

コミュニケーション力向上の試み

一ノ瀬 裕

Yutaka ICHINOSE

荒武 勢津子

Setsuko ARATAKE

九州産業大学 情報科学部 情報科学科

Faculty of Information Science, Kyusyu Sangyo University
http://www.is.kyusan-u.ac.jp/~ichinose/

オフィス荒武

Office ARATAKE

1. はじめに

コミュニケーション力は、大学生活、就職活動そして社会生活のいずれにおいても極めて重要と誰もが認めるところであるが、これに自信のある学生は少ない。著者の一人(荒武)は、もう一人の著者(一ノ瀬)の担当する3年次の科目「インターンシップ」において、外部講師としてビジネスコミュニケーションやビジネスマナーの研修を担当しており、2人でこれらの研修の相談をするなかで、

- ・大学生活が面白くなくて休みがちになり、やがて退学することになりかねない学生を少しでも減らすため、入学直後から友達ができやすい環境を作れないか?

- ・コミュニケーション力について、「インターンシップ」を受講していない学生にも何か刺激を与えることはできないか?

ということになった。

そこで、情報科学部で検討した結果、荒武を中心とした6人の外部講師(キャリアコンサルタントや人材育成の講師など)により、新入生対象の「コミュニケーションワーク」と3年生対象の「グループ体験を通して学ぶビジネスコミュニケーション学習」を実施することになった。ここでは、この2種類の試みについて報告する。

2. コミュニケーションワーク (新入生対象)

- ・目的:

大学入学直後に行う新入生オリエンテーションで、初対面の人に積極的に話しかけ、出会いを作る。短時間で、楽しい交流をもつ。併せて、これからの大学生活を考えるきっかけとする。

- ・内容:

最初に、学生生活で取り組みたいこと・相手に伝えたいことについて、ペアを作りお互いにインタビューを行う。ペアの相手を替えて20分で10人のインタビューを行う。印象に残った人はどんな人かを振り返り、グループで話し合う。次に、教員と上級生も交えてゼミ単位で車座になり、3つの「なりたいたいもの」をメモし、誰の書いたメモかを当てる。そして、一人ずつ3つのなりたいたいものを書いた理由を言って、種明かしをする。所要2時間である。

- ・実施状況:

2010年4月、グローバルアリーナでの1泊2日のオリエンテーションの最初に実施した。新入生138人中136人が参加した。



図1 新入生オリエンテーションでのインタビューゲームの様子(グローバルアリーナ体育館)

- ・アンケート結果:

実施直後のアンケートでは、例えば「今回のコミュニケーションワークは初対面の同級生に話しか

けるきっかけを与えるのに効果があるか？」に対して、1：とても効果があると思う、2：すこし効果があると思う、3：どちらとも言えない、4：効果があるとはあまり思えない、5：効果があるとはまったく思えない の5段階で評価してもらった。結果を図2に示す。1と2を合わせると78%になり（回答総数132人）、多くの学生に効果があると判断される。

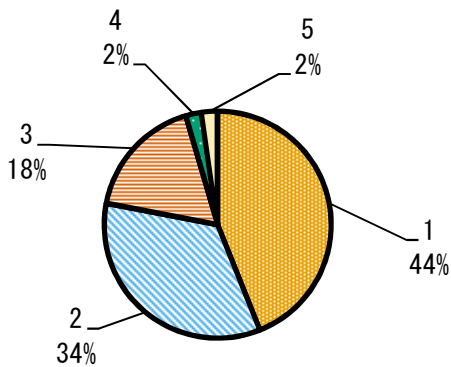


図2 コミュニケーションワーク（新入生対象）の実施直後のアンケート結果の例

また、3ヶ月後の2010年7月のアンケートでは、例えば「コミュニケーションワークは、新しく友達を作るきっかけになりましたか？」に対して、1：なった、2：少しなった、3：あまりならなかった、4：ならなかった の4段階で評価してもらった。結果を図3に示す。1と2を合わせた肯定的な回答は86%（回答総数103人）に上り、友達作りの環境構築に役立ったと考えられる。

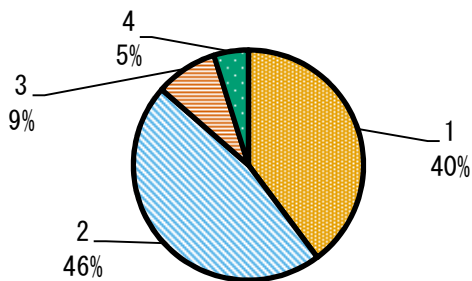


図3 コミュニケーションワーク（新入生対象）の実施から3ヶ月経過後のアンケート結果の例

・出席不良者の割合：

情報科学部では、1・2年生を対象として、各学期の授業の3回目・6回目・9回目終了後の計3回出

席状況を調査し、1/3を超える欠席がある科目が1科目でもあれば学生の保護者に出欠状況をお知らせし、協力して出席不良となる学生を減らすようにしている。昨年前期は1年生に対して平均で1回あたり約16人（対象者104人の約16%）が該当したが、今年前期は平均で約13人（対象者137人の約10%）に減った。アンケートの結果と併せて考えると、今回のコミュニケーションワークは短時間にもかかわらず効果をあげているのではないかと考えられる。

3. グループ体験を通して学ぶビジネスコミュニケーション学習（3年生対象）

・目的：

コミュニケーション力の重要性に気づくとともに、ビジネスについても考えるきっかけとする。

・内容：

最初に、得意なこと・好きなことについて、ペアを作りお互いにインタビューをする。ペアの相手を替えて15分で8人のインタビューを行う。これにより、話したことがない人と話すという壁を少し破る/低くするという経験ができる。次に、4~6人で1グループになり、8~10グループ間で、商品を作りそれを売って富を築くことを競うビジネスシミュレーションゲームを行う。これにより、グループ内での役割分担・リーダーシップ・グループ間での交渉の仕方などを学ぶことができる。ゲームの時間は45分である。振り返り、気づいたことをまとめ、グループで分かち合う時間をゲームごとに設ける。所要3時間である。



図4 3年生のビジネスシミュレーションゲームの様子（1号館N504教室）

・実施状況：

2009年と2010年の9月、社会情報システム学演習・知能情報学演習の時間に実施した。昨年は対象者111人中94人が参加し、今年は97人中81人が参加した。

・アンケート結果：

実施直後のアンケートでは、例えば「このような授業は、これからもあった方がよいと思うか？」に対して、1：はい、2：いいえ、3：どちらでもよい、4：わからない の4段階で評価してもらった。結果を図5に示す。(a)は2009年9月、(b)は2010年9月の結果である。1の回答は、2009年は85% (回答総数84人)、2010年は70% (回答総数73人) であり、多くの学生が継続を要望していることが分かる。

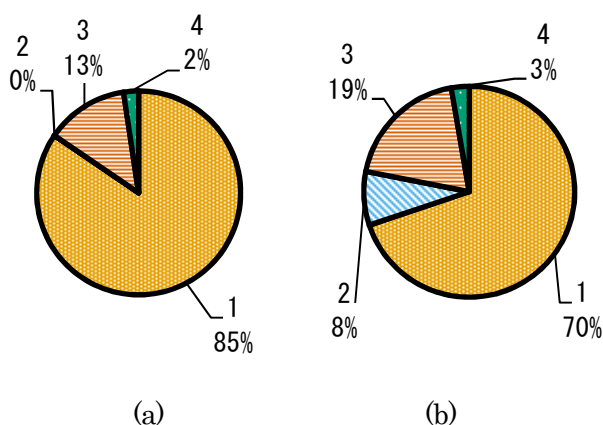


図5 ビジネスコミュニケーション学習(3年生対象)の実施直後のアンケート結果の例 (a)は2009年9月、(b)は2010年9月実施

また、2009年9月の受講者を対象に、10ヶ月経過後の2010年7月に再度アンケートを実施した。例えば「ビジネスコミュニケーション学習の体験は、あなたのその後の学生生活(ゼミ、授業、サークル、アルバイト等)や就職活動に何か影響を与えましたか？」の中で「初対面の人ともコミュニケーションが取りやすくなりましたか？」に対して、1：なった、2：少しなった、3：あまりならなかった、4：ならなかった の4段階で評価してもらった。結果を図6に示す。1と2を合わせて65% (回答総数61人) であった。さらに、「就職活動や働くことへの意欲が増えましたか？」に対して、1：増した、2：少し増した、3：あまり増さなかった、4：増さな

った の4段階で評価してもらった。結果を図7に示す。1と2を合わせて66%であった。いずれの回答でもビジネスコミュニケーション学習が2/3の学生に影響を与えていることが分かる。

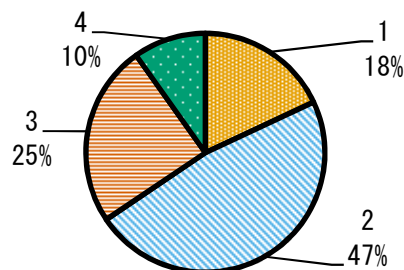


図6 ビジネスコミュニケーション学習(3年生対象)の実施から10ヶ月経過後のアンケート結果の例1

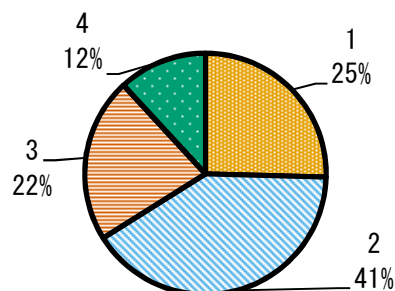


図7 ビジネスコミュニケーション学習(3年生対象)の実施から10ヶ月経過後のアンケート結果の例2

4. おわりに

コミュニケーション力を向上させるための2つの試みについて述べた。いずれも大きな効果があると考えられ、今後も継続して実施したい。その際、新入生対象については教員や先輩学生を巻き込んだプログラムにすることを、また3年生対象についてはできれば実施時期を早め複数回に展開することやキャリア支援センターのプログラムと連携させることも検討したい。