

【原著】

## 大学の入試広報と入学者の利用する情報源の差異

### およびその評価

本多正尚，島田康行，大谷 奨，高野雄二，関 三男，佐藤真紀，白川友紀（筑波大学）

入試広報活動とその効果を調査するため，ある大学をモデルとして新入生を対象にアンケート調査を行った。その結果，入学者は情報源として大学発行のパンフレットやホームページを多く利用し，そのうちホームページからの情報を役立っていないと判断していることが示唆された。不足した情報としては，学習環境や授業内容であることが明らかになった。また，入試の種類，志望順位，志望校決定時期によって，利用する情報源が異なることも明らかになった。

#### 1 はじめに

大学の受験生への広報活動は，年々その重要性が高まっている。現在ほとんどの大学が様々な形で入試広報を行っている。大学としても，大きな予算を入試広報活動に当てており，その効果を適切に把握することは必須である。しかし，その効果に関する報告は少ない（たとえば，加賀谷・池村，2008；高木，2009；吉村・木村，2010）。

受験生への広報活動に関しては，近年多くの大学においてホームページでの情報発信が質量ともに充実してきている。しかしながら，一方的な情報発信になっている可能性もあり，受験生が大学の発信する情報に対してどのような評価をしているか不明である。また，一部の受験生や高等学校教員からは紙媒体での重要性も指摘されている（本多，未発表データ）。

入試広報活動の対象となった入学者に関しては，ごく一部の大学を除けば，全てが第一志望での入学ではなく，第二志望以下の者も含む。しかし，志望校の順位はプライベートな内容であるため，その調査が難しく，また調査ができたとしても大学自体の評価にも繋がりがかねないので，公表が差し控えられる場

合がある。

入試広報活動の評価を行う際には，多くの場合で質問紙でのアンケート調査が用いられている。その方法に関しては，記名式と無記名式がある。記名での調査は，高等学校内申書，入試得点，大学成績，あるいは入学前に受けた広報活動等の追跡調査を行うことが可能になる非常に強力な方法である。しかし，プライベートな質問に対しては本当に考えていることが引き出しにくくなることや倫理基準や個人情報の関係等から，問題も指摘されている（酒井，1987）。また，大学への批判に関して，あまり辛辣な回答は，内容について責任を問われないと明記しても，やはり学生の立場では回答しにくい。一方，無記名の調査では，これらの問題は少なくなるが，調査できる内容が限定されることや無責任な回答が出ること等が問題となる。

本研究では，新入学生を対象にして，広報活動の内容とその評価を調査し，国立大学の入試広報の現状と問題点を考察した。特に今回は，利用した情報源と役立った情報源の差異や入試の種類，志望順位，志望校決定時期による利用情報源の差異を中心に分析を行った。調査方法としては，無記名でのアンケー

ト調査を行うことによって、ある程度プライベートな内容にも踏み込み、志望順位、大学への満足度、情報と実際を比べての評価と利用した情報源との関係も分析に加えた。今回の研究は一大学での分析であるが、今後の入試広報とその調査に対して、多くの有用な情報を提供するものと期待される。

## 2 対象と方法

### 2.1 調査対象

国立大学法人筑波大学（茨城県つくば市）に在籍する2009年4月に大学に入学した男女合計2239名を対象として、無記名マークシートによる質問紙調査を行った。1942名の回答があり、回収率は86.7%であった。

調査した筑波大学では、学部・学科制ではなく、学群・学類制を用いており、学士課程の学生は学群・学類に所属している。筑波大学で実施している入試は、一般入試（前期、後期）、推薦入試、アドミッションセンター入試、帰国生徒特別入試等であり、学群・学類によっては一部実施されていない入試もある。

### 2.2 調査項目と調査方法

アンケートの質問項目は、性別、所属、入試の区分、高等学校卒業年からなる基本属性、および受験の際に利用した情報源とその評価、不足した入試情報、情報と実際を比べての評価、受験を決めた理由や助言者、志望校決定時期、満足度、大学での不満や悩み等の質問合計20項目から構成した。

調査は2009年6月に実施した。アンケートの回答時間は、週1回授業として行われている新入生セミナーの最後の10分および続く休憩時間を利用した。

### 2.3 分析方法

質問項目の一部に無回答の回答用紙があったが、この回答についてもデータからすべて

省くのではなく、比較する項目のあるものは分析の対象とした。

分析は、それぞれのアンケート項目を集計し、その頻度や割合を求めた。比較については、受験で利用した情報源と役立った情報源の差、情報の評価による利用情報源の差、一般入試と推薦入試の間での利用情報源の差、第一志望とそれ以外での利用情報源の差、一般入試と推薦入試の間での志望校決定要因の差、助言者の男女間の差、一般入試と推薦入試での志望校決定時期の男女間の差、利用情報源の志望校決定時期による差をカイ自乗検定と残差分析で比較した。また、満足度や情報と実際を比べての評価を得点化し、第一志望とそれ以外の間でマン・ホイットニーのU検定を用いた。

### 2.4 倫理性への配慮

調査については無記名で行い、調査用紙から個人が特定されないことを事前に説明し、参加に関しても任意であり、協力が得られない場合でも成績等で不利益を被ることは一切ないことを説明した。調査結果についても、教育・研究目的のみでの使用に限られ、個人が特定できるような形で集計、保管、公表されることがないことを明示した。また、回答と回収の際には、質問紙を配布した教員に退室するように求め、提出の任意性を確保した。

## 3 結果と考察

### 3.1 入試情報とその評価

筑波大学受験に関して、利用した情報の入手先を聞いたところ、大学発行の大学全体のパンフレットである「筑波大学入学案内」が回答者に対する割合で59.8%、ホームページが52.5%、「筑波大学入学案内」とは別に各学群・学類が発行している受験者用のパンフレットが50.1%と比較的高い利用率となった（表1）。

表 1 受験で利用した情報源（複数回答可）．表 2 との残差分析による比較で期待値より有意に大きいものを+，小さいものを-で示した．

情報源	頻度	%
入学案内	1162	59.8
学群・学類パンフレット	972 <sup>-</sup>	50.1
オープンキャンパス	595	30.6
進学相談会	73	3.8
筑波大学ホームページ	1020 <sup>+</sup>	52.5
その他ホームページ	132	6.8
高校資料	545	28.1
雑誌・予備校資料（含模試）	638	32.9
友人・家族	416	21.4
その他	178	9.2

これら情報源について、役立つものを選んでもらった（表 2）。その結果、利用した情報源との間でカイ自乗検定において有意差があり（ $X^2=24.0$ ,  $df=9$ ,  $P=0.004$ ），残差分析で、有意に学群・学類個別のパンフレットの割合が高く、逆に大学のホームページの割合が低くなった。

表 2 受験で役立つ情報源（複数回答可）．+と-については表 1 を参照．

情報源	頻度	%
入学案内	913	47.0
学群・学類パンフレット	836 <sup>+</sup>	43.0
オープンキャンパス	469	24.2
進学相談会	41	2.1
筑波大学ホームページ	680 <sup>-</sup>	35.0
その他ホームページ	85	4.4
高校資料	378	19.5
雑誌・予備校資料（含模試）	500	25.7
友人・家族	274	14.1
その他	133	6.8

大学全体のパンフレットと学群・学類個別のパンフレットに対する評価を訪ねたところ、それぞれ「役立つ」が 45.2%と 46.6%，「少し役立つ」が 39.0%と 30.9%となった。

筑波大学のオープンキャンパスで役立つ内容については、学類等の説明が一番多く、回答者に対する割合で 23.4%，次いで学生による説明や相談 18.3%，配布資料 15.8%の順と

なった。学生による説明は、他の報告でも有用性が指摘されており（たとえば、本多他，2010），今後のオープンキャンパスで積極的に導入すべきものかもしれない。

筑波大学のホームページで役立つものについては、回答者に対する割合で入試情報 58.3%，学群・学類の概要 47.0%，学習環境・授業内容 20.4%，研究内容・設備 20.4%，就職・進学 11.0%の順となった。

これらに対して、不足していた情報としては、学習環境・授業内容が多く、回答者に対する割合では 24.0%となった（図 1）。また、回答者に対する割合で 10%を超えたものは、就職・進学 13.7%，研究内容・設備 10.4%，入試情報 10.3%となった（図 1）。これらの結果は、大学が受験生に対して、学習環境や授業内容に関する情報公開を今後さらに充実させる必要があることを強く示唆している。

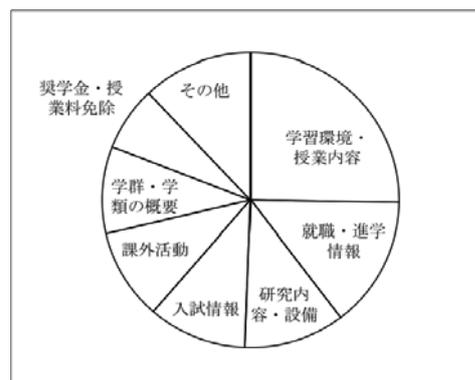


図 1 情報の中で不足していたもの（複数選択可）．回答された項目の合計に対する割合を示した．

筑波大学からの情報に対して、実際の筑波大学は期待通りであったかという質問には、「期待通り」21.3%，「ほぼ期待通り」53.9%，「少し期待はずれ」20.2%，「期待外れ」3.8%という回答になった。この回答を肯定側と否定側の 2 群に分け、これらの中で利用した情報源（項目は表 1 を参照）をカイ自乗検定で比較したが、有意差はなかった（ $X^2=13.2$ ,  $df=9$ ,  $P=0.152$ ）。

利用した情報源（項目は表 1 を参照）を一般入試（前期・後期）と推薦入試との間で比

較すると、カイ自乗検定で有意差があり ( $X^2=49.4$ ,  $df=9$ ,  $P<0.001$ ) , 推薦入試では、学群・学類パンフレット、オープンキャンパスが有意に多く、大学案内、雑誌・予備校資料が有意に少なくなった。これは、推薦入試のほうがより詳細な情報を求めているためと考えられる。

また、利用した情報源（項目は表 1 を参照）を第一志望とそれ以外との間で比較すると、カイ自乗検定で有意差があり ( $X^2=60.5$ ,  $df=9$ ,  $P<0.001$ ) , 第一志望では、オープンキャンパスが有意に多く、友人・家族が有意に少なくなった。これは、受験生が第二志望以下の大学の情報収集を重要視せず、他人に任せる傾向があるためと考えられる。

### 3.2 志望校の決定と志望順位

第一志望の割合は、筑波大学が一番多く 70.1%となり、他の国公立大学が 22.3%となった。

筑波大学の入学を決めた理由としては、学習環境・授業内容が回答者に対する割合で 50.4%と一番多く、次いで学力 38.0%という回答となった（図 2）。

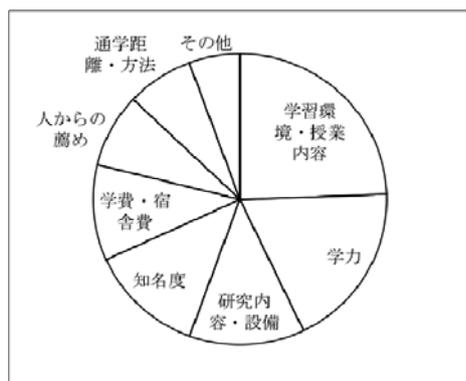


図 2 大学の入学を決めた理由（複数選択可）. 回答された項目の合計に対する割合を示した。

これら志望校を決定した要因を一般入試（前期・後期）と推薦入試との間で比較すると、カイ自乗検定で有意差があり ( $X^2=64.5$ ,  $df=7$ ,  $P<0.001$ ) , 推薦入試では、学習環境・

授業内容、研究内容・設備、学費・宿舍、人からの薦めが有意に多く、学力が有意に少なくなった。これは、推薦入試を学力に寄らない試験と高校生が捉えているためと考えられる。

筑波大学の入学を決めた決定的な助言者については、助言者なし、すなわち自分一人で決定したとの回答が一番多く、回答者に対する割合で 50.1%となった。男女間で比較すると、カイ自乗検定で有意差があり ( $X^2=50.6$ ,  $df=5$ ,  $P<0.001$ ) , 残差分析では、男子は自分自身、友人の割合が有意に高く、女子では家族、高等学校教員、予備校講師の割合が有意に高くなることが明らかになった（図 3）。ただし、今回の分析では、助言の内容までは聞いておらず、情報源として助言がどのように利用されたかまでは評価できなかった。

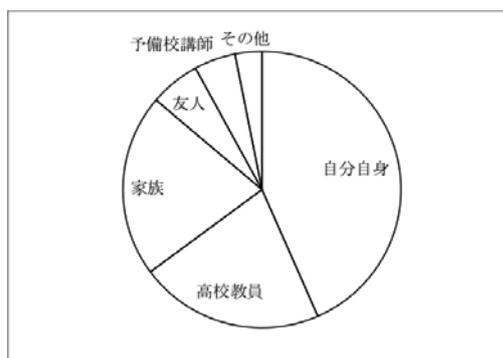


図 3 入学を決定付けた助言者（複数選択可）. 回答された項目の合計に対する割合を示した。

筑波大学の受験を決めた時期は、全体として 2008 年 4 月から 8 月が一番多く 27.7%となり、1 年以内に決めた者が 68.4%となった。推薦入試やアドミッションセンター入試等を除いた前期と後期の一般入試の合計では、センター試験後 29.9%、9 月からセンター試験 20.0%、4 月から 9 月 22.7%となった。これまでに公表された他の国立大学の受験大学決定時期に関する報告では、半数近くがセンター後となっていた（寺下他, 2008; 吉村・木村; 2010）。今回の結果は、これには及ばないも

の、改めてセンター試験後の志望校決定の割合が大きいことを示唆している。

吉村・木村（2010）は女子で志望校決定の時期が早くなることを報告している。今回の調査において一般入試の男女間で比較すると、カイ自乗検定で有意差があり（ $X^2=13.3$ ,  $df=5$ ,  $P=0.021$ ），残差分析では、2007年度すなわち受験の前々年度に決めた女子の割合が有意に高いことが明らかになった。しかし、その後の4月から9月、9月からセンター試験、センター試験後では男女間に有意差はみられなかった。一方、推薦入試については、カイ自乗検定で男女間に有意差はなかった（ $X^2=5.8$ ,  $df=5$ ,  $P=0.328$ ）。

筑波大学の入学を決めた時期と得た情報源をカイ自乗検定で比較したところ、時期によって異なることが明らかになり（ $X^2=138.8$ ,  $df=45$ ,  $P<0.001$ ），センター試験後では、模擬試験の結果も含む予備校や受験雑誌の利用の割合が有意に高くなった（表3）。上に述べたように、入試の種類や志望順位によっても利用する情報源は異なっており、大学としては画一的な情報の提示ではなく、個々の受験生に対応した情報の提供が求められていると考えられる。しかしながら、現状の入試広報活動について、各大学は限られた予算と人員で行っており、かなり効率的な形での実施が必要であろう。

表3 受験を決めた時期と利用した情報源、期待値で有意に大きいものを+、小さいものを-で示した。

情報源	センター後	9月-センター
入学案内	223	206
学群・学類パンフレット	143 <sup>-</sup>	175
オープンキャンパス	48 <sup>-</sup>	62 <sup>-</sup>
進学相談会	8	13
筑波大学ホームページ	192	180
その他ホームページ	185	181
高校資料	101	104
雑誌・予備校資料（含模試）	135 <sup>+</sup>	126
友人・家族	87	85
その他	34	37

	4月-8月	07年度	06年度	05年度以前
	336	208	102	51
	308	177	85	50
	205 <sup>+</sup>	148 <sup>+</sup>	74 <sup>+</sup>	36
	26	11	7	7
	306	182	80	39
	317	197	92	48
	163	85	43	28
	166 <sup>-</sup>	122	40 <sup>-</sup>	30
	110	59 <sup>-</sup>	31	34 <sup>+</sup>
	52	24	18	10

現在、筑波大学に満足しているかという質問に対しては、「満足」54.2%、「少し満足」25.0%、「どちらでもない」9.8%、「やや不満」5.2%、「不満」2.5%となった。第一志望とそれ以外で満足度をU検定で比べると、第一志望の満足度が有意に高かった（ $U=267311$ ,  $P<0.001$ ）。また、事前情報との比較においても、第一志望のほうがU検定で有意に期待通りであると回答していた（ $U=293670$ ,  $P<0.001$ ）。

本調査に関しては、一大学の調査であり、他大学において当てはまる部分もあれば、当てはまらない部分もある。今後より効果的な入試広報活動を検討するために、他大学との比較が強く望まれる。

## 5 謝辞

本研究を進めるにあたり、筑波大学教育推進部、同大学各支援室、および各クラス担任にご協力を頂いた。ここに感謝の意を表す。

## 参考文献

- 本多正尚・白川友紀・島田康行・大谷奨・高野雄二・佐藤真紀(2008).「春期におけるオープンキャンパスの実施とその評価」『大学入試研究ジャーナル』**20**, 183-188.
- 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』**18**, 7-12.
- 酒井春樹(1987).「さまざまな研究法」末永俊郎編『社会心理研究入門』東京大学出版会, 31-40.
- 高木繁(2009).「東海・北陸地区国立大学一入試広報の取組①—入試広報連絡会の活動と理工系合同説明会の試み」『大学入試研究ジャーナル』**19**, 139-144.
- 寺下榮・松村毅・田中勝(2008).「一般入試の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』**18**, 13-18.
- 吉村幸・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**, 209-215.