

〔瓦版〕 甲子園大學

2018年
6月23日
号外

発行：甲子園大学広報
〒665-0006
宝塚市紅葉ガ丘10番1号
電話 0797-87-5111
FAX 0797-87-5666
<http://www.koshien.ac.jp>



甲子園大学躍進のナゾ発覚！

「就職率一〇〇％」のワケ

昨今、大学生の就職戦線は空前の売り手市場と報じられていますが、本学の二〇一八年卒業生就職率は一〇〇％を達成しました。本学では、二回生後期からのキャリアデザインの授業に始まり、三回生の秋ごろからは、キャリアコンサルタントの国家資格を持った職員らが全員に対して三〇〇四五分の面談を実施します。将来就きたい職業や業界など学生の希望や意見をじっくり聞き、一人ひとりを手塩にかけたサポートを続けます。



管理栄養士を目指す学生向けの歯科クリニック合同説明会を学内で実施している。歯科クリニックに特化した合同説明会は全国でも類をみない



国家資格を持った職員による手厚いサポートが特徴。自分の名と顔を覚えてくれる職員に学生も気楽に就職相談に訪れる

職員は学生の名前と顔を一致させ、就活の進捗をつねに気にかけて、時にはこんなケースも。届いた求人の中に、これはあの学生にぴったりだなと思った場合は直接呼び出し、求人を紹介します。仮に本人の希望とは違ったとしても、面談やふだんのやり取りから適性を見出しているのです。本人の想定していなかった進路先も提案できるのです。さらに、国家試験の勉強に集中し、就活に手が回らなかった学生に対しても、ぎりぎりまで一緒に求人を探し、四月からの入社を目指し活動しています。一〇〇％達成の背景には、大規模校や他学にはできない、最後の一人まで徹底的に面倒をみるという支援体制があるのです。

二〇十七年度 兵庫県下 第一位!!

「管理栄養士国家試験 合格率九八・四％」のワケ

第三十二回管理栄養士国家試験は二〇一八年三月四日に行われました。これは前年度より二週間程度早い実施でした。たった二週間と思いがちですが、学生たちにとっては大変なことでした。国家試験を初めて経験する学生の学習スケジュールを、教員がいかにも的確に組み立てることも重要なポイントです。

本学は五十年余りの歴史を持つ管理栄養士養成校です。長年積み重ねられ、引き継がれた教育の経験が、国家試験日程に合わせた確かなスケジュールの組み立てに繋がっています。三回生後期からは、「総合演習ⅠB」、四回生からは週四コマの「特別演習」の科目で、国家試験対策が始まります。これらの科目では、基礎的な知識の集積から応用的な科目の知識へ、そして総合的な知識に発展させる段階的な指導で着実に実力がつくような教育プログラムが



抜群の合格率の背景には、きめ細かな支援と学生指導がある。甲子園大名物「特別演習」は万全の教育プログラムで全員合格を目指す

組まれています。特に四回生では模擬試験も定期的を実施しており、常に自分の実力がわかるようになっていきます。夏休みや冬休みには学生一人ひとりの学力に合わせた補講や自学学習の時間を設け、学生への細やかな教育は怠りません。また、ゼミ単位の学習環境づくりと教員全員のネットワークで、各学生の学習状況や学力アップの状況を全教員で確認し、一人ひとりに対する確かな学習支援を常に模索し教育する体制が整っています。

特別演習以外の時間には、ゼミの教員が指導をすることもあります。各研究室は常にオープンにしており、ゼミ担当以外の教員の指導も仰ぐこともできます。本学の教育は万全の体制で、きめ細かい指導が特徴です。

次々に「学生考案レシピ」商品化のワケ



宝塚阪急百貨店で販売された「宝塚地元野菜の和風グラタン」(中央下)、「梅かおる小松菜の煮浸し」(右下)、「ほろ苦華焼売」(左下)。同店よりレシピ開発者に表彰状と副賞が贈呈された

二〇一七年に共に五十周年を迎えた甲子園大学と株式会社阪急阪神レストランズは、栄養学部学生ならではの発想に期待し、麺部門で「あんかけ」をテーマにコラボレーション企画を実施しました。

学生からは十三種類のレシピが出され、フードデザイン学科三回生が考案した『トマたまあんかけそば・うどん』が選ばれ、料理人が少しアレンジを加えて商品化し、「阪急そば若菜」(西宮北口駅構内)での販売が実現しました。当初は、販売期間約一か月の予定でしたが、おいしさに加えて、ネーミング、栄養バランス、彩り良しと評価され販売期間が一か月以上延長になりました。

次いで二〇一八年四月十四日、十五日両日にわたって、宝塚阪急百貨店の正面入り口前「ここ弁当」コーナーで、本学学生考案の西谷地区産の野菜を使ったレシピを商品化した惣菜が発売されました。学内のレシピコンテストで入賞した三品が並び完売しました。

甲子園大学栄養学部では、小麦粉を一切使わずこんにゃくを素材とする糖質の少ないお好み焼きをフードデザイン学科一期生が卒業研究で開発したのを端緒に、これまで様々な斬新なレシピが商品化されてきました。栄養学部では食品開発に欠かせない基礎的な視点を学び、栄養機能も考慮しながら食品素材の

新しい調理特性が学べ、教員から丁寧に研究指導を受けることができる体制が整っています。

記者メモ

宝塚阪急百貨店との商品化コラボ

「若い感性が開発した商品を並べたい」と宝塚阪急百貨店の担当者から本学に依頼があったのが昨年末。それに応じて、地元産野菜を使った惣菜の学内レシピコンテストを実施したところ、合計三十九のレシピが集まりました。審査を担当した「ここ弁当」のオーナーも「甲乙つけがたいレシピ揃い」と感心したそうです。その結果、上位入賞の三品が商品化され、同百貨店開業二十五周年プロジェクトの目玉の企画として販売されました。

心理学部「人気沸騰」のワケ

二〇一八年度入試で、心理学部は志願者を大きく増やしました。全国的な傾向として文系の人気が高まっていることにはありますが、甲子園大学ならではの要因を探ってみましょう。

①甲子園大学の心理学部は、定員六十名と小規模ですが、臨床心理学、健康・スポーツ心理学、犯罪心理学、社会心理学、発達心理学など、心理学のかなり広い領域をカバーしています。②学科名は全国唯一の「現代応用心理学科」。常に日常生活との関連に着目した、心理学の実際的な応用を学ぶことができます。



粘土を用いたファンタジーグループ体験をする「心理表現療法」。心理学部には、このような少人数で体験型の授業がたくさんある

③心理学部は少人数制教育を実現しており、教員と学生の距離が近く、常にアットホームな雰囲気にあふれています。教員同士もよくコミュニケーションがとれていて、これは心理学部の「生き文化」と言えると思います。

毎年六月に開かれる心理学部の伝統行事「サイコカップ」。各ゼミ対抗で、綱引きやドッジボールなどいろいろな競技を行うことで、学年を超えた交流が深まっていく



④学部では公認心理師の受験資格に必要な科目を揃えています。また、大学院が整備されており、臨床心理士や公認心理師の受験資格を取得することができます。必要な学びの内容は他大学に負けないくらいに充実していて、しかも心理学を学ぶ学生同士が学生生活の中でこころの絆を深め合い、人間的に成長し合うことのできる大学ということになります。

⑤二〇一九年度からは、カリキュラムにビジネス心理学が加わります。どのよう工夫すると、顧客がある商品に目を向けやすくなるのか、顧客が欲しがっているものを知るにはどうすればいいのか、などについて学ぶ領域です。私たちは常にモノを買っていますが、その見え方が変わり、日々の生活が面白くなることと請け合いです。そして、⑥オープンキャンパスが面白い。心理学を肌で体験できる面白さもあります。私たちが教員と学生がつくる雰囲気は、実際に触れてみていただくとすぐにわかると思います。ぜひそれを感じてください。