

学生の出身高等学校訪問

——島根大学の事例から——

和久田千帆（島根大学）

島根大学では、2013年度から学生が夏季休業等を利用して出身高等学校を訪問し、自分自身の学生生活を話すことにより、本学での教育活動を出身高等学校の生徒及び教員に伝える活動を実施している。この取り組みは、地道ではあるが実際の学生の姿を通して高校生や高校教員に本学を知ってもらうことができる。本稿では、本学における学生の出身高等学校訪問について紹介し、2013年度から2016年度までに出身高等学校訪問を行った学生を出身都府県、高等学校での在籍学科、入試区分毎に分類した結果を示す。更に、2016年度に行ったこの取り組みにかかるアンケート結果が示す学生の成長と今後の展望について報告する。

1 はじめに

各大学は、高校生及びその保護者や高校教員に対して、大学のホームページや、ホームページ上でのマルチメディア、大学案内を始めとする大学の広報誌、学生募集についての広報媒体の提供を業務とする業者のホームページ、新聞広告等、多岐にわたる方法を用いて広報活動を行っている。

一方、高等学校においても、高校生に進路ログホームページにおいて各大学が示すアドミッションポリシーを読み込ませるだけでなく、低学年からオープンキャンパスへの参加を促す等、高校生が主体的に進路選択をできるよう、大学の様々な情報を積極的に収集している。

島根大学で実施しているオープンキャンパスや大学訪問におけるアンケートの記述欄を見ると、大学から発する情報の内容によっては、高校生と年齢の近い大学生が話すことで、大学教職員が話すよりも高校生の心に響くこともあることが読み取れる。大学生が直接高校生へ自大学の魅力を伝える例として、大分大学では2000年度から「キャンパス大使」、千葉大学では2006年度から「千葉大学広報員」、東京大学では2010年度から「在学女子学生による母校訪問」等、広報活動として学生が夏季休業中に母校を訪問する活動を実施している。

島根大学教育・学生支援機構アドミッションセンターは2013年度から「島根大学学生の出身高等学校訪問（以下、出身校訪問と記す）」として、本学の学生が夏季休業等を利用して出身校へ出向き、高校生に学生自身の近況報告及び本学の魅力を伝える活動を実施している。この活動の目的は、学生自身のプレゼンテーション力、コミュニケーション力等を向上させると共に、

学生の行うプレゼンテーションの内容（高校時代の振り返りや大学入学後の気づき）から、出身校の生徒には、自分自身のこれからの高校生活や進路選択のヒントを得てもらふこと、出身校の教員には、学生の成長した姿を直接見てもらふことで、本学への一層の理解を深めてもらうことである。

本稿ではこの取り組みの概要と、2016年度までに出身校を訪問した学生（以下、訪問学生と記す）を出身都府県、高等学校での在籍学科、入試区分毎に分類した結果を示す。更に、2016年度の出身校訪問時に学生と出身校訪問を引き受けた高等学校（以下、受け入れ校と記す）の担当教員に対して実施したアンケート結果からうかがうことのできる学生の成長と、この取り組みの今後の展望について報告する。

2 島根大学学生の出身高等学校訪問

2.1 概要

島根県は離島を含む東西に長い県であり、本学は県東部に位置し、島根県からの志願者のうち、県内東部の高等学校からの志願者が約8割を占めている。そのため、県内西部への広報活動が課題となっている。このことから2013年度に、アドミッションセンターの前進組織である入学センターは、本学から見た島根県内の遠隔地（以下、県内遠隔地と記す）の学生を獲得すること、本学学生の学修成果を出身高等学校に還元することを目的とした出身校訪問の実施を入学センター運営会議において提案した。各学部（法文学部、教育学部、医学部、総合理工学部、生物資源科学部）にはこの事業への学生の応募について積極的な協力を依頼した。協議の中で、学生による広報活動の有用性は理解しながらも、自らの学びを第一義とする学生を広報活

動に参加させることに難色を示す教職員も存在した。
 そこで、本学では広報活動としてよりは、学生の成長の一助となる活動となることに重点をおき、出身校訪問を実施することとなった。スケジュールを表 1 に示す。

参加学生は本学学部学生（外国人留学生を除く）から、学内公募により募集した。アドミッションセンターは、応募学生に対して面接を行い、応募学生の出身校訪問に対する意欲を確認しながら全学部で 20 人程度の参加学生を決定した。公募で 20 人に満たない場合は、各学部で学生の推薦を依頼した。先に述べたように、出身校訪問は学生への教育的側面に重点を置いて実施しているだけでなく、広報活動の側面も持っている。このことから各学部に対しては、その年度の重点地域を示した上で学生の推薦を依頼し、出身校訪問への参加を募集しながら、広報活動の側面も強化するようにした。学部から推薦のあった学生に対しても面接を行い採用を決定した。

採用決定後、アドミッションセンターから訪問先の高等学校へこの事業の趣旨説明を行い、学生の受入について依頼した。訪問先の高等学校から受け入れの回答が得られたら、採用学生は、出身校と日程・内容等を調整した上で出身校訪問当日に、自らの学生生活等の近況報告のほか、出身校の生徒に対して本学での学びや本学の魅力を伝えることができるよう準備をした。

なお、アドミッションセンターでは、訪問 10 日前までに企画書（当日使用する資料があればその資料も）を提出させ事前指導を行った。更に実施後は報告書を提出させ事後指導を行うとともに、訪問が全て終了した後に理事（教育・学生支援担当）、教職員参加のもとで報告会を行った。

事前指導では、後輩に最も伝えたいこと、学生自身が大学入学後に身につけた力、島根大学の魅力の 3 点を伝えることができる企画書になっているかに重点を置いて確認を行い、必要な指導を行った。

事後指導では、実施当日の感想だけに終わってしまわぬよう、準備段階から実施までを振り返り、自分自身の成長や、この事業へ参加したことにより改めて気づいた本学の魅力についても記入した報告書の作成を指導した。報告書を提出し、アドミッションセンターの指導が終了した訪問学生には謝金を支払った。また、報告会では、提出された報告書を参照しながら訪問学生が相互に体験を共有し、活動の意義を確認するだけでなく、次年度の実施に向けて課題や改善点等も話合った。

表 1 出身校訪問のスケジュール

おおよその時期	実施すること
4月上旬～5月中旬	・ポスター掲示による公募 ・事前説明会
5月中旬～下旬	・面接
6月以降	・高等学校へ趣旨説明
随時	・高等学校へ依頼文送付 ・企画書、当日資料の指導
実施終了後	・高等学校へ礼状送付 ・報告書の指導
10月頃	・報告会の企画
11月下旬～12月上旬	・報告会の実施

2.2 訪問学生の属性

2013 年度から 2016 年度までの訪問学生を、出身都府県、高等学校での在籍学科、入試区分毎に分類した結果を表 2～表 5 に示す。表 2、表 3 では、1 つの高等学校に学生が 2 人訪問している場合もある。

表 2 において、2013 年度、2014 年度の訪問学生はともに 18 人で、そのうち 2013 年度は島根県出身者 8 人中 4 人が、2014 年度は島根県出身者 6 人中 3 人が、県内遠隔地にある高等学校出身者であった。2015 年度の訪問学生は 24 人で、そのうち島根県出身者 4 人中 2 人が県内遠隔地にある高等学校出身者であった。2016 年度の訪問学生は 17 人で、その中には島根県出身の学生も存在したが、県内遠隔地にある高等学校出身者はいなかった。また、2016 年度の訪問学生には高等専門学校出身で、3 年次編入の学生が含まれている。

表 3 によれば、いずれの実施年度も、訪問学生の多くは普通科の卒業生である。今後、専門教育を主とする学科を卒業した学生の実施者を増やすことは、この事業の課題の 1 つと考える。また、受け入れ校のうち普通科を有する高等学校の他学科の併設の有無を表 4 に示す。

表 5 によれば、全訪問学生に対して、AO 入試出身者の占める割合は 0.0%～16.7%、推薦入試出身者の占める割合は、25.0%～44.4%、一般入試前期日程出身者の占める割合は 38.9%～54.2%、一般入試後期日程出身者の占める割合は 0.0%～16.7%であり、推薦入試及び一般入試前期日程の出身者の占める割合が高いことがわかった。今後の傾向についても追ってきたい。

表2 訪問学生の出身都府県一覧 (単位:人)

年度	出身都府県
2013	島根県8, 鳥取県8, 愛知県1, 静岡県1
2014	島根県6, 鳥取県6, 広島県3, 愛媛県1, 京都府1, 福岡県1
2015	島根県4, 鳥取県1, 岡山県7, 広島県3, 徳島県1, 兵庫県3, 滋賀県1, 京都府1, 愛知県1, 東京都2
2016	島根県4, 鳥取県1, 広島県2, 山口県1, 愛媛県3, 香川県3, 徳島県1, 大阪府1, 和歌山県1

表3 訪問学生の高等学校での在籍学科 (単位:人)

年度	普通科	専門教育を主とする学科				総合学科
		農業	工業	商業	理数科	
2013	16	0	0	1	1	0
2014	13	1	1	0	3	0
2015	18	2	0	0	3	1
2016	16	0	0	0	0	0

表4 普通科を有する受け入れ校の併設学科^{*)} (単位:人)

年度	普通科のみ	併設学科有	併設学科名
2014	10	3	商業科・国際文理科, 理数科, 体育科
2015	12	7	家政科, 商業科, ビジネス科, 理数科(3), 理数探究科
2016	10	5	園芸科学科, 理数科(2), 応用理数科, 国際交流科

^{*)} 併設学科名は、2016年度時点で使用されている名称であり、訪問学生の高校在籍時のそれとは一致しないものもある。

表5 各年度的全訪問学生に占める入試区分別訪問学生の割合 (単位:%)

年度	全訪問学生数	AO入試	推薦入試	一般入試	
				前期	後期
2013	18人	16.7	44.4	38.9	0.0
2014	18人	5.6	33.3	44.4	16.7
2015	24人	4.2	25.0	54.2	16.7
2016	17人	0.0	41.2	41.2	11.8

^{**)} それぞれの数値は小数第2位を四捨五入して示しているため、年度の合計が100.0%とならない場合もある。

^{***)} 3年次編入の学生を全訪問学生数には含めている。

3 2016年度実施のアンケート結果

3.1 学生の事前アンケート

2016年度は、自主的に応募した学生、出身校訪問について事前に行う説明会に参加した学生及び学部へ推薦された学生に事前アンケートを実施した。アンケートに回答した学生は22人で、その内訳は1年生4人、2年生8人、3年生5人、4年生5人であった。アンケートでは、出身校への思い、応募理由、学生自身が思う島根大学の魅力、後輩に伝えたいことの4点について記述させた。

「出身校への思い」については、出身校の特徴を挙げて、楽しさや懐かしさに触れているものと具体的な自己の成長点や経験を挙げるものに大別できた。「応募理由」の主なものは、高校生にアドバイスをしたい、出身校へ恩返しをしたい、自分の能力を高めることができ将来の役に立つ、島根大学の良さをアピールしたい、先生からの薦めであった。「学生自身が思う島根大学の魅力」については、教員と学生の距離が近い、地域に根差した授業がたくさんある、生活圏についての立地条件がよい、学生が積極的に活動している、留学・国際交流や地域交流の機会が多くある、自然に恵まれているが挙げられた。「後輩に伝えたいこと」については、受験時に関することと大学入学後のことについてであった。

3.2 訪問学生の事後アンケート

2016年度は、最終的に応募した学生は18人であった。18人全員に対して行う面接は、この事業の趣旨の確認と、学生の意欲を確認するために行っているが、どの学生も自身の大学生生活での経験から得た思いを後輩に伝えたいと熱く語り、今年度は18人全員を採用した。18人の内訳は1年生4人、2年生5人、3年生5人、4年生4人であり、学部構成は、法文学部6人、教育学部3人、医学部1人、総合理工学部4人、生物資源科学部4人であった。採用した学生の1人は高等学校と日程調整がつかず実施できなかった。

訪問学生17人に対して事後アンケートへの協力を依頼した。アンケートでは、準備段階で工夫したこと、訪問当日に工夫したこと、訪問当日に気づいたこと、出身校訪問を実施したことで、新しく気づいた島根大学の魅力について記述させ、企画力・構想力、プレゼンテーション能力、コミュニケーション能力、文書作成能力、社会人としてのマナー、その他の中から、この活動を通して成長したと思うものすべてを選ばせた。事後アンケートは訪問学生17人のうち、12人が提出した。12人の内訳は1年生3人、2年生3人、3年生5

人、4 年生 1 人であった。

「準備段階で工夫したこと」については、情報収集と説明方法に大別できた。「訪問当日に工夫したこと」については、受け入れ校に着いてからプレゼンテーションまでの時間の過ごし方とプレゼンテーションの進め方についてであった。「訪問当日に気づいたこと」については、「面識のある高校 3 年生の質問や疑問には答えることができたが、他学年に対しても、もっと質問しやすい雰囲気作りや、発表資料の工夫をすると良かった。」「1・2 年生と 3 年生の 2 回に分けて実施する機会を得、使用するスライドを 2 パターンに分けて準備はしたが、内容にもっと差を持たせるとよかった。」等、事前に考慮してはいたが、もっと工夫すればよかったと、伝えることの難しさを感じた学生もいた。「出身校訪問を実施したことにより、新しく気づいた島根大学の魅力」については、地域がキーワードとなっているなどの教育の特色に関する事、学生支援に関する事、環境に関する事、部活動等の種類が多いことの 4 つに大別できた。その中で、新しい気づきを与え続けてくれる場所であるというものもあった。

選択回答項目の結果は図 1 のようになった。文書作成能力については、事前指導に時間を要した学生の自己評価が良くなかった。学生がすでに身に付けている能力にもよるが、筆者は、文書作成能力について自己の成長を感じた学生と、自己評価が良くなかった学生に明らかな力の差があるようには感じていない。事前の資料作成に時間がかかったことが否定的な自己評価に繋がったのかもしれない。「その他」については「自分から積極的に活動しようとする気持ち」「今はまだ成長したという実感がなくて分からない」という記述が 1 人ずつあった。前者については、この事業が訪問学生自身の新しい力を発見することに寄与できたことを示し、後者については、訪問学生に気づきを促す活動について、アドミッションセンターとして活動不足であったことを示すものとなった。

訪問学生の学年に着目すると、1 年生については、これまでに 1 人で大勢に対してプレゼンテーションをした経験がなく、アンケートに回答した全員が「企画力・構想力」「プレゼンテーション能力」について成長できたと答えていた。今まで気づいていなかった自分の可能性に気づくことができたと報告した学生もいた。2 年生についてはアンケート回答者に共通項目が見られなかった。3 年生については、1 人を除き「プレゼンテーション能力」「コミュニケーション能力」について成長できたと答えていた。事前準備での受け入れ校教員やアドミッションセンターとのやり取りだけではな

く、訪問当日の高校生との質疑応答においても配慮できたという振り返りがあった。4 年生についてはアンケートへの回答者が 1 人であるため他の訪問学生との比較ができなかった。

訪問学生に対するアンケートは 2016 年度から開始した。事前アンケートでは応募理由を中心に問い、事後アンケートでは実施に対する工夫と実施後の成長点について気づきを問うた。そのため、訪問学生の変容をはかるものではなかった。アンケートは訪問学生の自己評価となるが、訪問学生の変容をはかることができる質問項目を追加することも必要と考えている。

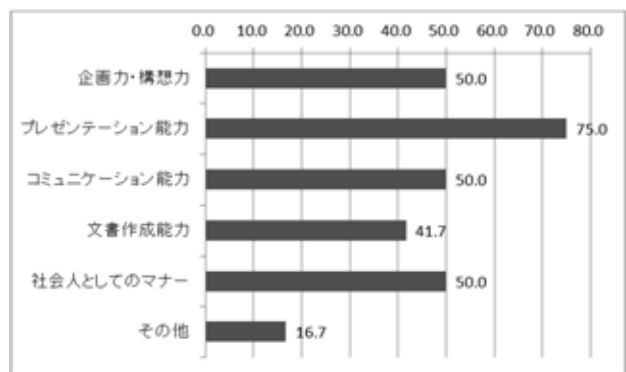


図 1 訪問により学生が成長した点 (自己評価)

3.3 受け入れ校へのアンケート

2016 年度は、受け入れ校への依頼文送付時にアンケートを同封し、高等学校側からの意見を聴取した。アンケートでは、訪問学生に対する 4 つの観点 (社会人としてのマナー、企画力・構想力、コミュニケーション能力、プレゼンテーション能力) についてと、当日の高校生の様子や担当教員の感想について、問うた。17 人の受け入れ校教員のうち、13 人からアンケートの協力が得られた。全ての受け入れ校教員からアンケートへの協力が得られてはいないが、アンケート結果では、出身校訪問の実施について好意的に受け入れられていた。

受け入れ校教員の感想で多かったのは、「高校生にとってわかりやすい内容で、興味を持って聞いていた」に類することであった。受け入れ校教員から見た学生の成長についての記述としては、「高校時代と比べると、しっかり自分の考えで歩いている印象を受けた」「昔から礼儀正しい生徒だったが、大学生として様々な経験を積み、大きく成長したように感じた」「将来の「夢」を「職業選択」としてとらえるのではなく、「どんな人になりたいか」という人間像」を明確にすることとしてとらえていたところに、成長を感じた。」が挙げられる。

受け入れ校教員のアンケートの内容については、アドミッションセンターから訪問学生へ伝えた。

4 出身校訪問の課題

4.1 学内への周知と制度設計

出身校訪問を継続して実施していく上での課題として、この事業の周知に関する事と、設計に関する事がある。

学生への周知については、現在はポスター掲示による募集を行っている。このことについて訪問学生に意見を求めたところ、授業でチラシを配布してもらい、メールで募集する、訪問学生以外にも報告会に参加できるようにする、大学のホームページ、LINE や SNS で訪問学生の感想などを含めて紹介するとよいなどの意見であった。学生の意見を参考にし、2017 年度以降、学生募集の改善を図る予定である。「2.2 訪問学生の属性」でも述べたように、専門教育を主とする学科を卒業した学生の応募が増えるような工夫も必要である。

また、訪問学生は準備に多くの時間が必要となる。このことに対して、学部教員や職員の理解を得るために、教職員への周知も必要と考える。訪問学生は高等学校との日程調整やプレゼンテーションの資料作成の過程を通して、自己の成長に気づき、大学入学後に改めて本学の良さをとらえ直している。報告会の開催について、教職員に案内をし、訪問学生の報告内容から学生の経験と成長を共有する場の提供を今後も続けていきたい。

この事業の設計については、「1.はじめに」でも述べたように、学生自身のプレゼンテーション力、コミュニケーション力等を向上させることを第一の目的としている。本学としては、訪問学生が高校生に対して何らかのプレゼンテーションを行う機会があることが望ましい。しかし、既に決まっている高等学校の行事予定に割り込むことになるため、高校生を対象とするプレゼンテーションの実施が難しい場合もある。そこで、高等学校との連絡調整については、事前にアドミッションセンターから高等学校へ趣旨説明を行うときに、高校生に対してプレゼンテーションを行う機会を与えて欲しい旨を伝えている。学生に対しては面接時に、

- 1) この事業は高等学校に時間を作ってもらい取り組みであることから、高等学校の都合も考慮に入れること
- 2) 高校生に対するプレゼンテーションが実施できることを優先して欲しいこと
- 3) 2) が難しい場合は、高校教員（1 人でも可）対象

に説明をさせてもらえる日程を探って欲しいこと

の3点を伝えた。ほとんどの学生が1) 及び2) または3) がなかった中で出身校を訪問してはいるが、課題も存在する。先に述べたように、この事業では学生が高校生に対してプレゼンテーションを行う機会が与えられることが望ましい。1年間の大学生と高校生のスケジュールから、本学が望む形での出身校訪問の実施が可能にできる時期は、8月下旬から9月にかけての時期であると考えた。このことから、この事業は学生が夏季休暇中の帰省を利用して行う活動として始めており、謝金は支払うが交通費の援助はしていない。しかし、高等学校が提示する訪問実施日が学生の夏季休暇中の帰省時期とは必ずしも一致せず、予定していた帰省時期とは別の時期に出身校訪問を実施しなければならない、あるいは学生の夏季休業中には実施できない場合もある。大学広報の側面から学部へ推薦を依頼し応募した学生が、夏季休業中の帰省とは異なる時期に出身校訪問を実施する場合の交通費の支給については議論になることもある。

4.2 高等学校の要望

先に述べたように、本学の出身校訪問は高等学校の要望で実施している取り組みではない。日常において大学生とあまり接する機会のない地域にある高等学校や、高等学校が自校の生徒に本学への進学を積極的に進めたいと考えている場合においては、日程調整もスムーズに進む。学生の日程調整に時間がかかる例として、高等学校が

- 1) 複数の学生を同一日時で行わせようと計画する場合
- 2) 本学への進学を自校の生徒に積極的に進める方針でない場合

があった。

1) については、高等学校側が複数の卒業生に呼びかけ、大学での学びや大学生活について話をさせる時間を行事予定として設定している場合と、他大学でも同様の取り組みを行っているため、1つの高等学校に複数の大学の学生から、異なる日程で申し込まれる場合があった。今までのところどちらの場合も、日程調整に時間はかかったが、高等学校と訪問学生で調整し、実施することができている。

2) については教員対象であっても実施に至らない場合もあれば、学生が根気強く依頼していくうちに、教員対象として実施できる場合もあった。実施できた学生の中には、訪問後すぐに帰らず、高校時代に接点

のあった他の高校教員を探し、その教員にも自分の大学での学びや学生生活について伝えた上で帰るなどしていた。

5 学生の成長と今後の展望

訪問学生は、学生自身の大学生活について話をする。各自が所属する学部・学科や部活動、アルバイト、実際に暮らしてみた大学周辺の様子などをまとめることから始める。高等学校との事前打合せで聴取した要望等を含め、参加する後輩に役立つ情報を収集するために、大学案内や大学のホームページ、学部案内に注意深く目を通す。そこで補えない情報については、教員、友人・知人に話を聴くなどして可能な限りの情報収集を行う。この活動を通して、学生は改めて本学についての情報収集を行い、各自の経験を通して、本学について考え、その良さをとらえ直すことができている。

また、訪問学生は、出身校へアポイントメントを取ること、実施のための情報収集、出身校訪問当日の経験を通して、多様な人とかかわっている。その過程で、「3.2 訪問学生の事後アンケート」において述べたように、人に伝えることの難しさを体験し、今後の学生生活の中でこれから更に身につけていく必要がある力を知ると同時に、今まで学生自身が注意を払うことがなかった自らの適性について気付くことができている。

学生は大学生活の中での様々な経験を通して成長していくが、出身校訪問も学生の経験を豊かにする活動のひとつであると考えられる。それと同時に、出身校訪問は大学としての広報活動の側面についての期待があることも否定できない。実際、多くの訪問学生は、後輩に対して、「ぜひ、島根大学に来て」「島根大学を選択肢のひとつにして」などの発言をしてきていた。

一方、「4 出身校訪問の課題」で述べたように、出身校訪問を継続して実施するには課題も存在する。課題の解決に向けて他大学を参考とするために、今回本学の出身校訪問と同様の取り組みを行っている大分大学、千葉大学、東京大学¹⁾の3大学に、「応募者が少ない場合に学部へ学生の推薦を依頼しているか」「実施した学生に交通費は支給しているか」について、質問をした。3大学とも、基本的には、学部へ学生の推薦は依頼しておらず、謝金の支払いは行っているが、交通費の支給は行っていないとの回答であった¹⁾。

課題への対応として、2017年度から新入生オリエンテーションにおいて、出身校訪問をする学生募集のチラシを配布するようにした。時間はかかるが4年間実施することにより、アドミッションセンターが入学者全員に対して、周知を行ったことになる。また、教育・

学生支援機構に属する教育推進センター、キャリアセンターの教員に、可能な範囲で授業において出身校訪問について紹介してもらった。

これまで述べてきたように、この事業の教育的な側面としては、訪問学生が自分自身を振り返り、学生生活の先を見据えて、必要となる力について気づくことができていること、また、広報的な側面としては、訪問学生の姿やプレゼンテーションから、本学の学生のもつ積極性や活動的な部分が高校生や高校教育関係者に伝わり、ホームページや紙面では伝えることが難しい学生の生の姿を伝えることが出来ていることが挙げられる。地道な取り組みではあるが、訪問学生へのサポートを続け、自主的に出身校訪問に応募する学生を増やすことができるように取り組みたい。

謝辞

2013年度から始まったこの事業について、当初の企画・実施では、田中均先生(2013年度の入学センター長)に、事業を継続して行くに当たっては、その後の入学センター長やアドミッションセンター長、アドミッションセンターを構成する方々にご尽力いただいています。心より感謝申し上げます。

注

- 1) 東京大学は交通費について、2016年度までは支払いがなかったが、2017年度から、遠方の学生には一部交通費が支給されている。

東京大学 HP 東京大学男女共同参画室 進学促進「在学女子学生による母校訪問」

<http://kyodo-sankaku.u-tokyo.ac.jp/activities/shingaku_sokushin/>

参考文献

菅野憲司(2009)。「千葉大学における出身高等学校訪問の現況——受験生確保を目指す理想的な取組の三年目」『第15回 大学教育研究フォーラム発表論文集』, 76-77.

<http://www.highedu.kyoto-u.ac.jp/edunet/archive_pdf/09.p076.suga.pdf> (2015年3月9日)