

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 29 年 6 月 12 日現在

機関番号：32675

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26370743

研究課題名(和文) CEFR上位者のビジネス・プレゼンテーションのストラテジー調査と検証法の確立

研究課題名(英文) Investigating the Use of Strategy and Developing Research Methods for Business Presentation of Higher Levels of CEFR

研究代表者

中谷 安男 (NAKATANI, Yasuo)

法政大学・経済学部・教授

研究者番号：90290626

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：CEFR上位者のビジネス・プレゼンテーションのストラテジー調査と検証法の確立を目指し、質的研究手法と量的手法を用いて信頼性と妥当性を高めた。まず英語上位のCレベルの被験者へのインタビューを実施した。次に、公開されている世界的企業の代表者99名の英語スピーチのスクリプトをコーパス化し分析した。これらの結果をもとに明らかになったCSの質問項目を作成し被験者に予備調査を行った。この結果を因子分析で確認し、最終調査項目を選定した。これを240名の被験者に調査し、再び因子分析で統計処理を行い最終的な信頼性のある調査用紙を構築することができた。

研究成果の概要(英文)：This research investigates communication strategy (CS) usage for business presentations. Accordingly, the focus is on how valid information about perception of strategy use during business presentations can be gathered systematically. The study attempted to develop a questionnaire for statistical analysis, named the Business Presentation Strategy Inventory (BPSI). The research project consisted of three stages: intensive interviews with business experts, an open-ended questionnaire study to identify their general perception of strategy for presentations (n = 200); and a final factor analysis to obtain a stable self-reported instrument (n = 240). The BPSI includes seven categories of communication strategies for business presentations.

研究分野：応用言語学

キーワード：英語プレゼンテーション コミュニケーション方略 コーパス分析 ビジネスリーダー 質問紙作成

## 1. 研究開始当初の背景

外国語の学習・教育・能力評価の基本的枠組みである CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) は、自律学習とそれを可能にする学習ストラテジーの習得と運用を目標としている。これらの概念を日本の学習環境に導入する目的で CEFR-J が開発された (中谷, 2013a,b)。CEFR では、CS は英語の発話を通して目標言語を習得する重要なストラテジーとして定義されている (Council of Europe, 2001, p.15)。だが現時点では、日本の英語上位レベルの目標設定は明確でない。特に、CEFR 上位者のプロダクションであるプレゼンテーションの CS に関しては十分な研究は行われていない。このため、上位の C1, C2 レベルのビジネスパーソンが現実の英語使用場面で CS をいかに導入し、どれほど効果があるのか信頼性・妥当性のある規模の大きな調査を実施していく必要があった。

## 2. 研究の目的

本研究の目的は、日本の国際ビジネスパーソンに必要な英語のビジネスプレゼンテーションにおけるコミュニケーション・ストラテジー (Communication Strategy: CS) の実証的調査及び検証法の確立である。CEFR の上位レベル C1, C2 に該当するのは、日本では英語を活用し商取引を行うビジネスパーソンである。このレベルは、プレゼンテーションにおいて CS を駆使する能力も持つと定義されている。しかし、CEFR では実際の場面で、いかに CS を導入し問題を解決するのに関する具体的な報告はなく、その正確な調査方法も確立されていない。

本研究では、これまで明らかにされていない日本人ビジネスパーソンの英語プレゼンテーションの CS 活用について、いかに課題を予測し、聴衆と意味交渉を行い、目的を達成しているのか検証する。まず研究の質的な調査として CS 使用に関して詳細なインタビュー調査を行う。さらに自由記述による調査を行い、研究の妥当性を高める。また TED (Technology Entertainment Design) など公開しているビジネスリーダーのプレゼンテーションの SCRIPT からコーパスデータを構築し、コーパス分析で有効な CS を抜き出す。これらの結果を基に、統計的手法で信頼性の高い調査用紙 Business Presentation Strategy Inventory (BPSI) を構築し、C1、

C2 レベルに必要な CS について、より具体的に正確に把握することを目指すものである。

## 3. 研究の方法

### (1) 予備調査

ビジネスコミュニケーションにおける CS の先行研究を検証し、どのようなストラテジーが重要と考えられているかをまとめる。また、既存の評価方法の問題点を確認する。これらを基に研究代表者と分担者で予備調査で質問すべき項目を絞る。続いて、10 名の国際ビジネスパーソンにインタビューを行う。この結果を SCRIPT に直し、どのような CS を導入しているか調査する。同時に、正確に CS 使用の認識が収集できているか確認し、研究手法の改善を行う。予備調査の結果から、インタビュー手法や、記録方法、分析法などの完成を目指す。さらに研究代表者と分担者でインタビュー協力者のリストを作成し、本格的なインタビューの準備を行う。

### (2) インタビュー調査

国際ビジネスの第一線で活躍する被験者を 50 名選び CS を調査する。インタビューを基にプレゼンテーションで有効な CS の認識の報告をコーパスデータとして保存する。データにテキストマイニングを行い、CS に関する主要な概念を抽出する。特にメタディスコースや緩衝表現を確認する。

### (3) 自由記述によるビジネス CS 調査

インタビュー調査の結果を、より妥当性を高め客観的にするために、自由記述の調査を行う。被験者は 200 名の英語を日常の業務として使用する日本在住のビジネスパーソンである。以下のような質問項目に記述をしてもらう。

1. What do you pay attention most when making a presentation in English?
2. What do you prepare before the presentation?
3. What kind of techniques are effective for a good presentation?
4. When you have some problems or difficulties, how do you solve?
5. How do you start your presentation?
6. How do you organize your presentation?
7. How do you close your presentation?

### (4) TED における CS 調査

TED の 2012 年から 2014 年におけるビジネスリーダー 99 人 分の約 30 万語テキストデータである BTED (Business Topics at TED) を完成した。これを 100 万語からなる FRWON コーパスを参照コーパスとして特徴語分析を行った。

#### (5) 因子分析によるビジネス CS の確定と BPSI の構築

(2)、(3)、(4)の結果を基に、予備調査としてリカート・タイプの質問紙を作成し 100 名の被験者に実施した。データを因子分析し因子負荷量の低い質問項目を除外し、変数間の相関関係を高め、調査用紙の信頼性を改善する。

出来上がった調査用紙を英語でビジネスを行う被験者に実施し、再度因子分析にかけ、日本の C1、C2 レベルに属する国際ビジネスパーソンが使用するストラテジーを確定する。また、この結果から BCSI を完成させる。

## 4. 研究成果

### (1) インタビュー調査結果

50 名の国際ビジネスパーソンへのプレゼンテーションの CS 使用に関するインタビュー調査を実施した。結果として、各自が独自の CS を確立しており、それらを意識的にプレゼンテーションにおいて有効に活用し、聴衆と交渉をしていることが示された。また、これらの結果と先行研究の報告を参照にして調査の質問項目を精選した。

### (2) 自由記述によるビジネス CS 調査

英語をビジネスで使用する 200 名に対して自由記述をしてもらった。これらを(1)のインタビュー調査により抽出された CS と比較を行った。両者で異なるものや、整合性のないものを省き、妥当性の高いと思われるビジネスコミュニケーションにおける CS を選定した。この結果 150 項目のストラテジーが抽出された。これを Nakatani (2006, 2010a) などの研究を参照にし、類似項目や重複するものをまとめていった。この結果、44 項目の英語ビジネスプレゼンテーションのストラテジーを選定した。

### (3) コーパス分析の結果

BTED をコーパス分析ソフト WordSmith 5.0 を使い FROWN コーパスと Key word 分析を行った。Log likelihood 関数を用い、統計的

に有意な特徴語を Keyness 値 15.13 で  $p < 0.0001$  の確率で抽出した。顕著な形で使われていた CS は 注意の喚起、説得、行動の奨励、聴衆誘導のシグナルに関するクラスター表現であった。

### (4) 因子分析によるビジネス CS と BPSI

被験者は、英語によるビジネスケーススタディーでディスカッションを行える能力を保持した人たちである。44 項目の予備調査用紙に無記名で回答してもらった。同時に TOEIC などの英語能力試験の点数や資格を記入してもらった。

被験者の回答結果を Excel 統計で因子分析(直行バリマックス法)を行い、プレゼンテーションの CS を認識しているのか構成概念の調査を行うための質問紙作成を行った。それぞれの項目の因子負荷量を調べ、他の項目と相関関係の低いもの及び負荷量の低い項目を削除した。最終的に 33 項目を精選した。これらの項目を基に 240 名のデータに対し因子分析を行い、結果として固有値 1 以上の 7 つの主要ストラテジー因子を抽出することができた。各因子の項目の負荷量は 0.4 以上である。また、尺度の信頼性に関する Cronbach の係数は 0.8497 であり、高い信頼性が認められた。この 7 つの因子により説明された分散は全体の 53.2% となった。

これらは日本のビジネスパーソンが、英語によるプレゼンテーションにおいて使用しているストラテジーと考えられる。これらのうち幾つかは、先行研究でも概念的に報告されていた。しかし、今回の検証は統計的手法を用いて抽出されたものなので、より明確で信頼性があると言える。

表 1 抽出された 7 つの CS

第 1 因子	聴衆交渉ストラテジー
第 2 因子	用意周到ストラテジー
第 3 因子	情意調整ストラテジー
第 4 因子	流暢さ重視ストラテジー
第 5 因子	簡素化ストラテジー
第 6 因子	非言語ストラテジー
第 7 因子	論理証拠ストラテジー

英語によるビジネスプレゼンテーションでは、発話が一方通行にならないように、常に聴衆を意識し、いかに効果的に自分の意図

へ誘導するかが大切である。また、重要な意思決定が伴うビジネスにおいては、かなり用意周到に準備を行う必要がある。特に、緊張を伴うスピーチの当日は、自分の情意をうまくコントロールし、自信を持って臨むストラテジーが有効である。さらに、英語の発話自体が流暢になるトレーニングは日頃から肝要であろう。時には聴衆に合わせ、理解しやすい表現や重要語句の強調を行う必要がある。日本語を使用する際とは異なるボディ・ランゲージなどを有効に使うことも心がける。注意すべきは、英語コミュニケーションに必須の低コンテキストの手法を用い、数字や証拠を基に相手を説得し、論理的なスピーチの構成による聴衆の発表者の誘導である。このようなストラテジーをプレゼンテーションにおいて効果的に使用できるような、体系的な教授法の構築も必要となってくる。

**表2 BPSI**  
**Business Presentation Strategy Inventory**

英語プレゼンテーションに関するアンケート		日付
あなたが英語でプレゼンテーションをする時に以下の項目であてはまる数字を記入して下さい。		性別 1 男 2 女
5 : とても良くあてはまる, 4 : よくあてはまる	英語プレゼンの機会	1 多い 2 時々
3 : いくらかあてはまる, 2 : 通常あてはまらない		3 まれに 4 全くない
1 : 全くあてはまらない		
A	1 聴衆に伝わっているか確かめる	
	2 相手の立場に立ち分るまで説明する	
	3 最初に聴衆と打ち解けるようにする	
	4 相手の反応を見ながらスピーチをする	
	5 聴衆に質問や問いかけをする	
	6 笑顔やユーモアを心がける	
	7 状況に応じて言葉の使い方を変える	
	8 聴衆の注意を引くように心がける	
B	9 事前にスピーチの練習を多くする	
	10 全体が分かりやすい構成にする	
	11 資料など十分に事前の準備をする	
	12 内容を暗記しておく	
	13 言いたいことを短く的確に伝える	
	14 スピーチ全体の流れや時間配分に気をつけて話す	
	15 質疑応答の準備をしておく	
	16 スピーチのうまい人の例を参考にする	
	17 スピーチを楽しみながら話す	
C	18 なるべくリラックスするように心がける	
	19 自信を持つて話す	
	20 間違いを気にしないようにする	
	21 ポーズを効果的に使う	
	22 できるだけ聴衆の目を見て話す	
	23 イントネーションやリズムに気をつけて話す	
D	24 発音に気をつけて話す	
	25 あせらず、ゆっくり話す	
	26 相手にわかるような大きな声ではっきりと話す	
	27 簡単な英語で話す	
E	28 単純で分かりやすい表現を使う	
	29 重要語句を強調する	
F	30 ジェスチャーや表情をつけて話す	
	31 感情を日本語の時よりおげさに表現する	
G	32 具体例や数字を使う	
	33 論理的な構成になるように話す	

ここで得られた7つの主要ストラテジーと、33の下位項目のストラテジーをまとめて最終的に信頼性の高い調査用紙を完成させた。これを Business Presentation Strategy Inventory (BPSI) を完成した(表2)。妥当性と信頼性の高い質問紙である BPSI を活用すれば、これまでのビジネスプレゼンテーションに関する恣意的な研究も改善することができるであろう。さらに、大学や職場において英語プレゼンテーションの学習などに広く活用することが可能である。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

(雑誌論文)(計10件)

1. 内田諭(2017)「英単語の意味内容と CEFR レベル フレーム意味論に基づいた学習用語彙リストの分析」『言語科学』52, pp.75-85. (査読有)
2. 中谷安男(2016)「ビジネスパーソンの英語プレゼンテーション・コーパス分析：CEFR 上位者の目標設定に向けて」『国際ビジネスコミュニケーション学会研究年報』75号, pp.13-21. (査読有)
3. 中谷安男(2016)「学術論文におけるメソッド章の語彙使用の検証：社会科学, 人文科学, 自然科学分野の国際ジャーナルの分析」『経済志林』84(1), pp.113-135. (査読無)
4. Nakatani, Y. (2016) Exploring Business Communication Strategies Based on CEFR *International Journal of language, Literature and Linguistics* 2-3, pp.86-89. DOI: 10.18178/IJLLL.2016.2.3.72 (査読有)
5. 中谷安男 (2016)「学術論文における効果的なイントロダクションの考察：社会科学, 人文科学, 自然科学分野の国際ジャーナルの検証」『経済志林』83(3), pp.19-45. (査読無)
6. Nakatani, Y. (2015) Effective Oral Presentations by Business People in TED: Implications for Developing CEFR can-do lists, *International Journal of Conceptions on Management and Social Sciences*, 3-4, pp.81-83. (査読有)
7. 中谷安男(2015)「社会科学, 自然科学, 人文科学分野の国際ジャーナルにおける効果的なアカデミック・ライティングの検証」『経済志林』83-1, pp.39-59. (査読無)
8. 中谷安男(2015)「日本企業の新興国マーケティング戦略：ベトナムにおける家電事業の事例研究」『国際ビジネスコミュニケーション学会研究年報』74号, pp.31-41. (査読有)

9. 中谷安男 (2014) 「CEFR の上位者のビジネスコミュニケーション・ストラテジーの検証：英語活用社員の検証」『国際ビジネスコミュニケーション学会研究年報』73, pp.25-34. (査読有)
10. 中谷安男 (2014) 「ラグジュアリー・ブランドのマーケティング・ミックス - シャネル社の香水・化粧品事業のケーススタディ」『同志社商学』65(5), pp.548-562. (査読無)
- [学会発表](計 17 件)
1. Nakatani, Y., Enhancing Learners' Production Ability: Presentation and Academic Writing Skills for Globalizing Process of University Education. 2017 IEDRC Kyoto Conferences. APA Hotel Kyoto Excellent (Kyoto, Kyoto) 2017/3/26
2. Nakatani, Y., Communication Strategies of Business Leaders: Corpus Analysis of Public Speaking. 3rd International Conference on Business and Management. Royal Mirage Deluxe Hotel (Marrakech, Morocco) 2016/11/25
3. Nakatani, Y., Global Education with Business-Academia Collaboration. The International Academic Forum ACE/ACSET/AURS 2016. Art Center Kobe (Kobe, Hyogo) 2016/10/21
4. 中谷安男, ビジネスパーソンの英語プレゼンテーションにおけるコミュニケーション・ストラテジーの検証. 国際ビジネスコミュニケーション学会第 76 回全国大会. 龍谷大学(京都府 京都市) 2016/10/8
5. 中谷安男, 学術論文のイントロダクションにおけるブースターの検証. 英語コーパス学会 2016 年全国大会. 成城大学(東京都 世田谷区) 2016/10/2
6. 中谷安男, アカデミック・ライティングをいかに始めるか イントロダクションのニッチの考察. 第 22 回日英・英語教育学会研究大会. 聖徳大学松戸キャンパス(千葉県 松戸市) 2016/9/25
7. NAKATANI, Y., G. Grant, & Y. Mishina. Implications for Teaching and Learning Academic Writing across Various Disciplines: How to Combine Issues of Theory and Practice. JACET55th International Convention. Hokusei Gakuin University (Sapporo, Hokkaido) 2016/9/3
8. 中谷安男, 国際ビジネスパーソンの英語プレゼンテーション方略：質問紙による質的分析結果の示唆 2016 年度第 1 回国際ビジネスコミュニケーション学会九州山口支部研究会. 久留米大学福岡サテライトキャンパス (福岡県 福岡市)2016/03/12
9. 中谷安男 ビジネスパーソンの英語プレゼンテーション・コーパス分析：CEFR 上位者の目標設定に向けて. 国際ビジネスコミュニケーション学会第 75 回全国大会. 和光大学 (東京都 町田市)2015/10/10
10. Nakatani, Y., Investing the Use of Metadiscourse in EFL Textbooks Based on the CEFR. 4th International Conference "Cross-Curricularity in Language Education". Centre for Further Education (Krotoszyn Poland) 2015/09/11
11. Nakatani, Y. Becoming a Leading Global University in Asia by Developing Research Reputation: Focus on Academic Writing. the 24th MELTA International Conference. The Royale Chulan Hotel, (Kuala Lumpur Malaysia) 2015/06/03
12. 中谷安男, 日本市場におけるラグジュアリー・ブランド確立の戦略：パルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポンの事例研究. 日本貿易学会第 55 回全国大会. 九州国際大学 (福岡県 北九州市) 2015/05/31
13. Nakatani, Y., Evaluating the Use of Oral Communication Strategy for Business Purposes. 1st CULI-LITU INTERNATIONAL CONFERENCE 2014. Pullman Bangkok King Power Hotel. (Bangkok Thailand) 2014/10/16
14. 中谷安男, 日本企業の新興国マーケティング戦略：ベトナムにおける家電事業の事例研究. JBCA 第 74 回全国大会. 神戸市外国語大学 (兵庫県 神戸市) 2014/10/04
15. Nakatani, Y., Implications for Academic Writing: How to Attract Readers' Attention in Science Research Papers. 第 21 回日英・英語教育学会研究大会. 法政大学(東京都 千代田区) 2014/09/12
16. 中谷安男, アカデミックライティングへのアプローチ：国際ジャーナルへ採択される方法. JACET 関東支部第 8 回大会. 青山学院大学 (東京都 渋谷区) 2014/06/29

17. 中谷安男, ラグジュアリー・ブランドの日本市場におけるマーケティング戦略：シャネルとクリスチャン・ディオールのケース・スタディ. 日本貿易学会第54回全国大会 和光大学 (東京都町田市)  
2014/05/31

〔図書〕(計2件)

1. 中谷安男 (2016) 『大学生のためのアカデミック英文ライティング』大修館書店, 総頁 224 .
2. Nakatani, Y. & Smithers, R. (2015) *Global Leadership: Case Studies of Business Leaders in Japan*. Tokyo: Kinseido, 総頁 94. (pp.1-94.)

〔産業財産権〕出願状況(計0件)

〔その他〕なし

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

中谷 安男 (NAKATANI, Yasuo)

法政大学・経済学部・教授

研究者番号：90290626

### (2) 研究分担者

内田 諭 (UCHIDA, Satoru)

九州大学・言語文化研究院・言語環境学部門・言語情報学講座・准教授

研究者番号：20589254