

## 沖縄県内の高校を対象としたオンライン大学説明会の効果

田中 光 (山口短期大学), 山田 恭子, 浦崎 直光 (琉球大学)

琉球大学では志願者の獲得と高大接続・高大連携の一環として、沖縄県内の高校を対象に訪問型の大学説明会を行っている。しかし、令和 2 年度は新型コロナウイルスの感染拡大を受け対面での実施を中止し、Zoom を利用した双方向型のオンライン大学説明会を実施した。大学説明会には、沖縄県内 41 の高校が参加し、アンケートでは 1084 人分の回答が得られた。アンケート結果からは 9 割以上の参加者が大学説明会に満足しており、参加により志願意欲も高い状態となっていることが示された。オンライン大学説明会はインターネット環境の制限があるものの、距離等の制限が少ない利点がある。今後は訪問型と並行して、利点を活かしたオンライン大学説明会を開催することが考えられる。

キーワード：志願者動向，高大接続，高大連携，ICT，オンライン

### 1 はじめに

#### 1.1 令和 2 年度の大学説明会について

日本では 2017 年をピークとして 18 歳人口は減少しており、大学への進学者も減少傾向にある（文部科学省，2019）。そのため、大学にとって志願者の獲得は量・質ともに重要度を増してきている。一方、高等教育では、生徒の能力に応じた教育を実現するため、高大接続として高校と大学が互いの教育に理解を深める必要があるとされている（文部科学省，2006）大学にとって高大接続事業は、高校生の「大学」という存在に対する親近感や興味関心を喚起することで、多くの志願者を獲得することのできる有用な取り組みである。また、高校生の進学意識と大学に対する知識が高まることで、進学に際してのミスマッチを低下させることが出来るとともに、アドミッションポリシーに沿った入学者の獲得を促進することができる。そのため、琉球大学は志願者の獲得と高大接続の推進を目的として、沖縄県内の高校を対象に訪問型の大学説明会を行ってきた。

しかし、令和 2 年度は新型コロナウイルスが感染拡大を続け、感染予防の観点から琉球大学のアドミッションセンターでは対面での訪問型の大学説明会を中止することとなった。感染症の感染拡大による対面での大学説明会の中止は全国的にも見られた動きであり、このことは入試に関する広報活動や高校との情報共有の機会を著しく妨げることとなった。大学説明会は高校生に大学の入試情報を提供するという入試広報としての側面もある。受験年度の高校生にとっては大学説明会の減少は、大学に関する情報収集を困難とする。このような状況は進学に際してのミスマッチを増長させる可能性があった。そのため、多くの大学が入試に関する情報を発信する機会を確保するためインターネ

ットを活用した情報提供を積極的に行った。琉球大学も、ICT（Information and Communication Technology：情報通信技術）を用い、インターネット上でオンラインでの大学説明会を実施した。

オンラインでの大学説明会はこれまであまり行われてこなかった取り組みであると思われる。しかし、文部科学省（2021）では、各教育機関の ICT 環境の整備を推進するとともに、ICT を利用した外部との連携体制の構築を促進するとしている。そのため、今後オンライン大学説明会は感染症対策としての代替案にとどまらず一層活用されるものと予測される。そこで、本研究では令和 2 年度に実施したオンライン大学説明会についてその実施方法と効果について報告を行う。

#### 1.2 これまでの入試広報に関する検討

これまでの国内大学における入試関連の広報活動については形態ごとにその効果等が検討されている。例えば、福島ほか（2011）は、進学希望者の大学への接触方法の種類を、オープンキャンパス等の直接接触と、大学ホームページ等の間接接触に分類し、年度の前半（3月～8月）では直接接触、後半（9月～2月）では間接接触が比較的受験行動と関わっていることを示した。横田（2013）は留学生を対象とした入試広報について、ポータルサイト等のインターネットを利用した広報と、実際に留学生と対面して広報を行うフェイス・トゥ・フェイスの広報に分け、それぞれの今後の広報戦略について検討している。これらのように、インターネットを媒介とした入試広報についてはこれまでも検討が行われてきた取り組みではある。しかし、今回琉球大学で実施したオンライン大学説明会のような、インターネット上での同時双方向型の情報提供機会である入試広報の報告や研究は十分に行われておらず、詳細な検討が必要な段階である。

### 1.3 オンライン大学説明会の実施方法についての検討

これまで、インターネット上での同時双方向型の情報提供機会である入試広報は従来の対面での入試広報に比べ十分に報告されていない。そこで本研究では、令和2年度に実施した、琉球大学のオンライン大学説明会の実施方法について報告する。また従来実施してきた高校に訪問し対面で行う大学説明会との実施方法の比較を行い、その特徴について考察する。

### 1.4 オンライン大学説明会の効果検証について

#### 1.4.1 本研究で検討する効果

琉球大学において高校訪問型の大学説明会では、大学の情報の提供と志願者の獲得を目的として行ってきた。この目的を果たすため、従来の訪問型の大学説明会は、各高校の要望に応じた情報提供を行うことをねらいとしていた。一方でオンライン大学説明会は、中止となった訪問型の大学説明会の代替として各高校に大学の情報を提供するとともに、ICT 機器の特性を生かした新たな広報手段の開発をねらいとした。

そこで本研究では、オンライン大学説明会の効果検証として、大学の情報提供機会として機能したか、また、それに伴い大学説明会によって琉球大学に対する志願者数の獲得に貢献することができたかという側面について検証を行う。オンライン大学説明会が要望に応じた情報提供ができていないかを確認するために、大学説明会に対する満足度を指標とする。進学を希望する高校生にとって大学説明会は、必要な大学や入試の情報を得るためのものである。もしオンライン大学説明会が大学の情報提供機会として機能しているのであれば、参加者の多くが満足であることを示す評定を下すと予測される。志願者数の確保への貢献については、大学説明会による志願意欲の変化に関するアンケート調査への回答を指標とする。志願意欲を高めることと志願者数の増加は必ずしも同等ではないが、高い志願意欲は高校生の大学に対する志願に対し影響するものと考えられる。オンライン大学説明会により志願意欲の向上が認められるのであれば、志願者の確保についても貢献している可能性がある。

オンライン大学説明会では、新たな大学の広報手段を検討することも目的とした。このことについては、従来の訪問型の大学説明会とどのような違いがあるのかを明らかにすることが、今後のオンライン大学説明会の実施方法を考える上での一助になると考えられる。そこで、従来の訪問型での大学説明会である令和元年度と比較を行い、効果の違いについて検討する。

#### 1.4.2 本研究で実施する効果検証について

入試広報の効果の検証についてはこれまで多くの研

究が報告され、まとめられている(雨森, 2016; 野口, 2018)。野口(2018)によると入試広報の効果測定は、受験生や新入生の主観的な評価と、受験データを基にした客観的な評価の2つに大きく分けられている。主観的な評価とは、例えば、大学説明会後のアンケート調査などによって、参加者が主観的に自らのその大学に対する志望動機が高まったかどうか等を判断し、5段階などで評定するといった形式の評価である。一方、客観的な評価とは、例えば、実際に大学説明会に参加した者がどのくらいの割合で出願しているか、入学しているかといった実数などによって大学説明会の効果を評価するものである。雨森(2016)によれば、主観的な評価については、データの収集が容易でありイベントそのものの有用性は評価できるものの、実際の志願との関連性までは不明であると指摘している。一方で客観的な評価は、大学説明会の効果のある程度正確に示すものの、大学説明会で参加者の情報を控え志願者情報等と照らし合わせるといった実施や個人情報管理といったコストがかかるとしている。

本研究では、オンライン大学説明会による効果検証の手始めとして、比較的实施が容易な主観的な評価(満足度や志願意欲)を指標とした検討を行う。今回の検討によりオンライン大学説明会に効果がある可能性が見られる場合は、今後さらに説明会の参加者と志願者を紐づけするなどの客観的な指標を用いることで、その効果を正確に検証することができると考えられる。

#### 1.4.3 高大接続事業としてのオンライン大学説明会

高大接続事業としての大学説明会は、高校にとって、大学との情報共有だけでなく、生徒に学習の意味づけやキャリアへの意識づけを行わせ、主体的な学びを促す機会でもある。琉球大学においても訪問型の大学説明会は、高校生の進路意識や入学後の学業適応を高めるための取り組みとしても行われてきた。そこで本研究では、オンライン大学説明会が高大接続に果たす役割の検討として、参加者の意識に与える影響について調査を行う。

高大接続事業の効果検証としては例えば竜田ほか(2020)によって、教職分野への進学・就職に向けたキャリア意識の育成を主たる到達目標として構築されたカリキュラムの効果検証が行われている。この研究では、修了者の進路決定先の調査や、カリキュラムに関するインタビュー内容や自由記述の分類を行った。その結果、カリキュラムへの参加者の約半数が教職免許の取得を主とする進路選択をしたことや進学・就職に関する意識の変化や将来の見通しを持った学習の捉えなおしに関する記述が見られたことから、カリキュ

ラムがキャリア意識の形成や進路の実現に寄与したとしている。

そこで本研究では、オンライン大学説明会の高大接続としての役割を明らかにするために、参加者の意識に対する影響としてどのようなものがあるかを検討する。本研究の調査では令和2年度に実施されたオンライン大学説明会による意識変化について自由記述を行い、その自由記述に対してテキストマイニングを行う。意識変化の収集・分類を行うことで、今後オンライン大学説明会の高大接続事業としての効果について詳細なアプローチができるようになると思われる。

## 2 オンライン大学説明会の実施方法

### 2.1 実施概要

オンライン大学説明会は、インターネット上で発信側と受信側がリアルタイムで映像や音声を送受信できる Web 会議システムを利用して実施した。この令和2年度の大学説明会では、大学全体についての説明と各学部についての説明を行った。大学説明会は、大学全体の説明5回、人文社会学部5回、国際地域創造学部5回、教育学部5回、医学部医学科2回、医学部保健学科5回、理学部5回、工学部5回、農学部5回、全部で42回（同日複数回の開催を含む）実施した。期間は7月から9月の間で実施した。

### 2.2 説明者及び参加者

各学部単位の大学説明会では、主催・司会進行を琉球大学アドミッションセンターの教員や職員が行い、各学部の説明は該当学部にも所属する大学教員が行った。大学全体の説明はアドミッションセンターの教員が行った。大学説明会には、沖縄県内の高校から、離島の高校を含む、申請のあった41校が参加した。また、各高校の進路指導教員に依頼して、琉球大学に興味を持つ高校3年生を中心に参加者を募った。

### 2.3 大学説明会に利用した機器やWebシステム

オンライン大学説明会の実施のために、Web 会議システムとして Zoom ミーティングを使用した。Zoom ミーティングではパーソナルコンピュータやタブレット端末、スマートフォンに取り付けられた Web カメラやモニター、マイク、スピーカーを通して映像や音声をリアルタイムで送受信することができる。また、発信側のモニター画面を受信側と共有することなどが可能である。音声の通信だけでなくチャット機能を利用することで文章での通信も行うことができる。Zoom ミーティングによって Web 上で情報発信を開始、または予約すると URL が付される。参加希望者は、ブラウザや Zoom ミーティングのアプリ

等から、この URL を通して発信元にアクセスでき、視聴・通信ができるようになる。

発信に必要な機器等は大学内で準備を行い、参加者の視聴・通信に関するインターネット環境や機器の準備については、各高校の指導教員に依頼した。参加者は主に高校内の視聴覚室等で一斉に視聴しており、高校内での参加希望者が少ない場合や夏季休暇の期間の場合は、参加者自身がタブレット端末やスマートフォン等を用いて参加した。

### 2.4 大学説明会の開催手順

オンライン大学説明会の開催は6月に文書で、沖縄県内の高校に通知した。その後、参加希望の高校の進路指導部などに依頼し各大学説明会の参加希望者の募集を行った。参加希望者のいる高校には、各大学説明会の URL を電子メールで配布した。

各大学説明会の実施時間は、16時20分から17時頃までの40分間程度であり、開始の30分程度は学部または大学全体の説明を行い、その後10分程度は、質疑応答を行った。学部の説明について、主にパワーポイントのスライド資料やホームページ等を共有しながら担当教員が口頭で行った。その後の質疑応答は口頭やチャット機能を使用して行った。

大学説明会後にはアンケート調査を実施した。調査は、Web アンケートシステムである Google のフォームと Microsoft の Forms を利用して実施した。事前に各高校の進路指導部に、Web 上のアンケートフォームとリンクした QR コードを配布するとともに大学説明会の後のモニター画面に QR コードを提示し、参加者にアンケートの回答を依頼した。

### 2.5 オンライン大学説明会と従来の訪問型の大学説明会との比較

#### 2.5.1 従来の訪問型の大学説明会の実施方法

本研究では、オンライン大学説明会と従来の訪問型の大学説明会について実施方法とその効果の違いを検討することを目的としている。そこで、令和2年のオンライン大学説明会と従来の訪問型の大学説明会である令和元年度の大学説明会との比較を行う。

従来の高校訪問による大学説明会では、アドミッションセンターの教職員と各学部の教員が開催する高校に訪問し、大学全体の説明と高校が説明を希望する学部の説明を行った。令和元年度の説明形式は、①各学部のブースを設けそれぞれのブースで各学部の教員が説明を行う、②アドミッションセンター教員が20分大学全体の説明を行った後、各学部の教員が該当学部の説明を行う。③アドミッションセンター教員が20分全体説明を行った後、各学部のブースを設けそれぞ

れのブースで各学部の教員が説明を行うという①から③の形式のいずれかであった。令和元年度では、沖縄県内 39 校を対象として、主に 4 年生大学に進学を希望する 3 年生を対象に、5～6 月の間で実施した。高校によっては、3 年生だけでなく大学への興味関心や普段の学習と大学との繋がりを意識するために、2 年生や 1 年生が参加する場合もあった。説明会の開催回数は 40 回であり（複数回開催された高校有）、説明形式は開催する高校の要望に応じて決定され、実施回数は、①5 回、②15 回、③20 回であった。説明時間については、高校の授業 1 コマ分（50 分）であった。

### 2.5.2 年度による大学説明会の実施方法の違い

令和 2 年度と令和元年度の大学説明会では、どちらも主に高校 3 年生を主な対象としていた。特に、令和 2 年度は感染症予防のため、4 年制大学に進学を希望する生徒の中でも、琉球大学への進学に興味のある 3 年生が参加することを推奨した。一方で、令和元年度の大学説明会では、琉球大学側から参加者の限定は行っておらず、参加者の選別は高校にゆだねられていた。そのため、必ずしも琉球大学の進学に関心がある生徒のみが参加していたわけではない可能性があった。

令和 2 年度のオンライン大学説明会は遠隔で複数の高校に同時配信できた。そこで、説明会の効率的な実施のため、訪問型の大学説明会と異なり、1 つの回に複数の高校が参加できるようにした。また、説明内容を回ごとに分けてそれを複数回実施することで、高校が希望の内容の回を選んで参加できるようにした。

令和元年度では高校の要望に応じて説明形式を変えていたのに対し、令和 2 年度のオンライン大学説明会では高校が希望する内容の回を選んで参加するものであったため、どの回においても説明を 30 分程度行い、その後質疑応答の時間を設けるという形式で統一していた。説明方法については全体説明・学部説明ともに、どちらの年度においてもスライド資料を用いモニターやスクリーンに映して説明を行った。説明者の選定については、どちらの年度においても、全体説明はアドミッション部門の教員又は入試課職員が実施した。全体説明については説明者による説明内容の大きな違いはなかった。学部の説明に関しては、どちらの年度も説明者や説明内容は各学部にゆだねられていた。個別相談については、令和 2 年度、元年度ともに大学説明会の中では実施していなかった。

アンケートの実施については、従来の訪問型での大学説明会ではアンケート用紙を配付して回答を依頼していたが、オンライン大学説明会では Web 上のアンケートフォームから回答を依頼した。

### 2.5.3 実施方法の違いによる特徴の比較

従来の訪問型の大学説明会と比較すると、オンライン大学説明会はモニターを通して実施されるため、主催者側としては参加者の雰囲気や人数を大まかにしか把握できないデメリットがあった。一方で、各学部の説明を行う教員や各学校とのスケジュール調整が比較的行きやすかったこと、複数の学校に同時に大学説明会を開催できたこと、離島など遠方の学校にも参加者を募集できたことなどのメリットがあった。

オンライン大学説明会は訪問型での大学説明会と異なり、1 回に複数の高校が参加できるようにしており、実際に複数の高校が参加していた。しかし、複数の高校に一斉に説明を行っていたため、訪問型の大学説明会に比べ、特定の高校に要望に特化した説明とはなっていなかった可能性があった。

## 3 大学説明会の効果検証

令和 2 年度のアンケート調査では 1084 人分の回答が得られた。令和 2 年度は参加について高校側にゆだねており参加人数については集計していなかった。しかし、主観的な印象によるものであるが説明会の実施者から実施中のモニター上に映し出されている参加者に比べ回答数が少ないとする報告や、説明会からしばらくして回答がなされる場合があり、対面においてその場でアンケートの回答を促す場合に比べて回答率が低くなっている可能性が示唆された。回答者の学年の構成については、1 年生 9%、2 年生 24%、3 年生 67%であった。令和元年度の調査では 2091 人分の回答が得られていた。令和元年度の参加者数は 2183 人であり回答率は 96%であった。回答者の学年の構成は、1 年生 13%、2 年生 34%、3 年生 51%、その他 1%、無回答 1%であった。

### 3.1 大学説明会に対する満足度

令和 2 年度のアンケート調査では、オンライン大学説明会への満足度について、「本日の大学説明会に満足できましたか」という質問項目に対し「満足できなかった」、「ある程度満足できた」、「満足できた」の 3 件法で回答させた。その結果、有効データ 1071 人であり、回答者の 49%が「ある程度満足できた」、44%が「満足できた」と回答しており、合計で回答者の 94%が大学説明会に概ね満足していたことが示された。6%の「満足できなかった」とした回答者には、不満であった理由を記入させていた。この記述内容によると不満であった理由として、インターネット環境が不安定であったために十分に情報が得られなかったことが主に挙げられていた。

令和元年度のアンケート調査では、訪問型での大学説明会への満足度について、「本日の大学説明会は全体としていかがでしたか」という質問項目に対し「よくなかった」、「あまりよくなかった」、「まあよかった」、「とてもよかった」の4件法で回答させた。その結果、有効データ 2015 人であり、回答者の 39% が「まあよかった」、60% が「とても良かった」と回答しており、大学説明会に 99% が概ね満足していたことが示された。「あまりよくなかった」、「よくなかった」とした回答者は合計で 1% であった。

満足度について、令和2年度は質問項目が3件法で、満足したか、満足しなかったかといった形式となっており、どちらかを選択しなければならない状態であったため解釈には注意が必要である。また、令和元年度についても、最も満足度を示す項目が「とてもよかった」としているのに対し、最も満足できなかったことを示す項目が「よくなかった」となっており対応していないことから、こちらについても解釈には注意が必要である。

令和2年度と元年度の大学説明会の満足度について質問形式が異なることから単純に比較することはできないが、元年度より令和2年度の方が満足であると回答する割合が低くなっている可能性が示唆された。

### 3.2 琉球大学に対する志願意欲

アンケート調査では琉球大学への志願意欲について、2つの質問項目を設けていた。1つは参加前の志願意欲を尋ねるもので、「あなたは、『本日の大学説明会に参加する前』、琉球大学をどの程度受験しようと考えていましたか」に対し、「1. 考えていなかった」、「2. 少し考えていた」、「3. かなり考えていた」の3件法で回答させるものであった。もう1つは参加後の志願意欲を尋ねるもので、「あなたは『現在』、琉球大学をどの程度受験しようと考えていますか」に対し、「1. 考えていない」、「2. 少し考えている」、「3. かなり考

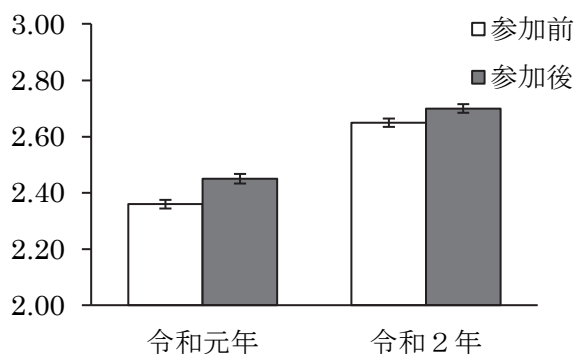


図1 年度ごとの参加前後における志願意欲  
注) エラーバーは標準誤差

えている」の3件法で回答させるものであった。その結果、令和2年度においては有効データ 1083 人であり、参加前の志願意欲の平均値は 2.65 ( $SD = 0.56$ )、参加後の志願意欲の平均値は 2.70 ( $SD = 0.52$ ) であった(図1)。参加前後の志願意欲の平均値の差に対して  $t$  検定を行ったところ  $t(1082) = 5.58, p < .01, d = 0.10$  と有意であった。しかしながら効果量  $d$  値が低く、志願意欲の平均値がどちらも高いことから、志願意欲は高いまま維持されたとするのが妥当であると考えられる。

令和元年度においては、有効データ 2017 人であり、参加前の志願意欲の平均値は 2.36 ( $SD = 0.70$ )、参加後の志願意欲の平均値は 2.45 ( $SD = 0.67$ ) であった(図1)。参加前後の平均値の差に対して  $t$  検定を行ったところ  $t(2016) = 9.92, p < .01, d = 0.13$  と有意であった。こちらについても効果量は小さく志願意欲は説明会の前後で維持されたと考えられる。

図1の各志願意欲について2(年度)×2(参加前後)の2要因混合計画の分散分析を行った。その結果、年度の主効果 ( $F(1, 3098) = 142.76, p < .01, \eta^2 = .04$ )、参加の主効果 ( $F(1, 3098) = 101.79, p < .01, \eta^2 = .03$ )、交互作用 ( $F(1, 3098) = 6.34, p < .05, \eta^2 = .00$ ) が有意となった。この結果は、令和2年度の方が元年度よりも志願意欲が高いこと、大学説明会の前よりも後の方が志願意欲が高いこと、年度によって参加前後の志願意欲の変化が異なることを示している。つまり、令和2年度は令和元年度に比べ参加前から志願意欲が高いものの、参加前後の変化は令和元年度の方が大きいことを示している。これは、令和2年度では琉球大学への進学に興味がある希望者を対象としたことが影響したものと考えられる。しかしながら、いずれも効果量は小さく大きな差を示すものではないと考えられる。これらのことから、令和2年度の大学説明会は琉球大学への進学に興味のある希望者を対象としたことが志願意欲に影響したものの、令和元年度と同様に大学に対する志願意欲を高い状態で維持するのに一定の効果があったといえる。

### 3.3 大学説明会による参加者の意識への影響

令和2年度では、大学説明会の高大接続事業としての役割を検討するために、大学説明会による参加者のキャリア意識や学習に対する意識への影響としてどのようなものがあるかを検討した。アンケート調査では、オンライン大学説明会による影響にどのようなものがあるかを引き出すため、「大学説明会をうけて、何を頑張ろうと思いましたか」という質問に対して自由記述での回答を求めた。その結果、アンケート調査へ

の回答者 1084 人のうち 899 人から回答が得られた。本研究では、自由記述の回答内容の傾向を把握するため、回答に対して、テキスト分析ソフトである KHCoder を用いてテキストマイニングを行った（樋口, 2004）。テキストマイニングとは、文章による記述やテキスト等から語句を抽出し、各語句の特性や関係等を計量・分析する手法である。このテキストマイニングを利用することで、自由記述の回答傾向を検査することができる可能性がある。今回の分析では、自由記述で得られた回答からおもに句点を指標に文を区切り、語句の計量・分析を行った。アンケート調査で得られた自由記述に対し KHCoder を用いて文と語句の抽出を行った結果、1084 文、総語数 12707 語、異なり語数（使用されている語の種類）997 語が抽出された。また KHCoder を使用して、1 文で共起した語句を繋げたネットワーク図（共起ネットワーク）を作成した（図 2）。共起ネットワーク図の作成では、

15 回以上使用された抽出語を使用し、描画する共起関係（edge）の絞り込みでは、文中での共起によって算出される Jaccard 距離を用いた。描画数は 60 までとした。共起ネットワーク図では、使用頻度に応じて円の大きさが設定されている。図中の抽出語の距離や線分の長さについては各語句の関係を表すものではなく、視覚的な自動調整の結果であるため解釈に用いることはできない。

図 2 の共起ネットワーク図と実際の記述内容を基に自由記述の解釈を行った。共起ネットワーク図に基づく「勉強」や「頑張る」といった語句がまとまっていた。またそれらの語句を含む自由記述を参照したところ、大学説明会を受けて学習に対する意欲が向上したといった記述内容がうかがわれた。また、これらの語句と「将来」、「考える」、「自分」といった語句が共起していることから、学習に対し目標意識が形成されていると推測できる。ネットワーク図において、

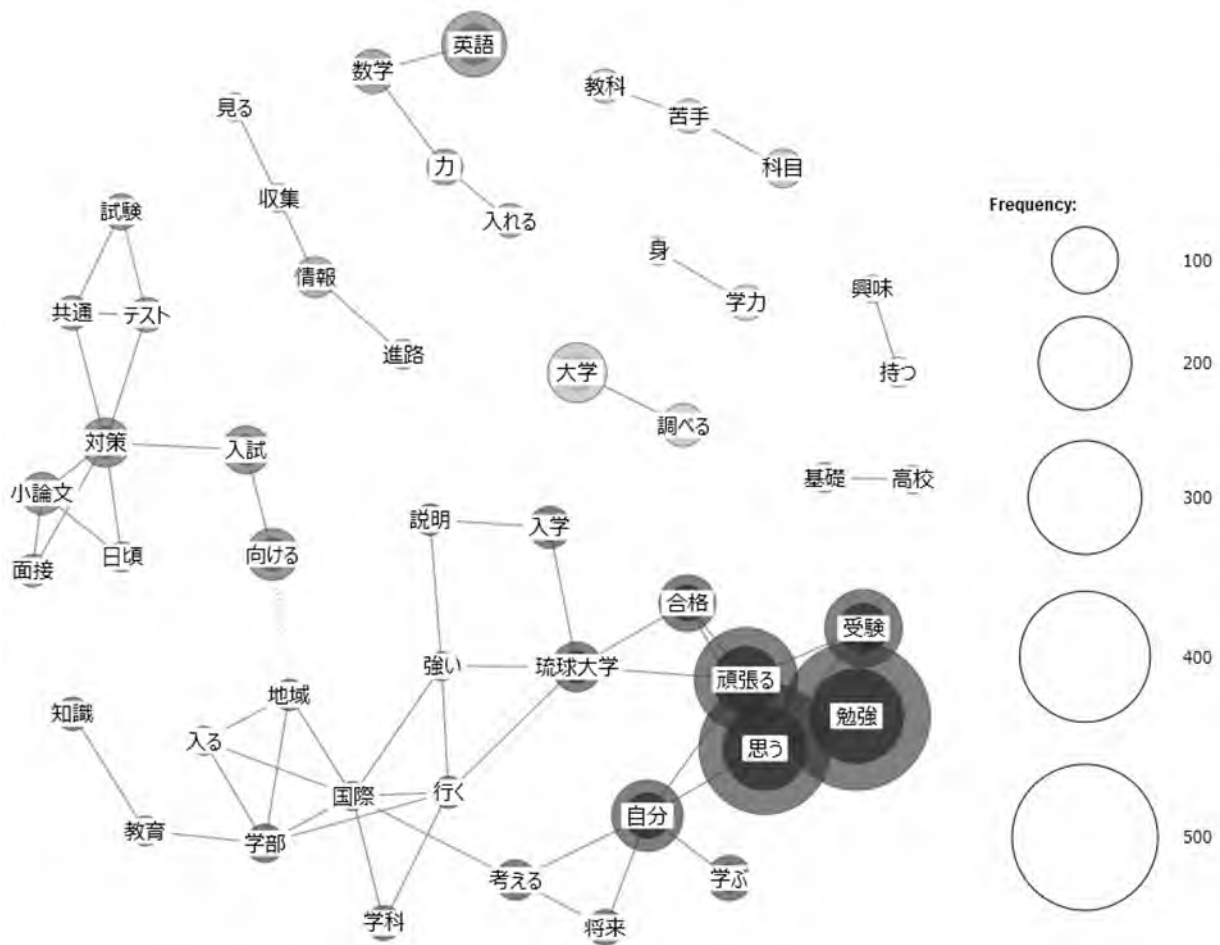


図 2 「大学説明会を受けて頑張ろうと思ったこと」について自由記述を基に作成した共起ネットワーク図  
注) 円の大きさは記入された頻度を表し、語句間の線は文中での共起に応じて引かれている

「対策」、「入試」といった語句が関連しまとまっていることについて、これは3年生の参加者が多かったことから、大学説明会が入学試験に焦点を向けて活動を行うことに影響を与えたと考えられる。その他少数ではあるが、「情報」、「収集」、「進路」といった語句が結びついているまとまりや、「大学」、「調べる」といった語句が結びついているまとまりがあることから、大学説明会が参加者の進路選択活動について影響を与えた可能性が読みとれる。これらのことから令和2年度の大学説明会が、高大接続として高校生の学習意欲や進路選択に少なからず有益な影響を与えたと推測される。

## 4 考察

### 4.1 オンライン大学説明会の実施方法について

本研究では琉球大学で実施したオンライン大学説明会の実施方法とその効果について報告することを目的とした。

実施方法に関して、令和2年度は感染症の拡大により、訪問型での大学説明会が実施できなかったが、オンライン大学説明会によって、申請のあった41の高校全てに対し大学の情報の提供を行うことができた。このことについては、各高校への連絡周知などの事前準備が適切に行われたこと、主催者側と参加者側のインターネット環境が整備されていたこと、高校の進路指導教員などの積極的な協力があつたことが要因であると考えられる。今回オンライン大学説明会で使用したZoomミーティングについて主催者側は、導入時の登録やその費用、操作（接続や資料共有、大学説明会の予約設定、チャット機能の使用）を覚える等の必要があつたものの、参加者はインターネット環境の整備と専用のURLなどがあればよかつたため、比較的容易に大学説明会を開催できたように思われる。

実施方法について、オンライン大学説明会は訪問型での大学説明会に比べ、実施コストが比較的低かつた。そのため、対面での大学説明会が可能となつた後においても、訪問型での実施コストが高い離島や遠隔地、進学者数の少ない高校での実施や複数回での説明会の開催といったような場合は、大学の情報提供機会として選択肢となりえらと推測される。

### 4.2 オンライン大学説明会の効果について

令和2年度のオンライン大学説明会について、回答者の9割以上が説明会に高い満足を示していたことから、質問形式から解釈に注意が必要ではあるが、オンライン大学説明会も、大学の情報提供機会として機能する可能性が示されたといえる。

志願意欲については、令和元年度の訪問型での大学説明会と同様に大学説明会の前後で志願意欲が高まっている、または高い水準で維持されていることが示された。そのため、オンライン大学説明会は志願意欲に対して一定の効果を示しているといえる。

大学説明会の志願者への影響に関して、琉球大学の沖縄県内の志願者数の変化は直接的な指標ではないが参考となると考えられる。沖縄県内の過去5年間の志願者数（延べ数）は、平成29年4126人、平成30年4341人、平成31年4008人、令和2年3591人、令和3年3503人であつた。過去2年間に於いて数百人単位の減少であつたが、令和2年度から令和3年度においては100人未満の減少にとどまっており、教育学部における、後期日程の廃止（令和2年度全志願者数187人）、総合型選抜の創設（令和3年度全志願者数41人）を考慮すると、志願者数は維持されていた可能性がある。この志願者数に、オンライン大学説明会が影響した可能性については、今後、説明会の参加者がどの程度実際に志願しているか等を検討することで明らかになると考えられる。

令和2年度のオンライン大学説明会と令和元年度の訪問型での大学説明会を比較したところ、令和2年度に比べ令和元年度の方が、回答者が少ないことから参加人数についても減少したものと推測される。これは、参加者を絞つたことが原因であると考えられる。令和2年度の回答率については不明であるが、説明会の実施の際に見られた参加者数に比べ回答数が少ない場合や説明会の後日に回答される場合が確認されている。このことから、Web上で回答を求めていたものの、その場での回答が困難であるなどして回答率についても低下していた可能性が考えられる。そのため、Web上でのアンケート調査については、実施困難である高校では紙面でアンケートに回答してもらうことや、回答によって説明会の資料をダウンロードできるなどの特典をつける等して回答率を上げる必要がある。

令和2年度のオンライン大学説明会は令和元年度の訪問型での大学説明会に比べ満足であるとしていた参加者の割合について、従来の説明会と同等ではなかつた可能性が示された。これは、訪問型での大学説明会は情報提供機会として問題なく機能しているのに対し、オンライン大学説明会では自由記述を考慮するとインターネット環境が悪い状態であると情報提供そのものが困難となることを示していると考えられる。このことから、オンライン大学説明会では特にインターネット環境を確保することが重要であるといえる。

また、令和2年度の大学説明会では、参加前から志

願意欲が高かった。これは、令和2年度では3年生の希望者を優先的に参加させるように高校に通知していたためであると考えられる。実際に、参加者の学年構成は令和元年度に比べ令和2年度の方が3年生の割合が高かった。このことを考慮すると、志願意欲の低い者への訴求については今後の検討が必要である。

#### 4.3 高大接続事業としてのオンライン大学説明会

本研究ではオンライン大学説明会の高大接続としての役割を明らかにすることを目的として、参加者の意識への影響にどのようなものがあるかを調査した。自由記述に対するテキストマイニングの結果から学習意欲の向上や、学習における目的意識の形成、進路選択に関する興味・関心の向上などが確認された。このことから、大学説明会は高大接続事業としてキャリア意識や学習の主体性を向上させる役割を持つ可能性がある。そのため、大学説明会を高校の学習の意義づけや進路意識の向上のために利用できることが期待される。

このことについては、定量的な調査を行うことで、大学説明会は高大接続事業としてどの程度効果を持つかが明らかになっていくものと思われる。今回のテキストマイニングで影響がある可能性が見られた意識に基づいて考えると、例えば、大学説明会の前後の学習意欲や将来に対する意識の強さ、進学意欲等について定量的な質問項目を設けたアンケート調査を実施することなどが考えられる。本研究は令和2年度に実施したオンライン大学説明会における調査のみであったが、今後は対面での大学説明会と比較を行うことで、高大接続事業の効果の側面から、実施方法による違いを検討することができると考えられる。

#### 4.4 今後の展望

以上よりオンライン大学説明会は実施について、インターネット環境を整備しなければならないといったデメリットがあるものの、訪問型での実施よりも時間や場所の制限が比較的少ないというメリットがみられた。また、大学の情報提供機会や志願者の確保として一定の効果がある可能性が示された。しかし情報提供機会としてはオンライン大学説明会よりも訪問型での大学説明会のほうが効果が高い可能性も示された。これらのことから、オンライン大学説明会については、今後、訪問型での大学説明会が可能となった場合、対面でないメリットを活かした形で実施していくことが考えられる。例えば、オンライン大学生説明会の時間や場所の制約が少ないといったメリットを考慮すると、高校生に気軽に大学を知ってもらう機会としては有用であると考えられる。また、ホームページ等の比較的志望度が低い者もみる媒体と、比較的志望度の強い者

が参加する対面でのオープンキャンパスなどの大学説明機会をつなぐものとして位置付けて利用することなども考えられる。

オンライン大学説明会を効果的に行うためには、今後対面での大学説明会と役割や効果を詳細に比較・吟味する必要がある。

#### 謝辞

大学説明会の実施にあたり盛山泰秀先生（令和2年度琉球大学在籍）と琉球大学入試課職員の皆さまに大変ご協力いただいた。ここに記して感謝する。

#### 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.
- 樋口幸一 (2004). 「テキスト型データの計量的分析—2つのアプローチの峻別と統合—」『理論と方法』 **19**(1), 101—115.
- 福島真司・吉村 修・坂元嵩幸・笠原龍司 (2011). 「大学入試広報における効果測定の研究—データベースを用いた入試広報媒体の測定について—」『大学入試研究ジャーナル』 **21**, 75—82.
- 文部科学省 (2006). 「大学への早期入学及び高等学校・大学間の接続の改善に関する協議会—協議経過の中間的な整理—」文部科学省  
[https://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chousa/koutou/020-17/houkoku/06040408/001.pdf](https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/020-17/houkoku/06040408/001.pdf) (2021年3月2日).
- 文部科学省 (2019). 「I. 18歳人口及び高等教育機関への入学者・進学率等の推移」文部科学省  
[https://www.mext.go.jp/component/a\\_menu/education/detail/\\_icsFiles/afiedfile/2019/07/25/1419601\\_001.pdf](https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afiedfile/2019/07/25/1419601_001.pdf) (2021年3月2日).
- 文部科学省 (2021). 「『令和の日本型学校教育』の構築を目指して—全ての子供たちの可能性を引き出す、個別最適な学びと、協働的な学びの実現— (答申)」文部科学省  
[https://www.mext.go.jp/content/20210126-mxt\\_syoto02-000012321\\_2-4.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20210126-mxt_syoto02-000012321_2-4.pdf) (2021年3月2日).
- 野口将輝 (2018). 「オープンキャンパスで変わる参加者の志望順位—オープンキャンパスの広報効果の測定手法の提起—」『大学入試研究ジャーナル』 **28**, 209—214.
- 横田雅弘 (2013). 「留学生獲得のための入試広報戦略—オールジャパンと個々の大学の戦略」『留学交流』 **33**, 1—10.
- 竜田 徹・林 裕子・米田重和・和田 学・嬉 正勝 (2020). 「教育分野に特化した継続・育成型高大接続カリキュラムの成果と課題—「教師へのとびら」におけるeラーニング教材の活用に向けて—」『佐賀大学教育学部研究論文集』 **4**(1), 73—83.