

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず＜企画シート作成上の注意＞をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) ナンザンダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) アンドウフミエゼミ
南山大学	経営学部	安藤史江ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ) ベッチャム	フリガナ) ミズタニナオト	7
べっちゃんむ	水谷直人	

研究テーマ（発表タイトル）

新発見!深掘り質問力～T C E が広げる働く個人と企業の可能性～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は、大学生活の比較的早期から大学生が「深掘り質問力」を育成する機会を意識的に持つことが、個人・企業双方にとって重要であることを主張するとともに、「T C E（信頼・コミュニケーション・楽しさ）」の3要素を同時に取り入れたゲームの実施が、そうした深掘り質問力の育成に非常に効果的であることを示すことである。

深掘り質問力とは、本研究では、単なる質問力を超えて、思考を刺激する力と定義している。その力を獲得することで、大学生個人は就職活動という短期的な成果はもちろん、中長期的な成果として、企業に入ってから組織におけるキャリア満足度を高めることが可能になる。また、その個人が所属する企業にとっては、そうした人材を採用できることによって、自社における人材育成の効果を高めることが可能になる。その結果、長期的には、企業の業績にも貢献しうると考えられる。

また、T C Eとは「Trust（信頼関係を築ける）」「Communication（コミュニケーションがとれる）」「Enjoy（質問することが楽しい）」という3つの要素の頭文字を並べたものだが、私たちはこの3要素こそが深掘り質問力を育成するうえで非常に重要になると考えている。そのため、実際にT C Eを取り入れたゲームを学生に対して実施し、測定したその効果を提示することで、大学や企業にこうしたプログラムを導入する意義を主張したい。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

就職協定の廃止の動きなどによって、近年、就職活動の早期化が起きている。その結果として、以前であれば、文系の大学生は3年生の冬くらいから就職活動を始めれば十分であったところ、今や、大学1, 2年であってもインターンシップに参加するなど、早くから就活スキルを身に着ける必要に迫られていると言われる。しかし、具体的に何をどう身に着けたらよいかわからない、戸惑う大学生も少なくない。結果的に、早くから活発に動き回る学生が現れる一方で、戸惑うだけでまったく動けない学生も多数に上るなど、学生の二極化が起こっているのが現状である。その就活スキルとは、松本・木島（2002）や服部（2016）をみると、「コミュニケーション能力」である可能性が浮かび上がってくる。ただし、コミュニケーション能力といっても、愛嬌力、問題解決能力、発言力、傾聴力などいろいろである。その中でも私たちは、「質問力」に注目した。株式会社明輝クリーナーの人事広報部の方をはじめとして数名の企業の方にヒアリングしたところ、質問力に関するコメントを多数得られたからである。

実は、「質問力」に関する研究や著作は増えている。質問による相手からの情報の引き出し方を説いた研究（斎藤,2006）、現状の閉塞感を突破して革新を生む質問の力、及びその活用方法を説いた研究（河田,2017）など多数存在する。実務的にも、就活時というより、会社に入った後、ビジネスパーソンにとってその力がどれほど必要かを説く本は少なくない。キャリア満足が高まる、若手の早期離職が減る、結果として企業業績も向上するというのである。つまり、質問力は短期的な意味での就活時だけでなく、会社に入ってからにも必要になる、中長期的にみても大変重要なコミュニケーション能力であると考えられるのである。

こうしたスキルは一朝一夕で身につくものではないことから、最近では小・中学校を筆頭に多くの教育機関において、一方的な講義形式に代わり、アクティブ・ラーニングのような参加型の授業が増えつつある。ジグソー法や KP 法、LTD 話し合い学習法など、その手法は多岐にわたる。また、企業でも、コンサルタントによる指導やワールドカフェ、ダイアログなどが盛んに行われている。特に、単なる質問力、とにかく質問するという意味の浅い質問力でなく、疑問点を掘り下げ、そこから質問者と回答者がより深い気づきを得て、建設的な議論が可能になるような深い質問力が求められている。まさに、私たちが、「深掘り質問力」と呼ぶスキルである。

3. 研究テーマの課題

こうした「深掘り質問力」は、上記のように教育現場や職場でも大事だと考えられており、スキルを身につける機会も以前より増えているにもかかわらず、まだ学生・社会人ともに、十分には深掘り質問力を得られていない、もしくは活用できていない人が多い。たとえば、複数の会社（福田刃物工業株式会社、矢作建設工業株式会社など）に若手社員の実状に関してヒアリングをしたところ、社会人であっても「深掘り質問力」や普通の質問力が活用できていない場合もあることがわかった。質問するのが怖い、バカだと思われたくないなどの理由だろうとのことだった。しかし、そのようなスキルは企業の研修などで十分な時間をあてることができないため、社会人になってから学ぶようでは遅い、学生のうちから備わっていることが望ましいという話だった。

では、アクティブ・ラーニングなどの取り組みを多少なりとも経験してきた大学 1, 2 年はどうかと考え、南山大学の学生 181 名にアンケートをとったところ、6 割は質問力に対する意識はあるものの、授業や説明会で質問をするかという質問に対して、「名指しされたら質問する」のが 85%で、自ら「質問する」と回答したのはわずか 10%しかいなかった。また、質問しない理由としては「聞きたいことが思いつかない」「周りの目が気になる」「聞きたいことを聞いて良いかわからない」の 3 つで占められていた。つまり、周りの目が気になって自発的に質問を行わなかったり、疑問点が思いつかなかったりと、質問力が身につけていない実態が明らかになった。

なお、大学での取り組みを確認するために、南山大学のキャリアセンターにもヒアリングを行った。多様なプログラムが用意されていたが、平均利用率は 4%と高くなく、中には全学生の 1%しか利用しないものもあった。また、講義形式が多く、質問力の育成に役立つ可能性のあるワークショップ形式のものは全体の 14.2%だった。利用者の満足度は高く、5 段階評価で 4 以上のものばかりだったが、通常の大学の授業の延長という位置づけに近く、深掘り質問力の育成にはつながりにくいと私たちは評価した。

こうした実態を踏まえ、本研究では、就活のためだけでなく、入職後も必要とされる真の質問力、「深掘り質問力」を大学初年次から身につけられるようにすることが課題であると考えた。そこで、そのための研修プログラムの開発を独自に目指すことにした。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「深掘り質問力」を育成するプログラムに必要な要素としては、信頼関係や疑問を解決することの楽しさであると考えた。たとえば、学生時代とは異なり、職場に入ると自分より年齢も能力も明らかに高い人ばかりに囲まれ、わからないことを質問しようにも、「相手に怒られるかも」「馬鹿にされるかも」と恐れて、質問することを躊躇してしまう。これは相手との信頼関係が十分に築けていないことから起こる心配であり、それが質問すること自体のハードルをあげてしまう恐れがある。また、そのような、自分が「会社で一番知識がない存在」という状況は自信を無くさせ、新たなことを知ること、気づきを得ること、自分の疑問を解消することへの快感を薄れさせるとも考えた。「質問」することへの興味や楽しさを失わせることが、深掘り質問力を抑え込んでいると考えたのである。

そこで、この課題を解決すべく、私たちは「TCE（信頼・コミュニケーション・楽しさ）」の 3 要素を取り入れたゲームを、深掘り質問力育成の研修プログラムとして考案した。ゲーム形式にしたのは、米国の人類学者ジョージ・ドーシーの「遊びは知識の源である」、カール・ユングの「新たに何かを創造する行為は知性によって為されるのではなく、遊びの本能によって為されるものだ」という言葉から、より遊びの本能を刺激するのはゲームが一番と考えたためである。

そのゲームを私たちは、「モグラクエスチョンゲーム」と名付けた。参考にしたのは、株式会社ネオキャリアによるインターンシップ向けの質問力を育成するゲームである。ただし、それはチームでゲームに参加させるため、コミュニケーションを重視するものの、私たちが着目した信頼関係の視点はあまり重視されず、ゲーム形式はとるもののどちらかといえば参加者同士が真面目な表情で行うもの

で、遊びの要素も弱かった。そこで、信頼関係をより生みやすくするうえ、遊びや楽しみの要素をより強くするために、ジェスチャーをしあうなど、ペアで身体を動かし、相手の質問に共感するという要素を盛り込んだ。すなわち、「Communication」に「Trust」、「Enjoy」という独自のアレンジを加えたゲームである。「モグラ」という名称は、モグラが土を深掘りする動物である、という点が深掘り質問力と通じることから名付けた。それに伴い、ゲームのキャラクターもモグラにし、ゲームのファシリテータ役（ヘルパー役）も「モグラ」と呼ぶことにした。その目的・効果は、既存の研修プログラムでは不足していると考えられる3要素、他人との「信頼」や「コミュニケーション」を取り、「楽しむ」ことを同時に満たしながら、深掘り質問力を鍛えることである。加えて、こうしたプログラム内容を単に参加者に経験してもらうだけでなく、実際に「深掘り質問力」に対して効果を持つことを実験データの分析によって検証する点も、本研究の新しく、独創的な点といえるだろう。

本研究では以下の4つの仮説をたてたが、モグラクエスチョンゲームで直接的にみるのは、このうち仮説1である。

仮説1 個人の深掘り質問力を増すには、T C Eを加えたゲームが効果的である。

仮説2 個人の深掘り質問力が増せば、学生は就活時に満足した結果が得られやすい。

仮説3-1 個人の深掘り質問力が増せば、企業の人材育成効果は高まりやすい。

仮説3-2 個人の深掘り質問力が増せば、働く個人は満足いくキャリアを実現しやすい。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

「モグラクエスチョンゲーム」は、2人1チーム同士の対抗戦である。まず、対戦前に参加者には500～600字の文章を読んで、制限時間5分の中で、内容に関する質問をできるだけたくさん書き出すことを求められる。そのうえで、与えられたお題（例 都道府県）に対して、1人3回までの深掘り質問をし合うことで答えを予想させる。それからメンバー2人ずつでペアを組ませ、先ほどの質問で予想した答えを互いにジェスチャーで表す。制限時間は2分で、味方の答えを教えられるようなジェスチャーをする。2ペアのうち、先に2人とも答えを出せたチームが勝利する。その後、再び、最初とは異なる500～600字の文章を読んでもらい、最初と同様の制限時間で、やはりできるだけたくさん内容に関する質問を書いてもらう。

仮説1の検証のために、道田（2011）によるワークの実施前と実施後で質問量の増減や質的な変化を測るためのカテゴリー表を用いた。対戦の前と後で読んでもらった2つの文章への質問の書き出しがそれに該当する。道田の研究に従い、書き出された質問は18項目に分類され、そこからさらに「真実を問う質問」「思考を刺激する質問」「意味不明な質問」の3種類に分類された。このうち、私たちのモグラクエスチョンに該当するのは、「思考を刺激する質問」と位置付けられた。

また、この研修プログラムが本当に私たちの意図した設計どおりに、「T C E」の3要素を同時に満たしたものになっていたと、参加者から受け止められたのか確認するために、参加者には研修実施後、内容に関するアンケートも記入してもらった。

6. 結果や今後の取り組み

この研修プログラムに参加したのは、南山大学の2年生20名、3年生5名、4年生5名の計30名であった。その結果は、私たちの「モグラクエスチョンゲーム」が仮説通りに深掘り質問力の向上に貢献することを示すものだった。まず、質問数の変化をみると、実施前には99個だったものが、プログラム実施後には113個へと14%も増加していることが確認された。また、質問の質も大きく変化した。実施前には、モグラクエスチョンに該当すると位置づけた「思考を刺激する質問」は35個と、全体の約35%に過ぎなかったのが、実施後には80個とその数は約1.3倍になるとともに、実施後の質問項目全体の約70%を占める結果となった。つまり、深掘り質問力が大幅に増したことを示している。一方で、「真実を問う質問」は実施前50個が実施後には28個へと44%も減少し、「意味不明な質問」も実施前の14個から実施後には5個へと、64%も減少している。この結果は、私たちの考案したモグラクエスチョンゲームを経験すると、いわゆる浅い質問はむしろ減ることも表していると考えられる。

一方で、もともと質問能力が高い人には容易であり、こうした質問量や質の変化は、必ずしもゲームの効果ではないのではないかと疑問も起こるかもしれない。そのため、もともとの質問能力の違いによる影響も確認した。具体的には、研修プログラム実施前の意図不明な質問をした人を低質問者、していない人を高質問者として焦点をあて、実施後の質問の質の変化をみた。すると、高質問者・低質問者ともに上昇傾向が確認された。中でも、低質問者の伸び率は非常に大きく、高質問者が34個から82個へと約1.4倍の伸び率であったのに対し、低質問者は4個から30個へと、約6.5倍の伸び率を示すことも確認された。

以上の結果から、私たちの提案した「モグラクエスチョンゲーム」は、1度参加しただけでも、参加者の質問の数を増加させるうえ、思考を刺激する良質な質問、すなわち、「モグラクエスチョン」を可能にするという明確な効果があることが確認された。また、事後

のアンケートから、私たちの意図通り、質問に「面白い・楽しい」といったプラスの認識を参加者が持ったことが、質問への抵抗感を弱めたことも確認された。実に、76%の人が、「面白いゲームを経験したことが、質問をしやすくさせた」と回答したのである。

しかも、この実験に参加していない学生にとっても好意的に受け止められることがわかった。大学構内を歩いていた1, 2年生に、(1) 一般的な講義形式のプログラム、と(2) ゲーム形式で主体的に動くプログラムという2つの選択肢を示し、それぞれの内容を簡単に説明したうえで、用意したボードにより好ましいと思うほうにシールを貼ってもらうという形で投票を行った。その結果、前者が30票であったのに対し、私たちの考えた後者にはその2倍以上の76票が得られた。

私たちは仮説2の検証も試みた。既に就職活動を終えた4年生にこのプログラムの内容と結果を説明し、感想を尋ねたところ、こうした深掘り質問力が就活では非常に大事だった、事前準備も大切だが、その場で知ったことや話の流れに添った質問ができるかが鍵になる、との肯定的なコメントが得られた。南山大学のキャリアセンターからも同様のコメントが得られたため、仮説2も支持されるのではないかと考える。一方、仮説3-1と仮説3-2に関しては、企業の方の意見や感想を得るために、人材育成に関するアドバイスや研修を業務の一つとする名南経営コンサルティング株式会社の方に、私たちの一連の取り組みを紹介・説明したところ、人材育成にとって効果的と考えられるという肯定的な評価をいただいた。企業にとっても、働く個人にとっても望ましいというのである。そして、実際にこのプログラムをクライアントに提供してみてもよいとの言葉も得られた。したがって、仮説3と4の実際の検証は、これからの課題となる。なお、本研究は南山大学研究審査委員会において承認済みである(承認番号19-065)。

7. 参考文献

- ・浦上昌則,「就職活動を通しての自己成長」『教育心理学研究』44(4),pp.400-409,1996.
- ・河田真誠,『革新的な会社の質問力』,2017,日経BP.
- ・斎藤孝,『質問力一話し上手はここがちがう』,2003,筑摩書房
- ・服部康宏,『採用学』,2016,新潮社.
- ・松本芳之・木島恒一,「就職活動における自己呈示の戦略目標」,『実験社会心理学研究』41(2),pp.111-123,2002.
- ・道田泰司,「授業においてさまざまな質問経験をすることが質問態度と質問力に及ぼす効果」,『教育心理学研究』59(2),pp.193-205,2011.

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

無し

●発表時に使用する成果物 (例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート)

調査に使用したアンケート、指示棒

【企画シート作成上の注意】※「第10回 西日本インカレ(合同研究会)大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経BP社・日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。