

コロナ禍における入試広報

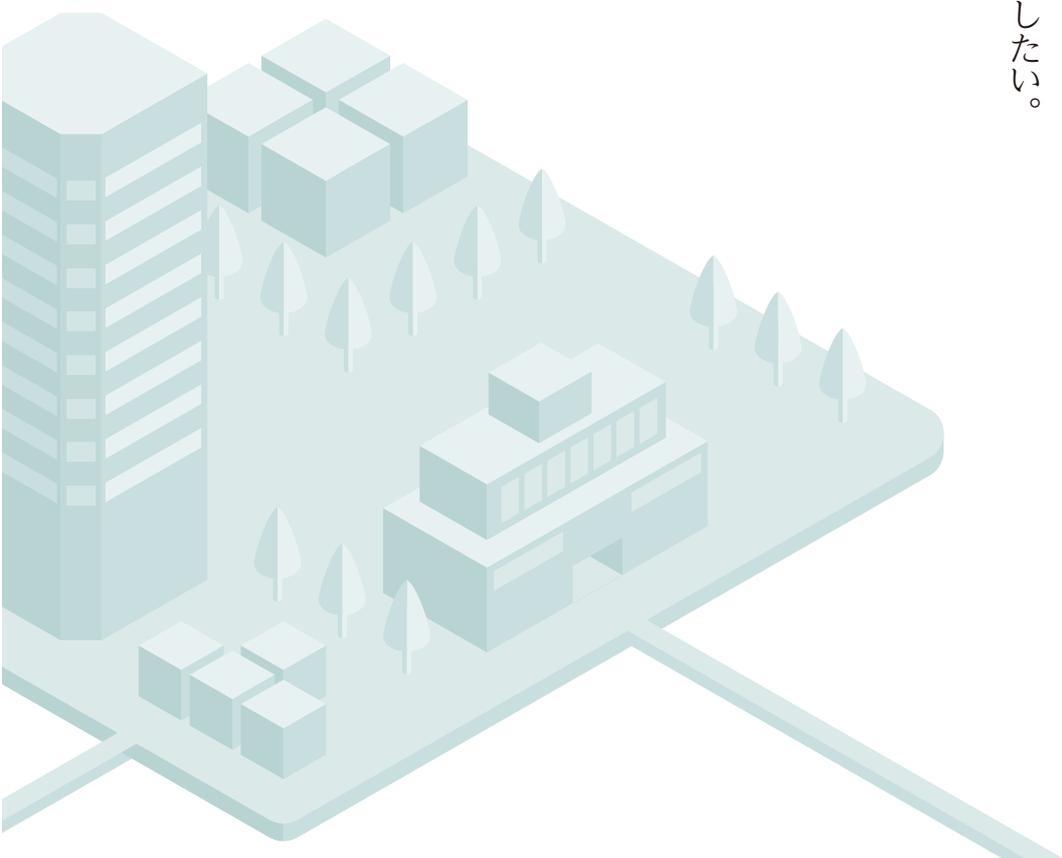
コロナ禍において実施される見込みの2021年度大学入試——各大学においては、入試制度改革実施初年度に向けた準備を進める中で、思いがけない対応を余儀なくされている。現在は、具体的な入学者選抜実施に向けての準備・実施が進む時期となっているが、いわゆる第1波・第2波の影響を受けた、春から夏にかけての入試広報活動にはどのような影響があったのだろうか。

オープンキャンパスや各種イベントの中止とオンライン実施への切り替え、リアルイベントを開催するに当たっての各種対応等、これまでの実施形態を当然とするならば、ネガティブな要素を感じずにはいられない中で、制限された状況下での実施努力と工夫から、大学・受験生・保護者



にとつても、新たな可能性・活路を見出す機会となったとも考えられる。

本企画では、コロナ禍という変化せざるを得ない状況下における入試広報や学生募集方法について、各大学の状況や取り組みを明らかにし、広く大学間で情報を共有するとともに、今後の可能性を見出すヒントを得る契機としたい。



CONTENTS

オンラインオープンキャンパスの可能性

小林 順 東京農業大学 入学センター長

コロナ禍と入試広報

ーデジタル・対面・学生参加ー

村上 隆 共立女子大学・共立女子短期大学
副学長

その時、入試広報の現場では

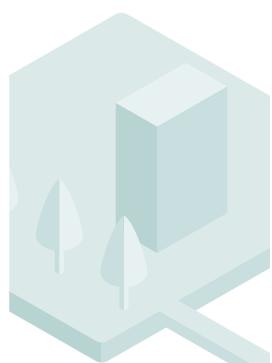
ー緊急事態宣言からポストコロナへー

岡田 隆 関西学院大学
高大接続センター次長

コロナ禍における

「入試業務」のオンライン化

岡田 遼介 法政大学
入学センター国際入試課



オンライン

オープンキャンパスの可能性

小林 順

東京農業大学 入学センター長

1 開催日を限定した「イベント型」で実施

2020年3月、新型コロナウイルス感染症の拡大で、大学を含む全ての教育機関は、今まで体験したことのない環境で新学期の準備を進めることになった。

入試業務を担当する東京農業大学入学センターも、4月から5月中旬まで在宅勤務を強いられ、例年なら当たり前だった高校訪問や進学相談会など、受験生と直に面談する全てのイベントが中止となった。

そこで、受験生への情報発信の手段として、オンラインオープンキャンパスを計画した。しかし初めてのことで、右も左も分からない。その上、教員は突然始まったオンライン授業の

対応に忙殺され、キャンパス閉鎖で、学生の協力も期待できない。前途多難な船出となった。

4月中旬、まず実施のスタイルを検討した。選択肢は二つ。一つはホームページ上に常時開設する動画コンテンツを中心とした「バーチャルオープンキャンパス」。もう一つは開催日を限定した「イベント型オンラインオープンキャンパス」である。しかし、動画コンテンツがそろわず、新たな動画撮影も困難だったため、後者の「イベント型オンラインオープンキャンパス」を、入学センターと教員の手作りで実施することになった。

準備としては、まず昨年度までのオープンキャンパスのアンケートを再確認し、オンラインで情報提供できるものと、そうでないものの取捨選択を行った。受験生は「実際に大学を見たい」「どんな施設があるのか知りたい」「どんな授業や研究が行われているのか知りたい」などの理由、保護者は「どんな学びの環境なのか知りたい」「生活環境を見てみたい」などの理由で、来校いただいていたことが分かった。受験生や保護者の皆さんの「見たい」「聞きたい」「触れてみたい」という要望に、どうすれば応えることができるか。「必ず伝えるべき情報」「あったらいい情報」を精査し、一方的になりがちな情報提供をいかに受験生のニーズに即したコンテンツに調整で

ホームページ上のコンテンツ

常設ページ(従来型)

- ・紙媒体のオンライン提供
 - 大学案内
 - デジタルパンフレット等
- ・最新の選抜制度情報
- ・SNSの紹介
 - 東京農業大学アプリ
 - LINE公式アカウント

オンデマンド型

- ・バーチャルキャンパス
 - 各キャンパスの施設で
学生生活を仮想体験
- ・大学紹介動画
 - 学長からのメッセージ
 - 大学紹介ムービー

コロナ禍の入試広報

ライブ型

Zoomを使った相互参加型のオンライン企画

- ・オンラインオープンキャンパス
- ・オンライン説明会
 - 大学説明・学部学科説明
 - 模擬講義
 - 質疑応答コーナー

[図1] 東京農業大学入試広報の取り組み

きるかを再検討した。

約1カ月の準備期間を経て、双方向でのやりとりができるWeb会議システム「Zoom」を使ったオンラインオープン

キャンパスの開催を決めた。コンテンツは、入試情報、学部学科

紹介、研究室紹介、模擬授業、就職情報など。施設見学の代わりとなる「大学・施設をバーチャル体験」のコンテンツも設けた。

開催日は、8月2日(日)、23日(日)、9月22日(火・祝)の計3日。生物産業学部のある北海道オホーツクキャンパスのみ7月25日(土)も追加で実施することにした。目玉となるのは、イベント当日にライブで行う模擬授業だった。1日3回、いずれも別の教員にオリジナルの授業をしてもらった。

実施に当たっては、各学部学科で担当教員を決めてもらい、実施マニュアルを配布の上、オンライン会議を行った。各学科、研究室で保有する動画コンテンツを洗い出し、模擬授業に適した科目等を絞り込んだ。オンライン授業で大変な時期だったが、多くの教員が協力してくれ、大学全体が一致団結して、オンラインオープンキャンパス実施にこぎ着けることができた。

2 研究の現場を広く社会に発信する機会に

コロナ禍の不安定な状況の中、計4回のオンラインオープンキャンパスを無事実施することができた。6月から計18回実施したオンライン学部学科説明会と合わせると計1万人に

視聴いただくことができた計算になる。例年、夏休みに世田谷、厚木、北海道オホーツクの3キャンパスで実施するオープンキャンパスには約1万人の来場がある。その他、キャンパス見学会、大学祭の「収穫祭」で行う進学相談会と合わせる、3キャンパスで約2万人の受験生と保護者に来校いただいていた。今年度は、受験生のみ参加が中心だったため、数字として参加者は約半数に減少したが、保護者と一緒に1台のパソコンで視聴していた。パターンも考えられるだろう。

参加者アンケートを基に今回のオンラインオープンキャンパスを振り返ってみたい。

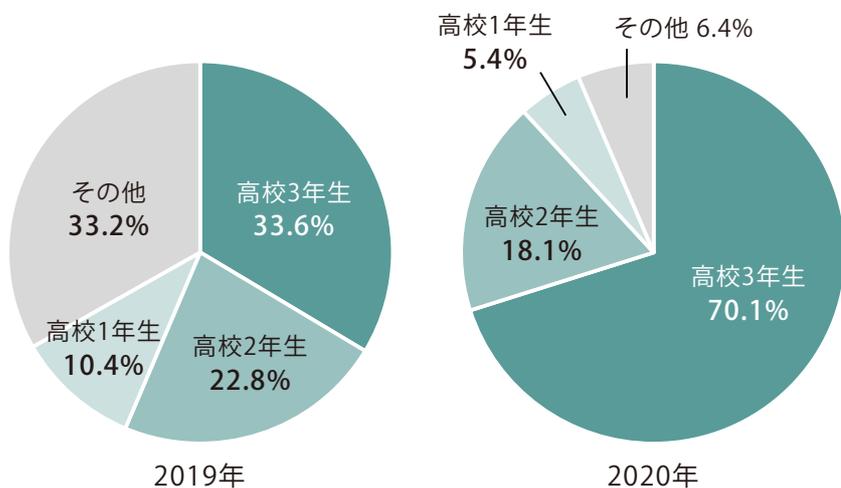
まず、力を入れた「オンライン模擬授業」については、次のような声が寄せられた。「講義内容は難しかったが、教授が丁寧に教えてくれて分かりやすかった。特に質問に一つ一つ答えてくれたのがすごく良かった」(高3)。「1回目の講義がとても印象に残る内容だったので、2回目は親、姉兄と一緒に視聴した」(高3)。「合格したら、このような講義を聴講できる息子は幸せだと思った」(保護者)。

これはまさに各学部学科の教員の創意工夫の成果で、「農大で学ぶ4年間」を可視化し、広く社会に発信する絶好の機会になったと考えている。東京農業大学の6学部23学科で

は、実に多彩な研究が進められており、これらを動画で説明するオリジナルコンテンツは、この先もさまざまな機会でも活用できるだろう。

しかし、課題も浮き彫りになった。まず集計で、高校1・2年生の参加が減少していることが分かった「図2」。

例年なら、高校の進路指導部が早い年次から大学のオープンキャンパスへの参加を指導していた。しかし、今年度はコロナ禍でカリキュラムに遅れが生じ、大学イベントの情報収集も難しかったなどの事情が影響したと考えられる。また、オンライン開催で、地方の受験生も参加しやすくなるメリットを期待したが、従来と比較して明確な変化は生じなかった。本



【図2】東京農業大学 オープンキャンパス参加者データ

学に限らず今年度は各大学が個別に情報発信をし、まとまった情報が集まりにくかったため、ある程度、志望先が固まっていた受験生でないと本当に必要な情報にアクセスできなかった状況も予想される。本学で言えば、全体を通して、もともと東京農業大学に興味があり、Webサイトにもアクセスしてくる層にはリーチできたが、その先の潜在層にアピールする広報という点で、まだまだ課題が残る結果となった。

一方、オンラインで参加した受験生のさまざまな要望にきめ細かく対応するには、マンパワー的な困難があることも露呈してしまった。熱心な受験生には電話やEメールによる個別対応が必要で、どうしても時間がかかってしまう。また、利用ツールとして非常に多かったスマートフォンでは、音声で聞こえないなどの通信トラブルも散見された。対面で互いの表情を見ながら進められるコミュニケーションの方が伝えられることが質量共に多いのは明らかで、今後さらなる工夫が求められる。

こうした背景からか、2020年9月から始まった総合型選抜において、面白い現象が見受けられた。例年のAO入試では、北海道オホーツクキャンパスの生物産業学部志願者は、世田谷キャンパスでも受験できるが、今年度は現地オホーツク

で受験する人が例年より増えている。これは、直接施設を見たい、生活環境を見たいという要望の表れではないだろうか。

3 スマートフォンでも見やすいWebサイト構築を

東京農業大学は、後学期から実験・実習・演習の授業を中心に対面式授業を再開した。受験生と同様、多くの大学生もオンライン授業より対面式の授業を望んでいる。「実学主義」を教育研究の理念に掲げる本学にとって、対面式授業は欠かせないものなのだ。

今後、オンラインオープンキャンパスは、受験生・大学双方にとってメリットがある重要な情報発信の場となっていくだろう。しかし、キャンパスに受験生を迎え入れ、直に学びの環境を見てもらう従来の形式が重要なのは言うまでもない。Withコロナの状況においては、両方を利用したハイブリッド方式による情報発信が望まれるだろう。高校生はスマートフォンでの視聴が多数派となるため、パソコンだけでなく、スマートフォンでも見やすいWebサイト構築も必須だ。本学としては、動画コンテンツ等の拡充を進めながら、コロナ禍において、今後どのようなイベントの開催が可能か、検討を続けている。

コロナ禍と入試広報

―デジタル・対面・学生参加―

村上隆

共立女子大学・共立女子短期大学 副学長

今般のコロナ禍における入試広報に関して私たちが直面し、気付かされたポイントは以下の3点である。

- ① コロナ禍の中で迫られたデジタル対応
- ② 浮かび上がった対面コミュニケーションの必要性
- ③ 学生参加(と言うより学生主体)の重要性

これらは、他学とそれほど異なるものであるとは思えないが、以下、本学に即し状況を説明することで、ウィズコロナにおける入試広報に関する問題意識を皆様と共有できればと思ひ筆を執った次第である。順に申し述べる。

1 コロナ禍の中で迫られたデジタル対応

昨年2月27日当時の安倍政権によって3月2日から全国

の小中学校、高校に対し、春休みまでの間、臨時休校が要請されたことを受け、首都圏に所在する多くの他学と同様、本学も3月に予定していた卒業式および4月に予定していた入学式を中止した。その後、前期授業の全てをオンライン化し、また、前期・夏季休暇期間のキャンパス利用も原則として停止することとなった。

前期授業の全面的なオンライン化に伴う混乱迷走は、数少ない例外的な大学を除けば、いずこも同じようなものであろう。本学も例外ではない。もちろん、そのことによって、大学のデジタル化が、インフラにせよ運用スキルにせよ、一気に進んだという面はある。

ただ、これは大きな危機や失敗が生じた後に、危機に対応するための策を講じる、いわゆる「危機駆動(Crisis-Driven)」に他ならず、大事に至らねば大きな変革を成し得ない、いかにも日本的な事態であるという思いがないわけではない。しかし、本学の、教育や運営についてはともかく、広報に限って言えば、いささかデジタル化の備えがあったこととは言っても良かろうと思う。

本学では、ここ数年、大学・短期大学、高校・中学、幼稚園など全ての設置校における広報予算について、個別の細目

とは別にデジタル化比率を算出・提示し、その比率を上昇させていくことになっている。これは言うまでもなく若い世代の情報収集方法の変化に対応したものである。

学研教育総合研究所によれば、高校生の情報収集の手段はスマートフォン50・7%、テレビ32・2%、パソコンと新聞はそれぞれ3%であるという(2018年9月調査)。こうした状況を受け、本学は数年前から、各種パンフレット・チラシ・小冊子作成や雑誌への出稿などの入試広報における紙媒体の利用を大幅に見直し、ホームページを中心とする電子媒体を積極的に活用することでデジタル化比率を上げてきた。

今回のコロナ禍を受けて、私どもはさらにデジタルシフトを強化していきたいと考え、広報予算において新たに「Webコンテンツ制作費・Web広告費」を別枠で設けるなどの諸対応をしている。ただ、その際、インターネット利用時間のうち、10〜20代はソーシャルメディアに費やす時間が他の世代に比べ圧倒的に多く、特に女性にその傾向が顕著であること(総務省・情報通信政策研究所)や、Twitterは本音を語る、LINEやFacebookは連絡などのコミュニケーションツール、Instagramは個性の発信など、それぞれSNS

ツールが使い分けられていること(JTB総合研究所)などの状況を踏まえて、きめ細かく、効果的な対応をする必要があることは言うまでもない。

本学では既に、YouTube・LINE・Instagram・Facebook・Twitterの全てに公式アカウントを有し、入試広報の情報発信に努めるとともに、これらSNSなどのWebメディアに関して「利用ガイドライン」を設けて、学部や学科あるいは教員研究室などによる恒常的な情報発信を積極的に促している。

こうしたデジタル対応は、とりわけコロナ禍の中では必要なことであり、実際に大きな効果を生んでいる。例えば本学の発信する、入試課職員による入試説明や教員による学部・学科紹介、模擬授業などYouTube上の100タイトルを超えるオフィシャル広報動画の再生回数が、昨年対比360%の伸びを示したことからそれは明らかである。

2 浮かび上がってきた対面コミュニケーションの必要性

ただその一方で、多くの受験生や高校、保護者から大学訪問の希望が多く寄せられ、対面による入試広報の必要

性・重要性に気付かされた。

京都大学前総長の山極壽一氏は、「人間のコミュニケーションにおいて大事なものは、時を共有して同調することであり、信頼はそこにしか生まれません」と指摘する(『スマホを捨てたい子どもたち』)。「時を共有して同調すること」とはつまり身体的に「対面」することであろう。

あえて経済的な観点を持ち出せば、受験生とは大学が提供する数年間の教育サービスの購入を考えている消費者であり、その大学が商品の購入先として信頼できるか否かに強い関心を持つことは当然であり、そしてその際に消費者が「対面」を重視することは自然でもであろう。

本学は、フェスティバル感が強く集客数を競うような要素のある従来の対面型のオープンキャンパスの実施をコロナ禍で断念し、全面的にWebオープンキャンパスに切り替える一方で、受験生を学内に招き入れ行う対面による入試広報の実施を模索した。その結果、3密を避け、検温・手指消毒などの感染防御措置を徹底し、参加者数を大きく制限・完全予約制にして、土曜・日曜の両日に職員と学生が受験生と保護者に対応する「学校見学会」を7月に入ってすぐに実施した。

この「学校見学会」には、多くの参加希望者があり、また

参加者の満足度も非常に高いものであったので、前期末から夏季休業中の土日も継続し、7月から9月までの3カ月間、計24回にわたって実施した。さらに10月に入ってから対面による「進学相談会」を実施した。

大学入学共通テストの導入、コロナ禍など不確定要素が多い今年の入試について、受験生の超安全志向が指摘され、総合型選抜や学校推薦型選抜などの年内入試に受験生が集中するだろうことが予想されながらも、年内入試の受験者数があまり伸びず、中には大きく前年比マイナスとなる大学もあった。その中で、本学は幸いにしてほぼ昨年並の受験者数を確保することができたのは、入試広報のデジタル化をそれなりに進めてきたこともあるが、それ以上に「学校見学会」をはじめとする対面型の入試広報を苦勞して進めてきた結果であると考えている。本節の冒頭で、対面による入試広報の必要性・重要性に気付かされたこと述べた所以である。

3 学生参加(学生主体)の重要性

今年度、対面型の入試広報の中心に位置した、この「学

校見学会」の主体は、学生たちであったと言っても過言ではない。「学校見学会」という本イベントの名称である「見学」(キャンパスツアー)の実施はほぼ学生たちによるものであったし、在学生たちの「トークライブ」(座談会)や、受験生との「フリートーク」なども学生たちが運営した。

もともとは、オープンキャンパスに参加する学生をその都度、少数募集することから始まった学生広報スタッフには、現在、数百名の登録がある。LINEやInstagram、TwitterなどのSNSによる情報発信も、学生広報スタッフの協力を得ている。

スタッフ募集の際には、「志望動機」「本学の特長」といった質問に回答してもらい面接するなど、意識の高い学生スタッフの獲得を心掛けている。その結果、職員による研修やミーティング以外にも自主的に学生広報ミーティングが頻繁に開かれ、学生間、特に先輩・後輩間で、経験や情報の共有、スキルの伝承が行われるようになっていく。

こうした学生たちの主体的な行動の背景には、「Major in Anything. Minor in Leadership.」(主専攻は様々な専門分野、副専攻はリーダーシップ)のスローガンの下に、「課題解決ワークショップ」などの授業を通し全学共通に

「リーダーシップ」教育を重視してきた本学の姿勢がある。加えて数年前から、図書館職員によるラーニング・コミュニティの活用として始まった「Stand Up.プロジェクト」の存在が大きいと考えている。このプロジェクトは、「社会人基礎力」の養成を目的に、さまざまな課題解決型のプロジェクトを学生から募集し、グループを形成して活動することを支援するものである。当初はサークルに所属していなかったり、一人で行動を起こすことが難しかったりする学生をすくい上げ、グループワークを通じて大学への帰属感を持ってもらうという意図もあったが、次第に母校に貢献したいと考える積極的な学生が増え始め、それが学生広報スタッフの母体になっていった。本学は今後、入試広報において在学生のコミットを今以上に広く、深くしていく予定である。

以上、本学の「コロナ禍における入試広報」について簡単に申し述べてきたが、その過程で確認された、デジタル化の可能性をさまざまに検討・模索しつつも、あくまで基本は対面であるという原則は、本学にとって単に入試広報にとどまらず、教育、そして大学の在り方そのものにも妥当する原則であるように思われる。

その時、入試広報の現場では

—緊急事態宣言からポストコロナへ—

岡田 隆

関西学院大学
高大接続センター次長

1 感染拡大と緊急事態宣言

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、関西学院大学では入学式が中止となったことに続き、授業は全てオンラインでの実施となった。4月7日には本学のキャンパスがある兵庫県が緊急事態宣言の対象地域となり、われわれスタッフも在宅勤務が中心というこれまでに経験のない状態となった。

例年春には全国で説明会を開催しているが、こうした対面での入試広報はまったく不可能な状態となってしまう、次年度に理系学部の大規模再編を控えているわれわれとしては一刻も早く入試広報業務を開始したい中、じりじりと気持ちばかりがはやる状態が続くこととなった。

そんな中、高校・予備校教員対象の説明会はオンラインによる実施を決定した。オンラインでの実施ではあるが、双方のやり取りが可能なリアルタイムの実施とし、先生方からの質問にその場で回答。普段とは違う形式での開催となったが、遠方からの参加も含めて例年よりも多くの先生方にご参加いただけた。参加者の顔が見えないパソコン画面を通してのイベント実施となり、対面実施のように相手の反応を見ながらの手応えは少ないものの、思いがけず距離を越えるオンラインの利点を実感する機会であったと言える。

2 ウイズコロナと緊急事態宣言解除後

関西の緊急事態宣言は5月21日に解除されたが、事前に依頼があった高校内説明会も多くがキャンセルとなり、直接高校へお伺いしようにも感染拡大防止を理由にアポイントを取ることができないケースが頻出した。そのような状態からようやく高校の現場へ足を運べるようになったのは、緊急事態宣言解除から半月以上たった6月中旬ごろ。一方でオンライン説明会の機会も多くなり、これまでの高校・予備校内説明会では約5分の1がオンラインでの実施と

なっている。当初は慣れない環境に苦慮したが、挙手ボタンで聞き手にアンケートをとるなど一方通行にならないような工夫を重ね、今ではオンライン実施の経験値は着実に上がっているものと信じている。

オープンキャンパスは、例年2万人以上の参加がある夏の一大イベントであるが、今夏はオンラインでの実施となり約4千人に参加いただけた。例年の参加者数には及ばないものの、これだけの人数の高校生がオンライン実施でも参加してくれたのはうれしい驚きであった。とはいえ、日本一美しいと評価される本学のキャンパスをぜひとも体感してもらいたいという思いから、オープンキャンパスとは別日程でキャンパスツアーを急遽実施。3密を避けるため1つのツアーの参加を少人数にし、30分限定で屋外からの見学のみという制限付きでの実施となったが、それでも約2千人の参加があり、リアルな場を欲している受験生の気持ちが垣間見えたイベントだったと言える。

秋学期からは一部で対面授業が再開され、ようやくキャンパスに学生の姿が戻ってきた。まだまだ感染拡大への対応が必要な状態の中、例年秋に全国で開催している入試説明会については対面での実施を決定。難しい判断ではあったが、

高校の現場では対面授業実施が日常となっており、受験生の「オンライン疲れ」がささやかれ始めていたこともあり、思い切って対面実施に踏み切った。その分、感染拡大防止に万全を期す必要があり、定員よりも大幅に少ない人数の上限を設け、来場者には検温をお願いしての実施となった。各会場の定員を減らしたため満席になる会場が続出し、別途オンラインでの説明会を設けたものの、参加いただけない受験生・保護者の方が多く出てしまったのは残念であった。

3 ポストコロナ〜今後の入試広報

ポストコロナの入試広報はどうなるのか。対面を重視しつつも、対面とオンラインの双方を取捨選択しながら進めていくことになるだろう。現場としてはこれまで以上に手間がかかることもあるだろうが、入試広報が人から人への情報伝達である以上、情報を届ける手段や方法が変わったとしても、根本にある「人としての温かみ」は変わることなく必要はずであり、場にに応じてより良い方策を選択し、効果的・効率的に情報を届けることができれば、今回の経験は無駄ではなかったと言えるのではないだろうか。

コロナ禍における

「入試業務」のオンライン化

岡田 遼介

法政大学

入学センター国際入試課

はじめに

コロナ禍において、多くの大学は対面業務の「オンライン化（非対面化）」が求められている。授業のオンライン化がニュース等ではよく取り上げられるが、入試広報・実施業務においても「オンライン化」は今年度の最重要テーマであり、多くの大学が試行錯誤しながら取り組みを行っていることと推察する。

本学は、スーパーグローバル大学創成支援事業への採択以降、英語のみで卒業できるプログラム等の外国人留学生の受け入れ基盤とともに、入試方式の拡大や海外での入試広報を積極的に実施してきた。それだけに現在オン

ライン化への対応が急務となっている。本稿では、筆者が担当している外国人留学生等に対する取り組みを例示し、本学が現在取り組む入試広報・実施業務のオンライン化について紹介する。取り組み自体は先進的なものではないと認識しているが、コロナ禍前との比較を交えながら、これまでの業務から得た気付きと課題を率直かつ詳細に共有することで、本稿としての価値を他大学の同業務に従事する方々に提供していきたい。

1 大学説明会のオンライン化で得られたもの

コロナ禍において、本学が通常対面で実施している大学説明会の多くがZoom等のWeb会議システムを使用している開催となった。移動時間・出張費の削減の他にもさまざまな広報上の価値が得られたので共有したい。

(1) 価値1 受験生へのアクセス数の増加と多様化

対面の大学説明会では、開催場所において参加可能な（収容可能な）受験生数に制約がある一方、オンラインの説明会ではそれが無い。これはオンライン説明会の最大のメリットである。極端な例ではあるが、本学の委託業者主催

の中国在住の外国人留学生向けのオンライン説明会では、一度に約5万人にアクセスできた。これは対面では成し得ない。また受験生へのアクセス数の向上とともに、アクセスできる受験生も「多様化」した。例えば、これまでは出張時間・費用の制約からアクセスできなかった国・地域に在住する少数の受験生にも、オンライン説明会を通じてアクセスできるようになったのである。これは大学・受験生双方にとって非常に有益なことである。

(2) 価値2 広報機会の最大化(講演動画の活用)

多くのWeb会議システムは録画機能を有しており、実際のオンライン講演の録画データを手軽に作成できる。これまででは時間・予算の制約からアクセスできなかった学校や広報イベントに、録画した動画を提供することで広報機会の損失を防ぐことができる。講演の内容も「日本語学校教員向け」「外国人留学生向け」「帰国生向け」等対象に応じて複数作成し、訴求力を高めている。当取り組み自体はコロナ禍前においても一部実施していた。しかし、対面広報が前提であった場合においては評価が厳しかった。例えば合同大学説明会において他大学がLIVEかつ対面で説明会を行っている中、本学だけが講演動画の再

生により参加したこともあったが、対面の説明には当然見劣りし、受け入れられなかった経験がある。コロナ禍において「オンライン説明会」が標準となってきたからこそ、実施可能な手法となった。提供する動画はLIVEで行われるオンライン説明会と内容・質ともに同じであることに加え、時間的な制約なく受験生が視聴できるという動画にしかないメリットもある。

2 オンライン大学説明会の広報価値を最大化するために

前述の通り、大学説明会のオンライン化の最大の価値は、1回の広報機会当たりの受験生へのアクセス数の増加と多様化が可能な点にある。逆にその広報機会に多くの受験生が参加する仕掛けがなければ、その価値は失われてしまう。大学独自でWebサイトで告知する、または受験生管理システムがあればメール・LINE等で積極的に告知する、受験生会員を多く持つまたは受験生がよくアクセスする媒体を持つ有力な業者と提携する等、さまざまな手法が考えられる。いずれにしても重要なのは、これまで対面で

行っていた大学説明会を単に「オンライン化」するのみという発想を持たずに、オンラインの説明会が持つ対面にはない特性をしっかりと認識してその効果を最大化するという姿勢を持つことである。

3 オンライン面接の課題

次に、入試実施面の取り組みとして「オンライン面接」について書きたい。本学の外国人留学生入試の一部日程では、キャンパスにおいて面接試験を実施しており、海外在住の受験者は渡日を要する。本学は新型コロナウイルスの影響による渡航制限を考慮し、2021年度入試においては当面接試験をオンラインで実施することに決定した。従来からオンライン面接を導入している大学もあるが、渡航制限への対応や感染予防の観点から今年度より新たにオンライン面接の導入を決定した大学も多いことと推察する。入試広報の取り組みにおいてはオンライン化の価値を中心に述べたが、入試実施業務は確実性が求められるというその性質から、価値よりも課題を共有することが有益であると考える。よってここではオンライン面接の課題を中心に書きたい。

(1) オンライン面接のリスクの把握

オンライン面接は、対面面接よりも慎重かつ綿密な実施が求められるものである。PCやスマートフォン等の使用機器、イヤホンやカメラ等の接続機器、インターネット回線、面接システム等さまざまな要素があり、それが面接官側、受験生側の双方において正常稼働することが求められる。一つでも正常稼働しなければ、面接は失敗する。対面実施と比較してもその実施上のリスクは高い。よってリスクを適切に認識し、トラブルを前提とした運用を事前に考え、迅速な対応をしていくことが重要となる。当たり前に感じられるかもしれないが、このリスクは意外と見落とされがちであるため、強調したい。

(2) オンライン面接の運用と論点

オンライン面接の運用の流れは、大きく以下の通りである。①事前準備のための情報を受験生に周知（使用機器やインターネット環境の要件）、②オンライン面接で使用するURL等および面接時間を受験生ごとに通知、③面接実施。この運用を基本とし、さらに運用詳細とそれに合った面接システムを検討することが必要である。

その際の論点の一つとして、まず接続テストがある。前

述の通りオンライン面接では受験生側の環境も面接の成否の大きな要因となるため、事前に接続テストを行うことが望ましい。①の段階ではその案内を含めるとともに、システムに応じて接続テストをどのように行うのか各大学でよく検討する必要がある。

次の論点が面接用URL等の設定方法である。システムによっては、面接のURL作成に時間がかかるケースや、1ホストにより生成された複数の面接URLを同時に開けない(面接を同時並行で実施できない)ケースもある。面接の同時並行数が多い場合には、URLを作成するホストを分ける、受験生に共通のURLを使用し待合室機能等で入退室管理をする、ホスト制限のない面接システムを使用する等の対応を検討する必要がある。また受験生ごとに情報を通知するシステムがない場合、受験生ごとに異なるURL等をメール・郵送で個別通知するには多くの作業時間を要するため、その想定も必要である。

最後に面接実施日の接続トラブルへの対応である。面接実施の際、接続不良があった場合にどのような手段で受験生と連絡し、再接続を設定するのか検討する必要がある。また、接続トラブルと単なる当日欠席を区別する

ルール設定等も必要になる。オンライン面接の話題になると、「どの面接システムが良いのか」という安易な議論が先行しがちだが、こうした詳細の運用の検討がなければ、適切な面接システムが何なのかも判断できない。

オンライン面接は、オンライン授業や説明会とは性質が異なる。失敗が許されないという入試実施のオンライン化は、リスク等の十分な把握なしに安易に導入すべきではない。実施方法・体制、受験生・面接官への周知方法を精査の上、使用するシステムを決定し、リスクに対応できる実施体制を構築することが必要である。

おわりに

以上、コロナ禍における本学の入試広報・実施業務におけるオンライン化の取り組みを共有した。取り組みを通じて共通して感じるのは、オンライン化された業務が持つ特性を、オンライン化前の対面業務とは切り離して認識し、対応するという姿勢の重要性である。そうすることで、各大学が「オンライン化」に上手く対応し、その価値を最大化できると信じている。