

J・T・Y 著「世界共通語としての英語 - Globish、 How the English Language Became the World's Language - 」選択 2010年8月号、選択出版 2010年8月1日刊を読む

世界共通語としての英語 - Globish、グローバル・イングリッシュ

1. 英国人ジャーナリストの手になるこの本は、英語が世界共通語となっていた過程をグローバル化の流れを踏まえて活写している。
2. グローバル企業が英語を社内公用語にした例は、1970年代、IVECO というイタリアの企業が最初だったかもしれない。同社は自動車メーカー、フィアットの子会社だが、イタリアとフランスとドイツの会社が共同出資してつくった。社内言語を英語にする以外に選択肢はなかった。
3. もっとも徹底した社内英語公用語の成功例はドイツのシーメンスである。いま、同社は売り上げも従業員も非ドイツ人が圧倒的多数である。最近では、韓国の LG の成功例が知られている。
4. 企業だけではない。国づくりの一環として英語を公用語にしたケースとしてインドとシンガポールが有名だ。最近ではルワンダが公用語をフランス語から英語に切り替えた。ベルギーの植民地として 1 世紀以上、フランス語を公用語にしてきたが、英語でないとグローバル経済競争で不利になるとの理由で転換した。
5. 公用語にしないまでも、実用語を英語にする動きはもっと盛んである。ドイツの文化センターともいうべきゲーテ・インスティテュートは、ドイツ文化を世界に普及させるのにドイツ語を用いず、英語を使っている。その方がはるかに効率的だからである。
6. インターネットの発展により英語共通語化の動きはさらに加速している。世界 40 億人の英語人口と 40 億個の携帯電話が、英語ネットワーク効果を爆発させている。ウィキペディアの毎日のヒット数は、20 億から 30 億である。毎日 17 万 5 千の英語のブログが立ち上がる。グーグルは、1 兆番目のウェブサイトを最近、祝福した。
7. しかし、作業語としての英語圏がどこよりも急速に進んでいるのはアジアである。中国とインドはものすごいスピードで経済連携を深めているが、それはすべて英語で行っている。本気になって東アジア共同体をつくるのなら、英語を作業語とする以外ない。そこで話される英語は、英米アングロサクソンの母語の英語ではない。それは、globish、つまりはグローバル・イングリッシュにほかならない。

8 . 楽天とファーストリテイリングがともに 2011 年から英語を社内公用語にすることを決めた。楽天の場合、すでに 4 月から役員会の議論やそこに提出する書類をすべて英語に切り替え、準備態勢に入っている。両社ともグローバル展開のために外国人社員をどしどし採用する方針だ。外国人社員が増えれば増えるほど、日常会話でもメールでも英語が浸透していくだろう。ここから英語リテラシーをモノにしたグローバル企業戦士が続々と生まれてくるに違いない。

9 . 10 年前、小渕首相の諮問機関だった「21 世紀日本の構想」懇談会が「英語を日本の第2公用語とするべきだ」と提言した。恐ろしいほどの先見性だったが、その後の日本は、小泉・竹中路線僧けりゃグローバル化も英語も憎い、といわんばかりの内向き、ひきこもりの心情と政治に支配され、提言は忘れられた。そして日本は世界の波に完全に乗り遅れた。指導者も経営者も官僚も学者も英語を使いこなせないことがどれほど日本の国益を損なっていることか。

[コメント]

「Globish」という本の紹介文ではあるが、この解説ほど現代社会、現代世界における英語の重要性を手際よくとりまとめたものはない。コミュニケーションの手段としての英語は、日本がこれから生き残る手段としての英語となった。English makes our future.といえる。日本の成長戦略の中心に考えるべきだ。

- 2010 年 8 月 26 日 林 明夫記 -