

令和5年度 茨城県立農業大学校評価表

重点目標 V 【 入学生の確保 】

1 現状及び課題、並びに評価項目

現 状	課 題	評価項目（達成目標）
<p>○本校養成課程の入学者は、平成 21 年度の専修学校化以降増加し、定員（80 人）のおおむね 75%を維持しているものの、定員割れが続いている。特に畜産学科及び園芸学科の定員充足率が低い。（直近 5 年間の定員充足率 74%、学科別では、農学科 88.5%、畜産学科 60.0%、園芸学科 59.3%）</p> <p>○例年、オープンキャンパス参加者（2 回）の半数以上が推薦入試を受験しており、R 5 年度は、一般入試も含めた受験者はオープンキャンパス参加者の 60%を占めている。</p>	<p>○受験対象者への効果的な情報提供を充実させることにより、オープンキャンパスについての周知活動を強化し、オープンキャンパスの参加者を確保する。</p>	<p>オープンキャンパス参加者の確保</p> <p>オープンキャンパス参加実人数（受験対象者） 80 人</p>
<p>○県内農業関連高校出身の学生の割合は、年により変動はあるものの、例年 30～40%を占めている（本年度 44.6%、直近 5 か年平均 40.7%）。</p> <p>○現在、普通高校からの入学者が半数以上を占めるが、普通高校への情報提供は、高校訪問（5～6 月）や学校へ出向いての説明会が中心である。</p> <p>○農家出身の本校学生の割合は減少傾向にある一方、非農家出身の割合は年々高まり、R 5 年度は 70%を占めている。</p> <p>○本校HPは高校生がスマートフォンから閲覧できる有用な情報発信ツールであるが、情報更新がタイムリーではない上、提供したい情報も全て見やすい位置に掲載されているとはいえない状況にある。</p>	<p>○HPの情報を、スマートフォンを通じて情報入手しやすくすることにより、普通高校の生徒などに幅広く大学校の情報を提供する。</p> <p>○また、進路選択に大きな影響を与える教員へ情報提供し、農業に関心のある高校生等に情報が伝わるよう働きかけ、入学者を確保する。</p>	<p>令和 6 年度入学者の確保</p> <p>養成課程入学人数 65 人以上</p> <p>※過去 5 か年平均 59.2 人</p>

2 評価項目別の評価及び次年度の課題等

(1) オープンキャンパス参加者の確保

達成目標	達成度	評価の概要	関係者評価委員会からのコメント（全般）
<p>オープンキャンパス参加実人数（受験対象者） 80 人 【R 4 実績：73 人】</p>	B	<p>参加人数（受験対象者）は延べ 125 人、実人数では 64 人で、目標達成率は 80%となった。参加者を増やすため、県内全高校を訪問し高校職員に生徒への参加呼びかけ依頼や、学校HPでのPR動画配信、情報が目に付くよう広くポスターやチラシでの周知など、様々な媒体でオープンキャンパス情報発信に努めたが、これらの方法では効果が薄く、目標人数には達しなかった。なお、オープンキャンパス参加の受験対象者 64 人のうち、41 人が推薦入試及び一般入試（前期）を受験、その割合は 64%で昨年度の 58.9%を上回った。</p>	<p>今後は、高校を訪問する際に、訪問高校出身の大学校生が同行する機会を作るなど、参加促進につながる更なる取り組みを検討してほしい。</p> <p>達成度の評価基準と照らし、B評価は適当である。</p>

達成度の評価基準	
A	100%達成
B	80～99%の達成
C	60～79%の達成
D	40～59%の達成
E	39%以下の達成

目標達成に向けた具体的方策	具体的方策の取組実績及び成果 ※（ ）内は前年度実績	次年度の課題	関係者評価委員会からのコメント
<p>ア【継続】学校一丸となった取組強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 関係職員間で情報共有し、効果的に学生募集の取り組みを進めるため、学生募集委員会を開催する。 3 回（4 月、9 月、2 月※）【R 4 実績：3 回】 ※次年度のスムーズな取り組みに向け開催 	<p>ア 学校一丸となった取組強化</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 学生募集委員会を 3 回開催した。 4 月 年間の学生募集計画、オープンキャンパス参加推進に向けた学校訪問スケジュール等についての検討 9 月 上半期の取り組み状況確認、オープンキャンパスの反省点や課題、出願推進のための重点校等の訪問等についての検討 2 月 本年度取組の反省や次年度の取組課題や計画についての検討 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 委員会の開催により、進捗確認など情報共有しながら学生募集活動を進めることが出来た。来年度の取り組みについても方 	<p>ア 学校一丸となった取組強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 引く続き、職員が共通認識の下、年度当初から途切れなく取り組みを進めるため、効果的な学生募集の取り組みを実施する。 	<p>・高校生への進路ガイダンスとして、大学校職員が高校を訪問して説明する際、訪問高校出身の大学校生も同行して話をしてもらえると、生徒は大学校をより身近に感じ、ひいてはオープンキャンパスへの参加にもつながる可能性がある。</p>

イ【継続】オープンキャンパスの開催

- ・高校生が進路を決定する8月までに、各キャンパスで2回ずつ開催する。【R4実績：2回】
6月「学校説明会」、7月「体験入学会」
- ・参加者に農大入学後をイメージしてらえるよう、学生を運営に参加させる。
本校学生延べ129人 【R4実績：96人】

向性が決まり、年度当初からの活動を進められる予定である。

イ オープンキャンパスの開催

【取組実績】

- 受験対象者等に学校の雰囲気を感じてもらうため、長岡及び岩井キャンパスで一回ずつ、学校説明会と体験入学会を開催した。
- ・県内外の38高校などから、延べ125人が参加（表1）。
実参加人数は96人、うち64人が受験対象
- ・職員が県内の高校130校を訪問、直接教員等にオープンキャンパス情報を提供、学生への参加呼びかけを依頼 5月
- ・運営や参加高校生等との意見交換に、当校の学生延べ95人が参加、学校PRに協力

表1 オープンキャンパスの参加人数※

	学校説明会	体験入学会	計
長岡キャンパス	(6/3) 40人	(7/27) 53人	93人
岩井キャンパス	(6/10) 13人	(7/28) 19人	32人
計	53人	72人	125人

※高校生、既卒生。保護者を除く。

表2 オープンキャンパス情報入手先

	人数	割合
高校担任、進路指導	81人	36.3%
農大ホームページ	52人	24.0%
家族、友人	42人	19.4%
進路ガイダンス等	26人	12.9%
ポスター、その他	16人	7.4%

※農業部、園芸部のR5オープンキャンパスへ参加した受験対象者へのアンケート。複数回答。

表3 体験入学会に参加して感じた本校の魅力

	人数	割合
学校、学生の雰囲気	46人	19.3%
授業、資格取得	42人	17.6%
施設・設備	38人	16.0%
授業料や学費の安さ	26人	10.9%
寮生活	25人	10.5%

※農業部、園芸部のR5オープンキャンパス（体験入学会）へ参加した受験対象者へのアンケート。複数回答。

【成果】

- ・体験入学会での実習体験を通じて、参加した受験対象者に学校や学生の雰囲気を伝えることが出来た（表3）。
- ・オープンキャンパスに参加した受験対象者64人のうち64%に当たる41人が受験につながり（推薦、一般前期の受験者）、昨年度の比率（58.9%）を上回った。

イ オープンキャンパスの開催

- ・オープンキャンパスが、受験に向けた有効な動機づけになっているため、引き続き開催する。
- ・欠席者には、オンラインオープンキャンパスや個別見学を紹介するなど、今後も引き続き、個別のアフターフォローを確実にを行う。

<p>ウ【拡充】広報活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内高校、市町村及び県の関係部署、その他関係機関・団体へ、オープンキャンパス情報掲載のポスター掲示やチラシによる周知について協力を依頼する。5～6月 ・受験者層がスマートフォン世代であることを意識し、オープンキャンパスPR動画を作成し、参加誘導につなげる。 配信期間：7月初旬からオープンキャンパス（体験入学会）終了まで 	<p>ウ 広報活動の強化</p> <p>【取組実績】</p> <p>配布・掲示物、PR動画配信により、オープンキャンパス情報を広く周知した。</p> <p>(ア) ポスター及びチラシによる開催情報の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会議機会の活用や持参、郵送により、全市町村、県普及センター、関係機関・団体へポスター及びチラシを配布、オープンキャンパス情報をPR 4～5月 <p>(イ) オープンキャンパスCM動画配信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PR動画を制作し、学校HPにアップした。 配信期間（約1か月間）の視聴回数 228回 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画の視聴回数が200回を超え、一定のPR効果があった。 	<p>ウ 広報活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンキャンパス情報が多くの目に留まるようにするため、引き続き高校や関係機関にポスターの掲示やチラシの配布を働きかける。 ・学校イメージを伝える有効な手段であるため、引き続きPR動画を作り配信する。 	
--	--	---	--

(2) R6年度入学者の確保

達成目標	達成度	評価の概要	関係者評価委員会からのコメント（全般）
<p>養成課程入学者数 65人以上 【R4実績：64人】</p>	C	<p>養成課程の合格者は、推薦入試31人、一般入試（前期）16人の合計47人と、昨年度59人を大きく下回り、目標は達成できなかった。</p> <p>昨年度よりも内容を充実させた取り組みを行ったが、受験者確保には至らなかった。出願推進や学生募集記事掲載依頼については昨年度より時期を早めたが、推進時期が高校で願書の取りまとめ時期で時期が遅かったこと、掲載依頼もタイミングが遅く全ての入試情報の掲載に間に合わなかったなど、時期的な遅れも要因の一つと考えられる。</p> <p>各学科の定員充足率を見ると、一般入試（前期）までの合格者数の定員充足率は農学科で90%と昨年度の水準を維持した一方で、畜産学科は30%と低く、園芸学科は26.7%と昨年度を大幅に下回る結果となった。学生募集イベント等では各学科の情報を提供しているが、園芸学科と農学科との違いが分かりにくいなどの要因も推測される。</p>	<p>今後は、進路説明会等において当該高校出身の学生から大学校のPRをしてもらうなど、高校生に大進学先として身近に感じてもらえるような工夫した取り組みが効果的と考える。</p> <p>達成度の評価基準と照らし、C評価は適当である。</p>

達成度の評価基準	
A	100%達成
B	80～99%の達成
C	60～79%の達成
D	40～59%の達成
E	39%以下の達成

目標達成に向けた具体的方策	具体的方策の取組実績及び成果 ※（ ）内は前年度実績	次年度の課題	関係者評価委員会からのコメント
<p>ア【継続】教務職員による高校訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンキャンパス参加推進と合わせ、普通高校、通信制高校などを含めた県内全高校を訪問し、教員に情報を提供する。 5月中までに実施（130校）【R4実績：128校】 ・幹部職員が農業関連高校8校（最重点校）を訪問し、校長に直接出願を推進する。 9月中（希望校への願書提出前） ・職員が在校生出身校（重点校）を訪問し、進路指導教諭、3学年担当教諭等に対して出願を推進する。 9月中（同上） <p>イ【拡充】オンラインを活用した募集イベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンやパソコンを介して、対面のオープンキャンパ 	<p>ア 教務職員による高校訪問</p> <p>【取組実績】</p> <p>職員が高校を訪問し、直接オープンキャンパス参加や出願を推進した。</p> <p>(ア) 高校訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職員が、オープンキャンパス申込期間前に参加推進しながら訪問（5月、県内130校の高校） <p>(イ) 出願推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・幹部職員が農業関連高校（最重点校）8校を訪問し、校長に直接出願を推進した。（9月） ・職員が在校生出身校（重点校）29校を訪問し、進路指導教諭、3学年担当教諭等に対して出願を推進した。（9月） <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点校や最重点校への出願推進の結果、9校から22人が推薦入試を受験した。 <p>イ オンラインを活用した募集イベントの実施</p> <p>【取組実績】</p>	<p>ア 教務職員による高校訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職員の訪問時期により高校が情報を受け取る時期に差が生じるため、年度当初に全高校へ学校PR資料を一斉に郵送し、迅速に高校へ情報提供する。 ・引き続き次年度も実施するが、高校が生徒の入学願書取りまとめ時期を考慮し、訪問時期を早める（7月中）。 <p>イ オンラインを活用した募集イベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンキャンパス終了から一般入試（前期）出願 	<ul style="list-style-type: none"> ・本校を志望する高校生のうち、卒業後の進路を明確にしていない場合は、まずは広く学べる農学科を選択しているのではないかと。 ・畜産学科や園芸学科は、「牛について学びたい、イチゴや水耕トマトを学びたい」など、学びたい分野の絞り込みができた生徒以外は選択しにくいのではないかと。 ・入学生は非農家の出身者が多く、農業に日頃ふれていない者に対しては、学科ごとの入学後の学習状況、進路情報などをわかりやすく情報発信することが必要である。 ・高校訪問の際に、学科やコースごとの

<p>ス終了後から一般入試出願までの間、距離や時間に制約されない募集活動を展開する。</p> <p>オープンキャンパスの開催 4回(8、9、10、11月) 【R4実績:4回】</p> <p>個別相談会の開催 開催期間 9~11月</p> <p>ウ【継続】大学校HPによる情報発信の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生募集の最新情報をトップページから閲覧できるよう、内容を更新する。 随時 <p>エ【継続】高校等との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各高校進路説明会への参加や高校への出前授業等(高大連携講座)を実施する。 25回/年(農業部、園芸部)【R4実績:24回】 ・農業技術等講座(高大連携講座)を実施する。 農業関連高校等 8回/年【R4実績:1回】 <p>オ【継続】個別見学希望者に対する対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平日に受入れを実施する。 随時 <p>カ【継続】保護者等へ向けた情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村、JA、関係機関へ、広報誌等への学生募集記事掲載を依頼し、希望市町村等へは掲載原稿の参考案を送付 8~9月 	<p>昨年度より内容を充実させ、動画での校内案内を盛り込んだオンラインのオープンキャンパスや個別相談会を行った。</p> <p>(ア) オンラインオープンキャンパス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・8~11月に4回開催した。 8/31 3名参加(養成課程希望2名、研究課程希望1名) 9/19 参加者なし(申込者1名が参加しなかった) 10/4 3名参加(養成課程希望3名) 11/2 3名参加(養成課程希望3名) <p>(イ) オンライン個別相談会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9月、1回、1名参加 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンラインオープンキャンパス参加の受験対象者7人のうち、4人が養成課程に入学予定。オンライン個別相談の受験対象者1人が養成課程に入学予定となり、入学生の確保につながった。 <p>ウ 大学校HPによる情報発信の充実・強化</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生募集の最新情報の更新や、それらの情報をすぐみられるようトップページにリンクを貼るなど、情報発信に努めた。 ブログで農大の日々の情報を発信した。 47件(2月20日現在) ・大学校HPで日々新しい情報を発信した。 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPを見た社会人が、当校のイベントへ参加していると推測され、HP内容の充実が効果を上げていると考えられる。 <p>エ 高校等との連携</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・進路説明会や出前授業、高校単位の当校見学に対応した。 各高校進路説明会への参加 のべ27回(1月末現在) 高大連携講座 5校のべ8回 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直接学生に学校情報を伝え、出願を推進できた。 <p>オ 個別見学希望者に対する対応</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 4組の個別見学希望者に対応(平日) 8月:4組(長岡:親子3組、岩井:生徒のみ1組) <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都合によりオープンキャンパスに参加できなかった生徒等に対し、学校説明や校内案内などによりフォローできた。 <p>カ 保護者への情報提供</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内44市町村、17JAへ広報誌への学生募集記事掲載を依頼し、掲載希望の連絡があった10市3JAへ3種類の募集記事をメールで送付した。(8月) <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報誌等への掲載により学生募集記事が周知できた。 	<p>までの募集活動として一定の成果が期待できることから、次年度も引き続き同様に実施する(時期、回数など)。</p> <p>ウ 大学校HPによる情報発信の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPは農大の情報入手先の中で大きなシェアを占めているため、次年度もリアルタイムで新しい情報を発信する。 <p>エ 高校等との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・進路説明会や出前授業、高校単位の当校見学は、学生に直接情報を伝える貴重な機会であるため、引き続き全て対応する。 ・出前授業や高校単位の見学が可能な旨の情報を学校HP掲載し、周知する。 <p>オ 個別見学希望者に対する対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原則平日対応とするが、希望者の都合を考慮し柔軟に対応する。 <p>カ 保護者への情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報誌への掲載により、市町村のほぼ全家庭、JAの全組合員家庭へ広く募集情報が周知されるよう積極的に市町村等に働きかける。 ・推薦入試の出願記事から掲載してもらえよう、早めに依頼する(7月)。 	<p>卒業後の進路先を情報提供し、具体的な法人名を伝えることで、高校の先生はより入学を勧めやすくなる。</p>
---	--	---	---