

## 9 学生募集に関する事項

ここ数年、経済不況が入試動向に大きく影響を与えており、国公立志向、地元志向、安全志向、資格志向といった傾向が引き続き顕著である。このような状況下においても、有力私立大学を中心に、新学部開設や学部改組、キャンパス移転等の新たな施策を打ち出し、志願者の獲得を強化している。

本学においては、2015年4月に国際文化学部の深草キャンパスへの移転、また農学部の新設を予定しており、これらの周知に努めるとともに、近畿及び周辺の重点地区を中心に高校、塾・予備校訪問を精力的におこなうとともに、各種メディアでの広告掲載とあわせて学生募集活動を展開した。

また、受験生とその保護者、高校教員、塾・予備校関係者と直接接する機会であるオープンキャンパス、入試直前対策講座等のイベントを重視し、内容の充実に努めるとともに、入試情報サイトやメールマガジンの有効活用等によって当該イベントへの参加促進をおこなった。

### 1 入学試験概要

主な入学試験として公募推薦入試、一般入試（A・B・C日程）、センター試験利用入試（前期・中期・後期募集）を実施した。

#### ●受験料返還制度の創設

一般入学試験A日程とB日程、またはA日程とセンター試験利用入試〔中期募集〕において、ともに同一学部・学科・専攻に出願した受験生を対象として、当該受験生がA日程で合格し、B日程またはセンター試験利用入試〔中期募集〕を欠席した場合に、B日程及びセンター試験利用入試〔中期募集〕の当該受験料を返還することによって、本学を第1志望とする受験生への出願促進を図った。

#### ●インターネット出願割引制度の導入

入試日程単位（一般入学試験A日程とセンター試験利用入試〔前期募集〕等、同一出願期間の同時出願も含む）でのインターネット出願受験料を受験料総額から5,000円割引いた金額とし、インターネット出願の促進を図るとともに、事務経費の軽減分を受験生に還元した。

## 2 学生募集結果

公募推薦入試は、10,445件（対2011年度比103.9%）、一般入試は、28,448件（対2011年度比104.3%）であり、2011年度（2012年度入試）に比べて志願者数増となった。大学入試センター試験を利用する入学試験においては、募集区分全体では、7,786件（対2011年度比93.6%）、募集区分別では、前期募集5,698件（対2011年度比99.0%）、中期募集1,738件（対2011年度比79.5%）、後期募集350件（対2011年度比87.5%）となり、2011年度（2012年度入試）に比べて志願者数減となった。公募推薦入試、

一般入試、センター試験利用入試の合計志願数は46,679件（短期大学部含む）（対2011年度比102.2%）であり、全入学試験志願数は49,045件（短期大学部含む）（対2011年度比101.5%）であった。

## 3 入学志願者募集活動

### ●高等学校、塾・予備校訪問

入試部事務職員による訪問に加え、課長職位者訪問、部長・次長職位者訪問（いずれも2回実施）、事務職員の母校訪問等、近畿及び周辺の重点地区を中心に、延べ1,222

## 都道府県別 志願・合格状況〈全入試形態合計（短期大学部を含む）〉

都道府県

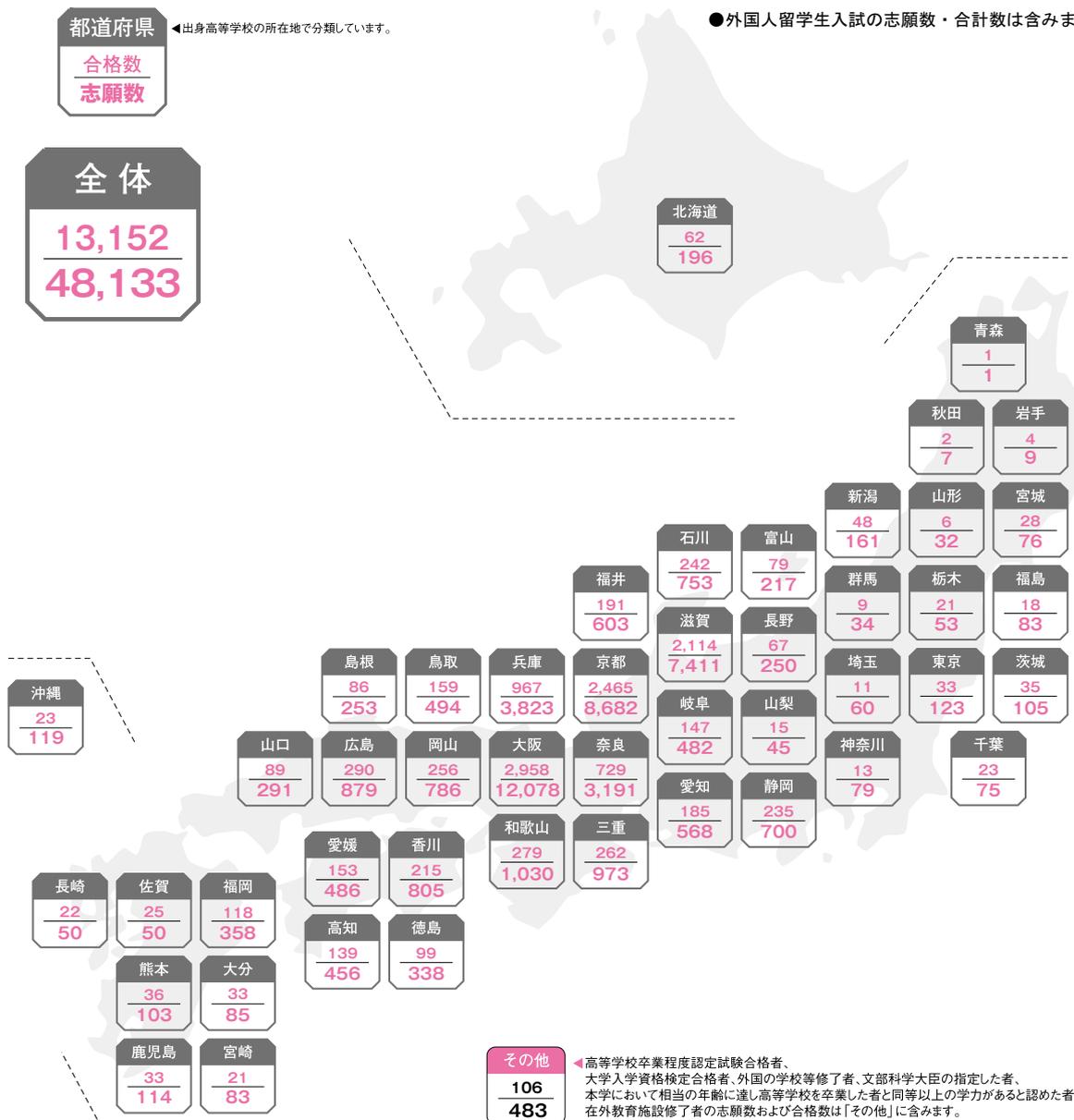
◀出身高等学校の所在地で分類しています。

合格数  
志願数

全体

13,152  
48,133

●外国人留学生入試の志願数・合計数は含みません。



校（2011年度約1,276校）の訪問をおこない、本学に対する認知拡大に努めた。

● 本学主催イベントの開催

本学の入試制度、教学内容、在学生の活動を高校生等に直接伝えられる機会として重視している「オープンキャンパス」は、2012年度においては2011年度に引き続き大宮学舎でも開催し、計7回（大宮1回、深草5回※、瀬田2回）、合計14,122人の参加者（2011年度14,483人）があった。（※台風接近のため秋のオープンキャンパスが途中中止となったことによる代替イベント含む）

また、公募推薦入試、一般入試への出願促進を目的に開催する「入試直前対策講座」は、近畿の他、新たに地方試験会場を設定した高知においても開催した。また、対策講座のインターネットによるLIVE配信も4回実施した。この他「入試説明会」を東京、金沢、津、米子、岡山、高松で実施した。

● 進学相談会、出張講義等への参加

全国各地で開催される「進学相談会」には、入試アドバイザーの協力もあり142会場へ参加した。また、高校等で

の入試部事務職員による「大学説明」、「入試説明」（のべ204回）及び各学部教職員による「出張講義」（のべ131回）や「学問分野説明会」（のべ78回）についても積極的に参加し、全学体制で学生募集に取り組んだ。

● 北陸地区への重点的広報展開

北陸地区を学生募集の重点地域と位置付け、学長室（広報）と連携し、金沢・福井での重点的広報活動（CM展開、高等学校・予備校訪問、高校生対象イベント）を実施した。

