



学生数/約10,000人
 学部/工、創造工、先進工、情報科学、社会システム科学
 大学院/工学、創造工学、先進工学、情報科学、社会システム科学
 THE世界大学ランキング2022/1201+位、同日本版2022/151-200位、同インパクトランキング2022/1001+位

志願者減時代の学生募集戦略と主な施策

<h3>入試施策</h3>	<ul style="list-style-type: none"> ▶大学の都合ではなく、受験生が力を発揮しやすい「受験生ファースト」の入試がモットー ▶複数学科併願でも受験料は1学科分に軽減(2009年度～) ▶同一試験種の場合、複数日程受験でも2日目以降の加算額は1日5,000円。組み合わせによっては無料(2009年度～) ▶一般入試では、ネット出願締め切り日を試験日前日に設定(2019年度～) ▶共通テスト利用入試の受験料免除(2021年度～) ▶数学(共通テストと独自試験)だけで合否を判定する方式を新設(2022年度～) ▶全国17会場で受験できるサテライト試験実施日を3日間に増(2022年度～)
<h3>広報施策</h3>	<ul style="list-style-type: none"> ▶工学志望者を増やすため、高校教員向けのオンラインセミナーを開催 ▶高校生の保護者の認知を高めるためにプレスリリースをこまめに行うなど、大手メディアへの情報提供を重視 ▶対面のほうが熱意が伝わりやすいため、コロナ禍でも高校が許す限り訪問して説明する。マイナス点を聞き取り、高校からの要望にもできるだけ応える
<h3>学内の協力体制</h3>	<ul style="list-style-type: none"> ▶理事長による「入試が最優先」との発信を受け、学内が協カムードに ▶入試委員会がまとめた入試データは、教授会で全て報告し、教員に共有

注目!

工学志望者を育てる高校教員向けセミナー

受験生ファーストの入試で志願者数を増やす千葉工業大学が今後、重視するのは、「高校と大学の学びの接続」だ。まずは、高校で学ぶ内容と工学部の学びとのつながりを、高校教員に伝えることから始める。教員を対象にする理由を日下部入試広報部長はこう話す。「生徒が工学の各分野の違いを知りたがっていても、工学部卒の教員は少ないため、工学の中身を理解したうえで進路指導に生かすことは難しい。工学に縁のない教員でも、学問の意義や魅力、高校の学習内容との関連がわかれば、生徒にアドバイスができる」。

第1弾として本年1月、「情報科目必修化に伴う課題と高大連携の可能性」と題するオンラインセミナーを開催した。長尾徹副学長がコーディネーターを、若手3教員がパネラーを務め、高校で「情報」が必修化された意味、大学で行われている情報教育の内容、Z世代がこれからの社会で求められる情報技術などについて発表、議論を行った。リアルタイムで1回限りの開催にもかかわらず、全国の高校教員約100人が視聴し、手応えを感じたと言う。

「地方の高校をくまなく訪ねたり、一人ひとりをじっくり指導する育成型の入試を行ったりすることは難しいが、オンラインであれば全国の高校とつながりが持てる。今後は高校での探究学習の素材として使える工学系学問の解説を行うなど、高大接続を強化したい」と日下部部長はさらなる意欲を見せる。

高校教員向けオンラインセミナーの概要

デジタル時代を担う世代を育てる責任 情報科目必修化に伴う課題と高大連携の可能性 ——情報デザインを通して考える

2022年1月25日(火)実施
 企画/入試広報部
 パネラー/信川 創 教授(情報科学部情報工学科)
 稲坂 晃義 准教授(創造工学部デザイン科学科)
 小早川 真衣子 助教(先進工学部知能メディア工学科)

コーディネーター/
 長尾 徹 副学長

主な内容

- ・高校「情報」の内容と、大学の授業との関連性
- ・授業紹介「情報デザインを体験する」(1年次演習)
- ・他の授業での学生の発表例
- ・情報デザインとは何か
- ・現代におけるデータサイエンスの重要性など



受験生ファーストの改革を積み重ねる

千葉工業大学

志願者増が注目を集める千葉工業大学。募集戦略の背景には、受験生や高校の声を起点に全学を挙げて顕在化した課題を解決し続ける不断の努力がある。



入試広報部長
日下部 聡

くさかべさとし ●民間企業を経て、2009年千葉工業大学に入職。以来、一貫して入試広報を担当し、2013年より現職。母校だけでなく、工業系大学や理工系学部全体の連携と発展を見据えた環境づくりにも力を注ぐ。

各種入試施策で生じる 難点を克服して改革

2022年度入試は延べ志願者数が約3万人増となり、全国1位の増加数が話題になりました。これは、志願者集めをねらっていたわけではなく、「受験生に対して何が出来るか」を考えた、改革の積み重ねによるものです。

転機は2009年度入試。同一試験日の他学科併願を無料とする、*1クロスエントリーシステム導入でした。かつて3万人超だった志願者数はその前年度に1万人にまで減り、歩留まりも悪い。どんだ底の状況を脱するため、受験生の「本学に入りたい」意志をすくい上げるしくみとして取り入れたものです。結果、志願者数は増加に転じ、歩留まりも改善しました。ただし、このしくみは第2志望以下の学科への入学者を増やすこ

ともなりません。ミスマッチによる退学を防ぐため、リメディアル教育、補習・再試験制度の充実、CAP制の導入などを順次実行。その結果、2010年度に462人だった退学者数は2015年度以降200人台に。近年は退学率も全国平均以下で推移しています。

2019年度入試から一般入試のネット出願を試験日前日まで受け付けているのも、受験生の心情を考慮しています。2月初旬までの入試は*2共通テスト前に出願を締め切る大学が多いのですが、受験生の心理としては、共通テストの手応えによって出願先を決めたいはず。高校教員の声などをエビデンスに学内を説得し、出願の事務処理をアウトソーシングもして、職員負担を増やすことなく実施しています。これらの改革がよい結果を生み出すと、学内では士気が高まり、今では職員が率先して改革案を提議するようになりました。

2021年度入試からは、共通テスト利用入試の受験料を免除しています。きっかけは、「対コロナ禍の支援は、在学生だけでなく受験生にも行うべき」との理事長の発議。大学入試センターに支払う*3手数料は全額大学負担であるほか、入試難度が上がり敬遠される、歩留まりが読みづらい、といった

難点は見込んだうえで、それでも受験生ファーストの姿勢を体現しようとする人達を決めました。本学が視界になかった保護者や高校教員の目にも留まるようになり、これを機に関心を持って一般選抜も受験してくれた生徒が多くなります。

改革の源泉は 社会や高校生のニーズ

本学のポジションでは、常に「動いて」いなければ社会に存在を印象付けられません。現在、検討しているのは、社会が求める人材像に対応した入試。例えば、AI人材の需要の高まる今後に向け、数学や情報の力を重視した入試が考えられます。あるいは、英語外部検定ほか複数の検定結果を組み合わせて出願する入試。一発勝負ではなく、何度もトライしたうえで高校生は少なくないはず。加えて、工学の「中身」を伝える広報に力を入れます。偏差値ではなく、大学や社会でやりたいことを軸に進学先を選ぶ高校生が増えていきます。工学の各分野の学びや将来について、高校生だけでなく高校教員や保護者に認知を広げ、受験生が納得いく進路実現を果たせる環境を整えていきます。

*1 当時の正式名称は「新クロスエントリーシステム1」
 *2 当時は大学入試センター試験
 *3 2021年度入試では1件あたり750円、2022年度入試では1,200円。2022年度入試における同大学の共通テスト利用入試志願者数は66,959人

取材・文/見山雄介 撮影/亀井宏昭