

## マーケティング・ディベートの実践

### —上級会話・アカデミックライティングへつなげる—

---

発表者：黒崎 亜美・大手山藍衣子（ラボ日本語教育研修所）

#### 1 はじめに

アカデミック・ジャパニーズでは論理的思考の育成が必要であるとされ、その有効手段としてディベートが取り上げられている。そのため、多くの日本語教育機関でディベートが中級および上級の口頭発表授業として行われている。しかし、小・中学校の国語教育などの影響から、モラル・ディベート、つまり「死刑制度に賛成である／反対である」などのように、価値観、個人の意識などを問う形でのディベートがほとんどである。これらのモラル・ディベートは、様々な国籍、文化、宗教を背景にした学習者が集う日本語学校においては、意見のぶつけ合いに終始してしまい、冷静な分析や論の展開、データの提示など、大学・大学院やビジネスの場でのプレゼンテーションに対応できる能力を育成するには、十分とはいえない。

そこで本稿では、多くの企業などで行われるマーケティング・ディベートを提案する。マーケティング・ディベートとは、マーケティングに関する実例を論題としてとりあげ、二つ以上の企業・企画・商品を比較検討し、クライアントにとって最も利益が得られるものを考えるディベートである。マーケティング・ディベートを行なうことにより、論理的な論の構築、客観的情報の分析および提供などが可能になると考えられる。また、アカデミックライティングに対応できる、上級会話を意識化できることなどを考慮し、いくつかの改善を試みた。

#### 2 先行研究

##### 2.1 ディベートの教育的効果および問題点

松本（1990）では、ディベートの教育的効果を①客観的分析力が身につく、②論理的思考力が身につく、③発表能力が身につく、④よりよい聞き手になれる、⑤情報収集能力が身につく、の五つとしている。これらのうち①と②はアカデミック・ジャパニーズで求められる能力であり、また③④⑤は、大学、大学院での学習活動で不可欠とされる能力といえるのではないかと。

しかし、言語教育においてディベートは、いくつかの問題点も挙げられている。田代（2008）では、ディベートのテーマの一般的知識の不足による認識の誤差、論拠の弱さ、主張の一貫性の揺らぎなどが、実際にディベートを行なった際に、学習者に見られる問題点として挙げられている。

##### 2.2 マーケティング・ディベート

マーケティング・ディベートとは、マーケティングに関する実例を論題としてとりあげ

るディベートである。このディベートでは、二つ以上の企業・企画・商品を比較検討し、クライアントにとって最も利益が得られるものを考え、プレゼンテーションの場で用いられる手法でもある（北岡 1995）。

実際に企業の中で行なわれるマーケティング・ディベートでは、「麒麟のラガービールとアサヒのドライビールでは、どちらが消費者に支持されているのか」「丸井と西武百貨店では、どちらがエクセレントカンパニーといえるか」というシェア競争をテーマにすることが多い。また商品開発の段階で、AとBの商品のどちらを主力商品とするべきかというテーマなどもこれにあたる。

マーケティング・ディベートを取り上げることで、現状および対象になる企画、商品を多角的に調査・分析することが可能になる。また、このマーケティング・ディベートを言語学習の手段として用いる場合、モラルの是非を問うわけではないので、学習者が感情的になることなく、冷静に論を展開し、口頭発表の技術に注目することが可能になる。

稿者の勤務する日本語教育機関では、このマーケティング・ディベートをより学習者に身近な話題での論題にし、無駄な負荷をかけず、論の展開や質問の仕方などの技能に集中できるようにした。

### 3 実践報告

#### 3.1 クラスおよび授業の概要

授業は、平均学習時間 1000 時間程度という学習者（2009 年 4 月からのクラスは A クラスは韓国人男性 3 名、韓国人女性 11 名、B クラスは韓国人男性 4 名、韓国人女性 8 名、ウクライナ人女性 1 名）で行なった。レベルは、日本語能力試験 2 級は合格しており、1 級の学習をしているレベルである。授業回数は、2009 年 4 月から 6 月までの計 10 回（1 回 90 分）である。

各回の詳細は以下のとおりである。

- 【第 1 回】ディベートの紹介。立論の方法を考える。立論を行なう際に、その主張には理由が必ず必要であることを学習する。
- 【第 2 回】論拠として有効な分析・調査の練習を行なう。また、その調査結果をどのようにに報告するとわかりやすいかを学習する。
- 【第 3 回】分析・調査の練習 2 回目。調査した結果を論拠とし、立論を組み立てる方法を学習する。また、ディベートの論題を分析する方法を学習する。
- 【第 4 回】質疑応答の方法を考える。質問することで、相手が持っている情報を十分に引き出す方法を学習する。
- 【第 5 回】相手の主張、その論拠を、整理する方法を学習する。また、質問しながら話し手の考えをより明確にする方法を学習する。
- 【第 6 回】質問を重ねることで、相手の論点の矛盾点を明らかにする方法を学習する。また、「疑問形＝質問」という考えを払拭し、質問と意見の主張の区別ができるようにする。
- 【第 7 回】ディベートの練習。簡単な論題で一連の流れを復習する。その際に、自分の苦手な点を把握する。
- 【第 8 回】前回のフィードバック。ディベート大会の説明
- 【第 9 回】ディベート大会の準備。
- 【第 10 回】ディベート大会

#### 3.2 授業の留意点

ディベートを言語学習の授業として取り入れることを考え、「ディベートそのものを授業



の目的にしない」「ディベート内で反駁を行なわない」という二点を改善した。

### 3.2.1. ディベートを目的にしない

「ディベートができるようになる」という目的では、ディベート内で様々な言語行動が行なわれるため、学習者は、具体的に自分が何ができるようになるのかが見えにくくなる。そこで、ディベートを行なうことを通し、何ができるようになるのかを目的とした授業設計を行なった。学習者には、以下のような授業目的を提示した。

- 1) 情報・資料の読み方、取捨選択、およびその効果的な提示方法を学習する。
- 2) すじみちの通った、一貫性のある論理的な主張の準備の仕方を学習する
- 3) 説得力ある効果的な主張の仕方を学習する。
- 4) 短時間に相手の話を理解し分析する聞き方、質問の仕方を学習する。
- 5) 相手の意見の矛盾を発見し、それを明らかにする方法を学習する。

### 3.2.2. 反駁を行なわない

通常、ディベートは「両チーム立論」⇒「両チーム質疑応答」⇒「両チーム反駁」⇒「両チーム最終弁論」という流れになる。しかし、反駁は「相手の議論が誤っていることを証明し、自分の議論を正当化すること」(松本 1990)と定義される。相手の立論・質疑に対する応答の内容に対し、証拠の内容や出典の信憑性、また出された論の関連性を攻撃するものである。これは、ディベートの中では重要な一技能であるが、会話などでは、非常に危険な行為となる。そこで、反駁を行わず、「立論」⇒「質疑応答」⇒「最終弁論」という流れでディベートを行なった。これにより、学習者に「ディベートは会話の延長線上にある」「(たとえディベートであっても)相手に不快感を与えることのない話し方を考慮する」ということを意識づけた。

## 3.3 考察 (授業)

学習者にとって最も難しいのは、質問するという行為であったようである。難しさには二点あった。

一点は、相手の立論をメモし、その中から質問する部分を見つけ出すということである。相手の立論を正しく聞くことはできても、それらの中から疑問点を見つけ出すことは、非常に難しかった。そのため、まず、ある立論を文章の形で見て、ゆっくりと時間をかけて疑問点を導き出す練習を行なった。このことから学習者は、自ら立論の練習を繰り返すだけでなく、主張部分と、それを裏付ける論拠をどのように提示するかというモデルを多く目にする形になった。これはアカデミックライティングの指導(狭義でいえば、留学試験の記述問題の対策)につながるものといえるだろう。

もう一点は、学習者には「疑問形＝質問」と思っている者も多く、質問をしなければならない場面で、自分の主張を展開させてしまう場面が多々見られた。例えば、「ゼリー状の食品のほうが固形のものより飲み込みやすく、ごみも少ないのではないのでしょうか。」という発話は、確かに疑問の形を取っているが、質問ではなく、自分の主張の叙述である。学習者が事前に、もしくは発話時に、これらに気づくことが難しく、また、気づいてもそれをどのように軌道修正を行なったらいかが、難しいようだった。

## 3.4 考察 (ディベート大会)

ディベート大会では、学習者を3人1チームにわけ、調査・分析、立論の作成、相手チームからの質問の予測などを行なった。テーマは複数用意した。どれもマーケティング・ディベートの論題である。その一例が「事務局のA先生が6月14日(日)にショッピングに行ったとき、次の日の朝食用に買って帰るなら【池袋エチカ「シナグロ・ブランチ」のカルツォーネ(生ハム)】と、【品川エキュート「上海煎包記」のちまき】のうち、どち

らがいいか」である。

一見ごく私的な話題のようだが、参加した学習者は全員「事務局のA先生」を知っており、共通の認識を持っているので、公的であると考えていいだろう。また、こういった論題である場合、「おいしい」「好き」という主観的論拠ではなく、インタビュー、現地調査、試食および商品分析と、多角的に調査をし、客観的論拠を揃える必要が出てくる。

学習者が最も難しかったのは、時間内に立論をおさめること、そして質問である。練習はしたものの、やはり「質疑応答」の時間に、自分の主張を展開させてしまう傾向が見られた。しかし、これらの問題点に自ら気づいており、大会終了後、「質問ではなく意見を述べてしまった」「相手に失礼な言い方をしてしまった」「時間内におさめ切れなかった」「もっと整理してキーワードを提示したほうが良かった」など、反省、修正方法をあげていた。

#### 4 まとめ・今後の課題

ディベートは総合的な学習であり、発表能力だけを身につけるものではない。しかし、そのためには授業の中に「客観的論拠とは」「効率のよい論展開とは」「相手に配慮した会話とは」という“仕掛け”を作っていく必要がある。また、そのことが、アカデミックライティングでの論の流れや論拠提示、ポライトネスや発話意図を意識した上級会話につながると考える。

今後の課題として、ディベート内で発生している議論の分析、学習者へのアンケートを行なうことで、学習者がどのようなストラテジーを使用しているかを明確にする必要があると考える。また、追跡調査を行い、ディベートが上級会話や論文に具体的にどのような影響を与えているかを考える必要があるだろう。

#### 【参考文献】

田代ひとみ(2008)「論理的思考能力育成のためのディベート授業 ―議論の分析から明らかに  
なったこと―」『日本語教育方法研究会誌 vol.15 No.1』p.38-39

松本道弘(1990)『やさしいディベート入門』中経出版

北岡俊明(1995)『ディベート能力の時代』産能大学出版