

学生の確保の見通しを記載した書類

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	2
(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	2
(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	3
(3) 新設組織の主な学生募集地域	4
(4) 既設組織の定員充足の状況	5
3. 学生確保の見通し	8
(1) 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	8
1) 既設組織における取組とその目標	8
2) 新設組織における取組とその目標	9
3) 当該取組の実績の分析に基づく，新設組織での入学者の見込み数	10
(2) 競合校の状況分析	10
1) 競合校の選定理由と新設組織との比較分析，優位性	10
2) 競合校の入学志願動向等	13
3) 新設組織において定員を充足できる根拠等	14
4) 学納金等の金額設定の理由	15
(3) 先行事例分析	17
(4) 学生確保に関するアンケート調査	17
(5) 人材需要に関するアンケート調査等	18
4. 新設組織の定員設定の理由	18

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
デザイン工学部	100	－	400	青森県八戸市大字妙字大開 88－1

(2) 新設組織の特色

新設組織は、既存の工学部工学科（5 コース）および感性デザイン学部感性デザイン学科において蓄積された工学・デザインの教育研究実績を基盤とする。文部科学省「大学・高専機能強化支援事業」の採択を契機として、本学の基本理念である「工学×デザイン×地域」を高度に進化・深化させ、現代社会の緊要な課題である地球環境保護（グリーン分野）および社会効率化（デジタル分野）の発展を牽引する高度専門人材を育成することを目的とする。これら教育研究を強力に推進すべく、既存の 2 学部を再編・融合し、新たに「総合情報学部」「先進工学部」「デザイン工学部の 3 学部」を設置するものである。

デザイン工学部は、人間の感性と高度な技術を融合し、地域社会の課題を「新たな価値」へと転換する「感性デザイン」「建築デザイン」「国土デザイン」の 3 つのプログラムを展開する。単なる造形技術の修得に留まらず、人間心理や感性、地域の歴史・文化的特性を多角的に分析し、持続可能な「未来の生活空間・様式」を構想する能力を養う。デザインの基礎理論から、社会の潜在的ニーズを具体化する「デザイン思考」までを体系的に教授。地域住民の生活を豊かにし、地域の資源や社会インフラの維持保全、さらに新たな機能と価値を付加できる、実践的な高度専門人材を育成する。

名称：デザイン工学部

学位：学士（デザイン工学），学位の分野：工学

【既存組織】

名称：工学部工学科，入学定員：250 名，収容定員 1,000 名

名称：感性デザイン学部感性デザイン学科，入学定員：50 名，収容定員：200 名

所在地の概要：青森県八戸市大字妙字大開 88-1

新組織開設後の予定：学生募集停止

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

現代社会は、第 4 次産業革命の進展と脱炭素化という二大潮流（DX および GX）の中にあり、これまでの産業構造を抜本的に変革することが不可欠となっている。国が掲げる「経済財政運営と改革の基本方針」においても、成長分野を牽引する専門人材の不足が指摘されており、高等教育機関に対しては、単なる知識の伝達に留まらず、社会課題を具体的に解決し得る実務能力を備えた人材を世に送り出すことが強く期待されている。

全国的な動向として、成熟社会を迎えた今日、製品やサービス、あるいは住環境や公共空間には、単なる機能性だけでなく、感性に訴える価値や豊かな体験（UX）が求められている。デザインを経営戦略の核に据える「デザイン経営」が普及する中、「感性デザインプログラム」が担う人間中心の視点（デザイン思考）と、「建築デザインプログラム」および「国土デザインプログラム」が担う工学的な論理を融合させ、ミクロな製品からマクロな社会基盤までをトータルに構想できる人材は、次世代の産業競争力を支える存在として必要不可欠となっている。

また、北東北を中心とした地域的要請においても、人口減少やインフラの老朽化という深刻な課題に直面する中で、既存の地域資源に新たな価値を見出し、暮らしの質を向上させる構想力を持った人材への需要は極めて高い。地域の個性を活かしながら、「建築デザイン」による安全・快適な生活空間の創出と、「国土デザイン」による強靱で持続可能な社会基盤の構築、そしてそれらを繋ぎ人々の幸福に寄与させる「感性デザイン」の知見をもって未来を形作れる専門家は、地域社会の再構築（地域創生）において重要な鍵を握るものである。

デザイン工学部は、これら全国的・地域的な人材需要の動向に正面から応えるものである。激動する現代社会において、建築・土木といった確かな工学的基盤と、感性豊かなデザイン能力を三位一体となって兼ね備え、価値の再定義と社会実装を担う人材を育成・輩出することは、本学に課せられた極めて重要な社会的使命である。

(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

・全国的な 18 歳人口の推移と進学動向

文部科学省の試算においても、2040 年における大学進学該当年齢人口の大幅な減少は「2040 年問題」として定義されており、高等教育機関には規模の適正化と教育の質的転換が厳格に求められている。

・地域的な 18 歳人口の急減と進学率の推移

【資料 1】「リクルート進学総研 マーケットリポート 2025（東北版）」に基づき、本学の主要な学生募集圏における入学対象人口の動向を分析する。

東北エリアおよび青森県における 18 歳人口の減少は、全国平均を大きく上回る速度で進行している。本学が所在する青森県の 18 歳人口は、2025 年の 10,307 人から 2037 年には 7,647 人へと、25.8%（2,660 人）の減少が予測されている。これは全国平均の減少率 16.8% を 9 ポイント上回る極めて深刻な推移である。東北エリア全体においても同期間に 25.3% の減少が見込まれており、地域的な入学対象人口の総数が大幅に収縮している状況は不可避である。

・大学進学志向の変容とニーズの分析

18 歳人口が減少する一方で、青森県内における大学進学志向は過去 10 年で顕著な伸長を見せており、これが本改組における志願者確保の蓋然性を裏付けている。

青森県の現役大学進学率は、2016 年の 36.3%から 2025 年には 48.5%へと、12.2 ポイントの大幅な上昇を記録した。これは東北平均（47.5%）を上回る数値であり、地域における

高等教育への期待と需要が極めて高いことを示唆している。また、短期大学への進学率が同期間で 5.4%から 3.6%へ低下している事実を鑑みれば、受験生のニーズがより高度かつ専門的な 4 年制大学教育へと明確に移行していることが読み取れる。

・改組による入学者確保の戦略的必然性

東北エリア全体の大学地元残留率は、2025 年時点で 35.8% (2016 年比 1.7 ポイント増)、青森県は 39.6% (2016 年比 2.3 ポイント増) と微増傾向にある。しかし、依然として若年層の広域流出は本地域の深刻な課題であり、特にクリエイティブな職種や高度な設計技術を志向する層の県外流出が顕著である。

大学進学志向が深化するなか、本学が「デジタル」「グリーン」と並び、「デザイン（デザイン工学部）」を核とした教育課程へ再編することは、極めて戦略的な意義を持つ。従来の「工学」の枠組みを、人間の感性と空間、そして国土という 3 つのスケールを横断する「デザイン工学」へと再定義することで、都市部の美大・工大志望層を地元へ繋ぎ止める強力な引力となる。

18 歳人口の減少という厳しい外部環境下においても、「4 年制大学志向の深化」を背景とした進学需要は堅調である。社会ニーズに直結した「目に見える価値」を創出する本改組は、志願者のマインドシェアを確実に獲得し、中長期的な入学者確保を実現する確かな布石となるものである。

・専門領域の融合による新規受験層の開拓

従来の建築・土木志望層に加え、プロダクトデザイン、サービスデザイン、ユニバーサルデザイン等を志向する「感性重視層」を新たに取り込む。「感性・建築・国土」の 3 プログラムを一つの学部を集約することで、文理の枠を超えたクリエイティブ志向の受験生層を開拓し、本学の選択肢を広域的な層へと拡大させる。

・地域再デザインを軸としたリカレント教育需要の創出

地域産業の構造変革や、老朽化するインフラの再整備、地方創生に向けた空間デザインの重要性が高まるなか、地場企業や自治体における現役実務者の再教育需要は急増している。デザイン工学部が提供する「技術に感性を実装する」実践的カリキュラムは、社会人の学び直し（リスキリング）に極めて親和性が高く、18 歳人口の枠を超えた多角的な入学対象層を創出するものである。

*添付データ：【資料 1】「リクルート進学総研 マーケットリポート 2025（東北版）」

(3) 新設組織の主な学生募集地域

【資料 2】（別紙 1）に示す通り、青森県内における私立大学全体の 2025（令和 7）年度入学者（出身高校所在地別）の構成比を見ると、青森県内出身者が 83.0%と大半を占め、次いで岩手県（6.9%）、秋田県（5.0%）の順となっている。これに対し、本学の同年次入学者（215 名）は、青森県内出身者が 78.14%（168 名）である一方、岩手県が 13.02%（28 名）、秋田県が 2.79%（6 名）となっている。東北 6 県出身者の合計は 96.74%に達し、特に北東北 3 県（青森・岩手・秋田）で 93.90%を占めているのが特徴である。

本学の入学者実績を詳査すると、岩手県出身者が県内私大平均（6.9%）の約 1.9 倍にあたる 13.02%を占めており、地理的近接性や本学の教育資源に対する近隣県のニーズを背景として、県外からも安定的な入学者を確保している。

本学の主たる募集地域である北東北 3 県は、全国的にも人口減少と若年層の流出が喫緊の課題となっている。このような状況下において、本学の入学者構成が北東北 3 県で約 94%を占めている事実は、本学が地域における「高等教育の受け皿」としてのみならず、「地域人材の還流・定着」を担うハブとして機能していることを示している。

以上のデータから、本学は県内他大学と比較して岩手県等からの流入が顕著であり、北東北 3 県を中心とした広域的な募集基盤を有しているといえる。したがって、新設組織においても北東北 3 県を主たる学生募集地域として設定することは、過去の実績に照らして十分な妥当性がある。

本改組においては、この強固な募集基盤を礎とし、地域産業界や自治体との連携をさらに強化する。具体的には、地域課題を教育リソースとして活用する実践的なカリキュラムを通じて、高度な専門性と地域愛を兼ね備えた人材を育成する。

育成された人材を再び北東北の産業界へ輩出する「人材育成と供給」のサイクルを確立することは、停滞する地域活性化への直接的な寄与となり、ひいては地方私立大学としての不可欠な地域貢献を果たすものである。以上の観点から、本学が北東北 3 県を主たる募集地域として設定し、教育組織を改組することは、地域社会の持続可能性を担保する上で極めて高い妥当性と必要性を有している。

・添付データ：【資料 2】新設組織が置かれる都道府県への入学状況（別紙 1）

（4）既設組織の定員充足の状況

【資料 3】（別紙 2 の 1）に示す通り、大学全体の収容定員 1,200 名に対し、在籍学生数は 818 名、充足率は 0.68（68%）に留まっている。この数値は、既存の「伝統的工学」および「感性デザイン」という枠組みが、現在の学生ニーズや社会情勢と乖離し、学生の定着および確保において課題を抱えていることを示唆している。

＊添付データ：【資料 3】既設学科等の収容定員の充足状況（別紙 2 の 1）

1) 工学部工学科の入学定員の充足率の状況（直近 5 年間）

【資料 3】（別紙 2 の 2-1）に示す通り、令和 3 年度には定員を上回る充足（1.04）を記録していたが、令和 5 年度（0.66）、令和 6 年度（0.60）と急激な低下を見せている。直近の令和 7 年度は 0.73 まで回復しているものの、5 ケ年平均充足率は 0.79（79%）に留まっており、定員 250 名の維持が困難な状況であることが客観的な数値からも明らかである。

① 入試区分別の入学動向と課題

・総合型選抜（平均入学者：81 名 / 募集人員：49 名）

募集人員を大幅に上回る入学者を恒常的に確保しており、本学を第一志望とする層の受け皿として機能している。しかし、令和 3 年度（104 名）から令和 5 年度（57 名）にかけ

ては一時的に半数近くまで減少しており、年内入試層においても市場の影響を強く受けている。

・学校推薦型選抜（平均入学者：65 名 / 募集人員：67 名）

概ね募集人員に見合った入学者を安定して確保できている区分である。辞退者が極めて少なく、歩留まりが非常に高い点が特徴である。

・一般選抜および共通テスト利用入試（課題となる区分）

最も深刻な課題は年明け以降の選抜である。一般選抜は、令和 3 年度の 25 名から令和 6 年度には 6 名まで激減した（平均 17 名）。共通テスト利用は、令和 3 年度の 64 名から令和 6 年度以降は 20 名台（平均 35 名）まで低下している。

これらの区分は募集人員（一般 58 名、共テ 76 名）に対し充足率が著しく低い事実は、他大学との併願者が多い層において「本学を選ぶ理由」が弱まり、定員 250 名を充足させるための牽引力となっていないことを示している。

② 分析のまとめと改組の妥当性

過去 5 年間の志願データは、既存の「工学部（定員 250 名）」という広範な枠組みが、専門分化する現代の志願動向や多様な併願ニーズに対して乖離が生じていることを示唆している。特に、広範な工学全般を対象とする募集形態では、一般選抜・共通テスト利用入試における「後期選抜の志願者確保」が困難となっており、これが全体の定員充足率を押し下げる構造的な要因となっている。この現状を打破し、持続可能かつ強固な募集基盤を確立するため、以下の施策を断行する。

・「デザイン工学」を軸とした定員の最適化と専門性の明確化

画一的な 250 名の枠組みを解体し、進学需要調査において極めて高い関心が示された「デザイン工学」の領域を独立させる。「感性デザイン」「建築デザイン」「国土デザイン」という、出口（キャリア）が明確な 3 つのプログラムを編成し、各分野の定員を適正化することで、ミスマッチを解消し定員充足の確実性を高める。

・「第一志望層」を惹きつけるブランド力の再構築

総合型・推薦型選抜において本学を強く志望する層は、漠然とした「工学」ではなく、具体的な「デザイン」や「まちづくり」「ものづくり」への関心が高い。学問分野を「デザイン工学部」として明確にブランディングすることで、これら第一志望層のニーズに深く合致させるとともに、一般選抜層に対しても「工学技術を用いて社会をデザインする」という独自の付加価値を提示し、県内外のクリエイティブ志向層に対する強力な訴求力を持つ組織へと刷新する。

*添付データ：【資料 3】既設学科等の入学定員の充足状況（直近 5 年間）（別紙 2 の 2-1）

2) 感性デザイン学部感性デザイン学科の入学定員の充足率の状況（直近 5 年間）

【資料 3】（別紙 2 の 2-2）に示す通り、5 ヶ年平均充足率は 0.75（75%）である。令和 3 年度には定員を上回る充足（1.06）を達成していたが、翌令和 4 年度以降は定員割れの状態が継続している。特に令和 5 年度には充足率 0.52（入学者 26 名）まで落ち込んでおり、小

規模組織ゆえに志願者の僅かな変動が充足率に深刻な影響を及ぼす不安定な状況が顕著となっている。

① 入試区分別の入学動向と課題

・総合型選抜および学校推薦型選抜（年内入試への依存）

入学者全体の平均約 77%が年内入試によるものであり、本学科を第一志望とする層の確保に依存している。しかし、総合型選抜は令和 3 年度（29 名）から令和 4 年度（9 名）へと急落した後、16～17 名程度で推移しており、安定性に欠ける。

・一般選抜および共通テスト利用入試

一般選抜の入学者は 5 ヶ年平均で 3.2 名であり、令和 5 年度には 0 名を記録した。共通テスト利用も平均 5.2 名に留まる。併願を前提とする一般受験層に対し、「感性デザイン」という名称や学問領域の強みが十分に訴求できていないことを示唆している。

② 分析のまとめと課題と改組の妥当性

・市場認知と併願力の弱さと規模の不利益

一般選抜での入学者が極めて少ないことは、国公立大学や他大学との併願先として選ばれていない現状を露呈している。また、定員 50 名という規模では、教育・研究の多様性をアピールしにくく、特定の狭い関心層（年内入試層）以外に波及していない。

・既存概念の限界

「感性デザイン」という名称が内包する芸術・感覚的なイメージと、実際の工学的基盤とのバランスが受験生に正しく理解されておらず、募集上のミスマッチが生じている。

・改組（デザイン工学部）への必要性

以上の分析結果に基づき、従来の学科枠組みを抜本的に解体し、高度な工学技術に創造的なデザイン思考を融合させた「デザイン工学部（定員 100 名）」へと再編・新設する。本改組の必要性は以下の 3 点に集約される。

募集ターゲットの抜本的拡大と明確化：受験生の関心が極めて高い「建築デザイン」、社会基盤を支える「国土デザイン」、そして人間の感性を科学する「感性デザイン」の 3 プログラムを軸に、実学領域を明確化する。これにより、従来の工学志望層に加え、都市部の美大・工大を志望するクリエイティブ志向層を確実に取り込み、一般選抜を含む全入試区分において志願者獲得の最大化を図る。

産業界の切実な人材需要への即応：現在、産業界では単なる技術者ではなく、「技術」に「付加価値」を実装し、新たなユーザー体験を創造できる人材が渴望されている。本学部は、3 つの専門領域を横断的に学ぶカリキュラムを構築することで、複雑化する社会課題を解決し、次世代の産業競争力を牽引する「付加価値創造志向の工学人材」を安定的に輩出する体制を確立する。

地域社会の再構築を担う専門性の提供：人口減少やインフラ再編が急務となっている地域社会において、機能性（工学）と持続可能性（デザイン）を両立させ、地域の魅力を再定義できる人材の育成は本学の使命である。3 プログラムの相互連携により、生活空間から国

土までをトータルにデザインできる高度専門人材を育成し、地域社会のウェルビーイング向上に寄与する。

*** 添付データ：【資料 3】既設学科等の入学定員の充足状況（直近 5 年間）（別紙 2 の 2-2）**

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

1) 既設組織における取組とその目標

【資料 4】（別紙 3）に既設学科等の学生募集のための PR 活動の過去の実績を示す。本学がこれまで実施してきた広報・PR 活動の実績を分析した結果、特に「オープンキャンパス」および「大学案内（資料請求）」の二つの活動が、入学者確保に極めて高い寄与度を持っていることが明らかとなった。近接する学問分野を持つ既設組織（工学部・感性デザイン学部）における過去 2 年間の実績は以下の通りである。

・添付データ：【資料 4】既設学科等の収容定員の充足状況（別紙 3）

① オープンキャンパスの実施と入学への寄与

本学では、各学部・学科の教育内容や特色を直接体験できるオープンキャンパスを継続的に開催している。

・令和 6 年度入試: 受験対象者 194 人のうち、112 人が入学（入学率 57.7%）

・令和 7 年度入試: 受験対象者 150 人のうち、94 人が入学（入学率 62.7%）

オープンキャンパスに参加した受験対象者の入学率は、直近 2 年間の平均で約 6 割(60.2%)という高い水準に達している。このことから、実際のキャンパスライフや施設・教員に触れる「対面型・体験型」の PR 活動が、本学への志望度を決定づける極めて有効な手段であることが立証されている。

② 大学案内の配布・資料請求による PR 効果

大学の全体像や将来のキャリアパスを提示する「大学案内」の配布状況についても、着実な実績を上げている。

・令和 6 年度入試: 受験対象者 5,000 人のうち、111 人が入学（入学率 2.2%）

・令和 7 年度入試: 受験対象者 5,500 人のうち、102 人が入学（入学率 1.9%）

配布部数は前年度比で 500 部（10%）増加しており、本学に対する潜在的な関心層は拡大傾向にある。広範な資料配布を通じて認知度を向上させ、その一部を確実に受験・入学に繋げる「プッシュ型」の広報戦略が機能している。

③ 教員向け説明会・見学会を通じた地域連携

北東北 3 県（青森・岩手・秋田）を中心に、年間 12 回、約 40 校の高校教員を対象とした説明会や見学会を実施している。取組内容は教育特色、学生支援、就職・入試情報の詳細を教員に直接説明することで、進路指導の現場における本学のプレゼンス向上を図っている。特に県内高校を対象とした体験実習や模擬授業を通じて、教員を介した質の高い志願者確保に努めている。

＊添付データ：【資料 4】既設学科等の学生募集のための PR 活動の過去の実績（別紙 3）

2) 新設組織における取組とその目標

① 学生募集のための PR 活動の方針及び戦略

既設組織の分析結果（オープンキャンパス参加者の入学率約 60%等）に基づき、デザイン工学部では「クリエイティブな学びの可視化」を軸に以下の戦略を展開する。

・「感性・空間・社会」を体感する広報の深化

高い入学率を誇るオープンキャンパスを核とし、感性デザインによるプロダクト制作、建築デザインの模型製作、国土デザインのまちづくりシミュレーションなど、3 プログラムの専門性を直感的に理解できる体験メニューを戦略的に配置する。

理工系分野におけるジェンダーバランスの最適化を重要課題と位置づけ、2024 年度に設置した「STEAM 女子推進・支援室」の活動を全面的に発信する。女子学生が意欲的かつ安心して学生生活を送ることができるよう、学内施設の整備（アメニティの充実等）や、女子学生チームによるプロジェクト、学年を横断した「女子学生交流会」の実施状況を可視化。これにより、入学後に想定される不安（一人暮らし、学習、就職活動等）を解消する独自のサポート体制を強力に訴求する。

さらに、女子生徒を対象とした「指定校制女子特別枠」の活用を推進する。本制度は、女性技術者の育成を熱望する地域企業 60 社以上からの寄付金を原資に入学金相当額を給付するものであり、単なる学内制度に留まらず「社会が女性技術者の活躍を強く求めている」という実証的事実を、本人、保護者、および進路指導教員へ明確に提示するものである。

加えて、先進工学部の 6 プログラムと女性のキャリアパスの親和性を強調する。具体的には、「生物資源科学」によるスマート農業やバイオ技術、「モビリティ工学」「ロボット工学」における人間中心のユニバーサルデザインなど、女性の視点が不可欠な先端領域を提示。震災復興やインフラ整備、精密機器開発など、多様な志を持つ女子学生の夢が、本学の専門教育を通じて実現可能であることを、在学生の実例を交えて紹介し、志願者の獲得を図る。

・デジタルとアナログのハイブリッド展開

デザイン工学部の「洗練されたブランドイメージ」を SNS（Instagram 等）で視覚的に発信。学生の作品やプロジェクトのプロセスを公開することで、資料請求から来場、出願へと繋げる「ファン形成型リード育成」を強化する。

・「資格」と「創造的キャリア」の両立を可視化

一級建築士や技術士などの国家資格取得支援、および「付加価値を創造できる工学人材」への高い求人ニーズを具体的に図示。保護者や教員に対し、意匠（デザイン）と技術の両輪を備えた本学部の学びが、将来の確実なキャリア形成に直結することを強く訴求する。

② 実施計画・目標

・オープンキャンパス

年間 4 回以上の開催。3 プログラム合同の「デザインワークショップ」を併催し、参加者数を既設実績から 30%向上させる。

・大学案内・資料請求

「デザイン工学」の先進性を体現するエディトリアルデザインを採用したパンフレットを早期作成。配布目標を年間 6,000 部とし、県外（東北・北関東）の建築・デザイン系志向層へ配布網を拡大する。

・高校訪問・教員説明会

北東北 3 県を中心に年間 600 校以上を訪問。「文理融合」の学びが、多様な進路指導（理系・芸術系・社会系）に対応可能であることを直接説明する。

3) 当該取組の実績の分析に基づく、新設組織での入学者の見込み数

既設組織の過去 2 年間の実績（平均入学率等）に基づき、デザイン工学部の設置による「募集ターゲットの拡大」を考慮した見込み数を算出する。

① オープンキャンパスによる見込み（60 名以上／学部）

既設実績（R7 年度入学率 62.7%等）から、参加した受験対象者の約 6 割が入学に至ることが証明されている。人気の高い建築デザインをフックに、感性・国土の両プログラムへも誘導を図ることで、参加受験対象者を 100 名まで引き上げる。これにより、学部の定員の約 6 割を確保する。

② 大学案内・資料請求による見込み（40 名以上／学部）

資料請求者の入学率は約 2%で推移している。デザイン工学部の広報強化（3 プログラムの専門性訴求）により、年間 2,000 部（3 学部合計 6,000 部の 1/3）の請求を目標とすることで、40 名の入学者確保を見込む。

③ 総合評価

上記の主要な取組に加え、建築・土木系学科を持つ実業高校への指定校推薦枠の適正配置や、芸術・デザイン系志向層へのアプローチを組み合わせることで、デザイン工学部の入学定員 100 名を安定的に充足させることは、過去の実績値および「デザイン工学」という新領域への期待値に照らしても、十分に達成可能な数値である。

(2) 競合校の状況分析

1) 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

1-1) 競合校の選定理由

本学の主たる学生募集地域である北東北 3 県において、理工系・情報系・デザイン系への進学を希望する志願者は、本学のほか、仙台圏に所在する「東北工業大学」および「東北学院大学」を主な併願先とする。両校は本学と設置分野が類似しており、志願者確保における直接的な競合関係にある。

① 東北工業大学との比較

東北工業大学は、工学・建築・ライフデザインの 3 学部を擁する、東北最大規模の私立理工系大学である。同大は分科型の伝統的な組織体系を採り、各分野の裾野を広く網羅する汎用的な教育に強みを持つ。

これに対し、本学デザイン工学部の優位性は、「工学技術と感性デザインの統合」にある。東北工業大学が「建築（工学）」と「ライフデザイン（生活・経営）」を別個の学部として切り離しているのに対し、本学は建築・土木といった工学的基盤と、感性や人間中心のデザイン思考を一つの学部内で統合している。単なる造形美や生活提案に留まらず、安全性・機能性と人々の豊かさを両立させる「次世代の社会インフラ実装」に特化した先鋭的な教育を展開しており、分科型組織である同大にはない学際的なアプローチを可能にしている。

② 東北学院大学との比較

東北学院大学工学部は、機械知能、電気電子、環境建設の伝統的な工学3学科を擁する総合大学である。総合大学としてのリソースを活かした幅広い教養教育と、都市型キャンパスにおける文理融合教育を推進している。

これに対し、本学デザイン工学部の優位性は、「地域レジリエンスに直結した専門深化」にある。東北学院大学の環境建設工学科が標準的な工学体系を維持するのに対し、本学は、北東北の厳しい自然環境や地理的特性を考慮した「建築・土木」の専門性に、持続可能な地域デザインの視点を融合させている。

特に、人口減少社会におけるコンパクトシティの構築や、老朽化するインフラの再デザインなど、北東北の存続に不可欠な課題に対し、工学・デザインの両面から直接対応できる教育を提供している。都市型の汎用教育を展開する同大に対し、本学は地域社会の具体的課題を解決する「社会実装型エンジニア」の育成において明確な差別化を図っている。

1-2) 学部・組織構成、教育内容の優位性

競合校においては、建築（建物単体）、土木（インフラ）、デザイン（感性・ソフト）を個別の学科・学部に配置する「分科型」の組織構成が一般的であり、分野横断的な視点の醸成には限界がある。これに対し、本学のデザイン工学部は、建築学と土木工学をあえて「デザイン」の枠組みに内包させた。これは、人口減少社会における地域再生には、従来の「造るだけの工学」から脱却し、人間の感性に寄り添い、環境を統合的に設計する「デザインの力」を備えた技術者が不可欠であるという強い理念に基づくものである。大規模校ゆえに専門分化せざるを得ない仙台圏の競合校に対し、本学は「建築・土木・感性の三位一体教育」を通じて、北東北の持続可能な未来をデザインできる唯一無二の人材を輩出する。

① 建築デザインプログラム

建築を孤立した造形物ではなく、同一学部の「国土デザイン（土木）」や「感性デザイン」と連動した環境の一部として捉える。建物の意匠・構造のみならず、周辺インフラとの調和や、居住者の心理・感性を科学的に分析した「環境共生型の建築設計」を教育の特色とする。

② 国土デザインプログラム

伝統的な土木工学を「国土デザイン」と再定義し、機能性や堅牢性に加え、景観・利便性・感性といった付加価値を工学的に実装する教育を行う。北東北という厳しい自然環境において、地域の魅力を引き出す社会基盤を構築できる技術者を育成し、技術偏重になりがちな他大学との明確な差別化を図る。

③ 感性デザインプログラム

建築・土木という「実学の現場」を同一学部内に持つ強みを活かし、プロダクトやビジュアルのデザインが実際の都市空間においていかに機能するかを、工学的な裏付け（エビデンス）を持って検証する。生活シーンに主眼を置く他大学に対し、本学は「社会・公共空間の質を高めるエンジニアリング・デザイン」に特化した教育を展開する。

1-3) 経済的支援の妥当性と戦略的特待制度

本学の学納金体系は、近隣の仙台圏に所在する私立理工系大学と比較し、低廉な水準に設定されている。これは、青森県および北東北3県における経済状況を鑑み、家計の経済的負担を抑制することで、意欲ある学生に対する修学の機会を広く保障することを目的としている。仙台圏の諸大学と同等以上の教育研究環境を維持しつつ、経済的障壁を低減した学修機会を提供することで、修学の継続を組織的に支援している。

また、地域における優秀な人材の流出を抑制するため、学校推薦型選抜の合格者のうち、全体の学習成績の状況が4.6以上の学生に対し、授業料の2分の1を給付する手厚い特待制度を運用している。これにより、国公立大学志望層を含む層に対し、地元進学への強力なインセンティブを提示している。加えて、入試成績のみならず地域貢献への意欲を評価する独自の支援枠を設け、意欲ある若者の進学機会を保障している。

1-4) 学修保障と継続的支援

・「学習支援センター」による学修保障

教員一人あたりの学生数が少ない本学の特性を活かし、学習支援センターによる基礎学力の補完体制を構築している。入学時における学力の多様化に対応し、リメディアル教育を通じて高度な専門教育へ円滑に移行させる体制は、学生一人ひとりに目が届く本学独自の強みである。

・「担任制度」による継続的支援

大規模校における組織的な事務対応に対し、本学では入学から卒業まで同一の教員が継続的に伴走する「全学的担任制度」を導入し、履修指導、学修進捗の把握、生活相談、および進路指導に至るまで、学生の特性に応じた個別最適な指導を定常的に実施している。この「顔の見える」支援体制により、学生の精神的・学術的な不安を早期に解消している。

・中退防止と学修定着に向けた組織的連携

担任が学生の微細な変化を早期に察知し、学習支援センター等と組織的に連携して補習や面談を行う体制を確立している。これにより、理工系教育において懸念される学修未定着や中途退学を未然に防ぎ、高い教育成果と卒業時における専門性の確保を実現している。

1-5) 附属高校2校を有する「高大接続」の強み

本学は2つの附属高校を有しており、これは仙台圏の私立工業系大学と比較しても強固な学生確保の基盤および教育的メリットとなっている。

・教育の連続性

附属高校との間で行われる高大連携教育（出前講義、施設利用等）を通じて、入学前から工学・情報・デザインへの興味・関心を醸成し、大学での学びにスムーズに移行できる体制を整えている。

・安定的な学生確保

本学にとって最大の学生供給源である附属高等学校との円滑な連携は、人口減少社会における安定的な入学者確保の基盤であり、新組織の運営における持続可能性を担保するものである。附属高等学校からの内部進学者を対象とした「附属高校内部進学特待生制度」を戦略的に運用し、法人一体となった内部進学促進施策を講じている。これにより、高大一貫教育のメリットを活かした早期の専門教育導入や、接続教育の深化を通じた教育研究力のさらなる向上を推進している。

1-6) キャリア形成と資格取得

・就職支援と資格取得支援

北東北 3 県の産業界との強固なネットワークを活かし、担任と就職担当部署が連携した個別指導を行う。仙台圏の大学が都市型産業を主な対象とする中、本学は「地域の守り手」となる技術者を確実に輩出している。これまでも地域ニーズの高い国家資格（建築士、技術士補、電気主任技術者、情報処理技術者等）をはじめとして、各種専門分野に関連した取得をカリキュラム内で強力に支援している。

・教員養成を通じた地域教育基盤への貢献と地域定着の促進

本学は、高度な専門技術者の育成に留まらず、次世代の技術者育成を担う「中等教育における教育者（中学校・高等学校教諭）」の養成を教育の重要な柱の一つとして位置づけている。近隣広域圏の私立理工系大学においても教職課程は設置されているが、本学の特筆すべき点は、北東北における工学・情報教育の担い手不足という地域課題に対し、直接的な解決策を提示している点にある。本学で学んだ優秀な学生が教員として地域に戻り、次世代の生徒に工学・情報の魅力を伝えることで、本学への進学、さらには地域産業界への就職という「人材育成の循環構造」を構築する。これは、単なる資格取得に留まらない、地域定着の促進に向けた本学独自の戦略的取り組みである。

2) 競合校の入学志願動向等

【表 1-1】、【表 1-2】に近隣の主要併願校である東北工業大学および東北学院大学の直近 3 カ年の志願動向をしめす。

【表 1-1】 東北工業大学の過去 3 年間の入学志願状況

		令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
工学部 入学定員 385 名	志願者数	1,853 名	1,697 名	1,495 名
	入学者数	375 名	358 名	355 名
	入学定員充足率	97.4 %	93.0 %	92.2 %

建築学部 入学定員 135 名	志願者数	469 名	445 名	458 名
	入学者数	151 名	149 名	161 名
	入学定員充足率	111.9 %	110.4 %	119.3 %
ライフデザイン学部 入学定員 240 名	志願者数	993 名	892 名	859 名
	入学者数	292 名	281 名	289 名
	入学定員充足率	121.7%	117.1%	120.4 %

【表 1—2】東北学院大学の過去 3 年間の入学志願状況

		令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
工学部 入学定員 360 名	志願者数	1831 名	1971 名	1742 名
	入学者数	372 名	380 名	380 名
	入学定員充足率	103.3%	105.6%	105.6%

東北工業大学の「建築学部」「ライフデザイン学部」が恒常的に定員を大きく超過(約 120%)している点は、受験生が「住環境」や「生活に密着したデザイン」という明確な目的意識を持って志願していることを示している。

東北工業大学の工学部(分科型)が充足率を微減させている一方で、総合大学である東北学院大学の工学部は 105%前後で安定している。これは、受験生が単なる技術修得だけでなく、より広い視野や文理融合的な教育を求めている傾向の現れと言える。

3) 新設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)

① 本学新設組織の優位性と充足の理由

既存校の充足率が停滞する中で、本学の新設組織が確実に入学者を確保できる理由は、以下の「組織の先鋭化」と「地域適合性」にある。

東北工業大学において「建築(119.3%)」や「ライフデザイン(120.4%)」が定員を大幅に超過している事実は、居住空間や生活環境への関心の高さを示している。しかし、既存校では「建築」「土木」「デザイン」が分断されている。

本学のデザイン工学部は、これらを「デザイン」という共通言語で統合した。建築志望でありながら都市開発や景観デザイン、福祉住環境にも関心を持つ層にとって、分断された既存学科よりも本学の複合的な学びは魅力的な選択肢となる。既存校の高倍率による「あふれ」を吸収するだけでなく、分野横断的な学びを求める層を確実に充足に繋げる。

② 「北東北 3 県」という戦略的募集エリアと経済的合理性

競合校が仙台圏を主戦場とする中、本学は北東北 3 県に深く根ざした募集戦略を展開する。

・**地域密着型教育**：地域のリアルなデータ(寒冷地、過疎、一次産業)を教育に用いることで、卒業後の地域貢献を志向する安定した志願者層(特に学校推薦型選抜層)を確保する。

・**経済的障壁の除去**：仙台圏への進学(下宿等を含む経費負担)が困難な層に対し、低廉な学納金と強力な特待生制度(評定 4.6 以上で授業料半額等)を提示する。これにより、経済

的理由で進学を断念、あるいは分野を変えていた層を、本来の志望である理工系・情報系へと呼び戻す。

③ 結論（定員充足の蓋然性）

以上の分析の通り、近隣の競合組織における充足率の低下は、既存の旧来型工学モデルの制度疲弊を示すものであり、学問分野そのものの需要減退ではない。むしろ、社会基盤の再定義が求められる今、デザインと技術を融合させた人材への期待はかつてないほど高まっている。

本学のデザイン工学部は、以下の 3 つの戦略的優位性により、設置初年度より入学定員を確実に充足させることが可能であると判断する。

独自の「空白地帯（ニッチ市場）」の独占：従来の建築・土木教育に、人間中心の「感性デザイン」を統合した本学部のモデルは、近隣他校が踏み込めていない独自の教育領域である。これにより、従来の工学志望層だけでなく、感性やクリエイティビティを重視する新たな層を惹きつけ、北東北における「デザイン工学のパイオニア」としての地位を確立する。

強力な内部進学・高大接続の基盤：本学の最大の強みは、グループ高校 2 校との強固な連携体制にある。建築・デザイン分野に早期から関心を持つ附属校生に対し、高大一貫のキャリア教育を通じてデザイン工学部の魅力を直接伝えることで、安定した内部進学ルートを確保し、入学者基盤を盤石なものにする。

産業直結型教育と圧倒的な支援体制：「地域インフラを支える国土デザイン」や「次世代の居住空間を創る建築デザイン」といった産業直結型のカリキュラムに加え、他校を圧倒する経済支援制度を組み合わせる。これにより、18 歳人口減少下においても「学びの価値」と「経済的優位性」の双方で選ばれる学部を実現する。

以上の通り、目に見える成果物を生み出すデザイン工学部は、本学の新たなブランドリーダーとして、定員充足において牽引的な役割を果たすものである。

4) 学納金等の金額設定の理由

本学の新組織（3 学部共通）の学納金設定の妥当性を検証するため、主な募集地域における競合校である東北工業大学（宮城県）および東北学院大学（宮城県）との比較を行う。比較項目は、入学金、授業料、維持費等を含む 4 年間の総額とする。新設組織の学納金等を【表 2】に、競合校の学納金等を【表 3-1】、【表 3-2】に示す。

【表 2】新設組織の学費等：3 学部共通 （円）

学費項目	入学年次	2 年次	3 年次	4 年次	4 年間合計
入学金	250,000	—	—	—	250,000
授業料	980,000	980,000	980,000	980,000	3,920,000
維持費等	352,000	361,000	361,000	361,000	1,435,000
計	1,582,000	1,341,000	1,341,000	1,341,000	5,605,000

【表 3-1】競合校の学費等：東北工業大学 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）（円）

学費項目	入学年次	2 年次	3 年次	4 年次	4 年間合計
入学金	250,000	—	—	—	250,000
授業料	1,010,000	1,010,000	1,010,000	1,010,000	4,040,000
維持費等	340,000	340,000	340,000	340,000	1,360,000
計	1,600,000	1,350,000	1,350,000	1,350,000	5,650,000

【表 3-2】競合校の学費等：東北学院大学 工学部（円）

学費項目	入学年次	2 年次	3 年次	4 年次	4 年間合計
入学金	270,000	—	—	—	270,000
授業料	1,098,000	1,098,000	1,098,000	1,098,000	4,392,000
維持費等	350,000	350,000	350,000	350,000	1,400,000
計	1,718,000	1,448,000	1,448,000	1,448,000	6,062,000

① 学納金設定の理由

本学の学納金設定にあたっては、以下の 3 点を基本方針としている。

・家計負担への配慮と修学機会の確保

本学の授業料は年額 980,000 円であり、比較校がいずれも 1,000,000 円を超える設定であるのに対し、抑制的な金額設定としている。これにより、経済的理由による進学断念を防ぎ、北東北を中心とする志願者に広く修学の機会を提供することを目指している。

・地域経済状況の反映（地域性の考慮）

本学の所在する青森県は、競合校の所在する宮城県（仙台圏）と比較して、物価水準および平均所得に差異がある。宮城県の私立理工系大学と同水準、あるいはそれ以下の学納金設定とすることで、地域社会の経済状況に適合した適正な負担額としている。

・教育組織の再編に伴う公平性の維持

今回の改組において、設置する 3 学部（総合情報学部、先進工学部、デザイン工学部）の学納金を同一金額に設定した。これにより、学生が経済的理由に左右されることなく、自身の適性や志向に基づいた学部選択を行える環境を整備している。

② 設定の妥当性

・経済的妥当性

4 年間の総額（5,605,000 円）において、東北工業大学より 45,000 円、東北学院大学より 457,000 円低い設定となっている。特に初年度納付金においては、競合校の中で最も低い 1,582,000 円に抑えられており、入学時の保護者の経済的負担を軽減している点は、公教育を担う機関として極めて妥当性が高いと判断できる。

・地域社会への適合性

仙台圏の大学へ進学する場合、学納金に加えて下宿費用等の生活費負担が増大する傾向にある。本学が学納金を抑制し、かつ地元（北東 3 県）に根ざした教育を提供することは、地域の人材流出抑制と家計の教育費負担軽減の双方において合理的な意義を有している。

・教育品質の担保

維持費等を年額 35～36 万円程度確保することで、理工系教育に不可欠な最新の実験実習設備や情報インフラの更新・維持を継続的に行う体制を整えている。安価な設定に留まるだけでなく、教育の質を維持・向上させるための資源を適切に配分しており、設定金額と提供する教育サービスのバランスは適正である。

以上の通り、本学の学納金は、競合する近隣他大学の実績を精査し、地域経済の実態と学生の修学継続を最優先に考慮して設定されたものである。他大学と比較して競争力のある価格設定でありながら、教育環境の維持に必要な経費を確保しており、新組織の設置にあたって極めて妥当な金額設定であるといえる。

(3) 先行事例分析

該当なし

(4) 学生確保に関するアンケート調査

1) 調査の概要

本学では、令和 9（2027）年 4 月の設置・改組を構想している「総合情報学部」「先進工学部」「デザイン工学部」の 3 学部（各入学定員 100 名）について、その設置の妥当性と学生確保の見通しを検証するため、進学需要調査を実施した。調査は令和 7 年 10 月から令和 8 年 1 月にかけて、本学と接点を持つ東北 6 県の高専（各学部約 30 校）の第 1 学年および第 2 学年の生徒、延べ約 18,000 人を対象に、高専留め置き方式による無記名アンケートにて行った。

2) 進学需要分析

工学にデザインの視点を融合させた本学部は、特に建築デザイン分野への関心が非常に高い。1 年生において土木建築工学関連への興味が 17.3%に達するなど、新学部のコンセプトが低学年層に深く浸透している。確実な入学見込層は 2 年生で 101 名、1 年生で 103 名と推計され、次年度以降も継続的な学生確保が可能である。

3) 総合評価と今後の学生確保見通し

全 3 学部の調査結果を総括すると、各学部の入学定員 100 名に対し、ターゲットとなる「確実な入学見込層」がいずれも 100 名を超えて存在している。この数値は、進学希望条件を厳格に絞り込んだ（私立容認・第一志望・専願志向）クロス集計に基づくものであり、募集計画の妥当性を極めて高く裏付けるものである。

東北地方の高校生は依然として高い国公立志向（約 8 割）を持つが、本調査では「新設学部への高い関心」と「第一志望層の確保」が明確に示された。今後は、これら確実な需要層

を確実に合格へ導くとともに、国公立志向層に対しても本学独自の「地域共創教育」や「先端技術とデザインの融合」という付加価値を訴求することで、安定的な志願者確保に努める。

以上の通り、本学の3学部新設・改組計画は、進学需要の観点から見て、適正な規模と妥当性を備えたものである。

***添付データ：【資料5】進学需要等に関するアンケート調査結果報告書**

(5) 人材需要に関するアンケート調査等

1) 調査の概要

本学では、令和9(2027)年4月に開設・改組を予定している「総合情報学部」「先進工学部」「デザイン工学部」の3学部が養成する人材に対し、産業界からの実質的な需要を把握するため、人材需要調査を実施した。調査は令和7年12月から令和8年1月にかけて、本学の卒業生に対して求人・採用実績のある企業317社を対象にオンライン形式で行い、129社から有効回答を得た(回答率40.7%)。回答企業の所在地は青森県(46.5%)および東京都(24.8%)を中心に全国広域にわたっており、地方産業と都市部産業の両面から意見を収集した。

2) デザイン工学部の需要分析結果

デザイン思考と工学の知識を融合させた人材への必要性は93.8%、採用意向は83.7%であった。回答企業における具体的な採用見込みを「1人」、「2人」、「3人以上」、「人数は未定」と回答した関連企業等は108件となっている。具体的な採用見込み人数は計139名(定員比約1.4倍)にのぼる。建設・設計分野や商品開発など、付加価値を創造できるクリエイティブな工学人材は、産業界の新たな課題解決において不可欠であると評価されている。

また、今後の人材採用の見通しについて、回答企業の75.2%が「増加すると思う」と回答しており、中長期的な視点においても卒業生の就職環境は極めて安定していると判断できる。本学はこれらの高い期待に応えるべく、地域社会および産業界を牽引できる高度な専門職業人の育成を確実に推進していく。

以上、本調査に基づき、新学部の設置による人材養成は社会的要請に十分に定めるものであり、卒業後の進路確保の見通しについても極めて妥当であると結論付ける。

***添付データ：【資料6】人材需要等に関するアンケート調査結果報告書**

4. 新設組織の定員設定の理由

(1) 既存組織における定員未充足の現状と分析

本学の既存組織(工学部：定員250名、感性デザイン学部：定員50名)における近年の定員未充足については、以下の3点が主な要因であると分析している。

・学問分野の固定化とミスマッチ

従来の伝統的な「工学」の枠組みが、急速に進展するDX(デジタルトランスフォーメーション)やグリーン社会への転換といった現代の受験生・産業界のニーズと乖離し、志願者の動機付けが弱まっていた。

・定員規模のミスマッチ

特に工学部の定員 250 名は、現在の東北地方における 18 歳人口の減少スピードに対し過大な規模となっており、教育リソースの集中投下が困難な状況にあった。

・学問的融合の不足:

工学とデザインが分離していたことで、現代社会に求められる「付加価値創造(デザイン)を伴う技術(工学)」という学びのパッケージを提供できていなかった。

(2) 改組による「定員充足」への戦略的転換

今回の改組は、単なる組織名称の変更ではなく、市場分析に基づき定員充足を確実にするための「構造改革」として実施する。

・「3 学部各 100 名」への再編による志望精度の向上

既存の枠組みを解体し、デザイン工学部を含む 3 学部を各 100 名の適正規模に再編した。これにより、「感性・建築・国土」という 3 つの明確なプログラムを通じた「顔の見える少人数教育」を徹底。受験生が自身の専門性と将来のキャリアパスをより具体的にイメージできる体制を構築し、歩留まりの高い志願層を形成する。

・社会的要請に直結した「学部ブランド」への刷新

人材需要調査において採用ニーズが確認された「建築・土木・デザイン」の成長分野に特化。特にデザイン工学部は、意匠設計から社会基盤整備までを網羅する構成とし、出口(就職)を起点とした強力な志願動機を創出する。

(3) 調査結果による裏付けと充足の見通し

今回の新設学部に対する進学需要調査(高校生約 18,000 人対象)では、従来の工学部では捉えきれていなかった「第一志望かつ専願志向」の層が、定員 100 名を安定的に超える水準で抽出されている。

特にデザイン工学部においては、建築とデザインを高度に融合させることで、既存の組織では取りこぼしていた「工学的技術を武器にしたいデザイン志望層」と「デザインの感性を備えたい工学志望層」の双方をクロスオーバーに獲得する。この「専門性の掛け合わせ」こそが、北東北における本学部の独自性(ブルーオーシャン)であり、確実な志願者確保の源泉となる。

(4) 結論

本改組は、既存のミスマッチを真摯に受け止め、社会的ニーズと進学需要を合致させるために断行するものである。デザイン工学部における定員 100 名という設定は、産業界の具体的な求人倍率および進学需要調査で示された「定員 1 倍超の確実な入学見込層」から算出された「確実に充足可能な適正規模」である。

以上のことから、本計画における定員設定は極めて妥当であり、設置初年度からの継続的な定員充足は十分に可能であると判断する。