

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	1
(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）	1
(2) 新設組織の特色	1
2. 人材需要の社会的な動向等	1
(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	1
(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	2
(3) 新設組織の主な学生募集地域	3
(4) 既設組織の定員充足の状況	4
3. 学生確保の見通し	7
(1) 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	7
1) 既設組織における取組とその目標	7
2) 新設組織における取組とその目標	8
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	9
(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
総合情報学部	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。

総合情報学部は、データサイエンスからメディア制作に至るまで、デジタル社会において新たな価値を創出する「社会情報 DX」「メディアデザイン」「コンピューターサイエンス」「サイバーセキュリティ」の 4 つのプログラムを展開する。現代社会においてデジタル技術が遍在化している状況を鑑み、情報科学およびメディアに関する基礎知識に加え、それらを社会課題の解決に資するべく活用するための「デザイン思考」を修得させる。最新の技術を具現化し、社会の変革と利便性向上を牽引する高度情報専門人材の育成および教育研究を推進するものである。

名称：総合情報学部

学位：学士（情報学），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、あらゆる産業においてデータサイエンスや AI の活用が標準化する中、技術を単なるツールとしてではなく、人々の生活を豊かにするための「価値創出」へ繋げられる人材への期待がかつてないほど高まっている。特に、技術の背後にある「人間中心の視点（デザイン思考）」を備えた IT 専門人材は、企業の競争力強化に直結する存在として切望されている。

また、北東北を中心とした地域的要請においても、少子高齢化に伴う労働力不足を背景に、生産性向上や新規事業創出のためのデジタル化は急務である。一次産業から製造業まで多岐にわたる産業界において、地域の実情に精通し、現場の課題をデジタル技術で解決できる高度情報人材の安定的な供給は、地域の持続可能性を左右する喫緊の課題となっている。

総合情報学部は、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、高度な専門知識と「デザイン思考」に基づいた実践的な課題解決能力を兼ね備えた人材を社会へと繋ぐことは、本学に課せられた極めて重要な社会的使命であると認識している。

(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）のと微増傾向にあるものの、依然として若年層の広域流出は本地域の重要課題である。特に情報通信分野を志望する受験生において、最先端の教育・研究環境を求めて首都圏へ流出する傾向が顕著である。

こうした状況下、本学が「総合情報学部」へと改組し、「コンピューターサイエンス」および「サイバーセキュリティ」という情報学の基幹・高度領域から、「社会情報DX」「メディアデザイン」といった情報の社会実装・応用領域までを網羅した付加価値の高い教育課程へ再編することは、県外流出層を強力に抑止し、地域内に高度専門人材を留めるための極めて有効な施策である。

18歳人口の減少という外部環境の厳しさは存在するものの、デジタルスキルの習得を前提とした「4年制大学志向」は全国的に深化している。本改組により、技術の深掘りから社会活用までをカバーする4つのプログラムを提示することで、拡大する進学需要を確実に取り込み、中長期的な入学者確保を実現することは十分に可能である。

・専門領域の拡大による新規受験層の開拓

従来の工学志望層に加え、4つのプログラムを軸としてターゲットを明確化することで、以下の層を確実に取り込む。

「コンピューターサイエンス」「サイバーセキュリティ」：高度な技術習得を目指す従来の理系上位層および、サイバー防衛等の特殊技能に関心を持つ層。

「社会情報DX」「メディアデザイン」：データサイエンスによる社会変革や、感性を活かした情報発信を志向する、文理を問わない幅広い受験層。

これにより、これまで本学の選択肢に含まれていなかった層へ訴求し、志願者の分母を拡大する。

・リカレント教育および社会人需要の創出

地域産業のDX化に伴い、地場企業における現役技術者や自治体職員の再教育需要が急増している。特に「社会情報DX」による業務効率化や、「サイバーセキュリティ」によるリスク管理の学び直しは、社会人のニーズに直結している。新設する4プログラムは、社会人の実務に即した実践的な教育内容を内包しており、18歳人口に依存しない新た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 マーケットレポート 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・入試データ分析の結果、既存の工学部（定員250名）という画一的な枠組みは、多様化する現代の受験生ニーズに対してミスマッチが生じていることが明らかとなった。特に、一般選抜および共通テスト利用入試において、従来型の「工学全般」を掲げるだけでは他大学との差別化が困難であり、入試後半戦における志願者の積み上げが構造的に停滞していることが充足率低下の主因である。この現状を打破し、持続可能な学部運営を実現するため、本改組において以下の施策を講じる。

・定員の適正化と専門性の先鋭化

既存の250名の定員枠を解体し、進学需要調査で極めて高い関心が確認された「総合情報学部（100名）」を独立させる。定員を100名へと最適化し、さらに「社会情報DX」「メディアデザイン」「コンピューターサイエンス」「サイバーセキュリティ」という4つの出口（プログラム）を明示することで、志願者の学習意欲と定員枠を密接に合致させ、初年次からの高い定員充足率を確実なものとする。

・「総合情報」による募集力の再構築と志願層の拡大

従来の「工学」という名称ではリーチできなかった、社会課題解決やデジタル表現を志向する層に対し、「総合情報学部」というブランドを提示することで募集力を再構築する。

第一志望層の深化：総合型・学校推薦型選抜において、特定のITスキルやデジタル活用に強い関心を持つ「明確な目的意識を持つ層」を確実に獲得する。

一般選抜層への訴求力強化：専門領域を4プログラムに細分化・明確化することで、併願先を検討する受験生に対しても「自身の将来像に直結する学び」として強い選択動機を与え、入試全般における競争力と歩留まりの向上を図る。

*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（総合情報学部）への必要性

以上の分析結果を踏まえ、本学では当該学科を解体・発展的に解消し、高度な情報技術と柔軟な社会実装を軸に据えた「総合情報学部（定員 100 名）」へと再編する。

本改組の大きな柱は、従来の「感性デザイン」が培ってきた表現力や感性的アプローチを継承・進化させた「メディアデザイン」および「社会情報 DX」、そして、現代の情報社会を支える強固な技術基盤となる「コンピューターサイエンス」と「サイバーセキュリティ」の計 4 プログラムである。

「メディアデザインプログラム」では、核となるクリエイティブ能力に最新のデジタル技術を融合させ、UI/UX やコンテンツ制作といった出口の明確な表現領域を提示することで、創造性の高い層の関心に応える。また、「社会情報 DX プログラム」では、データサイエンスや情報工学を実際の社会課題解決に適用する実学を強化し、DX 人材を志向する一般選抜層を含む広範な層からの志願者獲得を目指す。さらに、技術的深化を担う「コンピューターサイエンスプログラム」では、AI やソフトウェア開発の根幹を支えるエンジニアリング能

力を、「サイバーセキュリティプログラム」では、安全な情報社会を維持するための高度な防御技術を修得させる。

これら4つの領域を横断的、あるいは専門的に配置することで、単なるITスキルに留まらず、人間中心のデザイン思考を持って社会に新たな付加価値を創造できる「総合情報人材」を安定的に輩出する体制を整える。

***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

既設組織における分析結果（オープンキャンパス参加者の入学率約60%、大学案内の資料請求数増加など）を踏まえ、新設組織では以下の3点を柱とした戦略を展開する。

・「体験型広報」の深化と女子受験生ターゲットの拡大

高い入学率を誇るオープンキャンパスを広報の核とし、総合情報学部の「AI・データサイエンス」「メタバース」「サイバーセキュリティ」等の最先端領域に対応したICT設備をフル活用する。単なる見学に留まらず、「生成AIを用いたコンテンツ制作」や「データ解析によるマーケティング体験」といった、文系志向の生徒でも直感的に楽しめる体験メニューを戦略的に配置。これにより、従来の情報系志願層のみならず、社会科学やクリエイティブ分野に関心を持つ幅広い層をデジタルの世界へ誘致する。

理工系(STEAM)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IT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、IT業界の男性中心的なイメージを払拭し、入学後に想定される不安（学習、一人暮らし、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、女性の活躍を熱望する地域企業50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る。これは単なる学内制度に留まらず、「DX推進の鍵を握る女性IT人材」を社会が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、総合情報学部の専門性と女性のキャリアパスの親和性を強調する。具体的には、データ分析に基づく社会課題の解決や、UXデザイン（ユーザー体験）における女性ならではの視点の重要性、さらにはリモートワーク等を含む柔軟な働き方が可能なデジタル職種の魅力を提示。「ITで社会を効率化したい」「デジタルで表現したい」という多様な志を持つ女子学生の夢が、本学の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

増加傾向にある「大学案内」の請求数をさらに伸ばすため、Web広告やSNS（Instagram, X等）を用いたターゲティング広告を強化し、資料請求からオープンキャンパス来場、そして出願へと繋げる「リード育成」を強化する。

・「選ばれる理由」としての出口戦略（人材需要）の可視化

人材需要調査で明らかになった「情報・IT 人材の圧倒的な不足（有効求人倍率 1.39 倍以上）」と、本学部が育成する「付加価値を創造できる IT 人材」の市場価値を具体的な数値や図表を用いて可視化する。入学定員を大幅に上回る求人ニーズが存在することを明確に示し、保護者や進路指導教員に対し、新設組織で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力に訴求する。

キャリアの多様性と汎用性の提示：IT・クリエイティブ業界に留まらず、製造、金融、自治体、農林水産など、あらゆる産業の DX 部門で本学部の卒業生が必要とされている現状を強調する。これにより「情報学」が特定の業界だけでなく、全産業で通用する「汎用性の高い専門スキル」であることを提示する。

文理の枠を超えた志願者獲得：「実学としての情報学」が、理系・文系という従来の枠組みを超えた高度な職業資格に近い価値を持つことを訴求する。数学やプログラミングを基礎から積み上げる教育体制と、将来の安定したキャリアパスをセットで提示することで、北東北全域および隣接県からの広域的な志願者獲得を目指す。

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。総合情報学部はメディアデザイン／社会情報 DX の 2 プログラムを軸に、「AI×クリエイティブ体験」や「女子学生による IT キャリア座談会」などの特別公開講座を併催する。これにより、総合情報学部への志望者を既設実績から 30%以上向上させる。

・大学案内・資料請求

新学部のスタイリッシュなブランドイメージを反映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、特に「IT×デザイン」に関心の高い層が多い北東北・仙台圏等の主要都市部への配布網を拡大する。

・高校訪問・教員説明会

北東北 3 県を中心に年間 600 校以上の訪問を実施。「文系・理系の枠を超えた総合情報学の必要性」や「女子学生のキャリア優位性」を直接説明し、進路指導教諭からの信頼獲得と推薦枠の確保を図る。

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

既設組織の実績（平均入学率等）に基づき、総合情報学部（定員 100 名）を中心とした入学者見込み数を以下の通り算出する。

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（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。総合情報学部では、理系女子層を含む新規ターゲットの流入により、参加受験対象者を年間 100 名以上（3 学部合計 300 名）に引き上げる。これにより、学部定員の 6 割をこのルートから確実に確保する。

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。全学で年間 6,000 部の請求を目標とすることで、全体で 120 名、総合情報学部単体で 40 名以上の入学者確保を見込む。特に、Web 広告や SNS（Instagram 等）を通じた「総合情報」へのダイレクトな請求数を最大化させる。

③ 総合評価

上記の主要な取組に加え、指定校推薦枠の適正配置や教員向け説明会による誘導を組み合わせることで、総合情報学部の定員 100 名（3 学部合計 300 名）を安定的に充足させることは、過去の実績値に照らしても十分に達成可能な数値であると判断される。

(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、伝統的な工学体系を維持し、情報分野を工学部内の一学科（情報通信工学科等）として位置づけている。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が、情報技術の急速な進化への対応という点では、既存の工学枠組みに制約される側面がある。また、工学部に加え「ライフデザイン学部 経営デザイン学科」を擁し、経営学やデザインの視点に情報通信技術（ICT）や DX の基礎を融合させた、文理融合的なアプローチに強みを持っている。同大は、各分野を横断的に網羅する汎用的な教育を提供する一方で、情報技術の扱いは経営やデザインを補完する「ツール」としての位置付けに留まる側面がある。

これに対し、本学の優位性は「組織の先鋭化」にある。本学は「総合情報学部」として独立させることで、ICT を単なる補完ツールとしてではなく、社会を根本から変革する「基軸技術」として捉えている。具体的には、DX、AI、サイバーセキュリティといった現代的課題に特化した機動的なカリキュラムを構築している。広範なリテラシー教育に重点を置く同大に対し、本学は情報技術そのものを深化させると同時に、それを「メディアデザイン」や「社会情報 DX」として実社会にダイレクトに結びつける。これにより、現代社会が切実に求める「付加価値を創造できる高度な専門人材」の育成において、より明確な出口戦略と即戦力性を提示している。

② 東北学院大学との比較

東北学院大学の情報学部は、データサイエンス学科のみの一学科構成であり、主にビッグデータの統計的分析やデータ利活用に特化した教育を展開している。総合大学としてのリソースを背景に、都市部での文理融合教育を推進している。

これに対し、本学総合情報学部の特長性は、データサイエンスのみに留まらない「情報技術の包括的な網羅性」と「地域実装型教育」にある。本学は、データ解析能力はもちろんのこと、それを支えるネットワークインフラ、サイバーセキュリティ、さらには「デザイン思考」を用いた社会課題の解決までを広くカバーする。

データ分析に特化した教養重視の同大に対し、本学は北東北の基幹産業（一次産業や製造業）の現場における「情報の社会実装」を重視。地域社会の具体的なフィールドで技術を応用する実践的な専門深化教育を提供しており、地方の存続に直結する課題解決能力において明確な差別化を図っている。

1-2) 学部・組織構成、教育内容の特長性

本学は「総合情報学部」として独立した組織編制を採用することで、計算機科学の理論的探求に留まらず、情報技術を社会課題の解決や文化創造へと適合させる「総合的・多角的な視点」を教育の核に据えている。この組織的独立性は、全産業で DX（デジタルトランスフォーメーション）が急務とされる現代において、従来の工学の枠組みを超えた柔軟かつ実践的な人材育成を可能にする本学独自の強みである。

① 社会情報 DX / ②メディアデザインプログラム

先行他大学が通信技術のハード・ソフトや基礎理論の教育を主眼とするのに対し、本学の「社会情報 DX」では、地域の行政や一次産業の課題をデジタル技術で解決する実学を提供する。特に、仙台圏等の都市部大学にはない「地方都市のリアルなデータ」に基づいた実践的な教育を展開する。また「メディアデザイン」においては、本学の強みであるデザイン工学の知見を活かし、情報技術を感性や表現に昇華させる、技術と芸術が融合した独自の教育領域を確立している。

③ コンピューターサイエンス / ④サイバーセキュリティプログラム

競合校が通信プロトコルや伝統的な情報処理に強みを持つ一方、本学ではサイバーセキュリティを独立した重点プログラムとして明示している。地方公共団体や地域企業から急増するインフラ保護ニーズに応えるべく、高度な専門性と倫理観を兼ね備えた希少な人材を育成する。また「コンピューターサイエンス」は、先進工学部の各分野（ロボット・モビリティ等）と密接に連携し、「動くシステム（ハードウェア）」を制御・知能化するための高度な計算機科学として、工学系大学の強みを最大限に活用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) グループ高校2校を有する「高大接続」の強み

本学は2つのグループ高校を有しており、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

グループ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グループ高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。グループ高校からの内部進学者を対象とした「グループ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】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カ年の志願動向を示す。

東北工業大学の「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、受験生が単なる技術習得に留まらず、「生活に密着したデザイン」や「ユーザー視点のICT活用」といった、具体的かつ身近な目的意識を持って志願していることを示している。一方で、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のに対し、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、受験生が専門特化型の伝統的な工学教育よりも、より広い視野や文理融合的な教育環境を求めている傾向の現れと言える。

特に顕著な例として、2023年度の東北学院大学・五橋キャンパス開学と同時に新設された「情報学部（データサイエンス学科）」が、初年度から極めて高い志願倍率を記録した点が挙げられる。これは、総合大学における情報教育への期待と、仙台市中心部という立地、そして「DX人材」への社会的ニーズが合致した結果と言える。

【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%
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%
情報学部 入学定員 190 名	志願者数	1289 名	986 名	1052 名
	入学者数	213 名	193 名	201 名
	入学定員充足率	112.1%	101.6%	105.8%

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。

競合校である東北工業大学が情報を「工学部内の一課程」とし、東北学院大学が「データサイエンス学科」という特定手法に特化した教育体系を採るのに対し、本学は「総合情報学部」を独立組織として設置する。

本学部では「社会情報 DX」「メディアデザイン」「コンピューターサイエンス」「サイバーセキュリティ」の 4 プログラムを柱に、AI やネットワークインフラ、さらには「デザイン思考」までを網羅する包括的なカリキュラムを展開する。これにより、単なる技術習得に留まらず「DX による社会変革」を志向する層を明確にターゲット化できる。データ分析のみならず、システムの構築から社会実装に至る実務能力を志向する受験生にとって、本学は極めて有力な選択肢となる

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、競合他校における一部の組織的な充足率低下は、既存の工学枠組みに縛られた教育モデルの制度疲弊を示すものであり、情報分野そのものの需要減退ではない。むしろ、東北学院大学等の動向に見られるように、情報に特化した組織へのニーズは極めて旺盛である。

本学は、以下の3点を軸とした戦略的な組織再編により、競合校が踏み込めていない「情報の高度専門性と社会実装の空白地帯」を的確に射抜いている。

「総合情報学部」の独立化と先鋭化：情報の専門性を工学部の一分野から切り出し、独立した学部とすることで、DXやAIといった最先端領域へリソースを集中させる。これにより、従来の工学系志願者に加え、情報技術で社会課題を解決したい文理融合層や「理系女子（リケジョ）」などの新規ターゲットを確実に獲得する。

地域産業・独自領域との接続：「メディアデザイン」と「社会情報DX」の2プログラムにより、地方自治体や産業界が切望するデジタル変革の担い手を育成。北東北という立地特性を活かした「産業直結型教育」としての独自性を確立する。

強力な募集基盤と経済支援：強力な高大接続（グループ高校2校）による安定的な内部進学層に加え、地域企業50社以上の賛同を得た「指定校制女子特別枠」をはじめとする圧倒的な経済支援施策が、志願者の強力な下支えとなっている。

以上の「時代のニーズを捉えた学部組織の刷新」と「盤石な高大連携・経済施策」を組み合わせることで、「総合情報学部」を筆頭とする新設組織は、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。

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】、【表3-3】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

【表 3-3】競合校の学費等：東北学院大学 情報学部 (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	894,000	894,000	894,000	894,000	3,576,000
維持費等	340,000	340,000	340,000	340,000	1,360,000
計	1,504,000	1,234,000	1,234,000	1,234,000	5,206,000

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、東北工業大学工学部より 45,000 円低く、東北学院大学工学部と比較して 457,000 円低い設定となっている。

一方、東北学院大学情報学部（5,206,000 円）と比較すると本学の方が高くなるが、これは同大が「データサイエンス」という特定の分析手法に特化した一学科構成であるのに対し、本学はサイバーセキュリティやネットワークインフラ、実験実習を伴う「総合的な情報学」を網羅する組織構成であることに起因する。理工系・情報系教育に不可欠な設備投資と教育

品質を維持しつつ、広範な工学系・情報系学部の中では依然として競争力のある価格設定を維持しており、妥当性は極めて高い。

・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。東北学院大学情報学部の方が学納金単体では安価であっても、北東北からの進学を想定した総コストで見れば、地元で学べる本学の優位性は揺るぎない。これ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 県の高等学校（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、高等学校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

データサイエンスや AI への関心の高まりを反映し、1 年生の約 41%、2 年生の約 30%が関連分野に強い関心を示している。特に、私立志向かつ本学部を第一志望とし、「合格すれば必ず入学する」と回答した極めて確度の高い層は、2 年生で 107 名、1 年生で 105 名となり、開設時から定員 100 名を充足する十分な需要が確認された。

3) 総合評価と今後の学生確保見通し

調査結果を総括すると、総合学部の入学定員 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、本学の総合情報部新設・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) 総合情報学部の需要分析結果

人材需要調査（回答企業 129 社）において、DX 推進や IT 人材の不足を背景に、本学部の卒業生に対する採用意向は極めて旺盛である。

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 110 件となっている。具体的な採用見込み人数は計 135 名（定員比約 1.4 倍）にのぼる。これは入学定員 100 名を優に超える人数であり、この強固な求人ニーズは、受験生や保護者に対する強力な動機付けとなり、他大学との併願時における本学の優位性を確立する決定的な要因となる。

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、総合情報学部の設置による人材養成は社会的要請に十分に応えるものであり、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、単なる名称変更ではなく、上記分析に基づき、定員充足を確実にするための「構造改革」として実施する。

・「学部独立」と「定員 100 名」による専門性の可視化

既存組織を解体し、特に社会的ニーズの極めて高い情報分野を「総合情報学部（定員 100 名）」として独立させた。100 名という適正規模に再編することで、メディアデザインや社会情報 DX といった専門領域における「顔の見える教育」を徹底。これにより、受験生が自身の IT 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た。

・社会的要請に直結した「学部構成」への刷新

「情報学・AI」を筆頭に、「先進技術」「建築・デザイン」という人材需要調査に裏打ちされた 3 つの成長分野に特化。特に出口（就職）が極めて強い総合情報学部をフラッグシップに据えることで、就職不安を払拭し、一般選抜層や女子受験生を含む「強い志願動機」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、既存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、全学部とも定員 100 名を超える水準で抽出されている。

特に総合情報学部においては、情報系への関心が既存の工学的枠組みを大きく上回り、従来の工学部志望者とは異なる「IT・DX 志向の新たな受験生層」を広域から開拓できていることが数値で証明された。これは、独立した「情報学部」というブランドが、市場において強力な牽引力を持つことを裏付けている。

(4) 結論

本改組は、既存の定員未充足という課題を真摯に受け止め、社会的ニーズと進学需要のミスマッチを解消するために断行するものである。

特に総合情報学部における定員 100 名という設定は、産業界からの圧倒的な採用ニーズ（1.39 倍以上）および、進学需要調査における定員超の「専願志向層」の双方から算出され

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。