

地域密着型学生募集活動の課題

—地方短大における活動実績の分析を通して—

山 添 昌 彦

目 次

I. 問題の所在

II. 2004年度学生募集活動の実態

III. キャンパス見学会参加者数と入学者数の推移

IV. 入学者の動向分析—長野県の大学・短大進学者動向を手掛かりとして—

V. 入学者の地域別動向分析—出身高校を手掛かりとして—

VI. 地域密着型学生募集活動の課題

I. 問題の所在

1. 私立短期大学をとりまく状況

日本私立学校振興・共済事業団が毎年7月に公表している「私立大学・私立短期大学入学志願動向(速報)」の平成16(2004)年度版によれば、平成元(1989)年以降の、私立短期大学をとりまく状況は以下のグラフ①によって端的に表すことができる。すなわち、1992年の18歳人口ピーク時には全国で約87万人であった私立

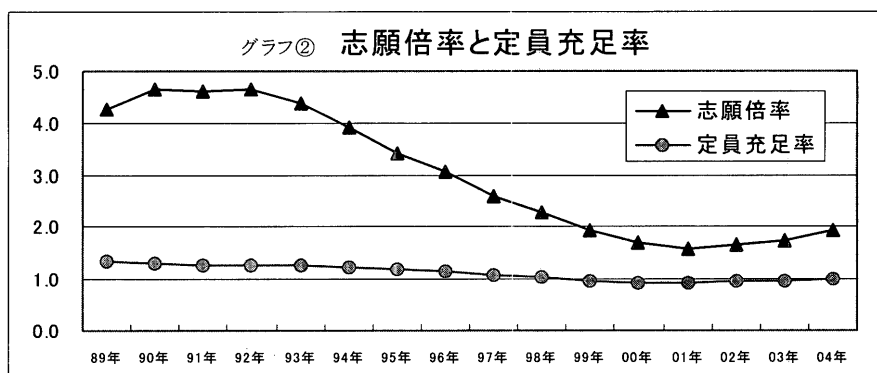
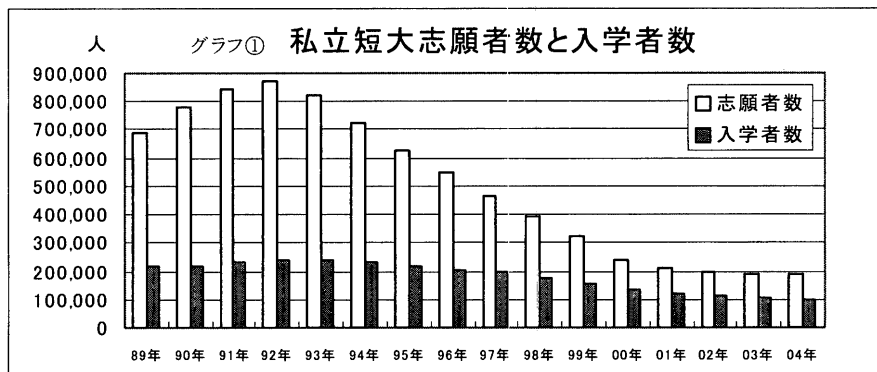
短期大学志願者が、18歳人口の減少、四年制大学あるいは専門学校志向の高まり等々の影響を受けながら2002年にはついに20万人を切る水準となり、入学者数もピーク時の約24万人から減少を続け、2004年には10万人を切る

ところとなってきている。この間、全国の私立短大の数は1993年に最大494校であったものが2004年には400校となり、入学総定員も1994年の約18万5千人をピークに2004年には約9万9千人となった。

ここで、全国の私立短期大学全体の募集定員を基準とした総志願者数および総入学者数それぞれの割合すなわち志願倍率と定員充足率について、各年度におけるそれらの推移を表したのが以下のグラフ②である。1990年に4.7倍であった志願倍率は、志願者数の減少にともない2001年には1.6倍まで下がり、その後や

や上昇し、2004年には1.9倍となっている。定員充足率を見ると、1989年には入学募集定員の1.34倍の入学者を確保していたもののその後は徐々に下降し1998年にはほぼ定員ちょうどの入学者数(1.04)となり、1999年からの5年間は2

001年の0.92を最低に定員を下回る入学者数(つまり定員割れ)となり、2004年ようやく定員数と入学者数とが等しいところ(1.02)まで回復してきている。前述の「私立大学・私立短期大学入学志願動向(速報)」には、2004年度の「志願者数は19万1千人で、前年度より2千人(1.0%)増加した。平成4年度をピークに減少していたが、12年ぶりに増加に転じた。近年、学校数及び入学定員数が減少を続ける中で、志願者数が増加したことは注目に値する。」また「入学者数は、前年度の10万4千人より5千人(5.3%)減少し、9万9千人と初めて10万人を割った。しかし、大学への改組転換、募集停止等で入学定員が9千人(8.4%)減少したことにより、入学定員充足率は100.2%と6年ぶりに100%を回復した。」という概況報告が付されている。わずかな兆しではあるものの、全国の私立短大をとりまく状況は回復基調を示しつつあると見ることもできるのかもしれない。



この日本私立学校振興・共済事業団により公表されている「速報」データによってもう少し私立短期大学の状況を眺めてみよう。次のグラフ③は全国の私立短大数とその定員充足状況を表したものである。このグラフ

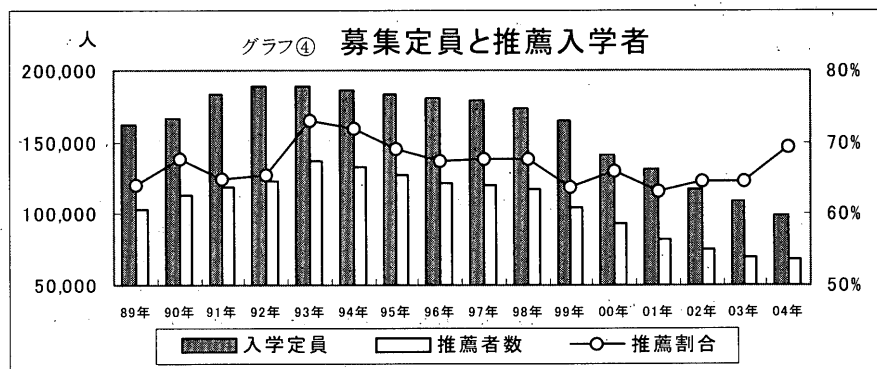
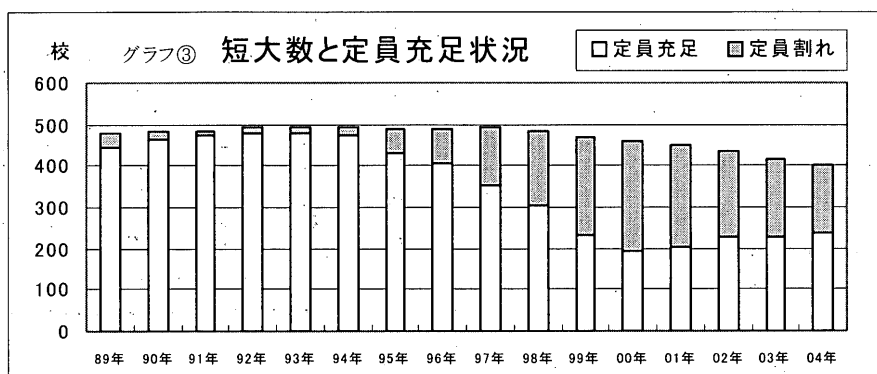
を見る限り、全国の私立短大全体の定員充足率が100%を割った1999年以降2003年までの6年間は、全国の私立短大の約半数が定員割れとなっていたようにも見える(実際には2002・2003年は半数を僅かに下回っているが)。ただ

定員充足校数が未充足校数を明らかに上回ったように見える2004年度にしてもその実数は、総数40校のうち充足236校、未充足164校であり、全国の私立短大の約4割もの短大が定員割れとなっているのである。

さらにもう少し違った観点から、私立短期大学の状況を見てみよう。前述のとおり、私立短大の全国での募集定員数は、志願者数ほどの激しい減少ではないものの、ピーク時の約19万人から10万人を割るところまで減少してきている。2000年度の入試においては、当時の短期大学のおかれた厳しい状況に憂慮した文部省(現在の文部科学省)が、推薦入試で募集する人数についての規制緩和を実施した。すなわちそれまでは募集定員の50%までと定めていた推薦入試における選抜人数の制限を、この2000年度入試から撤廃するというものであった。この措置によって全国の私立短大の募集定員に占める推薦入学者の割合がどのように推移したかを示すのが次のグラフ④である。1989～1999年までは定員の50%

という制限があったにもかかわらず、1993年の73%を最高に、毎年60%台が維持され、制限が撤廃された2000年以降は徐々に上昇し再び70%に届く水準となりつつある。現在、私立短大の募集定員は、

その約7割を推薦入試によって確保しているということであり、定員確保のための推薦入試への比重は今後ますます高まると予想されるのである。



2. 松本大学松商短期大学部の状況 一問題の所在一

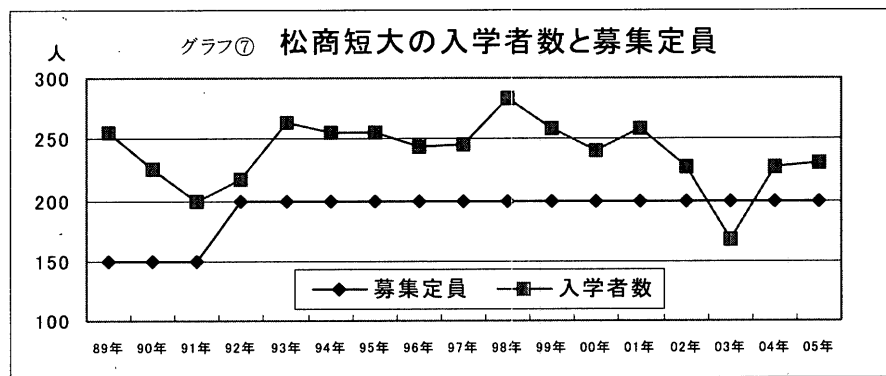
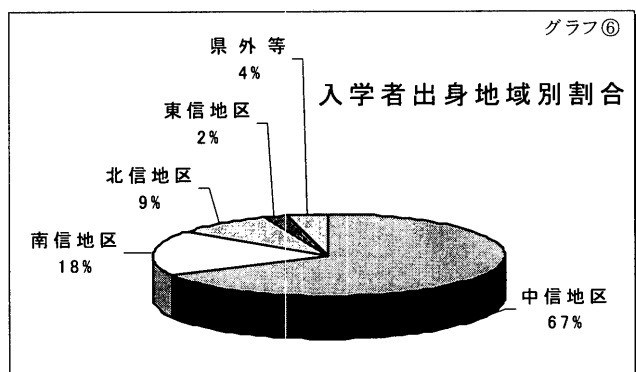
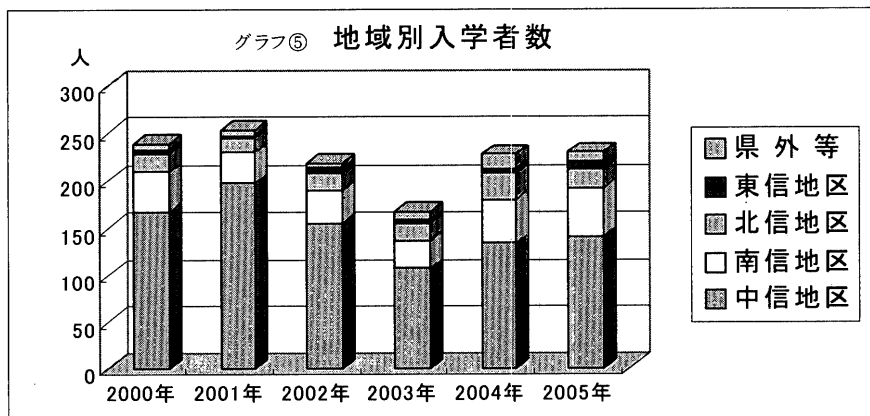
長野県のほぼ中央、松本市にある松本大学松商短期大学部(通称「松商短大」)は、1953年に松商学園短期大学として開学、1992年に従来の商学科に加えて経営情報学科を増設、2002年、四年制の松本大学(総合経営学部)の開学にともない上記名称となり現在に至る。商学科および経営情報学科の2学科を擁し、各学科一学年100名、二年制の男女共学、合計400名の定員を以て本年度開学から52年を数える長野県では最も歴史のある私立短期大学である。現在の学生数は、1・2年生あわせて455名であり、実にその9割強を長野県内の高校出身者が占めている。さらに、長野県を中信・南信・北信・東信の4地域に分けてみた場合、2000年度以降2005年度までの地域別入学者数はグラフ⑤

の示すとおりである。
この6年間の入学者の
出身地域別割合を示し
たのがグラフ⑥である。
このグラフに明らかな
ように本学の入学者の
約6割強が中信地区、
約2割が南信地区、残
りの約1割が北信・東信
地区の高校出身者が占
め、学生募集の観点か

らは県内を基盤とした地域密着型の短期
大学であると言える。県内特
に中・南信地区を大きなターゲットとして
学生を集める本学の、平成元年度以降の
入学募集定員および入学者数の推移を見
ると、グラフ⑦のとおりとなる。1992年
には経営情報学科の増設にともない募集
定員を200名とし、2002年には松本大学開
学、2003年に一度だけ定員未充足いわゆ
る定員割れを経験したものの、平均入学
者数238名、募集定員
の平均充足率1.26は全
国的に見ても健闘して
きていると言えるので
はなからうか。

しかしながら、全国
的に見れば私立短大を
とりまく状況は、すで
に述べたとおり2004年
度に若干の回復基調が
見てとれはするものの、

依然として、全国の私立短大の約4割が定員割れの状況にあり、厳しい状況には変わらない。今
後、本学が2003年度のような状況に陥ることなく、募集定員を超えて安定的に学生を確保していく
ためには、一体何が必要であり、何をなすべきなのであろうか。以下においては2004年度に本学が
行った学生募集活動の内容を検証し、学生募集の観点からこの問題の解明の手掛かりを求めること
とする。



Ⅱ. 2004年度学生募集活動の実態

1. 学生募集活動の概要

本学の学生募集は、松本大学企画広報室が中心となり、総合経営学部(四年制)および松商短期大学部それぞれの広報委員会に所属する教員が他の教員の協力を仰ぎながら活動を行なっている。この学生募集活動には大きく分けて2つの種類がある。その一つは高校の進路指導担当者に対する活動である。募集活動の対象はもちろん高校生、特に進学を間近に控えた3学年生徒が中心であるが(高校1・2年生、浪人生、社会人、留学生もその対象となるが)、進路担当者に対する活動は、高校の進路指導室を介した高校生に対する間接的募集活動であると言える。この活動には、本学企画広報室の職員が高校の進路指導室を訪れ説明を行ういわゆる「高校訪問」と高校側の担当教員を本学に招き、学長をはじめ本学教職員が説明にあたる「大学説明会」がある。2004年度は、5月～12月にかけて長野県内の全高校108校に3～4回、県外高校137校に1～2回の高校訪問を実施した。また、例年6月下旬に行っている大学説明会は、当年度6月24日(木)、25日(金)のいずれかを高校側に選んでもらう形で実施し、2日間で、本学総合経営学部・松商短期大学部への進学実績のある県内高校を中心に、41校42名の教員の参加を得た。

この間接的募集活動と並行して行なわれるもう一つの募集活動が、直接的募集活動すなわち直接高校生本人に募集説明を行う活動である。この活動は、高校教員に対する募集活動に比べて、より直接的かつ効果的な活動であり、個別説明会、出前講座・模擬講義、キャンパス見学会等の形態があるが、2004年度は全体で200件近い活動となった。例えば個別説明会は、本学教職員が高校に出向いて希望生徒に本学の説明を行う高校内進路説明会に60件、ホテル等を利用した会場形式の進学相談会に61件の参加となった(いずれも大部分は業者主催)。例年の傾向ではあるが4月から9月までは高校3年生を、10月から3月までは2年生を対象としたものが多い。ピークは5月(27件)、6月(28件)であり、日曜日以外はほぼ毎日、1日に4校が重なるということも数回あった。本学の場合、基本的には総合経営学部と短期大学部についてそれぞれに当日の担当分けをし、別教室・別ブースでの説明を行うが、場合によっては、両方の説明を一担当が一ヶ所でもかこなう場合もある。

2. 高校生向け講義

また、本学の教育内容を高校生に直接アピールする活動として、本学教員による高校生向け講義の実施がある。高校からの依頼による「出前講座」、学校単位で本学を見学に来た際に施設見学とセットになった大学講義体験である「模擬講義」、キャンパス見学会での「模擬授業」と実施形態は若干異なるが、いずれも本学教員が直接高校生と接する格好の機会となっている。キャンパス見学会での「模擬授業」を除けば、2004年度は42件、合計1700人を超える高校生を対象に実施、その約6割が高校2年生、次いで3割が1年生であった。高校や中学のPTAに対するものも各1回実施されており、1年先2年先あるいは遠い将来を見越した募集活動と言えるのかもしれない。高校生を対象とした、この「出前講座」および「模擬講義」の当年度の実績は表①のとおりである。この一覧に明らかなように、その実施形態には、高校からの直接あるいは業者を介した間接の依頼に応じて、担当講師が高校に出向く場合と、高校側から生徒を引率して本学キャンパス見学を兼ねて訪れる場合とがある。また、高校側の進学合宿等に合わせて、指定の場所に担当講師が出向くこともある。今年度の傾向としては、高校単位でのキャンパス見学が増加し施設見学や大学説明に付随する形での体験形式の講義が増え、また、高校からのこれまでの実績に基づいた講師指名、特定分野にかかわらず大学・短大への一般的な進学意識を喚起させるような内容の注文が増えつつあるという点が挙げられる。志望分野あるいは志望校の意識の未だ希薄な高校2・1年生に対して、本学の教員が工夫を凝らして、大学・短大での「学び」の楽しさを紹介することは、本学の学生募集

表① 2004年度「出前講座」「模擬講義」の実績

実施日	担当講師	テ ー マ	高校名	学年	人数	備考
5月13日	木 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	豊科	3	15	
5月18日	火 中野 和朗	人間と社会～人はなぜ学ぶのか？人の生きる意味は何か？～	長野東	2	242	
5月21日	金 増尾 均	最近の悪徳情報とクーリングオフ	梓川	2	163	本学
5月25日	火 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	松代	3	20	
6月18日	金 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	高遠	2	9	
	今井浩太郎	将来の進路について	大町北	1	30	
6月30日	木 葛西 和廣	経営戦略について	松本筑摩	3	30	本学
7月22日	木 浜崎 央	デジタル画像処理入門	阿智(商業科)	1	40	本学
	山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析			40	
7月30日	金 白戸 洋	若者に地域が期待すること	丸子実業	1～3	20	小諸少年の家
8月1日	日 上野 隆幸	給料や仕事内容から見た大学卒業者と高校卒業者の違い	田川	3	20	アスティかたおか
8月4日	水 山添 昌彦	経済学・経営学・商学とは	穂高商業	2	48	本学
8月18日	水 山添 昌彦	ススめ！経済学	岡谷東	1	39	アスティかたおか
8月24日	火 今井浩太郎	将来の進路について	塩尻志学館	1	35	
8月31日	火 林 昌孝	モノづくりと経営管理入門	阿智	2	40	本学
	浜崎 央	デジタル画像処理入門				
	山根 宏文	ディズニーランド顧客満足度戦略				
9月21日	火 山根 宏文	ディズニーランド顧客満足度戦略	山梨	1	30	
9月24日	金 成 奢政	大学で学ぶ経済学と経営学の違い	赤穂	2	30	
9月30日	木 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	豊科	2	32	
10月13日	水 今井浩太郎	進路を考える基本姿勢	辰野	1	200	
10月15日	金 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	茅野	1	40	本学
10月21日	木 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	松本	2	50	
	白戸 洋	社会福祉	美須ヶ丘		50	
10月27日	水 上野 隆幸	フリーターって、損なの？得なの？	長野北部	2	9	
10月28日	木 上野 隆幸	日本の常識は世界の非常識	高遠	1	40	
11月11日	木 山根 宏文	ディズニーランド顧客満足度戦略	白田	2	15	
11月25日	木 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	穂高商業	2	32	
	山根 宏文	ディズニーランド顧客満足度戦略			32	
11月26日	金 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	大町北	2	9	
12月8日	水 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	長野俊英	2	10	
1月26日	水 今井浩太郎	「進路を考える基本姿勢」「進学の意味や意味」	辰野	2	35	
2月3日	木 今井浩太郎	進路指導講話	松川	1・2	35	
2月17日	木 山根 宏文	ディズニーランド顧客満足度戦略	諏訪実業	2	40	
2月25日	金 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	東部	2	30	
2月28日	月 山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析	池田工業	2	10	
3月3日	木 上野 隆幸	フリーターって、損なの？得なの？	飯田風越	1	50	
	山添 昌彦	経営情報に基づく企業分析		2	23	
	木内 義勝	経済と情報	飯山北	2	15	
3月22日	火 山添 昌彦	大学・短大での学びとは	赤穂	2	80	
3月24日	木 峯岸 芳夫	「大学」とは～高校生としての進路に対する心構えをつくる～	大町北	2	15	本学
	木内 義勝	経済と情報	高遠	2	25	

にとつてのみならず、高校生に対する社会的な活動としてもまた意義の高いものと言えるのではなからうか。その意味では、当年度本学を見学に訪れた、14の高校、4つの高校PTA、聾学校1校に対する企画広報室の対応も社会性の高い活動であったと言えるだろう。

3. キャンパス見学会

高校生、特に受験を控えた高校3年生に対して直接本学を紹介する高校内進路説明会、会場形式進学相談会と並んで、学生募集の観点から非常に重要性の高い直接的活動として「キャンパス見学会」の開催がある。キャンパス見学会への高校生、特に高校3年生の動員数によって、かなり確実に次年度の学生確保の成否が予測できるといっても過言ではない。前節に明らかなように、現在、全国の私立短期大学の総定員の約7割が推薦入試による入学者であり、短期大学は定員確保の成否を推薦入試に依存しているという状況である。したがって、推薦入試(ほぼ11月)までに開催されるキャンパス見学会でどこまで動員数を伸ばせるかが、その短大の定員確保の命運を握ることとなる。これはまさに本学にもあてはまる状況であり、過去の推薦入試の状況を振り返って見る時、その志願者は、キャンパス見学会への参加者とかなりの部分で一致してきているのである。ちなみに、2004年度に本学教務委員会の行なった新入生へのアンケート調査(2004年5月12日実施)によれば、本学入学生の実に8割が前年度のキャンパス見学会に参加していたという報告がなされている。

2004年度のキャンパス見学会は、第1回6月12日、第2回7月3日、第3回8月7日、第4回8月27日(昼)、第5回8月27日(夜)、第6回9月11日、第7回9月25日、第8回10月16日、第9回12月4日の全9回、いずれも土曜日、第5回を除き、毎回10時30分～14時30分の時間帯で開催された。いずれの回も「松本大学キャンパス見学会」と銘打ち、四年制の総合経営学部と短期大学部との同時開催であり、全9回の参加者数は延べ696名、総合経営学部志望が256名、短期大学部志望が312名、志望未定者が128名となっている。当年度の特徴の一つとして高校2年生以下の生徒の参加が42名あり、前年度より倍増している点があるが、これが来年度以降にどのような影響をもたらすのか注目に値する。この参加者数を背景に、11・12月の推薦前・後期入試において総合経営学部が定員200名のうち116名を、また短期大学部が定員200名のところ201名を確保し、年明けの一般入試等を経て最終的には両学部ともに230名の入学者(総合経営学部の3年次編入生を含む)を迎えることとなった。

ここで2004年度キャンパス見学会の実施内容を振り返ってみよう。当年度は、松本大学の全体説明(あるいは学部毎の個別説明)、模擬授業、キャンパスツアー(学内案内)、ランチ体験、個別相談、適職・性格診断、パネル展示を基本メニューとした通常の見学会と、パーティ、大学祭といったイベントを取り込んで通常の見学会とは一味違ったキャンパスの雰囲気に参加者に提供する特別メニューによる見学会を開催した。

① キャンパス見学会2004基本メニュー

基本メニューによるタイムスケジュールにそった内容は表②のとおりである。これは、7月3日に実施した第2回見学会のものであるが、例年参加者がそれほど多くはない第1回および第9回と特別メニューの第5回および第7回の見学会については、模擬授業を実施していない。また、第3・4・6・7回については全体説明の時間帯を、総合経営学部説明、短期大学部説明、学部未定者用説明、リピーター用説明に分けて別教室で行なった。模擬授業については毎回、総合経営学部、短期大学部それぞれに1テーマ40分で2テーマずつ、毎回異なった内容で実施した。参加者には、志望学部にとらわれずに好きなテーマの模擬授業への参加を促している。

いずれの回も参加者に好評を得たのがキャンパスツアーである。これは本学の施設見学ツアーであり、「キャンパスナビゲータ」(通称キャンナビ)というボランティアの学生組織(総合経営・短期大学両学部在学、登録約40名、各回実働約20名)がそのツアーコース、各施設コメント、案内

表② キャンパス見学会基本メニュー

時 間	項 目	内 容	担当者
10:00～	受 付	学生が対応(学生10名程度) ※バスで松本駅前に出迎え(2名、9時00分大学出発)	学生対応
10:30～	オープニング挨拶 (515教室)	挨拶、スケジュール紹介	企画広報室長
10:35～ 11:00	松本大学全体説明 (515教室)	松本大学総合経営学部説明、松商短期大学部説明。 入試説明(A O入試については個別相談にて。)	山添先生
11:00～ 11:10	就職支援説明 (515教室)	松本大学(総合経営学部・松商短期大学部)の就職支援 プログラムの説明・就職実績の説明・個別相談他	山添先生
11:10～ 12:00	模擬授業 (5号館3階各教室)	学部:上野先生 教室:532 学部:増尾先生 教室:533 短期大学部:山添先生 教室:534 短期大学部:石井先生 教室:535	各担当
11:10～ 11:40	保護者説明 (515教室)	松本大学の教育方針・理念説明 ※生徒が模擬授業を受けている間に、保護者に説明。	住吉先生
12:00～ 12:40	ランチ	フォレストホールにて食事。グループ別に順次食事を摂る。	在学生
12:50～ 13:30	キャンパスツアー	※前回に体験済みの生徒については個別相談コーナーへ移動。	在学生
12:50～	個別相談 5号館511・512教室	学部:増尾先生、山根先生、上野先生、清水先生、柳澤先生 短期大学部:住吉先生、中垣先生、木内先生、松原先生、浜崎先生、 (矢野口先生)、山添先生	
12:50～	保護者相談コーナー 5号館512教室	進学相談・就職支援説明・教育資金関連他	*先生方 (企画広報室)
10:00～	適職・性格診断コーナー (5号館ロビー)	広告社「ドリカム・コンパス」(インターネット利用の適職診断)で実施 ※無料	企画広報室 学生
10:00～	各種説明パネルコーナー (5号館ロビー)	総合経営学部の5コース紹介・松商短期大学部フィールド紹介各パネル・ 「特色ある大学教育支援プログラム」紹介パネル。将来の職業紹介 パネル。キャンパスライフ年間スケジュールパネル。	企画広報室

方法まですべてを自分達で考え、10～20名の高校生のグループにキャンナビ2名が引率して学内を約40分で案内するものである。学生の視点からの案内コメントは高校生うけもよく、何よりも、我々教員の説明よりも、キャンナビの学生たちの話の方が高校生の頭にはスナリはいるようである。また、見学会の総合受付、大型バスによる高校生の送迎、教室誘導、ランチ体験等もこのキャンナビが担当しており、参加者アンケートでは、ほとんど毎回、「先輩が優しくて、おもしろかった」という高校生のコメントがかなりの数見られる。また、「キャンナビの学生たちと教職員がとても親しい」という印象を多くの高校生が持ってくれるようで、本学の特徴の一つである「教職員と学生の距離が近い」を高校生に実感させることができているという点からもキャンナビは今や見学会にとって必要不可欠の存在となっている。このキャンナビはキャンパス見学会の時に限らず、高校教員対象の説明会や高校単位の見学会、PTAの見学会等でも学内ツアーを担当し好評を得ている。

② キャンパス見学会2004特別メニュー

年度当初の予定にはなかった特別メニューとして初めて実施したのが、8月28日夜の第5回見学会である。夏の猛暑に辟易としていた企画広報室長の「夏の夜のキャンパスを舞台にした涼しい屋外での見学会はどうか」という思いつきで実現した「サマーナイト・キャンパス見学会」であった。当日のスケジュールは、以下の通りであり、18時開始20時30分終了という時間を配慮して、高校生の保護者にも積極的に参加をよびかけた。昼間の見学会とは違ったくつろいだ雰囲気の中かでパーティ形式しかも屋外。夕闇の中にライトアップされた会場は、バイキングの軽食を摂りながらの非常に和やかな談話で満たされた。当初の予定では、個別相談会場を別に設けることになっていたが、各教員が自主的に参加者の中に入り、参加者テーブルで種々の相談に応じる形となった。この雰囲気の中で聞く学長の話しもいつも以上に心に染みた。司会進行をすべて学生に任せ、ステージにメイン司会、会場にサブの司会を配置、ステージと会場の高中生や教員とのやり取りもあり、また、在学生および卒業生のコメントが、事前に仕込まれていたかのように大学のすばらしいPRとなっていたことには、驚きを通り越して感謝の気持ちで一杯になる程であった。本学の教育の成果は、われわれ教職員の言葉を尽くした説明よりも、彼ら・彼女らの姿を一目見るだけで、高校生およびその保護者には十分に実感してもらえたと思われる。お楽しみ抽選会もこの見学会の最後を盛り上げるのにとても効果があり、8月の末にもかかわらず予想以上に涼しく(寒いほどで)はあったが、その内容は期待以上にとても熱い見学会となった。

表③ サマーナイト・キャンパス見学会メニュー

時 間	項 目	内 容	担当者
17:00～	バス内受付	バス内に受付カード配布	学生
17:30～	受付	受付にて受付カード・パンフレット(募集要項入れ)・ノベルティ配布	学生
18:00～	オープニング挨拶(515)	参加のお礼・挨拶、スケジュール紹介	企画広報室 中村
18:05～ 18:40	学部・短期大学部説明	全体説明・就職支援・教育資金他説明	佐藤(博)先生 山添先生 青島課長
19:00～	個別相談 フォレストホール1F	学部:佐藤(博)先生、成先生、林先生、清水(聡)先生 ※A O入試相談受付 短期大学部:住吉先生、腰原先生、中垣先生、木内先生、三室先生、糸井先生、浜崎先生、山添	担当先生
19:00～	パーティー コミュニティーガーデン	※フリー懇親パーティー(個別相談も可能)、軽食や飲み物をとりながら自由なかたちで相談会。	担当先生 企画広報職員
19:10～	学生・卒業生による 体験談発表		学生 OB・OG
19:50～	お楽しみ抽選会		学生
17:30～	適職・性格診断コーナー (5号館ロビー)	広告社「ドリカム・コンパス」(インターネット利用の適職診断)で実施 ※無料	企画広報室
17:30～	各種説明パネルコーナー (5号館ロビー)	総合経営学部の5コース紹介・松商短期大学部フィールド紹介各パネル・「特色ある大学教育支援プログラム」紹介パネル。将来の職業紹介パネル。キャンパスライフ年間スケジュールパネル。	企画広報室

また、例年開催している特別メニューとして、大学祭と組み合わせた見学会を当年度も実施した。10月16日の第8回見学会でありスケジュールは以下の通り。この見学会は、高校生に本学の大学祭「梓の森祭」を楽しんでもらうことを目的とし、全体説明の後は、自由に大学祭に参加できるようになっている。通常の見学会では学生食堂でのランチ体験が組み込まれているが、この日は、学生たちの出す屋台のチケットが高校生に無料で配布された。大学キャンパスのいつもとは違った一面を高校生に見てもらうことを目的とした見学会であったといえる。

表④ 大学祭を組み込んだキャンパス見学会メニュー

時 間	項 目	内 容	担当者
～10:30	受 付		学生
10:30～ 11:40	松本大学全体説明 (515教室)	※参加のお礼、スケジュール発表(中村)	佐藤(博)先生 山添先生
11:40～	キャンパスツアー	※総合受付にて申込	企画広報室
13:20～	個別相談 513教室 (午後は4号館)	進路相談・入試相談・受験勉強相談他 学部:船越先生、小林(俊)先生、清水先生、増尾先生、佐藤(博)先生 短期大学部:住吉先生、松原先生、石井先生、矢野口先生、山添先生	*先生方 (企画広報室)

この二つの特別メニューは、本学の見学会に高校生を複数回呼び込むための仕掛けでもある。1回目に通常メニューで参加した高校生に対して、特別メニューを紹介することによって、2回、3回と更なる参加を促す。いわゆるリピーターほど入学意識が高いという経験則に基づいている。ちなみに、前出の教務委員会の新入生アンケートによれば、入学生の約2割、見学会参加者の4人に1人が2回以上の参加経験を持っていることが明らかとなっている。この意味では、通常の基本メニューによる見学会でも、毎回、同じ内容では、リピーターの高校生に飽きられてしまう可能性があり、前述のように、全体説明を対象となる高校生別に設定したり、模擬授業のテーマを毎回変えたりといった工夫がなされている。特に模擬授業については、高校生の見学会参加の動機付けとするために、高校生にとって魅力あるテーマを選考し設定している。そこで次に、キャンパス見学会において、当年度実施した高校生向けの模擬授業について見てみることにする。

③ キャンパス見学会2004模擬授業

2004年度は、第2・3・4・6・7回の各見学会において、模擬授業を表⑤のとおり実施した。この一覧に明らかなように、毎回、総合経営学部と短期大学部の各学部から2名ずつの担当者が40分間の授業を開講し、第2回は4つの授業が平行に開講されたが、それ以外は、前後半で2つずつの授業が開講された。各授業テーマの示すように授業の内容はすべて高校生向けにアレンジされており、本学における「学び」への導入と位置づけることができる。参加者には志望学部にかかわらず、興味をもったテーマの授業を自由に選択できるように配慮した。また、この模擬授業への参加についても強制ではなく希望者のみとした。各授業への参加状況は、各回見学会参加者総数によって、あるいはテーマによって差があり、数名から数十名までの大きなバラつきとなった。

表⑤ キャンパス見学会模擬授業一覧

	時 間	教 室	担当講師	担当所属	テ ー マ
第 2 回	11:10～11:50	532	上野先生	総合経営学部	フリーターって損なの得なの
		533	増尾先生		高校生を狙う悪徳商法
	11:10～11:50	534	山添先生	短期大学部	マックドナルド VS セブンイレブン
		535	石井先生		安全で快適な職場の心理学
第 3 回	11:10～11:50	513	白戸先生	総合経営学部	若者が地域で活躍できること
	12:00～12:40		佐藤(博)先生		長野県の観光の魅力を理解する
	11:10～11:50	514	小澤先生	短期大学部	ブライダル入門
	12:00～12:40	212	浜崎先生		デジカメとパソコンでプリクラ
第 4 回	11:20～12:00	514	成先生	総合経営学部	日韓の文化の違いから学べること
	12:10～12:50	212	林先生		ビジネスシュミレーションゲーム体験
	12:10～12:50	515	吉岡先生	短期大学部	色彩の不思議
	11:20～12:00		三室先生		もしも銀行がなかったら
第 6 回	11:10～11:50	514	山根先生	総合経営学部	テーマパークのしかけと楽しみ方
	12:00～12:40		高橋先生		地域行政に参加しよう
	11:10～11:50	515	松原先生	短期大学部	比較文化論入門
	12:00～12:40		オリバー先生		トラベル英会話入門
第 7 回	11:10～11:50	515	柳澤先生	総合経営学部	環境にやさしいまちづくり
	12:00～12:40		兼村先生		つぶれない会社のつくり方教えます
	11:10～11:50	514	中野先生	学 長	言葉ふしぎ発見～ドイツ語～
	12:00～12:40		山添先生	短期大学部	ディズニーリゾートの経営状態

なお、キャンパス見学会では例年、見学会参加者にアンケート調査を行なっているが、当年度も特別メニューの第5・8回を除く毎回それを実施した。アンケートの回収状況は表⑥のとおりである。

表⑥ キャンパス見学会アンケート回収状況

	参加者数	回収枚数	回 収 率	グッズ配布
第 1 回	21	17	81%	図書カード
第 2 回	69	44	64%	図書カード
第 3 回	211	89	42%	図書カード/タオル/ボールペン
第 4 回	71	26	37%	図書カード/タオル/ボールペン
第 6 回	97	53	55%	図書カード/タオル/ボールペン
第 7 回	76	41	54%	図書カード/ボールペン
第 9 回	35	13	37%	ボールペン
計	580	283	49%	

例年、回収率を上げるために、アンケート回答者にグッズをプレゼントしているが、こちらの期待以上には回収率が伸びなかったというのが実情である。このアンケート結果については、毎回、整理集計し見学会の反省と見直しのために有効に活用されている。今年度のアンケート結果を見る限りにおいては、それほど大きな見直しはしなくてよいように思われるが、アンケートの回収率を上げるための工夫がさらに必要であることは言うまでもない。

4. その他の学生募集活動

2004年度はキャンパス見学会とは別に、「入試相談会」を4回、本学を会場として開催した。日程は第1回10月17日(日)、第2回11月20日(土)、第3回12月11日(土)、第4回1月22日(土)であり、各回10時30分～14時の時間帯で実施した。出席した高校生は通算で総合経営学部志望10名、短期大学部志望5名であり、そのほとんどが推薦後期入試直前の第3回の相談会に集まった。この相談会には、推薦後期入試に向けたキャンパス見学会を補完するという目的と、年明けの一般入試についての情報を提供するという目的がある。参加者数は決して多くはなかったが、11月の他の大学・短大の推薦入試に失敗してしまった生徒を救済するという意味では重要な活動であったと言える。

また、直接的な学生募集活動というよりはむしろ本学の社会的広報活動の一つとして当年度より始まった特筆すべき活動にラジオ番組の担当がある。FM長野の月曜から木曜までの朝(7:00～10:00)の人気番組「=Start Your Engine=あ・さ・い・ち!」の火曜日9時30分からの5分間のコーナー「あ・さ・い・ち Talk」で、4月から毎週、総合経営学部・松商短期大学部の教員が、時には学生も出演して以下のような情報を提供してきた。FM長野ではまた、一日に3～5回、松本大学と松商短大それぞれの5秒CM(コールサインスポット)を交互に放送。ちなみに、今年度の松商短大の5秒間のキャッチコピーは「進化!多彩!充実!松商短大!」であった。さらに、10月16日(土)の大学祭では、FM長野のサテライトスタジオがキャンパス内に臨時設営され、「Saturday"D"in 梓の森祭」の公開生放送(11:30～12:25)も行なわれた。また、テレビでは、毎週木曜日の夜に松本大学の15秒の提供CM(地方版)の放映も行なった。ラジオ・テレビ媒体を利用することによって、より多くの人々に本学の内容を認識してもらい、地域の身近な大学として本学をPRしてきている。

表⑦ FM長野出演実績

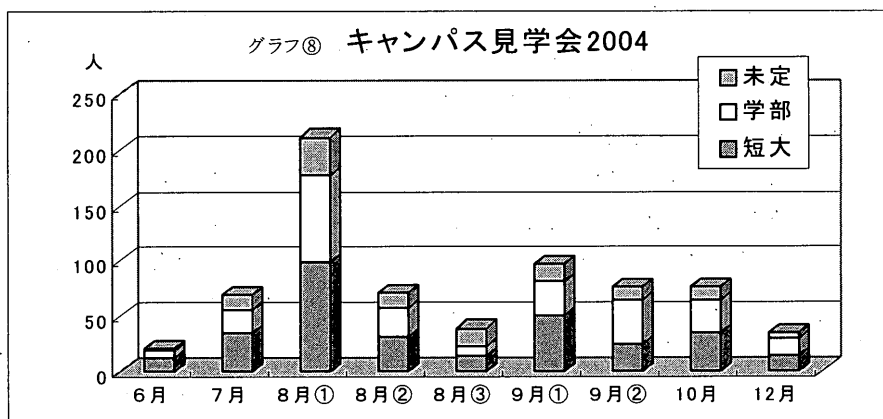
放送日(毎週火曜)		担 当	テ - マ
月	日		
4	5・12・19・26	佐藤(博)教授	信州の観光～エコツーリズムとホスピタリティー～
5	4・11 18・25	仲間教授 上野助教授	「こころ」と「からだ」の健康～うつ病～ 若者のフリーター志向～自由は楽じゃない～
6	1・8・15 22・29	三室教授 松原教授	もしも銀行がなかったら 語源から学ぶ英語と文化
7	6・13 20・27	柳澤講師 山根助教授	松本の景観を考える 海外旅行について
8	3・10・17 24・31	住吉教授 白戸助教授	地球を"経営"する。 地域が元気になるために(コミュニティビジネス)
9	7・14 21・28	山添助教授 増尾助教授	簿記のススメ 悪徳商法に引っかからないために
10	5・12	学 生	大学祭「梓の森祭」で盛りあがろう!!
11	2・9・16 23・30	佐藤(博)教授 住吉教授	これからの観光を考える スローライフと観光
12	7・14・21 28	佐藤(博)教授 住吉教授	これからの観光を考える 松本大学観光経営学科新設の件
1	4・11・18・25	糸井助教授	金融日本
2	1・8 15・22	伊藤先生 オリバー先生	日常生活のマナー 外国人から見た日本
3	1・8・15・22	中野学長	進化する松本大学・地域との関わり・人づくり・生涯学習

以上2004年度に行なわれた、主だった学生募集活動を内容面から見てきたが、これ以外にも、「高校生アイデアコンテスト～新・信州の観光～」の開催、地域に対する社会的活動としての公開講座「うるおいある生活を求めて～新しい観光への誘い～」(全15回)の開催、オープンカレッジや公開授業の開催、「松本大学出版会」の開設と出版事業、広報誌2誌・パンフレット10種といった広報ツールの制作など、数多くの活動が営まれている。高校生に対して即効性のある活動もあれば、巡りめぐって遠い将来の学生募集につながるという超期間的な活動もある。いずれの活動にしても、それらを組み合わせることによって、本学の学生募集に必ず良い結果がもたらされると信じたい。これらの活動が結果としてどのような効果をもたらすのかは、なかなか数値として表し難いものではあるが、以下においては、2004年度のキャンパス見学会の参加者データおよび入学者データを手掛かりとして、その効果の測定、次年度に向けての数値目標の設定を試みることにする。

Ⅲ. キャンパス見学会参加者数と入学者数の推移

それでは、2004年度に開催された9回の見学会について実施回ごとに参加者数にどのような変動があったのかを見てみよう。グラフ⑧は、見学会各回の志願学部別参加者数の内訳である。

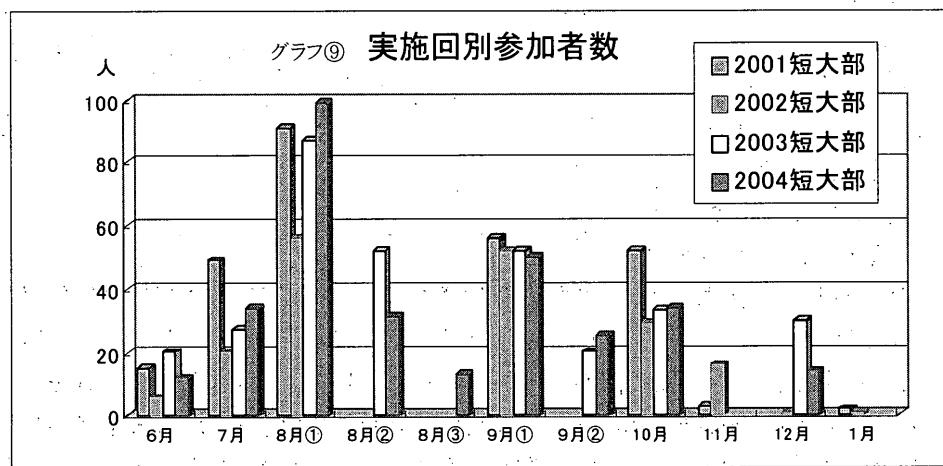
凡例の「学部」は総合経営学部の、「短大」は松商短期大学部の志願をあらわし、「未定」は志願未定をあらわしている。このグラフに明らかなように、8月



①(7日)の参加者数が突出しているが、この傾向が当年度のみの傾向ではないことは次のグラフ⑨が示している。

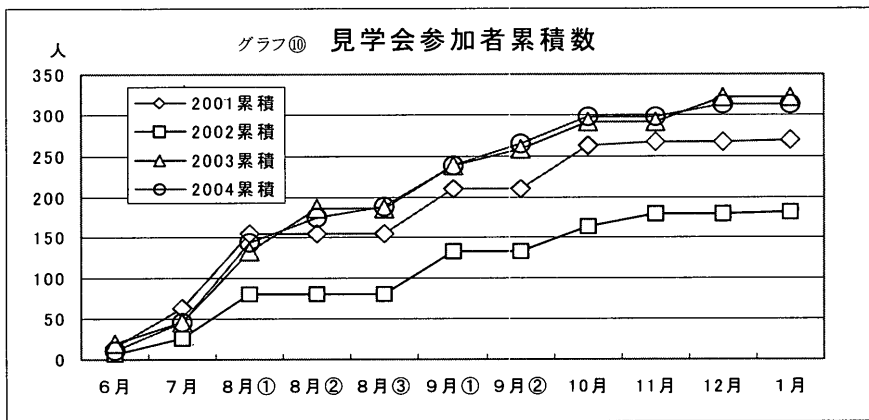
このグラフ⑨は過去4年間のキャンパス見学会について短期大学部を志願した参加者数の推移を実施回別に表したものである。年度によって実施時期に差があるものの、いずれも8月最初の見学会が最も多く参加者を集めている。

この8月最初の見学会参加者数について言えば、2001年度が91名、2002年度が56名であり、2003年度が87名、2004年度が99名であった。最終的な入学者数が2001年度219名、2002年



度167名、2003年度228名、2004年度230名であったことを考えるならば、この時期のキャンパス見学会で、どれだけの参加者数を確保できるかで、最終的な定員確保をある程度見通すことができると言えるのかもしれない。希望的観測も入れて敢えて大胆に言えば、この8月最初の見学会で90名～100名の参加者数が定員確保のための最低ラインと考えられるのである。

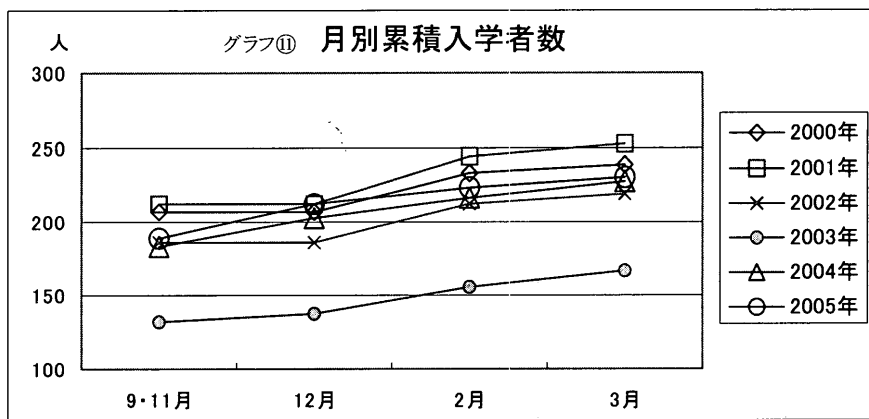
さらに、見学会参加者数を実施回別の累積数で表してみると次のグラフ⑩となる。短期大学部志願者のみの見学会参加者総数は2004年度が312名、2003年度321名であり、2002年度は181名に留まり、2001年度は268名であった。200名の定員確保のためには見学会参加者総数で定員の1.5倍300名以上が必要となる。そしてこの総数300名以上を



達成するためには、見学会実施の前半8月までに定員と同数の200名の参加者を迎える必要があり、その後半で11月推薦入試の実施までに残りの100名の参加者動員が必要となる。

ここで見学会の開催時期と推薦入試実施時期について考えてみる。本学の推薦入試は例年、11月上旬に特待生入試、中旬に推薦前期入試そして12月中旬に推薦後期入試を実施している。このうち11月中旬実施の推薦前期入試が圧倒的に多くの志願者を集め、入学者数も最大となる。また9・11・12月にはAO入試も3回実施し、若干名ではあるが、入学者が年内には確定する。本学の見学会はこの年内の各入試への志願者をできるだけ集めることが主眼となる。前掲のグラフ④「募集定員と推薦入学者」において既に指摘したように、全国の私立短大の総定員に占める推薦入学者の割合は、2004年度にはほぼ70%の水準に達し、入学者確保のための推薦入試における比重は更に高まりつつあるというのが現状であるが、この状況は本学においても同様であり、年内実施の推薦入試およびAO入試においてどれだけの入学者が見込めるかで定員確保の成否が見通せると同時に、学生募集の担当者として枕を高くして眠れるかどうか、安心して年が越せるかどうかが決まるとも言える。

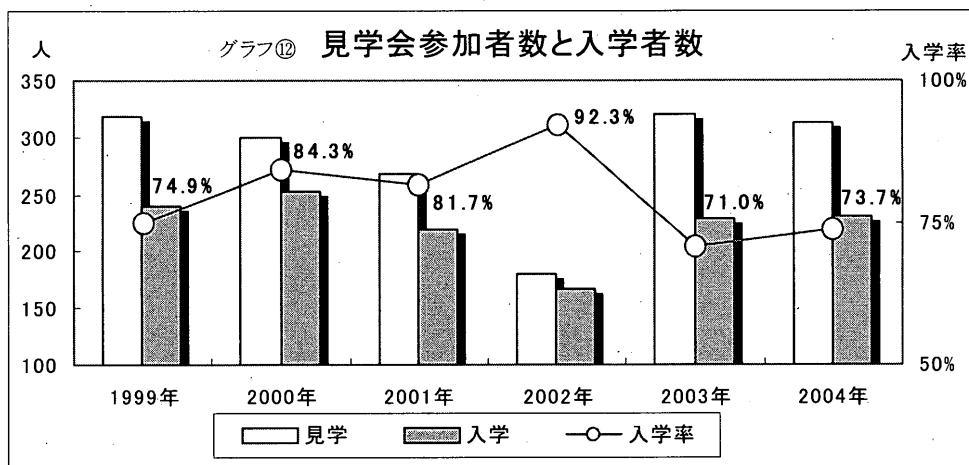
次のグラフ⑪は本学の過去6年間の入学試験実施時期別の入学者数を累積数値で表したものである。2002年度までは12月に推薦入試を実施していなかったため9・11月の値がそのまま12月の累積数となっていたが、各年とも9・11月から年明け3月までの累積数の変化はほぼ直線となり、しかもその傾きは、最大で2004年度の14.7、最小でも2000年度の10.7となり、この6年間を平均すれば12.5となる。すなわち本学の場合、定員を確保した各年度は、11月の推薦前期入試終了時点において190名以上の入学者を確保し、12月の推薦後期入試でそれが200名を超え、3月の入試終了時点で220名を超える入学者が最終的に確定してきているのである。このパターンで入学者が推移するとすれば、12月推薦後期入試終了時点すなわち年内



このパターンで入学者が推移するとすれば、12月推薦後期入試終了時点すなわち年内

200名以上の入学者の確保が一つの目標と考えられるのである。年内実施の推薦入試における定員充足率100%が本学の学生確保の目標となる。

また、見学会参加者総数と入学者数の関係を示したのが次のグラフ⑫である。見学会参加者総数と最終的な入学者数(翌年度4月1日時点)を比較しその割合を入学者率として示しているが、入学者の中には当然、見学会には一度も参加しなかったという学生も含まれている。



前出の2004年度

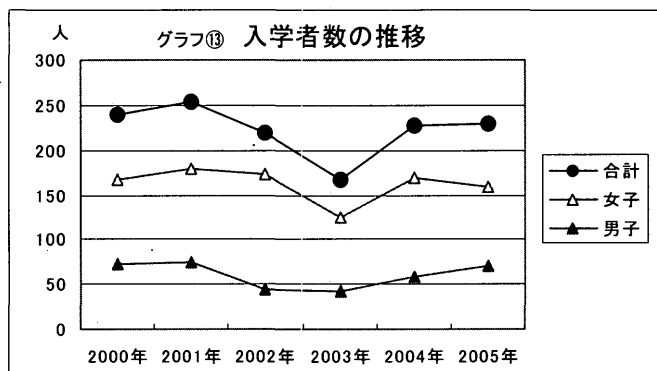
新生に対するアンケート調査でも約2割の学生が見学会には参加しなかったと回答している。したがって、この入学率は、見学会参加者総数に対するあくまでも目安の値であるにすぎない。この点を踏まえた上で、グラフを見てみると、見学会参加者総数が300名を超えた1999・2003・2004年度が入学率70～75%、参加者総数270～300名の2000・2001年度が80～85%、参加者総数が200名を割った2002年度が90%を超えた入学率となっている。定員が確保できた各年度の数値を見る限り、見学会参加者総数が270～320名、しかもその85～70%の入学者数をもって定員が確保されてきたことがわかる。

以上、本学の2004年度までのキャンパス見学会参加者数と入学者数の推移を観察してきたが、これを見る限り定員確保のための当面の数値目標を「見学会年間動員数300、8月までに200（しかも8月最初の見学会で100）」と設定することができる。この年間動員数300名をもって年内推薦入試における200名の入学者が確保され、さらに最終的には動員数の7～8割にあたる210～240名の入学者を迎えることが可能となるのである。もちろん、この目標を達成したからといって、必ず定員が確保できるという保証はどこにもない。昨今の高校生の見学会参加意識は年を追って多様化(低下)しているといえる。「進路の先生に『とりあえず行って来い』と言われて来ました」という高校生も増えている。高校生個人の意思とは別に夏休み中の見学会参加を義務付ける高校もあると聞く。見学会には参加するが志願には結びつかないということもよく耳にする。予測不可能な高校生の意識を前提とする限り、上記数値目標は、あくまでも当面の目標であることを銘記すべきである。このことを踏まえた上で、見学会参加を高校生に強烈にアピールする広報活動と、見学会に参加した高校生、特に本学に対する志願意識があまり高くはない生徒に対して、いかにして本学の良さをアピールして推薦入試志願に結び付けていくのかがキャンパス見学会の最大の課題となる。「来たからには逃がさない」というキャンパス見学会の内容が今後ますます重要となることは言うまでもない。

Ⅳ. 入学者の動向分析—長野県の大学・短大進学者動向を手掛かりとして—

前出のグラフ⑦あるいはグラフ⑩に明らかなように、松商短大は2003年度に定員未充足すなわち定員割れを経験した。募集定員200名に対して入学者167名、充足率にして83.5%は全国平均を13.4%も下回る低い水準であった。一般的に

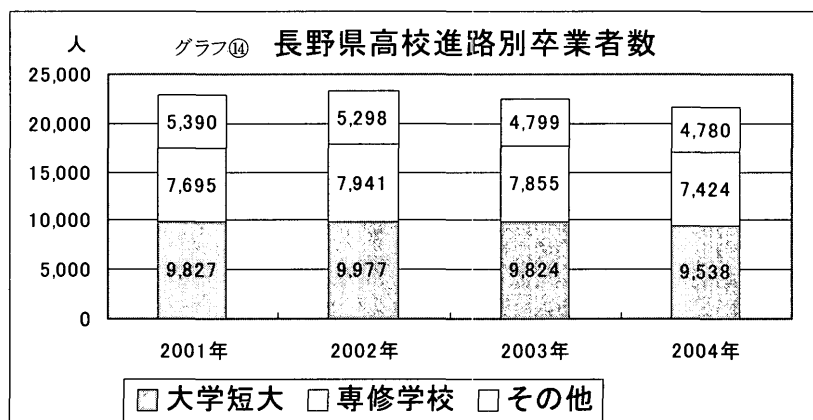
短期大学志願者(入学者)の減少の要因としては、18歳人口の減少、四年制大学や専修学校(いわゆる専門学校)の志向の高まりによる短大離れ、さらに長野県の場合には県外進学志向の高まり等々、が考えられる。ここでは、県内高校の卒業生の進学動向を手掛かりとして、この定員割れの原因究明を試みることにする。グラフ⑬は、2003年度前後における本学の入学者数の推移を示している。2002～20



04年度まさにいわゆるV字型の変動を見せているが、問題は、2003年度にここまで入学者数が減少したのは何故か、さらには2004年度に228名まで入学者数が回復した理由は何か、ということである。それにしても2003年度に一体何が起こったのであろうか。

そこでまず、文部科学省の公表する「学校基本調査」によって、2001～2004年度の長野県内の高校の進路別卒業生数の推移をグラフ⑭で見てみよう。県内高校の卒業生数すなわち県内18歳人口のうちの進学対象者数は、2

001年度22,912名、2002年度は前年度より1.3%増の23,216名、2003・2004年度は各前年度比約3%減の22,478名、21,742名と推移している。各年度の卒業生数に占める大学・短大への進学者数の割合つまり進学率は、2001年度42.8%、2002年度43.0%、2003年度43.



7%、2004年度43.8%であり、この4年間で約1%の上昇となっている。また、専修学校への進学率についても各年度33.6%、34.2%、34.9%、34.1%となり徐々に上昇してきた進学率が2004年度に0.8%の落ち込みとなっている。高校卒業生数およびその進学率を見る限り、本学入学者数の特に2002年から2004年度にかけての推移の原因は必ずしも明らかとはなっていない。

そこで次に、進路別卒業生数の推移を実数で表した次のグラフ⑮を見てみよう。2002年度以降の卒業生数の減少にともない、大学・短大および専修学校への進学者数も減少している。減少幅を見てみると2003年の卒業生数は前年に比べ3.2%減となり、738名の減少、2004年がさらに3.3%減となり、736名の減少となったが、これに対し、大学・短大進学者は2003年が153名(1.5%)減、2004年は286名(3%)の減、専修学校進学者は2003年に86名(1%)減、2004年には431名(5.5%)の減となる。2002年度以降、卒業生の減少にともない、前段に見た進学率の推移が実数の面では2004年度までに、大学・短大については439名(4.4%)の減少として現れ、専修学校については517名(6.5%)の減少として現れているのである。卒業生数の減少率との比較で見ると、この実数における減少の渦中にあ

りながらも2003年度は大学・短大、専修学校とも学生確保に比較的健闘していたということ、そして2004年度は専修学校の落ち込みがやや目立ってきているということが言えるのである。

それでは、この高校生の進路動向について、男女別にその推移を眺めてみよう。

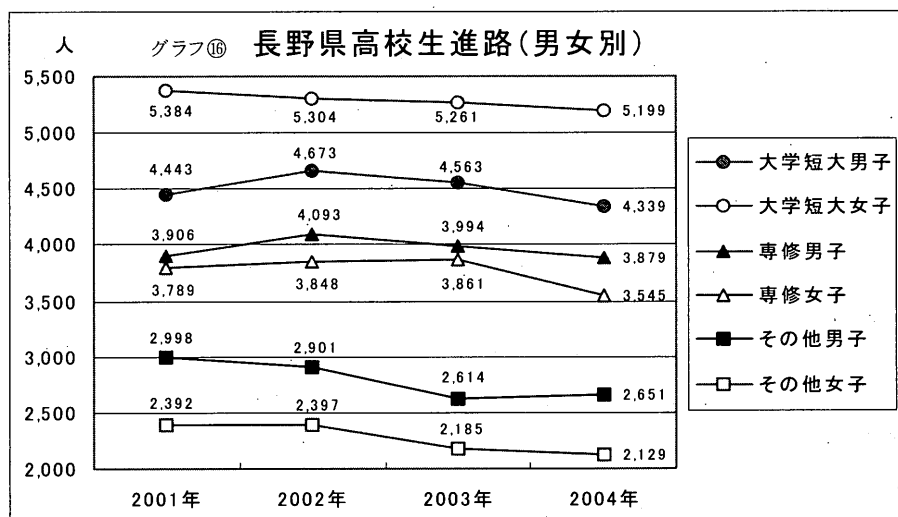
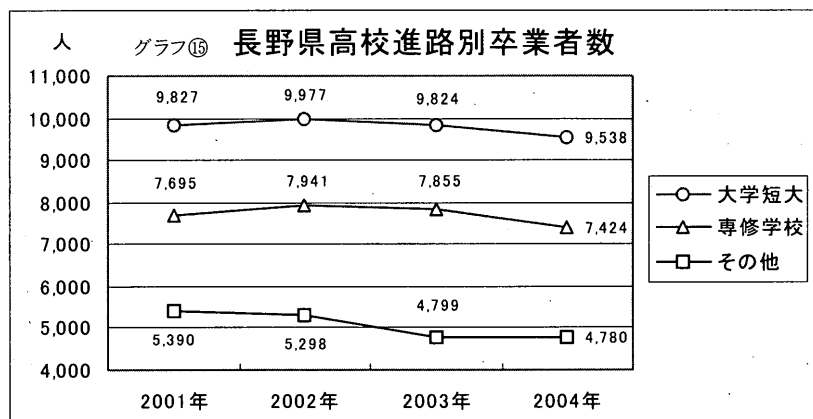
卒業生総数のうち男子は20

02年度以降の3年間で11,667名、11,171名、10,869名と、女子は、11,549名、11,307名、10,873名といずれも減少している。男女それぞれについて進路別推移を示したのがグラフ⑬である。大学・短大への進学実数は男

子よりも女子が高く、毎年度700人を超える差が認められる。進学率にして6%強、女子が男子を上回っている。専修学校では、男子が女子を上回っているもののその差は100名を若干上回る程度であり、進学率にしても2～3%の差というところである。

このグラフに基づく、前年度と比較した2003年度の状況は、男子卒業生数の496名(4.3%)の減少にもかかわらず、大学・短大進学男子が110名(2.4%)、専修学校進学男子が99名(2.4%)の減少にとどまっている。これは、大学・短大・専修学校のいずれにも進学しなかった男子つまり、その他男子の287名(9.9%)の減少に支えられたと見ることができる。一方、女子についても同様の特徴を看取することができる。2003年度卒業生242名(2.1%)の減少に対して、大学・短大進学者は43名(0.8%)の減、専修学校進学者については13名(0.3%)の増加となり、この状況はその他女子の212名(8.8%)の減少によってもたらされているのである。2003年度卒業生の進学動向は男女ともに、卒業生総数で738名の減少にもかかわらず大学・短大進学率および専修学校進学率がともに0.7%の増加に現れているように、前年度までは進学をしなかった層が2003年度には大学・短大・専修学校に進学を果たしたと特徴づけることができるのである。進学率の増加、卒業生減少を加味した進学者数の実質的増加を当年度の特徴とみなす限り、2003年度の本学の状況は依然として説明不可能というしかない。

しかしながら、2004年度の本学の状況については、ある程度の説明が可能となる。すなわち、2004年度は、男子卒業生数302名(2.7%)の減少に対して、大学短大進学者224名(4.9%)の減少、専修学校進学者115名(2.9%)の減少、その他男子37名(1.4%)の増加となり、大学・短大進学者が大幅に人数を減らした反面、いずれにも進学しなかった男子が増加した。一方、女子の場合は、卒業生434名(3.8%)の減少に対して、大学・短大進学者は62名(0.1%)の減少、専修学校進学者は316名(8.2%)の減少、その他女子56名(2.6%)の減少となり、専修学校進学者の大幅な減少が、大学・短大進学者の減少を



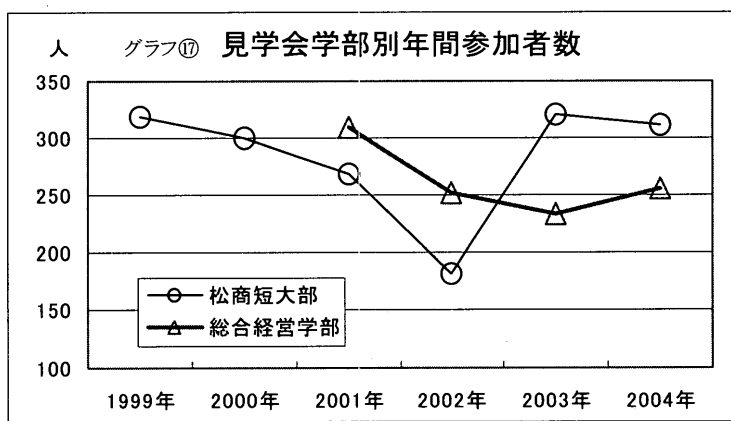
くい止めたということができる。すなわち、2004年度は、男子大学・短大進学率前年度比1%減に現れた男子の大学・短大進学者の減少、女子同進学率1.3%増の示す大学・短大進学者女子の増加と専修学校進学者の減少(進学率1.5%減)が起こったと特徴づけることができる。特に女子に関しては、前年度までは専修学校に進学していた層が2004年度には大学・短大へと進学したと見ることもできる。女子の専修学校進学者の大幅な減少が大学・短大への進学者の実質的な増加となって現れたという状況をもって、2004年度本学の入学者とりわけ女子入学者の増加の説明となるのではないだろうか。

以上、県内高校の進路別卒業者の動向を眺めてきたが、2003年度の本学の定員割れの原因は未だ明らかとはなっていない。また、2004年度についても、従来の専修学校進学層を大学・短大が取り込んだということであり、果たして本学の定員回復の本当の理由であったかどうかはあくまでも推測の域を出ない。さらに、これまでの分析の問題点として、大学と短大とをひと括りにして扱ってきているという点がある。短期大学志願者の減少要因を四年制大学志向の高まりに求めるとするならば、これまで見てきた大学・短大を合わせた進学者数については、これを大学進学者数と短大進学者数とに分けて考察してしかるべきである。四年制大学志向につれて短期大学進学者が減少し、その分大学進学者数が増加するという傾向は全国的にもよく指摘されているところであり、この場合に、大学・短大を合わせた進学者数・進学率には何等の変化も現れないということは指摘するまでもない。特に本学の場合は、問題の2003年の前年度に四年制の松本大学が開学、総合経営学部が開設されている。この松本大学開学が学生確保の面で本学にどのような影響をもたらしたのか、これが2003年度定員割れの直接的原因となったのかどうか、検証を要する重要な問題である。さらに、長野県は高校生の進学先として県外が大きなウエートを占める県であると言われている。もしも、県内高校卒進学者の大部分が県外の大学・短大・専修学校に進学していると仮定するならば、これまで見てきたような単純な進路別動向による分析では、県内の大学・短大についてはいうまでもなく本学の状況の説明についてもどこまでの的を射たものとなるかは甚だ疑問であると言わざるをえない。すなわち、高校卒業者の県内大学・短大への進学率いわゆる県内残留率(=地元進学率)に配慮した進学者数の推移を見る必要があるということである。

そこでまず、松本大学開学が本学に与えた影響について、キャンパス見学会の参加者および入学者数を手掛かりに検討してみることとする。グラフ①⑦は、2002年度に松本大学が開学する前後においてキャンパス見学会への志望学部別年間参加者数がどのように推移したかを示している。総合経営学部の見学会は開学の前年度から始まり、以降短大部と同時開催で現在に至っている。

グラフ①⑧はグラフ①⑦に対応して翌年度四月時点での入学者数の推移を表している。松本大学が開学し総合経営学部が開設された2002年度を例として見るならば、グラフ①⑦における2001年度の見学会参加者とグラフ①⑧の2002年度の入学者とが対応関係にある。

本学の見学会参加者数は1999年度から減少傾向にあり、総合経営学部の見学会が始まった2001年度には268名となる。このとき総合経営学部では310名の参加者を集め、この結果、2002年度には本学219名、総合経営学部224名とほぼ同数の入学者を確保している。見学会参加者数については、総合経営学部の影響を受けて本学の参加者数が減少したという見方ができないこともないが、それまでの推移を見ると、その影響が大きかったとは言いが切れない。学生確保という面では、各学部ほぼ

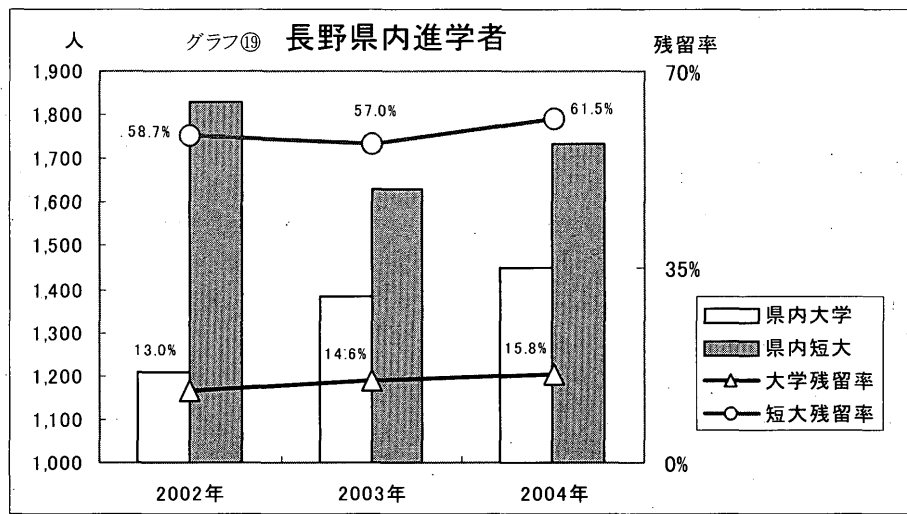


同数の入学者を迎えていることからその影響はほとんど無かったと言えるであろう。また本学の2002年度の見学会参加者数およびその結果の2003年度の入学者数の落ち込みについても、本学ほどの大きな落ち込みではないものの総合経営学部も同様に参加者数・入学者数を減らしていることから開学2年目の総合経営学部が本学の学生確保にそれほど大きな影響を与えた

とは思われない。すなわち、本学定員割れの原因としては、松本大学総合経営学部の影響は考えられないということである。

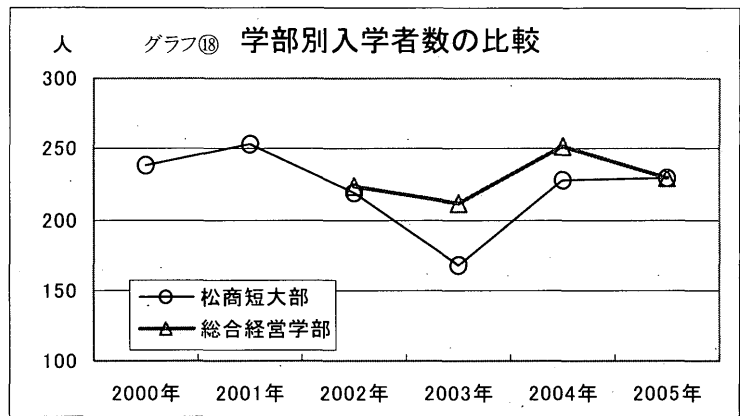
次に、高校卒業者の進学先について県内残留率(=地元進学率)に配慮した進学動向を見てみよう。以下においては、文部科学省の公表する「学校基本調査」を基礎データとして旺文社の教育情報事業部が編集・公表している「都道府県別進学状況分析資料」を手掛かりとして長野県の状況、本学の2003年度の状況の検討を試みることにする。今回、旺文社より入手した資料は、2002～2004年度分のデータである。グラフ⑬は長野県内の高校の卒業者(おそらく既卒者を含む)が県内の大学・短大に進学した実数と、

県内高校卒業のうちの大学・短大への進学者数に占める県内の大学・短大への進学者数の割合すなわち大学・短大進学者の県内残留率(地元進学率)の過去三年間の推移を示している。2004年度を例としてみると、この年に県内から大学に進学した者の総数の15.8%



8%にあたる1,449名が県内のいずれかの大学に進学した(実に84.2%が県外の大学に流出している)ということであり、その年の短大進学者総数の61.5%が県内のいずれかの短大に進学したということになる。ちなみに、この県内残留率(地元進学率)を都道府県別に見てみると、2004年度の長野県の高校生の地元大学進学率は全国47都道府県中41番目の低さであり、地元短大進学率は全国で18番目となっている。

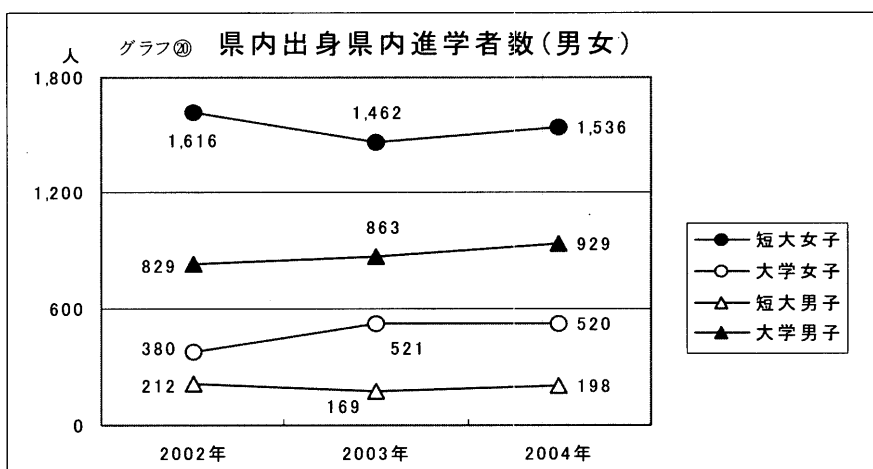
このグラフに明らかなように、県内大学あるいは短大への残留率はいずれも、この3年間でほぼ横ばいであり、「2003年度、長野県の短大志望の高校生に県外進学志向が俄に高まり、本学に来るべき層が県外に流出、その結果本学が定員割れとなった」というような筋書きはおそらくありえなかったということになる。しかしながらこのグラフは同時に、一つの大きな変化が2003年度に起こったことを示している。すなわちそれは、2003年度に県内短大進学者が大幅に減少し、2004年度にはそれが回復しているということである。実数で見てみよう。2002年度の県内短大進学者は1,828名、2003年度は1,631名、2004年度は1,734名であり、本学の入学者数の推移と似たようないわゆる



V字型の変動を見せているのである。前年度に比べて2003年度は県内短大の入学者が197名減少し、次年度にはそこから103名増加しているのである。この2003年度の197名の減少がまさに本学の定員割れの原因であると考えることができる。とすれば、何故この年、短大入学者が197名も減ったのであろうか、この197名は一体何処にいったのであろうか—県内残留率で見る限りこの197名がすべて県外に流出したとは考えられないのだが—。この問題の手掛かりは、やはりこのグラフ⑭に求めることができる。県内大学への進学者数は2002年度が1,209名、2003年度が1,384名と175名の増加となっている。つまり、短大進学者の減少分の約9割が大学進学者の増加分と考えられるのである。すなわち、本学が定員割れを起こした2003年度は、県内高校卒業者の間に県内における地元四年制大学志向が生じ、それまで短大に進学していた層が大学に進学したということになるのである。乱暴に表現すれば「2003年度は県内短大が県内大学に喰われてしまった」のであり、「本学もまた県内大学に喰われてしまった」ということになるのである。

では、2003年度突然にこの状況が生じたのは何故なのであろうか。グラフ⑯は、これまで見てきた県内大学・短大別の

進学者数を男女別に表したグラフである。このグラフに明らかなように2003年度の短大進学者減少分197名の内訳は男子43名、女子154名であり、これに対して大学進学者増加分175名については男子34名、女子141名である。女子の短大進学者減少分のやはり9割が大学



進学者増加分と考えられる。実はこの2003年度、長野県には女子の四年制大学、S大学が開学している。募集定員は135名。S大学がこの募集定員ちょうども県内から確保したとするならば、この年、女子の大学進学者増加分141名の実に95.7%がこのS大学に入学したことになる。ここに、2003年度の女子の短大進学者154名減少の原因をS大学開学の影響と考えることができるのである。とするならば、本学定員割れの原因もまた、このS大学開学の影響による入学者の減少と捉えることができる。前掲のグラフ⑬において示したとおり、2003年度本学入学者は、前年度より男子が3名減って42名、女子が49名減の125名であった。定員割れは女子入学者の減少によってもたらされたということであり、この女子入学者の減少の直接的原因がS大学開学の影響であったということになるのである。

ひき続きグラフ⑯によって2004年度の状況を窺ってみよう。短大進学者は女子74名、男子29名の増加、大学進学者は男子66名、女子1名の増加となっている。男子については、大学・短大合計で95名の増加となり、おそらくはこの増加分はこの年度の専修学校進学者の減少分(115名)によって賄われたと考えられる。また、女子については、大学進学者の増加は1名であり前年度と全く同数とみて差し支えない。とすれば、短大進学者の増加74名は、そのすべてが専修学校進学者の減少分(316名)の中から産み出されたと考えられる。この年、本学は228名の入学者を迎え定員を確保した。前年度に比べ女子は44名、男子17名の増加となったが、この合計61名は、専修学校進学者の減少分から取り込んだと考えることができる。なお、この年の入学者(228名中213名)に対して行なわれた教務委員会のアンケート調査によれば、女子157名中39名(25%)、男子53名中10名(19%)が本学入学前に専修学校を「受験したかあるいは受験を考えた」という結果が報告されている。

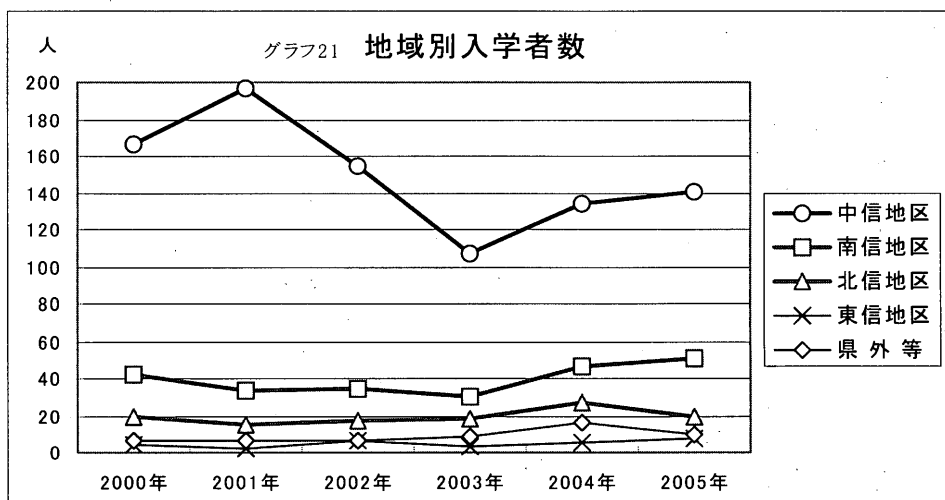
2003年度、定員割れの状況下において、教務委員会を中心に教職員が一丸となってカリキュラム改革に取り組んだ。しかもその狙いは専修学校進学層の本学への誘導にあった。それまでの伝統を尊重しつつも思い切った改革の断行が当初の狙い通りの成果をもたらし、危機的状況からの即座の回復を成し遂げるに至ったのである。今にして思えば、この年に本学教職員の間に芽生えた危機意識が、その後の定員確保に向けた改革の正に原動力、推進力となったのである。定員割れという非常事態であったからこそ、全員が一つにまとまることができたと言えるのかもしれない。

V. 入学者の地域別動向分析—出身高校を手掛かりとして—

これまで、定員確保のためのキャンパス見学会における数値目標を設定し、2003・2004年度の本学入学者動向要因の解明をもって本学が従来の専修学校志願者の取り込みにより定員回復を果たしてきたことを指摘したが、ここでは、本学の特徴である学生募集活動の地域性を今後の活動にどのように反映させていくかについて検討してみることとする。

本稿冒頭に指摘のとおり、本学は在学生の実に9割強を県内高校出身者で充たしている。ここであらためて、2000年度以降これまでの本学入学者を県内四地域に分けてその推移を眺めてみることにする。この6年間の入学者の出身地域別割合は、すでにグラフ⑥に明らかなように中信地区が約6割強、南信地区が約2割、東・北信地区が1割となるが、次の

グラフによれば、最近では、中信地区の割合がやや減少し、南信地区の割合が増加傾向にあり、2003年度については、前節に明らかとなったS大学開学の影響が



中信地区において甚大であったことがわかる(S大学は北信地区に開学)。そして、この2003年度を境に、入学者の一部に質的な変化、すなわちすでに指摘したように、それまでの専修学校志願層が全体の約2割は存在しているという変化が起きてきている。今後さらに入学者の増加を見込むならば、その割合は徐々に増えていくと思われる。直感的に言えば、その傾向はおそらく中信地区出身者により強く見られてくるであろう。

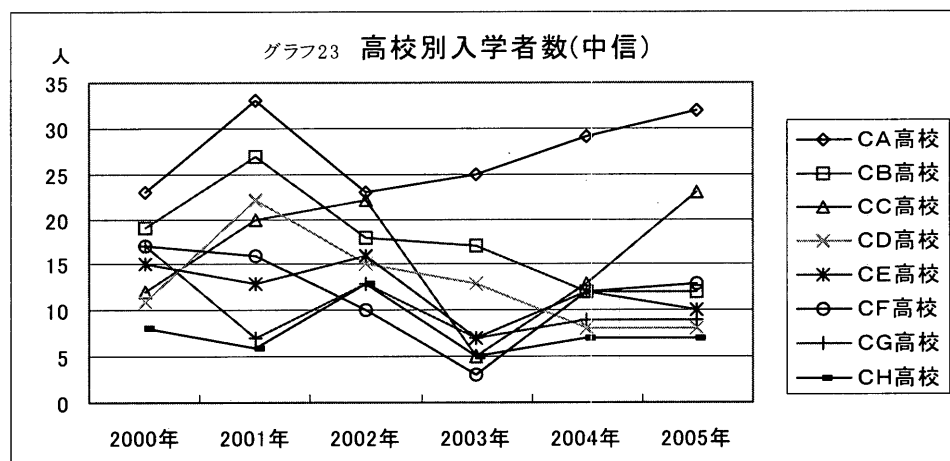
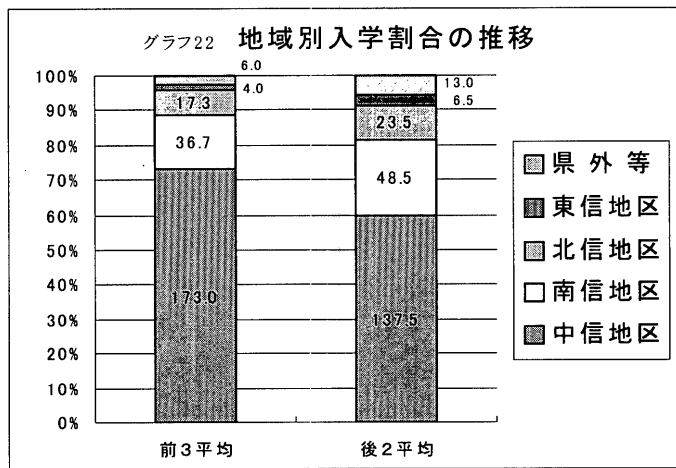
入学者の質的变化についてはそれに対応した具体的募集活動が当然必要となるが、ここではその指摘のみに留めることとして、地域性の観点から入学者の推移をさらに詳しく眺めて見ることにする。グラフ22は2003年度の前後で入学者の出身地域別割合がどのように変化したかを示している。「前3平均」は2000～2002年度の平均を、「後2平均」は2004・2005年度の平均を示しているが、2003年の前後において中信地区出身者が実数で約36名の減にたいして、南信・北信・東信・県外が各12名・6名・2名・7名の計27名の増となり、中信地区出身者の割合が13%減った一方で南信地区が6

%、北信地区3%、東信地区1%、県外3%増え、2002年度までの70%を超えた中信地区出身者割合が、最近2年間では、県内各地区および県外へといくら分散する傾向にあると言える。今ここで、最近2年間の入学者の出身地域別実数およびその割合に基づき、県内各地区からの定員確保のための学生募集目標を設定してみると、中信地区が140名、南信地区40名、北信地区20名となる。東信地区と県外については、実数が小さくなかなか予測し難いところもあり、ここでは敢えて目標設定から外し、定員のプラス α 部分と考えておくこととする。要するに、本学の定員確保のためには中信地区から定員の7割、南信地区から2割、北信地区から1割の入学者確保を目標とすべきであることになる。それでは各地区においてそれを具体的にどのように展開すべきであろうか。以下においては入学者の出身高校別データからこの問題を検討してみる。

まず、中信地区における本学への入学実績の高い8校について過去6年間の入学者数の推移を表したのがグラフ23である。この6年間の平均では、中信地区からの入学者総数の77%がこの8校からの入学となっ

ている。2005年度に至っては、その比率が実に80%を超える値となった。この8校とも各年度で入学者数を変動させながら、現在まで推移してきているが、ここではこの8校を3つのグル

ープに分けて考えてみる。まず、CA高校およびCC高校である。CA高校からの入学者は、年23～33名の間で変動しつつも2002年度以降は増加傾向にある。また、CC高校については、2003年度に大幅な落ち込みを見せたが、その後は順調に回復しCA高校に次ぐ入学者数となっている。この推移を見る限り、このCC高校からの入学者の落ち込みが本学定員割れの原因の一つであったとも考えられる。この2校が本学にとってのいわゆる大口校であり、この2校からの入学者の大幅な減少は、本学の定員確保にとって致命的な影響を与えることとなる。次は、CB高校とCD高校であるが、この両校はいずれも2001年度の時点では、本学にとっての大口校であったものが、その後そろって減少を続け2005年度にはCB高校が12名、CD高校が8名まで入学者を減らしてきている。この2校については、今後、これ以上の増加は望めないのかもしれない。最後に、CE高校・CF高校・CG高校・CH高校の4校である。各年度増減を繰り返しながらも、平均して1校あたり8～12名の入学者となってきており、本学にとっては準大口校と言えるのかもしれない。以上の出身高校別入学者数の推移から、前段に示した中信地区での学生募集の目標140名を、CA高校・CC高校の2校から合せて50名、CE高校・CF高校・CG高校・CH高校の4校から40名、CB高校・CD高



校の2校から20名、そしてこの8校以外の中信地区の高校から中信地区全体の約2割すなわち30名と、高校別に分割して考えるべきこととなる。

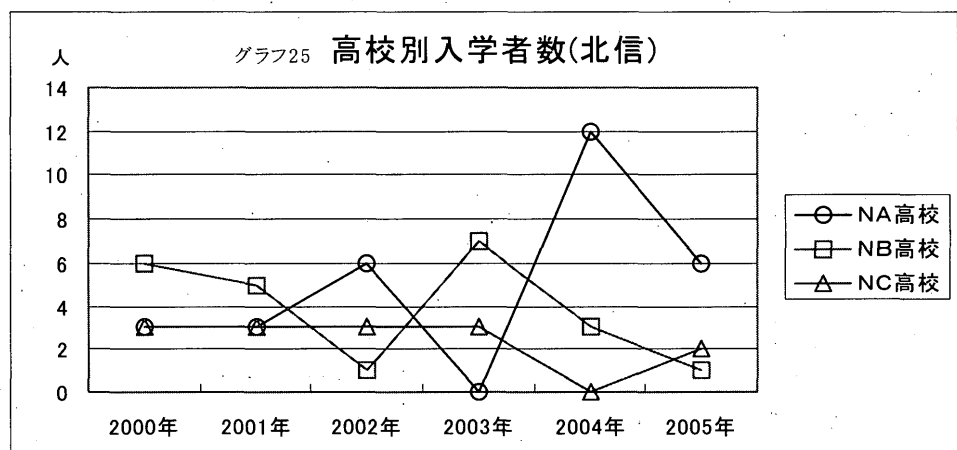
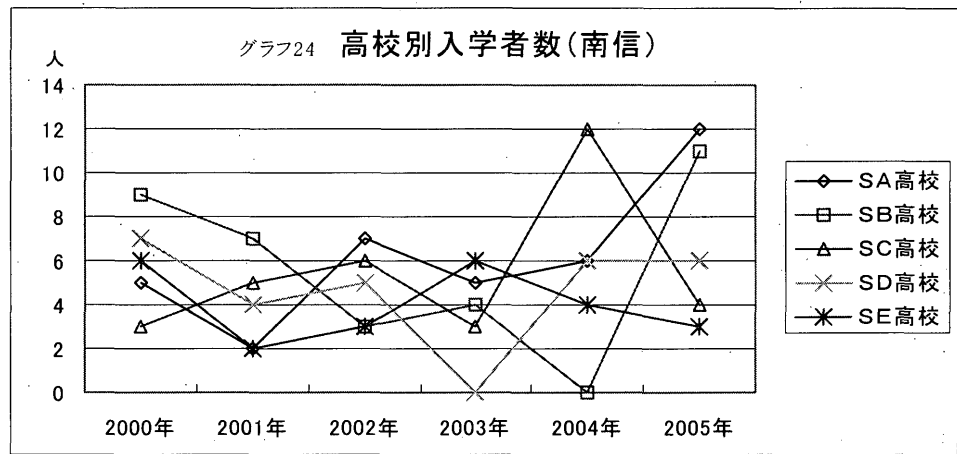
次に、南信地区を見てみよう。この地区での本学への入学実績の高い高校は5校を数える。この6年間の平均で

はこの5校で同地区からの入学者の65%を占め、2005年度は70%を超える水準となってきた。これまでの推移に基づいて、やはり3つのグループに分けてみる。まず、SA

高校である。6年間の平均入学者数は約6名ではあるが、2003年以降は増加傾向にあり、2005年度は12名と二桁の大台を記録。今後もこの南信地区での本学にとっての大台校化する可能性を秘めている。これに対してこの6年間で、相対する増減を繰り返しているのがSB高校とSC高校である。一方が増えると必ず他方が減るといった動きが非常に鮮明に繰り返されてきている。あくまでも偶然であろうと思われるが、この規則性は注目し値する。両校の差が最も大きかったのが2004年度であり、SB高校が0名に対してSC高校が12名であった。それが2005年度にはSB高校が11名、SC高校が4名となり、この年度に関して言えば、前年に比べて大幅に減少したSC高校分を結果的にはSB高校からの大幅な増加によって補ったということになる。この両校からの入学者の動きには、今後とも注意を要するが、とりあえずは、この規則性に着目して両校あわせて年平均11名の入学者をこれまでに迎えてきたことになる。この地区の最後は、SD高校とSE高校の2校である。SB高校とSC高校ほどの鮮やかな規則性は見られないが、2003年度には、SD高校の減少分をSE高校が補ったという形となり、毎年度両校からの入学者は合せて8～9名というところである。この南信地区に関しては、全体で40名の学生確保が目標となるが、SA高校から10名、SB高校とSC高校をあわせて10名、SD高校とSE高校をあわせて10名、計30名の確保が目標となり、この5校以外の南信地区各校から10名の確保を目指すべきこととなる。

最後に北信地区であるが、グラフ25のとおり、この地区で本学入学実績の高い高校は3校、この3校で同地区からの入学者総数の約半分を占めている。この6年間で比較的大きな動きを示しているのがNA高校

であるが、2003年度この地区に開学したS大学の影響をまともに受け、この年本学への入学者は0、中信地区のCC高校の場合と同様一両校で22名の減一本学定員割れの原



因の一つと見なすことができる。一方、同地区でありながらもNB高校、NC高校はその影響がほとんど見られないが、最近2年間は低調な動きとなっている。北信の長野市には本学と競合する短大も多く、地理的にも不利な状況は否めないが、北信地区での学生確保の目標20名の半分である10名をこの3校あわせての目標とすれば、それ以外の各校からの10名確保をもって同地区全体の目標が達成されることとなる。

以上においては、本学入学者の出身地域(高校)を手掛かりとして、定員確保のための数値目標設定を試みてきた。すなわち、本学のこれまで6年間の出身地域別入学者数の推移を眺め、2003年度定員割れから回復した最近2年間の傾向に基づき、その数値目標を、中信地区140名、南信地区40名、北信地区20名と設定した。さらには、各地区における本学入学実績の高い出身高校別入学者数からより詳細な数値目標の設定を試みた。すなわち、中信地区では、主要8校のうちCA・CCの大口2校で50名、CE・CF・CG・CHの準大口4校で40名、CB・CDの2校で20名とし、残りの30名を中信地区のその他の高校における目標とした。南信地区では、主要5校のうちSA1校で10名、相反する動きを見せるSB・SCの2校で10名、SD・SEの2校で10名とし、その他の南信地区の高校から10名とした。最後に、北信地区については、NA・NB・NCの主要3校から合せて10名、その他の高校から10名を目標とした。要するに、これまでの入学実績に基づき判断するならば、本学の定員確保は、中信・南信・北信の主要校16校から150名の入学者を迎えることが最低条件となり、残りの50名をそれ以外の県内各校から確保すべきこととなるのである。

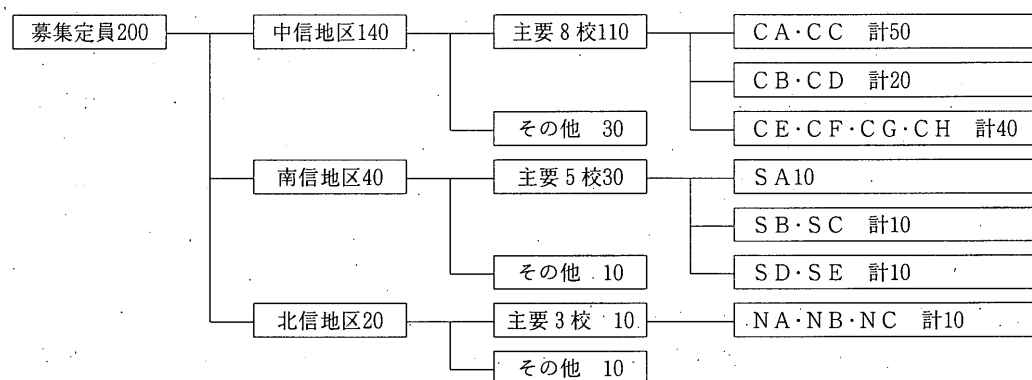
VI. 地域密着型学生募集活動の課題

2005年3月卒業式。ちょうど2年前の2003年4月に入学した学生たち約160名が本学を巣立っていった。2年間慣れ親しんだ彼らとの別れに、無事卒業を迎えた安堵と一抹の寂しさを感じ、その一方でそれまでには経験がなかった卒業者数の少なさに僅かな心の痛みを感じながら、着飾った彼らの後姿を見送ったことを今思い出す。月が替わった4月、本学は230名の新入学生を迎え、2年連続で定員を確保、本学教職員とくに学生募集の担当者は一先ずホッとしつつも、安息の間もなく、新年度学生募集ツールの制作、高校訪問、進学相談会、出前講座等々、来年度の学生確保のための募集活動はすでに佳境に入っている。6月からは「キャンパス見学会2005」もスタートする。今年度の学生募集活動は果たして上手くいくのであろうか。その目指すべきものはここまでの記述において大部分が明らかとなってきたのではないだろうか。

すでに述べたとおり、定員確保のための最大の学生募集活動がキャンパス見学会である。見学会への高校生の動員目標は、「年間動員数300、8月までに200、しかも8月最初の見学会単独で100」であった。この見学会動員目標にしたがえば最小に見積もっても、11月推薦入試終了時点で170名、12月推薦入試終了時点で180名、2月入試終了時点で190名、最終的な3月入試終了時点で200名の入学者が確定することとなる。このキャンパス見学会への動員を稼ぐために有効な活動が、高校生に対する直接的な募集活動すなわち高校内進路説明会、会場形式進路相談会といった個別説明会であり、「出前講座」「模擬講義」「模擬授業」といった本学教員による高校生向け講義である。個別説明会については、ある程度本学に関心を持つ高校生の参加が多く、その意味では、見学会への誘導も比較的容易であると言えるが、本学に関心がない、あるいは本学を知らないといった高校生に対しては、本学教員の講義がその「きっかけ」となる場合が少なからずある。また、高校生の一番身近な相談相手となる進路指導室への訪問も、間接的活動ではあるが、高校生にこの「きっかけ」を提供してくれるかもしれない教員への働きかけとして、決して等閑に付すべきものではない。

そして、キャンパス見学会への高校生の動員を図りながら、それと同時に、本学の特性である地域密着型の学生募集が行なわれることとなる。本学の学生募集の長野県内とくに中信・南信・北信に密着した地域性に配慮するならば、長野県全域を画一的に募集活動するのではなく、全域を網羅しつつも本学にとっての重点地域・重点高校を明確に意識し、より効率的かつ効果的な活動の展開が必要となる。その意味では、前節に明らかにした以下の学生募集の地域別・高校別数値目標が役

定員確保のための学生募集数値目標



立つ筈である。各地区の主要校からの入学者確保を起点として、地域別に入学者数を積上げ、最終的に本学の募集定員の充足を狙うという戦略である。ここでの特徴は、主要校のグループ分けにある。南信地区のSA高校についてのみ単独での数値目標としているが、それ以外の各地区主要校については、2～4校で1グループを構成している。その理由は、それぞれの高校における年度ごとの入学者の変動にある。大幅な変動を繰り返す高校に対しては単独の数値目標の設定がただの願望にしかならず、現実には蓋を開けて見なければわからない、という事になりかねない。そこで、南信地区のSB高校およびSC高校からの入学者の変動態様の中に相互補完的な一方が少ない場合にはそれを他方でカバーするという規則性を見出すことをもって、両校をセットとした数値目標の設定が可能となるのである。さらに言えば、この相互補完性は高校間のみに限る必要はなく、主要校とそれ以外の高校との間でも機能させることができる。例えば、主要校のトータルで目標に達しない場合でも、同地区の主要校以外のその他の高校からその分を確保できれば、目標は達成されたことになるのである。

この数値目標はあくまでも定員確保の目安であり、言うまでもなく、各高校グループ間において、主要校とその他の高校の間において、また、中信・南信・北信の各地域間においての数値のやり取りは何等規制されるものではない。とにかく最終的にどんな分布になろうとも、定員200名の確保が達成されさえすれば結果オーライとなるのである。この意味では、ここまで敢えて詳しくは触れてはこなかった要素が実は存在する。すなわちそれは定員プラス α の「 α 」部分である。これまでの本学入学者は県内上記3地区出身者のみではない。例えば、過去6年間の入学者数の出身地域別推移を表したグラフ⑤あるいはグラフ21に明らかなように、これまでの実績としては決して大きな値ではないにしても—したがって「 α 」としたのだが—県内3地区以外に、東信地区、県外から、さらには国外から(留学生)の入学者が存在しているのである。これまでは毎年、東信地区については平均して5～6名、県外については4～5名、留学生は平均6名の、少なく見積もっても15名が県内3地区以外から入学してきているのである。ただこの人数については年によってそれこそ蓋を開けてみなければわからないといった感が強く、結果オーライを見込んで最終目標である200名に含めて考えるべきか、あくまでも「 α 」とすべきかは、判断の難しいところである。

今後の課題

本学が平成元(1989)年度以降、唯一度経験した2003年度の定員割れは、今にして思えば、決して予測不可能な事態ではなかった。松本大学開学に続き、その翌年のS大学の開学は誰もが周知の事実であった筈である。しかしながら、県内での四年制の女子大学の開学がここまで県内短大に大きな影響をもたらすとは残念ながら当時は思いもしなかった。今ここで、当時の状況を担当者として個人的に振り返ってみる。翌年に松本大学開学を控えた2001年度、本学キャンパス見学会の動員数は2年連続で前年割れとなり、2002年度の学生確保に少なからず不安を感じていた。松本大学開学が本学の学生確保に影響するのではないかという不安である。しかしながら、この不安も杞憂に終わり、2002年度は松本大学とともに本学もまた定員を超える学生確保を果たした。ここで油断が生じる。本学の定員の200名は今後も安定的に集まるのではないかという思い込み、明らかな過信である。2002年度の募集活動は、翌年のS大学開学に何等の注意をはらうこともなく、ほぼ前年の踏襲として展開された。翌年に迫った異常事態の気配が現れたのは前年と比べて参加者が激減した8月の見学会であり、9月見学会ではほぼ前年並みの参加者数となるも、参加者累積数は過去最低を記録、急遽11月にも見学会を実施、11月の推薦入試終了後も精力的に高校訪問を続けるも思ったほどの効果は得られず、結局12月の時点で確定した入学者数は150名にも届かず、年明けの一般入試に50名以上一過去数年間では奇跡的な数一の学生確保を期することとなった。そして向かえた2003年、S大学開学。本学に奇跡は訪れず。もちろん、この時点で、本学の定員割れの要因を明確に把握している者は誰一人としてなかった。県外進学志向の高まり、専修学校進学志向の高まり、幼児教育や福祉といった特定分野の短大志向の高まり、等々、様々な憶測がなされた。ただ誰もが感じたことは、本学の教育内容が高校生の支持を以前ほどは得られなくなってきているのではないか、という思いであり、この思いが翌年度の定員回復をもたらす驚異的なカリキュラム改革につながったのである。

2002年度の定員確保に安心し、2003年度もなんとかなるだろうという慢心がすべての元凶であったのである。この2003年度の状況を教訓として、今後の募集活動にあたっては、同じ過ちを絶対に繰り返してはならない。来るべき2007年度は、松本大学総合経営学部「観光ホスピタリティ学科」が新設、従来の総合経営学科もさらに進化して「新総合経営学科」となり2学科体制となる。また、松商短期大学部では「医療事務フィールド」がオープン、カリキュラムの更なる充実を図る。さらには「松本大学女子ソフトボール部」が松本大学の強化クラブとして本格的に始動する。松本大学・松商短大ともに力強く着実な次の一步を踏み出す年となる。松本大学そして松商短大の存続をかけて、常に危機意識を持ちながらの、あらん限りの叡智を結集した学生募集活動が求められている。