

# 教育現場の実情を知らせ 覚悟とやる気を問う学部案内

## 滋賀大学教育学部

この冊子はふつうの大学案内ではありません——。こんな文章で始まる滋賀大学教育学部の学部案内『君へ』は、「教師という人生 会社員と何が違うのか」「夢に食われるな 真実の就職戦線」といった見出しとともに、教育現場の実情、教員の給与や人生がさまざまなデータとともにつづられている。そこには、教員という職業について真剣に考え、やる気と覚悟を持って受験してほしい、という強い思いが表れている。

### 「教員採用率の向上は 国立大学の責任」

2010年度の国立大学における教員養成課程の入学定員は約1万500人だった。一方、文部科学省の調査によると、2009年度の教員養成課程卒業生のうち教職に就いた割合、いわゆる教員採用率は約60%にとどまる。教員採用率は国立大学の教育学部の評価指標でもあり、その低さが大きな問題となっている。

「本学でも、教員養成課程の卒業生のうち約30%は教員にならない。教育学部は幅広い専門性を身に付ける必要があるため、他学部に比べて学生あたりの教員数も多く、コストがかかる。教員採用率の向上は国立大学としての責任であり、そのためには教員志向が強く、入学後も意志を貫ける学生の確保が重要だ」。

こう語るのは、学部案内『君へ』の作製にかかわった吉川栄治副学長だ。「私たちも採用率の改善には取り組んだが、在学中に進路を変える学生は

出てくる。そこで、受験生に教育の現場や教員という職業の実情を包み隠さず見せ、入学前から真剣に進路を考えしてほしいと考えた」と言う。

大学や学部を選ぶにあたり、センター試験の得点や通学時間、必要経費ばかりにとらわれ、教員免許さえ「あれば就職の役に立つ」程度の安易な気持ちでしか見ていない受験生に、覚悟とやる気を問いたかったのだ。

### 教員志向の学生を 増やすための問いかけ

『君へ』は、A4判オールカラーの44ページ。学生たちの生き生きとした写真を多用した誌面は、読みやすいマガジン風だ。しかしページをめくると、「若手教員の落とし穴」「高く安定した給与」「国立大学の校舎はなぜ汚い？」と直球のコピーが目飛び込んでくる。さらに、統計データやグラフを使って、教員の給与は企業と比べても引けをとらないこと、国立大学は、校舎は古いが教員一人あたりの学生数は私

立大学の30人に対し8人と圧倒的に少なく、建物より人にお金がかけていることなどを、具体的に説明している。冊子の終盤には、「滋賀大教育学部の通知票」と題して、5段階評価で「環境5」「就職実績5」などの強みをアピールしつつ、「知名度3」「施設2」という率直な自己評価を掲載。一冊を通して、ありのままの大学の姿と、教職という厳しいがやりがいのある仕事を受験生たちに伝えたいという気持ちが伝わってくる。

滋賀大学は、旧師範学校の流れをくむ教育学部と彦根高等商業学校を母体とする経済学部を有し、地域の人材を育む受け皿として信頼も厚い。しかし、京阪神エリアと隣接することもあり、高校生の県内進学率は約19%と、全国平均の42%を大きく下回る（文科省「学校基本調査」2010年度による）。教育学部は京都教育大学との再編・統合が一時検討され、学部存続のために2005年度から全国に先駆けて地域推薦入試を導入。教員養成課程に教育実習や教育支援ボランティア

アなどを通じた教育体験を組み入れた「教育参加カリキュラム」を導入した。

入試改革で学生のレベルアップは確実に進み、地域推薦で入学した学生の多くが県内の教員に採用されるという成果も出た。しかし、教育実習で学生を早くから教育現場に投入することは、挫折者の増加にもつながる。また、大学数の限られる地方では、広い専門分野を持つ教育学部に“ミニ総合大学”的役割を求める傾向が強いため、進路に対する意識が曖昧なまま入学する学生が多く、滋賀大学も例外ではないという。

学生の質を上げて、教員志向の強い学生が増えない限り、教員採用率の向上は難しい。そこで、受験生である“君”に自らの進路と真剣に向き合うよう問う必要があったのだ。

当初の表紙案は、悲しそうな子どもの顔のアップに、「教師になる覚悟がありますか?」というコピー。暗く重いイメージだったが、最後までこだわったのは、教員という職業を真剣に考え

てほしい、大変だがやりがいのある仕事なんだ、というメッセージだ。

## 学部内自主製作で 真の教員の姿を伝える

作製を提案したのは、美術教育が専門の大嶋彰教授だ。滋賀大学赴任前に在籍した上越教育大学で、教職大学院に通う現職教員たちと接する中で教育現場の厳しさを感じていた。「滋賀大学の最新カリキュラムと教員の現実の姿を高校生に伝え、感性に訴える媒体を作ろうと考えた」と大嶋教授は言う。吉川副学長と、芸術表現教育コースの教員4人でワーキンググループを作り、2005年1月から1年間、毎月編集会議を開催。2006年7月のオープンキャンパスに間に合わせて完成させた。

写真やデザインは芸術表現教育コースの教員が担当。各課程のカリキュラム解説も、外部スタッフを使わず教育学部の教員が執筆。17のコースがそ

れぞれどんな教員像をめざしているのか、高校の進路指導担当者にも伝わるよう具体的に記した。徹底した内製による5000部の製作費約100万円は、学部予算で捻出した。

## メディアの力で 学生の意識を改革

できあがった学部案内は、オープンキャンパスや大学見学会などで配付され、表紙やデータの更新など3回の改訂を行いながら2011年3月現在まで使用されている。「教員免許があると就職に有利だからと教育学部をめざす生徒たちに読ませたいので、まとめて送ってもらえないか」といった高校や進学塾の教員からの問い合わせも受けた。具体的なデータで見る教員の人生に興味を示す生徒も多いという。

教育現場の厳しい現実には強い意志と専門性を持って踏み込んでいく。『君へ』は、高校生に、その覚悟を問いかけている。



近年の就職事情をデータを交えてつづり、進路選択に真剣に向き合うよう促している。



表面的な学部のPRではなく、教員という職に伴うやりがいや困難、責任の重さが生々しく語られる。