特集

教学改革を「選ばれる大学」の要因とするために

現在、多くの大学で「教育の質的転換」に向けて、
学部のミッションの再定義、ディプロマ・ポリシーの見直し、
カリキュラムや授業方法の見直しが進んでいる。
およそ８割の大学・学部で「学生の主体性を引き出す」教育に
組織的に取り組みつつあることは、前号で報告した。
このような大学の努力は高校生にきちんと伝わり、
教学改革は「選ばれる大学」のための重要な要因になっているのか。
今号では、三つの視点からその現状に迫り、
「選ばれる大学」になるための方策を考察する。

視点 1 高校生の視点

高校生は、何を重視し、どのように志望校を決めているのか

高校生は何を重視して志望校を選んでいるのか。第１志望校は一度決まったら、入試本番まで変わることはないのか。ベネッセ教育総合研究所が2013年３月に実施した「高校生の大学選択に関する調査」の結果から、高校生の志望校選びの基準と選択の過程、それらに影響する要因、進学後の納得度を上げる要因などを探る。

P.4　調査報告

視点 2 大学の視点

高校生の志望校となるために、教学改革の成果をどう訴求するか

教学改革の成果を高校生にきちんと伝えようとしている先進事例として、大阪経済大学を取り上げる。ゼミの充実を中心とした教学改革とその成果、高校生への訴求について、同大学の各種データによるエビデンスと、学長インタビューから追う。

P.12　事例報告 1

視点 3 高大接続の視点

高校生にリアルな大学教育を体験させ始めた高校と大学の取り組み

出前授業でもオープンキャンパスでもない、大学の生の授業を先取りして経験させる取り組みを始めた高校がある。現役大学生に混じって大学の学びを実体験することによって、高校生は大学進学にリアリティーを感じ、学ぶ意欲がより高まったという。これは、大学の教学改革の成果を伝える重要な場となるのではないか。教育を中心とした、高大接続の新しい視点を紹介する。

P.18　事例報告 2

高校生に選ばれる大学になるために大学教育の質的転換を進める

ベネッセ教育総合研究所「高校生の大学選択に関する調査」の結果を踏まえて

現在の高校生は、どのような目的意識を持って、何を重視しながら志望校を選んでいるのだろうか。
また、どのような情報源を使って、いつごろ志望校を決めているのか。
ベネッセ教育総合研究所高等教育研究室では、
2013 年春に進学先の決定した全国の高校生 1,000 人余りに調査を行った。
本調査報告では、２人の研究員が分析を行い、
高校生の大学選択の実態から、高校生に選ばれる大学になるための基本要因を探った。

■「高校生の大学選択に関する調査」（2013）調査概要

調査対象／全国の、大学進学先が決定した卒業直前の高校3年生（首都圏･近畿圏･その他エリア、国公立大･私立大、男女をほぼ同数ずつに統制。詳細右表参照）
調査時期／2013年3月10～25日
調査方法／インターネット調査

回答件数

エリア ＼ 設置・男女	国公立 男子	国公立 女子	私立 男子	私立 女子	合計
首都圏	95	73	103	103	374
近畿圏	103	90	103	103	399
その他	103	102	101	102	408
小計	301	265	307	308	1,181
合計	566		615		

進学目的別に見る、選ばれる大学の特徴とは？

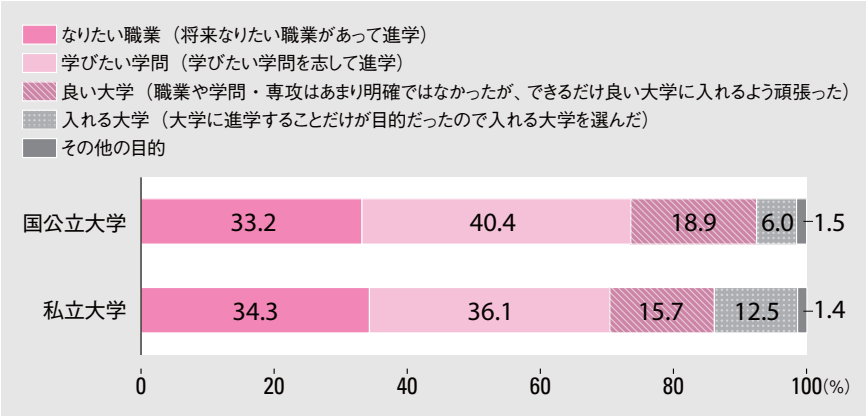
ベネッセ教育総合研究所　高等教育研究室
主席研究員・チーフコンサルタント
山下仁司

やました・ひとし
◎進研模試副編集長、ニューライフゼミ英語教材編集長、国際教育事業部部長、英語力測定テストGTEC開発統括マネージャー、ベルリッツ・ジャパン取締役などを経て、2006 年から現職。

なりたい職業、学びたい学問で大学を選んだ高校生は約7割

大学の教育機能には、大きく「高度職業人の養成」「学問の探究」「教養の涵養」の３種類が考えられる。これらを高校生の進学目的に対応させ、どれに当てはまるかを聞いた結果が**図１**だ。「教養の涵養」は、「職業や学問・専攻はあまり明確ではなかったが、できるだけ良い大学に入れるように頑張った」、または「大学

図1　国公私立別 大学進学の目的



に進学することだけが目的だったので入れる大学を選んだ」の２通りに分けて回答してもらった。

私立大学進学者に「入れる大学を選んだ」という回答の多さが目立つが、職業・学問のいずれかの目的を持って大学を選んでいる高校生は７割に及ぶ。「将来なりたい職業があって進学」は国公立・私立とも全体の３分の１、「学びたい学問を志して進学」は、国公立大学進学者で約40%、私立大学進学者で約36%あった。

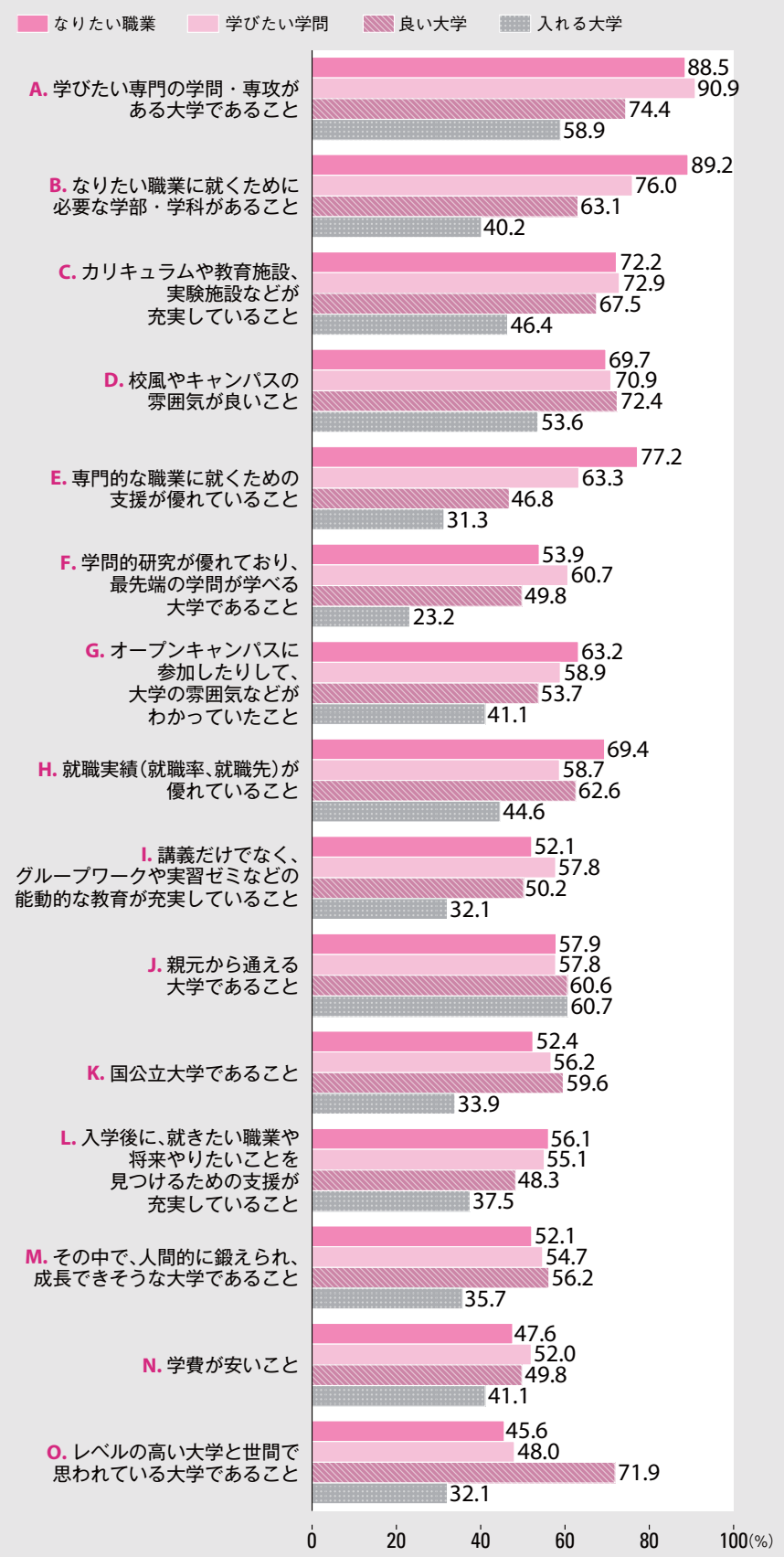
50%以上の高校生が能動的な学びを重視

このように、進学目的が異なれば、高校生が大学を選ぶ際に重視するポイントも違う。**図２**は、大学選択の際に重視する大学の特徴を４件法で尋ねた結果だ。図１で割合が最も高かった「学びたい学問」を目的とした選択者が回答した「とても＋まあそう思う」の上位15項目を、高い順に示した。

どの目的の高校生も共通してA.「学びたい専門の学問・専攻がある大学であること」が高いが、それ以外ではばらつきがある。例えば、「良い大学」を目的とした高校生が強く重視しているのはO.「レベルの高い大学と世間で思われている大学であること」で、肯定率は70%を超える。また、「なりたい職業」を目的として進学した高校生は、B.「なりたい職業に就くために必要な学部・学科があること」と共に、E.「専門的な職業に就くための支援が優れていること」を８割近くが気にしている。

「入れる大学」が進学目的の者を含め、全ての高校生に共通して高い項目は、D.「校風やキャンパスの雰囲気が良いこと」、J.「親元から通える大学であること」だ。一方、職業

図2 進学目的別 大学選択の際に重視する大学の特徴



＊全39項目のうち、「学びたい学問があって進学」の「とても＋まあそう思う」の上位15項目を抜粋して掲載

や学問などの「目的」があって進学する高校生に共通して高い項目は、I.「講義だけでなく、グループワークや実習ゼミなどの能動的な教育が充実していること」、L.「入学後に、就きたい職業や将来やりたいことを見つけるための支援が充実していること」、M.「その中で、人間的に鍛えられ、成長できそうな大学であること」などであった。

この、能動的な学びに関して50％以上の高校生が重視すると回答しているということは、高校生に選ばれる大学になるためにも、教育の質的転換が重要であることを示している。

学生の主体性を引き出す教育への転換だけで十分か

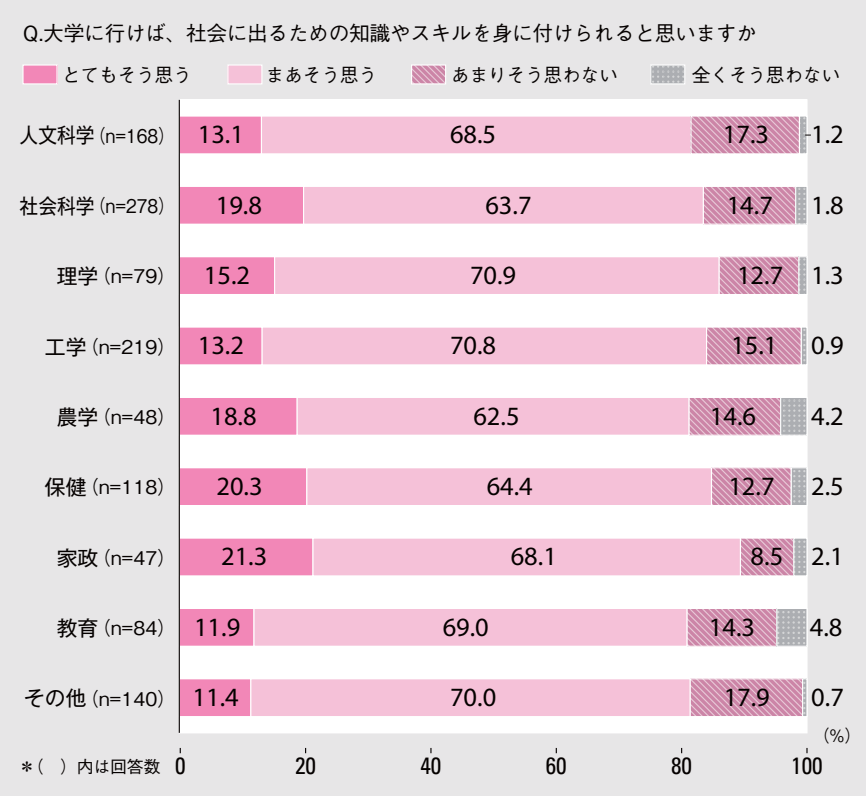
それでは、「学生が能動的に学びにかかわる少人数教育」を導入するだけで、教育の質的転換は果たせるといえるのか。高校生は、教育の形式だけを見て、それを魅力に感じて志望校に選んでくれるようになるのだろうか。

それを検討するために、もう一つのグラフを見ていただきたい。**図３**は、高校生の価値観や考え方を４件法で尋ねた質問群のうち、「大学に行けば、社会に出るための知識やスキルを身に付けられると思いますか」という項目の結果を、学部系統別に表示したものだ。これを見ると、多少のばらつきはあるが、総じて８割以上が肯定的な回答をしている。つまり、高校生は大学で「社会に出る準備としての教育が受けられる」と考えているといえる。

図２の大学選択の際に重視する大学の特徴でも、「職業や専門の学問に関する教育内容」を重視するとともに「なりたい職業に就くための支援」「入学後に、就きたい職業や将来やりたいことを見つけるための支援が充実していること」が高かった。これらを総合すると、高校生が大学に期待しているのは、専門の学問を学びつつ、自分の進みたい道を見つけ、社会に出る自信を身に付けたいということなのではないか。

「学生が能動的に学びにかかわる少人数教育」は目的ではなく手段である。それにより、社会に出る自信が高まるような経験や汎用的能力を身に付けたい、ということが高校生の願いだと思われる。

図3　高校生の価値観「大学で身に付くと期待していること」

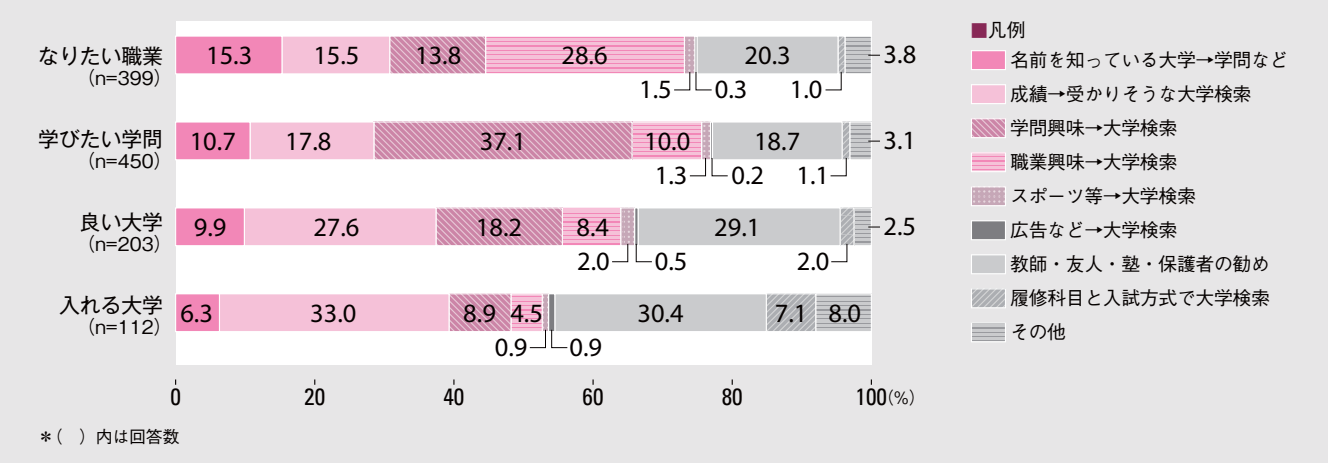


学部教育を広義のキャリア教育と捉える視点を

文部科学省中央教育審議会が2012年に提言した「教育の質的転換」は、今後ますます予測が困難な社会になる中で、自ら主体的に課題を発見し、チームで解決できる人材の養成の必要性を背景としたものである。大学の教育は、専門で学んだことがその後の職業に直接生かせるものであろうとなかろうと、自らの頭で考え主体的に行動できる人材の養成を目指さなくてはならない。同時に、これまで見てきたデータから得られたのは、単に授業を能動的なものに変えるだけでなく、卒業後になりたい進路を見つける支援を充実させたり、社会に出るための自信を付ける教育を充実させたりすることが、選ばれる大学になるための重要な観点ということである。

つまり、「キャリア教育」を、大学３年生から始める就職活動のためのビジネスマナーやエントリーシートの指導などと狭く捉えるのではなく、大学教育全体を「広義のキャリア教育」として考え、カリキュラム全体を見直すことが必要なのではないだろうか。

図4 進学目的別×志望大学を決める際のパターン



＊( ) 内は回答数

例えば、初年次教育で実社会にふれさせるような探究型のＰＢＬなどを導入し、社会の要求の厳しさを知らせ、必要な能力やスキルを自覚させるといったことをカリキュラムに組み込む。また、そのようなスキルは、どの授業で身に付くのかを、履修時に学生に知らせるための、分かりやすいシラバスを用意することなどが望まれる。

■凡例の詳細

名前を知っている大学→学問など	自分が名前を知っている大学をまず情報誌やインターネットで調べて、興味のある勉強が出来るかどうかなどで絞り込んでいった
成績→受かりそうな大学	自分の成績から合格しそうな大学を模試やランキング表などで確認し、そこから絞り込んでいった
学問興味→大学検索	自分の興味のある勉強が出来そうな学部を持つ大学をまず情報誌やインターネットで調べて、そこから自分が受かりそうな大学を絞り込んでいった
職業興味→大学検索	将来自分がなりたい職業に就ける学部を持っている大学をまず情報誌やインターネットで調べて、そこから自分の受かりそうな大学を絞り込んでいった
スポーツ等→大学検索	自分のやりたいスポーツや芸術などの強い（レベルの高い）大学をまず情報誌やインターネットで調べて、そこから自分の受かりそうな大学を絞り込んでいった
広告など→大学検索	駅や電車、雑誌や新聞など広告で目に付いた大学を情報誌やインターネットで調べて、そこから興味・関心や受かりやすさで絞り込んでいった
教師・友人・塾・保護者の勧め	学校の先生との面談で勧められた（先輩や友人、塾や予備校、家族に勧められた）大学を情報誌やインターネットで調べて、そこから絞り込んでいった
履修科目と入試方式で大学検索	自分の履修科目や成績に合った入試方式がある大学を情報誌やインターネットでまず調べて、そこから絞り込んでいった

高校生が志望大学を決める意思決定のパターン

これまで見てきたことを重視する高校生は、どのような手順で志望大学を決めているのかを示したものが、**図４**だ。これも、大学進学目的別に割合を示している。

職業・学問興味が動機の高校生では、それぞれ職業・学問が出来そうな大学を情報誌やインターネットで調べ、そこから成績などで絞り込むパターンが最も多い。ただし、その割合は合計で40～50％であり、残りは「名前を知っている大学から自分の学びたい学部を調べる」が10～15％、「自分の成績から受かりそうな大学を調べ、そこから学部を絞り込む」が15～18％、「教師・友人・塾・保護者などの勧めをきっかけに大学を調べる」が約20％だった。

進学目的が明確でない層では、「自分の成績から」が27～33％と「教師や保護者の勧め」約30％が非常に大きな割合を占める。

このデータから分かるのは、単に教育内容を充実させるだけでなく、それを何をきっかけにして伝えるべきか、という戦略的な検討が重要であることだ。

まず、進学目的が明確な層に対しては、職業・学問で検索するツール（受験情報誌やインターネットの大学入試ポータルサイト、検索サイト）から大学が検討されている。この時点で、高校生に「やりたいことが出来るか」を伝えるとともに、明確な教育の特徴も伝えるべきだろう。

また、教師や保護者の勧めで大学を選ぶ高校生は20～30％もいる。大学の教育の特徴を、高校生だけでなくそれらのステークホルダーに伝える工夫も重要だといえる。

高校生は、いつ、どのように志望校を決めているのか

ベネッセ教育総合研究所 高等教育研究室
アナリスト
野村徳之

のむら・のりゆき
◎広告・調査、顧客・従業員満足の向上業務、ブランドマネジメントなどの業務を経て、2010年経済産業省商務情報政策局に出向、帰任後グローバル教育研究に従事。2013年1月から現職。

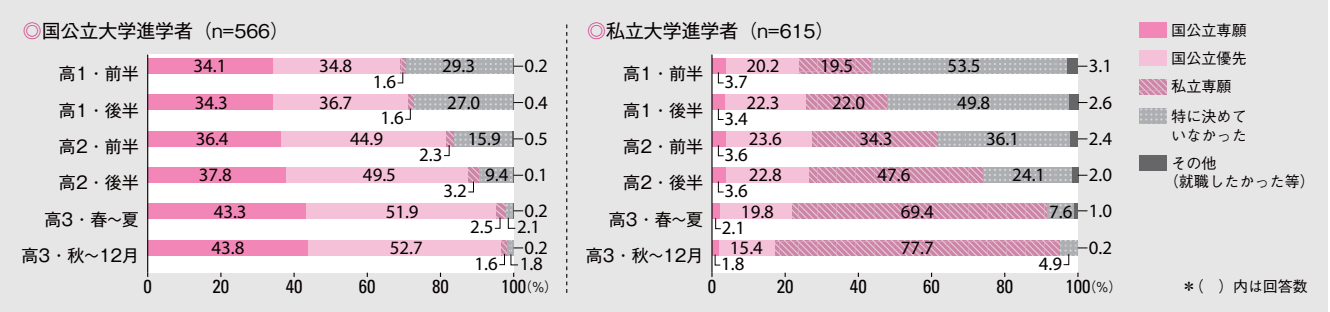
◎国公立専願、国公私立併願、私立専願をいつごろ決めているのか

国公立志望者の約3分の1が高1から国公立専願

高校生が進路を決める際、まず考えるのは「国公立専願」「国公私立併願」「私立専願」のいずれにするかである。**図5**は、国公立大学進学者、私立大学進学者が、どの時点でその方向性を決めたのかを尋ねた結果だ。これで見ると、国公立大学進学者の7割弱が高校1年生の前半の時点で、既に国公立大学を第1志望（専願・優先）に考えていたことが分かる。

一方、私立大学進学者の場合を見ると、私立大学専願を高校1年生前半の時点で決めていたのは約2割であり、半数以上が「特に決めていなかった」と答えた。以降、割合が徐々に増えていくのを見ると、この層が、2年生の進級時に行われる文理選択や3年生進級時の志望群別のクラス分けなどを経て、徐々に志望を決めていった様子がうかがえる。私立大学にとっては、未決定の層に自学をどのように認知させていくかが重要であり、それは高校3年生になる以前に重点化すべきである。

図5 進学先別 進路希望の変遷

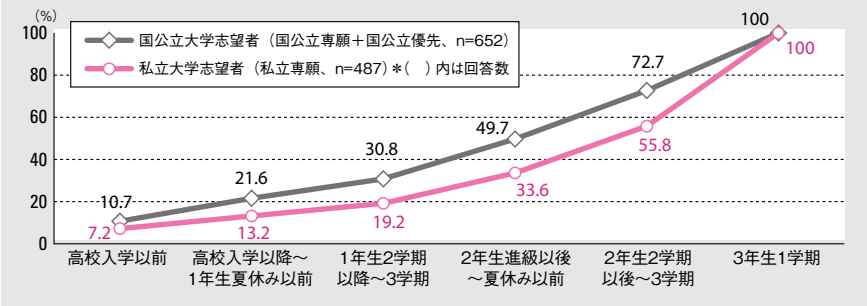


◎高校3年生1学期時点の第1志望校をいつ決めたのか

国公立志望者の約7割が高3以前に第1志望を決定

次に、大まかな希望進路に基づき、第1志望校をいつまでに決めているのかを見ていく。まず、「高校3年生1学期時点の第1志望校」を決めた時期、更にその大学を知った時期ときっかけ、そして高校3年生1学期

図6 高校3年生1学期時点の第1志望校だった大学を決めた時期



以降に志望校がどのように変化したのかを見ていく。

ここからの考察は、進学先別ではなく、高校３年生秋～12月時点で、国公立大学進学志望者（国公立大学専願＋国公立大学優先）、私立大学進学志望者（私立大学専願）の別で集計している。

図６は、高校３年生１学期時点での第１志望校を決めた時期を示した。国公立大学志望者の７割以上、私立大学志望者の５割以上が、「高校３年生になる前」に第１志望校を決定したと回答した。その時期を詳細に見ると、国公立大学志望者のおよそ半数が高校２年生の夏休みより前に決め、私立大学志望者も高校２年生の後半までには半数以上が第１志望校を決めている。図５でも同様の結果が出ていたが、第１志望校の候補に挙がるためには、大学を認識してもらうための広報活動を、高校２年生の夏休みまでに戦略的に行っておくべきことが分かる。

◉高校３年生１学期時点の第１志望校を、初めて知ったのはいつか

約1割がオープンキャパスで大学の存在を知り、第1志望に

それでは、第１志望とした大学をいつごろ、どんなきっかけで知るのか。**図７**は、高校３年生１学期時点での第１志望校を初めて知った時期を尋ねた結果だ。「高校入学以前」に知ったと回答した者が、国公立大学志望者の４割弱、私立大学志望者の３割と、共に最も多い。その後、全体の８割が知った時期は、国公立大学志望者が「高校２年生の夏休み以前」、私立大学志望者が「高校２年生の後半」となる。

次に、その第１志望校を知ったきっかけを**図８**に示した。国公立大学志望者、私立大学志望者共に最も多かったのは、「情報源を意識したことがなく、以前からその大学を知っていた」だ。全国的に有名な大学、または地元で存在を高校入学以前から認知している大学をまずは視野に入れている。次いで「学校の先生の話」「保護者の話」で、国公私立を問わず４人に１人が「身近な大人の話」をきっかけに第１志望校を知っている。高校教員や保護者などのステークホルダーへの働き掛けが重要であることが、ここからも分かる。また、私立大学志望者の１割は「オープンキャンパスに参加」と回答し、「大学の難易ランキング表」「進路情報誌」を上回った。私立大学志望者の多くが第１志望校を知った時期が高校２年生の後半であることを考えると、高校２年生でのオープンキャンパスへの参加が、大学選びの重要なきっかけになっていると推察される。

図7　高校3年生1学期時点の第1志望校を知った時期

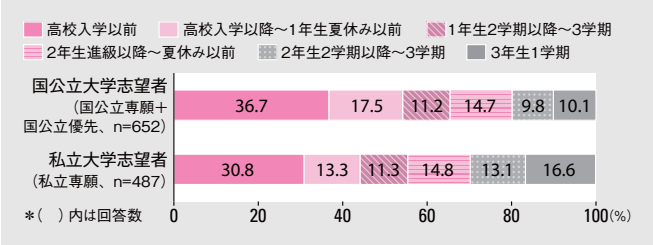
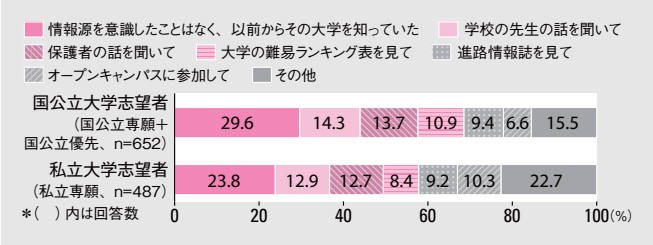


図8　高校3年生1学期時点の第1志望校を知ったきっかけ



＊国公立大学希望者の回答数が多かった上位６項目

◉高校３年生１学期時点で決めた志望校は、その後、変わるのか

国公立志望者の約4割 私立志望者の約3割が変更

高校３年生１学期時点での第１志望校は、入試本番までにどれほど変わるのだろうか。P.10の**図９**に、国公立大学志望者、私立大学志望者別に、高校３年生２学期、受験直前における第１志望校の変化を示した。

国公立・私立大学志望者共に、「２学期中に変わった」のは２割程だ。出願直前に第１志望校が変わったのは、国公立大学志望者が私立大学志望者の２倍程多く、センター試験の自己採点結果によって出願先を第１志望校から変えた様子がうかがえる。

全体的には、国公立大学志望者は約４割、私立大学志望者は約３割が第１志望校を入試本番までに変えていたが、裏を返せば６～７割は高校３年生１学期時点での第１志望校を最後まで変えていない。

では、変えた理由は何か。図９で尋ねた時期別に、志望校を変えた理

由の上位３つを**図10**に示した。国公立大学志望者は「自分の成績では合格できそうになかった」が、２学期中に変えた者は６割弱、出願直前に変えた者は８割程度と最も多い。

一方、私立大学志望者は、成績を理由に変えた者が、２学期・３学期共に最多であったが、「オープンキャンパスや大学訪問で、気に入った別の大学があった」が約３割、「１学期時点では知らなかったが、より魅力的な大学があった」「学校の先生の勧め」が約２割あった。私立大学志望者は、オープンキャンパスなどの広報活動によって、３学期まで第１志望校を考え直すケースがあることを示している。

図9　高校3年生1学期時点での第1志望校のその後の変化

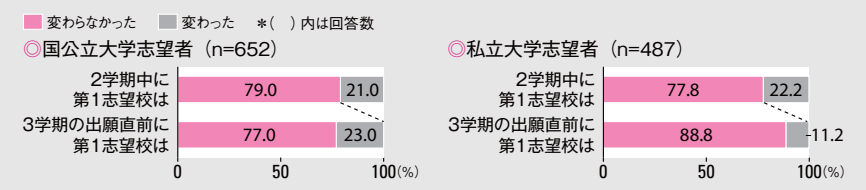
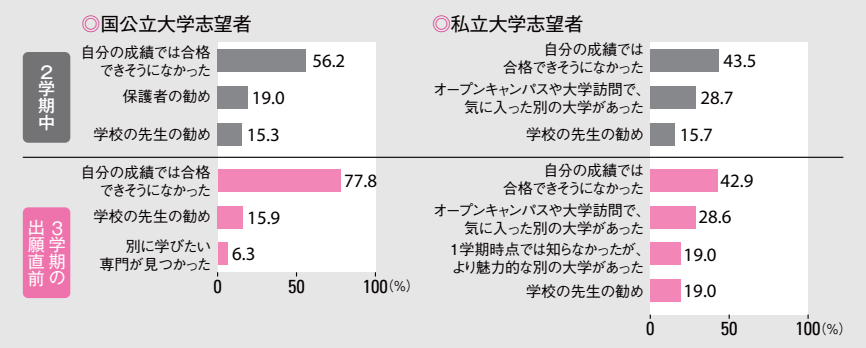


図10　第1志望校の変更理由



◉併願校・併願学部はどのような視点で決まるのか

学びたい学問が学べる別の大学を第2志望に

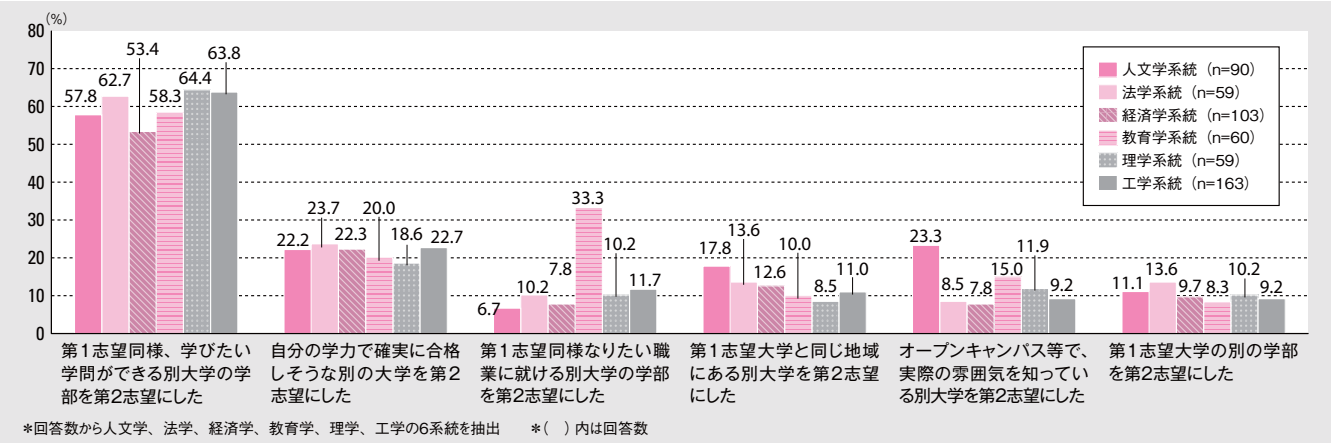
第１志望校選びと同様に重要な併願校・学部を、高校生はどのような視点で選んでいるのか。**図11**に、学部系統別に高校３年生１学期時点の第２志望校の選択理由を示した。

いずれの学部系統でも「第１志望同様、学びたい学問ができる別大学の学部」が最多で、経済学系統が約５割、他の学部系統も６割前後だった。教育学系統では、これに次いで「第１志望同様なりたい職業に就ける別大学の学部を第２志望にした」が３割強と高い。将来、教職を希望する高校生にとって自然な選考理由だろう。

「自分の学力で確実に合格しそうな別の大学を第２志望にした」は、いずれの学部系統も２割前後、「オープンキャンパス等で、実際の雰囲気を知っている別の大学を第２志望にした」は、人文学系統が２割を超えたが、軒並み１割前後であり、更に残りの項目にも特別な差異は見られない。

志望順位にかかわらず重要なのは、進学先で何が学べるのか、それはどういうカリキュラムであり、どのような教育体制によって行われているのかであり、大学は根拠と事実を踏まえた形でそれらを高校生に示すことが必要だといえる。

図11　学部系統別 第2志望校の選択理由



＊回答数から人文学、法学、経済学、教育学、理学、工学の6系統を抽出　＊( ) 内は回答数

◉進学先への納得度と志望順位に関係はあるのか

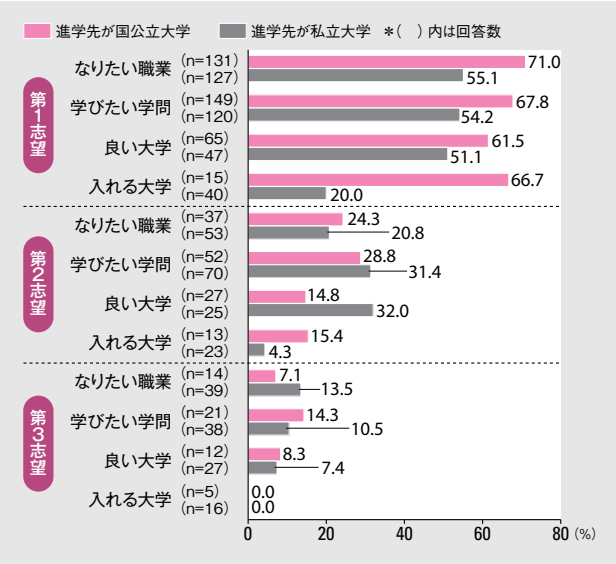
目的に合った学部であれば第2志望でも納得度は高い

それでは、いろいろ考えて受験校を決め、結果として進学した大学への納得度はどのようなものなのか。**図12**は、進学先に「十分納得できている」という回答（～「まったく納得できていない」の４件法中）を、志望順位と進学目的でクロス集計した結果だ。

進学した大学が第１志望の場合の納得度は、国公立大学、私立大学共にやはり高い。第２志望だった場合は、進学目的が特に「学びたい学問」の時は、国公立・私立共に３割前後と比較的納得度は高い。このことは、「学びたい学問」が学べるのであれば、それが第２志望であっても納得度は高いことを意味するのだろう。大学進学時の納得度は、その後の学習意欲や退学意向などにも影響する重要な因子であり、大学でどのようなことが学べるのかを明確に伝えることの重要性を物語っている。

大学は、第１志望として受験を考える層を増やすことに尽力することと同時に、志望順位にかかわらず納得して入学する学生を増やすために、明快な教育内容を高校生に伝えきる方策や機会を早い学年段階から講じたい。

図 12 進学先別 進学先大学の納得度「十分納得」×志望順位×進学目的



◉進学先への納得度の高い層にはどのような特徴があるのか

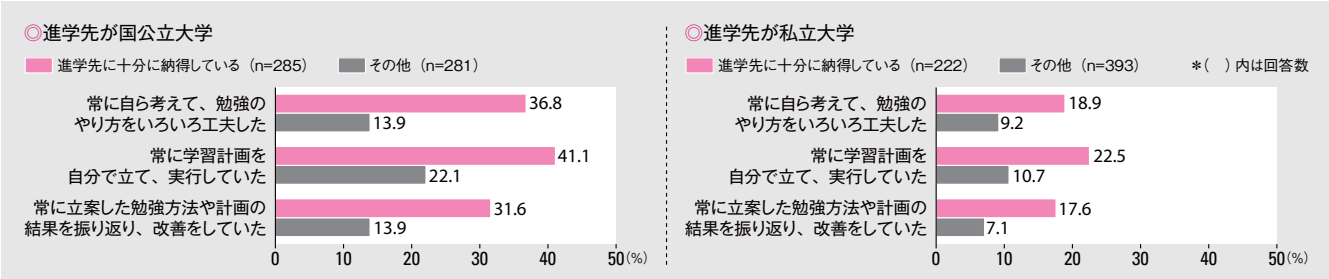
進学納得度の高い層は主体的な学びの基礎が身に付いている

進学先に納得していれば、入学後の学びにも積極的に取り組み、大学生活も良好に進むと思われる。納得度の高い進学の要因は、①志望校への強い進学動機があることと、そのための努力の結果、②希望する進路が実現できたことの二つから成る。

志望校への強い進学目的によって、努力することがどのように表れるかを見たものが**図13**だ。納得度の高い進学をしたと回答した層とそうでない層で、高校での学習習慣や学習方略について尋ねた。常に「自ら考えて、勉強のやり方をいろいろ工夫した」「自分の学習計画を自分で立て、実行していた」「立案した勉強方法や計画の結果を振り返り、改善をしていた」の項目で、国公立・私立共、進学先への納得度が高い者の各学習方略の経験率が高い。

高校時代にこのように自ら学びの工夫をしてきた学生は、主体的・能動的な学びの基礎を身に付けていると考えられる。これまで見てきたように、適切な時期により効果的な形で大学で出来る学びの中身を伝え、進学動機を強く持たせることが、高校生の納得度を高め、より良い学生確保の鍵となると思われる。P. 18以降の高大連携の事例もご確認されたい。

図 13 進学先別 納得度×受験勉強の仕方



大阪経済大学

学生が成長した姿を実際に見せ 高校生に説得力のある訴求を行う

**教学改革の進展とその成果が出始めれば、
教育力の高さを高校生にアピールし、志願者数の増加に結び付けようという期待も高まる。
ここでは、こうしたPRの先進事例として、大阪経済大学を取り上げる。
同大学の教学改革の中心は、「ゼミ」と「キャリア教育」の充実だ。
教育内容や手法の説明に加え、オープンキャンパスなどで学生の成長ぶりを見てもらう機会を設けて、
高校生とその保護者に対して説得力のある訴求を行っている。
その成果を入口・中身・出口を示す各種データから確認し、
次に、徳永光俊学長に、教学改革の経緯と高校生への訴求の工夫について聞いた。**

■エビデンスに見る教学改革の成果

改革の成果はゼミの履修率、卒業率などに結実

教学改革の進展に伴い志願者数が増加傾向

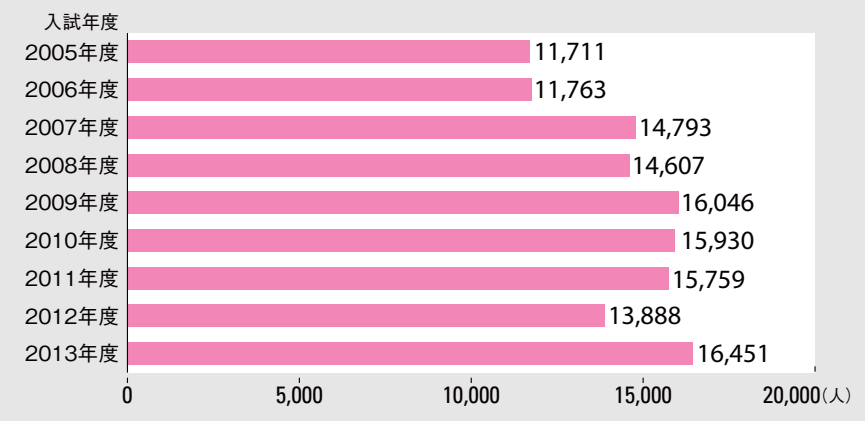
大阪経済大学は、創立70周年を迎えた2002年を「改革元年」と位置付け、この10年間、ハード・ソフト両面の改革を重ねてきた。その成果と課題を踏まえ、改革は新たな段階に入ろうとしている。

同大学は、経済・経営・情報社会・人間科学の4学部7学科、学生数約7500人の大学だ。近年、志願者数は増加傾向にあり、2012年度入試では揺り戻しと見られる一時的な減少があったものの、2013年度入試では過去最高の1万6451人に達した(**図1**)。その大きな要因は、教学改革による教育の充実やそれに伴う学生の成長が、高校生やその保護者、高校教員などに理解されたからだと、大学は捉えている。

教学改革の中心は、少人数教育、特にゼミの充実だ。ゼミはそれまで選択制だったものの、伝統的に履修率は9割を超えていた。「都市型複合大学」への発展を目指し、2002年度にはカリキュラム改革を実施し、翌2003年には、企画力・プレゼンテーション力の強化を図るためのゼミの充実に着手した。大阪のブランド商品づくり、同大学の広報活動、疑似会社の起業と、実際の課題に基づいた課題解決型の授業を行ったが、この形態を学内に浸透させるとともに、ゼミによる学生の成長を学内外にPRするため、2010年度にゼミ対抗のプレゼンテーション大会を始めた。

こうした施策によりゼミはいっそ

図1 志願者数の推移



う活性化し、学生のゼミに対する意識は高まった。専門演習（ゼミ）の履修率はその後も上昇し、2012年度には全学で95.6％に達した（**図２**）。

就職関連データの改善が大きなアピール材料に

高校生が大学選びで重視する項目の一つが、就職関連データだ。同大学は「就職の大経大」と呼ばれるなど就職に強いという定評があるが、2008年のリーマンショック以降、４年制大学卒業者の求人倍率が低迷した影響で、就職率が落ち込んでいた。

そうした逆風の中、2009年度に全学共通科目に「キャリア科目」という科目群を設けるなど、正課・正課外の両面からキャリア形成のサポートを充実させた成果もあり、2012年度卒業生の就職率は大きく改善した（**図３**）。一人ひとりへのきめ細かい支援を行うことで、進路把握率（2012年度）も99.3％と高く、こうして集めた情報を後輩の進路支援に生かすというサイクルが回っている。

就職関連の実績は、大学案内をはじめ、さまざまな場面で発信されており、高校生に確実に届いていて、定評となっているようだ。大学が入学時に実施している「大学に期待していること～なぜその大学を選んだのか～」（ベネッセコーポレーション「大学生基礎力調査Ⅰ」）のアンケート結果では、「就職に有利」を選択した大学新入生が、2013年度には、全国平均に比べて6.7ポイント高い23.7％に上った。

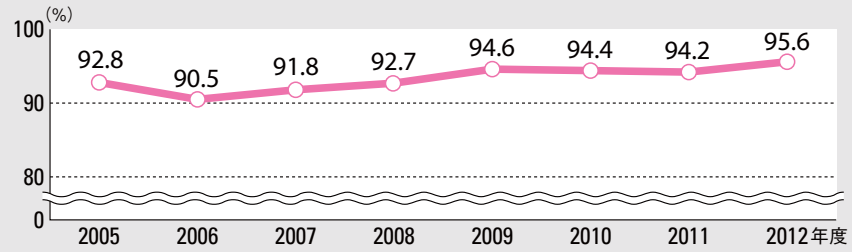
高校教員への説明では学生の個別支援に重点

同アンケートで、「高校の先生からの勧め」を選択した学生が、全国平均を５ポイント上回る13.4％であることにも注目したい。

大学が高校教員に対する説明で重点を置くのが、学生一人ひとりの不安や要望に柔軟に対応する体制だ。職員研修を実施し、学生への対応力を高めるとともに、学生相談室や保健室を充実させ、心配な点がある学生に声を掛け、コミュニケーションを取る「窓口改革」と称する取り組みを続けている。その結果、以前は１日３、４件だった相談件数が、現在は数十件にまで増加した。学生の悩みへの早期の個別対応は、前述の進路把握率のほか、卒業率（**図４**）の向上にもつながったと捉えている。こうした学生支援の充実が、高校教員が生徒に対して安心して同大学を勧める理由の一つになっていると推測できる。

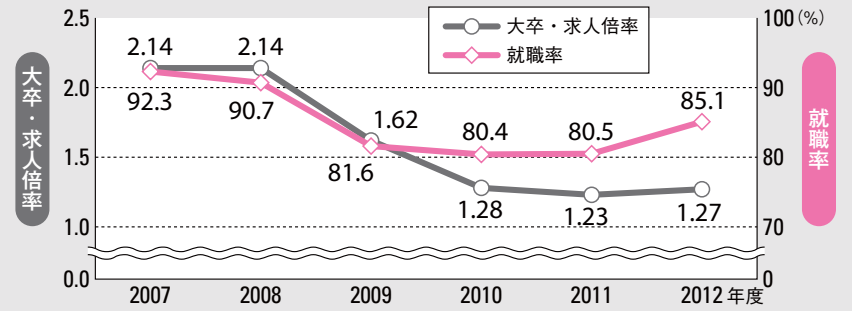
このように、大阪経済大学の教学改革の成果はさまざまなデータに表れている。次ページでは、それらの教学改革の意図や内容、並びにそれらを高校生に伝える方策について、徳永光俊学長に聞いた。

図2　専門演習（ゼミ）の履修率の推移



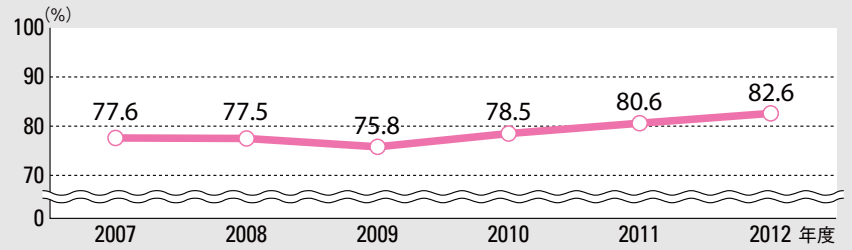
＊専門演習履修率＝「履修決定者数÷在籍者数」
なお、専門演習の実施は２・３年生。ただし、２部経営、２部経済、経営情報学科を除く。

図3　就職率の推移



＊大卒・求人倍率…リクルートワークス研究所「大卒求人倍率調査」より
＊就職率＝大阪経済大学の「就職者数÷就職希望者数」

図4　卒業率の推移



＊卒業率＝「卒業者数÷学籍数」　学籍数は卒業判定日時点での４年超在籍者

図１～４　出典／大阪経済大学提供資料

とくなが・みつとし
◎京都大学農学研究科農林経済学専攻後期博士課程単位取得満了。大阪経済大学経済学部教授などを経て、2010年から現職。農学博士。編著書に『黒正巌と日本経済学』（思文閣出版）など。

■学長インタビュー

ゼミの教育力とキャリア教育の訴求で高校生を引き付ける

大阪経済大学学長　**徳永光俊**

■聞き手

ベネッセ教育総合研究所
高等教育研究室　シニアコンサルタント
竹内健一

たけうち・けんいち
◎1993年（株）福武書店（現〈株〉ベネッセコーポレーション）入社。進研模試編集長、高校事業部商品制作ユニット長などを経て、2011年から現職。大阪府立大学評価委員なども務める。

学生が主人公として経験を積める場を提供

竹内　本日は、貴学の教学改革の内容と、その成果をどのようにして高校生に訴求しているかをお聞きしたいと思います。最初に、この数年、積極的に進められている教学改革の基本的な考え方をお聞かせください。

徳永学長（以下、徳永）　学生が主人公として活躍できる場を、大学教育の中で出来るだけ多く提供するという考え方に基づき改革を進めています。

グローバル化に伴い国家間の競争が激化する中で、自ら考えられる日本人を育てなければ、日本は存在感を失ってしまうでしょう。大学の社会的使命は、これからの日本を担う学生に自分で考える力や発信する力を付けることだと考えています。本学では、学生が「自分は大学の中心にいる」という前向きな気持ちで多様な経験を積める場を提供し、「自分が社会を変える」という意識で社会に出ることを目指しています。

学生の自主性に任せることは重要ですが、学生が自ら学びに向かえるよう、緩やかに枠を壊して学生の自由度を高めていく一方で、小さなハードルをたくさん用意する教育に転換しています。一つのハードルを跳び越えた後、自分の意思で次のハードルを選んでチャレンジすることを繰り返し、全てをクリアしたら大きな山を越えていたという仕掛けをつくりたいと考えています。

本学が大切にしている姿勢は、「そっと手を添え、じっと待つ」です。適度に手を掛けて学びに向かわせた後は、学生自身が考える余地を十分に与える教育を心掛けています。

中規模大学の強みとして少人数教育のゼミを強化

竹内　教学改革では、ゼミの充実化のインパクトが大きかったと思います。その意図をお聞かせください。

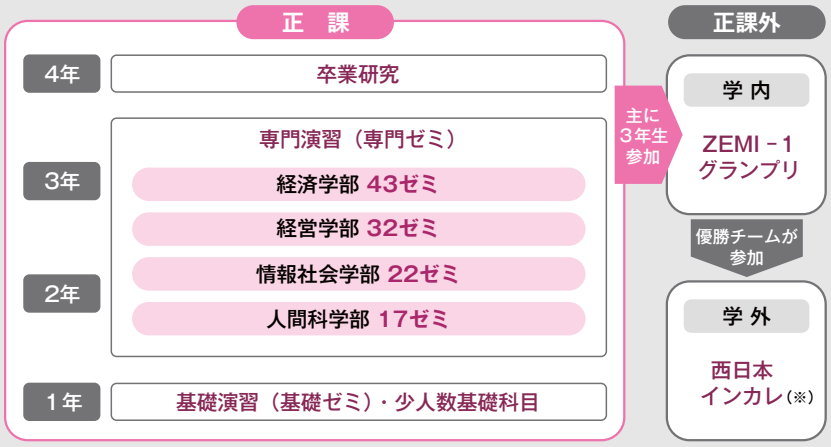
徳永　本学は中規模大学という立ち位置を生かし、大規模大学には出来ない教育を目指す中で、伝統的に少人数教育に力を注いできました。その特色を更に強めるために、2003年度に経済・経営・経営情報（現・情報社会）学部の1～3年生対象の「基盤能力開発講座」を設け、「大阪の新しいブランド作り」をテーマに商品開発を行い、企画力とプレゼンテーション力を付ける活動を充実させました。2006年度には、この科目を発展させ、全学部の2年生を対象とした「企画力開発講座」を設け、本学の広報・宣伝戦略を立案し、大学に提案する活動を行いました。

これらの取り組みでは履修した学生に大きな成長が見られたため、企画力、プレゼンテーション力の育成を本学の特色として強化しようと、2009年度から順次、各学部で1年生

の重点科目として「基礎演習（基礎ゼミ）」、もしくは少人数で行う「基礎科目」を置きました。学部・学科によって授業内容は多少異なりますが、例えば経済学部の場合、１年生の前期は「読む・書く・調べる・発表する・議論する」などの基本的な学習スキルを習得します。更に、スキル修得の過程で「主体的に学ぶ態度」も育成していきます。後期は前期の内容から一歩進めて、少し専門的なテキストを用いて経済学の要素が入るようにしています。そして、学生が担当教員を選べるようにしました。２年生後期には「専門演習（専門ゼミ）」が始まります。基本的に４年生まで同じゼミに所属し、テーマを掘り下げていき、卒業研究を行うことになります（**図５**）。

この「基礎演習」で論理的思考力やプレゼンテーション力などの能力の育成に必要な土台が固まるため、その後の学習で「主体的に学ぶ態度」に結び付きやすくなるのです。また、４年間を通してゼミでの教育を継続することで、学生から「うちの大学といえばゼミだよね」という声が聞かれるようになりました。全体的に、学生がより前向きな姿勢でゼミ活動に取り組んでいると感じています。

図5 ゼミの正課・正課外の連携



※正式名称は、アカデミック・サポート・プログラム合同研究会（主催・日経ＢＰマーケティング）。西日本地区の大学生が参加する合同学術発表会であり、予選を通過した最大11チームが本選に参加する
＊大学の資料を基に編集部で作成

ゼミ対抗プレゼン大会で学外に教育成果を発信

竹内　ゼミ活動活性化の一環として、2010年度から主に３年生を対象に開催している「ＺＥＭＩ-１グランプリ」の狙いや概要をお聞かせください。

徳永　正課のゼミで身に付けた論理的思考力やプレゼンテーション力、チームワークを発揮できる機会を増やそうと、ゼミ対抗でプレゼンテーションを競い合うイベントを正課外として始めました。テーマは適切か、企画は論理的か、発表は分かりやすいかなどが評価のポイントとなります。審査員は、インターンシップやキャリア教育などに協力していただいている企業にもお願いしています。

４回目の2013年度は、20ゼミ55チームが出場しました。学内にすっかり定着し、学生には大きな目標となっており、レベルが年々高まっています。優勝チームは他大学と競い合う「西日本インカレ」に出場します。その大会で本学のチームは、2010年度はグランプリ、2011年度は準グランプリ、2012年度は３位という成績を収めました。学内の大会が学外の大会に結び付いていることが、学生の意欲を高めています。

竹内　学生全体にはどのような変化が見られますか。

徳永　実践の場があることで、元々、積極的な学生の学習意欲が更に高まり、全体が引っ張られて底上げされている印象があります。正課と正課外の連動がうまくいっているのです。「ＺＥＭＩ-１グランプリ」に出場できるのは一部の学生ですが、事前に正課のゼミ内でも選抜を行うため、多くの学生の能力伸長に役立ちます。また、代表チームをゼミ生全員でバックアップするので、コミュニケーション力やチームワークの育成にもつながります。更に、教員は「ＺＥＭＩ-１グランプリ」での学生の様子を見て、発表の場の提供による学習効果の高まりに気付き、２、３年生を集めて卒論発表会を実施するゼミが増えてきました。

「ＺＥＭＩ-１グランプリ」に出場する学生は総じて希望する職種に就職する割合が高いのですが、裏方である実行委員の学生スタッフも同様に就職活動で高く評価されています。イベントに貢献しようとする積極性を持っていることに加え、自分たちの力でイベントをつくり上げる過程が、学生の主体性を育むトレーニングになっているのでしょう。

竹内　「ＺＥＭＩ-１グランプリ」の目的は、ゼミの教育力強化に加え、学内外への教育内容の発信にあるとお聞きしています。実際、どのように伝えられているのでしょうか。

徳永　学生の成長をＰＲする「ＺＥＭＩ-１グランプリ」は学園祭で開催するので、本学に興味のある高校生とその保護者が見学しています。学生が堂々とプレゼンテーションをす

る姿を見て、「自分もやってみたい」「あんな風に成長したい」と思うようです。また、イベントの模様は動画投稿サイトのYouTube® で発信しているほか、本学の高校生に向けたメッセージサイト「つながるブログ。」で詳細を伝えています。

オープンキャンパスで学生の成長ぶりを伝える

竹内　実際に「ゼミの充実」を志望理由として入学する学生は多いのでしょうか。

徳永　具体的に「ゼミ」という言葉を使って入学理由を述べる学生は、多いとはいえません。ゼミなどの少人数教育は、経験して初めて自分の成長に役立つと気付くことが多いからでしょう。ただし、学生の成長した姿のＰＲは効果があります。高校生は大学の授業というと大教室で行う講義を思い浮かべるようなので、高校生が「ゼミを通して成長した学生の姿」を実際に見る機会を設け、自分の将来像と重ね合わせてイメージしてもらえるようにしています。

そうした機会として最も重視しているのが、オープンキャンパスです。「学部のまとめ～学生から見たこの学部～」というコーナーを設け、約30人の学生が１人約３分で、大学生活や学習内容、大学に入って成長したことなどを、高校生や保護者に向けて発表します。

発表の方法や内容は、高校生や保護者に理解してもらえるようなものになるまで、職員や教員にアドバイスを受けながら、学生自身が作成します。最初に職員の前で練習する段階では内容が浅いのですが、「なぜそう思ったのか」などの指摘やアドバイスを繰り返し受けるうちに、見違えるように内容が深まり、発表する姿は次第に堂々としていきます。学生にとっては「ＺＥＭＩ-１グランプリ」とはまた別のプレゼンテーションの場として、成長の機会になっているのです。

オープンキャンパス当日はなかなか立派なもので、アンケートを見ると、高校生からは「自分が興味を持っていた学部の学生の話を聞き、受験しようと思った」、保護者からは「大経大に入れば、子どもがあのように話せるのだと思うと期待が高まった」といった声が寄せられています。

キャリア科目を全学共通科目に位置付ける

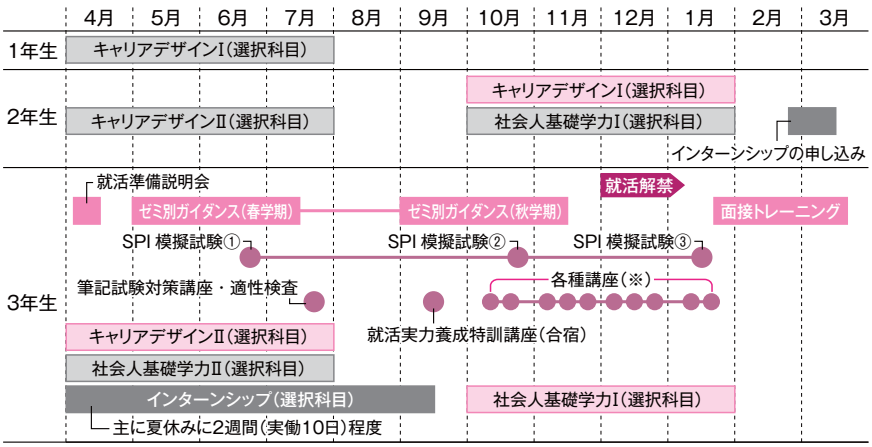
竹内　教学改革のもう一つの柱であるキャリア教育についてもお聞かせください。

徳永　本学では、2004年度に正課としてキャリア教育を始めました。当初、キャリア教育は専門科目に位置付けていましたが、１年生からキャリアと向き合う必要があるという認識が学内で広まり、2009年度、全学共通科目に「キャリア科目」を設けました。現在は「キャリアデザイン」「社会人基礎学力」の２科目です（**図６**）。授業では学生同士が学び合うアクティブ・ラーニングを多用し、コミュニケーション力や協調性、主体性などを身に付けていきます。また、社会で求められる専門知識や汎用的能力について、学部の専門科目とのつながりを理解することで、日常の授業で学ぶ意味を深めていきます。

また、「社会人基礎学力」では、就職活動で第一の関門となる筆記試験の対策を行っています。本学の学生は、コミュニケーション力育成の成果か、面接には比較的自信を持っていますが、その前の筆記試験が弱かったためです。難易度別に二つの科目を用意し、どちらも専任講師が担当します。模試の結果を見ると明らかな成果が見られるので、１学年の３分の２程度の1000人ほどが受講する人気科目となっています。

この２科目の履修率はいずれも70％以上であり、キャリア教育に対する学生の関心の高さがうかがえます。2013年度は、キャリア科目にコミュニケーションスキル編を新設し、コミュニケーション力や論理的思考力を重視した内容を展開しています。

図6　2013 年度の主なキャリア教育



※自己分析講座、業界・企業研究講座、面接突破講座、就職実践講座、バーチャルリクルート、グループディスカッション対

2013年度は、就職活動解禁となる12月に向け、3年生対象の講座などを4月から始める。上記以外にも、業界別セミナー、ゼミに所属していない学生向けのセミナーなどがある。解禁以降は学生個別の支援が中心だ。4年生対象の「学内マッチングセミナー」では、大学に企業の担当者が訪れ、企業説明会後に一次試験を実施する。＊同大学資料を基に編集部で作成

今後は４科目程度に増やし、学生の多様なキャリアデザインを支えたいと考えています。

きめ細かい個別支援を裏付けるデータを提示

竹内　以前から、学内外で定評があるインターンシップはどのように行われているのでしょうか。

徳永　インターンシップは1998年度に導入しました。本学では大半が正課の科目として単位取得が出来ます。2012年度は、受入先企業・団体は218、参加学生数は430人に上り、本学のような中規模大学としては、かなり充実していると自負しています。インターンシップが充実している大学として各種の大学ランキングの上位に入ることも多く、本学のインターンシップに興味を持って受験する高校生は多くいるようです。

竹内　更に、正課外でも学生一人ひとりのキャリア支援に注力されていることも貴学の特色だと思います。

徳永　中規模大学ならではの取り組みとして、きめ細かいサポートを大切にしてきました。本学の調査では、個人面談の回数が多い学生ほど就職率が高まることが分かっています。学生は以前よりも積極的な態度も身に付いているので、就職課への面談希望も大幅に増加していますが、就職課の職員が一人ひとりの話をじっくり聞くという地道な対応に力を入れており、マンツーマンでの面談件数は年間１万件に上ります。

竹内　そうしたキャリアサポートは、高校生やその保護者には、どのように訴求されているのでしょうか。

徳永　大学案内やオープンキャンパスなどでは「どのようなサポートが受けられるか」を具体的に伝える努力をしていますし、就職率や進路把握率などの高さが間接的にサポートの充実を示すデータとなっています。経済・経営系の大学として、伝統的に実学教育に注力してきたこともあり、多くの学生と保護者は就職に期待して入学してきます。「就職に強い」という看板を崩さないよう、これからも社会情勢の変化に合わせてサポートを進化させていきます。

自分を開発する力が育ち気付きや自信が芽生えた

竹内　学生の成長という視点から、ここまでの教学改革を総括していただけますか。

徳永　「ゼミ」と「ＺＥＭＩ-１グランプリ」の連動やキャリア教育によって学生に育つ力は、「論理的思考力」「プレゼンテーション力」「コミュニケーション力」「チームワーク」などと言い表せますが、こうした力は表面的な形の一つに過ぎず、学生と話していると、もっと深いところでの変化が起きていると感じます。自分自身を見つめて自己を開発できるようになり、「自分は変わることが出来る」といった気付きや自信が芽生えているのです。それが、「主体的な学び」につながっていきます。

本学は、元々おとなしい学生が多かったのですが、改革を始めてからは積極的な言動が多く見られるようになりました。私としてはとても喜んでいます。こうした変化は、ゼミを通しての能力開発や、キャリア教育を通して自分を客体化する複合的な学びの成果と捉えています。

2002年からの10年間の改革を通して、更なる成長への下地が整いました。本学は、創立100周年を迎える2032年に「経済・経営系私立大学でナンバーワンになる」という目標を掲げ、教職員が一致団結して改革を推し進めています。学生だけがナンバーワンになるということはありません。教職員も一緒に成長していくという意識を大切にしています。学生の成長を第一義に考えると、教職員として「すぐに目に見える成果を出したい」という焦りは禁物でしょう。「そっと手を添え、じっと待つ」。長い目で教育を捉え、卒業して10年後や20年後に、「大経大で学んで本当に良かった」と言う卒業生を増やしたい。そうした大局的な視点から、今、どのような改革に着手すべきかを考え、そして、その取り組みと成果を高校生に発信し、本学の教育やサポートにより納得して入学してくれるようにしていきたいと思います。

竹内　学生を主役とした改革の更なる進展に期待しています。本日はありがとうございました。

四條畷学園高校×帝塚山大学

高校生が大学の普段の授業を受け その感想を基に教学改革を促進

**四條畷学園高校は、志望校決定までに、
大学で学ぶとは何かを深く考えることが重要と考え、オープンキャンパスではなく、
大学の普段の授業を受けられないかと、帝塚山大学に打診した。
帝塚山大学は、事後アンケートで「高校生に授業評価を受ける」ことに期待し、これを快諾した。
実際に授業を受けた高校生は、何に着目し、どのような思いを抱いたのだろうか。**

■四條畷学園高校

大学の普段の授業に参加し、リアルな大学の学びを体験

進路指導部副部長
谷本 諭
たにもと・あきら
◎英語科担当。特進文理コースの２学年担任。大手予備校講師、オーストラリア留学などを経て、1998 年から現職。

大阪府・私立四條畷学園高校

◎ 1926（大正 15）年、四條畷高等女学校として開校。「教育の目的は人をつくること」を教育理念として、教育方針に「個性の尊重」「明朗と自主」などを掲げ、教育活動を推進。入学時から３つのコースに分かれ、目標進路に合わせた指導を行う。
◎形態／全日制、普通科（総合コース、保育コース、特進文理コース）、共学
◎生徒数／１学年約 480 人
◎ 2013 年度入試合格実績（現浪計）／国公立大学は、和歌山大学１人、広島大学１人など３人が合格。私立大学は、同志社大学１人、同志社女子大学 12 人、関西大学９人、近畿大学 15 人など延べ 210 人が合格。

安易な志望校選びから脱却を図るための「1日大学体験」

大阪府にある私立・四條畷学園高校は、2013年７月、帝塚山大学において、特進文理コース２年生を対象とした「１日大学体験」を実施した。これは、大学教員が高校を訪れる出張講義や、オープンキャンパスでの模擬授業と異なり、大学の通常授業を大学生と一緒に受けるというもの。約100人の生徒は、福祉や建築、経営など複数領域の20講義からそれぞれ２コマを選んで受講した。こうした取り組みは、同校にとっても、帝塚山大学にとっても初めてだった。

この連携を働き掛けたのは高校側だ。進路指導部副部長の谷本諭先生は、その理由を次のように説明する。

「せっかく志望校に進学しても、その後に中退してしまう卒業生がいることが課題の一つでした。『英語が好きなら外国語学部で有名なＡ大学』というように、大学のブランドで受験校を決めてしまうケースがよく見られました。『なぜ、その学問を学びたいのか』『将来どんな職業に就いて、何をしたいのか』と掘り下げて考えたり、大学ではどのような学びがあるのかをきちんと調べることなく進学していく生徒がいたのです。その結果、入学後に『やりたかったことと違う』と意欲を失ったり、大学の授業についていけなかったりする卒業生がいたのです」

高校段階から将来について深く考え、10年後に充実した社会生活を送れる人物を育てたい。職業や大学について、良い面だけでなく、大変な面なども理解させたうえで考えさせたい。そのためには、大学案内やインターネットなどから得る情報だけでなく、大学を実際に体験させることが大切なのではないか――。そう考えた同校は、大学体験や職業体験など、10年後を見据えたキャリア教育に着手。その一環として、帝塚山大学に「１日大学体験」を打診した。

3か月にわたる事前学習で真剣に授業を受ける準備を行う

谷本先生は、帝塚山大学に打診する前に複数の大学に相談したが、生徒の安全面の確保、授業への影響などの理由で実現に至らなかった。そこで、協力を快諾してくれた帝塚山大学での「１日大学体験」では、貴重な機会を実りある体験にするため、そして大学に迷惑を掛けないためにと事前学習に３か月かけた。

事前学習では、大学の授業の入門編として、複数の大学・学部の教員による全９分野の出張講義を行った。１回３分野で計３回実施。生徒は１回につき１分野を選ぶ。受講後は、受講していない生徒に内容を紹介するという目的で、講義内容をまとめてプレゼンテーションをさせた。また、複数の大学・短大が集まる進学相談会に参加し、大学全般についても学習した。帝塚山大学からは事前に各授業の概要をまとめた資料をもらい、各自が予習してレポートにまとめた。更に、大学の訪問時や授業中のマナーなどについても指導した。

「１日大学体験」後のアンケートでは、参加者の約７割が「学部・学科研究に役立った」と答えた。実際の授業を受けることで、多くの生徒が、大学の授業のレベルの高さ、授業時間の長さを感じ、授業の形態に講義形式やグループワークなど、さまざまなスタイルがあることが分かったようだ。一方、大学生の授業態度について言及している生徒も多く、「大学は自由な半面、自分でしっかり学習に取り組む必要がある」と気付く生徒もいたという。

事後学習では、自分が学んだことをまとめて発表する「学習結果発表」を実施。谷本先生は「生徒は、自分が本当に興味があることでないと大学の難しい授業にはついていけないと感じたようです。学部・学科の学びの中身まできちんと調べたうえで、志望校を決めようとする姿勢が見えてきました」と成果を語る。

図1　2013年度　2年生特進文理コースの「大学学部研究」の1学期の内容（抜粋）

4月20日	・大学学部研究出張講義１　文系：京都精華大学（日本文学）／京都外国語大学（外国語学）、理系：藍野大学（看護学）
4月27日	・出張講義研究発表
6月3日	・卒業生講話、学部学科適性検査、「１日大学体験」説明会
6月15日	・大学学部研究出張講義２　文系：阪南大学（経済・経営学）／大阪国際大学（法学）、理系：大阪青山大学（栄養学）
6月22日	・出張講義研究発表
6月29日	・大学学部研究出張講義３　文系：甲子園大学（心理学）／関西国際大学（教育学）、理系：大阪工業大学（理工学）
7月6日	・出張講義研究発表
7月12日	・大学・短大相談会に参加
7月16日	・「１日大学体験」ガイダンス
7月18日	・「１日大学体験」（帝塚山大学にて）
7月29、30日	・「１日大学体験」学習結果発表

＊同校の資料を基に編集部で作成

生徒の「口コミ」による大学の宣伝効果

このように、生徒に大きな変化をもたらした「１日大学体験」だったが、大学の教育力の訴求という観点ではどうだったのだろうか。

谷本先生は、「正直に言えば、今回の体験で帝塚山大学の志望者が大きく増えると思っていませんでした。にもかかわらず協力していただいた帝塚山大学に深く感謝しています。大学の中身が分かりづらいという声が多い中、大学の素の姿を見させてもらったことを、生徒は早速、後輩や保護者に話しているようです。生徒や保護者の口コミは想像以上に大きな影響があります。生徒はもちろん、保護者も帝塚山大学の良い面も悪い面も見せる誠実な姿勢に好感を抱きます。結果として、帝塚山大学の大学案内を手に取る生徒が増えました」と話す。

今回は高校教員４人が生徒を引率し、生徒と一緒に授業を受けた。どの教員も、自分の学生時代からの変化を感じ、生徒が帝塚山大学に関心を持った時に「こういうところがいいよ」とよりリアルな視点でアドバイスできるようになったという。

更に、高校生へのアンケートの結果からは、大学の授業や大学生の授業態度に関する率直な声を吸い上げることも出来た。中には否定的な意見もあったが、谷本先生は大学にとっても貴重な資料を提示できたのではないかと語る。

同校では、２学期に近畿大学で「１日大学体験」を行う予定だ。帝塚山大学との前例が出来たことで賛同してくれる大学が増え、次年度は複数の大学と計画を進めている。

「生徒は、きっかけさえあれば、大学の中身を冷静に理解、判断して志望校を選びます。しかし、ただ大学の中身を見せるだけでは不十分で、事前準備をしっかり行い、大学の授業と向き合う環境を整えることが重要だと感じました。また、大学が『こんな高校生に見に来てほしい』と高校に要望を伝えることも大切だと思います。双方向のコミュニケーションが、このような試みを成功に導く鍵になるのではないでしょうか」（谷本先生）

帝塚山大学「１日大学体験」に参加した高校生の声

「大講義室で先生の話を聴いている」という大学の授業のイメージが変わった

特進文理コース２年
カズコさん

◎志望校は未定だが、将来は看護師になりたいという夢があり、看護学部を目指している。大阪府立大学、同志社大学のオープンキャンパスにも参加した。

「１日大学体験」で、私は「栄養学」と「福祉学」の授業を受けました。

「栄養学」は、教室の前にあるスクリーンに資料を映しながら、先生が説明を進めていく形式でした。大学から事前にいただいた資料で予習をしていましたが、先生の話す内容は難しく、「大学の授業って大変なんだな」と感じました。

「福祉学」は、二つのグループに分かれ、「幸せになるためには」をテーマにＫＪ法を用いて話し合い、最後にプレゼンテーションをするという内容でした。私たち高校生もグループに入れてもらいました。１人10個は意見を出さなければならなかったのですが、大学生の先輩が意見を言いやすいようにサポートしてくれました。みんなで話し合うことで、いろいろなイメージや考え方が出てくることが分かって楽しかったです。

大学の授業というと、机と椅子が階段状に並ぶ大講義室で先生の話を聴いているイメージしかありませんでした。でも、小さな教室でグループで話し合う授業に参加して、大学の授業にはいろいろな形があるのだと分かりました。

また、教室の前の方に座っていた大学生はしっかり授業を聴いていましたが、後ろの方に座っていた大学生の中にはスマートフォンで遊んでいる人がいて、でも、それを注意する人はいませんでした。大学は自分でしっかり勉強しなければならないところだと、改めて感じました。

今、大学調べをしていますが、大学のホームページを見る際に特に気にしているのが、「大学の思い」が書いてあるところです。どんな学生を育てたいのか、そのためにどんなカリキュラムが組まれているのかをよく読んでいます。これから本格的に志望校を考えていきますが、今回の「１日大学体験」のように大学の授業をもっとたくさん受けて、その大学ならではの学び方を体験して、自分に合った大学を選びたいと思います。

自分の考えをしっかり主張できないとだめだと実感した

特進文理コース２年
ユミコさん

◎１年生の春休みにイギリス・オックスフォードに3週間留学。志望校はまだ決まっていないが、英語が好きで、将来は英文系の学部に進みたいと考えている。

私は英語に関心があるので、「１日大学体験」では、「オーラル・イングリッシュ」を選び、あと一つは「経済学」を受講しました。

「オーラル・イングリッシュ」では、英文を暗記した後、ジェスチャーを交えて話したり、洋楽を聴いて英語の歌詞の穴埋めをしたりしました。

「経済学」では、あるテーマについてグループに分かれて話し合いをしました。「オーラル・イングリッシュ」と「経済学」では、違った授業のスタイルでしたが、どちらも楽しむことが出来ました。

「経済学」では難しい計算が出てきたのですが、大学生の先輩が考え方や計算法を丁寧に教えてくれて、とても助かりました。「こんな大学生になりたい」と思いました。

授業は想像していたよりも少人数で、先生の講義を聴くだけではなく、みんなで話し合う場面が多くあったのが意外でした。もっと自分の考えをしっかり主張できるようにならないとだめだなと実感しました。

高校では、授業で出された課題を家で取り組んでいればついていけましたが、大学ではしっかり予習しておかないと授業にはついていけないということも分かりました。毎日、コツコツ勉強する姿勢を今のうちから身に付けようと、自分で学習計画を立て、自分で課題を見つけて勉強するようにしています。

私は、大学や学部・学科を調べるときには、資料請求をした大学案内などで、大学生の体験談をよく読むようにしています。体験談を読むと、その大学でどのような授業があり、どんな体験が出来るのか、その大学や学部ならではの特徴がよく分かるからです。でも、大学案内を見るだけでは、どこの大学も全部良さそうに見えてしまいます。

これからもっと、実際に大学の見学に行ったりして、各大学で学べることをじっくり見比べて、志望校を決めたいと思います。

■帝塚山大学

高大連携を外部からの刺激と捉え、FDに結び付ける

学長
岩井 洋
いわい・ひろし
◎上智大学大学院文学研究科博士後期課程単位取得満期退学。2012年度から現職。全学教育開発センター長を兼任。

包み隠さず見てもらい大学をリアルに感じてもらう

帝塚山大学では、四條畷学園高校から「1日大学体験」の相談を受け、各学部長を交えて検討したが、大きな反対もなく、受け入れが決まった。高校生に見てほしい授業、高校生が参加して楽しいと思う内容などを観点に、全6学部9学科から計20科目を選び、高校に提示。参加人数を調整した。当日、高校生は1人2科目の授業を受け、昼食は大学生に交じって学食で食べ、キャンパス内も歩いて回った。オープンキャンパスなどではなく、大学生が普通に生活している中でのキャンパス体験だ。高校の事前学習の効果もあり、教員や学生からの苦情などもなく、無事に終わったという。

通常の授業を高校生が聴講するのは学内では初めての試みだったが、「本学が申し出を断る理由はなく、むしろ包み隠さず本学のことを見てもらうことで、高校側の期待に応えようと考えました」と岩井洋学長は語る。こうした取り組みは教員や学生に負荷のかかることであり、また、自学の志願者の増加に直結するものとも限らない。それでも、高校の教育活動を支援することは社会貢献につながり、大学としての責任を果たすことになると捉えた。

全学教育開発センター長も務める岩井学長には、別の思惑もあった。「高校生が参加するということは、部外者に授業を見られ、客観的な目で評価されることになります。組織は変わろうと思っても、内からはなかなか変化が起こせません。外から大学の組織に揺さぶりをかけ、教員や学生に刺激を与える機会になると考えました」と、FD（＊）の観点からの効果を期待したと説明する。

実際、高校が行った事後アンケート結果を見ると、大学の授業を初めて受けた高校生の率直な声が並んでいる（**図2**）。取り組みの満足度や役立ち度などは集計したうえで、自由記述欄は高校生が書いた内容をそのままコピーして、高校側から高大連携室に渡された。それは学長に上げられ、学長はそのまま各学部長に下ろした。厳しい意見があったとしても、高校生の生の声の方が役に立つと考えたからだ。

授業の手法に寄せられた高校生の肯定的な声

アンケートを読み、岩井学長が意外に感じたのは、多くの高校生が授業の手法に関心を示していたことだ。

「本学では、少人数でのグループワークや課題解決型授業など、アクティブラーニングを多くの授業で取り入れています。そうした授業を体験した高校生から『みんなで意見を言い合うのが面白かった』『グループの中で協力し合えて楽しかった』という声が寄せられました。高校生が大学の授業に対して関心を示すのは、高校の授業にはない心理学や経済学といった学問内容だと思っていまし

図2「1日大学体験」のアンケートの自由記述回答（抜粋）

Q. 実際に授業を体験してみて、その授業についてどう思いましたか？

- 眠くなるだろうなと思っていましたが、実験を交えての授業でとても分かりやすかったです。先生の雰囲気も良かったです。
- うるさくて、途中から教室に入ってくる学生がたくさんいて何回も先生に注意されていました。
- グループで討論してプレゼンもしました。自分の意見も言えて、協力し合えて楽しかったです。
- 難しい授業かと思ったけれど、大学生が親切にしてくれて、授業に入り込むことが出来て、楽しかったです。
- 大教室での授業でしたが、後ろの方の席でも分かりやすかった。遅刻してくる人や話をしている人が結構いてびっくりしました。

Q. 高校と大学の違いについて気づいたことを書いてください。

- 高校にはない自由さがあった。誰も何も言ってくれないので、自分で勉強するのが大学なんだと思いました。
- 1つの授業が90分と長かったです。

Q.「1日大学体験」を終えてあなたの気持ちを教えてください。

- 大学の生活に少し触れることが出来て満足です。
- 授業の進め方や流れが分かって、大学の授業はこんなふうなんだと分かってよかったです。
- 学生がうるさく、将来、自分が集中して授業に取り組めるか心配です。

＊ Faculty Development の略。大学教員の授業内容・方法を改善し向上させるための組織的な取り組みのこと

た。しかし、高校生の声を見て、本学の特色の一つとして、アクティブラーニングの訴求を強化しようと考えています」

同大学は、この数年、プロジェクト型学習に力を入れている。2012年度には、奈良県主催「県内大学生が創る奈良の未来事業」に、経営学部や現代生活学部などから８チームが参加し、うち１チームが優秀賞を獲得。今年度の県予算に計上され、事業がスタートした。また、2014年度の創立50周年を控え、学生による「50のプロジェクト」も進行中だ。その一つ、「産学連携ラムネプロジェクト」では、経営学部のゼミが地元企業と共同でラムネの商品開発から販売までを手掛けた。岩井学長はこう語る。

「本学のプロジェクトでは、形あるものをつくることに力を入れています。学生の達成感が高く、確実に成長が見えるからです。これらの学習活動も高校生に訴求したいと考えていますが、まずはプロジェクトに携わった学生が母校で後輩に伝えてくれれば、それが教学改革の訴求になると思います」

厳しい指摘も受け止めＦＤに反映させる

アンケートでは、大学生の授業態度に対する厳しい意見も目立った。

「私語や遅刻の多さを指摘する声が多くあり、またそれを注意しない教員がいることに高校生は驚いていました。高校生はその様子を『大学は自由なところ』と捉えていましたが、私語や遅刻の問題は以前から学内で指摘されており、ＦＤでの大きな課題となっていました。現在、全学部の１年生で行っているゼミで、授業態度の指導も行っています。そこでの成果次第では、次の策も必要と考えています」（岩井学長）

同大学では、年２回、学生による授業評価アンケートを取り、その結果を担当教員に渡し、当人が考えた改善策を学内のネットワークで公開している。授業評価アンケートを意味あるものとし、フィードバックをきちんと行うため、改善策の回答がない授業には「未提出」と表示される。こうしたシステムを整えたことで、提出率は非常に高い。授業評価アンケートの結果は、学生に確実にフィードバックされている。そうしたＦＤを継続してきたことで、授業が他者（高校生）に見られることを受け入れる土壌が出来たのではないかという。

アンケートでは、学食やキャンパスの広さや充実ぶりに対する好意的な意見も目立った。ただし、これらは高校生が高校の施設との違いを感じたものと、大学は捉えている。

アンケート結果のＦＤへの活用は学部長に一任しており、このような高大連携が教学改革にどう生かせるのかは今後、本格的に検討していく。

～この連携事例から気付かされること～

進路学習の観点から大学授業体験を企画することが重要

授業体験で何人が「問い」を持てるか

四條畷学園高校と帝塚山大学の連携には、大学の授業体験を実施する重要な視点がありました。

一つは、選択肢の豊富さです。「１日大学体験」とその事前学習となる出張講義は、複数の学問領域・科目で行われていました。これは、大学の授業体験で関心の高い「問い」に出合う高校生が増える可能性を意味します。課題解決力や探究欲求の源泉には、学習者が強く関心を寄せる「問い」が必要ですが、進路学習として授業体験を実施する場合、高校生が「問い」に出合う確率を上げることが大切です。複数の大学が共同開催する大学進学相談会でも、大学の枠を取り払い、学問領域別に整理して授業体験を実施するなど、高校生目線の運営が考えられるのではないでしょうか。

「大学生」を体験する大切さ

もう一つは、高校生が大学生と一緒に授業を受け、学び方の違い、授業の難しさを体験している点です。高校生の感想にあるように、関心のあることを学び、探究する姿勢、振り返ってみた高校での学習姿勢に対し背筋が伸びたのではないでしょうか。弊社が事務局を務める産学協同講座では、企業が大学１年生を新入社員とみなして企業の課題に取り組ませ、時に厳しいフィードバックを行っています。この新入社員体験で、学生は大学で学ぶ目的・内容・学び方を再確認します。

かつて、大学に依頼した海水の水質調査をきっかけに漁師を継ぐ予定を進学に変更した高校生がいました。写真とデザインを学ぶ専門高校生は編集現場に就業体験に来た後、「大学に行かなければ」とつぶやきました。高校生を主体的な学びに向かわせる力が、大学・企業にはまだまだあると感じます。

ベネッセ教育総合研究所 高等教育研究室
チーフコンサルタント
松田 実

＊本誌では、今後も、大学の教育力が高校現場での選択基準にどのように影響しているのかを、大学の改革･大学広報の動き、高校の動きと併せて紹介してまいります。