

高大接続の課題に迫る

▶ 甲南大学経済学部

入学前スクーリングで学習意欲と大学生活への期待が向上

入学前の学力維持に加え大学生活の目標を設定

甲南大学経済学部が入学前スクーリングを実施した背景には、「経済学部に進学した理由が不明確で、学習意欲が低い学生が増えている」という問題意識があった。

同学部は、指定校推薦を中心とする推薦入試とAO入試による入学者が半数弱を占める。一般入試による入学者へのアンケートでは同学部を第一志望とした者は約2割で、専願を条件とする指定校推薦入学者と合わせると、入学者全体の約6割が第一志望になる。

しかし、「授業中の反応や学生の表情を見ていると、積極的な理由で経済学部に進学した学生が6割いるとは思えなかった」とスクーリングの運営に携わった寺尾建教授は話す。学部を志望した理由を尋ねても「なんとなく」と答える学生が多く、そもそもミスマッチですらない可能性もあるという。

同学部は以前から推薦・AO入試による早期合格者にテキスト教材を使った課題を出し、入学前の学力維持を

※この連載は『VIEW21 大学版』からの継続コーナーです。高大接続における課題を取り上げ、その解決のための提言や解決事例を掲載します。過去分の第1～5回については、次のベネッセ教育総合研究所のWebサイトをご覧ください。http://berd.benesse.jp/magazine/dai/backnumber/

甲南大学経済学部は2015年3月、推薦・AO入試合格者を対象とする入学前スクーリングを実施した。在学生による大学紹介や入学予定者間の交流・グループワークを通して、大学生活に対する不安を取り除き、学びへの意欲を向上させる。スクーリング実施の背景とその効果、今後の課題について解説する。

図ってきたが、学習意欲まではフォローできていなかった。「マネジメント創造学部は以前から入学前スクーリングを実施し、一定の成果を挙げていたので、本学部でも学力と学習意欲の両面をサポートすべきと考えた」と小山直樹経済学部長は説明する。

加えて、入学前に大学生活の目標を設定してほしいという考えもあった。入学後に行ったアンケートによると、入学者の3割以上は入試以前にキャンパスを訪れたことがない。そこで、合格者がスクーリングを通じて4年間の大学生活をイメージし、何らかの目標を持つことができると考えたのである。

入学後に期待を抱かせる体験談とグループワーク

入学前スクーリングへの参加は任意であるが約100人が参加し、1日かけて7つのプログラムを行った(図表)。教職員のほか、在学生がファシリテーターとしてプログラムの進行をサポート。午前は彼らの体験談発表がメインプログラムだ。ファシリテーターは自作

の紙芝居を使って、自らの大学生活を紹介した。テーマは自由に設定でき、「甲南大学の春夏秋冬」「大学生である」などだった。

午後からは、参加者全員が体を動かすプログラムで交流を深めた後、「ミックスジュースに付加価値をつけて販売する方法」というテーマでグループワークを行った。ターゲットを具体化させること、他社との差別化を図ることなど、留意点に関するレクチャーを受けた後は、グループで話し合い、一つの案へとまとめあげていく。ファシリテーターはアイデア出しなどで進行が滞った場合に助言する程度である。グループワークの成果は模造紙にまとめられ、各グループが3分程度のプレゼンを実施。それに対し、参加者や教員が質問や評価、アドバイスなどをした。

グループワークを担当した石川路子准教授はテーマ設定の狙いを次のように話す。「高校までは知識を身に付けることが最優先されるが、大学では知識を基礎にした考える力が必要。就職活動では、他人とは違う自分を企業に売り込んでいかなければならない。そ

れをミックスジュースに重ね、他社とは異なる自社の製品を作りPRすることの大切さをわかってほしかった。社会で生きるとは教科書のない世界で生きること。それを実感してもらう第一歩としての課題でした」。

スクーリングは推薦・AO入学者を対象とする1回のみを予定していたが、手応えを感じた石川准教授は、一般入試の入学者対象の実施を学部長に提案。同じ内容による開催が承認された。一般入試の入学者は、推薦・AO入試入学者よりも不本意入学の割合が高く、スタート時は硬い表情の参加者も見られたが、プログラムが進むにつれ、それが変化していったという。

イベント終了後のアンケートでは「大学生活が楽しみになった」「不安もあったが、4年間、がんばり通せると思えた」など、大学生活に期待を寄せる感想が多く見られた。また、目標設定の大切さを実感した、自己肯定感を高めたという声もあった。

成功の鍵となったファシリテーターの存在

2015年度の入学者は例年に比べ授業中の私語が減り、受講態度が向上したという意見が複数の教員から上がった。石川准教授は「スクーリングで前向きに取り組む姿勢を身に付けたこと、入学前から顔を知っている教職員が増えたことが要因」と分析する。

スクーリングが効果を上げた要因として、「ファシリテーターが果たした役割が大きかった」と当時、経済学部長を務めていた高龍秀教授は話す。在学生が単にプログラムを動かすだけでなく大学生活を楽しむ姿を見せた。これ

図表 入学前スクーリングプログラム（2015年3月実施）

午前		午後	
10:00	開始挨拶	13:30	【4】全体アイスブレイク 「人間知恵の輪」など
10:05	【1】チーム内アイスブレイク 似顔絵を描いた名刺をつくって自己紹介	14:00	【5】グループワーク テーマ：「ミックスジュースに付加価値をつけて販売する方法」
10:30	【2】「紙芝居を使った先輩体験談①」 1チームごとに3人の先輩の体験談を聴く	14:50	【6】全体プレゼンテーション
11:30	【3】「紙芝居を使った先輩体験談②」 全員が3年生1人、4年生1人の体験談を聴く	15:50	【7】大学生生活の目標設定 「私の一番星目標シート」記入。 チーム内で発表
11:55	昼食 食事後に、高校生活の振り返りと大学生活の設計を促すワークシートの作成に取り組む	16:00	記念撮影など

が参加者に「大学生活は自分自身がつくるものだ」というメッセージを伝え、先輩学生の姿が自分の目標としてイメージできたという認識だ。

今回、参加したファシリテーターは1～4年生37人。全員が未経験者だったため、外部の専門家による2回の研修を受け、サポートの方法について学んだ。「ファシリテーターを経験することは、学生自身の成長にもつながるという印象を持った。今後は経験した学生が他のイベントにも関わる機会を増やしたい」と小山学部長は話す。

スクーリングの効果は大学執行部に評価され、今後、他学部での実施も検討されているという。

課題は参加率の向上と交流・学びのバランス

今後の課題は参加率の向上だ。今回は推薦・AO入試合格者、一般入試合格者ともに参加率は約5割だった。「次回から推薦・AO入試合格者対象のスクーリングは12月に開催したい。

合格から間もないほうが参加率が上がると考えている。70%を目標としたい」（小山学部長）。

しかし、学習意欲や大学生活への期待の向上を本当に必要としているのは、スクーリングに参加しない学生だという見方もできる。「参加率を上げるために、入学後に同様の趣旨のイベントを実施しなければならない。正式にカリキュラムに組み込むことも必要だろう」と寺尾教授は話す。

今回のスクーリングは「大学に早く馴染んでほしい」という考えから、交流の要素が多く、学習の要素は少なかった。このバランスも検討の余地がある。今後は、スクーリングとテキスト教材との連動も含め、入学前教育をさらに充実させる考えだ。

2015年8月、経済学部は、高校1・2年生を対象に高校での学びの大切さを伝えるサマースクールを開催した。また、高校生に普段の大学の授業を体験させるプログラムもスタートし、入学前の段階からも高大接続に力を入れ始めている。