



学生募集改革のヒントはココにあり！

高校の

進路指導の

今

ストーリー化、データ化、個別化へ

受験生が志望校を決める重要な要素でありながら、高校の進路指導は大学側から実態が見えづらい現状がある。
 高校教員はいかにして生徒を送り出しているのか。大学関係者の高校時代と比べてさまざまな面で変化を遂げている、現在の進路指導の潮流と具体例を紹介する。

都市部の公立校でも進路指導の役割が増大

(株)進研アド 情報戦略部 マーケティング企画課 課長 **仁科佑一**



にしなゆういち●(株)ベネッセコーポレーション高校事業部関東支社営業、首都圏営業課情報セクションなどを経て、2016年より(株)進研アドにて高校と大学を結ぶ大学マーケティング企画を担う。

取材・文/児山雄介 撮影/御堂義典

ひと昔前、進路指導に力を入れる高校は地方や私立に多く見られていましたが、現在は都市部の公立高校も非常に熱心です。左上の図のC高校のような生徒任せの高校は減り、A高校のように生徒の志望・出願校決定に深く関わる高校が大半です。大学進学率が向上し教員の支援が必要な生徒が増えたこと、行政が進路指導の強化を各高校に求めていること、進学先や学部・学科の多様化、入試の複雑化により高度な出願戦略が必要になることが背景にあります。
 指導方法も変化しています。成績の推移を示したり合格可能性を予測したりするツールが充実し、教員の経験だけでなく、エビデンスに基づいた指導が可能になりました。これらの変化をまとめたのが、次の3つのキーワードです。

3つのキーワードで読み解く進路指導のトレンド

1 ストーリー化

入学直後から入試まで 計画的、連続的に指導

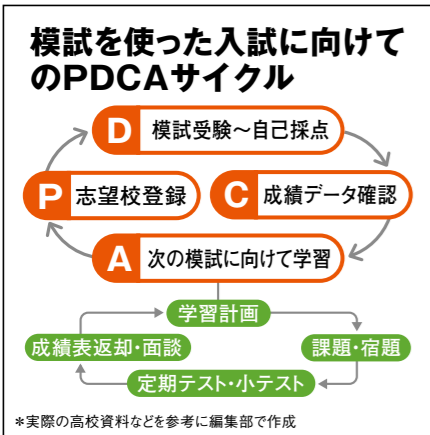
3年間で生徒が希望進路を見つけ、実現するには、計画的な指導が必要です。センター試験から逆算して、いつまでに何をすればいいのかを割り出し、一つのストーリーを組み立てるわけです。

これまでも大まかな流れはありましたが、近年はより早い時期から精緻なプロセスを経て志望校を決め、受験に向けての態勢を整えていきます。例えば多くの高校で行うようになった「初期指導」は、自学自習スタイルを入学直後に教える指導です。この習慣がついてこそ、3年後の大学入試を乗り切る力がつく、というわけです。また、自分の希望進路実現へのストーリーラインをきちんと歩めているかを定期的に確認するため、3年間を通して模試をペースメーカーに使っています。

2 データ化

模試に基づくPDCAで 学力向上を図る

ファクトに基づいた指導をするために、学年全体の方針策定から生徒への指導、保護者との面談に至るまで、あらゆる場面でデータが使われています。特に模試のデータは、校内テストでは測れない全国区での実力がわかるため、各生徒の目標に向けての課題を明らかにするものとして、学習サイクルに組み込まれています。



3 個別化

学問や入試が複雑になり 生徒ごとの指導が必要に

大学の学問が細分化され、新しい名前の学部・学科が次々生まれる現状では、生徒が自分に合った大学・学部・学科を独力で選ぶことは難しく、高校教員による個別のアドバイスが必要です。

入試の内容も、推薦・AO入試を中心に多様化しています。大学によって求められる能力も異なるため、これまで行われてきた一斉指導に加えて、生徒それぞれに合わせた進路指導が求められるようになっています。
 一般入試についても、併願割引制度などによってしくみが複雑になり、個別の出願指導が不可欠です。今後、各大学の入試において「多面的・総合的な評価」が普及すれば、高校はますます指導を個別化させる必要が出てくるでしょう。

