

## 第 章 アンケート集計結果

## アンケート概要

### 1. 調査期間

平成 18 年 11 月 15 日～12 月 15 日

### 2. 収集方法

国公立大学・短期大学：日本私立学校振興・共済事業団ホームページ掲載の様式に従い電子メールにて提出

私立大学・短期大学：日本私立学校振興・共済事業団私学情報システム内アンケートシステムにて提出

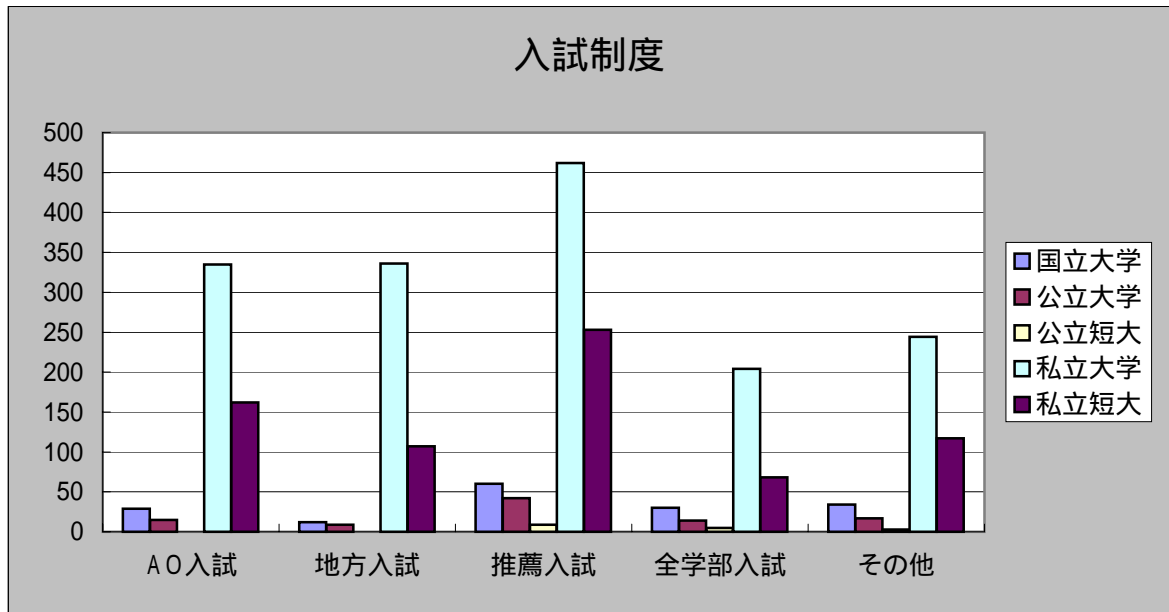
### 3. 提出学校数

区分	回答校数	(対象校数)	回収率
国立大学	71校	(82校)	(86.6%)
公立大学	46校	(76校)	(60.5%)
公立短期大学	9校	(28校)	(32.1%)
私立大学	474校	(556校)	(85.3%)
私立短期大学	257校	(416校)	(61.8%)
合計	857校	(1158校)	(74.0%)

### 4. 集計上の特記事項

- ・その他の記述欄に「特になし」等、取組みが記述されていない場合は集計から除外した。
- ・記述欄は類似した回答をまとめたうえ、主な回答を掲載している。
- ・記述欄は原則として提出された原文を利用しているが、大学名等が特定される場合には適宜表記の変更を行った。

## 1-A 貴学では、どのような入試制度を採用していますか

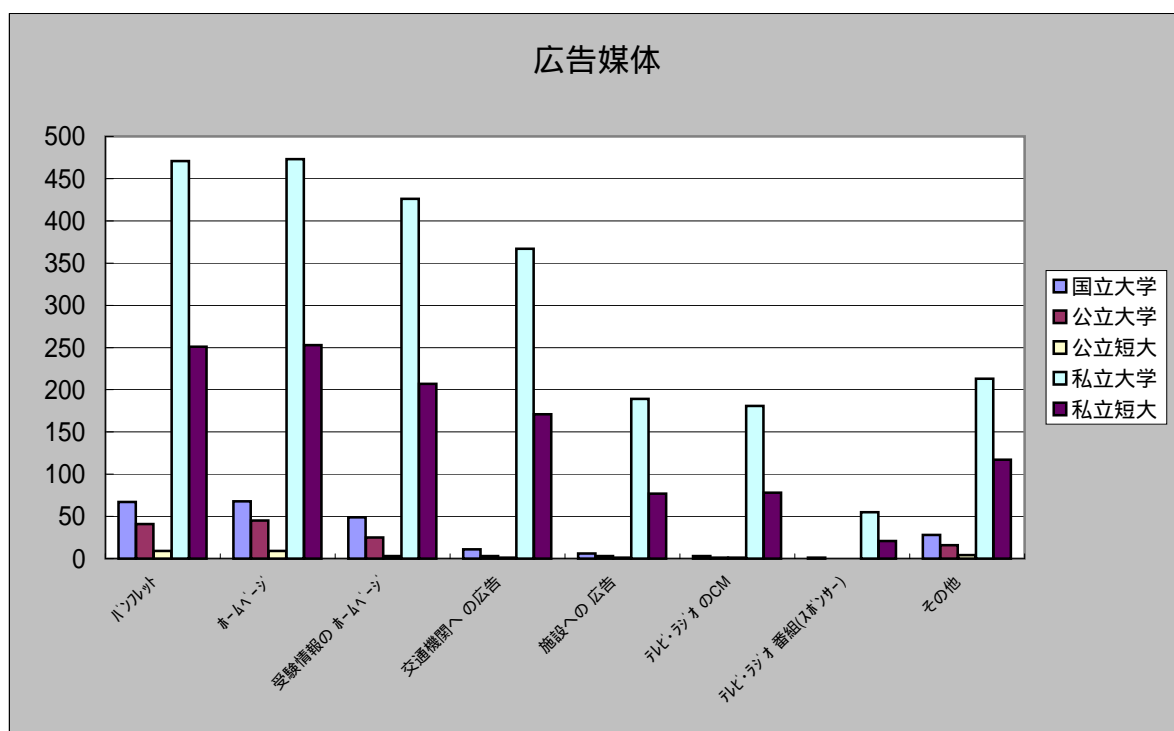


区分	AO入試	地方入試	推薦入試	全学部入試	その他
国立大学	29	12	60	30	34
公立大学	15	9	42	14	17
公立短大	0	0	9	5	3
私立大学	335	336	462	204	244
私立短大	162	107	253	68	117
合計	541	464	826	321	415

### 【その他の記述】

- |                         |                   |
|-------------------------|-------------------|
| 編・転入試                   | 同窓生入試             |
| アクティブ入試                 | 給費生入試             |
| 社会人入試                   | 作文                |
| センター試験利用入試              | 欠員補充試験            |
| 帰国生徒・外国人留学生入試           | 飛び入学試験            |
| インターネット入試               | 地域枠推薦入試           |
| ディベート入試                 | 社会奉仕体験生入試         |
| ウォッチ&スピーチ入試             | 一芸一能推薦入試          |
| キャリア教育接続入試              | 自由表現入試            |
| シニア特別選考                 | 有資格者特別入学試験        |
| スカラシップ入試                | 専門高校特別推薦入試        |
| 秋期入試                    | 英語特別入試            |
| スポーツ技能推薦                | 自己表現入試            |
| AO社会人入試                 | 専門高校等・総合学科卒業生特別入試 |
| 長期履修学生入試                |                   |
| 自己推薦入試                  |                   |
| 指定校制推薦入試                |                   |
| 併設する大学・短大を同時に受験することができる |                   |

## 1-B-1 募集広告はどのような媒体を利用していますか



区分	パンフレット	ホームページ	受験情報のホームページ	交通機関への広告	施設への広告	テレビ・ラジオのCM	テレビ・ラジオ番組(スポンサー)	その他
国立大学	67	68	49	11	6	3	1	28
公立大学	41	45	25	3	3	1	0	16
公立短大	9	9	3	1	1	1	0	4
私立大学	471	473	426	367	189	181	55	213
私立短大	251	253	207	171	77	78	21	117
合計	839	848	710	553	276	264	77	378

### 【その他の記述】

DVD  
 Web広告  
 インターネット検索のキーワード  
 ダイレクトメール  
 新聞広告  
 進学相談会  
 タウン情報誌広告  
 チラシ  
 ポスター  
 テレメール  
 雑誌  
 広告媒体を扱う企業  
 新聞広告  
 高校訪問  
 受験雑誌  
 ノベルティの制作  
 テレビ・ラジオ等の県政利用

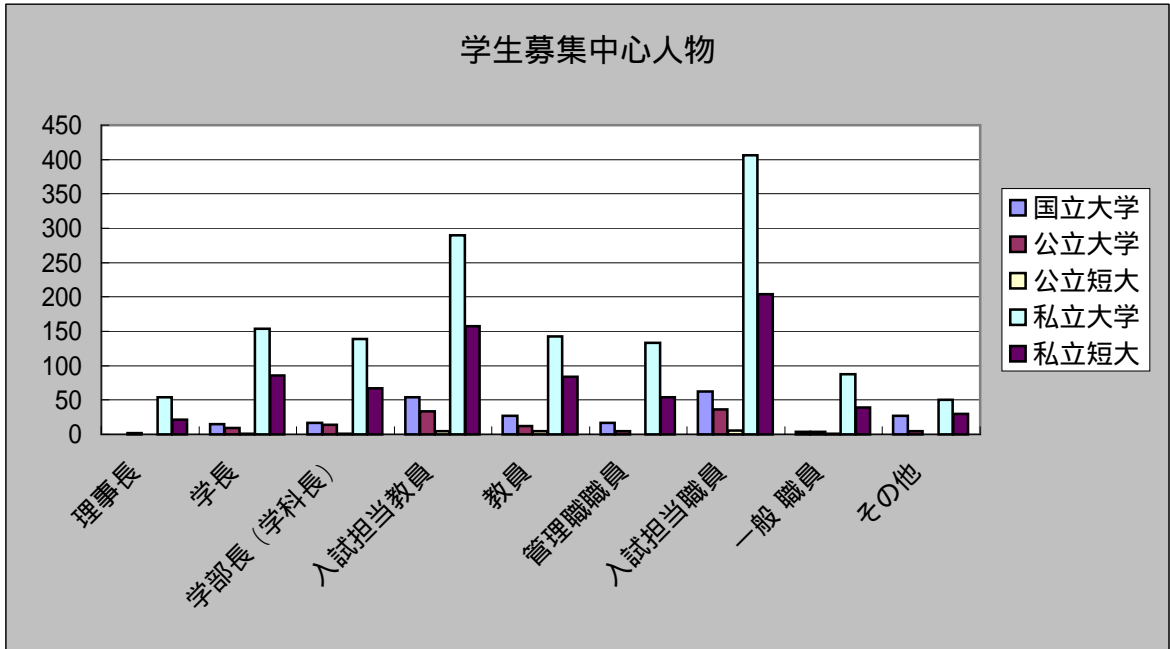
**1-B-2 採用している募集広告には、どのような効果がありましたか。  
また、どのような効果を狙いましたか**

<p>各媒体が相互連動しているので一口では言えませんが、Web関係媒体の影響力は大きい。ただし費用が高むという問題があります。</p>
<p>大学ホームページに資料請求機能をもたせたところ、請求数が伸びた。 交通機関への広告は受験生本人はもちろんのこと、高等学校教員、受験生の保護者など受験生をとりまく全ての人を対象に本学を知っていただくことを目的としていたが、卒業生や学生などからの反応もあり、周知の輪が広がった。</p>
<p>短大の優位性（特に専門学校と比べて）を知ってもらうことを狙った。 大学見学会への呼び込みに効果があった。</p>
<p>アドミッションポリシーに適合した学生の受け入れという効果は見られる</p>
<p>イメージ戦略エリア戦略を意識して広告を採用している為地元思考を強調できたと思う。又、予想外のエリアよりの出願者の確保もできた。</p>
<p>オープンキャンパスの参加者が出願率が高いことから、オープンキャンパスに参加を誘導する資料請求者の拡大に力点を置いた。そのために葉書を添付している雑誌広告を重視している。</p>
<p>オープンキャンパスへの勧誘に必要なリスト（資料請求者名簿）を集約できた。このリストを元にDM等で集客のための広報を展開した結果、前年度よりオープンキャンパスへの参加者が増えた。本学のオープンキャンパスに参加した者の受験率が約80%に達するのでオープンキャンパスへの誘いを最優先に訴求効果を狙った。</p>
<p>オープンキャンパスへの参加者が増加した。AO公募入試の志願者増に繋がる。</p>
<p>オープンキャンパス来学者の52%が本学のTV・CMを見ていた。効果の狙いは入学者増につなげるため。</p>
<p>単科大学なので、不特定多数ではなく、対象を絞った募集活動を行うことにより、効率的に志願者を確保することができる。</p>
<p>サーチエンジン対策として今年10月からホームページを刷新した。ヒット件数は一日3000件となり従前の倍に増えた。</p>
<p>テレビ、ラジオに放映したことにより、今までにない広域エリアより募集の問い合わせ</p>
<p>ネット媒体の効果は限定的である。むしろ、広報効果としては、高校での進路ガイダンスやオープンキャンパス等を通じ、直接、受験生に対面で説明できる場の方が期待できる。そのため、これらの媒体は「学校の理解促進」「入試情報の提供」に加え、「オープンキャンパスの告知」を主たるねらいとする。</p>
<p>ホームページを整備することで、以前より遠隔地からの学生が増え、涉外エリアを拡大することができるようになった。</p>
<p>音大の志望校決定に大きな影響があるのは個人レッスンの良し悪し、それを分かってもらうために体験レッスンを積極的に行った。</p>
<p>ホームページ上からの資料請求が特に多い。</p>
<p>ホームページ上での募集広告では、比較的簡単にメールで願書請求ができ、コンテンツの充実を図ることで即効性が望める。</p>
<p>以前は、資料請求を電話と業者のハガキによって行っていましたが、今年度よりホームページから資料請求ができるシステムを構築した結果、資料請求件数が増えた。（24時間資料請求が可能のため）</p>
<p>確実に手元に届くもの、最新情報を伝えられるもの、広く大学名を知ってもらえるものなど目的に合わせて採用。</p>
<p>学内進学説明会参加者数の増加、模擬授業の依頼件数増加、学外進学ガイダンス相談者の増加、志願者の増加。</p>
<p>最近ホームページを参照する受験生が増加している。</p>
<p>より高い学力レベルの高校生に対し、認知度を高める。</p>

<p>本学が世界に開かれた大学であり、国際人養成がイメージ出来る様な募集広告を行っている。</p>
<p>本年度学校案内を全面改訂した結果、推薦入試において1.3倍の志願者の増加がみられた。</p>
<p>過去数年分の入学者アンケート等を分析し、学部学科名だけでは、伝わりづらい詳しい内容を宣伝するものと、広く大学名を知ってもらうものを、効果的に振り分け、実際に、大学入試センター試験利用入試では受験者が増え、今まであまり対象となっていなかった地域や上位ランクの学校から志願入学が増えている。</p>
<p>既設学科(3学科)と大学院の周知を主眼に募集活動を行った。ホームページは最新情報の提供と市民からの様々な質問に答え、本法人を身近なものにするために設置した。検索件数から成果は予想を超えている。ラジオ(FM)の利用は婦人層への情報提供を、交通機関施設広告は不特定層への認識度アップに利用しているが、志願者増減との関係は不明。</p>
<p>旧来型の方法(新聞パフレット等)に加え、インターネットを利用した広告を展開しているが、タイムリーな情報をホームページなどでアップすることにより本学に興味を持つ生徒の取り込みを図ることができる。</p>
<p>近畿都市部以外の地方の高校生を対象に、新聞折り込みなどを入れることで、ホームページが開けない生徒などにも周知できたように考えられます。更に近畿圏の高等学校を中心に入学案内を送付して、オープンキャンパスや受験への案内を徹底した。</p>
<p>具体的な情報の提供を眼目に行ったことで下調べをした者からの質問が増えた。</p>
<p>交通機関やテレビラジオCM等では全国的な知名度好感度アップを、パンフレットホームページでは具体的な情報を発信し、受験生からの資料請求増を目指し、一応の成果は得られた。</p>
<p>広告がいつ、どれだけクリックされたのか、その状態をチェックすることで効果を常に知ることができる。</p>
<p>広告の効果尺度に決められたものがなく、評価が非常に困難であるが、ホームページなどはアクセス件数を効果の目安としている。          広告の狙いは、受験者数の増加の他、大学のイメージアップに重点を置いている。</p>
<p>広告媒体を利用した広報活動は、「地域に開かれた大学」としての好感を呼ぶ効果を期待し、また受験志望者の獲得にも寄与している。</p>
<p>高校生に対する本学への興味を一層ひくために、進学雑誌や進学サイトへの掲載、業者が蓄積したデータをもとに対象者を絞り込んだダイレクトメールの送付や高校で実施される進学説明会への参加など高校生に直接訴求する募集広報を行った結果、資料請求者数は昨年同時期に比べて大幅に増えた</p>
<p>高校野球の地方予選のテレビ放映にスポット広告でオープンキャンパスの告知を実施。高校1年生、2年生の参加者が増加。</p>
<p>資料請求、願書請求を増加させるのが主目的である。また、大学のブランドイメージを高めることも視野に入れており、重点地域を定めて行う広報もある。効果としては、資料請求件数の増加、イベント動員数の増加等が見られた。</p>
<p>受験雑誌に代表される直接高校生にPRするものと、新聞や交通広告のような、保護者に対して認知度を高めてもらい間接的に高校生の進路に影響を与えるものに分けて考えている。</p>
<p>受験者数を増加させるために各種の媒体を利用しているが、どの媒体がどれだけ有効なのかは、はっきりとは把握できていない。</p>
<p>受験者層のインターネットの普及、文字離れ等の現状に適合する広報ツールの選択により、効率のアップを目指す。</p>
<p>受験情報のホームページにアクセスした高校生が、本学のホームページにアクセスする形を取っている。</p>
<p>受験生に本学の「大学案内」「入試案内」を配付することができ、効果はあった。(特にホームページと受験雑誌の効果は“大”)</p>

<p>受験生のみならず、保護者、学校関係者、予備校関係者、一般の方たちを含めた広告展開。受験生以外にも対象を広げることによって、幅広い年齢層へ本学への関心を持つきっかけをつくる。特に携帯サイトについては、いつ、どこでも見られるという利便性ととも、入試情報を含めた各種コンテンツの充実、Q&amp;Aへの回答、在学生、留学生、卒業生、受験生の声を掲載し、多様なニーズに対応する。携帯サイトについては、反響が大きかった。</p>
<p>受験生への大学認知度アップを図るために、限られた予算を効果的に使うために時期やターゲットを絞りピンポイントの告知戦略をとった。広告効果は、オープンキャンパスの参加者増やAO受験者が四年間連続して右肩上がりに増えている。</p>
<p>出願促進、オープンキャンパスの周知、入試制度告知 教育組織改編（新学部学科設置、教育制度、サポート体制の充実）の周知</p>
<p>大学での現在の活動をアピールし、女子大の意義を理解していただけるよう工夫した。</p>
<p>大学のイメージアップと告知のため、テレビCMと地下鉄車内広告を実施。その効果測定は難しいが、オープンキャンパス時のアンケートでは、約85%の受験希望者が広告を見たとの回答があった。</p>
<p>大学案内や本学ホームページでは見る側に立って改善更新した。特に、大学案内については、写真や図表等を多用して、視覚的に分かりやすくなるように工夫した結果大変分かりやすいと好評であった。</p>
<p>大学情報（オープンキャンパスアドミッションポリシーカリキュラム取得資格進路就職入試実績等）の提供や利便性（デジタルパンフレット資料請求方法等）の向上により、志願者数の増加と社会への認知度を深める効果を期待している。</p>
<p>単科の小規模短大であるため、広報も地域を限って行っている。全受験希望者の90%は、その地域の在住者である。</p>
<p>短大全体の認知度を上げるために、今年度初めて交通広告を実施した。この点に関しては概ね良好な反応があり、効果があったと考えている。</p>
<p>地方会場告知の為に駅貼りや地方新聞へ出稿した</p>
<p>電話による問い合わせが減少した</p>
<p>特にホームページへのアクセス件数が多くなってきていることから、ホームページの内容を充実させて、本学の教育活動内容の一層の理解を図りたい。</p>
<p>特に受験生を対象に本学の真の姿を説明することに努めた。効果があったと判断している。</p>
<p>特に目立った効果無し。</p>
<p>媒体によって狙いは違い、必要と思う広告をタイムリーに行うことを心がけている。募集広告の効果測定については非常に難しい。</p>
<p>表記の統一によるイメージの統一化。イメージ戦略を中心に行なった。</p>
<p>本学における修学生活上の特色と学びの成果が具体的に告知でき、安心して大学選択が出来、入学後のコース選択カリキュラム作成に寄与した。</p>
<p>本学の新生を対象としたアンケートの実施結果によると本学の情報収集の方法(複数選択可)はホームページが約8割、大学案内パンフレットが約7割であった。入試情報はもちろん、本学独自の教育内容も積極的に公開して志願者増を図っている。</p>
<p>本学の認知度の向上 本学の建学の精神教育理念の周知</p>
<p>ホームページ、紙媒体では、資料請求のフィードバック。 パンフレットによって、学科の内容、就職状況を適切に伝えることが出来、オープンキャンパスの告知も周知できた。</p>
<p>本学の特徴を理解していただけるようになった。 わかりやすい言葉による高校生へのアピール。</p>
<p>理性だけでなく感性にも訴え、短大の特色をアピールすることを狙った。 オープンキャンパス来校者数の増加等の効果があった。</p>
<p>立地条件に恵まれている為、最寄駅内の案内に力を入れた。その結果、受験生や父兄において、スムーズな誘導が可能となった。また、各種高校生向けネット配信会社による広告の効果により資料請求が増えた。</p>

# 1-C-1 学生募集において、中心的役割を果たしたのは誰ですか



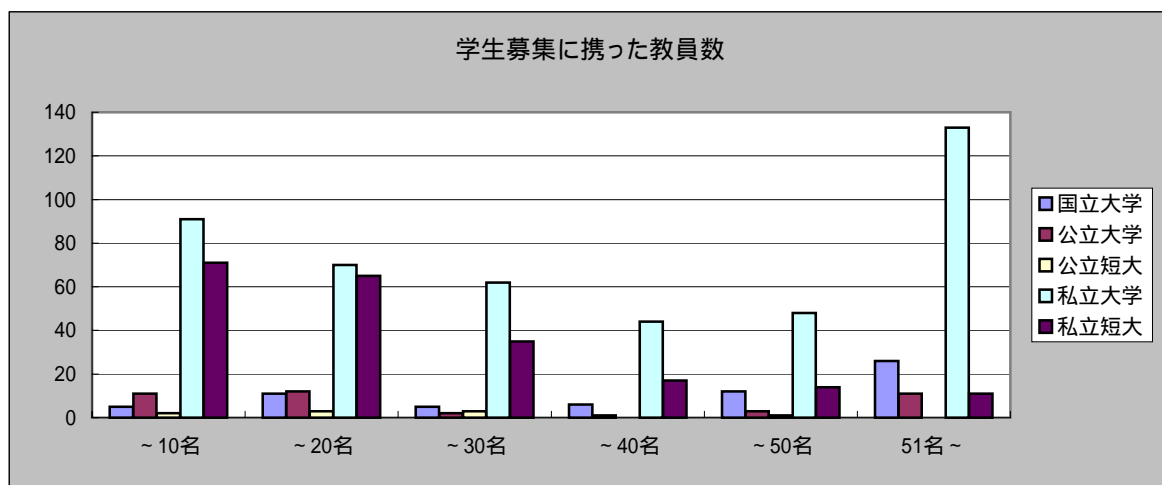
区分	理事長	学長	学部長 (学科長)	入試担 当教員	教員	管理職 職員	入試担 当職員	一般 職員	その他
国立大学	0	15	17	54	27	17	62	4	27
公立大学	2	9	14	34	12	5	36	4	5
公立短大	0	1	1	5	5	0	6	1	0
私立大学	54	154	139	290	143	133	406	88	50
私立短大	21	86	67	157	84	54	204	39	30
合計	77	265	238	540	271	209	714	136	112

【その他の記述】

- |               |          |
|---------------|----------|
| PR委員会         | 教職員全員    |
| アドミッションアドバイザー | 顧問       |
| アドミッションセンター   | 広報委員会    |
| アドミッションセンター教員 | 広報担当教職員  |
| アドミッションセンター長  | 在学生      |
| 各学部広報委員会委員    | 事務局長     |
| 学院長           | 嘱託職員     |
| 学園募集担当職員      | 担当理事     |
| 学生            | 地区アドバイザー |
| 学生募集委員会       | 入試部長     |
| 学長補佐          | 副学長      |
| 企画部長          | 理事       |
| 業者            |          |

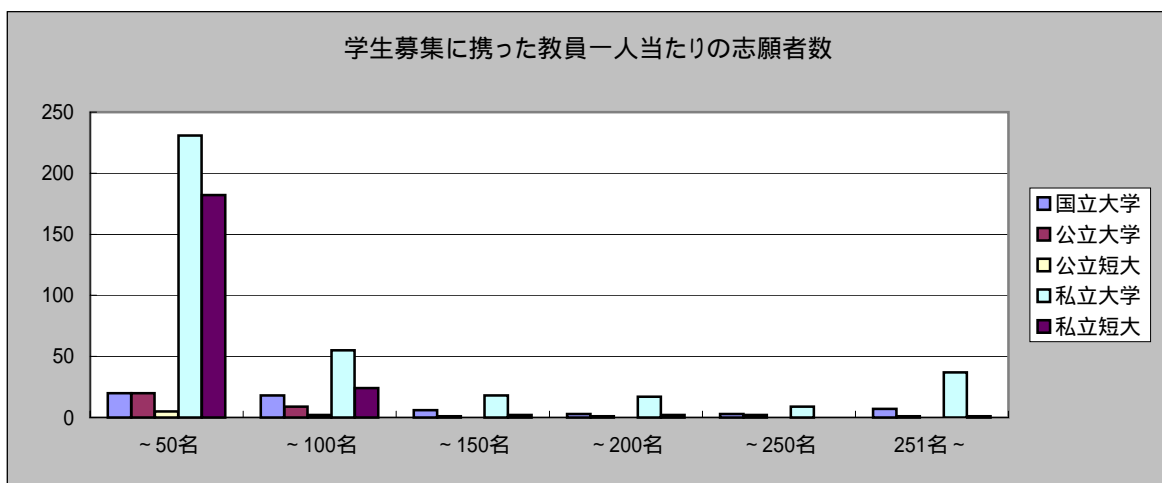


## 1-C-2 学生募集に携った教員は何名ですか



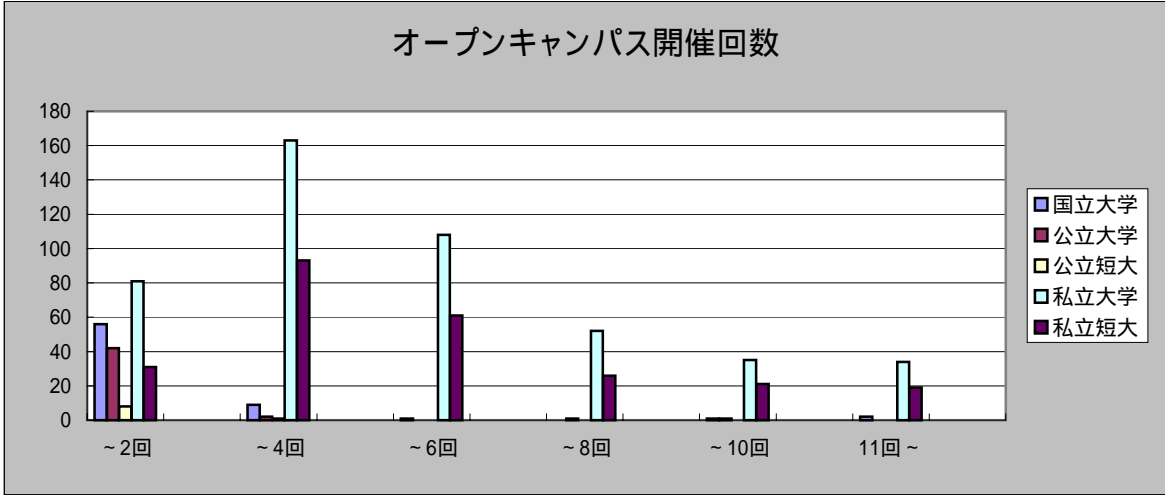
区分	~10名	~20名	~30名	~40名	~50名	51名~
国立大学	5	11	5	6	12	26
公立大学	11	12	2	1	3	11
公立短大	2	3	3	0	1	0
私立大学	91	70	62	44	48	133
私立短大	71	65	35	17	14	11
合計	180	178	178	178	178	178

## 1-C-3 学生募集に携った教員一人当たりの志願者数はおよそ何名ですか



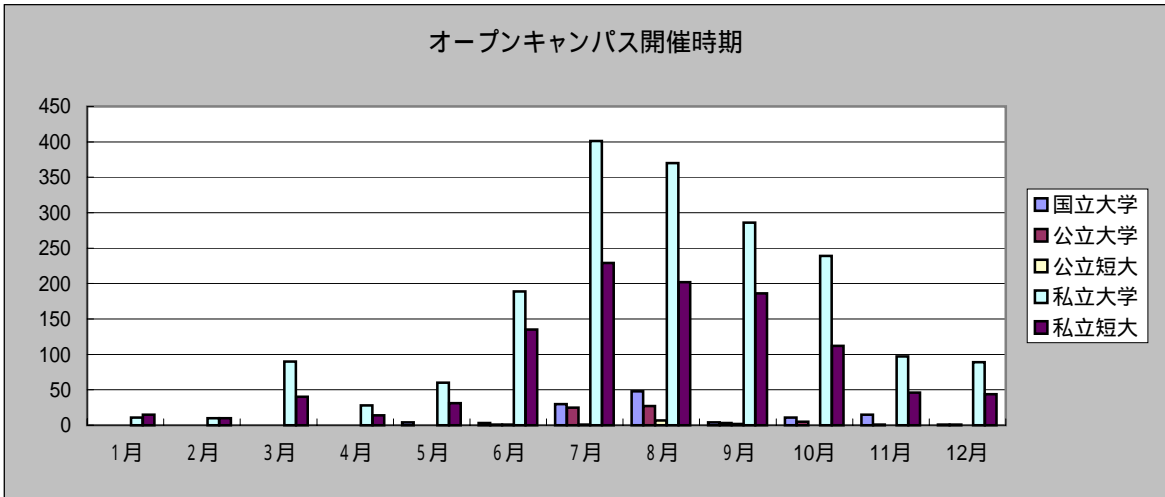
区分	~50名	~100名	~150名	~200名	~250名	251名~
国立大学	20	18	6	3	3	7
公立大学	20	9	1	1	2	1
公立短大	5	2	0	0	0	0
私立大学	231	55	18	17	9	37
私立短大	182	24	2	2	0	1
合計	458	108	27	23	14	46

## 1-D-1 オープンキャンパスを何回開催していますか



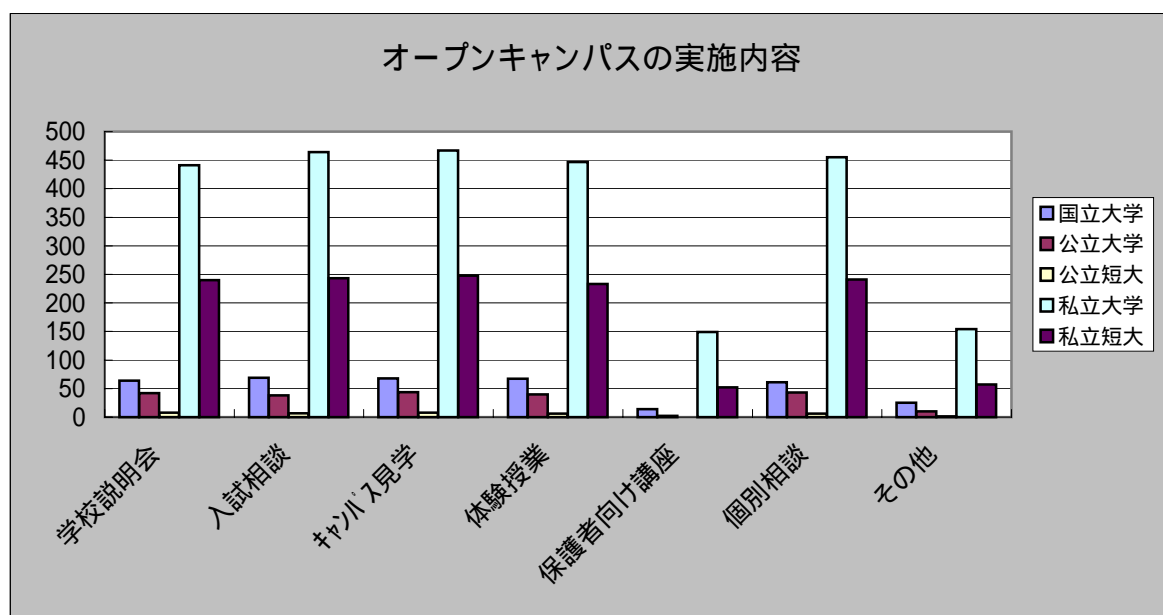
区分	~2回	~4回	~6回	~8回	~10回	11回~
国立大学	56	9	1	0	1	2
公立大学	42	2	0	1	1	0
公立短大	8	1	0	0	0	0
私立大学	81	163	108	52	35	34
私立短大	31	93	61	26	21	19
合計	218	268	170	79	58	55

## 1-D-2 オープンキャンパスはいつ開催しましたか



区分	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
国立大学	0	0	0	0	4	3	30	48	4	11	15	1
公立大学	0	0	0	0	0	1	25	27	3	5	1	1
公立短大	0	0	0	0	0	1	1	7	2	0	0	0
私立大学	11	10	90	28	60	189	401	370	286	239	97	89
私立短大	15	10	40	14	31	135	229	202	186	112	46	44
合計	26	20	130	42	95	329	686	654	481	367	159	135

### 1-D-3 オープンキャンパスで実施した内容は何か



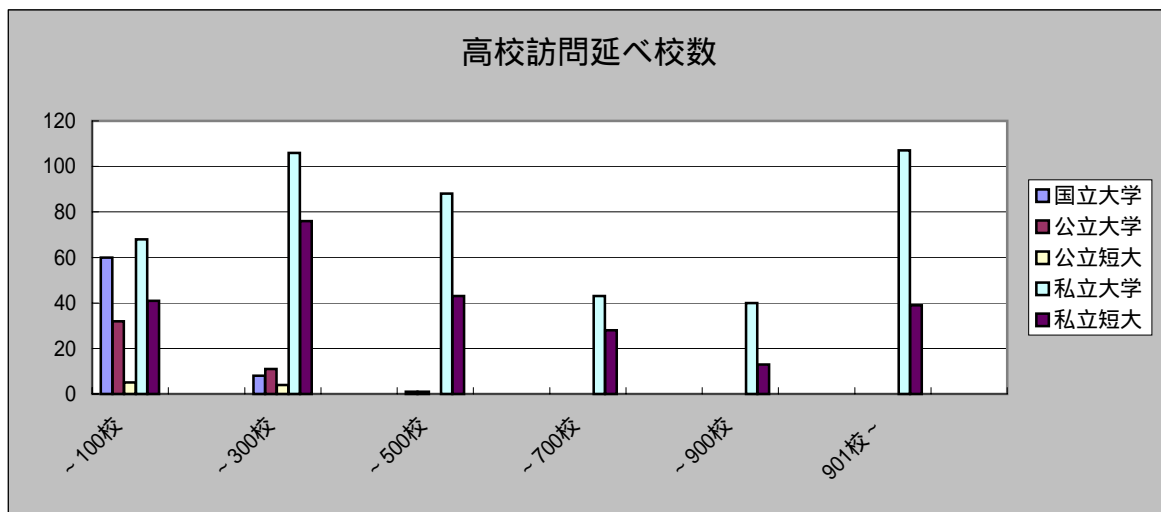
区分	学校説明会	入試相談	キャンパス見学	体験授業	保護者向け講座	個別相談	その他
国立大学	64	69	68	67	14	61	25
公立大学	42	38	44	40	2	43	10
公立短大	8	7	8	6	0	6	1
私立大学	441	464	467	447	149	455	154
私立短大	240	243	248	233	52	241	57
合計	795	821	835	793	217	806	247

#### 【その他の記述】

AO入試説明会  
FMラジオ公開録音  
アパート相談  
アンケート調査  
学食体験  
サークル見学会  
高校教員との懇談会・留学説明会  
スタンプラリー  
パソコン体験  
ステージアトラクション  
センター試験リスニングテスト体験  
パネル展示  
ビデオ  
OB・OGキャリアガイダンス  
医学部での実習体験  
外部講師による講演

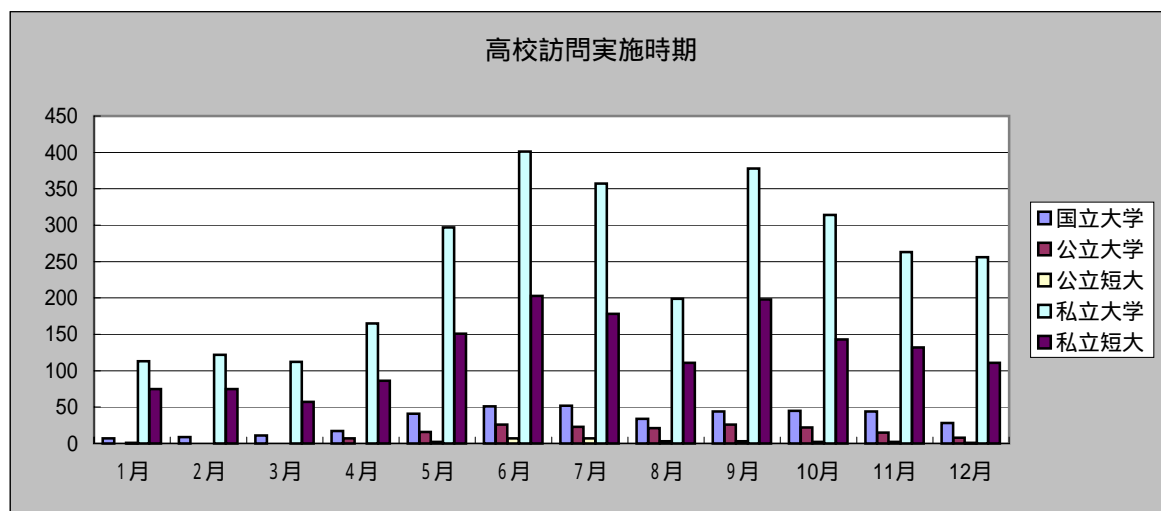
高校生低学年向け講座、資料配布  
先輩懇談  
パイプオルガン演奏  
石器作り体験  
卒業後の進路相談(就職、編入学)  
特色ある教育活動(特色GP)の紹介  
美容体験コーナー  
福祉まつり  
保護者対象説明会  
保護者対象学生街へのバスツアー  
模擬裁判の見学・体験  
薬剤師体験等実験  
学園祭体験  
学生による独自企画の実施  
在学生による成果発表  
受験生向け講座

### 1-E-1 高校訪問をのべ何校実施していますか



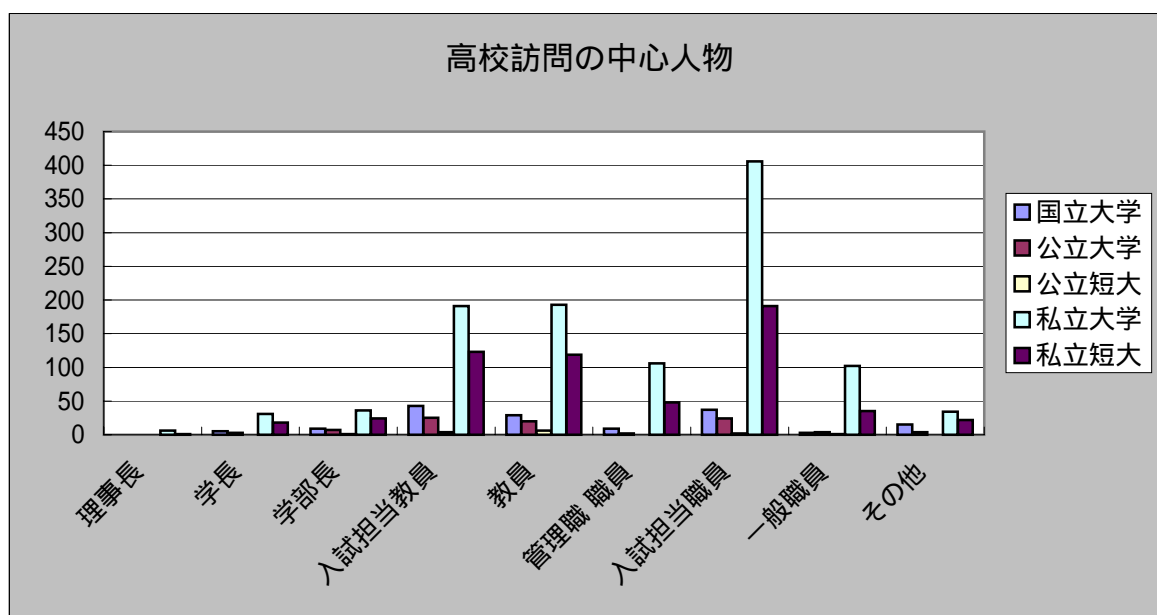
区分	~100校	~300校	~500校	~700校	~900校	901校~
国立大学	60	8	1	0	0	0
公立大学	32	11	1	0	0	0
公立短大	5	4	0	0	0	0
私立大学	68	106	88	43	40	107
私立短大	41	76	43	28	13	39
合計	206	205	133	71	53	146

### 1-E-2 高校訪問はいつ実施しますか



区分	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
国立大学	7	9	11	17	41	51	52	34	44	45	44	28
公立大学	0	0	0	7	16	26	23	21	26	22	15	8
公立短大	1	0	0	0	2	7	7	3	3	2	2	1
私立大学	113	122	112	165	297	401	357	199	378	314	263	256
私立短大	75	75	57	86	151	203	178	111	198	143	132	111
合計	196	206	180	275	507	688	617	368	649	526	456	404

### 1-E-3 高校訪問の中心的役割を果たしたのは誰ですか

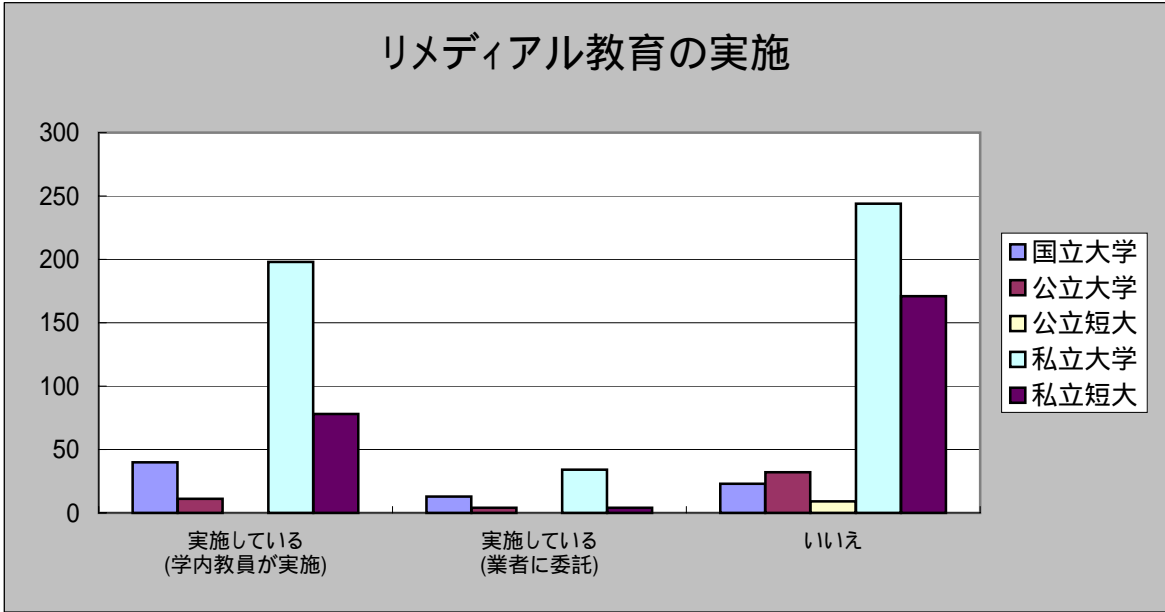


区分	理事長	学長	学部長	入試担当教員	教員	管理職職員	入試担当職員	一般職員	その他
国立大学	0	5	9	43	29	9	37	3	15
公立大学	0	3	7	25	20	2	24	4	4
公立短大	0	0	1	4	6	0	2	1	0
私立大学	6	31	36	191	193	106	406	102	34
私立短大	1	18	24	123	119	48	191	35	22
合計	7	57	77	386	367	165	660	145	75

AOコーディネーター  
 アドミッションアドバイザー  
 アドミッションズオフィサー  
 アドミッションセンター教員  
 各学部独自の入試対策関係教員  
 学生募集委員(教職員39名)  
 学生募集担当参与(関東1都6県)  
 業務委託契約による高校訪問担当者  
 学生募集担当職員  
 企画広報室職員  
 顧問(学生募集)  
 広報委員会  
 広報委員会の教員  
 広報課  
 広報参事  
 短期大学部次長, 広報担当教職員  
 委託職員、契約職員、嘱託職員、非常勤職員  
 進学アドバイザー(管理職・一般職員・広報担当教員)

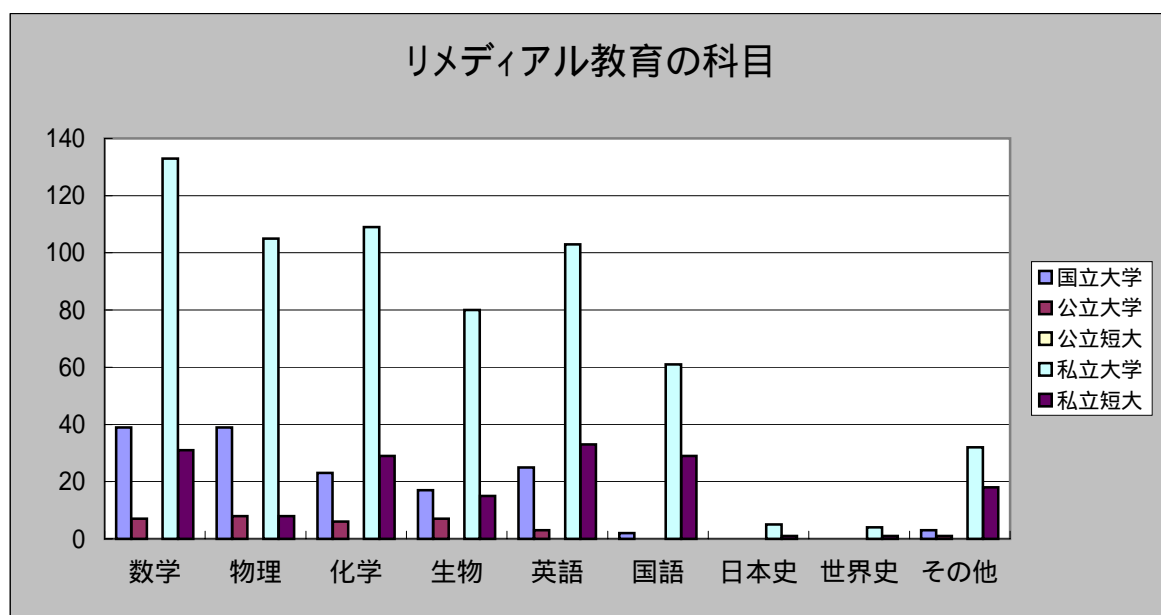
退職教職員、卒業生、外部委託業者  
 地区アドバイザー  
 入試アドバイザー  
 入試委員会  
 入試広報課  
 入試広報課嘱託  
 入試専門員  
 入試相談員(委託職員)  
 入試部長  
 全員、学生

1-F-1 リメディアル教育を実施していますか



区 分	実施している (学内教員が実施)	実施している (業者に委託)	いいえ
国立大学	40	13	23
公立大学	11	4	32
公立短大	0	0	9
私立大学	198	34	244
私立短大	78	4	171
合 計	327	55	479

## 1-F-2 リメディアル教育を実施している教科は何ですか

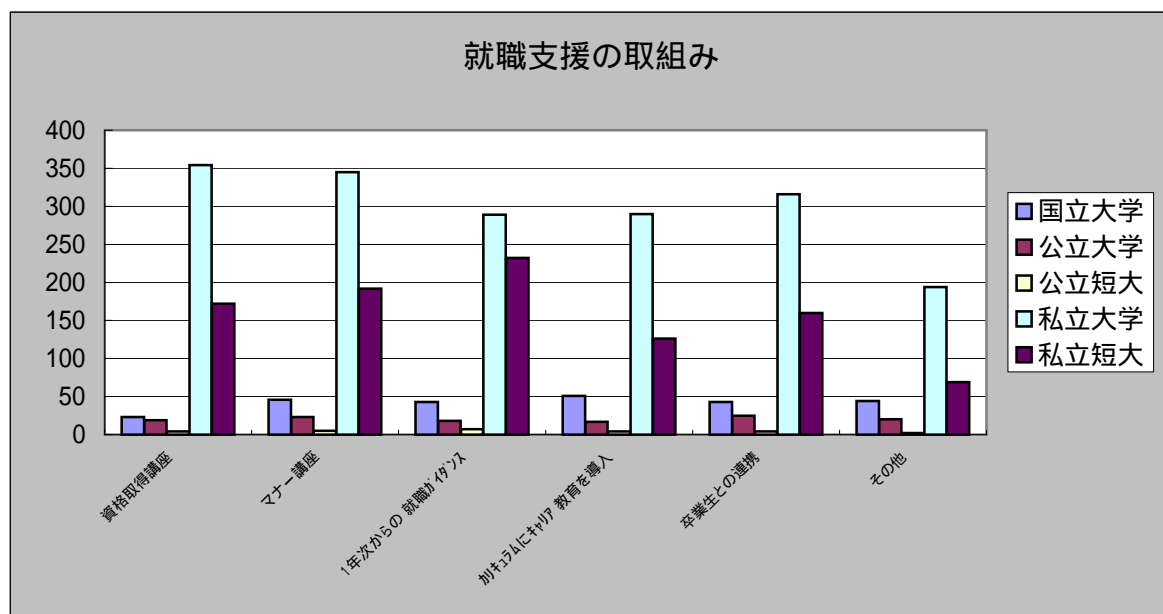


区分	数学	物理	化学	生物	英語	国語	日本史	世界史	その他
国立大学	39	39	23	17	25	2	0	0	3
公立大学	7	8	6	7	3	0	0	0	1
公立短大	0	0	0	0	0	0	0	0	0
私立大学	133	105	109	80	103	61	5	4	32
私立短大	31	8	29	15	33	29	1	1	18
合計	210	160	167	119	164	92	6	5	54

### 【その他の記述】

TOEICの事前準備、課題作文  
 体育、基礎分子細胞生物学、現代社会、情報処理、専攻語、地学、地球科学の基礎  
 音楽、ピアノ、楽典、ソルフェージュ  
 デッサン、もの作り(工作)、芸術分野「造形基礎」  
 簿記・会計、経済学入門、コンピュータリテラシー、ファイナンス入門  
 アカデミック・リテラシー(日本語、英語の文章表現)  
 基本的なマナー学習  
 課題レポート、課題読書について感想レポートの提出  
 一般常識、基礎学力、基礎演習(教養・表現)  
 受講学生の希望により教科は決定する(基礎講座)  
 十分な基礎学力を確保するため、ブリッジ科目として(国語、社会、数学、理科、総合・生活、音楽、図画工作、体育、家庭)を開設  
 小論文、時事問題、社会と文書、情報検索、業界研究、社会人のマナー  
 日本語演習、日本語読解(留学生対象)、日本語表現(プレゼンテーション、レポート作成)

## 1-G 就職支援はどのような取組みをしていますか



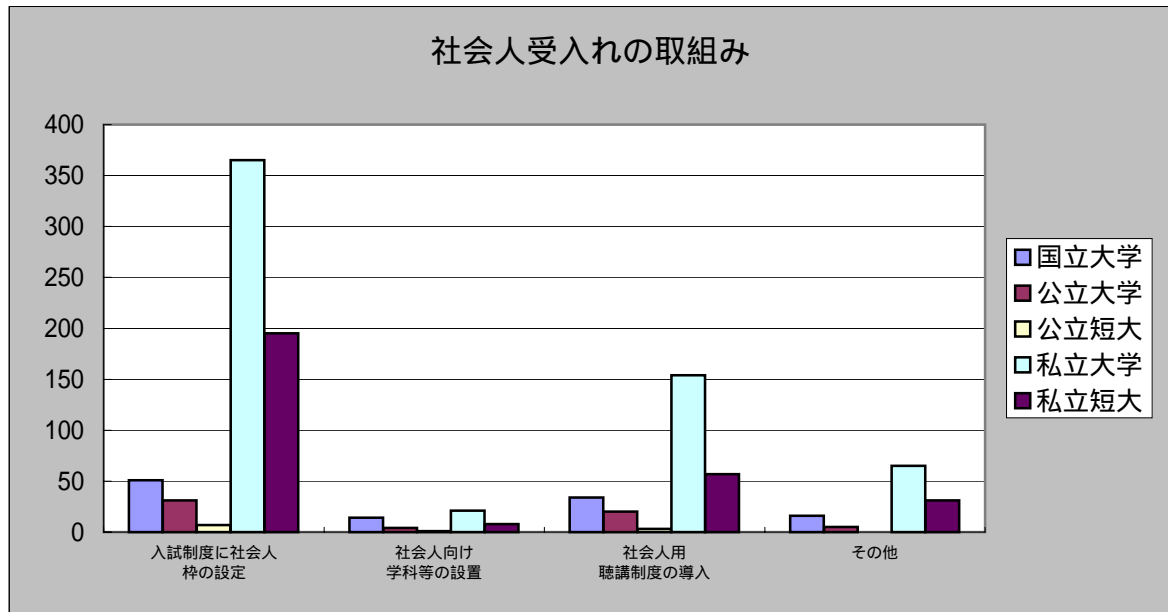
区分	資格取得講座	マナー講座	1年次からの就職ガイダンス	加付カリキュラムにキャリア教育を導入	卒業生との連携	その他
国立大学	23	46	43	51	43	44
公立大学	19	23	18	17	25	20
公立短大	4	5	7	4	4	2
私立大学	354	345	289	290	316	194
私立短大	172	192	232	126	160	69
合計	572	611	589	488	548	329

### 【その他の記述】

キャリアカウンセラーを配置	求人情報提供
ネットカウンセリングの導入	メールマガジン
個別グループ相談	就職支援バス
企業トップセミナー	無料宿泊所の提供
2年次からの就職ガイダンス	履歴書・エントリーシートの書き方指導
3年次からの就職ガイダンス	就職合宿
個人面談	保護者懇談会
学内合同企業説明会	学生の就職研究会サークルへの支援
サテライトオフィスの設置	インターンシップ
ジョブカフェによる支援	
マッチング制度で対応	
各種セミナー開催(業界別、個別企業、公務員等)	
一般常識などの各種テスト	
各種就職対策講座セミナーの実施	
学生の自主企画支援	
県外就職促進事業「就職の翼」航空運賃等経費の一部を大学が負担	
YESプログラム(厚生労働省・若年者就職基礎能力支援事業)の導入	



## 1-H 社会人の受入れについてどのような取組みをしていますか

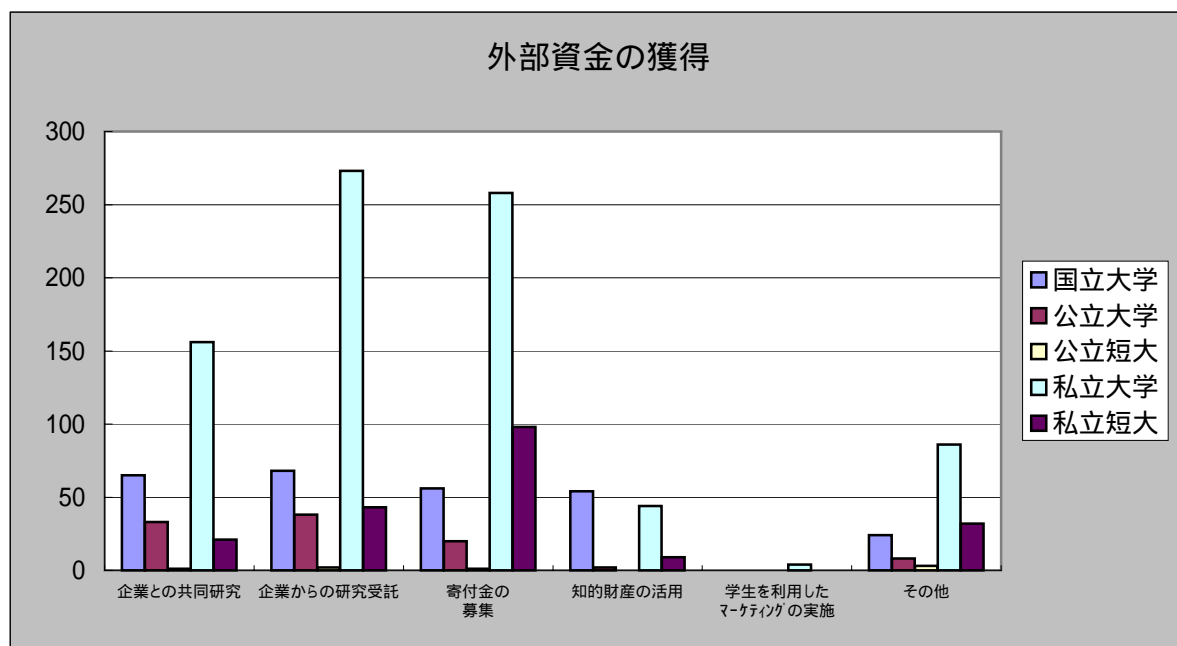


区分	入試制度に社会人枠の設定	社会人向け学科等の設置	社会人用聴講制度の導入	その他
国立大学	51	14	34	16
公立大学	31	4	20	5
公立短大	7	1	3	0
私立大学	365	21	154	65
私立短大	195	8	57	31
合計	649	48	268	117

### 【その他の記述】

大学院の一部の専攻において社会人対象の入試を実施している  
 「自己推薦対話型入試」にて受験資格(卒業年等)を問わない  
 「有資格者入試」にて受験資格(卒業年等)を問わない  
 55歳以上の方を対象とし、学生納付金を5割引とした「シニア学生学費割引制度」を実施  
 AO入試、自己推薦入試、学士編入学試験の導入、現職教員対象の入試  
 日を変えて入試をする(正規の学生に対し特別配慮)  
 大学院博士(前期)課程における入試科目の軽減  
 入試制度に社会人を対象とした制度を設定(枠は設定しない)  
 入試制度の中で出願基準や試験科目、枠を設定  
 筆記試験を小論文で実施。英語、数学等の学科から久しく離れている社会人に配慮  
 科目等履修生制度、長期履修生制度、ITを利用した履修制度(工学部)、研究生制度  
 夜間開講、他大学の単位認定、通信教育課程を設置、専攻科の設置  
 教育訓練給付講座の導入、交通費支弁、社会人入試で入学した学生に対する減免制度  
 各種音楽教室、学校開放講座、技術経営(MOT)科目の開講、公開講座  
 広く一般に対し、授業科目の公開(単位は付与しない)  
 防衛庁からの委託生の受け入れ、修士課程にて受入れ  
 商学研究科において、社会人向けの土日開講プログラムを設置している  
 昼夜開講制を実施(専門職学位課程)、夜間主コースの設置、夜間大学院の開設  
 企業ニーズを反映したカリキュラム設定

## 2-A 外部資金をどのように獲得していますか



区分	企業との共同研究	企業からの研究受託	寄付金の募集	知的財産の活用	学生を利用したマーケティングの実施	その他
国立大学	65	68	56	54	0	24
公立大学	33	38	20	2	0	8
公立短大	1	2	1	0	0	3
私立大学	156	273	258	44	4	86
私立短大	21	43	98	9	0	32
合計	276	424	433	109	4	153

### 【その他の記述】

政府系法人の公募制研究委託の獲得

(財団法人科学技術振興機構、財団法人新エネルギー・産業技術総合開発機構など)

文部科学省、経済産業省等の競争的研究資金の獲得(特色GP、現代GP、「魅力ある大学院教育イニシアチブ」、21世紀COEプログラム、科学研究費補助金、科学技術振興調整費等)

行政(国、地方公共団体)からの研究受託、共同研究

財団法人、企業からの研究助成

JICAからの研修事業の受託

産学コラボレーションによる繊維産業からの材料提供と資金の寄付

大学行事に対する企業メセナ協賛金申請、協賛金の募集

マッチングファンド

寄付講座の受け入れ

奨学寄附金

公開講座の開設

学院維持協力会を2005年9月に発足させ、企業及び同窓会等外部から年会費

特定法人からの寄付

共同研究スペースの貸与、派遣研究員指導料の受入れ

教員の研究業績等をHPで広報

資産運用収入の増収、施設開放に伴う施設使用料

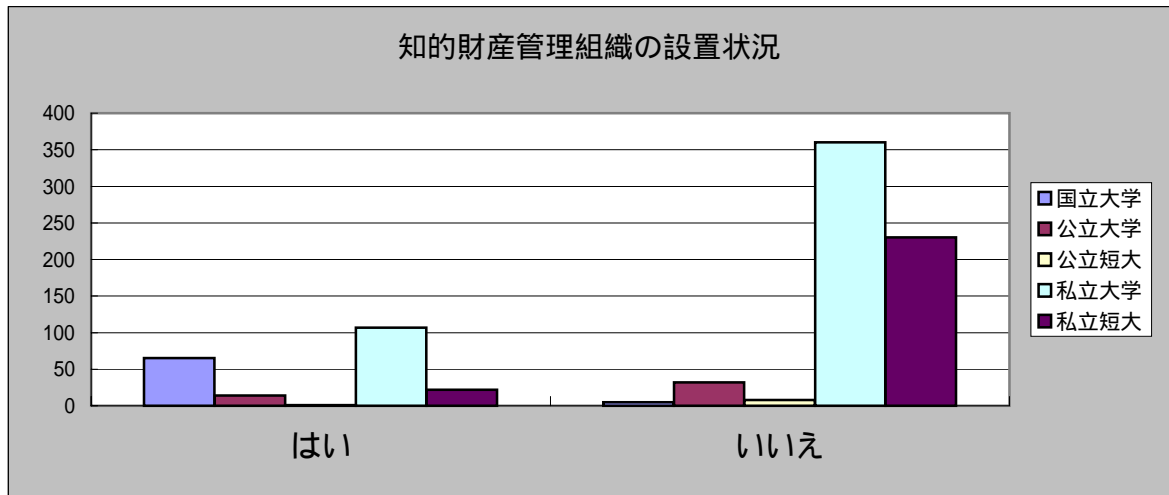
## 2-B 寄付金獲得にどのような取組みをしていますか

<p>教育研究振興基金の設立。</p>
<p>役員及び役職者による企業訪問。</p>
<p>「新校舎建築寄附金募集のお願い」を作成し新入生の保護者に配布している。</p>
<p>「特定公益増進法人」による受入や受配者指定寄付金制度を利用できるようにするなど、寄付者に対し税の優遇措置が受けられるような受け入れ態勢を整備している。</p>
<p>パンフレットを作成し、学生保証人に年に1回送付するほか、友の会、同窓会などの開催時に配付。</p> <p>Webページを開設し、広く一般に寄付金の協力を呼びかけ。</p> <p>受配者指定寄付金の積極的なPR。</p>
<p>寄附金獲得だけが目的ではないが、広域的な地域の商工会議所等との交流をはかり地域企業との産学連携の推進に取り組んでいる。</p> <p>主に知的財産の活用。</p>
<p>説明会の開催及び案内の送付。</p> <p>学会等で研究内容の発表を行い、外部に対して理解を求めている。</p>
<p>保護者会に相当する教育後援会から図書購入資金として毎年500万円を特別寄付金として収納。</p> <p>教育環境整備等に関する事業が発生した場合、教育後援会と協議し資金提供を受けることがある。</p>
<p>学報に寄付金募集の記事掲載。</p> <p>卒業生、学園関係者、取引業者等へダイレクトメールで依頼。</p>
<p>在校生の保護者に対し、教育充実の為の寄付金を募る。</p> <p>遺贈による寄付制度を導入した。</p>
<p>保護者を対象とした教育振興資金については、対面勧誘、郵便による勧誘、ホームページによる広報を実施している。但し、新入生については、入学後に勧誘を実施している。</p> <p>卒業生を対象とした維持会については、卒業生組織会議開催時での勧誘、郵便による勧誘、ホームページによる広報を実施している。寄附者には、機関紙に芳名を掲載している。</p> <p>法人に対する呼びかけは実施していない。</p> <p>周年記念事業募金に関して</p> <p>卒業生、在学生保証人、教職員をはじめとする方々へ、半年に1回の頻度で記念事業の進捗状況を記した小冊子を送付し、説明に務め、支援を訴えている。特に卒業生に対しては、卒業年度別、地域別、勤務先・職種別、学部別、学生団体別等のさまざまな組織に募金活動支援を呼び掛けている。</p> <p>寄附金の払い込みについては、寄付者の便宜を最大限に図るため、通常行われている金融機関での払い込みのほか、さまざまな方法を用意した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・預金口座振替（自動引落。分割、一括の双方を可能とした。）</li> <li>・インターネットの活用</li> <li>・クレジットカード払込（海外からの利用も可能）</li> <li>・コンビニエンスストア払込</li> <li>・インターネット払込</li> </ul> <p>なお、寄付者に謝意を表するため、一定額以上の支援をいただいた方について、記念事業により建設した施設に銘板を設置し、芳名を掲載することとしている。また、非常に高額な寄附をいただいた場合には、建設した施設等に個人や法人の名称を冠し、志を末永く伝えることとしている。</p>
<p>1口10万円と広く賛同していただけるよう設定している。</p>

<p>特定の法人・個人に対する呼びかけ（郵便）とホームページで寄付金を募集。 寄付金募集の口数などに工夫をしている。 個人寄付者に特典（大学図書館の利用、大学公開講座等の無料聴講、確定申告による所得税の還付）を与えている。</p>
<p>シーズとニーズのマッチング。</p>
<p>ビジネス交流会や大学振興協力会の県内交流会等を開催し、研究者情報の提供、講演会、シンポジウム、科学技術相談等を行うことにより、外部資金獲得に努めている。</p>
<p>ホームページで企業向けに共同研究、受託研究、奨学寄附金の申込方法を掲載している。</p>
<p>リエゾン・オフィスの設置。</p>
<p>医学部医学科入学生寄付金、各学部研究助成金、大学・高中校基金、医療研究開発寄付金・寄付講座（受配者指定寄付金）、創立記念募金（10年毎）、その他、各寄付金受入先を設けて、入学生・在学生の保護者、同窓生、一般、会社等を対象とし、募金活動を行い、「潜在する遺贈による寄付」を実現するため「遺贈による寄付制度」を導入した。</p>
<p>記念館設立募金事業を立ち上げている。</p>
<p>応募状況の周知。</p>
<p>外部資金を増加させるためのアクション・プログラムを作成。</p>
<p>各企業から研究課題の申し込みにより獲得。</p>
<p>財政の維持発展及び財政基盤の確立に寄与する目的で、個人会員及び法人会員の会費により運営する維持協力会を設立している。また、周年事業として用途を明確にした寄付や教育充実資金獲得のための毎年の寄付を実施している。</p>
<p>学生の保護者等で組織する後援会から毎年一定額の現物寄付を受けている。</p>
<p>学生プロジェクト活動費を確保するため、主たる募集対象を保護者と卒業生に分け、それぞれ年1回ずつ実施している。</p>
<p>学長室に直属の企画経営統括本部、及び寄附担当係を設置。</p>
<p>企業及び同窓生との連携強化。</p>
<p>企業等から奨学研究寄付を受けている。</p>
<p>大口寄附者へは、顕彰モニュメントへ掲示、感謝状で感謝の意を表している。</p>
<p>基金出資企業および関係企業への支援要請。</p>
<p>寄附金募集の専門部署を設け、毎年積極的に活動している。特定公益増進法人寄附金ならびに受配者指定寄付金制度をわかりやすく説明するとともに、私立医科大学の現状を理解いただくために、パンフレットを作成している。</p>
<p>記念式典等の実施。</p>
<p>技術交流フェア等での企業への説明を行っている。</p>
<p>技術説明会の開催等。</p>
<p>共同研究等により、相互の連携を深める。</p>
<p>教育活動の理解を得るような取組を促進。</p>
<p>教育振興会を組織し、会員に寄附を募る。</p>
<p>教育振興基金(第3号基本金)への募金活動として、保護者、卒業生、取引先等に依頼している。</p>
<p>教員の研究業績等をHPで広報、助成金公募情報の学内周知。</p>
<p>教授会での受入報告・教員への獲得指導、卒業生・教職員等に使用目的を明示した依頼、各分野ごとの教育・研究内容を各企業へ紹介。</p>
<p>教授会等において学長より積極的な外部資金を獲得するよう働きかけている。</p>
<p>金融機関等へ機会がある際に働きかけている。</p>
<p>経営基盤の安定を計るため10年計画で実施している。</p>
<p>研究業績データベース化になり個人業績向上にむけ寄附金獲得依頼の効率化に反映される。</p>
<p>研究者紹介を作成し、各種イベント等で企業等に配布し、また、大学公式HPにおいて公開している。</p>
<p>医学部附属病院支援基金の設立。</p>
<p>国際教育支援基金を設立。</p>
<p>今年度より、寄付を頂いた方全員に「大学絵ハガキ」を記念品として進呈、また、高額寄付者には特典を設けている。</p>
<p>再開発事業に係る特別寄付の募集等。</p>

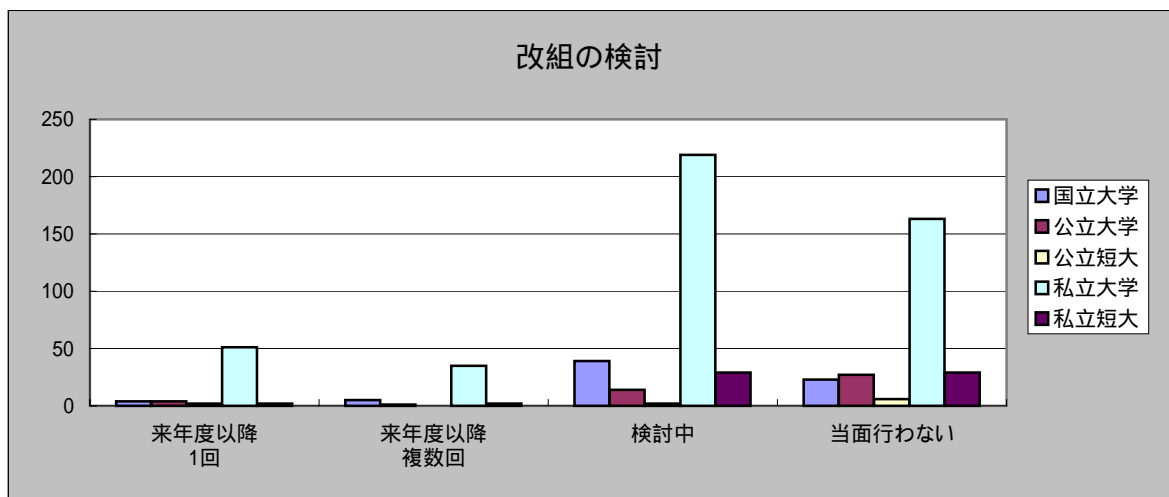
<p>在学生の保証人を対象に年2回学園募金の募集を行う他、維持発展協力会でも主に卒業生などを対象に年1回パンフレットを送付し、寄付を募っている。</p>
<p>在学生父母宛に年2回寄付金募集依頼書を送付、また産学連携の一環として教員業績紹介パンフレットを発行し、外部からの研究受託や奨学寄付の獲得を目指している。</p>
<p>産学官連携協議会の設置。</p>
<p>用途を明確にする。</p>
<p>支援団体である友の会への依頼。</p>
<p>社会連携事業会を設立し、賛同企業等から寄附を受けている。</p>
<p>周年事業での卒業生や法人等への呼びかけの他、新入生保証人への呼びかけについては4月だけでなく、後期学費納付時期である10月にも行っている。</p>
<p>新入生の保護者を対象として、入学後に寄付金募集を行う。また、学校債の返還時に、寄付金募集を行う。</p>
<p>積極的な活動は行っていない。</p>
<p>卒業年度に卒業生が自発的に寄付をしてくれるもののみ。</p>
<p>担当理事を置いて対応。</p>
<p>地元の企業、団体、個人約580名の会員で構成される本学後援会が組織されており、会費の一部が毎年本学に寄付されている。</p>
<p>同窓会と連携をとり周年寄付事業を行った。</p>
<p>寄付者へ御礼訪問を行い、関係強化に務めている。</p>
<p>入学時に記念寄付の形式で依頼を行っている</p>
<p>任意団体を設立。</p>
<p>発展協力会。</p>
<p>募金趣意書による寄付依頼、寄付者報告紙の配布。</p>
<p>芳名録に加え、ニュースダイジェストや設置校の状況を記載したリーフレット等を募集時に配布している。</p>
<p>本学主催の公開講座・ワークショップに対して、地方自治体や関連企業に協賛金の依頼をしている。</p>

## 2-C 特許等知的財産を管理する組織がありますか



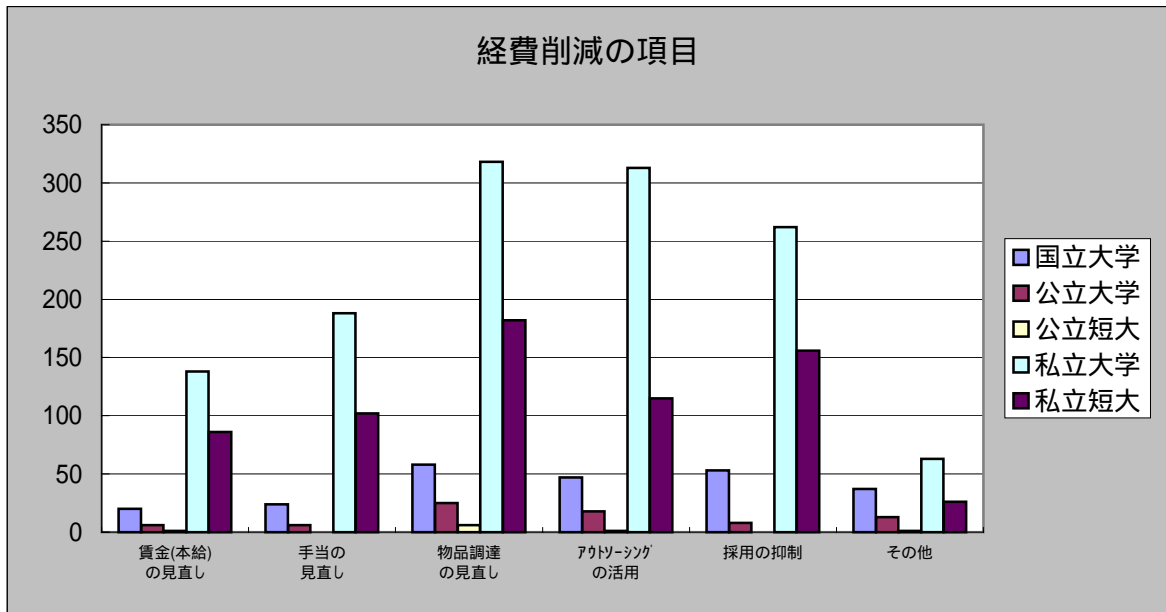
区分	はい	いいえ
国立大学	65	5
公立大学	14	32
公立短大	1	8
私立大学	107	360
私立短大	22	230
合計	209	635

## 2-D 学部学科の改組を検討していますか



区分	来年度以降1回	来年度以降複数回	検討中	当面行わない
国立大学	4	5	39	23
公立大学	4	1	14	27
公立短大	2	0	2	6
私立大学	51	35	219	163
私立短大	2	2	29	29
合計	63	43	303	248

## 2-E 経費削減としてどのような方策を実施していますか



区分	賃金(本給)の見直し	手当の見直し	物品調達の見直し	アウトソーシングの活用	採用の抑制	その他
国立大学	20	24	58	47	53	37
公立大学	6	6	25	18	8	13
公立短大	1	0	6	1	0	1
私立大学	138	188	318	313	262	63
私立短大	86	102	182	115	156	26
合計	251	320	589	494	479	140

### 【その他の記述】

「チーム・マイナス6%」への参加・実行

管理的経費の見直し、ペーパーレスの推進、各種請負契約の包括化、省エネ意識の啓蒙等

新規事業は原則として認めない、研究機器・物品購入には納入業者の競合によりコストダウンを徹底、クールビズ・ウォームビズ等で節電

年度の予算要求時に理事長以下常任役員から各予算要求課に直接ヒアリングを行い、不要不急の予算要求を抑制している

一定額以上の物品調達について合見積書の入手を徹底、各職員に対してのコスト意識啓蒙

管理・運営費の削減(・電気料金の削減(エネルギー総合管理システムの導入)・電話料金の削減(IP電話の導入)・複写機の維持管理費の削減(カラー複合機の導入))

経費節減実施本部を設置し、光熱水量の節約、ペーパーレス化・両面コピーの推進等による用紙等の節約、リサイクル品使用、刊行物等の見直し削減、ゴミの減量化等を実施

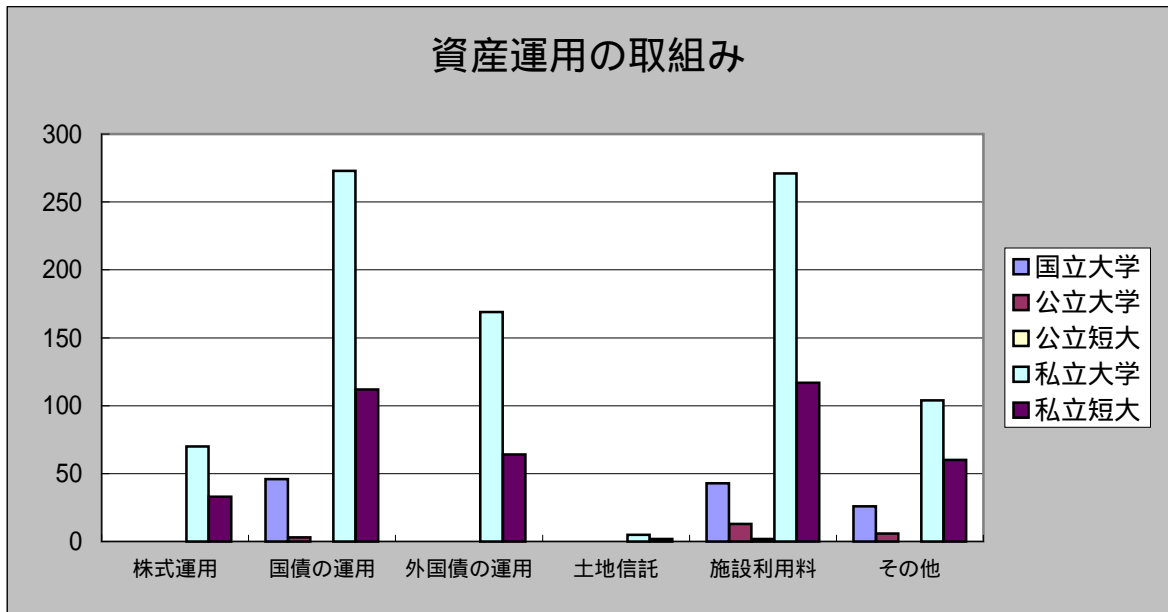
省エネWGを立ち上げ、全学的な推進体制を整備実施している

新年度予算編成方針の中で経費の削減を依頼し、特に平成19年度予算の申請に際しては、前年度比 5%のシーリングを行っている

<p>公用車廃止、旅費見直し(グリーン料金)、印刷物の一括発注、水道節水器具の取り付け</p> <p>予算編成時に各部署毎に削減目標を提示した上で、各部署毎に事業計画を策定させている</p> <p>予算一律5%カット、予算策定の見直し、予算執行状況のチェック、予算措置の抑制</p> <p>予算管理の徹底、委託契約の見直し、複数年契約、入札の拡大</p> <p>光熱水費に係る契約形態の見直し</p> <p>業務委託の適正化、業務改善提案制度</p> <p>契約業務におけるコスト分析を行い、対応策を検討している</p> <p>経費削減プロジェクトの活用による組織的な取組み</p> <p>競争入札への移行、複数年契約の導入、工事発注方法の変革</p> <p>冷房停止ローテーション実施(一部地区)</p> <p>会議資料のペーパーレス化、電子化の推進、学内Web利用によるペーパーレス化</p> <p>管理的経費節減に関する体制を整え、経費節減に努めている</p> <p>教育活動に必要な経費を維持しつつ冗費を削減、配分研究費の削減</p> <p>研究費傾斜配分、固定的な経費の見直し、削減目標の設定と徹底</p> <p>支出増大項目の洗い出しと削減率の設定</p> <p>事業の重点化を行い、重点課題以外での予算削減</p> <p>事務全体の効率化、合理化を検討中</p> <p>事務図書の見直し、省エネルギーキャンペーン、複数年契約、発行印刷物の見直し</p> <p>事務的経費のマイナス(ゼロ)シーリング</p> <p>全体のコスト削減目標を決め、研究費、運営費予算を圧縮している</p> <p>省エネタイプの機種を購入、クーラーの時差運転等の工夫</p> <p>水光熱費について前年度比1%の節約、管理業務経費の見直し、情報化による業務の簡素化・効率化、利用効率の低い合宿研修施設の廃止、旅費の算出方法の見直し、近隣大学との共同業務処理等の検討</p> <p>物品の余剰在庫の抑制、会議費等の抑制、大型修繕、設備投資を必要最低限に抑制</p> <p>賃金は他私大に揃えず、公務員並(私学より低い)</p> <p>学生数の減少に伴う専任教員定数の見直し、兼任教員のコマ数削減</p> <p>教職員の採用抑制</p> <p>期限付き職員の比率をあげている、雇用期間の定めのある職員の採用</p> <p>教授の定年年令の引下げ</p> <p>業務内容の見直しによるパートタイム職員の活用</p> <p>賞与支給率の見直し、賞与に上限額設定、退職金、通勤費支給方法の見直し</p> <p>職員についてのみ新人事制度を導入し、人件費については適切な抑制に努めている</p> <p>職員の多面的活用</p> <p>人事考課の本格導入による賃金(本給・賞与)の見直し</p> <p>早期退職による余剰人員の削減</p> <p>超過勤務の縮減等、ノー残業デー</p> <p>派遣スタッフの採用促進、派遣職員・特任教員採用</p> <p>非常勤教職員の活用、臨時・嘱託職員の採用</p> <p>電話交換機のダイヤルイン化による人件費削減</p> <p>出資事業会社の立ち上げによる全般的経費削減</p>
---



## 2-F 資産運用として以下の取組みを実施していますか

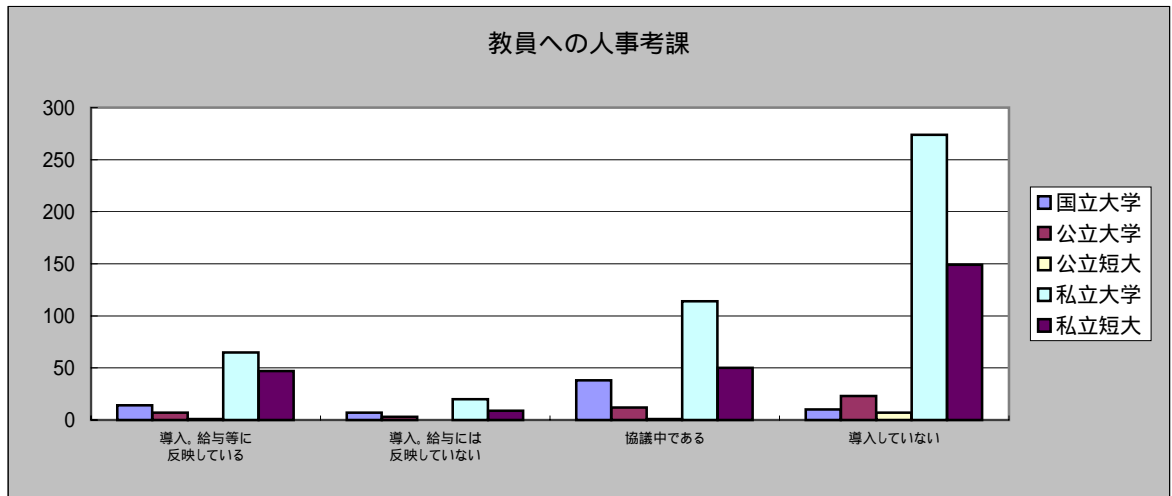


区 分	株式運用	国債の運用	外国債の運用	土地信託	施設利用料	その他
国立大学	0	46	0	0	43	26
公立大学	0	3	0	0	13	6
公立短大	0	0	0	0	2	0
私立大学	70	273	169	5	271	104
私立短大	33	112	64	2	117	60
合 計	103	434	233	7	446	196

### 【その他の記述】

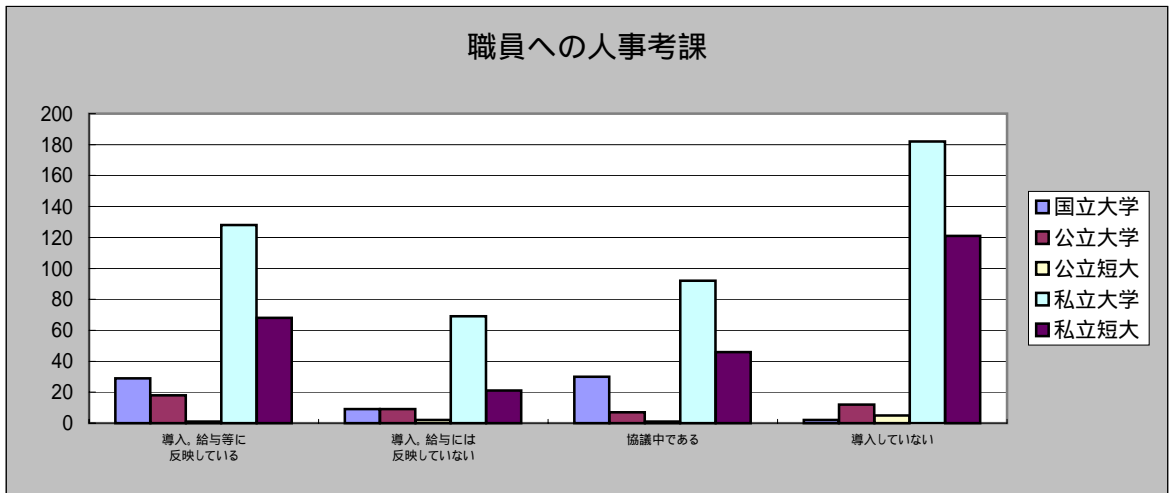
ABS	指標連動債
CP	事業債による運用
J-REIT	社債の運用
TB	譲渡性預金
ユーロ預金	職員宿舍の相互利用
デリバティブ取引	政府短期証券
ユーロ円債の運用	政府保証債
ユーロ債の運用	貸付信託
海外銀行債	地方債
海外公社債	投資事業組合
外貨預金	投資信託
金銭信託	変額個人年金
金融債	仕組債
銀行定期預金	財投機関債
仕組み預金の運用	堅実な運用が主

### 3-A 教員への人事考課を導入していますか



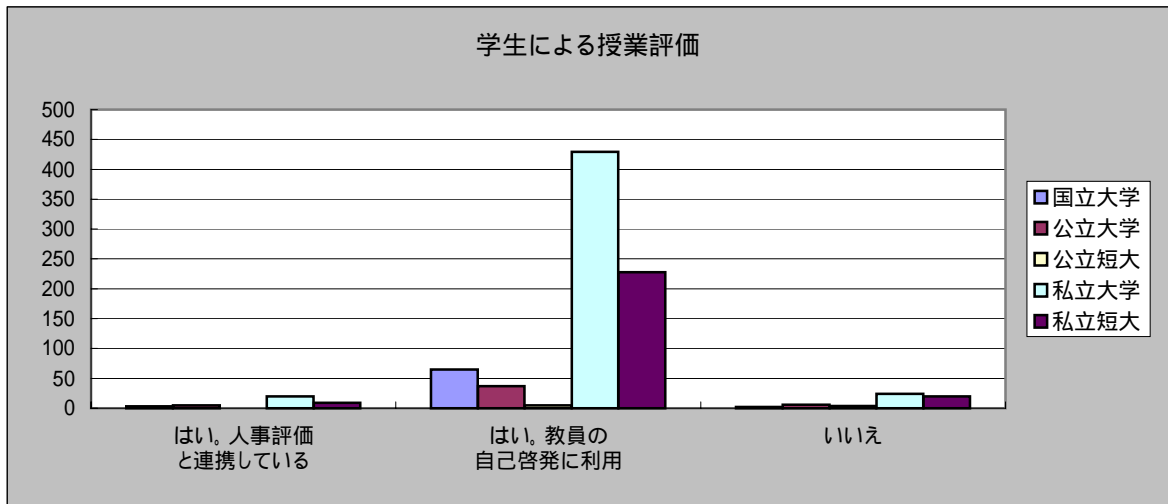
区分	導入。給与等に反映している	導入。給与には反映していない	協議中である	導入していない
国立大学	14	7	38	10
公立大学	7	3	12	23
公立短大	1	0	1	7
私立大学	65	20	114	274
私立短大	47	9	50	149
合計	134	39	215	463

### 3-B 職員への人事考課を導入していますか



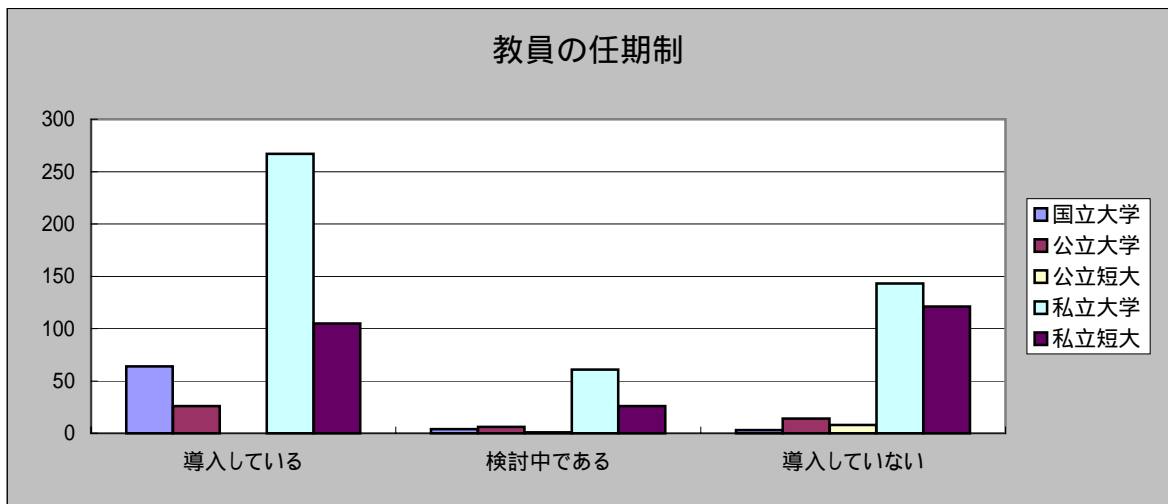
区分	導入。給与等に反映している	導入。給与には反映していない	協議中である	導入していない
国立大学	29	9	30	2
公立大学	18	9	7	12
公立短大	1	2	1	5
私立大学	128	69	92	182
私立短大	68	21	46	121
合計	244	110	176	322

### 3-C 学生による授業評価を導入していますか



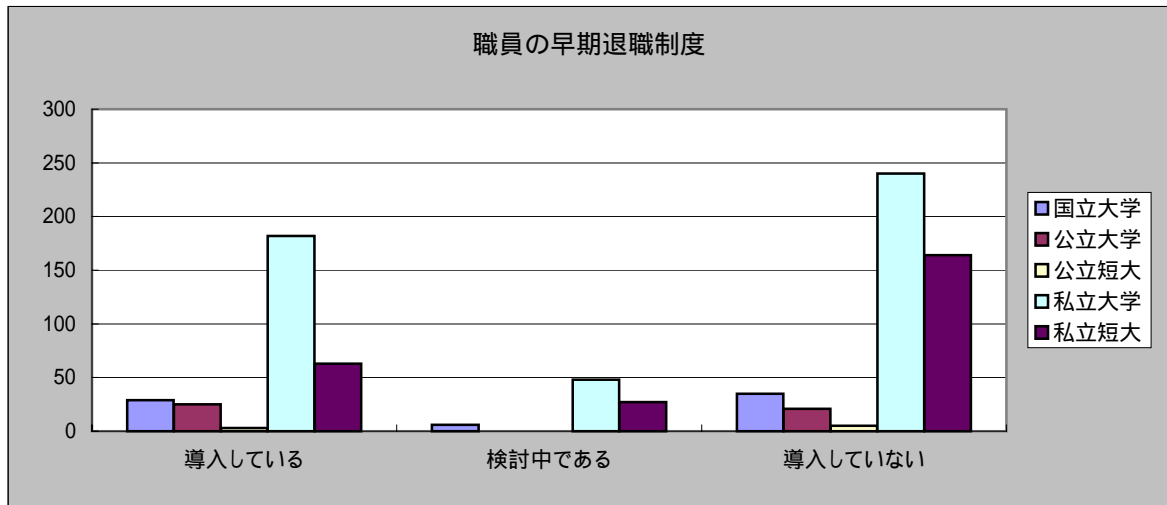
区分	はい。人事評価と連携している	はい。教員の自己啓発に利用	いいえ
国立大学	3	65	2
公立大学	5	37	6
公立短大	0	5	4
私立大学	20	429	24
私立短大	9	228	20
合計	37	764	56

### 3-D 教員の任期制を導入していますか



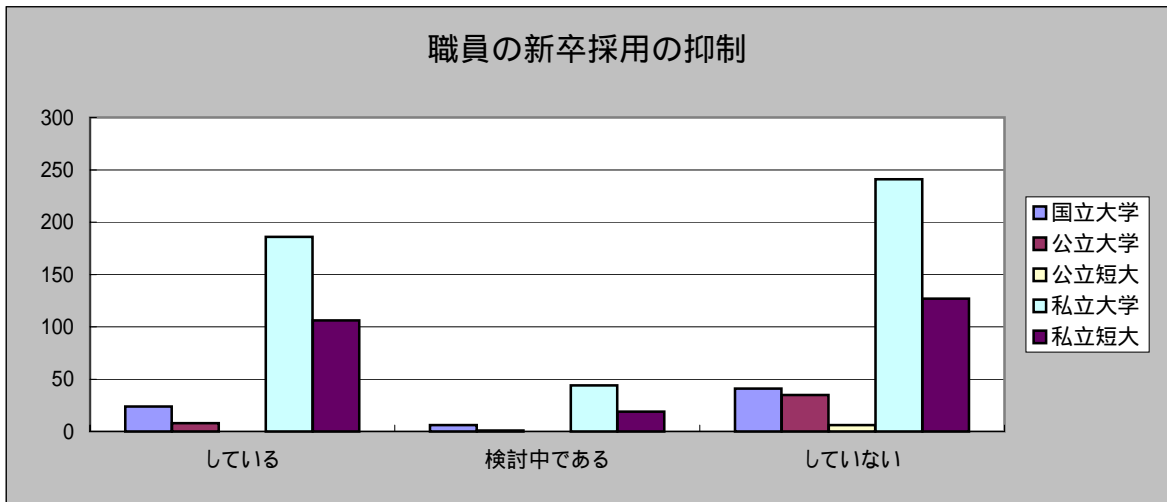
区分	導入している	検討中である	導入していない
国立大学	64	4	3
公立大学	26	6	14
公立短大	0	1	8
私立大学	267	61	143
私立短大	105	26	121
合計	462	98	289

### 3-E 職員の早期退職制度を導入していますか



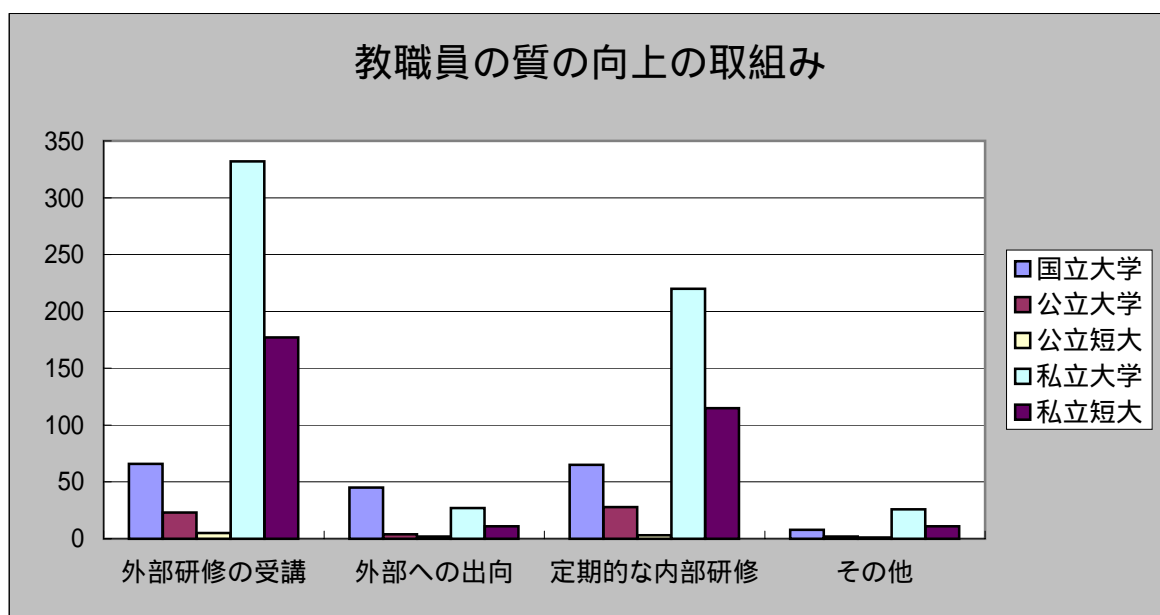
区分	導入している	検討中である	導入していない
国立大学	29	6	35
公立大学	25	0	21
公立短大	3	0	5
私立大学	182	48	240
私立短大	63	27	164
合計	302	81	465

### 3-F 職員の新卒採用の抑制をしていますか



区分	している	検討中である	していない
国立大学	24	6	41
公立大学	8	1	35
公立短大	0	0	6
私立大学	186	44	241
私立短大	106	19	127
合計	324	70	450

### 3-G 教職員の質の向上の取組みをしていますか



区分	外部研修の受講	外部への出向	定期的な内部研修	その他
国立大学	66	45	65	8
公立大学	23	4	28	2
公立短大	5	2	3	1
私立大学	332	27	220	26
私立短大	177	11	115	11
合計	603	89	431	48

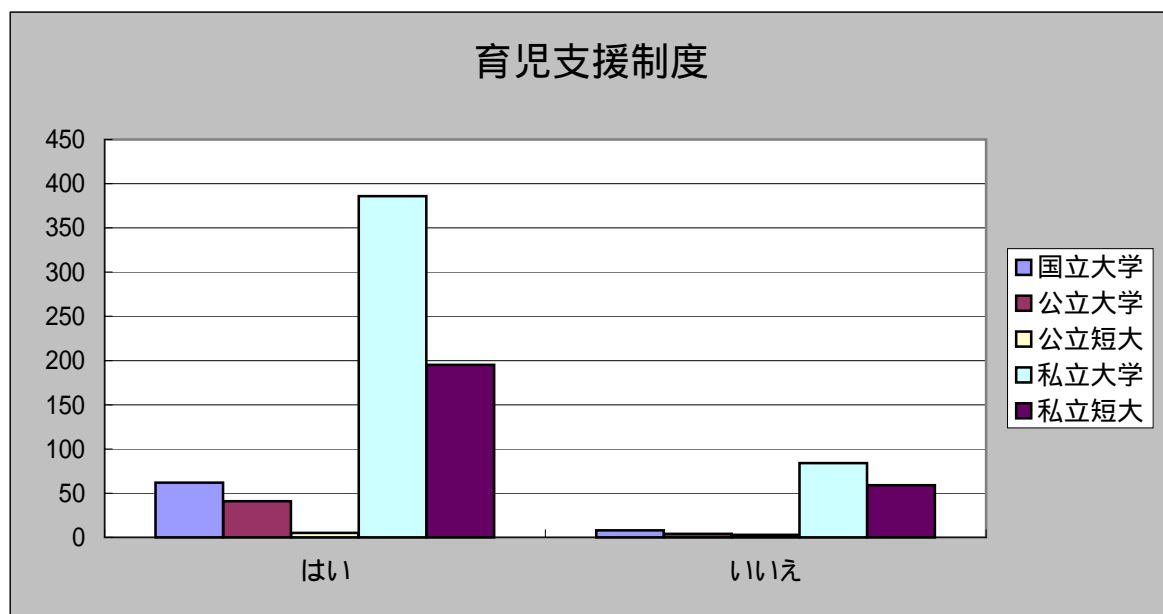
#### 【その他の記述】

FD研究検討委員会を発足  
 教育方法改善のワークショップ  
 教員研修会(FD)の開催  
 個人評価制度の導入  
 語学研修の充実  
 職員の出向及び他機関との人事交流  
 自己啓発

職員は定期的な地区単位で行われる国立大学法人主催の研修に参加。教員は教師としての資質と授業実践能力の向上を目指し、ファカルティディベロップメント推進事業の一環として行われる講演会、シンポジウムなどに参加している。

職員は内部研修受講  
 全職員との面接を実施  
 他の教員の授業参観を実施  
 放送大学受講等  
 臨時学内研修会

### 3-H 育児支援の制度がありますか

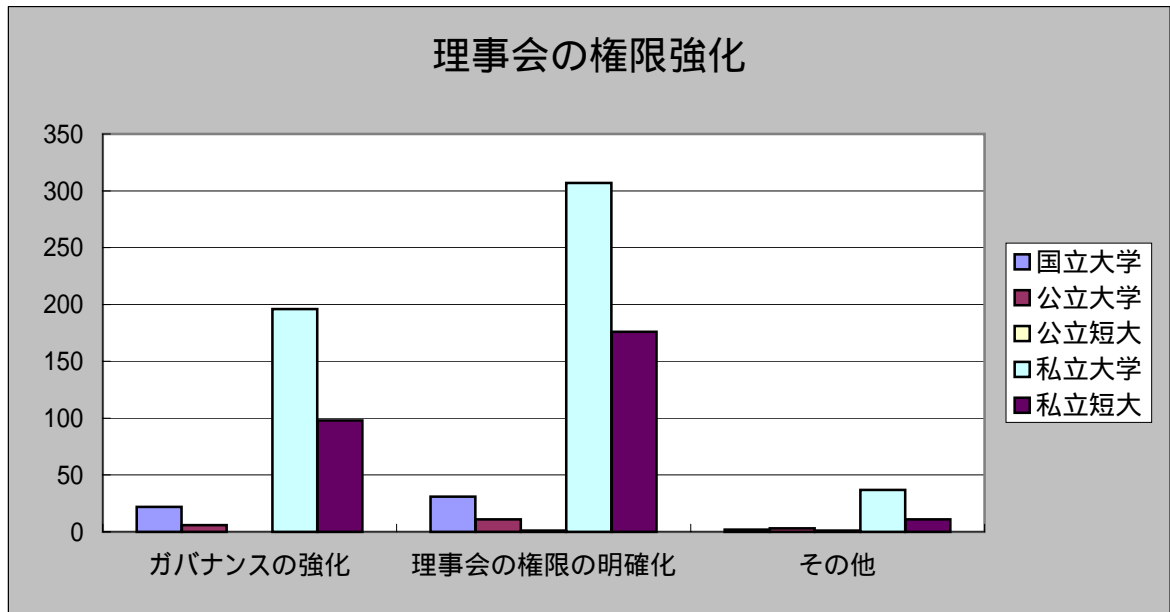


区 分	はい	いいえ
国立大学	62	8
公立大学	41	4
公立短大	5	3
私立大学	386	84
私立短大	195	59
合 計	689	158

#### 【「はい」の記述】

保育施設を設置  
 授乳所を設置  
 職場復帰支援プログラム  
 3年間の育児休業制度  
 特色ある取組みについてのみ記載した

## 4-A 理事会の権限強化のためにどのような取組みをしていますか



区分	ガバナンスの強化	理事会の権限の明確化	その他
国立大学	22	31	2
公立大学	6	11	3
公立短大	0	1	1
私立大学	196	307	37
私立短大	98	176	11
合計	322	526	54

### 【その他の記述】

改正私立学校法の趣旨に則り、寄附行為を変更し、理事・監事・評議員会の制度を整備するにあたって、理事長への代表権付与、理事会の最終議決機関としての位置付けを寄附行為上に明記した。

理事会と教学側の意思疎通を図り、理事会主導による運営を実施している。

白紙委任状の撤廃など理事会運営の見直し、理事会の開催回数を2回から5回にした。

理事会は、学校間での競合を避け、相乗効果を生み出すための協力・協調可能な事業を推進する調整機能、チェック機能としての役割を果たしている。

学園の現状等、情報の共有化を図っている。

理事の構成バランス是正(教学理事が多い)のため、寄附行為の改正とともに外部専門家理事の就任を検討している。

理事会を毎月開催し、執行役員会(常務理事会)を原則毎週開催し、最高経営会議としての役割を果たしている。

役員の在り方検討委員会を設置し、役員会で方針等を提示しようとしている。

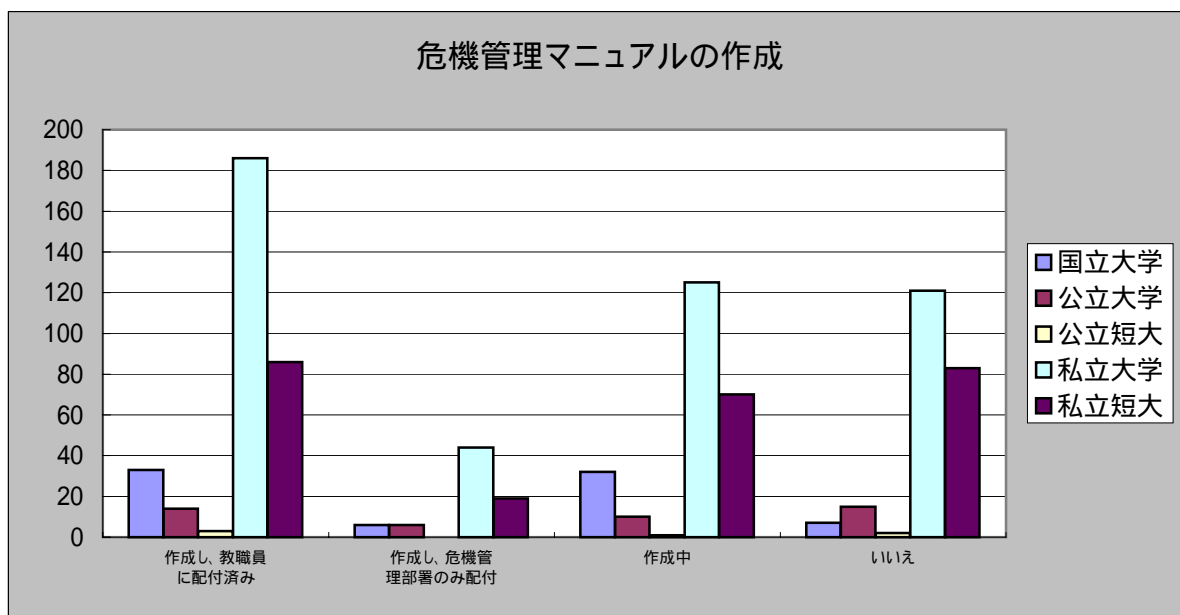
大学の諸活動を中心課題として即応できるシステムとして、理事長(代行)の諮問機関で常務理事会の下部機関として「大学企画運営会議」、「経営協議会」、「教学協議会」等を設置した。

役員への支援体制を強化するために、理事会直属の組織として「経営改革推進室」、「中期計画総合推進室」を設置した。

外部監査役を登用し、業務監査を実施している。

財務担当理事、監事が私学経営セミナーに積極的に参加している。

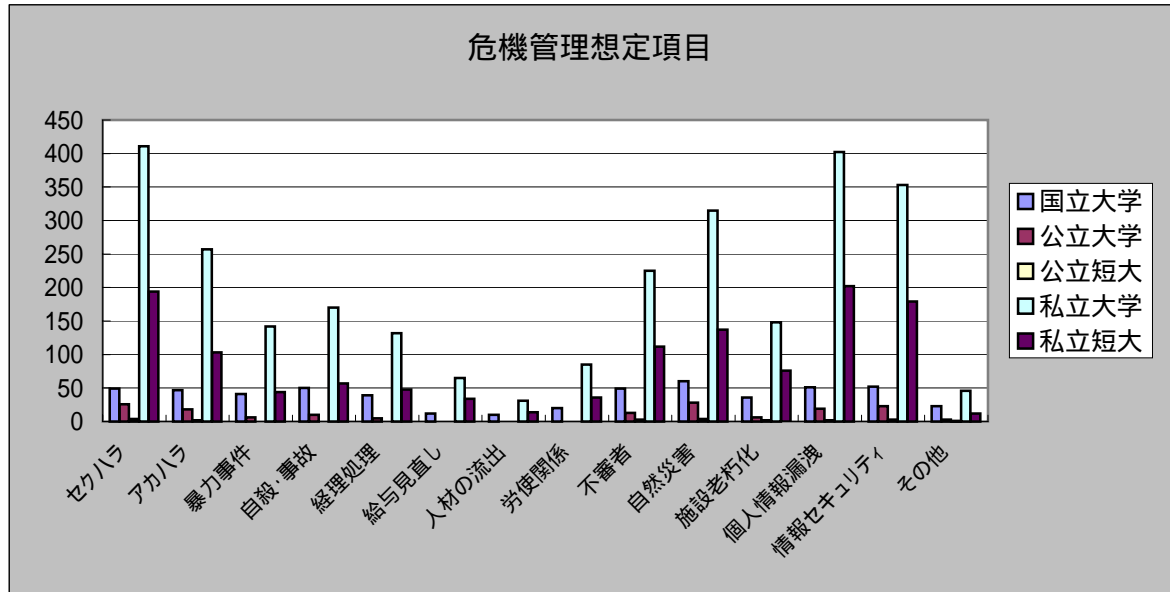
## 4-B 危機管理のマニュアルを作成していますか



区分	作成し、教職員に配付済み	作成し、危機管理部署のみ配付	作成中	いいえ
国立大学	33	6	32	7
公立大学	14	6	10	15
公立短大	3	0	1	2
私立大学	186	44	125	121
私立短大	86	19	70	83
合計	322	75	238	228



## 4-C 危機管理の対象として想定している項目は何ですか



区分	セクハラ	アカハラ	暴力事件	自殺・事故	経理処理	給与見直し	人材の流出
国立大学	49	47	41	50	39	12	10
公立大学	26	18	6	10	5	0	0
公立短大	4	2	0	0	0	0	0
私立大学	411	257	142	170	132	65	31
私立短大	194	103	44	57	48	34	14
合計	684	427	233	287	224	111	55
	労使関係	不審者	自然災害	施設老朽化	個人情報漏洩	情報セキュリティ	その他
	20	49	60	36	51	52	23
	0	13	28	6	19	23	3
	0	3	4	2	2	3	1
	85	225	315	148	402	353	46
	36	112	137	76	202	179	12
	141	402	544	268	676	610	85

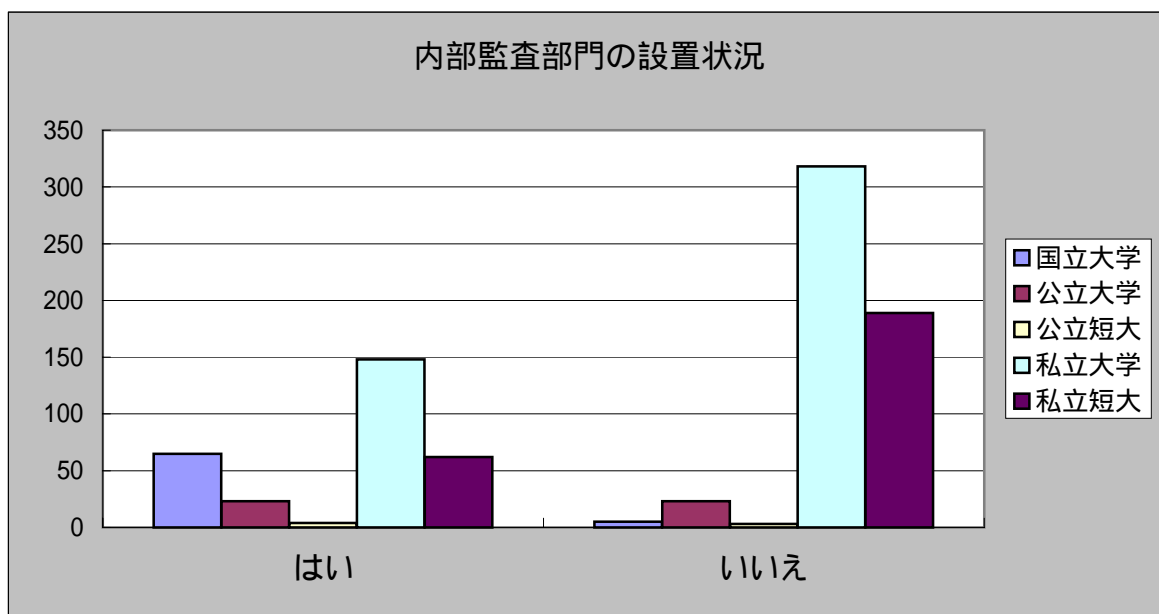
### 【その他の記述】

入試ミス  
 センター入試日の危機管理体制  
 海外研修非常事態対策  
 学生宿舎の管理  
 学生等のメンタルヘルス  
 実験による事故  
 附属図書館窓口でのトラブル  
 研究助成金の不正  
 研究ねつ造  
 特許権侵害  
 知的財産権の侵害  
 倫理関係（ジェンダー・ハラスメント等）  
 医療事故  
 感染症

薬品・劇物・放射性物質管理  
 動物実験に関する指針  
 RI等の研究危機管理  
 ライフライン停止  
 衛生  
 犯罪  
 紛争  
 安否確認（国内及び国外）  
 危険物管理  
 盗難  
 ITシステム関連の障害  
 食中毒  
 差別事象  
 法令違反

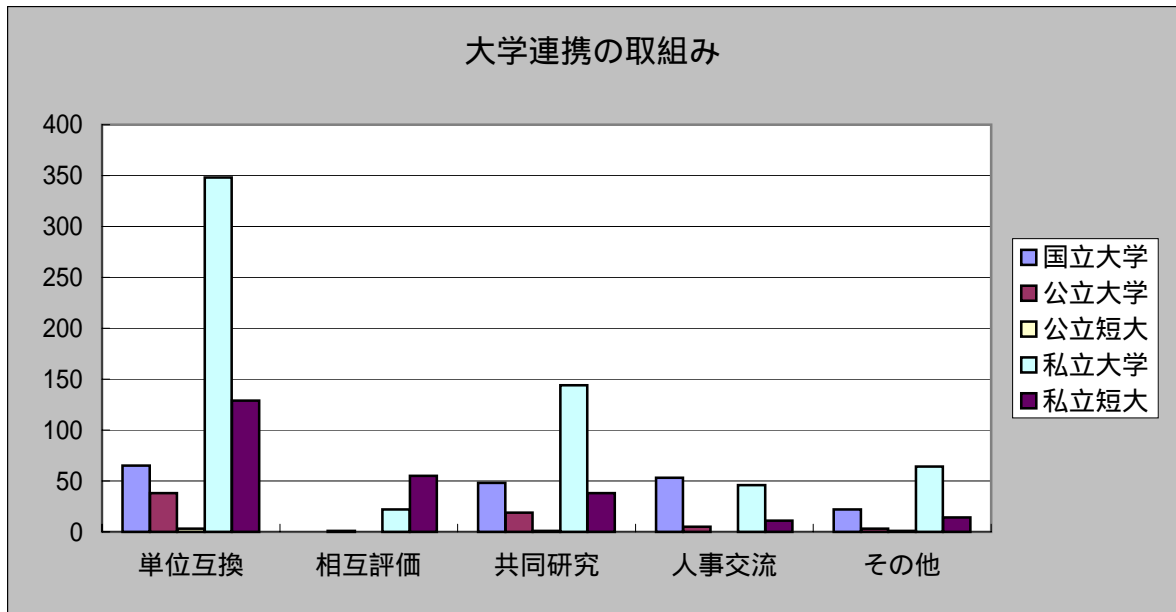
公益通報制度  
 業者との癒着  
 伝染病  
 急患  
 交通事故  
 環境・汚染  
 不審物  
 死傷病人発生  
 危険行為  
 報道対応  
 飲酒運転の禁止

#### 4-D 内部監査部門を設置していますか



区分	はい	いいえ
国立大学	65	5
公立大学	23	23
公立短大	4	3
私立大学	148	318
私立短大	62	189
合計	302	538

## 5-A 大学間の連携として以下のような取組みを行っていますか



区 分	単位互換	相互評価	共同研究	人事交流	その他
国立大学	65	0	48	53	22
公立大学	38	1	19	5	3
公立短大	3	0	1	0	1
私立大学	348	22	144	46	64
私立短大	129	55	38	11	14
合 計	583	78	250	115	104

### 【その他の記述】

学術交流協定締結

SD研修

公開講座

学長会議の参加

オンデマンド授業を実施

コンソーシアムへの参加

シンポジウム等の共同開催

県内大学間インターンシップ連絡協議会

院生の研究指導委託

科目等履修生の派遣

合同人事研修等

海外語学研修

姉妹校との学生・教職員交流活動

姉妹校と連携し「児童英語教育フォーラム」を開催

学生フェスティバルや公開講座の共同開催

教育・研究交流及び地域社会への貢献

4大学で連携したスクラム講座を実施している。

海外および国内協定大学との留学生受入・派遣

海外の協定校と連携し、「単位互換」「共同研究」「教員、研究者及び学生の交流」を行っている。

研究者交流

合同入試相談会

県内私大事務局長会議

公開講座のリレー開催

外国の大学との作品交流展

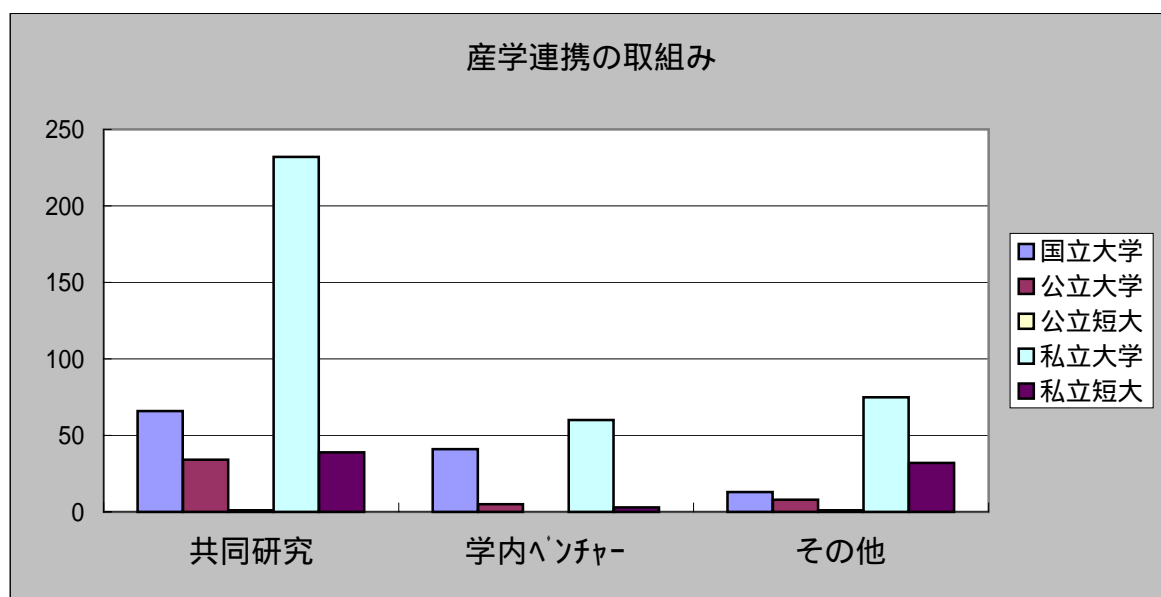
学生スポーツ交流

図書館の相互利用

相互臨床実習

卒業制作展

## 5-B 産学連携として以下の取組みを行っていますか

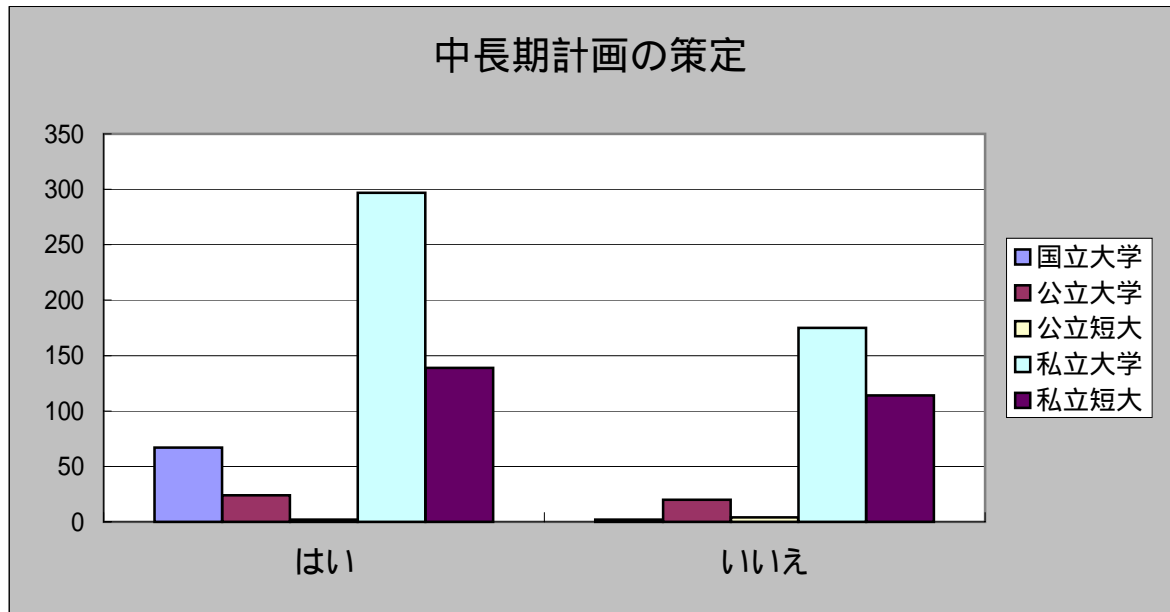


区分	共同研究	学内ハンチャー	その他
国立大学	66	41	13
公立大学	34	5	8
公立短大	1	0	1
私立大学	232	60	75
私立短大	39	3	32
合計	372	109	129

### 【その他の記述】

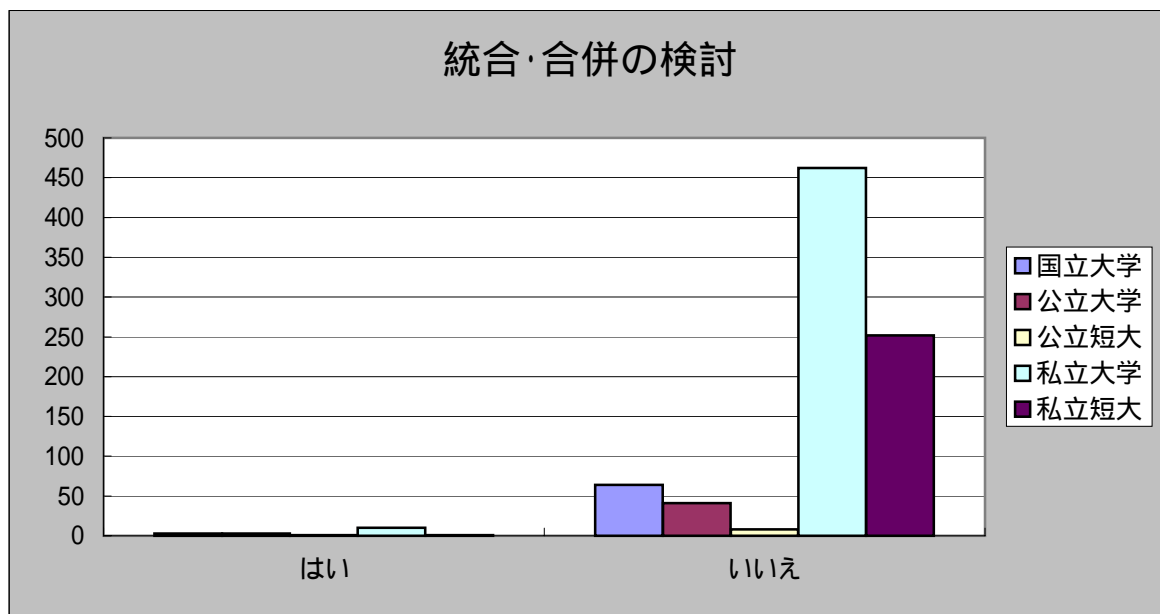
地方自治体・経済団体・民間企業・地域との連携事業の実施  
 特許・技術・経営戦略セミナーの開催  
 技術課題解決型研究会の設立  
 技術コンサルティング事業  
 企業研究者の育成  
 大学・企業共同での公的研究助成の応募  
 大学を軸とした企業間交流  
 委託教育  
 委託研究  
 寄附講座の開講

## 6-A 中長期計画を策定していますか



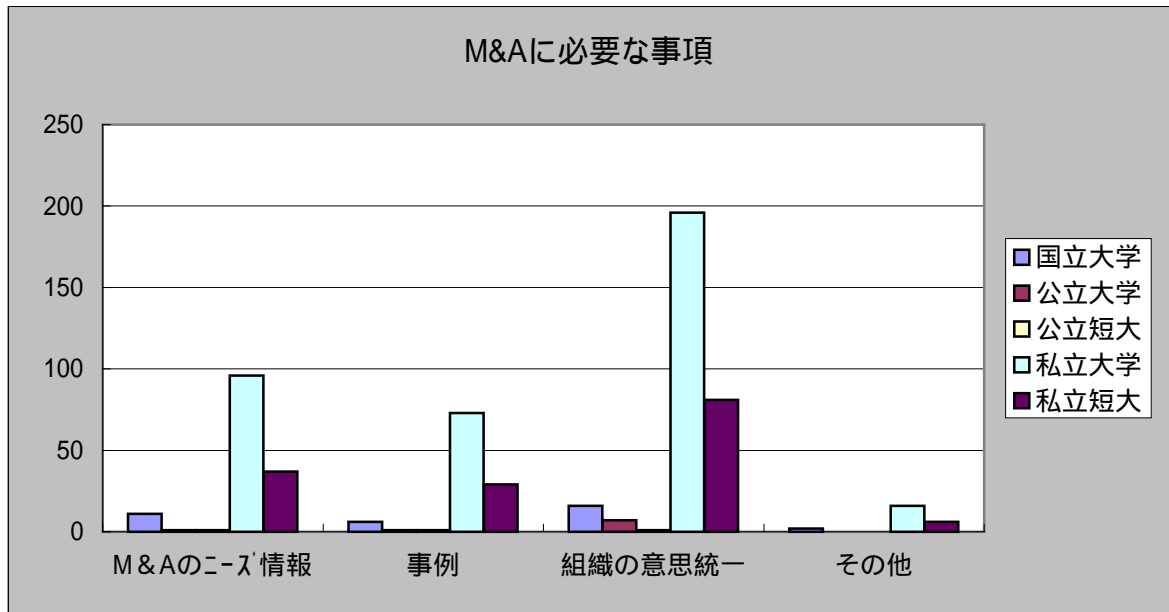
区分	はい	いいえ
国立大学	67	2
公立大学	24	20
公立短大	2	4
私立大学	297	175
私立短大	139	114
合計	529	315

7-A 他大学とのM&A（統合・合併）を検討していますか。



区 分	はい	いいえ
国立大学	3	64
公立大学	3	41
公立短大	1	8
私立大学	10	462
私立短大	1	252
合 計	18	827

## 7-B M & A (統合・合併) を円滑に行うために何が必要ですか

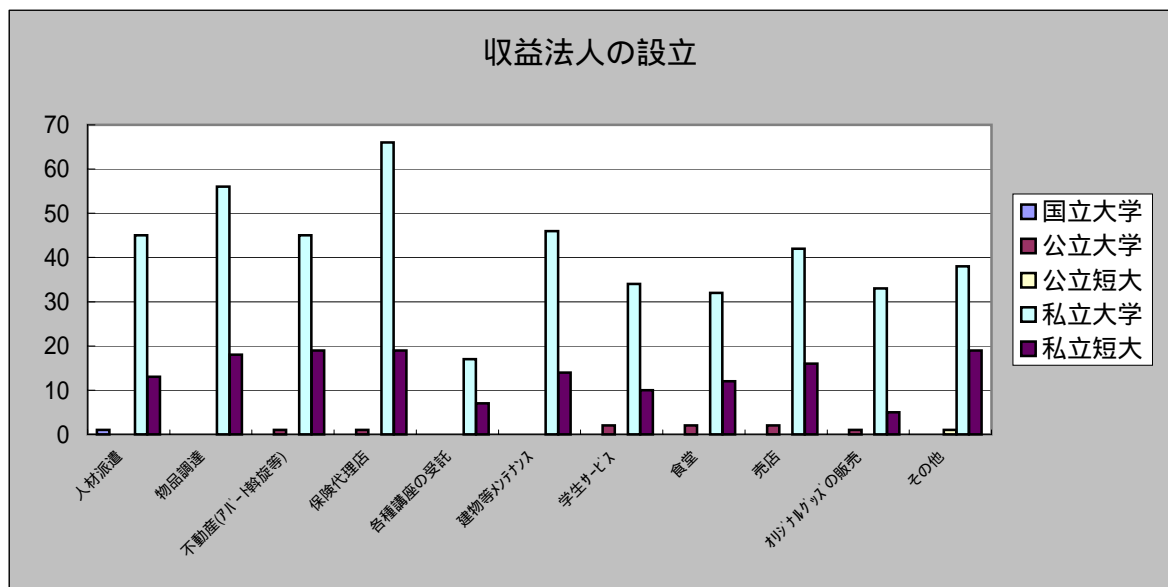


区分	M&Aのコース情報	事例	組織の意思統一	その他
国立大学	11	6	16	2
公立大学	1	1	7	0
公立短大	1	1	1	0
私立大学	96	73	196	16
私立短大	37	29	81	6
合計	146	110	301	24

### 【その他の記述】

教育・研究部門の統一  
 教育方針・建学の精神・健全な財政運営に支障がないこと  
 公正な仲介者  
 在学生及び卒業生の理解、教職員の理解と雇用の確保、「建学の精神」が担保できること  
 相互の歴史・組織的文化の尊重  
 学生・教職員等への配慮  
 相乗効果の創造  
 相互利益と理解  
 伝統・実績の相互理解・尊重  
 同規模での相互補完的效果の見通し  
 補完関係  
 補助金交付要件の緩和、学位授与の弾力化、学生の転居・転学費用の補助等  
 豊富な資金  
 理念・目的のマッチング、諸規則等の環境整備、ステークホルダーへの理解活動、など  
 労組対策

## 8-A 収益法人を設立していますか 設立の場合取扱い業務はどのようなものですか



区分	人材派遣	物品調達	不動産(アパート斡旋等)	保険代理店	各種講座の受託	建物等メンテナンス	学生サービス	食堂	売店	オリジナルグッズの販売	その他
国立大学	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
公立大学	0	0	1	1	0	0	0	2	2	1	0
公立短大	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
私立大学	45	56	45	66	17	46	34	32	42	33	38
私立短大	13	18	19	19	7	14	10	12	16	5	19
合計	59	74	65	86	24	60	46	46	60	39	58

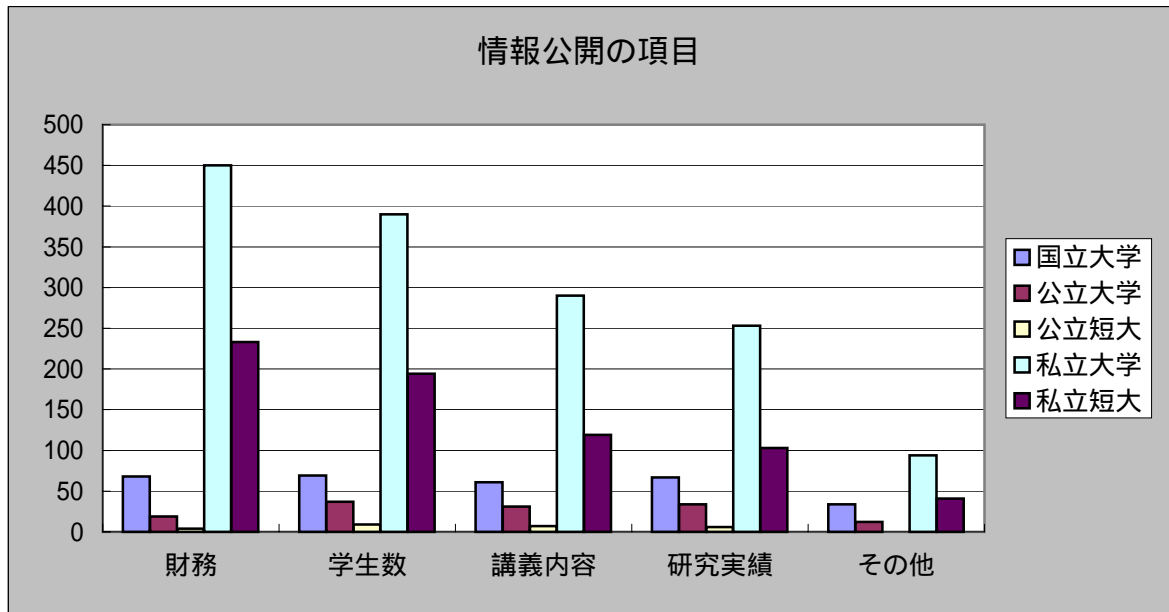
### 【その他の記述】

警備及び保安業務  
 キャッシュ・フロー計画・管理  
 市場調査・顧客データベースの構築  
 通信販売業務  
 POSのデータマイニング  
 クレジットカード等取扱業務  
 調査・研究の受託  
 各種イベント企画・製作  
 ゴルフ場  
 プール  
 医学サービス  
 印刷業  
 飲食業  
 経営コンサルタント業務  
 教育・研究開発に関する技術・情報の仲介斡旋およびコンサルティング事業

物品総合リース業  
 広告代理業務  
 健康サービス事業  
 建設工事請負  
 自動車教習所の経営  
 旅行代理店  
 自動販売機の設置  
 清掃  
 出版事業  
 情報システムの企画  
 給与・経理・学会事務の受託  
 貸衣装斡旋  
 通信講座事務  
 不動産賃貸  
 旅館・ホテル



## 9-A どのような情報を公開していますか



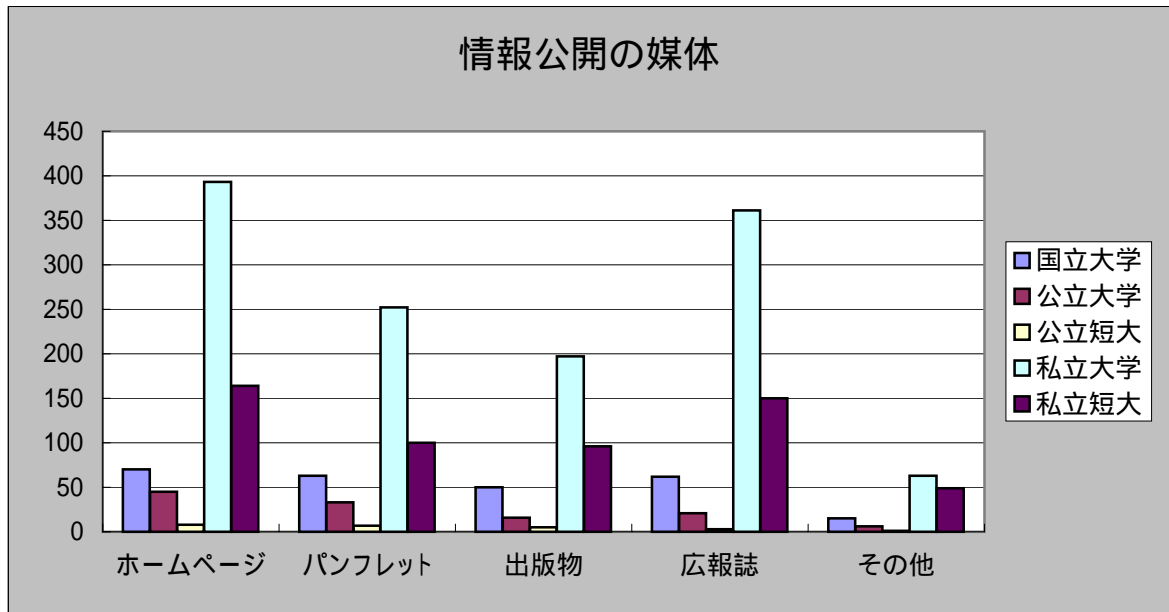
区分	財務	学生数	講義内容	研究実績	その他
国立大学	68	69	61	67	34
公立大学	19	37	31	34	12
公立短大	4	9	7	6	0
私立大学	450	390	290	253	94
私立短大	233	194	119	103	41
合計	774	699	508	463	181

### 【その他の記述】

大学の大型研究プロジェクト  
 科学研究費データベース  
 研究シーズ  
 公開・未公開特許一覧  
 会議録  
 ガバナンス  
 学校法人の沿革  
 事務組織  
 専任教職員の概要他  
 学校法人の概要  
 学生授業評価  
 学生進路先  
 学則  
 学費  
 患者数等大学付属病院に関する概要  
 基本構想  
 環境報告書  
 教育活動状況  
 格付評価

事業計画(中期目標・中期計画)  
 事業報告  
 事業実績  
 事業内容  
 第三者評価  
 寄附行為  
 理事会運営状況  
 自己点検・評価内容  
 蔵書目録  
 点検評価改善報告書  
 入試データ  
 年度計画  
 役員氏名  
 役員報酬及び職員の給与水準  
 契約関係  
 学位授与者数  
 外部資金受入情報  
 経営理念

## 9-B 情報公開で利用している媒体は何ですか



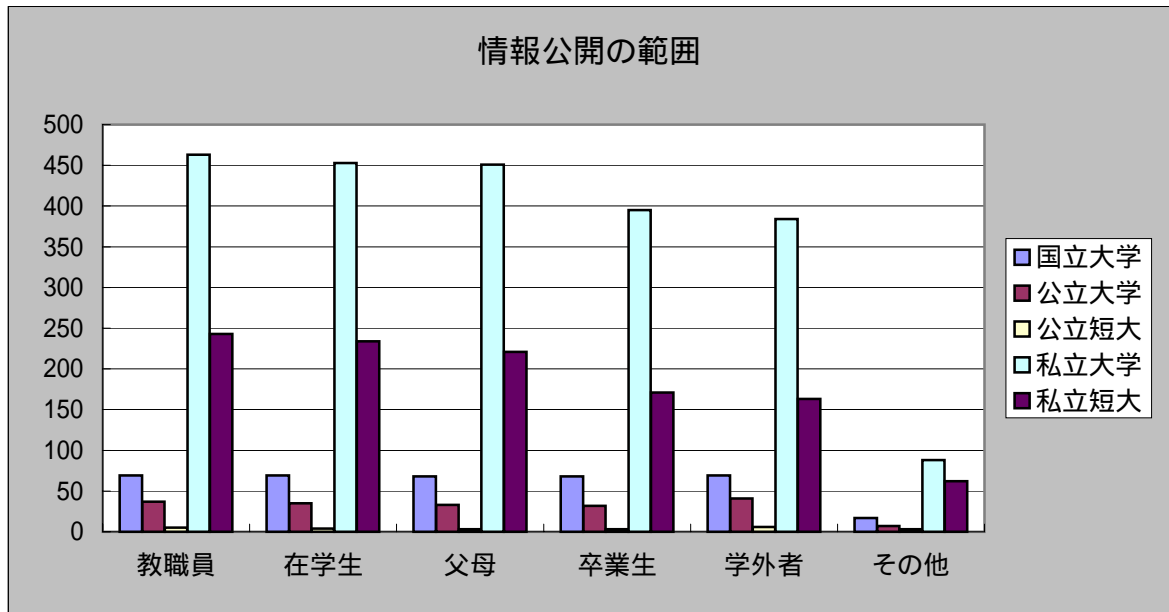
区分	ホームページ	パンフレット	出版物	広報誌	その他
国立大学	70	63	50	62	15
公立大学	45	33	16	21	6
公立短大	8	7	5	3	1
私立大学	393	252	197	361	63
私立短大	164	100	96	150	49
合計	680	455	364	597	134

### 【その他の記述】

DVDなどの電子媒体  
 ケーブルテレビ  
 シラバス  
 シンポジウム等の開催  
 広報誌は就職関連情報のみ利用  
 ビデオ  
 プレスリリース  
 閲覧用印刷物  
 学外団体から依頼のあった各種調査  
 学内イントラで公開している  
 学内印刷物  
 学内掲示  
 学内向け手引  
 官報  
 携帯電話サイト  
 研究実績は、研究開発支援総合ディレクトリ(Read)に公開

受験情報誌  
 新聞  
 雑誌  
 同窓会報  
 文部科学省ホームページ  
 報道への資料提供

## 9-C 情報公開の範囲



区分	教職員	在学生	父母	卒業生	学外者	その他
国立大学	69	69	68	68	69	17
公立大学	37	35	33	32	41	7
公立短大	5	4	3	3	6	3
私立大学	463	453	451	395	384	88
私立短大	243	234	221	171	163	62
合計	817	795	776	669	663	177

### 【その他の記述】

マスコミ  
 医師会  
 一般市民  
 閲覧を希望する者  
 官公庁  
 企業  
 教育委員会等関係機関  
 教育関係者  
 金融機関  
 後援会  
 公共団体  
 高校教員  
 高校生  
 高等学校  
 債権者  
 採用企業  
 連系企業  
 利害関係者  
 養護施設

資料請求者  
 実習施設  
 取引業者  
 取引金融機関  
 受験生  
 受験生父母  
 所轄庁  
 他大学  
 退職者  
 研究業績は教職員・在学生のみに限る  
 抵当権者  
 訪問者  
 本学イベント参加者  
 本学志願者  
 名誉教授  
 役員  
 予備校関係者  
 留学生  
 財務は教職員・在学生・父母・利害関係者のみ閲覧

