

企業研修と連動したキャリア教育プログラムの開発と考察

澤崎 敏文
仁愛女子短期大学

A Study of Development of Career Education Program associated with Corporate Training Programs

Toshifumi SAWAZAKI
Jin-ai Women's College

本学におけるキャリア関連の授業（企業研究）において、2017年度、2018年度に実践した企業連携についての発表である。企業における従業員研修と、大学における学生のための学習活動を連動させ、それぞれのプロセスの中で協働できる接点を作ることで、双方における学びへの動機づけ、学習効果等の向上を狙いとしている。また、今後、両者が共に学ぶための新しい学習プログラム・学習環境を開発したいと考えている。

キーワード：キャリア教育、アクティブラーニング、PBL、SECIモデル、授業設計、授業実践

1. はじめに

近年、社会人基礎力が提唱され、多くの大学等でアクティブラーニング型の授業設計を実践しているが、本学でも、2013年度からアクティブラーニング室を整備し、グループワークや協調学習型の授業を取り入れ、学生の自主的な活動を主体とした授業設計を行ってきた。特に、企業・地域との連携には力を入れており、企業の方々を招いた特別授業や地域活動への参画などに努力してきたところである。一方で、企業経営者等との懇談の中で、採用時のミスマッチによる従業員の早期離職や、次世代を担う中堅スタッフの育成などが企業の喫緊の課題であり、大学等において提唱されている社会人基礎力の必要性が、就職後の現場でも継続的に高まっていることを指摘された。さらに、企業における従業員研修等のプログラムを開発・実施する過程で、研修参加者の言動の中から、学ぶことに対するモチベーションが、企業研修という位置づけの学びよりも、学校という場や環境である方が高いことの可能性を知り、環境も目的も全く違う企業人と学生という2種類の学びが融合した共同学習になることで、お互いに高い効果を及ぼすのではないかと考えた。

そこで、本稿では、これらの相互作用をどのような

形で実践すれば、学生がリアリティを持ち、かつ、企業側の研修参加者の学習意欲の向上につながるかという視点で試行した2か年の事例を考察する。

2. 研修・授業の位置づけと設計・効果

企業における従業員のための研修活動と、大学等における学生のための学習活動を同時進行かつ共同で行うことで、双方における学びへの動機づけ、学習効果や自己効力感の向上が見込めるといふ仮説のもと、本

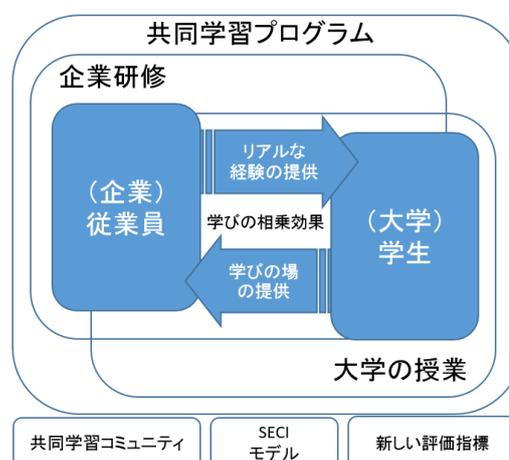


図 1 共同学習プログラムのイメージ

来であれば、両者が共に学ぶための新しい学習プログラム・学習環境を構築するのが理想であるが、今回の試行では、時間的・日程的な制約もあり、企業側、大学側双方が持つ既存の制度（研修・授業）を並行して実施、協働させる形で授業設計を行った。

2.1 企業研修側の授業設計

企業側の研修プログラムは、福井商工会議所、参加企業、大学が協力し、「ふくい右腕プロジェクト (FRAP - Fukui Right Arms Project)」と題して将来の幹部候補・中堅社員育成のための研修プログラムを試験的に開発。プレゼンテーション、コミュニケーション、商品企画、マーケティングなどの内容で構成される7回の連続講座とした。なお、2017年度は福井豪雪の影響もあり、研修実施が当初の7回から6回となり、2018年度の研修設計はそれらも踏まえた見直しを行い、同様の6回で設計している。

具体的な研修プログラム設計の流れは次のとおりである。

2.1.1 研修設計の事前ヒアリング（2017年6月）

福井商工会議所からの依頼により参加企業からの研修に関する要望等についてヒアリングを実施した。

2.1.2 研修プログラムの設計（2017年8月）

各社2名程度が参加する7回の連続研修プログラムを企画。そのうち、第4、5回目のプレゼンテーション演習を本学での企業研究の授業の中で実施するような流れとした。また、研修参加者には、第4、5回目を踏まえて、参加する授業の主旨や学生の様子等を研修内で紹介することで、この研修が大学での授業と並行して行われていることをイメージしていただいた。具体的な実施スケジュールと日程は次の通り。

2.1.3 2017年度の研修スケジュール

- (1) 9/26 スタートアップ、目標設定
- (2) 10/30 コミュニケーションとプレゼンスキル
- (3) 11/14 マーケティング、企画演習 1
- (4) 11/30 プレゼンテーション実習 1（大学の授業として大学にて実施）
- (5) 12/21 プレゼンテーション実習 2（大学の授業として大学にて実施）

て大学にて実施)

- (6) 1/15 マーケティング、企画演習 2
- (7) 2/13 最終のまとめ（豪雪により実施できず。）



図 2 プレゼンスキル研修の様子

2.1.4 2018年度の研修スケジュール

- (1) 10/1 スタートアップ、目標設定
- (2) 11/5 コミュニケーションとプレゼンスキル
- (3) 11/26 マーケティング、企画演習 1
- (4) 12/23 プレゼンテーション実習 1（大学の授業として大学で実施）
- (5) 1/17 プレゼンテーション実習 2（大学の授業として大学で実施）
- (6) 1/17 最終のまとめ（別会場に移動して実施）



図 3 マーケティング研修の様子

2.2 短期大学側での授業設計

○授業名等：企業研究 1回生 77名（2017年度）
84名（2018年度）

○実施期間：後期 10月～2月

2017年度からのカリキュラム変更により1年次後期に設定された「企業研究」では、経営やマーケティングの考え方の基礎を学習したのち、主に地元企業を対象にした研究活動を行う。3人1組のチームを編成し、福井県が選定している「実は福井の技」の企業群の中から1社を選び、企業の沿革や事業内容、強み等

についての調査から全体でのプレゼンテーションまでを行う。学生はその発表に対して、相互フィードバック等を行うことで、調査内容を受講者全員で共有できるような流れを組み立てている。

この発表機会の中で、4週分を外部からの企業を招いて実施したが、そのうち2週分を今回の「ふくい右腕プロジェクト(FRAP)」の企業研修の場に設定した。これらの回では、2017年度には研修参加企業6社が、3社ずつ、2018年度には研修参加企業8社が、4社ずつに分かれてそれぞれ約20分間のプレゼンテーションを実施。その内容を、学生に加えて、研修派遣元の企業の経営陣、人事担当等が評価・フィードバックを行った。



図4 企業研究の授業で発表する参加企業の様子

学生には、その回での企業からの発表が研修活動の一環であること、当該発表以前にも研修を実施しており、その流れの中での発表であること等は事前に説明し、平行して行われている研修の様子などを写真で紹介している。

実際の企業参加者の発表は、図4のように大講義室の前段から中段には学生、後段には発表評価者としての企業経営陣、人事担当者等を配置する形で発表を行った。

2.3 研修・授業の効果測定と自己効力感の変化

授業における学生評価は評定(成績)という形で測定される一方で、企業研修における研修の効果測定をどのように行うかは、その対象、目的によっても様々である。今回の企業研修の目的は、企業内における中堅社員・幹部候補社員の育成であるため、特定知識の習得や経験ではない。そこで、医療等の分野において

も広く使われている self-efficacy (以下「自己効力感」と訳す。)の変化を指標に研修効果の考察をおこなった。Bandura によれば、自己効力感とは、結果を達成するために必要な行動をどれくらいできるかという個人の自信・確信であり、今回の研修プログラムの効果測定の手法として、一般性セルフ・エフィカシー尺度(坂野ら, 1986)を活用したアンケート調査を実施し、研修前・研修後での差異を比較した。

一般性セルフ・エフィカシー尺度では、16項目を点数化し、その点数が高いほど自己効力感が高いと評価する。本研究では、年度は異なるが、同じプログラムを受講した30名の企業の研修参加者から、以下の条件で調査票の抽出を行い、その変化を比較した。

◎調査票を抽出した条件

- (1) 2017年度14名の調査結果から、経営者である社長3名を除外した11名分を利用。今回の研修目的が中堅社員・幹部候補育成であることから、経営者との視点とは異なるためである。
- (2) 2018年度16名の参加者から、研修前・研修後がそろっている9名の調査結果を利用した。(この年度では、最終日の参加者が業務の関係で参加できず、研修後のデータが十分にそろわなかった。)

上記、併せて20名分のデータの変化をグラフ化した結果が図5のとおりである。なお、AからTまでは研修参加者それぞれ個人を表している。また、AからKまでは2017年度、LからTまでは2018年度である。

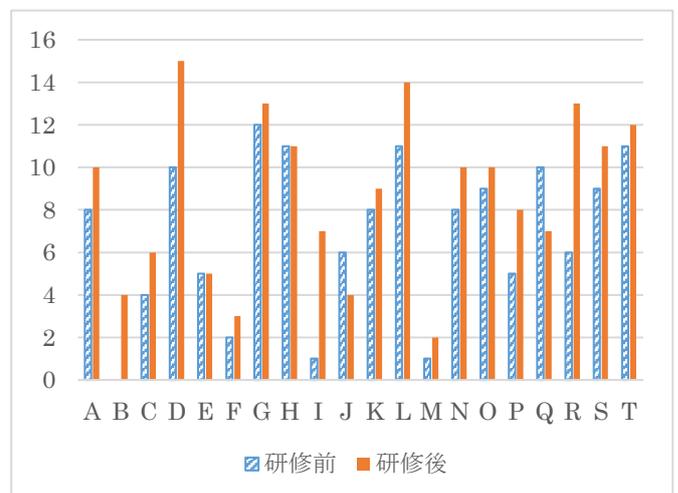


図5 自己効力感変化のグラフ(個人別)

これら 20 名の得点変化を比較すると、図 5 ならびに表 1 より、研修前の平均値が 6.85 (標準偏差 3.65) であるのに対し、研修後の平均値が 8.70 (標準偏差 3.74) と上昇している。有意水準を $p=0.05$ とした t 検定での p 値は $p=0.002808$ であり、研修前と研修後での自己効力感に有意な差が見られた。よって、この研修プログラムにより、企業参加者の自己効力感はある程度高まったことがわかる。

表 1 研修前後での自己効力感の変化

	研修前	研修後
平均	6.85	8.7
分散	14.028947	14.747368
観測数	20	20
ピアソン相関	0.798054	
自由度	19	
t	-3.429921	
$P(T \leq t)$ 両側	0.0028078	
t 境界値 両側	2.0930241	

自己効力感の変化については、他の要因等も考えられるが、日々の定例的業務の中での変化が今回の研修であったこと、業種を問わず全体的に効力感が上昇したこと等を考慮すると、今回の研修が効力感変化の要因であると推測できる。一方で、学生の授業効果を同様の方法で測定した場合、考慮すべきは、学生は今回の本授業だけを受講しているわけではなく、大学という環境の中で、それぞれ別の環境での学び等の要因が存在し、自己効力感の変化を今回の授業だけに特定することの困難さがある。今後、学生側でも同様の調査を行い比較検討することで、それら要因の有無を明らかにできると考える。

3. 授業設計の考察と今後の課題

学生にとって、企業人と共に学ぶことはリアルな学びの場や機会の提供である一方で、企業人にとっても大学等は物理的にも心理的にもリアルな学びの場であり、リアルな学習者である学生との共同での学びは従来の研修を超えた学びのリアルな体験になる可能性を秘めており、高い相互作用が期待される。従来であれば、インターンシップへの参加や企業による授業への

ゲスト参加等の連携協力が主であったが、今回のような研修・授業が発展し、双方が共同学習する環境が定着することで、学生にとっても、就職時のミスマッチによる早期離職やモチベーション低下など諸問題に対応できる可能性が高まり、キャリア教育のあり方に新たな変化をもたらす可能性があることを期待している。

今回の授業設計における今後の課題は、第 2 章第 3 節でも指摘したとおり、企業研修、授業それぞれの評価のあり方についてである。今回は検証の一指標として自己効力感の変化を用いたが、今後は新たな評価指標策定の必要性を感じた。また、学習プログラムの設計においては、大学等における学習効果の評定が主に個人を中心に成されるのに対して、企業においては、ナレッジマネジメント等に代表されるように、組織としての成果で問われることが多い。そこで、今後は、「組織的知識創造の理論」といわれる SECI モデル(野中氏ら)等のフレームワークを活用し、かつ、企業からの研修者と授業を履修する学生が実践コミュニティを形成できるような環境を整備することで、さらに双方が共同で実践できるリアルな学習環境を構築できるのではないかと考えている。また、学習者の意欲向上などの測定や自己効力感の変化に加えて、企業側から見た人事考課等の評価との比較など多方面からの評価を実施し、引き続き学習プログラムの修正・改善等を継続していきたいと考えている。

参 考 文 献

- (1) 野中郁次郎, 竹内弘高: "知識創造企業 - The Knowledge-Creating Company", 東洋経済新報社 (1996)
- (2) Bandura, A.: Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215. (1977)
- (3) 坂野雄二, 東條光彦: 一般性セルフ・エフィカシー尺度作成の試み, 行動療法研究 12, pp73-82 (1986)
- (4) 澤崎敏文: "地元企業・行政機関との連携による PBL 型授業設計とその実践", 教育システム情報学会第 4 1 回全国大会講演論文集, pp.299-300 (2016)
- (5) 澤崎敏文: "企業研修と連動したキャリア教育プログラムの開発と実践", 教育システム情報学会第 4 3 回全国大会論文集, pp.63-64 (2018)