

短期大学を対象とした学生募集の特色についての調査研究

木下ゆり 堀江信之 芦澤久江 児玉和人

I. はじめに

1992年に203万人だった日本の18歳人口は、1993年以降は減少の一途をたどり、2010年には約121万人まで減少している（総務省、2013）。その一方で大学・短期大学進学率は1992年度の約40%から2013年度には53.2%まで上昇し、18歳の半数以上が大学・短期大学に進学する時代を迎えている。しかし、短期大学に関していえば、進学率は1994年度の13.8%をピークに2013年度には5.4%まで低下し、全国の私立短期大学の69.7%が定員未充足校という厳しい状況にある。短期大学への進学率が年々低下してきた背景には、四年制大学と専門学校への進学率の上昇があり、2013年度のそれぞれの進学率は、四年制大学は47.4%、専門学校は17.0%となっている（文部科学省、2013）。静岡英和学院大学短期大学部でも、2010年度と2011年度は定員を充足したものの、2012年度は82%、2013年度は96%であり、短期大学における効果的かつ持続可能な学生募集体制の構築は急務であると言える。

そこで、高等教育機関としての短期大学教育の意義を踏まえ、特徴をより明確にしなが、効果的な学生募集対策を検討することを目的に、学生を対象にグループインタビュー調査と質問票による調査を実施した。短期大学の学生募集に与える影響を、社会的環境要因と本学独自の要因の側面から分析し、短期大学における学生募集の実態及び効果的かつ持続可能な学生募集対策のあり方を検討した。

II. 研究方法

静岡英和学院大学短期大学部に設置されている「現代コミュニケーション学科」(収容定員200名)と「食物学科」(収容定員160名)の学生を対象に、学生募集における広報活動の基礎資料として、以下の2つの調査を実施し分析を行った。

(1) 入学動機および学生生活に関するグループインタビュー調査の方法

学生の意識や学生生活の特色を明らかにするために、フォーカスグループインタビューの手法(Uwe F, 2005)を用いて、質的な調査および分析を行った。質的な研究方法としては、グループインタビュー法は極めて有効なものの一つであり、その利点は関係者の「なまの声」を体系的に整理し、潜在的な情報やニーズ、意見を把握することができることである。また、グループでのインタビューは個別インタビューと比較して、参加者同士のグループダイナミクスが生じるため、意見をより引き出すことができる、プレッシャーが少なく発言しやすいなどのメリットがある(安梅,

2003)。

対象者は2学科それぞれの教員による直接のよびかけに応じ希望した学生で、研究責任者による研究概要説明を受け、研究への協力を得られた者とした。リクルートの結果、計40名が参加に同意し、調査に参加した。

調査時期は2013年1月～3月で、学内で小グループに分けて7回行った。1グループの人数は、日本人学生は5～8名で、留学生は2名で行った。インタビューの所要時間は各グループに対して約45～60分で、場所は学内のセミナー室等で実施した。司会者は、グループインタビュー法について訓練された研究者1～2名が担当した。また、対象者に承諾を得た上で、会話をICレコーダーで記録し、司会者は言語的、非言語的コミュニケーションを筆記で記録した。インタビューの主な質問項目は、入学前と入学後の経験や意識についてであり、詳細は表1に示した。これらの質問に沿って作成したインタビューガイドを用いて、対象者に質問をした。また、調査対象者の概況について把握するため質問票による調査を匿名で行った。

表1 フォーカスグループインタビュー調査における質問項目

-
- A：入学前の意識・入学に至った経緯
 - 1 入学前の本学に対するイメージ
 - 2 本学への入学を考えたきっかけ、入学理由（時期、出来事、人物）
 - 3 本学に入学しなかった場合の進路の可能性
 - B：入学後の経験・意識
 - 4 学生生活の中で楽しいこと、楽しい時
 - 5 入学前にイメージしていた短大生活と実際のギャップ
 - 6 学生生活での不安、困難、対処方法
 - C：本学の特徴
 - 7 本学のよいところ
 - 8 他大学にあって本学にないこと（あるとよいこと）
-

調査結果の分析方法は、録音記録を文章化し、研究者が研究目的と関連する部分を抜き出して、KJ法（川喜田，1967）によって、①録音記録の文章化、②キーワードの抽出、③ラベル化（それぞれの発言内容を書きだす）、④グループ編成（KJ法）、⑤表札作成、⑥関連性の図式化、の流れで行った。上記①はインタビューに立ち会った研究者1名と本学卒業生の研究協力者2名が行った。②～⑤は研究者が16時間かけて行った。その結果をさらに2名の研究者で2時間かけて分析し⑥を行い、その後議論を3回行い、結果をまとめた。

インタビューの実施にあたり、インタビュー内容を録音し、録音した内容を逐語録にすることについて、参加者からの同意は文書にて得た。グループインタビューおよび質問票で得られた、データおよび音声から起こされたテキストデータは、匿名化して分析に用いた。調査終了後に、録音データ、テキストデータ、質問票は破棄した。

(2) 資格取得に関する意識および入学動機に関するアンケート調査の方法

学生の入学志望理由、志望理由の要素となりうる資格について、質問票による調査を行った。対象者は2学科学生全員で、2013年1～2月に配布および回収を行った。

質問項目は主に4つあり、問1では本学への入学者が取得している可能性のある資格・検定26種について4つの段階（短大入学前に取得したもの、短大に入学したら取得したいと思っていたもの、短大入学後に取得したもの、現在取り組み中または今後取得希望のもの）で、複数回答で選べた。問2では「資格・検定を取得して変化したこと、よかったこと」について質問し自由記述方式で回答させた。問3では本学への入学理由について、23項目の選択肢の中から順位をつけて最大5つを選択させた（順位法）。問4では、短大に入学を決める際に参考になった情報源について、12項目の選択肢から順位をつけて最大4つを選択させた（順位法）。

Ⅲ. 結果

(1) 入学動機および学生生活に関するグループインタビュー調査の結果

調査に参加した学生は計40名で、現代コミュニケーション学科18名（1年生1名、2年生17名）、食物学科22名（1年生14名、2年生8名）であった。そのうち男子は2名、社会人は1名、留学生は2名であった。1年生38%、2年生62%であった。

インタビュー調査の結果の回答をまとめるために、本学のイメージなどを1)本学のイメージ、2)受験および入学につながった要因・理由、3)入学後に充実感・満足感を得られたこと、4)本学での学生生活を表す言葉、の4つの枠組みでまとめた。

1) 本学のイメージ（図1）

第一段階として進路決定前のイメージは、「女子」「お嬢様」「上品」「キリスト教」「英語」であった。しかし、進路を決める時期に初めて本学を知った学生も多く、「大学を知らなかった」「事前のイメージは特になかった」という意見もあった。第二段階の進路決定時期のイメージは、現代コミュニケーション学科では「ユニットがたくさんある」「いろいろ学べる」「自由に選べる」「短大卒」であった。食物学科では「栄養士」「フードスペシャリスト」「フードサイエンティスト」「栄養士として就職」「食品系を学ぶ」であった。第三段階のオープンキャンパスに参加してから持ったイメージは、全体の雰囲気として「楽しそう」「雰囲気よい」「明るい」、校舎・立地条件について「環境がよい」「きれいな校舎」「山の上」、人について「学生と先生の距離が近い」「先生が優しい」など、いずれもポジティブなイメージを持っていた。

現代コミュニケーション学科の学生の多くは、専門学校と比較しており、専門学校では専門分野に限定した学びしかできず就職の方面も限定されるという「縛り」があるが、本学では専門分野に縛られない「自由度」が特徴であった。その結果、現代コミュニケーション学科を選んで入学してきた学生が持っていたイメージは「途中で専門分野を変更できる」「○○を学びながら○○も学ぶ」

「専門分野+教養科目」「授業の数が多い」「息抜きができる」「就職に幅がある」などであった。一方、食物学科の学生の多くは、県内の短大と比較しており、注目していた点としては、「施設」「学生」「教員」をはじめとした全体的な雰囲気、「栄養士+α資格」、「栄養教諭免許」と「フードスペシャリスト資格」の比較、「栄養士としての就職状況（就職率）」「実習科目の数（英和は実習が多い）」などであった。

図1 本学に対するイメージ

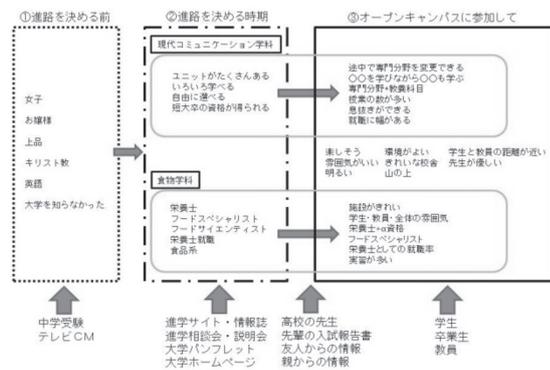
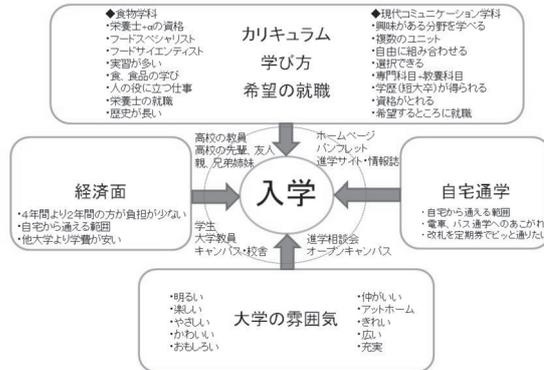


図2 受験および入学につながった要因・理由



2) 受験および入学につながった要因・理由 (図2)

受験および入学につながった要因・理由は、主に3つあげられた。

第一に、カリキュラム・学び方の特徴に関して、現代コミュニケーション学科では「興味がある分野」「自由に組み合わせる」「専門科目+教養科目」「学歴(短大卒)が得られる」「資格がとれる」、食物学科では「栄養士+αの資格」「調理実習」「食・食品」「人の役に立つ仕事」「歴史が長い」「就職がいい」などのキーワードがあげられた。

第二に、パンフレット、ホームページ、オープンキャンパスを通して感じた雰囲気が重視されており、「明るい」「楽しい」「やさしい」「かわいい」「おもしろい」「仲がいい」「アットホーム」「きれい」「広い」「充実」といったキーワードがあげられていた。

第三に、経済的な理由で「4年間」より「2年間」の方が「学費の負担が少ない」、他の短大より本学の方が「学費が安い」「自宅から通える」というキーワードがあげられた。しかし、自宅から通う地元志向とは言っても、中学校や高校のように自宅から自転車で通えるような近い距離ではなく、自転車通学ではなく「電車・バス通学」「定期券でピッと改札を通る」ことに「憧れる」との発言もあった。

3) 入学後に充実感・満足感を得られたこと

入学後に充実感を得られたことは主に3つあげられた。第一に「授業」「勉強」で、現代コミュニケーション学科では、「自分が興味に合った授業」「(ホテルなど)現場経験豊富な講師の話聞いた」「現場を見学」「インターンシップ」などで充実感を得られていた。「生活にゆとりができた」「自分が楽しめた」といった面でも満足感につながっていた。食物学科では、「栄養士関連授業」「調理実習」「実験・実習」「バス旅行(農場実習、工場見学)」「栄養士校外実習」などで充実感を得ら

れ、「勉強が大変」「多忙」ではあるけれども「栄養士を目指すという目的が一緒」「友だちみんな
で協力して試験勉強」した結果、「連帯」「協同」の感覚が育っていることが特徴的であった。その
他に、主に現代コミュニケーション学科の学生から「キリスト教」「毎週チャペル（礼拝）」「クリ
スマス礼拝」があげられていた。食物学科の学生からも少し出された意見であったが、食物学科で
は専門科目の勉強の大変さの方が、より強いインパクトとなって充実感として表現されていた。

第二に「友人」で、「いろいろな友人と出会えた」「友人と楽しく過ごした」「授業後に静岡駅に寄っ
て遊んだ」など、友人と様々な場面と時間を共有できるということからも充実感を得られていた。

第三に「学生生活」で、授業以外で充実感を得られる場面としては「サークル活動」「ボランティ
ア活動」「楓祭（大学祭）」があげられた。学内での活動を通して「新たな友人」「四大の友人・先輩」
「留学生」との出会いがあり、具体的な活動内容としては「自分たちでバンドを組む」「新歓（新人
歓迎会）」「合宿」「飲み会」「いちご狩り」「バーベキュー」「楓祭出店・舞台発表」「途上国支援」
などがあげられた。（図3）

4) 本学での学生生活を表す言葉（図4）

本学全体を表す言葉としては、「興味があることを学べる」「資格を目指す」「友人との出会い」「楽
しい」「学生と教員の距離が近い」「アットホーム」「キリスト教」「環境がよい」「経済的（学費が
安い、自宅から通える）」が特徴的であった。現代コミュニケーション学科を表す特有の言葉とし
ては、「いろいろ自由に選べる」「新しい分野を学べる」「サークル活動」「ボランティア活動」「短
大卒」「ゆとり」が特徴的であった。食物学科を表す特有の言葉としては、「勉強が大変」「実習・
実験」「クラス制」「みんなで栄養士を目指す」「忙しいけれど充実している」が特徴的であった。

図3 学生が友人と出会う機会・所属・学内行事

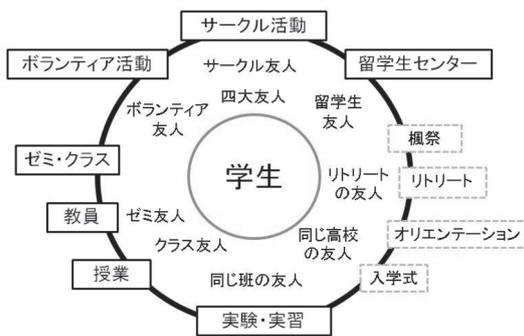
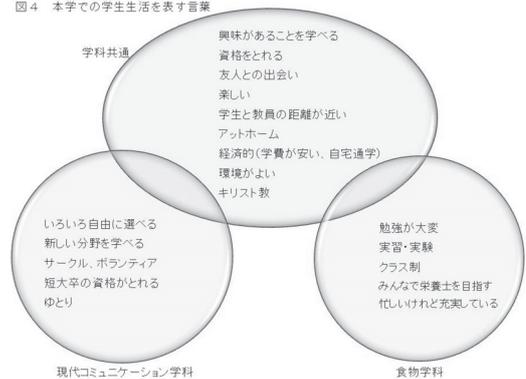


図4 本学での学生生活を表す言葉



(2) 資格取得に関する意識および入学動機に関するアンケート調査の結果

現代コミュニケーション学科（収容定員200名）では、1年生50名、2年生69名、学年の記入
のないもの9名（内1名は白紙）の回答を得た。食物学科（収容定員160名）では、1年生44名、
2年生32名、学年の記入のないもの6名（内1名は白紙）の回答を得た。学年の記入のあるもの
について、学生全員に対する回答率は、現代コミュニケーション学科1年生73.5%、2年生
74.2%、食物学科1年生58.7%、2年生37.2%であった。

1) 高校および短期大学入学後に取得した資格・検定

高校で取得した資格・検定の取得率は高い順に、現代コミュニケーションで「英語検定」40.3%、「漢字検定」34.5%、「情報処理」22.7%、「簿記」16.8%であった。食物学科で「漢字検定」38.2%、「英語検定」・「情報処理」35.5%、「簿記」26.3%であった。

一方、短期大学に入学してから取得した資格・検定については、両学科の特性を反映した違いが見られた。短期大学入学後に取得した資格・検定の取得率は高い順に挙げてみると、現代コミュニケーション学科では「秘書検定」47.1%、「サービス接客検定」39.5%、「色彩検定」26.9%、「メイクアップ技能検定」10.9%という結果であった。この他に「日本語検定」「ネイルスペシャリスト」「アロマセラピー検定」など、現代コミュニケーション学科での授業と関連のある資格が多く見られた。食物学科では、卒業時に9割以上の学生が取得する「栄養士」以外では、「フードスペシャリスト」63.2%、「フードサイエンティスト」34.2%、「日本茶アドバイザー」30.3%であった。食物学科では、栄養または食品に関連した資格・検定に限られるのに対し、現代コミュニケーション学科ではユニット制によるカリキュラムを反映した資格・検定の種類が多かった。

入学前に希望していたがまだ取得できていない資格・検定で多かったのは「医療事務管理士技能検定」「TOEIC」「販売士検定」「調剤事務管理士技能検定」であった。また、入学前に希望していた入学後に取得できた資格・検定は「日商PC検定」「秘書検定」「簿記」であった。この中で「秘書検定」については、入学前に取得希望し、入学後に取得できた資格・検定としても挙げられており、実際、最も多くの学生が在学中に取得している。

2) 資格・検定の取得による意識の変化

資格・検定を取得したことによる意識の変化について自由記述で回答を得た。現代コミュニケーション資格取得後に変化したこと、よかったことなど(自由記述)

現代コミュニケーション学科

<p>【就職】 採用試験の面接時に使えた!聞かれた。 就職試験のときに話すことが増えた。 就職活動に役に立った。 就職活動に活かせる。 就職のときに資格が書けること。 履歴書に書いたこと。 履歴書に書いたこと。 履歴書に書いてアピールできた。 履歴書に書いた。 (ただど資格をもっているからといって何か良くなったとかはない。)</p> <p>【自信】 自信がついた。 自分に自信がついた。 自信がついた。 自信がついた。 学習意欲が強くなった。 知識が増えた自信がついた。 ただ勉強しているだけではなく「資格を持っている自分」に自信がついた。 セルフメイク検定は、実際の技術の検定なので取得してとても自信がついた。 アルバイトの接客に少し自信が付いた気がする。 就職するにあたっての選択肢が広がった。自信が持てるようになった。 気持ちが楽になった。就職活動をする気持ちが高まった。 就活に対して少し気持ちに余裕ができた。</p>	<p>【その他】 自分磨きに役立ちました(メイクやネイル)。 秘書検定をとってマナーが分かった。日々の生活に活かせる。 秘書やサービス検定では、基本的なマナーを知ることができた。 秘書検定やサービス接客検定を取得して、常識やマナーが身に付いたと思います。 秘書検定、サービス接客検定を取得して、言葉遣い、マナーを意識するようになりました。 秘書検定やサービス接客検定では検定の勉強をしていると同時に、常識も身に付くのでよかった。 秘書検定を勉強してビジネスマナーについて知ることができた。 取得した資格が就職先で役立つものが多い。 知らなかったことでできなかったことができるようになった。 今まで触れていなかった分野の資格を取得することで、視野が広がった事はもちろん、将来への可能性も広げることができました。 パソコンは嫌いで触りもしなかったけど、するようになりました。 特に変化しただけではないが、サービス接客検定と秘書検定を取得したので、いろんな知識が身に付いた。 色彩検定は、自分が興味を持っていたので勉強も全然苦ではなかったし、むしろおもしろい!と思いました。 勉強し資格を取った時のよさで勉強が苦にならなくなりました。 自分の興味のある資格に関する資格をとることができて良かったです。 自分の人生でどこに重点を置いて、何を大切に思ってきたかがわかる。 何を勉強してきたのか、はっきりわかる。</p>
--	--

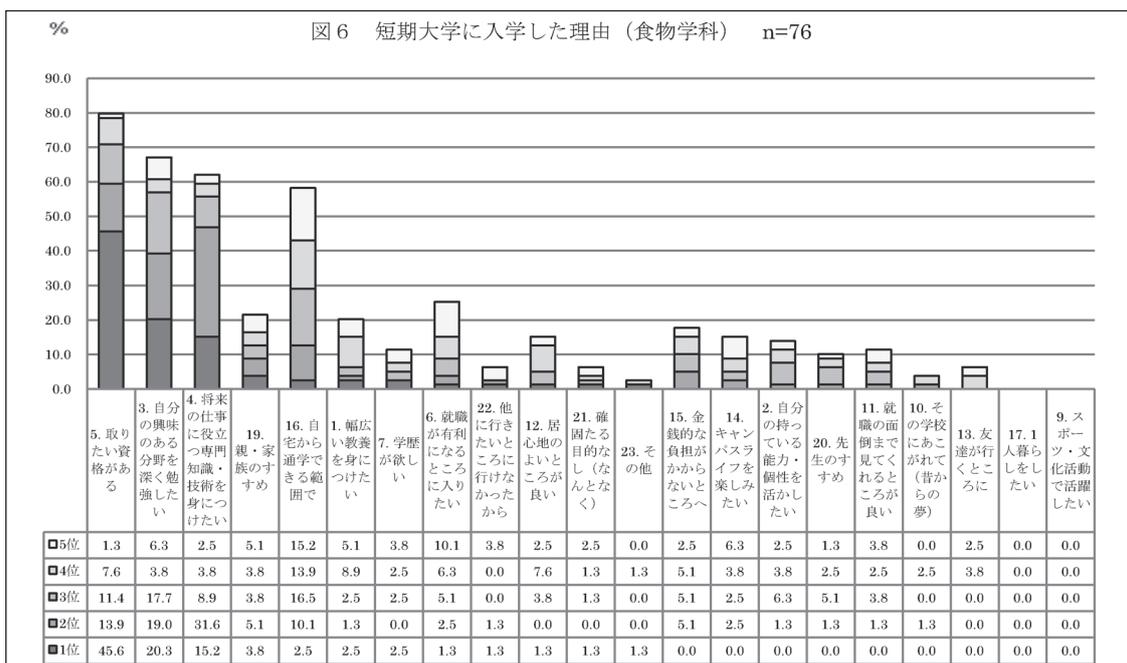
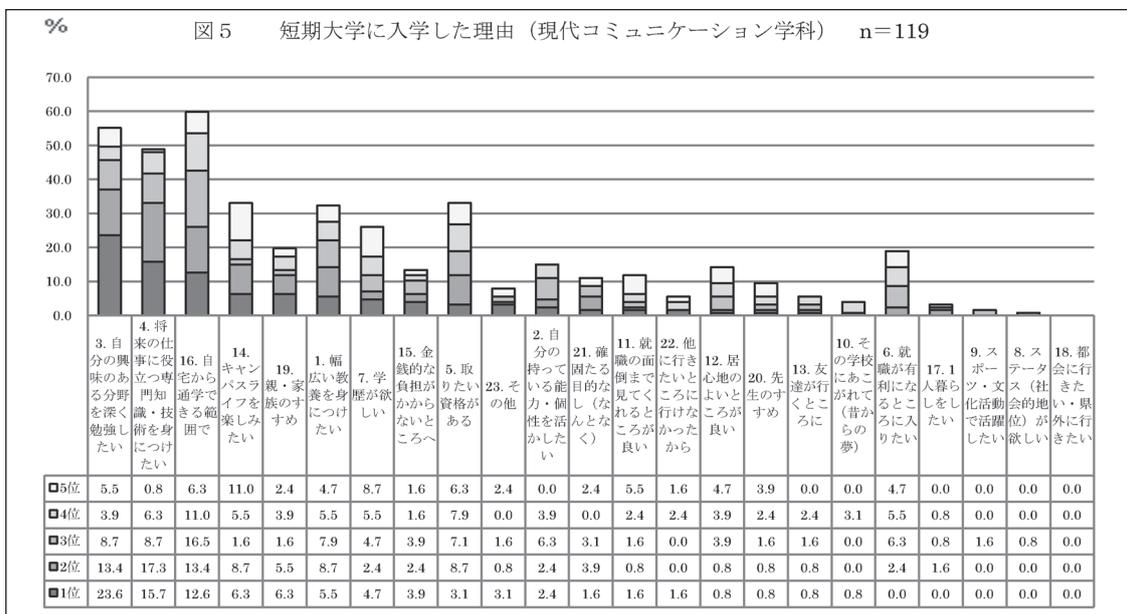
食物学科

<p>【就職】 就職に有利だったこと。 就職に使えた。 面接でほめられる、質問される。 履歴書に書くことができ、自分の強みになって思う。 履歴書に記載することができ、就職の際にアピールできる。 履歴書に書ける。 履歴書に書けるようになったこと。 栄養士(取得見込)を取ること、栄養士としての職場(企業)に内定をもらうことができた。 大学入試で少し役に立ったと思う。資格は就職にも役に立つと思う。 アルバイトをする時にホテルに雇用してもらえた。</p>	<p>【自信】 自分に自信がつくし、将来役立ちそう。 自信になった。 自信になった。 自分の自信になっているという自信になった。 自分に知識がついているという自信になった。 自分のことをアピールできる。 今のところ役に立ったと思ったことはない。自分をアピールするのに使え。</p> <p>【その他】 自分の実力が試せてよかった。 日本茶アドバイザーを取って、話題の幅が増えた。 変化はとくにないが、嫌に取れたりすることが多くなった。 専門の知識だけでなく、専門の周辺情報にももっと興味を持っている。 商業高校の時に取得したパソコンや電車に関する実務的な検定は、会社の業務をする上で役立った。</p>
---	---

ション学科では127名中35名(27.6%)が回答し、ほとんどが「自信がついた」「役に立った」などと答え、そのうち11名は「履歴書に書けた」など、就職関連の記述であった。食物学科では82名中20名(24.3%)が回答し、現代コミュニケーション学科と同様の記述であった。

3) 短期大学への入学理由と情報源

短期大学に入学した理由について図5と図6にグラフで示した。選択肢の中から1位から5位まで選択された数を積み上げ、最も多く1位に選択されたものから左から並べて示した。また、その下には、各順位で選択された項目の全回答者に対する割合を示した。現代コミュニケーション学科と食物学科を比較するとよく似た傾向を示しており「自分の興味ある分野を深く勉強したい」「将来仕事に役立つ専門知識・技術を身につけたい」「親・家族のすすめ」「自宅から通学できる範囲」



がともに高い順位であった。一方、現代コミュニケーション学科では「キャンパスライフを楽しみたい」が3位と上位（食物学科では14位）であるのに対し、食物学科では「取りたい資格がある」が1位（現代コミュニケーション学科では9位）であった。

短大に入学を決める際に参考になった情報源については、最大4つまでを選ばせ、1位から4位まで順位をつけさせる方法を取った。1位に選択された情報源は、両学科ともよく似た傾向を示した。現代コミュニケーション学科と食物学科で1位に選ばれた割合が多かったのは、オープンキャンパス（26.0%、39.2%）、ついで短大のパンフレット（25.2%、25.3%）であった。また、1から4位まで選択された数を積み上げた場合の合計順位も、両学科とも同じ傾向がみられた。現代コミュニケーション学科、食物学科で多い順に、短大のパンフレット（73.2%、84.9%）、オープンキャンパス（65.3%、68.3%）、短大の公式ホームページ（40.9%、49.4%）、高校の先生のアドバイス（29.9%、39.4%）、両親・親戚からのアドバイス（28.3%、26.7%）、先輩からの情報（21.2%、15.2%）、学科ホームページ・ブログ・公式ホームページ以外のウェブページの情報（19.4%、22.8%）、短期大学からの郵便物（15.0%、12.7%）であった。

Ⅲ. 考察

(1) 結果のまとめ

本研究では、フォーカスグループインタビュー法により、短期大学への入学動機や学生生活に関する意識や経験、潜在的なニーズを把握する調査を行った。また、質問票による調査法により、資格の取得状況とその影響、どのような入学理由や情報源が多いかについて調査を行った。

1) 短期大学への入学理由

2つの調査から広報において強調するとより効果的なキーワードが明らかになった。短期大学に入学する理由について、2つの学科共通のキーワードは①「自宅から通える」、②「(四年制と比較して) 経済的な負担が少ない」、③「自分の興味ある分野を深く勉強できる」「将来仕事に役立つ専門知識・技術が身につく」「(複数の) 資格を取得できる」である。

また、他大学と比較して強調すべき本学の特色としては、上記に加え④「環境・雰囲気がよい」、⑤建学の精神である「キリスト教」「ボランティア活動」、⑥学び方の特徴として「少人数制」「学外での実践的な学び」、⑦「(他大学より) 学費が安い」である。さらに現代コミュニケーション学科の特色としては⑧「キャンパスライフを楽しめる」、⑨「(専門学校と比較して) 短大卒の学歴がとれる」であり、食物学科は就職への関心が高いことから⑩「就職が有利」である。

2) 効果的な情報提供の方法

受験・入学を検討している受験生に対して、何をどのように伝えるかも重要であり、受験生および学生の視点に立った詳細な情報提供が必要であると考えられる。情報の内容については、①資格

の特徴（メリット）、②学び方の特徴、③学費・奨学金、④通学方法、⑤就職状況、⑥年間行事とキャンパスライフ、⑦サークル・ボランティア・留学生センターでの活動と交流、⑧友人・教員との出会い、などが受験・入学につながる要因であると考えられる。伝える手段としては、短大公式ホームページ、短大パンフレット、オープンキャンパス、体験談記録があり、伝え方としては大学教員からの説明だけでなく、学生や卒業生の体験談や事例などを交えた方が印象に残り、効果的であると考えられる。また、受験生だけでなく、保護者、高校の担任、進路指導担当教員にも丁寧な情報提供が必要であると言える。

3) カリキュラムと学び方

学生にとって充実感が得られるカリキュラムや学び方は、「自分の興味に合った授業」「現場経験豊富な講師の話」「実習・演習」「学外での授業」「職場体験」であり、さらに「一生懸命勉強をする」「友だちみんなで協力して試験勉強」「一緒に資格を目指す」という要素が加わることが重要であると考えられる。

学生たちは、興味深い楽しい授業を望んでいるが、それほど努力しなくても簡単に単位がとれる場合には、充実感が得られていない。「一生懸命勉強」した結果、何かを成し遂げたり、「合格」するなど、努力と結果によって得られる「達成感」も大学生活において重要であると言える。さらに、友人と共に助け合って勉強することで「連帯感」を味わい、そこから充実感が得られていると考えられる。

また、多くの学生たちが苦手な「英語」「教養」関連の科目について、「短大卒業レベル程度は身につけておきたい」と感じていることがわかった。アンケート調査結果を通して、現代コミュニケーション学科の学生は、幅広い教養を身につけたいという思いが強く、自分が興味を持っている分野や自己実現に関心を持っている傾向がみられた。現代コミュニケーション学科について今後力を入れるもの、多彩な資格取得支援に加え、語学や教養など学問的な項目も検討する必要があると考えられる。インタビュー調査では、苦手な英語などは避けてしまいがちなため、大学として強制的に学ばせるような仕組みがあるとよいという要望があった。

一方で「選べる」「自由」「ゆとり」「友だち」といったキーワードも学生生活においては重要な要素として挙がっており、学業の面で「成長」しつつ学生生活を通して「自己実現」をしたいと考えていると言える。

(2) 研究の利点と限界

インタビュー方法は、一般的なフォーカスグループインタビューの方法に準じたが、質問の絞り込みを行い、厳密なインタビューガイドを作成した。その結果、質問のフォーカスが明確となり、インタビュー時間も適切に管理できた。本調査の対象者は、教員によるリクルートで選出したが、限られた日時の条件で調査を実施したため、学年、性別、既卒者、留学生の違いを明確にできる程の人数と回数を設定することはできなかった。一方、同じ学科やゼミ、クラスの学生同士のグルー

プ単位でインタビューができたため、どのグループもリラックスした雰囲気でのインタビューを実施することができた。

今回の2つの調査の対象者は、本学の学生のみであり、一般的な短期大学学生に応用するのは、慎重であるべきであると言える。

IV. まとめ

短期大学への入学方法は、本学の現状としては推薦入試（指定校、公募、自己推薦）が7～8割を占めている。推薦入試の層を維持し、さらに増やすためには、高校3年生の7月頃までに本学を志願してもらう必要がある。そのためには、高校1・2年生にも積極的にアプローチをしていく必要であると言える。情報提供の仕方としては、本学を知らない受験生も多いため、本学を最初に知る機会となる「進学サイト」「進学情報誌」への掲載を重視し、「ホームページ」「パンフレット」には受験生のニーズに合った印象に残る情報を掲載し、本学の特徴を前面に出すことが重要である。「オープンキャンパス」では、楽しく充実した学生生活をイメージできるような体験を積極的に取り入れる必要がある。具体例としては、資格に関わる体験授業、学生の体験談、学生によるキャンパスツアー、学食体験、サークル紹介、ボランティア活動紹介、国際交流などが印象に残るプログラムであると思われる。

経済的な理由から四年制大学に進学せず早く仕事に就きたいと思っている受験生の進路としては専門学校がライバルであることは言うまでもないが、その専門学校には、既卒者（社会人、留学生）が多く入学している。今後、18才人口がさらに減少することを見据えて、社会人や留学生も重要な存在であり、社会人と留学生にとって学びやすい環境づくりも急務であると言える。短期大学と同様に資格と就職を売りにしている専門学校を参考に、今後の募集対策を検討していく必要があるといえる。

【参考文献】

- 安梅勅江（2003）『ヒューマン・サービスにおけるグループインタビュー法－科学的根拠に基づく質的研究法の展開』（医歯薬出版）
- 川喜田二郎（1967）『発想法－創造性開発のために』（中公新書）
- 総務省統計局（2013）『人口推計』<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/NewList.do?tid=000000090001>
- 文部科学省（2013）『平成25年度学校基本調査』http://www.mext.go.jp/component/b_menu/houdou/_icsFiles/afieldfile/2013/08/07/1338338_01.pdf
- Uwe F（2005）『質的研究入門』（春秋社）