

# Report 高校教員が勧める大学とは？

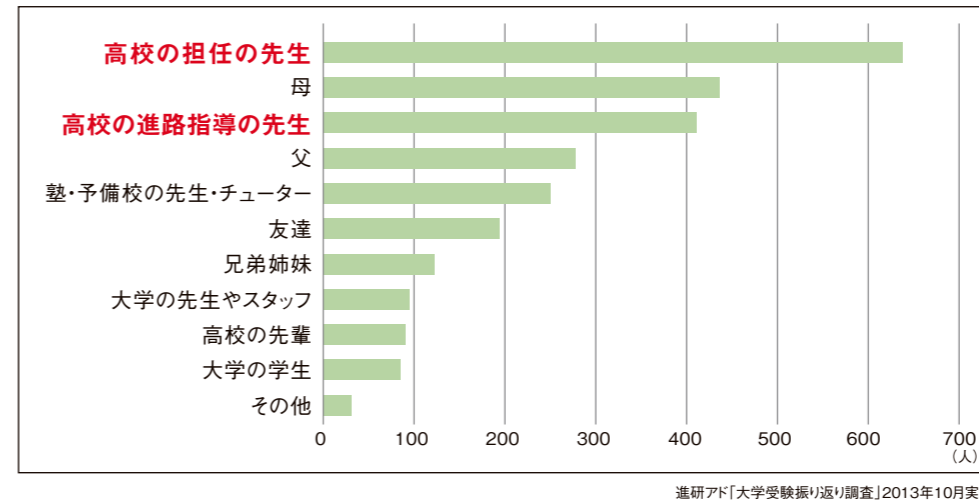
高校教員調査からわかる高校向け募集戦略のポイント



(株)進研アド 教育企画部部长  
**嶋 はる美**  
しまはるみ ●(株)進研アド入社以来、マーケティングリサーチ関連部署にて調査・データ分析を担当。マーケティングリサーチを通じた高等教育機関の課題抽出・解決支援に携わる。  
取材・文/本間学 撮影/亀井宏昭

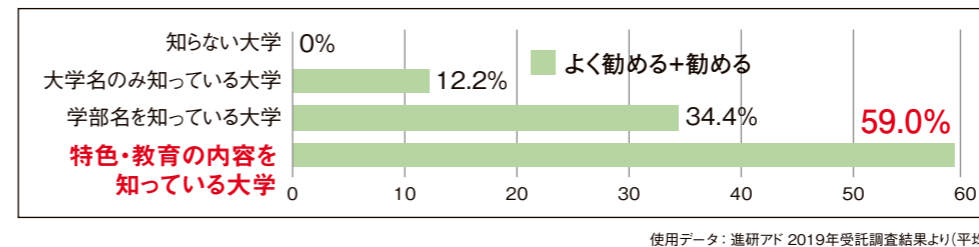
## 高校生が進路決定する際の相談役は高校教員

【図表1】進路を考えるうえで「とても参考にした」人は？



## 高校教員は教育内容を理解している大学を生徒に勧める

【図表2】生徒に当該大学を勧めますか？



### 進路選択における高校教員の影響力が拡大

現在、多くの大学が、高校生や保護者に対する広報活動を積極的に行っていますが、高校戦略についてはまだ試行錯誤の段階の大学が多いようです。受験生はさまざまな人に相談のうえ進路を決定しますが、中でも高校教員は学生募集戦略上、非常に重要なステークホルダーと言えます。

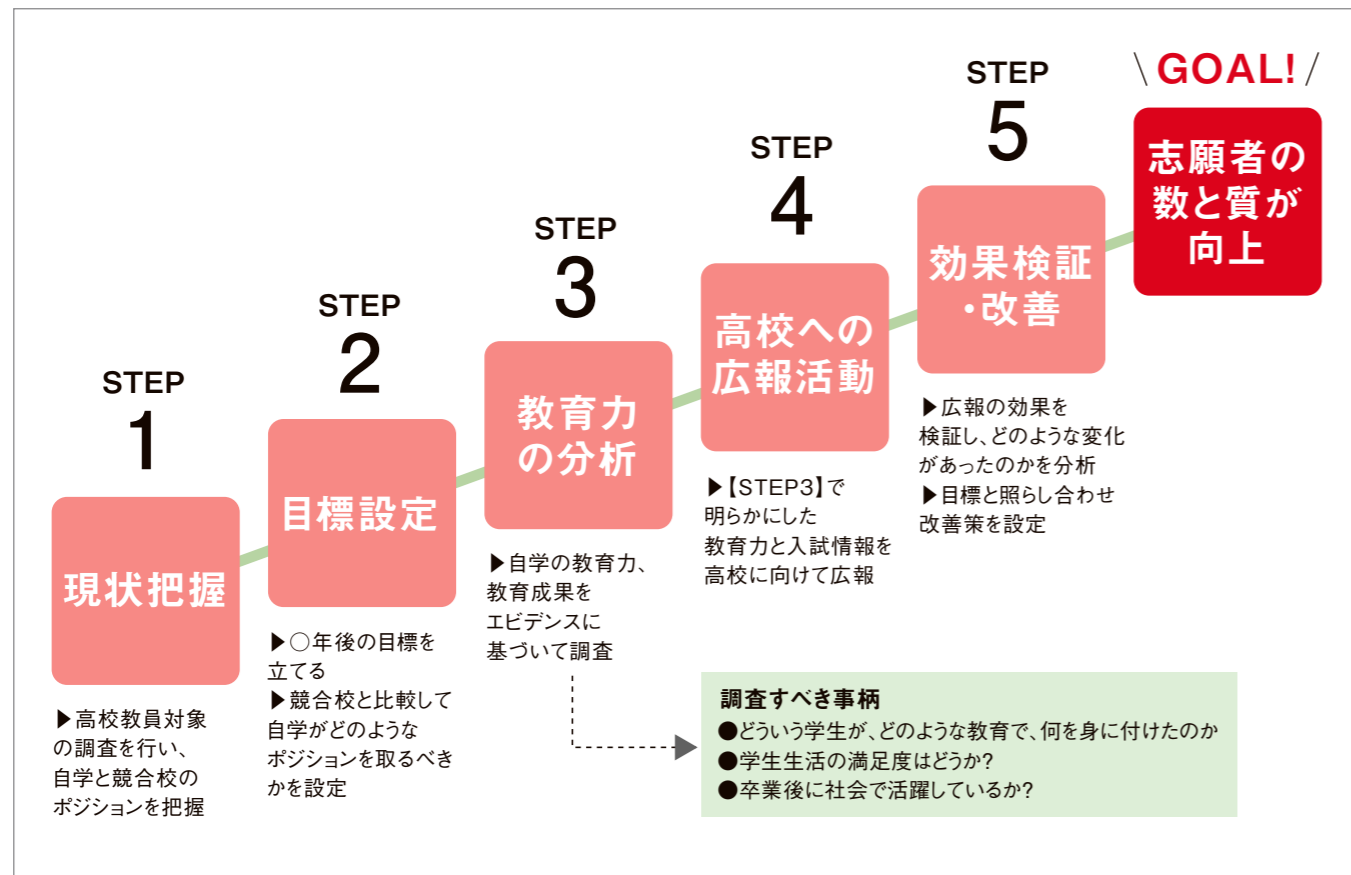
【図表1】は大学生に「進路を考えるうえで『とても参考にした』人」を聞いた調査結果です。トップは「担任の先生」であり、3位にも「進路指導の先生」が入っています。高校教員、特に担任が高校生の進路決定におけるキーパーソンであることがデータからうかがえます。さらに今後は、進路選択における高校教員の影響力がより強くなると予想されます。現3年生から、大学入学共通テ

ストが実施され、全入試区分で、学力の3要素を測る入試が行われます。初めてのことで不安を感じ、受験校選びを高校教員に頼る生徒が増えるのではないのでしょうか。また近年、高校は探究学習に力を入れていきます。一方で大学入試は高校での学びや活動を評価するようになっています。そのため、高校教員が行う進路指導も、生徒一人ひとりの特徴を思い浮かべ、高校での学びと親和性が高い教育をしているかという観点で大学を評価し、生徒に勧める形になっていくと考えられます。

### 伝えるべきは教育内容と入試の評価

では、どのような情報を高校教員に伝えるとよいのでしょうか？それは、「自学の教育の特色・内容」と「その教育に合う学生に来てもらうために、入試で何を評

【図表3】高校教員の評判を高め、効果的な学生募集を行うための5つのSTEP



価するか」です。【図表2】は、大学の理解度とその大学の推奨度の関係を調べた結果です。「大学名のみ知っている」という場合、生徒に勧める割合は約12%にとどまります。しかし、その大学の特色・教育内容まで知っている場合、59%にまでアップします。加えて、教育の特色と入試での評価観点の関係を提示することも重要です。高校までに培った学力をどう評価するか？入学後の成長に必要な力を入試でどう測っているのか？これら高大接続の観点から入試情報を伝えることも、高校教員推奨度を高める現実的なポイントです。

### 志願者の数と質、両方を効率的に高めるには？

【図表3】は、高校教員の評判の高め方を5つのSTEPにまとめたものです。STEP1は「現状把握」です。高校教員を対象に「今、自学はどう見られているか」「競合校と比べて、自学はどのようなポジションに位置付けられているか」を調査します。

STEP2は「目標設定」です。把握した自学の状況を競合校と比べて、○年後までに、どう変えていくのか、目標を立てます。

STEP3では、自学の教育力の強みを分析します。「どんな学生が、どんな力を付けているのか」「卒業後にどんな活躍をしているのか」といった点を調査し、具体的な強みを把握することが重要です。ポイントは、「学生の成長」です。例えば「面倒見がよい」という大学の特色。それを教育の特徴にブレイクダウンするとどう表現されるか、学生は丁寧な教育によってどう成長しているかを、エビデンスとセットで示すことで高校教員の納得度は高まります。

STEP4、5では高校に自学の教育の強みを発信し、評判がどう変化したのか、していないのかを確かめ、設定した目標と照らし合わせて改善点を洗い出し、次のサイクルにつなげていきます。これまで学生募集は、主に志願者の数が優先されてきました。しかし、18歳人口が減少する今後は、「数から質」または「数と質の実現」へとシフトすることが必要です。数を確保しつつ同時にAPに合う学生を募集するには、生徒をよく知る高校教員に、自学の教育の理解者になってもらうことが大切です。大学の特色に合った受験生を集めることで、入学後に学生が生き生きと活躍できるサイクルをつくっていきましょう。