

学生の確保の見通し等を記載した書類

1. 新設組織の概要

(1) 新設組織の概要

大妻女子大学にデータサイエンス学部データサイエンス学科を新設する予定であり、概要は下表のとおりである。

新設組織	入学定員	3年次編入学定員	収容定員	所在地 (教育研究を行うキャンパス)
大妻女子大学 データサイエンス学部 データサイエンス学科	90	—	360	東京都千代田区三番町12番地

(2) 新設組織の特色

近年、DXの推進やAIの活用が本格化しておりデジタル人材への需要が社会で急増しているが、理工系分野における女性比率は依然として低い状態が続いている。実技実学重視のもと女子教育を行ってきた歴史がある本学が新設するデータサイエンス学部は、データサイエンスにより実社会が抱える課題を発見し解決する力を身に付け自立して学び働き続けることができる女性を養成することを目指す。詳細については設置の趣旨を記載した文書に述べたが、本学部が養成を目指す人材は、以下のような特色を持つ。

- ① データサイエンスによってデータを収集・整理・分析・活用できる人材
- ② データとビジネスを結び合わせることができる人材
- ③ 多様な人々と協働しつつデータを用い課題を設定・解決できる人材

このため、学生は、統計、情報、経済、経営の専門科目を積み上げ式カリキュラムで学ぶとともに、入学から卒業まで全ての学期に必修科目として少人数のゼミ（演習）に所属して実際のデータにふれつつ双方向の学びを深めるなどして、ビジネスへの応用に焦点を当てたデータサイエンスを学修していく。

2. 人材需要の社会的な動向等

(1) 新設組織で養成する人材の全国的、地域的、社会的動向の分析

IT人材については、需要の大幅な増加に供給が追いつかず人手不足が深刻になっている。今後も、需給ギャップが容易に解消されることはないという見方が多い。例えば、経済産業省による委託調査(2019年)「IT人材需要に関する調査」によれば、2030年時点で45万人近くの供給不足が発生するという予測が示されている。この数値は、IT需要の伸びが中位の場合について計算されたものであり、高位の場合には不足は79万人もの規模に近づく。DXを推進する人材の量が不足しているとする企業は8割を超え、特に「大幅に不足している」とする企業は49.6%に上る(「DX白書2023」図表4-3(情報処理推進機構、令和5年3月16日))。こうした日本全体における深刻な人材供給不足の中にあって、本学部のようなデータサイエンス教育を受けた人材への需要は十分に確保されていると見ることができる。

日本全国でこのように IT 人材を巡る大幅な需給ギャップが予想されるどころだが、日本の中で地理的に偏在も伴っている。地域別の詳細な予測は見当たらないため、現状での情報通信業における都道府県別構成を見ると、東京都だけで事業所数で 38%、売上金額では 68%ものシェアを占めている (2022 年経済構造実態調査)。今後はデジタル化の進展により IT 人材が情報通信業以外の広範な業種で雇用されていくこととなるだろうが、少なくとも現時点では、日本では IT 人材が IT 企業で働いている率が国際比較で見て非常に高く (米国の 34.6%に対し日本は 72.0% (「IT 人材白書 2017 (情報処理推進機構、平成 29 年 4 月 25 日)」、IT 関連産業は本学が立地し多くの本学学生が在住している東京に集中している状況にある。こうしたことから、全国的な IT 人材不足の中であって、特に東京都心で学ぶ本学の卒業生は日本の中でも特に需要に対し供給が少ない労働市場に参加することになると見込まれる。

さらに、IT 人材の中でも、データサイエンスをビジネスに応用できる人材への需要は特に高いと見込まれる。「データサイエンティストの採用に関するアンケート (一般社団法人データサイエンティスト協会、令和 4 年 3 月 31 日)」において、企業が採用・育成したいデータ関連人材像として、「データによるビジネス課題解決を得意とする人材」が、戦略的に考えられる人材、サービスを開発する人材、理論に詳しい人材、データ分析のプロフェッショナル、エンジニア、クリエイターを抑えトップ (回答企業の 43%) となっており、今後増員したい人材のタイプとしても、情報系、エンジニアを抑え、「ビジネス課題を抽出し、データを分析・活用して課題を解決できる人材」が首位にあることが確認されている。「DX 白書 2023 (情報処理推進機構、令和 5 年 3 月 27 日)」に示された調査でも、デジタル事業に対応する人材の中で、量が「大幅に不足」しているとの回答が最も多かった職種が「データサイエンティスト (47.5%)」であり、「ビジネスデザイナー (42.9%)」や「先端エンジニア (41.3%)」を上回っている。こうしたことから、本学部が特色とする統計・情報と経済・経営の両方を学びデータとビジネスを結び合わせることでできる人材の養成は、IT 人材の中でも人材需要の高まりが特に強いと見込まれる分野と見ることができる。

加えて、理工系人材における女性比率の低さについては、「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 (教育未来創造会議第一次提言、令和 4 年 5 月 10 日)」において指摘されているところで、文理融合人材育成の重要性の高まりと相俟って、データサイエンスとビジネスをつなぐ女性については、特に稀少性が高く、供給に比べ需要が強いと見通すことができる。

(2) 中長期的な 18 歳人口等入学対象人口の全国的、地域的動向の分析

全国の 18 歳人口 (女性) は、令和 5 年が 54 万人で、本学データサイエンス学部が開設される予定の令和 7 年には 53 万人、さらに令和 16 年には 49 万人へと減少すると推計されている【資料 1 : 18 歳人口 (女性) の推移】。

しかし、本学の既設学部 (短期大学部は除く) へ入学した者の出願時の所在地 (志願票に記載された現住所) において、過去 5 年平均で一都三県 (東京・千葉・埼玉・神奈川) からの入学者が 80.86% (東京都 28.59%、千葉県 19.20%、埼玉県 17.83%、神奈川県 15.24%) を占めていることから【資料 2 : 所在地県別の入学者数の構成比】、この地域の

人口動態が本学の定員充足に主に影響を与えると見ることができる。また、本学の入学者の地域分布が今後は構造的に人口急減が著しい遠隔地域に大きくシフトすると見込むべき特段の事情は見当たらない。このため、当該地域における18歳人口（女性）の推移を見ると、学部発足予定の令和7年に14.39万人、学部発足10年目の令和16年には14.08万人程度となると試算される。従って、令和7年と16年を比較すると、全国平均の8%を大幅に下回る2%の減少率に留まる。期間中の年々の変動を見ても、対前年変化率の平均は-0.35%と、全国（-0.95%）より大幅に低い減少率である。一都三県から8割が入学する傾向が持続するとし、残り2割が全国平均の人口減少率に従うと仮定しても、令和16年は対7年比で3%の減少と計算され、全国平均よりも大幅に低い減少率となる。加えて、特に本学への入学者が最も多い東京都の18歳女性人口は、令和16年で令和7年よりむしろ多いと推計され、一都三県合算でも人口が前年より増加すると見られる年が多い。こうしたことから、本学の学生確保にとって人口減少の影響はごく限定的にとどまると見通すことができる。【資料1：18歳人口（女性）の推移（再掲）】

なお、本学では、多様な学生を確保するため社会人や外国人留学生を入学対象としているが、全学4年制学部で入学実績は例年10人にも満たない状況にあり、令和6年度入試の入学定員1,575人のうち僅か0.5%程度にとどまる。このため、学生確保の見通しについては、18歳人口（女性）に限定して検討することとした。しかし、社会人や留学生の入学が今後増加することとなれば、18歳人口に限定した見通しを上回る学生が確保されることとなる。加えて、ここで依拠した一都三県の人口推計については、都道府県を越えた人口移動がないとの前提の下で試算したものであり、首都圏への人口流入が続くこととなれば一都三県の人口の減少率は更に低くなり、また、8割が一都三県から入学とした場合の試算で残り2割を全国平均の人口減少率と仮定したが全国平均よりも人口減少が緩やかな都市圏からの入学が多い傾向もふまえると、ここで示した推計値は慎重な前提に基づくものと位置付けることができる。

（3）新設組織の主な学生募集地域

「令和5年度学校基本調査（文部科学省、令和5年12月）」によると、東京都に所在地を置く私立大学に入学した者の出身高校の所在地は、東京都54,268人（34.5%）、神奈川県23,390人（14.9%）、埼玉県18,327人（11.7%）、千葉県14,112人（9.0%）、と一都三県だけで約70%を占めている。

本学既設学部（短期大学部は除く）の入学者をみると、過去5年平均でこの一都三県が79.16%（東京都33.18%、千葉県17.68%、埼玉県15.41%、神奈川県12.88%）を占めており、学校基本調査における平均値を上回る【資料2：所在地県別の入学者数の構成比（再掲）】。新設学部でも、18歳女性人口の減少が僅かにとどまる一都三県から本学既設学部と同程度の8割前後の入学者が予想される。加えて、データサイエンス人材への全国的な需要の高まりを反映して、既設学部以上に遠隔地域からの志願者が上乗せになる可能性もある。

また、「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）」によると、東京都に所在する私立大学の入学定員の充足状況は過去5年間一貫して100%を上回っている。加えて、本学データサイエンス学部の学問分野である「理・工学系学部（大学）」

「社会科学系学部（大学）」の全国的な入学定員充足率も過去5年間一貫して100%を上回っており、現時点で既に社会ニーズが十分に見込める学問分野であることがわかる。

【資料3：新設組織が置かれる都道府県への入学状況】

（4）既設組織の定員充足の状況

本学の既設学部（家政学部、文学部、社会情報学部、人間関係学部、比較文化学部）の収容定員充足率は学科・専攻単位で見ても概ね100%を超えており【資料4：既設学科等の収容定員の充足状況、既設の学科等の入学定員の充足状況（直近5年間）】、主な学生募集地域である一都三県における18歳人口の減少も緩やかであることから、引き続き社会や高校生等のニーズに応える取り組みを継続することで、今後も定員が充足されると見込まれる。

3. 学生確保の見通し等

（1）学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

学生募集施策に関しては、全学部が参加する入学者選抜施策委員会と千代田・多摩の両キャンパスで開催される入試委員会で検討している。学長を委員長とする入学者選抜施策委員会は、建学の理想・精神にふさわしい有為の人材を広く求め、本学学生として入学させるための選抜の在り方を検討し、入学者選抜の施策を定めることを目的としており、入試だけでなくオープンキャンパスの日程を決めている。また、入試委員会では、施策に基づいた具体的な実施内容を決めている。

①既設組織における取組とその目標

年内入試志向が高まる中、低学年から大学研究を行う高校生が増えている。そのため、低学年から高校生と接触できる進学相談会、大学見学、出張講義への参加を増やし、本学への認知度を上げ、教育内容を理解した上で志願につなげることを目指している。なお、接触者実数（ファーストコンタクト）の推移として、資料請求、進学相談会、大学見学、オープンキャンパス等で本学に初めて接触した人数（個人情報取得者）が令和5年度は高校1年生で前年度比33%増えており、高校のキャリア教育に利用される広告媒体を増やすなど、低学年向けの広報に力を入れた成果が表れていると認識している。

ア. オープンキャンパス【資料5：既設学科等の学生募集のためのPR活動の過去の実績】

本学が毎年入学者全員に実施している入学手続者アンケート（令和5年度）で、「大学研究で活用したもの」として既設組織のうち近接する学問分野を持つ社会情報学部社会情報学科社会生活情報学専攻の新入生は57%、同情報デザイン専攻の新入生では71.6%がオープンキャンパスをあげている。また、両専攻とも大学研究で活用したものとして、「オープンキャンパスにおいて、本学の受験を決めるにあたり影響を受けた」と等と67%の学生が答えている。また、令和4年度のオープンキャンパスに参加した高校3年生のうち、令和5年度に社会生活情報学専攻（入学定員100人）に56人、情報デザイン専攻（入学定員100人）には74人が入学しており、入学定員の65%がオー

ブンキャンパスに参加している。オープンキャンパスは千代田キャンパスで8回行い、本学の入試説明のほか教員による模擬授業と個別相談のほか、総合型選抜対策、保護者向け受験講座、一般選抜対策など時期に応じた講座を予備校と連携し実施している。また、学生生活を高校生に知ってもらうため、在学生による個別相談、キャンパスツアー、学生によるトークショーなど学生企画を取り入れながら実施している。参加者にはスマートフォンを使ってアンケートを行い、実施内容の改善を行うことで、満足度の高いオープンキャンパスを目指している。令和5年度は社会生活情報学専攻と情報デザイン専攻を擁する千代田キャンパスでは来場者のうち45.5%の生徒がオープンキャンパスアンケートに回答し、すべての回で99%以上の生徒から「期待通り」と「期待以上」の評価を受けている。

イ. 高校進学相談会・高校訪問

前年度までは広報・入試センターだけで行っていたが、令和5年度からは「広報活動強化プロジェクト」を立ち上げ、事務部全体で行う体制への見直しを行い、令和3年度の157校、令和4年度の171校から参加校を増やし、令和5年度は関東、山梨、静岡を中心とした209校の高校の進学相談会に参加が決まっている。12月末現在、177校、1,733人の高校生と進学相談を行った。また、高校訪問は令和5年度からは首都圏を中心に実施している。学科の特徴、入試方法などを説明し、本学の教育内容を理解してもらえよう努めている。

ウ. 会場進学相談会

幅広く高校生への広報を行うため会場進学相談会に積極的に参加している。令和5年度は65会場に参加する。特に本学への志望者が多い関東、甲信越、静岡の会場を中心に参加している。12月末現在、61会場に参加し、734人の高校生と進学相談を行った。

エ. 大学見学

高校の進路研究の一環として大学見学への依頼が増えており、積極的に受け入れている。大学見学では、大学説明と施設見学を中心に行っている。令和5年度は16校の依頼に対応した。

オ. 出張講義

大学での学びを高校生に理解してもらうため、本学では高校への出張講義に力を入れている。令和5年度は56校での授業を行う。

カ. 高校教員対象入試説明会

高校教員に本学の教育方針・教育内容と入試方法を理解してもらうため、例年6月に「高校教員対象入試説明会」を行っている。当日は広報・入試センターだけでなく、教員も参加し高校教員と個別相談も行っている。参加できない高校教員のため、動画撮影しオンデマンド配信も行っている。

キ. ホームページ

大学研究でホームページは重要なツールとなっている。本学では誰もが見やすく、使いやすいホームページを目指し、毎年、ホームページの修正・改善を行っている。「大学スマホ・サイトユーザビリティ調査2023-2024（株式会社日経BPコンサルティング）」では全国266大学のサイトの中で8位の評価を受けている。また、令和5年度

に大学での学び、オープンキャンパス、入試情報、学生の声をまとめた「受験生応援サイト」をオープンし、受験生に絞った情報提供も開始した。令和5年4月から12月までの表示回数(学内者を除く)は2,767,313回(月別平均307,479回)、セッション(Webサイトアクセス回数)1,199,901回(月別平均133,322回)、のべユーザー数は710,803人になっている。広く本学の情報を知ってもらうためにWebやSNSへの広告を年間を通じて出稿している。

ク. 広報媒体の工夫

新聞・雑誌の紙媒体広告から地域、志望学部・学科のターゲットを細かく設定でき、効果測定ができるWeb広告への切り替えを行っている。進学情報サイトも毎年、媒体別に志願者、合格者、入学者の紐づけをし、効果的な媒体選びを行っている。SNSの活用も強化しており、X(旧・Twitter)、Instagram、LINE、YouTube、Facebookを運用している。Xでは最新のニュース、Instagramでは学園風景、LINEは受験生への入試情報と用途に応じて配信している。YouTubeでは「大妻女子大学公式チャンネル」を開設し、大学紹介や入試ガイダンスだけでなく、学部ごとの紹介ムービーを配信している。今後もコンテンツを増やしていく。また、ニュース記事として広く告知するため、プレスリリースの配信も積極的に行っている。

②新設組織における取組とその目標

学長を委員長とするデータサイエンス学部設置準備委員会及び研究会、副学長を委員長とする分科会を毎月1回以上開催し、データサイエンス学部の設置内容のみならず、学生募集に関する課題も協議している。

データサイエンス学部では認知度を向上させ、本学に来校する人数を増やすことを目標とする。既設の社会情報学部社会情報学科のうちデータサイエンス学部と比較的近接する学問分野を持つ2つの専攻(社会生活情報学専攻、情報デザイン専攻)の昨年度入試の結果を見ると、本学への来校者の多くが入学につながっていることがわかる。2023年度入学生の「資料請求から入学までのルート」を見ると、「資料請求して来校した(ルートA)」または「資料請求せずに来校した(ルートB)」ルートが68.3%を占める【資料6:2023年度入学生 資料請求から入学までのルート】。このことから、学生確保のためには本学データサイエンス学部の認知度を高めオープンキャンパスや学校見学といった来校につなげることが必須である。そのため、まずはデータサイエンス学部の受験対象年次となる高校1・2年生の認知度を上げることに重点を置いている。令和5年度6月から11月までに開催した7回のオープンキャンパスにおいて、構想中で変更の可能性があることを注意喚起した上で高校1・2年生対象にデータサイエンス学部の説明を実施している。

また、対面のイベントのみならずWeb上の広報も重視している。特に、高校生は主にスマートフォンで情報収集することから、PCのみならずスマートフォンで見やすい広報展開をしている。高校生のライフスタイルに合わせSNSでの情報配信も実施している。本学のホームページ上に特設の「受験生応援サイト」を作成し、データサイエンスの学びを中心に情報配信を続けている。実際に社会で活躍しているデータサイエンティストの動画を特設サイトで掲出し、データサイエンスの学びが社会でどのように役

に立つのかを具体的に説明している。

その結果、オープンキャンパスの参加者アンケートの質問項目において、「新学部『データサイエンス学部（仮称・設置構想中）』が2025年4月に開設されることを知っていましたか？」に対し、「知っていた」の回答率が、7月のオープンキャンパスでの44.1%から徐々に上がり、11月のオープンキャンパスでは既に58.7%にまで高まっている。令和6年3月のオープンキャンパスを含め引き続き認知度向上に努めていく。

③当該取組の実績の分析結果に基づく、新設組織での入学者の見込み数【資料6：2023年度入学生 資料請求から入学までのルート（再掲）】

既設の社会生活情報学専攻と情報デザイン専攻の「資料請求から入学までのルート」の実績値から求めた離脱率を基に、データサイエンス学部の資料請求から入学までの人数を試算すると、1,341人の資料請求者から322人が来校すると247人が出願することとなり、その247人の出願者から133人の合格者を出せば90人が入学すると見込むことができる。この試算に基づき、令和6年度においては、まず1,341人のデータサイエンス学部の資料請求者数と322人の来校者数を数値目標として広報を展開する。これらの資料請求者や来校者の人数については、既設両専攻に対する資料請求・来校の実績から、また後に詳述するアンケート調査結果によっても、十分に到達が可能と見込まれる。加えて、これらの資料請求から入学に至る比率が既設学部の前例に基づくものであることを認識し、上記数値目標にとどまることなくさらに多数の高校生にリーチできるよう、対面式のオープンキャンパスや模擬授業にWebコンテンツの充実等を組み合わせることで広報を既設学部よりも強化していく。

(2) 競合校の状況分析【資料7：競合校検討資料】

① 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

ア. 競合校の選定理由

本学では、新設学部の競合校として、データサイエンス学部・学科もしくはそれに類似する学部・学科を有する大学の中で、学校種、定員規模、学問分野、所在地、学力層等を考慮して、以下の4校を競合校に選定した。なお、データサイエンス系の学部の設置が認可されても未だ学生の入学実績のない大学については、正確な比較分析を行うに足る情報を揃えることができないことから、比較対象に含めないこととした。その結果、武蔵野大学データサイエンス学部データサイエンス学科、順天堂大学健康データサイエンス学部健康データサイエンス学科、京都女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科、共立女子大学ビジネス学部ビジネス学科の4校を選定した。

競合校を設定する基準については、まず学校種は、国公立は学費や知名度等において本学とは異なる優位性を有していることから対象から除いた。次に、定員規模については、本学データサイエンス学部データサイエンス学科の入学定員が90人であるため、±30人未満を条件とした。学問分野については、本学で予定されている教育の特徴をふまえ、統計学、ITスキルなどを用いてデータを収集・整理・分析・活用する学びができる商学・経済学など複数の分野を横断的に学ぶことができる「データサイエンス」とした。所在地については、本学の入学者の分布に基づき、一都三県とした。学力層につい

ては、本学既設学部との関係もふまえ、偏差値で45.0～52.5（河合塾偏差値(令和6年度入試)）を条件とした。これらの基準により、武蔵野大学データサイエンス学部データサイエンス学科および順天堂大学健康データサイエンス学部健康データサイエンス学科が全ての条件に合致したため競合校として選定した。

加えて、女子大学として新設することを本学にとっての社会的意義と位置付けているため、京都女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科と共立女子大学ビジネス学部ビジネス学科を競合校に含めた。京都女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科は、立地による入学者の地域分布の違いから学生確保で直接に競合する大学ではないが、女子大学として初めてデータサイエンス学部を設置しており、女子高等教育におけるデータサイエンスに関する教育研究活動の先行事例として本学の比較対象とした。共立女子大学ビジネス学部ビジネス学科は、立地やビジネスに関する教育内容が本学データサイエンス学部データサイエンス学科と類似しており、授業科目においてはデータサイエンスや統計学を必修としていることに加え、全学共通教育情報リテラシー科目プログラムが「数理・データサイエンス・AI 教育プログラム認定制度（リテラシーレベル）」に認定されていることから、データサイエンス学部ではないが競合校に加えた。

イ. 競合校との比較分析【資料8：競合校の比較分析】

本学の競争優位性について、「教育内容と方法」、「入学試験」、「入学初年度年間納付金額、大学独自の奨学制度の数」、「就職支援の内容の評価」、「取得できる資格・免許」、「キャンパス所在地」、「ブランドランキング」の観点から競合校と比較分析した。比較に当たっては、受験生のニーズから乖離することがないように、受験生の進学先検討時の重視項目も参照しながら、ニーズに合致したものであることを確認しつつ検討を行った。なお、競合校の状況については、主に各大学のホームページ、大学案内やパンフレットを用いて情報を収集した。「リクルート カレッジマネジメント 233（リクルート進学総研、令和4年7月）」で報告されたZ世代のメディア利用状況調査の結果によると、大学について情報収集する際の期待値が高いメディアの上位3位は「大学進学情報サイト（49.5%）」、「各学校のホームページ（35.5%）」、「学校案内やパンフレット（33.3%）」であるが、大学進学情報サイトは媒体やコンテンツによってばらつきがあるため、各大学のホームページや大学案内の活用が適切であると判断したためである。

「教育内容と方法」については、まず教育方法を見ると、本学データサイエンス学部データサイエンス学科の特徴として、入学から卒業までゼミ形式の教育を切れ目なく提供し、少人数双方向の学びにより、実社会のデータにふれてビジネスが抱える課題を発見・解決する力を養成することが挙げられる。武蔵野大学データサイエンス学部データサイエンス学科も、1年次後半から卒業まで「未来創造プロジェクト（PJ）」としてプロジェクト型講義を実施しているが、1年次前期に実施しておらず全学年において必修科目ではない。共立女子大学も、必修のゼミは2年生を対象としていない。京都女子大学も、ゼミは3・4年生が所属する設定となっている。順天堂大学も、総合演習は3年後期から設定している。これに対し、本学部では演習科目を1年前期から4年後期まで全ての学期について必修科目にしており、DPに掲げる能力の養成の上で強い比較

優位を有しているといえる。継続的に所属するゼミ以外でもこのような能力を磨く教育方法は様々に考えられ、競合校においてそれぞれの設計思想に基づいてカリキュラムが構築されていると見受けられるが、誤差を伴う実際のデータを扱って現実への応用を重視するデータサイエンスの学修に当たっては、少人数グループでディスカッションやプロジェクトを通じた双方向の学びを中心とするゼミ形式は特に有効であることから、データサイエンスを巡る競合校の比較においてこの違いは重要である。また、積み上げ式カリキュラムによる学びが重要な統計学や情報学、経済学の学修に当たって、学生が常に少人数のクラスに所属していることにより、学生に安心感を与え落ち着いて体系的に学修を進めることができるようきめ細かい学修支援サポートが期待できる。

教育内容については、本新設学部は以下に述べるように設定4競合校と十分な差別化を図っており、共通ないし類似の分野の教育に携わる競合校と共存して互いに学生を引き付けることができる状態が実現されると見込むことができる。まず、汎用性の高いデータサイエンスにおいては応用対象による重点の違いが注目されるが、この点で、順天堂大学はデータサイエンスの健康・医療・スポーツ領域への応用を目指しており、経済学・経営学を学んで企業等におけるビジネスへの応用を扱う本学との違いは明確である。武蔵野大学は、ソーシャルイノベーション、AIクリエイション、AIアルゴリズムデザインの3コース（履修モデル）を設定しており、ソーシャルイノベーションにはビジネスや経済がその一部分としては含まれるものの、その他2コースではエンジニアリング力が強調され、経済学・経営学の学びを学部の全学生に求める本学のカリキュラムとは異なるものとなっている。京都女子大学では、統計学、社会科学、情報学の3つの学びの領域を設定しており、本学が重視する経済学・経営学は社会科学の一部にとどめられており、学びのポイントとしては、データサイエンスに並べて、「行政・企業と連携し実社会で生きる力」、そして女子大学として「ジェンダー平等に貢献できる教養」を身に付けることを目指すとしており、企業との連携やジェンダー格差への問題意識の面で本学部と共通する面があるものの、企業の先に行政を置く重点付けや、ジェンダーを教養に結び付けて目標としている点において、ビジネスへの応用、実技実学の伝統に則り時代の要請に応じたスキルを身に付け生涯にわたって仕事を続ける女性の育成を強調する本学とは差別化が図られている。共立女子大学ビジネス学部はビジネスで活躍できる人材を目指す点で本学と共通する面があるが、養成する人材像やDPにおいて本学データサイエンス学部が最も重視するデータの分析に全くふれていない。このように、競合校の比較によれば、教育内容の単純な優劣というよりも、教育の重点などにおける差別化が十分に図られていることが確認される。

「入学試験」については、令和6年度入学者対象の主な入学試験の試験日と合格発表日、入学手続締切日について比較分析を行った（本学は既設学部の情報をもとに比較）。大学により入試を実施するタイミングに違いがあるが、本学では、一般選抜の業務フローやシステムを見直し、試験実施日から合格発表日までの期間を短くすることで合格者からより多くの入学者を確保する工夫に努めている。特に出願者数が多い一般選抜の前期試験でみると、本学は試験日から中3～4日で合格者を発表している。ちなみに、武蔵野大学データサイエンス学部データサイエンス学科が実施する全学部統一選抜は

中3日、一般選抜（A日程）は中4～5日と短期間で合格者を発表しているが、それ以外は1週間程度以上の期間を経て合格者を発表している。なお、本学の特徴としては、受験生が不利益を被らないよう示された文部科学省通知「入学者選抜実施要項」を遵守し1月には入試を実施しない入試日程を徹底している。

「入学初年度年間納付金額、大学独自の奨学制度の数」について、入学初年度年間納付金額の設定理由は「③学生納付金等の金額設定の理由」にて後述するが、他大学のデータサイエンス系学部とほぼ同額で設定しており、特に優劣が明らかな状況にはないと認識している。また、大学独自の奨学制度の数については、本学は他校と比べると少ないが、令和2年4月から開始した高等教育の修学支援新制度による手厚い支援策（上限額（私立大学・自宅外）：給付型奨学金約91万円/年、授業料約70万円/年、入学金約26万円）がある。

「就職支援の内容の評価」については、支援活動は多面的・多元的に展開されていること、また個々の学生の個別事情に即したケースバイケースでの対応も重要であることなどから定量的な比較になじまない面がある。そこで、実際に行われている就職支援に関連する情報を整理して比較することとする【資料9：競合校の比較（就職支援内容）】。

本学では、就職支援に専任で当たる職員が13人、キャリアカウンセラーも6人という体制を整備している。加えて、就職活動に当たる学生に身近な助言を期待できる本学の学生を「就職サポーター」に採用する制度も定着している（登録者数 令和4年50人、令和5年37人）。また、就職後に役立つ知識やスキルを総合的に習得することを目的とした課外プログラム「大妻マネジメントアカデミー」（OMA）を2011年から本学のキャリア教育センターの専任教員が中心となってビジネス界で活躍する学外講師も招聘して開講している。学内で行う企業説明会には例年約300社の企業が参加している。こうした取り組みもあって、98.6%（令和4年度）の就職率を達成している。

競合校において実施されている就職支援については、共通する内容とともに、それぞれ異なる特徴も見受けられる。順天堂大学では、医学部や看護系の学部など学部ごとに特徴のある就職サポートが行われている。なお、本学部が比較対象とした健康データサイエンス学部からは未だ卒業生が出ていない。武蔵野大学では、データサイエンス学部から初の卒業生が就職したところだが、キャリアアドバイザーが常駐する他に、本学の就職サポーターと同様と見られるスチューデントキャリアアドバイザーが導入されている。京都女子大学でも、キャリアカウンセラーが常駐する他、京都という地域特性に対応してUターン就職を促進するため23府県と協定を締結している。共立女子大学では、キャリア支援グループ専任職員5人、キャリアカウンセラー6人の体制で95.7%の就職率となっていて、15自治体とのUターン就職支援の協定締結、資格取得から趣味・教養までをカバーする共立アカデミーの開講等が行われている。このように、今回比較対象とした大学では、他大学の活動の詳細について大学ホームページと大学案内から得られる情報には限界があることに加え、大学により特徴のある支援活動が展開されているため、一元的な数量的尺度による優劣評価は難しいが、以上の比較から特定の大学が明らかに優れたり劣ったりする状況にはないと見受けられる。

また、大学通信 ONLINE (<https://univ-online.com/>)「2023年 進路指導教諭が評価

する大学（株式会社大学通信、令和5年10月）」が「就職に力を入れている大学」で独自に算出したランキングがある。本学は東京地区の大学の中で第34位、女子大学の中では第10位で、共立女子大学が東京地区の大学の中で第21位、女子大学の中では第5位であり、順天堂大学と武蔵野大学はランキングに入っていない。ただ、就職活動を実際に行っている大学生や求人している企業側による評価ではないことなどの限界があることにも留意が必要である。

「取得できる資格・免許」については、競合校と想定する進路が異なる面があるため単純には比べられないが、本学部の教育内容に密に関係する資格であるITパスポートと統計検定については、卒業要件単位に含まれる科目を履修することにより、取得を目指すことができ、資格取得についてもサポート（対策講座の開講等）を予定している。また、学芸員司書や図書館司書の資格取得も可能であり、資格志向の学生からの希望に応える。これに対し京都女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科では「中学校教諭一種免許状（数学）」と「高等学校教諭一種免許状（数学）（情報）」が取得できる。共立女子大学ビジネス学部ビジネス学科では、多くのビジネスに関連する難易度の異なる資格がホームページに併記されている。武蔵野大学データサイエンス学部データサイエンス学科及び順天堂大学健康データサイエンス学部健康データサイエンス学科は、ホームページに資格・免許について特に記載が見当たらない。これらを考慮すると、京都女子大学以外の競合校間で資格・免許の面で明確な優劣は顕著でないといえる。

「キャンパス所在地」については、本学千代田キャンパスの最寄り駅である市ヶ谷駅や九段下駅、半蔵門駅は都心にあり、東京都内だけでなく千葉県や埼玉県、神奈川県など東京近県からの交通の利便性が高く、多くの学生にとって自宅から通いやすい。実際、本学が毎年実施している学生生活実態調査（令和4年度）によると千代田キャンパスに所在する既設学部における各学部の約80～85%の学生が保証人と同居している。「令和2年度学生生活調査報告（独立行政法人日本学生支援機構、令和4年3月）」における、私立大学（昼間部）の自宅通学者割合が65.2%であることと比較しても高い水準である。また、本学千代田キャンパスは千代田区の中でも皇居や日本武道館があり閑静で格調高い皇居エリアに所在しており、落ち着いた雰囲気の中で学べる環境である。さらに日本有数のビジネス街である丸の内エリア、官公庁が立ち並ぶ霞が関エリアに近接しており、データサイエンスで重要な産官学の連携が容易であるという教育上の利点がある。なお、共立女子大学ビジネス学部ビジネス学科のキャンパスと近接しており、本学データサイエンス学部データサイエンス学科との間に優劣はない。

「ブランドランキング」については、「進学ブランド力調査2023（リクルート進学総研、令和5年7月）」のイメージランキングを参考とした。そのため、学部・学科単位ではなく大学単位での比較になる。本学は、関東エリアで「上品」で8位に、「落ち着いた」で9位に位置し、学生募集地域におけるブランドイメージは高い。一方、京都女子大学が関西エリアで「校風や雰囲気が良い」で7位、「上品」で5位に位置しており、関東エリアと関西エリアでも「上品」で評価を得ている。

ここで、受験生のニーズを把握するため、「進学センサス2022（株式会社リクルート、令和4年7月）」により女子の進学先検討時の重視項目を確認すると、「学びたい学部・

学科・コースがあること（80.5%）」、「校風や雰囲気が良いこと（42.9%）」、「自分の興味や可能性が広げられること（41.7%）」、「教育方針・カリキュラムが魅力的であること（41.3%）」、「資格取得に有利であること（36.6%）」、「自宅から通えること（35.3%）」の順番で重視されていることがわかる。「教育方針・カリキュラムが魅力的であること」と「自宅から通えること」は、競合校との比較分析での項目において「教育内容と方法」と「キャンパス所在地」に対応しており、本学が優位性を発揮する点と一致し、ここでの比較が、実際に受験生が進学先を決める際に重視している項目と一致していることがわかる。また、「寮や奨学金が充実していること」を重視する女子は7.2%と低い水準であり、「入学初年度年間納付金額、大学独自の奨学制度の数」についての記載における大学独自の奨学制度の数は進学の意向に与える影響は比較的限られると見ることができる。なお、「学びたい学部・学科・コースがあること」と「自分の興味や可能性が広げられること」は、データサイエンスという学問分野を選択して比較しているため競合校との差はそもそも大きくない。「資格取得に有利であること」と「校風や雰囲気が良いこと」については、「取得できる資格・免許」と「ブランドランキング」に対応するため、競合校間で本学の優位性は受験生のニーズに一定程度対応できている。

以上の比較検討から、本学データサイエンス学部データサイエンス学科は、「授業内容と方法」、特に演習に特徴付けられる授業の方法と、「キャンパス所在地」の二項目において比較優位を有していると考えられ、その他の項目において本学部が競合校に比べ明確に劣位にあるものは見当たらないことから、また競合校と教育内容等において明らかな差別化が図られ棲み分け共存が予想される。以上をふまえると、新設学部は競合校との比較において十分に受験生の入学検討対象となり、学生の確保が可能と見込まれるといえる。ただし、ここでの比較に用いた競合校に関する情報は、公開情報以外は各大学のホームページと大学案内に記載された情報に限られたものであることに留意する必要がある。なお、入学定員を90人に設定する根拠については、後に述べる高校及び企業へのアンケート調査結果に基づいて定量的に説明を加えることとする。

②競合校の入学志願動向等【資料 10：競合校の1年次入学試験の状況（令和3年～令和5年度入試）】

競合校である4校の過去3年間分の入学試験の動向をみると、すべての大学が入学定員を充足しているにとどまらず、志願倍率（志願者数／合格者数）も、比較に適さない開設初年度を除くと2.4～6.4倍である。このことから、データサイエンス系の学部は多くの志願者を集めていることが確認される。このように競合校において定員が充足されている現況は、先にあげたような比較優位を有する本新設学部でも定員充足が十分可能である一つの証左となる。

加えて、本学データサイエンス学部データサイエンス学科は、第一希望の志願者で定員を充足することが十分に見込まれるものであるが、ここで挙げたように高い入試倍率を記録している競合校における志願者数をふまえると志願者・入学者定員を上乗せで充足できる可能性が高いことがわかる。実際に、これまでも、出願時に本学を第二希望、第三希望としていた受験生が本学に入学しているケースは多い（本学既設の隣接領域である社会生活情報学専攻で39.1%、情報デザイン専攻で31.1%（「令和5年度新入学生意識調

査」)。また、競合校のうち共学の2校（順天堂大学と武蔵野大学）において入学者に占める女子の比率が3割前後にとどまっていることは、首都圏で初の女子大学におけるデータサイエンス学部となる本学部の意義を高めるものと見ることも可能だろう。

③学生納付金等の金額設定の理由【資料 11：他大学（データサイエンス学科系）初年度納付金比較】

学生納付金については、収益性分析、本学の既設学部の学生納付金、競合校等との比較に基づいて設定した。収益性分析については、本学の既設学部内でも比較的学問領域に近い社会情報学部の収益構造をベースに収益のシミュレーションを行った。

本学の社会情報学部と競合校4校における令和5年度入学者の学生納付金を比較すると、本学社会情報学部の入学初年度年間納付金は142.5万円（入学金25万円、授業料75.5万円、教育充実費42万）、順天堂大学は160万円、武蔵野大学は148万円、京都女子大学は140万円と、全般に140～160万円の範囲にある。共立女子大学は129万円であったが、厳密にはデータサイエンス学部ではなくビジネス学部の納付金額であり、本学と同じ都内に立地するデータサイエンス学科である中央大学理工学部ビジネスデータサイエンス学科は182.3万円（入学金24万円、授業料117.57万円、施設設備費29.77万円、実験・実習・体育費10.96万円）となっている。

健全な大学運営に必要な最低限の収益を確保しつつ、市場が受け入れやすい価格設定とすべく、本学既設学部とのST比（学生数／教員数）の違いや近年の物価上昇を加味し、令和7年度の本学データサイエンス学部データサイエンス学科の納付金額は、150.5万円（入学金15万円、授業料87.5万円、教育充実費48万円）とする。

(3) 学生確保に関するアンケート調査【資料 12：大妻女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科（仮称）の進学需要に関する調査結果】

①大妻女子大学データサイエンス学部設置に関するニーズ調査の概要

開設時に入学対象となる首都圏の高校2年生を対象に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定量的に確認した。調査概要は以下の通り。

調査対象	①本学への入学者が多い1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）を中心として、指定校や過去の入学実績がある高等学校119校 ②本学のオープンキャンパスに参加した高校2年生
調査方法	①本調査への協力を依頼し、協力が得られた119校に調査票を持参・送付し、ホームルームなどで配付・回収いただいた。 ②令和5年8月5日・8月6日・8月27日・10月21日・11月26日に実施した本学のオープンキャンパスに参加した高校生に対して回答を依頼し配付・回収した。
有効回答数 ※女性のみ抽出	11,967人 ※女性・高校2年生を抽出 ①②の調査で重複がないようにアンケート設問にて「同じアンケートに回答したことがあるか」を質問する項目を追加し、「はい」と回答したものは有効回答から除外

調査時期	①令和5年9月11日～令和6年1月15日（対象校への調査票送付～回収） ②令和5年8月5日・8月6日・8月27日・10月21日・11月26日（オープンキャンパス参加者への調査票配付日）
調査実施機関	株式会社 船井総合研究所

②本学の特色に対する評価結果

本学の教育上の特徴が高校生のニーズに合致しているか確認をするために、アンケートQ7で本学の特色である以下 a.～c. の3点がどの程度魅力に感じるのか調査を行った。調査の結果、a.～c. の3点の魅力度（「大いに魅力的である」、「魅力的である」または「やや魅力的である」と肯定的な回答をした割合）は 74.7%～82.4%と高い数値となり、本学の特色が高校生のニーズと合致していることが分かる。

a. ビジネスにつなげるデータサイエンスの学び

データサイエンスの基礎から応用を幅広く学び、経済学・経営学も学んでビジネスへの応用力を身に付けます。 魅力度 74.7%

b. 企業等とチームで協働する学び

企業等のデータに実際に触れ、現場の課題を発見・解決する PBL 型の実践的な授業を通して、他社と協働しチームで学びます。魅力度 78.9%

c. 少人数クラスときめ細かいサポート

4年間を通じ少人数クラスできめ細かい指導を受けることができます。また、個々人の状況に応じた数学などの学びのサポートもあります。魅力度 82.4%

③本学部への入学意向者数の調査結果

本学部へ入学する学生がどの程度確保できるのかを調査をするために、アンケートにて高校卒業後に希望する進路、興味のある学問分野、本学への受験意向、入学意向を調査した。

調査の結果、希望する進学先として私立大学を選び、かつ興味のある学問分野が新設学科と一致するデータサイエンスを選択した回答者は636人確認され、この636人のうち、本学科を「第一志望として受験する」かつ本学科に「入学する」と回答した者は170人であった。この人数は入学定員90人の1.9倍にあたり、定員を大きく超える入学見込み者がこれまでの調査だけで既に確認されている。加えて、志望順位が上位の他大学が不合格の場合などに本学科へ入学すると回答した者がこの636人の中で200人を超えており、実際に入学を見込める人数はさらに多いと考えられる。また、興味のある学問分野でデータサイエンスを選んだ者に絞ってクロス集計を行ったが、商学・経済学を選んだ者は全分野の第3位（1,852人が選択）と多く、本学科がデータサイエンスのビジネスへの応用を重視しており経済学・経営学も学べるということが受験生に今後浸透していくにつれて、この層の高校生の中から更に入学希望者が上乗せされる可能性も見込まれる。

(4) 人材需要に関するアンケート調査等【資料 13：大妻女子大学データサイエンス学部データサイエンス学科（仮称）の人材需要に関する調査結果】

本学部が養成を目指すようなデータサイエンスを学修した人材に対する全般的な需要については、先に述べたように、日本全国での IT 人材不足、特にビジネスとデータを結ぶ人材の大幅な不足などから大きいことが明らかだが、本学部を卒業する学生に焦点を当てた需要の見通しを把握するための参考として、企業にアンケート調査を本学独自に実施した。以下では、この調査結果に基づき、需要が十分にあることを定量的に示すこととする。

調査結果の検討に入る前に、調査の概要については、学内の求人情報データベースにある企業（11,823 件）から本学部卒業生の就職が想定される企業（社会福祉法人、学校等を除外。）に絞って抽出した 3,421 社に対し令和 5 年 11 月から 12 月にかけてアンケートを実施し、390 社から回答を得た。地理的分布については、日本企業全般の傾向と同様に、東京都に本社が所在する企業が多い（7 割）。業種分布は、IT 関連業が 39.2%、製造業が 16.7%、卸売・小売業が 8.7%、その他サービス業が 6.9%となっている。

まず、女性の採用に関する方針については、回答企業の 66.2%が女性を「毎年、安定的に採用していく」としていることに加え、単に安定的に採用するにとどまらず、全体の 45.6%の企業は、女性の採用人数を「増やしていく方針」だとしていることから、女性への採用は今後更に拡大していくと見込まれる。更に、70%の企業が管理職に占める女性の割合を増やしていく方針と回答していることから、女性が社内でもより高度で重要な役割を担うことが確実にされており、それに応えられる人材へのニーズは更に強まると見ることが出来る。

次に、本学部が養成する人材について説明したところ、96%を超える企業が「今後の社会でニーズが高い」と回答している。特に、ニーズが高いという回答の内訳を見ると、「ニーズはやや高い」とする肯定度が弱い企業は 12.1%にとどまり、「ニーズは高い」とする回答が全回答企業の 46.9%に上り、「ニーズは極めて高い」とする積極的な回答も 37.9%あった。従って、本学が養成を目指す人材に対する社会の需要は明らかに強い。また、本学部と産学連携したいとする企業も 75.1%あり、ビジネスと連携した教育・研究が本学部で充実する展開が見込まれ、企業のニーズに応えるような本学部卒業生への需要が更に強まる好循環も期待される。

このように高い評価が本学部の卒業生の採用につながるか質問したところ、97%を超える企業が採用対象となると回答した。このうち、全回答企業の 66.2%が留保条件（「おそらく」や「検討してもよい」）を加えずに「採用対象となる」と断言している。「採用対象にならない」との回答はゼロで、「あまり採用対象とならない」とする企業も 2.3%のみであった。検討してもよいとする企業を含めて（回答企業の 97.7%）「採用可能と思われる人数」を合計すると、若干名を採用予定とした回答を 1 名採用として扱い、採用予定人数を範囲で回答した場合は下限最小値とし、それ以外はゼロとする保守的な計算によっても、単年度で 1,338 名にも上る。控えめに 1 社 1 名とカウントしても 381 名となり、この人数は、入学定員から計算される本学部の単年度の卒業生人数 90 人を大きく上回る。本学部から学生が卒業する完成年度を含む今後はデータサイエンスを学んだ人材への需要がさらに高まると目されること、今回の回答企業は本学学生採用の意欲がある

企業であり過大推定の可能性もあるものの、他方で従来は本学から採用実績のなかった企業でも新しい学部については採用するケースが見込めるため過少推定ともいえることなどを考えると、本学部が養成を目指す人材となって卒業する学生への需要は社会で十分に存在することが、実際に本学から卒業する学生の採用を検討する企業への調査結果に基づいて定量的に確認される。

4. 新設組織の定員設定の理由

これまで見てきたように、本学部で養成する人材への需要は強いと見通せる。マクロ的に、データサイエンスを学んだ人材に対する需要は社会で十分に存在し、その中でも、本学部が特徴とするビジネスと結び付けて学んだ人材への需要は特に強く、予測される人口動態から見ても、本学の入学者が多い東京都を中心とする地域では人口減少はごく僅かにとどまる。これらの要因については、日本全体における IT 人材の膨大な人手不足、データサイエンス人材への需要に関する各種団体による企業に対する調査結果、18 歳女性人口見通し等により定量的に裏付けられている。

またミクロ的に、競合校との比較において、本学部は、教育方法及び立地において比較優位を有し、他の項目において特に劣位にあると目されるものは見当たらず、また、全ての競合校の類似学部及び本学の既設学部の多くが定員を充足している状況にある。加えて、教育内容等について、競合校と十分に差別化が図られ、競合校と棲み分けて共存し学生を互いに確保できる状況にあると見込まれる。

こうしたマクロ・ミクロ両面での背景に加え、定量的な証左として、高校生及び企業への調査の双方から、十分な数の入学者及び卒業生の採用が見込める。具体的には、入学が見込まれる高校生の人数、また、企業が採用を予定する卒業生の合計人数は調査回答企業だけで、いずれも入学定員として設定した 90 人を大きく上回っていることから、本学部が定員を充足する数の学生を確保することは确实と見込まれる。

なお、社会的な需要及び高校や企業における本学への期待を勘案すればさらに多数の学生を受け入れることも可能と考えられるが、特にデータサイエンス学部では、学生が実際のデータにふれ、試行錯誤の中で知識を確実なものとし、双方向の議論の中でデータを活用したビジネス課題の解決策を提案するに至る過程が重要であると考え、質の高い教育を提供できる教員を確保し、少人数の学生を高い ST 比率で受入れることを重視するため、適切な水準に定員を絞り込んで設定したところである。

以上の要因を総合的に考えて、本学部の入学定員については 90 人に設定することとしたものである。

以上