

栃木県農業大学校 令和6年度学校評価 シート

目指す方向 魅力ある農大づくり ～農大の価値を高め、とちぎの農業を担う人材を育成する！～

重点目標	現状と課題	評価項目	具体的方策	取組項目		経過・達成実績	達成度	次年度の課題と改善方向	関係者評価委員会からのコメント
		評価指標		学部・塾	内 容				
1 入学生の確保 (就農を目指す応募者の増加)	(現状) ○入学生はH23研究科廃止以降、平均64.6名であったが、R3いちご学科創設以降は平均73.25名と増加している。ただしR6は69名（入学辞退者4名）であった。 ○R5のオープンキャンパスは、生産学部が129名、経営学部(いちご学科)が36名、計165名となり参加者数目標の160名を上回った。 ○とちぎ農業未来塾では、受講希望者数や品目について経済状況に左右される傾向がある。	入学生 80名 (内訳) ・農業生産学部 70名 ・農業経営学部 (いちご学科) 10名	(1)農業大学校の情報、魅力の発信	生産学部 経営学部	○オープンキャンパス(OC)等による農大の理解促進 ・参加者の農業理解度別とした農業高校OC(学生交流会重視)、一般高校等OC(実習重視)を実施 ・いちご学科は一般高校等OCの他、単独OCを実施 ・OCプログラム等の工夫（在校生の生の声を届ける / 県立学校ならではの強みを伝える） ・HP・ポスター・チラシ等による適時適切なPR	・オープンキャンパス開催 県内農業高校対象 1回 一般高校対象 2回 いちご学科単独 3回 ・OC6回中5回を日曜祝日に実施 ・農大生との交流会、実習体験が高評価 ・チラシ等を早期（4～5月上旬）に作成・配布	入学生 68名 (内訳) ・農業生産学部 58名 ・農業経営学部(いちご学科) 10名	・オープンキャンパスは、多くの参加者を得るため引き続き日曜祝日に開催する。 ・いちご学科は単独3回を含めR7も5回開催する。 ・オープンキャンパス実習体験では、全学科専攻から現役学生が参加して説明、交流する。 ・R7オープンキャンパスや入試日程等を早めに公開できるよう準備する。	オープンキャンパスの参加者へのアンケート調査、分析はしているか。 参加者の入学実績はどうか。 →アンケートを実施し、結果を内容に反映させている。現役学生との交流がその一つ。入学生の殆どが参加者である。
		とちぎ農業未来塾生 70名以上			○高校への出前授業・高大連携、JA等への農大PRの推進 ・学校説明会や出前授業等への積極的な参加	・高校へ出向いての学校説明会を18校（28回）実施 ・学校見学会（1/27、1/29 栃木農業高校75名） ・高大連携 オンライン授業 4回 VR授業 1回 ・パワフルアグリフェアでPR（7/20～21）	とちぎ農業未来塾生 74名	・引き続き積極的に高校への出前授業、学校説明を実施する。 ・学校見学会については、高校・個人単位の見学会が可能であることをHPや会議等でPRする。 ・高大連携では、ほ場からのオンライン授業を充実させる。	
		オープンキャンパス全体参加者数 160名以上	生産学部 経営学部 未来塾	○農大の魅力発信の工夫	○HPの充実、県SNSの活用 ・各学部、学科等の情報の日常の学習風景を含めたきめ細かな発信	・HPでオープンキャンパス等イベントや日常の学習風景を画像で分かりやすく発信	オープンキャンパス全体参加者数 183名	・HPのこまめな更新に努め、旬の情報を掲載していく。	
					○マスメディアの活用 ・新聞・各種広報誌等への情報発信	・経営技術課を通し、新聞社や放送局等にイベントや学生募集等の情報を発信依頼 ・とちぎテレビ「まるわかり！とちぎ」でいちご学科の取組紹介（7/31） ・季刊誌しもつけの心で在校生の活躍等を紹介（4回） ・高大連携事業をとちテレ・下野新聞・農業新聞でPR（9/4）		・季刊誌（しもつけの心）等で継続して学生を紹介して本校をPRする。 ・外部広報誌等への新規開拓を引き続き図っていく（「NOSAIとちぎ」での卒業生紹介が新規掲載決定している）。	
	○広報物によるPR ・キャンパスガイドや学生募集チラシ等の県内外高校等への速やかな配布	・関係団体や金融機関等に学生募集のポスター掲示やリーフレット設置を依頼 ・キャンパスガイド・農大だよりを、配布先や利用目的に合わせて内容を差別化			・キャンパスガイド・農大だよりの内容や配布先を検討し、PR効果の向上させる。				

目指す方向 魅力ある農大づくり ～農大の価値を高め、とちぎの農業を担う人材を育成する！～

重点目標	現状と課題	評価項目	具体的方策	取組項目		経過・達成実績	達成度	次年度の課題と改善方向	関係者評価委員会からのコメント			
		評価指標		学部・塾	内 容							
	（課題） ●高校生対して、農業大学校の存在や特徴を認知してもらい、就農を目指す応募者の増加を図る必要がある。 ●「いちご学科」について、農業振興事務所や農業関係団体等との連携とともに、高校生・大学生、社会人、農業者等幅広い年代への積極的な広報活動等により、「いちご経営者」を目指す学生の確保を図る必要がある。 ●とちぎ農業未来塾の受講希望者や品目については、柔軟な受け入れ体制が必要である。				○学校生産物等による P R ・農大祭、校外販売実習の実施	・農大祭には約2,500人の来場者があり農産物の販売等を通して学校活動をPR（11/23） ・校外販売実習（カインズホーム：8回） ・県外での農大産いちご販売実施（東京2/22、福井3/22） ・県庁生協食堂の健康度アップメニュー用に農大生産物を提供しPR（9回）		・農大祭では生産物販売の他、卒業論文紹介等、学習成果のPRを充実させる。 ・校外販売実習を継続して実施して農大の魅力を発信していく。	農大祭の参加者へは、農産物販売だけでなく農業のPR、学校のPRをに実施されたい。 →本年も県農政や学生卒業論文紹介等の学校PRは実施したが、展示内容を充実させていく。			
						関係機関等との連携		・農業関係高等学校長との教育懇談会（7/2） ・県農業士会、女性農業士会との教育懇談会（10/10）		・県農業士会、女性農業士会との連携を深めるため、教育懇談会を継続して実施していく。		
					経営学部 未来塾	○新規就農イベント等における P R ・新規就農相談会の紹介や新農業人フェア等への参加		・新規就農相談会へ3回参加（6/22、8/25、10/26） ・パワフルアグリフェアでの P R（再掲）		・引き続き、新規就農イベント等でPRを行う。		
					(2)入試方法の改善	生産学部 経営学部		○出願期間等の改善		○実施時期、出願期間等の随時見直し ・他の農業系大学の入試実施日を考慮	可能な限り長期に出願期間を設定	・R7入試日程を高校の行事、農業系大学の入試実施日を考慮して決定する。
										○合格者への情報提供（後期） ・入学までの校内イベントや、県の就農相談等の情報提供	入学前オリエンテーション時に「農大だより」を配布	・本校での充実した学生生活の情報等を合格者に提供する（入学への期待→入学辞退者を減らす）。