

二	事業の概要
---	-------

(1) 2014 年度事業報告

<大学改革>

■入試

1. 2015 年度入学結果

- ・志願者数 1,885 名（前年度比 111%）
- ・入学者数 860 名（前年度比 110%）

2. 入試広報戦略の確立と実施

- ・オープンキャンパス来場者数約 2,800 名（前年度比 114%）
- ・高校への出張講義を 30 回実施（前年度比 150%）し、高校生約 610 名（前年度比 150%）が参加
- ・中四国を中心に、オープンキャンパススタッフによる母校訪問を実施

■教育

1. 日本で類を見ない初年次教育プログラムの完成

～将来の夢や目標を早期に発見するためのカリキュラム改革～

- ・各プログラム（コミュニケーションキャンプ、フィールドワーク、在学企画、卒業生企画、企業人企画など）でワーキンググループに分かれ、気づきのプログラムを完成
- ・クラスアシスタントとして、約 150 名の在学生在が各プログラムのフォローを実施

2. 流通科学大学オンリーワンの教育プログラムの模索

- ・「事業承継者育成プログラム」を 2015 年度より創設。事業経営者に求められる知識を徹底的に教育する
- ・メディアの最前線で感じる社会の動きを学ぶ「プロデュース論」を 2015 年度より創設

3. 産官学連携プログラムの継続と新規企画の実施

<事例紹介>

- ・「神戸研究学園都市大学対抗ゼミ企画 JR 西日本杯」（テーマ：地域旅客鉄道の活性化を図ろう）を開催し、本学のサービス産業学部 都市まちづくり専攻ゼミが優勝を飾った。（近隣 2 大学含む、27 チーム 102 名参加）
- ・阪神タイガース連携・企画プレゼンテーション大会（テーマ：学生が提案するファン拡大策）を開催し、商学部 マーケティング専攻ゼミが優勝を飾った（27 チーム 140 名参加）
- ・神戸農水産物商品化プレゼンテーション大会「KOBE にさんがろくプロジェクト」に参加（9 チーム、58 名参加）。本学の商学部 マーケティング専攻ゼミが「神戸丼」で最優秀グランプリを受賞。また、本学のサービス産業学部 社会学専攻ゼミが神戸市北区産の苺をまるごと一つ使用したスイーツ「F・シュルト」を提案しアドバイザー特別賞を受賞した
- ・その他にも、神戸市バス（市バス魅力ルートプロジェクト）や神戸電鉄（粟生線・未来へと続くレールコンテスト）と連携したプログラムを開催した

■学生生活

1. 課外活動活性化のための支援制度再構築

- ・公認クラブ加入率 43.3%（前年度より 0.8%UP、前々年度より 2.8%UP）
- ・クラブオープンキャンパス参加団体 37 団体（体育会 25 団体、文化会 12 団体）

<主なクラブ実績>

女子バレーボール部 2 部昇格、女子ゴルフ部 1 部昇格、ハンドボール 4 部昇格、バドミントン部 3 部昇格、軟式野球部 1 部残留、サッカー部 2 部 B 昇格、男子バスケットボール部 1 部残留また創部以来初となる天皇杯出場、女子バスケットボール部創設準備

2. 規律性を身につけるための仕組みづくり

- ・キャンパス全面禁煙を 4 月より導入。様々な施策・指導を実施し、喫煙率も低下している。
- ・クラブ主催によるクリーンキャンペーンを計 33 回実施（前年度 30 回）
- ・事件、事故、トラブル防止対策として、神戸西警察署による防犯教育や SNS 等に関する注意喚起を実施した。

■キャリア開発

1. 学生が自らの「個性」を認識するためのキャリア支援制度再構築

- ・就職率（就職決定者÷就職希望者数）98.3%（前年度より 0.1%UP）
- ・就職率（就職決定者÷（卒業者数－大学院進学者数））81.3%（前年度より 0.1%UP）
- ・学内企業説明会 参加企業数のべ 329 社（前年度 374 社）、参加学生数のべ 5,000 名
- ・キャリア探検隊として、学生が 4 業界（製造業、卸売業、金融業、小売業）の企業を訪問して業界研究を実施
※キャリア探検隊…人気企業への就職を目指すために、実際の業務現場を訪問し理解を深めるプログラム
- ・筆記試験（SPI）対策講座を実施し、のべ 1,300 名が参加

2. 特定の資格や職業を目指すカリキュラムの構築

- ・兵庫県警察本部、尼崎市役所、姫路市消防局、大阪市消防局等へ内定
- ・2015 年度より、公務員試験対策プログラム（正課カリキュラムへの利用配置、学生のモチベーション維持を目的としたクラス配置を実施）および簿記会計プログラム（日商簿記 1～3 級、税理士試験科目合格を目指す）を導入することを決定

<組織力・経営力強化>

■意思決定プロセス

1. 理事会のリーダーシップの発揮および中内学園中長期計画（N-PLAN）の法人・大学全体での共有徹底

- ・全学教員会で「中内学園中長期計画（第二次）」「認証評価結果をもとにした本学の取り組むべき課題」等について説明を実施し、教職員の意識共有を図った

■財務構造

1. 3大経費の予算統制による財務構造の磐石化

- ・5月に監査結果について監査法人、監事、内部監査室で情報共有し、未整備等について情報を共有
- ・無借金体制及びキャッシュイン体制の維持（現預金・特定資産 計約160億の確保）

2. 大学改革における戦略的なシステム投資

- ・基幹系システムおよび事務局情報機器類（パソコン、プリンター等）をリプレイスするとともに、資産管理システムの導入・クラウド化等を実施し、更なるセキュリティ面の強化を図った

■大学ブランドの確立

1. ブランドアイデンティティを確保するための統合性を重視した広報活動の展開

- ・7月、8月の2回に分け近畿エリア及び中四国エリアに重点的にCMを投下し、大学ブランド向上を図った
- ・本学マスコットキャラクター「りゅうか」の全面打ち出しによるイメージ向上

■学園・大学の将来像検討

1. 大学基準協会による第二期認証評価の受審

- ・4月の点検・評価報告書提出、10月の実地調査を経て、2015年3月に「適合」の評価を得た（期間：2015年4月～2022年3月）。そこから導き出される課題を学内で共有し、今後検討していくこととなった

<学園・大学の存在価値明確化>

■リテール科学研究所の発展

1. 日本におけるリテール分野の研究教育について本学園が第一人者となるための施策検討

- ・2月に「第1回震災と流通研究会」をリテール科学研究所主催で開催。リテール機能やその重要性について科学的に研究することをテーマに、内閣府より「想定される首都直下地震の規模や被害、対策」について講演頂き、経済産業省、国土交通省、リテール関係協会、本学教員が意見交換を実施
- ・「流通用語集」の制作に向け、新日本スーパーマーケット協会との打ち合わせを適宜実施し、掲載用語を確定。次年度は掲載用語の用語解説をリテール関係者約90名に依頼し、2016年2月の完成、第50回スーパーマーケットトレードショーでの配布および大学教育・広報戦略での活用を目指す