

事例紹介

新潟大学入学センターの取組について
—入試広報活動を中心に—

新潟大学入学センター助教授 中 畝 菜穂子
 新潟大学法学部教授 駒 宮 史 博
 新潟大学医学部教授 坂 本 信
 新潟大学工学部教授 小 椋 一 夫
 新潟大学理事・副学長 深 澤 助 雄

1. はじめに

新潟大学入学センターは、平成15年4月に、センター長（副学長が担当）及び学内協力教員2名の体制で設置された。平成15年度は、主として、業務内容の検討と、次年度に採用予定の専任教員の人事を行い、16年度からは、センター長、専任教員1名、法学部、医学部、工学部からの協力教員3名によって、本格的に活動を開始した。

2. 入学センターの概要

入学センターは、入学者受入方針（アドミッション・ポリシー）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、設置された機関である。目標達成のため、具体的には、以下の業務を行うこととしている。

- (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
- 他大学の多くの入学センター（アドミッション・センター）とは異なり、現在のところ、AO入試の実施については、業務内容に含まれていないのが

特徴といえる。上記業務のうち、平成16年度は、主に入試広報活動及び入学試験結果の分析を実施した。本稿では、これらのうち、入試広報活動について、報告する。

3. 昨年度の入試広報活動

近年では、18歳人口の減少、国立大学の法人化を受け、良質な大学志願者の確保が重要な課題となっている。新潟大学も例外ではなく、今まで以上に、より積極的に大学情報を発信していくことが求められている。

そこで平成16年度は、入試広報活動として、県内高等学校での講演会、企業主催の進路相談会への参加、県外での大学説明会の開催等を行った。それらの活動中、特徴的なものとしては、ヴァーチャル入試体験の実施と、学生主体のプロジェクトチームによる大学広報ビデオの制作が挙げられる。

4. ヴァーチャル入試体験の実施

ヴァーチャル入試体験は、試験場として実際に使用されている大学構内の教室で、参加者が過去の個別学力試験問題を受験、その成績を参加者本人に通知するという試みである。個別学力試験は、その大学が入学者に求める学力を反映したものである（池田・鈴木、2004）と考えるならば、この試みは、入学志願者に対し、大学の入学者受入

方針を周知するものといえよう。

4.1 実施の概要

平成16年度のヴァーチャル入試体験は、新潟大学の活動状況を地域社会に広く紹介する「新潟大学WEEK」の企画の一つとして平成16年10月30日に実施された。実施日は、申込希望者の多くが高校生であろうことを考慮して、彼らが参加しやすいように土曜日に設定した。

企画については、県内の高等学校及び予備校宛てに、案内ポスターを送付することで、周知を行った。教室の収容人数の関係から、E-Mail、もしくはファックスで、事前に参加を申し込む形とした。最終的に57名から申し込みがあったが、当日、実際に参加したのは34名であった。これは、前週の10月23日に新潟県中越地震が発生し、中越地域の希望者が参加できなくなったことによるもの大きい。

実施科目は、個別学力試験のうち、最も受験者数の多い英語を用いた。実際の試験では、平成17年度まで、人文学部、教育人間科学部でリスニングが行われていたが（平成18年度は、教育人間科学部学校教育課程の教科教育コース英語教育専修以外は、リスニングを廃止している）、ヴァーチャル入試体験では、リスニングは省略して実施した。試験時間については、本番と同

様の90分とした。

答案については、入試問題の作成経験のある教員から、正解例や採点基準について指導を受けた上で、入学センターの専任及び協力教員が採点を行った。採点結果については、ヴァーチャル入試体験の実施からおよそ1カ月後の11月末に参加者本人に郵送で通知した。

4.2 参加者の反応

ヴァーチャル入試体験参加者には、成績通知表とともに、企画に対するアンケート用紙と返信用封筒を郵送した。ヴァーチャル入試体験の参加者34名中、16名からアンケートに対する回答があった（回収率47%）。

「今回のヴァーチャル入試体験は、進路を決定する際に役に立ちましたか」という質問に対しては、「非常に役に立った」から「どちらかといえば役に立った」を併せると16名中15名が役に立ったと回答していた（回答は「1. 非常に役に立った」から「6. 全く役に立たなかった」の6段階で尋ねている）。ヴァーチャル入試体験は、参加者には概ね、好評な企画であったといえる。

自由記述の中でも、「ヴァーチャル入試体験をもっと丁寧にやってほしい（他の教科も実施する、リスニングも行う、採点内容・基準を解答用紙に書

いて返却）」、「今回のヴァーチャル入試体験を本番と同様の3科目での実施を希望」というように、企画自体は肯定的に捉えた上で、更に充実した形での実施を望む声が多かった。また、「試験の雰囲気かわかり、本当に良い体験ができたと思う」という感想も寄せられており、本学志願者にとっては、試験の様子を入試試験前に体験できる良い機会であったと思われる。

5. 広報ビデオの制作

5.1 広報ビデオ制作の経緯

新潟大学の広報ビデオは、前回は、平成8年度に制作された。8年が経過し、内容が現状と合わなくなってきており、また、映像としても古さが目立つようになってきていた。そのため、入学センターでは、昨年度、学長裁量経費を活用し、新潟大学の広報ビデオを新たに制作することとした。

5.2 制作の意図

広報ビデオに盛り込む内容や制作方法について、入学センターで打ち合わせを重ねた結果、下記の方針でいくことが決定した。

- (1) 高校生の視点に近づけるため、副専攻「メディア・リテラシー」^{注1)}履修の学生有志を中心とする広報ビデオ製作委員会を結成する。副専攻

「メディア・リテラシー」代表の教員と入学センター教員が、全体の制作統括、映像管理を担当する。

- (2) 学生が後輩のために制作したことを前面に押し出し、高校生に、より親近感を持ってもらえるように配慮する。
- (3) 学部・学科毎の学習内容の紹介は、時間が短く、限定的な情報提供しかできないため、行わない。
- (4) 高校生に新潟大学に対する興味・関心を高めてもらうことを目的とする「ドラマ版」と、関心を持った学生に対し、より詳しい大学情報を提供する「ニュース版」の2本を制作する。
- (5) ドラマ版では、大学での授業受講の様子等、等身大の学生生活を描くことによって、大学への興味を高めてもらう。また、その中のエピソードに、「副専攻」や「国際交流」を絡め、大学の特長をアピールする。
- (6) ニュース版では、「学習」、「学生生活」、「卒業後の進路」のテーマ別に、ニュース形式で、情報を提供する。「副専攻」については、特集ニュースとして取り上げ、導入の経緯や制度の意義について、解説する。

5.3 新潟大学広報ビデオ

—ドラマ版—の概要

ドラマ版は、約21分の作品となって

いる。ストーリーは、主人公である写真部に所属する女子学生が、進路に迷う高校生との出会いをきっかけに、新潟大学の姿について、写真を通じて自分なりに伝えるという目標を発見するというものである。また、主人公が写真というやりがいを見つけたのと同様に、彼女の友人達も、副専攻の勉強や、留学といったそれぞれの目標に向かって努力していく。

主人公の日常生活の中には、パソコンを使用した授業やレポートの提出、卒業研究等、大学での学習生活の一端がうかがえる場面を多く設定した。また、教員にも出演を依頼し、高校生が大学教員に対して、親しみを持てるように配慮した。さらに、主人公が写真部という設定を活かし、新潟大学の四季の風景についても、伝わるように工夫をしている。

5.4 新潟大学広報ビデオ

—ニュース版—の概要

ニュース版は、全体で約23分の作品である。5.2 制作の意図で述べたように、「学習」、「学生生活」、「卒業後の進路」のテーマ別に、話題を紹介する形式になっている。

「学習」では、大学の授業形式について、1. 演習（ゼミ）、2. 実験・実習、3. 講義の3つに分けて説明、「学生生活」では、サークル活動の紹

介、食生活を支える学生食堂に関して紹介を行った。「卒業後の進路」では、卒業後の進路データの説明や、就職を支援するキャリアセンターの紹介、キャリアセンターが提供するキャリアインターンシッププログラムについて取り上げた。副専攻制度については、特集ニュースとして扱い、制度の概要や、学生にとって、どのような利点があるかについて解説した。

ビデオでは、大学の実際の様子が伝わるように、レポーター役の学生が、実験に参加したり、学食で試食を行ったりもしている。また、学長や留学生、キャリアインターンシップ経験者へのインタビューを盛り込み、大学関係者の生の声が、高校生に伝わる内容となるように配慮した。

ドラマ版、ニュース版とも、エンディングに撮影風景やNG集を挿入し、学生が主体となって制作を行っている様子が伝わるようにした。なお、ビデオのテーマ音楽は、学生が作曲したものについて、アレンジを変更して使用している。同一曲を使用することにより、ドラマ版とニュース版に共通性を持たせた。

5.5 広報ビデオが入試広報に果たす役割

通常、大学広報ビデオは、大学の姿を一般の人々にも分かりやすく伝える

ことを意図して作られるものと思われる。しかし、視聴対象を広く想定することによって、内容が総花的となってしまう感は否めない。

大学（入試）広報に関しては、対象者を特化することが、効果的な広報活動を展開するための、第一歩と考えられる（cf. 堀江，2004）。今回、制作した広報ビデオは、入試広報活動の一環ということで、視聴対象者を高校生に限定した。これにより、産学連携活動や社会貢献等の高校生があまり関心を寄せないであろう分野についての情報は、抜け落ちることになった。だが逆に、このことで、高校生が知りたい情報に焦点をしばった、進路選択の上で役に立つ、情報提供が可能になったといえる。

また、新潟大学に在籍する学生が、自分達の目線で、大学を紹介することで、実際に大学に関わっている人間からみたりアルな大学の姿を紹介することができた。この点が、映像業者に発注して、広報ビデオを制作した場合と、最も異なる部分であろう。

さらに技術的な側面からいえば、学生によるビデオ制作では、映像業者に制作を発注した場合と異なり、学生の許諾を得た上で、著作権を大学が保有することができる。これにより、ビデオの内容に変更が生じ、修正を加えたい時にも、大学側として、迅速に対応

することが可能となった。入学志願者は、正確な情報提供が、最も要求される対象と思われる。法人化に伴い、今後、短期間で、学内外で様々な変化が起こることも予想される中、最新の情報に随時変更が可能である、というのは大きな利点といえるだろう。

6. 今後の広報活動の展開

制作した広報ビデオについては、今年度の8月に実施されたオープンキャンパスや、10月から11月にかけて県外で実施している大学説明会時に上映し、活用しているところである。また今後は、県内の高校にDVDで配布し、進路選択の際の参考として、利用してもらう予定である。

ヴァーチャル入試体験については、今年度も10月29日（土）に実施した。今年度は、昨年度の参加者のアンケート結果等を踏まえ、試験科目を化学と英語の2科目に増やし、実施方法にもやや変更を加えた形で行った。

入試広報については、大学全体の広報活動の中でも、占める役割が大きい。そのため平成17年度からは、入学センターの専任教員が、学内の広報センターの協力教員となっている。今後は、大学全体の広報活動と連携をとることによって、入試広報をより積極的に推進していく予定である。

【注】

1) 副専攻制度とは、新潟大学が平成16年度から導入している制度である。この制度は、自分の専攻以外の分野について、一定の単位数以上を取得した学生に対し、卒業時に、学位とは別に、その学習の認証を付与するものとなっている。副専攻には、二つのタイプが設けられている。一つは、あるテーマに即して、授業科目を分野横断的に統合したプログラムとして提供される「課題別副専攻」、もう一つは、主専攻以外の分野で、一定数以上の単位を取得した場合に副専攻として認定する「分野別副専攻」である。「メディア・リテラシー」は、課題別副専攻の一つである。

【参考文献】

- 堀江 穆（2004）山口県における高大連携教育と大学広報 国立大学入学者選抜研究連絡協議会第25回大会研究発表予稿集，127-132。
池田文人・鈴木 誠（2004）北大キャンパスビジットプロジェクト—高大連携による大学入試の改善に対する取り組み— 国立大学入学者選抜研究連絡協議会第25回大会研究発表予稿集，133-136。