

収容定員（3,600名）回復への基盤をつくる

学生募集

【実施内容】

◎ターゲットに応じたきめ細かいフォローを実施

（大学案内パンフ、受験情報誌（各種媒体）、その他ツール制作、DM 発送など）

例：成績上位者・・・人材育成プログラム、（RYUKA 特別奨学金）

女子・・・観光人材、ブライダルコーディネーター

留学生・・・マーケティング、経営、奨学金

商業高校・・・社会連携（商品開発）、簿記会計

→商業高校と協定することで志願者確保を目指す

◎就職内定先企業別、高校種別、入試制度別などの切り口でモデルとなる在生を取材し、成長ストーリーをツール化し、各ターゲットにアプローチする。

また、オープンキャンパスを中心とした対面広報時において在生が直接本学の魅力を受験生に伝える。

【実施結果】

・ターゲットを意識したフォローツールを作成し、外部業者の受験生名簿も活用し志望区分に応じたダイレクトメール発信を9回（6/17・7/13・8/11・9/17・10/2・11/5・12/29・1/15・2/8）実施した。

RYUKA メイト各回約4000名、新規接触者獲得の為に業者保有名簿各回約2000名に対して発送した。

対象者がオープンキャンパス、出願に繋がったかどうかは把握できなかった。次年度以降測定していく。

また、課題となっているマーケティング学科、観光学科に特化した訴求については実施できなかった。

2017年度入試に向けてフォローツールを製作し、ターゲットに向けてアプローチする予定。

【全入試方式対策】

- ・オープンキャンパスイベント案内リーフレット（（6/17・7/13・8/11・9/17・10/2）
- ・保護者向けリーフレット「“就職に強い”には理由があります」（9/17）

【商業系等資格特別推薦入試対策】

- ・「商業系等資格特別推薦入試受験者向けリーフレット」（10/2）

【一般入試対策】

- ・「センター試験利用入試の受験促進カード」(11/5・12/29・1/15・2/8)
- ・「就職内定者インタビューリーフレット」(学生7名に取材、多様な業種に就職を決めていること、学校推薦制度、インターンシップ制度など本学の特徴をPRした)(9/17)

【実施内容】

◎本学の強みをしっかり訴求する

初年次教育プログラム、全学フリーゾーンによる履修の自由度が高い、資格取得でも単位として認定、放送業界の著名な方から学べる授業がある、学生が学生を就職指導できるプログラムがある、クラブ加入率が非常に高い(約40%)、企業経験のある教職員が多く企業とのネットワークが強い、人材育成プログラム など

【実施結果】

- ・高校生に対する本学の教育内容(なりたい自分発見カリキュラム)を伝えるキャッチフレーズとして「探そうなりたい自分の夢の種」を設定。
- ・オープンキャンパスにおいて「なりたい自分発見カリキュラム」体験授業を実施。また、同コンセプトを広く伝達する手段としてイメージパンフレットを制作し(4月)、「RYUKA 流の授業の自由選択方式」を広くPRした。
- ・大学公式HP、入試情報サイト等で実施した内容やプログラムの紹介、「なりたい自分発見カリキュラム」を受講した1年生に実施したインタビュー内容を掲載しPRした。
- ・ライバル校に対する比較優位施策の一つとして資格取得で単位を認定できる点、特に公務員試験対策講座を正規授業として受講できる点について、リーフレットを作成するとともに、姫路・神戸・大阪の各エリアの高校教員説明会においても重点的に説明した。
- ・放送業界の著名人から学ぶプロデュース論では学生のアイデアを元に大学CMを作成し、読売テレビにて放映するなど、本学の強みであるマーケティングを強化した学生募集活動を実施した。

【実施内容】

- ・本学の特徴・魅力(教育面、就職面)が伝わる体験型オープンキャンパスの実施(マーケティングを柱に企画)。

初年次教育、アクティブラーニング(ブライダルコーディネーター体験ツアーなど)、企業や行政団体との連携プログラム、オンリーワンの教育プログラム(リテール人材等)、資格取得プログラム、各種クラブ活動を体験できる内容、在学生内定者および卒業生(1~2年目)が本学の就職力をアピールできる内容とし、本学への受験欲求を高

め、出願率アップにつなげる。

【実施結果】

- ・2016年4月入学者数 893名 特別選抜入試（AO含む）684名（実志願者数 805名）、一般入試 209名（実志願者数 516名） 目標達成率：99.2%
（前年度：入学者数 860名 特別選抜入試（AO含む）682名（実志願者数 773名）、一般入試 178名（実志願者数 496名）
- ・2016年度入学者男女比 男性：80.2%（76.1%） 女性：19.8%（前年度：23.9%）
- ・オープンキャンパスについては受験生が能動的にイベントに参加できるようプログラムを改善、新設した。
オープンキャンパスに参加した高校3年生 1260名（実人数）（前年度：1210名）のうち、本学に出願した3年生は 652名（実人数）（前年度：663名）。実人数ベースによる出願ヒット率は 51.7%（前年度：54.8%）。

【実施した内容】

- ・「なりたい自分発見カリキュラム」…受験生がグループワークとして本学の初年次教育プログラム（コミュニケーションキャンプ）の内容を体感できる体を動かすワーク等を導入した。
- ・「クラブオープンキャンパス」…前年度までのクラブオープンキャンパスでは、練習風景を見学してもらい雰囲気を伝えることをメインとしていたが今年度は体験イベントを強化した。
- ・「4年間で合格を目指す公務員対策プログラム」…公務員の職種、試験制度、本学の公務員対策講座の他大学との違い等をPRした。
- ・「保護者向けイベント」…本学のキャリア担当教員から本学の支援制度をわかりやすく説明。保護者が気になる就職支援、就職実績はもちろんお金に関する話（奨学金・学費）についても疑問を解決するイベントを新規に実施した。但し、内定者・卒業生による講演については実施できなかった。
- ・「クラブを頑張る人のための学部学科説明会」…前年度入試において人間健康学科に志願が集中した教訓を生かし、クラブ志向の学生が商学部、経済学部の各学部への志願を考え得る教育上のメリット、入試方式のPRを実施した。
- ・「神戸クルージング体験ツアー」…前年度も実施して好評だったクルージングツアーの趣旨をより受験生に訴求するために、学内での在学授業と現地での体験ツアーを融合させた内容に改善した。
- ・「インターネット出願説明会・体験会」…本年度から導入した年内のインターネット出願の簡便な操作性を訴求し、出願促進を図るために説明のみではなく操作体験をできる説明会を新規に実行した。
- ・「グループワーク型体験授業」…マーケティングと観光の二分野において、グループワ

ーク型の体験授業を導入した。マーケティングは後藤こず恵先生の「ポッキーのデザインから考える！売れ続けるヒミツ」、観光は柏木千春先生の「体験型旅行ツアープログラムの作り方」を8月25日のオープンキャンパスにて実施した。

- ・人材育成プログラムに関しては、オープンキャンパス時のパネル展示等に留まっており、それ以上の特化したプログラムは実施できなかった。
- ※各イベントの参加者が出願に繋がったかどうかは把握できなかった。次年度以降測定していく。

中退予防

【実施内容】

<1年生に対する施策>

◎欠席調査を毎回実施し、二回以上欠席した学生への指導を実施

(例)個別にフォローする教員を公募(教員評価制度とも連動)

【実施結果】

- ・2回以上欠席した段階で学生に初年次教員から電話連絡を実施。第1クォーター終了時52名に対して延べ120回、第2クォーター終了時44名に対して延べ100回の電話連絡を実施した。
それぞれのクォーターで41名が重複しており、うち22名が単位取得できた。

【実施内容】

◎単位取得できなかった学生への補講を夏休みに実施

(上級生の単位修得者からのアドバイス---授業内の重要箇所、テスト対策など
学生目線で語ってもらう)

【実施結果】

- ・初年次教育の単位が修得できなかった1年生に対して夏季休暇を利用して5日間の補修を実施。
45名の内補習により22名が単位取得できた。また、夏季補修で単位を修得できなかった学生のために、2月に再度5日間の補修を実施、15名が受講し8名が単位取得できた。また、補習だけでなく、4年間の過ごし方、目標のを見つけ方などを先輩(在学生)や卒業生から講義を受けるプログラムを設けた。
- ・2年生以上の低単位取得者の対応としては7/7~7/9学修支援ガイダンス時に、上級生

(10人程度)からのアドバイスとして既得科目のテスト対策情報などの情報交換をおこなった。

2年次と3年次の低単位取得者489名に対して案内ハガキを発送し、2年次100名、3年次95名、合計195名が参加。2年次学修支援ガイダンス不参加者131名については、保護者宛てに9月学修相談会の案内の電話連絡を行い、97名と連絡が取れ、うち半数の学生と学習相談を実施した。

- ・1年生向けの学修支援ガイダンスを11/19～11/20に実施。1年生全員に案内ハガキを発送し、9名参加。

内容は単位修得ペースや授業の受け方について。(前年度は未実施)

- ・2年生向けの学修支援ガイダンスを1/5に実施。低単位取得者247名に案内し、60名参加。(前年度：88名)

3年生向けの学修支援ガイダンスを1/6に実施。低単位取得者211名に案内し、47名参加。(前年度：68名)

- ・1年生の低単位取得者に個別面談を3/1～3/11に実施。288名に案内し、218名参加。(前年度：131名)

【実施内容】

- ◎家族の協力を要請(成績不振者の保護者に対し、大学と家族の両方で学生をフォローして、4年での卒業に導くことを訴求)

【実施結果】

- ・全学年を対象に成績通知書を全保護者に送付。履修登録不備者115名の学生、保護者に不備である旨連絡。9/12低単位取得者に対して学修相談会を実施した。
- ・2年生については低単位取得者のために実施した学修支援ガイダンスに欠席した131名の学生の保護者に対して教務課(学修支援センター)より電話連絡を実施した。2組の保護者同伴の相談があり、親からの助言で18名の学生が相談に来た。
- ・3月履修登録の0履修者97名に対して、保護者宛てに案内文書を発送。また、0履修者のうち新2年生の7名については、三者面談の案内ハガキを送付し、2名の面談を実施。

【実施内容】

- ◎父母向け学修ガイダンスの実施

【実施結果】

- ・全学年を対象に 9/12 父母向け学修支援ガイダンスの実施、参加者 14 組 22 名（前年度春季：30 組 44 名）。
教員から「大学で学ぶということ」の講演、職員から本学における学修支援と履修や単位についての説明を実施した。
個別の学習相談会参加者は 30 組（前年度 9 月実施：16 組）
- ・全学年を対象に 12/5 に父母向け学修支援ガイダンスを実施、参加者 40 名。教員より「単位修得に向けて」の講演を実施。
個別の学習相談会参加者は 38 組、うち 1 年生 14 組（前年度は未実施）。
- ・全学年を対象に 3/5 に個別の学習相談会を実施。参加者は 83 組、うち 1 年生 34 組。

【実施内容】

- ◎生活改善講座、スケジュール管理講座の実施

【実施結果】

- ・全学年を対象に学修支援センターにて個別相談を実施、管理講座については未開講。学修支援センターへの訪問数について現時点ではカウントできていないが、目安として 9 月履修登録時は 1 日 150 名程度、3 月履修登録時は 1 日 200 名程度、通常時は 10 名程度の来訪があった。

【実施内容】

- ◎目指すべき職業別の履修モデルを作成し、学生と一緒に 4 年間での卒業プランを考える

【実施結果】

- ・目指すべき職業別の学生生活モデル 10 業種について作成を実施した。
- ・4 年間の卒業プランについては 1 年生全員がキャリアビジョンシートを作成。これはなりたい自分を考察し、そのために就職したい企業、職種を検討し、それに基づき 4 年間の学修計画を立てるもの。1 年生前期に於いては学生が常に携帯し、クラス MT 時に担当教員と相談しながら内容の更新を行った。

【実施内容】

- ◎大卒と高卒の就職の違いについての説明（大学を辞めることの危機感を覚え、安易な退学除籍を防ぐ）

【実施結果】

- ・ 9 月末時点で全学の退学者 76 名（前年度 75 名）、除籍者 28 名（前年度 22 名）、1 年生については退学者 6 名（前年度 3 名）、除籍者 1 名（前年度 0 名）。
- ・ 5/29 初年次教育において中山准教授により講義（フリーターと大卒）を実施。
- ・ 10 月末時点 全体 退学 95 名、除籍 39 名（前年度：退学 94 名、除籍 35 名）
1 年生 退学 7 名、除籍 1 名（前年度：退学 14 名、除籍 0 名）
- ・ 3 月末時点 全体 退学 149 名、除籍 69 名（前年度：退学 125 名、除籍 77 名）
1 年生 退学 21 名、除籍 9 名（前年度：退学 35 名、除籍 0 名）
- ・ 健康診断時に全学生を対象に実施した UPI(大学生精神健康調査)に基づく呼び出し、個別相談（保健師→カウンセラー）を実施した。本年度 呼び出し 143 名（前年度 75 名、同比 190.6%）、面談 91 名（前年度 42 名、同比 216.6%）、うち 10 名がオープンスペース R の新規利用に繋がった。退学除籍学生(把握分は)3 名（前年度退学除籍学生(把握分は)0 名）
- ・ オープンスペース R 利用述べ人数は本年度 542 名（前年度 665 名 前年比 77.4%）。初年次教育導入がよい意味で影響した模様で利用者実数、特に、新規利用者の減少が顕著にでた。
年 3 回イベント実施（延べ 40 名参加）や毎月 2 回の集団型の SST（ソーシャルスキルトレーニング）や個別のロールプレイングを実施（のべ 15 名が参加）した。

【実施内容】

- ・ クラブ関係入試学生に対する顧問、副顧問と教務課、学生課の協同指導

【実施結果】

- ・ 4 年間での卒業を目指すためにも手厚いフォローが必要であり、各学年のクラブ推薦関連入学者 343 名のうち低単位取得者（第 1 セメスター終了時 16 単位以下、第 3 セメスター終了時 48 単位以下、第 5 セメスター終了時 80 単位以下、4 年生は卒業できるかどうかを基準）74 名に対して、クラブ顧問・副顧問を通じて面談を実施している。この修学サポートは前年度からはじめ、改善を図った結果、低単位取得者の割合が前年度の 39.8%（104/261 名）から 19.3%（74/343 名）まで（20.5 ポイント）改善することが出来た。
- ・ 2015 年度低単位取得者：退部者の割合（後期終了時点）は次の通りである。
2012 年度入学生 23.0%：14.8% 2013 年度入学生 15.5%：19.7% 2014 年度入学生 30.6%：3.7% 2015 年度入学生 12.0%、3.0% 全体 19.8% 8.3%

※2014 年度の退部率は未集計

【実施内容】

- ・クラブ加入率アップ（学生生活の充実に直結）

【実施結果】

- ・本年度のクラブ加入率は目標 44%に対し 43.9% (1,336 名/3,046 名) (前年度： 43.3% 1335 名/3081 名)。1 年生の加入率については 41.0% (353 名/860 名) (前年度： 46.4% 362 名/780 名)。
- ・クラブ勧誘イベントとして体育祭を実施した。

【実施内容】

<全学年に対する施策>

◎授業時間以外で教員と学生が気軽に話せる場を提供する（ハード面、ソフト面）

【実施結果】

- ・5 月よりアカデミックサロン（Ⅰ棟、Ⅱ棟、Ⅴ棟）の開設、利用促進
利用件数（コーヒー売上件数） 5 月度：1,223、6 月度：951、7 月度：743、8 月度：205、9 月度：146、10 月度：652、11 月度：477、12 月度：441、1 月度：311、2 月度：213、3 月度：77
- ・後期より学生及び教員の意見を取り入れ、利用日程・時間の拡大を図った【旧】月～金 9：00～18：00 →【新】全日（土日祝含む）9：00～20：00。
また、大阪オフィスより引き上げた什器（木目デスク、カラフルチェア）を再配置し、事務的なイメージを払拭した。

【実施内容】

◎アカデミックアワー登録システム導入

【実施結果】

- ・4 月アカデミックアワー登録システム稼働。専任教員にはシステムの利用を促進し、ほぼ全教員の利用を徹底できた。

【実施内容】

- ・申込者が多く、履修できない学生の多い科目については、より多くの学生に学修の

機会を提供するため、複数開講を実施

【実施結果】

- ・次年度時間割編成を検討する中で、履修者が多くなりそうな科目（29科目）については、私語対策、学習効果の観点より、複数開講の依頼を実施した。

オンラインワン施策推進

初年次教育⇒オンラインの教育プログラム

【実施内容】

<初年次教育プログラム>

◎入学前教育、入学式、オリエンテーションの実施

（“なりたい自分”がこの時点であるかどうかの把握）

【実施結果】

- ・入学前教育（2/14、18、21 計3回実施、420名参加）においては入学前教育のイントロダクションと大学生生活の初歩について理解を深める内容を実施した。
- ・入学式（4/1）で一人ずつ全員に目標を発表してもらい、クラスでテーブルを囲んでの懇親会を実施した。
- ・新入生アンケートの設問「将来就きたい職業はありますか？」に対して「ある」と回答した学生は46.9%であった。しかし、第1Q終了時点でアンケートをとった結果、将来の夢・目標を得ることができたと答えた学生は72.2%に達した。

【実施内容】

◎コミュニケーションキャンプの実施（友人づくり、コミュニケーション力の向上）

【実施結果】

- ・コミュニケーションキャンプ（4/7～8、4/8～9）では全1年生がハチ高原のホテルに宿泊。13人ずつのグループ単位で、10個のアクティビティ（モンスター、爆弾処理、ブラインドスクエア、スパイダーネット、エレクトリックフェンス、魔法のじゅうたん、トラフィックジャム、ZOOM、モホークウォーク、ニトロクロッシング）に全員が挑戦し、主にクラスでの友人づくりに役立った。

【実施内容】

◎コミュニケーションプログラム

「先輩と触れ合おう」---在学から刺激を受ける

「“なりたい自分”について調べてみよう（業界研究）」

---（自分なりの）将来のイメージをもつ

「フィールドワーク」---外に出て調べる習慣を身につける

「卒業生と触れ合おう」「企業人にインタビュー」

---自分なりに調べた“将来のイメージ”と合っているか確認

【実施結果】

- ・当該プログラムについて予定通り実施。
- ・先輩、卒業生、企業人等のプログラムについては、新入生のみならず依頼した講演者からも満足度の高いものであった（ヒアリング結果）。
- ・入学当初に同じ顔ぶれで長時間過ごすことで孤立する学生が減少した。また、さまざまなタイプの友人を作ることができた。
- ・クラスアシスタント（在学）を導入したが主旨、役割を十分に理解させることが出来ず、運営がうまくいかなかった。次年度以降、組織化と教育に取り組む必要がある。
- ・フィールドワークについては、大人数での実施に課題が残り、プログラムを再検討、次年度はクラス単位（40名）で実施することとなった。

【実施内容】

◎学びの体験（“なりたい自分”に関連する「学び」を体験）

【実施結果】

- ・クラス単位でのコミュニケーションプログラムとセットで配置されている様々なテーマの講座を複数開講している中で、自分が興味のある分野を約 100 講座の中から自由選択で 10 講座聴講できるようにした。

【実施内容】

◎“なりたい自分”のレポート作成（必要な知識、不足している知識は何かを知る）

【実施結果】

- ・体験毎にキャリアビジョンシートを作成し、なりたい自分について考える機会を設けた。

【実施内容】

- ◎ “なりたい自分” に近づくための知識・技能・態度を身につける
(クラス担任と相談しながら軌道修正)

【実施結果】

- ・ 第2Qに学びの予行科目(教養基礎(～)、基礎技能(～)等)を約70科目配置して、本格的な科目の受講機会を設けた。

【実施内容】

- ◎ “なりたい自分” のレポート修正

【実施結果】

- ・ 先述のキャリアビジョンシートに4年間の学修計画を記述し、なりたい自分へのステップアップをまとめる機会を設けた。

【実施内容】

- ◎ サマープログラム(海外研修、チャレンジインターンシップ)

【実施結果】

- ・ 異文化理解(香港)の実施(15名が受講)。
- ・ チャレンジインターンシップを下記の通り実施
 - 裏舞台体験プログラム(神戸ノエビアスタジアム(30名参加))
 - ミント神戸ファッションショー(4名参加)
 - ミント神戸映画試写会(4名参加)
 - 東京キャリア探検隊参加(アパレル業界)(1年生7名参加)

【実施内容】

<オンリーワン教育プログラム>

- ◎ マーケティングプログラム(商品開発)および地域人材育成プログラム(仮称)の構築
担当教員の決定(2015年8月末)
プログラム内容決定(2015年11月末)
プログラムスタート(2016年4月)

【実施結果】

【マーケティングプログラム】

- ・試験的に夏季休業中、テストプログラムを実施。担当教員：後藤准教授、羽藤講師 参加人数：3年生 29名。
- ・企画テーマ「神戸産のいちごパウダーを使ったクリスマスギフト」に基づき、マーケティング分野の専門知識を修得し、企画を作成する中でマーケティング力を身につけた。商品企画やブランド戦略のプロの方からも話も聞き、プレゼンにつなげた。
- ・プログラムの内容として探索的調査、フィールドワーク、検証的調査、企画書作成、プレゼン指導等を実施。

今後はプログラム内で得た履修者の主観データおよび教員や審査員の客観データ、ピアレビューの集計を行い、教育効果について検討・取りまとめを行い、次年度には正式なプログラムとして実施することとなった。

【地域人材育成プログラム】

- ・神戸 2020 ビジョン・神戸創生戦略プロジェクトチームの企画と連携して、地域活性化プログラムの提案等を実施していく（担当教員：田中まこ特別教授）。

※両プログラム共に次年度、正式なプログラムとして実施することとなった。合わせて教育効果を上げる為の議論を深め、大学としての意思を示す。

【実施内容】

<規律性の向上>

- ・SNS、危険ドラッグ、喫煙、挨拶、マナー指導の徹底

【実施結果】

- ・禁煙指導について新入生学生生活ガイダンス、フレッシュマン研修、リーダー研修時に禁煙の保健指導、毎月 1 回ポータルに禁煙についてのトピックス掲載した。健康診断問診より喫煙率が前年度 16.1%から 13.7%と 2.4 ポイント改善した。禁煙支援を 4 名受け、2 名禁煙に成功。現在、新たに 3 名を支援中である。
- ・学内の死角となる場所（駐車場、講義棟Ⅱ西側、レストラン東側などで隠れ喫煙が多い）での喫煙指導については休み時間・昼休みを中心に 2 名体制で巡回を実施した。また、学外（近隣）についても 2 名体制でスタッフを配置し、巡回を実施した。
- ・危険ドラッグにおいて、新入生学生ガイダンス、フレッシュマン研修、リーダー研修に保健指導を実施、在学生健康診断時にパンフレット配布し啓発活動を実施した。
- ・保健室内や PORTAL では、目立つように SNS 問題、危険ドラッグの POP を掲示した。

- ・学生自身を挨拶運動（4月実施。100名程度参加）やクリーンキャンペーン（定期実施（毎週木曜日） 各回80～100名程度参加）に参画させることで規律性向上に寄与している。次年度は各クラブが分担して実施できるよう年間スケジュールを作成した。

教育につながるプロジェクト的教育・研究活動推進

【実施内容】

◎個人研究費・旅費総額を削減し、その分を学生満足度（教育力）アップにつながるプロジェクト教育・研究（学内公募）とする。

なお、プロジェクト教育・研究については学長を中心に審査し決定する。

【実施結果】

- ・個人研究費・旅費総額の削減（一人450千円→350千円）を実施。
- ・プロジェクト教育・研究である「教育実践推進費（予算6000千円）を新設した。
- ・学内から11グループが応募し8件が採択、学長裁量での2件を合わせ、合計10件のプロジェクトが進行した。実績として10件2920千円のプロジェクト費が計上され、今後の教育活動における成果を果たしている。なお、3案件については次年度以降も継続して研究する。「マーケティング人材育成プログラムの開発」、「学生の自主学習支援施設としてのラーニングコモンズの設立と図書館・メディアセンターを中心とした既存施設の連携強化及び活性化」、「スポーツメディアの実態を探る～スポーツ新聞の作成を通じた体験学習～」。

【実施内容】

◎研究費利用について透明化・明確化を図るため、使用ルールを見直す（金額に関わらず、備品シールを貼り、大学からの貸与扱いとする）

【実施結果】

- ・金額の多寡に関わらず、パソコン、プリンター、デジタルカメラについては備品登録を実施。リストに基づき、2月分まで備品シール貼付完了。3月分以降の備品については、次年度の4月上旬に実施予定。

第一志望企業群への就職割合向上

【実施内容】

◎初年次教育、オンリーワンの教育プログラム、社会連携プログラム、ゼミ、クラブ、キャリア開発プログラム（宿泊セミナー、キャリア探検隊（学生主体で企画）、ビジネスセミナー、就職ガイダンス等）を通じて、学生に第一志望企業群を持ってもらう。

【実施結果】

- ・第一志望群への就職割合を計る指標として卒業生に対して進路に関するアンケートを実施。第一志望群へ就職できたかどうかは確認できなかった。進路に関する満足度：66.4%（前年度：68.5%）

【就職ガイダンス】

- ・3年生を対象として、就職活動準備に向けて就職ガイダンスを年間9回（臨時ガイダンス含む）に渡り実施した。学生の参加者数 延べ2337名（前年度：述べ3047名）、学生の平均出席率 43.2%（前年度39.9%）

【SPI 対策講座】

- ・2月に5日間実施 実人数128名参加（前年度実人数180名参加）

【ゼミ訪問】

- ・10/8より1/15まで全50ゼミを訪問(前年度60ゼミ・1か月平均16ゼミ)
キャリアチューター40名（男子21名・女子19名）を選出しゼミ訪問に同行。

【学内企業説明会】

- ・のべ参加企業数294社(前年度329社)、のべ参加学生数2663名（前年度4,967名）

【個人面談】

- ・10/5から12/22までに357件の面談を実施(進路登録票提出者382件)
(前年度個人面談件数436件)

【業界研究セミナー】

- ・12/2～2/19まで9日間実施 52社のべ679名参加(前年度40社のべ1,009名)

【グループディスカッション・グループワーク】

- ・従来のグループディスカッション練習に新規企画の集団面接練習をセットにして実施。
2/22より4日間の日程で実施、のべ92名、実人数84名参加（前年度グループディスカッション・ワーク、4日間96名）

【面接練習】

- ・3/14日より5日間の日程で実施、のべ63名(実人数63名)が参加（前年度のべ125名、実人数110名、12日間、 ※日数減は、前年度学生からのニーズにより、前述の集団

面接を新規に実施したことによる)

【卒業生による就職相談会】

- ・2/20 実施参加者 34 名（前年度 2 回実施、参加者 88 名）

【キャリアチューターによる就活体験談報告会】 ※例年のキャリアカフェに替わる企画

- ・12 月に実施 参加学生 50 名 就活対象の体育会クラブ学生が参加
キャリアチューターで体育会クラブ生所属学生 13 名（硬式野球部、女子バレー部、剣道部、卓球部、陸上競技部、アメリカンフットボール部など）にも参加してもらい、就活体験談の講話や自己 PR の添削などを行った。

【SPI 筆記模擬試験】

- ・2 月から 3 月の間で、全 4 回模擬試験を実施、合計 350 名の学生が受験した。
内訳： マークシート型 2 回実施、249 名受験 [2/5 120 名、3/3 129 名]
テストセンター (WEB) 型 2 回実施、101 名受験 [2/18 41 名、3/8 60 名]
（前年度 6 回実施、合計 490 名受験。内訳：マークシート型 4 回実施、合計 402 名受験、テストセンター (WEB) 型 2 回実施、88 名受験）

【留学生就職ガイダンス】

- ・6/25、6/26 実施。23 名参加(前年度 43 名)
- ・12/14、12/17 実施 16 名参加（追加実施）

【女子対象メーキャップセミナー】

- ・12 月に女子 30 名限定企画として実施、26 名が参加した。（前年度 26 名参加）

【キャリアリーダー】

- ・キャリアリーダーを公募し、61 名の学生母集団を形成した。うち 60 名がキャリアデザイン演習 I の履修に繋がった。（前年度 32 名中/17 名履修）
- ・キャリアリーダー向けに 4 回の研修 (6/24、7/8、8/5、10/7)、企業訪問事前研修 (8/31) 「9 月企業訪問事前研修 企業研究」、企業訪問研修 (9/2～9/16) 「企業訪問研修 合計 8 社」、「宿泊研修セミナー」(12/5～12/6)を実施した。

【キャリア探検隊（過去に実施していた内容を見直し、大幅に改編）】

- ・今期から対象学年を 3 年生限定とせず、1 年～3 年に参加できる幅を広げ募集し、学生が調査してみたい項目を学生自身で考え、企画した内容を基に 4 グループを編成し訪問を実施した。
- ・全体参加学生数：18 名（1 年生 7 名、2 年生 2 名、3 年生 9 名）。
- ・訪問実施（アパレル 関西企業訪問、首都圏企業訪問、テーマパーク調査）

【資格講座】

- ・のべ開講 48 講座 のべ受講者数 756 名(前年度 739 名、前年度比 102.3%)
- ・無料受講制度 (RYUKA 特別奨学金入試、一般入試等対象者) 利用者 198 名 (前年度 123 名、前年度比 160.9%)
- ・就職ガイダンス、学生・父母へのダイレクトメールに加え、教授会・教員会にてアナウ

ンスを実施した。

【実施内容】

- ・推薦企業 50 社、推薦学生数 100 名（前年度 20 社、推薦学生数 24 名、内定件数 24 名）を確保し、第一志望企業群への就職割合を向上させる。

【実施結果】

【本年度就職結果】

- ① 就職率 98.4%（就職者数 497 名／就職希望者数 505 名）（前年度 98.3%、+0.1 ポイントアップ）
- ② 日本人学生就職率 98.3%（日本人就職者数 454 名／就職希望者数 462 名）（前年度 98.3%）
- ③ 就職者数／卒業者数 81.4%（前年度 81.3%、+0.1 ポイントアップ）
就職者数 497 名／（卒業者数 616 名－大学院進学者数 6 名）
- ④ 日本人の就職者数／卒業者数 87.6%（前年度 84.2% +3.4 ポイントアップ）
日本人就職者数 454 名／（卒業者数 616 名-留学生 96 名-大学院進学者(日本人)数 2 名）
- ⑤ 留学生の就職者数 37 名／卒業者数 96 名 38.5%（前年度 37.5%）
卒業者数：96 名、進学者数：4 名、帰国者数：39 名
日本での就職希望者数：53 名、うち内定者数 37 名（就職率 69.8%）
留学生の就職事情は、日本人に比べると厳しく 4 割弱の学生が内定を得るにとどまった。

【学校推薦制度】

- ・申込学生数 122 名 推薦学生数 43 社 102 名 内定件数 33 社 74 名
（前年度 55 社 推薦者 102 名、49 名内定）
- ・うち学内の選考を経た学生
推薦学生数 27 社 65 名 内定件数 19 社 33 名 内定者前年比 137.5%

【ビジネスセミナー】

- ・11 月 13 日(金) 神戸 11 月 26 日(木) 大阪で 2 回実施（合計 126 社 159 名にご参加いただいた）

【宿泊セミナー】

- ・3 回実施（前年度 4 回実施）
参加学生数 117 名（前年度 106 名）

組織力・経営力向上

教育面を中心とする教員評価制度確立

【実施内容】

◎本学園が目指す教員像、教育重視とする項目の設定および比率の見直しを行い、教育及び学生募集分野を重視し比率を全体の80%以上にする。

※正課授業以外（授業時間以外での学生フォロー（中退予防）、クラブなど）についての評価比率も高める

【実施結果】

- ・10月 理事会審議 評価比率の見直しを提案し承認を得た。

| 【現】 | | | 【新】 | |
|-----|-----|---|-----|-----|
| 大項目 | 割合 | | 大項目 | 割合 |
| 教育 | 50% | ⇒ | 教育 | 70% |
| 研究 | 30% | | 研究 | 20% |
| その他 | 20% | | その他 | 10% |

- ・学生をしっかり教育し、実社会で活躍できるビジネスパーソンを輩出するためにも、授業だけでなく、マナーや友人関係の築き方を含め学生生活全般における指導・支援を重視する。
- ・次年度は担当コマ数、就職支援、課外活動支援、社会連携参加などを教育分野の評価へ追加を検討する

財務構造の維持・良質化

【実施内容】

◎学内教職員のペーパーレス化を推進（コピー代、ペーパー代、インク・トナー代を前年度の70%以内に削減）

【実施結果】

- ・4月 各種会議体及びミーティングの資料の紙配布を中止
- ・プロジェクター・モニターディスプレイの使用または各自ノートPC持参等の徹底
- ・本年度実績

| | | | |
|------|---|--------------|----------------------------|
| コピー機 | ： | 4,579,642 円 | (前年 6,649,367 円 (68.9%)) |
| 印刷機 | ： | 9,555,545 円 | (前年 6,284,995 円 (152.0%)) |
| プリンタ | ： | 3,390,041 円 | (前年 3,993,599 円 (84.9%)) |
| 合計 | ： | 17,525,228 円 | (前年 16,927,961 円 (103.5%)) |

会議資料の減によりコピー機、プリンタについては減となったが、印刷機を利用した。初年次教育関係資料印刷の増により、印刷コスト総額は前年度比増。今後もペーパーレス化の啓発活動を実施していく。

【実施内容】

◎教員評価制度の見直し

- ・学生募集力、学生満足度（教育力）、就職力の向上

【実施結果】

- ・教育分野の評価比重を 70%とし、2017 年度から実施する承認を得て、評価項目等について案を作成中。