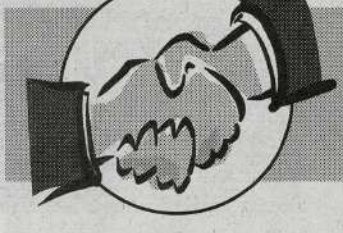

大学入試広報担当者の奮闘記

ウィズコロナにおける広報活動

旧AO入試の総合型選抜の受け付けが9月15日から、11月からは学校推薦型選抜の出願も始まり、いよいよ2021年度入試が本格的に動きだしている。ここにきて、新型コロナウイルスの感染者も第3波の兆候があらわれている。各大学の入試広報担当者は、従前の大学広報戦略が通用しない状況のなかで、試行錯誤しながら情報提供を行っている。私大協加盟校の広報担当者に聞いた。

―コロナ禍の状況下で入試広報上、苦労している点はなんですか?

「本学は既存の芸術大学のイメージを払拭するべく奔走しているものの、まだまだブランド力は高くなく、どうしても固定観念で判断されてしまうところもあるため、高校の先生や生徒らを訪問し、直接的に本学や専門分野のことを紹介する機会が作れなくなってしまったことは非常に厳しいところがありました。代替策としてZoom等を活用しての専門講義メニューを考え、個別高校に提案したりしたりもしましたが、まだまだ高校側もオンラインの対応に慣れていなかったり、通信面での問題もあったりで、限定的な対応に留まっていたのが実情です」(東北芸術工科大学・山形県)

「学外で実施される、相談会等が中止となってしまい、受験生に直接大学の話をする機会が激減してしまいましたが、本学が独自で実施している高校教諭を対象とした説明会などは、会場が密にならないよう対策を行ったうえで実施し、直接情報を伝える事ができました。しかし移動自粛の影響で、東海地区を越えた地域への情報提供が大きな課題となっております」(愛知工業大学・愛知県)

「県内の高校訪問については、高等学校の対面授業再開後から実施しましたが、例年より約2か月遅れの訪問となりました。また、近県高等学校の教員を招いた大学説明会は時期を遅らせ、県内高等学校のみへの案内としました。県外の高等学校への訪問も行えていないため、新しい入試制度の説明や出身学生の状況報告など、十分に出来ていません」(高松大学・香川県)

「毎年6月頃、九州各県で開催していた高校教員向けの説明会ができなくなったため急きょ、動画の制作を決めました。気を付けた点は、「推薦なのに併願」「授業料0円?特待生制度ミライクって?」などタイトルを分かりやすく、尺を短く、見てくれる方のストレスがないように2分半程度にまとめ、SNSで拡散することなどを視野に入れました」(崇城大学・熊本県)

―オンラインオープンキャンパス/個別相談を実施して見えてきた課題と感想についてお聞かせ下さい。

「オンラインオープンキャンパスは、物理的な移動を伴わないため、居住地を問わず参加できる点が最大のメリットになりますが、他方、オンラインというコミュニケーション手段はどうしても「目的直結型」になりがちなため、興味のある分野だけしか見ない参加者が多かった印象です。実際のオープンキャンパスでは学内を回遊しながら様々な分野に触れ、そこでの出会いから進学につながることも少なくないのですが、そうした機会が十分に創出できず、本人の固定観念を拡げられなかった点が課題と感じます」(東北芸術工科大学)

「受験生に直接情報を届ける事を念頭に、OCを実施するための感染対策を徹底して検討し、来場型のOC開催をしました。夏、秋開催をし、個別相談においては整理券を配布して対応する事で、密を避け実施ができました。時間を短縮し、規模も縮小して実施をしたため、通常のキャンパスの雰囲気が伝えられるような検討が必要であると考えています」(愛知工業大学)

「年間6回実施していたオープンキャンパスを3回中止しました。県内の高等学校が、授業再開となり、本学も6月から対面授業を再開することが出来たため、感染防止対策を徹底し、来学型のオープンキャンパスを開催しました。参加者は今年受験予定者に限定し、これまでのプログラムとは大きく変更せざるを得ませんでしたが、複数回参加する高校生が多くいました。アンケートにも実際に大学に来れてよかったとの感想が多数あり、オンラインだけでは伝わらない大学の雰囲気を感じ取ってもらえたと思っています。しかしながら、本学オープンキャンパスの目玉である在籍する学生主体の体験学習を実施することができなかったのは残念でした」(高松大学)

「個別相談は本学志願の受験生に個別対応ができて手ごたえは良いと感じますが、実際のオープンキャンパスを開催していた昨年とでは相談人数の差があります。オンラインオープンキャンパスでわざわざ本学にアクセスしてくれているので本気度は高いのであろうと想定しますが、最終的に今年度の実際の志願にどのような変化があるのかは、まだ不明であり、結果によっては課題となると考えています」(崇城大学)

―ウィズコロナにおける今後の広報のあり方についてお聞かせ下さい。

「次年度に切り替わっても、すぐには社会が落ち着くとは考え難く、一定期間は引き続き今と変わらない感染対策が必要になるものと感じます。そうなると、リアルとオンラインのコミュニケーションバランスをどう組み立て行くのかについて抜本的に見直す必要が出てくると考えます。具体的な動きについてはこれから詰めていきますが、少なくとも情報発信面では、本学に興味を抱いた方へ常に適切な情報を届けられるようコンテンツの見直しと拡充を図るとともに、SNS等での発信頻度を高めること、また、広報スタッフと連携し、今以上のパブリシティの獲得に繋げるべく対応していきたいと考えます」(東北芸術工科大学)

「対面による広報活動とオンラインによる広報活動の併用が必要であると考えています。コロナ対策によるオンライン企画ではなく、受験生により良い情報を提供する手段としてオンラインを活用し、対面の方が効果的であると思われる広報については、感染対策を十分に行い、情報提供ができればと考えております」(愛知工業大学)

「業者主催のオンラインでのガイダンスや大学説明などに参画していますが、参加する高校生の反応が掴みづらく感じています。現時点では、県外高等学校のガイダンスはオンライン、地元高等学校は対面型という参画方法が現実的だと思っています。ホームページだけではなく、様々なSNSを通して、今まで以上に最新情報を発信する必要があると考えています」(高松大学)

「受験生や保護者が必要な情報が入手し易いサイト構築や、学生や教員のリアルな様子の発信が重要だと考えています。SNSは種類ごとに内容を厳選しています。今年度はインスタグラムを開設し、スタッフによる短い動画でリアルなキャンパスの紹介や受験情報を発信していますが、アクセス数の伸びが早いです。将来が不安であり、キャンパスライフも見えない中、大学進学への受験生の動機は様々であり、研究や就職の広報についても、重要と考えています」(崇城大学)

―今年度の入試に対する取り組みについお聞かせ下さい。

「先般実施した「総合型選抜入試[専願型](旧AO入試)」では、社会状況に鑑み、評価のポイントを変えずにオンラインで実施する方法を考え、対応を切り替えるなど、日々変化する社会情勢のなかで、受験生のみならず本学教職員や学生らの安全を確保しつつ適正に試験を行うべく四苦八苦しているのが実情です。今後の入試については、前述の入試と方式が異なり、オンラインへの切り替えも一筋縄ではいかないところがあるため、文部科学省からのガイドラインに則り、適切な感染対策を講じながら実施していく予定です」(東北芸術工科大学)

「教室の収容定員を削減して教室を設定、消毒については各教室設置などの対策を行い、密をさけるために、試験会場を早めに開場するなどを行う予定にしております。また、受験票にQRコードを掲載し、感染症対策を含めた受験上の注意事項を必ず確認するよう周知し、受験生側にも注意を促し、大学と受験生の相互協力により、入試が安全に実施できるよう取り組んでいます」(愛知工業大学)

「今年度実施する入学者選抜は、共通テスト利用選抜を除き、感染防止対策を徹底した上で、従来どおりの対面型の選抜方法で実施します。感染状況に応じて、受験生への過度な負担や不安をかけないよう、柔軟に対応する予定です」(高松大学)

「コロナ禍で変化する情報を受験生にタイムリーに通知する「SOJOファン登録」の仕組みを立ち上げました。

WEB相談のPRの際には、スタッフの顔を掲載することで安心して相談してもらえる工夫をしました。

また、各地での試験会場を廃止し本学だけで試験を行うことに決定し、熊本市内ホテルに1泊2000円で宿泊できる受験生応援宿泊プラン「go to SOJO」を本学負担で用意しました。受験日には本学を見てもらいたいと考えています」(崇城大学)