

# 企業における女子新入社員教育：秘書教育への示唆

## Company Training Programs for Women Employees Entering the Workforce: Implications for Secretarial Education

(1995年3月31日受理)

垣見 益子  
Masuko Kakehi

Key words：新入社員教育、能力開発、秘書教育

### Abstract

This paper aims to evaluate the relevancy of the content and methods of secretarial education to company human resource development expectations. Research conducted on company training programs for young women just entering the workforce shows that 1) companies are becoming more positive toward training new women employees, 2) most new female workers are totally, or partly, trained together with their male counterparts, 3) women are taught more than just human relations and basic skills such as manners but are encouraged to develop critical thinking skills as well. Finally the author concludes that there is still room for further improvement in secretarial education in terms of both curriculum and teaching methods.

### I. はじめに

本研究の目的は、企業における女子新入社員の能力開発の実態から、女性労働者に求められる能力を探り、秘書教育内容に反映させることである。

今日的な企業内教育は第二次世界大戦後にスタートしたといわれている<sup>1)</sup>。当時、品質面における欧米との格差を是正するため、技術面のみならず、管理面および生産体制面での技能の導入が行われた。まず経営者、管理者、監督者を対象とした訓練プログラムが導入され、企業内教育の必要性が広く認められるようになった。そして、様々な職階・職務に応じた教育が、長期雇用政策に基

づく人事諸制度によって支えられ、普及していった。

その後、企業環境や生産形態の変化に伴い、年功序列制と対立する概念である能力主義が台頭するにつれ、企業内教育にも変化が見られるようになった。労働者が、自分で自分の能力を開発するという自己啓発も教育訓練の一環として促進されるようになって、今日に至っている。

日本経営者団体連盟と日本産業訓練協会が1957年からほぼ5年毎に実施している企業内教育についての総合調査（以下「日産訓調査」）によれば、「女子社員の能力開発」が独立した調査項目として初めて取り上げられたのは、1989年度調査においてであった。企業における体系的な女子社員の能力開発の歴史は、スタートして間がない状態であるといえる<sup>2)</sup>。

一方、秘書教育は、垣見（1993）で概観したように、量的拡大から、質的充実への時代を迎えている。それに呼応して近年、秘書機能の再検討に関する研究が、日本秘書学会などで盛んに報告されている。大宮は、森脇モデルを踏まえて秘書の機能を、上司の日常業務活動の補佐をする「派生的補佐機能」と、主体的に創造的に補佐活動を行う「自生的補佐機能」に分けている<sup>3)</sup>。そして、前者には coordinative function、後者には creative function が重要になると述べている。また今林は、組織論のアプローチから personal manager としての秘書能力を論じ<sup>4)</sup>、川村はシステム論的アプローチから、上司と秘書を協働システムとして捉え、そのシステムを運営していく機能をパートナーシップ活動に求めている<sup>5)</sup>。秘書機能の見直しに伴い、様々な教育方法が開発、実践されている。昨年6月の日本秘書学会第13回全国大会の統一論題が「秘書研究の新方向をひらく－能力開発との関連を中心に－」であったのは、これらの動きにマッチしたものであったと言えよう。

本学における秘書教育は、地方都市という立地条件や求人の内容を考慮に入れ、広い意味での「社会人準備教育」の役割を担ってきている。筆者の所属する英語英文科では1994年4月に、従来の「秘書士」教育に加えて、「上級秘書士」教育をスタートさせた。履修制限のない「秘書士」課程に対して、「上級秘書士」課程では、1年次の全履修科目の成績のうち「可」が三分の一を越えない、という履修条件を設けているが、これは、学生側の意識付けと秘書教育の一層の質的充実を目指したものである。教育内容の点検・評価が常に行われなくてはならないが、そこには、学生や教育者の視点と共に、企業の視点も不可欠である。そこで本稿では、女子新入社員教育に関するアンケート調査の結果から、企業における能力開発の実態を把握し、そこから、秘書教育の方向性についての示唆を得ることを試みる。

## Ⅱ．調査の概要と回答企業の属性

### 2-1．調査の概要

筆者は、本学の研究助成金を受けて、1991年に中国地方の企業の人事担当者を対象にアンケート

調査を実施した。その概要は以下のようであった。

< 1次調査 > 調査時期：1991年2月～3月

調査対象：本学に求人票を寄せた岡山、広島企業の中心とした700社

調査方法：質問用紙郵送、返信封筒により回答回収

有効回答数：374社（53.4%）

調査内容：①1990年度の女子新入社員対象企業内教育の実態

（通信教育や集合研修の実施時期、形態、期間、内容など）

②短大教育に望む点、女子新入社員を教育して感じる点

< 2次調査 > 調査時期：1991年7月～8月

調査対象：1次調査の回答企業の一部

調査方法：電話による聞き取り調査

有効回答数：374社（100%）

調査内容：集合教育の職種別期間など、1次調査回答内容の詳細

1次調査では、女子新入社員を教育して感じる点、短期大学教育に期待する点なども自由記述してもらったところ、多くの示唆に富んだ率直な意見が寄せられ、その内容から、現在の「秘書士」教育課程内容が概ね企業のニーズに対応できるものであることが検証された。詳細は、垣見(1993)「英語系学科における秘書教育」で報告済みである。

女子新入社員教育に関する1次調査、2次調査の結果の一部は、1992年10月に日本秘書学会中国・四国ブロック研究会において、口頭で報告済みであるが、本稿では、その内容を含む調査結果を考察することによって、これからの秘書教育の方向を探る。

2-2. 回答企業の属性

まず回答企業374社を業種別に見ると、図1-1のようであった。卸売・小売の35%を始めとして、全体の4分の3を第三次産業が占めていることは、サービス業従事者が多い、卒業生の進路分布を色濃く反映しているものと考えられる。業種分類の「金融・証券」には保険会社を含めている。

従業員規模別では、図1-2のように300人未満の企業と300人以上の企業がおおよそ半々である。「100人～299人」が最も多く

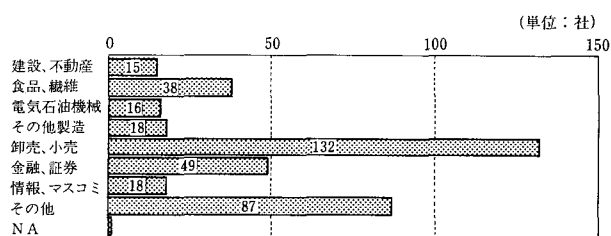


図1-1 業種別回答数

約3分の1以上を占め、次いで「1000人～4999人」が4分の1近くを占めている。

業種と規模との関連を見ると、1000人以上の規模が最も多いのは「金融・証券(49%)」であり、300人未満の企業が多かったのは、「建設・不動産(66.7%)」「情報・マスコミ(61.1%)」「卸売・小売(59.8%)」「食品・繊維(55.3%)」であった。(5%レベルの有意差)

また、約4割の企業で女性比率が40%を越えている。(図1-3)業種との関連では、「金融・証券」「食品・繊維」の女性比が比較的高く、逆に、「建設・不動産」「電気・石油・機械」「その他製造」が比較的低い。(0.1%レベルの有意差)

また、入社式は、全体の7割の企業が4月1日から7日までの間に行っているが、4分の1は3月中に行っている。女性比率が高くなるほど入社式を早くする企業が多くなる傾向が見られる。(1%レベルの有意差)

回答率の高さは、調査時点で人手不足感を持っていた企業の求人意欲の高さを示しているものと考えられ、上記の回答企業属性は本学の卒業生の就職先分布を反映しているものとも推測できる。地方の企業の採用意欲が最低であるといわれる今日、もし同様の調査をしたとすれば、恐らく回答企業の従業員規模は縮小しているであろうと思われる。

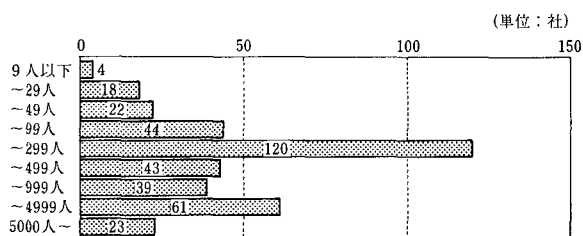


図1-2 従業員規模別回答数

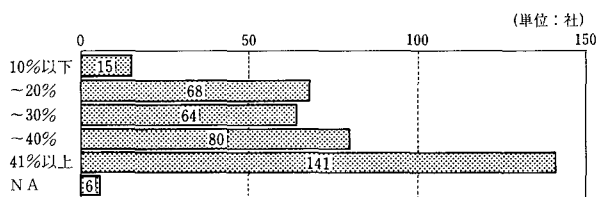


図1-3 女子社員比率別回答数

### Ⅲ. 調査の結果

#### 3-1. 女子新入社員教育の形態

女子新入社員教育を男子と一緒に実施しているか、或は単独で実施しているかは、それぞれの企業が女子社員をどう育てようとしているかを推し量るためのひとつの材料となる。

図2-1によれば、男女合同で実施した企業は全体の半数を上回っており、予想を越えて多かった。部分的に合同で実施した企業を含めると、8割が何らかの男女共通の教育を実施していることになる。「金融・証券」企業や5000人以上の企業では女子単独の比率が

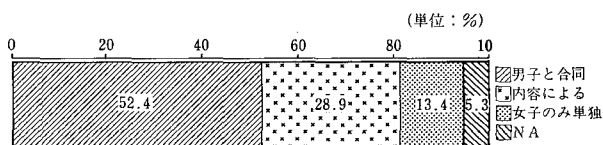


図2-1 女子新入社員教育実施形態

比較的高くなっているが、合同教育の実施比率は、一般的に筆者の予想を越えて高かった。このことは、男性と同様に女性の能力を育てようとする経営者の意欲の表れであると解釈できるのではないだろうか。

同時期に行われた日産訓調査<sup>9)</sup>の報告書も「女子社員の能力開発」と「新入社員の定着化教育」が注目されていると述べている。同調査では、約7割の企業が「男女社員に対する教育機会を同じにしている」あるいは、「女子社員の教育を強化している」と答えているが、この傾向は中国地方を主な対象とした本調査の結果にも見られるようである。

### 3-2. 通信教育

通信教育の内容は、卒業生からの聞き取りによれば、社内報や業界情報誌の発送にとどまるものから、テキストを何冊も送ってレポート等の課題を与えるものまで、かなり幅があるようである。

調査の結果、回答企業の約34%が女子新入社員に対して通信教育を実施していることが分かったが、これは、日産訓調査における、女子社員対象の通信教育実施率と奇しくも一致している。図3-1から、従業員規模に応じて実施率が高くなる傾向が読み取れる。「300人～499人」規模で実施企業および実施回数が比較的多くなっているのは、中規模企業的女子社員教育に対する積極的な姿勢の表れであるのかもしれない。

また、図3-2から「銀行・証券」の実施率が群を抜いて高いことが分かる。銀行や信用金庫では、銀行業務検定協会などによる共通の通信教育プログラムが整備されており、新入行員に限らず、経験年数に合わせた教育を受けられる教育システムができているようである。また、保険会社

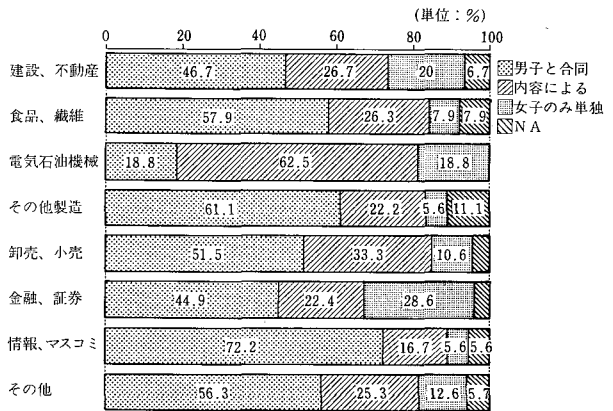


図2-2 新入社員教育形態（業種別）

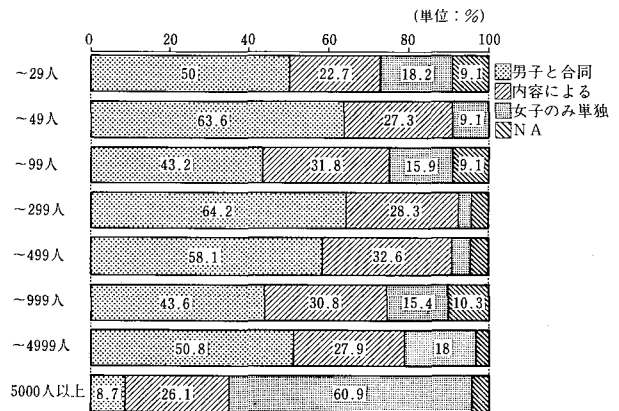


図2-3 新入社員教育形態（規模別）

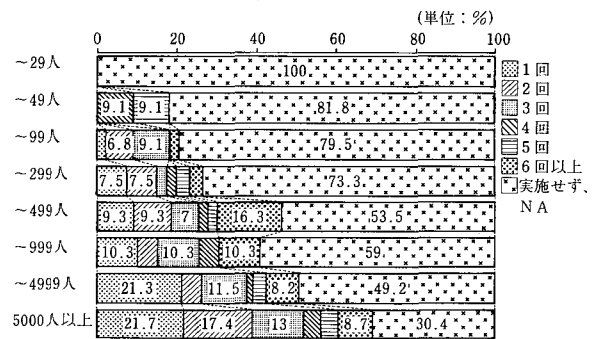


図3-1 通信教育回数（規模別）

や証券会社では、業務に支障をきたさないためには、段階を追って様々な国家試験や業界試験をクリアしなければならない。第1段階の試験を入社前に実施する企業もある。これらの業種の企業にとって、通信教育は、卒業式前後の比較的ゆとりのある期間を有効に利用して、専門知識を習得してもらう格好の準備教育となっているのであろう。事実、調査では、実施企業全体の7割以上が通信教育を入社前に行っている。

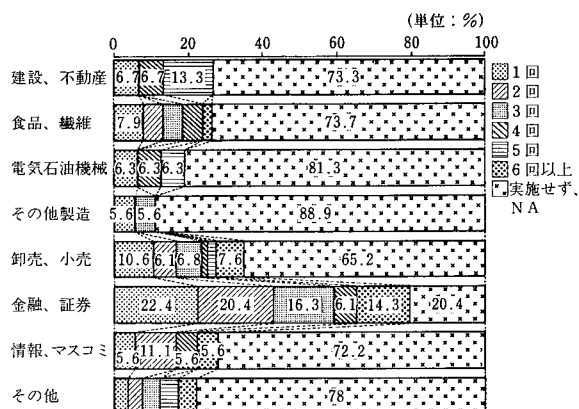


図3-2 通信教育回数 (業種別)

### 3-3. 集合研修

集合研修は、OJT (on-the-job-training) に対してOFFJT (off-the-job-training) と呼ばれる教育形式の一つで、多数の社員を集めて行われる。新入社員教育の最重点手法として用いられており、集合教育とも呼ばれている。図3-3のように、全体の約84%の企業が集合研修を実施しており、約52%が男女合同である。

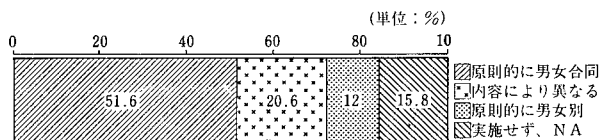


図3-3 集合教育形態

業種別では「金融・証券」、規模別では「5000人以上」の実施率が約95%と最高である。実施企業の半数が社内、社外の両方の施設を用いている。社外では、寺、商工会議所、専門の研修機関、国内外の観光地などで実施されているようである。

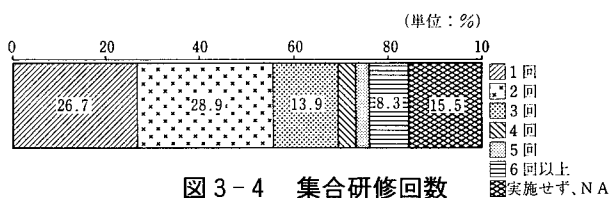


図3-4 集合研修回数

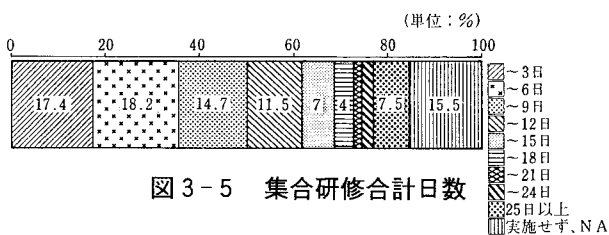


図3-5 集合研修合計日数

入社前実施が多い通信教育とは逆に、集合研修は入社後に実施されることが多く、実施企業の94%が入社後に実施している。また、34%は入社前と後に実施している。

入社前の集合研修は、オリエンテーションとして、内定後の呼び出しや食事会なども含まれている可能性がある。2月、3月に行われる集合研修は、宿泊研修や海外研修などの場合もある。実施企業の84%が1回のみ行っており、46%が4日以上実施している<sup>7)</sup>。長い例としては、入社前に2週間、実質10日間の集合研修を実施したホテルや、7泊8日の研修を実施した旅行会社がある。最長

は15日であった。

8割の企業が実施している入社後の集合研修には、入社直後の導入研修、3、4カ月後のフォローアップ、その間を埋めるつなぎ研修などがある。導入研修は半日から半年までまちまちである。フォローアップ期間は1、2日が多く、導入研修の確認と、実務経験した後、改めて基本に帰らせる効果も意図されている。導入研修のみの企業が36%であるが、3回または4回実施の企業もそれぞれ1割あった。5回以上は僅かであった。日数は入社前と比べてかなり多くなっている。全体の4割が6日以内であるが、25日を越える企業も7%ある。

全体の集合研修実施回数および実施日数は図3-4、図3-5のようであった。回数、日数共に従業員規模との関連で1%レベルの有意差が見られた。「5000人以上」と「29人以下」を除いては、概ね同じ傾向のようである。(図3-6、3-7)

業種別では、「情報・マスコミ」に25日を越える企業が多い。最初の導入研修に充分時間をかけているのであろう。自動車販売職の半年を最長として、情報処理関連の3カ月、生命保険会社の75日、証券会社の43日など、研修に専念する期間が長い企業はサービス業に多く見られるようである。

集合研修の実施状況は、業種や規模などによってかなり異なるが、研修期間の長さは調査前の予想をはるかに越えるものであった。営業職や情報処理などの専門職に対する研修期間が、特に長いようであるが、その他の職種でも、仕事から離れる集合研修に多くの日数を割いている。しかも、男子新入社員と合同で研修を受けるケースが、小売業などでも多いようである。やはり、女子社員の能力を男性同様に伸ばそうという、経営側の強い意欲の表れと解釈して良いのではないだろうか。反面、小規模企業や製造業においては、集合研修は全く実施されないか、実施したとしても期間が短くなる傾向が見られる。おそらく、これらの企業では、主にOJTによる新入社員教育が行われているのであろう。

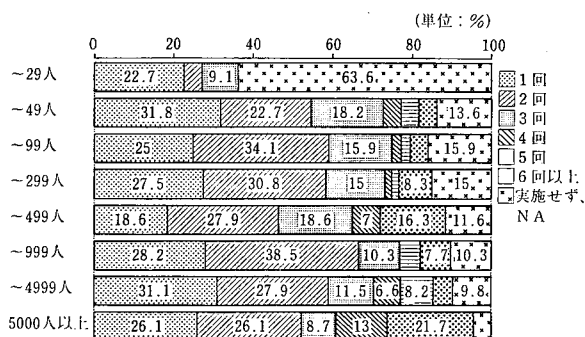


図3-6 集合研修合計回数 (規模別)

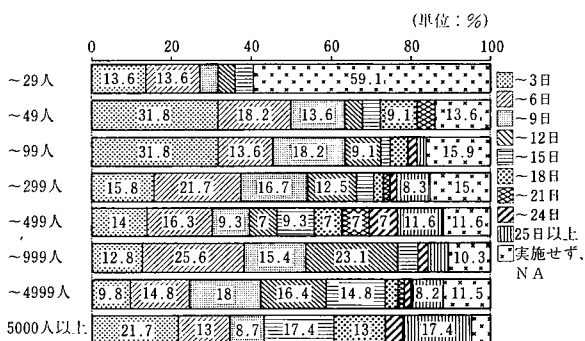


図3-7 集合研修合計日数 (規模別)

## 3-4. 女子新入社員教育で実施された内容

これまで、通信教育や集合研修の状況から、女子新入社員教育に対する経営側の積極的な姿勢を見てきた。それでは、実際どのような内容の教育が行われているのであろうか。女子新入社員教育を実施した企業のみを対象として、次の22項目から実施項目を全て選んでもらったところ、図3-8のような結果となった。

「対人能力（電話・接遇）」「職場での人間関係」「企業経営方針など経営一般」「人事組織管理」「役割行動の養成」「組織・職場の活性化」と、組織で働くための基本的な内容が6位までを占めている。（図3-

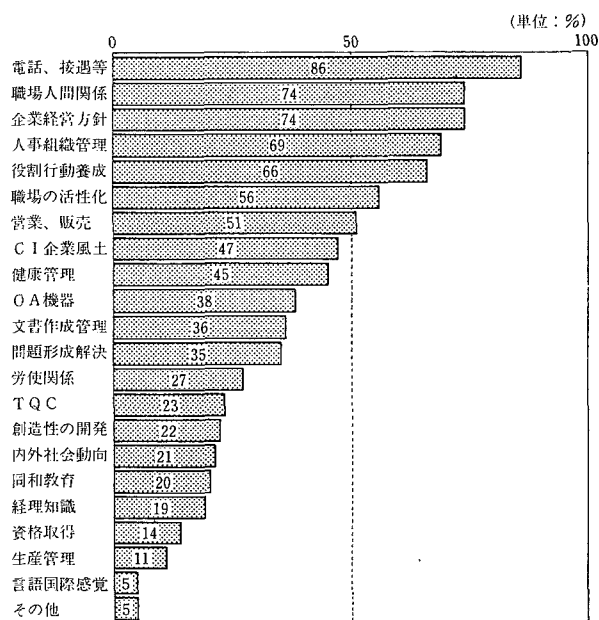


図3-8 女子新入社員教育実施項目

表1 教育実施項目の順位比較（業種別）

教育内容項目	製造 (N=75)		卸売小売 (N=115)		金融証券 (N=62)	
	順位	%	順位	%	順位	%
1 電話・接遇等	1	84.0	1	88.7	1	90.3
2 職場人間関係	2	73.3	3	75.7	4	72.6
2 企業経営方針	5	62.7	2	76.5	2	75.8
4 人事組織管理	2	73.3	6	65.2	2	75.8
5 役割行動養成	4	68.0	5	67.0	5	61.3
6 職場の活性化	6	53.3	7	60.0	7	59.7
7 営業、販売 ***	14	29.3	4	73.0	10	43.5
8 CI企業風土	10	37.3	8	55.7	8	48.4
9 健康管理	7	49.3	9	45.2	12	35.5
10 OA機器 **	12	32.0	12	34.8	5	61.3
11 文書作成管理	8	41.3	10	36.5	11	37.1
12 問題形成解決	9	40.0	11	35.7	14	30.6
13 労使関係	11	36.0	14	24.3	15	22.6
14 TQC	15	26.7	13	26.1	19	14.5
15 創造性の開発	16	21.3	14	23.5	16	21.0
16 内外経済動向 ***	18	14.7	16	21.7	8	42.5
17 同和教育 *	18	14.7	17	20.9	13	33.9
18 経理知識 *	17	17.3	18	20.2	18	19.4
19 資格取得	20	10.7	19	13.9	16	21.0
20 生産管理 ***	13	30.7	22	0.9	21	4.8
21 言語国際感覚	22	2.6	20	1.7	22	11.3
22 その他	21	4.0	20	1.7	20	11.3
22項目平均		37.4		39.5		40.4

\*\*\*p&lt;0.001, \*\*p&lt;0.01, \*p&lt;0.05

表2 教育実施項目の順位比較（規模別）

教育内容項目	~99人 (N=75)		~999人 (N=177)		1000人~ (N=75)	
	順位	%	順位	%	順位	%
1 電話・接遇等	1	76.0	1	89.8	1	86.7
2 職場人間関係 *	3	61.3	2	78.5	3	74.7
3 企業経営方針	3	61.3	3	76.3	2	80.0
4 人事組織管理 *	5	52.0	4	74.0	3	74.7
5 役割行動養成	2	64.0	5	71.2	6	56.0
6 職場の活性化	6	46.7	6	60.5	6	56.0
7 営業、販売	8	42.7	7	53.1	8	53.3
8 CI企業風土	10	33.3	8	46.3	5	60.0
9 健康管理	7	45.3	9	44.1	9	45.3
10 OA機器 **	12	26.7	10	41.8	13	38.7
11 文書作成管理	9	38.7	12	31.6	11	41.3
12 問題形成解決	11	28.0	11	34.5	10	42.7
13 労使関係	17	13.3	13	27.7	12	40.0
14 TQC	14	21.3	16	20.3	15	29.3
15 創造性の開発	14	21.3	14	22.0	16	21.3
16 内外経済動向 *	16	17.3	15	20.9	16	25.3
17 同和教育 ***	18	9.3	17	16.4	14	37.3
18 経理知識	13	22.7	19	14.7	16	25.3
19 資格取得	21	6.7	17	16.4	19	17.3
20 生産管理	19	8.0	20	14.1	21	5.3
21 言語国際感覚	19	8.0	21	4.0	22	2.7
22 その他	21	6.7	22	2.8	20	8.0
22項目平均		32.3		39.1		41.9

\*\*\*p&lt;0.001, \*\*p&lt;0.01, \*p&lt;0.05



企業における女子新入社員教育：秘書教育への示唆

8)「企業経営方針」と「人事組織管理」は個々の企業によって細かい内容は異なるであろうが、他の4項目は概ね普遍的なもので、どの職場であっても共通に必要とされる内容であると思われる。業種の特徴によって多少順位が入れ替わることはあるが、「電話・接遇」は常に首位であり、他の5項目も上位を占めている。(表1)これらは、どの女性新入社員にとっても入社後すぐに必要とされる知識・技能であると考えられているのであろう。

また、規模が大きくなるにつれて、実施項目が漸増している傾向が22項目の平均から窺える。特に「同和教育」においてその傾向が顕著である。(表2)

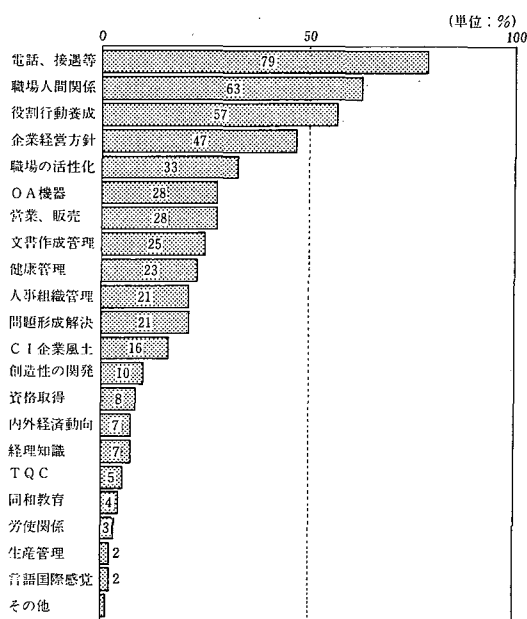


図3-9 女子新入社員教育重要項目

表3 教育重要項目の順位比較 (業種別)

教育内容項目	製 造 (N=75)		卸売・小売 (N=115)		金融・証券 (N=62)	
	順位	%	順位	%	順位	%
1 電話・接遇等	1	79.5	1	80.5	1	79.4
2 職場人間関係	2	62.8	2	64.6	4	50.8
3 役割行動養成	3	52.6	3	58.4	2	54.0
4 企業経営方針	5	35.9	4	47.8	2	54.0
5 職場の活性化	6	30.8	6	32.7	5	36.5
6 O A 機器	8	26.9	7	26.5	6	31.7
7 営業、販売 ***	12	11.5	5	44.2	7	28.6
8 文書作成管理 ***	4	43.6	9	21.2	12	17.5
9 健康管理	9	23.1	8	22.1	13	15.9
10 人事組織管理 **	6	30.8	12	13.3	8	23.8
11 問題形成解決	10	20.5	10	19.5	9	20.6
12 C I 企業風土	11	17.9	11	15.0	9	20.6
13 創造性の開発	15	5.1	13	9.7	15	11.1
14 資格取得	15	5.1	14	6.2	13	15.9
15 内外経済動向 **	15	5.1	18	4.4	9	20.6
16 経理知識 *	12	11.5	14	6.2	16	3.2
17 T Q C ***	14	6.4	17	5.3	19	1.6
18 同和教育	18	3.8	14	6.2	19	1.6
19 労使関係	18	3.8	19	2.7	16	3.2
20 生産管理	18	3.8	21	0.9	19	1.6
21 言語国際感覚	22	0	20	1.8	22	0
22 その他	21	1.3	21	0.9	16	3.2

\*\*\* p < 0.001, \*\* p < 0.01, \* p < 0.05  
 / 順位が3又は4ランク変動した項目  
 ↓ ↑ 順位が5ランク以上変動した項目

表4 教育重要項目の順位比較 (規模別)

教育内容項目	~99人 (N=75)		~999人 (N=177)		1000人~ (N=75)	
	順位	%	順位	%	順位	%
1 電話・接遇等	1	73.3	1	81.9	1	78.8
2 職場人間関係	2	68.0	2	65.5	3	50.7
3 役割行動養成	3	60.0	3	61.0	4	45.3
4 企業経営方針	4	42.7	4	45.8	2	52.0
5 職場の活性化	5	32.0	5	36.2	7	28.0
6 O A 機器	9	25.3	6	32.2	10	21.3
7 営業、販売	7	28.0	7	25.4	5	32.0
8 文書作成管理	6	30.7	9	21.5	8	25.3
9 健康管理	8	28.0	10	20.9	9	22.7
10 人事組織管理 **	12	14.7	12	15.3	11	20.0
11 問題形成解決 *	13	12.0	11	19.8	5	32.0
12 C I 企業風土	12	14.7	12	15.3	11	20.0
13 創造性の開発 **	11	17.3	13	9.0	17	5.3
14 資格取得	16	5.3	14	7.9	13	12.0
15 内外経済動向 *	19	2.7	15	7.3	13	12.0
16 経理知識	14	9.3	17	4.5	16	9.3
17 T Q C	16	5.3	16	5.1	17	5.3
18 同和教育 ***	21	1.3	20	1.7	15	10.7
19 労使関係	18	4.0	18	2.6	19	4.0
20 生産管理	15	6.7	18	2.6	22	0
21 言語国際感覚	19	2.7	20	1.7	21	1.3
22 その他	21	1.3	22	0.6	20	2.7

\*\*\* p < 0.001, \*\* p < 0.01, \* p < 0.05  
 / 順位が3又は4ランク変動した項目  
 ↓ ↑ 順位が5ランク以上変動した項目

### 3-5. 女子新入社員教育の重要項目

次に、同じ教育内容22項目の中から、女子新入社員にとって最も重要と思われるものを5項目まで選んでもらった。回答企業の過半数が選んだのは「対人能力（電話・接遇など）」「職場での人間関係」「役割行動の自主性の養成」の3項目であった。実施率の順位と比較すると、「役割行動の自主性の養成」が5位から3位に浮上していることは大変興味深い。順位としては、経営、組織、労使に関する項目が大きく低下し、逆に「業務に必要な資格」「文書管理（作成・処理など）」「OA・コンピュータ」などの項目が上っている。（図3-9）業種別、規模別の傾向は、表3、表4のようであった。

## Ⅳ. 秘書教育への示唆

女子新入社員研修に関する調査結果を様々な角度から考察したところ、次の傾向が推察された。

- ①女子社員の能力開発に対する経営者側の意識の高まり
- ②入社時の男女合同教育の普及

これには、次のような背景があったと考えられる。

- ・昭和61年の「男女雇用機会均等法」施行後、企業の人事政策が見直しを迫られていた。
- ・生活関連サービス業の急成長により、女性の企業内での役割が増した。
- ・好景気を反映して人手不足が深刻化しており、女性の能力の活用が不可欠であった。

最後の背景である人手不足は、その後の景気の後退により解消しているが、それによって女子社員の能力開発の必要性が減じたとは考えにくい。なぜならば、収益の悪化により企業は経営のスリム化を余儀なくされ、リストラの名のもとに積極的に人員削減を行ってきているからである。女性への採用門戸は狭くしても、一旦採用すれば、経営者は従来以上にその能力を活用しなければならないのである。

今回の調査では、特にサービス業や中規模企業における女子社員教育に対する積極的な姿勢が感じられた。本学の卒業生の多くがこれらの企業に就職していることを考えたとき、この結果は、本学における秘書教育のめざす方向についての多くの示唆を与えているように思われる。

また、日本の雇用システムの中では、勤務年数が長くなるほど男女の職位に開きが生じ、教育の機会の不均等が増大することが多い。それに伴い、教育プログラムも、男女間で内容に大きな違いが生じる。しかし、新入社員研修が男女合同で実施されることが多いということは、少なくとも入社時点では比較的均等な教育の機会が女子社員にも与えられてきていることを表す。それでは、このような企業における人材開発の傾向に対して、送り手の短期大学としては、どのように社会人準備教育を企画し、実施していけば良いのであろうか。

調査結果によれば、業種に関係なく企業の人事担当者が女子新入社員教育において重要であると考えている内容の上位5項目は、「電話・接遇などの対人能力」「職場での人間関係」「役割行動の自主性の養成」「企業の経営方針など経営一般」「組織・職場の活性化」であった。それぞれの項目の具体的な内容は、個々の企業文化や経営方針によって多様であろう。しかし、それらの理解と定着を促進する意味で、求められる能力の開発を在学中にスタートにおくことは、雇用側と新入社員側の双方にとって大きなプラスであると考えられる。現在の秘書教育が、これらの内容にどのように対応できているのかを、カリキュラムの面から検証してみることにする。

全国大学・短期大学実務教育協会（以下「全実協」）の規程によれば、「上級秘書士」と「秘書士」の認定に要する科目・単位数および本学英語英文科対応科目は表5、表6の通りである。

また、女子新入社員教育重要項目の内容は秘書関連科目においてのみ教授されるものではないが、あえて本学英語英文科の秘書教育科目と対応させると、表7のようになると考えられる。回答企業の8割が重要項目として選び、86%が実施した「電話・接遇などの対人能力」は、「秘書実務」で主に扱

表5 「上級秘書士」称号認定に要する科目・単位数

	科目名	形態	単位	対応科目（単位数）	
必修科目	* 秘書理論関係	秘書学概論	講義・演習	2~4	秘書学概論（2）
		経営学概論	講義・演習	2~4	経営学概論（2）
		人間関係論	講義・演習	2~4	社会心理学（2）
		国際理解	講義・演習	2~4	異文化間コミュニケーション論（2）
		言葉と表現	講義・演習	2~4	対照言語学（2）
	** 秘書実務関係	オフィススタディ	講義・演習	2~4	開講せず
		秘書実務	演習・実習	2~4	秘書実務（2）
		国語表現	講義・演習	2~4	国語表現（2）
		事務管理	講義・演習	2~4	事務管理（2）
		実用外国語	講義・演習	2~4	秘書英語（2）
選択科目	秘書機器実習	演習・実習	1~2	事務機器演習A/B（2）	
選択科目	秘書教育に関連があり、本協会の審査委員会において承認された科目20単位以上			簿記会計、法学概論、実務英語、経済学、環境科学、英米文学概論時事英語、英会話など	

\*秘書学概論を含め3科目以上10単位以上、\*\*5科目について10単位以上

表6 「秘書士」称号認定に要する科目・単位数

	科目名	形態	単位	対応科目（単位数）
必修科目	秘書学概論	講義・演習	2~4	秘書学概論（2）
	秘書実務	演習・実習	2~4	秘書実務（2）
	国語表現法	講義・演習	2~4	国語表現（2）
	事務管理	講義・演習	2~4	事務管理（2）
選択科目	事務機器実習	演習・実習	1~2	事務機器演習A/B（2）
選択科目	オフィススタディ・人間関係論・実用外国語・ビジネス関連法規・経営概論・簿記・会計学・情報処理理論・社会心理学・事務管理演習・国語表現演習・秘書実務演習の中から3科目6単位以上を含む14単位以上			社会心理学（2） 法学概論（2） 情報処理概論（2） 秘書英語（2） 実務英語または時事英語（2） 英会話 I A（2） 英会話 I B（2）

表7 女子新入社員教育重要項目に関連する科目の内容

順	教育重要項目	秘書教育における主な対応科目
1	対人能力（電話・接遇など）	秘書実務
2	職場人間関係	人間関係論・社会心理学
3	役割行動の自主性の養成	秘書学概論、秘書実務など全般
4	企業の経営方針など経営一般	経営学概論・秘書学概論
5	職場の活性化	秘書学概論、秘書実務など全般

われている。これは「上級秘書士」「秘書士」必修の通年演習科目で、秘書教育の中心科目の一つである。また、重要項目、実施項目ともに2位の「職場での人間関係」は「人間関係論」や「社会心理学」の中で主に扱われている。重要項目としては4位であるが、実施率は2位である「企業の経営方針など経営一般」は、「上級秘書士」課程では卒業要件外で教授され、「秘書士」課程においては、「秘書学概論」の関連内容としてごく一部を扱うにとどまっている。秘書教育の充実と職業意識の涵養の為に、「経営学概論」が「秘書士」「上級秘書士」の両課程において卒業要件内で開講されることが、望ましいと思われる。

これら3項目に比べて、「役割行動の自主性の養成」や「組織・職場の活性化」は、特定の科目で扱うというよりも、むしろ、「秘書学概論」「秘書実務」などの秘書教育関連科目全体が、さらには教養科目、専門科目をも含めた種々の科目全体が、互いに補完し合いながら、職業人・社会人としての総合的な資質を涵養するという意味合いを持つと思われる。このように、技術や知識の教授にとどまらず、総合的な人格教育をも担い、社会や学生のニーズに応えることを目指す秘書教育を推進するには、その目的に合致した教授・学習法の開拓が必要となる。秘書学会などでは、その点に関する研究発表も近年盛んになされている。

例えば、秘書教育の中心科目とも言える「秘書実務」は、従来「業務処理における知識・技能を内容とするものが多い」とされるが、天野恒男はその傾向に疑義を抱き、「秘書実務教育のねらいと方法についての試み」の発表の中で、秘書実務教育のねらいを次のようにまとめている<sup>8)</sup>

- (1) 秘書業務を含めたビジネスに関する基本的知識・技能の習得
- (2) 適正なものの見方・考え方の涵養
- (3) 実践的・総合的応用力や問題解決能力の涵養

(1) は当初から「秘書実務」の典型的な教育内容とされて来ているが、(2)(3)の意図するところは「役割行動の自主性の養成」や「組織・職場の活性化」などに関連する教育内容であると思われる。同氏によれば、(3)の「実践的・総合的応用力や問題解決力」は(1)と(2)を踏まえて獲得される能力であり、(a) コミュニケーション能力、(b) 情報活用力、(c) リーダーシップ、(d) 総合判断力、(e) 問題解決力などを含む。本調査結果によると、「問題形成・問題解決」能力は、女子新入社員教育の内容としては、未だ企業の人事担当者によってあまり強くは認識されていないようであるが、社会情勢の変化から今後ますます求められる能力であると思われる。

(1) の知識や技能の修得のみならず、(2) や(3) の資質の養成をも含んだ秘書実務教育の手法として、天野は「ロールプレイング」「創造性開発技法」「セブクロス法」「教育ゲーム」「ビジネスゲーム」「ケーススタディ」「インバスケッ」などの様々な手法を目的に合わせて授業に導入することを提唱している。

その他、比較的新しい試みとして、菱田らによる「交流分析」を応用した授業展開<sup>9)</sup>、勝田らによ

る「シミュレーション手法」を導入した指導例<sup>10)</sup>なども報告されている。また松下紘子（1994）によれば、「KJ法」は秘書実務教育に限らず、情報教育など多方面で用いられ始めているようである。これらの教育技法の中には、担当者側に準備や訓練の負担が大きくかかるものも多々あるようであるが、期待された効果を上げていると聞く。

このように、「役割行動の自主性」など、単なる技術や知識を越えた能力や資質を求める企業のニーズに対応するには、伝統的な教育手法に加えて、これらの様々な手法の特徴を理解し、目的に応じて効果的に導入することが必要であると思われる。そして、これは「秘書実務」などの演習科目に限らず、講義も含めて、秘書教育課程の全ての科目に言えることであろう。

筆者は「上級秘書士」「秘書士」の必修講義科目である「秘書学概論」を担当しているが、教授・学習法の開発については、試行錯誤の連続である。昨年度の最後の授業に、初めて「インバスケット」を導入してみた。「秘書実務」における演習によく用いられる技法ではあるが、講義と関連させながらの導入も、効果的であったとみえて、履修生には非常に好評であった。秘書教育課程は理論関連・実務関連の様々な科目で構成されているが、担当以外の科目の内容や技法も踏まえて、相互の補完性を強めることによって、それぞれの教育効果をも高めることができると思われる。また、教科担当者は未経験の教育技法を修得することによって、自らの教授法の選択の幅を広げることができ、履修者のニーズにも柔軟に応えることができる。新しい教育技法を学ぶ場や機会は決して多くはないが、学会活動や研究サークル活動などの情報交換の場を通して、積極的に取り組んでいきたいものである。

大津（1993）は、「秘書の職務設計モデル」の中で、「キャリア・パスが示されることが、従業員を動機付け、自己啓発の原動力となる」と述べている。そして、企業においてその方向への転換が進行中であるという証拠を見いだしている。ある大手スーパーでは、総合職として入社後一年が経過したばかりの本学卒業生を、本年4月から別の店舗に転勤させ、そこでの業務を改善するという責任ある職を与えることにしたと聞く。彼女が受けた新入社員教育は、男性新入社員のそれと全く同じであった。その報に、遅々としてではあるが着実に女性のキャリア・パスが進行しつつあるとの実感を得ることができた。秘書教育即ち社会人準備教育は、女子学生のみを対象にしたものではないが、仕事を通して自己実現を目指そうとする女性と、女性の能力を開発しようとする企業の間をつなぐという役割も担っていく上で、担当者として励まされるエピソードのひとつであった。

## （注）

1) (株)日本コンサルタント・グループ（1984）『企業内教育訓練実務便覧』pp. 11-13

2) 日本経営者団体連盟、(株)日本産業訓練協会共編（1990）『第7回産業訓練実態調査：1990年度企

業内教育に関する総合アンケート調査最終報告』p. 149

- 3) 大宮登「秘書機能を考える」1993年の日本秘書学会第12回全国大会における口頭発表
- 4) 今林宏典「秘書に求められる能力と対処行動について」同全国大会における口頭発表
- 5) 川村郁夫「秘書学の研究対象に関する一考察」同全国大会における口頭発表
- 6) 日経連役員企業、関東経営者協会会員企業、日産訓会員企業、及び上場企業計3974社を対象として、アンケート調査を行い、回収率15.5%であった。
- 7) 本調査では1企業1データとする必要があったため、複数のプログラムを実施している企業については、事務一般職の短大卒女子新入社員のケースをデータとして用いた。また、本調査では、実施時間の長さや日数の多少に関わりなく、連続して集合研修が行われた場合に1回と数えている。従って、1日の研修も2泊3日の宿泊研修も同じ1回となる。同様に日数についても、時間の長さに関わりなく、集合研修が実施された日を1日と数えている。
- 8) 天野恒男「秘書実務教育のねらいと方法についての試み」1992年度の日本秘書学会第11回全国大会における口頭発表
- 9) 菱川陽子他「秘書実務における交流分析の応用」1994年度の日本秘書学会第13回全国大会における口頭発表
- 10) 勝田喜美子他「シミュレーション手法を用いた秘書実務教育」1993年度の日本秘書学会第12回全国大会における口頭発表

## (参考文献)

1. 大津洋子(1993)「秘書の職務設計モデル」『秘書学論集第11号』pp. 77~88
2. 垣見益子(1993)「英語系学科における秘書教育」『中国短期大学紀要第24号』pp. 165~179
3. 日本経営者団体連盟, (株)日本産業訓練協会共編(1990)『第7回産業訓練実態調査1990年度企業内教育に関する総合アンケート調査最終報告』
4. (株)日本コンサルタント・グループ(1984)『企業内教育訓練実務便覧』
5. 松下紘子(1994)「秘書の創造性を促進する教育技法の一提案」『秘書学論集第12号』日本秘書学会 pp. 41~52
6. 青島祐子. 1994. 『女性のキャリア戦略』学文社.
7. European Centre for the Development of Vocational Training. 1992. *Equal Opportunities and Vocational Training, Evaluation of In-Company Vocational Training Schemes for Women*, CEDEFOP.
8. 大藤裕康. 1991. 『統合的人材活用システム』ぎょうせい.

9. 鎌田勝. 1990. 『人材を活かす社員教育の極意』ぎょうせい.
10. 鎌田とし子. 1989. 『転機に立つ女性労働』学文社.
11. 喜多村敬三. 1990. 『人間のための企業の条件』PHP研究所.
12. 経営管理研究会編. 1990. 『基本解説組織管理』公職研.
13. 産業能率短期大学編. 1989 『社員教育教科書』経林書房.
14. 高岡正. 1990. 『ビジネス脳力開発法』産能大学出版部.
15. 中小企業国際センター社員教育研究会編. 1988. 『ビジネス研修のやり方』中経出版.
16. Deming, B. S. 1982. *Evaluating Job-Related Training*, Prentice-Hall.
17. 西田耕三. 1985. 『なにが仕事意欲をきめるか』白桃書房.
18. 平田哲他編. 1984. 『職業と人間形成』YMCA 出版.
19. McGregor, D. 1960. *The Human Side of Enterprise*, Mcgraw Hill. 高橋達男訳. 1990. 『企業の人間的側面』産能大学出版部.
20. M&Wネットワークング. 1991. 『女性を活かす職場学』NTT 出版.
21. Rae, L. 1992. *Guide to In-Company Training Methods*, Gower Publishing Co.