

“内容”を用いた専門ビジネス日本語教育の試み —デザイン日本語指導の実践報告—

影嶋 知香子（横浜デザイン学院）

要 旨

デザイン分野への就職を目指す留学生がビジネスコミュニケーションを図るにはデザインに関する日本語（以下デザイン日本語（注1））の習得が必至である。しかし専門学校へ入学してはじめて触れるデザイン日本語はそう容易に身につくものではない。そこで筆者はデザイン系留学生の就職活動や内定獲得、さらに就職した後のビジネスコミュニケーションと異文化調整のツールとなることを目的として、新科目「日本語研究」のシラバスを開発し2017年度に実践した。授業では主に、デザイン日本語のうちの専門語彙表現の習得とプレゼンテーション力の向上を目的とした。実践後の学生アンケートからは、82%の学生が新しい語彙や表現が増えたと回答しており、デザイン日本語の語彙表現の獲得に対して本実践は効果があったと考えられる。一方で71%はプレゼンスキル向上を認識していなかったため、プレゼンスキルの向上に対して本実践は不十分だった。71%の学生が課題は楽しいと答えていることから、本実践は学生のモチベーション維持に役立ったと示唆される。

【キーワード】 内容 専門ビジネス日本語 デザイン日本語語彙/表現 プレゼンテーション

1. はじめに

留学生はデザイン系専門学校に進んで、デザイン日本語に初めて触れる。近年、筆者の勤務校ではデザイン系学科に入学する留学生が増えてきた。専門学校生は就職活動の際に、専門性を問われることが多い。面接の際には自身のデザインの特長や考え方を説明しなければならないし、専門スキルについてもアピールすることが求められる。特に留学生にとっては、良い作品を作れる優れたセンスやスキルがあっても日本語で説明することができなければ内定を得ることは出来ないので、デザイン日本語を身につけ適切な表現で伝える日本語力は非常に重要である。就職した後も、同僚や上司とのやり取り、お客様との商談においてもデザイン日本語は不可欠であり、万が一不十分だった場合には業務を遂行するのに障害となる。そのため筆者はデザイン日本語を身につけるための指導を行うことは、専門的なビジネス日本語教育の一環と捉えて、デザイン系学科の留学生1年次向け科目「日本語研究」の新シラバスを開発することになった。

しかし、筆者はデザインの専門家ではないため、シラバスの開発には何か仕掛けが必要である。そこで、「内容」や「コンテンツ」、具体的にはデザイン作品（グラフィックデザインや映像、立体物）やデザインの手法（配色や構図等）を用いることでデザイン日本語の学習を支援できないかと考えた。当然のことながら、デザインを志望する学生の中には母国でデザインの勉強をしてきた者もいるし、そうではない場合もデザインやアートに興味関心の強い学生たちであるので、すでに持っている経験や知識を生かして学習を進めることができるのではないかという発想である。

2. 研究目的

外国人材が単なる労働力ではなく専門性を生かした仕事で活躍するためには、ビジネスコミュニケーションのための日本語と専門スキルを日本文化と自国の文化それぞれに合わせて調整する能力が必要である（堀井，2018）。本研究はデザイン分野の専門性を身につけるためにデザイン系専門学校で学ぶ留学生の日本語力とスキルを高める専門ビジネス日本語教育として2017年度に新設した科目「日本語研究」の授業実践を振り返り、“内容”を用いた専門ビジネス日本語教育によって学生はデザイン日本語を身につけたのか、また、モチベーションにはどのように影響を与えたのかを、前期終了時の学生アンケート結果を分析し、明らかにする。

3. 先行研究

岡崎（1994）は内容重視の第二言語教育とは、言語によって扱われる「内容」を優先し、その「内容」を先ず決めてから、その「内容」を実現するための言語的当てとして「言語項目」を決める方法である。この優先し重視される「内容」は、言語の必要性（例えば文型や語彙の基本・派生や難易など）からではなく、学び手側のニーズによって規定されると述べている。

松尾（2014）は、美術大学において「内容重視」日本語教育を実践し、作文とプレゼンテーションの指導を行っている。作文は前期から後期にかけて、留学生ならではの発見や気づきを自由な筆致で表現したものが見られるようになったとしている。一方プレゼンは一定時間、一人で話す機会は少なかったと述べている。

このように内容重視の日本語教育は有効性が認められており、授業実践やその分析も行われているが、実践研究はまだまだ少ない。筆者はこのような研究成果から、内容を用いた授業実践によってデザイン日本語を習得することとプレゼン力を高めることができると考えている。さらにこうした能力を身につけることが、デザイン系留学生の就職活動や内定獲得、さらには就職後の業務につながると考え、以下授業実践を行い、その後学生アンケート結果の検証を行う。より効果の高い専門ビジネス日本語教育を目指すものである。

4. 授業実践

4-1 対象学生

本授業の実践は2017年度前期（2017年4月から9月まで）に実施した。学生は1年生で、国籍は、中国6名、ベトナム5名、ミャンマー・ネパール・バングラディシュ・インドネシ

ア・スペイン・イタリア・トルコ・日本（ノンネイティブ）各1名の計19名で、日本語レベルはN2からN3程度であった。

4-2 新シラバスの開発

新シラバスの目標は次の二つである。

- ①デザイン日本語を獲得して、ビジネスレベルで運用する
- ②自分のアイデアや考えを日本人がわかるようにプレゼンする

事前課題として、インターネット等でデザイン作品（教師からの課題）のコンセプトを調べてワークシートにまとめて来る。デザインやファッション、マンガを学びたい学生たちであるから教材の“内容”は学生の志向にあったものを選んでテーマにするとよいと考えた。

授業活動は、まずグループで事前課題の共有を行う。これはクラスメートとのおしゃべりのような軽い雰囲気、学習モチベーションの維持向上につなげるのが目的である。続けて教室のホワイトボードにクラス全員が課題に出したテーマについてのキーワードや短い説明文を書く。用語や表現を共有し、必要に応じて教師による語彙や表現を補足する。他者の意見を見たり聞いたりして、アイデアや発想を広げることが狙いである。それから個人作業で発表原稿のための作文（400字）を記述する。400字は流暢に話すことができれば1,2分のプレゼンにもなるので、負担は大きくないと考えた。最後にクラス全体に向けて、自分が書いた作文を原稿として発表する。書くだけでなく、聞き手に伝わるように話す口頭能力の向上を目指す。同時に、発表しなければならないという授業への緊張感を持たせる意図もある。

この授業の流れを毎回90分2コマ計180分で実施した。各回の課題は表1のとおりである。

表1 2017年度前期課題として提示した作品の一覧

	授業日	テーマA	分野	デザイナー や ブランド	テーマB
1	4月21日	富士山グラス	立体	鈴木啓太	
2	4月28日	鳥道	映像	teamLab	
3	5月12日	ボールチェア	立体	エーロアー ルニオ	
4	5月19日	32個のキャンベルスープ缶	グラフィック	アンディ ウォーホル	
5	5月26日	BACCARAT PAR MARIE-HÉLÈNE DE TAILLAC	立体	Baccarat	
6	6月9日	にらみつける少女	グラフィック	奈良美智	
7	6月16日	デザインとアートの違い	概念		
8	6月23日	Coca-Cola ボトル生誕100周年	グラフィック	Coca-Cola	
9	6月30日	配色について考える	デザイン 手法		自分の作品のプレゼンする①

10	7月7日	遠近法について考える	デザイン 手法		自分の作品をプレゼンする②
11	8月25日	黒ポスター	デザイン 手法		自分の作品をプレゼンする③
12	9月1日	無印良品パケツ (2016G 賞受賞)	立体	無印良品	自分の作品をプレゼンする④
13	9月8日	カスタ(ユニバーサルデザイン)	立体	長谷川刃物	

課題作品を決める際には、デザイナーとして知っておくべき著名な作品や日本人作家や日本人デザイナー、各賞を受賞した作品を取り入れるようにした。それからグラフィックデザインに偏らないように、立体や映像も採用した。それから母国等で学んだデザインや美術の知識が活性化されるように、基本的なデザインの手法なども取り入れた。また9～11回は教師が提示した課題ではなく学生自身の作品を選択しても良いこととした。これは本授業の目的が学生自身のデザイン作品をプレゼンテーションできることであり、デザインに関する基礎知識を予め持っている学生や専門用語の運用のコツを押さえた学生に関しては、自身の作品をプレゼンテーションする機会が増えるほうが効果的ではないかと考えたためである。

4-3 実際の授業の様子

初回の授業はオリエンテーションも兼ねて、授業の進め方や目的について説明した後、1回目のテーマ「富士山グラス」を教室活動として実施した。初回授業の最後に2回目のテーマ「鳥道」のワークシートを配布し、事前課題としてやって来るように指示した。2回目以降、全員ではないものの事前課題は概ねやってきていた。学生の事前課題は、英語や中国語といった母語を使用したものも見られた。これはしっかり理解したいことの表れとして捉えているが、そのまま翻訳してしまうと日本語として不自然になることもあった。

事前課題を共有するグループワークでは、なるべく同じ国籍の学生だけにならないように配慮した。学生はお互いに課題を見合って、コメントしたり質問したりするなどしていた。あまり発話が起らないグループでは教師がファシリテートし、意見交換が促進されるように促した。

その後、ホワイトボードを使った全体共有では、学生が書く際に既に他の学生が書いたコメントと重複して書かないように指示した。これによって学生は自分のコメントだけではなく、他者のコメントにも配慮し自分だけのコメントを書くようになっていった。

この後に、400字の作文に移る。各自事前課題でまとめてきた内容に加えて、クラス活動での他者の表現に気づきを得て、次第に思考やアイデアを深掘りし、学期の最後には400字の原稿用紙をほぼ埋めるまでに文章を書くようになった。時間は30～45分程度かかるが、このように授業の時間を割いて手書きで書かせるのは、限られた時間で内容をまとめて書く練習をさせたいからである。PC等で書かせるとHPからの引用が見られ、自身の言葉で表現する練習にならないため、手書きで自らの日本語力をフル活用して、表現させるようにしていた。

次に全体に向けてのプレゼンテーションであるが、ホワイトボードの前に立って全体に向かって発表するスタイルにした。実際の様子は、作文を原稿としたため、プレゼンテーションというよりも「読む」になりがちだった。そのため、途中からプロジェクターで作品の映像をスクリーンに投影し、ジェスチャーも交え、前を向いて発表できるように工夫した。最

初のうちは、学生は緊張もありうまくプレゼンするのは難しかった。声が小さく漢字の読み間違いやイントネーションが悪いため聞き取りにくい。文法もあやまりが多く理解しにくかった。次第に具体的な改善点を意識してプレゼンテーションに臨む学生が増えてきたり、準備の大切さについての理解する学生も出てきた。作文については発表時間まで、書き終わった学生順に作文をチェックし内容の深掘りや文法のコミを指摘し改善を求めた。プレゼンがスムーズにできるような指導に留め、学期を通して評価は行わなかった。

シラバスを作成している段階では、作品のテーマは学期の途中から「自分自身の作品」に移行しようと考えていた。それは本授業の目的は、いずれ自身の作品やデザインについて顧客に説明することだからである。しばらくは移行期間として課題作品と自分の作品を選択できるようにしていたが、半分以上の学生は課題作品を選択し続けた。この理由を学生にヒアリングしてみると、自身の作品を紹介する自信が無いことと、課題を与えられることの安心感があるようだった。

5. 本実践終了後の授業アンケート結果について

以下表2から表10は、2017年9月前期の最終授業の際にとったアンケートの結果である。アンケートは19名の授業履修者のうち当日2名が欠席したため、17名に取った。国籍は中国、ベトナム、ミャンマー、ネパール、バングラディッシュ、インドネシア、スペイン、イタリア、日本(ノンネイティブ)の9か国。概ね20代でうち男性が5名で女性が12名である。アンケートの方法は、アンケート用紙を配布し手書きで記入するように指示した。

表2

質問1. 印象に残っている課題、好きな課題は何ですか

富士山グラス	2
鳥道	1
ボールチェア	3
32個のキャンベルスープ缶	0
BACCARAT PAR MARIE-HÉLÈNE DE TAILLAC	1
にらみつける少女	0
デザインとアートの違い	0
Coca-Cola ボトル生誕100周年	1
配色について考える	0
遠近法について考える	0
黒ポスター	1
無印良品バケツ (2016G 賞受賞)	1
カスタ (ユニバーサルデザイン)	4
自分の作品	2
ない	1

表 3

質問 2. 文法や発音に注意して話していますか

文法に注意して話している	13
発音に注意して話している	17

表 4

質問 3. デザインに関する新しい言葉や表現は増えましたか

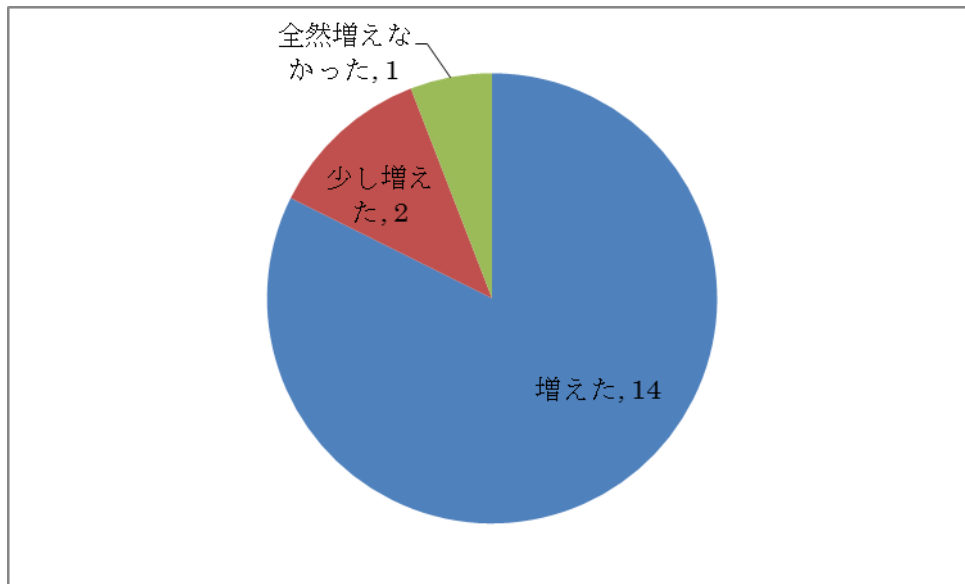


表 5

質問 4. 課題は楽しいですか

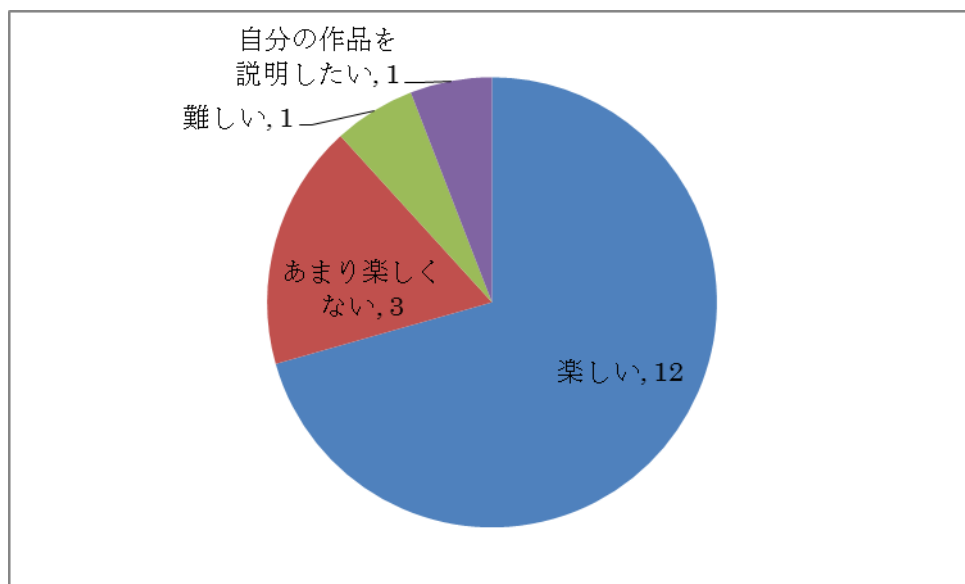


表 6

質問 5. 作文を書くときに、難しいことは何ですか

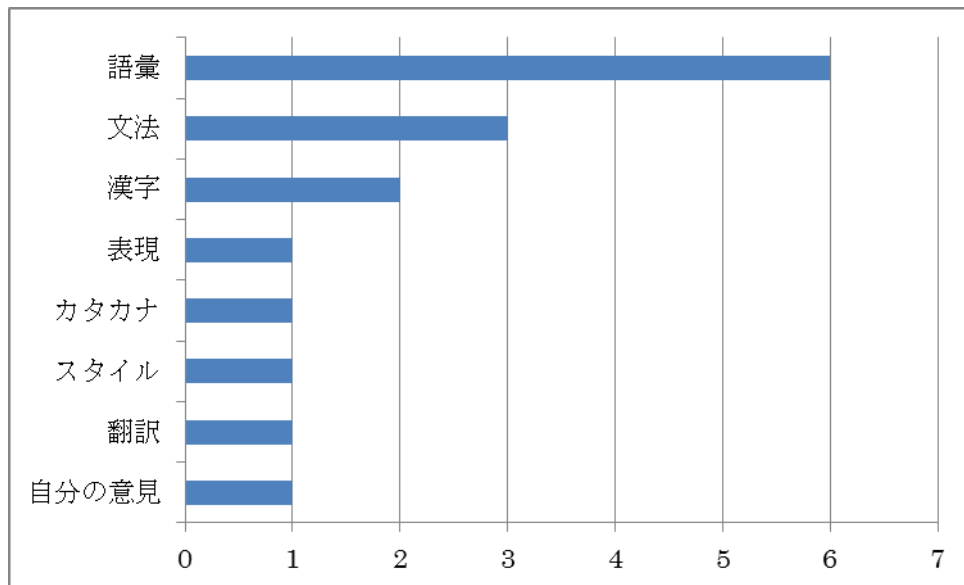


表 7

質問 6. みんなの前で上手にプレゼンできるようになりましたか

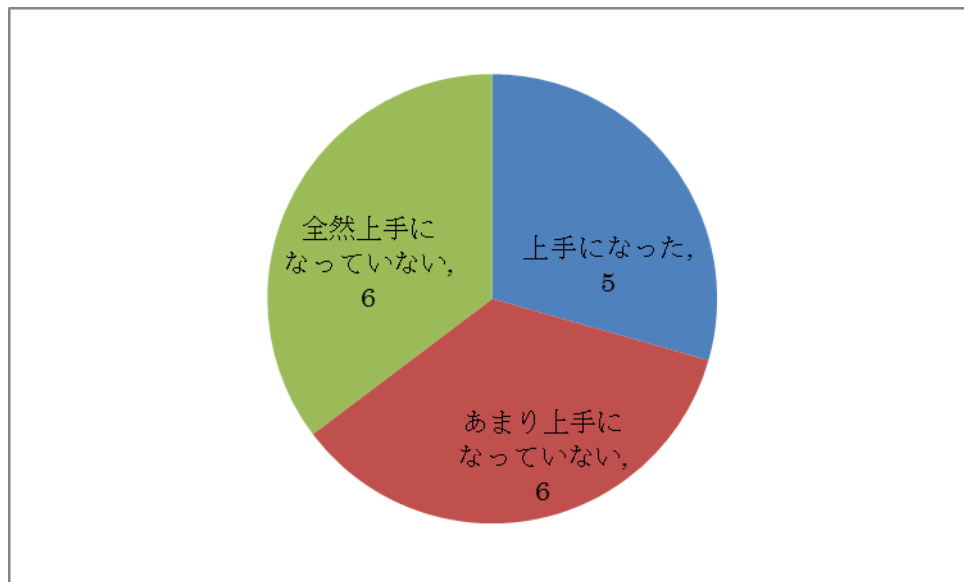


表 8

質問 7. プレゼンがうまくなるには、何が必要だと思いますか

自信	4
勉強	3
イントネーション	2
語彙	1
上手な日本語	1
準備	1
先生のコメント	1
テーマの好み	1
発表	1
練習	1
覚える	1
聞く	1
話す	1

他に、「質問 8.この授業で勉強したいことは何ですか」という質問には、“業界について学びたい”とか、“漢字が読めるようになりたい”，“話す時に使うことば”といった意見があった。また「質問 9.デザインやマンガの授業を日本語で学ぶことはどうですか」という質問には“面白いけど難しい”とか“わからないときがある”，“難しい，わからない言葉がいっぱいある”といった感想に加えて，“今は基本的なスキルを学んでいて新しいスキルはまだ学んでいない”といったスキルに関する感想も出ていた。

6. 結果

上記アンケートの結果を箇条書きにまとめる。

- 学生が志向する絵やデザインのスタイルは様々である
- プレゼンの際に，全員が発音に注意していると答え，文法についてもほとんどの学生が注意していると答えた
- 82%の学生が新しい語彙や表現が増えたと答えた
- 71%の学生が課題は楽しいと答えた
- デザイン日本語を用いて自分の考えを説明する時に，学生は語彙力が足りないと感じている
- 71%の学生がプレゼンスキル向上を認識していない
- 上手にプレゼンする要素として，自信 4 名，勉強 3 名，イントネーション 2 名と複数回答があった。

7. 考察

本研究はデザイン分野の専門性を身につけるためにデザイン系専門学校で学ぶ留学生の日本語力とスキルを高める専門ビジネス日本語教育として 2017 年度に新設した科目「日本

語研究」の授業実践を振り返り，“内容を用いた専門ビジネス日本語教育”によって学生はデザイン日本語を身につけたのか、また、モチベーションにはどのように影響を与えたのかを、前期終了時の学生アンケート結果を分析し、明らかにした。

82%の学生が新しい語彙や表現が増えたと回答しており、デザイン日本語の語彙表現の獲得に対して本実践は効果があったと考えられる。一方で71%はプレゼンスキル向上を認識していなかったため、プレゼンスキルの向上に対して本実践は不十分だった。

次に71%の学生が課題は楽しいと答えていることから、本実践は学生のモチベーション維持に役立ったと示唆される。しかし学生が好きなテーマは様々であり、興味の有無によって事前課題の取り組みに濃淡が生まれるのではないだろうかという疑念が生まれた。但しテーマについては学生の興味があるものに限定するのも教育上不適切であると思われるので検討が必要である。それから今回の研究内容には含まれていないが、モチベーションは出席状況にも関連しているのではないかと考えている。

8. 課題

内容を用いたデザイン日本語指導を実践し、学生アンケートによって振り返った本研究を通して、今後の課題が明らかになった。本研究では学習者のアンケート調査を実施、分析検証して考察としてまとめたものの、この人数では量的な調査とは言えない。しかし本授業を履修する学生は毎年20名程度で、大掛かりな量的調査は難しいため、今後は学習者に対するインタビュー等によって質的研究に切り替え学習者一人一人に注目したい。それから本研究は学生アンケートに基づいて分析検証しているので学生の主観を基にしている。本研究の効果を客観的に明らかにするために、学習者の日本語力の変容について分析検証する必要がある。またもっとも重要な課題はこの授業を受講した学生の追跡調査をして専門ビジネス日本語教育としての効果の検証を行うことである。本研究を足掛かりに実践研究を進めていきたい。

謝辞

まず、本実践の実施及び研究活動に対し、多大なるご理解とご協力くださった池田俊一学院長（横浜デザイン学院）並びに寺内有紀夫副学院長（横浜デザイン学院）に深く感謝いたします。また、査読者からは本研究をまとめる示唆に富んだ有益なコメントをいただくことができ、心より御礼申し上げます。

注

(1) デザイン分野への就職を目指す留学生がビジネスコミュニケーションを図るために身につけておくべきデザインに関する日本語で、デザイン日本語の専門語彙やプレゼンスキル、日本デザインに関する知識、適切な行動がとれる価値観を有すること。

参考文献

(1) 堀井恵子 (2018) 『『ビジネス日本語教育研究の目指すもの』再考—ビジネス日本語研究会の歩みとこれから—』『BJジャーナル』創刊号, pp.3-15.

- (2) 岡崎眸 (1994) 「内容重視の日本語教育—大学の場合—」『東京外国語大学論集』49, 227-244,
- (3) 松尾麻里 (2014) 「美術大学における『内容重視』日本語教育の試み」『女子美術大学研究紀要』44, 142-149.