

リクナビ進学ブック  
進学事典 応援号

# より広くより深い学部学科研究で 満足度の高い進路選択へ

— 昭和高校(東京・都立) —

取材・文／永井ミカ



後列右から  
統括校長  
萩原 聡先生  
進路部  
千葉健慶先生  
前列右から  
進路部主幹  
西村和美先生  
教育広報部主任  
坂本 都先生

## School Data

創立1949年／普通科  
生徒数915人(男子483人・女子432人)  
進路状況(2013年度)／大学進学71.3%・短大進学3.7%  
専各進学10.5%・就職2.2%・その他12.3%  
東京都昭島市東町2-3-21  
TEL 042-541-0222  
URL <http://www.showa-h.metro.tokyo.jp>

東京多摩地区の中堅上位進学校として、「二兎を追い、二兎を得る」を教育目標の標語に掲げている都立昭和高校。学力向上とともに、2012年度より3年間を通したキャリア教育に力を入れ、さつそく、この春の卒業生の進路実現に効果が表れ始めている。

## 「先生、大学で頑張ってるよ」 卒業生の声に効果を実感

同校の教員が学校の変化を実感したのは、卒業生の姿を見てのこと。2014年3月に卒業した62期生は、数字的な伸びはもちろん、文化祭などで母校を訪れるときの姿が「イキイキと輝いている」(萩原聡統括校長)のだという。文化祭で実施したアンケートでも、進学先で前向きに頑張っている姿が見てとれた。

当時、62期生を学年主任として率いていた教育広報部主任の坂本都先生は「進路部との連携が非常にうまくいきました。特に2年生で進みたい分野や学部をしっかりと調べ、意志を固めてから3年生に進級できたのがよかった」と言う。2年生では一度低迷した全体の成績も、3年生になると盛り返した。自習室も常に満員となり、学年に活気があったそうだ。進路部主幹の西村和美先生も続ける。「学年団は学力向上で団結し、進路部はモチベーションアップのためにしかける。相互の取り組みがうまくいきました」。

## 『進学事典応援号』で 2年次での学校比較を徹底化

同校では家庭学習について調査をしているが、「行きたい学部がある生徒のほうが学習時間が長い」という結果が明確に出るといふ。そこで62期生の進路指導では、生徒の視野を広げ、そのなかから何を学びたいのかを引き出し、これからのより良い人生のために「行くべき場所」を一緒にみつめることにより重きを置いた。

2年生の2月にリクルートによる進路講演会を開催。同時に『進学事典 応援号』で徹底的な志望校検討を行った。これまで同校では、第2志望以下の選択が手薄だったという反省点がある。そこで、『進学事典 応援号』のワークシートで志望校の比較をしたり、資料請求を行いなから、第1志望はもちろん、第2志望、第3志望の学校選びにも手を抜かないことにした。また、漠然と「家から近い学校がいい」という生徒のために、少し通学時間を延ばす勇氣をもつだけで、選択肢がグ

ッと広がることも具体的に示した。「自分で調べることがとにかく大事。調べることで、探し出される将来像と、それをなし得ている自分自身への肯定感が高まります」と西村先生。その後、春休みのオープンキャンパスを経て、3年生の初めの面談で進路希望を明確にする。

「結果、第2志望、第3志望にも熱くチャレンジすることができました。卒業生たちが充実していると報告してくれることが何よりもうれしい」と坂本先生。学年団の一人だった千葉健慶先生も、「学年が団結して、励まし合い、あきらめずに進路実現に向かってくれました。モチベーションが高く、生徒たちがしっかり授業についてきている実感がありました」と言う。

「学年団と進路部が両輪となって協力し合う」といういい形ができました。今年度は校舎の新築で、進路部からの情報提供が容易になりました。教員全員で生徒の視野を広げ、情報を共有化することを徹底したいと考えています(萩原統括校長)。

## 2年生年度末からの進路指導

2月下旬	・進路講演会(進学の意義、志望校選択の意義と考え方、具体的な比較観点と方法) ・『進学事典 応援号』による演習(進路適性検査の実施、志望校検討シートの作成、志望校資料請求の体験)
3月中旬	・卒業生講演会(学びたいことが学べる学校へ進学した卒業生に大学の楽しさを語ってもらう)
3月下旬	・校外進路相談会 ・春休みオープンキャンパス案内 ・小論文特別講座
春休み	・春休みオープンキャンパス体験 ・保護者との話し合い(『進学事典 応援号』、大学パンフレット等の活用)
新年度開始時	・進路希望調査と保護者会 ・学力調査テスト ・個人面談(進学希望の確認)



今年度、校舎を新築。多目的なオープンスペースと、その奥に仕切りのない進路部を設置。プリントや冊子、プロジェクターを使って、進路部から積極的に大学情報などを発信し、生徒のモチベーションを上げていくのがねらい。別の場所に相談用の個室も用意した。