

修士論文

2007年1月

オープンキャンパスの研究

指導 高橋真義 教授

国際学研究科  
大学アドミニストレーション専攻  
20441301  
小島理絵

## 目次

序章	1
第1章 螢雪時代におけるオープンキャンパス関連記事	4
第2章 カレッジマネジメントにおけるオープンキャンパス関連記事	12
第3章 Between におけるオープンキャンパス関連記事	18
第4章 IDE 現代の高等教育におけるオープンキャンパス関連記事	27
第5章 大学時報におけるオープンキャンパス関連記事	34
第6章 一般メディア（新聞・雑誌）への掲載記事	38
第1節 新聞への掲載記事 日本経済新聞社各紙への掲載	38
第2節 新聞への掲載記事 朝日新聞への掲載	41
第3節 新聞の掲載記事から	44
第4節 雑誌への掲載	45
終章	50

## 参考文献

## 序章

大学入学定員と進学希望者数が同数となるいわゆる「大学全入時代」が目前に迫っている。1992年の205万人をピークに我が国の18歳人口は減少の一途を辿り、2006年には133万人となった<sup>1</sup>。一方、大学数は増加し、1992年の523校から2006年には744校となった<sup>2</sup>。また、2006年の大学・短期大学（以下本論では、区別が必要な場合を除き、短期大学を含めて大学と表記する）の進学率も52.3%と、過去最高を記録している<sup>3</sup>。

大学全入時代が目前に迫った環境下で、大学は売り手市場から買い手市場へと変化し、多くの大学が学生募集のための広報活動により一層の力を入れるようになった。

学生募集広報の手法は、大学案内、入試案内などのパンフレット作成、ホームページでの情報公開、雑誌・新聞への広告掲載、学外で行われる合同説明会への参加、高等学校での出張模擬授業など多岐に渡る。中でも、「実際に大学の雰囲気を感じる事ができる」「受験生の進学意識が高まる」として効果をあげているのが、大学内に受験生を招き入れ、見学・相談に応じる“オープンキャンパス”である。

日本私立学校振興・共済事業団が2003年7月に行った「学校法人の経営改善方策に関するアンケート」によると、全国の私立四年制大学の95.7%がオープンキャンパスを実施しており、71.1%が募集活動で特に効果があったと考えていた<sup>4</sup>。また、短期大学でも95.3%がオープンキャンパスを実施しており、73.2%が募集活動で特に効果があったと考えていた<sup>5</sup>。1998年に行われた同様の調査と比較すると、実施については四年制大学、短期大学ともに90%を超えていたが、特に効果があったと回答した割合は45%前後であり、数年の間にオープンキャンパスがより重要視されてきたことがわかる。

オープンキャンパスに受験生自身が主体的に参加していることはもちろんだが、高校の教員も生徒に対して積極的にオープンキャンパス参加を促している。リクルート・キャリアガイダンス編集部が2004年10月に行った「高校の進路指導に関する調査」によると、全国の国公立私立高校の91.1%が、学部・卒業生と連携した進路指導の取り組みとして「オープンキャンパスへの参加指導」を行っていた<sup>6</sup>。

また、2006年1月に大学新聞社が全国の高校進路指導担当教諭を対象に行った調査でも、生徒にオープンキャンパスの参加を促す時期として最も回答が多かったのは「2年生夏休み」の86.4%で、「3年生夏休み」の69.3%を大きく越えた。「1年生夏休み」との回答も62.8%で、オープンキャンパス参加の低学年化が進んでいる様子がうかがえる<sup>7</sup>。

受験産業界も受験生のオープンキャンパス参加を強く後押ししている。合同大学説明会や高校での大学説明会を企画・運営する広告代理店では、各大学のオープンキャンパス日程、プログラムをまとめた小冊子を作成し、合同ガイダンス会場で受験生に配布したり、自社の学校情報サイトでオープンキャンパス関連情報を公開したりしている。最近では、オープンキャンパスだけに特化したウェブサイトも運営されている。

教育関係の広告代理店が企画や運営に関して大学をサポートするのみならず、大手現役予備校早稲田塾の「大学体感カリキュラム」のように、予備校・学習塾が独自に大学見学会を企画し、実施するところもある。

この他、新聞社、雑誌出版社などの刊行物に、オープンキャンパスの開催日程をまとめた記事が掲載されている。鉄道会社の広告代理店が作成した、沿線の大学のオープンキャンパス開催日程をまとめた中吊り広告を目にする機会も多くなった。

大学、受験生双方から重要視され、その開催が当たり前になったオープンキャンパスだが、その歴史を体系的にまとめた文献はなく、いつどのように始まり、全国的に広がってきたのかを包括的に述べた先行研究は見当たらない。

そこで本研究では、オープンキャンパスの歴史研究の第一段階として、オープンキャンパス“誕生”の全体像を明らかにすることを試みる。この“誕生”には2つの意味がある。1つは“オープンキャンパス”という呼称がいつ、どこで誕生したのか、もう1つは受験生を対象とした大学内での進学イベント自体がいつ、どこで誕生したのか、である。

本研究は文献調査の方法により、進学情報誌の「螢雪時代」(旺文社)、業界専門誌の「カレッジマネジメント」(リクルート)、「Between」(進研アド)、「IDE 現代の高等教育」(IDE協会)、「大学時報」(日本私立大学連盟)、その他一般メディア(新聞・雑誌)が掲載したオープンキャンパス関連記事を収集し、それらの資料からオープンキャンパスの誕生を探る。それぞれの調査方法の詳細は、第1章から第6章で述べるが、いずれの媒体も、“オープンキャンパス”という呼称に注目し、調査を進める。

終章では、収集した資料に基づき「“オープンキャンパス”というイベント名称を我が国で最初に用いた大学はどこか」「“オープンキャンパス”と呼ばれる以前の、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを我が国で始めて開催した大学はどこか」という2点について整理し、本研究を今後のオープンキャンパスに関する歴史研究の礎としたい。

---

<sup>1</sup> 「18歳人口及び高等教育機関への入学者数・進学率等の推移」『中央教育審議会大学分科会 大学教育部会(第7回)議事録・配布資料(資料4-1)』, 文部科学省ホームページ, [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/015/06101201/003/001.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/015/06101201/003/001.pdf), 2007年1月9日.

<sup>2</sup> 「平成18年度学校基本調査参考資料 年次統計 学校数[Excelファイル]」文部科学省ホームページ, [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/001/06121219/005.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/06121219/005.htm), 2007年1月9日(ダウンロード).

<sup>3</sup> 「平成18年度学校基本調査参考資料 年次統計 進学率[Excelファイル]」文部科学省ホームページ, [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/001/06121219/005.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/06121219/005.htm), 2007年1月9日(ダウンロード).

<sup>4</sup> 『『学校法人の経営改善方策に関するアンケート』報告 大学・短期大学法人編』『私学経営情報』日本私立学校振興・共済事業団私学経営相談センター, 20号(2004年2月), 303, 305ページ.

<sup>5</sup> 同書, 304, 306ページ.

<sup>6</sup> 『『2004高校の進路指導に関する調査結果』報告 各校の取り組み』『キャリアガイダンス』リクルート, No.8(2005年1月), 17ページ.

<sup>7</sup> 「オープンキャンパス 学年別対応の必要性大」『大學新聞』37号(2006年2月25日), 1面.

## 第1章 螢雪時代におけるオープンキャンパス関連記事

(株)旺文社<sup>1</sup>『螢雪時代』は、1932年に創刊された「受験旬報」を前身として、1941年から発行されている、日本で最も歴史ある進学情報誌である<sup>2</sup>。また、現在一般販売されている月刊の進学情報誌は、この螢雪時代のみである。

受験生に大学や入試広報の情報を提供する進学情報誌としては、学習研究社が「大学受験Vコース」(前身は1958年創刊「大学受験コース」・「高3コース」)を刊行していたが、1997年3月に廃刊となり、現在までのオープンキャンパスの経年変化を把握することができないため、調査対象としなかった<sup>3</sup>。

また、受験産業各社において制作され、受験生に無料で配布されている進学情報誌も数多く存在し、特にリクルート発行「リクルート進学ブック」の歴史は古いが、一般刊行物ではないためバックナンバーの閲覧が難しく、今回の調査では対象としなかった。

本研究では今回、月刊の「螢雪時代」のみを調査し、月刊号付録、螢雪時代臨時増刊号、螢雪時代の姉妹紙『螢雪短大』、『私大螢雪』等は調査対象から除外した。また、1986年発行分までは全ての号の記事内容を確認したが、調査が進み、毎年夏～冬にかけて発行される号にオープンキャンパス関連記事が掲載されていたことから、1987年以降は7月号～12月号の記事のみを確認した。さらに、1989年7月号以降は、特集として目次に掲載されるようになったことから、記事内容を確認するのではなく、目次のみを確認することとした。そして、特集の組まれる時期が確定し始めたことから、1990年以降は7月号～9月号、1997年以降は8月号のみを確認した。

1980年4月以降に発行された螢雪時代から、オープンキャンパスに関する記事をまとめたのが、表1-1である。

なお表には、目次に掲載された記事のみをまとめた。記事の内容をひとつひとつ確認すると、各大学の情報を伝える「キャンパス西から東から」といったコーナーに、小さな実施報告記事やイベント予告記事が掲載されていたり、各大学の広告の中にオープンキャンパスを予告する文面があったりするのだが、実施校数が増えた1980年代後半からは、それらの記事を1点ずつ確認し収集することが時間的制約上、困難となったためである。

表 1-1 螢雪時代におけるオープンキャンパス関連記事

発行年月	巻号	記事
1982年9月	52(8)	憧れが現実に変わった... 学問・研究の生の姿にふれて
1983年9月	53(8)	ニューセラミックスや青色発光ダイオードもある！ 新材料がズラリ、東北大工学部金属系3学科の「学科公開」
1983年10月	53(10)	受験生にキャンパスを開放！立教大学“進学相談会 on Campus”
1984年8月	54(6)	明治大<生田校舎(=工・農学部)>の受験相談会ルポ 『何でも見ちゃおう、聞いちゃおう』
1984年9月	54(8)	やる気が起きたぞ!“大学体験” 東北大・獨協大・東洋大の“キャンパス公開”ルポ

1984年10月	54(10)	専修大(生田校舎)の進学相談会ルポ 60年入試を見る!!聞く!!知る!!
1985年1月	54(15)	大学祭見て「受験相談」とはイマイ! 東海大&立命館大の入試相談会は大人気
1985年9月	55(8)	「受験相談・オン・キャンパス」は大はやり 東北大・東洋大・日本大
1986年9月	56(8)	KEISETSU FOCUS 今...キャンパス公開花ざかり
1987年8月	57(6)	夏こそチャンス わが大学のキャンパスに来たれ 志望校訪問ガイド
1987年9月	57(8)	螢雪フォーカス 大学もがんばる! 映画・無料講義・ジュース・おみやげつき サービス満点の学内公開
1987年10月	57(9)	螢雪フォーカス 国立大のキャンパスガイド やっと開かれ始めた大学の門。ただし「広くなった」わけではありません。
1988年7月	58(5)	国公立大 説明会&受験問い合わせ一覧
1988年8月	58(6)	夏こそチャンス わが大学に来たれ「志望校訪問」マルチガイド 合格探検情報 独自の「受験・進学相談会」を実施・予定の私大リスト
1988年9月	58(8)	KEISETSU FOCUS 大学のキャンパス公開さかん ミニ講義やジュース、おみやげつき大学も。
1989年8月	59(6)	夏こそチャンス! わが大学へ 志望校訪問マニュアル
1989年9月	59(8)	大学訪問グラフィック・ガイド 在学生でも見られないっ!? 大隈講堂時計台のウラまで見せます!! 早大キャンパスツアーを誌上で再現!
1990年7月	60(5)	INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報
1990年8月	60(7)	INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報
1992年8月	62(6)	OPEN CAMPUS 大学キャンパスはキミを待っている! 夏休みだからおススメ! 大学博物館 オープンキャンパス・ルポ 気分はすっかり大学生!
1993年8月	63(7)	グラフ・リポート ちょっと早めに、大学生しちゃいました
1994年8月	64(8)	螢雪フォーカス ちょっと早めに大学生してみました! オープン・キャンパスで、大学にふれる・味わう・夢をつなぐ
1995年8月	65(7)	Keisetsu フォーカス 講義,学食で昼食,図書館で読書.....気分は大学生! 「キャンパス見学会」120%活用の傾向と対策 Keisetsu データ・セレクション 私立大/キャンパス見学会(相談会)日程一覧
1996年8月	66(7)	Keisetsu データ・セレクション キャンパス見学会(相談会) データセレクション番外編 お先に拝見!早稲田大学 西早稲田キャンパスツアー
1997年8月	67(7)	螢雪ネット・K-mail OPEN CAMPUS
1998年8月	68(7)	特集 オープンキャンパスへ行こう! 潜入ルポ 東京女子大学進学相談会 夏休みに行く、全国の国公立大学オープンキャンパス情報
1999年8月	69(7)	オープンキャンパス特集 行ってみよう、オープンキャンパス 見て、聞いて、触って志望校を決める!

		オープンキャンパス特集 夏休みに行く 全国の国公立大学オープンキャンパス情報
2000年8月	70(7)	全国大学日程スケジュール付き オープンキャンパスオールガイド
2001年8月	71(7)	カラー特集 オープンキャンパス超活用術
		特集 全国オープンキャンパス情報
2002年8月	72(7)	「夏休み!オープンキャンパスに出かけよう」 百聞は一見に如かず。大学公開の徹底活用法
2003年8月	73(7)	オープンキャンパスに行こう! 大学の本当の姿を知るための10のポイント&日程・内容ガイド
2004年8月	74(7)	2004 オープンキャンパスへ行こう! バーチャルオープンキャンパス/ オープンキャンパスで立ち寄りしたい大学の博物館
		全国大学オープンキャンパス日程・内容ガイド
2005年8月	75(7)	オープンキャンパス最盛期 夏は大学へ出かけよう!
		全国大学オープンキャンパス日程・内容ガイド
2006年8月	76(7)	夏本番!オープンキャンパスへ行こう! 螢雪大学バーチャル・オープンキャンパス/ 慶大・同志社大キャンパスツアー誌上レポ
		2006 全国大学オープンキャンパスガイド 夏休み中心の日程&内容情報満載!

1980年代はオープンキャンパス実施の事後報告記事が多い。螢雪時代が初めてオープンキャンパスの実施報告をしたのは、1982年9月号の記事「憧れが現実が変わった... 学問・研究の生の姿にふれて」である<sup>4</sup>。これは東北大学工学部の金属系学科が実施した「学科公開」について紹介したものであった。

翌年の1983年9月号にも東北大学工学部金属系学科が実施した「学科公開」の記事を掲載しており<sup>5</sup>、冒頭には「昨年はいへんな人気を集め、その影響か、58年度入試では、工学部全体で志願者減であったのに、金属系学科は15%のアップ、さらに金属系学科合格者のうち同学科を第一志望にした者の割合が前年の38%から60%へと大幅にふえた」と、オープンキャンパス開催の効果についても報告している<sup>6</sup>。

その後、1983年10月号に立教大学<sup>7</sup>、1984年8月号に明治大学<sup>8</sup>、9月号に東北大学、独協大学、東洋大学の3校<sup>9</sup>、10月号に専修大学<sup>10</sup>の事例を取り上げ、1985年1月号には、立命館大学と東海大学が大学祭のイベントのひとつとして行った「入試相談会」の様態を報告した<sup>11</sup>。続いて1985年9月号には東北大学、東洋大学、日本大学の3校<sup>12</sup>、1986年9月号には東北大学、明治大学、東洋大学、専修大学、日本大学の5校<sup>13</sup>の事例を紹介している。

1987年8月号「夏こそチャンス、わが大学に来たれ『志望校訪問ガイド』」では、夏休みで勉強続きの単調な生活にメリハリをつけるため、読者に夏休みに志望校を訪問することを推奨している<sup>14</sup>。この「志望校訪問」は個人見学を意味し、オープンキャンパスへの参加を強く勧めるものではない。しかし、全国国公立大学34校の入試担当

者へのアンケートを行い<sup>15</sup>、その設問のひとつに「夏休みに受験相談会など、受験生対象の相談会がありますか？」という問いを立て、回答を寄せた 11 校の大学のオープンキャンパス情報を掲載している。このアンケートの設問を、表 2-2 にまとめた。

表 2-2 入試担当者へのアンケート設問 螢雪時代 1987 年 8 月号掲載分

大学本部所在地（最寄り駅） 問い合わせ窓口・電話 いつ行っても（特に受験生の夏休み）大学構内は立ち入り自由ですか？ 学生食堂は夏休み期間中、営業していますか？利用可能ですか？ 生協、販売部は夏休み期間中、平常営業していますか？ キャンパス内の見所にはどんなところがありますか？ 学校案内、キャンパスマップ等の資料の有無、配布窓口などはありますか？ 夏休みに受験相談会など、受験生対象の相談会がありますか？ 訪問を希望する受験生への一言アドバイスをお願いします。
--

（螢雪時代 1987 年 8 月号 129 ページより筆者作成）

続いて 1987 年 9 月号には立教大学と中央大学<sup>16</sup>、10 月号には名古屋工業大学<sup>17</sup>の事例を報告している。

1988 年 7 月号「国公立大情報 説明会実施予定大学一覧」には、国公立大学のオープンキャンパス実施情報の一覧を掲載している<sup>18</sup>。一部の学部・学科のみの開催も含めて 64 校の大学名が挙がっており、これが、螢雪時代がオープンキャンパスの開催情報をまとめた初めての記事である。当時のイベント名称は「説明会」が最も多く、「大学公開」「公開説明会」も見られた。

1988 年 8 月号には、前年 8 月号に続いて「志望校訪問ガイド」をまとめ、同様の項目設定で行われたアンケート結果も掲載している<sup>19</sup>。オープンキャンパス開催の有無を問う設問には、国公立大学 34 校中、14 校が回答していた。さらに立命館大学は、「九月二十三日と十一月三日に『88 オープンキャンパス』として説明会・相談会を開催（予定）」と回答し<sup>20</sup>、“オープンキャンパス”というイベント名称が、螢雪時代に初めて掲載されたのはこの記事であった。

同号には「独自の『受験・進学相談会』を実施・予定の私大リスト」をまとめており、130 校を超える全国私立大学の情報を掲載している<sup>21</sup>。7 月号に国公立大学のオープンキャンパス情報、8 月号に私立大学のオープンキャンパス情報を掲載していることから、螢雪時代は 1988 年から本格的にオープンキャンパス情報を提供し始めたと言える。

同年 9 月号「KEISETSU FOCUS 大学のキャンパス公開さかん ミニ講義やジュース、おみやげつき大学も。」では、一大学の事例を取り上げるのではなく、当時の大学広報全体に関する解説をしている<sup>22</sup>。

当時「国公立離れ」に歯止めをかけようと、私立大学だけでなく国公立大学が PR に力を入れ始め、手法が量・質ともに変化していることを伝え、「受験生にとっては、学力向上と同じように大切な大学選び。先方がどんどん提供してくれる情報を上手に

使って自分にぴたりの大学を選ぼう。そのいみできみたちは、史上最もめぐまれた受験生だともいえる」と結んでいる<sup>23</sup>。

1989年8月にも、1987年8月号、1988年8月号に続いて、入試担当者へのアンケート結果を掲載している<sup>24</sup>が、その設問は変化している。大学所在地、問い合わせ窓口、電話番号は基礎データとして掲載し、設問は、表2-3にまとめた通り、オープンキャンパスの開催に関する項目が中心となった。

表2-3 入試担当者へのアンケート設問 螢雪時代1989年8月号掲載分

説明会名称・実施学部
開催日程（実施日）
開催場所
備考（申し込み方法等）
ひとこと

（螢雪時代1989年8月号177ページより筆者作成）

掲載しているのは全国国公立大学66校の情報で、学外の進学相談会の情報を寄せた1校を除き、全ての大学が学内でのイベントについて回答している。アンケート結果によると、この年に説明会名称として“オープンキャンパス”を用いているのは、下記の5校であった<sup>25</sup>。（）内は回答されたイベント名称である。

- 京都産業大学（アカデミック・フェスティバル オープンキャンパス）
- 同志社大学（OPEN CAMPUS 89）
- 追手門学院大学（追手門学院大学キャンパス見学会、進学相談会 OPEN CAMPUS 89）
- 奈良大学（オープンキャンパス「高校生のための一日公開講座」）
- 西南学院大学（OPEN CAMPUS 89）

1989年9月号には、早稲田大学がその年に始めた「キャンパスツアー」について紹介している<sup>26</sup>。「今も昔も変わらぬ庶民性が愛され続ける早大で、他大学のキャンパス公開とは一味違った催しが始まった。その名もキャンパスツアー」という見出しで始まることから、ツアー形式で学内を案内する手法は当時、まだあまり実施されていなかった様子がうかがえる<sup>27</sup>。現在ではキャンパスツアーは学生スタッフによるものが多いが、記事によると、案内しているのは広報課のスタッフであった。

1990年7月号、8月号には「『大学・学部説明会』実施情報」として全国の国立、私立大学のオープンキャンパス情報を掲載している<sup>28</sup>。8月号には「7月号につづいて、今月もオープン・キャンパス情報を紹介しよう!」との見出しがあり、螢雪時代が、一大学のイベント名称としてではなく、受験生対象の大学内における進学相談イベントを総称して“オープンキャンパス”という呼称を用いたのは、この記事が初めてのことである<sup>29</sup>。

翌1991年は、いずれの号にもオープンキャンパスに関する記事は掲載されていなかった。

1992年以降は、現在まで一貫して、8月号にオープンキャンパスの情報を掲載している。実施時期として最も多いのが受験生の夏休み期間(7月下旬から8月上旬)であり、その時期に合わせて開催情報を提供し、参加を促すためだと考えられる。どの年も全国国公立大学のオープンキャンパス開催情報を数ページに渡って掲載しており、その情報量は年々増えている。

1992年8月号では、巻頭口絵カラーページに掲載した、大学博物館の見学を勧める記事の見出しにも“OPEN CAMPUS”という見出しを用いている<sup>30</sup>。

さらに同号の「オープンキャンパス・ルポ 気分はすっかり大学生!」では、当時の私立大学のオープンキャンパスでユニークなイベントを催している事例として、立教大学のキャンパス案内映画上映とキャンパス・ツアー、立命館大学の有名教授によるミニ講義、同志社大学の無料ドリンク配布などを取り上げており、記事の最後には、首都圏、北陸、東海、関西地区のオープンキャンパスのスケジュールをまとめている<sup>31</sup>。

1990年代は上記のように、特集の中で数校のオープンキャンパス開催報告をし、記事の最終ページ、もしくは別枠でオープンキャンパススケジュールを掲載するという形式が多い。1993年8月号では東海大学、立命館大学、立教大学、東京女子大学の4校<sup>32</sup>、1994年8月号には東海大学、早稲田大学、聖心女子大学、立教大学の4校<sup>33</sup>、1995年8月号は早稲田大学、立命館大学、聖心女子大学、上智大学、立教大学の5校<sup>34</sup>の事例を取り上げている。

1996年8月号は「Keisetsu データ・セレクション」において、開催スケジュールをメイン記事として掲載し<sup>35</sup>、「Keisetsu データ・セレクション番外編」として、早稲田大学西早稲田キャンパスで行われたキャンパスツアーの様態を伝えた<sup>36</sup>。翌1997年8月号は開催スケジュールのみ<sup>37</sup>だが、1998年8月号には東京女子大学<sup>38</sup>、1999年8月号には早稲田大学、立命館大学、津田塾大学の3校<sup>39</sup>の開催の様子を報告している。

2000年代に入ると、参加する際の注意点やポイントを掲載するようになった。2000年8月号には、「オープンキャンパス徹底活用マニュアル」と題して、受験当日や通学のことを考慮し、家からキャンパスまでの時間を計ること、臆せず質問をすること、スタッフではない現役大学生の姿を探し、どのような雰囲気かを見ること、公開授業・ゼミに出ること、個別相談会に必ず出席すること、などのアドバイスを掲載している<sup>40</sup>。

2001年8月号では「オープンキャンパス参加時の掟 センパイが教えるマルとバツ」と題して、5名の大学生がアドバイスを寄せている。比較のためにいろいろな大学を見ること(ただし、時間と体力を考えて絞り込むこと)、学生風に私服を着ていくこと、直接研究室を訪ねること、遊び気分で参加しないこと、興味のない友達とは行かないこと、などをアドバイスしている<sup>41</sup>。また、2002年8月号でも前年と同様のアドバイスを掲載している<sup>42</sup>。

2003年8月号ではさらに、事前にオープンキャンパスのプログラムや大学について調べておくこと、ノート・筆記用具、カメラを持参すること、キャンパス内だけでなく大学周辺も歩いてみることに、五感を使って雰囲気を感じ取ることに、普段の日にももう一度行ってみることに、といったアドバイスを追加している<sup>43</sup>。

2004年8月号の特集記事では、多くの大学が実施している総合説明会、学部・学科説明会、模擬講義・体験授業、キャンパスツアーなど、代表的なプログラムを解説している<sup>44</sup>。

2005年8月号、2006年8月号では、2003年、2004年に掲載したオープンキャンパス参加の際のアドバイスと、プログラム解説を総合して特集を組み、アドバイスには、教育・研究の充実度がわかる図書館を見学することが加わった<sup>45</sup>。

また、螢雪時代では2004年から、“誌上オープンキャンパス”という特集を組んでいる<sup>46</sup>。2004年は7・8・9月の限定特集だったが、2005年4月号からは毎号連載している。これは、オープンキャンパスの様子を伝えるのではなく、大学の情報を紙面で伝えるもので、“オープンキャンパス”という呼称を、イベント名称を越えて「大学公開」「大学の情報の伝達手段」と捉えて用いている様子が見える。

<sup>1</sup> 旧社名(株)欧文社。1942年に現社名に変更。

<sup>2</sup> 沿革 「旺文社へ入社を希望される方へ」 旺文社定期採用 2007 ホームページ  
<http://www.obunsha.co.jp/saiyou/01.html> (2006年12月24日)

<sup>3</sup> 創刊は学習研究社ホームページ「弊社のあゆみ 1940 - 1950年代」より確認、廃刊については学習研究社に電話で問い合わせ確認をとった(共に2007年1月11日確認)。

「弊社のあゆみ 1940 - 1950年代」学習研究社ホームページ

<http://www.gakken.co.jp/company/outline/history/1940.html> (2007年1月11日)

<sup>4</sup> 「憧れが現実になった... 学問・研究の生の姿にふれて」『螢雪時代』旺文社, 52(8) (1982年9月号)。

<sup>5</sup> 「ニューセラミックスや青色発光ダイオードもある!新材料がズラリ、東北大工学部金属系3学科の『学科公開』」『螢雪時代』旺文社, 53(8) (1983年9月号), 11~14ページ

<sup>6</sup> 同書, 11ページ。

<sup>7</sup> 「受験生にキャンパスを開放!立教大学“進学相談会 on Campus”」『螢雪時代』旺文社, 53(10) (1983年10月号), 11~14ページ。

<sup>8</sup> 「明治大<生田校舎(=工・農学部)>の受験相談会ルポ『何でも見ちゃおう,聞いちゃおう』」『螢雪時代』旺文社, 54(6) (1984年8月号), 44~45ページ。

<sup>9</sup> 「やる気が起きたぞ!“大学実体験”東北大・獨協大・東洋大の“キャンパス公開”ルポ」『螢雪時代』旺文社, 54(8) (1984年9月号), 44~49ページ

<sup>10</sup> 「専修大(生田校舎)の進学相談会ルポ 60年入試を見る!!聞く!!知る!!」『螢雪時代』旺文社, 54(10) (1984年10月号), 58~59ページ。

<sup>11</sup> 「大学祭見て「受験相談」とはイマイ! 東海大&立命館大の入試相談会は大人気」『螢雪時代』旺文社, 54(15) (1985年1月号), 43~47ページ。

<sup>12</sup> 「『受験相談・オン・キャンパス』は大はやり 東北大・東洋大・日本大」『螢雪時代』旺文社, 55(8) (1985年9月号), 19~23ページ。

<sup>13</sup> 「KEISETSU FOCUS 今...キャンパス公開花ざかり」『螢雪時代』旺文社, 56(8) (1986年9月号), 21~27ページ。

<sup>14</sup> 「わが大学のキャンパスに来たれ 志望校訪問ガイド」『螢雪時代』旺文社, 57(8) (1987年8月号), 127~128ページ。

<sup>15</sup> 同書, 129~145ページ。

<sup>16</sup> 「螢雪フォーカス 大学もがんばる!映画・無料講義・ジュース・おみやげつき サービス満点の学内公開」『螢雪時代』旺文社, 57(8) (1987年9月号), 24~25ページ。

<sup>17</sup> 「螢雪フォーカス 国立大のキャンパスガイド やっと開かれ始めた大学の門。ただし『広がった』わけではありません」『螢雪時代』旺文社, 57(9) (1987年10月号), 38~41ページ。

<sup>18</sup> 「国公立大 説明会&受験問い合わせ一覧」『螢雪時代』旺文社, 58(5) (1988年7月号), 88~89ページ。

<sup>19</sup> 「夏こそチャンス わが大学に来たれ 『志望校訪問』マルチガイド」『螢雪時代』旺文社, 58(6) (1988年8月号), 127~133ページ。

<sup>20</sup> 同書, 132ページ。

<sup>21</sup> 「合格探検情報 独自の『受験・進学相談会』を実施・予定の私大リスト」『螢雪時代』旺文社, 58(6) (1988年8月号), 232~235ページ。

<sup>22</sup> 「KEISETSU FOCUS 大学のキャンパス公開さかん ミニ講義やジュース、おみやげつき大学も。」『螢雪時代』旺文社, 58(8) (1988年9月号), 20~21ページ。

- 
- 23 同書, 21 ページ.
- 24 「夏こそチャンス! わが大学へ 志望校訪問マニュアル」『螢雪時代』旺文社, 59(6) (1989年8月号), 176~183 ページ.
- 25 同書, 180~183 ページ.
- 26 「大学訪問グラフィック・ガイド 在学生でも見られない!? 大隈講堂時計台のウラまで見せます!! 早大キャンパスツアーを誌上で再現!」『螢雪時代』旺文社, 59(8) (1989年9月号), 43~47 ページ.
- 27 同書, 43 ページ.
- 28 「INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報」『螢雪時代』旺文社, 60(5) (1990年7月号), 198~199 ページ.  
「INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報」『螢雪時代』旺文社, 60(7) (1990年8月号), 204~207 ページ.
- 29 前掲書 (1990年8月号), 204 ページ.
- 30 「OPEN CAMPUS 大学キャンパスはキミを待っている! 夏休みだからおススメ! 大学博物館」『螢雪時代』旺文社, 62(6) (1992年8月号), 22~23 ページ.
- 31 「オープンキャンパス・ルポ 気分はすっかり大学生! 夏休みキャンパス見学会5つのチェック・ポイント」『螢雪時代』旺文社, 62(6) (1992年8月号), 31~37 ページ.
- 32 「グラフ・リポート ちょっと早めに、大学生しちゃいました」『螢雪時代』旺文社, 63(7) (1993年8月号), 19~25 ページ.
- 33 「螢雪フォーカス ちょっと早めに大学生してみました! オープン・キャンパスで、大学にふれる・味わう・夢をつなぐ」『螢雪時代』旺文社, 64(8) (1994年8月号), 19~24 ページ.
- 34 「Keisetsu フォーカス 講義, 学食で昼食, 図書館で読書……気分は大学生! 『キャンパス見学会』120%活用の傾向と対策」『螢雪時代』旺文社, 65(7) (1995年8月号), 15~18 ページ.
- 35 「Keisetsu データ・セレクション キャンパス見学会(相談会)」『螢雪時代』旺文社, 66(7) (1996年8月号), 137~150 ページ.
- 36 「データセレクション番外編 お先に拝見! 早稲田大学 西早稲田キャンパスツアー」『螢雪時代』旺文社, 66(7) (1996年8月号), 151~152 ページ.
- 37 「螢雪ネット・K-mail OPEN CAMPUS」『螢雪時代』旺文社, 67(7) (1997年8月号), 123~130 ページ.
- 38 「特集 オープンキャンパスへ行こう! 潜入ルポ 東京女子大学進学相談会」『螢雪時代』旺文社, 68(7) (1998年8月号), 150~152 ページ.
- 39 「オープンキャンパス特集 行ってみよう、オープンキャンパス 見て、聞いて、触って志望校を決める!」『螢雪時代』旺文社, 69(7) (1999年8月号), 127~131 ページ.
- 40 「全国大学日程スケジュール付き オープンキャンパスオールガイド」『螢雪時代』旺文社, 70(7) (2000年8月号), 143~162 ページ.
- 41 「カラー特集 オープンキャンパス超活用術」『螢雪時代』旺文社, 71(7) (2001年8月号), 14~19 ページ.
- 42 「『夏休み! オープンキャンパスに出かけよう』 百聞は一見に如かず。大学公開の徹底活用法」『螢雪時代』旺文社, 72(7) (2002年8月号), 26~49 ページ.
- 43 「オープンキャンパスに行こう! 大学の本当の姿を知るための10のポイント&日程・内容ガイド」『螢雪時代』旺文社, 73(7) (2003年8月号), 45~70 ページ.
- 44 「2004 オープンキャンパスへ行こう! バーチャルオープンキャンパス/オープンキャンパスで立ち寄りしたい大学の博物館」『螢雪時代』旺文社, 74(7) (2004年8月号), 5~11 ページ.
- 45 「オープンキャンパス最盛期 夏は大学へ出かけよう!」『螢雪時代』旺文社, 75(7) (2005年8月号), 6~20 ページ.  
「夏本番! オープンキャンパスへ行こう! 螢雪大学バーチャル・オープンキャンパス/慶大・同志社大キャンパスツアー誌上レポ」『螢雪時代』旺文社, 76(7) (2006年8月号), 6~11 ページ.
- 46 「7・8・9月号集中連載! 誌上オープンキャンパス」『螢雪時代』旺文社, 74(8), 目次参照

## 第2章 カレッジマネジメントにおけるオープンキャンパス関連記事

『大学・短期大学・専修学校のためのリクルートカレッジマネジメント』は、(株)リクルート(旧社名(株)日本リクルートセンター、1984年に社名変更)が発行する高等教育業界情報誌である。1983年7月に『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』として創刊されて以来、隔月刊の発行で、2006年12月現在、141号が刊行されている。

なお、1983年の創刊時は『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』という誌名であり、1996年に『大学・短期大学・専修学校のためのカレッジ・マネジメント』と変更され、2002年に現行の誌名となったが、本稿では便宜上、いずれの年代に発行されたものも全て「カレッジマネジメント」と表記する<sup>1</sup>。

カレッジマネジメントは、高等教育機関のトップマネジメントを主な読者と設定した業界専門誌で、学生募集広報についても、いかに戦略的に実施するかといった視点で論じている。大学・短大の学生募集広報を広告代理店の立場から捉えた情報誌として、本研究の調査対象とした。

1983年の創刊から現在までに発行された141号全ての目次を目視で確認し、大学広報や学生募集に関する記事については本文を確認して、オープンキャンパスの関連記事を収集した。表2-1は、この調査によって収集した記事の一覧である。以下、オープンキャンパス関連記事の中から、主だった記事を報告する。

表2-1 カレッジマネジメントにおけるオープンキャンパス関連記事

発行年月	通号	記事
1985年7-8月	13	大学差別化時代の募集広報戦略
1986年7-8月	19	夏休みの学校資源活用のすすめ
1987年1-2月	22	特別企画 10年後の高等教育 1 学生のマーケティング
1988年9-10月	32	アメリカの大学 虚像と実像 厳しくなる入学競争
1990年1-2月	40	志願者増が続く立命館大の入試広報戦略 受験生の声を次年度に生かす
		大学入試センター 入学広報に関する実態調査 47%の大学が「公開・見学会」を実施
1990年5-6月	42	方向も方法も個別化強まる 90年代広報戦略の可能性どこに
1991年1-2月	46	調査 1529 高校の進学指導 希望より学力重視派多数
1992年11-12月	57	事例研究 工夫こらす「キャンパス見学会」
1993年11-12月	63	リクルート・カレッジマネジメントセミナー講演抄録 立命館大学の入試改革と広報戦略
		調査レポート/高校タイプで変わる生徒の進路行動 広報戦略はターゲット分化の時代へ
1996年1-2月	76	Data Break 大学への進路選択に役立つのは模試より話し合いや案内資料

1999年3-4月	95	特集 全入時代を迎え高校進路指導はどう変わる 「何をどう学ぶか」が最大の関心事
2001年7-8月	109	特集 無策でもやれた30年が去って さて「募集力」とは 事例 東洋大学 成功に導くための8つの提言 学生募集のマーケティング
2001年9-10月	110	ルポ 高校の“新設”進路指導の実態 170を超える新学科に生徒も先生も調べが追いつかない
2003年7-8月	121	調査「2002年 高校の進路指導に関する調査」より 生徒の意識が最大の問題 高校教員は指導に手を焼く
2005年9-10月	134	特集 今どきの高校生は何を考えているか 彼らの意識と行動をどう捉えどう対応していくか
2006年9-10月	140	特集 キャンパス見学会をどう開くか 募集戦略の流れに沿って「見学会」を位置づける 事例1 京都女子大学 事例2 城西国際大学

カレッジマネジメントが、初めてオープンキャンパスに関する記事を掲載したのは、13号(1985年7-8月)である。「大学差別化時代の募集広報戦略」と題したこの記事では、立教大学、中央大学、産業能率短期大学(現自由が丘産能短期大学)、千葉工業大学の事例を報告している<sup>2</sup>。

立教大学では他大学に先がけて、1978年から「進学相談会 on CAMPUS」という名称でオープンキャンパスを開催していた。実施のきっかけについて、同大広報課伴義裕係長(当時)は「当時は広報予算が貧弱で、受験雑誌媒体の代理店などが主催する相談会に、参加費や旅費などを出すくらいなら、もっと独自のものを、と考えたのがきっかけ」と述べている<sup>3</sup>。

中央大学では1985年から「中央大学進学相談会」という名称でオープンキャンパスを開始した。開催の動機について同大広報課田上愛之部長(当時)は、「いくつかの大学が集まって行う説明会では制約があり、余裕がなかった。大学のありのままの姿を見てもらって、そのうえで説明した方が親切ではないかということが一つ。もう一つは、輪切り現象が進行するなかで、デモシカではない学生に来てもらいたいというねらいからだ」と述べている<sup>4</sup>。

この二大学が実施するオープンキャンパスについて、カレッジマネジメント編集部は以下のように解説している<sup>5</sup>。

立教大学や中央大学のような伝統校が行う『進学相談会』は、自校受験者の量的拡大を目的とするものではない。立教大学の村守直芳広報課長は『相談会』を『受験生の不安を解消すると同時に、“自分で選んでいく大学”へのステップ』と位置づけている。(中略)

中央大学のアンケート結果では、参加者の4分の3(74.1%)が、同校を第一志望とする者であった。大学の側からいえば、この層が、自分の目と耳で

校風や学科内容などを確かめたうえで入学してくれば、教育活性化の核になることが期待できる。(中略)

もちろん、受験生に、実際に見て確かめて学校選択を、とアピールするためには、大学側にそれだけの実質と自信がなければならない。そういう意味では、大学独自の進学相談会は、伝統校による、その以外に学校に対する差別化政策の一環をなすもの、と位置づけることもできよう。その視程に 67 年以後(筆者注:1992 年以降の 18 歳人口の急減)が入っていることはいうまでもない。

上記の記事から、偏差値を基準として大学選択をするのではなく、大学の校風や教育内容を知ったうえで大学を選択してほしい、という大学側の思いを達成するにあたり、学外での進学相談会だけでは限界を感じ、独自のイベントを開催するようになったということがわかる。

「進学相談会を独自に開ける力があるのは伝統校だけではない。教育内容に自信さえあれば、むしろ比較的歴史の浅い学校においてこそ、相談会は強力な武器になる」として例に挙げられた産業能率短期大学では、1981 年から「キャンパス見学会」を開催している<sup>6</sup>。

プログラムの内容について、総合説明、大学の映画上映、個別相談などを中心に行う立教大学、中央大学とは異なり、「パソコンやワープロの操作を実際に体験させる(約 30 分)こと、その指導や学内の案内などガイド役に在校生(有給アルバイト)を使っていること」を特色として伝えている<sup>7</sup>。現在では実技体験や在学生スタッフの活用も多く見られるが、産業能率短期大学では 20 年以上前から実施していたことになる。

千葉工業大学の事例は、オープンキャンパスではなく、工学を高校生向けにわかりやすく紹介したサブパンフレットについてであるが、同大でも 1985 年の秋には独自の進学相談会を始める予定だということを報告している<sup>8</sup>。

32 号(1988 年 9-10 月)では「アメリカの大学 虚像と実像 厳しくなる入学競争」と題して、ハーバード大学教育学大学院国際教育室長(当時)のウィリアム K. カミングスが、アメリカの入試制度や当時の高校生 の 6 タイプなどとともに、マーケティングの手法について述べている。全米学業優秀奨学生試験で高得点をあげた学生に無料の往復航空券を提供し、キャンパスに招待したり、関心を持ってくれる受験生にキャンパス見学を奨励したり、といった取り組みを紹介している<sup>9</sup>。

アメリカにおけるこの様な取り組みは、カレッジマネジメント 1 号(1983 年 7-8 月)「アメリカの大学の学生募集活動」では詳しく報告されてない<sup>10</sup>。32 号で取り上げられたのは、アメリカにおけるマーケティングの手法が変化したことに加え、我が国における学生募集活動の手法の一つとして、オープンキャンパスに対する注目度が上がったことも関係しているのではないだろうか。

40 号(1990 年 1-2 月)では、「志願者増が続く立命館の入試広報戦略 受験生の声を次年度に生かす」と題して、立命館大学の学生募集活動の事例を取り上げている。「大学見学会、進学相談会などに対しても積極的だ。今年度 3 回行われた大学見学会は『オープンキャンパス立命』と銘打たれ、(中略)多彩な催しが実施された」との一文があり<sup>11</sup>、一大学の事例ではあるが、「オープンキャンパス」というイベント名称が初めて

登場したのはこの号である。

オープンキャンパスの他、高校や予備校の進路指導担当者を招き意見交換を行う「立命館大学フォーラム」、年2回発行される大学案内パンフレット、就職情報を掲載した別冊のリーフレットなど、念入りな広報活動を展開する理由について、記事中には「それは“量”とともに“質を重視した学生獲得を狙っているからである。小畑氏（筆者注：同大入学課小畑力人課長（当時））は『偏差値による大学選びの現実をどう超えるのかの問題』と説明する」とある<sup>12</sup>。13号の発行から数年経った当時でも、立教大学、中央大学が抱えていた問題意識と同様の思いがあり、その改善、解消に努力する様子が見えてくる。

また、同40号には、大学入試センターが行った入学広報に関する実態調査の結果を掲載している<sup>13</sup>。この調査は1989年6月、全国公私立487大学（当時）を対象に行われ、100%の回収率であった。

「大学公開・大学見学会の実施」については、全体の47%にあたる231校が実施している。設置者別に見ると、国立大学では46.3%（95校中44校）、公立大学では30.6%（36校中11校）、私立大学では49.4%（356校中176校）が実施していると回答している（括弧内の校数は調査結果を元に筆者が算出）。

実施内容については、教育研究施設等の見学が最も多く79.7%、ビデオによる紹介55.0%、教員の講演39.0%、先輩・教員等の懇談会37.7%、福利厚生施設の見学31.2%、実験・実習見学17.7%、課外活動などの見学10.4%、授業体験9.5%、実際の授業見学4.8%、という結果であった<sup>14</sup>。

46号（1991年1-2月）では、同社が発行する「キャリアガイダンス」が1990年秋に実施した、全国高校の進路指導主事を対象とした進学指導に関するアンケートの調査結果を報告している<sup>15</sup>。

この調査によると、大学・短大希望者への進学指導として「学校見学」を行っている高校は、回答した1529校中34.7%であった。グラフ上には87年調査結果16.4%も併記されており、数年の間に実施校の割合は倍増したことがわかる<sup>16</sup>。

また、地域別の実施割合も報告されており、「もっとも高いのが北関東・甲信越の51.6%、以下中部・北陸40.5%、首都圏40.1%、と続き、中国以西は中国23.8%、四国20.0%、九州23.1%といずれも低い。学校見学については、東高西低の状況にあるようだ」と述べている<sup>17</sup>。

57号（1992年11-12月）では「事例研究 工夫こらす『キャンパス見学会』」として、大学・短大・専門学校8校の事例を挙げている<sup>18</sup>。

ここで近年の傾向として報告しているのが、「在学生を動員した本音重視の見学会」である。

ほんの数年前までキャンパス見学会は“学校説明会”的な色彩が強かった。

（中略）

それが最近になって質疑応答の回答者や施設見学のガイド役に在校生を配置するようになった。一方的に情報を伝えるだけの説明会は減り、見学者と学生とが自由に話せるようなメニューを中心に捉える見学会が増えた。<sup>19</sup>

13号において産業能率短期大学が在学生スタッフを動員していることを取り上げてから7年が経ち、多くの大学で取り入れるようになったことがわかる。

また、この記事では各大学の実施例の他、1990年から始まった、京都府に所在する私立大学が開催日を統一してオープンキャンパスを行う、「オープンキャンパス in Kyoto」についても報告している<sup>20</sup>。

95号(1999年3-4月)では、同社発行の「キャリアガイダンス」が1998年秋に実施した、全国の高校の進路指導部を対象とした進路指導に関するアンケート調査の結果を報告している<sup>21</sup>。進路学習として「オープンキャンパスへの参加指導」を行っていると回答した高校が、1249校中94.4%にも上る。49号で報告された1990年秋の同様の調査では、進路指導として「学校見学」を実施しているのは34.7%だったことから、8年間の間にオープンキャンパスを実施する大学・短大も増え、進路指導担当者も大学選択の有効な手段として重要視するようになったと言える。

109号(2001年7-8月)の特集「無策でもやれた30年が去って さて『募集力』とは」では、東洋大学の事例を取り上げている<sup>22</sup>。受験生の進路選択に保護者の影響が強くなってきた現状を踏まえ、オープンキャンパスにおいて同伴の保護者向けの時間を設けていることなどを紹介している。

121号(2003年7-8月)では、同社が2002年秋に実施した、全国全日制高校の進路指導部を対象とした高校進路指導に関する調査についての報告がある<sup>23</sup>。「進路指導上、どんな施策に取り組んでいるのか」という問いに対して「オープンキャンパスへの参加指導」と回答した高校は、868校中68.3%であった。その他「卒業生との懇談会」(41.8%)、「学校見学」(40.7%)も挙がっており、「『対面型、対話型のイベント』への参加や利用を勧める傾向にあるといえよう」と解説している<sup>24</sup>。

140号(2006年9-10月)では、「キャンパス見学会をどう開くか」という特集を組んでいる<sup>25</sup>。これまで学生募集広報の1つとしてオープンキャンパスを取り上げることはあったが、オープンキャンパスに特化して特集を組んだのはこれが初めてのことであり、各大学においてオープンキャンパスの開催が毎年の恒例行事となった現在、いかに他校との差別化を図るかといった視点や具体的な実施内容を、各大学が意識している現れであろう。

「募集戦略の流れに沿って『見学会』を位置づける」では、オープンキャンパスが開催されるようになった背景や、“オープンキャンパス”“キャンパス見学会”と言った名称について、大学・短大と専門学校の開催の目的の違い、今後の課題など、多岐にわたって解説している<sup>26</sup>。また、事例報告として、京都女子大学<sup>27</sup>、城西国際大学<sup>28</sup>の他2専門学校の事例を紹介している。

カレッジマネジメント編集部では、現在まで一貫して“オープンキャンパス”という呼称を用いていない。一大学のイベント名称や、個人の意見に出てきたものはそのまま扱っているが、編集部がこのイベントを語る時は「キャンパス見学会」という呼称を用いている。これは、今後“オープンキャンパス”という呼称の発展経緯を検討する際に、重要なポイントとなるであろう。

- <sup>1</sup> 国立情報学研究所「Webcat plus」一致検索にてタイトル欄に“カレッジマネジメント”を入力して検索し、その結果から名称変更を確認した。国立情報学研究所「Webcat plus」一致検索画面 <http://webcatplus-equal.nii.ac.jp/libportal/equalTop.html> (2006年12月29日)
- <sup>2</sup> 「大学差別化時代の募集広報戦略」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 13 (1985年7-8月号), 37~40ページ。
- <sup>3</sup> 同書, 37ページ。
- <sup>4</sup> 同書, 38ページ。
- <sup>5</sup> 同書, 39ページ。
- <sup>6</sup> 同書, 39ページ。
- <sup>7</sup> 同書, 40ページ。
- <sup>8</sup> 同書, 40ページ。
- <sup>9</sup> ウィリアム K.カミングス(刈谷剛彦訳)「アメリカの大学 虚像と実像 厳しくなる入学競争」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 32 (1988年9-10月号), 40~47ページ。
- <sup>10</sup> 阿部美哉「アメリカの大学の学生募集活動」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 1 (1983年7-8月号), 15~19ページ。
- <sup>11</sup> 「志願者増が続く立命館大の入試広報戦略 受験生の声を次年度に生かす」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 40 (1990年1-2月号), 36ページ。
- <sup>12</sup> 同書, 36~37ページ。
- <sup>13</sup> 「大学入試センター 入学広報に関する実態調査 47%の大学が『公開・見学会』を実施」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 40 (1990年1-2月号), 40~43ページ。
- <sup>14</sup>
- <sup>15</sup> 「調査 1529 高校の進学指導 希望より学力重視派多数」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 46 (1991年1-2月号), 17~23ページ。
- <sup>16</sup> 同書, 18ページ。
- <sup>17</sup> 同書, 18ページ。
- <sup>18</sup> 「事例研究 工夫こらす『キャンパス見学会』」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 57 (1992年11-12月号), 44~48ページ。
- <sup>19</sup> 同書, 44ページ。
- <sup>20</sup> 同書, 48ページ。
- <sup>21</sup> 「特集 全入時代を迎え高校進路指導はどう変わる 『何をどう学ぶか』が最大の関心事」『大学・短期大学・専修学校のためのカレッジマネジメント』リクルート, 95 (1999年3-4月号), 10~16ページ。
- <sup>22</sup> 「特集 無策でもやれた30年が去って さて『募集力』とは 事例 東洋大学」『大学・短期大学・専修学校のためのカレッジマネジメント』リクルート, 109 (2001年7-8月号), 12~16ページ。
- <sup>23</sup> 「調査 『2002年 高校の進路指導に関する調査』より 生徒の意識が最大の問題 高校教員は指導に手を焼く」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルートカレッジマネジメント』リクルート, 121 (2003年7-8月号), 39~43ページ
- <sup>24</sup> 同書, 41~42ページ。
- <sup>25</sup> 「特集 キャンパス見学会をどう開くか」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルートカレッジマネジメント』リクルート, 140 (2006年9-10月号), 5~21ページ。
- <sup>26</sup> 同書, 5~7ページ。
- <sup>27</sup> 同書, 8~11ページ。
- <sup>28</sup> 同書, 12~15ページ。

### 第3章 Betweenにおけるオープンキャンパス関連記事

『Between』は、(株)進研アドが発行する高等教育業界情報誌である。「大学・短期大学と高等学校・受験生の間をとりもつ情報誌」<sup>1</sup>として1987年に創刊され、2006年12月現在220号が発行されている。

Betweenも第2章で取り上げたカレッジマネジメント同様、広告代理店が発行する業界専門誌で、大学の外からの冷静な視点をもって、大学広報を捉えている。「大学・短期大学と高等学校・受験生の間をとりもつ情報誌」とうたっているように、大学関係者だけでなく高等学校関係者も読者として想定しており、大学広報の取り組みだけでなく、高等学校の進路指導の取り組みも報告していることから、本研究の調査対象とした。

1987年の創刊から現在までに発行された220号全ての目次を目視で確認し、注目すべき表題についてはその本文を確認して、オープンキャンパス関連の記事を収集した。表3-1は、それらの記事をまとめたものである。以下、オープンキャンパス関連記事の中から、主要な記事を報告する。

表3-1 Betweenにおけるオープンキャンパス関連記事

発行年月	記事
1987年4月	特集 進路選択の基準 「モノグラフ・高校生」レポート vol.1
1987年8月	ニュース・ダイジェスト 国公立大学もPR時代
1989年7月	新設入試インタビュー 大手前女子短期大学
1990年3月	特集 高校の進路指導調査報告
1990年10月	特集 1990年度入試 受験生調査報告
1991年8・9月	特集 1991年度入試 受験生調査報告
1992年2月	特集 1991年度 私立大学・短期大学 広報活動実態調査報告
1992年7月	でーた All Right 1991年度 国公立大学 広報実態調査報告
1993年7月	特集 1993年度入試 受験生調査報告
1994年10月	NEWS SCOPE
1995年10月	事例研究 関西の9大学による「行こう、出かけよう、キャンパス探検！」が新聞連合広告に新風
1995年11月	事例研究 宿泊型キャンパス見学会の事例 北里大学水産学部「CAMPUS WATCHING 1995」
1996年2・3月	特集 大学の情報提供が変わってきた
2002年6月	特集 変化する高校にどう対応するか Part 3 進路指導担当者の声～22人のアンケートから
2003年3月	特集 新增設と改組転換の戦略 視点
2003年6月	広報戦略のNew Trend 大阪成蹊大学
2003年9月	広報戦略のNew Trend 京都・滋賀芸術系5大学合同入試説明会
2003年10月	特集 満足度を高める学生支援 インタビュー 高校生の進路意識とキャリア支援

	広報戦略の New Trend 学習院大学
2003年11月	特集 就職指導最前線 レポート4 聖学院大学
2004年1・2月	特集 大学広報の今、これから 概説 一人ひとりへのきめ細かな募集広報の時代 コラム 大学案内を読み比べることで資料の読み方を鍛える REPORT6 立命館大学 座談会 これからの大学広報に求められるもの
	キーパーソンに聞く 女子栄養大学広報部長兼理事長付部長 染谷忠彦
2004年5月	特集 チャレンジする短大 事例紹介 千葉明德短大
2005年1・2月	特集 高校の変化を見据えた大学広報とは 寄稿 高校の進路指導はどう変わったか 寄稿 アメリカ大学事例 座談会 進路指導スケジュールに合わせた情報発信をしてほしい レポート 早稲田大学 レポート 北海道大学
	キーパーソンに聞く 中村学園大学入試課課長 上森啓史
2005年3月	広報戦略の New Trend <sup>21</sup> 神戸松蔭女子学院大学・短大
2005年6・7月	特集 学生の活力を改革に生かす インタビュー 京都大学高等教育研究開発推進センター助教授 溝上 慎一 事例 仁愛大学 事例 武蔵野大学
2006年2・3月	募集広報の羅針盤 ウェブサイト
2006年10月	特集 志望校はこう選ばれている 全国13高校聞き取り調査 私の、わが子の進路選択ストーリー 一歩先を行く広報活動 東洋大学 一歩先を行く広報活動 産業能率大学

1987年から1993年の記事は、アンケート調査の報告の中で、オープンキャンパスについて触れているものが多い。

1987年4月号の「特集 進路選択の基準 『モノグラフ・高校生』レポート vol.1」では、福武書店・教育研究所発行の「モノグラフ高校生 85 進路選択と進路指導」<sup>2</sup>から受験生の進路選択の基準について報告している<sup>3</sup>。85年度の高専卒業生に回答を求めた調査で、この調査によると、“大学”の決定の際、何を参考にしたかという問いに対して「大学主催の説明会」を「とても参考にした」「かなり参考にした」と回答した割合は12.7%、同じく“学部・学科”の決定の際、何を参考にしたかという問いに対して回答した割合は9.5%であった<sup>4</sup>。

当時“大学”の決定の際参考にしている割合が最も高いのは「進学に関する単行本や雑誌」(64.6%)であり、「校外模試の結果」(57.5%)、「大学当局発行のパンフレット

類」(52.4%)と続いた。“学部・学科”の決定に関しても、最も多いのは「進学に関する単行本や雑誌」(62.9%)であり、次いで「クラスメートとの会話」(53.4%)、「高校の先生の話」「大学当局発行のパンフレット類」(いずれも53.1%)という結果であった<sup>5</sup>。

1987年8月号「ニュース・ダイジェスト」では、「国立大学もPR時代」と題してパンフレット作成の取り組みなどと並んで、説明会についても触れている<sup>6</sup>。1987年に「説明会」を開く国立大学は前年より10校多い27校であり、実施予定の大学・学部を開催日順に列挙している<sup>7</sup>。

1989年7月号では、「新設入試インタビュー 大手前女子短期大学 説明会とキャンパス見学会が奏功」と題して、1989年度に秘書科を新設した大手前女子短期大学の事例を報告している<sup>8</sup>。同短大では、秘書科設置認可後の1988年12月24日に同大で初めてのキャンパス見学会を実施し、約200名の出席があり、推薦入試の倍率が16倍となった。これを受けて、1989年からは、既存の服飾学科も含めた説明会を実施する予定だ、という構想が語られている。Betweenが、一大学・短期大学の事例を紹介したのは、この記事が初めてのことであった。

1990年10月号「特集 1990年度入試 受験生調査報告」では、1990年3月末から4月末にかけて、進研アド/大学広報研究所が行った受験生実態調査の結果を報告している<sup>9</sup>。

この報告によると、「志望校選択にあたっての各種資料等の参考度」として、「大学・短期大学のキャンパス見学会での説明と印象」を「ひじょうに参考にした」「だいたい参考にした」と回答したのは男子が11.1%、女子が40.8%である<sup>10</sup>。同じく「個人で大学・短期大学を訪問したときの説明と印象」については、男子が20.6%、女子が52.1%であり<sup>11</sup>、男女間には大きな差がみられた。1987年4月号で報告された85年度卒業生に対する調査では、「大学説明会」を参考とした回答者は10%前後だった<sup>12</sup>ことから、単純に男女の数値を平均しても、数値は低いながらも倍以上増加していることがわかる。

この調査で、男子の参考度が高かったのは「受験雑誌の偏差値・倍率などの入試データ」(90.7%)、「受験雑誌の大学・短期大学紹介の記事」(82.7%)、「大学案内の学部・学科の説明」(80.7%)であり、女子は「受験雑誌の偏差値・倍率などの入試データ」(91.9%)、「大学案内の学部・学科の説明」(89.8%)、「受験雑誌の大学・短期大学紹介の記事」(86.4%)という結果が出ている<sup>13</sup>。1987年4月号で報告された調査でも「進学に関する単行本や雑誌」「大学当局発行のパンフレット類」が高い数値を示しており<sup>14</sup>、その傾向はあまり変化していなかったといえる。

1991年8・9月合併号「特集 1991年度入試 受験生調査報告」では、1990年に引き続き、1991年3月から4月にかけて進研アド/大学広報研究所が行った受験生実態調査の結果を報告している<sup>15</sup>。「1. 受験動向」「2. 進路決定動向」「3. 情報メディアの接触度および参考度」「4. 志望校決定要因」「5. キャンパス見学会とビデオ」の5章立てとなっており、「キャンパス見学会」に焦点を当てて調査をしていることから、このイベントに注目していることがわかる。

まず「3. 情報メディアの接触度および参考度」では、情報ツールの接触度と、その参考度の調査結果を報告している。接触度とは、各情報ツールに出会ったかどうかを

示し、参考度とは、接触した情報ツールが大学・短大の情報を得る上でどのくらい参考になったかを示す。「キャンパス見学会」は、接触度は14.7%と低く、28項目中27位であるが、参考度は「たいへん参考になった」との回答を5ポイント、「まったく参考にならなかった」との回答を1ポイントとしたポイント換算で4.32ポイントであり、「大学案内の学部・学科の説明」と並んで28項目中1位となっている<sup>16</sup>。

「5. キャンパス見学会とビデオ(1) キャンパス見学会」には、全国を10地域に分けた、地域別「キャンパス見学会」参加率の調査結果も報告している<sup>17</sup>。

参加率の最も高い地域は『関東』であり、24.6%と約4人に1人が参加をしていたという状況である。次いで多かったのが『近畿』の20.0%であり、首都圏・京阪神地区で高くなっている。逆に『北海道』4.5%、『四国』8.5%、『北陸』8.7%となっており、この3地区は参加率が低い。こうした地域は大学・短期大学数が少ないこと、また、交通事情等で、キャンパス見学会の実施が難しく、キャンパス見学会自体の実施数が少ないため、数値も低くなっているといえよう。

以上のように解説されており、実施、参加率ともに地域差があったことがわかる。

1992年2月号「1991年度 私立大学・短期大学 広報活動実態調査報告」では、1991年11月に大学広報研究所が行った、私立大学・短期大学を対象とした広報活動についてのアンケート調査結果を報告している<sup>18</sup>。

この調査によると、当時私立大学で「キャンパス見学会」を実施しているのは、4年制大学が62.7%、短期大学が61.1%で、どちらも6割の大学で行っている。また、開催時期が最も多いのは7月で、実施校の6割近くがこの時期に実施している点や、内容は「大学の概要説明」「入試説明」「教育・研究施設見学」の三つが柱となっている点が結果として表れている。

1992年7月号の「データ All Right 1991年度 国公立大学広報実態調査報告」では、1992年3月に実施された全国の国公立大学を対象としたアンケート調査の結果を報告している<sup>19</sup>。国公立大学においても、実施校は61.3%と、1992年2月号で報告された私立大学の実施率とほぼ同率であった。ただ開催時期については7月が43.5%、8月が50.0%であり、他の月は10%に満たないという結果は、8月以降も3、4割の実施率のある私立大学とは異なっていた。

1993年7月号「特集 1993年度入試 受験生報告」では、1990年、1991年同様、3月から4月にかけて、進研アド/大学広報研究所で行った受験生実態調査の結果を報告している<sup>20</sup>。この調査でも、「キャンパス見学会」の接触度と参考度を調査しており、1991年に14.7%だった接触度は32.8%となった<sup>21</sup>。また、参考度も72.5%で、前回のポイント換算とは異なるため単純な比較はできないが、相変わらず高い数値を示しているといえる<sup>22</sup>。

その他、この年の調査では、当時の社会情勢を反映して、経済不況が進学や保護者に与えた影響についても調査されている。

1994年10月号の「NEWS SCOPE」では、京都の私立大学が合同でオープンキャンパスを行う「オープンキャンパス in Kyoto」の開催を伝えている<sup>23</sup>。イベント名称ではあ

るが、“オープンキャンパス”が初めて Between 登場したのがこの号である。また、桃山学院大学が、受験生をヘリコプターに乗せて、建設中の新キャンパスを見学させた「空飛ぶNewキャンパスツアー」も取り上げられた<sup>24</sup>。

1995年11月号「事例研究 宿泊型キャンパス見学会の事例 北里大学水産学部「CAMPUS WATCHING 1995」では、1泊2日の宿泊型オープンキャンパスの事例を紹介している<sup>25</sup>。まとめでは「参加者を競う見学会ではなく一泊二日といったスケジュールで、キャンパスを存分に味わってもらいたいという『質』を極めた見学会が今後さらに増えてくるのではないだろうか」と、今後のオープンキャンパスの内容についても示唆している。

1996年2・3月号には、「特集 大学の情報提供が変わってきた」と題して、(株)ベネッセコーポレーション進研スコープの田中久雄編集長(当時)への、高校生の意識変化や求める情報についてのインタビュー記事を掲載している<sup>26</sup>。ここで田中は、大学生が受験の際どのようなことを考えていたのかをレポートしている冊子が好評であることを話し、以下のように解説している。

これはまさに自分がこれから体験することでしょう。リアルでなおかつ自分を重ね合わせられる情報。こうした現実感のある情報、疑似体験、どれだけ現実にちかいところまでいかに読者をつれていってあげれるか(本文ママ)というのが今、求められていることなんです。だから、大学がやっているキャンパス見学会や模擬授業というのはその最たるものでしょうけれど、結局、そういったものを、これからはもっともっと工夫していかなければならないのでしょうか。こうした部分がないというのは腐っていくというか、きっとダメになっていくのでしょうか。

1996年2・3月号以降、1号ずつ確認したものの、オープンキャンパスに関する記述は数年みられなかった。筆者はこれについて、Betweenが情報誌としての自らの位置づけを少し変化させ、特集内容にも変化が見られたからではないかと考えている。

2002年6月号では、「特集 変化する高校にどう対応するか」という特集を組み、「Part3 進路指導担当者の声～22人のアンケートから」では、入試制度や広報活動について22名の高校教員に自由記述式のアンケートを実施し、その結果をまとめている<sup>27</sup>。

オープンキャンパスに直接言及した意見はないが、「大学名にこだわらず、実を取る傾向が強い生徒が多くなった。オープンキャンパスなどで冷静に比較し、進路選択をしている(略)」といった意見が掲載され、一高校教員の声ではあるが、イベント名称ではなく、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを総称して“オープンキャンパス”という呼称が用いられていることが確認できたのは、この号が初めてである。

2003年以降は、各大学の取り組みに関する事例報告の中で、オープンキャンパスが登場することが多い。ここでは個々の事例は省略し、オープンキャンパスの全体を捉えた記事を中心に報告する。

2004年1・2月号「特集 大学広報の今、これから」では、概説において(株)進研

アドダイレクトプランニング部マネージャーの中富が、近年の大学広報の傾向を解説しており、オープンキャンパスに関しては以下のように述べている<sup>28</sup>。

直接接触できる受験生は出願に結びつきやすいため、キャンパス見学会等のイベントの開催も増え、その告知や動員のための広報ツールも増えている。イベントも低学年を意識し、単なる大学紹介ではなく、『学びの内容』を全面に出し、高校生の興味・関心を喚起する企画が増えている。例えば、東洋大学の『学びライブ』、専修大学の『体験授業フェア』などがある。

同特集の座談会「これからの大学広報に求められるもの」では、武蔵大学入試センター課長補佐の伊藤、東京工科大学広報課課長の小宮山、京都精華大学大学事務局長の福岡、芝浦工業大学入試課入試アドバイザーの福川（役職はいずれも当時）が大学の広報について、自大学の事例を交えながら語っている<sup>29</sup>。

オープンキャンパスの成否は、いかに学生を巻き込むかということに尽きます。キャンパスを訪れた受験生は、初めて大学と直接的な接触をするわけです。そこで学生が生き生きと運営に関わっている姿を見ると、その大学への親近感もわいてきます。結果として入学者の歩留まり率も高めることができます。（福岡）

オープンキャンパスの学生スタッフが、受験生と“メル友”になるケースもあります。本学では、スタッフだったメディア学部の学生が、卒業研究の課題としてオープンキャンパス運営のためのeラーニング教材の開発に取り組むなど、教育面へのつながりも出てきています。（小宮山）

本学ではオープンキャンパスは年7回開催していますが、企画から運営はすべて学生に任せています。（中略）モニター学生は現在約400人いて、パンフレットの作成、オープンキャンパスの企画や当日の運営など、様々な業務に携わります。また、モニター学生には事前の研修を行い、企画プレゼンから事後の反省会までPDCAマネジメントサイクルを徹底させています。（伊藤）

上記のように、オープンキャンパスを学生と協同して運営している点について述べている。

2004年5月号「特集 チャレンジする短大」では、千葉明德短期大学の、教員の研究テーマとして位置付けられたオープンキャンパスについて紹介している<sup>30</sup>。同短大では、文部科学省の「高等教育研究改革支援経費」を受給する研究の1つとして「ブレ学習としてのオープンキャンパス」という研究を行っている。「保育の現状や同短大の教育内容、資格取得や卒業後の進路に関する情報を高校生参加型の公開授業によって伝えることで、受験生の志向や問題意識を明確化し、入学後の学習へのスムーズな導入を図ること」を目的として、「毎回参加者へのアンケートを実施し、参加回数と入学率、入学後の学習意欲や成績などとの相関関係の分析」し、内容改善に役立てている

という。

2005年1・2月号では、「高校の変化を見据えた大学広報とは」という特集を組んだ<sup>31</sup>。

「高校の進路指導はどう変わったか」と題した論文で、ベネッセ教育総研の原茂統括責任者（当時）は、高校の進路指導において、「早期化 体験型 外部連携、の3つの取り組みが目立つようになってきた」と述べている<sup>32</sup>。

体験型の代表としてオープンキャンパスが挙げられ、実際の進路指導スケジュールの中で、その年の受験生を対象として開催されるオープンキャンパスへの参加を、高校2年生の1学期の時点で推奨していることから早期化が進んでいることを裏付けている。またオープンキャンパスでは、大学の教育内容や入試の説明だけにとどまらず、たくさんの模擬授業を用意する大学もあり、大学のキャリア教育支援としての外部連携（高大連携）のあり方も模索する必要があることを指摘している。

高校教員による座談会では、進路指導の現場で「オープンキャンパスに参加する前に大学案内等で自分なりに調べ、それを実際にオープンキャンパスで確認させる」「模擬授業を受けた場合にはレポートを書かせるようにしている」といった声が挙がり、ただ漠然と参加するのではなく、予習・復習を行うことで実りの多いものにしてほしいという高校教員たちの熱意を感じる<sup>33</sup>。

また、「オープンキャンパスの参加者まで高校で取りまとめてほしいという大学があります。しかしはっきり言って、これは高校側にマイナスイメージを持たれるだけだと思います（一同うなずく）」といった発言からは、大学が多様化し、進路指導に関する負担が増大した進路担当者からの、募集広報に対する本音もうかがえる<sup>34</sup>。

2005年6・7月号の「特集 学生の活力を改革に生かす」では、京都大学高等教育研究開発推進センターの溝上助教授へのインタビュー記事を掲載している<sup>35</sup>。溝上は「大学運営に学生を巻き込むことに成功すれば、その経験を通じて学生の確実な成長が見込まれることが最大のメリットです」と語り、正課外の活動のひとつとしてオープンキャンパスも挙げている。

同特集では、オープンキャンパスにおける学生生活用の事例として、学生がオープンキャンパスを企画・運営している武蔵野大学を取り上げ、その内容の詳細を報告している<sup>36</sup>。

2006年秋号（2006年10月）では、「志望校はこう選ばれている」と題した特集を組み、進路指導方法に関する全国13高校への聞き取り調査、学生とその親による進路選択ストーリー、各大学の事例などを掲載している<sup>37</sup>。

「全国13高校聞き取り調査」では、まず総括として、「現状でも、情報はたくさんあると高校側は認識している。求められているのは、それとは別の形態、別の内容の情報だ。『生の声』が求められることを考えると、オープンキャンパスやブログなどで、学生をうまく活用することがポイントになるかもしれない」とまとめた<sup>38</sup>。

各高校の調査報告によると、13校中4校が1、2年次から参加するように指導しており、オープンキャンパス参加の低学年化が進んでいることを裏付けた<sup>39</sup>。ただし、「オープンキャンパスは、夏期講習の時期と重なるので、原則として講習のない日に行かせている」と、自校の教育を優先させる高校もあった<sup>40</sup>。

「私の、わが子の進路選択ストーリー」では、自身の進路選択ストーリーを語った4名中3名が、「オープンキャンパスに参加して受験を決意した」と語っている<sup>41</sup>。もう

1名もオープンキャンパスとは言わないものの、大学見学をし、実際に雰囲気を確認して志望校を決めたと語った。

母親からの報告にも、「オープンキャンパスと一緒に行ってほしいと頼まれ、5校に行った」「いろいろ調べた中で、娘が最も引かれたのが今通っている大学だった。オープンキャンパスや学園祭で3回訪れ、大変気に入っていた。『質問に先輩が丁寧に答えてくれた』（中略）と行く度にうれしそうに話してくれた」という声があった<sup>42</sup>。

大学・短期大学の学生募集広報にはさまざまな手法があるが、現在、オープンキャンパスにおける体験が志望校決定の大きな誘引材料となっていることは間違いない。

---

<sup>1</sup> 創刊時、Betweenという誌名について、以下のように説明されていた。

「BETWEENは、『ビトウィーン』と読みます。英語で『何かと何かの間』という意味です。情報が洪水のように渦巻いている今日。しかし、大学・短大から高校・受験生へ、高校・受験生から大学・短大へ、本当に役に立つ情報のキャッチボールが十分に行われているでしょうか。私達は、この情報のキャッチボールを『ツーウェイ・コミュニケーション』と考え、情報の送手と受手の『間』をとりもつ情報誌という目的のもとに、この誌名をつけました」（『Between』1987年4月号、目次ページ。）

<sup>2</sup> 「進路選択と進路指導」『モノグラフ・高校生』福武書店、1985。

『モノグラフ・高校生』は、インターネット上でもPDF形式で公開されている。チャイルド・リサーチ・ネット ホームページ

[http://www.crn.or.jp/cgi-bin/LIBRARY/disp\\_mokuji.pl?&sassi=M8&vol=16](http://www.crn.or.jp/cgi-bin/LIBRARY/disp_mokuji.pl?&sassi=M8&vol=16)（2006年12月31日）

<sup>3</sup> 「特集 進路選択の基準」『モノグラフ・高校生』レポートvol.1」『Between』進研アド、1987年4月号、2～13ページ。

<sup>4</sup> 同書、4ページ。

<sup>5</sup> 同書、4ページ。

<sup>6</sup> 「ニュース・ダイジェスト 国公立大学もPR時代」『Between』進研アド、1987年8月号、35～36ページ。

<sup>7</sup> 同書、35～36ページ。

<sup>8</sup> 「新設入試インタビュー 大手前女子短期大学 説明会とキャンパス見学会が奏功」『Between』進研アド、1989年7月号、31～33ページ。

<sup>9</sup> 「特集 1990年度入試 受験生調査報告」『Between』進研アド、1990年10月号、2～13ページ。

<sup>10</sup> 同書、7ページ。

<sup>11</sup> 同書、7ページ。

<sup>12</sup> 前掲書、1987年4月号、4ページ。

<sup>13</sup> 前掲書、1990年10月号、6ページ。

<sup>14</sup> 前掲書、1987年4月号、4ページ。

<sup>15</sup> 「特集 1991年度入試 受験生調査報告」『Between』進研アド、1991年8・9月合併号、2～21ページ。

<sup>16</sup> 同書、10～14ページ。

<sup>17</sup> 同書、19～20ページ。

<sup>18</sup> 「特集 1991年度 私立大学・短期大学 広報活動実態調査報告」『Between』進研アド、1992年2月号、2～11ページ。

<sup>19</sup> 「でーた All Right 1991年度 国公立大学 広報実態調査報告」『Between』進研アド、1992年7月号、10～12ページ

<sup>20</sup> 「特集 1993年度入試 受験生調査報告」『Between』進研アド、1993年7月号、2～15ページ。

<sup>21</sup> 同書、7ページ。

<sup>22</sup> 同書、7ページ。

<sup>23</sup> 「NEWS SCOPE オープンキャンパス in Kyoto」『Between』進研アド、1994年10月号、30～31ページ。

<sup>24</sup> 「NEWS SCOPE 桃山学院大学」『Between』進研アド、1994年10月号、33～34ページ。

<sup>25</sup> 「事例研究 宿泊型キャンパス見学会の事例北里大学水産学部「CAMPUS WATCHING 1995」」『Between』進研アド、1995年11月号、38～39ページ。

<sup>26</sup> 「特集 大学の情報提供が変わってきた 本質的なことを、いかにリアルに、感覚的に伝えられるかが課題！」『Between』進研アド、1996年2・3月号、6～10ページ。

- 
- 27 「特集 変化する高校にどう対応するか Part 3 進路指導担当者の声～22人のアンケートから」  
『Between』進研アド, 2002年6月号. Benesse 教育研究開発センターホームページ, Between バック  
ナンバー2002年度  
<http://benesse.jp/berd/center/open/dai/between/2002/backnumber/b2002.html>(2007年1月6日).
- 28 「特集 大学広報の今、これから 概説 一人ひとりへのきめ細かな募集広報の時代」『Between』  
進研アド, 2004年1・2月号, 7ページ.
- 29 「特集 大学広報の今、これから 座談会 これからの大学広報に求められるもの」『Between』進  
研アド, 2004年1・2月号, 21～24ページ.
- 30 「特集 チャレンジする短大 事例紹介 千葉明德短大」『Between』進研アド, 2004年5月号, 29  
ページ.
- 31 「特集 高校の変化を見据えた大学広報とは」『Between』進研アド, 2005年1・2月号, 6～19ページ.
- 32 原茂「特集 高校の変化を見据えた大学広報とは 寄稿 高校の進路指導はどう変わったか」  
『Between』進研アド, 2005年1・2月号, 7～9ページ.
- 33 同書, 12ページ.
- 34 同書, 14ページ.
- 35 「特集 学生の活力を改革に生かす インタビュー 京都大学高等教育研究開発推進センター助教授  
溝上慎一」『Between』進研アド, 2005年6・7月号, 7～9ページ.
- 36 「特集 学生の活力を改革に生かす 事例 武蔵野大学」『Between』進研アド, 2005年6・7月号,  
17ページ.
- 37 「特集 志望校はこう選ばれている」『Between』進研アド, 2006年10月号, 6～39ページ.
- 38 「特集 志望校はこう選ばれている 全国13高校聞き取り調査」『Between』進研アド, 2006年10  
月号, 9ページ.
- 39 同書, 12, 17～20ページ.
- 40 同書, 22ページ.
- 41 「特集 志望校はこう選ばれている 私の、わが子の進路選択ストーリー」『Between』進研アド,  
2006年10月号, 23～25ページ.
- 42 同書, 26ページ.

#### 第4章 IDE 現代の高等教育におけるオープンキャンパス関連記事

IDE 大学協会（旧民主教育協会、2006年4月より名称変更）が発行する『IDE 現代の高等教育（以下、IDE）』は、1957年3月の創刊以来、2006年12月までに486号が刊行されている。現在は年10回発行され、大学の教員・職員をはじめとして、様々な高等教育関係者が論文を寄せており、大学広報についても実施者の意見や考えをうかがい知ることができると考え、本研究の研究対象とした。

IDE が主たる事業を「高等教育」に焦点化した1972年7月以降に発行された『IDE』のバックナンバーを対象として、まずそれぞれの号のテーマを確認し、大学広報や入試に関する号を抜き出した。それらの号の目次及び本文を確認して、オープンキャンパスに関わる論文を抽出した。表4-1はオープンキャンパス関連の論文をまとめたものである。

表4-1 IDE 現代の高等教育におけるオープンキャンパス関連論文

発行年月	号	テーマ	論文タイトル	執筆者
1982年8月	233	大学の広報	高校からみた大学の広報	森茂
			大学における学外広報 その現状と展望	大江淳良
1983年3月	239	学生募集と経営	大学の学生募集活動	大江淳良
1988年9月	296	大学PRの時代	国立大学における情報提供の現状	伊勢呂裕史
			大学広報の最近の動向	小山哲郎
			私立大学の学生募集広報の現状と展望	濱名篤
1992年9月	338	大学入試の再検討	大学入学者選抜の改善について	金森越哉
2000年9月	421	学生募集の戦略	2050年のマーケットと入学広報 授業と経営戦略の再構築	大江淳良
			高校がみた大学の魅力	竹内章
			オープンキャンパスの効用	發地雅夫
2001年4月	427	高校生は変わった	大学から見た新入生の変化 「志望動機を」急がされる時代	岩美和彦
2004年2月	457	学生募集と入学試験	学生募集のニュートレンド	足立寛
			国立大学の学生募集戦略 名古屋大学の取組みから	伊藤正之

233号（1982年8月）の編集後記には「今月は大学にとってまさに未開の分野である広報問題をとり上げた」とあり<sup>1</sup>、IDEがこの号で初めて大学の広報活動についてとり上げたことがわかる。

「大学における学外広報 その現状と展望」において大江は、大学の学外広報を学生募集のために高校生・浪人を対象とする「募集広報」、卒業生の就職のために企業・団体を対象とする「企業広報」、一般社会人対象に大学の存在や活動を知らしめる「社会広報」の3つに大別している<sup>2</sup>が、この号では学外広報については「募集広報」について論

じたものが多く、校友などを対象とした学内広報に関する論文もあった。

オープンキャンパスに関して、「高校からみた大学の広報」では、当時都立高校の教員であった森が次のように述べた<sup>3</sup>。

次に大学側が主催する「入学説明会」について一言ふれておきたい。

高校の進学担当者を対象とするものが多いが、最近では生徒や父兄を対象とする大学も出てきた。会の目的や趣旨じたいは結構なことであるが、大学の教育内容や学生生活の実態が話題の中心になるのではなく、「入試の出題傾向」、「何点取れば合格圏か」といったところに質疑が集中する。(中略)入試に関する説明だけならば、(中略)「大学案内」別冊の「入試に関するQ & A」でこと足りる。むしろ、受験生対象の学内見学、教授の講演、在学生との座談会、質問会などを企画したほうが有意義ではないだろうか。

高校側は、現在オープンキャンパスのプログラムとして実施されている内容(学内見学、教授の講演、在学生との座談会、質問会など)をすでに求めていたことがわかる。

大江は「大学における学外広報 その現状と展望」には、ごく特定の集団あるいは個人を対象とするパーソナル・メディアのひとつとして「大学見学・訪問」を挙げており、次のように述べている<sup>4</sup>。

近年、高校生あるいは教員のために特別な見学日を設ける大学が出ている。一時に数百人ものが高校生が効果的に見学するには、周到な計画と運営を行わなければならないが、大学まで足を運ぶ意思を持っているものは有力な顧客となりうるわけで、今後は普及する可能性が大きい。

執筆者である大江は当時、日本リクルートセンター(現(株)リクルート)の教育機関広報部企画課長を務めていた。受験産業界ではオープンキャンパスが拡大傾向にあると予測していたようだ。

しかし、大学教職員が執筆した論文にはオープンキャンパスに関する記述はなく、当時は広報を必要としつつも、大学の募集広報においてオープンキャンパスは重要視していなかったことがうかがえる。

239号(1983年3月)では、前出の大江がアメリカの大学における学生募集活動について述べており、マーケティングの手法のひとつとして、「志願者層の綿密な分析」「カレッジ・ボード、アメリカン・カレッジ・テスト・プログラムの持つ200万人の進学希望者名簿の利用」「大量に発送されるダイレクトメール」「500以上の大学が参加する『カレッジ・フェア』(進学相談会)」などとともに、「高校生とその両親を対象としたキャンパス・プログラム(カレッジ・プログラム)」を紹介している<sup>5</sup>。

内容は「大学に関心をもった高校生、場合によっては両親を大学に呼び寄せ、1泊2日のプログラムで目と耳で大学を確かめる。このプログラムでは学長も15分間程度のあいさつをする」とある。1泊2日のプログラムとしているのはアメリカが広大な面積をもち、簡単に往復できないという交通事情も加味されてのことではないかと考えら

れるが、実際に学内の学習環境を見せることは、進学希望者の進学意欲が高まるプログラムとして、有効な手段だと認識されていたようだ。

296号(1988年9月)では、文部省高等教育局大学課大学入試室長(当時)の伊勢呂が国立大学における情報提供について<sup>6</sup>、(株)リクルート教育機関広報2部次長(当時)の小山が受験産業の立場から国内の大学全体の募集広報について<sup>7</sup>、関西女学院短期大学専任講師(当時)の濱名が関西地区の私立大学の募集広報について<sup>8</sup>、それぞれ論じており、オープンキャンパスに関しても触れている。

伊勢呂は国立大学の情報提供の手段として、「大学案内」、「パンフレット等」、「ビデオテープ、映画、スライド等」、「大学入試センターの情報提供事業」とともに、「大学説明会」を挙げている。国立大学の大学説明会の実施状況について報告しており、これによると82年度に4大学4学部が始めた大学説明会は、87年には32大学81学部が行うようになった。

82年に大学説明会を行ったのは、以下の4大学である。

東北大学工学部(一部学科を除く)  
山形大学工学部(一部学科を除く)  
広島大学(理学部もしくは工学部の一部学科<sup>9</sup>)  
九州工業大学

翌1983年には岩手大学工学部(一部学科を除く)、九州芸術工科大学が加わり6大学6学部が実施したとの報告がある<sup>10</sup>。国立大学では、地方に所在する工学系の大学・学部が率先して大学説明会を開催したようだ。

内容は一般に「入試に関すること」、「学部、学科等の教育研究の内容」、「学生生活、就職状況等に関する説明」を行い、大学によっては「相談コーナーの開設」、「実験中の研究室の公開」、「体験入学」等、様々な工夫をこらしている。

小山は、233号の大江の論文と同様、パーソナルメディア(原文ママ)のひとつとして「キャンパス見学会」を挙げている<sup>11</sup>。論文には下記のように報告されている。

この数年、高校生あるいは教師のために特別な見学日を設ける大学・短大が激増した。(中略)一時に数百人ものが高校生が効果的に見学するには、周到的な計画と運営が必要になってくるが、大学まで足を運んだ者は受験に結びつく可能性が極めて高いとあって、大学もやっと、その努力を惜しまなくなった。

82年の大江の論文から6年経ち、その間に大学が多くのオープンキャンパスを開催するようになった。

体育館に集めて、学部概要や入試の説明をして、あとは順路に従って施設を見学させるというのが最低限のメニュー。全体説明、映像メディアによる学校紹介の後、志望学部ごとに分かれて、模擬授業在学生との本音の懇談会、ワープロ・パソコン演習まで盛りだくさんの企画を用意している大学もある。大学自身をさらけ出す中身の濃い企画が望まれる。

上記のようにプログラムについても、233号で森が指摘した内容<sup>12</sup>が盛り込まれ、充実してきたことがわかる<sup>13</sup>。

一方、濱名は以下のように指摘している<sup>14</sup>。

（筆者注：大学主催の大学見学会や入試説明会のような）こうした催しが各大学への理解を深めさせるのに有効であることは、我が国の専門学校を例をみても、アメリカの大学の募集戦略の中ですでに常識化していることをみても、疑いの余地はない。しかし関西地区では実施する校数や頻度はまだ多いとは言えず、アメリカのような一日体験入学については、『専門学校と同じようにみられては困る』と考えられているためか、少数にとどまっているのが現状である。

他校との違いを明確にしていくうえでは、受験生自身と自らのホームグラウンドで直接的な相互作用が持てるこうした機会や、受験生を実際に指導する高校教員に対する説明会や高校訪問の実施方法が、他の媒体利用と同様にさらに工夫され、個性化されたとしてもおかしくないはずである。こうした面では、今なおいやしくも『大学』としてのプライドが邪魔をし、『入れてやる』という感覚から完全には脱しきれていない大学の一面が残っているのかもしれない。

18歳人口の急減期を目前に控えてもなお、一部の大学人がもつ、専門学校に対する優越感やプライドが、募集広報活動を邪魔しているのではとの指摘である。数年前に比べればはるかに充実したように見えるオープンキャンパスも、大学によってはまだ温度差があったようだ。

338号（1992年9月）では、文部省高等教育局大学課大学入試室長の立場から、金森が大学入学者選抜の改善について総合的に論述しており、進路情報の提供についても触れている<sup>15</sup>。

受験生の進路選択がややもすると偏差値偏重に陥り、不本意入学や大学の序列化の問題が指摘される中で、個々の大学の教育・研究内容等に関する情報や各大学の入試に関する情報等、受験生の進路選択に資するための適切な情報が十分提供されることが求められている。

上記のような考えのもと、大学入試センターにおけるNTTキャプテン通信網を通じて大学の情報を高等学校等に提供するハートシステムなどとともに、各大学における取り組みとして、「大学説明会」の開催を挙げている。

これまでのIDEでは、「入試説明会」「大学説明会」「キャンパス見学会」などの名称が用いられており、“オープンキャンパス”と呼ばれることはなかった。92年の338号以降、オープンキャンパスについて述べられた論文はなく、次に登場するのは421号（2000年9月）であった。“オープンキャンパス”という名称が初めてIDEに登場するのも、この号である。

「2050年のマーケットと入学広報 授業と経営戦略の再構築」では、(株)メディアファクトリー監査役となった大江がオープンキャンパスについて以下のように述べている<sup>16</sup>。

オープンキャンパスが盛んになってきた。今日では国公立大学でも取り入れられつつある。(中略)

多くの大学・短期大学でオープンキャンパスが行なわれ、その歩留まりをどの水準に設定するかがむずかしくなってきたが、参加者の半数以上が志願に結びつかないオープンキャンパスは失敗であるとわたしは考えている。キャンパスを開放するためには、相当な知恵と配慮が必要であって、船に乗り遅れるなど『とにかく今年からやることにしました』という内容のないお粗末なものが目立つようになってきている。もちろん華美にする必要はない。参加者が、『思っていたとおり良い大学だった』あるいは『思っていたよりも良い大学だった』と感じるものでなければならぬであろう。

少なくとも1988年の段階では、受験生に対する大学の情報提供の手段として、開催すること自体が歓迎され、開催校数や開催回数の拡大が求められていた<sup>17</sup>。しかし、その12年後には開催は当たり前のものとなり、その内容の充実を求めるようになっていく。

「高校がみた大学の魅力」では、都立高校教頭(当時)の竹内が、全国高等学校進路指導協議会が全国の進路指導担当教諭を対象に行った調査結果を用いて論じている<sup>18</sup>。生徒が大学を選ぶ際には「大学見学会への参加」が有効であると答えた教諭が9割以上を占めており(「非常に有効」52.8%、「有効」39.5%、合計92.3%)、「生徒が自分で実際に大学に足を運んで、大学の特徴を知り、自分に合っているのかを研究させ、行きたい大学を探ることが重要だと考えていることがわかる」と結論付けている。

「オープンキャンパスの効用」では、信州大学副学長(当時)の發地が、2000年度に開催した信州大学学部説明会・キャンパス見学会と、授業公開について、学部ごとの参加者数、授業公開のアンケート集計結果などを報告している<sup>19</sup>。募集広報活動のひとつとしてオープンキャンパスを取り上げる論文はあったが、オープンキャンパスに特化した論文がIDEに掲載されるのはこれが初めてのことであった。

427号(2004年4月)の「大学からみた新入生の変化 『志望動機』を急がされる時代」では、関西大学教授の岩見が、進学率が高まり、志望動機が曖昧なまま大学進学を目指す受験生が増えた一方で、大学側からはAO入試、推薦入試の面接など、志望動機が問われることも多くなっている状況の中で、オープンキャンパスは受験生が大学を知る機会になり、大学人が受験生の意識を知る機会にもなると論じている<sup>20</sup>。

457号(2004年2月)では、(株)進研アド Between 編集長(当時)の足立が、「学生募集のニュートレンド」の中で、学生募集広報の形態として紙媒体、電子媒体、イベントの3種類に大別できるとし、イベントの中心にオープンキャンパスを据えている<sup>21</sup>。

最近ではAO入試の一貫として面接などを実施し、実質的な内定まで出してい

る大学・短大もあり，ゼロ次入試としての位置づけも大きい。ただし，最終的に他大学に入学手続きを取ることも認めるなど，高校側から『青田買い』と批判されないような工夫も必要となる。このようなイベントの場合，マスを対象に集客を計りながらも，来てくれた受験生や高校生の一人ひとりに大学のファンになってもらい，友人にも勧めてもらえるような仕組みをいかに構築できるかが成功のカギとなる。

オープンキャンパスについて上記のように述べ、学生が企画・運営する武蔵野大学や受験生向けの講座を用意している東洋大学、専修大学の例などを挙げている<sup>22</sup>。また、大学広報の重要なポイントとして、「学生をいかに巻き込めるか」という点についても述べている<sup>23</sup>。

「国立大学の学生募集戦略 名古屋大学の取り組みから」では、名古屋大学副総長（当時）の伊藤が、2ヵ月後の2004年9月に独立行政法人化を控えた国立大学の学生募集戦略について検討している<sup>24</sup>。広報活動に対して、学部・研究科等が個別に取り組む中、「現状において、唯一つ、全学として学生募集を念頭に置いた取り組みがある」として、オープンキャンパスを紹介している。

IDEでは、学生募集におけるオープンキャンパスの必要性や役割について詳細に述べているのは、大学教職員よりも、日本リクルートセンター及び(株)リクルート、(株)メディアファクトリーの大江氏、(株)リクルートの小山氏、(株)進研アドの足立氏など、受験産業界の識者が多く、学外からの冷静な分析が多いことが特徴として挙げられる。

<sup>1</sup> 『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，233（1982年8月号），81ページ。

<sup>2</sup> 大江淳良「大学における学外広報 その現状と展望」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，233（1982年8月号），45ページ。

<sup>3</sup> 森茂「高校から見た大学の広報」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，233（1982年8月号），42ページ。

<sup>4</sup> 大江淳良，前掲書，49ページ。

<sup>5</sup> 大江淳良「大学の学生募集活動」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，239（1983年3月号），30～34ページ。

<sup>6</sup> 伊勢呂裕史「国立大学における情報提供の現状」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，296（1988年9月号），12～19ページ。

<sup>7</sup> 小山哲郎「大学広報の最近の動向」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，296（1988年9月号），30～37ページ。

<sup>8</sup> 濱名篤「私立大学の学生募集広報の現状と展望」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，296（1988年9月号），38～45ページ。

<sup>9</sup> 理学部、工学部のどちらか一方は84年からの実施だが、本文からはどちらが82年に実施していたかは確認できない。

<sup>10</sup> 伊勢呂裕史，前掲書，16～18ページ。

<sup>11</sup> 小山哲郎，前掲書，33～34ページ。

<sup>12</sup> 森茂，前掲書，42ページ。

<sup>13</sup> 小山哲郎，前掲書，34ページ。

<sup>14</sup> 濱名篤，前掲書，44ページ。

<sup>15</sup> 金森越哉「大学入学者選抜の改善について」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会，338（1992年9

- 
- 月号), 65 ページ .
- <sup>16</sup> 大江淳良「2050年のマーケットと入学広報 授業と経営戦略の再構築」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 421(2000年9月号), 17 ページ .
- <sup>17</sup> 小山哲郎, 前掲書, 30~37 ページ .
- <sup>18</sup> 竹内章「高校がみた大学の魅力」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 421(2000年9月号), 36~37 ページ .
- <sup>19</sup> 發地稚夫「オープンキャンパスの効用」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 421(2000年9月号), 47~51 ページ .
- <sup>20</sup> 岩見和彦「大学からみた新入生の変化 『志望動機』を急がされる時代」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 427(2001年4月号), 56~59 ページ .
- <sup>21</sup> 足立寛「学生募集のニュートレンド」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 457(2004年2月号), 33~37 ページ .
- <sup>22</sup> 同書, 34 ページ .
- <sup>23</sup> 同書, 36 ページ .
- <sup>24</sup> 伊藤正之「国立大学の学生募集戦略 名古屋大学の取組みから」『IDE 現代の高等教育』民主教育協会, 457(2004年2月号), 43~47 ページ .

## 第5章 大学時報におけるオープンキャンパス関連記事

大学時報は（社）日本私立大学連盟（以下、私大連）が発行する機関誌で、1956年6月から2006年11月までに311号が刊行されている。現在は隔月刊で発行され、連盟に加盟する大学・短期大学の教職員を中心に、高等教育関係者が寄稿している。

取り上げられている事例などは私大連に加盟している大学に限られはするが、1956年とその創刊は古く、IDE同様、実施者の意見や考えをうかがい知ることができると考え、本研究の調査対象とした。

他の専門誌が1980年ごろから大学の広報やオープンキャンパスに関連する記事・論文を掲載していることを考慮し、今回は1980年1月以降に発行された大学時報のバックナンバーを対象とした。それぞれの号の目次を目視で確認し、オープンキャンパスに関する記事・論文を抽出し、表5-1にまとめた。

表5-1 大学時報におけるオープンキャンパス関連記事・論文

発行年月	号	記事題名	執筆者
1993年1月	228	特集 大学の広報活動 教学改革に根ざした学生募集広報 父母広報の視点から	東勇吉 川稔
1994年1月	234	座談会 大学情報の伝え方	
1994年11月	239	小特集...オープンキャンパスのあり方を考える 明治大学オープンキャンパス考 大学を知ってもらうということ オープンキャンパスの現状と課題	楠本章 勝方信一
1997年11月	257	特集 魅力あるオープンキャンパスの試み 大学の開放化とオープン・キャンパス 一つの模索 情熱と使命感 わが大学のオープン・キャンパス 国立大学のオープン・キャンパス 千葉大学での試み ユニバーサル・オープン・キャンパスを目指して オープン・キャンパスの発展のために 高校進路室から	薬師寺公夫 牛山積 斎藤和明 澤井哲夫 小口泰平 大橋洋一
2000年7月	273	大特集 変わる入試 変わる大学 「全入」時代の入試広報の課題	岩津洋二
2001年11月	281	特集 さまざまな課題に直面する私立大学 今後の大学進学指導 明確な目的意識をもたせることが必要	滝紀子
2002年1月	282	特集 戦略化する広報活動 いま、求められる学生募集の新展開	小畑力人
2003年11月	293	特集 大学生の「学力問題」 新課程で受験生の学力はどう変わるのか	遠山智一
2004年11月	299	「京都学生祭典」と人づくり・まちづくり 大学コンソーシアム京都からの視点で	乾明紀

2005年7月	303	座談会 大学広報メッセージは受験生に届いていますか	
2006年1月	306	特集 元気な大学 元気な学生 キーワードは学生力 HOSEI OPEN CAMPUS	榎本正利

大学の広報については、165号(1982年7月)にも「大学広報の読まれ方」として同志社大学教授(当時)の井上が寄稿しているが、この論文では学生向けの広報誌(紙)に焦点を当てており、学生募集広報については触れていない<sup>1</sup>。

オープンキャンパスに関する記事が1980年以降、大学時報に初めて掲載されたのは、1993年1月の228号である。「大学の広報活動」と題した特集の「教学改革に根ざした学生募集広報」において、法政大学広報課主任(当時)の東が「全国各地で開催される相談会のほかに、大学独自の学内相談会を行うところも多くなった。(中略)志望校の学風を肌で感じられ、施設・設備を自分の目で確かめることができると、受験生には好評である」と述べている<sup>2</sup>。

また同特集において、中央大学父母連絡会事務局(当時)の川が、オープンキャンパスへの父母の参加について、「進学相談会 ON キャンパスに父母をお誘いしたら、進学同期は決定的となろう。また、学部から大学院まで一貫して、同一の場所で学べる利点にあることも力説しよう」と、その構想を記している<sup>3</sup>。

234号(1994年1月)では、「大学情報の伝え方」と題した座談会の模様を報告している<sup>4</sup>。座談会は、立教大学広報課長(当時)の高田が司会を務め、海城学園教諭・学習指導部副部長(当時)の春田、明星高校教諭・進路指導部長(当時)の半田、横浜YMCA 予備校副校長(当時)の黒田、関西学院大学企画広報室主任(当時)の古結、國學院大學入学試験事務課主任(当時)の橋本が参加して行われた。

大学の学生募集広報について高校、大学の双方から様々な意見が出る中、春田はオープンキャンパスについて次のように述べている<sup>5</sup>。

オープン・キャンパスは人気があり、ほとんどの生徒が感激して帰ってきます。でも結局は中を見せてもらってこんな講義をやりますよということはわかりますけど、実際に自分たちの入試がどう行われるのかということとはわからない。

(中略)オープン・キャンパス、学園祭は、もう少し工夫するともっともっと有効になるのではないかという気がしています。

239号(1994年11月)では、「オープンキャンパスのあり方を考える」という小特集が生まれ、明治大学入試事務長(当時)の楠本が「明治大学オープンキャンパス考<sup>6</sup>」、読売新聞解説部次長(当時)の勝方が「大学を知ってもらうということ オープンキャンパスの現状と課題<sup>7</sup>」と題した論文を寄せた。学生募集広報のひとつの手法として扱っていたオープンキャンパスに対して、特化して焦点を当てた初めての特集である。

「明治大学オープンキャンパス考」では、明治大学のオープンキャンパスが1984年に駿河台キャンパス、生田キャンパスの中会議室での実施に始まり、会場、内容、年間実施回数の充実を図りながら発展してきた様子を報告している。また、明治大学も

参加する、東京 12 大学入試連絡協議会の他 11 大学の現状について、94 年の開催日程、年間参加者数、内容を一覧表にまとめている。

「大学を知ってもらうということ オープンキャンパスの現状と課題」では、勝方が実際にオープンキャンパス取材した際の感想も含め、外部からの冷静な視点をもってオープンキャンパスを語った。

257 号(1997 年 11 月)では、「魅力あるオープン・キャンパスの試み」と題した特集を組み、オープンキャンパスに関して、立命館大学、早稲田大学、国際基督教大学、千葉大学、芝浦工業大学の事例報告と高校からの意見を掲載している<sup>8</sup>。

273 号(2000 年 7 月)では、「変わる入試 変わる大学」と題した大特集の中で、『全入』時代の入試広報の課題」と題して、桃山学院大学教授・入試委員長(当時)の岩津が、入試広報の意味と今後の課題を、自大学の例を交えながら論じている<sup>9</sup>。

281 号(2001 年 11 月)では、特集 「様々な課題に直面する私立大学」において、河合塾教育情報本部西日本大学情報部長(当時)の滝が、「今後の大学進学指導 明確な目的意識をもたせることが必要」と題した論文の中で、自社で高校教諭対象に調査したアンケートの結果から、「進学への動機づけを高める行事として、今後指導に力を入れていきたいもの」の 2 位にオープンキャンパスが挙がっていることを報告している<sup>10</sup>。

282 号(2002 年 1 月)の特集「戦略化する広報活動」に、「いま、求められる学生募集の新展開」という論文を寄せた、立命館大学入学センター部長(当時)小畑は、主に広報のインターネット展開に主眼をおいた事例を報告し<sup>11</sup>、立命館大学ホームページの「WEB・OPEN・CAMPUS」というコーナーに、「オープンキャンパスに参加できなかった受験生に、学生がキャンパスを案内する」コンテンツを設けていることを紹介した。

293 号(2003 年 11 月)では、「大学生の学力問題」という特集が生まれ、(株)進研アド常務取締役・大学改革支援室長(当時)の遠山が、「新課程で受験生の学力はどう変わるのか」と題した論文を寄せている<sup>12</sup>。

高校の新課程導入が大学の学生確保に大きな影響を与えそうな項目として、(1)総合的な学習の時間の創設(多くの高校が進路学習の時間に当てるため、大学調べや選択が行われるようになり、授業を通して大学の認知やイメージづくりが進む)、(2)「情報」教科の新設(大学のホームページへのアクセス数が急増する)とともに、(3)体験的学習の重視を挙げ、「学校行事としての大学見学やオープンキャンパスへの参加、大学授業体験など、大学体験を通して大学選択をする傾向が強まると思われる」と述べた<sup>13</sup>。

299 号(2004 年 11 月)では、大学コンソーシアム京都総括主幹(当時)の乾が、『『京都学生祭典』と人づくり・まちづくり 大学コンソーシアム京都からの視点で』と題し、「京都学生祭典」に関する報告を寄せた<sup>14</sup>。様々なイベント企画の事例を挙げる中、その他のユニークな企画として、「四十一大学の学園祭実行委員と学生ナビゲーターと連動した高校生向けオープンキャンパス企画『学生のまち!京都!』」の企画・実施を挙げている。

303 号(2005 年 7 月)では、「大学のメッセージは受験生に届いていますか」と題した座談会の模様を報告している<sup>15</sup>。座談会は同志社大学教授・日本私立大学連盟広報委員会委員(当時)の山田が司会を務め、立教大学助教授(当時)の有馬、立命館大学

入学センター部長（当時）の三上、河合塾教育研究開発本部教育研究部長（当時）の滝、都立高校校長の渡邊が参加して行われた。

小見出しにも「オープンキャンパスの効果は絶大」と書かれ、高校側から見て、生徒の進路決定においてオープンキャンパスが果たす役割は非常に大きいこと、大学側にとっても主要な広報ツールとしてオープンキャンパスを重視していることなどを語っている。

現役の学生をオープンキャンパス用のスタッフとして募り、キャンパスツアーを行ったり、現役の学生をと話すコーナーをつくりまして、そこで同じ世代で話をしてもらおうと、それがかなり説得力のあるメッセージになるようです。受験生にとって自分の聞きたいことに直接答えてくれる場というのはなかなかないので、そういう意味では、われわれもオープンキャンパスには力を入れています。

中でも有馬は上記のように述べ、在学生スタッフの役割にも注目をしていた。

306号（2006年1月）の特集「元気な大学 元気な学生」では、「キーワードは学生力 HOSEI OPEN CAMPUS」と題して、法政大学学務部入試センター課長（当時）の榎本が、法政大学におけるオープンキャンパスの実施と、それに携わる学生スタッフについて報告している<sup>16</sup>。

- 
- <sup>1</sup> 井上勝也「大学広報の読まれ方」『大学時報』日本私立大学連盟, 165 (1982年7月), 78~81ページ.
  - <sup>2</sup> 東勇吉「教学改革に根ざした学生募集広報」『大学時報』日本私立大学連盟, 228 (1993年1月), 44~47ページ.
  - <sup>3</sup> 川稔「父母広報の視点から」『大学時報』日本私立大学連盟, 228 (1993年1月), 52~58ページ.
  - <sup>4</sup> 「座談会 大学情報の伝え方」『大学時報』日本私立大学連盟, 234 (1994年1月), 18~31ページ.
  - <sup>5</sup> 同書, 22ページ.
  - <sup>6</sup> 楠本章「明治大学オープンキャンパス考」『大学時報』日本私立大学連盟, 239 (1994年11月), 69~73ページ.
  - <sup>7</sup> 勝方信一「大学を知ってもらうということ オープンキャンパスの現状と課題」『大学時報』日本私立大学連盟, 239 (1994年11月), 74~77ページ.
  - <sup>8</sup> 「特集 魅力あるオープン・キャンパスの試み」『大学時報』日本私立大学連盟, 257 (1997年11月), 30~63ページ.
  - <sup>9</sup> 岩津洋二「『全入』時代の入試広報の課題」『大学時報』日本私立大学連盟, 273 (2000年7月), 38~43ページ.
  - <sup>10</sup> 滝紀子「今後の大学進学指導 明確な目的意識をもたせることが必要」『大学時報』日本私立大学連盟, 281 (2001年11月), 70~73ページ.
  - <sup>11</sup> 小畑力人「いま、求められる学生募集の新展開」『大学時報』日本私立大学連盟, 282 (2002年1月), 38~43ページ.
  - <sup>12</sup> 遠山智一「新課程で受験生の学力はどう変わるのか」『大学時報』日本私立大学連盟, 293 (2003年11月), 36~41ページ.
  - <sup>13</sup> 同書, 39ページ.
  - <sup>14</sup> 乾明紀「『京都学生祭典』と人づくり・まちづくり 大学コンソーシアム京都からの視点で」『大学時報』日本私立大学連盟, 299 (2004年11月), 82~87ページ.
  - <sup>15</sup> 「座談会 大学のメッセージは受験生に届いていますか」『大学時報』日本私立大学連盟, 303 (2005年7月), 16~31ページ.
  - <sup>16</sup> 榎本正利「キーワードは学生力 HOSEI OPEN CAMPUS」『大学時報』日本私立大学連盟, 306 (2006年1月), 32~35ページ.

## 第6章 一般メディア（新聞・雑誌）への掲載記事

本章では、新聞や雑誌などの一般メディアにオープンキャンパスがどのように取り上げられているかを調査し、結果を報告する。

第1節、第2節の新聞への掲載記事は、日本経済新聞デジタルメディアが運営する<sup>1</sup>「日経テレコン21」の記事検索システム<sup>2</sup>と、朝日新聞社が提供する「聞蔵 ビジュアル<sup>3</sup>」を使用し、「オープンキャンパス」と、同義語である「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」の6つのキーワードを検索するという手法で調査した。

なお、日経各紙と朝日新聞を調査対象としたのは、記事検索システムを利用できるという調査手段の利便性を優先したためだが、2社の報道の視点には明確な違いがあるため、この2社の発行紙の調査は有益であると考えている。

第3節では、日経新聞各紙、朝日新聞の記事を総合し、新聞というメディアとしての傾向を概観する。

第4節では、国立情報学研究所が提供する「Cinii<sup>4</sup>」の検索結果と、日外アソシエーツが提供する「MAGAZINEPLUS<sup>5</sup>」の検索結果から、学会誌・大学紀要等を除いた一般雑誌への掲載記事と、「聞蔵 ビジュアル」における「週刊朝日」「AERA」の記事検索結果<sup>6</sup>をまとめ、報告する。

### 第1節 新聞への掲載記事 日本経済新聞社各紙への掲載

日本経済新聞社が運営する「日経テレコン21」は記事検索、企業検索、人事検索が可能な、会員制のビジネス情報サイトである。筆者の所属する桜美林大学の図書館では、利用契約によって、日経四紙（日本経済新聞、日経産業新聞、日経流通新聞、日経金融新聞）記事の見出しと本文の全文検索、企業情報、市況情報、人事検索、POS情報を参照することが可能である。

このサイトの記事検索システムの詳細検索画面を利用し、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」の6つのキーワードの検索を行った。

検索条件は以下の通りである。

検索期間は、「日経テレコン21」で検索可能な1975年1月1日から、2006年12月31日までを指定した。

検索範囲の指定は「見出し」「本文」「キーワード」「分類語」の全てを選択した。

「同義語展開」「シソーラス展開」はいずれも「しない」を選択した。

「データベース選択」は「すべての媒体を選択」を選択した。すべての媒体とは、新聞（日本経済新聞朝刊、日本経済新聞夕刊、日経産業新聞、日経流通新聞MJ、日経金融新聞、日経地方経済面、日経プラスワン、日経マガジン）とニュース（日経速報ニュース、プレスリリースデータベース）を指す。

キーワード入力欄には、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試

説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」をそれぞれ入力し、検索を行った。また、「自然文検索」は選択せず、「完全一致」「任意一致」の選択は「任意一致」を選択した。

以上の条件による検索結果の件数を発行年ごとにまとめたのが、表 6-1 である。

表6-1 日経テレコン21におけるキーワード検索結果

年	オープン キャンパ	大学説明会	大学見学会	入試説明会	体験入学		キャンパ ス
					1	2	
1975							
1976							
1977							
1978							
1979							
1980							
1981					2	1	
1982					6	5	
1983					7	1	
1984					9	6	
1985					11	2	
1986		1			5	2	
1987		2			13	6	
1988		1			5	2	1
1989	1	2	1	1	7	3	1
1990	1	1		1	9	4	1
1991	1	4		1	7	2	1
1992	1	2		2	10	2	1
1993	1			1	6		
1994	1				4	2	
1995	1				7	2	2
1996	1	1		1	8	3	
1997	2				7	1	1
1998	1				6	1	2
1999	9	2			5	2	1
2000	6	2			2		
2001	14	1		3	15	8	1
2002	5	2		3	7	3	1
2003	9	2	1	5	6	4	1
2004	23	2		7	6	3	
2005	27	6		4	12	6	1
2006	21	5		2	7	5	
合計	125	36	2	31	189	76	15

1...「体験入学」のみで検索 2...「体験入学&大学」で検索

6つのキーワードの中で最も検索ヒット数が多いのは、1981年から報道されている「体験入学」の189件であったが、これは小学校、中学校、高等学校、高等専門学校、専修学校、大学校など、様々な教育機関で用いられているためであり、キーワード検索の際に、「体験入学」に「大学」を加えて検索をしたところ、76件となった。その他、「大学説明会」が1986年から36件、「大学見学会」が1989年と2003年に各1件の合計2件、「入試説明会」が1989年から31件、「キャンパス見学会」が1988年から15件、報道されていた。

“オープンキャンパス”というキーワードが日経各紙に初めて登場したのは1989年9月2日であり、それ以降2006年12月31日までに125回掲載されている。

ただし、1990年の1件は、総合教育機関のECCが大阪市にある同社「オープンキャンパスセンター」にて講座を開くという内容の記事であり、受験生対象の進学相談イベントである“オープンキャンパス”とは直接関わりのないものであった<sup>8</sup>。また、1993年の1件は、北陸先端科学技術大学院大学(JAIST)を中核とする「いしかわサイエンスパーク」の開発に関して、慶伊富長学長(当時)が述べたコメント「JAISTの大きな特色は『地域と強く結んだオープンキャンパス』」によるもので、ここでは、「大学施設の地域開放」を意味する広義での“オープンキャンパス”として扱われていた<sup>9</sup>。

その後、1994年から1996年の記事は、いずれも受験生を対象としたオープンキャンパスの報道をしている。

1997年の記事の1件は、東北大学工学部が学部全体を一般に開放するという記事で、広義の“オープンキャンパス”として扱われ、そのイベントのひとつとして、同学部を目指す高校生向けに進路相談コーナーを設置しているという内容であった<sup>10</sup>。もう1件は、東北通産局の産官学連携9事業の項目のひとつとして「(8)オープンキャンパスの働きかけ」という項目が取り上げられていた<sup>11</sup>。

1998年の記事は、東北大学と工業技術院東北技術研究所が研究内容を一般公開するという内容で、これも広義の“オープンキャンパス”として捉えられていた<sup>12</sup>。

1999年以降、上記に挙げたような広義の“オープンキャンパス”の報道はなくなり、受験生向けのイベントを指す言葉として、用いられている。

## 第2節 新聞への掲載記事 朝日新聞への掲載

朝日新聞社が提供する「聞蔵 ビジュアル」は、1945年から最新の朝刊記事までの記事が検索できるオンライン検索データベースである。1945年から1984年までは朝日新聞縮刷版の検索画面、1985年以降は朝日新聞と週刊朝日、AERAの検索画面となっている。

### (1)「朝日新聞縮刷版 1945～1984」検索画面における検索

検索条件は以下の通りである。

「朝日新聞縮刷版 1945～1984」で検索可能な範囲を全て検索するため、「発行日」の指定を1945年1月1日から1984年12月31日とした。

「検索オプション」の「検索対象」は、「見出しとキーワード」「見出し」「見出しとキーワードと分類」から、「見出しとキーワードと分類」を選択した。

「検索オプション」の「分類」は「大分類」「中分類」ともに何も入力していない。「検索オプション」の「朝夕刊」選択は「朝刊」「夕刊」「その他(号外など)」の全てを選択した。

キーワード入力欄には、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」をそれぞれ入力し、検索を行った。

以上の条件で検索をした結果、「体験入学」のみ9件ヒットし、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「キャンパス見学会」の5つのキーワードはヒットしなかった。

また、「体験入学」の検索結果として表示された記事は、高等学校での体験入学を報道するものが多く、大学・短大の体験入学に関する記事はなかった。

### (2)「朝日新聞 1985～ 週刊朝日 AERA」検索画面における検索

検索条件は以下の通りである。

「朝日新聞縮刷版 1945～1984」検索画面において1984年12月31日までの検索を終えているため、「発行日」の指定は1945年1月1日から2006年12月31日とした。

「検索モード」は「シンプル検索」「詳細検索」から「詳細検索」を選択した。

「対象紙誌名」の選択は「朝日新聞」「アエラ」「週刊朝日」から「朝日新聞」のみを選択した。

「検索オプション」の「検索対象」は、「見出しと本文」「見出し」「本文」から、「見出しと本文」を選択した。

「検索オプション」の「分類」には何も入力していない。

「検索オプション」の「朝夕刊」選択は「朝刊」「夕刊」ともに選択した。

「検索オプション」の「面名」には何も入力していない。

「検索オプション」の「本紙/地域面」選択は「本紙」「地域面」ともに選択した。

「検索オプション」の「発行社」選択は、「東京」「大阪」「名古屋」「西部」「北海道」全てを選択した。

キーワード入力欄には、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」をそれぞれ入力し、検索を行った。

以上の条件から検索を行い、結果の件数を発行年ごとにまとめたのが、表 6-2 である。

表6-2 聞蔵 ビジュアルにおけるキーワード検索結果

年	オープン キャンパ	大学説明会	大学見学会	入試説明会	体験入学		キャンパ ス
					1	2	
1985							
1986				1	1	1	
1987				2	1		
1988		3	1	1	7	3	
1989		1		5	18	6	
1990		4		4	14	4	
1991	1	5		8	25	2	
1992	1	2	1	5	36	6	
1993	1	4	1	14	26	6	
1994	1	5		9	37	10	1
1995	3	3		3	27	9	
1996	2	2	1	3	24	7	
1997	13	6	2	14	59	17	4
1998	16	13	1	9	76	22	9
1999	27	19	2	8	83	33	16
2000	40	9	6	6	61	21	9
2001	52	6	3	10	66	12	2
2002	42	4	1	9	58	15	1
2003	41	5		24	49	13	4
2004	60	12	1	14	59	13	2
2005	52	10		12	56	11	2
2006	67	8		15	63	15	4
合計	419	121	20	176	846	226	54

1...「体験入学」のみで検索 2...「体験入学&大学」で検索

6つのキーワードの中で最も検索ヒット数が多いのは「体験入学」で、1984年の報道から現在まで846件あったが、こちらも日経テレコン21の検索結果同様、他の教育機関における体験入学の報道があったため、「体験入学」に「大学」を加えて検索したところ、226件となった。次いで「オープンキャンパス」が多く、1991年から419件の報道があった。その他、「大学説明会」が1988年から121件、「大学見学会」が1988年から20件、「入試説明会」が1986年から176件、「キャンパス見学会」が1994年から54件報道されていた。

朝日新聞に“オープンキャンパス”というキーワードが初めて登場したのは、1991年6月15日である<sup>13</sup>。それ以降2006年10月31日までに413回掲載されている。

ただし、上記の記事は、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスの教授陣と、民間企業の若手経営者らによる産学交流組織「SFCフォーラム」が発足し、「メンバー個々が希望のテーマを選んで自由に参加できる研究セミナーやセミナー/シンポジウム形式で行われる年1回のオープンキャンパスは9月以降の開始となる」とあり、受験生を対象

とした大学の見学会である“オープンキャンパス”とは異なる性格を持つイベントの名称として使われている。

その後、1992年から1994年までの記事は、すべて受験生対象のオープンキャンパスを報道しているものだが、1995年の記事ではまた性格の異なる用いられ方をしていた。1995年は3件のヒット数があるが、これは全て、この年に兵庫県三田市に開設された関西学院大学神戸三田キャンパスと、同総合政策学部のイベントを報道したものであった。

二十日には神学部開設を記念して、市民との交流をめざす『オープンキャンパス』が同学部で催され、作家のC・W・ニコルさんの記念講演などがある<sup>14</sup>。

二十日午前十一時から午後五時まで、学内を市民に開放する『オープンキャンパス』がある。地域に開かれた学問の腑をめざす総合政策学部にとっては、市民との交流の第一歩になるイベントだ。同大は『地元へのごあいさつがわりの催しです。皆さんが大学に親しむきっかけになれば』と、多くの参加を望んでいる<sup>15</sup>。

二十日、構内を開放する『オープンキャンパス』が開かれた。記念講演会や応援団、グリーンクラブの公演などの催しがあり、三田市民をはじめ卒業生ら五千人が真新しいキャンパスの一日を楽しんだ<sup>16</sup>。

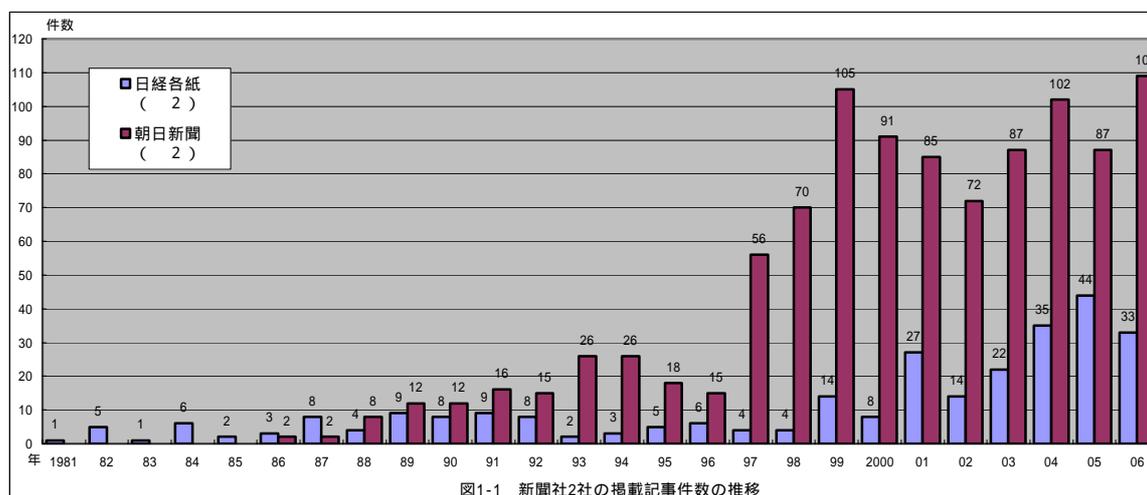
上記のように、受験生対象ではなく、地域市民を主な対象とした、「大学施設の地域開放」を意味する広義での“オープンキャンパス”として扱われていた。

翌年の1996年の検索結果は2件あり、うち1件は受験生を対象としたイベントであったが、もう1件は、「関西大学は二十六日、(中略)高槻キャンパスを開放して地域との交流と親善をはかる『オープンキャンパス』を開く」という記事で、広義での“オープンキャンパス”として報道されていた<sup>17</sup>。

さらに1997年の検索結果13件のうち1件<sup>18</sup>と、1998年の検索結果16件のうち1件<sup>19</sup>が、広義の“オープンキャンパス”として報道されていた。その後、1999年以降は、すべて受験生対象の“オープンキャンパス”として報道されている。

### 第3節 新聞各紙の記事から

図6-1は、検索した6つのキーワードの報道件数を各社年毎に合計し、グラフにあらわしたものである。「体験入学」については、表6-1及び表6-2において2と表示した、「体験入学」と「大学」の検索結果の数字を利用した。



この図からもわかるように、大学・短大の構内で開催される受験生向けのイベントを報じる記事は、1980年代後半から数件ずつ報道されるようになり、1990年代後半に急増し、現在に至っている。

さらに“オープンキャンパス”というキーワードに注目すると、当初は、大学施設を地域住民や一般に広く開放する、広義での“オープンキャンパス”が報道されることもあったが、両社とも1999年を境に、受験生向けのイベントとしての“オープンキャンパス”のみを報道しており、現在では完全に定着している。

#### 第4節 雑誌への掲載

本節では、第1章から第5章で取り上げた進学情報誌、業界専門誌以外の、一般雑誌への記事掲載について調べた結果を報告する。

調査方法は、下記 ～ の通りである。

「Cinni」と「MAGZINPLUS」において、「オープンキャンパス」と、同義語である「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」の6つのキーワードを検索し、一般雑誌への掲載分を抽出した。

「MAGZINPLUS」において一般的な週刊誌、月刊誌の誌名を指定して、「大学」「見学」という2つのキーワードを並べ、and検索を実施した。なお、期間は特定していない。指定した雑誌の誌名は以下の通りである。

「週刊文春」「諸君！」(文芸春秋社・文藝春秋)「週刊新潮」(新潮社)「サンデー毎日」(毎日新聞社)「週刊読売」「Yomiuri Weekly」(読売新聞社、週刊読売が2000年にYomiuri weeklyに改名)「週刊現代」(講談社)「朝日ジャーナル」(朝日新聞社、1992年廃刊)「日経ビジネス」(日経マグローヒル社・日経BP社)「SAPIO」(小学館)「世界」(岩波書店)「正論」(産経新聞出版局)「中央公論」「婦人公論」(中央公論社・中央公論新社)(以上、順不同)

第2節同様、「聞蔵 ビジュアル」の「朝日新聞1985～週刊朝日 AERA」検索画面において、「週刊朝日」「AERA」を選択し、「オープンキャンパス」「大学説明会」「大学見学会」「入試説明会」「体験入学」「キャンパス見学会」の6つのキーワードを検索した。

上記の の検索結果から、記事の内容を実際に確認し、オープンキャンパスに関連する記事のみをまとめたのが、表6-3である。

表6-3 オープンキャンパスに関する雑誌への掲載記事

発行日	雑誌名	号	記事題名
1990/5/27	週刊読売	49(21)	地方国立大のサバイバル作戦 後輩の勧誘から見学会、私大型入試...
1995/8/6	サンデー毎日	74(38)	96最新入試情報 "合格への秘伝"オープンキャンパス活用術 全国主要325私大試験日確定
2000/8/20・27	Yomiuri Weekly	59(35・36)	赤門改革 いま開かれる狭き門
2004/7/26	AERA	17(33)	北海道1泊2日無料招待 サービス合戦オープンキャンパス
2005/1/24	AERA	18(4)	子も親もケア 少子化異常 43大学アンケートにみる実態
2006/3/10	日経コンストラクション	395	動向分析 土木離れの防ぎ方 「土木とは何か」を伝え始めた大学の広報戦略に学ぶ あの手この手で人気回復に奔走 オープンキャンパス/在学生自身が中高生や親に説明
2006/11/13	AERA	19(53)	サイエンス・エンジェル 羽ばたくか、理系女子のモデル

週刊読売 1990年5月27日号では、「地方国立大のサバイバル作戦」と題して、地方国立大学数校の、学生募集や入試方法に関する取り組みを報告している<sup>20</sup>。記事の冒頭には「大学の人気もいまや、不動産と同様、東京一極集中型である。受験生が減る一

方の日本列島で、地方の国立大は人集めに懸命なのだ<sup>21</sup>とある。記事中には、東北大学の推薦入試導入や学生による大学紹介本の発行とともに、名古屋工業大学のPRビデオ作成と「キャンパス見学会」を事例として取り上げている。

「キャンパス見学会」については、以下のようなエピソードを伝えた<sup>22</sup>。

五年前から実施しており、参加者は年々増え続け、五百人収容の講堂が満員の状態だ。(中略)在学生の少ない夏休み中を利用するわけだが、説明会場の講堂は冷房設備がなくて暑い。そのため、教授有志がポケットマネーを出し合って、参加者一人一人に冷たい缶ジュースをサービスするという。小さなことだが教授陣の熱意がにじみ出ている。

また、結びを以下のようにまとめ<sup>23</sup>、18歳人口の減少期を目前に控え、国立大学の募集広報に対する姿勢の変化を伝えている。

いずれにせよ、地方の国公立大学は、人集めに躍起なのだ。国や地方自治体の予算という枠や、伝統と表裏一体となった保守体質など、取り巻く環境は私立大学に比べ柔軟ではない。大学受験期を迎えるわが十八歳は、平成四年を境に、減少をたどる、世にいう“チャイルド・ショック”。将来、廃校になる大学が出ないとも限らない。大学のサバイバル大作戦は既に始まっているのだ。

サンデー毎日 1995年8月6日号の記事では、「“合格への秘伝”オープンキャンパス活用術をそっと教えます」と大きく見出しが出ている<sup>24</sup>。本文は、「通勤や通学の列車の中で最近、『キャンパス見学会』『オープンキャンパス』とある中吊り広告が、よく目につく。『大学広告』のようだが、一体、これは何なのか。気になる人も多いだろう<sup>25</sup>と始まり、キャンパス見学会やオープンキャンパスとは何かという説明が続く。

18歳人口の減少による志願者減を食い止めるため、首都圏私大が地方入試や入試方式の多様化、試験日の変更などの工夫を始めたことを挙げ、各大学の入試の特徴や変更点を直接聞くことが出来るオープンキャンパスへの参加は、受験生にとって「今後の受験対策に大いに役立っている」<sup>26</sup>と報じている。

Yomiuri Weekly 2000年8月20日・27日合併号では、「赤門改革 今開かれる狭き門」と題して、2000年に初めて行われた東京大学のオープンキャンパスの様態を報告している<sup>27</sup>。

記事で、「なぜ今東大がオープンキャンパスを開くのか」という疑問に対して、広報委員長だった大学院医学系研究科の大塚柳太郎教授(当時)は「これまで高校サイドから、大学教育に関する質問や見学の要望が寄せられていました。しかし、春と秋に実施している公開講座では一般と大学生が対象で、高校生は受講できない。そこで、昨年秋ごろからオープンキャンパスの検討を進めてきました」「入試の案内ではなく、ありのままの東大の姿を見てもらうのが目的」<sup>28</sup>とコメントしており、学生募集のイベントではなく、情報公開の色合いを強く出していたようだ。

AERA 2004年7月26日号では、「サービス合戦オープンキャンパス 北海道1泊2日

無料招待」と題して、オープンキャンパスにおいてサービスを行っている大学の取り組みを紹介している<sup>29</sup>。サービスとは、恒例となっている入試問題集や大学グッズの配布、無料ドリンクや学食の提供ではなく、交通費の補助や負担、宿泊施設の提供、長距離無料バスの運行などを指している。

記事題名に掲げられている“北海道 1泊2日無料招待”は、稚内北星学園大学の事例である。交通費・宿泊費・食費等を全て大学で負担しているという。遠距離無料バスのさきがけとして取り上げたのは高知工科大学で、2000年から実施している。他にも、東北公益文化大学、神奈川工科大学、金沢工業大学などの名前を掲載している。

このようなサービスを行う背景には、定員が半数以下になると打ち切りとなる「私学大学等経常費補助金」の存在があり、「一度、補助金を打ち切られた後に再び交付を受けた例は聞いたことがない」との日本私立学校振興・共済事業団の話と共に「少々経費をかけてでも学生を集めなければならない」とまとめている<sup>30</sup>。

AERA2005年1月24日号「子も親もケア 少子化異常 43 大学アンケートにみる実態」では、保護者を巻き込んだオープンキャンパスの事例を挙げている<sup>31</sup>。保護者向けイベントは学長あいさつや大学説明が一般的だが、京都工芸繊維大学では、紫紺染めハンカチ作りなど、体験型のプログラムを設けていることを報じている<sup>32</sup>。

日経コンストラクション 2006年3月10日号では、「動向分析 土木離れの防ぎ方 『土木とは何か』を伝え始めた大学の広報戦略に学ぶ」と題して<sup>33</sup>、人気低迷が続く土木業界の回復を図るため、土木関連の学科を持つ大学・高等専門学校の一取り組みを紹介している<sup>34</sup>。その取り組みのひとつとして、小見出し「オープンキャンパス/在学生自身が中高生や親に説明」の記事中では、日本大学理工学部土木工学科、東洋大学工学部環境建築学科のオープンキャンパスの事例を取り上げた<sup>35</sup>。

AERA2006年11月13日号では、「サイエンス・エンジェル 羽ばたくか、理系女子のモデル」と題して、東北大学の女子大学院生が理系を目指す女子学生の啓発を目的とした活動を行う「サイエンス・エンジェル制度」について紹介した。記事によると、オープンキャンパスの他、出身高校への出張セミナーや講演などを通して科学のおもしろさをアピールし、女子の理系進学や、研究者養成に貢献するという<sup>36</sup>。

以上がオープンキャンパスについて書かれた記事である。検索結果から確認した記事の中には、「オープンキャンパスで配布した英語のサンプル問題は問題文まで英語だった」<sup>37</sup>、「2004年には北京で留学生を対象としたオープンキャンパスを開いた。国内でもオープンキャンパスだけでなく、中国・四国・関西など5カ所で説明会を実施する」<sup>38</sup>など、部分的に登場する記事もあるが、それは割愛し、大学におけるオープンキャンパスの実施に焦点をあてた記事のみを取り上げた。

<sup>1</sup> 「日経テレコン 21」は、2006年12月末日まで(株)日本経済新聞社電子メディア局によって運営されていたが、2007年1月1日の分社化に伴って、同日から(株)日本経済新聞デジタルメディアによって運営されることとなった。「日本経済新聞社の電子メディア事業の分社に関するお知らせ」日経テレコン 21 ホームページ、<http://www.nikkei.co.jp/telecom21/digital.html> (2007年1月8日)。

<sup>2</sup> 「日経テレコン 21」日本経済新聞デジタルメディア、<http://telecom21.nikkei.co.jp/nt21/service/>

- (2007年1月8日)記事検索システムは会員対象のサービスのため、実際の検索画面は契約した機関・利用者のみが確認できる。筆者は所属する桜美林大学図書館を利用した。
- 3 「聞蔵 ビジュアル」朝日新聞社, <http://database.asahi.com/library2/> (2007年1月8日)。会員対象のサービスのため、実際の検索画面は契約した機関・利用者のみが確認できる。筆者は所属する桜美林大学図書館を利用した。
  - 4 「論文情報ナビゲータ Cinii」国立情報学研究所ホームページ, <http://ci.nii.ac.jp/cinii/servlet/CiniiTop#> ,(2007年1月8日)。
  - 5 「雑誌・論文情報 MAGAZINEPLUS」日外アソシエーツホームページ, <http://web.nichigai.co.jp/nga/welcome.do> ,(2007年1月8日)。MAGAZINEPLUS は利用登録が必要な有料データベースであり、実際の検索画面は契約した機関、利用者のみが確認できる。筆者は所属する桜美林大学図書館を利用した。
  - 6 「聞蔵 ビジュアル」では、朝日新聞の記事の他、1985年以降の「週刊朝日」「AERA」の記事が検索できる。
  - 7 「大学入試説明会知恵くらべ - キャンパスツアー、史跡見学やパソコン体験も」『日本経済新聞』1989年9月2日、大阪朝刊16面。
  - 8 「ECC、7月にハーバード流ビジネス講座」『日経産業新聞』1990年5月31日、30面。
  - 9 「石川県辰口町 - 『いしかわサイエンスパーク』開発(都市づくりはいま)」『日本産業新聞』1993年1月30日、10面。
  - 10 「学部全体を一般開放、東北大学工学部がオープンキャンパス」『日本経済新聞』1997年7月19日、地方経済面。
  - 11 「東北通産局の産官学連携9事業」『日本経済新聞』1997年10月29日、地方経済面。
  - 12 「東北大学と東北工研、研究内容を一般公開」『日本経済新聞』1998年7月23日、地方経済面。
  - 13 「共同研究推進へ『フォーラム』 慶大教授陣と若手経営者ら」『朝日新聞』1991年6月15日、神奈川県。
  - 14 「総合政策学部開設祝う式典開催 関西学院大学三田キャンパス」『朝日新聞』1995年5月14日、朝刊兵庫面。
  - 15 「神戸三田キャンパスを市民に開放 20日に開学大」『朝日新聞』1995年5月20日、朝刊兵庫面。
  - 16 「講演に立ち見の人気 関学・神戸三田キャンパス開放」『朝日新聞』1995年5月21日、朝刊兵庫面。
  - 17 「屋台村でもお楽しみ 関西大学、きょう高槻キャンパスを開放」『朝日新聞』1996年5月26日、朝刊大阪面。
  - 18 「発想選考型で公募、外国企業にも門戸 北九州新大学基本構想」『朝日新聞』1997年11月28日、朝刊福岡面。
  - 19 「開かれた大学へ知恵競う 市民向け公開講座が花盛り」『朝日新聞』1998年6月11日、朝刊大阪面。
  - 20 「地方国立大のサバイバル作戦 後輩の勧誘から見学会、私大型入試...」『週刊読売』読売新聞社,49(21) (1990年5月27日号), 39~42ページ。
  - 21 同書, 39ページ。
  - 22 同書, 41ページ。
  - 23 同書, 42ページ。
  - 24 中根正義「96最新入試情報 "合格への秘伝" オープンキャンパス活用術 全国主要325私大試験日確定」『サンデー毎日』毎日新聞社, 74(38) (1995年8月6日号), 68~78ページ。
  - 25 同書, 68ページ。
  - 26 同書, 69ページ。
  - 27 松田正文「赤門改革 いま開かれる狭き門」『Yomiuri Weekly』読売新聞社, 59(35・36) (2000年8月20・27日号), 13~15ページ。
  - 28 同書, 14ページ。
  - 29 石渡嶺司「北海道1泊2日無料招待 サービス合戦オープンキャンパス」『AERA』朝日新聞社, 17(33) (2004年7月26日号), 33ページ。
  - 30 同書, 33ページ。
  - 31 井原圭子, 石渡嶺司「子も親もケア 少子化異常 43 大学アンケートにみる実態」『AERA』朝日新聞社, 18(4) (2005年1月24日号), 26~29ページ。
  - 32 同書, 29ページ。
  - 33 「動向分析 土木離れの防ぎ方 「土木とは何か」を伝え始めた大学の広報戦略に学ぶ」『日経コンストラクション』日経BP社, 395 (2006年3月10日号), 50~67ページ。
  - 34 西村隆司 「ニュース 『橋の設計は建築で施工は土木?』」日経コンストラクション ホームページ <http://kenplatz.nikkeibp.co.jp/article/const/news/20060310/128003/> (2006年12月19日)。

- 
- <sup>35</sup> 「オープンキャンパス/在学生自身が中高生や親に説明(動向分析 土木離れの防ぎ方 「土木とは何か」を伝え始めた大学の広報戦略に学ぶ)」『日経コンストラクション』日経 BP 社, 395 (2006 年 3 月 10 日号), 61 ページ.
- <sup>36</sup> 樋田敦子「サイエンス・エンジェル 羽ばたくか、理系女子のモデル」『AERA』朝日新聞社, 19(53) (2006 年 11 月 13 日号), 48 ページ.
- <sup>37</sup> 石渡嶺司「国際教養学部 早大新設学部の波紋」『AERA』朝日新聞社, 17(7) (2004 年 2 月 16 日号), 29 ページ.
- <sup>38</sup> 石渡嶺司「面倒見のいい大学(8) 広島大学 国立大で最高のメンタル偏差値」『AERA』朝日新聞社, 18(37) (2005 年 7 月 18 日号), 49 ページ.

## 終章

本章では、第 1 章から第 6 章において調査した資料をもとに、「“ オープンキャンパス ” という名称を我が国で最初に用いた大学はどこか」、「“ オープンキャンパス ” と呼ばれる以前の、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを、我が国で初めて開催した大学はどこか」、の 2 点について整理する。

まず、“ オープンキャンパス ” という名称を我が国で最初に用いた大学はどこか。

螢雪時代に初めて“ オープンキャンパス ” という名称が掲載されたのは、1988 年 8 月の「夏こそチャンス わが大学へ来たれ『志望校訪問』マルチガイド」という記事である<sup>1</sup>。受験生対象の相談会の有無を問うアンケート調査に、立命館大学が「九月二十三日と十一月三日に『 88 オープンキャンパス』として説明会・相談会を開催（予定）」と回答している<sup>2</sup>。

大学時報 257 号（1997 年 11 月）「魅力あるオープン・キャンパスの試み 大学の開放化とオープン・キャンパス」では、立命館大学教授で教学部長（当時）の薬師寺が、オープンキャンパス実施の経緯を次のように報告している<sup>3</sup>。

さて、立命館大学で『キャンパス見学会』が最初に開催されたのは一九八四年度であった。（中略）

出発当初は、入学願書の発行と学園祭開催の時期に合わせて年一回十一月に見学会を開催していたが、一九八九年度にその名称を『オープン・キャンパス』に変更し、回数を年 3 回に増やすとともに、内容を一新することとなった。

螢雪時代では 1988 年 8 月号にオープンキャンパス開催の旨が掲載され、大学時報には 1989 年度より実施したと報告されている。この 1 年のタイムラグは何か。

筆者は 1988 年当時の螢雪時代の記事を重視し、1997 年に薬師寺が大学時報に報告した際には、実施年度の確認が 1 年ずれてしまったのではないかと考えている。大学入試においては、次年度の入学者を選抜する試験という意味で、2006 年度中に実施される試験を「2007 年度入試」と呼ぶ。同様に 1989 年度入試の受験生を対象としたイベントだったために、1988 年に実施したイベントを「一九八九年度に」と表記することもありうるからである。

大学時報で薬師寺は、名称を「オープン・キャンパス」と変更する前年までは、学園祭に合わせて 11 月に見学会を開催していたことを報告している<sup>4</sup>。螢雪時代に“ オープンキャンパス ” という名称が登場する前年の 1987 年 8 月号「夏こそチャンス、わが大学に来たれ『志望校訪問ガイド』」を確認すると、受験生対象の相談会の有無を問うアンケートに対して、立命館大学は、「11 月の学園祭中に説明会を開催する予定」と回答している<sup>5</sup>。オープンキャンパス ” という名称で開催する以前は、学園祭に合わせて、11 月に見学会を行っていたことを裏付けている。

今回調査した媒体で、1988 年以前に“ オープンキャンパス ” を報じた記事・論文はない。以上を整理すると、立命館大学は 1987 年までは学園祭の時期に合わせて「キャンパス見学会」を実施していたが、1988 年に回数を年 3 回に増やし、内容も一新して、

イベント名称を“オープンキャンパス”と名づけた、ということになる。

受験生を対象とした大学内での進学相談イベントの名称として、“オープンキャンパス”を我が国で最初に用いたのは立命館大学であった。立命館大学は受験生を対象とした大学内での進学相談イベントに“オープンキャンパス”という名を付けた、名付け親であるとも言えよう。

ここで、1988年に一大学が考案した“オープンキャンパス”という名称が、どのような経緯で、現在のように受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを意味する呼称として一般化したのかについて検討する。

1988年に立命館大学が初めて“オープンキャンパス”というイベント名称を用いた翌年、螢雪時代1989年8月号「夏こそチャンス!わが大学へ 志望校訪問マニュアル」では、5大学が“オープンキャンパス”というイベント名称を用いていた<sup>6</sup>。

さらに翌年の1990年には、京都府に所在する私立大学が開催日を統一してオープンキャンパスを行うイベント「オープンキャンパス in Kyoto」が始まった。これは、「京都6大学キャンパスツアー 89」を前身に、京都私立大学入試広報連絡会が主催するイベントで、現在も年に1度、2日間の日程で行われている。

この「オープンキャンパス in Kyoto」の開催が、“オープンキャンパス”という名称が全国に広まる契機となったのではないだろうか。

本格始動した1990年には、本研究で調査した媒体では取り扱っていないが、1992年にカレッジマネジメント、日経新聞、朝日新聞が記事を掲載している。この間、進学情報誌への広告掲載や、京都府外、関西地区以外の高校への開催告知と参加の呼びかけを行っていたであろうことは容易に推測できる。

また、オープンキャンパスの開催を告知する新聞記事の多くは、地方面に掲載されているにも関わらず、1992年に「オープンキャンパス in Kyoto」について報じた朝日新聞は教育面に、日本経済新聞も夕刊ではあるが全国版に掲載していた。

螢雪時代が毎年特集する、大学独自の進学相談イベントの実施要綱一覧をみても、京都の大学がイベント名称として“オープンキャンパス”を用いる割合は年を追うごとに増加し、関西地区ひいては日本全国へと波及している。

1990年7月号の「『大学・学部説明会』実施情報」では、情報が掲載された18校のうち3校が“オープンキャンパス”というイベント名称を用いており、うち2校が京都の大学であった<sup>7</sup>。また、螢雪時代ではこの年の8月号で、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを総称して“オープンキャンパス”と表記しており、他媒体よりも数年早く使い始めている<sup>8</sup>。

1991年は螢雪時代に大学独自の進学相談イベントの特集がなかったため、次は1992年の記事となるが、1992年8月号「キャンパス見学会スケジュール」では、情報が掲載された関西地区の大学33校のうち13校が“オープンキャンパス”というイベント名称を用いており、中には大阪、兵庫の大学も含まれる。一方、首都圏の大学は37校中2校が用いるのみであった<sup>9</sup>。

1993年の螢雪時代8月号では、関西地区の大学40校のうち15校(首都圏では49校中2校)が<sup>10</sup>、1994年の螢雪時代8月号では、西日本地区16校のうち7校(東日本地区では19校中3校)が“オープンキャンパス”というイベント名称を用いていた<sup>11</sup>。

1995年の螢雪時代8月号「キャンパス見学会(相談会)」では、掲載校数が一気に増

え、北海道・東北地区、関東・東京・甲信越地区、北陸・東海地区、関西地区、中国・四国地区、九州地区に区分されて掲載されている。“オープンキャンパス”をイベント名称に挙げている大学は、北海道・東北地区が17校中3校、関東・東京・甲信越地区が104校中19校、北陸・東海地区38校中15校、関西地区56校中28校中、中国・四国地区28校中10校、九州地区21校中13校であった<sup>12</sup>。

地区の区分が毎年同じではなく、掲載されている大学も同じとは限らないので一概には言えないが、京都の大学から関西地区の大学へ、関西地区から全国の大学へと波及している様子が見える。

以上の資料を整理すると、1988年に一大学で用いられたイベント名称としての“オープンキャンパス”は、その後近隣の大学を中心に他校も用いるようになり、「オープンキャンパス in Kyoto」の開催を契機として、受験産業界、高等教育関係者にも広く知られる呼称となった。1990年代の半ばには受験生を対象とした大学内での進学相談イベントの総称として一般にも周知され、現在に至っている。このように論じることができる。

しかし、これはまだ筆者の仮説の域を脱しない。今後さらなる調査が必要である。

さて、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを、我が国で初めて開催した大学はどこなのだろうか。

カレッジマネジメント13号(1985年7-8月)「大学差別化時代の募集広報戦略」では、「立教大学が他校に先がけて、独自の「進学相談会 on CANPUS」を始めたのは昭和53年の秋」とある<sup>13</sup>。

この記事をもとに1978年前後の螢雪時代を調査したところ、1978年11月の立教大学の「立教告知板101立教大学で進学相談会 大学構内を直接訪問し、入試担当者から進学相談を受けられる良きチャンス<sup>14</sup>」が、螢雪時代における最も古い、大学独自の進学相談イベントの広告であることを確認した。第1章ではオープンキャンパスに関する“記事”のみをまとめたため、各大学の“広告欄”については報告していないが、1979年、1980年においても、大学独自の進学相談イベントの広告を出していたのは立教大学のみである。

その他の媒体を確認しても、1980年以前に受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを開催していた大学は他にみつけることができなかった。

これらの調査から、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを我が国で初めて開催した大学、つまりオープンキャンパスの生みの親は立教大学であると言える。

1978年に立教大学が受験生を対象とした大学内での進学相談イベントを開催してから10年が経ち、このイベントに立命館大学が“オープンキャンパス”と名づけた。

その後約20年の間に、受験生を対象とした大学内での進学相談イベントは大学の学生募集活動になくはならない存在となり、“オープンキャンパス”というイベント名称は、進学相談イベントを総称する呼称として、一般化した。

この2つの事象の鍵となった立教大学、立命館大学は、以前から積極的且つ戦略的に大学改革を進めてきた大学である。立教大学は、進学相談イベントを始めると時同じくして、社会人入試を行っており、これも我が国で初めての取り組みであった<sup>15</sup>。立命館大学も自大学の入試制度改革に注力し、その取り組みは業界専門誌でも大きく扱

われていた<sup>16</sup>。

本研究において、2校がオープンキャンパスの鍵であると明らかになったことは、オープンキャンパスがその萌芽期から、大学のマネジメントにおける戦略的な発想に基づいて構築されていたことを物語っている。特に立命館大学では、大学時報 257号において、前出の薬師寺が下記のように述べている<sup>17</sup>。

見学会を開催したのは大学が受験雑誌や入試相談会を通じて単に入試広報を行うというだけでなく、立命館大学とはどういう大学で、どのような教育や学問研究を目指しているかということ、実地に体験してもらうことによって、高い基礎学力と多様多彩な能力・個性をもった全国のより多くの受験生に、一層自覚的・積極的な立場から本学への進学を目指してもらいたい、という狙いからであった。同時にこの見学会は、大学の「開放化」、すなわち地域や社会に開かれ、かつ多様な学生の需要に適合する大学づくりを目指すという、立命館大学の教学方針を具体化する意義ももつものであった。

立教大学をはじめとして、80年代初頭からオープンキャンパスを始めた大学の多くは、18歳人口の増加期の中で、また偏差値という一点を基準に進路選択をする受験生が増加する中で、自大学で学ぶことに対して高い意欲を持つ学生を集めるため、自大学の情報をより詳しく、より正確に伝える手段を模索した。その際、志望校として選択してもらうために、理解してほしいことは何なのか、自大学の何を伝えたいのかということを実際に考えていた。言い換えればそれは、「どんな教育を行いたいのか」「どんな大学として社会に存在したいのか」ということを自らに問う作業でもあった。

オープンキャンパスは学生募集広報の手段という枠を超えて、自大学の立ち位置を見直す手段でもある、ということは、決して過言ではないだろう。

近年、スタンプラリーやゲームによる高額商品のプレゼント、学食メニューにない食事やデザートを提供、交通費・宿泊費の全額負担、バスによる長距離送迎など、一部のプログラムについて「過剰なサービス」と指摘される内容もある<sup>18</sup>。

奇抜なプログラムで受験生の関心を引き、参加者を集めるのではなく、原点に立ち返って自大学の教育、社会的存在意義を見直し、それを受験生に伝えることがオープンキャンパスのもつ役割であり、今後大学の学生募集広報におけるこの手法の更なる深化と発展が期待される。

本研究では、オープンキャンパスの“誕生”について明らかにした。今後は、現在に至る発展の経緯をまとめることが必要である。

オープンキャンパスは学生募集広報の手段のひとつであり、当然、“入試”の変化に影響を受ける。また、大学進学率や、受験生の進学意識も関係する。様々な要因を考慮しつつ、時代背景を鑑み、年代ごとにオープンキャンパスの役割、開催の意味・目的、開催内容などをまとめ、その全体像を明らかにすることは、今後のオープンキャンパス構築に大きく貢献するだろう。

大学全入時代を迎えるこれからの学生募集広報には、より一層の工夫が求められる。オープンキャンパスの歴史研究は第一歩を踏み出したばかりで、その課題は山積しているが、明日の学生募集広報に寄与するものとなるよう、今後の研究の充実と発展を期待したい。

- 
- <sup>1</sup> 「夏こそチャンス わが大学に来たれ 『志望校訪問』マルチガイド」『螢雪時代』旺文社, 58(6)(1988年8月号), 127~133ページ
  - <sup>2</sup> 同書, 132ページ.
  - <sup>3</sup> 薬師寺公夫「特集 魅力あるオープン・キャンパスの試み 大学の開放化とオープン・キャンパス」『大学時報』日本私立大学連盟, 257(1997年11月), 30~31ページ.
  - <sup>4</sup> 同書, 31ページ.
  - <sup>5</sup> 「わが大学のキャンパスに来たれ 志望校訪問ガイド」『螢雪時代』旺文社, 57(8)(1987年8月号), 128ページ.
  - <sup>6</sup> 「夏こそチャンス! わが大学へ 志望校訪問マニュアル」『螢雪時代』旺文社, 59(6)(1989年8月号), 176~183ページ.
  - <sup>7</sup> 残りの1校は東海大学である.  
「INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報」『螢雪時代』旺文社, 60(5)(1990年7月号), 198~199ページ.
  - <sup>8</sup> 「INFORMATION FOR CAMPUS 「大学・学部説明会」実施情報」『螢雪時代』旺文社, 60(7)(1990年8月号), 204~207ページ.
  - <sup>9</sup> 首都圏の大学の2校は, 工学院大学, 東海大学である.  
「キャンパス見学会スケジュール」『螢雪時代』旺文社, 62(6)(1992年8月号), 36~37ページ.
  - <sup>10</sup> 「グラフ・リポート ちょっと早めに、大学生しちやいました オープンキャンパス実施要綱一覧」『螢雪時代』旺文社, 63(7)(1993年8月号), 23~25ページ.
  - <sup>11</sup> 「オープン・キャンパス実施要綱一覧」『螢雪時代』旺文社, 64(8)(1994年8月号), 20~24ページ.
  - <sup>12</sup> 「Keisetsu データ・セレクション キャンパス見学会(相談会)」『螢雪時代』旺文社, 66(7)(1996年8月号), 137~150ページ.
  - <sup>13</sup> 「大学差別化時代の募集広報戦略」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 13(1985年7-8月号), 37ページ.
  - <sup>14</sup> 「立教告知板 101 立教大学で進学相談会 大学構内を直接訪問し、入試担当者から進学相談を受けられる良きチャンス」『螢雪時代』旺文社, 48(12)(1978年11月号), 135ページ.
  - <sup>15</sup> 「燃えた 社会人の『向学心』 十倍超す志願者殺到 特別募集の立大法学部」『朝日新聞』1978年10月5日, 3面.
  - <sup>16</sup> 「志願者増が続く立命館大の入試広報戦略 受験生の声を次年度に生かす」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 40(1990年1-2月号), 35~37ページ.  
小畑力人「リクルート・カレッジマネジメントセミナー講演抄録 立命館大学の入試改革と広報戦略 まだまだやることのある大学改革」『大学・短期大学・専修学校のためのリクルート・カレッジ・マネジメント』リクルート, 63(1993年11-12月号), 4~11ページ.
  - <sup>17</sup> 薬師寺公夫, 前掲書, 30~31ページ.
  - <sup>18</sup> 石渡嶺司「北海道1泊2日無料招待 サービス合戦オープンキャンパス」『AERA』朝日新聞社, 17(33)(2004年7月26日号), 33ページ.