

私立大学研究ブランディング事業

2020年度の進捗状況

学校法人番号	181002	学校法人名	福井仁愛学園			
大学名	仁愛女子短期大学					
事業名	保育者育成のためのキャリア・ルーブリックの開発 ～シームレスな高校・短大・保育現場の繋がりを目指して～					
申請タイプ	タイプA	支援期間	3年	収容定員	480人	
参画組織	幼児教育学科、生活科学学科、研究活動委員会、CI委員会、点検評価推進室、情報資源センター、総合学務センター（旧：学生部および地域活動実践センター）、事務局					
事業概要	本事業の目的は、「保育職を志す高校生」が「豊かな経験を有する保育者」へと成長していくため、向上させるべき資質能力の継続的発展を示す「キャリア・ルーブリック」の開発を行い、高校・短大（養成校）・保育現場が三者間で連携・協働してシームレスな保育者育成環境を構築することにより、「保育の学びがみえる仁短」というブランドイメージの確立を目指すことである。					
①事業目的	本学幼児教育学科では、これまで3ポリシー（AP・CP・DP）を設定し、適宜その見直しも行なってきた。しかし、見直しを重ねる中で、入口側であるAPと受験生が身につけている資質能力、出口側であるDPと保育現場が求めている資質能力との間には乖離（＝段差）があることが浮き彫りになってきた。この課題を明確にするため、平成26年度から4年間にわたり、福井県全幼稚園、保育所、認定こども園（計337園）を対象としたアンケート調査を実施し（回収率86%）、その結果を『福井県内保育者対象アンケート調査研究報告書』（平成30年3月発行）としてまとめ、本学の保育者養成の特徴や課題の数値化及びその分析を行なった。 現在、本学が設定する3ポリシーは、あくまで短期大学の立場で、学生が入学時点で保有していて欲しい学習水準から、卒業時点での獲得すべき学習成果の目標、及びその達成のための教育課程編成等の基本的な方針を言語化したものである。しかし、学生本人の立場からすれば、保育職を志望する時点から保育者になった後の将来に亘ってまで、一筋のキャリアとしてストーリー化でき得るものとはなっていない。そこで本学では、「保育職を志望する段階」から「管理職の保育者になる段階」までの間に求められる資質能力を、一貫して体系化していくためのものを「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」と名付け、開発を行なう。 キャリア・ルーブリックとは、本人が、高校、短大、保育現場の各段階で身につけるべき資質能力及びその段階的基準を共通化し、それを共有することにより「学びの可視化」を図るためのものである。この開発により、三者がキャリア・ルーブリックという一つのツールで繋がり、一体となって保育者を育成していこうとする育成環境、即ち、継ぎ目の無い「シームレスな高校、短大、保育現場の繋がりが」が構築される。 短期大学は、入学してから2年間という短い期間で保育者を育成し、しかも専門就職職率が9割を超える状況で学生を保育現場へと送り出す。言い換えれば、高校・保育現場と連携して、一貫した保育者育成環境を構築するには、短大が最も適していると言える。このように、本研究は、本学が短大の強みを活かしたものであり、研究テーマを地域社会にアピールしていくことで「保育の学びがみえる仁短」というブランドイメージの確立を目指すものである。					
②2020年度の実施目標及び実施計画	■研究活動 〈目標〉 ○キャリア・ルーブリック試案の検証と改善点の洗い出し ○キャリア・ルーブリック完成版の作成 ○『中間報告書』の作成、配布 ○研究成果をまとめた書籍の出版 〈実施計画〉 ・キャリア・ルーブリック試案の検証 ・キャリア・ルーブリック試案の改善点の洗い出し ・キャリア・ルーブリック完成版の作成 ・各研究テーマに基づく調査分析、文献収集、執筆 ・学会発表、学会誌投稿 ・研究成果をまとめた書籍の作成 ■ブランディング戦略 〈目標〉 ○キャリア・ルーブリックの名称の認知度向上 〈実施計画〉 ・保育体験ツアーの実施（キャリア・リーブリックの活用） ・オープンキャンパスや各種説明会での本事業のPR ・キャリア・ルーブリックの完成周知					

③2020年度の事業成果	■研究活動 2020年度は、「キャリア・ルーブリック」研究を主軸としながら、その前提となる「3つのポリシー」や「ステークホルダーとの関係性」についても調査研究を重ねた。また2020年の新型コロナウイルス感染症拡大により影響を受けた短大における教育・研究活動に関して学内教職員に実践記録等の執筆を働きかけた。これらの各論考をまとめたものを2021年3月に『2020年度成果報告書』(中間報告書)として発行し、その内容を学内教職員で共有するとともに関係者、関係機関各所に送付した。なお当初計画していた書籍の出版については、『2020年度成果報告書』の発行およびPDFデータの公開(ブランディング専用webページにて)によって代替することとした。 『2020年度成果報告書』のおおまかな内容は以下の通りである。 【第1部】「保育者養成校としての現状および課題」と題し、「キャリア・ルーブリック」開発の前提として 整備・充実を図るべき本学の「3つのポリシー」について、その変遷を辿るとともに、養成校としての「3つのポリシー」に関する現状と課題を明らかにした。 【第2部】「キャリア・ルーブリック試案と養成校の今後:ステークホルダーとの関係性」というタイトルのもと、本ブランディング事業の中核である「キャリア・ルーブリック」作成に関して経緯をまとめた。「キャリア・ルーブリック」については未だ「試案」の段階ではあるが、おおよその枠組みや記述内容等は定まってきており、2021年度には完成する予定である。ほかにも、「キャリア・ルーブリック」を通じて高校および保育現場とどのような関係を構築していけばよいかという点に関して、実際にステークホルダーを対象とした調査などを踏まえながら考察を展開した。 【第3部】「コロナ禍における保育者養成校の現状と課題」は、2020年度の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い変革を迫られた保育者養成教育について各々の経験をまとめた。この作業によって、保育者養成教育における対面授業の重要性、あるいはオンライン授業の可能性などが明らかになった。 ■ブランディング戦略 2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、ブランディング戦略活動については大きな制約を受けることとなった。特にこれまで当たり前であった「対面」を基本とする説明会、オープンキャンパス、見学会、写真撮影、高校訪問などのすべてが、コロナ対応の結果、縮減もしくは中止せざるを得なくなり、再検討を迫られた。そこで、2020年4月の段階から、まさに「対面」しないブランディング戦略としてYouTubeチャンネル配信に注力することとした。動画コンテンツを主軸とする戦略に移行するなかで、「保育の学びがみえる仁短」をいかに動画内で実現するか、という課題が浮上し様々な企画を試みるようになった。2020年度を通じて動画制作の経験を重ねたことで、現在、本学YouTubeチャンネルは魅力ある広報ツールへと変貌を遂げつつある。ほかにも「対面」しないブランディング戦略の一環として、Webオープンキャンパスの実施、Jin-tan Press「聞いてみよう保育のお仕事」(広報リーフレット)の発行なども試みた。 なお「キャリア・ルーブリック」の周知や活用といった点に関してはその完成後に本格化するしかないが、すでに「大学案内」等ではそれらの議論を活用したページ構成を取り入れ、高校生等により分かりやすく保育の学びを見せる工夫を展開している。
④2020年度の自己点検・評価及び外部評価の結果	(自己点検・評価) ○「プロジェクト評価部会」では、2020年度の本事業活動を以下のように評価した。 2019年度報告書で蓄積された成果を考慮して「保育者養成校としての現状及び課題」「キャリア・ルーブリック試案と養成校の今後:ステークホルダーとの関連性」をまとめ、さらには「コロナ禍における保育者養成校の現状と課題」を加えて3部に構成された『2020年度成果報告書』は、解説により全体の流れがつかみやすくなっている。この1年間で確実に成果をあげており、さらなる発展につながるものと確信している。 (外部評価) ○2021年3月26日に開催された「全体会(外部評価委員会)」において、下記のような評価をいただいた。 【キャリア・ルーブリックについて】 高校生から現場保育者までの流れを一目で確認できるのはたいへん分かりやすく、完成した後は現場でも参考にしたと考えている。また、「保育者の人間性」が重視されているとの点も、現場を見ていると納得できるものである。ただし、作成されている表を見る限り、これは「ルーブリック」よりも「キャリア・ラダー」に近いものと言える。また、表内での区分けにおいて「資質・能力」の分類ということが示されているが、「ルーブリック」を意識するのであれば、保育者としての「パフォーマンス」を見る観点、として捉えた方が良いかもしれない。併せて、具体的な各記述が人を主語とする文章で書かれているが、「ルーブリック」では一般的に、実際に要求されるパフォーマンスを主語にすることが多いので参考にしてほしい。いずれにせよ、「ルーブリック」を完成させるのだとすれば、今後はこの表を自己評価、他者評価のツールとして用いることが想定されるが、そういう意味で、どういった場面で活用していくのかを検討する必要がある。加えて、「中堅」「熟練」の項目の作成に早急に取り組む必要がある。 【小中高生への関わりについて】 保育者の志望が年々減っていることに衝撃を受けている。中高生の職場体験が保育者志望につながっているという点を考慮すると、自治体内にある各園でもっと積極的に保育体験を受け入れる必要性を感じている。ただし、自治体によっては高校生が現場に来る機会が少ない(自治体内に高等学校がない)こともあり、どのように高校生とのつながりを創出していけるかを考えていかないとならない。ほかにも、たとえば東京都文京区では、区立小学校に通う児童と、地域の赤ちゃんが触れ合う「赤ちゃん登校日」という企画を実施している。そのように、地域全体で子どもに関わる機会を設けるとともに、そのコーディネート役を仁愛短大が担うなどすると将来の保育者志望者の増加につながるのではないだろうか。 【保育者養成・育成の現状について】 保育人材の確保、育成はなかなか難しいのが現状である。特に確保という点を考えると、男性保育者の確保ということも考えていきたいが、あまり状況について詳しく知る機会がない。男性保育者養成についても、ぜひ研究を進めてほしい。
⑤2020年度の補助金の使用状況	補助金使用については、年度当初に研究実施部会ならびにブランディング戦略部会が作成した事業計画書に基づき、総合学務センター内に所属する「ブランディング推進室」にて随時進捗状況を確認しつつ、下記の通り執行した。 ■研究活動 『成果報告書』製本印刷費、研究に伴う図書購入費、学術大会・研究会等参加費、機器備品購入費(データ保存用PC等、現場保育者研修用iPadおよび通信回線使用料)、消耗品購入費など ■ブランディング戦略 ブランドイメージの向上および確立のための広報材料制作費(撮影費・デザイン費・印刷費)、HP更新・修正・リニューアル費、CM・Webサイト制作費、広報活動支援のための機器備品購入費(動画撮影用機材、Cloudサービス年間ライセンス等)、郵送費、動画出演謝礼など