

**宮城学院女子大学学芸学部英語文化コミュニケーション学科
学生の確保の見通し等を記載した書類**

目次

I	新設組織の概要	3
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）	3
2	新設組織の特色	3
(1)	教育研究上の目的、養成する人材像	3
(2)	学位と学位の分野	2
(3)	特色	3
II	人材需要の社会的な動向等	4
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	4
2	中長期的な 18 歳人口等の入学対象人口の全国的、地域的動向の分析 ..	4
3	新設組織の主な学生募集地域	5
4	既設組織の入学定員の充足状況	6
(1)	学芸学部英文学科	6
(2)	学芸学部英文学科以外の既設組織の入学定員充足状況	7
III	学生確保の見通し	11
1	学生確保に向けた具体的な取り組みと見込まれる効果	11
(1)	既設組織（大学）における取組とその目標	11
(2)	新設する組織における取組とその目標	12
(3)	当該取組の実績の分析に基づく、新設する組織での入学者の見込み数	13
2	競合校の状況分析	14
(1)	競合校の選定理由と新設する組織との比較分析、優位性	14
(2)	競合校の入学志願動向	17
(3)	学生納付金等の金額設定の理由	18
3	先行事例分析	20
4	学生確保に関するアンケート調査	20
(1)	調査概要	20
(2)	調査結果 受験意向者数	21

(3) 調査結果 入学意向者数	21
5 人材需要に関するアンケート調査等	22
(1) 調査概要	22
(2) 調査結果 採用意向	23
(3) 調査結果 採用意向企業の特徴	23
IV 新設組織の入学定員の設定理由	24

I 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）

	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	
学芸学部 英語文化コミュニケーション学科	70	—	280	宮城県仙台市青葉区 桜ヶ丘九丁目1番1 号

2 新設組織の特色

(1) 教育研究上の目的、養成する人材像

英語文化コミュニケーション学科では、実践重視の教育課程によって、現代社会で必要とされる英語力とコミュニケーション能力、またメディアを使った情報発信能力を身につける。それと同時に、コミュニケーションの基礎となる言語の機能や仕組み等「言語文化」に関する専門知識や、文学・演劇・美術等言語を主軸とする多様な「メディア文化」について幅広く学ぶ。こうして得られた「言語文化」や「メディア文化」に関する高度な専門知識と確かなメディアリテラシーをもって、人と人、社会と社会とのつながりを構築し、地域社会や国際社会に貢献できる人材を養成する。なお、既設組織の学芸学部英文学科（入学定員 70 名、収容定員 280 名、所在地 宮城県仙台市青葉区桜ヶ丘九丁目 1 番 1 号）を廃止するため、新設組織である学芸学部英語文化コミュニケーション学科開設となる 2026（令和 8）年度から学芸学部英文学科の学生募集を停止する。

(2) 学位と学位の分野

学位 学士（英語文化コミュニケーション学）

学位の分野 文学関係

(3) 特色

英語を中心に言語運用能力の修得と向上を目指し、コミュニケーションの基礎となる言語の機能や仕組み等を言語学的見地から学び、実践で効果的に運用できる力を養う。また、文字言語から造形言語までの幅広い言語とその伝達に欠かせないメディア上の表現を学ぶことで、新たなコミュニケーションの世界を発見し、その特質を言語化できる力を育てる。そしてメディアを活用できる技能を身につけて発信力を高め、価値観や文化を異にする他者との間にコミュニケーションの回路を構築し、省察を通して、考えを発展的に積み上げていけるコミュニケーション能力を身につけていく。このようにして、社会に、そして、世界に主体的に関わり、活性化に寄与することのできる能力や資質も身につける。

Ⅱ 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

● 全国的な動向

英語力とコミュニケーション能力の需要：グローバル化の進む現代社会において、英語力と高いコミュニケーション能力を持つ人材の需要はますます高まっている。企業の国際展開や多国籍チームの増加に伴い、英語を使った効果的なコミュニケーションが求められている。また、観光業やサービス業などでも英語力が重要視されている。

メディアリテラシーの重要性：デジタル化が進む現代社会において、メディアを使った情報発信能力やメディアリテラシーの重要性が増している。SNS やオンラインプラットフォームを活用したマーケティングや広報活動が一般的となり、これらのスキルを持つ人材が求められている。

● 地域的な動向（東北地方・宮城県）

地域社会での英語教育の強化：東北地方、特に宮城県では、地域の国際化を推進するために英語教育の強化が図られている。地域の観光資源を活用したインバウンド観光の促進や、地域企業の国際展開を支援するために、英語力を持つ人材の育成が重要となっている。

地域文化の発信：宮城県では、地域の特色を活かした文化発信が求められており、地域の伝統や文化を英語で紹介できる人材が必要とされている。これにより、地域の魅力を国内外に広めることができる。

雇用情勢：宮城県の雇用情勢は、求人倍率が高水準で推移しており、特に観光業やサービス業での人材需要が高まっている。また、製造業や情報通信業でも新規求人数が増加しており、これらの分野での英語力とコミュニケーション能力を持つ人材が求められている。

● 社会的な動向

多文化共生社会の実現：多文化共生社会の実現に向けて、異文化理解や多様な価値観を尊重する能力が求められている。英語文化コミュニケーション学科で学ぶ「言語文化」や「メディア文化」に関する知識は、異文化間のコミュニケーションを円滑にし、社会の多様性を尊重する基盤となる。

持続可能な社会への貢献：持続可能な社会の実現に向けて、環境や社会問題に対する意識が高まっている。英語を通じて国際的な視点を持ち、社会課題に取り組む能力を持つ人材が求められている。

2 中長期的な 18 歳人口等の入学対象人口の全国的、地域的動向の分析

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の収容定員を充足するためには、18 歳人口の動向を検討し、中長期的な需要予測を行う必要がある。全国的および東北エリアの動向を分析し、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の定員を充足できる理由を記す。

まず、18歳人口の動向を考察する。18歳人口は過去10年間、全国的に減少傾向にある。東北エリアも同様である。リクルート進学総研『マーケットリポート2023』vol.120「18歳人口予測 大学・短期大学・専門学校進学率 地元残留率の動向〈東北版〉」（2024年2月号）【資料1】を参考に、2023（令和5）年から2035（令和17）年の東北エリアの18歳（女子）人口を予測すると、東北6県の18歳（女子）人口は、2023（令和5）年の36,873人から2035（令和17）年には29,542人となり、7,300人余り（約20%）減少する。これは全国の減少率（女子）11.7%を8.2ポイント上回る。細かに見れば2025（令和7）年や2032（令和14）年など踊り場的な年もあるが、18歳人口の減少を食い止めることはできない。2035（令和17）年までの人口予測で、減少率が最も高いのは秋田県（2023年との比較で27.4%減少）。減少数（実数）が多いのは福島県で、2023（令和5）年の8,088人から2035（令和17）年6,623人へ、1,500人弱の減少が見込まれている。他方、本学が拠点を置く宮城県の18歳（女子）人口の減少数は約1,300人弱（2023年の9,721人から2035年の8,441人）、減少率も13%程度で、東北6県の中では最も少ない数値となっている。また、過去10年の進学率（現役）について見てみると、東北エリアの女子の大学進学率は、人数で言えば4.4%の減だが、進学率そのものは6.5ポイントも上昇している。こうした進学需要に対して、それぞれの学部・学科が適切な定員管理を行えば、当面本学の規模を維持することは可能である。

今後18歳人口の減少によって競争が激化する中、18歳人口以外にも社会人や外国人留学生等の動向を分析し、中長期的な需要予測を行うことが重要であり、社会人を対象にした柔軟な学習プランや教育課程の開発等、多様な教育プログラムを提供することが求められる。収容定員を確保する上で、そうした取り組みが重要となる。

また、国際化の推進等を引き続き検討し、外国人留学生の受け入れ体制を整え、国際的な教育環境を提供することが必要である。留学生の増加により、収容定員を充足する機会が広がる。

さらに、東北エリアにおける地域的な特性や需要を踏まえた取り組みも重要である。地域との協力関係を踏まえ、地域の人材需要に合わせた教育プログラムを提供することで、地域からの学生の受け入れを増やすことができる。

以上のように、18歳人口の動向、社会人、外国人留学生などの需要を考慮しつつ、需要予測や教育プログラムの多様化、国際化の推進、地域との連携などを推進することで、学芸学部英語文化コミュニケーション学科は収容定員を充足することができる。重要なのは適切な戦略と柔軟な対応を行いながら、変化する社会のニーズに応える教育環境を提供することである。

3 新設組織の主な学生募集地域

【資料2】（別紙1）に示すように、2024（令和6）年度の宮城県の大学の出身高校の所在地県別入学者数の構成比上位5県は宮城県5,431人（46.9%）、福島県1,021人（8.8%）、岩手県821人（7.0%）、山形県780人（6.7%）、青森県625人（5.4%）と

なっている。宮城学院女子大学の入学生 709 名の出身県別内訳を見ると、上位 5 県は宮城県 473 人(66.9%)、福島県 55 人(7.8%)、岩手県 47 人(6.6%)、秋田県 41 人(5.8%)、山形県 38 人(5.4%)となっており、東北地方からの学生が入学者全体の約 97%を占めている。これは、宮城学院女子大学が東北地方に位置しており、地域性を活かした教育を行っていることが反映している。

以上のデータから、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の主な学生募集地域として東北地方、特に宮城県を設定することは妥当であると言える。地元の学生が多く在籍することで、地域との連携を深め、地域貢献を行うことが可能となる。また、東北各地からの学生が在籍することで、学生たちの視野を広げ、多様な価値観を学ぶ機会を提供することができる。これらは、本学の教育の特長とも一致している。したがって、これらのデータは、学芸学部英語文化コミュニケーション学科が主な学生募集地域として東北地方、特に宮城県を設定することの妥当性を裏付けている。

4 既設組織の入学定員の充足状況

既設学科の直近 5 年間の入学定員の充足状況は、【資料 3】(別紙 2-1~11)のとおりである。まず、新設する学芸学部英語文化コミュニケーション学科と関連する学芸学部英文学科の入学定員の充足状況を記し、次に他学科の既設組織の入学定員充足状況を記す。

(1) 学芸学部英文学科

過去 5 年間の学芸学部英文学科の入学定員充足状況は、入学定員 70 名に対して、入学者数は 80 名、63 名、56 名、42 名、50 名となっている【資料 3】(別紙 2-8)。この結果、2021(令和 3)年度、2022(令和 4)年度、2023(令和 5)年度、2024(令和 6)年度と入学定員を満たしておらず、入学定員充足率が低いことを示している。この理由は、コロナ禍において海外留学への道がほぼ閉ざされたことが要因と思われる。しかし、アフターコロナでは、国際的な交流や留学が再び活発化することが期待される。学芸学部英文学科は英語圏の文学や文化に特化しており、英語を学ぶことで国際的なキャリアや留学の機会を追求する学生たちにとって魅力的な選択肢となる。

過去 5 年間の学芸学部英文学科の総合型選抜および学校推薦型選抜入学者の推移は、対定員比で、64.3%、58.6%、44.3%、37.1%、44.2%であり、対定員比で 4 割程度から 6 割程度と幅が広い。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者は低下傾向にあり、入学者の減少につながっている。

過去 5 年間の学芸学部英文学科の一般選抜、大学入学共通テストの実人数を基にした入学歩留率は、56.4%、40.0%、48.0%、23.9%、39.1%と、本学の他学科と同様、必ずしも高い割合とはいえない。英文学科は、総合型選抜および学校推薦型選抜合格者も減少傾向にあり、入学定員が充足できていない。学芸学部英文学科については今後、何らかの対策が必要であるとの認識に立ち、新設組織の検討を進めるに至った。

(2) 学芸学部英文学科以外の既設組織の入学定員充足状況

ア 現代ビジネス学部現代ビジネス学科

過去 5 年間の現代ビジネス学部現代ビジネス学科の入学定員充足状況は、入学定員 95 名に対して、入学者数は 112 名、98 名、105 名、106 名、84 名となっている【資料 3】(別紙 2-1)。この結果、2024 (令和 6) 年度を除いて、入学定員を上回る入学者数となっており、入学定員充足率が安定していることを示している。現代ビジネス学部現代ビジネス学科の入学定員充足の理由は、社会的需要と将来の雇用見通しの良さによるものである。女性のキャリア志向が高まり、現代ビジネス学部現代ビジネス学科の卒業生は金融業界や流通業界を主として幅広い業界に進出している。また、実践的活動を重視した教育カリキュラムの充実度も要因といえる。

過去 5 年間の現代ビジネス学部現代ビジネス学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、67.4%、74.7%、76.8%、73.7%、60.0%と推移している。すべての年度で、対入学定員比で 6 割を超えており安定的に学生を確保できており、入学定員を充足できている。

イ 教育学部教育学科幼児教育専攻

過去 5 年間の教育学部教育学科幼児教育専攻の入学定員充足状況は、入学定員 90 名に対して、入学者数は 93 名、91 名、102 名、80 名、75 名となっている【資料 3】(別紙 2-2)。この結果、2023 (令和 5) 年度、2024 (令和 6) 年度を除いて、入学定員を上回る入学者数となっており、入学定員充足率が安定していることを示している。教育学部教育学科幼児教育専攻の入学定員充足の理由は、社会的需要と将来の雇用見通しの良さによるものである。子供の教育への関心が高まり、教育学部教育学科幼児教育専攻の卒業生は幼稚園、保育園、こども園での就職機会が豊富である。また、女性の社会進出や専攻の充実度も要因といえる。

過去 5 年間の教育学部教育学科幼児教育専攻の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、75.6%、81.1%、83.3%、73.3%、70.0%と推移している。すべての年度で、対入学定員比で 7 割を超えており安定的に学生を確保できており、入学定員を充足できている。

ウ 教育学部教育学科児童教育専攻

過去 5 年間の教育学部教育学科児童教育専攻の入学定員充足状況は、入学定員 50 名に対して、入学者数は 66 名、54 名、60 名、42 名、41 名となっている【資料 3】(別紙 2-3)。この結果、2023 (令和 5) 年度、2024 (令和 6) 年度を除いて、入学定員を上回る入学者数となっており、入学定員充足率が安定していることを示している。教育学部教育学科児童教育専攻の入学定員充足の理由は、教育の重要性が認識されており、小学校教員の需要が高いため、養成課程への関心が持続していることによるものである。また、小学校教員は公務員としての安定した就職が期待できるため、養成課程は将来の安

定したキャリアを追求する人にとって魅力的な選択肢である。さらに、教育機関は養成課程の充実に取り組んでおり、教育プログラムや実習の充実、キャリアサポートなどを提供している。これにより、学生たちは教員としての必要なスキルや知識を得ることができる。

過去 5 年間の教育学部教育学科児童教育専攻の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、48.0%、58.0%、70.0%、64.0%、52.0%と推移している。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者は、安定的に学生を確保できており、入学定員を充足できている。

エ 教育学部教育学科健康教育専攻

過去 5 年間の教育学部教育学科健康教育専攻の入学定員充足状況は、入学定員 30 名に対して、入学者数は 33 名、35 名、43 名、50 名、50 名となっており、すべての年度で入学定員を上回る学生が入学している【資料 3】(別紙 2-4)。特に直近の 2 年間では、入学者数が入学定員を大幅に超えている。この背景にあるのは健康そのものへの一般的な関心のみならず、健康教育への関心の高まりがあるものと考えられる。教育学部教育学科健康教育専攻の入学定員充足状況の上昇傾向は、同専攻の成長と将来の需要の高さを示唆している。

過去 5 年間の教育学部教育学科健康教育専攻の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者数の推移は、対入学定員比で、93.3%、93.3%、80.0%、133.3%、176.7%と推移している。教育学部教育学科健康教育専攻が過去 5 年間で入学定員を大きく充足している理由は、総合型選抜および学校推薦型選抜合格者数の増加によるものである。教育学部教育学科健康教育専攻は、社会的な関心や需要の高まりに応える魅力的な専攻として認識されている。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者数が増加している理由の一つは、教育学部教育学科健康教育専攻の将来性と社会的な需要の高まりである。人々の健康意識の向上や予防医療の重要性への関心の高まりにより、教育学部教育学科健康教育専攻はますます重要な役割を果たすものと考えられる。学生たちは、将来的なキャリアや社会貢献の面で健康教育への関心を持ち、早期合格を目指す受験生が増えている。教育学部教育学科健康教育専攻は安定的に入学定員を確保している。

入学定員超過を是正するため、2025（令和 7）年度より教育学部教育学科健康教育専攻の入学定員を 30 名から 20 名増員して 50 名、収容定員を 200 名とすることで、教育学部の入学定員を 170 名から 20 名増員し 190 名、収容定員を 760 名と変更した。

オ 生活科学部食品栄養学科

過去 5 年間の生活科学部食品栄養学科の入学定員充足状況は、入学定員 100 名に対して、入学者数は 106 名、108 名、112 名、107 名、112 名となっている【資料 3】(別紙 2-5)。この結果、全ての年度で入学定員を上回る入学者数となっており、入学定員充足率が安定していることを示している。生活科学部食品栄養学科の入学定員充足の理由は、

健康意識の高まりと食品関連業界の成長により需要が増えているためである。また、実践的な教育プログラムを通じて学生は必要なスキルを身につけることもできる。加えて、社会的なニーズの増加に応える専門家の需要も高まっていることもあげられる。

過去 5 年間の生活科学部食品栄養学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、57.0%、59.0%、60.0%、82.0%、98.0%といずれの年度も 5 割を超えている。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者は増加傾向にあり、入学者の増加につながっている。このことは、生活科学部食品栄養学科が、安定的に入学生を確保し、入学定員を充足できている理由といえる。

カ 生活科学部生活文化デザイン学科

過去 5 年間の生活科学部生活文化デザイン学科の入学定員充足状況は、入学定員 60 名に対して、入学者数は 71 名、60 名、57 名、70 名、42 名となっている【資料 3】(別紙 2-6)。この結果、2022 (令和 4) 年度、2024 (令和 6) 年度を除いて、入学定員を確保しており、入学定員充足率が安定していることを示している。生活文化デザイン学科の入学定員充足の理由は、近年、生活環境やライフスタイルの変化に伴い、生活を取り巻くデザインやその背景にある文化への関心が高まっていることがあげられる。また、デザインは様々な産業において重要な要素となっており、生活文化デザイン学科の卒業生は広範な分野で活躍できる。デザイン企業や広告代理店、イベントプロモーションなどで需要があり、将来の就職やキャリアの見通しも良いことなどから学生の関心が高い。

過去 5 年間の生活科学部生活文化デザイン学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、41.4%、55.7%、52.9%、62.9%、51.2%であり、対入学定員比で 4 割から 6 割となっている。ほぼ入学定員を充足できている。

キ 学芸学部日本文学科

過去 5 年間の学芸学部日本文学科の入学定員充足状況は、入学定員 100 名に対して、入学者数は 109 名、91 名、94 名、107 名、79 名となっている【資料 3】(別紙 2-7)。入学定員をほぼ確保している。学芸学部日本文学科の入学定員充足の理由は、日本文学への関心と愛好者の存在、学術的な価値と文化的重要性、多様なキャリアパスと就業機会、文学教育の充実などの要素が組み合わさっている。これにより、学生たちは日本文学の魅力や可能性を追求し、学科への関心が高まっている。

過去 5 年間の学芸学部日本文学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、54.0%、52.0%、61.0%、68.0%、49.0%であり、対入学定員比でいずれの年度もほぼ 5 割である。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者は増加傾向にあり、入学者の確保につながっている。

ク 学芸学部人間文化学科

学芸学部人間文化学科は、過去 5 年間の入学定員充足状況を見ると、入学定員 70 名

に対して入学者数は75名、59名、50名、34名、63名となっている【資料3】(別紙2-9)。特に直近の4年間では入学定員を下回る入学者数となっており、入学定員割れが発生している。

この入学定員充足状況から、学芸学部人間文化学科の需要が減少傾向にある可能性が示唆される。あるいは、社会の関心や需要が他の専攻や分野へ移ってしまっている可能性もある。また、競争の激化や社会的な背景も要因として考えられる。入学定員割れが続く場合、学芸学部人間文化学科は将来的な課題に直面する可能性がある。

過去5年間の学芸学部人間文化学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、40.0%、35.7%、48.0%、25.7%、41.0%と総じて低い状況である。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者が入学定員の半数にも満たないことが、入学定員割れを起こしている要因といえる。

こうした動向は謙虚に受け止めなければならないが、しかし現況を考えれば、入学定員を適正規模に減員することによって入学定員充足は可能である。このような状況を踏まえ、2025(令和7)年度より入学定員を70名から35名減員して35名とした。

ケ 心理行動科学科

過去5年間の学芸学部心理行動科学科の入学定員充足状況は、入学定員60名に対して、入学者数は71名、72名、82名、84名、95名となっている【資料3】(別紙2-10)。これは、すべての年度で入学定員を上回る入学者数となっており、入学定員充足率が高いことを示している。この結果から、心理行動科学科の人気と需要が高まっていることが伺える。心理行動科学科は、人々の心や行動を科学的に研究し、応用する学問領域であり、社会的な関心も高まっている。また、心理学や行動科学の知識は、様々な分野や職業で求められている。同学科の入学定員充足状況は、心理行動科学科が学生たちにとって魅力的な学問分野であることや、その将来性に関心が集まっていることを示している。

過去5年間の学芸学部心理行動科学科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者数の推移は、対入学定員比で、95.0%、110.0%、106.7%、126.7%、116.7%と増加傾向にある。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の増加は、そのまま入学者の増加につながっている。

過去5年間の学芸学部心理行動科学科の一般選抜、大学入学共通テストの入学歩留率は、21.8%、21.3%、10.5%、15.9%、16.7%と、本学の他学科と同様、必ずしも高い割合とはいえない。しかし、学芸学部心理行動科学科は、総合型選抜および学校推薦型選抜合格者を安定的に確保しているため、入学定員を充足できている。

入学定員超過を是正するため、2025(令和7)年度より入学定員を60名から20名増員して80名とし、収容定員を320名とした。

コ 学芸学部音楽科

過去 5 年間の学芸学部音楽科の入学定員充足状況は、入学定員 30 名に対して、入学者数は 15 名、18 名、13 名、15 名、16 名となっている【資料 3】(別紙 2-11)。過去 5 年間のすべての年度で入学定員を下回っている状況である。

過去 5 年間の学芸学部音楽科の総合型選抜および学校推薦型選抜合格者の推移は、対入学定員比で、36.0%、60.0%、36.0%、52.0%、64.0%である。総合型選抜および学校推薦型選抜合格者が得られておらず、入学定員割れを起こしている要因といえる。これは、我が国の社会・経済動向の変化によって、音楽を専門に学ぶこと、またそれを職業にしようとする事への関心や需要が以前と比べて限定的なものになっている可能性を示唆している。

社会のニーズが変化して音楽家を志す人材が減少傾向にあるのは否めない事実だが、皆無というわけではない。むしろ、東北地方の四年制大学で唯一、音楽を専門に学べる学科としての独自性と存在意義は失われておらず、学芸学部音楽科の入学者数の推移と動向を見ると、入学定員を適正規模に減員すれば入学定員充足は可能である。そこで 2025 (令和 7) 年度より、入学定員を 25 名から 5 名減員して 20 名とし、収容定員を 80 名とした。

Ⅲ 学生確保の見通し

1 学生確保に向けた具体的な取り組みと見込まれる効果

(1) 既設組織(大学)における取組とその目標

学芸学部英語文化コミュニケーション学科を含め、全学的な視野に立つての取り組みとして、【資料 4】(別紙 3①)に示すようにオープンキャンパスを 6 月、7 月、8 月、9 月、10 月、3 月に実施した。オープンキャンパスでは、大学概要説明、入試説明、入試相談、学科説明、模擬授業、学科別個別相談などを実施。学科説明では、学生自ら「本学でしかできないこと」「入学から卒業までのモデルケース」「学びの成果を可視化」などを参加者に説明した。加えて、学生が企画したキャンパスツアー、学生によるトーク会を実施した。令和 5 年度入試ではオープンキャンパス参加者の内、674 人(49.8%)が出願し、569 人(42.1%)が入学するにいたった。

令和 5 (2023) 年度は大学案内を 16,331 人に配布した。大学案内の内容を高校生インタビューでヒアリングした高校生の意見を反映したものとした【資料 4】(別紙 3②)。そのほか、在学生のキャンパスライフや副専攻制度の紹介を加え、より分かりやすい内容とした。結果として、大学案内を配布した受験対象者の内、957 人(13.8%)が出願し、608 人(8.8%)が入学した。

また、高校訪問および生徒向け、高校教員向けの説明会を実施した【資料 4】(別紙 3④)。高校を訪問しての大学説明は、2022 (令和 4) 年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、玄関先での立ち話や資料を置いていくだけの対応となった高校もあり、詳しい説明や要望のヒアリングが難しい高校も多かったが、本学では前期(5~7 月)、後期

(9～10月)の2期に分けて実施している。2023(令和5)年度は前期の高校訪問で5月下旬から7月中旬にかけて県内約80校、県外約200校を訪問した【資料4】(別紙3③)。

高校訪問では前年度入試の御礼と指定校推薦依頼文書、大学要覧、入試ガイドブック等の説明を中心に、特に入試の変更点(総合型Ⅱ期の導入、総合型選抜の試験回数、一般選抜学科特化型の追加、青森試験場の追加)について詳しく説明した。仙台市内の主要校については、学長が7校、入試部長が10校を訪問、他県については入試副部長が約30校を訪問し、その他大半は入試広報課員が訪問した。東北以外の地域については入試相談会と併せて北海道、新潟、栃木、茨城の高校約30校を訪問した。後期の高校訪問は例年、前期に比べると少ない校数となるが、一般入試における出願校を中心に、仙台周辺の主要高校への訪問を行った。

本学で開催している大学説明会は、新型コロナウイルス感染症対策のため、2020(令和2)年度、2021(令和3)年度はZOOMを利用したオンラインでの実施となったが、2022(令和4)年度は3年ぶりに対面での実施となり、仙台市内の塾にも案内文を送付した。2023(令和5)年度も同様に実施した。参加者は両年度とも50～60名程度であった。

間接広報として、高校生に入試関連情報を迅速にわかりやすく周知させることをねらいとして、本学ウェブサイトの更新頻度、見やすさ、充実度など、高校生目線での使いやすさを追求し、SNSを用いてオープンキャンパス情報や入試情報の発信に取り組んだ。本学ウェブサイトには、それぞれの学科の特徴を数字であらわしたページを設けたほか、「入学から卒業までのモデルケース」を示すページを作成した。その他、夢ナビ(株式会社フロムページ)動画の候補者の選定、研究室訪問の対応について、募集対象者に即したテーマや専門分野の内容とした。

(2) 新設する組織における取組とその目標

学芸学部英語文化コミュニケーション学科は既設組織と関連が深いため、これまで本学が大学全体として行ってきた取り組みを活用していく。大学全体として新設する組織の学生募集のためのPR活動は、以下の方針と戦略、実施計画・目標に基づいて行う。

ア 方針と戦略

● 新設組織の特徴と魅力の明確化

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の特徴や魅力を明確に伝えることが重要である。これには、優れた教員陣、充実した教育課程、実践的な学習機会、既存学科の卒業生の実績などを積極的にPRする。

● 対象となるターゲットの確定

学芸学部英語文化コミュニケーション学科のターゲットとする受験者層を明確にし、そのニーズや関心事を理解することが重要である。これに基づいて、効果的なPR戦略

を展開する。

- 複数の PR チャンネルの活用

学生募集のためには、多様な PR チャンネルを活用する必要がある。大学のウェブサイトや SNS、オープンキャンパス、進学説明会、学校訪問など、異なる方法を組み合わせて広報活動を展開する。

イ 実施計画・目標

- ウェブサイトの充実

既に、大学のウェブサイトにおいて特設サイトを設け、構想中の学芸学部英語文化コミュニケーション学科に関する情報を詳細に掲載している。教育課程や教員紹介、興味を持つ高校生が必要な情報を簡単に入手できるようにしている。

- SNS の活用

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の公式アカウントを開設し、SNS を通じて高校生に対して情報を発信する予定である。定期的な投稿やキャンペーンの実施を通じて、関心を持った高校生との交流を促進する。

- オープンキャンパス・進学説明会の実施

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の特長や魅力を生徒や保護者に直接伝える機会として、オープンキャンパスや進学説明会を実施する。授業体験やキャンパスツアーを通じて、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の雰囲気や教育内容を実感できるように工夫する。

- 学校訪問の実施

学校訪問を通じて、高校生に直接、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の魅力を伝える予定である。個別の相談や質疑応答の機会を提供し、高校生の疑問や関心に応える。

- 成果の評価と改善

実施した PR 活動の成果を定期的に評価し、改善点を洗い出す。生徒の反応を分析し、次の PR 活動に生かすための改善策を検討する。

以上のように、大学は学芸学部英語文化コミュニケーション学科の設置に伴う学生募集のために、その特徴と魅力の明確化、対象となるターゲットの確定、複数の PR チャンネルの活用などを戦略として進めている。

(3) 当該取組の実績の分析に基づく、新設する組織での入学者の見込み数

学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、優れた教員陣、充実した教育課程、実践的な学習機会、そして卒業生の実績を積極的に PR することで、受験生に対して強い魅力を発信する。このような取り組みにより、学科の認知度と魅力が高まり、安定した入学者数の確保が期待できる。ターゲットとする受験者層を明確にし、そのニーズや関心事を理解することで、効果的な PR 戦略を展開する。特に、英語力とコミュニケーション

ジョン能力を重視する高校生や、国際的なキャリアを目指す高校生をターゲットとしている。このような明確なターゲティングにより、入学者数の見込みを高めることができる。複数の PR チャンネルの活用し、すなわち大学のウェブサイトや SNS、オープンキャンパス、進学説明会、学校訪問など、多様な PR チャンネルを活用して広報活動を展開している。これにより、幅広い受験生にアプローチし、学科の魅力を効果的に伝えることができる。大学の特設ウェブサイトを活用し、教育課程や教員紹介、学生の声などを詳細に掲載することで、興味を持つ高校生が必要な情報を簡単に入手できるようにしている。オープンキャンパス・進学説明会の実施においては授業体験やキャンパスツアーを通じて、学生が学科の雰囲気や教育内容を実感できるようにしている。

これらの取り組みにより、学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、入学定員 70 名に対して安定した入学者数を確保する見込みである。過去の実績からも、これらの戦略と計画が効果的であることが証明されており、学芸学部英語文化コミュニケーション学科でも同様の成果が期待できる。

2 競合校の状況分析

(1) 競合校の選定理由と新設する組織との比較分析、優位性

新設する学芸学部英語文化コミュニケーション学科の競合校は、東北学院大学文学部英文学科、東北大学文学部人文社会学科（英文学、英語学）、山形大学人文社会科学部人文社会学科グローバル・スタディーズコースである。

以下、競合他大学に対して本学が優位性を有する理由を記す。

● 競合校の選定理由

東北学院大学 文学部 英文学科

所在地：宮城県仙台市青葉区土樋一丁目 3-1 入学定員 150 名

宮城県内に所在し、英語関連学科を持つ大学である。学問分野が類似しており、同じ地域で学生募集を行っているため、競合校として適切である。

東北大学文学部人文社会学科（英文学、英語学）

所在地：宮城県仙台市青葉区川内 27-1 入学定員 210 名

東北地区で最も規模の大きい大学の一つであり、学問分野の類似性と高い学力層を持つため、競合校として選定する。

山形大学人文社会科学部人文社会科学科グローバル・スタディーズコース

所在地：山形県山形市小白川町 1 丁目 4-12 入学定員 45 名

本学の通学圏内にある山形県に所在し、英語等の外国語の高い運用能力を基本に、国際社会に関する人文科学・社会科学の専門知識を学ぶ大学である。学問分野が類似しており、同じ地域で学生募集を行っているため、競合校として適切である。

● 競合校との比較分析

教育内容：東北学院大学文学部英文学科では英語運用能力を高めるための多くの英語

専門科目が体系的に配置されており、英米文学や英語学を通じてことばと人間について深く学ぶことができる。東北大学文学部人文社会学科（英文学、英語学）：英文学では、英語で書かれた文学作品を幅広く学び、古英語文学から現代のアメリカやアフリカの文学まで多岐にわたる。講義は小説、詩、演劇などのジャンルを扱い、文学作品を通じて豊かな想像力と深い文化理解を育むことを目指している。英語学では、現代言語学の観点から英語の様々な側面を研究し、英語力を高めるための教育課程が充実している。

山形大学人文社会科学部グローバル・スタディーズコースでは、英語を中心に多言語教育を行い、国際社会で活躍できる人材を育成している。英語ともう1つの外国語（中国語、ドイツ語、フランス語、ロシア語など）を学び、高い言語運用能力を養うことを目的とし、英語を中心に多文化理解と国際経験を重視した教育を提供している。

新設する学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、競合校と比較して、実践的な英語力とコミュニケーション能力に加え、メディアリテラシーや情報発信能力を重視している点が大きな特徴である。また、言語文化とメディア文化を幅広く学ぶことで、地域社会や国際社会に貢献できる人材を育成する点でも独自性がある。競合校が文学や言語学の専門性、あるいは多言語教育に重点を置いているのに対し、本学科は現代社会のニーズに応える実践的な教育を提供する点で差別化されている。

ア 入学者選抜

東北学院大学文学部英文学科では一般入試、推薦入試、A0入試など多様な入試制度を導入している。東北大学文学部人文社会学科では一般入試を中心に、推薦入試やA0入試も実施している。山形大学人文社会科学部人文社会学科では一般入試、推薦入試、A0入試など多様な入試制度を導入している。

新設する学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、受験生の多様なニーズに応えるために、一般入試、推薦入試、A0入試、大学入学共通テスト利用選抜など、柔軟で多様な入試制度を導入する予定である。これにより、受験生にとって選択肢が広がり、受験の利便性が高まる。一般入試では、本学の入学手続きの締切は競合校よりも早い。入学手続きの締切を早めに設定することにより、大学生活への移行をスムーズに行うことができる。一般選抜の入試日程における本学の優位性は以下の通りである。入学手続きの締切が早いことは、学生にとって入学が確定するまでの時間を短縮することにつながる。他の競合校よりも早く入学手続きを完了させることで、学生は早い段階で進学計画を立てることができる。入学手続きが早いと、学生は入学に必要な準備をより早く始めることができる。例えば、住居の手配や奨学金の申請など、学生生活に必要な手続きに余裕を持って計画的に進めることができる。これにより、入学前に必要な準備を充分に行うことができ、スムーズな進学を実現することができる。入学手続きが早いことは、入学後の優位性にもつながる。早く入学手続きを完了させた学生は、早めに授業やキャンパス活動に参加する準備を進めることができる。また、早期に学内のサービスやリソースにアクセスできるため、学生生活の充実度や学習環境の向上にも寄与する。

イ 学生納付金、奨学制度などの修学支援の内容

東北学院大学文学部英文学科では、授業料は年間約 78 万円で、奨学金制度も充実している。東北大学文学部人文社会学科では、学費は年間約 54 万円で、国立大学としての奨学金制度が充実している。山形大学人文社会科学部人文社会科学科では、学費は年間約 54 万円で、奨学金制度も充実している。

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の優位性は競合校と比較して、本学独自の充実した奨学金制度や修学支援を提供し、経済的負担を軽減している点である。特に、経済的に困難な状況にある学生に対しても、学業に専念できるよう支援する体制が整っている。宮城学院女子大学の奨学金制度には、学生の経済的負担を軽減し、学業に専念できるようにするための多様な支援が整っている。具体的には、「宮城学院奨学会奨学金」や「宮城学院女子大学奨学金」などがあり、これらは返還不要の奨学金である。学業成績が優秀な学生には、「宮城学院学業特待奨学金」が提供されている。この奨学金は、大学入学共通テストの成績や総合型選抜・学校推薦型選抜の成績に基づいて支給され、学生の学業努力を奨励する。「宮城学院同窓会奨学金」は、同窓会が提供する給付型奨学金で、特に経済的に困難な状況にある学生を支援している。この奨学金は、全学科・全学年を対象としており、困窮度に応じて支給される。本学は、国際的な視野を広げるために「留学奨学金」も提供している。これにより、海外での学びを希望する学生が経済的な不安を軽減し、積極的に留学に挑戦できる環境を整えている。また、経済支援を目的とした奨学金以外にも、学生に対して日々の努力を賞賛することを目的として給付する奨学金も用意している。「宮城学院女子大学博英賞（星澤英子奨学金）」は、各学科において 3 年次時点の通算 GPA 第 1 位の学生に対して、給付奨学金を支給している。

これらの奨学金制度により、学生の経済的負担を軽減し、学業に専念できる環境を提供している。

ウ 就職支援

東北学院大学文学部英文学科ではキャリアセンターを通じて、就職活動の支援やインターンシップの紹介を行っている。東北大学文学部人文社会学科ではキャリア支援センターを通じて、就職活動の支援やインターンシップの紹介を行っている。山形大学人文社会科学部人文社会科学科ではキャリアサポートセンターを通じて、就職活動の支援やインターンシップの紹介を行っている。

本学では、キャリア支援に力を入れており、インターンシップや企業連携プログラムを通じて実践的な経験を積む機会を提供している。また、地域企業との連携を強化し、地元での就職支援も充実している。具体的には、キャリア支援課では、全学年を対象に通年でキャリア相談を実施している。対面およびオンラインでの面談が可能であり、履歴書の添削や面接練習、進路の悩み相談など、個別の学生のニーズに応じたサポートを

提供している。正課教育科目として「キャリアデザイン」を設けており、1年次から2年次まで必修科目として履修する。この科目では、学生が自らの将来像を描き、社会で活躍するための実践力を養うことを目的としている。様々な分野で活躍する女性をゲストに招き、キャリアアップセミナーを開催している。起業家や教員、公務員など、多様な職業のゲストから直接話を聞くことで、学生は自身のキャリア形成に役立つ知識や視点を得ることができる。卒業生を招いての「OG との集いカフェ」では、小グループでの対話を通じて、仕事のやりがいや苦勞など、リアルな経験談を聞くことができる。これにより、学生は将来の働く姿を具体的にイメージすることができる。学内での企業研究セミナーを開催し、企業の採用担当者やOGを招いて、業界や企業の役割、求められるスキルについて学ぶ機会を提供している。これにより、学生は就職活動に必要な情報を得ることができる。3年生および大学院1年生を対象に、進路ガイダンスや就職活動準備講座を実施している。自己分析や企業研究の方法、インターンシップの活用など、就職活動に必要なスキルを身につけるための支援を行っている。また、内定を得た4年生が後輩の就活サポーターとなるジュニアアドバイザー制度を導入している。先輩から直接アドバイスを受けることで、後輩は具体的な就職活動の進め方を学ぶことができる。本学の卒業生は、金融機関、製造業、サービス業、公務員など、多岐にわたる分野で活躍している。これらの支援により、本学は学生のキャリア形成を強力にサポートし、卒業後の多様な進路選択を可能にしている。

エ 取得できる資格

東北学院大学文学部英文学科では、教育職員免許状（小学校一種、中学校一種：英語、高等学校一種：英語）、学芸員、図書館司書、学校図書館司書教諭、社会教育主事、社会教育士などが取得できる。東北大学文学部人文社会学科では、教育職員免許状、日本語教育教員、学芸員、社会調査士などが取得できる。山形大学人文社会科学部人文社会科学科グローバル・スタディーズコースでは、教育職員免許状、学芸員、図書館司書、社会教育主事などが取得できる。

学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、英語関連の資格取得支援が充実しており、競合校と比較して多様な資格取得が可能である。

具体的には、中学校教諭一種免許状（英語）、高等学校教諭一種免許状（英語）、のほか、学科の卒業要件単位外として所定の単位を修得することで、司書教諭、司書、学校司書、学芸員（届出予定）の取得が可能である。

資格取得を通じて、学生は専門知識と実践力を高め、卒業後のキャリアにおいて幅広い選択肢を持つことができる。

(2) 競合校の入学志願動向

競合校の入学志願状況について、競合校の過去3年間の入学志願状況（志願者数、受験者数、合格者数、入学者数、入学定員充足率）を収集し、学芸学部英語文化コミュニ

ケーション学科の入学定員が充足することを説明する。以下に、競合校の具体的なデータを示す。

競合校の入学志願状況

東北学院大学 文学部 英文学科 入学定員 148 名(令和 4 年度は 178 名)

志願者数：令和 4 年度 689 名、令和 5 年度 675 名、令和 6 年度 675 名
受験者数：令和 4 年度 663 名、令和 5 年度 651 名、令和 6 年度 661 名
合格者数：令和 4 年度 473 名、令和 5 年度 453 名、令和 6 年度 568 名
入学者数：令和 4 年度 183 名、令和 5 年度 157 名、令和 6 年度 181 名
入学定員充足率：令和 4 年度 103%、令和 5 年度 106%、令和 6 年度 122%

東北大学 文学部 人文社会学科 入学定員 210 名

志願者数：令和 4 年度 579 名、令和 5 年度 534 名、令和 6 年度 527 名
受験者数：令和 4 年度 480 名、令和 5 年度 397 名、令和 6 年度 398 名
合格者数：令和 4 年度 226 名、令和 5 年度 231 名、令和 6 年度 222 名
入学者数：令和 4 年度 217 名、令和 5 年度 228 名、令和 6 年度 220 名
入学定員充足率：令和 4 年度 103%、令和 5 年度 108%、令和 6 年度 105%

山形大学 人文社会科学部 人文社会科学科グローバル・スタディーズコース

入学定員 45 名

志願者数：令和 4 年度 104 名、令和 5 年度 114 名、令和 6 年度 115 名
受験者数：令和 4 年度 95 名、令和 5 年度 98 名、令和 6 年度 98 名
合格者数：令和 4 年度 48 名、令和 5 年度 49 名、令和 6 年度 49 名
入学者数：令和 4 年度 43 名、令和 5 年度 46 名、令和 6 年度 48 名
入学定員充足率：令和 4 年度 96%、令和 5 年度 102%、令和 6 年度 107%

競合校の入学定員が安定して充足していることが確認できる。本学学芸学部英語文化コミュニケーション学科は、英語教育の需要の高まりにより、入学定員の確保が見込まれる。

(3) 学生納付金等の金額設定の理由

学生納付金については、大学の経営に係る財務的な視点と学生納付金の学生への還元など受益者に対する説明責任の観点を重視しつつ、大学の将来の発展を目的とする施設・設備の充実を考慮するとともに、近隣他大学の類似学部学科における学生納付金の設定状況を勘案したうえで、完成年度に収支の均衡が図れることを前提に教育研究経費比率や経営経費依存率を見据え、本学部学科の運営上における人件費及び教育研究や管理運営に係る経常経費等の財務予測による実質的な採算分岐点にもとづき設定してい

る。

具体的には、英語文化コミュニケーション学科の完成年度における消費支出のうち、人件費 70,150 千円×4 年 (280,600 千円)、教育研究経費 103,454 千円、管理経費 10,595 千円の合計が 394,649 千円と算出されることから、この経費合計額 394,649 千円に相当する額を学生定員 70 人 (70 人×4 学年) で逆算すると、学生 1 人あたり 1,409 千円となる。

近隣他大学の類似学部学科 3 校の学生納付金 (入学金除く総額) の平均値は下表のとおり 703,700 円となっている。

表 1 近隣他大学の類似学部学科 3 校の学生納付金 (入学金除く)

大学 学部 学科	学生納付金
東北学院大学文学部英文学科	1,039,500 円
東北大学文学部人文社会学科	535,800 円
山形大学人文社会学部人文社会科学科 グローバルスタディーズコース	535,800 円
平 均	703,700 円

以上のように、具体的な学生納付金の設定にあたっては収支均衡、対外的な競争力、一般的な平均水準等について総合的に勘案した結果として、英語文化コミュニケーション学科は学生 1 人あたり年間 106,120 円として設定した。内訳は、授業料 780,000 円、実習料 34,000 円、施設設備資金 220,000 円、その他 27,000 円としている。

競合校の初年度の学生納付金は以下のとおりである。

東北学院大学 文学部 英文学科

初年度納付金：1,309,500 円 (入学金含む)

東北大学 文学部 人文社会学科

初年度納付金：817,800 円 (入学金 282,000 円、授業料 535,800 円)

山形大学 人文社会科学部グローバル・スタディーズコース

初年度納付金：817,800 円 (入学金 282,000 円、授業料 535,800 円)

宮城学院女子大学学芸学部英語文化コミュニケーション学科の初年度納付金は 1,301,210 円 (入学金含む) であり、競合校と比較して中間の価格帯に位置している。特に、私立大学である東北学院大学と比べると、低めの設定である。東北学院大学の初年度納付金は 1,309,500 円であり、宮城学院女子大学よりも高い。東北大学および山形大学の初年度納付金は 817,800 円であり、国立大学として低い学費設定となっている。これは、国立大学の特性上、学費が抑えられているためである。宮城学院女子大学の英語文化コミュニケーション学科は、競合校と比較して中間の価格帯に位置しており、特

に私立大学の中では比較的経済的な選択肢となっている。また、充実した奨学金制度や修学支援があるため、経済的負担を軽減しつつ質の高い教育を受けることができる点が優位性として挙げられる。

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

学芸学部英語文化コミュニケーション学科における学生確保の見通しを測定するために、本学の周辺エリアに所在する高校を対象に受験意向と入学意向の調査を行った。

当初計画では、英語文化コミュニケーション学科と同時に観光ビジネス学科（仮称）の設置を想定していたことからアンケート調査は 2 学科を対象とした調査として実施した。

(1) 調査概要

本調査は、宮城学院女子大学が新設を計画している学芸学部英語文化コミュニケーション学科に関する学生確保のためのアンケート調査である。調査は令和 6 年 6 月から 9 月にかけて実施され、主にオープンキャンパスや進学相談会に参加した高校の 2 年生を対象とした。また、宮城学院女子大学既設組織への受験実績、進学実績がある高校の 2 年生（女子のみ）を調査対象として、調査対象校に事前に調査協力を依頼し、応諾を得た対象校へリーフレット【資料 5】と調査票【資料 6】を送付し、ホームルームなど教室で配布・回収する「高校留置調査」を実施した。調査対象校は 122 校であり、合計 21,757 件のリーフレットと調査票が配布された。

回答のあった高校は 102 校、有効回答数は 8,408 件であり、調査の目的は高校生の大学進学意向を把握することである。特に、学芸学部英語文化コミュニケーション学科に対する受験意向と入学意向についてのデータが収集され、第一志望、第二志望、第三志望以降の受験意向が分析された調査結果は、今後の学生確保戦略及び新設学科の魅力を高めるための重要な指標となることが期待される。

表 2 受験意向・入学意向アンケート調査概要

	オープンキャンパス・進学相談会での 対面調査(附属高校)	オープンキャンパス・進学相談会での 対面調査(附属高校以外)	高校留置調査 (附属高校以外)
調査方法	オープンキャンパスや進学相談会にて、リーフレットと調査票を配布し、新学科に関する説明のうえで、対面にて回答。	オープンキャンパスや進学相談会にて、リーフレットと調査票を配布し、新学科に関する説明のうえで、対面にて回答。	調査対象校に事前に調査協力を依頼し、応諾を得た対象校へリーフレットと調査票を送付。ホームルームなど教室で配布・回収。
調査対象	オープンキャンパスや進学相談会に参加した宮城学院高校の2年生	オープンキャンパスや進学相談会に参加した高校の2年生	宮城学院女子大学新設組織への受験実績、進学実績がある高校の2年生(女子のみ)
調査回答高校	別添資料を参照のこと		
調査期間	2024年6月23日(日)	2024年6月～9月 計5回	2024年6月25日(火)～ 2024年9月2日(月)
配布数			122校／ 21,757件
有効回答数 (有効回答率)	101件	103件 ※男子・重複回答者を除く	102校／ 8,408件 (38.6%) ※男子・重複回答者を除く

(2) 調査結果 受験意向者数

学芸学部英語文化コミュニケーション学科に関する調査結果は以下の通りである。この学科への受験意向者数は 479 人で、第一志望としての受験意向者数は、94 人であった。高校卒業後に大学進学を希望する 5,918 人の中で、私立大学を希望する者は 3,500 人であり、その中学芸学部英語文化コミュニケーション学科に関連する「文学関係」や「人文科学その他関係」の分野に興味を持つ者は 842 人であった。

受験意向については、「第一志望として受験する」と回答した者が 94 人であった。また、第二志望として受験すると回答した者は 110 人、第三志望以降として受験すると回答した者は 275 人であった（【資料 7】「高校生の入学意向調査結果報告書」）。

(3) 調査結果 入学意向者数

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の第一志望として受験する 94 人のうち、入学意向者数は、71 人であった。第二志望として受験し、「志望順位が上位の他の志望校が不合格の場合に入学する」と回答した者は 79 人、第三志望以降として受験し、「志望順位が上位の他の志望校が不合格の場合に入学する」と回答した者は 230 人であった。このように、学芸学部英語文化コミュニケーション学科への入学意向者数は、入学定員 70 名を満たしており、学科の学生確保の見通しを示す重要なデータとなっている。

表3 入学意向まとめ

全体	大学希望 (※1)	私立希望	関連分野 希望 (※2)	受験意向者			入学意向者 (※3)		入学定員
					構成比		構成比		
8,612人	5,918人 (68.7%)	3,500人 (40.6%)	842人 (9.8%)	第一志望として 受験する	94人	19.6%	71人	18.7%	70名
				第二志望として 受験する	110人	23.0%	79人	20.8%	
				第三志望以降として 受験する	275人	57.4%	230人	60.5%	
				受験意向あり	479人 (5.6%)	100.0%	380人 (4.4%)	100.0%	

5 人材需要に関するアンケート調査等

学芸学部英語文化コミュニケーション学科における人材需要の見通しを測定するために、本学卒業生の採用実績のある企業を対象に卒業生の採用意向の調査を行った。

(1) 調査概要

令和6年8月2日から令和6年9月17日の期間を調査期間とした。調査対象は宮城学院女子大学の既設学科（学芸学部英文化学科）卒業生の採用実績がある企業とした。既設学科の卒業生を採用した実績がある企業は本学の教育内容や卒業生の能力を評価しており、本学に対する理解や信頼が深いことから、学芸学部英語文化コミュニケーション学科に対する採用意向についても信頼性の高い回答が得られると判断したためである。さらに、採用実績企業の多くは、既設学科の卒業生が活躍している企業・業種（例：国際業務、教育、サービス業等）と一定の関連性があり、既存の採用実績企業からの回答は学芸学部英語文化コミュニケーション学科の人材需要を推測する上で十分な妥当性を持つ。加えて、既に本学卒業生を採用している企業は、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の卒業生に対しても採用意欲を持つ可能性が高く、調査結果が実際の採用活動に反映されやすいことから、既設学科の採用実績企業を調査対象としたことは、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の人材需要を測る上で合理的かつ妥当であると考えられる。

調査方法は、調査対象の企業・団体の人事・採用担当者にリーフレット【資料5】と調査票【資料8】を送付し、郵送で回収した。配布数は450社、有効回答数は164社（有効回答率36.4%）であった。

表 4 卒業生の採用意向をアンケート調査概要

調査方法	調査対象の企業・団体の人事・採用担当者に調査票を送付し、郵送で回収。
調査対象	宮城学院女子大学の卒業生の採用実績がある企業
調査回答企業等	別添資料を参照のこと
調査期間	2024年8月2日(金)～2024年9月17日(火)
配布数	450社
有効回答数	164社(有効回答率 36.4%)
調査機関	株式会社アンド・ディ
報告書作成	株式会社リクルート、株式会社アンド・ディ

(2) 調査結果 採用意向

大学新卒採用予定有りと回答した 160 社 (97.6%) に対して、学芸学部英語文化コミュニケーション学科の卒業生の採用意向を尋ねたところ、「採用対象となる」90 社、「おそらく採用対象となる」26 社、「採用対象として検討してもよい」30 社であり、採用意向有りの企業等は 146 社 (89.0%) となった。採用意向人数は 262 人であった。以上のとおり、卒業生の採用意向人数は、入学定員 70 名を上回っている。

表 5 採用意向まとめ

集計軸	回答 企業数	大学新卒 採用予定 あり (※1)	卒業生の採用意向			採用意向 あり・計	採用意向 人数合計 (※2)
			採用対象 になる	おそらく 採用対象 になる	採用対象 として検討 してもよい		
全体	164社	160社 97.6%	90社 54.9%	26社 15.9%	30社 18.3%	146社 89.0%	262人

(3) 調査結果 採用意向企業の特徴

採用意向企業等の主業種は、「卸売り・小売業」が最も多く、30 社を超える。次で「その他サービス」が 20 社以上、「建設業」「製造業」「情報・通信業」「金融業、保険業」などが 10 以上と幅が広い。採用意向企業等の所在地は、いずれの学科でも「宮城県」が約半数を占め、次いで「東京都」が多い。従業員規模は、50 人未満から 3000 人以上まで幅広く分布している。いずれの学科でも、3000 人以上の規模の企業で 20%以上が採用意向を示した。

学芸学部英語文化コミュニケーション学科の卒業生を採用する企業は、主に国際的なビジネスを展開している企業や外資系企業である。学芸学部英語文化コミュニケーション学科の卒業生の採用意向のある企業では、採用したい人材に求める専門分野として、「メディアリテラシー」(32.3%) が最も高く、次いで「グローバルコミュニケーション」(28.3%) が高い。メディアリテラシーを持ち、英語力だけでなく、異文化コミュ

コミュニケーション能力やチームワークを重視し、グローバルな視点を持つ人材を求めている。また、マーケティング、営業、教育関連の職種において、実践的な英語スキルやプレゼンテーション能力が特に評価される傾向にある。具体的には、教育、マーケティング、営業、観光、IT 関連の業種が多い。企業が求める卒業生のスキルや能力には、まず高いコミュニケーション能力が挙げられる。次に、データ分析や問題解決能力、チームワークを重視し、実務経験や専門知識も求める傾向にある。また、特にデジタルスキルや異文化理解を重要視し、グローバルな視点を持つ人材を求めている（【資料 9】「企業等への採用意向調査結果報告書」）。

IV 新設組織の入学定員の設定理由

宮城学院女子大学は、地域に根ざした教育機関として、長年にわたり質の高い教育を提供してきた。特に、英語教育においては、実践的な英語力とコミュニケーション能力を重視し、多くの優秀な卒業生を輩出している。しかし、現代のグローバル社会において、さらに高度な英語力とメディアリテラシーを持つ人材の育成が求められている。

新設組織の入学定員設定の合理性

(1) 教育内容と方法の優位性

新設する英語文化コミュニケーション学科は、実践重視の教育課程を提供し、現代社会で必要とされる英語力とコミュニケーション能力、メディアを使った情報発信能力を養成する。これにより、学生は実社会で即戦力として活躍できるスキルを身につけることができる。

(2) 競合校との比較

競合校として選定した東北学院大学、東北大学、山形大学のいずれも、英語関連学科を持ち、新設組織と同地域での学生募集を行っている。これらの大学と比較しても、新設組織は実践的な教育内容と多様な入試制度、充実した奨学金制度や修学支援、強力な就職支援を提供する点で優位性がある。

(3) 入学志願動向

競合校の入学志願状況を分析すると、いずれの大学も入学定員充足率が高く、安定した入学者数を確保している。新設する英語文化コミュニケーション学科も、同様に高い入学定員充足率を維持することが見込まれる。

(4) 入学定員設定の合理性

新設学科の入学定員は 70 名と設定している。この入学定員は、競合校の入学定員規模と比較しても適切であり、地域の需要に応えるための合理的な設定である。特に、実践的な教育内容と充実した支援体制により、安定した入学者数を確保することが可能と見込まれる。

このように、宮城学院女子大学の現状や課題を踏まえた上で、新設する学芸学部英語

文化コミュニケーション学科は合理的であり、地域の需要に応えるための適切なものであると考えられる。