

日本人の英語力の課題

業界固有の文化 (discourse) 理解と、 相手が好感 (politeness) を持つ英語の発信力

グローバル化する企業活動において、日本人の英語のコミュニケーション力にはどのような課題があるのか。英語でのビジネス・コミュニケーションを研究するかたわら、社内研修プログラム開発のコンサルティングを行う明星大学・田中宏昌教授に、その課題と、解決へ向けてのTOEIC® スピーキングテスト/ライティングテスト (略称: TOEIC SWテスト) 活用法を伺いました。

■ 相手企業や業種の文化を ■ 理解した英語の発信力

——先生は企業の英語研修のコンサルティングを行っているそうですが。

はい。ひと言で言うと、グローバルな経済活動を行っている企業、あるいはこれから行おうとしている企業に必要な英語のコミュニケーション力を育成する、研修プログラム開発を行っています。一般的な、不特定多数の企業を念頭においたプログラムではなく、依頼のあった企業にカスタマイズした研修プログラムの開発です。

——一般的なプログラムでは対応できない内容を含むということですか。

はい。例えば、生き残りをかけ、これまで成功してきた自社の技術を使って異業種に進出したいとか、国内では仕事がうまくいくのに海外では全然うまくいかないのでは何かしたいといった経営課題が発生した際、その課題を解決できる人材育成を行うため、人事の方たちは既存の研修プログラムをいろいろと導入します。しかし、期待したほどの成果が上がらず、どういう教育を施せば効果的なのかわからないというケースが多いようです。では、うまく行かない理由は何なのか。それは企業ごとのニーズ、マーケットにおけるプレゼンス、そして企業文化や歴史などが異なるからです。そこで、まずはそれらの分析からスタートし、各企業、業種に適した研修プログラム設計が必要になります。

PROFILE

田中 宏昌 (たなか・ひろまさ)

立教大学経済学部卒、テンブル大学教育大学院博士課程修了。カリキュラム・インストラクション・テクノロジー専攻(教育学博士)。現在は明星大学人文学部教授。専門分野はビジネス社会における英語でのコミュニケーションの研究。1999年から2001年まで、NHK教育テレビ「英語ビジネスワールド」の講師を務めたほか、国内外の企業や団体で、組織開発や社内研修プログラム開発のコンサルティングを行っている。著書に『英語で電話をかける』『英語でEメールを書く』『今日から使えるビジネス英会話』、共著に『新TOEICテスト「倍速」スピードリーディング』など。



——分析はどのように行うのですか。

言語研究の1つに、文脈の中での会話や文章を分析し、人が言葉を使ってどのような伝達行動を行うかを分析するdiscourse analysis(談話分析)という研究方法があり、その手法を使って分析をします。先ほどの例のような業種Aから業種Bに異業種進出する場合、まず業種Aの中で話されている英語や、議事録など文書となった英語を徹底的に分析し、その業種での業界特有の文化・習慣や論理思考(discourse)を洗い出していきます。次に業種Bにも同様の調査・分析を行います。

こうして、使われている英語の奥にある業界特有の文化・習慣や論理思考を把握したうえで、どのような英語のパフォーマンスをしなければいけないかを考えます。

——例えば、金融業界と医薬品業界では、文化・習慣や論理思考が異なるということですね。

そうです。こうした特有の文化・習慣を明確にしたうえで、

具体的な研修プログラムや講師の提案をし、研修を受けるのにふさわしい英語力をもった人材の選出などもお手伝いします。限られた研修費で最大の成果を出すためには、discourse analysisを活用した教育ニーズ分析と、それに基づく研修カリキュラム作成、評価基準が必要なのです。

相手がアメリカの企業だからアメリカの一般的な文化を身につけるとか、イギリスの企業だからイギリスの文化知識が必要というレベルではなく、エネルギー業界の文化、IT業界の文化というレベルで洗い出していかないと、英語を使って仕事をするのが難しいですね。別の言い方をすると、英語のビジネス・コミュニケーション力は、英語力だけを積み重ねていけば万全になるというのではなく、discourse理解という能力も備えていなければなりません。

■ 相手との関係を考慮した、 ■ politenessが伝わる英語

——discourseを理解することのほかに、グローバルなビジネス・コミュニケーションで近年重視されていることはありますか。

「politenessが伝わる英語」があげられます。politenessは「礼儀」と訳されるので、礼儀正しい英語という意味だと思われるかもしれませんが、そうではなく、相手により感じを持ってもらったり、もっと平たくいえば、一緒に仕事をしたら楽しいだろうなと感じてもらえるような英語の発信力を指します。

日本国内ではある業種のリーディング・カンパニーであり、同業他社に対してパワーを発揮できる企業であっても、グローバルな環境に進出すると、相手の外国企業の方がより高度な技術や知識を持っているケースも多く、指導的な立場を取ろうとしても、国内では可能だった優位な取引関係を構築できないことがあります。

このように、今まで日本語でやってきたことをそのまま英語に移しかえてもうまくいかない場合、さきほどの文化・習慣の違いを理解した英語の発信力のほかに、相手との力関係に合わせた英語力が必要になってきます。

別の例をあげると、日本は今までoutward investment (海外投資) 型で、メーカーや銀行が海外へ行って投資をす

るパターンが多く見られましたが、現在はalliance、「一緒に仕事をしましょう」といった関係や、海外の企業が日本に投資するケースが増えています。すると、従来のお金を払う側としての潜在的な優位性は消え、何としても相手に信頼感をもってもらわなければならない立場になります。

最近のビジネス・コミュニケーション研究には、powerとpolitenessという2つのキーワードに注目したものがあります。powerは昔からあったように、自分の言うことを相手にきかせる力です。投資側であれば立場が強いわけですから、さほど上手くない英語でもpowerを発揮できます。ところが「対等に投資しましょう」とか「あなたの会社に投資しますよ」という状況下で自分の言うことを聞いてもらう場合、英語に問題があると相当厳しいものがある。

したがって、ディベートで相手を言い負かす練習をしたとしても、ただ言い負かしてしまったら、allianceも投資を受けることも水の泡になりかねません。では、どうすればいいのか。

——この人と一緒に仕事をしたいと思わせなければいけない。

そうです。それがpolitenessです。それは会議での英語に限りません。会議で激しくやりあっても、休憩時間にはコーヒーを飲みながら雑談ができる。良い感じをもってもらうために、この雑談が極めて重要なのですが、なかなかできない。パーティーに行っても誰も話しかけてくれないという人もいます。

言いたいことは言い、こちらの条件は曲げず、なおかついい感じを与えるという、全く矛盾することを、バランスを取りながら仕事を進めるコミュニケーション力。これが大変重要です。単に押しが強いとか英語を理解できるというだけではうまくいきません。

■ 英語のコミュニケーションは ■ co-constructionで成り立つ

——日本人がグローバルな環境で優れたコミュニケーターになるためには、実際の英語でのコミュニケーションにおいて、具体的にどのようなスキルを身につけるとよいでしょうか。

まず、co-constructionがあげられます。co-construction

というのは「いっしょに作る」という意味ですが、自分の意見を形成していくプロセスはself-constructionではなくco-constructionだと、最近よく言われています。

例えば、会議の席で初めて渡された資料があり、それについてすぐにコメントしなければならないとします。

日本人の場合、事前に資料を読んでおけば何か言えるけれど、その場でパッと見て発言することがなかなかできない。また、会議での発言を観察していると、最初の1時間は全然口をきかず、1時間経過したあたりから発言を始める人が多い。私の研究データから、こんな発言行動の特徴が浮かび上がっています。

こうした行動を取るのには、自分が話すことを頭の中でまとめてから話し始めたいとか、場違いなことを言いたくないなどといった理由があるようですが、国際的な会議を見ていると、初めて見る資料であっても、さっと読んでまず何か意見を言い、ほかの人の反応を見ながら自分の意見を少しずつ修正して考えをまとめていく傾向があります。

——「それってこういうことですね」「あ、そうです」のようなやりとりですね。

ええ。実は、英語でも同じことをやればいいのです。内容が不十分であっても、また万一文法的に間違った英語で話しても、相手は「こういうことですか?」「本当はこう言いたいのでは?」と助け舟を出してくれます。それを受けて自分で軌道修正をしたり、訂正をしたりして意見形成やメッセージの発信を行っていけばよい。英語力の問題もありますが、それとは別の「発言のしかた」を変えていくことも大変重要です。

ビジネス・コミュニケーションにおいて、相手の発言に返答するまでにかかる時間が、欧米人同士の会話データでは最大でも2秒であるのに対し、日本人は4秒程度の間が空くことはひんばんで、中には8秒という例もみられます。この時間差も、英語力の問題にとどまらず、co-constructionで意見形成やコミュニケーションを図ろうとしないのが原因の1つだと思われます。

このco-constructionのほかにも、身につけたいスキルがいくつかあります。例えば、雑談でアメリカ映画の話になったとしましょう。自分はアメリカ映画に関する知識は豊富



で、英語力もかなり高い方だと。ところが、その知識を英語で表現することができず、一言も発言できない。「映画」という箱と「英語」という箱が別々になってしまっていて、自分の意見が言葉にならず、話に入り込めない。この両方の箱をあけて混ぜないと、つまり、実際に英語でアウトプットしてみないと、せっかくのよい意見・知識を英語で発信できませんね。

こうならないようにするためには、伝えたい意見や知識を英語で言う訓練をしておく一方で、みんなが話しているときに発言権を取る、いわゆる「フロアを取る」テクニックを身につけたり、自分と相手が同時に話し始めたときに自分の発言を優先させるスキルを習得したりしておくことも必要です。

■ 課題解決に向けて考えられる ■ TOEIC® SWテストの活用案

——企業や業界の文化・習慣に適合したコミュニケーション能力、politeness、意見形成やコミュニケーションにおけるco-constructionといった3つの課題をあげていただきました。そのようなコミュニケーション能力を備えた人材育成に、TOEIC SWテストはどのように活用できると思われますか。

総論として、TOEIC SWテストはグローバル企業内で求められる英語能力を的確に測定する問題内容になっており、非常にオーセンティックなテストだと感じています。

まず、企業や業界の文化理解との関連で言うと、現状の

discourseをつかんだり、刻々変容するdiscourseを理解したりしていくためにはやはり、リスニングやリーディング能力がベースになります。ただ、グローバル化がさらに進む現在では、高度成長期や1980年代と違い、聞いたり読んだりして吸収したdiscourseを、自分のスピーキングやライティング能力にあてはめていく力が必要になっています。

しかしながら、すべての企業、すべての業界のdiscourseを反映したスピーキング・ライティング能力測定のためのテストを作ることは、コストを考へても実現不可能です。そこで、クオリティの高いテストを使いながら、discourse理解を発信力に発展させるポテンシャルをもった人材を見つけ出さなければなりません。

そこで、発信力を直接測定することができるTOEIC SWテストを活用し、そうしたポテンシャルをもった人材を見つけ出すというのが有効な手段として考えられます。そのうえで、個別のdiscourseトレーニングを行うとさらに効果的で良いのではないのでしょうか。

——allianceや、資本投資を受ける側になったという状況の変化に対してはいかがですか。

先ほども触れましたが、以前の日本は技術をほかの先進国から教えてもらう立場にあったため、英語の受信力が重要でした。しかし、現在の日本は技術供与をしたり、外資系企業などと共同で事業を展開したりする立場に変わっています。その結果、受信力をベースにした発信力の強化が求められるようになっていきます。こうした変化に対応できる人材の発掘・育成の面でも、発信力を直接測定でき、さらにその力を伸ばしていくための目標となるTOEIC SWテストを利用することは効果的だと思います。

——コミュニケーションを形成するco-constructionや素早い反応に関してはどうでしょう。

スピーキングの話が多くなってしまったので、ライティングに関連したお話から始めると、TOEICライティングテストに「Eメール作成問題」があります。出題内容は、25語から50語程度のEメールを読んで、それに対する返信メールを作成するというもので、問題数は2問、時間は1問10分。こんなに短い時間で、文章の質、多様性、構成力、語力などが評価されます。この出題内容、形式が非常に現実的

だと思うのは、スピーディーなEメールの返信はグローバル・ビジネスの慣例だからです。

また、ライティングテストには「写真描写問題」がありますが、これも8分間で5問に回答しなければなりませんので、素早い反応を訓練するのに非常によい問題だと思います。

スピーキングテストの方では「提示された情報に基づく応答問題」と「解決策を提案する問題」が注目に値します。前者は、提示された資料や文書が画面にパッと現れ、素早く内容を読みとってから15秒から30秒という短時間で設問に英語で返答します。準備時間は与えられていません。後者はメッセージなどを聞き、そこで問題になっていることを聞き取って解決策を提案する問題ですが、準備時間はわずか30秒です。

今までテストというものは、すべてを読んで理解してからでないと答えられないものでしたが、今お話した問題を含むTOEIC SWテストは、何かを聞いて、あるいは読んで、すぐに英語で発信しなければならないところに1つの特徴があります。「うーん…」と考え込んでみたり、全部見てから自分の意見をまとめたりしては間に合わない。実際のコミュニケーションで必要とされる即時的な反応力・応答力が求められるので、日本人の発言行動を鍛えていくうえで非常に役立つはずで。即答能力が試される点には大変魅力を感じます。

より具体的な活用案としては、海外派遣要員など、すぐに英語でコミュニケーションしなければならない職種につく人材を選抜する際にTOEIC SWテストを活用し、話す力・書く力を直接このテストで測るという使い方が有効ではないかと考えられます。TOEIC SWテストはTOEICテストと合わせ、受信力をベースにした発信力も測定し、適切な人材を選抜するために大いに活用できるでしょう。

海外派遣要員には、1つの文化を形成している企業や業界などの中でオールラウンドのコミュニケーション能力を発揮できる人材が期待されます。アンテナを張り巡らせ、相手がどういう人と仕事をしたいのかをつかみ、それを英語でのパフォーマンスにつなげることができる。これが今必要な、ビジネス・コミュニケーションにおける柔軟性です。そういった意味で、TOEICテストとTOEIC SW

テストを相補助的に活用しながら、受信力を発信力につなげられるような流れを作るとよいと思います。

——最後に、大学ではどのようなTOEIC SWテストの活用方法が考えられますか。

TOEICテストは大学において、入学時のプレイスメントテスト(クラス分けのためのテスト)をはじめ、授業の効果測定や就職活動支援などに活用していますが、TOEIC SWテストも就職活動が始まる前に受験させ、英語力の証明として利用するのが有効な活用案だと思います。海外留学などの成果で高いスピーキング、ライティング能力をもった学生にはより有利な材料になります。就職活動に対する投資はリターンも大きいので、大学側にとっても学生にとっても投資価値は高いでしょう。

英語の発信力が数値で示されることは、企業の人事の

方々にとっても歓迎すべきことです。英語で面接を行っても1人ひとりにそれほど時間をかけられないので、学生の発信力を厳密に判定することは難しいのではないのでしょうか。TOEIC SWテストで測定したスコアは、企業側にとっても学生を採用する際に役に立つ材料になるはずです。日本人の英語のコミュニケーション力にはいろいろな課題があることがわかりいただけだと思います。そうした課題を解決していくためには何といても、受信力をベースにした発信力の育成が急務です。TOEIC SWテストが企業や大学だけでなく広く活用され、発信力を含めた英語コミュニケーション能力を土台として、日本人が優れた、そしてpolitenessを感じさせる英語のコミュニケーターになることを期待しています。