

【研究ノート】

ESP ニーズ分析：ファッション・デザイン及び制作に関わる英語使用経験者の視点から

ESP Needs Assessment : For Fashion-Major Students

乳井 暁絵

NYUI, Akie

1. 1 はじめに

近年英語教育の中で「特別な目的のための英語教育」(English for Specific Purposes: ESP) が注目されてきている。ESP コースの目的は、普通、学習者が特定の分野での英語によるコミュニケーションが可能になることである。その際、「特定の分野」は通常、専門的な学問や職業と結びついて考えられる。従って、ESP コースのカリキュラム作成や教材制作などには、学習者の英語学習に関する環境や状況を掴み、具体的にどのような場面で、何の目的のために英語を使えるようになりたいかを把握し、目的を達成するためにどのような知識、英語スキル及び表現を必要としているかなどの詳細が明らかにされる必要がある。そのためには、例えば、学習者自身または専門家の意見や既存の教材を検討することとなり、ニーズ分析と呼ばれている。通常専門性を含む ESP コースの開発には、特にニーズ分析が必須と言われている。

このニーズ分析を含む、ESP 教育、及びその研究は、主にビジネス、医療、看護、科学系の分野で盛んであるが、専門性の高い分野の一つであるファッション・デザインの分野における研究はあまり見られない。故に、本研究では、ESP ファッション・デザインに注目し、ファッション・デザイン及び制作に関わる活動を英語で行う場合に日本人学習者が学習しておくべき点を明らかにすることを目的とする。この目的を達成するために、本稿では、まず、英語教育における ESP 教育の位置づけや、プログラム・教材開発におけるニーズ分析の重要性を概観する。次に、デザイン・創作活動を海外で行ったことのある日本人4人を情報提供者として選び、ファッション・デザイン・制作活動における英語の言語ニーズ分析の結果と考察を述べ、更に、今後の課題を提起する。

2. 1 ESP とは

日本の大学英語教育においては長い間、「教養のための英語」としての位置づけによって、専攻分野に関わらず英語の基礎力を身につけることに重きを置いた教育がなされてきた(寺内, 2000)。近年では、一般教養としての英語に留まらず、学生の専攻に合わせ、より専門的で実用的な要素の高い英語プログラムを提供しようとする動向がある。こうした流れの中で「特別な目的のための英語教育」が注目を浴びるようになってきた。現在では English for Specific Purpose (特定の目的のための英語) の略語として ESP が定着している。

ESP プログラムに関しては、古くは15世紀のオックスフォード大学において「ビジネスのための英語とフランス語」を教えるための教材が存在したと報告されているが(Howatt, 2004)、英語教育の一分野としての歴史は比較的浅いものである。Richards (2001) は、ESP は、英語を母国語としない学習者たちがアメリカやイギリスの大学に進学するための準備へのニーズから1950年代に始まったと述べている。また、寺内(2001) は、ESP は1960年代に文学を主流として教授されてきた英語教育への反動として、実用的な観点から、専ら English for Science and Technology (EST) と呼ばれる理工系英語の分野から広まり始めたと述べている。

ESP 教育に関わるニーズ分析研究の分野では、West (1994) がその歴史を纏めており、それによれば、特別な目的のための英語教育のためのニーズ分析の焦点は、1970年代に職業上の目的のための英語(EOP)に関する対象状況分析(target situation analysis) から始まり、その後、学術的な目的のための英語(EAP)へと移行し、1980年代にはストラテジー

分析、1990年代にはコンピューター・ベースの分析なども含んだ ESP のためのニーズ分析が行われるようになった。

日本では、ESP が「実用のための英語」として表立って論じ始められたのは1991年の「大学設置基準の大綱化」以降であると指摘されている(寺内, 2000)。これ以降、大学英語教育においては、大学、学部ごとに特色のあるカリキュラム開発が進められるようになり、特定の目的に合わせて、対象者のニーズに合ったプログラムを提供する ESP が脚光を浴び始めたと言える。同時に、Dr. Orr を始めとする ESP を専門とする研究者の活動や組織だった活動が1990年代後半から目立ち始めた(寺内, 2000)。日本の英語教育界において長年 ESP が表向きに論じられてこなかったのは、実用的で専門色を帯びる ESP は会社や専門学校で扱うものという認識があったからだと考えられている(Morizumi, 1994を寺内2000より転載)。

これまでに ESP の定義や分類が示されてきた(Dudley-Evans & St. John, 1998; Mackay & Mountford, 1978; Robinson, 1980等)が、その定義方法は明確に定まっていないことが指摘されており(Richterich, 1983; 寺内, 2000)、日本においても、日本語の ESP の定義は明確に定まっていないのが現実である。多くの場合、ESP が目指すものや、その内容が曲解されていると指摘されている(寺内, 2000)。寺内(2000)は ESP の定義方法の問題点として、分類されている各領域が混じり合い、重複していたり、曖昧な領域があったりすることを指摘している。例としては、一般的な目的のための英語(EGP)との対立概念として ESP を定義する場合に EGP の定義自体が曖昧であったり、ESP を学術的な目的のための英語(EAP)と職業上の目的のための英語(EOP)に分類し、その中で更に English for Professional Purpose (EPP: 医学分野の研究者が英語の文献を読んだり英語で学会発表をする等)と English for Vocational Purpose (EVP: 外交官などが赴任先ですぐに実際の生活の中で英語を使用しなければならない場合)を分類していった場合に、学術や職業分野の中でのビジネス英語などのある一定の分野はどちらに入るかを明確に指摘できない等が挙げられている。また、海外と日本における一般的な解釈のされ方が異なることも混乱の要因だと述べている。

本稿では、ESP 解説書の中で、日本語で独自の定義が示されている下記の定義を採用する。

それぞれの学問領域や職域には固有のニーズが存在し、そのニーズによって同質性が認知され、異

質性も生じてくる。そして、同質性が認知された各専門領域内では『ディスコース・コミュニティ』集団が形成され、その目的を達成しようとする。その場合、各集団の内外において明確かつ具体的目標を持って英語が使用される。その際の言語研究及び言語教育。(寺内, 2000, p. 18)

ここでいうディスコース・コミュニティ(Swales, 1990)とは、同じ目的を達成しようとする、ある一定の社会的規則、社会習慣(social conventions)を共有する人々の集まりである。田地野(2004)は、学術専門領域やビジネス、法律などの職業領域の専門家集団を考えた場合、このディスコース・コミュニティのメンバーは内部から外部の人々に向けての一方向的なコミュニケーション(薬剤師が患者に薬についての説明を行う等)と、内部での構成員同士での双方向のコミュニケーションを行う(学会発表などの専門家同士の情報交換等)場合を挙げている。服飾分野で例えるならば、専門知識を持ったデザイナーがそのデザインやコンセプトを服飾の専門知識のない、または少ない仕事先の担当者に説明する場合のコミュニケーションと作品制作のために専門知識を共有したデザイナーとパターナーが行う内部におけるコミュニケーションがある。

2. 2 ESP ファッションの位置づけ

ESP の分野ではビジネス、医療、看護、科学系を対象とする研究は多くなされており、ニーズ分析や研究に基づいたプログラムも提供されてきているが、服飾系 ESP に関するニーズ調査・分析はあまり見られない(Chaikul, 2004; Jones & Nyui, 2007等)。日本の大学英語教育の中で10年に亘り ESP に焦点を当て研究を続けてきた大学英語教師学会(JACET)の ESP 研究会の出版物の中にも服飾系 ESP の研究は見られなかった。

しかしながら、現在、日本には、芸術系学部を有する大学が67校、家政、被服、服飾系学部を有する大学が21校存在し(梧桐書院, 2008)、専門学校ではファッション・デザイン関連のプログラムを提供しているものが56校存在する(専門・各種学校研究会, 2008)。商業的に見ても、アパレル・スポーツ用品分野は、業界規模の売り上げが年間10兆円を超える(矢野経済研究所調べを日本経済新聞社, 2007, p. 104より転載)、国際取引を含む一分野である。

3. 1 ESP カリキュラム・教材開発のためのニーズ調査・分析

学習ニーズに一致した効果的なカリキュラム・教材を開発するためにはニーズ分析が必要であると言われている (Brown, 1995; Richards, 2001等)。今日では、様々なカリキュラム開発のフレームワークが提供されているが (Graves, 1996; Nunan, 1988; Richards, 1990等)、その第一段階としてニーズ調査を行うこと、更に、コースの発展のためにコース中やコース終了後にもニーズ調査を行うことは多くの教育者／研究者たちによって奨励されている (Graves, 1996; Richards, 2001等)。また、Richards (2001) の説明によると、米国では1960年代から、特定の職業や状況の中で実際に使用または遭遇する英語の学習をする必要性が提唱され始め、伝統的な語学プログラムの仕組みに疑問が呈され始めた。英語教育において、より効果的な教育のアプローチやカリキュラムを開発するためには、上記のようなプログラムの構造自体を改革する必要性に加えて、学習者が、英語使用環境の中でどのようなニーズを抱えているかを探る事が必要であり、そのためには、ニーズ調査が必須となるのである。

ニーズ分析の意義は、Richards (1990) の提唱するにニーズ分析の目的の中に見ることができる。それは以下の3点にまとめることができる。(1) カリキュラム制作段階において、様々な人々の意見 (学習者、教師、管理者、雇用者など) を検討することによって、より幅広い情報を言語プログラムの内容・デザイン・実施に導入する仕組みを提供すること。(2) 言語プログラムの目標・目的・内容を構築する上で重要とされる、一般的なニーズと特定のニーズを明らかにすること。(3) 既存のプログラムの再検討および評価の基礎として役立つデータを提供すること。

ニーズの種類とその定義¹については Brindley (1989)、Berwick (1989)、Hutchinson and Waters (1989) などが様々な提案をしている。各ニーズは、いくつかの要素、解釈を含み、それぞれを明確に区別して定義できるものではない。ニーズ (needs) という言葉は「包括的な用語」(“umbrella term”), (Hutchinson & Waters, 1989, p. 55) となっている。

3. 2 ニーズ調査の対象者

ニーズ分析は信頼性のある有効な結果を得るために複数の情報源から情報を集めることが奨励されている (Hutchinson & Waters, 1987; Long, 2005等)。ニ

ズ分析の際の情報源の選定は、ニーズ分析にかけられる時間、費用、実行可能であるかどうかが問題となる。通常、実行が可能、つまり情報入手が可能か、情報提供を依頼することが可能な対象の中から、時間と費用の制限を考慮し、選定が行われることになる。

上記に述べたとおり、有効なニーズ分析のためには調査対象者は多方面に亘るほうがよいと奨励されているが、対象学習者をニーズ分析の対象とすることに対しては議論の余地がある。対象学習者からの意見が不可欠だという意見 (Edwards, 2000等) がある一方で、学習者の意見を取り入れるには注意深く取り組むべきだとする意見 (Long, 2005等) がある。これは学習者の言語学習やその分野での経験の量によって、得られる情報の質に違いがあるからである。Cowling (2007) は日本人向けビジネス英語プログラムを開発する際のニーズ分析に際し、対象学習者が、実際には英語を使う機会が少なく、実際の経験の無い学習者たちは、ニーズをはっきり持っているわけではなく、将来どんなことが必要となり得るかということに関しても意識が低いと報告し、適切な情報を得るための秘訣はすでに当該分野での英語使用経験のある人々からの情報を得ることだと述べている。学習者がニーズを明確に掴んでいないという傾向は、日常生活で英語を使う機会が殆どない EFL (English for foreign language) の環境では、特に強いと思われる。英語に触れる機会の少ない学習者からは、具体的で明確なニーズを探るには、十分な情報が得られないことも少なくない。しかしながら、学習者を情報提供者として選ぶ場合、彼らから得られる有効な情報としては、学習者の現状把握のための英語使用状況や言語学習環境、言語学習目標、コースに期待している事などが挙げられ、ニーズ分析の要素として重要である (e.g., Dubley-Evans & John, 1998; Richards, 2001)。

4. 方法

4. 1 研究目標と目的

服飾大学において、ファッション・デザインを専攻する学生のために、ファッション分野における英語学習のニーズを把握し、在学中、及び卒業後の英語使用ニーズを反映した英語コース、特にファッション ESP コースのカリキュラム及び教材開発を目標としている。

本研究の目的は、ファッション・デザイン及び制作に関わる活動を英語で行う場合に日本人学習者が学習しておくべき点を明らかにすることである。

4. 2 被調査者の選定

前述したように、より適切で有用な調査結果を導き出すためには、専門家、教師、学習者など複数の分野からの情報を集めるべきである。本研究では、時間的制約、及び調査参加者の確保の問題から、現在及び／または将来、デザイナーとして活動する学習者たちに英語学習に関して、どんな準備が必要であるかを掴むために調査を行うこととした。対象は West (1994) がニーズ分析対象者例としての挙げている、(1) 元学生、(2) 当該状況下ですでに働いている者 (3) 専門家／ネイティブ・スピーカーのうち、(1)と(2)に相当する情報提供者として、本研究では、大学または専門学校を卒業して2年以内のファッション・デザイン制作活動海外経験者を選んだ。

4. 3 調査

4. 3. 1 調査対象者

英語を使って海外でファッション・デザイン・制作の分野に関わったことのある20代の日本人4人。現在もデザイナー・ファッションの分野で活動をしている人々（詳細は付録1を参照願いたい）。

4. 3. 2 調査方法

調査方法は、4人の対象者に、質問用紙に回答してもらい、その回答を元に詳細の質問をする (Lincoln & Guba, 1985; Long, 2005) こととした。4人の対象者は調査者を含め輪になる形で、カフェのテーブルを囲み、自己紹介を含めて2時間のグループでのインタビューを行った。この方法を採る過程では、準備調査として、ファッション関連の英語使用を想定した具体的な質問を載せた質問紙法による調査を行ったが、質問紙のみによる情報収集よりも、その場で質疑応答しながら詳細に的確な情報を収集することのできるインタビュー方式を取る方が効果的だと判断し、半構造化面接法を選択した。準備段階では8人の候補者を集めたが、結果的に本調査期間中にアクセスができ、インタビューできたのは4人だった。

質問は、「デザイナーを目指す日本人向けのファッション・英語コースがあったら、コースではどんなことを学ぶべきだと思いますか。5つ以上挙げてください。」とし、使用場面は、特にアトリエでの作品創作・制作に焦点を絞った。回答済の質問紙を提示し、対象者の自発的な発話から具体的な回答を促した。また、自分の体験として語ることに違和感、抵抗が見られる場合には、例えば「自分の周りの日本人がどのような訓練が必要だと思われましたか」というような、第三者を描写させる手法を取った (Whalley, 2005)。面

接式に行った会話は許可を得て録音し、筆記による記録も行った。インタビューは質問紙回答と筆記記録とを合わせてカリキュラム・教材作成に関わると思われる発言の抽出を行い、各発言をポスト・イットに書き写し、類似事項をカテゴリー化して分析した。これは、KJ法 (川喜田, 1996) を参考にして行った。

4. 3. 3 結果

質問紙への回答者の記述とインタビューでは、抽象的な「自己を表現する能力」という大枠の回答から始まり、具体的な回答を徐々に引き出すことができた。その趣旨に従って分類すると以下ようになった。かぎ括弧は回答用紙からの抜粋またはインタビューでの回答者の発話の直接引用を表し、括弧内は回答者のID番号を示す。

質問：デザイナーを目指す日本人向けのファッション・英語コースがあったら、コースではどんなことを学ぶべきだと思いますか？

〈自己を表現する能力〉

「自分の伝えたい事を表現する練習が大切」(A)

「自分の意見を言えるように」(B)

「自分の意志を伝えること」(B)

「他国に住んで一番感じたのが話せるのが当たり前で、自分の意志やデザインのコンセプトを話せなければやっていけない」(B)

「自分が言いたいことを表現できる能力」(C)

「自分の伝えたい事をしっかり表現する」(D)

〈作品制作の進行状況の説明〉

「今自分が何をやっていてこれから何をしようとしているかを話せるように」(A)

「学校 (アトリエ) では毎日がプレゼンテーション。先生に毎日マン・ツー・マンで今何をしていて、何が問題で、これから何をするかを説明し、ダメなところのフィードバックをもらい、必要な質問をする。」

(A)

「今、作っているものが何で、何が難しく、これから何をしようとしているか、を話せる」(B)

「自分のプレゼン 自分のやっていることを紹介する」(B)

「(作品制作で) 今何に興味があるか」(C)

「服の制作の進行状況を話すのが日常生活」(D)

〈コミュニケーション内容を明確にするストラテジー〉

「相手のことを理解している、ということを手伝

えることが大切」(A)
「日本人は分からなくても、すぐ流してしまう」(A)
「自分の周りの日本人はみんなそうだった(分からないことをそのままにする)」(A)
「物事を曖昧にしない」(B)
「相手の言っていることを明確に掴むために質問することは大切」(C)
「相手がいっていることをちゃんとわかるように質問すること」(D)

〈自文化・異文化理解〉

「分からないことを分からない時は、分からないと意思表示するものだという文化があることを教えないとダメ」(A)
「自分から提案することが必要だという文化の違いを教える必要がある」(A)
「日本人の文化は『いけない』『できない』と言わないから日本の外の世界では通用しない」(B)
「みんな自分の言葉に対して、っていうか文化か…プライドを持っている。
だから相手の文化にも敬意を払う」(B)
「(ヨーロッパの)世界では白人という考え方の物差しはあっても、日本人とか東洋人という物差しは世界にはあまりなくて、だから現場で日本人っていうか、日本人の価値観を出していくのは難しいって感じました…自分たちのよさや文化を表現しようとしたら、なまはんかでは通用しない」(D)

〈ファッション・デザイン特有の作品制作に関する言語内容〉

「専門用語：生地、パターン用語、ニット用語、縫製知識」(A)
「服のイメージ、デザインの説明」(B)
「縫製知識」(B)
「素材やデザインの描写」(C)
「作りたいデザインの説明」(C)
「コンセプトと描写、なぜそのデザインにしたか説明」(C)
「その服を通して何をしたいかを説明する」(C)
「素材やデザインの描写」(D)

〈経験学習〉

「ケース・スタディーで実際にやらせてしまうのがいい」(A)
「モチベーションを書いたり、実際にアプライさせる」(A)
「自分がぶつからないと、自分が何ができないかとい

うことに気付かない」(A)
「デザイナーとしてのスタンスを言えることは大切」(A)
「英語をやる、っていうより、英語を使って目標にむかって行動する。コンテストとかアシスタント・ポジションとか」(B)
「国際コンペに実際に出して行って、経験を積む。何が足りないかを知る」(B)
「デザイナーとしての哲学が言える」(B)

〈基礎英語力の確立〉

「中学3年までの基礎を固めるべきだと思った。それだけあれば十分通用すると思う」(A)
「少ない単語と文型でいかに伝えるか、が大事」(A)
「とにかく基礎だ、って言われました」(B)
「基礎の上にファッション専門用語をバンバン教えていったらいいと思う」(C)
「基礎必要なのは賛成」(D)

4. 4 考察

前述のように、結果では、回答の内容を分析した結果、7つのグループに分類することができた。1つ目の「自己を表現する能力」に分類された項目は大枠で、抽象的なものであるが、残りの6つの具体的なニーズが網羅されることによって必然的に「自己を表現する能力」というニーズを満たすことができると考えられる。更に、教育実践の視点から、具体的に取り組むことのできるニーズを教育内容と教育手法に分類し、次のように分類した。(1)教育内容 (a)「作品制作の進行状況の説明」、(b)「ファッション・デザインに特有の制作に関する言語内容」、(c)「コミュニケーション内容を明確にするストラテジー」(d)「自文化・異文化理解」、(e)「基礎英語力の確立」(2)教育手法：「経験学習」。これらの項目のうち(1)教育内容 (a)「作品制作の進行状況の説明」、(b)「ファッション・デザインに特有の制作に関する言語内容」は特にファッションESPのニーズを満たすものであり、残りの(1)教育内容 (c)「コミュニケーション内容を明確にするストラテジー」、(d)「自文化・異文化理解」、(e)「基礎英語力の確立」(2)教育手法：「経験学習」はファッションESPに特有のニーズというわけではないだろう。しかしながら、ファッション・デザイン及び制作活動をする中で、「自分の表現したい事を表現する」ために何が必要かを探究した時に浮き彫りにされた要素として重要であると考え、本研究に含んで考察を行うこととする。

教育内容に関して5項目を分類した。これらの関連

を考えると、「作品制作の進行状況の説明」をするためには「ファッション・デザインに特有の制作に関する言語内容」が伴い、作品制作に関するコミュニケーションを円滑に行うための項目として、「コミュニケーション内容を明確にするストラテジー」、「自文化・異文化理解」、「基礎英語力の確立」が付随すると考えられる。

回答者4人全員が同様に英語学習に関して必要だと感じると回答したのは、「自己を表現する能力」だった。「自分の伝えたいこと」は、個人によって様々であり、それぞれが所属するディスコース・コミュニティ（定義についてはIIを参照願いたい。）によって特徴がある。インタビューによって、デザイン・制作活動を行うディスコース・コミュニティにおける「伝えたいこと」とは、主に「作品制作の進行状況の説明」と、それに伴う「ファッション・デザインに特有の制作に関する言語内容」であることが明らかになった。

〈作品制作の進行状況の説明〉

具体的に作品のデザイン・制作活動を通して、何を表現したいと感じ、何を表現することが必要であったかを探った結果、作品制作に関わる人々(教師、上司、同僚など)との間で、作品のデザインから制作における進行状況説明についての会話が必要だという回答を得た。その内容を纏めると、(1) これまでにやってきたことの報告(過去)、(2) 今やっていること(現在)、特に(a) 現在抱えている問題、(b) その対策案、(c) 現在持っている興味・関心、及び(3) これからやる事の説明(未来)であることが推測される。更に、通常、(2)の現在状況を土台として、(3)の未来の計画が説明される流れがあると考えられる。

回答者たちは海外でのデザイン・制作活動において、その進行状況を説明するために、過去、現在、未来を区別した描写ができることが必要だ、と感じた、ということが考察された。デザイナー及び作品制作者にとっては、作品制作とそれに関わるコミュニケーションが主な活動になるであろう。彼らにとっては、時制を明確に表した作業進行状況の説明ができることは効果的なコミュニケーションに必要不可欠な能力なのではないだろうか。

〈ファッション・デザイン特有の制作に係る言語内容〉

作品制作活動において必要な言語内容は、ファッション・デザイナー及び制作者の属するディスコース・コミュニティにおける固有のものであり、多くの専門

用語を含む。海外でデザイン・制作活動経験を持つ今回の回答者たちの回答から、下記の言語内容が服飾デザイン・制作活動における最低限必要な専門用語の分野であると考えられる。

- * 作品のモチベーション：なぜそのデザインにしたのか？
- * 作品コンセプト／メッセージ：作品を通して何を表したいか？
- * 作品の特徴：(1) 生地の情報(素材・色・柄など)
(2) パターン情報
- * 作品の縫製に関する情報

ファッション業界一般においても色、デザイン、スタイル、生地を描写できることが必要だとの意見が報告されている(Jones & Nyui, 2007)。デザインの創作から制作までに焦点を当てた場合には、スタート時点におけるデザイン制作の背景(モチベーション)とコンセプトや伝えたいメッセージの説明が必要であり、更に、作品の特徴や作品を作り上げるための縫製に関する情報を伝達することが必要である。

上記に述べたファッション・デザインに関する作品制作進行状況を円滑にコミュニケーションするために必要な事柄として分類されるのが、「コミュニケーション内容を明確にするストラテジー」、「自文化・異文化理解」「基英語礎力」である。

〈コミュニケーション内容を明確にするストラテジー〉

今回の調査で、回答者の発話が最も多かった分野の一つは、コミュニケーションの中での意味交渉ストラテジー(negotiation of meaning)に関連するものであった。意味交渉に関してはEllis(2003)が、相手の言っていることを円滑に理解できなかった時に使うストラテジーとして以下の4種類にまとめている。(1) comprehension checks：話者の発話内容が聞き手に理解されたかどうかを確認するための表現、(2) clarification requests：発話内容を明確にするように引き出す表現、(3) confirmation checks：発話内容が理解され、正確に聞かれたということを示すことを目的とする表現で、話者の発話にすぐに続いて表現されるもの、(4) recast：(主語、動詞、目的語など)文章の内容の一部を変えるが、発話の中心的な意味について言及しつつ、言い換えること。

作品のデザイン・制作活動において、デザイナー・制作者は、前述のように、共同作業の相手、または教師や上司など監督者との会話を持つことになり、未来の効果的な行動計画を立てるためには、作品制作の進

行状況の説明、問題点の報告、対策案の提案が明確に相手に伝えられる必要があるだろう。その際、必要になるのが意味交渉ストラテジーである。回答者によれば、会話において、相手の言っていることに関する理解を表明するストラテジー、特に意味を理解しなかった時のコミュニケーション・ストラテジーが回答者自身、または周囲の日本人英語学習者たちに欠けていたという認識があるようである。(例えば、相手の言っていることを明確に掴んでいない時、“Do you mean…?”と確認する。または、自分の知っている言葉に置き換えて、“You have a hectic schedule. You mean you are busy, right?”のように言い換えを行う等。)英語でのコミュニケーションにおいて、学習者が、解らないことを解らないままにしてしまう傾向が回答から伺えた。これは、学習者の英語力の欠如によるものである可能性がある。加えて、文化の違いによってコミュニケーション・スタイルの違いがあることも多くの研究によって指摘されており、以下に述べる異文化理解の観点からの英語教育が必要、かつ有効だと思われる。異文化理解のアプローチからコミュニケーションの取り方、及びコミュニケーションに支障が起きた時のコミュニケーション・ストラテジーの習得の重要性に着目すべきであると考えられる。

〈自文化・異文化理解〉

上記の、不明確な点を明確にするストラテジーが必要であるとの回答者からのコメントに付随して、自文化・異文化理解の必要性が喚起された。また、回答者たちは海外での活動の中で、日本国内にいた時には体験したことのない文化によるコミュニケーション・スタイルの違いに気づき、自文化・異文化に対する意識を高めたことが覗えた。

日常生活の殆どを母語の日本語のみで行い、他文化や他言語話者との接点が少ない日本人にとっては、自文化について客観的に考えたり、自文化における特異性を実感したりするような機会を体験することが少ないと一般的に言われている。異文化コミュニケーションにおいて期待されていることに関しても、教育されない限りは知識を習得し、体験することは難しい。上記に関する提案ではあるが、国際語としての英語による効果的なコミュニケーションのためには、異文化という前提を理解する必要があると考えられる。このような意識や態度を育む教育手法として異文化教育(渡辺, 2005)がある。また、この異文化教育を英語教育に統合した研究もあり、その教育効果も明らかにされている(石井, 2008)。

そして、自文化を理解し、他との違いに関して意識

を高めて、表現できるようにしていくことは、様々な文化を持った人々が集まる国際社会の中でのコミュニケーションにおいて、自分の表現したいことを説明、描写する際に必要あるいは役立つと考えられる。

〈基礎英語の確立〉

回答者の英語学習経験、レベルには違いがあったものの、4人全員の一致した意見として、基礎力の強化が挙げられた。日本において私立大学の理系大学院を卒業後に海外ファッション・アカデミーへの留学を経験した回答者Aは、国内において英語基礎能力は確立した上で留学を経験したと認識している。Aは、「中学3年までの英語力で十分」ということを強調し、留学先で出会ったファッション・デザインの分野で活動する多くの日本人の基礎力のなさに驚いたという。「周りがアカデミックなもの言い方をしている中で、日本人だけ子供みたいな喋り方しかしていなくて、『日本人がだめだ』という認識が作り上げられていくのが悔しかった」と留学中の個人的な体験を話す一方で「この分野では、難しい言い方は必要ないかもしれません。とにかく基礎さえあれば…少ない英語でも言いまわせば」と述べており、「アカデミックなもの言い方」とは決して、複雑で難解な英語表現を指すのではなく、基礎単語と基礎文法構造を元にした「通じる」英語表現であると予想できる。加えて、「僕も忘れてしまうものもあるし、基礎を復習することが大切」と基礎力の補強を強調した。これに対して、回答者B、Cは自分たちの英語基礎力の不足を認めており、「まず、単語が分からなかった」(B)、「文法をやっていないから、組み立て方がわからなかった」(B)、「ほとんどボディーランゲージだった」(C)、「基礎から全部分からなかった」(C)と述べた。回答者B、Cのように4年生大学を卒業した学習者でも高校までの6年間と大学における英語教育によって基礎が十分に確立されているとは限らず、英語の基礎力を築くことが必要だと感じているようである。昨今、一般的に英語力の低下が懸念されており、高等教育においても英語基礎力を補強することは重要な課題だと思われる。

最後に、英語教育手法の視点から、経験を通して学ぶ学習方法について述べる。

〈経験学習〉

回答者A、Bは、英語学習において、具体的な経験を通して言語活動をすることにより、その過程で壁にぶつかり、現実を知り、そこから学ぶということの大

切さを示唆した。回答者たちは、英語使用環境の中で実際に作業やプロジェクトを行い、デザインや制作に関して、また、活動に関わる英語でのコミュニケーションに関して、具体的な壁に直面し、独学で乗り越え、または、乗り越えられないまま困難を抱えていたことが伺えた。それらの各自の経験から、未来に体験するであろう作業やプロジェクトをシミュレーションしておくことが大きな助けになると考えているようだった。具体的にはファッション・コンペティションへの出展、その応募要項の中に含まれている要件を満たすための学習（作品のモチベーション・コンセプトを書く、デザイナーとしての自分のスタンスを書く等）、アシスタント・ポジション申し込みの準備、が挙げられた。

経験学習については、Kolb (1984) が、「学習とは経験の変革によって知識が形成される過程である」と定義しており、経験学習のアプローチによる学習効果 (e.g., Hakeem, 2001; Specht & Sandlin, 1991) も実証されている。実際にタスクやプロジェクトへの取り組みから経験して学ぶ教育手法はタスク・ベースト・アプローチ (e.g., Ellis, 2003)、及びプロジェクト・ベースト・アプローチ (e.g., Backett & Slater, 2005; Fried-Booth, 1982) と呼ばれている。プロジェクト・ベーストのアプローチによる教育で期待される教育的効果の一つは、学習者の意欲と学習参加の向上である。特に、英語学習意欲の低い学習者のモチベーションの増加と授業への積極的参加の傾向が強まることが報告されている (Bartscher & Nutter, 1995)。

4. 5 結論と今後の課題

本稿では、ESP 研究としてファッション・デザイン分野を検討した。そして、このファッション・デザイン分野のカリキュラム及び教材開発過程の礎といえる、ニーズ調査の必要性を論じた。ニーズ分析においては、より多くの情報源と情報収集方法を多角的に使用して分析の信頼性を高めるべきである (e.g., Long, 2005)。しかしながら、本研究では、時間的制約から、これらの情報源の側面として、「デザイン・制作活動に関わる言語活動経験者のアトリエにおける英語コミュニケーション・ニーズ」のみに焦点を当てたことにした。

デザイナー及び制作者の英語コミュニケーション・ニーズを明らかにするために、海外でのファッション・デザイン及び制作活動に関わったことのある20代の日本人を調査対象とし、「デザイナーを目指す日本人大学生のための英語コース」に関してどのようなことを学ぶべきであるかと考えるか、に関してインタ

ビュー調査を行った。その結果、次のようなニーズが明らかになった。それは、(1) ファッション・デザイン分野における作品制作の進行状況の説明ができる能力、(2) 作品制作の進行状況説明に伴い必要となる、作品制作に関する専門用語と表現、(3) 作品制作過程において、コミュニケーションを円滑にするのに有効な、コミュニケーション内容を明確にするためのストラテジーや(4) 自文化・異文化理解、及び(5) 基礎英語力の確立である。また、ファッション・デザインの分野での英語力を向上させるためには、(6) 具体的なタスクやプロジェクトに基づいて経験しながら学んでいく方法が効果的であるという経験者たちの認識が確認された。上記の項目のうち、特に(1) ファッション・デザイン分野における作品制作の進行状況の説明ができる能力、(2) 作品制作の進行状況説明に伴い必要となる、デザイン創作及び作品制作に関する専門用語と表現と(6) 具体的なタスクやプロジェクトに基づいて経験しながら学んでいく方法はファッション ESP カリキュラム及び教材開発において、より、学習者のニーズに沿った効果的なプログラムを提供するために取り入れられるべき内容、及びアプローチであると考えられる。本稿では4人の回答者から得られたニーズをまとめたが、これを一般化して論じるものではない。

また、今後の課題としては、(1) ファッション・デザイン系 ESP 全般と(2) 本校における取組みに分けて述べることにする。

まず、ファッション・デザイン系 ESP 全般に関して考えた場合、本研究を反映させた教材開発、及び授業展開を行い、その教育効果を明らかにすることが挙げられる。本研究の回答者たちが必要だと感じた英語及び異文化学習事項をカリキュラムに取り入れることは、ファッション・デザインを内容とする枠組みの中で基礎力の補充を同時に行いながら指導することが可能であると考えられる。このことは先に述べた Richards (2001) の一般的英語教育から ESP 教育への移行における説明と共通の解釈があるといえ、更に、プロジェクト・ベーストの手法を取り入れることで、前述のようにモチベーションの低い学習者の授業参加への積極性を引き出すことに効果があると思われる。具体的な実践例としては、ファッション・デザイン ESP コースの中で、デザインや作品を実際にコンテストに出展する。または、コンテスト出展のシミュレーションを行ったり、小ファッション・ショー行ったりするような、具体的なプロジェクトを基礎としたプロジェクト・ベーストのアプローチをとる。そして、プロジェクトを通して、ファッションに関わるタスクを課しな

から基礎力を積み上げていくことも可能だと考える。また、今後の研究課題としては、ファッション・デザイン分野の既存の英語教材の研究や、今回は網羅できなかった、専門家や教師、学生のニーズに関する研究を進めていくことが挙げられるだろう。

次に、本校における英語教育の挑戦について述べたい。これまで英語研究室では、歴代の教師により、様々な取り組みがなされてきた。近年では、学生の基礎力を育成することに重点を置き、学生の興味の対象である服飾系の話題、及び異文化に関する話題を取り入れたコースが提供されている。2008年度のカリキュラム再編では、これまで通り、1、2年次に語彙・文法事項の基礎力の構築をしつつ、ファッション・デザイナー、ココ・シャネルの人生についての英文講読を行い、学生の学習内容に対する興味を引き出す工夫がされている。2年次においては、英語を2コース選択式とし、ファッション英語と実用英語（ビジネス、日常英語、ファッション関連を中心とするコース）が開設された。学生たちが自分たちのニーズに合わせて選択することが可能になっており、学生たちのより積極的な授業参加が期待されている。ファッション英語では、ファッション・デザインを中心とした内容で、国際ファッション・デザインコンテストに応募するシミュレーションを行うプロジェクト・ベースの教育手法の試みもある。更に3、4年次では言語と服飾文化（専門の講師と英語講師のチーム・ティーチング）を継続して開設し、新設のワールド・カルチャー・コースでは、世界の時事問題と併せて、異文化に対する意識を高めることを意図されている。これらの近年の取り組みは、今回の研究の回答者たちによって表現されたニーズの多くの部分を網羅しているものであると考えられる。今後は、上記のような、これまでの取り組みとニーズ分析・研究における発見を合わせて検討し、より効果的で学習者のニーズに対応したカリキュラム・教材研究・開発及び拡充を続けていくべきであると考えられる。

註

- 1 ニーズの種類・種々のニーズ分析方法に関しては West (1994) が包括的レビュー研究をしているので詳細はそちらを参照願いたい。

参考文献

Bartscher, K, Gould, B., & Nutter, S. (1995). *Increasing student motivation through project-based*

- learning*. Master's Research Project, Saint Xavier and IRI Skylight. (ED392549).
- Beckett G.H., & Slater, T. (2005). The project framework: A tool for language, content, and skills integration. *ELT Journal*. 59, 108-116.
- Berwick, R. (1989). Needs assessment in language programming: From theory to practice. In R. K. Johnson (Ed.), *The second language curriculum* (pp. 48-62). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brindley, G. (1989). The role of needs analysis in adult ESL program design. In R. K. Johnson (Ed.), *The second language curriculum* (pp. 63-78). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, J. D. (1995). *The elements of language curriculum: a systematic approach to program development*. Boston: Heinle & Heinle Publishers.
- Brown, H. D. (2001). *Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy*. Second Edition. White Plains, NY: Pearson Education.
- Chaikul, R. (2004). Needs analysis and syllabus designing for leaders of English for Specific purposes (ESP): pilot study of Japanese fashion college students. *Bulletin of Sugino Fashion College, Sugino Fashion Junior College*. 3, 121-133.
- Cowling, D. J. (2007). Needs analysis: Planning a syllabus for a series of intensive workplace courses. *English for Specific Purposes*, 26, 426-442
- Dudley-Evans, T., & St. John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Edwards, N. (2000). Language for business: Effective needs assessment, syllabus design and materials preparation in a practical ESP case study. *English for Specific Purposes*, 19 (3), 291-296.
- Ellis, R. (2003). *Task-based language learning and teaching*. Oxford University Press: Oxford.
- Fried-Booth, D. (1982). Project work with advanced classes. *ELT Journal* 36 (2), 98-103.
- 梧桐書院 編 「全国大学案内 2009」梧桐書院 (2008).
- Graves, K. (1996). A framework of course development processes. In K. Graves, (Ed.), *Teachers as Course Developers* (pp. 12-38). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hakeem, S. A. (2001). Effect of experiential learning in business statistics. *Journal of Education for*

Business, 77, 95-99.

Howatt, A. P. R. (2004). *A history of English language teaching*. Oxford University Press.

Hutchinson, T., & Waters, A. (1991). *English for specific purposes: A learning-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

石井 英里子『日本における高等学校英語教育と異文化教育の統合の研究ーカルチャー・アシミレーター CLT 統合モデルの開発と実証ー』修士学位論文. 東京：上智大学 (2008)

川喜田 二郎『川喜田二郎著作集第5巻 KJ法：渾沌をして語らしめる』東京：中央公論社 (1996)

Jones, R. & Nyui, A. (2007). Towards an ESP curriculum and teaching materials for fashion and design college students. *Bulletin of Sugino Fashion College, Sugino Fashion Junior College*. 6, 73-84.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. New Jersey: Prentice Hall.

Lincoln, Y.S., & Guba, E.G. (eds.) (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park, Sage.

Long, M.H. (ed.) (2005). *Second language needs analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mackay, R., & Mountford, A. J. (1978). *English for specific purposes: A case study approach*. London: Longman.

日本経済新聞社 編 「日経業界地図 2008年版」(日本経済新聞2007年)

Nunan, D. (1988). *The learner-centered curriculum: A study in second language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

Richierich, R. (1983). *Case studies in identifying language needs*. Prentice Hall.

Richards, J. C. (1990). *The language teaching matrix*. Cambridge: Cambridge University Press.

Richards, J. C. (2001). *Curriculum development in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

Robinson, P. (1980). *English for Specific Purposes*. Oxford: Pergamon Press.

専門・各種学校研究会 編 『専門・各種学校案内 2009年・全国』(2008)

Specht, L. B., & Sandlin, P. K. (1991). The differential effects of experiential learning activities and traditional lecture classes in accounting. *Simulation and gaming*, 22 (2), 196-210.

Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

田地野 彰 「日本における大学英語教育の目的と目標について：ESP研究からの示唆」(『MM News』7号) pp. 11-21. (<http://www.momiji.h.kyoto-u.ac.jp/MMpage/MM/news.html>) (検索日：2008年9月10日)

寺内 一「ESPを知る」, 深山晶子(編)『ESPの理論と実践：これで日本の英語教育が変わる』東京：三修社 (2000) pp. 9-32.

梧桐書院 編 『全国大学案内 2009年度版』東京：梧桐書院 (2008)

渡辺文夫 『異文化と関わる心理学』東京：サイエンス社 (2002)

West, R. (1994). Needs analysis in language teaching. *Language Teaching*. 27 (1), 1-19.

Whalley, E. (2005). ESL in a workplace. *English 724 course reader for San Francisco State University TESOL program*.

付録1

回答者ID	英語を使用する状況でのファッション業界での活動
A	日本の大学、大学院にて応用化学を専攻。その後ベルギーのアントワープ国立芸術アカデミーで3年間ファッション・デザインを専攻し、卒業。
B	日本で服飾大学を卒業。大学在学中アントワープにて、デザイン・縫製活動を行う大学院生のコンテストのためのアシスタントを1年間行う。イタリアにて、ファッション・デザイナーのアシスタント職を得るための就職活動を2カ月間行う。
C	日本で服飾専門学校を卒業。アントワープにて、デザイン・縫製活動を行う大学院生のコンテストのためのアシスタントを1年間行いながら英語語学学校に通う。
D	日本で服飾大学を卒業。大学在学中、3週間ロンドンでのファッション研修留学を経験する。