟さが際立つことになる。この伯父には、前章で確認したような、伯父の指導者の立場というイメージからさらに発展した、一族の長たる人間的に大きな人物、というイメージを見て取ってもよいだろう。

素袍落 登場人物 主・太郎冠者（シテ）・主の伯父

甥が伊勢参りに伯父を誘うため、太郎冠者を伯父の元へ使いこやるのが話の発端となる。近くの野山への遊山や、神社仏閣への参詣などと違い、伊勢参りは特別なイベントである。その一大イベントへの同行を誘うという設定は、伯父・甥という親しい同族の設定にすることによって、より観客にとって自然なものとなるだろう。

大津松本の市にやってきた田舎者が、自分と縁のある人間だと言葉巧みに近寄ってきたすっぱの言葉に乗せられ、人買い宿に連れて行かれてしまう。

すっぱが田舎者に近づく手段として、「伯父は元気か」と聞く台詞があったと思われるのが、天理本である。虎明本と集成本では伯母のことを、また大系本では「お寮様」のことを尋ねている。ここは、田舎者と親しい人物を自分も知っている、と言って田舎者に近づく場面なので、この人物は伯父でも伯母でも誰でもよい。天理本でもはつきりとした台詞があるわけではなく、「いろいろ、お婆の事、おちの事など云也」とアドリブでもよいような書き方がされている。したがって、必ずしも伯父を出す必要性のない曲だと言えるよう。

栗焼 登場人物 主・太郎冠者（シテ）

伯父は主の伯父

客に出すために栗を焼くよう命じられた太郎冠者は、すべて自分で食べてしまい、そのいいわけを長々と主に語る。

天理本と集成本は丹波の伯父から贈られた栗、という設定だが、虎明本と大系本では、それぞれ「余所から」、「さる方より」としてあるのみである。天正本にもこの曲は見られるが、栗の贈り主には言及せず、いきなり栗を焼くと大名が命じており、どのような台詞があったのかは不明である。

見事な栗を、名産地である丹波から贈ってくる人物として、離れ

狂言における伯父の特徴と役割（網本）

て住んでいて、親しく、主に目をかけてくれている、という条件に当てはめて考えると、伯父という天理本と集成本の設定もよいとは思いますが、狂言でよく出てくる遠来の酒と同様、知人から贈られたものと考えても何ら不都合はない。また、丹波という地名も、本曲ではとくにキーワードとなっているわけではなく、丹波に住む伯父に特別な意味が込められているわけでもなさそうである。したがってこれも、必ずしも伯父を出す必要性のない曲と言ってよからう。

四 実際に舞台上に伯父が登場する狂言

舞台上に伯父が出てくるのは、次の七曲である。

木六駄 きろくだ 止動方角 しどうほうかく 素袍落 すおうおとし 悪太郎 あくたろう 謀生種 ぼうしょうのたね 鱸包丁 すずきぼうちやう 釣狐 つりきつね

これらの曲についても、前章と同様に、一曲ずつ考察していきたい。

木六駄 登場人物 主・太郎冠者（シテ）・主の伯父

虎明本には所載がなく、天理本、大系本、集成本では、都に住む伯父が登場する。奥丹波に住む主が、都の伯父の元へ歳暮の祝言の品を届けるよう太郎冠者に命じる。太郎冠者は途中の茶屋で酒を飲み、酔っ払った状態で都の伯父を訪ね、叱られる。

この曲は、大蔵流では江戸時代末期から見始め、本来は和泉流の曲だったと考えられる。とくに大系本は異質であり、主が伯父に

て治るよう言い聞かせる。

ただけでなく太郎冠者も振る舞いに呼ばれた、という嘘に太郎冠者がたやすくひつかかるといことは、そういうこともあり得るような、両家の親しい関係性をうかがわせる。下人までも招待するという設定は、普通の知人では考えがたい。したがって、伯父という設定がここでは不可欠であると言える。

腥物 登場人物 主・太郎冠者（シテ）

伯父は主の伯父

天正本では伯父ではなく「まとの下殿」としているが、その他の虎明本、天理本、集成本ではすべて（大系本には所載なし）、伯父から「のしつけ（薄く打ち延べた金銀を鞘に貼り付けた刀）」あるいは「こがね刀」あるいは「太刀」を借りたという設定である。それを太郎冠者が返しに行く途中で奪われてしまう。

主が伯父からこれらの品を借りた理由は、虎明本では明確にされていないが、天理本では祭のために借り、急いで返すのは、明日が伯父の地方の神事だからという設定になっており、集成本もその設定を引き継いでいる。虎明本では、借りた理由が明確ではないので、なぜ急に夜も更けてから返さなければならぬのかが不明確だが、天理本のような事情と考えればスムーズに理解できる。

祭や神事などで使用する道具を、一族で融通し合うというのは、さほど珍しいことではなからう。したがって太郎冠者の使い先とし

て主の伯父の家が設定されているのは、きわめて自然なことだと考えられる。天正本の「まとの下殿」がどのような人物を指すかは不明だが、設定としては神事の頭にあたった大名が「まとの下殿」から「のしつけ」を借りた、ということなので、ここは伯父の、職業や住所など何らかの属性を表す呼び名ということなのかもしれない。

文相撲 登場人物 大名（シテ）・太郎冠者・新参者

伯父は大名の伯父

相撲が得意という新参者を雇った大名が、その腕前を見るために、相撲の書を読みながら自ら新参者の相手をする。所載のある諸本の中で、虎明本、集成本が、この相撲の書を「粟田口」と同様、伯父からもらった書としている。天理本では伯父からもらったとしないのも、「粟田口」と同様である。相撲の書をもらった人物として伯父を設定しているのは、「粟田口」と同様の理由だと考えられる。

ここまで確認した六曲はすべて、伯父という設定が最適だと考えられる例だったが、以下の二曲は、とくに伯父である必要性の感じられない曲である。

磁石 登場人物 田舎者・すっぱ（シテ）・宿の亭主

伯父は田舎者の伯父

とし、集成本は「東福寺の伯父御様」としている。

主と太郎冠者がどこに住んでいるかは不明だが、太郎冠者が都見物に出かけた話であることから、二人は都から離れた田舎に住んでいる設定だと考えられる。太郎冠者が自分の伯父に会ったと聞いた主は、虎明本では、伯父の寺に逗留している自分の息子のことを気にかけているし、天理本では伯父に手紙を渡したかった、大系本では言伝をしたかったと言っている。このような台詞があることから、この伯父と甥は親しい間柄であり、とくに、使用人である太郎冠者が不意に訪れ、快くご馳走まで振る舞われるというのは、親しい伯父の宅としなければ無理な設定であろう。太郎冠者の立ち寄り先としては、離れて住んでいるが、太郎冠者も含めて心理的に近い関係の人物が設定されなければならないことを考えると、ここも主の伯父が最適の人物だと言えよう。

察化 登場人物 主・太郎冠者（シテ）・すっぱ

伯父は主の伯父

主は連歌会れんがえの頭とうにあたったので、都に住む伯父に宗匠を頼む。虎明本、天理本、集成本ともに、伯父は連歌がうまい、あるいはプロの連歌師、連歌が詠める、から宗匠を頼もうと主が述べている。大系本のみ、自分は田舎者で宗匠を頼めるような人を知らないから都に住む伯父を頼る、という設定である。

太郎冠者は都で出会ったすっぱに丸め込まれ、伯父の代わりに

すっぱを連れ帰ってしまう。大系本、集成本ともに、太郎冠者と同道した伯父と名乗る人物が供を連れて来なかったと聞き、伯父が供も連れずに外出するなど考えられない、と主が不審を述べているので、富貴を示しているのか、あるいは身分の高さを示しているのかは不明だが、とにかく伯父をかなりの人物だと設定していることがわかる。

ただし、太郎冠者はこの伯父に面識がない。そのため、伯父とまぢがえて、すっぱを連れ帰ってきてしまうのである。つまり、遠く離れて住んでいるため、ほとんど交流のない伯父と甥という設定だと考えられよう。普段は交流がなくとも、連歌会の頭という晴れの場面では、最も頼りになる存在として主が思い浮かべたのが伯父だった、ということなのである。この曲に必要な、離れて住んでいるが、いざというときに頼りになる人物としては、やはり、一族の年少者を教え導き、親代わりとなつて支えるイメージのある「伯父」が最適であると考えられる。

痺 登場人物 主・太郎冠者（シテ）

伯父は主の伯父

諸本すべて、しびりの仮病を使う太郎冠者を騙すために、伯父から振る舞いの誘いが来て太郎冠者も連れて来いと言われているのに、病気ならば連れて行けない、と主が述べる設定になっている。それを聞いて慌てた太郎冠者が、自分の足に起こったしびりに対し

大名が照らし合わせる粟田口の書（説明書）は、虎明本、大系本では、伯父にもらったものという設定になっている。天理本では「むかしからあわた口のよい書物をもった」とされているのみで、伯父からもらったものという設定はぬけている。また集成本も「粟田口の書いた物がある」としており、このように見ると、伯父からもらった書、という設定でなくても話は停滞なく進行すると考えられる。

しかし、天理本のような、大名が昔から粟田口の書を所持していたという設定の場合、なぜ大名は粟田口の何たるかを今の今まで知らなかったのか、という疑問が生じる。遡って現存最古の台本である天正本では、「おち（伯父）のめひつくし（銘尻くし）」に照らし合わせてみたいと大名が述べているので、「伯父からもらった粟田口の書」というのは、この曲本来の設定だったのだろう。

なぜ伯父の方から粟田口の書が届いたのか、その理由を合理的に説明しているのが虎明本である。つまり、太郎冠者に粟田口を買いに行かせたと伯父に話したところ、粟田口の書を寄こしてきた、としているのである。さらに虎明本は、粟田口に詳しい伯父に見てもらうために、すっぱを連れて伯父の元へ出かける、という合理的な展開になっており、この部分は天理本でも同様の設定になっている。

しかし、大系本では、粟田口の書をくれたのは伯父だが、粟田口を見せに行くのは、「正真の粟田口を持たれたお方」となっており、とくに伯父だとはしていない。また集成本では、書の箇所だけでなく、すっぱを連れて行く先も伯父の元ではない。

集成本のように伯父の設定が一切ない場合でも、話の展開にさほど不都合はないのだが、それをあえて天正本、虎明本、大系本で伯父から届けられた粟田口の書としているのは、武士として必要な刀についての知識を、未熟な甥に教えるため、という設定のためだと解釈できるのではないか。また、粟田口を確認してもらうために伯父の元へ同道するのも、伯父が甥を教え導く立場であり、また、甥も伯父を頼っていることを表現していると見なせよう。

「粟田口」の台詞中の伯父は、大名が所持している粟田口の書を与えた人物としても、また新しく手に入れた粟田口について大名が意見を求める相手としても、最適な人物として登場していると言えるのである。

文蔵 登場人物 主（シテ）・太郎冠者

伯父は主の伯父

主（主人）に無断で都へ出かけた太郎冠者は、帰宅した後、都の伯父の元で馳走になった食べ物のことを主に報告するが、その食べ物の名前が、石橋山合戦の物語に出てきたもの、としか思い出せないで、主に長々と合戦物語を語ってもらい、最後に温糟粥うんぞうがゆであったことを思い出す。

虎明本では太郎冠者が「おちごさま（伯父御様）のおてら（寺）」に立ち寄ったとしており、仏家の食事である温糟粥を登場させるのにふさわしい設定だと言える。天理本、大系本では、単に都の伯父

どである。

保元の乱は、親子、伯父・甥、兄弟が敵味方に分かれて争った戦だが、『保元物語』では「我朝ニモ不限、天竺震旦ニモ、新羅百濟ニモ、位ヲ争ヒ、国ヲ論ジテ、伯父甥合戦ヲ成シ、兄弟軍ヲス。果報ノ勝劣ニ随テ、伯父モ負ケ、兄モ負。」と、戦で肉親同士が戦うこと、とくに伯父と甥や兄と弟が戦うことは珍しいことではなかったと述べている。さらに『保元物語』の最後は、「保元ノ乱ニコソ、親ノ頸ヲ切ケル子モ有ケレ、伯父ガ頸切甥モアレ、兄ヲ流す弟モアレ、思ニ身ヲ投ル女性モアレ、是コソ日本ノ不思議也シ事ナリ」という文で締めくくられており、親子や伯父・甥のような肉親同士が戦うことの悲惨さが、この物語の重要なモチーフであることを明確に示している。このように、伯父と甥は、近しい肉親でありながら時には敵対関係になることもあり得る存在として、中世の武家社会では認識されていたと考えられる。

少ない用例からではあるが、狂言以前の文芸作品に登場する伯父のイメージとして、①一族の年少者である甥を指導する存在 ②親のように育てる存在 ③時に敵対する存在 といったイメージのあったことが確認できる。

三 台詞の中だけに伯父が登場する狂言

狂言における伯父の登場パターンは、大きく二種類ある。一つは

台詞の中だけに伯父が出てくる曲で、もう一つは伯父が実際に舞台上に出てくる曲である。

舞台上に伯父が登場せず、台詞の中だけに出てくる曲は、江戸時代初期の大蔵流の台本である虎明本^{とらあき}、和泉流の現存最古本である天理本、現行大蔵流の山本東次郎家の台本を底本とした大系本、和泉流三宅派の台本である集成本^{むねづみ}の中で、次の八曲である。(現行曲では伯父が出てこないが、古本には出てくる場合もあるので、現行曲数よりも多くなっている)

栗田口 文蔵 察化 痺 腥物 文相撲 磁石 栗焼

以下では、これらの曲について一曲ずつ、伯父がどのように登場するかを整理し、伯父を登場させる必要性がどこにあったのかを考えてみたい。

栗田口 登場人物 大名(シテ)・太郎冠者・すっぱ

伯父は大名の伯父

大名に命じられ、「栗田口」(刀の銘)を買い求めに行った太郎冠者は、自分こそが栗田口だと名乗るすっぱを連れ帰ってきたものの、大名も太郎冠者も栗田口が何かを知らない。そのため、栗田口のこと書かれている書と照らし合わせる。「末広がり」「蝸牛」など、他にも類曲が多く見られる取り違え物の一つで、すっぱと栗田口の特徴を書と照らし合わせながら比較する部分に、「末広がり」などと同様のおもしろさがある。

では、伯父が出てくる狂言の内容を整理し、伯父の役割について若干の考察を試みたいと思う。

二 説話、軍記で描かれた伯父の例

狂言の伯父の例を概観する前に、説話や軍記など、他の文芸作品で伯父がどのような形で登場するかを見ておこう。

『今昔物語集』には何例か伯父が出てくる説話があるが、そのうちの巻九震旦「震旦江都孫宝、於冥途濟母活語第十四」は以下のような話である。

死んで閻魔庁に行った孫宝は、まだ死期ではなかったことがわかり、娑婆に帰れることになる。しかし、責め苦を負わされている亡き母の姿を見つけ、なぜ何の罪もない母を責めるのかと訴える。調査の結果、母を責めたのは誤りとわかり、冥官は母を楽堂というすばらしい所へ送り、付き添っていった孫宝は、あまりの居心地の良さに、なかなか娑婆へと帰れなくなる。それを見た伯父が孫宝を叱り、頭から水を浴びせたので、孫宝は無事に娑婆へ生還する。

この話における伯父は、誤った道を進もうとする甥に対して、厳しく接し、正しい方に導こうとする、頼りがいのある存在である。その役割を果たすのが、父でも兄でもなく伯父である、ということに、伯父に対するイメージが反映されているように思われる。

さらに『今昔物語集』巻二十六本朝付留報「陸奥国府官大夫介子語第五」は、以下のような話である。

陸奥国府官大夫の介は、待望の男子を授かるが、妻を失う。大の介は、子を持たない弟夫婦と共に、息子を大切に育てる。やがて大夫の介は再婚するが、この継母が計略をめぐらし、息子を亡き者にしようとする。しかし、山中の穴に生き埋めにされた息子は伯父によって発見され、継母は追放される。父と伯父が亡き後、息子は二人の財産を相続し、富貴となる。

ここでの伯父は、伯父であり育ての父でもあるので、「伯父父」という呼ばれ方をしているが、たとえば同じ『今昔物語集』巻二十二本朝「高藤内大臣語第七」に、藤原冬嗣の子高藤が、父の死後、伯父の良房に面倒を見てもらうという話があったり、万劫女という女性が疫病による死に臨んで、自分の亡き後、娘の地藏女の養育を、地藏女の叔父にあたる「さと殿」という男性に託した例（註1）があったりするように、伯父が甥や姪の親代わりになる例は、珍しいことではなかっただろう。「陸奥国府官大夫介子」の説話の伯父は、甥を、同じ血を引く大切な一族の後継者として育てる、親のような存在として描かれているのである。

次に軍記『保元物語』に目を転じてみよう。『保元物語』にもいくつかの伯父と甥の関係が描かれている。たとえば、源為義が十四歳の時、伯父の義綱追捕の功によって左衛門尉に任じられたエピソードや、平清盛が保元の乱後、伯父の忠正を切ったエピソードな

狂言における伯父の特徴と役割

網本尚子

キーワード… 狂言 伯父 登場人物 同族 家族関係

要約

血縁関係が描かれる曲が案外少ない狂言において、伯父の登場する曲は比較的多くある。伯父の登場の仕方は大きく分けて①台詞の中でのみ出てくる場合 ②実際に舞台上に出てくる場合の二通りあり、本稿では、それぞれの場合について、一曲ずつ伯父の描き方を考察した。その結果、狂言における伯父の描き方には、説話や軍記の中の伯父に見られたのと同様の、甥を導くイメージや親のように頼られるイメージ、また時には対立するイメージなどのあることがわかった。さらに、なぜ伯父の登場する曲が多いのか、伯父と甥が登場する曲は古くから存在するのか、といった点についても考察を試みる。

一 はじめに

狂言にはさまざまな人間関係が登場するが、血縁関係が描かれている曲は案外少ない。たとえば親子が描かれた曲は、現行曲約二六〇曲中、「以呂波」「牛盗人」「金津」「首引」（鬼の親と娘）「鶏猫」「柑子俵」「唐人子宝」「業平餅」「雪打」の九曲である。このうち、「以呂波」は「口真似」と同工異曲で、親子の設定でなくとも成立する曲であり、「金津」「柑子俵」は子方のかわりらしさやけなげな演技を見せるのが中心趣向、「首引」は鬼の擬人化が眼目というように、必ずしも親子の設定が一曲の内容に深く関わっていないわけではない曲も多く含まれている。

親子以外では、祖父と孫が出てくるのが「腰折」「財宝」「枕物狂」、祖母と孫が「比丘貞」、兄弟が「舎弟」「梟（山伏）」「松囃子」である。

このように、親子（親子である設定が必ずしも必要でない曲も含める）が約十曲、祖父と孫、兄弟がそれぞれ三曲ずつ、祖母と孫が一曲しかないのに比べ、伯父が出てくる曲は現行曲中十二曲もあり（実際に舞台上には登場しないが、台詞の中に出てくる場合も含める）、意外に多いことがわかる。ちなみに、伯母と甥の登場する曲は、現行曲では「伯母ケ酒」一曲のみである。

では、狂言の中で描かれる伯父はどのような特質を持つ人物で、また、一曲の中で、どのような役割を担う存在なのだろうか。本稿