

学生の確保の見通し等を記載した書類 目次

(1)	学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況	2
ア	新設学科等を設置する大学等の現状把握・分析	2
イ	地域・社会動向等の現状把握・分析	2
ウ	新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設定等	3
エ	学生確保の見通し	5
オ	学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	9
(2)	人材需要の動向等社会の養成	11
①	人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）	11
②	上記①が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠	12

(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況

ア 新設学科等を設置する大学等の現状把握・分析

国内の18歳人口は減少の一途を辿っており、様々な機関が公表する18歳人口に関する統計資料によれば、令和5(2023)年以降は110万人を割って推移することになる。また、令和14(2032)年以降は100万人を割って推移し、本学が創立75周年を迎える令和21(2039)年には90万人を大きく割ることとなる。このような18歳人口の急減期にあって、大学全入時代や大学淘汰の時代がいよいよ訪れることとなり、現在、安定的に入学者を確保している本学にも、大学淘汰の波が襲いつつあることを強く意識しなければならない。このことを本学の課題として捉え、今後10年、20年先を見据えた上で、より適切な学部学科の配置、入学・収容定員のあり方などの対策を早急に打ち出し実行していくことが必要となっている。

また、18歳人口の減少を受けて、本学が立地する中部圏の産業構造の姿も今後大きく変化していくことが予想されている。このため、本学の使命である「建学の精神に基づく人格教育、理論や智徳に偏重しない実践的教育を通して、中京地区を中心とする地域社会に立脚しつつ、日本・世界の発展に貢献する人材を育成する」ことに基づき、「次の社会」を担っていくことができる人材を育成するため、時代に即した教育を提供し続けることを地域のステークホルダー等に示さねばならない。

このような大きな環境変化の中にあつて、本学は、令和4(2022)年度より策定した「学校法人名古屋学院大学第Ⅱ期中長期計画」において、「社会的ニーズやマーケット調査に基づく学部・学科の再編」をアクションプランの一つとして設定し、その具体的な取組として、「18歳人口の減少や、社会的ニーズ及び高校生の志望動向を踏まえた学部改組の検討及び実施を完了させる」方針を明確化した。(資料1)

イ 地域・社会動向等の現状把握・分析

近年のグローバル化の進展に伴い、多くの人、財・サービス、資本、情報などが国や地域を超えて移動していること、消費者行動が多様化していること、それに伴い業務が複雑化していることなどの外部・内部を問わず企業の経営環境は大きく変容している。また、情報技術の進化は目覚ましく、その技術は多くの産業や社会生活に取り入れられており、ビジネス変化のスピードは加速し、マーケティングやファイナンスなどの領域では、これらの技術を活用した新たなビジネスモデルが台頭している。これらを背景にして、企業経営の環境はより不確実性を増していることから、これまでの伝統的な経営学に加え、時代の変化に即応可能なビジネスに関する知識を有し、かつ、様々なビジネス情報を活用できる人材の育成が重要になっている。

次に、上記能力を備えた人材について、社会的ニーズを分析する。デジタル庁が公表した「デジタル社会の実現に向けた重点計画」(令和4(2022)年6月)では、「デジタル田園都市国家構想が掲げるデジタル技術の活用による地域の課題解決を全国で進めるためには、その担い手となるデジタル人材の育成・確保が不可欠である。しかし、現状では、デジタル

人材が質・量ともに不足している」とあり、「全ての労働人口がデジタルリテラシーを身に着け、デジタル技術を活用できるようにする」ことの重要性を示している。

本学の所在する愛知県では、愛知県が策定した「あいちデジタル人材育成アクションプラン」(令和4(2022)年)において、製造業を中心とする中小企業では、デジタル人材の不足(質・量とも)が課題であること、教育現場において未来の産業を担うデジタル人材の育成が必要であることなどが示されている。同アクションプランによれば、企業が求める人材のスキルとして、①自社のビジネスの全体像を把握している、②デジタル技術のトレンド、概要を理解し、自社への適用可否を判断できる、③具体的なシステムの導入・構築作業、高度なデータ分析、AIやIoTといった先端技術の導入はITベンダーに依頼することができるため、プログラミング等の能力は必須でない、④少なくともITベンダーと意思疎通を図るための専門用語を理解し、自社の要望をITベンダーに伝達することが可能な能力が必要であることが示されている。

以上のことから、社会・企業の人材ニーズは、経営に関する専門知識とデータや情報に関してビジネスで活用できる知識を備えた人材であると理解することができる。(資料2、3)

ウ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設定等

1) 本学部学科の趣旨目的

本学は、キリスト教主義に基づく大学として、昭和39(1964)年度に開学して以降、「敬神愛人」を建学の精神に掲げ、広く社会に貢献できる人材と能力を備えた人材の育成、とりわけ中部圏の地域社会で活躍する人材の育成をその社会的使命としてきた。その中にあって、平成4(1992)年度に商学部商学科を設置、平成15(2003)年度同学部に情報ビジネスコミュニケーション学科を開設し、平成21(2009)年度に名称変更した経営情報学科では、商学、経営学を基礎に、高度情報化及び国際化の進展に的確に対応できる専門知識を修得したビジネスパーソンの育成を目的としてきた。しかしながら、企業を取り巻く環境の変化により、商学やマネジメントの知識だけではなく、高度かつ時代に即した経営学の知識を有し、ビジネスに係る様々なデータを読み解き、活用することができる人材、さらには、このような知識・スキルを基に新たなビジネス価値を創造する、「次の社会」を担うことができる人材の育成が重要かつ急務となっている。

先述の「イ 地域・社会動向等の現状把握・分析」で、社会やビジネスの現場においてデジタル人材が不足していることを示したが、そのための人材育成には、高等教育機関において社会的ニーズに沿った実践的なプログラムの実施が不可欠である。よって、本学は、その教育を可能とする体制を構築し、人材の養成に貢献するため、また、「ア 新設学科等を設置する大学等の現状把握・分析」で示したとおり、18歳人口の急減期にありながら、社会的ニーズだけでなく高校生の志望動向を踏まえた学部構成とするため、商学部経営情報学科を基礎とし、教育研究の分野をより明確化し、かつ学生募集に資する「経営学部(データ経営学科)」(以下、本学部学科)の設置が必要であるとの結論に達した。

2) 本学部学科の教育の概要

本学部学科の教育上の特色は、商学部経営情報学科に設置されている科目や時代の要請に対応すべく進展させた科目を配置しており、これら科目の履修により、学生は、マネジメント分野だけではなく、経営に関するデータを分析する手法を系統的に学ぶことができることである。また、本学部学科では、行政や企業と連携した実践型のPBLを中心とするアクティブ・ラーニング型対応の科目を複数配置するほか、「基礎セミナー」、「ビジネス価値創造学習」、「ビジネス価値創造実習Ⅰ・Ⅱ」、「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」といった演習科目を全学年にわたって配置し、学生の創造的思考力や実践力を高めていく。特に3・4年次に学生が履修する「ビジネス価値創造実践Ⅰ・Ⅱ」では、14人の専任教員が1クラス当たり10人程度の少人数で開講し、学生の専門分野に関する学修を深化させるとともに、学修の成果をビジネス価値の創造に生かす実践的プロジェクトやそのための研究を推進する。

3) 本学部学科の定員設定

上述の人材育成、輩出といった、高等教育機関に対する社会の要請に応えるため、基礎となる商学部経営情報学科の95人の入学定員を生かしつつ、本学部学科の入学定員を135人に設定する。また、入学定員の設定に関して、愛知県内の競合校を参考として取り上げる。以下競合校として取り上げた大学は、いずれも経営系学部学科を有する私立大学で、同一受験者層の通学圏内に立地している。令和4(2022)年度入試において、本学が独自に実施した高校3年生を対象とする出願時のアンケート結果によると、改組前の商学部経営情報学科との併願状況は、併願者比率の多い順に愛知学院大学(19.2%)、愛知大学(15.0%)、名城大学(11.1%)、南山大学(6.1%)、中京大学(4.8%)となっており、これらの大学を本学部学科の競合校として設定する。あわせて、愛知県内で本学と合格難易度(偏差値)の似通った経営系学部学科を有する、中部大学及び東海学園大学を含め計7大学を本学の競合校として設定する。(資料4)

各大学の経営系学部学科の入学定員は下表のとおりである。

大学名	学部学科名	入学定員 (A)	入学定員 (大学全体 B)	A/B (%)
本学	経営学部データ経営学科	135人	1,400人	9.6%
愛知学院大学	経営学部経営学科	290人	2,495人	11.6%
愛知大学	経営学部経営学科	250人	1,995人	12.5%
名城大学	経営学部経営学科	215人	3,415人	6.3%
南山大学	経営学部経営学科	270人	2,245人	12.0%
中京大学	経営学部経営学科	325人	3,185人	10.2%
中部大学	経営情報学部経営総合学科	300人	2,600人	11.5%
東海学園大学	経営学部経営学科	230人	990人	23.2%

注) 各大学のホームページより

本学部学科は、社会の要請に応えるため、基礎とする商学部経営情報学科の入学定員 95 人から 40 人増員した。一方、各大学では、215 人から 325 人の範囲で入学定員を設定しており、本学部学科の入学定員の規模は最も小さいものとなるが、①「2) 本学部学科の教育の概要」で述べた PBL 等を活用した実践的な教育は、少人数教育が基本となるため、教育の質を担保できる規模を慎重に検討したこと、②各大学における経営系学部学科の定員規模は、大学全体の入学定員の 10%前後であったこと、以上 2 点を根拠として、本学部学科の入学定員を 135 人に設定した。

4) 本学部学科の学費の設定

また、本学部学科の学生納付金について以下説明する。本学部学科の入学金や授業料等の学生納付金については、下表のとおりとする。なお、本学部学科の学生納付金の設定についても、上記と同様に愛知県内の競合校を参考として取上げる。

本学部学科及び各大学の入学金及び授業料等（以下、学費）は下表のとおりである。

大学名	学部名	入学金	授業料	設備費等	合計
本学	経営学部	280,000 円	710,000 円	300,000 円	1,290,000 円
愛知学院大学	経営学部	240,000 円	640,000 円	370,000 円	1,250,000 円
愛知大学	経営学部	200,000 円	720,000 円	290,000 円	1,210,000 円
名城大学	経営学部	200,000 円	665,000 円	180,000 円	1,045,000 円
南山大学	経営学部	250,000 円	750,000 円	240,000 円	1,240,000 円
中京大学	経営学部	200,000 円	805,000 円	320,000 円	1,325,000 円
中部大学	経営情報学部	280,000 円	770,000 円	370,000 円	1,420,000 円
東海学園大学	経営学部	250,000 円	640,000 円	450,000 円	1,340,000 円

注 1) 各大学のホームページより

注 2) 授業料は、令和 4 (2022) 年度における 1 年次前期・後期を合算した金額

以上のとおり、競合他大学 7 校の学費の平均金額は 1,265,000 円であり、本学部学科の学費は競合校のおおよそ平均値であることから、本学部学科の設定する学生納付金は適切であると判断することができる。

エ 学生確保の見通し

A 学生確保の見通しの調査結果

本学部学科の学生確保の見通しを客観的に把握するために、高等学校進路指導部を通じて、本学部学科開設初年度（令和 6 (2024) 年度）に進学対象となる高校 2 年生にアンケート調査を実施した。また、アンケート調査は、愛知県、岐阜県、三重県にある国公立高等学校の内、本学への出願状況が毎年上位 50 校以内であり、入学実績が高く、本学と親和性が非常に高い高等学校を対象とした。

調査対象	愛知、岐阜、三重県内の高校2年生の生徒
調査方法	高校留置き調査
調査項目（択一式）	<ul style="list-style-type: none"> ・性別、学年、高校名、文理所属コース ・卒業後の希望進路 ・興味のある学問分野 ・本学部学科の教育の特色に対する魅力度 ・本学部学科への受験意向 ・本学部学科への入学意向 など
実施時期	令和4（2022）年10月4日（火）～11月7日（月）
発送・回答状況	<ul style="list-style-type: none"> ・依頼数：18校 3,763人 ・回答数：17校 2,699人（有効回答率：71.7%）
調査委託企業	株式会社 進研アド

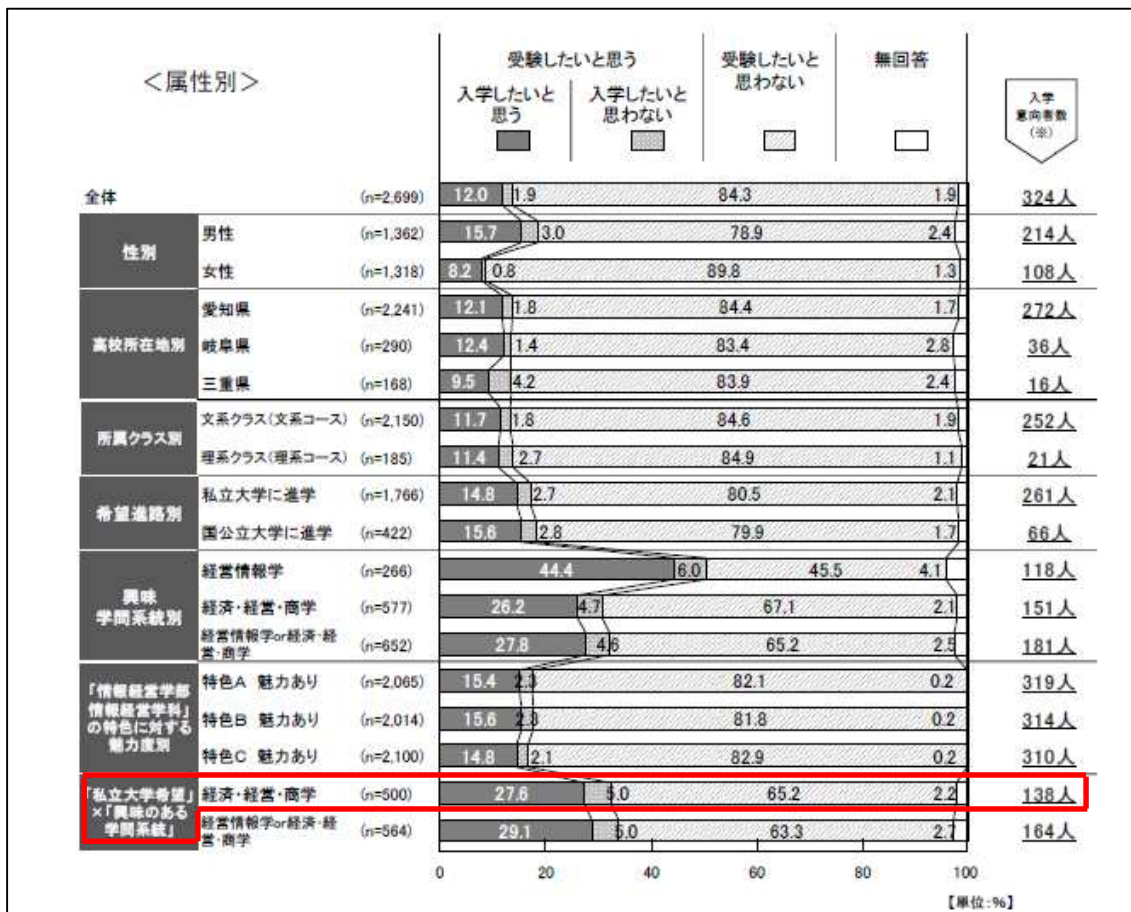
なお、アンケートの実施期間において、別名称の学部学科を構想していたため（学部学科の特色や養成する人材像は、「経営学部データ経営学科」と大きな乖離はない）、当時構想中であった学部学科名称を記載したリーフレットを作成の上、新学部学科を構想中であること、リーフレットに記載の学部学科名称等は「現在計画中の予定であり変更の可能性がある」ことを明記した上で、アンケート調査を実施した。

アンケートでは、本学部学科の特色（養成する人材像）を以下3点示し、魅力度を聴取した。

- ①企業が抱える課題・問題について、経営学に関する知識や、様々な情報について分析できるスキルを駆使して、解決に向けて自ら進んで行動できる人材を育成する。
- ②企業が行う経営活動に関する様々な情報の収集・分析に基づいて、ビジネスの現場で経営戦略を立てたり、新たな魅力を生み出すなどの取組に携わることができる人材を育成する。
- ③プレゼンテーション能力やコミュニケーション能力を備え、分析した情報を適切かつ分かりやすく伝えることができる人材を育成する。

本学部学科の特色（養成する人材像）について「とても魅力を感じる」又は「ある程度魅力を感じる」と回答した割合は①76.5%、②74.6%、③77.8%であり、いずれも70%を超える回答結果であった。また、このような特色を持つ本学部学科を「受験したいと思う」と回答した375人の内、324人（全回答者の8.6%）が「入学したいと思う」と回答した。この324人を入学意向者と定義した上で、本学を受験・入学する可能性が高い「私立大学に進学」と考えている回答者の入学意向は261人であり、「経済・経営・商学」に興味がある回答者の入学意向は151人であった。「私立大学に進学」を希望しており、かつ、「経済・経営・商学」に興味がある回答者の入学意向は138人であり、本アンケート結果によって入学定員数である135人を上回る入学意向者を確認することができた。加えて、本アンケートは17校2,699人の回答のみを集計対象としている結果であり、本学部学科を志願する高校生は、

更に多数であることが想定されることから、入学定員 135 人を上回る入学者の確保が可能であると判断することができる。(資料 5)



注 1) 入学意向者数: 「受験したいと思う」かつ「入学したいと思う」と回答した人数

注 2) 資料 5、P22 より抜粋

B 新設学部等の分野の動向及び競合校の状況

本学部学科は、社会が要請する人材を広く輩出するという社会的使命を継続的に果たすため、経営及びマーケティング分野の専門的知識を備え、経営戦略や意思決定において不可欠な経営分析に関する基礎的知識及びスキルを兼ね備え、ビジネスの現場においてこれら学部教育で培った能力を発揮できる人材を養成することを主たる目的としていることから、本学部学科の研究対象とする中心的な学問分野は「経済学関係」である。

愛知県内において、経営学・商学系統を学ぶことができる「経済学関係」分野の学部への進学需要について説明する。「ウ 新設学科等の趣旨目的、教育内容、定員設定等」で記述した、7つの競合校のホームページに掲載されているデータによると、年度によっては入学定員を若干下回る大学・学部はあるものの、全体の入学定員超過率は、平成 30 (2018) 年度から令和 4 (2022) 年度にかけて、1.11 倍、1.05 倍、1.03 倍、1.04 倍、1.09 倍と推移している。このように、県内の競合大学において、安定的に志願者を確保していることから、

愛知県内においてこれら分野への進学需要は大きいと判断することができる。(資料 4)

C 中長期的な 18 歳人口の全国的、地域的動向

文部科学省「学校基本調査」に基づき、令和 14 (2032) 年度までの 18 歳人口推移を予測すると、令和 4 (2022) 年度において全国 1,097,416 人、東海地方 (愛知県、岐阜県、三重県、静岡県) 138,299 人、愛知県 69,766 人であり、令和 14 (2032) 年度には全国 1,014,015 人、東海地方 124,442 人、愛知県 65,599 人と予測される。令和 4 (2022) 年度の人口を 100%とした場合の令和 14 (2032) 年度の比率は全国 92.4% (7.6%減)、東海地方 90.0% (10.0%減)、愛知県 94.0% (6.0%減) であり、東海地方の 18 歳人口減少率は全国平均と比較しやや大きいものの、本学入学者数の約 70%を占める愛知県の 18 歳人口減少率は全国平均と比較し小さくなっている。(資料 6)

あわせて、文部科学省「学校基本調査」に基づき、愛知県の大学進学動向の特徴を以下に説明する。第 1 に、高校生が出身都道府県の大学へ進学する比率 (地元進学率) は、愛知県では平成 30 (2018) 年度 74.0%、令和元 (2019) 年度 74.6%、令和 2 (2020) 年度 74.0%、令和 3 (2021) 年度 74.7%であり、全国 3 位の高水準となっている。第 2 に、愛知県の大学への進学者の内、東海地方出身者が令和 4 (2022) 年度では 87.2%を占め、その内訳は愛知県 64.9%、岐阜県 10.6%、三重県 6.8%、静岡県 4.9%となっている。第 3 に、愛知県の大学等進学率は、平成 30 (2018) 年度 58.1%、令和元 (2019) 年度 59.0%、令和 2 (2020) 年度 59.8%、令和 3 (2021) 年度 61.8%であり、いずれの年度も全国平均を上回る水準にある。(資料 7、8、9)

本学入学者は、主に東海地方出身者であり、約 70%を愛知県出身者が占めること、また、上記とおり、愛知県の 18 歳人口予測並びに愛知県及び東海地方の大学進学動向を踏まえると、本学部学科の入学定員 135 人については、十分に確保可能な環境にあると判断することができる。

D 既設学部等の学生確保の状況

本学の学生確保の状況を以下に説明する。本学全体の入学定員超過率は、平成 30 (2018) 年度から令和 4 (2022) 年度にかけて、1.06 倍、1.07 倍、1.09 倍、1.02 倍、1.12 倍と推移しており、毎年度安定的に入学定員を上回って推移している。志願者 (実志願者) は、平成 30 (2018) 年度から令和 4 (2022) 年度にかけて、14,078 人 (4,689 人)、17,236 人 (5,349 人)、18,436 人 (5,599 人)、10,869 人 (4,068 人)、10,810 人 (4,194 人) と推移している。本学部学科の基礎となる商学部経営情報学科の入学定員超過率は、平成 30 (2018) 年度から令和 4 (2022) 年度にかけて、1.05 倍、1.11 倍、1.11 倍、1.09 倍、1.17 倍と推移し、志願者 (実志願者) は、平成 30 (2018) 年度から令和 4 (2022) 年度にかけて、946 人 (574 人)、1,441 人 (711 人)、1,395 人 (767 人)、833 人 (449 人)、792 人 (422 人) と推移し、競争率 (実競争率) はおよそ 3.0 倍~5.5 倍 (2.0 倍~3.5 倍) である。(資料 10)

なお、大学全体、商学部経営情報学科とも令和 3 (2021) 年度入試において、前年から志

願者が大きく減少している。その要因として、新型コロナウイルス感染症の影響により、受験者の多くが自らの感染リスクを含め様々なリスクを回避しようとした結果であると考えられ、全国的にも多くの大学で志願者の減少が確認できる。

本学部学科の入学定員は、基礎となる商学部経営情報学科から40人増加し135人とするが、①本学部学科の教育課程が先述の社会的ニーズを踏まえており、かつ近隣高校の2年生を対象としたアンケート結果で、入学定員を上回る入学意向者があったこと、②県内の競合大学において、「経済学関係」分野への進学需要が大きいこと、③県内の18歳人口の減少率は、全国平均と比較し低い水準で推移すること、④大学全体及び基礎となる商学部経営情報学科で毎年度入学定員を上回る学生を確保していることを踏まえ、また、現在、新型コロナウイルス感染症の影響が限定的になってきており、いわゆる「コロナ禍」を要因とする志願者の減少は底を打ったと考えることができることから、入学定員135人を上回る入学者の確保が可能であると判断することができる。

オ 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

1) 全学的な取組

本学の入試・広報については、入学センター及び広報室が全学的見地から所管し、各学部と連携を図る体制を取っている。入学センターは受験生対象の入試広報を、広報室は社会一般を対象とした大学広報を担い、各学部はオープンキャンパス、高校への出張講義、高校訪問等を担っている。本学は、令和4(2022)年度より開始した第Ⅱ期中長期計画で、ビジョンの1つに「外部環境が激しく変化する中であっても強固な大学運営を可能とする基盤を持つ」を掲げ、その具体的な取組として、「入学者を安定的に確保する」ことを目的として、社会的ニーズやマーケット調査に基づく学部・学科の再編や新たな受験者層の開拓を挙げ、ブランド力向上や学生確保に向けた取組の充実・強化を行うこととしている。

本学の入学者選抜の基本方針は、大学入学時まで培われた確かな基礎学力、各学部学科への適性、多様な学習や活動を通じて身につけた能力や意欲等を、多面的・総合的に評価することであり、一般選抜に加え学校推薦型選抜や総合型選抜など入試方法の多様化・複線化を進めている。また、以下の取組を継続して実施することにより、①高校の進路指導担当者から、高校生へ本学の教育研究に関する情報提供、②高校生の、本学への興味・関心を引き出し、受験行動につなげるなどの効果を見込む。

i) 高校訪問

入学センター職員が、東海地方を中心とする高等学校を定期的に訪問し、進路指導担当教員との懇談を重ねている。春先には、前年度入試結果、当年度入試の変更点、卒業生の就職状況、オープンキャンパス案内等について説明し、秋以降には各入試の受験案内と結果伝達を行っている。また、本学も加盟するキリスト教学校教育同盟校や九州・沖縄地区の高等学校への広報活動を強化し、新たな受験者層の獲得にも努めている。

ii) 高等学校での進学ガイダンス

高等学校での進学ガイダンスに年間を通じて参加し、高校生に対して、大学の特色、各学部学科の内容、学費・奨学金、取得できる資格、進路状況、入試制度等について説明を行っている。令和4(2022)年度は、延べ238校で実施した。

iii) 高等学校教員対象入試説明会

6月上旬に、本学近接の施設で、愛知、岐阜、三重県の高等学校教員を対象とした入試説明会を実施し、教育の特色や入試結果等について説明するとともに、個別懇談を実施している。令和4(2022)年度は4会場で85人の参加があった。

iv) 進学相談会

受験生及び保護者対象の進学相談会に参加し、個別相談に応じるとともに、パンフレット等を配布している。令和4(2022)年度は、東海地方を中心とする87会場に参加した。

v) オープンキャンパスの開催

名古屋キャンパスでは、7月中下旬に全学部を対象としたオープンキャンパスを2日間開催し、瀬戸キャンパスではスポーツ健康学部対象のオープンキャンパスを開催している(1日)。各学部の模擬講義、教育・入試相談、キャンパスツアー、入試説明会、保護者向け説明会等を通じて、本学への理解がより深まるようにしている。令和4(2022)年度の総参加者は3,838人であった。

vi) ダイレクトメールの送付

本学資料請求者に加えて大手予備校や進学業者のデータを利用し、本学への出願に繋げるため、地域・志望系統ごとに受験生対象のダイレクトメールを送付している。令和4(2022)年度は、本学資料請求者に対して11回・延べ64,900人、業者等リストに対して15回・延べ98,500人に発送した。

vii) 交通広告

高等学校での保護者面談の開催時期、オープンキャンパス開催前の時期に合わせて、名古屋主要駅で、大学周知広告を掲出している(テレビCMは10月10日~12月14日に在名テレビ局で実施)。

viii) キャンパス見学会の受け入れ

高等学校からの要請に応じて、積極的にキャンパス見学会を受け入れている。内容は、大学・学部の特色、模擬講義、キャンパスツアーなど高等学校の要望に応じて実施している。令和4(2022)年度の受け入れ実績は12校であった。

2) 経営学部データ経営学科の取組

経営学部データ経営学科に関する学生確保の具体的な取組は、前述の全学的取組に準拠し、高等学校への出張講義、高等学校教員への入試説明、進学相談会での個別相談、オープ

ンキャンパスでの模擬講義、教育内容や入試に関する相談会、受験生へのダイレクトメール等であり、学部教員と入学センター職員が連携しながら取り組んでいく。

(2) 人材需要の動向等社会の養成

① 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）

本学の建学の精神は、キリスト教主義に基づく「敬神愛人」であり、謙虚に学び、他者を理解・尊重して、人類の平和と福祉を希求する精神を表している。本学は、建学の精神に基づき、教育研究上の目的を以下のとおり定めている。

本大学は、学校教育法、及び教育基本法の規定するところに従い、広く知識を授けるとともに深く専門の学芸を教授研究し、キリスト教主義に基づいて人格を陶冶することを目的とする。

本学は、この目的を達成するため、①キリスト教主義に基づいた豊かな人格の形成、②社会生活に必要な知識や技能の修得、③成熟した市民として必要な教養の獲得を全学共通の基盤として、各学部の教育を展開してきた。その経緯を踏まえ、大学全体のディプロマ・ポリシーとして、各学部に通じて求められる学修成果を以下のように定めている。

知識・技能

- 1) 人間、社会、文化、自然等に関する幅広い知識を身に付けている。
- 2) 専攻する学位分野における基本的知識を体系的に身に付けている。
- 3) 情報収集・分析力、論理的思考力等の技能を身に付けている。

思考力・判断力・表現力

- 1) 実社会で生起する様々な課題を正確に理解し、それぞれの学問領域に即して解決策を考えることができる。
- 2) 他者に対して、自分の考えを口頭や文章によつて的確に伝えることができる。

主体性・多様性・協働性

- 1) 謙虚に学び、他者を理解・尊重して、よりよい人間関係を築くことができる。
- 2) 学修成果を活用し、他者と協働して問題解決に向けて行動することができる。

各学部は、建学の精神及び大学の目的に基づき、それぞれの専門領域の特質を踏まえ、学科ごとに教育研究上の目的を定めており、経営学部データ経営学科は以下のとおり定めている。

データ経営学科は、経営及びマーケティング分野の専門的知識と、経営戦略や意思決定において不可欠な経営分析に関する基礎的知識及びスキルを兼ね備え、ビジネスの現場においてこれら学部教育で培った能力を発揮できる人材の育成を教育目標とする。

② 上記①が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠

1) 社会的背景

企業経営の環境はより複雑化し不確実性を増していることから、これまでの伝統的な経営学に加え、時代の変化に即応可能なビジネスに関する知識を有し、かつ、様々なビジネス情報を活用できる人材の養成が重要になっている。その客観的根拠として、文部科学省が公表する「令和3年度 文部科学白書」の第5章「高等教育の充実」の総論では、「大学をはじめとする高等教育機関は、我が国及び国民が直面する課題にしっかり応えていく重大な責務を有しているということ認識し、国民や社会からの期待に応える改革を主体的に実行することが求められています。」と明記されており、その上で、第1節「高等教育施策の動向」の「令和3年度の大学改革の動向」において、「人材育成と知的創造活動の中核である高等教育機関が一層重要な役割を果たすことが求められます」と明記されている。あわせて、「2040年に向けた高等教育のグランドデザイン（答申）」に基づき、高等教育機関における今後の人材育成においては、「新たな知識・技能を習得するだけでなく、学んだ知識・技能を実践・応用する力、更には自ら問題の発見・解決に取り組む力を育成することが特に重要となっています。このことを通じて、自主的・自律的に考え、多様な他者と協働しながら、新たなモノやサービスを生み出し、社会に新たな価値を創造し、より豊かな社会を形成することのできる人を育てていかなければなりません。」と明記されている。（資料11）

また、数理及びデータサイエンス教育の強化に関する懇談会が公表する「大学の数理・データサイエンス教育強化方策について」（平成28（2016）年）では、「データから新たな顧客ニーズを読み取って商品を開発することや、データを踏まえて効率的な資源配分や経営判断をするなど、データと現実のビジネスをつなげられる人材をマスとして育成し、社会に輩出することが、我が国の国際競争力の強化・活性化という観点からも重要である」と述べられている。（資料12）

以上のことから、本学部学科の養成する人材像、教育目標は、社会的背景・ニーズを踏まえていると判断することができる。

2) 愛知県内及び東海地区の就職環境

厚生労働省愛知労働局の「令和4年12月分 最近の雇用情勢」によると、愛知県における有効求人倍率1.42倍（全国平均1.35倍）、新規求人倍率2.45倍（全国平均2.39倍）である。また、東海地方（愛知県、岐阜県、三重県、静岡県）における有効求人倍率1.42倍、新規求人倍率2.47倍であり、愛知県及び東海地方の有効求人倍率、新規求人倍率とも全国平均よりも高い水準となっている。（資料13）

このような雇用情勢と、本学卒業生の約7割が東海地方の企業等に就職する実績を考慮すると、愛知県及び東海地方の人材需要は他の地域と比較して旺盛であることから、愛知県に立地する本学卒業生の就職環境は、他の地域と比較して良好であるという。

3) 本学の就職環境

本学部学科と同一の学位の分野である本学の経済学部経済学科、商学部商学科及び商学部経営情報学科の就職決定率（就職希望者に対する就職率）は以下の表のとおりである。いずれの学部学科も 95%前後を推移しており、これらの学部学科・分野に対する人材需要は堅調であることから、上記の愛知県内及び東海地方の人材需要も踏まえると、本学部学科の卒業生の就職環境に大きな不安はないと判断することができる。

	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	令和元 (2019)	令和 2 (2020)	令和 3 (2021)
経済学部経済学科	97.6%	97.3%	98.6%	97.9%	99.5%
商学部商学科	95.0%	100.0%	99.5%	98.9%	99.5%
商学部経営情報学科	92.3%	100.0%	97.4%	94.0%	97.5%

4) 企業等への人材需要に関するアンケート調査

本学部学科の設置は、前述のとおり社会的、地域的な人材需要の動向や本学の就職状況等を踏まえた上で計画しているものである。それらの動向や状況について更に客観的に把握するため、本学の卒業生の採用実績がある企業に対して本学部学科のリーフレットと調査票を配布した上で、採用意向に関するアンケート調査を以下のとおり実施した。

調査対象	企業の人事採用担当者
調査方法	郵送調査
調査項目（択一式）	<ul style="list-style-type: none">・回答者の人事採用への関与度・本社所在地、業種、従業員数・過去 3 年間の平均的な正社員の採用数と本年度との比較・採用したい学問分野・本学部学科の教育の特色に対する魅力度・本学部学科の社会的必要性・本学部学科卒業生に対する採用意向及び採用人数 など
実施時期	令和 4（2022）年 10 月 4 日（火）～10 月 31 日（月）
発送・回答状況	<ul style="list-style-type: none">・依頼数：1,020 社・回答数：全国 357 件（回収率：35.0%） 愛知県に本社を置く企業 238 件
調査委託企業	株式会社 進研アド

アンケートの結果では、25.8%が 2022 年度の採用数を増やし、62.5%が 2021 年度並みであったことから、現時点での就職環境は全国的・地域的に良好であることが示された。また、回答企業の採用したい学問系統を複数回答で聴取したところ、「経済・経営・商学」が 36.1%と最も高い回答率であった。

アンケートでは、本学部学科の特色（養成する人材像）を3点（高校生に向けたアンケート同様）示し、計3問のいずれも「とても魅力を感じる」又は「ある程度魅力を感じる」と回答した合計が95%以上であった。また、本学部学科がこれからの社会に必要であるかを聴取し、「必要だと思う」の回答が97.8%、本学部学科の卒業生の採用意向について「採用したいと思う」の回答が95.2%（340企業）であった。さらには、本学部学科の卒業生を「採用したいと思う」と回答した340の企業へ、本学部学科卒業生の採用を毎年何名程度想定しているか聴取したところ、具体的な人数を回答した企業327社の内、採用想定人数の合計は699人（入学定員の5.18倍）であり、入学定員数である135人を大きく上回る結果となった。（資料14）

以上の結果から、本学部学科の社会的・地域的な需要は非常に高く、また、卒業後の進路の見通しについて良好であると判断することができる。

	標本数	単位	1名	2名	3名	4名	5名～9名	10名以上	計※	
			%	企業数	名					
全体	340	%	50.6	21.2	14.7	0.6	5.0	4.1	⇒	
		企業数	172	72	50	2	17	14		327
		名	172	144	150	8	85	140		699

注) 資料14、P51より抜粋