

# 高大接続が抱える課題について

## —アサーティブ研究センターに期待される 役割についての論考—

倉部 史記<sup>(\*)</sup>

学部・学科の多様化や18歳人口の減少など、大学および高校生を取り巻く社会状況は大きく変化している。その結果、高校生が進学先を選ぶ過程で様々な課題が生じ、大学中退などのミスマッチも全国で拡大している。本稿では、そのような課題が生じた理由について筆者の見解を示すとともに、課題解決にあたってアサーティブ研究センターに期待される役割について論じる。

キーワード: 高大接続、進路指導、中退予防、入試広報、アサーティブプログラム

### 1. 大学を取り巻く市場の変化

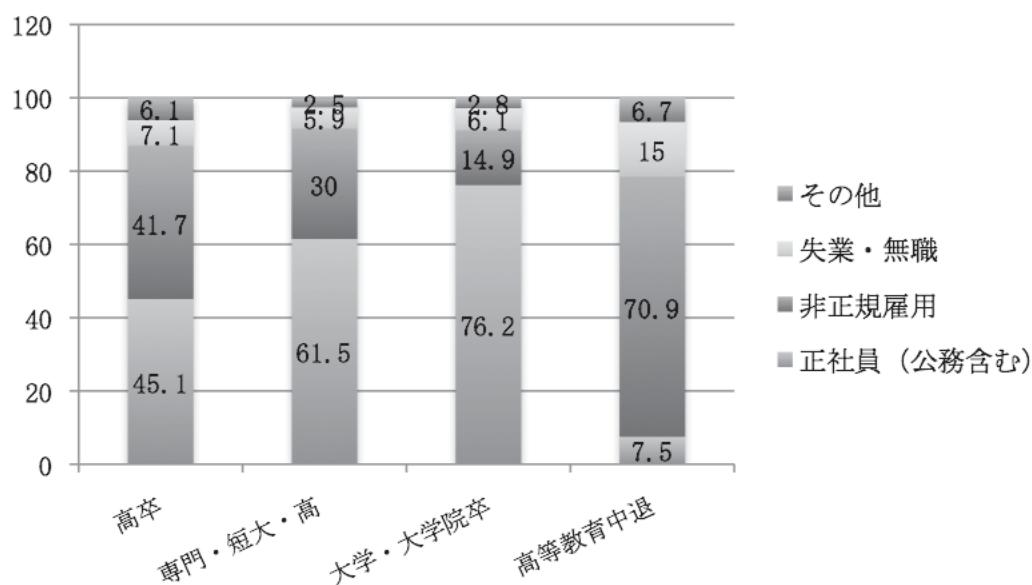
筆者はこれまで大阪府や千葉県、埼玉県、茨城県、熊本県などの高等学校進路指導協議会より依頼を受け、進路指導を担当する高校教員に対して進路指導に関する研修を行ってきた。多くの高校教員の意見を聞く中で、現在の大学の入試広報活動、情報発信のあり方について、見直すべき点が多いと考えるよ

うになった。そのような立場から、はじめに現在の高大接続の現場が抱えている課題について、筆者の見解を述べたい。

大学の学士課程を卒業すると、学士号が授与される。現在は「学士(経済学)」のように、専攻分野が後に併記される形であるが、この専攻表記は現在、700種類以上にまで多様化した。<sup>(i)</sup>1991年に大学設置基準の大綱化が実施されるまでは29種類だったことを考えると、急速に進路の選択肢が増えたと言えるだ

(\*) 特定非営利活動法人NEWVERY理事・高大接続事業部ディレクター、追手門学院大学アサーティブ研究センター客員研究員

グラフ2.1 卒業後の進路の内訳  
 (独立行政法人労働政策研究・研修機構「第3回若者のワークスタイル調査」(2012年))



ろう。各大学が持つ学部・学科名も複雑化、細分化の一途をたどっている。2001年時点で、全国の大学が掲げる学部名は254種類であった。それが2012年の段階では514種類に増加。そのうち284学部は一大学にしか存在しない独自の学部である。

1991年以降、大学を取り巻く社会状況は大きく変化した。高等教育市場にとりわけ大きな影響を与えたと思われるのが、18歳人口の減少だ。90年代初頭、およそ200万人だった18歳人口はその後20年で大きく減少し、2016年現在、およそ120万人となっている。

この25年あまり、全国の大学は「他にないユニークな」学部・学科を設立することに力を注いだ。その結果が多様化した学部名称や、学士号の専攻表記からも読み取れる。そこには新しい社会課題に対応するという学問上の理由に加え、ユニークな専攻によって高校生の

関心を集め自校の入学者を確保するという、経営上の狙いもあったことだろう。

だが、大学側によるこうした改革が、結果的にむしろ高校での進路選択・進路指導の現場に混乱を招き、高校生一人ひとりの進路選択を妨げているのではないか、という指摘もなされるようになってきている。<sup>(ii)</sup> 仮に学士課程の中味が700種類の異なる学問分野に分かれているのだとした場合、それらを適確に理解し、自分が指導する生徒一人ひとりの関心や適性に合わせて紹介することは、様々な業務を抱える高校教員にとって容易ではない。事実、高校教員の90%が進路指導を「難しい」と感じ、その要員として26%が「教員の進路指導に関する時間不足」を挙げている。<sup>(iii)</sup> 以前と異なり多様化した進路状況に、高校側が対応できていないのである。

---

## 2. 拡大する入学後のミスマッチ

---

大学進学時における大学・学部選択での混乱を示すものとして、その後のミスマッチも指摘されている。

大学入学後、卒業後までに中退をする学生は、日本全国の平均値でおよそ12%に上る。<sup>(iv)</sup>大学・学部によって中退率は異なり、中には30%を超える大学・学部があることも指摘されている。<sup>(v)</sup>このミスマッチは年々拡大しており、大学中退者は2007年度の63,421人から、2012年度には79,311人にまで増加。<sup>(vi)</sup>5年間で、およそ2割も増えたことになる。経済的な事情に加え、入学後の学習意欲が維持できない、入学前にイメージしていた内容と実際が異なっていたなどが、中退の主要な理由として挙げられている。

もちろん、ただちに大学中退のすべてが問題だと断言はできない。なかには大学進学後に新たな将来の目標を見つけ、有意義な進路変更を決意する者もあるだろう。しかし一方でグラフ2.1に示すように、正社員として就職できる者が7.5%にとどまるなど、高等教育中退後の進路の選択肢は決して豊かとは言えない。

現実として、大学中退は本人のキャリアに様々な課題を生じさせている。大学側においても中退者の増加は学費収入の減少等、経営上のリスクになっている。個別のケースによって判断は分かれるものの、一般論として未然に防げる中退については可能な限り予防した方が、学生本人にとっても大学にとっても好ましいことと言えるだろう。

---

## 3. 大学の広報活動に見られる、ミスマッチの原因

---

2に挙げたようなミスマッチが起きる背景として、大学側にも以下のような問題があると筆者は考える。

- ① 志願者「数」の最大化を優先させる入試広報戦略
- ② 表面的なイメージや言葉のみに依存する広報活動
- ③ 高校生側の学びや気づきを促さない、一方的な情報発信やPR

大学が制作する大学案内に、中退や留年などの実態を説明するデータが掲載されることは稀である。これらは大学の教育の特色を示し、高校生が進学先を比較検討する上で重要な情報であるはずだが、こうしたデータが結果的に、志願者の数を減らしてしまう可能性があることから、大学側の広報担当者が掲載を控えているものと考えられる。このように志願者の数で大学の評価を競い合うような昨今の風潮においては、高校生と大学とのマッチングという、高大接続の視点は軽視されてしまう傾向が見られる。

またオープンキャンパスなどで行われる模擬授業は、誰にとっても理解でき、誰が聞いても興味を引くように組み立てられている。それ自体は問題とは言えないが、入学後の「普段の授業」で扱われる内容や難易度と、模擬授業のそれは大きく異なる。模擬授業だけをもってその学問、その大学を理解したとは言いがたい。しかし高校生には、模擬授業の印象のみをもって、志望大学や志望学部を選択する際

の参考としている者も少なくないようである。

同じ学部名でも、大学によって学びの中味には様々な違いがある。たとえばカリキュラムや学習環境、教員構成、掲げる建学の理念や教育ミッションなどの違いが、教育内容の差異に繋がっている。文部科学省が2016年現在進めている高大接続改革では、アドミッションポリシー（AP）、カリキュラムポリシー（CP）、ディプロマポリシー（DP）といった言葉で教育の特色を表現することが、全大学に求められている<sup>vii</sup>。しかし大学が高校生に対して行っている広報活動からは、こうした違いは読み取りにくい。

結果、高校生からすれば、入学難易度や立地、学部名称などのイメージでしか志望校を判断できない状況が続いている。加えて2で指摘した入学後のミスマッチも拡大中だ。現在の大学入試広報、および高校生の進路選択の現状は、高校生、大学、社会の三者にとって有益とは言えないというのが、筆者の見解である。

---

#### 4. アサーティブ研究センターに期待されること

---

では前述した1～3のような課題を解決するためには、どのような考え方や施策が必要なのだろうか。3で挙げた問題①～③に対応する形で、以下A～Cに挙げるような施策が高校・大学の間で展開されていくことは、現状課題の解決に対し一定の成果を生むと筆者は考える。

**A) 志願者数の確保に加え、志願者一人ひとりの入学後の成長最大化、ミスマッチの最小化を重要な成果と置いた入試広報戦略**

**B) 表面的なイメージや言葉ではなく、具体的なデータ・情報や、大学での学習体験活動など、エビデンスを基盤とする広報活動**

**C) 高校生と大学との双方向の対話や、高大接続に関わる教育活動を通じて、高校生一人ひとりの学びや気づきを促す高大接続の取り組み**

追手門学院大学が2014年度からスタートさせたアサーティブプログラム、およびアサーティブ入試は、同年の文部科学省「大学教育再生加速プログラム」テーマⅢ（入試改革）に選定されるなど、既にその理念や構想が社会から高い評価を受けている。少子化が進み、抜本的な入試広報戦略の見直しが日本国内の大学に求められているいま、多くの大学関係者からも注目を集めている。

前述A～Cで指摘した点を大学側としていち早く掲げ、大学全体の将来構想の重要な要素として実行に移したという点も、追手門学院大学の取り組みが高く評価されている理由の一つであろう。Aはアサーティブプログラム全体の趣旨として徹底されており、Cの対話はプログラムの中核となる要素として、個別面談等で実施されている。また高校生との対話の中で、必要に応じてインターネットを活用した学習システムを活用したり、大学の普段の授業を見学したりといった指導を織り交ぜている点は、Bに該当すると言えるだろう。

筆者が前述したA～Cの要素自体、追手門学院大学のこうした取り組みを知る中で整理されてきたものである。このような取り組みを現場から発案し、全学を挙げて展開するまでに整備された関係者の方々には、同じ高大接続

の取り組みに関わる者として尊敬の念を禁じ得ない。

アサーティブプログラム、およびアサーティブ入試が実際に運用されてから、現場では少しずつ、様々な知見が蓄積され始めていると聞く。こうした知見を整理し、高大接続に関わる追手門学院大学の様々な業務、特にIR (Institutional Research)や入試広報、入試選抜などの取り組みに活用することは、大学にとって非常に重要である。付属高校と連携した取り組みなども含め、より良い高大接続事業を開発していく上での現場支援も重要だ。

加えて、前述の1～3で指摘した通り大学を巡る様々な課題が生じているいま、追手門学院大学で得られた知見を、学術的な形で実践

知として社会に対して発信していく活動も、大きな意義を持つことと考える。

新たに追手門学院大学が創設する「アサーティブ研究センター」には、このように主に学内を対象にした開発型研究支援と、社会に対し理想的な高大接続モデルを発信していく先導的な役割の2点が期待されているのではないだろうか。

筆者はこれまで多くの高校教員や大学教職員の研修に関わってきたほか、現在もNPOにて高大接続に関わる事業を展開している。このような現場で得られた知見なども踏まえ、アサーティブ研究センターの意義ある取り組みに貢献できればと考える。

- (i) 読売新聞「大学の實力」2013年度調査結果等
- (ii) 倉部史記『看板学部と看板倒れ学部』(中公新書ラクレ)2012,等
- (iii) 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「高校の進路指導・キャリア教育に関する調査2014」(2015.1)
- (iv) 山本繁『つまづかない大学選びのルール』ディスカバー・トゥエンティワン、2013
- (v) 読売新聞社が2008年から行っている「大学の實力」調査など
- (vi) 文部科学省「学生の中途退学や休学等の状況について」(2014年9月25日)
- (vii) 文部科学省「高大接続改革実行プラン」(2015年1月)等