



事例

東京都市大学 (旧校名：武蔵工業大学)

小さくてもキラリと光る 大学を目指して

「武蔵」「工業」から「東京」「都市」へ

600にもものぼる私立大学のうち、戦前期に起源をもつ工学系の単科大学は数えるほどしかない。その1つが旧武蔵工業大学である。その武蔵工業大学は、2009年に、80年もの歴史を刻んだ伝統ある校名を東京都市大学と改称した。なぜ、校名を変更するのか、しなければならなかったのか。校名変更だけに焦点をあてれば、同年に都市生活学部と人間科学部という文系の学部を開設し、「工業」という名称が総合大学にふさわしいものではなく、それが理由としてみえてくる。しかし、一歩引いて校名変更の周囲に視野を拡大すると、日本の多くの大学が共通に抱えている志願者の減少という問題や、その克服を目指した様々な大学改革といった景観が見えてくる。校名変更は改革の道程の1つなのであるが、武蔵工業大学から東京都市大学となることによって、どのように変わろうとしているのか。校名変更に込められた戦略を読み解いていこう。

旧武蔵工業大学の同一法人下には、東横学園女子短期大学があった。他の女子短期大学の例に漏れずこの女子短期大学も、数年前から定員割れを起こしていた。また、旧武蔵工業大学は長く工学部1学部であったところに、1997年には環境情報学部(文理融合)、2007年には知識工

学部を開設して、理系の学部3つを擁するまでに順調に拡大してきたものの、ここ数年来、志願者の減少を避けることはできなかった。そこで短期大学を大学に合併し、都市生活学部と人間科学部の2学部を再編し、5学部からなる総合大学となることで打って出ようとした。

そこで校名である。少なくとも「工業」はまずい。ここで学長をはじめ執行部が考えたことは、単に「工業」という名称をどうするかだけではない。これを契機に、どのような総合大学となるのか、それを社会にどう知らしめるのか、という根本から校名を考えようとした。中村英夫学長は、「うちは先生の質は高い、大学の立地もよければ、施設も整備されている。経営も安定しており問題はない。しかし、そうした中身をもっていることが、社会的な評価に結びついていない。大学の名称といった外形的なものも評価には大きな影響を与える。内容を改革することはもちろんだが、それを表す形を作ることも重要だ。」と判断された。世田谷、等々力、横浜といった高級住宅地にあって交通の利便性は高い。その立地条件の良さをアピールしたい。これからは、女子学生を引きつけることが課題だ。「総合」や「国際」といった名称はすでに手垢がついている。国際的にみると「武蔵」ではイメージがわからない、できたら「横浜」も入れたい。こうした議論を重ねた結果、「東京」「都市」大学が最適ということになった。「東京」は「武蔵」の現代的また、国際的な表現であり、「都市」には、都市に立地していること、新設の都市生活学部で代表される大学教育の方向性の2つの意味を重ねている。

こう書くと、いかにもすんなり決まったようにみえるが、80年の歴史は重い。卒業生は各方面で活躍しており、同窓会の意見は無視できない。古くからの教員もこの校名に愛着をもっている。当然のように起きる反対の声に対して粘り強く説得を続け、校名変更によって起死回生を図ろうとした。



中村英夫 学長

底流にある「教育」改革

(1) 理念の具現化

校名変更に至るまでには、すでにある方向に向けての大学改革を重ねてきたという実績があり、その方向は「科学を基礎に持続可能な社会発展を目指す」という理念に収斂する。掲げた理念は、教育・研究の次元に降ろさなければ意味をもたない。理念を具現化する教育課程の編成は10年にわたって取り組まれてきた。

工学部1学部だったところに、1997年、環境情報学部が横浜に開設される。「環境」「情報」という現代社会のキーワードに対して文理融合の学際的なアプローチを試みることを目的として設置された。また、環境を扱うだけに、キャンパスも環境にこだわったエコ・キャンパスである。開設の翌98年に、日本の大学では初めて「ISO14001」の認定を受けている。

2007年に開設された知識工学部は、情報工学を基盤として未来社会のあり方を考えることを目的とした学部である。同年には、これまで工学部の各学科で個別に実施されていた、医療関連の研究を統合した生体医工学科が、08年には地球規模でエネルギー問題を扱う原子力安全工学科とエネルギー化学科が開設された。09年新設の文系2学部は、都市社会における人間の生活という観点からこの理念を追求する。

それぞれの学部・学科が、それぞれの専門の立場から、この理念を追求すべく教育課程を編成しているといっただろう。

大学の理念を大切にしている伝統は、そもそも1929年に武蔵高等工科大学として設立されたときに、「公正・自由・自

治」を掲げたことに端を発しているという。当時の社会を慮るに、「自由」や「自治」などといった言葉を正面切って理念とするような教育機関がどれほどあったらう。

(2) 学習させる大学

大学の理念を広く普及するためには、教育課程をそれに向けて編成するだけでは足りない。理念を社会に向けて発信してくれるのは、何をおいても学生だからである。理念を体現した教育を受けた学生が社会に出てそれを示すことで、初めてその理念は大学外からの社会的評価として定着する。そのためには、学生を着実に学習させる各種の装置が欠かせない。

たとえば、リメディアル教育である。理系の専門分野は学習内容のシーケンスが明確なだけに、大学入学時にある段階に達していないと次に進むことができない。工学部と知識工学部では、数学、物理、化学などの基礎科目の既修・未履修を含めてのリメディアル教育が行われている。ただ、大学教員は多忙である。そこで導入したのが社会で実績をあげてリタイアした方々を教育講師として雇用する制度である。従来の非常勤講師と異なり学内に研究室をもち、週3日ほど英語や数学・物理あるいは各種の技術を教え、それとともに卒業後のキャリアについても指導する。学生の意欲を掻き立てるといっても、大きな存在である。

入学時から学びたいことが決まっている学生が、すべてではない。そこで、工学部と知識工学部では「学群制」ととっている。複数の学科で構成された「学群」という大枠のなかで、一貫性をもって学習の幅を広げることができるような仕組みである。

学生の自学自習を促すという点では卒業研究のもつ価値は大きい。卒業研究を課さない大学が増える中、東京都市大学において卒業研究は全学部の必修である。さらに、3年次にはプレ卒業研究として事例研究を必修としていることに特徴がある。『大学案内』には、「近年の就職活動の早期化で、大学の教育期間は実質2年半ほどで終わってしまう危険性をはらんでいます。」という危機感が表明されている。そうした事態に楔を打ち込むための手段が、2年間にわたる事例研究、卒業研究なのである。

加えて、学長は、これからは英語コミュニケーションの力をつけることが不可欠になると考え、全学部横断的な、か

つ、学部から大学院にわたる英語教育のカリキュラム改革を行っているところであるという。2010年からの実施が目標だそうだ。また、学生が本当に学びたいことを学習できるよう、入学後の転科が柔軟にできる体制作りも目指しているという。

(3) 伝統と革新の両面からの研究

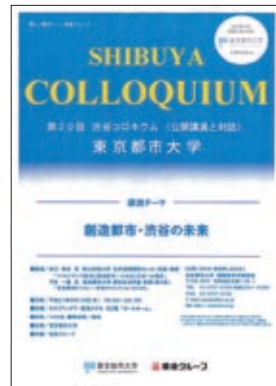
教育の改革とともに、研究もおおざりにはできない。大学が研究を充実することは、教員の力量をあげ、それは翻って学生の教育に効果をもたらす。武蔵工業大学時代からの原子力研究は有名である。その伝統と実績は、文部科学省・経済産業省の支援事業の「原子力人材養成プログラム」に2年続けて複数課題が採択されていることにあることができる。

水素燃料エンジンの研究開発は、30年以上にわたる。2009年4月には、開発された水素燃料エンジンはバスに搭載され日本では初めて公道を走行した。将来は、キャンパスを結ぶシャトルバスとして実用化することも計画されている。また、低炭素地域づくりを目指す東京駅周辺での実証実験にもこの水素バスは参加し、10月初旬の2週間、この地域を走行した。

ところで、このバスのデザインは、包括連携協定を締結している多摩美術大学の学生が担当した。これ以外にも、新たな研究領域の拡大を目指して他大学との連携による相互補完が図られており、現在、上記の多摩美術大学に加えて、室蘭工業大学、昭和大学、早稲田大学との提携が研究の活性化の原動力となっている。2007年に包括連携協定を室蘭工業大学と締結したときには、国立大学と私学との初の連携ということで話題に上った。これは2008年に文部科学省の「戦略的連携支援事業」に採択されたこ



東急グループと記された大学案内



東急グループと連携した「渋谷コロキウム」

ともあって、研究面に加えて、共通カリキュラムの作成、教員・学生の相互派遣などが計画されている。

情報発信する大学

(1) 顧客は首都圏

大学の教育研究の改革は、なかなか大学以外の社会には知られないものだ。そうであれば広報活動が必要になる。東京都市大学と校名変更したことは、広報活動によって大学をアピールする絶好のチャンスである。新聞は打ち上げ花火的な効果を持ち、駅、電車、バス広告は繰り返し目に触れることで、知らず知らずのうちに大学の知名度を高める効果をもつ。とくに重視したのは後者である。例えば、東急電鉄など東京西郊の各駅に広告を出せば、500万から600万人の目に触れるのである。こうした効果をねらって、戦略的に広報活動を行っている。

大学が何をやっているのかを、具体的に発信することも重要である。その1つに「渋谷コロキウム」という公開講座がある。現代社会における問題をテーマに、年間4回程度、学内外の講師2名による講座を開き、すでに20回を数えるまでになった。大学のもつ知的資源を地域社会に提供することを目的としているが、こうした活動を通して大学を一般社会の人々に知ってもらえるという効果がある。

これら広報活動が、大学を中心とした一定の地理的範囲内の情報発信であることには、理由がある。それは大学が立地している地域の人々に、大学を知ってもらうという目的だからである。その戦略の背後には、「都市」の特徴ある大学であろうとする大学のポリシーがある。

大学案内には、「東京都市大学は規模の拡大を目指しているわけではなく、小さくてもキラリと光る特色ある大学」を目指すと言われている。5学部の総合大学になっても、1学年の入学定員は1500名ほどである。できるだけ優れた1500名を集めるための場としては、首都圏の3300万人は小さくはないという判断がある。こうした方針にもとづき、高校への広報についても、東京、神奈川をはじめとする首都圏を中心に、静岡、長野あたりまでの範囲に限定し、この大学で学びたいという強い意志をもつ学生を集めたいという。

(2) 東急グループのメリットを生かす

東京都市大学を運営する学校法人は五島育英会であり、五島育英会を支えているのは東急グループである。五島育英会を媒介にした大学と東急グループとの関係については、これまでは少々距離が置かれた状態であったようである。しかし、近年では積極的に東急グループとの関わりを打ち出しており、大学案内などの印刷物の右肩にある「美しい時代へ—東急グループ」というコピーはそれを象徴している。

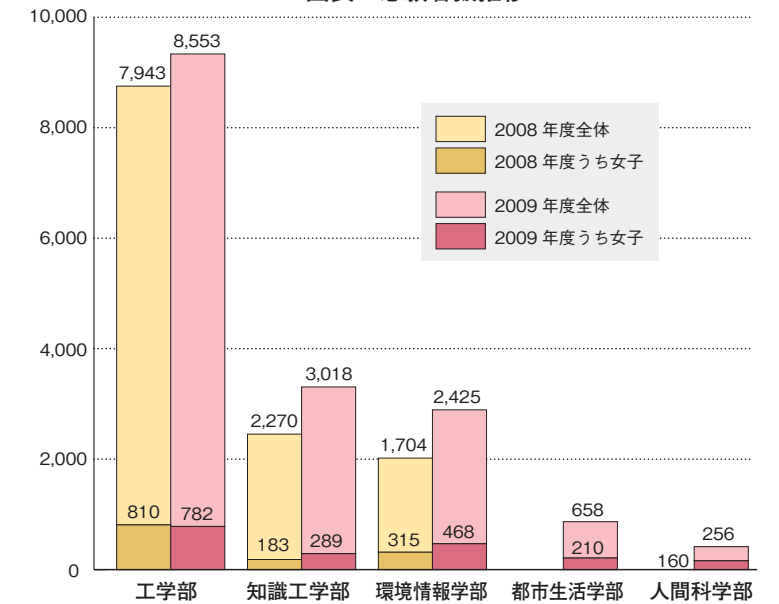
東急グループから大学に対する直接の財政支援はないものの、様々なバックアップは大きな意味をもっている。前述の「渋谷コロキウム」は、東急グループとの連携のもとに実施され、主催は大学であるが、東急グループは共催の立場にあって場所の提供や広告を担当している。また、今後は東急グループの各社の協力を得て学生のインターシップを実施することが計画されており、それは将来、学生の就職先の選択肢が増える可能性があるという点でもメリットは大きい。他方、東急グループにとっては、大学のもつ知的・文化的イメージが企業イメージのアップにつながるという。この互恵的な関係を維持していくためにも、大学は教育・研究に力をいれねばならないと、学長は話される。

慎重に、しかし、着実に

校名変更の結果、2009年度の志願者は前年に比して25%も増加した(図表・新学部を含む)。また、今回の「進学ブランド力調査」では大学のイメージ調査の結果も上昇した。校名を変更することによる一定の効果はあったとみてよい。しかし、学長をはじめ関係者は、この結果を手放しでは喜んでいない。将来的にも定員を増加することは考えてはいないそうだ。きわめて慎重である。

ただ、今後の方向として、もっと女性をターゲットにしてアピールしたいと考えられている。確かに、武蔵工業大学時代は工業=男子というイメージであり、2008年の時点で学部学生に占める女子の割合は13%でしかない。都市生活学部、人間科学部の新設で女子が増えたとはいえ、やは

図表 志願者数推移



り男子学生が圧倒的に多い。それは、女子というマーケットを開拓していないことになる。東京都市大学となったことで、女子中高生に対しては一層積極的に情報発信に力を入れることが課題である。そうすることで工学という硬いイメージは打破されて大学イメージは向上するであろうし、大学としてはより大きなマーケットから学生を集めることができると考えられている。そのためには、女性研究者を積極的に雇用し、女性のキャリアを支援することが必要であるという。

一步一步、着実に足元を固めていくこと、こうした方針が徹底している。ここまでの道程は、確かに、中村学長のリーダーシップによるところが大きい。それを受け入れてきた教職員の存在も同様に大きい。「教職員からの反発はありませんでしたか」という筆者の質問に、「そりゃ、いろいろあります。しかし、筋を通して話せばそれが理解されて通っていくのが大学というところなんです。そういう点で、大学とはフェアな場です。」と学長は言われる。また、学長は、学生も教職員も、東京都市大学に所属していることに誇りをもてるようにすることが最終的な課題だと話される。確かに、それは重要だ。様々な教育改革はそのためのものであり、「小さくてもキラリと光る大学」とは、そうした大学を意図しているのである。校名変更はその目標に一步近づいたための改革であり、初年度の結果はまずまずとあってよい。

■ (吉田 文 早稲田大学教授)