

特集

保護者と創る大学の新しい価値

多くの大学は、保護者を広報の主たるターゲットに据えている。

一方で、マスメディアやソーシャルメディアからも

大学に関するさまざまな情報が発信されている。

保護者は多様な情報を通して大学のことを捉えるようにはなった。

しかし、多くの保護者にとって、

入試難易度という従来の大学選びの基準が変わるまでには至っていない。

大学は、従来の広報にとどまらない、より積極的な働き掛けを行い、

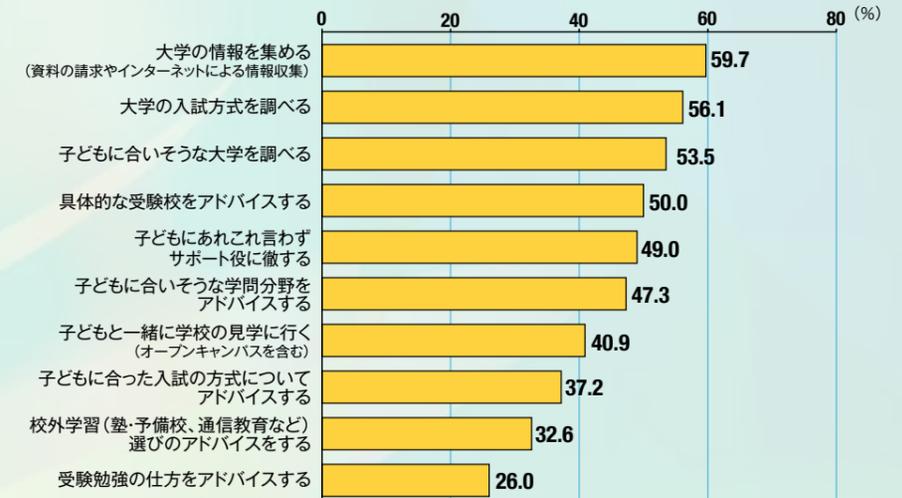
教育の成果としての一人ひとりの成長を実感してもらう必要がある。

それによって、卒業後までも継続する保護者との信頼関係を築くことができれば、

従来型の大学選びを変えることにつながり、

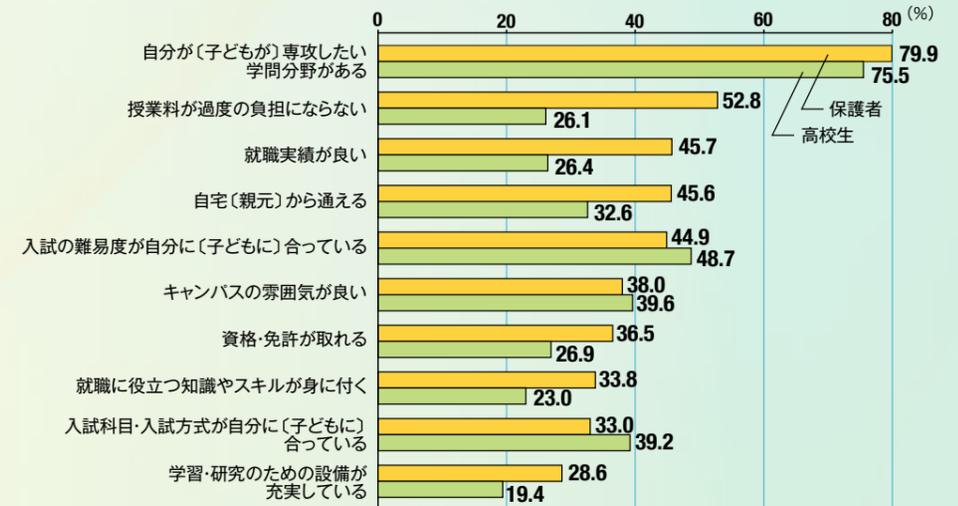
協働して大学の新しい価値を創造することもできるだろう。

図表1 高校生の子どもの進路選択に関して保護者がしていること



※「とてもあてはまる」+「まああてはまる」の%。選択肢は「とてもあてはまる」「まああてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の5段階

図表2 大学を選ぶ際に高校生と保護者が重視すること



※複数回答 ※〔 〕内は保護者に対する選択肢
※全24項目中、保護者の回答の割合が高い順に10項目を抜粋

※対象は子どもに大学進学を希望する高校1~3年生の保護者3297人(図表1.2)、大学進学を希望する高校1~3年生3231人(図表2)
出典/ベネッセ教育研究開発センター「高校生と保護者の学習・進路に関する意識調査」(2011年12月)

保護者が大学選びに積極的なのは周知のことである。図表1からも、情報収集に熱心な保護者の姿が見受けられる。大学案内はもちろん、メディアから発信されるランキング情報など、保護者はいろいろな情報に触れている。それらから「専攻したい学問分野の内容」は、つかめるだろうか。

欲しい情報と提供されている情報が合致しなければ、保護者は入試難易度と就職実績を基に大学を選ばざるを得ないということになるだろう。

図表2は、ここに掲載しきれなかったものも含め、全24項目中19項目において選択した割合が保護者のほうが高く、本人以上に大学に多くのことを求めている様子が見える。