

学生確保の見通し等を記載した書類（目次）

1	学生確保の見通し及び申請者としての取組状況	
(1)	学生の確保の見通し	
①	定員充足の見込み	1
②	定員充足の根拠となる客観的なデータの概要	5
③	学生納付金の設定の考え方	6
(2)	学生確保に向けた具体的な取組状況	
①	入試広報活動体制	7
②	入試広報活動の具体的な内容	7
(3)	名古屋経営短期大学子ども学科・健康福祉学科の定員未充足について	8
2	人材需要の動向等社会の要請	10
3	卒業後の進路の見通し	
(1)	愛知県及び東海地方の求人倍率	11
(2)	本学の求人社数	11
(3)	過去5年の本学の就職希望者内定率	11
4	人材需要の動向等に関する客観的データ	
(1)	東海地方の雇用情勢	11
(2)	他大学等の就職状況	11
(3)	本学の就職状況	12
(4)	人材需要を把握するためのアンケート調査	12
(5)	企業・団体に対するヒアリング調査結果	13

学生確保の見通しを記載した書類

1. 学生確保の見通し及び申請者としての取組状況

(1) 学生の確保の見通し

① 定員充足の見込み

(本学の状況)

本学は、2000（平成 12）年 4 月、全国唯一の学部名称である「環境情報ビジネス学部」を設置する単科大学として、愛知県尾張旭市に開学した。2005（平成 17）年に隣接の愛知県瀬戸市・長久手市で「自然の叡智」をテーマにした愛知万博が開催されたこともあり、環境問題に対する社会的関心の高まりを背景に、ビジネスを基盤に環境を学ぶことができる学部として入学定員を継続的に確保してきた。

その一方で、高等学校では文系と理系に区分して進路指導が行われているため、開学時の学部名称は受験生が進路を選択するにあたって文理区分が分かりづらく、併願先も経済・経営・商学系の学部・学科に加え、工学系の学部・学科も見られる状況にあった。このため、2017（平成 29）年 4 月に学部名称を「現代ビジネス学部」に変更し、現在に至る。学部には入学定員 190 名の現代ビジネス学科のみを配置している状況であるが、これに加えて、2019（平成 31）年度より創設された専門職学科制度に基づく経営専門職学科を設置する。

(定員設定の考え方)

経営専門職学科の入学定員は 40 名と設定した。現在の既設学科である現代ビジネス学科の入学定員は 190 名であるが、経営専門職学科を設置するにあたり、150 名へ減員し、その入学定員を活用する。そのため、現代ビジネス学部全体の入学定員は、設置前後で変更はない。

経営専門職学科と類似する近隣の大学・学部・学科（以下、「競合校」という）においては入学定員を 95～300 名に設定しているが（資料 1）、経営専門職学科は、高度な職業実践力を養成する専門職学科として少人数教育による丁寧な教育、指導を行い教育の質を担保すること、また、本学の既存施設においては、講義室、ゼミ室を除いた一般教室および PC 教室の収容定員が 40～50 名程度の設定が多いなどの現状と、収支バランスや学生確保の見通し等を総合的に考慮し、専門職大学設置基準における授業実施最小単位である 40 名を経営専門職学科の入学定員とした。入学定員は、以下に示す根拠のとおり充足できるものとする。

i) 全国の 18 歳人口と大学進学率からみた学生の確保の見通し

本学の進学者層の多くが所在する東海地方、とりわけ愛知県は、全国と比べて、18 歳人口の減少が緩やかに推移し、また、今後とも高い水準の大学進学率および地元残留率が予測されることから、安定的な学生確保が見込まれる環境であるとする。その根拠は以下の通りである。

全国の18歳人口は、2019（平成31）年から年々減少し、2025（令和7）～2026（令和8）年に一時増加に転じるものの、その後も減少をたどり2031（令和13）年は、2019（平成31）年に比べ12.0%（約14.2万人）の減少が予測されている（資料2）。10地方区分で見ると東海地方は11.8%（約1.7万人）と4番目に低い減少率となり、他地域に比べ緩やかな減少で推移すると予測されている（資料3）。特に本学が位置する愛知県は、8.2%の減少に留まると予測されており、10%未満の減少率予測は全国でわずか10都県となっている（資料4）。

次に、大学進学率の推移を過去10年間（2009～2018年）で見ると、全体では2009（平成21）年の47.3%から2018（平成30）年の49.7%へと2.4ポイント上昇し、平均では48.4%であった。一方、東海地方では、0.6ポイントの微増に留まったものの、平均では50.3%であり、全国と比較しても1.9ポイント高い水準を維持していることがわかる（資料5）。また、愛知県の2018（平成30）年の大学進学率は、53.7%と東海地方の平均をさらに上回る結果となった（資料6）。

また、2019（平成31）年の地元残留率をみても全国平均は44.4%であるのに対し、東海地方は49.5%と、10地方区分別で2位（資料7）、とりわけ愛知県は70.7%と都道府県別では1位となり、高い地元残留率であることがわかる（資料8）。

さらに、本学の入学者を出身高校の所在地別で見ると、過去5年間では、愛知県が全体の36.3%を占め、東海3県（愛知、岐阜、三重）では、全体の約半数を占める47.4%であった。また、東海地方に隣接した大阪府や京都府、長野県や静岡県からの流入率も高い結果となった（資料9）。これまで述べたように、東海地方の優位性を踏まえると、同地域の高等学校に対し重点的な広報活動を展開する本学にとっては、中長期的に安定した学生確保が見込まれる環境であると考ええる。

ii) 同系統の入学志願者動向

全国の私立大学の学部系統別における志願倍率の推移を過去5年間（2015（平成27）～2019（平成31）年度）で見ると、経営専門職学科が属する社会科学系では、7.16倍から9.85倍へと右上がりに推移している（資料10）。いずれの年度も全体より高い水準で推移し、2019（平成31）年度は医学、理・工学系に次ぐ3番目の高倍率となり、高校生の興味・関心の高まりがうかがえる結果となった（資料11）。また、社会科学系の入学定員充足率をみると、いずれの年度も100%を確保している。以上のことから募集環境は良好であると考ええる。

iii) 近隣の競合校から見た入学志願動向

本学科は専門職学科であることから、単純に一般の大学と比較することは容易ではないが、近隣に「専門職学科」としての純粋な比較対象がないことから、本学が所在する愛知県の尾張地区及び隣接の西三河地区に所在する大学のうち、経営専門職学科と学べる内容に類似性がある経済、経営、商学系の学部・学科を競合校として選定し、志願動向を調べた。競合校の学べる内容の類似性は資料12のとおり。いずれの競合校も過去

3年間の志願倍率は上昇傾向にあり、2019（平成31）年度の定員充足率においてもほぼ1～1.5倍の入学者を確保している（資料13）。

前述したとおり、全国の社会科学系学部への進学意向は旺盛であり、同系統に属する競合校の志願倍率、定員充足率も良好であることから、学術的知識等に加え経営専門職として実践的な能力を養う本学科についても、入学定員を充足する条件は整っていると考える。

iv) 経営専門職学科に対する入学意向調査

a) アンケート調査の概要

経営専門職学科への入学意向調査として、愛知県など近隣5県に所在する公・私立高校96校に対して第三者機関によるアンケート調査を実施した。調査の概要は以下に示すとおりである（資料14）。

調査期間：2020（令和2）年1月～2020（令和2）年3月まで

調査対象：愛知県、岐阜県、三重県、静岡県、長野県の高等学校、または、本学に進学実績のある高等学校96校の在校生のうち、2021（令和3）年度大学進学対象となる高校2年生21,532名。

調査方法：調査対象の高等学校にアンケート用紙及び近隣の類似する大学・学部・学科の一覧、経営専門職学科の概要をまとめたリーフレットを送付し、各高等学校の教員の協力により教室等で直接アンケート用紙に記入してもらい、調査委託会社宛に返送する方法により調査を実施した。

委託先：一般財団法人日本開発構想研究所

b) アンケート調査の結果

本アンケート調査では、11,021名の有効回答を得た。有効回収率は51.2%であった。調査の主な結果は以下に示すとおりである。

高等学校卒業後の進路について調査した結果、進学希望者（4年生大学、短期大学、専門学校）は7,423名（67.3%）であった。

進学希望者のうち、興味のある分野は「経済学・経営学・法律学・商学関係」が、1,211名（16.3%）と最も多く、同系統の入学志願者動向と同じく、興味関心の高い分野であることが分かった。さらに経営専門職学科への興味・関心については、「大いに興味・関心がある」が189名（2.5%）で、「興味・関心がある」「少し興味・関心がある」を含めると、合計1,473名（19.8%）が興味を示した。

経営専門職学科への受験意向について、進学希望者7,423名のうち、経営専門職学科への「興味・関心がない」と回答した2,863名と「無回答」167名を除いた4,393名に調査を行ったところ、「受験してみたい」99名（2.3%）、「受験先として検討したい」272名（6.2%）の合計371名（8.5%）が受験意向を示した。

また、入学意向について、「受験先として考えないと思う」と回答した1,884名と「無

回答]84名を除いた2,425名に調査を行ったところ、「入学を希望する」が135名(5.6%)、「入学を検討する」が694名(28.6%)となり、合計829名(34.2%)が入学意向を示した。

c) アンケート調査のまとめ

経営専門職学科への受験意向と入学意向の調査結果をクロス集計した結果は以下のとおりである。

「受験してみたい」または「受験先として検討したい」と回答した上で、「入学を希望する」または「入学を検討する」と回答した高校2年生は合計306名となり、入学定員40名に対し、約7.7倍の入学意向を示し、「入学を希望する」については、合計84名となり、入学定員40名に対し、2.1倍の入学意向を示している。

d) アンケート調査の長期的な観点に基づく分析

「興味のある分野」(問5)の回答結果に注目すると、興味がある第1位に「経済学・経営学・法律学・商学関係」を選んだ高校生(1,211人、16.3%)が最も多く、興味がある第2位に同分野を選んだ高校生(736人、9.9%)も最も多かった。この結果は、前述(同系統の入学志願者動向)した、社会科学系全体での募集環境が良好であることと、このうち経済、経営、商学系学部の志願者数が5年間で41%も増加(資料15)した全国の流れと一致していることが確認できた。

また、興味がある第1位に「経済学・経営学・法律学・商学関係」を選択した高校生の入学意向については、「受験先として考えないと思う」及び「無回答」を除いた677人のうち、「入学を希望する」が66人(9.7%)、「入学を検討する」が248人(36.6%)となり、入学定員40人に対し7.85倍の合計314人(46.4%)が入学意向を示した(資料16)。

これらのアンケート調査結果は、愛知県、岐阜県、三重県、静岡県、長野県の高等学校および本学に進学実績のある高等学校のうち、96校を対象としたものである。実際には調査対象の高等学校以外からの進学者も見込まれるが、本学の進学者層の多くが所在する東海地方は、18歳人口が他の地域に比べ緩やかに減少すると予測されていることに加え、全国と比べて高い水準の大学進学率および地元残留率で推移している。

アンケート調査の興味のある分野で高校生が最も多く選択した「経済学・経営学・法律学・商学関係」については全国の流れと一致していること、これらを選択した高校生の46.4%が入学意向を示していること、アンケート調査の主な対象とした東海地方、とりわけ愛知県は18歳人口の減少幅が小さく、大学進学率も高水準であることから、中長期的な観点からも社会科学系の志願動向トレンド及び本学にとって安定的な学生募集環境が継続する可能性が高いと判断できる。

v) 既存学部の入学定員充足動向

既存学部においては近年、入学定員が未充足の状況であったが、回復の見通しである。定員未充足の原因と、回復が見込まれる根拠を以下に示す。

近年の入学定員未充足の主な原因としては、留学生比率の抑制に伴う一般学生の確保

が不十分であったことと、受験生から見て学部名称が分かりづらかったことが考えられる。

本学は、「環境情報ビジネス学部」という全国唯一の学部名称を持つ大学として2000（平成12）年4月に開学し、文理融合型の教育課程を編成し実施してきた。開学後は年々、入学者における留学生比率が高くなり、2008（平成20）年前後には50%を超える状況になった。このことが一般学生の減少に繋がっていたことから、2012（平成24）年に一般学生を主な対象とした実践教育重視のカリキュラムに改編し、留学生比率の改善を図ったが、留学生の抑制に見合う一般学生の確保に時間を要した。直近5年間の留学生の割合は、大幅に改善している（資料17）。

その一方で、「環境情報ビジネス学部」という名称が、理系とも文系とも理解され、受験生の進路選択にとっては分かりづらく、併願先も経済・経営・商学系の学部・学科に加え、工学系の学部・学科も見られる状況にあったことから、2017（平成29）年4月に「現代ビジネス学部」に名称変更した。

資料17に示すとおり、学部名称を変更した年度を境に、志願者数及び入学者実績は好転し、確実にその成果が表れている。私立大学の入学定員管理の厳格化も追い風となり、2020（令和2）年度の志願倍率は、2020（令和2）年2月末現在で1.6倍を超えており、入学定員を充足する見通しである。

また、学部名称変更後は、資料17に示すとおり変更前に比べ東海3県以外からの入学者比率も上がり、東海地方に隣接した大阪府や京都府、長野県や静岡県からの流入率も高い結果となった（資料9）。上述した通り、東海地方の大学進学率および地元残留率は、高い水準で推移しており、その優位性を踏まえると、同地域の高等学校に対し重点的な広報活動を展開する本学にとっては、中長期的に安定した学生確保が見込まれる環境であると考えられる。

② 定員充足の根拠となる客観的なデータの概要

「全国の18歳人口と大学進学率からみた学生の確保の見通し」で用いたデータの概要

【資料1】 近隣の類似する大学・学部・学科一覧

各大学のホームページおよび日本私立大学団体連合会発行「学生納付金等調査（平成31年度入学生）」より転載。

【資料2】 18歳人口予測（全体：全国：2019～2031年）

リクルート総進学研「マーケットリポート2019年11月号」より抜粋。

【資料3】 18歳人口予測（全体：エリア別：2019～2031年）

リクルート総進学研「マーケットリポート2019年11月号」より抜粋。

【資料4】 18歳人口の予測（全体：都道府県別：2019～2031年）

リクルート総進学研「マーケットリポート2019年11月号」より抜粋。

【資料5】 大学進学率の推移（現役：エリア別：2009～2018年）

リクルート総進学研「マーケットリポート2019年11月号」より抜粋。

【資料6】 大学・短期大学・専門学校進学率（現役：都道府県別：2018年）

- リクルート総進学研「マーケットリポート 2019 年 11 月号」より抜粋。
- 【資料 7】地元残留率の推移（全体：大学入学者数：エリア別：2010～2019 年）
リクルート総進学研「マーケットリポート 2019 年 11 月号」より抜粋。
- 【資料 8】地元残留率（全体：大学・短期大学入学者数：都道府県別：2019 年）
リクルート総進学研「マーケットリポート 2019 年 11 月号」より抜粋。
- 【資料 9】名古屋産業大学 出身高校の所在地別入学者数
過去 5 年間の実績（学校基本調査にて報告）を用いて作成。
- 【資料 10】社会科学系と全体の志願倍率と充足率の比較
2019（平成 31）年度私立大学・短期大学等入学志願動向（日本私立学校振興・共済事業団）より抜粋。
- 【資料 11】学部系統別の志願倍率と入学定員充足率
2019（平成 31）年度私立大学・短期大学等入学志願動向（日本私立学校振興・共済事業団）より抜粋。
- 【資料 12】近隣の競合校との学びの内容の類似性
各大学のホームページより調べ、本学にて作成。
- 【資料 13】近隣の競合校の志願倍率推移
大学受験パスナビ（<https://passnavi.evidus.com/>）よりデータを抜粋し作成。
- 【資料 14】名古屋産業大学現代ビジネス学経営専門職学科（仮称）への高校生の入学意向に関するアンケート調査報告（一般財団法人 日本開発構想研究所）
- 【資料 15】経済、経営、商学系学部の志願者動向
私立大学・短期大学等入学志願動向（日本私立学校振興・共済事業団）よりデータを抜粋し作成。
- 【資料 16】アンケート調査で「経済学・経営学・法律学・商学関係」を選択した生徒の入学意向。
- 【資料 17】本学における入学定員充足動向
- 【資料 18】学生納付金の状況（近隣の類似する大学・学部・学科）
各大学のホームページおよび日本私立大学団体連合会発行「学生納付金等調査（平成 31 年度入学生）」より転載。

③ 学生納付金の設定の考え方

経営専門職学科の学生納付金は、既設の現代ビジネス学科と同額の入学金 300 千円、授業料 650 千円、教育充実費 350 千円を内訳とする初年次学生納付金 1,300 千円と設定した（委託徴収金 41 千円を除く）。設定の考え方は以下のとおりである。

近隣の競合校 7 校と比較すると（資料 18）、本学の 1,300 千円に対して、同 7 校は 1,150～1,380 千円（平均約 1,297 千円）であり、本学科の学生納付金はほぼ平均的な水準である。

経営専門職学科では、開講科目の履修者をすべて 40 名以下とすることで、教育の質

保証を図ることとしている。このため、既設学科に比べて学生一人当たりの教育研究費の増加が見込まれるが、収支バランスや競合校との競争力などを総合的に考慮し、既設の現代ビジネス学科と同額に据え置くこととした。

(2) 学生確保に向けた具体的な取組状況

① 入試広報活動体制

学生募集に向けては、広報活動と入試実施を所管する入試広報室および入試広報委員会を中心に組織的に取り組む。入試広報活動の取組としては、高校訪問、オープンキャンパスが中心となるが、受験情報媒体業者やウェブツールの有効活用などの広報展開を通じて学生確保につなげる。入試広報活動については、既設学科において継続的に展開しており（資料19）、経営専門職学科設置後も同様に実施する予定である。

② 入試広報活動の具体的な内容

i) 高校訪問

入試広報の重要な手段となる高校訪問については教職員で対応し、1) 姉妹校（菊華高校、菊武ビジネス専門学校）、2) 高大連携協定校（受験協定校、連携校に準ずる高等学校を含む）、3) 直近3年間の入学実績校などを考慮した東海3県の重点校を中心に高等学校の進路指導教諭に対して広報活動を行っている。

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

〈高校訪問強化期間〉

- ・ 第1期広報期間：4月中旬～7月初旬
- ・ 第2期広報期間：7月中旬～10月下旬
- ・ 第3期広報期間：11月中旬～1月下旬
- ・ 第4期広報期間：2月中旬～3月下旬

ii) オープンキャンパスの開催

年間、計18回のオープンキャンパスを開催する。プログラム内容としては、経営専門職学科および既設学科での学びについて理解を深めるための体験授業を中心に、本学の特色を紹介する大学概要説明、学食体験、在学生サポーターによるキャンパスツアーなどを企画する。

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

iii) パンフレットの作成

本学の特色や具体的なカリキュラム、施設概要等を網羅したパンフレットを作成し、

募集要項とともに資料請求のあった高等学校および本学に興味・関心を持つ高校生に対し配布する。また、設置にあたって実施した入学意向調査においては、経営専門職学科の概要や特色を記載したリーフレットを配布した。

iv) 受験情報媒体業者の活用

受験情報媒体業者の強みを活かした企画（見学会、校内ガイダンス、体験授業、会場相談会、大学展、出張講義など）に積極的に参画する。特に、各高等学校へ訪問し教室等で大学紹介をする校内ガイダンスや、各地で開催される他大学と合同の会場進路相談会については、高校生と個別に接触する第一段階として、オープンキャンパスへの参加を促すための重要な手段となることから、積極的な取組を進める。

v) ウェブツールの活用

広域情報発信手段として、現在運用しているウェブツールを活用する。ホームページでは、パンフレットに準じたコンテンツや本学の取組を紹介する新着記事を盛り込むほか、入試日程案内や入試科目などの入試情報、オープンキャンパス開催案内などのイベント情報を発信し、出願者およびオープンキャンパス来場者の増加につなげる。また、ホームページと同時に運用する SNS（Twitter および Facebook）と連携させ、これらの情報の周知を図る。

vi) 公共広告

本学最寄りの名鉄瀬戸線「尾張旭駅」および、JR 中央線が連絡する同線「大曾根駅」にポスター広告を掲出する。ポスター広告は尾張旭市役所内への掲出も依頼する。加えて、同線の列車内におけるアナウンス広告も活用するほか、沿線において車窓から見える大型看板広告を 1 基、また尾張旭市の中心を横断する瀬戸街道沿いにも看板広告を 1 基掲出する。

(3) 名古屋経営短期大学子ども学科・健康福祉学科の定員未充足について

名古屋経営短期大学は、未来キャリア学科、子ども学科、健康福祉学科の 3 学科を開設しているが、このうち子ども学科及び健康福祉学科の定員超過率が 0.7 倍未満である。この 2 つの学科の入学者等の推移は資料 20 に示すとおりである。定員未充足の主な原因として、子ども学科は、3 年制の教育課程の特色が学生確保に繋がっておらず、また、健康福祉学科は、介護福祉士が取得できる愛知県内唯一の短期大学として特色を受験生に訴求できていないなど、専門学校を含めた競合校に対して比較優位性が発揮できていないことが挙げられる。このため、学生確保に向けては、以下の取組を進める。

i) カリキュラムの改編・充実

子ども学科は、これまで保育士・幼稚園教諭、幼稚園教諭・小学校教諭二種の各コースに分け、保育者・教育者に相応しい実力を身に付けることができるよう、カリキュラ

ムや指導の在り方、諸活動の在り方を工夫してきた。子育てや教育に関する実務経験の機会を充実し、保育園・幼稚園・小学校において即戦力となりうるよう配慮してきたこともあり、既就職者が各事業所において高い評価を得ており、公立の保育園職員に内定者を輩出するなど一定の成果が出始めている。2019（平成 31）年度より、コース制を廃止し全ての学生が保育士・幼稚園教諭・小学校教諭二種の 3 資格・免許を取得できるようにカリキュラムを改編することで、豊かな知識と実践的な技能を身につけた保育・教育のプロの育成を目指している。また、損益分岐点を考慮しつつ、2019（平成 31）年度より入学定員を 80 名から 50 名に見直し、よりきめの細かい教育の展開に取り組んでいる。

健康福祉学科では、これまで愛知県唯一の介護福祉士を養成する短期大学として、福祉の理念と援助技術を備えた人間力あふれた人材を育成してきた。介護の知識・技術・態度はもちろん、人として豊かな生活を送れるように支援することができる人材を養成するため、2018（平成 30）年度より「健康・癒し・心理」の 3 つのアプローチ制を導入した。従来どおり介護福祉士および社会福祉主事任用資格の取得を目指すとともに、各人がより興味・関心の高い分野の学びができるように導入したものである。

具体的には、介護予防に強みを持つ介護福祉士として「介護予防運動指導員」の資格取得（健康アプローチ）、動物との触れ合いを通じて個々に内在するストレスの軽減や精神的な健康を回復させるスペシャリストである「アニマルセラピスト」の資格取得（癒しアプローチ）、福祉サービスを利用する方々やその家族、現場で働く方々の心理相談や支援を行うなど、福祉の現場で人の悩みに寄り添う「福祉心理士」の資格取得（心理アプローチ）である。アプローチ制を導入することで、超高齢社会に貢献できる介護福祉士を養成する。また、健康福祉学科の特色として、学科の枠で各種介護福祉士奨学金を設けていることである。これは福祉施設や福祉法人側が学費の全額または一部を負担する制度である。卒業後、介護福祉士として一定期間勤務することで奨学金の返済が免除されるため、経済的に困難で進学を諦める生徒に有益であり、高校生にとっては進学と同時に就職先も決定するというメリットもある。

ii) 地域と連携した実践的な学びの充実

子ども学科では、地域の行政とタイアップしたボランティア活動や、毎年本学キャンパスで実施する夏祭り、学園祭、地域の園児や高齢者を招待するクリスマス会などの行事も活用し、地域に根差した学科を目指す。

また、健康福祉学科については、厚生労働省の地域の介護人材育成に関するモデル調査研究事業に採択された「健康寿命延伸に関する研究事業（ノルディックウォーク講習）」の一環として、地元自治体の尾張旭市及びミズノ株式会社との包括的連携協定を締結し、地域の高齢者を招くなど、学生の実践的な学びの機会が増加している。

今後は、こうした実践的な学びを通じた学生の生き生きとした姿を、様々なチャンネルを活用して積極的に情報発信することで受験者への訴求を図る。

iii) 学科の特色を活かした入試広報活動の展開

入試広報活動の基本戦略としては、高校訪問による高等学校教員との人間的な関係を重視し、他校との比較優位点を直接訴える。中でも本学と結び付きのある高校を「入試広報重点校」として絞り、情報提供を頻繁に行うことで進路指導教員との信頼関係を強化する。

子ども学科では、学校見学会やオープンキャンパスを通じて、様々な関連資格が取得可能な点など3年制の強みと3資格同時取得を訴求する。また、WebやSNS、媒体誌・広告について、それぞれの特性を活かしつつ、広く浅い広報も同時に手掛ける。さらに、地域の行政とタイアップしたボランティア、毎年本学キャンパスで実施する夏祭り、学園祭などの行事も活用し、地域に根差した学科としての入試広報活動を展開する。

健康福祉学科においては、介護福祉士が取得できる愛知県内唯一の短期大学であるというメリットを活かした募集活動を展開する。特に、介護福祉人材確保対策の一環である奨学金利用を高等学校教員への周知の足掛かりとして利用する。県内外11施設（うち7施設については本学独自）の奨学金情報を提供するとともに、施設奨学金利用希望情報を入試広報室員との間で共有し、きめ細かい広報を展開する。加えて、愛知県雇用セーフティネット対策職業訓練事業（介護福祉士養成科、2年課程）における委託訓練の受託により、再就職をめざす社会人の入学を積極的に促す。

また、2017（平成29）年度から在留資格「介護」が新設され、慢性的な人材不足に苦しむ介護現場において外国人労働力が期待されていることを踏まえ、それまで広報活動の対象外であった外国人日本語学校へのアプローチおよび留学生の受け入れについて学内整備を検討する。

また、2018（平成30）年度に地元のケーブルテレビ会社と連携協定を締結し、2019（平成31）年度より市民向けに公開講座を共同開催している。同講座は本学の特色を活かした内容となっており、本学の学びについて地域の幅広い層にアピールできるため、講座の運営を通じて今後は社会人やシニア層の入学に結びつくことが期待できる。

両学科とも、高校訪問と共に学校見学会、オープンキャンパス、高等学校内ガイダンスや体験授業、そして各地で開催される業者企画の会場相談会への参加を通じた直接的接触のほか、WebやSNS、媒体誌・広告といった間接的接触をより強化する。

2 人材需要の動向等社会の要請

経営専門職学科では職業人としての一般的・汎用的能力を養成するために、職業人としての豊かな人間性や職業倫理の涵養、コミュニケーション能力の養成を重視し、その上で、学科組織として研究対象とする中心的な学問分野である経営学の学術的知識と、データの収集・加工・分析に関する技能技術を基盤に、財務会計・ファイナンス、マーケティング・リサーチの専門的かつ実践的な知識を実社会で応用する職務遂行能力を養成する。また、産業界と連携し段階的かつ体系的な実習機会を設けることで、事業・業務の支援・推進・改善を担うための高度な職業実践力を身に付ける。さらに、将来社会や地域課題の変化に対応し、事業・業務の創造的な展開を図るために外部と協働する力

を養成する。

想定される卒業後の進路としては、製造業やサービス業における経理業務や会計業務、商品開発、マーケティング業務、市場調査業務、経営企画業務、監査業務、広報企画業務などを中心に幅広い業種、職域を想定している。

3 卒業後の進路の見通し

(1) 愛知県及び東海地方の求人倍率

愛知県及び東海地方の求人倍率は全国平均よりも高い水準を維持しており、本学卒業生の約7割が東海地方の企業に就職する実績を考慮すると、愛知県に立地する本学卒業生の就職環境は、他の地域と比較して良好である。なお、次に多いのは東京で約1割となっている(資料21)。

(2) 本学の求人社数

2015(平成27)年度から2019(平成30)年度までの本学の求人社数は7,447社から12,117社に増加し、就職状況が良好である。

(3) 過去5年の本学の就職希望者内定率

過去5年の本学の就職希望者内定率は97%を上回っており、実就職率(就職者/(卒業生-進学者))も70.2%から2019(平成30)年度は過去最高の96.3%に上昇しており、内定率も良好である。

4 人材需要の動向等に関する客観的データ

(1) 東海地方の雇用情勢

厚生労働省愛知労働局の「令和元年10月分 最近の雇用情勢」に掲載された「新規求人倍率」を参照し、愛知県の雇用情勢について以下に説明する。

2019(令和元)年10月の愛知県の新規求人倍率は3.19倍であり、東海地方(愛知県、岐阜県、三重県、静岡県)は2.75倍である。他方、全国平均は、2.44倍であることから、愛知県および東海地方の新規求人倍率は全国平均よりも高い水準を維持している。

次に、愛知県の有効求人倍率は1.89倍であり、東海地方は1.75倍である。他方、全国平均は1.57倍であることから、新規求人倍率と同様に、有効求人倍率も愛知県及び東海地方は全国平均よりも高い水準を維持している(資料22)。

このような雇用情勢と、本学卒業生の愛知県の企業への就職率は64.1%、三重県、岐阜県、静岡県を含めた東海地方の企業への就職率は73.8%となっている実績を考慮すると、愛知県に立地する本学卒業生の就職環境は、他の地域・県と比較して良好であるといえる。

(2) 他大学等の就職状況

経営専門職学科に対する人材需要について、全国および競合校の就職状況を参照して、

以下に説明する。

文部科学省「学校基本調査」の関係学部卒業生数の状況によると、全国の「商学・経済学」関係学科の卒業生に占める就職者の割合は、2014(平成26)年から2018(平成30)年まで一貫して全体平均を上回っている(資料23)。また、卒業生から進学者を差し引いた就職者の割合をみると、同様に全体平均を上回って推移している。類似する学部・学科の卒業生に対する人材需要は、全国的に堅調である。

続いて、本学が立地する愛知県に焦点を当て、私立大学の経営学部・商学部の2014(平成26)年度から2018(平成30)年度までの就職状況をホームページの公開情報に基づき整理し、その就職状況の傾向を以下に説明する(資料24)。

2018(平成30)年度の卒業生に占める就職者の割合は、愛知工業大学(+7.3%)、愛知東邦大学(+3.7%)、星城大学(+0.1%)、中部大学(+7.5%)、東海学園大学(+6.9%)、名古屋商科大学(商学部+8.8%、経営学部+0.6%)において全国平均を上回り、名古屋経済大学(現代経済学科△5.2%、経営学科△4.3%)において全国平均を下回っている。

以上のように、大学によって若干の差はあるものの、愛知県の私立大学において、経営専門職学科と類似する学部・学科の就職状況は、全国平均と顕著な差はなく、人材需要は堅調であることが示されている。

(3) 本学の就職状況

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

2014(平成26)年度から2018(平成30)年度まで過去5年間の本学全体の求人社数は、7,447社、8,900社、10,342社、11,218社、12,117社と増加傾向にある。(資料25)

この間の卒業生に占める就職の割合は、62.0%、74.6%、88.3%、87.5%、92.9%と大きく増加しており、実就職率(就職者数/(卒業生数-進学者数))の割合は、70.2%、85.7%、88.0%、90.3%、96.3%と同様に大きく増加している。本学と全国大学の過去5年間の就職状況を比較すると、卒業生に占める就職者の割合、卒業生から進学者を差し引いた場合の就職者の割合ともに、本学は2016(平成28)年度より全国平均を上回っている(資料26)。

(4) 人材需要を把握するためのアンケート調査

経営専門職学科の人材需要を客観的かつ定量的に把握するため、次のとおりアンケート調査を行った。

2020(令和2)年1月から2月まで、名古屋産業大学の卒業生を採用した実績のある企業等、または卒業生の就職が見込まれる1都2府3県(愛知県、岐阜県、三重県、東京都、大阪府、京都府)に所在する企業2,500社に経営専門職学科についてのリーフレットおよびアンケート用紙を送付し、アンケート用紙に記入していただく方式により実施した(資料27)。

a) アンケート調査の概要

調査期間：2020(令和2)年1月から2月まで

調査対象：名古屋産業大学の卒業生を採用した実績のある企業等、または卒業生の就職が見込まれる企業等 2,500社

調査方法：経営専門学科の概要、養成する人材像をまとめたリーフレット及び調査票を送付し、同封の返信用封筒にて日本開発構想研究所に返信していただくこととした。

調査票：調査票及びリーフレットには、設置予定の学科の名称、設置予定時期、入学定員、養成する人材像を明示した。

委託先：一般財団法人日本開発構想研究所

b) アンケート調査の結果

本アンケート調査では、有効回答 500 件を得た。有効回答の回収率は 20.0%であった。調査結果の概要は以下に示すとおりである。

採用意向について、調査したところ「採用したい」が 173 件、「採用を検討したい」が 264 件であり、経営専門職学科の採用意向を示した企業は合計で 437 件となり、採用への高い興味・関心が伺える。

経営専門職学科卒業生の採用人数について、肯定的な採用意向を示した 437 件は、「1名」149 件、「2名」44 件、「3名」14 件、「5名以上」9 件、「未確定」221 件であった。

c) アンケート調査のまとめ

経営専門職学科卒業生の将来的な採用意向人数の集計については、「(9) 経営専門職学科卒業生の採用意向について」の肯定的な回答数と、「(10) 経営専門職学科卒業生の採用人数について」の将来的な採用人数の各選択肢（「1名」「2名」「3名」「4名」「5名以上」「人数は未確定(※)」）を乗じ、これを合計し、算出した。

※「人数は未確定」とは、「(9) 経営専門職学科卒業生の採用意向について」にて、「採用したい」「採用を検討したい」と回答し将来的な採用意向は示すが、アンケートの時点では将来的な採用人数について確定していないものである。したがって、本調査では「人数は未確定」の将来的な採用人数を最低数である「1名」として計算した。

経営専門職学科の卒業生に対する採用意向人数は、「採用したい」が 256 名となり、入学定員の 40 名に対し 6.4 倍の採用意向を示している。「採用したい」「採用を検討したい」を合計した場合、採用意向人数は 545 名となり、入学定員に対して 13.6 倍の採用意向を示したと言える（資料 28）。

以上の調査結果から、経営専門職学科卒業生の進路は十分に確保可能であると判断できる。

(5) 企業・団体に対するヒアリング調査結果

経営専門職学科に対する企業等の意識調査として、近隣の 4 社、6 団体にヒアリング

調査を行った。調査の詳細は資料 29 に示すとおりである。

団体からは、「経営専門職学科が実施する内容の、『データの収集・分析・加工』『財務会計・ファイナンス』『マーケティング・リサーチ』のスキルセットを有した人材の企業の採用ニーズはある。」「特に中小企業においては、IT を活用した事業変革の取り組みが進んでおらず、データの加工・分析を担える人物は将来の企業変革の担い手となり重要な人材である。」などの意見があった。

また、企業からは、「データ収集・加工・分析の重要性」「データの収集と加工・活用の観点で事業を理解しマーケティングに生かせる人材が重要である。さらに事業を展開するための採算管理が重要であり、ファイナンス、管理会計・財務会計の知識を併せ持つことが必須である。」などの意見があった。

以上のヒアリング調査からも、経営専門職学科が養成する人材の需要を見込むことができる。