



甲南大学 ▶ 1919年学園創立。1951年大学設立 ▶ 8学部14学科。学生数は約9000人
 ▶ 建学の理念に基づき、人物重視の教育を行う ▶ THE世界大学ランキング日本版2017総合順位111-120位、
 同教育満足度78位、教育成果121-130位、国際性121-130位

甲南大学の取り組み

課題

- ▶ 実志願者数の伸び悩み
- ▶ 教育の特徴が高校教員、受験生本人に伝わっていなかった

	見直し前	見直し後
方針と重点施策	志願者数など数値上の伸びをめざす	▶ 甲南大学の教育上の特徴を理解した志望度の高い学生の増加 ▶ 高校教員とのコミュニケーションの機会として高校訪問を重視し、データを基に自学の特徴の周知を図る
組織体制	入試事務室が学生募集広報業務から入試運営までを担当	2016年度に学生募集広報業務を学長室に移して、志望度の高い学生の増加をめざすプロジェクトチームを編成。今後、入試センターとプロジェクトチームが融合したアドミッションセンター化を構想
成果指標	延べ志願者数を重視	実志願者数を重視 (=甲南大学の教育の質に期待する志望度の高い学生の増加)

高大接続改革への取り組み

- ▶ 2014年度に入試改革。APを再定義し、11あった入試方式を7つにして名称もわかりやすく変更
- ▶ 地域の高校と連携し、高校生の課題研究や探究活動の指導、発表の場を提供する「リサーチフェスタ」を準備中



高校の視点

等身大の情報発信は歓迎 新しい取り組みに期待

神戸市立須磨翔風高校
 キャリアセンター チーフアドバイザー
 内匠謙介先生

兵庫県神戸市 ▶ 2009年に開校 ▶ 全日制・男女共学・総合学科(単位制)
 生徒数947人 ▶ 少人数授業、手厚いキャリア教育が特徴 ▶ 進学実績
 (2017年度)公立大/3名 私立大/神戸学院大、甲南女子大、近畿大、
 甲南大、関西大、関西学院大、神戸親和女子大 他



甲南大学には本校からも多くの生徒が進学しています。傾向として、都市部の騒々しいキャンパスにはない落ち着いた雰囲気や好む生徒が志望しているようです。また、私自身も大学説明会に参加したことがありますが、就職サポートが手厚いという印象を持っています。これは、1学年2000人程度の中規模大学だから可能なでしょう。

ただ、これまでは学びの特色や新たな取り組みの様子はあまり伝わってきませんでした。ですから、データブックは、リアルなデータを1冊にまとめてあるという点で評価できます。また、担当者を決めた継続的な高校訪問は歓迎できますね。

本校はキャリア教育に力を入れており、2、3年生向けの

「キャリアプランニング」の授業で、課題研究に取り組まされています。この授業では、甲南大学の先生にも指導や講評に協力いただいています。また、教員志望の生徒が教職課程の授業を見学させてもらうこともあります。今後は、こうした高大連携を発展させて、よりつながりを深めたいです。

甲南大学に限らず、兵庫県内の大学は最近、受験生からの人気の面で大阪、京都の大学に押されているように見えます。学部の自治はあってしかるべきものですが、優秀な学生を集めるという点では、大学全体の足並みをそろえたほうがよいのではないのでしょうか。地元の高校として、新たな取り組みへの姿勢に期待しています。

高校訪問の見直し

大学の現実を伝え、志望度の高い学生増加へ

甲南大学

高校教員との直接的なコミュニケーションを重視し、特に高校訪問に力を入れている甲南大学。このような戦略を取る背景、具体的な活動内容を聞いた。



学長室 次長 **林 正樹**

はやしまさき ● 1987年、甲南大学法学部法学科卒業。1988年、甲南学園に入職、大学入試事務室配属。甲南学園総務部総務課、経営企画室に勤務後、2007年、フランス甲南学園トゥレーヌ日本事務所勤務。2014年、大学事務部勤務。2015年、同部が学長室に改組、2016年4月に高大接続推進業務を兼務し、教育の質保証と高大接続を推進する。

志願者数ではなく 志望度の高さを重視

本学が学生募集活動を見直したのは2014年度からです。それ以前は、学内併願も含めた延べ志願者数の増加を重視していましたが、一方で実志願者数の減少に危機感を抱いていました。関西には学生数2万、3万という大規模総合大学がひしめき、学部新設など、拡大路線を取る大学もあります。その中で学生数1万に満たない本学は、どこに活路を見いだすべきか——議論の結果、「延べ志願者数にこだわらず、本学の特徴を理解した志望度の高い学生の増加が重要」という結論に至りました。

が入学してくれるほど甘くはありません。そこで2016年度からは、入試事務室の学生募集広報担当を学長室に移して、高大接続の強化を図り、志望度の高い学生の増加をめざすプロジェクトチームを編成。受験生と高校教員に本学の特徴、教育を理解してもらうため、高校訪問に代表されるリアルなコミュニケーションを全学で推進する方針に転換したのです。

高校訪問で リアルなデータを提示

昨年からは本学の実態を示したデータブックを制作し、手渡しの訪問資料としています。この冊子では、教育内容・入試・卒業後の進路のリアルなデータを扱い、通常、広報ツールで公表しないようなデータも掲載しています。これを制作した理由は、高校から「大学の広報資料にはよい面ばかり書いてあり、信頼できない」という意見があったからです。教育のプロである高校教員に対しては、飾られた言葉や表面的な写真ではなく、現実の姿を示すデータのほうが、説得力を持って本学の教育の質を示せると判断しました。当然、マイナス面も浮き彫りになります。分析結果や改善への取り組みも併せて掲載し、等身大の大学の姿を高校教員や受験生に伝えられれば、志望度の高い学生の増加につながると考えています。

また、高校訪問の主役を職員から教員に切り替えました。本学の高校訪問の目的は、志望度の高い学生の増加です。と言うのも、実際に教育を行っている教員が話をしたほうが、本学の教育の特徴を具体的に伝えられるからです。教員の高校訪問は公募制ですが、初年度は全教員の約7割が参加。割り当ては、教員本人が希望する高校を優先し、信頼関係を築くため、最低3年は継続訪問してもらいます。職員の訪問校を加えると、前年度の訪問校数は、合計300校に上りました。訪問結果は、各訪問者が報告書を作成し、プロジェクトチームがまとめて全学にフィードバックしています。

*データの具体例：留年者数、退学者数、ST比、単位修得率平均、授業外学習時間、実志願者数、歩留まり率、第一志望割合、実就職率、インターンシップ参加状況等