

# 継続的に学生データを収集し 教育や広報の検証・改善を

大学進学率が50%を超え、多様な学生が入学するようになった。多様性は、学力のみならず、学びへの意識、興味・関心、志望動機など、さまざまな面に表れている。大学は受け入れた多様な学生に、効果的な教育・学生支援を実施し、社会で活躍できる人材を育成する責務がある。そのためには、学生の実態・成長の継続的な把握が欠かせない。

## 内面にまで踏み込んで 一人ひとりの実態を知る

学習成果の明示、教育の質保証が大学の課題となる中、学生調査の重要性が増している。『Between』は、受け入れた学生の学ぶ意欲を引き出し、教育目標とする力を身に付けさせて、社会に送り出すことが大学の責務である、と提案してきた。その責務を果たすには、学生の実態に基づく教育・学生支援サービスが必要だ。

したがって、入学前から卒業後までの継続的なコミュニケーションを通して、受験生、入学生、在學生、卒業生、社会人と成長していく一人ひとりの実態を把握・分析することは極めて重要である。その結果に基づいて、より大きな、より望ましい方向への成長を促すしくみを構築・改善することが求められる。

大学が把握すべきなのは、学力に関する情報だけではない。興味・関心、大学に関する期待・ニーズなど、学生の内面にまで踏み込んだ多様な情報が不可欠である。大学に何を期待し、どんな意識を持って入学してきたか、そしてどのように成長し、その結果、大学

での4年間をどう総括したか、さらに、大学で身に付けた力が社会でどう生かされているか。これらを丁寧に追っていくことは、すべての大学にとって有益だと考えられる。

その大学、その学部・学科で何を学ぶかを明確に理解して入学した学生と、そうでない学生とでは、入学後の成長プロセスが同じではなく、支援のポイントも違うのではないかと。問題点を発見すれば、対策を講じ、次の調査によってその効果が上がっているかどうかを検証し、第2、第3の対策を講じる。このような調査・分析に基づく実態の把握を起点・チェックポイントとするPDCAサイクルを構築する必要がある。

## プロセスごとに 変化・成長や課題を把握

教育プログラムや学生支援サービスへの反映を目的とする学生調査で入手すべき情報は、どのようなもので、どう活用するのがよいのか。入学前からのプロセスを追ってみたい。

### ①入学前の情報

資料請求やオープンキャンパスでの

接触者、AO入試の出願者などから「大学で学びたいこと、取り組みたいことなどの興味・関心」「大学に対するイメージや特色の理解度」「高校までの活動」などの情報を収集・分析し、自学に合った受験生を見いだす。そして、興味・関心に応えられる自学の情報を積極的に個別提供し、相性を確認し合いながら追加情報を入手・提供する。こうしたキャッチボールを通じて自学によりふさわしい志願者に育て、さらに入学前教育によって自学の教育を受ける準備が整った入学生に育て上げる。

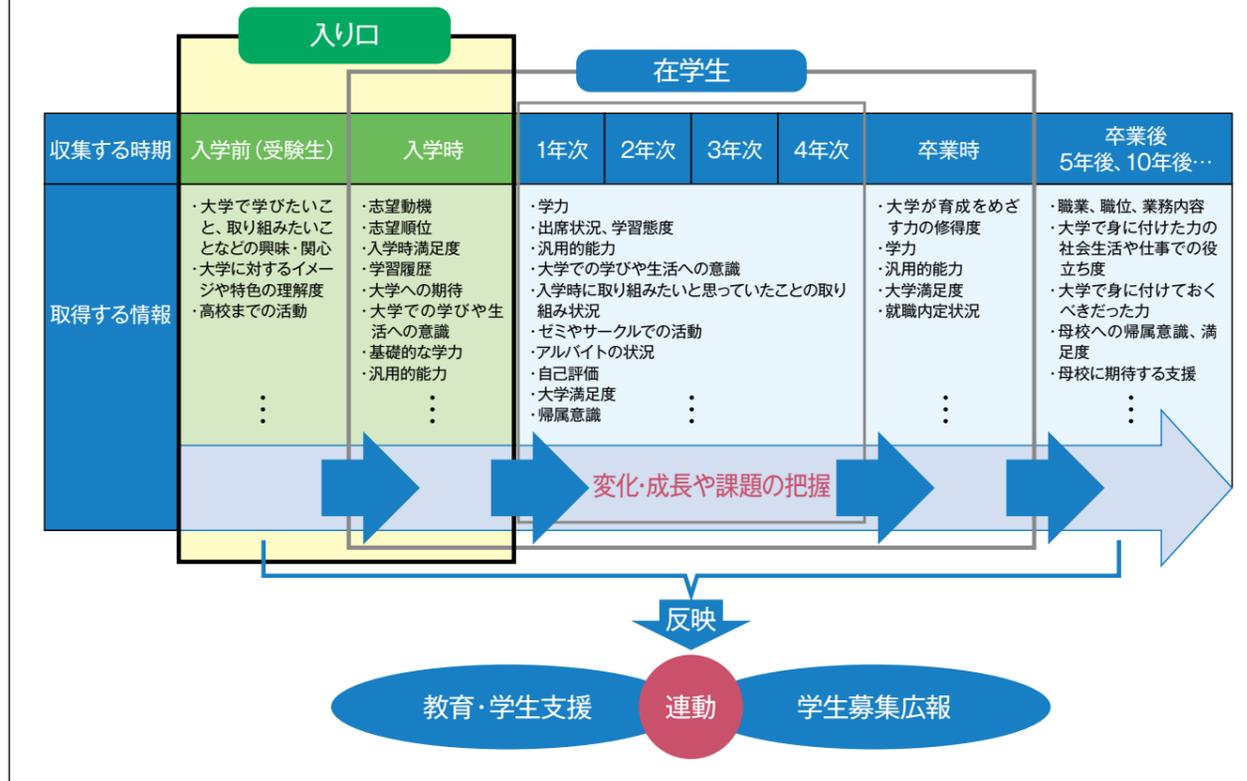
もし、自学の広報のコンセプトが受験生の共感や理解を得られていない場合は、学生募集広報におけるメッセージの修正を検討する。

### ②入学時の情報

入学生調査によって、「志望動機」「入学時満足度」「大学への期待」「大学での学びや生活への意識」「基礎的な学力」「汎用的能力」などの情報を収集・分析し、教育プログラムや学生支援サービスの策定に反映する。学部・学科・クラス等の単位で、授業での指導の参考にしたり(集団対応)、クラス分けや個別指導のポイント、配

図表 継続的なコミュニケーションによる調査・情報取得の概要

|               | 入学前(受験生)  | 入学時                                    | 1~4年次                                      | 卒業時             | 卒業後                                   |
|---------------|---|--|--|-----------------|---------------------------------------|
| 情報取得における課題    | 学生番号等での識別可能な管理による個別の成長の把握                                       |  |  |                 |                                       |
|               | ・学外者の個人情報の取得・管理<br>・取得した情報を入学後も利用することの承諾                        | ・入学前の情報を取得していない学生からの追加取得               | ・頻繁な調査に対する学生の負担感<br>・学生、教員の協力による回収率アップ     | ・調査票の配付、回収の機会確保 | ・連絡先の捕捉<br>・学外者の個人情報の取得・管理            |
| 情報取得のタイミング・方法 | ・オープンキャンパスのアンケート<br>・大学独自の会員制サイトのアンケート<br>・資料請求時<br>・AO入試出願時の書類 | ・入学生調査(オリエンテーションや必修授業などで)<br>・各種アセスメント | ・在学生調査(必修科目の授業やゼミ、学内ウェブサイトなどで)<br>・定期試験の直後 | ・卒業時の調査         | ・同窓会報や同窓会サイトのアンケート<br>・ホームカミング日のアンケート |



慮すべき事情などを把握したり(個別対応)する。

入学前に資料請求などをせず、①の情報を収集するタイミングがなかった学生については、ここで追加的な調査も検討する必要がある。

### ③1、2、3、4年次の情報

学年ごとに「学力」「汎用的能力」「大学での学びや生活への意識」「ゼミやサークルでの活動」「大学満足度」などの情報を収集し、学生の変化・成長を捉える。

結果を教育プログラムや個別の指導、学生支援サービスなどの検証・見直しに生かす。

### ④卒業時の情報

卒業時には「大学が育成をめざす力の修得度」「就職内定状況」などを収集する。「学力」「汎用的能力」を入学時と比較することによって、学士課程教育の成果を検証できる。

### ⑤卒業後の情報

卒業後には「大学で身に付けた力が

社会生活や仕事のどんな場面でどのように役立っているか」「母校への帰属意識」「母校に期待する支援」などを把握する。「大学で身に付けておくべきだったと思う力」も貴重な情報だ。

収集した情報を教育プログラムや指導方法、学生支援サービスに反映するという活用は在学中の情報と同様だが、社会というフィルターを通った卒業生の評価やコメントは、より客観的で俯瞰的な視点を持ち、貴重な示唆に

富むはずだ。

その意味では、就職先の採用担当者や現場の上司を対象に、卒業生の特性やパフォーマンス、課題を聞く調査も考えられる。卒業生調査と統合的に分析することによって、さらに有益な情報をもたらされるだろう。企業などの協力を得るためのハードルは高いが、社会で活躍できる人材を育成するうえで、今後の検討が求められる。

卒業生の大学に対する評価やコメントは、職場や地域社会におけるポスト、役割などによって変化していくため、卒業5年後、10年後……という具合に継続的に集める必要がある。その回答によっては、学士課程教育の見直しにとどまらず、大学院の教育プログラムに反映して卒業生自身を支援することも考えられる。

### 広報に反映し 自学に合う学生を獲得

学生調査の結果は、教育や学生支援サービスだけでなく、学生募集広報にも反映させることを提案したい。

入学前の段階で、自学の広報のコンセプトが受験生の共感や理解を得られていない場合、または、新入生の大学への理解・関心、資質・能力などが大学の「理想」と異なる場合などには、学生募集広報で受験生に伝えるメッセージの再検討が求められる。どのようなメッセージをどのような表現によって発信すれば、求める資質や興味・関心を持つ受験生に届くのかを見直す必要がある。

学生調査や卒業生調査で、学生の成長にどのような施策が効果を発揮しているのかを分析し、それを大学の特色として学生募集広報で打ち出すこともできる。

すでに述べた卒業生の就職先に対す

る調査は、学生募集広報においても貴重な情報をもたらすだろう。社会、企業が評価する卒業生の強みは、大学の教育力をアピールするうえでの客観的な裏づけになる。

学生調査に基づく教育・学生支援サービスと学生募集広報の見直しは、連動していなければならない。調査結果を教育に反映し、その成果を広報する、といった両輪の改革こそが重要だ。

### 「入り口」時点を 調査全体の起点に

ここまで、入学前から卒業後に至る継続的な学生調査の重要性を述べてきた。

本特集では、こうした全体的プロセスの中でも、受験期から入学時という「入り口」における調査を主題とし、教育プログラム、学生支援サービス、学生募集広報の検証・見直しにデータを反映することの重要性と、具体的な取り組み方について考えてみたい。どのような特性を持った学生が何に期待して入学してきたのか。その把握は、学生の成長を継続的に分析するうえで、省略することのできないプロセスだからである。

学生の実態や成長を捉えるための情報収集や分析には手間暇がかかる。しかし、そもそも「人を育てる」という大学の使命そのものが、手間暇をかける営みではないだろうか。「受け入れた学生を等しく育てる」という理念に基づき、入学生を自立した学習者、そして、自立した社会人へと成長させるための手間暇こそが求められている。

データ分析に基づく改善を実践するうえで、多くの大学が直面するであろう問題をどのようにクリアできるか、そのヒントを本特集の中で示していきたい。

| 調査対象    | 力を入れたいこと<br>に関する勉強 | コンピュ<br>ーター | 教員との交流 | 社会活動<br>(ボランティア、NPOなど) |
|---------|--------------------|-------------|--------|------------------------|
| 社会情報学部  | 94.6               | 74.4        | 39.9   |                        |
| 一般入試入学者 | 93.3               | 71.9        | 38.2   |                        |
| 推薦入試入学者 | 96.8               | 79.8        | 41.5   |                        |
| 全学      | 79.6               | 63.6        | 48.3   |                        |

(肯定回答率%)

### 学部について理解不足の 学生の存在が判明

青山学院大学の社会情報学部は2008年度に設置され、相模原キャンパスで4年間一貫の教育を行っている。「青山に立地」というブランド力に頼れないため、学部設置の構想時から、教育内容で他学部との明確な差別化を図り、その特色を前面に出す必要があると考えていた。

社会情報学部が育てたいのは、データを分析し、社会問題の解決策を立案できる人材。それは文理の思考法と知識を併せ持つ人材だと考えた。そこで、理系の生徒だけでなく、「理系にも興味がある文系の生徒」を主な募集対象に据え、学際的な教育を掲げた。

初年度の入学者の高校での履修は、理系と文系がおよそ1:2。理系科目に強い苦手意識を感じる傾向にあり、想定していた入学者像とのギャップが不安視され始めた。学生が大学に何を求めているのかをきちんと把握できなければ、目標とする人材の育成は難しいと考え、学生調査の導入を決めた。

最初の調査は2009年度の4月。新入生である2期生に加え、2年生に

## 意欲や教員への期待を把握し 授業方式やコミュニケーションに反映

青山学院大学の社会情報学部は、設置2年目の2009年度以降、新入生をはじめ全学年を対象に調査を実施。データに基づいて教育プログラムや学生支援を検討し、めざす人材育成の実現を図っている。

なった1期生も対象に、進学理由や大学の選択理由、自己理解度、学びへの意識、希望進路などを調べた。

そこで明らかになったのが、他の学部と比べて自己理解度や主体的に学ぼうとする意欲が低く、将来展望が曖昧、また、教員との交流を求める「幼さ」などの特徴だった。明確な専門を前面に出さない学際系の弱みが出ていることが確認された。

推薦入試による入学者と、一般入試およびセンター試験利用入試による入学者の違いも浮かび上がった。前者は、学力面ではやや劣るものの学部のコンセプトをよく理解し、学びに対する期待も比較的高い。後者は、学力に相反して学部についての理解度が低い。後者には、青山学院大学の他学部が第一志望だった者が多いことが一因と考えられた。

### 教員が積極的にかかわり 多彩な表彰制度も

調査の結果からまず必要と考えられたのは、学際系という社会情報学部のコンセプトを学生によく理解してもらうことだった。授業の面白さが体感できれば主体的な学びにつながると考え、導入したのがオムニバ

ス形式の授業「社会情報入門Ⅰ・Ⅱ」だ。各既存分野を俯瞰する教員がそれぞれの視点から順に講義を担当。多分野の教員が揃っている強みをアピールした。

教員との交流への期待にも応えるよう努めた。授業後に教員が積極的に質問に答えたり、相談に乗ったりするほか、特に質問が多い数学については「数学質問部屋」を設け、いつでも質問に答えられるようにした。

さらに、一人ひとりの学生を多面的に評価する姿勢を示そうと、卒業時の表彰制度を取り入れた。成績優秀者や卒業研究に秀でた学生ばかりでなく、スポーツなどさまざまな分野に意欲的に取り組んだ学生も対象にする。卒業生の20%、およそ40人を表彰する予定だ。

導入以降、学生調査は毎年度、全学年で実施しているため、ある学生の成長の把握や、年度ごとの新入生の比較などもできる。新入生の傾向は初年度からほぼ変わらないものの、2年次以降、大学生活の充実度を認める学生の割合は年々上がっている。

2011年度卒業の1期生の進路にも、稲積宏誠学部長はじめ、教員たちは一定の成果を感じている。公務員や新聞記者に加え、情報通信系の

有力企業や数学の教員に内定した学生など、学際系学部ならではの多様な進路となった。他学部と比べても就職率や内定先に遜色はないという。

2012年度はカリキュラムを一新する。人間、社会、情報の3領域を基盤とし、うち2つが交わる融合領域を中心に学ぶ。異分野の教員によるコラボレーション授業も検討している。「例えば、人工知能と認知科学をそれぞれ専門とする教員が、人間の思考のメカニズムなど、両方に共通する研究テーマについて、それぞれの領域から議論し、1つのテーマに複数のアプローチ法があるというおもしろさを伝えたい」と稲積学部長。

そのおもしろさがより明瞭に伝わるよう、学生募集広報についても検討していく考えだ。稲積学部長は「2つの領域が交わる部分こそ学部の専門性があるとアピールし、ここで学べば、“人間と社会”、“社会と情報”、“人間と情報”という切り口で問題の解決が可能になることを示す。それによって、自分はどうな問題を解決したいのかを具体的に考えられる入学生を集めたい」と話す。

今後も学生調査を継続し、教育プログラムや学生支援に反映する考えだ。