

基準4 学生の受入

観点4-1-1： 教育の目的に沿って、求める学生像や入学者選抜の基本方針等が記載された入学者受入方針（アドミッション・ポリシー）が明確に定められ、公表、周知されているか。

【概況】

本学の教育内容や教育方法については、大学案内パンフレットおよび大学ホームページを通じて公表している。入学者選抜の基本方針は、入学者選抜要項の冊子を作成し配布すると共に、大学ホームページを通じて周知している。

これに加えて、開学した平成13年度より毎年7月から9月にかけて、中国・四国をはじめとして西日本一帯、首都圏、東海、近畿の各地域において、教員と事務職員が高校の進路指導室を訪問し、本学の学部学科や教育の特色および入学試験に関する説明を行い、高校側からの疑問に答える機会を設けている。また平成18年度の10月には広島県東部地域の高校の進路指導担当者を招き、本学からは学長はじめ各学部学科長が、本学の特色を積極的にアピールする機会を設けた。平成19年度からはこの会をさらに広島県全域に広げる計画である。さらに、本学の内容を体験する機会として、オープンキャンパスやそこでの模擬講義、出張講義や尾道市内での美術展示等を実施している。

【分析】

本学の教育内容や特色は大学案内パンフレットに記載され、全国の高校に配布されている。例えば大学案内パンフレット（平成19年度版）では、4～5ページにカリキュラムの一覧、6～33ページに学部・学科の教育内容や履修モデル、34～43ページに学生生活、44～47ページにインターンシップ制や卒業後の進路支援体制が紹介されている。入学者選抜の基本方針は入学者選抜要項に記載されている。大学案内パンフレットや入学者選抜要項に記載された内容は大学ホームページ（<http://www.onomichi-u.ac.jp/>）にも掲載され、ひろく一般に公開されている。

本学の求める学生像は、大学案内パンフレット、入学者選抜要項および大学ホームページの記述から読みとることができるが、専門知識と豊かな人間性を育成し、広く地域に開かれた大学をめざすとともに、経済情報・日本文学・美術という3学科から構成される本学ならではの特徴を、上述した高校訪問や懇談会等の折りに、学長をはじめ各学科長が積極的に説明することに努めている。

観点4-2-1： 入学者受入方針（アドミッション・ポリシー）に沿って適切な学生の受入方法が採用されており、実質的に機能しているか。

【概況】

高校卒業者を対象とした入学試験として、推薦入試、一般入試（前期日程）、一般入試（後期日程）を行っている。推薦入試は、地元尾道市の人材育成の観点をもちつつも、全国の高校を対象としている。また、編入学試験を経済情報学部では平成19年度より開始し、芸術文化学部美術学科では平成20年度より開始する。

【分析】

センター試験を課すようになった平成14年度以降の入試について、学科ごとの志願者数の一覧を表Aに、入試種別ごとの年度別志願者数と入学者数の一覧を学科ごとに表Bおよび表Cに示す。平成13年度は開学の年にあた

り、入試日程が一般の国公立大学と異なる上にセンター入試も採用されなかったため除外した（尚、平成13年度から平成16年度までの志願者数は「自己点検・評価報告書」（平成16年7月版）も参照のこと。）

表A 学科ごとの年度別志願者数

(単位：人)

区 分	定 員	平成14	平成15	平成16	平成17	平成18	平成19
経済情報学科	200	1271	1266	1177	916	1552	1361
日本文学科	50	648	384	397	431	407	414
美術学科	50	358	366	412	341	341	309
合 計	300	2277	2016	1986	1688	2300	2084

表B 入試種別ごとの年度別志願数と入学者数（経済情報学科）

(単位：人)

年 度	平成14		平成15		平成16		平成17		平成18		平成19	
	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者
推 薦	95	59	111	71	137	66	127	70	144	71	113	70
一般前期	487	141	433	127	597	139	391	121	589	105	473	112
一般後期	689	10	722	32	443	18	398	34	819	52	775	51
合 計	1271	210	1266	230	1177	223	916	225	1552	228	1361	233

表C 入試種別ごとの年度別志願数と入学者数（日本文学科）

(単位：人)

年 度	平成14		平成15		平成16		平成17		平成18		平成19	
	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者
推 薦	42	16	58	16	47	16	49	16	40	16	48	16
一般前期	280	35	180	37	184	33	204	38	211	29	181	34
一般後期	326	5	146	3	166	4	178	1	156	13	185	4
合 計	648	56	384	56	397	53	431	55	407	58	414	54

表D 入試種別ごとの年度別志願数と入学者数（美術学科）

(単位：人)

年 度	平成14		平成15		平成16		平成17		平成18		平成19	
	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者	志願者	入学者
推 薦	78	17	107	15	103	15	97	16	99	16	89	16
一般前期	124	29	113	29	144	28	102	29	108	29	101	25
一般後期	156	6	146	7	165	7	142	7	134	7	119	10
合 計	358	52	366	51	412	50	341	52	341	52	309	51

表Aから、いずれの年度の入試においても全学科の定員に対して5倍以上の志願者がおり、適切な受け入れ方法が設定されていると判断できる。しかしながら、入試種別ごとの内訳を見ると、経済情報学部の受験者数が試験年度によって変動しつつ漸減してきていることが読み取れる。このことは、経済情報学科という名称の学科があまりなく、受験生や進路指導の担当者に理解されにくいことが一因となっている。この点に関しては、高校訪問を通じて経済情報学科の特徴の理解を図ることで対応する他、平成20年度からの授業科目に「証券市場論」や「ファイナンス論」を入れるなど科目の充実に努めている。

なお、平成19年度に、現在の推薦入試、一般入試（前期日程）、一般入試（後期日程）等の選抜方式が、アドミッションポリシーに適合した入学者を受け入れているかを確認するために、経済情報学部の在学学生を対象に、成績を含む修学状況の追跡調査を行う。次年度、この調査を芸術文化学部にも広げる。これをもとに、現在の入試制度の問題点を洗い出し、アドミッションポリシーが実質的に機能するように、入試制度を改めていく。

観点4-2-2： 入学者受入方針（アドミッション・ポリシー）において、留学生、社会人、編入学生の受入等に関する基本方針を示している場合には、これに応じた適切な対応が講じられているか。

【概況】

私費外国人留学生選抜試験を平成13年度からおこなっている。また経済情報学科では、平成19年度より、高専卒業生、短大卒業生、他大学からの編入希望者等を対象に学部3年生への編入学試験を行っている。社会人の学生の受け入れは可能であるが、受け入れのための特別な選抜方法は採っていない。

【分析】

私費外国人留学生選抜試験の受験者は表Eのとおりである。毎年、経済情報学科で3～4名、日本文学科で1～2名、美術科で0～1名を受け入れている。編入学試験の受験者は表Fのとおりである。受験者は短期大学卒業生であり、平成19年度には経済情報学科で2名を合格とした。

表E 私費外国人留学生選抜試験の受験者数 (単位：人)

年 度	志願者数							合格者数							入学者数							
	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19	
経済情報	13	7	10	12	12	12	9	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	
日本文学	0	3	0	5	7	4	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	2	2	1	0
美 術	0	2	2	3	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	

表F 編入学試験の受験者数（経済情報学部） (単位：人)

年 度	受験者数	合格者数	入学者数
平成19年度	5	2	0

観点4-2-3： 実際の入学者選抜が適切な実施体制により、公正に実施されているか。

【概況】

入学者選抜実施委員会が組織され、推薦入試・前後期入試・私費外国人留学生選抜試験の実施および採点の統括を行っている。また、入学者選抜実施委員会は、採点結果に基づき合格候補者の原案作成も担当する。作成された原案は、教授会で審議され、最終的な合格者が決定される。ただし、平成18年におこなわれた編入学試験は経済情報学部によって面接試験と合格候補者原案の作成がおこなわれた。

【分析】

入学者選抜実施委員会は、尾道大学委員会規程第4条（3）に基づき組織されており、教授会は、尾道大学学則第7条第2項（2）に基づき合格者の決定案につき審議する。

観点4-2-4： 入学者受入方針（アドミッション・ポリシー）に沿った学生の受入が実際に行われているかどうかを検証するための取組が行われており、その結果を入学者選抜の改善に役立っているか。

【概況】

入試制度検討委員会が組織され、各学科の意見集約をおこなうとともに、入試制度改革に常時取り組んでいる。また入学者選抜実施委員会は、入学試験終了後に検証を行い次年度への引き継ぎをおこなっている。

【分析】

入試制度検討委員会と入学者選抜実施委員会は、尾道大学学則第12条及び、委員会規程第4条に基づき組織されている。その活動結果として、定員・科目・配点の変更、推薦入試の出願要件の付加、編入学試験の導入や地域枠指定の変更等の改革案が評議会に提案された。

なお、平成19年度に、現在の推薦入試、一般入試（前期日程）、一般入試（後期日程）等の選抜方式が、アドミッション・ポリシーに適合した入学者を受け入れているかを確認するために、経済情報学部の在籍生を対象に、成績を含む修学状況の追跡調査を行う。次年度、この調査を芸術文化学部にも広げる。これをもとに、現在の入試制度の問題点を洗い出し、アドミッション・ポリシーが実質的に機能するように、入試制度を改めていく。

観点4-3-1： 実入学者数が、入学定員を大幅に超える、又は大幅に下回る状況になっていないか。また、その場合には、これを改善するための取組が行われるなど、入学定員と実入学者数との関係の適正化が図られているか。

【概況】

開学以来の入学者数を表Gに示す。毎年の入学者は、ほぼ定員どおりである。

表G 年度別入学者数

(単位：人)

区 分	定 員	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
経済情報学部 経済情報学科	200	212	210	230	223	225	228	233
芸術文化学部 日本文学科	50	56	56	56	53	55	58	54
美術学科	50	53	52	51	50	52	52	51
合 計	300	321	318	337	326	332	338	338

【分析】

上記のとおり、毎年ほぼ定員とおりの入学者を確保している。

特記事項

本学の広報活動について（広報委員会）

【概要】

本学の教育内容や教育方針について、広報委員会としての主な広告媒体は、大学案内冊子及び大学説明会等である。《大学案内冊子》としては、①『尾道大学大学院案内』、②『[市立]尾道大学 大学案内』、③『尾道大学通信』があり、《大学説明会》としては①「オープンキャンパス」、②「高校訪問」、③「高校への出張講義」、④「高校の大学訪問」、⑤「進路指導担当者との懇談会」⑥「大学進学説明会」、⑦「メディア関係の各種広告」、⑧「その他」がある。これらの仕事の企画・推進については、教員（6名）及び事務職員（4名）が一体となって全体会議で議するが、仕事量が多くしかも多様であるがゆえに、6小委員会を設置して各担当部門が個別具体的に議し、その結果を全体会議にかけたり、委員長が判断したりしながら、最終結論としている。

【広報活動の詳細】

《大学案内冊子》

① 『尾道大学大学院案内』

この冊子は、平成17年度より発足した大学院の大学院概要及び経済情報研究科、日本文学研究科、美術研究科の教育・研究内容について、研究科ごとの特色、目的、授業科目の内容・概要、取得免許状等を記載している。発行数は2,000部で、主として関係学部のある全国の大学に配布している。来年度のこの冊子は、今年度のを大幅に見直す方針である。また「大学院ポスター」として1,000部作成し、大学院案内と同様に配布した。

② 『[市立]尾道大学 大学案内』

この冊子は、4年制が発足する前年度の平成12年度より発行している。発行は毎年6月だが、発行の前年度より企画・構成・原稿依頼・写真撮影等、それに印刷発注の準備をしている。『2007大学案内』はA4版、総ページ51、総カラー、発行数は30,000部で、全国の高校に配布している。内容は大学設置理念、沿革、大学全体のカリキュラム及び経済情報学科、日本文学科、美術学科の学科ごとのページ、加えてCAMPUS GUIDE、CAMPUSLIFE、Admissions、Backup、進路支援、大学院・研究科、ONOMICHI PICSからなる。全体としては学科ごとの教育内容や教育方針、大学生活の紹介、卒業後の進路等、写真や図表を取り入れ、親切丁寧に説明しており、高校関係者・受験生に好評である。平成19年度の『2008大学案内』は、基本枠は平成18年度と同様とした。

③ 『尾道大学通信』

この冊子は、平成16年4月にNo.1を発行し、以降毎年4月と10月に発行している。昨年10月に発行したNo.6は、A4版、12ページで、内容は教員探訪、ONO-DAIトピックス、学生レポート、街と大学、サークル紹介、サークル活動、大学院生の活躍、図書館だより、医務室だより、インフォメーションからなる。この冊子は主として保護者に配布するもので、内容はおのずと学生や教員中心の話題や各種情報が多く、写真も多く取り入れ、オールカラーで読みやすくなっている。4月に配布するNo.7の発行に向けて、現在準備中である。

《大学説明会》

① 「オープンキャンパス」

「オープンキャンパス」は、平成13年度に第1回を実施し、平成18年度は8月11日、9時30分から16時まで実施した。9時30分受付開始。10時から12時15分まで、経済情報学科と日本文学科が学長挨拶、学科内容の説明、入試関係の説明、学生生活等の説明、教員による模擬授業を実施した。美術学科は1時間遅れで、模擬授業以外を実施し、模擬授業に代えて14時から16時まで、作品展示・工房見学の時間とした。13時から16時まで相談コーナーを設け、各学科の教員、入試委員、学生代表、事務職員が相談に対応した。また、午後にはコンピューター講座を開催し、附属図書館を開放した。当日の参加者は852名（高校生595名・保護者257名）で、北海道・東北・関東・九州からもあった。相談コーナーには受験生以外、保護者・高校教師の相談もあり、相談内容は例えば「演習の履修方法」「奨学金」「アルバイト」「下宿・寮」など多様であった。参加者に行ったアンケート結果で好評だったのは、経済情報学科・日本文学科は「学科説明会」と「模擬授業」、美術学科は「作品展示」と「学科説明会」。「オープンキャンパス」の実施を知った方法は「ホームページ」「友人・知人」「ポスター」「先生」の順であった。なお、「オープンキャンパス」を実施するにあたり、「オープンキャンパスポスター」6,000部を作成し、全国の高等学校に配布した。

② 「高校訪問」

「高校訪問」は、主として高校が夏期休暇に入る前に、教員・事務職員が手分けをし、実施している。『尾道大学 大学案内』『尾道大学通信』『入学者選抜要項』等を持参して、進路指導担当者に会い、教育内容、学生生活、入試関係、就職状況等、本学の実態について説明している。訪問校は主として中国・四国地方で、平成13年から実施している。平成18年より過去の実績を考慮して重点校・準重点校を中心とすることとし、今年度は259校訪問した。高校以外に、美術学科は美術系の予備校5校を訪問している。訪問者の感想は多様だが、「尾道大学のPRをもっと積極的に」というものが少なくなく、また、大学の勤務時間や交通手段等ままならず、訪問が必ずしも円滑に行われていない問題点もある。

③ 「高校への出張講義」

「高校への出張講義」は高校より生徒への講義依頼があったもので、平成18年度は広島県立御調高校、広島県立呉三津田高校、広島県立広高校、岡山県立倉敷清陵高校、広島県立因島高等学校、福山市立中高校へ赴いて、講義を実施した。実施した教員は、本学の実態を説明するのに格好の時間であったと言う。

④ 「高校の大学訪問」

「高校の大学訪問」は高校の教員・高校生・保護者が本学を訪問して、施設を見学したり、教育内容を質問したりするものである。高校の大学訪問はこれまでに少なからずあったが、平成18年度は広島県立府中東高校（153名）、広島県立因島高校（43名）、広島県立瀬戸田高校（39名）、広島県立福山明王台高校（25名）、大阪市立工芸高校（6名）、広島市立基町高等学校（40名）である。大学から高校を訪問するのに比べて、これは教員・高校生・保護者が直接見聞できるので、大学の実態がよく分かり、有効である。

⑤ 「進路指導担当者との懇談会」

「進路指導担当者との懇談会」は少子化時代、大学全入時代を前にして、本学の教育体制を説明し、高校現場の理解と信頼を得るために、10月5日、15時から16時30分まで、本学を会場にして、平成18年度初めて実施した新規事業である。出席者は広島県東部・北部の高校40校、その進路指導担当者44名。大学側からは学長以下15名。懇談会は学長挨拶、経済情報学科、日本文学科、美術学科の説明、入試関係の説明、進路支援の説明、質疑応答があり、解散後、希望者が学内見学を行った。事前に届けられた質問事項、特に入試に関するものは、入試関係の説明の中で入学者選抜実施委員会委員長が行った。この懇談会の様子が地元新聞に取り上げられ、相応の効果があった。現場の生の声を直接聞くことができ、応答の中で相互の理解が深まるなど、多くの利点があり、来年度は更に積極的に展開する必要を感じ、参加校の規模を県内全域に広げて実施することが内定している。

⑥ 「大学進学説明会」

「大学進学説明会」は高校企画のもの、業者企画のものがある。高校企画のものは原則としてすべて引き受けることにし、平成18年度は広島県立三原東高校に出向いて説明を行った。業者企画のものは必要に応じて、教員・事務職員が手分けし、参加している。平成18年度は広島会場4回、福山会場3回、尾道会場・呉会場・三次会場・松江会場・今治会場・徳島会場・大阪会場、各1回等である。

⑦ 「メディア関係の各種広告」

「メディア関係の各種広告」としては、新聞広告、尾道ケーブルテレビ及び尾道エフエム放送がある。平成18年度は、新聞広告としては、6月9日の読売新聞に「オープンキャンパス開催」について掲載し、11月21日の中国新聞には「広島県大学・短期大学 学校案内・学長メッセージ紹介」の見出しで、本学の概要をPRした。この他、入試広告として、10月13日、1月1日、1月3日、1月4日、1月5日の読売新聞（主に西日本地域を対象）へ募集概要を掲載し、受験生確保に向けてPRを重ねた。また、尾道ケーブルテレビの告知としては、「オープンキャンパス」について、8月1日から10日まで、1日あたり6回、約9分ずつ「ピックアップ情報おのみち」で放映した。尾道エフエム放送でも、「オープンキャンパス開催」について、7月30日から8月5日まで、1日あたり3回、約9分間ずつ「インフォメーションおのみち」で周知を図った。

⑧ 「その他」

「その他」としては、「オープンキャンパス」時に行った参加者へのアンケート、「新入生オリエンテーション」時に行った入学者へのアンケート及び各種機関や団体、あるいは個人から問い合わせ等については、11名の広報委員全員で適宜対応した。

少子化時代、大学全入時代を前にして、今や広報委員回は外向きには大学の顔になっている面があり、本学の教育内容や教育方針についての広報活動のあり方は、量・質両面から点検が必要であるかもしれない。これを実行するには人的補充を視野に入れなければ、委員に多くの負担を課すことになる。その意味において、広報活動のあり方は、大学を挙げて大所高所からの検討が必要であろう。