

【資料】

新入生を対象とした入試広報活動に関する調査

吉村 幸・木村拓也（長崎大学アドミッションセンター）

長崎大学アドミッションセンターは、新入生を対象に同大学が実施している広報活動に関する調査を2008年4月及び2009年4月にそれぞれ実施した。調査では、ポスター広告の認知とその効果に関する意識、オープンキャンパスへの参加状況、進学説明・相談会への参加状況、高校内での進学説明・相談会参加状況、SSH・SPPへの参加状況、本学受験決定時期、本学受験決定に影響を与えたこと、現在の気持ちについて質問を行った。その結果、受験校決定に強く影響するのは、国立大学であるということ、大学入試センター試験の成績であることが明らかとなった。

1 はじめに

少子化の中、入学志願者の確保はどの大学にとっても最重要課題の一つであろう。アドミッションセンターのような入試専門部署に、志願者の増加につながるような効果的な入試広報の立案・企画・実施が強く期待されていることは、受験産業界出身のアドミッションセンター教員が少なからず存在することからも推察できる。

長崎大学アドミッションセンターでも、志願倍率の増加に結びつくであろうと思われる広報活動は一通り行ってきた。

例えば、福岡市地下鉄、長崎バス、長崎電鉄でのポスター広告、高校訪問、進学説明会や相談会への参加、大学説明会の開催、オープンキャンパスなどである。しかし、その効果測定は行ってこなかった。

他大学においても同様の広報活動を行っているようであるが、その効果について検証を試みているものは、秋田大学（加賀谷他、2008）、静岡大学（村松他、2008）などの少数にとどまる。

様々な広報活動を試みることも重要であるが、それらの活動が本当に必要なものかどうかを見極めるためにも、それぞれの活動の効果を何らかの形で把握する必要がある。

長崎大学では、2008年度から入試広報活動についての新入生を対象とした調査を行うことにより、入試広報活動の効果検証を試みている。具体的には、種々の大学広報活動への接触の経験や程度と受験校決定要因との連関を分析することで、広報活動が入学志願者増をもたらすのかどうかを確認している。

本稿では、この新入生を対象とした入試広報活動に関する調査の結果を報告する。

2 方法

2.1 調査対象と調査方法

調査対象は2008年度入学者1624名、2009年度入学者1598名（夜間主コース、留学生、編入生を除く）である。

調査方法は、履修番号記入による記名自記式調査である。具体的には、1年次必修科目「教養特別講義」の第1回目（2008年4月11日、14日、16日、2009年4月10日、13日、22日）の受講者全員に入室時に質問紙を配布し、退室時にそれを回収した。

この授業はガイダンス的な性質をもつ学長による授業であり、入室時に学生証による出席チェックが行われ、全入学生が提出すべき他の書類も配布される。したがって、

高い回収率が期待された。

2.2 調査内容

両年度調査とも調査内容は大きくわけて 4 種類であり、ほぼ同一の調査内容である。1 つ目は、本学が実施している広報活動の認知とその効果についての学生の考え、2 つ目は志望校の決定時期、3 つ目は本学受験に影響を与えた事柄、4 つ目は入学時現在の気持ちである。4 つ目の質問は、追跡調査への利用を考えて用意したものであり、本稿ではその結果について触れない。なお、具体的な質問項目は次の通りである。

- ◆ 回答者の履修番号
- ◆ 電車・バス内のポスター広告の認知と受験校選びとの関連について (2008 年度のみ)
- ◆ オープンキャンパスへの参加状況と受験校選びとの関連について
- ◆ 大学説明会・進学相談会への参加状況と受験校選びとの関連について
- ◆ SSH や SPP への参加状況と受験校選びとの関連について (2009 年度のみ)
- ◆ 受験校決定時期について
- ◆ 受験校決定に影響した要因について (2008 年度と 2009 年度では選択肢が若干異なる)
- ◆ 現在の気持ちについて

3 結果と考察

3.1 回収の状況

2008 年度の回収票は 1609 であった。ここから留学生、編入学生、完全無回答者を除いた 1592 を集計の対象とした。回収率は 98.0% であった。

2009 年度の回収票は 1569 であった。ここから留学生、編入学生、完全無回答者を除いた 1569 を集計の対象とした。回収率は 98.5% であった。両年度とも新入生

ほぼ全員の意見を収集する事ができたと言える。

3.2 広告の認知、オープンキャンパス等への参加状況

電車、バス内のポスター広告の認知率は約 40% であった (2008 年度調査のみ)。本学入学者の約 6 割が長崎県と福岡県の高校出身者であり、広告の認知率は比較的高いものであったと言えよう。

オープンキャンパスに参加したものは 25.4% (2008 年度)、25.1% (2009 年度) と両年度とも入学者の 4 分の 1 に過ぎない。またオープンキャンパスに参加した者の約 70% (各年度、69.6%、71.1%) がオープンキャンパス前から本学を志望していたと回答している。

少なくとも本学にとってオープンキャンパスは、志願者を増加させるような企画ではなく志願者によりよく大学を理解してもらい、志願者の本学受験をさらに動機づけたり、志願の気持ちを強くするための機会であるにとらえるとよいことが分かる。

3.3 広報活動の志望校決定への影響

ポスター広告 (2008 年度調査のみ)、大学外での説明会・相談会 (両年度調査で実施)、高校内での説明会・相談会 (2008 年度調査のみ) の志望校決定への影響、志願者増への影響を尋ねた。

ポスター広告については、質問文が若干異なるので直接の比較はできないが、志望校決定に影響する、志願者増に結びつく回答したものは全体の約半数であった (56.2%)。

2008 年度調査で、大学外の進学説明会・相談会が「一般に」志望校決定に影響を与えると回答した者は 92.7% であった。2009 年度では「一般に」ではなく「あなたの場合」どうかを尋ねたところ、進学説

明会・相談会が志望校決定に影響すると回答した者は 79.7%となった。「一般には受験校選びに影響するだろうが自分にとっては影響しない」と考える者が一定程度存在することが分かる。

なお、大学外における進学説明会・相談会への参加経験者は両年度でそれぞれ回答者の 14.0%, 13.6%であった。入学者のうち進学説明会や相談会への参加経験者は、オープンキャンパス参加経験者よりもさらに少ないことが分かる。

3.4 高大連携活動の志望校決定への影響

2009 年度調査では、SSH (Super Science High school) や SPP (Science Partnership Program) への参加状況ならびにその経験の受験校選びとの関連を調べた。

本学が関わった SSH や SPP などに参加したことがある入学者は全体の 6.8%にとどまった

さらに、SSH や SPP への参加経験が受験校選びに影響するかどうかを尋ねたところ、実際に参加経験のある者の方が参加経験のない者より「影響する」と回答した者が少ないことが明らかになった(参加経験ありで 66.7%, 参加経験なしで 76.6%)。このことは、SSH や SPP への参加経験をもつ者にとって、その経験は参加経験がない者が想像するよりは実際の受験校選びに影響していないということを意味するものであり、興味深い。

3.5 受験校決定に際して影響を与えた事

表 1、表 2 はそれぞれ、2008 年度、2009 年度調査における「受験校決定に際して影響を与えたこと」を選択された数の多い順に示したものである。数字は回答者の何%がその項目を選択したかを表している。

表 1 受験校決定に際して影響したこと
(2008 年調査)

国立大学である	85.8%
合格可能性が高かった	46.2%
自宅から通える	27.9%
高校の先生にいい大学だと勧められた	19.7%
他の大学の合格可能性が低かった	16.5%
大学の HP を見た	16.4%
独り暮らしができる	16.1%
親にいい大学だと勧められた	10.7%
オープンキャンパスに参加した	10.1%
長崎大学に通う先輩から進められた	5.2%
大学説明会・相談会に参加した	4.8%

表 2 受験校決定に際して影響したこと
(2009 年調査)

国立大学である	77.8%
合格可能性が高かった	37.2%
九州地区にある	28.9%
興味あることが学べる	28.7%
自宅から通える	25.5%
長崎県内にある	18.2%
高校の先生にいい大学だと勧められた	14.7%
良い教育が行われている	11.0%
受験科目が少ない	11.0%
オープンキャンパスに参加した	6.9%
大学の HP を見た	6.7%
親にいい大学だと勧められた	5.3%
設備・施設が整っている	2.8%
研究水準が高い	2.4%
大学説明会・相談会に参加した	1.5%
公開講座や出前講義に参加した	1.3%

両年度とも「国立大学である」の選択率がずば抜けて高く(2008 年度 85.8%, 2009 年度 77.8%), 次に「合格可能性が高い」の選択率が高い(2008 年度 46.2%, 2009 年度 37.2%)。そしてこれらの次に

重要なのが大学の場所と「興味あることが学べる」かどうかである。

これらから、九州の学びたいことが学べる国立大学で合格できそうな大学を受験するというのが、本学受験生の特徴である。

一方、大学説明会・相談会への参加を選択するものは非常に少なく、オープンキャンパスでも 10%程度である。

3.3 節で見たように、大学説明会や進学相談会は志望校決定に影響すると回答する者は相当数に上った。しかし多くの受験生にとって自分自身のケースではその重要性は非常に低いということがこの結果から分かる。

2 年度にわたる調査の結果を冷静に受け止めて判断するならば、大学説明会や進学相談会、オープンキャンパスなどの広報活動は入学志願者を増やすという面において、費やす労力と費用に見合うほどの効果をあげているとは言い難い。

3.6 受験校の決定時期

表 3 は受験校の決定時期である。センター試験の結果を見て実際の受験校を決めるものが半数近くを占めており (2008 年度 43.6%, 2009 年度 46.0%), 静岡大学のケースと類似している (寺下他, 2008)。

表 3 受験校の決定時期

受験校決定時期	2008 年	2009 年
センター試験後	43.6%	46.0%
高校 3 年生の夏前	17.4%	15.1%
高校 3 年生の秋	13.7%	14.4%
高校 2 年生	11.2%	10.2%
高校 1 年生	6.7%	7.3%
高校入学以前	5.7%	6.3%

受験生の目的は大学に合格することで

あることを考えると、合格できそうな大学が分かってから受験校を決定するということは、極めて合理的な行動である。

大学の立場に立てば、もっと積極的な理由で大学を選択して欲しいところであるが、

3.7 多重対応分析による総合的な解釈

質問紙への回答データを用いて各調査年ごとに多重対応分析 (大隅ら, 1994) を行った。

図 1 は 2008 年度調査における 1 軸 ($\lambda = 0.114$) と 2 軸 ($\lambda = 0.071$) の数量化得点 (図中それぞれ得点 1,2 とする) による各変数のカテゴリの同時布置図, 図 2 は 2009 年度調査における 1 軸 ($\lambda = 0.102$) と 2 軸 ($\lambda = 0.068$) の数量化得点 (図中それぞれ得点 1,2 とする) による各変数のカテゴリの同時布置図である。なお λ は固有値である。

図 1, 2 から次のようなことが読み取れる。

- ◆ オープンキャンパスや説明会に参加して受験校が決まるのではなく、比較的早期に長崎大学受験を決めた者がそれらに参加する。
- ◆ 早期に長崎大学受験を決めるものは、地元志向が強い。
- ◆ 「不満」を表明するものはセンター後に受験校を決めた学生に多い。
- ◆ 一般選抜による入学者には、オープンキャンパスや説明会に参加せず、センター試験後あるいは高校 3 年生の秋に受験校を決定し、国立大学であること、合格可能性が高いことが受験校の決定に影響しているという特徴が見られる。
- ◆ AO 入試や推薦入学による入学者には、オープンキャンパスや説明会に参加する傾向が強く、志望校決定時期は

高3秋頃、先生の勧めの影響を受けており、大学HPも参照しているという特徴を指摘できる。

- ◆ 男子に比べ女子の方が受験校決定の時期が早い傾向にある。教育学部、医学部保健学科には女子が多く、こうした学部への進学的意思決定は比較的早い時期に行われている。
- ◆ 医歯薬学部、及び工学部の最終的な受験校決定は、他学部 비해遅い。センター試験の結果を見て合格できそうな大学を選択して受験しているものと解釈できる。
- ◆ 水産学部、環境科学部、経済学部は上記の学部より志望校決定時期が早い傾向にあり、親や先生、先輩からの勧めが受験校選択に影響している傾向が見られる。これらの学部ではセンター試験を課さないAO入試を行っているので、学力中心の入学者選抜を避けるという戦略という観点で周囲が勧めている可能性も十分に考えられる。

4 おわりに

新入生に大学広報活動についての質問紙による調査を行ったところ、上に述べたような特徴が見られた。

本調査の結果からは、以下が明らかになったと言えよう。

- ◆ オープンキャンパス、大学説明会、進学相談会などへの参加を経て受験校を決定するのではなく、志望校のオープンキャンパスや説明会に参加する。
- ◆ 入学定員の大部分を占める一般選抜による入学者は、オープンキャンパスや説明会に参加することなく、センター試験の結果を見て、受験校を決定する。

以上をふまえると、少なくとも国立大学では、多大な労力を費やしてやみくもに学外説明会を行ったり、高校訪問に出かけたりすることに入学志願者増の効果は期待できないと結論づけることができる。

大学のリソースは限られている。まずはそれを大学の本分である教育と研究に割くべきではないか。

参考文献

- 加賀谷誠・池村好道(2008)。「広報活動の取組とアンケート結果について」、大学入試研究ジャーナル, No.18, 43-49.
- 村松毅・寺下榮, 他(2008)。「『対面型』入試広報の効果測定に関する調査<総括>」、大学入試研究ジャーナル, No.18, 1-6.
- 大隅昇・L.ルバール, 他(1994)。記述的多変量解析法, 日科技連
- 寺下榮・村松毅, 他(2008)。「一般入試志願者の受験行動に関する調査-募集要項の請求から入学手続きまで-」、大学入試研究ジャーナル, No.18, 13-18.

注

1) 図中略号はそれぞれ以下を指す。

所属学部

教：教育学部，経：経済学部，医：医学部医学科，保：医学部保健学科，歯：歯学部，薬：薬学部，工：工学部，環：環境科学部，水：水産学部

入試区分

一般：一般選抜，A：AO入試，推：推薦入試

大学広報接触経験

OC経験：オープンキャンパス参加経験あり，外説経験：学外の大学説明会参加経験あり，内説経験：高校内の大学説明会参加経験あり，

志望校決定時期

高前：高校入学前，高 1：高校 1 年生，
高 2：高校 2 年生，高 3 夏：高校 3 年生
の夏前，高 3 秋：高校 3 年生の秋，セン
ター：大学入試センター試験終了後
志望校決定に影響を与えたこと
自宅：自宅から通える，親：親に勧めら
れた，先輩：先輩に勧められた，先生：
高校の先生に勧められた，説明会：大学
説明会・相談会に参加した，OC：オー
プンキャンパスに参加した，HP：大学の
HP をみた，一人：一人暮らしができる，
国立：国立大学である，合格：合格可能
性が高かった，他大：他大学の合格可能
性が低かった

参加した，OC：オープンキャンパスに参
加した，出前：出前講義等に参加した，
HP：大学の HP をみた，興味：興味のある
ことが学べる，国立：国立大学である，
合格：合格可能性が高かった，研究：研
究水準が高い，教育：良い教育が行われ
ている，施設：設備・施設が整っている，
科目：受験科目が少ない

2) 図中略号はそれぞれ以下を指す。

所属学部

教：教育学部，経：経済学部，医：医学
部医学科，保：医学部保健学科，歯：歯
学部，薬：薬学部，工：工学部，環：環
境科学部，水：水産学部

入試区分

前：一般選抜前期，後：一般選抜後期，
A：AO 入試，推：推薦入試

大学広報接触経験

OC 経験：オープンキャンパス参加経験
あり，外説経験：学外の大学説明会参加
経験あり，SPP 経験：SPP や SSH で大学
と関わった経験あり

志望校決定時期

高前：高校入学前，高 1：高校 1 年生，
高 2：高校 2 年生，高 3 夏：高校 3 年生
の夏前，高 3 秋：高校 3 年生の秋，セン
ター：大学入試センター試験終了後
志望校決定に影響を与えたこと
自宅：自宅から通える，県内：長崎県内
にある，九州：九州地区にある，親：親
に勧められた，先生：高校の先生に勧め
られた，説明会：大学説明会・相談会に

新入生を対象とした入試広報活動に関する調査

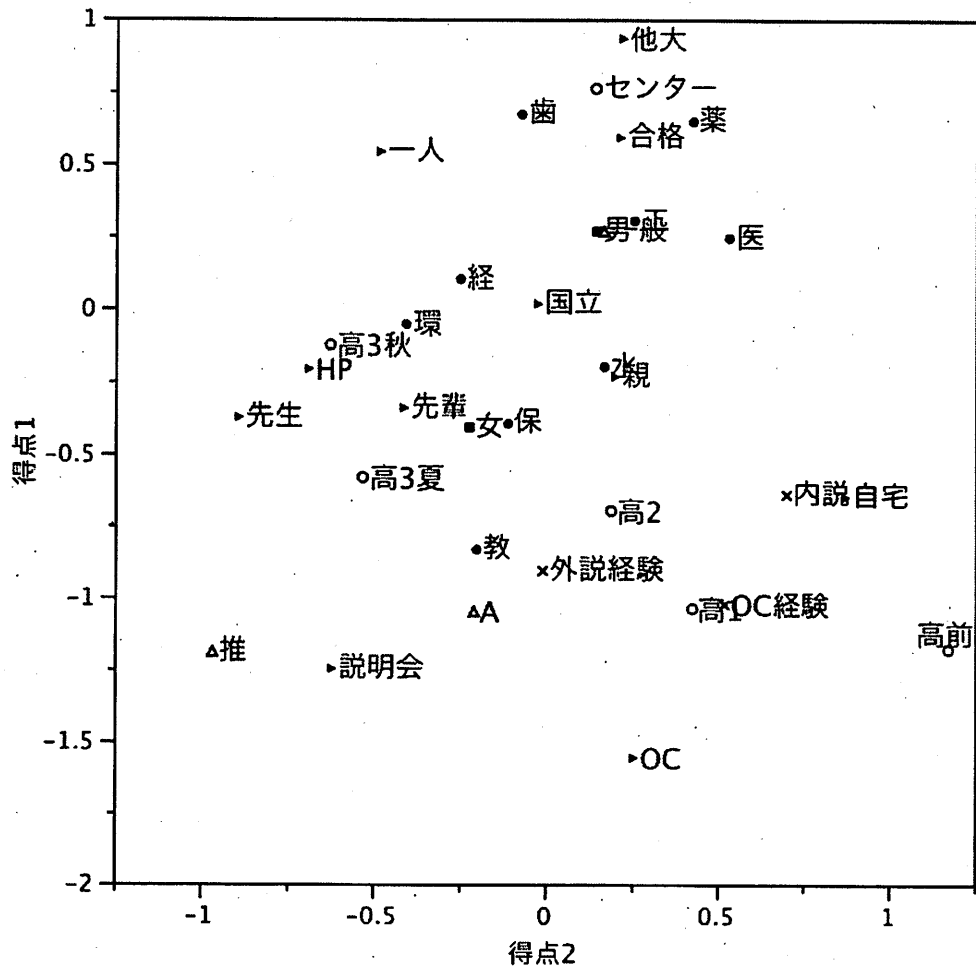


図1 多重対応分析による受験校決定時期，学部，入試区分，オープンキャンパス等参加状況，受験校決定に影響を与えた事のカテゴリの同時布置図（2008年度調査）¹⁾

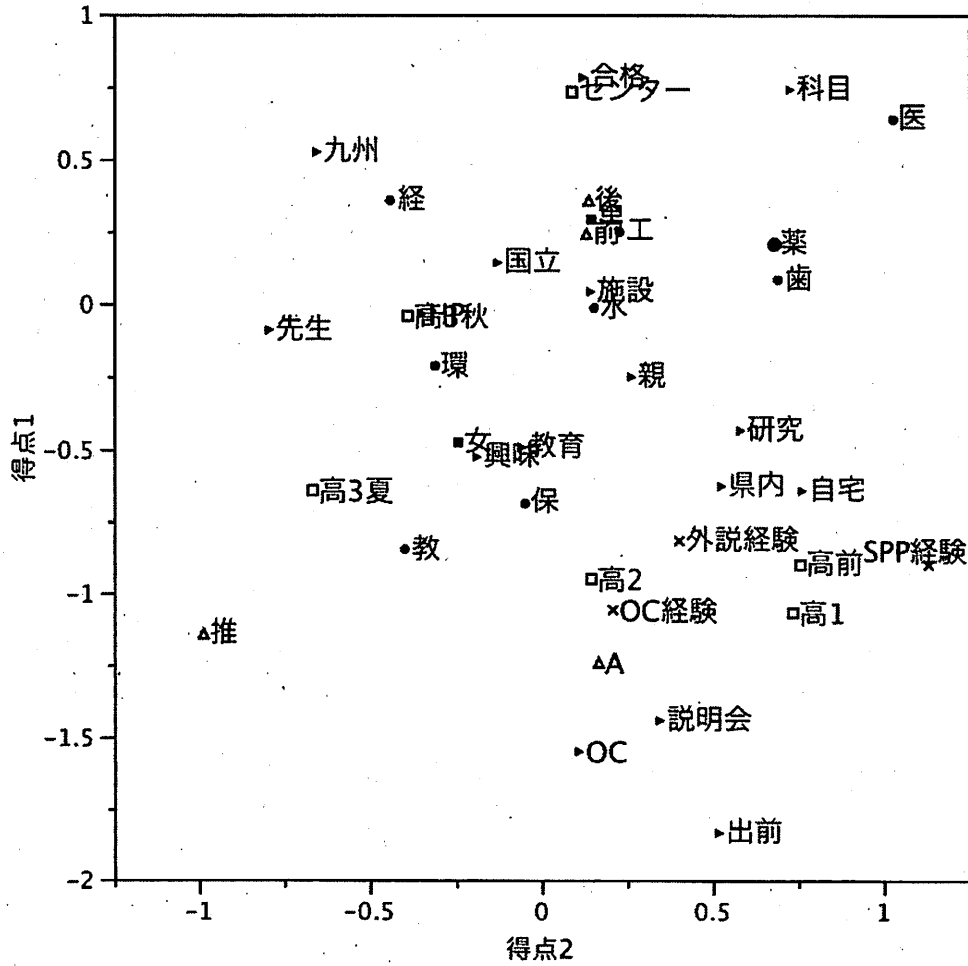


図2 多重対応分析による受験校決定時期，学部，入試区分，オープンキャンパス等参加状況，受験校決定に影響を与えた事の各カテゴリの同時布置図 (2009 年度調査)²⁾