

大学生のコミュニケーション力の現状と向上への取り組み

——女子大学における「ビジネス・コミュニケーション」という試み——

安齋 徹

1. はじめに

企業は大学生にコミュニケーション力を求めており、各種調査でも企業が大学生に求める資質の第一位は「コミュニケーション力」になっている。しかしながら、コミュニケーション力の定義や客観的な現状把握、あるいは向上策についての定見があるとは言い難い。そこで本論では、大学生のコミュニケーション力の現状把握を試みると共に、女子大学において筆者が行った「ビジネス・コミュニケーション」という授業の事例を提示し、大学におけるコミュニケーション教育の可能性について考察する。

2. 背景

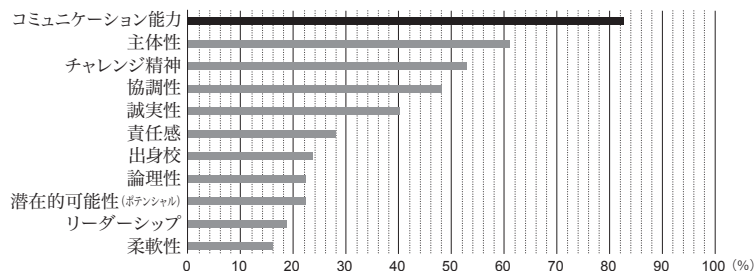
(1) コミュニケーション力の必要性

コミュニケーション力はビジネス界が学生へ期待する能力の筆頭にあげられている。

日本経済団体連合会が行っている「新卒採用（二〇一四年四月入社対象）に関するアンケート調査」によると、「選考にあたって特に重視した点」で「コミュニケーション能力」は十一年連続の一位となっている（日本経済団体連合会、2014:4）（図表1）。

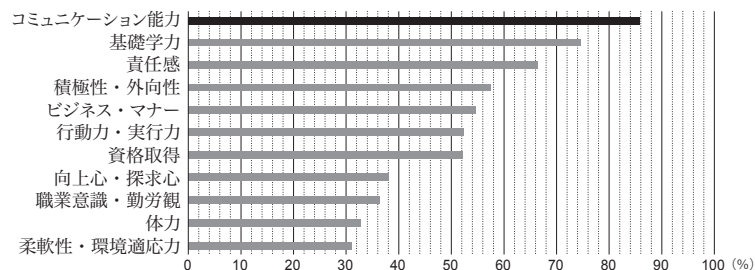
やや古いが、厚生労働省が二〇〇四年一月に発表した「若年者の就職能力に関する実態調査」でも、企業が採用時に重視する能

図表 1 企業が選考にあたって特に重視した点



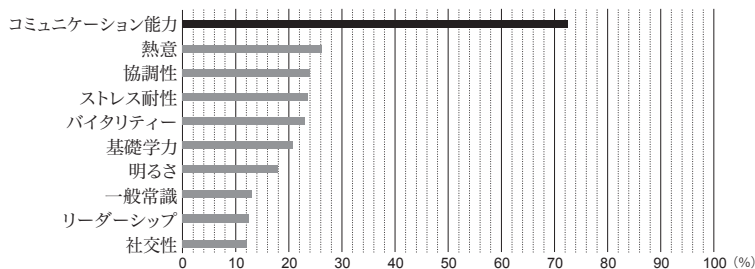
出典：日本経済団体連合会、2014 年、「新卒採用（2014 年 4 月入社対象）に関するアンケート調査」、P.4、企業は 5 つ選択、上位 10 項目を掲載、https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/080_kekka.pdf（検索日：2015 年 8 月 15 日）

図表 2 企業が採用時に重視する能力



出典：厚生労働省、2004 年、「若年者の就職能力に関する実態調査」、企業は複数回答、大学卒レベル、上位 10 項目を掲載、<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2004/01/h0129-3a.html>（検索日：2015 年 8 月 15 日）

図表 3 学生に求める資質



出典：ディスコ、2014 年、「採用活動に関する企業調査アンケート結果」、P.8、企業は 3 つまで選択、対象は国内学生（文系）、上位 10 項目を掲載、<http://www.disc.co.jp/uploads/2014/03/2014kigyout-report2.pdf>（検索日：2015 年 8 月 15 日）

力として「コミュニケーション能力」が第一位にあげられている（厚生労働省、2004）（図表 2）。就職情報会社であるディスコが二〇一四年に実施した「採用活

動に関する企業調査」においても、企業が学生に求める資質の第一位として「コミュニケーション能力」があげられている（ディスコ、2014）（図表 3）。

(2) コミュニケーション力とは

では、「コミュニケーション力」とは一体何であろうか。

そもそもコミュニケーションは多義的であり、百を超える定義が存在すると言われている(板場、2011: 4)。

シンプルな定義では「読む、書く、聞く、話す」の四技能であるとされている。中央教育審議会「学士課程教育の構築に向けて」(中央教育審議会大学分科会制度・教育部会、2008: 16)では、高等教育が培うべき学士力の中の汎用的技能(知的活動でも職業生活や社会生活でも必要な技能)の一つとしてコミュニケーション・スキルをあげているが、その定義は「日本語と特定の外国語を用いて、読み、書き、聞き、話すことができる」と四技能を掲げ、初歩的なスキルに限定している(鹿島・松田、2012: 25)。

伝え合い、やりとりあるいは共有化に着目する定義も多い。松本は「言語あるいは非言語によるメッセージの交換を通して、お互い意味を創出し、伝え合うこと、社会との結びつきを作り、保つ行為」としている(松本、1999: 13)。板場によれば、「伝え合い」を重んじるこの定義は挑発的であり、読む、書く、聞く、話すがいずれではないことを含意し、また一方通行あるいは好き勝手なコミュニケーションを排除している(板場、2011: 45)。齋藤は「意味や情報をやりとりする行為である」としている。やりとりする相互性を重んじ、情報を伝達するだけでなく、感情

を伝え合い分かち合うこともまたコミュニケーションの重要な役割であると考える齋藤は、「コミュニケーション力とは、意味を的確につかみ、感情を理解し合う力」であると述べている(齋藤、2004: 24)。木下は「人と人が、言語・文字、態度・身振り、表情などを通じて、知覚、感情、思考を伝達し、それらの意味を共有化する活動」と捉えている(木下、2014: 42)。

コミュニケーションのプロセスを重んじる定義もある。渡邊・渡辺は「①ある人(送り手)が、何らかの目的なり意図を果たすために、②それに関連する心の内面的の様々な働きの一部を選択して、③記号化してメッセージを表現し、④それに応じたチャンネル(通信路)を通じて送り、⑤それを他の人(受け手)と共有し、影響を与えようとする過程で、⑥その結果、両者の間に、何らかの変化が生じる」という六点を定義のポイントとして掲げている(渡邊・渡辺、2011: 30)。

最終的なゴールである合意形成・問題解決に辿り着くことにまで踏み込んだ定義もある。文部科学省が主宰したコミュニケーション教育推進会議では「コミュニケーション能力を、いろいろな価値観や背景を持つ人々による集団において、相互関係を深め、共感しながら、人間関係やチームワークを形成し、正解のない課題や経験したことのない問題について、対話をして情報を共有し、自ら深く考え、相互に考えを伝え、深め合いつつ、合意形成・課

題解決する能力」と捉え、多文化共生時代の二十一世紀においてコミュニケーション能力を育むことを重要視している（コミュニケーション教育推進会議、2011: 5）。

「読む、書く、聞く、話す」の四技能や伝え合い、プロセス重視から「合意形成・課題解決する能力」まで、幅広い見解が存在する。究極的にはコミュニケーション教育推進会議の定義に近づくのであろうが、学生にここまで求めるのは酷である。大学生に「コミュニケーション力」を求める企業は、その多義性・曖昧性を自覚すべきである。

（3）コミュニケーション力の現状把握

大学生の「コミュニケーション力」の現状を把握しようという試みも行われている。

香川大学の葛城は二〇〇七年に学内の一年を対象にコミュニケーションの能力の現状調査を行った。「得意Ⅱ4、ある程度得意Ⅱ3、やや苦手Ⅱ2、苦手Ⅱ1」の四段階で尋ねた結果が以下の通りである（香川、2008: 2）（図表4）。

自由が丘産能短期大学の三浦・藤原は「コミュニケーション実務」という授業の受講前後の自己評価結果を開示している（三浦・藤原、2011: 152）（図表5）。

名古屋商科大学の川村は授業内の受講生を対象に「コミュニ

ケーション能力」についてアンケート調査を行った。「全くその通りⅡ5、どちらかと言えばその通りⅡ4、どちらとも言えないⅡ3、どちらかと言えば違うⅡ2、全く違うⅡ1」とし、その加重平均は以下の通りであった（川村、2013: 10）（図表6）。

個々の指標は熟考されたものであると推察するが、様々な基準があり満点も異なるため、比較が困難であるという問題が存する。

図表4 学生のコミュニケーション能力の現状

	設問項目（4点満点）	平均
1	日常的な話題を気軽に話す	3.00
2	自分の考えと違う考えを聞く	2.95
3	相手の言いたいことを理解する	2.85
4	目上・年上の人と話す	2.66
5	自分自身の意見や主張を人に話す	2.62
6	話で相手を楽しませる	2.51
7	話で相手を説得する	2.31
8	筋道を立てて論理的に話す	2.29
9	初対面の人と話す	2.29
10	討論や議論に積極的に参加する	2.05
11	多くの人の前で話す	2.03

出典：葛城浩一、2008年、「学生のコミュニケーション能力に関する現状と課題」、『香川大学教育研究』第5巻、P.2、得点順に筆者が並び替え

図表 5 自己評価結果

	設問項目 (5 点満点)	受講前	受講後
1	相手の話をよく聞き、受け止めることができる	3.6	4.3
2	きちんとした立ち居振る舞いができる	3.6	4.2
2	インターネットやメールをコミュニケーションのツールとして使える	3.6	4.2
4	報連相ができる	3.5	4.1
5	敬語を使うことができる	3.1	3.9
6	相手の考えを引き出すコミュニケーションができる	3.0	3.7
6	電話をかけることができる	2.9	3.7
6	自分の考えを相手にわかるように伝えることができる	2.9	3.7
9	来客対応・会社訪問をすることができる	2.8	3.6
10	話し合いのプロセス等を文書で記録できる	2.9	3.5

出典：三浦智恵子・藤原由美、2011 年、「コミュニケーション実務」授業開発研究 ―経営情報コースにおけるコミュニケーション教育の取り組み―」、「『自由が丘産能短期大学紀要』第 44 号、P.152、受講後の得点順に筆者が並び替え

図表 6 大学生のコミュニケーション能力

	設問項目 (5 点満点)	略称	平均
1	大学でコミュニケーション技法を学びたい	技法	3.88
2	真剣に議論し理解し合えた経験がある	理解	3.51
3	関心事で私は友人とよく議論をする	議論	3.25
4	人からよく相談を受け私からも相談する	相談	3.23
5	過去コミュニケーション法を教育された	教育	3.13
6	私はコミュニケーション能力が高いと思う	能力	3.04
7	話や評価を他人に上手に伝えられる	伝達	3.01
8	沢山の人の前でも落ち着いて意見が言える	意見	2.72
9	自分の効果的な自己紹介 PR ができる	紹介	2.65

出典：川村稲造、2013 年、『仕事のコミュニケーション論 人間関係の基本と自信を身につける』、白桃書房、P.10、筆者が加重平均し多い順に並び替え

(4) コミュニケーション教育

コミュニケーション力の向上に向けてはコミュニケーション教育の充実が重要である。

まず確認しておきたいのは、コミュニケーション力は自然には身につかないということである。ともすると年齢と経験を重ね社会の様々な場面での人間関係を通して少しずつ身につけるものである。改めて教育や訓練をして習得するものではないと考えられがちである。しかしながら、日本でのコミュニケーション研究の現状とコミュニケーション教育・訓練の現状と課題を振り返った宮原は、確かに経験を積まなくてはならない部分もあるが、コミュニケーション力は教育や訓練を通じて初めて習得できるものであると強調している(宮原、2011:19)。

一方でコミュニケーション教育の限界も認識しておく必要がある。知識や情報を与えることは重要であるが、それだけでコミュニケーション力が身につく訳でもなく、あるいは現実の社会の中で実践を重ねるだけでも本当のコミュニケーション力は高まらない。待遇¹⁾という観点からコミュニケーションを捉え、待遇コミュニケーション教育を推し進める蒲谷は、学習者自身が主体的、自覚的に自らのコミュニケーション行為を捉えること、そして高めようとする意識を持つこと、それが自らの生き方につながっていると認識することなしに、コミュニケーション教育の真の意味は

見出せないと指摘している(蒲谷、2011:10)。

では、「コミュニケーション教育」とは何か。コミュニケーション教育の専門家、NHKの英会話講座の講師としても有名な松本によれば、「人間どうしが関わり合うことの意義や困難さに気づくことなどを目的に、(1)言語・準言語・非言語を文脈や目的に応じて理解・活用し、他者や社会との関係性を創造・保持・修正することを体験・省察できるように設計された学習・指導活動、(2)これら関係性を分析するために必要なコミュニケーション理論に関する指導・学習」を意味する(松本、2009b:11)。

これまで大学教育におけるコミュニケーション教育のあり方について活発に議論されて来たとは言いがたいのが現状である²⁾。松本は、コミュニケーション教育の研究者・教育者は卒業していく学生が活動する(であろう)職場環境において、どのようなコミュニケーション体験をすることになるのか、といったことも視野に入れて、学士課程におけるコミュニケーション教育を捉え直し、有効な提言を行うことが急務であると述べている(松本、2009a:8)。

このように、コミュニケーション力を高めるためにはコミュニケーション教育の充実が求められているが、理論と実践のバランス、生き方への連関、実社会への視野などへも配慮した新たな教育方法の提言が求められている。

3. 目的と方法

(1) 目的

本論の目的は、第一に大学生のコミュニケーション力の現状を把握することである。大学生のコミュニケーション力に関する全国的な調査は未聞であり、調査を行うこと自体に大きな意義がある。第二はコミュニケーション力を測定する指標の策定である。

1. (3) の通り、先行研究の指標は多種多様であり、比較可能性が欠如している。第三にコミュニケーション教育の事例報告である。2. (4) の通り、理論と実践のバランス、生き方への連関、実社会への視野などへも配慮した新たな教育方法の提言が求められている中、企業社会での実務経験を有する教員による教育方法を提示し、成果の検証を行った。

(2) 方法

大学生のコミュニケーション力の現状を把握するために全国の大学生四一六名を対象に「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」を実施した(図表7・8)。

(3) 測定指標

コミュニケーション力を測定する指標として、松村が提唱する

図表 7 調査の概要

名称：大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査
 時期：2015 年 2 月
 対象：全国の文系の大学生 416 名
 方法：株式会社マクロミルを通じたインターネット調査

図表 8 回答者の属性

	男子	女子 (共学大学)	女子 (女子大学)	合計
1 年	52 人	26 人	26 人	104 人
2 年	52 人	26 人	26 人	104 人
3 年	52 人	26 人	26 人	104 人
4 年	52 人	26 人	26 人	104 人
合計	208 人	104 人	104 人	416 人

図表 9 3 つの分類

信頼性訴求	ヒューマンウェア	コミュニケーション相手との人間関係づくり
共感性訴求	ソフトウェア	共感を生む感情に訴求する伝え方の技術
論理性訴求	ハードウェア	相手が理解しやすい論理性のある話し方

出典：松村清、2011 年、『コミュニケーション力』、商業界、P.21

チェック表（松村、2011:34-36）を参照して三十の設問を考案した。松村はコミュニケーション力を、信頼性の訴求、共感性の訴求、論理性の訴求の三つに分類している（図表9）。

三つの分類に基づく三十の設問を参照した理由は、第一に、このような三分類は国内でも同様の主張があり、Harvard Business School の「Management Communication」でも支持されていること、第二に、松村が実務経験豊富でグローバルな視野も持った提唱者であること、第三にコミュニケーション力を測定するスタンダードな指標がない中では広範にカバリー設問が多い方が良いと判断したこと、である。もちろん厳密な意味で正解がある訳ではないが、今後の議論のたき台としても試案を提示することに意味があると考えた。全国の大学生を対象にした調査と授業の成果を同一の指標で比較することも従来の先行研究にはなかったことである。

4. 大学生のコミュニケーション能力の現状

（1）コミュニケーション力

「コミュニケーション能力が高いと思うか」という問いかけに対し「かなりそう」5、ややそう4、そう3、あまりそうでない2、そうでない1」と返答してもらったところ、全体

では2・57ポイントであった。学年別では、一年↓二年で一旦下がり、二年↓三年↓四年と上昇していた。一年↓二年の減少は、コミュニケーション力の期待レベルが高まることによる自己評価の厳格化、二年↓三年↓四年の上昇は学生生活を積み重ね就職活動を経験することによるコミュニケーション力の向上が要因であると推察される。男女別では、平均は男子V女子であったが、四年の時点では男子ハ女子であった。女子の大学別では、一年の時点では共学V女子大学であったが、四年の時点では共学ハ女子大学であった。特に、四年の女子大生の水準が傑出しており、女子だけの環境から三年↓四年の就職活動で採まれることによってコミュニケーション力を一気に向上させていることが窺われる（図表10）。

（2）分類別スキル

個別スキル三十項目に関する回答を信頼性、共感性、論理性に分類すると、信頼性V共感性V論理性であった。男女別では、論理性は同水準であるが、信頼性・共感性は男子ハ女子であった。女子の大学別でも、論理性は同水準であるが、信頼性・共感性は共学ハ女子大学であった。女子大学は女子だけの環境であることからとりわけ信頼性・共感性が高く、大学生全般としては論理性が課題であることが判明した（図表11）。

(3) 個別スキル

個別スキルでは「話を聞いているときは、アイコンタクト、相槌を打っている」「感情の共有を心がけ、相手のペースに合わせている」「相手の表情や動作から伝えたいことを読み取っている」「相手の言うことを最後まで聞き、本音を捉えようとしている」「出身地など相手との類似性から距離感を縮めようとしている」という信頼性項目が上位に並び、「話す前に内容を組み立ててから話すようにしている」「相手を自分の仕事に巻き込むのが上手だと思う」「まず結論から話し、理由はその後に話すようにしている」という論理性項目が下位であった。(2)・(3)から、信頼関係を構築し、感情に訴求する伝え方は相応にできるが、相手が理解しやすい論理的な話し方は苦手であるという傾向が明らかになった(図表12)。

(4) コミュニケーション力と個別スキルの相関度

「コミュニケーション能力が高いと思うか」という問いかけと個別スキルの相関度をチェックしたところ以下のようなになった。この上位項目がコミュニケーション力の自己評価との相関が高く、大学生がコミュニケーション力の要素として重視しているスキルを表している。すなわち「好印象を与える身なりをして、笑顔、挨拶もきちんとしている」「身振り、手振りを交え、会話のスピー

図表 10 コミュニケーション能力が高いと思うか

	1 年	2 年	3 年	4 年	平均
全体	2.52	2.39	2.60	2.78	2.57
男子	2.69	2.58	2.60	2.67	2.63
女子	2.38	2.21	2.60	2.88	2.52
共学	2.50	2.15	2.62	2.69	2.49
女子大学	2.27	2.27	2.58	3.08	2.55

図表 11 分類別スキル

	信頼性訴求	共感性訴求	論理性訴求	平均
全体	3.24	3.06	2.98	3.10
男子	3.18	3.01	2.98	3.06
女子	3.31	3.11	2.99	3.13
共学	3.23	3.05	2.98	3.09
女子大学	3.38	3.17	2.99	3.18

図表 12 個別スキル

順位	分類	個別スキル	点数
1	信頼性	話を聞いているときは、アイコンタクト、相槌を打っている	3.65
2	信頼性	感情の共有を心がけ、相手のペースに合わせている	3.45
3	信頼性	相手の表情や動作から伝えたいことを読み取っている	3.44
4	信頼性	相手の言うことを最後まで聞き、本音を捉えようとしている	3.37
5	信頼性	出身地など相手との類似性から距離感を縮めようとしている	3.26
6	共感性	相手の立場に立った伝え方を心がけている	3.24
7	信頼性	自分と違う意見も貴重な意見として素直に受け入れている	3.24
8	論理性	お願いごとをしても、快く受け入れてもらえる方だと思う	3.22
9	論理性	頭から否定せず、相手の意見に反論したり反対できる	3.20
10	信頼性	好印象を与える身なりをして、笑顔、挨拶もきちんとしている	3.15
11	共感性	相手との距離や、座る位置に気を配っている	3.15
12	共感性	自分は何事も感動する方だと思う	3.15
13	論理性	打ち合わせの最後には、必ず結果の確認を行っている	3.14
14	共感性	同じ内容の話を、相手のレベルに合わせて話せる	3.13
15	共感性	相手が話しやすいように質問をよくする	3.12
16	共感性	たとえ正論であっても、一方的に相手に押し付けない	3.11
17	論理性	自分は褒めることが上手だと思う	3.07
18	論理性	複数の提案をして、選択をしてもらえるようにしている	3.04
19	共感性	身振り、手振りを交え、会話のスピードやリズムが単調でない	3.03
20	信頼性	報告・連絡・相談をこまめに行っている	3.00
21	論理性	頼まれ事を、相手の心証を悪くしないように断れる	3.00
22	共感性	相手の喜怒哀楽を自分のものとして受け止めている	2.97
23	信頼性	話すべき人との会う回数をできるだけ多くしている	2.95
24	信頼性	どんなときも自分の感情をコントロールできる	2.93
25	共感性	いつも自分の声の大きさや、高さに気を配っている	2.88
26	論理性	言いたいことは具体的にはっきりと表現している	2.88
27	共感性	聞き手が鮮明なイメージを持てるような表現ができている	2.84
28	論理性	まず結論から話し、理由はその後話すようにしている	2.79
29	論理性	相手を自分の仕事に巻き込むのが上手だと思う	2.79
30	論理性	話す前に内容を組み立ててから話すようにしている	2.70

図表 13 コミュニケーション力と個別スキルの相関係数

順位	相関係数	分類	個別スキル
1	0.50	信頼性	好印象を与える身なりをして、笑顔、挨拶もきちんとしている
2	0.48	共感性	身振り、手振りを交え、会話のスピードやリズムが単調でない
3	0.44	共感性	相手が話しやすいように質問をよくする
4	0.41	論理性	相手を自分の仕事に巻き込むのが上手だと思う
5	0.40	信頼性	話すべき人との会う回数をできるだけ多くしている
6	0.40	論理性	自分は褒めることが上手だと思う
7	0.39	論理性	言いたいことは具体的にはっきりと表現している
8	0.38	論理性	頭から否定せず、相手の意見に反論したり反対できる
9	0.36	論理性	頼まれ事を、相手の心証を悪くしないように断れる
10	0.36	信頼性	相手の表情や動作から伝えたいことを読み取っている
11	0.36	共感性	相手の喜怒哀楽を自分のものとして受け止めている
12	0.35	信頼性	話を聞いているときは、アイコンタクト、相槌を打っている
13	0.35	信頼性	出身地など相手との類似性から距離感を縮めようとしている
14	0.35	共感性	同じ内容の話を、相手のレベルに合わせて話せる
15	0.34	論理性	複数の提案をして、選択をしてもらえるようにしている
16	0.34	共感性	相手の立場に立った伝え方を心がけている
17	0.34	信頼性	報告・連絡・相談をこまめに行っている
18	0.33	論理性	打ち合わせの最後には、必ず結果の確認を行っている
19	0.33	共感性	いつも自分の声の大きさや、高さに気を配っている
20	0.32	共感性	聞き手が鮮明なイメージを持てるような表現ができている
21	0.32	信頼性	感情の共有を心がけ、相手のペースに合わせている
22	0.31	信頼性	相手の言うことを最後まで聞き、本音を捉えようとしている
23	0.31	論理性	話す前に内容を組み立ててから話すようにしている
24	0.29	論理性	お願いごとをしても、快く受け入れてもらえる方だと思う
25	0.27	共感性	自分は何事も感動する方だと思う
26	0.27	論理性	まず結論から話し、理由はその後話すようにしている
27	0.27	共感性	たとえ正論であっても、一方的に相手に押し付けない
28	0.26	信頼性	自分と違う意見も貴重な意見として素直に受け入れている
29	0.25	共感性	相手との距離や、座る位置に気を配っている
30	0.22	信頼性	どんなときも自分の感情をコントロールできる

図表 14 コミュニケーション教育

	これまでのコミュニケーション教育	大学でのコミュニケーション教育への期待
全体	2.69	3.42
男子	2.71	3.40
女子	2.67	3.44
共学	2.62	3.34
女子大学	2.72	3.54

ドやリズムが単調でない」「相手が話しやすいように質問をよくする」「相手を自分の仕事に巻き込むのが上手だと思う」「話すべき人との会う回数をできるだけ多くしている」「自分は褒めることが上手だと思う」(ここまでが相関係数0・4以上) ことがで
きる人が自らの「コミュニケーション力」が高いと判断していた
(図表13)。

(5) コミュニケーション教育

「これまでコミュニケーションについてそれなりにしつかり教育されてきたと思う」「大学でコミュニケーションについて学びたいと思う(四年の場合、学びたかったと思う)」という問いかけに対し「かなりそう」5、ややそう4、そう3、あまりそうでない2、そうでない1」と返答してもらったところ、これまでのコミュニケーション教育の満足度は低い一方で、大学でのコミュニケーション教育への期待感が高かった。特に女子大学の学生が、大学でコミュニケーションについてもつと学びたいと希求していることが注目される(図表14)。

5. 「ビジネス・コミュニケーション」の実践とその運営方法

(1) 経緯

G女子大学1学部は二〇〇五年度に開設された定員六十名の小さな学部であるが、実践的な英語力、高度なコミュニケーション能力、国際社会で自立して活躍するために必要な知識及びリーダーシップを備えた人材を育成することを目的としている(傍線は筆者)。筆者は二十八年間に及ぶ実務経験を経て二〇一二年大学教員に転身したが、学生を観察していて、ビジネス界で求められるコミュニケーション力とのギャップを感じたため、基本的なコミュニケーション力を伸ばすための実践的な授業が必要であるとの認識に至り、二〇一四年度に「ビジネス・コミュニケーション」という科目を開講した。

(2) 授業目標

- ・ 授業目標…将来、社会で活躍していくことを念頭に、コミュニケーションに関する知識と技能を習得する。情報の共有、良好な人間関係、相互信頼の構築のためにはコミュニケーション・スキルを高める必要がある。併せて、企業におけるコミュニケーションのありようも考える。
- ・ 到達目標…コミュニケーションに関する知識と技能を習得す

ることによって、情報を共有し、良好な人間関係や相互信頼を構築することができる。

(3) 内容

- ・カリキュラム上の位置づけ…教養科目
- ・教員…安齋徹(ビジネス経験を有する教員)
- ・受講生…八十八名(二〇一四年度後期、一年六十八名、二年十名、三年八名、四年二名、教養科目であり学部以外の学生(三十名)も多く受講した)
- ・授業計画…

- ①ガイダンス
- ②コミュニケーションの理解
- ③非言語コミュニケーション
- ④伝える
- ⑤傾聴する
- ⑥質問する
- ⑦振り返り(②～⑥の復習)
- ⑧コーチング
- ⑨ファシリテーション
- ⑩プレゼンテーション(1)
- ⑪プレゼンテーション(2)

- ⑫ビジネス・コミュニケーション(1)
- ⑬ビジネス・コミュニケーション(2)
- ⑭ビジネス・コミュニケーション(3)
- ⑮総括

- ・受講生へのメッセージ…将来、社会で活躍することを念頭に、コミュニケーション・スキルを磨きたいという学生の履修を歓迎する。知識を頭に入れるだけでは不十分なので、演習も繰り返し行うため、能動的な参加姿勢が求められる。日常生活においても反復応用することを期待する。

- ・授業の進行…基本的には、最初にアイスブレイク、講義↓実習(ディスカッションやペア・ワーク、グループ・ワーク)の繰り返し、最後に振り返りという進行を行った。講義内容に関しては、毎回レジュメを配布した。

(4) 運営方法

「ビジネス・コミュニケーション」の授業では運営方法にも工夫を凝らした。

第一に和やかな運営を心がけた。コミュニケーションにおいては場の設定も大事であり、毎回アイスブレイクで緊張感をほぐし、経験談も交え、楽しい雰囲気づくりに留意した。

第二にマナーの徹底である。授業前後の挨拶、私語・スマホ厳

禁というルールを徹底した。ビジネス・シーンで求められる最低限のマナーは学生時代からしつかりと体得しておくことが望ましい。

第三に知らない人同士が出会う仕掛けである。学生は仲の良い友人同士で固まる傾向があるが、社会では基本的に仲間を選ばない。そこで、毎回トランプを引いて指定された席に座り、結果的に初対面の人とベアになるように設営した。つまり、学部・学年に関係なく毎回初対面の人と会話するように仕向けた。

第四に授業内で実践的なワークを繰り返した。コミュニケーションに関する知識や技法は頭で理解するだけでは不十分であり、実践を重ねて身につけるしかない。

第五にディスカッションの多用である。様々なテーマについてディスカッションを繰り返した。自分の意見をまとめ述べることで、相手の意見を聴いて理解すること、自説を説得すること、異なる意見を受け入れること、すべてがコミュニケーションの実践である。

第六に「Biz-Com Mission」という授業外での宿題を毎回課した。授業で学んだ知識やスキルを実生活で実践することを課し、振り返るレポートを提出させた。

第七に視聴覚教材の利用である。ビジネスを未経験の学生に対し、ビジネス・シーンなどを題材とした視聴覚教材を見せて、臨場感を持つて実社会の実情を理解できるように腐心した。

6. 「ビジネス・コミュニケーション」の受講生評価

(1) コミュニケーション力

「コミュニケーション能力が高いと思うか」という問いかけに対し「かなりそう」5、ややそう4、そう3、あまりそうでない2、そうでない1」と返答してもらったところ受講前の2・57が受講後は2・94と0・37ポイント向上した。なお、受講前の2・57は全国平均と同じレベルであった(図表15)。

(2) 分類別スキルと個別スキル

分類別スキル全体の平均では、受講前の3・10が受講後は3・46と0・38ポイント上昇した。信頼性、共感性、論理性に分類すると、もともと信頼性が高かったが、受講前は低かった共感性や論理性も上昇した。受講前の信頼性は全国平均を上回っていたが、論理性は下回っていた。受講後には信頼性・共感性・論理性すべてが全国平均を上回った。なお、受講前の平均3・10は全国平均と同じレベルであった(図表16)。

個別のスキルの受講前後の変化を見ると、すべての項目で上昇していた。特に「相手が話しやすいように質問をよくする」「聞き手が鮮明なイメージを持てるような表現ができていく」「話す前に内容を組み立ててから話すようにしている」「複数の提案を

して、選択をしてもらえようになっている」では0・5ポイント以上上昇した。当初は低かった共感性や論理性に関わる項目が受講を契機に大きく伸長していた。(図表17)

図表 15 受講前後のコミュニケーション力

	受講前	受講後	変化	(参考) 全国平均
コミュニケーション能力	2.57	2.94	+ 0.37	2.57

図表 16 受講前後の分類別スキル

	受講前	受講後	変化	(参考) 全国平均
信頼性	3.37	3.69	+ 0.33	3.24
共感性	3.07	3.44	+ 0.38	3.06
論理性	2.87	3.25	+ 0.39	2.98
平均	3.10	3.46	+ 0.38	3.10

(3) コミュニケーション教育

「これまでコミュニケーションについてそれなりにしつかり教育されてきたと思う」「大学でコミュニケーションについて学びたいと思う(四年の場合、学びたかったと思う)」という問いかけに対し「かなりそう」5、ややそう4、そう3、あまりそうでない2、そうでない1」という形で返答してもらったところ、以下のような結果となった。「これまでのコミュニケーション教育の満足度」は全国平均並みであったが、「ビジネス・コミュニケーション」受講時のアンケートであることから当然とはいえ「大学でのコミュニケーション教育への期待」が非常に強いことが特筆される(図表18)。

(4) 授業の満足度

授業の満足度は4・54、「人生の質を高めるために有益だったと感じますか」は4・56と極めて高かったが、「コミュニケーション・スキルが向上したと感じますか」は3・99であった。授業の満足度は高く、生き方への連関という趣旨も伝わったが、実際のコミュニケーション・スキルの向上感はやや物足りなかった(図表19)。

図表 17 受講前後の個別スキル

分類	スキル項目	受講前	受講後	変化
共感性	相手が話しやすいように質問をよくする	3.19	3.84	0.65
共感性	聞き手が鮮明なイメージを持てるような表現ができている	2.44	3.06	0.62
論理性	話す前に内容を組み立ててから話すようにしている	2.26	2.87	0.60
論理性	複数の提案をして、選択をしてもらえるようにしている	2.72	3.25	0.53
論理性	自分は褒めることが上手だと思う	3.10	3.59	0.49
論理性	打ち合わせの最後には、必ず結果の確認を行っている	3.07	3.56	0.49
共感性	いつも自分の声の大きさや、高さに気を配っている	2.57	3.04	0.47
信頼性	話を聞いているときは、アイコンタクト、相槌を打っている	4.01	4.43	0.41
信頼性	相手の表情や動作から伝えたいことを読み取っている	3.46	3.87	0.41
信頼性	報告・連絡・相談をこまめに行っている	2.91	3.31	0.40
共感性	相手の立場に立った伝え方を心がけている	3.21	3.60	0.40
信頼性	話すべき人との会う回数をできるだけ多くしている	2.91	3.29	0.38
共感性	同じ内容の話を、相手のレベルに合わせて話せる	3.07	3.44	0.37
論理性	言いたいことは具体的にはっきりと表現している	2.78	3.15	0.37
論理性	頭から否定せず、相手の意見に反論したり反対できる	3.06	3.43	0.37
信頼性	相手の言うことを最後まで聞き、本音を捉えようとしている	3.46	3.81	0.35
共感性	相手の喜怒哀楽を自分のものとして受け止めている	3.01	3.35	0.34
論理性	相手を自分の仕事に巻き込むのが上手だと思う	2.66	3.00	0.34
論理性	まず結論から話し、理由はその後話すようにしている	2.56	2.87	0.31
信頼性	出身地など相手との類似性から距離感を縮めようとしている	3.75	4.06	0.31
信頼性	好印象を与える身なりをして、笑顔、挨拶もきちんとしている	3.41	3.71	0.29
共感性	たとえ正論であっても、一方的に相手に押し付けない	3.21	3.49	0.28
論理性	お願いごとをしても、快く受け入れてもらえる方だと思う	3.43	3.69	0.26
信頼性	感情の共有を心がけ、相手のペースに合わせている	3.50	3.75	0.25
信頼性	どんなときも自分の感情をコントロールできる	2.69	2.93	0.24
共感性	身振り、手振りを交え、会話のスピードやリズムが単調でない	3.40	3.62	0.22
共感性	相手との距離や、座る位置に気を配っている	3.22	3.44	0.22
共感性	自分は何事も感動する方だと思う	3.34	3.56	0.22
信頼性	自分と違う意見も貴重な意見として素直に受け入れている	3.56	3.76	0.21
論理性	頼まれ事を、相手の心証を悪くしないように断れる	3.01	3.12	0.10

図表 18 コミュニケーション教育

	これまでのコミュニケーション教育	大学でのコミュニケーション教育への期待
受講生	2.65	4.59
(参考) 全国平均	2.69	3.42

図表 19 授業評価

質問項目	評価
満足度を教えて下さい	4.54
コミュニケーション・スキルが向上したと感じますか	3.99
この授業は人生の質を高めるために有益だったと感じますか	4.56

図表 20 運営方法への満足度

題材や手法	満足度
授業内での実践的なワーク（実践を通じた学び）	4.81
視聴覚教材の利用（実社会での実例を示す教材など）	4.81
授業の運営（和やかな雰囲気醸成）	4.72
知らない人同士が出会う仕掛け（トランプでのペアリング）	4.72
ディスカッションの多用（意見交換と学び合い）	4.63
マナーの徹底（授業前後の挨拶や私語の厳禁など）	4.56
Biz-Com Mission（毎週、実生活で実践を促す課題）	4.15

（５）運営方法

運営方法への満足度を尋ねたところ、授業内での実践的なワーク、視聴覚教材の利用、和やかな雰囲気醸成、知らない人同士が出会う仕掛け、ディスカッションの多用、マナーの徹底という方法論への評価は高かったが、Biz-Com Mission という課題の満足度は若干低かった（図表20）。

（６）五つの特質

受講生の様々なコメントから「ビジネス・コミュニケーション」の五つの特質が明らかになった。

第一に、コミュニケーション・スキルの習得である。「様々なコミュニケーションのスキルを学生のうちに学ぶことができて良かった」「普段から疑問に感じていたことが解かれていき、いつも授業は興味深かった」「今までコミュニケーションに関する悩みはあったが、学ぶ機会がなかった。この講義で様々な視点からコミュニケーションを学ぶことができた。今回学んだことは、社会に出て必ず役に立つスキルであると思うので、この講義を受けて良かった」「活かせることが本当に多い授業であつた」という感想が寄せられた。意外なことに、大学で基本的なコミュニケーション・スキルを学ぶ機会はありません。キャリア支援の一環として、あくまで就職試験対策としてのビジネス・マナーを学ぶ程度であることが多い。「ビジネス・コミュニケーション」では、「伝える」「傾聴する」「質問する」という基本から「コーチング」「ファシリテーション」「プレゼンテーション」という応用に至るまで大学時代に取得しておくと思う知知識や技能を伝授した。2.（４）で言及した通り、コミュニケーション力は教育や訓練を通じて初めて習得できるものであり（宮原、2011: 19）、「ビジネス・コミュニケーション」はコミュニケーション・スキルをしつ

かりと習得する機会を提供した。但し、技法を押し付けるのではなく、「型」を押さえるものの、最終的には自分らしさを追い求めていくことが重要であることを授業内では強調した。

第二に、一方通行ではなく参加型・実践型の運営方法である。「グループワークやディベートを行い、実践的な講義であったので、改善点を発見できたり、理解が深まった」「グループワークが沢山あり、学生が十分に授業に参加できる場が設けられていて楽しく学ぶことができた」「授業内でも実践できて大変勉強になった」「授業では、学んだスキルを実際に授業内で実践し、すぐにやってみることで身につきやすい」という感想が寄せられた。コミュニケーション・スキルの習得は座学では困難である。講義と実習（ディスカッションやペア・ワーク、グループ・ワーク）を繰り返す方法が好評であったが、これは文部科学省が提唱するアクティブ・ラーニング（能動的学習）の実践でもある。とはいえ授業内だけでコミュニケーション・スキルを習得できる訳でもないことから、実生活で実践を促す課題（Biz-Con Mission）も毎週課した。残念ながら満足度はやや低く、この点については改善の余地があると自覚している。

第三に、初対面のペアでのディスカッションの繰り返しである。「知らない人とペアになって話す機会があったことは非常に良かった」「ディスカッションを通じて他人から学ぶことが多かった

た」「毎回初対面の人と話す機会があり、話すことへの苦手意識が改善された」「ペアが毎回変わり、多くの人とコミュニケーションを取れた」「初めて会う人と話すのは苦手ではなかったはずなのに、この授業では自然と打ち解けることができるので、だんだん会ったことのない人と出会えるのが楽しみなってきた」という感想が寄せられた。上述の参加型・実践型の運営の一環であるが、毎回席替えを行って否が応でも初対面のペアを創出することに特に意義があった。旧知の友人同士で固まり「仲良しクラブ」に安住することが学生のひ弱さを助長しているとの考えから、筆者は「ビジネス・コミュニケーション」に限らず、他の授業でも同様の方式をとっている（安齋、2013:63）。三人以上ではなく二人ということにも意味がある。そもそもコミュニケーションには送り手と受け手の二人が含意されていること、実社会でも一対一のコミュニケーションが根底であること、大人しい学生にとっても一対一では逃げ場がなく結果的に話さざるを得ないこと、二人であれば九十分の講義を通じて親近感や信頼関係を向上しやすいこと、などを勘案した。当初は気後れしていた学生も回を重ねる毎に、初対面のペアでのディスカッションに習熟し、むしろ楽しむようになっていった。

第四に、人生や生き方への関わりである。「生きていく上でためになる内容で良かった」「知らなかった自分に気づくことがで

きる瞬間が沢山あった」「人生の質を高めるために、人との関わりはとても必要なことなので、コミュニケーションについて学べば本当に良かった」「この授業を通して表面的でなく本質的な部分を学ぶことができて、これからの人生に役立つと感じた」「毎回人生のためになることが学べる授業であった」「人生にコミュニケーションは必要不可欠で、人間関係を築く上で最も重要だと思うのでとても有益であった」「人生の質を変えてくれた授業であった」という感想が寄せられた。2. (4) で言及した通り、自らの生き方につながっていると認識することなしにコミュニケーション教育の真の意味は見出せないという指摘がある(蒲谷, 2011: 10)。単にテクニックを覚えることが目的ではなく、コミュニケーションの質を高めることは人生の質を高めるということをして授業の中でも再三強調した。コミュニケーションのあり方を研ぎ澄ましていくと、自分自身とも向き合うことになり、他者との関わり方も格段に変わってくる。受講することが人生や生き方を変えるきっかけになったと認識してくれたとしたら、「ビジネス・コミュニケーション」はコミュニケーション教育の新たな地平を切り拓く意義があった。

第五に、実務経験のある教員による和やかな雰囲気での工夫を凝らした授業運営である。「ビジネスの場でのようなスキルが求められるのかを学ぶことができた」「とても雰囲気の良い楽し

い授業で、毎回集中して授業を受けることができた」「毎回得るものが違つて講義に参加するのがとても楽しみであった」「コミュニケーションをすることが苦手な自分でも、無理なく授業に参加することができ、成長することができた。とても有意義な授業であった」「授業の進め方がとても好きです。沢山の友達と出会い、自分自身に自信がついた」という感想が寄せられた。2. (4) で言及した通り、コミュニケーション教育の教育者は卒業していく学生が活動する(であろう)職場環境において、どのようなコミュニケーション体験をすることになるのか、といったことも視野に入れて、コミュニケーション教育を捉え直し、有効な提言を行うことが急務であるという指摘がある(松本, 2009a: 8)が、筆者は二十八年間の企業での実務経験を有し、実社会の様々な場面でどのようなコミュニケーション・スキルが求められているのかを熟知しているのが強みであった。更に「ビジネス・コミュニケーション」では和やかな雰囲気の醸成にも腐心した。席替えはトランプを用いて実施し受講生の不安感・緊張感を軽減し、講義と実習は偏ることなくテンポよく進め、ゲスト・スピーカーの招聘も織り交ぜた。視聴覚教材を多用し、開始前や自己と向き合う場面では適宜音楽を流すなど、五感も刺激した。実務経験のある教員が大上段に現場であるべき論を振りかざすのではなく、和やかな雰囲気の中でビジネスの現場で必要な知識や技能のエッセ

ンスを楽しく丁寧に伝えていくという授業運営が学生の信認を得たものと考えている。

以上の通り、コミュニケーション・スキルをしつかりと習得できること、一方通行ではなく参加型・実践型の運営方法で学んだことがすぐに実践できること、初対面のペアでのディスカッションを繰り返すことで初対面の人と話すことへの不安がなくなりむしろ楽しみになっていくこと、単なるテクニク論ではなく人生や生き方と関わる高い意義を授業に感じていること、実務経験のある教員による和やかな雰囲気での工夫を凝らした授業運営が学生の信認を得ていることが「ビジネス・コミュニケーション」の特質であった。

7. 知見

本論を通じて、以下のような知見を得ることができた。

第一に、大学生のコミュニケーション力の現状把握を通じて女子大学の学生の特徴が明らかになった。大学生のコミュニケーション力を把握するために、全国の大学生四一六名を対象に「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」を実施したが、学年別・大学別では、女子大学の四年の水準が傑出していた。但し、一―三年のレベルは決して高くはなく、女子だけの環境から

三年↓四年の就職活動で採まれることによつて大幅にコミュニケーション力を向上させていることが窺われた。大学生全般としてこれまでのコミュニケーション教育の満足度は低い一方、大学でのコミュニケーション教育への期待感が高かった。つまり、きちんと学んでいないという不満ともつと学びたいという期待を有している。特に、女子大学の学生が、大学でコミュニケーションについてもつと学びたいと強く希求していた。分類別では、女子大学の学生は、信頼性・共感性が高かった。このように、卒業時に高いレベルに到達する女子大学の学生が、大学時代にコミュニケーションについてもつと学びたいと希求しているということをしっかりと受け止める必要がある。信頼性・共感性が高くポテンシャルを秘めた女子大学の学生に対し、就職活動という外圧でコミュニケーション力を伸長させるのではなく、コミュニケーション教育の充実によつて内発的な成長をもつと促すべきであるというインプリケーションを与えている。

第二に、大学生のコミュニケーション力を評価する指標を考案することによつて大学生のコミュニケーション力の現状把握と授業の効果検証を客観的に行うことができた。調査を行うに当たつて、信頼性訴求、共感性訴求、論理性訴求の観点から計三十の質問項目を考案し、「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」と「ビジネス・コミュニケーション」の受講前後の

水準を比較した。その結果、「コミュニケーション能力が高いと思うか」という問いかけに対し、受講前は全国平均並みであったが、受講後は上昇していた。信頼性、共感性、論理性の分離別では、受講後には信頼性・共感性・論理性すべてが全国平均を上回った。個別のスキルの受講前後の変化を見ると、すべての項目で上昇していた。従来の事例研究では、事例内での計数（変化）のみを取り上げていたが、本件は全国平均と比較することによって当該授業の効果を客観的に確認することを実現した稀有な事例研究となった。

第三に、新たなコミュニケーション教育の方法論の提示である。理論と実践のバランス、生き方への連関、実社会への視野などへも配慮した新たな教育方法の提言が求められている中、G女子大学1学部の「ビジネス・コミュニケーション」では、ビジネス経験豊富な教員による講義と実習を繰り返す授業で、創意工夫を凝らした運営方法によって、コミュニケーション力の向上に一定の成果を収めることができた。運営方法への満足度を尋ねたところ、授業内での実践的なワーク、視聴覚教材の利用、和やかな雰囲気、マナーの徹底という方法論への評価が高かった。受講生の様々なコメントから、コミュニケーション・スキルをしつかりと習得できること、一方通行ではなく参加型・実践型の運営方法

で学んだことがすぐに実践できること、初対面のペアでのディスカッションを繰り返すことで初対面の人と話すことの不安がなくなりむしろ楽しみになっていくこと、単なるテクニク論ではなく人生や生き方と関わる高い意義を授業に感じていること、実社会を経験した教員による和やかな雰囲気での工夫を凝らした授業運営が学生の信認を得ていたこと、という特質が明らかになった。二十八年間にわたる実務経験を経た教員による授業というユニークな側面もあるが、概要並びに様々な授業運営上の創意工夫を開示しており、コミュニケーション教育の深化という点で些かなりとも参考になれば幸いである。

8. 今後の課題

今後の課題は以下の通りである。

第一に、社会人のコミュニケーション力の現状把握である。「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」では対象が大学生に限られていたため、今後は、ビジネス・パーソンを対象にした調査も必要である。私見では、社会人においてもコミュニケーション力が満足すべきレベルに達していない可能性もある。大学生から社会人まで連続的なコミュニケーション力を把握することで、社会に必要なコミュニケーション力の全体像が見えてくるで

あろう。

第二に、企業が大学生に求めるコミュニケーション力の合意形成である。2. (2) の通り、コミュニケーションは多義的であり、「読む、書く、聞く、話す」の四技能や「伝え合い」から文部科学省が主宰するコミュニケーション教育推進会議による「いろいろな価値観や背景を持つ人々による集団において、相互関係を深め、共感しながら、人間関係やチームワークを形成し、正解のない課題や経験したことのない問題について、対話をして情報を共有し、自ら深く考え、相互に考えを伝え、深め合いつつ、合意形成・課題解決する能力」まで、幅広い定義が存在する。企業が大学生に殊更「コミュニケーション力」を求めるのであれば、もう少し地に足をつけて議論を重ね、「大学時代にどのようなコミュニケーション力を身につけておいて欲しいのか」についての合意形成を目指していくべきものと考える。

第三に、教育方法の更なる深化である。G 女子大学 I 学部 の「ビジネス・コミュニケーション」は、コミュニケーション力の向上に一定の成果を収めることができたが、一方で「コミュニケーション・スキルが向上したと感じますか」は 3・99 であった。満足度は高く、生き方への連関という趣旨も伝わったが、実際のコミュニケーション・スキルの向上感はやや物足りなかった。十五回の授業だけでコミュニケーション・スキルを習得することは困難で

あることから実生活で実践を促す課題 (Biz-Com Mission) も毎週課したが、まだまだ工夫の余地があった。教育方法の更なる深化を目指して、試行錯誤を積み重ねて参りたい。

9. おわりに

筆者は国内外で多彩な実務経験を経た大学教員として、社会をよりよく変革し、新たなビジネスを創造していく元気と勇気のある人材を育成していくことがミッションであると自覚している (安齋、2015b: 122)。大学教育の現場に降り立って、人材育成の観点から今の大学が取り組むべきテーマは、コミュニケーション、リーダーシップ、イノベーション (クリエイティビティ) の三つであると確信している。グローバル化の波の中、英語力の向上については各大学がしのぎを削る状況であるが、日本語でのコミュニケーション力の向上については意外と等閑視されているのではないかとという危機感が「ビジネス・コミュニケーション」という授業の創設に駆り立てた。

本論では、信頼性訴求、共感性訴求、論理性訴求の観点から計三十の質問項目を考案した上で「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」を実施し、大学生のコミュニケーション力の現状を把握した。更に、理論と実践のバランス、生き方への連

関、実社会への視野などへも配慮した新たな教育方法の提言が求められている中、ビジネス経験豊富な教員による講義と実習を繰り返す授業に取り組み、創意工夫を凝らした運営方法によって、コミュニケーション力の向上に一定の成果を収めることができた。楽しみながら、様々なコミュニケーションのスキルを学び、実践し、人と関わり合うことで自信をつけ、人生の質が変わることを受講生は実感していた。「大袈裟かもしれないが、この授業でコミュニケーションの考え方が変わり、人生が少し変わったと思う」という感想が嬉しかった。

「大学生のコミュニケーション能力に関する意識調査」では、特に女子大学の学生が、「大学でコミュニケーションについて学びたいと思う」と強く希求し、四年次のコミュニケーション力では男子学生や共学大学の女子学生を凌駕していた。女子大学の存在意義を高めるためにも、各々の女子大学がコミュニケーション教育に本腰を入れて取り組み、コミュニケーション力の高い学生を着実に社会に送り出していくことが望まれる。コミュニケーション力はリーダーシップの根幹でもある。単に就職活動のための方策として捉えるのではなく、女性の活躍推進につながる重要なテーマであることを肝に銘じておくべきである。¹¹⁾

■注

- 1 待遇とは「場面」―「人間関係」―「場」の総称である。待遇コミュニケーションとは、敬語、敬語表現、敬意表現、配慮表現、待遇表現、対人コミュニケーション、ポライトネスなどの領域すべてに関わる（蒲谷、2011: 78）。
- 2 日本の高等教育機関においてどのようなコミュニケーション科目が開講されているかについては、古田・久米・長谷川（1991: 91-115、1992: 82-105）、田中（2000: 33-48）などの研究がある（松本、2009a: 9）。経営系学部におけるコミュニケーション教育科目については松本（2009b: 11-19）が分析している。
- 3 鹿野・大塚も信頼性、共感性、理論性という三つの視点を提示している（鹿野・大塚、2009: 6-8）。
- 4 アリストテレスの言説として、ロゴス（理性・論理）、パトス（情念・共感）、エトス（理念・信頼）が成功するコミュニケーションの本質として紹介されている（Hartensley & McJanet、2005: 8 ≡ ハタズリー、ジャネット、2005: 13-14）。
- 5 企業では、営業・事務・企画・海外・秘書・人事・研修など多岐にわたる業務を経験した。企業で「ビジネス・コミュニケーション」という研修の企画に携わったこともある。
- 6 ビジネス・コミュニケーションでは、二回はゲスト・スピーカー（広告業界・元航空業界）を招聘し、一回は企業に関わ

る実際のケース・スタディを行い、視野を広めた。実際には⑫と⑭の連続ではなく、十五回の講義の中に適宜織り込んだ。受講前と受講後のアンケートが回収できた六十八名を対象としている。

中央教育審議会の「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて」生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ」でアクティブ・ラーニングは、「教員による一方的な講義形式の教育とは異なり、学修者の能動的な学修への参加を取り入れた教授・学習法の総称」とされている。教室内でのグループ・ディスカッション、ディベート、グループ・ワーク等も有効なアクティブ・ラーニングの方法である（中央教育審議会、2012:35）。

近年、他者への配慮、世間への考慮、双方向の密度の濃いコミュニケーションなどが十分ではなく、お互いを支え合う社会的なサポートが乏しく、理解不足や軋轢によって不適応を生じやすくなっている傾向があると大坊は指摘している（大坊、2006:13）。

筆者はこれまでリーダーシップ教育やゼミナール教育（各種のコンテストでクリエイティブティを發揮し、学生起業家選手権では「東京イノベーション賞」を受賞）の変革にも取り組んできた（安齋、2013:57-72、安齋、2015a:107-127）。

11 大学でリーダーシップを發揮するためのコミュニケーションの方法を身につける教育を行うことは、女性に大きな武器を与えることになると石原は指摘している（石原、2014:134）。

■参考文献

- Hartley, Michael E., McJanet, Linda M. 2005, *Management Communication: Principles and Practice*, The McGraw-Hill Companies (= マイケル・E・ハタズリー、リンダ・マックジャネット、二〇〇五年、水谷榮二・林和恵監訳、木村けい子訳、『ハーバードで学ぶマネジメント・コミュニケーション』、生産性出版)
- 安齋徹、二〇一三年、「女性リーダー育成に向けた大学教育の挑戦：女子大学における「ビジネス・リーダー論」という試み」、『現代女性とキャリア』第五号、P.57-72、日本女子大学現代女性キャリア研究所
- 安齋徹、二〇一五年a、「女性の活躍推進に向けた大学教育の挑戦：女子大学におけるゼミナールを通じた人材育成の試み」『女性と文化』第一号、P.107-127、実践女子学園下田歌子研究所
- 安齋徹、二〇一五年b、「女性人材の育成は大学教育から」、『人事マネジメント』二〇一五年六月号、P.22、ビジネス・パブリッシング

石原直子、二〇一四年、「新人女性を確実にリーダーに育てるシナ

リオ」、大久保幸夫・石原直子『女性が活躍する会社』、日本経済新聞出版社

板場良久、二〇一一年、「伝え合い」としてのコミュニケーション」、板場良久・池田理知子編著『よくわかるコミュニケーション学』、P.45、マネルヴァ書房

鹿島我・松田青華、二〇一二年、「短期大学のコミュニケーション教育に関する一考察——エンターテイメント分野での授業を例に——」、『京都光華女子大学短期大学部研究紀要』、第五十集、P.33-34

鹿野晴夫・大塚千春、二〇〇九年、「対話を伸ばす ビジネスコミュニケーション講座」、日経BPソフトプレス

蒲谷宏、二〇一一年、「コミュニケーション教育の意味を考える」、

『日本語学』二〇一一年一月号、P.412、明治書院

川村稲造、二〇一三年、『仕事のコミュニケーション論 人間関係の基本と自信を身につける』、白桃書房

木下耕二、二〇一四年、『経営コンサルティング・ノウハウ2 仕事の基本』、中央経済社

葛城浩一、二〇〇八年、「学生のコミュニケーション能力に関する現状と課題」、『香川大学教育研究』第五巻、P.1-11

厚生労働省、二〇〇四年、「若年者の就職能力に関する実態調査」、<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2004/01/h0129-3a.html>（検索日：

二〇一五年八月十五日）

コミュニケーション教育推進会議、二〇一一年、「子どもたちのコミュニケーション能力を育むために：「話し合う・創る・表現する」ワークショップへの取組」（審議経過報告）、文部科学省、http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/23/08/_icFiles/afeld-file/2011/08/30/1310607_2.pdf（検索日：二〇一五年八月十七日）

齋藤孝、二〇〇四年、『コミュニケーション力』、岩波書店

大坊郁夫、二〇〇六年、「コミュニケーション・スキル的重要性」、『日本労働研究雑誌』No.546、P.13-22、労働政策研究・研修機構

田中ゆき子、二〇〇〇年、「日本の短期大学におけるコミュニケーション教育の実態調査」、『スピーチ・コミュニケーション教育』第一三三号、P.33-48、日本コミュニケーション学会

中央教育審議会大学分科会制度・教育部会、二〇〇八年、「学士課程教育の構築に向けて（審議のまとめ）」、文部科学省、http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icFiles/afeldfile/2013/05/13/1212958_001.pdf（閲覧日：二〇一五年八月二十六日）

中央教育審議会、二〇一二年、「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて～生涯学び続け、主体的に考える力を育

成する大学へ」(答申)」、文部科学省

デイスコ、二〇一四年、「採用活動に関する企業調査アンケート結果」
<http://www.disc.co.jp/uploads/2014/03/2014kiyou-report2.pdf> (検索日:二〇一五年八月十五日)

日本経済団体連合会、二〇一四年、「新卒採用(二〇一四年四月入社対象)に関するアンケート調査結果」、日本経済団体連合会、
http://www.keidanen.or.jp/policy/2014/080_ketka.pdf (検索日:二〇一五年八月十五日)

古田暁・久米昭元・長谷川典子、一九九一年、「日本の大学におけるコミュニケーション教育の実態調査報告」、『異文化コミュニケーション研究』第三号、P91-115、神田外語大学異文化コミュニケーション研究所

古田暁・久米昭元・長谷川典子、一九九二年、「日本の大学におけるコミュニケーション教育の実態調査報告Ⅱ」、『異文化コミュニケーション研究』第四巻、P82-105、神田外語大学異文化コミュニケーション研究所

松本茂、一九九九年、『生徒を変えるコミュニケーション活動 自己表現活動の留意点と進め方』、教育出版

松本茂、二〇〇九年a、「大学におけるコミュニケーション教育の在り方…現状と改革への視座」、『スピーチ・コミュニケーション教育』第二十二号、P79、日本コミュニケーション学会

松本茂、二〇〇九年b、「経営系学部におけるコミュニケーション教育はどうあるべきか」、『スピーチ・コミュニケーション教育』第二十二号、P11-19、日本コミュニケーション学会

三浦智恵子・藤原由美、二〇一一年、「コミュニケーション実務」授業開発研究——経営情報コースにおけるコミュニケーション教育の取り組み——、『自由が丘産能短期大学紀要』第四号、P143-155

宮原哲、二〇一一年、「コミュニケーション研究と教育——現状と課題——」、『日本語学』二〇一一年一月号、P14-24、明治書院

渡邊忠・渡辺三枝子、二〇一一年、『コミュニケーション力 人間関係づくりに不可欠な能力』、雇用問題研究会

(あんざい・とおる)群馬県立女子大学国際コミュニケーション学部准教授