

## 【資料】

# 北陸新幹線開通に向けた入試広報の取り組み

船橋伸一（富山大学アドミッションセンター）

北陸新幹線の開通が地元メディアの注目を集めるなか、この開通と合わせた入試広報戦略を立て、実行に移した。同時に、広範囲の地域から学生を呼び込むことができると思われる入試科目、配点を立案し、学部の理解を得て変更した。その結果、大学の取り組みが、数多くのメディアで取り上げられたばかりか、過去最高の志願者数となり、一定の成果をあげることができた。

## 1. はじめに

2015年3月14日に長野新幹線が延伸し、東京～金沢間で北陸新幹線として開通した。その結果、所要時間も富山～長野間が3時間以上から45分間に短縮され、富山～東京間の3時間以上が2時間ほどに短縮された。北陸の悲願であったこともあり、地元メディアがこぞって、この開通を取り上げた。そうしたなか、マスコミに対して積極的な情報提供を行うとともに、重点地域を定めた入試広報戦略を練り上げた。東北新幹線が開業した際は、東北の国公立大学に対して、首都圏からの進学者の増加は見られなかったと聞いている。しかし、東海道新幹線に遅れること半世紀、北陸新幹線の開業効果を、地元および首都圏で最大限生かそうと決意し、入試広報戦略を立てるとともに、開通の数年前から入試改革に取り掛かった。

## 2. 効果的な入試広報戦略

効果的な入試広報について、平尾・大竹・久保・山内（2011）は詳細な分析を行っている。オープンキャンパス、進学相談会、大学説明会、模擬授業、ガイドブックと言った入試広報のうち、いずれが志望順位に影響を及ぼしたのかを詳細に分析し、これらのなかでオープンキャンパスの有用性が高いことを示している。

Schuttinga（2011）は志願者獲得に向けた施策について検討を加えている。志願者となる見込みのある学生、保護者、高校教員に対して見学用の交通費を支給すること、ダイレクトメールを送付すること、アドミッションセンターにフリーコールを設置すること、さらにはカリキュラムを変更することなど、教育内容に至るまで取り上げている。そしてどういった施策が志願者の増加に効果があるのかを、キリスト教系の学校を対象に分析している。

本稿においては、有用性が高いと推測される施策を念頭に置きながら、実際にどういった広報活

動を展開したのかについて触れていきたい。

現在勤務する大学の入学者は、およそ3割が地元の県出身であり、隣接する石川県からが2割となっている。今回北陸新幹線が開通することから、北陸が注目されていることに着目し、一層幅広い地域から志願者を獲得しようと考えた。特に力を入れたのが、ここ数年間で志願者が倍増していることに加え、大幅に所要時間が短縮される長野県であった。そこで、バスの車体広告を出すとともに、本学広報課によって、長野県内のテレビでお天気フィラーと呼ばれるコマーシャルを実施した。バスの車体広告は、国立大学が本気で入試広報をしていると全国紙をはじめ、各地の新聞やテレビ、そして雑誌で何度も取り上げられ、費用以上の宣伝効果を上げることができた。

また北陸の国公立大学の入試広報のコンソーシアムにおいて、初めて長野市で入試説明会を開催した。参加者は思ったほどではなかったが、地元の新聞社やテレビ局はもちろんのこと、全国紙の記者が東京や大阪から取材に訪れるなど、大きな成果があった。このコンソーシアムは、北陸の国公立大学の存在を際立たせようと企画されたものであり、現在は福井大学、金沢大学、石川県立大学に富山大学を加えた4大学から成っている。毎年、名古屋市や京都市でも説明会や講演会を開催し、大学の知名度向上に資している。こうした説明会の開催にあたっては、アドミッションセンターから直接マスコミに案内を出すなど、情報提供に努めた。新聞等の媒体に広告を出す大学は多いと思われるが、こうした情報提供は無料なうえ、広告よりも効果が期待できる。

そして何より力を入れたのが、本学に関心を持つ学生を増やすことであった。そのため多数の高校で講演を行ったが、北陸新幹線のルートとなる首都圏や長野県に対しては、開通の2年前から積極的に働きかけを行うようにした。もちろん今でも積極的に出向いている。高校での講演の対象は、

高校生全員（全校生徒）、学年全体の高校生、国公立大学志望の高校生のみ、PTA、高校教員など様々である。これらに加え、業者主催の合同入試説明会で講演を行ったり、ブース形式での個別相談に積極的に対応した。昨年は私一人で合同入試説明会（ブース形式）におよそ 80 回参加し、2,300 人以上に個別対応した。また PTA 総会での全体講演や高校生を対象にした入試講演、そして模擬講義を富山県外でおよそ 60 回行い、約 5,500 人に話をした。そのため、大学で受講生から「4 年前に〇〇高校で講演されませんでしたか？」などと言われたり、学内で学生から「私、〇〇高校で先生の講演を聞きました。」などと言われたことがかなりあった。そこで、こうした働きかけが無駄ではなかったと判断している。

新聞広告やテレビコマーシャルなどは、一定の効果が見込めるものの、受験生や高校教員との直接的な交流がなければ、効果が薄れてしまうと思われるため、直接受験生などに語りかけることのできる講演が最も効果的であると判断している。

マスコミに対しても、積極的に情報提供を行った結果、その多くが記事として掲載された。以下は私が取材を受け、記名入りで記事になったものである。これら以外の入試広報の取り組みも多数記事になったが、私の記名のない記事もほぼ同数存在する。マスコミへの学生の紹介も含め、これらはすべてアドミッションセンターで対応した。

表 1 テレビ取材・出演（日時が判明分のみ）

- 北日本放送（2015. 8. 14）県内ニュース。
- NHK（2015. 1. 22）県内ニュース。
- NHK（2015. 2. 13）北陸新幹線特集。全国で放送。
- NHK（2015. 9. 16）県内ニュース。
- 富山テレビ（2016. 1. 25）県内ニュース。

表 2 新聞記事（日時が判明分のみ）

- 1) 2012. 9. 30 北日本新聞「学生獲得チャンス」
- 2) 2012. 12. 16 北日本新聞 船橋の人物紹介
- 3) 2013. 6. 7 北日本新聞「一発勝負か複数回か」
- 4) 2013. 8. 8 北日本新聞「課題山積見直し急務」
- 5) 2013. 11. 30 朝日新聞「学生獲得へ熱視線」
- 6) 2013. 12. 5 朝日新聞「長野は通学圏」
- 7) 2013. 12. 30 北国新聞「学生争奪戦」
- 8) 2014. 5. 24 中日新聞「富大まで 70 分」
- 9) 2014. 10. 7 北日本新聞 船橋の人物紹介
- 10) 2014. 11. 11 信濃毎日新聞「広報戦略」
- 11) 2014. 11. 15 朝日新聞「ワークショップ」
- 12) 2014. 11. 19 信濃毎日新聞「北陸の広報」
- 13) 2014. 12. 5 毎日新聞夕刊「近くなる首都圏」

- 14) 2015. 2. 2 朝日新聞「富山大初の関東入試」
- 15) 2015. 2. 15 読売新聞 船橋の人物紹介
- 16) 2015. 2. 18 富山新聞「富大志願者増 3 位」
- 17) 2015. 3. 23 北陸中日新聞「変わる富山大」
- 18) 2015. 4. 19 富山新聞「富大入試に関心高く」
- 19) 2015. 6. 5 富山新聞「新幹線開業追い風に」
- 20) 2015. 7. 30 朝日新聞「北陸受験生 3 者争奪」
- 21) 2015. 9. 30 富山新聞「学生確保に追い風」
- 22) 2015. 11. 23 北日本新聞「受験生獲得勝負」
- 23) 2015. 11. 24 朝日新聞 船橋の人物紹介
- 24) 2016. 2. 4 北日本新聞「富山大の志願者数」
- 25) 2016. 2. 5 朝日新聞「富山大の志願者数」

### 3. 北陸新幹線開通にあわせた入試改革

赴任直後、各種分析を行った結果、理学部物理学科において、実質倍率が低くなっていることに加え、入学者の物理の学力が必ずしも高くないことが判明した。

そこで物理学科の後期日程において、なぜ小論文を課しているのか、その経緯について聞き取りを試みた。すると 2 次試験を課さないと、センター試験のみの判定になるため入学辞退者が多く、合格させるべき人数が絞り込めないからだと分かった。さらに、受験生にとって受験しやすい科目が小論文であるので、これが最適だと判断し、導入したことが分かった。しかし実際は、小論文は受験生にとって受験しやすい科目などではなく、特別な準備が必要な厄介な科目であるとみなされていると思われる。それは、高校側が 5 教科をしっかり学び、一般入試で国公立大学を目指すよう指導していることとも関係している。高校において小論文は推薦入試のための科目であるとの考えがあることや、全員が必要とする科目ではないことから、指導することを高校教員が負担に感じている場合が多いためである。

ただ、大学の出題者側の観点では、小論文を課すことには様々なメリットがある。小論文を課すなら、2 次試験を課さない場合に比べて合格者を絞り込めるし、「地球温暖化について論じよ。」といった 1 行問題であるなら、出題ミスの可能性も低減する。さらに、こういった内容であれば専門分野を問わないため、出題者の分担の公平性の観点でもメリットとなり、出題者が特定の分野の教員に偏ることもない。

しかし、アドミッションポリシーや受験生の立場を考慮した結果、それまでの入試科目では、学科の望む学生が入学しにくいと判断したことから、学科に対して入試改革の働きかけを行うことにした。まず、2 次試験で課していた小論文を取りや

めて物理を課すこと、そしてセンター試験の科目や配点を変更することを提案した。これには、首都圏など遠方の地域から学生を確保する意図もあった。

後期日程で2次試験の配点を高めたのには訳がある。後期日程は、前期日程などで失敗した受験生が再チャレンジするという要素が強い。なぜならセンター試験で高得点を取った受験生の多くは、すでに難関私大などにセンター試験のみの試験方式で合格している可能性があるためである。さらに、国公立大学の前期日程でも合格している可能性もあることから、後期日程を欠席する可能性が高まると推測される。

しかし、後期日程において2次試験の配点を重くするならば、たまたまセンター試験で失敗した学力の高い受験生や、かつ2次試験の科目が得意な学生を取り込むことができると考え、導入を提案した。

その結果、志願倍率は42.0倍に上昇し、後期日程で学内の過去最高倍率を記録した。

試験科目の提案は2年前予告を原則としているため、2012年入試で実現した。その結果、過去の平均5倍以上の志願者を集めることができたばかりか、物理学科の入学者調査によれば、物理の学力の高い学生を入学させることができた。ここでは、そのデータをあげることはできないが、これらを踏まえるのなら、当初の目的を果たすことができたと思われる。この入試変更をきっかけに、他学部においても依頼を受けて、試験科目や配点の見直しを行うようになった。

続いて、首都圏での知名度を上げるため、工学部全学科の関東試験場の設置を教授会に提案し、設置が認められた。同じく理学部にも働きかけたが、教授会への提案には至らなかった。初年度の関東試験会場での志願者は45人、翌年度は53人と、ほぼ予想通りである。首都圏での広報に力を入れるため、昨年、工学部長に首都圏での合同入試説明会（夢ナビ）で、模擬講義を依頼したこともあった。

さらに経済学部全学科の後期日程における配点変更を教授会に提案した。これまでは、センター試験と2次試験の比率が5:1となっており、センター試験重視であった。そこで2次試験重視の1:2に逆転させる提案を行い、実現したところ、志願者は650人ほど増加し、倍増することになった。もちろん単純に志願者を増やすことだけを目的としておらず、学部のアドミッションポリシーや入学者の成績、そして学部の将来構想を学部長から十分話を聞いたうえで改革であった。

また理学部物理学科の前期科目の方式を分割することにした。これまではセンター試験と2次試験の比率が3:2であったが、センター試験重視型と2次試験重視型の2通りを導入することにした。これは学科の教員と話して感じたことであるが、物理と数学が得意な受験生を一定数確保したいとの意向がありながら、実際の入試の配点では生かされていないように感じた。そこで、センター試験重視型ではセンター試験と2次試験の比率が3:1、そして2次試験重視型では同じく1:5とすることにした。その結果、志願倍率は前期日程で13.9倍を記録し、かつ数学と物理に長けた学生を確保することができた。

また、今年も理学部生物学科、地球科学科、化学科の後期日程でも、同様の試験科目や配点の変更提案を行った。2次試験として、生物学科では面接、地球科学科では2次試験を課さず、化学科では小論文を課していたが、やはりその出題意図が受験生に伝わっていないように感じられたため、それぞれ学科試験に変更した。生物学科では生物、地球科学科では物理か化学か地学、化学科では化学を課し、配点を大幅に見直すことを提案した。その結果、生物学科では今年の志願倍率が52.6倍という結果となり、後期日程で本学の過去最高倍率を更新した。

つまり、これまでに取り組んできたのは、後期日程において試験科目をきちんと課すことと、アドミッションポリシーに合致した試験科目や配点となっているかどうかを再点検し、合致していなければ変更提案を行うことであった。

さらに一般入試に加え、推薦入試の出題内容の変更にも関わった。詳細をみていくと、大問1問のみを出題している科目があったが、0点に近いか満点に近いかという極端な偏りが見られた。つまり、たまたま知っていれば満点、そうでなければ0点ということだと推測できたため、広い範囲から出題する代わりに、小問を複数出題することを提案した。私の専門外の科目であったが、出題会議では出題者が私の意図を汲み、変更されることになった。現在も複数の学部学科において、こうした短期のスパンでの入試改革に携わっているが、長期のスパンでも学部学科と交流しながら、検討を続けている。

なお、表3が志願倍率の推移である。下線付きの文字が変更した年度となっているが、変更後は倍率が上昇していることが窺える。また、ここではデータで示していないものの、入学者の学力が上昇していることも付記しておく。そして表4が主な変更内容となっている。



表 3 志願倍率 (後期日程)

年度	2011	2012	2013
物理学科	11.5	<b>42.0</b>	<b>30.5</b>
化学科	9.9	14.0	10.6
生物学科	10.0	8.2	8.8
地球科学科	8.0	8.6	7.3
生物圏環境学科	8.4	5.4	7.8

※物理学科の 2009 は 5.7 倍, 2010 は 10.2 倍

年度	2014	2015	2016
物理学科	<b>24.0</b>	<b>26.6</b>	<b>21.9</b>
化学科	17.6	8.7	<b>14.6</b>
生物学科	5.6	13.4	<b>52.6</b>
地球科学科	5.6	3.6	<b>16.2</b>
生物圏環境学科	7.8	5.6	7.4

※物理学科は, 2015 年入試から募集定員を 1.7 倍に増加。**太字**は変更した年度。生物圏環境学科は, 試験科目や配点を変更していない。

(単位) 倍

表 4 主な変更内容 (後期日程)

学科名	主な変更内容
物理学科	2 次試験を小論文から物理
化学科	2 次試験を小論文から化学
生物学科	2 次試験を面接から生物
地球科学科	2 次試験を課さないから理科選択
生物圏環境学科	変更なし

#### 4. 資料請求数と志願者数の推移

実際に志願者数や資料請求数を見てみると, 資料請求数は年々増加の一途をたどっている。とくに 2014 年に北陸新幹線沿線の都道府県からの資料請求が激増した。志願者増には結び付かなかったようだが, 資料請求者の属性を調べてみると, 3 割弱が 1~2 年生であったことも影響している可能性がある。

表 5 は北陸新幹線沿線の主な都道府県の志願者数の推移, 表 6 は北陸新幹線沿線の主な都道府県からの資料請求数である。

表 5 北陸新幹線沿線の志願者数 (一般入試)

年度	2014	2015	2016
長野県	520	497	652
東京都	124	148	217
埼玉県	77	61	126
全国	7,155	7,845	7,798

※前期日程と後期日程の合計, (単位) 人

表 6 北陸新幹線沿線の資料請求数

年度	2015	2016
長野県	1,007	1,100
東京都	865	1,066
埼玉県	304	334
全国	20,737	22,737

※4.1 から翌 1.31 まで, データブレイクを用いて抽出した数字を利用, (単位) 件

上記は北陸新幹線沿線の主な都道府県の志願者数 (一般入試の志願者のみで推薦入試を含まない) であるが, 北陸新幹線開業以降, 増加していることが窺える。昨年度に比べ, 長野県においては 3 割増, 東京都は 5 割増, 埼玉県は 2 倍となっている。これは数年前と比較するとさらに歴然としており, 2009 年には, 推薦入試の志願者を加えてでも, 長野県からは 309 人, 東京都からは 106 人, 埼玉県からは 42 人となっており, 長野県と東京都においては 2 倍, 埼玉県においては 3 倍となっている。

資料請求において興味深かったのは, 青森県と北海道において大幅に増えていたことである。これは北海道新幹線の開通と関連があり, おそらく前年に開通した北陸新幹線が青森県や北海道の地元メディアで取り上げられた結果, 北陸が注目された可能性が指摘できる。こうした見立てを取材に訪れた新聞記者に話したところ, それも新聞に掲載された。

#### 5. 入学希望者の不安を取り除くための施策

入試広報を考える際, 高校訪問による高校教員への接触に加え, 合同入試説明会において高校生や既卒生への接触が考えられる。ただ遠隔地から下宿などによって大学に入学する際に, カギを握るのは, 両親, とくに母親であると推測される。

高校教員との交流を通して, 地方国公立大学への進学を勧める際, いかにして親を説得するかに苦慮しているという話を聞くことが多かった。そこで, 知り合った高校教員を通して, PTA 総会において, 地方国公立大学の魅力について語る講演会を行うことを提案した。すると, 講演終了後, 幾人もの父母が来られて, 「今まで, 息子が富山大学に進学したいといってきましたが, ずっと反対してきました。今日は話を聞いて, 息子の言っていることが正しいと分かりましたので, 家に帰ったら, 応援するようにします。」などと言われることが幾度もあった。

しかも, この一度の講演が評判を呼び, 兄の通う高校で話を聞いて良かったから, 弟の通う高校

でも講演をしてほしいと、高校側に父母から強い要請があり実現したケースもあった。さらに、進路指導主事などを担当していた教諭が、教頭や副校長に昇格することにより、新しく赴任された高校においても講演を依頼するよう当該校の進路指導主事などに話をされるケースも少なくなかった。このようにして、富山県から相当離れた地域において、講演を依頼してこられる高校が増加していくこととなった。

また、講演を聞かれた父母が、本学のオープンキャンパスに参加されるケースが目立つようになってきた。そこで、父母の心配を取り除くことが大切だと感じたため、学長に依頼し、オープンキャンパスの当日に「学長と語る会」を開催することにした。これは、父母が本学学長と自由に語り合っていただく場とした。実際、学長は予定されていた出張を取りやめ、この会を優先した。

その結果、「下宿させても富山大学なら安心だと分かった。」といった声が多く寄せられた。父母のなかには、子供が下宿先で病気になった場合、どうなるのかといったことを心配されている方もおられた。そこで、保健管理センターで面倒を見ること、緊急時には大学附属病院において対応することも考えられることなどを、学長から事細かに説明がなされ、納得していただくことができた。なお、この学長と語る会のアンケート調査が以下の表 7 である。この結果をみると、参加された方々が満足されていることが窺える。

表 7 学長と語る会のアンケート調査結果

(自由記述欄を掲載。2015 年 8 月に実施)

- ・大変暑い日だったので、受付時間前に会場に入れていただき助かりました。
- ・学長の熱い思いがとても親として胸に響きました。ぜひとも富山大学に入学させたいと思いました。経済学部(正しくはアドミッションセンター)の先生の語りと豊富な知識にも感動しました。
- ・学長のお話、とても面白かったです。
- ・入学時に掛かる費用等の説明は、非常に分かりやすかったです。
- ・分かりやすかったです。
- ・是非、息子に進学してほしいと思いました。
- ・あまり堅苦しくなかった。わかりやすかったです。
- ・学長と語る会が良かったです。学長のお話を聞いて、大学への期待が大きくなりました。
- ・就職率や大学院進学についての全体像がわかった。また、学生寮が充実しているのもわかり、もし子供が進学したら利用を考えたいと思った。
- ・知りたい事の話聞く事が出来て良かったと思いま

す。

- ・簡潔にしっかり説明していただき大学の事がよく分かりました。
- ・大学生生活の様子(学生の出身県の割合、住居、交通手段などで)が具体的にイメージできた。就職先、就職支援について、説明がわかりやすい説明があったこと。
- ・周りの環境の良さや大学の教育理念、将来の展望など。
- ・とてもわかりやすく参考になることばかりでした。特に学長先生のお話は興味深く楽しい時間でした。
- ・学長の話がとても良かったです。大学が目指している内容も良くわかりました。
- ・保護者はどのような心構えでいるとよいかと説明があったこと(が良かった)。
- ・学長との懇談会が良かった。
- ・内容もわかりやすく、学長さんのお話で、富山の良さも知る事ができました
- ・学長のお話(が良かった)。
- ・短い時間の中で、内容がしっかりと要約されていました。
- ・全体を大まかに必要事項を端的に話していただいていたのでよいと思います。
- ・説明が分かりやすく 写真もあり、よかったです。

( )を除き原文のまま。

## 6. 新入生調査から明らかになったこと

新潟大学の新入生調査を分析した、並川・佐藤・濱口(2014)は、新入生や保護者が利用した広告媒体、志望校選びで重視している点、影響を受けた人物などを明らかにしている。

以下の表 8 は、富山大学で実施した 2015 年入学者のアンケート調査である。今回の本学の調査結果と新潟大学で行われた調査結果と、詳細な比較は行っていないが、類似している可能性が高いと推測される。

本学で行われたアンケートでは、入学者のうち、高校で説明会に参加した学生は、入学者のうち 15.0%に過ぎない。しかし、昨年は主に 1 年生を対象とした高校での講演会で、一昨年を大幅に上回る約 5,500 人を対象に講演してきたことから、次年度以降はこの数字が上昇すると推測される。

またテレビや新聞での広報を見ていない学生が多いのは、宣伝をした地域に限られることも影響しているためであろう。ここでは地域ごとに分析を行っていないが、たとえば長野県や埼玉県からの入学者のみを抜粋した場合、比率が大幅に上昇することが予想される。

表8 2015年入学者のアンケート調査(抜粋)

(1) オープンキャンパス

参加した	不参加	無回答
402	1,021	12

(2) 高校での説明会

参加した	不参加	無回答
210	1,187	38

(3) 大学HP

見た	見なかった	無回答
1,319	107	9

(4) 大学独自の携帯電話サイト

見た	見なかった	無回答
664	754	17

(5) 大学案内

見た	見なかった	無回答
1,224	202	9

(6) 進学情報雑誌(有料・無料)

見た	見なかった	無回答
715	704	16

(7) テレビでの放映

見た	見なかった	無回答
281	1,140	14

(8) HP上の大学紹介ムービー

見た	見なかった	無回答
371	1,050	14

(9) 説明会・見学会等

見た	見なかった	無回答
204	1,218	13

(10) 新聞での広報

見た	見なかった	無回答
109	1,310	16

(1) ~ (10) 回答者の出身高校の地域

富山	石川	福井	愛知	岐阜
442	255	83	111	76
新潟	長野	北海道・東北	東京・関東	静岡・三重
72	76	50	80	42
大阪・近畿	中国地方	四国地方	九州・沖縄	その他
101	14	3	11	19

2015年4月入学者を対象に調査。(単位)人

7. まとめ

今年には北海道新幹線が開通するが、こうした地域の期待を背負った新規路線の開通は、地元で

も大きく取り上げられることが多い。そこで積極的にマスコミに情報発信をすることにより、入試広報において、より大きな成果を上げることができると思われる。

受験雑誌や新聞やテレビによる広報は、多数の方の目に触れるものの、その大学に関心がない限り、そのまま目に留まらないケースも少なくないと思われる。

富山大学の入学者を対象にした調査では、大学のホームページから、大学に関する情報を得たとの回答が多い。しかし、だからといって、ホームページのみを充実させればいいという訳ではない。なぜなら、特定の大学に関心を持つきっかけとして、高校の先生からの話や、大学の教職員との交流も重要だと思われるためである。

2016年入試において、前期日程の合格者に占める県外出身者の割合が、過去最高の75.4%に達した。また北陸新幹線沿線の出身者が増加し、新幹線効果は顕著にみられたと判断している。ただ、今後は地域に根差した大学として、県内就職の割合を高めるなどの方策も必要になってくると思われる。県内就職の割合は、地元以外に広報を行わず、地元からしか受験しないような大学になれば自然と高まるのは明白である。しかし、魅力的な大学であれば、全国から学生が集まってくるのも、また事実である。そこで、全国から学生を集め、地元の魅力を伝えていく取り組みも必要になってくるだろう。

同時に、優秀な受験生を確保するためには入試科目や配点、出題内容の再検討も必要だと思われる。安易に試験科目を削減するのではなく、アドミッションポリシーを考慮し、むしろ増加させることが受験生確保の観点でも有効であろう。

参考文献

平尾智隆・大竹奈津子・久保研二・山内一祥 (2011) 「ある国立大学における入試広報の効果測定—志望順位を決定する要因—」『大学評価・学位研究』, 12, 19-28

Schuttinga, Bethany J.(2011). *Effectiveness and usage at member institutions of the Council for Christian Colleges and Universities*,

Iowa State University paper 10367

並川努・佐藤喜一・濱口哲 (2014) 「入試広報に関する受験生・保護者の動向の検討—新潟大学入学者を対象とした入試広報アンケートの分析から—」『大学入試研究ジャーナル』, 24, 149-154