

もっと農学 —より多くの農学系志願者の獲得に向けて—

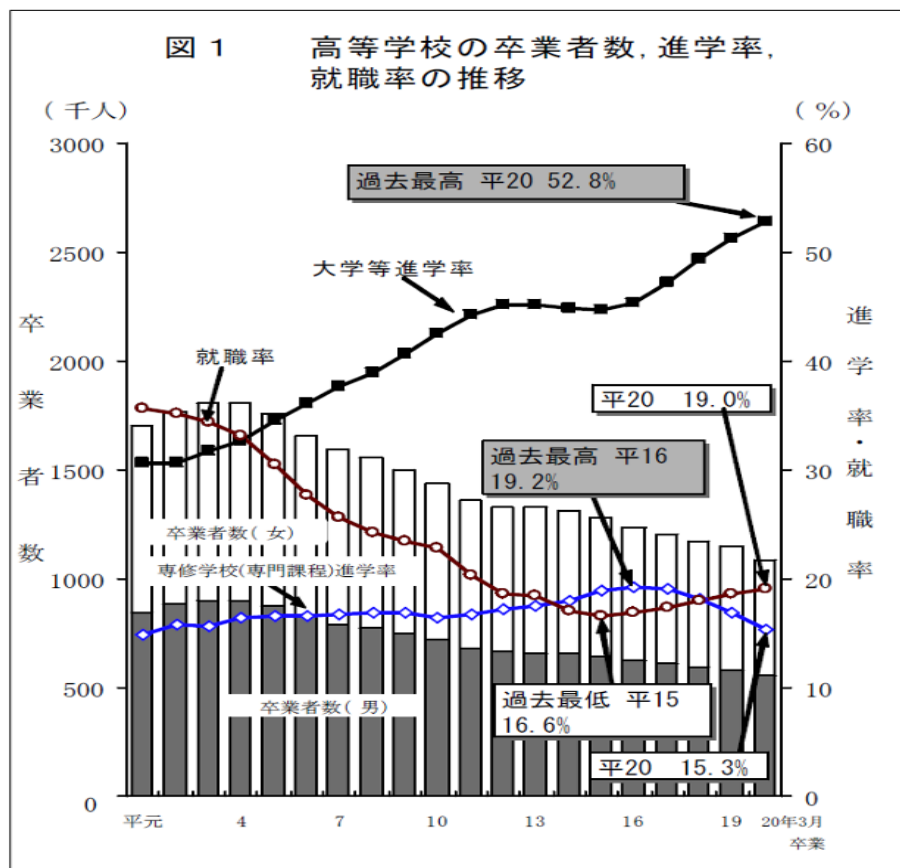
天野 卓

東京農業大学特任教授・農学部バイオセラピー学科長

このタイトル「もっと農学」は全国農学系学部長会議で検討され、できるだけ多くの若者に農学を志してもらうために作成された2種類のポスターに使用された標語の一つで、“農学のフロンティアは全方向に360°広がっている”という言葉も付けられている。他の一つは「夢の種を蒔く」であり、“未来を解くカギと出逢う”という言葉が付いている。両ポスターには、「さあ、未来へ、農学へ」の短い言葉も加え、農学という分野の広さ、可能性や重要性を一人でも多くの若者に理解してもらい、農学系分野を志願してもらおうという熱い気持ちを込めて4年前に作成されたものであり、小職のキャンパスにも沢山貼ってもらっている。

1. 大学全体の志願者数の推移

さて、現実はどうであろうか。ポスターに込めた熱い思い入れとは裏腹に、小子化の流れを受けて18歳人口は減少し、志願者の定員割れや全入が生じる事態も予想され、とりわけ私立大学や地方国立大学では生き残りのための学生確保に真剣に取り組んでいるところである。事実、15年前は約205万人、10年前は約155万人であった18歳人口が、今では120万人台に減少している。高等学校の卒業生徒数も平成10年度は約144万人であったものが、平成20年度では約109万人と約25%減少した。一方、大学等への進学率は平成10年度が42.5%であったのに対し平成20年度は52.8%と10%以上も上昇している。このため、大学等への進学者数は平成15年以降、現在まで56～57万人台のまま推移している。因みに平成20年3月卒業者の大学等への進学率、男女平均52.8%は過去最高の値である（図1、いずれも文科省平成20年度学校基本調査、指定統計第13号による）。



2. 農学系志願者数の推移

次に農学系志願者数の推移を見てみたい。先ず大学を17系分野（人文科学、語学、法学、経済・経営、社会学、国際関係学、教員養成、生活科学、芸術学、総合科学、保健衛生、医、歯、薬、理、工、農・水産）に分け、その内の農学系（農・水産）の志願者率推移の1例を示した（表1、Benesse Group、2009データより引用）。

表1 農学系全国志願者推移

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
全国	3,364,233	3,494,378	3,512,301	3,690,314	3,796,798
農・水産学 計	95,745	90,093	92,439	97,289	98,132
私立	68,066	62,517	64,848	67,839	69,171
国公立	27,679	27,576	27,591	29,450	28,961
占有率	2.8	2.6	2.6	2.6	2.6

表1 つづき

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
全国	3,670,659	3,589,251	3,510,620	3,585,774	3,625,047
農・水産学 計	96,346	90,075	89,378	82,068	83,187
私立	68,955	63,513	62,142	56,424	56,706
国公立	27,391	26,562	27,236	25,644	26,481
占有率	2.6	2.5	2.5	2.3	2.3

これによれば、1999年（平成11年）から2008年（平成20年）の間、国公立大学では0.8～0.7%、私立大学では2.0～1.6%、全体でも2.8%～2.3%の範囲であり、この10年間農学系分野の志願者が大学総志願者数の3%を超えたことはない。これらのデータは大学の学部・学科の分類方法、国公立と私立やセンター入試と一般入試の区別、データ収集時期、併願者の扱い等の点で報告者によって数値にばらつきが認められるが、学部系統を20に分類した他データ一例においても、農学（生命科学を含む）の2009年度の志願者率は、3.51%～3.3%と同様の値であった（データ収集・分析、豊島継男事務所、業務協力、株・進研アド、2009）。そこで、大学の関係学科を10区分に分け、それぞれの在籍学生数の比率の推移を表2に示した（学校基準調査、前述に同じ）。

表2 関係学科別学生数の比率の推移（大学）

区分	関係学科別学生数の構成比										
	計	人文科学	社会科学	理学	工学	農学	医・歯学	薬学	家政	教育	その他
平成10	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
15	100.0	16.5	40.0	3.5	19.4	2.9	2.7	1.6	1.7	5.8	5.7
16	100.0	16.3	39.0	3.5	17.8	2.8	2.5	1.6	2.1	5.5	8.8
17	100.0	16.3	38.4	3.5	17.5	2.8	2.5	1.7	2.3	5.6	9.5
18	100.0	16.2	37.7	3.5	17.3	2.8	2.5	1.8	2.4	5.7	10.1
19	100.0	16.0	37.0	3.4	17.0	2.9	2.5	2.0	2.5	5.8	11.0
20	100.0	15.8	36.3	3.4	16.7	2.9	2.5	2.1	2.6	5.9	11.8
20	100.0	15.6	35.8	3.3	16.3	3.0	2.5	2.2	2.6	6.1	12.7

これによれば、農学系は平成15年度以降2.8%～2.9%で推移しており平成20年度で初めて3%を示した。ただしこの値は薬学（2.2%）、医・歯学（2.5%）、家政学（2.6%）について低い値である。結論は、大学総志願者の3%前後が農学系分野

の志願者であり、大学生総在籍数における農学系学生在籍数割合も同様3%前後ということになる。

3. 農学系分野の志願者率を上げるにはどうすべきか

では、農学系分野の志願者率を上げるにはどうすべきなのか。少なくとも現状の2.8%～2.3%を落とすわけにはいかない。そこで今まで感じてきたことを二、三述べてみたい。

1) 早い時期から農学に関心を抱かせる教育

早ければ早いほど良い。高等学校によっては入学直後に大学の学部・学科研究を実施し、夏休み前には志望校候補を決め、この決定をもとに学力や保護者の希望も考慮しながら、大学受験を目標にした文理コースの選択を実施すると聞いている。また、1年次に決めた進路がぶれることはあまりないとも聞いている。つまり高等学校ではもう遅いと言いたい。生徒諸君の大半はこの時期までに自身の進路の方向をほぼ確定していると思われるからである。高校側も早めに目標を決めさせ、学習に集中させたいのは当然である。私の結論は、食農教育や環境教育は小学校や幼稚園で、できたらその前から、それも各家庭で実施しなければならないと思っている。毎日食べる食糧があつて当たり前、植物があり動物がいて当たり前、動植物が育つのが当たり前、それらが皆当たり前ではないことを自覚させ、それらが人類にとってなくてはならぬこと、それらの諸問題と向き合えるのが農学であることを教えなければならない。ところで小学校の花壇や飼育小屋を見て、概ねきれいに維持されているものの、たまに維持のまずさに驚かれた先生方もおられるはずである。あれではせっかく小学校から始めた教育なのに農学分野が嫌いになり、逆効果となってしまう。先生に知識や技術がないのに生徒に教えられるはずがない。子供たちが楽しみながら学べるよう、我々自身も小学校教員に知識と技術を伝授するよう努力と工夫を施さなければならない。すでに文科省の特色GP、現代GP、教育GP等を通じてこれらの考えを実践している大学があることは大変喜ばしいことである。また、農学は人文科学、経済・経営学、社会学、教員学、生活科学、保険衛生学、理学、工学等に分類される関連、境界領域を含めた広い学問分野であることを教えることも重要である。

2) 中身を充実させ個々の特色を出す

言い古された言葉であり、当たり前のことであるが、あえて述べておきたい。それぞれの大学が建学の精神と教育目標を掲げているが、数字だけから言えば、掲げられた教育内容に今の若者の3%しか魅力を感じてくれていないのである。個々の農学系学部が自己の特色ある農学教育・研究を一段と充実させ、どのような人材を育成しようとしているかを

明確にすることは必須である。合わせて人気のある専門的特定分野や先端的な研究への取組も必要である。また最近の学生は、専門的知識や技術と合わせ、幅広い教養も身に付けたい、さらに入学後は課外活動も充実した楽しい学生生活を送りたいと答える者が増えていくことも考慮し、対応しなくてはならない。

3) 広報の重要性

農学系というと、依然として農業を志す者だけの学部というイメージを持つ若者が多い。これはひとえに農学部の新しい姿を大学が積極的にアピールしてこなかったからにほかならない。志願者から選ばれる学部(大学)になるためにはアピール(広報)が重要である。一つの方法として、インターネットは学生募集の有力なツールとなる。大学のホームページが高校生の支持を獲得するのにいかに重要かは新入生の学部、学科を選んだ理由のアンケート調査からも明らかである。またアンケート結果は、オープンキャンパスやロコミ情報が決定要因になることも示した。つまり、進路は農学分野に決めたとしても他大学との併願の場合等は、今の若者は実際に見て、聞いて、そのフィーリングでどちらかに決めるとの答えであった(東農大バイオセラピー学科・新入生アンケート調査、2006～2009年を引用)。また在籍学生がインターネットで流す大学の満足度が有効な広報活動になることも忘れてはならない。最近、出身高校が学生を招いて講演会や進学相談会を開く例が多々見受けられる。学生が大学の魅力を直接高校生に語るわけであり、前例と同様有効な広報活動となる。

最後に、レトロではあるが冒頭に紹介したポスターは大学のみならず全国の高等学校に今でも送り続けてほしいものである。