慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	中級の読解指導の試み：新聞講読科目の例を通じて
Sub Title	
Author	加藤, 奈津子(Kato, Natsuko)
Publisher	慶應義塾大学日本語・ 日本文化教育センター
Publication year	2018
Jtitle	日本語と日本語教育 No.46 (2018. 3) ,p.73- 98
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	授業報告
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00189695-20180300-0073

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学　日本語・日本文化教育センター紀要
『日本語と日本語教育』46：73–98（2018.3）

中級の読解指導の試み

―新聞講読科目の例を通じて―

加 藤 奈 津 子

1.　はじめに

本稿は『日本語と日本語教育 44 号』、および『日本語と日本語教育 45 号』（慶応義塾大学日本語・日本文化センター）での授業報告に続き、中級の新聞講読科目での試みを報告するものである。44 号では文章を構造から捉える読解指導の試みを、45 号では読解力を支える語彙の学習指導に関し、漢字語彙の面から授業方法の工夫を報告した。

これらは 2015 年度春学期から 2016 年度秋学期までの 4 学期の新聞講読の授業の実践報告であった。4 学期を通じて改善された部分もあることはあったが、一方で 44 号の報告時点から残ったままの課題もあった。その一つは評価基準で、もう一つは評価方法、つまり内容理解の確認方法である。これらの課題について 44 号の記述をまとめると以下のようになる。

①評価基準については読解力を客観的に測る基準が不十分であった。それは、文章のどの要素が把握できていれば、その学習者が内容を理解したと評価するかという明白な評価基準がなかったということである。今後は、シラバス作成時に客観的、かつ具体的な評価基準を設定することを検討したい。

②評価方法については、一文レベルでの質疑応答によって理解度を確認することはあったが、文章の全体像を理解しているかという質問を設定し、実施するということはしなかった。

44 号の報告の後、2016 年度の授業を通じて、評価基準と評価方法に関する課題について考察し、次のように問題点を絞った。

評価方法で特に問題になる点は、一文レベルで理解を確認するやり方では、修飾関係の把握や文の前後関係の理解などを確認することはできても、文章全体の意図を正しく理解できているかまでは確認できないことである。新聞講読の授業で、仮に学習者が記事の意図とは異なった読み取り方をしたとしても、教師は確認できないので、指摘ができないことになる。

では、評価方法にこのような限界があったのはなぜかというと、上記の 44 号の記述のまとめにもあるように、文章のどの要素が把握できていれば、その学習者が内容を理解したと評価するかという評価基準がないからであり、そのため評価対象とすべき部分に焦点を当てた設問が設定できなかったからだと言える。このように、評価方法の前提として先ず評価基準が明白であることが必要であるのだが、それが明白ではなかったため、質問が一文レベルに留まらざるを得なかったのであり、「（文章の全体像を理解しているかという質問を設定し実施するということは）しなかった」のではなく、「できなかった」のである。

2017 年度新聞講読の授業では上記の課題を問題意識として持ち、読解力の評価基準と評価方法との関係を探り、読解力を評価するための適切な方法とその前提としての設定しておくべき基準を具体的に検討することを行った。本稿では 2017 年度の授業を例に、実践報告を通じてこの試みについて考察する。

2015・16 年度の授業ではできるだけ重複記事を避け、時間的に古くないものを扱うようにしていた。しかし、そのこと自体にも検討を加えたく、2017 年度は既に扱った記事であっても時代背景の点で有効であれば使用した。既存教材の有効性が確認できれば、繰り返し使用することで内容の精度を上げることができるので、この試みは意味があることであろう。また、担当者にとっては、異なる学期の異なる構成のクラスで同じ記

事の反応を見ることは指導上の参考になると言える。この立場から2017年度は春・秋学期ともに既に扱ったことがある記事を多く使用したが、本稿では検証材料の蓄積の点から、秋学期の授業運営を考察の対象にする。

2.　授業の枠組み

本稿は慶応義塾大学日本語・日本文化教育センター　日本語研修課程に設置された講読科目「新聞講読5」において、2017年度秋学期に行った授業の内容に基づいたものである。

3.　2017年度秋学期「新聞講読5」の目標設定

「はじめに」で述べたように、筆者は評価基準と評価方法について先ず評価基準があり、その基準に沿って評価するために適切な方法を設定するとの考えに立った。2017年度秋学期の目標も客観的で具体的な評価基準を前提とし、それに基づいた評価方法を設定することであった。本章では、シラバス作成時における評価基準の設定過程を説明し、その後、評価方法と記事の選定との関係について述べる。

3-1　読解指導の目標設定

3-1-1　評価基準の設定

評価基準の設定は、以前から気になっていたタイプの学習者への指導を念頭に置いて進めた。このタイプの学習者の特徴は、文法と語彙理解の面から文章を読むことが多いので、前後の文章レベルでは関係の捉え方が正確であるが、全体を俯瞰してとらえるのは苦手なことである。このため、一文ずつ追っていく読み方をしていった結果、全体から見れば矛盾している解答をしても自分ではその矛盾に気がつかないことがある。したがって。この学習者を評価する場合、部分に関する理解の点では読解力が高いことになる。しかし、文章全体の意図の把握の点では読解力が十分であるとは言えないのである。2016年度までは一文レベルの質問や選択式の問

題で評価していたため、この学習者を適切に指導したり評価したりすることができなかった。そこで、このようなタイプの学習者に気づきを促すのには何が必要かということを考えてみた。その結果、文章全体の意図を把握させた上で、それを問う質問を作成することが必要であると考えるに至った。この考えに従い、文章全体の意図の把握を評価基準に設定することにした。具体的には、新聞記事はそれぞれ異なる意図を持つので、その文章のどの要素を把握していれば、記事全体の意図を理解したと見ることができるかということを評価の基準とした。

評価対象の要素を検討するに当たり、新聞記事の読解という授業枠組みから、次の要素についての読解力を評価基準とすることにした。これは、2015・16 年度の 4 学期で扱った記事の傾向から選んだものである。

【評価基準の設定】

①出来事の因果関係が読み取れること。

②複数の行為者（供給者側と消費者側、あるいは企業の提携プロジェクトでの参加各社など）の間での異なる意図など、事象を「複数の視点」から捉えることができること。

③見かけの目的の先に最終的な狙いがあることを重層的に読み取れること、という 3 点である。

3-1-2　評価方法の設定と記事の選定基準

上記のいずれかの要素を持つ記事を教材にして、その要素に関する理解度を測る質問を作成すれば、評価基準に基づいた内容確認方法を設定したことになる。しかし、そこで一つ問題が出てきた。質問を作成する際、記事のトピックのタイプによっては作成に限界があることである。例えば、事件の事実関係のみを述べるタイプの記事で、背景についての考察や社会的影響に言及していない場合、上記の 3 つの要素はどれも含まれていないことになる。そこで、記事の選定と評価方法の設定の手順を逆にして、評価基準に合致した設問が作成したければ、設問が作れるタイプの記事を選

べばよい、そうすることで目的に合った設問が作成できる、というようにアプローチを変えることにした。3-1-3 の評価基準で挙げた要素である、「因果関係」「複数の視点」「見かけの目的と最終的な狙いの重層性」という要素のどれかを含む記事であれば、読解指導の目標に合った記事であると言え、適切な質問の作成が可能となる。このように、記事の選択の際、この 3 点の要素のいずれかを含むことを選択基準にした。

上述の経緯から、2017 年度秋学期は評価基準を念頭に置いて記事を選び、評価基準に沿った質問を設定するという手順で教材を作成した。このように評価基準に基づいて選んだ記事を教材として使う場合、どのような質問の設定が学習者の読解力への客観的な評価につながるのかについては、5 章で評価基準別に 3 つの記事を取り上げ、ケーススタディとして検討する。

4. 授業の運営方法

2017 年度秋学期の「新聞講読 5」の授業は、2016 年度と同様、①文構造の説明、②「テーマ設定・単語リスト・授業での指導」を連携する、という方法で行ったため大きい変更はなかった。本章では、2017 年度秋学期のテーマ設定と、教材や授業運営での若干の変更点について述べる。

4-1 テーマ設定

2016 年度春・秋学期の授業と同様、2017 年度秋学期も、学期を通じての統一テーマを設定し、初回授業で履修者に提示した。これは、テーマの関連性が各記事の内容予測を容易にし、読解の焦点に集中することを可能にすると考えたからである。

2017 年度秋学期のテーマは「食(しょく)」である。筆者が担当する外の総合的な科目においても「食」は学習者の間で非常に関心が高く、日頃口が重い学生であっても、自国や日本の食習慣、食べ物について熱心に語ることが少なくないからである。また、食に関わる小売・外食業界は社会の潮流を敏感に捉えることが多く、これらの企業の対応は日本社会の変化を端的に反

映していると思われたからでもある。実際、経済紙や一般紙の経済面には「少子化」「高齢化」への対応を急ぐ、各企業の試みを取り上げた記事が数多く掲載されている。

指導方法としては、語彙や文構造を説明する際、政治・経済など多様な分野の話題を使った例文を複数提示し、テーマが「食」に限定されても語彙や文構造に汎用性があることについて理解が深まるようにした。また、学期後半では既出の記事の語彙・内容を例に使って例文を作ることで、統一テーマによる語彙重複の効果を狙った。

4-2　使用教材

実質的な授業は学習指導期間と初回レベルチェックテストの後の 3 回目からである。表 1 の教材リストではこの 3 回目の授業を便宜上、1 回目と表記した。0 回の記事はレベルチェックテスト実施後のガイダンスで使用した記事である。表 1 では新聞記事の見出しを記事名として記載した。（表 1 参照）授業では見出しを隠した記事を配布し、ワークシートでタイトル

表 1　2017 年秋学期　使用教材

回	記事名（新聞社名）	掲載日
0	【再】「カップヌードル」（日経）ガイダンスで使用	16 年 5/26
1	「工場野菜　じわり存在感」（日経）	17 年 7/29
2	【再】「日本の消費で減　世界 792 の絶滅危惧種」（毎日）	17 年 2/20
3	【再】「喫煙による死者　世界で 700 万人」（日経）	17 年 5/31
4	【再】「受験生応援商品」（朝日）	17 年 1/27
5	「マック VS. マクド　愛称論争に決着？」（朝）	17 年 8/8
6	【再】「たばこ陳列　禁止支持 55％」（日経）	17 年 6/1
7	【再】「冷凍食品　市場はホット」（朝）	17 年 2/1
8	【再】「獣医であり、廃棄食品から豚の飼料を作る経営者」（朝）	17 年 1/31
9	【再】「日清、株価連動の社食」（日経）	16 年 3/18
10	【再】「ファミマが園芸用品」（日経）	16 年 3/21
11	【再】「管理職にならない正社員　小売・外食　制度新設」（日経）	17 年 1/20
12	「お肉　分厚い魅力」（朝）	17 年 11/19

を選ばせたり、タイトルをつけさせたりするというタスクを設定した。

* 新聞社名は略称で記載。（朝）朝日新聞社、（日経）日本経済新聞社、（読）読売新聞社、（毎）毎日新聞社。【再】は使用が複数学期以上の記事。

4-3　変更点

2017 年度秋学期での変更点を挙げる。

①予習の単語リストの漢字に振り仮名をつける。（目的は読み方より運用を優先させ、短文作成に多く時間を使わせること）。

②読解の前に教師が全文を音読する。（目的は意味の切れ目で区切ることで、修飾関係などへの気づきを促すこと）。

③読解の前に記事全体の枠組みを板書し、流れと記事の狙いを説明する。（目的は一文レベルではなく全体像に目を向けさせること）。

④ワークシートに記事の要点をまとめる問題を入れる。（目的は内容が十分に理解できない学習者へのフォローである。空欄を埋めて文章を完成することで、難しい文構造や語彙が分かるような内容になっている）。

⑤記事は抽象的な内容ではなく、具体的な例を扱ったものを選んだ。以前の学期は抽象的な内容の記事を読んでから、後追いで具体例を取り上げた記事を読むという記事配列をしていた。当該学期は社会の変化を反映した身近な事例から、一般的な図式を把握するという読み方を試みた。例えば、コンビニエンスストア店頭の新商品に関する記事を読むと、日本の人口構成が変わりつつあることが実感としてわかるというような読み方をするために、コンビニに関する具体例の記事を取り上げた。

5.　ケーススタディ

本章では、評価基準に基づいて評価方法を設定することが読解指導にどのような効果があるかという点について、3-1-1 で挙げた「因果関係」「複数の視点」「見かけの目的と最終的な狙いを重層的に読む」という 3 つの要素別に記事の例を挙げ、ケーススタディとして考察する。

1 回の授業は 3 種類の教材、翌週の復習テストで 1 セットになっている。教材は①予習課題の「単語リスト」、②授業で初めて見て読む「記事」、③漢字の読み方チェックと内容理解から構成される「ワークシート」である。本章では、「単語リスト」は教材説明のために一番目の事例でのみ記載する。「ワークシート」は事例の説明に必要な個所のみ記載する。

5-1 【因果関係を捉える記事】（第 1 回目の授業で使用）

表 2 「工場野菜　じわり存在感」

【単語リスト】

＊次の授業の記事の単語です。意味を調べ、[:] の単語は文を作りなさい。

・徐々に（じょじょ）　・浸透（しんとう）する:　・生産（せいさん）する:　・安定（あんてい）する:
・値段（ねだん）　・乱高下（らんこうげ）する　・土（つち）　・混入（こんにゅう）する
・外食（がいしょく）チェーン　・提供（ていきょう）する:　・専用（せんよう）

・コーナー…この記事の中では「売り場」の意味で使っている。
・設（もう）ける:　・数年（すうねん）　・天候不順（てんこうふじゅん）…「天候」＋「不順な」
・頻繁（ひんぱん）な　・高騰（こうとう）する:　・存在感（そんざいかん）:　・消費者（しょうひしゃ）:
・嗜好（しこう）　・背景（はいけい）:　・若い層（そう）　・泥（どろ）

【記事】　＊筆者注・記事の下線部分は本稿のみ。

植物工場で育てた野菜がスーパーやレストランに徐々に浸透してきた。生産が安定しているために値段が乱高下せず（筆者注・原因①）、土や虫などの混入がない（筆者注・原因②）のが強み。外食チェーンが工場野菜だけでサラダを提供したり、スーパーが専用のコーナーを設けたりしている。ここ数年、天候不順で頻繁に野菜が高騰しており（筆者注・背景①）、工場野菜の存在感はますます高まりそうだ。食品スーパーのマルエツは約 220 店に「工場育ちの野菜」というコーナーを設けた。

消費者の嗜好の変化（筆者注・背景②）も背景にある。マルエツによると「以前と比べ、若い層を中心に野菜に土や泥がついていることを嫌う消費者が増えている」という。需要の拡大は植物工場の経営にも追い風だ（筆者注・プラス要因）。日本施設園芸協会の調べによると、植物工場は今年 2 月で 197 カ所と、11 年の 3 倍に増えた。だが多くは初期投資や運営費がかさみ（筆者注・マイナス要因）、赤字の状態。

【ワークシート】

Ⅰ　＿＿＿＿の漢字の読み方を書きなさい。

植物	浸透する	生産	安定する	値段
乱高下する	混入する	外食	提供する	専用
設ける	天候不順	高騰する	存在感	食品
消費者	嗜好	背景	若い層	泥
嫌う	経営	調査	赤字	状態

Ⅱ　記事の内容をまとめなさい。＊筆者注・シートでは下線部分は空欄。

①植物工場で育てた野菜：☞外食チェーンではサラダにして、提供したり、スーパーでは専用のコーナーを設けたりしている。

その理由

(A) 工場野菜は生産が安定しているために値段が乱高下しないことや、

(B) 土や虫などの混入がないこと、という強みがあるからだ。

②工場野菜がスーパーやレストランに浸透してきた背景には次のことがある。

(A) ここ数年、天候不順のために野菜が高騰していること。

(B) 消費者の嗜好の変化、つまり以前と比べ、若い層を中心に野菜に土や泥がついていることを嫌う消費者が増えているということ。

③記事の内容に合っている方を【　】から選びなさい。

☞スーパーやレストランでの需要が拡大していることは、植物工場の経営にとって、【良いことだ・良くないことだ】。

④しかし、植物工場には問題があるため、多くの植物工場は赤字状態だ。

それは、初期投資や運営費が増えてしまうからだ。

Ⅲ　記事の内容に合っているものに（○）、合っていないものに（×）を書きなさい。　＊筆者注・＿＿＿の箇所が（×）の理由である。

(○) 工場野菜の良い点は値段が急に上がったり下がったりしないことだ。

(○) 土や虫がついていない野菜が好きな消費者が増えている。

(×) 植物工場の経営にとっての問題点は消費者の嗜好の変化だ。

Ⅳ　植物工場にとって、良いことは何か。良くないことは何か。

☞・植物工場にとって良いことは需要の拡大である。

・良くないことは初期投資や運営費がかさむことである。

この記事は原因・理由が具体的に書かれているため、「因果関係」の理解を評価基準とした質問を作成するため選んだ（表2参照）。ワークシートの空欄補充式の問題（Ⅱ）の①と②は「工場野菜」浸透の「理由」と「背景」を区別して捉えているかを見るための設問である。記事では浸透の直接的理由とその背景にある事象を分けているので、①では工場野菜浸透の「理由」、②では「背景」、と書き分けなければならない。①で理由を「生産が安定しているため値段が乱高下しないこと」と「土や虫などの混入がないこと」と書いていればよく、②で背景を「天候不順のために野菜が頻繁に高騰していること」と「消費者の嗜好の変化」と答えていれば理解していることになる。

次に、空欄補充問題（Ⅱ）の③と④は「植物工場」経営にとってのプラス要因（「追い風））とマイナス要因を正しく捉えているかを見るものである。③では「…需要の拡大は植物工場の経営にとって【良いこと・良くないこと】」から選択させて、経営のプラス要因とマイナス要因に関する理解度を測る。④では植物工場が赤字状態であることの要因を正しく把握しているかを見る。また、③④の質問は、植物工場経営にとって良い原因と良くない原因を整理するという読解指導上の意味もある。ここで2つの要因をしっかり押さえることはその後の記述問題（Ⅳ）に正しく答えることの前提である。

ここまでは空欄補充問題で、記事の流れに沿って内容を整理、把握できていれば正しく答えられるはずである。実際、学習者のワークシートを見ても間違いは少なかった。次の正誤問題（Ⅲ）も全員が全問正解である。しかし、記述問題（Ⅳ）では、質問の意味を取り違えていたり、必要な答えの一方しか書いていなかったり、あるいは何も書いていないというような不適切な解答が多かった。以下で、【誤りの例】として学習者の誤りの例を分析し、評価基準に基づいて質問を設定することが読解力を測るのに有効であったか、また質問の設定の仕方が適切であったかを考察したい。

5-1-1 【誤りの例】

①空欄補充問題での数少ない誤りの例である。この学習者は、Ⅱ①で「工場野菜」浸透の理由を「天候不順のために（筆者注・正しくは「生産が安定しているために」）乱高下しないこと」と「高騰などのことがないこと」と書いた。2 点挙げる形式なので二つの文に分けているが、つまりは「天候不順による価格の変動が少ないこと」を理由に挙げている。しかし、①で理由として天候不順を挙げてしまうと、次の②で背景にある事情を書くに当たり、選択肢が残っていないことになり、正しい答えである天候不順という背景要因が挙げられないことになるが、この学習者は②の質問には、天候不順をスーパーなどに浸透してきた背景として挙げている。この結果、天候不順は理由と背景のどちらにも登場することになってしまうが、本人はこの矛盾には気づいていない。この誤りは理由と背景を区別できなかったことによると考えらえる。

実は、理由と背景の読み取りのためには先ず、「消費者の嗜好の変化（筆者注・背景②）も背景にある」の「も」という文法上の情報から、この点が 2 つ目の背景であると押さえてから、文章を読み返して 1 つ目の背景を探さなければならない。可能性として、「生産が安定しているために値段が乱高下せず（筆者注・原因①）、土や虫などの混入がない（筆者注・原因②）のが強み」部分か、あるいは「ここ数年、天候不順で頻繁に野菜が高騰しており（筆者注・背景①）」が考えられる。しかし、「強み」とは具体的な現象（結果）に直接的に結びつくものという意味で使われることが多く、原因・理由ととることができる。記事では、「（スーパーやレストラン）に浸透してきた」という現象のすぐ後に置かれていることからも理由と取るのが妥当であろう。そして、意味の面から言っても、「天候不順」というものは一般的に生産の不安定さの要因であるが、安定的生産を強みとする工場野菜側にとっては、逆に流通業者から選択され、浸透していくことを後押しするもの（背景）であると見ることができる。この背景の後押しがな

ければ強みが十分に発揮されないと考えると、背景は根源的なものであり、この点からも理由という具体的・直接的なものと区別することができる。

このように理由と背景の整理をさせる質問（空欄補充問題の①②）を設定することで、この学習者が文法情報の利用をしているか、視点を直接的・根源的に分ける読解力を持つかという点を測ることができた。このことから、「因果関係」の理解度を評価する場合、このように理由や背景を整理させる方法をとることは有効であると言えるのではないだろうか。

②次に、「植物工場」経営に関する質問での誤りの例を挙げる。植物工場については、空欄補充・選択式・記述という複数の角度から重ねて理解度を測る形になっているので、どれかで間違えた場合、理解に不足があることがわかる。これは従来の設問が空欄補充か選択式であったため、評価基準として不適切であったという反省から工夫したものである。3つ全ての質問に正しく答えた者は全体の半分であった。間違えた者については、間違えた箇所がそれぞれ異なるが、ここではその中から一つを取り上げる。

・記述式（Ⅳ）での誤りの例。質問は「植物工場にとって、良いことは何か。良くないことは何か」である。先ず、学習者の適切な解答例を挙げ、次に誤りの例を挙げる。(* 筆者注・学習者の記述のまま)

―適切な解答例:「良いことは工場野菜の需要の拡大である。良くないことは初期投資や運営費がかさむことだ」

―誤りの例:「植物工場の長所は値段が乱高下しないことと、虫や土などの混入がないことです。短所は投資や運営費が多くてかさんだから状態が赤字になりました」(* 筆者注。下線部分は本稿のみ。)

この誤りは、「にとって」の意味が理解できなかったため「植物工場の良い点、良くない点」と捉えたとも見ることができるので、文法力の問題とも言えるが、ここでは評価基準の点からこの誤りを検討する。先ず、記事全体の意図を理解するという評価基準から言うと、学習者は、この記事は因果関係の視点から事象を説明しているものだという点を把握することを求められている。工場野菜の浸透に関しても理由や背景の点から述べているのであるから、このような記事の構成から見て、植物工場に関する記述も因果関係の視点からのものだと捉えて、視点を揃えた読み方をすることが必要である。したがって、この文章に長所・短所の記述が出てくることは考えにくいことで、視点と構成の点から浮き上がってしまうと考えなければならない。こうしたことから、この学習者は工場経営とプラス要因・マイナス要因という因果関係を正しく理解していなかったと言えよう。

次に、評価基準と評価方法の連携という視点からこの誤りを見てみよう。この学習者は選択問題③で「需要の拡大が植物工場にとって【良いことだ】」と正しく選んでいる。また、空欄補充問題④でも適切な答えを書いている。選択問題と空欄補充問題の 2 つは植物工場にとってのプラス要因・マイナス要因に関する理解度を測るもので、正しく答えていれば、これらの質問が長所・短所を問うものではないことも理解していることになるわけだが、実際にはプラス要因とマイナス要因を長所・短所と捉え、記述式で上記のように解答をしている。つまり、内容を十分には理解していなかったことが、記述問題でまとめさせることにより判明したことになる。しかし、逆に言えば、要因を読み取るという評価基準で設問を設定しても、形式によっては、理解度を正しく把握できないということになる。

この誤りの例は、評価基準と評価方法の連携という点から言うと、空欄補充・選択式・記述など異なる評価方法を組み合わせて複数の角度から理解度を見ることが必要であるということを示唆していると言えよう。

最後に、質問の作成の面からこの間違いを分析し、適切な質問形式につ

いて考察してみる。つまり、仮に、質問の形式が異なっていたらとしたら、このように要因と長所・短所を取り違えることはなかったかということである。例えば、問題③の質問の仕方が「スーパーやレストランでの需要が拡大していることは、植物工場の経営にとって、【良いことだ・良くないことだ】」ではなく、「植物工場の経営にとって良いことは_____である」であったら、記事の文章から該当部分を正しく取り出すことはそれほど難しいことではないので、正しく答える可能性が高くなる。加えて、「良いこと（＝良い原因）は_____である」のように質問の焦点が補ってあれば、それまでプラス要因と長所を取り違えていた場合は、これが理解を修正する機会になる。この誤りの例から、質問形式は適切な評価をするために必要なことではあるが、同時に学習者の理解に影響を与えることがわかった。筆者にとっては、教材作成に際して、評価することだけを考えて作成するのではなく、自ら軌道修正をするように促すことも考慮して作成すべきだということに気づくきっかけとなった。

5-2 【複数の視点から読む記事】（第 10 回目の授業で使用）

表 3 「ファミマが園芸用品」

【記事】

ファミリーマートはサカタのタネ、住友化学園芸（東京・中央）の 2 社と組み、プライベートブランド（PB）の園芸用品を販売する。4 月から家庭で簡単に育てることができる野菜の栽培用キットなどを取り扱う。コンビニエンスストアで園芸用品を売るのは珍しい。園芸を楽しむシニア層や食育への関心が高い主婦を取り込み、来店する客層を広げたい考えだ。

コンビニは若者を主要な客層としてきたが、シニア層の利用も年々拡大している。ファミマでは来店客の 3 割強を 50 歳以上が占めるようになった。同社は園芸用品の販売により、園芸愛好者の 7 割を占めるとされる 50～60 代の来店増加に弾みをつけたい考えだ。

消費者の健康志向が高まる中で、子供への食育にも使える商品として主婦らを取り込むことをめざす。サカタのタネなどは、コンビニを通じて若者の需要も開拓し、園芸市場の拡大につなげることを期待する。

【ワークシート】　　＊筆者注・シートでは下線部分は空欄。

Ⅰ　記事の内容をまとめなさい。

①この園芸用品は、ファミリーマートが、サカタのタネ、住友化学園芸と協力して販売するプライベートブランド（PB）商品だ。

②この新商品の狙いは園芸を楽しむシニア層や食育への関心が高い主婦を取り込み、来店する客層を広げることだ。

③コンビニの客層についての質問である。

・これまでの主要な客層：若者　・最近利用が拡大した客層：シニア層

・ファミマでは来店客の3割強が50歳以上の客になった。

④ファミマは園芸用品の販売により、次のAとBの客層を増やすことを目指している。

Aの客層：50～60代の客を増加させたい考えだ（＝弾みをつけたい）。

―そのために園芸用品を販売することにした。なぜなら、50～60代は園芸愛好者の7割を占めるとされるからだ。

Bの客層：食育への関心が高い主婦も増やしたい考えだ。（＝取り込みたい）。

―そのために子供への食育にも使える商品として園芸用品を販売することにした。

⑤「サカタのタネ」などが期待していることは、コンビニを通じて、若者の需要も拡大して、園芸市場の拡大という結果につなげることだ。

Ⅱ　記事の内容と同じ文には（○）、違う文には（×）を書きなさい。

＊筆者・注：〰〰は内容と異なる部分で、- - - -は合っている部分である。

（×）園芸愛好者の3割は50～60代の人たちだと言われている。

（○）「サカタのタネ」は若者の園芸愛好者を増やしたいと思っている。

Ⅲ　記事の内容をまとめなさい。

コンビニエンスストアは、これまで若者が主要な客層だったが、園芸用品の販売を通じてシニア層や主婦などの来店を増やすことを狙っている。一方、園芸用品の会社はコンビニでの販売を通じて若者にも園芸を好きになってもらい、その結果、市場を拡大させることを狙っている。

Ⅳ　この記事に題をつけなさい。：「＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿」

この記事は異業種3社が同一新商品によりビジネスの拡大を狙う動きを取り上げている（表3参照）。読解の目的は、企業ニーズの違いによって各社が同一商品に期待するものが異なるという複数の視点を捉えることであり、評価基準は各社が主に強化したい部分（コンビニエンスストアは客層の拡大、園芸用品企業は新規顧客獲得と市場の拡大）を整理して把握できるかという点である。

コンビニは客層の多様化を目指していて、そのため主力顧客の若者に加え、近年増加傾向のシニア層の来店に弾みをつけることを狙っているが、その手段として最適だと選択した商品が園芸用品である。一方、園芸用品企業は高齢化の進展により主力顧客層（シニア層）が減少しつつあるため、そこを補うための顧客獲得が課題で、新規顧客獲得に向けた商品化と販売経路の工夫が急がれている。サカタのタネがシニア層に代わる客層として期待を寄せているのが若者であり、コンビニはその若者向け商品の最適な販売場所とされている。ファミマとサカタのタネなどは従来の顧客層の相違から今後強化したい客層が異なるが、ターゲットの客層は提携相手が得意とする層であり、一方は若者を集客する店舗を持ち、他方は商品化のノウハウを持つ。相互に相手の強みを利用したいため、異業種で組む意味があるわけである。新規顧客獲得に動く背景には人口構成の変化があるが、それは記事では直接的に言及されておらず、「シニア層」「若者」という客層の違いで示されている。

この教材は、上記の視点を整理し、同一商品を軸に複数の視点が存在すること、それは客層とニーズの違いから生じていることを文法や語彙を手掛かりに読解できるかを評価するものである。以下、この評価基準に基づいて評価する場合、どのような設問が必要であるかを、ワークシートの設問を例に説明する。

まず、コンビニのニーズを客層の面から押さえているかを見るために、空欄補充問題（Ⅱ）では基本的な理解の整理をさせる。②で、今後期待す

る客層を属性とともに書かせる。シニア層と主婦層の属性はすなわち新商品の特徴に結びつくので、単に「シニア層」と書くのではなく、属性まで書かなければコンビニの狙いの意図の理解につながらない。しかし、実際には属性まで書かない学習者が多い。次に、③の「コンビニの客層についての質問」で、コンビニの従来の主要客層（若者）と、増加に弾みをつけたい客層（シニア層）の違いを客層についての単語と割合で答える質問を設けた。コンビニに関しては最後に、④で、ファミマが来店増加を期待する層の一つである 50～60 代の 7 割が園芸愛好者であるということと、もう一つの層の主婦が食育への関心が高いということが園芸用品販売を決断させたという点への理解度を見た。質問の②で客層の属性を書かずにいた者でも、ここでは必ず客層の特徴を書いて確認することになる。

Ⅱ⑤は園芸用品企業側の視点に関する理解を問うものである。新規に取り込みたい（「需要を開拓」したい）層が若者なので、その層がよく利用している店舗を販売経路として選んだ点、そして、新規顧客獲得によって市場規模の拡大も狙っているという点が読み取れれば正しく答えらえたことになる。

ここまでは基本的な理解を確認する問題で、記事を順に読めば解答できる構成である。しかし、順に解答していくがゆえに、これらの質問では一文レベルの理解度は測れるが、全体の構成、意図の理解度までは評価できない。そこで、更に理解度を測るために、評価の角度を変えた正誤問題（設問Ⅲ）を設定した。内容を理解していれば、空欄補充・正誤問題のどちらにも正しく答えられるはずである。このワークシートは上記以外に更に要点をまとめる課題（Ⅳ）と記事にタイトルをつける課題（Ⅴ）を設けた。要点をまとめる課題の狙いは、各社の視点の違いを、複数の視点から事象を説明するという記事全体の意図の面から理解しているかを見ることである。タイトル付けの課題は教師の誘導ではないぶん、学習者の理解度が端的に見られるものである。学期の初めの数回は担当者がタイトルを 4

つ作成し、そこから内容を適切に表しているものを一つ選ばせる形式をとり、慣れてきたころにそれに倣って自分でタイトルをつける形式に移行した。この記事のように複数の視点から読解する場合、複数のキーワードが入っていれば複数の立場が整理、把握できたことになる。

このように空欄補充、正誤問題、要点のまとめ、タイトル付けという 4 つの角度から理解度を評価することで、単に単語を追ったり一文レベルで理解したりしているだけなのか、あるいは複数の視点を整理して、記事全体の意図を把握しているかを見た。

最後に、上記の 4 つの角度の設問が実際に理解度の評価に有効だったかについて学習者の誤りの例から検討する。4 つすべてに適切に答えられていれば、読解できたと評価できるが、どれかが誤りであれば、十分に理解していないことになる。この記事が 10 本目という学期終盤での教材であったため、空欄補充・正誤問題・要点のまとめ、タイトル付けの 4 つにおいてほとんどの者が適切な解答をしたが、いくつかの誤りも見られた。以下では、【誤りの例】と【タイトル付けの例】に分け、それぞれの問題点を分析する。

5-2-1 【誤りの例】

①正誤問題（Ⅲ）で、（×）と答えるべき「園芸愛好者の 3 割は 50～60 代の人たちだと言われている。(正しくは 7 割)」を（〇）とした例。

この学習者は空欄補充問題（Ⅱ④）で「50～60 代は園芸愛好者の 7 割を占めるとされる」と正しく書いているのに、正誤問題では反対の答え方をしている。これは文章内容を読解する力が欠けるというよりは、文法力が弱いため構文が理解できなかったという可能性がある。空欄補充問題と正誤問題の併用だけではこの点の判別の曖昧さが残ることになる。このことから、更に別の角度から測る問題を設定することが必要であることがわかった。

②正誤問題（Ⅲ）で、記事内容と合致している「『サカタのタネ』は若者の園芸愛好者を増やしたいと思っている。」を（×）とした例。
この学習者は空欄補充問題（Ⅱ⑤）で「『サカタのタネ』などが期待していることは、コンビニを通じて若者の需要も開拓して、園芸市場の拡大という結果につなげることだ。」と自分で書いているが、正誤問題でそれを否定している。その理由として、「需要の拡大」の意味が理解できなかったことが考えられる。ただ、間違えた2名は特定の語彙に集中すると全体が捉えらなくなり、バランスよく理解できないことが多いタイプであるため、サカタのタネは「若者の園芸愛好者を新たに顧客に取り込みたい（需要を開拓したい）」のであって、質問にある「増やしたがっている」の表現は内容に合っていないと読み取った可能性も否定できない。このような複数の読み取りを可能にしているのは質問文自体に問題があるので、この場合は質問文を「若者に新しく客になってほしいと考えている」などとすれば、誤解の余地を残さず、理解度を正確に測れたのではないかと反省している。

③要点まとめの課題の最後の一文、「一方、園芸用品の会社はコンビニでの販売を通じて若者にも園芸を好きになってもらい、その結果、市場を拡大させることを狙っている。」の箇所で、「コンビニで（の販売を通じて）」とするべきところを「園芸用品（の販売を通じて）」とした例。
要点まとめの問題には作成目的が二つあり、一つ目は需要の拡大などの難しい語彙を分かりやすく言い換えて、記事内容を確認させるという指導上の目的である。二つ目は、理解度を測ることであり、この二つの目的のためにワークシートの最後に設けてある。学習者は空欄補充・正誤問題のタスクをしてからこの設問に至っている。一文レベルであれば、「を通じて」を「によって」と誤解したから園芸用品の会社が園芸用品によって若者に園芸を好きになってもらうことを狙っていると捉えたと言えなくもない。
　しかし、評価基準は「複数の視点」を整理して把握することであるので、

文法力の点からではなく、記事の意図の読解度の点から評価しなければならない。この記事では同一商品を軸に複数の視点が存在すること、それはニーズの違いからも生じていることの把握が基本となる。したがって、園芸用品企業が補強したい部分、つまり有望な販売場所をコンビニに求めているという視点は欠かせない。この学習者にはこの視点が欠けているので、評価基準から言うと内容を理解していないと言え、その部分を見る上で、要点をまとめる問題は有効であったと言えるだろう。

5-2-2 【タイトル付け】(* 筆者注・タイトルは学習者の記述のまま)

教材化した記事を配布する際、オリジナルの見出しは隠されているので、学習者は読解した内容を手掛かりに自分なりのタイトルをつけている。

①複数の視点からのキーワードが入っていて適切な答え方の例

・「園芸用品の市場拡大とコンビニの客層拡大」

—コンビニ側と園芸用品企業側の両面から、企業の狙いを捉えられている例である。コンビ二側が拡大したいのは主に「客層」で、園芸用品企業の場合はその先に「市場」の拡大もある点も書き分けられている。記事内容に合わせるなら、コンビニを先に、園芸用品を後にすると良いだろう。

②複数の視点に関するキーワードが入っていないため、記事全体の意図を反映したタイトルになっていない例

・「ファミマが園芸用品を扱い始めた」、「ファミマ、園芸用品で客層拡大」

—コンビニ側からの視点だけである。

・「ファミマの新商品を通じて園芸市場を拡大」

—園芸用品企業側からの視点だけである。

5-3 【見かけの目的と最終的な「狙い」を重層的に読み取る記事】

（第 5 回目の授業で使用）

表 4「マック VS. マクド　愛称論争に決着？」

【記事】　＊筆者注・記事の下線部分は本稿のみ。

愛称は「マック」か、「マクド」か―。日本マクドナルドは、二つの愛称からイメージした新商品を 9 日に全国発売する。愛称をめぐるファンの「論争」に便乗した販促キャンペーンの一環。同社は商品名を含んだツイッターのつぶやきの数を競う「対決」も仕掛ける。マックの愛称をイメージした新商品は「東京ローストバーガー」。（略）マクドをイメージした「大阪ビーフカツバーガー」（略）は、柔らかいビーフカツにマスタード風味のソースを合わせた。いずれも 9 月上旬までの期間限定。20 日まで実施する「対決」は、愛称や商品名を含んだツイート数を調べ、多い方を勝ちとする。（略）

【ワークシート】　＊筆者注・シートでは下線部分は空欄。

Ⅰ　記事の内容をまとめなさい。

①日本ではマクドナルドの愛称をめぐってファンの間で「論争」がある。
　それは、「マック」と「マクド」だ。

②日本マクドナルドはこの「論争」を上手に使って、キャンペーンを行った。その目的は販促だ。

☞やり方 A：二つの愛称からイメージした新商品の全国発売
　　（8 月 9 日から 9 月上旬まで）

☞工夫 B：商品名を含んだツイッターのつぶやきの数を競争する「対決」

④日本マクドナルドは「対決」の競争を 8 月 20 日まで実施して、愛称や商品名を含んだツイート数が多い方を勝ちにする。

Ⅱ　記事の内容と同じ文には（○）、違う文には（×）を書きなさい。

＊筆者注・〰〰の箇所が（×）の理由である。

（×）この「対決」は売れたバーガー数を調べて、多い方を勝ちとする。

（×）日本マクドナルドの目的はファンの間の論争を終わりにすることだ。

Ⅲ　＿＿＿に言葉を書いて記事をまとめなさい。

日本マクドナルドは愛称をめぐる「論争」に便乗して、販促しようと考えて、キャンペーンを行う予定だ。そのキャンペーンでは新商品を発売したり、「対決」を仕掛けたりする。

これは外食企業の販促方法についての記事である（表4参照）。新商品販売は最終目標ではなく、実は認知度向上など別のことを最終的に狙った販売促進キャンペーンの一部（「一環」）である。消費者が「論争」を再認識したり、初めて知ったりすることにより同社に関心の目を向けることなどを目指している。また、「商品名を含んだツイッターのつぶやきの数を競う」としていることから、対決といっても仕組まれたものであり、その目的は対立を煽ることでも終結させることでもないことがわかる。キャンペーンの前提すら既存の「論争」であり、それを利用しているのだから、仕掛ける側は低コストで済み、この構造は「便乗」という単語で表されている。この記事の構造は見かけの目的と究極の狙いが重層的になっており、それは「愛称をめぐる…販促キャンペーンの一環」の一文に集約されているため、この一文が理解できなければ、記事の意図を把握することができない。そのため、ワークシートでは記事内容の理解の確認という指導上の意味と、内容の理解度を測るという目的で、核心になる部分をまとめる課題（Ⅲ）を最後に置いた。

評価基準は、世界的ブランドの外食企業が新商品を発売し、商品名に絡めた「対決」を仕掛けるが、それらのイベントはより大きな狙い（販促キャンペーン）の一環であるという記事内容から、見かけの目的と最終的な狙いという二重の構造を読み取ることである。設問では、最終的な狙いを「目的」、見かけの目的を「やり方と工夫」と呼び分けることで、構造を二つに分けた。空欄補充問題Ⅰの②では、新商品発売や対決は目的そのものではなく、目的達成の手段であることを理解しているかを見る。最終的な目的については「（日本マクドナルドはキャンペーンを行った。その目的は）販促だ。」と書いていればよく、見かけの目的の一つである「やり方」は「二つの愛称からイメージした新商品の全国発売（8月9日から9月上旬まで）」、もう一つの「工夫」は「商品名を含んだツイッターのつぶやきの数を競争する『対決』」と書き分けられていればよい。

この記事も空欄補充・正誤問題・要点のまとめ・タイトル付けの4つの角度から設問を設けた。以下、評価基準と評価方法の関連性について学習者の誤りの例とタイトルの例から分析する。

5-3-1 【誤りの例】

①空欄補充Ⅰの②で、日本マクドナルドのキャンペーンの目的は「販促だ」と書かなければならないのに「(目的は) 対決だ」と答えた例。

空欄補充問題は記事の基本的な意図の理解を整理するもので、ここで正しく理解できていないと、その理解に沿って読み進めた場合、次々と不適切な読み方をすることになる。この学習者は次の正誤問題(Ⅲ)で(×)としなければならない、「日本マクドナルドの目的はファンの間の論争を終わりにすることだ。」を(○)とした。続く要点まとめの課題でも「(日本マクドナルドは(略) 対決しようと考えて、(キャンペーンを行う予定だ)」としている。キャンペーンの究極の目的をこう書いてしまうと、後続の文でその手段を「…たり…たりする」で2つ書くに当たり、2つ目の手段である「対決」が書けなくなる。実際、空白とするしかなかったのか、この学習者のワークシートでは未解答となっている。このように3つの角度から評価することにより、学習者の誤りが不注意からではなく、記事の基本的な意図が読解できていないことから生じたことを知ることができた。

②正誤問題(Ⅲ)で、(×)としなければならない、「この『対決』は売れたバーガー数を調べて、多い方を勝ちとする。」を(○)とした例。

この誤りをした者は5名いた。一文の理解のレベルで見ても、記事中の「商品名を含んだツイッターのつぶやきの数を競う「対決」や「愛称や商品名を含んだツイート数を調べ、多い方を勝ちとする」部分から、これらの質問を記事内容と合っていると言うことはできない。また、記事全体の意図の理解という点からも、「対決」という手段は特定のバーガーの販売という目的のために設定されたものではなく、認知度向上や来店増加という究

極の狙いのために設定されたものであることが理解できていないことになる。ワークシートでは空欄補充（Ｉ）の②と④で、「対決」の勝敗基準はバーガーの販売数ではなく、愛称や商品名が言及された頻度であることを2回書かせてから、正誤問題に進ませている。間違えた5名は全員、空欄に記述する段階では正しく書いているにもかかわらず、正誤問題でバーガー数の販売数が対決の基準となることを記事内容に合致するとしている。誤りの可能性としては、記事内容に沿って空欄補充問題に答える際、適切な部分を抜き出すのはそれほど難しいことではないため、内容を十分に理解していなくても正しく答えられることが考えられるが、推測の域を出ない。客観的に理解度を確認するためには、空欄補充問題・正誤問題に加え、要点をまとめる問題などで角度を変えた判定方法を設けるべきであろう。ただ、このワークシートのまとめ問題では、対決の基準について書かせる要素が含まれていないため、理解度の評価を正確に行うことができなかった。複数の角度から理解度を測る際、質問の間で意味のある連携がとれるように、設定をデザインするべきで、これは改善を検討したい点である。こうした質問の連携のバランスが取れていたのはケーススタディ5-2「複数の視点から読む記事」であったので、そこでのデザインを今後の参考にしたい。

5-3-2　【タイトル付けの例】

（* 筆者注・タイトルは学習者の記述のまま）

①最終的な狙いと見かけの目的を分けているので、内容を理解している例

・「マクドナルドは愛称論争に便乗して販促を行う」

—販促が目的であること、論争が手段であることが「便乗」をいれることで伝わるタイトルになっている。

②見かけの目的に関するキーワードのみで、理解が十分ではない例

・「マクドナルド　愛称対決」

—記事全体の意図を理解する上で、販売促進という最終目的を表す言葉

が不可欠であるが、含まれていないため、内容を十分に理解しているとは言えない。

③記事の意図を反映していない例

・「愛称から起きた対決」、「マクドナルド　販売のための工夫」

―前者のタイトルを使って、キャンペーンの様子を描写することは可能かもしれないが、記事内容を正確に反映したとは言えない。後者では、「販売」が新商品なのかブランド全体の販売数を伸ばすことなのかがわからない。前者・後者とも評価基準である二重の構造を読み取って作成した題名ではないことから、不適切である。

6.　検証

本稿は、読解力の評価基準の設定と、それに基づいて設定された評価方法が読解指導にどのように効果があるかを授業の例から考察したものである。この点については、5 章「ケーススタディ」での考察を通じ、評価基準に基づいて評価方法を設定することが読解指導において効果があることが確認できた。具体的には、評価基準を設定し、それに基づいて評価方法を設定することは読解指導の焦点を明確にし、客観的に学習者の不足部分を把握することができる教材の作成を可能にするという良い結果をもたらす点が挙げられる。これは教師にとっては、学習者が十分に理解できていない点を具体的に指摘しやすいという点において効果的であり、学習者にとっては、学習目的が把握しやすいという点で効率的であると言えよう。

本章では最後に、「はじめに」で言及した、教材を繰り返し使用することの有効性について考察してみたい。新聞記事を教材として何学期も使用することの問題点は、記事内容が授業時点において事実と異なってしまっている恐れがあることである。このことを懸念し、2016 年度までは繰り返しの使用は避けていた。しかし、2017 年度秋学期に過去 4 学期の教材から多くのものを使用してみたが（表 1 の【再】の記事）、時代性において大

きい違和感はなく、学生からも適切さを欠くという指摘はなかった。これはどの記事でも言えることではなく、記事掲載時から事実関係が変化した場合には当てはまらないことではあるが、ある程度の期間内であれば繰り返しの使用が可能であることがわかったのは今後の教材作成に向けて参考になることであった。繰り返し使用できれば、内容の精度を上げることができるので、この試みから得た結果は意味があることである。教材で使用する度に、ケーススタディでも挙げたようなワークシートの不備の点を改善すれば、評価方法の適切さを高められることであろう。

7. おわりに―感想として

本稿では評価基準と評価方法の工夫について授業の例を通じて報告した。報告を書きながら、評価の基準と方法は教師が学習者にどのような到達点を期待しているかを伝えるメッセージでもあると感じた。今後も教材の選択や作成、授業での指導を通じて、学習者に確実に教師のメッセージを伝えられるような授業運営を心掛けたいと思う。

謝辞

新聞講読科目の授業運営につきましては日本語・日本文化教育センターの村田年先生にご助言いただきました。心より御礼を申し上げます。

参考文献

加藤奈津子（2016）「中級の読解授業―新聞講読科目の例を通じて―」『日本語と日本語教育』慶応義塾大学日本語・日本文化教育センター 44 号 pp. 72