

## ビジネススピーキング授業における実践報告

大橋 真貴子

橋本 佳子

### 【要旨】

本稿は、企業で働く際に必要なコミュニケーション能力向上に焦点を当てたクラスについて報告し、今後の授業改善へつなげることを目的としている。

2011-2012年度の4学期、スピーキングⅡは3クラスでき、そのうちのビジネス日本語を扱った1クラスを本報告は取り上げる。計8回のクラスは、まず、6名の学生がそれぞれ外資系企業一社と、その企業が提携を希望する日本企業を一社（両方とも実在の企業）選ぶことから始まった。そして、一人につき4回の発表が課せられた：①自分が選んだ外資系企業を紹介する。②その企業の社員として、提携候補の日本企業を紹介し、③自社のSWOT分析を行う<sup>1</sup>。最後に、④その日本企業を訪問したという設定で、自社商品のプレゼンテーションを行う。

授業活動を振り返って見えてきた課題は次の四つである。教師は、1.ビジネス日本語のクラスをデザインする際、どのように教科書を使い、場面を設定すればいいのかを考える必要がある。2.また、学生が発表内容だけではなく、自分の語彙・表現・発音・発表構成などの言語学的な部分にも注意を払うようにするためには、どのように指導すればいいのか、ということに注意を傾ける。3.実際にクラスを始めてから、当初のデザインが、学生のレベルやニーズにあわないとわかった場合、無理がない範囲で方向転換ができる柔軟性も持ち合わせる必要がある。それとともに、4.クラスでの活動が、実際の業務遂行に必要なコミュニケーション能力の向上に役に立っているのかどうかを問い続けなければならない。

### 【キーワード】

場面設定、プレゼンテーション、語彙・表現の定着、問題解決型の学習デザイン

### 1 はじめに

ここでは、本稿の意義を述べることとする。

1990年代から2000年代にかけて、日本語教育において「実践研究」の重要性が指摘されるようになってきた。舘岡（2008）は、実践研究について「教師が自らのめざすものに向けて、その時点で最良と考えられる学習環境をデザインし、よりよいと思われる実践を行い、それを実践場面のデータにもとづいて振り返ることによって、次の実践をさらによ

くしようとする一連のプロセスである」と述べている。さらに「実践研究のプロセスは教師としての教育観をより明確にするプロセスである」と主張している。単に教える技術や方法を報告することではなく、教師自身の教育的立場を明らかにすること、また、実践プロセスを他者と共有することによって、授業改善の可能性が高められるのである。

以上のことから、本稿は、次年度以降のクラス改善のために、今年度のスピーキングクラスの報告だけではなく、そこでの課題を見出すことを目的とする。

## 2 教科書

クラスでは、次の2冊の教科書を用いた。

『TALKING BUSINESS IN JAPANESE』（以下『TALKING BUSINESS』）

『ビジネスコミュニケーションのための日本語』（以下『ビジネスコミュニケーション』）<sup>2</sup>

『TALKING BUSINESS』の特徴は、より現実に近いビジネス場面における「やりとりの展開、話の流れの定着に主眼を置いている」ことである。対象は日本語非母語話者で中級以上の会社員か、日本で働く予定の学習者である。全部で20課あるが、一つの課の構成は①目的、②留意事項、③フローチャート（場面全体の会話の展開を図式化したもの）、④会話、⑤重要表現、⑥語彙・表現、となっている。教科書の目標は、③のフローチャートに沿ったやりとりができるようになることである。全体的なストーリーは「アメリカのインテリア・家具販売会社 S&A 社の新在日責任者スミスが、東京商事の小川部長を介して、家具専門商社吉田物産と特殊カーペット『デュクロン』の売買契約を結ぶ」というものであり、この過程で起こりうる様々なやりとりが、各課で紹介されている。4学期の授業では、第5課から第9課まで、つまり、「新しい客先を紹介してもらおう」「アポイントを取る」「客先訪問」「自社の紹介・取引の打診」「商品のプレゼンテーション」という五つの場面を取り上げた。

もう1冊の教科書『ビジネスコミュニケーション』は、日本語を「手段」や「道具」とし、教科書自体の目的を「仕事で必要となる、課題達成能力と問題発見解決能力、そして異文化理解能力」の育成だとしている。企業で働くには、日本語母語話者か否かにかかわらず、「問題があった場合には問題の所在や解決の方法などを見出す能力」や、「共通の課題を達成する人々同士でお互いの立場や考え方、価値観を理解しつつ協力しながら取り組む能力」が求められる。『ビジネスコミュニケーション』の目標は、話し合うことによって問題発見・解決ができるようになることだと言える。設定は、架空の大手化粧品会社『グローバルコスメ』社において、5人の社員が、売り上げのグラフを検証したり SWOT 分析をしたりしながら業績不振の原因を探り、最終的に問題解決の方法を見いだす、というものである。1つの Lesson は①目標、②語彙・表現、③Task（四技能を中心とした学習。

「企業概要を読みメモを作る」「CDを聴いてメモをとる」「グラフを見て説明する」「メモを書く」「ロールプレイ」など」という構成である。4学期の授業では、Lesson2「企画をたてる」、Lesson4「企画を具体化する」、Lesson5「プレゼンテーション」を使用した。

### 3 授業報告

#### 3-1 当初の予定

授業は2012年3月30日から5月25日までの金曜日午前(50分×2コマ)、計8回行った。主任は大橋で、授業は橋本が担当した(4月6日は大橋が代講)。6名の学生の日本語レベルは、日本語能力試験のN1(幅広い場面で使われる日本語を理解することができる)合格者1名、試験勉強中2名、他3名も同様のレベルであると考えられた。また、教科書『ビジネスコミュニケーション』は、Common European Framework of Reference for Languages(外国語学習のためのヨーロッパ共通参照枠組み)のB2レベル(専門分野についての議論や自発的な相互作用ができるレベル)での課題達成能力の養成を目指している。センターでは全学生が3学期から専門クラスを履修し、そこで専門的な内容について議論をしていることから、6名とも、そのレベルに達していると考えられた。

クラスの目標は、ビジネスプレゼンテーション・ディスカッション能力を高め、それと同時に自分が興味を持っている企業への理解を深める、とした。これは、学生のほとんどが日本企業での就職を希望していたからである。就職を考えていない学生にとっても、フォーマルな場での発表や話し方の練習になる。また、学生全員が3学期のビジネススピーキング(就職活動やビジネスの場における電話対応などを学習する)か、スピーキングI(アカデミックな会議での発表と議論の方法を学習する)を履修していたが、ビジネスプレゼンテーションの技術はまだ彼らが学んでいなかったことも理由として挙げられる。

教科書は主に『TALKING BUSINESS』を使うこととした。担当教員が使い慣れていたこと、また、学生の会話能力も比較的高く、ビジネスや経済の知識もあり、教科書のレベルにあっていると考えられたからである。ただ、教科書の表現を覚えたり、ロールプレイをしたりすることを授業の中心にするのではなく、学生自らが教科書と同じような場面を設定し、それを基に授業を進めることとした。そこで学期を通して次の課題を達成するよう指示を出した。

「あなたは欧米の企業の会社員です。日本の会社の提携先を探し、アポイントをとり、取引の打診をするために商品のプレゼンテーションをこなさい。」

授業の初日にクラスの進め方などの説明をした結果、各学生(A~F、計6名)は以下のように外資系企業と、その提携希望先の日本企業を決めた。

学生名	外資系企業	日本企業
A	Amazon	NTT ドコモ
B	University of Phoenix	ジー・コミュニケーション
C	Gibson Guitar Corp	高峰楽器製作所
D	Porsche A.G.	トヨタ自動車
E	Apple Inc.	NTT ドコモ
F	Opening Ceremony (N.Y.)	KINCS

### 3-2 方向転換

このようにしてクラスが始まったが、回数を重ねるうちに、当初は時間が余った時に補助的に使う予定であった『ビジネスコミュニケーション』が授業の中心となっていった。これは、学生が準備をよくしてきたため、『TALKING BUSINESS』を使った活動をし、発表をしても、時間的に余裕があったことと、学生が『ビジネスコミュニケーション』の内容に興味を持ち、その準備に力を入れ始めたからである。もう一つの理由は、2回目の授業で全学生に自分が選んだ外資系企業の紹介をさせた際、次のような問題点が見られたことが挙げられる。第一に、ほとんどの発表者は一方的に調べてきたことを報告するにとどまり、発表の構成を考え、よりの確で効果的な表現を用いる、という意識がなかった。そのため、発表のポイントが絞れていない、何度も同じことを言うなどの問題が見られた。第二に、発表について他の学生に評価をさせると、流暢さや原稿を見ないで発表することなど、表面的なパフォーマンスにのみ注目する傾向があった。第三に、発表後の質疑応答の際、実際のビジネスの場では失礼になりかねない言い方や態度が見られた。（もちろんクラスでも失礼な物言いは許されることではないが、ビジネスの場では、より直接的に本人の業務遂行や評価に関わってくる恐れがある）第四に、授業が単なる発表とおしゃべりの時間で終わってしまう、という可能性が出てきた。

学生は、その時点で持っている日本語能力で、容易に意思疎通が図れ、専門的な議論ができるレベルにあった。学生の能力をさらに伸ばすためには、目標と教材を変更する必要があるのである。こうしたことから、新たなクラス目標を設定するという方向転換を行うこととした。

新しい方向とは、ビジネスプレゼンテーションそのものよりも、プレゼンテーションの構成を整え、語彙や表現などが自然に使えるようにすることに主眼をおくことである。また、プレゼンテーション後の発表者に対する質問の仕方、その答え方も指導するようにした。こうしたことから、2冊の教科書の会話を使って、語彙・表現・発表構成の学習に、より力を入れることにしたのである。

具体的には、『TALKING BUSINESS』に関しては、「会話」の部分を中心に用いることとした。毎回予習として、学生は教科書の会話をもとに、自分が選んだ企業を登場させた会話を書いてくる。その際「会話」にある重要表現・語彙は覚えて、自作の会話の中にもなるべく入れるようにし、自分のコンテキストでも無理なく使えることを目指した。クラスでは、ペアワークなどで作った会話を発表し、それに対して教師がフィードバックをした。

そして、『ビジネスコミュニケーション』を使って語彙や表現、プレゼンテーションの構成を学習することとした。学生は、主に教科書にリスト化されている語彙を覚え、「Task」をすることが予習として課せられた。クラスで、教師は学生が語彙を覚えているかチェックし、使い方などを教えたり、「Task」の答え合わせをしたりした。ただ、単なる答え合わせに留まらず、「Task」が聴き取りならば、重要だと思われる表現に線を引いてからスクリプトを学生に渡し、表現・語彙などを使うことを意識化させた。

### 3-3 最終プレゼンテーションに向けて

プレゼンテーションは、学期を通して各学生が4回行った。①自分が選んだ外資系企業を紹介する。②その企業の社員として、提携候補の日本企業を紹介し、③自社のSWOT分析を行う。最後に、④その日本企業を訪問したという設定で、自社商品のプレゼンテーションを行う。

2回目以降のプレゼンテーションでは、教師は学生に対して、構成に注意を払うこと、よりの確で効果的な表現を用いることを指導した<sup>3)</sup>。また、5回目の授業(4月27日)では、教師は学生に失礼のない質問の仕方などを教えた。さらに、プレゼンテーション後のフィードバックを通して、学生の意識化を促した。

最後のプレゼンテーションの前に、学生はテキストのプレゼンテーションを再生することによって、必要な語彙や表現などの使い方を練習した。こうした活動の後、自分が選んだ企業の商品の発表をすることとなったのであるが、その準備段階で、教師は発表後聴き手から出るであろう質問、特に自らが答えにくい質問を考えてくるよう指示を出した。学生はプレゼンテーションの前に、その質問を他の学生に示し、発表後質問するよう依頼する。この活動を通して、発表者は自らの発表を客観的に見て、問題点を発見することができる。また、こうした答えにくい質問をかわす表現を学ぶことができたと考えられる。

## 4 今後の課題

以上のようにして、4学期のビジネスクラスでは、発表内容だけではなく、日本語面の意識化にも力を入れた。最終プレゼンテーションでは、学生にもよるが、全体的にこれら

の両方に注意を払うようになったと言える。

スピーキングクラス、特にビジネス日本語に焦点をあてたクラスでは、発表や議論の内容、限られた時間内にどれだけ学生が話したか、ということに注意を払いがちである。当然のことながら、話す量が多い程学生側の満足度は高まる。一方で、教師側は学生の話す量や内容にも気を配るが、学生に語彙・表現などを意識的に使い、イントネーションやアクセントにも気を遣うようになってほしいと考える。また、学生側にも一つ一つの語彙や表現の習得に力を入れ、それによって達成感を得たい、という傾向が見られる。

こうしたことから、筆者は、ビジネス日本語のクラスで必要なのは、学生のコミュニケーション能力を向上させることと、語彙・表現・発音・発表の構成などの言語的な部分を意識化させること、この二つのバランスであると考えます。

では、どのようにしていけばいいのであろうか。第一に、場面の設定をなるべく現実に近づけることである。例えば、今回のクラスのように、実際の企業を取り上げることによって、仕事のやり方がより具体的にイメージでき、また、企業における人間関係の構築や、ビジネス習慣の理解が促進される可能性が高まる。同時に、日本事情やビジネスに関する知識・技術を「教わる」のではなく、学生自ら積極的に深く理解しようとする態度や能力が獲得できるのである。

第二に、ビジネスに必要な語彙・表現を教えたり、改まった態度や言い方を学生に身に付けさせたりするために、教師側は明確に決意と態度を示す必要がある。特にプレゼンテーション能力の向上を目的とした場合、どうしても教師側も学生側も内容に注意を払う傾向が強く、発表後の議論が盛り上がったことで満足してしまう。しかしながら、特に上級レベルのクラスでは、それでは単なるおしゃべりのクラスで終わってしまう。スピーキング技術習得を掲げたクラスであるならば、発表の構成を考え、よりの確で効果的な表現を用いることも重要であると学生が理解できるように教師側は明確に示さなければならない。また、フィードバックによって、学生の意識化を促進する必要もある。

とはいえ、余りにも言語的な要素ばかりに注目してしまうと、クラス全体が硬直化してしまう。そこで、第三に、教師は一つの枠にはまった教科内容を教え込むのではなく、柔軟性がある指導方法をとらなければならない。学生は教師が当初思っている以上の日本語能力を持っていたり、多様な知識・背景を持っていたりする。状況にあわせて、学期の途中でも、学生を混乱させない程度に方向性を変えることも必要であろう。また、学生の発表や問題提起によって、授業活動の方向性が教師の予想を越えて広がり深まっていくような学習指導もめざしていきたい。

第四に注目したい点は、今年度のクラスでは特に意識することがなかったが、ビジネス日本語教育を行う際、どのように実際のビジネスの現場との関連性を持たせるか、ということは今後は考えていかなければならない。近年、日本語非母語話者を日本人同様に採用・雇用する企業が増えてきた。その中には、グローバル化の流れから英語などで業務を行う

企業もあるが、日本語で業務を遂行し、話し合いによって問題解決を行っていく企業もある。どちらにしても、日本語非母語話者の雇用者には、与えられた仕事をこなすだけでなく、日本人と話し合いながら問題点を発見・解決し、成果をあげていく能力が求められるのである。こうした傾向から、『ビジネスコミュニケーション』に見られるように、今後、教科書の構成も仕事上起こりうる場面を設定して学生に課題を与え、一人ではなく、協働でその課題を解決していくスタイルが中心となっていくであろう。教師は、こうした問題解決型のクラスをデザインし、学生のコミュニケーション能力を伸ばしていく必要がある。

最後になるが、本稿は「実践報告」にとどまり、「実践研究」と言える段階ではない。細川(2008)は、「実践研究とは、教室活動を観察・分析し、新しい活動につないでいくものでなければ意味がない。その際に、こうした教室活動観察とデータは『実践研究』にとって不可欠なものである」と主張している。次年度のビジネススピーキングのクラスでは、データを収集・分析し、さらなる改善を行っていききたい。

(おおはし まきこ／アメリカ・カナダ大学連合日本研究センター常勤講師・  
はしもと よしこ／同非常勤講師)

## 注

- 1 SWOT は、強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の頭文字をとったもの。SWOT 分析とは経営やマーケティングでよく用いられる分析手法の一つ。自社や特定の事業を取り巻く環境を「企業の内部要因の強み・弱み」「外部要因における機会・脅威」の4つの要素に分けて網羅的に把握するフレームワーク。
- 2 改訂版は、近藤彩、品田潤子、金孝卿、内海美也子(2012)『課題達成のプロセスで学ビジネスコミュニケーション』アプリコット出版
- 3 発表の際に学生が言ったことを、教師は次のように言った方がよりの確であると指導した。(→の前が学生の使った表現、→の後が教師の指導した表現)
  - ①赤字から黒字になると思われています→赤字から黒字に転換すると見込まれています  
赤字から黒字への転換が見込まれています
  - ②レアアースは…には非常に大事なものですので→不可欠なもの
  - ③モデルの多様化を行おうと思っています→多様化を計画中のようです
  - ④出てくるかもしれない障害→予測される/可能性のある 障害/問題点
  - ⑤それは悪いことだと思います→それはマイナス点だと思います  
それは良くない/好ましくない状況だと考えます

参考文献

- 市嶋典子（2009）「日本語教育における『実践研究』論文の質的变化－学会誌『日本語教育』をてがかりに－」『国立国語研究所日本語教育論集』25, 3-17
- 近藤彩（2007）『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』ひつじ書房
- 舘岡洋子（2008）「協働による学びのデザイン－協働的学習における『実践から立ち上がる理論』－」『ことばの教育を实践する探求する－活動型日本語教育の広がり－』細川英雄＋ことばと文化の教育を考える会編著、凡人社
- 細川英雄（2008）「活動型日本語教育の实践から言語教育实践研究へ－岐路に立つ日本語教育とこれからの方向性」『ことばの教育を实践する探求する－活動型日本語教育の広がり－』細川英雄＋ことばと文化の教育を考える会編著、凡人社
- ビジネス日本語フォーラム(1997)『TALKING BUSINESS IN JAPANESE』ジャパンタイムズ
- 近藤彩、品田潤子、金孝卿、内海美也子(2011)『ビジネスコミュニケーションのための日本語』科学研究費補助金基盤研究、政策研究大学院大学政策研究科近藤彩研究室