岐阜協立大学論集 56 巻 1 号（2022 年）
The Journal of Gifu Kyoritsu University, Vol.56, No.1（2022）

ナラティブの観点から見る留学生の自己 PR 文について

横倉　真弥（岐阜協立大学経営学部）

キーワード：ナラティブ、「意味」付与、自分語り、自己 PR 文、日本語教育

１．はじめに

近年、ダイバーシティの推進を目指し、企業や地方公共団体等が多様な文化的・社会的背景を持つ人材の獲得を模索している中で、大学における日本語教育も従来からのアカデミックジャパニーズに加えて、社会人基礎力の養成やビジネスジャパニーズ教育までも担うことが多くなってきている。大学における日本語教育でもエントリーシート作成の指導など、より留学生の就職活動を意識した授業も増えつつある。

エントリーシートは、これまで自分が経験してきたこと、考えてきたことなどを採用する側に PR する場となっており、その作成は日本人学生でも苦労するが、留学生の場合、自己の優秀さを並べ立てるなどして、一般的な日本人には否定的な印象を与えてしまうことが多い。こうした問題点について、発話内効力の調整の観点から分析したものに横倉（2016）がある。横倉はエントリーシートにおける志望動機の書き方について、日本社会においては、企業の事業内容や理念と自己とを結びつけた具体的なエピソードの記述、すなわち「陳述」という形が自己 PR のあり方の標準的なポライトネスストラテジーとなっており、読み手への採用してもらうための働きかけをやめる方向で発話内効力を調整するのに対し、留学生は、逆に採用してもらうための「働きかけ」として発話内効力の調整を行いがちであるという、ポライトネスストラテジーの相違を指摘している。すなわち、留学生は「ぜひわたしを雇ってください」のような「依頼」、あるいは「御社は素晴らしい業績をあげております」のように「褒め」の形を使って、積極的に読み手に働きかけるような自己 PR をしてしまうことがあるのである。このポライトネスストラテジーの違いが不快感の原因となるため、日本におけるエントリーシートの書き方に関連したポライトネスストラテジーの教育は重要であろう。

しかしながら、このようなポライトネスストラテジーを習得し、「陳述」の形で書かれた留学生の自己 PR 文にも問題は存在している。本稿では留学生の自己 PR（「陳述」）文をナラティブの観点から取り上げ、授業実践分析を踏まえて、その問題点と指導法について考察したい。

２．エントリーシートの分析・作成におけるナラティブの観点の意義

2.1 エントリーシートにおける「自分語り」の要素

はじめに、エントリーシート作成におけるナラティブの意義について、留学生の書いた「陳述」文を例にとって述べることにしよう。

エントリーシートでは企業等への「志望動機」と具体的なエピソードを結び付けて書く必要があるが、留学生にとっては（多くの日本人学生にとっても）それが困難である場合が多い。

筆者が担当する留学生対象の就職活動に向けたエントリーシートの書き方を学ぶ「キャリア形成Ⅱ」の受講生が、初めて書いた「志望動機」でも、それが見てとれる。「キャリア形成Ⅱ」では志望動機を3回（希望者は4回）書くが、1回目は志望動機とは①なぜその企業・組織に入りたいと思ったか　②その企業・組織でどんな仕事がしたいのか（どんな貢献ができるのか）の2点について、エピソードを通じて具体的に書くとだけ教えた後に作成している。こうした方法をとったのは、志望動機の書き方についてのレクチャーがほとんどない中で、まず、どのように書いたらよいのか留学生自身に考えてもらうことを目的とし、後のフィードバック時に自分の書いた自己PR文の問題点を理解してもらうためである。第1回目の「志望動機」の対象となる企業は、教員の側が指定し（今回は、健康に関連した製品・サービスを提供する株式会社タニタとした）全員が同じ企業に向けて「志望動機」の文章を作成している。以下、やや長いが事例を1つ示しておこう。（以下、本稿で示す事例文はすべて、各留学生に本研究の趣旨を説明し、引用の了承を得たものである。）

事例1（留学生A）

「私たちは、世界の人々が健康習慣によって自らの可能性を広げ、幸せを感じられる社会を目指す」ということを気になっています。1992年に世界で初めて乗るだけで計測できる体脂肪計付ヘルスメーターを発売しました。以降、世界初の内臓脂肪チェック付き体脂肪計、世界最薄の体組成計、世界初の携帯型デジタル尿糖計など、健康計測機器の分野で「世界初」「世界一」を次々と生み出しました。私は中学の時、毎日たくさん食べて、いっぱい太ってきました。そして、これ以上太ることができないと感じた時はもう遅くなりました。そこで、自分を促すために体重体脂肪、今日はどれぐらいの水が足りないかを測るヘルスメーターを買いました。全ては健康のために行なっています。

昇進や給料よりも、自由な働き方を重視する若者が増えてきたことを受けて、社内に新しい制度を導入します。新商品の開発方法には、大きく2つあります。その一、市場調査をして消費者の求めるものを作るやり方です。新しい商品を作るのは皆さんが使うためです。私はみんなの気持ちや考えを聞くのが上手で、コミュニケーション力を持っています。高校卒業後、卒業旅行があります。そして、みんなで一緒にどこに行くか相談しました。しかし、いいところがたくさんありますから、ずっとみんなの考えを聞いていました。最後に自分の意見を述べて、まとめました。市場調査をして、「欲しい」という声は拾って、作りたいという熱意を持って、商品開発をしよう」なんて考えると思います。　（原文ママ）

上に示した「事例1」の日本語表現上の誤りや不適切な点についてはしばらく置いて、ここでは網掛け部分と下線部分の2つのパーツに注目してみよう。

留学生Aが書いた文章は、企業を中心とした記述の網掛け部分と、自己のエピソードの下線部分が交互に続く形になっている。パーツに分けることで明確なように、自己PR文のおよそ半分が企業に関する記述になってしまっており、対象となる企業についての褒めや分析・評価といった内容になっている。すなわち、横倉（2016）のいう「読み手を褒める」エピソード、「読み手を評価・分析する」エピソードの典型例といえよう。留学生Aは前半部でタニタの商品開発の歴史について好意的に記述しているが、これは読み手にとっては迎合、褒めといった否定的な感情を呼び起こしかねない。というのも、それに続く中学時代のエピソードは、「ヘルスメーター」という商品がタニタと留学生Aを結びつける唯一のものでありながら、書き手がそのエピソードに付与した「意味」が読み手には伝わらないからである。したがって、そもそもこのエピソードが必要だったのかもわからない。また、後半部ではタニタの社内制度に触れながら、市場

調査をして良い商品の開発につなげたいという希望と、それを可能とする能力が自分にあることを裏付けるためのエピソードとして高校時代の卒業旅行について記述している。しかしながら、「私はみんなの気持ちや考えを聞くのが上手で、コミュニケーション力を持っています。高校卒業後、卒業旅行があります。そして、みんなで一緒にどこに行くか相談しました。しかし、いいところがたくさんありますから、ずっとみんなの考えを聞いていました。最後に自分の意見を述べて、まとめました。」のように、高校時代の卒業旅行の行き先きを決めるエピソードが自己の PR ポイントの裏付けでは、書き手が採用後の希望する仕事と自己の能力との関連性をどのように考えているのかについて、幼稚な印象さえ与えてしまいかねない。もし、このエピソードが重要なのであれば、もっと意見のとりまとめ方法などについて詳しく記述する必要があり、読み手にそのエピソードの「意味」を伝える工夫が必要だろう。

以上の事例が示すように、相手に強く働きかけるのではなく、自分という人物がわかるエピソードを書く、ということだけを教えた後で書いた志望動機では、企業に関する記述が多く、肝心な自分に対する記述が少ない。また、あったとしても、なぜそのエピソードを選んだのか、エピソードに付与された「意味」が読み手にとって不明瞭なものであることがわかる。すなわち「自分語り」と「意味」付与の欠落である。

2.2　ナラティブの方法的意義

志望動機を書く上での重要な点は、志望先の企業等が望む人材と自らが一致し、そこで自らも企業等も発展していけることを描くことであろう。そのため、志望動機を書く上で、自己分析と企業分析は欠かせない。企業分析については、近年は HP の開設はもとより、SNS 等を使って積極的に情報発信している企業等も多くあるため、志望動機を書く練習をする場合はそこでの情報を収集、分析することができるが、これ自体はそれほど難しいことではない。(ただし企業等の発信する情報と実態とがずれていることもしばしばあり、この点こそ企業分析が必要となるが) しかしながら、企業が求める人材に対して、PR できる「自己」がどのようなものなのかを確実に理解し、エピソードを通じて書くことは、海外留学というかなり明確な意思を持って修学している留学生でも困難なことが多い。この困難さの原因は主に 2 つあると考えられる。ひとつは、自己分析もこれまでの経験も未熟であるというものである。もうひとつは、エピソードを相手に伝わるように日本語で文章化していくことが難しいというものである。本学では２年次の受講生が多く、一般的な日本人学生が就職活動を始める時期よりも早く就職活動について考え始めるということもあり、自己分析・経験等未熟な傾向にある。そのため、自己分析・経験の未熟さに起因するほうが大きいと考えられるが、この２つは複雑に絡み合っているといえよう。

自己分析・経験の未熟では、先の事例に見られる「自分語り」における欠落に表れているとみてよいだろう。「自分語り」は自己と自己とを取り巻く環境との相互作用（経験）を、言語を以て「事態」化する上で、自己の欲求や意思を一方的に優先させる主観性が強いと受け取られやすい。たしかに、「自分語り」にはそうした面があり、そこには重要な問題が内包されているといえよう。しかしながら同時に「自分語り」には経験を経験たらしめている自己にとっての「意味」が付与されており、この「意味」がその人間にとってのアイデンティティの核を形成することも確かであろう (Riessman　2007)。すなわち「自分語り」とは、「現在」から「過去」を振り返り、「過去」と「現在」を往復しながら「意味」の生成を行い、「現在」という「場」の要請に応答する精神的態度、構えを構築して、自己と他者に対して＜Who-are-you?＞への応えを作り出すプロセスなのである（保坂　2014)。このように「自分語り」は「意味」の生成プロセスであり、そして、この「意味」の生成プロセスの重要性に注目して成立したのが「ナラティブ」概念だといってよいだろう。

「意味」の生成プロセスとしてのナラティブは、時間軸でいえば「過去」から「現在」へと至る。しかし

その「意味」生成上の方向性はけして「過去」から「現在」への一方向的なのではない。むしろ「現在」が出発点だといってもよいだろう。何らかの「現在」の必要性から、「記憶」の中にある「過去」の「意味」を探り出す、あるいは付与するからである（木村　2005）。この「現在」の必要性とは、それこそエントリーシートの作成からアイデンティティクライシスなどを含む自己の置かれた「場」の要請である。いずれにせよ、ナラティブはこの要請＝現在から「過去」を振り返り、「過去」と「現在」とを往復しながら、この要請に応える精神的態度、構えを構築するのである。

エントリーシートで書くエピソードには、志望動機に結びつくある経験に対する「意味」の付与、そこに表出する精神的態度や構えを表現する必要性があり、自己 PR 文の検討、そして自己 PR 文の作成において、ナラティブの方法的意義は重視されてよいと考える。

もちろん、ナラティブには「現在」という「場」の要請に意識的、無意識的に迎合、忖度するという落とし穴があることも自覚化する必要があろう。また、それにしたがって、しばしば「誇大」な表現を採用する傾向も無視できないだろう。ナラティブは、聞き手あるいは読み手との関係性の中でなされるからである。こうした点を認識した上で、ナラティブをエントリーシートの分析や作成の方法として用いる意義は十分にあると考える。

３．授業実践とその結果の分析

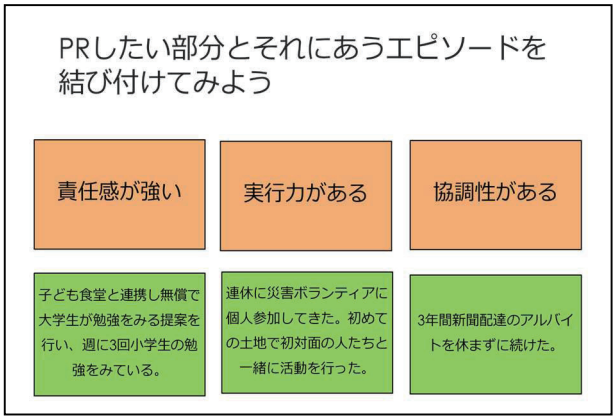
以下、ナラティブの観点から授業実践とその結果の分析を 2 つの事例にそくして行って、問題点の抽出と今後の指導法の方向付けを行うことにする。

3.1　授業概要と導入部

本学で留学生がエントリーシートのうち「志望動機」を書く練習を行うことを目的とした授業は、先にふれたように留学生用「キャリア形成Ⅱ」である。本学ではこれまで、日本人学生を対象とした、就職準備のための授業（「キャリア形成Ⅰ～Ⅳ）がある中で、留学生を対象とした同様の授業がなかったため、留学生用の「キャリア形成Ⅰ（前期）」「キャリア形成Ⅱ（後期）」が 2018 年度に新設された [1]。この科目は選択科目で、1 年次に「日本語Ⅰ・Ⅱ」「日本語コミュニケーション A・B」を習得した 2 年次以降の留学生を対象としている。日本人学生が就職活動でエントリーを始めるのが、一般的に 3 年次の秋頃であることを考えれば、2 年次でエントリーシートの書き方などの受講内容は早すぎるとの考えもあろう。しかしながら、留学生にとっては日本語表現に関連する困難さはもとより、自己 PR の方法も異なる「異文化」で行われる就職活動であるため、日本人学生と同時期にスタートしたのでは遅すぎる。それゆえ、日本社会におけるコミュニケーションに欠かせない敬語表現の基礎を学ぶ「日本語Ⅲ（選択科目・2 年次以降対象）も含め、「キャリア形成Ⅰ」「キャリア形成Ⅱ」「日本語Ⅲ」を日本での（あるいは日本と関連のある企業・組織での）就職に備え、日本という「異文化社会」において活躍するための社会人基礎力の育成をするカリキュラムの一環として筆者がデザインした。

エントリーシート作成に関わる「キャリア形成Ⅱ」では、先にも述べたように留学生が「志望動機」を 3 回書く練習を行う（希望者は 4 回）。ほとんどレクチャーがないまま書かれた 1 回目の「志望動機」の事例は先に挙げたが、その後に「導入部」としてエントリーシートで「志望動機」を書く意義や「志望動機」と結びつく「エピソード」の役割についてレクチャーを行っている。このうち、エピソードについてのレクチャーの概要を示すと以下のとおりである。

図１　練習１（筆者作成の教材より）



まず、図１に示したエピソードと性格との結びつき（練習 1）を練習した後、アクアリゾートという架空の会社に対して志望動機を書く場合、①どうしてその会社に入りたいのか、②その会社でどのような仕事ができるのか（どのような貢献ができるのか）とう視点から、どのようなエピソードがふさわしいか選ぶ練習（練習 2）を行った。（1）なぜその会社に入りたいか、のあとに「おもてなしに興味があるから、コミュニケーションが好きだから」とあるのは、それがエピソードで表したい「自己」として練習では設定してあるという意味である。また、（2）どんな仕事がしたいのか、のあとに「接客や新規プランの企画がしたい」とあるのは、そのような希望を持つという練習上の設定という意味である。

練習２

アクアリゾートホテル
- プライベートビーチが有名な高級リゾートホテル
- すでに国内展開をしているが、海外進出をしたいと考えている
- 求める人材：多角的な視野を持ち、自由な発想ができる人

（1）なぜその会社に入りたいか。
→おもてなしに興味があるから、コミュニケーションが好きだから。

アクアリゾートホテルには、どのエピソードがふさわしいか
（自分の動機と求める人材が一番合致しているエピソードはどれか）

① 子供のころから海が好きで毎年海水浴に出かけていた。
② 国際交流サークルに所属しており、国際会議に出席したことがある。
③ オリンピックのボランディアに参加したことがある。
④ 以前、このホテルに泊まったことがあり、そこでのサービスが印象的だった。

（2）どんな仕事がしたいのか
→ 接客や新規プランの企画がしたい。

アクアリゾートには、どんなエピソードが相応しいか
（自分がしたい仕事と求める人材が一番合致しているエピソードはどれか）

① 飲食店でアルバイトを3年間続けた。
② 国際交流サークルで、招待した学生たちのツアーを企画した。
③ マーケティングについて学び、卒業論文のテーマは「コロナ後の観光業」である。
④ 英語が得意である。

（「キャリア形成Ⅱ」で使用した筆者作成の教材より）

上記のような問題を課したところ、「（1）なぜその会社に入りたいのか」に対して「① 子供のころから海が好きで毎年海水浴に出かけていた」という相手（企業）を度外視してほとんど「私」的な範囲を出ないか、それとは逆に「④ 以前、このホテルに泊まったことがあり、そこでのサービスが印象的だった」のように、相手（企業）が主体となって「私（自己）」がない、という2つの傾向に留学生の回答は概ね分かれた。

「（2）どんな仕事がしたいのか」に対して「接客や新規プランの企画がしたい」という希望を裏打ちするエピソードを選ぶ問題では「① 飲食店でアルバイトを3年間続けた」を選ぶ学生もいた。これは多くの留学生が自分の体験として持っているものであるため、なじみの深いエピソードであることが理由として考えられるが、それだけでは自分をPRするには不十分なエピソードであることに気づいていない。「④ 英語が得意である」も語学学習に自信のある（そしてコミュニケーション能力にも自信のある）留学生ならではのPRポイントであると考えているのであろう。しかしながら、このような多くの人々が持っていそうな体験や技能をPRポイントとして前面に出しても、それに独自の「意味」付与がなければ、読み手の興味を引くことは難しいことに気づいていない状態であることを示している。

以上のエピソード選びの練習をした後に、上記（1）（2）の選択肢を組み合わせて書いた4つの志望動機[2)]を見せ、どれがアクアリゾートに最もふさわしいと思うかを考える練習を行った。

練習3

【パターン1】 （1）① と（2）①

わたしは子供のころからずっと海が好きで、毎年海水浴に来ていました。そこで、様々な人と出会い、いろいろなことを学びました。御社を志望する理由は、おもてなしに興味があり、人とのコミュニケーションが好きだからです。また、わたしは飲食店でアルバイトを3年間続け、接客についての大切さを学びました。この経験を活かして御社では接客や新規のプランを企画する仕事につきたいと考えています。

【パターン2】 （1）② と（2）②

わたしは国際交流サークルに所属しており、国際会議に出席したことがあります。その経験から、様々な国の人々へのおもてなしについて興味を持ち、私の大学で招待した外国人学生への日本文化体験ツアーを企画しました。この経験は、わたしが観光業を志望するきっかけとなりました。様々な国籍の人々が、ゆったりとくつろげる空間を提供する御社で、おもてなしを追究していきたいと考えています。サークルでの国際交流の経験を活かして、御社では接客や新規プランの企画を行っていきたいと考えています。

【パターン3】 （1）③ と（2）③

わたしは様々な人との交流に興味があり、オリンピックのボランティアをしたことがあります。なかなか言葉がうまく通じないこともある中で、ゲストの相談事を解決していくことは大変でしたが、その経験を通しておもて

なしに興味を持ち始めました。多様な背景を持つゲストに、ゆったりとくつろげる空間を提供するという御社の理念は、わたしが考えるおもてなしと同じです。御社でなら、わたしが考えるおもてなしを体現できると考え、志望しました。また、わたしはマーケティングを専門に学び、コロナ後のゲストのニーズについて研究しています。この研究を活かし、御社では接客や新規プランの企画を行っていきたいと考えています。

【パターン４】　（1）④　と（2）④
わたしは日本のおもてなしに興味があります。以前、御ホテルに宿泊したことがあり、その時のサービスがとてもすばらしく、わたしもあのようなサービスができるようになりたいと思い、御社を志望しました。日本語の他にも英語にも興味があり、勉強を続け TOEIC で 650 点とりました。御社では語学力を活かして、様々な国のゲストをもてなしていきたいと考えています。

（パターン 1～4　「キャリア形成Ⅱ」で使用した筆者作成の教材より）

この練習問題ではパターン 2 とパターン 3 がふさわしいという学生にわかれ、パターン１、４を選んだ学生は少なかった。このことは、採用する側の観点に立てば、どのような志望動機がふさわしくないのかを、学生は理解できていることを示すだろう。そして、このことは、練習 2 で見た、どのようなエピソードがふさわしいかを選択する問題の結果とは逆の結果を示す。この結果は、就職活動という「現在」の必要性から過去の経験に「意味」付与していく「意味」の生成プロセスを遂行していく足掛かりともなると考えられよう。ただし、この「気づき」はまだ可能性を示すにすぎないといえよう。

また、「自分の優秀さを列挙するようなことをしない」「相手（企業）を褒めたり、分析したりしない」ことを教え、このような書き方は、非常に「強い働きかけ」になる可能性があり、相手に否定的な印象を与えてしまうことを防ぐ「強く働きかけない」という原則についても言及した。さらに、エピソードの中心に「相手（企業）」ではなく、「自分」をおいてエピソードを書かなければならないことも指導した。

なお、学生からは「答えはどれですか」との質問を受けたが、パターン２、パターン３のどちらが採用に結びつきやすいかは、企業ごとの価値観やその時の条件、たとえば現在ベトナムに進出を検討しているからベトナム人を採用したかった、などによって異なるため、採用されるエピソードの書き方というよりも、採用に結びつかないエピソードを書かないための授業である旨を伝えた。

3.2　2 つの事例分析

以上みたように、留学生は導入部での学習を通じて「意味」の生成プロセスの重要性に気づき始めたとはいえ、その「気づき」を志望動機文の完成へとつなげていくためには、留学生も指導する側も、考慮しなければならない過程や問題が存在することも事実である。以下では、志望動機を書く練習 [3] で、留学生が書いた文章（字数は 600 字程度とした）を 2 例取り上げて、そうした課題や問題を抽出していくことにしたい。

3.2.1　事例 2（留学生 B）

留学生 B の事例を見てみよう。留学生 B は、岐阜県大垣市に本社を置く食品卸売業で業務用食品スーパーも展開している「大光」を想定して、エントリーシートを作成している。大光の新卒採用に関する HP によれば、「食べることが好き、食に興味がある」という、「食に対する前向きな気持ち」を持ち、「自分で考えて行動する姿勢、新しいことにも失敗を恐れず挑戦する姿勢」を有する人材を求めているという（大光

採用情報　http://www.oomitsu.com/recruit2017/newgraduates.html（2022年3月31日最終閲覧）。この企業を対象として、留学生Bは【第1回目】の志望動機文を作成した。

【第1回目】(留学生B)
御社は食の豊かさの本質を追究し、 お客様、社員の幸福、豊かな社会の実現に貢献します。今、私が飲食店でアルバイトをしています。お客様に様々な食品が楽しめるように、従業員は定期的に新商品の企画プランを実施しております。企画プランを実施するうちに、普通より、もっと多くのお客様が来店し、注文するものが多様化になり、笑顔が非常に溢れています。その上、また食べたく、新たに新商品を作ってもらいたいという意見も聞かれました。このきっかけとして、現在、食の豊かさ、お客様と社員の幸福を実現するということをするのが非常に大事で、特に食品の販売に関係がある店は不可欠な点だと考えています。また、「アミカネットショップ」を開設し、インターネットを通じて、全国の皆様に業務用食品等の販売を行っております。特に店の近くにいないお客様に対応できる方法で、特別な部分です。そのため、御社に入りたいです。
御社で、消費者に興味をもってもらうための食品の企画を立てるような仕事です。なぜなら、食品は生活に欠かせないもので、また、食品の企画を立てないままにすると、面白い環境が作れなく、同じ食品を楽しみ続け、お客様が飽きるかもしれません。逆に企画を立てたら、お客様にもっと快適な食生活を楽しませるのだけではなく、御社を知らない人達はこれからある程度来る可能性があると考え、店が有名になるかもしれません。このような仕事をしたら、非常に有利だ思っています。　(原文ママ)

留学Bは第1回目の志望動機文作成において、「「今」飲食店でアルバイトをしている」というエピソードを選んだ。飲食店でのアルバイトが食に対して興味があるということを PR する意図で書かれたとしても、学生のアルバイト先としては一般的なものであり、留学生B独自の「意味」付与が欠落していること、また、「自分で考えて行動する姿勢、新しいことにも失敗を恐れず挑戦する姿勢」を自分が持っていることをPRする意図で、「お客様に様々な食品が楽しめるように、従業員は定期的に新商品の企画プランを実施しております。」と書いたとしても、主語が「従業員」になっているため、留学生Bが主体的にプランを企画しているのか、それともそのような方針のアルバイト先の誰かがやっているのかは不明瞭である点を指摘した。また、ネットショップに興味を持ったというが、これもなぜ興味を持ったのか理由が書かれておらず、企画の仕事がしたいという希望と結びついていない。全体として、アルバイト先や大光の記述に終始しており、その上、接続詞がうまく使いこなせず、時系列が整っていないことから話の内容がよく伝わらなくなっており、留学生Bがどのような人物かはエピソードからは浮かび上がってこないことを指摘した。このような指摘やアドバイスを受けて、留学生Bが書き直したものが【第2回目】である。

【第2回目】(留学生B)
私は食が豊かになる社会を支えたく、食品業界に関わる企業に決めました。御社は食の豊かさの本質を追究し、お客様の幸福、豊かな社会の実現に貢献することです。日本語学校に入っていた時、コロナの影響で、食料に苦しんでいる人を助けるための寄付活動に参加し、助けられていた人達に感謝の気持ちを与えてもらい、笑顔が非常に溢れることが心に残っていました。このきっかけとして、食の豊かのことは非常に重要で、不可欠だと感じました。お客様に食品を豊かにするために、御社で食品の企画を立てる仕事をしたいです。また、御社はネットショップで、全国の皆様に業務用食品等の販売を行っています。私が高齢者に食品を提供する目的としてのボランティアに参加し、実際に高齢者が動く回るのが難しいことに気がしました。特に食品を購入するのが一番面倒くさいだと聞かれました。高齢者に対応するために、ネットショップを行うのが不可欠だと思うので、御社に入りたいです。

私が研究が好きで、チャレンジしたいです。例えば、勉強することが大好きで、難しい問題を長時間でやっていたのに、失敗したことがあります。先生にある程度指導してもらい、自分が研究し、うまくできるまで、諦めずに、努力しています。食品の企画を立てるような仕事も同様で、できるようになるまで、頑張りたいと思います。

（留学生 B【第２回目】続き　原文ママ）

第２回目の志望動機文では、自分を PR するエピソードを「日本語学校にいたときにコロナ禍で食料に苦しんでいる人を助けるための寄付活動」と「高齢者に食品を提供するボランティア」に変更している。しかしながら、ここでも具体的にどのような寄付やボランティア活動を行ったのかについての記述がないため、「寄付活動」「ボランティア活動」という就職活動に有利に働くと思われているワードを並べているだけという印象をもたらしている。また、高齢者が動くことが困難であることからネットショップの充実を考えていることを記しているが、高齢者にとっては、ネットを駆使して買い物をする方が困難で「面倒くさい」のではないか、という非常に一般的な疑問に対する独自の見解もないため、逆に本当にボランティア活動をしてきたのかさえも疑わしい印象を与えてしまう。「研究好き」であることも書いているが、文と文との接続関係が不明瞭で、何に「チャレンジがしたい」のかもわからないため、話の流れとしては唐突感が否めない。研究好きであるというエピソードと企画を希望することをもっと結び付けて自分の特徴、長所について書いたほうがよいのではないかとアドバイスした後に、留学生 B が書いた【第３回目】の文は以下のとおりである。

【第３回目】（留学生 B）

私は食が豊かになる社会を支えたく、食品業界に関わる企業に決めました。御社は食の豊かさの本質を追究し、お客様の幸福、豊かな社会の実現に貢献します。私が日本語学校に入っていた時、コロナの影響で、食料に苦しんでいる人を助けるための寄付活動に参加し、助けられていた人達に感謝の気持ちを与えてもらい、笑顔が非常に溢れることが心に残っていました。このことから、食の豊かのことは非常に重要で、不可欠だと感じました。したがって、お客様に食品を豊かにするために、御社で食品の企画を立てる仕事をしたいです。それに加えて、御社はネットショップで、全国の皆様に業務用食品等の販売を行っています。私が高齢者に食品を提供する目的としてのボランティアに参加し、実際に高齢者が動く回るのが非常に難しいです。特に食品を購入するのが一番面倒くさいだと聞かれました。高齢者に対応するために、ネットショップを行うのが不可欠だと思うので、御社に入りたいと思います。

私が企画の仕事に興味を持ち、チャレンジしたいです。企画の仕事ができるように、今、企画に関する基本的なスキルを少しずつ検討し、入社してからも諦めずに、今のような力で頑張りたいと思います。何卒よろしくお願いいたします。

（原文ママ）

上記の【第３回目】の文では「研究好き」のエピソードは削除され、「寄付活動」と「ボランティア活動」のエピソードのみになり、文の流れとしてはすっきりとまとまった。しかしながら、先にも述べたように、「寄付活動」と「ボランティア活動」という就職活動に有利そうなワードを並べただけで、具体性もなく付与された「意味」も不明瞭であるため、留学生 B がどのような人物かは一向に見えてこない。また、「高齢者」と「ネットショップ」という一見相いれないものをどうして結びつけ、不可欠なものとしているのかについて、自分の考えを述べていないため、「自分語り」の機会を失ってしまっているといえよう。しかも、推敲疲れで当初のレクチャー内容である「相手に採用を強く働き掛けない」という原則を忘れてしまったのか、最後に「何卒よろしくお願いいたします。」と働きかけのことばを入れている。エピソードを記

す際の「働きかけない」原則を忘れてしまったのか、【第３回目】でなぜか唐突に相手へ働きかけてしまう例は、次の留学生Ｃにもみられた。

3.2.2　事例３（留学生Ｃ）

留学生 C が志望動機を書く対象として選んだのは化粧品メーカーのコーセーである。コーセーの HP（https://www.kose.co.jp/　2022 年４月５日最終閲覧）によれば、全社員に求める行動の模範となる「行動理念」は「人に誠実に、目的にしたたかに」「習慣を超えてチャレンジ」「持続する情熱と向上心」「勇気あるコミュニケーション」であり、「正しきことに従う心」が創業者の座右の銘という。コーセーでは上記のような行動ができる人材を求めていることが大きな前提となろう。それでは、留学生 C はどのようなエピソードを選び、それを志望動機と結びつけてして書いたのだろうか。

【第１回目】（留学生Ｃ）
化粧することは女性なら他の誰のためでもなく、自分を満足されれためです。私は化粧品を通して多くの人々の生活と健康に貢献し、毎日人々に幸せなことを宣言したいと思っております。日本に来る前に化粧やスキンケアなどを全然しなかったです。日本で日本人の友達を付き合って、友達の肌と自分の肌に比べると、大分の異質がありましたから、化粧品を利用するようになりました。肌質を周りに褒められるようになり、毎日軽いメイクアップすることで楽しい気持ちになりました。そして、コーセーが客とサステナビリティを実践するイベントを参加したことあります。多色パレットを余ることなく使う方法とできる限り有効に使うことで破棄を減らすことを紹介してもらいました。そこで、使い切れずに残っているアイカラーを捨てるのはもったいないといった製品の悩みがなくなり、化粧品を愛することになりました。その経験から、私は普通化粧品を使っている方はもちろん、今使っていない方も日常的に利用してもらえるように化粧品を広告したいと感じました。貴社は、美の創造企業として、美にまつわるあらゆる知恵を出し合い、人々のため、そして大切な地球の未来のために、役立てていこうという企業しています。数ある化粧品の会社の中でも、ジョブローテーションは盛んな貴社でなら、化粧品のマーケティング戦略に関するあらゆる知識を身につけ多面的なアプローチで見習いに取り組めると考えます。私は貴社のマーケティング部の一員として、人々を輝かせる仕事をしたいと思います。　　（原文ママ）

エピソードは、「日本に来てから日本の友人に触発されて化粧をするようになった」から「コーセーが主催するイベントに参加したこと」と時間軸に沿って進んでいるため、文章の流れ自体はよく、理解しやすい。接続詞も適切に使えており、日本語としてのいわゆる「間違い」は少なく、読み進めることができる。留学生 C の「日本語レベル」は高く、努力家でもあり、日本語科目においてこれまで良い成績をおさめていた。しかしながら、「キャリア形成Ⅱ」で求められているのは日本語として上手な文章というよりも、読み手に自分がどのような人物かをしっかり伝える文章である。

この 2 つのエピソードから浮かび上がるのは「化粧品が非常に好きである」ということであり、これだけでは留学生 C の人物像は出てこない。同様にイベントに参加したエピソードを広告の仕事をしたいという希望と結びつけているが、このエピソードはコーセーが話の中心であり、留学生Ｃは表には出てこない。広告の仕事を希望するなら、広告に関連するもっとコアなエピソード、例えばマーケティングについて研究をしている等、具体的に書いた方がよいとアドバイスをした。日本語文章としての水準は高いので、他の学生よりはその分、高評価となったが、「キャリア形成Ⅱ」で書く文章としての評価は低いといえ、今まで取ったこともないような評価に留学生 C はショックを受けていた。上記したことをフィードバックとして与えた後に、留学生Ｃが【第２回目】として作成した文章は以下の通りである。

【第２回目】（留学生 C）
化粧することは女性なら他の誰のためでもなく、自分を満足されれためです。私は化粧品を通して多くの人々の生活と健康に貢献し、毎日人々に幸せなことを宣言したいと思っております。私は、日本に来る前に化粧やスキンケアなどを全くしなかったです。日本で日本人の友達を付き合って、友達の肌と自分の肌に比べると、多くの異質がありましたから、友達がいくつか化粧品を紹介してくれ、化粧品を使用するようになりました。肌質を周りに褒められるようになり、毎日軽いメイクアップすることで楽しい気持ちになりました。私は使った化粧品を化粧品をしていない友達におすすめの商品を紹介しました。多くの人がおすすめの化粧品を利用してくれるのが嬉しく、「良いものを多くの人に届けたい」と考えるようになりました。そして、コーセーが客とサステナビリティを実践するイベントを参加したことあります。参加した時、手持ちの化粧品を少しでも有効に活用し、最後まで楽しく使い切れるよう、色使いやテクニックの工夫などをアドバイスシをし、環境について学ぶことができるアクティビティの参加を紹介してもらいました。そこで、使い切れずに残っているアイカラーを捨てるのはもったいないといった製品の悩みがなくなり、美容を通て身近な視点環境配慮を考えることになり、化粧品を愛することになりました。その経験から、私は学んでいる知識を普通化粧品を使っている方はもちろん、今使っていない方も日常的に利用してもらえるように化粧品を広告したいと感じました。貴社は、美の創造企業として、美にまつわるあらゆる知恵を出し合い、人々のため、そして大切な地球の未来のために、役立てていこうという企業しています。数ある化粧品の会社の中でも、ジョブローテーションは盛んな貴社でなら、化粧品のマーケティング戦略に関するあらゆる知識を身につけ多面的なアプローチで見習いに取り組めると考えます。私は貴社のマーケティング部の一員として、人々を輝かせる仕事をしたいと思います。　（原文ママ）

第 2 回目の文章でも、エピソードには変化なく、話の流れ自体にも大きな変更はない。しかし、広告を希望する動機を具体的に書いた方がよいというアドバイスを受け入れた痕跡はある。第 1 回目では「日本で日本人の友達を付き合って、友達の肌と自分の肌に比べると、大分の異質がありましたから、化粧品を利用するようになりました。肌質を周りに褒められるようになり、毎日軽いメイクアップすることで楽しい気持ちになりました。」のように、日本人の友人とのエピソードは「化粧品の楽しさ」を知るきっかけとして書かれていたのに対し、第２回目ではそれに続けて、「私は使った化粧品を化粧品をしていない友達におすすめの商品を紹介しました。多くの人がおすすめの化粧品を利用してくれるのが嬉しく、「良いものを多くの人に届けたい」と考えるようになりました。」と、人に勧めること、すなわち広告を意識するようになったというエピソードにまで拡大している。時間軸はしっかりしており、日本語表現にも大きな問題がないため、話の流れとしてはわかりやすい。

しかしながら、【第１回目】と比べてエピソードの内容が充実したわけではない。たしかに一連の記述の中で化粧品との出会いから広告を意識するまでは書かれているが、このエピソードに付与される「意味」が、自己を PR するような特徴となって読み手に伝えることはできていない。日本語表現的には、第１回目で「使い切れずに残っているアイカラーを捨てるのはもったいないといった製品の悩みがなくなり」と書いていたところに、「美容を通て身近な視点環境配慮を考えることになり」と続け、SDGs に関連する具体的なワードを組み入れることで、より大学生らしい文章になったといえよう。また、こうした推敲により、日本語文章としての水準はより高くなったといえよう。しかしながら、美容を通じた環境配慮を考えるきっかけになったのなら、現在、どういった環境配慮についての考えがあるのかを明確に書き、そのことと広告との関係を書いた方が自己の考えを伝えることにつながるだろう。第 2 回目の文章でも、コーセーの記述に終始しており、留学生 C がどんな人物で、化粧品メーカーで広告の仕事をするために、どんな努力

をしているのか、どんなユニークなアイディアをもっているのか、ということは見えてこない。日本語の水準は高いのでやはり他の学生よりは高評価であるが、有効な自己 PR ができているとはいいがたく、「キャリア形成Ⅱ」で書く文章としての評価は低くなる。留学生 C は相変わらずの低評価に、さらなるショックを受けたようで、どのように書けばよいのか少なからず混乱したようである。そこで、提出は任意であるが、【第３回目】として書いた文章が以下のようになる。

【第３回目】(留学生C)
私は、日本に来る前に化粧やスキンケアなどを全くしなかったです。日本で日本人の友達と付き合って、友達の肌と自分の肌に比べると、多くの異質がありましたから、友達が貴社の化粧品を紹介してくれ、いくつかの商品を使用するようになりました。肌質を周りに褒められるようになり、毎日軽いメイクアップすることで楽しい気持ちになりました。私が使った化粧品をまだ化粧していない友達に紹介しました。そして、多くの人が紹介した化粧品を利用してくれるのが嬉しく、「貴社の商品を多くの人に届けたい」と考えるようになりました。そして、記者が開催するサステナビリティに参加したことあります。色使いやなくなるまでの使い方と知り、私だけでなく、色々な人に知ってもらいたいと感じました。そのおかげで貴社の商品が好きになりました。その経験から、私は学んでいる知識を普段化粧品を使っている方はもちろん、今使っていない方も日常的に利用してもらえるように化粧品を広めたいと感じました。貴社は、美の創造企業として、美にまつわるあらゆる知恵を出し合い、人々のため、そして大切な地球の未来のために、役立てていこうという企業だと感じます。数ある化粧品の会社の中でも、ジョブローテーションは盛んな貴社でなら、化粧品のマーケティング戦略に関するあらゆる知識を身につけ多面的なアプローチで見習いに取り組めると考えます。私は貴社のマーケティング部の一員として、人々を輝かせる仕事をしたいと思います。(原文ママ)

第 3 回目の文章でも、エピソードそのものは変化していない。日本語文章としての水準は高く、話の流れもわかりやすいが、自己の「考え」を述べる点では、むしろ後退したといえよう。【第２回目】では友人に勧められ、また自分が勧めたいと思う化粧品の具体的なメーカーは記述していなかったが、【第 3 回目】では「友達が貴社の化粧品を紹介してくれ」「貴社の商品を多くの人に届けたい」と書いており、イベントに参加したエピソードに「そのおかげで貴社の商品が好きになりました」と続けていることから、志望動機の対象となる企業に対して「迎合」と捉えられかねない「褒め」を行っている。すなわち、「積極的に働き掛けない」という原則からはずれてしまっている。そして、【第２回目】で出てきた”美容を通じた環境配慮“についての記述はなくなってしまった。その結果、ただ「コーセーが好きです、コーセーはすばらしい、コーセーで働きたいです」といった積極的な働きかけだけが印象に残ってしまうことになったといえる。そして、こうした積極的な働きかけは「迎合」といった否定的な印象を読み手に与えかねず、エントリーシートに書く志望動機文としては失敗ということになる。

４.「志望動機」文作成上の諸課題

以上、留学生を対象としたエントリーシートにおける「志望動機」文の作成を内容とする「キャリア形成Ⅱ」の授業実践についてナラティブの観点から分析してきた。その結果を今後の諸課題として述べる前に、この授業の振り返りで行った受講生のアンケートの中で、留学生が何を学んだかをみておこう。

受講生がこの授業で学んだ中で難しかったこととしてあげたのは、「志望動機にふさわしい自己 PR のためのエピソードを選ぶこと」と「自己PR のためのエピソードを文章にすること」である。そして、その学

習の結果を「前期におけるインターンシップを受けたとき、先生（注：筆者ではない）に書かされたエントリーシートに自分の自己 PR とエピソードを文章にすることができなかったので、インターンシップ先から断られたことがありました。しかし、キャリア形成を受けることで自分の自己 PR とエピソードを文章にすることができました。まだ努力するところもあるので、参考になりました。」「選んでとてもよかったと思います。自己 PR の書き方が全く分からなかったが、キャリア形成Ⅱを選んでなんとかできるようになったと思います。」のように書いている。こうした感想にみられるように、受講生が自己 PR 文の書き方について「練習した」という実感と共に、それによって自信がついたことがうかがえる。このことは本授業の成果といってよいだろう。

しかしながら、その成果は受講生が第 1 歩を踏み出したにすぎず、「志望動機」文作成の上で、受講生にも指導する側にも、以下の課題を克服する必要がある。

第 1 は、「志望動機」文の中の、特に「エピソード」の部分で「自分語り」が不十分、あるいは、まったく欠落している点である。すでに見た事例が示す通り、そこには自己の経験に対する「意味」付与や「考え」が展開されていないため、書き手の人物像は浮かび上がってこない。ナラティブは「現在」の必要から過去にさかのぼって、そこに「意味」の生成をもたらし、過去から現在につながる「アイデンティティ」やそこに表れる精神的態度、構えを語り手に意識化させる。したがって、ナラティブを「自分語り」の方法として日常化し、生かすことが求められているといえよう。

もちろん、そこには「語るべき何か」、すなわち「経験」そのものが不足していることも作用しているだろう。家庭と大学、またアルバイト先を主な生活領域としている若年層にはそのこと自体、求めることが無理であろう。しかしながら、その中で「何を考えたのか」ということも「経験」であり、大学生として一番重要な「考える」という「経験」をどれだけ積み重ねてきたのか、また積み重ねていけるのかが問題となろう。例えば、飲食店でのアルバイトにおいても、仕事（労働）の役割分担や職場のフォーマル・インフォーマルな人間関係のあり方、労働意識の問題、また接客態度の問題等、留学生にとっては自文化と異文化との違いに驚きや戸惑いも「経験」したと思われるが、事例ではこれらについて何ら述べられていない。「意味」付与は、このような実感に支えられながら、その実感自体を知的に解明していく作業（考える）なしには、成り立たないだろう。そして、大学生にとって、この実感と「意味」を結びつけるものは様々な分野における学問の視点や学び、教養であり、それらが「意味」付与の独自性や多様性を支えていくのである。

したがってこの問題を単に「経験不足」とだけ片づけると、かえってこうした重要な点が抜け落ちることになろう。実際、「バイトと学校で忙しく自己 PR のためのエピソードがなかなかつくることができない」「コロナがあるからエピソードを作るのが難しいです。」と訴える留学生もおり、何か「すれば」エピソードは書けると思っている節がある。また、「考える」経験はコロナ禍においても、積み重ねることのできる経験であることに気づいていないことがうかがえる。それだけに、こうした点を指導する側も受講生に気づかせながら、ナラティブの方法を身につける指導を行う必要がある。

第 2 に、「経験」に対する「意味」付与は、一方的な自己（語り手・書き手）の側からの「意味」付与ではなく、コミュニケーションの相手（聞き手・読み手）との関係性を考慮したうえでの「意味」付与の部分が欠かせない点である。ナラティブ自体、そうした相手との関係性の中での「自分語り」である点を忘れてはならないが、特に「自己 PR 文」においては、採用者側との関係性を抜きにしては、「意味」付与は単なる「独りよがり」で終わってしまうからである。

そうした点については、先に導入部の練習でみたように、すでに留学生自身が気づいているが、その気づきを具体化するためには、何よりも志望企業等の事業展開や理念、求める人材像を理解しなければなら

ないだろう。そして、そのうえで自己の性格や行動様式の特徴、知識や技術を生かす仕事（職務）の内容などを把握しなければならないだろう。いわゆる企業分析と自己分析との結合の必要性である。エピソードに示された「経験」に付与された「意味」は、そうした結合をシンボリックに示すものであろう。

改めていうまでもなく、自己PR文のPRとは「Public　Relations」の略語であり、組織や個人が自己の活動の利害関係者との間に社会的公的関係を構築することを目指して、その活動の理念や内容・効果を相手に伝えるコミュニケーション活動である。すなわち、一方的な宣伝や広告とは異なるものである。したがって、これまで私的な領域で生活してきた学生が志望企業・団体等と公的な信頼関係を構築する第一歩の活動が就職活動であることを、留学生は再確認する必要があろう。

第3は、「志望動機」文、「エピソード」を陳述していく際の、日本語能力の問題がある。この日本語能力の問題とは、留学生がこれまで学習してきた日本語能力を基礎にしながら、それとはまた異なる能力を指す。

留学生はこれまでの日本語学習の中で、日本語を使いこなすために文法や文型、語彙などの正確な使用を中心に学習してきた。また、アカデミックジャパニーズではレポートや論文を書くための客観的な文章の書き方が求められており、主観的ともいえる「自分語り」の文章の書き方とは異なる。すなわち、自己PR文における「陳述」は書き手の出来事に対する「意味」付与が中心となる文章であるため、その能力を身につけるには、「誰が何をした」という出来事と、「そのことによって自分は何をどう学んだのか、考えたのか」という、ナラティブの観点からの経験の「意味」生成プロセスを時間軸に沿って書くという練習が必要になってこよう。未整理な経験を時間軸上に整理（糟谷　2014）して書くという練習である。とりわけ、経験の「意味」付与の練習、いいかえれば、内省が不十分なこと、そしてこれまでの学習の中で文章推敲とは日本語表現の修正をもっぱらとしてきたことから、日本語表現としては高い水準の文章をどう修正すればよいのか、なぜ修正しなければならないのか、理解できないままとなる。それを端的に表しているのが、留学生Cの「志望動機文」修正の経過である。

もちろん形式的に、書き方にだけナラティブの方法を取り入れても、今回の実践例のような文章のレベルを脱却していくことは難しい。今回、留学生との推敲に関するやりとりは、Teams を通じた文章で行った。このことが、留学生の推敲が文章表現の修正から抜け出せなかった要因の一つであると考える。特に留学生の場合、経験の「意味」付与には、自分語りをする者と、その受け手が異文化に属する場合、文化的な差異が生じる可能性があり（横倉　2022）、この点が十分に指導できなかったからである。この差異に目を向け、本来ならば、経験の「意味」付与の部分を他者（この場合は教員）との直接的なやり取り（会話）を通じて、文化による「意味」の相違などを会話の中で速やかに明確にし、修正を行い、自己の中で経験の「意味」を明確にしていく過程が必要なのであり、これは「ナラティブ」の本質的なあり方にかかわっているといえる。今回はコロナ禍ということもあり、直接的なコミュニケーションを通じた指導が困難であったため、「ナラティブ」の観点を指導法に生かしきれなかったが、今後は経験の「意味」付与の部分に留学生の視点が向きやすいよう、指導法を工夫していく必要があろう。こうした、「志望動機」文や「エピソード」を陳述する際の、これまで学習してきた日本語のレベルとは異なるステージに立つ日本語能力の養成が必要となると考える。

第4は、「志望動機」文を書く際に、改めてポライトネスストラテジーの違いを学ぶ必要がある点である。先に、経験の「意味」付与に文化的な差異が生じる可能性について述べたが、ポライトネスストラテジーの習得はこの差異を埋めていく一つの方法となる。ポライトネスストラテジーの違いを学び、それを文章作成に生かすことは、留学生が慣れ親しんだ文化に属さない「異文化」の読み手に不快感を与えない、という一見すると相手に「迎合」的な態度のように見える。しかしながら、公的関係の構築を目標とするコ

ミュニケーション相手に対するポライトネスは必要であり、そのためには、留学生の自分から見ると「異文化」である「日本文化」の理解とさらに自文化と異文化との調整能力が不可欠となる。この調整能力を身につけることこそ、留学生の一番の社会人基礎力、そして日本語能力の特徴となると考えられよう。この調整能力が身につかないまま、すでに述べた 3 つの問題点に直面すれば、自分がこれまで慣れ親しんだ自己 PR のポライトネスストラテジーが顔を見せ始めることはすでに示した事例でも明らかであろう。

以上の 4 点が留学生が「志望動機」文を作成するうえでの課題となっているといえよう。

５．おわりに

以上、ナラティブの観点から留学生の作成した自己ＰＲ文の問題点を抽出し、ナラティブの方法を生かした今後の授業展開の方向性を示してきた。留学生の就職のための自己ＰＲ文作成の習得を授業の目標としているため、この授業でのナラティブの方法の活用は自己ＰＲ文の作成に限定されている。しかしながら、先に述べたように、ナラティブがコミュニケーションの相手との特定の関係性を設定したうえで、自己の「現在」から「過去」を振り返って、そこに新たな「意味」（「無意味」を含む）を生成したり、改めてその「意味」を確認したりする営みであることから、ナラティブそのものは人間の生の営みにとっては不可欠な事柄であるといえよう。就職のための自己 PR 文作成はその契機となると考えられる。そして、留学生にとっては、その「意味」の中には日本という「異文化社会」の中で生きることや、自文化と日本文化との葛藤・調整などの問題も含まざるを得ないだろう。それだけに、留学生にとっては、自己 PR 文作成は日本人学生以上に困難さを伴う。こうした留学生の根源的な状況を視野に入れることなしには、単なる就職支援活動として日本人学生と同様の自己 PR 文作成を指導しても、留学生本人には、それこそ「意味」のある文章作成とはならないだろう。

そのことはまた、ナラティブの方法を語学学習に取り入れる場合、その目的を明確にしないと、読み手や聞き手に相当する教員の考えが、学習者が考える「意味」に過剰に関与してしまい、学習者の主張がゆがめられる結果にもなりかねないことを示している。ナラティブの語り手と聞き手には「言葉の協働者」（嶋津　2018）という側面があるからである。特に、就職活動を目的とした自己ＰＲ文の指導においては、学習者である留学生本人が自己の経験の「意味」付与を自己の意思と責任においてすることが、ナラティブを方法として援用する日本語教育の姿勢であると考えられよう。

注）

1）「キャリア形成Ⅱ」の開講は 2020 年度からである。本稿の研究対象となった学生は 2021 年度の受講生（8 名）である。

2）ここで示したサンプルの志望動機は、課題よりも字数を少なく単純にまとめている。その理由は、詳しいサンプルを提示すると、主語などを微調整し、ほぼコピペした状態で提出する学生がいるからである。

3）この 2 回目の志望動機は、学習者によるが、最大 2 回の推敲の機会があり、最終稿について、成績評価を行うことにした（同じ成績評価表を用いて、推敲の度にフィードバックしている）。成績評価はエピソードに関する記述のあり方と、日本語文法・文章表現の二つの側面から行ったが、本稿の趣旨に沿ってエピソードの記述に関するものだけを抜粋して載せる。

	よい	ふつう	悪い
どうしてその会社に入りたいのかが具体的なエピソードを交えて書けている。	どうしてその会社に入りたいのか、という動機とエピソードが一致している。	どうしてその会社に入りたいのかという動機とエピソードの関係が不明瞭である。	どうしてその会社に入りたいのかという動機とエピソードが一致していない。または、エピソードがない。
その会社でどんな仕事がしたいのか（どんな貢献ができるのか）について、具体的なエピソードを交えて書けている。	どんな仕事がしたいのかという部分とエピソードが一致している。	どんな仕事がしたいのかいう部分とエピソードの関係が不明確である。	どんな仕事がしたいのかという部分とエピソードが一致していない。 または、エピソードがない。
自分をＰＲできている。	企業が求める人材と自分が合致するようPRできている。	企業が求める人材と自分がどのように合致しているのか不明瞭である。	企業が求める人材と自分が合致していない。

参考文献

1) Riessman Catherine Kohler (2007) *Narrative Methods for the Human Sciences*, SAGE Publications (大久保功子・宮坂道夫監訳 (2014)『人間科学のためのナラティブ研究法』クオリティケア)

2)糟谷知香江 (2014)「ナラティブ・アプローチによる経験の振り返り -「人生紙芝居」を用いた試行的実践 - 」『応用障害心理学研究』第 13 号 37－46.

3) 木村敏 (2005)『関係としての自己』みすず書房

4) 嶋津百代 (2018)「日本語教育・教師教育において「語ること」の意味と意義 対話にナラティブの可能性を求めて」『言語文化教育研究』第 16 号、55－62.

5) 保坂裕子 (2014)「ナラティブ研究の構成を探るための一考察＜Who－are-you?＞への応えとしての＜わたし＞の物語」『兵庫県立大学環境人間学部研究報告』第 16 号、1－10.

6)横倉真弥 (2016)「日本語教育における発話内効力調整の問題について―留学生の自己 PR 文を例に―」『Global Communication』第 6 号、武蔵野大学グローバルスタディーズ研究所、133 - 143.

7) 横倉真弥 (2022)「異文化コミュニケーションとしての日本語教育」『岐阜協立大学論集』第 55 巻、第 3 号

参考 HP

1) 大光 採用情報 http://www.oomitsu.com/recruit2017/newgraduates.html (2022 年 3 月 31 日最終閲覧)

2) コーセー https://www.kose.co.jp/ (2022 年 4 月 5 日最終閲覧)