

『大学の實力』調査からみた経営専門職養成の必要性

中西 茂

1. はじめに

読売新聞では、「大学の實力」調査をおこなっている。社内には、社内シンクタンクとしての調査研究本部があり、主に、国際問題、経済問題、および関連分野の調査研究をしている研究員がいる。この中で、教育担当の研究員がおり、対外的な原稿作成、シンポジウムへの登壇、社内研究会の主催等を行っている。

読売新聞では、「教育ルネサンス」と題する連載を2005年より開始し、これまでに1100回を超えた連載となっている。必ず現場に行って話を聞くこと、問題はいろいろあるにしても、それを前提にして前向きな記事を書くことを、タブーに挑戦することの3つを編集方針としてきた。教育問題は批判が多いものの、批判ばかりしていても良くならないというスタンスである。ただし、煽てるような記事では批判を浴びるため、困難はあるが、課題を前提にした前向きな記事を意識してきた。また、タブー、すなわち、なかなか取り上げられないようなテーマについても取り上げること、一つの大きな編集方針にしてきた。

この中で、印象的な事例を2つ紹介したい。1つは中国地方の小規模な女子大学が、東京の私立の外語大学とスタッフを含めて提携をし、英語教育を根本的に見直した事例である。大学は連携の時代だといわれるなかで、かなり象徴的な事例である。外語大学としては、語学に特化している強みを生かし、女子大学の方は、この連携で地域の中の大きな特徴として売り出すことができる。入学者の中には、中学から高校で英語が好きでなかった者が半数、得意でなかった者が6割いたが、この取組で1年後には、英語教育に高い評価を得

られる結果となった。

この導入の経緯を取材してみると、学長の決断、即実行が指摘できる。通常、意志決定には、理事会や教授会などで議論があり、導入までに時間がかかる場合が多いが、この事例ではアイデアがあがってから、1年もかからずに受け入れを決定している。

もう1つは東京大学の教養学部の事例である。東京大学では、教養課程の2年間で何が達成されたか、あるいは、されなかったかという調査に対し、学問的知識や考える力は高い割合で身に付いたものの、他者と討議する力が極端に低いということが明らかになった。そこで、旧制高校時代から残る建物の中を改装し、討議ができる教室を開発した。教室内は、後方を含め可動式のホワイトボードが多数並び、自由に並び替えのできる机を用いて、グループ討論で使用可能である。この事例では、学生の声にはっきりと対応している点が特徴といえる。

以下では、大学の實力調査からの知見について述べたい。

2. 大学の實力調査

大学選びは、これまで偏差値に頼ってきたが、筆者は偏差値によらない大学選びを促したいと考えている。その際、偏差値の代わりに示せるものがないかと考えたときに、教育力ではないかと考えた。そこで、大学の實力調査では、各大学の教育力を自己評価で回答していただく調査として実施した。すなわち、調査する側が大学を評価することをせず、結果は一覧表にするだけで、ランキ

ングには一切しないという形の調査として実施した。

1回目の調査では、FDの義務化を受けて実施されたという背景もあるが、これまで公開されてこなかった、個別大学の退学率、標準修業年限卒業率や定員充足率を調査し、多くの大学から回答が得られた。2回目の調査では、学生支援の方に重点を置き、入試方法別の入学者数も明らかになった。この調査では、一般入試による入学者の割合が1%台の大学、AO入試で1000人が入学している大学、8割の大学が保護者会を行っていることなどを明らかにしてきた。

ここで、調査の過程で生じた、大学の現状を象徴する事例を紹介したい。通常、学長宛に郵便物が届くとどのように処理されるだろうか。新聞社から調査を依頼し、結果を一覧表公表する旨を明記して調査票を送付したが、締め切りまでに返送されたのは100校程であった。督促をすることで、1回目の調査では最終的に499校から回答を得たが、「届いていない」、「調査票をなくしてた」といった事例も少なからずあった。調査結果の公表後には、「実は計算を間違っていた」という訂正の連絡が多数きた。中には、新聞社に全く連絡をせず、大学のウェブサイトで訂正を公表したり、新聞社に対して「誰が回答したのか教えてもらいたい」、「なぜ、うちの大学は載せないのか」という連絡が来る事態となった。社会的な常識からすると、大学の組織としての健全性が疑われる事例といえよう。

中でも、調査が大学の自己評価に基づくものであるにもかかわらず、「総合評価」については、新聞社がA、B、Cと付けたと誤解をされ、大学からは「誰がどういう基準で付けたのか」、「今から回答し直せるか」といった連絡、学生からは「うちの大学はこんなに高いはずはない」といった連絡が来ることとなった。この調査結果は、その後、中央公論新社から『教育ルネサンス 大学の實力』

という本として出版されることとなった。その際、出版する旨大学へあらためて了解を取った際、50校くらいから訂正があり、中には総合自己評価を辛く付けすぎたため、DをBにした事例もあった。

取材した記者からも聞いた話だが、公表の直後には、教授会や理事会でも話題になったようだ。それが、追加での回答の要望、訂正の要望、さらには、回答者を教えてもらいたいという要望につながったのだろう。公表の時期が、オープンキャンパスの直前だったため、近隣大学との比較を懸念して訂正の連絡をしてきた事例もあった。一方で、予備校の中には、この一覧表をじっくり見て進路選択に使うといった例や、高校の総合学科などで進路を考える際に使う例もあった。

情報公開や情報開示という問題は、中教審でも議論になっている。筆者は、調査を通じて、大学の重要なデータを公表する体制が、そもそも大学側になくことを痛感した。情報の連絡体制もさることながら、それを出すために、どこから、どのようにデータを集めれば、それがデータとしてまとまるのか、また、誰がそれに責任を持つのかということも含めて、組織化されていない大学が多数あると感じている。今後は、大学にとってマイナスとなる情報であっても公表するためのインセンティブを高める仕組みが必要と考える。特に、大規模大学が率先して情報を公開すべきである。

大学のステークホルダーを考える際には、私立学校法が参考になる。私立学校法を見ると、学生、保護者、教職員、債権者あたりまでが法律上のステークホルダーとして読み取れる。実際は、これらに加えて、志願者、高校教諭、卒業生などが入るだろう。また、地域住民、自治体もステークホルダーと考える識者もいる。さらに今日では、税金の使い道が厳しく問われる時代になった中で、補助金を受けている大学は、納税者もステークホルダーと考えるべきかもしれない。情報公開は、大学のような大きな組織では義務化という考え方

が正しいのではないかと筆者は考える。

3. 大学経営への提言

繰り返しになるが、これまでの指摘から、大学では組織ができてないのではないかという疑問がある。たとえば、「入試広報」という言葉がある。しかし、通常は何かの広報といった形で、分けて考えることはない。考えるとしたら、「攻めの広報」といったことになるだろう。「入試広報」という言葉は、入試に関することを伝えていけばよいという狭い範囲での情報発信が長い間続いてきたのではないかと考える。「大学の情報公開度は組織の健全性を測る目安である」と言った人物がいる。広報では、学内を取材して回ることが大学の学内の活性化につながると考えられるし、それによって職員間のつながりを持っていくことが重要だ。また、認証評価等をどのように分かりやす

く発信していくかも、すべての大学が取り組むべき課題だ。

一方、「教職協働」という言葉が言われるようになったが、これは職員が極めて重要なものになってきたことを表している。たとえば、AO入試を本当の意味で行うなら、職員なしには実現できないはずである。教員が高校回りをするのは、本来のAO入試ではない。研究や授業にかかわること以外は、職員の仕事と考えなければならない時代になったといえよう。さらには、大学の文化というものをつくっていく上で、職員の方が果たしている役割は大きく、教員以上であると筆者は考える。特に、インターンシップや、学生の課外活動を支援する大学が増えている。これらは、教員だけでできることが限られている分野であり、職員の活躍が期待できるだろう。

(読売新聞東京本社調査研究本部)