

## 資料2

中央教育審議会大学分科会  
教学マネジメント特別委員会  
(第9回) R1.9.24

# 社会から見た 大学の情報公開の在り方について ～ステークホルダーの視点から考える～

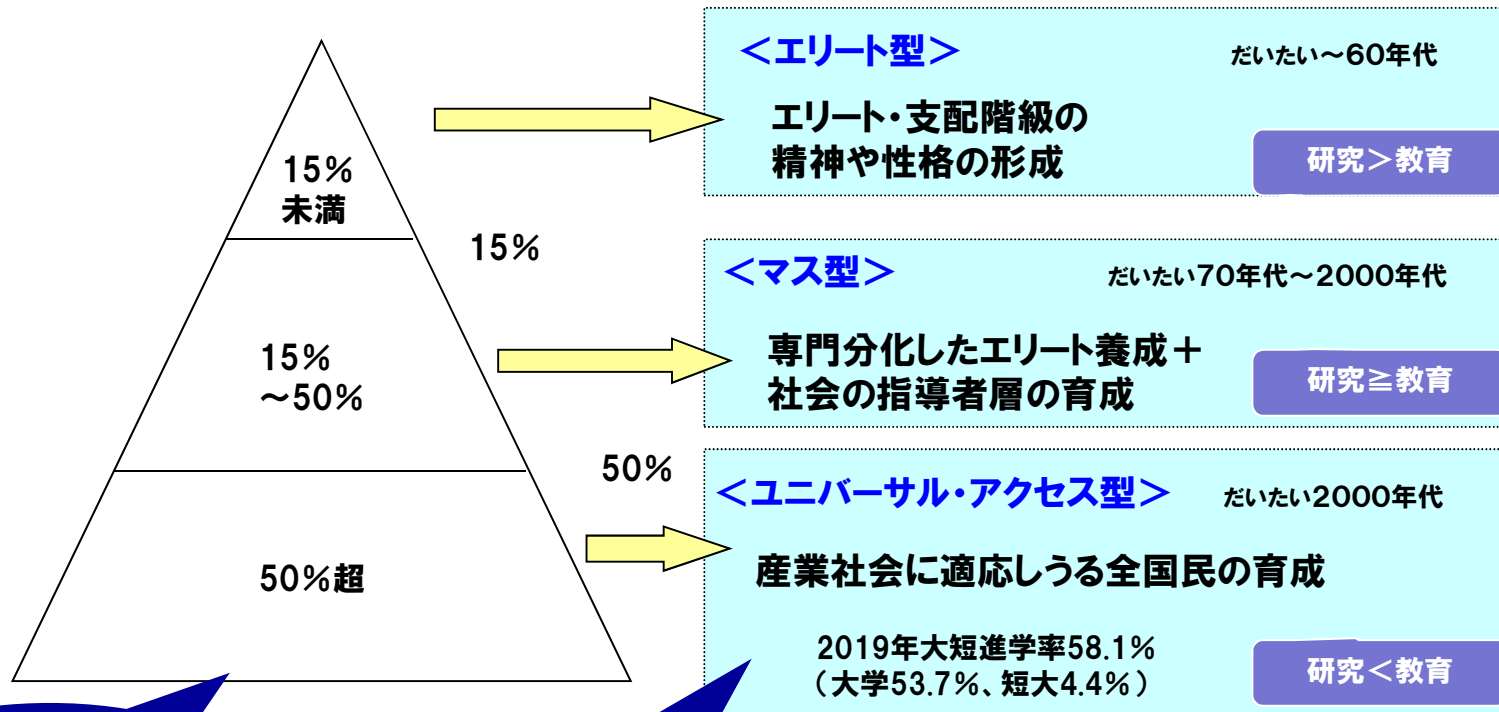


2019年9月24日  
リクルート進学総研所長  
リクルート「カレッジマネジメント」編集長  
小林 浩

昔のイメージのままで見ている！

大学の教職員から  
→大学入学者層が変化しているのでは？

企業の人事から  
→大卒者の質が低下しているのでは？



より多様な人材を育成

日本では、ここが  
ほぼ18歳のみ。  
他国は社会人も

大学の役割が  
変化

Byマーチン・トロウ

(参考)韓国:7割強、アメリカ:7割強、中国4割強

# 社会から見た大学の状況（保護者・人事管理職の時代との比較）



|                        | 1990年            | 2019年                          | 90年比     |
|------------------------|------------------|--------------------------------|----------|
| 18歳人口                  | 201万人            | 118万人                          | 4割減      |
| 大学数                    | 507校             | 786校                           | 約1.5倍    |
| 大学(学部)進学率<br>(高等教育進学率) | 24.6%<br>(53.7%) | 53.7%<br>(82.6%)               | 約2倍      |
| 学士の学位に付記する専攻分野名称の数※    | 29種類             | 700種類以上<br>※うち約6割が一大学だけの独自名称   | 約24倍     |
| 私立大学定員割れ               | -----            | 33.0%(短大76.8%)<br>(学生募集停止の大学も) | 経営基盤が重要に |

※2014.7日本学術会議「学士の学位に付記する専攻分野の名称の在り方について」より

- 学部名から中身がわからない
- 学修成果が見えづらい
- 偏差値が信頼できない
- 情報公開が進まない

疑問

- ・どの学部で何を学んでいるのか
- ・大学卒業時にいったい何が身についているのか
- ・自ら考え、主体的に行動できる人材への枯渇感（指示待ち社員の増加）
- ・グローバル化が進む中で、日本の大学対応できているのか
- ・地方大学は無くなってしまわないのか

高等教育の量的拡大⇒大学教育・研究の質は担保、保証されているのか

# ステークホルダーの視点から



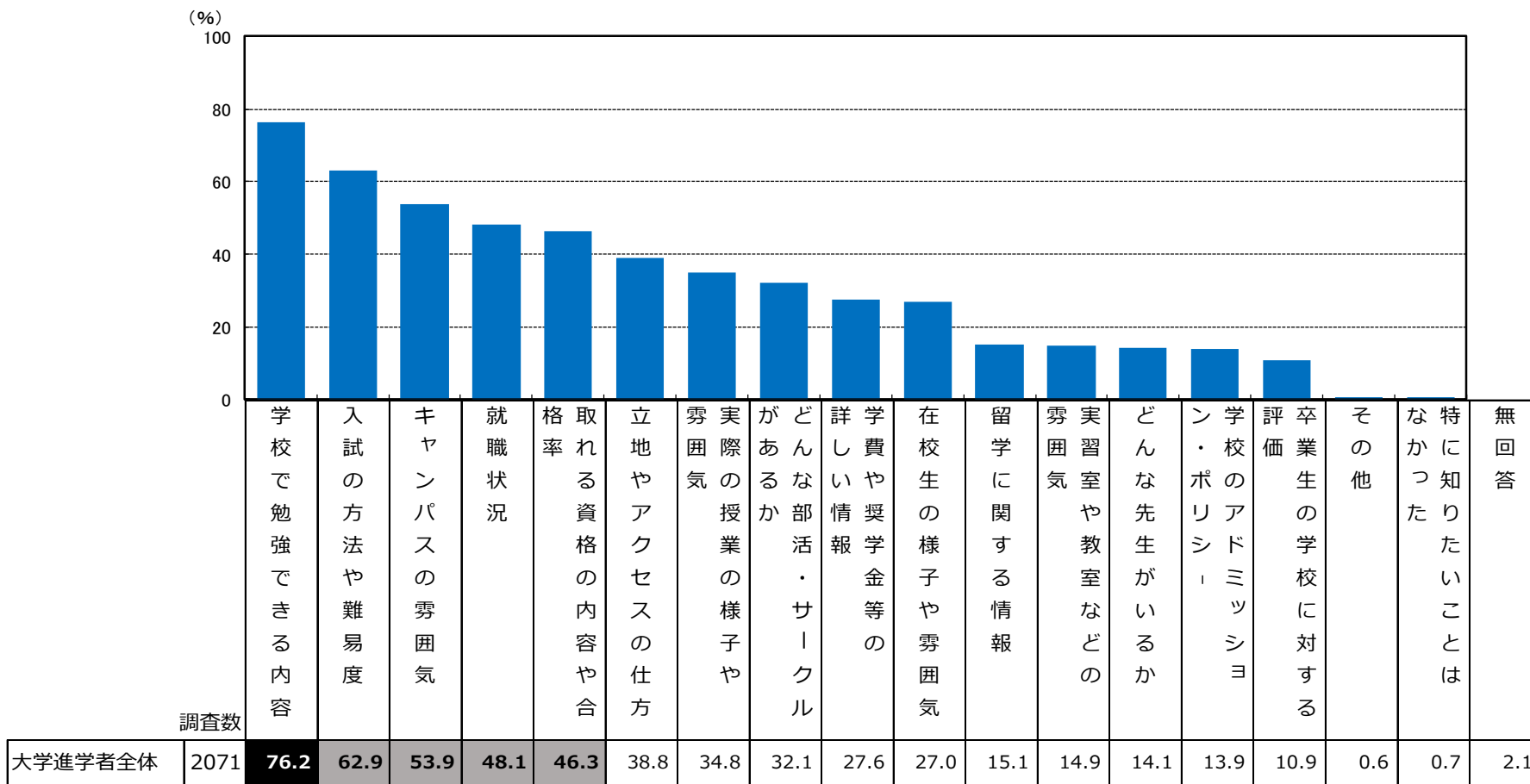
～高校生・保護者・高校教員の知りたいことは何か～

# 【高校生】 大学進学者が進路検討の際、知りたかったこと



トップは「学校で勉強できる内容」  
 続いて「入試方法や難易度」「キャンパスの雰囲気」「就職状況」「取れる資格の内容や合格率」の順

## ■ 【高校生】 進路検討の際、知りたかったこと（複数回答）



100.0 最もスコアの高い項目  
 100.0 2～5番目にスコアの高い項目

※リクルート「高校生の進路選択に関する調査2019」

# 【各学校種進学者】 大学・短大・専門学校進学の特長（進学者/複数回答）



「そこでしか学べない内容がある」は、専門学校のみ  
 →大学・短大で学ぶ内容、教育の個性や特長は意外と伝わっていないのではないか

可能性  
+  
キャンパスライフ

目指す仕事・職種  
+  
早く社会に出られる

特定の業種業界  
+  
そこでしか学べない内容がある

|    | 大学進学者が感じる<br>大学進学の特長<br>(n=2071) | 短大進学者が感じる<br>短大進学の特長<br>(n=93)  | 専門学校進学者が感じる<br>専門学校進学の特長<br>(n=337) |
|----|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1位 | 将来の選択肢が広がる<br>80.2               | 早く社会に出られる<br>(2年で卒業できる)<br>77.4 | 自分のやりたい専門分野の勉強に集中できる<br>90.5        |
| 2位 | 少なくともどこかに就職できる可能性が高くなる<br>77.9   | 自分のやりたい専門分野の勉強に集中できる<br>76.3    | 自分の目指す仕事・職種につける<br>88.4             |
| 3位 | 有名企業や大手企業に就職できる可能性が高くなる<br>76.6  | 自分の目指す仕事・職種につける<br>67.7         | 特定の業種・業界に就職しやすい<br>81.9             |
| 4位 | 学生生活が楽しめる<br>75.2                | 就職してから活躍できる実力を身につけられる<br>65.6   | そこでしか学べない内容がある<br>81.3              |
| 5位 | 幅広い教養を身につけられる<br>74.2            | 少なくともどこかに就職できる可能性が高くなる<br>64.5  | 手に職をつけられる<br>81.0                   |

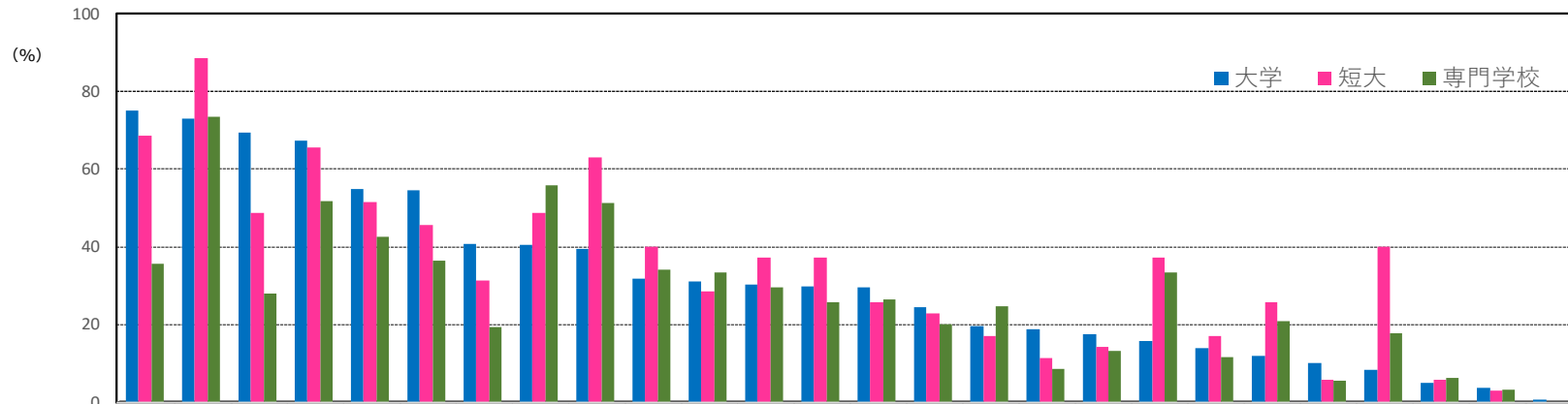
※リクルート「高校生の進路選択に関する調査2019」

# ■【保護者】子供の進路を考える際、重要な進学情報は何か

大学・・・「現在の入試制度の仕組み」「進学費用」「学部・学科の内容」「将来の職業との関係」「就職実績」  
 短大・・・「進学費用」「現在の入試制度の仕組み」「将来の職業との関係」「奨学金の種類と採用条件」  
 専門学校・・・「進学費用」「資格取得実績」「将来の職業との関係」「奨学金の種類と採用条件」

の順

## ■【保護者】重要な進学情報（複数回答）



| 子どもの希望進路別 | 調査数  | 重要な進学情報     |      |          |           |       |       |      |         |             |        |        |      |      |          |           |       |        |      |              |             |               |         |               |       |      |     |     |
|-----------|------|-------------|------|----------|-----------|-------|-------|------|---------|-------------|--------|--------|------|------|----------|-----------|-------|--------|------|--------------|-------------|---------------|---------|---------------|-------|------|-----|-----|
|           |      | 現在の入試制度の仕組み | 進学費用 | 学部・学科の内容 | 将来の職業との関係 | 就職の状況 | 入試の内容 | 難易度  | 資格取得の状況 | 奨学金の種類と採用条件 | 校風・雰囲気 | サポート体制 | 通学の便 | 周辺環境 | 施設・設備の充実 | カリキュラムの特徴 | 授業の内容 | 教授陣の充実 | 教育方針 | 進学に利用できる教育機関 | 子どもの高校の進学実績 | 最近の高校生の卒業後の進路 | 進学先の知名度 | 大学・短大・専門学校の違い | 中退の状況 | 財務状況 | その他 | 無回答 |
| 大学        | 1021 | 75.1        | 72.9 | 69.5     | 67.3      | 54.8  | 54.7  | 40.9 | 40.5    | 39.6        | 31.8   | 31.2   | 30.3 | 29.9 | 29.6     | 24.4      | 19.5  | 18.7   | 17.6 | 15.8         | 14.0        | 12.0          | 10.0    | 8.3           | 5.0   | 3.6  | 0.6 | 0.3 |
| 短大        | 35   | 68.6        | 88.6 | 48.6     | 65.7      | 51.4  | 45.7  | 31.4 | 48.6    | 62.9        | 40.0   | 28.6   | 37.1 | 37.1 | 25.7     | 22.9      | 17.1  | 11.4   | 14.3 | 37.1         | 17.1        | 25.7          | 5.7     | 40.0          | 5.7   | 2.9  | 0.0 | —   |
| 専門学校      | 129  | 35.7        | 73.6 | 27.9     | 51.9      | 42.6  | 36.4  | 19.4 | 55.8    | 51.2        | 34.1   | 33.3   | 29.5 | 25.6 | 26.4     | 20.2      | 24.8  | 8.5    | 13.2 | 33.3         | 11.6        | 20.9          | 5.4     | 17.8          | 6.2   | 3.1  | 0.0 | 3.9 |

100.0 最もスコアの高い項目  
 100.0 2～5番目にスコアの高い項目

※リクルート・全国高等学校PTA連合会「高校生と保護者の進路に関する意識調査2017」

# 【高校教員】大学・短期大学・文部科学省に期待すること

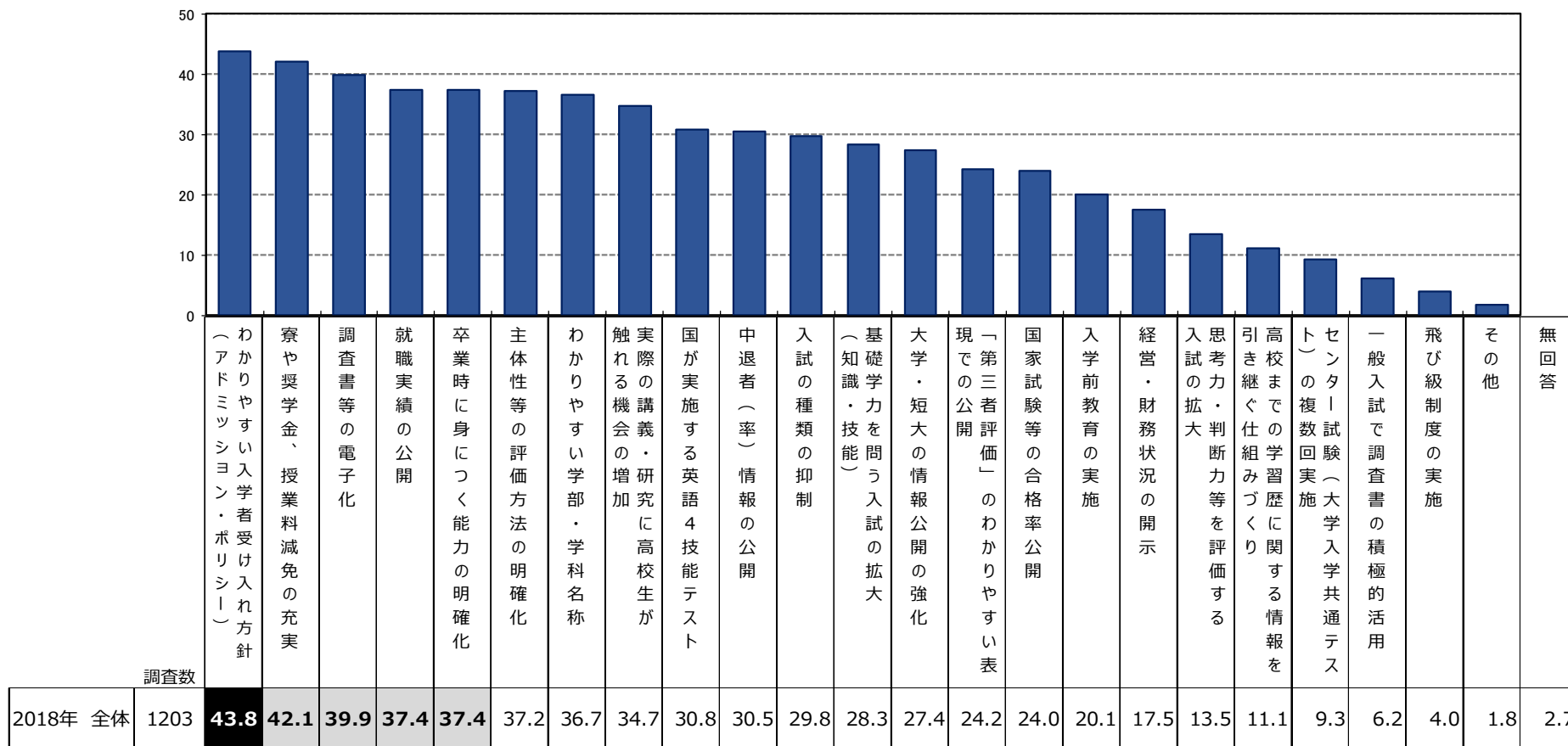


情報公開の観点では、

- 「わかりやすい入学者受け入れ方針（アドミッション・ポリシー）」
- 「寮や奨学金、授業料減免の充実」
- 「就職実績の公開」
- 「卒業時に身につく能力の明確化」
- 「主体性等の評価方法」
- 「わかりやすい学部・学科名称」
- 「中退者（率）情報の公開」の順に期待

## ■【高校教員】大学・短期大学・文部科学省に期待すること（全体／複数回答）

以下の中で、貴校が大学・短期大学および文部科学省に期待するのはどのようなことですか。（いくつでも○）

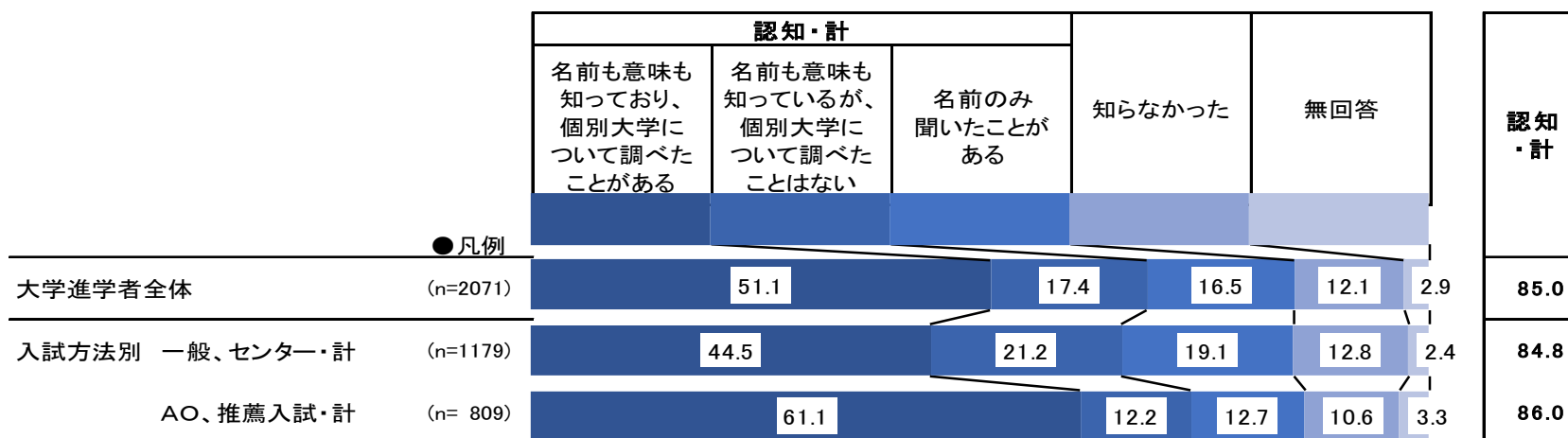


100.0 最もスコアの高い項目  
100.0 2～5番目にスコアの高い項目



2017年より大学に策定が義務付けられたアドミッション・ポリシーについて  
 高校生の認知度は8割以上。特にAO・推薦の入試区分で入学した学生は、約6割が「個別大学について調べた」  
 高校教員の約6割が「進路指導で活用している」

## ■ 【高校生】 「アドミッション・ポリシー」の認知度（単一回答） (%)



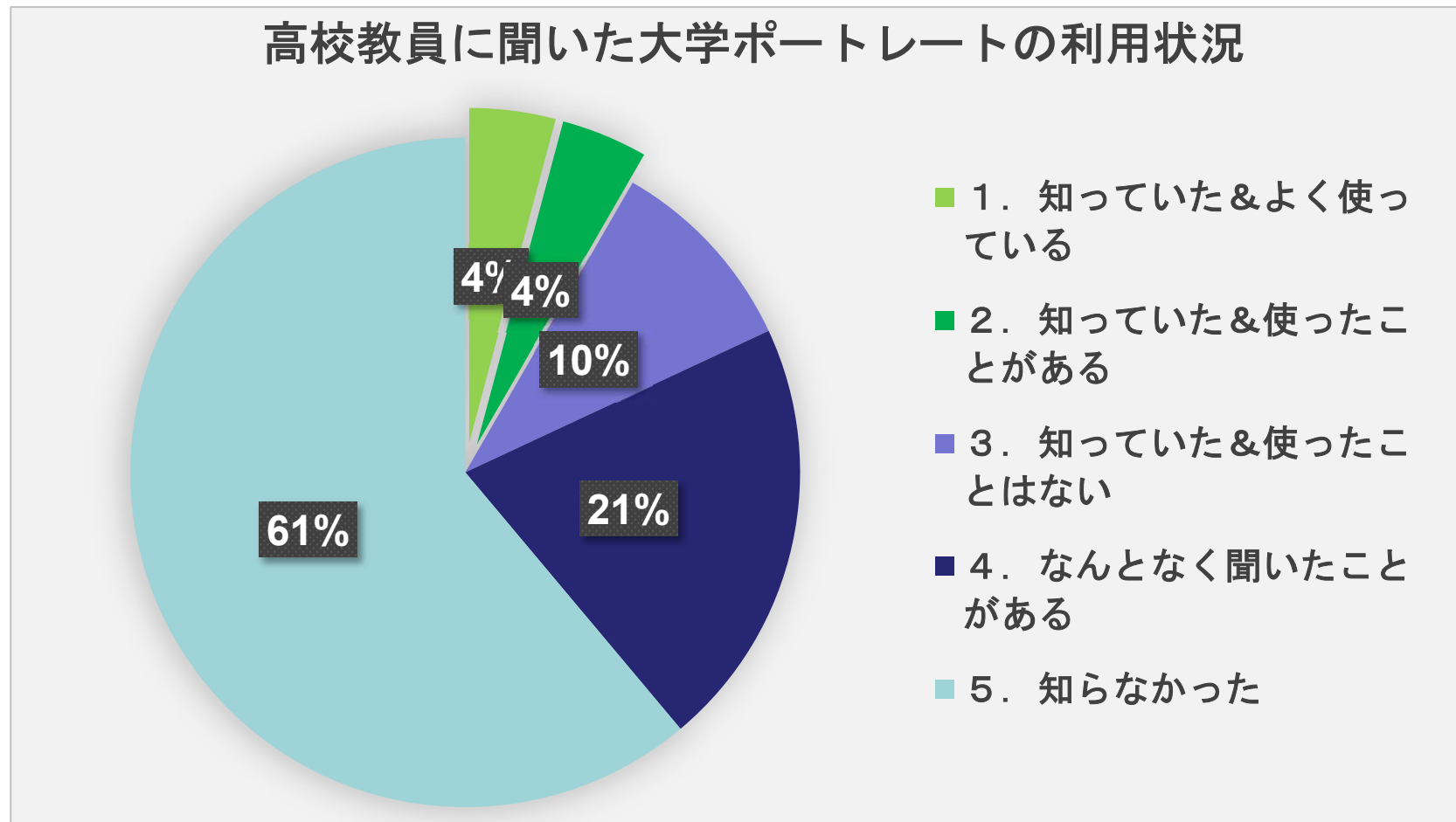
※リクルート「高校生の進路選択に関する調査2019」

## ※参考）高校教員「アドミッション・ポリシー」の進路指導への活用（単一回答） (%)



※リクルート「高校教育改革に関する調査2018」

- 大学ポートレートを使ったことがある高校教員は約1割にとどまる
- 大学ポートレートについて「知らなかった」「なんとなく聞いたことがある」で約8割  
⇒ほとんど知られていないし、使われていない



# ステークホルダーから見た大学の情報公開のポイント

|    | 情報公開が進まない   | 偏差値が信頼できない  | 学修成果が見えづらい  | 学部名から中身がわからない   |
|----|---|---|---|---|
| 現状 | <p>情報は公開しているが、言葉がわかりづらい</p> <p>欲しい情報にたどり着けない、探せない</p> | <p>偏差値以外の情報を探しているが、大学間比較や経年比較できる情報が少ない</p> <p>大学の学びの特長や個性がわかる情報が少ない</p> | <p>ディプロマポリシーはわかりやすいか</p> <p>資格取得、就職率はあるが、退学率等都合の悪い情報は多くの大学で公開されていない</p> | <p>学部名が多様化しすぎて、名称の検索だけでは目的の学部・学科にたどり着けない</p> <p>アドミッションポリシーは「カレッジ・レディネス」を表しているか</p> |

- ◆ 大学目線ではなく、利用者目線で情報を整理し、理解できるような指標・名称を使用する  
⇒学部名称の集約、指標名称の見直し等。その上で、まず認知を高める。
- ◆ 各大学の個性や教育・学びの特長、学修成果がわかるような工夫が必要  
⇒高校では、アドミッション・ポリシーを活用した進路指導が始まっている
- ◆ 他の大学との比較を可能にする  
⇒レーダーチャート等わかりやすい比較表（これがないため、様々な民間ランキングが人気）

大学が説明責任を果たす上での基本が情報公開→「伝える」と「伝わる」は異なる

- ◆ 大学の基盤的な共通の情報（学生数、退学率、就職・資格取得率等）⇒reason whyと共に
- ◆ 各大学の個性がわかる情報（建学の精神、教育や学びの特長、わかりやすい3ポリシー等）
- ◆ 国際的な共通指標や質保証に関する情報等（学修成果、国際認証等）

がきちんと利用者視点で、比較できるような形の情報公開に変えていく必要がある。

その上で、認証評価等にそのまま活用できるようにして、大学が情報公開するメリットを強化

大学と企業の「相互信頼」

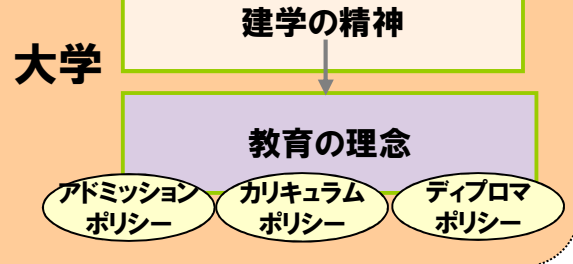
**社会**  
(企業) (団体) (地域)

〇〇大学は、こんな人材を育成している！  
という「ならではの価値」の浸透  
(相手に伝わらなければ意味がない)

情報公開、認証評価による  
質保証(説明責任)が重要課題に

**ギャップ**

学修成果



競争環境が変化し、  
企業が求める人材像も変化。  
自社に合った人材の再考。  
厳選化。

新しい時代に対応できる  
人材の育成を

一体大学で何を学び  
何ができるようになった  
のか

高大接続の推進

**ギャップ**

学修成果

**高校**  
(高校生)

- ・多様な学習活動・学習成果の評価
- ・学習指導要領の見直し
- ・主体的・協働的な学びの推進
- ・学校教員の資質・能力の向上

大学の個性、学部名から  
学ぶ内容がわからない  
学びの特長がわからない

将来の自分の姿  
を描けるか