

地方国立大学の入試広報活動（2）

——『地方の国立大の魅力』冊子提供から講演実施へ——

山田 貴光, 森川 修（鳥取大学）

鳥取大学入学センターは地方国立大学の立場から、「高校教員」が抱える課題を解決・支援するために、高校生の「保護者」を対象にした『地方の国立大の魅力』冊子の制作を、2017 年度より開始した。『概要編』『就職編』『金銭編』『生活編』の 4 種類を制作し、2020 年 2 月迄に累計 38 万部を印刷し、高校の要望に応じ冊子を無料で提供してきた（送料のみ高校負担）。その影響から高校より依頼を受け、『地方の国立大の魅力』をテーマとする講演を実施してきた。その件数は年々増加している。冊子提供高校からの本学 3 か年の入試志願実績では、志願者数合計に対する占有率が増加傾向であった。また講演実施した高校からの本学入試実績では、志願者数が僅かであるが増加した。

キーワード：地方国立大，地方の国立大の魅力，高校教員，保護者，講演，入試広報

1 はじめに

情報を伝えたい側が相手の状況を鑑みず一方的に情報を伝える“PUSH 型”よりも、相手側が求める情報を相手の要望に応じて伝える“PULL 型”のほうが、情報を伝える側にとっても受け取る側にとっても望ましい。大学側が“大学主体”で一方的に情報を高校側に伝えたつもりになっても、高校側にとって有益で必要な情報でなければ、その情報の価値はない。大学側が“大学主体”の視点だけではなく“高校”側が求める視点も含めて考え、情報提供のあり方を検討することが必要である。鳥取大学入学センターでは、高校の中でも特に「高校教員」に焦点をあて、その課題の解決と支援を通じて、相手側から求められる“PULL 型”の入試広報活動のあり方を模索してきた。これまで行ってきた“PUSH 型”活動（例えば回数重視の高校訪問や広告媒体への出稿）を、現在は一切行っていない。代わりに行うようになった“PULL 型”活動には、2016 年度より運用開始した「国公立大学共催による高校教員対象説明会」（山田・三宅, 2017）や、2017 年度より制作開始した『地方の国立大の魅力』冊子企画（山田, 2019）があり、これまでに報告してきた。

『地方の国立大の魅力』冊子は、一見すると“鳥取大学を事例に地方の国立大の良いところを紹介する冊子”として認識されやすいが、そのみを目的に制作してきたわけではない。「高校教員」にとって、生徒の大学受験指導上、重大な問題となりうる「保護者」への対処法と情報提供のあり方を、解決・支援する意味合いもある。

「高校教員」にとって「保護者」対策に必要不可欠な冊子として求められるよう、数多くの「高校教員」から考えを伺い、「保護者」の意識や問題点をヒアリングし、解決・支援することも検討しながら取り組んできた。今回は『地方の国立大の魅力』に関する「冊子提供」の多様化の状況と、その影響によって要望がくるようになった「講演依頼」の広がりについて、まとめる。

2 『地方の国立大の魅力』冊子提供

2.1 冊子の制作と提供の状況

『地方の国立大の魅力』冊子シリーズとして 2017 年から 2019 年の 3 か年で、4 種類の冊子『概要編』『就職編』『金銭編』『生活編』¹⁾を制作してきた。高校には各冊子ができた段階で文書やメールで通知し、「要望があれば冊子は無料で提供する」旨を伝えてきた。4 種類の冊子累計は 2020 年 2 月末時点で印刷部数 38 万部となり、冊子提供した高校数はのべ 968 校、高校への提供部数は約 30 万部である。4 種類の冊子それぞれの制作と高校への提供の状況についてまとめたものが、表 1 「『地方の国立大の魅力』冊子の制作と提供の状況」である。

2.1.1 第 1 弾『概要編』の制作と提供

『概要編』は巻 3 つ折り 6 頁の制作物として企画し、2017 年 10 月から 2018 年 8 月までに合計 12.5 万部を印刷した（初回に 1.5 万部印刷しその後 3 回増刷）。費用面は 6 頁の制作費が税抜 25 万円、1 部あたりの印刷費は税抜 20 円であった。

種類	(2020年2月末時点)			
	第1弾 『概要編』	第2弾 『就職編』	第3弾 『金銭編』	第4弾 『生活編』
企画	6頁（巻3つ折り）	12頁（中綴じ）	16頁（中綴じ）	8頁（中綴じ）
制作費（税抜）	25万円	36万円	40万円	24万円
印刷総部数	12.5万部	5.5万部	16万部	4万部
1部あたり単価（税抜）	20円	26円	24円	18円
提供期間	2017年10月～2019年7月 （22か月）	2018年5月～2019年9月 （17か月）	2019年3月～2020年2月 （12か月）	2019年12月～2020年2月 （3か月）
提供したのべ高校数	360校	170校	357校	81校
高校への提供総部数	11.1万部	4.7万部	11.6万部	2.4万部
1校あたり の提供部数	最多	1570部	1100部	1000部
	最少	10部	10部	10部
	平均	309部	278部	293部
残部数	0部	0部	3.8万部	1.6万部

在庫がなくなる 2019 年 7 月までに（22 か月間）、冊子提供した高校数はのべ 360 校、高校への提供部数は 11.1 万部であった。

2020 年 2 月末時点で（3 か月間）、冊子提供した高校はのべ 81 校、高校への冊子提供部数は 2.4 万部であった（2020 年 2 月末時点で残部数 1.6 万部）。

2.1.2 第2弾『就職編』の制作と提供

『就職編』は中綴じ 12 頁の制作物として企画し、2018 年 5 月から同年 12 月までに合計 5.5 万部を印刷した（初回に 0.5 万部印刷しその後 2 回増刷）。費用面は 12 頁の制作費が税抜 36 万円、1 部あたりの印刷費は税抜 26 円であった。

在庫がなくなる 2019 年 9 月までに（17 か月間）、冊子提供した高校数はのべ 170 校、高校への提供部数は 4.7 万部であった。

2.1.3 第3弾『金銭編』の制作と提供

『金銭編』は中綴じ 16 頁の制作物として企画し、2019 年 2 月から同年 9 月までに合計 16 万部を印刷した（初回に 4 万部印刷しその後 2 回増刷）。費用面は 16 頁の制作費が税抜 40 万円、1 部あたりの印刷費は税抜 24 円であった。

2020 年 2 月末時点（12 か月間）で、冊子提供した高校はのべ 357 校、高校への冊子提供部数は 11.6 万部であった（2020 年 2 月末時点で残部数 3.8 万部）。

2.1.4 第4弾『生活編』の制作と提供

『生活編』は中綴じ 8 頁の制作物として企画し、2019 年 11 月に 4 万部印刷した。費用面は 8 頁の制作費が税抜 24 万円、1 部あたりの印刷費は税抜 18 円であった。

2.2 冊子提供した高校

4 冊子の種類にかかわらず『地方の国立大の魅力』冊子シリーズの提供要望があった高校を、2017 年度から 2019 年度の 3 か年で年度ごとに集計した。

2.2.1 冊子提供した高校の「数」

冊子提供した高校数について、年度ごとに集計（複数回提供した高校は 1 校カウント）すると、2017 年度は 91 校、2018 年度に 190 校、2019 年度に 318 校であり、1 年毎に約 100 校ずつ増加している状況であった。なお、3 か年連続で提供した高校は、30 校であった。

2.2.2 冊子提供した高校の「所在地」²⁾

冊子提供した高校の「所在地」を年度ごとに地方別に集計したものが、表 2「冊子提供した高校の所在地集計（2017 年度～2019 年度）」である。3 か年ともに「関西」が最も多く、次いで「東海」、「関東」、そして「中国」と続いている。本学における志願者の出身地の傾向は、「関西」が約 4 割、「中国」が約 3 割 5 分、「東海」が約 1 割であり、「冊子提供高校の所在地」と「本学の志願者出身地」が異なる傾向であった。地元の鳥取県を含めた「中国」は、都市部を含む「関西」「東海」「関東」に比べ高校の総件数がまわず少ない。また地域に私立大学の数が少ないため、

表2. 冊子提供した高校の所在地集計 (2017年度～2019年度)

2017年度			2018年度			2019年度		
地方	校数	%	地方	校数	%	地方	校数	%
関西	27	29.7%	関西	72	37.9%	関西	85	26.7%
東海	23	25.3%	東海	43	22.6%	東海	71	22.3%
関東	15	16.5%	関東	29	15.3%	関東	66	20.8%
中国	10	11.0%	中国	21	11.1%	中国	38	11.9%
四国	5	5.5%	四国	8	4.2%	九州	16	5.0%
九州	4	4.4%	甲信越	8	4.2%	東北	15	4.7%
甲信越	3	3.3%	九州	5	2.6%	四国	8	2.5%
北海道	2	2.2%	東北	2	1.1%	甲信越	8	2.5%
東北	1	1.1%	北陸	2	1.1%	北陸	6	1.9%
北陸	1	1.1%	計	190	100.0%	北海道	5	1.6%
計	91	100.0%				計	318	100.0%

元々国立大学への進学志向が強い。そのため、冊子提供件数は「関西」「東海」「関東」に比べ少なかったと考えられる。志願実績の影響はあるものの、都市部の「関西」「東海」「関東」からの要望が多い結果であった。つまり、人口も高校数も多い地域からの要望が多かった。都市部には通学可能な私立大学が豊富なため、身近ではない地方国立大学への理解が保護者に浸透しておらず、冊子の要望に繋がったと考えられる。

2.2.3 冊子提供した高校からの本学志願

冊子提供した高校の本学入試の志願実績を調べた。2017年度に冊子提供した91校のうち、平成30(2018)年度入試では58校(354名)、平成31(2019)年度入試で63校(443名)、令和2(2020)年度入試で56校(365名)から志願があった。これらの高校からの志願者数は3か年続けて増加傾向ではなかった。本学志願者数合計は平成30(2018)年度入試5356名、平成31(2019)年度入試5773名、令和2(2020)年度入試4481名だったので、占有率でみると平成30(2018)年度入試6.6%、平成31(2019)年度入試7.7%、令和2(2020)年度入試8.1%で、上昇傾向であった。

2018年度に冊子提供した190校では、平成31(2019)年度入試では127校(1362名)、令和2(2020)年度入試で114校(1125名)から志願があった。本学志願者数合計に対する占有率は、平成31(2019)年度入試23.6%、令和2(2020)年度入試25.1%で、上昇傾向であった。

2019年度冊子提供318校では、令和2(2020)年度入試169校(1479名)で、約5割の高校から志願

があった。令和2(2020)年度入試の本学志願者数合計に対する占有率は33%に達した。2019年度に冊子提供したものの令和2(2020)年度入試で志願がなかった高校は149校となるが、この149校を過去3か年の入試でみると、約半数の69校で志願実績があった。したがって318校中、直近3か年で志願実績がなかった高校は80校(25.2%)であった。過去10か年の入試でみると、318校中275校から志願があり、過去10か年全く志願実績のない高校は318校中43校(13.5%)であった。そのため、もともと本学への志願実績のある高校から、冊子提供の依頼が多いことがわかった。

2.2.4 冊子提供した高校の反応と活用

『地方の国立大の魅力』冊子シリーズについて、「高校教員」の声を収集するため、『生活編』を提供する代わりに、冊子に対する「意見」「活用方法」を2019年12月から2020年1月に求めた。

冊子に対する「意見」を抜粋したものが、表3「高校教員からの『生活編』請求時のコメント(一部抜粋)」である。全国的に「地元志向」の傾向が強いことがわかる。そして「地元志向」の強い「保護者」「生徒」の対応に進路指導担当教員が苦慮しており、地元しか考えていない狭い視野と進路選択の幅を広げさせるために、冊子を活用していることがわかった。

冊子の「活用場面」については、「保護者」の来校機会である「保護者会」「PTA 総会学年別懇談会」「保護者向け進路説明会」「奨学金等進学資金説明会」「保護者面談」等で配布説明、との回答があった。また「生徒」には「進路ガイダンス」「学年集会」「LHR」「総合的な学習の時間」「進路面談」等で配布し、自宅に持ち帰らせ「保護者」に渡すよう伝えている、という回答が多かった。また「保護者」「生徒」のみならず、同僚である「教員」に対して、地方国立大学の理解促進と進路指導を促すため活用しているというケースもあった。

3 『地方の国立大の魅力』講演実施

3.1 冊子提供の前後の変化

「高校で話をする機会」と言えば、従前は大学説明や学問系統の説明を主とする「高校内ガイダンス」への参加が多かった。この形式は、高校と大学の間を仲介する業者によって運営されることが多く、ミスマッチの案件が少なくなかった。参加大学は基本多数であり、単独で呼ばれる機会はほとんどなかった。また、参加費を求められることはないものの、交通費は自己

地方国立大学の入試広報活動（2）

表3. 高校教員からの『生活編』請求時のコメント（一部抜粋）

No.	連絡日	都道府県	役職	コメント
1	2020/1/13	北海道	進路課主任	北海道以外の大学に目を向けることで視野を広げ、幅広い選択肢を生徒及び保護者に知ってもらうために、とても効果的な資料と考えております。
2	2020/1/6	栃木県	進路指導主事	昨年に貴学から1冊送っていただいたが、同僚教員から大変好評で、学年全員の配布を希望する声がありました。見やすくわかりやすい大きさと適度なページ数が良いです。地方国立大学の良さをPRする冊子はあるようで、なかなか無いのが現実です。
3	2019/12/20	群馬県	進路指導主事	『金銭編』は、詳細なデータに基づいた記述で説得力がある。様々なパターンで生活費と学費がどれくらいかかるかというデータは、具体的な数値とともに非常に参考になった。今回の『生活編』は、生活習慣や金銭管理など、保護者が心配とするテーマで差別化されている。
4	2019/12/24	埼玉県	進路指導部	教職員と保護者に対する説明として役立っていると思います。首都圏のため、地方国立大学に目が向きません。視野を広げるためにも、データがしっかりしているこの冊子は重宝しています。
5	2019/12/20	東京都	国公立クラス	東京は私立大学が多く、また保護者も東京出身者が多いため、地方国公立大学を「知らないから選べない」ことが多々あります。
6	2020/1/8	福井県	進路指導部長	昨年、『地方国立大学の魅力 金銭編』を配布したところ、大変好評でした。生徒から「私も国立大にいけるかな」との問い合わせが多く、モチベーションアップにつながりました。来年度は『生活編』を使って、さらなる意欲の向上を図りたいと考えています。
7	2020/1/27	岐阜県	進路指導部長	生徒や保護者に国公立大学の魅力を紹介するのにとても良い冊子だと思います。センター試験後ではなく、3年のはじめにいくつかの国公立大学を知っておくことも、生徒のモチベーションの向上、保護者の進路支援意識のために大切だと思っています。
8	2020/1/15	静岡県	進路指導主事	とても分かりやすく編集されていると思います。具体的なデータにより説得力がある。生徒保護者が知りたい内容にフィットしている。ヘンな言い方もかもしれませんが、貴校の名前が前面に出ていないことが、逆に貴校の誠意を表す結果になっていると思います。
9	2020/1/9	愛知県	進路指導主事	地元志向が強い愛知県ですが、地方の国立大学で学ぶメリットや、地方に進学する上での不安を解消してくれる情報が分かりやすく示されています。現3年生に『金銭編』を配布しましたが、保護者にも進路を幅広く考えてもらう良い助けになっています。
10	2019/12/20	愛知県	進路指導主事	子どものひとり暮らしに不安を感じている保護者や、家から通える大学しか許さない保護者が多い中、その不安やわだかまりを軽減するような内容です。保護者にぜひ読んでもらいたいです。
11	2019/12/20	三重県	進路指導部	今年度『金銭編』を1学年対象に配布させていただき、反響が良かったので、次年度も使用します。一人暮らしのイメージが湧かないことから通える大学を希望する生徒・保護者が多いため、『生活編』は進路選択の幅を広げる後押しとしてとても役立ちます。
12	2019/12/23	大阪府	進路指導主事	親元を離れた大学生活の様子がイメージとしてわかる。学生の出身地・学生の充実生活・数字によるデータ等があり、高校生にも、また保護者も理解できて、良いと思います。
13	2020/1/7	大阪府	進路指導部	学級懇談会や三者懇談会で活用しています。1,2学期の懇談では地方国公立大を視野に入れていても、直前になって保護者が経済的理由により地元志向になってしまうこともあります。保護者が抱く不安や疑問をこの冊子で解消していきたいと思っています。
14	2019/12/26	大阪府	進路指導部長	近畿圏では地元志向が強いですが、貴学発行の冊子などを活用しつつ低学年のうちから保護者に対し「遠方を視野に」と働きかけ、生徒の進路選択の幅が広がっています。
15	2020/1/27	兵庫県	進路指導部長	例年7～8割の生徒が国公立大を希望します。しかしその動機は「安いから」「見栄えがいいから」という本末転倒なものです。このような動機ゆえ、早々に私大に流れる者が多数現れます。地方国立大学の魅力の本質を、わかりやすいビジュアルで示されているので、大変助かります。
16	2019/12/23	兵庫県	進路指導部長	「家から通える大学へ」「親元に置いておきたい」と考える保護者が大多数です。その意識を変えるため、毎年活用しています。少しずつですが、保護者の意識に変化が出ているように思われます。
17	2020/1/7	岡山県	進路指導課長	非常に分かりやすい冊子で、昨年も『金銭編』を保護者会で活用し、保護者から好評でした。業者が作成した冊子に比べ、生徒や保護者の視点に立って分かりやすい説明だと思っています。
18	2020/1/27	岡山県	進路指導主事	生徒や保護者に地方の国立大学の魅力を説明する上で大変役立っています。生徒にとっても実際の大学生活のイメージでき、具体的に考えやすいようです。
19	2019/12/23	香川県	進路指導主事	地元志向の強い保護者・生徒に対して、「県外の国公立大も視野に入れてみては？」と進路指導の際に利用させていただいています。大変ありがたい冊子です。
20	2019/12/23	長崎県	第3学年主任	経済的に厳しい家庭が多く、説明がなければ「県内」「無理なら就職や専門学校」という保護者が年々増えています。このような客観的な資料があると話がしやすくなります。

負担（大学負担）が多く、参加可否のネックとなった。そのため、参加案件は県内および隣接県の高校が主であり、遠方の高校は依頼自体がない状態であった。しかし『地方の国立大の魅力』冊子提供を始めると、近隣であれ遠方であれ、全国の高校から講演依頼の相談を受けるようになった。志願実績の多い「関西」のみならず、志願実績の少ない「東海」「関東」の高校の進路指導主事からも、「保護者」「生徒」に『地方の国立大の魅力』講演をしてほしい、という依頼連絡が増えた。業者を介さず直接やりとりすることで、講演詳細（日程、内容、高校側の要望等）確認が可能になり、入学センター専任教員 2 名で日程調整可能な限りで依頼を快諾し対応してきた。費用面に関しては、講演料や謝金は一切求めていない。移動にかかる経費のみ、高校負担を原則的にお願している（他の出張案件と重なる場合や近隣の場合は除く）。これによって講演時の移動費コストの削減につながり、大学側にとって大きなメリットとなった。

3.2 講演実施した高校

『地方の国立大の魅力』講演を行った高校を、2017 年度から 2019 年度の 3 か年で確認した。

3.2.1 講演実施した「数」

講演を実施した高校の「数」（同じ年度で複数回実施しても 1 校カウント）、講演の「件数」、その講演の聴講者数（「生徒」「保護者」「教員」）をまとめたのが、表 4「講演実績の高校数・件数・聴講者数」である。

高校数と講演件数に関して、当初の 2017 年度はわずか 3 校 3 件であったが、その後相談が増え続け、2018 年度は 28 校 32 件、2019 年度は 47 校 60 件となった。冊子提供の広がりとともに、『地方の国立大の魅力』講演の依頼件数が増加していった。

講演実績	校数	件数	聴講者数			
			生徒	保護者	教員	合計
2017年度	3校	3件	283	25	24	332
2018年度	28校	32件	4,056	807	265	5,128
2019年度	47校	60件	8,327	2,662	559	11,548

聴講者数（「生徒」「保護者」「教員」）の合計は、2017 度は 332 名であったが、2018 年度では 5,128 名、2019 年度では 11,548 名となった。2019 年度 60

件の講演実績のうち、「保護者」のみを対象とした講演は 18 件（30.0%）、「生徒」のみを対象とした講演は 38 件（63.3%）、「生徒」「保護者」混合の講演は 4 件（6.7%）であった。「保護者」対象よりも「生徒」対象の案件が多く、さらに「生徒」向けの場合には“1 学年全員”といった集合形式が多いため、聴講者の数が「保護者」よりも「生徒」が多い結果となった。「教員」の聴講者数は、講演時の立ち会いの教員の数を集計した。

3.2.2 講演実施した高校の「所在地」²⁾

講演実施の高校「所在地」について、年度ごとに地方別に集計した結果が、表 5「講演実施した高校の所在地集計（2017 年度～2019 年度）」である。2017 年度は遠方の「東海」「関東」から始まり、2018 年度は志願者の多い「関西」からの依頼が多く実施した。2019 年度になると、「関西」のみならず「東海」の講演依頼も増え、実施した高校数は同数となった。

表5. 講演実施した高校の所在地集計（2017年度～2019年度）

2017年度			2018年度			2019年度		
地方	校数	%	地方	校数	%	地方	校数	%
東海	2	66.7%	関西	13	46.4%	関西	17	36.2%
関東	1	33.3%	東海	7	25.0%	東海	17	36.2%
計	3	100.0%	関東	4	14.3%	関東	8	17.0%
			中国	2	7.1%	中国	2	4.3%
			四国	2	7.1%	北陸	2	4.3%
			計	28	100.0%	九州	1	2.1%
						計	47	100.0%

3.2.3 講演実施した高校からの本学志願

2019 年度に講演実施した 47 校について、本学入試の志願実績を調べた。

令和 2（2020）年度入試では 47 校中 30 校（146 名）から志願者があった。令和 2（2020）年度入試で志願がなかった 17 校について、直近 3 か年の入試でみると 10 校から志願者があった。したがって直近 3 か年で志願実績がない高校は 7 校（14.9%）であった。過去 10 か年の入試で全く志願実績のない高校は 47 校中 4 校（8.5%）であった。

また、直近 3 か年で志願のあった 40 校からの総志願者数は、平成 30（2018）年度入試で 130 名、平成 31（2019）年度入試で 143 名、令和 2（2020）年度入試で 146 名であった。講演実施高校からの本学志願者数はわずかに増加であった。

3.2.4 講演実施した高校の反応

その高校の地域における立ち位置、先輩生徒の進学実績、日常普段の進路指導の状況によっても、「生徒」「保護者」の講演に対する反応は異なる。しかしながら、聴講した「生徒」「保護者」の関心度合いは、講演中の聞く姿勢を見れば明らかであり、聞く姿勢と集中力を保てない者が多いようであれば、講演者側の問題である。講演後に「生徒」「保護者」から直接、質問や意見をもらいその場で反応を確認できることで、聴講者の理解度や興味関心の高いテーマが何かかわかる。同じ高校から翌年度も講演依頼が継続するようであれば、その高校が狙う目的に適した講演を提供できたといえる。

東海地方のある高校で2年生向けの講演を2020年2月に実施した後、連絡役の進路指導主事の先生から以下コメントをメールでいただいた。

先日は講演ありがとうございました。「地方国立大学」に対して消極的になっているのは、「生徒」よりも実は「担任」ということをこれまで感じておりました。意識改革をしたいと思っていたところ、先日の講演に2学年の担任団の先生方が積極的に聞きに来てくれました。講演は「生徒」だけでなく「教員」にとっても非常に良い機会となりました。

当初の目的とは異なる目的を達成できたようであったが、残念ながら「高校教員」の中に国立大学の魅力を生徒に伝えきれない者が出てきているということ、現実的に知り得ることとなった。

4 おわりに

日本における高等教育研究の第一人者である天野郁夫氏が、著書『日本的大学像を求めて』の中で、“国立大学の「地盤沈下」”や“受験生の「国立大学ばなれ」”を指摘したのは、今から約30年前の1991年であった。30年前にすでに受験生の「国立大学ばなれ」が起こっていたにも関わらず、国立大学全体が共通で有する価値を提示してこなかった。それぞれの大学が、“入学者選抜”の変更やAO入試の導入等、自学の入学者選抜方法の変更と改善を行ってきたものの、国立大学全体の優れた点やその共通価値を広く一般に知らしめる活動を、国立大学セクターとして怠ってきた。私立大学が拡大し続けたこの30年の間に、残念ながら国立大学の魅力を生徒に伝達できない、理解していない「高校教員」が現れてしまっている。18歳人口の急激な減少が自明だからこそ、

ステークホルダーに“国立大学全体の魅力”を伝えていく必要があるのではないだろうか。

現行の一般入試を主とした入学者選抜の制度の中で、地方の国立大学を受験する者の志望理由に、大きな違いは見当たらない。地方の国立大学同士が入試広報上で連携協働していくことで、国立大学が有する価値を受験生に浸透させていくことができるのではないだろうか。今後、自学のPRを優先するのではなく「地方国立大学の価値」を広め国立大学志望者層の裾野を拡大させていくことが、地方の国立大学アドミッション担当者の責務となりうる。さもなければ、多くの地方国立大学が今後の急激な志願者減少によって喘ぐこととなるであろう。

一地方国立大学ができることは、予算も時間も人的資源も限られる。新しい入試広報のカタチを、地方国立大学が連携することによって進めていくことが一層求められてきている。

注

- 1) 『地方の国立大の魅力』の4種類『概要編』『就職編』『金銭編』『生活編』の冊子の紙面は、鳥取大学入学試験情報ホームページの入試広報物ページで確認できる(4種類のPDFデータを掲載)。<<http://www.admissions.adm.tottori-u.ac.jp/poster>> (2020年3月6日)
- 2) 高校「所在地」の地方ごとの集計区分は、以下とした。
「北海道」は北海道、「東北」は青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県の6県、「関東」は茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県のみ1都6県、「甲信越」は新潟県・山梨県・長野県の3県、「北陸」は富山県・石川県・福井県の3県、「東海」は岐阜県・静岡県・愛知県・三重県の4県、「関西」は滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県の2府4県、「中国」は鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県の5県、「四国」は徳島県・香川県・愛媛県・高知県の4県、「九州」は福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県の8県。

参考文献

- 天野郁夫(1991).『日本的大学像を求めて』玉川大学出版部。
山田貴光・三宅将史(2017).「国公立大学協力による入試広報活動の展開—鳥取大学と公立鳥取環境大学による事例—」『平成29年度全国大学入学者選抜研究連絡協議会(第12回)研究発表予稿集』249—254。
山田貴光(2020).「地方国立大学の入試広報活動—鳥取大学の事例—」『大学入試研究ジャーナル』30, 59—65。