

大学経営を変える「リアルタイム授業評価システム」

鈴村賢治

4校に1校で志願者数が定員数を下回るなど、大学・短大の経営環境が激変しており、いかに差別化を図っていくかが生き残りの鍵となっている。野村総合研究所（NRI）は、携帯電話を使って授業評価を行い、学校経営、教育現場に変革を促すことができる「リアルタイム授業評価システム」を開発した。学生のニーズや意見などの「声」を吸収することで、教員評価や具体的なカリキュラム編成につなげていくことができる。今後は、企業や地域の期待に応える大学に向けて、「ステークホルダー（利害関係者）の声」を活用することも考えていく必要がある。

顧客視点に立った学校経営という発想

今日、大学や短大の経営を取り巻く環境は激変している。

少子化などにより、2004年度には大学の4校に1校で志願者数が定員数を下回った。2007年度に

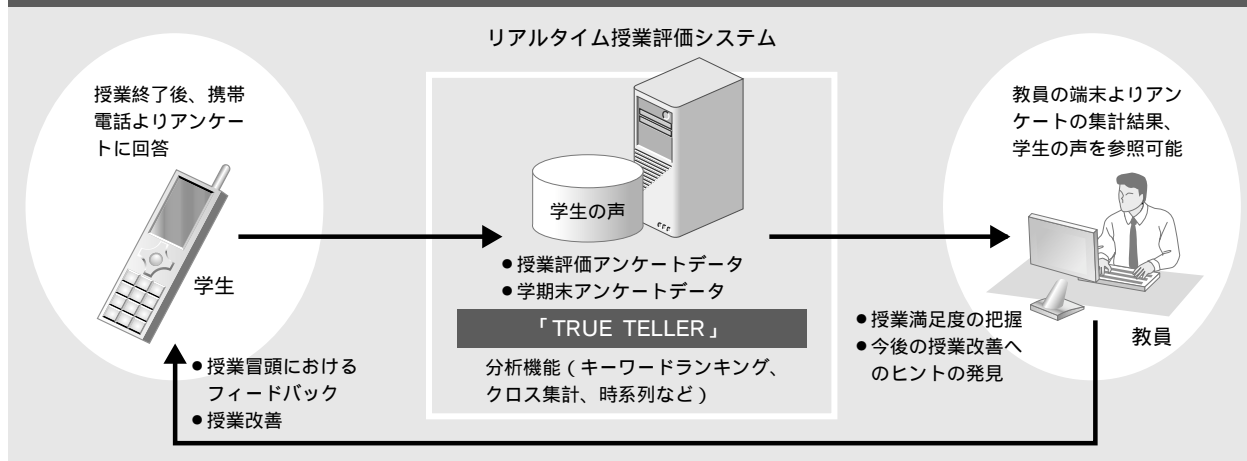
は、大学・短大の志願者数と入学人数が一致するといわれており、進学を希望すれば誰もが大学・短大に進学できるという「大学全入時代」が間近に迫っている。すでに、大学は学生を「選ぶ」立場から「選ばれる」立場に変わってき

ており、それぞれの大学が、教育および研究内容の質を問われてきている。

また、大学教育の活性化を目的とした大学間の競争制度も導入されている。そのため多くの大学・短大は、学生の確保と教育の質の向上に対し、強い危機感を抱くようになっている。たとえば、これからの大学は、国際競争力を支える、個性的で多様な人材を育成できる存在へと変貌していかなければ、もはや生き残ることは難しいとさえいわれている。

日本経済新聞社が2004年12月に全国の国公立大学の学長を対象に行った「全学長アンケート」の結果によれば、大学の経営課題として、「大学の特色の明確化」がトップにあげられている

図1 「リアルタイム授業評価システム」のイメージ



(61.1%)。そのために欠かせない「教職員の意識改革」と「教育カリキュラムの改革」も、緊急の課題となっている(『日本経済新聞』2005年1月8日)。

こうした課題に対して、日々の授業やカリキュラムの改善のために、学生のニーズを早い段階でとらえようとする取り組みに着手する大学も出現している。すなわち、「学生＝顧客」「授業＝商品」ととらえ、商品(＝授業)の売れ筋(＝学生ニーズ)を把握し、品ぞろえ(＝カリキュラム)の継続的な拡充を行っていくために、「学生の声」に着目した授業評価を行っている。

この大学のために、NRIは「リアルタイム授業評価システム」の構築を行った。これは、携帯サイトでアンケートを実施・回収するもので、「学生の声」を含む授業評価結果を教職員にリアルタイムでフィードバックできるシステムである(図1)。

「リアルタイム授業評価システム」は、NRIのテキストマイニング(テキストのデータ解析)システム「TRUE TELLER」(真実を語るの意)を核としており、「今後の授業の改善点」や「印象に残ったキーワード」など、学生の自

由記述を分析して、具体的な改善のヒントの発見に役立てることができる。

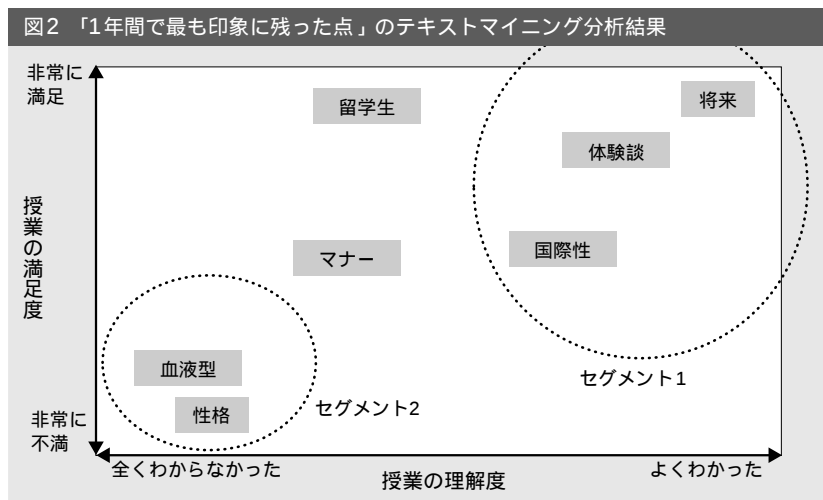
自由記述のデータ解析の実際

図2は、「1年間の授業で最も印象に残った点」という設問の回答(自由記述)を、授業の満足度と理解度という定量評価の結果と合わせて、テキストマイニングで分析した結果を示したものである。

同じ授業を受けても、理解度と満足度が高いセグメント1の学生と、理解度も満足度も低いセグメント2では、印象に残っているキーワードに明らかな違いがある。学生のやる気や興味のレベルにより、興味を引く情報、知りたい情報が違うことを示す例である。

すなわち、セグメント1の学生では、「将来」や「体験談」「国際性」についての話題が印象に残っており、「将来海外での生活をした」と考えていたので、海外での体験談が非常に参考になった」などの意見が多かった。一方、セグメント2の学生では、「血液型」「性格」といったキーワードが目立ち、「余談であった血液型別の性格分析が面白かった」ようである。

この分析から得られる改善のヒントとして、授業レベルについては、特に海外での体験談や留学生との交流を増やすことで、よりグローバルな視点を育成していくことが考えられる。また学校レベルについては、前向きな学生のニーズに合ったカリキュラムを別途設



けるといった対応が考えられる。

このように、テキストマイニングを活用すれば、満足度が〇点、理解度が 点といった単純な評価だけでなく、自由回答欄に書き込まれる「学生の声」から、より具体的な改善策を発見することが可

能となる。

携帯電話を活用したリアルタイム処理の実現

従来は、学期末に授業に関するアンケートを行っており、こうした分析の結果が得られたとして

も、次年度以降にならないと改善に着手できなかった。すなわち、従来の運用方法では、運用や集計・分析の負荷などから、フィードバックが遅くなるため、実施のタイミングを逃している。

しかし、早い時点で教職員が学

図3 携帯サイトでのアンケートと教職員向けの結果参照画面のイメージ

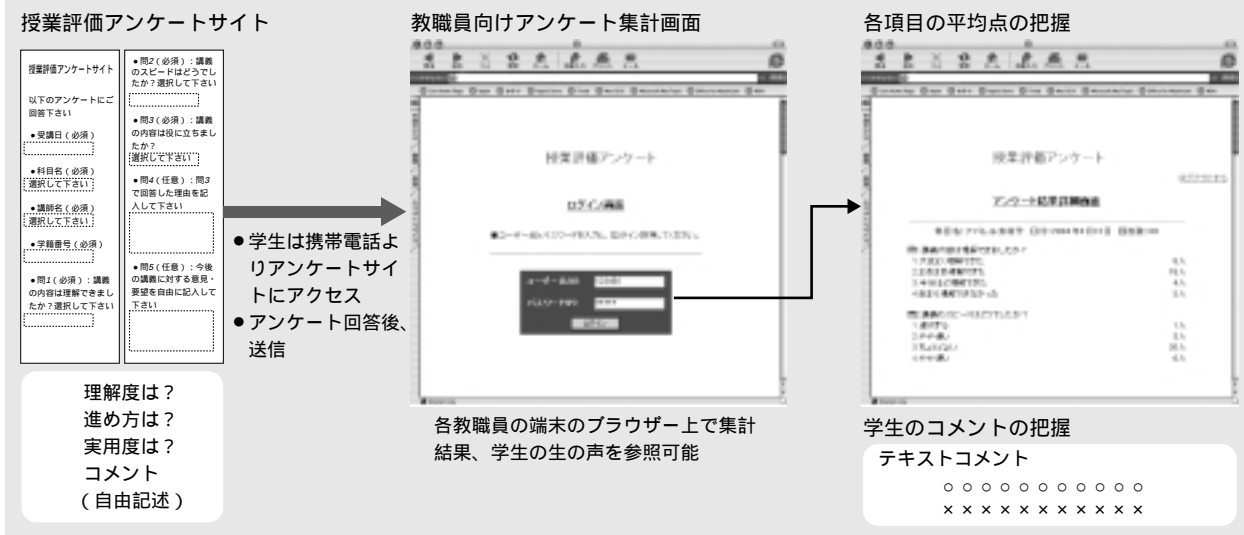
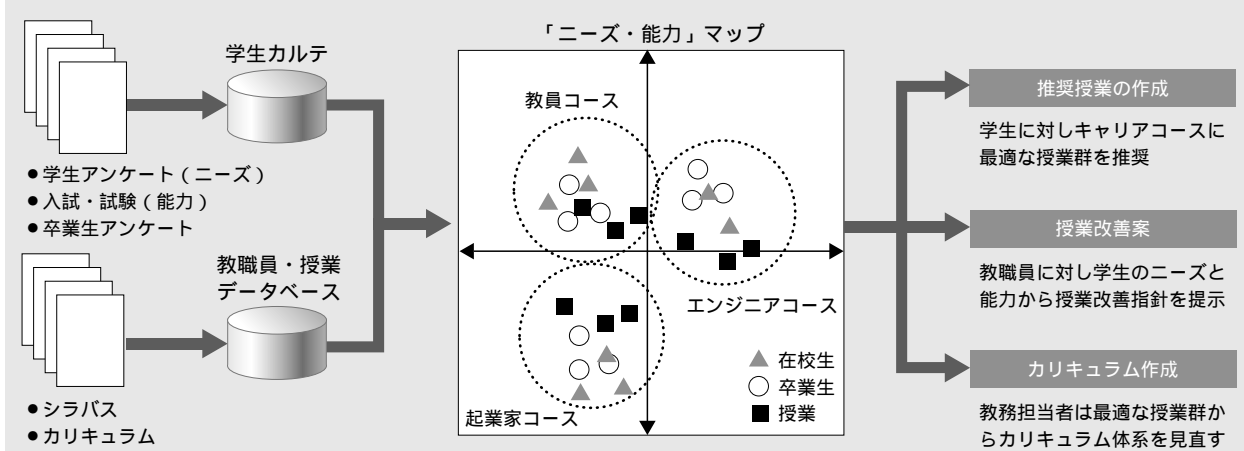


図4 学生のニーズ・能力に合わせた最適カリキュラムの推奨イメージ



生の興味のポイントを認識することができれば、その後の授業の進め方や、強調すべき内容を変更することが可能となる。そこで考えられたのが、若者への普及率が高い携帯電話の活用である。

授業が終わると、学生は携帯電話を取り出し、授業評価アンケートに回答する。回答や学生の声はリアルタイムに処理され、教職員が自席に戻ったときには、集計結果を確認することができる。授業の評価がリアルタイムで行え、学生から寄せられる意見から具体的な授業改善のヒントが発見できるわけである。

アンケートの設問は、選択式の定量項目や自由記述欄などを任意に設定できる。また、集計された結果は、教職員向けウェブ画面上で一覧で確認することができる(図3)。学長をはじめとする経営層は、授業(教職員)別の評価の比較、要望および不満の声の分析結果を一覧することができ、学生ニーズに基づいたカリキュラムの改革や新規カリキュラムの企画が可能となる。

実際、学生からは、「授業や先生に対して本音をぶつけやすくなった」「授業への不満を先生が聞いてくれて次の授業から具体的に

改善された講義もある」「携帯電話でのアンケートは斬新」など、好意的な反応が敏感に寄せられている。

また、教職員側からは、「毎回評価されるのは若干息苦しい面もあるが、学生の声聞いて双方向で授業を行っていく時代にもなってきたと思う」「思った以上に学生がフリーアンサーで意見や感想を入力してくれるので、改善のヒントを発見したり、改善の反応をすぐに見たりすることができて新鮮」といった感想が寄せられるなど、教育の現場にも意識改革が芽生えてきつつある。

授業評価から大学版CRMの実現への展開

次の展開としては、さまざまな学生情報を学生カルテとして蓄積し、これと組み合わせることで、より緻密な教職員評価や、カリキュラムの最適化支援を行うということも期待できる。

教職員評価への展開については、出席率や成績、キャリアパスなどを用いて、学生のやる気やまじめ度を指標化し、授業評価の結果に補正を加えていくことも必要となる。

また、カリキュラムの最適化支

援への展開については、卒業生の情報まで含めて学生カルテとして蓄積し、学生のニーズ、能力、キャリアパスと、シラバス(講義要綱)などの情報とをマッチングさせることで、最適な授業群を導き出す。この結果、カリキュラムの見直しを図ったり、学生の情報を入力すれば、その学生に最適な授業群を自動生成するといったことも可能になるだろう(図4)。

さらに、学生、教職員以外にも、大学・短大を取り巻くステークホルダーは多く、父兄、企業、OB、地域住民などが存在する。このため、「企業、地域の期待に応える大学経営」「生涯学習の場としての大学経営」といったことが、より一層求められてくることになる。

今後は、「ステークホルダーの声」の活用(=大学版CRM 顧客関係管理)へと拡大し、「特色のある大学」へと変革させていく必要がある。

『ITソリューションフロンティア』
2005年4月号より転載

.....
鈴村賢治(すずむらけんじ)
産業システム事業二部副主任コンサルタント