

《研究ノート》

学生の日本語ビジネス文書作成過程の諸相*

Various Aspects of the Student Writing Process of Japanese Business Documents

山本 恭子**

YAMAMOTO Kyoko

はじめに

ビジネスの場では情報伝達のためにさまざまな文書が取り交わされ、文書処理業務が占める割合は大きく、ビジネス文書作成は社会人にとって欠かせない事務処理能力の一つと言える。ビジネス文書作成に関する書籍類は数多く出版されており、昨今ではインターネット上でも容易に例文集を閲覧したりテンプレートを無料で利用したりすることも可能である。このような社会の要請を受けて、多くの大学では、キャリア教育の一環として「ビジネス文書作成」に関する授業をカリキュラムに取り入れている。一般財団法人全国大学実務教育協会では、「秘書士」と「ビジネス実務士」の資格認定の要件として、ビジネス文書表現を必要スキルとして提示している¹⁾。他にも、ビジネス文書の作成能力を客観的に評価する検定試験として、財団法人実務技能検定協会では、学生および社会人を対象に「ビジネス文書技能検定試験」を実施している²⁾。

ビジネス文書は、書き方やレイアウトに基本形式があるものの、表現方法は一つではなく、場面や目的に応じて書き分ける応用力や適応力が求められる。書籍やインターネット等から例文を容易に参照することはできるが、例文の丸写しは実践の場では通用しない。また、ビジネス文書作成の能力開発に関する先行研究では、山本（2013）は、日本人大学生の日本語ビジネス文書作成の誤用を収集、分析し、誤用は繰り返される傾向にあり、日本語の体系的なトレーニングの必要性を述べている³⁾。

本研究では、学生の視点に立って、授業内で収集した自由記述データをもとにテキストマイニングの手法を用いて、ビジネス文書作成過程における学生の取り組み方を把握し、教材開発や指導法の指針を考察する。

1. ビジネス文書の定義

1.1 ビジネス文書の役割と目的

ビジネス文書には、正確な情報伝達と文書の記録・保存の2つの役割があり、社内文書と社外文書の2つに分類できる。社内文書は、主に社内の指示、連絡、報告などに使われ、実務本位で正確性、迅速性、簡潔性が要求される。一方、社外文書は、取引先や顧客などに宛てた文書で、先方に敬意を表し、正確かつ客観的に意向を伝達することを目的とする。

* 2014年9月30日受理

** 名古屋学芸大学短期大学部

1.2 ビジネス文書の構成要素

ビジネス文書は、受け取る側に誤解が生じないために、基本となるフォーマットに従って作成することが通例となっている。その構成は、前付け、本文、付記の3つから成る。社外文書を例として挙げると、前付けには「文書番号・発信日付・受信者名・発信者名」、本文には「標題・頭語・前文・主文・末文・結語・記書き」、付記には「追伸・以上・担当者名」の要素がある。また、構成要素の配置にも一定の形式があり、概ね図1のようなフォーマットが用いられている。

昨今では、ビジネス文書の使用媒体は、紙媒体のほかに電子媒体が占める割合が高くなっている。それに伴い、電子メールによる文書交換も日常的に行われ、メール文書にも特有の形式や言葉遣いがある。さらに、ビジネス文書には英文ビジネス文書も存在し、日本語ビジネス文書とは異なるフォーマットが用いられている。

本研究では、通知状等の紙媒体での作成を目的とした日本語ビジネス文書を対象に論ずる。

2. 研究方法

2.1 研究対象

期 間：2014年4月～7月（授業全15回）

研究対象：本学メディカル秘書コース2年次前期開講『ビジネス文書管理』受講者69名

調査方法：質問紙法（自由記述、記名式）

2.2 研究データの収集

授業でビジネス文書作成の基礎知識を学んだ上で、最終課題としてメモ書き原稿から社内・社外文書を各1通作成する課題を課した。社内文書では、健康診断の案内文の作成、社外文書では講演の依頼状をA4用紙1枚に手書きで作成した。課題の内容と採点項目を資料1、資料2として巻末に提示する。

なお、作成にあたっては、授業で配布した資料のほか書籍やインターネット上の例文等を参照してもよいことにした。これは、実務においては状況に合わせて文例集などの例文をアレンジして作成することが一般的に行われており、学生へ実務の疑似体験をさせるねらいがある。

最終課題提出時に、Q1. 社内文書の作成で工夫した点、Q2. 社外文書の作成で工夫した点、

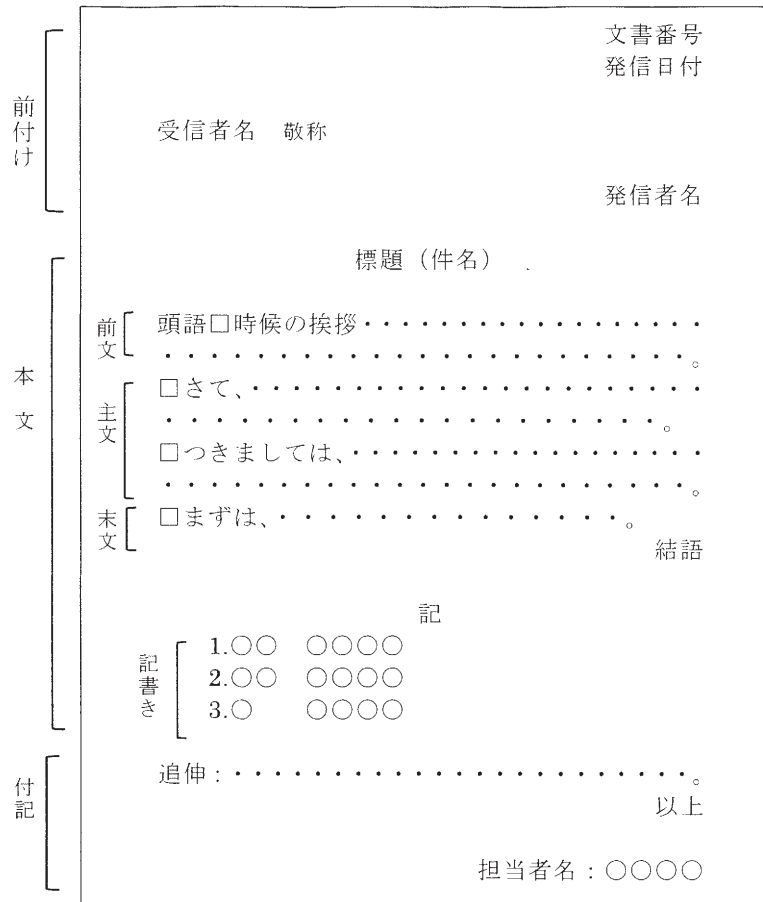


図1 社外文書の基本構成

Q3. ビジネス文書作成で難しいと思った点について質問紙を配布し、自由記述式のアンケート調査を行った。

2.3 分析の方法

回収した自由記述データを、計量テキスト分析ソフト KH Coder (Ver.2.Beta.31d)⁴⁾ を用いて以下の手順で分析を行った。自由記述データの基本情報を表1に示す。

分析に使用した品詞は、名詞・サ変名詞・形容動詞・形容詞・動詞・副詞・タグを指定した。ここで扱うタグとは、「ビジネス文書」のように、「ビジネス」と「文書」の2語に分割して抽出される語を「強制抽出される語」として設定している。さらに「思う」「感じる」のように、出現回数が多いと予想されるが分析上意味をなさない語は、「抽出しない語」として設定している。

- 1) 社内文書の作成で工夫した点、社外文書の作成で工夫した点について、語の出現回数をもとに特徴語を抽出する。
- 2) 特徴語の関係性を明らかにするために共起関係に基づくネットワーク図を出力し、可視化された語の結び付きから文書作成過程の具体的な工夫点を把握する。
- 3) ビジネス文書作成で難しいと思った点について、頻出語をもとにクラスター分析を行い、各クラスターの特徴を把握する。
- 4) 3) で得たクラスターの解釈をもとにコーディングルールを定義する。
- 5) 学生を最終課題の得点により上位群・下位群に分類し、ビジネス文書作成で難しいと思った点の自由記述データにコーディングルールファイルを適用し、出現回数の集計を行い、課題作成の取り組み方の全体の特徴と両者の差異を確認する。

表1 自由記述データの基本情報

分類	総抽出語数	異なり語数	総文書数	段落数
Q1. 社内文書の作成で工夫した点	2,762 (747)	511 (271)	229	69
Q2. 社外文書の作成で工夫した点	3,187 (902)	558 (310)	246	69
Q3. ビジネス文書作成で難しいと思った点	2,500 (747)	461 (251)	213	69

※ () 内の数値は分析で使った語の数

3. 結果

3.1 特徴語の抽出

社内文書の作成で工夫した点、社外文書の作成で工夫した点の自由記述データに対し、KH Coderの「外部変数と見出し」の「リスト」コマンドを用いて、最低文書数5以上の語を対象に特徴語を抽出した。その結果、表2のとおり、社内・社外文書ともに32語が抽出された。表2内の「全体」の列の数値は、読み込んだデータ全体での語の出現文書数と出現確率(前提確率)を指す。「共起」の列の数値は、指定したデータ内での語の出現文書数と出現確率(条件付き確率)を指す。「Jaccard」の列の数値は、文書間の類似度を示し、表示順の決定に用いられている。

3.2 共起ネットワーク分析

表2の特徴語の出現パターンを視覚的に提示するために、KH Coderの「共起ネットワーク」コマンドを用いて、最低文書数5以上の語を対象に共起ネットワーク図を作成した。社内文書の共起ネットワーク図を図2に、社外文書の共起ネットワーク図を図3に示す。

表2 ビジネス文書作成で工夫した点の特徴語

社内文書				社外文書			
抽出語	全体	共起	Jaccard	抽出語	全体	共起	Jaccard
見る	35 (0.254)	23 (0.333)	0.2840	気をつける	28 (0.203)	19 (0.275)	0.2436
わかる	36 (0.261)	22 (0.319)	0.2651	言葉遣い	25 (0.181)	18 (0.261)	0.2368
文章	37 (0.268)	22 (0.319)	0.2619	自分	26 (0.188)	17 (0.246)	0.2179
作成	28 (0.203)	17 (0.246)	0.2125	インターネット	24 (0.174)	16 (0.232)	0.2078
心掛ける	24 (0.174)	16 (0.232)	0.2078	相手	20 (0.145)	15 (0.217)	0.2027
記書き	17 (0.123)	13 (0.188)	0.1781	丁寧	24 (0.174)	14 (0.203)	0.1772
内容	16 (0.116)	12 (0.174)	0.1644	お願い	12 (0.087)	12 (0.174)	0.1739
わかりやすい	19 (0.138)	12 (0.174)	0.1579	参考	22 (0.159)	13 (0.188)	0.1667
工夫	21 (0.152)	12 (0.174)	0.1538	講演	11 (0.080)	11 (0.159)	0.1594
見やすい	18 (0.130)	11 (0.159)	0.1447	失礼	12 (0.087)	11 (0.159)	0.1571
読む	20 (0.145)	11 (0.159)	0.1410	文書	23 (0.167)	12 (0.174)	0.1500
伝える	15 (0.109)	10 (0.145)	0.1351	言葉	16 (0.116)	11 (0.159)	0.1486
使う	18 (0.130)	10 (0.145)	0.1299	依頼	10 (0.072)	10 (0.145)	0.1449
部分	10 (0.072)	8 (0.116)	0.1127	調べる	14 (0.101)	10 (0.145)	0.1370
簡潔	8 (0.058)	7 (0.101)	0.1000	コース	9 (0.065)	9 (0.130)	0.1304
日時	12 (0.087)	7 (0.101)	0.0946	時候の挨拶	11 (0.080)	9 (0.130)	0.1268
違う	13 (0.094)	7 (0.101)	0.0933	例文	12 (0.087)	9 (0.130)	0.1250
重要	6 (0.043)	6 (0.087)	0.0870	難しい	10 (0.072)	8 (0.116)	0.1127
場所	7 (0.051)	6 (0.087)	0.0857	まとめる	14 (0.101)	8 (0.116)	0.1067
バランス	9 (0.065)	6 (0.087)	0.0833	人	14 (0.101)	8 (0.116)	0.1067
連絡	9 (0.065)	6 (0.087)	0.0833	敬語	15 (0.109)	8 (0.116)	0.1053
引く	5 (0.036)	5 (0.072)	0.0725	課題	9 (0.065)	7 (0.101)	0.0986
下線	5 (0.036)	5 (0.072)	0.0725	伝わる	10 (0.072)	7 (0.101)	0.0972
パツ	5 (0.036)	5 (0.072)	0.0725	プリント	11 (0.080)	7 (0.101)	0.0959
理解	7 (0.051)	5 (0.072)	0.0704	気持ち	6 (0.043)	6 (0.087)	0.0870
タイトル	7 (0.051)	5 (0.072)	0.0704	説明	8 (0.058)	6 (0.087)	0.0845
字	8 (0.058)	5 (0.072)	0.0694	突然	5 (0.036)	5 (0.072)	0.0725
改まる	5 (0.036)	4 (0.058)	0.0571	頭語	6 (0.043)	4 (0.058)	0.0563
忘れる	6 (0.043)	4 (0.058)	0.0563	簡単	7 (0.051)	4 (0.058)	0.0556
挨拶文	7 (0.051)	4 (0.058)	0.0556	習う	5 (0.036)	3 (0.043)	0.0423
空ける	7 (0.051)	4 (0.058)	0.0556	書き方	5 (0.036)	3 (0.043)	0.0423
書ける	5 (0.036)	3 (0.043)	0.0423	揃える	5 (0.036)	3 (0.043)	0.0423

共起ネットワークとは、文書からその文書の特徴づける語の抽出を行い、特徴語同士の共起関係を図示したものである。関連が強い語同士が線で結ばれ、中心的な役割を果たす語は円の網掛けが濃く表示される。さらに、共起関係の強い単語間ほど太線で示され、出現頻度が高い語は大きな円で示される。ここでは単語間が線で結合されていることが重要であり、外見上の距離は無関係である。

1) 社内文書の語の共起関係

社内文書では、共起関係 (edge) 61、密度 (density) .14、語 (node) 30から成る共起ネットワーク図が出力できた。ネットワークの中心性では「連絡」が中心的な役割を果たす語で、周縁には「工夫」「重要」「下線」「引く」「空ける」「忘れる」の6語が布置されていた。頻度では「見る」「わかる」「文章」の出現回数が多く、周縁には「記書き」「作成」「内容」「部分」「パツ」「日時」「心掛ける」が布置されていた。共起の強い語の組み合わせに注目すると、「下線-引く」、「日時-場所」

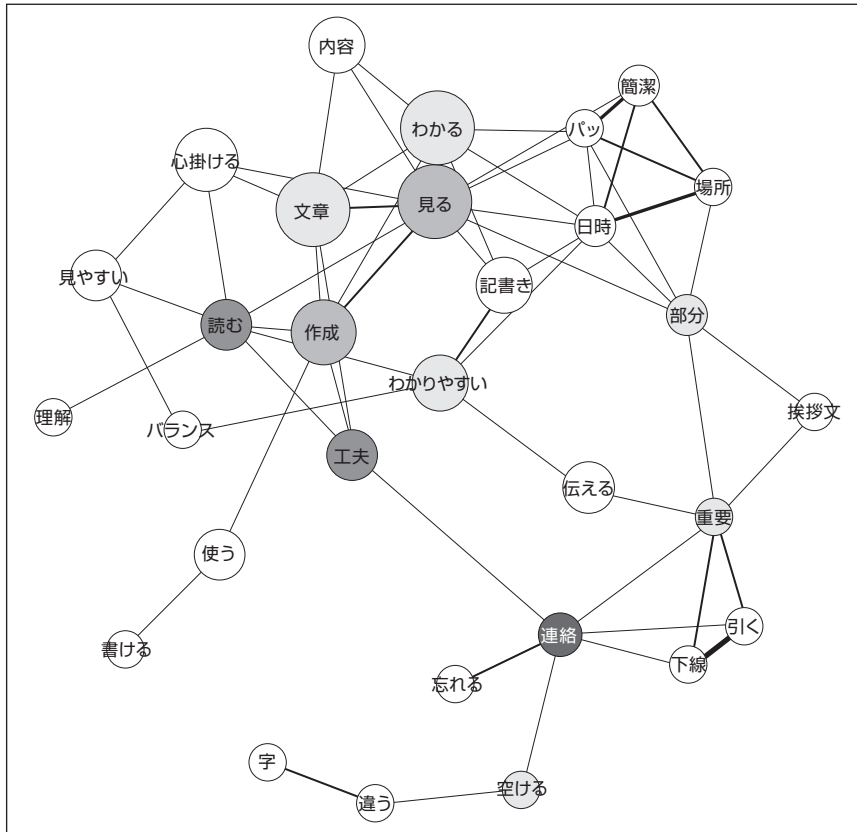


図2 社内文書作成時に工夫した点 共起ネットワーク（中心性）

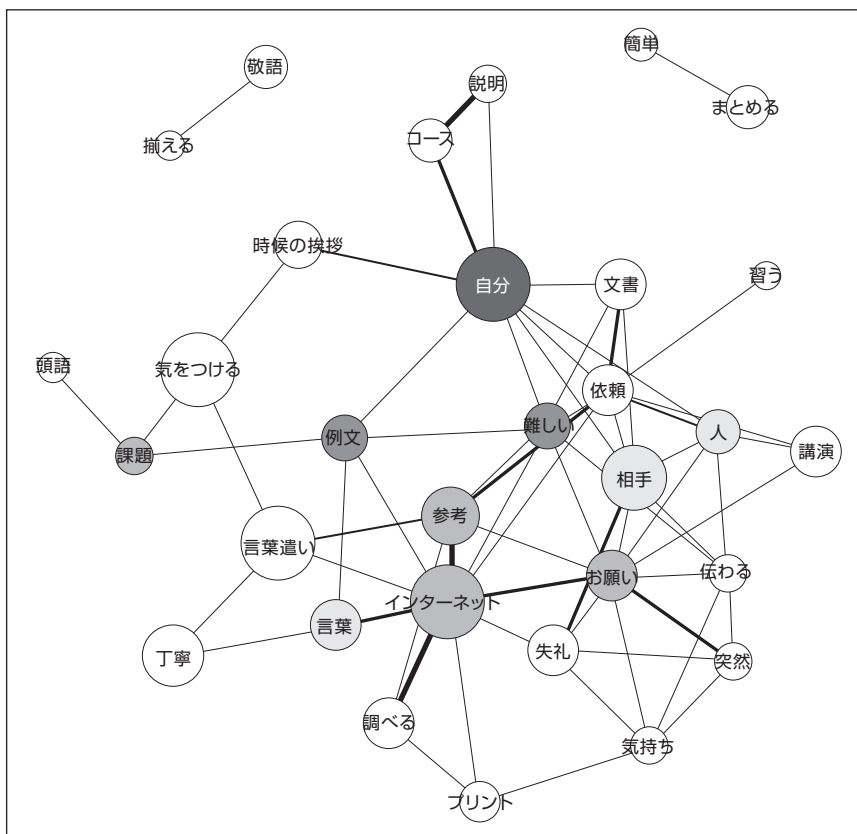


図3 社外文書作成時に工夫した点 共起ネットワーク（中心性）

が該当する。元データでは、「重要な箇所に下線を引いた」「日時や場所がパッと見てわかるように記書きに番号を付けた」という使われ方をしていた。

共起関係に基づくグループ形成では、①「連絡」「重要」「下線」「引く」「忘れる」、②「字」「違う」「空ける」、③「内容」「わかる」「見る」「文章」「心掛ける」「読む」「作成」「工夫」、④「簡潔」「パッと」「日時」「場所」「部分」、⑤「見やすい」「バランス」「理解」「使う」「書ける」「伝える」「挨拶文」、⑥「記書き」「わかりやすい」の6グループに分割できた。以上の分類から、「重要な連絡事項は忘れないように下線を引く」「読んだ人が見て内容がわかるような文章を作成することを心掛ける」「記書きにまとめてわかりやすくする」「日時や場所がパッと見てわかるように簡潔にまとめる」という工夫があったことが推測できる。

2) 社外文書の語の共起関係

社外文書では、共起関係 (edge) 64、密度 (density).138、語 (node) 31から成る共起ネットワーク図が出力できた。ネットワークの中心性では「自分」が中心的な役割を果たす語で、周縁には「コース」「説明」「文書」「人」「依頼」「相手」「難しい」「例文」「時候の挨拶」の9語が布置されていた。頻度では、「気をつける」「言葉遣い」「自分」「インターネット」の出現回数が多かった。共起の強い単語の組み合わせに注目すると、「インターネット-参考」「インターネット-調べる」「コース-説明」が該当する。元データでは、「インターネットで例文を参考にしながら文章を考えた」「相手に失礼がないようにインターネットなどで調べて書いた」「コースの説明をスペースが許す限り詳しく書いた」という使われ方をしていた。

共起関係に基づくグループ形成では、①「自分」「コース」「説明」、②「参考」「インターネット」「調べる」「プリント」、③「人」「相手」「伝える」「お願い」「突然」「失礼」「気持ち」、④「簡単」「まとめる」「時候の挨拶」「講演」「丁寧」、⑤「敬語」「揃える」、⑥「習う」「難しい」、⑦「頭語」「課題」、⑧「例文」「言葉」、⑨「文書」「依頼」、⑩「気をつける」「言葉遣い」の10グループに分割できた。以上の分類から、「インターネットやプリントを参考にして調べる」「突然のお願いを相手に失礼のないように伝える」「自分のコースの説明をするのが難しい」「言葉遣いに気をつける」という工夫をしていたことが推測できる。

3.3 クラスタ分析

文書作成で難しかった点の語の出現傾向を把握するために、KH Coderの〔抽出語〕の〔階層的クラスタ分析〕コマンドを用いて、出現回数5回以上の語を分析対象とし、集計単位：段落、最小出現数：5、方法：Ward、距離：Jaccardによるクラスタ分析を行った。その結果、表3のとおり、7クラスタに分類できた。なお、表3内の数値は語の出現回数、1.~10.の項目は各クラスタの特徴を集約したものである。

以下に、各クラスタの特徴を元データを参照しながら解釈する。

クラスタ1は、「時候の挨拶」「使い方」「タイトル」「多い」の4語から構成され、データ中では、「一目で見てわかるタイトルを付ける」「時候の挨拶で使う言葉を覚える」という記述が見られた。

クラスタ2は、「伝える」「丁寧」「わかる」の3語から構成され、データ中では、「丁寧な表現を心掛ける」「伝えるべきことをまとめる」「用件をわかりやすく書く」という記述が見られた。

クラスタ3は、「考える」「自分」「相手」「理解」の4語から構成され、データ中では「自分で文章を考える」「自分では理解していても相手には伝わらない」「相手に失礼のない文書」という記述が見られた。

クラスタ4は、「難しい」「使う」「言葉」「漢字」「挨拶文」「覚える」「敬語」「正しい」の8語

から構成され、データ中では、「挨拶文にどの言葉を使うのか」「難しい漢字を覚える」「普段使わない言葉」「敬語の使い方」「正しい漢字」「正しい言葉遣い」という記述が見られた。

クラスター5は、「作成」「文書」「大変」「ビジネス文書」「形式」「内容」の6語から構成され、データ中では、「文書の基本形式を覚える」「内容に沿った文書を作成する」という記述が見られた。

クラスター6は、「違う」「書き方」「慣れる」「個人宛」の4語から構成され、データ中では、「文書によって書き方が異なる」「個人宛と団体宛で書き方が違う」という記述が見られた。

クラスター7は、「文章」「言葉遣い」「社外文書」「社内文書」の4語から構成され、データ中では、「社内文書と社外文書で書き方違う」「社外文書での文章の書き方」「文章の組み立て方」「丁寧な言葉遣い」という記述が見られた。

以上の各クラスターから、1. 挨拶文の語の選択、2. タイトルの付け方、3. 丁寧な表現、4. 正確な情報伝達、5. 自分で文章を考える、6. 漢字の選択、7. 敬語の使い方、8. 文書の形式、9. 社内文書・社外文書、個人宛・団体宛などの文書の書き分け、10. 言葉遣いの10項目の解釈ができた。

表3 ビジネス文書作成で難しいと思った点のクラスター分析（Ward法）

クラスター1			クラスター4			クラスター6		
時々の挨拶	8	1. 挨拶文の語の選択 2. タイトルの付け方	難しい	63	6. 漢字の選択 7. 敬語の使い方	違う	13	9. 文書の書き分け
使い方	7		使う	32		書き方	11	
タイトル	6		言葉	31		慣れる	6	
多い	5		漢字	15		個人宛	5	
			挨拶文	14				
クラスター2			覚える	14	クラスター7			
伝える	6	3. 丁寧な表現 4. 正確な情報伝達	敬語	12	文章	18	10. 言葉遣い	
丁寧	8		正しい	8	言葉遣い	14		
わかる	8			クラスター5				社外文書
クラスター3			作成	16	社内文書	8		
考える	14	5. 自分で文章を考える	文書	15	8. 文書の形式			
自分	13		大変	12				
相手	11		ビジネス文書	6				
理解	6		形式	6				
			内容	5				

3.4 コーディングルールによる分析

1) コーディングルールの作成とデータの分割

ビジネス文書作成で難しかった点について、各クラスターの解釈から生成した10項目に対し、頻出語と関連の強い語の組み合わせを利用してコーディングルールを定義した。コーディングルールとは、データをいくつかのカテゴリーに分類するためにユーザーが作成したルールを指す。例えば、敬語に関連のある「尊敬語」「謙譲語」「丁寧語」の3語のうちいずれかがデータ中に含まれれば、その文書に「敬語」というコードを与えるというものである。その結果、コード数10、ルール数51のコーディングルールファイルが生成できた。

自由記述データにコーディングルールファイルを適用する際に、元データを最終課題の得点の上位群・下位群に分類した。これは、全体的な傾向だけでなく対象を分割したことで、両者の差異を確認することが可能になるためである。先行研究では、北澤ら(2009)は、大学の情報教育を対象に授業評価アンケートを実施し、成績上位群と下位群に分類した上で成績別に授業満足度に関連する要因分析を行い、両者に共通する要因、個別に発生した要因を考察している⁵⁾。本研究においても有効な手段であると考え適用することにした。上位群・下位群の分類は、最終課題の社内文書(15点満点)、社外文書(20点満点)の得点合計の平均値が27.2(標準偏差3.3)であったことから、平

均値27.2以上を上位群（32名）、平均値未満を下位群（37名）とした。

2) コーディングルールの適用

KH Coder の [コーディング] の [クロス集計] コマンドを用いて、コードの出現回数を総合課題の得点の上位群・下位群別に集計した。出力結果を表4に提示し、上位群・下位群別のグラフを図4に示す。

全体では、上位群・下位群ともに「言葉遣い」「挨拶文の語の選択」が高かった。元データでは「普段使わない言葉がある」「難しい言葉の意味を理解して正しく文書を作成することが大変」「書面の内容によって挨拶文が変わること」「普段は作成などしないので前文と末文には戸惑った」という使われ方をしていた。

分類別では、上位群は「文書の形式」が高かった。元データでは、「その時その時で書面の構成を変えないといけない」「基本の型がある上で変化させないといけないことが難しかった」という使われ方をしていた。一方、下位群は「漢字」が高く、元データでは、「普段は使わない漢字を書くことに苦戦した」「難しい漢字を覚えるのが大変」という使われ方をしていた。「文書の形式」「漢字」「正確な情報伝達」は、上位群と下位群とで出現傾向に差があったが、その他のコードに関しては、目立った差異はなく似通った出現傾向であった。

表4 コーディングルールの出現回数

(回)

	言葉遣い	挨拶文の語の選択	文書の形式	漢字	敬語	文書の書き分け	丁寧な表現	自分で文章を考える	正確な情報伝達	タイトルの付け方	ケース数
上位群	13	10	11	4	6	5	5	4	2	1	32
下位群	14	15	5	9	6	7	6	5	6	3	37
合計	27	25	16	13	12	12	11	9	8	4	69

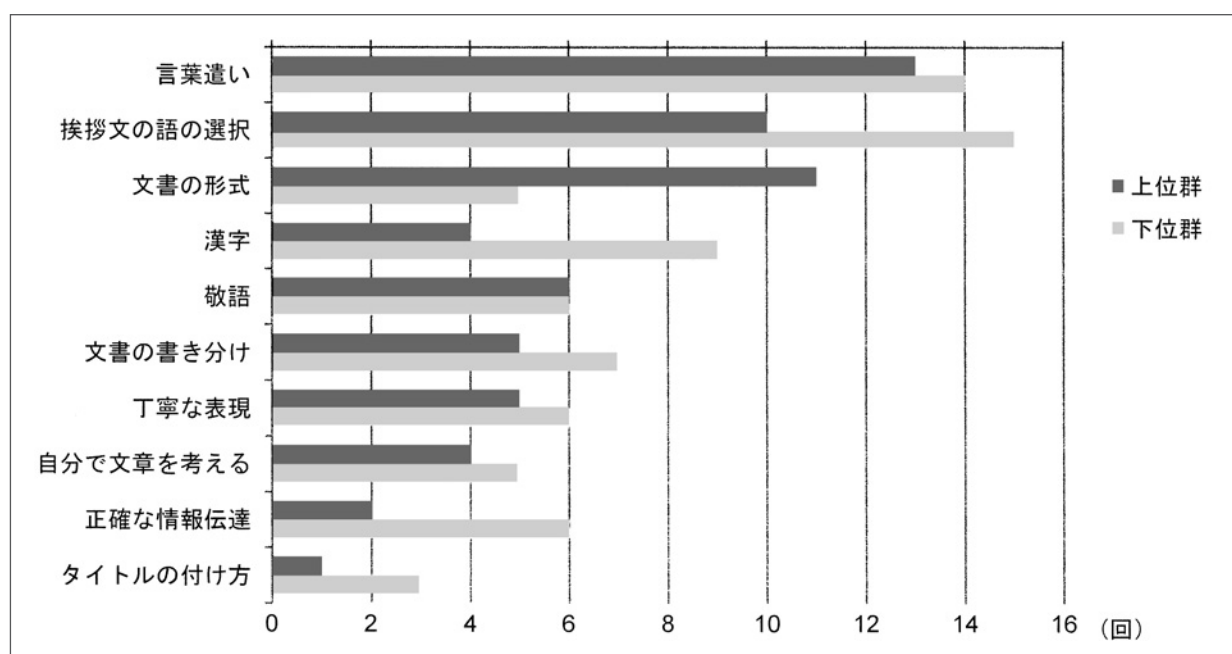


図4 総合課題の得点の上位群・下位群別のコーディングルール出現回数

4. 考察

社内・社外文書作成での工夫点の共起ネットワーク分析から、社内文書の作成では、健康診断の連絡という目的を、わかりやすさ、見やすさ、簡潔さに注意して果たそうとしていたことがうかがえた。さらに「下線を引く」「記書きにまとめる」という具体的な行動も把握できた。社外文書の作成では、講演の依頼の承諾を得るために、相手に失礼のないように言葉遣いに気をつけ、挨拶文や本文の部分は知識不足の点を主体的にインターネットで調べて解決しようという姿勢が把握できた。

ビジネス文書作成で難しいと思った点のコーディングルールの集計結果から、学生は、ビジネス文書特有の敬語表現や慣用表現を覚えて使いこなすことを難しく感じていることが把握できた。クラスター分析の解釈をもとに生成したコーディングルールのコードを見ても、10コード中「言葉遣い」「挨拶文の選択」「漢字」「敬語」の4コードがそれに該当することからも理解できる。

言葉に関するコード以外では、社内文書と社外文書、個人宛と団体宛といった「文書の書き分け」が挙げられた。社外文書は先方を敬う気持ちを表し敬語表現に注意しなければならないが、社内文書はできる限り敬語を省く作業をしなければならない。また、同じ社外文書でも受信者が個人の場合と団体宛の場合とでは用いる語句も異なる。このような文書の書き分けを適宜行わなければならないことも、授業内だけでは繰り返してトレーニングすることが困難であるため、学生は十分に習得できなかったのではないかと推測できる。

コードの出現回数は少なかったが、「自分で文章を考える」「タイトルの付け方」がコードに挙げられている。使い慣れていない言葉を使って自分で文章を書くことは、学生にとって楽な作業ではなかったであろう。また、タイトルを付ける作業も文書の趣旨を理解する能力が求められる。このような応用力についても学生にとって苦手な部分であることが推測できる。

総合課題の得点の上位群・下位群の分類では、「文書形式」と「漢字」については若干差異が見られたが、今回の調査においては全体的に突出した差異は見られなかった。

社内文書作成での工夫点では、わかりやすいように記書きにまとめる工夫をしていることが確認できたが、難しかった点としては挙げられてこなかった。このような機械的に作業ができる部分については苦手意識を持たずに作業ができたのだと推測できる。

まとめ

本研究では、授業で収集した社内文書の作成で工夫した点、社外文書の作成で工夫した点、ビジネス文書作成で難しいと思った点の3種類の自由記述データをもとに、テキストマイニングの手法を用いて学生のビジネス文書作成過程における取り組み方を探索した。

その結果、「記書きにまとめる」のように自分なりに工夫して対処できた点と、「言葉遣いや挨拶文の語の選択」のように、意識はしていたが思うように実践できなかった点を具体的に把握することができた。また、問題の解決手段として学生がインターネット活用を優先する行動過程が確認できた。ビジネス文書特有の敬語表現や慣用表現は、成績の上位・下位に限らず学生が苦手意識を持っているという知見を得たが、馴染みがない用語であっても効率的に理解度を高める方策を検討する必要があると考える。しかし、全15回の授業で実践することは現実的ではない。これらはすべてを覚え込むものではなく、実務では基本を学んだ上でその後は実践の場で臨機応変に対応することが一般的である。そして実践の場で文書作成を繰り返すことで知識を増やしていくものである。このような状況を踏まえ、今後は、学生が自ら調べて問題解決できるだけの基礎知識が持てるような指導が必要であると考えられる。

今回得られた知見を学生のニーズとして捉え、教材開発や指導法に反映させていきたい。

引用文献

- 1) 一般財団法人全国大学実務教育協会：http://www.jaucb.gr.jp/index.php, 2014.9.18
- 2) 財団法人実務技能検定協会：http://jitsumu-kentei.jp/BB/index, 2014.9.18
- 3) 山本幸子：日本語ビジネス文書ライティングに見られる日本人大学生の誤用分析，共栄大学，共栄大学研究論集 12, 87-99, 2014
- 4) 樋口耕一：KH Coder：http://khc.sourceforge.net, 2014.9.18
- 5) 北澤武，永井正洋，上野淳：情報教育における成績上位群と下位群の満足度に影響を及ぼす要因の分析，日本教育情報学会，教育情報研究，日本教育情報学会学会誌25（2），15-22，2009

参考文献

- [1] 阿部紘久：しっかりとした敬語表現 マナーですぐに書けるビジネス文書の書き方，永岡書店 2013
- [2] 石黒圭：正確に伝わる！わかりやすい文書の書き方，日本経済新聞出版社，2012
- [3] 石田基広，金明哲：コーパスとテキストマイニング，共立出版，2013
- [4] 財団法人実務技能検定協会編：ビジネス文書検定受験ガイド1・2級，早稲田教育出版，2006
- [5] 財団法人実務技能検定協会編：ビジネス文書検定受験ガイド3級，早稲田教育出版，2006
- [6] 樋口耕一：社会調査のための計量テキスト分析，ナカニシヤ出版，2014

資料

資料 1

課題① 社内文書の作成 (設定)	社内文書課題の 採点項目
<p>あなたは、株式会社竹ノ山の社員で、総務課に所属しています。上司から本年度の定期健康診断の案内文を作成するよう指示を受けました。この健康診断は社員全員が受診することになっています。以下の条件を満たす案内文（A4-1枚）を作成しなさい。</p> <p>発信年月日：平成26年8月1日 受信者：全社員 発信者：総務課 タイトル：内容にふさわしいタイトルを書く 本文（以下の内容を含めること）</p> <ul style="list-style-type: none"> • 全員受診。 • やむを得ず受診できない場合は、後日、予備日を知らせるので、総務部の〇〇（←あなたの名前）へ8/20までに連絡してほしい。 • 受診しない人は人間ドック（11/30まで）を受診するか、診断書（自費）を提出。 <p>日時 平成26年9月17日（水） 男性 10：00～12：00 女性 13：00～15：00</p> <p>場所 2階医務室、1階エントランス（レントゲン車）</p> <p>診断科目 問診、胸部レントゲン撮影、血圧測定、体重測定、身長測定、視力検査、検尿、血液検査 など</p> <p>事前に添付の「健康診断受診のしおり」の記載事項を読んでおくこと。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 構成要素の配置 2. 受信者の記載 3. 発信者の記載 4. タイトル 5. 本文 6. 「全員受診」の記述 7. 予備日の知らせ 8. 受診できない場合の指示 9. 記書き 10. 以上 11. 誤字・脱字 12. 改行 13. 句読点 14. 「事前に資料を読むこと」の記述 15. 連絡先等の記載

資料2

<p>課題② 社外文書の作成 (設定)</p> <p>あなたは、大学祭の実行委員長として、大学祭期間中に開催するイベントの企画を検討しています。そこで、イベントの一つとして講演会を企画し、医学博士の南雲 吉男 氏へ講演の依頼状を作成することになりました。</p> <p>以下の条件を満たす依頼状 (A4-1枚) を作成しなさい。</p> <p>発信年月日：平成26年8月5日 受信者：南雲吉男医師 発信者：名古屋学芸大学短期大学部 大学祭実行委員長 ○○○○←あなたの氏名 タイトル：内容にふさわしいタイトルを書く 日時 平成26年10月26日(日)午後2時～午後3時30分 会場 〒470-0196 愛知県日進市岩崎町竹の山57 名古屋学芸大学 521教室 テーマ 「食生活からアンチエイジング」 謝礼 改めてご相談させていただきます。 対象 短期大学部学生、一般</p> <p>本文</p> <ul style="list-style-type: none"> • 頭語、時候の挨拶、安否の挨拶 (個人宛て) • 突然のお願いを詫げる • 自分の所属コースについて簡単に説明する • 趣旨説明→大学祭で講演会を企画していることを述べる • 忙しいところ申し訳ないが、引き受けてくれるようお願いする • 詳細は改めて電話連絡する • 末文 <p>※その他、必要と思われる事項を追加してもよい。</p>	<p>社外文書課題の採点項目</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 構成要素の配置 2. 受信者と敬称の記載 3. 発信者の記載 4. タイトル 5. 挨拶文 (個人宛) 6. 結語 7. 突然のお願いのお詫び 8. 自分の所属コースの説明 9. 趣旨説明 10. 引き受けてくれるようお願いする 11. 謝礼 12. 詳細は改めて電話連絡 13. 記書き 14. 末文 15. 以上 16. その他 (連絡先等) 17. 誤字・脱字 18. 改行 19. 句読点 20. 上記以外の情報の追加 <p>〈資料：南雲先生プロフィール〉 医学博士。ナグモクリニック院長。独特の健康法を実行して15kgのダイエットと50代にして30代に見られるほどのアンチエイジングに成功。著書にベストセラー『錆びない食生活』など。その他、わかりやすい解説が大好評となり、テレビやラジオ番組に多数出演。</p>
--	--