

令和6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 70%、学科別では、農学科 88%、畜産学科 52%、園芸学科 52%）</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、R5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） 75 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 39%、直近5か年平均 42%）。</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、R5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7年度入学者の確保</p> <p>養成課程入学人数 60人以上</p> <p>※過去5か年平均 56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） 75 人 【R5実績：64人】</p>	C	<p>参加人数は延べ 102 人、うち受験対象者の実人数は 54 人で、目標達成率は 72%となった。参加者を増やすため、在校生の出身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、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 54 人のうち、32 人が推薦入試及び一般入試（前期）に出願したものの、その割合は 59%で昨年度 64%を下回った。</p>	<p>いろいろと努力しているが、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】オープンキャンパスの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高校生が進路を決定する8月までに、各キャンパスで2回ずつ計4回開催し、受験対象者名75以上の参加者を集める。 6月「学校説明会」、7月「体験入学会」 【R5実績：2回 受験対象参加者64名】 ・参加者に農大入学後をイメージして貰えるよう、学生を運営に参加させる。 本校学生延べ100人 【R5実績：延べ95人】 	<p>ア オープンキャンパスの開催</p> <p>【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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外の40高校などから、延べ102人が参加（表1）。 実参加人数は80人、うち54人が受験対象 ・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 <p>表1 オープンキャンパスの参加人数※</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>学校説明会</th> <th>体験入学会</th> <th>計</th> </tr> <tr> <th></th> <th>参加者/対象者</th> <th>参加者/対象者</th> <th>参加者/対象者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長岡</td> <td>30人/23人</td> <td>47人/30人</td> <td>77人/53人</td> </tr> <tr> <td>岩井</td> <td>10人/7人</td> <td>15人/10人</td> <td>25人/17人</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>40人/30人</td> <td>62人/40人</td> <td>102人/70人</td> </tr> </tbody> </table> <p>※保護者を除く。</p>		学校説明会	体験入学会	計		参加者/対象者	参加者/対象者	参加者/対象者	長岡	30人/23人	47人/30人	77人/53人	岩井	10人/7人	15人/10人	25人/17人	計	40人/30人	62人/40人	102人/70人	<p>ア オープンキャンパスの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、引き続き進路が決まる6月上旬、7月下旬に計4回開催を予定する。 ・また、都合により参加できなかった者には、オンラインオープンキャンパスや個別見学により出願へ誘導する。 ・県内農業高校合同のイベントと日程が重なってしまい、参加できなかった学生が出たため、次年度は農業高校と連絡を密にし、日程の事前調整を行う。 	
	学校説明会	体験入学会	計																				
	参加者/対象者	参加者/対象者	参加者/対象者																				
長岡	30人/23人	47人/30人	77人/53人																				
岩井	10人/7人	15人/10人	25人/17人																				
計	40人/30人	62人/40人	102人/70人																				

イ【拡充】広報活動の強化

- ・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記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

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	47人	48%
農大ホームページ	42人	43%
家族、友人	32人	33%
進路ガイダンス等	24人	24%
ポスター、その他	11人	11%

※農業部、園芸部のR6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（回答数者数98・複数回答あり）

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	47人	80%
授業、資格取得	31人	53%
施設・設備	29人	49%
授業料や学費の安さ	22人	37%
講師陣や職員	15人	25%

※農業部、園芸部のR6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。（回答数者数59・複数回答あり）

【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54人のうち59%に当たる32人が受験につながった。（推薦、一般前期受験者）

イ【拡充】広報活動の強化

【取組実績】

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。

(ア) 学校訪問による周知

- ・職員が農業関連校高校及び、在校生の出身校35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

(イ) ポスター及びチラシによる開催情報の提供

- ・会議機会の活用や持参、郵送により、県内外の高校133校、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し、オープンキャンパス情報をPR 5～6月
- ・JAが 付ミツカエにて来場者にチラシを500部配布 7月

(ウ) オープンキャンパスCM動画配信

- ・PR動画を学校HPにアップした。
- 配信期間の視聴回数 256回

【成果】

- ・オープンキャンパスに100名以上の参加者を確保する事ができ一定のPR効果があった。

イ 広報活動の強化

- ・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ほか、イベント等にてチラシの配布を行う。
- ・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動画を配信する。

(2) R7年度入学者の確保

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

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）
養成課程入学数 60人以上 【R5実績：48人】	C	養成課程の入学者は、推薦入試24人、一般入試（前期）11人、（後期）8人、合計43人となり、目標は達成できなかったものの、追加の取組により後期試験の受験者数を昨年より大幅に増やすことが出来た。 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り、追加の高校訪問などを実施したが①農業高校が学生を4年生大学受験に誘導している、②農業高校の女子学生率が高くなり、進路として介護系や医療系へ進学・就職する学生が増えた、③人手不足で求人状況が好転している、④専門学校が早い時期から囲い込みをおこなっている、などにより、出願学生が急激に減少している。	達成度の評価基準と照らせばC評価となるが、取組内容を考慮すれば、評価以上の結果である。 この数値目標をクリアするのは難しいと思うので、今後は実施してきた中身を見て評価できるようすべき。

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※）【R5実績：3回】 ※次年度のスムーズな取り組みに向け開催 <p>イ【拡充】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、職員が在校生出身校への重点訪問を行い、高校教員に高校生の本校受験に向けた働きかけを依頼する（十分な説明ができるよう、全校訪問から重点訪問に切替え）。 5月中までに実施（35校）【R5実績：130校】 幹部職員が農業関連高校8校（最重点校）を訪問し、出願を推進する。 5月中・9月中 計2回 職員が在校生出身校を訪問し、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>ア 学校一丸となった取組強化</p> <p>【取組実績】</p> <p>学生募集委員会を3回開催した。</p> <p>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</p> <p>8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</p> <p>1月 追加の学生募集活動および次年度の取り組み強化について検討</p> <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、追加の学校訪問やオンラインオープンキャンパスの開催など学生募集活動の拡充につなげることが出来た。 <p>イ 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35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、直接出願を推進した。（5、9、11月） 職員が在校生出身校およびオープンキャンパス参加者在籍校（重点校）31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） 鯉淵学園、実践学園と連携し、東京の農業高校2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。（10月） 推薦入試受験者数の減少を受け、オープンキャンパス参加者在籍校で推薦入試を受験していない学生の在籍校14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。（11月） 	<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、弾力的な学生募集の取り組みを実施する。 <p>イ 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。 オープンキャンパス参加者確保のため、5月中に全校訪問を行うとともに、高校が生徒の入学願書取りまとめ時期を考慮し、2回目の訪問時期を早める（7月中）。 	<ul style="list-style-type: none"> 厳しい状況の中、結果的には去年並みの入学希望者を確保しているの、十分な取り組みをしたと考える。 できることはすべてやっているという感じでその努力を評価する。 ここまで取り組んでも学生数が増加しないのは非常に困難な状況である。

<p>ウ【継続】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、体験入学会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。 オンラインオープンキャンパスの開催 4回（8、9、10、11月）【R5実績：4回】 個別相談会の開催 開催期間 9～11月 <p>エ【拡充】大学校HPによる情報発信の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生募集の新着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 ・受験者層がスマートフォン世代であることを意識しPR動画を掲載し、出願につなげる。 配信期間：7月（オープンキャンパス前）から12月（一般前期出願時期）まで（昨年度より延長） <p>オ【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）【R5実績：27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 【R5実績：8回】 <p>カ【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>キ【拡充】受験生保護者等へ向けた情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村、J A、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 	<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、28校から48人が養成課程の入試を受験した。 <p>ウ 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> <ul style="list-style-type: none"> 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。 (ア) オンラインオープンキャンパス <ul style="list-style-type: none"> ・9～11月のほか、2月に追加で開催した。4回7名参加（養成課程希望5名、研究課程希望2名） (イ) オンライン個別相談会 <ul style="list-style-type: none"> ・10～2月 3名（養成課程希望3名） <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、5人が受験した。 <p>エ 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"> ・大学校HPで日々新しい情報を発信し、学生募集の最新情報の更新や、それらの情報をすぐに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。（随時） ・学校の概要と魅力を2分程度の短時間で手軽に理解できるよう、学校PR動画をHPに掲載した。 ・ブログで農大の日々の情報を発信した。 61件【令和5年実績：59回】（1月末現在） <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査では本校を知ったきっかけとして43%がHPをあげており、一定の効果があった。 <p>オ 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20回（予定も含む） 高大連携講座：出前授業8校 見学会受入4校 学校農業クラブ連盟大会 2回 農業高校研究会との情報交換 1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>カ 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"> 5組の個別見学希望者に対応（平日） 7～11月：5組（うち保護者のみ1組 2年生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>キ 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、17J Aへ広報誌への学生募集記事掲載を依頼 	<p>ウ 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以降にも継続的に実施することにより、追加の出願に繋げることのできる有効な手段であるため、次年度は期間を拡充して実施する。 <p>エ 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>オ 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。 ・直接進路担当者に農大を理解してもらうため、教育懇談会を進路指導が始まる前（4～5月）に実施する。 <p>カ 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>キ 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、J A 	<p>・農大祭の運営に関わったが、ブログなど情報発信がスピーディーにできたから良かった。ポスターなども早めに関係者に配付できれば、支援の幅が広がったと思う。</p>
---	--	---	--

<p>5～9月</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、学生募集を送付しポスター掲示や周知について協力を依頼する。 <p>4～10月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・し、掲載希望の連絡があった12市5JAへ募集記事原稿案を送付した。(5～8月) ・農林振興公社へ学生募集記事掲載を依頼し機関紙に掲載された。(9月) ・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、学生募集を送付しポスター掲示や周知について協力を依頼した。(4～10月) ・東京都をはじめとする県外の不特定多数に対し農大PRをはかるため、県外開催の茨城を食べよう収穫祭や都内百貨店イベントに参加し、学校の概要や取組内容の展示、学校案内の配布を行った。(10月) <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報誌やイベントを通して学生募集の推進が図れた。 	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・推薦入試の出願記事から掲載してもらえるよう、本年同様早めに依頼する(5月)。 	
--	--	--	--