

接遇Ⅱコミュニケーション能力と専門教育と

——キャリア教育は本来の学校教育を衰退させる

最近、通っている散髪屋が気になる。洗髪する度に、洗髪中は「かゆいところはありませんか?」、洗髪後は「目や耳に水は残っていませんか?」といちいち聞いてくるのだ。しかも親切で丁寧でさわやかに聞いてくる。たぶん、「お客様に必ず聞け」と「師匠」によってか「専門学校」で教えられたのだろう。そう言えば、散髪が終わって帰るときにも店の玄関先までその店主が送り出してくれる。これも教えられたに違いない。丁寧だ。

しかし、これはおかしい。この接遇Ⅱコミュニケーション教育は間違っている。そもそも大概の客は、「かゆいところはありませんか?」「目や耳に水は残っていませんか?」と聞かれて、「ここがかゆい」、「目に水が残っている」などといちいち言いはしない。わがままだと常々言われている私であっても、かゆいところはあるし、目にもいっぱい水が残っているが一度も文句を言ったことはない。

お客様を獲得するのが難しいのは、お客様というものが実は声を上げないものだからだ。声を上げないままにどんどん判断を下しているのがお客様(消費者)というもの。アンケートで商品を作っ

ても魅力的なものにならないのもそれが理由。

お客様は黙って立ち去る

この場合の散髪屋とのやりとりでも、大概の客は、へたくそ、と内心思うだけだ。私でさえ我慢する。消費者のパワーが怖いのは声を上げるからではなくて、黙って立ち去るからである。この散髪屋は、結局のところ「かゆいところはありませんか?」「目や耳に水は残っていませんか?」と言うことによって顧客に甘えているわけだ。顧客の本当の怖さや要求をわかっていない。しかし大概の接遇教育は、このレベルのコミュニケーションにとどまっている。いわゆるコミュニケーション「スキル」というものだ。

本来の接遇は、顧客にわざわざ聞かないで済むための接遇でなければならない。一流のレストランと三流のレストランの違いでも、顧客にテーブル上で足りないものを意識させてわざわざ手を上げさせてしまったらもう終わりだ。フロアマネージャーがお客様のテーブルの食事進行をいつも見続けていて対応できるかどうかの鍵(の一つ)を握っている。

結局のところ、この散髪屋の接遇対応は「満点」だが、満点であるが故に落第というものだ。たとえば、目や耳に水が残らないための「拭き取り」とは何か。どうすれば目や耳に水が残らないための「拭き取り」ができるのか。万が一拭き取れていない場合に、顧客はどんな表情やそぶりをするの

か、その判断を踏まえて何をすればいいのかなどなど、それができれば、わざわざ顧客に聞く必要はない。

「拭き取り」は、したがって接遇の対象ではなくて専門教育の課題だ。「拭き取り」という作業（スキル）を、どの程度の解像度（初級・中級・上級「拭き取り」）を持って教えているのかという専門性そのものの課題だ。

接遇教育が専門教育を衰退させる

接遇教育やコミュニケーション「スキル」教育は、こういった専門教育の衰退を加速させているだけなのである。「念のためにお客様に聞いてみよう」と教えながら、結局、「念のため」ではなく、「基本」（専門的な基本）ができていない。「念のため」というのは〈基本〉ができていないことをいつも隠すように機能している。

「単に専門知識や専門技術を教育するだけでは意味がない。接遇教育やコミュニケーションスキル教育も必要」と言われる場合の「単に」も同じ。いったいいつ大学教育や専門学校教育が専門知識や専門技術を徹底して教えたことがあるというのか。その検証もせずに、「念のため」「単に」とあいまいな言葉を並べながら、キャリア教育やコミュニケーション教育が屋上屋を重ねるように高等教育の諸課題を見えなくしている。

キャリア教育とは、本来「拭き取り」を完璧に遂行できる能力が前提でなければならぬ。それなしに理容師（あるいは美容師）の「キャリアデザイン」などあり得ない。お客様の顔に残った水を拭き取れない理容師、指先で頭皮のかゆいところを感じ取れない理容師に、どうキャリアデザインを描けと言うのだ。ところが実際は、「拭き取り」教育の解像度が低い学校ほど、キャリア教育、コミュニケーション教育に走っている。就職センターの充実がコアカリキュラムの衰退を招くように、「スキル」教育、キャリア教育、コミュニケーション教育の充実は、むしろ専門性のストックの衰退（教員の専門性の衰退）を意味している。

あらゆるスキルやコミュニケーションは、専門性の研鑽と薫陶の結果出てくるものにすぎない。インプット（ストック）のないアウトプット（コミュニケーション）は存在しない。教育におけるアウトプットは、インプットの強化のためにあるのであって、方法主義的な「スキル」を磨くためにあるのではない。

大学や専門学校がキャリア教育やスキル教育に走るのは高等教育の自殺行為でしかない。そんな学校は早晚滅びる。コミュニケーション能力や即戦力を期待する三流企業と共に。

（初出・二〇一一年五月二五日）

大学における「キャリア教育」の行方

——就職センターの充実する大学はカリキュラム改革に向かわない

昨日は松山（愛媛県）の出張帰りに、情報教育協会の常任理事会があり、羽田から市ヶ谷の私学会館（アルカディア市ヶ谷）に直行。開始時間から一時間以上遅れていたが、途中、品川から「まだ私が行く意味がありますか」と事務局の赤羽さんにこっそり連絡したら「十分にあります」とひそひそ声で言われ、「わかりました」（苦笑）。

久しぶりに理事のみなさんとお会いしたが、日本電子専門学校のK校長、神戸電子専門学校のF校長と、会議が終わって懇談。K校長がカバンからおもむろにIDE大学協会の機関誌『現代の高等教育』の最新刊特集「就職危機再来への戦略」を取り出し、その中の広島大学の松永征夫（前広島大学キャリア支援センター長）の論文「社会が求める人材育成を目指して」を、私と神戸電子のF校長に紹介。「社会から求められている」能力は広島大学では「コミュニケーション能力、課題発見・問題解決能力、分析力、IT力」ということらしい。そこで「課題発見・問題解決能力」育成に注力する神戸電子のF校長に意見を欲しいというもの。

私は「まだそんなこと言ってるのか」と言いたかったが、そこは我慢してその場をしのいだ。今日の朝、F校長と私とに、その論文のページをスキヤニングしたファイルをK校長が送ってきた。親切だ。感想を欲しいということでしょう。では感想を述べます。この論文（レポート）はくだらない。レポートでさえ無い。自分たちのやっていることを脈絡もなく紹介しているだけです。

大学において全学で共通する教育目標を掲げると何が起こるか。必ず「コミュニケーション能力、課題発見・問題解決能力、分析力、IT力」などということになります。抽象的な目標になる。特に語尾に「力」という語がつく能力育成は、当世の流行りです。何も考えていない証拠。二〇〇〇年代に精力的に繰り広げられた「特色GP（特色ある大学教育支援プログラム）」「現代GP（現代的教育ニーズ取組支援プログラム）」「教育GP（質の高い大学教育推進プログラム）」の取り組みのほとんどが、この「力」教育のオンパレード。下手な広告代理店か、下手な広告代理店のような無責任な教員が作文しているだけです。

なぜか。こういった（抽象的な）教育目標は各学部の講座（諸科目やゼミ）の内容（授業）をまったくいじらないで済むからです。学部の教授たちは、こういった教育目標を「学長＋副学長」や「学部長」や「カリキュラム委員会」や「FD委員会」から提案されても反対はしない。自分のシラバスを変える必要がないからです。それらは非常勤の外注教員がやってきてオプショナル科目の中で消化されるか、一教員のシラバスを変えるだけのこと。だから教授たちはそういった「教育目標」に反対もしない。教授会ではすんなりと通過します。あるいは全体のシラバスが変わるとしてもシラバス