

REPORT

「入試は情報戦」時代の  
高校の進路指導と  
入試広報の課題



(株)進研アド データサービス開発部 リーダー

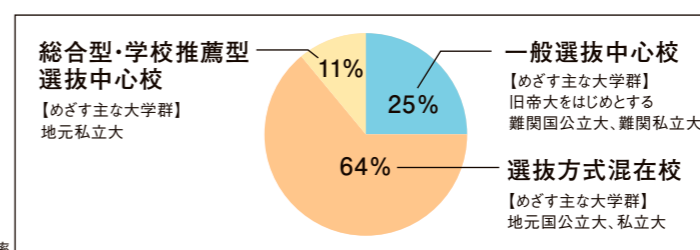
仁科 佑一

にしなゆういち ● (株)ベネッセコーポレーション 高校事業部関東支社営業、首都圏営業情報セクションなどを経て、2016年より(株)進研アドにて高校と大学を結ぶ総合支援を行う。全国の大学・高校での学内セミナー、講演など多数。

取材・見山雄介

入試の複雑化、進路意識の多様化、コロナ禍。これらが重なる中で大学に求められるのは、

【図表1】めざす選抜方式による、高校の3類型



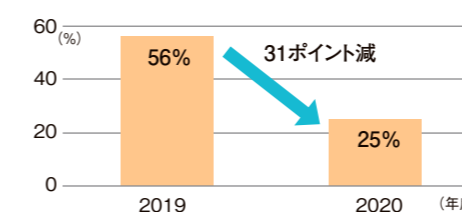
\*進研アド調べ(2020年度) 通信制・定時制高校、生徒数30人未満の学校を除く  
\*進学実績を基にした学校数の比率

【図表2】選抜方式ごとの受験指導スケジュール

	高1	高2				高3				
		夏	11月	1月	3月	4月	9月	11月	1月	3月
一般選抜		志望校検討 OC	第1志望決定				共通テスト 出願			合格
総合型・学校推薦型選抜		志望校検討 OC	年内入試 受験決定	第1志望 仮決定	OC	受験予定校 決定		出願		合格

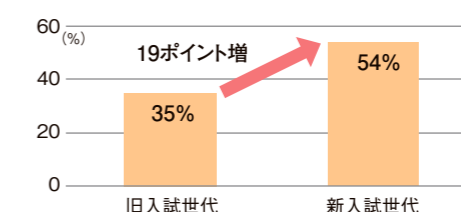
\*OCは志望校決定に特に重要な役割を果たすオープンキャンパス

【図表4】オープンキャンパスに参加できた割合



\*「進研模試デジタルサービス」アンケート調査(2020年度) 高1,2生合算 n=3147

【図表3】第1志望校を2年次に決めさせる高校の割合



\*ベネッセコーポレーション「高校教員アンケート調査」(2019年11月) n=1388  
2019年度11月時点の2年生は、2021年度入試を受験した「新入試世代」に該当する

コロナと入試の複雑化が  
安易な志望を生む可能性

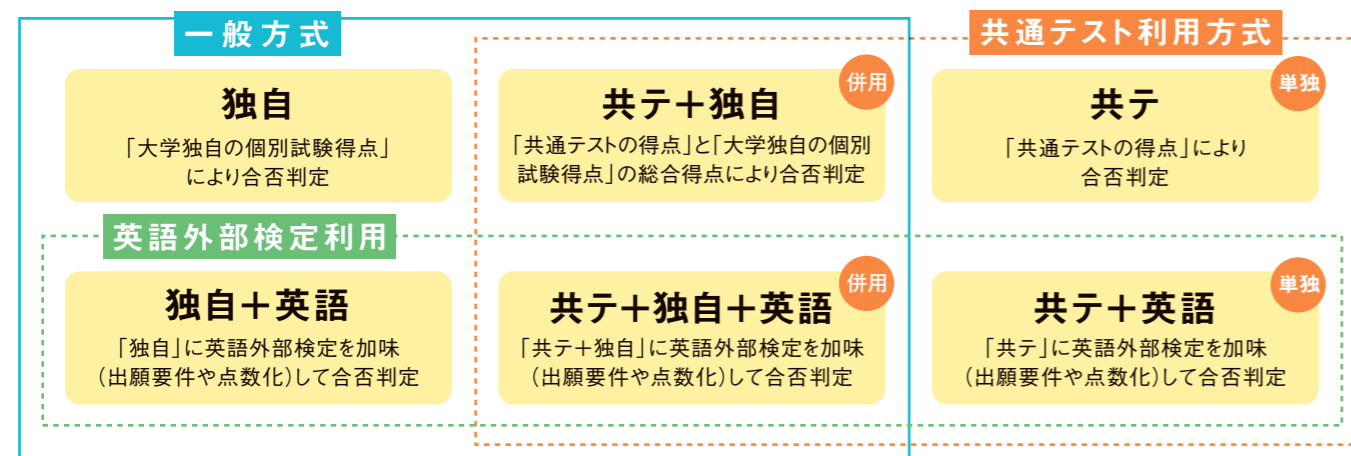
高校はその指導方針によって主にめざす選抜方式が異なり、大きく「一般選抜中心校」「総合型・学校推薦型選抜中心校」「選抜方式混在校」の3タイプに分けられます【図表1】。「一般選抜中心校」は、難関国公立大進学をめざすため、共通テストに向けた指導が基本です。そのため、オープンキャンパス(以下OC)は低学年時に済ませ、高2の秋、遅くとも冬には第1志望校を決め、高3の夏休み以降は受験勉強に注力します。

一方「総合型・学校推薦型選抜中心校」は、まず高2の11月頃までに年内入試で受験することを決め、1月頃までに第1志望校を仮決め、高3進級前の春のOCに参加したうえで受験予定校を決定、年内入試受験に向けて本格的な準備を始める学校が多いようです。

6割以上を占める「選抜方式混在校」の多くは、かつてに比べて一般選抜よりも年内入試受験者の比率が高くなっています。探究学習に積極的に取り組んだ結果、それが評価される入試として総合型選抜を勧める教員が増えた高校、「安全・確実」を望む昨今の生徒や保護者の意向を受け入れた高校などがこのタイプです。

学生募集活動の効果を上げるには、高校のタイプによる進路指導の違いに注意を払うことが重要です。一方でどのタイプも高3になる前に第1志望を決める傾向が強まっているので【図表2、3】、低学年からの広報がポイントです。なお、少子化が引き起こす生徒募集競争の激化や統廃合により、数年で方針を変える高校もあります。注視が必要です。

【図表5】首都圏私立大学 入試方式マップ(イメージ)



\*ベネッセコーポレーション作成高校教員向け資料より一部抜粋

【図表6】入試の価値基準・パラダイムの変化

	従来	これから
入試方式	一般入試>年内入試	生徒の適性に合った入試方式へ
価値基準	偏差値上位大	受験生により異なる
指導	効率的な指導、一斉指導が可能	個別指導が必要
重要情報[情報例]	定量情報[偏差値、入試科目]	定性情報[学生生活、教育内容、学修成果]

まずはOC参加者の減少です【図表4】。予約制で早々に満席になるOCが多いことから、希望のOCに参加できず、とりあえず行ける大学のOCに行く生徒も少なくなくなったようです。例年のようにOCで志望意欲の高い生徒が集まるとは限らなくなりました。

2つ目は、多様化、複雑化した入試制度への対応です。コロナ禍で入試情報の収集が難しくなり、整理が追いつかなくなっているようです。特に私立大学は入試制度の複雑化が顕著であり【図表5】、「自分に合う入試」を生徒が独力で選ぶのは至難。まさに「入試は情報戦だ」と言える状態です。

OCに参加できず、入試制度も調べ切れないとなると、安易な大学選び、受験をする生徒の増加も懸念されます。

大学への信頼と理解を生む  
高校への積極的なサポート

今後、生徒一人ひとりの個別最適な学びをめざす新課程へと移るにつれ、従来型の偏差値重視、一斉指導中心の進路指導は、個別指導へとシフトしていくと考えられます【図表6】。それを後押しするのが、大学入試の多様化です。一方で入試の多様化は、高校や

生徒から見ると「複雑化」わわかりにくさ」につながるから、入試制度の背景にある教育方針やプログラム、それによる学生の成長、合格基準などを丁寧に伝えていく必要があります。生徒に向けては、入試について気軽に問い合わせができる\*1窓口の設置が望まれます。「問い合わせが多いと対応できない」との声も聞きますが、デジタル技術を使えば効率化は可能です。何より「問い合わせが多い」関心が高い、そして「改善の余地がある」ということ。受験生ファーストの入試の実現に向け、マーケティング活動の一環として取り組むことをお勧めします。

高校教員に対しては一部の大学が提供する進路相談や志望理由書作成講座が人気を博しており、高校からの信頼獲得につながっています。年内入試の\*2評価基準の公表も、高校の受験指導を助ける一手です。また、\*3高校の探究活動の積極的なサポートは、自学の教育の質を伝え、入学後の成長に期待を持たせる効果もあります。特にSDGsは探究のテーマになりやすく、連携を呼びかける切り口として最適です。探究で培った力を評価する入試とセットで提供すれば、自学が育てたい人物像をより鮮明に発信できるでしょう。

\*1 例として、聖学院大学は2020年6月にLINEチャット個別相談窓口を開設  
\*2 例として、工学院大学、共愛学園前橋国際大学、桜美林大学など  
\*3 例として、桜美林大学は2022年度入試から実施の「探究入試 Spiral」で評価基準を事前に公表