

## 学生の確保の見通し等を記載した書類（本文）

### 目次

(1) 収容定員を変更する組織の概要.....	2
①収容定員を変更する組織の概要.....	2
②収容定員を変更する組織の特色.....	2
(2) 人材需要の社会的な動向等.....	3
①収容定員を変更する組織で養成する人材の全国的, 地域的, 社会的動向の分析.....	3
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.....	4
③収容定員を変更する組織の主な学生募集地域.....	5
④既設組織の定員充足の状況.....	5
(3) 学生確保の見通し.....	6
①学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果.....	6
ア 既設組織における取組とその目標.....	6
イ 収容定員を変更する組織における取組とその目標.....	7
ウ 当該取組の実績の分析結果に基づく, 収容定員を変更する組織での入学者の見込み数.....	8
②競合校の状況分析.....	9
ア 競合校の選定理由と収容定員を変更する組織との比較分析, 優位性.....	9
イ 競合校の入学志願動向等.....	1 2
ウ 収容定員を変更する組織において定員を充足できる根拠等.....	1 2
エ 学生納付金等の金額設定の理由.....	1 2
③先行事例分析.....	1 2
④学生確保に関する既設組織の実績.....	1 2
⑤人材需要に関するアンケート調査等.....	1 3
(4) 収容定員を変更する組織の定員設定の理由.....	1 5

## 学生の確保の見通し等を記載した書類

### (1) 収容定員を変更する組織の概要

#### ①収容定員を変更する組織の概要

本学は、令和7（2025）年4月1日より収容定員を変更する。社会福祉学部社会福祉学科の入学定員を減員し、美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の入学定員の増員を行い、収容定員を下表のとおり変更する。なお、収容定員変更の前後で大学全体における入学定員及び収容定員の増減は伴わない。

（単位：名）

収容定員を 変更する 学部学科	現行		変更後		差		所在地
	入学定員	収容定員	入学定員	収容定員	入学定員	収容定員	
社会福祉学部 社会福祉学科	60	240	40	160	-20	-80	北海道北 島市中の沢 149番地1
美術学部 デザイン学科	40	160	50	200	+10	+40	同上
美術学部 建築学科	40	160	50	200	+10	+40	同上
計	140	560	140	560	±0	±0	

#### ②収容定員を変更する組織の特色

本学は、建学の精神である「社会に必要とされることを創造し、常に新たな道を切り開き、それを成し遂げる。」を実現し続けてきた結果、現在3学部4学科の体制となっており、小規模ながらもマネジメント・ソーシャルワーク・保育・教育・デザイン・建築・スポーツ関連分野といった多様な学びを提供している。収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の特色をそれぞれ説明する。

美術学部デザイン学科は、デザイン分野、アート分野、イラスト・マンガ分野の3分野を学べる教育課程を提供している。デザイン分野では、日常生活に不可欠なデザインの成り立ちやメソッドを学び、グラフィック、WEB、CG、プロダクト、映像など多岐にわたる学びを提供している。アート分野では、日本画、洋画、版画、彫刻、工芸など多彩なジャンルから選び、創作活動に没頭できる環境が整えている。イラスト・マンガ分野では、道内4年制大学初の専門的な学びを提供し、プロのイラストレーターやマンガ家から実践的な

知識と技術を学べる。これらの特徴から、デザインや美術の幅広い分野で専門スキルを身に付け、社会に貢献できる人材の養成が特色となる。

美術学部建築学科は、建築プロフェッショナル分野、建築デザイン分野の2分野を学べる教育課程を提供している。建築プロフェッショナル分野では、建築士の資格取得を目的としつつ、建築設計や建築施工等の建築技術者に必要な知識・技術を学ぶことができるのが特徴である。建築デザイン分野では、都市計画から住まいのインテリアまで建築に関するデザインを総合的に学ぶことができるのが特徴である。これらの特徴から、建築分野で実践的かつ創造的に活躍できる人材の養成が特色となる。

## (2) 人材需要の社会的な動向等

### ① 収容定員を変更する組織で養成する人材の全国的、地域的、社会的動向の分析

収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の養成しようとする人材が全国、地域又は社会において需要があることをそれぞれ説明する。

まず、美術学部デザイン学科で養成するデザイン、アート、イラスト・マンガ分野に富んだ人材の需要について、我が国の文化芸術は、近年、観光・まちづくり・国際交流・福祉・教育・産業その他の分野との緊密な連携の下、様々な価値を生み出しており、今後も、創造的な社会・経済活動の源泉として、デジタル化等の技術革新を取り入れながら、新たな価値や収益を生み、それが本質的価値の向上のために再投資されるといった好循環を通じて、我が国社会の持続的な発展に寄与し続けていくことが期待される。国際的にも、多様性、包摂性、持続可能性をキーワードとした新たな社会の実現に、文化芸術が大きく貢献することが共通認識となりつつある。また、文化芸術は世界の平和にも寄与するものであり、地球規模の課題に対して、国際社会が連携・協調し、その解決を図ろうという動きが活発になる中、人々のウェルビーイングの向上を図るためにも、文化芸術が果たすべき社会的な役割が増している。日本私立学校振興・共済事業団による調査（資料1）では、令和5年度から過去5年間の中で全国の私立大学における芸術系学部の入学定員充足率がどの年度も1.00を超えており、志願倍率についても令和元年度の3.66に対し、令和5年では4.18と上昇している。また、北海道内大学における芸術系学部の入学定員充足率（資料2）は、令和5年度から過去3年間でどの大学もほぼ充足しており、過去3年間の入学定員充足率の平均についても1.00未満の大学はない。

以上のことから、本学が養成するデザイン・美術に富んだ人材について、社会的な役割が増しており、また、全国的、地域的にも需要があるものと考えられる。

次に、美術学部建築学科で養成する建築技術を有した人材の需要について、全国的、地域的に非常に高まっている。わが国では、人口減少と高齢化が進行により、労働力人口が減少しており、この中で国土交通省のデータ（資料3）によると、建設業は特に高齢労働

者に依存している状況となる。建設技能者のうち、60歳以上の技能者は全体の約4分の1を占めており、また、若年層の参入が少ないことから、技能継承の問題が深刻化している。これにより、新たな若年労働力の需要が急速に高まっている。また、建築投資額の推移（資料4）は、公共および民間の建設投資額は年々増加している。2011年度の建設投資額は約44兆円だったのに対し、2023年度には約57兆円となる見通しであり、この増加は、インフラ整備や都市再開発、災害復旧などの大規模プロジェクトによるものであることから、建設業の需要が増大につながっている。さらに、この需要は、都市部と地方で異なる特徴を持っており、都市部では大規模な再開発プロジェクトが進行し、地方ではインフラの老朽化対策や災害復旧のための工事が増加していることから、全国各地で建設業の需要が高い状態が続いている。特に地方では、人口減少により若年労働力が少なく、建設業の人材不足が顕著となり、多くの地域で建設業の求人が充足されておらず、地域経済の発展を阻む要因となっている。

以上のことから、美術学部建築学科で養成する建築技術を有した人材は全国的、地域的に需要があるものと考えられる。

## ②中長期的な18歳人口等入学対象人口の全国的、地域的動向の分析

収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の主な入学対象が18歳となることから、全国、北海道における中長期的な18歳人口動向を踏まえ、増員する学科が充足できることを述べる。

リクルート進学総研による調査（資料5）によると、全国の18歳人口は、収容定員変更年度の2025年に1,090,562人、その10年後の2035年には970,429人となり、また、北海道では、2025年が41,857人、2035年が34,669人と全国、北海道ともに18歳人口は減少する予測である。さらに同調査（資料6）では、ある都道府県内の大学や短期大学者への入学者数の内、同一の都道府県にある高校出身者の占める割合を「残留率」と定義し、分析を行っている。北海道の地元残留率は2014年から2023年に掛けて、ほぼ横ばいで約6割台の推移となっており、全国で最も高い。このことから、今後も北海道の地元残留率について、急激に低下する可能性は低いと考えており、2035年の北海道における18歳人口34,669人の半数は残留すると見込んでいる。また、日本私立学校振興・共済事業団による調査（資料7）では、2023年度時点で北海道内にある私立大学23校の入学定員合計が10,978人となっており、この入学定員合計数は18歳人口の減少が続く中で今後、大きな増加はないものと考えている。前述のとおり、2035年の北海道における18歳人口34,669人の半数以上は残留すると見込んでいることから、北海道内にある私立大学23校の入学定員合計が10,978人と照らし合わせて、収容定員を増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の定員は充足できるものと考えている。

### ③収容定員を変更する組織の主な学生募集地域

収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科の主な学生募集地域は北海道となり、どの都道府県からどの程度の大学進学者が見込まれるか述べる。

北海道における出身高校の所在地県別入学者数の構成比（資料 8）は、令和 5 年度の学校基本調査から作成しており、構成比が北海道 90.5%、東京都 3.6%、青森県 2.3%、神奈川県 2.0%、岩手県 1.7%と地元からの進学者が約 9 割を占めている。

また、本学における出身高校の所在地県別入学者数の構成比（資料 9）では、美術学部デザイン学科は過去 4 年平均で北海道からの進学者が 86.8%、美術学部建築学科は過去 4 年平均で北海道からの進学者が 82.6%となっており、高い割合を占めている。

以上のことから、学校基本調査のデータ及び自大学の実績を踏まえ、北海道からの進学者が主として今後も見込まれることから、学生募集地域を北海道に設定していることについて、妥当性があるものと判断する。

### ④既設組織の定員充足の状況

本学全学科の定員充足状況を（資料 10）に示す。各学科について、過去 5 年間の平均入学定員充足率は、社会福祉学部社会福祉学科以外は、1.0 以上で安定的に定員を充足できている。社会福祉学部社会福祉学科においては、これまでの充足状況から現状の入学定員を確保することが厳しいと判断したため、今回の届出で減員を行い定員の適正化を図ることとし、変更後の定員は直近 2 年の志願者数、入学者数の推移を踏まえ設定している。収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科における今後の定員充足の見通しについては、以下に詳述する。

美術学部デザイン学科の過去 5 年間の志願者は、延べ人数、実人数ともに安定して推移している。また、歩留率の平均が 0.76 と高く、単年度でみた場合に最も高い歩留率が令和 4 年度の 0.87 となっており、本学科を第一希望として受験する層が多いことがわかる。直近 2 年の入学者数についても定員を大幅に超える学生を確保していることから、次年度以降も安定した見通しであると考えられる。

美術学部建築学科については、令和 2 年度以降から志願者が延べ人数、実人数ともに増加している。また、入学定員充足率においては、1.15 を超える年度が過去 5 年のうち、3 か年あり、過去 5 年間の平均入学定員充足率についても 1.24 と高い値となっている。このことから、次年度以降も安定した学生の確保が見込めると考える。

### (3) 学生確保の見通し

#### ①学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

##### ア 既設組織における取組と目標

本学における広報活動の1つであるオープンキャンパスでは、各学科の開設の趣旨・必要性・意義や、学部学科の教育理念、養成する人材像、本学の卒業認定・学位授与の方針（DP）、教育課程編成・実施の方針（CP）・入学者受け入れの方針（AP）についての説明を行うとともに、卒業後の進路など様々な情報を高校生、保護者に対して広く周知している。オープンキャンパスの目標参加者数は過去の実績を踏まえ、開催する日程ごとに設定をしており、また、開催する日程についても過去の参加状況から効果的な配置になるよう見直しを行っている。ここからは、令和4年及び令和5年に開催したオープンキャンパスの実績に基づく分析結果について、収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科ごとに説明する。（資料11）

美術学部デザイン学科の令和4年及び令和5年に開催したオープンキャンパスにおける参加者総数の平均が249.5人、うち受験対象者数の平均が108.5人となる。また、この平均108.5人のうち、本学に受験者した平均が43人、うち本学に入学した平均が39.5人であり、入学率の平均が36.4%となっている。

美術学部建築学科の令和4年及び令和5年に開催したオープンキャンパスにおける参加者総数の平均が141人、うち受験対象者数の平均が79人となる。また、この平均79人のうち、本学に受験者した平均が41人、うち本学に入学した平均が37.5人であり、入学率の平均46.7%となっている。

以上の分析結果のとおり、オープンキャンパスの参加者から、本学へ入学する学生が一定数おり、オープンキャンパスの内容について、入学に結びつくような情報の提供ができていると考える。なお、令和4年に開催したオープンキャンパスの実績を踏まえ、令和5年のオープンキャンパスの実施計画・目標は以下のとおり、設定し開催した。

#### 【令和5（2023）年のオープンキャンパス開催計画と目標人数】

第1回	3月26日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：150人
第2回	5月20日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：120人
第3回	6月3日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：30人
第4回	6月10日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：40人
第5回	6月24日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：100人
第6回	7月8日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：60人
第7回	7月15日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：20人
第8回	7月16日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：40人

第9回	7月30日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：150人
第10回	8月6日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：150人
第11回	8月19日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：20人
第12回	8月20日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：20人
第13回	8月26日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：80人
第14回	9月23日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：80人
第15回	10月7日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：60人
第16回	11月11日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：60人
第17回	12月9日	大学説明会（来場型）	目標数：30人

### イ 収容定員を変更する組織における取組とその目標

収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科におけるPR活動について、前述したオープンキャンパスの分析結果も踏まえ、より一層、志願者や入学者の確保に結びつくような成果を上げるため、令和6年度の学生募集におけるPR活動の方針及び戦略、実施計画・目標を説明する。

PR活動の方針では、オープンキャンパスをはじめとした、外部主催の進学ガイダンス、高等学校訪問等の直接的な募集活動やWEB・SNS、紙面等による間接的な募集活動の両場面において、他大学も視野に入れて検討している受験生に対し、本学の総合型選抜の併願が可能であることを積極的に周知していく。また、戦略として経済的な負担の軽減として本学独自の『経済支援制度』、『奨学金制度』、『修学支援制度』など学費減免に係わる制度の告知など、入学者の確保に結びつくような情報をより一層発信していくとともに本学独自の奨学金制度について、他の奨学金制度と同様に新リーフレットの作成を検討していく。

美術学部デザイン学科におけるPR活動の方針としては、デザイン、イラスト・マンガなどの人気分野について積極的にオープンキャンパス等の場面で発信していく。また、戦略として、オープンキャンパスの個別面談担当者を増員するなど充実を図り、きめ細かな対応を行う。

美術学部建築学科におけるPR活動の方針としては、建築士の資格取得と大手ゼネコンへの就職実績、就職率の高さをオープンキャンパス等の場面で発信していく。また、戦略として、建築士現役合格の内容記事について、ホームページに掲載するとともに北海道内の工業高校へのDM、高校訪問でのPR活動、相談会での配布を実施する。

なお、令和7年（2025）年度入試の志願者を対象としたオープンキャンパスの実施計画・目標は、以下のとおりである。

## 【令和6（2024）年のオープンキャンパス開催計画と目標人数】

第1回	3月24日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：120人
第2回	5月18日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：120人
第3回	6月1日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：30人
第4回	6月8日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：40人
第5回	6月22日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：100人
第6回	7月20日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：20人
第7回	7月21日	オープンキャンパス（出張型）	目標数：60人
第8回	7月28日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：200人
第9回	8月4日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：150人
第10回	8月24日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：90人
第11回	9月21日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：90人
第12回	10月5日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：60人
第13回	11月9日	オープンキャンパス（来場型）	目標数：60人
第14回	12月21日	大学説明会（来場型）	目標数：30人

### ウ 当該取組の実績の分析結果に基づく、収容定員を変更する組織での入学者の見込み数

前述のア及びイで説明した内容を踏まえて、収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科ごとでオープンキャンパス実施した場合に見込まれる入学者数を説明する。（資料11）

まず、美術学部デザイン学科について、令和4年及び令和5年に開催したオープンキャンパスにおける参加者総数がそれぞれ253人、246人となり、その平均が249.5人である。そのうち本学に入学した者は、それぞれ42人、37人となり、その平均が39.5人である。このことから、変更後の定員50人に対し、オープンキャンパスの取り組みにおいて入学定員の79.0%にあたる、およそ39人の入学者が見込まれると推測する。

次に、美術学部建築学科について、令和4年及び令和5年に開催したオープンキャンパスにおける参加者総数がそれぞれ180人、102人となり、その平均が141人である。そのうち本学に入学した者は、それぞれ48人、27人となり、その平均が37.5人である。このことから、収容定員変更後の定員50人に対し、オープンキャンパスの取り組みにおいて入学定員の75.0%にあたる、およそ37人の入学者が見込まれると推測する。

以上のとおり、オープンキャンパスの取り組みに限定した入学者の見込みとはなるが、定員を増員するどの学科も7割以上は見込まれると推測しており、本取組以外にも外部主催の進学ガイダンス、高等学校訪問やWEB・SNS、紙面等による間接的な募集活動など、多様な広報活動を継続的かつ効果的に実施しながら学生確保に向け取り組んでいく。



## ②競合校の状況分析

### ア 競合校の選定理由と収容定員を変更する組織との比較分析, 優位性

収容定員を変更する学科のうち, 増員する美術学部デザイン学科, 美術学部建築学科の競合となる大学(学部学科)を(資料12)に示す。競合校の選定理由としては, 学校種が大学, 主たる学生募集地域が北海道, 同系統の学問分野が設置されていること, 定員規模と偏差値の類似性が最も高いことから選定した。ここからは, 収容定員を増員する美術学部デザイン学科, 美術学部建築学科ごとに各競合校との比較分析した結果について説明する。

美術学部デザイン学科の教育内容における競合校との比較について(資料13), 本学科では, グラフィック, WEB, プロダクト, 映像等を学べるデザイン分野, 日本画, 洋画, 彫刻等を学べるアート分野, キャラクターデザイン, イラスト, マンガ等を学べるイラスト・マンガ分野の3分野を提供しているのに対し, 競合校では, 絵画, 彫刻等を学べる美術分野, WEBデザイン, 映像等を学べるメディアデザイン分野, インテリア, 建築等を学べるインテリア建築分野, 素材づくり, 服飾文化を学べる服飾美術分野, 舞台芸術を学べる舞台芸術分野の5分野を提供している。提供している分野の幅が競合校より広くはないものの, 本学美術学部デザイン学科が提供しているイラスト・マンガ分野は競合校にはない分野であり, 近年この分野を学びたい学生が増えていることから, 個別の要素について見れば, 本学に優位性があると考ええる。また, 本学科は, 文部科学省より数理・データサイエンス・AI教育のリテラシーレベルに認定されており, 美術関係の専門的な知識と技術の修得とともに Society 5.0 をはじめとした情報技術の急速な発展に対応するために必要なデータサイエンス・AIに関する能力を身に付けることができることから, この点において, 優位性があると考ええる。さらには, 教育方法に関して, 本学美術学部デザイン学科, 競合校ともに学修者の能動的な学修への参加を取り入れた教授・学習法の総称であるアクティブ・ラーニングを積極的に導入しており, 本学美術学部デザイン学科の優位性はみられないものの, 本学では昨年度より, 教員の教育改善や教育活動に関する知識, 経験等の教育リソースを教員間で共有し, 活用することを目的としたティーチング・ポートフォリオを導入しており, 教育方法について継続的に改善していく仕組みを整えている。

次に, 入試における競合校との比較について, 本学科の総合型選抜, 学校推薦型選抜, 一般選抜の受験時期は, 競合校と概ね同様となるが, 各選抜における面接等の各試験日については, 日程が重ならないよう配慮をしている。受験時期における優位点として, 競合校の総合型選抜では, 受験のエントリー後に試験日を決定するのに対し, 本学科では募集要項に試験日をあらかじめ明記し, 受験生に対し, 計画的な受験活動ができるよう配慮している。また, 同選抜において, 昨今の年内入試シフトの状況を踏まえ, 年内で入学試験を

終了できる日程を本学科では、2期分設定しているのに対して、競合校では1期分となる。

次に、学生納付金、奨学金制度等の修学支援における競合校との比較について、本学科の初年度納入金は1,670,000円、授業料等は1,487,730円となる一方で、競合校の初年度納入金は1,459,660円、授業料等は1,149,660円であることから、学生納付金については、本学科の優位性は見られない。しかし、大学独自の奨学金制度等の比較では、本学科の給付型が11件、貸与型が1件の計12件に対し、競合校では給付型が9件、貸与型が1件の計10件であることから、奨学金制度等の修学支援に関しては、競合校よりも充実しており、優位性があると考えられる。

次に、就職支援の内容における競合校との比較について、令和5年5月1日時点での本学のキャリアセンター職員数は5名で、その職員一人あたりの学生数は約268人である。一方で、競合校のキャリアセンター職員数は4名で、その職員一人あたりの学生数は約514人であることから、本学では、学生一人ひとりの就職を手厚く支援する職員体制を敷いている。また、本学科、競合校ともにインターシップ科目を設置し単位認定を行っているが、本学のインターンシップでは、企業等との提携に基づいた有償型インターシップを実施しており、学生が収入を得ながら、就業力の伸長と単位認定が可能な本学独自の取り組みを行っている。これらの本学の就職支援の体制や取り組みは、競合校と比較をした際に優位性があると考えられる。

次に、取得できる資格における競合校との比較について、本学科で取得できる資格は、中学校教諭一種（美術）、高等学校教諭一種（美術）である。一方、競合校では中学校教諭一種（美術）、高等学校教諭一種（美術）に加えて、アドビ認定アソシエイト（ACA）Photoshop、アドビ認定アソシエイト（ACA）Illustrator CC、インテリアプランナー、フォーマルスペシャリスト検定試験ブロンズライセンス等の様々な資格を取得することができることから、取得できる資格の比較では、本学科の優位性は見られない。

以上の比較分析のとおり、学べる分野の幅や学生納付金等の部分で本学科の優位性は見られないものの、競合校にはないイラスト・マンガ分野が学べる点や奨学金制度等の修学支援が競合校よりも充実している点、就職支援の手厚さ等を踏まえると、競合校に劣らない優位性があると考えられる。

美術学部建築学科の教育内容における競合校との比較について（資料14）、本学科では、建築設計や建築施工等の建築全般に携わる技術を学べる建築プロフェッショナル分野、インテリアからまちづくりまで建築に関するデザインを総合的に学べる建築デザイン分野の2分野を提供しているのに対し、競合校では、建築設計・デザインを学び空間の機能性と美を追求する空間デザイン分野、建築構造や建築材料、生産について学び、建築の安全性、耐久性を追求するシステムデザイン分野、建築をとりまく環境・設備について学び、空間の快適性を追求する環境デザイン分野の3分野を提供している。本学科、競合校ともに工学に限定せず芸術学などを含めた総合的な建築学を教育内容としている。優

位点としては、本学科では、建築学以外の分野を体系的に履修することが可能な副専攻（サブメジャープログラム）を設置しており、学科の枠を超えた学びの幅を広げるような教育課程の工夫を行っている。

次に、入試における競合校との比較について、本学科の総合型選抜、学校推薦型選抜、一般選抜の受験時期は、競合校の各選抜の試験日と日程が重ならないよう配慮をしているが、優位性は見られない。しかし、試験の方式については、現時点で競合校では総合型選抜を実施していないことから、本学科の総合型選抜を含めた多様な選抜方式は優位性があると考えられる。また、総合型選抜、学校推薦型選抜、一般選抜において、学力の3要素について評価することや、受験生の生徒会活動や部活動、取得資格や各活動実績、ボランティア活動、特別活動の記録、総合的な探究の時間の内容等について点数化し、評価の対象としていることを募集要項に具体的に明記しており、多面的・総合的な評価を行っている点は競合校と比較して優位性があると考えられる。

次に、学生納付金、奨学金制度等の修学支援における競合校との比較について、学科の初年度納入金は1,670,000円、授業料等は1,487,730円となる一方で、競合校の初年度納入金は1,552,000円、授業料等は1,352,000円であることから、学生納付金について、本学科の優位性は見られないが大学独自の奨学金制度等の比較では、本学科の給付型が11件、貸与型が1件の計12件に対し、競合校では給付型が4件であることから、奨学金制度等の修学支援に関しては、競合校よりも充実しており、優位性があると考えられる。

次に、就職支援の内容における競合校との比較について、令和5年5月1日時点での本学のキャリアセンター職員数は5名で、その職員一人あたりの学生数は約268人である。一方で、競合校のキャリアセンター職員数は7名で、その職員一人あたりの学生数は約1,125人であることから、本学では、学生一人ひとりの就職を手厚く支援する職員体制を敷いている。また、本学科、競合校ともにカリキュラム内にキャリア教育に関する科目を設置しているが、競合校では1年次に履修する1科目のみとなっているのに対し、本学科では、1年次・2年次・3年次にキャリア教育に関する科目を配置し、段階的なキャリア意識の醸成とキャリアに関する知識、技術の修得を可能としていることから、優位性があると考えられる。

次に、取得できる資格における競合校との比較について、本学科で取得できる資格は、高等学校教諭一種（工業）である。一方、競合校では中学校教諭一種（数学）、高等学校教諭一種（数学）、高等学校教諭一種（工業）の資格を取得することができることから、取得できる資格の比較では、本学科の優位性は見られない。

以上の比較分析のとおり、取得できる資格の幅や学生納付金の部分で本学科の優位性は見られないものの、競合校にはない副専攻の設置や多様な入学者選抜の実施、就職支援の手厚さ等を踏まえると、競合校に劣らない優位性があると考えられる。

## イ 競合校の入学志願動向等

本学, 美術学部デザイン学科と美術学部建築学科の競合となる大学(学部学科)の入学志願動向を(資料15)に示す。

各競合校の入学定員充足率では, 令和3年, 令和4年に新型コロナウイルスの影響を受けつつも, いずれの大学も過去3年間で概ね1.0倍前後で推移しており, 過去3年間の平均入学定員充足率も1.0倍を超えている。また, 志願者数は, どの競合校も募集定員を上回る結果となっており, 安定的に推移をしている。これら競合校の状況から, 収容定員を増員する美術学部デザイン学科, 美術学部建築学科においても, 志願者を確保できると見込んでいる。

## ウ 収容定員を変更する組織において定員を充足できる根拠等 (競合校定員未充足の場合のみ)

上記イで説明した競合校における直近の収容定員はどの大学も充足していることから, 該当なし。

## エ 学生納付金等の金額設定の理由

本学では全学科において, 令和7年度入学者から学生納付金の値上げをすることとしている。理由としては, 国際情勢の変化に伴う原材料費の値上げやエネルギー資源の高騰, さらに円安による輸入品等の物価上昇が進み, 光熱水費や物品の値上がりによる支出が増大しており, 学生に対する教育サービスの維持のためである。値上げに際しては, 本学の財務状況や全国の平均額及び北海道内の他大学の状況も踏まえ, 大きな乖離がないよう留意し, 設定している。

## ③ 先行事例分析

今回, 収容定員を変更する社会福祉学部社会福祉学科, 美術学部デザイン学科及び建築学科のうち, 増員する学科の北海道内競合校において, 収容定員の変更を行ったところが直近でないため, 該当しない。

## ④ 学生確保に関する既設組織の実績

収容定員を変更する学科のうち, 増員する美術学部デザイン学科, 美術学部建築学科について, 過去5年間の入学定員の充足状況から, 変更後の定員について充足できる理由を説明する。(資料10)

まず、美術学部デザイン学科について、過去5年間の実人数による志願者数の平均は78人、合格者数の平均は67人、入学者数の平均は51人と安定しており、単年度ごとでも堅調に入学者を確保できている。このことから、変更後の入学定員50名の設定でも入学者を確保していくことが可能であると考ええる。

次に、美術学部建築学科について、過去5年間の実人数による志願者数の平均は80人、合格者数の平均は68人、入学者数の平均は49人と安定しており、単年度ごとでも、すべての年度において定員を充足しており、堅調に入学者を確保できている。このことから、変更後の入学定員においても充足可能なほどの入学者の確保ができると思われる。

#### ⑤人材需要に関するアンケート調査等

収容定員を変更する学科のうち、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科が養成しようとする人材が社会的な人材需要の見通しを踏まえた計画であることをそれぞれ説明する。

まず、美術学部デザイン学科について、デザイン分野の社会的な人材需要は、株式会社三菱総合研究所と公益財団法人日本デザイン振興会の調査（資料16）によると、企業におけるデザインへの投資（デザイン人材の採用・育成、設備の拡充等デザイン関連への企業投資全般）は、2020年から2023年にかけてやや増加しており、デザイン投資への将来的期待についても、この3年で向上している。また、経済産業省がデザインによる我が国企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策の検討を行い、デザインを活用した経営手法「デザイン経営」の手法及び効果、並びに「デザイン経営」を推進するための政策提言について、「デザイン経営」宣言として取りまとめており、デザイン分野の人材は日本経済において、大きく期待されている。

次に、アート分野の社会的な人材需要について、経済産業省の研究報告書（資料17）によると、アートを中心としたクリエイティブ産業への投資・需要が拡大することは、中長期的には、産業構造転換を押し進め、デジタル化による労働市場の両極化への処方箋となり得ることや、これまでとは異なった日本の魅力の発信、企業や国、地域に固有の文化を創造することにもつながるため、将来における持続的な海外需要獲得も期待できると考えられている。その一方で、地域におけるアートの素養を持った人材が不足していることや国内の芸術学部は、総合大学における一学部ではなく、美術・芸術大学として独立しているところが多いため、アートに関する技術は学んでいても、一般教養が足りない芸術家が多いことが指摘されている。このことから、本学のような総合大学において、一般教養を学びつつ、アートに関する技術を身に付けた人材の育成は、社会的に重要であると考ええる。

次に、イラスト・マンガ分野の社会的な人材需要については、公益社団法人 全国出版協会 出版科学研究所の統計（資料18）によると、コミック販売額は、コミック市場全体

で 2022 年に 6,770 億円となっており、1995 年の紙のみの市場のピークである 5,864 億円を 20 年に上回って以降 3 年連続で過去最大の市場規模を更新している。また、直近 2023 年のコミック販売額は、過去最高を更新しており、コミック市場全体における市場は拡大し続けている。

これらのデータを総合すると、日本におけるデザイン、アート、イラスト・マンガ分野の人材は、現在及び将来において社会的に高い需要が見込まれるものとする。デジタル技術の進化や環境意識の高まり、クリエイティブ産業の成長などが、この需要をさらに押し上げる要因となっており、これらの分野での専門知識やスキルを持つ人材の重要性は今後ますます高まると考える。

以上のとおり、美術学部デザイン学科で養成する人材は、社会的な人材需要を踏まえた計画である。

次に美術学部建築学科について、わが国における建設業界の将来的な人材需要は、複数の要因により増加が見込まれると考える。以下に詳述する。

まず、インフラの維持・更新が喫緊の課題となっていることが挙げられる。国土交通省のインフラ長寿命化計画（資料 19）によると、1960 年代から 1970 年代に建設された多くの主要インフラが 2020 年代から 2040 年代にかけて寿命を迎える。具体的には、橋梁やトンネル、道路などの老朽化が進行しており、これらの更新や維持に数兆円規模の投資が必要とされている。これにより、インフラの維持・更新の影響で建設業界の人材需要が今後も増加していくと考える。

次に、災害復旧および防災対策の重要性が高まっていることが挙げられる。国土交通省の防災・減災、国土強靱化のための 5 か年加速化対策（資料 20）では、地震、台風、豪雨などの自然災害に対する防災・減災対策には年間数兆円規模の投資が計画されている。近年の気候変動により自然災害の頻度と規模が増加しているため、防災インフラの整備や災害復旧に関連する建設需要が今後も高まることが予想される。

次に、建設業界の有効求人倍率が高いことが挙げられる。厚生労働省の一般職業紹介状況（資料 21）によると、建設業関係の有効求人倍率は他の産業と比較して非常に高く、常に 1 を上回っており、2013 年と 2022 年の有効求人倍率の比較では、大幅に上昇している状況となる。これは、建設業界が慢性的な人手不足に直面していることを示しており、今後もこの状況が続くものとする。

これらの要因を総合すると、日本における建設業界の人材需要は今後も増加するものとする。政府や自治体の計画に基づくインフラ投資、災害対策、有効求人倍率の高さ等が続く中で、建設業界は多岐にわたる分野での需要増加に対応するための将来的な人材確保が重要な課題となっている。以上のとおり、美術学部建築学科で養成する人材は、社会的な人材需要を踏まえた計画である。

#### (4) 収容定員を変更する組織の定員設定の理由

これまで項目ごとで説明したとおり、増員する美術学部デザイン学科、美術学部建築学科及び減員する社会福祉学部社会福祉学科は、変更後の定員においても十分に学生を確保できる実績があり、また、増員する学科の各競合校の入学志願動向においても安定的に推移している。このことから、引き続きオープンキャンパスをはじめとした広報活動を継続的に実施することで変更後の定員を充足できるものと考え設定している。