

**跡見学園女子大学
観光コミュニティ学部
新設ニーズ調査**

【企業・自治体編】

報告書

2013年8月

跡見学園女子大学

I. 調査概要	1
II. 回答者のプロフィール	3
III. 調査結果	
1. 新規学卒者の採用計画	6
2. 新規学卒者として採用したい人材の能力・資質	8
3. 跡見学園女子大学の認知度	10
4. 跡見学園女子大学の特色評価	12
5. 観光デザイン学科の特色評価	14
6. 観光デザイン学科への興味関心度	16
7. 観光デザイン学科の社会的必要度	18
8. 観光デザイン学科を卒業した学生の採用意向	20
9. コミュニティデザイン学科の特色評価	22
10. コミュニティデザイン学科への興味関心度	24
11. コミュニティデザイン学科の社会的必要度	26
12. コミュニティデザイン学科を卒業した学生の採用意向	28
13. 観光コミュニティ学部、跡見学園女子大学に対する質問・意見	30
IV. 調査結果のまとめ	32
V. 巻末資料	39

I. 調査概要

調査概要

■ 調査目的

跡見学園女子大学に新しく設置予定の観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)およびコミュニティデザイン学科(仮称)に対する企業・自治体の評価や新規学卒者の採用意向を探る。

【具体的に明らかにすること】

1. 観光コミュニティ学部の卒業生の採用意向
2. 企業・自治体が求めることと、観光コミュニティ学部の学びの内容の合致状況

■ 調査手法

郵送配布・郵送回収

■ 対象者条件およびサンプル数

対象者 : 跡見学園女子大学に新しく設置予定の観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)およびコミュニティデザイン学科(仮称)卒業生の想定される就職先の採用担当者

依頼数 : 997s

有効回収数 : 423s(有効回収率42.4%)

■ 実査時期

2013年6月3日(月)～2013年7月3日(水)

■ 主な調査項目

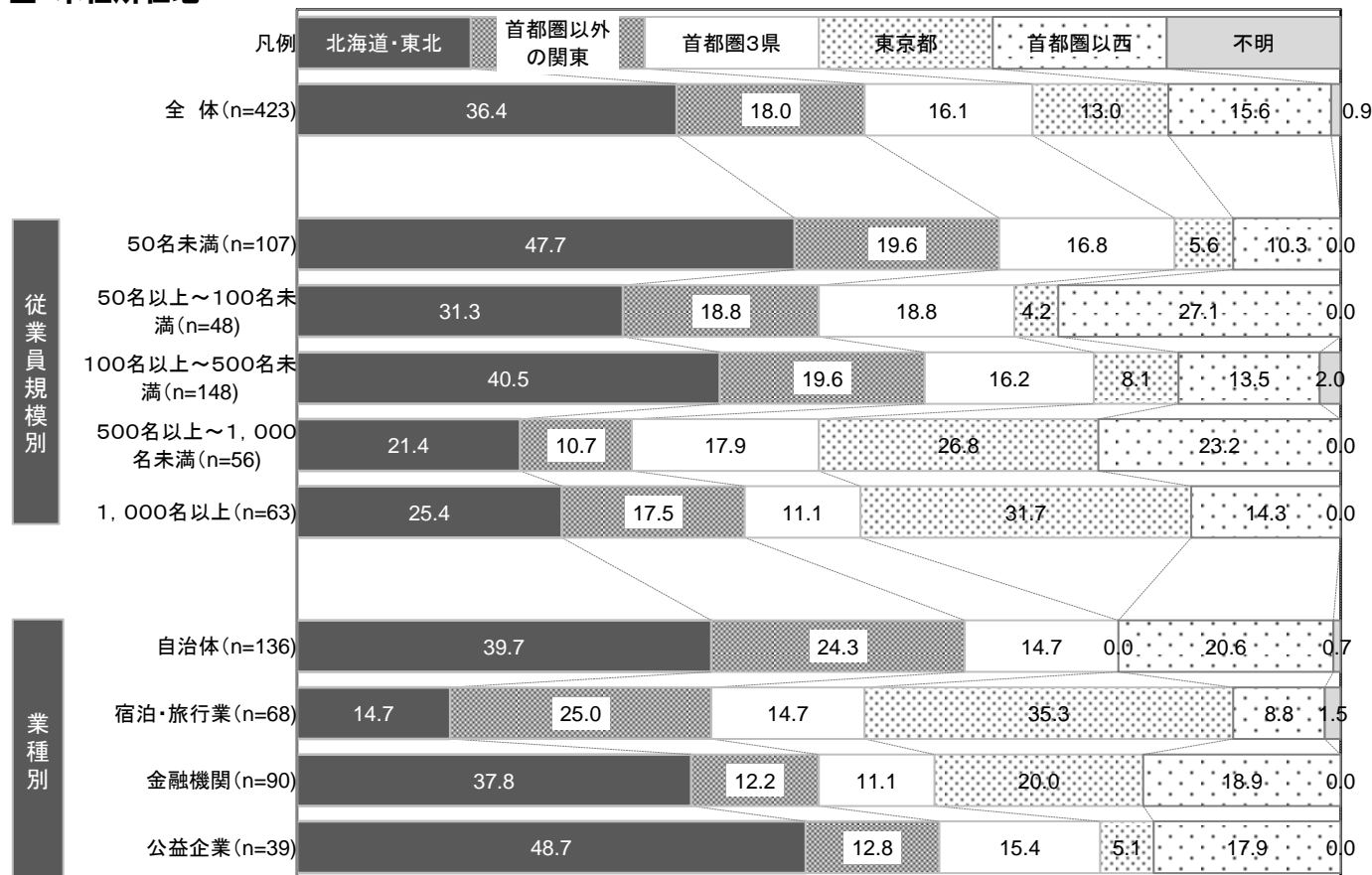
- ・ 新規学卒者として採用したい人材の能力・資質
- ・ 跡見学園女子大学の認知度
- ・ 跡見学園女子大学の特色評価
- ・ 新設学科の特色評価
- ・ 新設学科への興味関心度
- ・ 新設学科の社会的必要度
- ・ 新設学科を卒業した学生の採用意向

詳細は巻末資料の調査票をご覧ください。

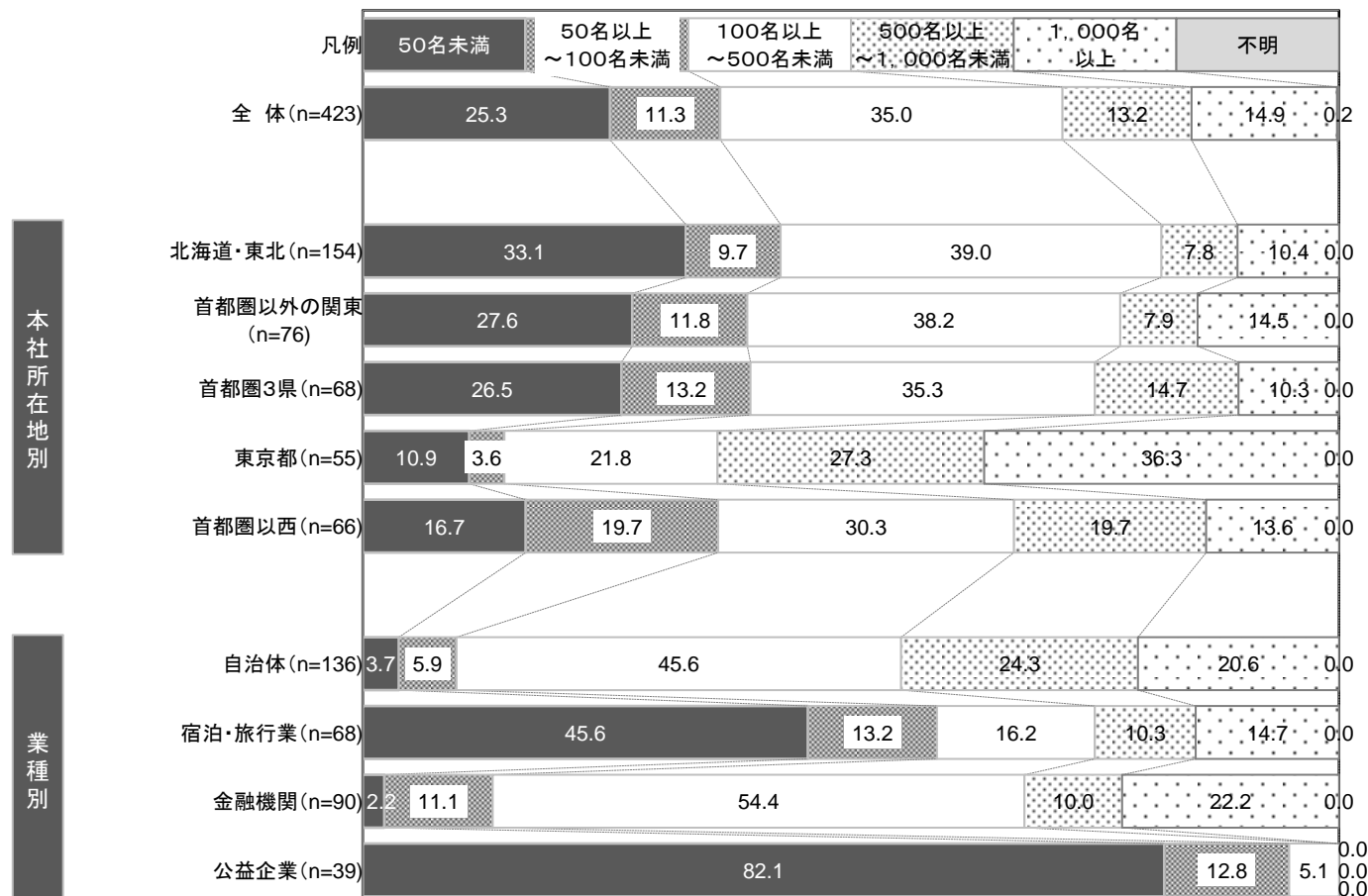
II. 回答者のプロフィール

回答者のプロフィール

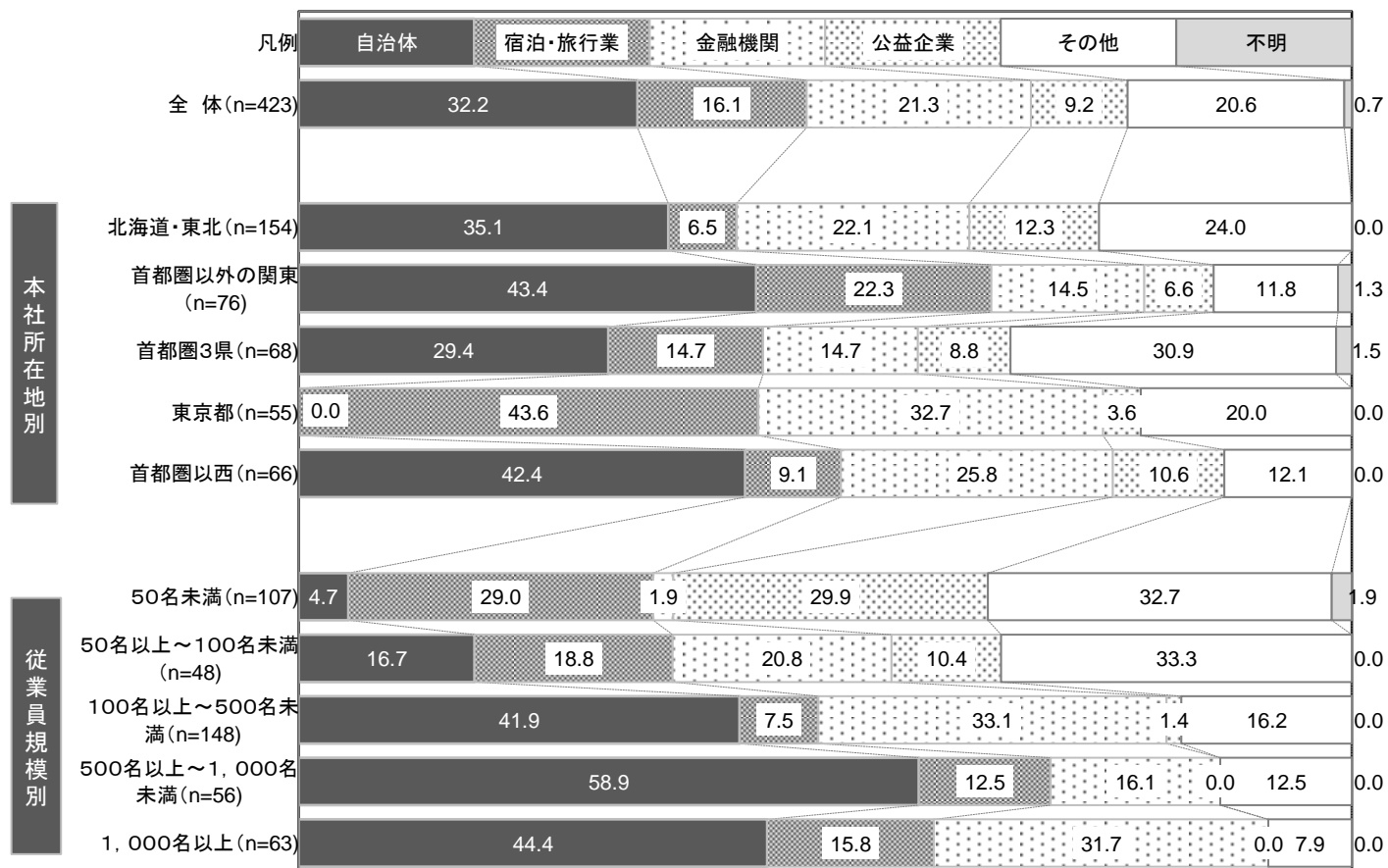
■ 本社所在地



■ 従業員規模





業種



Ⅲ. 調査結果

* 本報告書掲載の数表の網掛けは、以下の通りとなっております。

 : 全体と比べて+10pt以上

 : 全体と比べて-10pt以上

ただし、20s未満の場合は網掛けを省略しております。

1. 新規学卒者の採用計画

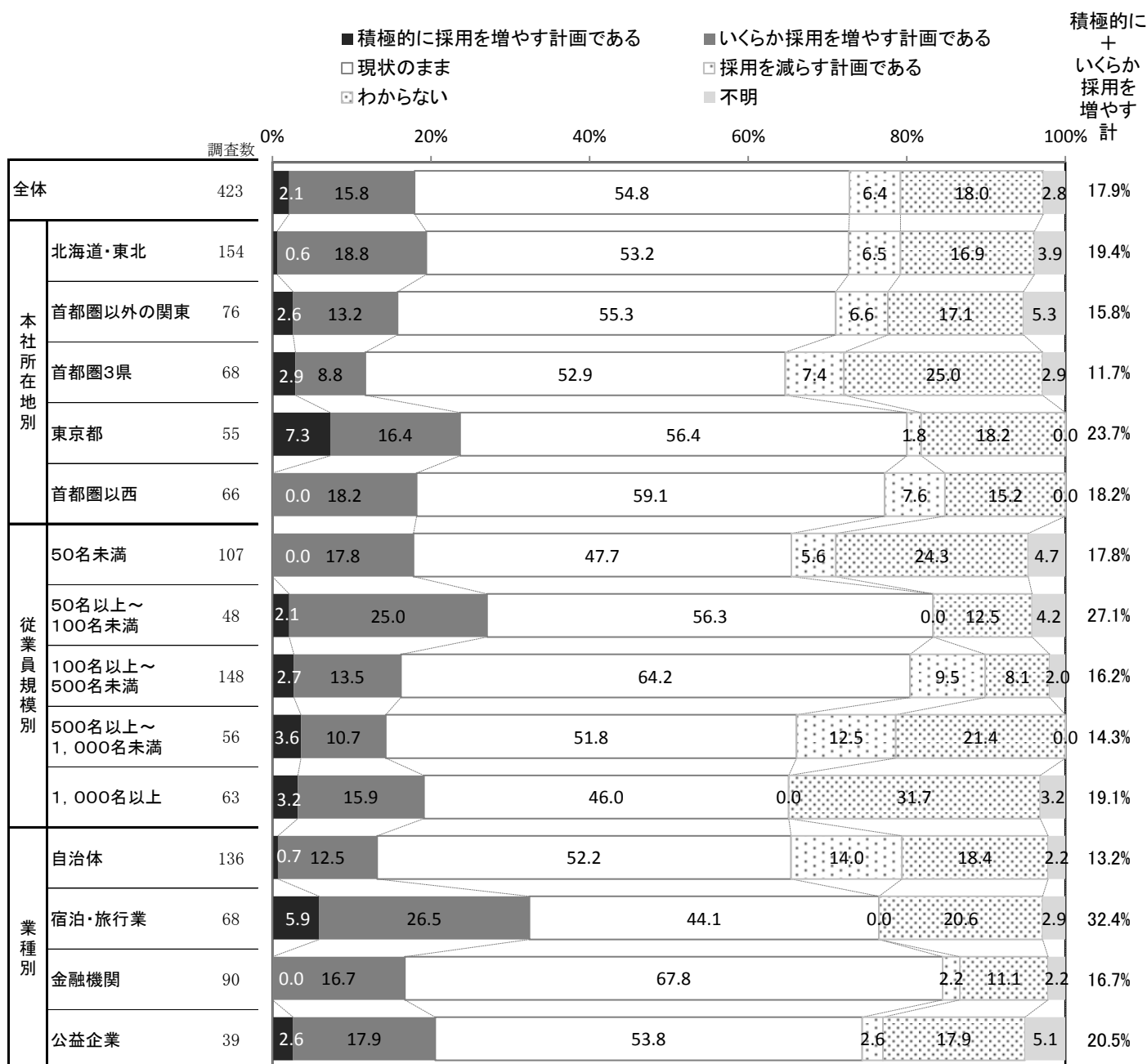
Q1 あなたの勤務先における今後の新規学卒者の採用計画について教えてください。(あてはまる番号1つに○)

■ 新規学卒者の採用計画に関する全体の傾向は、「現状のまま」という意見が54.8%で半数以上を占めるが、「積極的に採用を増やす計画である」または「いくらか採用を増やす計画である」という企業・自治体も20%弱みられる。一方、「採用を減らす計画である」という企業・自治体は6.4%にとどまっている。

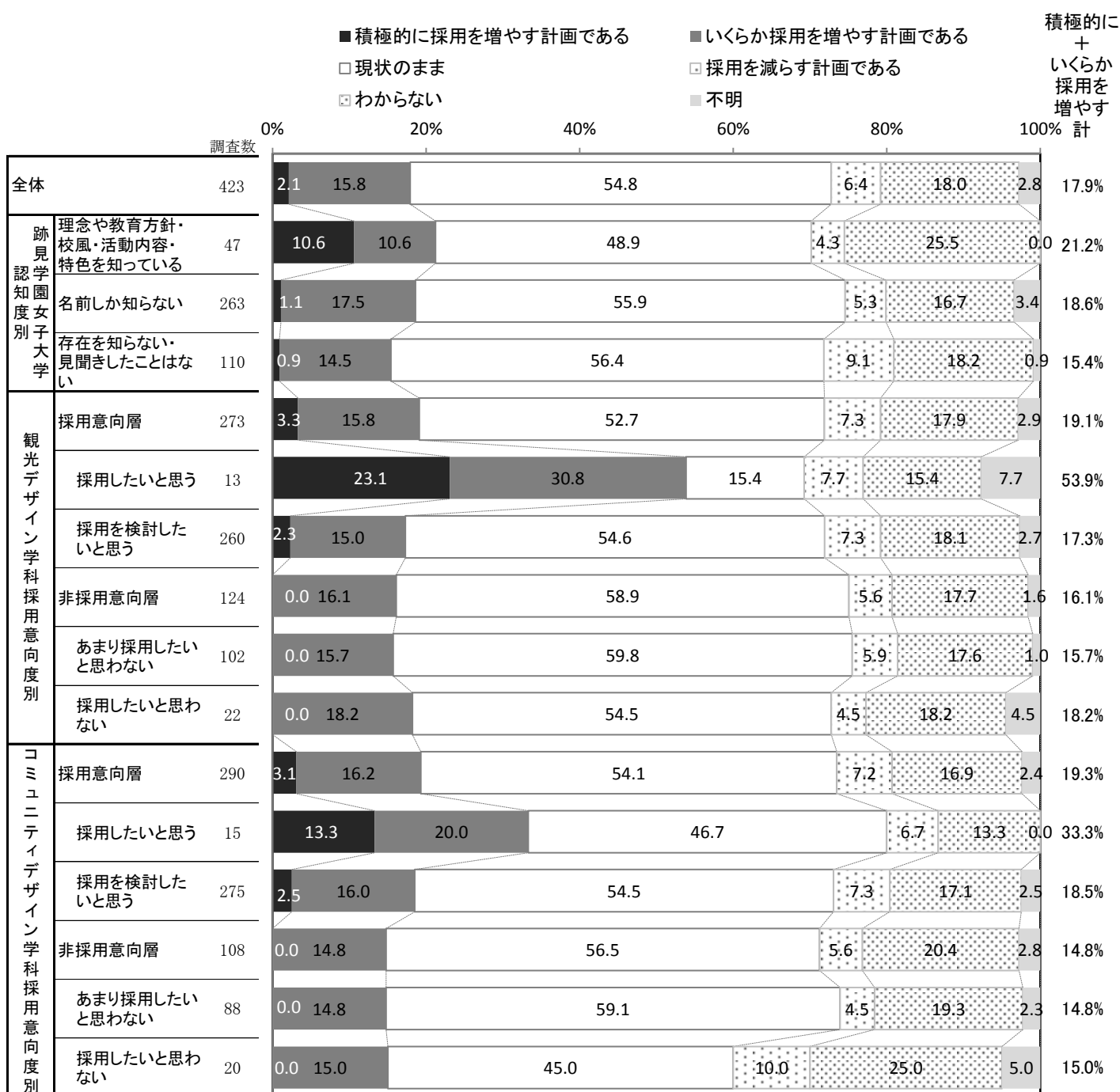
□ 本社所在地別では、東京都で「積極的に採用を増やす計画である」が7.3%みられ、全体よりも高い。

□ 従業員規模別では、50名以上～100名未満の企業・自治体において「採用を増やす計画である」割合に高い傾向がみられる。

□ 業種別では、宿泊・旅行業において「積極的に採用を増やす計画である」(5.9%)、「採用を増やす計画である計」(32.4%)ともに全体よりも高い。



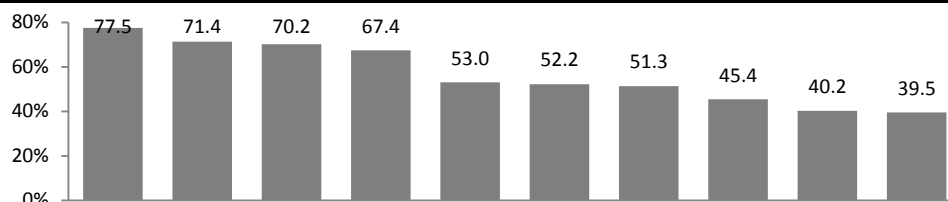
- 跡見学園女子大学認知度別では、理念や教育方針・校風・活動内容・特色認知層(以降「理念など認知層」)は「積極的に採用を増やす計画である」が10.6%で全体よりも高い。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、サンプル数が少なく参考値だが、観光デザイン学科の卒業生を「採用したいと思う」層は「採用を増やす計画がある」比率が高めの傾向。
それ以外の層はほとんど差はみられない。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別においても、サンプル数が少なく参考値だが、コミュニティデザイン学科の卒業生を「採用したいと思う」層は「採用を増やす計画がある」比率が高めの傾向。
それ以外の層はほとんど差はみられない。



2. 新規学卒者として採用したい人材の能力・資質

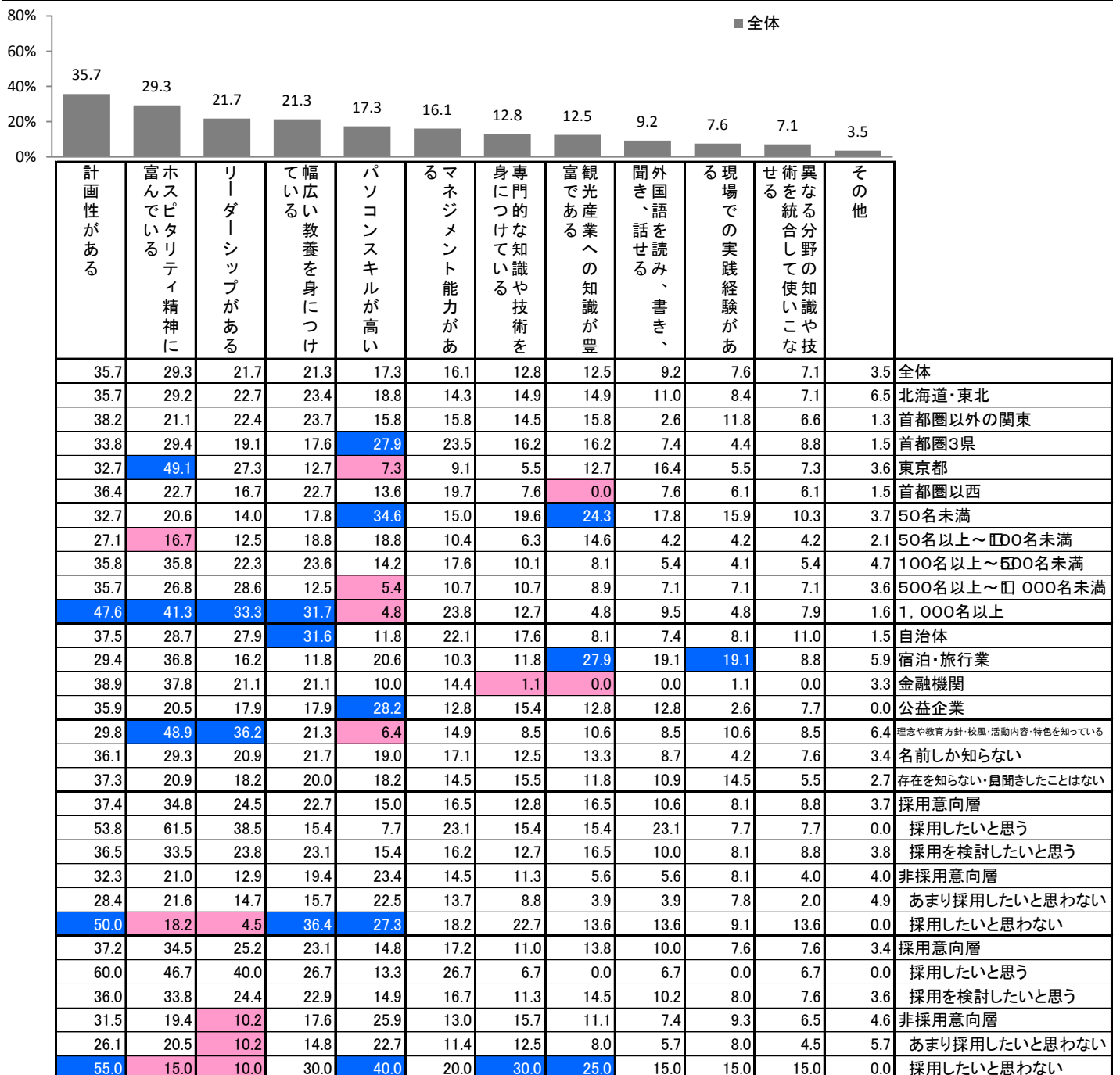
Q2. あなたの勤務先では、どのような能力や資質のある人を新規学卒者として採用したいと考えていますか。
(あてはまる番号すべてに○)

- 新規学卒者として採用したい人材の能力・資質としては、全体では、「コミュニケーション能力が高い」が最も高く77.5%。次いで「協調性がある」「行動力がある」「常識がある」が70%前後で並び、それ以下の項目を10ポイント以上引き離している。一方、「異なる分野の知識や技術を統合して使いこなせる」「現場での実践経験がある」「外国語を読み、書き、聞き、話せる」「観光産業への知識が豊富である」「専門的な知識や技術を身につけている」など専門知識・技術や実践力を希望する割合は15%以下にとどまり相対的に低い。
- 本社所在地別では、東京都は全体1位の「コミュニケーション能力が高い」が90.9%で特に高い。また、「主体性がある」(65.5%)「ホスピタリティ精神に富んでいる」(49.1%)が全体より高いことも特徴。
東京都は500名以上の大規模企業・自治体や金融機関が多く、これらの属性特徴の影響を受けている可能性が高い。「コミュニケーション能力が高い」は首都圏以西でも89.4%で高い。首都圏以西では、他にも「行動力がある」(81.8%)「社会貢献・地域貢献への意欲が高い」(66.7%)が全体よりも高い。
- 従業員規模別では、50名未満の小規模企業・自治体では「パソコンスキルが高い」(34.6%)「観光産業への知識が豊富である」(24.3%)「外国語を読み、書き、聞き、話せる」(17.8%)を始めとする実践力・専門性の希望率が全体より高い傾向がみられる。一方、1,000名以上の大規模企業・自治体では「コミュニケーション能力」「協調性」「柔軟性」「主体性」「ストレスコントロール力」など周りとのコミュニケーションに関する項目が全体よりも高い傾向があることが特徴。
中でも「ストレスコントロール力がある」は68.3%で全体よりも30ポイント近く高く、大規模企業・自治体ならではの希望点といえる。



調査数		コミュニケーション能力が高い	協調性がある	行動力がある	常識がある	柔軟性がある	社会貢献・地域貢献への意欲が高い	主体性がある	問題解決力がある	創造力がある	ストレスコントロール力がある	
全体	423	77.5	71.4	70.2	67.4	53.0	52.2	51.3	45.4	40.2	39.5	
本社所在地別	北海道・東北	154	70.8	68.2	65.6	73.4	53.2	57.8	48.7	48.1	33.8	
	首都圏以外の関東	76	76.3	71.1	67.1	61.8	51.3	51.3	44.7	42.1	35.5	
	首都圏3県	68	73.5	72.1	75.0	60.3	52.9	39.7	45.6	38.2	47.1	
	東京都	55	90.9	72.7	67.3	69.1	56.4	34.5	65.5	41.8	34.5	45.5
	首都圏以西	66	89.4	77.3	81.8	66.7	50.0	66.7	59.1	54.5	42.4	45.5
従業員規模別	50名未満	107	57.0	62.6	67.3	61.7	43.9	37.4	29.9	31.8	29.0	13.1
	50名以上～100名未満	48	77.1	64.6	56.3	68.8	39.6	56.3	37.5	31.3	35.4	14.6
	100名以上～500名未満	148	83.1	75.0	72.3	73.6	57.4	59.5	56.1	52.0	43.2	45.9
	500名以上～1,000名未満	56	85.7	69.6	76.8	60.7	53.6	51.8	64.3	57.1	39.3	62.5
	1,000名以上	63	93.7	84.1	74.6	68.3	66.7	57.1	76.2	54.0	57.1	68.3
業種別	自治体	136	80.9	74.3	72.8	68.4	61.8	69.9	59.6	59.6	54.4	58.1
	宿泊・旅行業	68	72.1	63.2	58.8	61.8	41.2	25.0	44.1	32.4	30.9	26.5
	金融機関	90	96.7	80.0	75.6	80.0	48.9	57.8	53.3	42.2	31.1	51.1
	公益企業	39	66.7	71.8	74.4	59.0	48.7	59.0	43.6	41.0	30.8	12.8
認知度別	理念や教育方針・校風・活動内容・特色を知っている	47	93.6	76.6	72.3	74.5	55.3	36.2	63.8	48.9	42.6	48.9
	名前しか知らない	263	77.6	76.0	72.2	66.2	51.7	51.7	55.5	43.3	39.2	41.4
	存在を知らない・見聞きしたことはない	110	70.9	58.2	64.5	67.3	55.5	60.9	35.5	50.0	40.9	30.9
採用意向度別	採用意向層	273	80.6	73.6	72.9	68.5	54.2	56.8	56.0	45.8	45.1	44.3
	採用したいと思う	13	100.0	92.3	69.2	61.5	76.9	46.2	92.3	69.2	53.8	61.5
	採用を検討したいと思う	260	79.6	72.7	73.1	68.8	53.1	57.3	54.2	44.6	44.6	43.5
	非採用意向層	124	73.4	67.7	66.1	66.1	49.2	46.0	41.9	43.5	28.2	29.8
	あまり採用したいと思わない	102	73.5	68.6	62.7	63.7	52.0	46.1	39.2	42.2	26.5	31.4
採用したいと思わない	22	72.7	63.6	81.8	77.3	36.4	45.5	54.5	50.0	36.4	22.7	
採用意向度別	採用意向層	290	83.8	74.8	74.1	69.7	53.1	57.9	55.9	47.6	44.5	46.2
	採用したいと思う	15	93.3	93.3	73.3	66.7	66.7	73.3	66.7	73.3	60.0	66.7
	採用を検討したいと思う	275	83.3	73.8	74.2	69.8	52.4	57.1	55.3	46.2	43.6	45.1
	非採用意向層	108	63.0	64.8	62.0	63.0	51.9	40.7	39.8	39.8	27.8	24.1
	あまり採用したいと思わない	88	62.5	65.9	58.0	59.1	55.7	40.9	37.5	38.6	25.0	25.0
採用したいと思わない	20	65.0	60.0	80.0	80.0	35.0	40.0	50.0	45.0	40.0	20.0	

- 業種別では、自治体は全般的にどの項目も全体よりも高めの傾向だが、特に「社会貢献・地域貢献への意欲が高い」「問題解決力がある」「創造力がある」「ストレスコントロール力がある」「幅広い教養を身につけている」が全体よりも10ポイント以上高い。宿泊・旅行業は、全般的に全体より低めの項目が多いが、「観光産業への知識が豊富である」「外国語を読み、書き、聞き、話せる」「現場での実践経験がある」など専門性や実践力の関連項目は全体よりも高いことが特徴。金融機関は、「コミュニケーション能力が高い」「常識がある」「ストレスコントロール力がある」など専門性以外の項目が全体より高い。公益法人は、全般的に全体より低めの項目が多いが、「パソコンスキルが高い」は28.2%で全体よりも高い。
- 跡見学園女子大学認知度別では、理念など認知層は「コミュニケーション能力が高い」「主体性がある」「ホスピタリティ精神に富んでいる」「リーダーシップがある」が全体よりも高い。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、採用意向層は「ホスピタリティ精神に富んでいる」(34.8%)が全体よりも5ポイント程度高い。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別では、採用意向層は「コミュニケーション能力が高い」「社会貢献・地域貢献への意欲が高い」「ホスピタリティ精神に富んでいる」などの他者とのコミュニケーションや他者への貢献に関連する項目や「ストレスコントロール力がある」が全体よりも5ポイント以上高い。

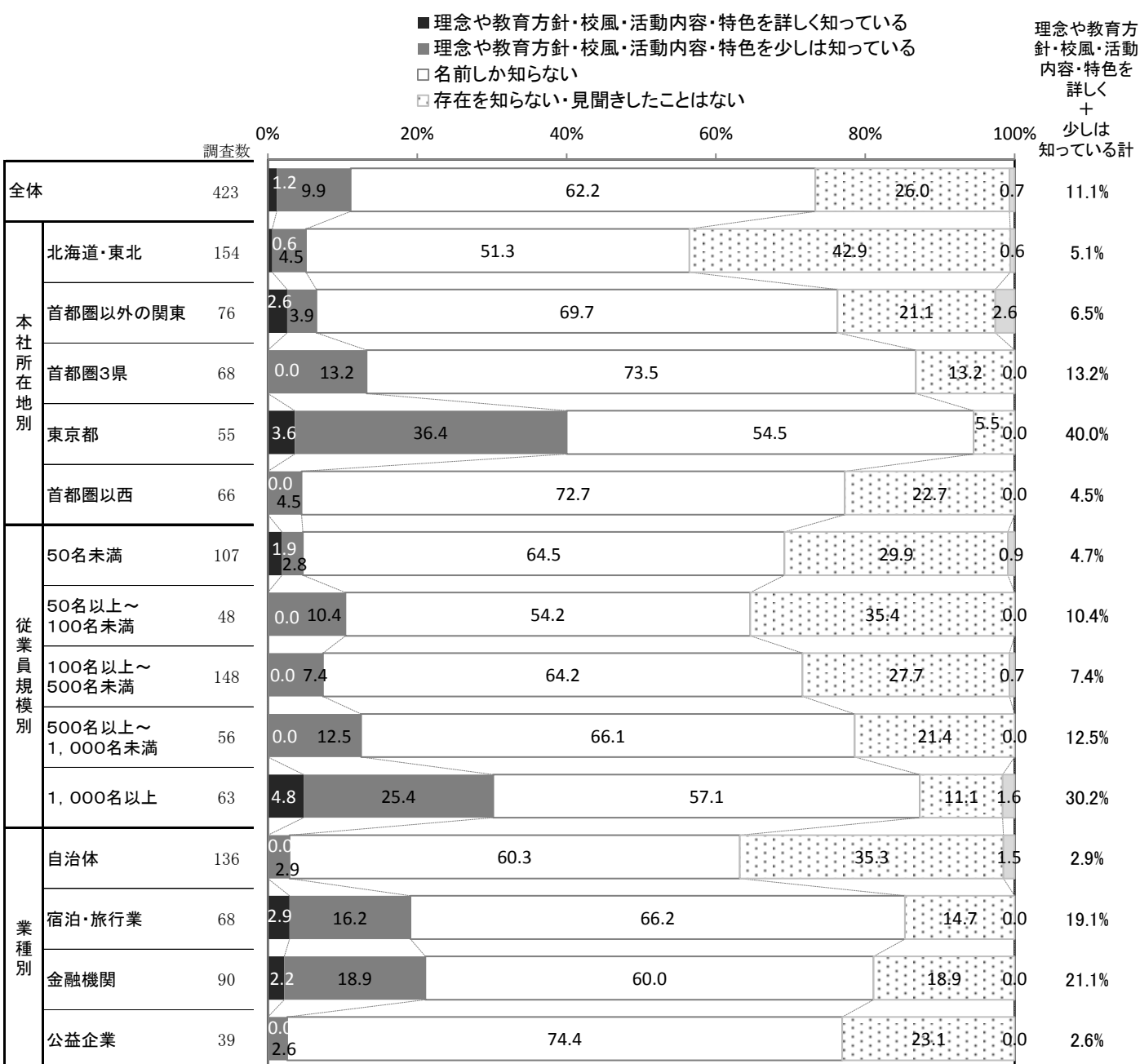


* 全体の数値を基準に降順にソート

3. 跡見学園女子大学の認知度

Q3 あなたは、今回のアンケートにご協力いただく前から、跡見学園女子大学についてどの程度ご存じでしたか。(あてはまる番号1つに○)

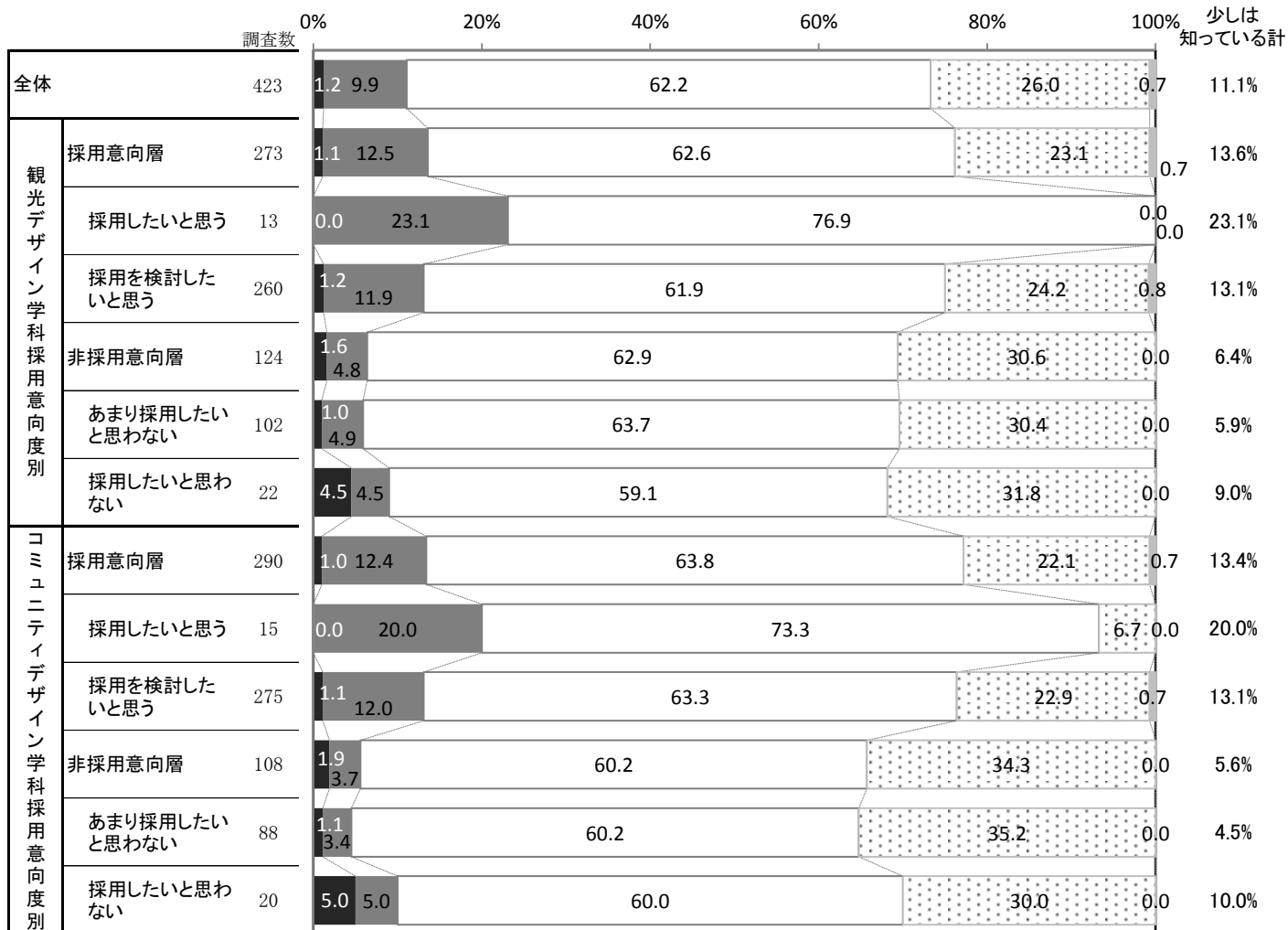
- 跡見学園女子大学の認知度に関しては、全体では、「名前しか知らない」という企業・自治体が62.2%で半数以上を占めるが、「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく知っている」「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を少しは知っている」という企業・自治体も10%程度みられる。
- 本社所在地別では、東京都においては認知度が高く、「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を少しは知っている」比率が36.4%で、「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく知っている」と合わせると40%に達する。
- 従業員規模別では、1000名以上の大規模企業・自治体は、「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を少しは知っている」比率が25.4%で全体より高く、「理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく知っている」も合わせると30%に達する。
- 業種別では、他業種と比べて本社所在地の東京比率が高い宿泊・旅行業と金融機関で認知度が高い。理念や教育方針・校風・活動内容・特色を「詳しく知っている」と「少しは知っている」を合わせると、宿泊・旅行業、金融機関ともに20%程度に達する。



- 観光デザイン学科採用意向度別では、採用意向層は全体と同水準以上の認知度がみられるが、非採用意向層においては、理念や教育方針・校風・活動内容・特色を「詳しく知っている」+「少しは知っている」が6.4%にとどまり全体よりも5ポイント程度低い。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別においても、採用意向層は全体と同水準以上の認知度がみられるが、非採用意向層では理念や教育方針・校風・活動内容・特色を「詳しく知っている」+「少しは知っている」が全体よりも5ポイント程度低い5.6%にとどまっている。

- 理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく知っている
- 理念や教育方針・校風・活動内容・特色を少しは知っている
- 名前しか知らない
- 存在を知らない・見聞きしたことはない

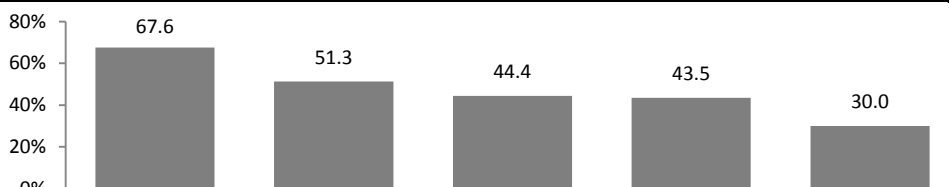
理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく
+
少しは知っている計



4. 跡見学園女子大学の特色評価

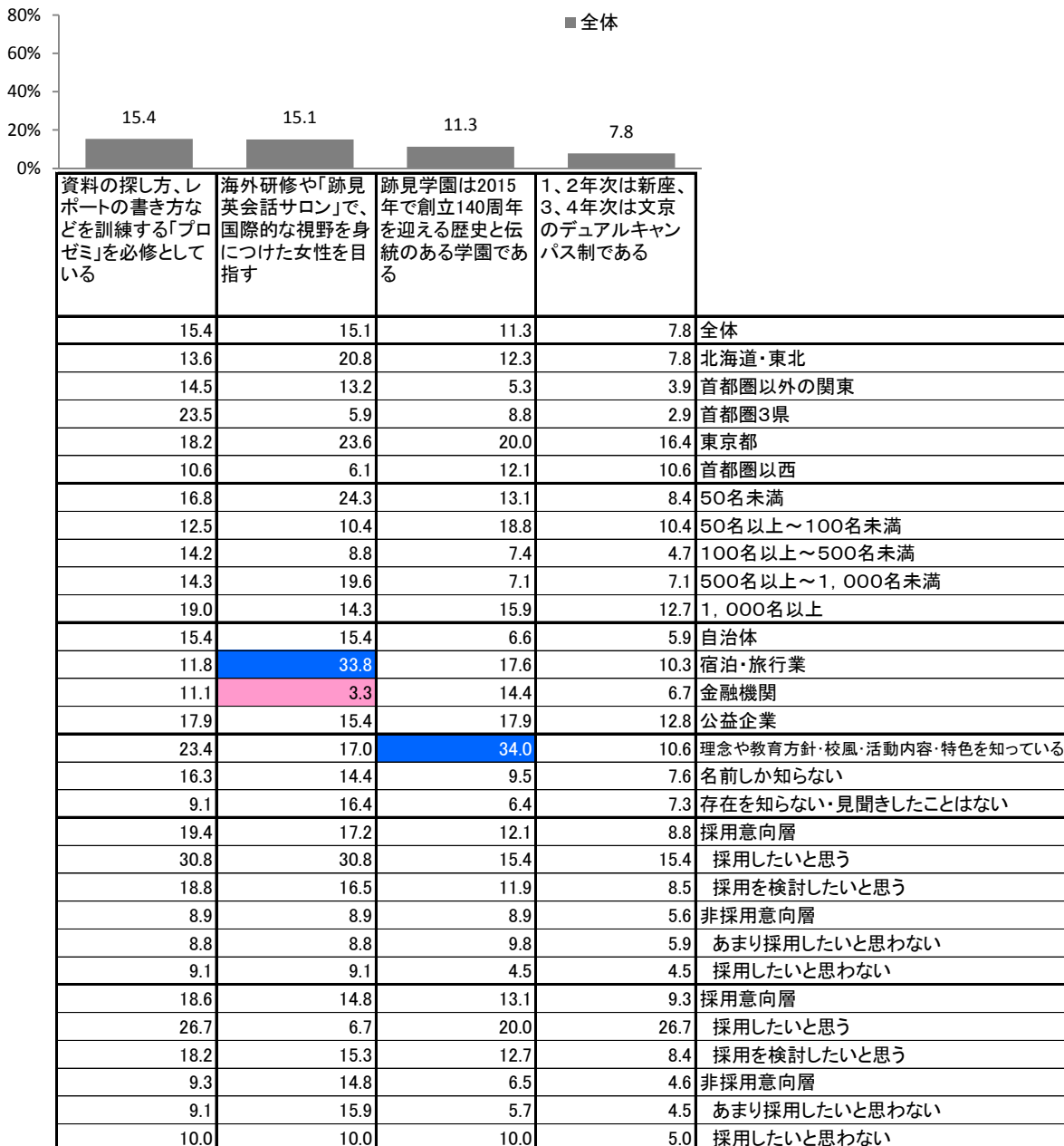
Q4. 跡見学園女子大学には以下のような特色があります。
これらの特色のうち、あなたご自身やあなたの勤務先からみて魅力的だと感じることや興味をひかれるものはどれですか。
(あてはまる番号すべてに○)

- 跡見学園女子大学の特色の中で魅力的だと感じることで、全体では、「広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成する」が67.6%で、2位の項目を15ポイント以上引き離して1位である。
次いで「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」「21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する」「地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す」の3項目が40～50%台で続く。
- 本社所在地別では、東京においては「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」が61.8%で「広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成する」と並んで魅力度1位の項目である。
また、「希望した仕事に就けるよう1年次からキャリア支援プランを実施するなど就職サポートを実施している」も40.0%で「21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する」に次ぐ魅力度4位であり、就職関連項目が高い傾向である。
- 従業員規模別では、宿泊・旅行業比率の高い50名未満の企業・自治体では「海外研修や『跡見英会話サロン』で、国際的な視野を身につけた女性を目指す」が24.3%で全体よりも10ポイント近く高い。
一方、1,000名以上の大規模企業・自治体では「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」「21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する」「地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す」「希望した仕事に就けるよう1年次からキャリア支援プランを実施するなど就職サポートを実施している」が全体よりも10ポイント以上高く、就職と地域貢献に関連した項目が高い傾向。



		調査数	広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成する	大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある	21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する	地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す	希望した仕事に就けるよう1年次からキャリア支援プランを実施するなど就職サポートを実施している
全体		423	67.6	51.3	44.4	43.5	30.0
本社所在地別	北海道・東北	154	68.8	48.7	44.2	41.6	26.0
	首都圏以外の関東	76	75.0	52.6	34.2	50.0	38.2
	首都圏3県	68	58.8	45.6	50.0	44.1	26.5
	東京都	55	61.8	61.8	47.3	32.7	40.0
	首都圏以西	66	71.2	51.5	51.5	48.5	25.8
従業員規模別	50名未満	107	67.3	40.2	36.4	32.7	25.2
	50名以上～100名未満	48	60.4	52.1	37.5	33.3	22.9
	100名以上～500名未満	148	69.6	52.7	45.3	48.6	31.1
	500名以上～1,000名未満	56	66.1	51.8	50.0	48.2	26.8
	1,000名以上	63	71.4	65.1	57.1	54.0	42.9
業種別	自治体	136	71.3	48.5	48.5	64.0	25.0
	宿泊・旅行業	68	61.8	48.5	38.2	22.1	20.6
	金融機関	90	78.9	66.7	46.7	45.6	41.1
	公益企業	39	64.1	53.8	38.5	43.6	33.3
認女跡見知度別	理念や教育方針・校風・活動内容・特色を知っている	47	68.1	70.2	59.6	46.8	36.2
	名前しか知らない	263	68.4	52.1	43.7	46.4	29.7
	存在を知らない・見聞きしたことはない	110	66.4	41.8	40.0	34.5	28.2
採用意向別	採用意向層	273	69.2	56.0	48.7	47.6	31.1
	採用したいと思う	13	69.2	76.9	69.2	46.2	76.9
	採用を検討したいと思う	260	69.2	55.0	47.7	47.7	28.8
	非採用意向層	124	66.9	44.4	37.1	31.5	29.0
	あまり採用したいと思わない	102	66.7	46.1	38.2	30.4	31.4
採用意向別	採用したいと思わない	22	68.2	36.4	31.8	36.4	18.2
	採用意向層	290	69.0	57.9	50.3	49.3	32.8
	採用したいと思う	15	60.0	66.7	73.3	93.3	73.3
	採用を検討したいと思う	275	69.5	57.5	49.1	46.9	30.5
	非採用意向層	108	67.6	36.1	31.5	24.1	25.0
採用意向別	あまり採用したいと思わない	88	65.9	38.6	29.5	21.6	23.9
	採用したいと思わない	20	75.0	25.0	40.0	35.0	30.0

- 業種別では、自治体は「地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す」が64.0%で全体より20ポイント以上高く、「広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成します」に次ぐ2位の項目である。宿泊・旅行業では「海外研修や『跡見英会話サロン』で、国際的な視野を身につけた女性を目指す」が33.8%で全体より20ポイント近く高く、第4位の項目。金融機関は「広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成する」「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」「希望した仕事に就けるよう1年次からキャリア支援プランを実施するなど就職サポートを実施している」がそれぞれ全体より10ポイント以上高い。
- 跡見学園女子大学認知度別では、認知度が高いほど「21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する」「資料の探し方、レポートの書き方などを訓練する『プロゼミ』を必修としている」の評価が高まる傾向がみられる。また、理念など認知層では「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」「跡見学園は2015年で創立140周年を迎える歴史と伝統のある学園である」が他層と比べて高いことも特徴。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、採用意向層は全体傾向とほぼ同じだが、非採用意向層は全体より低めの項目が散見される。特に「地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す」は採用意向層と非採用意向層の間に15ポイント以上の差がみられる。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別でも、非採用意向層で全体より低い項目が多い。中でも「21世紀を生き抜くために必要なマインドとスキルを身につけ一生を自分でデザインする女性を育成する」「大学での目標からライフプランまでを考えるプログラムや、社会人の基本を身につけるプログラムがある」は採用意向層と非採用意向層間に20ポイント前後の差が、「地元との連携プロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す」は25ポイント以上の差がみられる。

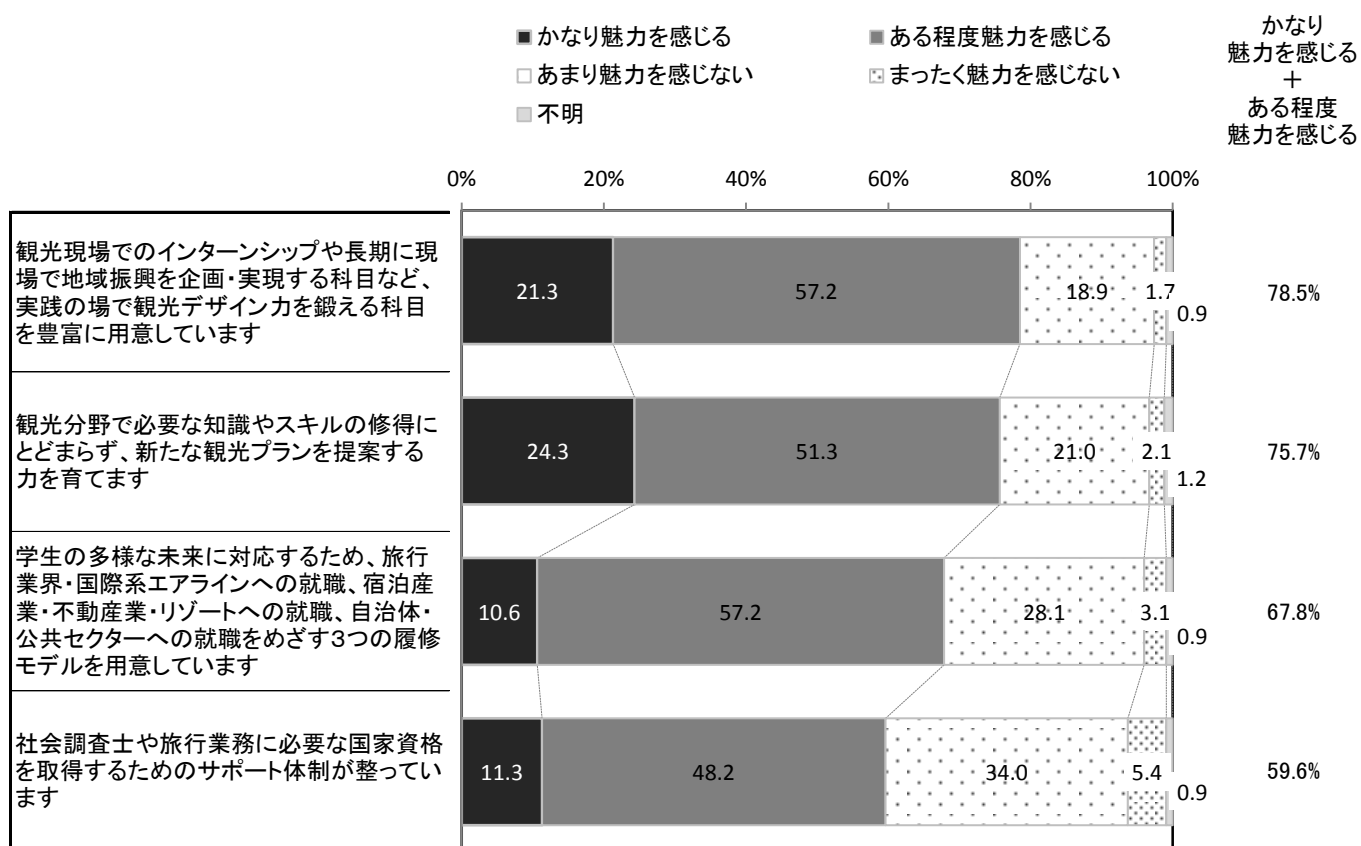


* 全体の数値を基準に降順にソート

5. 観光デザイン学科の特色評価＜全体傾向＞

Q5. 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。
 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。
 (あてはまる番号それぞれ1つに○)

- 観光デザイン学科の特色の中で最も魅力度(「かなり魅力を感じる」+「ある程度魅力を感じる」比率)が高い項目は「観光現場でのインターンシップや長期に現場で地域振興を企画・実現する科目など、実践の場で観光デザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」で78.5%。
 次の僅差で「観光分野に必要な知識やスキルの修得にとどまらず、新たな観光プランを提案する力を育てます」が75.7%で2位である。
 ただし、「かなり魅力を感じる」比率でみると、「観光分野に必要な知識やスキルの修得にとどまらず、新たな観光プランを提案する力を育てます」の方が僅差で1位である。
- 「学生の多様な未来に対応するため、旅行業界・国際系エアラインへの就職、宿泊産業・不動産業・リゾートへの就職、自治体・公共セクターへの就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」の魅力度は67.8%。
 一方約30%が「魅力を感じない」と回答している。
- 「社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています」の魅力度は59.6%。
 一方約40%は「魅力を感じない」と回答している。



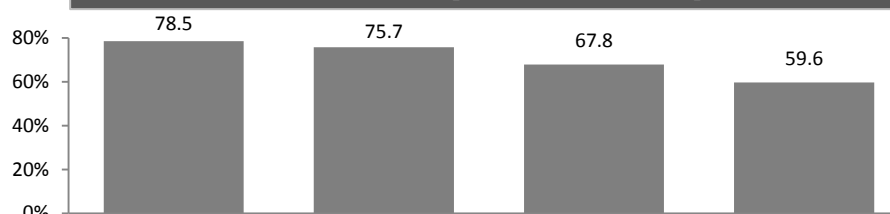
「かなり魅力を感じる」+「ある程度魅力を感じる」数値を基準に降順にソート

5. 観光デザイン学科の特色評価＜属性別傾向＞

Q5. 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。
あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。
(あてはまる番号それぞれ1つに○)

- 観光デザイン学科の特色評価を属性別でみると、本社所在地別では、首都圏以外の関東において全般的に魅力が高く、特に「観光現場でのインターンシップや長期に現場で地域振興を企画・実現する科目など、実践の場で観光デザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」が90.8%で全体よりも10ポイント以上高いことが特徴。
一方、首都圏以西においては全項目で全体よりも魅力度が低い。
- 従業員規模別では、100名未満の小規模企業・自治体では「社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています」が70%程度で全体よりも高い傾向がみられる。
- 業種別では、宿泊・旅行業は全般的に魅力度が高い傾向。特に「社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています」は82.4%で全体よりも20ポイント以上高い。
また自治体も魅力度の高い項目が多く「社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています」以外はすべて全体より10ポイント以上高い。
一方、金融機関は全般的に魅力度が低く全項目において全体より10ポイント以上低い。公益企業も魅力度が低い項目が多い。
- 跡見学園女子大学認知度別では、特に大きな差はみられない。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、全般的に採用意向層は魅力度が高く非採用意向層は魅力度が低い傾向だが、中でも「観光分野に必要な知識やスキルの修得にとどまらず、新たな観光プランを提案する力を育てます」と「学生の多様な未来に対応するため、旅行業界・国際系エアラインへの就職、宿泊産業・不動産業・リゾートへの就職、自治体・公共セクターへの就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」は採用意向層と非採用意向層との差が特に大きく45ポイント前後の差がみられる。

「かなり魅力を感じる」+「ある程度魅力を感じる」



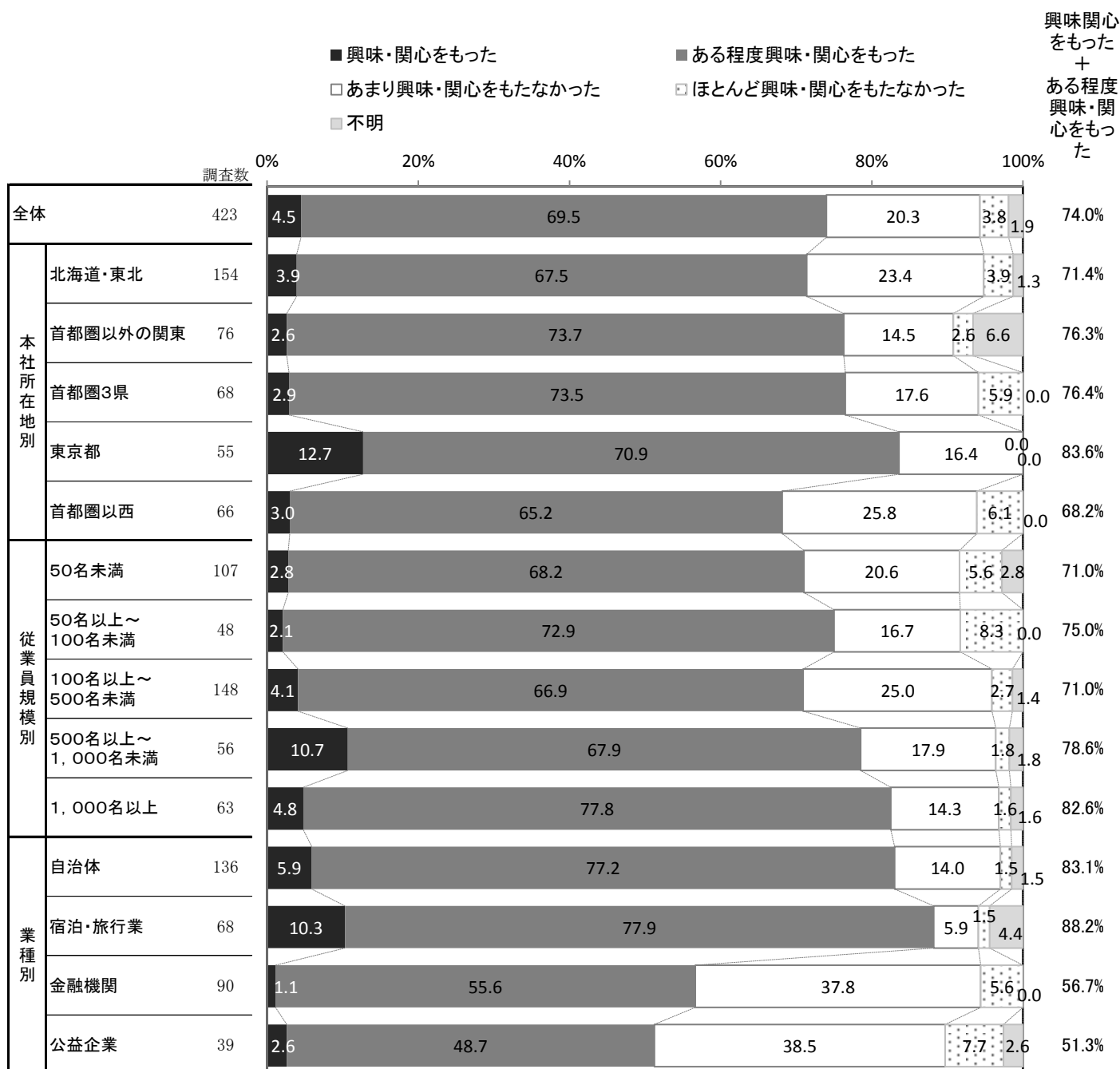
		調査数	観光現場でのインターンシップや長期に現場で地域振興を企画・実現する科目など、実践の場で観光デザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています	観光分野に必要な知識やスキルの修得にとどまらず、新たな観光プランを提案する力を育てます	学生の多様な未来に対応するため、旅行業界・国際系エアラインへの就職、宿泊産業・不動産業・リゾートへの就職、自治体・公共セクターへの就職をめざす3つの履修モデルを用意しています	社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています
全体		423	78.5	75.7	67.8	59.6
本社所在地別	北海道・東北	154	77.3	77.3	66.9	55.2
	首都圏以外の関東	76	90.8	85.5	77.6	68.4
	首都圏3県	68	79.4	79.4	67.6	64.7
	東京都	55	78.2	69.1	70.9	69.1
	首都圏以西	66	65.2	60.6	56.1	48.5
従業員規模別	50名未満	107	76.6	77.6	71.0	67.3
	50名以上～100名未満	48	75.0	64.6	58.3	70.8
	100名以上～500名未満	148	77.0	77.7	68.2	56.8
	500名以上～1,000名未満	56	83.9	73.2	69.6	50.0
	1,000名以上	63	82.5	77.8	66.7	52.4
業種別	自治体	136	90.4	91.2	77.9	52.2
	宿泊・旅行業	68	85.3	89.7	83.8	82.4
	金融機関	90	58.9	45.6	40.0	42.2
	公益企業	39	61.5	51.3	61.5	61.5
跡見学園女子大学認知度別	理念や教育方針・校風・活動内容・特色を知っている	47	74.5	70.2	61.7	63.8
	名前しか知らない	263	80.2	75.3	66.9	57.0
	存在を知らない・見聞きしたことはない	110	75.5	78.2	71.8	63.6
観光デザイン学科採用意向度別	採用意向層	273	90.1	89.4	80.2	67.4
	採用したいと思う	13	100.0	92.3	100.0	92.3
	採用を検討したいと思う	260	89.6	89.2	79.2	66.2
	非採用意向層	124	50.8	43.5	37.1	41.1
	あまり採用したいと思わない	102	53.9	45.1	42.2	45.1
	採用したいと思わない	22	36.4	36.4	13.6	22.7

* 全体の数値を基準に降順にソート

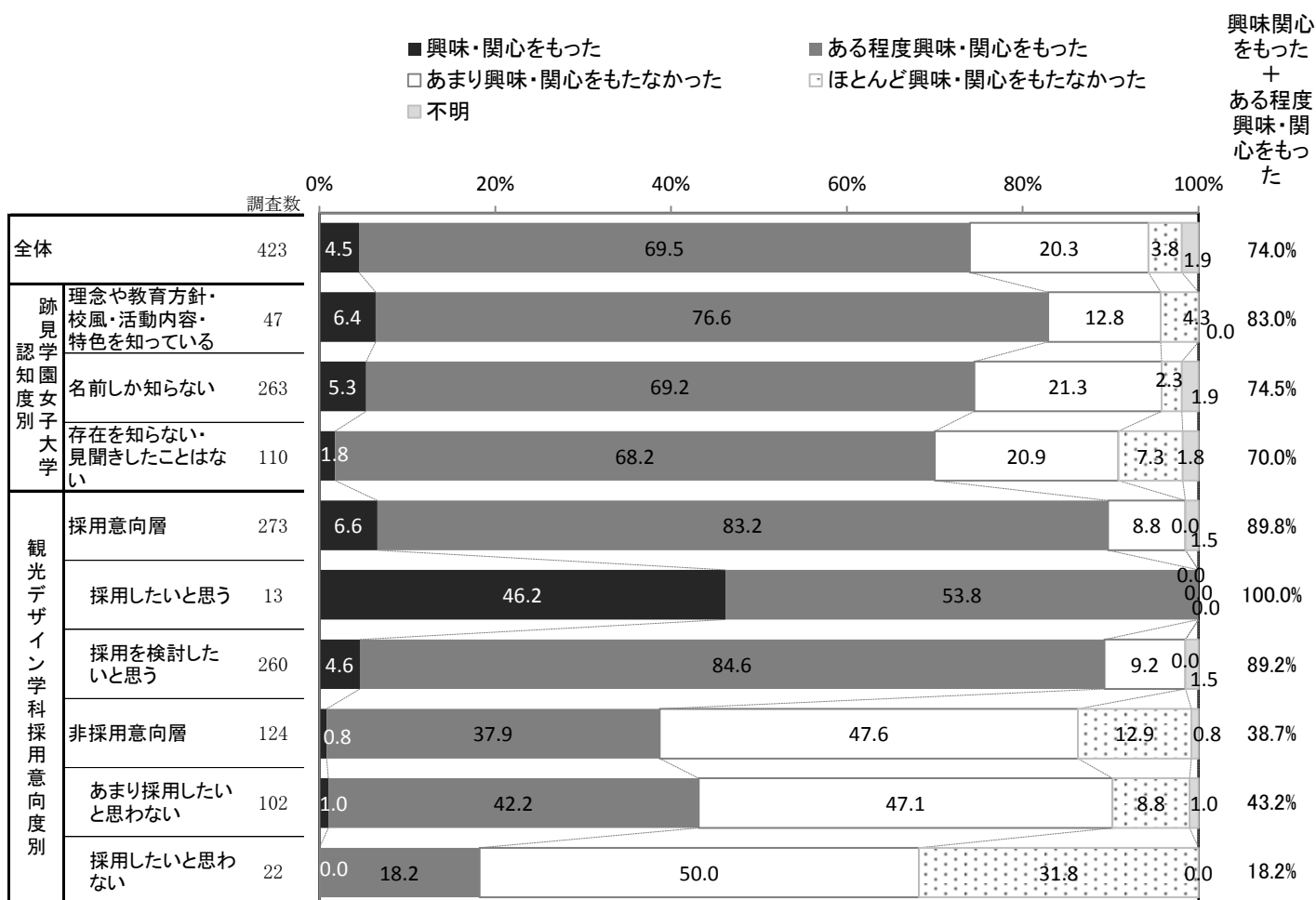
6. 観光デザイン学科への興味関心度

Q6 パンフレットを読んで、「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」に、どの程度興味・関心をもちましたか。(あてはまる番号1つに○)

- 観光デザイン学科への興味関心度は、全体では、「ある程度興味・関心をもった」という意見が69.5%を占める。「興味・関心をもった」も合わせた興味関心度は74.0%に達する。一方、「興味・関心をもたなかった」企業・自治体は20%強程度。
- 本社所在地別では、東京都特に興味関心度が高く、最も興味関心度の高いカテゴリである「興味・関心をもった」比率は12.7%で、興味関心度(「興味をもった」+「ある程度興味・関心をもった」)は80%以上に達する。
- 従業員規模別では、500名以上の大規模企業・自治体で興味関心度が高い傾向がみられる。特に500名～1000名未満の企業・自治体では、最も興味関心度の高いカテゴリ「興味・関心をもった」比率が全体より高く10.7%に達する。
- 業種別では、自治体と宿泊・旅行業はともに興味関心度が80%を超える一方、金融機関と公益企業では興味関心度は50～60%程度にとどまっており、業種によって評価が大きく分かれている。特に宿泊・旅行業は、最も興味関心度の高いカテゴリである「興味・関心をもった」が10.3%と全体より5.8ポイント高い。



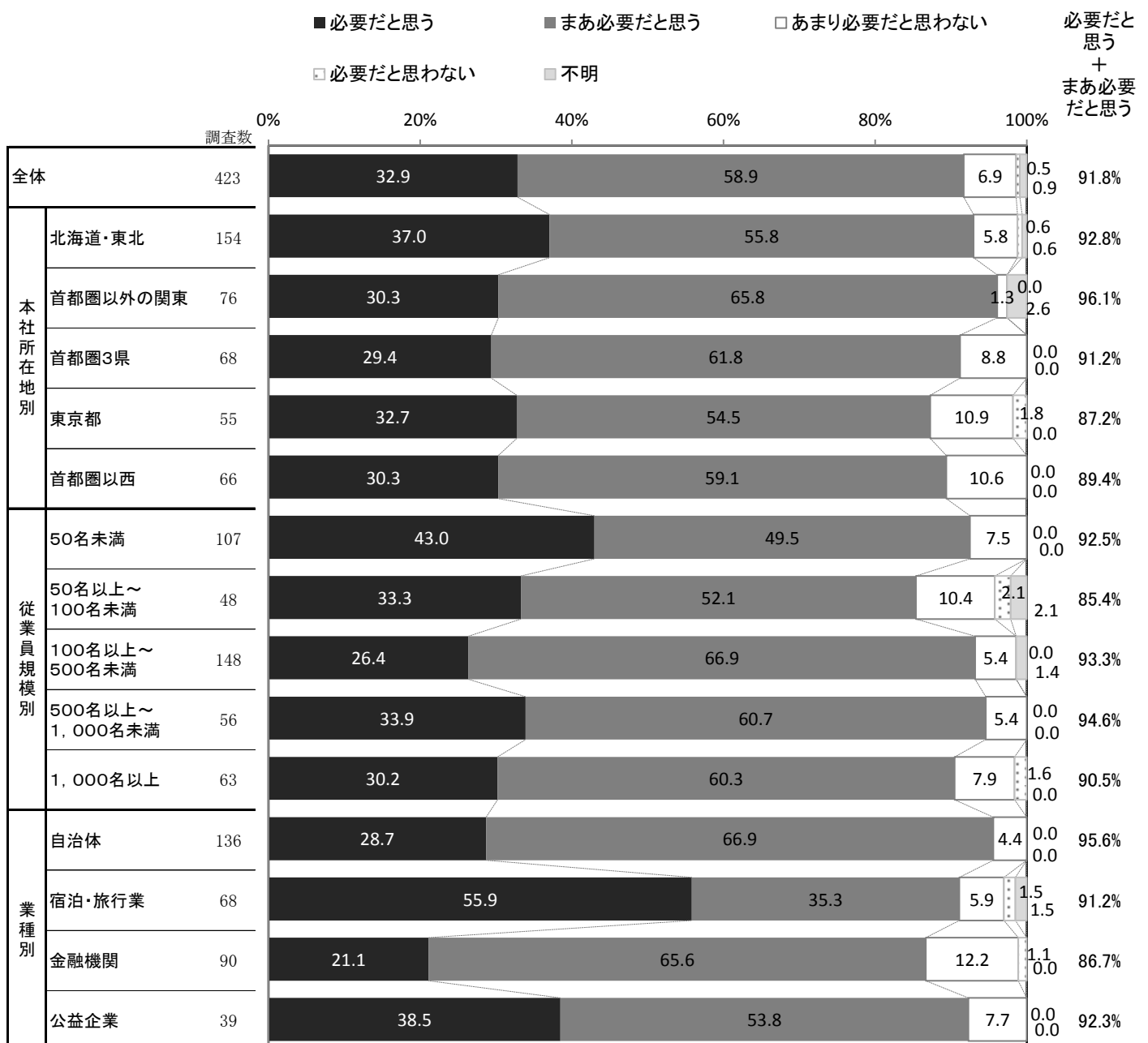
- 跡見学園女子大学認知度別では、認知度が高まるに従い興味関心度も高まる傾向がみられ、存在を知らない層では興味関心度は70.0%だが理念なども認知層では83.0%に達している。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、採用意向度が高いほど興味関心度も高く、非採用意向層は興味関心度も低い傾向である。ただし、非採用意向層でも興味関心を示した企業・自治体が40%近くみられ、採用意向には至らなくても興味関心は示してくれている様子がうかがえる。



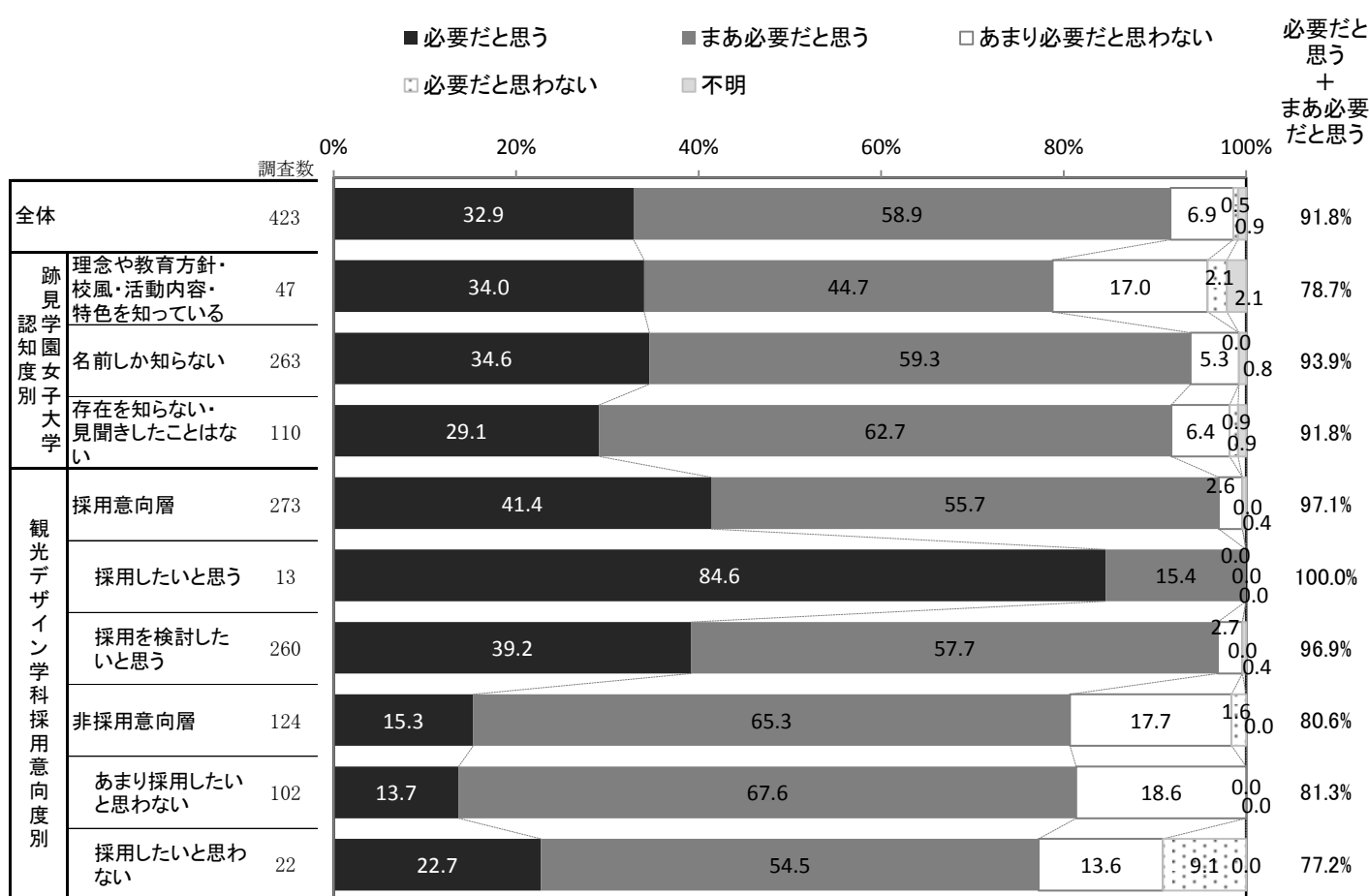
7. 観光デザイン学科の社会的必要度

Q7 このパンフレットで紹介されている「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」は、これからの社会にとって必要な学問領域であると思われますか。(あてはまる番号1つに○)

- 観光デザイン学科への社会的必要度は、全体では、「まあ必要だと思う」という意見が58.9%で過半数を占める。最も社会的必要度の高いカテゴリーである「必要だと思う」も合わせた社会的必要度は91.8%に達する。一方、「必要だと思わない」企業・自治体は10%未満にとどまっている。
- 本社所在地別では、どの地域でも社会的必要度は85%を超え特に大きな差はみられない。
- 従業員規模別でも、どの規模の企業・自治体でも社会的必要度は85%を超えるが、中でも50名未満の小規模企業・自治体では最も社会的必要度の高いカテゴリーである「必要だと思う」が43.0%と全体よりも10ポイント以上高い。
- 業種別でも、どの業種でも社会的必要度は85%を超えるが、最も社会的必要度の高いカテゴリーである「必要だと思う」比率をみると、宿泊・旅行業は55.9%で全体よりも23.0ポイント高い一方、金融機関は21.1%で全体より11.8ポイント低い。



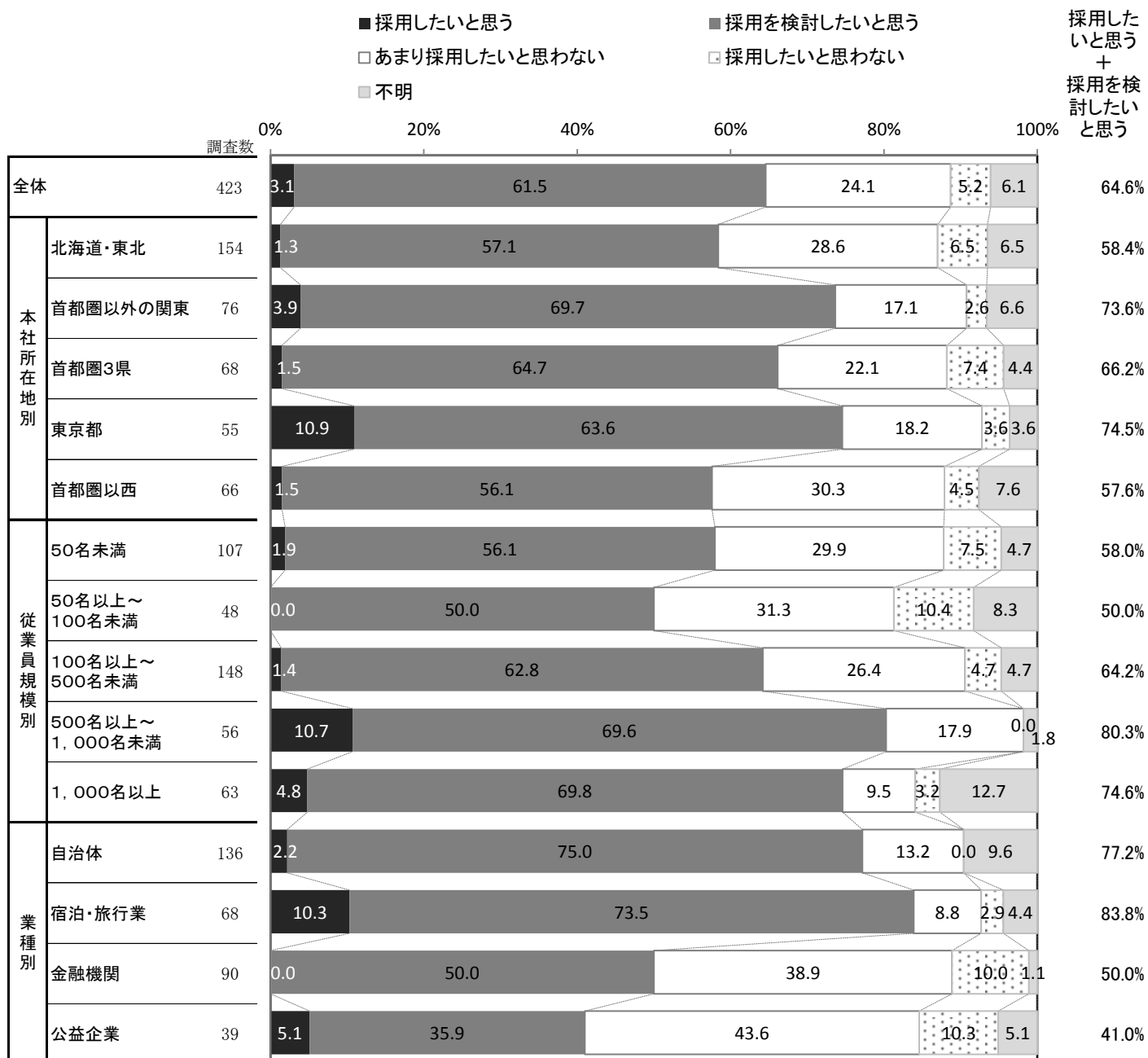
- 跡見学園女子大学認知度別では、理念など認知層では社会的必要度は78.7%で全体よりも13.1ポイント低い。これは、高い理念なども認知層は必要度が高めの自治体が少ない必要度が低い金融機関が多めという業種特性が反映された可能性が考えられる。
- 観光デザイン学科採用意向度別では、採用意向度が高いほど社会的必要度も高く、非採用意向層は社会的必要度も低い傾向。ただし、非採用意向層でも80%程度の社会的必要度がみられ、大半の企業・自治体は観光デザイン学科の社会的必要性を感じている様子がうかがわれる。



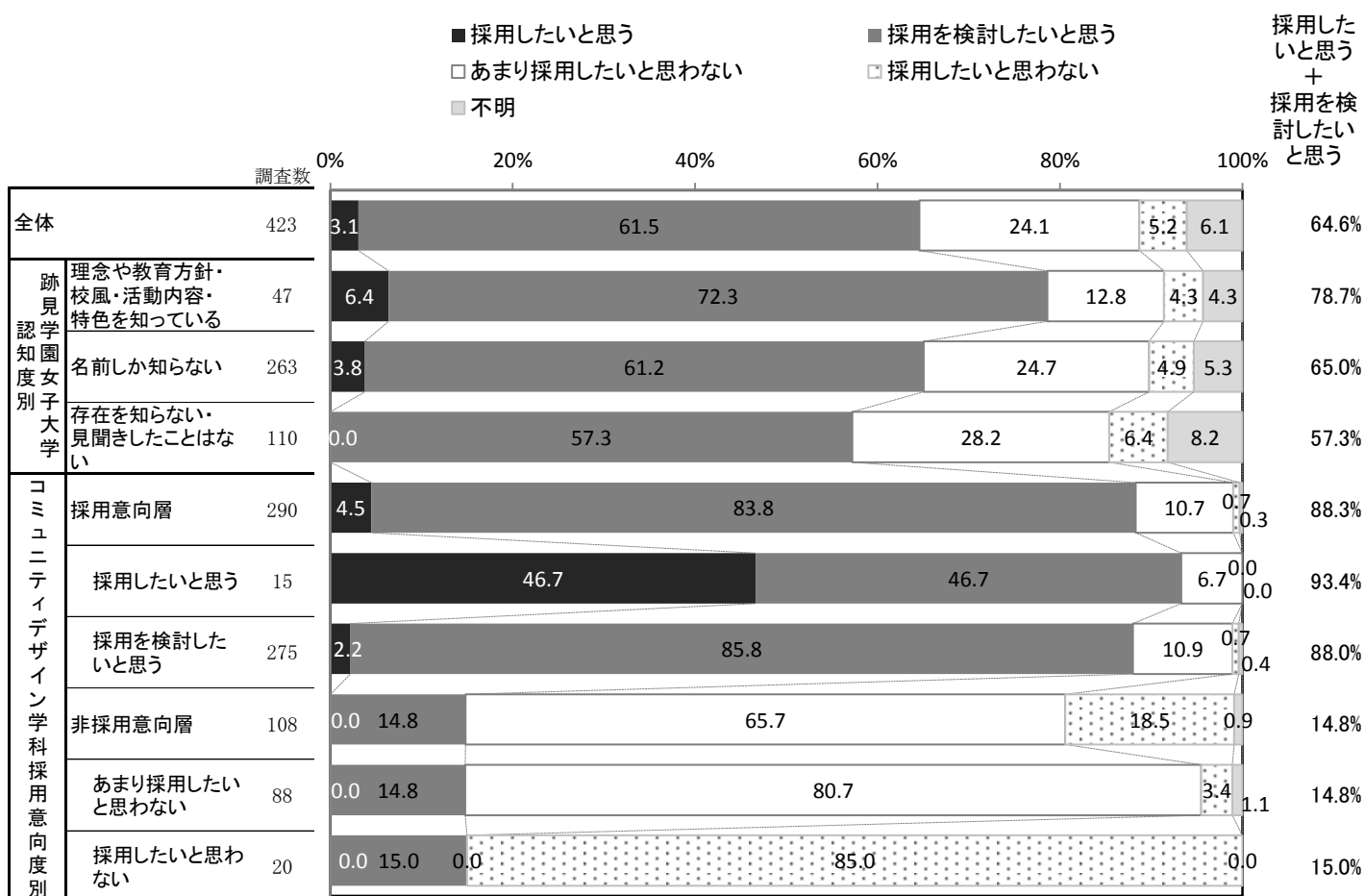
8. 観光デザイン学科を卒業した学生の採用意向

Q8 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、跡見学園女子大学で設置構想中の「観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」で学んだ学生を採用したいと思いますか。(あてはまる番号1つに○)

- 観光デザイン学科を卒業した学生の採用意向は、全体では、「採用を検討したいと思う」という意見が61.5%を占める。最も採用意向度の高いカテゴリである「採用したいと思う」は3.1%。一方、「あまり採用したいと思わない」や「採用したいと思わない」など採用意向を示さなかった企業・自治体は29.3%。
- 本社所在地別では、東京では最も採用意向度の高いカテゴリである「採用したいと思う」が10.9%と全体より7.8ポイント高い。一方、北海道・東北では採用意向度(「採用したいと思う」+「採用を検討したいと思う」)は58.4%で全体より6.2ポイント低い。首都圏以西においても採用意向度は北海道・東北とほぼ同レベルの57.6%で低い傾向がみられる。
- 従業員規模別では、500名以上～1000名未満の企業・自治体の採用意向度が80.3%で全体よりも15.7ポイント高い。また、1000名以上の大規模企業・自治体でも採用意向度が74.6%と高い傾向がみられる。大規模企業・自治体の方が採用意向が高い傾向である。
- 業種別では、自治体と宿泊・旅行業の採用意向度が80%前後で全体よりも10ポイント以上高い。特に宿泊・旅行業は最も採用意向度の高いカテゴリである「採用したいと思う」比率が10.3%で全体よりも7.2ポイント高い。



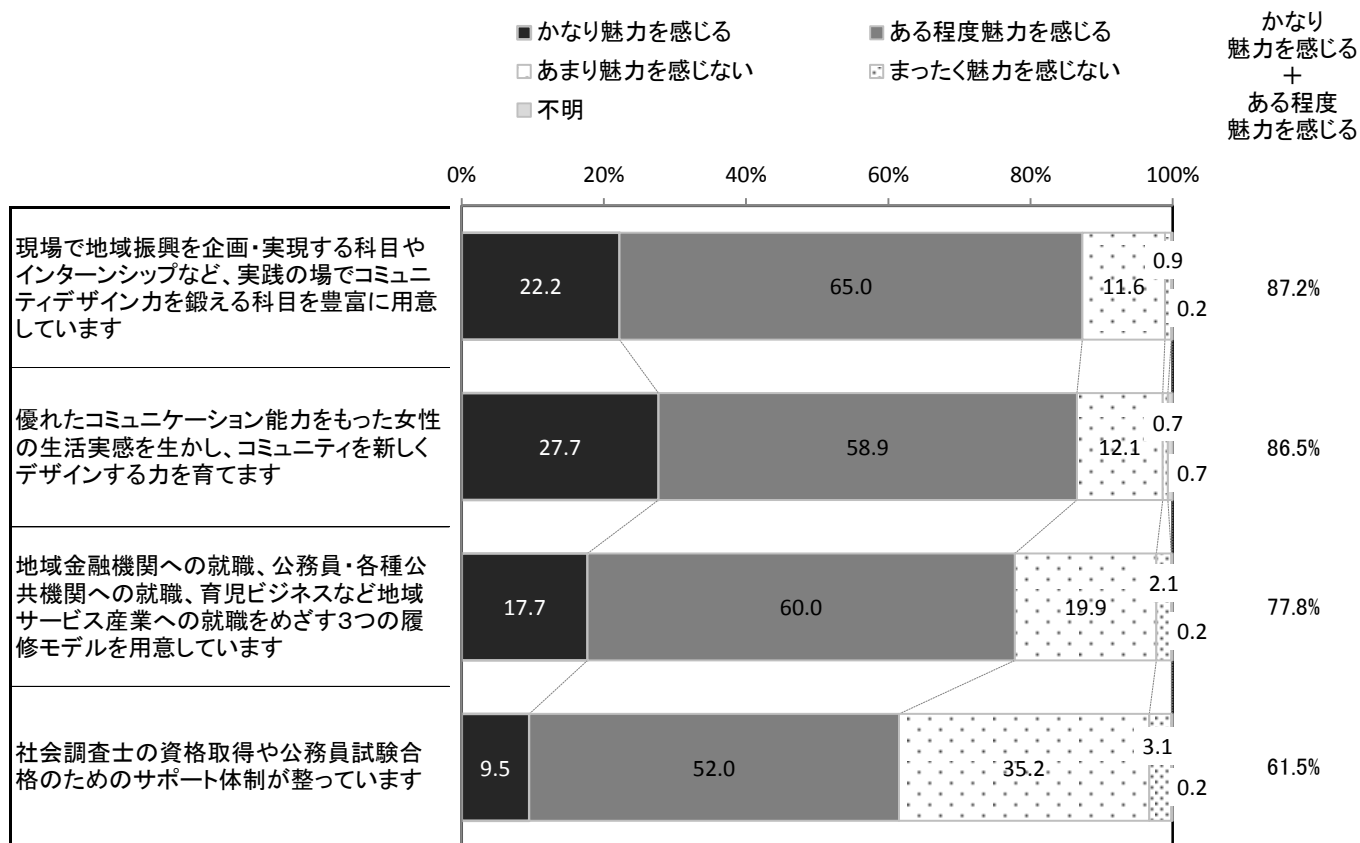
- 跡見学園女子大学認知度別では、認知度が高いほど採用意向度も高まる傾向がみられ、理念なども認知層では採用意向度は78.7%で全体よりも14.1ポイント高い。
- コミュニティデザイン学科の採用意向度別でみると、コミュニティデザイン学科の採用意向度がある企業・自治体は観光デザイン学科にも採用意向をみせている傾向があり、学部全体として採用意向を示している企業・自治体が多いと考えられる。ただし、コミュニティデザイン学科には採用意向をみせなかった企業・自治体のうち15%程度は観光デザイン学科には採用意向をみせており、学科単位での学び特性で採用を判断する企業・自治体もあることがわかる。



9. コミュニティデザイン学科の特色評価＜全体傾向＞

Q9. 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。
 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。
 (あてはまる番号それぞれ1つに○)

- コミュニティデザイン学科の特色の中で魅力度(「かなり魅力を感じる」+「ある程度魅力を感じる」比率)が高い項目は「現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」と「優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを新しくデザインする力を育てます」で、ともに90%弱でほぼ同率1位である。
 ただし、「かなり魅力を感じる」比率でみると、「優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを新しくデザインする力を育てます」が27.7%で5.5ポイント差で「現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」を上回り単独で1位である。
- 「地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」の魅力度は77.8%。一方、22%が「魅力を感じない」と回答している。
- 「社会調査士の資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っています」の魅力度は61.5%。一方、約40%は「魅力を感じない」と回答している。

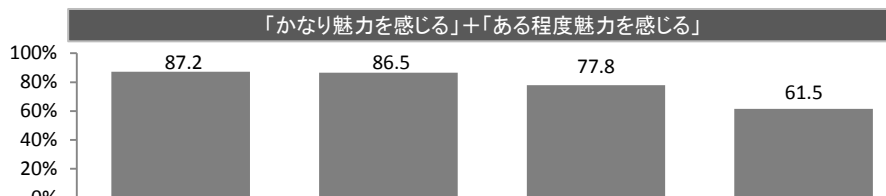


「かなり魅力を感じる」+「ある程度魅力を感じる」数値を基準に降順にソート

9. コミュニティデザイン学科の特色評価＜属性別傾向＞

Q9. 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。
あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。
(あてはまる番号それぞれ1つに○)

- コミュニティデザイン学科の特色評価を属性別でみると、本社所在地別では、「社会調査士の資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っています」に関して地域差がみられ、首都圏以外の関東では72.4%で全体より10ポイント以上高いが、首都圏以西では43.9%で全体より20ポイント近く低い結果となっている。
- 従業員規模別では、50名未満の小規模企業・自治体では全般的に全体より低い傾向。
一方、100名以上～500名未満の中規模企業・自治体においては「優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かしコミュニティを新しくデザインする力を育てます」と「地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」が全体よりも5ポイント以上高い。
また、「現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」は、100名以上の中・大規模企業・自治体は100名未満の小規模企業・自治体と比べて魅力度が高めの傾向がみられる。
- 業種別では、金融機関が「地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」が91.1%で全体よりも13.3ポイント高い。
また、自治体において「現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています」「優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを新しくデザインする力を育てます」「地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」が全体より6～9ポイント程度高い。
- 跡見学園女子大学認知度別では、特に大きな差はみられない。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別では、全般的に採用意向層は魅力度が高く非採用意向層は魅力度が低い傾向だが、中でも「地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています」は採用意向層と非採用意向層との差が33.8ポイントで特に差が大きい。



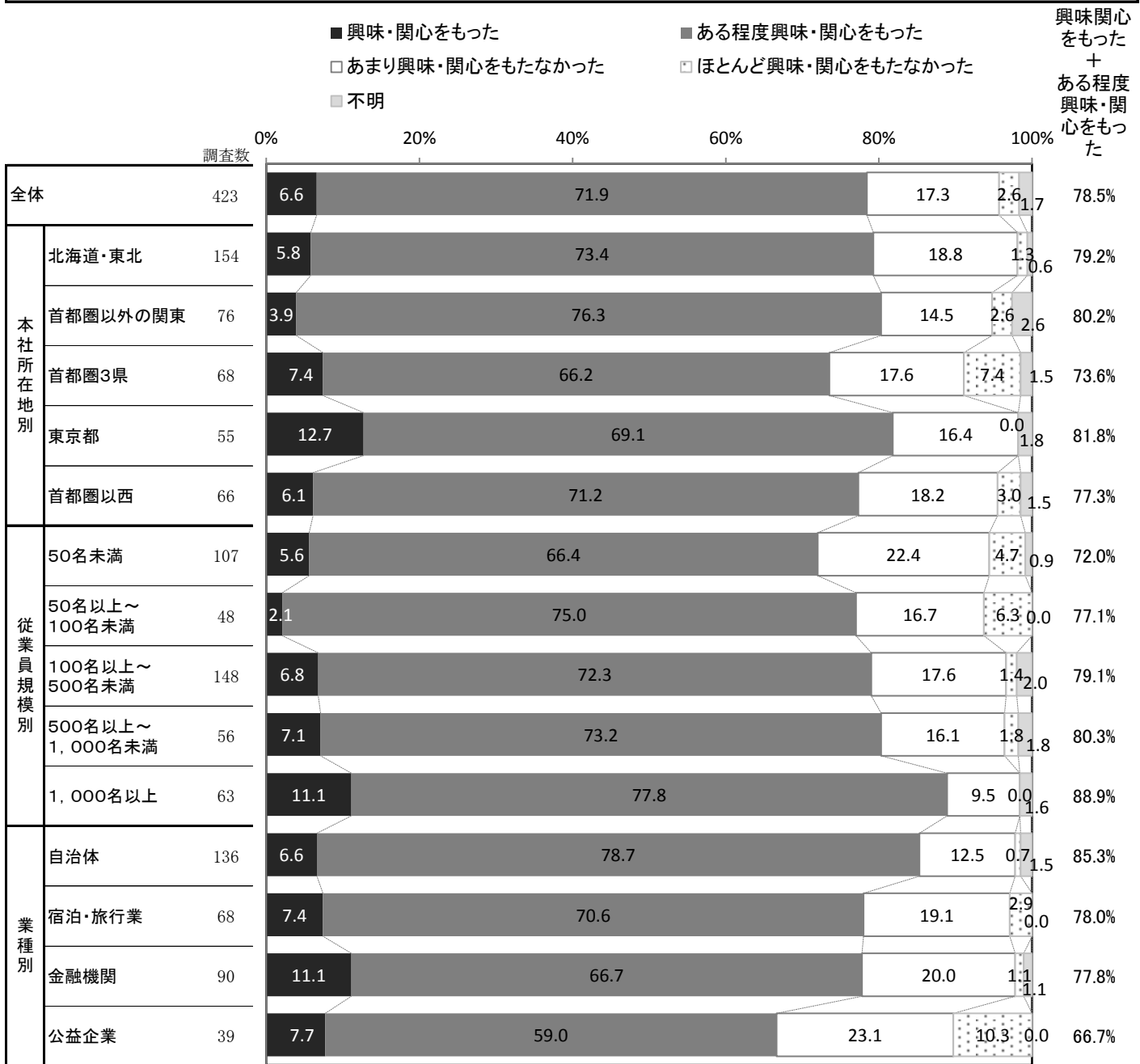
調査数		現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています	優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを新しくデザインする力を育てます	地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています	社会調査士の資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っています	
全体	423	87.2	86.5	77.8	61.5	
本社所在地別	北海道・東北	154	87.7	87.0	78.6	61.7
	首都圏以外の関東	76	92.1	86.8	85.5	72.4
	首都圏3県	68	82.4	86.8	75.0	61.8
	東京都	55	85.5	83.6	72.7	69.1
	首都圏以西	66	86.4	86.4	74.2	43.9
従業員規模別	50名未満	107	81.3	76.6	63.6	59.8
	50名以上～100名未満	48	81.3	83.3	75.0	66.7
	100名以上～500名未満	148	89.9	93.2	87.2	62.2
	500名以上～1,000名未満	56	91.1	92.9	80.4	60.7
	1,000名以上	63	92.1	84.1	79.4	58.7
業種別	自治体	136	96.3	92.6	86.8	64.0
	宿泊・旅行業	68	77.9	77.9	60.3	63.2
	金融機関	90	88.9	91.1	91.1	51.1
	公益企業	39	79.5	69.2	69.2	56.4
認知度別	理念や教育方針・校風・活動内容・特色を知っている	47	87.2	87.2	74.5	57.4
	名前しか知らない	263	86.7	86.7	79.5	62.4
	存在を知らない・見聞きしたことはない	110	88.2	85.5	74.5	60.9
採用意向度別	採用意向層	290	94.8	92.8	86.6	65.5
	採用したいと思う	15	100.0	93.3	100.0	80.0
	採用を検討したいと思う	275	94.5	92.7	85.8	64.7
	非採用意向層	108	65.7	68.5	52.8	48.1
	あまり採用したいと思わない	88	70.5	72.7	58.0	53.4
採用したいと思わない	20	45.0	50.0	30.0	25.0	

* 全体の数値を基準に降順にソート

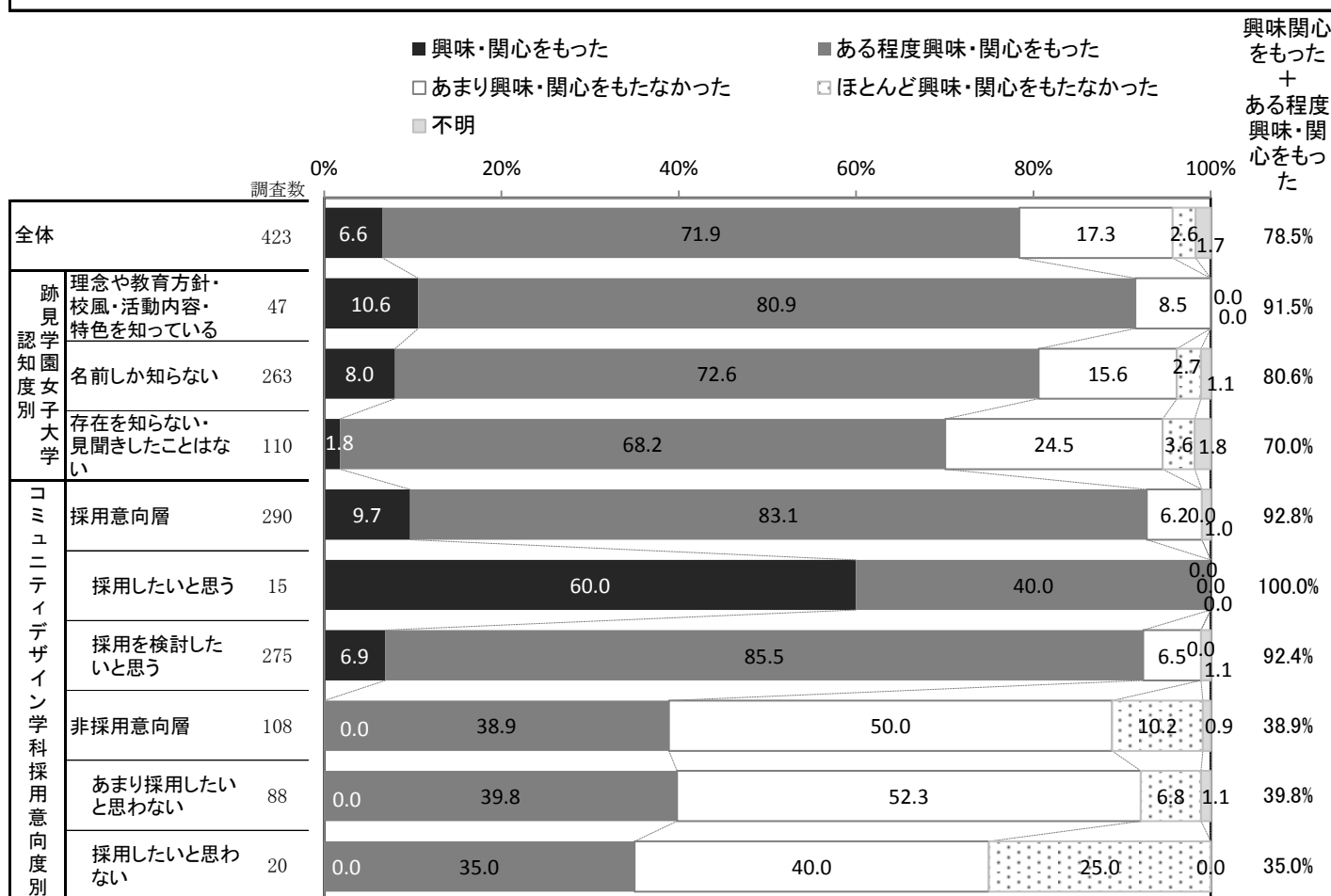
10. コミュニティデザイン学科への興味関心度

Q10 パンフレットを読んで、「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」に、どの程度興味・関心をもちましたか。(あてはまる番号1つに○)

- コミュニティデザイン学科への興味関心度は、全体では、「ある程度興味・関心をもった」という意見が71.9%を占める。「興味・関心をもった」も合わせた興味関心度は78.5%に達する。
一方、「興味・関心をもたなかった」企業・自治体は20%程度。
- 本社所在地別では、東京都では最も興味関心度が高いカテゴリの「興味・関心をもった」比率が12.7%で全体よりも6.1ポイント高い。
一方首都圏3県では「ほとんど興味・関心をもたなかった」が7.4%で全体より5ポイント近く高い。
- 従業員規模別では、1000名以上の大規模企業・自治体で興味関心度が高く、88.9%と全体を10ポイント以上上回る。
- 業種別では、自治体において興味関心度が85.3%で全体よりも高い。
また金融機関が、興味関心度は特に高くないが最も興味関心度が高いカテゴリである「興味・関心をもった」が11.1%で全体よりも5ポイント近く高い。
一方、公益企業は「ほとんど興味・関心をもたなかった」比率が10.3%で全体よりも7.7ポイント高い。



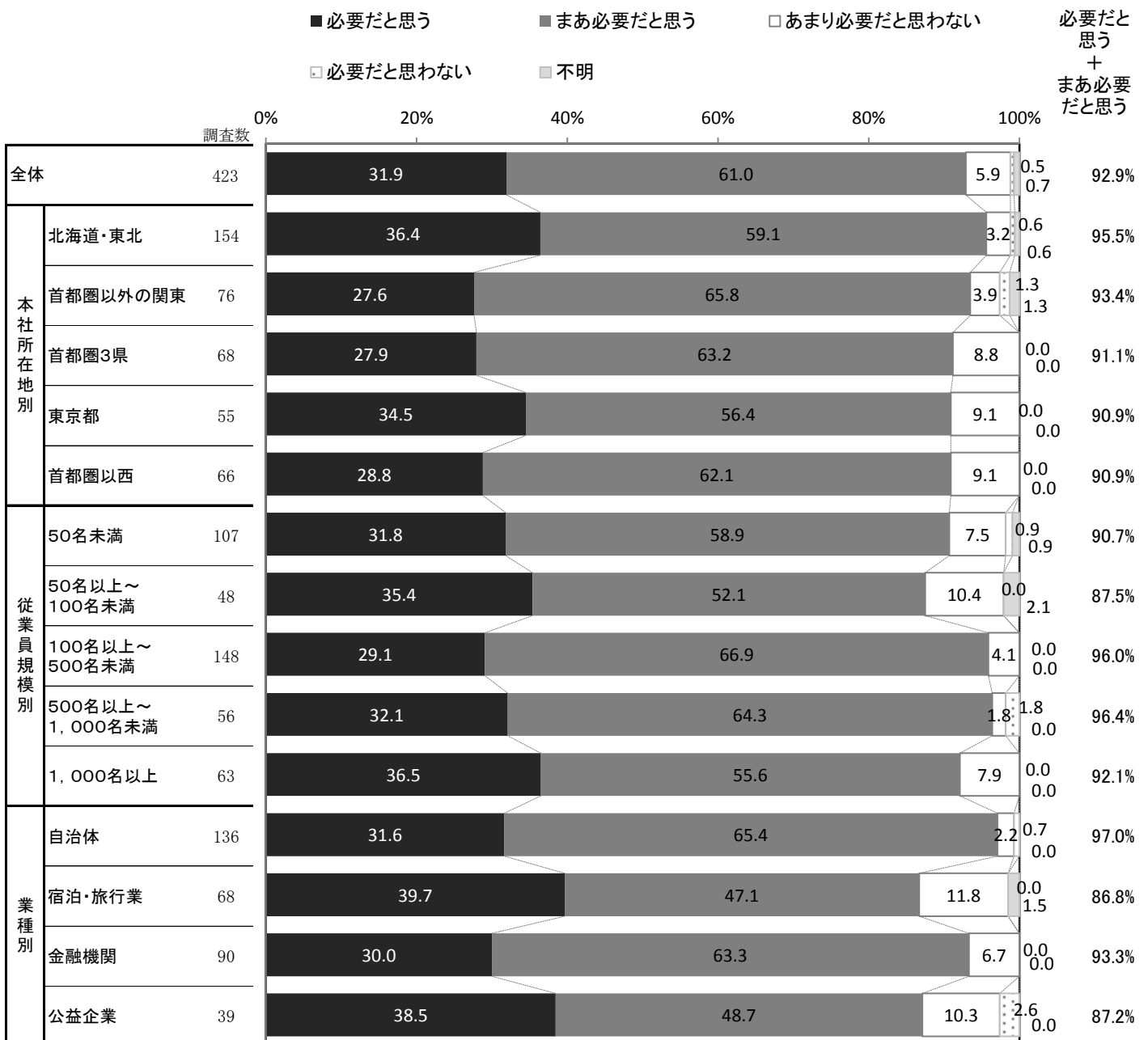
- 跡見学園女子大学認知度別では、認知度が高まるに従い興味関心度も高まる傾向。存在を知らない層では興味関心度は70.0%だが理念なども認知層では91.5%に達し全体より13.0ポイント高い。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別では、採用意向度が高いほど興味関心度も高く、非採用意向層は興味関心度も低い傾向。ただし、非採用意向層でも興味関心を示した企業・自治体が40%近くみられ、採用意向には至らなくても興味関心は示してくれているもようである。



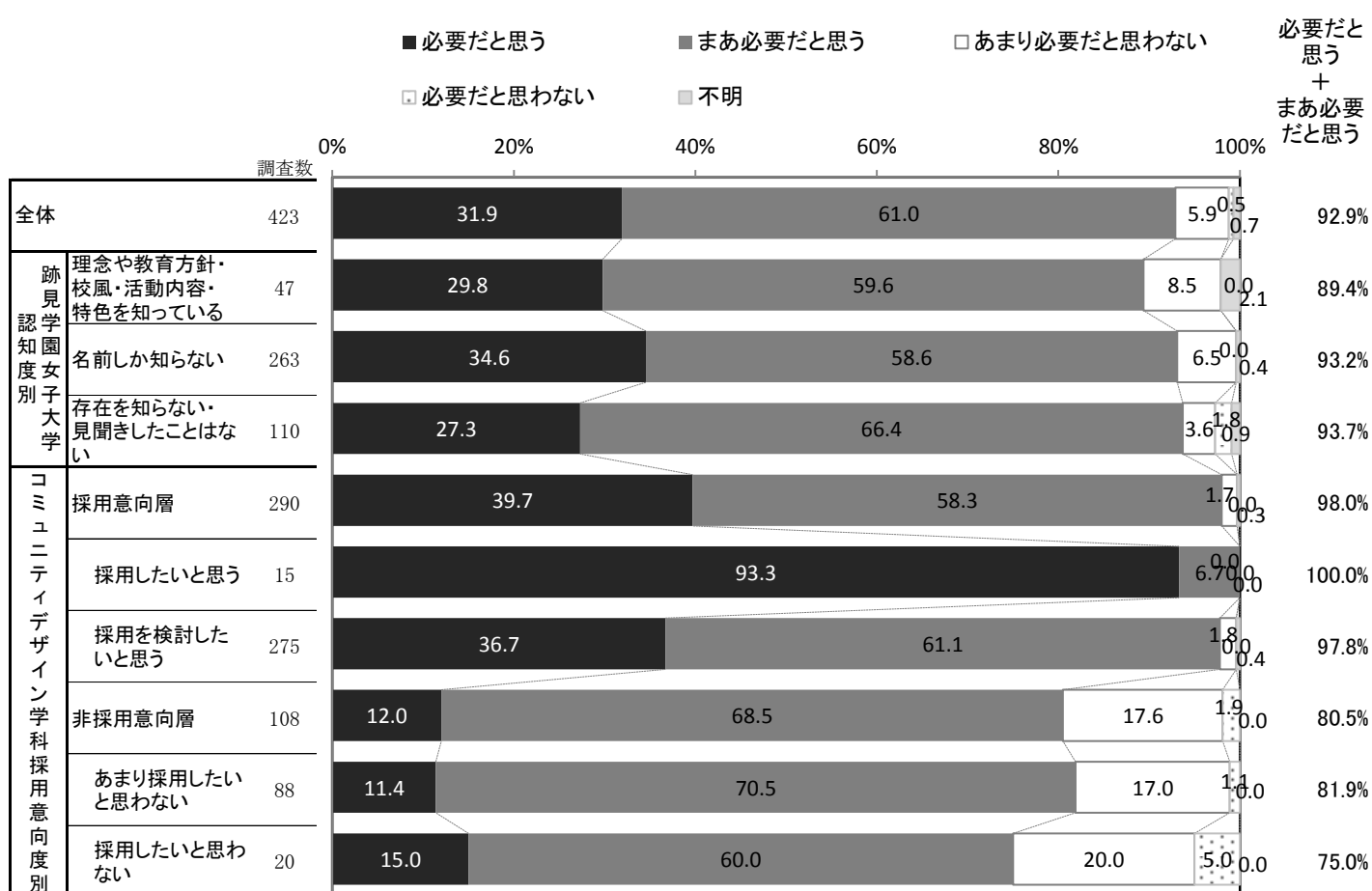
11. コミュニティデザイン学科の社会的必要度

Q11 このパンフレットで紹介されている「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」は、これからの社会にとって必要な学問領域であると思われますか。(あてはまる番号1つに○)

- コミュニティデザイン学科の社会的必要度は、全体では、「まあ必要だと思う」という意見が61.0%で最も多い。最も社会的必要度の高いカテゴリーである「必要だと思う」は31.9%で、2項目合わせた社会的必要度は92.9%に達する。一方、「必要だと思わない」企業・自治体は10%未満にとどまっている。
- 本社所在地別では、どの地域でも社会的必要度は90%を超え、特に大きな差はみられない。
- 従業員規模別でも、どの規模の企業・自治体でも社会的必要度は90%前後で、特に大きな差はみられない。
- 業種別では、自治体において社会的必要度が特に高く97.0%で全体より高い。一方、宿泊・旅行業は「必要だと思わない」比率が11.8%で他の業種と比べると高い。



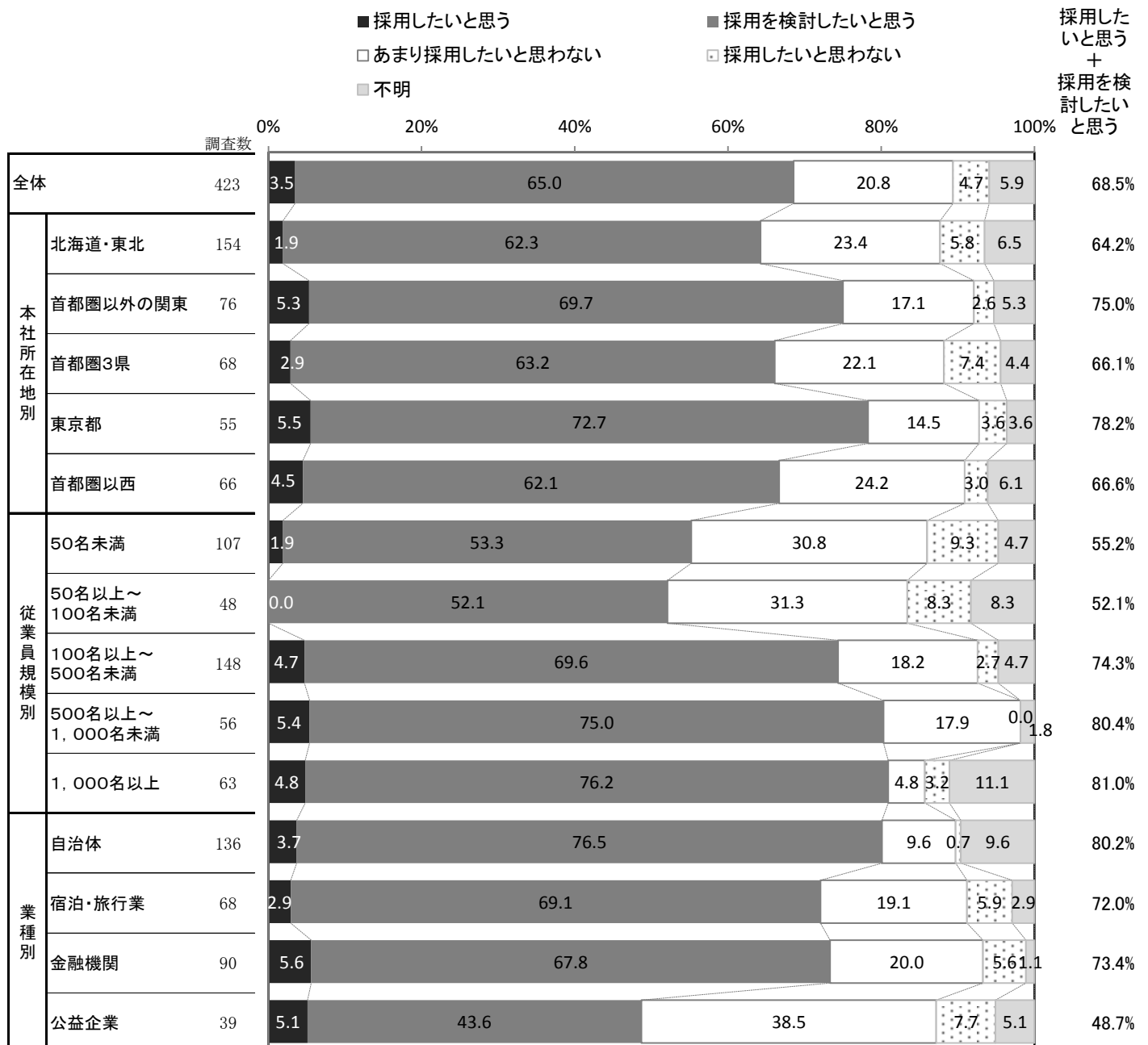
- 跡見学園女子大学認知度別では、特に大きな差はみられない。
- コミュニティデザイン学科採用意向度別では、採用意向度が高いほど社会的必要度も高く、非採用意向層は社会的必要度も低い傾向である。
しかしながら、非採用意向層でも80%程度の社会的必要度がみられ、大半の企業・自治体はコミュニティデザイン学科の社会的必要性を感じている様子が見られる。



12. コミュニティデザイン学科を卒業した学生の採用意向

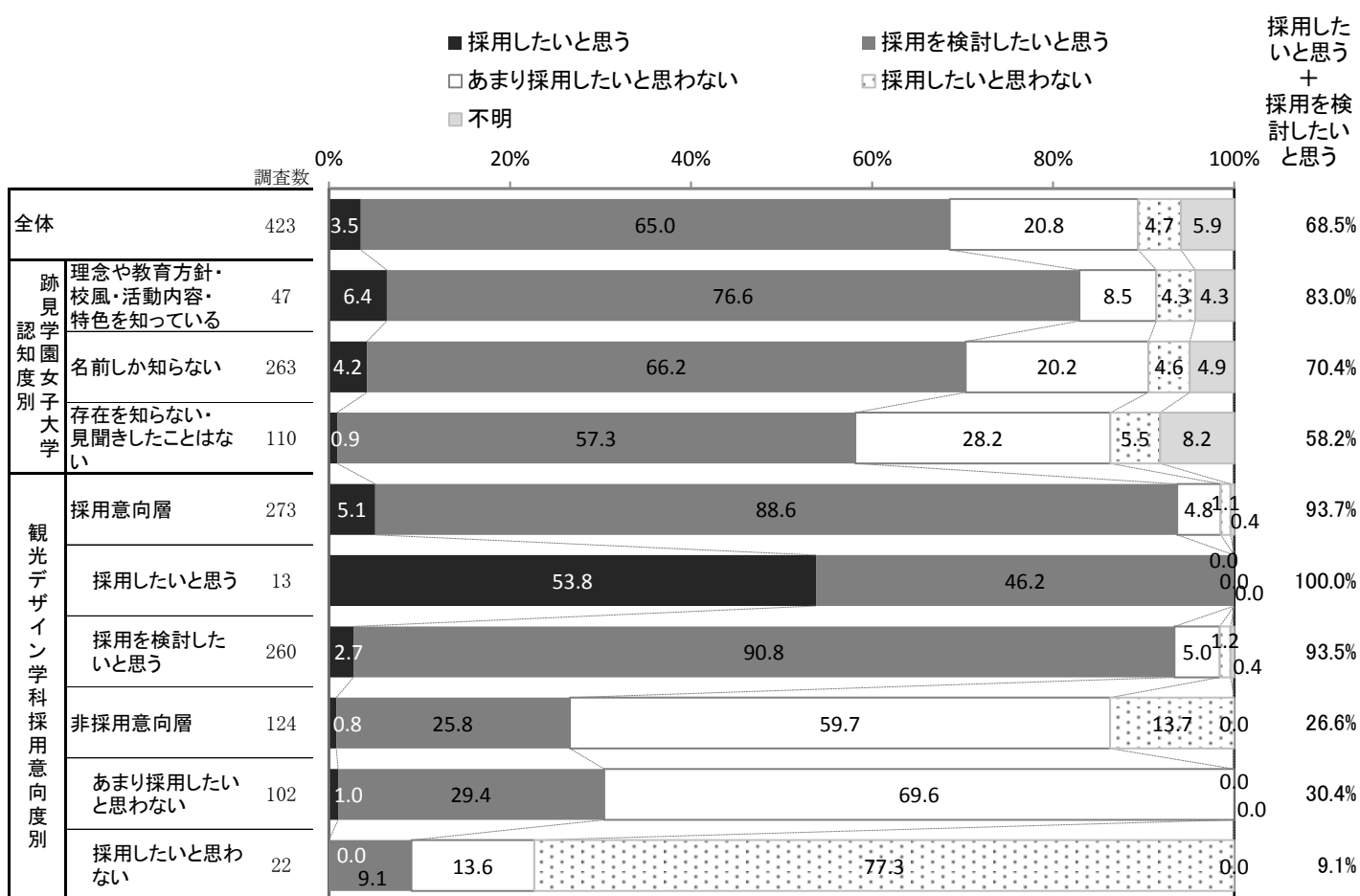
Q12 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、跡見学園女子大学で設置構想中の「観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」で学んだ学生を採用したいと思いますか。(あてはまる番号1つに○)

- コミュニティデザイン学科を卒業した学生の採用意向は、全体では、「採用を検討したいと思う」という意見が65.0%を占める。最も採用意向度の高いカテゴリーである「採用したいと思う」は3.5%。
一方、「あまり採用したいと思わない」や「採用したいと思わない」など採用意向を示さなかった企業・自治体は25%程度。
- 本社所在地別では、特に大きな差はみられない。
- 従業員規模別では、100名未満の小規模企業・自治体では採用意向度は50%台にとどまるが、100名以上になると一気に採用意向度が高まり70%以上に達する。
- 業種別では、自治体において採用意向度が高く80.2%に達する。
一方公益企業では採用意向度は48.7%にとどまり全体より20ポイント近く低い。



□ 跡見学園女子大学認知度別では、認知度が高いほど採用意向度も高まる傾向がみられ、理念なども認知層では採用意向度は83.0%で全体よりも15ポイント近く高い。

□ 観光デザイン学科の採用意向度別でみると、観光デザイン学科の採用意向度がある企業・自治体はコミュニティデザイン学科にも採用意向をみせている傾向があり、学部全体として採用意向を示している企業・自治体が多いと考えられる。ただし、観光デザイン学科には採用意向をみせなかった企業・自治体のうち26.6%はコミュニティデザイン学科には採用意向をみせている。コミュニティデザイン学科独自の学び特性を評価し、採用意向をみせる企業・自治体も少なからずあることがうかがえる。



13. 観光コミュニティ学部、跡見学園女子大学に対する質問・意見

Q13 跡見学園女子大学で設置構想中の学部・学科、または跡見学園女子大学に対して、ご質問やご意見などがありましたら、どのようなことでも結構ですので、ご自由にお書きください。

- 観光コミュニティ学部や跡見学園女子大学に対して多く挙げられた意見の1つとして、コミュニケーション力に関することが挙げられる。どのような社会・集団にも溶け込める力が企業や自治体に求められている様子。
- 社会で必要な力に関する意見も多く挙げられた。専門性よりもどのような仕事にも対応できる柔軟性や、社会人としての最低限の常識やマナーなどが求められている様子がうかがわれる。
- また、女性を積極的に活用したい、という意見も多く寄せられている。
- 地域社会で活躍できる人材を求める意見も多くみられた。

Q13.観光コミュニティ学部、跡見学園女子大学への質問・意見 主要意見ピックアップ	観光 デザイン 学科 採用意向	コミュニティ デザイン 学科 採用意向	本社 所在地	従業員 規模	業種
コミュニケーション力に関して					
知識やスキルよりも、常識やコミュニケーション能力が旅行業にとっては大変大事な部分だと思います。もちろんスキルなどが良かった方が良いとは思いますが、人当たりの良い人が業績が良くなる傾向にあります。	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 以外の 関東	50名未満	旅行業
地域社会において、積極的なコミュニケーション能力を備え、恥ずかしがらずに地域の人々の間にとけこめるような女性の存在は、当社において魅力的な人間であります。初めてお会いした時に一歩後ずさりしてしまう女性の性は、今後も採用はないと考えます。	あまり採用したくない	あまり採用したくない	首都圏 以西	50名未満	公益企業
社会で必要な力に関して					
専門性、就職に特化した教育を行っていただくのも必要であるが、幅広い視野で世の中を見ていけるよう、また、多角的な考え方ができるよう見識を深める教育をしていただきたい。	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 3県	100～500 名未満	その他
現在、学生が就職ができない？そんな話が報道されている。然しそれは学生側の一方的な甘い考え方もあると感じている。企業には専門的な部門もあるが、現実はどうのような仕事もやれる人材が欲しい、その点が欠けている。親にも先生にも叱られた事の無い若者は私共は採用していない	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 3県	50名未満	旅行業
P. 3-Q9資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っているとの特色ですが、実際に社会に出て実践できる人材の育成をお願いいたします。(マニュアル人間は、お断りいたします。指示待ち人間も同様です。)	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 3県	50名未満	その他
人と接する際の最低限の常識や礼儀なども教育の一環に取り入れていただきたい。本来家庭でのしつけや教育とされるべきであるがサービス産業に進むのであれば再教育が必要な学生が散見される。	採用検討したい	採用検討したい	東京都	50名未満	その他
折れることのない、失敗の経験を積んでもらい、たくましい人間になっていただくような、カリキュラムを組んでほしい。	あまり採用したくない	あまり採用したくない	北海道・ 東北	100～500 名未満	自治体
学生の興味・関心をひくことに軸足が置かれていて、実社会で必要とされる能力開発の視点が不足していると感じた。主観的な企画(アイデア)作業に時間をかけるより、客観的な理論学習、分析作業に取り組みさせた方が、有益だと考える。	採用したくない	採用したくない	東京都	1000～ 5000名 未満	宿泊業
女性の活用に関して					
営業よりも事務を仕事としたい女性が多い中、私たちは営業に積極的にチャレンジしたいという女性を求めています。一日パソコンに向かって何かするよりも、人と話す経験が豊富な学生が就職を勝ち抜くと思います。	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 3県	500～ 1000名 未満	金融機関
女性がどんどん社会進出している時代ですので、是非実現に向けていただければと思います。	採用したい	採用検討したい	北海道・ 東北	50名未満	公益企業
観光には女性の視点が大切であり、こうした点を伸ばせるカリキュラムに期待したい。	採用検討したい	あまり採用したくない	北海道・ 東北	50名未満	その他
地域社会に関して					
弊社では女性部会の活動の中で地域とのコラボ等検討中であり、アイデアに富んだ方は大事な人材です。頑張ってください。	採用検討したい	採用検討したい	首都圏 以西	100～500 名未満	金融機関
当社は田舎の小さな会社ですが、人口の減少になやみ、毎日、頭をなやませております。このような学部で学ばれた方なら田舎にあるべき観光分野での、構想など若い新しい考えが生まれることと楽しみであります。すばらしい学部になりますように…	採用検討したい	採用検討したい	北海道・ 東北	50名未満	その他

IV. 調査結果のまとめ

1. 観光コミュニティ学部の卒業生の採用意向

■ 新設学部の卒業生の採用意向は、観光デザイン学科、コミュニティデザイン学科ともに65%前後が採用検討の意向を示しており、卒業生の採用機会の可能性は十分にあると言える。

特に採用意向が高かったのは下記の企業・自治体。

- ・観光デザイン学科は、宿泊・旅行業（宿泊・旅行業であれば小規模企業でも採用意向が高い）
- ・コミュニティデザイン学科は、自治体
- ・（観光デザイン学科、コミュニティデザイン学科とも）500名以上の大規模企業・自治体

		調査数	採用検討意向度 「採用したい」+ 「採用を検討したい」		属性特徴
			観光デザイン学科	コミュニティデザイン学科	
全体		423	64.6%	68.5%	
本社所在地別	北海道・東北	154	58.4%	64.2%	
	首都圏以外の関東	76	73.6%	75.0%	自治体と宿泊・旅行業比率が高く、2業種で7割近くを占める
	首都圏3県	68	66.2%	66.1%	
	東京都	55	74.5%	78.2%	500名以上の大企業が6割以上を占める
	首都圏以西	66	57.6%	66.6%	
従業員規模別	50名未満	107	58.0%	55.2%	
	50名以上～100名未満	48	50.0%	52.1%	
	100名以上～500名未満	148	64.2%	74.3%	自治体と金融機関で75%を占める
	500名以上～1,000名未満	56	80.3%	80.4%	・500名未満の中小企業・自治体と比べると、 本社所在地が東京都 である企業・自治体が多い。 ・業種は 自治体 比率が高く6割近くを占める。
	1,000名以上	63	74.6%	81.0%	・500名未満の中小企業・自治体と比べると、 本社所在地が東京都 である企業・自治体が多い。 ・業種は 自治体 比率が高く半数近くを占める。
業種別	自治体	136	77.2%	80.2%	・100名以上の中・大規模自治体が9割以上。
	宿泊・旅行業	68	83.8%	72.0%	・50名未満の小規模企業・自治体が多く半数近くを占める。
	金融機関	90	50.0%	73.4%	100名以上の中・大規模企業が9割近くを占める
	公益企業	39	41.0%	48.7%	

* 採用検討意向度80%以上を採用機会の可能性が高い層、70%以上

- 宿泊・旅行業が観光デザイン学科を支持した学びの内容のポイントとしては、全体で支持の高い“実践の場での学び”“新たな提案力の育成”に加え、“資格取得”も重要な支持ポイント。
宿泊・旅行業では専門性を重視する傾向が強いことが、資格取得支持の背景にあると考えられる。
- 自治体がコミュニティ学科を支持した学びの内容のポイントとしては、“実践の場での学び”と“コミュニケーション能力を生かした新たな提案力の育成”。
“コミュニケーション能力”をキーワードに入れたことが、採用意向に更にプラスに働いた可能性が考えられる。

新規学卒者に求めること	観光デザイン学科の主要受容ポイント	コミュニティデザイン学科の主要受容ポイント
主に、 コミュニケーション能力、協調性、行動力、常識 など、社会での基礎的な能力。 専門性や実践経験などはあまり重視されていない。 (詳細はP36、37参照)	「(前略) 実践の場 で観光デザイン力を鍛える」と 「(前略)知識やスキルの習得にとどまらず、 新たな観光プランを提案する力 」が主な支持ポイント。 資格取得は支持度が低め。	「(前略) 実践の場 でコミュニティデザイン力を鍛える」と 「(前略) 優れたコミュニケーション能力 をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを 新たにデザインする力 」が主な支持ポイント。 資格取得は支持度が低め。
・500名未満の中小企業・自治体と比べ、 コミュニケーション力、主体性、ストレスコントロール 能力を求める傾向が強い。	ほぼ全体と同傾向	ほぼ全体と同じ傾向
・ コミュニケーション力、協調性、柔軟性、主体性、ストレスコントロール 能力を求める傾向が強い。		全体とほぼ同じ傾向
・他業種と比べて、 社会貢献・地域貢献意欲のある人 の求人需要が高い。		・自治体であれば、50～500名未満の 中規模自治体でも採用意向は9割近くに達する。 ・受容する学びのポイントは全体とほぼ同じ傾向
・他業種と比べて、 専門性や語学力、実践経験の重視度 が高い。	・宿泊・旅行業においては、 小規模企業・自治体においても採用意向は80%前後で高い。 ・ 資格取得 に対しても支持が高い。	
		500名以上の大規模企業であれば採用意向度は100%。

を採用機会の可能性がある層と定義づけ、採用機会の可能性が高い層に主にフォーカスをあてて特徴や受容ポイントを記載した。

1. 観光コミュニティ学部の卒業生の採用意向

Q8.観光デザイン学科を卒業した学生の採用意向 <業種×従業員規模別>

件数表		調査数	採用したい計	採用したいと思う	採用を検討したいと思う	あまり採用したいと思わない	採用したいと思わない	不明
全体		423	273	13	260	102	22	26
自治体	50名未満	5	2	0	2	1	0	2
	50名以上～100名未満	8	7	0	7	1	0	0
	100名以上～500名未満	62	51	0	51	8	0	3
	500名以上～1,000名未満	33	27	2	25	5	0	1
	1,000名以上	28	18	1	17	3	0	7
宿泊・旅行業	50名未満	31	27	0	27	4	0	0
	50名以上～100名未満	9	7	0	7	1	0	1
	100名以上～500名未満	11	8	1	7	1	0	2
	500名以上～1,000名未満	7	7	4	3	0	0	0
	1,000名以上	10	8	2	6	0	2	0
金融機関	50名未満	2	0	0	0	2	0	0
	50名以上～100名未満	10	2	0	2	5	3	0
	100名以上～500名未満	49	18	0	18	24	6	1
	500名以上～1,000名未満	9	7	0	7	2	0	0
	1,000名以上	20	18	0	18	2	0	0
公益企業	50名未満	32	12	2	10	14	4	2
	50名以上～100名未満	5	2	0	2	3	0	0
	100名以上～500名未満	2	2	0	2	0	0	0
	500名以上～1,000名未満	0	0	0	0	0	0	0
	1,000名以上	0	0	0	0	0	0	0

%表		調査数	採用したい計	採用したいと思う	採用を検討したいと思う	あまり採用したいと思わない	採用したいと思わない	不明
全体		423	64.6	3.1	61.5	24.1	5.2	6.1
自治体	50名未満	5	40.0	0.0	40.0	20.0	0.0	40.0
	50名以上～100名未満	8	87.5	0.0	87.5	12.5	0.0	0.0
	100名以上～500名未満	62	82.3	0.0	82.3	12.9	0.0	4.8
	500名以上～1,000名未満	33	81.9	6.1	75.8	15.2	0.0	3.0
	1,000名以上	28	64.3	3.6	60.7	10.7	0.0	25.0
宿泊・旅行業	50名未満	31	87.1	0.0	87.1	12.9	0.0	0.0
	50名以上～100名未満	9	77.8	0.0	77.8	11.1	0.0	11.1
	100名以上～500名未満	11	72.7	9.1	63.6	9.1	0.0	18.2
	500名以上～1,000名未満	7	100.0	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0
	1,000名以上	10	80.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0
金融機関	50名未満	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	50名以上～100名未満	10	20.0	0.0	20.0	50.0	30.0	0.0
	100名以上～500名未満	49	36.7	0.0	36.7	49.0	12.2	2.0
	500名以上～1,000名未満	9	77.8	0.0	77.8	22.2	0.0	0.0
	1,000名以上	20	90.0	0.0	90.0	10.0	0.0	0.0
公益企業	50名未満	32	37.6	6.3	31.3	43.8	12.5	6.3
	50名以上～100名未満	5	40.0	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0
	100名以上～500名未満	2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	500名以上～1,000名未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000名以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

凡例 :調査数20s未満の属性は、参考までにご覧ください。

Q12.コミュニティデザイン学科を卒業した学生の採用意向 <業種×従業員規模別>

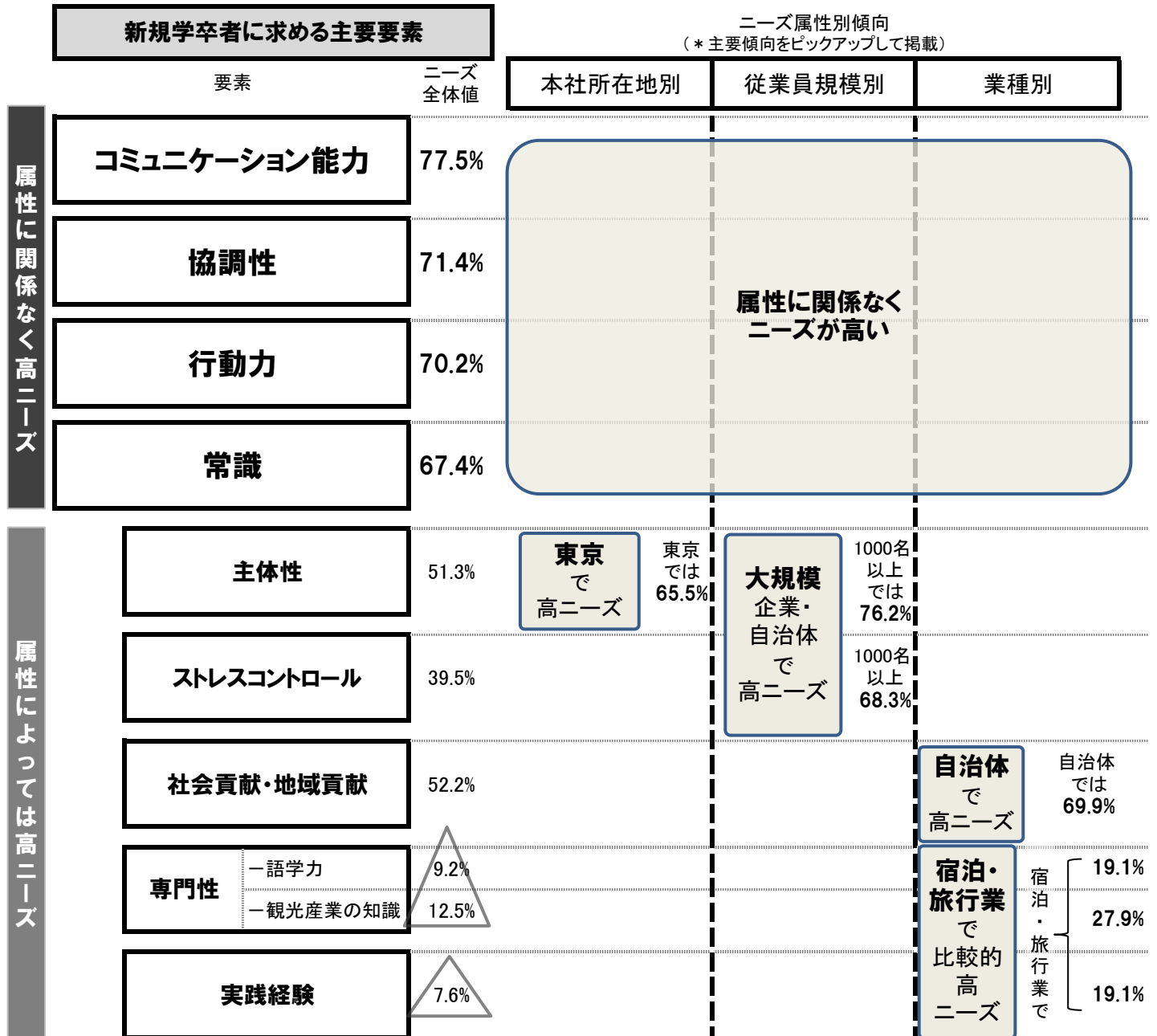
件数表		調査数	採用したい計	採用したいと思う	採用を検討したいと思う	あまり採用したいと思わない	採用したいと思わない	不明
全体		423	290	15	275	88	20	25
自治体	50名未満	5	1	0	1	1	1	2
	50名以上～100名未満	8	7	0	7	1	0	0
	100名以上～500名未満	62	55	2	53	4	0	3
	500名以上～1,000名未満	33	28	2	26	4	0	1
	1,000名以上	28	18	1	17	3	0	7
宿泊・旅行業	50名未満	31	22	0	22	7	2	0
	50名以上～100名未満	9	7	0	7	1	0	1
	100名以上～500名未満	11	7	1	6	3	0	1
	500名以上～1,000名未満	7	5	1	4	2	0	0
	1,000名以上	10	8	0	8	0	2	0
金融機関	50名未満	2	1	0	1	1	0	0
	50名以上～100名未満	10	4	0	4	4	2	0
	100名以上～500名未満	49	32	3	29	13	3	1
	500名以上～1,000名未満	9	9	0	9	0	0	0
	1,000名以上	20	20	2	18	0	0	0
公益企業	50名未満	32	15	2	13	12	3	2
	50名以上～100名未満	5	2	0	2	3	0	0
	100名以上～500名未満	2	2	0	2	0	0	0
	500名以上～1,000名未満	0	0	0	0	0	0	0
	1,000名以上	0	0	0	0	0	0	0

%表		調査数	採用したい計	採用したいと思う	採用を検討したいと思う	あまり採用したいと思わない	採用したいと思わない	不明
全体		423	68.5	3.5	65.0	20.8	4.7	5.9
自治体	50名未満	5	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	40.0
	50名以上～100名未満	8	87.5	0.0	87.5	12.5	0.0	0.0
	100名以上～500名未満	62	88.7	3.2	85.5	6.5	0.0	4.8
	500名以上～1,000名未満	33	84.9	6.1	78.8	12.1	0.0	3.0
	1,000名以上	28	64.3	3.6	60.7	10.7	0.0	25.0
宿泊・旅行業	50名未満	31	71.0	0.0	71.0	22.6	6.5	0.0
	50名以上～100名未満	9	77.8	0.0	77.8	11.1	0.0	11.1
	100名以上～500名未満	11	63.6	9.1	54.5	27.3	0.0	9.1
	500名以上～1,000名未満	7	71.4	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0
	1,000名以上	10	80.0	0.0	80.0	0.0	20.0	0.0
金融機関	50名未満	2	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	50名以上～100名未満	10	40.0	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0
	100名以上～500名未満	49	65.3	6.1	59.2	26.5	6.1	2.0
	500名以上～1,000名未満	9	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	1,000名以上	20	100.0	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0
公益企業	50名未満	32	46.9	6.3	40.6	37.5	9.4	6.3
	50名以上～100名未満	5	40.0	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0
	100名以上～500名未満	2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	500名以上～1,000名未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000名以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

凡例 : 調査数20s未満の属性は、参考までにご覧ください。

2. 企業・自治体が求めることと、観光コミュニティ学部の学びの内容の合致状況

- 企業や自治体が新規学卒者に求める最も重要な要素は「コミュニケーション能力」。
しかしながら、コミュニケーション能力はニーズが高いにもかかわらず現状の跡見学園女子大学の訴求内容では高ニーズに応えられるほどの能力育成内容が示されていない状況。
- コミュニケーション能力に次いで、「協調性」「行動力」「常識」もニーズが高い。
しかし協調性、行動力に関しても、高ニーズにも関わらず現状の訴求内容は弱い。
- 常識については、「深く広い教養」や「ソーシャルマナー」のプログラムなどで対応できていると言える。



*「1. 観光コミュニティ学部の卒業生を企業・自治体が採用する可能性」で採用機会の可能性が高かった層の主要傾向をピックアップして掲載。

- 「主体性」や「ストレスコントロール」「社会貢献・地域貢献」も地域や規模によっては高ニーズ。
社会貢献・地域貢献に関しては、跡見学園女子大学全体として元々実施している文京区や新座市との研究や、コミュニティデザイン学科での地域サービス産業への就職を目指す活動などで対応できている。
しかし、主体性やストレスコントロールに関しては、現状の訴求内容では能力育成は弱い状況。
- 一方専門性や語学、実践経験はあまり求めていない様子だが、宿泊・旅行業においては比較的ニーズが高い。
専門の資格取得のための学び、語学学習得、現場での実践プログラムなどで十分対応できている。

→ : 能力育成に該当する学び
-> : やや該当する学び

ニーズに応えられる跡見学園女子大学の学びの要素は・・・

	要素	全体評価	属性別傾向
高ニーズの割に該当要素が少ない ▲	コミュニケーション能力	78.5%	○ 宿泊・旅行業では85.3%。全体より7ポイント程度高い。
高ニーズにも関わらず該当要素が無い ▲	協調性	75.7%	東京や大規模企業・自治体では全体と同程度。
高ニーズの割に要素の合致度が弱い ▲	行動力	67.8%	
○	常識	59.6%	○ 宿泊・旅行業では82.4%で全体より20ポイント以上高い。
高ニーズの割に要素の合致度が弱い ▲	主体性	87.2%	
高ニーズの割に要素の合致度が弱い ▲	ストレスコントロール	86.5%	東京や大規模企業・自治体でも全体と同様80%強程度。
○	社会貢献・地域貢献	77.8%	○ 自治体では86.8%で全体より高い。
○	専門性	61.5%	
○	実践経験	67.6%	宿泊・旅行業では61.8%で、全体とほぼ同程度。
	観光デザイン学科の特色		
	観光現場でのインターンシップや長期に現場で地域振興を企画・実現する科目など、 実践の場で 観光デザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています		
	観光分野で必要な知識やスキルの修得にとどまらず、 新たな観光プランを提案する力 を育てます		
	旅行業界・国際系エアラインへの就職、宿泊産業・不動産業界・リゾートへの就職、自治体・公共セクターへの就職をめざす3つの履修モデルを用意しています		
	社会調査士や旅行業務に 必要な国家資格 を取得するためのサポート体制が整っています		
	コミュニティデザイン学科の特色		
	現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、 実践の場で コミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています		
	優れたコミュニケーション能力 をもった女性の生活実感を生かし、 コミュニティを新しくデザインする力 を育てます		
	地域金融機関 への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど 地域サービス産業 への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています		
	社会調査士の資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っています		
	跡見学園女子大学全般の特色ピックアップ		
	広く深い教養 と、社会で活躍できる 実践力 とを兼ね備えた人材を養成する		
	大学での目標からライフプランまでを考える「ライフプラン・キャリアプラン」や、 社会人の基本 を身につける「ソーシャルマナー」がある		
	地元との連携 をはかり、 地域経済の発展に貢献 するための様々なプロジェクトにより、実社会に必要な知識の習得・人間的成長を目指す		
	海外研修や 実践的な英会話 を身につけることができる「跡見英会話サロン」で、国際的な視野を身につけた女性を目指す		

3. 観光コミュニティ学部の今後の方向性

観光コミュニティ学部の今後の方向性

観光デザイン学科

就職先のターゲット

■ 宿泊・旅行業に関連する企業・自治体が主ターゲット

宿泊・旅行業であれば、小規模企業・自治体であっても受容の可能性が高い。

- 宿泊・旅行業以外の業種でも、500名以上の大規模企業・自治体であれば受容の可能性あり。

就職先ターゲットへの訴求ポイント

- 実践の場で学べる機会があること、新しい企画提案ができる能力を育成していることが主な強調ポイント

- 希望する就職先に焦点を合わせた専門知識・技術を習得していることも強調すべきポイント

観光産業に必要な専門知識・技術・語学などの習得や、観光産業に関連した資格取得勉強をすることで専門知識を得ていることを強調。

コミュニティデザイン学科

就職先のターゲット

- 自治体が主ターゲット

- 自治体以外でも、500名以上の大規模企業であれば受容の可能性あり。

就職先ターゲットへの訴求ポイント

- コミュニケーション能力を生かす力、新しい企画提案ができる能力を育成していることを強調。

- 実践を通じた学びのプログラムがあることも訴求ポイント。
ただし実践経験だけを訴求するのでは不十分であり、実践を通してコミュニケーション力、協調性、行動力などが養われていることを強調することが重要。

- 社会貢献・地域貢献の精神が身についていることも強調すべき点。

地域振興の現場での実践プログラムを経験することで社会貢献・地域貢献意欲が高まる可能性は高く、その点を強調。

跡見学園女子大学 全体として

就職先ターゲットへの訴求ポイント

- コミュニケーション力、協調性、主体性、行動力、ストレスをコントロールする力など専門領域外の能力の養成も必要と考えられる。

- 協調性を養える学びの具体化も検討要素と考えられる。

- 「ライフプラン・キャリアプラン」「ソーシャルマナー」などで、社会人としての常識を学んでいることも引き続き強調。

V. 卷末資料(調查票)

跡見学園女子大学「観光コミュニティ学部(仮称)」開設計画に関するアンケート

I 新規学卒者の採用計画と新規学卒者として採用したい人材像について

Q1. あなたの勤務先における今後の新規学卒者の採用計画について教えてください。(あてはまる番号1つに○)

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. 積極的に採用を増やす計画である | 2. いくらか採用を増やす計画である |
| 3. 現状のまま | 4. 採用を減らす計画である |
| 5. わからない | |

Q2. あなたの勤務先では、どのような能力や資質のある人を新規学卒者として採用したいと考えていますか。

(あてはまる番号すべてに○)

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1. 社会貢献・地域貢献への意欲が高い | 2. 観光産業への知識が豊富である |
| 3. ホスピタリティ精神に富んでいる | 4. 現場での実践経験がある |
| 5. 主体性がある | 6. リーダーシップがある |
| 7. 行動力がある | 8. 問題解決力がある |
| 9. 計画性がある | 10. 創造力がある |
| 11. コミュニケーション能力が高い | 12. 柔軟性がある |
| 13. 協調性がある | 14. 常識がある |
| 15. ストレスコントロール力がある | 16. 外国語を読み、書き、聞き、話せる |
| 17. 専門的な知識や技術を身につけている | 18. 異なる分野の知識や技術を統合して使いこなせる |
| 19. 幅広い教養を身につけている | 20. パソコンスキルが高い |
| 21. マネジメント能力がある | 22. その他 (具体的に: _____) |

II 跡見学園女子大学について

Q3. あなたは、今回のアンケートにご協力いただく前から、跡見学園女子大学についてどの程度ご存じでしたか。

(あてはまる番号1つに○)

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 1. 理念や教育方針・校風・活動内容・特色を詳しく知っている | 2. 理念や教育方針・校風・活動内容・特色を少しは知っている |
| 3. 名前しか知らない | 4. 存在を知らない・見聞きしたことはない |

Q4. 跡見学園女子大学には以下のような特色があります。

これらの特色のうち、あなたご自身やあなたの勤務先からみて魅力的だと感じることや興味をひかれるものはどれですか。
(あてはまる番号すべてに○)

1. 広く深い教養と、社会で活躍できる実践力とを兼ね備えた人材を養成します。
2. 大学での学びの中心となる「研究」スタイルを身につけるため、1年次に資料の探し方、レポートの書き方などを実践的に訓練する「プロゼミ」を必修としています。
3. 自立した女性になるために、大学4年間の目標・課題からライフプランまでを考える「ライフプラン・キャリアプラン」、「ソーシャルマナー」など、社会人としての基本を身につけるカリキュラムがあります。
4. 地元・東京都文京区、埼玉県新座市との密接な連携を図り、地域経済の発展に貢献するための様々な研究プロジェクトを推し進めています。地域とのつながりを意識することで、実社会に必要な知識を身につけ、人間的な成長も目指します。
5. 海外研修(イギリス・中国)や、ネイティブの講師と自由に会話することで、実践的な英会話を身につけることができる「跡見英会話サロン」が開かれています。これらの経験を通し、国際的な視野を身につけた女性を目指します。
6. 「就職のための教育」に終わらない、21世紀の今日を生き抜く女性に必要な、マインド(心の持ち方)とスキル(技能)を身につけ、自分の一生を自分でデザインすることができる女性を育成します。
7. 希望した仕事に就けるよう、自分らしさの追求と、自己表現に向けた個性を強化することを目指し、1年次からキャリア支援プランを実施するなど、手厚い就職サポートを行っています。
8. 1、2年次は、「新座キャンパス」にてゆったりとした環境で自分を見つめて、学問の基礎を固め、
3、4年次は、「文京キャンパス」にて最先端の文化や社会と触れあうことで知性や感性を磨き、自分の未来を定めるといった、デュアルキャンパス制のもと大学生活を過ごします。
9. 跡見学園は、幕末から明治初期の激動の時代に学祖 跡見花蹊の女子教育への思いによって設立され、2015年で創立140周年を迎える歴史と伝統のある学園です。

「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」のパンフレットをお読みいただいた後に、以下の設問にご回答ください。

- Q5. 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。(あてはまる番号それぞれ1つに○)

※以下の特色は予定の内容を含んでおり、変更する場合があります。

	1 かなり 魅力を 感じる	2 ある程度 魅力を 感じる	3 あまり 魅力を 感じない	4 まったく 魅力を 感じない
例 ○○である	1	2	3	4
1 観光分野で必要な知識やスキルの修得にとどまらず、新たな観光プランを提案する力を育てます	1	2	3	4
2 観光現場でのインターンシップや長期に現場で地域振興を企画・実現する科目など、実践の場で観光デザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています	1	2	3	4
3 学生の多様な未来に対応するため、旅行業界・国際系エアラインへの就職、宿泊産業・不動産業・リゾートへの就職、自治体・公共セクターへの就職をめざす3つの履修モデルを用意しています	1	2	3	4
4 社会調査士や旅行業務に必要な国家資格を取得するためのサポート体制が整っています	1	2	3	4

- Q6 パンフレットを読んで、「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」に、どの程度興味・関心をもちましたか。(あてはまる番号1つに○)

1. 興味・関心をもった
2. ある程度興味・関心をもった
3. あまり興味・関心をもたなかった
4. ほとんど興味・関心をもたなかった

- Q7 このパンフレットに紹介されている「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」は、これからの社会にとって必要な学問領域であると思われますか。(あてはまる番号1つに○)

1. 必要だと思う
2. まあ必要だと思う
3. あまり必要だと思わない
4. 必要だと思わない

- Q8 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、跡見学園女子大学で設置構想中の「観光コミュニティ学部 観光デザイン学科(仮称)」で学んだ学生を採用したいと思いますか。(あてはまる番号1つに○)

1. 採用したいと思う
2. 採用を検討したいと思う
3. あまり採用したいと思わない
4. 採用したいと思わない

「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」のパンフレットをお読みいただいた後に、以下の設問にご回答ください。

Q9 「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」には次のような特色(予定)があります。あなたご自身やあなたの勤務先からみて、これらの特色にどの程度魅力を感じますか。(あてはまる番号それぞれ1つに○)

※以下の特色は予定の内容を含んでおり、変更する場合があります。

	1 かなり 魅力を 感じる	2 ある程度 魅力を 感じる	3 あまり 魅力を 感じない	4 まったく 魅力を 感じない
例 ○○である	1	2	3	4
1 優れたコミュニケーション能力をもった女性の生活実感を生かし、コミュニティを新しくデザインする力を育てます	1	2	3	4
2 現場で地域振興を企画・実現する科目やインターンシップなど、実践の場でコミュニティデザイン力を鍛える科目を豊富に用意しています	1	2	3	4
3 地域金融機関への就職、公務員・各種公共機関への就職、育児ビジネスなど地域サービス産業への就職をめざす3つの履修モデルを用意しています	1	2	3	4
4 社会調査士の資格取得や公務員試験合格のためのサポート体制が整っています	1	2	3	4

Q10 パンフレットを読んで、「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」に、どの程度興味・関心をもちましたか。(あてはまる番号1つに○)

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. 興味・関心をもった | 2. ある程度興味・関心をもった |
| 3. あまり興味・関心をもたなかった | 4. ほとんど興味・関心をもたなかった |

Q11 このパンフレットに紹介されている「跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科(仮称)」は、これからの社会にとって必要な学問領域であると思われますか。(あてはまる番号1つに○)

- | | |
|----------------|-------------|
| 1. 必要だと思う | 2. まあ必要だと思う |
| 3. あまり必要だと思わない | 4. 必要だと思わない |

Q12 あなたご自身やあなたの勤務先からみて、跡見学園女子大学で設置構想中の「観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン科(仮称)」で学んだ学生を採用したいと思いますか。(あてはまる番号1つに○)

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. 採用したいと思う | 2. 採用を検討したいと思う |
| 3. あまり採用したいと思わない | 4. 採用したいと思わない |

V 跡見学園女子大学で設置構想中の学部・学科に対する質問・意見

- Q13. 跡見学園女子大学で設置構想中の学部・学科、または跡見学園女子大学に対して、ご質問やご意見などがありましたら、どのようなことでも結構ですので、ご自由にお書きください。

VI 貴社・貴団体について

- Q14. あなたの勤務先の本社(本部)所在地をお教えてください。

都・道・府・県

- Q15. あなたの勤務先の従業員数規模についてお教えてください。(あてはまる番号1つに○)

※支店・支社を含めた、正社員のみ的人数

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. 50名未満 | 2. 50名以上～100名未満 |
| 3. 100名以上～500名未満 | 4. 500名以上～1,000名未満 |
| 5. 1,000名以上～5,000名未満 | 6. 5,000名以上 |

- Q16. あなたの勤務先の業種をお教えてください。(あてはまる番号1つに○)

1. 自治体
2. 宿泊業
3. 旅行業
4. 金融機関
5. 公益企業
6. その他()

*** 質問は以上です。ご協力ありがとうございました。 ***

跡見学園女子大学
観光コミュニティ学部
新設ニーズ調査
【企業・自治体編】
報告書

2013年8月発行

編集・発行 跡見学園女子大学

調査委託;(株)進研アド

※無断転載を禁じます。転載をご希望の場合はご一報ください。