

今こそ読む この1冊

潮木守一

名古屋大学・桜美林大学名誉教授

中村高康 著

『大衆化とメリトクラシー』

——教育選抜をめぐる試験と推薦のパラドクス』

(2011年 東京大学出版会)

なぜ推薦入学が普及したのか

現在私立大学入学者のうち、4割までが推薦で入学している。これはすべての私立大学をまとめた数字だから、なかには入学者の半数以上が推薦入学者というケースもあるのだろう。いったいどうして推薦入学がこれほどまでに普及したのか、その理由を明らかにするのがこの本の狙いである。学力試験

によらず、高校からの推薦によって入学者を決めるべきだとする議論は、古くからあった。高校側は「大学入試といった一発勝負よりも、高校が3年間かけて丹念にみてきた調査書のほうがよほど信頼できるはず」と主張してきた。そのたびごとに大学側は、あるときは「同じ評点でも高校間で格差がある」といったり、「それでは浪人に不利になる」といったり、またあるときは「受験競争の日常化を招くだけ」といった恫喝まがいの理屈で拒んできた。当の高校生たちは「普段の成績で合否を決めてくれたほうが、よほど納得がゆく」と言ったり、紛争中は「あんな教師たちに俺たちの将来を決められてたまるか」と反対した。

推薦よりも試験のほうが公平。これは不動の鉄則だった。ところがいつの間にか推薦入学が増えた。著者は「エリート高校→エリート大学」というコースを「エリート選抜」といい、「エリートではない高校→エリートではない大学」への選抜を「マス選抜」と呼んでいる。そしてこの「マス選抜」の方式としてよく使われているのが、推薦入学だという。この本ではどういうランクの高校の、どの成績ランクの者が、どのランクの大学に、推薦入学しているのかを詳細に調べている。さらにはもともと大学進学など頭になく、とりあえず高校まで来た高校生が、どういうきっかけで大学進学へと進路を変えたのか、それはどのランクの高校で多いのか、校内成績がどの程度なのか、だれの言葉が一番大きな影響を与えたのか、などなどを詳細に調べている。大学についても、ランクごとに



一般入試、推薦入試、AO入試といった区分ごとに、入学者の割合を調べている。当然のことながらトップ・ランクの大学では8割以上が一般入試で入ってきている。そうではないランクの大学では、一般入試で入ったものは27%で、47%が推薦入学といった例も紹介されている。

経営戦略としての選抜

しかしこの研究では、肝心な視点が一つ欠けている。推薦入学の拡大は、大学の経営上の戦略だという視点である。あらためて断るまでもなく、あるレベル以下の大学ではとうてい一般入試では学生を集められない。だから推薦入学に頼る。問題はその頼り方である。「このレベルの高校から、このレベルの成績の者を今年一人入れておけば、来年はお客を連れてくるだろう」。それが経営戦略というものである。つまり選抜しながら同時に、次年度向けの勧誘メッセージを発している。次年度になれば「あの程度の成績で大学にいけるなら」といって「友連れ進学」が増える。こうして進路多様高校でも大学進学率が高まる。大学からも甘くておいしい勧誘があったことだろう。進路指導の教員から「この程度の大学だったら入れるよ」といったアドバイスもあったことだろう。

マス選抜者の4年後の運命は

しかし一番肝心な点は、こうして大学進学を果たした者が、4年後どういう運命を迎えたかである。高卒就職の道が狭まったとはいえ、探せばどこかに就職できた者もいたことだろう。しかしこうして大学(それも名の通った大学とは限らない)に吸い寄せられた結果はどうだったのか。ハッピーだったのか、「しまった!」と後悔したのか。それを明らかにしない限り、推薦入学の実態は明らかにはならない。