

# オンラインでいかにして参加者の満足度が高い広報を行うか

——東京大学における学校推薦型選抜に関する対話的な説明会開催の試みから——

植阪 友理, 柴 里実, 石井 徳子, 内田 奈緒 (東京大学)

一般選抜以外の入試方法は国立大学でも広がりつつあり, その効果的な広報は重要な課題である。しかし, 新型コロナウイルス感染症拡大等の影響もあり, 新たな工夫を取り入れる必要性があった。東京大学でも, 平成 28 年度入学者選抜から学校推薦型選抜を実施している。この入試に関して, 新たな工夫を加えたオンラインでの対話的な説明会を, 生徒向けおよび教員向けに実施した。例えば生徒向け説明会では, 現役の学校推薦型選抜の入学者 (以下, 推薦生) に協力を求め, グループ交流のファシリテーターや, 代表の推薦生によるプレゼンテーションの司会等を担当してもらった。終了後に学部別相談会も実施し, 推薦生と生徒のさらなる交流を図った。生徒向け/教員向け説明会どちらにおいても, 高い満足度が得られたことが示され, どのような点が満足度に貢献したのかを分析した。

キーワード: 学校推薦型選抜, 広報, オンライン, 生徒向け, 教員向け

## 1 問題の所在

近年, 国公立大学を含む多くの大学において, 一般選抜以外に, 総合型選抜や学校推薦型選抜が多く実施されるようになってきている。東京大学では, 平成28年度入学者選抜から日本の高等学校等の生徒を対象に学校推薦型選抜を実施している。学校長による推薦を基本としているが, 本学において面接等を実施して総合的に可否を判定している。昨年度までに第3期生までが卒業し, 学内調査から, 推薦生が教員から非常に高い評価を得ていることが明らかとなっている。また, 合格者を見てみると, 学校推薦型選抜では, 女子の割合が45%程度と高い水準を維持している。これは一般選抜における女子の割合20%よりもはるかに高い値であり, 多様性の確保を目指す東京大学における課題解決に貢献していると言える。しかし, 課題も少なからず存在する。例えば, 本選抜が開始して以来, 合格者が定員に満たない状況が続いている。こうした点を考えると, 一般選抜以外の入試についての効果的な広報の実施は重要な課題である。

一方で, 一般選抜以外の入試の広報には特有の難しさがある。私立大学では多くの学生が一般選抜以外の, 総合型選抜や学校推薦型選抜を通じて入学しているのに対して, 国立大学では私立大学に比べると相対的には一般選抜以外の入試による入学者は少ない。東京大学では1年の入学者数は約3000名であるのに対して, 学校推薦型選抜による入学者の定員は100名である。このため, 本学についていえば, 大学全体での広報では一般選抜の説明が中心となりがちで, 一般選抜以外

の入試について十分な説明を行うことが難しい状況にある。一般選抜に対して, 総合型選抜や学校推薦型選抜の入学者が少ないという状況は, 多くの国公立大学において生じており, 一般選抜以外の入試の広報の工夫の必要性を感じる大学も存在する可能性がある。

また, 本学についていえば, 一般選抜以外の入試が十分に社会的に認知されていない可能性がある。本学に学校推薦型選抜によって入学した学生に対するインタビューから, 出身高校の教員が本学における学校推薦型選抜を知らなかったという事例があったことが示されている。この学生は自ら調べ, 本学の学校推薦型選抜の受験にむすびついたものの, 情報を得ることなく, 受験の機会を失っている生徒も存在する可能性がある。多様な情報を得て, 様々な選択肢の中から進路を決定できる状況を作るためにも, 教員や生徒に対して幅広く一般選抜以外の入試についても広報を行っていく必要があると考えられる。積極的な広報を通じて, 生徒と教員双方に, 各大学が想定している選抜の趣旨や生徒像を理解してもらうことは, 生徒が正しい情報に基づいて進路を決定できることにつながる点でも有益であろう。国公立大学における一般選抜以外の入試の広報は, 本学のみならず, 多くの大学において生じる重要課題と考えられる。

一般選抜以外の入試における他大学の広報戦略を概観してみると, 総合型選抜について, 近隣の高校の探究活動を支援したり (例, 大久保ほか, 2022), 近隣の高校を大学教員が訪ねるなど (例, 新藤, 2022), 学校を絞って積極的に広報を行うところもみられる。

この知見は参考になるものの、本学においては活用することが難しい。その原因の1つとして上述の事例が総合型選抜であったのに対して、本学では学校推薦型選抜ということが挙げられる。本学の場合には1学校が推薦できる人数は最大4名(このうち男女は各3名まで)とごく少数である。学校を絞って訪問するような広報は、訪問にかかるコストを考えると、効果的とは考えられなかった。これらを考え合わせると、積極的な出願を促すために、新たな工夫を取り入れた広報を考える必要が生じていた。

これらの問題意識から、本学では、学校推薦型選抜に特化した生徒向けおよび教員向けの説明会をオンラインで新たに行うこととした。なお、本学の学校推薦型選抜を受験する生徒側の問題として、一般選抜と並行して受験の準備を進める必要があるために負担が重くなりがちで敬遠されやすい傾向がある上に、校内に同じ目標をもった友人が少ないため動機を維持しにくいという問題が発生していることが、学内のインタビュー調査から示されている。よって広報を行い、学校推薦型選抜の趣旨を理解してもらうのみならず、生徒自身が本学で学びたいことを語り、現役の推薦生と交流するとともに、同じく本学の学校推薦型選抜を目指す他校の生徒にも出会い、刺激をもらう場として機能させることも目指した。

こうした点を踏まえて開発したオンライン説明会では、いくつかの工夫を導入した。詳細は後述するが、概要は以下の通りである。生徒向け説明会では①現役推薦生を様々に活用した。②一方的な説明会ではなく、生徒も参加する対話的な場とした。③様々な学部の推薦生と接する機会を設けるのみならず、同様の目標を持った生徒同士の交流にもつながるように希望者が参加する学部別交流の場を説明会終了後に設けた。④当日参加できない生徒、保護者に対し、希望に応じて後日映像を配信するなどの工夫を加えた。また、教員向け説明会では①趣旨説明に加え、現役推薦生に高校時代の生活等も語ってもらうことで、具体的な生徒像のイメージを持ってもらう、②教員同士を交流させ、お互いの工夫や課題を語る場を作るなどの工夫を設けた。

以上を踏まえ、本論文では、オンライン形式であっても高い満足度をもたらす学校推薦型選抜説明会を、生徒向けと教師向けに設計することを第1の目的とする。さらに、アンケートや自由記述を分析し、どのような点が高い満足度につながったのかを考察することを第2の目的とする。

## 2 オンラインによる対話的な生徒向け説明会の実施

2021年度、本学では3回にわたり生徒向け説明会

を実施した。本稿では第2回を例に、詳細を紹介する。

### 2.1 実施概要

**実施日時**：7月30日(金) 13:30-16:00

\*希望者のみ学部別交流会にも参加(16:50まで)

**募集方法**：本学に資料請求をした高校約9000名に対してメールを通じて直接募集をかけた。さらに610校に対してチラシ配布と本学ホームページでの告知によって募集をかけた。

**参加者**：映像視聴も含む総申込数は358名(内訳：高校3年生138名、2年生99名、1年生54名、中学生8名、既卒生4名、学校教員13名、保護者42名)であった。当日は、全国の中高校生204名が参加した。

**ファシリテーター**：計62名の現役推薦生が協力した(全学部、学部1年から修士1年まで)

### 2.2 当日のプログラム

1. 担当副学長からの開会の挨拶(約5分)
2. 大学教員からの学校推薦型選抜に関する概要説明(約30分)
3. 学生司会のもと推薦生からのプレゼンテーションと生徒からのチャットへの応答(約50分)
4. 推薦生との小グループでの交流(約40分)
5. 閉会の挨拶と終了後の案内(約10分)
6. (終了後、希望者のみ)推薦生との学部ごとの個別相談会(約50分)

### 2.3 参加申込者の居住地

表1から、関東からの参加者が多いものの、全国から幅広く生徒が集まっている様子が分かる。

表1 生徒向け説明会参加申込者の居住地

地域別	人数	割合
北海道	10	3%
東北地方	12	3%
関東地方	192	54%
中部地方	44	12%
近畿地方	39	11%
中国地方	15	4%
四国地方	7	2%
九州地方	24	7%
不明	15	4%

### 2.4 参加者の反応

#### 2.4.1 参加者情報等と全体的な満足度

終了後にフォームでアンケートを実施した。当日参加者の回答数は109名であった。以下、結果を示す。

まず、図1の結果から、高校3年生(59.6%)が中心であるものの、高校1、2年生も幅広く集められていることが分かる(合計38.6%)。また、図2を見ると、

40%を超える参加者が学校の教員からの紹介で参加していることが分かる。これは、約 610 校に対するポスターの送付やホームページ上での告知が効果的であったことを示している。今回の説明会開催に当たっては、メールを生徒（高校生 1-3 年生）9000 人に対して送付しているが、教員の紹介を通じた参加(41.3%)は、生徒へのメールによる告知を通じた参加者（12.8%）をはるかに凌いでいた。学校推薦型選抜ということもあり、学校の教員を通じた広報が重要であることが改めて明らかとなった。

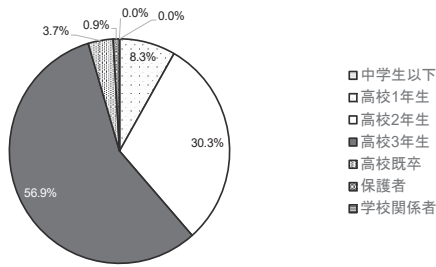


図 1 アンケート回答者の所属

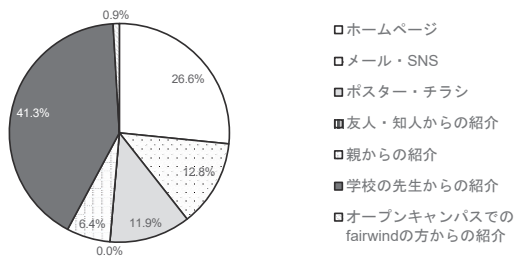


図 2 説明会を知ったきっかけ

次に、参加者の満足度を見ていく。図 3~図 6 に、説明会の各パートに対する満足度のデータを掲載している。「大学教員からの説明」, 「推薦生のプレゼンテーション」, 「推薦生との小グループでの交流」, 「(終了後に行った) 学部ごとの個別相談会」いずれについても、参加者の 90%以上が「非常に有益だった」もしくは「やや有益だった」と回答している。特に、推薦生のプレゼンテーションは 93.6%が「非常に有益であった」と回答しており、著しく高い満足度を示している。

### 2.4.2 自由記述の結果

次に、第 2 の目的に対応して、本オンライン説明会のどのような点が効果的であったのかを考察するために、自由記述を分析した。自由記述の分析に先立ち、初めに特徴的な生徒の反応について以下に挙げる。

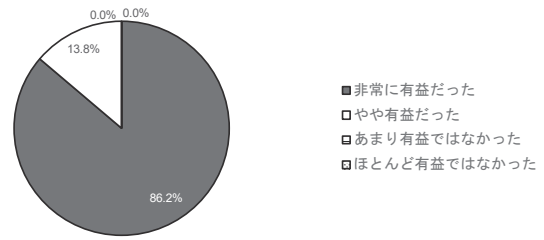


図 3 大学教員からの説明に対する満足度

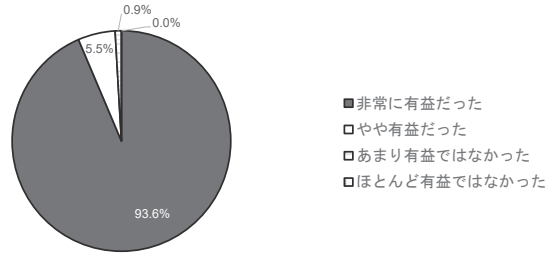


図 4 推薦生のプレゼンテーションに対する満足度

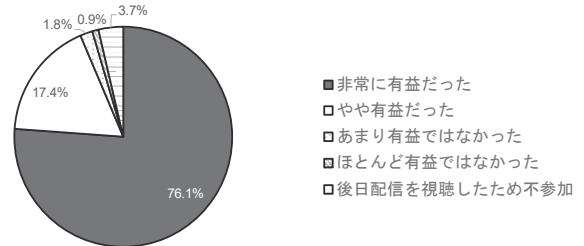


図 5 推薦生との小グループでの交流に対する満足度

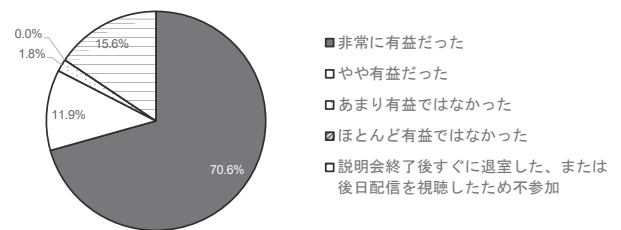


図 6 学部ごとの個別相談会に対する満足度

「今回初めて参加しました。私の学校には推薦受験した東大生がないため生の声を聞く機会が無く、受験にあたって様々な不安がありました。『キミの東大』(注：高大接続研究センターが運営する高校生向け web サイト)を端から端まで読んでやはり不安で、ネットで植阪先生が誤解であると仰っていたように地方女子が有利と聞いて焦ったりと、なかなか受験に踏み切れずにいました。自身に適性があるか見極めようと思って参加しましたが、先輩方の発表を聞く内に『こんなに素敵な人がいる大学で学びたい!!』という思いが強まり、もしハンデがあろうとも、絶対に受けようと思

意しました。自分のやりたいことを再確認するいい機会になったと思います。この説明会は（私のように）推薦を受けるか悩む生徒の背中を押す役割があると感じました。今後もぜひとも続けていただきたいです。素敵な説明会をありがとうございました。」

この記述から、いくつかの点が読み取れる。学校推薦型選抜に関する大学からの広報として、これまで大学が主催した説明会は行ってこなかったものの、「キミの東大」での推薦生のインタビュー記事の掲載など、webを通じて積極的に発信を行ってきた。一方で、こうした広報だけではカバーできていない実態も伺える。オンラインでの対話的な説明会は、生徒の受験を後押しすることにつながると感じた。

より詳細に分析するため、自由記述の中で生徒が評価した点をカテゴリに分けた。この結果、以下のような大きなカテゴリに分けられた。

**推薦生のプレゼンテーションセッションの進行の仕方がよかった** 1つ目のカテゴリは、推薦生のプレゼンテーションの進め方に関するコメントである。例えば、「プレゼン中に司会者が突っ込んだり、リアルタイムでチャットをすることで、オンラインながらも距離が近くなり、画面越しでも飽きずに楽しめた／学生の方もとてもお話が上手でアットホームで、チャット形式なども画期的で面白いなと思いました！！／在校生の先輩方の発表では司会の方とのやり取りやチャット欄で楽しく進めている感じがとても良かったです！また学部に関わらず推薦生同士の繋がりがとても濃い様と感じました。自分も推薦で東大に入学したら、こんなに熱意のある仲間たちと一緒にになれるんだ！と思うと早く東大に行きたくてたまりません」などが見られた。

**他の生徒から刺激を受けた** 2つ目のカテゴリは、他の生徒から刺激を受けたというものである。例えば「自由な交流で普段と違った意見や発言が聞けて（読めて）とても楽しかったです。目標が自分と近い人との交流だったので頑張ろうという気持ちが増して参加して良かったです。／同年代の学生がどのようなことを日々行っているのかも知れてとても刺激になりました。私以外の多くの学生が今日の説明会に参加してよかったなと思っていますはずです！」などがあった。

**学校推薦型選抜についての理解が深まった** 3つ目は、学校推薦型選抜の理解に関する記述である。「なんとなく学校推薦型選抜というものがどんなものなのか知ってみるか参加したのだったが、お話には大いに刺激を受け、自分が今後どのようにしていきたいか考える良い機会となった／また、在学生の方から志望理由や経歴を聞くことができ、自分が抱いていた『実績が

あまりなくても大丈夫かな？』という不安が消えて、推薦に対する勇気が芽生えた。」等の記述が見られた。**東大に対する印象が変わった** 4つ目は、東大に対する印象の変化に関する記述である。例えば「前時代的な偏見で東大生（がり勉ばかりでコミュニケーションをあまり好まないような方が多そう）を見てしまっていたのですが、実際の社会や実学的な部分と絡みつつ多様に活躍されている推薦生の皆さんの声を聴けて大変刺激的な時間になりました。」などが見られた。

**推薦生との交流で刺激を受け、不安が払拭された** 5つ目は、現役推薦生との交流で、不安が低減したことに関する記述である。「こんなことができるよね、こんなイベントがあつてね、といったプラクティカルな情報を知ることができた上に、学科選択の向き合い方などの学びへの姿勢について実際の声を聞くことができたのも良かった。／私は自分の興味ある分野について調べたりしているけれど受賞したことはなく、東京大学の学校推薦型選抜を受けるには実績が足りないと思っていたが、職員や学生の方々から実績だけでなく意欲や関心を持っている生徒を集めたいというお話を聞き、じぶんにもチャンスがあることを知ることができて良かった」などが見られた。

**東大に入学したいという気持ちがより強くなった** 6つ目は、入学意欲に関する記述である。例えば、「参加して、更に東大に推薦で行きたいと思う様になりました！東大は女子が少ないですが、推薦説明会では意欲のある女の子たちが沢山いて、興味のある分野は違っても、同期になって研究のことや将来のことなど、同志で語り合いたい！と思えました。」などがあった。

## 2.5 考察

アンケート結果から説明会が高い満足度をもって受け止められたことが示された。前節で述べたのは第2回の結果であるが、第1回と第3回も同様の結果であった。よって、高い満足度を与えるオンライン説明会を設計するという第1の目的は達成できたと考える。次に、どのような点が満足度につながったのかを考察するという第2の目的について検討する。オンライン説明会の各パートの中で、学生司会で進められた推薦生のプレゼンテーションにおいて特に高い満足度が示された。推薦生のプレゼンテーションにあたっては、推薦生自身が学生司会となり、チャットも使いながら対話的に推薦生の生活を紹介した。チャット上には生徒からの質問も活発に集まり、ファシリテーターとして参加する推薦生が応答するなど、双方向的な交流を行っていた。自由記述からは、こうした交流が満足度

を引き上げた可能性が示唆された。また自由記述からは、小グループでの交流や学部別交流において現役推薦生に具体的に質問ができたことや、目標が近い他校の生徒に会えたことなども言及された。本学の印象の変化や不安の低減などにも言及がみられた。これらの点が全体として高い満足度につながったと考えられた。

### 3 オンラインによる対話的な教師向け説明会の実施

2021 年度には、教員向け説明会も実施した。冒頭で述べたように、本学に学生を入学させるような高校でも、本学の学校推薦型選抜を知らない教員が少なからず存在すると考えられた。また、本学が行った高校を対象としたアンケートからは、本学が求める生徒像が十分に共有できていない可能性が示唆されていた。よって、高校の教員に、本学の学校推薦型選抜の存在を伝え、学校推薦型選抜が求める生徒像を理解してもらうことが重要であると考え、実施した。

また、他校の教員と話す機会を設けることで、より積極的に本学の学校推薦型選抜に応募する際の不安を低減したり、ノウハウを共有したりすることでできるのではないかと考えた。そこで、教員向け説明会中にも、教員同士が交流できる場を設けることとした。

#### 3.1 実施の概要

**実施日時：**2021 年 7 月 24 日（土）14:00-16:00  
**募集方法：**学校へのチラシ配布による募集（約 610 校）、メールによる直接募集（61 人）、本学ホームページを通じた告知。  
**参加者：**映像視聴希望を含めた総申込数は 192 名であった。当日参加者は、教員 60 名であった。  
**協力した現役推薦生：**プレゼンテーションを行う推薦生 4 名、質問対応の院生 1 名を含めた計 5 名

#### 3.2 当日のプログラム

1. 担当副学長からの開会の挨拶（約 5 分）
2. 大学教員からの学校推薦型選抜に関する概要説明（約 30 分）
3. 推薦生からのプレゼンテーション（約 50 分）
4. 全体での質疑応答（10 分）
5. 参加教員同士での小グループ交流（約 20 分）
6. 閉会の挨拶（約 5 分）
7. 個別の質問対応（約 60 分）

#### 3.3 参加申込者の特徴（居住地及び指導経験）

参加申し込み時の情報を参考に、参加申込者の居住地と本学の学校推薦型選抜の指導経験を問うた。この

結果、北海道から九州まで幅広く参加していることが分かる。指導で忙しい教員 192 名もの申し込みを得ることができ、かつ、これだけ幅広い地域から参加者を募ることができたのは、オンラインのメリットであると考えられた。

表 2 教師向け説明会の参加申込者の居住地

地域別	人数	割合
北海道	8	4%
東北地方	14	7%
関東地方	87	46%
中部地方	17	9%
近畿地方	29	15%
中国地方	15	8%
四国地方	7	4%
九州地方	4	2%
不明	9	5%

約 7 割は学校推薦型選抜の合格者を輩出した経験がない学校の教員であった一方、学校推薦型選抜の合格者を輩出した経験がある学校の教員も 3 割いた（図 7）。また、本学の学校推薦型選抜の指導を「担当したことがない」教員が約 75%であったのに対して、25%ほど「担当したことがある」と回答していた（図 8）。さらに、一般選抜で本学を受験する生徒について問うたところ、「毎年一定数の生徒が受験する」が最も多く、79.7%であったが、「ほとんどいない」、「数年に一度受験する生徒がいる」と回答した参加希望者も全体では 20%ほど存在した（図 9）。参加する教員の多様性は確保されていたと考えられた。

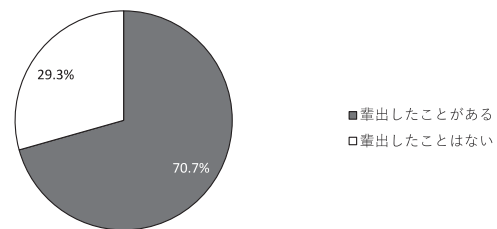


図 7 本学の学校推薦型選抜の合格者を輩出した経験

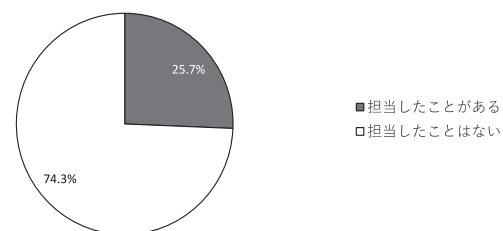


図 8 本学の学校推薦型選抜を担当したことがあるか

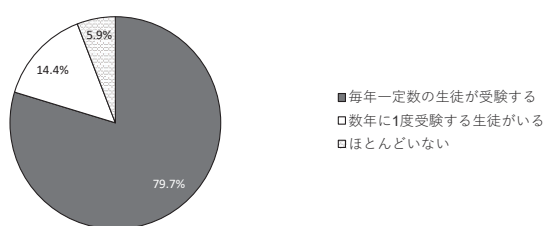


図9 一般選抜で本校を受験する生徒はいるか

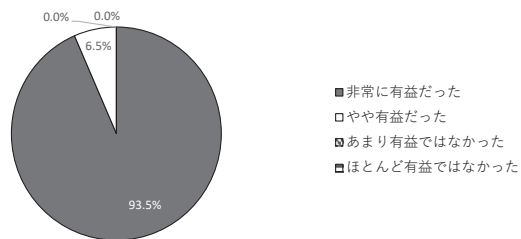


図11 推薦生のプレゼンテーションに対する満足度

### 3.4 参加者の反応

終了後に、フォームでアンケートを実施した。回答者数は46名であった。

#### 3.4.1 参加者情報等と全体的な満足度、認識の変化

全体的な満足度を検証するために、オンライン説明会の各パートの満足度を問うた(図10~12)。この結果、「大学教員による説明」および「推薦生のプレゼンテーション」は全ての回答者が「非常に有益であった」もしくは「やや有益であった」と回答している。特に「推薦生のプレゼンテーション」は、「非常に有益であった」が93.5%であり、非常に高い満足度であったことが示された。教員同士の交流については、後日映像視聴を除いた回答者のうち、87.4%が「非常に有益」もしくは「やや有益」と答えており、一定の意義があることが示された。相対的に満足度が低かった理由として、すでに学校推薦型選抜を経験したことがある教員にとって、小グループでの活動は必ずしも新たな情報をもたらさなかったためではないかと考えた。なお、説明会を知ったきっかけを問うたところ、ポスター・チラシが41.3%であり、学校にポスターやチラシを送付することの効果が示された(図13)。

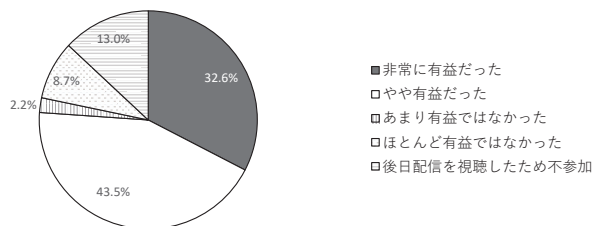


図12 教員間での小グループでの交流に対する満足度

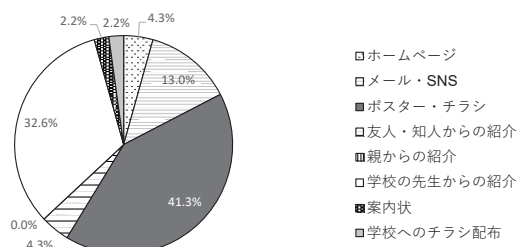


図13 説明会を知ったきっかけ

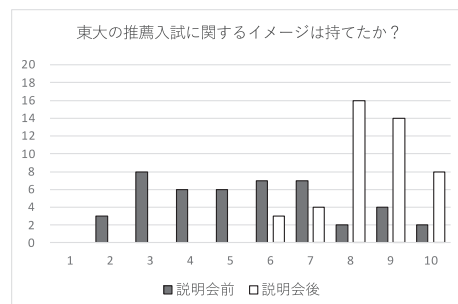


図14 東大の学校推薦型選抜のイメージは持てたか?  
注) 縦軸: 人数, 横軸: 10段階評定の回答値

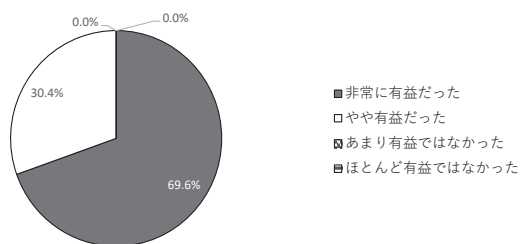


図10 大学教員からの説明に対する満足度

さらに、本説明会に参加する前と後で、本学の学校推薦型選抜に対するイメージは変化したのかを問うた。東大の学校推薦型選抜に関するイメージを1(全く持てない)から10(非常によく持てる)の10段階で問うたところ、説明会前後でイメージがより持てるようになった様子が確認できた(図14)。

以上の結果から、満足度の高い教員向け説明会を設計するという第1の目的は達成されたと考えられる。また、なぜ高い満足度を保証できたのかを検証するという第2の目的については、アンケートによると、特に「推薦生のプレゼンテーション」が貢献していることが明らかとなった。教員向け説明会では、生徒向け説明会のようにインタラクティブに実施したわけではなく、パワーポイントを用いたプレゼンテーションスタイルであったが、高い評価を得ている。「推薦生のプレゼンテーション」のどのような点が満足度に結びついたのかについては、自由記述を通じて分析する。

さらに、教員向け説明会の広報については、約 610 校に対するチラシの送付が効果的であったことが明らかになった。約 610 校は、本学の学校推薦型選抜に出願する可能性がある学校を選定したリストに基づいている。具体的には、各都道府県のトップ校、スーパーサイエンスハイスクール (SSH) とスーパーグローバルハイスクール (SGH)、一般選抜で多くの生徒を本学に送っている高校等、幅広く集めている。加えて、これまでの合格実績にとらわれず、出願する可能性がある学校を幅広く対象としてチラシを配布したことで、さまざまな高校からの教員を集めることができた。教員同士の交流も高い満足度を示しており、一定の役割を果たしたと考えている。さらに、本学の学校推薦型選抜に対するイメージは持たかという質問に対して、説明会前後で大きな差が見られたことから、教員に対して本学の学校推薦型選抜の趣旨と生徒像を伝えるという役割は十分に果たしたと考えられる。

### 3.4.2 自由記述

第 2 の目的について、どのような点が満足につながったのかを検証するため、自由記述を分析した。カテゴリ分けした結果を述べる前に、本説明会が教員にどのように受け止められたのかがよく分かる特徴的な記述を、以下に 2 つあげる。

「在学生の方の発表は、とても参考になるものでした。具体的に、高校時代にやっていたことや大学で学びたいと思っていたこと、現在学んでいることなどが示されていて、非常にわかりやすかったです。発表された在学生の皆さんが、『やりたいこと』を『やりたい場所』でできているんだろうなということがひしひしと伝わってきたので、同じく『御校で〇〇を学びたい!』という強い想いのある本校生のサポートを全力でしていき、合格に繋げていきたいと改めて思うことができました。また、繰り返し『コンテスト等はあくまでひとつのエビデンスに過ぎない』ということを仰っていたので、少し安心しました。」

「将来何をやりたいのか、どう社会に貢献するかを考え、行動していくことは、その先の未来をつくる生徒たちに日々問うていることでした。今年度の生徒の中には将来やりたいことがあり、推薦を考えている生徒がいます。これまで本校では推薦で貴学を志望する生徒がおらず、ノウハウがなかなかなくて困っていました。今回のお話を聞き、私自身も勇気をいただきました。その生徒たちが進む道をサポートできるように指導していきたいと思えます。」

このように、本説明会は多くの点で、教員に新たな

視点を提供したと考えられた。1 人の教員が複数言及した点が見られるため、以下では各記述を要素に分解し、どのような点で本説明会の意義があったのかを検討した。自由記述の内容をカテゴリ分けした結果は以下の通りである。

**推薦生のプレゼンテーションで求める生徒像のイメージが伝わった** 1 つ目のカテゴリは、推薦生のプレゼンテーションによって、本学の学校推薦型選抜で求める生徒像のイメージが具体的に伝わったと述べた記述である。例えば「推薦生の実態について知れたこと。どの学生も興味関心の幅が広く、行動力があることが特徴のように感じた。／実際の推薦入学の合格者の声が聞けたこと。どういう生徒が求められているかのイメージが伝わりました。／また、受験だけでなく、その先についても理解することができ、どのような生徒が欲しいのかを伺うこともできて、参考になりました。」などが見られた。

**要項の「業績」に関する認識が変わった** 2 つ目は要項の「業績」に対する認識が変わったという記述である。例えば、「全国的・世界的コンテストの出場が必要という訳では無いという点を強調されていたところ／行動力があり、幅広く活動をするを通じて自分のやりたいことを絞り込めた生徒が、推薦入試 (原文ママ) に合格していくのだと理解できました。コンテストや各種オリンピックは、その結果として得られるものであることがよくわかりました。／繰り返し『コンテスト等はあくまでひとつのエビデンスに過ぎない』ということを抑っていたので、少し安心しました。」などである。

**他校の教員と情報交換や交流ができた** 3 つ目は、他校の教員との情報交換や交流に関する記述である。

「他校の先生とも少しでしたが交流でき、お話が聞けてよかったです。／他校の先生とのセッションもあり、情報交換できて良かったです。／他校の先生方との話の続きがもっとしたいと思いました。」などがある。

## 3.5 考察

アンケートから、非常に高い満足度が得られたことが示され、高い満足度の説明会を実施するという第 1 の目的は達成されたと考えている。また、第 2 の目的である、どのような点が満足につながったのかの検証について考える。アンケート結果から、特に「推薦生のプレゼンテーション」が高い評価を得ていた。自由記述からは、4 名のプレゼンテーションに共通点を見出すことで、求められる生徒像が明らかになったことが大きかったと考えられた。さらに、それらの推

薦生がまさにそうであったように、科学オリンピック等の結果は、あくまでエビデンスの1つにすぎないことが認識され、「業績」の見方に変化が生じたことも満足度につながったと考えられる。また、他校の教員との情報交換や交流も有益であったという回答が多く、こうした場も満足度の高さに貢献したと考えられる。

#### 4 総合考察

本学では、学校推薦型選抜に特化し、工夫を加えたオンラインでの説明会を実施した。生徒向け3回、教員向け1回を実施した結果、生徒向けではのべ約1000名の生徒が当日 Zoom もしくは映像視聴で参加した。教師向けでは、約200名の教員が当日 Zoom もしくは映像視聴で参加した（申し込み段階の人数）。申し込み時の情報から、関東が中心であるものの、全国から幅広く参加者が集まっていたことが分かった。終了後には、全ての回において、高い満足度が示されている。これらの結果から、オンラインによって、満足度の高い学校推薦型選抜の説明会を設計するという本論文の第1の目的は達成されたと考える。

さらに、第2の目的である、高い満足度に貢献する理由を検討するという点についても考察する。生徒向け説明会では、一方的な情報発信にとどまらず、対話的に参加する経験を組み込んだことが挙げられる。推薦生のプレゼンテーションでは、現役推薦生が司会となり、事前にチャットの使い方を体験させるなど、オンラインであっても活発にやりとりする環境の構築に努めている。こうした工夫の上で研究関心や高校時代の生活や現在の生活などを紹介している。発表中、チャット欄には、グループ交流のために参加する他の推薦生から応援のメッセージが届いたり、自分も同じ体験をしたという生徒のコメントがでたり、それに対して司会が取り上げるのみならず、チャット欄で他の推薦生から反応が来たりと、非常に活発であった。説明会後のアンケートでは、この体験を「画期的」と述べる生徒がいるなど、これまでの説明会とは一線を画するものであったことが窺える。また本稿では十分に紹介していないものの、説明会開始前にも現役推薦生と交流する時間を設けている。さらに、終了後も、学部に分かれての交流の場を設けている。ここでは、さまざまな学部の様々な現役推薦生に会うことにつながっていた。多様なレベルで対話が設けられていた点に特徴があり、そのことが全体的な満足度を押し上げていたと考えられる。

教員向け説明会では、高い満足度に至った理由として、第1に4名の現役推薦生をみたことで具体的な

イメージが持てたことが挙げられる。個々の興味関心は違っても、主体的に学びに取り組む姿は共通していた。具体的な生徒像をつかめたことから、自らの学校の生徒にもう少し積極的に勧めてみようなどの意見も、グループ交流中に聞かれた。第2に、要項だけでは読み取りにくいニュアンスが伝えられたことが重要であったと考えられる。具体的には、エビデンスとして科学オリンピックなどに焦点があちがちであるが、そうではないと大学教員から明示された。また、プレゼンテーションを行った推薦生も、必ずしもそうした実績を持っていなかった。要項の意図をより深く理解できた点が満足度につながったと考えられた。

なお、今回の企画は概ね大学の教員やスタッフが企画立案したものである。ただし、企画立案した計画を、事前に現役推薦生に問いかけるなど、常に現役推薦生からのフィードバックを受けながら運営した。推薦生に運営にかかわってもらうことによって、よりスムーズになった運営の点も多々ある。当日参加した現役推薦生に対しても終了後のアンケートを実施したところ、「自分が受験生の時に参加したかったと思うほど有意義な時間だったと思います！大学はどう考えているかわからないけれど少なくとも私はこの方みたいな学生と学びたい！と思える参加者が沢山いて、こちらとしても刺激的でした」など、参加したことによって刺激を受けたという意見も見られた。また推薦生同士の交流の場ともなったことも示された。

最後に、出願者の学部間偏りという本学の課題を是正するための試みが十分ではなかったことを限界として挙げたい。例えば、生物に興味がある学生は、高校からの延長で理学部のみ焦点を当てがちであるが、他の多くの学部でも研究が可能である。生徒の視野を広げるような工夫を今後より多く設けること、また、この試みが直後のみならず長期的にどう影響したのかを検証することが今後の課題である。

#### 参考文献

- 大久保貢・中切正人・田中幸治(2022). 「高大接続・教育委員会と連携した地元高校生の人材育成『福井プレカレッジ』への支援と入学者確保—福井大学工学部の事例—」 『大学入試研究ジャーナル』 **32**, 17–22.
- 新藤洋一 (2022). 「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—」 『大学入試研究ジャーナル』 **32**, 62–68.