

ブランドの変遷を左右してきた4つのドライバー



Driver 2 将来のキャリアを見据えた学びのサポート

就職という点ではなく、人生100年時代に社会に出てから活躍できる力をどう身につけるか

高校生の重視項目で、常に上位に入っている項目が「就職が有利」「資格取得に有利」「卒業後に社会で活躍できる」「将来の選択肢が増える」といった、卒業後のキャリアを意識した項目である。どちらかという、男子は「就職」、女子は「資格取得」を重視する傾向があるといった違いはあるが、大学卒業後のその先を見ているという点では変わりはない。

卒業後のキャリアを考える際に大きく3つのポイントがあると思われる。

1点目は、卒業時に何ができるようになるのかといった学修成果を気にするようになってきていることである。大学

入学者選抜が多様化して、総合型選抜や学校推薦型選抜による入学者が約半数を占めるようになり、その大学で学ぶ目的を明確に問う時代においては、入学時の偏差値だけでなく、何を学び、何が身につくのかを高校生にも分かりやすく伝えることがより重要になってくる。昨今、新卒採用においても、ポテンシャルを重視する日本型の「メンバーシップ型」採用に加えて、特定の職種を限定して採用する「ジョブ型」採用や、スキルや経験をもとに学生個人に企業が直接アプローチする「スカウト型」採用等が、徐々にだが着実に広がり始めており、学修成果の可視化はこれからま

ずますます重要になってくると考えられる(参考:図1)。

2点目が、サポート体制である。就職率や資格取得率だけではなく、なぜ就職率が高いのか、資格が取得できるのかという理由をしっかりと見せていくことである。特に女子はサポート体制を気にかけている。オープンキャンパスでの説明時間について、女子は男子の2倍時間がかかるといわれている。男子は、その大学や学部一般的な就職率や就職先を聞いて納得してしまうケースも多いが、女子はなぜ資格の合格率が高いのか、どのようなサポートがあるのかといった、「私」がどうなるのかといった視点での説明が重要なのだそう。メンター制度やピアサポート、Wスクール等、サポートが分かりやすく表現されている大学の支持が高くなる傾向がある。

地域社会や産業界との連携したプログラムが広がる

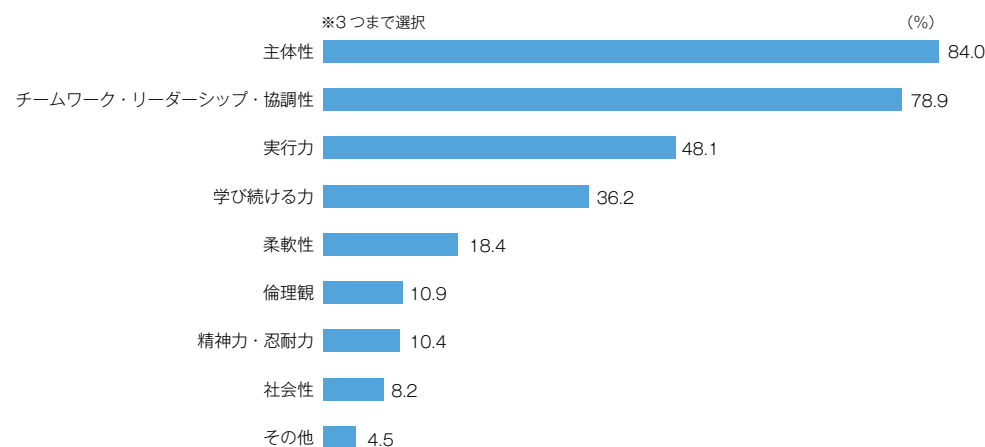
3点目は、人生100年社会のなかで、単に就職という点

ではなく、卒業後に社会で活躍できる力を身につけられるかといった点である。注目されているのは、企業や地元産業界、地域社会との連携によって、社会で求められる資質・能力を育んでいこうとするものである。正課のPBLやインターンシップ、ボランティア、正課外活動等様々な取り組みがされているが(参考:図2)、重要なのは学生個人ではなく、大学がプログラムとして実施し、学生へのフィードバックやリフレクションを通じて、学生に目的や成果を自覚させることである。2022年には「採用と大学教育の未来に関する産学協議会(産学協議会)」が学生のキャリア形成支援活動を類型化し、インターンシップの定義を見直して推進することを明確にしている。こうした動きにより、大学と地域・企業・コンソーシアム等が連携したキャリア形成プログラムが、より前向きに実施されることが想定される。新たな動きを大学がうまくキャッチアップできるかどうか、今後のブランド力向上の要因となりそうだ。

(文/小林 浩)

図1 企業が大卒者に特に期待する『資質』は何か

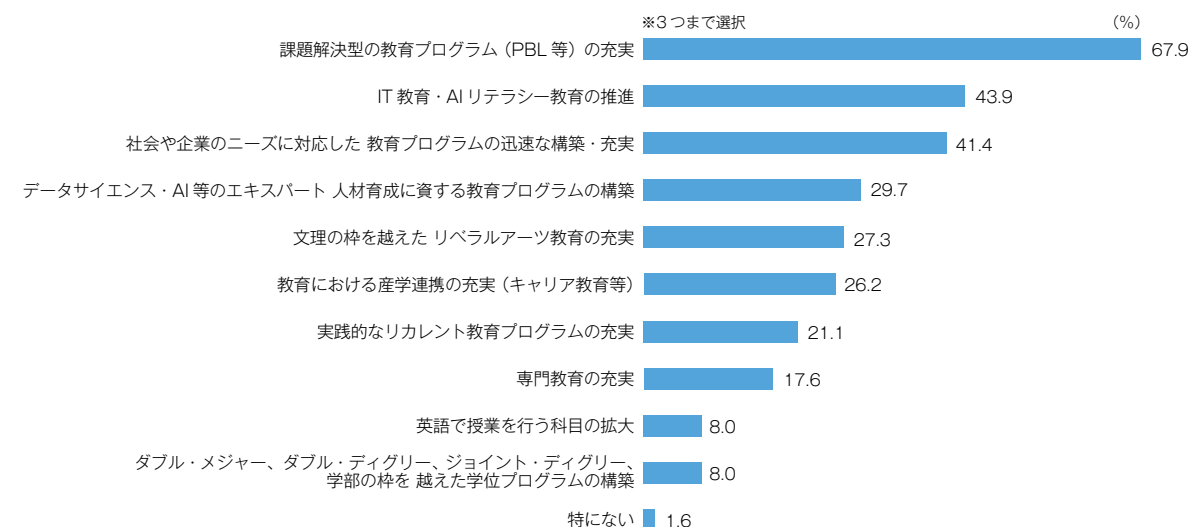
「主体性」、「チームワーク」、「実行力」に続いて、「学び続ける力」と回答した企業が約4割に



出典：日本経済団体連合会「採用と大学改革への期待に関するアンケート」2022年1月

図2 企業は大学の教育プログラム面でどのような改革を期待しているのか

「課題解決型の教育プログラム(PBL)」がトップだが、「IT・AIリテラシー教育の推進」が4割超に



出典：日本経済団体連合会「採用と大学改革への期待に関するアンケート」2022年1月