

2019年7月17日(水)、2019年度第1回学院モニター会議が開催された。

1. 学院モニター会議の目的

- ・学院全体について、各界や各立場、年齢層の方々からご自由な意見をいただき、地域社会の動きや学院への期待を察知し、今後の学院の在り方に活かす。
- ・外部からの視点や環境変化を肌で感じ、教職員が一体となってルーテルブランドの構築を目指す。

2. 学院モニター会議での主なご意見

部門	学外委員からのご意見	現状・改善に向けた本学院の取組
中高	関東では中高一貫校が主流であると一昨日ニュースで報道されていた。東京と地方では事情が違うかと思ったが、先ほどの内村校長の話を伺うと、中学で入学者増、去年は高校で定員割れとのこと。	中学生が増えると内部進学者が増え高校の定員も確保しやすいので、中学生の入学生が定員を満たすように努力している。他県は私学が強いが、熊本は公立が強い。最近是全国的に公立が特色を強く出してきた。うかうかしてはいられない。
中高	高校生は殆ど進学するのか。	大学へ進学する生徒は7割、残りは専門学校、就職という状況。
大学	会社で人を採用する際に必要とするものは「即戦力」である。「教養」があっても即戦力となる人でなければ必要ではない。その点、専門学校生はありがたい。	本学では入学するときから「教員になりたい」「保育士になりたい」等目的意識をもって入学する学生が多い。一方で、「大学卒業後に絶対就職しなくてはならないという気持ち」の薄い学生もいるので就職指導も難しくなってきた。親の希望と本人の気持ちが違うこともあるようだ。即戦力という点では、学生に在学中に情報処理等の資格を取るよう勧めてはいる。
大学	最近、ミッション系がブランドとされており、代表的なミッション系の学校は「青山学院」「上智大学」とされている。ミッション系であるルーテル学院はその中に入っていない。何が違うのか。	一般的にはミッションスクールのシンボルとしてチャペルの建物が取り上げられることが多いが、熊本地震の時に九州ルーテル学院大学の多くの学生が被災者支援のボランティアをしていたように「本質的なミッション」が大事なのではないか。
大学	卒業生の立場から、ルーテルには熊本のためにも長く残ってほしい。ルーテルは子ども園、中高、大学と特色はあるが、「情報をどう発信するか」が弱いのでは	卒業生アンケートや雇用先アンケートを2018年卒業生から取り始めた。精度の高いデータとするためには、回答数を増やすべく、このまま継続して調査していく

	<p>ないか。例えば「将来、九州ルーテル学院大学に入りたからルーテル学院高等学校に入学する」というように、“次のステップ”を明示するとよい。</p> <p>また「大学生の就職率は94%と高い」と言われたが、今はそれが普通である。他との差別化を図るとすれば、「就職して3年後の定着率」を明示すると良いのではないか。</p> <p>データを得るために結会との連携をとってみることも大事である。</p>	<p>必要がある。</p> <p>アンケート結果を踏まえて本学の特色と課題を探っていきたい。</p>
中高	<p>九州女学院の卒業生に「ユーコ スミダ ジャクソン」という、マイケルジャクソンのバックダンサーだった方がおられる。</p> <p>この度、熊本でイベントがあると聞いている。とてもかっこよく、ロールモデルとしての演出の仕方があっても良いのではないか。例えば、「ルーテル学院主催でゲストとして迎える」等。</p>	<p>広報が下手であると感じている。九州学院の卒業生の活躍はよく聞かすが、「ルーテルについてはあまり聞かない。もう少し努力する必要があると思う。</p> <p>ルーテル生は人間性としては評価されるが、学院が何を特色としているかが伝わっていないと感じている。</p>
法人	<p>高校と大学のパンフレットの英語表記が同じではないのはなぜか。</p>	<p>よく指摘されるころではあるが、その経過については調べたうえで、検討してみようと思う。</p>
法人	<p>今はパンフレット(紙媒体)より、HPの方がよく見られる。自分の会社でも、若い人は特にスマホでも見るので、お金をかけて重点的に改訂している。</p> <p>ルーテルのHPは見えていないが、どうか。</p>	<p>インターネットでSNSもあるので、それを使った広報をしないといけない。</p> <p>若い世代に訴える広報にもっと努力していきたいと思う。</p>