

特集

コロナ禍と 2020年の進路選択

CONTENTS

- Part 1 高校の今と進路選択..... 6
- Part 2 大学の募集コミュニケーション..... 28
- Part 3 採用市場と大学の就職・キャリア支援..... 36

編集長の視点

コロナ禍で生徒・学生の視野は狭くなる 早期のWEB体験で相互理解を高め、ミスマッチの防止を防ぐ

小林 浩 リクルート進学総研 所長
リクルート「カレッジマネジメント」編集長

2020年の年初、このような状況になろうとは、誰が予測していたであろう。大学は、コロナ禍によって、ほとんどの活動において制約を受けることになった。一方、コロナ禍において、最も進んだのがデジタル化である。これまで、遅れていると言われていた教育機関においても、2020年は言わば「強制的なデジタル体験」を強いられた年であった。

高校・大学においては、生徒や学生の学びや活動を止めないために、あらゆる面でのデジタル化が進められた。授業等学びの現場におけるオンライン対応は色々と報道されている。では、この「強制的なデジタル体験」によって、高校⇒大学⇒社会へとつながる進路選択の現場はどのように対応し、今後に向けてどのような示唆（経験価値）が得られたのか。今年起こったデジタル化の動きは、不可逆的なものであり、もう元に戻ることはないだろう。今回の特集では11月という今だからこそ、今年の経験から次年度に向けた動きを考えたい。

まず、高校生の進路選択行動を見ると、近年オープンキャンパスへの参加率は9割に達し、進学先選びの重要な機会であった。しかし、今年はリアルオープンキャンパスが実施できず、WEB上での開催となった。リクルート進学総研の調査では、WEBオープンキャンパスの認知率は4月段階では28.6%だったが、7月には88.0%と3倍近くにアップし、今やWEBオープンキャンパスは市民権を得たと言えるだろう。その一方、現2年生の7月時点でのWEBオープンキャンパスの参加率は17.1%と、昨年までの7割の参加率と比較して大幅に減少。オープンキャンパスに参加しないことで、既に知っている大学の中から、自分の目で見ずに進学先を選ぶことが想定される。だからこそ、WEBオープンキャンパスである。WEBオープンキャンパスは、自宅でYouTubeを見るように気軽に参加できる。しかし、高校生が重視する「学校の雰囲気」については、十分に伝わっていないようである。WEBオープンキャンパスにおいては、“私の志向に

合った”魅力あるコンテンツ作りが、今後の課題となるであろう。

また、高校の現場からは、このコロナ禍で変化に対応できる大学か否かが明確になったのではないかとの声が上がっている。コロナ禍を機にスピードを持って学生のために改革を推進するのか、あるいはできない理由を掲げて改革を実施しないのか、その姿勢が高校にも伝わっているのだ。オンライン化が進んだからこそ、改めて大学の提供価値を明らかにし、高校現場に分かりやすく伝えていくことが求められている。

就活の現場でも、WEBインターンシップやオンライン面接が導入された。リアルでの就活では、インターンシップや説明会等を通じて、多くの情報から希望する企業を絞り込んでいき、その過程で自分と仕事との接点を探ることが多かった。しかし、WEBになると、好きな情報だけ収集し、それ以外の情報を取得しない学生が増えている。また、WEB面接になると、情報が限定的なため、面接を通じての相互理解のハー

ドルが高まる。そのため、より学修成果を可視化することや、大学までの活動実績や自らの志向を端的に説明することが重要になってくる。

このように見てみると、大学進学と就活、どちらもデジタル化によって、狭い情報の範囲から進学先、就職先選びをする可能性があり、ミスマッチが生じる可能性が高まっていく。そのため、若年時からの早期の広報や情報提供が重要になってくるだろう。オンライン化は「時間」と「距離」を超越し、そして「費用」を削減できる。オンラインをうまく活用すれば、もっと気軽に早期から多くのオープンキャンパスや説明会に参加することができる。そうすれば、一発勝負や序列化された情報の中だけではなく、自分に合った大学選び、就職先選びができるようになる可能性も高まる。大学には、そうした視点に立った募集戦略やキャリア指導が求められてくるだろう。リアル、オンラインをどのように組み合わせるか、デジタル化への対応は、ピンチをチャンスに変える好機である。

