

令和4年度 茨城県立農業大学校評価表

重点目標 I 【 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8割を維持しているものの、定員割れが続いている。特に園芸学科の定員充足率が低い。（直近5年間の定員充足率 76.8%、学科別では、農学科90.0%、畜産学科72.0%、園芸学科60.7%）</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、R4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65%を占めた。</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>○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 40.6%、直近5か年平均 40.8%）。</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程度であり、情報提供の機会が乏しい。</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、R4年度は75%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、タイムリーな記事が常に更新されておらず、見てほしい情報が全て見やすい場所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5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60.8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）
オープンキャンパス参加実人数（受験対象者） 80人	B	<p>参加人数（受験対象者）は延べ147人となり実人数では73人であり、目標達成率は91%であった。</p> <p>学校HPや県SNS、市町村広報誌など様々な媒体でオープンキャンパス情報を発信したほか、高校訪問し直接情報提供するなど多様な手段で参加を呼びかけたが、周知したい受験対象者や高校教諭へ情報を伝達しきれていない可能性がある。</p>	<p>オープンキャンパスは学校を知ってもらう良い取組である。目標には達しなかったものの、ホームページでオープンキャンパス情報をトップ画面に配置し、目に入りやすいよう工夫した点は評価できる。なお、個別見学希望者に対しては、土日にも案内するなど柔軟に対応できるとよい。</p> <p>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】学生募集委員会による組織的対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>3回（4月、9月、2月※）</li> <li>※次年度当初からのスムーズなスタートに向け、2月に開催</li> </ul> <p>イ【充実】オープンキャンパスの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>6月「学校説明会」、7月「体験入学会」</li> <li>参加者に農大入学後イメージを伝えるよう、学生を運営に参加させる。 本校学生延べ70人</li> </ul>	<p>ア 学生募集委員会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3回開催</li> <li>4月 職員が年間の学生募集計画や、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認識を共有した。</li> <li>9月 上半期の取組状況確認や、重点校等の訪問による出願推進のスケジュール等について認識を共有した。</li> <li>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検討した。</li> </ul> <p>イ オープンキャンパスの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>長岡、岩井キャンパスで2回ずつ開催し、県内29校、県外8校の高校などから、延べ147人が参加（表1参照）。実参加人数は100人、うち73人が受験対象</li> <li>（参考）過去の実参加人数 R3：102人、R2：104人</li> <li>職員が県内の高校129校を訪問、直接教員等にオープンキャン</li> </ul>	<p>ア 学生募集委員会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2月の検討結果を踏まえ、年度当初から共通認識の下、効果的に取り組みを進める。</li> </ul> <p>イ オープンキャンパスの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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おり、本年度同様に開催する。</li> <li>学生の体験実習中に、保護者や教員に対する情報提供や質疑応答を行うなど、滞在時間に学校の理解を深める機会を逃さず有効に活用する。</li> </ul>	

ウ【継続】個別見学希望者に対する対応  
 ・平日、土日の受入れを実施する。 随時

エ【継続】広報活動の強化  
 ・ポスター及びチラシで農大を広く周知するため、県内高校、市町村及び県の関係部署、その他関係機関・団体へ配布し、掲示協力を依頼する。5～6月（オープンキャンパスの周知を併せて実施）

ンパス情報を提供、参加推進 5月  
 ・県公式ツイッターで配信 6、7月  
 ・本校正門にオープンキャンパス開催の垂れ幕を設置 7月  
 ・運営や参加高校生等との意見交換に、当校の学生のべ129人が参加、学校PRに協力（農業部）  
 （参考）過去の参加人数 R3：79人、R2：96人

表1 オープンキャンパスの参加人数※ 単位：人

	学校説明会	体験入学会	計
長岡キャンパス	(6/4) 44	(7/28) 64	108
岩井キャンパス	(6/11) 19	(7/29) 20	39
計	63	84	147

※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 単位：人

	人数	割合 (%)
高校担任、進路指導	71	40.1
農大ホームページ	45	25.4
家族、友人	25	14.1
進路ガイダンス等	23	13.0
ポスター、その他	13	7.4

※農業部、園芸部オープンキャンパスへ参加した受験対象者。複数回答。

ウ 個別見学希望者に対する対応  
 ・2組の個別見学希望者に対応（平日）。  
 8月、1組（親子） 9月、1人

エ 広報活動の強化  
 ・ポスター及びチラシを各機関に配布し、オープンキャンパス情報をPRした。  
 4～5月、県内全高校、全市町村、県普及センター等へ送付

【成果】  
 ・一部参加者が昨年度より少ない回もあったが、参加した学生等に対しては、新たに当校学生との交流時間を設けながら、農大を理解してもらい取り組みができた。  
 ・親子に学校見学を対応し、高校生は推薦入試を受験した（農業部）。

・欠席者には、オンライン学校説明会や個別見学を紹介するなど、個別のアフターフォローを確実にを行う。

・オープンキャンパスの主な情報入手元である高校教諭への情報提供や農大HP充実に力点を置き、情報発信を行う（表2参照）。

ウ 個別見学希望者に対する対応  
 ・原則、平日のみの対応とし、効率的に実施する

エ 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、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。

・平日勤務の保護者を考慮し、土日の見学希望の要望に対しても柔軟に対応できるとよい。

(2) R5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)
養成課程入学数 65人以上	B	<p>養成課程への出願者数は、推薦入試 38 人、一般入試 (前期) 21 人の合計 59 人であり、目標達成率は 90.8%であった。</p> <p>高校に出向いての出願推進や、学校HPや県SNS、各種広報など様々な媒体で情報発信し学生募集に取り組み、オンライン学校説明会開催や学校紹介動画制作など、本年度取り組んだ新たな試みは、受験者確保に一定の成果を上げた。しかし、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、畜産学科や園芸学科では 30%、53.3%と昨年度を下回る結果となった。</p>	<p>目標をやや下回ったが、ホームページのトップに入試情報を配置するなど、広報活動に注力している点は評価できる。学生ばかりでなく、農業に興味がある社会人経験者など、幅広い入学確保につながる可能性があるため、今後は、SNS媒体を活用するなど、さらに広報活動の充実強化を図ってほしい。</p> <p>農大進学を勧める上で、学校をよく知るOBのネットワークも活用してほしい。</p> <p>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><b>ア【継続】教務職員による高校訪問</b> (ア) 高校訪問 ・オープンキャンパス開催に合わせ、普通高校、通信制高校などを含めた県内全高校を訪問し、教員に情報提供する。 5月までに128校</p> <p>(イ) 出願推進 ・県内最重点校(農業関連高校)及び重点校(在校生出身校)等の進路指導教諭、3学年担当教諭等に対して推進する。 9月まで65校以上</p>	<p><b>ア 教務職員による高校訪問</b> (ア) 高校訪問 ・職員が県内128校の高校を、在校生へのオープンキャンパス参加推進のタイミングに合わせて訪問、出願推進 5月</p> <p>(イ) 出願推進 ・職員が重点校34校や隣接県の農業関連高校4校を訪問 9月下旬～10月中旬</p>	<p><b>ア 教務職員による高校訪問</b> ・本年度は、訪問開始時期が遅れ、オープンキャンパス申込締め切り間際まで訪問することとなったため、次年度は早期から訪問できるよう準備を進める。</p>	<p>・ホームページのトップに入試情報を配置するなど、広報活動に注力している点は評価できる。</p> <p>・SNSによる発信効果は大きいので、強化してほしい。</p> <p>・社会経験を積んだ人材に向けたアプローチも必要である。</p>
<p><b>イ【継続】高校教員向け学校説明会の開催</b> オープンキャンパス(学校説明会)と併せて説明会を開催する。 6月2回(農業部、園芸部各1回)</p>	<p><b>イ 高校教員向け学校説明会の開催</b> ・2回のオープンキャンパス(学校説明会)で、高校教員向けの学校説明会を6月に開催し、6校6人の教員が参加(農業部4校4人、園芸部2校2人)</p>	<p><b>イ 高校教員向け学校説明会の開催</b> ・本年度同様、学校説明会と合わせて実施する。 高校教員にも農大をより知ってもらうため、校内ほ場や施設などの案内を加えるなど、方法を工夫する。</p>	
<p><b>ウ【継続】幹部職員による重点的訪問</b> 最重点校(農業関連高校)を訪問し、出願を強く勧める。 7校</p>	<p><b>ウ 幹部職員による重点的訪問</b> ・幹部職員が最重点校8校の校長を訪問、出願を推進 9月下旬～10月初旬</p>	<p><b>ウ 幹部職員による重点的訪問</b> ・学生に農大受験の働きかけ強化が期待される取組として、次年度も実施する。 ・訪問は、高3生の進路希望決定前のタイミングで行う(8月中)。</p>	
<p><b>エ【継続】高校等との連携</b> ・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) ・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</p>	<p><b>エ 高校等との連携</b> ・各高校進路説明会への参加 16校20回、4～10月 ・高校への出前授業の実施 10月26日1校(太田西山高校) 内容 身近な果物の糖度測定 ・高3生進路指導に向けた高校単位の見学受入 4校4回、7～2月</p>	<p><b>エ 高校等との連携</b> ・農大へリクエストのある進路ガイダンスや出前授業や、高校単位の見学は全て対応する。 ・出前授業や高校単位の見学を受入可能な情報を、学校HP掲載し周知する。</p>	
<p><b>オ【充実】大学校HPによる情報発信の充実・強化</b> ・HP掲載内容及びページ構成の見直し(広報委員会との連携) ・受験対象者の目につきやすいHP構成へ再編成する。 ・常にタイムリーな情報を掲載する。 HP内に以下の入学希望者向け情報を集約し、発信する。 (案) 入試いろいろQ&amp;A、学校案内(ダウンロード版)、キャンパスライブ紹介(動画) 日々の農大情報のブログ発信 合計80本以上/年(農業部50本 園芸部30本)</p>	<p><b>オ【充実】大学校HPによる情報発信の充実・強化</b> ・入試情報やオンライン学校説明会の情報を、訪問者がいちばん目につくトップページにリンクを張り、ダイレクトに情報へ到達できるよう、HP構成を改善 9月 ・募集開始や募集終了の情報はすぐに掲載、常にタイムリーな情報を発信 随時 ・学校案内PDFをHPにアップ ・農大情報をブログで発信 63本(農業部42本、園芸部21本) ※1月末時点</p>	<p><b>オ【充実】大学校HPによる情報発信の充実・強化</b> ・HPは農大の情報入手先の中で大きなシェアを占めており、次年度もリアルタイムで新しい情報を発信する。</p>	

<p>カ【新規】オンラインによる入学説明会及び相談会の開催 年4回（8、9、10、11月） ※学生、保護者向け。オープンキャンパス終了後、一般入試 前期出願開始前の実施する。</p> <p>キ【継続】保護者等への情報提供 （ア）市町村、JA、関係機関へ、広報誌等への学生募集記事掲載 を依頼する。 8～9月</p> <p>（イ）同窓生を通じた募集活動の実施 H11卒同窓生※への学校案内を発送する。8月 ※受験年齢の子息がいることを見込んだ取り組み</p>	<p>カ オンライン学校説明会の開催 ・農業部と園芸部の職員が、各キャンパスの情報提供後、参加者 からの質問を受けるスタイルで4回開催し（8、9、10、11月）、 14人（実参加者数）が参加 ・新規申込者のほか、オープンキャンパスの欠席者、オープンキ ャンパスに複数回参加した高3生のほか、高校職員の参加もあ った。 ・14人のうち3人が推薦入試、4人が一般入試（前期）を受験し、 全員入学予定である。4名のうち1名は、説明会への参加がき っかけで、研究科受験につながった。 ・学校紹介動画を3本作成し、相談会の中で活用して学校の雰 囲気やイメージをつかんでもらった。 ・効率的な運営のため、フォームによる申し込み、参加アンケ ート、開催手順など開催方式を固めた。</p> <p>キ【継続】保護者への情報提供 （ア）県内44市町村、17JAへ広報誌への募集記事掲載を依頼 し、掲載希望の問い合わせがあった15市町、1JAに、ボ リュームを違えた3パターンのデータをメールにより送付し た。9月 ・問い合わせのあった15市町のうち、12市の広報誌へ掲載 された。10月 ・以下に記事掲載が掲載された。 全国農業新聞（10月7日関東版）、畜産茨城（9月30日発行）、 茨城県広報誌ひばり（10月号） 県公式ツイッターでの配信 9、10月</p> <p>（イ）同窓生を通じた募集活動の実施 農業部、園芸部のH11卒同窓生60人に学校案内、チラシを郵 送8月</p> <p>【成果】 ・教員向け学校説明会において、農業部では、学校紹介動画（動 画でキャンパスライフ）を流し、学校のイメージつかんでもら うことができた。 ・幹部職員が重点校を訪問し、出願推進の結果、6校から11人 がR5推薦入試に出願。 ・オンライン学校説明会に参加した14人（実参加者数）のうち3 人が推薦入試、4人が一般入試（前期）を受験し、全員入学予 定。うち1名に対しては有用な情報提供ができ、受験学科を研 究科に変更した。</p>	<p>カ オンライン学校説明会の開催 ・オープンキャンパス終了から一般入試（前期）出願ま での募集活動として一定の成果が期待できることか ら、次年度も本年度と同時期に実施する。</p> <p>キ【継続】保護者への情報提供 ・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周知が期待されることか ら、次年度も市町村、JAへ掲載を働きかける。 ・推薦入試の出願記事から掲載してもらえるよう、時間 的余裕を見て依頼する。</p> <p>・広く同窓会会員に周知できる機会を活用し、募集活動 に取り組む。</p>	<p>・新しい取組として評価できる。</p> <p>・農大進学を勧める上で、学校をよく知 るOBのネットワークも活用してほ しい。 ・対象年代を絞り込むことなく、幅広い 年代に対して活動を行ってほしい。</p>
--	---	--	---