

# 「高等教育機関学生に対する コミュニケーション訓練コンテンツ開発業務」

---「コミュニケーション訓練」---

人間交流力を身につけよう！

## 詳細企画書

Rev	年月日	作成者	内容
0	2007.9.21	内田	公募用書き換え

メディア教育開発センター  
特定特任教授 山村、内田

## 目次

1. 概要 .....	1
2. ニーズ分析 .....	2
2.1. 大学卒業生に求められる能力の分析結果 .....	2
2.2. 人間力分析結果とアンケート .....	3
2.2.1. 企業内教育新人教育担当者調査結果 .....	5
2.2.2. 高等教育機関教官調査結果 .....	8
2.2.3. ニーズ定義 .....	9
2.3. ニーズの信頼性 .....	10
2.4. ニーズの根本原因 .....	11
2.5. ニーズの解決方法 .....	11
3. 学習ゴール .....	12
4. 学習対象者 .....	12
5. コンテンツ内容 .....	12
5.1. コンテンツの目的 .....	12
5.2. 搭載システム機能概要 .....	13
5.3. コンテンツ設計とシステム .....	14
5.4. 教材の構造 .....	15
5.5. 学習内容 .....	15
5.6. 本コンテンツ利用による教育コース実施形態案 .....	15
5.7. 学習者前提条件 .....	15
6. 学習方法 .....	16
6.1. 使用メディア .....	16
6.1.1. eラーニングのコンテンツ学習環境 .....	16
6.1.2. eラーニングのコンテンツ提供環境 .....	16
6.2. 学習時間 .....	16
7. コンテンツ構造 .....	16
7.1. 既存教材の有無とコンテンツ開発の必要性 .....	17
7.2. 利用可能な素材と著作権処理方法 .....	17
7.3. 撮影について .....	17
7.4. 使用する関連教材 .....	17
8. 評価方法 .....	18
8.1. 学習者の修得度評価 .....	18
8.2. コンテンツの評価 .....	18
8.3. 教育結果の評価 .....	18
9. 制作プロジェクト計画 .....	18
9.1. プロジェクト体制、日程 .....	18
9.2. バージョン管理方法 .....	18

10. 制作コスト .....	19
-----------------	----

## 1. 概要

項目	内容
タイトル名	「コミュニケーション訓練」 人間交流力を身につけよう！
教育ゴール	明確な目的を達成するための会話を対面で行うことができるようになる。また、本コンテンツにより、コミュニケーション訓練を継続的に行えるようになる。
対象者	高等教育機関の学生。企業の新入社員
受講前提条件	高等教育機関の学生としての基本を身に付けていること
学習目標数	61 項目
使用メディア	WEB (eラーニング)
学習支援方法	別途企画する
学習時間	約 120 分 (コンテンツの単純延べ動作時間) 受講者は、受講項目を選択して実施 (通常約1時間以内の学習)
コンテンツ構造	以下のように分割したコンテンツとする。 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 大学生活におけるコミュニケーション</li><li>・ 就職面接におけるコミュニケーション</li><li>・ 職場におけるコミュニケーション</li><li>・ 話し方の基本チェック</li></ul>
既存資料・関連教材	色々な関連資料はあるが、学習の中では直接は利用しない
評価方法	学習者の自己レベルチェックを開始時と終了時におこなうことにより評価する。なお、自己レベルチェックは、それ単体でも利用できるようにする。
制作期間	約3ヶ月
制作プロジェクトリーダー	公募にて決定
制作コスト	公募にて提案された見積とする (見積は予算内)

## 2. ニーズ分析

独立行政法人メディア教育開発センター(以下NIMEと記述:敬称略)のミッションの一つは高等教育機関の支援である。その支援のための活動の一つとして「大学卒業生に求められる能力に関する研究とシステム化」プロジェクトを進めている。その研究の中で、大学卒業生に対する能力として、企業の人や大学の教員からコミュニケーション能力向上が要求されていることが判明した。

ここで要求されているコミュニケーション能力は「情報等を体系的に相手に伝えるプレゼンテーション」「ある目的を達成するために個人間、個人と組織間、組織同士で行われるもの」である。

また、コミュニケーションのメディアとしては、「フェイス to フェイスによる会話」「文書」「eメール」「電話」などがある。

大学生が就職してすぐに対面するのは「仕事という目的を達成するための、フェイスtoフェイスのコミュニケーション」である。仲間同士で「明確な目的のない会話」をすることは得意な大学生、大学卒業生であっても、仲間とは異なる上司や客と「明確な目的を達成するための会話」をフェイスtoフェイスで実施する訓練をしてから社会にでることが求められている。

### 2.1. 大学卒業生に求められる能力の分析結果

大学等卒業生に求められるべきコンピテンシー(あるいは人材像)については、今までにも文部科学省、経済産業省、総務省あるいは経済団体連合会などにより種々の検討がなされ数多くの報告・提言がなされている。又、各企業からも年々数多くの問題点の指摘がなされてきた。本プロジェクトを担当することになった3名の特定特任教授はいずれも大手電機メーカー(IT系)で長年にわたり企業内教育に携わってきており、本テーマの持つ問題の重要性について共通認識を持っていた。共通の問題意識とは次の5点であった。

- ① 企業側から見るコンピテンシー・ギャップが年々拡大しているのではないか。
- ② 技術的なギャップのみならず人間的な側面(人間力)でのギャップも拡大しているのではないか。
- ③ 今までの問題指摘や各種の報告はいずれも総論的であり、具体的な教育プログラムまでブレイクダウンされていないこと。
- ④ 早急に手を打たねばならないこと。
- ⑤ 大学等の在学生のみならず入社後数年の企業人も対象にすべきこと。(継続教育の観点から)

そこで、NIME の内部において種々のディスカッションを行うと共に、一部企業へのヒアリングも加えて、ギャップアナリシスを行った。その結果、図 1 大学卒業生に求められる能力 に示す通り、344項目にわたる項目が抽出された。その内訳は以下の通りとなった。

- ①「人間力系」 35項目
- ②「ビジネス共通スキル系」 71項目
- ③「管理・事務専門スキル系」 49項目
- ④「技術専門スキル系」 152項目
- ⑤「ビジネス専門スキル系」 37項目

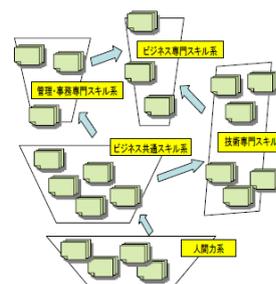


図 1 大学卒業生に求められる能力

尚、今回の分析は大手電機製造業(IT 系企業)のニーズをベースにして行ったので、他業界・業種については次年度以降のプロジェクトとなる。

## 2.2. 人間力分析結果とアンケート

分析された人間力関係の項目とその web でのアンケートの結果出力は以下ようになる。なお、H-0-1 などの番号は、分析の都合上任意につけた分類番号である。アンケートは企業内教育を現在担当している方を中心に企業内教育に関係している高等教育機関の教授等を含む 23 人に対して、プロジェクトの目的、考え方を説明してから実施してもらった。回答は各項目に対して 1:まったく必要ない、4:絶対に必要として数値を 4 段階で入力してもらった。



## 2.2.1. 企業内教育新人教育担当者調査結果

「コミュニケーションに関してどのような点が問題であるのか、あるいは、どのようなときに問題がでるのか？」という問いに対して、ある情報系大企業の新入社員教育担当者からのメールの回答などを以下に示す。

### 1. 生身の人間との会話が苦手

(ITを介したやり取りでは、スキル上は長けている)

実際に顔を合わせると相手の顔色を伺って発言を躊躇します。  
相手が怒り出したり、不快な表情をするのに耐えられないようです。  
これはあらゆる場面で発生します。

しかし、メールや携帯、ブログやチャットでは別です。  
相手の表情が見えず、声が聞こえない、要するに自らの身体的危険性が一切ないので安心して相手に暴言を吐きます。

彼らは面と向かって発言するよりも軽々しく文字にしますが、  
受け取った相手の手元には逆にずっと残ってしまい、状況を余計に複雑にします。  
お互いの顔が見えないので際限のない、度を越えた暴言合戦にエスカレートします。  
昔のように文字に残ってしまうので、酒の席のたわ言とは済まされません。

また、自分たちをテレビゲームのキャラクターに置き換えて考えたり、表現する人たちも増えてきています。

例えば「パワーが5、スキルが3だが、健康状態は10だから、まだ戦えるけどあまり当てにしないでほしい」などそのゲームを知っている当事者同士でよく盛り上がっています。

うまくいく時もありますが、あいつは×××(弱いキャラクター)だから駄目だ、使えないなどというように対象者がある共通の物差し、範疇にはめて話を進めると例えられた当事者はたまったものではありません、真実の姿よりもキャラクターの姿が彼自身になってしまう、要するに偏見でしょうか。

これは、1対1の直接の対話の訓練が為されていないため、相手の感情や考え方、感じ方等を捉えることができないことが原因だといえる。ゲームの例では、話し相手を考えて、相手の立場に立って会話をする事ができていない。

1対1の会話における、相手の表情やしぐさ、言葉のトーン等を捉えて、相手の考えや相手の状態をおもんばかる能力の訓練が必要である。また、相手に合わせた例えや話し方等を選択する方法も訓練する必要がある。

2. 味方と敵に即座に分類して、味方とは深く、仲良く、敵は浅く、無関心  
(味方になれば徹底的に深く付き合える)

今回の XXXX では 10 クラスありましたが、同じ屋根の下で 4 ヶ月過ごしても、親睦が深まったのは同じクラスのメンバー同士で、壁一枚、隣のクラスでも、違うクラスとは交流の場が広がりませんでした。これは私たちも予想外でした。

例えば、各クラスに中心人物がいて、リーダーシップ、要するに影響力を行使するらしく、「俺は残業が嫌いだ」「あの授業は面白くないから真面目に受講しない」などと言うと、クラスの多くはそれに従うわけです。

もちろん、それは間違いだと思っても、訴えてくるのはクラス担任との週報の文面上で、自らが先頭に立って戦おうとはしません。クラスの中で仲間外れ、真面目君とレッテルを貼られる、要するに孤立するのが嫌なようです。

これだと、リーダーが良い新人ならば全く問題ないのですが、ただ単に声が大きく皆に悪影響を与えるような新人だと、一瞬にしてクラス全体の雰囲気こそちらへ流れて修正が効かなくなるわけです。

これも集団行動が必要なあらゆる場面で、影響が出ています。皆、個人ワークならば真面目でよくやります。一対一で話すと、皆素直に言うことをよく聞きます。

集団が駄目です。チームワークも大切ですが皆が個を失くして集団心理のごとく悪い方向へ向かいます。

この問題は 1 対多数でのコミュニケーション能力の不足をあらわしている。

また、議論と人格攻撃の違いを理解していないことを示している。相手のいうことがおかしいと考えたときに、それを指摘して議論し、状況を良い方向に向けていくことが議論だが、相手の言うことに反対を言われると、人格攻撃を受けたと感じてしまう状態である。

声の大きなものの言うことが通ってしまうのではなく、多数の中で、各々が自由に議論できるように全員を訓練していく必要がある。

3. ナルシスト(自己愛)が強すぎるので、悪いことは他人のせいにしてしまう。  
(自分をとても大切にしているということ)

まず他人のせいになります。

遅刻したのは電車が遅れたからだ、⇒ギリギリに予定を組むのが悪い

講義についていけないのは講師が悪い、⇒予習復習をしないのが悪い

体調を崩したのはタイトなスケジュールのせいだ、⇒飲み会ばかりやっているのが悪い

万事こんな状況ですから、とても指導するのが困難です。全て領けとはいいませんが、全てにおいて理屈っぽく自己弁護を図ります。よって、講師、職場の上司、先輩も彼らに愛情を注げなくなっています。しばらくは耐えていても、彼らも人間です、可愛くない後輩を見放します。

先輩たちもほぼ同じ状況です。ですから後輩が育ちません。

職場感覚では2000年くらいを境に、入社してくる新人の気質が大きく変わったという意見が多いです。

分析をしたわけではありませんが、物心ついた時(中学・高校)にバブルが既に崩壊していたので、その影響も多分にあるかもしれません。

コミュニケーションとは、相手と自分のキャッチボールであり、自分のためにだけするのではないことが理解されていない。自分のためになった会話とは相手が自分のサービスしてくれたのであり、相手は負担を負っていること、自分が負担を感じた場合は相手にサービスしているということが、入り混じっておこなわれるのが会話であることを理解させる必要がある。

他者弁護は実施してよいが、自己弁護は何も成果を出さないこと、失敗しても前向きに対応を考えていくことが必要であるということを体験できる訓練が必要である。

### 2.2.2. 高等教育機関教官調査結果

「大学内の学習に関連する言葉によるコミュニケーション」の問題点について、高等教育機関の教官からの情報を以下に示す。

#### 1. 自分の意志の表明

会話の事例：

生徒：先生、成績どうですか？

教員：何の成績の、何を知りたいの？

生徒：えーっと、なんとか計画法の、成績が不可になってたんですけど。

教員：なんとか計画法って、いくつか種類あるけど、何の計画法？

それに、不可になってたんなら、成績は不可なんじゃない？

生徒：えーっと、計画法は水曜の2限に先生の授業の計画法なんですけど。

やっぱり不可ですか。何ですか？何とかありませんか？

教員：ところで、君、誰？

生徒：あ！ ○○工学科の20○○○ △□です。

教員：つまり君は、

教育訓練計画の成績が不可になったので、その原因を知りたくて、可能であれば、補講などの方法で単位を取得したいので、その方法を知りたい。ということなんだね。

生徒：はい。そうです。

こんな具合で、教員が学生が考えていることを引き出して、整理しなければなりません。

つまり学生は、

(1) 自分が相手にしてほしいことを整理できない

(2) 伝えられない

という状況があるように感じます。

状況を正しく分析し、相手に合わせて、相手がわかりやすいように説明する能力がないことがわかる。状況を論理的に整理して、相手に合わせた伝え方を修得する必要があることがわかる。

2. 相手の意志の認識

前項の原因にもなるのですが、

- ・ 相手が何を知っていて何を知らないのかを想像できない、あるいは、想像することが必要だと考えていない。
- ・ 自分が話していることが相手の頭の中でどのように再構成されているかを想像できない、あるいは、想像することが必要だと考えていない。

前項の学生はたぶん、教員が自分のことを知っていて、自分がその授業を落としていることとその原因を「記憶」していると考えているのだらうと思います。

現実には 240 名の学生を相手にして、一人ひとりの顔や成績など覚えているわけではないのですが(覚えてるよと怒られるかもしれませんが...), そうした状況に思いが及ばないのだらうと想像しています。

この例からは、相手のことを客観的に考えることができる能力を訓練する必要があることがわかる。

3. 自分と相手の意志のネゴシエーション

上記の二つができないので、自分自身では意見調整ができない。  
相手が配慮してくれれば、それにのっかって意見調整できる。

議論の目的である意見の調整ということと、議論の方法そのものについて訓練する必要がある。

### 2.2.3. ニーズ定義

企業内教育新人教育担当者と高等教育機関教官の挙げた事例から出てくるニーズは以下のよう  
にまとめることができる。

表 2 目的による分類

項番	目的	重要度
1	個人間の付き合い等での明確な目的のない会話	低
2	情報等を体系的に相手に伝えるプレゼンテーション	中
3	ある目的を達成するために個人間、個人と組織間、組織同士で行われるもの	高

表 3 メディアによる分類

項番	メディア	方法	重要度
1	文章	読む・書く	高
2	フェイス to フェイス	聞く・話す	高
3	放送	テレビ・インターネット	低

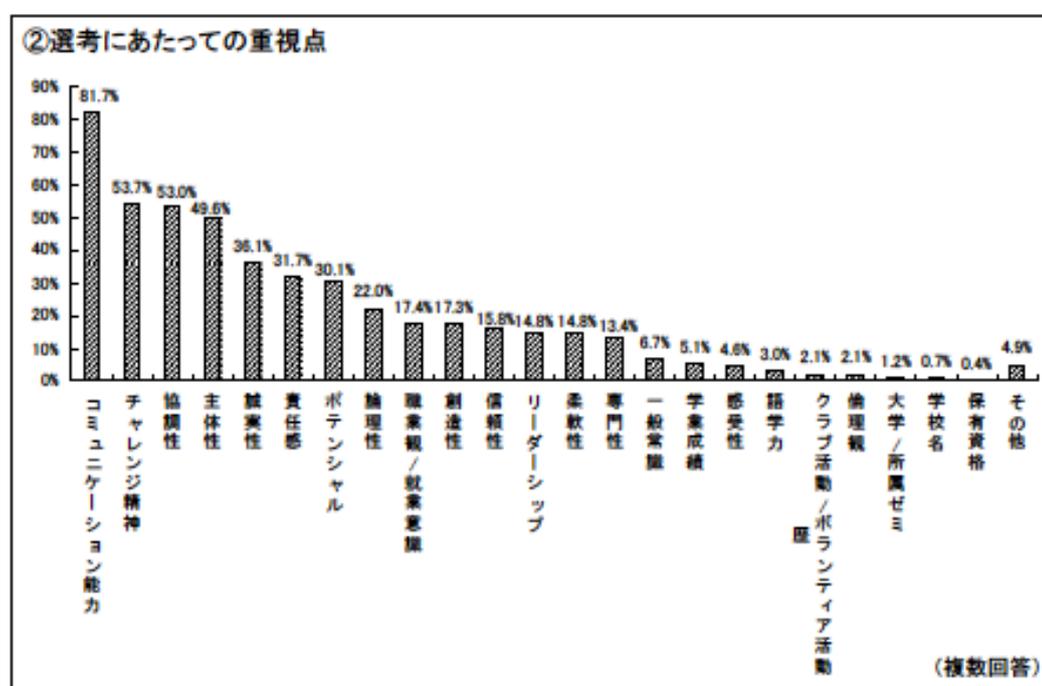
重要度は、大学生が卒業して企業に入って、社会に貢献するときに、必要かどうかで決定した。基本的には、全ての項目が重要ではあるが、今回のコンテンツに関しては、目的は、表 2 の項番3の「ある目的を達成するために個人間、個人と組織間、組織同士で行われるもの」とし、メディアは、表 3 項番2の「フェイス to フェイス」を対象とすることとした。

### 2.3. ニーズの信頼性

人間力アンケートの回答者は 23 名であり、上記にあげた企業内教育担当者と高等教育機関教官の意見は各々1名から提出してもらった事例である。

これ以外にすでに発表されている情報として、日本経団連発表の「2006 年度 新卒者採用に関するアンケート調査結果がある。この中で、図 2 新卒者採用の選考にあたっての重視点を見ると、その1位は「コミュニケーション能力」である。

図 2 新卒者採用の選考にあたっての重視点



また、Google で「コミュニケーション教育」で検索すると 85,700 件がヒットする。この結果からみても、コミュニケーションについてのニーズが強いことがわかる。関連する幾つかのサイトを紹介する。

日本コミュニケーション学会

<http://www.caj1971.com/>

コミュニケーションの研究、その普及等について推進している。

自分戦略研究所 エンジニアは日々現場で学ぶ

<http://jibun.atmarkit.co.jp/lskill01/rensai/devgenba07/devgenba01.html>

このサイトでは、プロジェクト実施上で如何にコミュニケーションが重要か、コミュニケーションの向上事例を紹介している。

日本食育コミュニケーション協会

<http://www.e-shokuiku.net/index.html>

ここでは、食事とコミュニケーションの関係の重要性と、その教育等について説明している。

これ以外にも、たくさんのコミュニケーション教育提供会社のホームページや国際コミュニケーション教育等の関連サイトがある。このような現状を考えるとコミュニケーション教育へのニーズは確実にあることがわかる。

#### 2.4. ニーズの根本原因

ニーズの根本には、家庭や学校教育等が複雑に組み合わさっていると思われる。高等教育を含む学校教育や企業内教育の改善だけで対応できるような問題ではない。

考えられる根本原因を簡単に羅列してみると以下ようになる。

- 家族内のコミュニケーションの減少(核家族化、共働き)
- 学校教育での知識教育への偏重とコミュニケーション教育の欠如
- 地域での子供同士の遊びの減少
- 地域社会の連帯の希薄化
- ゲーム、パソコンの普及
- 読書の減少
- その他

これらの根本原因をひとつの方法で解けるものではないが、色々な施策を実施して複合的に解決していく必要がある。

#### 2.5. ニーズの解決方法

上記の根本原因の対策には、さまざまなレベル、方向からのアプローチが必要であり、ひとつの組織だけでできるようなものではない。各組織等が自分でできる対策を実施していくことが必要である。

NIME のミッションを考慮すると、NIME が提供すべき解決策は、以下ようになる。

コミュニケーションの学習には、「コミュニケーション理論」等の知識の学習と実際のコミュニケーション技術を高める「訓練」がある。現在の高等教育機関の学生全員に「理論」を学習するように動機付けさせることは、難しいと考える。

しかし、学生は就職面接等で「目的を持ったフェイス to フェイス」の会話を否応なく経験することになる。この点をコミュニケーション学習の意欲向上の契機と考え、「目的を持ったフェイス to フェイスコミュニケーション訓練」を実施することが可能と考える。

全国の高等教育機関の学生に「コミュニケーション訓練」を提供するためにはeラーニング化が必要であり、eラーニングコンテンツ制作と提供は、NIME 以外では実施できないと考える。

このような訓練の提供を行うことで、高等教育機関をはじめ様々な組織で基本的なコミュニケーション能力向上訓練を実施することができ、それが社会の発展、充実に結びついていくと考える。

### 3. 学習ゴール

本コンテンツにより学習すると以下のようなことができるようになる。

「明確な目的を達成するための会話を対面で行うことができるようになる。また、本コンテンツにより、コミュニケーション訓練を継続的に進められるようになる。」

### 4. 学習対象者

- ・大学在籍者 280万人
- ・企業内教育新入社員教育 50万人～100万人

初年度は、幾つかの大学と企業に実施を依頼してその結果を評価し、報告することを目指す。そのため初年度は100名程度以上の受講者を確保する。次年度以降は、上記の普及を図り10%以上の人の受講を目指す。

## 5. コンテンツ内容

### 5.1. コンテンツの目的

「高等教育機関学生に対するコミュニケーション訓練コンテンツ」の目的は、大学生とその卒業生に「明確な目的を達成するためのコミュニケーションを対面で行う能力」を与える学習訓練を提供することである。

対象は、全国の高等教育機関に在籍する大学生、大学院生と卒業直後の新入社員という大量な人員である。

また、コミュニケーションについては、さまざまな理論等があるが、本コンテンツの目的は、そのような理論を教えるのではなく、「コミュニケーションの実践力を身につけることができる実際の会話の場を体験し、それを自分で客観的に分析できる」ことである。

訓練で体験できる会話としては、大学内での学習場面や生活場面でのコミュニケーション訓練について提供する。また、就職して職場で経験する「指示を受けて、その内容を確認する」「報告する」「連絡する」「相談する」などをコンテンツとして提供する。大学生の興味と学習意欲高揚のため、大学生が対応する就職面接での会話の訓練についても提供する。

「高等教育機関学生に対するコミュニケーション訓練コンテンツ」開発では、このような会話の場面と、学習者の応答状況を学習者自身が客観的に分析するための観点とその観点の説明を作成する。

(参考: 以下は原田昭治、九州工業大学「読書による情報収集と実践に基づくコミュニケーションスキル強化の具体的提案」工学教育 2007/1 Vol. 55 no. 1, P17 社団法人日本工学教育協会、からの引用である)

「若者たちは世代間コミュニケーションの訓練不足のため、面と向かって目を見て話すことが苦手になりつつある。学生たちは、就職シーズンになると、面接試験のために必死で訓練しているようすであるが、友達以外の他人と正しく話し、我が意を伝えることの難しさを実感するまたとない機会、まさに面接試験様々である。」

## 5.2. 搭載システム機能概要

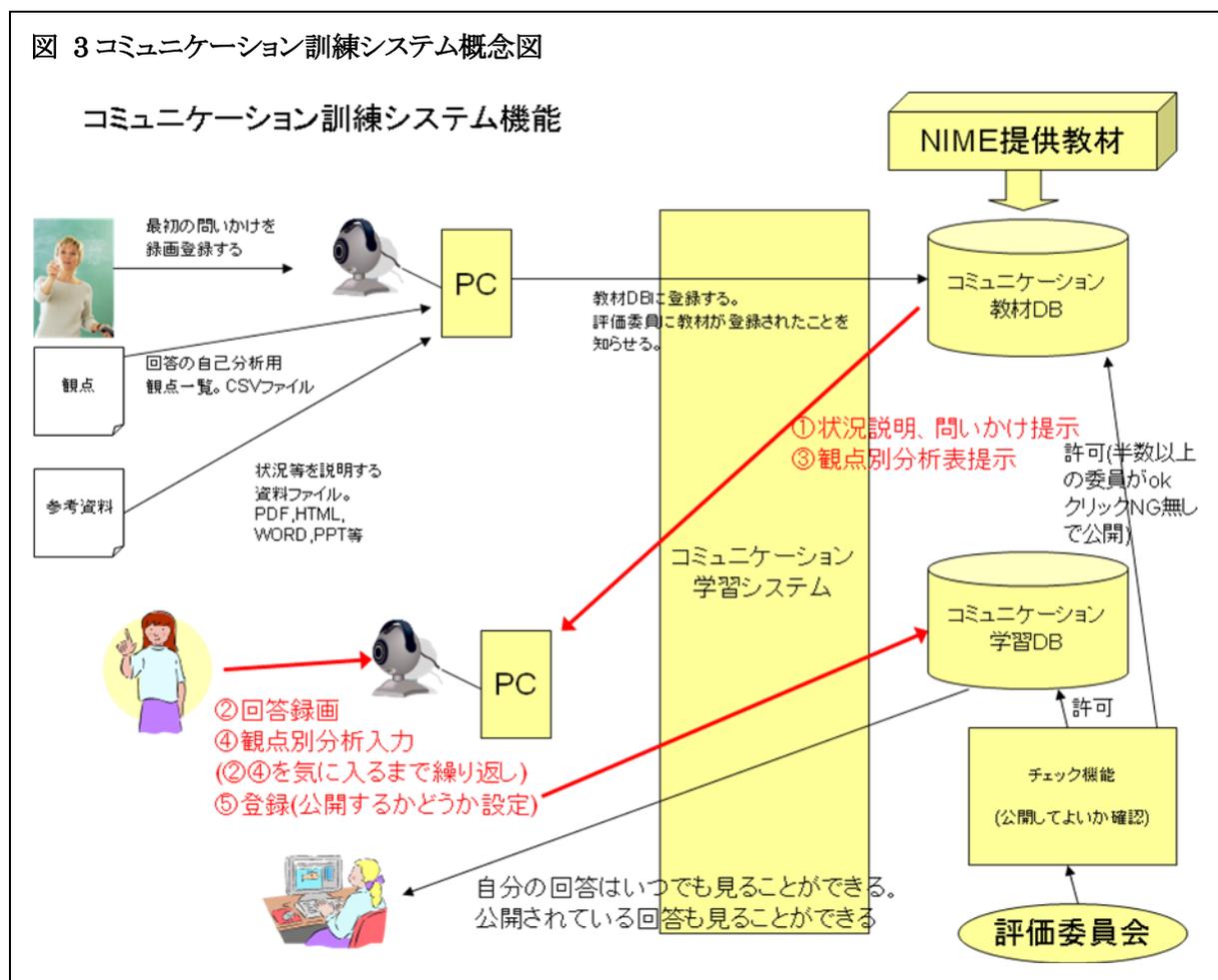


図 3 は、コミュニケーション訓練システム概念図である。詳細については、「高等教育機関学生に対するコミュニケーション訓練コンテンツ開発」と並行して決定する。

なお、本コミュニケーション訓練システムは NIME が提供するCLAD(<http://clad.nime.ac.jp/>)の学習コースとして搭載される。

学習機能としては、

- ① 状況説明、問いかけ提示がコミュニケーション教材 DB から提示される。問いかけは、面接者等が学習者にある質問や指示をする。
- ② 学習者は自分の PC に向かい回答を口頭で行う。この時に、態度等も注意して行う。
- ③ 学習者は自分の回答画面を再生して、その結果を観点別に評価し、その結果を入力する。
- ④ 自分が納得できるまで上記の②と③を繰り返す。
- ⑤ 自分が納得できる回答ができたとき、学習結果(最終的な回答の動画と観点別評価結果)を登録する。登録は公開か単なる登録かを選択できる。

- ⑥ 登録された学習結果は学習 DB に記録され、いつでも見直すことができる。公開指定で登録した場合で、指導教員等から許可が出たものは、他の人もその結果を見ることができる。

「高等教育機関学生に対するコミュニケーション訓練コンテンツ開発」では、①で提示される状況説明と問いかけの作成、③の観点別チェックリストの提示、そのチェックリストの各項目の説明コンテンツの制作を行う。制作されたものは「図 3 コミュニケーション訓練システム概念図」に示す教材 DB に NIME 提供コンテンツとして登録される。

なお、コミュニケーション訓練を実施する組織、講師等が独自の教材を登録できる機能も付いている。

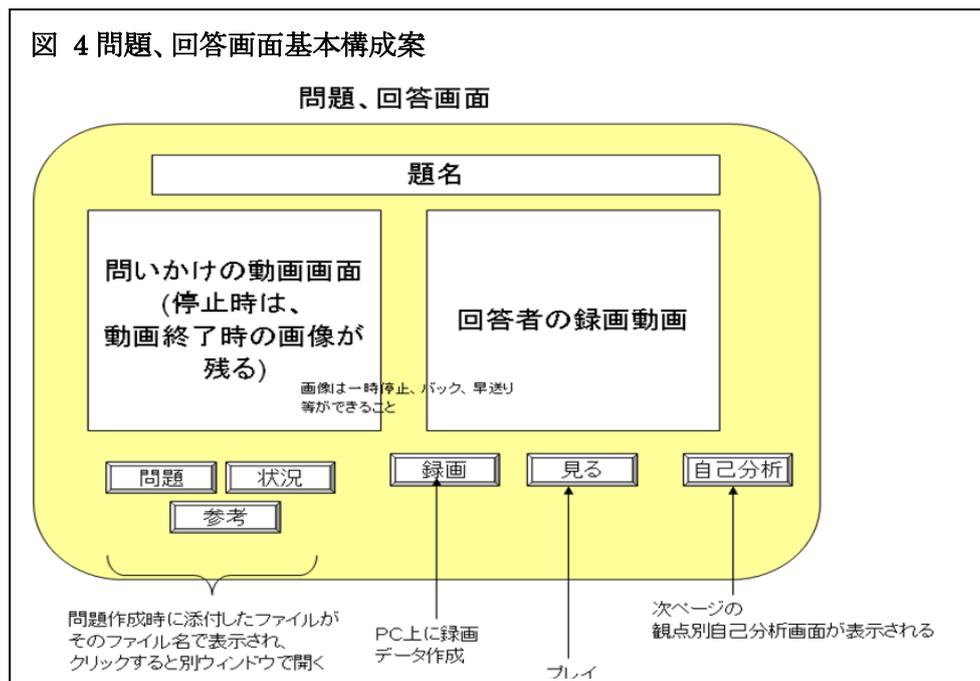


図 4 に問題、回答画面の基本的構成案を提示する。システムの機能は本公募とは別に開発するが、このような画面については本公募の作業の中でデザインする。デザインしなければならないシステムの画面としては次のようなものがある。

- コミュニケーション訓練の説明画面
- コミュニケーション訓練の操作方法説明画面
- コミュニケーション訓練を活用した学習方法の説明画面
- 自己分析画面
- 課題選択画面
- その他学習者に係る画面

### 5.3. コンテンツ設計とシステム

本コンテンツを設計するにあたり、システム開発部署と密接に連絡を取り合う。コンテンツからみて、システム機能の変更追加が必要な場合は、その都度、協議する。

#### 5.4. 教材の構造

以下のように3種類の場面別と話し方の基本で構成

- 大学生活におけるコミュニケーション
- 就職面接におけるコミュニケーション
- 職場におけるコミュニケーション
- 話し方の基本チェック

#### 5.5. 学習内容

コミュニケーション教材一覧.xls を参照。

#### 5.6. 本コンテンツ利用による教育コース実施形態案

本コミュニケーション訓練の活用方法は、訓練実施者と学習者にゆだねられる。効果的な訓練ができるなら、どのような利用方法でもよい。開発時に想定しておく利用形態としては以下のようなものである。

- 教育担当者(例えば大学の就職担当者)が一つまたは複数の問題を選択し、複数の学習者で構成されるグループに対し利用する。ひとつの問題を各自に実施させ、それをグループで討議し、よいところを皆で吸収し、悪いところをなおしていく。教育担当者はそのグループワークを支援する。
- 学習者が自学自習で学習する。ただし、自学自習の前にグループ学習でいくつかの課題を実施しておき、残りを各自で自学自習することが望ましい。
- 教育担当者や学習者自身が問題を作成し、それを他の人に提供したり、その問題に答えた人に支援を与える。
- その他、利用者の自由な利用

学習者としては、高等教育機関の学生と卒業したての人であるが、ここでいう教育担当は大学の就職担当者やゼミ等の指導教官、企業の採用担当者や新人教育担当者が考えられる。

#### 5.7. 学習者前提条件

高等教育機関在籍の学生であることが前提である。

コンテンツの説明レベル、事例のレベルは高等教育機関在籍の学生を前提とする。ただし、先生等の適切な指導(そのレベルに合った事例を追加する、やさしい説明を加える等)が付くことが望ましい。

## 6. 学習方法

### 6.1. 使用メディア

使用メディアとしては、大量な人員への教育であること、いつ学習してもよいことなどから以下のメディアを利用する。

WEB: サーバに学習コンテンツを置き、インターネットを介してブラウザでコンテンツにアクセスして学習する。学習記録や学習者の記述データはサーバに記録され、学習者はいつでもそれを見ることが出来る。また、指導者も学習者の記述データにアクセスすることができ、指導に役立てることができる。

使用する素材の仕様は以下とする。なお、本仕様は、公募採択者との協議で変更することが可能である。

- ・教材の素材は、HTML で作成し、それに WMV あるいは Flash の動画を埋め込む
- ・WMV あるいは Flash のサイズは、320\*240px の 256Kbps とする
- ・画像形式は、写真の場合は JPEG、それ以外は、PNG あるいは GIF とする

#### 6.1.1. e ラーニングのコンテンツ学習環境

学習者のパソコンには次の機能があること。

- 高速回線アクセス(1Mbps 以上の帯域が確保されている回線)でインターネットに接続されていること
- マルチメディア機能(音声、動画)がスムーズに動作するハードウェアであること
- PentiumIV以上相当の CPU および空き物理メモリが 256MB 以上確保されていること
- 最新の FLASH プラグイン (V8.0 以上)、MS Media Player(マイクロソフト社の商標です)がインストールしてあること (V9.0 以上)
- カメラ、マイク、ヘッドフォンあるいはスピーカが使えること
- モニタの解像度が 1024\*768 の High Color(16bit) 以上で表示可能
- OS は Windows XP (SP2) で、ブラウザは Internet Explorer6 とする

#### 6.1.2. e ラーニングのコンテンツ提供環境

NIME の提供する LMS で提供する。仕様は NIME LMS 仕様書を参照。また、NIME LMS コンテンツの事例としては「情緒力」を参照のこと。

### 6.2. 学習時間

- コンテンツナレーション時間は延べ約 2 時間となる予定である。
- 受講者は、場面別に自由に学習する項目を選んで実施(1回の学習は1時間以内)

## 7. コンテンツ構造

次の学習活動を可能とする教材とする。

- 課題を動画で提供

- 回答の動画を自分のパソコンに保存
- その記録を呼び出し、自己チェックが可能
- サーバに回答を送信
- 学習履歴がサーバに記録される
- 自分の回答はいつでも閲覧可能
- 公開されている回答も閲覧可能

### 7.1. 既存教材の有無とコンテンツ開発の必要性

「コミュニケーション」に関してさまざまな本や教育が存在するが、大学生のための訓練教材はない。そのため、新規に教育コンテンツを開発すると決定した。

### 7.2. 利用可能な素材と著作権処理方法

- 素材は全て新規に作成することとする
- 写真等については、手持ちのものか、著作権フリーで利用できる政府関連組織の発行しているもの等を利用する

### 7.3. 撮影について

制作者は動画撮影については、NIME のスタジオ、撮影スタッフを無料で利用することが可能である。提供できるものは、以下である。詳細は撮影時に打ち合わせて決定する。なお、制作者が別途撮影できる場合は NIME を利用する必要はない。

- NIME 撮影スタジオを利用できる
- NIME 撮影スタッフ(撮影技師であり、ディレクタや出演者は制作者手配)が利用できる
- NIME 撮影スタジオの利用できるのは 2 日間程度である。事前にスタジオの空いている日時に予約を入れる必要がある。予定が詰まっている場合は利用できない。
- NIME の特定特任教授山村、内田が監修者として撮影に立ち会う。
- NIME の特定特任教授山村、内田は面接評価者等のセリフのない役として出演することも可能である。
- 机や椅子などの簡単な小道具は NIME で提供可能である。
- 撮影した動画は、MiniDV テープなどで提供可能である。必要な提供メディアについては、制作者と打ち合わせて決定する。

### 7.4. 使用する関連教材

使用しない。

## 8. 評価方法

### 8.1. 学習者の修得度評価

学習者の習得度チェックは、学習者自身のスキルチェックでおこなう。

### 8.2. コンテンツの評価

コンテンツの形成的評価は、次の二つの方法でおこなう。

- 大学生を被試験者として雇用し、その学習状況を分析しておこなう
- 企業内教育担当者、学会、高等教育機関の教官、その他学識経験者への試験コンテンツの提示とアンケート実施

この評価結果から、コンテンツの修正をおこなうと共に、学習指導方法を含む教育実施方法を決定する。

### 8.3. 教育結果の評価

#### ①評価者

受講者による評価

教育受講直後のアンケート調査

- 教育受講後半年後のアンケート調査
- 一年後の再受講によるコンピテンシーチェック

指導教授、企業上司による評価

- 受講3ヶ月後、9ヶ月後

#### ②評価項目

「コミュニケーション力」受講後どのような変化があったか。行動に変化が出たかなど

- スキルチェック結果の分析

#### ③評価基準

別途評価事例を作成してそれをベースに評価する

## 9. 制作プロジェクト計画

### 9.1. プロジェクト体制、日程

2008. 1. 31 完成を目指し、制作者がプロジェクト体制図、日程管理表を作成する。

### 9.2. バージョン管理方法

コンテンツバージョンを統一的に専任者が管理し、必要時にその管理データはNIMEから確認できること。

## 10. 制作コスト

制作コストについては、公募応募者が見積もりを行う。NIMEの予算内の見積もりの応募の中から、技術審査をパスしたものが選択される。

以上