

⑦ 学生募集・広報

(1)学生募集に関わる活動はどのように行われているか。説明会への参加状況（地区会場の場合、各高校実施の場合）

(回答)

学生募集・広報活動については『学生募集広報小委員会』にて年間計画を検討・策定している。この中で、質問内容にある説明会への参加状況（平成 27 年度）は以下の通りである。

	地区		回数	会 場
地区会場	長野県	諏訪	1	本学
		北信	6	長野
		中信	8	松本
		東信	2	上田
		南信	3	飯田、伊那
	県外	山梨県	6	甲府
		その他	13	東京 5 回、神奈川 3 回、愛知・群馬・新潟・富山・石川に各 1 回
高校会場	1 年生対象		22	模擬授業、学問系統別説明
	2 年生対象		34	学問系統別説明、大学個別説明
	3 年生対象		35	大学個別説明、模擬面接

(2)高校訪問はいつ頃どんな形で行われているか。

(回答)

長野県内（山梨県含む）高校訪問と県外高校訪問の 2 つに分けて実施している。

① 長野県内高校訪問

エリア内の主要な対象校となる高校 100 校程度を 20 ブロックに分け、それぞれに担当者（事務職員 12 名で担当）を置き、年間 3 回の訪問を同じ担当者が実施する。第 1 回（6～7 月）訪問に重点を置き、第 2 回（11～12 月）、3 回（2～3 月）は目的に応じて極力対象校を絞り実施している。教員が同行しないのは、この種の高校訪問では、窓口対応が主で生徒や一般の教員には会えないので、教員は高大接続のための出前授業や出前実験、来校してもらっての模擬授業や実験などに注力すると役割を分担していることによる。

② 県外高校訪問

学生募集広報の重点エリア（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の首都圏 1 都 3 県及び愛知県）を中心に、6～7 月と 11～12 月の 2 回に分け事務職員による訪問を実施している。本学の存在や教育の特色に対する認知度を高め、他大学にはない魅力をアピールする。特に関東圏においては東京理科大学の姉妹校であることを印象づけることで、指定校制推薦での出願及び一般入試の併願校としての出願を促進してきた。より多くの高校にアプローチするため、平成 27 年度は業者によ

る高校訪問も活用し、首都圏 1 都 3 県の 84 校に対して実施した。

- ③ 上記のほか、平成 24 年度より“在学生による高校訪問”を実施している。全国から入学してきている在学生が母校に戻り大学の紹介をすることで、大学で訪問しきれない高校へのアプローチができるとともに、訪問をする在学生にとって高校教員とのアポイントや大学紹介（プレゼン）といった“社会人基礎力”を養う場ともなっている。

(3)学校開放・説明会（オープンキャンパス）はどのような形で、年何回程度行われているか。

(回答)

大学独自の学校開放・説明会（オープンキャンパス）等のイベントについては以下の通りである。

イベント名	実施時期	回数	実施概要
オープン キャンパス	6月/7月 8月/9月 3月	5回	大学概要説明、学部・学科説明、個別入試相談、研究室公開、模擬授業、体験講座、キャンパス案内などを実施。県内各地のほか、甲府、東京からの無料送迎バスを運行している。年間 800 名程度が参加している。参加者アンケートでは研究室公開の評価が高い。
キャンパス 入試相談会	9月/10月 11月/1月	4回	受験生の個別のニーズに応えるための相談会。大学概要説明、学部・学科説明、個別入試相談、研究室紹介、キャンパス案内などを実施。年間 30 名程度が参加している。
高校生のための 公開授業	11月	1回	授業を実際に見学してもらうことで、本学の雰囲気(学びの内容、丁寧な授業、真剣に学ぶ等)を体感してもらう。
高校教員対象 入試説明会	5～6月	5回	高校教員を対象として、本学及び県内 2 会場（松本、長野）と甲府会場の計 4 会場で 5 回の説明会を開催。教育内容及び入試制度の周知のため実施している。
高校教員対象 授業見学会	5～6月	2回	高校教員対象入試説明会のうち諏訪会場で実施する 2 回について授業見学会を実施している。

この他、最近は、高等学校とのいわゆる高大接続に力を入れている。内容は、こちらから出張したり来校してもらってのシリーズものの実験、本学のセミナハウスを利用してもらっての合宿形式での大学体験、等である。

イベント名	実施日	平成 27 年度実績
教員による出前授業	通年	36 回
サイエンス体験プログラム	8 月	3 校 10 名参加
高校生の実習体験	通年	5 校 102 名受入れ
高校生の大学見学等	通年	8 校 480 名受入れ

- (4)多くの私学も、国・公立大学も、地区会場等の説明会に参加し、また高校訪問をしており、オープンキャンパスも年何回か行っているようであるが、諏訪東京理科大学は、これらの動きについてどのように考えておられるか。**

(回答)

これら学生募集広報活動の目的は単に大学名や特徴を広報し志願者を増加させるためだけの活動ではなく、大学の教育内容・方針や各種ポリシー等を入学する可能性のある高校生やその保護者、高校教員等にしかりと周知し、入学後のミスマッチを防ぐという大きな役割も持っている。この役割を果たすために、現在の活動については実施回数の程度の検討は必要ではあるが、維持すべきであると考えている。(この種の高校訪問は、受け入れ側にも負担をかけるため必ずしも回数を増やすことが良い訳ではないと伺っており、最近はむしろ回数を抑えている。)

(5)学校案内・各種パンフレット等の大学の状況を周知する印刷物、インターネットを活用した広報活動はどのように行われているか。

(回答)

学校案内の基本となる“大学案内パンフレット”を毎年作成しているほか、ターゲットを絞った印刷物を以下の通り作成している。これらの作成時期、配布方法等も記載の通りである。

印刷物名称	作成時期	配布方法等
大学案内パンフレット	5月	・資料請求者に発送 ・各種イベント参加者に配布 等
保護者向けリーフレット	6月	同上
首都圏向けリーフレット	作成済	首都圏からの資料請求者資料に追加
女子向けリーフレット	作成済	女子からの資料請求者資料に追加
オープンキャンパス告知ポスター	6月	長野県、山梨県の全高校に発送
オープンキャンパス告知 DM	6月 2月	オープンキャンパス前に資料請求者に発送
Web 出願告知リーフレット	10月	11月以降の3年生以上の資料請求者に発送
年賀 DM (東京理科大学との合同発送用)	12月	東京理科大学の資料請求者(25,000人)と本学資料請求者(1,500人)に発送

また、インターネットを活用した広報活動としては、本学公式ホームページでの情報公開による広報活動と各種進学媒体に本学情報を掲載する広報活動の2種類がある。

本学公式ホームページの情報更新や閲覧状況の調査、デザイン等を含む管理については『Webコンテンツ運営委員会』において実施している。特に閲覧状況の調査については業者による調査報告会を3か月に1度実施し、魅力あるWebページ作成を目指している。

また、各種Web媒体への参画については、費用対効果等を考えながら以下の企画に参画している。ただし、こういった媒体からの資料請求者数だけが増加し志願者数に結びつかない状況も見えてきたことから、数年前より参画媒体を絞ってきている。

【参加企画名称(業者名)】

パスナビ(旺文社)、ベネッセ・マナビジョン(進研アド)、マイナビ進学(マイナビ)、
夢ナビWeb(フロムページ)、逆引き大学辞典(廣告社)、日本の学校Web(JSコーポレーション)、
学校ガイド(キッズコーポレーション)