

## 平成21年度「専修学校教育重点支援プラン」成果報告書

事業名	高等専修学校での理容師育成のための人間力強化プログラム開発		
法人名	学校法人 石川学園		
学校名	大育高等専修学校		
代表者	理事長 石川 正一	担当者 連絡先	学園本部長 石川 正剛 098-885-5330
1. 事業の概要（300～500字程度）			
<p>理容系の高等専修学校では従来から、理容師を育成する目的で、その専門分野に重点を置き、理容に関する法規やカッティング等の専門的な知識・技術の育成を中心にカリキュラムを構成してきた。しかし、理容業界からの人材ニーズも変化し、顧客の獲得や従業員間での良好な人間関係を構築するために、きめ細やかな配慮や気配り等のできる人間を求める傾向が強まっている。</p> <p>本事業では、そのような背景のもと、理容師を目指す高等専修学校生を対象とした人間性、人間力の強化を目的とするプログラムを開発する。この目的の実現のために、5つの専門学校に地域の理容生活衛生協同組合、教材の研究・開発企業を加えた実施委員会を設置した。開発内容は、生徒が自らそれらの重要性を強く認識し、自立的な学習を促すものとし、また、理容業界の実情や社会への貢献等の情報を啓発コンテンツとしてまとめ、高等専修学校生に職業への高い目的意識を喚起させた。</p>			
2. 事業の実施に関する項目			
①開発したプログラム・教材・教育手法等の概要			
<p>理容師を目指す専修学校の学生に向けて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人間力強化の動機付けとなるような啓発コンテンツ</li> <li>・このコンテンツのシーンを題材にしたケーススタディ教材</li> </ul> <p>を開発し、これらを使用する教育プログラムを開発した。</p> <p>※次の画像は啓発コンテンツの一部映像のキャプチャ</p>			



## ②ニーズ調査等（手法・期間・効果）

本事業では二つの実態調査を実施した。

### 1. 業界調査

平成21年7月から9月にかけて、各種Webサイトの調査やヒアリング調査によって、理容業界における一般的な事項を調べ、かつ、人材の実情調査を行った。

その結果、第一に、労働条件の面では、相対的に見て、理容師は必ずしも待遇が悪くないことが分かった。第二に、理容師に対して求められるスキルとして、コミュニケーション能力などの人間力、経営感覚やマーケティングセンスが求められていることが分かった。第三に、理容師の職業人意識として、特に、理容師にしかできないことにもっとプライドや使命感を持つ意識の高揚が望まれていること、衛生面を維持・向上させる意識を高めることがこれまで以上に求められていることなどが分かった。

### 2. 理容師を目指す専修学校生に対する意識調査

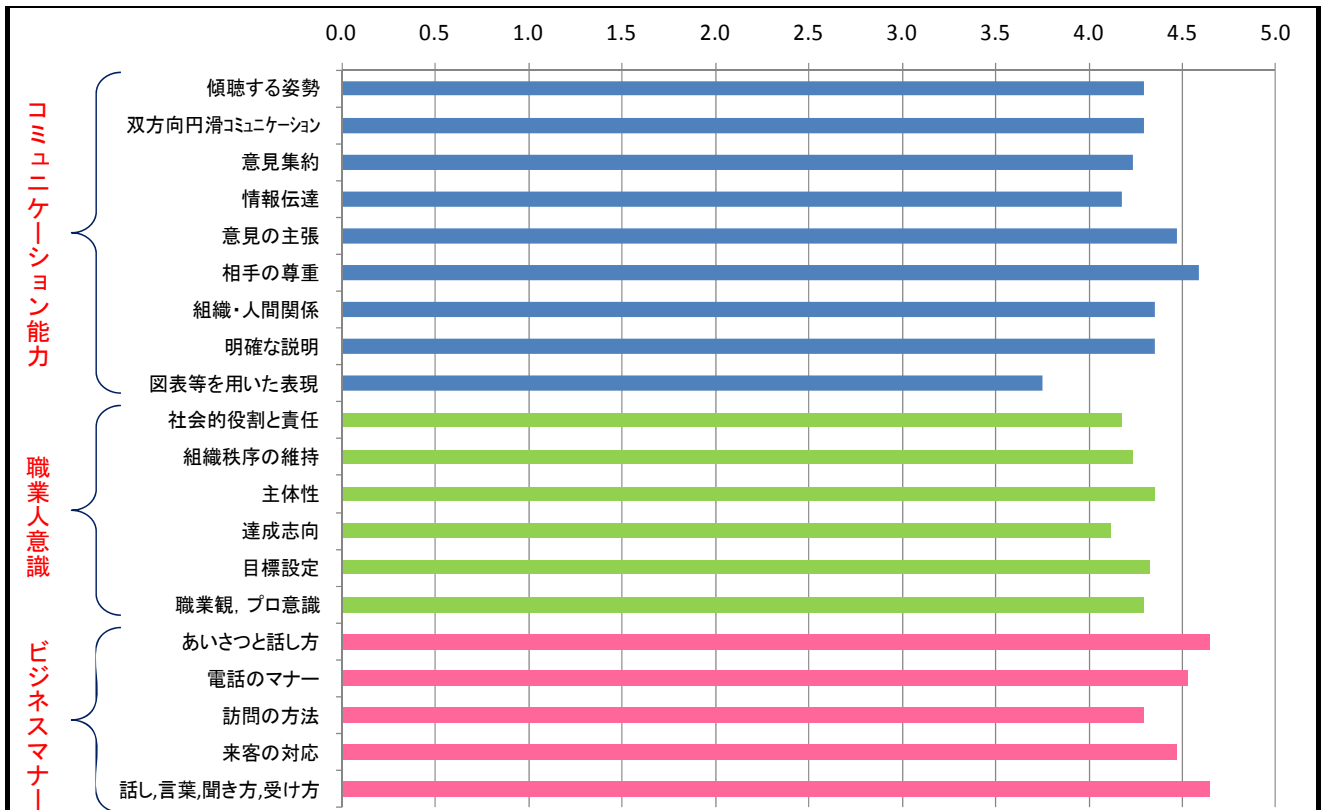
- 対象：専門学校で理容師科の1年生17名
- 時期：平成21年10月実施
- 方式：アンケート

下記A～Cについて質問した。

- A 理容師に対するイメージ・意識（目指すキッカケ、心配事、自由記述）
- B 人間力（コミュニケーション能力、職業人意識、ビジネスマナー）の各項目について、将来どれくらい大切だと思うか＝理想のレベル
- C 人間力（コミュニケーション能力、職業人意識、ビジネスマナー）の各項目について、現状はどれくらいだと思うか＝現状のレベル

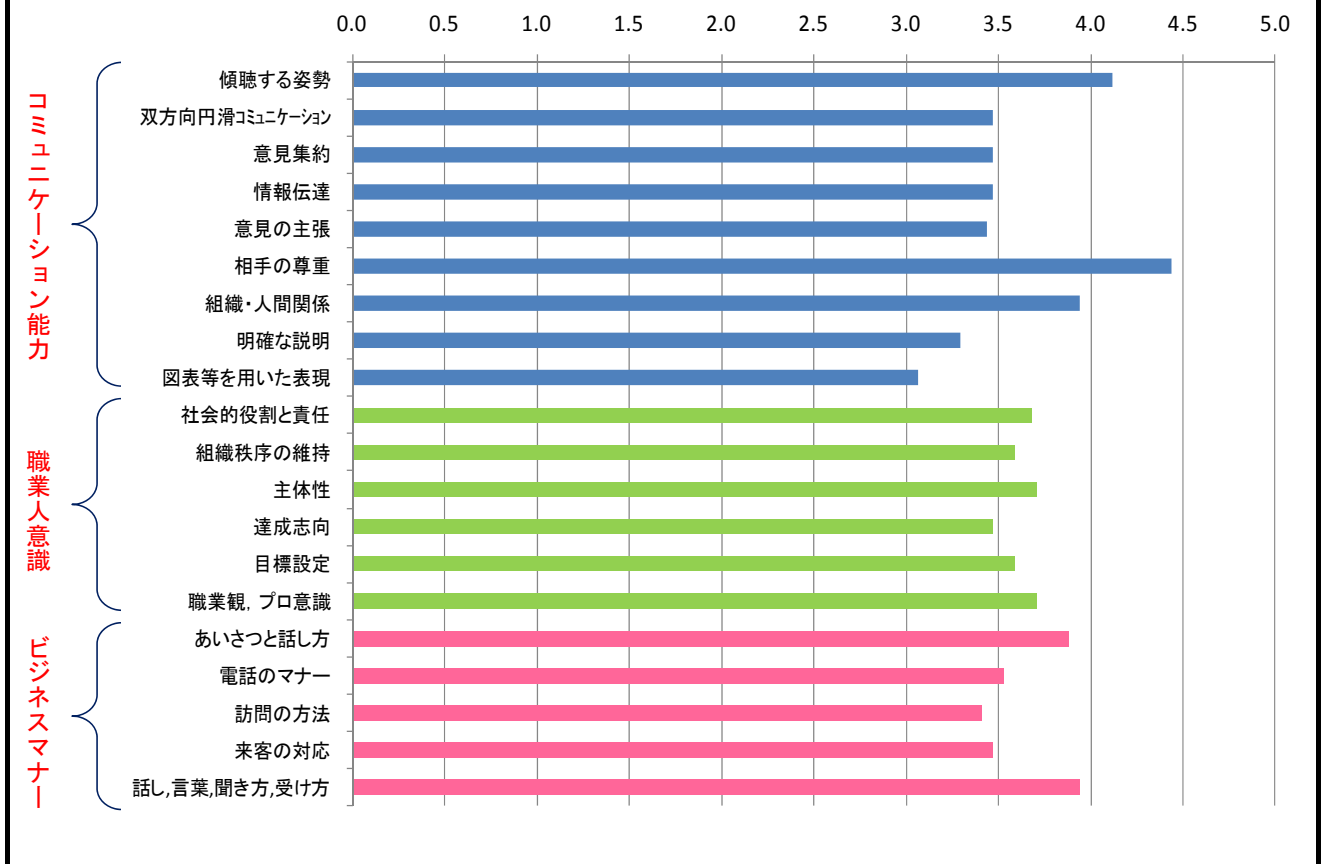
#### ■結果

- A 理容師に対するイメージ・意識
  - ・理容師を目指したキッカケは「カッコよさ」、「手に職をつけたい」が1、2位
  - ・心配事は労働条件（労働時間の長さ、給料の安さ）
- B 人間力各項目の理想
  - ・大切だと思う度合いを5点満点で評価し、平均化したものが次図
  - ・「相手の尊重」「あいさつと話し方」「話し言葉・聞き方・受け方」などを大切だと思う度合いが高い

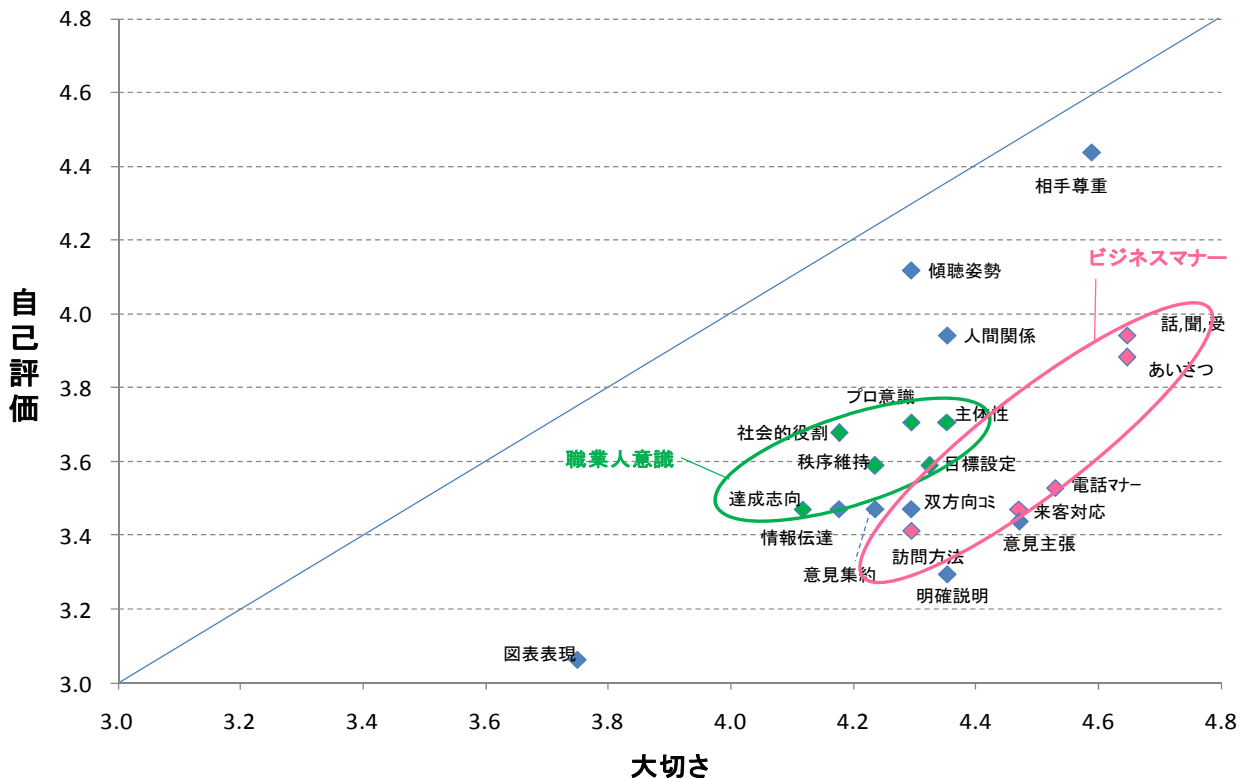


### C 人間力各項目の現状

- ・現状を5点満点で評価し、平均化したものが次図
- ・「相手の尊重」「あいさつと話し方」「話し言葉・聞き方・受け方」など、大切だと思う度合いが高い項目については、現状のレベル認識が高い傾向



※B に対する回答＝理想（大切さ：横軸）と、  
C に対する回答＝現状（自己評価：縦軸）  
の関係を描いた散布図は次のとおりである。



- ・ コミュニケーション能力の各項目はバラツキが大きい。
- ・ ビジネスマナーの各項目は理想と現実の差が大きい。
- ・ 職業人意識の各項目のバラツキは小さいがやはり理想と現実には差がある。

### ③実証講座の状況

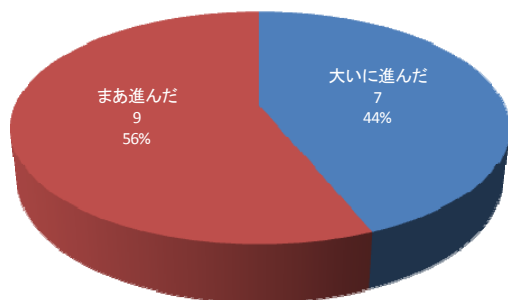
実証講座は次のように実施した。

- 期間：平成 21 年 12 月 22 日
- 場所：専門学校大育
- 被験者：専門学校大育理容本科 1 年生 17 名（うち女性 1 名）
- 内容：
  - (1) 概論
  - (2) 啓発コンテンツの視聴
  - (3) ケーススタディ取組み（e ラーニング環境でグループ学習）
  - (4) ケーススタディ発表（グループ発表）
  - (5) まとめ
  - (6) アンケート

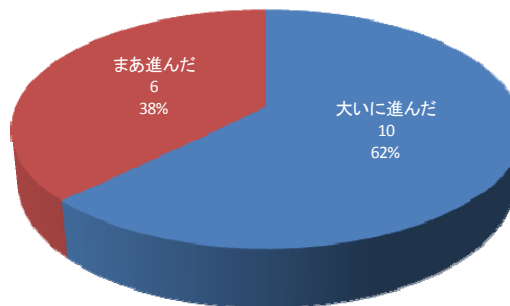
#### ■ 実証結果：

次図のように、職業人意識、コミュニケーション能力、ビジネスマナー共に理解が進んだ（特に、コミュニケーション能力）。また、事例に取材したケーススタディに対して非常にポジティブな印象が感じられた。

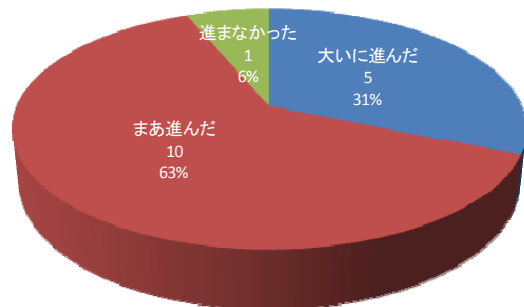
・ 職業人意識に対する理解



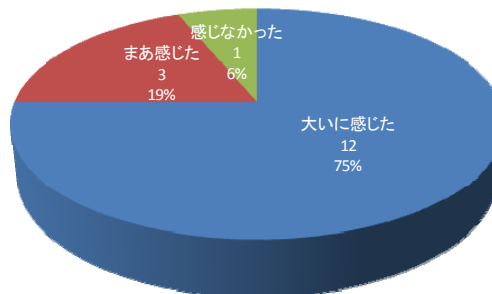
・ コミュニケーション能力に対する理解



・ ビジスマナーに対する理解



・ 事例で学習する方法は効果的と感じたか



④その他

3. 事業の評価に関する項目

①目的・重点事項の達成状況

実証実験講座を実施した結果、コミュニケーション能力、職業人意識については、被験者員の100%が「理解が進んだ」と回答した。特に、前者については、啓発コンテンツの随所で理容師と客の具体的で模範的な会話が挿入されていたことが、被験者の理解度を高めた大きな要因として考えられる。一方、ビジスマナーについては、「理解が進まなかった」との回答が一部あったこと、「大いに理解が進んだ」という回答の割合が他に比べて小さかったことから、今一つの効果であるように見える。この理由として、啓発コンテンツに挨拶や感謝の言葉を言うシーン以外にこれといったビジスマナーを感じさせるシーンがなかったことが挙げられる。それでも、自由意見を見ると「挨拶」「ありがとう」が自然に出ることに言及した記述もあり、概ね、ビジスマナーの大切さに対する意識を喚起できたと考える。

②事業の成果

事業成果をまとめると次のようになる。

■実態調査の成果

- ・ 理容師の労働条件が必ずしも悪くないことが分かった。
- ・ 昨今の理容師には、コミュニケーション能力などの人間力、経営感覚やマーケティングセンスが求められていること
- ・ 職業人意識、中でも、理容師にしかできないことにもっとプライドや使命感を持つことが望まれていること
- ・ 衛生面の維持・向上を図る意識の高揚がこれまで以上に求められていること

などが分かった。

- ・理容師に対する若者の意識調査の結果から、カッコよさにあこがれるなどの抽象的な意識が先行し、人間力の必要性に対する意識はあるものの、その現状は高くないことが分かった。

#### ■教育プログラム開発の成果

45 時間から成る人間力強化教育プログラム（理容師のための就職基礎力）を開発した。このボリュームは、90 分授業換算で 30 回分に相当し、理容師を育成する課程の初年度 1 年間あるいは初年度後期から 2 年目前期にかけての 1 年間の科目として利用可能である。

#### ■コア教材開発の成果

教育プログラムの冒頭、人間力全般の必要性を理解し、学習の意欲を喚起すべき最も重要な段階において使用できる啓発コンテンツ及びそれを題材にしたケーススタディ教材を開発した。

#### ■実証講座の成果

本事業で開発した啓発コンテンツ及びそれを題材にしたケーススタディ教材が、学習初期の重要な時期に、人間力強化のキッカケになることが確かめられた。

### ③次年度以降における課題・展開

本校の Web サイトで事業成果を報告するなどの手段により、全国の理容系高等専修学校に対して、また、理容業界全般に対して、本事業の成果を伝えたい。

次年度以降の展開としては、本事業で開発したような事例学習方法を適用できる他の局面を開発し、人間力に満ちた理容師の育成に貢献したい。

### ④成果の普及

事業成果を報告する目的で、2 月 10 日に本校において報告会を開催した。参加者は専門学校関係者 15 名と業界関係者 6 名であった。

さらに、事業成果報告書を 400 冊印刷し、学校関係者および業界関係者に広く配布を行った。