LC りぽーと
44
2019 年 3 月

〒663-8558　西宮市池開町 6-46
武庫川女子大学 言語文化研究所
ilc@mukogawa-u.ac.jp
℡ ：0798-45-3536
fax：0798-45-3574

ビジネスで大切なことってなんですか

書店には「ビジネス書」のコーナーがあり、電車の中ではビジネス書とおぼしき本を読んでいるサラリーマン（なぜか男性がほとんど）の姿を目にする。ビジネス書には、何が書かれているのか。もちろん、ビジネスで大切とされることが書かれているのだろうが、それは一体なんだろうか。今回は、ビジネス書の目次を調査対象として、ビジネスの世界で重要視されることを探ってみた。

調査概要

調査資料：ビジネス書　23 冊（タイトル等は末尾記載の通り）

データ収集：目次をデータとする。ただし、章立ての「章」部分はデータとしない。たとえば、「第 1 章　書いたり話したりする前に」では、「第 1 章」はデータとせず、「書いたり話したりする前に」をデータとする。同様に、「第 1 部」「Chapter1」などもデータに含まない。

目次の総数：1,909 件

調査方法：語彙調査

日本語形態素解析システム“unidic-mecab”を用いて、 対象データの単位切りを行う。辞書は“UniDic”で、形態素解析に利用したアプリケーション（インターフェース）は「茶まめ」である。出力した短単位データについて、同語異語判別を手作業で行う。

調査結果

得られた自立語：2,384 語

次ページに頻度 11 までの頻度順語彙表を示す（紙幅の都合上、品詞・語種・出現比率は省略）。

表１　頻度順語彙表

順位	語	頻度
1	する	512
2	人	215
3	仕事	190
4	こと	125
5	時間	66
6	なる	63
7	とき	59
7	いる	59
9	基本	54
10	ない	53
10	ため	53
12	いい	52
12	やる	52
14	速い	48
14	相手	48
14	ある	48
17	自分	47
18	できる	44
19	考える	42
20	3	41
21	遅い	40
21	頭	40
23	情報	36
24	つける	35
25	PDCA	34
25	上司	34
27	何	33
27	会議	33
29	決める	32
30	1	31
31	メール	30
31	意識	30
31	おく	30
34	使う	29
34	行動	29
36	もの	28
37	知る	27
37	惜しい	27
37	会社	27
40	ルール	26
40	社会	26
42	管理	25
42	2	25
44	電話	24
44	段取り	24
44	成果	24
47	目標	23
47	必要	23
47	組織	23
47	術	23
47	コツ	23

順位	語	頻度
52	ビジネス	22
52	関係	22
54	優先	21
54	伝える	21
54	客	21
57	編	20
57	方法	20
57	5	20
60	身	19
60	どう	19
60	0	19
60	資料	19
64	話す	18
64	前	18
64	ポイント	18
64	速	18
64	しまう	18
64	重要	18
64	集中	18
71	よう	17
71	持つ	17
71	問題	17
71	本質	17
71	出す	17
71	思考	17
71	確認	17
71	一	17
79	4	16
79	目的	16
79	論理	16
79	度	16
79	大事	16
79	実行	16
79	言葉	16
79	効率	16
79	聞く	16
88	わかる	15
88	文書	15
88	法	15
88	話	15
88	つくる	15
88	強み	15
88	知識	15
88	習慣	15
88	貢献	15
88	計画	15
88	コミュニケーション	15
88	先	15
88	書く	15
88	e	15
88	言う	15

順位	語	頻度
103	もつ	14
103	目	14
103	ミス	14
103	まず	14
103	マーケティング	14
103	マネジメント	14
103	なぜ	14
103	順位	14
103	決定	14
103	感	14
103	必ず	14
103	いう	14
115	明確	13
115	見る	13
115	点	13
115	図	13
115	スピード	13
115	気づかい	13
115	改善	13
115	いく	13
123	理由	12
123	自ら	12
123	マナー	12
123	人間	12
123	作る	12
123	立てる	12
123	人生	12
123	常識	12
123	成長	12
123	上手	12
123	作成	12
123	技術	12
123	課題	12
123	選ぶ	12
138	メモ	11
138	よく	11
138	とる	11
138	力	11
138	チーム	11
138	戦略	11
138	対応	11
138	整理	11
138	すぐ	11
138	クレーム	11
138	気	11
138	変える	11
138	解決	11
138	S	11
138	印象	11

◆ビジネス書におけるキーワード

この調査では、ビジネス書の目次の語を対象としている。目次は章や節の内容を示すものだから、そこに多く含まれる語は、内容に深くかかわっていると考えられる。したがって、表１の上位の語はビジネス書におけるキーワード候補ということになる。

表の上位には、「する」「こと」「なる」「いる」など、ビジネス書でなくてもよく使われる語がある一方、「仕事」「情報」「会議」「会社」など、いかにもビジネスに関係する語が見られる。その中で、10 位以内では「時間」（5 位）と「基本」（9 位）が目につく。「基本」は、例えば「〇〇が基本だ」「〇〇の基本は…」のように、ビジネスの内容を直接表さない形で使われやすい。それに対して、「時間」は、時間そのものがビジネスシーンで大切な要素として取り上げられる。つまり、ビジネス書では「時間」が重要視されているのである。ビジネス書が人々に説く上で最も重視するものは、給料や利益など金銭にまつわるものではなく時間だということである（もっとも「時は金なり」とも言うが）。どうやら、ビジネス書は、読者の金銭的な利益について直接言及しない性格をもっているらしい。

11～30 位でビジネスらしい語としては、「情報」（23 位）、「PDCA」（25 位）、「上司」（26 位）、「会議」（27 位）がある。「情報」はいかにも現代的な語である。「PDCA」は、Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）という仕事の進め方を表す語で、近年人気の語だと言う。それに続く「上司」「会議」はいかにも日本のビジネス社会を象徴しているようだ。さまざまな種類の会議が長時間行われる日本的「会議」漬けの日常において、「上司」の存在を常に意識することこそ、ビジネス社会で生きるために重要なのだろう。ちなみに「部下」は 194 位（表外）である。このことは、ビジネス書が管理職のためではなく、部下の立場にいる人たちを対象として書かれたものであることが理由であろう。

◆取り上げられることがら

次に、上位の語について、個々の語ではなくグループとして語彙をながめてみよう。

例えば、「成果」（44 位）、「目標」（47 位）、「目的」（79 位）といった語は『目指すもの』にまとめられ、「段取り」（44 位）、「コツ」（47 位）、「方法」（57 位）、「ポイント」（64 位）は『やり方』にかかわるものである。これらからは、ビジネス書が「成果や目標を達成するために、どのような方法をとるべきか」を述べていると読み取れる。

また、ビジネスにかかわりの強そうな行為を表す動詞に目を向けると、「考える、決める、知る、伝える、話す、聞く、わかる、書く、言う」がある。このうち、「考える」「知る」は『思考系』、「伝える」「話す」「書く」「言う」は『伝達系』の語と分類できる。つまり、ビジネスでは「考えて動く」ことが重視されている。今、流行の思考力と伝達力が重視されているのだと読み解くこともできて興味深い。

さらに、『伝達系』に含まれるはずの「聞く、話す、読む、書く」の４つの言語行動は、「話す」（64 位）、「聞く」（79 位）、「書く」（88 位）、「読む」（194 位：表外）の順になって

いる。このことからは、ビジネスでは、書き言葉よりも話し言葉に比重が置かれていると言えよう。88 位の「言う」を加えると、さらに「話す」ことの重要性が際立つ。プレゼンテーションや営業トークの力が大事だとされていると思われる。

ちなみに、「メール」（31 位）は「電話」（44 位）よりも上位に入っている。これは、情報伝達のツールとして、現代ではメールが電話より重宝されている表れであろう。

◆ビジネス書とは

以上のことから、ビジネス書とは、企業社会の中堅以下の人たちに向けたものであることは間違いない。そして、ビジネス社会にあって、成果や目標を達成するために、どのような方法をとるとうまく成功できるかを述べている（ただし、自分の収入を目指すためとは決して言わない)。

その成功のための方法とは、日本的な企業風土の中で、時間と会議を意識して PDCA を守って仕事をすればいいということらしい。さらに、具体的な技術としては、報告書やレポートをきちんと書くよりも、いかにうまく話せるか、いかに能弁であるかがより重視されているようである（これで本当に成功できるのかは疑問だが)。

【調査資料：23 冊】

・『7 つの習慣』(1996) スティーブン・R・コヴィー, ジェームス・J・スキナー・/川西茂　訳
・『影書力の武器』(1991) ロバート・B・チャルディーニ, 社会行動研究会　訳
・『プロフェッショナルの条件』(2000) P.F ドラッカー, 上田惇生　訳
・『ロジカル・シンキング』(2001) 照屋華子、岡田恵子
・『頭のいい段取りの技術』(2007) 藤沢晃治
・『世界一やさしい問題解決の授業』(2007) 渡辺健介
・『プロフェッショナルの原点』(2008) P.F ドラッカー, ジョゼフ・A・マチャレロ, 上田惇生　訳
・『入社 1 年目の教科書』(2011) 岩瀬大輔
・『 仕事の常識入門』(2011) 日本能率協会マネジメントセンター
・『99%の人がしていないたった 1%の仕事のコツ』(2012) 河野英太郎
・『世界のエリートはなぜ、この基本を大事にするのか？』(2013) 戸塚隆将
・『PDCA が面白いほどできる本』(2014) 川原慎也
・『エッセンシャル思考』(2014) グレッグ・マキューン, 高橋璃子　訳
・『「仕事の基本」が身につく本』(2014) 日古谷治子
・『ANA の気づかい』(2015) ANA ビジネスソリューション
・『「ちょっとできる人」がやっている仕事のコツ５０』(2015) 井上幸葉
・『頭がいい人の仕事は何が違うのか？』(2015) 中尾ゆうすけ
・『実践 7 つの習慣』(2015) 佐々木常夫　フランクリン・コヴィー・ジャパン監修
・『〈図解〉「仕事が速い人」と「仕事が遅い人」の習慣』(2015) 山本憲明
・『仕事が速い人は「見えないところ」で何をしているのか』(2016) 木部智之
・『USJ を劇的に変えた、たった１つの考え方』(2016) 森岡　毅
・『図解　鬼速 PDCA』(2018) 冨田和成
・『一流の気くばり力』(2018) 安田 正

担当：言語文化研究所　佐竹秀雄・岸本千秋・向井弥生