



# セミナー報告のためのtips (〈特集〉大学院で経済学を学ぶ)

清水, 崇

---

**(Citation)**

国民経済雑誌, 221(1):37-41

**(Issue Date)**

2020-01-10

**(Resource Type)**

departmental bulletin paper

**(Version)**

Version of Record

**(JaLCD0I)**

<https://doi.org/10.24546/E0041956>

**(URL)**

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/E0041956>



# 国民経済雑誌

セミナー報告のための tips

清 水 崇

国民経済雑誌 第221巻 第1号 抜刷

2020年1月

神戸大学経済経営学会

# セミナー報告のための tips

清 水 崇<sup>a</sup>

## 1 はじめに

研究成果を世に問うという意味において，論文執筆に次いで重要なのが研究セミナー報告である。ここでは大学院生諸君が避けて通ることのできない研究セミナー報告について考える。

もちろん，良いセミナー報告を行うためには良い研究を行うことが必要条件である。しかし良い研究をすれば必然的に良いセミナー報告ができるという訳でもない。セミナー報告を失敗したためにせっかくの研究の素晴らしさが伝わらないというのではいかにももったいない。この稿では，筆者の経験を基に，過去の院生のセミナー報告を見て気付いた点を tips（コツ）として披露する。読者の参考となれば幸いである。

ただし筆者の専門ゆえ，理論研究についてのセミナー報告に内容が偏っていることをあらかじめお断りしておく。ただ大まかな考え方についてはどの分野の研究報告についても当てはまると思う。

## 2 セミナー報告のための tips

### 2.1 セミナーの課題を認識する

研究セミナーと一口に言ってもいろいろな種類があり，それに応じて達成すべき課題も異なってくる。まずこのセミナーで達成したいことは何かをしっかりと認識するところからセミナーの準備は始まる。

学会やコンファレンスの短時間のトークであれば，面白そうな研究をしているという雰囲気を与え，こういう研究をしている者がいることを世に知らしめること，もしくはより長い時間の大学の定期セミナーに呼んでもらうこと，などが課題となる。研究会や大学の定期セミナーであれば，研究内容をある程度正確に伝え，問題点を洗い出してもらうなど具体的なフィードバックを得ることが課題となる。ジョブ・セミナーであれば，もちろん，研究及び

---

a 神戸大学大学院経済学研究科，shimizu@econ.kobe-u.ac.jp

教育の能力をアピールすることが最も重要な課題となる。

当たり前のことに聞こえるかもしれないが、意外とこの基本が押さえられていないセミナーも多い。例えば、ジョブ・セミナーでまだ十分煮詰まっていない研究を報告する院生をときどき見かけるが、これは課題の認識が不十分なゆえだと感じる。第一にアピールすべきなのは研究能力なのだから、たとえ最新のものでなくとも、ある程度自信があり間口の広い研究を報告した方が良い。また、教育能力をアピールするためには、専門外の審査員に対しても研究内容を伝える必要がある。この点からもある程度報告経験のあるものを報告した方がベターである。なんとすれば、既に公刊済みの研究を報告するという手もジョブ・セミナーではアリである。<sup>1)</sup>一方、大学のセミナーで公刊済みの研究すると、生産的なコメントをしようと考えている良質な聴衆にとっては興覚めである。何事もTPOは重要である。

## 2.2 努力の過程を見せすぎない

自分の苦労を是非とも人に伝えたいと思うのは人間の性であるが、結果の導出の過程を延々と見せられても聴衆の関心は遠ざかっていく一方である。ある有名経済学者の言葉に「研究者の仕事はスープを何度も何度も煮詰めて上澄みの部分だけをお客に提供するシェフのようなものだ」というものがある。もっと話したいところをグッと堪えて、多少ドライ気味に発表するのがちょうど良いかもしれない。

ただ、余りにもドライ過ぎて、そもそもどこに分析上の難所があったのかまったく伝わらない報告も稀にある、大雑把に難所と解決法を説明し、それ以上の説明は乞われたら見せられるような付録のスライドに記しておくのが良い。

## 2.3 スライドはメモ代わり

上と関連してスライドの情報量について述べる。慣れないうちは誤解を招くのが怖くてなんでもスライドに載せてしまいがちである。しかし細かい文字で書かれた情報を丹念に追ってくれるほど聴衆は親切ではないし、何より聴衆がスライドに気をとられてトークに集中できなくなってしまってはそもそも本末転倒である。

スライドには本当に見せなければ／話さなければならないことだけを書くのが良い。極端に言えば、自分でスライドを見て何を話せばよいか判る程度、要はメモ代わりになる程度の情報があれば十分である。

なるべく本編のスライドはコンパクトにし、詳しい説明を求められたとき用のスライドはすべて付録に持っていくとよい。

## 2.4 モデルに即した具体例をつかみにする

つかみとして具体例からトークを始めることはよくあるテクニックである。ただ研究の射程範囲をできる限り大きく見せようとして、かなり一般的なクラスの例を用いるのはあまり良くない。この後提示するモデルに向けて聴衆の頭を馴染ませるとというのが例を用いる最大の意義なので、本来のモデルと関係ない要素を聴衆にイメージさせてしまっては失敗である。特に理論研究の場合、ここで失敗するとモデルの説明の際に質問の嵐にさらされることになる。慣れないうちは等身大を心掛けるのが良いだろう。

このことは最初に研究のモチベーションを提示する場合にも当てはまる。風呂敷を広げ過ぎた結果、逆に聴衆の混乱を招くといった光景は往々にして見られるので、注意されたし。

## 2.5 関連文献は自分のため

関連文献を挙げる際に単に既存論文を分類・羅列するだけの報告を目にすることがあるがこれは良くない。セミナーで関連文献を述べる意義は自分の研究の貢献を過去の研究の流れの中でアピールすることにある。他の論文を紹介したら必ず対して自分の研究はどうかということを示さなければいけない。

また、「この論文と私の研究とは分析している範囲が違う」とだけ説明して終わってしまうのもいささか物足りない。たとえ分析の範囲が異なっても同じ方法を応用しただけならば貢献は小さい。異なる範囲に焦点を当てることで新たにどのような分析上の困難に直面し解決しなければならなかったかを伝えて初めて自分の研究の真の貢献を伝えられたことになる。

## 2.6 ロードマップを提示せよ

イントロが終わったら必ずこの後のトークの流れをスライドで聴衆に見せた方が良い。その際、「最低限ここまでは話したい」、「ここから先は時間があれば」などとあらかじめ伝えておけば、この先たとえ炎上するようなことがあっても、最低限のパートまでは我慢して聞いてくれる聴衆は少なからずいると思う。

また関連して、結論のスライドは必ず用意した方が良い。そこではセミナー全体を通じて一番伝えなかったことを「お土産」（英語では“takeaway”という）として持って帰ってもらうことを意識するとよい。

## 2.7 専門外の聴衆を視野に入れる

フロアーに偉い先生たちがズラリと並んでいると、みんな自分の研究分野について自分より詳しいのではないかと恐れるあまり、専門的なことばかり話す院生の報告をよく目にする

ことがある。往々にしてこれは考え過ぎである。例えば大学の定期セミナーであれば、ほとんどの教員よりも自分の方が研究テーマについて詳しいとおいて大丈夫である。そうした専門外の聴衆にも必ず「お土産」があるような報告を行うことが肝心である。

このことを特に意識しなければならないのがジョブ・セミナーである。日本の大学の場合、例えば環境経済学の担当者が抜けたので新たに環境経済学の研究者を募集しよう、というパターンの公募が多い。この場合、環境経済学の専門家は既に抜けてしまっているので、環境経済学に詳しくない審査員が主な聴衆になるだろう。こうした状況で専門的な話ばかりに終始すると、教育能力を疑われて終わる。専門外の人をいかに判った気にさせるかが腕の見せ所である。

## 2.8 良い／悪いセミナーを多く見る

百聞は一見に如かず、良いセミナーを多く見ることが良い報告をするための近道である。しかも、ただ漫然と出席するのではなく、事前に報告論文を読みこんでおいて自分が報告するとしたらどうするか、など想像しながら良いセミナーを見ると、細かいテクニックなども吸収できるだろう。

悪いセミナーにもご利益はある。ストレスが溜まるセミナーには必ず原因があるので、自分の報告ではその轍を踏まないように心掛けよう。

そのような意識をいったん持つようになると、この世のいたるところにセミナー報告の教材が転がっていることに気付く。例えば授業に出席しているだけでも、判りやすい説明、判りづらい説明があり、自ずからその原因が見えてくるものである。テレビを見ていてもプレゼンが気になるようになれば意識は十分である。

## 2.9 Every talk is a job talk

セミナーについてよく言われる慣用句であるが、<sup>3)</sup> 要は、何が将来の就職のきっかけになるか判らない（例えば、将来応募する職場の人が聞いている等）ので、どんな研究セミナーも手を抜いてはいけない、ということである。

だからといって必要以上に失敗を恐れる必要はない。1回目が失敗でも、次のセミナーが良かったら、「彼／彼女も成長したなあ」とプラスに捉えるのが年長の間人というものである。万が一セミナーに失敗したら、次のセミナーで取り返すよう精進しよう。

## 2.10 実践あるのみ

世界的ピアニストのアルトゥール・ルービンシュタインが<sup>4)</sup> 旅行客にカーネギー・ホールへの道を尋ねられ “Practice, practice, and practice” と答えた、という有名な逸話がある。セミ

ナー報告こそ練習がものを言う。セミナー報告は準備と意識を持って臨めば回数をこなせばこなすほど必ずうまくなる。とくに外の世界でのセミナーは大きな経験値をもたらすこと請け合いなので、どんどんチャレンジしよう。

### 3 おわりに

ここまで私が気付いたセミナー報告のコツを列挙してきた。

研究にとって最終的に重要なのは論文で、セミナー報告はそれほどでもない、と思っている人もいるかもしれない。しかし、広報活動という側面以外にも、論文の質を高めるという意味でセミナー報告は重要である。

まず当然ながら、良い報告をすると良いフィードバックが得られるので論文の質が改善できる。例えば、複数のセミナーで同じような質問や指摘を受けたならば、投稿先のレフェリーにも同じことを言われる可能性がかなり高いことを示しているので、投稿前に対応できる余地が生まれる。

それ以外にもセミナー報告が論文の質を高める径路はある。そもそも良いセミナー報告を心掛けて準備をすると、いままで自分一人で論文を書いていたときは異なった視点から自分の研究を眺めることになる。恥ずかしながら、私も英語の報告はそれほど得意ではないので、言語能力やアドリブに頼らずに報告できるよう準備を行い、その結果、準備の段階でかなり論文が改善するということがよくある。

たかが報告、されど報告。苦手な人もどんどんセミナー報告をこなして行ってほしい。

#### 注

- 1) ただし過去の研究は面白くても、今は面白い研究をやっていないのでは、と疑われてしまうとマイナスなので、通常のセミナーよりも「将来の研究課題」を長めにとって、現在進行形の研究の話をするとうい。
- 2) 出典を見つけられなかったのでここでは名を秘す。
- 3) 出典は諸説あるようである。
- 4) 世界的ヴァイオリニストのヤッシャ・ハイフェッツという説もある。