

第 9 回

鳥取大学アドミッションセンターの  
目指すもの

～ エンロールメント・マーケティング  
志向のセクション運営 ～

鳥取大学 アドミッションセンター

福島真司

FUKUSHIMA Shinji

- 1 鳥取大学アドミッションセンター
- 2 鳥取大学のAO入試
- 3 アドミッションセンター実施諸調査
- 4 諸調査の結果を踏まえて
- 5 エンロール・マーケティング志向のセクション運営へ

## 1 鳥取大学アドミッションセンター

平成14年度 設置

初代センター長

平成15年度 専任教員2名配置

第2代センター長

平成18年度 第3代センター長

## 2 鳥取大学のAO入試

平成16年度入試より導入

平成17年度入試 第2回実施

平成18年度入試 第3回実施

平成19年度入試 第4回実施

平成20年度入試 第5回実施予定

横並び式AO入試ではなく、鳥取大学スペシャルを

視点の中心は「どう選別するか」ではなく  
「どう欲しい人材に来てもらうか」

いかに欲しい人材を集め、われわれが教育し、  
(地域)社会に貢献させるかが最終的な目的



大学を構成する人材は1種類ではない  
選考基準の多様化

(欲しい人材と同時に、どうしても鳥取大学に来たい者等にもチャンスを)



受験生を**成長させる**入学者選抜の導入  
**不合格者へのケア**が行き届いた入学者選抜  
一度は**受けてみたくなる**入学者選抜

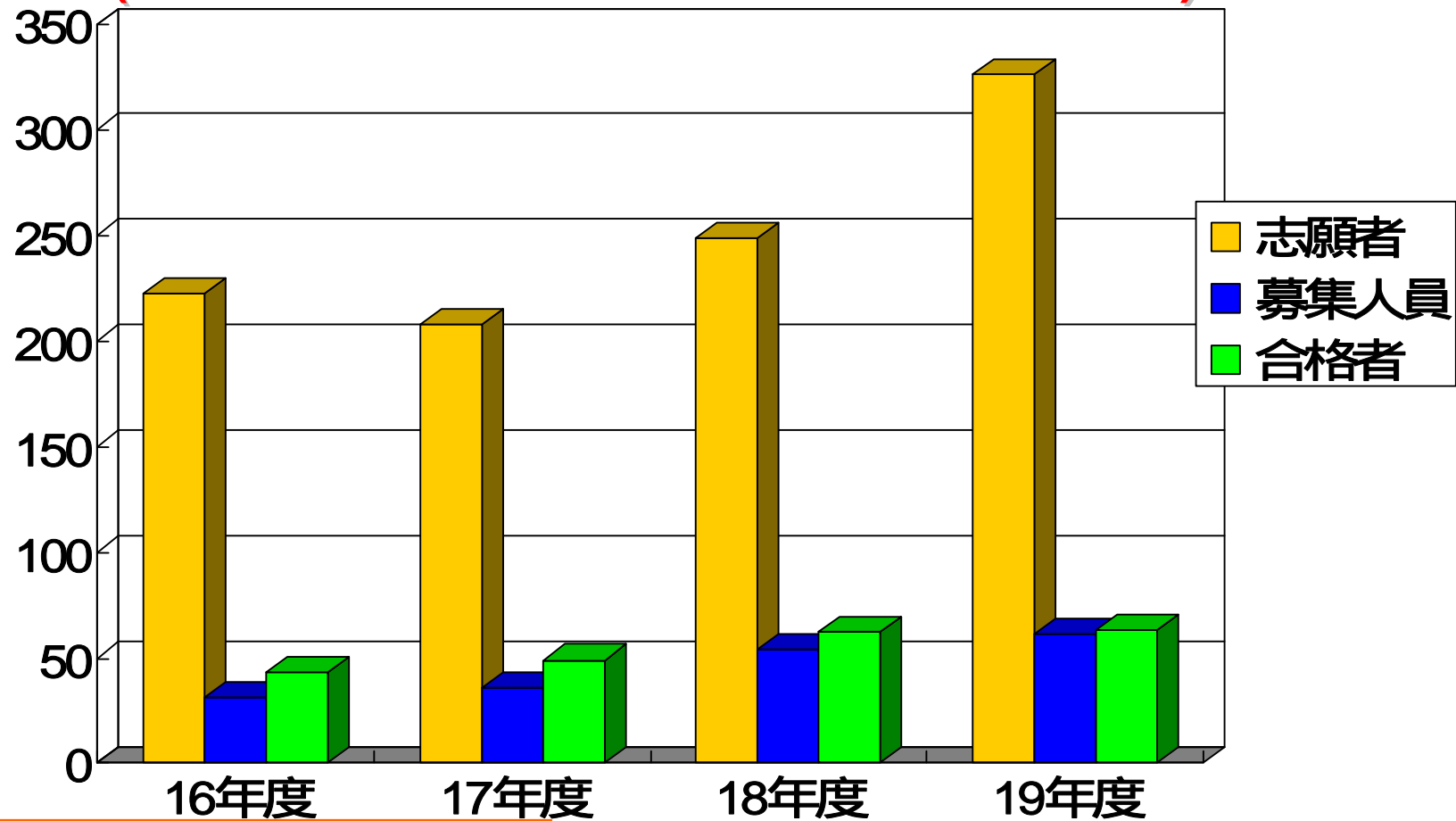
## 鳥取大学のAO入試募集人員推移

学部構成：地域学部(4学科)、医学部(3学科)、工学部(8学科)、農学部(2学科)

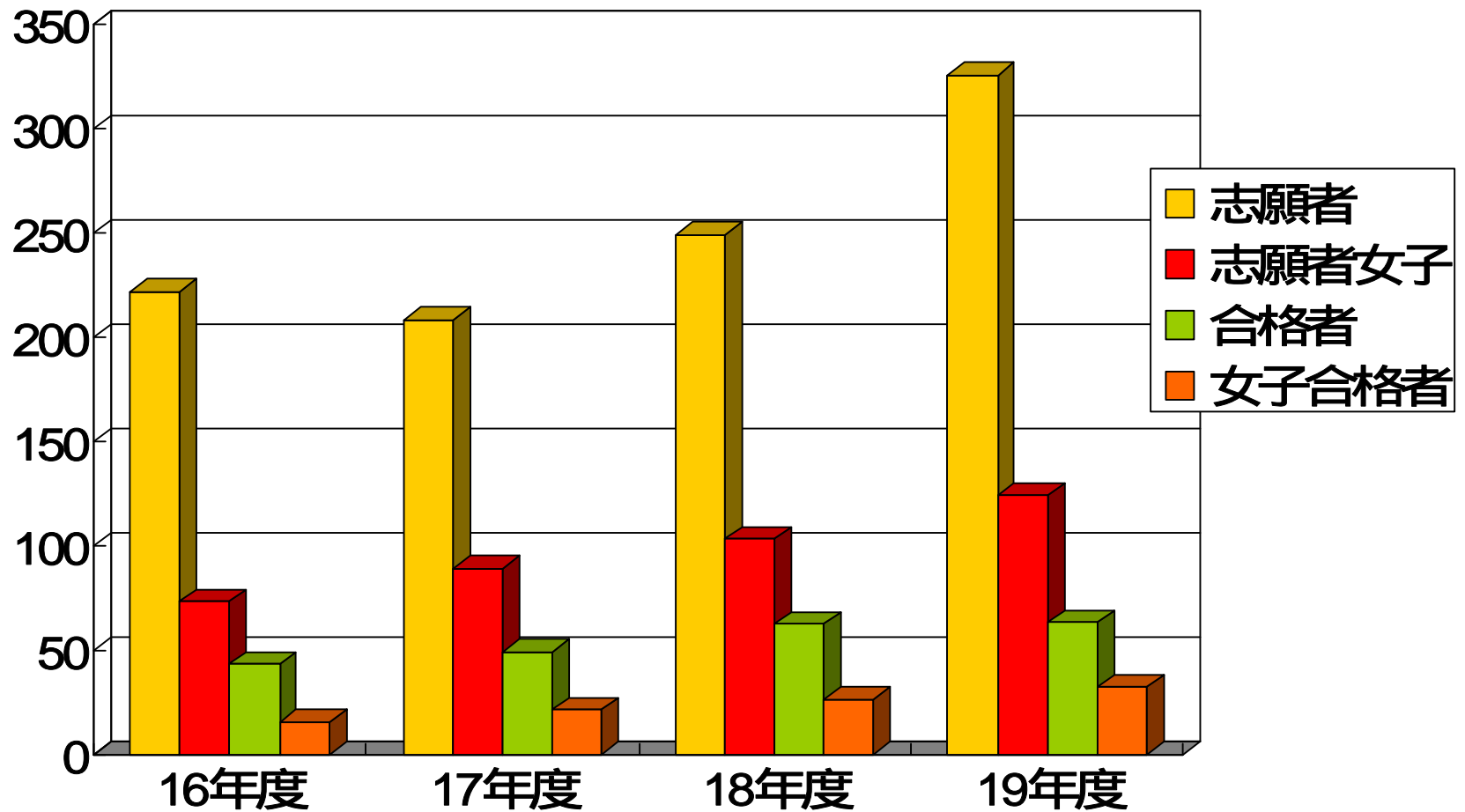
AO入試実施：医学部を除く3学部

平成16年度入試	3学部13学科	31名
平成17年度入試	3学部13学科	36名
平成18年度入試	3学部13学科	54名
平成19年度入試	3学部13学科	61名
平成20年度入試	3学部10学科	?名

# AO入試概況 (志願者・募集人員・合格者)

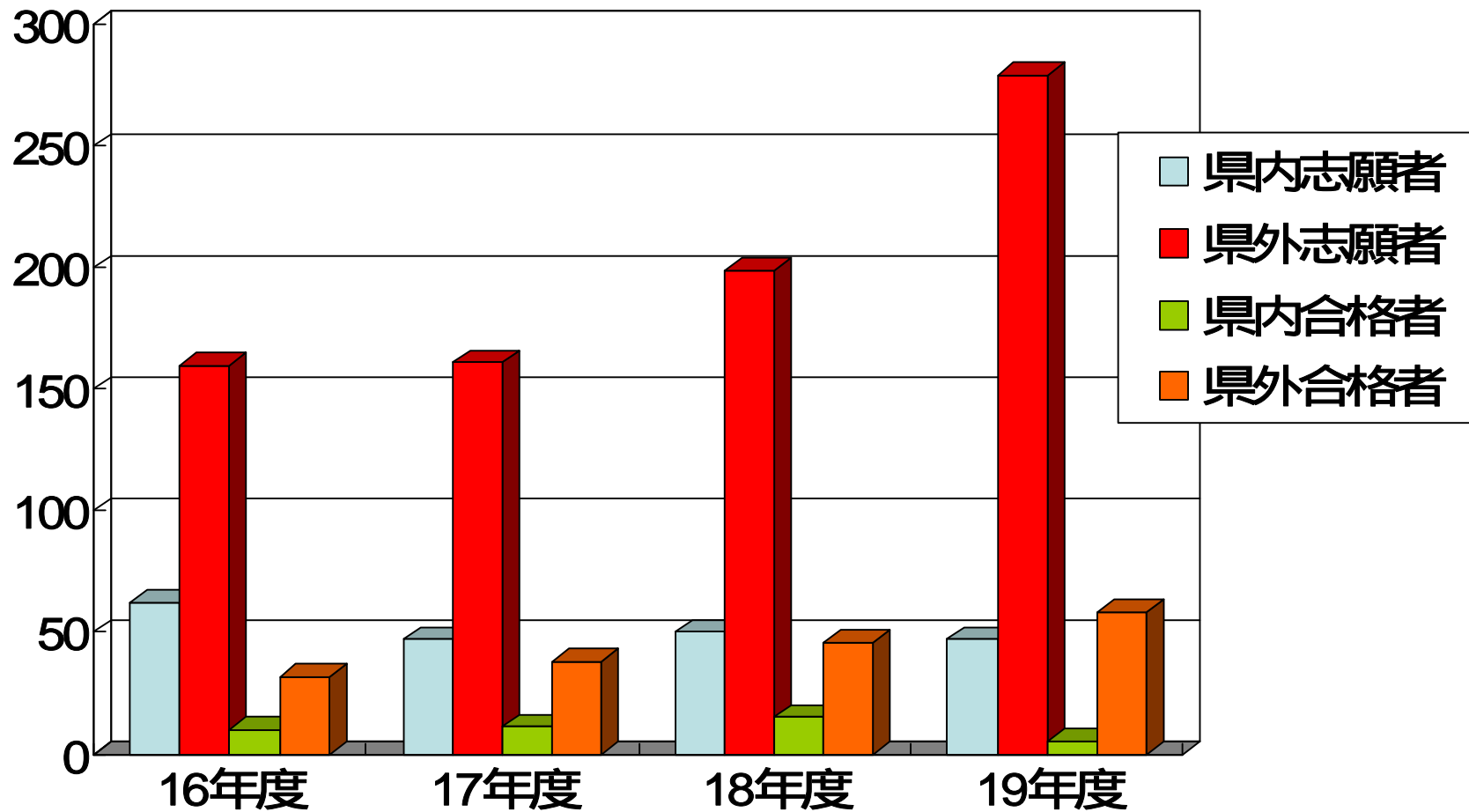


# AO入試概況(全体・女子)

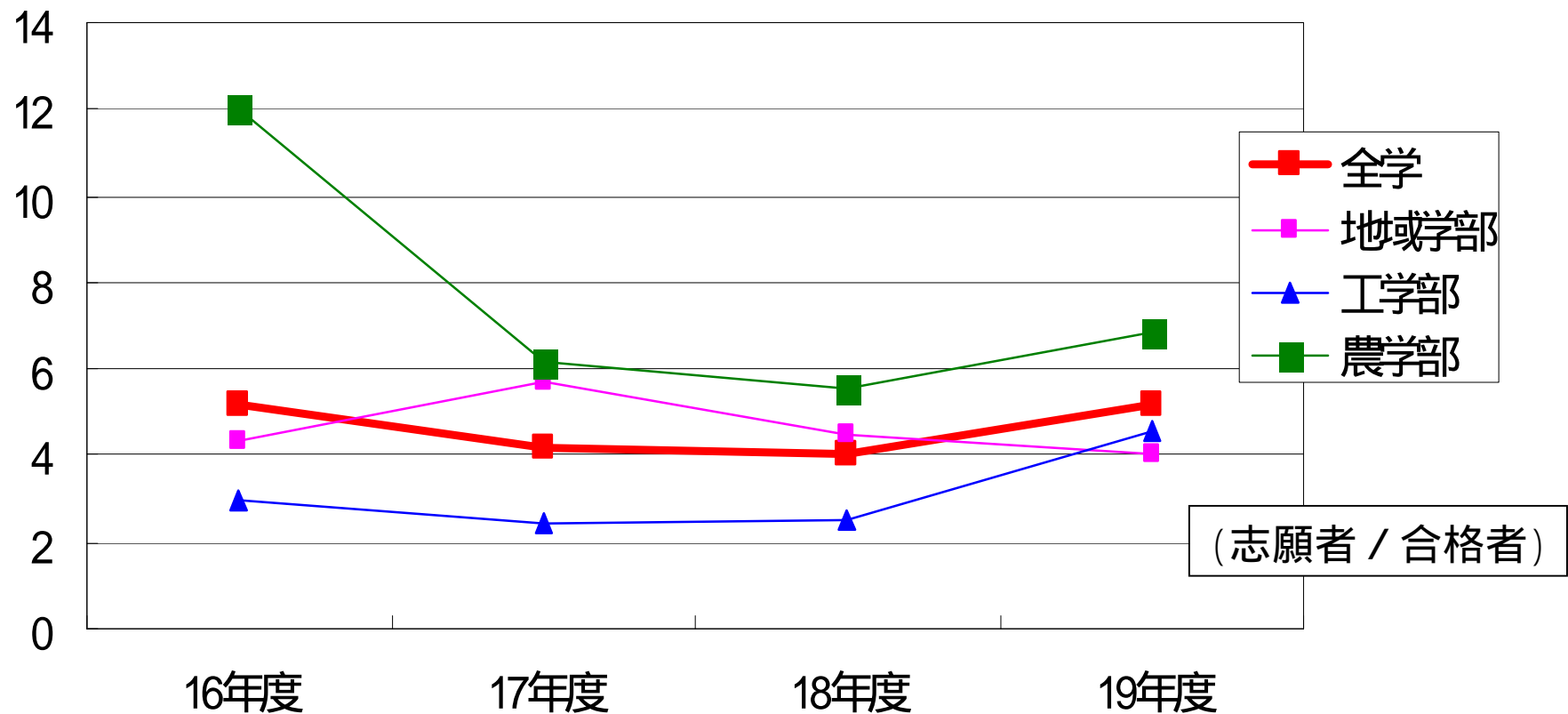




## AO入試概況(県内・県外)



# AO入試概況(実質競争倍率)



### 3 アドミッションセンター実施諸調査

(1) 志望要因に関するアンケート調査(平成14年3月～ 継続実施)

<対象> 一般入試合格者

<調査方法> 手続き資料と同時にアンケート郵送

(2) AO入試に関するアンケート調査(平成15年第1回AO入試実施前6月)

<対象> 学内教職員

<調査方法> 印刷したアンケートの配布・回収

(3) AO入試実施アンケート調査(平成15年11月～ 継続実施)

<対象> AO入試に関わった学内教職員

<調査方法> ウェブアンケート 平成16年11月調査は印刷物を学内配布

<対象> AO入試合格者

<調査方法> アンケート郵送

<対象> 当該年度AO入試受験者の全ての担任教諭、進路指導主事等

<調査方法> アンケート郵送

### 3 アドミッションセンター実施諸調査

(4) 高等学校進路担当教員ヒアリング(平成15年度～ 継続実施)

<対象> 高校訪問を実施した高等学校進路担当教諭等

<調査方法> 高校訪問時に実施

(5) 入試区分ごと成績追跡調査(平成17年度～ 継続実施)

(6) AO入学者全員面接調査(平成17年度～ 継続実施予定)

(7) 諸イベント実施後のアンケート調査(平成15年度～ 継続実施)

- ・ 入学前教育
- ・ 入学後フォローアップイベント
- ・ オープンキャンパス等入試広報イベント 等

## 4 諸調査結果を踏まえて

- (1) 第1回AO入試にて学部への依頼
  - ・ 受験生を成長させる入試の実施  
実施方法、特に面接 受験生対応
- (2) 第2回AO入試改革
  - ・ 出願時期の見直し
  - ・ 定員の見直し
  - ・ 第1次選考に面接導入
  - ・ 過度に負担をかけない選抜方法の確立(遠隔地への配慮)  
第1次選考の地方会場設置 第2次選考方法における移動時間の考慮
- (3) 高等学校への説明責任の重視
  - ・ AO入試実施後高校訪問  
特に合格者が出なかった高等学校に対して
  - ・ 入試説明会、相談会の実施
  - ・ 入試に関する情報交換会・研究会の企画
- (4) 入学前教育等アドミッションセンター主催、共催イベント実施
- (5) AO入試を巡る諸問題
- (6) **AO入学者をどのように捉えるべきかの視点**

## 5 エンロールメント・マーケティング志向の セクション運営へ

### 学生募集マーケティング

狭義には、「学生獲得のための諸技術」

例えば、どの地域がターゲットか  
どの高等学校がお得意先か  
……いかに受験生を囲い込むか

私大を中心にさまざまな技術が蓄積

# 学生募集マーケティング

広義には、「エンロールメント・マーケティング」

入学に興味を持ったときから、出願、受験、合格、入学、学生生活(正課・課外)、卒業、就職、社会生活、人生の終幕までをDB化。  
データを科学的手法により分析

それぞれの大学の

「AP」「ポジショニング」に応じた入学者選抜の実施

倍率を上げることの意味・倍率がいつまで続くのか  
全入時代を迎えた段階で過去のものになる方策は、無意味。

## エンロールメント・マーケティング志向の入学者選抜

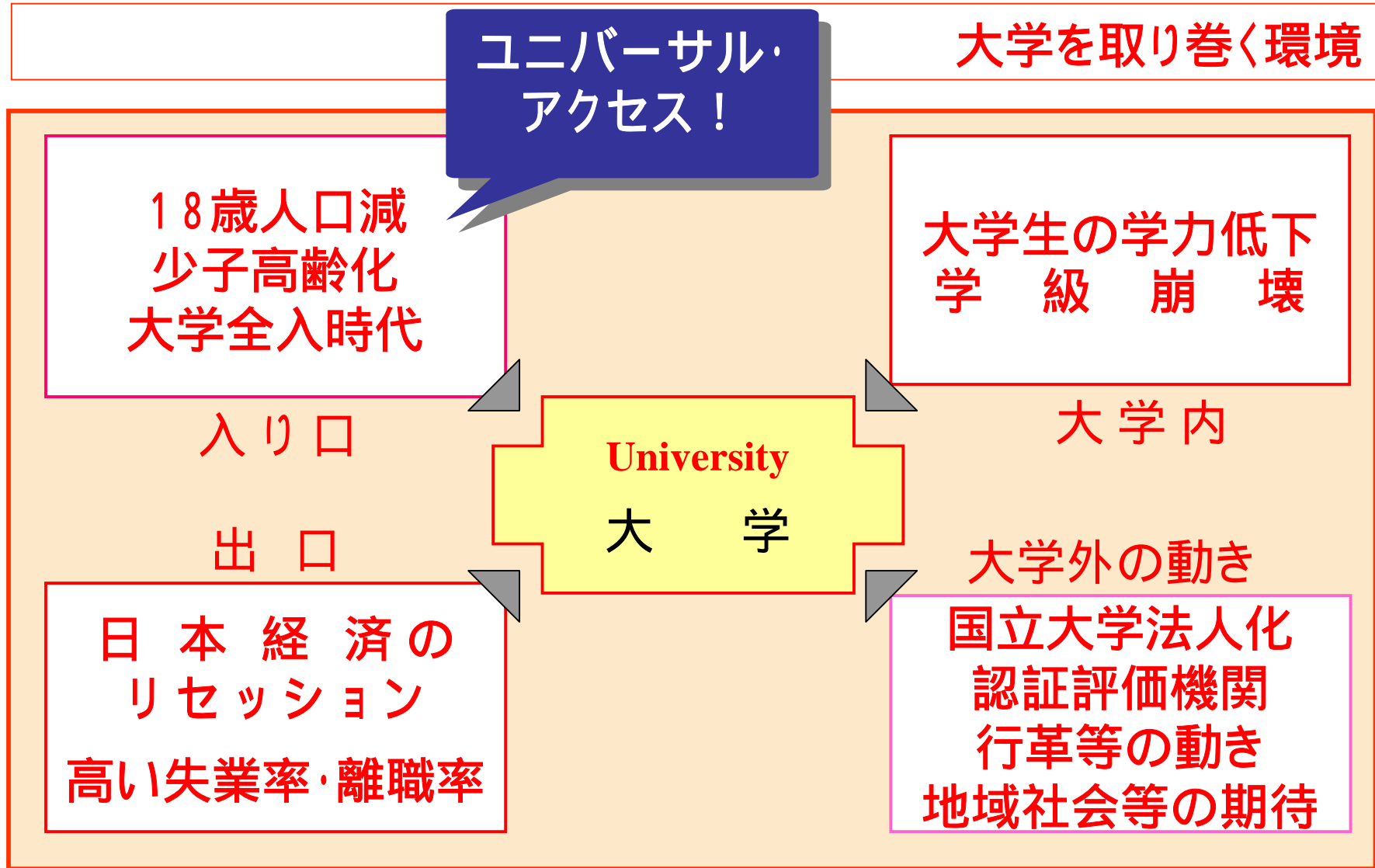
「ユニバーサル・アクセス」「全入時代」をにらんだ  
入試制度設計

プロダクト・アウトから「マーケット・イン」への  
入試制度の転換

自大学のAP、ポジショニングを考えた  
「教育活動」としての入試の再構築

「どの入試区分で、どのような人材を獲得したいのか」を  
定義することの重要性





Admissions  
Center!!

大学が行っていること・行ってきたこと

入試方法の多様化  
広報戦略の  
確立

入り口

出口

就職指導体制強化  
インターンシップ

University  
大 学

S P S 向 上  
アドバイジング  
カウンセリング  
高大連携

大学内

大学外との関係  
学校ガバナンス強化  
(アカウンタビリティ・  
コンプライアンス)  
産官学連携  
地域貢献

## University IdentityとAdmissions Policy

### UIはポジショニングも含めて議論されるべき

#### 研究型大学

- ・ 従来の大学が目指した形態
- ・ 教員の資格(Ph.D)

#### 高度専門技術系大学

- ・ 医学・法科・技術(ロースクール、ものづくり…)

#### 教育中心型大学

- ・ 実学型大学(ビジネス、一般的資格取得重視…)
- ・ リベラル・アーツ型大学

全入時代 2極分化

国公私含め  
ポジショニングを  
誤った大学から淘汰

UI

われわれは何のために存在しているのか  
何をすべきなのか

Admissions Policy

「どのような学生」を「どれだけ」集める必要があるのか

Admissions Centerの仕事 ~ 大学改革のキーとなるセクション ~

UIの策定期

マーケティング活動  
徹底した情報収集  
(高校生・中学・小学・幼稚園・学生・PTA・塾・予備校・卒業生・保護者・地域・産業界・教職員・大学に関わる全てのスタッフ・関係企業etc)

情報をもとにした  
全学的議論

UIの完成期

われわれが欲する学生の  
リクルーティング  
受験生情報の収集  
  
積極的かつ  
システムティックな  
プロモーション活動

教学内容・教育方法・  
学生サービスの  
徹底した見直し・議論

UIの成熟期

学生・卒業生・保護者・  
産業界・地域ニーズの  
さらなる調査・研究  
(他部署との積極的連携)  
エンロール・マネジメント型  
発想

UIを、地域的・  
時代的ニーズに合わせて  
常に具現化し続ける  
そのための全学的議論

調査・研究  
マーケティング  
プロモーション  
企画・実行  
提案・議論

## Admissions CenterのAction

一般入試・推薦入試・  
AO入試志願者のうち  
自大学が  
本当に欲しかった学生は  
何人いたのか

受験区分と  
学生の意欲との相関等  
在学生や卒業生に  
関するリサーチ

入試システムに  
関するリサーチ

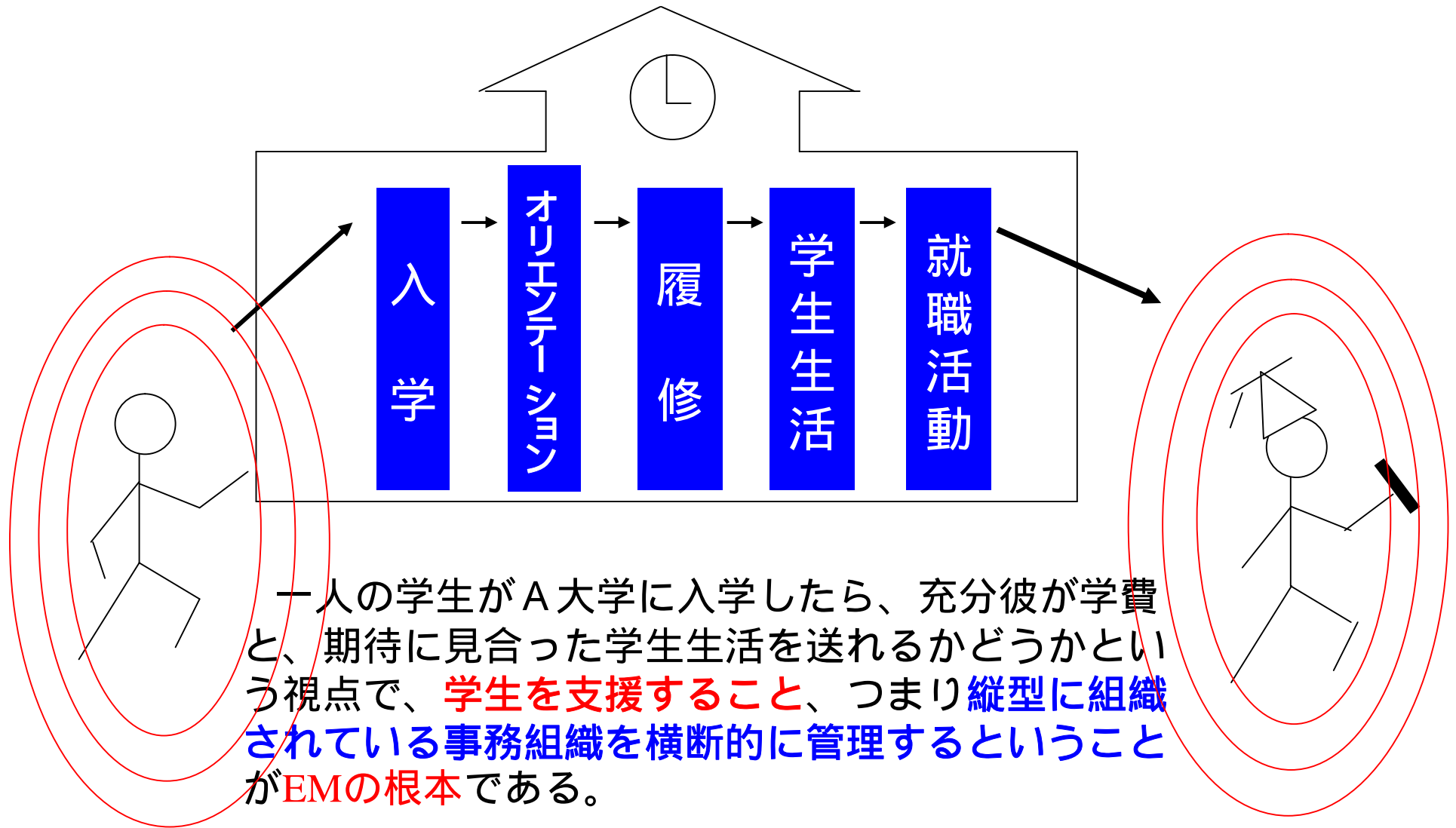
db

各学部・学科は  
本当は  
どのような人材が  
欲しいのか

地域社会の大学教育に対する  
ニーズはどこにあるのか

われわれが欲しい人材はどこにいて、  
どのような方法で振り向いてもらえるのか  
プロモーション方法のリサーチ

# エンロールメント・マネジメントの概念図



## 大学マネジメントへの積極的な参加

### アドミッションセンター教員のバックグラウンド

前大学教育総合センター長・・・共通教育との連携  
企業経験・・・キャリア教育支援  
私大における管理運営や教養教育の企画等

授業の開設・・・「授業評価」や「学生との接点」を常に重視する姿勢

### 学部教育改革WGメンバー

#### 大学教育の国際化推進プログラム

平成17年度

人間力向上のための教育プログラムの推進

- 国際的通用性の高いリベラルアーツ型教育の構築を目指して -

平成18年度

国際的通用性の高い教職員育成プログラム

- 教育力、マネジメント力、コミュニケーション力の向上を目指して -

**アドミッションから  
エンロールメント・マネジメントへ**

**エンロールメント・マネジメントを  
具現化できるセクションの必要性**