

1 セミナーの企画・運営スキル

(1) キャリア・コンサルティングとセミナー

- キャリア・コンサルティングには、個人の支援だけではなく組織やグループの支援も含まれる
- 組織やグループを支援する方法は様々あるが、代表的なものにセミナーを企画・運営することがあげられる。セミナーをうまく行えば、時間的な面でも費用的な面でも効率的に支援することができる

(2) セミナーの企画・運営のステップ

セミナーを具体的に企画・運営するステップは以下の通りである

- ① セミナーのコンセプトをつくる
 - セミナーの受講対象やニーズ、到達目標、実施時期などを明確化する
- ② 実施上の条件や制約を明らかにする
 - 時間や費用、物理的な環境（実施場所の状況など）、人員（割くことのできるスタッフ数など）等の条件や制約を確認する
- ③ 実施内容の決定
 - プログラムの流れや基本構成、時間配分などの内容を決める
- ④ 教材の準備
 - テキストやワークシート、資料の選定や作成を行う
- ⑤ 事前準備と実施
 - 会場の確保や案内の告知・募集、事前課題の配布や事前アンケート、会場の設営などを行う
 - 必要に応じて、テスト版を開催し、内容の練り直しや教材の修正などを経て、実施する
- ⑥ 評価と修正
 - 事後のアンケートやヒアリングなどによって、満足度や効果の測定をし、次回開催に向けて内容や教材の修正を行う

（参考：堀公俊・加留部貴行『教育研修ファシリテーター』日本経済新聞出版社2010年39頁以下）

2 セミナー企画例

次の表は、カリキュラムのサンプル例である

(1) ビジネスマナー・セミナーのカリキュラム例

	時間	テーマ	概要
1	13:00～13:10 (10分)	イントロダクション	セミナーのねらいや全体の流れ、注意事項などを確認する（講義）
2	13:10～14:00 (50分)	第一印象の大切さ	身だしなみやあいさつの仕方、言葉遣いなど、社会人としてのマナーを学ぶ（講義とロールプレイ）

3	14:00~14:30 (30分)	電話の対応	電話の受け方や切り方、伝言の残し方など、電話対応の基本を学ぶ(講義とロールプレイ)
4	14:30~14:40 (10分)	休憩	
5	14:40~15:40 (60分)	ビジネス文書やメールの書き方	ビジネス文書やメールの基本、注意点などを学ぶ(講義と演習およびディスカッション)
6	15:40~16:00 (20分)	まとめと質疑応答	全体の内容をふりかえり、疑問に思ったことを解消する

(2) コミュニケーションスキル・セミナーのカリキュラム例

	時間	テーマ	概要
1	10:00~10:20 (20分)	イントロダクション	セミナーのねらいや全体の流れ、注意事項などを確認するとともに、自己紹介などでアイスブレイクする(講義とディスカッション)
2	10:20~11:00 (40分)	コミュニケーションの仕組み	コミュニケーションの仕組みを概念的に理解し、この後の演習に備える(講義)
3	11:00~11:30 (30分)	「聴く」実習①	共感的な聴き方の要点を体験的に学ぶ(講義とロールプレイ)
4	11:30~11:40 (10分)	休憩	
5	11:40~12:30 (50分)	「聴く」実習②	共感的な聴き方の要点を体験的に学ぶ(ロールプレイとディスカッション)
6	12:30~13:30 (50分)	昼休憩	
7	13:30~15:00 (90分)	「伝える」実習	アサーティブな伝え方の要点を体験的に学ぶ(ロールプレイとディスカッション)
8	15:00~15:10 (10分)	休憩	
9	15:10~16:40 (90分)	「たずねる、こたえる」実習	「聴く」実習と「伝える」実習での学びをさらに深める(ロールプレイとディスカッション)
10	16:40~17:00 (20分)	まとめと質疑応答	全体の内容をふりかえり、疑問に思ったことを解消する

3 ファシリテーションスキル

(1) ファシリテーションとは

- ファシリテーションとは、元来「援助促進」という意味であるが、現在では個人やグループの活動や学びを促進するという意味で用いられることが多い
- 人の気づきや変化、成長のために関係的なプロセスに関わる行為のことをファシリテーションと呼ぶこともある

(2) ファシリテーターの行動基準

- ファシリテーションを行う人をファシリテーターというが、ファシリテーターの行動基準（基本姿勢）は、以下の通りである
 - ① 相手中心であること
 - 主体は自分（ファシリテーター）ではなく相手（対象とする個人やグループ）であること
 - 目の前にいる相手の状況（心理的、物理的）を感受性豊かに受け取り、相手のために行動すること
 - ② 個の尊重
 - 人の独自性を認め、1人ひとりのものの見方や感じ方、考え方、言動スタイルの違いを尊重すること
 - ③ 非評価の姿勢
 - 相手を評価的に見ず、あるがままに受容すること
 - ④ 非操作であること
 - 自分が期待する方向に相手を誘導することなく、相手のありたい方向に関心を向けること
 - ⑤ ともにあること
 - 相手と気持ちのレベルで一緒にいること。共感的な存在としていること
- （出典：津村俊充、石田裕久『ファシリテーター・トレーニング第2版』ナカニシヤ出版2010年9頁以下）

(3) ファシリテーターの働きかけ

ファシリテーターの働きかけは、体験学習の循環過程にそって、以下の6つにわけることができる

- ① 気づきの促進
 - 体験から、さまざまなデータを拾い出せるように援助すること（問いかけの例：あなたは何を感じましたか？あなたは何を考えましたか？）
- ② 分かち合いの促進
 - 体験から得たデータを、お互いに報告しあうように援助すること（問いかけの例：気づいたことを、今伝えられる範囲で伝えてみてください）
- ③ 解釈することの促進
 - 個人やグループから出てきたデータの意味を明らかにするよう援助すること（問いかけの例：あなたにとって、それはどのような意味がありましたか？）

④ 一般化することの促進

- データから得られた意味を抽象的概念に発展させることができるように援助すること（問いかけの例：そこには、どんな原理や法則が働いていると思いますか？）

⑤ 応用することの促進

- 一般化（概念化）したことを新しい状況の中で検証できるように援助すること（問いかけの例：どんなふうに他の場面に活かすことができそうですか？）

⑥ 実行することの促進

- 学んだことを日常の生活場面で実行できるように援助すること（問いかけの例：学んだことを日常で実践するために何が必要でしょうか？）

（出典：津村俊充、石田裕久『ファシリテーター・トレーニング第2版』ナカニシヤ出版2010年4頁以下）

Part2

SWOT 分析



SWOT 分析のケース例 1 A 大学の状況（就職支援中心型）

(1) 教育目標

幅広い職業人の養成（就職や他大学の学士・修士・専門職学位課程などへの円滑な進学・編入学を目的とした教育）

(2) 大学の概要

- 所在地：市の中心部（ターミナル駅）から公共交通機関で1時間程度。最寄りの駅から徒歩で20分、スクールバスで10分程度
- 設置者：学校法人（私立大学）
- 学部：人文・社会科学系（3学部）
- 規模：全学部で1学年定員600人（合計2400人）
- 定員充足率：90%
- 設立年：1989（平成元）年
- 偏差値：40～45程度（入学に際し、学力選抜を受けない学生がほとんど）
- 学生出身地域：県内高校卒業者65%、隣県高校卒業者25%、他の地域など10%
- 学生の進路は、就職（民間企業や公務員）する者が75%、不安定就労者や不明が25%程度、最近、就職希望者の就職（内定）率が低下している

(3) 大学の特色

- 大学の意思決定要素としては、経営（理事会）サイドの意向が比較的強い
- 大学は、学生に対する「面倒見の良さ」や「就職内定率」「資格取得者や公務員試験合格者」数を上げることで、保護者や高校の先生へ訴求し、学生を確保しようとしている
- 教学組織はアカデミック中心、キャリア・センターは就職支援中心と、それぞれ役割を分担して学生を支援している。正課の授業は、教員が担当している。教学組織とキャリア・センターの交流はあまり行われておらず、限られた範囲での連携にとどまっている

(4) キャリア・センターの状況

- 就職支援センターを改組・発展させたキャリア・センターが、10年前に開設され、センター長の教員1名と常勤職員3名（課長1名と一般職員2名）、非常勤のキャリア・コンサルタント3名（男性1名、女性2名）で対応している
- キャリア・センターのスタッフのうち、常勤職員1名（一般職員）と非常勤職員3名（全員）が、キャリア・コンサルタントの資格を有している
- キャリア・センターでは、公務員試験対策講座や資格取得対策講座の実施や3年次から4年次にかけて行われる「就職対策」が主である
- 「キャリア教育」は、キャリア・センター主催で、3年生前期と後期に実施されているが、就職対策としての機能が強く、正課科目になっていないため、単位は付与されていない。授業に参加する学生は、就職活動に向けて意欲や危機感をもつ学生が多いが、毎年、参加する学生数

が全体の2割～3割程度にとどまる

- キャリア・センタースタッフの問題意識は、①就職支援やキャリア教育にもっと力を入れないと就職が困難な学生が増えてくるのではないか、②キャリア・センター機能を充実させて、就職支援だけにとどまらないキャリア形成支援の役割を担うべきではないか、③キャリア・センターを利用する学生数を増加させ、自分で就職活動していく職業意識の高い学生に対してだけでなく、問題を抱える層や活動に消極的な学生に対する支援を充実させることが必要ではないか、などである
- キャリア・コンサルタントが果たすことのできる役割や機能が大学側にうまく伝わっていないため、キャリア・コンサルタントの相談のスキルについては、大学経営サイドから、それほど高い評価が得られていない

SWOT 分析のケース例2 B大学の状況（キャリア教育重視型）

(1) 教育目標

幅広い職業人の養成（就職や他大学の学士・修士・専門職学位課程などへの円滑な進学・編入学を目的とした教育）

(2) 大学の概要

- 所在地：市の中心部（ターミナル駅）から公共交通機関で1時間程度。最寄りの駅から徒歩で20分、スクールバスで10分程度
- 設置者：学校法人（私立大学）
- 学部：人文・社会科学系（3学部）
- 規模：全学部で1学年定員600人（合計2400人）
- 定員充足率：90%
- 設立年：1989（平成元）年
- 偏差値：40～45程度（入学に際し、学力選抜を受けない学生がほとんど）
- 学生出身地域：県内高校卒業者65%、隣県高校卒業者25%、他の地域など10%
- 学生の進路は、就職（民間企業や公務員）する者が75%、不安定就労者や不明が25%程度、最近、就職希望者の就職（内定）率が低下している

(3) 大学の特色

- 大学の意思決定については、経営（理事会）サイドの意向と学部教授会の意向とのバランスが取られ、調整される
- 大学は、「少人数制によるきめの細かい教育」や「社会に出てから役に立つ教育」を標榜するとともに、学生に対する「キャリア教育の充実」や「進路指導の充実」を特長にして、保護者や高校の先生へ訴求し、学生を確保しようとしている
- 「キャリア教育」は正課の授業として位置づけられ、1年生から3年生にかけて、各学部の専任教員（または兼任教員）が、それぞれ自分の専門性を生かしたオムニバス形式で実施したり、地域や企業で活躍している人や大学のOB/OGによる講演から学ぶ形式などを中心に実施