



学生数/約1,670人
学部/経済、経営、看護
大学院/経営学

志願者減時代の学生募集戦略と主な施策

入試施策	<ul style="list-style-type: none"> ▶「留学生枠」「学費減免の地方枠」を削減し、地元高校向けの推薦枠を拡充 ▶学校推薦型選抜、総合型選抜の入学者向けのスカラシップ制度を拡充
広報施策	<ul style="list-style-type: none"> ▶高校単位で個別に見学を受け入れる「大学見学会」の実施 高校に自学の学びの特徴を伝えるほか、各高校がどのような教育を行っているかを把握するマーケティングの機会としても活用 ▶地元高校に年4回の「高校訪問」を実施 専任職員が担当し、学生の成長に関するデータや入試結果のデータを提供 高校教員のニーズ把握の機会としても活用 ▶オープンキャンパスでの保護者への情報発信 保護者のニーズ把握の機会としても活用
学内の協力体制	<ul style="list-style-type: none"> ▶意識改革を促すため、模試の志望動向を基に「自学のポジション」と「競合校のポジション」を学科別に全教職員に共有 ▶理事長の指示の下、PDCAから「PDCBA」サイクルへ。行動を起こす前に必ずB=because(理由)を明確にするというルールをつくって改革を進める ▶入試広報課長による課員へのマーケティングセミナーを定期化

注目!

高校との信頼を築く「大学見学会」と「高校訪問」

地元の高校に定着したこれまでのイメージを変えるために、岐阜協立大学では「大学見学会」と「高校訪問」に力を入れている。

大学見学会とは、高校単位で受け入れるミニオープンキャンパスのこと。模擬授業やキャンパスツアーなどが主な内容だが、希望に応じてプログラムを柔軟に変更する。2021年度は4回実施し、178人の生徒が参加した。大学としては志望校選択前の1・2年生に自学について理解してもらえというメリットがある。高校教員からも評判がよく、「就職希望だった生徒が、見学会を機に大学進学に変えた」と感謝されたこともあったと言う。

高校訪問の方法も変えた。以前は元高校長のキャリアアドバイザーが地元の高校を回っていたが、これを廃止し、入試広報課職員が訪問することにした。「大学の未来を背負う若手職員が責任を持って説明すべき」という考えからだ。地元の高校を年4回訪問し、その高校の卒業生の成長に関するデータ(入学前教育やアセスメントテストの結果など)も共有する。高校教員から求められた情報やデータは、整理して出すようにするなど、個別最適化も図る。「本学は『学生一人ひとりの面倒を見る』と覚悟を決めた。高校生にも本学をきちんと理解したうえで入学してもらいたい。だから、高校生や高校への情報提供は極力丁寧に行うよう努めている」(吉田入試広報課長)。

プログラムの概要

プログラム	所要時間	内容
大学概要説明	20分	大学の紹介
学部説明・模擬授業	45分～90分	各学部学科の概要や施設の説明と模擬授業の受講
入試説明	30分	自学の入試制度や大学入試全般に関する説明
在学生との懇談	30分	在学生がキャンパスライフ・受験対策を高校生に紹介
キャンパスツアー	30分	学内の全ての施設の紹介



「大学見学会」の前に、その意義を高校生、高校教員に伝える

CASE STUDY

地元が存在する価値のある大学へ

岐阜協立大学

2017年の法人合併、2019年の校名変更を機に大学の存在意義を見直した岐阜協立大学。地元から選ばれる大学になるために策定した方針、広報施策について聞く。



入試広報課長・学校法人大垣総合学園経営企画室長

吉田 大介

よしだだいすけ ●2001年岐阜経済大学経済学部卒業。2001年4月学校法人岐阜協立大学に入職。入試広報や学生支援、スポーツ振興、入試改革に携わる。2019年岐阜協立大学入試広報課長。2021年6月より、法人事務局経営企画室長も兼務。

原点に立ち返った施策で 高校からの評価が一変

前身の岐阜経済大学時代は学生募集に苦戦していました。留学生や学費減免措置を使って遠隔地の入学者を増やした結果、一定数は確保できていましたが、反面、意欲の低い学生も少なくなく、教職員の士気は下がる一方。地元の評判も「留学生が多い大学」「誰でも入れる大学」というものでした。大垣女子短期大学と法人合併し、2019年に岐阜協立大学として再スタートを切った際、竹内治彦学長のリーダーシップの下、大学のあり方を大きく変えました。本学はもとより地元行政や産業界から支援を受けて創立した公設民営大学です。岐阜県の高校生約7割は県外に流出しますが、実は地元就職希望者も多くいます。そのため、原点に立ち返り「地

元の学生を育てて、地元企業や行政に送り出し、地域経済を支える拠点になろう」と決意したのです。入試施策を地元志向に転換すべく、留学生枠や推薦入試の地方枠を減らして、地元の高校向けの推薦枠を拡大しました。とはいえ、地元の高校からの評価はすぐには変わりません。そこで、高校向けの学校説明会や高校訪問に力を入れました。高校教員に会う際は、入学前教育や1・3年次のアセスメントテストのデータを基に、学生の成長を紹介。高校と連携してどう学生を育てていきたいのかを説明しています。

教育やキャリア支援にも、地域との連携を積極的に取り入れられました。大垣市長による市政についての授業で地元行政への関心を高めたり、地元企業とのインターンシップを増やして地元への就業意識を醸成したりしています。

改革着手から3年が経ち、ようやく本学に対する高校のイメージも変わりつつあります。かつて5割を切っていた県内出身の入学者は年々上昇、2022年度は6割近くに高まりました。県内高校からの指定校推薦入学者が増加し、入学者全体の評定平均値が年々上がっています。学ぶ意欲の高い入学者が増えれば、授業も活性化す

意識改革と施策立案に データをフル活用

本学では一連の改革を、データを基に進めています。まず、教職員の意識改革のため、模試の志望動向を基に他大学と比較した自学のポジションを全教職員に説明し、危機意識を高めました。部局間のデータ共有も進め、打ち手は全てデータに基づいて立案しています。PDCAを「PDCBA」とし、B(理由)を必ず明らかにして改善策を練り、実行します。

私自身が入試広報課長と経営企画室長を兼務していることも功を奏しています。経営、教育状況のデータをどう入試広報に落とし込むのか、理事会で説明できるからです。以前に比べて学内の調整のスピードが上がりました。

今後は就職支援に力を入れると同時に、具体的な就職先などキャリア関連の情報も発信していきます。地元の高校生への面談を最後まで見るといふ姿勢が伝われば、保護者や高校教員の評価もさらに高まっていくでしょう。地元の方から「大学名が変わっただけ」と思われないよう、「選ばれる大学」をめざしていきます。