

2023年度 学生募集戦略委員会(結果)

| PLAN(計画) | DO(実施) | | CHECK(評価) | | ACITON(次への改善) |
|--|---|-----------|---|--|---|
| P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。 | D:計画を実施しその効果を測定する。 | 実施状況(実施率) | C:目標とその実践の差異、実践した行動の評価・分析を行う。 | | A:課題や問題点についての改善、対策を行い、次への「PLAN」へ繋げる |
| | | | 評価 | 評価の理由/課題/根拠データ等 | |
| ・大学入学者の定員充足 1,220名(定員)以上 | ・本学理解、興味・喚起を促進 ・OC参加者を対象に本学への志願度向上を強化 ・一般選抜入試制度の見直し | 80% | 入学定員充足は未達。受験生総数の減少、年内入試へのシフト、一般入試におけるチャレンジ志向、他大の合格者増の影響が昨年より進んだと考えられる。 | 年度末まとめ「応募人員報告書」 | 専願制入試における志願者増が課題。高校1、2年生の接触者を志願者に繋げていく。 |
| ・年内入試(専願制入試)に於ける定員充足率80%以上 ・高大連携の促進 | ・年内入試制度、指定校付与校・付与枠の見直し ・高校訪問、高校内ガイダンス、教員出張講義、大学見学会、高大連携プログラム強化 | 80% | 年内入試における入学予定者は外国語、人間学部で目標数値未達。人間学部が苦戦。保健医療技術学部は昨年より20%アップ。 | 併願制推薦は志願数、昨年度比14.3%。保健医療技術学部は年内入試志願数、昨年比124% | 高大連携による本学理解、興味・関心の促進に努める。年内入試制度の更なる見直し。 |
| ・OC参加者の志願意欲醸成 大学全体で出願率40% ・OC参加者数、受験生:3,000人、1、2年生:1,000人 | ・対面広報の場、web広告、SNS等でOC参加誘導 ・参加者の満足度向上につながるよう各学部プログラムの見直し | 80% | OC参加者の出願率は40%に未達。受験生の参加者数は昨年から大きく減少することはなかったが、年内入試での出願につなげることができなかった。 | OC参加者数、受験生約3,000名弱。1、2年生1,000名以上参加 | 参加者増加と参加者に本学で学ぶ魅力や優位性を伝えることが課題。他大と比較されることを意識し、類似性と差異(本学の特徴)を各学部学科で提示。 |
| ・外国語学部の改革PR強化、定員充足 | ・高校生、高校教員など対象ごとに広報企画、内容を設定し実施 ・OCプログラムの強化 | 70% | OC参加者は昨年比99.5%とほぼ同数。コロナの影響で語学・国際系の分野人気に戻りきらない状況において認知、関心は図れたが出願者増加には至らなかった。 | 競合大学、学問分野志望者数の影響。入試制度 | 学びの魅力に加え、在学生、卒業生を通じた入学後の成長度、将来像の具体的な提示が必要。保護者、高校教員層に期待感・安心感を醸成。 |

2024年度 学生募集戦略委員会

| PLAN(計画) |
|---|
| P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。 |
| ・大学入学者の定員充足 |
| ・年内入試(専願制入試)に於ける定員充足率向上 ・高大連携の促進 |
| ・OC参加者の志願意欲醸成、出願率向上 |
| ・外国語学部、人間学部の募集強化と定員充足 ・大学改革(新学部設置)構想PR |