

【原著】

新潟大学における入試広報アンケートの分析

吉田章人, 並川 努, 坂本 信 (新潟大学)

新潟大学では2016年度から高大接続推進部門を設置し、入試広報の改善、入学者選抜の改革、高大接続の強化を図っている。18歳人口の減少が危惧されるなかで、志願者の安定的確保を目的とした入試広報活動の重要性は一層高まるものと考えられる。本稿では、新潟大学における2016年度新入生を対象とした入試広報アンケートの結果をもとに、受験生が志望校を選ぶ上で、影響を受けた人物・利用した広報媒体・重視した特徴について検証し、本学における入試広報に対する今後の課題について考察し、高校教員のなかでも担任・副担任の先生の影響の強さや教育産業等のウェブサイトが受験生への主たる情報源の一つとなっている可能性などが示唆された。これらの結果を今後、入試広報の改善を行う上での一助としたいと考える。

1 はじめに

新潟大学では2016年度より教育改革を統括する組織として経営戦略本部に教育戦略統括室を設置し、さらにそのなかに高大接続推進部門を置いて、入試広報の改善、入学者選抜の改革、高大接続の強化を図っている。18歳人口の減少が危惧されるなかで、志願者・入学者の安定的な確保は重要な課題である。各大学では志願者の安定的な確保を図るために、さまざまな入試広報を進めている。新潟大学においても佐藤・中畝・濱口(2012)ですでに紹介されているように(図1)、パンフレットやホームページのほか、高校教員を対象とした高校訪問や高校教員招聘事業(アドミッションフォーラム)などを行っており、また必要に応じて改善に努めている。しかしながら、それぞれの入試広報事業ごとの効果を分析・評価することは容易ではない。そのため、新潟大学では毎年、新入生(及びその保護者)を対象として、「入試広報改善のためのアンケート」(以下、入試広報アンケート)を実施している。同様のアンケートは多くの大学でも行われており、その成果についても少なからず発表されている。新潟大学においてもその成果は、すでに佐藤ほか(2012)や並川・佐藤・濱口(2014)において発表されているが、高大接続推進部門の設置を契機として、現在の入試広報活動の再点検と今後の入試広報の改善に向けて改めて検証していく必要がある。

本稿では、2016年度に実施した入試広報アンケート結果を検証することによって、入試広報における課題を指摘し、今後の入試広報改善の一助としたいと考える。

2 入試広報アンケートに関する検証について

前述したように、本学の入試広報アンケートについ

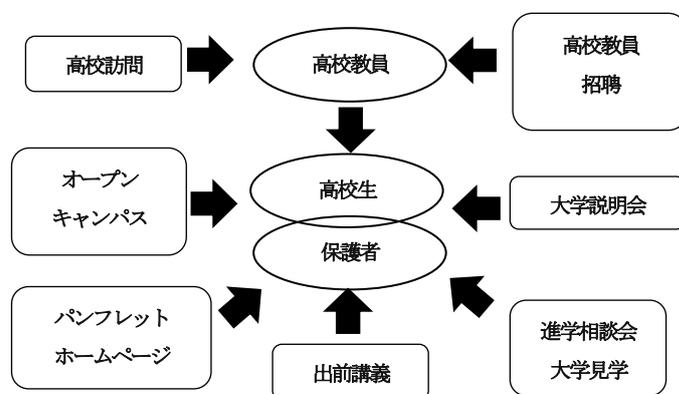


図1 新潟大学の入試広報戦略の概念図
佐藤ほか(2012)をもとに一部改変¹⁾

ては、これまでも検討されたことがある。まず、佐藤ほか(2012)では新潟大学における入試広報事業の概要を紹介した上で、2010年度の入試広報アンケートを利用して、新入生が利用した情報源、新潟大学の知名度、進路指導室の利用状況について検証した。また、並川ほか(2014)では2012年度の入試広報アンケートを用いて、新入生と保護者を対象として、利用した広報媒体とその有用性、志望校選びで重視していた点、志望校選びで影響を受けた人物の3点について検証している。このアンケート自体は新潟大学において毎年行っているものであり、本稿で利用する2016年度の入試広報アンケートの質問事項は、基本的には並川ほか(2014)で用いた2012年度のものと同じである。従って、本稿でも並川ほか(2014)と同様の3点について検証していく。ただし、聞き方や項目については毎年少しずつ変えているところもあり、必ずしも経年変化を検証するためのものとはなっていない。一方で、2012年度の結果とは変化している部分もあり、その変化に

についても紹介していくことにしたい。

まず、入学者といっても、その属性は一様ではない。例えば、入学者を新潟の県内・県外でわけてみた場合、オープンキャンパスのような直接大学に訪れる必要があるイベントでは、県外からの入学者の利用率は低くなるであろう。佐藤ほか (2012) の検証によれば、新潟大学の知名度は県外ではあまり高くないことも指摘されている。また、並川ほか (2014) では学系別の分析を試みているが、医歯学系では母親や、学習塾や予備校の先生が人社系や自然科学系よりも志望校決定において受験生に与える影響が強い傾向にあったことなどが示されている。本学以外のアンケート分析でも、アンケート対象者の属性に着目した検討が行われている。着目した属性を見ていくと、例えば平尾・大竹・久保・山内 (2011) では志望順位によって、本多・島田・大谷・高野・関・佐藤・白川 (2011) では入試形態や志望順位・性別等によって検証されている。また、雨森 (2016) では入試広報に関する先行研究を整理した上で、前期・後期・推薦などの入試形態と入試での合格順位と紐づけることによって分析を行っている。

このように、アンケートの検証においては、対象者それぞれの属性に着目した検討が多く行われている。こうした属性に着目した場合、全体を集計しただけでは読み取ることのできない差異が現れる可能性もある。例えば、入試形態に着目すると、新潟大学では、一般入試の前期・後期、推薦入試、帰国子女や社会人などを対象とした特別入試に大別される。2016 年度入試では募集人員 2247 名のうち、前期日程が約 60% を占めており、後期日程約 16%、推薦入試約 20% 程度となっている。従って、新入生アンケートの結果についても、前期日程の傾向が反映されやすく、後期日程や推薦入試の傾向は反映されにくいように思われる。しかし、推薦入試と一般入試 (前期・後期) とでは出願時期が異なることや、雨森 (2016) でも触れられているように、志望順位でも推薦・前期・後期の順に低くなる傾向があると考えられることから、入試形態の違いによって、こうした志望校決定において異なる傾向を示す可能性もあろう。以上をふまえて、今回は前期日程・後期日程・推薦入試という入学者の入試形態ごとでも検証してみることにしたい。

3 入試広報アンケートの分析

3.1 調査協力者

入試広報アンケートを実施した対象は、2016 年度に新潟大学入学した新入生 2456 名 (編入生、留学生等を含む)、そのうち協力が得られたのは 2310 名 (男性 1311

名、女性 956 名、不明 43 名) であり、回答率は全体の 94.1% であった。入試形態で分けると、前期日程 1454 名、後期日程 354 名、推薦 387 名、その他 (社会人、帰国子女、私費留学生を対象とした特別入試) 49 名、不明 66 名であった。なお、今回は入試形態別では前期日程・後期日程・推薦入試のみを検証対象とし、それ以外については、社会人や帰国子女を対象としたものなど入試形態が多様であり、かつそれぞれが少数であるため、対象としないことを断っておく。

以下、2016 年度アンケートの結果をもとに、新入生が志望校選びにおいて「影響を受けた人物」「利用した広報媒体」「重視した特徴」の 3 点について報告する。なお、同様の調査は新入生の保護者に対しても行っているが、本稿の報告は特に断らない限り、新入生を対象としたアンケート結果についてである。

3.2 受験生が影響を受けた人物

受験生が志望校選びの際に、どのような人から影響を受けているかについて、「高校の担任・副担任の先生」・「高校の進路指導の先生」・「高校のその他の先生」・「母親」・「父親」・「兄弟姉妹」・「高校の先輩」・「高校の同級生」・「学習塾や予備校の先生」の 9 項目²⁾ から、まず話を聞く機会の有無を尋ねた上で、機会があった場合に影響を受けた程度を「1: まったく影響を受けなかった」・「2: どちらかと言えば影響を受けなかった」・「3: どちらともいえない」・「4: どちらかといえば影響を受けた」・「5: かなり影響を受けた」の 5 段階で評価するように求めた。同様の問いは、並川ほか (2014) で対象とした 2012 年度の新入生アンケートでも尋ねているが、そのときには単に影響を受けた人物は誰かと聞いていた。また、2012 年度の入試広報アンケートとの違いでいえば、高校教員については、従来は「高校の先生」と一括りにしていたが (補表 1 参照)、現在は「担任・副担任の先生」・「進路指導の先生」・「その他の先生」に分けて尋ねている。

入試形態別に前期日程、後期日程、推薦入試にわけて集計を行った結果 (表 1)、「担任・副担任の先生」については、入試形態にかかわらずもっとも話を聞く機会が多く、影響ももっとも強く受けていることが示唆された。保護者に対しても「父親」・「母親」の項目をはずすなど、一部項目を変えつつ同様の質問を行っているが³⁾、やはり「担任・副担任の先生」から話を聞く機会が 77.2% ともっとも多く、影響ももっとも強くなっていた ($M=3.6$, $SD=1.1$)。

前期日程では、「担任・副担任の先生」に次いで、「母親」から話を聞く機会・影響ともに強くなっていた。

表1 志望校選びに関して話す機会の有無と影響の強さ

| | 前期 (N=1454) | | | 後期 (N=354) | | | 推薦 (N=387) | | |
|--------------|-------------------|----------------|-----|-------------------|----------------|-----|-------------------|----------------|-------|
| | 話を聞く機会 の有無 (%) | 機会のあった人 の評価 | | 話を聞く機会 の有無 (%) | 機会のあった人 の評価 | | 話を聞く機会 の有無 (%) | 機会のあった人 の評価 | |
| | | M | SD | | M | SD | | M | SD |
| 高校の担任・副担任の先生 | 85.6 | 3.9 | 1.1 | 85.9 | 3.9 | 1.2 | 93.5 | 4.2 | 1.2 * |
| 高校の進路指導の先生 | 69.7 | 3.5 | 1.2 | 67.5 | 3.6 | 1.2 | 84.2 | 3.9 | 1.2 * |
| 高校のその他の先生 | 65.6 | 3.5 | 1.2 | 66.7 | 3.5 | 1.2 | 78.6 | 3.8 | 1.2 * |
| 母親 | 84.5 | 3.6 | 1.2 | 78.5 | 3.5 | 1.2 | 87.1 | 3.7 | 1.1 |
| 父親 | 79.2 | 3.4 | 1.2 | 75.4 | 3.4 | 1.2 | 78.0 | 3.5 | 1.2 |
| 兄弟姉妹 | 49.8 | 2.9 | 1.4 | 44.1 | 2.7 | 1.3 | 49.9 | 2.9 | 1.3 |
| 高校の先輩 | 51.4 | 3.1 | 1.3 | 51.1 | 3.1 | 1.3 | 56.1 | 3.4 | 1.3 * |
| 高校の同級生 | 72.5 | 3.4 | 1.2 | 67.8 | 3.3 | 1.2 | 70.5 | 3.2 | 1.2 * |
| 学習塾や予備校の先生 | 49.2 | 3.6 | 1.3 | 45.5 | 3.5 | 1.4 | 38.8 | 3.3 | 1.4 * |

*は入学者の評価において、前期・後期・推薦の3群間で有意な差 (p<.05) があった項目

補表1 新入生が影響を受けた人物(2012年度)

| | 順位 | M | SD |
|------------|----|-----|-----|
| 高校の先生 | 1 | 3.6 | 1.4 |
| 母親 | 2 | 3.1 | 1.4 |
| 父親 | 3 | 2.9 | 1.5 |
| 高校の同級生 | 4 | 2.7 | 1.5 |
| 高校の先輩 | 5 | 2.2 | 1.4 |
| 学習塾や予備校の先生 | 6 | 2.1 | 1.5 |
| 兄弟姉妹 | 7 | 2.0 | 1.3 |
| 大学の先生 | 8 | 1.7 | 1.1 |

並川ほか(2014)より

また、話を聞く機会は多くないものの、「学習塾や予備校の先生」の影響も「母親」と同程度の結果がみられた。後期日程でも話を聞く機会では「母親」が担任・副担任に次いで多くなっていたが、影響の強さでは「進路指導の先生」が担任・副担任に次いで高くなっていた。「学習塾や予備校の先生」の影響は前期日程と同様に、「母親」と同程度であった。推薦入試による入学者では「母親」とともに「進路指導の先生」に話を聞く機会があった新入生が80%以上と多く、入試形態ごとに比較しても、影響の強さについても「担任・副担任の先生 (F(2, 1907) = 8.421, p < .001)」「進路指導の先生 (F(2, 1575) = 18.672, p < .001)」「その他の先生 (F(2, 1491) = 8.495, p < .001)」で有意な差があり、多重比較を行ったところ、いずれも推薦入試による入学者の平均値が前期・後期よりも有意に高くなっていた。雨森(2016)でも指摘されているが、推薦入試受験者は高校から推薦を受ける必要があるため、高校教員の影響がより強くなると考えられよう。

全体的には前期日程と後期日程とでは話を聞く機会・影響の強さともに目立った差はなか比べるとどちらも「学習塾や予備校の先生」だったものの、推薦入試とから話を聞く機会があった人が多かった。「学習塾や予備校の先生」の影響は、並川ほか(2014)ではあま

り強くなかったが(補表1)、話を聞く機会の有無を尋ねた上で影響の強さを尋ねた場合、話を聞く機会は多くないものの、前期・後期による入学者は比較的強い影響を受けている可能性が考えられる。

また、志望校決定において、高校教員の影響力が強いことは、並川ほか(2014)や雨森(2016)でもすでに指摘されているが、本調査ではなかでも「担任・副担任の先生」から話を聞く機会が多く、影響も比較的強い結果が出た。新潟大学でも、高校訪問に加え、高校教員招聘事業(アドミッションフォーラム)など高校教員を対象とした広報に力を入れており、こうした大学からの入試広報に対しては「進路指導の先生」が応対するケースが多いが、このアンケート結果をふまれば、「担任・副担任の先生」にも働きかけていく方法を考える必要性もある。ただし、「担任・副担任の先生」が受験生に伝える情報は、「進路指導の先生」からもたらされた可能性も考えられることから、高校訪問などの際には間接的な情報として伝わることを想定した上で情報提供を行うようにするべきであろう。受験生の受験対策や志望校決定において、進路指導を担当する教員と担任・副担任の教員とがどのように情報交換を行っているかについても、高校訪問などの機会に情報収集しておくべきかもしれない。

3.3 広報媒体の利用(参加)状況

広報媒体については、紙媒体として「大学案内パンフレット」など3項目、イベントとして「新潟大学のオープンキャンパス」など6項目、ウェブサイトとして「新潟大学の公式ホームページ」など本学のウェブサイト6項目と教育産業等のウェブサイト5項目の11項目、計20項目について、利用(参加)の有無とどのくらい役に立ったかを「1:まったく役に立たなかつ

表2 広報媒体の利用（参加）状況とその評価

| | 前期 | | | 後期 | | | 推薦 | | |
|-------------------------|---------|-----|-----|---------|-----|-----|---------|-----|-------|
| | 利用率 (%) | M | SD | 利用率 (%) | M | SD | 利用率 (%) | M | SD |
| 『新潟大学 大学案内』（大学案内パンフレット） | 80.8 | 4.2 | 0.7 | 73.7 | 4.3 | 0.7 | 90.7 | 4.5 | 0.6 * |
| 『新潟大学 データブック』 | 40.7 | 4.1 | 0.8 | 31.6 | 4.0 | 0.8 | 47.5 | 4.1 | 0.8 |
| 入学した学部・学部の案内パンフレット | 60.6 | 4.2 | 0.8 | 53.4 | 4.1 | 0.8 | 85.5 | 4.5 | 0.6 * |
| 新潟大学のオープンキャンパス | 39.1 | 4.2 | 0.8 | 31.6 | 4.2 | 0.8 | 75.2 | 4.6 | 0.6 * |
| 高校等が主催の新潟大学訪問（大学見学） | 12.9 | 4.0 | 0.8 | 14.7 | 4.1 | 1.0 | 22.0 | 4.3 | 0.7 * |
| 高校内で開催される進学説明会 | 27.9 | 3.8 | 0.9 | 22.3 | 4.0 | 1.0 | 33.6 | 3.9 | 0.8 |
| 高校以外の会場で開催される進学説明会 | 10.5 | 3.8 | 0.9 | 8.2 | 3.7 | 1.1 | 17.8 | 4.0 | 0.9 |
| 新潟大学主催の新潟大学説明会 | 3.5 | 4.0 | 1.0 | 4.2 | 4.4 | 0.6 | 10.3 | 4.4 | 0.8 |
| 新潟大学の教員による出前講義 | 10.0 | 3.9 | 0.9 | 11.3 | 4.2 | 0.7 | 16.0 | 4.3 | 0.8 * |
| 新潟大学の公式ホームページ | 86.7 | 4.3 | 0.8 | 84.2 | 4.3 | 0.7 | 94.1 | 4.5 | 0.7 * |
| 新潟大学のFacebookページ | 4.6 | 3.6 | 1.1 | 4.8 | 3.6 | 1.0 | 6.5 | 3.8 | 1.2 |
| 入学した学部・学科のページ | 78.1 | 4.3 | 0.8 | 75.4 | 4.3 | 0.8 | 90.7 | 4.6 | 0.6 * |
| 教員・研究室のページ | 35.6 | 3.9 | 0.8 | 37.3 | 4.1 | 0.8 | 63.0 | 4.3 | 0.8 * |
| シラバスのページ | 31.6 | 3.7 | 0.9 | 29.7 | 3.8 | 0.9 | 48.1 | 3.9 | 1.0 |
| アドミッションポリシーのページ | 37.4 | 3.8 | 0.9 | 43.5 | 4.0 | 0.9 | 72.6 | 4.3 | 0.8 * |
| A社のウェブサイト | 33.6 | 4.2 | 0.8 | 31.9 | 4.2 | 0.9 | 20.2 | 4.2 | 0.8 |
| B社のウェブサイト | 40.4 | 4.2 | 0.8 | 40.4 | 4.3 | 0.8 | 26.6 | 4.3 | 0.7 |
| C社のウェブサイト | 59.1 | 4.3 | 0.8 | 58.8 | 4.2 | 0.8 | 55.3 | 4.4 | 0.7 |
| D社のウェブサイト | 6.9 | 3.7 | 1.1 | 5.9 | 4.0 | 1.0 | 6.7 | 3.7 | 1.0 |
| その他の業者のウェブサイト | 11.6 | 3.9 | 0.9 | 15.0 | 4.0 | 0.8 | 8.8 | 3.6 | 0.9 |

*は入学者の評価において、前期・後期・推薦の3群間で有意な差 (p<.05) があった項目

た」・「2：どちらかと言えば役に立たなかった」・「3：どちらともいえない」・「4：どちらかと言えば役に立った」・「5：かなり役に立った」という5段階で尋ねた。

これらを前期日程・後期日程・推薦入試の入試区分ごとに集計を行うと（表2）、いずれにおいても「公式ホームページ」・「大学案内パンフレット」・「学部・学科のページ」・「学部案内パンフレット」の利用率が上位に来ている。これらの広報媒体の利用率が他より高くなる傾向は、2010年度アンケート結果（佐藤ほか、2012）や2012年度の結果（並川ほか、2014）とも同様であった。ウェブサイトの利用率は今後も高まっていくものと考えられるが、紙媒体である大学案内や学部・学科案内のパンフレットも依然として利用率が高く、評価においても4つの媒体で大きな差異が見られないことから、紙媒体による広報も今後なお重要であると考えられる。また、近年は教育産業のウェブサイトも比較的多く利用されるようになってきている。現在の入試広報アンケートでは「A社」・「B社」・「C社」・「D社」・「その他の教育産業」と分けているが、アンケート協力者全体の65.4%がこれらのいずれかについては利用したと答えていた。並川ほか（2014）が用いた2012年度アンケート結果では「業者による進学情報のホームページ」という聞き方をしていたため単純な比較はできないが、利用率は30%程度に留まっており、大きな変化といえよう。以上をふまえれば、広報媒体

としては概ね大学や学部のホームページ、大学・学部案内（パンフレット）、教育産業のウェブサイトが新潟大学における受験生の主たる情報源となっているといえる。佐藤ほか（2012）が指摘するように、紙媒体は手軽にとれ、ウェブサイトには物理的距離を意識せずに情報提供できるといった、それぞれの利点が

あることから、今後もこれらの利点を活かしつつ工夫を重ねていく必要があるだろう。一方、ウェブサイトは情報過多となり、欲しい情報を簡単に探し出せなくなる場合もあることから、大学のホームページ等の充実を図る上では、紙媒体や教育産業などのウェブサイトを活用しながら整備をしていく必要があるかもしれない。

また、イベントでは「オープンキャンパス」の参加率が高い傾向にある。特に推薦入試による入学者では約75%が参加したと答えている。新潟大学に直接訪れる必要のある「オープンキャンパス」については、県内と県外とでは大きく異なることが予想されるが、推薦入試入学者では県内で80.4%、県外でも70.2%が参加したと答えている。一般入試では前期日程で県内は69.0%、後期日程でも県内の60.1%が参加したと答えており、推薦入試受験者の参加率は県内・外であっても高く、一般入試受験者でも県内では高い参加率があることがわかった。

入試形態でみると、前期は69.2%・後期は67.2%と、推薦（59.7%）に比べて、教育産業のウェブサイトの利用率がやや高い傾向にあった。推薦入試による入学者では、「オープンキャンパス」のほか「アドミッションポリシーのページ」・「教員・研究室のページ」・「シラバスのページ」の利用率が高くなっている。推薦入試による入学者において、これらの利用率が高くなった要因としては、推薦入試では面接がある場合が多い

表3 重視した特徴

| | 前期 | | | 後期 | | | 推薦 | | | |
|----------------------|----|-----|-----|----|-----|-----|----|-----|-----|---|
| | 順位 | M | SD | 順位 | M | SD | 順位 | M | SD | |
| 大学の規模が大きいこと | 7 | 3.3 | 1.3 | 8 | 3.2 | 1.3 | 11 | 3.5 | 1.2 | * |
| 学部の数が多いこと | 13 | 3.0 | 1.4 | 12 | 3.0 | 1.4 | 15 | 3.2 | 1.3 | * |
| 大学の立地・環境 | 3 | 3.6 | 1.3 | 2 | 3.4 | 1.3 | 5 | 3.8 | 1.2 | * |
| 入学者受入方針（アドミッションポリシー） | 17 | 2.9 | 1.2 | 16 | 2.9 | 1.3 | 7 | 3.7 | 1.1 | * |
| 入学試験の科目 | 1 | 3.9 | 1.2 | 4 | 3.4 | 1.3 | 4 | 3.9 | 1.2 | * |
| 前年度の倍率 | 11 | 3.1 | 1.4 | 18 | 2.7 | 1.4 | 18 | 3.0 | 1.4 | * |
| 出身高校から進学実績 | 20 | 2.5 | 1.4 | 20 | 2.5 | 1.4 | 20 | 2.7 | 1.5 | * |
| カリキュラム（教育内容） | 5 | 3.4 | 1.2 | 1 | 3.6 | 1.2 | 1 | 4.2 | 1.0 | * |
| 開講されている授業の内容 | 9 | 3.2 | 1.2 | 6 | 3.3 | 1.2 | 3 | 4.0 | 1.0 | * |
| 教員の研究テーマ | 16 | 2.9 | 1.2 | 14 | 2.9 | 1.3 | 10 | 3.6 | 1.2 | * |
| 外国語教育 | 14 | 3.0 | 1.2 | 11 | 3.0 | 1.2 | 13 | 3.4 | 1.2 | * |
| 留学制度 | 18 | 2.7 | 1.3 | 17 | 2.8 | 1.3 | 17 | 3.0 | 1.3 | * |
| 大学独自の奨学金制度 | 21 | 2.2 | 1.2 | 21 | 2.1 | 1.2 | 21 | 2.3 | 1.3 | * |
| 授業料免除制度 | 22 | 2.1 | 1.2 | 22 | 2.1 | 1.2 | 22 | 2.2 | 1.2 | |
| 学生寮 | 23 | 2.0 | 1.2 | 23 | 1.8 | 1.1 | 23 | 2.0 | 1.3 | |
| サークル・部活動 | 15 | 3.0 | 1.3 | 15 | 2.9 | 1.3 | 16 | 3.1 | 1.3 | * |
| 国家試験、公務員・教員採用試験の合格率 | 12 | 3.0 | 1.3 | 13 | 2.9 | 1.3 | 12 | 3.5 | 1.4 | * |
| 取得可能な資格 | 8 | 3.3 | 1.3 | 9 | 3.2 | 1.3 | 8 | 3.7 | 1.2 | * |
| 卒業生の就職先 | 4 | 3.5 | 1.3 | 5 | 3.3 | 1.3 | 6 | 3.8 | 1.2 | * |
| 卒業生の就職率 | 6 | 3.4 | 1.3 | 7 | 3.2 | 1.3 | 9 | 3.7 | 1.2 | * |
| 就職のサポート | 10 | 3.1 | 1.2 | 10 | 3.1 | 1.3 | 14 | 3.4 | 1.3 | * |
| 大学の雰囲気 | 2 | 3.7 | 1.2 | 3 | 3.4 | 1.3 | 2 | 4.1 | 1.0 | * |
| 附置の研究所 | 19 | 2.6 | 1.2 | 19 | 2.6 | 1.2 | 19 | 3.0 | 1.3 | * |

*は入学者の評価において、前期・後期・推薦の3群間で有意な差（ $p < .05$ ）があった項目

ことが挙げられるかもしれない。また、入学者からの評価についても、有意な差がみられた「教員・研究室のページ（ $F(2, 891)=17.231, p < .001$ ）」で多重比較を行ったところ、推薦とともに後期の平均値も前期よりも有意に高くなっていった。後期でも、推薦入試と同じく面接が課せられることが多く、こうした媒体が受験生にとってどのような関心のもとに利用されているかについては、今後もう少し検証する必要があるだろう。

3.4 重視した特徴

志望校を決定する上で重視した特徴については、「大学の規模が大きいこと」・「学部の数が多いこと」・「大学の立地・環境」など23の項目について、「1：まったく重視していなかった」・「2：どちらかと言えば重視しなかった」・「3：どちらともいえない」・「4：どちらかと言えば重視していた」・「5：かなり重視した」という5段階で尋ねた。

入試形態別にみると（表3）、前期日程では「入学試験の科目」が最も重視されており、後期日程・推薦入試では「カリキュラム（教育内容）」が最も重視されていた。「大学の雰囲気」や「大学の立地・環境」はいずれの入試形態でも重視されているが、これらはオープンキャンパスや大学見学などで実際に大学を訪れたこ

とが影響している可能性があるかもしれない。一方、「学生寮」や「授業料免除制度」・「大学独自の奨学金制度」などは、入試形態にかかわらずあまり重視されていないようである。また、「カリキュラム（教育内容）（ $F(2, 2153)=60.55$

（ $F(2, 2152)=68.544, p < .001$ ）」・「教員の研究テーマ（ $F(2, 2155)=46.633, p < .001$ ）」でも有意な差があり、多重比較を行ったところ、いずれも推薦入試は前期・後期より有意に高くなっていった。推薦入試受験者では、一般入試受験者よりもこれらが強く意識されていたことが示唆される⁴⁾。これらは、前節でみた利用した広報媒体でも推薦入試受験者の「アドミッションポリシーのページ」・「教員・研究室のページ」・「シラバスのページ」の利用率が高かったことと同様に、面接のための対策という可能性もある。ただ、推薦入試受験者にとってこれらの情報が志望校決定に影響するとすれば、入試広報におけるこれらのウェブサイトの活用についても検討の余地があろう。今後の課題としたい。

4 まとめ

本稿では、新潟大学における新入生を対象とした入試広報アンケートをもとに、その検証結果を報告した。本稿の検証結果はあくまでも新潟大学の2016年度入学者を対象としたものであり、必ずしも受験生一般にあてはまるわけではない。しかしながら、パンフレットなどの紙媒体やオープンキャンパスについては、これまでの新潟大学における入試広報アンケートを用いた先行研究と同様の結果となっており、改めてその有

用性を示唆する結果となった。また、今回のアンケート結果からは、高校教員のなかでも担任・副担任の先生の影響が入試形態にかかわらず強いことが示唆されており、今後は進路指導の先生だけでなく、担任・副担任の先生と対話できる機会についても考えていく必要があるだろう。高校教員については、3 項目に分けたにもかかわらず、いずれの話を書く機会も比較的多く、改めて高校教員の受験生に対する存在感が示されたといえる。入試広報だけでなく、高大接続という観点からも高校教員との継続的な対話が求められよう。利用媒体では、教育産業等のウェブサイトの利用率が、大学のパンフレットやホームページなどに次いで高く、受験生の主たる情報源の一つとなっているといえよう。特に前期・後期日程による入学者の利用率が推薦入試による入学者に比べてやや高いという結果であった。また、推薦入試受験者ではアドミッションポリシーや教員・研究室のページも多く利用されているという結果もみられた。これらについては面接対策の可能性もあるが、入試広報におけるこれらの活用についても今後検討の余地があろう。

本文において取り上げた項目以外にも入試形態間で有意な差が認められた項目が少なからずあったが、今回は紙幅の都合などもあり、言及するに至らなかった。今回触れなかった項目も含め、このようなアンケートの分析結果を積み重ねていきつつ、入試広報活動の点検を行うことで、今後より有用な入試広報を進めていくための一助としたいと考える。

注

- 1) 佐藤ほか (2012) で示した概念図には含まれていた新潟大学主催の新潟大学説明会(新潟大学フェア)は、2016 年度以降実施していないため削除した。
- 2) 分析対象とした入試広報アンケートでは、「その他」の項目を設けていないため、分析結果はあくまでも選択肢のなかでの相対的なものであることを断っておく。以下の「広報媒体の利用(参加)状況」・「重視した特徴」においても同様である。
- 3) 保護者については、2016 年度の入学式に出席した新入生の保護者を対象に 899 名から回答を得た。入学者の関係でいえば、父親 224 名、母親 659 名、祖父 1 名、祖母 1 名、その他・不明 14 名であった。保護者に対しても、基本的には新入生と同一の質問項目を用いたが、保護者が影響を受けた人物については、「高校の担任・副担任の先生」・「高校の進路指導の先生」・「高校のその他の先生」・「(今回入学した人の) 兄弟姉妹」・「(今回入学した人の) 友人等」・「(今回入学した人の)

友人等の保護者等」・「学習塾や予備校の先生」の 7 項目を対象とした上で、まず話を聞く機会の有無を尋ね、機会があった場合に影響を受けた程度を「1 : まったく影響を受けなかった」・「2 : どちらかと言えば影響を受けなかった」・「3 : どちらともいえない」・「4 : どちらかといえば影響を受けた」・「5 : かなり影響を受けた」の 5 段階で評価するように求めた。

4) アドミッションポリシーの認知度については、山村・鈴木・濱中・立脇 (2014) が公募推薦・AO 入試では他の選抜方法に比べて高いことを指摘している。

参考文献

- 雨森聡 (2016). 入試広報戦略のありようについて—入試広報の効果検証を中心に— 『大学入試研究ジャーナル』, 26, 111-116.
- 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.
- 本多正尚・島田康行・大谷奨・高野雄二・関三男・佐藤真紀・白川有紀 (2011). 大学の入試広報と入学者の利用する情報源の差異およびその評価 『大学入試研究ジャーナル』, 21, 69-74.
- 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.
- 佐藤喜一・中畝菜穂子・濱口哲 (2012). 新潟大学における入試広報戦略と新入生への入試広報アンケートによる入試広報活動の点検 『大学入試研究ジャーナル』, 22, 309-116.
- 山村滋・鈴木規夫・濱中淳子・立脇洋介 (2014). 『アドミッション・ポリシーの効果に関する研究』 大学入試センター研究開発部.