

大学生が習得すべき文章表現力とは

—— 社会人を対象としたアンケート調査報告 ——

Essential Writing Abilities required for University Students : A Report on the Employer and Employee Questionnaire Analysis

野田 春美¹⁾
辻野あらと²⁾³⁾

稲葉小由紀²⁾³⁾
藤本真理子⁴⁾

岡村 裕美²⁾
米田真理子⁵⁾

Harumi NODA, Koyuki INABA, Hiromi OKAMURA
Arato TSUJINO, Mariko FUJIMOTO, Mariko YONEDA

(要約)

本稿では、有職社会人を対象としたアンケート調査を行い、その結果に基づいて、社会で必要とされる文章表現力を論じた。実際に作成する文章として多くあげられたのは「ミーティング資料」「発表・プレゼン資料」「業務日報」「依頼、問い合わせ、挨拶・お礼のメール」などであった。社会人として必要とされる文章表現力として「論理性」「客観性」、重要となる能力として「コミュニケーション力」もあげられた。この結果は、現行の「文章表現」の授業で重視している内容と基本的に一致している。一方、「コミュニケーション力」「主体性」を育てるためのグループワークの効果的な活用法などについては、さらに検討が必要であると考えられる。

キーワード：アンケート調査、文章表現力、アカデミック・ライティング、社会人

Key Words : A Questionnaire Survey, Writing Abilities, Academic Writing, Employer and Employee

¹⁾ 神戸学院大学人文学部教授

²⁾ 神戸学院大学共通教育機構非常勤講師

³⁾ 国際・進学教育研究社

⁴⁾ 大阪大学, 神戸学院大学共通教育機構非常勤講師

⁵⁾ 神戸学院大学法学部准教授

1. はじめに

(野田 春美)

昨今、大学生に対する文章表現教育の重要性はしばしば指摘される。神戸学院大学の人文学部と法学部では2003年度より、1年次生を主な対象として少人数クラスによる文章表現教育を実施しており、並行して、担当者による教育研究も行っている。

適切な文を書くための基本的な知識からアカデミック・ライティングの指導まで、大学生に必要だと思われる内容は幅広い。1年間という限られた期間で何を優先して指導すべきかを議論するなかで、社会で必要とされる文章表現力とは何かが問題となってきた。

そこで本稿では、社会人を対象としたアンケート調査を行い、その結果に基づいて、社会で必要とされる文章表現力とは何かを改めて考える。

2. 現在の「文章表現Ⅰ・Ⅱ」

(岡村 裕美)

ここでは、現在人文学部と法学部で行われている、テキスト『日本語を書くトレーニング』[1]を使用した前期授業「文章表現Ⅰ」および、アカデミック・ライティング指導を中心とした後期授業「文章表現Ⅱ」について述べる。授業はおよそ20名の少人数制で、複数の非常勤講師が担当しており、内容や評価基準は共有されている。

2-1. 『日本語を書くトレーニング』の特徴

『日本語を書くトレーニング』は、「お知らせのメール」「レストランのメニュー」「問い合わせのメール」「わかりやすいマニュアル」「道や交通の案内」など、使用する学生にとって身近な素材を扱った15のトレーニングから構成されている。

ただし、「身近な」素材は時間が経てば変化する。例えば、ここ1年ほどで急速にSNSの利用が広まり、学生にとって友人とのメールのやりとりは日常的ではなくなった。したがって、テキストにある「友人へのお知らせメール」などは学生の日常とは対応しなくなっている。しかし、現在のところ、多くの社会人にとってはメールは身近な通信手段である。今後は、そういった実情をふまえたうえで素材の取り上げ方を考えていく必要がある。

各トレーニングにはいくつかの具体的な状況設定と、それぞれの設定で書かれた文章の「悪例」が掲載されている。その下にその文章の読みにくさの原因を問う設問と、状況にふさわしいものを書き直すように求める設問があり、解答例の掲載はない。テキスト冒頭の「この本を読んでくださるかたへ」にあるように、「読む人にたいする思いやり (p.6)」を身につけるための練習問題が掲載されている「トレーニングブック」であるといえる。

以上のことから、このテキストは「素材の身近さと幅広さ」、「正解を設定せず、文章を考えるプロセスや意識を重視していること」の2点に特徴があるといえる。素材を身近なものとすることで、学生が興味を持ちやすい。そして、日常的に接する文章にも、さまざまな意図や機能があり、書き手・作り手は、読み手・使い手のことを考えながら作成しているということが実感しやすい。

また、早い段階でメールが3回扱われている。このことで、社会生活に通用する知識と考え方を同時に取り込むことができる。「お知らせ」「問い合わせ」「お願い」と難易度が上がっていくという設計で、ある程度の反復で身につく形式的なルールや言葉づかいについても学生の意識を高めることができるよう構造化されている。

さらに、正解よりも考えるプロセスや文章に対する意識づけを重視することにより、より汎用的な知識や意識を定着させることができると考えられる。

このような意識づけを訓練するために、テキスト全体でグループワークが想定されていることも大きな特徴である。他者の意見を聞きながら文章を作成していく過程で、主体的に問題に取り組む態度、他者の意見を聞く意識、自分の意見を説明する技術などが訓練されるようになっている。

2-2. 「文章表現Ⅰ」の特徴

以上のようなテキストの特徴と製作の意図をいかすため、前期「文章表現Ⅰ」ではグループワークを授業に取り入れ、おもに1～10のトレーニングを扱っている。テキストを使用した1コマの授業を「導入→グループワークで文章作成→作成した文章の発表（プレゼンテーション）→講評」という流れで行うことが担当講師間で統一されている。

グループワークに関しては、より円滑にすすむよう、ワークシートを用意する、「進行」「書記」などの役割分担を決めさせるといった取り組みが行われている。

加えて、授業ではプレゼンテーションについても指導している。自分たちが作成した文章に関して、どのような意図でそのような文章になったのかを説明するという活動は、より深く文章について考えることにつながり、学んだことの定着を促すうえで大きな役割を果たしていることが期待されている。プレゼンテーションの意義については、野田他(2006)〔2〕で述べている。

2-3. 「文章表現Ⅱ」の特徴

後期「文章表現Ⅱ」では、アカデミック・ライティングの指導を中心とし、形式の整ったレポート（2000字程度）を書きあげることが単位認定の条件としている。特定のテキストは使用していないが、共通認識として『文章表現』におけるアカデミック・ライティングの基本（教員版）を担当講師が全員所持し、それを簡略化した「同（学生版）」を学生に配布することになっている。共通認識の最初のバージョンは野田他（2005）〔3〕に掲載している。

指導項目としては「文体・語彙」「事実と意見」「データの種類」「構成」「引用」がある。レポートや論文は、厳密には分野によって書き方が異なることも多い。しかし論理的であること、客観的なデータを扱うこと、文章の組み立てを考えることなどは、どのような分野・種類の文章であっても共通する。可能な限り汎用的な論理性・客観性を身につけるためにも、ある一定の型に従った一つのレポートを完成させることを課している。

レポート完成までの指導のプロセスでは、前期のグループワークの経験を生かし、協力しての情報収集など、学生の相互作用のなかで能力が向上していくよう取り計らっている。

3. 調査の方法

（辻野あらと）

本研究では可能な限り幅広い業種の有職社会人を対象にアンケート調査を行った。アンケートの配布数は763、回収は597で、回収率は78.2%であった。調査の概要は以下のとおりである。

〔調査対象者の概要〕

表 1 調査協力者の内訳

勤務先企業の業種	回答数	勤務年数	回答数	役職	回答数	従業員数	回答数	年齢	回答数	性別	回答数
農業	1	1 年未満	36	代表取締役	94	5 人未満	31	20 歳未満	3	男	351
林業	0	1 年以上 3 年未満	71	役員	68	5 人以上 20 人未満	38	20 歳以上 25 歳未満	61	女	244
漁業	0	3 年以上 7 年未満	75	部長	44	20 人以上 50 人未満	107	25 歳以上 30 歳未満	68	未回答	2
鉱業	0	7 年以上 15 年未満	120	課長	82	50 人以上 100 人未満	69	30 歳以上 35 歳未満	61		
建設業	22	15 年以上 30 年未満	226	係長	51	100 人以上 200 人未満	74	35 歳以上 40 歳未満	81		
製造業	61	30 年以上	65	一般社員	224	200 人以上 500 人未満	81	40 歳以上 45 歳未満	59		
電気	7	未回答	4	その他	30	500 人以上 1000 人未満	77	45 歳以上 50 歳未満	62		
情報通信業	52			未回答	4	1000 人以上	117	50 歳以上 55 歳未満	43		
運輸業	3					未回答	3	55 歳以上 60 歳未満	59		
卸売・小売業	62							60 歳以上 65 歳未満	41		
金融・保険業	38							65 歳以上 70 歳未満	26		
不動産業	9							70 歳以上 75 歳未満	15		
飲食店・宿泊業	32							75 歳以上 80 歳未満	6		
医療・福祉	34							80 歳以上	1		
教育・学習支援	39							未回答	11		
複合サービス事業	80										
サービス業	75										
公務員	82										
合計	597		597		597		597		597		597

〔調査期間〕 2013 年 1 月 15 日から 2013 年 7 月 15 日であった。

〔調査内容〕 表紙に、アンケートの趣旨が「企業・社会人の方が新卒の学生に求める文章表現力とは何かを明らかにするためのもの」であることを記した。質問項目の 1～4 は、表 2 のとおりである。文章表現力を対象としているため、電話や口頭による報告などは回答項目として挙げていない。自由記述の質問 5 については、6. で述べる。

4. 全体の傾向

(辻野あらと)

表 2 には、各回答の出現数と、全調査対象者数 (597) を母数とした出現率を示している。本節では、詳細は省略するが、「年齢別」「勤続年数別」「役職別」「会社の規模別」「業種別」の回答者分類の下位項目において出現率の多い回答を集計し、全体の傾向を概観する。

質問 1 では「ミーティング資料」「発表・プレゼン資料」(紙媒体) (パワーポイントなど)「命令書」「業務日報」が多かった。社会人として実際に作成する文章の多くが「ミーティング資料」「発表・プレゼン資料」のように発信力 (表現力・プレゼン力) を要するものであることがわかる。質問 4「社会人にとって重要となる能力」においても、「発信力」は重視されている。一方、「命令書」「業務日報」のように書式が固定的だと思われる文章の作成も全体的に多いことがわかった。

質問 2 では、実際に作成することの多いメールとして、「依頼」「問い合わせ」「挨拶・お礼」があげられており、社会人としての基本的文章マナーが求められるメールが多く作成されていることがわかった。質問 4 では、「コミュニケーション力」と「主体性」が重視されている傾向が顕著であった。詳しくは 5. で述べる。

5. 有意差の結果の分析

5-1. 分析の概要

(稲葉小由紀 (統計処理も担当))

本稿では、調査対象者の「年齢・勤務年数・役職・会社の規模・業種」ごとに、必要と感じる文章表現力に違いがあるのかを明らかにすることを試みる。それぞれの項目に回答

表2 質問1～4までの質問内容と回答数・回答割合

問	質問内容	回答項目	○ (回答数)	○ (割合)	△ (回答数)	△ (割合)
1	仕事でどのような文章を実際に作成しますか。(複数回答可) よく作成するものに○、ときどき作成するものに△をつけてください。	ミーティング資料	211	35%	77	13%
		発表・プレゼン資料（紙媒体）	161	27%	71	12%
		発表・プレゼン資料（パワーポイントなど）	194	32%	67	11%
		企画書	89	15%	36	6%
		施策の報告書	61	10%	70	12%
		業務日報	136	23%	42	7%
		命令書	54	9%	21	4%
		始末書	21	4%	29	5%
		広報文（紙媒体）	76	13%	23	4%
		広報文（ウェブ）	25	4%	14	2%
		紀行文	5	1%	2	0%
		研修での意見・感想文	78	13%	43	7%
		手紙	49	8%	25	4%
		添え状・あいさつ状	44	7%	17	3%
		依頼書	83	14%	21	4%
		案内書	68	11%	24	4%
		翻訳	3	1%	1	0%
		ブログ	0	0%	2	0%
		ツイッター	2	0%	1	0%
		SNS	11	2%	0	0%
		その他	1	0%	0	0%
問			回答数	割合		
2	実際にビジネスメールをするとき、どのような種類のものが多いですか。（複数回答可）	挨拶・お礼	176	29%		
		問い合わせ	200	34%		
		依頼	277	46%		
		案内	132	22%		
		お詫び	89	15%		
		その他	11	2%		
3	社会人として必要とされる文章表現力は何だと考えられますか。 特に必要性の高いと考えられるもの3つに○をつけてください。	簡潔でよみやすい文章	291	49%		
		論理的でわかりやすい文章	280	47%		
		説得力・訴求力のある文章	194	32%		
		情報（資料・データ）の豊富な文章	70	12%		
		情報が分類・整理された文章	136	23%		
		情報を正確に伝える文章	232	39%		
		形式（段落や文体）の整った文章	94	16%		
		適切な語彙・表現を用いた文章	167	28%		
		その他	0	0%		
4	社会人にとって重要となる能力は何だと考えられますか。 特に重要性が高いと考えられるもの3つに○をつけてください。	課題発見力	54	9%		
		情報収集力	70	12%		
		思考力・状況把握力	104	17%		
		計画力	89	15%		
		実行力	58	10%		
		発信力	89	15%		
		コミュニケーション力	233	39%		
		主体性	201	34%		
		働きかけ力	38	6%		
		ストレスコントロール力	55	9%		
		傾聴力	51	9%		
		柔軟性	33	6%		
		発想力・創造力	44	7%		
		誠意・正直さ	74	12%		
		規律性	9	2%		
		熱意	65	11%		
人柄・キャラクター	29	5%				
ユーモア	19	3%				

人数のバラつきがあるため、各カテゴリーの人数を比率変換した後の数字（母数を100とした数字）を用いて、カイ二乗検定（jess-STAR 2012）によって検定をおこなった。

質問項目によっては回答数が0や1の質問項目が多数見られたが、今回は記述統計として表に掲載するにとどめ、分析からは除外する。例えば、質問1については翻訳・ブログ・ツイッター・SNSについては分析から除外した。また、質問1は回答が○（よく作成するもの）と△（ときどき作成するもの）に分かれているため、○を出現数1、△を出現数0.5に換算している。以下の表内の数値については、（ ）内は出現数、（ ）上部は比率変換（母数を100とした時の割合）した後のものである。▲▽は検定の結果、出現数が有意に多い（▲）か、出現数が有意に少ない（▽）のかを示したものである。また、表右下に、有意確率を記載した。以下では、カテゴリー別に各質問項目について結果と考察を述べる。

5-2. 年齢別

（藤本真理子）

質問1の年齢別（表3参照）では、まず10代以上30歳未満までが「業務日報」「始末書」「研修での意見・感想文」の項目で他の年齢層と比較して多い。また50歳以上の回答者に、「命令書」を作ると答えた人が多い。年齢に応じて、仕事上の立場が変わり、「報告」から「提案」（ミーティング、発表・プレゼン資料）、「命令」へと文章の内容が変化する様子が見える。これまでの授業でも、たとえば【お知らせ→案内→依頼】のように、回を重ねるごとに求める内容を変化させているが、実社会での段階と合うものであることが確認できた。

表3 年齢別：質問1「仕事でどのような文章を実際に作成するか」

年齢 問1	10代以上 25歳未満	25歳以上 30歳未満	30歳以上 35歳未満	35歳以上 40歳未満	40歳以上 45歳未満	45歳以上 50歳未満	50歳以上 55歳未満	55歳以上 60歳未満	60歳以上 65歳未満	65歳以上 70歳未満	70歳以上
ミーティング資料	4 (8)	12 (35)	12 (37)	17 (61)	17 (39)	22 (41)	21 (15)	21 (8)	29 (7)	18 (2)	0 (0)
発表・プレゼン資料 (紙媒体)	2 (4)	5 (16)	11 (33)	15 (54)	17 (39)	20 (37)	14 (10)	13 (5)	8 (2)	0 (0)	0 (0)
発表・プレゼン資料 (パワーポイントなど)	4 (7)	14 (42)	13 (40)	14 (49)	20 (45)	24 (45)	3 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
企画書	2 (3)	3 (8)	8 (24)	7 (23)	11 (24)	6 (11)	14 (10)	11 (4)	4 (1)	9 (1)	14 (1)
施策の報告書	5 (9)	5 (16)	6 (18)	6 (20)	8 (17)	6 (12)	7 (5)	3 (1)	4 (1)	0 (0)	0 (0)
業務日報	38 (68)	20 (61)	1 (2)	1 (4)	1 (2)	1 (2)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
命令書	0 (0)	0 (0)	1 (3)	1 (5)	4 (8)	5 (10)	22 (16)	37 (14)	25 (6)	18 (2)	43 (3)
始末書	11 (19)	4 (11)	2 (5)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
広報文（紙媒体）	3 (6)	2 (7)	8 (26)	9 (31)	4 (10)	3 (6)	4 (3)	3 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
広報文（ウェブ）	2 (3)	3 (10)	2 (7)	2 (7)	2 (4)	2 (3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
紀行文	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (1)	2 (4)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	4 (1)	0 (0)	0 (0)
研修での意見・感想文	19 (34)	11 (32)	7 (21)	2 (8)	2 (5)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
手紙	0 (0)	5 (15)	6 (17)	5 (17)	1 (2)	1 (2)	4 (3)	3 (1)	4 (1)	18 (2)	29 (2)
添え状・あいさつ状	0 (0)	4 (11)	3 (8)	4 (13)	2 (5)	3 (5)	3 (2)	5 (2)	13 (3)	27 (3)	14 (1)
依頼書	6 (10)	5 (14)	6 (19)	6 (22)	5 (12)	5 (10)	7 (5)	5 (2)	8 (2)	9 (1)	0 (0)
案内書	3 (5)	5 (15)	7 (22)	8 (29)	4 (8)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
翻訳	0 (0)	0 (1)	0 (1)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ブログ	0 (0)	0 (1)	0 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ツイッター	0 (0)	0 (0)	1 (2)	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
SNS	3 (3)	1 (4)	3 (3)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

$\chi^2(150)=1120.3$, $p<.01$

また「添え状・あいさつ状」,「手紙」にも特定の年齢層で有意差が見られる。ある程度型を持つ文書については、授業で取り上げる必要があるだろう。

5-3. 勤務年数別

(藤本真理子)

勤務年数別の調査は、5-2の年齢別調査結果とほぼ同じ傾向を見せている。質問1(表4参照)から、勤務年数が3年未満の回答者には、「業務日報」「始末書」「研修での意見・感想文」が多く、7年以上15年未満の回答者では、「発表資料」や「企画書」「広報文」などが有意に多い。勤務年数の短い者の方がより出来事を報告する文書を必要とし、年数が長くなると、提案型の内容を必要とすることが多くなっている。また「発表・プレゼン資料(紙媒体)」「企画書」の他、勤務年数7年以上15年未満の回答者の中で、30人以上が必要と答えるのは、「広報文(紙媒体)」「依頼書」など自ら発信していく文書である。その他、30年以上の回答者では、「命令書」や「手紙」といった項目において、それ以下の勤務年数の回答者よりも多く、有意差が認められる結果となった。

次の質問4の分類項目は、経済産業省の定義した「社会人基礎力」によっている。質問4(表5参照)からは、勤務年数3年未満の回答者では「ストレスコントロール力」を必要だと考えている人が他の勤務年数の回答者と比べて多く、勤務年数15年以上30年未満の回答者では「計画力」が他の勤務年数の回答者と比べて多いことが分かる。その他、勤務年数1年以上3年未満の回答者にとっては、「実行力」や「働きかけの力」、勤務年数7年以上15年未満には「傾聴力」も必要と考えられている。授業で取り組んでいるプレゼンター

表4 勤務年数別：質問1「仕事でどのような文章を実際に作成するか」

勤務年数 問1	1年未満	1年以上 3年未満	3年以上 7年未満	7年以上 15年未満	15年以上 30年未満	30年以上
ミーティング資料	6 (5)	17 (57)	15 (61)	15 (64)	15 (93)	4 (4)
発表・プレゼン資料 (紙媒体)	5 (4)	7 (22)	12 (48)	16 (67)	13 (81)	6 (6)
発表・プレゼン資料 (パワーポイントなど)	5 (4)	13 (41)	14 (56)	16 (67)	15 (89)	3 (3)
企画書	1 (1)	3 (11)	6 (23)	9 (37)	7 (41)	8 (8)
施策の報告書	4 (3)	7 (22)	7 (26)	9 (38)	7 (45)	4 (4)
業務日報	39 (33)	18 (59)	10 (41)	3 (11)	7 (46)	3 (3)
命令書	0 (0)	0 (0)	1 (3)	1 (4)	1 (5)	31 (31)
始末書	7 (6)	5 (16)	3 (12)	0 (2)	2 (13)	0 (0)
広報文(紙媒体)	7 (6)	4 (14)	4 (15)	7 (30)	5 (30)	1 (1)
広報文(ウェブ)	1 (1)	1 (4)	3 (11)	3 (13)	3 (18)	0 (0)
紀行文	0 (0)	0 (0)	0 (1)	1 (3)	0 (3)	0 (0)
研修での意見・感想文	15 (13)	12 (39)	8 (32)	2 (10)	6 (37)	3 (3)
手紙	1 (1)	2 (5)	2 (7)	2 (9)	2 (12)	18 (18)
添え状・あいさつ状	4 (3)	1 (4)	3 (11)	4 (15)	3 (19)	4 (4)
依頼書	4 (3)	2 (6)	5 (18)	8 (35)	6 (36)	7 (7)
案内書	1 (1)	7 (24)	7 (29)	4 (15)	6 (36)	6 (6)
翻訳	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (1)	1 (1)
ブログ	0 (0)	0 (1)	0 (1)	0 (0)	0 (1)	0 (0)
ツイッター	0 (0)	0 (1)	1 (2)	0 (0)	0 (2)	0 (0)
SNS	0 (0)	1 (2)	1 (3)	1 (6)	1 (6)	0 (0)

$\chi^2(75) = 357.8$, $p < .01$

表5 勤務年数別：質問4「社会人にとって重要となる能力は何か」

勤務年数 問 4	1 年未満	1 年以上 3 年未満	3 年以上 7 年未満	7 年以上 15 年未満	15 年以上 30 年未満	30 年以上
課題発見力	5 (4)	3 (4)	3 (5)	5 (13)	4 (19)	6 (9)
情報収集力	4 (3)	7 (11)	8 (13)	6 (16)	4 (18)	6 (9)
思考力・状況把握力	6 (5)	9 (13)	7 (11)	7 (18)	9 (41)	9 (14)
計画力	3 (2)	6 (9)	4 (7)	4 (11)	8 (39) ▲	5 (8)
実行力	9 (7)	9 (14)	▲ 5 (9)	5 (12)	3 (12)	3 (4)
発信力	1 (1)	4 (6)	6 (10)	4 (11)	6 (29)	7 (10)
コミュニケーション力	16 (13)	17 (26)	17 (28)	19 (49)	19 (87)	17 (26)
主体性	10 (8)	11 (16)	15 (24)	16 (41)	17 (80)	19 (29)
働きかけの力	3 (2)	6 (9)	▲ 3 (5)	3 (9)	2 (10)	2 (3)
ストレスコントロール力	14 (11)	▲ 9 (13)	▲ 4 (7)	3 (9)	3 (14)	1 (1) ▼
傾聴力	0 (0)	2 (3)	2 (4)	7 (18)	▲ 5 (21)	3 (5)
柔軟性	5 (4)	3 (4)	4 (6)	3 (8)	2 (10)	1 (1)
発想力・創造力	9 (7)	▲ 5 (8)	4 (7)	3 (7)	2 (10)	3 (5)
誠意・正直さ	5 (4)	3 (4)	7 (12)	5 (12)	6 (29)	9 (13)
規律性	1 (1)	1 (1)	1 (1)	0 (1)	1 (3)	1 (2)
熱意	5 (4)	4 (6)	7 (11)	6 (15)	4 (18)	7 (10)
人柄・キャラクター	4 (3)	1 (2)	2 (3)	2 (6)	3 (14)	1 (1)
ユーモア	1 (1)	1 (2)	1 (2)	2 (5)	2 (8)	1 (1)

$\chi^2(85) = 79.468$, $p < .05$

ションでは、いったん作り上げたものを、他の学生からの指摘によって修正をするという段階も盛り込んでおり、これらの力が培われると考えられる。

勤務年数が一定を超えると（ここでは7年以上）、必要となる文書の内容が、より自ら提案・発信していくものを含むことから、文章表現とプレゼンテーションを組み合わせた現在の授業スタイルが今後必要であることを改めて確認できた。

5-4. 役職別

（米田真理子）

役職別において有意差が認められた項目では、役職を有する社員と一般社員との間で結果が分かれる傾向が見られた。質問1（表6参照）は、役職を有する社員に多い「命令書」や「広報文（紙媒体）」は、一般社員では少ない結果となっている。一般社員に多い「発表・プレゼン資料（紙媒体）」「発表・プレゼン資料（パワーポイントなど）」「企画書」は、係長では少なく、逆に、係長に多い「広報文（紙媒体）」「広報文（ウェブ）」は、一般社員では少なかった。質問2は、表は割愛するが、一般社員に多い「挨拶・お礼」は、代表取締役で少ない結果となった。質問4（表7参照）では、一般社員に多い8項目の内、「情報収集力」「働きかけの力」「ストレスコントロール力」「人柄・キャラクター」は、係長でも多く、一般社員に少ない「コミュニケーション力」「主体性」は、係長でも少ない結果となっている。つまり、係長の回答で有意差が認められた項目は、いずれも一般社員と同じ結果であったといえ、それは、係長が役職の中で一般社員に最も近い地位であるためと考えられる。

また、質問4の年齢別の表は割愛するが、10代以上25歳未満で「ストレスコントロール力」に多いという結果が得られており、役職別では一般社員と係長に同様の結果が見られ

表6 役職別：質問1「仕事でどのような文章を実際に作成するか」

役職 問1	一般社員	係長	課長	部長	役員	代表取締役	その他
ミーティング資料	15 (167)	13 (26)	11 (13)	14 (9)	18 (12)	26 (12)	32 (6)
発表・プレゼン資料（紙媒体）	14 (156)	5 (9)	8 (9)	8 (5)	14 (9)	9 (4)	11 (2)
発表・プレゼン資料 （パワーポイントなど）	15 (172)	8 (15)	13 (15)	16 (10)	14 (9)	11 (5)	5 (1)
企画書	7 (83)	3 (5)	2 (2)	3 (2)	9 (6)	11 (5)	11 (2)
施策の報告書	6 (67)	6 (11)	6 (7)	9 (6)	2 (1)	2 (1)	11 (2)
業務日報	10 (116)	13 (26)	9 (10)	2 (1)	0 (0)	2 (1)	5 (1)
命令書	0 (1)	4 (8)	21 (24)	25 (16)	17 (11)	4 (2)	0 (0)
始末書	3 (29)	1 (2)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	11 (2)
広報文（紙媒体）	3 (37)	11 (22)	9 (10)	13 (8)	5 (3)	11 (5)	0 (0)
広報文（ウェブ）	1 (16)	6 (11)	1 (1)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	0 (0)
紀行文	0 (4)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
研修での意見・感想文	6 (67)	10 (20)	4 (5)	5 (3)	2 (1)	2 (1)	0 (0)
手紙	4 (48)	3 (6)	2 (2)	2 (1)	2 (1)	2 (1)	0 (0)
添え状・あいさつ状	3 (29)	4 (7)	5 (6)	2 (1)	8 (5)	4 (2)	5 (1)
依頼書	6 (64)	7 (14)	6 (7)	0 (0)	3 (2)	7 (3)	5 (1)
案内書	6 (63)	5 (9)	2 (2)	2 (1)	3 (2)	2 (1)	5 (1)
翻訳	0 (1)	0 (0)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	0 (0)	0 (0)
ブログ	0 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ツイッター	0 (7)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
SNS	1 (7)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	2 (1)	4 (2)	0 (0)

$\chi^2(90) = 266.8$, $p < .01$

表7 役職別：質問4「社会人にとって重要となる能力は何か」

役職 問4	一般社員	係長	課長	部長	役員	代表取締役	その他
課題発見力	5 (31)	2 (3)	3 (4)	2 (2)	6 (5)	9 (9)	0 (0)
情報収集力	7 (44)	8 (13)	4 (7)	2 (3)	1 (1)	1 (1)	3 (1)
思考力・状況把握力	8 (50)	7 (11)	9 (15)	8 (10)	2 (2)	4 (4)	24 (7)
計画力	5 (32)	9 (14)	6 (9)	20 (24)	7 (6)	4 (4)	0 (0)
実行力	6 (38)	2 (3)	1 (2)	3 (4)	1 (1)	3 (3)	24 (7)
発信力	9 (62)	7 (11)	6 (9)	4 (5)	1 (1)	1 (1)	0 (0)
コミュニケーション力	14 (90)	7 (11)	25 (40)	26 (32)	31 (27)	27 (27)	21 (6)
主体性	11 (72)	8 (12)	26 (41)	21 (26)	32 (28)	22 (22)	0 (0)
働きかけの力	4 (29)	6 (9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ストレスコントロール力	6 (42)	7 (11)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
傾聴力	3 (20)	6 (9)	5 (8)	5 (6)	3 (3)	4 (4)	3 (1)
柔軟性	4 (25)	3 (5)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	3 (1)
発想力・創造力	4 (29)	3 (5)	1 (2)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	7 (2)
誠意・正直さ	4 (27)	9 (13)	5 (8)	6 (7)	8 (7)	9 (9)	10 (3)
規律性	0 (3)	2 (3)	1 (2)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)
熱意	5 (35)	6 (9)	4 (6)	1 (1)	3 (3)	11 (11)	0 (0)
人柄・キャラクター	3 (21)	5 (7)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ユーモア	2 (12)	3 (4)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (1)

$\chi^2(102) = 381.0$, $p < .01$

た。年齢別の65歳以上70歳未満で多かった「熱意」は、役職別では代表取締役役だけにのみ多かった。先に年齢に応じて仕事上の立場が変わり、それに伴い扱う文章の内容も変化することを述べたが、役職においても同様のことがいえよう。

5-5. 会社の規模別

(米田真理子)

本アンケートでは、100人未満は小さい規模、100人以上を大きい規模として分析した。質問1（表8参照）で有意差が認められた「手紙」「添え状・あいさつ状」は、5人未満から50人未満の小さな規模の会社で多く、200人以上から1000人以上の大きな規模では少なかった。このことについて、メールとの比較から考えたい。質問2に数多くの回答が寄せられていたことからわかるように、メールは会社で頻繁に使用されている。大きな規模の会社では依頼や問い合わせが多く、会社の規模が大きくなるにつれて件数が増え、内容も多様化する。そのため、業務の効率性、情報保存の簡便さなどからも紙媒体の手紙よりもメールの方が選ばれることが多いといえる。一方、社員数の少ない会社では、実際に作成する文章が明確であり、各自に求められる数は多くなる。通信に関する単位は小さく、「手紙」「添え状・あいさつ状」も有効に機能するものと考えられる。質問1に対する回答には、そうした実際の文章作成に基づいた意識が反映しているのであろう。

上で見たように、ビジネスメールは会社で頻繁に使用されるものである。その中で、有意差が認められたのは、年齢別、勤務年数別、役職別においてであった。

表8 会社の規模別：質問1「仕事でどのような文章を実際に作成するか」

会社の規模 問1	5人未満	5人以上 20人未満	20人以上 50人未満	50人以上 100人未満	100人以上 200人未満	200人以上 500人未満	500人以上 1000人未満	1000人以上
ミーティング資料	6 (3)	7 (6)	26 (41)	17 (26)	16 (36)	15 (46)	13 (37)	13 (56)
発表・プレゼン資料（紙媒体）	2 (1)	7 (6)	10 (16)	15 (23)	12 (26)	11 (34)	10 (30)	14 (61)
発表・プレゼン資料 （パワーポイントなど）	2 (1)	4 (4)	6 (10)	9 (14)	13 (30)	16 (50)	16 (47)	17 (72)
企画書	2 (1)	4 (4)	3 (5)	5 (7)	6 (14)	7 (22)	8 (24)	7 (32)
施策の報告書	2 (1)	3 (3)	3 (5)	4 (6)	7 (15)	7 (21)	8 (22)	6 (26)
業務日報	10 (5)	9 (8)	9 (14)	10 (15)	10 (23)	10 (30)	10 (28)	8 (36)
命令書	0 (0)	0 (0)	1 (2)	3 (4)	5 (11)	5 (14)	5 (15)	5 (21)
始末書	2 (1)	2 (2)	2 (3)	3 (4)	3 (6)	2 (7)	2 (6)	2 (9)
広報文（紙媒体）	2 (1)	4 (4)	3 (5)	6 (9)	4 (9)	6 (19)	6 (17)	6 (26)
広報文（ウェブ）	6 (3)	4 (4)	3 (5)	3 (4)	1 (3)	0 (1)	2 (7)	2 (7)
紀行文	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (2)	0 (1)	0 (2)
研修での意見・感想文	2 (1)	1 (1)	2 (3)	5 (8)	8 (19)	7 (21)	7 (19)	7 (30)
手紙	27 (13)	21 (19)	7 (11)	3 (4)	2 (4)	2 (5)	1 (4)	1 (4)
添え状・あいさつ状	25 (12)	18 (16)	7 (11)	3 (5)	1 (3)	1 (3)	0 (1)	1 (3)
依頼書	4 (2)	7 (6)	8 (13)	6 (9)	5 (12)	5 (16)	6 (16)	5 (22)
案内書	8 (4)	6 (5)	7 (11)	7 (10)	5 (11)	5 (15)	3 (10)	4 (16)
翻訳	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (1)	0 (2)
ブログ	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
ツイッター	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (0)
SNS	0 (0)	0 (0)	1 (2)	2 (3)	0 (1)	0 (1)	0 (1)	1 (3)

$\chi^2(105) = 291.009$, $p < .01$

メールは社会人にとって重要なツールである。また、ビジネスメールについての質問には、年代は10代以上25歳未満から、勤務年数では1年未満から既に多数の回答が寄せられていた。役職では一般社員の回答の比率が高かった。これらのことから、メールは社会人になってすぐに必要になることがわかる。近年の学生は、ラインなどの普及により、メール自体をする回数が減っていると言われているが、メールは大学生が習得すべき文章表現力の一つとして、現在も重視すべき課題であると考えられる。

5-6. 業種別

(藤本真理子)

業種別調査の統計処理では、農業や漁業、運輸業など回答が一定数に達していないものとして、10人以下の回答であった業種は扱っていない。20の項目のうち「建設業／製造業／情報通信業／卸売・小売業／飲食店・宿泊業／医療・福祉／教育・学習支援／複合サービス事業／サービス業／公務員／一般企業」の11項目を対象に統計処理を行った結果、質問4にのみ有意差が確認できた。

質問4（表9参照）で、業種と、社会人にとって重要となる能力は何かについての関連を見ていくと、「課題発見力」は建設業や情報通信業、サービス業に多く求められ、卸売・小売業、飲食店・宿泊業に少ないことや、医療・福祉では「柔軟性」が求められ、公務員では「思考力・状況把握力」や「ストレスコントロール力」「傾聴力」が多く求められているという結果であった。いくつかの業種にまたがって必要とされる率の高かった項目には「課題発見力」「発信力」「発想力・創造力」が挙がる。この中でも「課題発見力」「発信力」などは、これまでの文章表現の授業で主として取り組んできたテーマでもあり、これらの

表9 業種別：質問4「社会人にとって重要となる能力は何か」

業種 問4	建設業	製造業	情報通信業	卸売・小売業	飲食店・宿泊業	医療・福祉	教育・学習支援	複合サービス事業	サービス業	公務員	一般企業
課題発見力	11 (5)	▲ 2 (2)	10 (6)	▲ 1 (1)	▽ 0 (0)	▽ 2 (2)	4 (4)	4 (7)	7 (14)	▲ 5 (11)	4 (43)
情報収集力	9 (4)	4 (4)	11 (7)	▲ 4 (6)	4 (4)	4 (4)	6 (6)	4 (7)	4 (8)	5 (12)	5 (58)
思考力・状況把握力	2 (1)	11 (10)	8 (5)	7 (10)	2 (2)	▽ 6 (6)	2 (2)	▽ 9 (17)	10 (20)	13 (29)	▲ 7 (75)
計画力	4 (2)	5 (5)	6 (4)	9 (12)	9 (9)	3 (3)	3 (3)	10 (19)	7 (13)	6 (14)	7 (75)
実行力	7 (3)	5 (5)	10 (6)	▲ 4 (6)	6 (6)	4 (4)	2 (2)	4 (7)	3 (6)	6 (13)	4 (45)
発信力	0 (0)	4 (4)	13 (8)	▲ 8 (11)	3 (3)	2 (2)	5 (5)	11 (20)	▲ 7 (14)	7 (17)	7 (72)
コミュニケーション力	16 (7)	24 (22)	11 (7)	21 (29)	15 (14)	16 (16)	30 (30)	▲ 19 (36)	19 (37)	11 (25)	▽ 19 (208)
主体性	11 (5)	20 (18)	19 (12)	19 (27)	11 (11)	15 (15)	12 (12)	17 (31)	15 (28)	11 (25)	▽ 16 (##)
働きかけの力	0 (0)	1 (1)	5 (3)	1 (2)	6 (6)	▲ 4 (4)	3 (3)	3 (5)	2 (4)	2 (4)	3 (34)
ストレスコントロール力	2 (1)	2 (2)	0 (0)	1 (1)	4 (4)	4 (4)	3 (3)	5 (10)	6 (11)	6 (15)	▲ 4 (40)
傾聴力	7 (3)	1 (1)	2 (1)	1 (1)	2 (2)	4 (4)	4 (4)	5 (10)	6 (11)	6 (14)	▲ 3 (37)
柔軟性	4 (2)	1 (1)	0 (0)	3 (4)	5 (5)	8 (8)	▲ 0 (0)	1 (1)	1 (2)	3 (8)	2 (25)
発想力・創造力	4 (2)	5 (5)	0 (0)	8 (11)	▲ 3 (3)	8 (8)	▲ 2 (2)	1 (2)	1 (1)	▽ 4 (10)	3 (34)
誠意・正直さ	7 (3)	4 (4)	0 (0)	6 (9)	14 (13)	▲ 6 (6)	8 (8)	3 (5)	3 (6)	6 (15)	5 (59)
規律性	2 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (2)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (3)	1 (6)
熱意	7 (3)	7 (6)	3 (2)	4 (5)	9 (9)	5 (5)	8 (8)	3 (5)	6 (11)	3 (7)	5 (58)
人柄・キャラクター	4 (2)	1 (1)	2 (1)	2 (3)	2 (2)	4 (4)	5 (5)	1 (2)	1 (2)	3 (6)	2 (23)
ユーモア	2 (1)	1 (1)	0 (0)	2 (3)	3 (3)	2 (2)	2 (2)	1 (1)	1 (2)	1 (3)	1 (16)

$\chi^2(170) = 256.1$, $p < .01$

力の定着も授業の狙いとしている。

今回、有意差が認められないものの中でも、回答数を確認すると、各業種で「コミュニケーション力」「主体性」を選択する人が多いことが分かる。神戸学院大学の文章表現の授業でも、グループワークの積極的な取り入れにより、これらの能力の向上に努めている。ただし現行の授業ではグループワークの運営の指導にとどまることも多く、文章表現自体の指導といかに効果的に組み合わせるかについての検討は今後の課題の一つである。

最後に、業種別という観点では、総務省の「労働力調査」平成25年度5月分「主な産業別就業者・雇用者」と、本アンケートの回答結果とは、回答業種のバランスがとれていない。回収率の悪い業種があったためである。業種に偏りの生じた理由として考えられる次の2点からは、文章能力と業種に関するさらなる関連性が指摘できる。一つには、回答のあった業種の人の大半は、仕事で実際に文章を書く機会が多いということである。もう一つには、アンケート回答者は、このアンケートの回答によって文章表現教育に改善を求めたいと思っている、もしくは回答時点で文章教育に関心を持つ人たちであると考えられよう。

6. 自由記述回答の分析

(野田 春美)

6-1. 自由記述回答の概要

ここでは、アンケートの質問5に対する自由記述回答を整理、分析する。質問5は「文章について、大学で学んでおけばよかったと思うこと、現在困っていること、新卒者の文章について思うこと、または新卒者としての自分の文章についての実感、大学の文章表現教育に望まれること」などを自由に記述してもらったものである。

一つの回答に複数の内容が含まれる回答は内容ごとに分割したうえで、207件の回答を大まかに分類したのが表10である。次の6-2で、分類ごとに記述内容を見ていく。

表10 自由記述回答の内容

記述内容	件数
字	15
全般的な文章力	15
社会で通用する文章力	21
文章構成・論理性	21
伝わる文章	43
伝わる以上の文章	12
相手との関係・ニーズに応じた文章	21
日常・コミュニケーション	9
読書・インプット	23
そのほか	27
計	207

6-2. 記述内容の紹介と分析

[字]

「字」に分類した15件の回答のうち8件は、字がきれいであること、丁寧であることの大切さについての記述である。丁寧に字を書くことが社会において最低限の能力として要求される場合があるということは、学生に伝えておくべきことの一つであろう。

そのほか、漢字の知識の乏しい新入社員への非難などが、6件見られた。

[全般的な文章力]

「全般的な文章力についての回答」に分類した15件は、「主語抜け」などの基本的文章力

についての記述や、慣用句などの表現・言葉づかいについての記述が多い。

【社会で通用する文章力】

「社会で通用する文章力」に分類した21件の回答のうち8件は、次のように、メールを中心としたビジネスマナーについての記述である。5－5でも述べたとおり、メールの基本的な書き方は社会人にとって必要なものと考えられていることがわかる。

- (1) メールでの文体など最低限のビジネスマナーは身につけておきたい。

(サービス業，勤続3年以上7年未満，一般社員，20歳以上25歳未満，女性)

【文章構成・論理性】

「文章構成・論理性」に分類した21件の回答のうち13件は、次のように、論理的・客観的文章についての記述である。

- (2) 論理的思考（ロジカルシンキング）を学ぶ学生は多いと思うが実践に活かすための汎用性がない。頭で理解できているがいざ実戦ではどのように使うか分からない、もしくは考えないと実行に移せないことが多いので反射的か無意識的にロジカルシンキングができる仕組みがあるとよいと思う。

(情報通信業，複合サービス業，勤続1年未満，一般社員，20歳以上25歳未満，男性)

- (3) 具体的で客観的な事実に基づいた文章を書く能力が必要だと感じます。感情の交ざった主観的な文章は根拠が弱く読み手に理解を促せないと思うからです。

(金融・保険業，勤続3年以上7年未満，一般社員，30歳以上35歳未満，男性)

8件は、次のように、文章構成について述べられた回答である。

- (4) 不特定多数の方に読まれることを想定すると最小限の形式は整えられるスキルが必要です。「起承転結」「気づき・分析・仮定・実行・振り返り」「P・D・C・A」等の順序に従って表現すると読む側も理解しやすいと思います

(情報通信業，勤続30年以上，課長，50歳以上55歳未満，男性)

論理的・客観的文章を書くこと，構成を整えることは，アカデミック・ライティングの指導によって，ある程度身につけさせることのできる能力だと考えられる。

【伝わる文章】

「伝わる文章」に分類した43件の回答のうち10件は、次のように、要点を簡潔に述べることについての記述である。スピードの重視はビジネスの場らしいニーズと言えよう。

- (5) ビジネスシーンにおいて，短時間で共通の見解に至るために，「一言でいうと何か」を的確に。

(製造業，勤続7年以上15年未満，一般社員，35歳以上40歳未満，男性)

次のように読み手意識について述べられた回答も9件あった。

- (6) 受け手を想定した文章を書くことができる新卒者は早い段階で仕事を任せることが出来る。

(情報通信業，勤続15年以上30年未満，課長，40歳以上45歳未満，男性)

そのほか，正確さについて述べられた回答が4件，明確さについて述べられた回答が3件，結論を先に述べることについて述べられた回答が3件などであった。

【伝わる以上の文章】

「伝わる以上の文章」に分類した12件の回答のうち6件は、次のように、相手の心に働きかける文章についての記述である。

- (7) 相手に疑問点を与え、それを解決し、興味を引き出しながら、満足感を生み出す文章。

(サービス業、勤続15年以上30年未満、課長、40歳以上45歳未満、男性)

そのほか、次のように個性や感性について述べられた回答が4件あった。

- (8) 昔と違い、自分の意見はそれほど書かず、無難な一般論を書く人が多くなったと思う。その分、安全運転だが、面白みがない。

(製造業、勤続15年以上30年未満、部長、45歳以上50歳未満、男性)

【相手との関係・ニーズに応じた文章】

「相手との関係・ニーズに応じた文章」に分類した21件の回答のうち10件は相手との関係についての記述である。敬語についての記述とあわせると18件になる。敬語が使えないという指摘が多いが、次のように誰に対してもフォーマルに書くケースの指摘もある。

- (9) 相手との関係を考えて文章を書くのが苦手という印象があります。誰に対してもフォーマルな同じような文章を書くという感じでしょか。

(飲食店・宿泊業、勤続15年以上30年未満、課長、45歳以上50歳未満、男性)

【日常・コミュニケーション】

「日常・コミュニケーション」に分類した9件は、文章表現のためには日常生活での姿勢やコミュニケーションのとり方も重要であることが指摘された、次のような記述である。

- (10) 文章はその人の思いが現れると思うので、日常から認識を鍛えることが必要だと感じる。読書はもちろん、様々な経験をすること。

(サービス業、勤続1年以上3年未満、課長、25歳以上30歳未満、男性)

- (11) 最後にこれは文章表現だけではないと思う。相手の立場にたって深く考え、行動し、反省し、改善するサイクルを早く回し、コミュニケーションの仕方を学ぶ必要があると強く思う。

(複合サービス業、勤続7年以上15年未満、一般社員、35歳以上40歳未満、男性)

次の回答には複数の要因が含まれており、日常生活での姿勢と文章表現の関係の強さが読み取れる。

- (12) 非を認めるのが苦手。この一点に問題が集約されるのではないでしょか。求められた情報を簡潔に出すという訓練ができていないので、「自分はこういうつもりだった」みたいな自分を正当化する説明がいちいち入る。データを客観的に出すのと、よく思われたいという欲を消すことが必要だと感じる。こういう指摘をするのも非常に疲れるので、これ一つできるかどうかで仕事のやりやすさが違ってくると思う。

(製造業、勤続7年以上15年未満、課長、30歳以上35歳未満、男性)

重い課題だが、グループワークや相互添削をとおして、コミュニケーションをとりながら自身に厳しく向上していく姿勢の基礎を身につけさせることができたと思う。

〔読書・インプット〕

「読書・インプット」として分類した23件の回答は、文章を読むことの重要性が指摘されたものである。時間のある学生のうちに多くの本を読んでおくべきだったと悔いる回答が多かった。若者の読書離れは深刻だが、根気強く薦め続ける必要があるそうである。

〔そのほか〕

「そのほか」に分類した回答27件のうち9件は、計画実行力などの社会人力についての記述であった。文章の重要性を強く指摘する次のような回答も見られた。

- (13) 大学教育について、文章は、表現・コミュニケーションの手段として非常に重要。プライベートのみならずビジネスでも大きな差がつく。人としていきていく上でも文章スキルに長けていることはおおきな武器になるくらい重要。

(卸売・小売業、勤続15年以上30年未満、係長、35歳以上40歳未満、男性)
学生自身にも文章表現力の重要性を認識させ、モチベーションを上げる必要がある。

7. おわりに

(野田 春美)

本アンケート調査により、現行の「文章表現」の、グループワークやプレゼンテーションを積極的に取り入れている点、読み手の存在を強く意識させている点、メールやレポートなどの文章の型やルールを繰り返し指導している点などが、社会で求められる文章表現力と基本的に一致していることが確認できた。

一方、検討すべき課題も発見できた。紙幅の都合により主なものだけを振り返ると、社会で必要とされる文章の型の指導、社会で役立つ「コミュニケーション力」や「主体性」を育てるためのグループワークのより効果的な活用法、要求されるスピードや相手との関係などに臨機応変に対応できる力の指導などである。今後、こういった課題を検討しながら、社会で力を発揮できる学生を育てるテキストの作成を進めていきたい。

付記

本稿は、2012年度人文学部研究推進費「大学における文章表現教育の目的の明確化と目的に応じた教育方法の探究」、及び2013年度人文学部研究推進費「大学生を対象としたグループワークによる文章表現テキスト作成のための研究」の研究成果の一部である。

ご多忙のなか、アンケートに御協力くださった方々に、心より感謝申し上げます。

参考文献

- [1] 野田尚史・森口稔、(2003)、日本語を書くトレーニング、東京、ひつじ書房
- [2] 野田春美・池谷知子・岡村裕美・小西円・坂本智香・高橋博美・建石始・辻野あらと・中尾桂子・中崎崇・中原香苗、(2006)、プレゼンテーション指導と連動させた文章表現教育法の実践報告、人文学部紀要、26、1-25、神戸学院大学人文学部
- [3] 野田春美・池谷知子・岡村裕美・坂本智香・建石始・辻野あらと・中尾桂子・中崎崇・仁田円・森篤嗣、(2005)、アカデミック・ライティングを中心にした文章表現教育法の実践報告、人文学部紀要、25、51-67、神戸学院大学人文学部