



Title	教育の接続と社会連携とを推進する新しい大学広報
Author(s)	池田, 文人; 加茂, 直樹; 鈴木, 誠
Citation	高等教育ジャーナル, 12, 23-30
Issue Date	2004
DOI	10.14943/J.HighEdu.12.23
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/28770
Type	bulletin (article)
File Information	12_P23-30.pdf



[Instructions for use](#)

教育の接続と社会連携とを推進する新しい大学広報

池田 文人^{*}, 加茂 直樹, 鈴木 誠

北海道大学高等教育機能開発総合センター

New University Public Relations for Promoting Educational Articulation and Cooperation of the University and Society

Fumihito Ikeda^{**}, Naoki Kamo, and Makoto Suzuki

Center for Research and Development in Higher Education, Hokkaido University

Abstract Japanese universities have to promote educational articulation and cooperation of the university and society. The Admissions Center of Hokkaido University arranges the "Hokudai Seminar" to perform two roles. The Hokudai Seminar has two characteristics: (1) we visit an area and give lectures on education, research, services and prospects of our university, (2) the seminar is intended for high-school students, their parents, their teachers and the general public of the area. In this paper, we elucidate the background and the purpose of the Hokudai Seminar, and present an ideal example of the seminar program. Furthermore, we show the effects of the Hokudai Seminar based on past questionnaire surveys, and discuss future problems.

(Revised on January 27, 2004)

はじめに

大学が有する知識や情報を社会に還元するという意味での大学広報において、教育の質的な接続を推進することと、社会に開かれた大学を目指すことが求められている。

大学入試が日本の教育全体に強い影響力を持っている現在、まず高等学校における教育と大学での教育の接続が重要となる。その主な理由として以下の三つを挙げることができる。

より、入学後に自分のやりたいことと大学でできることとのミスマッチが生じる

2. 高校教育では総合学習など、教科書のない授業が導入され、大学進学を生徒に意識させるような授業を志向する傾向が強い
3. 特色ある高校作りの方策の一つとして、単位制を導入する高校が増えてきているが、高校教員数の不足や大学進学への意識づけなどの理由により、いくつかの単位を大学で取得できるようにしようという動きが広がっている

1. 受験者の、いわゆる偏差値に基づく大学選択に

一つ目は大学のニーズであるが、残りは高校からの

^{*}) 連絡先：060-0817 札幌市北区北17条西8丁目 北海道大学高等教育機能開発総合センター

^{**}) Correspondence: Center for Research and Development in Higher Education, Hokkaido University, Sapporo 060-0817, JAPAN

ニーズである。この二つの立場からのニーズを噛み合わせ、効率的な教育の接続を検討していく必要がある。

一方、社会に開かれた大学作りが必要とされる主な理由も三つある。

1. 少子化に伴う大学受験人口の減少が危惧される中、法人化後の収入を安定的に確保するために、大学の門戸を社会人や一般市民に広く開けていく必要がある
2. 政府による21世紀COEプログラムや重点研究領域の設定など、大学の社会的役割や責任が重要視されてきており、大学での教育や研究の成果を社会に公開することが求められてきている
3. そうした大学での教育や研究の成果を公開するだけでなく、社会活動に活用していこうという産学連携の動きも加速化してきている

北大セミナーとは、大学入試広報の観点から、教育の接続と社会に開かれた大学作りの推進を図る試みである。その実施形態は、北海道大学の教官がある地域に向いて、北海道大学の現状や展望についての講演や、各自の研究内容についての模擬授業を行うというものである(鈴木他2003,池田・鈴木2003,鈴木他2004)。大学入試広報としての目的は、北海道大学に関する情報の地域間格差を解消するとともに、各地域の大学進学への意識の向上を図ることである(池田・鈴木2003)。

本論文では、教育の接続と社会に開かれた大学作りの推進という社会的なニーズを満たしつつ、入試広報としての効果もねらった北大セミナーの枠組みを提示し、その目的と効果について論じる。1章では、大学入試広報が抱える課題と北大セミナーの目的について説明する。2章では、1章で述べた目的を達成するために北大セミナーに課される実施条件について論じる。3章では、2章で述べた実施条件を満たす理想的な北大セミナーの実施形態例を示す。4章では、北大セミナーを評価する目的を説明し、これまでの北大セミナーの参加者に実施してきたアンケート調査の結果について考察する。最後に今後の課題について論じる。

1. 大学入試広報の課題

現在の入試広報が抱えている課題を受験のプロセスに従って説明し、北大セミナーがどの課題の解決を目的としているのか説明する。

北海道からの合格者数(入学者数)を維持し、しかも入学後にも学力や資質が伸びる可能性を持った学生にできるだけ多く入学してもらうためには、受験のプロセスに沿った以下の課題を解決する必要がある。

1. 北海道大学が、道内外の他大学と比べて魅力ある大学であることを、道内の多くの高校生に認知してもらうこと
2. 北海道大学に入学することにより、自分の学力や資質を伸ばせると確信してもらうこと
3. 北海道大学の魅力を知った高校生が北海道大学に合格するだけの学力を習得すること
4. 北海道大学を受験することへの同意を保護者、場合によっては高校からも得ること
5. 合格した場合、入学することへの同意を保護者から得ること
6. 不合格の場合にも、北海道大学が再受験するに足る大学であることを認知してもらうこと
7. 入学後にも、北海道大学で自分の学力や資質を伸ばそうという意識を持ってもらうこと

それぞれの課題を解決するために考えうる方法は下の通りである。

【適切な情報発信】

課題1については、北海道大学が他の大学とどのように違うのかというアイデンティティを確立すること、そして高校生が大学に何を求めているのかを把握し、適切な情報を適切な形態で高校生に伝える必要がある。前者は北海道大学全体としての方針に関わることであり、その方針の中での入試広報の位置づけを見極める必要がある。また後者は、高校生の意識に関する調査が必要となる。こうした調査は北大セミナーを実施していく中で参加者にアンケート調査をしていく必要がある。

【進路意識の向上】

課題2については、高校生自身に自分の資質を見つけてもらうことがまず必要となる。このためには二つの方法がある。一つは、受験までに自分の資質を見

つけてもらえるよう様々な情報を提供することである。もう一つは、北海道大学で自分の資質を見つけられる可能性があるという情報を提供することである。これに加えて、北海道大学が自分の資質を伸ばせる場であることを認識してもらえる情報を提供する必要がある。こうした情報提供を通じて、高等学校の進路指導を支援することも北大セミナーの目的のひとつである。

【学びへの動機づけ】

課題3については、高校での学びに対して高校生に動機づけを与えることと、大学でも通用する学び方を高校の段階から習得するよう意識改革を促すことが必要である。これは高校生だけでできることではなく、保護者や高校教員の意識改革も必要となる。

【高校生を取り巻く大人たちの意識改革】

課題4,5については、課題1,2を解決するような情報の提供を、保護者や高校教員に対しても行う必要がある。一方で、保護者や高校教員はその地域の大学進学に対する意識の高低により、子供たちが大学へ進学することを後押しするかどうか、大きく影響を受ける。このため、地域の一般市民にも北海道大学が社会や地域にどれだけ貢献しているかを知ってもらう必要がある(池田・鈴木2003)。これを実現することは社会に開かれた大学作りにつながっていくと考える。

【不合格者のケア】

6の課題については、不合格者に対して、どのような学力や資質が不足しているか、それらをどのように伸ばしていったらよいか、指導することである。入試広報に携わる限られた人員ではこのような指導は現時点では困難である。

【入学後のケア】

7の課題については、入学後の教育に大きく依存するものであり、現在の入試広報の枠内では対処することは困難である。強いてできる可能性があることは、合格時点において受験者に不足している学力や資質を指摘することである。

大学入試広報という観点からは、北大セミナーでは課題2~5までを解決することを目的とするのが先決である。したがって、北大セミナーでは、課題2,

3を解決する(高校と大学との教育接続の推進)ような情報を高校生と保護者,高校教員,一般市民に提供することにより,課題4,5も同時に解決する(社会に開かれた大学作りの推進)。

すなわち,これらの課題を解決することにより,入試広報を通じて,教育の接続と社会に開かれた大学作りの推進を図ることができる。

2. 実施形態の条件

前章で述べたように,北大セミナーの目的は,高校生に対して(1)進路意識の向上,および(2)学びへの動機づけ,となるような情報を提供することであり,同じ情報を保護者や高校教員,さらには一般市民に提供することにより,高校生を含めた子供たちを取り巻く大人たちの大学進学への意識向上を目指すことである。

2.1 進路意識の向上のための条件

高校生や保護者,高校教員などの進路意識を向上させるためには,前章で述べた受験のプロセスに沿った課題に基づけば,以下の三つの可能性を示唆するような情報を北大セミナーで参加者に提供する必要がある。

1. 自己(もしくは子供たち)を資質が発見できる
2. 北海道大学で自己(もしくは子供たち)の資質を発見できる
3. 北海道大学で自己(もしくは子供たち)の資質を伸ばすことができる

2.1.1 資質を発見する

高校生が自分の資質を発見する,もしくは保護者や高校教員が子供たちの資質を見出してやるために必要なことは,北海道大学についての幅広い情報を提供することである。このためには,以下のことが必要である。

- ・できるだけ多くの学部や学科に関する情報を提供する
- ・各学部や学科で求められている資質や学力は何かを伝える
- ・資質を発見するために必要な情報(書籍など)を提供する

	概要と目的	備考
プログラムⅠ	北大の現状と未来を紹介し、北海道大学に入学した場合の可能性を示す。また、大学が学生に対して提供するサービスの特徴や大学としての魅力を伝える。	総長もしくは副学長など、大学全体の動きを把握している教員等が担当する。
プログラムⅡ	高校生向けにアレンジした授業を行い、参加者自身の資質の発見や学ぶ意欲の喚起を促す。多様な観点を養うため、同じ授業を二度開講する。	各学部・学科等から講師を派遣してもらう。
プログラムⅢ	現場の高校教員や保護者等と意見交換を行う。高校や家庭、地域等からの大学に対する意見や要望を聴取するとともに、大学のスタンスを伝え、進路指導の支援を行う。	会場提供した高等学校の進路指導部とアドミッションセンターとでとりまとめる。

表1. 北大セミナーの実際のプログラム例

2.1.2 北海道大学で資質を発見できる

北海道大学で受験者が自分の資質を発見できる可能性があることを認識してもらうためには、入学後にどれだけ色々な体験ができるかを伝える必要がある。例えば留学制度や転部制度、課外活動、そして教育内容などを伝える必要がある。

2.1.3 北海道大学で資質を伸ばせる

北海道大学に入学して自分の資質を伸ばせることを認識してもらうためには、大学での教育内容を伝える必要がある。資質を伸ばすためには専門教育だけではなく、教養教育も重要であることを伝える必要がある。専門知識だけを持っていても、それを社会で活かす能力が必要だからである。

専門教育：専門的な知識やスキルを習得するためにどのような教育を行っているか
 教養教育：社会に出て専門的な知識やスキルを活かす能力を習得するためにどのような教育を行っているか

2.2 学びへの動機づけとなる条件

学びへの動機づけとなるような情報提供を北大セミナーで行う条件には以下の二つの段階が必要である。

【第一段階】高校での学びへの動機づけ

【第二段階】大学でも通用する学びへの動機づけ

2.2.1 高校での学びへの動機づけ

高等学校での学習内容と大学での研究や教育との関係を知ってもらうことで、高等学校での学びを動機づけることができると考える。さらに、大学における研究や教育の本物を体験してもらうことにより、それが高等学校での学習内容の発展であることを理解してもらうことにより、大学入学後も学びへの動機づけを維持してもらうことができると考える。

2.2.2 大学でも通用する学びへの動機づけ

「教わる」から「学ぶ」への意識改革を促すために、自ら「学ぶ」ことがいかに面白いかを体験してもらう。そのためには、本物の「学び」を体験してもらう必要がある（鈴木他 2003）。

3 . 北大セミナーの実施形態例

地域	日時	参加者数
旭川	2001.07.20	800
帯広	2001.10.21	350
旭川	2002.07.21	350
函館	2002.08.25	420
帯広	2002.09.07	240
奈良	2003.02.11	100
仙台	2003.07.28	15
函館	2003.08.24	350
北見	2003.11.15	300

表 2. 北大セミナーの実績

前章で示した条件を考慮して、現在まで表 1 に示すようなプログラムで北大セミナーを実施してきた。

これまでの実績を表 2 に示す。参加者は高校生とその保護者、および高校教員を含む延べ参加者数である。

奈良と仙台以外は、高等学校の協力を得て、高等学校を会場にして実施した。奈良と仙台は一般の会場を借りて実施した。奈良の場合は、奈良県高等学校進路連絡協議会の全面的な協力を得ることができたため参加者を集めることができたが、仙台は単独で行ったためか、参加者を集めることに失敗した。

4 . 評価

北大セミナーの実施により、2章で述べた各目的が達成されたかどうかを評価する必要がある。評価の目的を明確にした上で、その一部について、過去に実施したアンケート調査の結果を示す。

4.1 評価の目的

北大セミナーは、2章に示したように、高校生、保護者、高校教員、一般市民のそれぞれに対して以下の

ような目的を持っている。

【高校生】

学びに対して高度に動機づけられた高校生に、より多く北海道大学に入学してもらうこと

【保護者】

子供の資質を見抜き、北海道大学に入学するための動機づけと後押しをしてもらうこと

【高校教員】

子供の資質を見抜き、北海道大学に入学するための動機づけと後押し、そして大学でも通用するような学びへの誘導をしてもらうこと

【一般市民】

地域全体として大学進学に対する意識向上を図ることにより、その地域の子供たちの大学進学の後押しをしてもらう

それぞれの目的に沿ったアンケートを設計・実施し、結果を分析することにより、以下のようなフィードバックを行うことが評価の目的である。

- ・ 次の北大セミナーの企画に反映させる
- ・ 北海道大学としてどのようなアイデンティティを

質問	1	2	3	4	0
おもしろかった	150	121	13	0	4
また話を聞きたい	139	118	26	1	4
勉強する意欲が出た	153	109	21	1	4
北大の興味がわいた	166	97	18	4	3
北大が好きになった	127	132	23	3	3
北大に進学したくなった	132	119	30	3	4

表3. 北大セミナーの感想

(1:とても、2:まあまあ、3:あまり、4:まったく、0:無回答)

確立していけばよいかを考える判断材料とする
 ・論文等を通じて学内外に積極的に公表することにより、学内からはより多くの協力を得るとともに、学外には北海道大学をPRする

4.2 アンケートの結果

表3は、北大セミナーに参加した感想について、高校生288名から得られた回答の結果を示したものである。この表から北大セミナーに参加した高校生の多くは、好奇心と学が意欲が喚起され、北大への進学を志向するようになったと考えられる。好奇心の喚起は自己発見につながるものである。この結果から、2章で設定した北大セミナーの目的である、自己発見と学びへの動機づけはほぼ達成できていると考える。

一方、1章で論じたように、大学のアイデンティティの確立は北大セミナーの目的の範囲外であるが、大学のアイデンティティを確立するために、高校生等が大学にどのような期待をしているのかを把握し、アイデンティティの確立にフィードバックすることは、こうしたアンケートで可能である。

表4は大学への期待に対する高校生と保護者との意識の違いを、これまでの北大セミナーに参加した高校生とその保護者についてアンケート調査した

項目	高校生 (288名)	保護者 (28名)
就職実績	19%	14%
資格や免許	20%	14%
社会的評価	4%	4%
大学院への進学	2%	0%
専門教育	34%	53%
教養教育	18%	11%
無回答	3%	4%

表4. 大学への期待に関する高校生と保護者との意識の差

結果である。それぞれのパーセンテージは、各項目に対してもっとも重視すると答えた人数の割合である。この結果から、教養教育や専門教育といった大学での学びと、その結果としての就職や資格などの両面においてアイデンティティを確立していく必要がある。

今後は、これらのアンケート結果を踏まえ、2章で述べた北大セミナーの目的に沿ってアンケートを設計し、上述した三つの評価の目的を達成していく必要がある。

おわりに

北大セミナーを実施していく上での今後の課題として、(1)受験者の質の向上、(2)実施体制の整備、(3)高校の協力、の三つについて論じる。

受験者の質の向上

北海道大学は全国47都道府県から毎年受験者・入学者がある全国区の大学である。受験者数で見ると(表5)、全国的には漸増傾向にあり、特に北大セミナーが本格的に始動しだした平成13年度以降の北海道からの受験者数の伸びは著しい。この要因として

都道府県	H12	H13	H14	H15
北海道	4491	4616	4881	5057
東北	595	606	615	636
北陸	516	462	462	461
関東	1909	1820	1888	1809
中部	852	806	796	846
近畿	1197	980	1009	1039
四国	179	173	181	153
中国	269	265	300	254
九州	295	257	272	316
沖縄	30	40	49	21
合計	10333	10025	10453	10592

表 5. 北海道大学の受験者数の推移

都道府県	H12	H13	H14	H15
北海道	1056	1082	1042	1056
東北	142	136	122	152
北陸	137	125	150	149
関東	366	363	374	337
中部	218	199	203	216
近畿	289	258	259	247
四国	51	48	42	36
中国	66	65	83	81
九州	69	63	62	70
沖縄	5	12	11	4
合計	2399	2351	2348	2348

表 6. 北海道大学の合格者数の推移

は、不況による地元志向なども考えられるが、北大セミナーの実施による影響もあると思われる。北大セミナーを受講した高校生がどのくらい北海道大学を受験しているか、今後調査していく必要がある。

一方、合格者数の推移を見ると(表6)、北海道の場合、受験者数の増加の割に合格者数は伸びていない。逆に合格率は低下してきている(平成12年度: $1056 \div 4491 = 24\%$, 平成13年度: $1082 \div 4616 = 23\%$, 平成14年度: $1042 \div 4881 = 21\%$, 平成15年度: $1056 \div 5057 = 21\%$)。この要因は、経済的理由などから道内志向が高くなってきている半面、学力の面で道外からの受験者に負けてしまっているためと考えられる。北大セミナーでは、北海道からの受験者数を維持するとともに、学びへの動機づけを一層強化し、受験者の質的向上を図る必要がある。

実施体制の整備

2章で述べたように、北大セミナーを入試広報の観点から成功させるためには、北海道大学が取り組む様々な学問分野での教育・研究活動を高校生や保護者、そして高校教員に知ってもらう必要がある。そのためには、北海道大学全体として北大セミナーの実施・運営に取り組む必要がある。また、北大セミナー

以外にも、高等学校等からの講演の依頼や北海道大学を訪問する高等学校等の対応、全学的な大学入試広報資料の作成など、教育の接続において全学的に取り組まなければならない業務は多い。

そこで、北大セミナーの実施体制として、アドミッションセンターの下に「教育接続委員会(仮称)」を設置したい。この委員会は、全十二学部から選出された一名もしくは二名の委員、およびアドミッションセンターの全メンバーから構成される。

この「教育接続委員会(仮称)」の主な取り組みは以下の通りである。

- ・ 各学部から北大セミナーへ講師を選出する
- ・ 各学部の代表として北大セミナーの企画に参加する
- ・ 高校生等からの入学相談の各学部の窓口となる
- ・ 道内外の高校等からの講演依頼等に対する各学部の窓口となる
- ・ 北海道大学の大学入試広報の効率化について検討するとともに、その実施にあたって各学部の窓口となる
- ・ 北海道大学全体のパンフレット等の作成にあたり、各学部の窓口となる

将来的には、全学の大学入試広報全体をマネジメントする組織として、以下の業務も請け負っていく必要がある。

- ・キャンパスビジット(大学を訪れて来た人への広報活動)の実施に対する協力と企画・運営
- ・オープンユニバーシティ・体験入学の企画・運営

高校の協力

現在、高等学校へ出向いて北海道大学全体の講演や模擬授業などを実施したり、逆に高等学校が北海道大学を訪れてきたりした場合、北海道大学全体の講演や模擬授業などを多数実施している。前者のようなケースは、アドミッションセンターで把握しているだけでも年間30件近く(北大セミナーを除く)、後者に至っては年間で述べ2500名を超える高校生を対象に実施している。このような依頼は年々増加傾向にあり、将来的には大学本来の役目である教育と研究を圧迫する可能性がある。そこで、こうした依頼を北大セミナーに集約し、入試広報と教育の接続の効率化を図る必要がある。

そこで北大セミナーの枠組みを高等学校に周知し、次年度以降の年間行事予定に組み込んでもらうよう

働きかける必要がある。個別の高等学校への対応は極力行わず、北大セミナーでできるだけ対処する。このような集約化を行うためには、各学部等に高等学校からの直接の依頼を、アドミッションセンターで一元的に受け、北大セミナーを利用するよう誘導する必要がある。このためには、高等学校に対する窓口を全学的にアドミッションセンターに一元化するという全学的な理解を得る必要もある。

参考文献

- 池田文人, 鈴木誠(2003), 「北大方式の教育の接続活動の枠組みと十勝地域のける実践例の検証」, 『大学入試研究ジャーナル』(国立大学入学者選抜研究連絡協議会) **13**, 31-34.
- 鈴木誠, 阿部和厚, 山岸みどり, 池田文人(2003), 「教育の接続を重視した北海道大学リクルート戦略(1)」, 『高等教育ジャーナル - 高等教育と生涯学習 -』 **10**, 39-48.
- 鈴木誠, 池田文人(2004), 「北海道大学が目指す新しい教育の接続」, 『大学入試研究ジャーナル』(国立大学入学者選抜研究連絡協議会) **14**, (印刷中).