

平成 18 年度は、定員割れをしている 4 年制私立大学の割合が過去最高の 40.4%に上り、初めて 4 割を突破した。定員割れの割合がこれまで最も高かったのは平成 13 年度の 30.2%で、5 年で 10.2 ポイントも更新したことになる。

そのような環境で迎えた本学の平成 19 年度入試は、前年度の入試制度改革で目標とし、達成することができた「志願者数 50,000 人確保」をめざし、地元と地方に戦略を分け、地域の高校情勢に応じた丁寧な学生募集活動を展開した。地元を対象とした戦略としては、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た。また、地方を対象とした戦略としては、大学の全国ブランド化をめざし、本学の知名度の低い地域の有力校を「大学政策枠指定校」とし、1 人でも多くの地方有力校出身の学生を確保すべく、体制を整えた。

1) 入学試験制度

平成 18 年度入試では、志願者の「量」確保を重視し、入試方式の多様化や、併願制度の柔軟化など、大幅な入試制度改革を行った。平成 19 年度入試では、その制度を引き継ぎながら、受験機会拡大の観点から、高校・予備校からの要望が高い、3 月入試（一般入試 C 日程）を新設した。この新入試は、前年に行った改革のポイントである、入試方式の多様化や、併願制度の柔軟化とは一線を画し、スタンダード方式のみで、1 学部のみへの出願という、本学への志向性の高い受験生を集めることを狙いとした。

さらに、一部の学部で前年度から実施している、専門高校等対象の推薦入試を全学部実施に拡大し、多様な受験生が受験できる入試制度を整備した。一方、志願者の大幅な減少が続いていた「経営学部小論文型公募推薦入試」は廃止し、「短期大学部エッセイ型公募推薦入試」は「短期大学部小論文型公募推薦入試」へと改めた。

2) 学生募集結果

本学の主な入試は、11 月に実施する「公募推薦入試」、1 月に実施する「一般入試 A 日程」、2 月に実施する「一般入試 B 日程」、3 月に実施する「一般入試 C 日程」、1 月に募集する「センター試験利用入試 [前期募集]」、2 月に募集する「センター試験利用入試 [後期募集]」である。

これら、選抜試験の志願数が 50,000 人を越えることが目標であったが、52,043 人を達成し、前年の 50,832 人から 2.4%の増となった。ただし、これには新設した、一般入試 C 日程の志願 2,873 人が含まれている。

入試毎に前年の出願数と比較すると、公募推薦入試は、93.0%、一般入試は、104.7%、センター試験利用入試は、107.4%であった。

3) 入学志願者募集活動

多彩な入試方式を導入した「入試制度改革」の 2 年目を迎え、これをより浸透させることも含め、

積極的に受験生ならびに保護者との接触機会の充実を目指した。

とりわけ、オープンキャンパスを大学イベントの中核軸ととらえ、全学の協力のもと、深草学舎で4日間、瀬田学舎で2日間開催し、合計10,617名の動員を達成した。イベント企画内容についても入試説明会・入試相談・学部教員によるミニ講義・現役学生との懇談をはじめ、保護者対象企画も併せて実施した。また、新たな「一般入試C日程」の実施に伴い、近畿圏各地で入試直前の時期における「龍谷大学入試対策講座」を開催し、出願促進を図るとともに、全国各地で開催されている「進学相談会」へは入試アドバイザーの協力を得て、114会場へ参加、ならびに課長職位者による大阪圏有力高校への訪問も継続して実施、教職員による出張模擬講義も精力的に行っている。