

コミュニケーション能力の構造に対する認識の相違 —企業と大学生によるコミュニケーション能力評価の結果をもとに—

町 田 佳世子

札幌市立大学デザイン学部

抄録：コミュニケーション能力は複数の側面から成る複合的な能力である。本研究はコミュニケーション能力の構造に対する企業と大学生の認識の違いを明らかにすることを目的としている。企業は採用する大学生のコミュニケーション能力に必ずしも満足していない一方で、大学生は自分たちのコミュニケーション能力にそれほど不足感を持っていないことが報告されてきた。この不一致の背景には、企業と大学生それぞれが持つコミュニケーション能力構造についての認識の相違があると本研究は想定している。その相違を明らかにするために、大学生 698 名と企業 188 社から得たコミュニケーション能力評価の調査結果を因子分析した。その結果、企業は、自らの意見や気持ちを適切に表現する能力と他者の気持ちを察する能力は強く関連していると考えていること、その一方で大学生は、それらはコミュニケーション能力の異なる側面を構成すると考えていることが示された。また大学生は社交性をコミュニケーション能力の一側面と捉えているが、企業はそのように考えていないことも見出せた。

キーワード：コミュニケーション能力の構造、企業、認識の違い、社交性、相手志向、表出

Perception gaps between businesspeople and university students regarding what constitutes communication competence

Kayoko Machida

School of Design, Sapporo City University

Abstract: Communication competence is a complex concept comprising various components. This study aims to articulate the perception gap of communication competence between businesspeople and university students. It has been pointed out that leaders and managers of companies are unsatisfied with the communicative competence of university graduates, while university students do not similarly worry about their competence. Behind this incongruity, this study assumes that each party has a different understanding of what constitutes communication competence. To clarify the difference, a factor analysis was conducted on the data collected from 698 university students and 188 companies. The result indicated that companies perceive that an ability to adequately express one's opinions or feelings is highly correlated to an ability to understand and read others' feelings, while university students see these two as unrelated. The result also revealed that sociability is a component of communicative competence for university students, although companies do not consider it so.
Keywords: Components of communication competence, Businesspeople, Perception gap, Sociability, Other orientation, Expressiveness

1. 緒言

コミュニケーション能力は複数の側面からなる複合的な概念である。言語・非言語による表出や解読、相手や状況の察知や理解はもとより、自己抑制や共感、さらには社交性、他者に対する思いやり、挨拶などの対人行動、また上下関係管理のような文化に特有な側面を含めることもできる¹⁻⁷⁾。それゆえにコミュニケーション能力の捉え方は人によって異なり、コミュニケーション能力の豊かさや高さを論じるとき、どの諸側面を評価するのが適切かの判断も異なる。

これまで多くの調査や研究が、企業や社会がコミュニケーション能力を重視していること、そして大学生を採用しようとする企業は大学生のコミュニケーション能力が十分ではないと考え、大学生自身はそれほど不足感を持っていないことを報告してきた⁸⁻¹⁴⁾。町田(2012, 2013)は、2011年～2012年にかけて北海道の企業と大学生を対象に、企業と大学生の間のコミュニケーション能力評価の違いの有無、違いがあるとすればコミュニケーション能力のどの側面に不足感の差が大きく現れているかを調べた¹²⁾¹³⁾。その結果、能力評価には違いがあり、かつ多くの能力要素において大学生の自己評価が企業の若手社員評価に比べて有意に高いことがわかった¹⁾。評価の差を、よくできているとだいたいできていると回答した人数の割合を合算した数字で示すと、差が大きかったのは、相手の気持ちを察する(大学生の66.5%がよく・だいたいできていると回答、企業の17.4%がよく・だいたいできていると回答)、相手の立場に立って考える(大学生58.6% 企業10.5%)、しぐさや表情から相手の感情をくみとる(大学生67.5% 企業11.6%)、相手や状況に応じて表現を選んで話す(大学生64.8% 企業15.3%)など、相手の内面を想像し、それに応じるという心的活動に関する項目であった。一方、評価において有意な差はあってもその差が小さいもの、あるいは有意差のない項目もあった。それらは、社交性と表出・発信に関わる項目で、人見知りせず積極的に人とかわる(大学生32.5% 企業22.6%)、誰とでもうまくやっていくことができる(大学生35.4% 企業26.3%)、自分の意見や考えをわかりやすく相手に伝える(大学生28.9% 企業14.2%)、自分の感情や気持ちをうまく伝える(大学生26.6% 企業12.1%)などであった。これら

の評価の差が小さかったのは、企業ができていないと評価したからではなく、大学生の自己評価が低かったためである。

大学生の6割以上が相手の気持ちを察することができる一方、それができていると考える企業はわずか2割弱しかないという大きな違いの背景には、企業と大学生それぞれでコミュニケーション能力の捉え方が異なり、それゆえ、能力諸要素のうち何がコミュニケーションにとってより重要なものかの判断も異なるからではないかと考えた。しかし町田(2012, 2013)では、どのようなコミュニケーション能力要素に不足感(できていない・できていない)の違いがあるのかを見出すことが主な目的であったことから、それぞれの項目の評価結果を比較することに留まり、それぞれの能力要素間の関連や、能力評価の違いの背景にある企業と大学生のコミュニケーション能力の捉え方を見出すには至らなかった。そこで本研究では、2011年～2012年に行ったこれらの調査結果を能力諸要素間の関連という観点から再分析し、コミュニケーション能力の構造に対する企業と大学生の認識の違いを明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

2011年から2012年にかけて実施した北海道の企業および北海道の大学生を対象とした質問紙調査結果を使用する。

1) 質問紙調査の概要

質問紙調査は、北海道内に事業所をもつ企業と北海道内の大学に在学する大学生を対象に行った。企業については、業種と採用状況を考慮して804社(札幌市内500社、札幌市以外304社)を選び、郵送配布、郵送回収にて実施した。質問紙の送付先を人事担当者とし、入社3年未満の若手従業員の評価を依頼した。大学生については、文系学部、理系学部により偏りが生じないことを考慮した上で北海道内の6大学(札幌市内3大学、札幌市以外3大学)を選択した。各大学のキャリア支援の部署に質問紙を送付し、当該キャリア支援の部署を通して3年生と4年生を対象に質問紙の配付、回収箱による回収を依頼した。大学生については自己評価で回答を求めた。

2) 質問紙の構成

既存のコミュニケーション能力評価尺度を参考に、コミュニケーション能力を構成すると考える構成概念を10個設定し、それぞれに3～6項目の能力要素を想定し、合計43項目からなる質問項目を作成した¹⁵⁾。企業・大学生ともに同じ質問項目を用い、どちらにも5段階(1. ほとんどできていない～5. よくできている)で評価を求めた。

3) 分析方法

返送・回収された回答のうちコミュニケーション能力評価に関する43項目すべてに回答しているものを有効回答とし、分析対象とした。企業および大学生の回答それぞれについて主因子法、プロマックス回転により因子分析を行った。得られた因子について、各因子内の信頼性係数を求めた。分析ソフトはSPSS 20.0を使用した。

4) 倫理的配慮

企業に対しては、質問紙郵送の際に同封した研究に関する説明文書に、大学生に対しては質問紙郵送の際に同封した研究に関する説明文書および質問紙の表紙に、調査は研究目的で実施すること、アンケートへの回答は本人の自由意思であり、回答しないこと、途中でやめることも自由であり、それによるいかなる不利益も生じないこと、回答したくない項目には回答しなくてもよいこと、回答は無記名で、個人、大学名、企業名が特定されることはないこと、返送された質問紙は厳重に保管し、回答データは研究終了後復元されない状態で破棄されることを記載した。

質問紙調査は札幌市立大学倫理委員会の承認を得て実施した。企業への質問紙調査については、2011年8月16日に通知No.1018-1にて承認され、大学生への質問紙調査については、2012年7月26日に通知No.1210-1にて承認された。

3. 結果

190の企業(回収率23.6%)と702名の大学生(回収率93.9%)の回答が返送された。有効回答は企業が188、大学生が698であった。回答企業の本社所在地は札幌が63.8%、札幌以外が35.1%、不明が1.1%であり、従業員数は、301人以上が19.2%、21人～300人が69.8%、20人以

下が11.2%であった。回答大学生の大学の所在地は、札幌市内44%、札幌市以外56%、学部は理系学部40%、文系学部60%、性別は男性56%、女性42%、不明が2%であった。

各項目評価に影響を与えている構成概念を見出すために、大学生・企業の評価結果をそれぞれ因子分析した。企業の人事担当者による若手従業員の評価については、主因子法、プロマックス回転により因子分析した。因子負荷量0.35に満たない項目、複数の因子に重複する項目を削除し改めて因子分析を行ったところ、最終的に24項目4因子の結果を得た(表1)。各因子の信頼性係数は、第1因子 $\alpha = 0.918$ 、第2因子 $\alpha = 0.920$ 、第3因子 $\alpha = 0.883$ 、第4因子 $\alpha = 0.833$ の十分な値を示した。

第1因子は相手の立場に立って考える、相手の気持ちを察するに加え、自分の意見や考えをわかりやすく相手に伝えるなど表出に関わる項目を含むため「相手志向・表出因子」と呼ぶことにした。第2因子はなごやかな雰囲気を作り出すなどを含む「よい雰囲気因子」、第3因子は相手の話をじっくり聴くことができる、聞かれたことに適切に答える、指示を理解するなどから「基本的やりとりのスキル因子」と呼ぶことにした。第4因子は、対人関係で落ち込んでも乗り越えていけるなどの項目を含むことから「対人衝突対処因子」と呼ぶことにした。

大学生の自己評価に対しても同様に主因子法、プロマックス回転により因子分析を行った。企業評価と同様に負荷量が0.35に満たない項目、複数の因子に重複する項目を削除して改めて因子分析を行ったところ、最終的に23項目5因子の結果を得た(表2)。

第1因子は、初対面の人も気軽に話ができる、人見知りせず積極的に人とかかわる等の項目を含むので「社交性因子」と呼ぶことにした。第2因子は、相手の気持ちを察する、相手の立場に立って考える、相手が言ったことだけでなく、言わないこともくみとる、などを含むので、「相手志向因子」と呼ぶことにした。企業の結果と異なり、第2因子は相手の内面を想像する心的活動に関する項目のみであった。第3因子は自分の非をすなおに認める、自分の感情をコントロールできる、気まづいことがあった相手と上手に和解できるなどを含むため「対人衝突対処因子」とし、第4因子は、指示を理解するなどの基本的やりとりのスキ

表1 企業による若手従業員のコミュニケーション能力評価の因子分析結果

	I	II	III	IV	共通性
相手が自分の言葉をどう解釈するか考える(評価)	.805	-.065	-.086	.112	.608
相手の立場に立って考える(評価)	.767	-.005	.024	.080	.696
相手の期待やニーズを把握する(評価)	.743	.043	-.110	.112	.593
しぐさや表情から相手の感情をくみとる(評価)	.733	.027	-.044	-.064	.464
相手が言ったことだけでなく、言わないこともくみとる(評価)	.687	-.043	.187	.009	.653
自分の意見や考えをわかりやすく相手に伝える(評価)	.682	-.130	.257	-.046	.594
自分の感情や気持ちをうまく伝える(評価)	.678	.153	.004	-.152	.482
その場の雰囲気を読む(評価)	.643	.016	.075	.007	.510
相手の気持ちを察する(評価)	.568	.252	.078	-.058	.602
なごやかな雰囲気を作り出す(評価)	.029	.977	-.102	-.078	.787
いつも笑顔をやささない(評価)	-.027	.910	.038	-.058	.782
明るい態度で接する(評価)	-.097	.832	.189	-.049	.761
話しかけやすい雰囲気をもっている(評価)	.072	.607	-.041	.186	.574
積極性がある(評価)	.274	.538	-.085	.172	.651
前向きである(評価)	.079	.425	.176	.222	.615
指示を理解する(評価)	-.027	-.019	.769	.124	.673
相手の話をじっくり聴くことができる(評価)	.055	-.061	.749	.006	.569
聞かれたことに適切に答える(評価)	-.006	.186	.698	-.043	.640
相手が話す内容を正確に理解しようと努める(評価)	.293	-.061	.640	-.069	.621
わからないことや確認したいことを質問する(評価)	-.029	.278	.582	.007	.602
対人関係で落ち込んででも乗り越えていける(評価)	.039	.076	-.201	.881	.700
気まずいことがあった相手と、上手に和解できる(評価)	-.094	-.036	.104	.870	.734
相手からの非難や苦情を受けとめ対処する(評価)	.154	-.178	.193	.538	.464
自分の非をすなおに認める(評価)	-.062	.118	.219	.527	.528
因子間相関		.641	.711	.639	
			.655	.612	
				.627	

表2 大学生によるコミュニケーション能力自己評価の因子分析結果

	I	II	III	IV	V	共通性
初対面の人とも気軽に話ができる(評価)	.998	.033	-.037	-.065	-.059	.867
人見知りせず積極的に人とかかわる(評価)	.978	.000	-.023	-.039	-.046	.854
誰とでもうまくやることができる(評価)	.659	.090	.071	-.044	.121	.633
相手の気持ちを察する(評価)	.079	.784	.003	-.053	-.017	.603
しぐさや表情から相手の感情をくみとる(評価)	-.005	.680	.024	-.007	.073	.522
その場の雰囲気を読む(評価)	.015	.621	-.032	.028	.072	.440
相手の立場に立って考える(評価)	.029	.546	-.004	.112	.018	.407
相手が言ったことだけでなく、言わないこともくみとる(評価)	.069	.453	-.047	.292	-.116	.385
自分の非をすなおに認める(評価)	.033	-.064	.736	.030	-.112	.472
相手からの非難や苦情を受けとめ対処する(評価)	.065	-.133	.703	.155	-.047	.540
自分の感情をコントロールできる(評価)	-.117	.081	.620	-.077	.088	.392
相手に不快な感じをもって、それを表にださない(評価)	-.094	.118	.618	-.179	.089	.374
気まずいことがあった相手と、上手に和解できる(評価)	.157	-.020	.484	.121	.081	.470
対人関係で落ち込んででも乗り越えていける(評価)	.278	.015	.357	.084	.025	.381
聞かれたことに適切に答える(評価)	-.041	-.008	-.004	.724	.047	.519
指示を理解する(評価)	-.127	.067	.059	.649	.013	.463
自分の意見や考えをわかりやすく相手に伝える(評価)	.121	-.033	-.102	.599	.067	.395
相手が話す内容を正確に理解しようと努める(評価)	-.075	.243	.044	.505	-.171	.374
自分の感情や気持ちをうまく伝える(評価)	.254	-.103	-.136	.460	.221	.419
相手の話をじっくり聴くことができる(評価)	-.147	.263	.093	.382	-.048	.317
いつも笑顔をやささない(評価)	-.048	-.035	.024	-.058	.907	.722
明るい態度で接する(評価)	.030	-.024	-.002	.108	.773	.697
なごやかな雰囲気を作り出す(評価)	.026	.134	.017	-.022	.718	.644
因子間相関		.347	.427	.449	.634	
			.520	.595	.452	
				.528	.480	
					.460	

ルに加え、自分の意見や感情を相手に伝えるという表出に関する項目を含むので「表出・基本的やりとりのスキル因子」と呼ぶことにした。第5因子は、いつも笑顔をたやさない、なごやかな雰囲気を作り出す等の項目を含むことから、「よい雰囲気因子」と呼ぶことにした。各因子の信頼性係数は、第1因子 $a = 0.910$ 、第2因子 $a = 0.807$ 、第3因子 $a = 0.796$ 、第4因子 $a = 0.767$ 、第5因子 $a = 0.864$ であった。

4. 考察

企業による若手従業員のコミュニケーション能力評価と大学生によるコミュニケーション能力自己評価を因子分析した結果、相手の感情や気持ちを察したり相手の立場に立って考えるなどの心的活動の側面の認識に大きな違いがあることがわかった。表1の第1因子の内容から、企業は相手の気持ちを察することができることと自分の意見や感情をうまく相手に伝えることはコミュニケーション能力の同じ側面にあると考えていることが示された。すなわち、相手の気持ちを察し、言葉にしないことを推測し、自分の言葉がどう解釈されるか考えることをできる人は、自分の意見や感情をうまく相手に伝えることもできるということである。あるいは、自分の意見や感情を伝えることのできる人は、察しや想像という心的活動も適切に行う能力を備えていると言ってもよいだろう。

既存のコミュニケーション能力評価尺度では、「相手の気持ちを察したり(察し)、言葉にしないことを読み取ること(解説)」と「自分の考えや気持ちをうまく伝えること(表出)」を、コミュニケーション能力の異なる側面として扱うものが少なくない¹⁻⁵⁾。しかし本研究の企業の結果から、両者は相互依存する能力であることが示唆された。自分の意見や感情を伝えることは「察し」という心的活動を基底とする能力であり、相手の話を理解し応答するという基本的やりとりのスキルとは異なる次元にあること、そして「察し」のような心的活動ができなければ、結局伝え合いも満足できるレベルには至らないと考えていることが示されたのである。

一方で大学生は、自分の考えや気持ちを相手に伝える表出の能力は基本的なやりとりのスキルと関連し、相手の気持ちを察する心的活動とは別の

側面にあると考えていた。大学生にとって、相手の気持ちを察することができても自分の意見や気持ちをうまく伝えることができないことは自然なことであり、聞かれたことに適切に答えることや相手の話や指示を正確に理解することができる人が意見や感情の表出もうまくできると考えていることがわかった。

さらに因子分析の結果から、人見知りせず積極的に人とかかわる、初対面の人とも気軽に話ができるなど社交性に関わる項目も両者で捉え方が大きく違うことが見出せた。大学生の結果では、社交性に関わる複数の項目が1つの因子を構成する一方、企業は社交性に関わる項目は因子としてまとまらなかった。このような違いが生じた理由は、大学生と企業それぞれにおけるコミュニケーションの役割の違い、そしてパーソナリティとしての外向的特性と好意的感情との関連の研究結果^{15, 17, 18)}から推測することができる。大学生は互いに友人として自由に関係を構築し、その関係の継続や解消に対する制約も少ない。その際に重要なのは、周りの人たちに未知の存在である自分を友人として認めてもらうことで、そのためには社会的に振る舞えるかどうかか鍵となる。一方で企業の場合は、同僚であれ、仕事の相手先であれ、否が応でも関係を構築せざるを得ない状況の中で、より長く良好な関係を持ち続けることが重要視される。そのような環境のもとでは、初対面の人とも気軽に話ができる社交性よりも、相手の気持ちを察し、相手の立場に立ってものを考える姿勢が求められていると推測できる。

外向的特性の研究において水野(2003, 2004)は、パーソナリティとしての外向的特性(外向的な、多弁な、気の強い)が社会的スキル¹⁶⁾には影響するが、他者からの好意的感情(相手に対する親密度・信頼度・好感度)にはほとんど関与しないこと¹⁷⁾、性格特性尺度のBig Five¹⁸⁾の外向性(extroversion)が良好な関係性(友人満足感や対人感情の1つである好意)に直接影響しない¹⁹⁾²⁰⁾ことを報告し、「外向性は対人関係の開始時には有益に働くが、それ以後の関係性の良好さを保証するものではない²¹⁾と述べている。性格特性としての外向性と本研究の社交性は同一概念ではないが、「対人的に積極的に振る舞えるスキル²²⁾という点で共通性があり、本考察においても適用が可能と考える。

これらのことから、対人関係の開始をコミュニ

ケーションの重要な課題と考える大学生においては、社交性に関わる各項目が1つの因子を構成し、一方で、同僚や仕事の相手先と長く良好な関係を持ち続けることを重要視する企業においては、社交性に関わる諸項目に対しての若手従業員の評価にばらつきがあっても不自然ではなく、因子としてまとまらないという結果になったと考える。

このようにコミュニケーション能力の構造について企業と大学生では認識の違いがあったが、よい雰囲気をつくることや対人関係で何らかの衝突があってもそれに対処できることに関しては両者とも同様の結果であり、これらがコミュニケーション能力を構成する側面であることは一致していた。

5. 結論

コミュニケーション能力を構成すると想定される43項目の能力要素について、大学生の自己評価と企業の若手従業員に対する評価結果をもとに、両者がコミュニケーション能力の諸側面をどのように捉えているかを探索した。因子分析によって得られた結果から、企業と大学生ではコミュニケーション能力の捉え方が異なること、またどの側面において異なっているかを同定することができた。

企業は、相手の気持ちを察するなどの心的活動と意見や気持ちを伝える表出行動は相互依存していると考えているのに対し、大学生は表出の能力を、適切に答えたり指示を理解するなどの基本的やりとりのスキルと関連すると考えていた。また大学生は社交性もコミュニケーション能力の一側面と捉えているのに対し、企業はそのようには考えていないという結果であった。このことから、人見知りしない、誰とでも話すことができるなどの能力要素は、仕事をしていく上で、少なくとも入社後間もない若手従業員に強くは求められていないことも見い出せた。

本研究が企業と大学生のコミュニケーション能力構造の認識の違いを明らかにしたことで、企業に対しては大学生や若手従業員に期待する能力の明示の重要性を促し、大学生に対しては、仕事をしていく上で必要なコミュニケーション能力要素を具体的に提示できるようになると考える。

また本研究の結果は、これまでコミュニケーション能力評価尺度において別々の側面として評

価されてきた「共感」や「解読」という構成概念と「表出」や「記号化」という構成概念が、コミュニケーション能力において分かちがたい能力要素として同一側面に位置づく可能性を示唆している。このことはコミュニケーション能力構造の研究に新たな見方を提示すると同時に、コミュニケーション能力を高めるにはどうすべきかという実践的な課題にも適用可能と考える。自分の意見や気持ちを相手にうまく伝えることはコミュニケーションのどの場面においても重要であるが、それを高めていくには、相手の言うことを理解し適切に答えるなどの基本的やりとりのスキルを高めるのがよいのか、相手の気持ちを察するという心的活動の向上が必要なのかという問題に関わるからである。逆の見方をすれば、相手の気持ちを察するという、見て学ぶことのできない心的な能力を高めるには、まず自分の意見や気持ちをどのように伝えればうまく伝わるのかという、より観察しやすい行動を対象にするという方法の可能性にもつながる。

本研究のもとになった調査は、一方が自己評価でもう一方が他者評価という違った方法を採用している。そのことが結果に何らかの影響を与えている可能性は否定できない。従って今後はより信頼性のあるデータを収集するため同一の評価方法による調査が必要である。たとえば大学生を対象にして行う場合、企業の若手従業員評価とできるだけ状況を一致させるために、なんらかの目的達成のために共に作業したことのある特定の人を思い浮かべ、その人に対する他者評価を依頼するなどの方法でデータを収集し、それを企業評価の結果と比較することが必要になると考える。

その上で今後は、本研究で得たコミュニケーション能力諸要素間の関連をさらに発展させ、それぞれの能力要素の階層構造⁵⁾²²⁾、すなわち基底にある能力要素と、それらが支えるより高次の能力要素という階層性の解明を研究課題として取り組んでいきたい。

謝辞

本調査にご協力いただきました企業の皆様、大学生の皆様に感謝申し上げます。本研究は一般財団法人北海道開発協会開発調査総合研究所の平成23年度、平成24年度の研究助成のもとで実施いたしました。記して感謝いたします。

注

- (1)マンホイットニー U 検定の結果 43 項目中 35 項目に有意差があり ($p < 0.05 \sim p < 0.001$), その 35 項目中 34 項目において大学生自己評価の方が企業による若手従業員評価に比べて高かった.

文献

- 1) Rubin, R.B. & Martin, M.M: Development of a Measure of Interpersonal Communication Competence. *Communication Research Reports* 11 (1): 33-44, 1994
- 2) Wiemann, J.M.: Explication and Test of a Model of Communicative Competence. *Human Communication Research* 3: 195-213, 1977
- 3) 堀毛一也: 恋愛関係の発展・崩壊と社会的スキル. *実験社会心理学研究* 34(2): 116-128, 1994
- 4) Riggio, R. E.: Assessment of Basic Social Skills. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(3): 649-660, 1986
- 5) 藤本学, 大坊郁夫: コミュニケーション・スキルに関する諸因子の階層構造への統合の試み. *パーソナリティ研究* 15(3): 347-361, 2007
- 6) 関久美子: 新潟県の企業における「コミュニケーション能力」の定義とその重要性. *新潟青陵大学短期大学部研究報告* 38: 123-134, 2008
- 7) Takai, J. & Ota, H: Assessing Japanese Interpersonal Communication Competence. *The Japanese Journal of Experimental Social Psychology* 33(3): 224-236, 1994
- 8) 一般社団法人日本経済団体連合会: 「2016 年度新卒採用に関するアンケート調査結果」2016
http://www.keidanren.or.jp/policy/2016/108_kekka.pdf 2017 年 10 月 30 日(アクセス日)
- 9) 厚生労働省職業能力開発局能力開発課: 「『若年者の就職能力に関する実態調査』結果」2004
<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2004/01/dl/h0129-3a.pdf> 2017 年 10 月 30 日(アクセス日)
- 10) 札幌商工会議所: 「新卒者採用に関するアンケート調査結果概要」2007
<http://www.sapporo-cci.or.jp/kikaku/pdf/sinso-tsu-kikaku-200710.pdf> 2013 年 7 月 9 日(アクセス日)
- 11) 経済産業省: 「平成 21 年度就職支援体制調査事業. 大学生の「社会人観」の把握と「社会人基礎力」の認知度向上実証に関する調査」2010
http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/201006_daigakuseinosyakajinkannohaakutoninntido.pdf 2017 年 10 月 30 日(アクセス日)
- 12) 町田佳世子: 北海道の企業が採用時に重視する「コミュニケーション能力」に関する実証的調査. 一般財団法人北海道開発協会平成 23 年度研究助成金 研究成果報告論文集. 145-170, 2012
- 13) 町田佳世子: 就労期を迎えた北海道の若者のコミュニケーション能力実態調査—道内企業の期待との比較—. 一般財団法人北海道開発協会平成 24 年度研究助成金 研究成果報告論文集: 185-206, 2013
- 14) 加藤里美, 伊藤直美, 森智哉: コミュニケーション能力に関する企業と大学生の認識ギャップ. *日本経営診断学会論集* 16: 74-80, 2016
- 15) 前掲書 12)p.148
- 16) 菊池章夫: 思いやりを科学する. 川島書店, 東京, 1988
- 17) 水野邦夫: 社会的スキルに影響する特性要因についての検討—外向性は社会的スキルの主要因か—. *行動科学* 42(2): 99-102, 2003
- 18) 村上宣寛, 村上千恵子: 主要 5 因子性格検査の尺度構成. *性格心理学研究* 6(1): 29-39, 1997
- 19) 水野邦夫: 対人場面における好意的感情と外向性の関連性について—外向性は「好ましい性格」か?—. *聖泉論叢* 11: 13-25, 2003
- 20) 水野邦夫: 良好な対人関係に及ぼす性格特性・社会的スキルの効果について—自己評定データをもとに—. *聖泉論叢* 12: 17-27, 2004
- 21) 水野邦夫: 関係初期の好感度に及ぼす行動特性・社会的スキルの効果. *日本社会心理学会第 39 回大会発表論文集*: 220-221, 1998
- 22) 菊池章夫, 堀毛一也: 社会的スキルとは. 菊池章夫, 堀毛一也編著, 社会的スキルの心理学 100 のリストとその理論. 川島書店, 東京, pp.1-22, 1994