

信州大学インターネット出願時アンケート結果の分析

——志願者と入学者の回答傾向の違いを踏まえた出願時アンケートの意義——

平井 佑樹, 一之瀬 博 (信州大学)

信州大学では、2019 (平成 31) 年度入試より、本学入試広報活動の成果を検証することや志願者動向を調査することを目的として、インターネット出願時アンケートを実施している。本アンケート結果を用いた分析として、これまで「出願大学決定における高校教員の影響」に注目してきた。本研究では、より俯瞰的な分析として志願者 (未入学者+入学者) と入学者間の回答の差異について調査し、本アンケート導入の効果を検証する。結果として、多くの項目で両者に大きな違いは見られなかったものの、「本学の情報を得るために利用したもの」という点で違いが見られたことから、本アンケートの導入に一定の効果があることを確認した。

キーワード：志願者動向, 入試広報, 入試出願時アンケート

1 はじめに

大学で行われている入試広報活動の成果を検証することや志願者動向を調査する方法として種々のアンケート調査が実施され、その結果が各大学発行の調査報告書等で公表されている。三好ほか (2019) が述べている分類に従えば、大学入試研究ジャーナル等の学術雑誌やそれに関わる研究発表予稿集では、「大学入学前のオープンキャンパスなどでの調査 (以下、入学前調査)」および「大学入学後の新入生アンケート調査 (以下、入学後調査)」の結果が報告されている。

入学前調査に関する報告として、例えば、オープンキャンパス参加者に質問して広報効果を測定すること (野口, 2018), オープンキャンパス参加者や大学志願者に質問して動向を調査すること (北澤ほか, 2012; 森川ほか, 2017), 入試関係企業が実施している全国調査を活用して非接触者も含めた分析を実施すること (福島ほか, 2016), ミスマッチ入学者の発見につなげること (岡崎ほか, 2014) に関する研究結果が報告されている。入学前調査では、未入学者を含めて多くの関係者から回答を収集することができるため、入試広報の効果等を検証するためのデータとして活用できる。しかしながら、調査にかかる手間や費用が入学後調査と比較して大きくなる可能性がある。

一方、入学後調査に関する報告では、各大学が実施している入試広報の効果検証に注目した研究 (本多ほか, 2011; 佐藤ほか, 2012; 雨森, 2016; 藤井, 2017; 喜村, 2018; 寺嶋ほか, 2020) や、志願者動向の調査に注目した研究 (吉村, 2013; 並川ほか, 2014; 吉田ほか, 2018; 竹内, 2020) がある。入学前調査と比較すると志望順位や学力等の属性が絞られていることか

ら、ある程度一貫した分析が可能となるものの、入学者限定の調査であるため、いわゆる「選抜効果」のような現象が発生している、すなわち、入学前調査で集められた回答と比較すると、入学後調査の回答では回答傾向に偏りが発生している可能性がある。

信州大学では、2019 (平成 31) 年度入試より、本学入試広報活動の成果を検証することや志願者動向を調査することを目的として、インターネット出願時アンケートを実施している。これは入学前調査であり、既報 (一之瀬ほか, 2021) では、出願大学決定における高校教員の影響に注目して研究を行った。その結果、志願者が出願した入試区分や志願者の出身地によって異なる回答傾向が見られ、高校教員の影響の強弱で広報の方法を変える必要があることを確認した。

本研究では、そのアンケート結果を用いた俯瞰的な分析として、志願者 (未入学者+入学者) 全員が回答した内容と、そのうち入学者が回答した内容の差異について調査する。前者を入学前調査、後者を入学後調査と想定して比較分析を行い、両者の回答傾向に違いがあるか否かを検証した上で、入学前調査として本アンケートを導入した効果を検証する。

入学者が出願時に回答した内容と入学後に回答した内容では、時間経過等により、その回答傾向に違いが出る可能性がある。しかしながら、本研究の分析で志願者と入学者の回答傾向の違いが出れば、入学後調査では得られない知見があることを確認でき、同時に、本アンケートを導入する効果があることを確認できる。一方、回答傾向に違いがない場合、本アンケートの導入効果はないに等しくなるものの、その結果から、入学後調査のみで調査が十分であることを確認できる。

表 1 アンケートの質問項目

Q1. 本学を志望大学のひとつとして決めた時期
(1) 高校入学前
(2) 高校 1 年生の 4~9 月
(3) 高校 1 年生の 10~3 月
(4) 高校 2 年生の 4~9 月
(5) 高校 2 年生の 10~3 月
(6) 高校 3 年・既卒後の 4~6 月
(7) 高校 3 年・既卒後の 7~9 月
(8) 高校 3 年・既卒後の 10 月~センター試験前
(9) 高校 3 年・既卒後のセンター試験後
Q2-1. 本学の情報を得るために利用したもの (複数選択可)
(1) 大学案内誌
(2) 各学部の学部・学科案内誌
(3) 本学のホームページ
(4) 本学の携帯サイト
(5) 先輩からの情報
(6) 高等学校の先生からの情報
(7) 家族からの情報
(8) 進学相談会
(9) 本学教職員による高校訪問
(10) 本学の模擬講義
(11) 信州大学オープンキャンパス in 松本 (全学 OC)
(12) 本学の学部オープンキャンパス
(13) 本学のキャンパス見学
(14) 受験雑誌
(15) 進学関係 Web ページ
(16) 模試の結果
(17) セ試自己採点結果やそれに基づく予備校情報
Q2-2. 上記 Q2-1 で選択したもので、役に立ったもの (上位 1~5 位まで選択, 5 位まで選ばなくても良い)
Q3. 本学に受験を決めたポイント (複数選択可)
(1) どうしても進学したい大学だったから
(2) 入試の出題科目が良かったから
(3) 長野県にある大学だから
(4) 地域に密着した大学であるから
(5) 自然環境豊かな地域にキャンパスがあるから
(6) 難易度的に受験しやすい大学だったから
(7) やりたいことが学べるから
(8) 就職しやすそうだから
(9) 取りたい資格が取得できるから
(10) 高等学校の先生の勧めがあったから
(11) 親の勧めがあったから
Q4. 本学以外で受験する (受験した) 私立大学 (3 つ以内自由記述)

表 2 アンケートの入試区分別回答者数

入試年度等		推薦 I	前期	後期	合計
2019	全志願者	765	4,202	3,216	8,183
	全問回答者 (志願者)	707	3,350	2,254	6,311
	全問回答者 (入学者)	259	1,055	301	1,615
2020	全志願者	817	3,439	2,944	7,200
	全問回答者 (志願者)	781	2,756	2,070	5,607
	全問回答者 (入学者)	259	1,037	296	1,592

2 分析対象・方法

本研究では、2019 年度入試および 2020 年度入試で実施されたインターネット出願時アンケートの回答結果を利用する。本アンケートの質問項目は表 1 に示すとおりで、両年度ともに同内容である。アンケートへの回答は任意であり、一部のみ回答することもできる。表 2 に本アンケートの回答者数を示す。ここで、全問回答者は表 1 の Q1 から Q3 すべてに回答した者であり、全問回答者 (入学者) は全問回答者 (志願者) の内数である。複数の入試区分に出願している受験者がいるため、最右列の合計は延べ人数を表している。本研究では、志願者数の多い推薦入試 I (大学入試センター試験を課さない推薦入試。以下、推薦 I)、一般入試前期日程 (以下、前期) および後期日程 (以下、後期) の 3 区分へ出願した者で、Q1 から Q3 すべてに回答した者 (複数選択可の Q2-1 や Q3 でも何らかを選択している) の回答内容を利用した。表 2 の全問回答者 (志願者) が 1 節で想定した入学前調査の対象であり、全問回答者 (入学者) が入学後調査の対象である。

分析では、表 1 で示した各質問項目に対して、志願者と入学者の回答比率を算出し、Wilcoxon の符号順位検定を行ってそれらを比較した。この検定を選択した理由について、本研究では、志願者 (入学前調査) と入学者 (入学後調査) の回答の一部が重複しており、両者の回答が完全には独立していないと判断したため、志願者と入学者の回答比率の差に注目する、いわゆる「対応のある」検定を採用した。なお、Q1 については、選択肢に時間的な順序関係があるように見えるものの、表 1 で示したとおり選択肢の(6)から(9)までは「高校 3 年」と「既卒後」が混在している。そのため、明確な順序関係はないと判断し、これも踏まえて Wilcoxon の符号順位検定を行った。

表 3 Q1 「本学を志望大学のひとつとして決めた時期」における志願者と入学者の回答比較

項目	推薦 I			前期			後期			3 区分全体			
	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	
'19	N	707	259		3,350	1,055		2,254	301		6,311	1,615	
(1) 入学前	14.6%	17.0%	0.98	7.9%	7.5%	0.57	5.9%	5.3%	0.73	7.9%	8.6%	0.73	
(2) 1年 4-9	14.9%	17.8%		5.9%	5.6%		3.1%	2.7%		5.9%	7.0%		
(3) 1年 10-3	6.5%	7.3%		3.4%	4.2%		1.9%	2.7%		3.2%	4.4%		
(4) 2年 4-9	16.8%	14.3%		8.9%	8.7%		5.0%	2.3%		8.4%	8.4%		
(5) 2年 10-3	15.7%	17.0%		9.0%	9.0%		6.5%	6.0%		8.8%	9.7%		
(6) 3年 4-6	18.1%	17.0%		15.4%	14.5%		11.2%	8.6%		14.2%	13.8%		
(7) 3年 7-9	13.2%	9.7%		13.7%	15.7%		11.4%	9.3%		12.8%	13.6%		
(8) セ試前	0.1%	0.0%		15.5%	15.0%		18.6%	20.9%		14.9%	13.7%		
(9) セ試後	0.1%	0.0%		20.4%	19.8%		36.4%	42.2%		23.8%	20.8%		
'20	N	781	259		2,756	1,037		2,070	296		5,607	1,592	
(1) 入学前	11.1%	12.7%	0.82	7.1%	5.8%	1.00	5.8%	2.7%	1.00	7.2%	6.3%	0.91	
(2) 1年 4-9	12.7%	15.4%		6.3%	5.9%		4.1%	3.0%		6.4%	6.9%		
(3) 1年 10-3	7.8%	9.3%		4.5%	4.6%		1.9%	2.0%		4.0%	4.9%		
(4) 2年 4-9	18.8%	18.9%		8.7%	9.9%		5.8%	5.7%		9.0%	10.6%		
(5) 2年 10-3	18.1%	18.9%		9.5%	10.3%		6.0%	6.8%		9.4%	11.1%		
(6) 3年 4-6	16.4%	13.1%		15.7%	16.3%		11.3%	7.8%		14.2%	14.2%		
(7) 3年 7-9	14.2%	11.2%		13.5%	12.6%		11.7%	13.5%		12.9%	12.6%		
(8) セ試前	0.6%	0.0%		12.8%	12.7%		17.8%	18.2%		13.0%	11.7%		
(9) セ試後	0.3%	0.4%		21.8%	21.8%		35.4%	40.2%		23.8%	21.7%		

以上の作業を表 2 で示した入試区分ごとに実施して、志願者と入学者の回答傾向に違いがあるかどうかを確認した。また、検定結果に関わらず、両者の回答比率やその差に特徴があるかどうかを確認した。

3 分析結果

本節では、表 1 の Q1 から Q3 の 4 項目に対する分析結果を示す。Wilcoxon の符号順位検定は統計分析ソフトウェア R を用いて実施した。その結果、得られた p 値を後掲の表 3 から表 6 で示している。なお、検定における順位決定において、同順位がなかった場合は stats パッケージ (バージョン 4.1.2) の wilcox.test 関数を、同順位があった場合は exactRankTests パッケージ (Hothorn and Hornik, 2021) の wilcox.exact 関数を用いて検定している。

3.1 本学を志望大学のひとつとして決めた時期

表 3 はアンケート Q1 に対する回答比率を年度ごと・入試区分ごと・質問項目ごとに集計したものである。Wilcoxon の符号順位検定の結果から、すべての年度・入試区分において志願者と入学者の回答傾向に差があるとは認められなかった。そのため、全体として見ると、本学を志望大学のひとつとして決めた時期について、両者の回答傾向に大きな違いはないと考えられる。

入試区分別に回答比率を見ると、2019 年度入試および 2020 年度入試ともに、推薦 I では入学者の方が(1)や(2)などの早い時期を回答している傾向が読み取れる。また、後期では入学者の方が(8)や(9)などの遅い時期を回答している傾向が読み取れる。前期では志願者と入学者の回答比率の差がすべての時期で 2 ポイント以内であり、ほぼ同等の回答傾向であることが読み取れる。

3.2 本学の情報を得るために利用したもの

表 4 はアンケート Q2-1 に対する回答比率を集計したものである。検定の結果、有意水準 5%で 2020 年度入試の後期、および両年度入試の 3 区分全体において、志願者と入学者の回答傾向に差があることが認められた。3 区分全体について回答比率を見ると、多くの項目で入学者の方が高く、より多くの情報源から本学の情報を入手していたことが伺える。

次に、入試区分別に回答比率を見る。推薦 I では、ほぼすべての項目で他の区分よりも回答比率が高く、他入試区分の志願者・入学者よりも多くの情報を入手していることが伺える。志願者と入学者の差について、最も大きかったのは各年度で次のとおりであった。

- 2019 年度入試 : (12)学部 OC (入学者 - 志願者 = 5.8 ポイント)

表 4 Q2-1 「本学の情報を得るために利用したもの」における志願者と入学者の回答比較

項目	推薦 I			前期			後期			3 区分全体			
	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	
'19	N	707	259		3,350	1,055		2,254	301		6,311	1,615	
(1)	大学案内	40.5%	40.2%		24.2%	25.1%		18.2%	12.0%		23.9%	25.1%	
(2)	学部案内	51.3%	54.8%		24.1%	24.0%		17.5%	15.3%		24.8%	27.3%	
(3)	本学 HP	71.3%	70.7%		53.6%	55.3%		43.2%	37.5%		51.9%	54.4%	
(4)	携帯サイト	24.8%	25.1%		12.0%	12.5%		7.6%	7.0%		11.9%	13.5%	
(5)	先輩情報	20.7%	23.6%		14.0%	13.8%		11.4%	14.3%		13.8%	15.5%	
(6)	高校の先生	53.6%	54.1%		31.8%	35.1%		33.8%	34.6%		35.0%	38.0%	
(7)	家族情報	32.8%	30.9%		27.1%	26.0%		22.7%	23.6%		26.2%	26.3%	
(8)	進学相談会	11.9%	13.5%		5.0%	3.5%		3.6%	3.0%		5.3%	5.0%	
(9)	本学教職員	7.4%	8.1%	0.38	2.5%	2.9%	0.24	2.0%	1.3%	0.49	2.9%	3.5%	0.001 **
(10)	模擬授業	11.2%	12.0%		3.0%	3.2%		1.5%	1.0%		3.4%	4.2%	
(11)	全学 OC	21.4%	22.4%		11.4%	10.9%		6.3%	7.0%		10.7%	12.0%	
(12)	学部 OC	50.6%	56.4%		12.1%	13.7%		7.5%	4.0%		14.8%	18.8%	
(13)	本学見学	22.8%	22.8%		7.9%	7.4%		4.9%	4.3%		8.5%	9.3%	
(14)	受験雑誌	6.8%	3.9%		10.2%	9.9%		8.5%	7.6%		9.2%	8.5%	
(15)	関係 Web	15.4%	14.3%		15.3%	15.4%		11.6%	12.3%		14.0%	14.6%	
(16)	模試結果	11.9%	11.6%		15.0%	17.4%		13.0%	13.0%		13.9%	15.7%	
(17)	自己採点	2.5%	1.9%		20.3%	21.1%		23.9%	26.9%		19.6%	19.1%	
'20	N	781	259		2,756	1,037		2,070	296		5,607	1,592	
(1)	大学案内	45.5%	45.9%		27.0%	28.4%		18.9%	18.6%		26.6%	29.4%	
(2)	学部案内	47.4%	53.3%		24.7%	25.6%		17.2%	15.2%		25.1%	28.1%	
(3)	本学 HP	69.7%	70.7%		53.6%	52.7%		44.7%	41.9%		52.5%	53.6%	
(4)	携帯サイト	25.1%	24.7%		12.3%	13.3%		7.8%	8.1%		12.4%	14.2%	
(5)	先輩情報	23.3%	28.2%		13.9%	15.4%		10.8%	11.5%		14.1%	16.8%	
(6)	高校の先生	46.9%	43.2%		32.5%	32.9%		34.0%	35.1%		35.1%	35.0%	
(7)	家族情報	28.3%	27.8%		26.9%	25.4%		24.7%	23.0%		26.3%	25.3%	
(8)	進学相談会	14.2%	13.5%		5.3%	4.0%		5.2%	5.1%		6.5%	5.7%	
(9)	本学教職員	7.7%	9.7%	0.71	2.8%	3.2%	0.22	2.0%	1.4%	0.007 **	3.2%	3.9%	0.013 *
(10)	模擬授業	10.0%	10.0%		3.4%	3.4%		1.7%	0.7%		3.7%	4.0%	
(11)	全学 OC	26.1%	25.1%		13.4%	12.6%		7.0%	4.4%		12.8%	13.1%	
(12)	学部 OC	49.4%	50.6%		13.4%	15.6%		8.3%	4.4%		16.6%	19.2%	
(13)	本学見学	20.7%	21.2%		9.8%	9.5%		6.0%	4.7%		10.0%	10.5%	
(14)	受験雑誌	8.6%	6.2%		8.6%	8.0%		6.5%	5.7%		7.8%	7.3%	
(15)	関係 Web	17.7%	16.2%		15.1%	15.2%		12.3%	11.5%		14.4%	14.7%	
(16)	模試結果	11.3%	12.4%		16.3%	19.6%		13.6%	9.8%		14.6%	16.6%	
(17)	自己採点	2.7%	2.3%		22.1%	24.5%		24.7%	25.3%		20.3%	21.0%	

注) *: p<.05, **: p<.01

- 2020 年度入試：(2)学部案内（入学者－志願者＝5.9 ポイント）

前期では、多くの項目で推薦 I と後期間の値を取っていることが読み取れる。志願者と入学者の差については、推薦 I のように 5 ポイントを超える項目はなかった。

後期では、2020 年度入試で志願者と入学者の回答傾向に有意差が見られた。この理由は、全体的に入学者の回答比率の方が低く、かつ志願者との差が大きい項目が多かったためである。実際に表 4 を見ると、(2)学部案内、(3)本学 HP、(11)全学 OC、(12)学部

OC、(16)模試結果は入学者の方が 2 ポイント以上低く、一方で入学者の方が 2 ポイント以上高い項目はない。

3.3 本学の情報を得るために役立ったもの

次に、アンケート Q2-2 の回答内容について分析する。表 1 で示したとおり、Q2-2 では Q2-1 の上位 1 位から 5 位までを回答できるが、2 位以降が無回答である志願者がいたため、ここでは 1 位のみを分析する。表 5 はアンケート Q2-2 で 1 位と選択した項目に対する回答比率を集計したものである。検定結果から、

表 5 Q2-2 「本学の情報を得るために役立ったもの」 1 位における志願者と入学者の回答比較

項目	推薦 I			前期			後期			3 区分全体			
	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	
'19	N	707	259		3,350	1,055		2,254	301		6,311	1,615	
(1)	大学案内	11.5%	10.8%		13.1%	14.8%		12.3%	10.0%		12.6%	13.3%	
(2)	学部案内	9.2%	9.3%		6.8%	6.5%		6.3%	6.6%		6.9%	7.0%	
(3)	本学 HP	25.3%	22.8%		30.1%	29.7%		29.5%	25.2%		29.3%	27.7%	
(4)	携帯サイト	2.3%	2.3%		2.1%	2.1%		1.7%	2.3%		2.0%	2.2%	
(5)	先輩情報	2.3%	3.5%		3.6%	2.7%		3.6%	5.3%		3.5%	3.3%	
(6)	高校の先生	6.5%	6.2%		10.2%	11.3%		14.0%	17.9%		11.1%	11.7%	
(7)	家族情報	2.5%	2.3%		5.7%	4.9%		5.6%	6.6%		5.3%	4.8%	
(8)	進学相談会	1.0%	1.5%		1.0%	0.9%		0.8%	0.7%		1.0%	0.9%	
(9)	本学教職員	1.6%	2.7%	0.89	0.7%	0.8%	0.49	0.6%	0.3%	0.75	0.7%	1.0%	0.96
(10)	模擬授業	0.6%	0.0%		0.3%	0.6%		0.3%	0.7%		0.3%	0.5%	
(11)	全学 OC	5.9%	4.6%		5.5%	4.3%		3.1%	3.3%		4.7%	4.1%	
(12)	学部 OC	27.6%	30.1%		6.6%	8.0%		3.6%	2.0%		7.9%	10.4%	
(13)	本学見学	1.7%	2.3%		1.3%	1.3%		1.1%	0.3%		1.3%	1.3%	
(14)	受験雑誌	0.4%	0.0%		2.2%	2.0%		2.3%	2.7%		2.0%	1.8%	
(15)	関係 Web	1.3%	1.5%		3.6%	3.7%		3.3%	4.3%		3.2%	3.5%	
(16)	模試結果	0.4%	0.0%		1.5%	1.3%		2.3%	1.7%		1.6%	1.2%	
(17)	自己採点	0.0%	0.0%		5.6%	5.2%		9.7%	10.0%		6.4%	5.3%	
'20	N	781	259		2,756	1,037		2,070	296		5,607	1,592	
(1)	大学案内	10.8%	9.3%		13.6%	14.1%		12.4%	12.8%		12.7%	13.1%	
(2)	学部案内	10.9%	12.4%		6.0%	6.2%		5.0%	4.1%		6.3%	6.8%	
(3)	本学 HP	22.7%	22.0%		29.2%	28.5%		29.5%	30.7%		28.4%	27.9%	
(4)	携帯サイト	1.5%	0.8%		2.1%	2.1%		1.1%	1.4%		1.7%	1.8%	
(5)	先輩情報	3.3%	3.1%		3.7%	3.3%		3.3%	3.4%		3.5%	3.3%	
(6)	高校の先生	6.7%	4.6%		9.7%	9.6%		13.4%	16.2%		10.6%	10.1%	
(7)	家族情報	3.2%	3.9%		5.1%	4.6%		5.9%	4.7%		5.2%	4.5%	
(8)	進学相談会	1.5%	1.9%		1.1%	0.9%		1.4%	0.7%		1.2%	1.0%	
(9)	本学教職員	1.7%	2.3%	0.71	1.0%	1.3%	0.82	0.6%	0.7%	1.00	1.0%	1.3%	0.78
(10)	模擬授業	0.6%	1.2%		0.4%	0.3%		0.2%	0.3%		0.4%	0.4%	
(11)	全学 OC	7.0%	7.3%		6.7%	6.1%		3.5%	2.0%		5.5%	5.5%	
(12)	学部 OC	26.2%	27.0%		7.2%	8.4%		5.0%	3.0%		9.0%	10.4%	
(13)	本学見学	1.5%	1.9%		1.4%	1.5%		1.0%	0.7%		1.3%	1.4%	
(14)	受験雑誌	0.1%	0.4%		1.3%	0.8%		1.6%	2.0%		1.3%	0.9%	
(15)	関係 Web	1.5%	1.9%		4.0%	4.4%		3.8%	4.4%		3.6%	4.0%	
(16)	模試結果	0.5%	0.0%		2.0%	2.4%		2.9%	2.7%		2.1%	2.1%	
(17)	自己採点	0.1%	0.0%		5.6%	5.5%		9.4%	10.1%		6.2%	5.5%	

両年度のすべての入試区分において志願者と入学者の回答傾向に差があるとは認められなかった。そのため、全体として見ると、本学の情報を得るために最も役に立ったものについて、両者の回答傾向に大きな違いはないと考えられる。

入試区分別に回答比率を見ると、推薦 I では(12)学部 OC が他の区分と比較して 20 ポイント程度高いことが読み取れ、重要な情報源であることが伺える。志願者と入学者の差は最大で 2.5 ポイント (2019 年度入試の(3)本学 HP と(12)学部 OC) であった。

一般入試では、推薦 I と比較すると、20 ポイント程度の差がある項目はなかった。志願者と入学者の差

を比較すると、最も差があったのは、前期で 2019 年度入試の(1)大学案内 (1.7 ポイント)、後期で 2019 年度入試の(3)本学 HP (4.3 ポイント) であり、推薦 I を含めて 5 ポイント以上の差がある項目はなかった。

3.4 本学に受験を決めたポイント

最後にアンケート Q3 の回答を分析する。表 6 で示す検定結果から、すべての年度・入試区分において志願者と入学者の回答傾向に差があるとは認められなかった。そのため、全体として見ると、本学に受験を決めたポイントについて、両者の回答傾向に大きな違いはないと考えられる。

表 6 Q3 「本学に受験を決めたポイント」における志願者と入学者の回答比較

項目	推薦 I			前期			後期			3 区分全体			
	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	志願	入学	p 値	
'19	N	707	259		3,350	1,055		2,254	301		6,311	1,615	
	(1) 進学したい	69.2%	67.2%		39.4%	37.8%		16.6%	10.0%		34.6%	37.3%	
	(2) 出題科目	10.9%	9.3%		33.0%	35.0%		28.0%	24.3%		28.7%	28.9%	
	(3) 長野県	42.0%	48.6%		25.3%	27.5%		23.0%	21.6%		26.4%	29.8%	
	(4) 地域に密着	44.3%	46.3%		16.7%	15.3%		11.0%	8.3%		17.7%	18.9%	
	(5) 環境豊か	54.2%	52.9%		35.6%	35.7%		28.8%	22.9%		35.3%	36.1%	
	(6) 難易度	3.8%	5.8%	0.97	18.5%	23.2%	0.41	30.6%	39.9%	0.10	21.2%	23.5%	0.10
	(7) やりたい事	83.7%	84.2%		58.7%	62.1%		52.0%	47.5%		59.1%	62.9%	
	(8) 就職	9.5%	11.6%		7.7%	9.1%		6.4%	6.0%		7.4%	8.9%	
	(9) 資格	29.3%	22.8%		21.5%	17.1%		15.5%	14.6%		20.2%	17.5%	
	(10) 先生勧め	18.4%	16.2%		12.7%	12.9%		18.0%	18.9%		15.2%	14.6%	
	(11) 親の勧め	11.9%	13.1%		14.5%	13.4%		14.2%	12.6%		14.1%	13.2%	
'20	N	781	259		2,756	1,037		2,070	296		5,607	1,592	
	(1) 進学したい	68.5%	71.4%		40.5%	39.2%		17.8%	12.2%		36.0%	39.4%	
	(2) 出題科目	12.7%	13.9%		33.1%	35.2%		26.6%	27.7%		27.8%	30.3%	
	(3) 長野県	36.6%	42.5%		27.4%	25.8%		23.8%	18.2%		27.4%	27.1%	
	(4) 地域に密着	41.9%	45.2%		16.1%	14.6%		11.0%	6.8%		17.8%	18.1%	
	(5) 環境豊か	51.7%	47.5%		35.1%	36.2%		28.6%	31.1%		35.0%	37.1%	
	(6) 難易度	5.6%	6.9%	1.00	20.4%	27.5%	0.46	29.5%	39.5%	0.90	21.7%	26.4%	0.12
	(7) やりたい事	82.1%	84.6%		60.4%	64.2%		53.6%	56.4%		60.9%	66.1%	
	(8) 就職	11.9%	11.6%		7.8%	9.5%		7.9%	8.8%		8.4%	9.7%	
	(9) 資格	27.7%	23.6%		20.5%	20.8%		15.8%	10.5%		19.8%	19.3%	
	(10) 先生勧め	15.9%	13.1%		13.1%	13.1%		17.7%	21.3%		15.2%	14.6%	
	(11) 親の勧め	13.3%	9.7%		13.0%	10.5%		13.6%	13.2%		13.3%	10.9%	

入試区分別に回答比率を見ると、それぞれの区分で回答傾向に特徴があることが読み取れる。他の区分と比較して、20 ポイント以上高い項目について注目すると、推薦 I では「(1)進学したい」「(4)地域に密着」「(7)やりたい事」の 3 項目が前期・後期と比較して高い。また、一般入試では、前期の「(1)進学したい」が後期より高く、前期の「(2)出題科目」が推薦 I より高い。後期では「(6)難易度」が推薦 I より高い。

志願者と入学者の差を見ると、表 3 から表 5 で示した結果より差が大きいものが多い。例えば、推薦 I では 2019 年度入試の(3)長野県で 6.6 ポイント、前期では 2020 年度入試の(6)難易度で 7.1 ポイント、後期では 2020 年度入試の(6)難易度で 10.0 ポイントの差があり、他にも 5 ポイント以上の差がある項目がいくつかあることが読み取れる。全体として見ると志願者と入学者の回答傾向に有意差はないものの、個別に見ると、このような特徴を把握することができる。

4 おわりに

本研究では、インターネット出願時アンケート結果を用いて、志願者全員が回答した内容と、そのうち入学者が回答した内容の差異について比較した。3 節で

示した分析結果を考慮すると、本学の情報を得るために利用したもの(表 4)について両者に違いが見られた。また、回答傾向に統計的な有意差はなかったものの、本学に受験を決めたポイント(表 6)では、両者の差が比較的大きい項目がいくつかあることも分かった。

以上から、入試広報活動の成果を検証することや志願者動向を調査することを目的としたときに、本アンケートの導入に一定の効果があることを確認できた。そのため、本アンケートは 2021 (令和 3) 年度入試も実施し、それ以降も継続して実施していく予定である。2021 年度入試では、いわゆる新入試が始まり、新型コロナウイルスの影響もあって、質問項目を大きく変更した。そのため、本研究で示したような分析を引き続き行い、その結果については、別稿にて報告することを予定している。

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.
- 藤井恒人 (2017). 「志望大学の認知、志願確定と情報収集時期、

- 方法の関係—入学者アンケート分析より』『大学入試研究ジャーナル』 **27**, 103–108.
- 福島真司・小田和久・鈴木達哉 (2016). 「全国調査から見る受験生の進路動態の分析—テレメール全国一斉進学調査を利用した一地方大学の分析事例から」『大学入試研究ジャーナル』 **26**, 103–110.
- 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 (2011). 「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」『大学入試研究ジャーナル』 **21**, 69–74.
- Hothorn, T. and Hornik, K. (2021). exactRankTests: Exact Distributions for Rank and Permutation Tests (Version 0.8-34), <https://cran.r-project.org/package=exactRankTests> (2021年12月17日).
- 一之瀬博・木村 建・海尻賢二・平井佑樹 (2021). 「信州大学 Web出願時アンケート結果を用いた志願者動向分析—出願大学決定における高校教員の影響」『大学入試研究ジャーナル』 **31**, 299–305.
- 喜村仁詞 (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—大学のブランド要素と情報伝達ルート」『大学入試研究ジャーナル』 **28**, 133–140.
- 北澤 武・渡辺美紀・上野 淳 (2012). 「一般入試選抜を対象とした入学志願者の傾向分析—過去3年間の入学志願者アンケート調査分析から」『大学入試研究ジャーナル』 **22**, 163–171.
- 三好 登・望月 聡・福井寿雄・西郡 大・吉村 宰・當山明華・藤井良宜 (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—九州地区国立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.
- 森川 修・山田貴光・古塚秀夫 (2017). 「オープンキャンパス参加者の入試動向—鳥取大学の事例」『大学入試研究ジャーナル』 **27**, 149–154.
- 並川 努・佐藤喜一・濱口 哲 (2014). 「入試広報に関する受験生・保護者の動向の検討—新潟大学入学者を対象とした入試広報アンケートの分析から」『大学入試研究ジャーナル』 **24**, 149–154.
- 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.
- 岡崎威生・中村肖三・黒田登美雄 (2014). 「6年間の入学時意識変化についての検討—琉大生入学前アンケートに基づくトレンドの解析」『大学入試研究ジャーナル』 **24**, 225–236.
- 佐藤喜一・中畝菜穂子・濱口 哲 (2012). 「新潟大学における入試広報戦略と新入生への入試広報アンケートによる入試広報活動の点検」『大学入試研究ジャーナル』 **22**, 309–316.
- 竹内正興 (2020). 「共通テスト後に出願校を変更した受験生の大学入学満足度—B大学新入生アンケート結果から見られる特徴」『令和2年度全国大学入学者選抜研究連絡協議会大会 (第15回) 研究会発表予稿集 (オープンセッション用)』, 189–194.
- 寺島裕登・永野拓矢・橘 春奈・石井秀宗 (2020). 「地域と入試形態の特性を踏まえた入試広報についての検討」『令和2年度全国大学入学者選抜研究連絡協議会大会 (第15回) 研究会発表予稿集 (クローズドセッション用)』, 5–10.
- 吉田章人・並川 努・坂本 信 (2018). 「新潟大学における入試広報アンケートの分析」『大学入試研究ジャーナル』 **28**, 127–132.
- 吉村 宰 (2013). 「新入生の受験校決定理由の特徴と入学時点での『気持ち』および学業成績との関連」『大学入試研究ジャーナル』 **23**, 63–70.