

教育力の向上と学生募集への反映のために 入学者の把握とPDCAのしくみづくりを

問題を持つ学生への対応、対症療法には限界が

近年、大学のユニバーサル化とともに、進学を目的を明確に持たず、学力が不足したまま入学してくる学生が増え、不適応を起こしたり退学の危機に陥ったりするケースが増加している。一方、成績は優秀なのに大学に来なくなり、ボランティアやNPOなど、外に活動の場を求める学生について、大学の悩みもよく聞く。

このような学生の実態に、入学後に対症療法的な施策で対応してきたのがこれまでの各大学の実情ではなかっただろうか。学力不足を補う入学後のリメディアル教育、学び方や学習習慣を身に付けさせる入学時のガイダンスや初年次教育は当たり前になってきた。学力は優秀だが学ぶ目的が見いだせない学生に対しては、キャリア・進路に関する相談機能を強化している大学も多い。しかし、こうした手段はもう限界に来ていると言っている。むしろ、入学前の大学を選ぶ段階において、また入学時において、根本的な解決策を講じる必要があるのではないだろうか。

志望度に関係なく入学満足度は高められる

そのためにはどうすればよいかを考えるヒントとなるデータがある。図表1は、Benesse教育研究開発センター

が大学4年生を対象に行った調査の結果の一部である。入学時の志望度と満足度が、大学での活動の積極性とどう関係したかを調べた。誌面ではすべての活動との関係を紹介できないが、これによると、進学した大学が第3志望で、かつ不満であった学生は、ゼミなどの授業において活動意欲が低いのに対し、たとえ第3志望であっても、選んだ大学に満足し、納得して入学している場合は、活動意欲が高かったことがわかる。

また、同じ調査で、学生時代にゼミに積極的に参加した学生は、そうでない者に比べて正社員就職率が約15ポイントも高いことがわかっている。これらを総合すると、志望度と関係なく、「満足して入学したかどうか」が、その後の大学における活動の度合い、ひいては就職にも影響すると言いうことができる。

入学志望度の高い学生だけを受け入れることは容易ではないが、入学時の満足度は高めることができる。大学への期待を高めて志願させ、入学させることを、進研アドでは「育てる広報」と名付けてい

る。大学選びの段階から、その大学で学びたいことが明確で、進学の意義が十分に理解されている状態をつくり出すための「育てる広報」が、入学時の満足度向上のカギになるのではないだろうか。

しかし、これまでの学生募集広報でも、各大学は、それぞれの学部・学科・専攻で何が学べるかをしっかり伝え、設備や環境、面倒見の良さなどを訴え、高い就職率もアピールしてきた。では、これまでの何が問題だったのだろうか。

「教育力」で大学を選ぶ進路指導の新視点

一般に、高校における進路（進学）指導は、「なりた職業や学びたい学問」を低学年のうちに調べて決めさ

せ、その学問が学べる学部・学科・専攻を選ばせる、という方法が主流になっている。確かに、学びたいことが明確で、それが学べる大学に進学できたのなら、その大学が第1志望でなくても入学時の満足度は高いだろう。

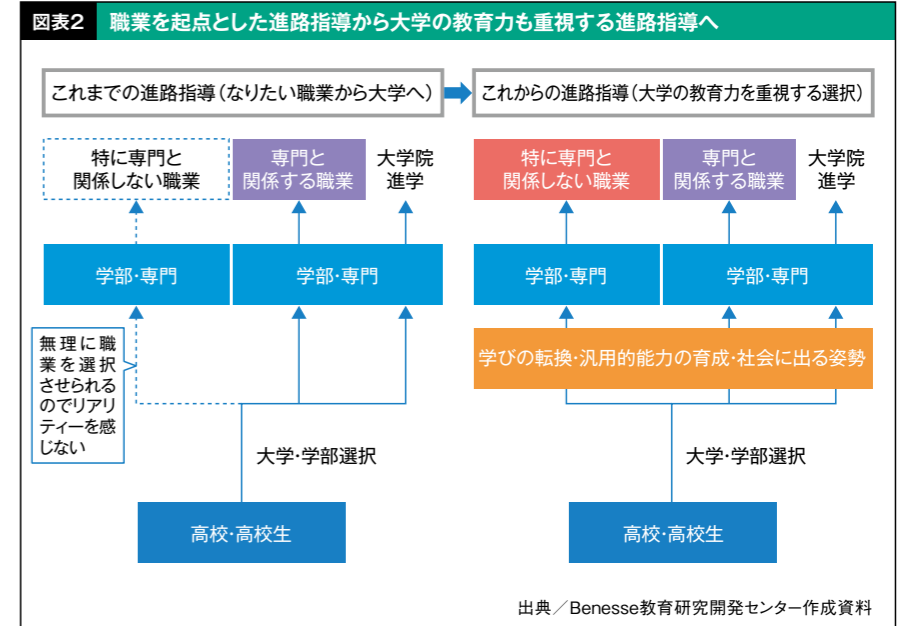
しかし、16、17歳の時点で、学びたい学問や将来就きたい職業のイメージが明確な生徒はそれほど多くはない。現実には、大学を卒業して就職した32万9000人中、専攻と関連する専門的・技術的な職に就いた者は3分の1（11万1000人、34%）にすぎない*。多くの者は、学びたいこともなりた職業も明確ではなく、そのため将来の職業と結びつけて専門分野を選ぶことなく、大学のブランドや就職率、自宅からの距離や設備の充実度などで大学を決めているのが現状であろう。

このように、将来就きたい職業や学びたい学問分野が明確には決まっていない生徒に、学部の専門教育の充実をいくらアピールしても、入学時の満足度を高めることはできない。

そうではなく、この大学で学ぶことによって、どれだけ実社会で自立し、社会に貢献できる人間になれるかということ、専門教育の充実と並行して示すことが重要なのではないだろうか。つまり、必ずしも職業と専門が結びつかなくても、大学での学びを通して汎用的な能力が身に付き、社会に出る準備ができるという点を伝えるということだ。

2011年4月に改正・施行された大学設置基準により、「大学における社会的・職業的自立に関する指導等」（いわゆる就業力の養成）がすべての大学に義務づけられたが、その意味はここにある。「就業力」は就職のためのテクニックではなく、社会に出るための自覚や汎用的能力を指すのだ。

これからの高校の進路指導では、学



びたい学問や就きたい職業を明確にできていない生徒に対しては、社会に出るための準備ができるかどうかで大学を選択するよう、勧めていくようになるだろう（図表2）。

このような流れの中で、社会で活躍できる力を学生に身に付けさせるしくみや成果を、各大学が明確に高校現場や高校生、保護者に伝えることができるようになれば、より多くの高校生が、大学で学ぶことの意味を前向きに理解したうえで進学するようになるのではないだろうか。

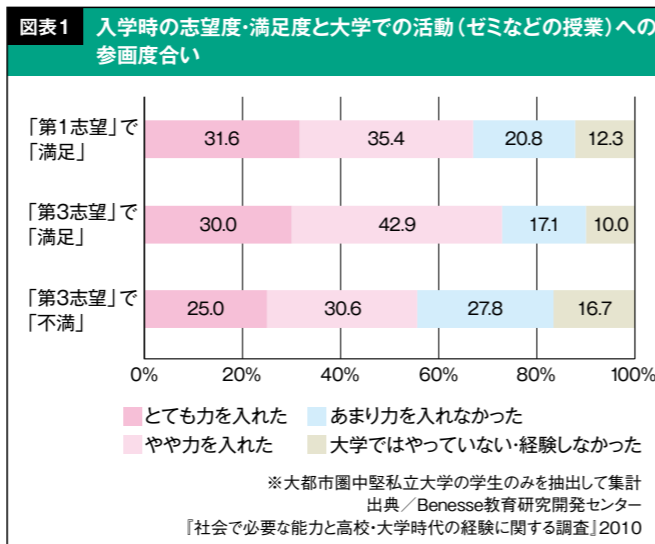
入学者の実像把握が改革の出発点

専門の知識だけでなく就業力が身に付くしくみを向上させていくこと、その「教育力」を高校生に伝える方法を計画し、実行すること、また、その意図どおりに新生が大学・学部の特徴を理解し、意欲を持って入学しているかどうかを確認すること、これらの課題に大学全体で取り組むことが望まれる。縦割り組織の弊害によって、教学改革と学生募集が別々に動くことな

く、この2つの機能をきちんと連動させなくてはならない。

ベネッセグループでは、大学の就業力育成に注目し、その向上を応援していく。またその教育力を高校現場に適切に伝えることを、グループ全体で支援する。そのため、新生がどのようなプロセスで進学先を決定し、学びに関してどんな考え方を持っていて入学しているのか、その実態を把握するための入学者プロフィール測定ツールの提供を、今春から開始する予定である。

「育てる広報」を行ったとき、入学者の満足度・納得度はどのように向上するのか、どうアプローチし、コミュニケーションをとれば、学ぶことに意欲的な学生が入学してくるようになるのかを、Plan-Do-Check-Actionの視点から検討することを提案したい。そのためには、まず改革前の現状を客観的に把握しておくことが重要だ。そして、教学改革と連動して、入学者の意識や能力がその後どのように変化したかが、客観的な広報の材料にもなる。このようにして、継続的に大学の改善が行えるしくみづくりを支援していきたいと考えている。



*2010年度 学校基本調査より