出口保証をする大学広報

出口→育成→入口の逆向き設計をPR

名古屋産業大学
現代ビジネス学部教授　竹澤伸一

〈なぜコラムを毎日連載？〉

2017年9月17日、名古屋産業大学（以下、名産大と略記）の公式ホームページ上で、コラム「愛情教育、この指とまれ」（https://www.nagoya-su.ac.jp/guide/affectionate/）の連載が始まった。記念すべき第1回のタイトルは、「愛情教育は職業教育」。名産大の建学のコンセプトが「愛情教育」であり「職業教育」であるので、それを前面に出したタイトルとした。この連載は、名産大の入試広報部門からの依頼でも何でもない。私が自ら手を挙げ、法人本部に提案した。

2017年4月、名産大に入職した私は、機会あるごとにコラムの連載を申し出た。「名産大の『今』そして『これから』を正直に伝えていきたい。毎日連載することで名産大への理解を深め、出願、受験、入学につなげていきたい」。

実は私には、「連載」への確信があった。中学校教員だった約30年間、様々な分掌から通信を発信し、累計5千号を超えている。教育委員会勤務の際にも教育広報の編集長を務め、前職の大学でも公式ホームページ上にアクティブラーニングのコラムを連載した。教育活動をコラムで発信し理解を深めていくことは、私にとっては日常茶飯のことであり、一部書籍化も果たしている。

「そこまで言うなら、とりあえず始めてみてください」との高木弘恵学長のご英断を得て、連載を開始。最初の4回は週刊、そして2017年10月13日以降は日刊に移行し、以来本原稿執筆時の2020年5月8日時点では915号を達成している。休載は盆暮れの10日のみである。

連載当初は、名産大専任教員の授業紹介、学生を支える事務方の職員紹介から始めた。ところが、公開している私のメールアドレスに、日に日に読者からのメールが寄せられるようになり、「名産大のリアルな学生像が知りたい」との要望が高まっていった。そこからである。コラムという場での「名産大生のプロデュース」が始まったのは。「名産大生のリアルな学生像」「新入生の夢をご紹介」「2年生の成長物語をお届け」「明日への飛躍をめざして、名産大3年生物語」「まもなく社会人、名産大4年生物語」「令和の時代を生き抜く、名産大1年生物語」「令和の時代を楽しもう、名産大2年生物語」「令和の時代に挑戦しよう、名産大3年生物語」「アクティブラーニングで開花しました、名産大4年生物語」。とにかく毎日、学生に取材をおこない、「実名で発信する」旨、許諾を得て、ひたすら、「高校生と保護者の皆さま、名産大には、こんな素敵な学生がいて、頑張っていますよ。良かったら、オープンキャンパスにいらっしゃいませんか？」と呼びかけた。

連載への「読者メール」は加速した。1記事に数通だったのが次第に増え、数十通となり、900号達成の時は、累計で3万通に迫り、私が作成しているメーリングリストは、いつしか2千人を突破した。そこで、定期的に許諾を得て、「読者メール内容」も公開した。

「名産大生のプロデュース」以外に、連載の中でこだわったのが、「アクティブラーニングは学生が主役」シリーズと、「名産大のキャリア支援の今」シリーズの2つである。名産大における私の委員会分掌の柱が、「授業改善」と「キャリア支援」なので、その知見を連載に反映させることにした。もちろんこの2本柱は、「学生プロデュース」と密接に関わっていることは言うまでもない。

〈コラムの番外編で出口保証をPR〉

2018年度、「キャリア支援委員」の分掌継続とともに、「キャリア支援」即ち「大学としての出口保証」の重要性をますます痛感した。名産大が標榜する「職業教育」を素直に体現すると、「出口保証をする大学広報」となる。要は「出口（就活の後、卒業）→育成（授業、講座等）→入口（入学）の逆向き設計」をPRすることに尽きる。名産大に入学して学ぶと、こういう「出口保証をする」ことができますよとPRするのである。

そこで、後述する「チームこの指とまれ」の連携を強化することにした。誠実な努力の結果、就活の納得内定を得た4年生をピックアップし、「名産大4年生、就活成功物語」という、「本人全身写真付き特集インタビュー記事」を、コラムの「番外編」という形で立ち上げたのである。対象学生の選定はキャリア支援委員会、写真撮影は入試広報室、インタビューと記事本文担当は私という分担で、企業等の内定式が済む10月以降、原則週一の連載が始まった。2018年度16人、19年度21人の「就活成功物語」を掲載することができた。読者からの反響メールは、本体である「この指とまれ」を軽く凌駕し、1記事に対して数千通に達することもあった。この「番外編」を以てしても、「名産大＝職業教育」を印象づけることができたと思われる。

〈出口に向けての育成こそ教員の使命〉

さて出口（就活成功）に向けての逆向き設計のPRの意味はお伝えした。では、そのPR原稿をなぜ私のような教員が書き続けているかである。

それはひとえに、授業を通した育成の内実を描けるのは、実際に日々授業とゼミ運営をおこなっている教員であるとの自覚があるからである。

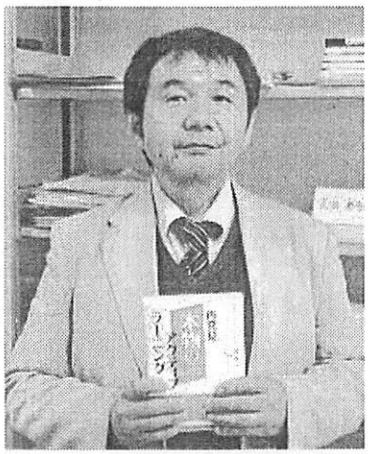
私は、毎日のように学生に取材する中で、学生の言葉の中に「○○先生の授業による学生の育ち」を感じ取ることができる。名産大の各教員の「出口保証への高い使命感」を、学生の成長を通してPRしているのである。

〈職業教育はアクティブラーニング〉

では名産大の職業教育カリキュラムの実相はどうなのか。とても一言で語れるものではないが、教養から専門そしてキャリア科目に至るまで、すべて即実社会で転用可能なものとなっている。特に本稿で強調しておきたいのは、長期・短期のインターンシップを含む、名産大オリジナルのBTP（ビジネストレーニングプログラム）である。これはアクティブラーナーを自認する私でも、本当におもしろい。プロデュースを続けている学生個々の言動にも、必ずBTPは表れてくる。

〈チームこの指とまれの連動〉

もちろん「学生プロデュース」の情報源は、名産大のすべての教職員であることは言うまでもない。だからこれまで連載が途切れずに来たのである。有難いのは教員目線とは異なる事務職目線のアドバイスをいただけることである。「この指とまれ」「番外編」の連載は、チームの連動の証しでもある。



教育活動コラムを発信し続ける竹澤教授。一部書籍化も