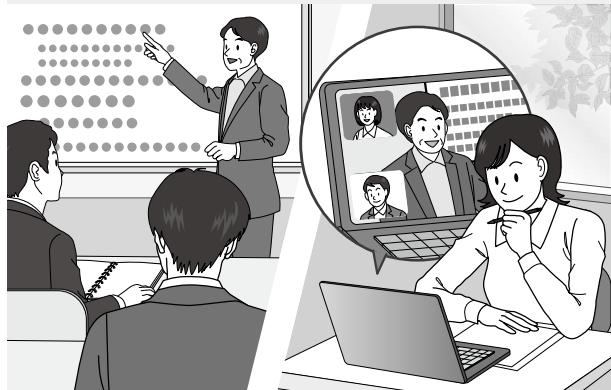


連載

# 進学塾に学ぶ ハイブリッド な教え方



第 10 回

## 【テストフォーミュレーション】 人材開発担当者たちと学ぶ テストづくり

市進ホールディングス  
コンサルティング事業研究所 所長

細谷幸裕

ほそや ゆきひろ

1996 年、株式会社市進入社。現場を経て、2005 年より同社教育本部教務統括室にて講師養成に携わる。2008 年からは全国の教育委員会・私学での教員研修の講師を務めるようになり、現在は企業・官公庁を中心に、「社内講師養成」、「OJT トレーナーのコーチング」、「説明力強化」などの研修・コンサルティングを行っている。



前回は、テストフォーミュレーションが学習に与える効果と、テストづくりからみえてくる作問者の視点や創造性について解説しました。今回は、テストフォーミュレーションを社内教育に活かしたいと考える HR 部門の人たちとの研究会、テストフォーミュレーション研究会（TF 研）の活動についてお伝えします。

### テストフォーミュレーション研究会とは

TF 研はテストづくりを企業内教育に活かしたいと考える HR 部門の人たちを対象に、今年 9 月から定期的に行っているオンライン学習会になります。参加者の属性は精密機器メーカーの人材開発担当者や大手印刷会社の社内講師、マンション管理サービス企業の人事担当者などさまざまですが、業界や業種を問わず「テストづくりで人材開発をする」という方針は参加者に興味深く映っているようです。

私たちのようなテストづくりに慣れた者としては、たとえば「この素材には正誤問題よりも選択問題がよいだろう」とか、「選択問題なら選択肢の作成視点はこの場合は単文設定のほうが理解度を測りやすいだろう」といったパターンが存在します。一方で、テストづくりを学んだことのない人が社内の e-learning 教材でテストを独自に作成しようとすると、選択肢の構成が学習させたい内容とリンクしていなかったり、そもそも教材を学習しなくとも答えが透けてみえてしまうようなものもたびたびみかけます。

そのようなテストづくりとはあまり縁のない人材開発担当者の人たちがあらためてテストづくりを学ぶことで、作問のノウハウやスキルだけではなく、自身で作成する問い合わせの切り口や思考パターンなどを客観的に認識できるところも興味につながっているようです。

TF 研のめざすところは、テストづくりで「理解度や思考の深さをどのように測るか」といった基準設定や、設問をつくるプロセスのなかで「創造性や遊び心のある問い合わせどのように生成されるのか」という設問分析など多岐にわたります。私は将来、企業内教育にテストづくりをマネジメントする専門家を養成する認定制度を創設したり、e-learning での学びをテストづくりのワークショップにしたりと、この研究会を通じ

てテストフォーミュレーションを人材開発や組織開発に活用できるレベルまで昇華させていきたいと考えています。

### 理解度と思考の深さはトレードオフか

TF研は毎回、テーマを決めて実施していますが、先日行われた第2回目の研究会では、日本の人口推移を表すデータ（図表）を素材に、「思わず解いてみたくなる設問の特徴とは」という問い合わせをメンバーと共有しました。

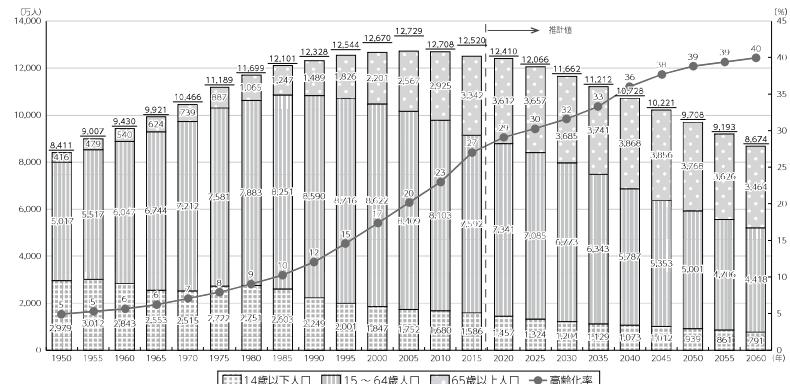
思わず解いてみたくなる問題というのは、一定の条件を満たしたうえで、思考を深めたり、創造性を喚起したり、さらには理解度を深めるのに必要な要素を含む問題と私はとらえています。研究会では、このテーマで思わず解いてみたくなる問題の要素として、以下の視点などが共有されました。

- ・「あなたが○○なら」と立場を特定して聞いている
- ・設問の組み合わせが物語になっている
- ・解答者の価値判断を聞いている
- ・ネガティブからポジティブな状況にもっていく聞き方をしている
- ・異質なものと関連づけて聞いている
- ・使用ワードを限定するなど条件をつけて聞いている
- ・時事ネタと絡めて聞いている
- ・解く側のキャリアや業務内容と絡めて聞いている

これらの設問の多くは、解く側の思考を活性化させ、他者に新しい視点を取り入れたり、深く考えさせる要素といえます。まさに「思わず解いてみたくなる設問」といえそうです。一方で、これらの設問の視点を運用すれば理解度や思考を深められるかについて、参加者からは「理解度と思考の深さはトレードオフ（両立できない）の関係なのでは」という意見もあり、毎回、さまざまな議論が交わされています。

テストづくりと問い合わせでは、前提となる考え方や目的も異なる部分が多く、テストフォーミュレーションではテストづくりの前提とゴールを常に意識することが重要であると、あらためて感じているところです。

図表 わが国の人口の推移



資料出所：総務省「2016年版情報通信白書」（2016年）

### テストづくりとコミュニケーション

テストフォーミュレーションを推進していくなかで、私が最も大切にしたいのは「創造性」と「遊び心」と「理解度」の3点です。これらがどんなときに最大化されるかを考えたときに、研究会メンバーのある人が「創造性や遊び心のある設問が機能するときは、作問者と解き手のコミュニケーションが成立するとき」とおっしゃっていたのが印象的でした。テストは主に文字や視覚的な情報で可視化されて提示されるですが、そこには、作り手の設問の切り口や価値観やこだわりのようなものは可視化されていません。しかし、作り手にとってみれば、そこに込めた可視化されないメッセージが作り手のモチベーションになります。一方で、その設問を解く側も、思わず解いてみたくなる設問に対しては、解く側のアイデアやオリジナリティを込めて解答したいというのが、この研究会を通じてわかつてきました。

このテストの作り手と解き手の双方の絶妙なコミュニケーションが成立するとき、仮に思考の深さと理解度の確認はトレードオフであったとしても、テストづくりを通じて受講者同士がクリエイティブかつプレイフルに学びに向かうというアクションは起きてくるを感じています。皆さんなら、同じ素材でどんな“思わず解いてみたくなる”設問をつくりますか？

\*

次回はテストフォーミュレーションを活かしたワークショップについて解説していきます。