

学生の確保の見通し等を記載した書類

目次

- (1) 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況・・・p.2
 - ア 設置又は定員を変更する学科等を設置する大学等の現状把握・分析・・・p.2
 - イ 地域・社会的動向等の現状把握・分析・・・p.4
 - ウ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設定等・・・p.4
 - エ 学生確保の見通し・・・p.9
 - A 学生確保の見通しの調査結果・・・p.9
 - B 新設学部等の分野の動向・・・p.10
 - C 中長期的な18歳人口の全国的、地域的動向等・・・p.11
 - D 競合校の状況・・・p.12
 - E 既設学部等の学生確保の状況・・・p.13
 - オ 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果・・・p.14
- (2) 人材需要の動向等社会の要請・・・p.20
 - ① 人材養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）・・・p.20
 - ② 上記①が社会的、地域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.21

(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況

ア 設置又は定員を変更する学科等を設置する大学等の現状把握・分析

① 大学の現状や課題等に関する認識、及びそれらに対する検討、分析

本学は、岡山市内に位置し、2学部6学科（文学部：英語英文学科、日本語日本文学科、現代社会学科、人間生活学部：人間生活学科、児童学科、食品栄養学科）を設置し、全学の入学定員520人、収容定員2,080人の小規模大学である。

本学の志願者の出身高等学校の主な設置地域（以下「出身地域」という）は、兵庫県と中四国地域の各県である。平成29（2017）年度から令和4（2022）年度の全志願者数に対するその占有率は、岡山県約77%、香川県約12%、広島県約4%、愛媛県約2%、兵庫県約1%であり、岡山県の占有率が著しく高くなっている【資料1】。

本学の入学定員充足率は、納付金（文学部：初年度1,221,110円、2年次以降865,000円、人間生活学部：初年度1,223,410円、2年次以降868,000円）を据え置きつつ財務の健全化を図る方針のもとに、「平成31年度以降の定員管理に係る私立大学等経常費補助金の取扱について（通知）」（30文科高第454号、私振補第49号、平成30年9月11日、文部科学省高等教育局私学部長村田善則、日本私立学校振興・共済事業団理事長清家篤）まで、両学部ともに1.2倍を超えていた【資料2】。

本学は、「平成31年度以降の定員管理に係る私立大学等経常費補助金の取扱について（通知）」を受けて、入学定員管理の適正化を行うにあたり、財務の健全性を維持するために、食品栄養学科を除く5学科の入学定員をそれぞれ10人、大学として合計50人の定員増の認可申請と納付金の値上げを行うことにした。

収容定員増の認可申請にあたっての平均入学定員超過率は、「平均入学定員超過率に係る要件の改正」（令和元年大学設置等に関する事務担当者説明会資料、文部科学省高等教育局、令和元年12月19日）によって、本学のような大学全体の収容定員規模4000人未満の大学は、学部単位で1.15倍未満が示された。

本学は、令和3年度からの50人の収容定員増を目指して、この要件を満たすために全学の合格者数を平成30年度から徐々に減少させることとし、平成29年度に比べて平成30年度－139人、令和1年度－219人、令和2年度－308人とする【資料1】、平成29年度から令和2年度までの学部の平均入学定員超過率1.15倍未満を達成した【資料2】。そして、納付金を令和2年度から初年度で約14万円、2年次以降で約16万円、4年間で約62万円の増額とした。

本学の志願者の出身高等学校へは、入学定員の適正化に伴って入学定員増と納付金の増額をお願いする旨を丁寧に説明し、理解を得るための努力を重ねた。しかし、平成30年度から令和2年度にかけて毎年の合格者数を減少させたことによって、

特に岡山県内の高等学校において蓄積していた本学の入試に関するデータを活用した進路指導に混乱を引き起こし、志願者数の減少を招いてしまった。この減少は、令和2年度からの納付金の増額、さらに、高校生の入試志願動向を捉え切れなかった入試制度への変更、コロナ禍による高校生や保護者、進路指導担当者への対面による広報活動の抑制等が重なって、さらに顕著となったと分析している【資料1】。

本学の入試制度は、令和2年度入試まで長年に渡って入学定員に占める入試区分の割合を推薦入試約41%（公募制約21%、指定校約20%）、一般入試約52%（前期日程約45%、後期日程約7%）、センター試験利用入試約8%（前期日程約5%、後期日程約3%）に固定していた【資料3-1】。この入試制度を「平成33年度大学入学者選抜実施要項の見直しに係る予告の改正について（通知）」（30文科高第370号、平成30年10月22日 文部科学省高等教育局長義本博司）を受けて、令和3年度入試においては、入試制度検討委員会における議論を経て、入学定員に占める入試区分の割合を総合型選抜・学校推薦型選抜約45%（総合型選抜約35%、学校推薦型選抜約10%）、一般選抜・大学入学共通テスト利用選抜約56%（一般選抜約50%、共通テスト利用選抜約6%）とする制度を設けた【資料3-2】。この制度は、本学の意に反して、本学の姉妹校とカトリック系高校を除く他の高校生に対して学校推薦型選抜への受験の機会を閉ざす結果となった。

そこで、本学の入試に関する対応についての意見を高等学校から聴取するとともに、「大学の入学者選抜における英語4技能評価及び記述式問題の実態調査の結果」（資料3 大学入試のあり方に関する検討会議（第17回）R2. 11. 16）の入試方法（国公私・入学者数別）における、令和2年度の私立大学の入学者の割合はAO入試と推薦入試で約56%であるとする調査結果や「平成33年度大学入学者選抜実施要項の見直しに係る予告の改正について（通知）」の別紙2に記されている大学入学者選抜に係る新たなルールの趣旨を踏まえて、令和4年度入試においては、令和3年度の入試制度に加えて、新たに総合型選抜に英語検定型、学校推薦型選抜に進学実績中位校の生徒を対象とした探究活動重視型の入試区分をそれぞれ設けた【資料3-3】。しかしながら、この入試制度によっても本学への志願者の減少に歯止めがかからなかった。

一方で令和4年度に入り、対面による広報活動が容易となり、高等学校の進路指導担当者との面談において学校推薦型選抜に指定校推薦制の入試区分を設けることについての強い要望が非常に多く出された。また、「令和3年度国公立大学・短期大学入学者選抜実施状況の概要」（文部科学省、令和4年2月8日）に令和3年度大学入学者にしめる総合型選抜と学校推薦型選抜による割合として国立大学約18%、公立大学約30%、私立大学約58%の実績が示されている。これらのことを考慮して、令和5年度の入試制度には学校推薦型選抜に指定校推薦制、受験生を多面的に、総合的に評価する入試区分として、総合型選抜の専願に口頭型と筆記型、

学校推薦型選抜に併願と指定校、そして一般選抜に3教科型と2教科型、共通テスト利用に5教科型、2教科型を設けた【資料3-4】。また、令和4年度には、本学の副学長が高等学校を訪問して、入試広報に努めた。また、対面によるオープンキャンパスを再開させ、参加者に大学での学びの内容等を見学やデモンストレーションを駆使して伝えている。この夏の参加者数は増加している。詳細は、学生確保についての具体的な取組の項目で記す。

イ 地域・社会的動向等の現状把握・分析

① 地域や社会的動向等の大学学部における、現状や課題等に関する認識、及びそれらに対する検討・分析について

本学の就職者にしめる都道府県別の割合は、近年5年間の平均値で岡山県が最も高く、約72%、次いで香川県約9%、東京都約5%となっている【資料4】。

本学の就職率は、例年ほぼ約99%であり、高い比率を維持している【資料5】。このことは、業種別の就職率を中心に793大学のランキングを記載している『2023大学ランキング』（2022年4月30日発行、朝日新聞出版）にも示されている。この中には94項目のランキングがあり、本学はそのうちの26項目でランクインしている。他に『週刊東洋経済本当に強い大学』（2022年6月1日発行、東洋経済新報社）や『AERA MOOK 就職力で選ぶ大学2023』（2022年9月15日発行、朝日新聞出版）があり、同様に本学も掲載されている。本学は、これまで就職環境には恵まれているといえる。

具体的には、本学のこの5年間の就職希望者にしめる業種別就職者の割合で高い業種は、教諭約20%、医療・福祉と卸売業・小売業約15%、サービス業約14%、金融業・保険業約12%となっており、この5業種で全就職者の約76%をしめている【資料5】。全就職者にしめる都道府県別の就職者のこの5年間の平均割合は、岡山県約72%、香川県約9%、東京都約5%、大阪府約4%、広島県約3%となっている。岡山県内の就職者の割合は、極めて高く、入試の志願者【資料1】と同様に地元で強く依存している【資料4】。

また、日経BPコンサルティングによる「大学ブランド・イメージ調査（2020-2021）」（2020年11月25日発表）によると、中国・四国編大学ブランド総合力（ビジネスパーソンベース）において、本学は、国公立大学59校中、前回に続いて上位3位となっている。このようなことから本学の教育の成果は、社会的な評価を得てきているものと考えている。

ウ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設定等

① 情報デザイン学部の趣旨目的、教育内容について

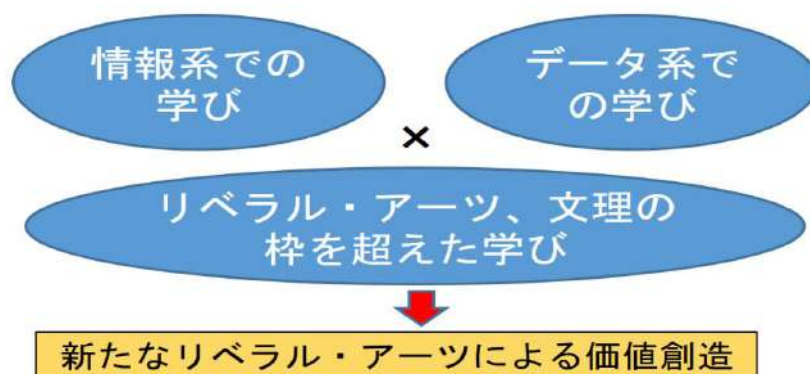
ICT と交通・輸送手段の発展によって社会のシステムの変化は、ローカルに、グローバルに、多様に、複雑に、急速に、予測を超えて拡大している。ここに潜む諸問題をグローバルに改善・解決する人材には、グローバルな思考と視座に根差した幅広い知識に加えて情報学とデータ科学、情報処理に関する高度な専門的知識と他者との協働などの汎用的能力が必要とされる。

そこで、本学は、建学の精神と教育理念で培った人間愛と倫理観、奉仕の精神を基盤にし、包容力豊かな地球市民として活力ある社会の持続的な発展に柔軟に対応し、デジタル社会を支え、社会の諸問題の改善・解決に貢献する有能な人材の育成を目的とする情報デザイン学部情報デザイン学科を設けることにした。

② 情報デザイン学科の趣旨目的、教育内容、定員設定等について

ICT の発展に伴って、数理・データサイエンス・AI を活用して社会の諸問題の改善・解決に貢献する人材の育成が望まれている。本学科は、本学の教育理念によるリベラル・アーツを基盤にして、情報学やデータサイエンスを駆使し、文系理系の枠組みを超えた視点で社会の諸問題を捉え、インターネットやデータ分析を活用した多様なアプローチでその問題の改善・解決に取り組み、社会の安全で持続的な発展に貢献する人材を育成する。

具体的には、下に示したように、本学の教育理念によるリベラル・アーツをデジタル技術に融合させた新たなリベラル・アーツの修得を目指し、建学の精神と教育理念で培った人間愛と倫理観、奉仕の精神を基盤にし、インターネット技術、プログラミング、セキュリティ・プライバシーを始めとする情報技術を学ぶ。



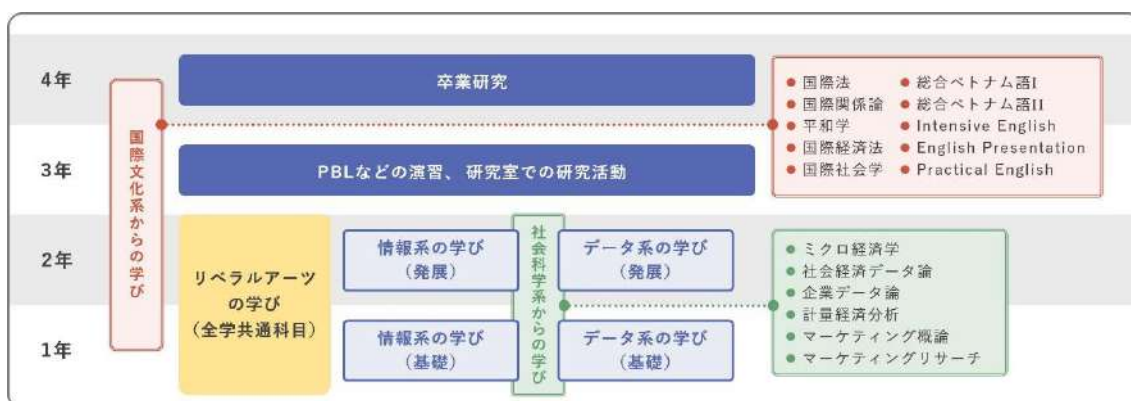
また、データを収集し、解析し、活用することで新たな価値を創造するための統計学や情報処理を学び、これからのデジタル社会を支える人材を育成する。

学科の教育内容は、全学共通科目を通したリベラル・アーツの学びを基盤とし、下に示したように学科科目である情報系での学び、データ系での学び、リベラル・アーツ、文理の枠を超えた学びとなっており、さらに卒業研究が課せられている。

それぞれの系での学びの科目構成は、①情報系科目：インターネット、プログラ

ミング、セキュリティ・プライバシー、アルゴリズム等、②データ系科目：ビッグデータだけでなく、自らデータを集め、分析、活用する統計学と情報処理等、③デジタル社会のリテラシー：セキュリティ、プライバシー、情報倫理等となっている。この三つの学び（①～③）を身につけ、さらに演習科目や PBL（Problem-Based Learning）をとおして修得した知識・技能の活用の体現を目指している。

学年配当と科目群は、下に示したように 1 年次で情報系の学びとデータ系の学びの基礎科目、2 年次で 1 年次での学びの内容の発展科目、3 年次で PBL などの演習、研究室での専門的な研究活動に入り、4 年次で卒業研究を深めるようになっている。また、国際文化学科の科目を履修し、グローバルな思考と視座を修得するとともに、社会科学系の科目を履修し、新たなリベラル・アーツによる価値創造に係わる能力の育成を目指したカリキュラムとなっている。



定員の設定は、1 学年 90 人、収容定員 360 人とした。入学定員の入試区分の割合は、国際文化学科と同様に、総合型選抜と学校推薦型選抜約 60%、一般選抜と共通テスト利用選抜で約 40%としており【資料 3-4】、文理の枠を超えた多様な入学者を受け入れる入試制度となっている。本学科は、「情報デザイン学科から、デジタル社会でしなやかに活躍し、力強く羽ばたこう！」を目的としており、多様な入学者による多様な学びによる活気ある授業やキャンパスの実現は、デジタル社会を支える人材の育成にも望ましい。そこで、教育の質と効果の面から入学定員は、きめ細かな指導の可能な 90 人に設定した。現（令和 4 年度）高校 2 年生女子を対象とした入学の意思に関するアンケート調査結果は後述するが、入学定員 90 人を上回る人の入学の意思が示されている。

専任教員数は 15 人とし、学科の教育に加えて全学共通科目の情報教育も担当し、学生のデジタル社会への関心を高め、リテラシーレベルの能力の育成に携わる。専任教員一人当たりの学科の学生数は、約 24 人である。

③ アやイで分析した課題に対して新設学科等がどのように貢献できるかについて

アやイで分析した本学の課題は、高校生の入試志願動向に応じた入試制度と新たな魅力を加えた入試広報による志願者数の回復であり、また、ICTの発達とグローバル化の進展に伴う予測の不可能な諸事象の問題の改善・解決に柔軟に迅速に対応し、平和で活気ある社会の持続的な発展に貢献する人材の育成に資する学科の新設である。

志願者数の回復については、(1) アにおいて、既述したように、令和5年度の入試制度には、受験生を多面的に、総合的に評価する入試区分として、総合型選抜の専願に口頭型と筆記型、学校推薦型選抜に併願と指定校、そして一般選抜に3教科型と2教科型、共通テスト利用選抜に5教科型、2教科型を設けた【資料3-4】。そして、既存の学科は、専門教育を土台にして、設置予定の情報デザイン学科との履修の相互乗り入れを行う方針であり、その教育内容を取り入れて、情報処理のリテラシーレベルの修得の機会を設けることによって、社会的要請にさらに広く対応した人材育成が可能となる。

本学は情報デザイン学科の設置を機に、全学科間の履修の相互乗り入れを完成年度後には積極的に行い、学生に多様な学びの機会を設け、時代の要請に柔軟に迅速に対応する教育体制を推進する。

④ 今、新学部を設置しなければいけない理由

イの①に記したように、本学卒業生の非常に多くが就職している地元の教育界ではGIGAスクールが拡充し、医療福祉、卸売業、金融業・保険業では急速にDX（デジタルトランスフォーメーション）が進んでいる。まさに、先端IT人材が2030年には54.5万人不足の予測や、デジタル推進人材の育成を2024年度末に年間45万人、2026年度までに年間230万人の体制を整えることや、デジタル技術を駆使したハイブリッド型教育への転換等についての提言（「我が国の未来をけん引する大学等と社会の在り方について」（第一次提言））教育未来創造会議、令和4年5月10日）によって、「日本の労働人口の49%が人工知能やロボット等で代替可能に～601種の職業ごとに、コンピューター技術による代替確率を試算～」（2015年12月2日、株式会社野村総合研究所）の推計結果を予見させる。

岡山県のDX化の現状は、帝国データバンクが2022年に県内に本店を置く企業を対象に実施した「DX推進に対する意識調査」によると、「DXへの取り組みに対して前向き」な企業の割合は36.2%に対して、「DXに取り組んでいる企業」は14.8%にとどまり、DXに取り組む上での課題として「対応できる人材がいない」が51.5%、次いで「必要なスキルやノウハウがない」が46.4%であった。

不足しているIT人材の育成を目指して、文部科学省は令和3年3月「数理・データサイエンス・AI教育プログラム認定制度（応用基礎レベル）」を創設し、「応用基礎レベル」については、「一定規模の大学・高専生（約25万人卒/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」とされており、数理・データサイエンス・AI の知識を、様々な専門分野へ応用・活用することができる能力を有する人材の育成を推進している。

このような社会的要請を踏まえ、情報デジタル化とデータの利活用に資するために本学では情報デザイン学部情報デザイン学科を設置し、情報科学の基礎知識と技能を修得し、情報システムとデータ分析を通して新たな社会的価値を創造し、社会を変革する人材を育成する。このために、ビッグデータの活用分析により経済動向の予測、社会政策の立案、企業の経営戦略・マーケティング・生産性向上等の分野で貢献を目指して、情報科学を軸として、高度化・複雑化が続く社会における課題を解決する情報学とデータ科学、それらの社会活用の教育と研究をとおして、情報科学技術に関する確かな知識技能、実践的な情報処理能力とデータ分析能力を身につける教育研究体制をとる。学生の活力、互いの切磋琢磨、クラスの活気と少人数教育の観点から入学定員を 90 人とする。

これらのことから、本学情報デザイン学科が、ディプロマポリシーで掲げている人材が今後必要となることは明らかである。

アの冒頭に記したように、本学の学部学科は、文学部に英語英文学科、日本語日本文学科、現代社会学科、そして人間生活学部人間生活学科、児童学科、食品栄養学科で構成されている。この既存の学科の教育に、上述したように、社会的要請に応じて、AI 戦略 2019 の教育目標（2025 年）のリテラシーレベル（数理・データサイエンス・AI 教育プログラム認定制度、文部科学省）を織り込みつつ、ICT とグローバル化の進展に対応した多面的な学びを促進することが課題となっている。本学は、社会の変化とその要請に柔軟に持続的に対応するために、教育理念に基づいて新たに設置する情報デザイン学科と既存の学科との連携を通して大学全体の教育のさらなる充実を図ることにした。

⑤ 新設学科の入学金、授業料等の学生納付金の額と設定根拠について

学生納付金は、設置予定の学科の志願の際に併願が予測される本学（NDSU）近隣の当該学科を有する私立と公立大学について、該当大学の HP 等の額を一覧表【資料 6】にまとめた。

本学の情報デザイン学科の納付金は、既存の文学部を基準にして、教育充実費を受益者負担に基づいて 44 万円とし、125,000 円（440,000（円）－315,000（円）＝125,000 円）高く設定した【資料 6】。これは、授業等に供する情報処理の備品等（約 2 億円）を 4 年ごとに更新することを前提に学生数で案分して算出した額に相当する（2 億（円）/4（年）/400（人）＝125,000 円/年・人）。4 年間の納付金は、既存の文学部の学科よりも 50 万円、人間生活学部の学科よりも約 49 万円の高額となっている。また、各納付金は、本学にくらべて表の本学を除く私立大学の平均額

は、入学金、授業料、初年度納付金、4年間の納付金はともに本学よりも高額となっている。なお、武庫川女子大学社会情報学部社会情報学科の初年度納付金、次年度納付金、4年間納付金は、本学の情報デザイン学科とほぼ同額となっている【資料6】。

本学の設置予定の情報デザイン学科の学生納付金は、上記のように私立大学としては妥当な額であるといえる。

エ 学生確保の見通し

A. 学生確保の見通しの調査結果

本学の志願者の出身地域である兵庫県、中四国地域各県や九州地域の福岡、長崎、熊本の3県の本学への出願実績のある高等学校の現（令和4年度）2年生の女子生徒を対象にして設置予定の学科に関するアンケート調査を第三者（株式会社進研アド）に依頼して令和4年10月初旬から11月中旬にかけて実施した。

アンケート調査の実施にあたって①学部学科の名称、②設置の理念、養成する人材像、③設置場所、アクセス、④学生納付金、⑤競合する大学・学部の名称等を記載したリーフレットを作成した。そして、調査時に調査対象者へアンケート用紙とともに配布した。その中には「掲載内容は予定であり、変更の可能性があります」、そして新学科は令和6年4月開設予定（設置構想中）であることを明記した。

調査後に回収されたアンケート用紙は、直接に高等学校から第三者（株式会社進研アド）へ返送され、入学意向の回答結果がクロス集計された。

アンケート調査の標本総数と対象高等学校の所在地域の標本数については、下の表に示した。標本数は、総数9,222であり、中国地域5,221、四国地域3,26と中国四国地域で標本総数の約90%をしめている。

アンケート調査の対象高等学校の所在地域の標本数

アンケート調査	標本総数	対象高校の所在地域				
		近畿	中国	四国	九州	その他
標本数	9,222	472	5,126	3,265	333	26
標本総数対比 (%)		5.0	55.6	35.4	3.6	0.3

大学進学者に限定した入学意向は、①興味のある学問分野、②進路希望、③受験意向、④入学意向の回答の①興味のある学問分野に理学を加え、さらに、本法人の設置校である清心女子高等学校で公正に実施したアンケート結果を含めてクロス集計して下の表に示した。このことにより、標本数は9,356となった。興味のある学問系統が情報デザイン学科関連学問系統で「受験したい&情報デザイン学科に入学したい」の回答数が131であり、入学定員90人を上回っている。

情報デザイン学科への入学意向数

学問系統	入学定員	標本総数	受験したい&情報デザイン学科に入学したい
情報デザイン学関連	90	3,346	131

上記のように、入学意向の回答結果のクロス集計から、設置予定の情報デザイン学科の入学定員の確保は可能であると考えられる。

なお、入学意向の調査時には、「国際文化学科」と「情報デザイン学科」を同時に設置することを検討していたために、学部学科の名称を「国際情報学部 国際文化学科」、「国際情報学部 情報デザイン学科」と記載している。また、上記のように、調査対象者には、学部学科名称には（仮称）と表記し、名称や内容は構想中のものであり、変更の可能性があることを明記した上で調査を行っている。

学部学科の名称を「国際情報学部 情報デザイン学科」から「情報デザイン学部 情報デザイン学科」へと変更したことにより、想起される学問内容や職業のイメージが大幅に変わるものではなく、「情報デザイン学部 情報デザイン学科」の調査結果としての読み替えは可能であるとする。

アンケート調査と入学意向の回答結果のクロス集計に関する資料は、資料目次の各資料の題目の次に別添する。

B. 新設学部等の分野の動向

設置予定の情報デザイン学科はデータサイエンス系学科であり、これと同分野となる近隣の大学を【資料 7】に示した。その私立大学では、工学部に情報系の学部学科は多いが、データサイエンス系の学科は少なく、令和 5 年度に近隣の女子大学 2 校でデータサイエンス系の学科の新設がHP 等で報じられている。そこで、最近設置された東京の私立大学を参考のために表に加えた。また、国公立大学では、データサイエンス系の学科が 4 校に設置されている。これら（【資料 7】）の大学の入試状況（令和 2 年度～4 年度）をみると、平均値で、私立大学の入学定員 133 人、志願者数は令和 2 年度約 2,000 人に比べて令和 3 年度と令和 4 年度は半減した約 1,100 人、志願倍率（志願者数/入学定員）は令和 2 年度約 32 倍に比べて令和 3 年度、令和 4 年度約 12 倍とその約 40%に低下し、入学定員充足率は 1.0 倍であった。入学生にしめる女子学生の比率は、20～27%であった。また、国公立大学の入試状況は、平均値で、入学定員 95 人、志願者数 400 人前後、志願倍率（志願者数/入学定員）4 倍程度、入学定員充足率 1.0 倍程度であった。入学者にしめる女子学生の比率は令和 3 年度、令和 4 年度で約 37%であった。入試状況は、私立大学に比べて安定しており、また、女子学生の比率も高かった。

データサイエンス系の学科の設置の歴史は浅く、社会的要請を反映して近年設置数の増加がみられるが、学科の学びの内容や卒業後の進路に関する高校生の認知は他分野に比べて低い可能性がある。本学は、高校生の入試志願動向を踏まえて、本学への志願地域を重点に女子高校生や保護者、高等学校の進路指導担当者に向けた広報活動を勢力的に行うことにしている。

C 中長期的な 18 歳人口の全国的、地域的動向等

全国的動向については、我が国の 18 歳人口は、平成 4 年度の約 205 万人をピークに平成 20 年度の約 124 万人まで約 85 万人減少したが、大学進学者数はその間に約 11 万人増加した。また、平成 20 年度から平成 29 年度までその人口は、約 120 万人と横ばいで推移したが、大学進学者数は約 3 万人の微増となっている。その増加は、大学進学率の直線的な大幅な上昇によるものである。さらに、平成 30 年度から 18 歳人口の減少が始まって令和 22 年度には約 88 万人となって約 32 万人の減少が予測され、大学進学率は横ばいとなり、大学進学者数も約 51 万人と約 12 万人の減少になると予測されている（「2040 年を見据えた高等教育の課題と方向性について」、文部科学省）。しかし、令和 3 年度の大学進学者数は、前年度に比べて約 2,000 人、女子で約 3,000 人の微増となっている（「令和 3 年度学校基本調査（推定値）の公表について」、「-人口統計資料（2022）-」、文部科学省）。

地域的動向については、本学の志願者の主な出身地域である中・四国地域の高等学校について記す。中・四国地域の 18 歳の女子人口について令和 3 年度から令和 15 年度までの 13 年間の人口とその指数の推移を 5 年おきに見ると、令和 3 年度に比較して、令和 8 年では中国地域で -1,799 人、-5.4%、四国地域で 1-,210 人、-7.2%、令和 13 年度では中国地域で -3,146 人、-9.4%、四国地域で -2,910 人、-12.4%、また、令和 15 年度では中国地域で -4,146 人、-12.4%、四国地域で -2,797 人、-16.3%と予測されている。この中・四国地域の全体（男女）人口とその指数の減少傾向は、全国と同様である。また、四国地域で減少幅は、全国と比べて大きくなっている【資料 8】。

現役高校生女子の進学率とその指数について平成 24 年度から令和 3 年度までの推移を見ると、平成 24 年度に比較して令和 3 年では、中国地域男女で進学率約 4%、指数約 9%、四国地域男女で進学率約 7%、指数約 15%とそれぞれ増加している。この傾向は、全国の女子と同様であり、全国と中・四国地域においては女子がいずれの値も男子よりも高くなっている【資料 9】。

本学は女子大学であるので、本学の志願者の出身地域の女子生徒のみの入試志願動向に焦点を当てて記す【資料 10】。本学の志願者の出身地域である兵庫県と中四国地域の各県について、平成 24 年度から令和 3 年度までの高校生の女子について卒業者数、進学者数、進学率、地元残留率の推移をみると次のようになっている。

卒業生数は、平成 24 年度から令和 3 年度にかけて、香川県では微増、他県では横ばいもしくは減少している。具体的には、平成 24 年度に比較して令和 3 年度まで、兵庫県、岡山県ではほぼ横ばいであるが、ほかの県では漸減し、特に鳥取県、島根県、徳島県、愛媛県、高知県で 10% を超えて減少し、広島県と山口県で 6~8% の低下となっている。進学者数と進学率は、いずれの県でも漸増している。進学者数は、卒業生数の減少にもかかわらず、進学率の上昇に支えられて、増加している。また、令和 3 年度の地元残留率は、兵庫県と広島県で 50% を超えており、岡山県で約 50%、徳島県で約 42% となっている。特に、鳥取県、島根県、山口県、香川県、愛媛県、高知県の地元残留率は低くなっている。本学は、設置予定の学科や類似の学科への進学志望者の岡山県からの流出者を抑えるとともに、地元残留率の低い県からの志願先となる可能性がある【資料 10】。

また、本学の志願者の出身地域の 18 歳女子人口は、令和 3 年度から令和 15 年度にかけての大きな減少が予測されている【資料 11】。その減少幅は、兵庫県と鳥取県、島根県で約 12%、岡山県で約 14%、広島県で約 7%、山口県で約 21%、四国の各県で約 17% となっている。その減少予測の経年的な推移を新学科の設置予定の令和 6 年度を基準にして見ると、広島県で令和 13 年度、兵庫県と愛媛県で令和 12 年度、鳥取県、岡山県、山口県で令和 11 年度、徳島県で令和 8 年度まで女子の人口の減少は見られない。しかし、鳥取県、香川県、高知県では令和 7 年度以降減少している。このような 18 歳人口の推移の予測を考慮すると、新学科の設置時期・年度は早い方が学生の確保には望ましいと考えられる【資料 11】。

本学は、設置予定の学部学科の教育理念に基づく教育方針、学びの特徴と内容、卒業後の進路等に関する制作物等による広報や説明会、高大連携を充実させ、志願者の岡山県からの流出を抑え、本学の志願者の出身地域、特に地元残留率の低い県への広報活動を強化し、学生の確保に努めることになる。

D. 競合校の状況

① 情報デザイン学科について

設置予定の情報デザイン学部情報デザイン学科と類似する学部を有する私立大学を学部の名称から競合校と称して京阪神以西地域についてあげた【資料 12】。京阪神以西の競合校を見ると、いずれの入試状況も増加して、令和 4 年度における合計値は、入学定員は約 3,500 人で令和 2 年度より約 600 人、志願者数は約 64,000 人で令和 2 年度より約 19,000 人、合格者数は約 18,000 人令和 2 年度より約 5,000 人、入学者数は約 3,900 人で令和 2 年度より約 1,000 人増加した。入学定員充足率は約 1.1 倍であった。このように、令和 4 年度は令和 2 年度と比較していずれの入試状況も増加している。この増加傾向は、デジタル時代に対応した社会システムの変革に伴った人材需要の増大を背景に今後も続くと考えられる。

本学の主な志願者の出身地域である中国地域には、競合校となる岡山理科大学と広島工業大学の私立大学 2 校【資料 12】と叡啓大学の公立大学 1 校がある【資料 7】。本学は、この地域と競合校のない四国地域において私立大学の情報学部や類似する学部への志願者の獲得に努めることになる。

E. 既設学部等の学生確保の状況

① 既存の学科の定員充足の状況について

過去 5 年間の既存の学科の入学志願状況等を【資料 13】に示した。先に記したように（【資料 1】、【資料 2】）、定員管理の厳格化の遵守の必要性から、財務の健全性の維持のために入学定員の増加に際し、その認可申請条件の定員超過率 1.15 倍未満を満たすために令和 2 年度入試において合格者数と入学者数を急激に減少させ、高等学校の進学指導に混乱を招いた。加えて、同年度から学生納付金を大幅に値上げした。このことが、本学への志願者数減少の因子となり、過去 5 年間の既存学科の入学志願状況（【資料 13】）に表れている。

令和 2 年度に入学定員増の認可申請を行うにあたり、合格者数と入学者数を急激に減少させ、令和 3 年度に食品栄養学科を除く 5 学科でそれぞれ 10 人の定員増を行った。このことによって、定員充足率は、令和 2 年度又は令和 3 年度の入試でこれまでにない低い値を示したが、令和 4 年度入試においてその上昇がみられ、日本語日本文学科、人間生活学科、食品栄養学科においては入学定員を満たすまでに回復している【資料 13】。

令和 5 年度入試では入試制度を高校生の入試志願動向に沿うように改めている【資料 3-4】。この成果は、現代社会学科の総合型選抜と学校推薦型選抜の令和 5 年度の志願者数が令和 4 年度に比べて約 1.7 倍と増加したことに表れている。この増加は、他学科においても同様である【資料 15】。現代社会学科の令和 5 年度の入学定員充足率は令和 4 年度に比べて高くなることが推定される。

② 学科間の併願状況（延べ人数、実人数、併願人数）について

志願者数、受験者数、合格者数の延べ人数、実人数、併願人数について、平成 30 年度から令和 4 年度入試について【資料 16-1～16-5】に示した。また、大学全体の平成 30 年度から令和 4 年度の 5 年間の志願者数、受験者数、合格者数に占める実人数と併願者数の推移を【資料 16-6】に示した。

志願者数の延べ人数、実人数、併願者数の推移を大学全体で見ると（【資料 16-1～16-5】）、その延べ人数は、平成 30 年度入試の 2,437 人から経年的に減少し令和 4 年度入試では 1,193 人と平成 30 年度の約 50%となっている。実人数は、平成 30 年度入試の 1,372 人から経年的に減少し令和 4 年度入試では 891 人と平成 30 年度

の約 65%となっている。併願者数は、平成 30 年度入試の 1,065 人から経年的に減少し令和 4 年度入試では 302 人と平成 30 年度の約 28%となっている。志願者の実人数に比べて併願者数の減少が顕著である。受験者数は、受験の欠席者が数%以内と少ないために、志願者数と同様の傾向となっている。全入試の延べ人数に対する併願者の割合、併願率(%)は、志願者、受験者ともに約 40%となっている。合格者に占める併願者の割合、併願率は、平成 30 年度入試の 17%から令和 4 年度入試では約 20%と高くなっている。

大学全体の平成 30 年度から令和 4 年度の 5 年間の志願者数、受験者数、合格者数に占める実人数と併願者数の推移【資料 16-6】をみると、実人数は、5 年間に、志願者数で 481 人、受験者数で 466 人減少している。合格者での変化は少ない。また、併願者数は、5 年間に、志願者数で 763 人、受験者数で 758 人減少し、ともに実人数の約 1.6 倍となっている。また、合格者数に占める併願者の割合は約 20%増加している【資料 16-6】。

令和 5 度入試は、これ以前の制度に比べて、多様な入試区分を設けており（【資料 3-4】）、上記の志願者数、受験者数、合格者数の延べ人数、実人数、併願人数の令和 5 度入試の実績を分析し、アドミッション・ポリシーと受験生の入試志願動向に応じた具体策の立案が必要である。

オ 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

- ① 学生確保についての具体的な取組（予定を含む）及び取組の実施により見込まれる効果について

本学は、学生確保についての具体的な取組の手段として、制作物、Web、SNS 広告、高校訪問、イベントを用いている。その具体的な内容と取組の実施、見込まれる効果について、個別に記すと次のようになっている。

制作物による広告について

・大学案内（キャンパスガイド）

受験生、保護者、高等学校・予備校の教員等を対象にして、本学の教育方針・教育内容・教育研究環境などに関する情報を広く周知している。制作部数は、令和 2（2020）年度 19,000 部、令和 3（2021）年度 18,000 部、令和 4（2022）年度 18,000 部であった。配布先は、資料請求者・高等学校・予備校・塾やオープンキャンパス参加者、進学相談会への参加者である。また、Web で閲覧可能なデジタルパンフレットの作成、ホームページへの掲載を行っている。見込まれる効果は、本学の教育に関する基本的な情報についての理解である。

・就職情報サマリー

毎年度5月1日時点における最新の就職情報が掲載されている。各学科の就職先及び就職率、教員・保育士採用試験合格者数、管理栄養士国家試験合格率等のデータに加え、就職支援を行うキャリアサポートセンター及び教職・保育職支援を行う教職支援センターの支援内容等も掲載されている。作成部数は、令和2（2020）年度19,000部、令和3（2021）年度18,000部、令和4（2022）年度18,000部であった。配布先は、資料請求者・高等学校・予備校・塾やオープンキャンパス参加者、進学相談会への参加者である。見込まれる効果は、就職状況、国家試験の合格率や就職支援の内容の周知である。

・入学者選抜要項

各種入学者選抜の内容及び日程、スケジュール、入学試験会場やWeb出願に必要な準備、出願手順等が掲載されている。作成部数は、令和2（2020）年度～令和4（2022）年度の各年度13,000部であった。配布先は、資料請求者・高等学校・予備校・塾やオープンキャンパス参加者、進学相談会への参加者である。見込まれる効果は、志願者への各種入学者選抜に関する全般的な情報の提供と周知である。

・オープンキャンパスチラシ

当該年度に実施されるオープンキャンパスの概要及び日程を案内するためのチラシである。令和2（2020）年度からは新型コロナウイルスの影響もあり来学形式のオープンキャンパスと併せWebオープンキャンパスを開催することとなったことから、表面にWebオープンキャンパス、裏面に来学式オープンキャンパスの内容を掲載などの工夫を毎年状況に応じて凝らしている。作成部数は、令和2（2020）年度～令和4（2022）年度の各年度16,000部であった。配布先は、資料請求者・高等学校・予備校・塾・オープンキャンパス参加者、進学相談会への参加者である。見込まれる効果は、参加の生徒・保護者への学科の学びの内容、就学支援・就職支援・就職先・就職率の案内、クラブ活動等の課外活動の説明、大学・研究室案内、各種入学者選抜に関する全般的な情報の提供をとおして、本学の教育に関する理解と入試の実施内容についての周知である。

Webによる広告について

・大学公式サイト受験生サイト

受験関連の情報のみを集約したウェブサイトで、入試情報、オープンキャンパス情報、学科情報等を掲載するとともに、受験関連の最新情報を提供している。見込まれる効果は、令和2年(1-12月)、令和3年(1-12月)、令和4年(1-10月)のユーザー、セッション、PV数から、令和2年から令和4年にかけてPV数には大きな変化はないが、ユーザー約26,000から約65,000、セッション約53,000から約

88,000 へと増加し、このサイトの役割は経年的に高まっている。

- Web オープンキャンパス

Web 上で本学在学生のメッセージや在学生を多く特集したコンテンツ、各学科教員による学科紹介ムービー、入試説明ムービーを閲覧することができる。見込まれる効果は、令和 2 年(1-12 月)、令和 3 年(1-12 月)、令和 4 年(1-10 月)のユーザー、セッション、PV 数から、令和 2 年から令和 4 年にかけて、ユーザー約 3,000 から約 2,000、セッション約 4,000 から約 2,500、PV 数約 11,000 から約 9,000 へと経年的に低下しており、これは来校式のオープンキャンパスの開催によるものと推察され、Web オープンキャンパスとの併用においては大きくないと推測される。

SNS による広告について

- Facebook

本学の各種イベント情報や最新情報を提供している。Facebook 上の記事から本学 Web サイトにアクセスできるよう各記事にはリンクを掲載している。見込まれる効果は、令和 2 年(1-12 月)、令和 3 年(1-12 月)、令和 4 年(1-10 月)のユーザー、セッション、PV 数から、令和 2 年から令和 4 年にかけて、ユーザー約 3,000 から約 2,300、セッション約 5,000 から約 3,500、PV 数約 11,000 から約 7,500 へと経年的に低下しており、いずれの指標から判断しても大きくないが、ユーザーの特性を考慮した工夫が必要である。

- Twitter

本学のアカウントを作成し、本学の各種イベント情報や最新情報を提供している。Twitter の特徴である短文形式を活かし、Twitter から本学 Web サイトへ誘導する記述方法を行っている。

見込まれる効果は、令和 2 年(1-12 月)、令和 3 年(1-12 月)、令和 4 年(1-10 月)のユーザー、セッション、PV 数から、令和 2 年から令和 4 年にかけて、ユーザー約 4,000 で変化ない、セッション約 7,000 から約 6,000、PV 数約 7,000 と変化がなく、このサイトのアクセス状況を見るとほぼ一定している。

- Instagram

本学のアカウントを作成し、本学の様々な風景やイベント風景、ムービーを掲載している。ビジュアルから本学に興味を持ってもらえるよう印象的な写真を多く投稿している。見込まれる効果は、令和 2 年(1-12 月)、令和 3 年(1-12 月)、令和 4 年(1-10 月)のユーザー、セッション、PV 数から、令和 2 年から令和 4 年にかけて、ユーザー80 から 743、セッション 131 から 1,013、PV 数 501 から 3,645 へと経年的に増加しており、今後のアクセス状況を観察して評価する必要がある。

- YouTube

本学のアカウントを作成し、本学の様々なイベントや学科紹介、施設設備紹介等の幅広い内容のムービーを100本以上掲載している。見込まれる効果は、令和2年(1-12月)、令和3年(1-12月)、令和4年(1-10月)のユーザー、セッション、PV数から、令和2年から令和4年にかけて、ユーザー639から420、セッション800から507、PV数1,347から927へと経年的に減少しており、今後のアクセス状況を観察して評価する必要がある。

動画、新聞、駅・車内の広報について

・動画(TV/Web)広告

15秒CMとして、本学の象徴的なノートルダムホール本館、アカデミックドレス及び聖堂を印象的に登場させる映像を作成している。15秒という短い時間で本学を印象付けるために、画面上に表示させる文字は可能な限り少なくし、ビジュアルを記憶に残す構成となっている。掲載域と頻度は、テレビが岡山県・香川県・広島県・山口県・鳥取県・島根県・愛媛県・高知県において7月・9月・12月である。また、LINEとTikTokから受験サイト等へのアクセスを導いている。

LINEについての見込まれる効果は、令和2年(4-12月)、令和3年(1-12月)、令和4年(1-10月)のユーザー、セッション、PV数から、令和2年から令和4年にかけて、ユーザー19から1,603、セッション99から4,090、PV数1,469から12,154へと経年的な大幅の増加を示しており、大いに期待できる。

TikTokについての見込まれる効果は、令和3年(8-11月)、令和4年(1-10月)のユーザー、セッション、PV数から、令和3年から令和4年にかけて、ユーザー21から26,303、セッション24から27,234、PV数43から30,416へと、期間は異なるが、著しく増加しており、極めて大きい。

上述のようにTwitter、Instagram、LINE、TikTokは、入試広報活動に有効であり、積極的な活用が望まれる。と同時に大学の公式サイトやその特設サイト等の充実は必須である。このことを踏まえて大学の公式サイトや特設サイト等の改修を検討することとしている。

・新聞広告

山陽新聞(岡山)と四国新聞(香川)の大学入学共通テスト実施翌日に掲載される大学入学共通テスト問題の記事の下段に掲載している。見込まれる効果は、掲載している紙面は高校生やその保護者、高校教員等の閲覧が予測され、本学の一般選抜や大学共通テスト利用入試への注目を高めることにある。

・駅構内広告

高校生の利用頻度も高い岡山駅、坂出駅、高松駅に広告を掲示している。見込まれる効果は、駅の利用客への本学の存在のアピールにある。

高校訪問について

・入試広報担当参与

入試広報部長と3名の参与が広報地域を分担して高校訪問を行っている。広報地域と訪問高校数は、本学の志願者の出身地域である兵庫県、中・四国地域、九州・沖縄地域で、合計120校を訪問している。訪問時期は、6月、9月、12月、翌年2月の4回で、分担者が同じ高校へ訪問している。訪問時には、オープンキャンパスや総合型選抜、学校推薦型選抜、一般選抜、大学入学共通テスト利用入試等に関する説明と学科に関する広報を行っている。また、訪問の際には、広報スケジュールに沿ってキャンパスガイドや入学者選抜要項、大学紹介ポスター、教員紹介ポスター、オープンキャンパス/Web オープンキャンパスのチラシ、オープンキャンパスポスターを持参している。見込まれる効果は、本学の入試に関する進路指導担当教員の理解と生徒の進学相談に活用できる情報の提供にある。

・大学の教員による高校訪問

令和2年度、令和3年度は、コロナ禍の影響で休止していたが、令和4年度から再開した。約30人の教員が、入試広報参与の訪問する高校のうちから入試広報部の指定した50校程度を訪問し、訪問教員の所属する学科の学びの内容や進路について進路指導担当教員へ説明している。

見込まれる効果は、高校の進路指導担当教員への学科の学びの内容の説明によって、その情報が進路指導に活用されることにある。

・出張講義（高大連携）

ウェブサイトには50名の教員によるテーマが掲載されており、その中から高等学校からの申し込みを受けて出張講義を行っている。実施件数は、令和2年度はコロナ禍で休止し、令和3年度5件であった。見込まれる効果は、生徒が講義の内容を理解し、大学の講義の一端を知ることにある。

イベントについて

・入学者選抜説明会

毎年6月に高等学校の教員対象の入学者選抜説明会を本学で実施していたが、令和2年度はコロナ禍のため参加者が分散するように学内で3回実施した。令和3年度からはZoomで複数回行った。参加者は、令和2年度57人、令和3年度54人、令和4年度56人であった。見込まれる効果は、高校の教員への次年度の入学選抜要項の説明をとおして入学者選抜の内容の周知にある。

・オープンキャンパス

年5回、6月、7月、8月、9月、翌年3月に予約制で実施している。その主な内

容は、在學生による相談、在學生によるキャンパスツアー、学科のイベントや教員によるミニ講義、入試概要説明、就学支援等の各種相談コーナーである。参加者は、令和1年度の6月に生徒260人、7月に生徒225人、保護者147人、計372人、8月に生徒501人、保護者264人、計765人、9月に生徒283人、保護者275人、計558人、翌年3月はコロナ禍で中止、年間で生徒1185人、保護者770人であった。令和2年度はコロナ禍で中止であった。令和3年度の6月に生徒160人、7月に生徒227人、保護者126人、計353人、8月に生徒321人、保護者137人、計458人、9月に生徒183人、保護者114人、計300人、翌3月に生徒242人、保護者111人、計353人、年間で生徒1,133人、保護者488人であった。令和4年度の7月に生徒358人、保護者161人、計519人、8月に生徒457人、保護者205人、計662人、9月は台風の影響で中止となった。7月と8月を合わせると生徒815人、保護者366人、計1181人であった。年間で生徒1133人、保護者488人であった。令和4年の参加者数は、生徒と保護者ともにコロナ前の令和1年度の水準に回復したことが推測される。見込まれる効果は、参加者は、大学を見学し在校生との相談等によって本学の校風を知り、希望学科での学びの内容に関する教員や在學生との対話を介して理解を深めることで受験決定や志望順位の判断に役立てることにある。

・進学説明会（地域開催）

例年4月から11月頃に岡山や四国地域で開催される進学相談会に参加している。会場で本学のブースに相談に訪れる受験生・保護者に対して本学の伝統、校風、教育方針等の特徴や就学支援、就職先・就職率、入試情報等について説明している。会場数と相談者数は令和2年度16会場、83人、令和3年度23会場、83人であった。見込まれる効果は、オープンキャンパスに参加できなかった生徒や保護者は大学の担当者から対面で本学に関する種々の情報を得ることのできることにある。

予定について

・構想中の新学科説明会等

設置予定の国際文化学科と情報デザイン学科の構想、育成する人材像、学びの内容、予測される進路等について、高校2年生女子や進路指導担当教員対象の説明会の開催を令和4年12月から実施している。また、現在、HPに構想中の新学科の概要を掲載しているが、条件が整い次第にその特設サイトを設け、SNSからのアクセスを可能とする。そして、そのチラシ等を制作して年度末の広報に活用し、3月開催のオープンキャンパスへの参加を促す。見込まれる効果は、新学科の設置構想中であることを高校生や保護者へ周知し、注目を引くことにある。

・事務職員による高校訪問

1月から3月の間は、教員は卒業論文審査や学年末試験の実施・評価、入試業務

で、また、事務職員は年度末の業務で多忙となるために、入試広報活動が難しくなる。しかし、この間に高校2年生の多くが、志望校の候補を絞り、5月には志望校と学科をほぼ決定しているとの情報がある。そこで、1月から3月の間に事務職員を動員して、高校2年生の進路指導担当教員への構想中の新学科の周知と学科の全般についての情報提供を数回に分けて行う。見込まれる効果は、進路指導担当教員への新学科構想の周知と進路指導に活用できる情報の提供にある。

② 「入学者の入学定員に対する割合」が0.7倍未満の学科の学生確保に向けた取組等について

文学部現代社会学科が該当する。この学科の収容定員超過率は0.81倍であるが、入学定員充足率（入学者の入学定員に対する割合）が令和3年度入試0.58倍、令和4年度入試0.61倍と2年連続して0.7倍を下回った【資料14】。

そこで、令和5年度入試では入試制度を高校生の入試志願動向に沿うように改めている【資料3-4】。この成果は、当該学科の総合型選抜と学校推薦型選抜の令和5年度の志願者数が68人と令和4年度の39人に比べて約1.7倍と増加したことに表れている【資料15】。令和5年度入試における当該学科の入学定員充足率は、0.7倍を上回ることが推察できる。

また、教育内容の改善に向けて、学科長と教員が岡山県内の公立高等学校5校と公立の中等教育学校1校、私立の高等学校2校、受験予備校4校、受験関連企業2社から学科の評価に関するヒアリングを行い、教育内容の改善と入学定員を満たすことを目標としたロードマップを作成している。

現在、この実施計画を作成して、具体的な活動を進めており、この今後の成果が期待できる。

(2) 人材需要の動向等社会の要請

① 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）

1) 情報デザイン学部の人材養成に関する目的

本学は、建学の精神に基づく教育理念により、リベラル・アーツカレッジとして、教育・研究と通じて真の自由人の育成を志している。

この目的のもと情報デザイン学部情報デザイン学科では、育成する人材像を次のように定める。

本大学の教育理念によるリベラル・アーツを基盤にして、情報学やデータサイエンスの文系理系の枠組みを超えた視点で社会の諸問題を捉え、インターネットやデ

ータ分析を活用した多様なアプローチで問題の改善・解決に取り組み、社会の安全で持続的な発展に貢献する人財を育成します。

2) 情報デザイン学科の人材養成に関する目的

文部科学省は令和3年3月「数理・データサイエンス・AI教育プログラム認定制度（応用基礎レベル）」を創設し、「応用基礎レベル」については、「一定規模の大学・高専生（約25万人卒/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」とされており、数理・データサイエンス・AIの知識を、様々な専門分野へ応用・活用することができる能力を有する人材の育成を推進している。

このような社会的要請を踏まえ、情報デジタル化とデータの利活用を促進するために情報デザイン学部情報デザイン学科では、情報科学の確かな基礎知識・技能を身につけ、情報システムとデータ分析を通して社会的価値を創造し、社会をデザインする人材を育成する。

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

1) 日本の人口と女性への期待

日本の総人口は、2004年をピークに減少傾向となり、2050年には9,515万人となり、ピーク時から約25.5%が減少するとされている。また、それに伴い労働力人口（15歳以上人口のうち、就業者と完全失業者を合わせた人口）の減少も危惧されている。

総務省統計局の発表によると、労働力人口は、2021年平均で6,860万人と、前年に比べ8万人の減少（2年連続の減少）となった。男女別にみると、男性は3,803万人と20万人の減少、女性は3,057万人と13万人の増加となった。また、15～64歳の労働力人口は、2021年平均で5,931万人と、前年に比べ15万人の減少となった。男女別にみると、男性は3,252万人と20万人の減少、女性は2,679万人と6万人の増加となった。

そういった中、女性の労働力に期待が集まっており、「人口減少と少子高齢化の下にある我が国が、国、地域、企業、世帯等あらゆるレベルで再び力強い成長の歩みを取り戻すためには、女性の活躍こそ原動力であり、成長戦略の中核となる。」（「男女共同白書 平成25年版」男女共同参画局）という声も上がっている。

2) 岡山県の状況

岡山県労働局雇用環境・均等室が国勢調査を基にして作成・公表する「岡山県の働く女性の実情」（令和2年4月）によると、岡山県における直近調査の平成27年

度実施の女性労働力人口（就業者＋完全失業者）は416,692人で、前回調査の平成22年度より939人増加（0.2%）している。過去5回の調査のうち、男性労働者人口は減少傾向にある中、全体で占める女性の割合は1.6ポイントの上昇に転じ、44.4%となった。国の政策として推進されている女性活躍加速の追い風を受け、今後さらに岡山県において、女性人材の需要の高まりが予想される。

	女 性			男 性			労働力人口に占める女性の割合(%)	
	労働力人口 (人)	増加率 (%)	労働力率 (%)	労働力人口 (人)	増加率 (%)	労働力率 (%)	岡山	全国
昭和 60年	393,286	2.6	49.7%	573,102	1.8	80.1%	40.7	38.6
平成 2年	404,341	2.8	48.9%	577,898	0.8	77.6%	41.2	39.4
7年	424,439	5.0	49.5%	603,488	4.4	77.8%	41.3	39.7
12年	419,715	▲ 1.1	48.1%	579,066	▲ 4.0	73.6%	42.0	40.6
17年	418,830	▲ 0.2	48.3%	565,694	▲ 2.3	73.4%	42.5	41.5
22年	415,753	▲ 0.7	48.1%	554,633	▲ 2.0	71.6%	42.8	42.2
27年	416,692	0.2	49.3%	522,844	▲ 5.7	69.1%	44.4	43.5

平成17年以降、労働力率は、労働力状態「不詳」を除く

3) 岡山県のデジタル人材について

DX化に伴う人材不足は、岡山県においても同様であり、帝国データバンクが令和4（2022）年に岡山県に本店を置く企業を対象に実施した「DX推進に対する意識調査」では、「DXへの取り組みに対して前向き」な企業の割合は36.2%に対して、「DXに取り組んでいる企業」は14.8%にとどまり、DXに取り組む上での課題として「対応できる人材がない」が51.5%、次いで「必要なスキルやノウハウがない」が46.4%であった。

これらのことから、本学情報デザイン学科がディプロマポリシーで掲げている人材が今後必要となることは明らかである。

4) 情報デザイン学科 DP

DP1:知識・技能

デジタル社会を生き抜くITリテラシーと情報倫理、情報技術およびデータ分析技術の専門知識を身につけている。具体的には、データを扱い、分析するための専門知識と技能を修得し、分析だけでなく、その原理を理解して、データから価値を抽出し、利活用する能力を身につけている。さらに、次世代のITシステムを構築・利用するための、基本的な知識や情報技術を身に着けている。ITシステム、データ解析の利活用の基本となる社会科学の基礎を身に着けている。

DP2：思考力・判断力・表現力等の能力

組織や社会における諸問題を、データ分析やソフトウェア開発により客観的に問

題解決に向けて論理的に考え、そのソリューションの多角的評価に基づき妥当性を判断し、それを第三者に分かりやすい形で表現する能力を身につけている。

DP3：主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度

多様な人々との調査や議論を通じて発見したデジタル社会の課題を、グループワークを通じて解決し、それを問題提示者にフィードバックしていく PBL(Problem-Based Learning)を通じて、人と協調、協働しながら課題解決を行う能力を身につけている。

5) 本学の過去4年間の就職者数・就職率

本学は、令和3(2021)年度の卒業生も含めて11年連続で98%以上の就職実績を保っている。平成26年度の実就職率が96.4%となり、就職者数500人以上の大学における実就職率ランキングで、大学全体での実就職率が全国1位となった。過去4年間の就職者数・就職率は下表のとおりである。

卒業年度	卒業生数	就職希望者数	就職決定者数	大学院進学者数	就職決定率	実就職率
令和3年度	503	474	467	11	98.5	94.9
令和2年度	569	536	526	13	98.1	94.6
令和1年度	566	533	532	12	99.8	96.0
平成30年度	557	540	535	6	99.1	97.1

就職希望者：卒業後速やかに就職を希望する者

就職決定率=就職決定者数÷就職希望者数×100

実就職率=就職決定者数÷(卒業生数-大学院進学者数)×100

6) 本学への求人状況

また昨今、企業等における求人情報の提供方法として、就職活動支援会社(就活ナビサイト等)への委託、WebやSNSの活用への移行が加速的に進んでいる中、本学に対して各年度における求人件数は下表のとおり就職希望者数の2倍超提供されている。

年度	令和3年	令和2年	令和1年	平成30年	4ヶ年平均
求人件数	1,098	1,005	1,174	1,409	1,172
就職希望者数	474	536	533	532	519

7) 企業への採用意向調査について

情報デザイン学科が育成を目指す人材に対する社会的需要を具体的に把握するために、令和4年10月中旬～令和4年11月中旬に本学に求人のある企業を中心にアンケート調査を実施した。調査にあたっては客観性を担保するため、第三者機関（株式会社進研アド）に調査・分析を依頼した。その調査は、下の表に示した。

情報デザイン学科卒業生に対する採用意向

本社所在地	標本数と全標本対比率、%	全法本数	採用したいと思う	採用したいと思わない	無回答
全体	標本数	349	303	37	9
	標本数の比率	100.0	86.8	10.6	2.6
関東	標本数	47	40	5	2
	標本数の比率	100.0	85.1	10.6	4.3
近畿	標本数	32	30	2	0
	標本数の比率	100.0	93.8	6.3	0.0
中四国・九州	標本数	267	231	29	7
	標本数の比率	100.0	86.5	10.9	2.6
岡山県	標本数	199	172	20	7
	標本数の比率	100.0	86.4	10.1	3.5
広島県	標本数	26	25	1	0
	標本数の比率	100.0	96.2	3.8	0.0
香川県	標本数	29	24	5	0
	標本数の比率	100.0	82.8	17.2	0.0

全標本数 349 のうち「採用したいと思う」と回答した標本数が 303 で全標本の約 87%をしめていた。卒業生の多くが就職している岡山県についても標本数 199 のうち「採用したいと思う」と回答した標本数が 172 で、約 86%をしめていた。他の調査地域においても「採用したいと思う」と回答した標本の比率が約 83%～94%と高く、情報デザイン学科の卒業生の就職先は十分に確保できるものと考えられる。