

第3章 ニーズ等に係わる事例調査

1. 研究の背景と目的

2008年9月、サブプライムローン問題を原因としたリーマン・ブラザーズ破綻を皮切りに起こった世界的金融危機の影響を受け、株価の暴落および急速な円高や世界各国の景気後退により日本の企業の業績も急激に悪化した。結果、新卒採用数を大幅に抑制することになり、売り手市場であった2009年春卒業予定の学生の内定取り消しに踏み切る企業が続出、2010年春卒業予定の大卒求人倍率（リクルートワークス研究所）も1.62倍へ急落（前年2.14倍）、厚生労働省・文部科学省「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」による2010年2月1日現在の内定率（就職希望者に占める内定取得者の割合）も過去最低80%ととなり、前年度を6.3ポイント下回った。本学においても2010年2月1日時点の内定率は81.7%となり前年の同時期と比べ8.7ポイント下回っており予断を許さない状況である。

この厳しい大卒の雇用情勢において重要なことは、厳選採用の中でも勝ち抜ける力を持つ学生の育成である。そしてその力の育成は就職活動が始まる3年次からでは間に合わず、1年次から企図して育む必要がある。では、この「厳選採用の中でも勝ち抜ける力」とは何だろうか。中央教育審議会大学分科会（2008）が定義した「学士力」や経済産業省（2006）が定義した「社会人基礎力」、リクルートワークス研究所（2006）が定義した「基礎力」などが網羅的な分類を行っているが、中教審（2007）が指摘するように「どのような学生を受け入れて、どのような教育を行い、どのような人材として社会に送り出すかは、その高等教育機関の個性・特色の根幹をなすもの」であり、どのような力を身につけさせるかは各大学がそれぞれ独自に定義されるべきものである。言い換えれば、大学そのものが採用ニーズを捉え、社会で働く上で必要となる力を定義した上で、入学者の受け入れから教育課程の実施、そして学位の授与までが「高等学校から大学へ、大学から社会へと連なる階梯」として正常に機能することが求められているのである。そのためにもまず、本学の卒業生の14.9%（2009年春卒業）が就職する北九州市の民間企業および団体が求める人材を的確に把握することは特に重要と考える。

2. 調査方法

北九州市を代表する3つの民間企業・団体の採用担当もしくは人材育成担当者に半構造化インタビューを約1時間行う。設問は以下の3つである。

- ①新卒採用時で重視する職場で求められる力とは
- ②入社して職場で評価される社員（職員）とはどのような社員（職員）か
- ③大学時代にどんな経験をしている学生の評価が高いか

特に注目したい点は求める力のコンテキスト（文脈）である。例えば社会人基礎力の定義に「柔軟性：意見の違いや立場の違いを理解する力。自分のルールややり方に固執するのではなく、相手の意見や立場を尊重し理解する」とあるが、その柔軟性はどのような状況において、誰に対し発揮されるのかは企業や団体によって違うだろう。そのコンテキストをつかむことで、現場が求める力を的確に理解し、今後どのような学習機会を提供するべきなのかを考えるヒントを得たいと考える。なお、取材した企業・団体の名称は伏せるが、いずれも北九州を代表する企業および団体である。

3. 調査結果

(1) A社（ホームセンター）

2010年1月26日にA社本社にて約1時間、採用担当者に半構造化インタビューを行った。その後テキスト化し、頻出したコンテキストをグルーピングし、概念化した。

① 新卒採用時で重視する職場で求められる力とは

接客業である以上、第一印象が当然大切であり、そして期待に応えられること、さらに期待に応える機会を作ることが肝要である。

- ▶ わかりやすく言いますと、単純明快に、明るく笑顔が出せる方。接客業ですから、第一印象が重要。
- ▶ 面接で緊張するのは分かるが、面接官も人間。お客様とは「フェイス to フェイス」であり、一期一会。日々変わるお客様に対し、何とか応えられる人じゃないと困る。相手目線になれる人。
- ▶ 目配り・気配り（さりげなくカゴを渡すなど）・心配り（思いやり）。

知識を貯め込むだけでは仕事にならない。インプットしたことをアウトプットしなければならない。課題を発見しプランを立て、実践し、結果を評価して、改善策を作り出す。いわばPDCAサイクル（plan-do-check-act cycle）を回すことが肝要である。

- ▶ 若い人は情報をたくさんインプットしている。しかし、それを砕いて出す（アウトプット）ができない。私たちの頃より退化しているのでは？ 私たちの頃はインターネットも無く、今の学生より情報収集力はなかった。
- ▶ こうしたらいいよと言うと、その通りにできる。でもこうしたらいいもったいいのでは？ とは言っていない。

- ▶ 店長は面白いですよ。アルバイトやパートの採用から、チラシをどこにどれだけ撒くとか、小さな会社の社長みたいなものです。

新卒採用者は店長候補生である。そのためにも仕事を一から経験して学び、積み上げていかなくてはならない。一見、つまらない仕事もあるだろう。しかし地味な仕事の中にでもそれぞれ意味があり、その仕事でしか学べないこともある。どんな仕事でも自分でその意味を見出せる人材が望ましい。

- ▶ プラス発想ができるか。入社一日目は、やっぱりフロアには立てない。清掃とか、レジ、サッカー業務、荷受け作業など、いろいろ経験が必要。店舗に立てないことで、落ち込む新人もいるが、やはり幹部を目指してほしいので、仕事を一通り覚えてほしいと思っている。そうじゃないと上に立てない。
- ▶ 例えばサッカー業務。レジの後ろで袋に入れる単純作業。それだけ見ればつまらない仕事。でも一つ一つお客様がどんな商品を買っているのだろうと考えてみれば、ああこの時期はカイロが良く出るんだとか、夏から冬であればいつから冬ものが売れるのかなどがわかってくる。我々がよく「商品に詳しい」と言いますが、パッケージを見てその商品を説明できる知識とは違って、例えば5度ぐらいの気温の日が3日続けばこれが売れるとか、0度が3日続けばこれとか、30度以上の真夏日ならこれとか、そういった知識が必要。そこまで説明しないと、今の子はすんなりとサッカー業務をしてくれない。

② 入社して職場で評価される社員とはどのような社員か

A社が求めるコミュニケーション能力は、顧客に対してでは無い。パートやアルバイトに対しての能力である。そしてそれは単に仲良くするためだけではない。お客様のニーズを一番わかっているのがパート・アルバイトであり、その知恵を分けてもらうためだ。

- ▶ 日本には季節があります。春になれば学習机など入園入学、新社会人など。夏になれば、冷風機、扇風機、日よけの葦簀（よしず）。秋なら鍋やカセットコンロ。冬ならクリスマスや年末大掃除、鏡餅、しめ縄。この辺りは毎年ほぼ同時期に展開するのですが、難しいのが冷風機や暖房機器。気温によって全く違いますね。そこをどうやって情報収集しているか。それはいろんな販売員に声掛けしながら集めるのです。「お早う」と声を掛け、「何が売れているの？」と聴く。そして「なぜ売れるのだろう？」と聴く。そして「じゃあ、もっと増やそう」と。それで売れたら、それは店長の手柄ではなく販売員さんの手柄。「良かったよ、売り上げ伸びたよ」と。
- ▶ 先日雪が降りましたよね。そういう時に売れるのが、カーチェーンです。でも年中売れるものじゃないから、カー用品の奥隅に眠っている。でも明日雪が降るかもしれない。そんなとき売れるのがカーチェーンや解凍剤、窓用の雪かきなのです。そんなことを店長や主任だけで考えていてはダメなのです。販売員自ら「これも置いた方がいいのでは」と提案してもらえることが大事なのです。主婦の発想なのです。「素手でやったら冷たいから、

軍手も一緒に置いた方がいいのでは？」と。

- ▶ あとはやっぱり買い物カゴなのです。お客様が何を買っているのか。買い物かごに解凍剤と、カイロと、軍手が入っていたら、ああ、あんな風に対策するんだということが分かる。それを店長と主任と販売員で相談するのです。すると販売員さんが「それもいいけど、私だったらこう買いますね」と提案してくれる。それをそっくりそのまま一言添えて書いて置く。

パートやアルバイトとコミュニケーションすることによって集めた情報を用いて、どんな仕入れを行い、どうレイアウトしていくのかを判断して行かなくてはならない。ここでも PDCA サイクルの重要性が語られている。

- ▶ お店ごとに個性があり、土地ごとに特性があります。お店ごとに置いている商品は違いがあります。よって幹部（転勤がある店長など正社員）は地域のニーズや特性を把握しなければならない。そのためにも地元の販売員に声を掛けてその土地のニーズや特性を理解しなければならない。情報収集しなければならない。
- ▶ お正月のお餅の例。九州は丸で、広島から上は四角らしいんです。九州の場合、丸を 80、四角を 20 仕入れます。にもかかわらず、広島に異動してからも全く同じ注文をしてしまい大失敗。情報収集をしなかったから失敗したんです。先入観ですね。
- ▶ 福岡県でも、しめ縄は地域によって違うんです。博多（青竹で八方広がり）と北九州（鶴輪っか）では違います。
- ▶ 職人の道具でも違う。ビス一つとっても、土地によって呼び方が違う。例えば同じ DYI の工具を担当して、福岡から遠方の地に転勤した時、お客様が何のことを言っているのかってこと、よくあります。職人は現地の言葉で話すので。
- ▶ 熊本から佐賀に転勤した時、この時期でしたら例えば、カイロを探しに来たお客様に「カイロはどこにある？」と聞かれたとそうです。「中です（店内です）」と答えたところ、佐賀では「なかです（置いて無いです）」という意味になってしまって、お客様が帰ってしまった。
- ▶ 結局は初年度の一年で、いろんな現場を経験して、自分が身体使って汗流して服汚して、それでも蓄積しようとするかにかかっているのです。目指すところは一つ。お客様に喜んでもらえるかです。その店長のやり方とその土地のやり方との融合。

③ 大学時代にどんな経験をしている学生の評価が高いか

第一印象を極めるには、他人と話し合う機会をもっと作り、そこで自らを修正・改善しなくてはならないことを示唆している。

- ▶ やっぱり第一印象が大事なんです。面接官として、この学生は緊張して言えないのか、そもそも言えないのかを見極めます。だから、がちがちの学生にはやり直しさせます。そこで素直な学生は、1 回目よりも良くなります。だけど同じ学生は駄目ですね。

- ▶ 最初に学校名と名前を笑顔でしっかり言える学生は、普段でもそれができる学生。
- ▶ 私たちの世代は、近所の友人との中でもガキ大将がいたり、地域の大人がいたりして、タテ社会などいろんなバリエーションの会話を学んだ。最近の学生はゲームや携帯などを通じたコミュニケーションが多く、会話がいないのではないか。その中でも学校は唯一コミュニケーション能力を育成できる場ではないのか。人を応対する力を鍛えてほしい。ゼミなど同級生同士で話し合う機会をもっと作るべきでは。また、アルバイトやサークルも疑似体験できる場では？
- ▶ 先輩の就職体験談を直にじっくり聞いて就活のノウハウを伝授されている学生はいい学生が多い。キャリアセンターが育成した学生が独自に勉強会を運営している例もあるらしいですよ。

就職活動を自らの課題と捉えれば、その課題をどうやってこなせばいいのかを考え、行動できる学生を求めている。A 社の場合は店舗訪問という手段まで提示している。その機会を用いて自らを成長させることができる人材かを見極めている。言い換えれば、指示を待つ、そして指示しても動けない学生を企業は求めている。

- ▶ うちの会社は、店舗訪問を奨励しています。私もこの会社に決めたのは、OB と会いませんかと連絡があったから、近くのお店に行きました。すると1時間、2時間私のためにそのOB は仕事にもかかわらず時間を取ってくれました。そこで私は凄いなど。私もこのような人になりたいと思って入社したいと思いました。つまり、就職活動においても成長できる学生。出会う社会人によって志望動機も変わっていくと思うんですよ。いくらお店に行ってもいいよと会社説明会に伝えても、行かない学生は行きません。行かずに面接に来る。まずはやるかやらないかじゃないでしょうか。情報を得るだけでなく、情報を活かせるか。
- ▶ 内定を取る人は、面接ごとに何度もお店に行きますね。最初に会った社員に、またお願いしますと言える学生。言われた社員は、ああ、この学生のために何かしてやろうと思うじゃないですか。OB ならさらに本音を聴けますよね。面接ごとに会って報告すればいいと思います。
- ▶ 内定が出る学生は、志望動機もステップごとによって変わっていきます。良くなっていきます。例えばお店に行った話を取り入れて、発展させて来ます。熱意も知識も発展している。入社後の青写真もできています。求める力を体現させているのです。
- ▶ うちの会社では、できる・できないではなく、やるか・やらないかという話をします。今の就活する学生、これから就活する学生に伝えたいことは、勇気を出してお店に行き、お店の社員に声を掛けられるかだと思います。そして窓口を作れるか・作れないかだと思います。店舗が無い会社でもアポは取れる。

以上、A 社が示唆したことは大きく2点あった。まず一つは多様な人とコミュニケーションが

取れる学生である。顧客はもちろん、職場の多様な雇用形態のスタッフと打ち解け、情報収集できる力である。その力の有無は第一印象ですぐわかると指摘している。

もう一つはPDCA サイクルを自ら主体的に回すことができる学生である。いくら知識や情報を持っていても、それを実践できるか、そして成功しても失敗しても自らの成長に繋げることができる力である。それができる学生は会うごとに成長している。就職活動を通して成長できる学生は、入社後も成長できると指摘している。

(2) B 社（航空会社）

2010年1月22日にB社本社にて約1時間、採用担当者に半構造化インタビューを行った。その後テキスト化し、頻出したコンテキストをグルーピングし、概念化した。

① 新卒採用時で重視する職場で求められる力とは

A社と同様、B社も第一印象が重視されている。特に客室乗務員であれば当然である。そして第一印象は簡単に磨かれないことをB社も指摘している。

- ▶ 採用職種は、客室乗務員（CA）とグラウンドスタッフ（GS）です。
- ▶ 特にコミュニケーション力、例えば挨拶ができるかどうかは、1日やそこらでは変わりませんよね。育ってきた環境が大きい。最初のグループ面接ですぐにわかります。極論すれば受付で会った時にわかります。ファーストインプレッションです。オーラが出ているんです。特に客室乗務員は第一印象がすべてですから。
- ▶ 言葉づかいはほとんどの学生はダブルスクールで学べますね。しかし、それは必須ではありません。日常生活でも心掛けている学生なら問題ありません。
- ▶ 面接は消去法です。言わばあらさがしです。仕事の特性上、複数の面接官の評価が高い人がいいですね。

ストレス耐性が必要であることを指摘している。しかしA社が「どんな仕事でも自分でその意味を見出せる人」と述べている点と共通している。

- ▶ 当たり前のことができる、言わば頭の回転と素直さですね。例えば面接官の行ったことに的確に答えられる人。お客様の対応する力につながります。また、訓練時に重要になります。まさに「стюワードス物語」の教官のしごきを乗り越えないとダメ。言い換えればストレス耐性ですね。

継続する力、すなわち何か一つに継続して打ちこめる力を指している。継続することが「第一印象」と「ストレス耐性」とそれぞれに好影響を与えることを示唆している。

- ▶ 継続する力とは、例えば趣味などを継続している人が望ましい。光るものは一個でいいです。最終的に採用を決定する時に、「〇〇をやっていた〇〇さん」と枕詞が付く人が強いですね。面白い趣味持っているとか、何か訴えるものが欲しいですね。新卒は職歴ない

ですから。ダイヤの原石を見つけたいですね。

② 入社して職場で評価される社員とはどのような社員か

まさに面接でチェックされる力「第一印象」「ストレス耐性」「継続する力」の3つすべてを実践できる人材が活躍している。苦難にたじろぐことなく仲間を慮り行動できる人は、結果として輝いていくことを示唆している。

- ▶ 四の五の言わずにやっている人。仕事に対して不平不満を言わない人ですね。従順とは意味が違う。
- ▶ CAはシフトがあります。仲間が体調不良で困っている時、快く受けってくれる人の評価が高い。いい人ですよ、やっぱり。人に対する奉仕の気持ち。何としてあげようといつも考えている人。ホスピタリティマインドを持っている人が輝いています。

③ 大学時代にどんな経験をしている学生の評価が高いか

A社と同様、お客様に対しては当然として、同僚に対するコミュニケーション能力を重視している。そしてそれはいつも接している仲間だけではなく、その先に繋がっている人のことまで配慮することを要求している。

- ▶ 集团的活動に対して調和できる人。チームワークを身につけている人がいい。客室乗務員の仕事だけではなく、コールセンター、カウンター、グラウンドスタッフ、整備士、機長など、多く職種の仲間と繋がっていることを理解し、行動できる人です。このマインドが大切です。例えばカウンターが遅れたら、次のスタッフが困ります。連携ができないとダメなんです。それが分かる人・分からない人の差が大きい。
- ▶ 経験はアルバイトでもサークルでも何でもいい。マインドさえあれば。

これもA社と同じである。多様な人々との協働を経験し、先入観を持たない懐の深さを要求している。客室乗務員は仕事の中で最もダイバーシティが要求される仕事の一つであることは言うまでもない。

- ▶ 見聞を広げている人がいいですね。いろんな価値観を共有できる人。職種、国籍、雇用形態の仲間と一緒に働ける、言わばダイバーシティに対応できるマインドが欲しいです。それが無いと成長できないんです。

これもA社と同じである。B社は他の航空会社と比べてブランドを重視していることは企業研究をすればわかる。よって面接でB社のブランドについて話すことが望まれることは考えればわかることである。その採用担当者が言って欲しいことを話す能力は、すなわち前述した「当たり前のことができる」人材であることを、面接を通して伝えることに他ならない。

- ▶ あとは熱意ですね。会社が好き、だからこんなことをしたいと言える人。うちの会社はブランドをととても大切にしています。だから会社のことをちゃんと調べてくる人に熱意を感

じます。

以上、B社が示唆したことは大きく2点あった。まず一つは多様な人々と協働して、チームワークと視野の広い価値観を持つ人である。仲間、そしてその先に繋がっている人を慮り、行動できる人を求めている。

もう一つは苦難にたじろがない芯の強さを持ち、当たり前のことを継続できる人である。結果、自らを絶えず成長させることができ、輝ける第一印象を持ち、お客様にブランドを伝える人を求めている。その力は面接時の第一印象でわかるのだ。

(3) C 団体（公務員）

2009年12月22日にC団体にて約1時間、人材育成担当者および採用担当者に半構造化インタビューを行った。その後テキスト化し、頻出したコンテキストをグルーピングし、概念化した。

① 新卒採用時に重視する職場で求められる力とは

仕事柄、詳しくは言及されなかったが、特にストレス耐性を強く求めている。

- ▶ 現在のところコンピテンシー面接で「ストレス耐性」を見極めている。役所で働く以上、多様な市民とのコミュニケーションが必須となるためだ。

② 入社して職場で評価される職員とはどのような職員か

正義感・奉仕者としての自覚を持つ人が望まれる。そして当然ながら、民間企業のように利益目標がない分、一歩先の目標を持てる力が必要である。

- ▶ 市民に喜ばれる仕事を実際には少ない。役所や議員相手がほとんど。逆に市民に嫌われる仕事の方が多い。納税、差し押さえ、国保・年金、生活保護など。単に「市民に喜ばれる仕事をしたい」と思ってきても持たない。もっと強固な正義感と奉仕者としての自覚が必要。
- ▶ 納税を除き、民間企業のようなノルマや目標はない。つまりプレッシャーもないが達成感もない。そんな日常業務に対し自ら目標設定ができないと活躍はできない。例えばロールモデルを探して学べるか、昇進を目指せるか、など。

意外と見落とされがちであるが、公務員には定期異動があり、新しい職場に馴染む力が必須となる。多様なパターンの対人関係、すなわちダイバーシティを身につける必要がある。

- ▶ 適材随所、すなわちストレス耐性が高いあらゆる仕事や職場に適応して働ける人材。部局によって文化が違う。例えばある部署で頭角を現した人材を本庁に異動させた瞬間、心が折れてしまうことが良くある。基本的に10年以上はあらゆる部局で仕事を学んでいく。あらゆる職場文化に適合できる力が必要。
- ▶ 1年目は文化適合、2年目で慣れていろいろな挑戦できるが、3年目は引き継ぎとなる。

- ▶ 未納税者、立ち退きの交渉、生活保護対象者、そして観光や地域振興なら商店街の人々など、さまざま市民と協働しなければならない。民間企業の比ではない。

部署ごとの複雑な法令制度を理解する力が必要である。

- ▶ 公務員の仕事はすべて法律に定められており、それは部局によって様々。

③ 大学時代にどんな経験をしている学生の評価が高いか

多様な人々との協働経験が必須である。また地域ボランティアのように正義感・奉仕者としての自覚を持つ経験をしているとなお良い。

- ▶ ストレス耐性を見極めは、やはり大学時代に多様な人々と接する機会を自ら生み出し、揉まれているかがポイントになる。地域ボランティアなどが望ましい。

以上、C団体が示唆したことは大きく2点あった。まず一つは多様な人々と協働して、様々な人の価値観や現実を受け止められる力が必須である。その力は民間企業よりも強く求められている。

もう一つはストレス耐性である。ノルマもないが達成感もない。その中で正義感および奉仕者としての自覚を支えに、自ら目標を持ちコツコツと課題を達成する力が求められている。

4. 今回ヒアリングした3つの企業・団体が求める共通した力

人口動態の変化や経済のグローバル化、そして技術革新が進行する社会において、個人が生き生きと活躍するために必要な力とは、決して、目先の社会的ニーズや変化への対応、実務的な技術・知識といった意味での「即戦力」ではない。むしろ、社会の中の様々な課題に対し、自らの能力を活かしつつ、かつ実践しながら修正できる能力が必要とされている。今回ヒアリングした3つの企業・団体が求める共通した力は、以下の3つ。それぞれのアクションプランの案を述べる。

(1) 多様な人たちとの協働する力

A社ではパートやアルバイトなど多様な雇用形態の従業員、B社では他部署の仲間、そしてC団体では様々な職種および立場の市民との協働が求められていた。つまり多様な人たちの価値観を理解し、チームワークを発揮する力が望まれているのである。この力は当然、クラスメイトや教員、友人、家族だけのコミュニケーションだけでは決して身に付かない。

よって、授業におけるグループワーク（他学部学生が望ましい）や、多様な人と協働する機会の提供（企業インターンシップや学内インターンシップ、ゼミ活動、地域創生学群の実習、地域共生教育センターのボランティアなど）が必要となる。その他、課外活動（サークルやアルバイトなど）を学業に影響しない程度に有効活用する指導が必要となる。

(2) 課題を解決する力

A社では入社後の店舗運営はもちろん就職活動自体への取り組みについて、B社ではお客様に即座に応えられる対応力について、そしてC団体ではその部署固有の法律や文化を1年かけて理解して課題に取り組むことについて「課題を解決する力」が求められていた。この力は当然、課題を発見し、計画し、実践し、評価し、そして改善策を考えるまでに終わらず、その改善策を実践するところまで行って初めて身につく力である（PDCA サイクル）。

よって、単体の授業だけではPDCAを1回通すだけに終わり、PDCA サイクルを回す機会の提供は難しい。よって複数の授業を組み合わせる必要がある。例えば、ICU ボランティアセンターのサービスマーケティングや早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンターのように、課題解決型授業に参加した学生に対しリフレクションの機会を設け、さらにその学びを深める学習機会を提供する方法がある。また、京都産業大学キャリア教育研究開発センター事務室のコーオプ教育のように3年間を通して3回課題解決型学習（PBL）を連続して提供することが考えられる。本学ではプロジェクト演習1・2と地域創生学群のカリキュラムがそれに近い形式を持っている。

(3) ストレス耐性

A社ではどんな地味な仕事でも自分でその意味を見出せる人を、B社では苦難にたじろがない芯の強さを持ち当たり前のことを継続できる人を、C団体ではノルマもないが達成感もない中で正義感および奉仕者としての自覚を支えに、自ら目標を持ちコツコツと課題を達成できる人を求めている。特にC団体はストレス耐性が強くなければ公務員の仕事は務まらないと強調していた。この力は一朝一夕にとっても身につく力ではなく、コンスタントに適度な刺激が発生する経験に身を置くことが必要となる。い。

よって、(1) 多様な人たちと協働する経験や(2) 課題を解決する経験に、いつも意思さえあれば挑戦できる環境を作ること大切となる。本学においては地域創生学群の実習のように継続的に(1)と(2)を提供するカリキュラムを用意するか、キャリアセンターや2010年からスタートする地域共生教育センターが提供するインターンシップやボランティアを希望者の一部ではなく全員が参加できるように整備する必要がある。

以上、北九州の3つの企業・団体は、多様な人材協働しながら、課題を解決しつづけるストレス耐性が必要であることが明らかになった。もちろん、本研究では3つの企業・団体からのヒアリングであり、一般性が担保されているとは言い難い。よって引き続き企業や団体の採用担当者や育成担当者へのヒアリングを重ね、求める力の把握と、その力を培う授業カリキュラムやキャリア支援の施策をプランし、実施していきたい。

参考文献

- 中央教育審議会大学分科会 (2008), 学士課程教育の構築に向けて (審議のまとめ)
- 中央教育審議会大学分科会 (2007), 学士課程教育の再構築に向けて (審議経過報告)
- 経済産業省・社会人基礎力に関する研究会 (2006), 中間取りまとめ
- 経済産業省編 (2008), 今日から始める 社会人基礎力の育成と評価～将来のニッポンを支える若者があふれ出す!, 角川学芸出版
- 見館好隆 (2008), 基礎力成長のステップ～対自己・対人基礎力から対課題基礎力へ～, 日本ビジネス実務学会第 27 回全国大会プログラム・要旨集, 73-76
- 見館好隆ほか (2009), 日本ビジネス実務学会 2008 年度研究助成報告「初年次教育におけるアクティブ・ラーニング実践法—能動的に学習できる学生にしよう—」
- 大久保幸夫 (2008) 企業が期待する意欲と能力、IDE-現代の高等教育, 498
- 武井昭也ほか (2008), 日本ビジネス実務学会 2007 年度研究助成報告「キャリア形成のための基礎教育プログラム—初年次教育の展開事例—」
- リクルートワークス研究所・辰巳哲子 (2006), すべての働く人に必要な能力に関する考察—学校と企業とが共用する『基礎力』の提唱—, Works Review, 1