



## 学部名称の数が670\*を超える時代の進路選択

# 多様化・複合化する学部・学科から 生徒に合う進路を探す視点

大学の学部・学科は、その名称も学べる内容も多様化、複合化が進んでいる。学部名称の数は670を超え、学科名称は当然それを上回る。受験生にとって「選択肢が増えた」と肯定的にとらえることもできるが、一方で「名前だけでは何を学べるのかがよくわからない」といった困惑の声も挙がっているのも事実。このような時代の学部・学科選択で大切になるのは何なのだろうか。

取材・文／伊藤敬太郎

※文部科学省「令和5年度学校基本調査」より

### ● 学部・学科の多様化に「わかりにくさ」を感じる先生も増えている

かつては、大学の学部名といえば、文学部、経済学部、法学部、教育学部、理学部、工学部、医学部など特定の名称に限られていた。しかし近年は、学部・学科の多様化が一気に進んで

いる。それに伴って個性的な名称の学部も増えてきた。例えば、文化構想学部、社会共創学部、ソーシャルシステムデザイン学部、シテライフ学部といった学部名称を見て、何を学ぶかをすぐにイメージできる人は多くはないだろう。

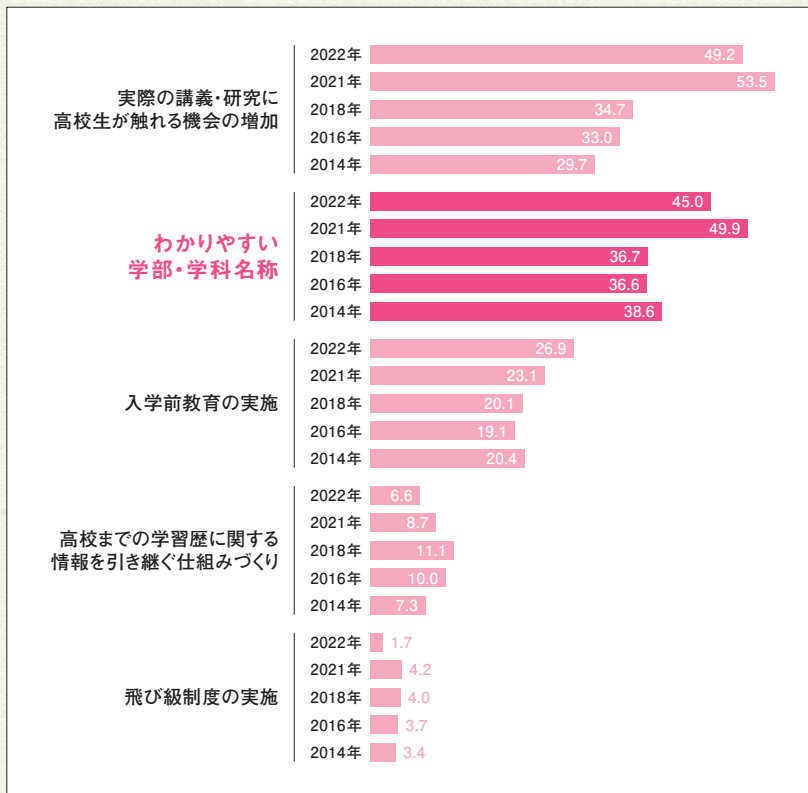
昨今のこのような傾向を、高校の先生はどのようにとらえているのだろうか。図1は、リクルート進学総研が高校の先生を対象

に行ったアンケートだが、「入学前の段階で大学・短期大学に期待すること」として、「わかりやすい学部・学科名称」が2018年以降毎年37～50%と数多く挙がっている。それだけ現場の先生が「わかりにくさ」を感じていると推測される。

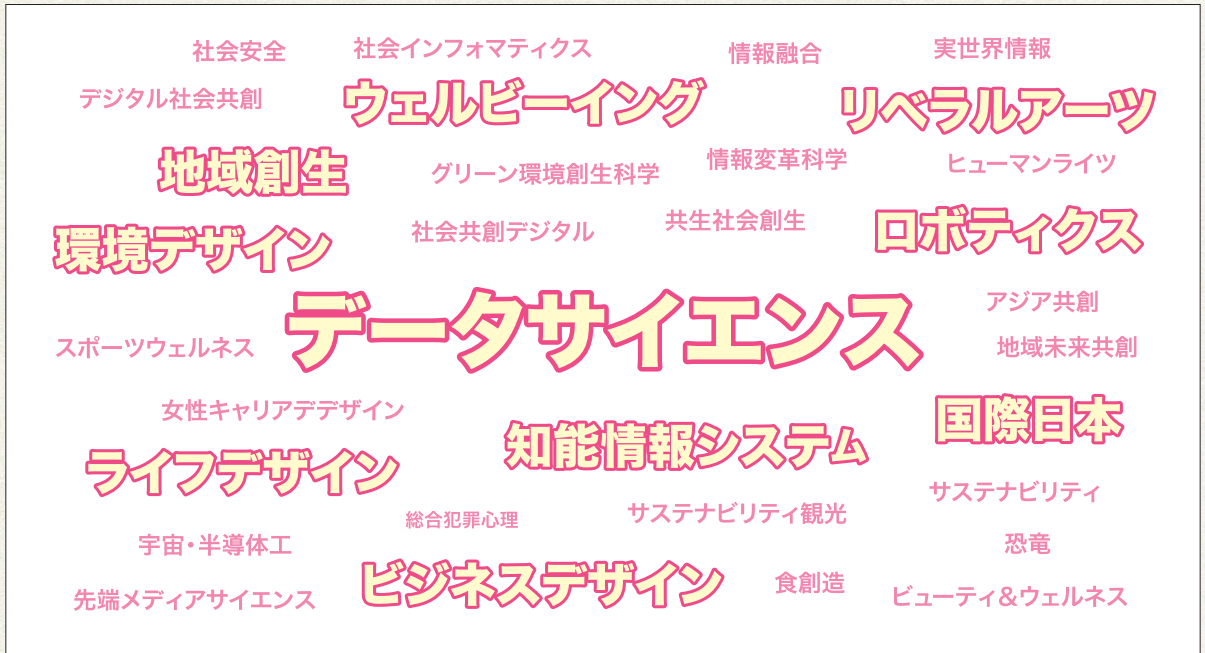
では、専門家はこの状況をどのように分析しているのだろうか。『大学入試改革対応！ミスマッチをなくす進路指導』（ぎょうせい）、『看板学部と看板倒れ学部』（中公新書ラクレ）などの著書がある、“進路づくりの講師”、高大共創コーディネーターの倉部史記氏は次のように解説する。

「1991年に大学設置基準が改正され、学部名称に関する規制が大幅に緩和されました。これをきっかけに、それまでにはなかったタイプの学部・学科名称が続々と生まれることになりました。当初は『政策』『環境』『情報』といった名称の学部・学科が人気でしたが、これも時代によって変化していきます。その後は『国際』『グローバル』『文化』『地域（もしくは地域○○）』

図1 〈入学前について〉高校の先生が大学・短期大学に期待すること（複数回答）



出所／リクルート進学総研「高校教育改革に関する調査2022」報告書  
※「大学・短期大学に期待すること」の調査結果から一部抜粋



『マネジメント』などが目立つようになり、ここ1～2年は『データサイエンス』への注目度が高まっていますね。これは、社会の課題が複雑化し、それまでの学問だけでは対応できなくなってきたことから、必要不可欠な変化といえます。社会の変化に合わせて大学が提供する教育も変わらざるを得なくなっているのです」

● **学ぶ内容の「細分化」や「複合化」が進む。  
文理融合の学びが珍しくない時代に**

ここで具体的にどのような名称の学部・学科が登場しているのかを確認しておこう。図2は、近年に新設された学部・学科のうち、従来なかったタイプの名称をピックアップしたもの。増加が目立つキーワードはやはり「データサイエンス」で、そのほか「ライフデザイン」「国際日本」「ロボティクス」「知能情報システム」「リベラルアーツ」「ウェルビーイング」など、情報・デジタル系が強いとはいえ、非常に幅広い分野から新規性の高い名称の学部・学科が生まれている。

さて、ここまでは学部・学科の名称について論じてきたが、以降は、その教育内容の多様化も含めて分析していきたい。

名称も内容も合わせた大きな傾向の一つは「細分化」だ。例えば、「データサイエンス学部(学科)」が増えているのは前述の通りだが、「ソーシャル・データサイエンス学部」「健康データサイエンス学部」「フードデータサイエンス学科」といったようにジャンルをさらに細分化した学部・学科も増えている。その他のジャンルでも同様の傾向がある。これに関しては、社会の当該分野でまさにピンポイントで人材が必要とされている状況に対応して新設されていることが多い。

「また、名称は同じ『データサイエンス学部(学科)』でも、生命科学系のデータサイエンスに力を入れている大学もあれば、経済系のデータサイエンスに力を入れている大学もあり、非常に多様です。名称だけでなく、中身も多様化・細分化が進んでいると考えたほうがいいでしょう」

もう一つの大きな傾向が「複合化」だ。特に新設され、一からカリキュラムを組み立てることが可能な学部・学科においては、文理の枠を超えて、複数の学問分野を融合・横断した教育を大胆に導入しているケースが目立つ。「リベラルアーツ」のように、そのものズバリの学部・学科もあるほか、地域系、環境系、さらに前出のデータサイエンス系などの学部・学科もそのような教育に取り組んでいるケースが多い。

「これに関しても、世の中の課題が複雑化し、一つの専門分野の発想だけでは対応が困難になっているということがその背景にあります。例えば、環境問題一つとっても、地球温暖化の原因の一つに森林伐採があるという因果関係を突き止めるのは理系の専門性ですが、森林伐採がなぜ起こるかという、途上国の雇用など経済的な問題が出てくる。もちろん環境問題に限らず、問題を俯瞰してとらえるには、文理を超えた複合的な専門性がどうしても必要なのです」

文系か理系かははっきりしていないと生徒に勧めにくいと感じる先生もいるかもしれないが、倉部氏は、分野の複合化は肯定的に受け入れるべき傾向だと語る。

「そもそも高校生の文理選択というしくみ自体が限界に来ていくということではないでしょうか。現状の文理選択は、“文系を選べば数学はやらなくていい”“理系なら英語が多少苦手でもなんとかなりそう”と嫌いな科目、苦手な科目を軸に考えてしまいが

図3 最近5年間の新増設学部志願状況

開設年度		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
2019年度 42校 53学部	志願者数(人)	69,781	61,733	52,277	51,183	52,087
初年度募集人員7290人(7230人)	志願倍率(倍)	9.7	8.6	7.2	7.0	7.2
2020年度 45校 55学部	志願者数(人)		89,363	72,167	66,301	62,889
初年度募集人員9164人(9124人)	志願倍率(倍)		9.8	8.0	7.9	7.1
2021年度 36校 45学部	志願者数(人)			37,066	38,958	36,728
初年度募集人員6073人(5953人)	志願倍率(倍)			6.2	6.5	6.3
2022年度 28校 40学部	志願者数(人)				67,930	47,530
初年度募集人員5552人	志願倍率(倍)				12.2	9.3
2023年度 47校 60学部	志願者数(人)					50,885
初年度募集人員7605人(7375人)	志願倍率(倍)					6.9

出所/リクルート進学総研「2023年度入試実態調査」報告書

※ 初年度の募集人員は、各年度回答のあった大学の集計であるが、各年度の志願倍率は募集人員・志願者数共に公表の大学のみ集計の対象としている。

※ 対象校をそろえた同一校の各年度志願者数・志願倍率を集計している。

※ ( )内は回答がなかった学校、非公表を除いた数値。

ちです。しかし、社会に出てからデータを扱う必要に迫られ、「学生時代に数学を学んでおけばよかった」と後悔している文系出身のビジネスパーソンが大勢いるように、早期に苦手科目を捨ててしまうことにはリスクもあります」

つまり、入試の先にある大学の学びや社会での活躍を目指すうえでも、多様化する学部・学科の中からより自分の将来につながる選択肢を選ぶためにも、高校で分野横断的な学びにも対応できる基礎を作っておくことが大切だということになる。

なお、大学が新規性の高い学部・学科を新設する背景には、当然、より多くの受験生を集めたいというねらいもある。図3を見てほしい。2023年度の全大学を平均した志願倍率は7.1倍(文部科学省調べ)だが、それに対して新設の学部は実績や知名度がないにもかかわらず、全体の平均に近い、ときにはそれを上回る倍率となっていることがわかる。それだけ受験生の新設学部への関心は高いと見ていいだろう。

では、このように多様化・複合化が進んでいるなかで、高校の先生は生徒の大学選び、学部・学科選びに対してどのようなアドバイスができるだろうか。

「昔からある経済学部、法学部、工学部などであれば、その学部で何を学ぶかを大まかに説明することはできたでしょうが、今、これだけ多様化した学部・学科に関して、先生がすべてを把握して生徒に説明することは不可能です。生徒自身が自分の興味関心に従って調べることをいかに後押しし、サポートするかが重要になってくるでしょう」

今は、総合的な探究の時間などを通して、生徒が地域や社会にある現実の問題に目を向け、なんとかしたいと思う機会が

増えている。ほかにも例えば、アニメが好き、スポーツや子どもにも興味があるといった興味・関心、自分の「ワクワクする気持ち」を軸に、それにマッチする学部・学科を生徒が主体的に探すことが何よりポイントになる。その軸をまったくもたずに学部・学科選びに入ってしまうと、多すぎる選択肢に混乱してしまうリスクもあるからだ。「まずは早めに、気になる大学・学部・学科があれば手当たり次第に調べてみることを後押ししましょう。大学のWebサイトには多くの情報が掲載されていますし、新設の学部なら専用のサイトが作られていることも多い。大学のパンフレットもあまり絞らずにどんどん取り寄せてみる。そうして情報量が増えていけば、それだけ判断の材料も増えますし、新たな興味・関心の対象が見つかることもありますから」

### ○ オープンキャンパスなどで深く調べれば新設学部・学科の“本気度”が見える

ただ、この段階でも学ぶ内容の詳細まではわからない。そこで、倉部氏は気になる大学・学部があれば、積極的にオープンキャンパスに足を運ぶことを推奨する。

「模擬授業に参加すれば、新しい分野の学びの面白さを実感できますし、わからないことがあればどんどん質問してみるといいでしょう。同じジャンルの学部で別の大学も気になっているときは、『〇〇大学に似た名称の学部がありますが、どう違うのですか?』などと聞いてもいいと思います」

なお、新設の学部は、アクティブ・ラーニング型の授業や、企業や地域と連携したPBL、研究室に所属しての研究活動などに1、2年次の早期から取り組むことで「学ぶモチベーション」を高める工夫をしているケースが多いのも共通して見られる特徴の一つ。このような点もチェックしておきたい。

「新しい学部・学科は、卒業生の就職実績などもなく判断の材料が少なく感じられるかもしれませんが、カリキュラムの充実度や学び方など、深く調べていけば大学の“本気度”がわかってきます。新設といっても、場合によっては既存の学部・学科の看板を掛け替えただけということもありますから、その点の見極めは非常に大切です」

学部・学科の新設に本気で取り組むのは大学にとってもパワーが必要なこと。だからこそ、大学の「思い」の強さが細部に表れる。この見極めは先生がサポートできるポイントの一つだ。