

目次

(1) 新設組織の概要	2
① 新設組織の概要 [名称、入学定員 (編入学定員)、収容定員、所在地]	2
② 新設組織の特色	2
(2) 人材需要の社会的な動向等	3
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	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	5
③ 新設組織の主な学生募集地域	6
④ 既設組織の定員充足の状況	7
(3) 学生確保の見通し等	9
① 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	9
ア 既設組織における取組とその目標	9
イ 新設組織における取組とその目標	12
ウ 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	16
② 競合校の状況分析	17
ア 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性	17
イ 競合校の入学志願動向等	20
ウ 新設組織において定員を充足できる根拠等	21
エ 学生納付金等の金額設定の理由	23
③ 先行事例分析	24
④ 学生確保に関するアンケート調査	25
⑤ 人材需要に関するアンケート調査等	26
(4) 新設組織の定員設定の理由	26

学生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 [名称、入学定員（編入学定員）、収容定員、所在地]

新設組織	入学定員	編入学定員	収容定員	所在地 (教育研究を行うキャンパス)
石巻専修大学 理工学部 創造工学科	60	—	240	宮城県石巻市南境新水戸1番地

② 新設組織の特色

理工学部では、基礎科学からそれを応用する技術に至る総合的かつ体系的な教育研究を通じて、幅広い教養と専門知識を身につけ、人間社会が必要とする多様な情報を科学的に収集し、必要な情報を発信する能力を涵養するとともに、各種科学技術分野における諸課題の解決に主体的かつ創造的に貢献できる能力の育成を図っている。

さらに、生命・自然環境に配慮した持続可能な社会の構築や高度情報化を伴う産業技術の発展に主体的に貢献できる人材の育成を目的とし、自然科学分野および工学分野における幅広い専門知識と技能の修得に加えて、社会の多様な局面において知識を有効に活用し、倫理観に基づいた総合的な判断ができる能力を育成する教育を行ってきた。

令和9（2027）年4月に設置する創造工学科では、情報科学、情報工学、機械工学、経営工学からなる「工学分野」を基盤とした教育研究を通して、幅広い教養に支えられた豊かな人間性や高い職業観、生涯にわたり学び続ける主体性を養うとともに、専攻分野の知識や技術を体系的に習得し、現代の工学に求められる情報技術・デジタル技術や情報マネジメント力を確実に身につけ、それらを工学分野に関する諸課題の解決に活用できる総合的かつ創造的な能力を育てることを教育上の目的としている。

創造工学科では、社会の一員として求められる汎用的技能と態度や志向性および人文・社会科学に関する知識の習得とともに、工学分野の横断的な専門知識と実践的な能力に加えて、現代の工学に求められる情報技術・デジタル技術や情報マネジメント力を社会活動・企業活動に活用する能力を有し、幅広い産業の諸問題に柔軟に対応しながら、基幹産業の発展および未来社会の創造に主体的に貢献できる豊かな創造力を身につけた人材を養成することを目指す。

創造工学科の設置に伴い、令和9年4月には、既設の理工学部機械工学科、理工学部情報電子工学科及び経営学部情報マネジメント学科では、令和8年度入学生の受け入れをもって学生募集の停止を行い、在学生卒業後に廃止する。なお、廃止するまでの間の在学生への教育環境の維持には万全を尽くすこととし、所属教員及び施設・設備については、理工学部機械工学科及び理工学部情報電子工学科は創造工学科に、経営学部情報マネジメント学科は経営学部経営学科に移管し、運用する。

既設の学部学科の概要は、以下のとおりである。

既設組織	入学定員	編入学定員	収容定員	学位の名称	所在地 (教育研究を行うキャンパス)
理工学部 生物科学科	91	—	364	学士 (理学)	宮城県 石巻市南境新水戸1番地
理工学部 機械工学科	40	—	160	学士 (工学)	
理工学部 情報電子工学科	39	—	156	学士 (工学)	
経営学部 経営学科	145	—	580	学士 (経営)	
経営学部 情報マネジメント学科	45	—	180	学士 (経営)	
人間学部 人間文化学科	40	—	160	学士 (人間文化学)	
人間学部 人間教育学科	40	—	160	学士 (人間教育学)	

令和9年4月 創造工学科の設置届出とともに行う変更については、次のとおり。

理工学部 生物科学科 [定員増] (39)

理工学部 機械工学科 [廃止] (△40) ※令和9年4月学生募集停止

理工学部 情報電子工学科 [廃止] (△39) ※令和9年4月学生募集停止

経営学部 経営学科 [定員減] (△30)

経営学部 情報マネジメント学科 [廃止] (△45) ※令和9年4月学生募集停止

人間学部 人間文化学科 [定員減] (△10)

人間学部 人間教育学科 (定員減) (△10)

(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

近年、日本社会において、AI、IoT、ロボティクス、デジタル設計、データサイエンス、クラウドコンピューティングなど、AIを含むデジタル技術と工学的基盤技術を統合し、社会課題の解決に貢献できる工学系人材の需要が急速に拡大している。とりわけ、AI・IoT・データサイエンスとセンサー・機械設計・制御システムなどを総合的に扱える工学系人材の確保は、産業界における最重要課題の一つとなっている。また、産業および地域の現場においては、単一分野の専門知識にとどまらず、複数領域を横断的に融合し、新たな価値を創出する能力を有する人材が強く求められている。

この傾向は全国的に顕著ではあるものの、地域的、とりわけ地方都市においては、工学系人材の都市部への偏在が地方においても大きな課題となっている。情報通信業が東京都に集中し、デジタル関

連産業や製造業の研究開発機能も大都市圏に偏在しているためであるが、地方部では、産業の維持・更新、地域インフラの高度化、スマート農林水産業、物流・防災システムの整備などにおいて、AI、IoT、データサイエンス等の情報・デジタル技術と工学的基盤技術を統合するとともに、分野横断的な専門性を基盤とした社会課題の解決に取り組み、社会実装へと結び付ける能力を有する工学系人材の育成に対する必要性が、社会環境の変化や産業構造の高度化を背景に高まっている。

特に東北地域では、人口減少の加速や産業のデジタル転換の遅れがかねてより指摘されており、地域の持続的発展に向けて、高度な工学的知識とデジタル技術の双方を備えた人材の育成の必要性が高まっている。また、産業界が求める工学系人材は、従来の専門分野の枠を超えた、学際的かつ統合的な工学力を有することが求められている。

さらに、本学が立地する東北・宮城圏域においても、スマート水産業、製造業のDX、災害対策・防災技術、地域インフラの高度化など、工学と地域課題の接点となる社会需要が震災を契機に飛躍的に拡大している。これらの分野では、AIを用いた判別、IoTセンサーによる遠隔監視、ロボティクスによる作業効率化、デジタル設計による製品開発の高速化などが進んでおり、地域に根差したエンジニアリング人材の確保と育成が、重要な地域政策の一つとなっている。こうした人材像は、「科学技術・イノベーション基本計画」、「統合イノベーション戦略」、「経済財政運営と改革の基本方針」等の国が推進する成長戦略および人材育成政策において重視されているものである。また、本学が立地する宮城県の宮城県基本計画においても、大学等が輩出するデジタル人材を地域の特性として位置付けており、本学においては令和6年度から「ものづくりカレッジ」を通じ、現場志向のデジタル・ものづくり人材育成に取り組み、地域産業を支えている。この取組は、高等教育政策の方向性においても重視されており、「構想」・「設計」・「試作」・「検証」・「改善」といった一連のプロセスを通じて、技術を社会実装へ結び付ける実践的能力の育成が求められている。本学においても、これらの指針を踏まえつつ、DXの進展により相互の連関が強まるものづくり、社会基盤、サービス等の分野を俯瞰し、技術力と社会実装力を一体として涵養する教育の必要性を認識し、新たな教育プログラムの可能性を検討していた。

既設の理工学部においても機械工学科では機械工学全般の幅広い専門知識、情報電子工学科では情報工学および電気電子工学全般の幅広い専門知識、同時に経営学部情報マネジメント学科では経営学全般の幅広い専門知識および情報とビジネスに関する知識を教授し、実践的な教育を通じて、社会の諸課題を解決するスキルを身に付け、企業経営や地域社会に貢献できる人材の育成を目指す学部教育を展開してきた。機械工学科、情報電子工学科、情報マネジメント学科が対象としてきた既存の専門分野においても、近年の社会環境の複雑化および多様化に伴い、教育研究領域の広がりが顕著となり、教育研究の質的向上を図るには、教育研究体制の体系的な整備と一層の充実が不可欠となっている。このため、学術研究の進展に的確に対応し、今後、本学が社会からの多様な期待や要請に適切に応えつつ、自律性に基づく多様化および個性化を推進していくためには、社会および学生のニーズを踏まえた組織体制への見直し、教育内容の充実、教育方法の改善等を推進するとともに、学部教育における組織改革および教育改革に継続的かつ集中的に取り組むことが重要であると考えた。

一方で、従来の分野別教育を基盤としつつも、分野横断的な学修ニーズや地域・産業の課題解決を

意識した教育体系については、さらなる充実が求められている状況を踏まえ、各分野の専門性に情報技術・デジタル技術および情報マネジメント力を有機的に統合することにより、地域や産業が直面する複合的課題に対し、構想立案から社会実装に至るまでを担うことのできる実践的な問題解決力、すなわち社会実装力を備えた人材の育成を目指すに至った。

以上を踏まえ、創造工学科が育成する、分野横断的な工学分野の専門知識と、情報・デジタル技術および情報マネジメント力を基盤として、社会課題の解決に取り組み、社会実装へと結び付ける能力を有する工学系人材については、社会環境の変化や産業構造の高度化を背景として、その育成に対する必要性が全国のおよび地域的に高まっていると整理できる。特に、産業界が求める「問題を発見し、工学的アプローチで解決し、価値創出に結びつける技術者像」は、本学創造工学科が養成する人材像「分野横断的な工学分野の専門知識と情報・デジタル技術を基盤として、社会課題の解決に取り組み、社会実装へと結び付ける能力を有する人材」と合致しており、創造工学科の教育内容は、社会的要請を踏まえたものとして整理できる。これらの取組は、地域課題への対応にとどまるものではなく、「科学技術・イノベーション基本計画」「統合イノベーション戦略」「経済財政運営と改革の基本方針」等に示される国の人材育成政策において重視されている、分野横断型人材・社会実装型人材の育成方針を、地域を教育研究フィールドとして具体化する教育実践である。この点において、創造工学科は地域性と全国的な普遍性を併せ持つ教育組織として位置付けることができる。

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

文部科学省「学校基本調査」を基にした将来推計によれば、全国の 18 歳人口は令和 9（2027）年度以降、本格的な減少局面に入ることが見込まれている。全国の 18 歳人口は、令和 9（2027）年度の約 105.1 万人から、令和 18（2036）年度には約 94.2 万人へと減少し、この 10 年間で約 17.9%の縮小が予測されており、大学進学者の母集団そのものが中長期的に縮小していく局面にある。

この傾向は地方圏においてより顕著であり、地域によっては全国平均を大きく上回る減少率が見込まれている。とりわけ東北地方では、18 歳人口が令和 9（2027）年度の約 7.0 万人規模から令和 18（2036）年度には約 5.8 万人に減少する見通しであり、減少率は約 19.6%と全国最大級となっている。秋田県、岩手県、山形県をはじめ、2 割を超える減少が見込まれる県も多く、若年層人口の急速な縮小が大学の学生確保に直接的な影響を及ぼす時代に突入していることが明らかである。

学生の主たる募集エリアである宮城県においても、令和 9（2027）年以降、18 歳人口の減少は避けられない。推計では、宮城県の 18 歳人口は令和 9（2027）年度の約 1 万 9,200 人から、令和 18（2036）年度には約 1 万 6,100 人へと減少し、10 年間で約 3,100 人、率にして約 16%の縮小が見込まれている。東北 6 県の中では比較的減少幅は小さいものの、進学者母集団が中長期的に縮小していく傾向そのものは確実である。

一方で、宮城県は①東北地方で最も人口規模が大きい県であること、②大学進学率が比較的高く、大学進学を前提とした進路選択が一定割合を占めていること、③仙台都市圏を中心に私立大学・専門学校等の進学先の選択肢が集中していることといった特徴を有しており、他県と比較して進学者数が相対的に安定しやすい構造的条件を備えている。これらの要素は、令和 9（2027）年以降、東北地方

全体で進学環境が一層厳しくなる中であっても、宮城県が引き続き地域の進学需要を一定程度維持する可能性を示している。

また、宮城県は首都圏志向や県外進学割合が比較的高く、地域内での大学選択行動が流動的であるという特性を有している。このことは、教育内容や教育成果、将来的な進路の明確化によって、県内進学への誘導余地が一定程度存在することを意味しており、本学にとっては中長期的な学生募集を検討する上での重要な前提条件となる。

宮城県内をさらに地域別に見ると、令和9（2027）年以降、仙台都市圏へ人口及び進学者が集中する一方、沿岸部や地方圏では若年人口の減少がより急速に進行する傾向が見られる。宮城県が公表する学校基本調査（県値）においても、石巻・気仙沼等の沿岸部では、都市圏と比較して出生数や高校生数の減少ペースが早いことが示されている。

しかしながら、石巻地域は、①宮城県東部において最大規模の人口を有する圏域であり、②高校数も一定規模で維持されていることで、工学系志望者の一定の母集団が存在していることに加え、製造業・水産加工業・物流産業等を中心に DX や技術人材の活用が強く求められる産業構造を有している地域である。これらの条件から、令和9（2027）年から令和18（2036）年にかけても、地域密着型の工学系学科に対する需要は一定程度継続すると見込まれる。

このような状況は、本学が石巻市からの誘致により設立された「地域の高等教育機関」であるという設立の背景とも整合している。従って本学が地元高校との連携強化や地域産業界との協働による人材育成を継続的に推進することにより、18歳人口が減少する中長期局面においても、一定の学生確保が見込まれる環境が維持されるものと整理できる。

なお、本学の過去5年間（令和3～7年度〔2021～2025年度〕）の入学者の出身地を分析すると、宮城県内高等学校出身者は、各年度においておおむね3割から4割を占め、5年間平均では約38%となっている。このことから、宮城県は本学における最も重要な基本的学生募集基盤であり、18歳人口が減少する中であっても、一定規模の入学者を継続的かつ安定的に確保してきた実績が確認できる。

③ 新設組織の主な学生募集地域

創造工学科は、宮城県石巻市に所在する石巻専修大学に設置するものであり、その主な学生募集地域は、宮城県を中心としつつ、福島県、岩手県、山形県、青森県を含む東北地方とする。

この点について、文部科学省「学校基本調査」の「出身高校の所在地県別入学者数」によれば、直近年度における新設組織が置かれる都道府県への大学入学者数の構成比（上位5県）は、宮城県5,699人（60.7%）、福島県994人（10.6%）、岩手県847人（9.0%）、山形県785人（8.4%）、青森県570人（6.1%）となっている。

このように、大学入学者の過半数が宮城県内の高等学校出身者で占められていることに加え、上位5県がいずれも東北地方の県で構成されていることから、本学における学生募集基盤は、既存の入学実績および地域別進学動向に加え、教育内容および学修フィールドとして想定する地域社会との関係性を踏まえると、創造工学科における主な学生募集地域は、宮城県を中心とする東北地方に設定することは合理的であると整理できる。

また、学校基本調査、日本私立学校振興・共済事業団「私立大学・短期大学等入学志願動向」のデータを基に記載した別紙1では、新設組織が置かれる宮城県における大学の定員充足状況については、入学定員充足率が令和5年度98.34%、令和6年度96.85%、令和7年度98.62%で推移しており、近年の18歳人口減少の影響を受けつつも、宮城県内には一定の進学需要が維持されていることがうかがえる。さらに、創造工学科が属する理・工学系の定員充足状況については、令和5年度101.88%、令和6年度99.39%、令和7年度102.31%となっており、学問分野として見た場合には、理・工学系分野に対する進学需要が安定的に存在していることが確認できる（資料5-1/別紙1）。

加えて、創造工学科は、既設の理工学部機械工学科および情報電子工学科、ならびに経営学部情報マネジメント学科の教育資源を基礎として再編するものであり、これまで本学が宮城県および東北地方を中心に学生を受け入れてきた実績を踏まえれば、新設後においても、同地域を中心とした学生募集を行うことには十分な妥当性がある。

以上の分析結果を踏まえると、創造工学科における主な学生募集地域を、宮城県を中心とする東北地方に設定することは、本学の立地条件、既存の入学実績および地域別進学動向との整合性が認められ、合理的であると整理できる。

④ 既設組織の定員充足の状況

以上のとおり、創造工学科における主な学生募集地域は、宮城県を中心とする東北地方に設定することが適当であると整理できる。その一方で、新設組織における学生確保の見通しをより具体的に検討するためには、石巻専修大学が設置する既設組織の定員充足の状況を併せて確認し、その課題と改善の方向性を明らかにしておくことが重要である。

令和7年5月1日現在における石巻専修大学の収容定員は1,760人であり、在籍者数は1,195人となっており、大学全体の収容定員充足率は67.89%である（資料5-2/別紙2の1）。

令和8年4月1日現在における石巻専修大学の収容定員は1,760人であり、在籍者数は1,140人となっており、大学全体の収容定員充足率は64.77%である。

学部別に見ると、理工学部の収容定員は680人、在籍者数は524人であり、収容定員充足率は77.05%となっている。理工学部の内訳では、生物科学科が収容定員364人に対して在籍者数367人であり、収容定員充足率は100.82%と高い水準にある一方、機械工学科は収容定員160人に対して在籍者数64人で40.00%、情報電子工学科は収容定員156人に対して在籍者数93人で59.61%となっている。

経営学部の収容定員は760人、在籍者数は411人であり、収容定員充足率は54.07%である。内訳を見ると、経営学科は収容定員580人に対して在籍者数345人で59.48%、情報マネジメント学科は収容定員180人に対して在籍者数66人で36.66%となっている。

人間学部の収容定員は320人、在籍者数は205人であり、収容定員充足率は64.06%である。学科別では、人間文化学科が収容定員160人に対して在籍者数115人で71.87%、人間教育学科は収容定員160人に対して在籍者数90人で56.25%となっている。

以上のとおり、現時点では生物科学科を除く各学科において、収容定員充足率が100%を下回っている状態で推移しているものの、志願者数、入学定員超過率、歩留り等の関連指標を総合的に確認す

ると、志願段階においては多くの学科で一定規模の志願者を確保している（資料5-3/別紙2の2）。

また、社会的ニーズや人材需要の動向、教育内容の改善等に関する具体的な施策をすでに実施していること、あるいは計画していることを踏まえると、今後の定員充足に向けては、教育内容の再構成や学生募集施策の改善を通じて、一定の改善余地があると整理できる。

本学としては、これらの状況を踏まえ、入学者選抜方法の適正化や募集広報の重点化に加え、初年次教育の充実や学修環境の整備を通じた定着率向上等に継続的に取り組むことで、定員管理の適正化と教育の質の確保を両立させながら、安定的な学生確保を図っていく方針である。

[収容定員充足率0.7倍未満の学科]

令和8年4月1日現在における石巻専修大学の収容定員充足状況を確認すると、大学全体の収容定員充足率は0.65倍であり、学部・学科ごとに在籍状況に差が見られる中で、一部の学科においては収容定員充足率が0.7倍未満を下回る状況となっている。

具体的には、理工学部機械工学科は収容定員160人に対して在籍者数64人で40.00%、情報電子工学科は収容定員156人に対して在籍者数93人で59.61%、経営学部経営学科は収容定員580人に対して在籍者数345人で59.48%、情報マネジメント学科は収容定員180人に対して在籍者数66人で36.66%、人間学部人間教育学科は収容定員160人に対して在籍者数90人で56.25%となっている。本学における既設学科の学生確保状況を概観すると、理工学部生物科学科を除く一部学科において、入学定員の充足が必ずしも十分とはいえない状況が見られる。

これらの学科については、学問分野自体に対する社会的需要が低下しているというよりも、学修分野の専門化・細分化が進む中で、教育内容や学修成果、卒業後の進路との結び付きが、高校生、保護者、高等学校教員にとって必ずしも十分に分かりやすい形で提示されてこなかったことが、収容定員未充足の一因となっているものと整理できる。

一方で、同じ理工学部に属する生物科学科は、収容定員364人に対して在籍者数367人、収容定員充足率100.82%と高い水準を維持しており、分野特性や教育内容の分かりやすさ、学問分野としての明確さが、学生確保に一定の影響を与えていることがうかがえる。

このことから、収容定員充足率が0.7倍未満となっている学科においても、学問分野そのものの需要が低下しているとは一概には言えず、教育内容の構成や提示方法、学生募集上の導線に改善の余地があると整理できる。

本学においては、こうした状況を踏まえ、既設学科の教育研究上の成果や課題を検証するとともに、分野横断的な教育体系の構築や、社会的ニーズとの接続をより明確にした学修モデルへの再編を進めている。理工学部における創造工学科の新設は、これらの課題に対応する取組の一環として位置付けることができるものであり、工学分野における基礎的な専門知識・技能を維持しつつ、情報技術・デジタル技術・情報マネジメント力を横断的に修得できる教育課程を整備することで、学生の学修意欲の向上および定員充足の改善を図ることを目的としている。

収容定員充足率が0.7倍未満となっている学科については、学問分野の需要低下によるものではなく、教育内容の構成や社会的ニーズとの接続の在り方に起因する側面が大きいと整理できる。こうし

た課題に対応するため、本学においては、既設の理工学部機械工学科、情報電子工学科および経営学部情報マネジメント学科において蓄積してきた教育研究資源を発展的に再編・統合し、分野横断的かつ社会実装を重視した教育課程を有する創造工学科を新たに設置することとした。創造工学科の設置は、単に組織を新設するものではなく、教育内容の構成と提示方法を再設計することにより、受験生との認識のずれを解消し、学生の志願・定着を促進するとともに、人材需要と教育成果との接続を一層明確化することを目的とするものである。

以上の分析から、本学における既設学科の定員未充足は、学問分野そのものの社会的需要の低下によるものではなく、学修分野の専門化・細分化が進む中で、教育内容や学修成果、卒業後の進路との関係性が、高校生や保護者にとって必ずしも分かりやすい形で提示されてこなかったことに起因する構造的課題であると整理できる。

そのため、創造工学科の設置は、こうした課題に対し、既設学科において蓄積してきた教育研究資源を活用しつつ、教育内容を分野横断的かつ実践的に再構成することにより対応するものであり、本学における教育改革の中核をなす取組として位置付けることができる。学科再編および定員配分の見直しを通じて、教育内容の構成や社会的ニーズとの接続の在り方を見直し、今後は定員充足できる見通しである。

(3) 学生確保の見直し等

① 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

ア 既設組織における取組とその目標

本学においては、学生確保に向けて、オープンキャンパス、資料請求者への大学案内等の発送、進学相談会等のガイダンス、高校訪問など、多面的な募集活動を継続的に実施している。令和9(2027)年度においては、既設4学科(生物科学科、経営学科、人間文化学科、人間教育学科)の入学定員を合計305名とし、その確保を目標とする。内訳としては、高校訪問による学生確保を約137名、オープンキャンパスによる学生確保を約92名、資料請求および進学相談会を通じた学生確保をそれぞれ約31名、大学見学や高大接続事業等による学生確保を約14名程度と見込み、各施策を組み合わせた総合的な学生募集を行う。

[1. 石巻専修大学オープンキャンパスの実施と効果]

令和6(2024)に年10回の全学部全学科を対象としたオープンキャンパスを実施し、延べ1,174(高校生573名、保護者等601名)名が参加した。そのうち193名が受験者であり、最終的に189名が合格し、169名が入学した(受験率33.7%、入学率29.5%、定員に対する入学者比率38.4%)。

令和7(2025)年度は、年13回のオープンキャンパスを実施し、合計1,103名が参加を希望し、そのうち161名が受験者であった。結果として160名が合格し、140名が入学した(受験率33.3%、入学率28.9%、定員に対する入学者比率31.8%)。資料5-4/別紙3に基づき算出した数値に関しては、「参加者等総数(a)」が1,103名、「うち受験対象者数(b)」および「うち受験者数(c)」が161名、「うち入学者数(d)」が140名となり、「入学率(c/d)」は87.0%となる。

本学の教育内容や学生生活を直接的に伝える取組として、オープンキャンパスでは、学科説明会や学科独自企画、学生トークライブ、個別相談等を実施することで、受験対象層との対面での接点を一定程度確保することができた。

オープンキャンパスは、本学の教育内容や学修環境、学生生活の実態を直接的に伝える機会として、既設組織においても志願・入学に結び付く割合が高い施策である。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、学科説明会、体験型授業、在学生との交流企画等を通じて、既設4学科全体で約90名程度の入学者確保につながることを目標とする。これにより、学科ごとの教育内容や特色への理解を深め、志願意欲の向上および入学への転換を図る。

[2. 資料請求者への石巻専修大学の大学案内等配付の効果]

資料請求者に対しては、大学案内や入試関連資料の発送を行っている。令和6年度は総数7,601名に資料を配付し、そのうち受験者は239名であった。最終的に229名が合格し、154名が入学した（受験率3.1%、入学率2.0%、定員に対する入学者比率35.0%）。

令和7年度においては総数9,049名に配付し、受験者は223名、合格者は215名、入学者は132名であった（受験率2.5%、入学率1.5%、定員に対する入学者比率30.0%）。資料5-4/別紙3に基づき算出した数値に関しては、「参加者等総数(a)」が9,049名、「うち受験対象者数(b)」および「うち受験者数(c)」が223名、「うち入学者数(d)」が132名となり、「入学率(c/d)」は59.2%となる。

資料請求者は分母が大きく受験率・入学率は低い傾向にあるが、継続的な情報発信を通じ、受験行動に一定の影響を与えていることがうかがえる。

資料請求者は、本学への進学に一定の関心を有する層であり、継続的な情報提供を行うことで受験行動につながる可能性が高い。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、大学案内や学科紹介資料の充実、Web情報との連動を通じて、資料請求者を起点として約30名程度の入学者確保につながることを目標とする。

[3. 進学相談会等のガイダンス実施による効果]

進学相談会は、受験生および保護者と個別に進路相談を行う機会として、本学の学生募集において重要な役割を果たしている。令和6年度においては、各種進学相談会および高校主催ガイダンスに延べ191回参加し、東北地方を中心に幅広い地域で受験生との直接的な接触の機会を確保した。進学相談会における面談件数は令和6年度で233名ののぼり、そのうち志願者が11名、入学者が11名であった（志願率4.7%、入学率3.6%、定員に対する入学者比率2.5%）。

令和7年度は330名と面談し、そのうち志願者が27名、入学者21名であった（志願率8.2%、入学率6.4%、定員に対する入学者比率4.8%）。資料5-4/別紙3に基づき算出した数値に関しては、「参加者等総数(a)」が330名、「うち受験対象者数(b)」および「うち受験者数(c)」が27名、「うち入学者数(d)」が21名となり、「入学率(c/d)」は77.8%となる。

進学相談会は受験生本人以外にも保護者のみ、あるいは同伴で参加することが多く、特に進路決定に一定の影響を持つ保護者との個別相談形式であることから、進路決定に与える影響が一定程度確

認されている。

進学相談会等のガイダンスは、受験生および保護者と個別に進路相談を行う機会として、進路決定に一定の影響を与える施策である。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、進学相談会を通じて本学の学修内容や卒業後の進路を丁寧に説明することにより、約30名程度の入学者確保につながることを目標とする。

[4. 高校訪問の実施と効果]

高校訪問は、本学の学生募集施策の中でも最も基盤的かつ重要な取組として位置付けられている。令和6年度においては、入学定員の安定的確保を目的として、高校教員との関係構築を重視した訪問活動を展開し、延べ681校の高等学校を対象に高校訪問を実施した。その結果、志願者701名のうち対象校出身者が617名、入学者が283名であった（志願率88.0%、入学率92.8%、定員に対する入学者比率64.3%）。

令和7年度は380校に対して延べ693回の訪問を行い、志願者659名のうち対象校出身者が541名、入学者が242名であった（志願率82.0%、入学率84.9%、定員に対する入学者比率55.0%）。資料5-4/別紙3に基づき算出した数値に関しては、「参加者等総数（a）」が693名、「うち受験対象者数（b）」および「うち受験者数（c）」が541名、「うち入学者数（d）」が242名となり、「入学率（c/d）」は44.7%となる。

これらの結果から、高校訪問は志願者獲得に最も効果の高い施策の一つであることが明確化されている。高校訪問は、既設組織において最も安定的に入学者を確保してきた基盤的な学生募集施策である。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、重点募集対象校を中心に高校教員との連携を継続・強化し、高校訪問を通じて約140名程度の入学者確保につながることを主たる目標とする。これにより、一定の志願者母集団が形成されるものと整理できる。

[5. 大学見学会・高大接続事業]

高校生を対象とした大学見学会については、単なる施設見学にとどまらず、体験授業や教職員・在学生との交流を通じて「大学での学び」を具体的に理解できる機会として実施している。高等学校からの要請に応じて実施する大学見学会では、キャンパス見学に加え、学科の特色を踏まえた体験授業や模擬講義を行い、高校生が自らの興味・関心や進路との適合性を確認できる内容を実施している。

また、受験生および入学検討者を対象としたキャンパス見学会では、大学概要や学修内容、学生生活、卒業後の進路等について説明するとともに、在学生によるトークイベントやキャンパスツアーを実施しており、入学後の学生生活を具体的にイメージできる機会を提供している。これらの取組により、受験生および保護者の本学に対する理解を深め、進学意欲の醸成とミスマッチの防止を図っている。

本学においては、地域貢献活動の一環として、高等学校と連携した高大接続・高大連携事業を継続的に実施している。これらの取組は、高校生が大学における高度な教育・研究に触れる機会を提供し、進学意識の向上および本学への理解を深めることを目的としている。

具体的には、協定を締結した高等学校の生徒を対象に、本学の正規授業科目を履修する高大接続授業を実施しており、高校在学中に修得した単位を、将来本学へ進学した場合に大学の単位として認定する制度を設けている。この取組により、高校生が大学教育を実体験するとともに、大学進学後の学修への不安軽減と学修意欲の向上を図っている。

また、複数日程にわたる高大接続特別講座や、大学教員による出前講義、大学見学・体験授業を組み合わせた交流事業を実施しており、高校段階から大学での学問分野や学びの意義について深く考える機会を提供している。さらに、在学生や教職員との懇談を通じて、大学生活や卒業後の進路について具体的な情報提供を行っている。

これらの高大接続・高大連携事業は、地域の高等学校との信頼関係を基盤として継続的に展開されており、高校生の進路選択を支援するとともに、本学への進学者の安定的な確保につながる取組として位置付けている。

大学見学は、高校生が早期に大学環境や学修内容に触れる機会として、将来的な志願者育成や第一志望率の向上に寄与する取組である。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、大学見学を通じて、約10～15名程度の入学者確保につながることを目標とし、中長期的な視点から学生募集の基盤強化を図る。

[6. 高校教員向け説明会]

宮城県・岩手県・山形県・福島県に所在している高等学校教諭を主な対象とする説明会を開催している。大学紹介、設置初年度の入学者選抜概要、奨学金制度、大学施設等の概要について、高等学校教諭と本学の教職員との対面による丁寧な説明を行うこととしている。本学の教育・研究活動等に関する理解を深めてもらうための情報提供の機会を設けることにより、高等学校教諭が本学への進学を希望する生徒に対する進路指導の際に役立ててもらおうことの一定の効果が見込まれる。

高校教員向け説明会は、本学の教育内容や入学者選抜制度に対する理解を深めることで、間接的に志願者・入学者の増加につながる重要な取組である。令和8（2026）年度（令和9〔2027〕年度学生募集）においては、高校教員向け説明会を通じた情報提供により、約10名程度の入学者確保につながることを目標とする。

イ 新設組織における取組とその目標

学生確保に向けた具体的な取組状況として、大学案内、イベント告知チラシ、ダイレクトメール、学科トピックス集等の印刷物の発送、配付をはじめ、ホームページや高校生向けのSNS等の電子媒体による情報提供を行う。また、雑誌、車内広告等の各種メディアも活用したPR活動を行い、各種情報の提供を行うこととしている。

加えて、高校訪問、オープンキャンパス、受験相談会や高校教諭向け説明会等の開催、各地域における進学相談会への参加を促し、学部・学科の理念、養成する人材像、学位授与方針・教育課程編成の方針・入学者の受入方針、学生生活を通じた活動や想定される進路等様々な教育情報について、受験生や受験生の保護者、高校教諭に対して広く周知を図ることとしている。

創造工学科では、既設の効果的な取組を継続しつつ、デザインと工学を融合した体験型プログラムの提供、ものづくり・ITを組み合わせた出前授業の拡大、地域企業との連携によるプロジェクト紹介デジタル広報（動画・SNS等）の強化などを実施し、志願者の関心を高めるとともに、入学者確保につなげることを目標とする。これらの取組は、既設学科における過年度実績と同様の導線を基盤とするものであり、その実績を踏まえ、創造工学科においても受験者および入学者の確保に一定の効果が見込まれる。

本学部における学生募集のための広報・PR活動については、(3)①アで既述のとおり、既設の学部学科において、オープンキャンパス、資料請求者への大学案内等の発送、進学相談会等のガイダンス、高校訪問等が確実に成果を上げている。これらの施策は志願者母集団の形成および受験・入学への転換に有効に機能しており、新設の創造工学科においても、同様の体系で学生募集活動を展開する方針である。

創造工学科における広報・PR活動は、既設学科において成果を上げてきた導線（オープンキャンパス／資料請求／相談会／高校訪問）を軸に、創造工学科の学問特性（デザイン×工学・創造的課題解決・実践型学修）を組み合わせる形で展開することにより、既設学科における過年度の募集実績を基盤として、設置の趣旨および教育内容を適切に周知することが可能であり、創造工学科においても一定の志願者母集団が形成されると整理できる。

以下に、創造工学科における主要な取組とその目標値を示す。

[1. 石巻専修大学オープンキャンパスの実施]

本学への入学を希望・考慮している高校生やその保護者を対象として、施設内を積極的に公開し、本学への関心を深めてもらうための入学促進イベントとして、オープンキャンパスの実施を予定している。専任教員による模擬授業、在学生や教員による研究活動の紹介、キャンパスツアー、大学説明会、各学科プログラム、保護者向け説明会、学生スタッフ企画、大学で学べる学問内容、取得可能資格、入学者選抜制度、大学生活についての個別相談や質問を受け付ける等、受験生や保護者との対面による丁寧な説明を行うことにより、本学への関心を深めてもらうとともに、よりミスマッチの少ない学生を入学させることの一定の効果が見込まれる。

創造工学科では、過去2年間の既設学科におけるオープンキャンパス参加者数および受験者数の実績を踏まえ、年間約50名程度の創造工学科志望の受験者の獲得を目標とする。また、各回で配付するリーフレットの内容刷新に加え、メールマガジンやSNS広告等のデジタル媒体を活用した周知を行うことで、受験生への認知拡大と参加意欲の向上を図る。これらの取組を通じて、オープンキャンパスを起点とした志願行動への転換につなげることを目指す。

[2. 資料請求者への石巻専修大学の大学案内等配付]

石巻専修大学では、学生確保に向けた具体的な取組として、資料請求者に対する大学案内等の配付を通じた情報提供を積極的に行っている。資料請求者は、本学への進学に一定の関心を有している層であることから、的確かつ分かりやすい情報提供を行うことが、志願意欲の喚起および進路決定の後押しにつながる。

具体的には、資料請求者に対して、大学全体の特色や教育理念、学部・学科の教育内容、養成する人材像、取得可能な資格、卒業後の進路状況等を掲載した大学案内を配付するとともに、入学者選抜制度の概要やスケジュール、学生生活やキャンパス環境を紹介する各種印刷物を同封している。これにより、受験生および保護者が本学での学びや学生生活を総合的に理解できるよう配慮している。

また、学科ごとの学びの特徴や教育内容が具体的に伝わるよう、学科トピックス集や学修内容を紹介する資料を併せて配付し、高校段階での興味・関心と大学での学びとの接続を意識した情報提供を行っている。これらの取組により、受験生が自らの適性や将来像と本学の教育内容との整合性を確認しやすい環境を整えている。

さらに、資料請求後もホームページや各種デジタル媒体と連動した情報発信を行うことで、継続的に本学の教育・研究活動や入試情報に触れる機会を提供するとともに、資料配付を起点とした段階的な募集広報活動を展開している。これにより、受験生の関心を維持・深化させ、志願および入学につながる効果的な学生確保を図っている。

創造工学科においては、既設学科における資料請求者からの受験率および入学率の実績を踏まえ、年間 400～500 名規模の資料請求者との接点形成を目標とする。このうち、資料請求後に受験に至る者を 20～30 名、入学者を 10～15 名程度と見込み、オープンキャンパスや Web 情報と連動した段階的な情報提供により、志願・入学への転換を図る。

[3. 進学相談会等のガイダンス実施]

全国の市町村で開催される民間業者が主催する進学相談会への参加を予定しており、大学・学部資料の配付、学位授与・教育課程編成・入学者受入の方針、入学者選抜方法の種類や試験科目、面接試験や小論文試験等の実施方法、授業科目や講義等の内容、取得可能な資格、想定される卒業後の進路、奨学金制度、大学周辺の施設や環境、下宿やアパート物件等に関する情報を広く提供することにより、通学圏域外の高等学校からの学生確保に一定の効果が見込まれる。

進学相談会等への参加者については、既設学科の過去実績から、年間 600 名の受験者との接点形成を目標とする。

近年は高校側から情報・工学系のガイダンス依頼が増加している傾向があり、創造工学科の学問分野とも親和性が高いことから、当該目標は妥当かつ達成可能と判断できる。

オープンキャンパスの他に、受験相談会を開催し、受験生、保護者からの質問に応じる個別相談コーナーの設置のほか、各種入学試験の対策講座やキャンパスツアーを実施し、本学の教育・研究活動等に関する理解を深めてもらう一連の企画は、本学への進路決定を促すことへの一定の効果が見込まれる。

進学相談会等のガイダンスについては、創造工学科の教育内容と親和性の高い工学系・情報系関係層を中心に、年間 150～200 名の面談機会の確保を目標とする。その結果として、15～20 名の受験者、8～12 名程度の入学者が見込まれると整理できる。

[4. 高校訪問の実施]

高等学校訪問を中心とする個別募集活動に向けた募集戦略は、今後も強化を図ることとしている。

具体的には、入試業務全般を所管し、募集広報に係る高等学校訪問を専門とする入試・広報担当職員の下で、宮城県をはじめその近隣県の岩手県や福島県を中心とした重点募集対象地域の選定に始まり、最重点訪問校や重点訪問校のセグメントによる高等学校訪問計画の策定、指定高校枠の設定により、宮城県をはじめとする高等学校からの確実な入学者の確保を目指すこととする。

高等学校訪問は、募集対象者が多数在籍している高等学校の教諭に対して、本学の様々な教育情報を直接的に周知することができるとともに、継続的な訪問活動を行うことで高等学校教諭との信頼関係が構築できた場合には、高等学校内での生徒に対する進学説明会の実施をはじめ、当該専門分野に進学を希望している生徒の紹介をしてもらえる等の一定の効果が見込まれる。

また、高等学校からの要請に応じ、本学教員が高等学校に赴く出前授業では、専門的な学問領域をわかりやすく生徒に講義することで、専門的知識を深めることの興味・関心を喚起するとともに、大学で学ぶ意義を理解してもらう。

創造工学科では、既設学科の訪問実績（令和6年度：延べ681回、令和7年度：延べ693回）を踏まえ、対象校128校、年間210回程度の訪問実施を目標とする（訪問校の増加は受験者増に直結している）。

高校訪問については、既設学科において最も安定的に志願者及び入学者を確保してきた取組の一つであり、創造工学科においても学生募集の中核施策として位置付けている。年間120校程度を対象に延べ200回程度の訪問を実施し、学科の教育内容や人材養成の特色について継続的に説明することにより、志願者形成に一定の寄与があると整理できる。これらの取組を通じて、結果として年間30～35名程度の入学者につながることを目標とする。

[5. 大学見学会・高大接続事業]

本学においては、高校生を対象とした大学見学会については、単なる施設見学にとどまらず、体験授業や教職員・在学生との交流を通じて「大学での学び」を具体的に理解できる機会として実施している。高等学校からの要請に応じて実施する大学見学会では、キャンパス見学に加え、学科の特色を踏まえた体験授業や模擬講義を行い、高校生が自らの興味・関心や進路との適合性を確認できる内容としている。

また、受験生および入学検討者を対象としたキャンパス見学会では、大学概要や学修内容、学生生活、卒業後の進路等について説明するとともに、在学生によるトークイベントやキャンパスツアーを実施しており、入学後の学生生活を具体的にイメージできる機会を提供している。これらの取組により、受験生および保護者の本学に対する理解を深め、進学意欲の醸成とミスマッチの防止を図る。

本学においては、地域貢献活動の一環として、高等学校と連携した高大接続・高大連携事業を継続的に実施している。これらの取組は、高校生が大学における高度な教育・研究に触れる機会を提供し、進学意識の向上および本学への理解を深めることを目的としている。

具体的には、協定を締結した高等学校の生徒を対象に、本学の正規授業科目を履修する高大接続授

業を実施しており、高校在学中に修得した単位を、将来本学へ進学した場合に大学の単位として認定する制度を設けている。この取組により、高校生が大学教育を実体験するとともに、大学進学後の学修への不安軽減と学修意欲の向上を図っている。

また、複数日程にわたる高大接続特別講座や、大学教員による出前講義、大学見学・体験授業を組み合わせた交流事業を実施しており、高校段階から大学での学問分野や学びの意義について深く考える機会を提供している。さらに、在学生や教職員との懇談を通じて、大学生活や卒業後の進路について具体的な情報提供を行っている。

これらの高大接続・高大連携事業は、地域の高等学校との信頼関係を基盤として継続的に展開されており、高校生の進路選択を支援するとともに、本学への進学者の安定的な確保につながる取組として、引き続き実施する。

大学見学や高大接続事業については、将来的な志願者育成および第一志望率の向上を目的とし、年間 80～100 名程度の参加者を目標とする。このうち、将来的に受験に至る者を 10 名程度、入学者を 5 名程度見込まれると整理できる。

[6. 高校教員向け説明会]

宮城県を中心に所在している高等学校教諭を対象とする説明会を開催する予定としている。大学紹介、設置初年度の入学者選抜概要、奨学金制度、大学施設等の概要、高等学校教諭と本学の教職員との対面による丁寧な説明を行うこととしている。本学の教育・研究活動等に関する理解を深めてもらうための情報提供の機会を設けることにより、高等学校教諭が本学への進学を希望する生徒に対する進路指導の際に役立ててもらふことの一定の効果が見込まれる。

高校教員向け説明会については、宮城県を中心に 40～50 校の参加を目標とし、教員を通じた情報提供によって、当該校から 5～10 名程度の入学者獲得につながるが見込まれると整理できる。

以上の各施策において設定した目標値は、既設学科における過年度の募集実績および志願・入学動向を基礎として設定したものであり、過度に楽観的な見積りではなく、一定の取組強化により達成可能な水準である。さらに、創造工学科は、入学時点で専門分野を必ずしも確定していない受験生層の進路意思決定行動に対応した教育組織として設計されている。このため、分野横断的な学修体系や段階的な専門選択を可能とする教育内容を明示的に提示することにより、従来 of 学科構造では十分に受け止めきれなかった志願者層の関心を喚起し、志願・入学行動へと結び付ける効果が見込まれる。各施策は相互に連動して機能するものであることから、個別施策による入学者数は重複を含む延べ数であるが、これらを総合的に勘案すると、上記の推計方法および過年度実績を踏まえると、創造工学科の入学定員 60 名については、概ね確保できる見通しがあると整理できる。

ウ 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

前記①アおよび①イに示したとおり、既設組織および新設組織においては、オープンキャンパス、高校訪問、資料請求、進学相談会等の複数の学生募集施策を相互に連動させて実施する計画としている。これらの施策ごとに見込まれる入学者数は、それぞれ一定の重複を含む延べ数であることから、

過年度の募集実績を踏まえ、同一受験者が複数施策に接触することを考慮したうえで実人数への調整を行う。

推計方法としては、オープンキャンパス、資料請求者への案内送付、進学相談会等のガイダンス、高校訪問の取組ごとに、過去2年間の既設学科の実績に基づく受験率および入学率の平均値を仮定し、(3)①イで設定した各施策の目標値に乗算することで受験者数および入学者数の見込みを算出する。この推計によれば、延べ入学者数は概ね80名となる。

ただし、これは複数施策への重複参加を含む延べ数であるため、(3)①アで既述したとおり、既設学科における重複を除いた実数割合の過去2年平均値(概ね70%)を乗算すると、創造工学科の実人数としては56名となる。この実数割合は、オープンキャンパス、高校訪問、進学相談会等の複数施策に接触した同一受験者の割合を、入試プロセス分析により把握した過年度実績に基づき算出したものである。

一方で、56名では創造工学科の入学定員60名には若干届かないものの、既設学部においては、(3)①アで示した取組以外にも、受験生自身が本学ホームページ等の情報を参照して直接受験行動に至ったケースが例年一定数存在する。

創造工学科においても、同様の自主的な情報収集を経て受験に至る層の存在が見込まれることから、(3)①アに示した施策による入学者見込み(56名)に加えて、例年と同程度の自主的志願層からの入学者が上積みされることが見込まれる。

以上のことから、創造工学科では、

上記の推計方法および過年度実績を踏まえると、創造工学科の入学定員60名については、概ね確保できる見通しがあると整理できる。

② 競合校の状況分析

ア 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

[1. 競合校の選定理由]

創造工学科(理工学部・創造工学科〈設置構想中〉)は、情報・機械・ビジネスの3つの分野を横断的に学び、地域社会の課題解決に資する人材を養成することを目的としている。このため、競合校については、東北地方において工学系又は工学系とデザイン系の融合領域を有し、本学と学生募集地域及び志願者層の重なりが認められる私立大学を対象として選定した。具体的には、宮城県仙台市に立地し工学部・建築学部・ライフデザイン学部を有する東北工業大学、及び青森県八戸市に立地し工学部工学科5コースと感性デザイン学部を有する八戸工業大学を競合校として位置付けた。

[2. 競合校との比較分析]

○教育領域の重なり

東北工業大学は、工学部において電気電子工学課程、情報通信工学課程、都市工学課程及び環境応用化学課程を置き、加えて建築学部及びライフデザイン学部を有している。また、AI教育推進室を設置し、全学的なAI・データサイエンス教育を展開している点に特色がある。これに対し、本学創造工学科は、情報工学及び機械工学を基盤としつつ、デジタルイノベーションコースにおいてビジネスや

マネジメントの視点を含めた文理融合型の学びを展開する点に特徴がある。したがって、情報・機械・デジタル技術を志向する受験生層において両大学は競合関係にあるが、本学においては「情報・機械・ビジネス」の横断的な教育体系を一学科内に明示的に組み込んでいる点で差別化が図られている。

八戸工業大学は、工学部工学科において機械工学、電気電子通信工学、システム情報工学、生命環境科学、建築・土木工学の5コースを設けるとともに、感性デザイン学部を併設し、「工学×デザイン×地域」の融合を掲げて教育を展開している。また、全学を対象とした数理・データサイエンス・AI教育プログラムを開設し、工学とデザインを融合した共創教育や地域連携型PBLを推進している。

この点において、本学創造工学科が地域課題を対象に、情報技術、機械設計、データ活用及び情報マネジメントを学際的に統合して学ぶ構想と重なりが認められる。一方で、本学創造工学科は、石巻地域をフィールドとして、地域産業や地域社会の課題に焦点を置いた教育を学科の中核に据えており、地域密着型の実装教育という点で独自性を有している。

以上のとおり、東北工業大学及び八戸工業大学は、本学創造工学科と教育領域及び学生募集地域の双方において重なりを有することから、競合校として適切である。他方で、本学創造工学科は、情報・機械・ビジネスを横断的に学ぶ教育体系を基盤とし、地域社会の実課題を題材とした実践的学修を重視する点において、競合校とは異なる特色を有しており、これが受験生に対する差別化要因になる。

○募集地域・アクセスの重なり

本学においては宮城県石巻市に立地しており、JR 石巻駅から宮城交通バスを利用したアクセスのほかに、仙台市内からも高速バスにより公共交通機関による直接アクセスが可能である。また、本学の主な学生募集地域は宮城県を中心としつつ、福島県、岩手県、山形県及び青森県を含む東北地方としており、実際に東北6県及び系列附属高校を対象とした高校生アンケート調査も実施している。このため、本学においては宮城県内及び仙台都市圏の受験生に加え、東北地方の広域から志願者を受け入れる募集基盤を有しており、東北工業大学及び八戸工業大学とは学生募集地域に一定の重なりが認められる。

○価格・就学条件の比較

本学理工学部（創造工学科・生物科学科の基準）の学生納付金等については、入学金、授業料、施設費及び教育充実費等を含む在学期間全体の金額を明示している。理工学部の学費は、初年度1,581,000円、4年間総額5,613,000円であり、競合校として選定した東北工業大学の工学系学部の初年度1,648,660円及び八戸工業大学工学部の初年度1,543,000円と比較しても、東北地域の私立工学系大学における設定水準と大きく乖離するものではない。したがって、本学の学生納付金等の金額設定は、受験生及びその生計維持者が在学期間全体の費用を見通しやすいよう配慮しつつ、競合校との均衡にも配慮した合理的なものであると整理できる。

[3. 本学・創造工学科の差別化ポイント（優位性）]

○「デジタル、工学とビジネス（情報マネジメント）」の横断設計

八戸工業大学および東北工業大学は、いずれも工学分野を中核とした学部・学科編成を行っており、学修内容は原則として工学系専門分野ごとに体系化されている。これに対し、石巻専修大学の創造工学科は、工学を単独の専門として完結させるのではなく、デジタル技術、情報工学、機械工学に加えて、情報マネジメント（ビジネス分野）を教育課程の中に明示的に組み込んだ横断型設計を採用している点において、役割が明確に異なる。創造工学科では、技術そのものを深めることと同時に、「技術をどのように活用し、どのように社会・組織・地域で機能させるか」を学修の対象としており、技術と社会実装の間を担う人材の育成を目的に据えている点が、既存の工学系大学との決定的な違いである。

○DX・GXを射程に入れた地域実装型PBLの即戦力育成

八戸工業大学および東北工業大学においても、演習・実験・実習や課題解決型科目は配置されているが、その多くは専門分野内で完結する内容として構成されている。一方、石巻専修大学の創造工学科では、DX・GXといった社会的要請を前提に、地域や産業が直面する具体的課題を題材としたPBL型学修を教育課程の中心に据えている点に明確な違いがある。特に、1年次の基礎教育、2年次以降の専門教育を踏まえ、3年次には「地域DX・社会実装探究」「知能情報探究」「デジタルものづくり探究」等を通じて、地域・社会と直接接続した課題解決に取り組む段階的構成を採用しており、学内完結型ではなく、社会実装までを視野に入れた教育設計を行っている点が創造工学科の特徴である。

○教員免許・実務資格への体系的アプローチ

八戸工業大学および東北工業大学では、工学系分野に対応した資格取得支援や職業分野への接続が行われているが、資格は主として専門分野ごとに対応付けられている。これに対し、石巻専修大学の創造工学科では、高等学校教諭一種免許状（工業・情報）の取得と、工学・情報・デジタルものづくり・情報マネジメントに関連する複数の実務資格を、教育課程全体の中で体系的に位置付けている点に決定的な違いがある。創造工学科は、教育分野と産業分野のいずれか一方に特化するのではなく、教育職・技術職・デジタル人材といった複数の進路を制度的に支える学科として設計されており、進路の多様性そのものを教育の成果として見込まれている点が、既存大学との役割の違いである。

○少人数教育×段階的専門化による定着率の向上設計

八戸工業大学および東北工業大学においても、初年次教育や修学支援の取組は行われているが、専門分化の時期や学修の進み方は学部・学科ごとに異なる。一方、石巻専修大学の創造工学科は、少人数教育を前提とし、1年次の共通基礎、2年次以降のコース選択、3年次以降の探究・実践という学修の段階を明確に設計している点で異なる。このように、学修の入口から出口までの動線を可視化した教育課程とすることで、学生が自身の成長プロセスを認識しながら学ぶことを可能としており、修学の定着を重視した教育設計を制度的に組み込んでいる点が、創造工学科の特徴である。

○アクセス利便と石巻という実践フィールド

八戸工業大学および東北工業大学はいずれも地方中核都市等に立地し、学内施設を中心とした教育環境が整備されている。これに対し、石巻専修大学は、地域課題が顕在化している石巻市に立地しているという地理的・社会的条件そのものを教育資源としている点において、役割が大きく異なる。創造工学科では、災害復興、地域産業、環境、製造といった石巻地域が抱える課題を学修対象とし、教室内の学びと地域での実践を接続する教育を行うこととしており、「地域をフィールドとして学ぶ」ことを教育課程の前提に据えている点が、既存大学との決定的な違いである。

イ 競合校の入学志願動向等

大学受験情報サイト等の公表資料から、過去3年間（令和7年度・令和6年度・令和5年度）における志願者数・受験者数・合格者数（大学全体）を確認したところ、競合校である東北工業大学および八戸工業大学のいずれにおいても、各年度において一定数の志願者および受験者が存在しており、工学系分野への進学需要が継続している状況がうかがえる。一方で、実務上の確認として、東北工業大学は「年度別・大学全体の入学者数および入学定員充足率」について公式には公表しておらず、また八戸工業大学についても、公式ウェブサイト等では「年度別・大学全体の入学者数」およびこれに基づく入学定員充足率は非公開となっている。このため、入学者数および定員充足率については、文部科学省の学校基本調査や日本私立学校振興・共済事業団の公表資料を含めても、大学名単位での確定値を把握することは困難である。

東北工業大学は、宮城県仙台市に立地する私立工科系大学として、東北地方を中心に広域的に学生を募集している。令和7（2025）年度入試の工学部においては、一般選抜A日程（全課程・学科併願型）で志願者509名、一般選抜A日程（課程・学科指定型）で志願者213名、大学入学共通テスト利用選抜（1期）で志願者415名を集めており、工学系分野において一定規模の進学需要が継続していることが確認できる。また、同大学は令和7（2025）年度から工学部を従来の学科制から課程制へ移行しているが、その後も令和8（2026）年度入試において志願者・合格者状況を継続的に公表しており、工学系分野に対する安定した志願動向が認められる。

さらに、直近3年間（令和7年度・令和6年度・令和5年度）の大学全体の志願・受験・合格状況を確認すると、令和7年度入試（2025年度実施）においては、一般選抜および大学入学共通テスト利用選抜を中心として、大学全体でおよそ1,400人規模の志願者が存在し、受験者数は約1,100人、合格者数は約1,000人に達している。このことから、同大学が工学系分野を中核とする私立大学として、一定規模の受験需要を維持している状況がうかがえる。

一方、令和6年度入試（2024年度実施）および令和5年度入試（2023年度実施）については、学部・課程別あるいは選抜方式別の志願者数および合格者数は公表されているものの、大学全体を合算した志願者数・受験者数・合格者数の確定値は公式には公表されていないため、大学全体の数値として一体的に把握することは困難である。

八戸工業大学は、青森県八戸市に立地し、北東北地域を中心に工学系およびデザイン系志願者を受け入れている。令和7（2025）年度入試の工学部においては、一般選抜試験（前期・後期）の各コー

ス合計で志願者 36 名、大学入学共通テスト利用選抜試験（前期・中期・後期）の各コース合計で志願者 84 名、学校推薦型選抜試験の各コース合計で志願者 59 名、総合型選抜試験等の各コース合計で志願者 94 名を集めている。さらに、感性デザイン学部においても、一般選抜、大学入学共通テスト利用選抜、学校推薦型選抜および総合型選抜の各方式において志願者が確保されており、工学分野とデザイン分野の双方において一定の受験需要が存在していることが確認できる。

八戸工業大学については、河合塾 Kei-Net 等の大学受験情報サイトにおいて、大学全体の集計値が明示されている。令和 7 年度入試（2025 年度実施）においては、一般選抜および大学入学共通テスト利用選抜を合算した大学全体の志願者数は 138 人、受験者数は 135 人、合格者数は 130 人となっており、工学部および感性デザイン学部を有する北東北地域の私立工学系大学として、一定数の受験者を継続的に確保している状況が確認できる。

一方で、令和 6 年度入試（2024 年度実施）および令和 5 年度入試（2023 年度実施）については、選抜方式別および学科別の志願者数や合格者数は公表されているものの、年度別・大学全体を合算した志願者数・受験者数・合格者数は公式資料として公表されておらず、大学全体数値として厳密な比較を行うことは困難である。

以上のように、東北工業大学及び八戸工業大学は、いずれも東北地域において工学系を中心とする学生募集を継続し、一定規模の志願者を確保している。このことは、18 歳人口が減少する局面にあっても、東北地域における工学系分野への進学需要が引き続き存在することを示すものであり、本学創造工学科が対象とする工学・デジタル・地域課題解決型の学びに対しても、相応の志願需要が見込まれることを裏付けるものと整理できる。

ウ 新設組織において定員を充足できる根拠等

創造工学科において定員を充足できる根拠については、既に（3）①及び②イで述べたとおり、本学におけるオープンキャンパス、高校訪問、資料請求、進学相談会等の学生募集施策が継続的に成果を上げていることに加え、東北地域においても工学系分野に対する一定規模の志願需要が維持されていることを前提として整理することができる。東北工業大学は未充足の程度がわずかである、八戸工業大学も本学と同様の改組によって定員充足が図られる見通しであり、工学分野における教育内容の再構成や学修体系の分かりやすい提示が、志願者確保に有効であることを示している。

創造工学科における入学者数の見込みについては、単一の募集施策の成果や短期的な志願動向に依拠するのではなく、過年度入試結果および募集プロセス分析を踏まえ、志願者がどの経路を通じて入学に至るかという「志願者流入構造」全体を把握した上で、多層的かつ総合的に評価している。

過年度入試結果（平成 29〔2017〕年度から令和 8〔2026〕年度）を通覧すると、本学の理工系分野においては、18 歳人口の減少や地域環境の変化の影響を受けながらも、一般選抜および大学入学共通テスト利用選抜を中心に、志願者母集団が長期的に一定規模で存在してきたことが確認できる。一方で、理工学部機械工学科・情報電子工学科および経営学部情報マネジメント学科では、学科の専門化ならびに細分化が進んだ結果、志願者が分散し、合格者数は確保できているものの、入学に至らないケースが継続的に発生しており、構造的に定員未充足が生じていた。

特に、筆記型入学者選抜における歩留率は、平成 29 年度以降、概ね 10～30%台で推移しており、合格者の多くが本学への進学を決定しきれないまま他大学へ流出している実態が確認されている。このことから、本学における定員未充足の要因は、「志願者不足」ではなく、入学時点で専門選択を求める学科構造と、高校生の進路意思決定行動（時期）との間に乖離が生じていたことに起因すると整理できる。

このような分析を踏まえ、創造工学科では志願者流入を以下の四つの経路から構成されるものとして見込まれると整理できる。

第一に、オープンキャンパス、高校訪問、進学相談会等の対面型・直接型の募集施策を通じた外部施策による流入である。令和 7（2025）年度および令和 8（2026）年度入試結果の募集プロセス分析によれば、オープンキャンパスや大学見学会等の「来校」を経て入学した学生は、全入学者の約 50～55%を占めており、この流入経路が本学において最も安定的に機能していることが確認されている。各施策の開催回数の増加や当日の学科別プログラムの充実により、複数回参加者の比率が高まり、最終的に志願から入学に至る確率が向上している実績を踏まえると、創造工学科においても、外部施策による流入分として実人数 30 名前後の入学者を見込まれると整理できる。

第二に、大学ホームページ、SNS、進学情報サイト等を通じた高校生あるいは生計維持者（保護者の言い換え）、指導的立場にある高校教員による自主的な情報収集に基づく自然流入である。入試プロセス分析によれば、直近年度の入学者のうち、「いきなり出願」や「資料請求のみを経由した出願」による入学者が全体の約 25～35%を占めている。加えて、大学ホームページの年間閲覧数およびユーザー数は前年度から大幅に増加しており、大学ホームページ、SNS、進学情報サイト等を通じて自主的に情報収集を行い、出願に至る受験者層は、既設学科においても毎年度一定割合確認されている。近年は、学科別ページの閲覧数や資料請求件数が増加傾向にあり、こうした間接的な情報接触を経て出願に至る事例が一定数存在していることから、創造工学科においても、自然流入分として実人数 15～20 名程度の入学者を見込むことができる。

第三に、既設学科から新設学科への内部転換による流入である。学生募集停止を予定している機械工学科、情報電子工学科および情報マネジメント学科については、令和 7（2025）年度および令和 8（2026）年度入試においても一定規模の志願者数および合格者数を確保しているものの、在籍段階での未充足が課題となっている。創造工学科は、これらの学科が対象としてきた志願者層に対し、工学の基礎的専門性を維持しつつ、情報技術・デジタル技術・情報マネジメント力を横断的に学ぶ学修体系を新たに提示するものであり、既設学科で回収しきれなかった分野未確定層の受け皿として機能する学科構造を有している。このことから、内部転換による流入として実人数 10～15 名程度の入学者を合理的に見込むことができる。

第四に、競合校との差別化による流入である。過年度入試結果および主要競合校の志願動向を分析すると、工学系志願者の一定割合が、分野を確定していない段階で他大学へ流動している実態が確認されている。創造工学科では、「情報×機械×マネジメント」の横断設計、地域課題を教材とした実装

型 PBL、資格取得・進路の可視化といった差別化要素を明確に打ち出すことにより、従来は他大学へ流れていた志願者層を一定割合回収できる可能性があり、この上積みとして実人数の数名程度を見込まれると整理できる。

以上のとおり、創造工学科においては、①外部施策流入、②自然流入、③内部転換、④競合との差別化による回収、という複線的かつ相互補完的な志願者流入構造を有しており、これらを合算した見込み入学者数は70～80名規模となり、入学定員60名については、過年度実績および各種分析結果を踏まえると、安定的に確保できる見通しがあると判断できる。

さらに、別途実施した高校生アンケート調査においては、創造工学科を第一志望として受験し、合格した場合には入学を希望すると回答した層が定員60名を上回る規模で確認されており、本項で整理した志願者の流入構造が定量的にも裏付けられている。

以上のことから、創造工学科においては、既設学科の過年度入試実績および募集プロセス分析に基づく合理的な仮定を踏まえると、創造工学科の入学定員60名については、一定の上積みを見込むことができる水準にあると整理できる。なお、この見込みは、次項④に示す高校生アンケート調査結果によっても定量的に裏付けられている。

エ 学生納付金等の金額設定の理由

学生納付金等の金額については、教育研究活動を安定的に実施するために必要な人件費、教育研究経費、施設設備維持費その他の管理運営経費を基礎としつつ、受験生及びその生計維持者に対する説明責任の観点から、競合校における設定水準との均衡にも配慮して設定することが適切である。本学創造工学科は、工学を基盤としながら、情報技術・デジタル技術及び情報マネジメント力を横断的に学ぶ教育を実施する学科であるため、比較対象についても、競合校として選定した東北工業大学及び八戸工業大学に限定して検討する。

東北工業大学では、工学部（全課程）・建築学部建築学科・ライフデザイン学部産業デザイン学科の初年度納付金が1,648,660円とされている。また、ライフデザイン学部生活デザイン学科は1,378,660円、経営デザイン学科は1,248,660円である。他方、八戸工業大学では、工学部の入学年度学納金が1,543,000円、感性デザイン学部の入学年度学納金が1,121,000円とされている。このように、競合校における初年度納付金は、工学系では概ね154万円台から165万円台、デザイン・マネジメント系を含む周辺領域では概ね112万円台から138万円台の範囲に分布している。

これを踏まえ、本学創造工学科の初年度納付金は1,581,000円としており、競合校における工学系学科の設定水準と概ね同程度の範囲に位置付けることができる水準となっている。すなわち、工学・情報・デジタル技術を基盤とした実験・実習、PBL型授業および地域実装型教育を実施する教育内容を支えるために必要な水準を確保しつつ、東北地域の私立工学系大学における学生負担として著しく高額とならないよう配慮した設定としている。

このため、本学創造工学科の学生納付金等については、競合校のうち特に工学系学部の設定水準を参照しつつ、学生にとっての負担可能性と大学運営上の持続可能性の双方を勘案したうえで設定しているものである。

以上のことから、本学創造工学科の学生納付金等の金額設定は、東北工業大学及び八戸工業大学という競合校における水準との均衡を踏まえつつ、特色による優位性があることから同程度の金額設定で問題がなく、工学系教育に必要な教育研究条件を確保するための合理的であると整理できる。

③ 先行事例分析

石巻専修大学が新設する創造工学科は、情報技術・デジタル技術、機械工学及び情報マネジメントを横断的に学び、地域社会や産業の実課題の解決に資する人材を養成することを目的とする。このような学科構想の妥当性を確認するため、東北地域において本学と教育領域及び学生募集地域の重なりが認められる東北工業大学及び八戸工業大学の教育組織再編・教育内容整備の状況を先行事例として分析した。

東北工業大学は、令和7（2025）年度に工学部を従来の学科制から、電気電子工学課程、情報通信工学課程、都市工学課程及び環境応用化学課程の4課程制へ移行した。また、同大学では令和3年度から数理・データサイエンス・AI教育を全学的に展開し、1年次必修の「人工知能総論」を中心とするリテラシーレベル教育に加え、応用基礎レベルの教育プログラムも整備している。さらに、工学部では専門基礎科目に加えて分野横断プログラムを設け、専門分野の深化と他分野の学修を両立させる仕組みを導入している。これらの事例は、工学系教育において、専門分野の再編とAI・データサイエンス教育の体系化、及び分野横断的学修の可視化が、大学の特色形成と志願需要の維持に寄与し得ることを示している。

八戸工業大学は、工学部工学科5コースと感性デザイン学部感性デザイン学科を有し、大学全体として「工学×デザイン×地域」の融合を教育の特色として掲げている。工学部工学科では、数理・AI・データサイエンスの基礎知識を身につけた人材育成を目標に、教育課程の骨格として「AI・データサイエンス科目」「共創教育科目」「工学基礎科目」「工学発展科目」等を配置している。また、工学とデザインを融合した学修や、地域と連携したPBL・アクティブ・ラーニングを展開している点に特徴がある。加えて、同大学は全学を対象とする数理・データサイエンス・AI教育プログラムを開設し、文部科学省の数理・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）にも認定されている。さらに、地域連携面では、ARCH PROJECT、はちのへオープンイノベーションプラットフォーム等を通じて、地域課題解決型の教育研究活動を積極的に推進している。これらの取組は、工学とデザイン、地域実装を横断的に結び付ける教育が、地方私立大学においても大学の特色形成及び学生募集上の強みとなり得ることを示している。

以上の2事例から、第一に、専門分野を細分化した学科構成に比べ、課程制又はコース制等の柔軟な教育組織は、高校生にとって学びの全体像を理解しやすく、分野未確定層の受け入れにも有効であること、第二に、AI・データサイエンス教育や分野横断型教育を体系的に組み込むことは、現代的な社会需要への対応として有効であること、第三に、地域連携型PBLや工学とデザインの融合といった地域実装型教育は、地方立地大学の特色として十分に機能し得ることが読み取れる。これらは、情報・機械・ビジネスを横断的に学び、地域社会の課題解決に真正面から取り組む本学創造工学科の教育構想と整合しており、本学においても同様の方向性に基づく教育組織の整備が合理的であると整理でき

る。

④ 学生確保に関するアンケート調査

理工学部創造工学科の設置に当たっては、学生確保の見通しを客観的かつ定量的に検証することを目的として、令和7（2025）年11月から令和8（2026）年2月にかけて、東北6県（青森県、秋田県、岩手県、宮城県、山形県、福島県）および本学と同一法人が設置する系列高等学校に在籍する高校2年生を対象に、進学需要等に関するアンケート調査を実施した。本調査は、外部調査機関である株式会社日本ドリコムに委託して実施したものであり、調査設計においては重複回答の防止等、集計の信頼性確保に十分配慮している（資料5-5）。

本調査の有効回答数は5,099人であり、そのうち大学進学を希望する者は3,539人（69.4%）、さらに私立大学への進学を希望する者は2,846人（80.4%）であった。

この私立大学進学希望者のうち、創造工学科が対象とする学問分野（数学、機械工学、電気通信工学、金属工学、工芸学、応用化学、応用理学、経営工学、総合科学）に興味・関心があると回答した者は1,374人（48.3%）にのぼっている。特に、機械工学（531人）、電気通信工学（425人）、経営工学（273人）、数学（268人）など、創造工学科の教育内容と親和性の高い分野に対して、一定規模の関心が確認されている。

次に、当該関心層1,374人に対して受験意向および入学意向をたずねたところ、「第一志望として受験する」と回答した者は90人（6.6%）であり、そのうち「合格した場合には入学する」と回答した者は82人（91.1%）であった。すなわち、創造工学科を第一志望とし、かつ入学意向を明確に示した者は82人となり、これは入学定員60人を上回る規模である。

また、「第二志望として受験する」と回答した27人のうち、「合格した場合には入学する」または「志望順位が上位の他大学が不合格の場合に入学する」と回答した者は25人、「第三志望以降として受験する」と回答した95人のうち、同様に条件付きで入学意向を示した者は77人確認されている。これらの結果から、第一志望層に加え、第二・第三志望層においても、一定規模の入学可能性を有する層が存在していることが定量的に確認できる。

以上のとおり、本アンケート調査においては、①創造工学科の対象分野に対する十分な関心層が形成されていること、②第一志望かつ入学意向を有する層が定員を上回る規模で存在していること、③加えて第二・第三志望層においても条件付きながら一定数の入学意向者が確認されていることが明らかとなった。

これらの調査結果は、(3) ①および②で整理した学生募集施策や志願者流入構造の分析結果とも整合しており、創造工学科においては、複数の志願経路を通じて安定的に入学者を確保できる可能性が高いことを、定量的に裏付けるものである。以上を踏まえると、本アンケート調査の結果は、(3) ②ウにおいて整理した入学者見込みの妥当性を補完・裏付けるものであり、理工学部創造工学科の入学定員60人については、概ね充足できる見通しがあると判断できる。

⑤ 人材需要に関するアンケート調査等

理工学部創造工学科の設置に当たっては、当該学科が養成する人材に対する社会的ニーズおよび卒業後の就職見通しについて、客観的なデータに基づき検証することを目的として、人材需要に関するアンケート調査を実施した（資料5-6）。

本調査は、創造工学科の卒業生の就職先として見込まれる企業・団体 457 件を対象に実施し、239 件の有効回答を得たものである。調査は外部調査機関である株式会社日本ドリコムに委託して実施しており、調査設計および集計の信頼性が確保されている。

調査の結果、創造工学科が養成する人材に対する社会的ニーズについては、「社会的ニーズが高い」と回答した企業・団体が 144 件（60.3%）、「どちらかといえば社会的ニーズが高い」と回答した企業・団体が 91 件（38.1%）となり、回答全体の 98.4%が肯定的な評価を示していることが確認された。

また、創造工学科の卒業生の採用意向については、「採用したいと思う」と回答した企業・団体が 140 件（58.6%）、「どちらかといえば採用したい」と回答した企業・団体が 80 件（33.5%）となり、回答全体の 92.1%が採用に前向きな意向を示している。

さらに、「採用したいと思う」と回答した企業・団体 140 件を対象に、単年度での採用見込人数を集計したところ、その合計は 466 人となった。この結果は、創造工学科の入学定員 60 人に対して、卒業後の受け皿となる雇用需要が十分に存在していることを示すものである。

加えて、回答企業の所在地を見ると、宮城県内企業が 56.1%を占める一方、東京都をはじめとする首都圏および東北他県の企業からも一定数の回答が得られており、創造工学科の卒業生が地域内のみならず広域的に活躍できる就職環境が見込まれることが確認された。

以上のとおり、本アンケート調査の結果から、創造工学科が養成する、工学の基礎力に加え、情報技術・デジタル技術および情報マネジメント力を活用して社会課題の解決に取り組む人材については、社会的ニーズおよび採用意向がともに高い水準で確認されており、卒業後の進路についても概ね見通しが立つものと判断できる。なお、創造工学科が養成する人材の社会的ニーズおよび卒業後の就職見通しについては、(3)⑤に示した人材需要に関するアンケート調査結果により、定量的にも裏付けられている。同調査においては、創造工学科の卒業生を採用したいとする企業・団体が高い割合で確認されており、単年度の採用見込人数も入学定員を大きく上回る規模となっている。このことから、創造工学科においては、卒業後の進路不安が学生募集上の制約要因となる可能性は低く、(3)②ウで整理した志願者流入構造および入学者見込みは、就職面からも合理性を有するものと整理できる。

(4) 新設組織の定員設定の理由

今回の創造工学科の定員設定は、大学の収容定員の総数 1,760 人の増減を伴わないもので、令和 9 年 4 月から理工学部機械工学科（△40 名）、理工学部情報電子工学科（△39 名）、経営学部情報マネジメント学科の学生募集停止（△45 名）し、理工学部創造工学科（60 名）の入学定員に振り分けることにより、大学全体の収容定員を減じ（1,760 名を 1,460 名、△300 名）、18 歳人口の減少率を考慮した定員規模の適正化を図る計画としている。

この定員変更は、本学における既設組織の収容定員充足状況や志願者動向を踏まえ、単純な定員増減ではなく、教育内容の再構成と分野横断的な学修体系の構築を通じて、学生の志願行動と社会的ニ

ーズの双方に対応することを目的として実施するものである。近年、理工系分野においては学科ごとの専門分化が進む一方で、高校生や保護者にとって学修内容や卒業後の進路選択の多様性が十分に理解されているとは言えない状況が見られており、これが志願・入学段階でのミスマッチにつながっていると整理できる。しかしながら、当該分野における社会的需要や人材ニーズが低下しているものではなく、既存の教育資源を活用しつつ教育内容を再編することで、学生確保の改善が見込まれる状況にある。

また、本学においては、オープンキャンパス、高校訪問、進学相談会等の学生募集施策を継続的に実施しており、学修内容や進路像が明確に伝わる教育組織に対しては、受験生の志願意欲が高まりやすい傾向が確認されている。特に、高校訪問や個別相談型の施策を通じて、高等学校教員や受験生との関係性を着実に構築してきた実績があり、これらの募集体制を新設組織においても活用することで、設定した定員規模については、教育内容の再構成と分野横断的な学修体系の構築を通じて志願行動と社会的ニーズの双方に対応することにより、概ね学生確保が見込まれると整理できる。

さらに、新設組織の定員は、教員組織、施設・設備、教育支援体制等の整備状況を踏まえ、教育の質を確保できる範囲内で設定している。初年次教育や基礎科目における丁寧な指導、少人数での演習・実習を可能とする規模とすることで、学生一人ひとりの学修成果を高めるとともに、将来的には志願動向や社会的ニーズの変化を検証しながら、段階的な教育内容の充実を図ることを前提としている。

以 上