



Title	アメリカの大学におけるアドミッションズ・オフィスの学生マーケティング・リクルートメント戦略
Author(s)	SATO, Hiroaki
Citation	高等教育ジャーナル, 9, 22-30
Issue Date	2001
DOI	10.14943/J.HighEdu.9.22
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/29676
Type	bulletin (article)
File Information	9_P22-30.pdf



[Instructions for use](#)

アメリカの大学におけるアドミッションズ・オフィスの 学生マーケティング・リクルートメント戦略

佐藤 浩章*

北海道大学大学院教育学研究科

The Marketing and Recruitment Strategies of Admissions Office in U.S.

Hiroaki Sato**

Hokkaido University, Graduate School of Education

Abstract The Admissions Office in U.S. have changed their roles from gatekeeper to marketer since 1970s. The Office of Admissions and Records at Portland State University (Portland, Oregon, U.S.) puts emphasis on the marketing of new students. Their mission is to bring each faculty sufficient numbers of students who have the potential for being successful after enrollment. Mainly they have four works, admitting students enrollment, marketing and recruitment, auditing degrees, publishing. As marketing and recruitment strategies, they give the potential students Preview Day, PSU Friday, Campus tour and scholarships.

(Received on May 31, 2000)

はじめに

日本の大学において、アドミッションズ・オフィス（入学許可担当事務局、以下AO）入試が注目されている。1990年の慶応大学湘南藤沢キャンパスを皮切りに、AO入試を導入する大学の数は増加し、文部省の調査によれば、2000年度では国立3大学、公立1大学、私立71大学、合計75大学がAO入試を行っている（www.monbu.go.jp/news/00000497）。こうした動きの要因としては、大学が、高等教育機関への進学達

成率が上昇する中で質の高い学生を一定数確保したいというニーズ、また大学改革の一貫として従来の画一的な学生選抜の在り方を変えていこうというニーズを持っていることが考えられる。

各大学がAOを設置するにあたって、古い歴史を持つアメリカの大学のAOを参考には有益である。しかしながら、その一般的機能は日本に紹介されているが、具体的な使命、組織、業務内容はあまり紹介されていない。本稿では、オレゴン州にあるポートランド州立大学（Portland State University、以下PSU）

*) 連絡先：060-0811 札幌市北区北11条西7丁目 北海道大学大学院教育学研究科（e-mail: hiro@edu.hokudai.ac.jp）

**) Correspondence: Graduate School of Education, Hokkaido University, Sapporo 060-0811, JAPAN

のAO関係者へのケース・スタディを通して、アメリカの大学のAOの使命、組織、業務内容を概観し、とりわけAOの中心的業務である学生のマーケティング・リクルートメント戦略について紹介する。

PSUをケースとして選んだ理由は、PSUが自らを都市型大学として位置付けており、AOも都市の多様な学生のアクセスを拡大するために、積極的に学生のマーケティング・リクルートメントに取り組んでおり、その活動が見えやすいと考えたからである。

尚、本稿の主な記述は、筆者が行った面接調査に基づいている。被調査者の氏名、PSUでの役職、調査日は以下のとおりである。

Janine M. Allen (副プロヴォウスト, アドミッション・学生サービス部長) 2000/3/23

Agnes Hoffman (ディレクター, アドミッション・記録オフィス) 2000/4/11

Rowanna Carpenter (アドミッション・カウンセラー, アドミッション・記録オフィス) 2000/4/21

1. アメリカにおけるAOの歴史

PSUのAOを見る前に、アメリカの大学においてAOがどのように発展してきたのかを概観しておこう。

1900年代以前のアメリカの大学では、現在の日本と同様に、学部教官が学生の選抜に深く関わっていた。1900年代初頭には、従来教官が行ってきた学生関係の業務を、専門家に移行させていく動きがあった。これがAOの出発点である。しかし当初のAOの役割は「ゲート・キーパー」としての役割だった。つまり、学部教官からの基準に従い、その基準に見合わない学生を閉め出すという役割である。大学に入る資格を持っているかを問い、「スクリーニング(ふるい分け)」を行っていたのである。一般的にはテストの点数と高校での学業平均値要件(Grade Point Average Requirement, 以下GPA)が基準となっていた。

1970年代後半から1980年代前半にかけて、高等教育への入学者数の低下という問題が起きた。また経済不況による大学の財政危機という切実な問題も起きた。この時期、「ゲート・キーパー」から「マーケット」へとその役割をシフトさせるAOが登場し始めた。

1970年代半ばより、大学の管理職は学生を引き

つけ、居残りさせるための新しい方法を求め始めた。マーケティングという、長らくキャンパスでは軽蔑されてきた概念が、多くの大学において入学とリクルートメントの実践の中で定着しはじめたのである。(Hossler, & John, 1990:3)

しかし学生確保のためには、入学前のマーケティング戦略だけでは不十分であった。入学後に、学生に中退せずに卒業してもらおう戦略が必要である。この時期に注目された、もう一つのAOの役割が「リテンション(retention)」である。これは、学生を中退させずに大学に保持させる取り組みを意味する。

たいていのキャンパスでは、新しいマーケティングとリテンションの活動はお互いにバラバラに行われていた。マーケティングはAOの役割であり、リテンションは学部の委員会や孤立した学生担当オフィス(Student Affairs officials)に任されていた。...1980年までに学生を引きつけ、維持するためには継続したシステムティックな機関の資源の活用が必要であることを発見した大学が複数あった。...1980年代半ばまでに、入学管理(enrollment management)は高等教育の語彙の一つになった。(ibid:4)

現在、アメリカの大学におけるAOの使命は、十分に大学の入学基準に見合い、かつ成功する資質を持った新入生を各学部を持ち込むことである。もちろん現在でも、AOは学生が大学に入ってから成功するための準備ができているかどうかを確認するために「スクリーニング」の機能を持っている。しかしこの場合、学業証明書をチェックするだけでなく、学生が入学後の学習について積極的に考え、現実的な期待を持っているかどうかをチェックするようになってきている。というのも複数の調査から、大学入学以前に持っている期待が満たされた学生は、入学後に大学にも学問の世界にも馴染みやすいことが明らかになってきているからである。

Widdows & Hilton(1990)は、ミッド・ウエスタン大学の学生に対し、学生の当初の大学に対する期待と入学後の現実との「期待ギャップ」について調査を行った。26項目の大学の特徴のうち、現実が期待を上回った(ポジティブな期待ギャップ)ものは、学問的評判、大学の規模、宗教に近づく機会の3項目のみ

であり、他の23項目は現実が期待を下回っており(ネガティブな期待ギャップ)、学生の多くは不満を抱えていることが明らかになった。

740名の大学新生に調査を行った Viella & Hu (1990)は、こうした学部への期待と、大学に留まりたい、もしくは中退したいという意志に強いポジティブな関係があることを明らかにした。調査の中では、大学入学許可以前に学生が行うプロセスが、大学内での社会的環境や学問環境もしくはリテンションのための取り組みと同程度に重要であることが示されている。

Braxtonら(1995)は、学生はある期待を持って大学に入学してくるものと仮定し、この期待が満たされない場合、初期の段階で大学にも学問の世界にも幻滅し、究極的には中退につながるという仮説を立てた。大学の新生263名に調査を行った結果、とりわけ学問的・知的成長と職業能力を身につけることに對して学生が抱いていた期待に大学が応えている場合は、学生は大学にも学問にも馴染みやすいことが明らかになった。Braxtonらは提言として、大学には、カタログや高校との会議の場で大学の特徴を受験生に理解しやすく正確に伝えること、また学生には、入学前の大学訪問を行うことをあげている。

Tinto(1993)は、こうした一連の調査結果をまとめて、以下のように述べている。

自らが入学する大学に対して正確で現実的な期待を持っている学生は、自らにうまくマッチする大学を選択する。入学前の期待は一般的に、個人の大学入学後初期の経験を評価する基準となる。期待が非現実的であるか、もしくはひどく間違っただけである場合(またはその両方の場合)、大きな失望につながる可能性がある。そうした状況に自らの期待を合わせる学生もいるが、裏切られたと感じるものもいる。(Tinto,1993:54)

2 . PSU のケース・スタディ

2.1 PSU の特徴

PSUの前身は、1946年に第二次世界大戦から戻った軍人の教育要求に応えるために設立された、ヴァンポート・エクステンション・センターである。1955年には、学位を取得できる4年制のポートランド州立カレッジとなった。1969年にPSUに名称を変更し

た頃から、急速に学生数が伸び初め、現在ではフルタイム学生約1万6千人、パートタイム学生を入れると約4万人の学生を抱えている。

オレゴン州最大の都市であるポートランド市の中心街に位置しているという地理的環境から、PSUは都市型大学として自らを位置づけている。大学の使命は「生涯に渡って、学部生には質の高いレベル教育へのアクセスを与え、大学院生にはとりわけ大都市圏に関連した専門的プログラムへのアクセスを与えることによって、都市生活の、知的、社会的、文化的、経済的質を高める。」である。大学の紋章にはラテン語で「Doctrina Urbi Serviat (Let Knowledge Serve the City: 知を都市に捧げよ)」とある。

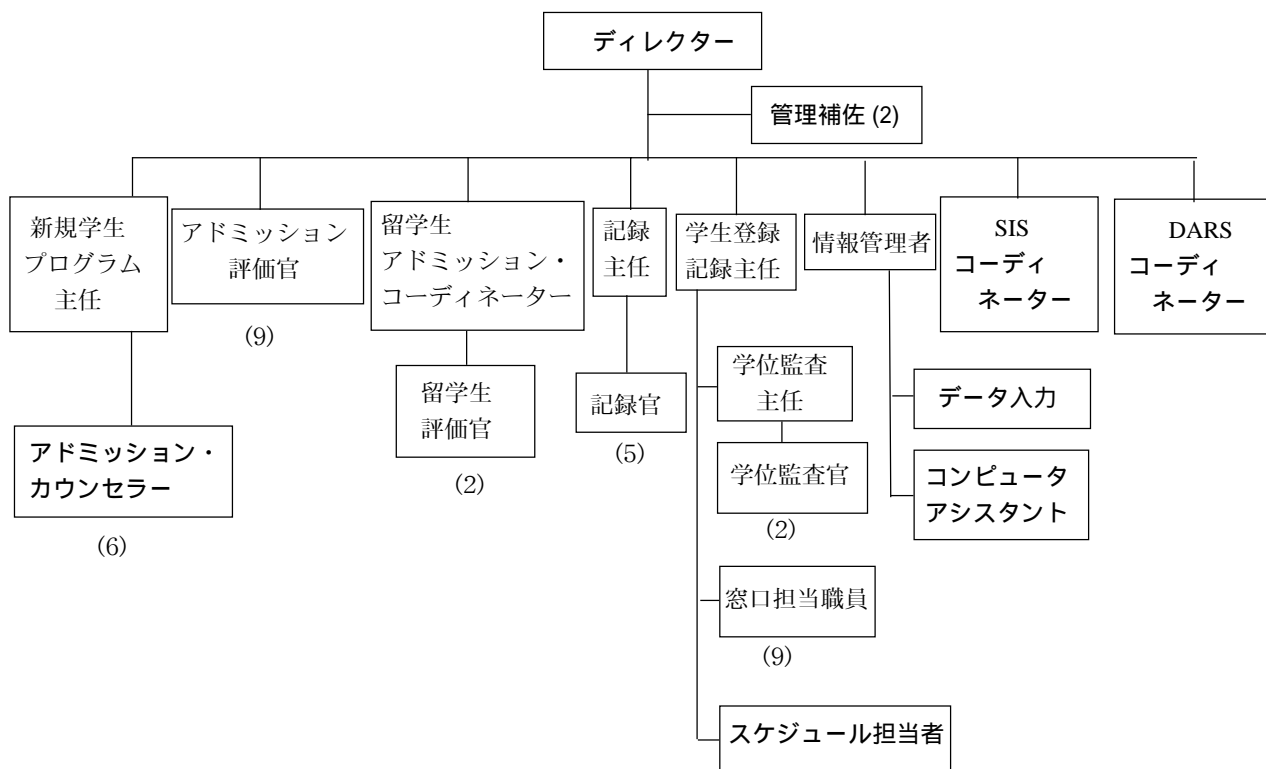
カリキュラムにもこの使命が具体化されており、コミュニティをベースとした学習(コミュニティで起きている現実問題を題材にして学習を行うこと)が重視されている。学生は、インターンシップ、企業や行政機関との共同研究などを通し、学内で学んだことを学外で応用する機会を多く持つ。

2.2 入学許可・記録事務局(Office of Admissions and Records)の組織

PSUにおいては、学生担当オフィス(Office of Student Affairs)の中の一部門に、入学許可・記録事務局(Office of Admissions and Records 以下、AR)が置かれている(図1)。

組織図に沿って業務を説明していこう。まず、ARの組織は大きく「入学許可部門」と「記録部門」に分かれる。まず「入学許可部門」に関しては、9名のアドミッション評価官が、出願書類の評価にあたっている。新規学生プログラム主任の下にいる5名のアドミッション・カウンセラーは、大学選択にあたって必要な情報を提供することを目的とし、日常的な相談業務にあたっている。アドミッション評価の際、基準に満たなかった学生、移民者、転学生などの込み入ったケースは、評価官からカウンセラーに回される。新学期の時期には1人のカウンセラーが1日に20人の相談にのることもある。また後述する高校訪問もカウンセラーの仕事である。留学生については、留学生アドミッション・コーディネーターの下に2名の留学生評価官がいる。

次に「記録部門」である。こちらは入学関係以外の業務内容も抱えている。学生の学業成績に関する情報については、記録主任の下、5名の記録官が担当し



※ カッコ内の数字は人数

図1 PSUの入学許可・記録事務局の組織図

ている。ここでは、入学関係書類、学生登録関係書類、成績、各種申請書、学位許可の記録、高校やPSUへの転学前のカレッジの成績証明書を管理している。

また学生登録・記録主任の下には、学位監査主任があり、その下に2名の学位監査官がいる。単位数をチェックし、学位取得候補者の準備ができていることを証明することが仕事である。学部生のみならず、大学院生の学位についても取り扱っている。

また9名の窓口担当職員があり、窓口もしくは電話で、入学や記録、学生登録に関する一般的な質問に答えている。質問内容が込み入った場合、アドミッション・カウンセラーに回すこともある。各科目を教室に割り付けるスケジュール担当者も学生登録・記録の仕事である。

その他、SISコーディネーター (Student Information System: データベースとシステムソフトウェアの担当者)、DARSコーディネーター (Degree Audit Report-

ing System: 学生の学位取得に向けた進展状況を評価するソフトウェアシステムの担当者)、情報管理者が配置されている。

2.3 ARの業務

ARの主な業務は、①学生選抜、②学生のマーケティング・リクルートメント、③学位取得のための監査、④各種出版物の発行に分けられる。以下では、本稿に直接関わる①と②を詳しく見る。

①学生選抜

PSUには、大学教官によって推薦され、州の高等教育委員会によって認められた入学要件があるが、これはかなり緩やかなものであり、アクセス度(入学希望者の大学への入学しやすさ)は高い。Janineは、これは上記見たPSUの使命に基づいたものだと述べる。

私たちは都市にある教育機関なので、オープン・アクセスの意識を持っています。オープン・アドミッション(入学希望者が全入できる入学システム。アメリカのコミュニティ・カレッジはこのシステムを採用している。筆者)は持っていませんが、かなり緩やかな入学条件を持っています。私たちは地域社会に奉仕しているので、低所得の学生にオープンアクセスを提供したいと考えます。文化的、民族的に多様な背景を持つ学生たちは、知的能力の故ではなく家庭環境の故に成績が低いのです。(Janine)

PSUに入学するためには以下の3つの要件を満たす必要がある。

(a) 学業平均値要件 (GPA)

入学するためには、全ての学年の教科において2.50ポイント平均を取る必要がある。ただしこの要件は、SAT (Scholastic Aptitude Test) で1,000点以上、ACT (American College Test) で21点以上を取ることで代替することも可能である。

(b) 入学テスト要件 (Admissions Test Requirement)

学生はSATもしくはACTの点数を提出しなければならない。GPAの基準(上述)を満たしていれば、点数の最低基準はない。

(c) 教科要件 (Subject Requirement)

国語(4単位)、数学(3単位)、科学(2単位)、社会(3単位)、外国語(2単位)の計14単位を修了しなければならない。

これらを見てわかるように、高校の教科要件を満たしていれば、GPAか入学テスト要件のどちらかをクリアすればよいのである。PSUの要求するテスト点数やGPAは、ごく平均的なものであり、ふるい分けの機能を最小限に押さえたものとなっている。

上記の要件を満たした生徒は、ARに関連書類を提出し、入学許可を待つことになる。入学はどの時期からでも可能であるが、新規高校卒業者の場合9月からの入学が多い。

②学生のマーケティング・リクルートメント

Hoffmanは、ARの主な業務は、学生のマーケティング・リクルートメントにあると言う。

このオフィスに勤めている職員の多くが、マーケティングに関わっています。私たちは都市にある大学ですから、積極的に都市にある高校にアウトリーチ(手を伸ばすこと)を行っています。リテンションを直接担当する職員はいませんが、PSUで成功するために準備のできた学生を特定し、リクルートすることがリテンションに大きく役立ちます。(Hoffman)

以下では、現在PSUのARが行っている6つのマーケティング・リクルートメント戦略について説明する。

(a) ダイレクトメール送付

高校生に対するリクルートメントは、大学入学の18カ月前から始められる。PSUのARが重視しているのが、高校3年生の後半の半年間である。(オレゴン州では4年制高校が一般的である。)この時期は、高校生が進路を真剣に探し始める時期である。これに対応する形でリクルートが始まる。大学進学を希望する3年生がたいてい受けている、P-SAT (Preliminary Scholastic Aptitude Test)を受験した学生の名簿をARが実施業者から購入し、ダイレクトメールを郵送する。

(b) 高校訪問プログラム

ARでは、チームを組んで、高校周りをしている。これはアドミッションカウンセラーの業務である。州内ほとんどの高校を訪問する。これは州レベルで調整されているもので、高校訪問プログラム(High School Visitation Program)と呼ばれている。小さい高校については、別な高校と合同で説明会を開くこともある。中でも多くの学生が入学してくる高校には、再訪問を行い、ガイダンスカウンセラーに最新の情報を提供している。よって高校訪問は1年中行われる。これは最も効果的なもので、ほぼ30年ほど続いている。

(c) プレビュー・デイ

11月の土曜日に行われるものはプレビュー・デイである。これは規模の大きな一般公開日である。学生は、大学で提供されている講義の中から、興味のあるものを体験受講できる。また大学内での生活について知るために、大学情報も聞くことができる。Tinto

表1. プレビュー・デイのスケジュール(1999年11月13日の場合)

8:00 a.m.	チェック・イン
8:45 a.m.	歓迎の挨拶と今日の内容の概略
9:00 a.m.	PSU で学ぶということ～選択と管理～
9:35 a.m.	興味のある講義を体験 (2 つを選択, 下記参照)
11:15 a.m.	キャンパス・ツアー 昼食とクラブ紹介 PSU へのつながり～入学許可, 経済的援助と大学寮～
2:00 a.m.	興味のある大学情報を受講 (2 つを選択, 下記参照)
3:30 a.m.	閉会式

・体験講義のリスト
 裁判制度, 人類学, 応用言語学, 建築学, アート・グラフィックデザイン, 生物学, 黒人文化研究, 経営管理学, 化学, チカーノ・ラティーノ文化研究, 児童・家族研究, 地域開発, 経済学, 教育学, 工学・応用科学, 英語学, 環境研究, 外国語・文学, 一般教育・リベラル教育, 地理学, 地質学, 健康教育, 歴史学, 国際研究, 数学科学, 音楽, 哲学, 物理学, 政治科学, 法律学, 専門健康学, 心理学, 社会学, スピーチ・コミュニケーション, スピーチ・ヒアリング科学, 演劇学, 女性学。

・大学情報のリスト
 PSU での体育, 学問的成功を高めるために～サービスと戦略～, 大学寮で1年生体験, 大学での資金づくり～奨学金とアルバイト～, 教室外での学習～インターンシップ・コミュニティサービス・交換留学～, PSU での多文化経験, 高校生の親向け講義, 学生のリーダーシップとキャンパスライフ, 大学寮ツアー, PSU への転学, 大学優秀学生プログラム。

(1993)は, 大学側の事前情報が, 大人の視点で提供されることが多く(例えば, 大学の規模, 使命, 学科やカリキュラムの説明), 学生のキャンパス生活を特徴づけるインフォーマルな情報に欠けていると指摘しているが(Tinto, 1993:55), プレビュー・デイの大学情報はこうした指摘を意識したものになっている(表1)。

(d) PSU フライデー

年間5回(10, 1, 2, 4, 5月), PSU フライデーと呼ばれるイベントがある。金曜の午後, 生徒, 親, 重要な他者 (significant others) がキャンパスを訪問する。内容はプレビュー・デイをコンパクトにしたものである。生徒は, カリキュラムについて学び, 大学生が引率するキャンパス・ツアーに参加し, 奨学金やア

ルバイトなどの情報を得る。

(e) 学生大使によるキャンパス・ツアー

大学生によって組織される学生大使 (student ambassador) がリクルートメントに関わっている。現在9名の大学生がおり, 各メンバーが週に1回キャンパス・ツアーの引率を行っている。1回のツアーの参加者は1人の場合もあるし, 10人の場合もあるが, 平均して4～7人である。ツアー参加者に, その後電話でコンタクトを取るのも学生大使の仕事である。彼ら/彼女らは, 各学期毎に支給される400ドルの奨学金と揃いのTシャツを受け取っている。Carpenter は, 学生大使の目的について次のように言う。

学生大使は、学生の視点からのキャンパス・ツアーを行うことが目的です。...彼ら/彼女らにはツアー参加者に、私たちの代わりに電話をかけてもらいます。受験希望者とコネクションを作ることが目的です。「質問はないか」「大学の決定はしたか」など、学生の視点からの質問をしてもらいます。高校生にとっては、年の近い大学生と話す方がいいでしょう。(Carpenter)

筆者が参加したツアーの場合、工学部の2年生が担当だった。大学の歴史や学生生活の話を取り入れながら、学内の主要な建物を30分程度で巡り、案内をしてくれた。

(f) PSU バイキング奨学生

奨学金や授業料免除は、学生を引きつけ、かつ中退させないためにも重要な要素である。一般の奨学金/授業料免除については他の部局が担当しているが、ARは学生の入学の1年前に500ドルの奨学金を与える制度 (PSU バイキング奨学生) を1998年から始めた。

奨学生を選抜する方法は、高校3年生と4年生で異なる。4年生については、州教育局から報告書を受け取っている。この報告書には、希望大学名やGPAのスコアが記入されている。3年生に関しては、個々の高校に情報提供を依頼している。しかし学生の名前を大学に流すことを嫌がる高校もあるので、全ての高校から情報を得ることはできない。こうした情

報に基づき、成績優秀者を奨学生として選ぶ。

この目的は学生の関心を高校3年生から集めることにある。Janine と Rowanna は次のように言う。

私たちが行っているのは、学生が大学に入学手続きをする時期よりも前に奨学金を渡すというものです。新規高校卒業予定者には、入学する1年前の秋に500ドルを提供しています。実際にはこの奨学金は授業料の支払いにしか使えませんし、大した額ではありませんが、生徒の関心を集めるには十分です。従来は、奨学金は入学する年度の春に提供されていました。しかしその時期は、すでにどこの大学に行くかも決めているし、大学を訪問した後です。私たちは学生が考慮中の段階で奨学金を渡したかったのです。(Janine)

成績優秀な3年生は初期に大学選択を始めます。3年生は大学に出願できないけれども、秋には出願する資格があります。一度SATや他のテストを受けると、山のような情報が生徒に送られてきます。他の大学が彼ら/彼女らに話しかける前に、会話をしておきたいのです。(Rowanna)

4月には、PSU バイキング奨学生の歓迎会を開く。会場には赤絨毯が敷かれ、学生はその上を歩いて会場に入る。筆者も参加したが、参加していたのは高校3年生と4年生がほぼ半数であり、彼ら/彼女らの多くが親を同伴していた (表2)。

表2. バイキング奨学生歓迎会の流れ (2000年4月18日の場合)

-
1. 総長から歓迎の言葉
 2. AR ディレクターから歓迎の言葉
 3. 成績優秀者プログラム担当教授からの言葉
 4. 在学生 (3年生) からの言葉
 5. 奨学金資格証書授与
 6. 学部教官紹介
-

Janineは、こうしたマーケティング・リクルートメントの目的について、以下のように言う。

私たちがやりたいことの第一は、学生の注目を集めることです。学生が注目してくれた後は、頻繁に、かつ質の高いコンタクトを取ることです。第二には、彼ら/彼女らにキャンパスに来てもらうことです。キャンパスを訪問した学生は、入学する確率が高いんです。そのために大学をオープンにしています。大学内でのイベント、それも若者向けの都会的なイベントをサポートすることで、入学前から学生に大学に足を運んでもらうようにしています。学生には入学前からPSUに慣れ親しんで欲しいと考えています。(Janine)

2.4 他部局との連携

このように、学生選抜にあたってアクセスを拡大し、マーケティング・リクルートメントに力を入れることは、学力的に多様な学生の入学をもたらす。こうした学生たちのリテンションを高めるためには、入学後の学生にサービスを提供する他部局との連携が必要となる。PSUには、学習支援情報センター (Information and Academic Support Center)がある。ここでは、学習計画を立てるにあたって必要な情報が、ビデオ・ワークショップ・個人面談により提供される。また、自ら学力不足を感じた学生に対しては、学習支援プログラムが提供され、基礎学力向上のためのワークショップや仲間や先輩による個人指導 (peer-tutoring program)を受けられる。また、障害を持った学生、女性学生、経済的困難な学生、民族的マイノリティの学生などに対する各学習支援センターもある。ARは各学部のみならず、こうした部局とも情報交換をしている。

おわりに

PSUのARは、ダイレクトメール送付、高校訪問、プレビュー・ディの実施など、新規高校卒業者へのマーケティング・リクルートメント活動を積極的に行っている。様々な戦略を実施している理由は、第一に、入学前に高い意識を持った学生は、入学後に成功する確率が高いという認識に基づいているからである。第二に、都市型大学としてのPSUの使命として、

都市の多様な学生のアクセスを拡大しているからである。

一方、現在、PSUのARが抱えている課題としては以下の2つがある。

第一に、アクセスを拡大することに伴い、学力低下が懸念されている。しかし、これについては、入学段階でのゲートを高くして、学生の学力基準を向上させるという伝統的な発想ではなく、入学前からの大学での情報提供をさらに確実なものにすることによって、正確で現実的な期待を持ってもらうことが入学後の学力向上につながると考えている。

第二に、オレゴン州の公立大学の入学にあたって必要な入学許可基準を定めたPASS (Proficiency-based Admission Standard System)が2001年秋から導入され始める。これは6つのアカデミック領域(英語、数学、科学、第二外国語、ビジュアル・パフォーミングアート、社会科学)において大学での学習に必要な知識内容とスキルを定めたものであり、受験生はこれらが身につけていることを表現しなければならない。この基準によって、入学後の成功に必要な知識内容とスキルの到達度を確認することができる。PASSと従来のPSUのアドミッション・スタンダードをどのように調整していくのが課題となっている。(PASSについては池田(1997)、コンリー(1995)を参照。)

このように、アクセスの拡大と入学者の学力水準の維持をどのように両立させるのが、PSUのARの課題となっている。本格的な生徒減少期を目前とした日本の大学にとって、この問題に取り組んでいるPSUのケースは今後とも参考となることだろう。

参考文献 (和文・英文の順)

池田輝政 (1997) 「オレゴン州のチャレンジ：世紀の変わり目におけるK-16の教育改革」『教育制度学研究』第4号。

デビッド・コンリー (1995) 「オレゴン州の新しい大学入試基準 (PASS) 高校と大学への今後の影響」『21世紀に向けての大学入試 国際シンポジウム報告書』大学入試センター。

Braxton, John M.; Vesper, Nick; Hossler, Don (1995) "Expectations for College and Student Persistence," *Research in Higher Education* v36 n5, p595-612.

Hossler, Don; Bean, P. John and Associates (1990) *The Stra-*

tegic Management of College Enrollments, Jossey-Bass Inc., Publishers.

Portland State University (1999) *Bulletin 1999-2000*.

Portland State University (1999) *The 1999-2000 Portland State University Campus Resource Guide and Directory*.

Riehl, Richard J.(1982) "From Gatekeeper to Marketing Consultant: The Admissions Officer ' s Changing Role," *College and University* v57 n3, p327-29, Spr. 1982.

Tinto, Vincent.(1993) *Leaving College: Rethinking the*

Causes and Cures of Student Attrition (Second Edition), University of Chicago Press.

Villella, Edward F.; Hu, Michael.(1990) "College Choice as a Linking Variable between Recruitment and Retention," *Journal of Marketing for Higher Education* v3 n1, p79-88.

Widdows, Richard; Hilton, Peggy J..(1990) "Assessing the Extent to Which Students ' Initial Expectations of the Higher Education Experience Are Being Met," *College and University* v65 n2, p85-94 Win. 1990.