

## 学生確保の見通し等を記載した書類

---

### 目次

(1) 新設組織の概要 .....	2
①新設組織の概要 .....	2
②新設組織の特色 .....	2
(2) 人材需要の社会的な動向等.....	4
①新設組織で養成する人材の全国的，地域的，社会的動向の分析.....	4
②中長期的な18歳人口等入学対象人口の全国的，地域的動向の分析.....	5
③新設組織の主な学生募集地域.....	6
④既設組織の定員充足状況.....	8
(3) 学生確保の見通し.....	11
①学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果.....	11
ア 既設組織における取組とその目標.....	11
イ 新設組織における取組とその目標.....	13
ウ 当該取組の実績の分析結果に基づく、新設組織での入学者の見込み数.....	13
②競合校の分析状況 .....	15
ア 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性.....	15
イ 競合校の入学志願動向.....	18
ウ 新設組織において定員を充足できる根拠等（競合校定員未充足の場合のみ） ....	19
エ 学生納付金の金額設定の考え方.....	19
③学生確保に関するアンケート調査.....	19
④人材需要に関するアンケート調査等.....	23
(4) 新設組織の定員設定の理由.....	27

## (1) 新設組織の概要

### ①新設組織の概要

新設組織	入学定員	収容定員	所在地 (教育研究を行うキャンパス)
名古屋産業大学 現代ビジネス学部 現代ビジネス学科 通信教育課程	200	800	愛知県尾張旭市新居町山の田3255-5

### ②新設組織の特色

(既設の現代ビジネス学部現代ビジネス学科(通学課程)について)

新設する現代ビジネス学部現代ビジネス学科(通信教育課程)は、既設の現代ビジネス学部現代ビジネス学科(通学課程)に併設する。当該既設組織の概要は以下のとおりである。通信教育課程の新設に当たって、既設の通学課程の入学定員、編入学定員および収容定員の変更はなく、改組も予定していない。

既設組織	入学定員	3年次編 入学定員	収容定員	所在地 (教育研究を行うキャンパス)
名古屋産業大学 現代ビジネス学部 現代ビジネス学科 通学課程	150	5	610	愛知県尾張旭市新居町 山の田3255-5

既設の現代ビジネス学部では、名古屋産業大学憲章(資料1)にあるように「社会科学分野を主軸にして、環境ビジネス、情報ビジネスなど、現代ビジネス学への研究を推進することで、産業社会で活躍できる産業人を育成する」を教育理念として定めている。さらに、現代ビジネス学部の教育目標は、以下のとおりである。

1. ビジネスの基礎知識を修得し、環境、情報、ビジネスに関する専門知識を活かして、産業・経済の発展に寄与することができる人材を育成する。
2. 広範多岐にわたる産業社会の変化に即応できるコミュニケーション能力を培い、異文化への理解を深め、国際的視野で活躍できる人材を育成する。
3. 進展する高度情報社会にあって、情報処理・管理を駆使した、問題解決能力を備えた人材を育成する。

現代ビジネス学科（通学課程）では、現代ビジネス学部の教育目標に基づき、現代ビジネスの成長分野を担う人材ニーズに対応するため、経済・経営学を中心としたビジネスの専門基礎教育を基盤に、環境、情報、医療情報管理、スポーツ、心理ビジネスの専門知識を学ぶことができる履修上のコースを設定し、現代ビジネスの成長分野を対象としたカリキュラムの編成、充実に取り組んでいる。また、建学の精神である「職業教育をとおして社会で活躍できる人材の育成」を徹底する観点から、産業界と連携した実践教育の充実を図っている。

（新設する現代ビジネス学部現代ビジネス学科（通信教育課程）の特色）

新設する現代ビジネス学部現代ビジネス学科（通信教育課程）では、現代ビジネス学部の教育理念である「社会科学分野を主軸にして、環境ビジネス、情報ビジネスなど、現代ビジネス学への研究を推進することで、産業社会で活躍できる産業人を育成する」ことは、通学課程および通信教育課程に共通する教育理念とし、教育機会の均等の観点から、多様な人々に対し通信教育課程においても通学課程と同等のカリキュラムを提供することにある。したがって、通学課程と同様に、現代ビジネス学（社会科学分野（特に経済・経営学）を主軸にして環境ビジネス、情報ビジネスなど、現代ビジネスの成長分野に特化した研究分野）の学位を付与する。

通信教育課程のカリキュラムの特徴としては、以下のA)からD)である。

A) 現代ビジネス学科（通学課程）と同等の通信教育課程カリキュラムの提供

経済活動や企業経営の基礎的な仕組みを理解した上で、「専門科目」の「社会変化対応科目」において、企業が社会の変化に対応する際に必要となる3つの分野である「情報」「環境」「人材」におけるそれぞれのマネジメント能力を学修し、現代社会のビジネス上の課題に対応する能力を修得するカリキュラムを提供する。

B) ライブ形式課題解決型ビジネス演習プログラム

既設の現代ビジネス学科（通学課程）では、「ビジネストレーニングプログラム（BTP）」として「実際の企業のビジネス上の課題を発見し解決策を提案するプログラム」を提供しているが、通信教育課程においても、同様の目的で、ICTを活用したライブ形式の課題解決型ビジネス演習プログラムを提供する。

C) 大学生／社会人として基本的なスキルを修得するゼミナール

新入生をはじめとした学生たちが「テーマを決めて調査・報告・発表や討論などを行うことにより、大学生および社会人として必要な基本的なスキルを身に付けるため、また、教員や学生同士の学術的な交流をする場を提供するためにゼミナールを開講する。

## (2) 人材需要の社会的な動向等

### ①新設組織で養成する人材の全国的、地域的、社会的動向の分析

近年、経済社会の発展や技術革新の急速な進展に伴い、人工知能（AI）、ビッグデータ、Internet of Things（IoT）、ロボティクスなどの最先端の情報技術（IT）があらゆる産業や社会生活に取り入れられた「Society5.0」時代が到来することが予測されている（資料2）。産業界は、少子高齢化の進展や生産年齢人口の減少による労働力の不足などが懸念されており、AIやロボットなどのIT活用は、経済社会の水準を維持するためにも不可欠である。また、気候変動による自然災害が問題視されており、その対応として、水資源や食料の確保、さまざまな生物の保全といった環境問題への対策が進められている。これら情報技術や環境技術をマネジメントし、現代ビジネスに活用していく人材が求められている。

愛知県は自動車産業を始め、工作機械や鉄鋼から繊維、窯業といった地場産業まで幅広いものづくり産業が集積しており、IoT・ビッグデータ・人工知能時代に対応し、企業・業種の枠を超えて産官学で利活用を促進するデジタル技術の導入や利活用の支援（資料3）を進めている。そうした中、産業集積の礎となる中小・零細企業の企業力強化や持続的な発展、次世代産業の振興を図るとともに、誰もが安心して生きがいや働きがいを持って活躍できる環境づくり、産業を担う高度人材づくりを着実に進めていくことを目標に掲げている。さらに、令和2（2020）年12月に策定した「あいち経済労働ビジョン2021-2025（資料4）」において、国際イノベーション都市づくりにより、2030年から2040年に向けて、AI、ロボット等では生み出せない新たな価値を創造する人材を育む環境を整備する。また、一度社会に出てからも、時代の変化に合わせて、いつでも何度でも学び直し、自らの能力や可能性を高めることができ、ダイバーシティの実現を目指し、性別や年齢、国籍、障害の有無に関わらず、誰もが自らの意欲に応じて、その能力を発揮し、社会経済の担い手として活躍できる地域づくりを整えていく必要があると、今後のまちづくりの方向性を示して取り組んでいる。以上のように、先進の情報技術を活用できる人材、環境技術を活用できる人材および多様な人材をマネジメントできる人材が求められており、本学現代ビジネス学科（通信教育課程）で育成する情報マネジメント、環境マネジメントおよび人材マネジメントの知識・スキルを修得した人材と合致しており、現代社会および地域社会における需要に応えることができる。

前述したように、「Society5.0」時代の実現に向けて、グローバル化の進展、デジタル化による事業革新、持続可能な社会への取り組みなど社会の変化が著しく、社会人は新たな知識やスキルが必要になってくる。社会人となった後、学校における学び

直しやリカレント教育の必要性が高まり、通学することなくメディア授業のみで完結することのできる通信教育課程への需要が高くなることが予測される。

## ②中長期的な18歳人口等入学対象人口の全国的、地域的動向の分析

(全国の18歳人口と大学進学率からみた学生確保の見通し)

文部科学省「18歳人口と高等教育機関への進学率等の推移(資料5)」によると、近年、少子化による18歳人口は令和2(2020)年の117万人から令和14(2032)年には103万人へ減少すると予測されている。全国の18歳人口は、令和2(2020)年に比べ11.9%(約14.2万人)の減少が予測されている(資料6)。一方、本学が位置する愛知県は、8.6%の減少に留まると予測されており、全国で7番目に低い減少率となっている(資料6)。

次に、大学進学率の推移を過去10年間(平成24(2012)～令和4(2022)年)で見ると、全体では平成24(2012)年の50.8%から令和4(2022)年の56.6%と過去最高を記録し5.8ポイントも上昇した(資料5)。また、愛知県の令和4(2022)年の大学等進学率は、61.8%と全国平均を大きく上回る結果となった(資料7)。

また、令和5(2023)年の大学入学者地元残留率をみても全国平均は44.8%であるのに対し、愛知県は72.1%と都道府県別では1位となり、高い地元残留率であることがわかる(資料8)。

したがって、同地域の高等学校に対して、通学課程と同様に通信教育課程の重点的な広報活動を展開することで、地域からの学生確保も見込まれる環境であると考えられる。

(通信制大学の需要からみた学生確保の見通し)

学校基本調査(文部科学省)から本学が作成した「通信教育課程の学生数(資料9)」によると、全国に通信の正規課程を置く大学の学生数は令和2(2020)年(161,142人)で下げ止まり、その後、令和5(2023)年(184,499人)まで増加しており、大学の通信教育課程のニーズは増加傾向に転じている。また、学校基本調査(文部科学省)から本学が作成した「通信教育課程の学生数(18歳～22歳)(資料10)」によると、通信教育課程に在籍する18歳～22歳の学生数も令和元年(2019)の18,712人から令和4(2022)年の30,857人と大きく増加しており、今後も増加していくことが予想される。

高等学校に目を転じてみると、学校基本調査(文部科学省)から本学が作成した「通信制高校の生徒数(資料11)」によると、高等学校の通信教育課程の生徒数は令和元(2019)年の197,696人から令和5(2023)年の264,797人と大きく増加してい

る。さらに学校基本調査（文部科学省）から本学が作成した「通信制高校卒業後の通信教育課程への進学数（資料 12）」によると、高等学校の通信教育課程から大学の通信教育課程に進学した者は、令和元(2019)年の 563 人から令和 4(2022)年の 2,070 人へと全体人数こそ少ないが 3 倍以上に増加しており、高等学校の通信教育課程から大学の通信教育課程に進学するニーズも増加してきている。

また、社会人における通信教育課程の需要については、公益財団法人私立大学通信教育協会が令和 5(2023)年に公開した「令和 4 年度入学者調査」の「大学通信教育の現状」によると、通信制の大学に在籍する正規の課程の学生数 179,877 人（当該協会に加盟する 44 校）の最終学歴は、「大学卒業」が 32.5%、「高校卒業」が 29.1%、「短大卒業」が 13.0%、「専門学校修了」が 11.9%、「その他」が 13.5%となっており、大学を卒業した多くの社会人が通信制の大学で学んでいることがうかがえる（資料 13）。

特に、公益財団法人私立大学通信教育協会「2024 大学通信教育ガイド（大学・短大編）」の開設学科一覧（資料 14）より、全通信教育課程を持つ大学数 44 校の内、通信教育課程に経済・経営学科を持つ大学は、全国的には 7 校であるが、中部地方で 1 校（ただし、私立大学通信教育協会に未加入）、東海三県では存在しない。本学は経済・経営学科を持つ高等教育機関として、東海三県から中部地方での通信制大学への需要の受け皿になることができると考える。

### ③新設組織の主な学生募集地域

（高校生の募集地域）

本学の入学者を出身高校の所在地別で見ると別紙 1 のとおり、直近の令和 5 年度の入学者では、愛知県が全体の 25.5%を占め、東海 4 県（愛知、岐阜、三重、静岡）では、全体の 41.2%であった。令和 4 年度は愛知県が全体の 37.3%、東海 4 県が 52.2%を占め、令和 3 年度は愛知県 47.3%、東海 4 県 59.0%であり全体の半数を占めた（資料 15）。さらに、現代ビジネス学科（通学課程）が愛知県を中心とした東海地域での入学者を安定的に確保している実績（別紙 2-1）を踏まえ、新設する通信教育課程における学生募集活動も、高校生については同地域に重点を置くこととする。

（通信制・定時制高校との連携協定）

本申請時点において、新設する通信教育課程への入学促進を視野に、新たに以下の通信制高校 4 校、定時制高校 1 校と受験協定および高大連携協定を締結（申請後に 1 校追加締結予定）した（資料 16）。受験協定では、学校推薦型選抜合格者に対する

入学金・授業料減免などの経済的な負担軽減を、高大連携協定では、本学での学びについて理解を深める事業推進を目的としている。こうした連携協定校においても重点的な学生募集活動を行う。なお、協定校は今後も拡大していく計画である。

- ・ クラーク記念国際高等学校名古屋校（通信制）
- ・ 志学高等学院（通信制）
- ・ 中央高等学院名古屋本校（通信制）
- ・ 愛知県立城北つばさ高等学校（定時制）
- ・ こころ未来高等学校（通信制）

#### （愛知県と東海地域の状況）

愛知県及び東海地域の大学入学者の地元残留率をみると、令和4年度の全国平均が44.8%であるのに対し、東海地域は50.2%と10地域区分別で全国2位（資料8）、とりわけ愛知県は72.1%と都道府県別では全国1位となり、極めて高い地元残留率であることがわかる（資料8）。

また、愛知県の入学定員充足状況は別紙1に示すとおり、直近3年間はいずれも100%を超えており、令和5年度における愛知県の志願倍率は全国5位の7.21倍（入学志願者数26万4031人÷入学定員3万6639人）と、高い水準を示している（資料17）。以上のことから本学が重点的な広報活動を展開する愛知県及び東海地域は、安定した学生確保が見込まれる環境であると考えられる。

#### （社会科学系の志願動向）

学部系統別における社会科学系の志願倍率は令和元年の9.85倍から段階的に約2ポイント下がったものの、令和5年度は7.76倍と依然高い（資料18）。志願倍率の低下は全体的にも見られる傾向である一方で、別紙1にもまとめた入学定員充足率を見た場合、直近5年間の社会科学系はいずれの年度も100%を超えており、募集環境は良好であると考えられる。

#### （社会人の学生募集地域）

自動車産業をはじめとして幅広いものづくり産業が集積している愛知県では、産業労働政策の基本的な方向性と主な施策を「あいち経済労働ビジョン2021-2025」の中で示している。その中で、国際イノベーション都市づくりを実現するための人材育成環境整備として、「愛知の産業を担う人財力の強化」を重要施策の1つに掲げ、デジタル人材を始めとしたイノベーションを創出する人材や高度なモノづくり人材を育成するため、リカレント教育の推進、社会人の学び直しを促進する環境づくりに取り組むこととしている（資料19）。

このような地域情勢を踏まえて、本学通信教育課程の養成する人材は、「情報マネジメント」「環境マネジメント」「人材マネジメント」の基礎的なスキルを修得し、現代ビジネスにおける社会変化への対応力および企業活動における業務課題への対応力を備えた職業人材としていることから、社会人の募集活動については、地域のニーズと本学の教育内容が合致する愛知県および隣接県において展開することは、合理的であると考ええる。

また、本学通信教育課程においては、学生の地理的、経済的、時間的な負担を軽減するための配慮から、スクーリングを置かず通学不要としているため、学生の住所地の制約はない。したがって前述したとおり、通信教育課程のニーズが全国的に増加傾向にあり、社会人の通信教育課程の需要（資料13）を踏まえると、社会人の募集対象者は全国に広く存在していると考ええる。

#### ④既設組織の定員充足状況

（現代ビジネス学部 現代ビジネス学科）

現代ビジネス学科（入学定員150人）における直近5年の入学定員充足率の平均は、別紙2-1に示すとおり1.08倍となり、安定的に学生確保ができています。令和6年度の入学者についても広報活動計画に沿った取り組みにより、令和6年2月末現在までの出願状況（226人）と今年度の残りの入試日程および直近5年の平均歩留率（0.78%）からの推計では、入学定員を充足できる見込みです。

（現代ビジネス学部 経営専門職学科）

経営専門職学科（令和3年4月開設、入学定員40人）における直近3年の入学定員充足率の平均は、別紙2-2に示すとおり0.37倍であり、早急に改善を要する状況です。

過去3年間入学定員を満たしていない状況については、本学科の教育課程の特色や優位性を受験生とその保護者、高校の教員に十分訴求できていないことを主要因と捉え、広報活動計画を改善しつつ、令和6年度の入学者確保に向けて活動を展開しているところである。

しかしながら、令和6年2月末現在までの出願者数は16人となっており、今年度の残りの入試日程および直近3年の平均歩留率（0.81%）からの推計では、定員が未充足となる見通しです。このような未充足となる状況について、以下の原因が挙げられる。

- 本学及び本学科の教育課程の特色や優位性を十分に訴求できていない

- 上記に加え教育内容が類似する競合校が近隣に新設され競争が厳しくなっている  
 名古屋市立大学：データサイエンス学部データサイエンス学科（令和5年4月開設）  
 名古屋学院大学：経営学部データ経営学科（令和6年4月開設）  
 椙山女学園大学：現代マネジメント学部企業経営専攻（令和6年4月開設）
- 完成年度を迎えておらず卒業生を未輩出のため、就職実績など教育成果を示すデータが不十分
- 約600時間の臨地実務実習（必修科目）が受験生の心理的なハードルとなり出願を躊躇させる要因となっているが、ハードルを払拭する説明が尽くせていない  
 教育内容が類似する競合校の新規参入については、本学科の先見性と、市場が良好な学生募集環境であることを示しており、根本的な広報戦略の見直しと阻害要因の解消に努めることにより、出願者の増加につながる可能性は十分にあると考えている。  
 このため、次のような取り組みを展開し、改善を図っていく計画である。

i) 高校訪問、高大連携の強化

A) 教職員一体となった高校訪問体制の推進

広報担当職員の訪問活動に加えて特に、教員においても東海4県（愛知、岐阜、三重、静岡）を中心に担当高校を決めて定期的に訪問する。在学生の学修状況を把握している視点から、進路指導教諭に対し継続して広報活動を行い、本学科の教育課程の特色や優位性を十分に説明する。

B) 在学生による高校訪問と後輩面談

本学科の在学生在が、学科の教員と母校を訪問し進路指導教諭に対し、本学での学修状況を報告する。また、訪問時には入学を検討している後輩との面談において質疑に応じ、生徒の率直な要望に沿った情報提供に努める。

C) 高大連携の強化

本学科の学びに興味・関心を喚起するよう連携強化を進める。具体的には、実務家教員による出張講義や商品開発指導などを行う。加えて、高校生を学内に招いた高大連携授業を積極的に展開する。

D) 姉妹校との連携強化

本学園が設置する菊華高校および菊武ビジネス専門学校との連携強化を図り、学園内進学者の増加につなげる。具体的には、本学科の学生が中心となって取り組むドローンサークルやドローンを使った研究活動などを共同で行う。

## ii) 学科 PR の強化

### A) 臨地実務実習の成果を PR

今年度は、本学科で初めて長期の臨地実務実習（科目名：長期インターンシップⅠ～Ⅲ）が実施されたことを踏まえ、高校生及び保護者、高等学校の教員等に対し、実習の様子や成果、学生の成長、実習先からの評価等について、広く情報発信する。

### B) 高校生「ビジネスデザインコンテスト」の継続

学科開設以来開催している同コンテストを継続して開催する。学科の主要な取り組みと位置づけ、コンテストを通じて学科の専門性を広く周知する。

### C) 「SDGs 入試」の新設

SDGs の視点を持って経営ができる人材の育成を目的に総合型選抜に「SDGs 入試」を新設した。成績優秀者には入学金の半額を免除するなどの特待制度と併せて出願者の拡大につなげる。

## iii) オープンキャンパスの充実

高校での進路指導時期と合わせて、7月に3回、8月に4回と集中的に開催し、他の月は1～2回を開催するなど、メリハリをつけて開催する。教職員連携型の学科説明及び高校生の興味・関心に応じた体験授業などを実施するほか、在学生によるスピーチにおいて大学で学んでいることや臨地実務実習での体験談や成果など、高校生に親しみやすい内容を発表する。

### （定員設定の合理性）

経営専門職学科は、上記に示す理由から定員が未充足であるものの、現代ビジネス学科（通信教育課程）は、入学定員を充足している現代ビジネス学科（通学課程）を基礎とするものであり、定員設定については、通学課程の出願状況と学生確保の見通しや収支バランス、通信教育課程の社会的ニーズ等を総合的に考慮したもので、その合理性については、「（4）新設組織の定員設定の理由」において説明する。

### (3) 学生確保の見通し

#### ①学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

##### ア 既設組織における取組とその目標

(入試広報活動体制)

学生募集に向けては、広報活動と入試実施を所管する入試広報室および入試広報委員会を中心に組織的に取り組んでいる。入試広報活動の取組としては、高校訪問、オープンキャンパスが中心となるが、受験情報媒体業者やウェブツールの有効活用などの広報展開を通じて学生確保につなげる。入試広報活動については、既設学科において継続的に展開しており、通信教育課程設置後も同様に取り組む計画である。

(入試広報活動の具体的な内容)

##### i) 高校訪問

入試広報の重要な手段となる高校訪問については教職員で対応し、1) 姉妹校(菊華高校、菊武ビジネス専門学校)、2) 高大連携協定校(受験協定校、連携校に準ずる高校を含む)、3) 直近の入学実績(別紙1)などを踏まえ、東海4県(愛知、岐阜、三重、静岡)の重点校を中心に高校の進路指導教諭に対して広報活動を行う。

訪問に当たっては、高校における進路相談(生徒の進路選択)日程等を考慮し、令和7年度の訪問強化期間と活動計画を次のように設定するとともに、高等学校での校内ガイダンスや体験授業を有効に活用するなどの活動を展開する。

令和4年度の訪問実績は年間延べ2,204校で、令和5年度の訪問目標は年間3,000校としている。令和6年1月現在で2,864校訪問しており、目標達成の見通しである。

〈高校訪問強化期間と活動計画〉

- 第1期期間：4月中旬～5月初旬(オープンキャンパス案内の訪問)
- 第2期期間：5月中旬～10月初旬(指定校・総合型選抜に向けた訪問)
- 第3期期間：11月中旬～1月下旬(一般選抜及び次年度に向けた訪問)
- 第4期期間：2月中旬～3月下旬(総合型選抜及び次年度に向けた訪問)

入試広報室の渉外担当職員および全教員がそれぞれ各エリアの担当高校を決め、強化期間に合わせて訪問する。令和6年度の目標訪問件数は、年間3,600校(月300校)とする。

##### ii) オープンキャンパスの開催

現代ビジネス学科（通学課程）のオープンキャンパスの実績については、別紙3①に示すとおり、令和4年度入試対象は年間計18回開催、参加者総数380人のうちの受験対象者数は272人で、このうち75人が入学（入学率27.6%）し、令和4年度の当該学科の入学者数（148人）の50.7%を占めた。令和5年度入試対象も年間計18回を開催。同学科においては、参加者総数424人のうちの受験対象者数は293人で、このうち77人が入学（入学率26.3%）し、令和5年度の入学者数（150人）の51.3%を占め、いずれも入学者全体に対する高い割合を占めている。

プログラム内容としては、学科での学びについて理解を深めるための体験授業を中心に、本学の特色を紹介する大学概要説明、学食体験、在学生サポーターによるキャンパスツアーなどを企画している。

参加生徒および同伴の保護者に対しては、本学の特色、入試の種類と日程、学生納付金と各種奨学金、就職状況等についての説明を行う。また、個別相談ブースを設けて相談に応じるなど、情報提供に努めている。

令和7年度入試対象については、学部全体で年間計19回を計画し、確実に入学定員（190人）を確保するため、入学率やオープンキャンパスに参加しないスポーツ特待生（例年約50人）等を考慮し受験対象者の参加目標数は、600人とする。

### iii) 大学案内や学生募集要項等の資料配布数

名古屋産業大学現代ビジネス学部全体の大学案内や学生募集要項等の資料配布数は、別紙3③に示すとおり、令和5年度入試対象者が5,598人で、このうちの入学者は50人（0.9%）であった。資料請求の際、学年が未記入の場合も多々あるため、受験対象者数を集計することはできない。令和4年度入試対象者においては6,132人への配布に対して64人（1.0%）の入学者数であった。

令和6年度の入試対象者については、10,000人を目標に配布を計画する。また、配布数に対する入学者数の割合を向上させるため、大学案内においては、オープンキャンパスへの参加メリットを強調する。

### iv) 各種説明会への参加

令和4年に行われた校内ガイダンス、会場ガイダンス・相談会、出張講義などの各種説明会に参加した生徒数は2,156人であった。令和3年の1,699人に対し127%の増加であった（資料20）。令和5年度（令和6年入試対象）の計画は、延べ計420回の実施、2,300人を目標としている。

こちらでも受験情報媒体業者の強みを活かした企画（見学会、校内ガイダンス、体験授業、会場相談会、大学展、出張講義など）に積極的に参画する。特に、各高等学校へ訪問し教室等で大学紹介をする校内ガイダンスや、各地で開催される他大学と合同

の会場進路相談会については、高校生と個別に接触する第一段階として、オープンキャンパスへの参加を促すための重要な手段となることから、積極的な取組を進める。

#### v) ウェブツールの活用と計画

令和5年度のホームページのアクセス数は毎月10,000件前後で例年と大きな変化はない。SNS(XおよびFacebook、LINE、Instagram、TikTok)には毎月10~20件を投稿しており、登録者数はLINEが最も多く、令和4年度の3月時点で1,854人であった。高校生のLINE利用率が極めて高いこともあり、オープンキャンパスの参加申込情報をLINE経由での登録としている。また、登録者は、本学に対して興味関心があり、志望度合いも高いことが考えられることから、本学の教育活動や入試情報、イベント情報などをきめ細かく提供することにより、出願につなげることが期待できる。

### イ 新設組織における取組とその目標

現代ビジネス学科（通信教育課程）の広報活動については、既設学部の広報活動計画（高校訪問、オープンキャンパスの開催、各種説明会への参加、SNS等による情報発信）において行う。

加えて、通信教育課程という特性を鑑みて、オンラインでのオープンキャンパスおよび個別相談会を催す。また、インターネットの検索サイト等にバナー広告を配信し、関連キーワードで表示されるバナー広告から本学のホームページへ誘導する。

社会人の学生確保に向けては、本学ホームページ及び本学で行われる公開講座での案内のほか、連携協定を締結している地元地域の企業団体である愛知中小企業家同友会や尾張旭市商工会、中小企業大学校瀬戸校のほか、近隣の名古屋商工会議所や瀬戸商工会議所などに向けて年2回程度、リーフレット等を送付し案内する。

さらに、連携協定を結んでいる団体については、本課程の特色を生かした情報マネジメントセミナーなどの共催を計画し、広報する。また、本課程の人材需要を確認するために実施したアンケート調査において対象とした「本学卒業生の採用実績がある企業等」「本学学生の就職が見込まれる企業」にもリーフレット等において定期的に案内を行うこととする。

活動計画や目標については、入学者の見込みと併せて以下に説明する。

### ウ 当該取組の実績の分析結果に基づく、新設組織での入学者の見込み数

既設の現代ビジネス学科のオープンキャンパスに参加した受験対象者は、前述のとおり高い入学率となっている。したがって、現代ビジネス学科（通信教育課程）にお

いてもオープンキャンパスは、入試広報活動において重要な取り組みと位置づけ、参加者の増加策を推進する必要があるため、高校訪問及び元地域の企業団体への広報活動を中心とした前述の既設学部の広報活動計画に沿って取り組みを展開し、入学定員200人を確保する。

また、経済的な理由により学業を諦めざるを得なくなった在學生及び退学者または除籍者にも広報活動を行い、働きながら学士取得を目指せるよう支援する。

#### (オープンキャンパス)

既設学部の取り組みと同様、年間19回の開催を計画し、対面とオンラインを同時開催する。既設の現代ビジネス学科のオープンキャンパスに参加した受験対象者は高い入学率となっており、直近2年の実績から、現代ビジネス学科（通信教育課程）における受験対象者の参加目標を600人とし、令和4年度入学率27.6%、令和5年度の入学率26.3%を参考に入学率を27%とした場合、162人の入学見込みとなる。

#### (大学案内や学生募集要項等の資料配布数)

令和6年度の入試対象者については、地元地域の企業団体も含め1万人を目標に配布を計画する。また、配布数に対する入学者数の割合を向上させるため、大学案内においては、オープンキャンパスへの参加メリットを強調する。令和4年度・5年度の入試対象者の実績を参考に配布数に対する入学者の割合を0.9%とした場合、90人の見込みとなる。

#### (各種説明会への参加)

校内ガイダンスや、会場進路相談会については、高校生と個別に接触する第一段階として、オープンキャンパスへの参加を促すための重要な手段となることから、積極的な取組を進める。各種説明会への参加目標は計420～450件（前年同月の1～2件増やす）で、2,500人との接触を目標とする。

#### (ウェブツールの活用と計画)

前述したSNSを活用した戦略に加え、参加者の利便性を考慮したオンラインオープンキャンパスの開催により、高校生及び社会人の参加者増加を見込むとともに、通学課程への入学を検討している高校生のポータル的なイベントとしても活用し、既設学科が展開するオープンキャンパスとの相乗効果を狙う。

#### (退学者、除籍者の救済)

既設学部において、経済的な理由により学業を諦めざるを得なくなった在學生及び退學者または除籍者にも案内を行い、働きながら学士取得を目指せるよう支援する。

直近の令和4年度、3年度で、経済的な理由で退学または除籍となった学生数は表に示すとおり退学・除籍者全体の3～4割弱を占めている。これらの退学・除籍者に対しては通信教育課程への再入学（通信教育課程規程 第24条）をリーフレットの郵送等で呼びかけ、学業再開の機会を提供する。

年度	退学・除籍者数 (人)	うち経済的な理由 (人)
令和4年度	54	18 (33.3%)
令和3年度	44	17 (38.6%)

また、在學生に対しては、転籍（通信教育課程規程 第27条）を促すとともに就職先のあっせん及び就職活動を支援し、学業の継続の機会を提供する。

## ②競合校の分析状況

### ア 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

（競合校の選定理由）

公益財団法人私立大学通信教育協会が公表している「大学通信教育の現状」（資料13）によれば、本学が所在する愛知県または中部地区に通信教育課程を置く大学（学部）は4大学があり、このうち、本学の現代ビジネス学部現代ビジネス学科（通信教育課程）と類似の学問分野である商学・経済学分野の通信教育課程を設置している既設の大学は新潟産業大学（新潟県柏崎市）のみである。本学と同大が同じ中部地区に整理されているものの、高等学校訪問等の学生募集戦略において、主たる学生募集地域が異なることから、地域の類似性についての比較は困難である。

したがって、競合校については地域の類似性を除き、以下の観点により3校を選定した。

- 学校種の類似性：私立大学の通信教育課程
- 定員規模の類似性：入学定員1,000人未満
- 学問分野の類似性：商学・経済学関係（経営学）
- 学力層の類似性：BF～偏差値40前後

所在地	区分	大学名	学科名	学問分野	学力層	入学定員
愛知	私立	名古屋産業大学	現代ビジネス学科	商学・経済学関係（経営学）	BF	200
東京	私立	東京通信大学	情報マネジメント	商学・経済学関	BF	850

			学科	係（経営学）		
東京	私立	産業能率大学	現代マネジメント 学科	商学・経済学関 係（経営学）	偏差値 40～45	500
新潟	私立	新潟産業大学	経済経営学科	商学・経済学関 係（経営学）	B F	300

（競合校との比較分析）

以下の比較観点で本学の特色を説明する。

i) 教育方法と内容

教育方法の特色として、動画配信によるオンデマンド型のメディア授業と同時双方向型のオンライン授業を併用する点が挙げられる。本学通信教育課程においては、学生の地理的、経済的、時間的な負担を軽減するためにスクーリングを計画しないことから、同時双方向型のオンライン授業において同等の学修効果を狙う。

同時双方向型のオンライン授業は、専門科目のうち「問題解決型演習科目」と教養教育科目のうち「ゼミナール」で活用する。問題解決型演習科目は、既設の通学課程において専門科目の核となる実習「ビジネストレーニングプログラム」に相当するため、同時双方向型のオンライン授業によりきめ細かい学修指導を行う。1、2年次に配置するゼミナールにおいては、大学での学修を進めるうえで必要となるアカデミック・スキルの養成と、教員や学生同士の学術的な交流など、きめの細かい学生サポートを目的としていることから、同時双方向型のオンライン授業で行う。

教育内容と方法の比較	
名古屋産業大学 現代ビジネス学部 現代ビジネス学科	<ul style="list-style-type: none"> <li>同時双方向型のオンライン授業と動画配信によるオンデマンド型のメディア授業</li> <li>1年間を2学期に分ける Semester 制。メディア授業は1回の授業を動画と確認テストで構成。15回の受講で完結し、単位認定試験の合格で科目により1～2単位取得</li> <li>専門科目の「問題解決型演習」と教養教育科目「ゼミナール」は同時双方向型オンライン授業</li> <li>スクーリング：なし</li> </ul>
東京通信大学 情報マネジメント学部 情報マネジメント学科	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本は動画配信によるメディア授業</li> <li>1学期を3カ月とする4学期制。1回の授業を約15分の動画4本と理解度を確かめる小テストで構成。8回の受講で完結し単位認定試験（もしくはレポート）を受け合格すると1単位取得。</li> <li>スクーリング：一部、資格取得のために通学による対面型を実施。</li> <li>オンラインオフィスアワーの設置</li> </ul>
産業能率大学 情報マネジメント学部 現代マネジメント学科	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本はテキスト学習</li> <li>所定のレポート（小テスト）に合格したうえで、その科目の科目修得試験を受験する</li> <li>受験機会は年間6回あり、1回の試験で最大5科目まで受験可能</li> <li>スクーリング：1) Webシステムによるライブ型 2) 動画視聴によるオンデマンド型 3) 通学による対面型（2日間で2単位、別途</li> </ul>

	受講料必要)
新潟産業大学 経済学部 経済経営学科	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本は動画配信によるメディア授業。1回の動画配信は10分程度。小テストやレポートなどの課題あり。</li> <li>スクーリング：なし</li> </ul>

## ii) 入試（受験時期、入学手続きとの関係）

競合校の受験時期と入学手続きに関しては（資料 21）の通りである。本学の受験時期に関しては文部科学省の入学選抜実施要項の出願期間日と合否発表日を遵守しつつ、競合校と同じように受験生が受験をしやすいするために、募集期間を複数回設定するとともに出願期間も広げている。そして入学手続き期間は入学式に近い4期、5期以外は、受験生に準備の機会を与えるため、合否通知後から2週間後に設定している。

## iii) 学生納付金、奨学制度などの学修支援の内容

本学の学生納付金はほぼ平均的な水準であり、競合校に対して際立った競争力は発揮しない。奨学金については、日本学生支援機構奨学金制度を活用するほか、本学独自の既存制度「初年度経済支援制度」を活用し、学校推薦型選抜（指定校制）で出願し評定平均 3.0 以上の入学生に対し入学金の半額を減免する。

学生納付金、奨学制度などの学修支援の内容の比較	
名古屋産業大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>初年度学生納付金（単位：万円） 合計 40：入学金 10、授業料 30</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本学生支援機構奨学金制度</li> <li>初年度経済支援制度（入学金半額減免）学校推薦型選抜（指定校制）で出願し評定平均 3.0 以上の入学生対象</li> </ul>
東京通信大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>初年度学生納付金（単位：万円） 合計 44.1：入学金 3、授業料 38、その他 3.1</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本学生支援機構奨学金制度</li> <li>畠山奨学金（給付型）強い向学心があり経済的に学費を補う必要があると認められた学生対象。選考により採否。卒業年次に 10 万円。</li> <li>夢を夢で終わらせない支援金（給付型）卒業後にかなえたい夢に関するプレゼンテーションを通じて、ユニークであると認められた卒業生に対して支給。卒業時に 100 万円。</li> </ul>
産業能率大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>初年度学生納付金（単位：万円） 合計 23：入学金 3、授業料 20</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本学生支援機構奨学金制度</li> <li>上野通教奨学金制度（給付型）学業成績が優秀で経済的理由により修学が困難な学生が対象。半期分授業料 10 万円。</li> <li>校友会奨学金制度（給付型）大学の名誉と発展に寄与する優秀な学生対象。5 万円。</li> <li>シニア奨学金制度（満 60 歳以上の正科生対象・給付型）半期分授業料 10 万円。</li> </ul>

新潟産業大学	・ 初年度学生納付金（単位：万円） ベーシックコース 合計 35：入学金 5、授業料 30 スタンダードコース 合計 70.2：入学金 7.2、授業料 63
	・ 日本学生支援機構奨学金制度

#### iv) 就職支援の内容

本学の就職支援は、多くの大学が利用している民間の就職活動支援クラウドシステム「求人検索 NAVI」を活用して行う。このほか、就職活動に役立つ動画コンテンツなどを随時配信する。

本システムは、既設学部で実運用しており、そのまま通信教育課程においても運用する。本学に届く年間約 14,000 件の求人が検索でき、利用登録により学生自身の就活スケジュール管理や個別相談の予約、進路希望・進路報告登録などを一元的に行うことができる。登録情報は、職員専用の管理システムと連動しており、個々の相談記録や就職活動の履歴を職員間で共有、把握したうえで就職活動をサポートする。

「求人検索 NAVI」にて予約を受け付けた個別相談については、Web 会議ツールを活用してオンライン対応する。簡単な質問等は随時、メールで受け付ける。

就職支援の内容の比較	
名古屋産業大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 就職活動に役立つ動画コンテンツを提供</li> <li>・ クラウドシステム「求人検索 NAVI」による求人票およびインターンシップ情報の提供、個別相談の受付・対応</li> </ul>
東京通信大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「キャリア・サポートセンター」が就職・転職に関する情報を提供</li> <li>・ 専用就職システム「@・CAREER」にて求人公開。</li> <li>・ 就職ガイダンス・セミナーは、(株)マイナビの協力を得て、就職活動に役立つ動画コンテンツの提供</li> </ul>
産業能率大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通学課程のような就職支援体制はなし</li> </ul>
新潟産業大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ネット上の相談窓口「キャリアサポートセンター」の設置</li> <li>・ 大学専用クラウドシステムによる求人情報およびインターンシップ情報の提供</li> <li>・ 個別相談、ZOOM を用いた面接指導</li> </ul>

#### イ 競合校の入学志願動向

競合校の過去 3 年間の入学志願動向については、各大学のホームページ等により調査を行ったが、志願者数、受験者数、合格者数に関しては一部確認ができなかった。よって公表されている入学定員、入学者数による入学定員充足率での比較分析となる。

競合校の類似性は、(3) ②アで述べた通り。過去 3 年間の入学定員の平均充足率は、産業能率大学が 113.1%、新潟産業大学が 107%、東京通信大学が 112.1%とな

っており学生確保の状況は良好である（資料 22）。通信教育課程における同系統の学問分野の社会的需要は堅調であると考ええる。

#### ウ 新設組織において定員を充足できる根拠等（競合校定員未充足の場合のみ）

各競合校とも入学定員の平均充足率が 100%を超えているため、この項の記述は割愛する。

#### エ 学生納付金の金額設定の考え方

現代ビジネス学科（通信教育課程）の学生納付金は、入学金 10 万円、授業料 30 万円を内訳とする初年次学生納付金 40 万円と設定した。

競合校と比較（資料 23）すると、本学の 40 万円に対して各大学は、23 万円から 70 万円までと幅があるが、平均は資料 23 のとおり約 43 万円となっており、本学の学生納付金は平均を若干下回る水準である。

現代ビジネス学科（通信教育課程）の入学定員は 200 人としており、完成年度の収容定員における法人の運営にかかる財政的観点や、競合校の設定状況などを総合的に考慮したうえで学生納付金を設定している。

### ③学生確保に関するアンケート調査

現代ビジネス学科（通信教育課程）の入学意向を定量的に把握するため、第三者機関によりアンケート調査を実施した（資料 24）。調査の概要を以下に示す。

（アンケート調査の概要）

i) 調査期間：令和 6 年 1 月～令和 6 年 2 月

ii) 調査対象：

下記、1)～5)のとおり、通信教育課程への入学が見込まれる高校生と社会人を対象とした。

- 1) 近隣に所在する高校または本学への進学実績のある高校の在学者で令和 7 年度大学進学対象となる高校 2 年生…58 高校 10,612 人
- 2) 本学卒業生の採用実績のある企業等および卒業生の採用が見込まれる企業等に勤務し進学意向の回答が可能な従業員…1,180 社 2,612 人
- 3) 姉妹校である名古屋経営短期大学の在学者…119 人

- 4) 本学と包括連携協定を締結している地元の企業団体である愛知中小企業家同友会の会員企業約 4,300 社に勤務し進学意向の回答が可能な従業員（一部 WEB での回答を希望した少数の高校 2 年生を含む）…160 人
- 5) 株式会社マクロミルに委託し実施した全国 WEB 調査…3,296 人

iii) 調査方法：

- 1) 近隣に所在する高校または本学に進学実績のある高校 58 校へ調査票一式（アンケート用紙、通信教育課程の概要を示したリーフレット）を送付し、教室等で直接アンケート用紙に記入する方法により実施。回答用紙は高校から調査委託会社へ直接郵送。
- 2) 本学卒業生の採用実績のある企業等および卒業生の採用が見込まれる企業等に勤務する従業員・職員に対し調査票一式（アンケート用紙、通信教育課程の概要を示したリーフレット）を送付し、アンケートを実施。回答用紙は回答者から調査委託会社へ直接郵送。
- 3) 名古屋経営短期大学学生 119 人に対し、調査票一式（アンケート用紙、設置構想中の通信教育課程の概要を示したリーフレット）を配布し、教室等で直接アンケート用紙に記入する方法により実施。回答用紙は大学がとりまとめ、調査委託会社へ送付。
- 4) 本学ウェブページにアンケート調査ウェブフォームを掲載し、ウェブを通じて実施。同ページに通信教育課程の概要をまとめたリーフレットと競合校一覧を示したうえで、ウェブフォームより回答を入力。回答は大学がとりまとめ、集計データを調査委託会社へ提供。
- 5) 本学が委託した株式会社マクロミルが、会員へウェブを通じて実施。同アンケート調査システムにて、通信教育課程の概要をまとめたリーフレットと競合校一覧を示したうえで、ウェブフォームより回答を入力。回答結果は大学に納品され、そのデータを調査委託会社へ提供。

iv) 調査委託先：一般財団法人日本開発構想研究所

（アンケート調査結果のまとめ）

上記の調査を実施した結果、6,190 人の有効回答を得た。

新設する通信教育課程への受験意向を示した 800 人のうちの入学意向は、「入学する」351 人（43.9%）、「志望順位が上位の他の志望校が不合格の場合に入学する」416 人（52.0%）「入学しない」31 人（3.9%）、「無回答」2 人（0.3%）となっている。なお、「入学する」「志望順位が上位の他の志望校が不合格の場合に入学する」

の肯定的な回答を合計すると 767 人 (95.9%) いることから、入学定員 200 人に対して約 3.84 倍が入学意向を示したと言える。

さらに、受験意向と入学意向の結果をクロス集計したところ、「第一志望として受験する」と回答した上で、「入学する」と回答した者が 295 人となり、入学定員 200 人に対して約 1.48 倍の入学意向を確保しているといえる。

上段:度数 下段:%		受験意向			
		合計	第一志望として 受験する	第二志望として 受験する	第三志望以降として 受験する
入学意向	全体	800 100.0	335 41.9	206 25.8	259 32.4
	入学する	351 100.0	295 84.0	42 12.0	14 4.0
	志望順位が上位の他の志望校が 不合格の場合に入学する	416 100.0	33 7.9	158 38.0	225 54.1
	入学しない	31 100.0	5 16.1	6 19.4	20 64.5
	無回答	2 100.0	2 100.0	0 -	0 -

アンケート調査結果について高校生と社会人の回答を分けたクロス集計を行った結果、受験意向として「第一志望として受験する」と回答したうえで、「入学する」と回答した 295 人の内訳は、高校生が 28 人、社会人が 267 人であった。

上段:度数 下段:%		受験意向			
		合計	第一志望として受験 する	第二志望として受験 する	第三志望以降として 受験する
入学意向	全体	92 100.0	34 37.0	13 14.1	45 48.9
	入学する	35 100.0	28 80.0	3 8.6	4 11.4
	志望順位が上位の他の志望校が 不合格の場合に入学する	48 100.0	1 2.1	10 20.8	37 77.1
	入学しない	7 100.0	3 42.9	-	4 57.1
	無回答	2 100.0	2 100.0	-	-

上段:度数 下段:%		受験意向			
		合計	第一志望として受験 する	第二志望として受験 する	第三志望以降として 受験する
入学意向	全体	708 100.0	301 42.5	193 27.3	214 30.2
	入学する	316 100.0	267 84.5	39 12.3	10 3.2
	志望順位が上位の他の志望校が 不合格の場合に入学する	368 100.0	32 8.7	148 40.2	188 51.1
	入学しない	24 100.0	2 8.3	6 25.0	16 66.7
	無回答	-	-	-	-

(選抜区分ごとの学生確保の見通し)

アンケート結果等の分析に基づき、高校生を対象とした選抜区分を 25 人(学校推薦型選抜 10 人、総合型選抜 15 人)、シニア・社会人選抜を 175 人としているが、選抜区分での学生確保の見通しを以下に示す。

高校生を対象とした選抜区分 25 人の確保については、本学園に設置する菊華高等学校及び菊武ビジネス専門学校から毎年計 10 人以上を見込み、本課程への進学を視野に新たに受験協定を締結した通信制高校 4 校(クラーク記念国際高等学校名古屋校、志学高等学院、中央高等学院、こころ未来高等学校)と定時制高校 1 校(愛知県立城北つばさ高等学校)ならびに、本学の指定校(656 校)から 15 人以上の入学を見込んでいる。

さらには、本学園の菊華高等学校通信制課程が令和 6 年度より狭域通信制から広域通信制に移行したのに伴い入学定員を 230 人から 600 人に増員したため、中長期的には、経済的な理由により進学をためらう生徒や通学制に馴染めない進学希望者の需要がこれまで以上に増えることが予想される。菊華高等学校通信制課程の進路実績としては、卒業する生徒の約半数が進路未定で卒業する。進路未定は、経済的な理由で進学を諦めた生徒や、通学制に馴染めず高校卒業までを目標としている生徒が大半である。通学課程よりも学費が安価であり、就業しながら学べる本課程であれば、経済的な理由で進学を諦める生徒や、通学制に馴染めず高校卒業後の進路を考えていない生徒に対し、本課程への進学を促すことができる。

2024 年度 菊華高等学校通信制課程 進路状況

卒業生数	進学	就職	進路未定
41	8	14	19

シニア・社会人を対象とした選抜区分の確保については、受験意向として「第一志望として受験する」と回答したうえで、「入学する」と回答した社会人は 267 人となり、シニア・社会人選抜の募集人数 175 人の 1.5 倍の入学意向が示されている。また、入学意向を示した社会人の回答者全体のうち、「第二志望として受験する」「第三志望として受験する」「志望順位が上位の他の志望校が不合格の場合に入学する」に該当する回答の合計が 417 人となっている。これらの回答結果は、募集人数 175 人に対し約 2.4 倍の受験者層が広報活動の強化によって入学に結び付く可能性があることを示しているといえる。

前述したように、社会人における通信教育課程の需要については、公益財団法人私立大学通信教育協会が令和 5(2023)年に公開した「令和 4 年度入学者調査」の「大学

通信教育の現状」によると、通信制の大学に在籍する正規の課程の学生数 179,877 人（当該協会に加盟する 44 校）の最終学歴は、「大学卒業」が 32.5%、「高校卒業」が 29.1%、「短大卒業」が 13.0%、「専門学校修了」が 11.9%、「その他」が 13.5%となっており、「大学卒業」と「短大卒業」を合わせると 45.5%となり、社会人の通信制に対する需要の高さを示している（資料 13）。

本課程においては、学生の地理的、経済的、時間的な負担を軽減するための配慮から、スクーリングを置かず通学不要としているため、学生の住所地の制約はない。したがって、上記のとおり社会人の通信教育課程の需要を踏まえると、本課程への社会人の募集対象者は全国に広く存在していると考えられる。愛知県に所在する本学が、地域のニーズを踏まえて設置する本課程ではあるが、需要に応じて広く社会人を受け入れ、安定的な学生の確保を図る。

#### ④人材需要に関するアンケート調査等

現代ビジネス学科（通信教育課程）の人材需要を把握するため、第三者機関により次のアンケート調査を実施した（資料 25）。調査の概要は以下に示すとおりである。

（アンケート調査の概要）

i) 調査期間：令和 6 年 1 月～令和 6 年 2 月まで

ii) 調査対象：下記、1)2)の合計約 5,480 件を対象とした。

1) 本学卒業生の採用実績がある企業および卒業生の就職が見込まれる企業等 1,180 社に勤務する採用担当者。

なお、「卒業生の就職が見込まれる企業等」は、以下の①～④の考え方でリストアップした。

①直近 2 年間の求人申込のために来学した企業等（250 社をリストアップ）

②本学から令和 5 年度に求人申込案内書を郵送した企業等（71 社をリストアップ）

③本学と緊密に連携している地元の民間就職エージェントに求人申込登録をしている本学に紹介可能な企業等（125 社をリストアップ）

④本学と教育活動や大学運営等において連携している企業等（87 社をリストアップ）

2) 本学と包括連携協定を締結している地元の中小企業団体である愛知中小企業家同友会の会員企業約 4,300 社に勤務する採用担当者。

※同会と本学は、組織的なインターンシップの実施や新卒採用活動においても積極的に連携している。

iii) 調査方法：

- 1) 調査対象の企業等に調査票一式（アンケート用紙、通信教育課程の概要を示したリーフレット）を送付し実施。アンケート用紙に記入してもらい、回答を調査委託会社へ直接郵送。送付リスト作成の際は「卒業生の採用実績がある企業等」および「卒業生の就職が見込まれる企業等」①～④の重複をチェックし発送した。
- 2) 同会の会員企業リストの外部提供が不可のため、同会事務局よりメーリングリストを通じて会員企業に本学アンケートページのURLを案内してもらい、同ページに通信教育課程の概要をまとめたリーフレットを示したうえで、ウェブフォームより実施。回答は大学がとりまとめ、集計データを調査委託会社へ提供。

iv) 調査委託先：一般財団法人日本開発構想研究所

(アンケート調査結果のまとめ)

上記の調査を実施した結果、314件の有効回答を得た。

新設する通信教育課程の社会的必要性について、「当面、採用を行わない」と回答した24件を除く290件に対し調査をしたところ「社会的必要性が高い分野」「ある程度、社会的必要を感じる」の肯定的な回答は合計246件であった。このうち卒業生に対する採用意向については、「採用を検討したい」が127件(51.6%)と最も多く、次いで「採用したい」が71件(28.9%)となり、採用意向に肯定的な回答を合計すると198件(80.5%)となった。

また、肯定的な採用意向を示した198件に対し採用人数について調査したところ、「人数は未確定」が120件(60.6%)と最も多く、次いで「1人」52件(26.3%)、「2人」15件(7.6%)、「3人」6件(3.0%)、「5人以上」5件(2.5%)の順になった。

上記の結果を踏まえて、新設する通信教育課程の卒業生に対する将来的な採用意向人数の集計にあたっては、採用意向に肯定的な回答数と、将来的な採用人数の各選択肢（「1人」「2人」「3人」「4人」「5人以上」「人数は未確定」※）を乗じ、これを合計して算出した。その結果、本課程の卒業生に対する採用意向人数は「採用したい」のみで合計した場合、111人となり、入学定員200人に対して約0.6倍の採

用意向であったが、「採用したい」「採用を検討したい」を合計すると、採用意向人数は245人分となり、入学定員の1.2倍の採用意向が確保できている。

一方、入学定員200人のうち、職を有するシニア・社会人を、選抜区分の175人の入学を見込んだ場合、高校生の選抜区分で入学した25人に対しては、「採用したい」では4.4倍、「採用を検討したい」を含めると9.8倍の人材需要があると分析できる。また、一定数の社会人入学が考えられることや、次に示す本学の就職・求人状況、学科関係の就職状況を考慮すると、卒業生の進路は十分に確保できるものと考える。

※「5人以上」は最低数である「5人」として計算した。「人数は未確定」とは、通信教育課程の卒業生の採用意向について「採用したい」「採用を検討したい」と回答し将来的な採用意向は示すが、アンケートの時点では将来的な採用人数について確定していないものである。したがって、本調査では「人数は未確定」の将来的な採用人数を最低数である「1人」として計算した。

有効回答314件の県別の内訳をみると、愛知県が全体の82.8%（260件）、東海4県（愛知、三重、岐阜、静岡）では全体の88.2%（277件）を占めている（資料25）。さらに、愛知県、東海4県別で採用意向人数をクロス集計した結果を下の表に示した。愛知県の「採用したい」と回答した採用意向人数を見ると、全体の69.3%（77人）を占め、「採用したい」「採用を検討したい」を合わせた採用意向人数は、全体の76.7%（188人）であった。東海4県でみると、「採用したい」が74.8%（83人）、「採用したい」「採用を検討したい」を合わせると全体の81.2%（199人）を占めた。

このような結果が示すように、本調査は、本学が所在する愛知県及びその隣接県の企業等に重点を置き、地域性を踏まえて行ったものである。

【愛知県のみ】

採用意向人数 (人)	「採用したい」 (件)	合計 (人)
1	22	22
2	6	12
3	3	9
4	0	0
5	3	15
人数は未確定	19	19
採用意向合計		77

全体 (111人) の69.3%

【愛知県のみ】

採用意向人数 (人)	「採用したい」 「採用を検討したい」 (件)	合計 (人)
1	44	44
2	12	24
3	3	9
4	0	0
5	3	15
人数は未確定	96	96
採用意向合計		188

全体 (245人) の76.7%

【東海4県】

採用意向人数 (人)	「採用したい」 (件)	合計 (人)
1	24	24
2	7	14
3	3	9
4	0	0
5	3	15
人数は未確定	21	21
採用意向合計		83

全体 (111人) の74.8%

【東海4県】

採用意向人数 (人)	「採用したい」 「採用を検討したい」 (件)	合計 (人)
1	48	48
2	13	26
3	3	9
4	0	0
5	3	15
人数は未確定	101	101
採用意向合計		199

全体 (245人) の81.2%

なお、資料 25 に明示している回答があった企業等のうちの 172 件は、愛知県を中心とした東海 4 県に本社または支店等の活動拠点が所在する企業等であるが、アンケート調査実施にあたっては、調査票を原則、採用権限のある本社の人事部門へ送付することとしたため、明示した 172 件の中には同地域以外の企業等も含まれる。加えて、調査対象とした「本学卒業生の採用実績がある企業等」の中にも活動拠点が東海 4 県以外の企業等も含まれるが、若干数であったため、採用意向調査に対する地域性が大きく反映されないと判断、採用意向の確認を優先しそのまま対象とした。

一覧を明示していない 142 件については、愛知中小企業家同友会の会員企業から得た回答で、明示できない理由は前述のとおり匿名でウェブ調査を行ったためであるが、愛知県内の中小企業等が加盟している団体であることから、地域性は踏まえていると考える。

#### (本学の就職・求人状況)

本学の養成する人材が地域・社会的な人材需要の動向等を踏まえたものであることは、以下のように大学全体の就職状況が客観的に示している。

資料 26 に示す過去 5 年間の本学の求人件数の推移 (年約 1 万 2,000 件～1 万 4,000 件) は、全て入学定員 150 人の現代ビジネス学部現代ビジネス学科 (通学課程) に届いた求人であり、入学定員の 80 倍～90 倍の人材需要があることを示している。本課程は、現代ビジネス学科に設置され、通学課程と同等の教育を行うこととしているこ

とから、企業等からの求人申込を受け付ける際に提示される求人票において、通信課程と通学課程の別がそれぞれ指定されることは想定していない。すなわち、現代ビジネス学科（通学課程、通信課程）に対する求人は極めて豊富であり、十分に社会的人材需要があることを実績として示していると考える。

さらに、このような求人状況に加え、現代ビジネス学科（通学課程）の就職率は過去5年間、いずれの年度も全国平均を大幅に上回っている（資料27）。すなわち、現代ビジネス学科の就職率が毎年高い水準で推移している実績は、本学の教育活動の成果であるとともに、現代ビジネス学科（通学課程、通信課程）の輩出する人材が、地域の企業等のニーズや期待に応えていることを示していると考える。

#### （学科関係の就職状況）

文部科学省「学校基本調査」の関係学科卒業生数の状況によると、全国の「商学・経済学」関係学科の卒業生に占める就職者の割合および実就職率の割合は、過去5年間一貫して全体平均を上回っており（資料27）、学科関係での卒業生に対する人材需要は全国的に堅調である。

#### （4）新設組織の定員設定の理由

現代ビジネス学科（通信教育課程）の入学定員設定については、現代ビジネス学科（通学課程）の入学定員150人を基準に競合校の定員設定と充足状況も加味しながら検討した。これまでに述べた養成する人材の社会的需要と、学生確保の見通し等の分析で得た結果から、募集活動において安定的に学生確保が見込まれる入学者数の下限を200人と見積り、完成年度の収容定員における法人の運営に係る財政的観点を考慮し、入学定員を200人とした。

#### （学生確保の見通しの分析概略）

- A) 新設課程の基礎となる現代ビジネス学科（通学課程）における直近5年の入学定員充足率の平均は1.08倍となり、150人の入学定員は安定的に確保できている。
- B) 既設通学課程の出身校所在地は、愛知県を中心とした東海地域が4～5割を占め、同地域は大学進学率および地元残留率が極めて高く募集環境が良好である。
- C) 新設課程は、通学・スクーリングが不要であり住所地制限がないため、社会人などの進学対象者は、全国に広く存在している。
- D) 経済的な理由による既設通学課程の在学生の転籍および同理由による過去の退学・除籍者の再入学が一定数見込まれる。

- E) 社会科学系の学部・学科は、直近5年間の入学定員が100%を超えており募集環境は良好である。
- F) 競合校は、いずれも入学定員を充足している。
- G) 学生確保に関するアンケート調査では、入学定員の約1.5倍（295人）が入学意向を示している。
- H) 既設通学課程の就職・求人状況などからみて人材需要は十分にある。