

報告

学生による授業評価とそれを用いた授業改善の課題 ——顧客ロイヤルティ指標を応用した授業評価の可能性——

坪井泰士 新井修 福見淳二 Christopher Brian Prowant

国立高専機構阿南工業高等専門学校創造技術工学科

要約：学生による授業評価には、回答・評価集計の負担が大きい、授業改善への接続が困難、卒業生による評価は困難との指摘がある。そこで、顧客ロイヤルティ指標を応用して「あなたは、この授業を後輩に薦めますか」（0-10の段階評価）と、その理由を問う新しい授業評価を作成した。本研究では、この新授業評価を従来型の授業評価と併用し、結果を比較した。新授業評価には、授業への学生の積極的評価を簡便に把握し、学生の記述式回答を促す効果があると推察される。また、授業特徴の明示効果だけでなく、その簡便性から授業評価の対象授業数を増やせる可能性も増し、企業就業や大学・大学院学修を経験した卒業生に、社会的視点からの持続的評価を求められる可能性が増すことが考えられる。

（キーワード：授業評価、顧客ロイヤルティ指標、評価の焦点化、持続的評価）

Evaluation by Students, and Issues to Improve Classes —Possibility of Using Customer Loyalty Guidelines—

Tajji TSUBOI Osamu ARAI Junji FUKUMI Christopher Brian Prowant

National Institute of Technology, Anan College, Department of Creative Technology Engineering

Abstract: We created a new class evaluation to ask students, "Would you recommend this class to your lower-grade peers?" (Evaluation scale 0-10) applying customer loyalty guidelines. Using this new class evaluation as well as a conventional evaluation method, we compared the results. The length of the conventional evaluation discouraged some students and accurate results could not be obtained. It is surmised that we need active evaluation from students and that the brevity of the new evaluation encourages students to actively answer more of the questions with greater accuracy. This would not only clarify the attributes of the classes, but it should also create more targeted classes to be evaluated due to the simplified format of the evaluation system. There will be more possibilities to gain social perspectives by obtaining continuous evaluation from graduates who have experienced working or undergraduate/ graduate school.

(Keyword: class evaluation, customer loyalty guidelines, focused evaluation, continuous evaluation)

1. 授業評価の位置づけ

大学における「学生による授業評価」実施率は2016年度には99.2%¹⁾であり、国立高等専門学校は100%である。2008年のFD義務化²⁾以降、高等教育における「授業の内容及び方法の改善を図るための組織的な研修及び研究」の中核の一つと

して位置づけられている。

一方、授業評価には、学生の回答負担（回答対象の授業数・設問数が多い）、評価集計の負担（外注費用や学内労力負担）、授業改善への接続（相対評価となりがち、設問数が多くて改善ポイントが曖昧）、卒業生の評価（企業業務や大学学修を

経験後の授業評価は困難) に関する指摘がある。

授業評価について、「CS 分析 (Customer Satisfaction Analysis : 顧客分析満足度) として、学生の授業への満足度を高め、その満足度に関連する教授要因を明確化する」という指摘³⁾がある。また、授業評価が測定するものは「主観的な価値や態度などであり、社会調査として質問紙で測定することが最も困難な類」という指摘⁴⁾もある。

この二つに共通するのは、学生視点を基準として授業の特徴を明らかにする点である。授業の優れた点、改善すべき点の明確化を簡便に実施する手法の開発により、高等教育における学生視点をより正確に反映した授業評価の高機能化 (授業改善の実質化、卒業生にも評価を求める社会に接続した持続的評価) が可能となる。

2. 授業評価とそれをういた授業改善の課題

阿南高専では、毎年度、全教員が任意の 1 科目 (JABEE 科目を推奨) について授業評価を実施している。2004 年の授業評価の導入後、当初は開講科目すべてを対象としていたが、学生の回答負担の大きさから、現在は各教員 1 科目としている。

(1) 授業評価の構造的課題

授業評価について、「実際に何をどのように改善すればよいのかについて、授業評価自体は明らかにしてくれない。授業評価結果は授業をふり返る資料」にすぎないという指摘³⁾がある。それが指摘する構造的課題は、次の三つに大別できる。

一つ目に、「多様な設問は授業像を示すようで、かえって焦点がぼやける」という課題がある。例えば、板書や資料への評価が低くても、学生満足度に直結するのは教員の熱意 (学生との関係、授業雰囲気を含む) であることが、学生への聞き取りからわかる。多様な項目への評価の確認を否定しないが、すべてについて改善を進めていくことは容易ではなく、いずれの項目についても改善されない、あるいは改善しても学生満足度に直結しないことがある。二つ目に、「設問数の多さによる回答疲れ」という課題がある。授業改善は全科目を対象とするため、学生は約 15 科目への授業

評価を、短期間で求められる。阿南高専では学生の回答負担に配慮し、1 教員 1 科目を対象としているが、すべて「どちらでもない」と回答するのも理解できる。記述回答が不適切、あるいは無回答となるのも、学生意識だけに起因するものとはできない。設問数が多いほど、この懸念は増す。

この二つに共通するのが、学生による授業評価としながら、学生がどのように感じているかという観点に欠けることである。特定の科目の成果を検証しようとするなど、教員の視点に立った授業像をとらえようとする授業評価が少なくない。教育機関の全科目を対象として、その授業改善に資する汎用的な授業評価の実施はできていない。

それは、三つ目の課題である「卒業生による評価は困難」で顕在化する。授業評価への批判として、学習途上の学生の評価は正確に欠けるとの指摘があるが、それら学生が受講していることをふまえ、精度の十分ではない顧客満足度調査として、授業評価に意義を認める。その上で、学習を終え、社会 (企業就業、大学・大学院進学) での経験を積んだ卒業生による在学時を振り返る授業評価に期待する。そこに、授業評価の新しく実践的な視点がある。しかし、「回答疲れ」をもたらす授業評価を卒業生に求めることは、極めて難しいと思われる。

(2) 授業評価の運用的課題

授業評価について、『授業改善策や改善レポートの提出とその公表』が多くの大学で実施されているが、「学生による授業評価とそれへの教員対応という『各授業科目の個別的な対応』を超えて、『カリキュラムや教育システムレベルでの検討に及ぶ組織的な取り組み』は少ない」とする指摘⁵⁾がある。これは組織的 PDCA についての指摘であるが、そこからは授業評価を活用した授業改善が各授業科目、すなわち授業教員個人に委ねられていることも理解できる。ここには、次のような運用的課題がある。

阿南高専では、授業評価結果などを振り返る授業改善 sheet を作成しイントラネットにより教員

間で共有しているが、2019 年度の授業改善 sheet の提出率は、49%である。過去 5 年間に於いて 3 報以上授業改善 sheet を提出している教員は 28%にとどまる。

これを授業評価の分析とそれにもとづく改善の点から整理した。分析に関しては、学生による授業評価における指摘事項について、その原因について自身の授業方法等と照応させているものを「分析○」とした。改善については、分析にもとづき今後自身の授業方法等のどこをどのように変更したかを明示しているものを「改善○」とした。それに至らないものを、「分析×、改善×」とした。この整理では、全教員 (64 名) 比で、「分析○、改善○」14%、「分析○、改善×」6%、「分析×、改善×」8%となった。残りの 72%の教員は、毎年度提出することとなっている授業改善 sheet を、過去 5 年間に於いて 2 報以下しか提出していない。このように残念ながら、授業評価に基づく授業改善は十分ではない。

このような状態では、授業評価を授業改善のために実施しているとするには、無理がある。FD 義務化に伴い、授業評価の実施そのものが目的となっているとの批判に向き合うべきである。

3. 顧客ロイヤルティ指標応用授業評価の可能性

(1) 授業評価の課題解決の方向

授業評価を表 1 の点に留意して改良することにより、前章で確認した課題を解決できる可能性が高まる。

表 1 授業評価改良のための留意点

- | |
|----------------------|
| (ア) 設問数を少なくする |
| (イ) 学生視点に立った授業像を明示する |

これらに対応する授業評価とするため、顧客ロイヤルティ指標を応用することとした。用いる顧客ロイヤルティ指標は、NPS (Net Promoter Score) である。「あなたは○○を友人に薦めたいと思いますか」を唯一の設問とし、サービスに対するロイヤルティ (推奨度=他に薦めるという明確な肯

表 2 従来型授業評価項目 (阿南高専)

- | |
|--|
| ① 到達目標を明示しているか
[された, されなかった] |
| ② 毎時間学修課題が示されたか
[された, されなかった] |
| ③ 予習の平均実施時間
[全くしていない, ~30 分, 30 分~1 時間未満, 1 時間以上] |
| ④ 復習の平均実施時間
[全くしていない, ~30 分, 30 分~1 時間未満, 1 時間以上] |
| ⑤ 授業に真剣に取り組んだか
[真剣に取り組んだ, やや真剣だった, あまり真剣でなかった, まったく真剣でなかった] |
| ⑥ 到達目標に関わる知識を身につけられたか
[そう思う, ややそう思う, あまりそう思わない, まったくそう思わない] |
| ⑦ レポート・課題・試験は適切であったか
[そう思う, ややそう思う, あまりそう思わない, まったくそう思わない] |
| ⑧ 教員の言動はやる気を促すものであったか
[そう思う, ややそう思う, あまりそう思わない, まったくそう思わない] |
| ⑨ この授業についてどの程度満足しているか
[満足している, やや満足している, あまり満足していない, まったく満足していない] |
| ⑩ この点で特に良かったと感じる点を記述してください。授業方法・内容・特に理解できた点・興味を持てた点・他科目への波及効果などが含まれます。[記述回答] |
| ⑪ この授業で特に改善してほしいと感じる点を記述してください。授業方法・内容・特に理解できた点・興味を持てた点・他科目への波及効果などが含まれます。[記述回答] |
| ⑫ その他意見があれば自由に記述してください。 |

定的評価) を計測するものである。AMERICAN EXPRESS, P&G, Google ほか欧米売上上位企業である Fortune 500 の 3 分の 1 が活用している⁶⁾。

表 3 新授業評価項目

A) あなたは、この授業を後輩に薦めますか [0 : 全く薦められない, 10 : 強く薦めるとし, 1-10 の 10 段階評価を数値で回答]
B) そう思った理由を 1 つ教えてください [薦める理由, 薦められない理由を記述回答]

全 9 項目からなる阿南高専の従来型授業評価 (表 2) をふまえ、顧客ロイヤルティ指標を応用して、新しい授業評価 (表 3) を作成した。他に薦めるという積極的肯定という観点に立った評価を学生に求めることで、評価に対する学生の意識を高められる。より正確となった評価にもとづき、授業改善に接続する授業像の確認がしやすくなる。設問を絞ることで、回答の簡便性が上がり、学生の回答負担を軽減できる。これは、卒業生による持続的評価の可能性を増す。

(2) 顧客ロイヤルティ指標応用授業評価の試行

研究者が担当する 2019 年度科目 (必修・通年, 2 年, 受講者 110 名) について、従来型授業評価と顧客ロイヤルティ指標応用した授業評価 (以降, 新授業評価) とを実施した。従来型授業評価結果を表 4, そのうち授業の総合的評価である⑨をグ

表 4 従来型授業評価結果の概要

① : された 98%, されなかった 2%
② : された 96%, されなかった 4%
③ : している 75%, していない 25%
④ : している 72%, していない 18%
⑤ : 真剣 83%, やや真剣 16%, あまり真剣でなかった 1%, 全く真剣でなかった 0%
⑥ : そう思う 63%, ややそう思う 37%
⑦ : そう思う 87%, ややそう思う 13%
⑧ : そう思う 87%, ややそう思う 13%
⑨ : 満足 89%, やや満足 11%
記述式「この授業で特に良かったと感じる点」
・ 将来役立つ能力を獲得 (成長できた) 45 名
・ わかりやすい 17 名
・ 教員の言動が意欲を高めた 24 名
・ その他 11 名 : 考える時間や班活動が有効
・ 無回答 16 名

ラフ化して結果を図 1 に示す。設問⑩の改善を求める点に関する回答は、「教員による Lecture を増やしてほしい 6 名, グループ活動が苦手 1 名, 教員が叱るときが怖い 1 名, 顔が怖い 1 名で, なし・無回答は 101 名」であった。

同じ授業について新授業評価「あなたは、この授業を後輩に薦めますか」の結果 (40 名クラス, 全員回答: 無回答なし) を図 2 に示す。NPS では、評価「9-10」を推奨者とし、評価「7-8」を中立者、評価「0-6」を否定者とする 11 段階評価を行う。新授業評価では、10 段階評価と簡略化し、「9-10」、「7-8」、「1-6」として、実施した。

新授業評価では、その理由 (薦める理由, 薦められない理由) を 1 つ回答することを求めている。その記述回答の結果を表 5 に示す。

図 1 と図 2 から、共通して、この授業への学生

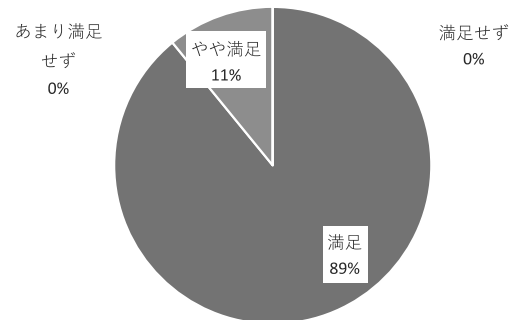


図 1 従来型授業評価設問⑨の回答結果

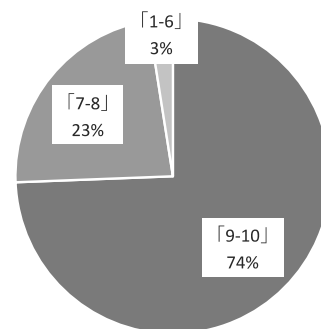


図 2 新授業評価設問 A の回答結果

表 5 新授業評価の記述回答結果

・ 将来役立つ能力を獲得できた 85 名
・ わかりやすい 17 名
・ 授業が楽しい, ワクワクする 11 名
・ 深く学べる 3 名
・ その他 8 名 : 考える時間や班活動が有効
・ 無回答なし (誤記が 1 名)

の評価が総体的に高いことがわかる。「満足 84%」(従来型授業評価)と「9-10 70%」(新授業評価)の比率は異なっているが、これは後者において積極的肯定評価を求めているからではないかと推察される。記述式回答は大きく共通し、「(到達目標に掲げる) 将来役立つ能力 (スピーチ, 文章読解, 小論文執筆など)」を獲得できることが、共通して示されている。無回答は、新授業評価では 0 名となっている。

学生の満足度に関する評価においては、ともに高評価であるものの、新授業評価結果が少し低い。これは、1-10 で後輩に薦めるという形で満足の質を問うため、評価が厳しくなったものと受けとめている。

記述式の回答では、「将来役立つ能力を獲得できた」の回答が共通してそれぞれで最も多いものの、新授業評価ではその回答数が大きく増えている。これは、従来型授業評価における無回答学生が、新授業評価では回答した可能性があるとして受けとめている。回答のしやすさについては、授業評価後の聴き取りにおいて学生から指摘があった。

これらのことから、新授業評価には、授業への学生の積極的評価を簡便に把握し、学生の記述式回答を促す効果があると推察される。それは、設問数を減らしていることに加え、単なる満足度でなく他に薦めるといった積極的評価を求める、また、その理由の明示を求めるという構造にあると思われる。

授業評価アンケートの主たる目的は、授業改善である。複数の設問により多角的に授業評価する従来型授業評価アンケートは、多様な改善点を示すことができる。一方、顧客ロイヤルティ指標を応用した新授業評価では、クラス学生の求める公約数としての授業改善点を明示する。

しかし、従来型授業評価結果が示す授業改善点は多様であることから、かえって授業改善につながらないことがある。同一授業に関する従来型授業評価結果が明示的に改善されていない本校教員との面談では、学生が求める改善点が多すぎてそれを認めることに抵抗がある、授業改善点が多

すぎてすべてを改善することは難しいという意見があった。一方、学生からの聴き取りでは、授業評価アンケートの項目間の比重が違うという指摘があった。学生は授業評価で回答するすべての項目に何らかの改善を期待するが、優先度は異なるということであった。例えば、設問「レポート・課題・試験は適切であったか」での評価が低く、設問「教員の言動はやる気を促すものであったか」での評価が中程度の場合、教員側は「レポート・課題・試験は適切であったか」の優先度をあげるだろうが、学生は「教員の言動はやる気を促すものであったか」の改善を優先させてほしいというものである。

本校で提案する新授業評価は、「当該授業を後輩に薦めるか、その理由は何か」という設問から、学生から見た授業像を焦点化する。それにより、学生が第一に改善してほしい点を明示できる。授業改善をそこから始めるという意識を教育機関として共有することで、授業改善の実効性が上がると期待する。

このような授業特徴の明示効果だけでなく、その簡便性から授業評価の対象授業数を増やせる可能性がある。また、企業就業や大学・大学院学修を経験した卒業生に、社会的視点からの評価を求められる可能性も出てくる。この持続的評価により、授業評価の精度と意義が増すものと期待する。

4. 今後の課題

本研究により、顧客ロイヤルティ指標を応用した新授業評価が、授業への学生の積極的評価を簡便に把握すること、学生の記述式回答を促す効果があることの二つの可能性を確認できた。

ただ、それは特定の一つの授業 (講義形式) を対象とする確認であり、演習形式の授業や到達目標が異なる授業での確認はできていない。また、本研究では、授業評価において改善点を求める設問を設けられていない。授業評価を授業改善に接続しやすくするためには、改善点を明確化する機能の確認が必要である。

今後、より多くの授業を対象に、従来型授業評価と新授業評価を併用し、検証する。検証のポイントとして、次のように考えている。

- 授業改善点の明示（新授業評価に「ぜひ改善してほしい点があれば教えてください」を追加し、授業改善点の明示ができるか）
- 回答の簡便さ（卒業生による回答の簡便性）
- 学生から見た授業像との整合（従来型授業評価と新授業評価のどちらがより正確か）
- 授業改善 FD との接続性（従来型授業評価と新授業評価のどちらがより授業改善に活用しやすいか）

一般教養・専門科目、実験実習など様々な形態、学年の授業において、これらの検証を行い、新授業評価の有用性をさらに確認していく必要がある。

参考文献

- 1) 2016 年度の大学における教育内容等の改革状況について、文部科学省，2019 年
- 2) 大学設置基準等の一部を改正する省令，平成 19 年度文部科学省令第 22 号，2007 年
- 3) 澤田忠幸，学生による授業評価の課題と展望，愛媛県立医療大学紀要，第 7 巻第 1 号，2019
- 4) 池周一郎，授業評価の意義とその背景の変動，高等教育開発センターフォーラム（帝京大学），Vol.1 : 31_63，2014
- 5) 関内隆，羽田貴史，葛尾政則，板橋孝幸，「学生による授業評価」の現状と課題 —東北地区大学の実施状況調査をふまえて—，東北大学高等教育開発推進センター紀要，4 巻，2009
- 6) フレッド・ライクヘルド，ロブ・マーキー，ネット・プロモーター経営，プレジデント社，2018