

審査意見への対応を記載した書類(3月)

(目次) 経営学部 経営学科

1. 本学が掲げるカリキュラム・ポリシーの CP2-3 について、『『専門実践科目』は、・・・リーダーシップを身につける科目を配置する。PBL1~4 を必修科目とする。』とされているが、本学の教育課程における専門実践科目には「PBL1~4」という名称の授業科目は存在しない。このため、各カリキュラム・ポリシーの記載内容について網羅的に見直した上で、適切に改めること。(是正事項) 5
2. 本学の学位は学士(経営学)であり、ミクロ経済学及びマクロ経済学は、経営学分野においても重要な分野の1つであるが、本学においては関連する授業科目である、「ミクロ経済学 I」や「マクロ経済学 I」等は選択科目として位置付けられているため、本学の教育課程においては、必修科目の「経済学基礎」の一部で取り扱うほかは、ミクロ経済学及びマクロ経済学を履修せずに卒業することが許容されていると見受けられる。このため、これらの学びを主たる内容として取り扱う授業科目が選択科目であることの妥当性について具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。(是正事項)・・・10
3. 「設置の趣旨等を記載した書類(資料)」の「資料12カリキュラムツリー」では、「ミクロ経済学 I」と「行動経済学」を2年次後期に同時に履修する記載となっている。カリキュラムツリーは、教育課程についての本学の考え方を示すものであるとともに、学生の適切な履修を支援するために使用されることも想定されるところ、順序性の観点からミクロ経済学のような基礎的な知識を修得せずに行動経済学を学ぶことが可能であるように見受けられることから、その妥当性について疑義がある。このため、教育課程の順序性・体系性が担保された上で、関係する授業科目が適切に編成されていることについて具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。(是正事項) 14
4. 本学は、「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」のIV. 3. (1)「3) ICTスキル・コア」において、「AI戦略2019」に記載された「文理を問わず、一定規模の大学・高専生(約25万人/年)が、自らの専門分野への数理・データサイエンス・AIの応用基礎力を習得」等の記載も踏まえつつ、「数理・データサイエンス・AIの素養を持つ人材育成のため」に必要な授業科目を設定するとしているが、学士(経営学)を授与する教育課程の編成であることを前提とすれば情報分野と経営学分野を関連付けた内容を取り扱うことが重要であると考えられることから、以下の点について具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。(是正事項) 17
(1)「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」の「3. 教育課程の編成と特徴」では「数理・

データサイエンス・AI の素養を持つ人材育成のため」の情報系科目として「経営・経済数学入門」「統計学入門」等を位置付けていることを説明しているが、これらのシラバスの記載内容を見る限り、一般的に経済学分野で取扱う統計学の内容にとどまっているように見受けられることから、「数理・データサイエンス・AI」と関連付けた内容となっているか必ずしも明らかではない。

(2)「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」の4(2)「2 ICT教育の充実」において、「社会から求められるICTスキルの獲得のため」に関連する授業科目として、共通教養教育科目の「オフィスツール基礎Ⅰ」や専門教育科目の「プログラミング演習」等を設定しているが、例えば「プログラミング演習」については、シラバスに記載された科目の概要において「…その延長にある情報システム・経営システムの構成方法について理解し、説明できることを目指す」と記載され、経営に関する内容が含まれていると見受けられる一方、授業の内容及び計画を見る限り、本授業科目を経営学分野の内容とどのように関連させているのか必ずしも明らかではない等、「数理・データサイエンス・AI」を経営学分野に適切に応用することを指向した教育課程となっているか判然としない。

5. 専門発展科目において、総合的な演習科目であり、教育課程においても重要な位置付けと考えられる「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」において、経営学以外の法学や心理学、社会学、教育学等の分野を取扱っていることを踏まえると、これらの関連する学問分野についても、当該演習科目の履修の前までに、一定程度の基本となる学びを取扱うことを前提としているように見受けられる。一方で、これらの学問分野については、「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」以外では共通教養教育科目での「教育学入門」等の授業科目で履修するのみであると見受けられることから、卒業論文の作成につながる授業科目である「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」を履修するに当たって当該分野の素養を十分に身に付けられ、かつ経済学分野と関連付けて取扱うことができる教育課程となっているか疑義がある。このため、教育課程の体系性が担保された上で、関係する授業科目が適切に編成されていることについて具体的説明の上、必要に応じて適切に改めること。(是正事項) 28

6. 本学が掲げるカリキュラム・ポリシーのCP1-3において「Society5.0社会に不可欠な情報活用能力を養成するために「情報基礎」「オフィスツール基礎Ⅰ・Ⅱ」を必修科目とする」とあるが、例えば、「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」は、授業科目の概要を見る限り、WordやExcelの基礎的な使用スキルを学ぶにとどまっているように見受けられ、「深く専門の学芸を教授研究し、知的、道徳的及び応用的能力を展開させること」を目的とする大学の教育にふさわしい内容・水準であるとは判断できない。このため、授業科目の一部において基礎的な使用スキルの学修が含まれること否定するものではないものの、他の情報活用能力を養成するための授業科目についても網羅的に確認の上、「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」を含めたそれらの授業科目で取り扱う内容や到達

目標が大学教育の水準に照らして妥当なものであることについて具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。(是正事項) 4 0

7. 専門教育科目を「経営学系」「マーケティング・心理学系」「経済学系」「会計・法学系」「情報・デザイン系」の5分野に分類し、履修モデルに基づいて体系的な学修を指導しているが、学生の受講希望者に偏りが出た場合に、一部の教員に過大な負担がかかる恐れがあることや、希望どおりの授業科目を選択できない学生が出ることも想定される。このため、特定の授業科目について受講者の過度な偏りが生じた場合の対応について明確に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。(改善事項) 4 4

8. 専門教育科目について、「情報・デザイン系」等の関連分野の授業科目を一定数設定しているが、経営学分野については一般的な内容を取扱うにとどまっている。本学科が経営学分野を主たる分野とする学部であることも踏まえると、経営学分野の授業科目をより一層充実させることが望ましい(改善事項) 4 8

9. 専任教員の年齢構成が著しく高齢に偏っていることから、教育研究の継続性の観点から、若手教員の採用計画など教員組織の将来構想を明確にするとともに、教員配置の適正化を図ること。(是正事項) 5 2

10. 学生確保の見通しについて、既設の短期大学等の状況、4年制大学における経営・経済・商学系の全国的な動向や外部機関によるアンケート調査結果等を踏まえて説明しているが、既設の短期大学の経済学科については、過去6年間の受験者に対する合格者数の割合は平均約80%であるにも関わらず、平均入学定員充足率は0.87倍であり、過去4年間は入学者数が入学定員を満たしていない。また、外部機関によるアンケート調査においては受験意向と入学意向のクロス集計を行った結果として188人を入学見込み者数として示しているものの、その内訳は「ぜひ入学したい」「ぜひ受験したい」といった強い意向層におけるクロス集計をしたものではなく、受験意向者としては「受験したい」「受験先の候補として検討する」、入学意向者としては「入学したい」といった項目を選択した者も含めた数値となっている。しかしながら、強い意向層として認められる「ぜひ入学したい」「ぜひ受験したい」を選択した者は37名にとどまっていることに加え、アンケート調査項目のうち、「進路先」として「大学」、「興味のある分野」として「経営・経済・商学・ビジネス」を選択した者も含めたクロス集計になっているとは見受けられず、適切なクロス集計を行っているとは判断できないことから、80名の入学定員に対応した学生の確保を長期的かつ安定的に図ることができる見通しがあると判断できない。このため、改めて調査を行うことも含め、「大学の設置等に係る提出書類の作成の手引」の「17 学生の確保の見通し等を記載した書類」の(1)「【参考:学生の確保の見通しに関する審査の主な観点】」に留意しつつ、同(1)エ「A. 学生の確保の見通し」で示しているとおおり、適切なクロス集計による分析を加える

とともに、長期的かつ安定的に入学定員に対応する入学見込み者が存在することを客観的な根拠により説明すること。

また、3年次編入学に係る学生確保の見通しについて、一般に高校生が3年次編入による入学をすることは考えにくいいため、高校生を対象としたアンケート調査を根拠にすることは適切ではないと考えられることに加え「学生確保の見通し等を記載した書類」の中では、3年次編入学に関する特段の説明が見受けられないことから、3年次編入学定員の5名について、長期的かつ安定的に学生確保が図ることができる見通しについて、客観的な根拠に基づき改めて説明すること。(是正事項) 6 0

11.人材需要の社会的動向について、外部機関によるアンケート調査の結果を踏まえて説明しているが、採用意向及び採用人数のクロス集計においては、「採用対象になる」と回答した企業だけでなく、採用する可能性が低いとも考えられる「おそらく採用対象になる」「採用対象として検討してもよい」と回答した企業を含めて集計を行っていることから、80名の入学定員が人材の需要の動向等を踏まえた適切な定員数であるとは判断できない。「採用対象になる」と回答した企業の採用予定人数を示すなど、外部機関によるアンケート調査の結果を再度分析した上で、養成する人材に対する社会的需要が十分にあることについて、改めて客観的かつ具体的なデータ等の根拠に基づき明確に説明すること。(是正事項) 9 2

(その他) 審査意見以外での対応 9 9

(是正事項) 経営学部 経営学科

1. 本学が掲げるカリキュラム・ポリシーの CP 2 - 3 について、『専門実践科目』は、・・・リーダーシップを身につける科目を配置する。PBL 1 ~ 4 を必修科目とする。」とされているが、本学の教育課程における専門実践科目には「PBL 1 ~ 4」という名称の授業科目は存在しない。このため、各カリキュラム・ポリシーの記載内容について網羅的に見直した上で、適切に改めること。

(対応)

(1) 本審査意見を受け、実施する修正内容

専門実践科目は一連の PBL によって、リーダーシップを段階的に養成する科目群であり、課題解決型学習手法を用いることを強調するために、PBL 1 ~ 4 の呼称を用いていたが、正式な科目名称ではなく、また呼称と正式科目名の対応関係も『設置の趣意』本文 44 頁の 3) 専門実践科目の記載に留まり、分かりにくいものとなっていた。

本審査意見を受け、PBL 1 ~ 4 と授業科目の対応関係を示し、CP 2 - 3 に記載された PBL1~4 の表記を「リーダーシップの探究・開発」という専門実践科目の本来の目的に沿って、以下の通り改める。

表 1. PBL 1 ~ 4 と授業科目の対応関係

	対応する授業科目名称
PBL1	「リーダーシップ開発演習 I」
PBL2	「リーダーシップ開発演習 II」
PBL3	「リーダーシップ応用演習」
PBL4	「プレゼミナール」

表 2. CP2-3 の修正内容

新	旧
「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。「 <u>リーダーシップ開発演習 I</u> 」「 <u>リーダーシップ開発演習 II</u> 」「 <u>リーダーシップ応用演習</u> 」「 <u>プレゼミナール</u> 」を必修科目とする。	「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。 <u>PBL1~4</u> を必修科目とする。

(2) CP2-3 を策定した背景、養成する人材像、DP、他の科目との対応

本審査意見を受け、CP2-3の修正を行ったが、抽象的な記載である「PBL1~4」を具体的な科目名へと変更したため、当初想定していたCP2-3と養成人材像、DP、他の科目等との対応関係が、十分となっているか、CP2-3に記載された「ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目」が十分に配置されているのか改めて確認を行った。

① CP2-3を策定した背景と養成人材像とのつながり

本学の設立趣旨に記載した通り、女性を取り巻く環境は変化しており、「女性の活躍推進」が声高に叫ばれるようになった。そこで本学では、リーダーシップを「他者をけん引し先導すること」だとは捉えず、「権限を持たないリーダーシップ」と捉えた。なぜなら、高度情報化によって成立するフラットな組織は、リーダーのポジションにないメンバーが互いの専門性を発揮し他者に働きかけることによって促進され発展すると考えられるからである。このような新たなリーダーシップを備えた人材が、社会の連帯を生み社会を明るくすることができると思う。

本学ではこのような人材養成を目的として、設置構想中の経営学部においては、リーダーシップ探究を目的とした「専門実践科目」を配置した。専門実践科目は、CP2-3に記載されているとおり、「ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目」として定義される。

この専門実践科目では、第1段階の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」において、周囲との協働のなかで発揮する自分のリーダーシップスタイルを知り、協働力の基礎となるコミュニケーション力を養成し、第2段階の「リーダーシップ開発演習Ⅱ」において、デザイン思考（ユーザー視点から仮説を立て、ニーズや現状の課題を把握するプロセス）を通して「想像力」や「構想力」を養成する。そして第3段階の「リーダーシップ応用演習」において、先の2科目で学んだ知識を活用しながら、具体的な企業事例から問題を発見・課題解決するプロセスを通して養成する人材像に記載された「構想力」や「実践力」を養成する。以上から、「PBL1~4」を具体的な科目名へと変更した場合でも、当初想定していたCP2-3を策定した背景や養成人材像との対応は十分にあると考えられる。

② DP とのつながりと、3・4年次の専門ゼミナールへの接続

当該3科目は、DP3「多様な環境において課題を発見し、想像力・構想力を持って課題を解決する能力」の達成に欠かせない教育課程である。加えて、協働作業を通じた学びは、DP1「他者の価値観や視点を理解し、自律的な判断をもって協働を促進する能力」の達成にとっても重要な役割を持っている。

本学ではこのリーダーシップ探究のプログラムを経営学部における教育の重要な柱の1つとして位置付け、上記3科目を1・2年次の必修科目として配置することで、3・4年次で展開される「専門ゼミナール」や他の専門発展科目において、身につけたリーダーシップを活かしてより深い探究が可能となると考えている。また、上記のリーダーシップ探

究・開発の3科目を、3・4年次の専門ゼミナールへの探究へと橋架する科目として「ブレゼミナール」を配置している。ここでは、グループワークやPBLを通じてさまざまな学問分野の特性について知見を深め、自らの問題意識を深く問い、3年次の専門ゼミナール選択及び卒業研究への見通しを持つことを目的としている。

以上①②から、「PBL1~4」を具体的な科目名へと変更した場合でも、当初想定していた養成人材像、DP、3・4年次の専門ゼミナールへの接続は十分にあると考えられる。更に、CP2-3に記載された「ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を實際を想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目」として4科目必修科目が配当されているが、これらの科目は1~2年次で体系的にリーダーシップを身につける科目として機能しており、更に、3~4年次の専門ゼミへと架橋する役割から、リーダーシップを身につけるための中核的な機能を有している、PBL1~4を具体的な科目名とした場合でもCP2-3が本来有する役割や、養成人材像、DP、他の科目等との対応関係は十分満たされると考えられる。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
≪17ページ≫ I. 設置の趣旨及び必要性 5. 北海道武蔵女子大学の教育研究上の目的 (5) 北海道武蔵女子大学経営学部経営学科の教育課程編成・実施の方針(カリキュラム・ポリシー) 本学部・学科では、卒業認定・学位授与の方針(ディプロマ・ポリシー)に掲げる能力・資質を修得させるために、教育課程編成および授業実施にあたっての教育内容、教育方法、学修成果の評価のあり方についての方針を次の通りに定める。 【中略】 CP2-3:「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を實際を想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。「 <u>リーダーシップ開発演習I</u> 」「 <u>リーダー</u>	≪18ページ≫ I. 設置の趣旨及び必要性 5. 北海道武蔵女子大学の教育研究上の目的 (5) 北海道武蔵女子大学経営学部経営学科の教育課程編成・実施の方針(カリキュラム・ポリシー) 本学部・学科では、卒業認定・学位授与の方針(ディプロマ・ポリシー)に掲げる能力・資質を修得させるために、教育課程編成および授業実施にあたっての教育内容、教育方法、学修成果の評価のあり方についての方針を次の通りに定める。 【中略】 CP2-3:「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を實際を想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。 <u>PBL1~4</u> を必修科目とする。

<p><u>シップ開発演習Ⅱ」「リーダーシップ応用演習」「プレゼミナール」を必修科目とする。</u></p>	
<p>≪29ページ≫</p> <p>2. 教育課程の編成方針（カリキュラム・ポリシー）</p> <p>経営学部・経営学科では、卒業認定・学位授与の方針（ディプロマ・ポリシー）に掲げる能力・資質を修得させるために、教育課程編成および授業実施にあたっての教育内容、教育方法、学修成果の評価のあり方についての方針を次の通りに定める。</p> <p>【中略】</p> <p>C P 2-3：「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。 <u>「リーダーシップ開発演習Ⅰ」「リーダーシップ開発演習Ⅱ」「リーダーシップ応用演習」「プレゼミナール」を必修科目とする。</u></p>	<p>≪30ページ≫</p> <p>2. 教育課程の編成方針（カリキュラム・ポリシー）</p> <p>経営学部・経営学科では、卒業認定・学位授与の方針（ディプロマ・ポリシー）に掲げる能力・資質を修得させるために、教育課程編成および授業実施にあたっての教育内容、教育方法、学修成果の評価のあり方についての方針を次の通りに定める。</p> <p>【中略】</p> <p>C P 2-3：「専門実践科目」は、ビジネスに関する課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実際に想定した場面で活用し、リーダーシップを身につける科目を配置する。 <u>PBL 1～4を必修科目とする。</u></p>
<p>≪43ページ≫</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(2) 専門教育科目</p> <p>3) 専門実践科目</p> <p>「専門実践科目」は、主として「協働を促進する能力」と「想像力」「構想力」を養成することを目的とした科目群として、5科目を配置する。</p> <p>1年次前期配当の「<u>リーダーシップ開発演習Ⅰ</u>」(=<u>PBL 1と位置づける</u>)、1年次後期配当の「<u>リーダーシップ開発演習Ⅱ</u>」(=<u>PBL 2と位置づける</u>)、2年次前期配当の「<u>リーダーシップ応用演習</u>」(=<u>PBL 3と位置づける</u>)の3科目は、経営学部の教育の柱となる、他者との協働を促進する「権限なきリーダーシップ」の開発・応用を目的として</p>	<p>≪44ページ≫</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(2) 専門教育科目</p> <p>3) 専門実践科目</p> <p>「専門実践科目」は、主として「協働を促進する能力」と「想像力」「構想力」を養成することを目的とした科目群として、5科目を配置する。</p> <p>1年次前期配当の「<u>リーダーシップ開発演習Ⅰ</u>」、1年次後期配当の「<u>リーダーシップ開発演習Ⅱ</u>」、2年次前期配当の「<u>リーダーシップ応用演習</u>」の3科目は、経営学部の教育の柱となる、他者との協働を促進する「権限なきリーダーシップ」の開発・応用を目的としている。多くの科目で実施されるグループワークのための基礎能力を開発</p>

<p>いる。多くの科目で実施されるグループワークのための基礎能力を開発する重要科目であるため必修科目として配置する。</p> <p>リーダーシップ教育の発展科目である「ファシリテーション入門」は、3年次配当の自由選択科目として配置する。「ファシリテーション入門」と1年次配当の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」は連携して実施され、年次の異なる各履修者の相互学習の機会とする。</p> <p>2年次後期配当の「プレゼミナール」(PBL4と位置づける)は、1・2年次の専門基礎教育から、3・4年次の専門ゼミナールにおける専門研究へと架橋する科目である。当該科目は、各系統の専門研究の特色についての理解を促進する重要科目であるため必修科目として配置する。また「プレゼミナール」は複数教員が共同で担当し、教員間のコミュニケーションを促進することによってFDの機能を持たせるとともに、専門ゼミナールに所属の上級生がサポーターとして参加することで、教員と学生の「共創空間」となることを目指す。</p>	<p>する重要科目であるため必修科目として配置する。</p> <p>リーダーシップ教育の発展科目である「ファシリテーション入門」は、3年次配当の自由選択科目として配置する。「ファシリテーション入門」と1年次配当の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」は連携して実施され、年次の異なる各履修者の相互学習の機会とする。</p> <p>2年次後期配当の「プレゼミナール」は、1・2年次の専門基礎教育から、3・4年次の専門ゼミナールにおける専門研究へと架橋する科目である。当該科目は、各系統の専門研究の特色についての理解を促進する重要科目であるため必修科目として配置する。また「プレゼミナール」は複数教員が共同で担当し、教員間のコミュニケーションを促進することによってFDの機能を持たせるとともに、専門ゼミナールに所属の上級生がサポーターとして参加することで、教員と学生の「共創空間」となることを目指す。</p>
---	---

(是正事項) 経営学部 経営学科

2. 本学の学位は学士(経営学)であり、ミクロ経済学及びマクロ経済学は、経営学分野においても重要な分野の1つであるが、本学においては関連する授業科目である、「ミクロ経済学Ⅰ」や「マクロ経済学Ⅰ」等は選択科目として位置付けられているため、本学の教育課程においては、必修科目の「経済学基礎」の一部で取り扱うほかは、ミクロ経済学及びマクロ経済学を履修せずに卒業することが許容されていると見受けられる。このため、これらの学びを主たる内容として取り扱う授業科目が選択科目であることの妥当性について具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。

(対応)

「ミクロ経済学Ⅰ」「マクロ経済学Ⅰ」は経営学の学士課程を学ぶ上でも重要であるため専門基幹科目に配当し、選択必修科目としていたが、本審査意見を受け、学内で検討した結果、その重要性に鑑み、必修科目に改める。

(新旧対照表) 教育課程等の概要

新			旧		
ミクロ経済学Ⅰ	<u>必修</u>	<u>2年前期</u>	ミクロ経済学Ⅰ	<u>選択</u>	2・3年後期
マクロ経済学Ⅰ	<u>必修</u>	<u>2年前期</u>	マクロ経済学Ⅰ	<u>選択</u>	2・3年前期

改めた理由を以下に述べる。新設の経営学部において、「ミクロ経済学Ⅰ」「マクロ経済学Ⅰ」を選択科目(選択必修)として位置づけた理由は、1年次後期に開講される「経済学基礎」においてミクロ経済学やマクロ経済学のエッセンス及び経営学と経済学の関係性について学ぶことで、主要5分野の一つである経済学分野の必要最小限となる学びが確保できると考えたからである。

本学は、学際的学問における学びとして経営学、マーケティング・心理学、経済学、会計・法学、情報・デザインの5つの学びを融合させるため、これら5分野で学んだ基礎的な内容である専門基礎科目と専門基幹科目を核として、専門発展科目でより専門性を高めていく教育課程となっている。「ミクロ経済学Ⅰ」「マクロ経済学Ⅰ」は、重要度の高い専門基幹科目として位置づけられている。ただし、主要5分野の中で専門基幹科目20科目中8科目は選択(選択必修)となっており、当該2科目は、その8科目に含まれている。このため卒業までに当該2科目を学ばずに卒業することを許容する教育課程となっている。

確かに主要5分野をバランス良く学ぶことが重要であるが、大学教育の質保証の観点から、5分野全てを網羅的に履修することは難しく、専門基幹科目、専門発展科目においては、より専門性を高めたい分野とそれ以外の分野を取捨選択する必要がある。主要5分野の中でも学びの中心となる経営学、マーケティング・心理に加え、高度情報社会に適合する人材育成の観点から情報・デザインの分野は必修とせざるを得ず、やむを得ず経済学、会計・法

学における 8 科目が選択（選択必修）となった経緯がある。

しかしながら、「経済学基礎」に加え、「マイクロ経済学Ⅰ」「マクロ経済学Ⅰ」は不確実性の高い時代における現代的な知を持つ上で必須の学びであると再認識し、また選択（選択必修）8 科目の中でも当該 2 科目は学問系統における基礎的な科目であり、他の 6 科目とは一線を画していることから、必修科目として配置し直すこととした。

また、審査意見 3 と関わる部分として、教育課程における順次性を十分配慮すると同時に学修時間の確保の観点から、「マイクロ経済学Ⅰ」の配当年次を 2 年後期から 2 年前期に繰り上げることとした。同様に「マクロ経済学Ⅰ」は必修科目としたため、配当年次を 2・3 年前期から 2 年前期に変更することとした。

（新旧対照表）設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪58ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>（2）専門教育科目</p> <p>2) 専門基幹科目</p> <p>【略】「マーケティング・心理学系」は、「心理学」「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」の 4 科目を必修科目として配置する。複雑化する市場における多様な消費者や顧客を心理学の知見によって分析するために、マーケティング系と心理学系を相互に関連させながら学修するように配置する。1 年次前期の「マーケティング基礎」をふまえ、「心理学」を 1 年次後期に配当し、続いて「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」を 2 年次前期に配当する。とりわけ、「デジタルマーケティング」は、インターネットによって激変する現代の消費社会を学ぶ基本的な科目であり、情報・デザイン系の科目群と関連が深いため、2 年次前期の配当とした。「ビジネス心理」は、ビジネスにおける人間心理の諸問題を幅広く取り扱い、職場のメンタルヘルスなどの産業・組織心</p>	<p>≪53ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>（2）専門教育科目</p> <p>2) 専門基幹科目</p> <p>【略】「マーケティング・心理学系」は、「心理学」「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」の 4 科目を必修科目として配置する。複雑化する市場における多様な消費者や顧客を心理学の知見によって分析するために、マーケティング系と心理学系を相互に関連させながら学修するように配置する。1 年次前期の「マーケティング基礎」をふまえ、「心理学」を 1 年次後期に配当し、続いて「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」を 2 年次前期に配当する。とりわけ、「デジタルマーケティング」は、インターネットによって激変する現代の消費社会を学ぶ基本的な科目であり、情報・デザイン系の科目群と関連が深いため、2 年次前期の配当とした。「ビジネス心理」は、ビジネスにおける人間心理の諸問題を幅広く取り扱い、職場のメンタルヘルスなどの産業・組織心</p>

<p>理学の基礎について学ぶ。当該科目は、「経営学系」と関連が深いため、1年次後期の「<u>経営組織論Ⅰ</u>」の内容をふまえ、3年次配当の「<u>人的資源管理論</u>」へ接続するように2年次前期の配当とした。また上記マーケティング系の科目のうち、市場における消費と生産をマクロ的な視座で捉える科目として「<u>流通論</u>」「<u>サービス産業論</u>」「<u>観光学</u>」の3科目を選択必修科目として配置する。当該3科目は、経済学系との関連が深いため、1年次後期の「<u>経済学基礎</u>」や2年次前期の「<u>ミクロ経済学Ⅰ</u>」「<u>マクロ経済学Ⅰ</u>」の内容をふまえて学修できるよう、「<u>流通論</u>」は2年次後期の配当とし、「<u>サービス産業論</u>」「<u>観光学</u>」は3年次の配当とした。とりわけ、「<u>観光学</u>」は、人口動態、消費者動向、エコツーリズム、地域振興などを踏まえ多角的に観光を学ぶ科目として配置した。また、観光資源が豊かな北海道、そして観光都市である札幌（本学所在）において重要な産業であるサービス産業（観光業）の学びを深めるため「<u>サービス産業論</u>」を配置した。</p> <p><u>「経済学系」は、「マクロ経済学Ⅰ」「ミクロ経済学Ⅰ」を必修科目、「行動経済学」を選択必修科目として配置している。「行動経済学」を選択必修とした理由は、「経済学系」科目群として経済学+心理学の学びがビジネスに有益であるとの評価を受け一方で、進路選択を考慮し「マーケティング・心理学系」「会計・法学系」科目群を多く履修したい学生の選択の幅を広げるためである。</u></p> <p>1年次必修の「<u>経済学基礎</u>」の内容をふまえ、2年次前期配当の「<u>マクロ経済学Ⅰ</u>」は、GDP、有効需要の原理、貨幣・金融の仕組み、財市場と資産市場の均衡について</p>	<p>理学の基礎について学ぶ。当該科目は、「経営学系」と関連が深いため、1年次後期の「<u>経営組織論</u>」の内容をふまえ、3年次配当の「<u>人的資源管理論</u>」へ接続するように2年次前期の配当とした。また上記マーケティング系の科目のうち、市場における消費と生産をマクロ的な視座で捉える科目として「<u>流通論</u>」「<u>サービス産業論</u>」「<u>観光学</u>」の3科目を選択必修科目として配置する。当該3科目は、経済学系との関連が深いため、1年次後期の「<u>経済学基礎</u>」や2年次前期の「<u>マクロ経済学Ⅰ</u>」の内容をふまえて学修できるよう、「<u>流通論</u>」は2年次後期の配当とし、「<u>サービス産業論</u>」「<u>観光学</u>」は3年次の配当とした。とりわけ、「<u>観光学</u>」は、人口動態、消費者動向、エコツーリズム、地域振興などを踏まえ多角的に観光を学ぶ科目として配置した。また、観光資源が豊かな北海道、そして観光都市である札幌（本学所在）において重要な産業であるサービス産業（観光業）の学びを深めるため「<u>サービス産業論</u>」を配置した。</p> <p><u>「経済学系」は、「マクロ経済学Ⅰ」「ミクロ経済学Ⅰ」「行動経済学Ⅰ」の3科目を2・3年次の選択必修科目として配置している。選択必修とした理由は、「経済学系」科目群として基礎的な科目と位置づけられる一方で、進路選択を考慮し「マーケティング・心理学系」「会計・法学系」科目群を多く履修したい学生の選択の幅を広げるためである。</u></p> <p>1年次必修の「<u>経済学基礎</u>」の内容をふまえ、2年次前期配当の「<u>マクロ経済学Ⅰ</u>」は、GDP、有効需要の原理、貨幣・金融の仕組み、財市場と資産市場の均衡について</p>
---	---

<p>理解することを通じて、企業経営や会社実務を大きく左右する国全体の景気動向を知る力を身につける。2年次前期配当の「ミクロ経済学Ⅰ」は市場経済の仕組みである価格調整メカニズムについて学び、消費者や企業の合理的な意思決定が市場経済に与える様々な影響を理解することを通じて、企業経営をより俯瞰的にみる力を身につける。「行動経済学」は経営学、マーケティング、心理学との複合領域であり、ビジネスにおける認知や判断の意思決定プロセスを理解し、より良い判断を行う力を身につける。</p>	<p>理解することを通じて、企業経営や会社実務を大きく左右する国全体の景気動向を知る力を身につける。2年次後期配当の「ミクロ経済学Ⅰ」は市場経済の仕組みである価格調整メカニズムについて学び、消費者や企業の合理的な意思決定が市場経済に与える様々な影響を理解することを通じて、企業経営をより俯瞰的にみる力を身につける。「行動経済学」は経営学、マーケティング、心理学との複合領域であり、ビジネスにおける認知や判断の意思決定プロセスを理解し、より良い判断を行う力を身につける。</p>
--	--

(是正事項) 経営学部 経営学科

3. 「設置の趣旨等を記載した書類(資料)」の「資料12 カリキュラムツリー」では、「ミクロ経済学Ⅰ」と「行動経済学」を2年次後期に同時に履修する記載となっている。カリキュラムツリーは、教育課程についての本学の考え方を示すものであるとともに、学生の適切な履修を支援するために使用されることも想定されるところ、順序性の観点からミクロ経済学のような基礎的な知識を修得せずに行動経済学を学ぶことが可能であるように見受けられることから、その妥当性について疑義がある。このため、教育課程の順序性・体系性が担保された上で、関係する授業科目が適切に編成されていることについて具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。

(対応)

本審査意見を受け、教育課程における順序性の観点から再検討を行った結果「行動経済学」を学ぶ上で「ミクロ経済学」の学びが先行することが重要であると判断されたため、ミクロ経済学の学修後に行動経済学を学修できるよう、「ミクロ経済学Ⅰ」を2年次前期配当に変更する。

(新旧対照表) 教育課程等の概要

新	旧
ミクロ経済学Ⅰ <u>2前期</u>	ミクロ経済学Ⅰ <u>2・3後期</u>

改めた理由を以下に述べる。「ミクロ経済学Ⅰ」及び「行動経済学」が2年次後期の同時履修となっているのは、1年次後期に開講される「経済学基礎」においてミクロ経済学のエッセンスについて学ぶことで「行動経済学」の学修に必要な最低限のミクロ経済学的学びが確保できると考えたからである。

「行動経済学」の講義においては、効用概念、不確実性下の意思決定、異時点間の選択問題といったミクロ経済学と深く関連する内容が展開される。講義内において、ミクロ経済学で展開される効用概念、不確実性下の意思決定、異時点間の選択問題について説明した上で、行動経済学的な知見である経験効用と決定効用の違い、プロスペクト論、現在志向等について学ぶため、「経済学基礎」における学びを踏まえれば、「ミクロ経済学Ⅰ」の学びが先行することを必ずしも前提としないと考えた。

しかしながら、審査意見を受け、「経済学基礎」において展開されるミクロ経済学の内容が行動経済学で必要となるミクロ経済学的な知識をすべてカバーできている訳ではなく、「ミクロ経済学Ⅰ」を学んだ後にその学びを発展させた形で「行動経済学」を学ぶことで、よりスムーズな内容理解につながることに鑑み、「ミクロ経済学Ⅰ」の学修後に「行動経済学」を学修できるよう、「ミクロ経済学Ⅰ」を2年次前期配当に変更することとした。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪58ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(2) 専門教育科目</p> <p>2) 専門基幹科目</p> <p>【略】</p> <p>「マーケティング・心理学系」は、「心理学」「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」の4科目を必修科目として配置する。複雑化する市場における多様な消費者や顧客を心理学の知見によって分析するために、マーケティング系と心理学系を相互に関連させながら学修するように配置する。1年次前期の「マーケティング基礎」をふまえ、「心理学」を1年次後期に配当し、続いて「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」を2年次前期に配当する。とりわけ、「デジタルマーケティング」は、インターネットによって激変する現代の消費社会を学ぶ基本的な科目であり、情報・デザイン系の科目群と関連が深いため、2年次前期の配当とした。「ビジネス心理」は、ビジネスにおける人間心理の諸問題を幅広く取り扱い、職場のメンタルヘルスなどの産業・組織心理学の基礎について学ぶ。当該科目は、「経営学系」と関連が深いため、1年次後期の「経営組織論Ⅰ」の内容をふまえ、3年次配当の「人的資源管理論」へ接続するように2年次前期の配当とした。また上記マーケティング系の科目のうち、市場における消費と生産をマクロ的な視座で捉える科目として「流通論」「サービス産業論」「観光学」の3科目を選択必修科目として配置する。<u>当該3科目は、経済学系との関連が深いため、1年次</u></p>	<p>≪41ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(2) 専門教育科目</p> <p>2) 専門基幹科目</p> <p>【略】</p> <p>「マーケティング・心理学系」は、「心理学」「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」の4科目を必修科目として配置する。複雑化する市場における多様な消費者や顧客を心理学の知見によって分析するために、マーケティング系と心理学系を相互に関連させながら学修するように配置する。1年次前期の「マーケティング基礎」をふまえ、「心理学」を1年次後期に配当し、続いて「デジタルマーケティング」「消費者行動論」「ビジネス心理」を2年次前期に配当する。とりわけ、「デジタルマーケティング」は、インターネットによって激変する現代の消費社会を学ぶ基本的な科目であり、情報・デザイン系の科目群と関連が深いため、2年次前期の配当とした。「ビジネス心理」は、ビジネスにおける人間心理の諸問題を幅広く取り扱い、職場のメンタルヘルスなどの産業・組織心理学の基礎について学ぶ。当該科目は、「経営学系」と関連が深いため、1年次後期の「経営組織論」の内容をふまえ、3年次配当の「人的資源管理論」へ接続するように2年次前期の配当とした。また上記マーケティング系の科目のうち、市場における消費と生産をマクロ的な視座で捉える科目として「流通論」「サービス産業論」「観光学」の3科目を選択必修科目として配置する。<u>当該3科目は、経済学系との関連が深いため、1年次後期</u></p>

<p>後期の「経済学基礎」や2年次前期の「ミクロ経済学Ⅰ」「マクロ経済学Ⅰ」の内容をふまえて学修できるよう、「流通論」は2年次後期の配当とし、「サービス産業論」「観光学」は3年次の配当とした。とりわけ、「観光学」は、人口動態、消費者動向、エコツーリズム、地域振興などを踏まえ多角的に観光を学ぶ科目として配置した。また、観光資源が豊かな北海道、そして観光都市である札幌（本学所在）において重要な産業であるサービス産業（観光業）の学びを深めるため「サービス産業論」を配置した。</p> <p>【略】</p> <p><u>2年次前期配当</u>の「ミクロ経済学Ⅰ」は市場経済の仕組みである価格調整メカニズムについて学び、消費者や企業の合理的な意思決定が市場経済に与える様々な影響を理解することを通じて、企業経営をより俯瞰的にみる力を身につける。「行動経済学」は経営学、マーケティング、心理学との複合領域であり、ビジネスにおける認知や判断の意思決定プロセスを理解し、より良い判断を行う力を身につける。</p>	<p>の「経済学基礎」や2年次前期の「マクロ経済学Ⅰ」の内容をふまえて学修できるよう、「流通論」は2年次後期の配当とし、「サービス産業論」「観光学」は3年次の配当とした。とりわけ、「観光学」は、人口動態、消費者動向、エコツーリズム、地域振興などを踏まえ多角的に観光を学ぶ科目として配置した。また、観光資源が豊かな北海道、そして観光都市である札幌（本学所在）において重要な産業であるサービス産業（観光業）の学びを深めるため「サービス産業論」を配置した。</p> <p>【略】</p> <p><u>2年次後期配当</u>の「ミクロ経済学Ⅰ」は市場経済の仕組みである価格調整メカニズムについて学び、消費者や企業の合理的な意思決定が市場経済に与える様々な影響を理解することを通じて、企業経営をより俯瞰的にみる力を身につける。「行動経済学」は経営学、マーケティング、心理学との複合領域であり、ビジネスにおける認知や判断の意思決定プロセスを理解し、より良い判断を行う力を身につける。</p>
---	--

(是正事項) 経営学部 経営学科

4. 本学は、「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」のIV. 3. (1)「3) ICTスキル・コア」において、「AI戦略2019」に記載された「文理を問わず、一定規模の大学・高専生(約25万人/年)が、自らの専門分野への数理・データサイエンス・AIの応用基礎力を習得」等の記載も踏まえつつ、「数理・データサイエンス・AIの素養を持つ人材育成のため」に必要な授業科目を設定するとしているが、学士(経営学)を授与する教育課程の編成であることを前提とすれば情報分野と経営学分野を関連付けた内容を取り扱うことが重要であると考えられることから、以下の点について具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。

(1)「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」の「3. 教育課程の編成と特徴」では「数理・データサイエンス・AIの素養を持つ人材育成のため」の情報系科目として「経営・経済数学入門」「統計学入門」等を位置付けていることを説明しているが、これらのシラバスの記載内容を見る限り、一般的に経済学分野で取扱う統計学の内容にとどまっているように見受けられることから、「数理・データサイエンス・AI」と関連付けた内容となっているか必ずしも明らかではない。

(2)「設置の趣旨等を記載した書類(本文)」の4(2)「2 ICT教育の充実」において、「社会から求められるICTスキルの獲得のため」に関連する授業科目として、共通教養教育科目の「オフィスツール基礎Ⅰ」や専門教育科目の「プログラミング演習」等を設定しているが、例えば「プログラミング演習」については、シラバスに記載された科目の概要において「…その延長にある情報システム・経営システムの構成方法について理解し、説明できることを目指す」と記載され、経営に関する内容が含まれていると見受けられる一方、授業の内容及び計画を見る限り、本授業科目を経営学分野の内容とどのように関連させているのか必ずしも明らかではない等、「数理・データサイエンス・AI」を経営学分野に適切に応用することを指向した教育課程となっているか判然としな

(対応)

(1)、(2)の順に対応方針を示す。

(1) 経営・経済系の学びにとどまっていると指摘された「経営・経済数学入門」「統計学入門」を「数理・データサイエンス・AI」と関連づけた内容とするために、必要に応じて、科目名、科目概要、授業計画の変更および新規科目の設置を行い、全体設計も見直した。変更点は、以下の通りである。

- ① 「経営・経済数学入門」の科目名・科目概要及び授業計画を変更し、「数学入門」と名称変更した。経営学部の学びにおいて必要な最小限の数学的な知識に加え、データサイエンスに必須の行列及び確率・統計の学びを加え、内容を拡充した。内容の拡充に伴い、

数学Ⅰの復習的内容を圧縮し、十分な学修時間が確保されるように配慮した。ただし、数学の習熟度に関しては個人差が想定されることから、小テスト等で判明する習熟度が低い学生に対しては、基礎的な課題等を課すことによって学力分散が小さくなるように対応していく。

- ② 「統計学入門」を科目名及び科目概要を変更し、「データサイエンス基礎」と名称変更した。従前の「統計学入門」においては、審査意見の通り、経営学・経済学に最小限必要な統計にとどまっていたことから、データサイエンスに必須のデータ予測や多変量解析を含む内容に拡充した。内容の拡充に伴い、十分な学修時間がとれなくなることを避けるために、「統計学入門」で学ぶ確率・統計の一部を「数学入門」の中に組み込み、十分な学修時間が確保されるように配慮した。
- ③ 「プログラミング演習」の前半部分で展開されていたプログラミング及びデータベース管理に関する学びを、1年次後期配当科目として新設する「データエンジニアリング基礎」に移行した。
- ④ 「ビジネス統計」の科目名・科目概要・授業計画を変更し、「ビジネスデータサイエンス演習」と名称変更した。「データサイエンス基礎」で学んだ知識を前提として、ビジネスに関連するビックデータを実証的に分析し、正確に理解する能力を養成する演習科目とした。
- ⑤ 「プログラミング演習」の後半部分で展開されていたデータサイエンスやAIを用いた応用課題への取組については、新たに「データサイエンス・AI応用」を2年次後期配当科目として設定し、データサイエンスやAIの応用が期待される経営・マーケティング分野に関する実践的なプロジェクト課題（携帯端末アプリケーションによるデータ収集・分析、深層学習と傾向分析等）を通じて、実践力を高める科目とした。
- ⑥ 全体設計としては、数理・データサイエンス・AIの素養を持つ人材育成のため、1年次前期必修「情報基礎」「データサイエンス・AI入門」⇒1年次前期必修「数学入門」（基礎教養コア）⇒1年次後期必修「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」⇒2年次前期必修「ビジネスデータサイエンス演習」⇒2年次後期選択「データサイエンス・AI応用」という履修の流れとした。

(新旧対照表) 科目名 (内容追加・変更を含む)

新	旧
「数学入門」(必修) 科目概要・授業計画を変更し、積分、行列、確率・統計を追加した。 1年次前期配当	「経営・経済学入門」(必修) 1年次後期配当
「データサイエンス基礎」(必修) 科目名・科目概要・授業計画を変更し、データ予測、多変量解析を追加した。尚、確率・統計の一部を「数	「統計学入門」(必修) 2年次前期配当

学入門」へ移行した。 1年次後期配当	
「データエンジニアリング基礎」(必修) 科目名・科目概要・授業計画を変更し、「プログラミング演習」の前半部分で展開されていたプログラミング及びデータベース管理に関する学びを移行し、1年次後期に必修科目として配当した。 1年次後期配当	「プログラミング演習」(選択) 2年次後期配当
「ビジネスデータサイエンス演習」(必修) 科目名・科目概要・授業計画を変更し、連携組織等から提供されるビックデータを種々のソフトウェアで分析し、結果を正確に理解できる実践力を養成する演習として、2年次前期に選択必修科目として配当した。 2年次前期配当	「ビジネス統計」(選択) 2年次前期配当
「データサイエンス・AI応用」(選択) 科目名・科目概要・授業計画を変更し、「プログラミング演習」の後半部分で展開されていたデータサイエンス・AIを用いた経営に関する応用課題へ取り組む課題解決型学習として配当した。 2年次後期配当	「プログラミング演習」(選択) 2年次後期配当

(2)「数理・データサイエンス・AI」を経営学分野に適切に応用することを志向した教育課程とするために、文部科学省の定める「数値・データサイエンス・AI教育プログラム認定制度」に則り、リテラシーレベルの学修内容を完備し、専門発展科目において応用基礎レベルの選択科目を一部配置した上で、これらの新設の科目群において、経営学分野への応用を志向する内容とした。

具体的には、必修科目である「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」において、データ分析、データソースからの情報収集、データベースの構築を行う際に、ビジネスに関する題材を取り扱うことで経営学への応用を意識した内容とする。続く「ビジネスデータサイエンス演習」ではビジネス関連のビックデータを実証的に分析、理解する能力を高める内容とし、データサイエンスの経営学分野への実践的な学びとした。更に、選択科目の「データサイエンス・AI応用」においては、経営・マーケティング分野の実践的なプロジェクト課題(携帯端末アプリケーションによるデータ収集・分析、深層学習と傾向分析等)に取り組むことで、経営学に対するデータサイエンス・AIの応用力を高める内容とした。

以下に修正した科目名および科目概要を示す。

「数学入門」(経営・経済数学入門から名称および内容変更)

<科目概要>

自然科学や社会科学の学びを深めるには数理(数学の知識、数をイメージする能力)が欠かせない。本講義では、数値を表現し、数値データをイメージし、モデル化するための基本となる数学知識を学ぶ。社会、経済に関連する応用事例をなるべく含めながら、データサイエンスを扱うために必要な、指数、対数、微分・積分、多変数関数、行列、確率・統計などの数理の基礎について学ぶ。尚、それぞれの学修進度に合わせて予習や復習がしやすいように、Google Classroom を用いた遠隔授業(オンデマンド型)で実施する。

「データサイエンス基礎」(統計学から名称及び内容変更)

<科目概要>

高度情報社会における課題解決には、社会のデータを読み取り、分析から傾向を把握し、未来を予測する必要がある。データサイエンスや統計学はこのための基本的な技術である。本講義では実世界とそのサンプルとして抽出されたデータをどのように読み取り、どのように情報処理をして、どのような方法で価値のある事実を導き出すかを、データサイエンスや統計学の基本的な理論にもとづいて学ぶ。授業では身近な事例を対象として方法に触れ、コンピュータ等を用いて実際にデータや統計的指標を確認することで、受講者がより実践的にデータサイエンス、統計学の概念を理解し、事例を挙げて説明できることを目指す。

「データエンジニアリング基礎」(プログラミング演習から一部内容を移行)

<科目概要>

データエンジニアリングは、データサイエンスを支える情報処理技術である。今日のデジタル社会では情報システム・経営システムによって日々大量のデータを蓄積、統計され、Webを通じて通信・連携されている。プログラミングおよびデータエンジニアリングは、業種の垣根を超えて活用されつつあるデータサイエンス、AI の発展にともない、全ての社会人に必須の基盤知識・素養であると認識されつつある。本講義ではデータエンジニアリングのためのプログラミング技術、データベース技術、Web アプリケーション技術について学ぶ。授業では実際にコンピュータやデータベース管理システム、Web サーバを利用し、プログラム、データベースによってデータを自由自在に取り扱い、Web を通じて情報発信するための基礎的な技術を身に付けることを目指す。

「ビジネスデータサイエンス演習」(ビジネス統計から名称変更および概要変更)

<科目概要>

本講義は、データサイエンス基礎で学んだ分析手法を用いて、連携組織から提供されるビジネスに関連のビッグデータを分析し、その結果を正確に理解できる実践的な技能を身につけることを目的とします。分析ツールとしては Excel を中心として、必要に応じてより高

度なアプリケーション（SPSS 等）を利用する。ビジネスに必要な多変量解析、仮説検定、推定などの技能を修得し、データサイエンスの実践力を身につけることができます。

「データサイエンス・AI 応用」（プログラミング演習の後半部分を移行し、拡充）

<科目概要>

今日の社会ではデータサイエンス・AI 技術を道具として活用することで、売上の向上、顧客の獲得、コスト削減など、多様な経営面への応用が期待される。本講義ではプロジェクト課題を通してデータサイエンス・AI の応用事例を実際に企画、実施する方法を学ぶ。授業ではテーマ別に複数のプロジェクト課題が課され、必要な各技術・手法を学んだ後、受講者が実施し、結果を報告する。授業を通じて、データサイエンス・AI 技術の総合的な応用方法を理解し、データを分析し、結果をプレゼンテーションできることを目指す。

改めた理由を以下に述べる。新設の経営学部において、数理・データサイエンス・AI の素養を持つ人材育成のため、数理系科目として、「経営・経済数学入門」、「統計学入門」、データサイエンス・AI 系科目として「データサイエンス・AI 基礎」を必修科目として科目配当するなど、「数理・データサイエンス・AI 教育認定プログラム」のリテラシーレベルを意識した教育課程の編成を行った。更に、将来的には応用基礎レベルを目指すため、専門発展科目には「プログラミング演習」を設置し、プログラミングの基礎知識、論理的思考力を身に付け、その延長にある情報システム・経営システムの構成方法について理解し、説明できることを目指す科目として設定した。

しかしながら、審査意見の通り、数学や統計学の学びが経営・経済学の内容に留まり、必ずしもデータサイエンス・AI の基礎的な学びを包括する内容となっていないことから、「数理・データサイエンス・AI 認定プログラム教育認定プログラム」のリテラシーレベルを達成するために、データサイエンスに加えて、データエンジニアリングの学びを拡充する必要性があると判断し、ICT 教育を見直すこととした。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪32ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(1) 共通教養教育科目</p> <p>1) 基礎教養・コア</p> <p>「新たな教養」として求められる「自律を支える批判的能力」「現代的な知の共有」「コミュニケーション能力」を養成するために「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」「論理的思</p>	<p>≪33ページ≫</p> <p>IV.教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>(1) 共通教養教育科目</p> <p>1) 基礎教養・コア</p> <p>「新たな教養」として求められる「自律を支える批判的能力」「現代的な知の共有」「コミュニケーション能力」を養成するために「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」「論理的思</p>

<p>考と文章表現」「プレゼンテーション技法」 「<u>数学入門</u>」の 5 科目を必修科目とする。 加えて、豊かな教養を涵養するために語学系および社会・人文・自然科学系科目を配置し、5 科目以上の選択必修科目とする。さらに、生涯教養としての「スポーツ」を配置し、選択科目とする。</p> <p>【略】</p> <p>「論理的思考と文章表現」では、ロジカルシンキングとロジカルライティングの手法を、「プレゼンテーション技法」では、パブリック・スピーキングの手法を学び、「自律を支える批判的能力」および「コミュニケーション能力」を高める。両科目を初年次ゼミナールの指導教員ではなく、文章指導・プレゼンテーション指導の専門家が指導することで、今後の学修の基盤となる能力をより一層高め、その応用の場（文章実践・発表実践）として「初年次ゼミナール I・II」を活用するため、4 科目は相互補完的な役割を果たすことになる。新入生が大学教育に円滑に適應するために不可欠な科目群であることから上記 4 科目を必修単位とした。</p> <p>また、<u>ロジカルシンキングや問題解決能力を身につける上で欠かすことのできない基礎的な数学力の養成の重要性に鑑み「数学入門」を必修単位とした。自然科学はもとより社会学分野の経営学、経済学、心理学等は、数学や統計学に基づくデータサイエンスを用いてのアプローチが必須になってきていることから、1 年次の必修科目とした。当該科目では、経営・経済分析に必要な社会データを用いた分析・予測に必要な数値表現・イメージ化・モデル化のための数学知識を学ぶだけでなく、データサイエンスを学ぶ上での必須の知識を学ぶことの</u></p>	<p>考と文章表現」「プレゼンテーション技法」の 4 科目を必修科目とする。加えて、豊かな教養を涵養するために語学系および社会・人文・自然科学系科目を配置し、5 科目以上の選択必修科目とする。さらに、生涯教養としての「スポーツ」を配置し、選択科目とする。</p> <p>【略】</p> <p>「論理的思考と文章表現」では、ロジカルシンキングとロジカルライティングの手法を、「プレゼンテーション技法」では、パブリック・スピーキングの手法を学び、「自律を支える批判的能力」および「コミュニケーション能力」を高める。両科目を初年次ゼミナールの指導教員ではなく、文章指導・プレゼンテーション指導の専門家が指導することで、今後の学修の基盤となる能力をより一層高め、その応用の場（文章実践・発表実践）として「初年次ゼミナール I・II」を活用するため、4 科目は相互補完的な役割を果たすことになる。新入生が大学教育に円滑に適應するために不可欠な科目群であることから上記 4 科目を必修単位とした。</p> <p>(追加)</p>
---	---

<p>できる内容とした。また同科目はメディア科目と位置づけられ、遠隔授業（オンデマンド型）で講義内容を繰り返し視聴することが可能であるため、<u>数学的基礎学力の分散を小さくする効果と基礎的な数学知識の定着効果があると考えている。</u></p> <p>現代社会が直面している諸問題を一つの学問分野の知見のみで適切にその全体像を理解することが困難と言われる中、語学系および人文・社会・自然科学系科目を横断的に学ぶことには大きな意義があるため、基礎教養系の 13 科目中 5 科目以上の選択必修科目とした。</p> <p>【略】</p> <p>社会科学系では「社会学入門（フィールドワーク入門）」「政治学入門」を配置した。特にグループワークやフィールドワーク等のアクティブラーニングの学びを進めていくため、「社会学入門（フィールドワーク入門）」は 1 年次前期を推奨配当年次と位置づけた。<u>教育入門は、教育学と経営学の融合領域である「教育経営論」を 2 年次後期と配置しているため 1 年次前期を推奨配当年次とした。</u>なお、社会科学系は、専門教育で「経営学基礎」「経済学基礎」「会計学基礎」「心理学」を展開しているため、これらを含めると経営学部における入門・基礎科目としては幅広いラインナップとなっている。</p>	<p>現代社会が直面している諸問題を一つの学問分野の知見のみで適切にその全体像を理解することが困難と言われる中、語学系および人文・社会・自然科学系科目を横断的に学ぶことには大きな意義があるため、基礎教養系の 13 科目中 5 科目以上の選択必修科目とした。</p> <p>【略】</p> <p>社会科学系では「社会学入門（フィールドワーク入門）」「政治学入門」を配置した。特にグループワークやフィールドワーク等のアクティブラーニングの学びを進めていくため、「社会学入門（フィールドワーク入門）」は 1 年次前期を推奨配当年次と位置づけた。<u>政治学入門も社会科学系科目の重要性から同様に 1 年次前期を推奨配当年次とした。</u>なお、社会科学系は、専門教育で「経営学基礎」「経済学基礎」「会計学基礎」「心理学」を展開しているため、これらを含めると経営学部における入門・基礎科目としては幅広いラインナップとなっている。</p>
<p>≪35ページ≫</p> <p>3) ICT スキル・コア</p> <p>【略】</p> <p><u>本学の ICT スキル・コアにおいては、IT スキルや知識の強化、情報収集・活用能力の向上を図ることに主眼を置き、「情報基礎」「データサイエンス・AI 入門」「データ</u></p>	<p>≪36ページ≫</p> <p>3) ICT スキル・コア</p> <p>【略】</p> <p><u>そこで本学においては、情報活用能力を身につけるための基礎として重要な「情報基礎」「オフィスツール基礎 I・II」を必修科目として配置した。</u></p>

<p>サイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」を必修科目として配置した。また、高度な機能を利用するデータ処理能力の修得に向け演習形式で学ぶ科目として「オフィスツール応用」、情報処理技術者試験の一区分である国家試験である IT パスポート修得に向け演習形式で学ぶ「IT パスポート演習」を選択科目として配置した。尚、情報手段の基本的な操作に関しては、一年次前期に正課外科目として「オフィスツール基礎」を配置し、高校までの学びのバラツキを解消できるように配慮した。</p> <p>1 年次前期に配置された「情報基礎」は、情報モラルや情報セキュリティ、図書館等における情報収集（探索）、Society5.0 やデータサイエンス・AI の概略を学ぶ科目としている。</p> <p>同年同期に配置された「データサイエンス・AI 入門」は、データサイエンス技術および AI 技術の実社会での利用事例の紹介をもとに、データサイエンス、AI によってどんなことが実現できるのか、一方でどのような問題点があるのかを学び、主にデジタルマーケティングに関するビジネスの企画力のための基礎知識を身に付ける。</p> <p>同年後期に配置される「データサイエンス基礎」及び「データエンジニアリング基礎」はデータサイエンスを学ぶ上での両輪であり、必須の学びとなっている。「データサイエンス基礎」においては、実世界とそのサンプルとして抽出されたデータをどのように読み取り、どのように情報処理をして、どのような方法で価値のある事実を導き出すかを、統計学の基本的な理論にもとづいて学ぶ。「データエンジニアリング基礎」で</p>	<p>1 年次前期に配置された「情報基礎」は、<u>キーボードによる文字入力、電子ファイルの管理、デジタルメッセージの送受信などの基本操作に加え、情報モラルや情報セキュリティ、図書館等における情報収集（探索）、Society5.0 やデータサイエンス・AI の概略を学ぶ科目としている。</u></p> <p>同年次前期に配置された「オフィスツール基礎 I」では、<u>ビジネスシーンでの利用率が高い文章作成ソフト、表計算ソフト、プレゼンテーションソフトの操作および基本的な OS 操作、電子メールシステムについて演習形式で学ぶ。</u>同年次後期に配置された「オフィスツール基礎 II」では、<u>ビジネスシーンでの実用的技法の取得を目的として表計算ソフト、プレゼンテーションソフトについて演習形式で学び、Microsoft Office Specialist の取得を目指す。</u></p> <p>上記の必修科目に加え、「<u>オフィスツール応用」「IT パスポート演習</u>」を演習形式の選択科目として配置した。2 年次・3 年次前期を推奨配当年次とする「<u>オフィスツール応用</u>」では、<u>表計算ソフトの高度な機能を利用するデータ処理能力の修得を目的とし、Microsoft Office Specialist の上位資格</u></p>
---	--

<p>は、データサイエンスを支える情報処理技術を学ぶ。具体的には、データエンジニアリングのためのプログラミング技術、データベース技術、Webアプリケーション技術について学ぶ。</p>	<p>である Expert の取得を目指す。2 年次・3 年次後期を推奨配当年次とする「IT パスポート演習」では、情報処理技術者試験の一区分である国家試験「IT パスポート試験」の資格取得を目的とする。資格取得のための学修を通じて、IT 業界への就職希望者のみならず、多くの産業が IT との関りが深くになっている現代において、共通に備えておくべき情報技術に関する基礎的な知識を修得することができる。</p> <p>なお、数理・データサイエンス・AI の素養を持つ人材育成のため、1 年次前期の「情報基礎」の学びを発展させる形で、専門教育科目 1 年次後期に「経営・経済数学入門」「データサイエンス・AI 基礎」および 2 年次後期に「統計学入門」を配置し、全て必修科目としている。</p>
<p>《38ページ》 (2) 専門教育科目 【略】 「情報・デザイン系」の主要な科目として、「デザイン基礎」「ビジネスデータサイエンス演習」を必修科目として配置した。関連領域として 1 年次後期配当の「リーダーシップ開発演習Ⅱ」が挙げられる。当該科目は、リーダーシップとデザイン思考を同時に学ぶ科目であり、デジタルマーケティングやその後の演習科目においても重要な位置づけであるため、必修科目として配置されている。また、本系統は、ICT スキル・コアで展開される「情報基礎」「データサイエンス・AI 入門」「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」という情報系科目の延長線上で展開されるため、実質的に「情報・デザイン系」の主要な科目は、2 科目+4 科目の計 6 科目で構成され</p>	<p>《38ページ》 (2) 専門教育科目 【略】 「情報・デザイン系」の主要な科目として、「デザイン基礎」「データサイエンス・AI 基礎」「統計学入門」を必修科目として配置した。関連領域として 1 年次後期配当の「リーダーシップ開発演習Ⅱ」が挙げられる。当該科目は、リーダーシップとデザイン思考を同時に学ぶ科目であり、デジタルマーケティングやその後の演習科目においても重要な位置づけであるため、必修科目として配置されている。また、「経営・経済数学入門」は当該系統に重要であるばかりでなく、「経営学系」「マーケティング・心理学系」「経済学系」にとっても必須の数学入門科目であるため、必修科目とし、特に当該系統に配置する。</p>

<p>る。</p>	
<p>《41ページ》 2) 専門基幹科目 【略】 「情報・デザイン系」では、ICTスキル・コアで必修として学ぶ「情報基礎」「データサイエンス・AI入門」「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」の学びを発展させる形で、「ビジネスデータサイエンス演習」を2年次前期に配置し、ビッグデータを取り扱う実践的なデータサイエンス科目として、必修科目とする。 「ビジネスデータサイエンス演習」では、データサイエンス基礎で学んだ分析手法を用いて、連携組織から提供されるビジネスに関連のビッグデータを分析し、その結果を正確に理解できる実践的な技能を身につけることを目的とします。分析ツールとしてはExcelを中心として、必要に応じてより高度なアプリケーション（SPSS等）を利用する。ビジネスに必要な多変量解析、仮説検定、推定などの技能を修得し、データサイエンスの実践力を身につけることを目的とする。</p>	<p>《41ページ》 2) 専門基幹科目 【略】 「情報・デザイン系」では、情報系の科目として「経営・経済数学入門」「データサイエンス・AI基礎」を1年次後期、「統計学入門」2年次前期に配置し、高度情報社会に対応するために必須の知識であるため必修科目とする。「経営・経済数学入門」は、現代の経営学、経済学は、数学や統計学に基づくデータサイエンスを用いてのアプローチが必須になってきていることから、1年次の必修科目とした。必修科目とした別の理由は、入試区分によって数学的基礎学力が足りない学生が入学する可能性に備えて「初年次のリメディアル教育」として位置づけるからである。当該科目は、「情報・デザイン系」科目としてのみならず、経営学系/マーケティング・心理学系/情報・デザイン系の基幹科目として位置づけられるべきものであり、便宜的に「情報・デザイン系」に配置した。当該科目は、経営・経済分析に必要な社会データを用いた分析・予測に必要な数値表現・イメージ化・モデル化のための数学知識を学ぶ。また同科目はメディア科目と位置づけられ、遠隔授業（オンデマンド型）で講義内容を繰り返し視聴することが可能であるため、数学的基礎学力の分散を小さくする効果と基礎的な数学知識の定着効果があると考えている。 「データサイエンス・AI基礎」では、数理・データサイエンス技術、およびその一種である人工知能(AI)技術が、業種の垣根を超えたデータ分析の道具として活用されている現状をふまえ、データサイエンス技術お</p>

	<p>よび AI 技術の実社会での利用事例をもとに、デジタルマーケティングの基礎知識とデータサイエンス、AI を融合的に学び、その可能性と問題点について考察する。「統計学入門」では、データサイエンスに関連させ、経営・経済を知るための基本的な技術としての統計手法を学ぶ。</p>
<p>≪44ページ≫ 4) 専門発展科目 【略】 情報系の「データサイエンス・AI 応用」は、「データサイエンス・AI 入門」「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」の発展科目として、プロジェクト課題を通してデータサイエンス・AI の応用事例を実際に企画、実施する方法を学ぶ。授業ではテーマ別に複数のプロジェクト課題が課され、必要な各技術・手法を学んだ後、受講者が実施し、結果を報告する。授業を通じて、データサイエンス・AI 技術の総合的な応用方法を理解し、データを分析し、結果をプレゼンテーションできることを目指す。</p>	<p>≪45ページ≫ 4) 専門発展科目 【略】 情報系の「プログラミング演習」「ビジネス統計」は、「データサイエンス・AI 基礎」「統計学入門」の発展科目として、「プログラミング演習」は、プログラミングの基礎知識と、その延長にある情報システム・経営システムを演習によって学ぶ。「ビジネス統計」は、データ分析の実践的な技能に重点を置き、ビジネスシーンにおけるデータ分析技能と、分析結果を正確に理解し、応用する能力を身につける。</p>

(是正事項) 経営学部 経営学科

5. 専門発展科目において、総合的な演習科目であり、教育課程においても重要な位置付けと考えられる「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」において、経営学以外の法学や心理学、社会学、教育学等の分野を取扱っていることを踏まえると、これらの関連する学問分野についても、当該演習科目の履修の前までに、一定程度の基本となる学びを取扱うことを前提としているように見受けられる。一方で、これらの学問分野については、「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」以外では共通教養教育科目での「教育学入門」等の授業科目で履修するのみであると見受けられることから、卒業論文の作成につながる授業科目である「3年専門ゼミナール」「4年専門ゼミナール」を履修するに当たって当該分野の素養を十分に身に付けられ、かつ経済学分野と関連付けて取扱うことができる教育課程となっているか疑義がある。このため、教育課程の体系性が担保された上で、関係する授業科目が適切に編成されていることについて具体的に説明の上、必要に応じて適切に改めること。

(対応)

複合分野における体系性や専門ゼミとのつながりを考慮し、一部科目について学修内容を変更、配当年次の変更、また関連した新規科目の配置によって、専門ゼミナールへ円滑な接続となるよう改める。

設置の趣旨 (p.37) に記載した通り、「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 経営学分野」(平成 24 (2012) 年 8 月 日本学術会議)によれば、経営学は、「営利・非営利のあらゆる『継続的事業体』の組織活動の企画・運営に関する科学的知識の体系」と定義される。この定義からも明らかなように、今日の経営学の研究対象は拡大しており、経済環境のみならず複合的な社会問題の解決が、経営学に求められている課題であると認識できる。

したがって、設置構想中の経営学部は、経営学、経済学、マーケティングの領域を中心にしつつ、心理学、法学、会計学、情報・デザイン学等の学際的な領域を幅広く学ぶ教育課程となっている。カリキュラムのこうした全体設計をふまえて、審査意見において指摘のあった、法学、心理学、社会学、教育学の専門ゼミナールの内容にふれながら、それらの学問分野が経営学とどのように接続するかを明らかにし、以下において学問分野ごとに修正点を説明する。

5-1. 法学系の科目の修正について

法学の専門ゼミナールは、幅広い法学の専門分野のなかでも、経営学と関連の深い法律を研究テーマとする専門ゼミナールである。ここでは、民法を基礎に企業関連の法律である会社法や取引法、消費者法を学ぶ。消費者・労働者・生活者の複合的な視点で学ぶことで、リーガルマインドを備えた人間を養成することを目的としている。こうした経営に関わる法

学の専門ゼミナールがあることで、卒業後の進路において、公務員や企業法務などの専門職に限らず、販売職や営業職においても必要とされる法的な素養を身につけた人材を養成することができると思う。

科目配置としては、専門基礎科目として「法学基礎」(2年前期)、専門基幹科目として「民法」(2年後期)、専門発展科目として「取引法・消費者法」(3年前期)を配置する。また法的・制度的観点によって企業経営を探究する経営学系の関連科目としては、専門基幹科目として「企業論」(2年前期)、専門発展科目としては「人的資源管理論」(2年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コーポレートガバナンス論」(3年後期)を配置している。また消費者法に関連した科目としては、「消費者行動論」(2年前期)、「流通論」(2年後期)を配置している。

本審査意見を受けて、専門ゼミナールにおいてより深い探究となるよう科目の順次性を見直し、法学にかかわる2科目の配当年次をそれぞれ繰り上げることとした。具体的には「民法」を3年前期から2年後期科目へ、「取引法・消費者法」を3年後期から3年前期へ変更し、専門ゼミナールでの探究に必要な学修内容の基礎を早期に身につけられるようにした。

5-2. 心理学系の科目の修正について

心理学の専門ゼミナールについては、経営学に関連の深い心理学の領域として①産業・組織心理学、②集団心理・社会心理学、を研究テーマとする2つの専門ゼミナールを配置している。現代の経営環境において、職場のメンタルヘルス、ワーク・モチベーション、職場の人間関係、集団心理や集団意思決定など、心理学の知見が職場のマネジメントに活かされる場面は多い。心理学の専門ゼミナールでは、調査の手法や分析技術を学び、実際に行った調査とその分析結果をもとに、コミュニケーションや対人関係の技法を身につけることを目的としている。

こうした経営に関わる心理学の専門ゼミナールがあることで、卒業後の進路において、産業カウンセラーや企業の人事にかかわる専門職にとって必要な知識・技能を身につけられるとともに、自分自身が従業員として働くうえでも役立つ知識を身につけることができる。また統計調査の手法や分析技術を身につけることで、マーケティング等の職種における調査・分析に応用可能であると考えられる。

科目配置としては、専門基幹科目として「心理学」(1年後期)、「ビジネス心理」(2年前期)、専門発展科目として「社会心理学」(2年後期)、「心理学研究法」(3年前期)を配置している。また他分野の関連科目としては、特にマーケティング領域を中心に関連が深く、専門基礎科目として「マーケティング基礎」(1年前期)、専門基幹科目として「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「消費者行動論」(2年前期)、専門発展科目として「人的資源管理論」(2年後期)、「マーケティング・コミュニケーション」(2年後期)を配置している。また専門実践科目の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」(1年前期)、「ファシリテーション入門」(3年前期)が、心理学に関連したコミュニケーションスキルを高める実践科目として配置されている。

る。

本審査意見を受けて、心理学の専門ゼミナールにおいてより深い探究となるよう、心理学に関連性が深い経営組織論領域の科目を追加することとした。「経営組織論Ⅰ」(1年後期)の内容をふまえ、より発展的な内容を取り扱う「経営組織論Ⅱ」を新たに配置する(後述の審査意見8【改善事項】への対応)。学修内容として、組織行動、意思決定、組織学習、組織文化、知識創造、組織変革などの現代的なトピックを取り扱うことで、人と組織の問題をより多面的に探究する視座を身につけることを目的とする。

5-3. 社会学系の科目の修正について

本審査意見を受けて、社会学の専門ゼミナールについては、経営・経済により関連させた研究テーマとなるよう学修内容を変更する。

当該専門ゼミナールの変更前のシラバスに記載された研究テーマは、「フィールドワークを通じた地域社会における問題の発見と解決策の提案」であり、フィールドワークを用いた質的調査によって地域経済の課題を探究する内容であった。当該ゼミナールは、「課題解決型学習を通じて、学んだ内容を実践的な授業科目(専門実践科目・専門ゼミナール)で実践し、ビジネスを企画・実践する能力にまで高める」という、本学が掲げるカリキュラム・ポリシーに合致しているものの、1・2年次の経営・経済のどのような学修内容をふまえて展開するのかやや不明瞭な部分があった。また審査意見において指摘されたように社会学の専門ゼミナールとするには、関連する基礎教育が十分ではないと判断した。

以上の理由から、当該専門ゼミナールについては、経営学・経済学・社会学の複合領域を研究テーマとする広範な研究テーマを見直し、地域経済や地域企業を研究対象とする「経営史」の専門ゼミナールへと内容変更する。具体的には、企業の組織と経営戦略の歴史から考察する経営史理論を基に、グループワークによる史料収集とインタビューを中心にフィールドワーク調査を実施することで、地域経済や地域企業の課題を明らかにし、ビジネスの企画力・構想力を高めることを目的とする。

この経営史を研究テーマとする専門ゼミナールに関連した科目は、専門基礎科目としては「経営学基礎」(1年前期)、「経済学基礎」(1年後期)、専門基幹科目としては、「経営戦略論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)、専門発展科目としては、「経営史」(3年前期)があげられる。

5-4. 教育学系の科目の修正について

本審査意見を受けて、教育学の専門ゼミナールについては、経営・経済により関連させた研究テーマとなるよう学修内容を変更するとともに、関連科目を新たに追加する。具体的には、経営学と教育学が接続する複合領域である「教育経営論」を研究テーマとする専門ゼミナールに内容変更し、専門発展科目に「教育経営論」(2年後期)を新たに配置する。

現代経営学の研究対象が拡大していることは先述した通りだが、営利・非営利のあらゆる継続的事業体の中には、私企業のみならず国・地方自治体、学校、病院、NPO・NGO、家

庭などが含まれる。したがって現代企業は、地域課題を積極的に解決するための主体として、他の機関といかに連携し事業展開するかが重要な課題となっている。このような認識に立ち、経営学に関連して教育や教育制度について学ぶことによって、企業に求められる社会性についてより深く理解し、生涯教育や地域をつくる場として企業を捉えることができるようになることこそ経営学部のなかで教育や教育制度を学ぶ意義であると考えている。

新規配置となる「教育経営論」では、教育経営論の基本となる考え方と知識を獲得し、NPO や社会教育団体等における持続可能な運営のあり方について考察する力をつけることを目的とする。生涯学習政策の動向の国際比較、地域課題と社会教育についての実例を通じて、コミュニティビジネスにおける大きな課題について考察する。仮想の NPO 団体の起業を演習課題として実施し、地域・教育・経営を総合的に探究する。尚、教育学系の専門ゼミナールでは「教育経営論」の内容を基礎とした学修内容を展開する。

教育学に関連する科目は、教養教育科目として「教育学入門」(1 年前期)、専門発展科目として「教育経営論」(2 年後期)を配置する。また、経営学系の関連科目としては、学習論やモチベーションなどの諸問題を取り扱う「経営組織論Ⅰ」(1 年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2 年前期)、また経営における公共性の諸問題を扱う「企業論」(1 年後期)、「経営倫理」(3 年前期)、「コミュニティビジネス論」(3 年後期)を配置する。その他、教育にかかわる人間の発達、キャリア形成の科目としては、専門基幹科目として「心理学」(1 年次後期)、専門発展科目として「ジェンダーとキャリアⅠ」(3 年前期)、「ジェンダーとキャリアⅡ」(3 年後期)を配置する。

尚、審査意見 2 (是正事項) への対応において述べた通り、本学は、学際的学問における学びとして経営学、マーケティング・心理、会計・法学、情報・デザイン、経済学の 5 つの学びを融合させるため、これら 5 つの分野で学んだ基礎的な内容である専門基礎科目と専門基幹科目を核として、専門発展科目でより専門性を高めていく教育課程となっている。したがって、本審査意見において指摘を受けた専門ゼミナールに限らず、全ての専門ゼミナールの履修において、多様な系統を明確な順次性にしたがって学生が科目履修できるように、教務ガイダンスや「初年次ゼミナールⅠ」「初年次ゼミナールⅡ」において徹底した履修指導を実施する。

5-5. 複合分野における専門ゼミナールと科目の対応表

複合分野における体系性や専門ゼミとのつながり、専門ゼミでの内容を以下の通り整理する。

複合分野	専門ゼミナールの内容	主な対応	多分野関連科目の例
法学	法学の専門ゼミナールでは、経営学に関連した「商法」「会社法」を研究テーマとする。	主要関連科目である、「商法」「取引法・消費者法」の配当年次を繰り上げる。	「企業論」(1年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コーポレートガバナンス論」(3年後期)、「マーケティング基礎」(1年前期)、「消費者行動論」(2年前期)、「流通論」(2年後期)
心理学	心理学の専門ゼミナールでは、経営学やマーケティングに関連した「産業・組織心理学」「社会心理学」を研究テーマとする。	関連した基礎科目である「心理学」「ビジネス心理」「社会心理学」「心理学研究法」を配置していることから、現状維持とする。	・「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)、「人的資源管理論」(2年後期) ・「マーケティング基礎」(1年前期)、「消費者行動論」(2年前期)、「行動経済学」(2年後期)、「マーケティング・コミュニケーション」(2年後期) ・「リーダーシップ開発演習Ⅰ」(1年前期)、「ファシリテーション入門」(3年前期)
社会学	当該専門ゼミナールでは、フィールドワークの分析手法を用いた「経営史」(経済学系)の研究テーマとする。	研究テーマを、適切な内容にあらためる。	・「経営学基礎」(1年前期)、「経済学基礎」(1年後期) ・「社会学(フィールドワーク入門)」(1年前期) ・「経営史」(3年前期)、「経営戦略論Ⅰ」(1年後期)、「企業論」(2年前期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「マクロ経済学Ⅰ」(2年前期)、「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)
教育学	教育学の専門ゼミナールでは、経営学により近接した「教育経営論」の内容を研究テーマとする。	専門ゼミナールを経営学部として適切な内容に変更するとともに、その基礎科目として「教育経営論」を新規に配置する。	・「教育学入門」(1年前期)、「教育経営論」(2年後期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)、「企業論」(1年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コミュニティビジネス論」(3年後期)

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪44ページ≫</p> <p>IV. 教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>4) 専門発展科目</p> <p>「専門発展科目」は、「専門基礎科目」と「専門基幹科目」において身につけた基礎知識と、専門実践科目におけるPBLにおいて身につけたリーダーシップとデザイン思考を融合させ、経営学の専門的な学びを深化させることによって、「想像力」「構想力」、「実践力」を養成する科目群である。3年次以降の自由選択科目を中心に、全 <u>28</u> 科目 (<u>64</u> 単位) を配置する。以下において、主要5系統にそって科目概要について説明する。</p> <p>「経営学系」は、「経営組織論Ⅰ」「企業論」の発展科目として「<u>経営組織論Ⅱ</u>」「<u>人的資源管理論</u>」「<u>教育経営論</u>」「<u>経営倫理</u>」「<u>コーポレートガバナンス論</u>」の<u>5</u>科目を、「<u>経営戦略論Ⅰ</u>」の発展科目として、「<u>経営戦略論Ⅱ</u>」「<u>グローバル経営論</u>」「<u>経営史</u>」の<u>3</u>科目を、「<u>企業論</u>」「<u>経営戦略論Ⅰ</u>」の発展科目として「<u>企業と地域</u>」の問題を考察する「<u>ベンチャービジネス論</u>」「<u>コミュニティビジネス論</u>」の2科目を、主に3年次配当の選択科目として配置する。</p> <p>「<u>経営組織論Ⅱ</u>」は、「<u>経営組織論Ⅰ</u>」の内容を基礎に、<u>組織行動、意思決定、組織学習、組織文化、組織変革、知識創造などの発展的なトピックスを取り扱い、組織と人の管理についてより深く探究する。</u></p> <p>「<u>人的資源管理論</u>」は、採用管理・人事管理にかかわる理論と制度に関する知識を身につけるとともに、職場の多様性が議論される現代においては、国際的な視点で人的</p>	<p>≪54ページ≫</p> <p>IV. 教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>4) 専門発展科目</p> <p>「専門発展科目」は、「専門基礎科目」と「専門基幹科目」において身につけた基礎知識と、専門実践科目におけるPBLにおいて身につけたリーダーシップとデザイン思考を融合させ、経営学の専門的な学びを深化させることによって、「想像力」「構想力」、「実践力」を養成する科目群である。3年次以降の自由選択科目を中心に、全 <u>26</u> 科目 (<u>60</u> 単位) を配置する。以下において、主要5系統にそって科目概要について説明する。</p> <p>「経営学系」は、「経営組織論」「企業論」の発展科目として「<u>人的資源管理論</u>」「<u>経営倫理</u>」「<u>コーポレートガバナンス論</u>」の<u>3</u>科目を、「<u>経営戦略論</u>」の発展科目として、「<u>グローバル経営論</u>」「<u>経営史</u>」の<u>2</u>科目を、「<u>企業論</u>」「<u>経営戦略論</u>」の発展科目として「<u>企業と地域</u>」の問題を考察する「<u>ベンチャービジネス論</u>」「<u>コミュニティビジネス論</u>」の2科目を、主に3年次配当の選択科目として配置する。</p> <p>「<u>人的資源管理論</u>」は、採用管理・人事管理にかかわる理論と制度に関する知識を身につけるとともに、職場の多様性が議論される現代においては、国際的な視点で人的</p>

<p>資源管理の現状と問題点について学ぶことを目的とする。</p> <p><u>「教育経営論」は、生涯学習政策の動向の国際比較、地域課題と社会教育についての実例を通じて、NPO や社会教育団体等における持続可能な運営のあり方について考察する力を身につけることを目的とする。</u></p> <p><u>「経営倫理」と「コーポレートガバナンス論」は、CSR や社会貢献、企業不祥事などの諸問題を、前者は、社会・企業・組織の幅広い視点で学び、後者は、企業制度に着目して学ぶ。「経営戦略論Ⅱ」は、「経営戦略論Ⅱ」の内容を基礎とし、競争優位を確立するための経営戦略としてイノベーションに焦点をあて、イノベーションプロセスについて体系的に学び、現実的な経営課題を解決する知識を身につけることを目的とする。「グローバル経営論」「経営史」は、経営戦略にかかわる諸問題を、前者は、現代のグローバルに展開する企業事例によって学び、後者は、20 世紀のアメリカの産業発展の歴史的考察から学ぶ。「ベンチャービジネス論」と「コミュニティビジネス論」は、事業創造や地域創生にかかわる諸問題を、前者は、ビジネスプランの設計によって実践的に学び、後者は、地域創生に取り組む道内企業や札幌の地場企業の事例研究によって学ぶ。</u></p>	<p>資源管理の現状と問題点について学ぶことを目的とする。</p> <p>「経営倫理」と「コーポレートガバナンス論」は、CSR や社会貢献、企業不祥事などの諸問題を、前者は、社会・企業・組織の幅広い視点で学び、後者は、企業制度に着目して学ぶ。</p> <p>「グローバル経営論」「経営史」は、経営戦略にかかわる諸問題を、前者は、現代のグローバルに展開する企業事例によって学び、後者は、20 世紀のアメリカの産業発展の歴史的考察から学ぶ。「ベンチャービジネス論」と「コミュニティビジネス論」は、事業創造や地域創生にかかわる諸問題を、前者は、ビジネスプランの設計によって実践的に学び、後者は、地域創生に取り組む道内企業や札幌の地場企業の事例研究によって学ぶ。</p>
<p>4. 複合分野における体系性と専門セミナーのテーマ</p> <p><u>「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 経営学分野」(平成 24 (2012) 年 8 月 日本学術会議) によれば、経営学は、「営利・非営利のあらゆる『継続的事業体』の組織活動の企画・運営に関する科学的知識の体系」と定義される。こ</u></p>	<p>(新規)</p>

の定義からも明らかなように、今日の経営学の研究対象は拡大しており、経済環境のみならず複合的な社会問題の解決が、経営学に求められている課題であると認識できる。したがって、設置構想中の経営学部は、経営学、経済学、マーケティングの領域を中心にしつつ、心理学、法学、会計学、情報・デザイン学等の学際的な領域を幅広く学ぶ教育課程となっており、専門ゼミナールもまた、経営学を中心としながら法学、心理学、社会学、教育学等の幅広いテーマを扱っている。以下に複合分野である「法学」「心理学」「社会学」「教育学」の体系性や関連する配置科目、ゼミナールでのテーマについて記載する。

(1) 法学系の領域について

法学の専門ゼミナールは、幅広い法学の専門分野のなかでも、経営学と関連の深い法律を研究テーマとする専門ゼミナールである。ここでは、民法を基礎に企業関連の法律である会社法や取引法、消費者法を学ぶ。消費者・労働者・生活者の複合的な視点で学ぶことで、リーガルマインドを備えた人間を養成することを目的としている。こうした経営に関わる法学の専門ゼミナールがあることで、卒業後の進路において、公務員や企業法務などの専門職に限らず、販売職や営業職においても必要とされる法的な素養を身につけた人材を養成することができる。と考える。

科目配置としては、専門基礎科目として「法学基礎」(2年前期)、専門基幹科目として「民法」(2年後期)、専門発展科目として「取引法・消費者法」(3年前期)を配置する。また法的・制度的観点によって企業経営を探究する経営学系の関連科目として

は、専門基幹科目として「企業論」(2年前期)、専門発展科目としては「人的資源管理論」(2年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コーポレートガバナンス論」(3年後期)を配置している。また消費者法に関連した科目としては、「消費者行動論」(2年前期)、「流通論」(2年後期)を配置している。

(2) 心理学系の領域について

心理学の専門ゼミナールについては、経営学に関連の深い心理学の領域として①産業・組織心理学、②集団心理・社会心理学、を研究テーマとする2つの専門ゼミナールを配置している。現代の経営環境において、職場のメンタルヘルス、ワーク・モチベーション、職場の人間関係、集団心理や集団意思決定など、心理学の知見が職場のマネジメントに活かされる場面は多い。心理学の専門ゼミナールでは、調査の手法や分析技術を学び、実際に行った調査とその分析結果をもとに、コミュニケーションや対人関係の技法を身につけることを目的としている。

こうした経営に関わる心理学の専門ゼミナールがあることで、卒業後の進路において、産業カウンセラーや企業の人事にかかわる専門職にとって必要な知識・技能を身につけられるとともに、自分自身が従業員として働くうえでも役立つ知識を身につけることができる。また統計調査の手法や分析技術を身につけることで、マーケティング等の職種における調査・分析に応用可能であると考えられる。

科目配置としては、専門基幹科目として「心理学」(1年後期)、「ビジネス心理」(2年前期)、専門発展科目として「社会心理学」(2年後期)、「心理学研究法」(3年前期)

を配置している。また他分野の関連科目としては、特にマーケティング領域を中心に関連が深く、専門基礎科目として「マーケティング基礎」(1年前期)、専門基幹科目として「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「消費者行動論」(2年前期)、専門発展科目として「人的資源管理論」(2年後期)、「マーケティング・コミュニケーション」(2年後期)を配置している。また専門実践科目の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」(1年前期)、「ファシリテティング入門」(3年前期)が、心理学に関連したコミュニケーションスキルを高める実践科目として配置されている。

(3) 社会学系の領域について

社会学の専門ゼミナールは、地域経済や地域企業を研究対象とする「経営史」の専門ゼミナールである。具体的には、企業の組織と経営戦略の歴史から考察する経営史理論を基に、グループワークによる史料収集とインタビューを中心にフィールドワーク調査を実施することで、地域経済や地域企業の課題を明らかにし、ビジネスの企画力・構想力を高めることを目的としている。

この経営史を研究テーマとする専門ゼミナールに関連した科目は、専門基礎科目としては「経営学基礎」(1年前期)、「経済学基礎」(1年後期)、専門基幹科目としては、「経営戦略論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)、専門発展科目としては、「経営史」(3年前期)があげられる。

(4) 教育学系の領域について

教育学のゼミナールは、経営学と教育学が接続する複合領域である「教育経営論」

を研究テーマとする専門ゼミナールである。現代経営学の研究対象が拡大していることは先述した通りだが、営利・非営利のあらゆる継続的事業体の中には、私企業のみならず国・地方自治体、学校、病院、NPO・NGO、家庭などが含まれる。したがって現代企業は、地域課題を積極的に解決するための主体として、他の機関といかに連携し事業展開するかが重要な課題となっている。このような認識に立ち、経営学に関連して教育や教育制度について学ぶことによって、企業に求められる社会性についてより深く理解し、生涯教育や地域をつくる場として企業を捉えることができるようになることこそ経営学部の中かで教育や教育制度を学ぶ意義であると考えている。

教育学に関連する科目は、教養教育科目として「教育学入門」(1年前期)、専門発展科目として「教育経営論」(2年後期)を配置する。また、経営学系の関連科目としては、学習論やモチベーションなどの諸問題を取り扱う「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)、また経営における公共性の諸問題を扱う「企業論」(1年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コミュニティビジネス論」(3年後期)を配置する。その他、教育にかかわる人間の発達、キャリア形成の科目としては、専門基幹科目として「心理学」(1年次後期)、専門発展科目として「ジェンダーとキャリアⅠ」(3年前期)、「ジェンダーとキャリアⅡ」(3年後期)を配置する。

尚、本学は、学際的学問における学びとして経営学、マーケティング・心理、会計・法学、情報・デザイン、経済学の5つの学びを融合させるため、これら5つの分野で

学んだ基礎的な内容である専門基礎科目と専門基幹科目を核として、専門発展科目でより専門性を高めていく教育課程となっている。したがって、記載した専門ゼミナールに限らず、全ての専門ゼミナールの履修において、多様な系統を明確な順次性にしたがって学生が科目履修できるように、教務ガイダンスや「初年次ゼミナールⅠ」「初年次ゼミナールⅡ」において徹底した履修指導を実施する。

5-5. 複合分野における専門ゼミナールと科目の対応表

複合分野における体系性や専門ゼミとのつながり、専門ゼミでの内容を以下の通り整理する。

複合分野	専門ゼミナールの内容	多分野関連科目の例
法学	法学の専門ゼミナールでは、経営学に関連した「商法」「会社法」を研究テーマとする。	「企業論」(1年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コーポレートガバナンス論」(3年後期)、「マーケティング基礎」(1年前期)、「消費者行動論」(2年前期)、「流通論」(2年後期)
心理学	心理学の専門ゼミナールでは、経営学やマーケティングに関連した「産業・組織心理学」「社会心理学」を研究テーマとする。	・「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)、「人的資源管理論」(2年後期) ・「マーケティング基礎」(1年前期)、「消費者行動論」(2年前期)、「行動経済学」(2年後期)、「マーケティングコミュニケーション」(2年後期) ・「リーダーシップ開発演習Ⅰ」(1年前期)、「ファシリタティング入門」(3年前期)
社会学	当該専門ゼミナールでは、フィールドワークの分析手法を用いた「経営史」(経済学系)の研究テーマとする。	・「経営学基礎」(1年前期)、「経済学基礎」(1年後期) ・「社会学(フィールドワーク入門)」(1年前期) ・「経営史」(3年前期)、「経営戦略論Ⅰ」(1年後期)、「企業論」(2年前期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「マクロ経済学Ⅰ」(2年前期)、「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)
教育学	教育学の専門ゼミナールでは、経営学により近接した「教育経営論」の内容を研究テーマとする。	・「教育学入門」(1年前期)、「教育経営論」(2年後期)、「経営組織論Ⅰ」(1年後期)、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)、「企業論」(1年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「コミュニティビジネス論」(3年後期)

(是正事項) 経営学部 経営学科

6. 本学が掲げるカリキュラム・ポリシーのCP1-3において「Society5.0 社会に不可欠な情報活用能力を養成するために「情報基礎」「オフィスツール基礎Ⅰ・Ⅱ」を必修科目とする」とあるが、例えば、「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」は、授業科目の概要を見る限り、Word や Excel の基礎的な使用スキルを学ぶにとどまっているように見受けられ、「深く専門の学芸を教授研究し、知的、道徳的及び応用的能力を展開させること」を目的とする大学の教育にふさわしい内容・水準であるとは判断できない。このため、授業科目の一部において基礎的な使用スキルの学修が含まれること否定するものではないものの、他の情報活用能力を養成するための授業科目についても網羅的に確認の上、「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」を含めたそれらの授業科目で取り扱う内容や到達目標が大学教育の水準に照らして妥当なものであることについて具体的に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。

(対応)

本審査意見を踏まえ、ICT スキル・コア科目として配置すべき科目を検討し、学生の ICT スキルの実態に合わせて、科目を修正・再配置するよう改める。

本審査意見を受けて、Society5.0 社会に不可欠な情報活用能力を養成するための ICT スキル・コア科目の学修内容について改めて検討した。

ICT スキル・コア科目として配置していた「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」で展開される内容は、社会で必要とされる情報処理能力の基本的なスキルを養うものではあるものの、「Society5.0 社会に不可欠な情報活用能力」の達成を実現するための主要な科目としては不十分であると考え、ICT スキル・コア科目の全体的な見直しを行うこととした。

審査意見の通り、「オフィスツール基礎Ⅰ」で実施を予定していた学修内容は、令和元年から取り組みの開始された文科省の「GIGA スクール構想」によって、多くの高校生がすでに身につける基本的なスキルになると考えられる。一方で、現時点における高等学校の情報科目の取り組み実態には差があり、アドミッション・ポリシーを満たして本学に入学する学生においても、情報処理能力の基本的なスキルに関しては、バラツキがあると予想される。これらを踏まえて「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」の科目は、その到達目標水準を鑑み、ICT スキル・コア科目から除外する一方で基礎的な情報処理能力の平準化を図る目的で、「オフィスツール基礎Ⅰ」「オフィスツール基礎Ⅱ」の学修内容を統合した「オフィスツール基礎」を1年次前期に正課外科目として開講することとした。尚、「オフィスツール基礎」は、Word、Excel、PowerPoint のスキルの習得を基礎に、コンピュータを使った多様なコミュニケーションや表現技法について探究する科目とする。正課外としたことにより、情報処理能力の基本的なスキル不足の学生が履修しない可能性もあることから、入学後にアンケートを実施し、基本スキル不足に該当する学生には、初年次ゼミナールⅠや教

務ガイダンスにおいて履修誘導を行っていくことで、バラツキの解消に努める。

この見直しを含めて、ICTスキル・コア科目の全体設計を大きく見直す。本学が教養教育として展開するICTスキル・コアは、大学の教育として相応しいレベルを担保するITスキルや知識の強化、情報収集・活用能力の向上を図ることに主眼を置くこととし、「情報基礎」「データサイエンス・AI入門」「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」を必修科目として配置する。また、高度な機能を利用するデータ処理能力の修得に向け演習形式で学ぶ科目として「オフィスツール応用」、情報処理技術者試験の一区分である国家試験であるITパスポート修得に向け演習形式で学ぶ「ITパスポート演習」を選択科目として配置する。

1年次前期に配置された「情報基礎」は、情報モラルや情報セキュリティ、図書館等における情報収集（探索）、Society5.0やデータサイエンス・AIの概略を学ぶ科目としている。

同年同期に配置された「データサイエンス・AI入門」は、データサイエンス技術およびAI技術の実社会での利用事例の紹介をもとに、データサイエンス、AIによってどんなことが実現できるのか、一方でどのような問題点があるのかを学び、主にデジタルマーケティングに関するビジネスの企画力のための基礎知識を身に付ける。

同年後期に配置される「データサイエンス基礎」及び「データエンジニアリング基礎」はデータサイエンスを学ぶ上での両輪であり、必須の学びとなっている。「データサイエンス基礎」においては、実世界とそのサンプルとして抽出されたデータをどのように読み取り、どのように情報処理をして、どのような方法で価値のある事実を導き出すかを、統計学の基本的な理論にもとづいて学ぶ。「データエンジニアリング基礎」では、データサイエンスを支える情報処理技術を学ぶ。具体的には、データエンジニアリングのためのプログラミング技術、データベース技術、Webアプリケーション技術について学ぶ。

上記の必修科目に加え、「オフィスツール応用」「ITパスポート演習」を演習形式の選択科目として配置した。2年次・3年次前期を推奨配当年次とする「オフィスツール応用」では、表計算ソフトの高度な機能を利用するデータ処理能力の修得を目的とし、Microsoft Office Specialistの上位資格であるExpertの取得を目指す。2年次・3年次後期を推奨配当年次とする「ITパスポート演習」では、情報処理技術者試験の一区分である国家試験「ITパスポート試験」の資格取得を目的とする。資格取得のための学修を通じて、IT業界への就職希望者のみならず、多くの産業がITとの関りが深くなっている現代において、共通に備えておくべき情報技術に関する基礎的な知識を修得することができる。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
≪35ページ≫ IV.教育課程の編成の考え方及び特色 3. 教育課程の編成と特徴 (1) 共通教養教育科目	≪36ページ≫ IV.教育課程の編成の考え方及び特色 3. 教育課程の編成と特徴 (1) 共通教養教育科目

<p>3) ICT スキル・コア</p> <p>【略】</p> <p>本学の ICT スキル・コアにおいては、IT スキルや知識の強化、情報収集・活用能力の向上を図ることに主眼を置き、「情報基礎」「データサイエンス・AI 入門」「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」を必修科目として配置した。また、高度な機能を利用するデータ処理能力の修得に向け演習形式で学ぶ科目として「オフィスツール応用」、情報処理技術者試験の一区分である国家試験である IT パスポート修得に向け演習形式で学ぶ「IT パスポート演習」を選択科目として配置した。尚、情報手段の基本的な操作に関しては、一年次前期に正課外科目として「オフィスツール基礎」を配置し、高校までの学びのバラツキを解消できるように配慮した。</p>	<p>3) ICT スキル・コア</p> <p>【略】</p> <p>そこで本学においては、情報活用能力を身につけるための基礎として重要な「情報基礎」「オフィスツール基礎Ⅰ・Ⅱ」を必修科目として配置した。1 年次前期に配置された「情報基礎」は、キーボードによる文字入力、電子ファイルの管理、デジタルメッセージの送受信などの基本操作に加え、情報モラルや情報セキュリティ、図書館等における情報収集（探索）、Society5.0 やデータサイエンス・AI の概略を学ぶ科目として</p> <p>いる。</p> <p>同年次前期に配置された「オフィスツール基礎Ⅰ」では、ビジネスシーンでの利用率が高い文章作成ソフト、表計算ソフト、プレゼンテーションソフトの操作および基本的な OS 操作、電子メールシステムについて演習形式で学ぶ。同年次後期に配置された「オフィスツール基礎Ⅱ」では、ビジネスシーンでの実用的技法の取得を目的として表計算ソフト、プレゼンテーションソフトについて演習形式で学び、Microsoft Office Specialist の取得を目指す。</p> <p>上記の必修科目に加え、「オフィスツール応用」「IT パスポート演習」を演習形式の選択科目として配置した。2 年次・3 年次前期を推奨配当年次とする「オフィスツール応用」では、表計算ソフトの高度な機能を利用するデータ処理能力の修得を目的とし、Microsoft Office Specialist の上位資格である Expert の取得を目指す。2 年次・3 年次後期を推奨配当年次とする「IT パスポート演習」では、情報処理技術者試験の一区分である国家試験「IT パスポート試験」の資格取得を目的とする。資格取得のための学修を通じて、IT 業界への就職希望者の</p>
---	--

	<p><u>みならず、多くの産業がITとの関りが深く なっている現代において、共通に備えてお くべき情報技術に関する基礎的な知識を修 得することができる。</u></p> <p><u>なお、数理・データサイエンス・AIの素 養を持つ人材育成のため、1年次前期の「情 報基礎」の学びを発展させる形で、専門教 育科目1年次後期に「経営・経済数学入門」 「データサイエンス・AI基礎」および2年 次後期に「統計学入門」を配置し、全て必修 科目としている。</u></p>
--	--

(改善事項) 経営学部 経営学科

7. 専門教育科目を「経営学系」「マーケティング・心理学系」「経済学系」「会計・法学系」「情報・デザイン系」の5分野に分類し、履修モデルに基づいて体系的な学修を指導するとしているが、学生の受講希望者に偏りが出た場合に、一部の教員に過大な負担がかかる恐れがあることや、希望どおりの授業科目を選択できない学生が出ることも想定される。このため、特定の授業科目について受講者の過度な偏りが生じた場合の対応について明確に説明するとともに、必要に応じて適切に改めること。

(対応)

学生の受講希望者に偏りが出るパターンを 1) 専門ゼミナール 2) 講義・演習、に分けて対応方針を示す。

(1) 専門ゼミナール

教員への配慮

・一部の教員に過大な負担がかからぬようにフィールドワークや卒業論文の指導が十分に行える規模であるかを考慮して、履修上限を設ける。

学生への配慮

・履修上限については、1年次の教務ガイダンスにおいて事前に公表し、各専門ゼミナールによる選考があることを伝える。

・第一希望のゼミナールに配属されない可能性を考慮した対応

(ア)「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」や教務委員会の教務ガイダンスを通じた丁寧な履修指導等により、希望する分野以外の学習にも精力的に取り組み、視野を広げる重要性を指導し、興味関心の幅を広げるように努めることで第二志望以下に配属された場合も学修意欲を失わないように努める。

(イ)専門ゼミナールの希望をとる直前の2年後期に開講される「プレゼミナール」において、専門ゼミナール教員がゼミナールごとに特徴のある課題解決型学習を実施することで、ゼミナールの学びの特徴を知り、情報不足によるゼミナール希望の偏りおよびミスマッチングが生じないように努める。

(2) 講義・演習

教員への配慮

講義・演習ともに、必修科目は80名から100名程度であり、また選択科目についてはそれ以下の規模となると想定されるため、規模から見た場合、教員の過度の負担となる可能性は低いと考えられる。

ただし、専門実践科目の課題解決型学習は、大人数に対してその場での対応が求められるため、補助のために教員やティーチングアシスタントをつけることで対応し、教員に過度な負担がかからないように配慮していく。

学生への配慮

演習形式においては、規模による教育の質の低下を避けるために、以下の対策をとった。「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」については定員 10 名程度の 8 クラス展開、「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」「ビジネスデータサイエンス演習」は定員 40 名程度の 2 クラス展開、「オフィスツール応用」「IT パスポート演習」は定員 40 名程度の 1 クラス展開で開講する。専門実践科目の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」「リーダーシップ開発演習Ⅱ」「リーダーシップ応用演習」については定員 40 名程度の 2 クラス展開、「リーダーシップ応用演習」「プレゼミナール」は定員 80 名程度の 1 クラス展開として開講する。3 年・4 年専門ゼミナールは 17 の専門ゼミナールが開講されるため、平均 1 ゼミナールあたり 5 名×2=10 名程度で開講される。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪54ページ≫</p> <p>V. 教育方法, 履修指導方法及び卒業要件</p> <p>4. 履修指導方法</p> <p><u>(4) 学生の受講希望者に偏りについて</u></p> <p><u>経営学科の専門教育科目は「経営学系」「マーケティング・心理学系」「経済学系」「会計・法学系」「情報・デザイン系」の5分野に分類し、履修モデルに基づいて体系的な学修を指導するとしている。また、専門ゼミでは経営学以外に法学、心理学、社会学、教育学等の分野を取扱っており、学生の受講希望者に偏りが出る可能性や、一部の教員に過大な負担がかかる恐れがある。また、希望どおりの授業科目を選択できない学生が出ることも想定されるため、特定の授業科目について受講者の過度な偏りが生じた場合の対応について1) 専門ゼミナール2) 講義・演習、に分けて対応方針を示す。</u></p> <p>1) <u>専門ゼミナール</u></p> <p><u>教員への配慮</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>一部の教員に過大な負担がかからぬようにフィールドワークや卒業論文の指導が十分に行える規模で</u> 	<p>≪新規≫</p> <p>V. 教育方法, 履修指導方法及び卒業要件</p> <p>4. 履修指導方法</p> <p>(新規)</p>

あるかを考慮して、履修上限を設ける。

学生への配慮

- ・ 履修上限については、1年次の教務ガイダンスにおいて事前に公表し、各専門ゼミナールによる選考があることを伝える。
- ・ 第一希望のゼミナールに配属されない可能性を考慮し、「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」や教務委員会の教務ガイダンスを通じた丁寧な履修指導等により、希望する分野以外の学習にも精力的に取り組み、視野を広げる重要性を指導し、興味関心の幅を広げるように努めることで第二志望以下に配属された場合も学修意欲を失わないように努める。
専門ゼミナールの希望をとる直前の2年後期に開講される「プレゼミナール」において、専門ゼミナール教員がゼミナールごとに特徴のある課題解決型学習を実施することで、ゼミナールの学びの特徴を知り、情報不足によるゼミナール希望の偏りおよびミスマッチングが生じないように努める。

2) 講義・演習

教員への配慮

- ・ 講義・演習ともに、必修科目は80名から100名程度であり、また選択科目についてはそれ以下の規模となると想定されるため、規模から見た場合、教員の過度の負担となる可能性は低いと考えられる。ただし、専門実

実践科目の課題解決型学習は、大人数に対してその場での対応が求められるため、補助のために教員やティーチングアシスタントをつけることで対応し、教員に過度な負担がかからないように配慮していく。

学生への配慮

- ・ 演習形式においては、規模による教育の質の低下を避けるために、「初年次ゼミナールⅠ・Ⅱ」については定員10名程度の8クラス展開、「データサイエンス基礎」「データエンジニアリング基礎」「ビジネスデータサイエンス演習」は定員40名程度の2クラス展開、「オフィスツール応用」「ITパスポート演習」は定員40名程度の1クラス展開で開講する。専門実践科目の「リーダーシップ開発演習Ⅰ」「リーダーシップ開発演習Ⅱ」「リーダーシップ応用演習」については定員40名程度の2クラス展開、「リーダーシップ応用演習」「プレゼミナール」は定員80名程度の1クラス展開として開講する。3年・4年専門ゼミナールは17の専門ゼミナールが開講されるため、平均1ゼミナールあたり5名×2=10名程度で開講する。

(改善事項)

8. 専門教育科目について、「情報・デザイン系」等の関連分野の授業科目を一定数設定しているが、経営学分野については一般的な内容を取扱うにとどまっている。本学科が経営学分野を主たる分野とする学部であることも踏まえると、経営学分野の授業科目をより一層充実させることが望ましい。

(対応)

本審査意見を受け、新たな科目を配置し、経営学分野の学修内容を拡充するよう改める。本学の経営学分野の構成は、①経営戦略論領域、②経営組織論領域、③企業論領域、という3つの領域に大別され、それぞれ基礎科目と発展科目が配置されている。これらの3領域は、それぞれにマーケティング分野、経済学分野、心理学分野、情報分野に近接しており、相互に補完的な内容を多分に含んでいるため、全体の科目数は多くはないが、現状の科目配置によって経営学部として最低限必要な要件を満たしていると考えられる。

本審査意見2(是正事項)への対応において述べた通り、本学は、学際的学問における学びとして経営学、マーケティング・心理、会計・法学、情報・デザイン、経済学の5つの学びを融合させるため、これら5つの分野で学んだ基礎的な内容である専門基礎科目と専門基幹科目を核として、専門発展科目でより専門性を高めていく教育課程となっている。これは、本学が目指す教育の質保証の観点から、多分野にわたる各学問系統をコンパクトにかつバランスよく学修する体系となるよう熟慮した結果である。

しかしながら、本審査意見を受けて、カリキュラムの全体構成を再検討した結果、経営学分野と他分野との接続を円滑にし、3・4年次に展開される専門発展科目や専門ゼミナールにおいてより深い学びを得るために、新たに科目を配置することとした。経営学分野の中核的な科目である「経営組織論」と「経営戦略論」の学修内容を拡充するため、「経営組織論Ⅱ」(2年前期)と「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)の2科目を新たに配置する。この修正によって、経営における人や制度、戦略についての発展的な知識・理論を学修することで、他の発展科目を学修するうえでの相乗効果が期待される。尚、企業論領域については、専門発展科目に「経営倫理」(3年前期)、「コーポレートガバナンス論」(3年後期)、「ベンチャービジネス論」(3年後期)などがすでに配置されているため、新たな科目の追加は不要であると判断した。以下において、追加となる2科目の学修内容についてふれながら、他科目との関連性を説明する。

第1に、経営組織論領域において「経営組織論Ⅱ」(2年前期)を配置する。経営組織論は、現代の経営学において、組織と人間の諸問題を中心に探究する領域であり、多くのトピックスがある広範な領域である。したがって、「経営組織論」を「経営組織論Ⅰ」とし、その内容を踏まえるかたちで「経営組織論Ⅱ」を拡充する。「経営組織論Ⅰ」では、経営組織に関わるミクロとマクロ領域の基礎理論(経営管理、制度、モチベーションとリーダーシップ)を取り扱い、「経営組織論Ⅱ」において、組織行動、意思決定、組織学習、組織文化、

組織変革、知識創造などの発展的なトピックスを取り扱い、組織と人の管理についてより深く探究する。この科目追加によって、経営における人や制度の諸問題を取り扱う関連科目である「人的資源管理論」(2年後期)、「経営倫理」(3年前期)、「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)、心理学や教育学系の関連科目として「社会心理学」(3年前期)、「教育経営論」(2年後期)において、より深い学びが可能となる。

「経営組織論Ⅱ」

<科目概要>

本講義は、「経営組織論Ⅰ」で展開された経営組織の基礎をふまえ、複雑化する現代の経営組織を理解するためのフレームワークを学ぶことで、組織と人の管理についてより深く探究します。具体的には、組織行動、意思決定、組織学習、組織文化、組織変革、知識創造などの発展的なトピックスによって組織を考察し、企業に限らず多様な組織を捉え・分析する力を身につけることで、人と組織を発展させるための知識を身につけます。

第2に、経営戦略論領域において「経営戦略論Ⅱ」を配置する。「経営戦略論Ⅰ」(1年後期)では、経営戦略の系譜や流れを理解し、経営を戦略的に捉える基礎的な概念や思考方法を体系的に学ぶ。外部環境への適応、内部資源の有効活用、予測と一貫性やシナジー創出など、いくつかの重要な概念について幅広く知識を身につける。「経営戦略論Ⅱ」(2年後期)では、「経営戦略論Ⅰ」で展開された経営戦略の基礎をふまえ、競争優位を確立するための経営戦略としてイノベーションに焦点をあてる。新しいアイデア(技術、製品、工程等)の事業化・商業化にかかわるイノベーションプロセスについて体系的に学び、現実的な経営課題を解決する知識を身につけることを目的とする。この科目追加によって、「グローバル経営論」(3年前期)、「サービス産業論」(3年前期)、「ベンチャービジネス論」(3年後期)、「コミュニティビジネス論」(4年前期)において、より深い学びが可能となる。

「経営戦略論Ⅱ」

<科目概要>

本講義は、「経営戦略論Ⅰ」で展開された経営戦略の基礎をふまえ、競争優位を確立するための経営戦略としてイノベーションに焦点をあてる。イノベーションとは、「技術革新」と一般には理解されているが、必ずしも技術だけではなく、「社会に持続した発展をもたらす人間の創造的活動」のことを指す。本講義では、新しいアイデア(技術、製品、工程等)の事業化・商業化にかかわるイノベーションプロセスについて体系的に学び、現実的な経営問題を課題解決できる知識を身につける。

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<<44ページ>>	<<45ページ>>

<p>IV. 教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>4) 専門発展科目</p> <p>「専門発展科目」は、「専門基礎科目」と「専門基幹科目」において身につけた基礎知識と、専門実践科目におけるPBLにおいて身につけたリーダーシップとデザイン思考を融合させ、経営学の専門的な学びを深化させることによって、「想像力」「構想力」、「実践力」を養成する科目群である。3年次以降の自由選択科目を中心に、全 <u>28</u> 科目（<u>64</u> 単位）を配置する。以下において、主要5系統にそって科目概要について説明する。</p> <p>「経営学系」は、「経営組織論Ⅰ」「企業論」の発展科目として「<u>経営組織論Ⅱ</u>」「<u>人的資源管理論</u>」「<u>教育経営論</u>」「<u>経営倫理</u>」「<u>コーポレートガバナンス論</u>」の5科目を、「<u>経営戦略論Ⅰ</u>」の発展科目として、「<u>経営戦略論Ⅱ</u>」「<u>グローバル経営論</u>」「<u>経営史</u>」の3科目を、「<u>企業論</u>」「<u>経営戦略論Ⅰ</u>」の発展科目として「<u>企業と地域</u>」の問題を考察する「<u>ベンチャービジネス論</u>」「<u>コミュニティビジネス論</u>」の2科目を、主に3年次配当の選択科目として配置する。</p> <p><u>「経営組織論Ⅱ」は、「経営組織論Ⅰ」の内容を基礎に、組織行動、意思決定、組織学習、組織文化、組織変革、知識創造などの発展的なトピックスを取り扱い、組織と人の管理についてより深く探究する。</u></p> <p>「<u>人的資源管理論</u>」は、採用管理・人事管理にかかわる理論と制度に関する知識を身につけるとともに、職場の多様性が議論される現代においては、国際的な視点で人的資源管理の現状と問題点について学ぶことを目的とする。</p> <p><u>「教育経営論」は、生涯学習政策の動向</u></p>	<p>IV. 教育課程の編成の考え方及び特色</p> <p>3. 教育課程の編成と特徴</p> <p>4) 専門発展科目</p> <p>「専門発展科目」は、「専門基礎科目」と「専門基幹科目」において身につけた基礎知識と、専門実践科目におけるPBLにおいて身につけたリーダーシップとデザイン思考を融合させ、経営学の専門的な学びを深化させることによって、「想像力」「構想力」、「実践力」を養成する科目群である。3年次以降の自由選択科目を中心に、全 <u>26</u> 科目（<u>60</u> 単位）を配置する。以下において、主要5系統にそって科目概要について説明する。</p> <p>「経営学系」は、「経営組織論」「企業論」の発展科目として「<u>人的資源管理論</u>」「<u>経営倫理</u>」「<u>コーポレートガバナンス論</u>」の3科目を、「<u>経営戦略論</u>」の発展科目として、「<u>グローバル経営論</u>」「<u>経営史</u>」の2科目を、「<u>企業論</u>」「<u>経営戦略論</u>」の発展科目として「<u>企業と地域</u>」の問題を考察する「<u>ベンチャービジネス論</u>」「<u>コミュニティビジネス論</u>」の2科目を、主に3年次配当の選択科目として配置する。</p> <p>(新規)</p> <p>「<u>人的資源管理論</u>」は、採用管理・人事管理にかかわる理論と制度に関する知識を身につけるとともに、職場の多様性が議論される現代においては、国際的な視点で人的資源管理の現状と問題点について学ぶことを目的とする。</p> <p>(新規)</p>
---	---

<p><u>の国際比較、地域課題と社会教育について</u> <u>の実例を通じて、NPO や社会教育団体等に</u> <u>おける持続可能な運営のあり方について考</u> <u>察する力を身につけることを目的とする</u></p> <p>「経営倫理」と「コーポレートガバナンス論」は、CSRや社会貢献、企業不祥事などの諸問題を、前者は、社会・企業・組織の幅広い視点で学び、後者は、企業制度に着目して学ぶ。</p> <p><u>「経営戦略論Ⅱ」は、「経営戦略論Ⅱ」の</u> <u>内容を基礎とし、競争優位を確立するため</u> <u>の経営戦略としてイノベーションに焦点を</u> <u>あて、イノベーションプロセスについて体</u> <u>系的に学び、現実的な経営課題を解決する</u> <u>知識を身につけることを目的とする。</u></p> <p>「グローバル経営論」「経営史」は、経営戦略にかかわる諸問題を、前者は、現代のグローバルに展開する企業事例によって学び、後者は、20世紀のアメリカの産業発展の歴史的考察から学ぶ。「ベンチャービジネス論」と「コミュニティビジネス論」は、事業創造や地域創生にかかわる諸問題を、前者は、ビジネスプランの設計によって実践的に学び、後者は、地域創生に取り組む道内企業や札幌の地場企業の事例研究によって学ぶ。</p>	<p>「経営倫理」と「コーポレートガバナンス論」は、CSRや社会貢献、企業不祥事などの諸問題を、前者は、社会・企業・組織の幅広い視点で学び、後者は、企業制度に着目して学ぶ。</p> <p>(新規)</p> <p>「グローバル経営論」「経営史」は、経営戦略にかかわる諸問題を、前者は、現代のグローバルに展開する企業事例によって学び、後者は、20世紀のアメリカの産業発展の歴史的考察から学ぶ。「ベンチャービジネス論」と「コミュニティビジネス論」は、事業創造や地域創生にかかわる諸問題を、前者は、ビジネスプランの設計によって実践的に学び、後者は、地域創生に取り組む道内企業や札幌の地場企業の事例研究によって学ぶ。</p>
--	---

(是正事項) 経営学部 経営学科

9. 専任教員の年齢構成が著しく高齢に偏っていることから、教育研究の継続性の観点から、若手教員の採用計画など教員組織の将来構想を明確にするとともに、教員配置の適正化を図ること。

(対応)

本学の完成年度での教員年齢構成を表1. に示す。審査意見の通り、本学にて適用される退職年齢63歳を越える専任教員は完成年度末に半数の9人に達し、著しく高齢に偏っているため、教育研究の継続性の観点から、若手教員の昇格や、新規採用計画を通じ、教員組織の将来構想を策定した。

将来構想の策定のため、専任教員の定年退職のタイミングを確認した結果、完成年度以降は表2のスケジュールに沿って専任教員が退職していく予定となった。専任教員の退職のタイミングを踏まえ、その後の昇任や新規採用を検討した結果、完成年度までの4年間は職位の変更はしないという前提の下、表2の退職予定を考慮すると、表3の採用・昇任計画が考えられた。表3. の採用・昇任計画に沿って組織を編成すると、完成年度に通常の退職年齢63歳以上だった教授8人が全て入れ替わり、令和14年度には、例えば表4のような年齢構成が想定される結果となった。

専任教員の平均年齢も完成年度(令和9年度)初めの58.6歳をピークに低下し、令和14年度初めには48.7歳と開学当初の54.6歳(途中採用予定の3人を含む)から着実に低下していく見込みとなった。

表1 令和9年度(完成年度)末の教員年齢構成

職位	71歳以上	64-70	60-63	50-59	40-49	30-39	総計
教授	4	4		1			9
准教授		1		2	2		5
専任講師				2			2
助教						2	2
総計	4	5	0	5	2	2	18

平均年齢 58.6歳

表2 領域別・年度末退職予定者

領域	現員	令和10年度	令和11年度	令和12年度	令和13年度
経営学系	5	教授2名	教授1名		
マーケティング・心理学系	4				教授1名

情報	1				
デザイン	1	教授 1 名			
経済	3	教授 1 名			
会計	1	教授 1 名			
法学	1				教授 1 名
英語	1				
教育	1				
計	18	教授 5 名	教授 1 名		教授 2 名

表3 領域・年度別採用・昇任計画

領域	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度	令和 13 年度	令和 14 年度
経営学系	教授昇任 1 講師昇任 1	教授採用 1 准教授採用 1	講師採用 1	准教授昇任 1	
マーケティング・心理学系	講師昇任 1	教授昇任 1	教授昇任 1	准教授昇任 1	准教授採用 1
情報			教授昇任 1		
デザイン		准教授採用 1			
経済	准教授昇任 1	助教採用 1			講師昇任 1
会計		教授採用 1			
法学					教授採用 1
英語	教授昇任 1				
教育	准教授昇任 1				
採用・昇任計	0 名・6 名	5 名・1 名	1 名・2 名	0 名・2 名	2 名・1 名

表4 令和 14 年度 4 月 1 日の教員年齢構成

職位	71 歳以上	64-70	60-63	50-59	40-49	30-39	総計
教授		1	1	7			9
准教授				2	3	1	6
専任講師						2	2
助教						1	1
総計	0	1	1	9	3	4	18

平均年齢: 48.7 歳

表5 専任教員の平均年齢の推移予定

年度	6	7	8	9	10	11	12	13	14
平均年齢	54.6	55.6	56.6	57.6	58.6	51.1	49.7	50.7	48.7

(新旧対照表) 設置の趣旨等を記載した書類

新	旧
<p>≪70ページ≫</p> <p>IX. 教員組織の編制の考え方及び特色</p> <p>4. 教員組織編成の将来構想</p> <p>表 8 の通り通常適用される退職年齢 63 歳を越える専任教員は完成年度末に半数の 9 人、(通常の再雇用の上限 70 歳を超える者は 22%の 4 人) に達する。完成年度以降は表 9 のスケジュールで専任教員が退職していく予定である。<u>なお上述の特例規程での採用時の満年齢が 63 以上の者の定年は「採用日の属する学年度より、5 年を経過した学年度の末日」【資料 2 2】であり、上述 9 人の内これに該当する者が開設時に 4 名、開設 2 年目に 1 名おり、設置後 4 年目の完成年度 (令和 6 年度) にはその他の 4 人も再雇用の定年に達しておらず退職者はいない。翌年以降、退職者の後任となる教員の補充については、表 10 に示すように内部昇格者や公募等による外部からの若手の採用も進められるため、学部における教育研究の継続性を図りながら年齢構成の若返りも可能になる。</u></p> <p>上述のように経営学、マーケティング・心理学、経済学の 3 領域にはそれぞれ二人以</p>	<p>≪65ページ≫</p> <p>IX. 教員組織の編制の考え方及び特色</p> <p>4. 教員組織編成の将来構想</p> <p>表 8 の通り通常適用される退職年齢 63 歳を越える専任教員は完成年度末に半数の 9 人 (通常の再雇用の上限 70 歳を超える者は 22%の 4 人) に達する。完成年度以降は表 9 のスケジュールで専任教員が退職していく予定であるが、<u>後任となる教員の補充については、表 10 に示す公募等による外部からの採用や内部昇格によって行い、学部における教育研究の継続性を図る計画である。</u></p> <p><u>退職予定の教授は主要科目を担当しているため、定年 (特例を含む) 退職後の採用は主に准教授以上となり 40 歳代以上になると想定される。また教授は設置基準の 9 人を維持する必要があるため 50 歳前後以上が多くなると考えられる。また昇任の条件としては研究・教育の実績が必要とされるため前の職位を一定年度在任することが必要である。以上の条件と表 8 の退職予定を考慮すると、表 10 採用・昇任計画が考えられる。その結果、表 8 の完成年度に通常の退職年齢 63 歳以上だった教授 8 人が全て退職した翌年度である令和 15 年度には、例えば表 11 のような年齢構成が想定される。63 歳以上は 2 人 (11%) になると予測される。また、専任教員の平均年齢も完成年度 (令和 9 年度) 末の 58.6%をピークに低下し、令和 15 年度初めには 52.6 歳と開学当初の 54.6 歳 (途中採用予定の 3 人を含む) よりも低くなる。</u></p> <p>上述のように経営学、マーケティング・心理学、経済学の 3 領域にはそれぞれ二人以</p>

<p>上の教授もしくは准教授と一人の専任講師あるいは助教が所属しており、各領域で指導を受けながら経験を積み、准教授へ昇任すれば、新たに若手の専任講師や助教を採用することで継続性が維持される。デザイン・情報など一領域一人の科目では、既存の多くの経営学部のように公募等によって後任の補充は外部から行うことになるが、専門領域を超えて担当する PBL 系の科目（専門実践科目）を通して設置する大学の特長的な教育の継続は維持される。</p> <p><u>ただし退職予定の教授は主要科目を担当しているため、定年（特例を含む）退職後の採用は主に准教授以上となり 40 歳代以上になると想定される。また教授は設置基準の 9 人を維持する必要があるため 9 人を維持するため新たに教授を採用する場合は 50 歳前後になると考えられる。また昇任の条件としては研究・教育の実績が必要とされるため前の職位に一定期間在任することが必要である。「一定期間」とは具体的には既設短期大学の規定を踏襲し、准教授から教授への昇任は准教授 6 年以上、専任講師から准教授への昇任は専任講師 3 年以上を条件とする。【資料 23、24】</u></p> <p><u>以上の条件と完成年度までの 4 年間は職位の変更はしないという前提の下、表 9 の退職予定を考慮すると、表 10 採用・昇任計画が考えられる。その結果、完成年度に通常の退職年齢 63 歳以上だった教授 8 人が全て入れ替わった令和 14 年度には、例えば表 11 のような年齢構成が想定される。また、専任教員の平均年齢も完成年度（令和 9 年度）初めの 58.6 歳をピークに低下し、令和 14 年度初めには 48.7 歳と開学当初の 54.6 歳（途中採用予定の 3 人を含む）から着実に低下していく見込みである。</u></p>	<p>上の教授もしくは准教授と一人の専任講師あるいは助教が所属しており、各領域で指導を受けながら経験を積み、准教授へ昇任すれば、新たに若手の専任講師や助教を採用することで継続性が維持される。デザイン・情報など一領域一人の科目では、既存の多くの経営学部のように公募等によって後任の補充は外部から行うことになるが、専門領域を超えて担当する PBL 系の科目（専門実践科目）を通して設置する大学の特長的な教育の継続は維持される。</p>
---	---

新

表9 領域別・年度末退職予定者

領域	現員	令和10年度	令和11年度	令和12年度	令和13年度
経営学系	5	<u>教授2名</u>	教授1名		
マーケティング・心理学系	4				<u>教授1名</u>
情報	1				
デザイン	1	<u>教授1名</u>			
経済	3	<u>教授1名</u>			
会計	1	<u>教授1名</u>			
法学	1				教授1名
英語	1				
教育	1				
計	18	<u>教授5名</u>	教授1名		教授2名

旧

表9 領域別・年度末退職予定者

領域	現員	令和10年度	令和11年度	令和12年度	令和13年度	令和14年度	令和15年度
経営学系	5		<u>教授2名</u>	<u>教授1名</u>			
マーケティング・心理学系	4						<u>教授1名</u>
情報	1						
デザイン	1			<u>教授1名</u>			
経済	3		<u>教授1名</u>				
会計	1		<u>教授1名</u>				
法学	1				教授1名		<u>教授1名</u>
英語	1						
教育	1						
計	18		<u>教授4名</u>	<u>教授2名</u>	<u>教授1名</u>		<u>教授2名</u>

新

表 10 領域・年度別採用・昇任計画

領域	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度	令和 13 年度	令和 14 年度
経営学系	教授昇任 1 講師昇任 1	教授採用 1 准教授採用 1	講師採用 1	准教授昇任 1	
マーケティング・心理学系	講師昇任 1	教授昇任 1	教授昇任 1	准教授昇任 1	准教授採用 1
情報			教授昇任 1		
デザイン		准教授採用 1			
経済	准教授昇任 1	助教採用 1			講師昇任 1
会計		教授採用 1			
法学					教授採用 1
英語	教授昇任 1				
教育	准教授昇任 1				
採用・昇任計	0 名・6 名	5 名・1 名	1 名・2 名	0 名・2 名	2 名・1 名

旧

表 10 領域・年度別採用・昇任計画

領域	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度	令和 13 年度	令和 14 年度	令和 15 年度
経営学系	講師昇任 1	教授採用 2	講師採用 1	准教授昇任 1		
マーケティング・心理学系	講師昇任 1		教授昇任 2	准教授昇任 1		准教授採用 1
情報			教授昇任 1			
デザイン			准教授採用 1			
経済	准教授昇任 1		教授昇任 1			准教授昇任 1
会計		教授採用 1				
法学						准教授採用 1
英語			教授昇任 1			
教育	准教授昇任 1					
採用・昇任計	0 名・4 名	3 名・0 名	2 名・5 名	0 名・2 名	0 名・0 名	2 名・1 名

新

表 11 令和 14 年度 4 月 1 日の教員年齢構成

職位	71 歳以上	64-70	60-63	50-59	40-49	30-39	総計
教授		<u>1</u>	1	<u>7</u>			<u>9</u>
准教授				2	3	1	<u>6</u>
専任講師						<u>2</u>	<u>2</u>
助教						<u>1</u>	<u>1</u>
総計	0	<u>1</u>	1	9	3	4	18

平均年齢: 48.7 歳

旧

表 11 令和 14 年度 4 月 1 日の教員年齢構成

職位	71 歳以上	64-70	60-63	50-59	40-49	30-39	総計
教授		<u>2</u>	1	<u>6</u>	<u>1</u>		<u>10</u>
准教授				2	<u>4</u>	1	<u>7</u>
専任講師						<u>1</u>	<u>1</u>
助教							
総計	0	<u>2</u>	1	<u>8</u>	<u>5</u>	<u>2</u>	18

平均年齢: 52.6 歳

新

表 12 専任教員の平均年齢の推移予定

年度	6	7	8	9	10	11	12	13	14
平均年齢	54.6	55.6	56.6	57.6	58.6	51.1	49.7	50.7	48.7

旧

(新規)

(是正事項) 経営学部 経営学科

10. 学生確保の見通しについて、既設の短期大学等の状況、4年制大学における経営・経済・商学系の全国的な動向や外部機関によるアンケート調査結果等を踏まえて説明しているが、既設の短期大学の経済学科については、過去6年間の受験者に対する合格者数の割合は平均約80%であるにも関わらず、平均入学定員充足率は0.87倍であり、過去4年間は入学者数が入学定員を満たしていない。また、外部機関によるアンケート調査においては受験意向と入学意向のクロス集計を行った結果として188人を入学見込み者数として示しているものの、その内訳は「ぜひ入学したい」「ぜひ受験したい」といった強い意向層におけるクロス集計をしたものではなく、受験意向者としては「受験したい」「受験先の候補として検討する」、入学意向者としては「入学したい」といった項目を選択した者も含めた数値となっている。しかしながら、強い意向層として認められる「ぜひ入学したい」「ぜひ受験したい」を選択した者は37名にとどまっていることに加え、アンケート調査項目のうち、「進路先」として「大学」、「興味のある分野」として「経営・経済・商学・ビジネス」を選択した者も含めたクロス集計になっているとは見受けられず、適切なクロス集計を行っているとは判断できないことから、80名の入学定員に対応した学生の確保を長期的かつ安定的に図ることができる見通しがあると判断できない。このため、改めて調査を行うことも含め、「大学の設置等に係る提出書類の作成の手引」の「17 学生の確保の見通し等を記載した書類」の(1)【参考：学生の確保の見通しに関する審査の主な観点】に留意しつつ、同(1)エ「A. 学生の確保の見通し」で示しているとおり、適切なクロス集計による分析を加えるとともに、長期的かつ安定的に入学定員に対応する入学見込み者が存在することを客観的な根拠により説明すること。

また、3年次編入学に係る学生確保の見通しについて、一般に高校生が3年次編入による入学をすることは考えにくいいため、高校生を対象としたアンケート調査を根拠にすることは適切ではないと考えられることに加え「学生の確保の見通し等を記載した書類」の中では、3年次編入学に関する特段の説明が見受けられないことから、3年次編入学定員の5名について、長期的かつ安定的に学生確保を図ることができる見通しについて、客観的な根拠に基づき改めて説明すること。

(対応)

1. 学生確保の見通し

令和4年7月に実施した外部機関によるアンケート調査においては、受験意向（「ぜひ受験したい」、「受験したい」、「受験先の候補として検討する」）および入学意向（「ぜひ入学したい」、「入学したい」）、以上のクロス集計の結果としての入学意向者188人を根拠として学生確保の見通しを説明してきたが、「大学の設置等に係る提出書類作成の手引」に記載のある、①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上4つの

設問における強い意向層で実施する適切なクロス集計を示していなかった。また、適切なクロス集計の結果においては、入学定員 80 人を充足する入学意向者数に達していなかった。このことは、新設大学の基礎となる既設短期大学経済学科の過去 6 年間の平均入学定員充足率 0.87 倍という学生募集状況も加わり、80 人の入学定員に対応した長期的かつ安定的な学生の確保の見通しに疑義を生じさせてしまった。

本審査意見に対応するために、本学では令和 5 年 1 月から 2 月にわたり、改めて仕切り直しとなる新規アンケート調査を実施した。新規アンケートにおいては、①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計による分析を行い、より精度の高い入学意向者数を確認することを目的とした。なお、アンケート調査の対象である「北海道内にある高等学校に在籍する 2 年生」について変更はない。新規アンケートの結果、4 つの設問における強い意向層でのクロス集計により確認できた入学意向者は 103 人となり、学生確保の見通しについては問題ないと判断するに至った。

(1) 新規アンケートの目的

本審査意見を受けて、改めて仕切り直しとなる新規アンケート調査を実施した。新規アンケートにおいては、①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計による分析を行い、より精度の高い入学意向者数を確認することを目的とした。なお、アンケート調査の対象である「北海道内にある高等学校に在籍する 2 年生」について変更はない。

(2) 前回アンケートからの変更点

新規アンケートの実施にあたり、前回アンケートにおける課題や時間的な制約等を踏まえた以下の変更方針を作成の上、リーフレット、アンケート実施形態、アンケート調査書について変更を行った。

①リーフレットにおける教育内容の記述の強化（提示資料）

（変更方針）

前回アンケート実施時の提示資料とした旧リーフレットにおいては、なぜ経営学部を設置するのかということに焦点が置かれており、具体的な教育内容や養成する人材像の記述が十分ではなかった。また、本学の教育課程の編成については、企業からの意見も参考にした実践的な内容であることを訴求し、本学への理解を深めてもらう内容とすべきとした。

（変更点）

新リーフレットについては、本学での学びと学び方の説明を盛り込むと同時に、企業人からのこれからの時代に必要とされる力というメッセージと連動した形で、本学の教育内容についての説明を行っている。

②Web アンケートを主体とした実施

(変更方針)

新規アンケート実施時期となる1月から2月にかけては、冬休み期間や大学入学共通テスト利用選抜対応など、高校における行事と重なる時期となる。この時期にアンケートを実施し、回収・集計を行う時間を考慮すると、前回アンケートにおいて実施した紙媒体によるアンケート調査については実施困難であると判断し、Web アンケートを主体として実施する方針とした。ただし、高校側においてWeb でのアンケート実施が困難とされた場合は、前回アンケート同様、紙媒体によるアンケートでの回答を依頼することとした。

また、Web アンケートにおける回答者の重複を防止するために、高校生へのアンケート説明文書の中に、固有の6桁の重複回答防止番号を記載し、この番号をWeb アンケート回答フォームに入力することとした。

(変更点)

前回実施した紙媒体のみでのアンケートから変更し、Web アンケートを主体としながら紙媒体アンケートについても併用し実施した。なお、Web アンケートにおいては、固有の6桁の重複回答防止番号を用いて回答者の重複を防止している。

③アンケート設問の見直し

(変更方針)

審査意見に対応するために、入学の意思を明確に確認できる設問を検討することとした。また、Web アンケートの試作と検証を重ねた結果、読み易い文章量と分かりやすい文章表現を用いて、明解に回答できる設問とすることが重要であることが分かった。加えて、前回アンケート終了時および新規アンケート意向打診の際に、高校側からの要望として、生徒の負担軽減を図って欲しい、回答時間を短くして欲しい等の要望があったため、必要最小限の設問を検討することとした。

(変更点)

A) Q2.「性別を確認する設問」の見直し

新しいアンケート調査書においては、男性についても「進路希望」、「興味のある学問分野」、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科の特色への魅力度」、「受験意向」を確認することに改めた。これは前回アンケートにおいて、男性については性別を確認するのみでアンケートが終了してしまうという一部の高校からの意見を改善する目的での変更である。なお、男性の回答については参考データに留め有効回答数には含めていない。

B) Q3.「進路希望」における単一回答から複数回答への変更

新規アンケートにおいては、複数回答を可として改めた。前回アンケートにおいては、単一回答にもかかわらず、複数の選択肢を選んだ者が50人存在しており、無効回答数の増加の要因となっていた。実際の入学試験においても、大学・短期大学・専門学校等を併

願する生徒がいることを考えると、特にこの時期においては、高校生にとって進路希望の設問における単一選択には無理があり、明解な回答をしかねる生徒が多いと考えた。以上より、高校生の意向に沿って無理なく回答できるよう複数回答への変更としている。

C) 進学希望エリアを問う設問の削除

前回アンケート「Q5.」において、進学希望エリアを問う設問を設けていたが、前回アンケートでは8割程度の生徒が北海道での進学を希望していたこと、配布したリーフレットの表紙に「北海道に新しい選択肢をつくります」というコピーがあること、本学の大学名から北海道に所在する大学への入学意向アンケートであることが明解であることから削除を行っている。

D) Q4.「興味のある学問分野」の学問分類の見直し

「興味のある学問分野」における学問分類については、文部科学省科学技術・学術審議会の学術分科会が設定した「分科細目表」に基づき選択肢を作成し、Webアンケートの回答になることを考慮し、高校生が迷わずに合理的な選択ができるよう主要な学問系統ごとに分類している。

E) Q5.「本学の特色への魅力度」の設問の変更

企業からの意見を取り入れて編成した教育課程を訴求し、本学への理解をより深めてもらうために、提示資料として作成した新リーフレットには企業からのメッセージを記載した。これに連動させる形でQ5.設問文中に「教育課程は、企業からの意見も参考にしながら編成されています」という文言を入れている。

また、a.からf.の本学の各特色については、Webアンケートの回答になることを考慮した結果、短文とし分かりやすさに配慮している。

F) Q6.「受験意向」、Q7.「入学意向」における5件法から3件法への変更

審査意見に対応するために、入学の意思を明確に確認できる設問とした。前回アンケートでは、「1.ぜひ入学（受験）したい」、「2.入学（受験）したい」、「3.入学先（受験先）の候補として検討する」、「4.あまり入学先（受験先）としては考えない」、「5.入学先（受験先）としては考えない」の5件法としていたが、「1.ぜひ入学（受験）したい」、「2.入学（受験）したい」の設問および「4.あまり入学先（受験先）としては考えない」、「5.入学先（受験先）としては考えない」の設問については同意であり、設問の実質的な構造としては3件法となっていたことから、新規アンケートにおいては、「1.入学（受験）したいと思う」、「2.入学（受験）したいと思わない」、「3.入学（受験）を検討したいと思う」の3件法へと改め、正確な生徒の入学（受験）の意思を明確に確認した上で、最も強い意向層を求めるためのクロス集計に用いた。また、5件法から3件法への変更については、アンケート調査に精通する既設短期大学教授からも妥当性に問題はないという助言を得た。

(3) 外部機関による新規アンケート調査結果

① 北海道武蔵女子大学設置に関する新規ニーズ調査 概要

開学時に入学対象となる北海道内にある高等学校に在籍する高校2年生を対象に新規アンケート調査を実施し、本学の学生確保の見通しについて再度、定量的に確認した。前回アンケートと新規アンケートとの調査方法・調査対象者数・調査時期等の差異を下表に提示する。

		前回アンケート	新規アンケート
調査対象		北海道内にある高等学校に在籍する高校2年生	
調査方法		本調査への協力を94校に依頼し、許諾が得られた80校に調査票を送付。ホームルームなどで配布・回収頂いた。	本調査への協力を214校に依頼し、許諾が得られた199校にWebアンケート案内または調査票（紙媒体）を送付。ホームルームなどでWebアンケートへの回答、調査票の配布・回収頂いた。
調査対象数	依頼校数	94校	214校
	協力許諾校数	80校（19,357枚）	199校（26,518枚） ※Webアンケート179校（調査票23,878枚） ※紙アンケート20校（調査票2,640枚）
	回収校数 （アンケート回収数）	77校（13,158枚）	171校（16,685枚） ※Webアンケート152校（14,471枚） ※紙アンケート19校（2,214枚）
	有効回答数 ※女性のみ抽出	8,393枚	9,016枚 ※Webアンケート152校（7,737枚） ※紙アンケート19校（1,279枚）
調査時期		2022年7月7日～2022年7月29日	2023年1月27日～2023年2月17日
調査実施機関		株式会社 船井総合研究所	

② 本学への入学意向者数の調査結果

新規アンケートにおいて、「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、以上4つの設問における強い意向層でのクロス集計結果は表1.のとおり103人（赤枠で示す）となり、入学定員80人を1.29倍上回る結果となった。

なお、Webアンケートにおける入学意向者数は89人であり、有効回答数7,737枚に対する割合は1.15%となった。他方、紙アンケートにおける入学意向者数は14人であり、有効回答数1,279枚に対する割合は1.09%と、アンケートの形式による差は認められなかった。

表1. 本学入学意向者の数（「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、4つの設問における強い意向層でのクロス集計結果

		Q6.受験意向者			計
		1.受験したいと思う	2.受験したいと思わない	3.受験を検討したいと思う	
Q7 入学意向者	1.入学したいと思う	103	29	70	202
	2.入学したいと思わない	5	312	20	337
	3.入学を検討したいと思う	39	159	399	597
計		147	500	489	1,136

また、「1.受験したいと思う」を回答した者のうち「3.入学を検討したいと思う」を回答した39人（青枠で示す）については、103人に対する更なる上積みの可能性が高い層である。本学の広報により、高校3年生となる今後、入学意向者へランクアップすることも十分に可能であると考えている。

さらに、「3.受験を検討したいと思う」を回答した者のうち、「1.入学したいと思う」70人、「3.入学を検討したいと思う」399人、合計469人（緑枠で示す）については、本学への興味を示しているが未だ悩んでいる段階にある層となるだろう。これら469人が魅力的であると回答した本学の特色について確認（表2.）すると、特に、「c.心理学やマーケティングと経営学を融合した学び」88.9%、「f. 社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート」86.4%、以上2つの特色において高い結果となった。紙面に限られるDMや広告媒体においては、この2つの魅力を特に訴求していくことで、469人の内より受験・入学に結びつく者が出てくると考えている。

表 2. 469 人が魅力的であると回答した本学の特色

北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科の特色		469 人のうち魅力的であると回答した者の割合
a.	少人数ゼミナール、アクティブラーニングと PBL（課題解決型学習）など、学生が中心となる主体的な学び	77.4%
b.	チームの連携・協働を促進し成果を生み出す、新しいリーダーシップ教育	79.7%
c.	心理学やマーケティングと経営学を融合した学び	88.9%
d.	デザイン系科目や AI、ICT、データサイエンスなどの新しい情報系科目による学び	75.7%
e.	繰り返し学んで習熟度を UP させる映像配信型授業	73.8%
f.	社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート	86.4%

新規アンケートにおいては、「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、4つの設問における強い意向層でのクロス集計の結果、103人の入学意向者が確認できたが、この値の有効回答数9,016枚に対する割合は1.14%となる。

「学生の確保等の見直しを記載した書類」巻末に添付した資料1.にて示している令和14年度の北海道内の18歳人口（女）の推計値は17,920人であり、この推計値に1.14%を乗じることで得た204人は入学意向者の将来推計となる。このことは、長期的かつ安定的に入学定員に対応する入学見込み者が存在することの客観的な根拠となることから、本学の学生確保の見直しはあると判断できる。

③ 前回アンケートと新規アンケートにおける入学意向者数の違いについて

結果、前回アンケートと比較し新規アンケートにおいては、入学意向者数は大きく増加したことが確認された。この差異が生じた要因としては次の2つがあると分析している。

ア) 教育内容の理解促進のための工夫

旧リーフレットについては、新設の理由や本学の特色をシンプルに明示することに努めたが、教育内容や養成する人物像についての説明が弱かった。新リーフレットについては、就職先として視野に入れる企業・業界人からのこれからの時代に必要とされる力を掲載し、それに対応した本学の教育内容についての説明を盛り込んだ。

また、令和4年10月の認可申請以降、申請中であることを明確にした上で、PR活動を実施しているが、高校教員を対象としたオンライン説明会、ランディングページの開設、進学相談会・高校訪問における生徒や高校教員への直接の説明など、教育内容の理解を伝えるための広報の幅を広げてきた。これら全てのPR活動においては、丁寧に教育内容を

伝えることを重視しており、このことにより本学への理解が大きく促進されたと実感している。

さらには、新規アンケートを実施したことにより、計2回アンケートを募集エリアである北海道全域において実施したことになるが、このことも教育内容の理解促進に有効であったと分析している。

イ) 高校生の進路意識の醸成

「進学センサス 2022」(リクルート)によると、「高校2年生 10月～12月」以降に最終的な入学校を受験校として決めた高校生の割合が79.1%となっており、およそ8割の学生は前回アンケート実施時期の7月以降に受験校を決めている様子である。前回アンケートの実施時期の7月以降、高校生の進路意識の醸成が進んだ可能性がある。生徒の進路意識の醸成が進行する中で、本学のPR活動が本格化してきたこともあり、本学への進学意向を持つ生徒が増加したと分析している。

2. 3年次編入学に係る学生確保の見通し

本学が設定している3年次編入学の定員5人については、「学生確保の見通し等を記載した書類」の中で特段の説明を行っていなかったことから、新たに加筆し説明することとした。審査意見を踏まえ、長期的かつ安定的に学生確保が図ることができる見通しを、客観的な根拠に基づき説明するために、以下8つの対策を講じることにより3年次編入学5人の定員充足については、十分に可能であると考えている。8つの対策に加えて、当初、既設短期大学の在学学生からアンケートを取得することを検討したが、編入学の募集対象は令和6年度入学者からであるため妥当性に問題があること、調査を実施することで既設短期大学の在学学生に不公平感や誤認識を与える可能性があること、以上の理由からアンケートの実施は取り止めた。

平成29年度から令和3年度における既設短期大学の編入学の状況は参考資料1「北海道武蔵女子短期大学 編入学実績」のとおりであり、5か年平均による受験者数は12.4人、進学者数は8.2人と継続的な編入学の実績がある。

しかしながら、既設短期大学における編入学者の多くが経営学部のような社会科学系学部に進学しているわけではない。そこで経営系の他大学編入学生（平均2人）だけでなく、心理系や英文系を含む人文系志望の他大学編入学生（平均6人）を含めた平均8人の内、5人程度の既設短期大学の学生が新設経営学部への編入を希望する対策（「内部進学を促進するための対策」）として4つを示す。

加えて、編入学定員の確保をより確実なものとするために、内部からの進学者に加え、他の短期大学・専修学校に在籍している編入学希望者にも進学を機会を広くPRし、学生確保へと繋げる。具体的には「既設短期大学の卒業生への対策」、「既設短期大学の広報活動における対策」、「北海道内の短期大学への広報」、「北海道内の専修学校への広報」以上4つの対策を講じていく。都合8つの対策を講じることによって、3年次編入学の定員5名の長期的かつ安定的な学生確保を図ることができる。

「内部進学を促進するための対策」

対策1) 編入学生確保の方策として、既設短期大学からの内部進学となる編入学生の受け入れを見据え、既設の短期大学から新設となる経営学部へ接続しやすくなるよう、令和6年4月より既設短大のカリキュラムの刷新を行うことで、他大学の経営系学部へ編入している学生の本学への編入を促す。現行の平均2人から平均3人の本学への編入を見込む。

具体的には、教養学科と英文学科の2学科の基礎教養科目に「経営学」を必修科目として配置する。そして、経営・経済系の発展科目として、既設の経済系科目群に加え、「経営戦略論」「消費者行動論」「会計学」「現代ファイナンス論」「国際経済」などの科目を新規に配置する。また経営学部における情報・デザイン系の科目の基礎科目となる「プログラミング入門（経営学部の科目名は「データエンジニアリング入門」）」「ウェブデザイン入門」の配置を検討している。

対策2) 既設短期大学の教養学科から心理学系学部への編入を希望する学生に新設大学で心理学系の学びを深めることができることを伝え、本学への編入を促す。経営学部では、教養学科での心理学の学びを発展させる専門発展科目として「社会心理学」「心理学研究法」が配置され、より高度な心理学の学びができるだけでなく、3・4年次には産業心理学と社会心理学の専門ゼミナールが配置され、ビジネスと心理学をあわせて学ぶことで心理系の学びを深めることができる。最低1人の編入を見込む。

対策3) 既設短期大学の英文学科から編入を希望する学生の中には英語とビジネスをバランス良く学びたい層がいるため、新設大学では英語を活かした国際ビジネスの学びを深めることができることを伝え、本学への編入を促す。経営学部では、国際・語学系と経営学系を接続した科目（「ビジネス英語Ⅰ」「ビジネス英語Ⅱ」「International business for women in English」「ビジネス英語海外研修A」「ビジネス英語海外研修B」など）を配置するとともに、国際文化と経営学の間領域の「グローバル・スタディーズ」をテーマとした専門ゼミナールを配置する。これにより、国際・英語系の学びをより深めることができる。最低1人の編入を見込む。

対策4) 既設短期大学生の新設大学への編入サポート体制を整備する。現行の編入学のためのサポート体制としては、入学後の4月から編入希望調査や相談を開始し、5月から6月には編入学説明会や編入学試験小論文・英語対策講座、7月には卒業生による編入学アドバイス等を実施している。2年次学生には、上記のサポートに加え個人面談も実施している。学内には編入学資料室を設け、いつでも学生が編入学関連の資料を閲覧したり、受験勉強を行ったりすることが出来る。また、編入学対策検討委員会を設置しており、所属する2人の専任教員が学生指導にあたっている。

新設大学への編入サポートとして新たに導入する取組みは、新設4年制大学の授業見学や研究室訪問である。開学後は、短大と施設を共用することから、教員・学生同士の活発な交流が行われることが予想されるため、一層、既設短期大学学生が自身の編入学後のイメージを掴みやすくなる。

「既設短期大学の卒業生への対策」

対策5) 卒業生を編入学学生確保のターゲットにする。20,000人を超える既設短期大学卒業生を対象とした社会人特別編入学試験を設けることを計画しており、短大卒業生の学び直しを支援していく。当該特別試験の周知については、同窓会とも連携し実施していく。

「既設短期大学の広報活動における対策」

対策6) 既設短期大学の広報活動において高校生に対し、短大入学後に4年制大学で学びを深めたいと考えた場合には、本学経営学部への編入学の道が開かれていることを伝えていくことで、内部進学者となり得る学生層を拡大していく。

高校生の中には、社会へ出ることへの不安を 2 年間で解消できるか不安を抱え、短大を進学先として選択しない者も一定数いることが推察される。また、学びの経験や年齢と共に進路希望は多様化するのが当然である。今後の既設短期大学の学生募集においては、経営学部への内部進学という複線が用意されており、進路選択においては就職のみならず新設大学において専門性の深化や高度なスキルを養うことも出来るという選択肢を提示していく。これにより、内部進学者となり得る学生層を拡大し、経営学部編入学定員の充足をより確実なものにする。

「北海道内の短期大学への広報」

対策 7) 北海道内の短期大学をターゲットとし、編入学者募集のための広報活動を実施していく。本対策を検討するにあたり、先ず全国および募集地域となる北海道・札幌市の短期大学卒業生における編入学者の状況を確認した（表 3）。なお、進学者数は、学部への編入学者数と完全に一致する値ではないが近似値として分析に用いている。

全国の進学者数は減少傾向にあるが、卒業者数を進学者数で除した進学率は上昇傾向にあり、北海道および札幌市の進学率よりも高くなっていることから、今後についても全国的に安定的な編入学希望者が存在する可能性がある。他方、北海道および札幌市においては、進学者数・進学率ともに上昇傾向にあり、過去 5 年間における進学者数の平均は北海道で 126 人、札幌市で 56 人となっている。札幌市の進学率は北海道よりも低いものの、北海道内における札幌市の進学者数の構成比率は 44%であるため、本学が立地する札幌市については編入学募集のための重点的な広報活動エリアとなる。

次に、札幌市における進学者が卒業した学科の学問分野を確認した（表 4）。人文が最も多く進学者を輩出しているが、札幌市における人文系学科を有する大学は 2 校であり、内 1 校は本学既設短期大学、内 1 校は競合する短期大学となる。競合する短期大学のホームページより編入学試験合格実績を確認（表 5）すると、経営・経済系学科への合格者が計 15 人いることから、本学経営学部への編入学の需要はあると判断できる。

北海道内の短期大学をターゲットとした広報活動としては、現在進行中である「札幌市と大学・短期大学間の連携体制構築」において、たとえば本学経営学部の授業を連携大学における共同授業として実施することで、北海道内の短期大学生に広く本学を認知させたいと考えている。また、上記のネットワークを通じた広報活動のための短期大学訪問や、外部進学者を対象とした編入学説明会の開催も検討していく。

表3 全国・北海道・札幌市 短期大学卒業生における進学者数等（女）

年度		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
全国	進学者数	3,776	3,658	3,303	3,363	3,459
	卒業生数	50,975	49,121	47,437	44,878	41,804
	進学率	7.4%	7.4%	7.0%	7.5%	8.3%
北海道	進学者数	108	103	138	143	138
	卒業生数	2,047	1,966	1,972	1,887	1,698
	進学率	5.3%	5.2%	7.0%	7.6%	8.1%
札幌市	進学者数	58	45	64	53	64
	卒業生数	1,224	1,201	1,157	1,101	999
	進学率	4.7%	3.7%	5.5%	4.8%	6.4%

出典：学校基本調査

表4 札幌市における進学者（女）が卒業した学科の学問分野

年度		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
進学者数		58	45	64	53	64
卒業した学科の分野	人文	42	25	29	28	33
	社会	3	2	1	1	3
	教養	1	1	2	2	3
	工業	0	0	1	0	0
	家政	7	8	15	14	11
	教育	5	7	14	7	13
	その他	0	2	2	1	1

出典：学校基本調査

表5 札幌市の他短期大学人文系学科の編入学試験合格実績

文学部英文学科	21人
文学部心理・応用コミュニケーション学科	10人
経済学部経済学科	5人
経済学部経営情報学科	5人
経済学部経済法学科	5人
社会福祉学部福祉計画学科	1人
社会福祉学部福祉臨床学科	1人
社会福祉学部福祉心理学科	2人

「北海道内の専修学校への広報」

対策 8) 北海道内の専修学校についても、編入学者募集のための広報活動を実施していく。令和3年度、全国の専修学校からの大学学部への編入学者数（女）は821人であり、全国の専修学校卒業生数（女）は136,635人であることから、編入学率（女）は0.6%であることが分かる。一方、令和3年度の北海道内の専修学校卒業生数（女）は6,027人であることから、北海道の専修学校からの大学学部編入学者数（女）は、36人程度存在する可能性がある。特に、本学経営学部と親和性の高い商業実務関係分野を学ぶ女子生徒は、専修学校卒業生数の16.7%を占める1,009人が存在しており、編入学生の募集における重点的なターゲットとなる。

募集については、商業実務関係分野に属する専修学校への訪問や募集要項の送付、オープンキャンパスにおける模擬授業に誘導することで専修学校と経営学部の学びの違いを確認してもらい、外部進学者を対象とした編入学説明会において4年制大学の進路・就職先の多様性を伝達すること等を検討していく。

「内部進学を促進するための対策」により、既設短期大学からの編入学生を5人程度確保し、その他の対策によりプラスアルファで編入学生の確保が期待できる。仮にその他の対策による編入学生の確保が出来なかった場合でも5人程度の編入学生の確保が期待できるため、長期的かつ安定的に学生確保が図ることができる。

表6 令和3年度 北海道の専修学校（専門課程）における分野別卒業生数

分 野	卒業生数			分野別構成比 (女)
	計	男	女	
工業関係	1,389	1,207	182	3.0%
農業関係	97	81	16	0.3%
医療関係	2,949	726	2,223	36.9%
衛生関係	1,421	430	991	16.4%
教育・社会福祉関係	711	143	568	9.4%
商業実務関係	1,228	219	1,009	16.7%
服飾・家政関係	117	35	82	1.4%
文化・教養関係	1,950	994	956	15.9%
総 数	9,862	3,835	6,027	—

出典：学校基本調査

(新旧対照表) 学生の確保の見通し等を記載した書類

1. 学生確保の見通し

新	旧
<p>≪8 ページ≫</p> <p>(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>ア) 定員充足の見込み</p> <p>「イ) 定員充足の根拠となる客観的なデータの概要」で記した下記の 8 項目の根拠より、経営学部経営学科入学定員 80 人の学生確保の見通しは立つと判断した。</p> <p>【略】</p> <p><u>VIII. 「外部機関による新規アンケート調査結果」</u></p> <p><u>令和 5 年 1 月から 2 月にわたり、より精度の高い入学意向者数を確認することを目的とし、改めて新規アンケート調査を実施した。新規アンケートの結果、①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計により確認できた入学意向者は 103 人となり、学生確保の見通しについては問題ないと判断するに至った。</u></p>	<p>≪8 ページ≫</p> <p>(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>ア) 定員充足の見込み</p> <p>「イ) 定員充足の根拠となる客観的なデータの概要」で記した下記の 7 項目の根拠より、経営学部経営学科入学定員 80 人の学生確保の見通しは立つと判断した。</p> <p>【略】</p> <p>(新規)</p>
<p>≪28 ページ≫</p> <p>(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>イ) 定員充足の根拠となる客観的データの概要</p> <p><u>VIII. 「外部機関による新規アンケート調査結果」</u></p> <p><u>ア) 新規アンケートの目的</u></p> <p><u>令和 5 年 1 月から 2 月にわたり、①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い</u></p>	<p>≪新規≫</p> <p>(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>イ) 定員充足の根拠となる客観的データの概要</p> <p>(新規)</p>

意向層でのクロス集計による分析を行い、より精度の高い入学意向者数を確認することを目的として、改めて仕切り直しとなる新規アンケート調査を実施した。なお、アンケート調査の対象である「北海道内にある高等学校に在籍する2年生」について変更はない。

イ) 前回アンケートからの変更点

新規アンケートの実施にあたり、前回アンケートにおける課題や時間的な制約等を踏まえた以下の変更方針を作成の上、リーフレット、アンケート実施形態、アンケート調査書について変更を行った。

①リーフレットにおける教育内容の記述の強化（提示資料）

（変更方針）

前回アンケート実施時の提示資料とした旧リーフレットにおいては、なぜ経営学部を設置するのかということに焦点が置かれており、具体的な教育内容や養成する人材像の記述が十分ではなかった。また、本学の教育課程の編成については、企業からの意見も参考にした実践的な内容であることを訴求し、本学への理解を深めてもらう内容とすべきとした。

（変更点）

新リーフレットについては、本学での学びと学び方の説明を盛り込むと同時に、企業人からのこれからの時代に必要とされる力というメッセージと連動した形で、本学の教育内容についての説明を行っている。

②Web アンケートを主体とした実施

（変更方針）

新規アンケート実施時期となる1月から2月にかけては、冬休み期間や大学入学共通

テスト利用選抜対応など、高校における行事と重なる時期となる。この時期にアンケートを実施し、回収・集計を行う時間を考慮すると、前回アンケートにおいて実施した紙媒体によるアンケート調査については実施困難であると判断し、Web アンケートを主体として実施する方針とした。ただし、高校側において Web でのアンケート実施が困難とされた場合は、前回アンケート同様、紙媒体によるアンケートでの回答を依頼することとした。

また、Web アンケートにおける回答者の重複を防止するために、高校生へのアンケート説明文書の中に、固有の 6 桁の重複回答防止番号を記載し、この番号を Web アンケート回答フォームに入力することとした。

(変更点)

前回実施した紙媒体のみでのアンケートから変更し、Web アンケートを主体としながら紙媒体アンケートについても併用し実施した。なお、Web アンケートにおいては、固有の 6 桁の重複回答防止番号を用いて回答者の重複を防止している。

③アンケート設問の見直し

(変更方針)

①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計による分析を行い、より精度の高い入学意向者数を確認するためには、入学の意思を明確に確認できる設問である必要があり、十分に検討することとした。また、Web アンケートの試作と検証を重ねた結果、読み易い文章量と分かりやすい文章表現を用いて、明解に回答できる設問とすることが重要であるこ

とが分かった。加えて、前回アンケート終了時および新規アンケート意向打診の際に、高校側からの要望として、生徒の負担軽減を図って欲しい、回答時間を短くして欲しい等の要望があったため、必要最小限の設問を検討することとした。

(変更点)

A) Q2.「性別を確認する設問」の見直し
新しいアンケート調査書においては、男性についても「進路希望」、「興味のある学問分野」、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科の特色への魅力度」、「受験意向」を確認することに改めた。これは前回アンケートにおいて、男性については性別を確認するのみでアンケートが終了してしまうという一部の高校からの意見を改善する目的での変更である。なお、男性の回答については参考データに留め有効回答数には含まれていない。

B) Q3.「進路希望」における単一回答から複数回答への変更
新規アンケートにおいては、複数回答を可として改めた。前回アンケートにおいては、単一回答にもかかわらず、複数の選択肢を選んだ者が50名存在しており、無効回答数の増加の要因となっていた。実際の入学試験においても、大学・短期大学・専門学校等を併願する生徒がいることを考えると、特にこの時期においては、高校生にとって進路希望の設問における単一選択には無理があり、明解な回答をしかねる生徒が多いと考えた。以上より、高校生の意向に沿って無理なく回答できるよう複数回答への変更としている。

C) 進学希望エリアを問う設問の削除

前回アンケート「Q5.」において、進学希望エリアを問う設問を設けていたが、前回アンケートでは8割程度の生徒が北海道での進学を希望していたこと、配布したリーフレットの表紙に「北海道に新しい選択肢をつくります」というコピーがあること、本学の大学名から北海道に所在する大学への入学意向アンケートであることが明解であることから削除を行っている。

D) Q4.「興味のある学問分野」の学問分類の見直し

「興味のある学問分野」における学問分類については、文部科学省科学技術・学術審議会の学術分科会が設定した「分科細目表」に基づき選択肢を作成し、Webアンケートの回答になることを考慮し、高校生が迷わずに合理的な選択ができるよう主要な学問系統ごとに分類している。

E) Q5.「本学の特色への魅力度」の設問の変更

企業からの意見を取り入れて編成した教育課程を訴求し、本学への理解をより深めてもらうために、提示資料として作成した新リーフレットには企業からのメッセージを記載した。これに連動させる形でQ5.設問文中に「教育課程は、企業からの意見も参考にしながら編成されています」という文言を入れている。

また、a.からf.の本学の各特色については、Webアンケートの回答になることを考慮した結果、短文とし分かりやすさに配慮している。

F) Q6.「受験意向」、Q7.「入学意向」に

<p>おける 5 件法から 3 件法への変更</p> <p>①進路希望、②興味のある学問分野、③受験意向、④入学意向、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計による分析を行い、より精度の高い入学意向者数を確認するために、入学の意思を明確に確認できる設問とした。前回アンケートでは、「1.ぜひ入学（受験）したい」、「2.入学（受験）したい」、「3.入学先（受験先）の候補として検討する」、「4.あまり入学先（受験先）としては考えない」、「5.入学先（受験先）としては考えない」の 5 件法とされていたが、「1.ぜひ入学（受験）したい」、「2.入学（受験）したい」の設問および「4.あまり入学先（受験先）としては考えない」、「5.入学先（受験先）としては考えない」の設問については同意であり、設問の実質的な構造としては 3 件法となっていたことから、新規アンケートにおいては、「1.入学（受験）したいと思う」、「2.入学（受験）したいと思わない」、「3.入学（受験）を検討したいと思う」の 3 件法へと改め、生徒の入学（受験）の意思を明確に確認した上で、最も強い意向層を求めるためのクロス集計に用いた。また、5 件法から 3 件法への変更については、アンケート調査に精通する既設短期大学教授からも妥当性に問題はないという助言を得た。</p> <p>ウ) 外部機関による新規アンケート調査結果</p> <p>① 北海道武蔵女子大学設置に関する新規ニーズ調査 概要</p> <p>開学時に入学対象となる北海道内にある高等学校に在籍する高校 2 年生を対象に新規アンケート調査を実施し、本学の学生確保の見通しについて再度、定量的に確認した。前回アンケートと新規アンケートとの</p>	
---	--

調査方法・調査対象者数・調査時期等の差異を下表に提示する。

		前回アンケート	追加アンケート
調査対象		北海道内にある高等学校に在籍する 高校2年生	
調査方法		本調査への協力を94校に依頼し、許諾が得られた80校に調査票を送付。ホームルームなどで配布・回収頂いた。	本調査への協力を214校に依頼し、許諾が得られた199校にWebアンケート案内または調査票(紙媒体)を送付。ホームルームなどでWebアンケートへの回答、調査票の配布・回収頂いた。
調査対象数	依頼校数	94校	214校
	協力許諾校数	80校(19,357枚)	199校(26,518枚) ※Webアンケート179校(調査票23,878枚) ※紙アンケート20校(調査票2,640枚)
	回収校数(アンケート回収数)	77校(13,158枚)	171校(16,685枚) ※Webアンケート152校(14,471枚) ※紙アンケート19校(2,214枚)
	有効	8,393枚	9,016枚

回答数 ※女性のみ抽出		※Web アンケート 152 校 (7,737 枚) ※紙アンケート 19 校 (1,279 枚)
調査時期	2022 年 7 月 7 日 ～2022 年 7 月 29 日	2023 年 1 月 27 日 ～2023 年 2 月 17 日
調査実施機関	株式会社 船井総合研究所	

② 本学への入学意向者数の調査結果
新規アンケートにおいて、「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、以上 4 つの設問における強い意向層でのクロス集計結果は表 15 のとおり 103 人（赤枠で示す）となり、入学定員 80 人を 1.29 倍上回る結果となった。

なお、Web アンケートにおける入学意向者数は 89 人であり、有効回答数 7,737 枚に対する割合は 1.15%となった。他方、紙アンケートにおける入学意向者数は 14 人であり、有効回答数 1,279 枚に対する割合は 1.09%と、アンケートの形式による差は認められなかった。

表 15 本学入学意向者の数（「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、4 つの設問における強い意向層でのクロス集計結果

		Q6.受験意向者			計
		1.受験したいと思う	2.受験したいと思わない	3.受験を検討したいと思う	
Q7.入学意向者	1.入学したいと思う	103	29	70	202
	2.入学したいと思わない	5	312	20	337
	3.入学を検討したいと思う	39	159	399	597
計		147	500	489	1,136

また、「1.受験したいと思う」を回答した

者のうち「3.入学を検討したいと思う」を回答した39人（青枠で示す）については、103人に対する更なる上積みの可能性が高い層である。本学の広報により、高校3年生となる今後、入学意向者へランクアップすることも十分に可能であると考えている。

さらに、「3.受験を検討したいと思う」を回答した者のうち、「1.入学したいと思う」70人、「3.入学を検討したいと思う」399人、合計469人（緑枠で示す）については、本学への興味を示しているが未だ悩んでいる段階にある層となるだろう。これら469人が魅力的であると回答した本学の特色について確認（表16）すると、特に、「c.心理学やマーケティングと経営学を融合した学び」88.9%、「f. 社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート」86.4%、以上2つの特色において高い結果となった。紙面が限られるDMや広告媒体においては、この2つの魅力を特に訴求していくことで、469人の内より受験・入学に結びつく者が出てくると考えている。

表 16. 469人が魅力的であると回答した本学の特色

	北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科の特色	469人のうち魅力的であると回答した者の割合
a.	少人数ゼミナール、アクティブラーニングとPBL（課題解決型学習）など、学生が中心となる主体的な学び	77.4%
b.	チームの連携・協働を促進し成果を生み出す、新しいリーダーシップ教育	79.7%
c.	心理学やマーケティングと経営学を融合した学び	88.9%
d.	デザイン系科目やAI、ICT、データサイエンスなどの新しい情報系科目による学び	75.7%
e.	繰り返し学んで習熟度をUPさせる映像配信型授業	73.8%
f.	社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート	86.4%

新規アンケートにおいては、「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」、「Q6.受験意向」、「Q7.入学意向」、4つの設問にお

ける強い意向層でのクロス集計の結果、
103人の入学意向者が確認できたが、この
値の有効回答数9,016枚に対する割合は
1.14%となる。「学生の確保等の見直しを
記載した書類」巻末に添付した資料1.にて
示している令和14年度の北海道内の18歳
人口(女)の推計値は17,920人であり、
この推計値に1.14%を乗じること得た
204人は入学意向者の将来推計となる。こ
のことは、長期的かつ安定的に入学定員に
対応する入学見込み者が存在することの客
観的な根拠となることから、本学の学生確
保の見通しはありと判断できる。

エ) 前回アンケートと新規アンケートにお
ける入学意向者数の違いについて

結果、前回アンケートと比較し新規アン
ケートにおいては、入学意向者数は大きく
増加したことが確認された。この差異が生
じた要因としては次の2つがあると分析し
ている。

① 教育内容の理解促進のための工夫

旧リーフレットについては、新設の理由や
本学の特色をシンプルに明示することに努
めたが、教育内容や養成する人物像につ
いての説明が弱かった。新リーフレットにつ
いては、就職先として視野に入れる企業・
業界人からのこれからの時代に必要とされ
る力を掲載し、それに対応した本学の教育
内容についての説明を盛り込んだ。

また、令和4年10月の認可申請以降、申
請中であることを明確にした上で、PR活
動を実施しているが、高校教員を対象とし
たオンライン説明会、ランディングページ
の開設、進学相談会・高校訪問における生
徒や高校教員への直接の説明など、教育内

容の理解を伝えるための広報の幅を広げてきた。これら全ての PR 活動においては、丁寧に教育内容を伝えることを重視しており、このことにより本学への理解が大きく促進されたと実感している。

さらには、新規アンケートを実施したことにより、計 2 回アンケートを募集エリアである北海道全域において実施したことになるが、このことも教育内容の理解促進に有効であったと分析している。

② 高校生の進路意識の醸成

「進学センサス 2022」(リクルート)によると、「高校 2 年生 10 月～12 月」以降に最終的な入学校を受験校として決めた高校生の割合が 79.1%となっており、およそ 8 割の学生は前回アンケート実施時期の 7 月以降に受験校を決めている様子である。前回アンケートの実施時期の 7 月以降、高校生の進路意識の醸成が進んだ可能性がある。生徒の進路意識の醸成が進行する中で、本学の PR 活動が本格化してきたこともあり、本学への進学意向を持つ生徒が増加したと分析している。

<p>≪38 ページ≫</p> <p>(1)学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>イ) 定員充足の根拠となる客観的データの 概要</p> <p>IX.「既設短期大学の学生確保の状況」</p> <p>④短期大学と比較して高い学力層が志願し てくる点（質的面）</p> <p>既設の短期大学の令和4年度経済学科入学 生の出身高校と <u>2022年7月に実施した前 回アンケート</u>において合計5重のクロス集 計を行った59人の入学意向のある生徒の 高校との偏差値帯の比較は、<u>下図ヒストグ ラムのとおりである。</u></p>	<p>≪30 ページ≫</p> <p>(1)学生の確保の見通し及び申請者としての 取り組み状況</p> <p>④ 学生確保の見通し</p> <p>イ) 定員充足の根拠となる客観的データの 概要</p> <p>IX.「既設短期大学の学生確保の状況」</p> <p>④短期大学と比較して高い学力層が志願し てくる点（質的面）</p> <p>既設の短期大学の令和4年度経済学科入学 生の出身高校と <u>今回実施したアンケート</u>に おいて合計5重のクロス集計を行った59 人の入学意向のある生徒の高校との偏差値 帯の比較は、<u>下図ヒストグラムのとおりで ある。</u></p>
--	--

2. 3年次編入学に係る学生確保の見通し

新	旧
<p>≪8 ページ≫</p> <p>(1)学生の確保の見通し及び申請者として の取り組み状況</p> <p>③ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定 員設定等</p> <p><u>経営学部経営学科の入学定員は80人、 編入学定員は3年次編入5人を設定し た。</u></p>	<p>≪8 ページ≫</p> <p>(1)学生の確保の見通し及び申請者としての取 り組み状況</p> <p>③ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設 定等</p> <p><u>経営学部経営学科の入学定員は80人を設定 した。</u></p>
<p>≪47 ページ≫</p> <p>(1)学生の確保の見通し及び申請者として の取り組み状況</p> <p>⑥ 3年次編入学に係る学生確保の見通し</p> <p><u>平成29年度から令和3年度における既 設短期大学の編入学の状況は【資料6.】 のとおりであり、5か年平均による受験 者数は12.4人、進学者数は8.2人と継続 的な編入学の実績がある。</u></p>	<p>≪新規≫</p> <p>(新規)</p>

<p>しかしながら、既設短期大学における編入学生の多くが経営学部のような社会科学系学部に進学しているわけではない。そこで経営系の他大学編入学生（平均2人）だけでなく、心理系や英文系を含む人文系志望の他大学編入学生（平均6人）を含めた平均8人の内、5人程度の既設短期大学の学生が新設経営学部への編入を希望する対策（「内部進学を促進するための対策」）として4つを示す。</p> <p>加えて、編入学定員の確保をより確実なものとするために、内部からの進学者に加え、他の短期大学・専修学校に在籍している編入学希望者にも進学を広くPRし、学生確保へと繋げる。具体的には「既設短期大学の卒業生への対策」、 「既設短期大学の広報活動における対策」、 「北海道内の短期大学への広報」、 「北海道内の専修学校への広報」以上4つの対策を講じていく。都合8つの対策を講じることで、3年次編入学の定員5人の長期的かつ安定的な学生確保を図ることができる。</p> <p>【資料6.】「北海道武蔵女子短期大学編入学実績」</p> <p>ア) 「内部進学を促進するための対策」</p> <p>対策1) 編入学生確保の方策として、既設短期大学からの内部進学となる編入学生の受け入れを見据え、既設の短期大学から新設となる経営学部へ接続しやすくなるよう、令和6年4月より既設短大のカリキュラムの刷新を行うことで、他大学の経営系学部へ編入している学生の本学への編入を促す。現行の平均2人から平均3人の本学への編入を見込む。</p>	
---	--

具体的には、教養学科と英文学科の2学科の基礎教養科目に「経営学」を必修科目として配置する。そして、経営・経済系の発展科目として、既設の経済系科目群に加え、「経営戦略論」「消費者行動論」「会計学」「現代ファイナンス論」「国際経済」などの科目を新規に配置する。また経営学部における情報・デザイン系の科目の基礎科目となる「プログラミング入門（経営学部の科目名は「データエンジニアリング入門」）」「ウェブデザイン入門」の配置を検討している。

対策2) 既設短期大学の教養学科から心理学系学部への編入を希望する学生に新設大学で心理学系の学びを深めることができることを伝え、本学への編入を促す。経営学部では、教養学科での心理学の学びを発展させる専門発展科目として「社会心理学」「心理学研究法」が配置され、より高度な心理学の学びができるだけでなく、3・4年次には産業心理学と社会心理学の専門ゼミナールが配置され、ビジネスと心理学をあわせて学ぶことで心理系の学びを深めることができる。最低1人の編入を見込む。

対策3) 既設短期大学の英文学科から編入を希望する学生の中には英語とビジネスをバランス良く学びたい層がいるため、新設大学では英語を活かした国際ビジネスの学びを深めることができることを伝え、本学への編入を促す。経営学部では、国際・語学系と経営学系を接続した科目（「ビジネス英語Ⅰ」「ビジネス英語Ⅱ」「International business for women in English」「ビジネス英語海外研修A」

「ビジネス英語海外研修 B」など)を配置するとともに、国際文化と経営学の中間領域の「グローバル・スタディーズ」をテーマとした専門ゼミナールを配置する。これにより、国際・英語系の学びをより深めることができる。最低 1 人の編入を見込む。

対策 4) 既設短期大学生の新設大学への編入サポート体制を整備する。現行の編入学のためのサポート体制としては、入学後の 4 月から編入希望調査や相談を開始し、5 月から 6 月には編入学説明会や編入学試験小論文・英語対策講座、7 月には卒業生による編入学アドバイス等を実施している。2 年次学生には、上記のサポートに加え個人面談も実施している。学内には編入学資料室を設け、いつでも学生が編入学関連の資料を閲覧したり、受験勉強を行ったりすることが出来る。また、編入学対策検討委員会を設置しており、所属する 2 人の専任教員が学生指導にあたっている。

新設大学への編入サポートとして新たに導入する取組みは、新設 4 年制大学の授業見学や研究室訪問である。開学後は、短大と施設を共用することから、教員・学生同士の活発な交流が行われることが予想されるため、一層、既設短期大学学生が自身の編入学後のイメージを掴みやすくなる。

イ)「既設短期大学の卒業生への対策」

対策 5) 卒業生を編入学学生確保のターゲットにする。20,000 人を超える既設短期大学卒業生を対象とした社会人特別編入学試験を設けることを計画してお

り、短大卒業生の学び直しを支援していく。当該特別試験の周知については、同窓会とも連携し実施していく。

ウ)「既設短期大学の広報活動における対策」

対策6) 既設短期大学の広報活動において高校生に対し、短大入学後に4年制大学で学びを深めたいと考えた場合には、本学経営学部への編入学の道が開かれていることを伝えていくことで、内部進学者となり得る学生層を拡大していく。

高校生の中には、社会へ出ることへの不安を2年間で解消できるか不安を抱え、短大を進学先として選択しない者も一定数いることが推察される。また、学びの経験や年齢と共に進路希望は多様化するのが当然である。今後の既設短期大学の学生募集においては、経営学部への内部進学という複線が用意されており、進路選択においては就職のみならず新設大学において専門性の深化や高度なスキルを養うことも出来るという選択肢を提示していく。これにより、内部進学者となり得る学生層を拡大し、経営学部編入学定員の充足をより確実なものにする。

エ)「北海道内の短期大学への広報」

対策7) 北海道内の短期大学をターゲットとし、編入学者募集のための広報活動を実施していく。本対策を検討するにあたり、先ず全国および募集地域となる北海道・札幌市の短期大学卒業生における編入学者の状況を確認した(表17)。なお、進学者数は、学部への編入学者数と完全に一致する値ではないが近似値として分析に用いている。

全国の進学者数は減少傾向にあるが、卒業者数を進学者数で除した進学率は上昇傾向にあり、北海道および札幌市の進学率よりも高くなっていることから、今後についても全国的に安定的な編入学希望者が存在する可能性がある。他方、北海道および札幌市においては、進学者数・進学率ともに上昇傾向にあり、過去5年間における進学者数の平均は北海道で126人、札幌市で56人となっている。札幌市の進学率は北海道よりも低いものの、北海道内における札幌市の進学者数の構成比率は44%であるため、本学が立地する札幌市については編入学募集のための重点的な広報活動エリアとなる。

次に、札幌市における進学者が卒業した学科の学問分野を確認した(表18)。人文が最も多く進学者を輩出しているが、札幌市における人文系学科を有する大学は2校であり、内1校は本学既設短期大学、内1校は競合する短期大学となる。競合する短期大学のホームページより編入学試験合格実績(表19)を確認すると、経営・経済系学科への合格者が計15人いることから、本学経営学部への編入学の需要はあると判断できる。

北海道内の短期大学をターゲットとした広報活動としては、現在進行中である「札幌市と大学・短期大学間の連携体制構築」において、たとえば本学経営学部の授業を連携大学における共同授業として実施することで、北海道内の短期大学生に広く本学を認知させたいと考えている。また、上記のネットワークを通じた広報活動のための短期大学訪問や、外部進学者を対象とした編入学説明会の開催も検討していく。

表 17 全国・北海道・札幌市 短期大学
卒業生における進学者数等（女）

年度		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
全国	進学者数	3,776	3,658	3,303	3,363	3,459
	卒業生数	50,975	49,121	47,437	44,878	41,804
	進学率	7.4%	7.4%	7.0%	7.5%	8.3%
北海道	進学者数	108	103	138	143	138
	卒業生数	2,047	1,966	1,972	1,887	1,698
	進学率	5.3%	5.2%	7.0%	7.6%	8.1%
札幌市	進学者数	58	45	64	53	64
	卒業生数	1,224	1,201	1,157	1,101	999
	進学率	4.7%	3.7%	5.5%	4.8%	6.4%

表 18 札幌市における進学者（女）が卒業した学科の学問分野

年度		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
進学者数		58	45	64	53	64
卒業した学科の分野	人文	42	25	29	28	33
	社会	3	2	1	1	3
	教養	1	1	2	2	3
	工業	0	0	1	0	0
	家政	7	8	15	14	11
	教育	5	7	14	7	13
	その他	0	2	2	1	1

表 19 札幌市の他短期大学人文系学科の編入学試験合格実績

文学部英文学科	21名
文学部心理・応用コミュニケーション学科	10名
経済学部経済学科	5名
経済学部経営情報学科	5名
経済学部経済法学科	5名
社会福祉学部福祉計画学科	1名
社会福祉学部福祉臨床学科	1名
社会福祉学部福祉心理学科	2名

オ)「北海道内の専修学校への広報」

対策 8) 北海道内の専修学校についても、編入学者募集のための広報活動を実施していく。学校基本調査によると、令和3年度、全国の専修学校からの大学学部への編入学者数（女）は821人であり、全国の専修学校卒業生数（女）は136,635人であることから、編入学率（女）は0.6%であることが分かる。一方、令和3年度の北海道内の専修学校卒業生数（女）は6,027人であることから、北海道の専修学校からの大学学部編

入学者数（女）は、36人程度存在する可能性がある。特に、本学経営学部と親和性の高い商業実務関係分野を学ぶ女子生徒は、専修学校卒業者数の16.7%を占める1,009人が存在しており、編入学生の募集における重点的なターゲットとなる（表20）。

募集については、商業実務関係分野に属する専修学校への訪問や募集要項の送付、オープンキャンパスにおける模擬授業に誘導することで専修学校と経営学部の学びの違いを確認してもらう、外部進学者を対象とした編入学説明会において4年制大学の進路・就職先の多様性を伝達すること等を検討していく。

表20 令和3年度 北海道の専修学校（専門課程）における分野別卒業者数

分野	卒業者数			分野別構成比 (女)
	計	男	女	
工業関係	1,389	1,207	182	3.0%
農業関係	97	81	16	0.3%
医療関係	2,949	726	2,223	36.9%
衛生関係	1,421	430	991	16.4%
教育・社会福祉関係	711	143	568	9.4%
商業実務関係	1,228	219	1,009	16.7%
服飾・家政関係	117	35	82	1.4%
文化・教養関係	1,950	994	956	15.9%
総数	9,862	3,835	6,027	-

「内部進学を促進するための対策」により、既設短期大学からの編入学生を5人程度確保し、その他の対策によりプラスアルファで編入学生の確保が期待できる。仮にその他の対策による編入学生の確保が出来なかった場合でも5人程度の編入学生の確保が期待できるため、長期的かつ安定的に学生確保が図ることができる。

(是正事項) 経営学部 経営学科

1 1.人材需要の社会的動向について、外部機関によるアンケート調査の結果を踏まえて説明しているが、採用意向及び採用人数のクロス集計においては、「採用対象になる」と回答した企業だけではなく、採用する可能性が低いとも考えられる「おそらく採用対象になる」「採用対象として検討してもよい」と回答した企業を含めて集計を行っていることから、80名の入学定員が人材の需要の動向等を踏まえた適切な定員数であるとは判断できない。「採用対象になる」と回答した企業の採用予定人数を示すなど、外部機関によるアンケート調査の結果を再度分析した上で、養成する人材に対する社会的需要が十分にあることについて、改めて客観的かつ具体的なデータ等の根拠に基づき明確に説明すること。

(対応)

本審査意見を受けて、改めて外部機関によるアンケート調査の結果を分析し、「採用対象になる」と回答した企業の採用予定人数のみを再度集計することにより対応することとした。また、再度の集計にあたっては、本学の教育課程の編成を検討する上で、北海道内の企業5社にヒアリングを実施していることから、養成する人材に対応する地域は北海道であると考え、北海道に所在の「採用対象になる」と回答した企業の採用予定人数のみを抽出することとした。

集計の結果、「採用対象になる」と回答した北海道に所在する企業199社における採用予定人数の合計は274名であり、入学定員80名の3.4倍の人数となった(表1)。このことから、養成する人材に対する社会的需要は十分にあると判断する。

表1.北海道に所在する企業の採用予定人数

「採用対象になる」	199社	274名
「おそらく採用対象になる」	55社	52名
「採用対象として検討してもよい」	70社	45名
「あまり採用対象にならない」	34社	0名
「採用対象にはならない」	3社	0名
「その他」	5社	0名
計	366社	371名

さらに、4つの履修モデルに沿った就職先がどの程度人材の受け入れが可能か、クロス集計を実施した結果以下の通りとなった。

履修モデル	想定される業種・職種	採用予定者数
経営ジェネラリスト型 I・II	メーカー、営業・企画 コンサルティング※1	97人
地域経済スペシャリスト型	銀行、生命保険、 証券、市役所等※2	31人
情報スペシャリスト型	IT・Web デザイン会社 IT系サービス職※3	28人
国際スペシャリスト型	旅行業、航空会社、 宿泊業、メーカー系※4	44人

※1 「製造業」「卸売・小売業」「学術研究、専門・技術サービス業」「卸売業」「小売業」の企業における採用意向者数を集計

※2 「金融業、保険業」「公務」の企業における採用意向者数を集計

※3 「IT関連業」の企業における採用意向者数を集計

※4 「製造業」「運送業・郵便業」「卸売業」「宿泊業」「生活関連サービス業、娯楽業」の企業における採用意向者数を集計

「地域経済スペシャリスト型」「情報スペシャリスト型」「国際スペシャリスト型」では定員である 80 人を下回っているが、各履修モデルでの学びの集大成である 3 年・4 年専門ゼミナールは一部の教員に過大な負担がかからぬように、フィールドワークや卒業論文の指導が十分に行える規模であるかを考慮して、履修上限を設け、1 ゼミナールあたり平均 5 名程度（1 学年）で開講されることが想定される。そのため、就職希望者が大きく偏重することは考えにくい。

実際に、令和 4 年度の学校基本調査によると、社会科学系学部卒業生の産業別就職者の割合は「卸・小売業」と「情報通信業」において、18.8%、13.0%と高くなっているが、その他の業種については 10%未満で分散している。更に、母体となる北海道武蔵女子短期大学経済学科の就職実績では 2017 年から 2021 年にかけて産業別就職者の割合を確認した結果、短期大学の強みである「金融業・保険業」（13 人～22 人／就職者数全体の 20.6%～28.9%）や、「卸売・小売業」（12 人～23 人／就職者数全体の 15.8%～33.8%）、「情報通信業」（2 人～7 人／就職者数全体の 2.8%～10.9%）は比較的高くなっているが、その他の業種については 10%未満で分散している。以上から、一部の業種に就職希望が偏ることは考えにくく、全ての履修モデルにおいて十分な採用予定者数であると考えている。

以上の結果から、各履修モデルにおいても十分な採用予定者数が確保できていると考えられるが、最も採用予定者数が少ない情報スペシャリスト型において、更なる分析をすすめた。今回のアンケート調査にて回答を得られた IT 関連企業数 37 社のうち、北海道に所在する企業数は 26 社、北海道外に所在する企業数は 11 社となった。これら IT 関連企業の所在地別・採用意向別の採用予定者数は表 2 の通りである。

本学の養成する人材像や DP は、北海道内の企業の意見を参考にしながら策定し、卒業後進路も北海道内を想定しているが、今回のアンケート調査では北海道外の IT 関連企業からも採用意向が多く、その採用予定者数の合計は 31 人（青枠にて示す）になることが分かった。情報スペシャリスト型の履修者のなかで、仮に、北海道外での就職を視野に入れるのであれば、更なる人材需要が確認され、十分な採用予定者数であると考えている。

表 2 IT 関連企業 所在地別・採用意向別 採用予定者数

所在地 / 採用意向	採用対象になる	おそらく採用 対象になる	採用対象として 検討してもよい	計
北海道	28	-	6	34
東京	20	4	-	24
神奈川	1	-	-	1
沖縄	10	-	-	10
計	59	4	6	69

※「あまり採用対象にならない」、「採用対象にはならない」の回答はなかったため表示していない

(新旧対照表) 学生の確保の見通し等を記載した書類

新	旧
<p>《62 ページ》</p> <p>(2)人材需要の動向等社会の要請</p> <p>② 上記①が社会的、地理的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠</p> <p>キ) 外部機関によるアンケート調査結果</p> <p>3) 本学卒業生の採用意向</p> <p>調査対象法人のうち、本学経営学部経営学科（仮称）卒業生が「採用対象になる」と回答した企業は全体の 55.7%（256 社）であり、「おそらく採用対象になる」と回答した企業は全体の 14.8%（68 社）、「採用対象として検討してもよい」と回答した企業は全体の 16.5%（76 社）であった。</p> <p>毎年採用可能と思われる人数は合計 527 人となり、定員 80 人の 6.6 倍の数値が毎年</p>	<p>《48 ページ》</p> <p>(2)人材需要の動向等社会の要請</p> <p>② 上記①が社会的、地理的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠</p> <p>キ) 外部機関によるアンケート調査結果</p> <p>3) 本学卒業生の採用意向</p> <p>調査対象法人のうち、本学経営学部経営学科（仮称）卒業生が「採用対象になる」と回答した企業は全体の 55.7%（256 社）であり、「おそらく採用対象になる」と回答した企業は全体の 14.8%（68 社）、「採用対象として検討してもよい」と回答した企業は全体の 16.5%（76 社）であった。</p> <p>毎年採用可能と思われる人数は合計 527 人となり、定員 80 人の 6.6 倍の数値が毎年</p>

継続的に採用可能である結果となった。このことから本学の卒業生に対する継続的な人材需要があることがうかがえる。

より厳密に本学卒業生の採用意向を確認するために、「採用対象となる」と回答した企業のみを採用予定人数を抽出することに加えて、教育課程の編成を検討する上で北海道の企業5社にヒアリングを実施していることから、養成する人材像に対応する地域は北海道であると考え、「採用対象になる」と回答した北海道に所在する企業の採用予定人数をクロス集計により求めた。結果、「採用対象になる」と回答した北海道に所在する企業199社における採用予定者数は入学定員80人の3.4倍となる合計274人となり、養成する人材に対する社会的需要は十分にあることが分かった（表25）。

表25 北海道に所在する企業の採用予定人数

「採用対象になる」	199社	274名
「おそらく採用対象になる」	55社	52名
「採用対象として検討してもよい」	70社	45名
「あまり採用対象にならない」	34社	0名
「採用対象にはならない」	3社	0名
「その他」	5社	0名
計	366社	371名

継続的に採用可能である結果となった。このことから本学の卒業生に対する継続的な人材需要があることがうかがえる。

(新規)

《63 ページ》

(2)人材需要の動向等社会の要請

② 上記①が社会的、地理的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠

キ) 外部機関によるアンケート調査結果

4)本学卒業生の採用意向（業種別の傾向）

本学経営学部経営学科（仮称）では職種区分に応じた「経営ジェネラリスト型Ⅰ・Ⅱ（マーケター、営業・企画職系、経営コン

《48 ページ》

(2)人材需要の動向等社会の要請

② 上記①が社会的、地理的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠

キ) 外部機関によるアンケート調査結果

4)本学卒業生の採用意向（業種別の傾向）

本学経営学部経営学科（仮称）では職種区分に応じた「経営ジェネラリスト型（マーケター、営業・企画職系、経営コンサルタ

サルタント、起業家)」「地域経済スペシャリスト型 (金融系総合職、公務員)」「情報スペシャリスト型 (IT系サービス職、マーケティングリサーチャー、ウェブデザイナー)」「国際スペシャリスト型 (国際・観光系サービス職、グローバル人材)」の4つの履修モデルを提示する予定である。基本的に学生には適切な履修指導を通じて、興味・関心や将来の職業像に従って科目を選択していくため、必ず4つの履修モデルに沿った学び・進路となることは想定していないが、社会的人材需要や短期大学の強み等から履修モデルを設定している。4つの履修モデルに沿った就職先がどの程度人材の受け入れが可能か、クロス集計を実施した結果以下の通りとなった。

履修モデル	想定される業種・職種	採用予定者数
経営ジェネラリスト型 Ⅰ・Ⅱ	メーカー、営業・企画 コンサルティング※1	97人
地域経済スペシャリスト型	銀行、生命保険、 証券、市役所等※2	31人
情報スペシャリスト型	IT・Webデザイン会社 IT系サービス職※3	28人
国際スペシャリスト型	旅行業、航空会社、 宿泊業、メーカー系※4	44人

※1 「製造業」「卸売・小売業」「学術研究、専門・技術サービス業」「卸売業」「小売業」の企業における採用意向者数を集計。
 ※2 「金融業、保険業」「公務」の企業における採用意向者数を集計。
 ※3 「IT関連業」の企業における採用意向者数を集計。
 ※4 「製造業」「運送業・郵便業」「卸売業」「宿泊業」「生活関連サービス業、娯楽業」の企業における採用意向者数を集計。

「地域経済スペシャリスト型」「情報スペシャリスト型」「国際スペシャリスト型」では定員である80人を下回っているが、各履修モデルでの学びの集大成である3年・4年専門ゼミナールは一部の教員に過大な負担がかかからぬように、フィールドワークや卒業論文の指導が十分に行える規模であるかを考慮して、履修上限を設け、1ゼミナールあたり平均5名程度(1学年)で開講されることが想定される。そのため、就職希望者が大きく偏重することは考えにくい。実際に、令和4年度の学校基本調査によると、社会科学系学部卒業生の産業別就職者

ント、起業家)」「地域経済スペシャリスト型 (金融系総合職、公務員)」「情報スペシャリスト型 (IT系サービス職、マーケティングリサーチャー、ウェブデザイナー)」「国際スペシャリスト型 (国際・観光系サービス職、グローバル人材)」の4つの履修モデルを提示する予定である。基本的に学生には適切な履修指導を通じて、興味・関心や将来の職業像に従って科目を選択していくため、必ず4つの履修モデルに沿った学び・進路となることは想定していないが、社会的人材需要や短期大学の強み等から履修モデルを設定している。履修モデルに沿った就職先がどの程度人材の受け入れが可能か、クロス集計を実施した結果以下の通りとなった。

履修モデル	想定される業種・職種	採用意向者数
経営ジェネラリスト型	メーカー、営業・企画 コンサルティング	204人※1
地域経済スペシャリスト型	銀行、生命保険、証券、市役所等	44人※2
情報スペシャリスト型	IT・Webデザイン会社 IT系サービス職	69人※3
国際スペシャリスト型	旅行業、航空会社、 宿泊業、メーカー系	93人※4

※1 「製造業」「卸売・小売業」「学術研究、専門・技術サービス業」「卸売業」「小売業」の企業における採用意向者数を集計。
 ※2 「金融業、保険業」「公務」の企業における採用意向者数を集計。
 ※3 「IT関連業」の企業における採用意向者数を集計。
 ※4 「製造業」「運送業・郵便業」「卸売業」「宿泊業」「生活関連サービス業、娯楽業」の企業における採用意向者数を集計。

「メーカー、営業・企画、コンサルティング」にあたる「製造業」「卸売・小売業」「卸売業」「小売業」「学術研究、専門・技術サービス業」と回答した企業における採用意向者数は204人。「銀行、生命保険、証券、市役所等」にあたる「金融業、保険業」「公務」と回答した企業における採用意向者数は44人。「IT・Web、デザイン会社・IT系サービス職」にあたる「IT関連業」と回答した企業における採用意向者数は69人。「旅行業、航空会社、宿泊業、メーカー系」にあたる「製造業」「運送業・郵便業」「卸売業」「宿泊業」「生活関

<p>の割合は「卸・小売業」と「情報通信業」において、18.8%、13.0%と高くなっているが、その他の業種については10%未満で分散している。更に、母体となる北海道武蔵女子短期大学経済学科の就職実績では2017年から2021年にかけて産業別就職者の割合を確認した結果、短期大学の強みである「金融業・保険業」（13人～22人／就職者数全体の20.6%～28.9%）や、「卸売・小売業」（12人～23人／就職者数全体の15.8%～33.8%）、「情報通信業」（2人～7人／就職者数全体の2.8%～10.9%）は比較的高くなっているが、その他の業種については10%未満で分散している。以上から、一部の業種に就職希望が偏ることは考えにくく、全ての履修モデルにおいて十分な採用予定者数であると考えている。</p> <p>以上の結果から、各履修モデルにおいても十分な採用予定者数が確保できていると考えられるが、最も採用予定者数が少ない情報スペシャリスト型において、更なる分析をすすめた。今回のアンケート調査にて回答を得られたIT関連企業数37社のうち、北海道に所在する企業数は26社、北海道外に所在する企業数は11社となった。これらIT関連企業の所在地別・採用意向別の採用予定者数は表26の通りである。</p> <p>本学の養成する人材像やDPは、北海道内の企業の意見を参考にしながら策定し、卒業後進路も北海道内を想定しているが、今回のアンケート調査では北海道外のIT関連企業からも採用意向が多く、その採用予定者数の合計は31人（青枠にて示す）になることが分かった。情報スペシャリスト型の履修者のなかで、仮に、北海道外での就職を視野に入れるのであれば、更なる人</p>	<p>連サービス業、娯楽業」と回答した企業における採用意向者数は93人。それぞれの業種・職種は全て44人以上の採用意向者数が確保されている。「銀行、生命保険、証券、市役所等」「IT・Web、デザイン会社・IT系サービス職」では定員である80人を下回っているものの、母体となる北海道武蔵女子短期大学経済学科の就職実績では2017年から2021年にかけて「銀行、生命保険、証券、市役所等」に就職した学生は13人～22人（全体の23%～29%）、「IT・Webデザイン会社、IT系サービス職」に就職した学生は2人～6人（全体の3%～11%）となっており、一部の業種に就職希望が偏ることは考えにくく、入学定員80人の半数以上の数値である44人以上の採用意向者数が確保されていれば、就職先の進路確保状況としては問題ないと判断している。以上から、本学経営学部経営学科卒業生は履修モデルを加味した就職先を中心と想定される業種・職種からの人材需要も十分にあることが分かる。</p>
---	--

材需要が確認され、十分な採用予定者数であると考えている。

表 26 IT 関連企業 所在地別・採用意向別 採用予定者数

所在地 / 採用意向	採用対象になる	おそらく採用対象になる	採用対象として検討してもよい	計
北海道	28	-	6	34
東京	20	4	-	24
神奈川	1	-	-	1
沖縄	10	-	-	10
計	59	4	6	69

※「あまり採用対象にならない」、「採用対象にはならない」の回答はなかったため表示していない。

審査意見以外での対応を記載した書類

審査意見は付されていないが、以下に示す事由により、設置申請書の変更を行うものを記載する。

変更内容 1. 「インターンシップ」の配当年次の変更

「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方（文科省・厚労省・経産省）」の通達を受け、本学のインターンシップの目的を鑑み、配当年次を「3年前期・後期」へと改めた。

新	旧
インターンシップ 選択 <u>3年前期・後期</u>	インターンシップ 選択 <u>2年前期・後期、</u> <u>3年前期・後期</u>

変更内容 2. 「政治学」の配当年次の変更

審査意見の対応に伴い、「データサイエンス系の科目」や「教育学入門」の配当年次を繰り上げたため、配当年次全体のバランスを鑑み、「政治学入門」を2・3年次の配当へ改めた。

新	旧
政治学入門 選択 <u>2・3年後期</u>	政治学入門 選択 <u>1・2年後期</u>

変更内容 3. 履修モデルの変更

審査意見の対応に伴い、履修モデル「経営ジェネラリスト型」の科目全体のバランスに偏りが生じたため、「経営ジェネラリスト型」をI型（経営コンサルタント、起業家系）とII型（マーケター、営業・企画職系）に分離し、科目バランスの調整とより専門性の高い学びができるようにした。

新	旧
履修モデル1 ・経営ジェネラリスト型 <u>I・II</u> （経営コンサルタント、起業家、マーケター、営業・企画職系）	履修モデル1 ・経営ジェネラリスト型（マーケター、営業・企画職系、経営コンサルタント、起業家）

変更内容 4. 短期大学（英文学科）教員数の変更

昨年の申請時点では英文学科の准教授を1名、専任教員にて採用予定であり、募集等も行っていましたが、採用を見送ったため、変更となった。

(新旧対照表) 基本計画書

新						
教員組織の概要						
		教授	准教授	講師	助教	合計
既 設 分	教養学科	7(7)	5(5)	2(2)	0(0)	14(14)
	英文学科	3(3)	<u>1(1)</u>	2(2)	0(0)	7(7)
	計	10(10)	<u>6(6)</u>	4(4)	0(0)	21(21)
旧						
教員組織の概要						
		教授	准教授	講師	助教	合計
既 設 分	教養学科	7(7)	5(5)	2(2)	0(0)	14(14)
	英文学科	3(3)	<u>2(2)</u>	2(2)	0(0)	7(7)
	計	10(10)	<u>7(7)</u>	4(4)	0(0)	21(21)

審査意見への対応を記載した書類（3月）

資料目次

【参考資料 1.】 北海道武蔵女子短期大学 編入学実績

【参考資料 2.】 北海道武蔵女子大学（仮称）の進学需要に関する調査結果 2023年3月

参考資料1

大学名	学部	平成29年度			平成30年度			令和元年度			令和2年度			令和3年度		
		受験	合格	進学	受験	合格	進学	受験	合格	進学	受験	合格	進学	受験	合格	進学
北海道大学	教育学部	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	0	0	3	0	0
北海道大学	経済学部				2	0	0									
東北大学	経済学部				1	0	0									
小樽商科大学	商学部				2	0	0									
山形大学	人文社会科学部										1	0	0			
新潟大学	人文学部				1	0	0									
福島大学	人間発達文化学類										1	0	0			
横浜国立大学	経済学部				1	0	0									
広島大学	経済学部				1	1	1									
札幌市立大学	デザイン学部	1	1	1												
名寄市立大学	保健福祉学部													1	1	1
北海学園大学	法学部1部										1	1	1	2	2	2
北海学園大学	経済学部1部										3	3	3	1	1	1
北海学園大学	経済学部	1	1	1												
北海学園大学	経営学部1部				1	1	1							1	1	1
北海学園大学	経営学部1部				1	1	1									
北海学園大学	経営学部2部										1	1	1			
北海学園大学	人文学部				1	1	1									
北海学園大学	人文学部							1	1	1	1	1	1			
北星学園大学	文学部				1	1	1	3	2	2				2	2	2
北星学園大学	文学部													2	2	2
北星学園大学	社会福祉学部													1	0	0
藤女子大学	文学部										1	0	0			
藤女子大学	文学部										1	0	0			
北翔大学	生涯スポーツ学部										1	1	0			
札幌国際大学	人文学部				1	1	1									
北海道医療大学	リハビリテーション科学部				1	1	1									
弘前学院大学	文学部										1	1	1			
東京経済大学	コミュニケーション学部							1	1	1				1	1	1
お茶の水大学	文教育学部				1	0	0									
京都女子大学	文学部							1	1	1				2	2	2
京都女子大学	文学部										1	1	1	1	1	1
関西外国語大学	外国語学部				1	1	1									
		3	3	3	18	10	10	8	7	7	16	9	8	17	13	13

経営系学部5か年実績

受験	合格	進学
16	10	10

平均

受験	合格	進学
12.4	8.4	8.2

北海道武蔵女子大学（仮称）の進学需要に関する調査結果】

学校法人北海道武蔵女子学園 御中



北海道武蔵女子大学（仮称）の
進学需要に関する調査結果

2023年 3月

■ 進学需要に関する調査

調査概要

調査範囲

調査書

提示資料

調査結果①（質問別の集計結果）

調査結果②（クロス集計の結果）

結論

進学需要に関する調査

▶ 調査目的

- ✓ 学校法人北海道武蔵女子学園が計画している「北海道武蔵女子大学（仮称）」の設置について、北海道内の高等学校に在籍する高校2年生に興味度・進学意向等の調査を実施、「北海道武蔵女子大学（仮称）」の設置構想がどの程度高校2年生の進学需要に合致するか、どの程度入学意向者が確保できるか調査した。
- ✓ アンケート回答者には男性も含まれていたが女性のみを対象として抽出した。

▶ 調査対象

- ✓ 北海道内にある高等学校に在籍する高校2年生
 - Webアンケート案内または調査票（紙媒体）を送付。
 - ホームルームなどでWebアンケートへの回答、調査票の配布・回収。

▶ 調査期間

- ✓ 令和5年1月27日～令和5年2月17日

▶ 依頼校数

- ✓ 214校

▶ 協力許諾校数（依頼枚数）

- ✓ 199校（26,518枚）
- ※ Webアンケート179校（調査票23,878枚）
- ※ 紙アンケート20校（調査票2,640枚）

▶ 回収校数（アンケート回収数）

- ✓ 171校（16,685枚）
- ※ Webアンケート152校（14,471枚）
- ※ 紙アンケート19校（2,214枚）

▶ 有効回答数

- ✓ 9,016人※女性のみ抽出
- ※ Webアンケート152校（7,737人）
- ※ 紙アンケート19校（1,279人）

▶ アンケートを回収した学校一覧

No.	高校一覧
1	北海道旭川永嶺
2	旭川実業
3	旭川大学
4	旭川藤星
5	北海道旭川西
6	北海道旭川東
7	北海道旭川南
8	旭川明成
9	北海道芦別
10	北海道足寄
11	北海道厚岸翔洋
12	北海道網走南ヶ丘
13	遺愛女子
14	北海道池田
15	北海道石狩翔陽
16	北海道岩内
17	北海道岩見沢西
18	北海道岩見沢農業
19	北海道岩見沢東
20	北海道岩見沢緑陵
21	北海道浦河
22	北海道江差
23	北海道枝幸
24	北海道恵庭北
25	北海道恵庭南
26	北海道江別
27	北海道えりも
28	北海道遠軽
29	北海道雄武
30	北海道大麻
31	北海道奥尻
32	北海道興部
33	小樽双葉
34	北海道小樽未来創造
35	小樽明峰
36	北海道音更
37	帯広北
38	北海道帯広三条
39	北海道帯広農業
40	北海道帯広柏葉
41	北海道帯広南商業
42	海星学院
43	北海道上士幌

No.	高校一覧
44	北海道上ノ国
45	北海道北広島
46	北海道北広島西
47	北海道北見商業
48	北海道北見柏陽
49	北見藤
50	北海道北見北斗
51	北海道北見緑陵
52	北海道清里
53	北海道釧路湖陵
54	北海道釧路商業
55	北海道釧路東
56	北海道釧路北陽
57	北海道釧路明輝
58	北海道栗山
59	市立札幌旭丘
60	北海道札幌あすかぜ
61	北海道札幌厚別
62	北海道札幌英藍
63	札幌大谷
64	市立札幌大通
65	北海道札幌丘珠
66	市立札幌清田
67	市立札幌啓北商業
68	札幌光星
69	北海道札幌国際情報
70	北海道札幌白石
71	北海道札幌真栄
72	市立札幌新川
73	札幌新陽
74	札幌静修
75	札幌聖心女子学院
76	北海道札幌西陵
77	札幌創成
78	北海道札幌月寒
79	北海道札幌稲雲
80	北海道札幌東豊
81	北海道札幌東陵
82	北海道札幌南陵
83	北海道札幌西
84	札幌日本大学
85	北海道札幌東商業
86	北海道札幌平岡

▶ アンケートを回収した学校一覧

No.	高校一覧
87	市立札幌平岸
88	札幌北斗
89	北海道札幌北陵
90	市立札幌藻岩
91	札幌山の手
92	札幌龍谷学園
93	北海道佐呂間
94	北海道鹿追
95	北海道静内
96	北海道標茶
97	北海道標津
98	北海道下川商業
99	北海道斜里
100	白樺学園
101	北海道白糠
102	北海道知内
103	市立函館
104	北海道寿都
105	北海道砂川
106	北海道大樹
107	北海道鷹栖
108	北海道滝川
109	北海道滝川西
110	北海道伊達開来
111	北海道千歳
112	北海道千歳北陽
113	北海道天塩
114	北海道弟子屈
115	東海大学付属札幌
116	北海道当別
117	北海道苫小牧総合経済
118	北海道苫小牧東
119	北海道富川
120	北海道豊富
121	酪農学園大学附属とわの森三愛
122	北海道中標津
123	北海道長沼
124	北海道七飯
125	北海道名寄
126	北海道根室
127	北海道野幌
128	北海道登別青嶺
129	函館大谷

No.	高校一覧
130	函館大妻
131	北海道函館商業
132	函館白百合学園
133	函館大学付属柏稜
134	北海道函館中部
135	北海道函館西
136	北海道羽幌
137	北海道浜頓別
138	北海道美瑛
139	北海道東川
140	北海道美唄尚栄
141	北海道美幌
142	北海道平取
143	北海道広尾
144	北海道深川西
145	藤女子
146	北海道富良野
147	北海道富良野緑峰
148	北海道別海
149	北星学園女子
150	北星学園大学附属
151	北海学園札幌
152	北海道文教大学附属
153	北海道科学大学
154	北海道本別
155	北海道幕別清陵
156	北海道三笠
157	北海道鶴川
158	北海道室蘭清水丘
159	北海道紋別
160	北海道八雲
161	北海道夕張
162	北海道湧別
163	北海道余市紅志
164	北海道羅臼
165	北海道蘭越
166	北海道利尻
167	北海道留辺蘂
168	北海道留萌
169	稚内大谷
No.	中等教育学校一覧
1	市立札幌開成
2	北海道登別明日

2024年4月開学予定

北海道武蔵女子大学 経営学部（設置認可申請中）に関するアンケート

このアンケートは、道内の高校2年生の皆さんから、現時点における進路意向等をお聞かせいただき、私ども北海道武蔵女子学園が新たに開設する4年制大学の運営上の参考とすることを目的として行うものです。ぜひ回答のご協力をお願いいたします。

※調査結果は統計資料としてのみ用い、関係者以外の人に見せたりすることはありません。

※リーフレット及びアンケートに記載されている事項はすべて予定であり、内容が変更になる可能性があります。

Q1. 高校名を書いてください

高等学校

Q2. 性別を選んでください（○をつけてください）

1. 女性

2. 男性

Q3. あなたは高校を卒業後、どのような進路に進みたいと思っていますか？以下の中からあてはまる選択肢を全て選んで番号に○をつけてください。（複数回答可）

1. 大学
2. 短期大学
3. 専門職大学・専門職短期大学
4. 専門学校
5. 就職
6. 未定
7. その他（ ）

Q4. あなたはどのような学びの分野に興味がありますか？以下の中から興味のある分野を全て選んで番号に○をつけてください。（複数回答可）

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| 1. 経営学、経済学、商学、ビジネス | 7. 数学、物理学 |
| 2. 社会学、心理学、教育学 | 8. 工学、化学 |
| 3. 国際・語学 | 9. 生物学、農学 |
| 4. 法学、政治学 | 10. 医・歯・薬学、看護学 |
| 5. 情報学、コンピューティング | 11. 健康・スポーツ科学、生活科学 |
| 6. 哲学、文学、歴史学、文化人類学 | 12. その他（ ） |

裏面もあります

ここからは、現在設置申請中の「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」についてお聞きします。
 配付した資料（リーフレット）をお読みいただいた後、お答えください。

- Q 5. 「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」の教育課程は、企業からの意見も参考にしながら編成されています。下記の a～f の教育等の特色について魅力的であるかお答えください。（a～f それぞれについて、あてはまる番号を一つ選んで○をつけてください。）

※ 男子生徒の皆さんは、男女共学の大学を想定してご回答ください。

「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」の特色		(A) 魅力的である	(B) 魅力的でない	(C) どちらでもない
a	少人数ゼミナール、アクティブラーニングと PBL（課題解決型学習）など、学生が中心となる主体的な学び	1	2	3
b	チームの連携・協働を促進し成果を生み出す、新しいリーダーシップ教育	1	2	3
c	心理学やマーケティングと経営学を融合した学び	1	2	3
d	デザイン系科目や AI、ICT、データサイエンスなどの新しい情報系科目による学び	1	2	3
e	繰り返し学んで習熟度を UP させる映像配信型授業	1	2	3
f	社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート	1	2	3

※ 男子生徒の皆さんは Q 8 に進んでください。

【Q 6 と Q 7 は女子生徒のみご回答ください】

- Q 6. あなたは、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」が開設された場合、受験してみたいと思いますか。
 あてはまる選択肢を一つ選んで番号に○をつけてください。

1. 受験したいと思う 2. 受験したくないと思う 3. 受験を検討したいと思う

- Q 7. あなたは、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」を受験して合格した場合、入学したいと思いますか。
 あてはまる選択肢を一つ選んで番号に○をつけてください。

1. 入学したいと思う 2. 入学したくないと思う 3. 入学を検討したいと思う

【Q 8 は男子生徒のみご回答ください】

- Q 8. 北海道武蔵女子大学の教育課程・教育内容が男女共学の大学で展開されていたとしたら、あなたは受験してみたいと思いますか。あてはまる選択肢を一つ選んで番号に○をつけてください。

1. 受験したいと思う 2. 受験したくないと思う 3. 受験を検討したいと思う

アンケートはこれで終了です。ご協力いただきありがとうございました。

問い合わせ先：北海道武蔵女子大学設置準備室（担当：絹川）

TEL 011-726-3141 FAX 011-726-3144

2024年4月 北海道武蔵女子大学 開設予定

学校法人 北海道武蔵女子学園は、
短大と共にこれからの女子教育を支え続けます。

北海道武蔵女子学園について

数にない実務の経験をもつ北海道の地に、
継続して育った女子の教育を行う
短期大学としての思いから、武蔵女子学園の
実務専らと短大の専らにより、1979年に
北海道武蔵女子短期大学が設立しました。
人間的文化を重んじてきました。

建築学科から下られた財源、設備を基に、
関係への貢献という「愛」を、常に受け継ぎ
丸呑みする教育の時代性を意識すること
教育の質を向上し、人権教育で学生と社会の
人間的文化を重んじてきました。

そのような日常型コミュニケーションに
基盤としたキャリア教育を通して社会
人としての「礼節」を身に付けてきた学生は、
いっしょに困難を克服し、成長を遂げ、社会から
高い評価を受けてきました。

10年先を見据えた力を、

女性の活躍を推進する時代は、一次で女性の働きやすさを確保する時代というところでもありますが、北海道武蔵女子学園は、女性の活躍
を促す活動を通じて、4年制大学も開校し、一人ひとりの可能性を最大限に伸ばす教育を推進しています。



札幌駅を中心とした商業地に近く、
充実した大学生活を
楽しめるキャンパスです。



学校法人 北海道武蔵女子学園
北海道武蔵女子大学 設置準備室
〒001-0002 札幌市中央区北20条西13丁目
TEL. 011-729-4111 MAIL: jushi@hms.ac.jp

4年制大学 経営学部 2024年4月 開設予定

北海道武蔵女子大学

北海道に

新しい

選択肢を

つくります。

伝統的に女性の活躍を推進することは必須となっています。
企業人からも「女性の活躍」に期待の声があがっています。

従来からある経営学部の学びの領域に、
データサイエンス、DX、AI、SNS、デザイン思考、マーケティング、心理など、
次代の企業経営を支える分野を加え、社会における実践力が発揮できる教育を展開します。

女子のための
経営学部
2024年4月
新大学
開設予定
(設置認可申請中)

北海道の女性の未来のために、「道内初」の経営学部が始まります。

これからの時代に必要とされる
“チカラ”とは？

変化に対応する力
新事業を次々と生み出しています。
株式会社 サイバーエージェント | 経営者 藤田 慎也 さん

共創する力
新しい事業を推進させます。
株式会社 アナールデザイン | 代表取締役 藤田 慎也 さん

**相手を想う気持ちや協働する姿勢が、
事業の発展につながります。**
株式会社 アインホールディングス | 代表取締役 水田 望穂子 さん

**現状の課題を解決する力、
商品を実践的に伝える力が必要。**
株式会社 クレシド | 代表取締役 岩田 敬司 さん

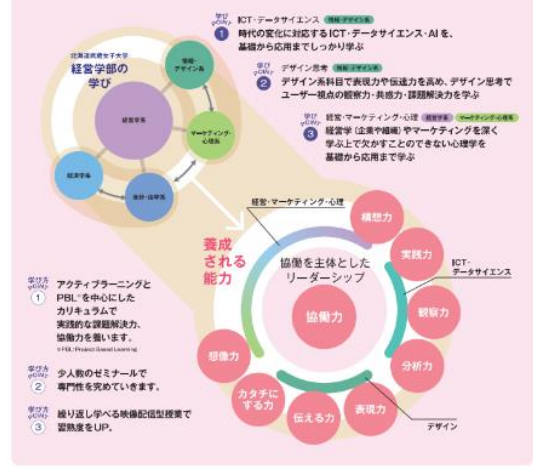
**DXを推進するほど、使いやすさを考慮した
デザイン思考での解決が求められるでしょう。**
日本アイ・ビー・エムデジタルサービス 株式会社 | 取締役 大島 昌幸 さん

**自ら考え行動する力が
事業展開に大きな実感をもたらします。**
株式会社 AIRDO | 代表取締役 池田 勇希 さん

**データを活用しながら、高品質な商品を
真心を込めてお客様にお届けすることが大切です。**
株式会社 イズエクスポート | 取締役 大塚 尚志 さん

**想像力、実践力が
北海道の未来を切り拓きます。**
株式会社 北洋銀行 | 代表取締役 中根 佳穂子 さん

新たな視点を持った、これまではない経営学部の学びで、
真に社会から求められ、活躍する女性を養成します。

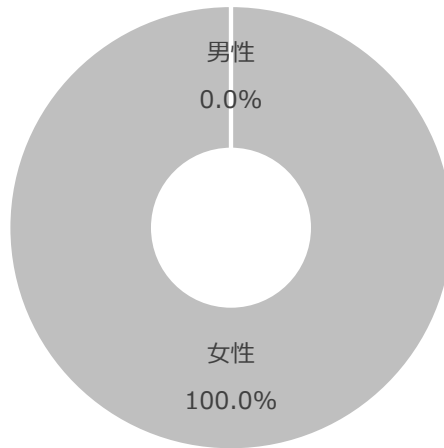


“学び”と“学び方”でチカラをつける

一貫した経営学と「ビジネス」の組みこまれた学びが、学生の学びの中心となる。学び、実践、連携する価値を重視する。基礎では、企業から求められているICT・データサイエンス、マーケティング心理、経営学、マーケティングの4分野から、マーケティングの4分野を重点的に学び、実践的な課題解決力を養成します。また、学び方については、多くの企業でグループワークを取り入れ、実践力を養成し、学生と企業がコミュニケーションを取りながら、他者と連携する中で自立して成長できる力を養成して、就職活動へより活躍していきます。



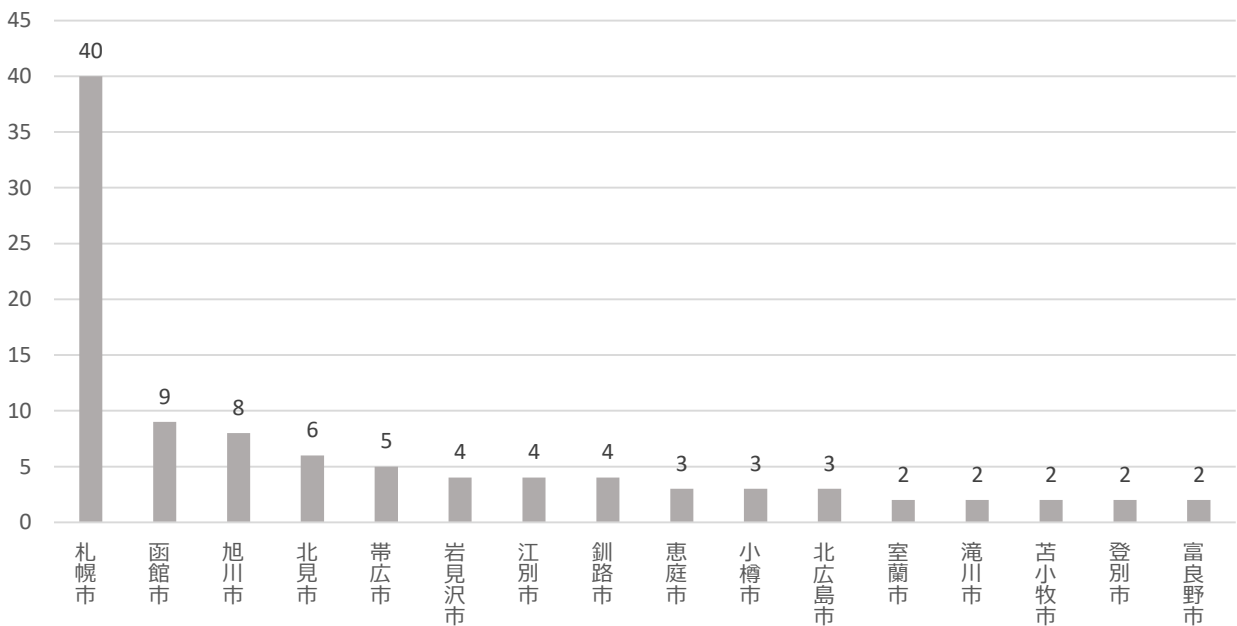
◆性別



(n=9,016)

◆高校所在地

(単位：校)

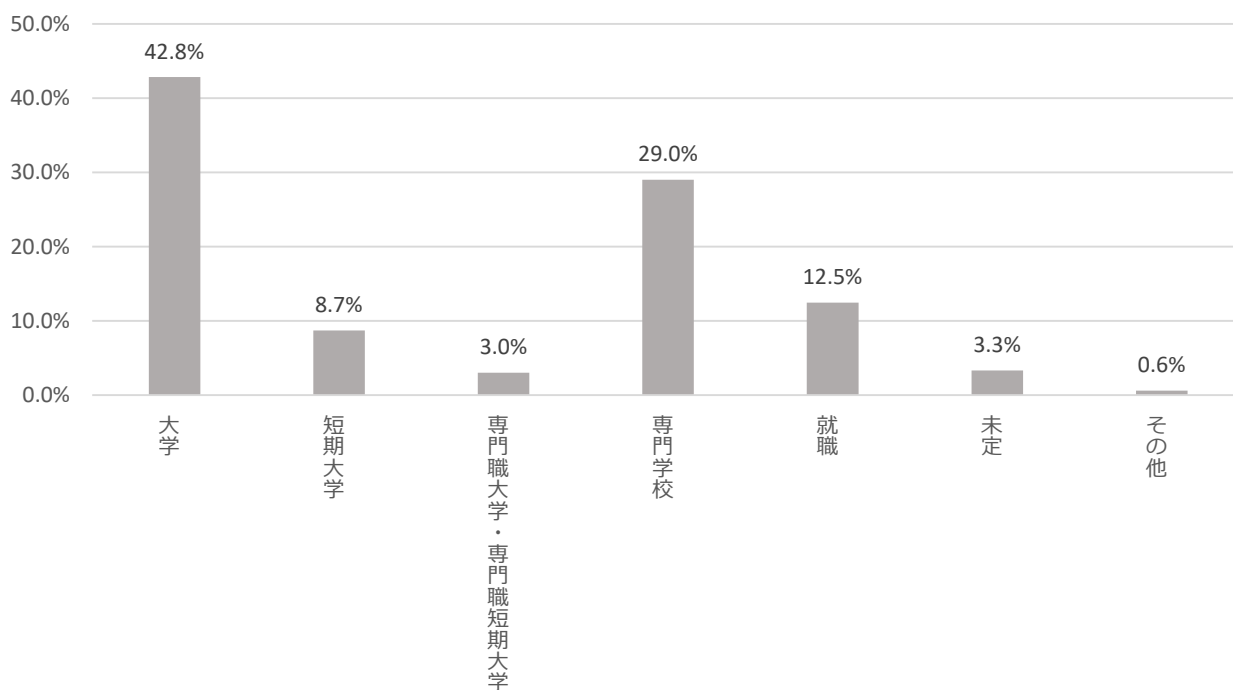


※上記グラフは複数校の回答があった市区町村の抜粋であり、他72市区町村から各1校ずつ回答を回収している。

(n=171)

◆ 高校卒業後の希望進路

Q3. あなたは高校を卒業後、どのような進路に進みたいと思っていますか？
以下の中からあてはまる選択肢を全て選んでください。(複数回答可)

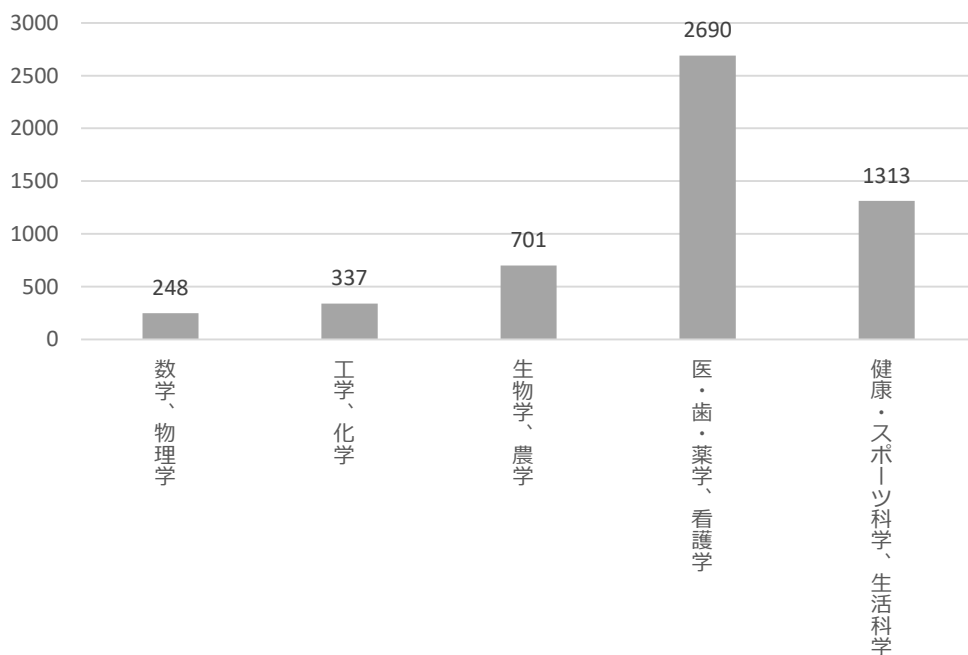
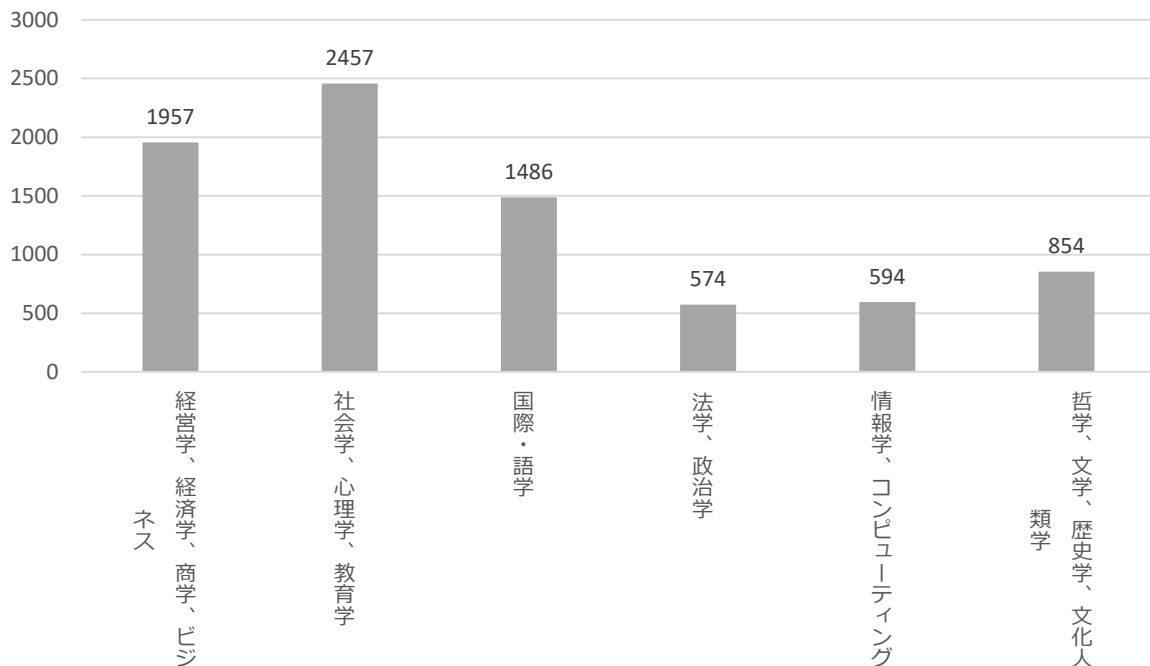


(n=9,016)

◆希望する学問系統

Q4. あなたはどのような学びの分野に興味がありますか？
以下の中から興味のある分野を全て選んでください。(複数回答可)

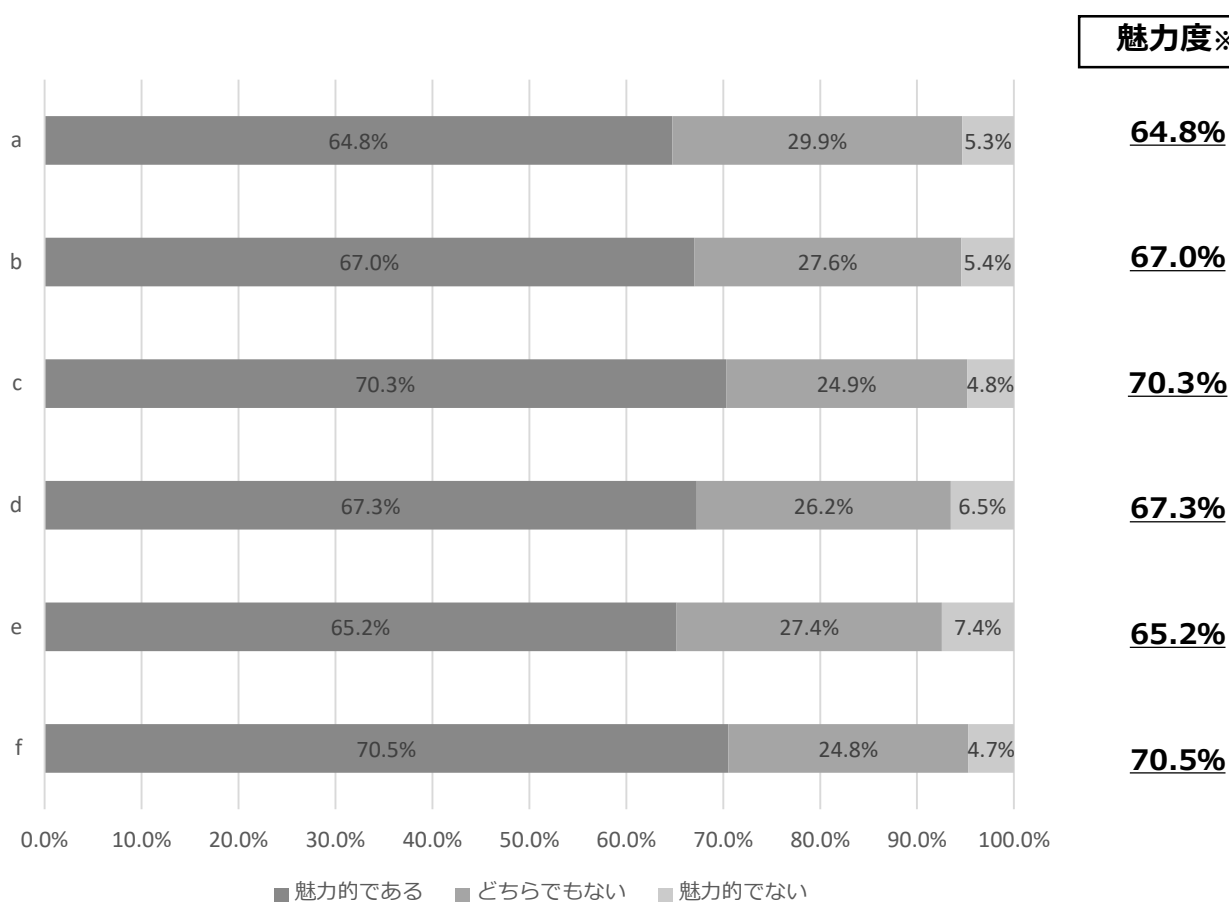
(単位：人)



(n=9,016)

◆特色に対する魅力調査

Q5. 「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」の教育課程は、企業からの意見も参考にしながら編成されています。下記のa～fの教育等の特色について魅力的であるかお答えください。(a～fそれぞれについて、あてはまる番号を一つ選んで○をつけてください。)



(各n=9,016)

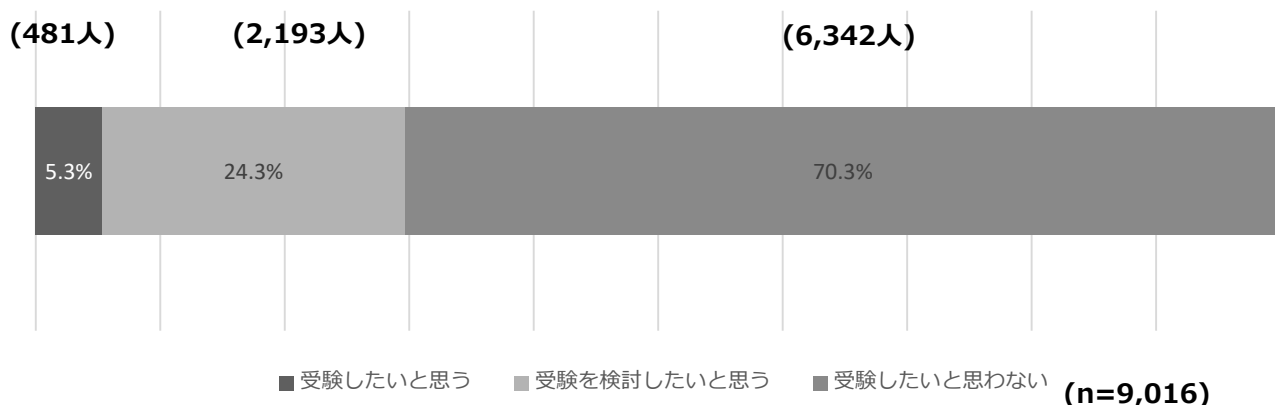
(※)魅力度は「魅力的である」と特色に対して肯定的な回答した割合
特色内容については次頁参照

◆特色一覧

北海道武蔵女子大学経営学部経営学科の特色	
a	少人数ゼミナール、アクティブラーニングとPBL（課題解決型学習）など、学生が中心となる主体的な学び
b	チームの連携・協働を促進し成果を生み出す、新しいリーダーシップ教育
c	心理学やマーケティングと経営学を融合した学び
d	デザイン系科目やAI、ICT、データサイエンスなどの新しい情報系科目による学び
e	繰り返し学んで習熟度をUPさせる映像配信型授業
f	社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底した就活サポート

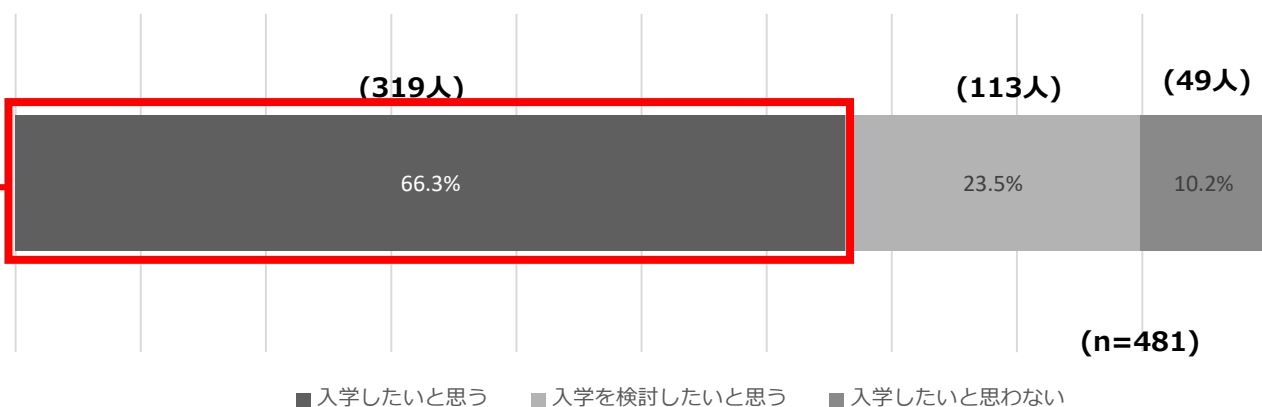
◆北海道武蔵女子大学(仮称)「経営学部経営学科」への受験意向/入学意向

Q6. あなたは、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」が開設された場合、受験してみたいと思いますか。



「受験したいと思う」を回答した481名を抽出

Q7. あなたは、「北海道武蔵女子大学 経営学部 経営学科」を受験して合格した場合、入学したいと思いますか。



319名が「入学したいと思う」 113名が「入学を検討したいと思う」と回答。(以降「入学意向者」とする) 定員80名の3.99倍である319名の入学意向者が確認できた。

◆ターゲットの特定

Q3.希望進路とQ4.興味のある学びの分野でクロス集計を実施

	経営・経済・商学・ビジネスの 学びに興味がある (Q4にて「経営・経済・商学・ビジネス」 を選択)	経営・経済・商学・ビジネス の学びに興味がない (Q4にて「経営・経済・商学・ビジネス」 を選択していない)	合計
4年制大学に 進学を希望する (Q3にて「大学」を選 択)	1,136 <small>※新設大学と希望進路が合致</small>	3,637	4,773
4年制大学に 進学を希望しない (Q3にて「大学」を選 択しない)	821	3,422	4,243
合計	1,957	7,059	9,016

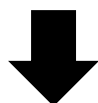
アンケート回答者9,016名のうち、希望進路にて「大学」・興味のある学びの分野にて「経営・経済・商学・ビジネス」と回答した者、つまり本学のメインターゲットとなる高校生は1,136名確認された。

※1,136名について次頁にて詳細分析を実施

◆入学意向者確保の可能性検証 (1/2)

「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」
が本学と一致している回答者
(本学のメインターゲット)

1,136名



Q6.受験意向とQ7.入学意向
でクロス集計を実施

メインターゲットのうち、本学への
受験意向・入学意向のある者
103名

	受験したいと思う	受験したいと思わない	受験を検討したいと思う	合計
入学したいと思う	103	29	70	202
入学したいと思わない	5	312	20	337
入学を検討したいと思う	39	159	399	597
合計	147	500	489	1,136

入学意向者に次いで、入学の可能性が高い層

39名

検討段階であり、広報による魅力訴求によって入学の可能性のある層

469名

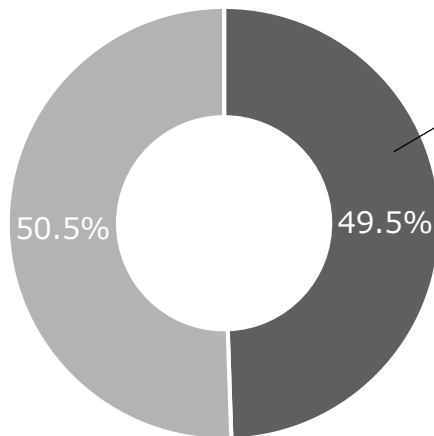
※469名について詳細分析を実施

◆入学意向者確保の可能性検証 (2/2)

「Q3.進路希望」、「Q4.興味のある学問分野」
が本学と一致している
かつ
「受験を検討したいと思う」と回答、
「入学したいと思う」「入学を検討したいと思う」
と回答した者

469名

検討中であると想定される469名が北海道武蔵女子大学（仮称）の特徴に対し
て、
どの程度魅力的に感じているのか、Q5の回答の結果により確認した



新設大学の特色6つ全てに
「魅力的である」を回答した高校生
232名 (49.5%)

■ 6つ全てに「魅力的である」と回答 ■ その他 (n=469)

北海道武蔵女子大学経営学部経営学科の特色		(n=469) 魅力的であると 回答した者の割合
a	少人数ゼミナール、アクティブラーニングとPBL（課題解決型学習）など、 学生が中心となる主体的な学び	77.4%
b	チームの連携・協働を促進し成果を生み出す、新しいリーダーシップ教育	79.7%
c	心理学やマーケティングと経営学を融合した学び	88.9%
d	デザイン系科目やAI、ICT、データサイエンスなどの新しい情報系科目による学び	75.7%
e	繰り返し学んで習熟度をUPさせる映像配信型授業	73.8%
f	社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」ブランドと徹底 した就活サポート	86.4%

→特色の「c」や「f」に対して魅力的であると回答した割合が特に高い

「調査の目的」

「北海道武蔵女子大学（仮称）」の設置構想がどの程度高校2年生の進学需要に合致するかどうかの程度入学意向者が確保できるか調査した。

「結論①」

アンケートの結果では319名の高校生から入学意向※1を確認できた、これは定員80名の3.99倍の値である。

この入学意向者のうち、進路希望と興味のある学問分野が本学と一致している者が103名確認でき、これは定員80名の1.29倍の値である。

よって、「北海道武蔵女子大学（仮称）」の学生確保の見通しは高い。

※1 入学意向者：「受験したいと思う」を回答し、かつ「入学したいと思う」と回答した人の数

「結論②」

進路希望と興味のある学問分野が本学と一致している者のうち、「受験したいと思う」かつ「入学を検討したいと思う」と回答した者が39名確認された。この層は、入学意向者について本学への入学の可能性が高い層であり、**本学のPRによって入学意向へとつながる可能性も十分考えられ、103名に加え、更なる入学意向者の確保の可能性は高い。**

「結論③」

進路希望と興味のある学問分野が本学と一致している者のうち、「受験を検討したいと思う」かつ「入学したいと思う」「入学を検討したいと思う」と回答した者が469名確認され、この層からの入学意向者の確保の可能性について検証した結果。

i) 469名のうち、232名（49.5%）が北海道武蔵女子大学(仮称)の特色すべてに対して魅力的であると感じている。

ii) 北海道武蔵女子大学(仮称)の特色のうち、特に「心理学やマーケティングと経営学を融合した学び（88.9%）」「社会のニーズに応えることで高い就職実績をあげてきた「就職の武蔵」「ブランドと徹底した就活サポート（86.4%）」に対して、より多くの魅力的であるという回答があった。

i)ii)より、現時点で検討している段階であると想定される469名のうち、49.5%は新設大学の特色全てを魅力的であると捉え、各特色に対して70%以上の魅力的であると回答があることから、新設大学は検討者層のニーズと合致しており、**現時点で検討している高校2年生に対しても、高い評価を得た2つの特色を中心に更にPRを強化することで、より多くの入学意向者を確保できる可能性がある。**