



2013 大学入試センター 研究開発部 シンポジウム  
入試研究から見た高大接続  
—多様化する大学入試にせまる—

アドミッションセンター教員による入試研究事例紹介

## 新入生に対するアンケートの結果分析

並川 努  
新潟大学 教育・学生支援機構（入学センター）

## 発表の流れ

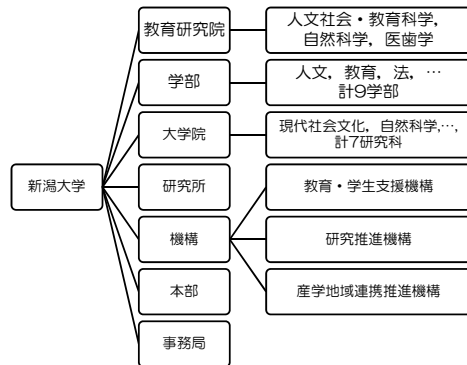
### 1. 新潟大学 入学センターの紹介

- 入学センターの位置づけ
- 入試広報活動の概要

### 2. 入試広報アンケートの分析結果

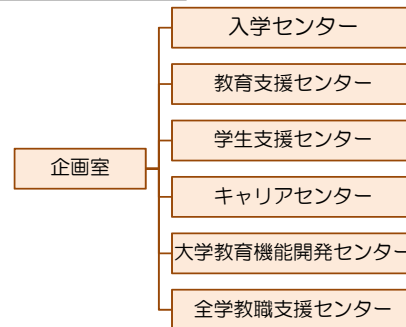
- 利用媒体と有用性
- 志望校選びで影響を受けた人物
- 新潟大学が第1志望だったか
- 昨年度の平均勉強時間（1日当たり）
- 今年度の平均勉強予定時間（1日当たり）

## 新潟大学 入学センターの紹介



教育・学生支援機構

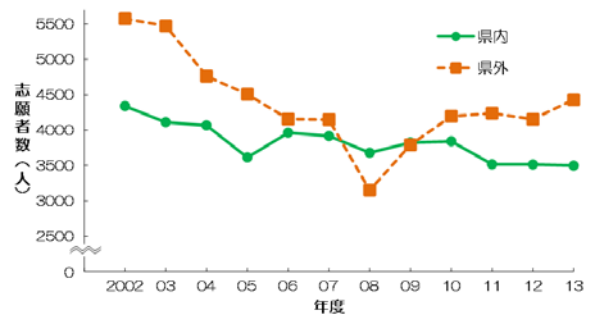
入学から卒業・修了までの学びを  
一体的に支援



## 教育・学生支援機構 入学センター 理念・目標

- 本学の入学者受入方針に応じた優れた入学者の確保及び入学志願者の開拓のため、入学試験全般に関する企画戦略を策定することを目的としています。
  - (1) 大学入学志望者の動向に関する調査及び分析に関すること
  - (2) アドミッション・ポリシーの周知その他入学試験に係る広報に関すること
  - (3) 入学志願者に対する進学相談に関すること
  - (4) 入学試験に関する情報の学部への提供並びに助言及び支援に関すること
  - (5) 過誤のない入学試験の実施方法に関すること
  - (6) 入学者の学業成績等の追跡調査に関すること
  - (7) その他センターの目的を達成するために必要な事項

## 新潟大学の志願者数 (出身高校の所在地別)



## 新潟大学の入試広報

- 高校訪問
  - 東日本を中心に378校（平成24年度）を  
教員と職員が2人1組で訪問
- 高校教員招聘事業（アドミッション・フォーラム）
  - 新潟県内、県外の主な高校の教員を招聘
- オープンキャンパス
- 新潟大学説明会（新潟県外）
- 進学相談会

7

## 入試広報の改善に向けて

- 入試広報に関するアンケート
  - 4月に新入生及びその保護者に対して「入試  
広報改善のためのアンケート（以下、入試広  
報アンケート）」を実施。
- その他 各種アンケート

8

## 平成24年度 入試広報に関するアンケート

- 新入生
  - 2012年度に新潟大学に入学した新入生  
2287名  
(男性1389名, 女性879名, 不明19名)
- 保護者
  - 2012年度の入学式に出席した保護者  
- 820名  
(父親212名, 母親578名,  
祖父1名, 祖母2名, その他・不明27名)

9

## 質問項目

- 利用媒体と有用性
  - 「大学のホームページ」「大学案内パンフレット」等  
13種類の広報媒体（イベント）について、  
利用（参加）したか否か。
  - 利用した場合は、どのくらい役に立ったか（5件法）。
    - 1. まったく役に立たなかった
    - 2. どちらかと言えば役に立たなかった
    - 3. どちらともいえない
    - 4. どちらかと言えば役に立った
    - 5. かなり役に立った

10

- 志望校選びで影響を受けた人物
  - 「高校の先生」「母親」「父親」等の8項目について、  
志望校を選ぶ際にどのくらい影響を受けたか。
- 新潟大学が第1志望だったか
- 昨年度の平均勉強時間（1日当たり）
- 今年度の平均勉強予定時間（1日当たり）

11

## 利用した広報媒体とその有用性

- 利用率（新入生）
  - 「大学のホームページ（87%）」
  - 「大学案内パンフレット（84%）」
  - 「学部・学科のホームページ（78%）」
  - 「学部案内パンフレット（76%）」
  - 2010年度の結果（佐藤ほか, 2012）とも同様
- 有用度
  - これらの間に大きな差はなかった
  - ウェブの利用率が高いが、紙媒体の広報も引き続き  
重要

12

表1 広報媒体の利用数及び評価

	新入生				保護者			
	利用の有無		評価		利用の有無		評価	
	順位	利用人数 (%)	順位	M	順位	利用人数 (%)	順位	M
大学のホームページ	1	1985 (86.8%)	5	4.1	2	611 (74.5%)	2	4.2
大学案内パンフレット	2	1918 (83.9%)	2	4.2	1	645 (78.7%)	3	4.2
学部・学科のホームページ	3	1766 (77.2%)	4	4.1	4	533 (65.0%)	5	4.1
学部案内パンフレット	4	1736 (75.9%)	3	4.2	3	582 (71.0%)	4	4.1
オープンキャンパス	5	1065 (46.6%)	1	4.2	5	308 (37.6%)	1	4.3
高校内にある大学の資料	6	1014 (44.3%)	6	4.0	7	295 (36.0%)	9	3.8
教員・研究室のホームページ	7	988 (43.2%)	10	3.7	8	287 (35.0%)	10	3.7
高校内での進学説明会	8	845 (36.9%)	11	3.7	6	306 (37.3%)	7	3.9
業者による進学情報雑誌	9	767 (33.5%)	12	3.7	9	237 (28.9%)	12	3.7
業者による進学情報のホームページ	10	698 (30.5%)	9	3.8	10	189 (23.0%)	11	3.7
業者主催の進学ガイダンス	11	514 (22.5%)	13	3.6	12	136 (16.6%)	13	3.5
高校主催の大学見学会	12	396 (17.3%)	8	3.8	11	153 (18.7%)	6	4.0
新潟大学主催の大学説明会	13	300 (13.1%)	7	3.9	13	93 (11.3%)	8	3.8

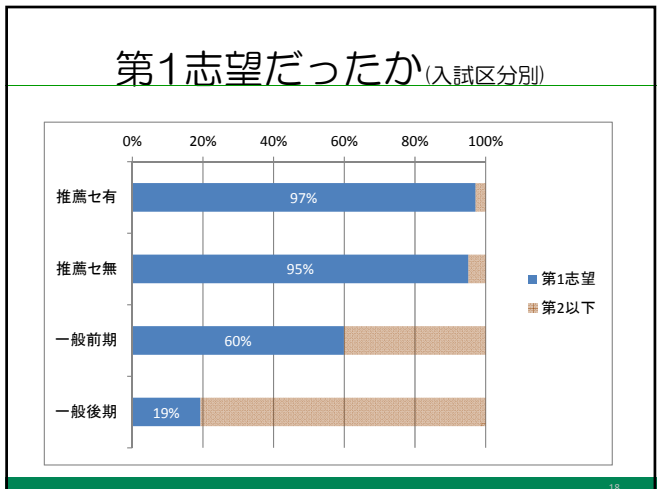
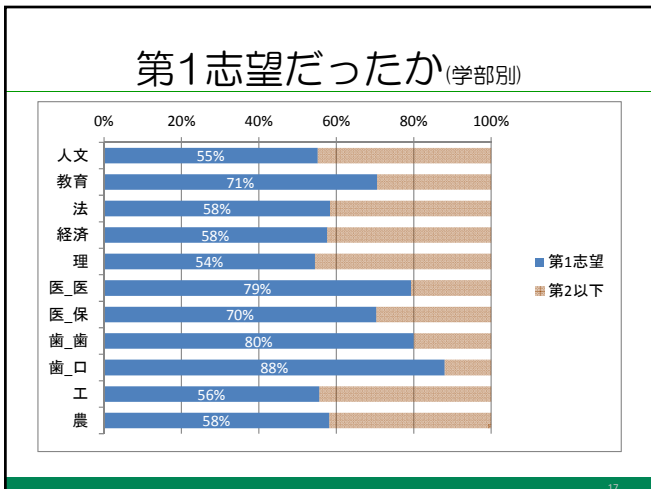
- 「オープンキャンパス」
  - 新入生の46.6%が利用
  - 有用度の評価では、大学のパンフレットやホームページ同様上位
    - 利用者は相対的に少ないものの、受験生へのアピールという点では有用
- 県内出身の新入生では、691人(70.2%)がオープンキャンパスを利用
  - 県外出身者では29.3% (359人)。

影響を受けた人物

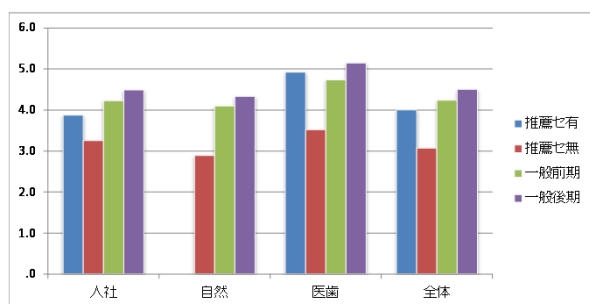
表4 新入生が影響を受けた人物

	全体				人文学系				自然科学系				医歯学系			
	順位	M	SD	順位	M	SD	順位	M	SD	順位	M	SD	順位	M	SD	
高校の先生	1	3.6	1.4	1	3.7	1.4	1	3.5	1.4	2	3.1	1.5	2	3.1	1.5	
母親	2	3.1	1.4	2	3.2	1.4	2	3.0	1.4	1	3.3	1.5	1	3.3	1.5	
父親	3	2.9	1.5	3	2.9	1.5	3	2.8	1.4	3	3.0	1.6	3	3.0	1.6	
高校の同級生	4	2.7	1.5	4	2.8	1.5	4	2.6	1.4	4	2.5	1.5	4	2.5	1.5	
高校の先輩	5	2.2	1.4	5	2.3	1.5	5	2.1	1.4	7	2.0	1.3	5	2.5	1.6	
学習塾や予備校の先生	6	2.1	1.5	7	2.1	1.5	6	2.1	1.4	5	2.5	1.6	6	2.1	1.4	
兄弟姉妹	7	2.0	1.3	6	2.1	1.4	7	2.0	1.3	6	2.1	1.4	7	2.0	1.3	
大学の先生	8	1.7	1.1	8	1.6	1.1	8	1.7	1.1	8	1.6	1.1	8	1.6	1.1	

- 家族
  - 家族のメンバーの中では、「母親」の影響が強い。
  - 特に医歯学系において「母親」の値が高く、高校教員と同程度。

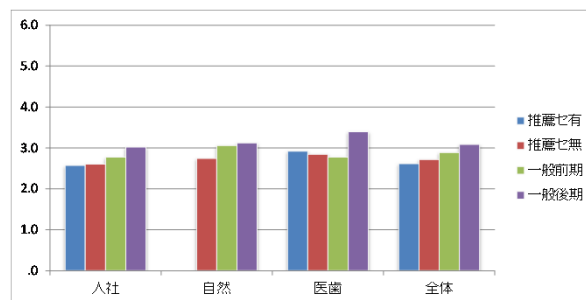


## 昨年度の学習時間（1日当たり）



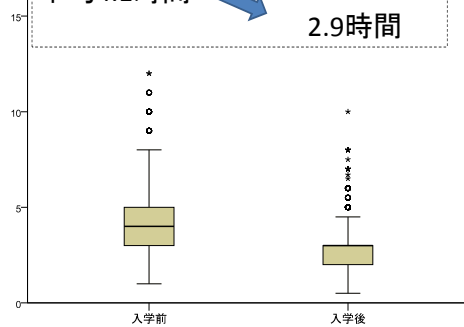
19

## 入学後の学習時間（予定）



20

平均4.1時間



21

ご清聴ありがとうございました。

22