

令和7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 64%、学科別では、農学科 90%、畜産学科 46%、園芸学科 47%）</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 6 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約 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 45%程度を占めている（本年度 44%、直近 5 か年平均 45%）。</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 6 年度は 67%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>養成課程出願者数 60 人以上</p> <p>※過去 5 か年平均 62 人 R 6 実績 53 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 6 実績：54 人】</p>	C	<p>参加人数は延べ 90 人、うち受験対象者の実人数は 53 人で、目標達成率は 66%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 53 人のうち、27 人が推薦入試及び一般入試（前期）に出願した。</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	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 80 名以上の参加者を集める。 6 月「学校説明会」、7 月「体験入学会」 【R 6 実績：計 4 回 受験対象参加者 54 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 【R 6 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、学生及び保護者延べ 90 人が参加（表 1）うち 53 人が実参加受験対象者。 ・運営や参加高校生等との意見交換に、当校の学生延べ 88 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>22/ 21</td> <td>45/ 26</td> <td>67/ 47</td> </tr> <tr> <td>岩井</td> <td>9/ 7</td> <td>14/ 9</td> <td>23/ 16</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>31/ 28</td> <td>59/ 37</td> <td>90/ 63</td> </tr> </tbody> </table> <p>※数字は参加者（人）/うち受験対象者（人）。</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	22/ 21	45/ 26	67/ 47	岩井	9/ 7	14/ 9	23/ 16	計	31/ 28	59/ 37	90/ 63	<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ないよう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	22/ 21	45/ 26	67/ 47																				
岩井	9/ 7	14/ 9	23/ 16																				
計	31/ 28	59/ 37	90/ 63																				

イ【継続】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	27	42%
農大ホームページ	28	44%
家族、友人	20	31%
進路ガイダンス等	12	19%
ポスター、その他	11	17%

※農業部、園芸部のR7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64・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	30	86%
授業、資格取得	16	46%
施設・設備	16	46%
授業料や学費の安さ	11	31%
講師陣や職員	8	23%

※農業部、園芸部のR7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53・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53人のうち51%に当たる27人が受験につながった。（推薦受験者）

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

- ・職員が県内全高校134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134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

【成果】

- ・オープンキャンパスに80名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。特に、次年度も年度当初に県内全校を訪問し、オープンキャンパスへの参加呼びかけを行う。

- ・農大に関する情報が広く周知されていない。もっと積極的に周知を図るべきである。
- ・情報発信にあたり、若い世代で利用されているInstagramを活用すべきである。

(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）
養成課程出願者数 60人以上 【R6実績：53人】	B	養成課程の出願者は、推薦入試30人、一般入試（前期）16人、一般入試（後期）5人の合計51人となり、目標達成率85%だったものの、教務職員による全高校の訪問や県外高校の訪問など追加の取組をおこなうことで、受験者数を昨年より増やすことが出来た。 また、幅広い学生を対象とした農大版出前授業の開催や、高校教員を対象とした農大での学校説明会・教育懇談会の開催など、今年度からの新しい取組により次年度以降の出願者数増加を図った。	達成度の評価基準と照らし、B評価は適当である。

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	次年度の課題	関係者評価委員会からのコメント
<p>ア【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（重点訪問から全校訪問に切替え）。 5月中までに実施（130校）【R6実績：35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 ・県外からの出願者を増やすため、県外で過去12年間に複数の入学者を輩出した出身校へ訪問を行い、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。 8月中までに実施10校 <拡充・新規> ・職員が在校生出身校ならびにオープンキャンパス参加者在籍校等を訪問し、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（重点校30校以上）【R6実績：31校】 <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、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<拡充・回数増> 6回（8、9、10、11、12、1月）【R6実績：4回】 個別相談会の開催 開催期間 9～1月 <p>ウ【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1月（一般後 	<p>ア 教務職員による高校訪問</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全職員が、オープンキャンパス申込期間前に参加推進しながら県内全校を訪問した（5月、県内134校の高校） ・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） ・県外からの出願者数を増やすため福島県、千葉県、東京都、神奈川県、13校を訪問し出願を推進した。（8月） ・全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）45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、35校から51人が養成課程の入試に出願した。 <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> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンキャンパス相談会の結果から出願者の関心の高い学生生活に関するQ&Aの動画を作成した。 ・上記のほか、校内案内を盛り込んだ動画を活用し、オンラインのオープンキャンパスを行った。 8～1月 6回 13名参加（うち受験対象10名） <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験入学等に参加できなかった学生対象に、スマートフォン等を介して、距離や時間に制約されない募集活動を展開できた。その結果、オンラインオープンキャンパス参加者3名が本校に興味を持ち、直接学校見学に来校することとなったほか、計6名が本校を受験した。 <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"> ・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） ・ブログで農大の日々の情報を発信した。 <p>【成果】</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。 ・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）。 ・学校訪問の際併せて願書を配布できるよう印刷方法の見直しを行うなど、可能な限り印刷発注を速やかに行う。 <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"> ・次年度より開催回数を増やすことでより多くの受験生確保につながった。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、次年度も同様の期間、回数を実施する。 <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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・HPの情報が更新されていない事が見受けられるので、なるべく最新の情報にして欲しい。

<p>期出願時期)まで(昨年度より延長)＜拡充・期間延長＞</p> <p>エ【拡充】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。 20回/年(農業部、園芸部)【R6実績:20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【R6実績:8回】 <p>オ【新規】教育懇談会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 高等学校の教員に直に本校の学生や施設を見てもらうことで本校の教育および入学試験に対する理解を深めてもらう。 ＜新規＞ 1月 <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【継続】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、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する。 5～9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する。 4～10月 	<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最も多い44%がHPをあげており、一定の効果があった。 <p>エ 高校等との連携</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 進路ガイダンスや、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32回(予定も含む) 見学会受入5校 186名(予定も含む) 学校農業クラブ連盟大会 2回 普通高校や総合高校1, 2年生を対象として、総合学科の幅広い学生向けに農大版出前授業を開催した。 (内容:農業の担い手確保について、農業体験の紹介、農業の魅力、仕事として農業を選ぶには、など) 11月～2月 3校 109名(予定も含む) <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 進路説明会により直接学生に学校情報を伝え、出願を推進できた。また、農大版出前授業の実施により農業に対する意識が必ずしも高くない総合学科の生徒から、農業および農大への新たな関心を引き出すことができた。 <p>オ 教育懇談会の開催</p> <p>【取組実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高等学校の教員を参集し、学校説明会・教育懇談会を開催した。 1月 参加校12校 <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 説明会により高校教員に農大の教育概要や施設に関しての理解を深めてもらうとともに、懇談会により学生募集活動に必要な情報を収集できた。 <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"> 土日も含め9組の個別見学希望者に対応 7～2月:9組(うち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、参加者のうち4名が受験した。 <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、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11市2JAへ募集記事原稿案を送付した。(5～8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) <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>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。 農大版出前授業について、学生募集委員会で進め方の情報共有を行い、授業の実施方法について検討の上、次年度も継続して行う。 <p>オ 教育懇談会</p> <ul style="list-style-type: none"> 直接進路担当者に農大を理解してもらうため、次年度も教育懇談会を実施する。実施方法や議題など、今年度の結果をもとに改善を図る。 <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、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るよう、本年同様早めに依頼する(5月)。 	<ul style="list-style-type: none"> 農大を知らない高校の先生が多い。農大を知ってもらえるように周知を図って欲しい。
---	---	--	---