本校の募集関連アンケートの分析と募集対策の取組みについて

Ⅰ　募集関連アンケート結果の分析と対応

今回、本校の募集対策の参考とするため、３種類のアンケート（高校教員向け、オープンキャンパス参加者向け、本校受験者向け）を実施し、その結果については、別に示す報告書（「高等学校教員に向けた本校の募集等に関するアンケート集計結果」及び「オープンキャンパスに参加した高校生へのアンケート集計結果」、「本校受験者へのアンケート集計結果」）に取りまとめたとおりである。

本リポートは、これらの結果を総合的に勘案し、本校が応募者増に向けて取り組んでいく必要がある事項等について整理を行ったものである。

１　高校生・教員の進学先に対する考え方について

（受験者アンケート報告書 P3、オープンキャンパス参加者アンケート報告書 P3、高校教員向けアンケート報告書 P9）

今回実施した３種類のアンケートでは、「進学先を検討するうえで、学校のどのような特徴を優先するか」について共通の質問としたが、それぞれ次のような回答結果となった。

〇受験生（最優先事項）

順位１：興味や可能性が広げられ将来の選択肢が増える
順位２：教育方針・カリキュラムが魅力的である
順位３：就職の実績が高い

〇オープンキャンパス参加者

順位１：興味や可能性が広げられ将来の選択肢が増える
順位２：就職の実績が高い
順位３：学費が安価である

〇高校教員（最優先事項）

順位１：興味や可能性が広げられ将来の選択肢が増える
順位２：就職の実績が高い
順位３：教育内容のレベルが高く、専門分野を深く学べる

一方、高校教員から見た本校の長所としては、自由記述で寄せられた 93 件のうち、89 件が「就職実績の高さ」又は「安価な学費」に触れらており、「興味や可能性が広げられる」、「将来の選択肢が増える」と言った印象は持たれていない。

こうした進路先に求める優先事項のうち、上位ではあるものの第 1 優先とはなっていない「就職実績」や「学費」については、アンケート結果からも分かるように教員や高校生からの本校への評価が非常に高いことから、本校を魅了的な進学先と捉えてもらうためには、この「興味や可能性が広げられる」、「将来の選択肢が増える」という点への対応がポイントになると考えられる。

しかしながら、本校は入学時から専門分野に関する訓練を２年の期間で実施する職業能力開発促進法の高度職業訓練の基準に沿って５つの訓練科を設置したうえで訓練を実施しており、本人の興味や将来の職業については、「ある程度絞り込まれた高校生」が本来の募集対象者となる。

従って、本校の成り立ちを踏まえると**「興味や可能性が広げられる」、「将来の選択肢が増える」と言った点の魅力向上については短期的かつ効果的な対応には困難を伴うが、進学先としての「新たな魅力作り」については、こうした点を踏まえながら引き続き検討**していく必要がある。

２　高校生が本校を知るきっかけ

（受験者アンケート報告書 P1、オープンキャンパス参加者アンケート報告書 P1）

これまでも、本校の募集行事等で行っていたアンケートからも明らかになっていたが、高校生が

本校を知るきっかけとしては、

順位１：教員経由
順位２：両親・家族・親族

が多く、今回のアンケートでもその傾向は変わらなかった。

従って、本校の応募者を確保する重要な手段としては、

〇教員への周知・理解の促進
〇高校生を持つ両親や家庭への周知・ＰＲ

がポイントである。

また、その他の点として、本校の情報を得る手段としては、チラシや県のたよりなどの広報媒体よりも本校ホームページが重要な役割を果たしていることがわかる。

（１）高校教員へのＰＲについて　（高校教員へのアンケート結果報告書 P1）

今回のアンケート調査の対象とした、県内の高等学校及び県に隣接する都内の高等学校からの回答によれば、本校については、**６割程度の教員が存在を知っているが、実際に訪問経験がある教員は１割程度**となっている。

本校の特徴ある教育訓練や充実した施設設備については、実際に教員の方々に足を運んでいただき、確かめていただくことで、理解を深めること及び本校の更なるＰＲにつなげることが可能となり、また、アンケート結果（高校教員へのアンケート結果報告書 P5）から、「進路指導担当者以外の教員向け説明会や見学会」の実施希望が４割以上にのぼっていることから、**現在実施している「進路指導担当者説明会」以外にも、高校教員に本校を訪問していただける機会**を設定していく必要がある。

この点については、後述の**「Ⅱ　募集対策の取組み　ＰＪ６：高校教員の授業参観・セミナー等、新たな取り組みの企画検討と実施」**　により、平成 28 年度から新たな企画を推進しているところである。

（２）高校生を持つ両親や家庭への周知・ＰＲについて

これまで、本校の募集に関する活動においては、高校生を持つ親や家庭に対する直接的なアプローチを行っておらず、家庭への直接的な情報提供は、今後の応募者確保につながる手段と考えられる。

こうしたことを踏まえ、後述の**「Ⅱ　募集対策の取組み　ＰＪ１：在校生・保護者アンケートの実施」**に示すとおり、**本校の平成 28 年度在校生及びその家庭から、本校進学に至った経緯や本校の魅力等を調査**することとし、アンケートを実施した。

今後はこれらの結果を踏まえ、家庭への直接的な情報提供の方法や内容について検討していく。

（３）ホームページの充実について

（受験者アンケート報告書 P1、オープンキャンパス参加者アンケート報告書 P2、高校教員向けアンケート報告書 P9）

今回実施した３つのアンケートでは、進学先に関する情報収集を行う際、「パンフレット」に次いで「大学が設置するホームページ」が、高校生、教員ともに重要な媒体となっており、特に**高校生はスマートフォンを介したホームページ閲覧を「よくする」又は「ときどきする」と答えた割合が概ね８割**にのぼっている。

アンケート調査実施以前より、社会的な環境としてスマートフォンの普及が進んでいることの対応として、本校では、平成 28 年 5 月より、**本校ホームページ内にスマートフォン対応ページを追加**し、主に募集関係の情報について、スマートフォンからスムーズかつ見やすい閲覧を可能とした。

また、高校教員から寄せられた意見を参考としながら、ホームページ内に「トピックス」のコーナーを設け、各科の訓練や校行事の様子を掲載し、学生生活のイメージが持てるよう工夫を行った。

（４）その他、幅広い広報について

本校に関する情報提供の主体的な対象は高校生である。

しかしながら、開校から 20 年以上を経過した本校について、未だ県民の認知度は高くなく、少子化の局面を迎えている現在、高校生の進路検討の際に影響力のある家族など高校生以外の一般県民に向けて、本校の存在をＰＲしていくことが非常に重要である。

そうした点を踏まえ、平成 28 年度は、後述の**「Ⅱ 募集対策の取組み 」の 「ＰＪ２：ＰＲ動画の制作」、及び「ＰＪ５：運転免許試験場又はその他施設、各種メディアを活用した広報の検討と実施」** に示すとおり、より幅広い方法による広報の検討、試行等を推進した。

３ 募集関係行事（オープンキャンパス等）と高校に対する募集活動について

（１）オープンキャンパス （高校教員向けアンケート報告書 P6）

本校では例年 6 月～12 月の期間中にオープンキャンパスを実施してきており、これまでは「学校説明会」と「ものづくり体験」を分離した日程としていたが、平成 28 年度からは、1 日に集約したメニューとし、年 5 回の開催に改めた。

この点について、高校生の進路指導の時期等を踏まえた教員からの客観的な意見を収集したところ、実施回数、時期ともに概ね問題はないという回答結果を得た。

なお、参加対象者を高校 3 年生と 2 年生に区分して考えた場合には、それぞれに応じた時期に見直した方が良いと言う意見も 2 割程度認められた。

また、アンケート結果によるものではないが、平成 28 年度は、後述の**「Ⅱ 募集対策の取組み ＰＪ７： 高校生対象の入試問題解説セミナーの企画・実施方法内容の検討」** に示すとおり、本校の過去の入学試験の問題の傾向や対策方法の解説を行う「入試説明会」を試行的に実施した。

この取組みは、受験準備の一助となるよう配慮することで、より多くの高校生に「本校を受験してみよう」と考えてもらうことをねらいとしているが、より効果的なオープンキャンパスの実施検討と併せ、こうした新たな募集行事の企画について引き続き検討していく。

（２）高校に対する募集活動 （高校教員向けアンケート報告書 P5）

本校では例年 6 月と 12 月の 2 回、職員が主として県内の各高校を訪問し、進路指導担当等の教員と面談して高校生の応募についてお願いをしているが、アンケートの結果、回数や時期については概ね 4 分の 3 の高校が妥当であると回答しており、特段の問題は認められない。

従って、今後もこうした高校訪問によるＰＲは引き続き実施していくが、「資料送付のみでよい」、「年 1 回でよい」といった意見も若干あったことから、こうした高校に対してはアンケート結果に沿った個別の対応や、より効率的・効果的な高校への情報提供方法を今後検討していく。

なお、18 歳人口の減少に伴って県内の高校卒業者数の減少が今後も続くことが予想されることから、新たに平成 28 年度は、後述の**「Ⅱ 募集対策の取組み」の 「ＰＪ３：東京都内高校への広報活動」及び「ＰＪ４： 25 歳以下の若年者に対する新たな広報の具体案検討と実施」** に示すとおり、これまで県内・新規高卒者主体で進めてきた募集広報活動に対して、広報エリアの拡大と周知・ＰＲ対象者の拡大を推進することとし、通学可能圏に在住の高校生や、25 歳程度までの若年求職者や大学中退者など、より幅広い地域、年齢層に対して本校のＰＲ推進を開始した。

４ 入試制度について （高校教員向けアンケート報告書 P2～4）

本校では、次の実施方法（区分、時期、定員、試験内容）により、入学試験を実施している。

区分	時期	募集定員	試験内容
指定校推薦 1 回目	9 月末	各科 30 人	調査書による書類選考
指定校推薦 2 回目	10 月中旬		
公募推薦入試	11 月中旬		数学学力試験と調査書による選考
一般入試	1 月末	各科 10 人	

こうした制度について、各高校での進路指導を踏まえたうえで、問題点がないかを確認するため、今回の高校教員向けアンケートで意見を収集した。

その結果、**入試区分や時期、回数については、指定校推薦に関して４分の１程度の高校から時期が早いとの意見もあがっているが、概ね問題がないことを確認**した。

また、**入試区分ごとの定員の割合についても９割以上が「適切」**と回答しており、**指定校推薦の調査書選考基準についても概ね９割が妥当**との回答であった。

こうしたことから、本校の入試制度については特段の変更の必要性は認められず、**引き続き現行の制度により学生募集を行っていくことが妥当**であることが確認できた。

５　本校と高校の連携について　（高校教員向けアンケート報告書 P21～23）

現在、本校と高校の間での連携事例としては、高校内で実施する「キャリアガイダンス」に本校職員を派遣し、高校生の進路検討や将来について考える学習の一助としていただいているほか、工業高校機械系教員の実習型研修の会場として本校の施設・設備を提供するとととともに、関係職員との情報交換等の機会としていることがあげられる。

今回の高校教員向けアンケートでは、こうした事例以外で、高校側の教育推進や教員の能力向上に関しての協力要望や、本校との情報交換等、職員間の連携・交流などの要望等がどの程度あるかについても調査を行った。

その結果、**高校生へのキャリア教育等における本校資源の活用や連携を望む高校が概ね４分の１程度、教員のスキルアップや本校職員との情報交換等の希望が５分の１程度の高校からあげられた。**

こうした要望があがった高校の割合は多くはないものの、今後は現在実施している職員派遣による出前型授業の機会や高校訪問等の機会を活用しながら、**要望が上がった高校を中心に更に詳細な聞き取り**を行うとともに、平成 28 年度から取り組んでいる、後述の**「Ⅱ 募集対策の取組み　ＰＪ５：高校教員の授業参観・セミナー等、新たな取り組みの企画検討と実施」**の取組みなど、**教員の本校来校機会の拡大を 29 年度以降も継続的に企画・検討**を行うことで、高校との連携や教員の本校認知度の向上につなげていく。