

第4章

～学生の受入れ～

第4章 学生の受入れ

4-1. アドミッションポリシー（受入れ方針・入学者選抜方針）について

4-1の事実の説明（現状）

本学の基本理念である国際性・学際性・実際性のもと、グローバル社会に対応して活躍の場を世界に求める人材を育成することを目的とし、経営知識及び情報処理能力、世界に通用する教養を積極的に身に付け、将来のビジネスキャリアを発展させることを希求する学生を募集すべく、学部、研究科ごとにアドミッションポリシーを定めている。

表 4-1-1 経営情報学部 オープンキャンパス参加者表 ■平成 20(2008)年度

日程	合計数	男女保護者別			学年別（保護者除く）			
		男	女	保護者	3年	2年	1年	既卒・他
第1回(半日) 6月14日(土)	36	22	6	8	24	1	0	3
第2回 7月13日(日)	105 (15)	52	31	22	76	5	0	2
第3回 7月27日(日)	140 (27)	73	29	38	87	9	3	3
第4回 8月6日(水)	144 (27)	93	39	12	95	14	16	7
第5回 8月16日(土)	183 (37)	100	45	38	98	35	6	6
第6回 8月24日(日)	120 (37)	71	26	23	64	11	15	7
マッチデイ 8月30日(土)	5	2	3	0	3	2	0	0
第7回(半日) 9月13日(土)	66 (18)	47	10	9	51	3	0	3
第8回 9月21日(日)	75 (19)	38	15	22	50	1	0	2
第9回(半日) 10月4日(土)	51 (19)	29	12	10	36	0	0	5
第10回(半日) 11月15日(土)	94 (14)	49	21	24	58	7	2	3
第11回(半日) 12月13日(土)	46 (16)	32	7	7	36	2	0	1
パーソナルツアー	57	33	17	4	47	0	2	1
合計	1,122	641	261	217	725	90	44	43

※ () 内はリピーター数

表 4-1-2 グローバルスタディーズ学部 オープンキャンパス参加者表 ■平成 20 (2008) 年度

回	日程	時間	合計数		男女保護者別			学年別 (保護者除く)			
					男	女	保護者	3年	2年	1年	既卒・他
0	3月22日(日)	13:00-16:00	15	(0)	4	4	7	0	7	1	0
1	6月14日(土)	13:00-16:00	38	(0)	8	15	15	23	0	0	0
2	7月13日(日)	10:00-16:00	50	(7)	13	23	14	28	3	1	4
3	7月27日(日)	10:00-16:00	43	(8)	12	19	12	22	7	1	1
4	8月6日(水)	10:00-16:00	66	(9)	16	33	17	31	12	3	3
5	8月16日(土)	10:00-16:00	95	(9)	23	41	31	22	31	10	1
6	8月24日(日)	10:00-16:00	50	(8)	10	26	14	19	8	5	4
マッチ DAY	8月30日(土)		36	(4)	11	15	10	12	13	0	1
7	9月13日(土)	13:00-16:00	28	(7)	12	10	6	17	3	0	2
8	9月21日(日)	13:00-16:00	37	(11)	15	12	10	20	5	0	2
9	10月4日(土)	13:00-16:00	25	(11)	13	7	5	16	1	0	3
10	11月15日(土)	13:00-16:00	28	(3)	11	8	9	14	1	0	4
11	12月13日(土)	13:00-16:00	29	(5)	4	19	6	12	6	1	4
パーソナルツアー			46	(0)	17	29		33	1	0	12
合計			586		169	261	156	269	98	22	41

※ () 内はリピーター数

〔学部〕

①アドミッションポリシー

【経営情報学部】

将来、実社会で活躍することをこころざし、そのために最新の経営知識、的確な情報処理能力、高度な外国語能力を習得し、問題発見力・解決力、コミュニケーション力を身につけようとしている以下の人材を求める。

- イ、実社会で活躍したい意志がある。
- ロ、基本的なスキルを有しているか、強い興味を抱いていること。
- ハ、経営情報学部をよく理解していて、適していること。

【グローバルスタディーズ学部】

世界基準のレベルでスキルを駆使できる、統合されたダイナミックな人格の形成を可能にし、グローバル社会のリーダーとして活躍できる、グローバルスタディーズ学部の理念に適う以下の人材を求めている。

- イ、何事においても「やりぬく意志」があること。
- ロ、国際的に活躍したいという強い意思を有していること。
- ハ、自発的なコミュニケーションスキルを身につけることの重要性を認識していること。
- ニ、日本の歴史・文化・宗教に強い関心を有していること。

②入学者選抜方法

経営情報学部、グローバルスタディーズ学部、両学部の明確なアドミッションポリシーに沿って、入学要件を定め、学部入学試験を表 4-1-3 のように定めて実行に移している。

【経営情報学部】

本学部では、実学からの教授が重要である。そこでは、学習意欲に加え知識と知恵が適切に組合わされていることが必要である。そのため、これらを潜在的に有している者を受け入れるべく募集活動を展開する。

表 4-1-3 平成 21 (2009) 年度経営情報学部の入試期別実績

試験方式	募集人員	エントリー者数	面談者数	内定者数	志願者数	受験者数	合格者数	延納者数	手続者数	倍率	
附属・系列校推薦入試Ⅰ期【専願型】	25	-	-	-	0	0	0	-	0	-	
附属・系列校推薦入試Ⅰ期【併願型】	5	-	-	-	4	4	4	2	2	1.0	
附属・系列校推薦入試Ⅱ期	10	-	-	-	5	5	5	-	5	1.0	
一般推薦入試	10	-	-	-	3	3	2	-	2	1.5	
指定校推薦入試	50	-	-	-	54	54	54	-	54	1.0	
AO入試Ⅰ期	15	【コミュニケーション型】	25	25	25	25	25	-	24	25	1.0
		【ダイレクト型】	-	-	-	2	2	2	1		
AO入試Ⅱ期	15	【コミュニケーション型】	35	35	32	30	30	-	27	30	1.0
		【ダイレクト型】	-	-	-	5	5	5	3		
AO入試Ⅲ期	10	【コミュニケーション型】	49	47	41	39	39	-	39	51	1.1
		【ダイレクト型】	-	-	-	17	16	13	12		
AO入試Ⅳ期	10	【コミュニケーション型】	60	57	52	50	50	-	49	52	1.1
		【ダイレクト型】	-	-	-	10	8	3	3		
チャレンジ入試【AO特別給費生入試】	10		-	-	-	5	5	A 0	-	0	1.3
			-	-	-			B 1		1	
			-	-	-			C 2		2	
			-	-	-			D 1		1	
			-	-	-			- 0		0	
一般入試Ⅰ期【A方式】	35		-	-	-	82	76	A 1	-	0	1.9
			-	-	-			B 16	40	6	
			-	-	-			- 23		9	
一般入試Ⅰ期【B方式】	40		-	-	-	116	112	A 1	-	0	1.8
			-	-	-			B 16	61	3	
			-	-	-			- 44		15	
一般入試Ⅱ期【B方式】	20		-	-	-	74	70	A 1	-	0	1.1
			-	-	-			B 6	61	4	
			-	-	-			- 54		32	
一般入試Ⅲ期【A方式】	15		-	-	-	70	60	A 1	-	0	3.5
			-	-	-			B 2	17	1	
			-	-	-			- 14		6	
センター試験利用入試Ⅰ期	40		-	-	-	295	295	A 1	-	0	1.3
			-	-	-			B 16	221	1	
			-	-	-			- 204		53	
センター試験利用入試Ⅱ期	10		-	-	-	42	42	A 0	-	0	3.5
			-	-	-			B 1	12	0	
			-	-	-			- 11		3	
総数	320				928	901	648	11	358	1.4	

※給費区分分 A:96万円 B:35万円 C:10万円 D:3万円

一般・センター倍率 1.6

経営情報学部においては、業界・顧客等の情報をもとに戦略を立て経営の効率化を図るための知識と実践を教える分野である。さらに情報は、経営の効果を測る手段として重要なものである。したがって、理系・文系といった分類に捉われず（学際性）、学問体系と実業界といった分類にも捉われず（実際性）、そして国内のみならずグローバル社会での活躍（国際性）といった柔軟な考え方に対してポテンシャルのある学生を受け入れることを目的としている。

現在の入学者選抜方法は、表 4-1-3 に挙げる 12 方式を併用している。学生募集数に比べて方式の数が比較的多いのは、経営情報学部という分野の特殊性に鑑み、アドミッションポリシーに沿った、入学要件を定めるとともに、さまざまな学問領域の成果を利用し実効的な効果を求めることに由来しており、様々な才能を持った学生に対して門戸を開放しようという方針を具現化したものである。

これらの選抜方式は、単に多様な方式というだけでなく、各方式において、独自の選抜基準を設け、それに沿った形で多様な可能性を持った学生を集めるという方針を実現している。以下に各方式の選抜基準について述べる。

- ・ **チャレンジ(AO)入試**は、もっとも特色のある方式で、問題発見力・解決力の資質があり、本学部においてリーダーとなれる資質のある者を求め、課題のプレゼンテーションと面接により入学判定を行う。
- ・ **推薦入試**は、調査書の評定平均と面接による選抜方式で、本学で定める資格・技能による実績加点がある。推薦入試は、附属・系列校、指定校、一般で別々に審査される。附属・系列校・指定校対象の推薦は、調査書の評定平均と面接によって行っている。調査書は高校側の評価であるので、本学が独自に行う評価は面接のみである。なお、指定校選定にあたっては、過去の受験実績と地域（本学近隣）を重視して行っており、高校側で出す評価への信頼性は高い。
- ・ **一般推薦入試**は本学の教育方針を理解した学生を広く全国から求め、推薦入試で受験できるようにするために設けられた選抜方式である。調査書の評定平均と面接の他に小論文を課している。これは、調査書の評定平均の信頼性を補うものとして、受験生個人の能力（特に論理的思考の訓練度）をみるために導入したものである。
- ・ **一般入試**は、独自に筆記試験を行って選抜する方式である。外国語（英語）または国語を必須科目とし、地歴、公民、数学から 1 科目を選択する。英語または国語が必須となっているのは、論理的思考と説明能力が、国際性、学際性、実際性を重んじる本学の教育にとって重要であるという認識からである。なお、この考え方は一般入試だけでなくすべての選抜方式に共通したものである。また、選択科目に数学を置いたのは、経営情報学において、データの分析のための数学的素養が重要であるためである。各科目の配点については、外国語（英語）の比率を高くしている。これは経営情報に関する近年の環境が、より国際性を増しているという認識に拠っている。選択科目における公平性を維持するため、得点は素点ではなく偏差得点を採用している。（計算上の統一を図るために必須科目についても偏差得点を採用）。これにより選択した科目の難易度による不公平が避けられ、また採点にあたっては、科目毎に上位 10%以内の受験者に上位加点をおこなう。この制度によって、満遍なく得点できる学生より、得意な科目を持つ学生を優遇する配慮をしている。
- ・ **センター試験利用入試**は、高校までの教育で期待される一般的な基礎学力レベルをもとに選抜する方式である。外国語と国語を必須としており、その他に、必須科目以外のセンター試験において受験できる科目から 1 つを選択し、3 科目の得点をもとに判定を行う。このとき選択科目として採用されるのは、受験した科目の中で一番得点の高かった科目である。得点については、一般入試と同様、偏差値得点を採用し、科目間の不公平を避ける措置をとっている。

入学試験の実施体制と運用は以下のようになっている。

- ・ 採点方法は前述の通りである。特に、筆記試験においては、選択科目間の不平等が生じないように、偏差得点を採用している。成績は募集要項に明示してある得点配分に従って機械的に計算し成績順に並べ、上位から合格を出す。

- ・アドミッション委員会において、過去の入学手続率を勘案しながら合格ラインを設定し、合格者案を作成する。
- ・教授会および理事会に合格者案（受験者氏名を削除したもの）を提出し承認を得た後、合格発表をする。

【グローバルスタディーズ学部】

本学部では、グローバル社会で活躍していくにあたって最も大切な能力とは、日本や世界の文明に熟知した「深い教養」と、論理性をもって世界の人々と対峙できる「対話力」が必要と認識している。そのため、これらを潜在的に有している者を受け入れるべく募集活動を展開する。

グローバルスタディーズ学部は、真の教養（リベラルアーツ）を身につけること、そして自分の「価値」を知り、自分自身をきちっとした枠組でとらえ語れるための知識と実践を教える学部である。したがって、理系・文系といった分類にとらわれず（学際性）、学問体系と実業界といった分類にもとらわれず（実際性）、そして国内のみならずグローバル社会での活躍を目指す（国際性）、柔軟な考え方でできる可能性を潜在的に持つ学生を受け入れることを目的としている。

現在の入学者選抜方法は、表 4-1-4 に挙げる 14 方式を併用している。学生募集数に比べて方式の数が比較的多いのは、グローバルスタディーズ学部という分野の特殊性に鑑み、様々な才能を持った学生に対して門戸を開放しようという方針を具現化したものである。

これらの選抜方式は、単に多様な方式というだけではなく、各方式において、独自の選抜基準を設け、それに沿った形で多様な可能性を持った学生を集めるという方針を実現している。以下に各方式の選抜基準について述べる。

- ・**AO 入試**は、もともと特色のある方式で、アドミッションポリシーの 4 項目を満たす人材を求め、小論文及び主として英語による面接により入学判定を行う。
- ・**推薦入試**は、調査書の評定平均と面接による選抜方式で、本学で定める資格・技能による実績加点がある。推薦入試は、附属・系列校、指定校、一般で別々に審査される。選抜基準は、経営情報学部と同一である。
- ・**一般入試**は、独自に筆記試験を行って選抜する方式であり 3 方式を導入している。A 方式は、外国語（英語）を必須科目とし、国語、日本史、世界史、数学、または政経から 1 科目を選択する 2 教科受験であり、配点は外国語（英語）にウェイトをおいている。B 方式は、外国語（英語）1 科目受験である。A 方式・B 方式とも本学独自の英語教育を反映させるようにし、それに見合う学生を選出するものとして導入している。C 方式は、外国語（英語）を必須科目とし、国語、日本史、世界史、数学、または政経から 1 科目を選択する 2 教科受験であるが、高得点科目を 1.5 倍に換算して入学判定を行う。これは、入学時期に英語の能力が比較的高くない受験生でも、本学への志望意志の高い学生層を受け入れることへの配慮をした試験方式である。本学のアドミッションポリシーに適い、また、潜在能力を有している学生への理解を示し、入学してからも責任を以って学生を育て上げるという本学の教育方針からも重要な選抜方式とされる。
- ・**センター試験利用入試**は、高校までの教育で期待される一般的な基礎学力レベルをもとに選抜する方式である。外国語（英語）を必須としており、その他に、必須科目以外のセンター試験において受験できる科目から 1 つを選択し、2 科目の得点をもとに判定を行う。このとき選択科目として採用されるのは、受験した科目の中で一番得点の高かった科目である。得点については、偏差値得点を採用し、科目間の不公平を避ける措置をとっている。なお、合格ラインとして、一定の基準を設定している。

入学試験の実施体制と運用は経営情報学部と同一である。

表 4-1-4 平成 21 (2009) 年度グローバルスタディーズ学部の入試期別実績

試験方式	募集人員	エントリー者数	面談者数	内定者数	志願者数	受験者数	合格者数	延納者数	手続者数	倍率	
附属・系列校推薦入試Ⅰ期 【専願型】	7	-	-	-	0	0	0	-	0	-	
附属・系列校推薦入試Ⅰ期 【併願型】	3	-	-	-	2	2	2	1	1	1.0	
附属・系列校推薦入試Ⅱ期	3	-	-	-	0	0	0	-	0	-	
一般推薦入試	5	-	-	-	5	5	4	-	4	1.3	
指定校推薦入試	20	-	-	-	21	21	21	-	21	1.0	
AO入試Ⅰ期	【プレ面接】	5	9	8	8	8	8	-	8	1.0	
	【本試験】										
AO入試Ⅱ期	【プレ面接】	14	10	10	7	11	11	9	-	9	1.2
	【本試験】										
AO入試Ⅲ期	【プレ面接】	5	7	7	5	13	12	10	-	9	1.2
	【本試験・併願型】										
AO入試Ⅳ期	【プレ面接】	5	8	8	4	17	13	10	-	6	1.3
	【本試験・併願型】										
社会人 AO入試	【プレ面接】	3	1	1	0	0	0	0	-	0	-
	【本試験・併願型】										
一般入試Ⅰ期 【A方式】(試験日2/2)	20	-	-	-	54	52	35	1	15	1.5	
一般入試Ⅰ期 【B方式】(試験日2/2)	5	-	-	-	8	8	8	1	0	1.0	
一般入試Ⅰ期 【A方式】(試験日2/3)	10	-	-	-	17	14	12	0	8	1.2	
一般入試Ⅰ期 【B方式】(試験日2/3)	5	-	-	-	5	5	3	0	1	1.7	
一般入試Ⅱ期 【C方式】	10	-	-	-	34	30	20	-	10	1.5	
一般入試Ⅲ期 【C方式】	10	-	-	-	42	40	29	-	23	1.4	
センター試験利用入試	15	-	-	-	130	130	63	3	11	2.1	
総数	145				367	351	234	6	126	1.5	

一般・センター倍率

1.6

③ 入学前学習

【経営情報学部】

平成 20(2008)年 12 月～21(2009)年 3 月にかけて、AO・推薦入試での入学予定者 166 名を対象に、入学前学習の情報発信や教員、在学生との交流を目的にホームページを開設するとともに、以下の内容で実施した。

(ア) 集合教育

2月21日(土)	3月11日(水)
1. 「志」を持って多摩大学で学ぶ	1. 大学で学ぶ
2. 経営学を学ぶ	2. 情報を活かす
3. 小論文の裏ワザ	3. English Expression

アンケートでは全ての講座で「役に立った」、「少し役に立った」が 90%以上となった。

(イ) 通信教育

本学オリジナル教材にて 5 回の通信添削学習を実施した。アンケートでは 64%の受講者が「回数が多すぎる」と答えるも、83%が「役に立った」、「少し役に立った」と回答した。

【グローバルスタディーズ学部】

平成 20(2008)年 12 月～21(2009)年 3 月にかけて入試合格者 126 名を対象に、一年次必修科目の外国人教師による Academic English Program に向けての準備、および定期的に行っている TOEIC IP Test への準備として、主として「英語を読む力」をつけ、「英語の語彙習得」を目的に実施した。

(ア) 集合教育

実施日	主たる内容
1 月 25 日 (日)	1 年次における英語教育の説明と準備
2 月 22 日 (日)	英語の辞書の選び方と役に立つ Website の紹介
3 月 22 日 (日)	キャンパス内で役立つ英語表現の学習

事後アンケートを行わなかったが、1 年次の英語クラスを考慮して、英語によるコミュニケーションの練習となるような機会を設けるべきであった。また、リスニングの練習時間の拡大も課題である。

(イ) 通信教育

ALC 社開発の携帯学習「モバイルアカデミー」を利用し、毎日配信される 1 日 10 分程度の問題に学生が解答し、自動採点された結果を業者が集計し学習状況の報告を受けた。結果として 4 割の受講者が進捗度 60%に至っておらず、途中経過での大学側からのコンタクトを今後は検討する。

④学生定員及び在籍学生数

経営情報学部およびグローバルスタディーズ学部の収容定員と入学定員、在籍学生数は表 4-1-5 に示すとおりである。平成 21(2009)年 5 月 1 日現在の学部別収容定員は、経営情報学部 1280 人、グローバルスタディーズ学部 450 人であり、在籍者の比率は経営情報学部で 1.11 倍、グローバルスタディーズ学部 0.84 倍である。また、平成 21(2009)年度入学者数は、経営情報学部 358 人、グローバルスタディーズ学部 126 人であり、入学者の比率は経営情報学部で 1.12 倍、グローバルスタディーズ学部 0.84 倍である。

学部、学科の学生定員及び在籍学生数は、次表の通りであるが、経営情報学部では、平成 20(2008)年度入学者より学科別募集を止め、経営情報学部として入学選抜を行ったので、入学者数及び在籍者数は経営情報学部全体として表にしている。

表 4-1-5 学部・学科の入学者数及び定員比率

平成 21(2009)年 5 月 1 日現在

学部・学科	入学定員	入学者数	入学者／定員比率	収容定員	在籍者数	在籍者／定員比率
経営情報学部 経営情報学科	200	358	1.12	800 (900)	1,420	1.11
経営情報学部 マネジメントデザイン学科	120			480 (360)		
グローバルスタディーズ学部 グローバルスタディーズ学科	150	126	0.84	600 (450)	376	0.84

※経営情報学科 平成 17(2005)年度入学定員 300 人、平成 18(2006)年度以降入学定員 200 人

※マネジメントデザイン学科 平成 18(2006)年 4 月 1 日開設

※グローバルスタディーズ学科 平成 19(2007)年 4 月 1 日開設

表 4-1-6 都道府県別入学者の分布

都道府県	経営情報学部			グローバルスタディーズ学部		
	男	女	計	男	女	計
北海道	7	2	9	0	1	1
青森県	0	0	0	0	1	1
岩手県	0	0	0	0	2	2
宮城県	1	0	1	0	0	0
秋田県	1	0	1	0	0	0
山形県	1	1	2	1	2	3
福島県	4	0	4	0	0	0
茨城県	1	2	3	0	0	0
栃木県	1	0	1	1	1	2
群馬県	0	0	0	0	1	1
埼玉県	6	4	10	1	3	4
千葉県	5	1	6	0	2	2
東京都	179	50	229	23	24	47
神奈川県	77	20	97	44	45	89
新潟県	4	0	4	2	0	2
石川県	0	0	0	1	0	1
山梨県	8	0	8	0	2	2
長野県	2	1	3	4	3	7
静岡県	3	1	4	2	6	8
愛知県	0	1	1	0	0	0
三重県	2	0	2	0	0	0
大阪府	1	0	1	1	0	1
広島県	1	0	1	0	0	0
山口県	2	0	2	0	0	0
愛媛県	1	0	1	0	1	1
高知県	0	0	0	0	1	1
福岡県	0	0	0	1	0	1
沖縄県	1	0	1	0	0	0
高卒認定試験	5	1	6	2	1	3
外国の学校等	0	0	0	0	1	1
認定	1	0	1	0	0	0
在外教育施設	1	0	1	0	0	0
専修学校の高等課程	2	0	2	0	0	0
	317	84	401	83	97	180

〔経営情報学研究科〕

① アドミッションポリシー

本学大学院のアドミッションポリシーは次のようになっている。

- ・企業、官公庁等に勤務する職業人であって、経営情報学の高度な専門知識の修得に強い意欲と学習能力を有する人。
- ・社会でそれぞれ専門性を発揮した仕事をしている人で、自己変革の気概を持ち、かつ、創造的かつ高度な問題解決能力修得に強い意欲と学習能力を有する人。

このアドミッションポリシーに沿って、大学院では入学要件を定め、アドミッションポリシーともども HP や募集パンフレットに掲載している。本大学院の入学要件の大きな特徴は、次の要件である。

- ・「民間企業・官公庁等に在籍し、入学時現在 3 年以上の実務経験を有している職業人を優先し、下記のいずれかに該当する者」

原則 3 年以上の実務経験を有している職業人優先ということにより、学部から直接当大学院に進む者は、現在原則的に存在せず、他大学、大学院および広く一般社会に対し、門戸を 100%開放している。

② 入学者選抜方法

本大学院の入学者選抜方法は一般選抜入試およびアドミッションオフィスによる選抜の AO 入試がある。

(ア) 一般入試

年 2 回（4 月、9 月）の入学時期に対応して、1 月および 8 月に 2 週間程度の出願期間を設定している。入学試験は第 1 次で提出書類（研究計画書と課題小論文）の審査、第 2 次で口述試験（口頭試問）によって合否を判定している。

なお、この方式の入試選抜においては、「大学院入学に相応の学力と知識および研究意欲」を重視しているが、同時に職務経歴も参考としている。

(イ) AO 入試

平成 17(2005)年春入学の募集から新たに導入した入試で一般入試と 2 本立てとした。その経緯は多忙な社会人が準備に多くの時間を費やすことなく出願でき（提出書類の分量を大幅軽減）、且つ多様な入学ニーズにも対応できる（面接を最低 2 回、延べ時間 90 分以上）ようにトライアル期間を設けながら導入した。本格実施にあたっては、学生募集から入試の運営までを担当するアドミッションオフィス（研究科長が室長を兼任）を設置し、担当職員がエントリーの受付から内定までの一連の業務を担当している。

その他この入試は出願期間が一般入試に比較して長く、選抜基準も学習意欲、志望動機と本学のカリキュラムとの整合性を重視している。

③ 学生定員及び在籍学生数

入学定員は博士課程前期が 60 人、博士課程後期が 10 人、収容定員は博士課程前期が 120 人、博士課程後期が 30 人である。平成 21(2009)年 5 月 1 日現在の在籍者数は、博士課程前期が 114 人、博士課程後期が 3 人であって、収容定員に対する充足率は、それぞれ 0.95 倍、0.1 倍である。

博士課程前期においては、例年入学定員をほぼ充足する入学者を出している。博士課程後期は平成 16(2004)年度から平成 19(2007)年度まで 4 年間は入学試験における合格者を出していなかったが、平成 20(2008)年度は 2 名、平成 21(2009)年度は 1 名の入学者を出している。博士課程後期は充足率が低いが、大学院全体でみると学生数は概ね適切に管理されている。本大学院は、産業界で現役で活躍する多彩な教授陣が、教員 1 人に院生 3 人という少人数指導体制で教え、教員と院生、院生同士の親密な交流が生まれている。

4-1 の自己評価

〔経営情報学部〕

アドミッションポリシーをより明確にし、それに沿う学生の受け入れのための様々な広報活動を行っている。例えば、募集要項やホームページでの周知以外にオープンキャンパスや外部相談会など直接受験生に伝えることができる機会や高校・予備校進路指導の先生に対しての訪問説明、教育

説明会などのガイダンス等の機会を有効に活用し、アドミッションポリシーの普及に努めている。入学試験は各方式アドミッションポリシーに沿って適格に実施している。入学試験の実施結果は、経営情報学部では在籍者数が定員を若干上回り、入学定員においては、入学者は平成 19(2007)年度に定員を下回ったが、それ以降は定員を確保しており、適正な範囲で管理されているものと評価している。また、学外試験会場の設置により受験生がより地元に近い環境で受験できるよう配慮している。

〔グローバルスタディーズ学部〕

グローバルスタディーズ学部は開設年度に入学者が定員を大幅に下回り、2年目は入学定員を上回る入学者となった。3年目はまた、若干ではあるが入学定員を下回るなど、定員確保が不安定な状態である。グローバルスタディーズ学部の教育目的達成のための適切な定員管理をめざして一層の努力が必要と考えている。

〔経営情報学研究科〕

アドミッションポリシーを重視した入学者選抜が行われている。AO入試へのエントリー期間はほぼ1年間いつでも可能になっており、職業人を対象とする大学院の体制として、適切である。面接を2回以上おこなうことにより、入学希望者の意思の確認と入学後の勉学・研究のモチベーションを高める工夫ができています。

原則実務経験3年以上の職業人を優先するという入学要件が効いており、社会人としての自覚ができた状態で入学してくるので、最初から実務に役立つ専門教育が行いやすい。ただ、AO入試と一般入試の区別が不明確になっており、最近ではAO入試のみ受験希望者がおり、一般入試希望者が極めて少ない。

修士定員60人は院生たちの学習意欲をあげ、お互いに刺激しあうという環境において適切と言える。博士定員10人はここ数年充足していないこともあり、再検討が必要である。

4-1の改善・向上策（将来計画）

〔経営情報学部〕

経営情報学部においては、アドミッションポリシーを正確に伝えるべく、広報媒体や各種説明会を利用して継続的に広報を行っていくが、学問体系として古くから確立している学部と比べ「経営情報学部」は一般の高校生から見て分かりにくい分野といえる。特に、日本では青少年は、社会に対する接点が希薄であり、経済活動や社会活動に関する関心が低い傾向があり、日頃から（ITを利用した）経営学に対する馴染みが浅い。そのため、「経営情報学部」は何を学ぶところなのか、どういう学生を求めているかというところを学生に伝えていく必要がある。彼らの身近な環境に繋がる形でこれらを伝えられる方策を検討していく。

〔グローバルスタディーズ学部〕

グローバルスタディーズ学部は、既存の学部ではカバーしきれないグローバル時代に活躍する人材育成を目指す学部であり、具体的には、リベラルアーツ教育を展開し、英語をツールとして使いこなせる人材育成に努めているが、一般の高校生から見て、まだ「グローバル」「リベラルアーツ」という言葉に馴染みが浅く、既存の外国語系との違いを学生に伝えていく。その一環として教務部門と協力を図り、大学卒業後の進路方向を明示するなどの具体化をはかる。

両学部においては、平成 21(2009)年度も入試改革を実施した。具体的には受験生のニーズに合わせて入試区分及び入試科目の多様化を図った。次に広報 PR の強化を推進した。具体的には指定校の見直し、オープンキャンパスの日程の充実、各種説明会に積極的に開催・参加するなど推薦入試および AO 入試受験生の獲得を強化するとともに、一般入試においては合格者用のミニパンフレット同封や DM 本数を増やすなど、入学手続きの歩留まり率を向上させるなどを行った。それにもかかわらず、グローバルスタディーズ学部では入学定員に対する充足率が平成 20(2008)年度において 1.2 であったが、平成 21(2009)年度においては、0.8 と 1.0 を下回ってしまった。これは前年度の入学者の英語能力に問題が生じたため、比較的厳しい合格基準を設けたためである。今後検討すべき項目は、学生の質の維持、質の高い学生の確保にはいかなる方策をおこなうべきかを考えることが挙げられる。

本学は両学部とも、少人数対話型教育が大きな特徴である。特にホームゼミナールおよび英語教育については、少人数のクラス規模を維持している。教育効果を高めるためにも、各入学試験における合格者数や入学者数の比率に留意し、適正規模の学生確保に努める。

〔経営情報学研究科〕

一般入試と AO 入試との明確な区別をおこなう必要がある。具体的に実施した項目としては、一般入試では、出願時の小論文（A4 版 4～10 枚）を廃止し、英文解釈または和文小論文を選択する筆記試験と、専門知識を問う面接とに変更した。（変更前の面接は、2 次試験として位置づけられており、内容は、研究計画の確認であった）。

博士希望者に対しては、定員を無理に増減する必要はないが、入学してくる学生に対し、次年度以降、十分な指導環境を整えていく。

〔第4章まとめ〕

本学のアドミッションポリシーは明確にされており、それに沿って入学試験が適切に実施されている。本学の特徴である少人数対話型教育を実施するための定員管理は、平成 19(2007)年度に両学部とも入学者の充足率が 1.0 を下回ったものの、平成 20(2008)年度には 1.0 以上と回復している。ただし、グローバルスタディーズ学部は、在籍者の収容定員に対する比率が 0.88 であり、是正が必要である。本学はまた、学生と教職員との距離が極めて近いという特徴を持っている。学習支援、学生サービス、キャリア支援についても、この特徴が十分生かされ、きめ細かい運営がなされ、学生からも評価されていると自己評価する。経営情報学部卒業生の就職決定率が開設以来例年 90% を越えているのもその表れと言える。

「経営情報学」、「グローバルスタディーズ」の内容をより明確に高校生に伝え、適正な入学者を確保していくことは必須であり、学生による授業評価やアイデアボックスのやり方を改善して学生の意見を有効に汲み上げ対応していくなど、より充実した学習支援、学生サービスを目指していく。

経営情報学研究科では、明確なアドミッションポリシーに沿って入学選抜が行われ、1年間いつでも AO 入試エントリーが可能になっていて、社会人に対する配慮が十分になされている。課題としては、博士課程後期の定員充足率が低いこと、入学してくる学生への指導環境の整備があげられる。

大学をめぐる環境が大きく変化していく中、本学の基本理念及び教育目標を理解した入学者を適正に確保し、少人数対話型教育をより充実させていく。特に開設 3 年目のグローバルスタディーズ学部では、平成 22(2010)年度入学試験において定員以上の入学者を確保し、在籍者の収容定員に対する比率を 1.0 以上にすべく全学をあげて取り組んでいく。