

英語ビジネスディベート導入効果 の示唆：学習者認識に関する テキストマイニング分析

中 谷 安 男

1. はじめに

日本企業は急速なグローバル化に直面しており、それに対応できる人材育成も急務となっている。国際協力銀行（2023）は2022年の代表的な日本企業534社を調査した結果、海外売り上げ比率は39%で生産比率は35.7%と報告している。おおよそ日本企業は3分の1以上を海外とのビジネスに依存していることになる。特に海外売り上げは2001年の27%から大幅に増加している。理由として国内市場の縮小や、アジアを中心とした国々の経済発展による海外市場の拡大がある。JETRO（2023）によるとグローバルビジネスに関して7割の企業が変革の必要性と、その手段として人材獲得の重要性を認識している。今では、外国人材を雇用している企業は50%を超えた（p.44）。

一方、日本経済団体連合会（2022）の報告では、海外ビジネス展開のスピードに本社のグローバル人材育成が追い付かない企業が多い。¹海外市場における営業や交渉力の向上、社内における国際化および異文化理解の促進などが課題と指摘されている（P.2, P.18）。

端的にいうと、今や国際ビジネスの共通語である英語の活用力が問題という指摘もある（吉原 他, 2001）。このため、大学等においても英語力向上

の取り組みが求められている（嶋内，2012）。しかしながら，小井川ら（2017）が述べているように，大学のグローバル人材輩出を目的とした効果的な指導の報告は少ない。英語による交渉力を身につけるための指導手順や，その評価もあまり行われていない（中谷，2022）。

ただし英語が話せるだけでビジネス交渉を実践できるわけではない（佐藤，2017）。Alén et al.（2015）が述べているように，欧米の大学では交渉力を習得しリーダーシップを構築する手法として，ディベートが積極的に活用されている。例えば毎年「世界学生ディベート選手権（World Schools Debating Championships）」が開催され，世界中50以上の国から学生が参加する。

このように海外ではディベート教育の重要さと有効性が認識されているが，残念ながら日本における導入事例の検証は多くない（Nakatani，2023）。そもそも日本では言葉を使って論争するという文化が希薄であり，英語教育の主流としてディベートを扱うのは困難だと考えられている（岡田，2014；杉本，2017）。また英語ディベートを取り入れた大学においても，参加した学習者の具体的活動や，達成感，課題認識を調査した研究は少ない（内藤・西村，2018）。

本論は以上の点に注目し，日本で経済学・経営学を専攻している大学生のべ51名が英語ビジネスディベートに参加した成果を報告する。具体的には，日本企業2社のグローバルビジネスを比較し，関連の英語ディベートを実施した。授業終了後，自由記述の質問項目に回答してもらった。このデータをテキスト・マイニングソフトで解析し，回答の特徴語やクラスター分析を行った。結果として，参加者は英語ビジネスディベートの有効性を把握し，その効果を認識していることが示唆された。

2. 研究背景

ここでは先行研究の成果と課題を精査し，本研究の目的を明示する。

2.1 グローバルビジネスにおける人材開発

Ulrich他（2017）は、グローバルな環境において、国内をターゲットにしたビジネスとは異なる人材育成を提言している。特に異文化理解や現地の事情把握を積極的に行うことが求められる。このためには相手のビジネス環境や文化的思考法を適切に判断した上でのコミュニケーション戦略（CS: Communication Strategy）の遂行が必要となる（中谷，2021a）。

この目的を達成するためには、英語CSを活用した効果的な交渉力を身に付ける必要がある（Brett, 2007）。具体的には、単に自己主張を行うだけでなく、相手の意見をよく聞き、要望や目的を把握した上で、合意点を見つけて行く（Peleckis, 2014）。また交渉において不利な状況でも、自分の立場や目的を相手に適切に伝えて、合意形成に向けて務める即興力が必要となる（Ziegelmüller and Kay, 1997）。

このような交渉力を養うには、ディベートにおける時事問題の討議が最も有効だと考えられている（Hughes and Phillip, 2000; Graham, 2005）。日本のビジネスコンテキストにおいても、英語ディベート・トレーニングは必須だという主張もある（高雄・薬袋, 2023）

近年、日本の英語教育でも積極的にディスカッションやディベートを取り入れるべきと認識されている（小島, 2017）。だが現状では、英語ディベートを効果的にビジネス英語授業に導入する機関は少ない（三上, 2014）。

2.2 質的データのテキストマイニング

自由記述など質的なテキストデータを定量的に分析する方法としてテキストマイニングがある（Wiedemann, 2016）。これは大量の文書を収集し、使用頻度の高い語彙や、複数語からなるフレーズを抽出する（Budzynska and Villata, 2016）。これにより、調査する文書の特徴語や共起表現が数的な根拠の基に明らかになる（Wiedemann, 2019）。また英語だけでなく、日本語の分析にも活用されてきた（大隅・保田, 2004）。

この分析法の有効なツールとして「KHコーダー」や「ユーザーローカル」がある。前者は、2001年と早い時期からネット上で公開され、様々な機能が無料で活用できた。これまで大学生などの研究に活用されることも多かったが、近年主要なツールは有料化され、卒論研究などに使用は困難になった。² 一方、ユーザーローカルは2025年時点で大学生の研究活動にも無料で活用できる。³

テキストマイニングでは、研究対象とするコーパス (Target Corpus) における使用の多い語彙を単語出現頻度ランキングという表に提示できる。同様に、ワードクラウドの手法で、頻度により文字サイズや単語の並びを制御し、コーパスの全体像が把握可能となる。さらに特定の語彙同士の結びつきの強い共起表現を出現頻度の高い順に一覧表にできる。また、共起ネットワークによって出現語彙同士が直線で結ばれ関連性が図で示せる。

このように、汎用性のある検証手法であるが、これまで経営学などの分野でそれほど多く活用されていない (林, 2017; Moro et al., 2023)。また、ビジネスディベートの参加者による自由記述の意識調査への活用は、ほとんど行われていない (中谷, 2021b)。

2.3 ビジネスディベート

本研究では、英国議会型パラメント形式の競技ディベートを対象とする (Hughes and Phillips, 2000)。このディベートは、社会・時事の汎用的な動議に対して賛成と反対の立場に分かれ、1チーム4名の2チーム、計8名が対戦する。討議するテーマは「動議 (Motion)」と呼ばれ、開始15分前に発表され、事前に予測できない (Bailey and Molyneaux, 2008)。このため、即興的な談話構成力と柔軟な対応が求められる。討議は「賛成 (Pro)」、「反対 (Con)」の交互に行われ、各スピーカーは議論の定義、立証、反論、補強、新たな視点の提示など、役割に応じた論述を行う。各陣営のウィップと呼ばれる最終4番手は議論全体を総括し、自分サイドが優位であることを立証する (中谷, 2020a)。

競技ディベートの特徴は、このように動議が予測不可能で、短時間で討議構築をしなくてはならない（中谷, 2020b）。時には個人の価値観と一致しない立場での主張をする場合もある（Graham, 2005）。そして、幅広い時事知識を持ち、素早く課題を分析するクリティカル思考を要する。また、相手の発言を正確に聞き取り、矛盾を指摘できる能力も要求される。さらに、普段から文献を批判的に読み論点を整理しておく作業が有効となる。その上で、優れたディベートには、論理の構築、的確な反駁、聴衆を引きつける表現力が要件となる。このような活動を通じて相手と交渉し、互いの理解を含め、説得するコミュニケーション方略が身に付く（Broda-Bahm, et al., 2004）。

特にビジネスディベートは、動議が広くビジネス事象を取り扱う内容である（茂木, 2012）。社会問題としてのビジネスに関連する課題をパラメント形式で討議する。

2.4 研究仮説

以上のことから、大学生の英語授業でビジネスディベートの導入効果に関する次の研究仮説を設定し検証を行う。

仮説1 参加者はビジネスディベートの学習効果を認識している

仮説2 参加者は様々なコミュニケーション方略を活用する

3. 研究

本研究は大学英語授業におけるディベートの効果と本格的な導入への示唆を目的とした。参加者には、4つ自由記述に回答してもらった。この結果に基づき前記の2つの仮説を検証していく。

3.1 研究方法

都内の私立大学の経済学部，経営学部における選択英語の異なる3クラスにおいて，授業中に英語パラメントディベートを導入した（n=51，M：33，F：18）。*Global Business Case Studies*の教科書から2つの企業ケースをテーマとし討議に用いた。⁴

1回の授業は100分で，各学期14回の講義で構成されている。各クラス7回目の授業で教科書のChapter 7 Enhancing Internal Communication of a Global Companyで本田技研工業の英語ビジネスケースを学んだ。その後10回目の授業でChapter 10 Creating a Japanese Luxury Brandを使い，トヨタ自動車の英語ケースを取り扱った。

11回目の授業で英語ビジネスディベートに取り組んだ。この際，討議形式の説明，動議の設定と課題の認識を促進した。そして，以下の動議を参加者に提示した。

“Honda is better than Toyota.”

その後，参加者を賛成派・反対派にランダムに分け，15分の準備時間を与えディベートに備えた。参加者は賛成・反対の交互に，それぞれ約2分間で討議を行った。各スピーチの順番もランダムに設定した。

3.2 質問項目

ビジネスディベート終了後，グーグルフォームで，困難な点や有効な手法，学習効果について，無記名で以下の4項目に自由記述で回答してもらった。

- ・自由記述：英語ディベートに関する4項目の質問に日本語で回答
 - 質問1 具体的に何がどのようなことに役に立つと思いますか
 - 質問2 どのような点が難しいと思いましたか

質問3 英語ディベートをしてよかったのはどのようなことですか

質問4 英語ディベート向上にどのような方略が必要だと思いますか

回答をコーパスデータとして収集し、ユーザーローカルでテキストマイニングを行い重要なCS因子を抽出した。

3.3 分析

自由記述回答に対してユーザーローカルのワードクラウド機能で頻度による文字サイズを確認し、コーパスの全体像を把握した。同時に単語出現頻度ランキングを抽出した。また、特定の語彙同士の結びつきの強い共起出現を表にまとめた。最後に、共起ネットワークによって関連の高い語彙同士を直線で結び、コミュニケーション方略を抽出した。なお、記述ミスと思われる語彙や日本語として不適切なものは対象から外した。

4. 結果

以下に参加者の自由記述回答にテキストマイニングを行った結果から、どのようなCS方略が抽出できたのか報告する。

4.1 質問1の回答分析の結果

4.1.1 ワードクラウドと出現頻度

質問1に関する回答のワードクラウドと頻出語彙の結果を図1に示す。

(2) 頻出語彙

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度
意見	Q 13.94	23	思う	Q 0.07	11
相手	Q 0.92	10	役立つ	Q 7.56	7
即興	Q 15.85	7	考える	Q 0.14	7
論理的	Q 13.95	5	聞く	Q 0.09	6
能力	Q 1.16	5	できる	Q 0.05	6
身	Q 0.66	5	伝える	Q 0.36	4
論理	Q 5.10	4	話す	Q 0.12	4
反論	Q 3.59	4	つく	Q 0.09	4
英語	Q 0.45	4	述べる	Q 1.97	3
今後	Q 0.34	4	役に立つ	Q 1.03	3
情報	Q 0.19	4	言う	Q 0.01	3
必要	Q 0.14	4	踏まえる	Q 1.18	2
聞く力	Q 18.24	3	養う	Q 0.75	2
論理的思考力	Q 16.36	3	まとめる	Q 0.11	2
ディベート	Q 9.36	3	生まれる	Q 0.10	2

■ 形容詞	スコア	出現頻度
伝わりやすい	Q 1.61	1
分かり易い	Q 1.56	1
深い	Q 0.02	1
強い	Q 0.00	1
よい	Q 0.00	1

前述のように出現が高いワードを頻度により大きさを、また共起の強さにより隣接する塊として表している。

図1の(1)によると質問の中心概念である「役に立つ」の周りに「意見」,「即興」,「聞く力」がある。また高頻度の表現として「論理的」や「論理的思考力」が大きなフォントサイズで示されている。

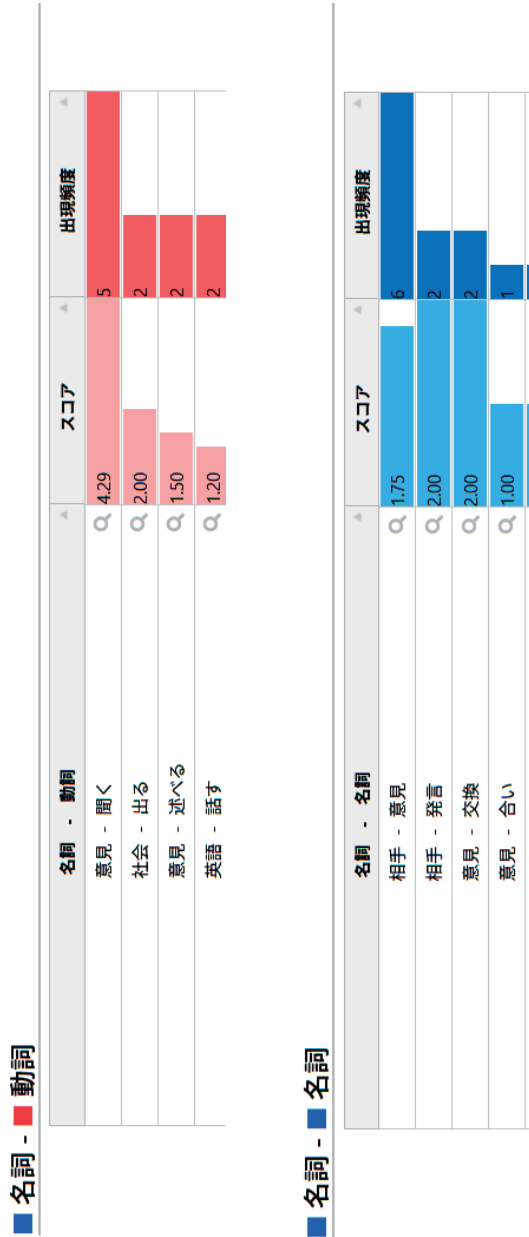
また(2)の頻出語彙の表では名詞と動詞のそれぞれの頻出度ごとに表されている。ここには重要度であるスコアと出現頻度がある。このスコアが高いと、他の通常の文書で出現する割合が少ない、つまり該当コーパスに特有の度合いが高いことを示している。例えば、1番上の「意見」の頻度は23で、スコアは13.94になっている。一方、3番目の「即興」の頻度は7であるが、スコアは1位の「意見」より高い15.85となっている。これは、一般の文書に比べて、このコーパスにおける「即興」の重要度が高いことになる。このように図表のマーカー付き語彙はスコアが高く、他には「論理的」,「論理」,「反論」,「聞く力」,「論理的思考力」等のスコアが高い。この結果が図1(1)のワードクラウドに反映されている。また、形容詞には「伝わりやすい」等がある。

4.1.2 共起ワードとネットワーク

図2に共に出現する頻度の高い共起ワードを示している。上段は名詞と動詞の共起ワードで「意見・聞く」,「社会・出る」,「意見・述べる」等である。下段は名詞と名詞の共起表現で「相手・意見」,「相手・発言」,「意見・交換」等が互いに結びつきがある。

この状況をより詳細に示したのが図3の共起ネットワークである。ここで提示された関連語彙は、「相手・意見・聞く・主張・定める・伝わりやすい」,「アドリブ・能力」,「ディベート・培う・わかり易い・論理的・対応できる」,「今後・ビジネス・場面・交渉・議論・組み立てる・よい」,「社会・役に立つ」,「新た・視点・生まれる」,「英語・話す」等である。

図2 質問1の回答の共起ワード



(2) 頻出語彙

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度
意見	Q 17.40	26	考える	Q 0.18	8
相手	Q 5.52	25	聞く	Q 0.16	8
反論	Q 16.58	10	いける	Q 0.16	6
主張	Q 4.92	8	言う	Q 0.03	6
英語	Q 0.98	6	話す	Q 0.18	5
知識	Q 0.68	4	できる	Q 0.03	5
ティベート	Q 9.36	3	まとめる	Q 0.44	4
即興	Q 4.19	3	聞き取る	Q 3.50	3
瞬時	Q 3.58	3	述べる	Q 1.97	3
自分たち	Q 1.27	3	感じる	Q 0.05	3
用意	Q 0.21	3	いく	Q 0.02	3
内容	Q 0.14	3	踏まえる	Q 1.18	2
英語力	Q 2.84	2	話せる	Q 0.19	2
即座	Q 1.50	2	受ける	Q 0.05	2
フィールド	Q 0.96	2	分かる	Q 0.02	2

■ 形容詞	スコア	出現頻度
難しい	Q 0.65	9
厳しい	Q 0.09	2
素早い	Q 0.35	1
少ない	Q 0.01	1

(1) ワードクラウドの中心には「意見」があり、インパクトの強い語彙として「反論」がある。また「相手」、「反駁」、「主張」、「即興」等がディベートの難しい点と関連があることがわかる。

さらに(2)の出現頻度やスコアの高い語彙の名詞は「意見」、「相手」、「反論」、「主張」である。動詞では「考える」、「聞く」、「聞き取る」、「述べる」、「踏まえる」等となっている。形容詞では「難しい」等がある。

4.2.2 共起ワードとネットワーク

図5に出現する結びつきの強い共起ワードを示している。上段は名詞と動詞の共起ワードである。ここでは、「意見・聞く」、「意見・述べる」、「意見・まとめる」等の共起が現れている。尚、「意見・いける」は日本語として不適切と見なし分析から省いた。一方、下段の名詞・名詞では「相手・意見」、「相手・主張」、「チーム・内容」等となっている。図6には、共起表現の詳しいネットワークを示している。

図5 質問2の回答の共起ワード

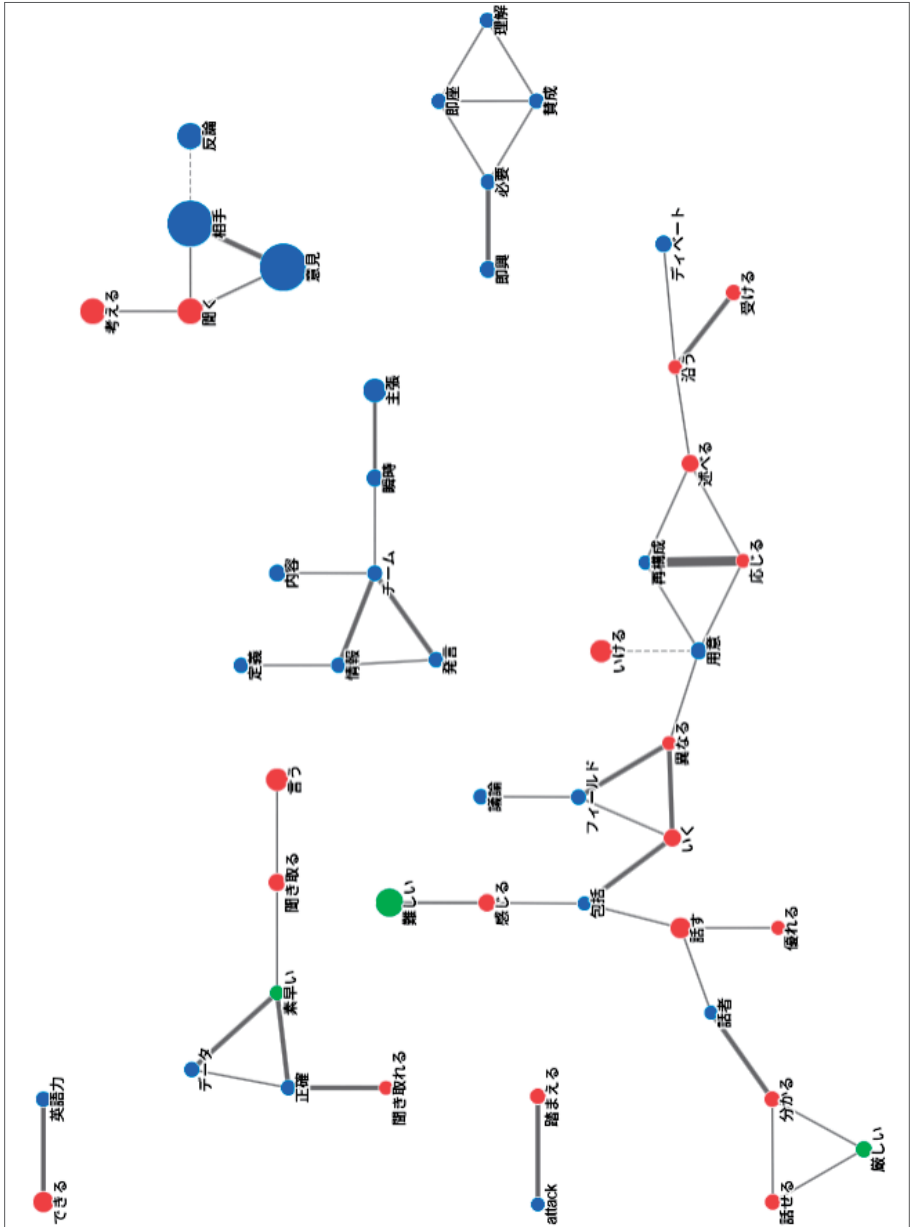
■ 名詞 - ■ 動詞

名詞 - 動詞	スコア	出現頻度
意見 - 聞く	Q 3.33	5
意見 - いける (否: 100.00%)	Q 1.71	3 (否: 3)
意見 - 述べる	Q 1.50	2
意見 - まとめる (否: 50.00%)	Q 1.20	2 (否: 1)
相手 - 言う	Q 0.86	2
意見 - 言う	Q 0.86	2
反論 - 考える (否: 50.00%)	Q 0.67	2 (否: 1)

■ 名詞 - ■ 名詞

名詞 - 名詞	スコア	出現頻度
相手 - 意見	Q 5.78	12
相手 - 主張	Q 1.33	3
チーム - 内容	Q 1.50	2
チーム - 主張	Q 0.67	2
用意 - 意見	Q 0.22	2

図6 質問2の回答の共起ネットワーク



共起ネットワークは「英語力・できる」, 「相手・意見・聞く・反論・考える」, 「データ・正確・素早い・聞き取る・言う」, 「発言・情報・定義・内容・チーム・瞬時・主張」を示す。また, 「即興・必要・即座・賛成・理解」, 「包括・話す・異なる・フィールド・再構成・応じる・述べる・ディベート・沿う・受ける」等もある。

以上の結果として質問2のディベートで経験した困難な点に関して次のコミュニケーション方略が抽出できた。

- ・相手の意見を聞いて考え反論する
- ・データなどを正確に聞き取り素早く発言する
- ・情報や定義, 内容をチームでまとめ, 瞬時に発言する
- ・異なる分野でもディベートに沿って再構成して述べる

4.3 質問3の回答分析の結果

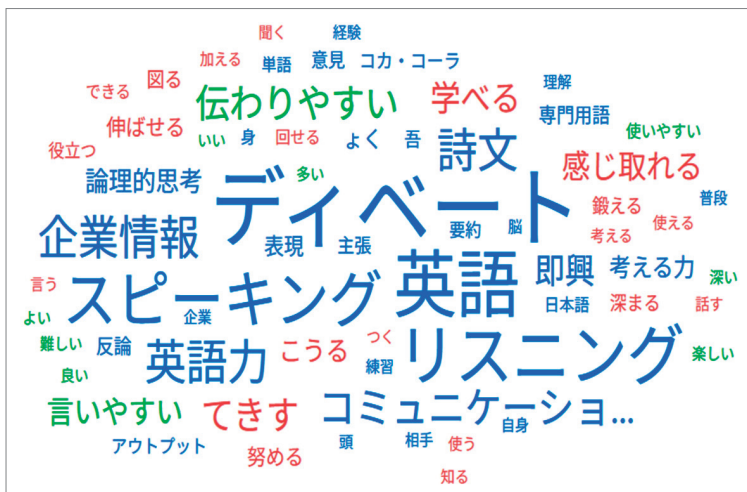
以下に「質問3英語ディベートをしてよかったのはどのようなことですか」の回答に関するテキストマイニングの結果をまとめる。

4.3.1 ワードクラウドと出現頻度

質問3に対する回答のワードクラウドと頻出語彙の結果を図7に掲載している。図の(1)を見ると質問の中心概念である「ディベート」の周囲に「英語」, 「スピーキング」, 「リスニング」がある。さらに「企業情報」「英語力」も比較的大きなサイズで表わされている。

また(2)の頻出語彙の表を見ると, 名詞では「英語」, 「表現」, 「リスニング」, 「英語力」, 「即興」が主要な語彙となっている。動詞で頻度が高いのは「できる」で, スコアの高いのは「学べる」等である。形容詞は「伝わりやすい」のスコアが高い。

図7 (1) 質問3の回答のワードクラウド



(2) 頻出語彙

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度
英語	Q 8.86	19	できる	Q 0.15	11
表現	Q 1.76	7	考える	Q 0.07	5
意見	Q 0.78	5	つく	Q 0.09	4
リスニング	Q 7.31	4	使う	Q 0.02	3
身	Q 0.43	4	言う	Q 0.01	3
理解	Q 0.25	4	学べる	Q 1.45	2
ティベート	Q 9.36	3	鍛える	Q 0.31	2
英語力	Q 5.43	3	使える	Q 0.05	2
即興	Q 4.19	3	話す	Q 0.03	2
主張	Q 0.79	3	知る	Q 0.01	2
日本語	Q 0.34	3	聞く	Q 0.01	2
練習	Q 0.13	3	てきす	Q 1.57	1
相手	Q 0.09	3	感じ取れる	Q 1.35	1
論理的思考	Q 7.35	2	こうる	Q 0.98	1
スピーキング	Q 6.85	2	伸ばせる	Q 0.63	1

■ 形容詞	スコア	出現頻度
難しい	Q 0.03	2
多い	Q 0.01	2
良い	Q 0.01	2
伝わりやすい	Q 1.61	1
言いやすい	Q 1.26	1
使いやすい	Q 0.11	1
深い	Q 0.02	1
楽しい	Q 0.00	1
よい	Q 0.00	1
いい	Q 0.00	1

4.3.2 共起ワードとネットワーク

出現する頻度の高い共起ワードを図8に掲載している。上段は名詞と動詞の共起ワードとなっている。顕著なのは、「英語・使う」、「即興・考える」、「英語・考える」等である。また頻度は低いが、「即興・返す」、「英語・まとめる」なども使われている。

また「名詞・名詞」では、「英語・アウトプット」、「英語・勉強」、「英語・向上」、「英語・ながれ」、「表現・工夫」、「意見・整理」等であるが、頻度は低い。

図9には質問3に対する回答の共起ネットワークの結果を示している。

図 8 質問3の回答の共起ワード

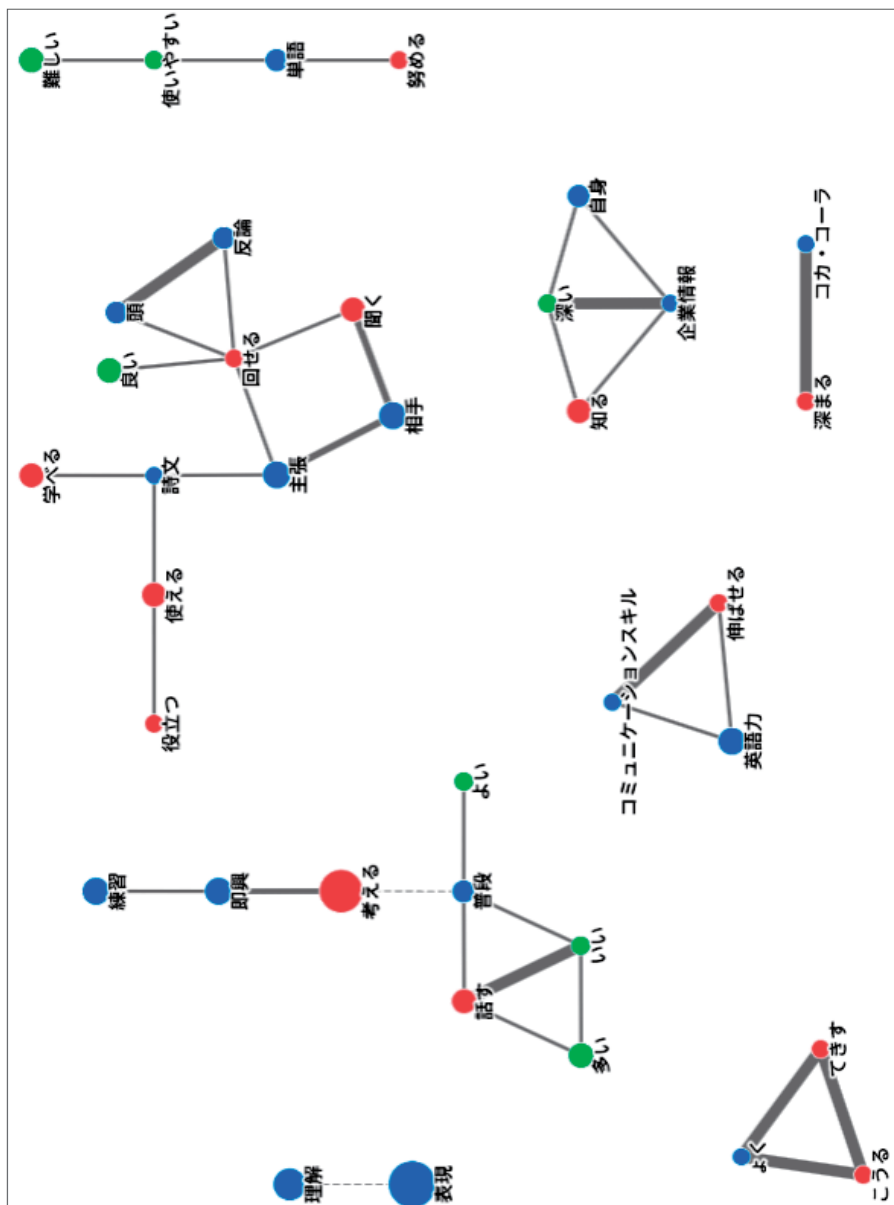
■ 名詞 - ■ 動詞

名詞 - 動詞	Q	スコア	出現頻度
英語 - 使う	Q	1.50	2
即興 - 考える	Q	1.00	2
英語 - 考える	Q	1.00	2
英語 - できる	Q	0.50	2
論理的思考 - できる	Q	0.50	2
即興 - 返す	Q	1.00	1
作業 - 加える	Q	1.00	1
英語 - 触れる	Q	1.00	1
英語 - まとめる	Q	1.00	1
英語 - 学ぶ	Q	1.00	1
英語 - 回せる	Q	1.00	1
コミュニケーションスキル - 伸ばせる	Q	1.00	1
英語力 - 伸ばせる	Q	1.00	1
不足 - 感じ取れる	Q	1.00	1
表現 - つける	Q	1.00	1

■ 名詞 - 名詞

名詞 - 名詞	Q	スコア	出現頻度
英語 - アウトプット	Q	1.00	1
英語 - 勉強	Q	1.00	1
英語 - 変換	Q	1.00	1
英語 - 向上	Q	1.00	1
英語 - 文脈	Q	1.00	1
英語 - 流れ	Q	1.00	1
英語力 - 見直し	Q	1.00	1
リスニング - 不足	Q	1.00	1
体験 - 新鮮	Q	1.00	1
ディベート - 流れ	Q	1.00	1
表現 - 工夫	Q	1.00	1
表現 - 明らか	Q	1.00	1
表現 - 場面	Q	1.00	1
スピーキング - 把握	Q	1.00	1
意見 - 整理	Q	1.00	1

図9 質問3の回答の共起ネットワーク



該当質問に対する語彙同士のネットワークでは、次の項目がまとめられた。「即興・考える・練習」, 「普段・話す・多い・いい・良い」, 「コミュニケーションスキル・英語力・伸ばせる」, 「企業情報・深い・自身・知る」, 「表現・理解」, 「相手・主張・聞く・回せる・良い・頭・反論」, 「難しい・使いやすい・単語・努める」などである。

以上のことから英語ディベートをしてよかった点への回答を通して次のようなコミュニケーション方略がまとめられる。

- ・即興で考える練習をする
- ・多く話すことで英語力・コミュニケーション力を伸ばす
- ・相手の主張を聞き、反論をすることで理解力・表現力をつける
- ・深い企業情報を自分で知る

4.4 質問4の回答分析の結果

「質問4 英語ディベート向上にどのような方略が必要だと思いますか」の回答に対するテキストマイニング結果を以下に示す。

4.4.1 ワードクラウドと出現頻度

質問4に関する回答のワードクラウドと頻出語彙の結果を図10に掲載している。

この図(1)では「英語力」, 「単語力」, 「英語」が回答の中心概念である「ディベート」の周りにある。また「英語」周辺には「思考力」や「論理的思考」がやや大きなフォントサイズとなっている。

(2)の語彙出現表の名詞は、「英語」, 「英語力」, 「ディベート」, 「リスニング」, 「単語力」等がある。動詞では、「思う」, 「増やす」, 「設ける」, 「述べる」等が頻度やスコアが高い。形容詞には「幅広い」がある。

(2) 頻出語彙

■ 名詞	スコア	出現頻度
英語	Q 10.66	21
英語力	Q 19.44	7
知識	Q 1.99	7
意見	Q 1.49	7
必要	Q 0.44	7
ディベート	Q 24.21	6
能力	Q 1.65	6
相手	Q 0.23	5
リスニング	Q 4.62	3
表現	Q 0.34	3
言葉	Q 0.08	3
単語力	Q 11.72	2
思考力	Q 4.74	2
ポキャブラリー	Q 4.49	2
社会問題	Q 3.99	2

■ 動詞	スコア	出現頻度
思う	Q 0.02	6
増やす	Q 0.74	5
考える	Q 0.07	5
言う	Q 0.01	4
説ける	Q 2.25	3
できる	Q 0.01	3
述べる	Q 0.94	2
加える	Q 0.28	2
伝える	Q 0.09	2
話す	Q 0.03	2
おく	Q 0.02	2
感じる	Q 0.02	2
つける	Q 0.02	2
知る	Q 0.01	2
聞く	Q 0.01	2

■ 形容詞	スコア	出現頻度
幅広い	Q 0.96	2
わかりやすい	Q 0.07	1
しやすい	Q 0.07	1
うまい	Q 0.01	1
難しい	Q 0.01	1
いい	Q 0.00	1

4.4.2 共起ワードとネットワーク

図11に共起ワードを掲載示している。名詞と動詞の共起ワードには「英語・言う」、「意見・言う」、「ボキャブラリー・増やす」、「必要・考える」、「語彙・増やす」等がある。名詞と名詞の共起ワードは、「能力・必要」、「英語力・強化」「ディベート・語彙」、「用語・語彙」、「英語・表現」等に語彙同士の結びつきが見られる。

図12には質問4に対する回答の共起ネットワークを記載している。これによると、「相手・聞く・考える」、「最新・幅広い・取り入れ・述べる」、「語彙・用語・ボキャブラリー・増やす」、「わかりやすい・伝える・設ける・言う」、「聞き取る・思考力」、「語彙力・説得力・うまい・くわえる」、「表現できる」等がネットワークとして示された。

図11 質問4の回答の共起ワード

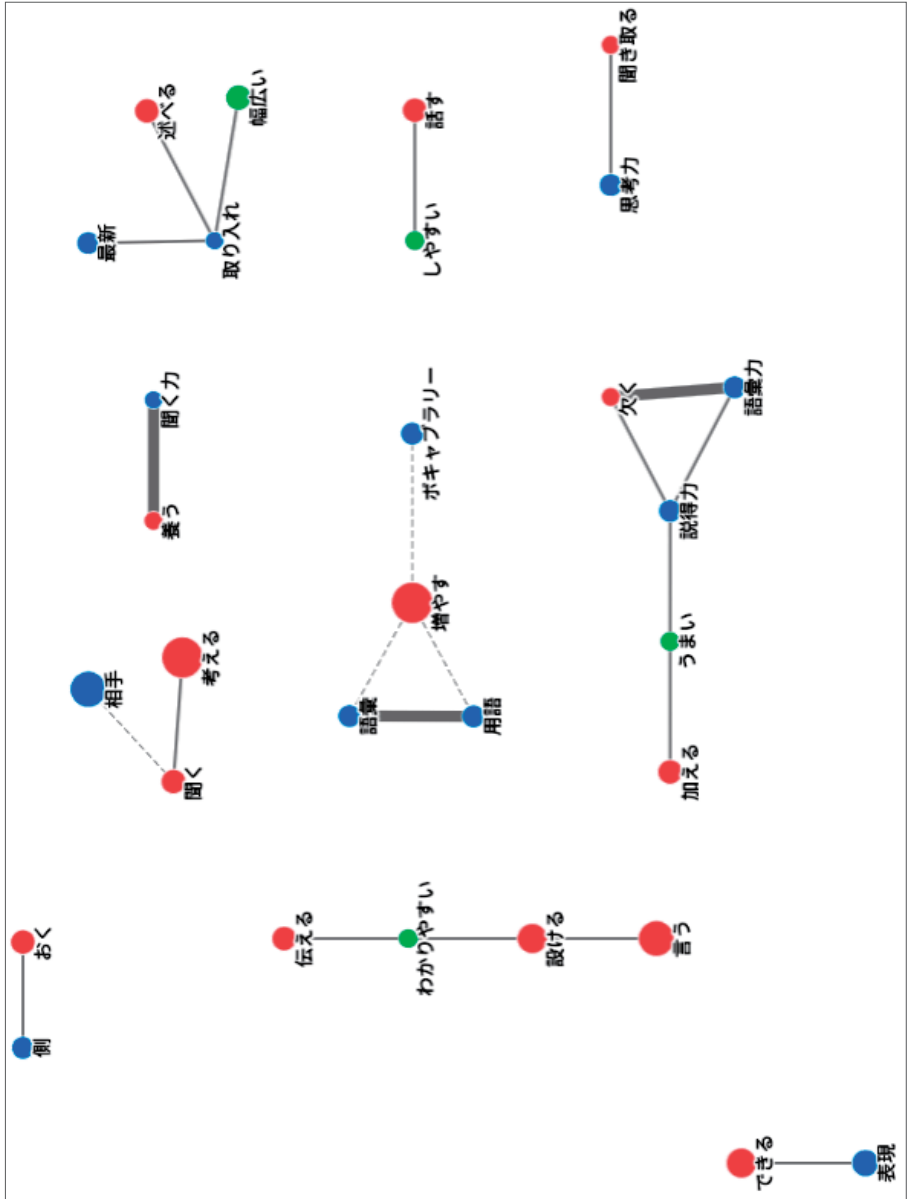
■ 名詞 - ■ 動詞

名詞 - 動詞	Q	スコア	出現頻度
英語 - 言う	Q 1.20	2	
意見 - 言う	Q 1.20	2	
ポキヤブラリー - 増やす	Q 1.00	2	
必要 - 考える	Q 1.00	2	
語彙 - 増やす	Q 1.00	2	
必要 - 思う	Q 0.86	2	
英語力 - 欠く	Q 1.00	1	
英語 - 触れる	Q 1.00	1	
英語 - 行う	Q 1.00	1	
英語 - 得る	Q 1.00	1	
英語 - あげる	Q 1.00	1	
英語 - 使う	Q 1.00	1	
語彙力 - 欠く	Q 1.00	1	
サブ - 鍛える	Q 1.00	1	
ゼミ - 鍛える	Q 1.00	1	

■ 名詞 - ■ 名詞

名詞 - 名詞	スコア	出現頻度
能力 - 必要	1.50	3
英語力 - 強化	2.00	2
ディベート - 語彙	2.00	2
用語 - 語彙	2.00	2
英語 - 表現	1.50	2
英語力 - 向上	1.00	1
英語力 - 上昇	1.00	1
英語力 - 文法	1.00	1
英語 - 発表	1.00	1
英語 - テーマ	1.00	1
英語 - 論文	1.00	1
英語 - コミュニケーション	1.00	1
英語 - スキル	1.00	1
英語 - フレーズ	1.00	1
議論 - 機会	1.00	1

図12 質問4の回答の共起ネットワーク



結果として、英語ディベート向上には、以下のCSが抽出された。

- 語彙や用語，ボキャブラリーを増やす
- 最新の幅広い知識を取り入れて述べる
- わかりやすく伝える
- 相手の発言を聞き取り，理解する思考力を身につける
- 語彙力を活用し，それらをうまく加えて説得力をだす

以上の結果から「仮説1 参加者はビジネスディベートの学習効果を認識している」ことが確認できた。

5. まとめ

多くの日本企業は、国内の少子高齢化に伴い、海外市場でのビジネス拡大を模索している。この中で問題となるのは、グローバルな環境で必須の英語を活用し、ステークホルダーと効果的に交渉し成果を上げる能力を持つ人材の開発である。本論はこの課題を解決する一つの指針として大学における英語ビジネスディベート導入の可能性を考察した。

参加者は事前に、ToyotaとHondaのビジネスケーススタディに取り組んだ後、100分の授業でパラメント形式の英語ディベートに参加した。動議は“Honda is better than Toyota”とし、賛成、反対の交互に英語ディベートを実施した。3クラスの合計51名の参加者に授業終了後、グループワークを活用し4つの質問に回答してもらった。この自由記述に対してテキストマイニングを行った。結果として、次のような18のコミュニケーション方略が抽出できた。

- 1 相手の意見を聞いて主張を定める
- 2 即興性やアドリブ能力を身につける
- 3 論理的思考力を培い、伝わるようにわかりやすく話す

- 4 相手の対話への対応力を構築する
- 5 社会で役立つ新たな視点を持つ
- 6 相手の意見を聞いて考え反論する
- 7 データなどを正確に聞き取り，素早く発言する
- 8 情報や定義，内容をチームでまとめ，瞬時に発言する
- 9 異なる分野でもディベートに沿って再構成して述べる
- 10 即興で考える練習をする
- 11 多く話すことで英語力・コミュニケーション力を伸ばす
- 12 相手の主張を聞き，反論をすることで理解力・表現力をつける
- 13 深い企業情報を自分で知る
- 14 語彙や用語，ボキャブラリーを増やす
- 15 最新の幅広い知識を取り入れて述べる
- 16 わかりやすく伝える
- 17 相手の発言を聞き取り理解する思考力を身につける
- 18 語彙力を活用し，それらをうまく加えて説得力をだす

このことから、「仮説2 参加者は様々なコミュニケーション方略を活用する」が立証できたとと言える。

これらは，4つの質問の回答を単純に抽出したものであり，多少の重複もあり，文の長さや表現方法に統一性のない項目も含まれている。今後は，これらを調整するためにも，18のCS項目をリッカートタイプの質問紙に活用し，大量の参加者から回答を得る必要がある。これに対して因子分析を行うことで信頼性と妥当性のある調査紙を作成することが可能になる。

これまでのディベートに関する方略の恣意的な調査法とは異なり，信頼性と妥当性のあるテキストマイニングでコミュニケーション方略を抽出できた成果は大きい。しかしながらコーパス分析はデータ量の大きい方がより適切な結果を得られる。このため今後は，より多くの被験者に対して同様の手法で大量データを収集し，検証を続ける必要性がある。

謝辞

本研究は JSPS 科研費基盤研究 (C) 23K00684 研究代表者 中谷安男の助成を受けたものです。

注

- 1 「採用と大学改革への期待に関するアンケート結果」日本経済団体連合会 (2022 年 1 月 18 日) <https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/004.html>
- 2 KH コーダー
<https://www.screen.co.jp/as/solution/khcoder>
- 3 ユーザーローカル
<https://textmining.userlocal.jp/>
- 4 Nakatani, Y., and Smithers, R. (2023) *Global Business Case Studies*. Tokyo: Seibido.

参考文献

- Alén, E., Domínguez, T., and de Carlos, P. (2015) University students' perceptions of the use of academic debates as a teaching methodology. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 16, 15-21.
- Bailey, J., and Molyneaux, G. (2008) *The Oxford Union Guide to Schools' Debating*. Oxford: Oxford Union.
- Brett J. M. (2007) *Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions across Cultural Boundaries*. Santa Rosa: Jossey-Bass Inc Pub.
- Broda-Bahm, K., Kempf, D., and Driscoll, W. (2004) *Argument and Audience: Presenting Debate in Public Setting*. New York: IIREA.
- Budzynska, K., and Villata, S. (2016) Argument Mining. *IEEE Intelligent Informatics Bulletin*, 17-1,1-6.
- 国際協力銀行 (2023) 『わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告—2023年度 海外直接投資アンケート結果 (第35回)』株式会社国際協力銀行企画部門.
- Graham, F. (2005) *Playing at Politics*. Edinburgh: Dunedin Academic Press.
- Hughes, D., and Phillips, B. (2000) *The Oxford Union Guide to Successful Public Speaking*. London: Virgin Publishing.
- JETRO (2023) 『2022年度 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査』JETRO.
- Kęstutis, P. (2014) International business negotiations: Innovation, negotiation team. *Preparation Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 64-73.
- 小島ますみ (2017) 「ディベートやアカデミック・ライティング指導をとおしたメタディスコース指導効果の検証」『中部地区英語教育学会紀要』46, 293-303.
- 小井川広志・藤岡里圭・飴野仁子 (2017) 「日本企業の海外展開とグローバル人材育成の課題と展望」『関西大学商学論集』62-2, 1-42.
- 三上貴教 (2014) 「グローバルに民主主義を支えうる人材育成のための英語ディベートについて」『広島 平和科学』35 : 39-59.
- Moro, S., Pires, G., Rita, P., and Cortez, P. (2023) Discovering ethnic minority business research directions using text mining and topic modelling. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25-1, 83-102.
- 茂木秀昭 (2012) 『ビジネス・ディベート』日本経済新聞出版.
- 内藤真理子・西村由美 (2018) 『大学生のためのディベート入門：論理的思考

- を鍛えよう』ナカニシヤ出版.
- 中谷安男 (2020a) 「オックスフォード大学におけるリーダーシップの学び方」『経済志林』 88-1・2, 97-123.
- 中谷安男 (2020b) 「オックスフォード・ユニオンと大学のディベート組織におけるエスノグラフィー調査：世界のリーダーを輩出するシステム」『経済志林』 88-1・2, 125-157.
- 中谷安男 (2021a) 「グローバルリーダーによるコミュニケーション・ストラテジーの検証：オックスフォード・ユニオンとチャーチル」『経済志林』 88-4, 173-200.
- 中谷安男 (2021b) 「ディベートにおけるコミュニケーション戦略：オックスフォード・ユニオンとグラッドストンの分析事例」『経済志林』 89-1, 1-31.
- 中谷安男 (2022) 『オックスフォード世界最強のリーダーシップ教室』中央経済社.
- Nakatani, Y. (2023) Enhancing English debate instruction through scientific methods: Utilizing corpus analysis with concordance software. In Bajpai, C.S., Paul, R., Rai, P., and Singh, A. (Eds.) *Technology Integration in Higher Education: Opportunities and Challenges* (pp. 132-145). Delhi: NLU Press.
- 大隅昇・保田明夫 (2004) 「テキスト型データのマイニング：定性調査におけるテキスト・マイニングをどう考えるか」『理論と方法』 19-2, 135-159.
- 大和里美 (2010) 「キャリア教育における参加型授業の有効性に関する検討：テキストマイニングによる効果分析」『太成学院大学紀要』 12 - 29, 139-149.
- 岡田昭人 (2014) 『オックスフォードの教え方』朝日新聞社.
- 林永周 (2017) 「アントレプレナーシップ論文抄録を用いたテキストマイニング分析」『NAIS journal』 11, 3-8.
- 佐藤博志 (2017) 「大学入試制度改革の課題と展望：諸外国及び国際バカロレアとの比較を通して」『日本教育経営学会紀要』 59, 46-55.
- 嶋内佐絵 (2012) 「日本における高等教育の国際化と「英語プログラム」に関する研究」『国際教育』 18, 1-17.
- 杉本晴重 (2017) 「日本企業が抱えるグローバル問題：企業とグローバル人材の問題について」『開発工学』 36-2, 159-164.
- 高雄慎二・薬袋貴久 (2023) 「ビジネスパーソン教育の基盤としてのディベート」『昭和女子大学現代教育研究所紀要』 8, 33-44.
- Ulrich, D., Younger, J., Brockbank, W., and Ulrich, M. (2012) *Global HR Competencies: Mastering Competitive Value from the Outside In*. New York:

McGraw-Hill.

Wiedemann, G. (2016) *Text Mining for Qualitative Data Analysis in the Social Sciences: A Study on Democratic Discourse in Germany*. Wiesbaden: Springer VS Wiesbaden.

Wiedemann, G. (2019) Text mining for discourse analysis: An exemplary study of the debate on minimum wages in Germany. pp 183–212. In Scholz, R. (Ed.) *Quantifying Approaches to Discourse for Social Scientists. Postdisciplinary Studies in Discourse*. Cham: Palgrave Macmillan.

吉原英樹・岡部曜子・澤木聖子（2001）『英語で経営する時代－日本企業の挑戦』有斐閣.

Ziegelmüller, G. W., and Kay, J. (1997) *Argumentation: Inquiry and Advocacy*, 3 ed. Needham Heights: Allyn & Bacon.

Insights into the Impact of Introducing Business English Debate: A Text-mining Analysis on Learners' Perceptions

Yasuo NAKATANI

《Abstract》

Although the importance and effectiveness of debate education have been widely recognized in many countries, its implementation in Japan remains limited. One of the major reasons is that Japan has a relatively weak cultural tradition of verbal argumentation, making it difficult to incorporate debate as a mainstream practice in English education. Even in universities that have introduced English debate activities, few studies have examined how participating learners actually engage in debates and what kinds of achievements or challenges they perceive.

The perceptions of 51 Japanese university students majoring in Economics and Business Administration who participated in an English business debate were investigated in this study. The students conducted debates comparing the global business strategies of two Japanese companies. After the class, they responded to open-ended questionnaire items. Their written responses were analyzed using text-mining software to identify key words and cluster patterns. The results suggest that the participants recognized the value and effectiveness of English business debate and understood its educational benefits.