

グローバル CEO のコミュニケーション戦略とフォロワーの育成

オックスフォード・ユニオンと TED Talk のコーパス分析

中谷 安男（法政大学）

1 背景

コカ・コーラ CEO のクインシーや LVMH の会長兼 CEO アルノーは、対外的なスピーチをする際に、いかに聴衆を巻き込み、フォロワーを説得しているのであろうか。また彼らは、続く世代の育成のための討議の機会をどのように活用し、何を伝えようとしているのだろうか。本発表は、このような研究課題への取り組みの一つである。

近年グローバル CEO のコミュニケーション戦略の重要性が注目されている (Kaplan, et al., 2012) 彼らのステークホルダーや社会に対して発信する効果的なメッセージが、社員を鼓舞するだけでなく、株価や業績に影響を与えられている (例 Wibbeke and McArthur, 2008)。しかしこれまでの調査は、事例研究や、インタビューなど質的な研究が中心である。残念ながらこのようなビジネスリーダーの大量の発話データを集め、信頼性の高い手法で分析を行ったものは少ない (例 Lightfoot and Kehal, 2005)。

以上の点に注目し、本論ではグローバル CEO のスピーチや討議を収集した大量の言語データを統計的手法であるコーパス分析を行い課題の検証を行った。

2 研究手法

2.1 データ

世界最大のディベート組織であるオックスフォード・ユニオン (Oxford Union: OU) と TED Talk に登壇した、110 名のビジネスリーダーの発話を収集しコーパスデータを作成し活用した。

OU は、世界で活躍するリーダーを年間 150 名ほど招聘し、ディベート、インタビュー、質疑応答を行っている。著者は 2002 年に OU のメンバーとなった。今回は 2019～2022 年に収集したスピーチデータを活用した。また TED Talk はプレゼンテーションの大規模イベントで世界の第一線で活躍する CEO も多く登壇する。今回の発話データには、上記のクインシーやアーノルド以外に、次のような発話者も含まれる。

・カルバン・クライン創設者カルバン・クライン、アマゾン元 CEO ジェフ・ベゾス、マイクロソフト元 CEO ビル・ゲイツ、アルファベット CEO ラリー・ページ等

110 名

2.2 分析方法

グローバル CEO のコーパスに対して、米国・英国の代表的大規模英語データを参照コーパスとし Keyword 分析を行った。彼らが多用する特徴語を抽出し ($p < 0.01$), 同様にこれらの特徴語に関連するクラスター分析を行った。この結果を基に、被験者が具体的にどのようにコミュニケーション戦略を構築し、聴衆を誘導し、説得しているのか検証した。

2 結果と示唆

ビジネスリーダーは聴衆を惹きつけるためのレトリカル・クエスチョンや、効果的に誘導するメタディスコースを多用し、説得力のあるスピーチを組み立てていた。このようなグローバル CEO のコミュニケーション戦略に接することで、OU などに属する将来のリーダーも伝達力向上のトレーニングに励む示唆を得ていると思われる。

References

- Wibbeke, E. S. and Sarah McArthur (2008) Global Business Leadership, 2nd Edition Routledge.
- Lightfoot, W. S., and Kehal, M. (2005) Leaders and Leadership: A Corpus-Based Approach for Evaluating the Evolution of Leadership. Communications IIMA, 5-3.
- Kaplan, S.N., Klebanov, M. M., and Sorensen, M. (2012) Which CEO Characteristics and Abilities Matter? The Journal of Finance, 67 - 3, 973-1007.