

オンライン相談会に関する今後の展望と課題

—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)

2020 年初めから世界規模で拡大した新型コロナウイルス感染症により, 我が国の大学でもオープンキャンパスや進学相談会等の入試広報関連の行事が軒並み中止となった。その代替として活用されたのがオンラインを用いたオンデマンドおよび双方向タイプの企画であり, 新たな手段として存在感が増している。本稿では生徒や保護者等を対象とした, オンライン形式に切り替えた進学相談会等について概観し, 企画や運営について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, 参加者のニーズに適した実施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: 国立大学の入試広報, オンライン, コロナ禍による志望校の変化

1 はじめに

2020 年初頭より世界的に拡大した新型コロナウイルス感染症の流行拡大により, 大学では様々な対応に迫られた。大学行事を通して感染が拡大することの懸念から, 20 年度末は多くの大学で一般選抜の仕様が変更されるとともに, 卒業式および新年度の入学式が中止される等, 学年暦が変更された。また, 大学構内での人の接触を減らすために, 教職員・学生の大学構内への立ち入りが規制され, 授業, 実験・実習, 会議等のオンライン化が推進された。さらに, 人流抑制の観点から, 県を跨ぐ出張等の自粛や禁止, 学会等もオンラインに切り替えられることになった。

大学にとって学生募集の手段として重視する入試広報も同様である。地域間の移動機会を減らすことや, 大学構内での「3つの密」¹⁾を防ぐため予定していた企画が相次いでオンライン化された。とりわけ大勢の高校生や保護者等が集うオープンキャンパスも対象となり, 普段は来場者で混み合うキャンパスも, 中止や縮小あるいはオンラインに切り替えて実施する等, 多くの大学で学内での実施は見送られた。

また, オープンキャンパスと並ぶ入試広報の主要な手段として, 生徒や保護者を対象とした大学説明や入試相談等の相談会企画がある(以下, 「相談会等」と表記する)。これらは受験産業や広告代理店等が会場を借り, 多数の大学等が参加して, 来場者は関心がある学校のブースに着席して個別説明を受ける, あるいは質疑応答を行う形式が一般的であるが, やはり今般のコロナ禍により延期や中止になった催しも多く, 生徒や保護者との接点が得にくい1年となった。

表1は名古屋大学における2020年度のオープンキャンパスおよび相談会等の年度計画と参加・開催有無

の一覧である。本件は筆者らが属するアドミッション部門の教員と事務職員(入試課)にてほぼ全てを担っているが, 一連のコロナ禍によるいわゆる「第1~3波」²⁾の到来時期(概ね4~5, 7~8, 12~1月)に開催を予定していた企画の約7割が中止・延期となった。これらは主催企業からの中止等の連絡のほか, 本学として参加を見合わせた件も含まれる。やや落ち着いた時期(9~11月)に集中して相談会等への参加を再開したものの, 年間を通じた本学の参加数は当初の計画に対し4分の1程度に減少した。

表1 名古屋大学 大学説明会・進学相談会・オープンキャンパスの計画と実施状況(2020年度)

	計画	実施	実施率	備考
5月	2	0	0.0%	(4~5月 コロナ禍の第1波)
6月	9	0	0.0%	
7月	9	0	0.0%	(7~8月 コロナ禍の第2波)
8月	9	2	22.2%	・8月中旬 オープンキャンパス
9月	10	7	70.0%	
10月	4	3	75.0%	
11月	2	1	50.0%	
計	45	13	28.9%	

以上により, 入試広報の大幅な機会縮小に直面し, その代替策として導入されたのが Web 会議システムを活用したオンラインにおける相談会等の実施である。動画を活用したプレゼンやリアルタイムの質疑応答等が, 大量の情報を迅速に伝達することのできる通信方式の普及により実現に至った。

スマートフォンの普及で家庭における ICT 環境が整備されていたこと, また, 学校現場で本システムが導入されていたことが要因となって, オンライン相談

会は短期間で順調に普及することが可能となったと考えられる。一方で高校・家庭とも ICT 環境が万全でないケースや、相談会を運営する大学側の IT スキルに問題があるケース（天野，2021）もあり，導入初年度としてはまさに手探りの1年間だったと言えよう。

2 問題の所在「コロナ禍による大学志望の変化」

前述の通り，2020年度は新型コロナウイルスの影響が続いて，オープンキャンパスや相談会等が減り，結果として高校生・保護者等が「大学を知る」機会が従来と比べ大幅に減少した。このことが2021年度入試に影響したのかについては，受験産業による志願動向に関する調査結果から推測することができる。

進研アド（2021a）は，2020年度受験学年と高校2年生の大学志望の動向について，出願状況や自社模試の分析結果等から考察している。同社の委託先調べによる私立大学の2021年度入学者選抜の志願者数は，地域や学問分野にかかわらず志願者が減少し，全体では対前年指数87.4という状況にあるという（2021年2月26日までの集計）。同社では「受験生がおしなべて出願していない」，「1人あたりの出願校数が減っている」ことを指摘し，その原因として，都市部における感染拡大を警戒し，地方の受験生が大都市の大学の出願を避ける傾向があったことを挙げている。

また，進研アド（2021b）は，2020年度高2生の志望動向の変化を挙げ，「志望者の流動性が下がり入れ替わりが少ない」ことを指摘している。同社が保有する高2生のデータから「大学への資料請求数や模擬試験での志望校記入数は前年度比で減少している」とし，「しかも大学について十分に研究し，選択肢を広げたいという思いで絞っているわけではない」と述べている³⁾。その背景として「高校生が大学と出会う最大の機会であるオープンキャンパスがコロナ禍によって中止になったことが影響していることが考えられる」と，各大学の入試広報の量的な不足が「大学を知る機会」の不足に繋がっていることを示唆している。

2021年度入試は，コロナ禍とともに共通テストの導入初年度でもあった。そのため，出願校数減少の要因は数多く考えられる。例えば，志願者減少の「大学入学共通テストの平均点上昇」により，国公立大学第一志望者が，併願先として検討していた私立大学の出願数を絞り込んだことも影響していたであろう。ただし，進研アド（2021b）の調査結果を踏まえれば，コロナ禍の2021年度入試では，適切な出願先を見つけられない受験生が多く存在していた可能性は十分に考えられる。以上に鑑みて，これまで一般的だった対面式の

入試広報戦略を根本から変更を余儀なくされたのが2020年度だったと言えよう。その中で急浮上したのが前述の「オンラインを活用した入試広報」であり，その活用であった。

3 オンライン相談会等の位置づけと研究の目的

3.1 オンライン相談会等の位置づけについて

このように，ICTを利用した入試広報は，コロナ禍の影響で急速に普及したが，本稿ではその中の「オンライン相談会等」に着目する。本稿の論じる「オンライン相談会等」とは，「オンライン（インターネット）を利用して，生徒・保護者等を対象にリアルタイムで大学や入試に関連した質疑応答を行うこと」を指す。多くの国公立大学においては，基本的には，このようなオンライン入試相談会は，コロナ禍にあって激減した対面型の入試相談会を，オンライン環境で再現することを目的としたものと考えられる。しかし，以下に見るように，重要な点で対面型の入試相談会とは異なる特徴を持っている。

もともと，相談会等は業者の主催で開催され，大学などはそれらにエントリーして参加することが一般的である。ところが本稿が扱うオンライン相談会等は，大学の既存の設備のみで成立しうるため，現状，大学にて企画・運営することが一般的である（表2）。そのため，大学が主催者となる「オープンキャンパスで実施される説明会・相談会」に近い特徴を持つと考えられる。なぜならば，オープンキャンパスでも，オンラインでも，相談者は特定の大学を選んで参加しているためである。これに対して業者主催の相談会等では，興味がない大学であっても，とりあえず相談してみるというケースがある。入試広報に関する先行研究において，オープンキャンパスの実施効果（志願意識の高まり）が高い一方で，業者主催の相談会等への参加は，効果が低い等の指摘が散見される（吉村・木村，2010；三好ら，2019）。しかし，以上にみたように，「オンライン相談会等」は業者主催の相談会等と名称こそ部分的に重なるが，その効果については大きく異なると考えられる。相談者の自主性の観点から考えれば，入試広報における位置づけとしては，オープンキャンパスに近いと考えられよう。

表 2 入試広報に関する大学・業者主催のイメージ

	大学主催	業者主催
従来の大学説明会・進学相談会	少ない	多い
オープンキャンパス	多い	少ない
★オンラインを利用した大学説明会・進学相談会	多い	少ない

3.2 研究の目的

本研究の目的は、新型コロナウイルス感染拡大への対応策として、入試広報活動の主力のひとつである相談会等をオンラインに切り替えた大学の当該企画に関する成果と課題について明らかにすることである。とりわけ大学が主催として実施したオンラインの相談会等について各校の取組や得られた成果、および感じた課題等について全国の国立大学にアンケート調査を行い、データ分析等から考察した。

4 オンライン相談会に関する調査

4.1 方法

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、オンライン調査（自校企画によるオンライン相談会に関するアンケート）を実施した。

3. 調査期間

2020 年 12 月

4. 有効回答数および有効回答率

61 大学（74.4%）

5. 回答者の基本属性

教員 18（29.5%）、事務職員 42（68.9%）、無回答 1（1.6%）

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、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、オンライン調査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。

7. アンケートの構成

開催の有無 オンライン相談会の開催の有無について、「1. 開催している」「2. 開催していない」「3. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

運営担当組織 オンライン相談会の運営を担当する組織について、「1. 入試課等の事務組織」「2. アドミッションセンター」「3. 学部」「4. 外部の業者」「5. そ

の他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

導入時期 オンライン相談会の導入時期について、「1. 2020 年度から」「2. 2019 年度以前から」「3. その他」から選択するよう求めた。

開催日数 2020 年度の開催日数について、「1. 1 日から」「5. 51 日以上」までの選択肢（1 日単位）から選択するよう求めた。

開催時期 2020 年度の開催時期について、該当する月を全て選択するよう求めた。

開催期間の長さ 対面の相談会と比較した場合のオンライン相談会の開催期間の長さについて、「1. 長くなった」「2. どちらともいえない」「3. 短くなった」「4. その他」から選択するよう求めた。

開催日 どのような日に開催したかについて、「1. 平日」「2. 土日・祝日」「3. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

対応者 参加者の相談に対応した人（対応者）について、「1. 入試課等の事務職員」「2. アドミッションセンターの教員」「3. 学部教員」「4. 学生」「5. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

参加者数 2020 年度開催のオンライン相談会の参加者数について、「1. 10 人以下」から「21. 201 人以上」までの選択肢（10 人単位）から選択するよう求めた。

相談時間 一人あたりの標準的な相談時間について、「1. 10 分未満」「2. 10 分以上～20 分未満」「3. 20 分以上～30 分未満」「4. 30 分以上」「5. その他」から該当する時間を選択するよう求めた。

相談時間の長さ 対面の相談会と比較した場合の一人あたりの標準的な相談時間の長さについて、「1. 長くなった」「2. どちらともいえない」「3. 短くなった」「4. その他」から選択するよう求めた。

実施形態 実施形態について、「1. 個別相談（参加者 1 組、対応者 1 名）」「2. 集団相談（参加者複数組、対応者 1 名）」「3. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

事前質問 事前に参加者から質問等を募集したかについて、「1. はい」「2. いいえ」「3. その他」から選択するよう求めた。

ツール 使用したツール（ソフトウェア等）について、「1. Zoom」「2. Teams」「3. Skype」「3. Line」「4. Google Meet」「5. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

資料提示 オンライン相談会で資料をどのように提示したかについて、「1. 画面共有を使って提示した」「2. 参加者に、pdf 等の資料にアクセスするように指

示した」「3. 資料の提示はしなかった」「4. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

顔表示 ウェブカメラで顔が見えるように設定したかについて、「1. 対応者、参加者両方の顔を表示するように設定した」「2. 対応者の顔のみを表示するように設定した」「3. 参加者の顔のみを表示するように設定した」「4. 顔は表示しないように設定した」「5. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。

オンライン相談会の利点 対面の相談会と比較した場合のオンライン相談会の利点について、7項目(受験生本人の参加, 多様な地域からの参加, 望ましい学力層の参加, 目的意識をもつ者の参加, 事前質問に対する回答準備, 適切な情報提供, モチベーションの高い者の参加)に対して「1. あてはまらない」「2. どちらともいえない」「3. あてはまる」から選択するよう求めた。また、上記以外の利点について自由記述で回答を求めた。

オンライン相談会の欠点 対面の相談会と比較した場合のオンライン相談会の欠点について、5項目(参加者の反応, 資料提示, 事前準備, 参加者の限定, 機器等のトラブル)に対して「1. あてはまらない」「2. どちらともいえない」「3. あてはまる」から選択するよう求めた。また、上記以外の欠点と改善方法について自由記述で回答を求めた。

告知方法 オンライン相談会の情報をどのような方法で告知したかについて、「1. HP上に情報を掲載」「2. ダイレクトメールで参加者に告知」「3. 高校に情報を伝えた」「4. 教育産業・受験産業に情報を伝えた」「5. その他」から該当するものを全て選択するよう求めた。また、告知が十分だったかについて、「1. 十分だった」「2. どちらともいえない」「3. 不十分だった」から選択するよう求めた。

需要 オンライン相談会の需要があったかについて、「1. 需要はあった」「2. どちらともいえない」「3. 需要はなかった」から選択するよう求めた。

今後の継続 2021年度に新型コロナウイルスの流行が沈静化しなかった場合のオンライン相談会の継続について、「1. 継続する」「2. 継続しない」「3. その他」から選択するよう求めた。また、沈静化後の継続について、「1. 対面の相談会の実施件数が元に戻ったあともオンライン相談会を継続する」「2. 対面の相談会の実施件数を減らして、オンライン相談会を継続する」「3. 対面の相談会の実施件数が元に戻ったらやめる」「4. 新型コロナウイルスの流行とは関係なく今後は継続しない」「5. その他」から選択するよう求めた。

4.2 結果と考察

4.2.1 オンライン相談会の開催形態

開催の有無 本稿の定義におけるオンライン相談会を開催している大学は44(回答のあった大学の72.1%), 開催していない大学は11(18.0%)であった。その他, 業者主催のオンライン相談会を利用している大学や学部等単体で実施している大学もみられた。

運営担当組織 表3より, オンライン相談会の運営を担当する組織は, 入試課等の事務組織が約8割で最も多く, 次いでアドミッションセンターが多かった(複数回答)。そのうち, 「事務組織とアドミッションセンター」等, 複数組織での運営は14(31.8%)であり, 組織間で連携して進めている大学も一定数みられた。

表3 運営担当組織 (複数回答)

	度数 (相対度数)
入試課等の事務組織	35 (79.5)
アドミッションセンター	19 (43.2)
学部	6 (13.6)
外部の業者	3 (6.8)
その他	0 (0.0)

導入時期 オンライン相談会の導入時期について, 回答のあった全ての大学が「2020年度から」と回答した。新型コロナウイルスの影響を受け, 導入した大学が多かったと考えられる。

開催日数と参加者数 2020年度の開催日数と参加者数の関連について検討するため, Fisherの直接確率計算法を行った結果, 度数の偏りはみられなかった($p = .75$)。よって, 開催日数の多さと参加者数の多さが関連しているとは考えづらい(表4)。ただし, 開催日数も参加者数も, ともに個別相談か集団相談か等の実施形態や, 対応者側の体制に影響を受けると考えられる。大学ごとの適切な開催規模を模索する意味でも, 開催日数や規模と参加者数の関係については, なお検討する余地がある。開催日数は10日以下が約4割で最も多かった。参加者数は50人以下と201人以上の大学がそれぞれ約3割みられた。

表4 開催日数と参加者数

		開催日数					計 (%)
		10日以下	11~30日	31~50日	51日以上	不明	
参加者数	1~50人	6	2	2	2	1	13 (31.7)
	51~100人	1	1	2	0	0	4 (9.8)
	101~150人	2	3	0	0	0	5 (12.2)
	151~200人	1	0	0	0	0	1 (2.4)
	201人以上	5	4	1	4	0	14 (34.1)
	不明	1	2	1	0	0	4 (9.8)
	計 (%)	16 (39.0)	12 (29.3)	6 (14.6)	6 (14.6)	1 (2.4)	41

※ 開催日数と参加者数ともに回答があった大学のみ集計

開催時期 回答のあった大学の 95.5%が 8～9 月に開催していた(表 5)。オンライン相談会の準備が整い、オープンキャンパスと重ねて実施した大学も多くあったと推測される。また、10～11 月も 56.8%の大学が開催しており、8～9 月から継続して開催した大学が多くあったと考えられる。

表 5 開催時期 (複数回答)

	度数 (相対度数)
4～5月	6 (13.6)
6～7月	20 (45.5)
8～9月	42 (95.5)
10～11月	25 (56.8)
12～1月	17 (38.6)
2～3月	9 (20.5)

開催期間の長さ 開催期間の長さについては、対面の相談会と比べて「長くなった」を選択した大学が 18 (40.9%)、「どちらともいえない」が 20 (45.5%)、「短くなった」が 3 (6.8%)、「その他」が 3 (6.8%)であった。8 割以上の大学が開催期間としては短くなっていないと回答した。

開催日 平日に開催した大学は 38 (86.4%)、土日・祝日は 32 (72.7%)、その他は 3 (6.8%)であった(複数回答)。多くの大学が平日、土日・祝日を問わず開催していたことが示唆された。

4.2.2 オンライン相談会の実施内容

対応者 「入試課等の事務職員」「アドミッションセンターの教員」「学部教員」がそれぞれ 6 割以上選択されていた(表 6)。また、「事務職員・教員・学生」等、複数の選択肢を同時に選択した大学は 36 (81.8%)であった。複数の異なる役割による対応が可能であると相談者の多様な相談により応じやすくなると考えられる。ICT 環境の整備は、こうした対応や連携をサポートする可能性がある。

表 6 対応者 (複数回答)

	度数 (相対度数)
入試課等の事務職員	29 (65.9)
アドミッションセンターの教員	31 (70.5)
学部教員	27 (61.4)
学生	19 (43.2)
その他	3 (6.8)

相談時間と相談時間の長さ 表 7 より、相談時間は、10 分以上 20 分未満の大学が最も多かった。また、相談時間の長さは約 7 割が「どちらともいえない」とし

ており、相談時間の長さとしては、対面の相談会と大きな違いはないという回答が多かったと考えられる。

表 7 相談時間と相談時間の長さ

		相談時間の長さ			計 (%)
		長くなった	どちらともいえない	短くなった	
相談時間	10分未満	0	1	0	1 (2.3)
	10分以上～20分未満	1	18	4	23 (52.3)
	20分以上～30分未満	1	8	3	12 (27.3)
	30分以上	3	3	0	6 (13.6)
	その他	0	1	0	1 (2.3)
	無回答	0	1	0	1 (2.3)
	計 (%)	5 (11.4)	32 (72.7)	7 (15.9)	44

実施形態 実施形態に関して、「個別相談」は 41 (93.2%)、「集団相談」は 17 (38.6%)、その他は 3 (6.8%)であった(複数回答)。9 割以上の大学が個々の参加者のニーズに応じる個別相談を実施しており、他の参加者と参加できる集団相談を設定した大学も 4 割弱みられた。

事前質問 事前に参加者から質問等を募集した大学は 38 (86.4%)、募集しなかった大学は 4 (9.1%)、その他は 2 (4.6%)であった。事前に質問を確認することで、回答の準備ができ、限られた時間で適切な回答がしやすくなる利点があったと考えられる。

ツール 使用したツールは、「Zoom」が 40 (90.9%)と最も多かった。他には「Google Meet」「Cisco Webex Meetings」が各 3 (6.8%)、「Teams」が 2 (4.6%)であった。大学側と相談者側の利用のしやすさ、機能、各大学の状況等に基づき選定されていると考えられる。

資料提示 資料提示については、画面共有を使用した大学が 9 割弱みられた(表 8)。オンラインの特徴を活かした方法で情報提供を行った大学が多くみられた。その他に、事前に参加者に資料を送付して対応した大学も 5 (11.4%)みられた。

表 8 資料提示 (複数回答)

	度数 (相対度数)
画面共有	39 (88.6)
アクセス案内	14 (31.8)
提示なし	6 (13.6)
その他	8 (18.2)

顔表示 画面への顔表示に関して、参加者と対応者双方の顔を表示するようにしていた大学が 75.0%であった(表 9)。顔表示により、対面の相談会により近い形で、互いの反応を確認しながら相談が可能になると考えられる。一方で、自由記述より、参加者の顔表

示は任意とした大学も一定数みられた。

表 9 顔表示 (複数回答)

	度数 (相対度数)
両方表示	33 (75.0)
対応者表示	8 (18.2)
参加者表示	0 (0.0)
表示なし	2 (4.5)
その他	11 (25.0)

オンライン相談会の利点 オンライン相談会の利点に関する項目のうち、「事前質問に対する回答の用意ができた」、「多様な地域から参加者が得られた」は約 8 割が「あてはまる」と回答した。一方で「望ましい学力層の参加者が増えた」については「あてはまる」が 1 割未満であった (表 10-1)。オンライン相談会では、相談者は興味のある特定の大学を選んで参加するが、必ずしも対面に比べて受験者として望ましい学力層の参加を集めやすいということではないと考えられる。その他の利点として、効率的な参加・運営が可能になる点や、オンラインを活用した対応が可能になる点などが挙げられた (表 10-2)。

表 10-1 オンライン相談会の利点

	あてはまらない	どちらともいえない	あてはまる	無回答	計
対面と比べ、オンラインでは、保護者よりも受験生や高校生本人が参加者となるケースが多かった	1 (2.3)	18 (40.9)	25 (56.8)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、より多様な地域から参加者が得られた	1 (2.3)	8 (18.2)	35 (79.5)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、受験者として望ましい学力層の参加者の割合が増えた	0 (0.0)	41 (93.2)	3 (6.8)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、目的意識を持った参加者に対応できた	0 (0.0)	14 (31.8)	29 (65.9)	1 (2.3)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、事前に質問を受け付けることができたので、回答を用意することができた	3 (6.8)	4 (9.1)	37 (84.1)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、必要な情報をより適切に提供できた	1 (2.3)	25 (56.8)	18 (40.9)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、モチベーションの高い参加者に対応できた	1 (2.3)	22 (50.0)	21 (47.7)	0 (0.0)	44 (100.0)

表 10-2 オンライン相談会の利点 (その他)

	度数 (相対度数)
オンラインを活用した情報提示・対応ができる	5 (11.4)
移動なく参加できる	4 (9.1)
待ち時間が発生しない	3 (6.8)
相談内容の事前準備ができる	3 (6.8)
コストを削減できる	3 (6.8)
参加者層を拡大できる	2 (4.5)
時間管理がしやすい	1 (2.3)
相談内容の分析がしやすい	1 (2.3)
能動的な参加者が多い	1 (2.3)
業者主催のオンライン相談会より出席率が良い	1 (2.3)
その他	2 (4.5)

オンライン相談会の欠点 オンライン相談会の欠点に関する項目のうち、「参加者の反応がつかみにくかった」「もともと興味のある参加者に限定された」は、「あてはまる」が 5 割程度、「あてはまらない」が少

ない傾向がみられた (表 11-1)。「資料提示」、「事前質問に対する準備」については、利点として認識する大学が多かったと考えられる。その他の欠点として、「1) 当日欠席が多い」こと、「2) オンライン環境や関連技術に個人差がある」こと等が挙げられた (表 11-2)。また、これらの改善を図る上で、「1) リマインドメールの配信」「2) 操作方法の事前案内」等予約から当日までの継続的なフォローの必要性等が挙げられた (表 11-3)。また、その他の欠点として、予約システムの制約により、申込締切を早めに設定する必要があること等から、「3) 柔軟な対応」や「4) 当日参加への対応」が難しい点が挙げられた (表 11-2)。これらに対して、「3) 質問内容の区分」を設定する、「4) 当日予約への対応」ができるシステムを導入する等、円滑により多くの参加者に対応できるような改善も見込まれる (表 11-3)。

表 11-1 オンライン相談会の欠点

	あてはまらない	どちらともいえない	あてはまる	無回答	計
対面と比べ、オンラインでは、参加者の反応がつかみづらかった	5 (11.4)	16 (36.4)	23 (52.3)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、資料を適切に提示することが難しかった	16 (36.4)	17 (38.6)	11 (25.0)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、事前の質問の準備等に時間と手間がかかった	14 (31.8)	20 (45.5)	10 (22.7)	0 (0.0)	44 (100.0)
対面と比べ、オンラインでは、もともと興味のある参加者にしか対応できない傾向があった	1 (2.3)	23 (52.3)	20 (45.5)	0 (0.0)	44 (100.0)
オンライン相談会では、機器やインターネットのトラブルが多かった	12 (27.3)	22 (50.0)	10 (22.7)	0 (0.0)	44 (100.0)

表 11-2 オンライン相談会の欠点 (その他)

	度数 (相対度数)
1) 当日欠席が多い	7 (15.9)
2) 参加者のオンライン環境や技術に個人差がある	5 (11.4)
3) 柔軟な対応がとりにくい	5 (11.4)
4) 当日の飛び込み参加への対応が難しい	3 (6.8)
5) 事前準備に時間がかかる	3 (6.8)
6) 参加者に偏りがある	3 (6.8)
7) 接続トラブルへの対応が必要になる	3 (6.8)
8) 対応者の待機時間が出る	3 (6.8)
9) 参加者の反応がつかみにくい	2 (4.5)
10) 参加者の手元に資料が残らない	1 (2.3)
11) 広報が難しい	1 (2.3)

表 11-3 欠点に対する改善案

改善	度数 (相対度数)
1) リマインドメールの配信	2 (4.5)
告知方法の改善	1 (2.3)
2) 操作方法に関する事前案内	2 (4.5)
参加者の通信環境の確保	1 (2.3)
3) 質問内容を区分する	2 (4.5)
4) 当日予約への対応	2 (4.5)
6) 対面の相談会との併用	1 (2.3)
時期設定の工夫	2 (4.5)
7) 場数を踏む	1 (2.3)
8) 日程設定の工夫	1 (2.3)
対応者の勤務形態の整備	1 (2.3)

注) 左列の番号は、表 11-2 の番号と対応する。

情報の告知 告知方法として、主に大学の HP を使用し、加えて高校や教育産業・受験産業に連絡を行う大学が多くみられた(表 12)。また、自由記述より、大学公式の SNS を活用して、受験生や高校生に直接情報を伝えていた大学(4 大学)や新聞掲載、駅のポスター掲示など行った大学もみられた。また、告知が十分だったかについて、「十分だった」とした大学は 7 (15.9%) に留まり、「どちらともいえない」が 25 (56.8%)、「不十分だった」が 12 (27.3%) であった。2020 年度は新型コロナウイルスの感染拡大により、急な対応を迫られた側面もあり、オンライン相談会の企画・運営が優先され、広報については今後の課題となった大学も多くあったと考えられる。

表 12 告知方法 (複数回答)

	度数 (相対度数)
ホームページ	42 (95.5)
ダイレクトメール	11 (25.0)
高校	29 (65.9)
教育産業・受験産業	19 (43.2)
その他	6 (13.6)

需要 オンライン相談会について、「需要はあった」と回答した大学は 37 (84.1%)、「どちらともいえない」は 7 (15.9%) であり、「需要はなかった」とした大学はみられなかった。受験生や高校生が情報を必要とする時期に対面での相談会の多くが中止・延期となり、相談を可能とする方法としてオンライン相談会の開催は一定の需要があったと考えられる。

今後の継続 2021 年度に新型コロナウイルスの流行が沈静化しなかった場合、オンライン相談会を「継続する」と回答した大学は 34 (77.3%)、「継続しない」は 0、「その他」は 10 (22.7%) であった。なお、「その他」の内容はすべて「未定・検討中」であった。

新型コロナウイルスの流行が沈静化した後については、現時点では半数弱が「その他」を選択し、「未定・検討中」としていたが、一方で、「対面の相談会の実施件数が元に戻ったあともオンライン相談会を継続する」「対面の相談会の実施件数を減らして、オンライン相談会を継続する」と継続の可能性を回答した大学も約半数みられた(表 13)。オンライン相談会の体制が整えられ、オンライン相談会の利点が評価されていること、各大学でオンラインを活用した新しい入試広報の方法が模索されていることを反映していると考えられる。

表 13 今後の継続 (新型コロナが沈静化した場合)

	度数 (相対度数)
対面戻っても継続	16 (36.4)
対面減らして継続	7 (15.9)
対面戻れば継続しない	1 (2.3)
その他	20 (45.5)
計	44 (100.0)

以上、アンケート調査の結果より、オンライン相談会の成果として、遠隔地を含む多様な地域の参加者と接点作りやすくなること、事前に相談内容を把握しておくことで、オンラインも活用しながらより適切な情報提供が可能になること、また、時間やコストの面で効率的な運営が可能になること等が示された。一方で、オンライン相談会の課題として、参加者の反応がつかみにくいことや、オープンキャンパスと同様にもともと関心の高い参加者に限定されること、当日欠席が多々生じること、突発的な状況に対して柔軟な対応がしにくいこと、オンライン相談会の周知が十分といえないこと等が示された。こうしたオンラインならではの参加・運営のハードルが存在することも示唆された。

5 補足「名古屋大学オンライン相談会」

名古屋大学では、2020 年度オンライン相談会を 8～9 月に 7 日間実施した(オープンキャンパス期間の 3 日間を含む)。事前の案内等はホームページや本学に志願がある高校等を中心に 6 月に案内文を送付したが、急な告知による宣伝不足の影響で前半の申込みは少なく、認知度の向上が課題となった。

果たして、応急的ながら実施した「オンライン型」と従来の「対面型」における相談会等に違いが見られたのか。ここで両者の比較が可能な本学のオープンキャンパスにて実施する「個別相談会」にて検討を試みた(表 14)。例年、3 日間の開催で 17,000 人超の参加がある本学オープンキャンパスにて、全学企画として「名大入試相談コーナー」を開設している。2020 年度はオンライン化等による申込者の大幅減⁴⁾に伴い相談コーナーへの相談数も減少したが、興味深いことに地域別の比較では、仕様の変更(対面→オンライン)や件数の減少に関係なく例年と同様に参加者の割合が「地元が少なく、地元以外が多い」の傾向が窺えた。

本学は地元愛知県からの入学率が毎年 50.0%超になるが、地元であるが故か相談会等の参加率は他県と比較すると低い傾向にある。これはオンラインでも対面でも同様の傾向を示した。むしろ、愛知県および近隣県(岐阜・静岡・三重)等の「地元・準地元」以外

からの参加率が高まるなど (38.3→37.0→48.8%)、現地に行く必要が無いオンラインの特長がここにも表れたといえる。

表 14 オンラインと対面相談会の比較

	2020年度 相談数 (オンライン)	割合(%)	2019年度 (対面)	2018年度 (対面)	2020年度入 学者の割合
愛知県	10	24.4%	32.8%	36.7%	51.0%
岐阜・静岡・三重	11	26.8%	30.2%	25.0%	21.0%
北海道・東北	3	7.3%	2.6%	0.0%	1.1%
関東	4	9.8%	7.8%	13.3%	6.3%
北陸・甲信越	5	12.2%	6.9%	3.3%	7.9%
近畿	3	7.3%	13.8%	15.0%	6.6%
中四国	2	4.9%	3.4%	6.7%	4.5%
九州・沖縄	1	2.4%	2.6%	0.0%	1.7%
計	39		116	60	2,143

6 まとめ

本稿では調査した全ての国立大学が初の実施となったオンラインを活用した相談会等の企画や運営に係る成果と課題について調査分析と考察を行ったが、総じて「効果はあるがオンラインだけでは不十分」といった見解が多勢であった。

電話や Web を利用したオンラインシステムについては、遠距離の映像や音声を繋ぐ形式として 1980 年代から商品化されていた (総務省, 2019)。例として企業における本社・支社間、大学ならば本部と別に立地するキャンパス等を結んだ会議などが挙げられる。しかしながら、個人レベルで一般的に普及したとは言い難く、それが今般のコロナ禍の影響で一変し、一気に導入が進みコロナ禍における消費トレンドのひとつに数えられたが、前述の進研アド (2021a, 2021b) が指摘した「高校 2 年生の志望大学が増えていない」に鑑みて、従来の情報提供を量的に補えたとは言えない。

しかしながら、相談会等を通じて遠方の生徒や保護者とのコンタクトが容易になったのもこのオンラインシステムの充実の恩恵のひとつであり、地域格差の是正に寄与していることは言を俟たない。コロナ禍における、不測の事態から派生した偶然の産物であるがこれを一過性と捉えず、オンライン利用を半ば恒久的に活用することが今後の入試広報の方策と言えよう。

注

- 1) 「3つの密」とは、総理大臣官邸・厚生労働省が掲げた標語である。新型コロナウイルスへの対策として、さらにクラスターの発生を防止する呼びかけとして公式サイトに掲載した。
- 2) 国内における新型コロナウイルス感染症のピークについて政

府が定義づけを行っていないため、本稿ではこれまでの国内の発生状況に鑑みて、ピークの時期をそれぞれ「第〇波」と表記した。

- 3) 同グループが実施する模擬試験において、「7月回に記入された志望校(学部)のうち11月回で引き続き記入された割合は、前年や2年前を大きく上回っている。つまり、「志望校としての選択肢」が固定化され、同じ大学しか書けない傾向が強まっている状況が窺える」と指摘している。
- 4) 2020年度のエントリーは3,000人程度と大幅に減少した。これは東京オリンピックの実施計画に伴う本学オープンキャンパスの日程繰り下げが(盆前→盆明けに変更)、結果的に多くの高校がコロナ禍の影響で1学期に休校した授業を補うべく夏休みを短縮して盆明け早々に授業を開始したため、それらの日程と重なってしまったことが申込み減少の要因と考えられる。

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。ここに感謝の意を表します。

参考文献

- 天野正明 (2021). 「新型コロナウイルス感染症への普通科での対応」『月刊 高校教育』2021年3月号, 34-37.
- 三好登・望月聡・福井寿雄・西郡大・吉村宰・當山明華・藤井良宣 (2019). 「進学希望の変化に与えるオープンキャンパスの効果研究 —九州国立4大学によるベンチマーキングを通じて—」『大学入試研究ジャーナル』29, 124-131.
- 進研アド (2021a). 「【更新】2月末現在の私大志願者数は前年比87.4、後期激減の地区も」『Between ニュースレター2021年3月4日号』
<<http://between.shinken-ad.co.jp/hu/2021/03/shigandoko.html>> (2021年3月5日)
- 進研アド (2021b). 「いよいよ“志願者確保氷河期”突入—2022年度入試にどう備える?」『Between ニュースレター2021年2月25日号』
<<http://between.shinken-ad.co.jp/hu/2021/02/shigandoko.html>> (2021年2月25日)
- 総務省 (2019). 「ICTとデジタル経済はどのように進化してきたのか」『情報通信白書』47, 6-46.
- 吉村宰・木村拓也 (2010). 「新入生を対象とした入試広報活動に関する調査」『大学入試研究ジャーナル』20, 209-217.