

# ICT を活用した主体性評価の一考察

—入試改革、入試広報の観点から—

小勝 健一 (デジタルハリウッド大学)

今般の大学入学者選抜を考える上で、学力の 3 要素をどのように評価するかは各大学の個別試験における課題となっている。デジタルハリウッド大学では 2020 年からの入試改革に先立ち、サマー・トライアウト AO 入試 (2019 年 8 月) において Adobe Spark Post という ICT ツールを活用したグループワークを実施し、学力の 3 要素、特に「主体性・多様性・協働性」(主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度) を測る試みを行った。本稿では上記の取り組みを通じて、今後の大学入試広報のあり方についても考察する。

キーワード: 入試改革, ICT 活用, 主体性評価, グループワーク

## 1 背景と目的

### 1.1 学力の三要素

2021 年 4 月入学者を対象とする大学入学者選抜改革の中で、学力の三要素の多面的評価への転換が提唱されている。学力の三要素とは、文部科学省が「変化の激しい時代において、新たな価値を創造していく力を育成する」ために必要な学力と定義したもので、①「知識・技能」、②「思考力・判断力・表現力」、そして③「主体性を持って多様な人々と共同して学ぶ態度」(以下、「主体性」) の 3 つを指す。各大学はそれぞれのアドミッション・ポリシーに基づき、個別の入学選抜においてもこの三要素を総合的に測ることで、よりよい形で受験生の資質や能力を見極めることが求められる。

デジタルハリウッド大学 (以下、本学) でも近年、学力の三要素による総合的評価の導入にあたってさまざまな準備・検討を行ってきた。本稿ではその一事例として、2020 年度「サマー・トライアウト AO 入試」について取り上げる。

### 1.2 サマー・トライアウト

サマー・トライアウト (以下、サマトラ) とは、一次選抜に「面接」、二次選抜に「夏期講習」による選抜を行い、合格後も入学までの準備期間を利用して継続的に課題に取り組む、本学独自の AO 入試である。入学までの時間を有効に使いながら入試を通じて自己成長できる試験として、2012 年度から実施している。なお本稿では紙幅の都合上、特に二次選抜の夏期講習で行われる「グループワーク」について詳述する。

サマトラは 8 月中に選抜が行われ、9 月には合否が出るため、本学を第一志望とする受験生が主な対象と

なる。グループワークを課す唯一の入試ということもあり、例年、新入生のリーダー候補が多く出願してくることもあり、本学が最も重要視する選抜区分となっている。

2021 年度から学力の三要素の総合的評価を導入するにあたりデモンストレーションの場が必要であると考えた本学では、前年度にあたる 2020 年に実施されるサマトラの「夏期講習」の内容を一新し、特に主体性の評価方法の確立を図った。

### 1.3 本稿の目的

筆者は本学入試広報担当者 (2016 年着任、2019 年より課長職) として、2020 年度サマトラ夏期講習の構築および PR 施策に取り組んできた。本稿では以上の背景を踏まえ、

1. 本学が入試改革に対してどのような姿勢で取り組もうとしてきたのか
2. 1 の動きをどのように大学広報に活かそうとしてきたのか

の 2 点を導出し、今後の入試広報研究の一助となることを目的とする。

1 については、Adobe Spark Post というアプリケーションを用いたグループワークに焦点を当て、大学入試における ICT 活用と主体性評価という観点から考察する。

2 については、入学者選抜改革初年度となる 2021 年度受験生に対する迅速かつ適切な情報提供を念頭に置いた本学ならびに筆者自身の取り組みを紹介する。入試改革に絡めたパブリシティの獲得という面からも考察する。

## 2 「入試」と「広報」の再構築

### 2.1 サマトラ夏期講習における課題

先述の通りサマトラとは「面接」「夏期講習」「課題」を通して受験生の成長を促す、本学独自の AO 入試である。一次選抜の面接を通過した学生は全員参加する夏期講習では例年、キャリアガイダンスなどの座学に加えて、1 グループ 4~6 名のグループワークを実施してきた。ただし目的としては「入学後の大学生活を疑似体験する」ことに主眼が置かれたものであり、主体性評価を行うことを意識して設計されたものではなかった。

本学はデジタルコンテンツ（3DCG、映像、Web、メディアアート等）と企画・コミュニケーション（ビジネス、広報 PR 等）を複合的に学べる 1 学部 1 学科の大学である。受験時点でプロ並みのデジタルスキルを有する者もいれば、PC 未経験ないし初心者も相当数いる。入試の公平性を鑑み、受験時点でのデジタルスキルの有無を問わないこととしている。

そのためサマトラ夏期講習も、グループワークの結果を紙やペンなどを用いてポスターにまとめる、あるいは紙のレポートとして課題提出させる、といったアナログな手法に終始していた。

筆者の課題は次の 3 点にまとめられる。

(1) 本学の開学当初からのスローガンであり、アドミッション・ポリシーにも掲げられている「すべてをエンタテインメントにせよ!<sup>2</sup>」の精神に基づき、入試も受験生が楽しめるものでなければならない。

(2) EdTech をはじめとする ICT 活用を推進する教育機関として、デジタルの名の付く大学に相応しい選抜方法を模索したい。

(3) 学力の三要素の多面的評価をふまえた入試制度を再構築しなければならない。

以上のような課題意識のもとに、新しいサマトラ夏期講習の検討を進めていった。

### 2.2 Adobe Spark Post の導入

検討の結果、サマトラ 2020 夏期講習では、Adobe 社が提供する無料アプリ「Adobe Spark Post」（以下、SP）を導入することとした。

SP は、デザイン経験のない人でも簡単に使えるグラフィック制作ツールである。テンプレートや AI によるレイアウトやカラーパターンなどの優れたサジェスト機能を持ち、スマホ感覚で誰でもプロ仕様のビジュアル（画像）作成ができる。本学では Adobe 社のソフトウェアを授業でも使用している他、SP を高校生向けの体験授業で使用した実績があった。

受験時点でのデジタルスキルの有無・高低による影響を極力減らしながら、「デジタルコミュニケーションの利活用により人類社会へ貢献する意欲のある人」を歓迎する、とした本学のアドミッション・ポリシーに沿った入学者選抜を行うことができると考え、SP の採用を決めた。広報面においても「ICT 活用」を謳うにあたって、クリエイティブ制作ツールの世界最大手である Adobe 社との産学連携による本学流の入試制度改革であることを内外に示すことで、パブリシティ獲得の面でも効果が期待できると考えた。

### 2.3 夏期講習当日の様子

サマトラ夏期講習当日の流れは次の通りである。

まず受験者は 4 名ごとのグループに分け、筆記用具、付箋、各グループに SP がインストールされた iPad、検索用の PC 各 1 台を支給した（図 1-2）。

図 1：グループワーク会場



図 2：グループワークの様子



受験生はこれらを自由に用いながら、任意の役割分担（ディレクター、リサーチャー、デザイナー、プレゼンター）を行ったうえで、他のメンバーと協働して全グループ共通の課題（「デジタルハリウッド高校の新しい校内イベントを企画せよ」）に取り組んだ。

グループ分けにあたっては、受験生に事前に自分が担当したい役割を第1～第3希望まで聞いておき、希望する役割がばらけるように配慮した上で、試験当日にグループ内で再度話し合いをした後に決定することとした。ただし役割は固定化されたものではなく、例えばディレクターがリサーチャーと一緒に調査を行ったり、チーム全員で分担してプレゼンテーションを行う、といったことに制限は加えないものとした。

最終的にはSPを用いて企画内容を1枚の画像にまとめ、ビジュアルプレゼンテーションとして表現してもらった（図3-5）。制限時間はグループワーク120分、発表各5分以内とした。

開始当初はどの受験生も緊張した様子だったが、結果的にいずれのグループもいわゆる崩壊状態に陥ることなく、終始和やかに話し合いが進んだ印象である。グループワークの様子やSPを用いた制作風景については筆者出演のYouTube（小勝2019a, 2019b）を参照されたい。

実際に作成されたビジュアルを2点紹介する。図4は「Harvest Festival（収穫祭）」と題したイベントで、生徒が自主制作した映像やゲーム、グラフィックなどを展示する秋の学園祭を企画した。図5は「SEA祭DO（シーサイド）」。デジタルハリウッド高校が海沿いに立地しているという設定のもと、海のゴミ問題について考えるシンポジウムを開催する、とした。いずれのグループもフリー画像やグループワーク中に実際に撮影した写真をうまく組み合わせて、内容的にもビジュアル的にも優れたプレゼンテーションを行った。

図3：SP テンプレート例



図4：SPを用いて制作された画像1

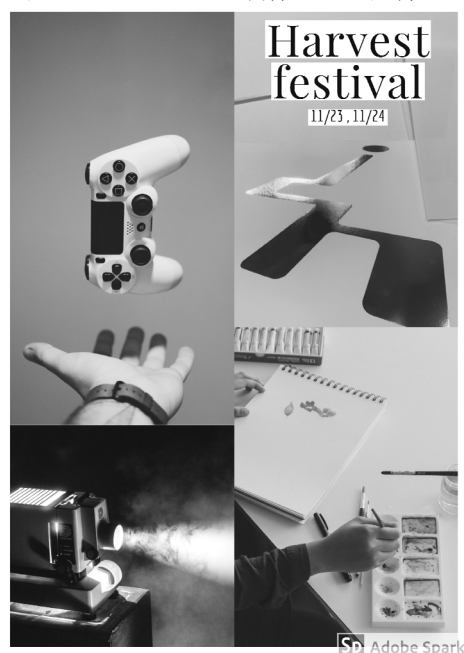


図5：SPを用いて制作された画像2



グループワークの採点は本学の教職員が行った。採点官はSPの使用を前提とした新しいグループワーク用ルーブリックをもとに評価を依頼した。他方、受験生をただ審査するだけでなく、「入試を通じて成長を促す」というサマトラ本来の目的を鑑み、プレゼンテーションへの講評を通じて受験生に対する教育的効果を持たせるようにした。なお、ルーブリックについては非公開のため本稿内では詳述できないことをご容赦願いたい。

図 6：教職員による採点の様子



受験生の主体性や ICT に対する姿勢や素養を総合的に評価することで、DHU のアドミッション・ポリシーにより合致した入学者選抜を実現することができた。なお本学では今回の経験を元に 2021 年度の入試制度設計を行っており、この点については最後（4 章）に少し触れる。

## 2.4 広報ツールとしてのサマトラ

入試改革は今や大学のブランディングに大きな影響を及ぼしている。河合塾(2019)によれば、2021 年からの新入試について「知っているが具体的にはわからない」と答えた保護者は 57.3%（前年 29.2%）、生徒は 49%（前年 29.2%）と増加しており、各大学に適切な情報提供が重要となっている。

本学が 2021 年度入試に先立ち、サマトラ 2020 夏期講習において学力の三要素の総合的評価を取り入れた理由もそこにある。1 年前から本学のスタンスを明確に示し、早めの情報提供を行うことで、受験生および保護者の新年度入試に対する不安を軽減し、出願者増に繋げることが狙いであった。

Adobe 社との連携はその代表施策である。筆者は本学内のネットワークを通じて Adobe 社の教育プログラム担当者と接触し、2019 年 5 月に「グラフィック制作アプリ「Adobe Spark Post」が大学入試に初採用」との見出しで共同プレスリリースを行った。その後も 6 月に行われた EDIX（第 10 回教育総合展）の Adobe 社ブース、7 月の Adobe Education Forum2019 にてデモンストレーションの機会を得るなど、パブリシティ獲得という点において大きなシナジーを生むこととなった。

図 7：Adobe Education Forum2019 の様子



## 3 結果と考察

### 3.1 数値

サマトラ志願者数の推移は表 1 の通りである。2020 年度の志願者数は 5 年前の 3 倍強、倍率も 2 倍となった。増加要因を特定することは難しいが、夏期講習の内容については例年、Web サイトでは募集要項では詳述せず、説明会参加者に説明する程度に留めていた。一方、2020 年度は入試改革に絡めたパブリシティを獲得するため、5 月のプレスリリース以降、オープンキャンパスや入試説明会、Web サイト上で周知を行ってきた。こうした試みが数値となって結実したものと分析される。

表 1 サマー・トライアウト AO 入試

	志願者数	合格者数	倍率
2016 年度	52	49	1.06
2017 年度	45	40	1.12
2018 年度	87	76	1.14
2019 年度	117	85	1.37
2020 年度	170	78	2.17

学内では主体性評価をはじめ夏期講習の大幅な内容変更によって、受験生から敬遠される（もしくは通常の AO 入試に流れる）のではないかとという危惧もあった。過去最高の志願者数を集めた背景には、2020 年度の AO 入試全体の志願者（612 名）のオープンキャンパス・説明会の平均参加回数が 1.4 回だったのに対し、サマトラ受験者の平均参加回数が 3.1 回と突出していたことも挙げられる。

### 3.2 パブリシティ

Adobe 社とのプレスリリース関連では 6 社（大学ジャーナルオンライン、EdTechZine 他、5 月 30-31 日）への掲載・転載があった。サマトラ実施後に筆者自身が行った事例報告として、デジタルハリウッド主催「近未来教育フォーラム 2019」での登壇（11 月 28 日）、iTeachersTV への出演（12 月 11 日、12 月 18 日）があった。後者の様子はリセマムや ICT 教育ニュースに掲載され、リセマムの記事は Yahoo!ニュースにも転載された。

翌年（2020 年）にはリクルート進学総研の「カレッジマネジメント」（2020 年 8 月 11 日）の取材があり、筆者のインタビューが掲載されている<sup>3</sup>。こうした露出をきっかけに高校教員をはじめとする教育関係者からの問い合わせが来るケースもあり、入試制度改革を大学自体のブランディングに繋げようとする当初の目的がある程度達成された。

## 4 まとめと課題

筆者自身も本学教員とともにファシリテーターとしてグループワークに参加したが、事前準備（例：試験当日の資料作成）や主体性の評価方法（例：個人評価とグループ評価のバランス）など反省すべき点も多く、これらについては今後の課題として別の機会に考察したい。本学では今回の経験を元に、2021 年度入学者選抜においても学力の三要素をより多面的に評価する手法を模索していく次第である。

サマトラ 2020 における入学者選抜の質的向上はもちろん、2021 年度の入試制度構築においても役立った。2021 年度は「オータム・トライアウト総合型選抜」と名称を変更し、グループワークは COVID-19 対応によりオンラインでの実施となったが、リオ五輪閉会式のステージ演出等で知られるライゾマティクス社とのタイアップをはじめ、コロナ禍においても迅速かつ適切な情報提供を可能にしたのは、サマトラ 2020 の経験があつてこそだと考える。

筆者自身も、アドミッション・オフィサーとしての役割を追究していきたいと考える。サマトラは、追手門学院大学「アサーティブ入試」や九州産業大学「育成型入試」と同様に、入学前から受験生の意欲と大学に対する理解を育てるよう設計されている。これをより高い次元に引き上げるには、永野（2018）のいうアドミッション・オフィサーに課せられる「3 つのミッション」、すなわち「調査・分析（入試研究を含む）」「企画・提言」「入試広報」の遂行が不可欠である。

常に「すべてをエンタテインメントにせよ!」の精神に立ち返りながら、受験生、教員、職員、そして社会が面白いと感じる、ワクワクするような入学者選抜改革に、今後もチャレンジしていきたい。

### 注

- 1) サマトラ 2020 夏期講習では「デジタルコンテンツに関する講義&設問」という筆記試験も新たに実施した。これは主に受験生の「知識・技能」を測るため、はじめにデジタルコンテンツに関する 10~15 分程度の映像講義を受け、その後講義内容に関連する選択式設問に解答するものである。
- 2) 「すべてをエンタテインメントにせよ!」(Entertainment. It's Everything.)とは、人々が幸せに生きることに貢献することを念頭において作られた本学の標語であり、本学のアドミッション・ポリシーやディプロマ・ポリシーにも明記されている。

### 参考文献

- 文部科学省高大接続改革PT(2017年1月31日).「高大接続改革の動向について」文部科学省.  
[https://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/detail/\\_icsFiles/afeldfile/2017/02/15/1381780\\_3.pdf](https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afeldfile/2017/02/15/1381780_3.pdf)
- 河合塾(2019年6月21日).「大学入試改革に関する意識調査」  
[https://www.kawaiijuku.jp/jp/news/pdf/20190621\\_NR\\_research\\_contents.pdf](https://www.kawaiijuku.jp/jp/news/pdf/20190621_NR_research_contents.pdf)
- Adobe (2019) 「アドビ、グラフィック制作アプリ「Adobe Spark Post」が大学入試に初採用」  
<https://www.adobe.com/jp/news-room/news/201905/20190530-adobe-edu-digital-hollywood.html> (2020年3月31日)
- 小勝健一 (2019a) 「大学入学者選抜におけるICT活用：DHU 「サマー・トライアウトAO入試」での実践（前編）」213, iTeachersTV.  
<https://youtu.be/QrRpqIIHDg0>
- 小勝健一 (2019b) 「大学入学者選抜におけるICT活用：DHU 「サマー・トライアウトAO入試」での実践（後編）」214, iTeachersTV.  
<https://youtu.be/Fjw6tjawBQI>
- リセマム (2019) 「大学入試におけるICT活用、デジハリ大の挑戦」iTeachersTV」  
<https://resemom.jp/article/2019/12/18/53914.html> (2020年3月31日)
- リクルート進学総研 (2020) 「看板入試「オータム・トライアウト」を軸にした2021入試設計/デジタルハリウッド大学『カレッジマネジメント』(2020年8月11日)  
[http://souken.shingakunet.com/college\\_m\\_jirei/2020/08/2021-a8e1.html](http://souken.shingakunet.com/college_m_jirei/2020/08/2021-a8e1.html)

池内摩耶(2020).「高校生価値意識調査2019/予測困難なこれからの時代」『リクルートカレッジマネジメント』**221**, 34-39.

<https://shingakunet.com/ebook/cm/221/html5.html#page=1>

川嶋太津夫(2018年5月24日).「大阪大学アドミッション・オフィサー育成プログラム」**13**, 入研協

<https://shingakunet.com/ebook/cm/221/html5.html#page=1>

PR TIMES(2020)「デジタルハリウッド大学 [DHU] 2021年度『オータム・トライアウト総合型選抜』秋の総合型選抜にライゾマティクスが技術協力」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001843.000000496.html> (2020年9月8日)

永野拓矢(2018).「アドミッション教員に課された入試業務における「三つのミッション」の意義」『名古屋高等教育研究』**18**, 55-70.

<http://www.cshe.nagoya-u.ac.jp/publications/journal/no18/04.pdf>