

### 第2回

## 良い指標の条件は 社会的意義と透明性の高さ

教育成果は、そもそも測定すること自体が難しい。では、その指標として何を、どう設定すればいいのか。アメリカでも試行錯誤が続いているという。当事者として設定に関わってきた筆者が、指標に求められる条件と、設定のプロセスについて解説する。

### 主観的評価から 客観的評価へ

今後、大学の説明責任がますます重くなる中で、喫緊の課題として求められていることの一つは、自らの教育成果を客観的に示すことである。これまでも日本の大学は、認証評価などを通して教育成果を明らかにする努力を重ねてきたが、従来の評価（自己点検）作業の焦点は、成果よりもそれに向けてのプロセス（努力）を述べ、そこに主観的な教育成果を添えることが一般的であり、決して客観性の伴う評価とは言えなかった。

しかし今、大学は、その主観的評価から一歩踏み込んで、客観的評価を行う必要性に迫られている。客観的正当性を出すための有効な手段の一つは、教育成果を数値化することである。自学にとって重要な分野を定め、その各分野に関連する成果の数値指標を決定し、そのデータを集め、過去および他大学との比較を通して目標を設定する。定期的に測定を行い、経営改善に努める——そのようなアプローチが大学に求められている。

アメリカにおいてこのような作業は、ベンチマークと呼ばれ、積極的に

行われてきた。ただ、アメリカの大学でも、こと教育成果に関しては、独創的な成果指標が使用されているわけではない。新入生が2年次の最初の学期にも在籍している割合を示す「歩留まり率」、入学から4～6年以内で卒業する割合を示す「卒業率」、「卒業平均年数」など、数値化しやすいものに限られている（図表1）。

これらの指標が教育成果として用いられているという事実は、卒業することが難しいと言われるアメリカの高等教育事情を端的に表しているとも言えるし、教育成果という質的なものを数値を用いて測定することの難しさを物語っている。

### 成果の明確化が ベンチマークの第一歩

日本の大学ではこれまで、ベンチマークは積極的に行われてこなかった。今後、教育成果のベンチマークを進めるための参考として、アメリカの大学で行われる一般的なベンチマーク作業の流れを紹介したい。

通常は、どの成果に重点を置くのかという、成果のテーマを明確にすることから始まる。例えば「学部教育の成果」「大学院教育の成果」「教員の研究成果」「社会貢献の成果」など、いくつかのテーマに成果を分類する。場合によっては、このテーマをさらに

図表1 アメリカで一般的に用いる教育成果の指標

#### 必修コース単位修得率

必修の英語と数学の単位を1年次にC以上の成績で修得した割合

#### 単位修得率

1年次に24単位以上修得した割合（フルタイム学生の年間平均目安）

#### 歩留まり率

新入生が次年度も在籍している率（フルタイム、パートタイム別）

#### 卒業試験の平均点

学カテストの平均点

#### 4年生の大学満足度

卒業直前の4年生が最終的に大学生活にどの程度満足したか

#### 卒業率

新入生が4～6年以内に卒業する割合

#### 卒業平均年数

卒業者の平均在籍年数

#### 就職率

卒業者数に占める就職者の割合（卒業6か月後、1年後、3年後など、複数回算出）

#### 卒業生の平均給与

就職した卒業者の平均給与（卒業6か月後、1年後、3年後、10年後など、複数回算出）

#### 卒業生の寄付率

母校に寄付をした卒業生の割合。卒業年度ごとに算出する手法もある

細分化することもある。例えば学部教育の成果であれば、学力向上、就職・進学、卒業生の業績などといった、小テーマに分類することが可能だ。「各大学のミッションに基づいて重要な成果テーマを明確にすること」、それがベンチマークの第一歩である。

次に、各成果テーマを測定する指標を選択する。一般的には、単独の指標ではなく、複数の指標を各テーマの測定に用いることが望ましい。というのも、単独指標だと、成果の一部しか捉えることができず、どうしても偏った見方になってしまうからだ。複数の指標を用いていくつかの角度から眺めることによって、ある程度バランスの取れた見方ができるようになる。

しかし、複数の指標を用いたとしても、成果の全体像を完全に表すことは難しい。指標の拡大解釈は、逆に評価の客観性を損なうことになるので、注意が必要だ。指標の限界を認識しつつ、選択した指標によってどこまで成果を説明できて、どの部分が説明できていないのか、冷静な判断を下さなければならない。

**図表2** アメリカの大学のベンチマーク作業の流れ



現実論として、教育成果を数字で100%説明することは不可能である。しかし、だからといって評価はできないと匙を投げるのではなく、持ち合わせたデータを用いてできる限りの説明を行うことが重要だ。仮に教育成果の30%しか数値で説明できなくても、それは、0%よりは客観的である。できる限り数値を用いて、より論理的な評価を行うという努力が、今の大学には求められている。

指標を決定した後は、データ収集を行う。各指標を過去5年ほどさかのぼって収集し、それまでの傾向を把握する。同時に、競合校や全国・地域平均などの同様のデータを収集し、自学のデータと比較する。これに加え、最近では各指標の将来予測値を算出して現状と比較する、という手法も用いられることが多い。こうした複数の指標について、何らかの比較をし、さらに話し合いに基づき、各指標の長期的な（通常5年先くらいの）目標を設定する。各データは定期的に更新し、目標値に対してどこまで近づいているかをチェックしつつ公表する。アメリカにおいてはこのようなプロセスが、一般的なベンチマーク作業の流れである（図表2）。

**企業で使われる指標が大学に有効とは限らない**

指標は、大学にとって道しるべ的な存在である以上、指標の指し示す方向性がその大学にとって意味あるものでなければならない。企業で用いられている指標を安易にあてはめても、必ずしもそれが大学にとって有用とは限らない。また、他大学で用いられている指標が、自学が重視する成果を表すのに適切だとも限らない。各大学は、自らのミッションに最適な指標を選択する必要がある。

全米研究評議会（National Research Council）は、高等教育機関が指標を用いるにあたっては、2つの点を考慮

する必要があると訴えている<sup>\*1</sup>。一つは、指標そのものが大学だけでなく地域社会にとっても意味があること、もう一つは、不正な操作が困難な指標であるということである。

まず、前者の定義に関して、歩留まり率や就職率という指標は、高ければ高いほどよいという点で、大学だけでなく、社会的にも意味がある指標と言える。反対に、大学と社会の利害が一致しない指標の例として、経常利益率がある。この指標は営利目的である企業には有効であるが、営利を目的としない大学には、必ずしも当てはまらない。

無論、常に赤字であることや極端に低い利益率は望ましくない。だが、公費を投入している大学が高い利益率を上げることが社会的に望ましいわけではない。例えば、人気のある私立大学だったら、学費を意図的に値上げすることによって収入を増やし、利益率を吊り上げることが理論的には可能である。また、コストを必要以上に削減することによって利益率を上げることもできるが、それは教育の質の低下を招くことにもなりかねない。

すなわち、利益率という指標には、低すぎることは問題であるが、高すぎてもそれが社会の望む大学経営のあり方とは限らないといった落とし穴がある。このような指標は参考程度にとどめ、大学評価指標として用いるべきではない。

指標の条件の2つ目、「不正操作ができないこと」とは、数値の不正操作の余地が限りなく少ないことを意味する。例えば就職率は、就職決定者の定義を緩くしたり、就職希望者の定義を厳しくしたりすれば、数値を操作することも不可能ではない。また、学生満足度なども、調査方法や満足度の定義がどのように決定されているかが明らかにならない限り、信頼できる指標とは言えない。したがって、用いる指標の明確な定義を、各大学間、および社

会と共有し、不正な操作の余地をなくすことが重要である。

不正な抜け道のない完璧な指標など現実には存在しないが、できるだけそうした余地のない、透明性のある指標が求められる。大学共通の指標を用いるコンソーシアムなどの動きは、評価の客観性を高めるという意味で望ましい。

**第三者機関と共同で指標を開発する例も**

第三者機関と共同で指標開発を行うことも、客観的な評価を行うための一つの選択として考えられる。例えば、アメリカで最近注目される新たな教育成果指標の一例として、大手調査会社のギャラップ社が中心となって開発したギャラップ・パデュー指標がある。インディアナ州立パデュー大学とパートナーシップを組んで実施したプロジェクトの成果だ。

近年のアメリカの高等教育政策全般にわたって多大な影響力を発揮してきたルミナ財団が、約2億円を投入した。卒業や就職という単純な指標でのみ理解されてきた大学教育の成果を、より総合的に評価することが目的だ。卒業生の現状を、収入、生活満足度、大学教育の貢献度など、複数の角度から調査、その結果を数値化して大学平均を算出し、大学間で比較を行うと

いったものである。現時点ではまだ実験段階であり、本格稼働は2015年と言われているが、全米3万人の大学卒業生を対象に行われた実験調査の結果が今年中に発表される予定で、注目を集めている。

ルミナ財団やギャラップ社に代表されるように、アメリカでは政府・大学以外の第三者的な機関が、教育成果指標の開発に重要な貢献をしている。これらの機関は、公開されているデータをさまざまな角度から分析、加工し、指標を開発する。それを発表し、批判を受けては練り直し、その試行錯誤の中でさまざまな指標をつくり出してきた。公開されているデータがなければ、政府に働きかけて公開を迫る他、前述のギャラップ社のように独自にデータを集めたり、時には大学の研究機関に資金を提供して合同プロジェクトを行ったりするなど、多様な形で指標開発を推進してきた。

中には、IRのような内部分析機能が発達していない大学のために、成果指標一覧のようなものを開発してベンチマーク作業の手助けをしている第三者機関もある。日本でも、全ての大学に説明責任業務を遂行できるスタッフがそろっているわけではない。大学のベンチマーク作業を外部から手助けする第三者機関が、必要ではないだろうか。

**データの公開が生む多様な教育成果指標**

アメリカにおいて、第三者機関の活発な指標開発活動を可能にしたのは、一般に公開されている豊富なデータの量である。州・連邦政府が保持している機関レベルのデータはほぼ例外なくネット上で閲覧できる。そして情報は、ユーザーが使いやすい形で公開すべきであるという社会的圧力もあり、多くの人が高等教育の議論に加わることを可能にしてきた。すなわち、データの開放が多様な分析アプローチを生み出し、さまざまな指標の誕生を可能にしたのだ。

ただ、これらの指標は玉石混交であり、時には指標の名に値しないものもある。しかし、それらを取捨選択する中で、高等教育界全体としてデータ解釈の精度が高められてきたのも事実だ。不適切な指標によって議論が誤った方向に流されないような知恵が、長年にわたり蓄積されている。

一方、データ公開の歴史が浅い日本では、知恵の集積は始まったばかりだ。今後、さまざまなデータを公開する中で、多様な指標が開発されるだろう。どの指標を選ぶべきかは、時間をかけて試行錯誤しながら社会全体で学んでいくしかない。アメリカの経験から学べることは少なくないと思う。

**Topics**

**産学連携の指標——特許数の“表と裏”**

日本のみならず、世界の大学の重要テーマとして、産学連携が挙げられる。産学連携関連の代表的な指標として、特許数がある。それに絞った大学の世界ランキングなどもあるように、研究型大学にとって特許取得数を増やすことは重要だ。

しかし、特許数が増えることに伴うリスクについては、あまり注目されていない。それは、知的財産権をめぐる訴訟のリスクである。

アメリカでは、大学の教員や学生が特許を取得した後、企業を設立するというパターンが、ある程度確立されている。特に注目を集める新しい分野だと、特許をめぐる激しい競争が起こる。どこまで知的財産と認定するかという境界線が曖昧なケースが多々あるからだ。結果、訴訟のリスクが高まる。

教員が設立した企業の多くは、従業員が数人の小さなものだ。当然、訴訟を戦い抜く財政・法務の基盤などなく、

中にはこれらの脆弱な新規企業を狙って巨大な訴訟を起こす悪質な企業もある。母体の大学も、教員や学生が設立した全ての企業を守るような体制が整っているわけではない。大学の知的財産権をいかに守るべきか、連邦政府で法整備の議論が進んでいる。

特許数に限らず、教育関連の指標には必ず表と裏がある。指標を採用する際には、その両方の側面を認識しておくことが重要である。

\*1 出典／National Research Council of the National Academies, "Improving Measurement of Productivity in Higher Education"



学校法人 城西大学・理事長  
のりこ

## 水田 宗子

# 自分たちが生きない時代を 生きる若者を育成するための 豊かな想像力と広い視野を

### 私の視点 — 課題をこう捉える —

#### 米国の大学で痛感した リーダーシップの重要性

編集部：フルブライト奨学生としてアメリカに留学された後、アメリカの大学で教員を務められたそうですね。

水田理事長（以下水田）：1961年から83年まで教えていました。アメリカの大学には70年代頃から18歳人口減少による「冬の時代」が訪れ、多くの大学が経営危機に追い込まれていました。

学部の廃止、新しいカリキュラムの構築、女性学や老人学といった新しい教育プログラムの開発、教育目標や

教員業績評価、成績評価の見直し、コミュニティカレッジをはじめとするさまざまな高等教育機関との共存など、生き残りを賭けた壮絶な改革期にあったのです。社会的評価を獲得するために、教員が率先して草刈りをする姿が強く印象に残っています。

これらの改革は政府主導ではなく、個々の大学が競争をする中で進められました。競争に勝つには、大学教育におけるイノベーションを生み出さなければなりません。そのために重要なのが、学長のリーダーシップだと痛感したものです。

#### 世界で役立つ人材の 育成が求められている

編集部：日本の大学は、世界から何を求められているとお考えですか。

水田：今、日本は少子高齢化とグローバル化という大きな転換期にあります。これから先は生産人口が減少し、すし、「上司が外国人」という企業も当たり前になります。これは予見できたことであり、教育機関が積極的に対応しなければならない課題です。しかし、必要に迫られないと考えない日本人的感覚が遅れを招いています。単に

英語力や内向き志向といった問題ではなく、日本の学生に「世界の中の日本」を理解させる教育をしっかりと行うという、根本的な課題に取り組むべきでしょう。

少子高齢化とグローバル化の中で、日本だけで何でも対応できるという理想と幻想が崩れて、日本は小さな国であることを自覚しなければならなくなりました。そのうえで、日本固有の文化を発信し、新しい技術を開発できる人材を、他国と協同して育成することも必要です。一方、世界の学生がどの国で学ぶかを選択する時代でもあり、「日本発の教育」が日本だけでなく、世界の人材育成にどれだけ役立つかも問われ始めています。

今、アメリカでは、世界経済のリーダーシップをとれなくなった影響が大学に出始めています。かつては潤沢な

奨学金で世界から学生を呼び込み、グローバル人材の育成に注力していました。しかし最近、アメリカの大学を訪れると、「Go Global!」と書かれた掲示物がよく目に入ります。学生を何人留学させたかを競争しているのです。

どの国の大学も、世界的な問題を解決できる人材を育成するために多様化を求められています。インターネットを使った無料の講座配信などの新しい試みは、大学という学びの場が人材育成に果たし得る役割を問い直していると言えるでしょう。

日本の大学も、世界の中でどのような人材育成が受け入れられ評価されるのかを、世界の大学と競争しながら考える必要があります。国際人としての教養を身に付けさせる教育にシフトしなければならないでしょう。私たち教職員は、自分たちが生きない時代を生

きる若者を育成しているのだから、自分たちの狭い想像力とビジョンで教育をしてはいけません。

編集部：大学のガバナンスにおいて、何を重視すべきだとお考えですか。

水田：一つは、情報の公開性を高めることです。出たくない情報があったとしてもそれに向き合い、反省することによって改善をめざすことができます。世界の共通言語は数値だと思えます。客観的な数値情報として、大学の良さや課題を世界に示せば、見る人がそれらを評価できます。

もう一つは、学長がリーダーシップを発揮できる環境の整備。首相が組閣をできるように、学長は副学長や学部長を選任できるようにするのが当然でしょう。優れた学長のリーダーシップに基づいて、次の時代を生きる若者のための教育を行うべきです。

## 城西大学・城西国際大学の改革

### 創立 50 周年を迎え 中期目標を策定

編集部：2015年に創立50周年を迎える貴法人の改革についてお聞かせください。

水田：50年間の信頼と評価をふまえ、幅広い教養と深い専門性で問題解決にあたる国際的な人材を育成すべく、「日本、アジアそして世界のリーディング・ユニバーシティへ」をテーマとした中期目標「7つのJ-Vision」を策定し、現在、進行中です。

私立大学は自身の努力に加え、学生、企業などのさまざまなステークホルダーによって支えられています。建学の精神に根ざし、地域・社会、時代

に向き合った教育を行わなければなりません。そのため、J-Visionには、グローバル教育を行う大学でありたいという思い、地域や世界との連携を強固にするという決意を、建学の精神「学問を通しての人間形成」の今日にお

る解釈として織り込んでいます。

創立者である水田三喜男は、5度にわたり大蔵大臣を務めるなど、戦後の復興に深く関わる一方で、日本の将来の発展には教育が必要であると考えて、城西大学を設立しました。開学に

### ■中期目標「7つの J-Vision」

#### ◀J-Vision▶により、日本、アジアそして世界のリーディング・ユニバーシティへ

1. 豊かな人間性の涵養と社会に有為な人材育成
2. 国際性、専門性を備え、日本文化を身につけたグローバル人材の育成
3. 教育力の持続的向上と地域・世界と直結した連携教育の強化
4. 研究力強化とイノベーションの推進
5. キャンパス環境の充実とグローバル化・ネットワーク化
6. 教育、研究、社会貢献のダイナミックな展開を支える経営基盤の確立
7. 発信力強化と社会的存在価値のさらなる向上

際して「学問はそれ自体が目的ではなく、あくまでも人間形成の手段である」という言葉を残しています。研究・開発は研究所や企業でもできますが、人間形成の支援は大学の大切な役割の一つです。それを突き詰めて、国際人とは何かを考えることを、国際教育の基本にしたいと考えています。

日本では少子化が進んでいますが、地球全体で見ると人口は爆発寸前です。地球規模で考え、持続可能な世界をつくる人間を育成しなければなりません。そうした人間を、学問を通して育成するという基本に返る意思を、中期目標に込めました。

## 120を超える 海外の大学と提携

**編集部**：どのようにグローバル人材を育成していますか。

**水田**：留年しなくても長期留学が可能な海外教育プログラムを設けています。もちろん、夏期・春期の休みを使った短期プログラムも充実させています。

120を超える海外提携校がありますが、協定書だけの形式的な関係にならないように、地域と専門分野を考慮して積極的に交流しています。最近では特に、チェコ、ハンガリー、ポーランド、

スロバキアを中心とする中欧の大学と、学生や教員の相互派遣を活発に進めています。法人内の中欧研究所でも人材育成、学術交流、共同研究を推進しています。

城西国際大学では、卒業までの全ての授業を英語で行う教育プログラム「グローバルカレッジ」を設けており、海外からの留学生は無理なく単位を修得できます。今後は、英語でも日本語でもリベラルアーツの基礎を学べるしくみをつくり、他者との差異を理解し、協働できる人材を育てます。そのための国際的、学際的な教育を充実させていく考えです。

## トップの横顔に迫る

### 文学者・詩人として

四ツ谷駅近くの雙葉中学校に通っていました。授業が終わった後、今は迎賓館になっている当時の国会図書館に、寄り道の許可をもらって通いつめたことが、文学者を志す原点です。

東京女子大学在学中、現代詩の会として後に多くの詩人・作家を送り出す『詩組織』（ぶうめらんぐの会）に参加して詩作を始め、アメリカ留学中には、評論も手掛けるようになりました。現在も詩を書き続け、2013年には『アムステルダムの結婚式』と『青い藻の海』の2冊の詩集を出しています。

### 国際的な詩人賞を受賞

スウェーデンのノーベル賞詩人であるハリー・マッティンソンの生誕100年を記念して2004年に創設され

た国際詩人賞「チカダ賞」を、2013年に受賞しました。このような名誉ある賞をいただき、大変、光栄です。

「チカダ」とは、1953年に出版されたマッティンソンの詩集『チカダ』から名付けられたもので、スウェーデン語で「蟬」を意味します。日本への原爆投下、水素爆弾の開発などが、この詩集の制作に大きな影響を与えました。この賞は、生命の尊厳を表現する東アジアの詩人が対象で、私は日本人として3人目の受賞者となりました。

これまで、多くの西欧の女性詩人との交流を続けてきました。国と国との衝突、軋轢は止むことはありませんが、人と人は心を通じ合わせ、絆を結ぶことができます。詩は同志と心を通わせるだけでなく、魂の在処を瞬間で探りあて、他者との出会いを可能にする芸術です。



2013年4月に開設された東京紀尾井町キャンパス3号棟、庭園テラスにて

**みずた・のりこ** ● 1937年、東京都で創立者である水田三喜男氏の次女として生まれる。東京女子大学文理学部英米文学科卒業。イエール大学大学院で博士を取得後、南カリフォルニア大学比較文学部准教授などを経て、城西大学女子短大部文学科教授、学校法人城西大学国際文化教育センター所長などを歴任。1994年城西大学学長、1996年城西国際大学学長。2004年から現職。専門は比較文学、女性学。詩人としても活動。



## 知的集団ならではの経営戦略に期待

### いよいよ厳しくなる 受験料収入

前回は、間接経費を削ぎ落とす「スケルトン経営のススメ」を説いた。しかし、当然のことながら、そこには限界がある。次に考えるべきは、入ってくるお金を増やすことだ。そこで今回は、いかにして収入増を図るかという観点から財政改革について論じたい。

高校生が受験する大学や学科の数を絞り込む傾向は、今後も続くだろう。景気の先行きの不透明感に加え、大学ポータルやビジネス誌で盛んに組まれる大学特集など、保護者も含め、さまざまな情報を入手できるようになり、大学を選別する眼は厳しくなる。18歳人口の減少と相まって、大学の受験料収入は縮小していくはずだ。

### 安くて魅力ある教育を アジアに売り込もう

受験料や学生納付金だけに頼らない収入の多角化を図るうえで、まず考えるべきは、大学の「主力商品」である教育の市場拡大だ。高等教育サービスの国際競争が活発化する中、アジアに拠点を設ける欧米の大学が増えている。日本の大学も、経済成長著しいアジア各国に積極的に進出すべきだ。私立大学の関係者はよく、「日本の学費は安い」と言うが、なぜ、その誇るべき価格競争力で世界展開しないのか。

「安いけれども商品に魅力がないから売りに行けない」ということなら話にならないが、私が知る限りでも、海外にアピールできる素晴らしい教育をしている大学はいくつもある。

特に、ブランド力のある総合大学に

期待しているが、従来の学部横並びの発想ではどうにもならない。イギリスのカレッジ制のように、各学部に一定の裁量権を与えてはどうか。魅力ある教育プログラムで競争力のある学部は、学部長の経営戦略の下で海外に大学院を含む分校をつくり、単科大学のような展開をするわけだ。そこでの学費は、学部の独自収入にすれば、学部間の経営競争を促すだろう。

実際、そのようなことを考えている大学や学部もあると思うが、硬直した組織運営がそれを阻む。学部自治という村社会の概念をイノベートしなければ、いかなる可能性も広がらない。

### 自力で資金を確保—— その気概で知恵を絞る

マーケットの拡大は、対面型教育に限らない。JMOOC（ネット上でのオープンオンライン講座）が始動し、高等教育を受ける人の裾野は無限に広がろうとしている。いずれ、企業の採用においても、「大学に通って」学位を取得したかどうかは意味を持たなくなると思うが、それを見越した備えはなさ

れているだろうか？

教育サービスを売ること以外にも、例えば資産運用などに本気で取り組んではどうか。リスクヘッジまで考えられる運用のプロを採用することも、今後は考えるほうがいい。広大な土地や複数のキャンパス、都市型キャンパスを持つ大学であれば、不動産の証券化、遊休施設の貸し出しなど、投資に見合う収益を考えるべきだ。

教員を中心に、大学が授業料以外でお金を稼ぐことに眉をひそめる傾向は依然、根強い。しかし、産学連携に対するイメージが30年前から180度転換したように、時代は進化している。知的集団を名乗るのであれば、財政の健全化についてもぜひ、知的に戦略的に考えていただきたいものだ。

私学助成に縛られて文部科学省にモノ申せず、せっかくのアイデアも実現できないというのが、私立大学の現状ではないか。自らの知恵で稼ぎ、何なら税金も払うし補助金はいらぬ、寄付金も完全無税に。その代わり好きなようにやる、そんな気概を持つべきだと思うのだが、どうだろうか（談）。





# 敬和学園大学

Ustream ほか

## SNS 時代の“発信者”として 必要な力を持つ学生を育成する

敬和学園大学の戸信哉准教授は、SNS を通して情報の受信・発信の総合的なスキルを学生に身に付けさせようとしている。情報の価値を判断し、役立つ情報を発信できる人材の育成が目的だ。

取材協力：敬和学園大学 戸信哉准教授

※画像は「敬和×日報 News ナビ」[Keiwa Lunch] フェイスブックページから転載

### PROFILE

#### 関与・運営している さまざまな SNS

- Keiwa Lunch <Ustream> 毎週水曜日の昼休みに一戸ゼミの学生を中心としたメンバーが配信する生放送番組
- 敬和×日報 Newsナビ <Ustream> Keiwa Lunchのスピリアウト番組。新潟日報の記者と学生が県内のニュースを題材にして語り合う生放送番組
- 国際ダンスサークル<Facebookページ> K-POPなど外国の曲を使ってダンスを練習するサークルが、情報発信を通して学外にも活動の範囲を広げている
- Keiwastagram <Instagram> スマートフォンのアプリ「Instagram」を使って敬和学園大学の学生が写真を投稿、公開する全学的プロジェクト

メディアだ、という感覚を持ってほしいと日頃から授業で教えています。

#### 人や社会とつながり 総合的なスキルを磨く

— 一戸ゼミの学生が中心となり、Ustream番組を放送しているとうかがいました。

— 「情報メディアを生かして活動し、人や社会とつながる」をゼミ活動の目標とし、新潟県を代表する動画コンテンツをつくりたいと考えています。2009年から始めたのが「Keiwa Lunch」という30分の生放送番組で、主に本学の学生、教職員をゲストに迎え、インタビューを通して大学の個性を外部に発信しています。当初はきちんと放送できることが目標でしたが、学生のスキルが向上した今では、台本をつくり、進行をきちんと決めて番組の質を高めることを心掛けています。

この取り組みの狙いは、内輪受けではない情報発信について学ぶことです。過不足ない情報を、相手を引きつ

ける話し方で伝える能力を学生に培ってほしいと考えています。外部への発信を通して、学外からの注目も集まるだろうと考えました。

— 学外からの反響はありますか。

— 一戸 地元の新聞社の新潟日報から声を掛けていただいて、これもUstreamで「敬和×日報Newsナビ」という番組が始まりました。Keiwa Lunchのメンバーと新潟日報の記者が、県内のニュース記事を題材に質疑を通して理解を深める番組です。地元FM局の番組のMCにもKeiwa Lunchのメンバーが抜擢されました。街で、「Keiwa Lunchの学生さんだね」と声を掛けてくれる方もいます。互いの顔が見えやすい地方の大学ならではの良さかもしれません。

— 正課外の活動でもSNSを取り入れているとお聞きしています。

— 一戸 私が顧問を務める国際ダンスサークルもフェイスブックやツイッターで活動内容を発信しています。SNSを通して地域とのつながりを強め、自分たちの活動の場を広げています。

— 全学規模では、「Keiwastagram」というプロジェクトがあります。学生が画像共有アプリを使って大学の風景

や自分たちの日常を撮影し、わかりやすいコメントをつけて共有することにより、学内外でのコミュニケーションの活性化を図っています。

— 学生はSNSの運用能力以外で、どのような力を付けるのでしょうか。

— 一戸 「読む」「聞く」「話す」など、情報発信・受信の総合力が向上します。加えて、取材や出演交渉、番組出演などを通してコミュニケーションスキルも磨かれます。また、社会人と接する機会には、社会人はどんな仕事をして何を考えているのかを知ることができます。加えて地元企業の方には、学生のこれらのスキルを知ってもらいたいチャンスです。

#### 学生の視点に期待！ 今後の情報発信の工夫

— 今後に向けた課題はありますか。

— 一戸 意欲的に参加する学生を増やすことです。学生は飽きやすく、即効性を求めます。情報発信をしたらすぐに反応が返ってくることを期待しがちですが、そう簡単にはいきません。それでも「面白そうだから、自分の時間を



Keiwa Lunchのメンバーは企業への取材も行う。ものづくりの現場取材し、4分の動画に編集して発信。

投資してみよう」と思ってもらえる取り組みにしたいですね。

— スタート当初は、学生がUstreamで情報を発信しているというだけで注目してもらえましたが、今は情報の伝え方を工夫していかなければならないと思っています。中には動画ではなく、テキスト配信を望む人もいます。30分ではなく、もっと短い動画のほうが効果的かもしれません。こうした新たな視点が学生から生まれてくることを期待しています。

— 敬和学園大学はリベラルアーツ教育を特色とし、アクティブラーニングに力を入れています。SNSを使って総合的な情報発信・受信力を高める取り組みは、本学の教育と親和性が高いと考えています。



2013年6月に始まった「敬和×日報 News ナビ」。月に2本以上のペースで番組を配信している。

### プロの眼 (株)リピート代表取締役 前澤太郎

SNSは「自分が何者か」を他者に伝えるツールだ。個人の能力が評価される現代において、SNSはポートフォリオの役割を果たしている。その人がどういったネットワークを持ち、どのような情報を発信し、何に共感しているかといったことがわかるからだ。SNSで発信する内容、情報の発信・受信の振る舞いは、今や大学に身に付けるべきス

キルの一つと言える。大学にとって最大の成果物である学生や卒業生がいまいると活動している姿の効果的な発信は、意識すべき広報のポイントだ。画像共有アプリを使ったKeiwastagramは、他者に向けた情報発信のあり方の教育と、いきいきとした学生の姿を発信することの両立に成功していると言える。



Keiwastagramの優秀作品ポスターを学内に掲示している。

# キーワードで読み解く 大学改革の針路

第2回

## チューニング



一橋大学  
森有礼高等教育  
国際流動化センター 教授  
松塚 ゆかり

米国コロンビア大学大学院博士課程修了後、同大学教育  
経済学研究所研究員・講師、経済政策研究所（ワシントン  
DC）研究員、一橋大学・大学教育研究開発センター  
准教授、教授を経て現職。専門は教育経済学。研究テーマは、高等教育政策、教育の経済効果など。

オーケストラの各楽器が音合わせをするように、  
異なる国の大学同士が連携し、お互いのカリキュラムを調整する「チューニング」。  
教育プログラムの質を国際的に保証し、  
留学による学生の流動性を高めるうえで、注目されている。

### 先駆者・欧州のねらいは 域内の教育力の強化

チューニングとは、大学間で教育課程や学習内容、それらにより養成されるコンピテンスや到達目標等を比較、確認し合い、互いの教育に関する共通理解を形成する工程である。Tuning（調律、調整、調和）という用語に表されるように、大学個々の特色を尊重しつつ、教育内容を理解し合える「共通言語」を形成し、カリキュラムの比較可能性を高めることを主旨とする。

「学生が何を学ぶのか」という視点で、教科や課程の内容および、目標が説明される。教科レベルにおけるこの作業は、その教科を担当する教員が専門分野を軸として行う。カリキュラム構成や学位レベルでのチューニングは、教科の組み合わせを包括的に捉える視座が必要であり、学科や学部、大学レベルでの作業となる。大学間のカリキュラムの等価性や連続性が確保

されると、学生の交流が円滑になる。同時に、チューニングの成果を公開することで、大学教育の説明責任を遂行し、教育の質保証にもつながる。

欧州のチューニングは、欧州連合が域内に高等教育圏を構築するというボローニャ計画に伴い、2000年から始まった。大学同士が学位の構造、並びに修学課程の年数や内容について情報を共有し、相互に教育の質を確認しつつ、域内の流動性を高めて欧州全体の教育・研究力の強化をめざしたのである。

こうした取り組みはその後世界に拡大し、日本においては2014年に一橋大学が「Tuning Japan」を設立した。急速に拡大する背景には、大学の国際化が進む中、留学における学習経験の実質性と意義を、学生に対して明確に示すニーズが高まったことがある。さらに国、あるいは地域別に認定されている質保証の基準と異なり、チューニングは地域を超えて自由に共有できると

いう要因もある。

### 教育とキャリアパスとの 関係性の検証も必要

チューニングの位置付けや工程は、地域により異なる。例えば、大学教育の質保証のしくみが確立していない中国では、その手段として活用され、質保証制度が整備されているアメリカでは、学位プロファイルの明確化、機関間（例えばコミュニティーカレッジと4年制大学との間）の編入や転学を円滑にする目的で行われている。日本では、教育評価基準や質保証のしくみは整っているが、進展する大学間の教育交流に対応できるカリキュラムや課程の国際通用性の確保は十分ではない。

一橋大学で、高度な国際通用性を確保する目的で実施した大学レベルでの工程を紹介する。

- ① シラバス等を活用して、各教科における学習内容の詳細や学習量、期待される学習成果を具体的に説明できる環境を整備する。
- ② IRで収集する履修行動等の教学データを活用して、学習成果が上がる教科の組み合わせや連続性を明確にし、学位プロファイルを説明する具体的情報を整える。
- ③ 同時に、大学での学習内容と卒業後の進路やキャリアパスとの連続・不連続性を明らかにする。
- ④ ③と並行して、卒業生を中心とする企業の代表と協議。社会のニーズを確

認、①と②のレリバンスを検討する。  
⑤ 国内外の連携大学と上記の過程と成果を共有し、協働でカリキュラムやプログラムを開発あるいは調整する。  
①～③が準備作業であり、⑤が、分野を軸とした大学間の連携作業となる。このような作業は、学生の留学先での科目選択を容易かつ有益にし、同質科目の重複履修を回避させる一方、共同プログラム運営においては、体系的カリキュラム運用を実現し、新規科目の効果的開発も可能にしている。

### 連携学位の実質性の 向上に貢献

チューニングにより、専門科目を中心とした正課科目の中身と単位、学位の国際通用性が向上する。参加大学間の留学では体系的な学びが実現し、ダブルディグリー等の連携学位も学術的に実質性を帯びる。チューニングの成果が周知されると、学生は留学先で何を学び、どのようなスキルが身に付き、その経験が将来的にどう役立つのかを

知ることができる。従って、留学の決断や行き先の選択が容易になり、留学を促進する効果が期待できる。

チューニングは、学習の内容や量を可視化するために単位の定義が明確になり、機関や国を超えた修得単位の積み上げを可能にする。このことは学生の留学ばかりでなく、社会人の復学を促し、意義あるものとする。学ぶ側の視点で大学教育の内容と成果を説明するチューニングは、グローバル化時代の人材育成に貢献すると言えよう。

### 実践例

## ウェブシラバス

### 学生の自律的学習を促すために 学生の視点で授業内容と学習成果を明示する

#### チューニングの実践には 全学での環境整備が必要

チューニングは各専門分野の教員により行われるが、大学全体での環境整備がその実践を支える。その一例が、ウェブシラバスの活用である。現在、ほとんどの大学でウェブシラバスが整備されており、その充実が学生への情報提供を充実させることにつながる。同時に、教育と学習に関する実態を把握する重要な手段となる。

各教科の授業が積み重なって課程を形成し、各授業の成果の積み重ねが課程を通じた成果の主要な部分となる。このことから、個々の教科はチューニングの最小かつ最も重要な対象であり、ウェブシラバスに記載された情報を確

認・比較検討しながら、教科間、分野間、組織間のチューニングを実践することができる。さらに、チューニングの主旨でもある、学生の視点に立って、授業の内容（学生にとっては学習内容）や期待される学習成果を明示することにより、学生の積極的履修選択と自律的学習を促すことが可能となり、ウェブシラバスの充実が多層的效果を有する。

#### 学生が理解しやすい 記述を促すために

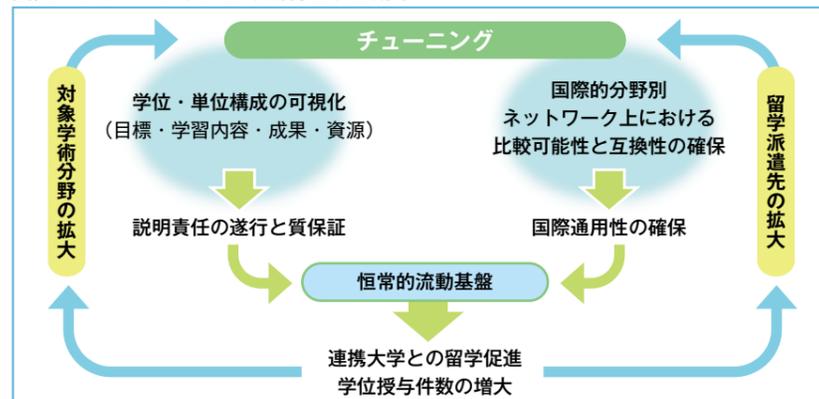
ウェブシラバスでは、授業の目的と内容、計画、到達目標、評価方法および基準、授業外学習時間等は、具体的かつわかりやすく記述する。

【授業の目的】は、教員が学生に何を

期待しているのかわかるよう、授業の『ねらい』を記入する。【到達目標】では、授業を通じて学生が修得・理解し、活用できるよう期待される知識・技能・能力等の学習成果を記入する。これらによって、授業目的と到達目標との違いを明確にするとともに、養成される専門知識と一般的能力を分けて例示するなど、十分な参考情報を提供する。

さらに、【到達目標】での記述内容を、【成績評価方法】と【成績評価基準】に対応させ、当初、学生に修得してほしいと期待した知識や能力が学期終了時に備わったかどうかを適切に判断できる構成にする。これにより、学生は学習計画を立てやすくなり、自律的学習が促されるとともに、成績評価における信頼性を高めることにもつながる。

図表 チューニングにより期待される効果



# B's Research 第2回

## 受験生の父親の進学への関わり方

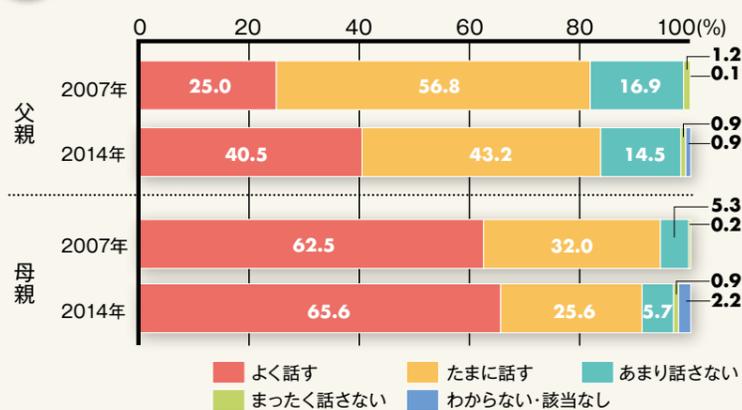
### 4割が特定の大学を薦め うち7割がその大学を受験

第2回は、今春の大学・短大入学者の父親に、子どもの進学にどのように関与したか調査をした。7年前に比べると、父と子の会話が増え、父親が受験校決定に一定程度の影響力を持つことがわかった。これまで多くの大学は、受験生の保護者という母親を想定し、父親の関与をさほど重視しなかったのではないかと考えられるが、今後は、父親ならではの関心事、受験への関わり方をきちんと把握し、広報に反映する必要があるようだ。



【設問】どのくらいの頻度で子どもと話をしていますか？

#### 子どもと「よく話す」が16ポイント増の41%



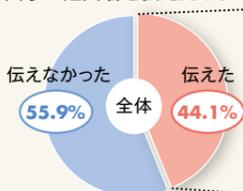
※2007年調査：大学生の保護者を対象にインターネットで実施。(有効回答数：父親n=651、母親n=637)

2007年に実施した調査と比較すると、父母ともに「よく話す」の割合が増加。特に父親は15.5ポイントと、7年前より大きく増加していることに着目したい。父母間で比較をすると、母親は65.6%がよく話をしており、父親以上に子どもとの関係が密接であることには変わりはない。それでも、「父親は仕事が忙しく、特に思春期の子どもとはあまり会話がな」といった従来の傾向とは異なっている。

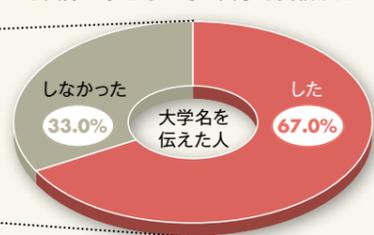
【設問】受験してほしい大学・短大名を子どもに伝えましたか。実際にそこを受験しましたか？

#### 「特定の大学を薦め、実際に受験」は、父親が大卒以上の場合に多い

●進学してほしいと思う大学・短大名を伝えましたか。



●実際に子どもがその大学を受験したか。

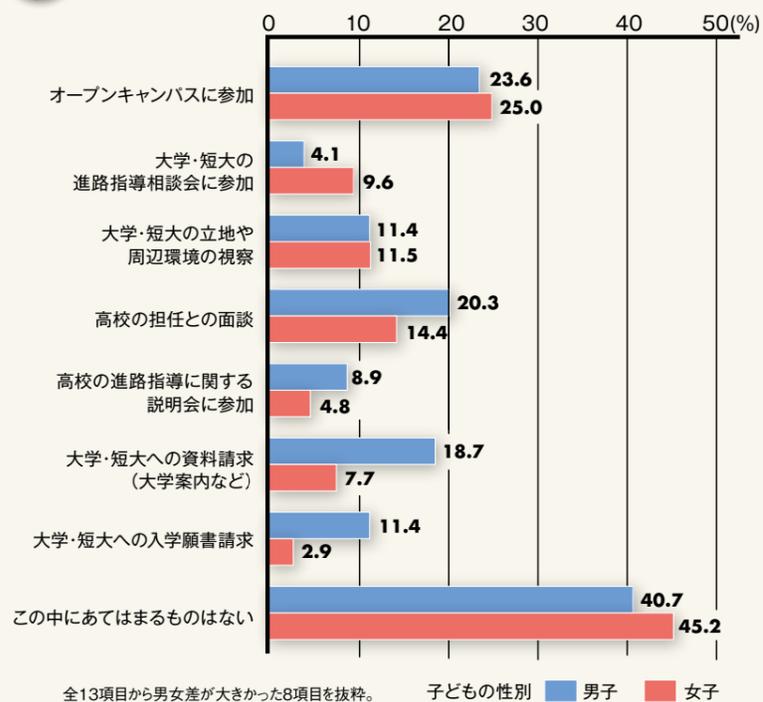


全体では44.1%が受験してほしい大学名を伝え、67.0%が実際にその大学を受験した。大学名を伝えたのも子どもが実際に受験をしたのも、父親が大卒以上の場合に多く、それぞれ51.6%、75.5%だった。自身の受験と大学生活の経験をもとに、「良い大学」「子どもを行かせたい大学」の具体像を持っており、子どもに対する影響力がより大きいかもしれない。



【設問】子どもの進学先を検討するために、行ったことは？

#### 4人に1人の父親がオープンキャンパスに参加

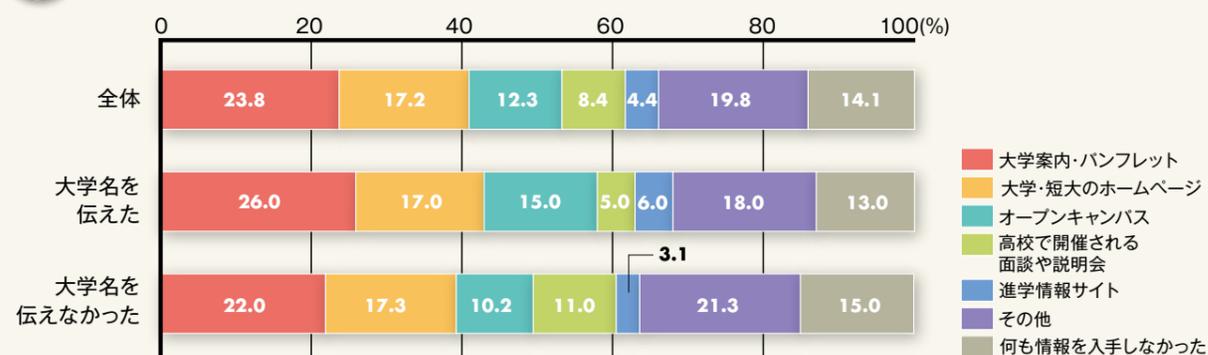


進学先を検討するために具体的な行動を起こした父親は57.3%。オープンキャンパスへの参加は約4人に1人、大学案内などの資料や願書は父親の5人に1人が請求していた。

子どもの性別で見ると、女子の父親はオープンキャンパス等、大学が主催するイベントへの参加率がやや高かった。男子は、保護者と一緒にいるところを友達に見られたくないという思春期特有の感情も影響していると考えられるが、女子との差はさほど大きくない。資料や願書の請求は、男子の父親が女子の父親の2倍以上に上った。全体的に男子の父親の方が積極的に行動している。その要因と傾向について、より詳細な分析が必要と言えそうだ。

【設問】子どもの進学先を検討するにあたり、最も活用した情報源は？

#### 「情報も入手せず特定の大学を薦める父親」に対する発信の工夫を



※全24項目から上位5項目を抜粋。「その他」は18項目を合算。

「何も情報を入手しなかった」と回答したのは14.1%で、8割以上の父親が何らかの進学情報を収集している。全体では大学案内や大学ホームページが広く活用されている。

子どもに受験してほしい大学名を伝えた父親は、伝えなかった父親に比べ、大学案内とオープンキャンパスの活用度が5ポイント程度高い。注目すべきは、大学名を伝えた父親の中に

も、「何も情報を入手しなかった」が13.0%存在していることだ。こういった父親にも大学の情報を確実に届ける策を工夫し、適切な選択基準を持ってもらうことが大学の課題と言えよう。

調査概要  
 ● 調査主体：進研アド Between 編集部  
 ● 調査方法：インターネット調査(スマートフォン保有者対象)  
 ● 調査時期：2014年2月  
 ● 調査対象：2014年度の大学・短大入学者の父親  
 ● 有効回答数：227人

# 武蔵野大学

## 街と溶け合うキャンパスを象徴

●ロハスカフェのランチタイム



1 大きな木の下にあるカフェをイメージし、安らぎの空間を演出。2 間伐材で作ったシンボルツリー「ロハスの木」。3 オープン当初は、体に優しく手軽に食べられるメニューが中心だったが、最近は利用者からリクエストが多いご飯ものを増やした。



### ベビーカーを押す 母親グループの姿も

「週に何回か、お昼休みをしっかりとれる日に来ます。おいしくておしゃれて、くつろげる」。近くのメーカーに勤める若い女性はそう話す。取材日は、あいにくの空模様で店内には学生が多かったが、普段の利用者は学内6割、学外4割だという。近くに保育園があり、「15時頃になると、ベビーカーを押す母親グループも見られる」と河野圭亮店長。

地域に開かれたロハスカフェは、環境学部環境学科の授業「環境プロジェクト演習」から生まれた。新キャンパスをエコキャンパスにという理念の下、地域に環境情報を発信する場として、学生が学長と法人本部にカフェの設置を提案した。「アフリカの貧困問題と環境の問題について知ってほしい」という学生たちのメッ

セージ発信のため、現在、バナナペーパー製のペーパークラフトをテーブルに飾っている。



### 企業との連携で 実践的教育を展開

有明キャンパスの周辺には企業のオフィスが多く、大学は産業界との連携による実践的な教育に力を入れている。このカフェの運営でも、雑誌『ソトコト』を発行する(株)木楽舎の協力を得て、メニューづくりなどの会議を重ねた。学生は、輸送時に排出されるCO<sub>2</sub>の削減のため、東京産の食材を希望したが、木楽舎は、コストと安定的な食材確保の観点から関東圏へのエリア拡大を提案。学生にとっては理想と現実との調整を学ぶ機会となった。

店内中央のロハスの木は、学生が間伐した木材を利用して制作。安らぎの空間づくりに一役買っている。