

学生確保の見通し等を記載した書類

(1) 新設組織の概要	2
(2) 人材需要の社会的な動向等	2
(3) 学生確保の見通し	4
(4) 新設組織の定員設定の理由	12

(1) 新設組織の概要

①新設組織の概要

AI ライフデザイン学部は、同名学科からなる 1 学部 1 学科の体制となる。入学定員は 80 名で収容定員は 320 名とする。定員規模については、【資料 1】のとおり、政府主導によるデジタル人材の育成・確保および需要状況と、本学部が目標とする教育を行う上で必要と思われる教員体制とを勘案し設定した。大学の収容定員についてもそれに伴い増とし、別途設置認可で申請している。

新設組織	入学定員	収容定員	所在地（教育研究を行うキャンパス）
和洋女子大学 AI ライフデザイン学部 AI ライフデザイン学科	80	320	千葉県市川市国府台 2-3-1

・開設年度：令和 8（2026）年 4 月 1 日

・基幹教員数：13 名（うち教授 8 名）

・納入金（学費）：初年度 1,478,900 円、2 年次以降 1,201,600 円

②新設組織の特色

まず現在、企業が求める人材は専門的なデータサイエンティストよりも、総合職として幅広い部署で DX 化推進や業務効率化ができる人材であることが【資料 2】から分かる。また、マイナビ進学総合研究所が高校生対象に行った【資料 3】においても、「データサイエンス」に関する学びについては、全体で 68.2%（女性のみ 80.5%）が、興味がない（あまり興味がない＋全く興味がない＋単語を知らない）と回答し、一方で「AI」に関する学びについては、全体で 47.7%（女性のみ 53.6%）に留まり、データサイエンスよりも AI を使用した学びに関心があることが分かる。そのため、本学部を志願する学生層とも合致するよう、データサイエンスは入門的な科目に留め、AI リテラシーレベルから応用基礎レベルまで取得させ、デジタルツールでデータを利活用し分析することで課題点解決の提案ができ、様々な分野で地域社会および企業等で DX 改善に取り組んでいけるデジタル人材育成を目的とした学部学科を設置する。また、既設学部との学問領域を横断した開講科目の設定により、幅広い分野において学べる教育環境の構築に加え、基幹教員以外の既設学部教員の協力を得て人件費を削減している。

(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

本学部が将来にわたり教育研究活動を更に推進し、デジタル人材に係る社会的な需要を踏まえつつ、私立大学としての安定的な財務基盤を築きながら、十分な学生確保が可能であるのか、公的調査と本学への進学状況から分析した。特に、18 歳人口の推移を鑑み、千葉県と周辺の年齢別人口の動向、高等学校の在籍者数、大学進学等の状況、近隣大学で開設されたデータサイエンス学部および情報系学部の入学志願状況と定員充足率を踏まえ、データを比較分析した。また、外部委託（株式会社高等教育総合研究所）による千葉県を中心とする高校生に対する進学需要調査、千

千葉県を中心とする企業等に対する採用意向調査を行い、その結果、他大学との競合はあるが、学生確保の余地があり、当該学部・学科の学生確保が可能であると判断した。

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

国立社会保障・人口問題研究所の【資料4】によれば、令和2（2020）年以後の全国総人口は減少傾向となるが、本学の主な出願者エリアである南関東（東京とその周辺県）では、全国の総人口に占める割合は、2025年30%、2030年30.7%、2035年31.4%とそれ以降も上昇傾向にあると推計されており、地方のような大幅な人口減はないと予測できる。2040年になると東京都が減少に転じるため影響はあるが、それまでは緩やかな下降となる見込みである。同様に南関東においても、18歳人口に限定した人口予測でも、2025年144,784名、2030年141,776名、2035年136,813名と緩やかな下降となる見込みである。0歳～14歳人口では、千葉県では2025年678,236名、2030年630,911名、2035年608,328名と減少するが、本学近隣の主要都市（千葉市・船橋市・市川市・松戸市・浦安市・習志野市）では、2025年323,782名、2030年304,199名、2035年297,338名と比較的に緩やかな下降になる見込みであり、入学定員確保については問題がないと判断した。

③新設組織の主な学生募集地域【資料5】

本学の出願者については、上記②で述べたとおり、主に千葉県を中心とした首都圏（東京都・埼玉県・茨城県）で構成されている【資料6】。千葉県内の出願者は、2022年59.0%、2023年61.0%、2024年61.6%、次いで東京都で2022年20.5%、2023年18.8%、2024年17.1%、次いで埼玉県と茨城県が例年10%程となっている。これら地域を主とし、高大連携の協定校【資料7】や本学併設2校、これまで本学に進学実績のある地方の高校等に学生募集となる広報活動を仕掛けていく。

④既設組織の定員充足の状況【資料8】

本学の既設学部学科の2024年5月1日現在の定員充足状況は以下のとおりである。なお、2018（平成30）年4月から学群を学部、学類を学科に名称変更しているため、学群所属学生は学部、学類所属学生は学科に含めている。（入学者数／収容定員（充足率））

◆文学関係、教育学・保育学関係

人文			国際	
938名*／960名（97.7%）			327名／480名（68.1%）	
日文	心理	こども	英語	国際
426名／440名（96.8%）	277名／240名（115.4%）	232名／280名（82.9%）	153名／240名（63.7%）	174名／240名（72.5%）*

*2020年度改組以前の人文学部国際学科の学生3名含

◆家政関係、保健衛生学関係（看護学関係）

家政			看護
937 名／1,160 名（80.7%）			407 名／400 名 （101.8%）
服飾	健康	家福	
179 名／240 名 （74.6%）	504 名／480 名 （105%）	254 名／440 名 （57.7%）	

収容定員を満たしていない学部は 3 学部 6 学科となり、カリキュラム改訂を行い、新学部と並行して広報活動を強化していく。特に、収容定員を 7 割切る国際学部については、COVID-19 禍によるアウトバウンド需要が低下し、さらに海外留学等への不安が尾を引いていたため、志願者数が減っていたが、インバウンド需要の急増により、競合校である実践女子大学では 2024 年 4 月から新規開設し志願者が入学定員の 2 倍以上あることや、【資料 9】による主な学部別の志願者・入学者動向（R5 と R6 の比較）では、国際学部は 3,933 名志願者数が増えており、国際学分野に学生の関心がまた高まっていると判断し、英語コミュニケーション学科と国際学科の定員を各 10 名減することに留め、この商機を逃さず学生確保に努めたい。日本文学文化学科については、社会情勢を鑑み安定的に入学者数を確保できるように、定員数を 10 名減とした。心理学科については、【資料 10】に記載のとおり、併設校からの要望の増や、ここ数年の入学者の推移を考慮すると今後も入学者確保が可能であると判断し、定員 10 名増とした。家政学部については、健康栄養学科の志願者数が大きいため、学部として収容定員の 7 割を切ることはない。しかし、直近 5 年間の充足率は服飾造形学科で平均 85%、令和 2 年度の 128%から令和 6 年度には 73%まで低下、家政福祉学科で平均 67%、令和 2 年度の 105%から令和 6 年度には 55%まで低下している。そこで、家政福祉学科と服飾造形学科では令和 8 年 4 月に学生募集を停止し、魅力あるカリキュラム等に改定した生活環境学科を設置構想し、さらなる学生確保に取り組んでいく。

（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

ア 既設組織における取組とその目標【資料 11】

既存組織では、入試・広報センター事務室、高大連携支援室、各学科の専任教員が連携・協力し、学生確保に向けた取り組みを実施してきた。取り組み及び実績は以下の通りである。

1）高校訪問・出張講義

本学の入試・広報センター事務室と高大連携支援室が中心となり、2024 年度の高校訪問数は 271 校、訪問エリアは、千葉県 156 件(57.5%)、東京 58 件(21.4%)、茨城県 33 件(12%)、埼玉県 23 件(8%)、岩手県 1 件(0.3%)であった。訪問件数は、2022 年度 477 件、2023 年度 438 件、2024 年度は 270 件である。2024 年度の訪問体制は 12 名で実施している。2025 年度は、訪問要員を 2 名増員の上、訪問件数を 377 件とする目標計画を立てている。本学の高校

からの出張講義依頼を以下に示す。2022 年から積極的に協力し、出張先高校数と参加者人数は過去 2 年間より増加している。2025 年度も積極的に出張講義を行い、今年度と同数以上の実施を目指す。

入試年度	出張先高校数	総参加者数
2022	33	1,181
2023	30	524
2024	56	1,952

2) 高大連携

本学では、本学と高校が高大連携事業および高大接続教育の充実・発展を図り、双方の教育内容と学生・生徒の資質の向上に寄与することを目的に、2019 年に千葉県と東京都の近隣高校 18 校と高大接続教育推進協議会を立ち上げた。2023 年度には、高大接続教育推進協議会を構成する高校は 31 校（29 校の高校及び本学併設高校 2 校）になり、毎年本学を会場に、校長対象の協議会と「総合的な探究の時間」等の中核を担っている教員対象の研修会を開催している。協議会には和洋女子大学の教員も多く参加し、高校と大学が活発に交流している。29 校のうち、本学と高大連携に関する協定を締結した高校は 2024 年 12 月現在 27 校であり、内訳は千葉県内の高校 20 校、東京都内の高校 5 校と本学の併設高校（2 校）である。千葉県内の高校 4 校はオブザーバー校となっており、協定は締結していないが、高大接続のイベントを案内している。本学は高大連携事業を通して、高校生が大学レベルの教育や研究に触れることで意欲や能力を高める取り組みを実施してきている。協定締結校からの服飾造形学科と家政福祉学科への入学者は、2022 年 14 名、2023 年 15 名、2024 年 7 名と 2024 年は減少しているが、一定の入学実績を残している。2025 年度の目標として、協定校 2 校との協定締結を目指しており、既に協議が進行中である（2025 年 3 月現在）。

3) 大学案内や学生募集の資料請求数及び郵送数

大学案内や資料請求、DM 等の郵送数を以下に示す。下表のとおり、両学科に対する大学案内やオープンキャンパス、探求講座の案内資料の請求者数や、資料・DM 等の郵送数は、年々増加している。また、資料請求者やオープンキャンパスへの来場者が入学した割合は 90%前後となり、資料請求者およびオープンキャンパスの来場者の確保が入学者の確保に重要であることが示唆される。

年度	大学案内等の請求数と郵送数		資料請求に対する入学者数		
	資料請求者数	資料・DM 等の郵送数	資料請求等から入学した人数	全入学者数	入学率
2021	15,683	104,613	652	667	98%
2022	15,007	106,119	553	637	87%
2023	21,519	99,372	595	633	94%

※資料請求等にはオープンキャンパスへの来場者が含まれている。

4) オープンキャンパスの開催

直近 3 年間と 2024 年度のオープンキャンパスの動員数は以下に示す通りである。2022 年度から開催回数を増加し、動員数は 2022 年に約 2,300 と増加したが、2023 年には約 2,200 と僅かに減少した。2024 年度は開催途中であるが、9 回が終了した時点で約 2,300 名を動員している。過去 3 年間と比較して動員数はさらに増加する可能性が高い。オープンキャンパスの動員数には、参加者の学年に変化が見られている。2023 年度と比較すると、2024 年度は 3 年生の参加が減少し、1 年生と 2 年生の参加が増加している。特に 2 年生の増加が顕著であり、志望校を早期に決定する傾向にあることが考えられる。オープンキャンパス情報の早期公開や、説明内容や模擬授業の印象度向上、高校 3 年生に照準を合わせて入試制度の説明を詳細に行なう等の取組により、目標達成を目指す。

年度	開催回数	動員数（延べ人数）
2021	8 回	1,948
2022	10 回	2,383
2023	10 回	2,259
2024	9 回終了/11 回	2,296

※2024 年度は 11 回開催予定の内、9 回が終了した時点での動員数

5) 探求講座の開催

本学で高校生を対象に開催している探求講座の参加申込数と申込者が入学した割合を以下に示す。申込者の入学率は増加しており、2023 年度は入学者の 33%を占めていた。探究講座は各学科に関する専門分野の講座が本学を会場として開催されており、学内の設備を使用し大学の研究や教育に触れる機会が入学率の増加に関連していると考えられる。

年度	参加申込数	申込者の入学者数	全入学者数	入学率
2022	230	148	637	23%
2023	280	210	633	33%

6) 進学相談会・大学進学ガイダンスへの参加、入試説明会の開催

進学ガイダンス、相談会および学内見学会に関する直近 3 年間の実績を以下に示す。2022 年から 2024 年にかけて進学ガイダンスと進学相談会は会場数を増加させ、参加者数も増加している。見学会の欄では本学が開催した学内見学会の実施回数(希望者に対して随時実施したものも含む)と参加者数を示しており、2023 年、2024 年では、2022 年より参加者数が 4 倍以上に増加している。本学では進学ガイダンス、相談会および学内見学会に意欲的に取り組んでおり、参加者数の合計は、2022 年 1,485 名、2023 年 1,761 名、2024 年 11 月現在 1,885 名と増加している。

	進学ガイダンス		進学相談会		見学会	
入試年度	会場数	参加者数	会場数	参加者数	実施回数	参加者数
2022	166	1,086	36	371	2	28
2023	197	1,302	33	292	12	167
2024	187	1,425	40	338	5	122

上記数値のうち、受験生獲得の観点で特に重点を置く4月～11月の期間の、高校3年生に限定した人数を抽出すると、2024年度の進学ガイダンス参加者は733名、進学相談会は291名であった。2025年度はそれぞれ1,000名以上、300名以上を目指している。

7) 大学ホームページやSNSを利用した情報発信

本学のホームページは年間約40万アクセスである。SNSでは、LINEの年間登録者数約3,000件、2021年4月1日～2023年3月31日までの配信数は93である。Instagramのフォロワー数は1,439人であり、2021年4月1日～2024年8月の投稿数は1,474件であった。Xについては、本学広報用アカウントは2012年6月、本学公式アカウントは2014年3月に開始し、フォロワー数は広報用アカウントが1,608、公式アカウントは1,724である。本学では、ホームページやSNSを活用した情報発信も実施してきている。2025年度は、受験生獲得において特に重点を置く4月～11月の期間で、LINEの配信数を39件、Instagramの配信数を231件とする目標計画をたてており、実現に向けて尽力する。

イ 新設組織における取組とその目標

既設学科での状況を鑑み、既設学科とともに、定員充足率を増加させるために、従来の広報活動に新たな活動や目標を設定する必要がある。高校訪問は今後対応する職員を増やし、訪問校を増加することを予定している。高大連携では、今後も協定締結校を増やすことを目標とする。高大連携では一定の入学実績があるが、2024年度は入学者が減少しているため、これまで以上に大学と高校の教育・研究の一層の充実・発展が期待される連携事業や高大接続教育に積極的に取り組み、新学科の認知と理解に繋げて行く。

オープンキャンパスは、これまで通り10回の開催を予定している。前述した通り、オープンキャンパスの来場者と大学案内の請求者では入学率が80%を超えている。オープンキャンパスの来場者は入学者の増加に有益であることから、動員数を増加させることを目標とする。3年生よりも1・2年生の参加が増加していることから、新学科の説明や広報を早期から積極的に実施し、2026年度募集に繋げる必要がある。今後のオープンキャンパスでは、体験授業や教員と在学生との交流をこれまで以上に積極的に導入し、学科の教育内容や校風を、実体験を持って伝えて行く予定である。体験授業等をこれまで以上に導入する背景には、探究講座の入学実績が挙げられる。前述した通り、探究講座では申込者の38%が入学している。探究講座が入学者確保に有益である要因の一つに、学内設備を使用し、専門教育や研究、教員や在校生に接触する機会があることが挙げられる。探究講座、オーブ

ンキャンパスの体験授業を通して、入学者確保に繋げていきたい。また、学科の理解や認知を広めるだけでなく、進学相談会・大学進学ガイダンスへの参加、入試説明会も積極的に実施し、進学に対する不安を解消し、参加者を増やすことで入学者増加に繋げたい。大学案内や学生募集の資料請求者も入学者確保に深く関連している。従って、これまで通り郵送を行い、大学案内や学生募集だけでなく、オープンキャンパスや探求講座の案内を郵送し、積極的に参加を促していく。高校訪問は今後対応する職員を増やし、訪問校を増加することを予定している。高大連携では、今後も協定締結校を増やすことを目標としており、2025年3月現在協議を進めている2校に加えて、さらに4校と締結を目指すための計画をたてている。高大連携では一定の入学実績があるが、2024年度は入学者が減少しているため、これまで以上に大学と高校の教育・研究の一層の充実・発展が期待される連携事業や高大接続教育に積極的に取り組み、新学科の認知と理解にも繋げて行く。本学のホームページのアクセスは前述した通りであるが、さらに新学科のホームページを立ち上げ、迅速に公開することを予定している。総務省の調査【資料 12】によると、インターネットの利用と目的は、13～19歳ではホームページの利用率は約55%であるのに対し、SNSは約90%である。また、国立青少年振興機構が実施した【資料 13】では、興味や趣味のある話題に関する情報収集をSNSで行う高校生は82.4%と報告されている。高校生ではホームページよりSNSの利用率が高いことから、SNSのフォロワー数の増加が不可欠である。ホームページと併せて、SNSでも新学科の紹介を実施し、高校生にとって魅力ある学科紹介を在学生の意見も取り入れながら検討し、フォロワー数を増やす取り組みを展開していく。

上記の取り組みを強化するため、新学科の広報活動については、ホームページの特設サイト作成、大学紹介の動画作製、大学案内、学科案内やリーフレットの作製、38件の進学情報媒体での宣伝、Web・SNS・新聞への広告を予定している。

ウ 当該取組の実績の分析結果に基づく、新設組織での入学者の見込み数

上記イ・ウの実績から分析し、本学部・学科は、関連のある学科（日文・心理・英語コミュニケーション・国際・服飾造形・健康栄養・家政福祉）の入学想定1割程度、または関連のある学科において、定員を上回る受験者が入学するものとし、入学定員80名以上の学生を確保できる予定である。

②競合校の状況分析（立地条件、養成人材、教育内容と方法の類似性と定員充足状況）

ア 競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

【資料 9】において、本学が新たに設置しようとする学部学科に相当する分野である人文科学系の情報系学部のデータがないため、その他の総合情報学部の数値を参照すると、前者は志願者数が令和5年12,459名から令和6年10,173名に減ったが、分野としては好調な数値である。

競合校については、本学の構想に近い「学問領域を横断した多様な学び」と「データサイエンスの基礎を学び」、それら学びを通し「社会の課題に取り組んでいける」学生を養成する趣旨の学部から、南関東の女子大学を抽出した結果を競合校に選定し比較する。本学ではデジタル人材スキルに重きを

置いており、教育課程の差別化を図っている。本学では特に就職支援【資料 14】に力を入れており、年間を通して、学科別の就職ガイダンスをはじめとする、資格・SPI 等の対策講座、就活マナー講座、企業を招聘した説明会など幅広く行っている。学科別にキャリアカウンセラー職員を配置し、学生一人一人を丁寧にサポートすることで、就職率も 100%の実績となっている。大学通信 ONLINE が 2024 年春の就職状況（9 月 30 日現在）を調査した【資料 15】では、人文系で 5 位和洋女子大学、7 位昭和女子大学（他競合校は圏外）、家政系で 5 位昭和女子大学、16 位和洋女子大学（他競合校は圏外）と全国でも上位である。また、本学独自の奨学金【資料 16】については、稗方・むら竹会奨学金、フレンドシップ奨学金、卒業生等寄附金奨学金、海外学習支援奨学金、海外留学支援金の給付型や、育英奨学金の貸与型があり、私費外国人留学生向けに授業料減免の制度も設けており、これら就職支援と独自の奨学金による学生支援が本学の優位性であるといえる。

イ 競合校の入学志願動向等

令和 6 年 5 月 1 日時点の各競合校においての入試志願者状況等は以下のとおりである。なお、公式に情報公開のない大学については、河合塾および旺文社パスナビからの数値を引用する。競合校の収容定員は満たされており、需要がある分野であることが示されている。

江戸川大学・メディアコミュニケーション学部・情報文化学科					
年度	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数	R6/5/1 現在の定員充足率
2022	312 名	293 名	148 名	277 名	115.7% (1,064 名／920 名)
2023	136 名	123 名	60 名	268 名	
2024	121 名	110 名	55 名	266 名	

大妻女子大学・社会情報学部					
年度	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数	R6/5/1 現在の定員充足率
2022	1,009 名	1,046 名	433 名	312 名	104.1% (1,279 名／1,230 名)
2023	1,012 名	1,027 名	449 名	310 名	
2024	1,037 名	1,107 名	555 名	319 名	

※志願者数には推薦型・総合選抜型は含まない。

共立女子大学・文芸学部					
年度	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数	R6/5/1 現在の定員充足率
2022	967 名	903 名	752 名	363 名	105.9% (1,483 名／1,400 名)
2023	1,073 名	1,009 名	790 名	328 名	
2024	1,173 名	1,078 名	853 名	349 名	

昭和女子大学・人間社会学部・現代教養学科					
年度	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数	R6/5/1 現在の定員充足率
2022	979 名	931 名	299 名	104 名	106.5% (426 名／400 名)
2023	889 名	853 名	289 名	122 名	
2024	665 名	649 名	233 名	90 名	

東京情報大学・総合情報学部					
年度	志願者数	受験者数	合格者数	入学者数	R6/5/1 現在の定員充足率
2022	1,499 名	1,451 名	748 名	488 名	107.1% (1,735 名／1,620 名)
2023	1,454 名	1,417 名	707 名	465 名	
2024	974 名	934 名	730 名	392 名	

ウ 学生納付金等の金額設定の理由

前述イで設定した競合校の学生納付金は以下のとおりである。競合校と比較した場合に、平均に近づけることにより、金銭面で選ばれやすく、経営面からみても問題のない金額に設定した。

競合校名	入学金	授業料	初年度学生納付金	4年間納入金
江戸川大学・メディアコミュニケーション学部・情報文化学科	320,000	700,000	1,449,000	4,849,000
大妻女子大学・社会情報学部	250,000	815,000	1,480,250	5,463,050
共立女子大学・文芸学部	150,000	680,000	1,240,000	4,510,000
昭和女子大学・人間社会学部・現代教養学科	200,000	875,600	1,448,000	5,592,000
東京情報大学・総合情報学部	270,000	780,000	1,377,500	4,850,000
平均	238,000	770,120	1,398,950	5,052,810
本学・AI ライフデザイン学部	250,000	720,000	1,478,900	5,083,700

(円)

③先行事例分析については該当しない。

④学生確保に関するアンケート調査

本学部・学科について、第三者機関である株式会社高等教育総合研究所に委託し、学生確保の見通しに係る調査【資料 17】を行った。過去の入学実績から出願が期待される関東圏に設置する高等学校に在籍する 2 年生を中心とし、本学部・学科の分野へ出願が期待される高等学校へも対象範囲を広げ実施した。なお、その他調査方法および内容等は大学の設置等に係る提出書類の作成の手引きに準じた。

- ・ 問 1～2：回答者本人の基本情報（居住地、性別）
- ・ 問 3：希望する高校卒業後の進路
- ・ 問 4：大学進学の場合、志望する大学等の設置者
- ・ 問 5：高校卒業後、学びたいと考えている学問分野
- ・ 問 6：当該学部への受験意向
- ・ 問 7：当該学部への入学意向

性別を女性と回答した有効回答数は 7,177 件となり、千葉県内に設置する高等学校生から 83%、次いで都内から 10.4%、その他の関東圏から 5.6%が回収でき、そのうち 183 名は第一志望～第三志望で受験に回答したうえ、明確な入学意向を示した。なお、第一志望で受験すると回答した 132 名のうち、127 名について入学意向があり、少なくとも入学定員 80 名以上の学生確保ができる結果となった。

⑤人材需要に関するアンケート調査等

本学部・学科について、第三者機関である株式会社高等教育総合研究所に委託し、企業へ人材需要調査【資料 18】を行った。過去の本学卒業生が就職した企業を中心に、本学部・学科の学びに関連する企業へも対象範囲を広げ実施した。なお、その他調査方法および内容等は大学の設置等に係る提出書類の作成の手引きに準じた。

- ・ 問 1～3：回答企業の基本情報（本社所在地、業種、従業員数）
- ・ 問 4：当該学部に対する社会的ニーズ
- ・ 問 5：当該学部の卒業生に対する採用の意向
- ・ 問 6：採用可能人数
- ・ 問 7：当該学部に対する期待・要望

有効回答数は 202 件となり、本部所在地別にみると、都内の企業から 55.4%、ついで千葉県内から 34.7%の回収があった。業種別でみると、卸売業・小売業が 23.3%、医療が 10.9%、ついで IT 関連業と福祉がそれぞれ 10.4%であった。本学部・学科が養成する人材については、147 社から採用の意向が示された。そのうち、採用可能な人数については少なくとも 274 名となり、多様な業種での社会ニーズが示されるとともに、入学定員 80 名の卒業後の出口（就職）が保証される結果となった。

（４）新設組織の定員設定の理由

以上のとおり、政府主導によるデジタル人材の育成・確保および社会的な需要状況を鑑み、高校 2 年生を対象とした学生確保に関するアンケート調査、企業への人材需要に関するアンケート調査の結果からもニーズが十分にあり、入学定員 80 名について、定員以上の学生確保が担保されていることが示された。