

大学は、平成19年度入試（平成19年4月入学）から「大学全入時代」を迎えた。平成18年度に40.4%にまで達していた定員割れ私立大学の比率は今後さらに拡大し、大学入試において選抜機能が働いている大学と選抜機能が働いていない大学が二極化している。平成20年度入試においては、全国で前年度比約5万1千人の受験人口減少が予想され、二極化がより一層加速することになる。

さらに、受験生の安定志向、地元志向、国公立大学志向が年々強まりを見せており、入試改革だけでは志願者を安定して獲得することが難しくなっている。今後、大学が受験生に選ばれるためには、学生によりよい環境を提供し、常に先進的に大学改革を進め社会のニーズに応える教育を提供していかなければならない。

本学が、大学全入時代に選抜機能が働いている大学入試を実施するため、次の学生募集戦略に基づき各種展開を図ることとする。

- ① 京都、滋賀、大阪北部を拠点地区と定め、有力校との関係強化を進めることにより、近畿における確固たる地盤を築く。
- ② 本学の知名度の低い地域にも「大学政策枠指定校」等を戦略的に配置し、これを学生募集の広報拠点とし、全国の有力校から1人でも多くの学生を確保する。
- ③ ①②の活動を通して、地域の高校情勢に応じた丁寧な学生募集活動を展開し「志願者数50,000人確保」の目標達成をめざす。

1) 平成20年度入試制度改革の概要

平成18年度の入試改革では、社会的インパクトを考慮して、政策的に志願者の「量」を重視し、多様な学生が、その個性や能力に応じて受験できる入試方式、併願制度を導入した。平成19年度の入試改革では、受験機会拡大の観点から高校・予備校から要望が高い、3月入試（C日程）を新たに導入した。

平成20年度入試は、過去2年間の入試改革を継承しつつ、大学入試センター試験を利用する入試制度の改革を行う。センター試験を利用する大学は、過去最多の755大学・短期大学となり、平成19年度入試の志願者は、4年ぶりに前年度を上回る553,352人にのぼり、現役高校生の志願者が全体の78.5%を占める状況となった。このような状況を捉えて、センター試験受験生をターゲットとした入試改革を進める。

大学センター試験を利用する入試の具体的な改革内容としては、募集人員の増員を図るとともに、文系学部でほぼ同一の試験科目を設定し、受験生にわかり易くかつ他の学部（学科・専攻）との併願を促す制度に変更する。また、入試成績優秀者を対象とした入学時奨学金制度を導入し、全国から優秀な学生を確保する。

2) 平成20年度募集人員

主な入学試験として、一般入学試験A日程が平成20年1月26日（土）、27日（日）の2日間、B日程が2月11日（月）から13日（水）までの3日間、C日程が3月7日（木）、2教科型公募推薦入試が平成19年11月24日（土）、25日（日）の2日間の予定で実施する。なお、各学部・学科・専攻

における各入試形態の予定募集人員は次のとおりである。

(単位：人)

学部／学科／専攻		入学定員	一般入試		推薦入試		特別入試		募集人員合計	
			一般入学試験	センター試験利用	公募	その他	留学生・帰国生徒	社会人		
文学部	真宗学科	139	54	10	16	53	若干名	6	139	
	仏教学科	113	45	6	17	39	若干名	6	113	
	哲学科	哲学専攻	69	37	7	10	11	若干名	4	69
		教育学専攻	94	46	10	14	20	若干名	4	94
	史学科	国史学専攻	69	31	8	10	16	若干名	4	69
		東洋史学専攻	69	31	8	11	15	若干名	4	69
		仏教史学専攻	69	31	7	11	16	若干名	4	69
	日本語日本文学科	94	48	10	12	20	若干名	4	94	
英語英米文学科	94	48	10	12	20	若干名	4	94		
文学部小計		810	371	76	113	210	若干名	40	810	
経済学部	現代経済学科・国際経済学科（一括募集）	500	290	45	70	95	若干名	—	500	
経営学部	経営学科	445	228	45	80	92	若干名	—	445	
法学部	法律学科	340	195	34	43	68	若干名	—	340	
	政治学科	110	66	11	11	22	若干名	—	110	
法学部小計		450	261	45	54	90	若干名	—	450	
理工学部	数理情報学科	82	34	7	14	27	若干名	—	82	
	電子情報学科	82	34	7	14	27	若干名	—	82	
	機械システム工学科	90	36	9	16	29	若干名	—	90	
	物質化学科	82	34	7	14	27	若干名	—	82	
	情報メディア学科	82	34	7	14	27	若干名	—	82	
	環境ソリューション工学科	82	34	7	14	27	若干名	—	82	
理工学部小計		500	206	44	86	164	若干名	—	500	
社会学部	社会学科	165	86	18	33	28	若干名	—	165	
	コミュニティマネジメント学科	100	49	10	18	23	若干名	—	100	
	地域福祉学科	125	66	13	25	21	若干名	—	125	
	臨床福祉学科	120	64	13	24	19	若干名	—	120	
社会学部小計		510	265	54	100	91	若干名	—	510	
国際文化学部	国際文化学科	420	220	27	82	51	40	若干名	420	
大学合計		3635	1841	336	585	793	40	40	3635	
短期大学部	社会福祉科	242	85	10	90	57	若干名	若干名	242	
総合計		3877	1926	346	675	850	40	40	3877	

3) 入学志願者募集活動

従来からの志願者募集活動の基本的戦略に基づき、以下のとおり募集活動を展開する。

①大学間競争が激化するなか、地元重視（地域密着）の方針を打ち出す大学が増えている。本学においても、志願者・在籍者の約7割が近畿2府4県の高校出身者であることから、引き続き地元強化を推進する。具体的には、本学への志願者が多い中堅校をメインターゲットに、90分圏内にある中堅校の訪問を強化し、本学の入試制度を浸透させることにより、「受験しやすい龍谷大学」をイメージづけ、一般入試、センター試験利用入試等の志願者増をめざす。なお、上位校については、将来の志願者確

保を展望し、「大学政策枠指定校」を充実させるとともに、これを足がかりとした関係構築の強化を進めることにより、本学の認知度を高め、教育・研究への理解を求めていく。

②受験生獲得のための大きな媒体となっている大学案内誌、ホームページ、メールマガジン等の充実を図り、受験生向け広報誌や各種イベント（高校教員対象入試説明会、オープンキャンパス、入試直前対策講座等）と連動させた展開を図る。また、受験生をはじめ、保護者や高校・予備校関係者等に対しては、ターゲットや時期に応じて発信する情報を区別し、本学の入試制度、教育内容等の情報をきめ細やかに発信する。これらの展開を通して本学の認知度を高め、志願者の囲い込みをめざす。

③入試部職員による高校・予備校訪問の他、全学事務職員で構成する「入試アドバイザー」を全国各地で開催する入試相談会へ派遣するとともに、課長職位者による大阪圏有力高校への訪問、教員による出張講義等を継続して実施する。また、新たに卒業生を出身高校に派遣し、高校との関係強化に努める。

深草学舎と瀬田学舎において開催するオープンキャンパスや、入試時期の直前に近畿圏各地で開催する入試直前対策講座についても、受験生・高校等の要望や他大学の動向を分析し、実施内容を精査した上で、入試制度や教学内容を中心とした大学事情をよりわかりやすく伝達すべく工夫を重ねる。