

CLIL で学ぶビジネスケースと日本語

—ビジネスコミュニケーション能力向上を目指して—

岩井 智重 (東京福祉大学)

要旨

本稿は、都内の大学(本学)で留学生向けのキャリア系科目として導入されたビジネス日本語の授業において、CLIL(Content and Language Integrated Learning)理論に基づいて、ビジネスケースの導入と日本語教育を行った実践報告である。対象者は来年度(2021年度)から日本での就職を希望している学部留学生で、本学の学部4年生、中国人18名とミャンマー人1名であった。CLILは内容言語統合型学習のことで、言語教育とトピックとして伝えられる内容の教育を相互に補完しながら学ぶ教育方法である。また、常に知識の実社会での活用を意識することが重要になるため、本稿においてはビジネスケースを取り上げ、トピックの導入、内容理解(読解)、言語指導(語彙・文法・表現)、学習者同士の話し合い、発表、発表内容を短作文にまとめる課題を通して学ぶ指導を行った。

【キーワード】 ビジネス日本語教育, CLIL(内容言語統合型学習), ケース学習, 学部留学生, ビジネスコミュニケーション能力

1. 背景

本稿は、都内の大学(本学)4年生の学部留学生を対象に導入されたビジネス日本語教育において、CLIL理論に基づいた授業を実践し報告するものである。日本に留学する外国人は年々増加しており、大学等卒業後は日本での就職を希望する留学生も増加傾向にある。独立行政法人日本学生支援機構(2019a)の平成29年度外国人留学生進路状況調査結果によると、外国人留学生の卒業(修了)生総数のうち、日本国内に就職した者は約35%であった。同機構(2019b)の平成29年度私費外国人留学生生活実態調査によると、日本国内で就職を希望する外国人留学生が全体の約65%であったことを踏まえると、希望通り日本国内で就職できた留学生の割合は低いと言わざるを得ない。そこで、日本政府は外国人留学生の就職支援に関する政府の方向性として、「日本再興戦略改訂2016(平成28年6月2日)」(同機構(2019c))において、外国人留学生の日本国内での就職率を3割から5割へ向上させることを閣議決定している。

一方、厚生労働省(2020)の2019年10月末時点での外国人雇用についての届出状況を取りまとめた報告によると、外国人労働者数は165万人を超え、前年比13.6%の増加で過去最高を更新している。このように、日本国内における外国人の雇用は全体として増加傾向にあり、企業は外国人の雇用を必要としていることを示している。また、前述したように日本政府による

留学生への支援体制もある。では、日本国内での就職を希望しながら就職できない留学生は何が問題なのだろうか、どのような能力が不足しているのだろうか、大学においてどのような取り組みが可能なのだろうか、という問題が提起される。

大学での取り組みを検討するにあたり、まず、企業はどのような人材を求めているのか調べてみた。株式会社ディスコ キャリタスリサーチ(2020)の「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する企業調査」(2019年12月調査)によると、企業が外国人留学生を採用する目的と求める資質について次のようにまとめている。

「文系・理系ともに「優秀な人材を確保するため」が最も多く、文系で約7割(69.6%)、理系で8割近くに上り(77.4%)、突出している。また文理とも「日本人社員への影響も含めた社内活性化のため」、「外国人としての感性・国際感覚等の強みを発揮してもらうため」が2,3番手に続いており、外国人である強みを発揮してもらうだけでなく、日本人社員に刺激や多様性に対する意識の醸成など好影響をもたらすことも目的とされていることがわかる。外国人留学生に求める資質については、文理とも「日本語力」が1位(文系59.1%、理系58.2%)、「コミュニケーション能力」が2位(文系47.7%、理系41.3%)。優秀であるのはもちろんのこと、日本語でのコミュニケーション能力を発揮できる人材を求めていることが読み取れる。」

このように、企業では日本語でのコミュニケーション能力を重要視しており、外国人だからこそできる多様なアイデアを積極的に提案するなど、企業を活性化してくれる人材を求めていることがわかる。そこで、企業が求める人材を育成するための一つの試みとして、2020年度に4年次学部留学生向けのビジネス日本語の授業においてビジネスケースを取り上げ、学習者自身の考えを表現し合い、互いにディスカッションしていく過程で実際のビジネス場面で必要な言語知識とコミュニケーション能力の養成を目指して、CLILの授業を実践することにした。

2. CLILの特徴

CLIL(内容言語統合型学習)とは、学習者が特定の教科またはテーマを学ぶことにより、内容の理解と目標言語の運用能力、学習スキルの向上を同時に進めながら、人間的成長を目指す教授法である(Puffer *et al.* 2014)。1990年代にヨーロッパで始まり発展してきたCLILは、いわゆる4C、(1) Content(トピック)、(2) Communication(語彙・文法・発音・談話といった言語知識や話す・聞く・書く・読むといった言語技能)、(3) Cognition(暗記・理解・応用といった低次思考力や分析・評価・創造といった高次思考力)、(4) Culture(Community)(協同学習や国際意識)を組み合わせた教授法である(Coyle, Hood & Marsh 2010)。そして、知識を学び、物事を考え、他者と働く、また、それら知識を使って他者と一緒に思考することは、すべて言葉を通して行われることから、語学力の育成が、CLIL教育全体の成否を握る鍵となる(池田他 2016)と考えられている。だが、CLILはある特定の理論にもとづいて構想された教育方法論ではなく、CBIを始めとする教育実践を足がかりとして、心理学・心理言語学・第二言語習得・応用言語学・教育学・脳科学に至るまで、その時代時代の学問的潮流を取り入れ、ヨーロッパというローカルな文脈に合わせて発展してきた折衷主義的教育実践である(Coyle *et al.* 2010、

青木他 2013)。つまり、様々な教授法のいいところを寄せ集めた教授法といえる。

2-1 ケース学習

本稿では、CLIL 理論に基づいた授業を実践するために、ビジネスケースを導入してビジネス日本語を教えることを試みた。それは、CLIL では常に知識の実社会での活用を意識することが重要になるため、現実社会に実在する企業のビジネスケースを取り上げることで、実際に使うことを意識できると考えたからである。また、自分自身を取り巻く社会で起きていることが題材であるため、学習者の知的好奇心を刺激し、自発的な発話にもつながると考えたことによる。このようにビジネスケースを使って外国語を教えるという「ケース学習」は、事実に基づくケースを題材に、設問に沿って学習者が協働でそれを整理・討論し、仕事場を疑似体験しながら問題解決方法を導き出し、最後に一連の過程について内省を行うところまでの学習である(近藤 2015)。「ケース学習」として実践的なビジネスケースを取り上げた授業の中で、言語知識としてのビジネス日本語を学ぶことで、内容と言語の双方を学習することになる。これは CLIL の理論にも当てはまる。

3. CLIL を学部の授業に導入する意義

従来のビジネス日本語の授業では、モデル会話の提示から始まり、語彙・文法の導入、練習という授業展開が多く行われているが、このやり方では暗記が中心となり、学習者自身が考え、議論し、自分の意見をまとめるという思考力や表現力が身につけにくい。そのため、企業が求めている日本語でのコミュニケーション能力を養うことが難しくなる。だが一方では、学習者は学部の留学生であることから、アカデミックな日本語知識も十分に伸ばす必要がある。さらに、就職活動で必要になる日本語能力試験 N1 レベルの力を養成することも求められる。つまり、学部留学生はビジネス用語なども含めた語彙・文法・表現もないがしろにはできないのである。このような点を考慮し、言語知識としての語彙・文法・表現もしっかり学びつつ、内容としてのビジネスケースを理解しながら思考力を養い、さらにディスカッション活動等を通して企業が求めている日本語コミュニケーション能力を養成することで、総合的なビジネスコミュニケーション能力の向上が期待できる教授法として、CLIL の理論が有効であると考えた。

4. 使用教材の選定

教材としては、『ビジネスケースで学ぶ日本語』を選定した。この教材は、従来よくあるような方法でビジネス日本語を学ぶのではなく、ビジネスケースを使って、ディスカッションなどの協働作業を行う中で、学習者自身の考えを表現し、学習者同士が学び合えるような授業展開になっている。そして、ビジネスケースで使われているテーマは、学習者がよく知っている国際的に認知度が高い企業の事例である。主な授業構成は、授業の初めに前作業として知識や思考の活性化を行い、テーマを導入し、読解(ビジネスケース)につなげ、文章に含まれる語彙・文法・表現を学習する。その後、ペアワークやグループワーク、ディスカッションを通して学習者自身の考えをまとめ、学んだ言語知識やケース内容を使って発表し、それを文章にまとめるという流れとなる。また、この教材は、中・上級レベルの学習者が対象であり、N2~N1 レベルの本学4年次学部留学生にとっての難易度としては適切であった。語彙は、「法人」、「戦略」、

「物流」などのビジネス用語も含まれるが、語彙・文法・表現共にレベルはN3～N1の範囲内のものであり、復習を中心としながらも新しい内容も含まれていることから、運用能力を養うためには適切なレベルであったといえる。そのため、事前に教師のサポートをどのタイミングで、何をサポートするのかを決めておくことで、テキストを中心に使用しながらCLILの理論に沿った授業を行うことが可能であった。

【教材】 『ビジネスケースで学ぶ日本語』高見智子著，ジャパンタイムズ，2014

5. 実践の目的

本学の4年次学部留学生を対象とし、アカデミックな日本語知識も十分に伸ばしつつ、就職活動に必要な日本語能力試験N1対策も念頭に置き、総合的なビジネス日本語コミュニケーション能力の向上を目指す。

6. 授業概要及び学習者の属性

授業概要および学習者の属性を下記に示す。

【授業概要】

期間 : 週2コマ(90分×連続2回) / 合計5コマ
科目 : ビジネス日本語(キャリア系科目)
使用言語 : 日本語のみ

【学習者の属性】

学習者 : 本学の4年次学部留学生
学習者数 : 19名
日本語能力 : 中上級レベル(N2～N1レベル)
母語 : 中国語18名, ミャンマー語1名

7. CLILで学ぶビジネスケースと日本語の実践

7-1 ビジネスケース(コカ・コーラのローカライゼーション)の概要

授業では、『ビジネスケースで学ぶ日本語』のUnit1日本コカ・コーラの「コカ・コーラの日本でのローカライゼーション」を導入した。このビジネスケースは、国際的に認知度が高い、身近な清涼飲料水会社の事例であり、学習者の生活に深く入り込んでいるテーマでもある。

【ケースの内容】

- ・「コカ・コーラ」は米国に本社があるが、各国の法人会社でその国の消費者ニーズに応じた製品開発や販売ができるようになっている。
- ・製品やサービスを、それぞれの国や地域のニーズや状況に合ったものにするをローカライゼーションというが、日本コカ・コーラ株式会社も日本の消費者ニーズに合わせた製品開発・

販売をしており、日本のローカライゼーションは全世界のコカ・コーラの中でも進んでいる。
 ・日本コカ・コーラ株式会社の製品のひとつであるコーヒーの「ジョージア」は、日本で開発されたブランドで、日本コカ・コーラ株式会社の製品の中で一番売れている飲み物ブランドである。 → 日本におけるローカライゼーションの成功例である。

7-2 授業内容

テキストの課題に合わせて、教員からのサポートを適宜行いながら、CLILの4つのCを意識したタスクシート、ディスカッション活動、発表・短作文作成で構成した。

表1 CLIL 授業の設計図

Content (内容)	Communication (言語)	Cognition (思考)	Culture (協学)
Declarative Knowledge (宣言的知識) コカ・コーラ社の 日本における ローカライゼーションにつ いて	Language Knowledge (言語知識) 語彙・文法・表現 ビジネス用語含む 例：語彙（法人・戦略等） 文法「～おそれがある」等	Lower-order Thinking Skills (低次思考力) 暗記（語彙・文法・表現） 理解（要約）応用（発問） 例：練習問題を解く 読解での要約 発問に答える	Cooperative Learning (協同学習) ペア活動・グループ活動 例：自分の国では、どんな 飲み物が販売されている か。それは、誰が、いつ、 どんな時に飲むか、等
Procedural Knowledge (手続的知識) 商品戦略について発表する (プレゼンテーション) 例：販売する製品・理由	Language Skills (言語技能) 話す・読む 書く・聞く 例：読解・発表・短作文・ ディスカッション、等	Higher-order Thinking Skills (高次思考力) 分析・評価・創造 例：あなたの国で、どの製 品を発売するのか決めて、 その理由を説明する	Global Awareness (国際意識) ディスカッション 例：ローカライゼーション 他国における商品戦略につ いて考える

7-2-1 授業の流れ

授業では、一つのビジネスケースを5コマ（2020年5月19日、26日、6月2日）で実施した。但し、今年度は新型コロナウイルス感染拡大防止の観点からオンライン（Zoom）授業で行った。下記に、実際の授業の流れを示す。

表2 授業の流れ(5コマ/1コマ:90分)

	指導項目	活動内容	主なテーマ
第1週 1コマ目	Activating(知識や思考の活性化)	図や統計を読み取る ディスカッション活動 発表	・身近な飲み物について ・コカ・コーラ社について等
第2週 2コマ目	Input(知識を得る)	読解・内容理解・言語学習 音読 語彙・文法・表現提示	・ローカライゼーションについて
第2週 3コマ目	Input(知識を得る)	読解・内容理解・言語学習 発問・応答 語彙・文法・表現練習 応用練習 宿題:各段落の要約	・練習問題 実際に言語を使用することを意識して, 練習問題を解く ・応用練習(自分自身のことを表現する) 語彙・文法・表現を使用して,オリジナルの文を作成する等 ・宿題:理解の定着を促す
第3週 4コマ目	Thinking(思考)	分析・評価(判断して検証する) ディスカッション活動 発表	・日本や自分の国では,どんな飲み物が販売されているか。それは,誰が,いつ,どんな時に飲むのか,等
第3週 5コマ目	Output(表現)	創造(計画する) ディスカッション活動 発表・短作文	・あなたの国で,日本コカ・コーラ社のどのオリジナル製品を発売するかを考え,なぜ,そう決めたのか,自分の考えを発表する。その内容をタスクシートにまとめる

7-2-2 サポート内容と工夫点

◇ 第1週(授業時間:90分×1コマ,受講者:19名)

1コマ目:Activating(知識や思考の活性化) / 図や統計を読み取る

ディスカッション

:身近な飲み物について

コカ・コーラ社について等

● サポート

- (1) インターネットから清涼飲料水の写真を提示(導入):既存の知識や経験の活性化
- (2) 日常的にどのような飲み物を飲んでいるか(口頭での発問):経験・意見を聞く

● 個人タスク

- (1) 普段飲んでいる清涼飲料水について考えてから,コカ・コーラ社に対するイメージなどをタスクシート(資料1)にまとめて提出する
- (2) 図や統計(テキスト内のものを使用/インターネットからの情報を補足)を見て,口頭で

説明する → その後、タスクシート(資料2)にまとめて提出する

- ディスカッション活動
4~5人のグループに分かれる
- (1) 飲み物の消費傾向について、日本と自分の国を比べる
自動販売機のメリットとデメリットについて考える
- (2) グループごとに発表する
- (3) 発表内容をタスクシート(資料3)にまとめて提出する

※ Zoomのブレイクアウトルーム機能を使って実施

※ タスクシート(資料1~3)は、授業前に学習者にメールで送り、授業後に各自課題をタスクシートにまとめて、メール添付で提出してもらった。今回は、オンライン授業であったためメールで課題を回収し、教員から学生へのFBは、課題についてのコメントのみメールで返信した。

◇ 第2週(授業時間:90分×2コマ,受講者:19名)

2コマ目:Input(知識を得る) / 読解・内容理解・言語学習

音読

: 語彙・文法・表現提示

: ローカライゼーションについて学ぶ

- サポート
- (1) 学習内容の提示: キーワードと概念の説明
- (2) 語彙・文法・表現の説明
- (3) 日本コカ・コーラ社のブランド製品の写真を提示(複合的インプット): 理解を促す
- 個人タスク
- (1) 音読
- (2) ビジネス用語や、文法に下線を引く(言語形式に意識を向ける)
- (3) 語彙の読み方と意味を確認する

3コマ目:Input(知識を得る) / 読解・内容理解・言語学習

発問・応答

: 語彙・文法・表現練習

: 応用練習(自分自身のことを表現する)

: 宿題/各段落の要約

- サポート
- (1) 読解内容について口頭での発問・応答(内容理解)
- (2) 適宜、語彙・文法説明を補足する
- (3) 他の言語形式と比較させる(口頭での発問・応答)
- 個人タスク
- (1) 内容確認問題(教科書の問題を使用)

- (2) 内容に関する空欄補充練習(教科書の問題を使用)
- (3) 語彙練習/文法練習/表現練習など(教科書の問題を使用)
- 宿題/各段落の要約(理解の定着を促す), 文法練習問題(自習用/資料4)

※ 宿題の要約練習は, タスクシートを授業前に学習者にメールで送り, 授業後にメール添付で提出してもらった。教員は, 内容理解の誤りや不十分な点を学生にFBし, 再提出させるなどの指導を行った。また, 文法練習問題は自習用(資料4)としてメールで配付した。

◇ 第3週(授業時間: 90分 × 2コマ, 受講者: 19名)

4コマ目: Thinking (思考) / 分析・評価(判断して検証する)

ディスカッション : 日本や自分の国では, どんな飲み物が販売
発表 されているか。それは, 誰が, いつ, どの
な時に飲むか, 等

- サポート
- (1) 授業で学んだ語彙・文法・表現の復習: オリジナルの文を作成(繰り返し練習)
- (2) 清涼飲料水について再確認する(インターネットで提示)
- (3) 日本で売られている飲み物についての話をし, 誰が, いつ, どの時に飲むか等, 学習者の経験から話してもらい(学習内容のインタラクション)
- ディスカッション活動
- (1) グループごとに分かれて, 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドをあなたの国で販売した場合に, 自分の国と日本の状況の同じ点, 違う点(販売に有利な点と不利な点)を話し合い, タスクシート(資料5)にまとめて提出する(学習した語彙・文法・表現の使用を促す)
- (2) グループごとに発表する
- (3) 発表内容について, 質疑応答, クラス全体でディスカッションする

※ Zoomのブレイクアウトルーム機能を使って実施

※ タスクシート(資料5)は, 授業前に学習者にメールで送り, ディスカッションした内容をまとめてから, 授業後にメール添付で提出してもらった。教員から学生へのFBは, ディスカッション内容についてのコメントのみメールで返信した。

5コマ目: Output (表現) / 創造 - 計画する

ディスカッション : あなたの国で, 日本コカ・コーラ社のどの
発表・短作文 オリジナル製品を発売するかを考え, なぜ
そう決めたのか, 自分の考えを発表後,
その内容をプリントにまとめて提出する

- サポート
 - (1) 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドをインターネットで再度提示しながら確認
 - (2) 教員は話し合いの中で出てきた質問などについて適宜サポートする
- ディスカッション活動
 - (1) 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドのどの製品を自分の国で販売したら成功するかについてグループごとに話し合う
 - (2) グループごとに自分の国で販売する日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドの製品を一つ決めて、なぜそれに決めたのか、理由とともに代表者が発表する
 - (3) 発表内容について、質疑応答
様々な意見を聞き、ディスカッションを通して国際的な視野を持つ
他のグループの発表を聞き、各自ノートにメモを取るよう促す

※ Zoomのブレイクアウトルーム機能を使って実施

- 個人タスク
 - (1) 話し合ったこと(選択した製品・理由)をタスクシート(資料6)にまとめて提出する

※ タスクシート(資料6)は、授業前に学習者にメールで送り、ディスカッションした内容をまとめてから、授業後にメール添付で提出してもらった。教員から学生へのFBは、ディスカッション内容についてのコメントのみメールで返信した。

【工夫点】

- A) 実際に社会で起きているビジネスケースであることを理解してもらうために、インターネットを利用して最新情報をできるだけ多く提示するようにした。
 - 第1週 1コマ目
初めの導入の際に、コカ・コーラ社のホームページを提示して、実際の社会と関連づけ、最新情報を得ることから知識や思考の活性化に役立てた。
 - 第1週 1コマ目
図や統計を読み取る際に、その背景知識となるような最新情報(例: 昨年の売上高など)をインターネットから提示し、実社会とのつながりを意識させた。
- B) 言語形式に目を向けるようにし、また、使用するよう促した。語彙や文法などは理解し暗記することも大事だが、運用能力を養成するために使うことを意識させた。
 - 第2週 2コマ目
教科書を音読する際に、その中に含まれているビジネス用語や文法に下線を引かせることで、言語形式に意識を向けさせた。
 - 第2週 3コマ目
語彙・文法・表現の練習をする際に、それらを含めたオリジナルの文を作成し、自分

自身のことを表現することで、実際に使用することを意識させた。

- C) 内容理解と言語学習のバランスが半々くらいになるように注意した。バランスを考えながらも、授業内では考える時間を可能な限り多く取り、また、表現する時間(発表)を作るようにした。そのため、読解の段落ごとの要約練習は宿題とした。

➤ 第2週 3コマ目

読解内容についての口頭発問に対する応答の時間や、語彙・文法・表現練習として自分で考えたオリジナルの文を作成するなどの自発的な活動に多くの時間を割くようにし、各段落の要約練習は宿題とした。

- D) 表現する力をつけるため、正解を問う質問ではなく、自由に答えられる質問を準備した。具体的には次のような発問を行いながら、対話型授業を行った。

(ア) 経験・意見を話す、(イ) 具体例を挙げる、(ウ) 詳しく説明する、
(エ) 理由を説明する 等

➤ 第3週 4コマ目

可能な限り実社会での自分の経験から答えてもらった。例えば、ミャンマーで日常的に人々が飲んでいる飲み物について、具体的にいつ、どうしてその飲み物を飲むのか等 → 「ミャンマーでは、朝はミルクティーをよく飲む、伝統的にお茶を飲む習慣があるため、缶のミルクティーなら、忙しい出勤前のミャンマー人は買うかもしれない」という意見があった。

- E) 内容を理解した上で、分類して比較する分析力、その価値を判断する判断力、そこから、新しい考えを生み出す創造力につながるような授業の流れを意識した。

➤ 第3週 5コマ目

自国での人々の好みや考え方について答えてもらった例では、「中国では缶に入ったコーンポタージュスープのようなものは一般的に飲まれていない。それは、スープのようなものは、自宅で作って飲むものと考えられているので、缶に入ったスープは買わない。人々はそのように考えるので、中国で缶に入ったスープを販売しても売れないと思う。」という意見や、「それに、日本のコーンポタージュスープは甘いので、そういう味が好きではない中国では売れないと思う。でも、中国人の好みの味に変えれば、オフィスなどで小腹が空いたときに飲むかもしれない」という意見があった。

- F) 異文化・多文化間における個人の経験や考えの違いを認識し、視野を広げられるように、国際理解や異文化理解を促進させることを意識した。

➤ 第3週 4コマ目

第3週 5コマ目

工夫点DやEでも触れたが、ミャンマーや中国など学生の出身地での話題から、そこで経験したこと、そのことについての自分の意見が出てくる。そのため、必然的に異文化の情報が入ってくることで、自分が知っている世界とは違う世界があるという認

識をもち、その経験から異文化理解へのきっかけが生まれると考える。

8. 学習者の感想

CLIL で学ぶビジネスケースと日本語の授業後に、学習者から得られたコメントは以下の通りであった。（Google Form にて実施／原文をそのまま記載）

- ・ビジネスの角度からの勉強が楽しい。
- ・以前知らなかった業界を勉強して、面白いと感じて、新しい知識をまなびました。
- ・ビジネス用語をたくさん勉強して、よかったですと思います。
- ・知らなかった単語を勉強することができてよかったですと思います。
- ・コカ・コーラの影響力が想像以上に持っている。
- ・国際的なことがわかりました。
- ・内容がともてわかりやすい。

学習者のコメントからは、概ね関心を持ちながら学習できていたことがうかがえる。また、教師側から学習者の授業中の様子を見ていても、自分の生活圏で起きている事例であることから、語彙も文法も実際に役に立つという意識を持って勉強に取り組んでいるように感じられた。それは、学習者の積極的な参加態度に表れていたように思う。

9. まとめと今後の課題

CLIL 理論に基づいた授業を実践し、全体として効果を実感することができた。従来のビジネス日本語の授業で行われていたモデル会話の提示、語彙や文法の暗記中心の授業から、ビジネスケースを通して語彙や文法を学びながら、テーマに沿って学習者自身が多角的に思考し、さらに協学により思考の幅を広げたことで批判的な思考も深まり、また、自分とは違う意見に多く触れたことで、既存概念の視野を広げることができたのではないかと考えている。そして、このような経験を通して、日本での就職を目指している留学生にとっては特に必要となる、多様な意見を許容できる寛容性も少しずつ育ったのではないかと感じている。

今後の課題を下記にまとめる。

- i. 学習者の課題内容を記述したタスクシートを、今回は教員が回収し、記載内容についてコメントしたが、今後は学習者間でのピア・リーディングなどを取り入れ、学習者相互が学び合える環境も用意したい。
- ii. 学習者の理解度や応用力などを考慮する必要があるが、より学習者主体の授業へとシフトすることも可能なのではないかと感じた。例えば、学習者のオリジナル商品開発など、もっと自由な課題にも取り組んでみたい。
- iii. 今回の「ケース学習」のテーマは、誰でも知っている国際企業の事例であった。そのため、学習者の関心を高めることができたと思うが、今後は、例えば企業が取り組んでいる環境対策など、テーマを一つに絞り、同じテーマにおいて、いくつかの企業の例を取り上げて比較検討するなど、企業の社会貢献度を掘り下げてみたいと思う。自

分たちの未来を真剣に考えるきっかけとなるだろう。

上述のように、CLILの理論に基づいてさらに学習者の主体性を高める授業内容にしていくことで、より良い授業を展開することが可能であると感じている。今後の実践に活かしていきたい。

参考文献

- (1) 青木直子・脇坂真彩子・小林浩明(2013)「日本語と芸術学のコラボレーション—大阪大学文学部におけるCLILの試み—」『第二言語としての日本語の習得研究』第二言語習得研究会, pp. 91-105.
- (2) 池田真・渡部良典・和泉伸一[共編](2016)『CLIL(内容言語統合型学習) 上智大学外国語教育の新たな挑戦』第3巻 授業と教材, 上智大学出版
- (3) 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ(2020)『「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する企業調査」(2019年12月調査)』
<https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2020/01/2019kigyou-global-report.pdf>
(2020年4月13日閲覧)
- (4) 厚生労働省(2020)『「外国人雇用状況」の届出状況まとめ【本文】(令和元年10月末現在)』
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_09109.html (2020年4月13日閲覧)
- (5) 近藤彩(編著)・金孝卿・池田玲子(2015)『ビジネスコミュニケーションのためのケース学習 職場のダイバーシティで学び合う【解説編】』ココ出版
- (6) 高見智子(2014)『ビジネスケースで学ぶ日本語』ジャパンタイムズ
- (7) 独立行政法人日本学生支援機構(2019a)『平成29年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果』
https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_d/_icsFiles/afieldfile/2019/03/29/degrees17.pdf (2020年4月3日閲覧)
- (8) 独立行政法人日本学生支援機構(2019b)『平成29年度私費外国人留学生生活実態調査概要』
https://www.jasso.go.jp/about/statistics/ryuj_chosa/_icsFiles/afieldfile/2019/02/14/ryujchosa29p13.pdf (2020年4月13日閲覧)
- (9) 独立行政法人日本学生支援機構(2019c)『外国人留学生の就職促進について(外国人留学生の就職に関する課題等) 令和元年6月11日文科科学省』
https://www.jasso.go.jp/gakusei/career/event/guidance/_icsFiles/afieldfile/2019/10/02/r1guidance-sessionshiryou_maruoka.pdf (2020年4月13日閲覧)
- (10) Coyle, D., Hood, P & D. Marsh (2010). CLIL: Content and language integrated learning. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- (11) Puffer, C. D., & Nikula, T. (2014). Content and language integrated learning, The Language Learning Journal, vol. 42, No. 2, 117-122.

【参考資料】

資料1～6(タスクシート・文法練習問題)

資料1 第1週1コマ目: **Activating** (知識や思考の活性化)

1. コカ・コーラ社やコカ・コーラの製品に対して, どんなイメージを持っていますか。

自分の考え: _____

他の人の考え(ディスカッションの中で): _____

資料2 第1週1コマ目: **Activating** (知識や思考の活性化)

1. グラフを見てください。どんなことがわかりますか。3つ書いてください。

(グラフ: 地域別1人当たりのコカ・コーラ社製飲料の年間消費量など/教科書のグラフを使用)

① _____

② _____

③ _____

資料3 第1週1コマ目: **Activating** (知識や思考の活性化)

1. 自動販売機のメリットとデメリットについて, グループでディスカッションしたことをまとめましょう。

~~~~~

資料4 第2週3コマ目: **Input** (知識を得る)

● 文法練習問題(自習用)

(1) ~おそれがある

意味) 何か悪いことが起こる可能性がある, と言いたいときに使う。

接続) 動詞の現在形 + おそれがある

名詞 + の + おそれがある

例) a 新型コロナウイルスの患者がさらに増えるおそれがあるため, 出張がキャンセルになった。

b 津波のおそれがあります。

自分で考えた文を2つ作ってください。

① \_\_\_\_\_おそれがあるため, \_\_\_\_\_。

~~~~~

資料5 第3週4コマ目: **Thinking** (思考) / 分析・評価(判断して検証する)

1. 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドをあなたの国で販売した場合に, 日本の状況と同じ点, 違う点(販売に有利な条件と不利な条件)について話し合ってください。

	日本と同じ点(有利な条件)	日本と違う点(不利な条件)
缶コーヒー (ジョージア)		
緑茶(綾鷹)		

~~~~~

資料6 第3週5コマ目: **Output** (表現) / 創造(計画する)

1. 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドのどの製品を自分の国で発売しますか。なぜそう決めましたか, 理由をまとめてください。

|    |  |
|----|--|
| 製品 |  |
| 理由 |  |

【学習者の解答例】

資料1 コカ・コーラ社やコカ・コーラ社の製品に対して、どんなイメージを持っていますか。

自分の考え： コカ・コーラは世界の中で有名な飲み物である。甘い飲み物なのでいっぱい飲んだら健康のためによくないと思います。

他の人の考え： 有名な飲み物なので皆が安心して飲んでいますが。コカ・コーラは甘い飲み物なので嫌いな人はいない。

資料2 グラフを見てください。どんなことがわかりますか。

「1989より2009年はすごく増えています。コカ・コーラ社はコカ・コーラだけでなくいろいろな飲み物を販売しているから皆安心して飲んでいるので消費量が前より上がっています。グラフを見ると太平洋が一番下になっています。その理由は太平洋の人達は健康のためすごく気をつけているからだと思います。」

資料3 自動販売機のメリットとデメリットについて、グループでディスカッションしたことをまとめましょう。

「自動販売機のメリットは24時間買うことで出来て、とても便利です。そして、いろいろな場所に置いてあるから買いたい時すぐ買うことが出来ます。ジュースの自動販売機だけでなく野菜や食べ物、タバコなどの自動販売機があるので、すごくいいと思います。デメリットについては、ポイントを使えない。あとは、一回押し間違いたら変えることができない。クレジットカードと一万円札で買うことができない。」

資料5 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドをあなたの国で販売した場合に、日本の状況と同じ点、違う点（販売に有利な条件と不利な条件）について話し合ってください。

| ミャンマーの例          | 日本と同じ点（有利な条件）                 | 日本と違う点（不利な条件）                |
|------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 缶コーヒー<br>（ジョージア） | 若い人はコーヒーが好きです                 | お茶をよく飲みますから、コーヒーは一部の人がだけ飲みます |
| 緑茶（綾鷹）           | お茶はいつでも飲みます<br>健康のためいいからと思います | お茶は急須で入れて飲むので、缶のお茶を買う習慣がない   |

資料6 日本コカ・コーラ社のオリジナルブランドのどの製品を自分の国で発売しますか。なぜそう決めましたか、理由をまとめてください。

|    |                                                |
|----|------------------------------------------------|
| 製品 | スープを発売する                                       |
| 理由 | 中国では見たことがない商品なので、珍しいと思って、試す人が多いと思って売りやすいと思います。 |