

新設学部を題材にした高大接続上の成果と課題

——食農学類に関する対面型広報の実践報告——

新藤 洋一 (福島大学)

志願者数や倍率の確保を目的とした「入試広報」が機能しなくなりつつある現在では、求める人材像、学びの必然性、教育研究の特徴および育成する人材像等をステークホルダーに対して広報（パブリックリレーションズ）することが求められている。本稿は、被災地域の復興を担う人材育成を掲げて設置された食農学類の新設広報に関する効果検証を報告したものである。従来の「入試広報」だけでなく「広報（パブリックリレーションズ）」を機能させ、主に対面型広報の手段を活用し展開した活動について、「入試結果」「入学者への調査結果」「志願実績のある高等学校教員へのインタビュー結果」から分析を行い、「広報」の有効性についての確認や成果と課題などを整理している。一定の成果は確認できたものの、「入試制度」「学力問題」「県外への対応」など課題も明らかとなっている。

キーワード：農学、高大接続、入試広報、学びによる動機づけ、進路指導との連携

1 はじめに

大学が行う入試広報活動は、以下の3つの独自性があるとされている（野口，2019）。

- (1) 学力という特徴的で重要な変数の存在
- (2) 広報対象の入れ替わりによる広報の非効率性
- (3) 受験生の進路選択に対する高校教員と保護者の影響力の強さ

野口は特に(2)(3)に着目して考察を進めており、「広報対象者が毎年入学によって消滅する入試広報では、『関係性構築の重要性』は不要でないにしても、相対的に低く、それ故に関係性を議論することなく、志願者数を追い求めてきたのかもしれない」としている。

現に入試広報に関する多くの先行研究は、「短期的な視野での志願者獲得」の議論に留まっている。

そこで野口は、「入試広報におけるパブリックリレーションズの実践は、もう一つの独自性(3)からその有効性を取り戻す」とし、入試広報は、広報対象である受験生個人との関係性構築の重要性は、他分野に比べれば低下するものの、その周囲にいるオピニオンリーダーとも呼べる高校教員や保護者との関係性は重要であると指摘している。

そもそも「広報」は、米国からもたらされた「パブリックリレーションズ (Public Relations)」に由来するもので、米国の300以上の大学で教科書として採用されている *Effective Public Relations* によれば、「パブリックリレーションズとは、組織体とその存続を左右するパブリックとの間に相互に利益をもたらす関係性を構築し、維持をするマネジメント機能である」と定義されている (Cutlip et al., 2006 : 8)。

18歳人口急減期を迎え、志願者数の確保が学生の質を担保する状況は一変している。志願者数はもとよりアドミッションポリシーに基づく「自学が求める学生」(質)の確保にむけては、Cutlipらが定義した広報（パブリックリレーションズ）のように、大学とステークホルダーとの間に、相互に利益をもたらす関係性を構築する活動を積極化させねばならないだろう。

そのためには、自学の教育研究がどのようなニーズに基づいたものなのか、どのような力を授けるのか、社会でどのように活躍できるのか、等を明確に示し伝達する必要がある。

本学では、被災県「ふくしま」の地域の強い要請に応える形で新設した「食農学類」を題材として、志願者獲得のための入試情報だけでなく、(アドミッションポリシーに基づく学生確保のための)食農学類の学びの特徴や魅力、担当する教員予定者、さらには学生が身につける力を可視化し、高校教員などステークホルダーに伝達する広報活動を企画し実施した。

入試情報だけでなく食農学類の学びや教員予定者の具体的内容を伝達するために、マスメディアだけでなく対面型の広報手段を積極的に活用している。

これらの活動を検証することで、志願者数だけでなく、アドミッションポリシーに基づく学生確保の状況とパブリックリレーションズの有効性を確認しながら成果と課題を報告する。

2 新設食農学類の概要

2.1 新しく設置された食農学類の特徴

東日本大震災で発生した東京電力福島第一原子力発

電所の事故の影響は依然として残っており、福島県産の農作物、海産物は風評被害こそ少なくなったものの、他県産に比べて流通価格の低さなど震災前の状態には戻っていない（小山, 2018）。

被災県に立地する福島大学食農学類は地域の要請に応える形で、食の風評被害からの脱却、食の安全をテーマに設置された。

福島を除く東北の各県には既に農学系統の学部を持つ大学が存在しており農学部が未設置となっていたのは福島県のみであった。一方で福島県は日本でも有数の農業県であり林業県でもある。東北では最後発の農学系学部となる食農学類は（図 1）の通り伝統的な農学部というよりも地域ニーズとも合致する実践的な学びを教育研究の中心に据えている。¹⁾

専任教員の多くを学外に求めた食農学類には、他大学出身の研究者だけでなく企業の研究機関の出身者も多い。福島県内9つの自治体と連携した、地域の食と農の課題に取り組む「農学実践型教育プログラム」が同学類の代表的な学びとなっている。現実的な地域の農業課題に地域住民と共に学生が向き合うことで現場対応力の高い人材育成をめざしているだけでなく、ここでの学びと研究は地域に還元される仕組みとなっている。

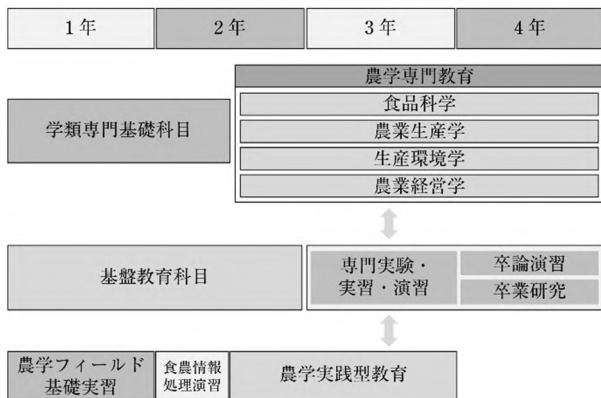


図1 福島大学食農学類の教育プログラム

2.2 食農学類の広報

国立大学の入試広報予算は少なく、マスメディアを使った派手な宣伝や情報発信には限界がある。そこで設置の趣旨に沿う形で福島県を中心とし近隣エリアも対象に含め、学びの内容を周知させる対面型の広報を中心に展開してきた。

当時、食農学類に就任予定の教員らは、県内はもとより隣接県の高校に出向き（あくまでも予定として）同学類の実践的な学びの特徴や魅力を生徒に伝える進

路講演や模擬講義を積極的に行っていた。地域社会に対しては、開設前年度に企業・自治体向け説明会（2018年7月）、新学類スタートアップシンポジウムを開催（2018年10月）し、食農学類の周知を図るだけでなく期待感の醸成を行う機会を設けた。

また冒頭に記載した通り、「広報の非効率性」「高校の教員と保護者の影響力の強さ」を前提にした有効な手段として高校教員が活用している情報サイトにて新設食農学類の学びの魅力にフォーカスした情報発信を行った。²⁾

近隣では新潟食糧農業大学が設置され、食農学類と同年度に高崎健康福祉大学が農学部を設置するなど農学の分野に対するマスコミの注目も集まっており、受験情報誌に限らずビジネス誌でも「農学系統学部の開設ラッシュ」などと取り上げられることも多い状況になっていた。³⁾

2.3 食農学類のアドミッションポリシーと独自入試

食農学類のアドミッションポリシーは、食品産業や農林業の第一線で活躍することや、行政や教育機関などで食品産業や農林業を支える人材をめざす意欲を持った人材を受け入れることとしており、初年度からAO入試（現総合型選抜）を導入している。

AO入試の特徴は、「地域社会貢献枠」と「実践教育経験枠」に分かれている点で、「実践教育経験枠」は、農業高校など専門学科の意欲ある学生を受け入れるために独自の募集人員枠として設定しており、出願条件には日本農業技術検定などを設定している。

2.4 食農学類の入試結果

初年度入試には入学定員に対して495名の出願があった。（表1）一般選抜の前期日程では志願倍率で3.4倍となり我々の想定をやや上回る結果となった。

表1 平成31年度 食農学類入試結果

入試方式別	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数
一般入試（前期日程）	190	179	67	61
一般入試（後期日程）	247	73	30	26
AO入試	58	58	20	20
合計	495	310	117	107

県別	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数
福島県	171	125	40	40
東北（福島県を除く）	72	44	19	16
北関東3県	154	87	39	34
新潟県	33	18	9	7
その他	65	36	10	10
合計	495	310	117	107

2.5 入試結果分析の目的と手法の検討

既述の通り、食農学類の広報活動は（進路講演、模擬講義、高校訪問など）対面型を中心としたステークホルダーとのコミュニケーションを軸に展開してきた。高校への資料発送、高校教員が活用するサイトの活用は二次的な位置づけであったが、これらの広報活動が入試結果にどのように影響したのか分析を行った。

特に力を入れた「福島県内や隣接県からの志願状況」、「大学の学びが及ぼす受験への行動変容」、「高等学校教員の認知理解と進路指導実態」など確認する上で、分析方法は以下の3つの手法を用いている。

- (1) 学内のデスクデータ分析
大学の入試データから、県別、高校別、入試制度別に受験状況を確認する。
- (2) 入学者への定量調査分析
受験行動をとった要因分析、有効なメディア、進路講演・模擬講義の対面広報などの効果測定
- (3) 高校教員ヒアリング
高校教員の食農学類への認知・理解度の確認
上記 (1)、(2) の結果を誘因した背景の検証

(1) と (2) の検証手段として、学生へのインタビューは高校教員ヒアリング同様に有効であると考え、食農学類入学生（一期生）へのインタビューも実施しているが、誌面の制約上割愛し、次年度以降の別稿としたい。

3 入試結果分析の概要

3.1 入試結果分析(大学の入試データによる分析)

まず (1) の大学入試データを集計分析することで、以下の状況の確認を試みた。既存の理系分野の学類である共生システム理工学類（以下「理工」と表記）と比較し、初年度志願者の傾向を以下の①一般選抜と、独自入試の②AO入試でまとめている。（図2）

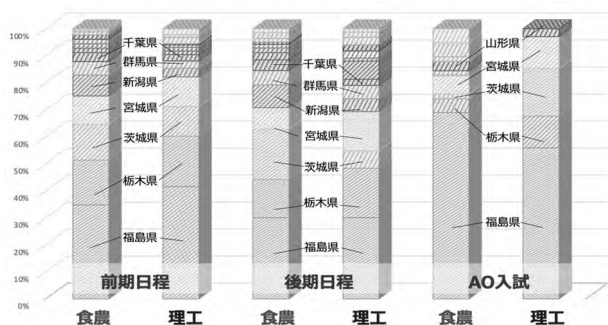


図2 2学類比較 県別・入試制度別志願者数

① 一般選抜前期日程では、福島県の志願者は全体の約3割を占めた。志願者を多い順に並べると、理工とほぼ同様の構成だが食農の方がやや広範囲に志願者を集めており、後期日程でも同様の傾向を確認することができた。一般選抜志願者の出身高校では、国公立大学合格者を多く出している高校（朝日新聞 EduA 2020）が他学類よりも20%程度多いことがわかった。⁴⁾

② 図2に表記した食農学類のAO入試は2つの志願者の合計数値で掲載している。食農での福島県の志願者数は全体の6割強を占めており、5割の理工を大きく上回っている。

誌面の制約上図表は掲載していないが、内訳として「地域社会貢献枠」には福島県出身者が84.0%と多数を占める一方「実践教育経験枠」への福島県出身者は43.0%と地域社会貢献枠に比較して少ない結果となった。

3.2 入学者への定量調査による分析概要

ここでは2.5の(2)の調査について言及したい。アンケートでは、食農学類の初年度入試を経て4月に入学した学生に対して、受験や入学の動機、何が意思決定の要因になったのかを探る調査を行っている。

高校への配布物などのメディアの有効性を確認しつつ、食農学類が標榜する「地域（福島）と連動した学びや実践的な研究」が受験行動にどれだけ影響したのかを検証している。

前述の福島県を中心とした対面型の広報活動が機能していたとするならば、「福島県内の高校生は、学びの内容に興味関心を抱いて受験した割合が高く、他県は相対的に低い」という仮説が成立すると考え、福島県とそれ以外の県・エリア等数値を比較する分析を中心に行った。これらを検証することで、食農学類の「学び」による広報を継続する際に県ごとの情報ニーズの違いをコンテンツに反映させられるという意図もある。アンケートの実施概要は以下の通り。

調査対象：平成31年度 食農学類 入学者 108名
 目的：新設食農学類への進学動機分析
 調査方法：学類オリエンテーション枠を使ったアンケート調査
 調査期間：2019年4月～5月
 有効回答数：94
 回答者の出身エリア（県）
 福島県（34.0%）福島以外の東北・北海道（16.0%）
 新潟・北関東（41.0%）中部以西（12.8%）

アンケート調査については、初年度ということもあり単純集計とそこからの傾向をみるに留めているが、令和3年度では、食農学類新入生への同様のアンケートを実施し経年比較も含めた精緻な集計分析を行う予定である。

回収できた94人のうち福島県内出身者は32人(34.0%)で、全学の入学者数に占める福島県の割合に近い数値となっている。

「食農学類を志望したきっかけ」については、自分で調べたという回答が41.5%で最も多く、高校教員(38.3%)、保護者(13.8%)と続く。

誌面の制約上図表は掲載していないが、内訳では、自分で調べたと回答したのは、首都圏から西で多く、高校教員と回答したのは、南東北と北関東で多い結果となっている。福島県出身者は、自分で調べた、高校教員がほぼ同数という結果であった。(表2)

表2 食農学類を志望したきっかけ

項目	人数	割合
オープンキャンパス	6	6.4%
自分で調べた	39	41.5%
高校の先生	36	38.3%
保護者	13	13.8%
友人・先輩	1	1.1%
その他	4	4.3%
* 複数回答可としての設問		n=94

「情報収集で参考にしたもの」についての設問では、大学HP(78.7%)と最も多く、進学情報サイトと大学案内がそれに続く。大学教職員の講演(7.4%)は少なく、講演を実施した福島、宮城出身者3人ずつの回答のみである。同様に講演を実施した茨城、栃木出身者からの回答はなかった。(表3)

表3 情報収集で参考にしたもの

項目	人数	割合
新聞	10	10.6%
進学情報サイト	56	59.6%
大学HP	74	78.7%
進学した先輩の話	6	6.4%
保護者の話	6	6.4%
SNS	4	4.3%
大学案内	54	57.4%
大学教職員の講演等	7	7.4%
* 複数回答可としての設問		n=94

「受験する際に重視したこと」の設問において、食農学類の「学びの特徴」と回答した学生は68人で約72%を占めている。(表4)

表4 受験をする際に重視したこと

項目	人数	割合
学びの特徴	68	72.3%
学費・奨学金	31	33.0%
立地	18	19.1%
研究内容	18	19.1%
資格取得	18	19.1%
大学の知名度	6	6.4%
就職	0	0.0%
教員	18	19.1%
入学後の成長	10	10.6%
大学院進学	0	0.0%
カリキュラム	19	20.2%
* 複数回答可としての設問		n=94

「学びの特徴」と回答した学生の福島県内出身者とそれ以外での差異について確認したところ、福島県内出身の学生が人数は最も多いものの比率は62.5%で他県出身者と比べ高いとは言えない。

逆に高かったのは、宮城県、栃木県、群馬県、新潟県等となっており、県外の学生が学びを重視して受験したことがわかる。

福島県の数値が比較的低いことから、福島県内出身者が回答した他の項目を確認したところ、他県に比べて「学費・奨学金」「立地」の数値が高いことが確認できた。(表5)

表5 県・エリア別 学びの特徴を重視した割合

アンケート回答者数 (a)	学びの特徴と答えた人数 (b)	回答者に占める割合 (a)/(b)	学費・奨学金と答えた割合		立地と答えた割合
			割合	割合	
福島	32	20	62.5%	50.0%	37.5%
栃木	15	13	86.7%	33.3%	6.7%
茨城	10	6	60.0%	20.0%	0.0%
宮城	7	6	85.7%	28.6%	14.3%
群馬	7	5	71.4%	28.6%	14.3%
新潟	7	5	71.4%	14.3%	14.3%
岩手	2	1	50.0%	0.0%	0.0%
秋田	2	2	100.0%	0.0%	0.0%
山形	2	1	50.0%	50.0%	0.0%
埼玉	2	2	100.0%	50.0%	0.0%
* 複数回答可としての設問 (上位10県のみ掲載)					n=94

表には掲載していないが、この設問について選抜方法ごとの傾向を確認したところ、AO 入試受験者全員（福島県出身者は半数）が「学びの特徴」と回答しており、併せて AO 入試受験者の全員がオープンキャンパスに参加していたこともわかった。

その他アンケート調査の自由記述欄への記入内容から伺えた傾向を確認すべくキーワードで分類し可視化している。（図 3）



図 3 自由記述内容の可視化（キーワード分類）

福島県内、県外で共通したキーワードは「学問」となっており、福島県内出身者では「地元」「教授陣」というキーワードが目立った。他県では、「一期生」が多くあがっていた。キーワード分類した際に、第一志望かそれ以外かで傾向の違いが確認された。第一志望者に比べて第二志望以下では「国立大」「学力」の比率が高いことがわかる。

自由記述内容を精査すると、福島県出身者は「模擬授業に触発されて受験した」「農業の風評被害を払しょくする解決策を見つけない」「等具体的な学びへ動機を記載しているケースが多かったのに対し、他県は「新しい農学部だから」「学びたい分野」だからとやや漠然とした回答が目立った。

「学びの特徴」（表 4）で括ると可視化できないことが自由記述から確認できている。

3.3 高校ヒアリングによる分析

前述の通り、3.1 入試結果データ分析の結果と、3.2 食農学類入学者アンケート調査から確認された結果について、該当する県の高校を訪問し、進路指導と食農学類への受験動機との因果関係を確認するとともに、食農学類への認知状況の確認などを行った。高校ヒアリングの概要は以下の通り。

高校ヒアリング

調査対象：岩手県、宮城県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、新潟県の高校 計56校
食農学類への志願実績がある高校

および本学への進学実績がある高校

各高校の進路指導部（室）主事もしくは教諭

目的：入試結果分析、入学者アンケート調査分析結果の検証
食農学類の認知・理解度の確認

調査方法：高校訪問によるインタビュー調査

調査期間：2019年6月～12月

福島県内の高校においては、食農学類が地域のニーズに応える形で設置されたことや、実践的な農学を学ぶことなど学類の特徴を理解されている状況を確認することができた。

「これまで農学系統を志望する生徒は他県の大学に進学せざるを得なかったが、地元で貢献できる農学部ができたことで優秀な生徒を県内で進学させられる」との意見がある一方、「県内と関東の高校生の学力差を考えると、推薦入試の導入が必要ではないか」との意見も複数出ている。

食農学類の教員による模擬講義などは、「生徒の動機付けになっていた」と回答した意見が県内から少なからず出ており、食農学類の学びによる動機付けは受験を促すに有効であることを示唆しているのではないかと推察される。

高校教員からも入学者アンケート結果同様に、「学び」の魅力だけでなく、地元で進学を希望する生徒が受験したという意見も多数あった。

北関東各県の高校ヒアリングでは、既存の近隣国立大学農学部受験に選択肢が一つ加わったという話が多数あった。食農学類の設置の趣旨、実践的な教育方法などへの興味関心は福島県内ほど高くなく、地元国立大学の併願先としての位置づけで同学類の情報を収集していたのではないかと推察される。入試制度への質問を頂く機会も多いことから関東の高校から見た食農学類のポジションが伺える。

志願者が在籍していた高校教員からは、「食農学類を希望する生徒は、教科としての『生物』が得意な理系の女子生徒である」という情報も得ている。

このことが、入学者アンケート調査における北関東出身者の「学び」数値が高い（表 5）のも、このような要因が背景にあると類推する。

福島を除く東北各県の高校では、自県の国公立大学に農学系統の大学が設置されていることと、農学系統志望者の絶対数が少ないこともあって、普通科高校では食農学類に対する関心は低い印象を受けた。志願実績のある農業高校からの反応では、総合型選抜（実践

教育経験枠)が魅力的に映っているようで、より専門的で実践的な農学が学べることの認知から食農学類に対する理解度の高さを確認できた。

新潟県、首都圏の高校では、教員の食農学類への認知度は低く、農学系統をめざす生徒が自ら食農学類の情報を収集し実際の受験に向かうにあたり高校教員に相談したという状況があったようだ。

高校ヒアリングを通して、食農学類が対象として重視すべき地域は、福島県と隣接する各県であることを再認識できたと考えられる。

一方で、今回のヒアリングから、福島県以外の高校では、(食農学類は)他大学農学部の併願先としての位置づけであり、学びの内容の浸透まで至っていないことも確認できたことは、今後の広報活動への大きな課題と考える。

模擬授業等で対面型の広報で生徒は動機付けできるとしても、最終的な出願における高校教員の影響力はとてもの大きいことを再認識した機会となった。

4 まとめ

4.1 分析結果からの課題の整理

18歳人口減少期の現在では、新設学類(学部)であっても多くの受験生が集まるわけではない。それだけに新しく設置される学類の周知はもとより、新設することの意義や必然性、学びの特色や魅力、卒業後の進路などが明確に表現され、かつ、高校や高校生に伝わる工夫が求められている。

新設された食農学類は、こうしたことを前提として対面型の(学びを軸とした)広報活動を積極的に展開し、初年度は多くの志願者を集める結果となった。では、多くの志願者が「食農学類の学びの特色や魅力」を理解した上で受験してきたのか、については既述の通り多いとは言えない結果が明らかになっている。総合型選抜の結果は「成果」と捉えることが可能でも、一般選抜は厳しいと見るべきだろう。

「学び」と言っても「食農学類独自の教育研究の内容」ではなく「新設の農学部」「隣接する県にできた農学部」という概観的な「学び」程度の理解が多く、さらに福島県以外では、生徒の意思だけでなく高校教員の指導(地元大学農学部の併願先など)が強く働いている事もインタビュー内容から確認することができた。

単年度の分析から全てを結論付けてはならないが、これまで述べてきた報告を踏まえて、ふたつの課題に整理できる。ひとつは、選抜制度(旧入試方式)の特性と広報の関係性であり、もうひとつは、地域の特性と広報の関係性である。

国立大学の選抜制度(旧入試方式)の特性を考えれば、一般選抜(旧一般入試)は依然競争環境が厳しく、高校生が学びに触発されたとしても学力上のハードルを越える必要がある。広報活動としても学びの特色や魅力と併せて学力面のハードルを考慮した設計が求められるはずだ。この点については、継続課題としてさらに分析を進めていきたい。

総合型選抜(旧AO入試)は、学力よりも意欲を重視するため、学びに触発された高校生にとって親和性は高いと言えるが、そもそも募集人員が少ないことも課題であり、未採用の学校推薦型の導入など選抜方法による解決策の検討も必要であると考えられる。

地域の特性については、福島県とそれ以外の隣接する各県に分けてして整理したい。

認知が進む福島県内においては、高校教員からの期待感も高まっているだけに、食農学類の学びの年次進行と併せ、教育研究の成果や学生が成長するプロセスなどを高校現場や高校生に対して正確にわかりやすく周知することが求められてくるはずだ。

さらには、広報課題だけでなく、3.1で記載したような「入試制度」や「学力問題」という課題が顕在化しており高校教員へのヒアリングからも確認できている。生徒の意欲だけでなく学力の向上、高い学力を持った生徒への理解浸透と受験促進など高大接続の観点からも県内の高校との継続的なコミュニケーションが重要になるだろう。

他方、隣接する各県の高校教員の理解浸透も大きな課題である。関東地方と隣接する福島大学では、志願者の約4割を関東および新潟県で占めている。多くの18歳人口を抱える関東各都県、新潟からの志願者獲得の優先度は高くそれは食農学類に置いても同様である。

今回の分析から関東各都県、新潟県では、高校教員がキーパーソンになることが確認できたことは成果であるが、地元大学の併願先としか位置づけていない現実も見えてきた。

彼らに対しては受験時の併願先だけでなく(農学系統をめざす生徒にとって)本命の選択肢となりうるポテンシャルを持っていることの理解を促す必要がある。これは容易なことではないが、高大接続改革によって高校の探究学習(課題研究)等が定着しつつあることは追い風として機能しそうである。この点についても継続課題として捉えておきたい。

高大接続改革期の選抜制度改革との兼ね合いも含めて、自学にとっての「量的、質的な志願者の確保」と「アドミッションポリシーに合致する学生の受け入れ」について、どのような情報発信とコミュニケーション

ョンによって解決していくべきなのか。

本研究で明らかになった継続課題に取り組むことで解決策を導き出したいと考える。

4.2 おわりに

東日本大震災から令和 3 年で 10 年目の節目を迎えたが、福島県には依然として風評被害が存在している。こうした課題に向き合う食農学類は、設置から丸 2 年が経過し、教育・研究ともに活動の成果が徐々に揃い始めてきている。

例えば 2 年生後期授業からスタートしたコース横断型の「農学実践型教育プログラム」は、地域の自治体や産業界及び地域の方々と連携した教育が進められており活動の進捗状況を共有する報告会も行われている。有効性の高い施策は各自治体と農家、そして本学学生で商品化するなどの計画も準備されている。

一期生として入学した学生たちは、主体性を持った学生が多く、積極的な学びは授業や演習に留まらず、農学分野のサークル「福桃 (フータオ)」を設立し、「援農」として地域の農家の支援や SNS を通して福島の農産物を発信するなど活発に活動を行っている。

食農学類への進学が、農学系統を志望する生徒の自己実現や成長を促進させている事実をエビデンスとして可視化させる活動を行っている。

このことが前述の継続課題の解決にむけたコンテンツとして機能することになるだろう。

本研究が本学の食農学類に限らず、大学の普遍的な高大接続上の課題解決に繋がるべく取り組みを継続していきたい。

注

- 1) 図 1 出典は、農業農村工学会誌 第 88 巻第 2 号の「新設の福島大学食農学類の実践型教育と今後の課題」申 文浩 (福島大学) による。
- 2) 高校教員が活用している情報サイトとして、ベネッセコーポレーションが運営しているハイスクールオンラインに情報を掲載していることを指す。
- 3) 東京経済オンライン 2018 年 09 月 29 日
「全国の大学で『農学部』が次々新設されるワケ」
<https://toyokeizai.net/articles/-/239658>
(2021 年 3 月 4 日)
- 4) 朝日新聞 EduA 2020 年 9 月 1 日 「全国国公立大学 現役合格率」の記事から各高校の実績を確認している。

参考文献

- 小山良太 (2018). 「解説 福島の風評被害の現状と課題」
『日本原子力学会誌 ATOMOS / 60 巻 (2018) 9 号 / 書誌』
- 野口将輝 (2019). 「大学入試パブリックリレーションズ-関係性志向の入試広報の重要性-」『令和元年度全国大学入学者選抜研究連絡協議会 (第 14 回) 研究発表予稿集』 167-172.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (2006).
Effective Public Relations, 9th edition, Pearson Education.
(日本広報学会監修, 2008) 「体系パブリック・リレーションズ」 桐原書店
- 日本学術会議 東日本大震災に係る学術調査検討委員会「提言 東日本大震災に係る学術調査: 課題と今後について」
<http://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/pdf/kohyo-22-t170-1.pdf>
(2021 年 3 月 4 日)