

# 日本人と韓国人ビジネスパーソンの自己開示に関する 異文化比較調査

— KJ法による分析結果から —

Cross-cultural Study of Self-disclosure between Japanese and Korean Business People

— Analysis by KJ Method —

中川 典子\*

Noriko Nakagawa

アブストラクト：本稿は、日本企業に勤務する日本人と在韓企業に勤務する韓国人を対象に筆者が実施した自己開示に関する異文化比較調査のパート2にあたる。前回の調査では対象者の自己開示傾向を量的に検討したが、本稿では「自己開示」、「仕事仲間との会話」および「酒席」が対象者にとっていかなる意味を内包するのかを探索することにより、日本と韓国の共通点と相違点を明らかにした。

キーワード：自己開示、仕事仲間との会話、酒席、日韓比較、KJ法

## I. 問題設定

我々は、日常のコミュニケーション場面において、様々な情報を伝達しあいながら日々営んでいるが、自分自身に関する情報を伝える行動もその一例と言える。「自己開示」という用語を初めて心理学用語として紹介したのは、臨床心理学者のジュラード<sup>1)</sup>である。一般に、自己開示は「特定の他者に対して、自分自身に関する情報を言語を介して伝達すること」<sup>2)</sup>と定義されている。初期の研究では、自己開示を性格特性と捉える傾向にあったが、その問題点として「個人のパーソナリティ特性のみを扱った研究では、自己開示の個人内部の機能は強調されるが、対人的な機能が研究対象となりにくく、自己開示を含む対人関係をプロセスとして捉えることが困難になることがあげられる」<sup>3)</sup>。ここで、対人行動をプロセスとして見る際に、自己開示が起こる状況（コンテクスト）に着目することは重要である。マリノフスキーは、「状況のコンテクスト」と「文化のコンテクスト」という2種類のコンテクストの存在を指摘しているが、前者はある特定のコミュニケーション行動を取り巻くその場の状況のことであり、後者はその場を取り巻く社会的、政治的、歴史的背景を示している<sup>4)</sup>。異文化比較調査を実施する際の主な状況要因の1つとして文化

---

\*流通科学大学サービス産業学部、〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1

(2010年3月30日受理)

©2010 UMDS Research Association

的要因が考えられるが、単に国の傾向の違いを比較するだけでは十分な研究であるとは言えない。例えば、人間は社会的動物である以上、別の状況要因、すなわち、対人行動に関わる当事者たちの関係性に着目することは重要である。村本<sup>5)</sup>は、比較文化的視点に立った研究の成果を認めながらも、文化差を論じるうえでは、「アメリカ人」、「日本人」といったカテゴリーの違いよりも、むしろ、それらの差を生じさせている要因としての人々の「関係性 (relationship)」の違いに着目することが重要であると指摘している。また、高井<sup>6)</sup>は、性格特性のみに着目した対人行動研究の危険性に言及し、とりわけ、日本人を対象とした研究においてコンテキストに着目する必要性を指摘している。

過去の文献では日本と韓国には階層的対人関係と酒席という共通の社会文化的特徴が存在することが明らかにされている。そこで、筆者は日本人および韓国人のビジネスパーソンを対象に、同じ職場の「自己開示の相手の職場における地位」、自己開示の場としての「酒席」、および、「話題」が個人の自己開示傾向に与える影響について量的調査を実施し、上記の要因が個人の自己開示に少なからぬ影響を及ぼすことを明らかにした。<sup>7)</sup> 心理学における異文化比較研究は、諸々の社会的・文化的要因がそこで暮らす人々の内的・外的行動にどのような影響を与えているのか、その過程を科学的に検証することを目的としている<sup>8)</sup>。しかし、同時に、量的アプローチだけによる事象の理解は部分的であり、対象文化全体の構造を捉えるという視点に欠け、問題を単純化する危険性ははらんでいる<sup>9)</sup>。そこで、本稿では、量的調査の対象となった日本と韓国のビジネスパーソンにとって、自己開示、仕事仲間との会話および酒席が、いかなる意味をもつのかについて探索した調査結果を報告する。

## II. 研究方法

### 1. 調査対象者と調査方法

調査者である筆者の知人を通じてスノーボール方式により、調査協力者を募った。関西圏を中心とする日本企業に勤める日本人 194 名（男性 120 名、女性 74 名）と、ソウルを中心とする韓国企業に勤める韓国人 102 名（男性 92 名、女性 10 名）が今回の調査対象である。日本人の年齢幅は 20 歳から 56 歳（20 代:30.9%、30 代:30.9%、40 代:25.8%、50 代以上:12.4%）、平均年齢 36.49 歳（SD:9.98）。韓国人の年齢幅は 23 歳から 51 歳（20 代:19.6%、30 代:71.6%、40 代:7.8%、50 代以上:1.0%）。平均年齢 33.08 歳（SD:4.78）。先述の量的調査で用いた質問紙の最後の部分に次の 3 つの文章完成式設問を設け、「設問 1 私にとって自分自身のことを他人に話すことは...」、「設問 2 私にとって同じ会社の仕事仲間との会話は...」、「設問 3 私にとって酒席は...」という文言に言葉を続けて、それぞれの文を完成するように依頼した（複数回答可）。

## 2. 分析方法

194名の日本人対象者のうち、設問1の回答者数は188名(96.9パーセント)、設問2の回答者数は189名(97.4パーセント)、設問3の回答者数は190名(97.9パーセント)であった。一方、102名の韓国人対象者のうち、設問1の回答者数は96名(回答率94.1パーセント)、設問2の回答者数は98名(回答率96.1パーセント)、そして、設問3の回答者数は99名(回答率97.1パーセント)であった。尚、韓国語の回答については、日本語と韓国語に精通した韓国人留学生2名に翻訳を依頼したが、2名の間で問題となるような翻訳上の齟齬は見つからなかった。同一回答者による重複した内容の回答を削除した結果、設問1で得られた日本人データの有効項目数は282項目、韓国人データの項目数は94項目、設問2で得られた日本人データの項目数は338項目、韓国人データの項目数は103項目、そして、設問3で得られた日本人データの項目数は322項目、韓国人データの項目数は93項目であった。分類にはKJ法<sup>10)</sup>を用いたが、分類方法における内的妥当性を検討するために、大学院生2名に協力を依頼し、設問ごとに筆者が作成したカテゴリに、互いに相談せずに分類を依頼した。内的妥当性については、Cohen's Kapa<sup>11)</sup>を用いて、評定者2名の分類結果の一致度を検討した結果、全ての設問に関して中程度以上の妥当性の高さが示された(設問1:日本 .591 韓国 1.00、設問2:日本 .919 韓国 .855、設問3:日本 .588 韓国 .512)。

## Ⅲ. 結果(以下では、KJ法による分類結果を図で示すとともに、対象者の回答例を示しながら、結果の詳細を記述する。尚、「」で括られた部分は対象者の実際の回答を示している。)

### 1. 設問1(私にとって自分自身のことを他人に話すことは・・・)の結果

KJ法による分類の結果、日本人対象者の回答から得られた282項目は5つのカテゴリ、14項目にまとめられた(図1)。カテゴリ1は、自己開示をする目的や自己開示が果たすと考えられる機能に関する内容で構成されており、最も多くの項目がこのカテゴリに集約された。項目aは、自己開示が相手に自分のことを理解してもらい、他者を理解するといった他者との理解や共感を深める役割を担っていることを示している。ここでは、「自分の基本的な物の考え方、感じ方を相手に伝えることで、自分の行動が何をベースにしているかを理解してもらおうこと」、「思い切って話すことで、自分を受け入れてもらえる場所を作る」、「相手がどんな人間か見極めるための武器」等の回答が見られた。また、「情報収集のための呼び水」、「相手の客観的な判断を得る」、「いろんな意見を聞くことができる機会」、「“キャッチボールは、まず、自分から”の考えのもと、よりコミュニケーションを活発にする為に」等、自己開示が情報交換やコミュニケーションの機能をもつことを示す回答や、自己開示が「自己主張」や「自分自身の存在感をアピールすることができる1つの方法」など、自己呈示の機能を備えるものであることを示唆する回答を得た。尚、この項目は4つの下位項目全体の約6割を占めており、中でも「自分を理解してもらおう」に関連

する回答が最多であった。項目 b は、自己開示には、自分の悩みを打ち明けることで、相手から助言をもらえ、気持ちが楽になるといった不安解消機能や、自分のことを話すことで、ストレスの発散や気晴らしになるといったカタルシス機能があることが示している。ここでは、「自分自身の悩んでいる事を話すことによって、問題点が見つかったり、アドバイスをしてもらったりと、プラスになる場合が多い」や、「話すことで気分転換になる」等の回答があった。項目 c は、自分のことを語ることで、あらためて自分を振り返る機会が与えられるといった自己明確化機能を示している。「自分自身を見つめなおす手段であり、会話を通じて自分らしさを実感する」、「第 3 者から見た自分の確認」、「自分自身の存在感の確認」等が、その回答例であった。項目 d は、自己開示が対人関係を深める手段になっていることを示唆した項目で構成されている。「人生の友を見つけるため」、「自分のことを知ってもらうことは、親交を深めるうえで、大切なこと」、「自分を語ることで相手との距離を近づけることができる」、「心を開いて継続的な人間関係を築こうとすること」、「仕事上だけでなく、プライベートな付き合いを始めるきっかけ」等の回答が見られた。

次に回答が多かったのはカテゴリ 2 であり、自己開示に対する認知を表わしている。92.1 パーセントの回答が集約される結果となった項目 e の肯定的回答では、重要、必要、親しさ、信頼、好意、というキーワードが浮かび上がり、「非常に大切なこと」、「自分の過去、現在、未来の人生そのもの」、「どの人間に対してもある程度は必要」、「親しみを感じれば、感じるほどに、また、感じられそうな時ほど、自己開示をしている」、「仲間意識である」、「自分が相手を信頼していることの表現」、「相手に好意を抱いている証」等の回答が得られた。また、項目 f にあるように、「自己開示は特に意味がない」、「普通の行為である」のような中立的な回答や、「自分にとってあまり良いことではない」、「メリットがない」という否定的な回答も見られた。

カテゴリ 3 は、自己開示に対する対象者の気持ちを表わした項目で纏まっている。肯定的情動と否定的情動が見られ、否定的情動の回答数は肯定的情動の 2 倍であった。否定的情動の例として、「間違えると誤解を招き、難しい」、「難しい。話し過ぎても後悔するし、話せなくても寂しくなる。いくつになっても難しい」のような自己開示の困難に関するもの、「あまり得意なほうではない」、「顔がとても赤くなる」、「みっともないことである」、「結構決意が必要」、「とてもためらう」等、苦手意識や抵抗感を示す回答が見られた。一方、肯定的内容については、「容易である」、「とても楽しい」、「苦にならない」等の回答があった。

カテゴリ 4 は、自己開示に対する対象者の態度を表わしている。ここでは、積極的態度と消極的態度に加えて、中立的態度に関する回答が見られた。項目 j に示されたように、消極的態度を示した回答がもっとも多く、「よほどのことがない限り、ありえない」、「必要性を感じない限り、話さない」、「あまり深い内容は自分自身にとって甘えになってしまうので話さない」、「あまりない。質問をされたら、ある程度一般的な事のみ答えるようにしている」などの回答を得た。項目

kの積極的態度では、「正直に何もかも話してしまう」、「秘密以外は何でも話す」といった自己開示に対する積極的姿勢が示された。また、項目1の中立的態度では、「自慢話はしないようにしている」、「聞く人の負担になるような話は控える」等の回答があった。

最後に、カテゴリー5は、自己開示における実態と状況に関連した項目から構成されている。項目mの状況に関連したものでは、「ある程度、親交の深い相手なら楽しいが、そうでない場合は、気をを使う」、「多人数より、少人数のほうが話しやすい」、「上司に対しては、ほとんど話さないが、同僚に対してはある程度詳しく話す」、「相手によって話す内容や深さなどに、かなり幅がある」、「話題次第で濃淡がある」のように、相手や話題によって自己開示の傾向が異なることを指摘した回答があった。項目nの実態に関するものでは、「うれしいことがあった時に話す」、「趣味に関することを話す」、「内容にもよるが比較的多い」等、話す話題や頻度に関連した回答が見られた。

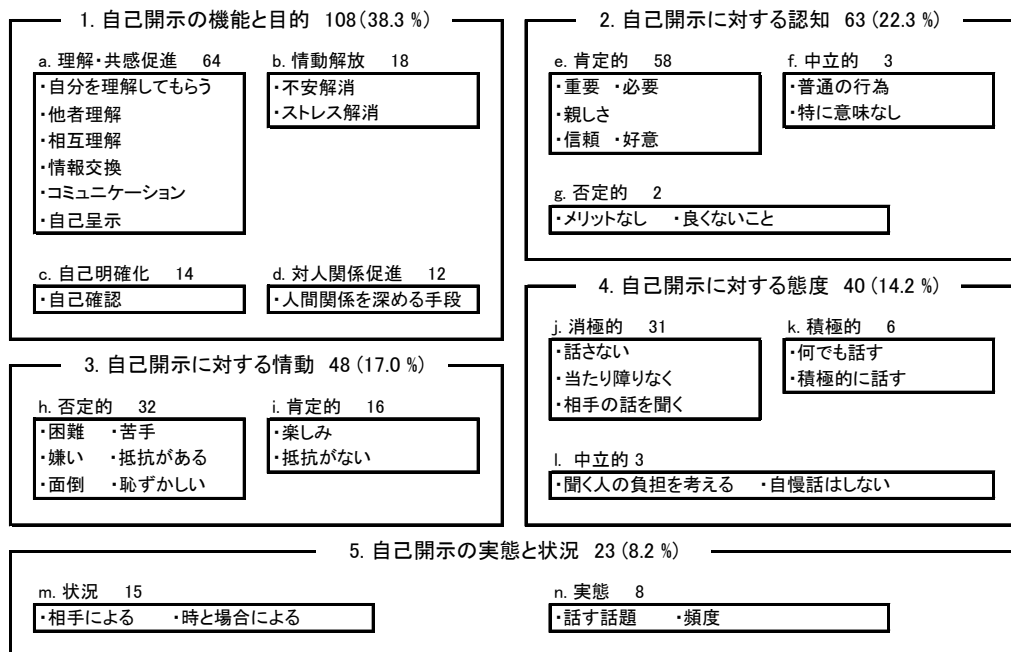


図1 「自分自身について話すこと」(設問1)のKJ法による分類結果(日本)

一方、韓国人対象者から得られた94項目は5つのカテゴリー、13項目にまとめられた(図2)。韓国人の場合、最も回答数が多かったのは、自己開示に対する認知に関してであった。ここでは、項目aの肯定的認知が全体の7割を占めていた。「もっと話す機会をもつことが必要」、「お互いの助けになる」、「親しみを示す表現方法である」、「自分をオープンにすることによって、信頼感を与えることができる」、「その人を信用していること」等、自己開示の必要性、有益性に関する回

答や、自己開示を親しさや信頼の証と捉えていることを示唆した回答が見られた。項目 b の否定的認知では、自己開示を「勇気がある行動」や「望ましくないもの」と見なす回答があった。また、中立的認知を示すものとして、自己開示を「特に意味がない」とするものや、「自分の感情の表れ」や「社会の構成員としての表れ」と見なす回答があった。次に回答が多かったのは、カテゴリ 2 の自己開示の機能と目的に関するものであり、3 つの下位項目に集約された。項目 d は、自己開示が情報を交換することによって、相手に自分を理解してもらったり、あるいは相手を理解したりするといった他者との理解と共感を深める機能をもつことを示している。日本人の結果と同様、韓国の場合も「自分のことを理解してもらおう」に関する項目がもっとも多く、この「理解・共感促進機能」は 3 項目あわせた全体の 65 パーセントを占めていた。ここでは、「自分の今の状況を相手と共有する意味がある」、「他人に自分を知らせる良い機会」、「喜びを共有するため」等の回答があった。項目 e は、自己開示がカタルシス機能をもつことを示唆した項目で纏まっている。ここでは、「大変なことになった時に良いアドバイスが聞ける」、「自分の悩みをたいてい話している」、「ストレスの解消になる」、「自分の負担を軽くすることができる方法」、「悲しみを和らげるため」等の回答が見られた。最後に、項目 f は、「自分を知らせるから相手の意見も聞けるし、私が考えつかなかった部分に気づける機会だと思う」という回答からもわかるように、自分について語ることで、自分自身がより一層、明確になり、理解可能になるという自己明確化機能を示している。上記のように、「自己開示の機能と目的」カテゴリの中で浮かび上がった下位項目の内容および項目数の多さから見た下位項目の順番は日本人の結果と一致していた。一方、日本人の結果で見られた「対人関係促進機能」に関する回答は韓国人の場合は見られなかった。

カテゴリ 3 は、自己開示に対する情動に関する項目で構成されており、上記の「自己開示の機能と目的」と同数であった。ここでは、日本人の場合と同様、否定的情動に関する回答数が肯定的情動のそれをやや上回る結果となった。否定的情動の内容については、自己開示に対する困難や恥ずかしさ、自分を語ることを嫌う傾向を示した回答が主なものだった。肯定的情動については、自分を語ることに對する楽しさや抵抗感のなさを指摘する回答が見られた。

カテゴリ 4 は、自己開示の実態と状況を表わす項目で構成されている。実態については、話す話題の内容と自己開示の頻度に関するものであり、話題については、「職場生活」、「家庭生活」、「多様な話題」、「悩みごと」、頻度については「めったにない」、「時々ある」といった回答が見られた。また、状況については自己開示の相手や場によって、傾向が異なることが指摘されていた。ここでは、「親友以外には話せない」、「時と場合によってはありうることだ」、「雰囲気によって話す。また、どのくらい親しいかによって（相手が誰かによって）話す」、「酒席では半分くらい表現できる」などの回答例があった。

最後にカテゴリ 5 は、自己開示に対する態度に関する項目で纏まっている。項目 i の中立的態度では「仕事に対する考え方が違う場合があるので、詳しく、注意深く話している」、「かなり、

慎重に考えてから話す」等、回答の半数が慎重さに関わるものであった。消極的態度の例として、「たまに、私のプライドを傷つけることがあるので、できるだけ自分を隠すように話す」、「自分自身のことは自分が判断するのが賢明だと思し、できるだけ他人に話さないようにしている」等の回答が見られた。

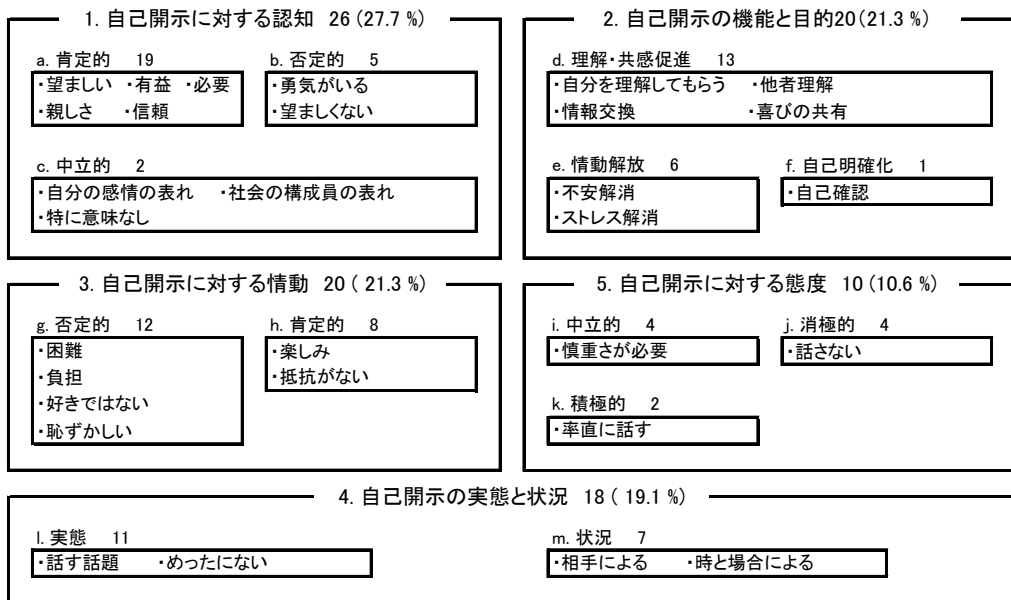


図2 「自分自身について話すこと」(設問1)のKJ法による分類結果(韓国)

## 2. 設問2(私にとって同じ会社の仕事仲間との会話は・・・)の結果

日本人の結果に関して、KJ法による分類の結果、338項目は5つのカテゴリー、14項目にまとめられた(図3)。5つのカテゴリーの中で、もっとも回答が多かったのは、カテゴリー1の仕事仲間との会話における機能と目的に関する項目であり、4つの下位項目から構成されていた。このうち、項目aの業務関連機能が全体の約5割を占めた。ここでは、「まじめな仕事に関する情報交換であり、次のアクションへの確認・計画である」、「少なくとも、自分の人生の中で大部分の時間を会社で過ごすため、できるだけ、仕事仲間の態度や会話の中から様々なことを見つけて、自分の中に取り入れる」、「コミュニケーションの一部であり、指示、命令、依頼でもある。情報を入手するための最良の手段」といった情報交換やコミュニケーションに関する回答や、「仕事をスムーズに進めるための潤滑油」、「相手の考え方を知り、仕事の円滑をはかるため」、「業務の効率化を図るため」といった業務の円滑な遂行に関連した回答が見られた。

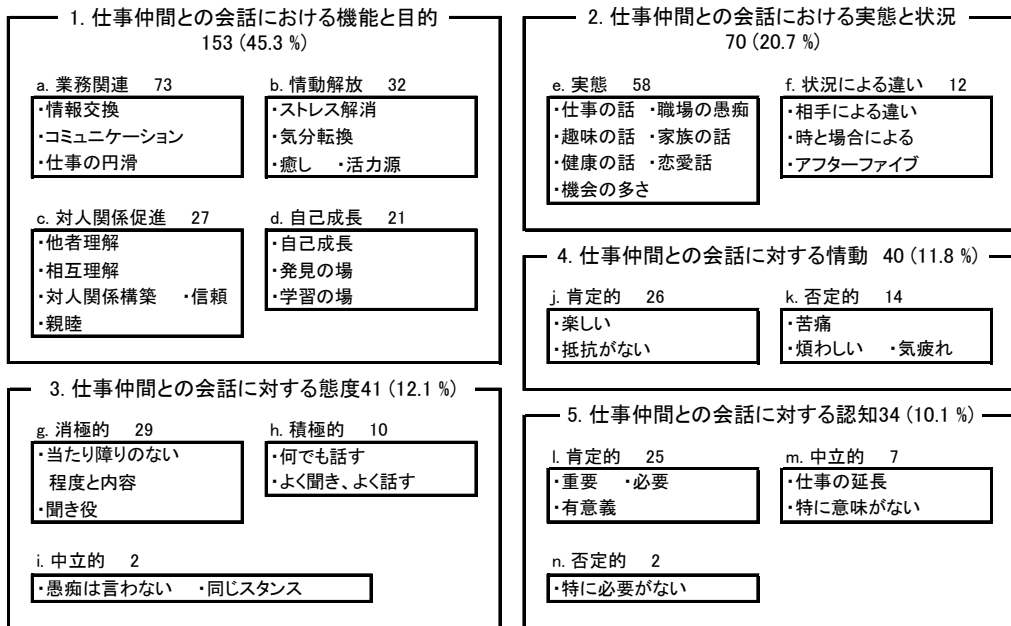


図3 「仕事仲間との会話」(設問2)のKJ法による分類結果(日本)

項目bは、仕事仲間との会話がカタルシスの役割を果たすとの視点を示している。ここでは、ストレス解消、気分転換、癒し、自己表現、活力源がキーワードとして浮かび上がった。「幸運にも同性に関しては、信頼できる人が多いので、ストレスを発散するために、会社で不満に思っていることを吐き出す」、「仕事をしているときでも、会話をする事で気分の切り替えが図れ、プラスになる」、「仕事に対する愚痴を聞いてもらい、それによって安心感を得る」「仕事の合間のひとときの安らぎというか、ホッとした時を作ってくれる時間、緊張を和らげてくれる時」等、回答の多くが仕事仲間と話すことでストレスが解消され、癒しの効果もたらされるとの視点を示したものであった。また、仕事仲間との会話を日々の活力源と見なす回答も見られた。項目cは、仕事仲間との会話が対人関係を促進する役割を担っていることを示す項目で構成されている。「話し相手がどんな考えをもっているのか推測するのに役立つ」、「お互いの価値観が何かを認識できる」といった他者理解や相互理解に関する回答、「組織の中で仕事をしている自分にとって、仕事やそれ以外の事でコミュニケーションをよくし、何事もオープンにすることにより、連帯感が生まれる」、「仲間意識を深める潤滑剤のようなもの」、「私にとって同じ会社の仕事仲間との会話は、いわば、共通の話題でネットワークを広げることだと思います」、「話をする事で信頼が深まる」、「親睦を深める手段」のように、仕事仲間と話すことは対人関係の構築や維持に役立つことを示唆する内容の回答が見られた。項目dは、仕事仲間との会話が自己の成長をもたらす機会を備えていることを示唆する項目で構成されている。「仕事仲間、上司から得る情報や刺激は単



に、仕事上の用件でなく、それらを通じて、人となりを知り、自己の人的成長にも大きく影響するものである」、「自分が成長するために必要なこと」、「お互いにライバル意識をもって、向上心を養うため」、「会話をすることによって、自分の間違いや新たなアイデアが出てくることがある」、「仲間から教えてもらえることがたくさんある」、「とても勉強になります。学校では教わらなかった一般的なことも教えてもらうことができます」、「自他ともに認め合って、レベルアップしあいたい」等に表されているように、ここでは自己成長の場、発見の場、学習の場、自己の明確化といったキーワードが浮かび上がった。

次に、カテゴリ2 は、仕事仲間との会話における実態と状況を示す項目で纏まっている。ここでは、仕事仲間と話す話題や頻度といった実態に関わる回答と、相手や場などの状況によって、自己開示の傾向が異なることを指摘した回答が見られた。実態に関しては、話題に関する回答がその9割を占めたが、そのうちの62パーセントが、仕事に関する話題であった。その他の話題として、趣味、仕事以外の遊びについて、家庭、健康、面白い本、恋愛、など多岐に渡っていた。状況に関する回答では、「アフターファイブ」がキーワードの1つとして浮かび上がった。「女性もかなり多いので、カラオケなど、仕事が終わってからしゃべることが多い」、「仕事が終わって、帰り、仕事仲間と飲みにいたりして、よく話をする」が、その回答例である。相手や場による違いに関しては、「目上、同僚、部下によって話す内容はまちまちであり、相手によって話す話題を選ぶ」、「プライベートでもよく会う仲間は、オープンに公私のことについて話し合う」、「上下関係の伴わない他部門では、比較的『友人』に近い関係もあり得るが、やはり職場の制約は残る」などの回答があった。

カテゴリ3 は、仕事仲間と話す際の態度に関する項目である。そのうちの7割が消極的態度を示す内容であり、当たり障りのない内容や程度、聞き役がキーワードとなっていた。例えば、「基本的に仕事、会社関係の話のみ。たまに話が発展し、プライベート面に及ぶこともあるが、その場合も通り一遍のこのみ話そうと心がけている」、「会社は上下関係を伴った組織であるため、プライベートな内容は必要最低限に留めるべきだと思っている。仮に上司であっても、部下のことはIt's none of your business! いわゆる世間の常識での『つきあい』の範囲内である」、「なるべく人のうわさ話に口をはさまず、聞く人になるよう努めています」の回答が見られた。積極的態度では、「何でも話す」がキーワードであった。「人は自分自身を表現するには、口に出して話すことが一番いいのであって、愚痴でも遊びでも不満でも声にしたらいいと思う」、「1日の大半は会社なので、コミュニケーションをとるようにしている。仕事のうえでは、自分の意見は主張し、相手の話はよく聞くように心がけている」等の回答例があった。ここでは、中立的な態度を示す回答も見られ、その内容は「愚痴は言わないようにしている」と「同じスタンスでいるようにする」であった。

カテゴリ4 は、仕事仲間と話すことへの情動に関する項目である。ここでは、全体の65パー

セントが仕事仲間との会話に対して肯定的情動を抱いていることを示していた。「仕事が楽しくなる1つの楽しみ」、「楽しいことのほうが多い」、「話題が共通している面もあり、楽しいと思う」等の回答があった。否定的情動については、「煩わしい」、「気を許せない」、「緊張する」、「正直言っても、かなり苦痛であることは間違いない」など、「気疲れ」と「苦痛」がキーワードとなっていた。

最後に、カテゴリ5は、仕事仲間と話すことに対する認知に関する項目で纏まっている。中でも肯定的回答がもっとも多く、全体の74パーセントを占めていた。「仕事をするうえでの絶対的な必要事項」、「人生を有意義にすること」、「自分にとっての成長が会話の中にあり、とても価値のあることだ」、「仕事を進めるうえで、直接必要なことはもちろん、組織の基本であると考えられる」等、仕事仲間との会話の重要性や意義を指摘した内容が見られた。ここで見つかった中立的な捉え方とは、仕事仲間との会話を仕事の延長とする見方であり、「仕事上のつながり」、「仕事の一貫」、「特に意味がない。仕事上の息抜き、その場だけの頭の切り替え程度にしか考えていない」等の回答があった。否定的認知を示した回答は少数であったが、「常に緊張を伴う相手との間合いを図る行為」や「(仕事以外では) 特になくとも不自由を感じない」といった回答が見られた。

一方、韓国人の回答者から得た103項目は5つのカテゴリ、12項目に纏められた(図4)。各カテゴリに割り当てられた項目数は、拮抗していたが、最も回答数が多かったのは、日本人の場合と同様、カテゴリ1の仕事仲間との会話における機能と目的に関する項目であった。ここでも、4つの下位項目が得られた。項目aは、業務関連機能であり、「他者と情報を共有できる」、「新たなものが得られ、多くのことを伝えられる」といった情報交換機能や、「協調と協力ができる」という確認、「職場の促進剤の役割がある」といった仕事の円滑性に関わる回答が見られた。項目bは、仕事仲間との会話が対人関係の促進の一助になることを示唆した項目で纏まっており、「相互理解」、「対人関係の構築」、「親睦」といったキーワードが浮かび上がった。ここでは、「お互い、業務に関する苦勞を理解できる」、「日常の喜びと悲しみを分かち合う良い方法」、「お互いにもっと深く分かり合えるし、人間的な関係を維持するのに役立つ」、「親睦を図ることが出来る」等の回答を得た。項目cは、「日常の辛いことを話すことによって、相手から慰めを得られる」、「いろいろな助けをもらえるし、楽になる」などの言葉にも表されているように、仕事仲間との会話で、癒しや悩み相談など、個人の情動を解放する役割を果たすことを示唆したものである。その他、このカテゴリでは、「互いに異なる意見を出し合うことによって、幅広い視点をもつことができる」のように、仕事仲間との会話で自己成長を促す機能を持つことを示唆した回答があった。

カテゴリ2は、仕事仲間との会話に対する対象者の認知に関する項目で構成されている。重要、有益、望ましい、という言葉がキーワードとして浮かび上がった。例えば、「業務以上に重要だと思う」、「絶対に必要だと思う」、「互いに異なる意見を提示することにより、幅広い視点を得られる」、「人生に役立つ」などの回答があった。中立的認知については、仕事の延長と日常という

キーワードが浮かび上がった。ここでは、「一連の業務である」、「日常的なことであり、特に神経を使うことではない」などの回答例が見られた。尚、韓国人の場合は、否定的認知に関する回答は見られなかった。

次に、カテゴリ3は、仕事仲間との会話に対する態度を示唆した項目で纏まっている。項目gは、「深い話はお互いに避けながら、業務か形式的な話になることが多い」、「比較的形式的に話すことが多い」、「表面を舐める程度の話をする。真心で話せるほど組織は甘くない」等、消極的態度を表わす項目で構成されていた。他方、「まじめに話すように心がけている」、「正直な印象を与えるように努力する」、「できるだけ素直に話そうとする」のように、積極的態度を示す回答も見られた。

カテゴリ4は、仕事仲間との会話における実態と状況で構成されており、その多くは実態に関する内容であった。その中でも、「大部分が会社、および、事務と関連した公的な話」、「時事問題や政治問題」、「余暇や個人について」、「日常的な話」等、多岐にわたる回答が見られ、日本人の場合と同じく、その多くが業務に関するものであった。項目jは、相手による状況の違いに言及したもので、「同僚と後輩の場合は、普通に考えていることをそれなりに話している。」「同じチームや親しみがある社員たちだけに詳しいことを話す」、「仲が良い人とだけ、少しずつ話をする」等の回答があった。

最後にカテゴリ5は、仕事仲間との会話に対する対象者の感情を表わしている。ここでは、肯定的情動として、「多様で面白い」、「とても楽しい」、「家族との楽しい時間だ」等の回答例が、否定的情動としては、「時には嫌になる」、「恥ずかしい」等の回答が見られた。

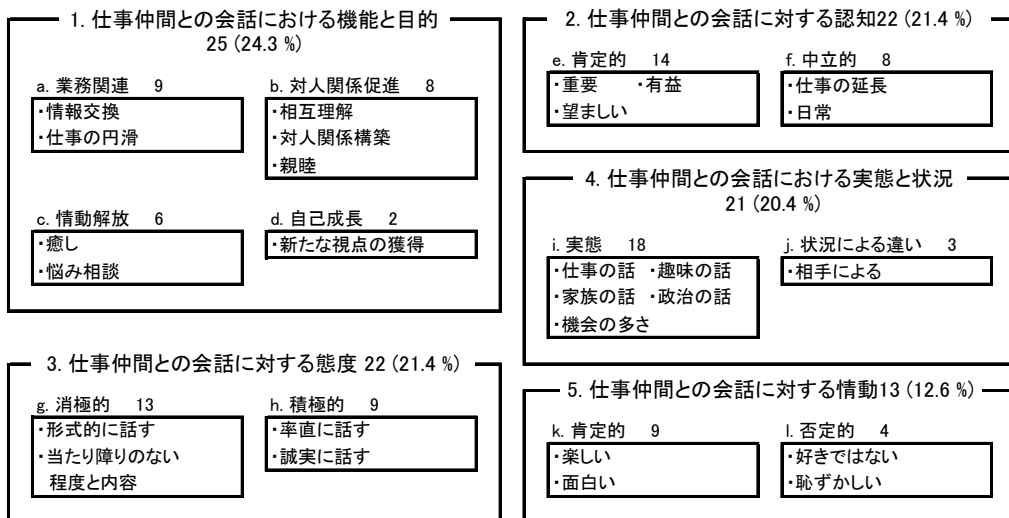


図4 「仕事仲間との会話」(設問2)のKJ法による分類結果(韓国)

### 3. 設問3（私にとって酒席は・・・）の結果

日本人の結果に関して、KJ法による分類の結果、322項目は5つのカテゴリー、14項目にまとめられた（図5）。まず、カテゴリー1は、酒席の機能と目的に関する項目で構成されており、全体の半数以上の回答がこのカテゴリーに集約される結果となった。5つの下位項目のうち、項目aは、ストレス解消、気分転換、癒しといったカタルシス機能に関連した内容で纏まっている。このカテゴリーには、酒席が自己表現を促し、個人の解放をもたらすとする回答や、明日への活力源と見なす回答等、酒席がある種、ストレス解消や気分転換と同様の機能をもつことを示唆した内容が含まれていた。詳細には、「ストレス解消にもっとも有効」、「時にはハメを外して大いにリラックスできる場所」、「疲れを癒す場」、「気持ち良くいろんなことが話せるリラックスできる場」、「個性やおどけた場を普段よりも表現できる場所」、「私の意見を言える絶好の場」、「明日への活力となるエネルギー源」などの回答が見られた。項目bは、コミュニケーション、本音、他者理解がキーワードとなる項目で構成されており、酒席が他者を理解したり、互いに共感し合えたりする機会を与える場となっていることが示唆されている。コミュニケーションに関連した回答例では、「もっとも重要なコミュニケーションの場」、「仲間と語り合う場」、「普段、あまり話をしていない人とのコミュニケーションの場」、「上司、同僚、後輩などとのコミュニケーションの場」、「会社であまり話さない人との接触の場」、「仕事を離れ、フランクに会話を弾ませることができる貴重なコミュニケーションの場」、「日常生活では、仕事中心の話になるので、酒席だと仕事を離れ、一個人に戻って自分と他者とのコミュニケーションが図りやすい」等、酒席がコミュニケーションの場を提供する役割を果たしていることを示唆した回答が見られた。このコミュニケーションという項目に集約された回答数は全体の約半数にのぼった。また、本音というキーワードに関連した例では、「相手が言えないことを聞き、また、自分が言えないことを言う」、「上司や部下に対して通常話しにくい内容の話でも酒席では話ができ、コミュニケーションがとれる」、「酒の場でしか言えないこともあります。人間ですから弱い面もたくさんあります。少し気分の良くなる舌のよう回る程度のアルコールの力を借りて、一時的にも話をするチャンスを増やし、聞くことが出来る場です」、「アルコールが入るとその人の本音が出てくると思う。」等、酒席が普段は見せることのできない個人の本心を見せる機会を提供していることを示した回答が得られた。項目cは、酒席が対人関係を促進する役割を果たしていることを示唆する項目で構成されており、人間関係の潤滑油、親睦、信頼がキーワードであった。ここでは、「人間関係の構築」、「人間関係をスムーズにするためのもの」、「親睦を深めるため」、「相手との親密度を深める場」、「信頼関係を深めるためのもの」等の回答が見られた。項目dでは、情報交換や仕事の円滑というキーワードが浮かびあがり、酒席が日頃の業務を促進させる役割を果たすことを示唆した項目で構成されている。「あらゆる情報源の場」、「同僚と会社内の情報を交換できる場」、「ブレインストーミングの場」、「仕事上のつきあいがスムーズにいく良い機会である」、「人の輪が作られ、仕事に大いに

活かせる場所」、「仕事や企画をスムーズにするための道具」等の回答があった。最後に、項目 e は、酒席が自分の考えを明確にしてくれ、また、様々な発見の機会を与えてくれる、いわゆる、気づきの場になっていることを示す項目で纏まっている。ここでは、「自分の考えが正しいか、間違っているか、相手に聞ける場」、「自分自身を見つめられる」、「まわりの人の違った面を発見できる場」、「酒の力を借りるのかもしれないが、人間（その人、その人）のいろいろな面が見えてくる」、「相手の見えなかった部分が見えるときがある」等の回答があった。

次に、カテゴリー2 は、回答者の酒席に対する感情を表す項目で構成されている。肯定的情動では、「好ましい」や「楽しい」がキーワードとなっていた。「酒席での雰囲気はとても好き」、「いつも楽しく、少しも苦にならない」、「楽しく酒が飲める時間」、「1 番の幸せタイム」などの回答が見られた。一方、否定的情動については、「苦痛」、「好きではない」、「気疲れ」がキーワードとなっていた。「酒が嫌いなので、苦手。酔っ払った人の言葉は信用できないので、難しい」、「早く終わればよい」、「決して楽しい場ではない」、「あまり好きではない」等の回答があった。

カテゴリー3 は、酒席に対する認知を示唆した項目で纏まっている。その多くは、酒席を仕事の延長、つきあいであると見なす回答であり、これは、中立的回答の中で 65 パーセントを占めていた。「仕事の一部」、「時間外の会社の仕事の続き」、「会社関係の場所は一種の義務である」、「あくまで、つきあい」等の回答例が見られた。一方、酒席をプライベートなものに見なす見方もあり、「仕事以外のことを話す場所である」、「プライベートな空間」、「酒があろうが、なかろうが仕事外という認識は同じ」等の回答を得た。酒席を肯定的に捉えた回答では、「もっとも重要なコミュニケーションの場」、「酒の飲み方を考える良い機会」、「なくてはならないもの」、「人生そのもの」等、「必要」、「重要」がキーワードとなっていた。酒席を否定的に捉えた回答では、「注意すべき場所」、「上司と交流をはかる場ではない」、「なくてもいいもの。お昼ごはんを一緒に食べるだけで十分かも」等の回答があった。

カテゴリー4 は、酒席に関わる実態と状況を表す回答で纏まっており、状況に関わる回答が、全体の約 67 パーセントを占めており、内容は相手や場による違いを指摘したものであった。ここでは、「同僚、部下との酒席は楽しい。上司とはあまり参加したくない」、「仕事仲間と飲むより友人と飲む方が楽しいし、上司などからイヤなことを言われる仕事上の酒席はできれば極力さげたい。つきあいが悪いと言われるのが怖いので、しぶしぶ参加しなくてはならない」、「親しい友人となら楽しい」、「気が合う人と一緒のときは、あまり飲まなくても結構楽しめるが、酒が強くないだけに、気の合わない人との酒席は非常に辛い」、「職場関係では、少しの緊張感と普段、接触の少ない人とのコミュニケーションの場であり、友人達とはリラックスして、心ゆくまで語り合える最高の場」、「仕事の話以外をもっとすべき場所だが、結局、男同士の話題は会社の話しか共通の話がない。この傾向は人数が多いと余計にそうなる（3～8 人）」、「参加メンバーによって、良くも悪くもなる席であり、嫌な人と同席するくらいなら、最初から全部参加しない程度の必要

しか感じられない」等の回答が得られた。

一方、実態に関する回答では、酒席でも「自分に変化はない」とするもの、「忘年会、新年会、歓迎会」など酒席の機会に関する回答、「若い頃と比べて酒席に参加する頻度が減った」ことを指摘する回答が見られた。酒席においても変化がないとする回答例として、「時間が長くなるだけで、内容はほとんど変わらない」、「通常の席とほとんど変わらない。自分が酒を飲まないので、テンションがまったく変わらず、話の内容もほとんど変わることはない」、「お酒を飲まないので、普段のときと何ら気持ち的に変わりがない」などの回答が見られた。

最後に、カテゴリ5は、酒席に対する態度を示している。積極的態度を示した回答では、「楽しむ」、「無礼講」といったキーワードが浮かび上がり、「互いに心の中を話し合えるチャンスが多いので、なるべくそういう席には出る」、「お酒は嫌いではないので、その場を楽しくしようとぎやかにする」、「無礼講で楽しく」等の回答が見られた。消極的態度では、「会社での酒席は極力参加しない」、「義理で出席している」、「行きたい人とだけ行って楽しむ。付き合いではできるだけ行かない。お酒はおいしく飲みたいから」等の回答があった。

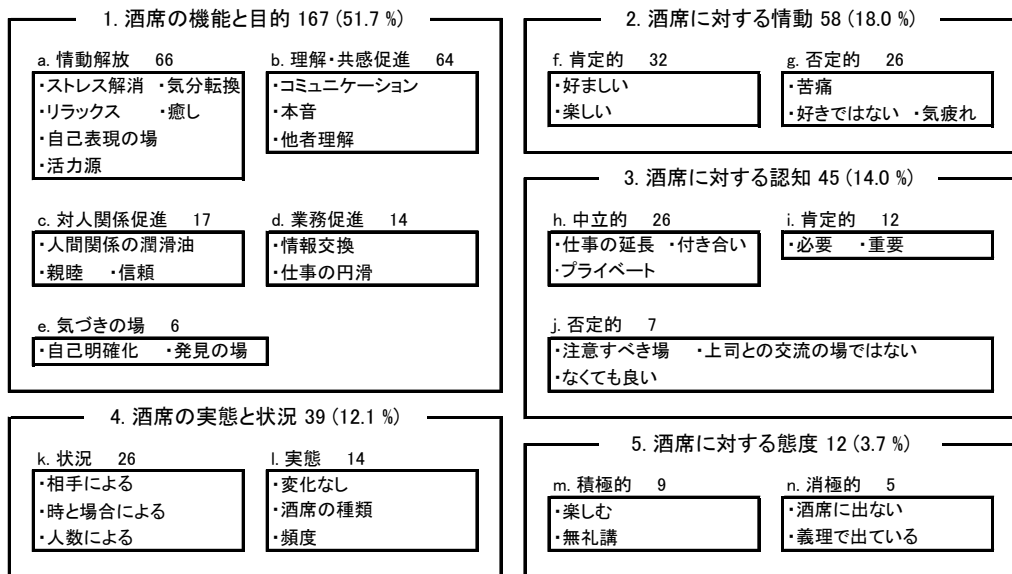


図5 「酒席」（設問3）のKJ法による分類結果（日本）

一方、韓国人の回答者から得た93項目は5つのカテゴリ、14項目にまとめられた（図6）。最も回答数が多かったのは、日本人の場合と同様、カテゴリ1の酒席の機能と目的に関する項目であり、4つの下位項目が浮かび上がった。項目aは、ストレス解消、気分転換、癒し、活力源など、酒席がカタルシス機能を果たしているとする視点である。ここでは、「ストレスの解消で

あり、精神的にもかなりいいと思う」、「職場生活の疲れが取れる清涼剤の役割をする」、「勇気ある決断ができる力を与えてくれる」、「今日のことを反省し、明日に向けての元となる」などの回答が見られた。項目 b は、酒席が良好な対人関係を促進するとの見方であり、人間関係の潤滑油と出会いの場がキーワードとして浮かび上がった。「同僚ともっと仲良くなるきっかけとなる」、「同僚との酒席は団結を目的とすることが多く、時にはお誕生日を祝う席である」、「業務以外にも、親しみが出て仲良くなれる機会」、「新しい時間と人との出会い」等の回答があった。項目 c は、酒席が他者との理解や共感を促進する役割を果たすとの視点を示しており、「コミュニケーション」と「相互理解」がキーワードとなっていた。「酒席ではたくさん話ができる」、「普通とは違う気持ちで気楽に話ができる場だと思う」、「心を開いて同僚や仲間とたくさん話ができる」、「自分の感情を素直に語ることができる」、「他人のことがもっとわかるようになる」、「誤解がなくなる場」などの回答があった。項目 d は、酒席が日常の業務を促進するとの視点であり、「お互いの情報を伝達、共有できる有益な席だと思う」との回答があった。

カテゴリー2 は、酒席に対する認知を示した項目で纏まっている。項目 e にあるように、肯定的な回答がもっとも多く、「良い」、「重要」、「必要」、「有益」、「人間味」というキーワードが浮かび上がった。「1日の締めくくりができるいい機会」、「なくてはならない場」、「いろいろな階層の人と話ができるので、とても有益だ」、「人間味が感じられる場」などの回答があった。項目 f は中立的な見方を示しており、「日常的な席とそんなに違うとは思わない」、「プライベートなもの」、「つきあい」などの回答が見られた。また、「まじめに話す場ではない」のような否定的な回答も、わずかではあるが見られた。

カテゴリー3 は、酒席に対する情動を表した項目で構成されており、肯定的情動と否定的情動が同数見られた。肯定的情動の例では、「面白い」、「抵抗がない」、「人間味が感じられる楽しい場」、「心地よい場」が、否定的情動の例では、「自分自身との戦い」、「身体がついていけない」、「負担になる」等の回答が見られた。

カテゴリー4 は、酒席の実態と状況を示した項目で構成されている。ここでは、酒席を共にする相手や酒席の種類によって、自己開示の傾向が異なることが指摘されており、「会社では心を開いて話せる人がほとんどいないため、あまり酒席には行かないが、心が通じ合う同僚とはいつでも酒席をもてる」、「仕事の付き合いである職場の同僚との酒席はあまりしないほうだ」、「負担な席は嫌だ」、「親しい社員以外とはあまりない」等の回答例があった。また、酒席の実態については、すべて「たまにする」との回答であった。

最後に、カテゴリー5 は、酒席に対する態度を示した項目で纏まっている。ここでは、「酒席には基本的に出ないようにしている」とする消極的態度、「職場の酒席は必ず出席するようにしている」という積極的態度、そして、「飲むことだけでなく、お互いにマナーを守ることが大切」のように、酒席のマナーについて指摘した回答が見られた。

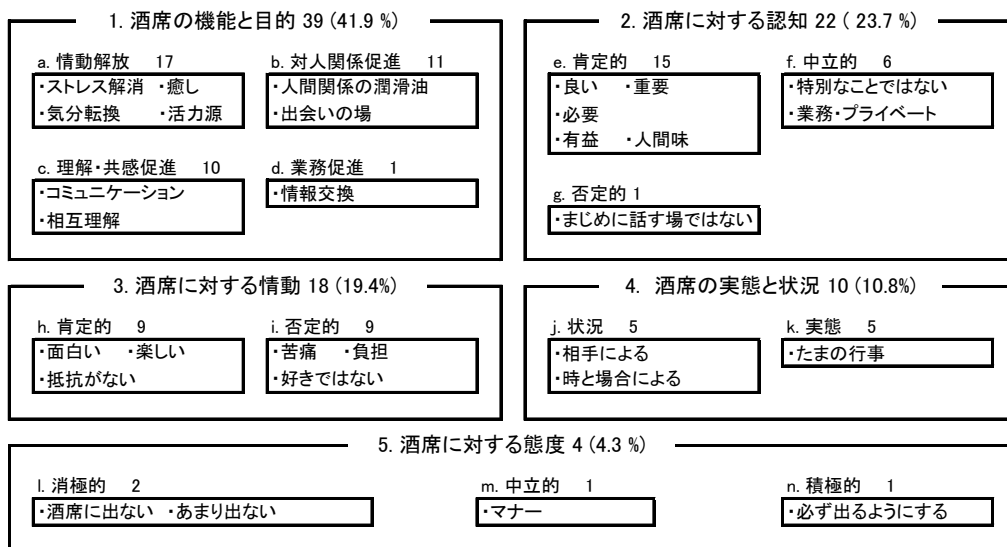


図 6 「酒席」(設問 3) の KJ 法による分類結果 (韓国)

#### IV. 考察

以下では、上記の結果を踏まえ、各設問に対する回答について考察を加えることにより、日本人対象者と韓国人対象者にとっての自己開示、仕事仲間との意味、酒席の意味における共通点と相違点を探索する。

##### 1. 設問 1 に関して「自己開示」のもつ意味

まず、「自己開示」の意味に関して、全体的に見ると、日本人の回答、韓国人の回答ともに、共通の構成概念からなる 5 つのカテゴリーに分類することができた。その中で、日本人の場合、「自己開示の機能と目的」に関連した項目数が全体の 38.3 パーセントを占め、最多であった。一方、韓国人の場合は、各カテゴリーに属する項目数が拮抗していたが、全体の 21.3 パーセントが「自己開示の機能と目的」に属し、「自己開示に対する情動」からなるカテゴリーとともに、2 番目に多くの項目がここに集約される結果となった。

ここで、着目すべき点は、「理解・共感促進」、「情動解放」、「自己明確化」という下位項目が、日本と韓国で共通して見られたことである。

デルレガとグルゼラク<sup>12)</sup>は、個人が自己開示をする際の主観的理由を探索する研究の必要性を指摘し、個人が自己開示をする理由として (1) 自己表出・情動の解放、(2) 意見やアイデアの明確化、(3) 自己概念の妥当性を強化するための社会的妥当性やフィードバックの獲得、(4) 対人関係の発展・維持、(5) 状況のコントロールや他者の行動の操作の 5 つをあげている。一方、



榎本<sup>13)</sup>は、日常生活において身近な人物に自己開示するような時、どのような動機が働いているかを自己開示の意義と関連づけながら検討し、自己開示の動機は次の5つのパターンに分類できることを明らかにした。(1) 新たな洞察を得るための自己開示(相談的自己開示動機)、(2) 心の中に充満した情動を解放するための自己開示(情動解放的自己開示動機)、(3) 孤独感から救われるための自己開示(親密感追求的自己開示動機)、(4) 相手に自分を理解してもらうための自己開示(理解・共感追求的自己開示動機)、(5) 自分の中の不安を消し去るための自己開示(不安解消的自己開示動機)。また、安藤<sup>14)</sup>は、様々な研究者による過去の研究結果を踏まえて、(1) 感情表出、(2) 自己明確化、(3) 社会的妥当化、(4) 二者関係の発展、(5) 社会的コントロール、(6) 親密感の調整を自己開示の主な機能として指摘している。今回の調査結果は、上記の指摘を再現するものとなった。とりわけ、ここでは、日本も韓国も「理解・共感促進」に属する項目が各々、全体の約60パーセント、65パーセントと高い結果となったが、その中でも、「自分を理解してもらう」というキーワードに関する回答が各々、50パーセント以上を占めていた。このことから、今回の調査対象者にとって、自分について語ることが、とりわけ、自身を他者に知らせ、自分に対する相手からの理解を促進させる機能として捉えられていたことが理解できる。

安藤<sup>14)</sup>は、デルレガとグルゼラク<sup>12)</sup>が指摘した自己開示の機能を、研究領域と研究法に関連させて言及している。ここでは、感情表出、自己明確化、社会的妥当化は、どちらかと言えば個人内部の過程において重要な役割を果たす機能であり、報酬機能、社会的コントロール、親密度・プライバシーの調整機能は対人関係において重要な役割を果たしていることが指摘されている。安藤の言説に従えば、今回の調査結果の中で、出現した「情動解放」と「自己明確化」という下位項目は、個人内部の過程で重要な役割を果たす機能であると考えられ、一方、「理解・共感促進」と「対人関係促進」は対人関係において重要な役割を果たす機能であると考えられる。

ここで、図1で示された日本人の結果を見ると、前者の個人の内部プロセスに関わる項目がカテゴリ1全体の約3割(32項目)を占めており、対人関係に関わる項目は全体の約7割(76項目)を占めている。一方、韓国の場合は個人の内部プロセスに関わる項目がこのカテゴリ全体の35パーセント(7項目)を占めており、対人関係に関わる項目は全体の65パーセント(13項目)を占めていることがわかる。ここから言えることは、今回の調査対象であった日本人と韓国人ビジネスパーソンが、自己開示が内包する対人関係における機能の重要性に関して、高い認識を示したということである。但し、「対人関係促進」という下位項目は日本人対象者からのみ出現したものであり、韓国人対象者からはこれに関連した回答は見当たらなかった。他方、このカテゴリの中で個人の内部プロセスに関連すると思われる「情動解放」が占める割合を比べると、日本が16.7パーセントを占めているのに対して、韓国では全体の30パーセントに及んでいる。以上の結果を鑑みると、日本人対象者が自己開示の対人関係機能に対してより高い認識を示したのに対し、韓国人対象者は、日本人対象者と比べれば、個人の内部プロセスにより高い認識を示

したと言えるかもしれない。

その他の4つのカテゴリに関しては、日本人も韓国人の場合も、「自己開示に対する認知」、「自己開示に対する情動」、「自己開示に対する態度」、「自己開示の実態と状況」に関わる内容で構成されており、同様のパターンが見え隠れする結果となった。まず、「自己開示に対する認知」については、どちらも肯定的回答がもっとも多く、日本人対象者も韓国人対象者も、自分を語るという行為に対して肯定的な捉え方をしていることが明らかになった（日本の場合、このカテゴリの92パーセントが、韓国の場合は73.1パーセントが肯定的回答）。特に、日本人の場合は全体の9割以上が肯定的回答を示していることは注目に値する。次に、「自己開示に対する情動」に関しては、逆のパターンが見られ、どちらの場合も否定的回答が全体の6割を超える結果となった。「自己開示に対する態度」に関しても、日本、韓国共に消極的態度を表す回答が極めて高い結果となった（日本の場合、このカテゴリの77.5パーセントが、韓国の場合は80.0パーセントが消極的回答）。以上の結果から推察可能なことは、日本人も韓国人も自分について語ることを肯定的に捉えながらも、感情的には否定する部分が多く、それが積極的態度へと結びついていないということである。

ここで、日本人だけに、あるいは、韓国人だけに見られた回答例を紹介しておきたい。まず、日本人の例として、「自己開示に対する態度」の中の中立的態度で見られた「聞く人の負担を考えると」「自慢話をしない」という回答をあげておきたい。石井<sup>15)</sup>が提唱した「遠慮・察しモデル」によると、日本人のコミュニケーションは、発信においては「遠慮のコミュニケーション」を、受信においては「察しのコミュニケーション」を行うとされている。また、「言わぬが花」、「出る杭は打たれる」等の諺は、曖昧な表現や間接的な言い回しを好む日本人の特徴を如実に表している。聞く人の負担を考え、自己開示を控えようとする態度は、遠慮のコミュニケーションであり、自慢話を控えようとする態度は、他者への遠慮であり、出る杭となって打たれることへの懸念がここには表れていると見ることができる。一方、韓国人の例としては、同じく「自己開示に対する態度」の中の消極的態度で見られた「慎重さが必要」というキーワードに見ることができる。一般に、韓国人は自分や国の弱点を隠す傾向があるとの指摘があるが<sup>16)</sup>、調査結果の中には「たまに私のプライドを傷つけることがあるので、できるだけ自分を隠すように話す」という回答例が見られた。

最後に、5つ目のカテゴリの「自己開示の実態と状況」について、状況に関しては、日本人の場合も、韓国人の場合も、自己開示が開示相手や時と場合によって影響を受けるとの指摘が見られた。また、実態に関しては、どちらの場合も話題や頻度に関する回答を得た。ここで、敢えて日本と韓国の違いに関して指摘するとすれば、日本の場合は、このカテゴリにおいて、「実態」に関する項目に比べ、「状況」に関する項目の占める割合が高く、韓国の場合と逆の結果となった。コンテクストの問題に関連して、Hall<sup>17)</sup>は、意志伝達場面において、どの程度言語そのものや、

その場の状況に依存するかによって、文化を「高コンテクスト文化」と「低コンテクスト文化」の2つに大別したが、この概念をコミュニケーションの観点から考察すると、「情報のほとんどが、物理的状況、あるいは、個人に内在しており、情報のごくわずかな部分だけがコード化されている」時に、高コンテクストなコミュニケーションは起こり、これとは対照的に、「情報の大半が、明確にコード化されている」時に、低コンテクストなコミュニケーションは起こるとされている。例えば、明確な情報を求めるのではなく、社会全般に状況的に共有された部分が多く、そのために言語に対する依存度が低いと考えられることから、一般に、中国、日本、韓国、台湾、アメリカ原住民、アフリカ系アメリカ人、メキシコ系アメリカ人、南アメリカ人は高コンテクスト文化に属するとの指摘がある。他方、大崎<sup>18)</sup>は、一般に日本人は自己主張が少なく、遠慮と察しを重んじ、良き話し手よりも良き聞き手になろうと努めるのに対し、韓国人は、自己主張が強く、白黒を明確にすることを好み、言語への依存が日本人と比較して非常に高いと述べ、日韓のコミュニケーション・スタイルにおける違いを指摘している (p. 63)。

筆者が実施した先の量的調査<sup>7)</sup>の結果、自己開示の相手が、上司、同僚、部下のいずれの場合でも、また、酒席、酒席以外の場のいずれの場合でも、日本人よりも韓国人の自己開示度の方が高いことが明らかになったが、この結果は、日本人と比べて韓国人はより低コンテクストなコミュニケーションをとる傾向にあり、逆に、韓国人に比べて日本人がより高コンテクスト度が高いことを示唆している。また、設問1の回答を分析した結果得られた「自己開示の機能と目的」の中で、「対人関係促進」に関する下位項目が日本人にのみ見られたことや、「自己開示に対する態度」の中で、「聞く人の負担を考える」のような他者への配慮を示した回答が日本人にのみ見られたことは、韓国人に比べて、日本人のほうが自分を語るという行為に関して、より対人志向的、状況依存的な傾向をもつ可能性を示唆している。

## 2. 設問2に関して―「仕事仲間との会話」のもつ意味

ここでも、日本と韓国で同様の内容を示す5つのカテゴリーが浮かび上がった。韓国の場合、4つのカテゴリーの各々の項目数は拮抗していたものの、日本と同様、「機能と目的」に関わる項目数が最多であった。ここでは、どちらの場合も、「業務関連」、「情動解放」、「対人関係促進」、「自己成長」という下位項目から構成されていた。特に、日本も韓国も「業務関連」の回答数が最多であったが、会話の相手が職場の仕事仲間であることから、当然の結果であると言える。日本と韓国における違いの1つは、「情動解放」の中の項目の中で、日本の場合、「ストレス解消」と「気分転換」という回答が全体の8割以上を占めたことである。一方、韓国の場合には「癒し」と「悩み相談」に関する回答で構成されており、ストレス解消や気分転換に関連した回答は皆無であった。一方、日本人対象者の回答に、「悩み相談」に関する回答は見あたらなかった。この結果は、仕事仲間との会話をもつ「情動解放」という機能や目的における日本人と韓国人の捉え方の違い

を示している。日本人対象者にとって、仕事仲間との語らいは、ストレスを取り除き、リラックスさせるといったカタルシス効果を意味しているのに対して、「悩み相談」に表されているように、同様の行為は韓国対象者にとっては、カウンセリング機能を意味していると考えられる。また、「自己成長」という下位項目に関して、日本人の場合、韓国人の回答には見られなかった「学習の場」というキーワードが浮かび上がった。このことから、日本人対象者にとって、仕事仲間との語らいが学びの機会を提供していることを垣間見ることができる。また、ここで、「理解・共感促進機能」を含む「対人関係促進機能」や「情動解放機能」など、設問 1（自己開示の意味）で得られた回答の傾向と共通点が見られることも明らかになった。

その他の 4 つのカテゴリーに関しても、日本と韓国の間で共通の傾向を見ることができた。例えば、仕事仲間との会話の捉え方に関して、日本人の回答の 74 パーセントが、そして、韓国人の回答の約 64 パーセントが肯定的な捉え方を示しており、仕事仲間との会話を重要で有意義なものとして見なしていることが明らかになった。また、ここでは、中立的な見方として、仕事仲間との会話を「仕事の延長」や「仕事の一貫」と捉える回答が見られたことも共通点である。否定的な捉え方を示した回答はごく僅かしかなく、韓国人の場合はゼロであった。また、仕事仲間との会話に対する情動面でも、肯定的回答が多く、日本人の場合は全体の 65 パーセントを、韓国人の場合は、全体の数が少数であるとはいえ、全体の 7 割が「楽しい」や「面白い」等の回答をしていた。しかし、上記のような肯定的認知や情動を示す傾向とは異なり、仕事仲間との会話に対する態度については、日本人の場合は全体の約 7 割が、また、韓国人の場合は全体の約 6 割が消極的な内容を示す回答を示していた。ここでは、「当たり障りなく」、あるいは、「形式的に」がキーワードであったが、日本人の回答の中で、「聞き役になる」に関する回答が見られたことは、日本人のコミュニケーションの特徴を表しているようで興味深い。先述の石井<sup>14)</sup>の「遠慮・察しモデル」にも表されているように、日本社会では、万葉の昔から、「言挙げせぬ」ことを美德とする伝統が日常生活にまで浸透しており、口数の多い人を「察しの悪い人」、「野暮な人」と、疎んじる傾向がある。また、ここでは「日本人は、一般に自己主張が少なく、議論好きではなく、遠慮と察しが重んじられ、よい話し手より、よい聞き手になろうとする」と言及されている<sup>15)</sup>。

最後に、「仕事仲間との実態と状況」に関するカテゴリーの「実態」に関する項目では、日本も韓国も、話題や頻度に関する内容であったが、中でも業務関連の話題について言及したものが多く見られたことは、相手が職場の仕事仲間であることから、自然な結果であろう。仕事以外の話題については、どちらも「趣味の話」、「家族の話」について話すことが示された。日本と韓国の違いについては、韓国人からは言及のなかった話題として、「健康の話」と「恋愛話」が日本人の回答に見られ、反対に、日本人からは指摘のなかった「政治問題」が韓国人の回答から浮かび上がったことである。筆者が実施した量的調査の結果は、政治内容を含む「意見・態度」は、日本人が「金銭」の次に最も話さない話題であったのに対して、韓国人にとっては「趣味・嗜好」等

と共によく話す話題であることを示していた。少数ではあるが、質的調査の中で、「政治問題」に関する言及が韓国人にのみ見られたことは、量的調査の結果に通じるものである。

「仕事仲間との実態と状況」の中の「状況」については、日本人の回答から「アフターファイブ」というキーワードが浮かび上がった。他方、日本も韓国も話し相手によって、自己開示の傾向が異なることが指摘されており、「友人（に近い関係）」、「仲間」、「親しさ」といった言葉がキーワードとなっていた。量的調査の結果<sup>7)</sup>、日本人対象者の自己開示の5段階スケールの平均値が、2.41、一方、韓国人対象者のそれが2.68と、決して高くなかったことを鑑みると、仕事上の多岐に渡る機能の重要性には気づきながらも、また、仕事仲間と話すこと自体に楽しさを感じながらも、やはり、友人との語らいつ同レベルでは考えることには困難が伴うということであろう。また、量的調査の結果、日本も韓国も上司、同僚、部下の3者の中で、同僚に対する開示度をもっとも高かったが、同僚に対する開示度の平均も、日本が2.60、韓国が2.80ととりわけ高いとはいえない。例えば、このことに関連して、Atsumi<sup>19)</sup>は、職場のつきあいは社会的必然性、あるいは、義理の観念から生じるものであって、そこには“true friendship”はあり得ないと指摘している。上記で述べた対象者の回答が示唆する傾向から、仕事仲間との会話が内包する機能と重要性を十分に理解し、話している時は、抵抗なく、また、楽しさを感じるものの、仕事中心の形式的な話をするという日本人と韓国人ビジネスパーソンの姿勢を読み取ることができる。

### 3. 設問3に関して：「酒席」のもつ意味

最後に、日本人と韓国人ビジネスパーソンにとっての酒席の意味を考察する。日本も韓国も、設問1、設問2の結果と同様、もっとも多くの項目が集約されたのは、「酒席の機能と目的」に関してで、各々、全体の約50パーセントと約40パーセントの項目で占められていた。とりわけ、ストレス解消、気分転換や癒しなど、酒席がもつ「情動解放」機能を示唆した回答がもっとも多く見られた。1987年に労働省により行われた「労働者の健康状況調査報告」の中で、疲労、ストレスの解消法として男性の48パーセントが酒を飲むことを挙げている<sup>20)</sup>。また、宗像<sup>21)</sup>は、つきあいのストレス軽減作用という観点から、「日本では職場では言えない本音を酒の力を借りて言うことができる。酒の場では、ある程度まで本音を言うことが許容される。そこで、日頃の不満が浄化されるカタルシス作用さえ見られる。ここには一種の心理学的な安全弁がある」(p. 140)と述べている。ここで特筆すべきことは、酒の効用もさることながら、酒席で相手に対して自分について語ることが、ストレスの発散や、癒しなどカタルシス機能を果たしているということである。また、日本も韓国も「情動開放」の回答例の中に、「活力源」との回答が見られた。「明日への活力となるエネルギー源」(日本)、「今日のことを反省し、明日に向けての元となる」(韓国)がその回答例である。ベン・アリ<sup>22)</sup>はラインハートの指摘を引用し、飲み会のような集会は仕事からのストレスを軽減させ、男性社員たちを次の日にまた働かせるためにリフレッシュさせる

機能をもつと述べている。ここではラインハートは日本の企業の現場について言及しているが、今回の調査によって同様の機能が韓国にも存在することが明らかになった。

また、上記に関連して、石毛<sup>23)</sup>は文化人類学的立場から飲酒行動に関する通文化的研究に言及して、人は酩酊したときには、しばしば覚醒時とは異なった行動をするものだとし、「飲酒が日常的な行動規範の枠をはずし、非日常的行動を誘発することは通文化的現象である (p. 57)」と指摘している。ここで、石毛は、飲酒時における日常的規範の崩壊の説明に際し、生理学的側面を強調する立場と社会心理学的側面を強調する2つの立場があると述べている。筆者が実施した先の量的調査の結果<sup>7)</sup>から、日本も韓国も酒席での自己開示が酒席以外のそれよりも、有意に高くなることが明らかになったが、この結果が飲酒そのものによってもたらされるのか、それとも、酒席という場の影響によるものかは、実験的手法を用いていないため、明らかにすることはできない。しかし、石毛の論文では、未開社会における飲酒は攻撃的衝動を表面化させることにより、不安や緊張を解消する役割をすとのホートンの説を批判したウォッシュバーンの説を紹介している。「アルコールが攻撃的衝動を解放する役割よりも、飲酒が社会的緊張の緩和に役立っている側面を重視すべきである」との彼のこの言説は、本調査の結果を考察するうえで着目に値する。

ここで、「酒席の機能と目的」カテゴリの中で浮かび上がった日本と韓国における違いについて、考察しておきたい。まず、「情動解放」に関する日本の回答例として、「時にはハメを外して大いにリラックスできる場所」、「個性やおどけた場面を普段よりも表現できる場所」等の回答があったが、これらの回答は韓国では見られなかった。「酒席に対する態度」の中でも積極的態度を示す1例として、少数ではあるが、日本人の回答の中に「無礼講」という言葉が示されていた。この言葉も韓国人の回答の中には見られなかったものである。逆に、韓国では、「飲んでもマナーは守るべきだ」との回答があり、ここに今回の調査の日本人対象者と韓国人対象者との酒席に対する態度の違いを垣間見ることができる。無論、日本でも最近では、泥酔者に対する世間の見方は厳しくなっていることは確かである。しかし、小泉<sup>24)</sup>は、それでもまだアメリカや西欧の比ではない理由は、宴会における座の決め方や返盃に見られる飲酒風景、二次会、三次会という、はしご酒が一般的な風潮として守られており、他の国ではあまり例をみない特殊な慣習が仲間意識を高め、互いに寛大にみる傾向によるものであろうと述べている。昨今の不景気の折、はしご酒は、以前ほどは見られなくなったが、上記で指摘された慣習は程度の差こそあれ、現在も尚、存在していると思われる。

このカテゴリの中で、「理解・共感促進」、「対人関係促進」、および、「業務促進」は、「情動解放」以外で、日本と韓国で共通して見られた下位項目であったが、ここで、「理解・共感促進」と「対人関係促進」において、日本と韓国の微妙な違いが浮き彫りになった。まず、「理解・共感促進」に関する回答の中に、日本人にのみ「本音」に関する言及が見られ、全体の約34パーセントを占めていた。ここでは、「ある意味で胸襟を開く場」、「上司や部下に対して、通常話しにくい

内容の話でも、酒席では話ができ、コミュニケーションがとれる」、「アルコールが入ると、その人の本音が出てくると思う」、「飲む時も飲まない時も言うことは同じだが、飲んだ時のほうが本音で詳細に話せるのでいいコミュニケーションの席だと思う」、「お互いに裸でつき合える場」、「同僚や上司のプライベートや考え方の本音が垣間見れる場所」等の回答があった。

一方、韓国人は自己主張が強く、議論好きで、白黒を明確にさせることを信条とするとされ、例えば、「千両の借金も言葉で返せる」、「言葉ですべての恩を返す」の諺に現われているように、言葉に対する依存度が高く、一般的に饒舌である<sup>18)</sup>。また、先の量的調査の結果、日本人に比べて韓国人の自己開示度が有意に高い結果が得られたことから、韓国人から、より多くの「本音」に関する回答が見られることが予想された。しかし、結果は予想に反するものであった。その理由の1つとして、もともと韓国語には本音を意味する「ソンマン(奥心)」あるいは「ポンシン(本心)」という言葉が存在するが、「建前」にあたる言葉は存在しないという。自分の意見や考えを率直に話すことは、韓国人にとってはごく普通の行為であり、「本音を話す」という表現には、逆に、それまでは隠していることがあったことを意味し、マイナスなイメージがあるようだ<sup>25)</sup>。また、量的調査の結果、日本人、韓国人、どちらの場合も酒席での自己開示が高く、また、酒席の場合も酒席以外の場合も、韓国人の自己開示の方が日本人よりも有意に高いことが明らかになった。以上の結果、推察されることは、韓国人は日本人に比べて、元来言葉への依存度が高く、より低コンテクストな文化的側面をもっていると考えられることである。さらに、酒席に関して言えば、日本人の回答に本音に関する回答が多く見られたことは、日本人の場合、酒席が言語コミュニケーションに対してもつ影響力が、ある意味、韓国人と比べてより大きいことを示唆している可能性がある。

設問3におけるその他の違いは、日本と韓国の酒席に対する捉え方に現れていた。「酒席に対する認知」に関連した項目の中で、日本人の6割近くの回答が中立的な捉え方を示すものであったのに対し、韓国人の7割近くの回答が肯定的な捉え方を示すものであった。その中でも、日本人の回答の65パーセントが酒席は、「仕事の延長」、あるいは、「つきあい」と捉えていることが明らかになった。一方、韓国では同様の回答は1例見られただけであった。このことは、韓国人と比べて日本人は酒席と仕事との関連性をより強く認識している可能性を示唆している。

その他の共通点として、先述のように、「酒席の実態と状況」では、日本も韓国も項目の約65パーセントが、相手や場などの状況によって違いがあることを示しており、その中でも酒席を共にする相手による違いに関する指摘がその多くを占めていた。この相手や場による違いは、本調査における3つのすべての設問の中で出現した項目である。設問の1と2は直接コミュニケーションに関わるものであったが、酒席という場の意味を尋ねた設問3でも、同様の回答を得たことになる。ある場を誰かと共有するとは、すなわち、その人とコミュニケーションをはかることを意味しており、その際、相手が重要な要因となって浮かび上がったことは、ごく自然な結果である

と考えられる。

## VI. 結語

今回の調査の結果、自己開示の機能として、これまでの先行研究で指摘された概念が対象者の回答から得られたことは、自己開示という行動の機能が、西洋以外の文化圏の人々にも適用可能なものであることを示している。一方、宮原<sup>26)</sup>は、日本人と韓国人はこれまで「アジア人」として同じカテゴリーに分類され、その微妙、かつ重要な社会行動での相違点、類似点が明確にされてこなかった点を指摘し、その上で、日本人と韓国人との対人コミュニケーションにおける比較研究は、対欧米人比較では正確に描写することが困難だった日本人のコミュニケーション行動の特徴を、別の視点から明らかにできる可能性を提供するとしている。この意味で、日本と韓国の共通点はもとより、幾つかの相違点を明らかにすることができた今回の調査結果の意義は深い。ある行動の認識論的、存在論的な意味合いは、西洋とアジアはもとより、日本と韓国とでも微妙に異なる可能性がある。今回の調査では対象者の自由記述式回答から、自己開示、仕事仲間との会話、および、酒席に関する意味空間を探索したが、インタビュー等の異なった手法により、さらなる精緻化された調査を実施することが肝要であろう。

## 引用文献

- 1) Jourard, S.: *The transparent self*. (New York: D. Van Nostrand, 1971) (岡堂哲雄訳 『透明なる自己』 誠信書房, 1987) .
- 2) Cosby: "Self-Disclosure: A Literature Review," *Psychological Bulletin* 79, (1973) 73-91.
- 3) 安藤清: 「「自己の姿の表出」の段階」中村陽吉編 『「自己過程の」の心理学』(東京大学出版会, 1995) V.
- 4) 末田清子、福田浩子「コミュニケーション学」(松柏社, 2003)
- 5) 村本幸子: 「文化と関係性」山口勸編 『社会心理学 アジアからのアプローチ』(東京大学出版会, 2003) 5
- 6) 高井次郎: 「「日本人らしさ」を確認できない比較文化研究」島根國土、寺田元一 編『国際文化学への招待 衝突する文化、共生する文化』(新評論, 1999) 第4章.
- 7) 中川典子: 「日本と韓国のビジネスマンの「自己開示」に関する比較調査—状況による要因の観点から」, 『異文化間教育』 17, (2003) 62-77.
- 8) 鈴木淳子: 『調査的面接の技法』(ナカニシヤ出版, 2002.) .
- 9) 菊地章夫: 「異文化間研究の方法と問題点」『心理学評論』 22, (1979) 236-246.
- 10) 川喜多二郎: 『続・発想法』(中公新書, 1998) .
- 11) Cohen, J.: A coefficient of agreement for nominal scales, *Education and Psychological Measurement*, 20 (1), (1960) 37-46.
- 12) Derlega, V. J., & Grzelak, J.: "Appropriateness of self-disclosure" in *Self-disclosure.: Origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationships* edited by G. J. Chelune (Jossey-Bass, San Francisco, 1979) pp. 151-176.



- 13) 榎本博明：『自己開示の心理学的研究』（北大路書房, 1997）。
- 14) 安藤清志：「対人関係における自己開示の機能」, 東京女子大学紀要「論集」36, (1986) 167-199.
- 15) 石井敏：「対人関係と異文化コミュニケーション」、古田暁監修『異文化コミュニケーション 新・国際人への条件』（有斐閣, 2001）第6章.
- 16) 呉善花：『続 スカートの風』（三交社, 1991）
- 17) Hall, E. T. : *Beyond culture*. (Garden City, NY: Doubleday/Anchor., 1976) .
- 18) 大崎正瑠：『韓国人とつきあう法』（筑摩書房, 1998）。
- 19) Atsumi, R. : "Tsukiai-Obligatory personal relationships of Japanese white-collar company employees", *Human Organizations*, 38 (1), (1979) 63-70.
- 20) 平尾敏朗：「リラクゼーションのハードとソフト」三谷恵一他編『リラクゼーションのすすめ—その理論と実際』（大学教育出版, 1993）第25章.
- 21) 宗像恒次：「1 節 人間行動の比較文化的理解」河野友信編『医学と医療の行動科学』（朝倉書店, 1991）第4章.
- 22) ベン・アリ エイエル：「文明としての酒の飲み方 酒と就業外の時間—日本企業における文化と組織と酒」梅棹忠夫、吉田集而編『酒と日本文明』（弘文堂, 2000）第2章.
- 23) 石毛直道：「酒造と飲酒の文化」石毛直道編『論集 酒と飲酒の文化』（平凡社, 1998）序論.
- 24) 小泉武夫：『酒の話』（講談社現代新書, 1999）。
- 25) 2009年11月10日の金眞氏との非形式な対話による。
- 26) 宮原哲：「日韓対人コミュニケーション研究の傾向」『2002年日本コミュニケーション研究者会議 Proceedings 13』（日本コミュニケーション研究者会議, 2002）62-78.