

# 高校教員等対象「大学入試説明会」に係る成果と課題

—国立大学へのアンケート結果から—

永野 拓矢, 橘 春菜, 寺嶋 裕登, 石井 秀宗 (名古屋大学)

近年, 多くの大学にて高等学校の教員等を対象とした入試説明会が行われている。入試広報に関する活動では後発的な国立大学においても, アドミッション・オフィス等の設置を機に説明会開催に転じる大学も少なくなく, 大学全体としては志願側へ情報提供の機会が増していると言えよう。本稿ではこの「大学入試説明会」について概観し, 運営や説明内容について主催側の大学にアンケート調査を行い, 成果と課題について考察した。その結果, 工夫を凝らした運営や参加者のニーズに沿った説明がなされていることが確認出来た一方で, 改善すべき課題も散見された。

キーワード: 入試広報, 高大接続, 入試情報, 高校教員の反応

## 1 研究の目的

本研究の目的は, 大学が主催する高等学校(以下, 「高校」と表記する)の教員等を対象とした「大学入試説明会」に関する成果と課題について明らかにすることである。このような説明会の主催は「大学」及び「予備校・受験産業(以下, 教育産業と表記する)」の2通りあり, それぞれ趣旨や説明内容の切り口が異なる。このうち, 大学主催の説明会は, 国立大学に限定してもアドミッション組織新設の影響もあって近年は漸増傾向にある。さらに開催時期が6~7月に集中しており, 教育産業主催の説明会と実施時期が重なるなど, 高校教員の多忙化に拍車を掛けている。

以上から, 案内が重複する参加者に有益な情報を提供するにはどのようなテーマを設定すれば効果的であるのか, また参加する意義を感じてもらえるのか, 本稿では各国立大学が実施する入試説明会について, 運用や実施に係る成果と課題についてアンケート調査を依頼し, 集約したデータ分析から入試説明会についての意義を考察した。

## 2 背景

2014年12月の中央教育審議会答申において, 翌年の文部科学省(以下, 「文科省」と表記する)概算要求の一項目に「アドミッション・オフィスの整備・強化等」が盛り込まれ, 以降国立大学のアドミッション組織の設置が進んでいる<sup>1)</sup>(武藤ら, 2020)。

アドミッション・オフィスの主たる業務については, 倉元(2016)が「入試実施」「入試広報・高大連携」「入試研究」と3つの関連業務に分類したが, それらの業務の中で本稿のテーマである「高校教員等を対象とした大学入試説明会」は, 「入試広報・高大連携」関連業

務の категорияに含まれた, アドミッション組織における主要業務のひとつと言えよう。

その理由のひとつに, 山崎(2012)が調査した高校教員対象のアンケートが挙げられる。報告では, 「進路指導のために用いる大学情報源」について尋ねたところ, 「高校教員向け進学相談会」の項目に対して95.9%が「よく利用する」「時々利用する」と回答した。これは「大学の提供する入試関係資料」や「大学のホームページ」に次ぐ高率であった。山崎はこれらの3項目が, 進路指導担当者にとって重用される情報源と述べている。

かつては選抜性の高い大学ほど入試広報の意識が低い傾向にあったが, 近年は, 例えば東京大学や京都大学でも特色ある選抜(AOや推薦入試等)を導入したことに伴う広報活動として, 高校教員等を対象とした入試説明会や生徒対象の相談会等を大学所在地以外の都市も含めて複数回開催するなどの変化が見られる。これら高校教員等を対象とする入試説明会の実施は, 大学から高校生への「間接的」な入試広報の一方策として機能しているといえる。喜村(2018)は, 受験生への大学情報の伝達ルートについて3つに分け, そのうちのひとつとして「保護者や高校教員, 塾・予備校等から受験生へ」のルートをあげた。これは, 「受験生にとって進学に関する専門家として位置づけられる高校教員や塾・予備校, そして共に進学を考える友人や学費を負担する保護者からのクチコミ情報も第三者の客観的な意見として高い信頼性を持つもの」と指摘している。

### 3 高校教員を対象とした入試説明会について

#### 3.1 入試説明会とは（定義）

本稿では、大学が主催する入試説明会の定義（表1）として、主に高校の教員や予備校・受験産業の社員等を対象とした「大学・学部への紹介や入試に関する情報提供を行う説明会」とした（1.対象）。また、実施や運営については、複数の学部を擁する総合大学において、学部単体で行う小規模な形式から全学部が揃う大々的な実施までとその形式は様々だが、「全ての学部が揃った大学主催で運営したもの」とした<sup>2)</sup>（2.実施・運営形態）。さらに入試説明会における説明内容は、大学や学部紹介のほか、今年度・来年度の「入試情報」を含むことと位置付けた（3.説明内容）。

このほか説明会の進行については、入試課等の事務職員や全学に属するアドミッション組織の専任教員が全学部を一括して説明する、あるいは学部毎に登壇者を替えて説明を行う等、大学によって異なっている。

いずれにしても、「大学が主催」する入試説明会は、大学・学部や入試に関する情報を参加者に直接訴求する貴重な機会である。開閉会にあたり、学長や副学長等、執行部が揃って恭しく挨拶することもあり、学内行事としても一段高い企画として位置づける大学も少なくない。なお、参加者は本説明会で得られた大学・学部や入試に関する情報を進路指導等に役立てるため、高校では進路指導部や学年等の校内組織において、また教育産業であれば担当クラスの担任や講師等において情報を共有する。そして高校や予備校等で年度内に複数回行われる二者・三者面談や個別での進路指導での進学資料として用いる等、活用の用途は幅広い。

表1 本稿における大学主催の入試説明会の定義

<p><b>1. 対象</b> 高校教員や予備校・受験産業等の関係者とする（生徒・保護者は含まず）。</p>
<p><b>2. 実施・運営形態</b> 全学部を揃えた「大学主催」の運営とする（他大学との共催は可）。</p>
<p><b>3. 説明内容</b> 大学・学部の紹介や、今年度・来年度以降の入試に関する報告と説明を含む。</p>

#### 3.2 入試説明会に対する、高校からのニーズの考察

大学主催の入試説明会に対する高校のニーズとしては、上述の通り第一に「進路指導に活用」といった高校側の事情が考えられよう。1996年の中央教育審議会答申「21世紀を展望した我が国の教育の在り方について（第一次答申）」では、「これからの学校教育の在り方」において、〈生きる力〉をはぐくむ上で指導方法の改善、特色ある学校づくり等を一層進める必要がある

とし、また高校においても、生徒の多様化の実態を踏まえるとともに、長所や特技を伸ばし、それぞれの個性に応じることが必要と指摘して、「指導方針の改善」や「学校の特色づくり」等の推進から、学校全体で生徒個々への進路実現に向けた取り組みをこれからの課題としている。

続けて入試制度の変更における高校個々の役割の変化が挙げられよう。2002年に公立高校入試の通学区について設定した「地方教育行政の組織及び運営に関する法律」の第50条（通学区域に設定に関する条項）の「削除」によって、各都道府県の公立高校では通学区を緩和・撤廃した結果、特定の高校に学力上位者が集中する等の変化が生じている（小川，2009）。とりわけ大学進学を主とする高校では、生徒の進路実現に向けて学習・進路指導を強化する等、（学校の）特色として推進されている<sup>3)</sup>。さらに同年に学校評価制度が制定されると、前述の進学重視の高校等では「現役で志望校に合格する」ための具体的な目標値が掲げられるようになった。

以上により、結果として高い学力層が一部の高校に集まる等、「選択と集中」化された現在の高校教育において、生徒の進路実現を支援するには学習や進路面における「指導力」と入試に対する「情報力」が必要である。特に「情報力」については外部からの情報収集が不可欠と言えよう。近年の大学入試は一般入試の他、公募制のAOや推薦入試を実施する大学が、従来少なかった国立大学でも増加傾向にある<sup>4)</sup>。その受験対策まで担う高校では、志願理由書や実技・面接等、学習面以外の指導も期待されよう。それらの対応のためにも、大学が主催する入試説明会のニーズは高まっていると考えられる。

### 4 教育産業主催の入試説明会

#### 4.1 概要と日程

高校教員等を対象とした大学・学部情報や大学入試に関する説明会の主催者は大学だけではない。教育産業の主催で、大学・学部情報や入試に関する説明会がほぼ通年で開催されている。なお、本稿では大学主催の「入試説明会」と区分するため、教育産業が主催する説明会を「入試分析報告会」と表記する。

表2は全国展開している、いわゆる大手系教育産業主催の入試分析報告会の年間スケジュール例であるが、このほかに地元の予備校等が類似の説明会を実施する場合もある。大学、教育産業、地元の予備校を合わせると、入試説明会・入試分析報告会の案内が年に数十通も届く高校も少なくないだろう<sup>5)</sup>。しかも、大学主

催の入試説明会が集中する 6~7 月は教育産業主催の入試分析報告会と開催時期が重なっており、高校教員は多忙な学校行事の合間を縫って、それらの各説明会に参加していることが想定される。

表 2 教育産業主催の入試分析報告会スケジュール

	A社	B社	C社
6月	入試分析説明会	(左に同じ)	難関大学指導研究会
7月		難関大学指導研究会	難関大学別教科別指導研究会
8月			
9月		進路指導に関する研究会	(左に同じ)
10月	低学年教員対象の指導研究会	(左に同じ)	
11月	入試分析・動向説明会	(左に同じ)	(左に同じ)
12月			
1月	大学入試センター試験結果説明会	(左に同じ)	(左に同じ)

#### 4.2 教育産業と大学における説明内容の相違点

教育産業主催の入試分析報告会、および大学主催の入試説明会において、説明内容に関する相違について概観する。

表 3 は、教育産業主催の入試分析報告会と大学主催の入試説明会のプレゼン内容の一例である。入試分析報告会については、筆者が関係者（高校教員や教育産業社員等）にヒアリングを行い、主に 6 月開催分についてまとめた（3 社の平均的なイメージとして作成）。また、大学は筆者が勤務する名古屋大学の入試説明会を例とした。

入試分析報告会は、各大学の入試の分析報告や大学・学部の情報提供が主な内容である。具体的には、模擬試験やセンター試験後の自己採点および合否結果等からのデータ分析、さらに募集人員や入試科目の変更、センター試験平均点の変動による志望動向の推移等、教育産業独自の視点に基づく情報等を加味した総合的な分析と報告を行っている。また大学や学部情報については、各大学が発表する学部学科の新增設情報や入試科目や配点の変更等によって変動する受験生の志望動向など、個別の大学に偏らない、大局的な視点で様々な情報を提供している。

一方で例として挙げた名古屋大学の入試説明会では、大学や学部、および入試に関する「大学個別の情報提供」が主であり、志願者や合格者の動向分析等、入試対策・指導面に繋がる説明は行わない。大学では教育産業が主力とするデータ分析の類いは個人情報に関わる「生データ」のため同様に扱えない。よって分析等は控えめながら、大学が目指すことや各学部学科の特

長を掘り下げた説明、さらに推薦入試の情報や卒業後の進路（大学院進学や就職）等、一般入試中心の教育産業主催の説明会とは視点を変えた報告を行う等の差別化が図られている。

以上より、教育産業と大学が行う「説明会」は、参加者はほぼ同じ顔ぶれ（高校教員等）ながら、説明内容は一線を画していると言えよう。

表 3 教育産業及び大学主催「説明会」の主な内容

①教育産業主催の入試分析報告会(6~7月開催)の主な説明内容(例)

<p><b>〈全国版〉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当該年度の入試総括</li> <li>・大学入試センター試験の分析</li> <li>・国公立大学前期入試、私立大学一般入試の分析</li> <li>・国公立大学、私立大学 学部別の志願状況</li> <li>・国立、私立難関大学の入試分析</li> <li>・大学、学部の新増設情報</li> <li>・新年度の各大学・学部の入試情報（変更点）</li> </ul> <p><b>〈地方版〉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・（当該地方の国公立大学の）大学学部の難易変化</li> <li>・（同上）学部別志願動向・難易変化</li> <li>・（同上）拠点大学志望者の流出入大学・学部の動向分析</li> </ul>
---

②名古屋大学入試説明会(7月開催、本会場)の説明内容

<p><b>〈1部 全体説明〉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・次年度以降の名古屋大学入試変更点に関する説明</li> </ul> <p><b>〈2部 学部別紹介と入試説明〉</b></p> <p>○各学部教員によるプレゼン</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学部学科紹介</li> <li>・入試に関する説明（出題意図、求める人物像ほか）</li> <li>・卒業後の進路（今年度の「共通テーマ」）</li> </ul> <p><b>〈3部 質疑応答〉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・質疑応答（休憩時間に質問用紙を配付）</li> </ul> <p>※閉会後に個別対応（学部教員待機）</p>
---

### 5 国立大学入試説明会のアンケート調査

#### 5.1 はじめに

高校教員等を対象とした大学主催の入試説明会の実施状況について、学士課程の募集を行う国立大学 82 校にアンケート用紙を送付し、Web での回答を依頼した。61 大学から回答があり、そのうち約 7 割（43 大学）で「入試説明会を実施」の回答が得られた。

#### 5.2 調査の概要

- 1.調査対象  
国立大学（学士課程の募集を行う 82 大学）
- 2.調査方法  
依頼文を郵送し、Web での回答を求めた。
- 3.調査期間  
2019 年 12 月
- 4.有効回答数および有効回答率

61 大学 (74.4%) …①

※うち入試説明会の開催は 43 大学 (①の 70.5%)

5. 回答者の基本属性

詳細は表 4 を参照のこと。なお、アンケートの分析と考察については、国立大学個々の相違点が見られることに鑑みて、本稿では「2 学部以下 (概ね単科大学)」と「3 学部以上 (総合大学)」と、(学部数別) に分類して論じた。

6. 倫理的配慮

回答は匿名で集計の上、統計的に処理されること。また、個人の回答の特定や特定の大学データのみが取り出されて発表されることもなく、また研究以外の目的で利用されることはないことを調査依頼文に明記した。よって、Web における同意と回答をもって、調査に対する同意を得たものとした。

表 4 回答者の基本属性

	回答大学の学部数		計	回答者の属性		計
	2学部以下	3学部以上		教員	事務職員	
入試説明会開催の有無						
① している	8	35	43	22	21	43
② していない	10	6	16	1	15	16
③ 計	18	41	59	23	36	59
(回答大学の開催率(①/③))	44.4%	85.4%	72.9%			
参考 アンケート依頼を実施した国立大学の数			82	※判定不能(2校)を除く		

7. アンケートの構成

開催年数 入試説明会の開催年数について、「1. 1～5 年」「2. 6～10 年」「3. 11～15 年」「4. 16～20 年」「5. 21 年以上」「6. その他」から該当する期間を選択するよう求めた。

年間の実施回数 2019 年度の年間の入試説明会の開催数について、回数の記載を求めた。

開催時期 2019 年度の開催時期について、該当する月を全て選択して回答するよう求めた。

開催時間 標準的な開催時間について、「1. 1 時間未満」「2. 1 時間以上～2 時間未満」「3. 2 時間以上～3 時間未満」「4. 3 時間以上～4 時間未満」「5. 4 時間以上」から該当する時間を選択するよう求めた。

参加者数と増減傾向 2019 年度開催の入試説明会の平均参加者数について、「1. 10 人以下」から「21. 201 人以上」の選択肢 (10 人単位) から選択するよう求めた。また、ここ数年の参加者数の増減傾向について、「1. 減っている」「2. やや減っている」「3. 変わらない」「4. やや増えている」「5. 増えている」「6. その他」から選択するよう求めた。

説明内容 「大学全体の説明」「立地している都市 (県・市町村) の紹介」「学部等の説明」「2019 年度の入試 (一般・AO・推薦) の結果・分析報告」「2020

年度以降の入試 (一般・AO・推薦) の変更点の説明」「クラブ・サークルの紹介」「進学・就職状況の説明」「奨学金・授業料免除の説明」「学生寮・アパート等の説明」「留学・海外派遣等の紹介」「その他」から該当する内容を全て選択して回答するよう求めた。

説明者 学部教員による学部説明がどの程度行われているかについて、「1. なし」「2. 少数の学部」「3. 半数の学部」「4. 多くの学部」「5. 全学部」「6. その他」から該当するものを選択するよう求めた。また、学部教員以外では、学部説明を誰が担当するかについて、「1. 事務職員 (入試課)」「2. アドミッション教員」「3. 学部学生」「4. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

参加者が望む入試情報 入試説明会の参加者は、一般入試の情報と AO・推薦入試の情報のどちらにより興味を持っているかについて、「1. 一般入試」「2. どちらかといえば一般入試」「3. どちらともいえない」「4. どちらかといえば AO・推薦入試」「5. AO・推薦入試」の 5 段階で評定を求めた。

入試結果及び分析に関する説明内容 入試の結果や分析に関して説明を行っている場合、その内容について自由記述で回答を求めた。

なお、アンケートでは、地元で開催された中心となる説明会を「本会場」、それ以外を「本会場以外」として回答を求めた。本稿では大学入試説明会の開催状況について概要を捉えるため、「本会場」に関する回答 (42 大学分) について検討した。

5.3 結果と考察

5.3.1 変数間の関連

開催年数、実施回数、開催時間、参加者数、参加者の増減傾向、参加者が望む入試情報について、関連を検討するため単相関分析を行った。結果、実施回数が多い程開催時間は短く、参加者数が少ないこと、参加者数が多い程開催時間は長いことが示された (表 5)。

同一都道府県内等、近隣都市にて複数の会場を設置した場合は、参加者が分散して個々の参加が減るといった理由から、回数が増えるにしがたい他大学の入試説明会との重複や、学校行事そのものと予定が重なって来場が減った等、様々な要因が挙げられた。

一方で、「回数が少ないほど参加者が多く、開催時間が長い」は新たな示唆と言えよう。一般論として、多忙な参加者にとっては手短な説明のほうが支持される向きがあると考えられるが、進学希望が多い地元の国立大学が主催する入試説明会に関しては「長く・じっくり」のタイプも肯定された結果が示された (表 6)。

表5 各変数間の相関係数

	開催年数	実施回数	開催時間	参加者数	増減	入試情報	平均値	SD	最小値	最大値
開催年数	-	-	-	-	-	-	2.67	1.33	1	5
実施回数	-0.24	-	-	-	-	-	1.79	1.39	1	8
開催時間	-0.04	-0.39 *	-	-	-	-	2.10	0.97	1	4
参加者数	0.10	-0.42 *	0.56 *	-	-	-	8.78	5.08	1	21
増減	0.08	0.11	0.07	0.03	-	-	3.30	0.82	1	5
入試情報	0.06	0.16	-0.20	-0.08	0.10	-	3.22	0.88	1	5

\* $p < 0.05$

表6 開催時間

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
1時間未満	0	0	0	0.0%
1～2時間	4	9	13	31.7%
2～3時間	3	12	15	36.6%
3～4時間	0	9	9	22.0%
4時間以上	0	4	4	9.8%
計	7	34	41	

(不明・無回答を除く)

### 5.3.2 開催年数と年間での実施回数

「開催年数」については、「10年以内(1～5年, 6～10年)」と比較的短い回答が半数を占める等(表7), 国立大学の入試説明会は近年になって開始した事例が多いことが認められた。その背景として, 2016年度からの第3期中期計画以降に, 国立大学においてアドミッション組織の充実が図られたことが関連していると言えよう(前出の武藤ら, 2020)。入試説明会は「アドミッション組織の主要業務のひとつ」として企画・実施されたことが窺える。

また「年間の実施回数」について, 平均値比較では「2学部以下」が「3学部以上」を上回っており, 学部数が少ない大学が小回りの良さを利点に実施回数を増やす傾向が窺えた(表8)。ただし, SDも大きいことから大学によって開催数の考えが異なることも示された<sup>6)</sup>。

表7 開催年数

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
1～5年	1	9	10	26.3%
6～10年	2	7	9	23.7%
11～15年	0	7	7	18.4%
16～20年	2	6	8	21.1%
21年以上	2	2	4	10.5%
計	7	31	38	

(不明・無回答を除く)

表8 年間の実施回数

	n	平均値	SD	最頻値	最小値	最大値
全体	42	1.79	1.39	1	1	8
2学部以下	7	2.29	2.56	1	1	8
3学部以上	35	1.69	1.05	1	1	6

### 5.3.3 開催時期

入学者選抜要項が発行される時期(6～7月)で, 開催する大学が多数を占めた。なお, 当該月以外を回答した大学の多くも「複数実施」校であり, いずれも「6～7月」開催に近接した時期(5, 8, 9月)であった(表9)。

表9 入試説明会の開催時期

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
4～5月	0	7	7	9.6%
6～7月	7	38	45	61.6%
8～9月	2	8	10	13.7%
10～11月	1	4	5	6.8%
12～1月	0	4	4	5.5%
2～3月	0	2	2	2.7%
計	10	63	73	

(複数回答可)

### 5.3.4 参加者数と増減傾向

参加者数は「50人以下」「51～100人」「101人以上(101～149人, 150人以上)」の回答がそれぞれ30%台であり, 特徴や傾向は確認出来なかった(表10)。しかしながら, 参加者の増減傾向については, 全体の6割強が「変わらない」と最多割合を占め, さらに「増えている・やや増えている」も30.0%あった。これは「やや減っている・減っている」の7.5%を大きく上回っており, 入試説明会のニーズが高まっていることが示された(表11)。多忙な高校教員であっても入試説明会については必要と判断し, スケジュールを調整して参加していることが窺える。

表10 参加者数

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
150人以上	1	3	4	10.0%
101～149人	0	9	9	22.5%
51～100人	2	12	14	35.0%
50人以下	4	9	13	32.5%
計	7	33	40	

(不明・無回答を除く)

表11 参加者数の増減

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
増えている	0	4	4	10.0%
やや増えている	0	8	8	20.0%
変わらない	6	19	25	62.5%
やや減っている	0	2	2	5.0%
減っている	1	0	1	2.5%
計	7	33	40	

(不明・無回答を除く)

### 5.3.5 説明内容

「2学部以下」「3学部以上」とも入試説明会の定義

通り、「(2019 年度の) 入試結果・分析」や「(2020 年度の) 入試の変更点」等、「入試」に関する説明は高い回答率となった一方で、「学部等の説明」は「2学部以下 (28.6%)」と「3学部以上 (85.7%)」で相違が見られた。学部数が少ない大学では、大学名が「教育大学」や「工業大学」等、名称で学ぶ内容のイメージが付きやすいことから重視しない傾向も窺えた。

また、留学や奨学金、クラブ活動等、「学生生活に関すること」については「2学部以下・3学部以上」ともに低調であった。これは近年の入試の多様化や新入試への情報収集が優先されており（リクルート進学総研, 2016）、高校側も多忙で入試情報を入手・共有するだけが精一杯であることが推察される。

入試説明会の主な流れとしては、設定した時間内で図1の上位項目から選択し、説明する形式が一般的であった。なお、入試説明会の定義とはやや外れるが、大学案内や選抜要項、及び入試に関する冊子を配付しながらもそれらの説明は控えめにして、セミナー方式で教育に関するテーマをもとに大学・高校の教員間で議論や意見交換を行う等、新たな形式を組み入れた報告があった。地元だけでなく、全国数カ所で開催しており、参加者も漸増傾向にあるという。これは主催側の企画力で既存の入試説明会のイメージを変え、新たな需要を掘り起こした取り組みと言えよう。

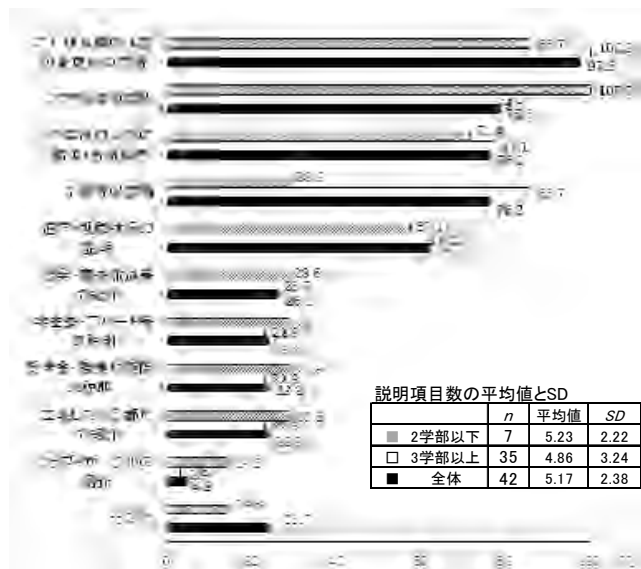


図1 入試説明会における「説明内容」

### 5.3.6 説明者

学部教員による学部説明がどの程度行われているかについて、「全学部で学部教員が説明を行う」が全体の60%以上を占めた（表12）。

また学部教員以外では、学部説明を誰が担当するか

について、「アドミッション組織に関わる教員」が最も多く、半数以上を占めた（表13）。近年の国立大学におけるアドミッション・オフィス設置の成果が窺える。

表12 学部教員による学部説明

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
各学部の所属教員は説明していない	1	4	5	16.1%
少数の学部で、学部教員が説明	0	2	2	6.5%
半数の学部で、学部教員が説明	0	0	0	0.0%
多くの学部で、学部教員が説明	0	4	4	12.9%
全ての学部で、学部教員が説明	1	18	19	61.3%
その他	0	1	1	3.2%
計	2	29	31	

(不明・無回答を除く)

表13 学部教員以外による学部説明

	回答大学の学部数			率(%)
	2学部以下	3学部以上	計	
事務職員(入試課)	1	7	8	29.6%
アドミッション教員	0	15	15	55.6%
学部学生	0	1	1	3.7%
その他	0	3	3	11.1%
計	1	26	27	

(複数回答可)

### 5.3.7 参加者が望む入試情報

参加者が望む入試情報は、各大学の入試区分の募集割合と関連することが考えられる。そこで、初めに、分析対象の大学(42校)のAO・推薦入試の募集割合を算出し、中央値(19.2)を基準に高群と低群に分類した。各群の参加者が望む入試情報得点の平均値は、低群が2.95(SD=.92)、高群が3.5(SD=.76)であった。t検定の結果、各群の平均得点に有意差がみられた( $t(39) = 2.07, p < .05$ )。よって、AO・推薦入試の募集割合の高い群は低い群に比べて、参加者がAO・推薦入試の情報により興味を持っていると考えられていることが示された。

上述の通り、高校教員は教育産業主催の入試分析報告会等で一般入試に関する説明は適度に受けていると考えられる。それを意識してか、特にAO・推薦入試の募集割合の高い大学では、大学主催の入試説明会における「期待される項目」をある程度認識していることが明らかになった。

### 5.3.8 入試結果及び分析に関する説明内容

入試結果及び分析に関する説明内容(自由記述)について、28(68.3%)の回答が得られた。記述された内容に基づきカテゴリーに分類した結果を表14に示す。上位カテゴリーの「基礎的情報」とは、入試の一般的な情報や基礎的な入試データを示す内容であり、「多面的情報」とは、応用的な入試分析結果や提出書類等の入試に関する多様な情報を示す内容である。

下位カテゴリーのうち「全般的入試統計」「属性的入試統計」「入試成績（基礎）」については、回答のあった大学の 40%以上が説明を行っていた。

上位カテゴリーについては、「基礎的情報」は本項目に回答した大学の 100%が説明を行っていた。「基礎的情報」のみの説明が行われている大学が 21 (75.0%)、「基礎的情報」と「多面的情報」の両者の説明を行っている大学が 7 (25.0%) みられた。入試説明会の参加者の増減傾向と上位カテゴリーの関連について検討するため、参加者の増減傾向に関して「その他」と回答した 2 大学を除いて、表 15 のとおりクロス集計表を作成した。Fisher の直接確率計算法（両側検定）を行った結果、度数の偏りがみられた ( $p=.04$ )。Ryan 法による多重比較の結果、参加者数が増加傾向の大学は、変動のない大学よりも、「基礎的情報」と「多面的情報」の両者の説明を行う割合が有意に大きかった ( $p < .05$ )。このことから、高校教員等が求める情報を的確に提供し「参加して得する」といった入試説明会のニーズが高いことが示唆された。

表 14 「入試結果及び分析に関する説明内容」  
のカテゴリー分類

カテゴリー	定義	具体例	度数 (%)	
基礎的情報	入試全般	入試に関する全般的な内容	大学入試の全国的な特徴	2 (4.8%)
	全般的入試統計	全体の入試データの集計結果等に関する内容	志願者数、合格者数、入学者数	18 (42.9%)
	属性別入試統計	属性別にみた入試データの集計結果等に関する内容	男女比、都道府県別人数	22 (52.4%)
	入試成績（基礎）	合格者成績を主とした入試成績に関する基礎的内容	合格者総合点平均点	17 (40.5%)
多面的情報	入試成績（応用）	入試成績の応用的な分析結果に関する内容	教科科目共分散比	2 (4.8%)
	調査書等書類	調査書等の出願書類に関する内容	調査書状況	2 (4.8%)
	出題意図	試験の出題意図に関する内容	科目毎の出題意図	2 (4.8%)
	入学後の情報	大学入学後の追跡調査に関する内容	在籍状況と卒業後の進路状況	2 (4.8%)
	その他	上記カテゴリー以外の内容	高校の探究学習に関する議論	3 (7.1%)

表 15 「入試結果及び分析に関する説明内容」  
と参加者増減のクロス集計

	増加傾向	変わらない	減少傾向	計
基礎的情報	4	13	2	19
基礎+多面的情報	5	1	1	7
計	9	14	3	26

## 6 おわりに

本稿では大学と教育産業が開催する高校教員等を対象とした「入試説明会」および「入試分析報告会」について比較検討を行った。大学については各国立大学にアンケート調査を実施して、その回答の分析から説明会の意義や効果について考察した。

大学主催の入試説明会でも、教育産業主催の入試分析報告会でも、参加者は主に高校教員である。また、入試説明会が集中する 6~7 月は、教育産業の入試分析報告会と日程が重なっている（表 2, 表 9）。にもかかわらず、国立大学の入試説明会への参画はこの 10 年間で倍増しており（表 7）、参加者の数は「増加・やや増加」および「変わらない」の回答が 7 割以上を占めている（表 10）。このような高校教員の入試説明会への積極的な参加の要因として、近年の「国公立大学志向」による国立大学入試説明会の需要が挙げられるが（東進ハイスクール・東進衛星予備校, 2020）、一方で各校が工夫を凝らした運営や参加者のニーズに沿った説明（図 1, 表 14）が評価されていることも参加者の維持や増加に貢献しているであろう。入試の変更点のように、2 種類の説明会で共通して説明される項目はあるものの、教育産業の入試分析報告会が入試難易度や志願動向の情報を中心に展開される（表 3）のに対して、大学の入試説明会では、入学後の教育内容や就職等の情報が主眼となっていることが多い（図 1）。以上のデータは、大学主催の入試説明会が、教育産業とは異なる観点から入試情報を提供するものとなっていること、また、このような大学主催の入試説明会の特色が、高校教員側からある程度好意的に評価されていることを示唆している。大学だからこそできる特色ある入試説明会が広く普及し、毎年、教育産業では対応できない高校教員のニーズに応えていることは、それ自体、各大学の入試説明会の成果の 1 つといえよう。

以上を実情と成果を踏まえば、大学主催の入試説明会の課題を考えた場合、重要となるのは開催時期と「さらなる参加者のニーズの掘り起こし」であろう。上述のように、開催が集中する時期は、教育産業の入試分析報告会と日程が重なり、さらに各大学の入試説明会も漸増傾向にあるなど乱立気味である。加えて、この時期の高校行事は、高校総体や定期考査、そして二者面談等も控えている。多忙な高校教員に入試説明会への参加を促すには、高校のスケジュールを踏まえて入試説明会の日程を設定するか、教育産業や他大学との一層の説明内容の差別化をすることが必要となるであろう。しかし、高校の進路指導や受験生の志望校決定の時期を考えれば、入試説明会の時期を大きく変更することは難しいので、「説明内容をいかに工夫していくか」が現実的な課題となるであろう。大学案内や選抜要項に記載されているだけのことを淡々と読み上げるだけでは、参加者として価値ある説明会に映らないことは容易に想像出来る。本稿において「AO・推薦入試」の情報は教育産業が扱いにくい項目であり、大

学での入試説明会で期待される項目のひとつであることを明らかにした。5.3.7で示したように、「AO・推薦入試」の募集割合が高い大学ならば、当該入試を主とした説明会を実施することも一方策と考えられる。また、各大学の実情に合わせ、入試結果に関する多面的情報(表14)を提供することも検討していくべきであろう。

なお本稿では、各国立大学の入試説明会の「本会場」に関する回答のみを分析した。しかし、アンケート上では、多くの大学から「本会場以外」にも会場を設けて説明会を実施している旨の回答があった。このような取り組みについては、本稿では十分に検討できておらず、また、参加する高校教員のニーズが会場ごとに異なる可能性も否定できない点に鑑みて、さらなる検討が必要である。しかし、会場を設ける場所が変わっても、教育産業が提供できる情報と大学が提供できる情報との間にギャップが存在することに変わりはないため、本稿の分析結果は、「本会場以外」の入試説明会にもある程度は応用可能であろう。

近年の高校は概して学習や進路指導について熱心であり、その結果大学や入試に関する情報収集を目的として入試説明会への参加が積極的になったことが窺える。この傾向は、大学や教育産業にとって好都合であり、説明会を実施することで参加した高校等の教員から、主催側が期待する「生徒や保護者にそれらの情報が伝わる」流れが確立していく。これはさながら「企業から企業へ」の〈B to B型〉に類似したビジネスモデルと言えるだろう<sup>7)</sup>。以上から当説明会は時代のニーズに適した会合であり、開催する意義は大きい。しかし、時期や参加者の重複を鑑みれば、説明会内容の差別化を進めていかない限り、早晚、参加者数は頭打ちとなり、大学側から見れば、開催のコストに対して、十分なベネフィットが得られなくなるであろう。大学主催の入試説明会は、参加者のニーズに対応し、かつ訴求力ある内容が求められることを認識した上で企画・立案することを提唱したい。

## 謝辞

本研究の調査の実施にあたり、国立大学の関係者のみなさまのご協力を賜りました。記して感謝の意を表します。

## 注

1) 武藤ら(2020)の調査によれば、国立大学アドミッションセンターの設置数は、「アドミッション・オフィスの整備・強化等」を盛り込んだ2014年12月の中教審答申直後の未設置数は47大学だったのに対し、2年後の2017年度調査では未設

置数が28大学に減少した。つまり答申後の2年間で19の国立大学へ新たに設置されている。

- 2) 説明会に関するアンケート調査研究は少なく、1つの調査では様々な運営形式を網羅できない。本調査では、規模から考えて広報の基礎となりやすいであろうこの形式に着目した。
- 3) 例えば、東京都立高校における進学指導重点校政策等。
- 4) 国立大学協会は2015年9月に公表した「国立大学の将来ビジョンに関するアクションプラン」において、「推薦入試、AO入試、国際バカロレア入試等の導入を拡大する」と提言し、その工程表には、2021年度までに推薦・AO入試等による入学者を、「入学定員の30%を目標」に拡大すると明記した。
- 5) 筆者によるヒアリングから。各社の特定を避けるため、説明会の名称は加工している。また掲載以外の説明会も存在する。例えば「旧帝大に特化」や「首都圏の難関私立大学」等の対象を限定した会合である。これらは、需要がある特定校に絞って案内が送られる傾向にある。
- 6) 地元以外(主要以外)の会場を含むと、年間40回を実施する大学が最多であった。
- 7) 〈B to B型〉とは、「企業が別の企業を対象として商取引を行う」ことを示す用語で、(Business to Business)の略。

## 参考文献

- 喜村仁司(2018)。「入学者アンケートを活用した学生募集広報の評価と改善」『大学入試研究ジャーナル』**28**, 133-139.
- 国立大学協会(2015)。「国立大学の将来ビジョンに関するアクションプラン」の公表について  
<<https://tinyurl.com/rdrpu4wl>> (2020年2月19日)
- 倉元直樹(2016)。「国立大学におけるアドミッションセンターの組織と機能」『大学入試研究ジャーナル』**26**, 89-96.
- 武藤英幸・永野拓矢(2020)。「大学の入試広報活動における教職協働の実践—名古屋大学の取組と課題—」『大学入試研究ジャーナル』**30**, 166-174.
- 小川洋(2009)。「通学区域の見直しと高校の特色作り—総合選抜制を中心に—」『国立教育政策研究所紀要』**138**, 75-85.
- リクルート進学総研(2016)。「高校の進路指導・キャリア教育に関する調査2016」  
<<https://tinyurl.com/samw9ur>> (2020年2月19日)
- 東進ハイスクール・東進衛星予備校(2020)。「入試形式にかかわらず国公立志向が強まる」高校生アンケート  
<<https://tinyurl.com/yxvdq3tz>> (2020年11月22日)
- 山崎慎一(2012)。「高校の進路指導担当教員が求める大学の情報公開と情報資源—大学の情報公開に対する意識調査の結果から—」『大学アドミニストレーション研究』**3**, 97-104.