学生確保の見通し等を記載した書類

目次

(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況	2
ア 定員を変更する映像学部を設置する立命館大学の現状把握・分析	
イ 地域・社会的動向等の現状把握・分析	3
ウ 映像学部の趣旨目的、教育内容、定員設定等	5
エ 学生確保の見通し	7
A. 学生確保の見通しの調査結果	7
a) 学校法人立命館の附属高校生対象のアンケート調査	8
b) 全国の高校生対象のアンケート調査	9
B. 同分野を有する近隣大学の志願動向	11
C. 中長期的な 18 歳人口の全国的、地域的動向	12
D. 競合校の状況	13
E. 既設学部等の学生確保の状況	15
a)収容定員充足率 0.7 倍未満の学部学科における学生確保の状況	15
b)本学部の学生確保の状況	17
オ 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	18
(2) 人材需要の動向等社会の要請	10
① 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的(概要)	
② 上記①が社会的、地域的な人材需要動向等を踏まえていることの客観	的な根拠21
ア 社会的、地域的な人材需要の動向	21
イ 企業・関係機関等への採用意向調査	23

(1) 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況

ア 定員を変更する映像学部を設置する立命館大学の現状把握・分析

Society5.0 社会の到来とともに、2020年代は AI・IoT やデジタルコミュニケーションツールが社会構造のインフラとして根付く時代となりつつある。これに伴って、AI・IoT やビッグデータ等を活用し、あるいは世界の共通言語としての映像やデジタル表現の力をもって、日常生活や経済・社会・産業のあり方を大きく変化させるような動きが進展している。それに加えて、新型コロナウイルス禍(COVID-19)の影響下において、その変化はさらに加速している。学生の学びや教育・研究の変化、人や社会の動態変化がこれまでにない速度や大きさで進行し続けるなか、IoT やデジタル技術はその変化を担う中心的存在として、それ自体が進化し続けながら社会システムそのものに影響を与えている。

こうした未来社会の担い手になるべく、デジタル・ネイティブ、SNS ネイティブや Z 世代等の言葉に代表される世代が、すでに大学に入学し、あるいは社会で活躍をはじめている。これらの世代の価値意識や行動規範、リアルとデジタルの距離感は、「デジタル前」の世代のそれらとは大きく異なるものであり、デジタル技術の進化とともに、大学に関わる様々な取組において、こうした世代間変化が今後も絶え間なく続いていくことに留意することが求められている。

移動通信技術の動向としては、第5世代移動通信システム「5G」のサービス開始に伴う様々な社会実装が開始されるとともに、5Gの更なる高度化を図る「Beyond 5G」、さらには 2030年代の「6G」の実現に向けた開発が行われている。技術革新の初期段階においては、大阪・東京圏をはじめとする大都市圏がこうした取り組みや社会実装の拠点と位置づけられており、大学・研究機関・企業をはじめ、この圏内に立地する関係機関が主導していくことが想定される。

こうした社会環境を視界におさめ、デジタル技術を基盤としたクリエイティブ人材のいっそうの育成を図るため、立命館大学(以下、「本学」という。)では、2024(令和 6)年度より、びわこ・くさつキャンパス(滋賀県草津市)から、AI・IoT 技術者、データサイエンティスト等の育成を行う情報理工学部、衣笠キャンパス(京都府京都市)から、デジタルコンテンツクリエイター等の育成を行う映像学部(以下、「本学部」という。)が、大阪いばらきキャンパス(大阪府茨木市。以下、「OIC」という。)に移転することとなった。

情報の展開・更新が先端性をもって行われる、都市圏においてこそ、人が交じり合うことによるイノベーションの進展は重要な意味合いを持つ。とりわけ、ウィズコロナ・アフターコロナ時代におけるソーシャルディスタンスのあり方、サイバー空間とリアル空間が連携するなかでの連携・共創といった課題は、大都市圏であればあるほど現実的かつ深刻な課題となる。OIC はまさにその社会課題が起きている現場である都市空間と近接し、「都市共創」を目指す場であること、また、これまでの両学部の産学官連携の実績をふまえると、デジタルテクノロジーや感性、クリエイティビティを共通軸として社会循環による教育研究の刷

新を構想することができる本学部および情報理工学部が移転をはかり、社会循環を伴う形で教育研究、産学連携・地域連携を進めていくことは、大都市圏としての大阪の特性やそこに住まう人のニーズにも合致する。そして、立命館大学が担う課題解決の原動力をさらに推進することが期待できる点において、大きな意義を持つ。学園として展開する新たな教育や社会連携・産学連携において、デジタルテクノロジーを活用することの有用性は言を俟たないものであり、本学部および情報理工学部を中心とした新たな展開は、これらをさらに加速させることが期待されるのである。

イ 地域・社会的動向等の現状把握・分析

本学部は、日本で初めて映像に関わる領域を包括的に教育・研究する学部として 2007 (平成 19) 年に設置された。本学部は、これまでの歩みにおいて、映像が深く社会に浸透した今日のメディア環境に対応しつつ、アート (芸術学)、ビジネス (経済学)、テクノロジー (工学) の 3 領域の複合分野として「映像学」を構築し、「理論=研究」と「実践=制作」の往還を学びに組み込むことによって、これを発展させることに取り組んできた。

この間、日本におけるコンテンツ産業振興政策の展開は、日本のコンテンツの輸出力を押し上げるなど、着実な成果を積み上げてきた。たとえば、日本国内の市場規模は 12 兆円程度でほぼ横ばいであるものの、日本由来コンテンツの海外市場は、2013(平成 25)年には 1.6 兆円(シェア 2.5%)、2016(平成 28)年には 2.8 兆円(シェア 4.4%)にのぼり、世界市場でのプレゼンスを拡大し続けている【資料 1】【資料 2】。2020 年代以降、こうした経済動向はさらに加速することが予見され、それに比例して、日本のコンテンツ産業を支える人材が社会からいっそう強く求められるに至っている。本学部は、映画会社、アニメーション制作会社、ゲーム制作会社、放送局など、こうしたコンテンツ産業の中核にある企業に人材を送り出す一方、映像分野の若手クリエイターの輩出にも貢献してきた。

知的財産戦略本部による「知的財産推進計画 2022」には、「デジタル市場・空間における成長発展が特に期待されるものとして、注目される分野の1つが、メディア・コンテンツの分野」であり、「コンテンツは我が国文化の主要な基盤であり、人々の生活を豊かにするとともに、日本のソフトパワーやデジタル経済力の強化等にも決定的な役割を果たす」とも明記されている【資料3、p.59】。ここでは日本のコンテンツ IP の優位性を土台にしつつ、「我が国の文化に裏付けられた独自のコンテンツを生み出す製作・制作層のグローバルな競争力・収益力を回復・向上させていくことが中心的な課題」に位置づけられており、あわせて「マスメディア主導の時代からデジタルプラットフォーム主導の時代へと移り、巨大プラットフォーマーが今後も強い支配力を持つことが想定される一方、Web3.0 の時代を迎え、こうしたプラットフォームによる支配を離れ、クリエーター主導、プロデューサー主導によるコンテンツ製作が拡大していく可能性も指摘されている」ことに触れながら、制作スタジオ、独立クリエイターから、ファンコミュニティと結びついた個人(アマチュア)に至るま

で、クリエイターの「裾野拡大」が予見されている【資料 3、p.62】。こうした見通しにおいて、コンテンツを世界規模で流通させ、新たなビジネスモデルを創出していくコンテンツクリエイター、コンテンツプロデューサーの育成は喫緊の課題である。

加えて、「知的財産推進計画 2022」では、「アフターコロナを見据えたクールジャパン(CJ) の再起動」が提唱されている。そこでは「デジタル実装を通じて地方が抱える課題を解決し心豊かな暮らしを実現する」という「デジタル田園都市国家構想基本方針」とも連動しながら、デジタル技術を活用することで、地方における多様なコミュニティの共創を相乗的に加速させ、その地域の文化的魅力を広く発信していくことの必要性が謳われている【資料 4、pp.100-101】。こうした取組に、デジタル技術を基盤とした映像表現が生かされうることは言うまでもない。このような政策的関心と深く結びついているのが、2025 年日本国際博覧会(大阪・関西万博)の開催であり、「世界中から大きな注目を集める大阪・関西万博は CJ にとっても絶好のチャンスと捉え、更に発信の強化に努めていくことが望まれる」とされている【資料 4、p.92】。

大阪・関西万博については、その開催後の「ソーシャルインパクト(文化芸術経済活性化や社会課題の顕在化、SDGs など)」をテーマに、国内最大級のアートフェスティバルとして、大阪関西国際芸術祭(仮)が継続的に実施され、そこではアートを活用した経済の循環と起業を含めた雇用の促進が目指されることが明らかになっている(現在は、プレイベントが開催されている。「Study:大阪関西国際芸術祭」https://www.osaka-kansai.art/about/)。メディアアートを軸とした先進的なアート&テクノロジーに対する持続的な取組も、本学部のOIC 移転を動機づける要因の一つである。

関西には、大都市圏として、もともと今日のコンテンツ産業を支える映画産業、ゲーム産業、放送・通信産業の集積があり、東京一極集中に対抗しうるポテンシャルがある。現在も、京都には松竹、東映が撮影所を構え、任天堂、京都アニメーションなどが本社を置いている。大阪には CAPCOM があり、民間放送ネットワークの準キー局とされる毎日放送、朝日放送テレビ、関西テレビ放送、讀賣テレビ放送が、多くの時間帯で、在京キー局とは異なる独自の放送番組を制作している。現状では上記のコンテンツ産業を含む「情報通信業」の県内総生産は、東京都の約12兆8,500億円(全国比46.6%)が他府県を引き離して1位であるが、大阪府は約2兆1,600億円(同7.8%)で2位を占めており、大阪圏として、京都府(約2,100億円、0.8%)、兵庫県(約5,300億円、1.9%)を加えると10.5%になる(2019(平成31)年度の「県民経済計算」に基づく【資料5】)。とはいえ、これでも東京都の1/5程度の規模しかなく、情報通信業では、東京への一極集中の傾向が顕著である。それだけに、大阪圏の大学を卒業後、その地域でコンテンツ制作に従事し、世界を魅了するコンテンツを創出し、産業を成長させ、そこに新たな雇用を生み出していくような好循環が育まれていく必要がある。

内閣府がまとめた「地域の経済 2020-2021」には、アフターコロナを見据えて、「これま

で東京一極集中の背景となった要因も踏まえながら、地方への新たな人の流れの促進に向けた政策を講じていくことが期待される」との提言が書き込まれてもいる【資料 6、p.61】。テレワークの普及などによって、「地方」での働き方や暮らし方に対する意識が変化していく機運にあって、確かに情報通信業における東京圏の優位が当面続くことは否定できないものの、かつての映画産業のように、少なくとももう一つの極の形成が大阪圏において図られねばならない時期に至っていることは間違いない。今後は、このような課題意識をふまえた大阪圏でのデジタルコンテンツ分野のクリエイティブ人材の育成が求められることになる。

ウ映像学部の趣旨目的、教育内容、定員設定等

上記のとおり、本学部は、2024(令和 6)年度に、衣笠キャンパスから大阪いばらきキャンパスに拠点を移転する。これにより、大阪と京都の中間に位置するキャンパスの地理的特性を最大限に生かして、放送・通信、メディアアートに強みを発揮する大阪の経済圏・文化圏を新たに取り込むと同時に、映画・ゲームを地場産業とする京都でこれまで培われてきた教育研究の蓄積をさらに発展させることで、大阪・京都を中心に、広く関西の未来都市をプロデュースし、関西の映像産業・映像文化(映画、ゲーム、放送・通信、メディアアート、デジタルアーカイブなど)を創出・成長させる一翼を担うことを目指す。文化創造(コンテンツ制作)が経済成長と密接に結び付くことが広く認知されるに至った現在において、本学部は、この新展開を通じて、次世代の社会に求められる人材育成のニーズに応え、クリエイティブ人材の潜在層のいっそうの掘り起こしを推進していく。

本学部では、設立以来、1 学部 1 学科の体制のもと、映像分野に関わるクリエイティブ教育をその特徴とした教学構造を実現してきた。本学部では、学生はアート、ビジネス、テクノロジーの要素をそれぞれ備える科目を自ら選択し履修していく必要があるが、映像分野の学習においては、高等学校までの課程に直接関連する科目が存在しない。そのため、本学部では、映像分野に関わる、文理を超えた横断的な学びと系統的な履修を両立させるべく、映像に関わる教学領域を示した「学びのゾーン」の設置と専門小集団演習を核とした段階的な関心の絞り込みを行っている。

これらの「学びのゾーン」は、映画、CG アニメーション、ゲーム、メディアアート、VR、 デジタルアーカイブ、ドキュメンタリー、放送など、映像に関わる教学領域の全体をカバー するものであり、以下の5つのゾーンが設けられている。

- 映画芸術ゾーン
- ゲーム・エンターテインメントゾーン
- クリエイティブ・テクノロジーゾーン
- 映像マネジメントゾーン

● 社会映像ゾーン

デジタル技術の進展と社会的浸透の中で、映像コンテンツに関わる教学領域が多岐化・細分化していることを受け、本学部は、今次の教学改革では、これらの各ゾーンが映像業界の将来像をふまえて目を配るべき領域を重点化し、新任教員の配置を通して、学術と創作という2つの側面をもつ「映像学」の包括性を高めることを目指し、大阪・京都に跨る、拡張された社会連携の理念のもとでクリエイティブな学びを実質化するための取組を行う。

具体的には、映画芸術ゾーンでは、大阪の制作会社との連携も視野に収めた各種映像(映 画から CM・PR 映像まで)の制作教育、プロフェッショナルな現場に対応した CG アニメ ーションの表現技法の教育、物語創造の出発点としてのシナリオ制作と物語についての理 論的考察のシナジーの追究が行われる。 ゲーム・エンターテインメントゾーンでは、 コンソ ール、モバイル、Web 配信など、ゲームの形式が多岐化している現状をふまえ、デバイス の開発を含めたハードウェアの設計や、ゲームを「作品」として完成させるためのオーディ オ設計(サウンドデザイン)の導入、経済的価値の創出につながるキャラクターの造形を含 めたグラフィックデザインの高度化を行う。クリエイティブ・テクノロジーゾーンでは、メ ディアアートや XR が芸術的にも、社会的・経済的にも前景化している文化状況の中で、同 時代的な映像理論の視座から、映像テクノロジーを活用した映像表現の分析手法を教授す る。それとともに、大阪を中心とした現代アートの今後の展開や医療・教育・地域振興への メディア表現の導入可能性を見据えながら、先進的なコンピューティング技術やビジュア ル表現技術を駆使したメディアアートや XR の制作を実践し、これらの社会的実装を試み る。映像マネジメントゾーンでは、グローバルかつローカルな視点から、コンテンツ IP を キー・タームとして、時々刻々と変化するコンテンツビジネスのダイナミズムを把捉しつつ、 国や自治体の文化政策・経済政策をふまえ、映像を「文化資源」として捉え直す理論的視座 を押し出し、その姿勢のうえで、国際的なゲームイベントや映画祭、アーカイブなど、官民 に跨る、さまざまなセクターとの協働を実践する。社会映像ゾーンでは、放送と通信が融合 した今日のメディア環境を前提に、民間放送の在阪広域局や、広告代理店などの放送関連企 業と連携し、デジタルメディア時代の新たな放送のあり方について、実践的に学ぶ場を構築 する。このようにして、本学部は、芸術表現力の高度化、映像活用力の強化、社会連携活動 の多面的展開を行い、上述の社会的および地域的ニーズに応える、デジタルコンテンツ分野 の発展に寄与しうる現場対応力、発信力、企画力、プロデュース力を有した人材育成の拡充 を図る。

2007 (平成 19) 年度の学部設置時には、その名称に「映像」を冠する学部は全国初の取組でもあり、150人という入学定員は未踏の領域に踏み出すには妥当な判断であった (2017 (平成 29)年度から、全学的な収容定員の見直しにより、入学定員が 160人になっている)。しかし、2018 (平成 30) 年度以降、本学部の全入試方式の実質倍率(延べ人数) は 5 倍前

後の水準で推移しており、このような志願者数の増加に明確に表れているように、本学部の 社会的認知は着実に広がっている。

本学部は総合大学における一学部であり、そのカリキュラムには、映画、ゲーム、メディアアートなどの制作教育が含まれている。しかしながら、下記「エ 学生確保の見通し」の「D. 競合校の状況」にあげた他の総合大学の学部・学科の入学定員と比較すると、本学部の入学定員の現状は、他大学の学科と同程度であり、学部の半分程度あるいは半分以下にすぎず【資料 7】、上に述べたような、今日の社会的要請に応えていくにあたって、映像を冠した「学部」としては、現行の定員規模(160人)は極めて小さいと言わざるをえない。

以上をふまえ、本学部は、2024(令和 6)年度から、入学定員を 80 人増員して 240 人、 収容定員 960 人に設定する。

なお、学費については、本学部の初年度納付金は現行と同額の 2,061,600 円 (入学金を含む)である【資料 8】。下記「エ 学生確保の見通し」の「B.同分野を有する近隣大学の志願動向」にあげた近隣の芸術系単科大学の学費、また、「D. 競合校の状況」にあげた他の総合大学の学部・学科の学費と比べて、高額であることは確かである【資料 8】。しかしながら、前者に関しては、本学部は芸術系単科大学のように、映像表現の種別ごとに学科を設けているわけではなく、1学科制で、映画制作からプログラミングまで、映像諸領域を幅広く学ぶことを教学理念としているため、学生数に対応できるだけの機材等を用意していることに理由がある。後者に関しては、前者と同じ理由とともに、映画制作のための撮影スタジオ、ポストプロダクション機器を備えており、社会学、情報学の学部・学科と異なる学習環境にあることが理由にあげられる。今次の定員増に伴い、その分の機材等が新たに必要とされることにはなるが、こうした他大学の学費との差異をふまえ、本学部の学費は現行のものから変更しない予定である。

エ 学生確保の見通し

A. 学生確保の見通しの調査結果

定員増に伴う学生確保の見通しを確かなものとするため、2024 (令和 6) 年度に入学することになる全国の高校 2 年生を対象に、アンケート調査を実施した。その概要および結果は以下のとおりである。

【本学部への入学意欲が明らかとなった者】

対象者	発送日	調査期間	調査名	入学希望者数
附属高校生	2022年9月28日	9月30日~10月26日	調査 a	74 人
一般高校生	2022年9月16日	9月26日~12月23日	調査 b	283 人
			計	357 人

なお、本学部のアドミッション・ポリシーは下記のとおりであり、本アンケートの対象校 すべての出身者の進学先に見合うものである。また、本学部には本アンケートの対象校すべ てからの進学実績がある。

映像学部では、芸術(アート)的、経済(ビジネス)的、工学(テクノロジー)的な要素を備える様々な科目を通じて、映像に関する「理論」と「実践」を繰り返し学んでいきます。こうした学びの中で、多様化する映像を社会の様々な場面で利活用できる「プロデューサー・マインド」を身につけ、未来の映像文化および映像産業を担う強い意志を持つ学生を求めています。具体的には、以下の資質を備えている学生を求めます。

- ①映像を学ぶことに関わる総合的な学力を備えている者
- ②映像を表現し、理解するための知識と技能を身につける意欲を備えている者
- ③映像を通じて広く人類と社会に貢献していく強い意思を備えている者

a) 学校法人立命館の附属高校生対象のアンケート調査【資料 9】

調査目的	立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部における
	学生確保の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高等教育総合
	研究所)に委託の上で高校生アンケート調査を実施した。
調査対象	2024(令和 6)年度の大学進学時期を迎える学校法人立命館の附属高校 2 年
	生(2022(令和4)年度時点/2024(令和6)年3月卒業予定者)をアンケ
	ートの対象とした。附属高校4校のうち、近畿地方の3校(立命館高等学
	校/京都府、立命館宇治高等学校/京都府、立命館守山高等学校/滋賀県)
	を対象とし、3 校合計で840件の回答を得た。
調査内容	● 問1:回答者の基本情報(居住地)
	● 問 2:高校卒業後の希望進路
	● 問3:映像学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対
	する興味
	● 問4:映像学部への受験意欲
	● 問 5:映像学部への入学意欲
	● 問6:映像学部が併願先または受験しない理由
	以上、全6問で選択肢式。
調査方法	附属高校側の希望に基づき、紙方式・WEB 方式のいずれかでアンケート
	調査を実施。
	● 紙方式の場合、アンケート用紙・映像学部リーフレットを必要部数送
	付。ホームルームで配付の上、その場で回答し回収いただいた。
	● WEB 方式の場合、担当教員のメールアドレスにアンケート調査サイ

	ト URL およびアクセス用 QR コードを送付。自校対象生徒のタブレット端末等に配信の上、原則その場で回答し送信するよう促していただいた。
回収件数	有効回答数 840 件
	(学校法人立命館の附属高校 3 校の協力のもと、回答を得た。紙方式・
	WEB 方式の回収合計)

学校法人立命館附属高等学校のうち、関西圏にある立命館高等学校、立命館宇治高等学校、立命館守山高等学校を対象としたアンケート調査(調査 a)では、本学部の概要、学びの特徴、進路実績、初年度学費(他大学との比較を含む)、キャンパスへのアクセスを示した上で、高校卒業後の進路(「進学(大学)」を選択)、本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味(「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択)、受験意欲(「受験したい」を選択)、入学意欲(「合格した場合、入学したい」を選択)をクロス集計した結果、74人が本学部に入学したい意向を持つ結果となった。

その内訳は、高校卒業後の進路では814人が「進学(大学)」と回答し、そのうち740人が本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味について「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択し、かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択であった。その中で95人が本学部の受験を希望し、その受験希望者の中から74人が「合格した場合、入学したい」という回答を示した。

なお、「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」と回答した者は 21 人となった。

b) 全国の高校生対象のアンケート調査【資料 9】

調査目的	立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部における
	学生確保の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高等教育総合
	研究所)に委託の上で高校生アンケート調査を実施した。
調査対象	2024(令和 6)年度の大学入試を受験する可能性が最も高い高校 2 年生
	(2022 (令和 4) 年度時点/2024 (令和 6) 年 3 月卒業予定者)をアンケー
	トの対象とした。映像学部に入学実績がある高校で、映像学部が学生確保
	の基盤とする近畿地方(大阪府・京都府)をはじめとする全国の高校にア
	ンケート調査実施を依頼し 63 校より 9,603 件の回答を得た(調査 a の附
	属高校生分 840 件は含まない)。
調査内容	● 問1:回答者の基本情報(居住地)
	● 問2:高校卒業後の希望進路

	● 問3:映像学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対
	する興味
	● 問4:映像学部への受験意欲
	● 問 5:映像学部への入学意欲
	● 問6:映像学部が併願先または受験しない理由
	以上、全 6 問で選択肢式。
調査方法	高校側の希望に基づき、紙方式・WEB 方式のいずれかでアンケート調査
	を実施。
	● 紙方式の場合、アンケート用紙・映像学部リーフレットを必要部数送
	付。ホームルームで配付の上、その場で回答し回収いただいた。
	● WEB 方式の場合、担当教員のメールアドレスにアンケート調査サイ
	ト URL およびアクセス用 QR コードを送付。自校対象生徒のタブレ
	ット端末等に配信の上、原則その場で回答し送信するよう促していた
	だいた。
回収件数	有効回答数 9,603 件
	(63 校の協力のもと、回答を得た。紙方式・WEB 方式の回収合計)

一般高校生を対象としたアンケート調査 (調査 b) では、本学部の概要、学びの特徴、進路実績、初年度学費 (他大学との比較を含む)、キャンパスへのアクセスを示した上で、高校卒業後の進路 (「進学 (大学)」を選択)、本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味 (「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択)、受験意欲 (「受験したい」を選択)、入学意欲 (「合格した場合、入学したい」を選択)をクロス集計した結果、283人が本学部に入学したい意向を持つ結果となった。

その内訳は、高校卒業後の進路では 8,550 人が「進学(大学)」と回答し、そのうち 7,341 人が本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味について「映画」 ~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択し、かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択であった。その中で 652 人が本学部の受験を希望し、その受験希望者の中から 283 人が「合格した場合、入学したい」という回答を示した。

なお、「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」と回答した者は 364 人となった。

以上のアンケート調査から、合計 357 人(調査 a および調査 b における「合格した場合、 入学したい」という回答の和)の入学意欲を持つ高校生を確認することができた。この数字 は、新たな入学定員 240 人を大きく上回る。仮に附属高校分の数字を除いたとしても、調 査 b において一般高校生のうち 283 人から「合格した場合、入学したい」という回答を得ており、これだけでも新たな入学定員 240 人を上回っている。このことから、本学部の定員増にあたって、十分に定員を充足できる見込みがあることが確認された。

なお、上記の数字に含まれない、「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」 という回答者は合計 385 人であった。その一部の入学も期待できると考えられる。

また、本学部では毎年度、外国人留学生入試を実施し、現在は定員の約1割の留学生を受け入れている(これまでの受け入れ実績の詳細は、後述「E. 既設学部等の学生確保の状況」を参照)。近年は、留学生の志願者数が増加しており、本学部では入試設計上の募集人数をそれに応じて増やしてきている。コロナ禍の 2021 (令和 3) 年度入試では志願者数は減少したが、2022 (令和 4) 年度入試では再び持ち直して、実質倍率(延べ人数)は 5.17 倍に達している【資料 10】。この実績をふまえれば、留学生確保にも十分な見込みがあるものと判断できる。

B. 同分野を有する近隣大学の志願動向

本学部と同じ「映像」を冠する学部はいまだ国内にはない。また本学部はアート、ビジネス、テクノロジーの3つの視点から「映像」を捉える文理芸融合の教学コンセプトになっている。映像はさまざまな教学領域に関わりうるため、ここでは「同分野を有する近隣大学」として、文・理・芸それぞれの分野の映像教学の動向に言及することとしたい。

まず、「芸」については、近隣の芸術系単科大学の志願動向を取り上げる。たとえば、大阪芸術大学芸術学部は直接映像に関わる学科として、映像学科、アートサイエンス学科、放送学科、キャラクター造形学科、京都芸術大学芸術学部は、映画学科、キャラクターデザイン学科、情報デザイン学科、神戸芸術工科大学芸術工学部は、映像表現学科、ビジュアルデザイン学科を擁しており、いずれの学科も、映画、ゲームからメディアアートまで、デジタル技術を用いた多様な映像表現の教育に携わっている。これらの学科の 2020 (令和 2) ~2022 (令和 4) 年度の一般入試志願者数の推移は、全国的に私大入試の志願者数が大きく落ち込んだ 2021 (令和 3) 年度(14%減)【資料 11】には同様の傾向を示しつつも、2022 (令和 4) 年度には 2020 (令和 2) 年度並みに回復しているか、あるいはむしろそれを超えている学科がほとんどである【資料 12】。

次に、「文」については、近隣の総合大学の志願動向を取り上げる。たとえば、関西大学文学部総合人文学科は16の専修をもち、その一つが映画・映像理論を教学の軸とした「映像文化専修」である。1学部1学科であるため、学部全体の数字ではあるが、2020(令和2)~2022(令和4)年度において、一般入試の志願者数はほぼ現状維持となっている【資料12】。また、近畿大学総合社会学部総合社会学科には社会・マスメディア系専攻があり、ここでは映像制作がカリキュラムに組み込まれている。学部全体だけでなく、当該専攻の一般入試の志願者数はこの3年間で大きく増加している【資料12】。

最後に、「理」についても、上記と同じ、関西大学および近畿大学を取り上げる。関西大学総合情報学部は、メディア情報系、社会情報システム系、コンピューティング系の融合したカリキュラムをもち、純粋に「理」というよりも、いわゆる文系・理系にとらわれない教学方針を掲げている。メディア情報系では映像制作を、社会情報システム系では経営組織論やマーケティングを、コンピューティング系ではプログラミングや CG 制作を扱っており、その点で、本学部のコンセプトとカリキュラム構造に極めて近いと言える。当該学部の一般入試の志願者数は漸減している傾向にあるものの、2022(令和 4)年度においても、500人の定員のうち一般入試の募集人数 280 人に対して約 5,000 人(のべ)の志願者を集めている。一方、近畿大学情報学部は 2022(令和 4)年度に新設された学部であり、その「実世界コンピューティングコース」では、e スポーツ、エンターテインメントコンピューティング、CG 制作を扱っている。最初の入試となった 2022(令和 4)年度入試では、330人の定員のうち一般入試の募集人数 188 人に対して約 12,000人(のべ)の志願者を集めた【資料 12】。

以上のように、関西の近隣大学では、文・理・芸いずれの分野においても、映像と関わりをもつ教学領域を有する学部は志願者を十分に確保しており、また全体として、こうした学部の志願者数は増加傾向にあることが確認できる。このことから、制作の面、あるいは理論の面で「映像」という教学領域に関心をもつ潜在的な志願者層が関西には厚みをもって存在していることは明らかであり、OIC に展開する本学部においても、新たな定員を充足する十分な見込みがあると判断できる。

C. 中長期的な 18 歳人口の全国的、地域的動向

現在、日本の 18 歳人口は縮小傾向にあり、2033(令和 15)年には 2021(令和 3)年に 比べて 12.7 万人(11.1%)の人口減が予測されている。減少率が高いのは東北(2021(令 和 3)年比 79.5%)、減少数が大きいのは近畿(同 26,060 人減)となっている一方、南関東 (同 96.2%)や九州沖縄(同 94.4%)の減少率は低いとされているが、全体としては東京と 沖縄を除くすべての都道府県で減少傾向にある【資料 13】。また、私立大学の志願者動向に 目を向けると、2022(令和 4)年度入試(一般+共通テスト)の志願者数は、はじめて大学 入学共通テストが導入され、コロナ禍の影響もあって志願者が約 55 万人も減少した 2021 (令和 3)年度と同程度の 3,227,421 人であった(前年比 100%)【資料 11】。

こうした厳しい状況下にあっても、後述「E. 既設学部等の学生確保の状況」に詳しく見るように、本学部における一般入試の実質倍率は、2021(令和 3)年度で 5.7 倍、2022(令和 4)年度で 5.1 倍の高い水準を維持している。また、本学部は、大阪・京都を含む近畿圏はもちろんのこと、東京を含む南関東圏、愛知を含む東海圏、福岡を含む九州圏からも多くの志願者を集めており、特に人口集中地域(政令指定都市および特別区部が位置する都道府県)からの志願者は、2021(令和 3)年度で 70.4%、2022(令和 4)年度で 72.0%と、全体の 7 割を超えている【資料 14】。加えて、人口増加あるいは人口減少率 10%未満と予測さ

れている 12 都県からの志願者は、2021(令和 3)年度で全体の 38.2%、2022(令和 4)年度で 35.2%を占めている【資料 14】。以上の実績をふまえるならば、たとえ近畿圏の人口減少があっても、本学部では今後も広域からの十分な志願者の確保を見込むことができる。

D. 競合校の状況

上記のとおり、本学部が一つには映像分野の制作教育を行っていること、もう一つには芸術系の単科大学ではなく総合大学に設置されていることをふまえ、以下の理由で、首都圏の日本大学芸術学部、立教大学現代心理学部、近畿圏の関西大学総合情報学部、近畿大学総合社会学部、近畿大学情報学部を、競合校として選ぶこととした。

日本大学芸術学部は、芸術表現分野に対応した8学科をもっているが、その中で、特に映画学科、放送学科が映像制作と深く関わっている。河合塾の「2023 年度入試難易予想ランキング表(私立大)」によると、本学部は当該学部と同じ「芸術・スポーツ科学系」に分類されており、偏差値が映画学科、放送学科などと同程度である【資料15】ことも、ここに競合校として挙げた理由である。当該学部の学位の名称は「学士(芸術)」である。

立教大学現代心理学部は、心理学科と映像身体学科の 2 学科で構成されており、このうち映像身体学科が映画制作および映画史・映画理論研究をその教学内容としている。この点から、当該学科も上記の「2023 年度入試難易予想ランキング表(私立大)」で「芸術・スポーツ科学系」に分類されている【資料 15】。映像身体学科で得られる学位の名称は「学士(映像身体学)」である。

関西大学総合情報学部は、上記 B.のとおり、メディア情報系、社会情報システム系、コンピューティング系を横断的に学ぶことのできるカリキュラムをもつ。当該学部は、情報をキーワードとした文理融合型の教育を展開しており、「映像」を軸にした文理芸融合型の本学部の教学とカリキュラム構造が極めて近い。当該学部の学位の名称は「学士(情報学)」である。

近畿大学総合社会学部も同様に、人文・社会科学(心理学、社会学、環境学)を基盤に、現代社会の諸課題に対応する学際的なカリキュラムを展開している。1 学科(総合社会学科)のもとに、社会・マスメディア系専攻、心理系専攻、環境・まちづくり系専攻を構え、中でも社会・マスメディア系専攻では「ドキュメンタリー制作」や「映像制作演習」といった実践的な科目が用意されており、映像コンテンツによる地域振興といったテーマも取り入れられている。当該学部の学位の名称は「学士(総合社会学)」である。

近畿大学情報学部は、2022(令和 4)年度に新たに開設された学部であるが、1 学科(情報学科)のもとに、知能システムコース、サイバーセキュリティコース、実世界コンピューティングコースを構えている。中でも、上記 B.のとおり、実世界コンピューティングコースでは、e スポーツ、エンターテインメントコンピューティング、CG 制作を扱っており、学生はゲーム制作に携わっている。当該学部の学位の名称は「学士(工学)」である。

ところで、本学部の学位の名称は「学士(映像学)」であり、「R2 年度学位に付記する専攻分野の名称一覧(学士)」(独立行政法人大学改革支援・学位授与機構)によれば、「映像学」という専攻分野の名称は「その他」の「その他」に分類され、本学部の1件のみである【資料 16】。そのため、同一の「専攻分野」において、競合校を選定することはできない。上記のとおり、これらの競合校の学位の名称はさまざまであるが、日本大学芸術学部を除く他の競合校が人文科学、社会科学、自然科学のそれぞれの観点から「映像」の実践的教育(制作教育)に関わり、学際的な教学を展開している点が本学部と共通している。

以上をふまえて、上記の競合校の学部・学科の 2020 (令和 2) ~2022 (令和 4) 年度の志願状況 (志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率、入学者数、入学定員充足率)を確認した【資料 17】。日本大学芸術学部は、8 学科のうち、映画学科、放送学科が他の学科に比べて概ね高い実質倍率を示している。立教大学現代心理学部映像身体学科は、4.54~5.20 倍の高い倍率を維持しており、2022 (令和 4) 年度には同学部の心理学科を上回った。関西大学総合情報学部は、志願者数、受験者数とも、3 年間で 1,000 人ほど減少したが、最も低い倍率となった 2022 (令和 4) 年度でも 3.77 倍の受験者を集めている。近畿大学総合社会学部は、総合社会学科社会・マスメディア系専攻で、4.53、4.68、5.51 と着実に実質倍率を高めており、私立大学の受験者数が減少した 2021 (令和 3) 年度においてもその影響が及んでいない。同じく近畿大学情報学部は、新設学部であるため、同様の比較は適さないが、全体として 11.7 倍という極めて高い実質倍率を誇っている。

以上の検証の結果、どの大学も入学定員を大きく上回る志願者を確保し、とりわけ映画、 ゲーム、放送等の映像分野の学びへの需要が高いことが確認された。また、いずれの学部の 入学定員充足率も適格であった【資料 17】。

日本大学芸術学部は、すでに触れたように、「2023 年度入試難易予想ランキング表(私立大)」で本学部と同じ「芸術・スポーツ科学系」に分類されているが、ここではさらに、「芸術分野」としての映像制作に対するニーズを確認するため、本学部と同程度の偏差値【資料15】で映像制作教育を行っている芸術系単科大学の武蔵野美術大学造形構想学部、総合大学ではあるものの 2002 (平成 14) 年度に開学した新興の名古屋学芸大学メディア造形学部も、比較対象としてあげておきたい。これら二つの学部はいずれも上記の「ランキング表」で「芸術・スポーツ科学系」に分類されている。

武蔵野美術大学造形構想学部は、クリエイティブイノベーション学科と映像学科から成り、そのうち映像学科では、写真、ドラマ、アニメーション、3DCG、メディアアートなどの映像表現に関する制作教育が行われている。当該学部の学位の名称は「学士(造形構想)」である。一方、名古屋学芸大学メディア造形学部は、映像メディア学科、デザイン学科、ファッション造形学科の3学科から成り、そのうち映像メディア学科では、デジタル映像メディアによるクリエイティビティの創出を目指し、フォト、映画、CG、サウンド、TV、インスタレーションの6領域で実践的な制作教育が行われている。当該学部の映像メディア

学科の学位の名称は「学士(映像メディア)」である。

これらの学部・学科についても、志願状況(志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率、入学者数、入学定員充足率)を確認した【資料 18】。ただし、武蔵野美術大学造形構想学部については、2020(令和 2)~2022(令和 4)年度の 3 か年、名古屋学芸大学メディア造形学部については、志願者数等が直近の 2022(令和 4)年度しか公開されていない(2023年2月現在)ため、2022(令和 4)年度のみが対象である。

これらの検証の結果、やはりどちらの学部も、入学定員を大きく上回る志願者を確保しており、しかも他の学科に比して、映像を主な教育分野とする学科(映像学科、映像メディア学科)がとりわけ多くの志願者を集めていることが確認された。また、いずれの学部の入学定員充足率も適格であった【資料 18】。

以上により、制作を含む映像教育を志向する受験者層は、大阪圏はもちろんのこと、東京圏、名古屋圏のような大都市圏に、確実に厚みをもって存在していると判断できる。また、本学部は競合校である関西大学や近畿大学の立地する大阪府にキャンパスを移転することになるが、上に見たとおり、これらの学部が現代社会や情報を軸に学際的なカリキュラムを設計しているのに対して、本学部は芸術創作の視点を教学に織り込んでいるところに独自性をもつ。その点で、本学部は、大阪圏において、今後もいっそう、芸術に関心のある受験者を惹きつけることができると考えている。

E. 既設学部等の学生確保の状況

a) 収容定員充足率 0.7 倍未満の学部学科における学生確保の状況

本学において、2022 (令和 4) 年 5 月 1 日時点で収容定員充足率が 0.7 倍を下回る学部の学科は、国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科およびグローバル教養学部グローバル教養学科の 2 学科となっており、前者の充足率は 0.56、後者の充足率は 0.69 である。ただし、いずれも各年度とも 5 月 1 日時点の在籍者数および収容定員充足率であり、4 月以外の入学者は含んでいない【資料 19】。

国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科は、日本・アメリカで各 2 年間の留学を必須としており、アメリカン大学での学修中はアメリカン大学の学費額を適用する、学部レベルでは日本国内で唯一の「ジョイント・ディグリー・プログラム」である。そのため、2018(平成30)年度の学科開設以降、2020(令和2)年~2022(令和4)年までの新型コロナウイルスの感染拡大による海外渡航制限の影響や、2022(令和4)年からの円安の影響など、当学科の学生募集には厳しい状況が続いた5年間であった。

アメリカン大学から学修を開始するアメリカン大学ホーム(以下、「AU ホーム」という。) 学生については、開設当初より志願者数が 80~100 名で推移しており(AU ホームの志願 者・合格者数は個人情報保護の観点から、アメリカン大学との協定により、データ上は入学 者数と同数となる)、入学者数の平均も13名と安定している(8~14名で推移)【資料20】。 2022 (令和 4) 年度については、アメリカン大学全体の入学者数を絞ったことによる影響を受け、例年に比べ少ない入学者数 (8 名) となったが、入試政策等について変更がないことをアメリカン大学に確認済であり、2023 (令和 5) 年度以降の入学者獲得に向け、15 名~20 名程度の入学者数確保に向けて前向きな回答を得ている。

一方、立命館大学から学修を開始する学生(以下、「RU ホーム」という。)については、志願者数が 6~17 名、入学者数は 3~8 名で推移し、増加傾向にある【資料 20】。帰国生向け入試の導入や出願が見込まれる高校への訪問および指定校推薦の依頼強化(初年度比 3.2 倍)を図ってきた成果が現れ始めていると考えている。今後も、高校時からアメリカの高校とのダブル・ディプロマを取得するコースを導入している高校や、海外大学への進学者の多い高校、IB コースを設置している高校等への説明会の実施や訪問活動を継続するなど、積極的な広報活動を継続することで、さらなる志願者・入学者の増加を見込んでいる。

2018 (平成 30) 年度~2022 (令和 4) 年 5 月 1 日までの退学者数は 25 名 (RU ホーム 6 名、AU ホーム 19 名) である【資料 21】。そのうち新型コロナウイルスの感染拡大に起因する退学は 20 名と全体の 80.0%を占める。海外渡航制限が緩和されプログラムが正常に運営できている 2022 年度以降、退学者は出ていない状況であり、2023 (令和 5) 年度以降の退学者数も大幅に減る見込みである。

また、国際連携学科としては上記 23 名の退学者数に計上されているものの、新型コロナによる渡航制限等の影響を受け、やむなく「ジョイント・ディグリー・プログラム」の継続を断念し、国際連携学科の母体学部である国際関係学部もしくはアメリカン大学 School of International Service へ転籍した学生も多い(RU ホーム 5 名、AU ホーム 10 名)。海外大学と連携した教育の提供と海外渡航が必須となる「ジョイント・ディグリー・プログラム」では、設置の際、必ず災害その他の理由により教育や学修の継続が困難になった時を想定したセーフティネットとしての転籍制度を導入することが定められている。

なお、4月以外の入学時期(6月)の入学者(AUホーム学生)を含めると、本年度は前述の通りアメリカン大学が入学者数を8名に絞ったことから、7月1日時点の在籍者数は64名、収容定員充足率は0.64になる。

グローバル教養学部グローバル教養学科の入学試験の状況は以下のとおりである。開設 1年目は、事前の広報期間が短かったこともあり、入学者数が低調であった。2年目、3年目については、新型コロナウイルスによる入国制限にともない、入学前に辞退者が相次ぎ、入学定員を下回る入学者となった。入学者の7割が外国人留学生であるグローバル教養学部において、コロナ禍における移動制限は大きな影響を及ぼした。その後、4年目を迎えた2022(令和4)年度は、入学定員を上回る入学があった【資料20】。

また、収容定員充足率が低い背景には、当初入学者数が低調であったことに加えて、入学後の退学者が多いことも一因となってきた。退学者の減少にあたっては、第1に、入国制限 (水際対策の緩和)による改善が大きいと思われるが、その他、グローバル教養学部におい

ても、学生の支援を行うアカデミック・アドバイジング制度の導入(2021(令和3)年度に本格導入)や、入学後のミスマッチを防ぐための広報、入試合否判定の見直しにより、退学者の減少を図っている【資料21】。

上記のとおり、グローバル教養学部では、入学者数の増加、退学者数の減少により、収容定員充足率を向上させてきており、引き続き収容定員充足率の向上を図っていく。なお、グローバル教養学部は4月以外の入学時期(9月)の入学者を含め、退学・除籍者を差し引いた2022(令和4)年10月1日時点での在籍者数は331名、収容定員充足率は0.82であり、すでに0.70は超えている。

b) 本学部の学生確保の状況

本学部の志願者数は、特別入試も含めた全入試方式では、2018(平成30)年度以降、延べ人数では2,091~2,342人で推移、実人数では898~1,016人で推移している。実質倍率は延べ人数で4.66~5.75倍、実人数で3.01~3.58倍の高い水準を維持している。このうち、一般入試だけに限ると、志願者数は延べ人数で1,903~2,119人、実人数で716~845人となる。実質倍率は延べ人数で5.12~6.34倍、実人数で3.34~4.07倍であり、募集人数を大きく上回る実績になっている【資料22】。

また、特別入試においては、近年、留学生入試の志願者が急増している。これまで、本学部では、グローバル化の促進という観点から、入試設計において、留学生入試の合格者枠を漸次拡大してきたが、海外、特にアジア圏からの本学部への強い関心は今後も高まっていくことが予見され、留学生についても、志願者確保の見込みは十分にあると判断できる。なお、2021(令和3)年度はコロナ禍の影響で、志願者数は減少したが、2022(令和4)年度は93人となり、数字は持ち直している【資料10】。

本学部独自のAO入試の志願者数も増加の一途を辿っている【資料23】。本学部のAO入試は、「映像撮影」、「絵コンテ作画」の2種類が実施されてきたが、2020(令和2)年度以降、17人の募集人数に対して、100人を超える志願があった。2022(令和4)年度は、84人と志願者が減少しているが、これはこの年度から「映像撮影」には写真、「絵コンテ作画」には絵を、出願時に事前提出させる運用に変更したためと考えられる。

附属校・提携校推薦入試の志願者数も同様であり、2022(令和 4)年度には推薦枠の上限である 36人となった【資料 24】。

このように、一般入試、留学生入試、AO入試、附属校・提携校推薦入試のいずれにおいても、本学部は順調に志願者数を確保している。入学定員充足率は 1.00 前後を維持しており【資料 22】、その結果、収容定員充足率も適切なものとなっている【資料 25】。

以上の志願状況をふまえれば、制作を含む映像教育を志向する本学部の潜在的な志願者 層が着実に厚みを増してきたことに疑いの余地はなく、今後もこの状況が維持されていく ことが予測される。 2018 (平成 30) 年度は合格者 392 人、2019 (平成 31) 年度は合格者 394 人、2020 (令和 2) 年度は合格者 387 人、2021 (令和 3) 年度は合格者 410 人、2022 (令和 4) 年度は合格者 441 人で、それぞれ定員の 2.33 倍、2.45 倍、2.46 倍、2.42 倍、2.56 倍、2.76 倍の合格者となっているため、240 名の新定員に対し、合格者がその平均値 2.50 倍の 600 人になると想定すれば、仮に受験者数が 2022 (令和 4) 年度の 2,057 人(延べ人数)と同じ数値にとどまったとしても、実質倍率(延べ人数)は 3.43 倍の高水準を維持することが可能である。以上により、本学部の新たな定員は充足可能であると判断できる。

オ 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

本学では、学生募集について、本学キャンパスにおいてオープンキャンパスを実施するとともに、東京・大阪梅田キャンパスおよび名古屋に設置している立命館プラザなどで大学情報や入試情報の提供・相談を行っている。また、高校教員および塾・予備校教職員を対象とした「教員対象説明会」を関西地域およびオンラインで実施し、本学の教育改革や学生生活、就職状況などを概括したうえで、入学試験に関する説明を行い、理解の促進を図っている。それらに加えて、全国主要都市で実施される「一般選抜入試説明会」、オンラインによる「一般選抜 Live(オンライン)説明会」、高校生・保護者を対象に、全国約20都市で実施される「親子のための大学・入試説明会」などを開催しており、広域的な学生募集に取り組んでいる。複数大学の合同による「進学相談会」にも、北海道、神奈川、愛知、大阪、広島、福岡などで参加し、受験生の疑問や質問に答えている。

各種媒体を用いた学生募集については、入学試験要項とあわせて、毎年度、各学部の教学内容および学生生活支援施策、進路・就職状況など大学全般を紹介する「大学案内」を発行し、受験生や保護者に広く行き渡るように工夫を凝らしている。さらに、主な内容については、大学ホームページ・入試情報サイトを通じて広く公表している。

本学は、全国各地で一般入試を実施しており、札幌、仙台、千葉(柏)、埼玉(大宮)、東京(市ヶ谷)、横浜、松本、金沢、福井、静岡、浜松、名古屋、三重、滋賀(草津)、京都、大阪茨木、大阪南、神戸、姫路、和歌山、岡山、広島、松江、山口、高松、松山、北九州、福岡、大分、熊本、鹿児島などが試験会場になっている。全国から志願者を集めるうえで、こうした入試実施体制が果たす役割は大きい。

京都にある同志社大学が約 6 割の志願者、大阪にある関西大学が約 8 割の志願者を近畿 6 県から集めているのに対して、本学においては近畿の志願者は 5 割弱にすぎない。これは、その分、本学が広く全国から志願者を集めていることの証しである【資料 26】。本学部の志願者も同様の傾向を示している【資料 26】。

本学部では、学生募集の方法として、全学で実施・運用する上記の各種入試説明会において、全国的な学部志願者の増加を図るため、本学部の教育内容や教員・学生の活動を紹介するなど、各地で広報活動を行っている。また、全学の入試情報サイトを基盤としながら、学

部独自のウェブサイトで、本学部に特化した志願者層への募集情報も発信している。それら に加えて、本学部の入試委員の教員により、高等学校への直接訪問活動も行われている。

海外に向けた学生募集の取組としては、日本語のほか、英語・中国語・韓国語での記載を行ったパンフレットの発行を行っている。さらに、2014 (平成 26) 年度から、海外への広報を強化する目的で、国際的な映像コンテンツ展示会「香港フィルマート」やデジタル映像の国際カンファレンス「SIGGRAPH ASIA (シーグラフアジア)」などに出展を行い、学生作品と学部の紹介を行っている。

毎夏実施されているオープンキャンパスの 1 日平均の参加者数はコロナ禍でオンライン開催のみになった 2020 (令和 2) 年度を除いて 1,000 人を超えている【資料 27】。2019 (平成 31) 年度まで、オープンキャンパスは 2 日間の開催であったが、2020 (令和 2) 年度以降、1 日の開催に変更となった。その代わりに、2021 (令和 3) 年度以降は、対面とオンラインによるハイブリッド開催になり、全国の高校生が参加しやすい環境をつくっている。

京都駅の南に位置するイオンモール KYOTO 内の T・ジョイ京都、KOTO ホールで、毎年度末に開催されている卒業制作展(「立命館映像展」)も、志願者層に学部の学びを伝える機会になっており、各種入試説明会などで、本イベントへの参加を促している。実地で開催されていた 2019(平成 31)年度までの参加者は、各年度、開催 3 日間で延べ 1,000 人以上を数えている。2020(令和 2)年度、2021(令和 3)年度はコロナ禍でやむなくオンライン開催となったが、その分、参加へのハードルが下がり、ページビュー数は 4 日間で延べ 5,000件前後となった【資料 28】。

これらの取組の効果は、本学部の志願者数の増加に明確に現れている。2007 (平成 19) 年度に開設された本学部の2サイクル目の初年度にあたる2011 (平成23) 年度には、志願者数 (延べ人数) は1,349 人にすぎなかったが、直近の2022 (令和4) 年度には、2,131 人にまで増加している【資料29】。

今後も、学内関係部署との密接な連携のもとに、以上のような広報活動を継続的に実施していく。それに加えて、OIC への移転に伴う本学部の新展開――交通至便な環境の実現、最新鋭の設備を導入した新棟の設置、教員組織の拡充による教学内容のさらなる充実――を、オープンキャンパスや高校訪問、ウェブサイト、冊子などを通じて、広くかつ着実に発信する。このような取組の継続によって、本学部のブランド力を高めることが、近畿のみならず、全国から(しかもとりわけ大都市圏から)の長期的な志願者確保を可能にすると見込んでいる。

(2) 人材需要の動向等社会の要請

① 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的(概要)

立命館大学・大学院を含む立命館学園は、「自由と清新」を建学の精神として設立され、 第2次世界大戦後、戦争の痛苦の体験をふまえて、教学理念を「平和と民主主義」として、 学園の教学の展開および管理運営を行ってきた。学園は、これらの到達点の上に建ち、2006 (平成 18)年にその理念・目的を「立命館憲章」として定めている。

その理念・目的は、以下のように、「立命館憲章」に具体的に書き込まれている。

立命館は、人類の未来を切り拓くために、学問研究の自由に基づき普遍的な価値の創造と人類的諸課題の解明に邁進する。その教育にあたっては、建学の精神と教学理念に基づき、「未来を信じ、未来に生きる」の精神をもって、確かな学力の上に、豊かな個性を花開かせ、正義と倫理をもった地球市民として活躍できる人間の育成に努める。

本学部は、ここに示された「普遍的な価値の創造と人類的諸課題の解明」に貢献するべく、 日本の映像コンテンツの文化および産業を支える人材要請に応え、多様な映像分野を横断 しながら開拓し、多様な職種においてクリエイティビティを活かした「主体的な課題解決」 を可能とする人材の育成を、教育研究上の目的とし、これを以下のように定めている。

映像学部は、映像学を教育研究することにより、映像と人間の関係に対する深い理解を 有するとともに、映像コンテンツの可能性を開拓し、映像を通じて広く人類と社会に貢献していく人間を育成することを目的とする。

この教育研究上の目的のもとに、学生が卒業時に身につけるべき能力として、下記の教育 目標を定めている。

《教育目標》

- 1. (関心・意欲・態度)
- ①さまざまな価値観や文化に対する関心のもと、主体的に映像の受容や生成に関わる意欲を持つことができる。
- ②倫理観と責任感を持ちながら、他者と協力して課題を解決しようとする態度を持つことができる。
- 2. (知識・理解)
- ①映像文化の歴史に通じ、映像に関する芸術的、経済的、工学的な視点を備えた基本的知識を持つことができる。
- ②映像の制作から活用に至る専門的知識を身につけることができる。
- ③映像に関わる社会的諸課題について理解することができる。
- 3. (技能・表現)
- ①主題を他者に伝えるために適切な表現方法と媒体を選択し表現することができる。
- ②デジタル映像技術や情報ネットワーク技術を活用することができる。
- ③日本語だけでなく外国語を運用して情報を収集することができ、他者と意見を交換することができる。
- 4. (思考・判断)

①映像を有益な社会的資源として利活用することを見据えつつ、時代や社会環境の変化 をふまえて、映像に関わる諸課題を考察し、自らの見解を構成することができる。

本学部の開設から 15 年を経たが、その間、デジタル技術とそれを基盤とする「映像」のあり方は大きな変革を遂げてきた。

動画共有サービスやソーシャルネットワーク・サービス、ブログなどのオンラインメディアの登場により、膨大な映像コンテンツが共有されているが、映画やアニメーションといった映像作品だけではなく、企業広告や政治的主張、教育、文化、あるいは料理の作り方まで、プロフェッショナルかアマチュアかを問わず、あらゆる市民活動が映像をコミュニケーション手段として共有され、相互的な作用を引き起こしている。この相互作用は同時に、さまざまな人々による映像表現そのものへの刺激にもなっている。このような事態は、私的個人が中心となって巨大な映像データベースを構築し、また他者へと循環する映像メディアによる巨大なネットワークが形成されていることを意味する。

スマートフォンやタブレットなどのモバイル・メディア技術の登場は、地球上のあらゆる場所を映像の発信・受容地へと変貌させた。ウェアラブルデバイスやプロジェクションマッピング技術、デジタルサイネージ、VR(Virtual Reality)デバイスなどに代表されるインタラクティブ映像技術は、身体や建築、都市をも映像メディアの範疇として組み込もうとしている。また、制作支援に関わるテクノロジーの発展が、メディアテクノロジーが表現のパーソナル化をも引き起こしている。映像制作ソフトウエアの発展はもとより、CGやデジタルゲーム開発におけるミドルウェアの発展やクラウド・サーバーを利用した制作・開発環境は表現に関わる技術的障壁を低くし、クラウドファンディングなどによる経済的な支援体制も整いつつある。

さらに、こういった映像表現と映像技術の発展は、産業的な観点からも社会転換を促している。これは、単なる制作と発信、流通がデジタル化されたことだけを意味するのではなく、製造業が先進国から開発途上国へと分散した現在においては、天然資源への依存度を縮小させる、創造性を用いた付加価値社会への転換を促すものである。

この「創造性を用いた付加価値社会」において活躍することのできるクリエイティブな人 材の育成が今強く求められていることに疑問の余地はない。本学部の人材育成目的および 教育目標は、その社会的要請に応えていくものである。

② 上記①が社会的、地域的な人材需要動向等を踏まえていることの客観的な根拠ア 社会的、地域的な人材需要の動向

次世代の社会を担うクリエイティブ人材へのニーズは高まっている。一般社団法人日本 経済団体連合会(経団連)のアンケート調査(「採用と大学改革への期待に関するアンケート結果」)では、「特に期待する資質」として、回答企業の約8割が「主体性」、「チームワー ク・リーダーシップ・協調性」をあげており、また、「特に期待する能力」として、「課題設定・解決能力」、「論理的思考力」、「創造力」が回答の上位を占めていることが報告されている【資料 30、p.5】。ここでは、これらの能力は「Society 5.0 において求められる能力」であるとも指摘されている【資料 30、p.5】。さらに、「特に期待する知識」については、8割以上が「文系・理系の枠を超えた知識・教養」をあげており、これはアート、ビジネス、テクノロジーの3つの総合的な視点から、文系・理系の枠を超えて「映像」を幅広く学ぶ本学部の教学特性に合致した調査結果になっている【資料 30、p.5】。

関西地域においては、「未来社会の実験場」をコンセプトに掲げ、オンラインプラットフォームの構築、デジタル技術、次世代モビリティなどのショーケース事業の展開を計画に織り込んだ大阪・関西万博(https://www.expo2025.or.jp/)が 2025(令和 7)年に開催されることになっており、さらに同年には、世界最大級のアートフェスティバルを目指す「大阪関西国際芸術祭」の開催も予定されている。経済産業省近畿経済産業局では、「VR/AR/MR のビジネス用途での活用機運を高め、自社の経営課題解決や新たなサービス創出にチャレンジする企業を増やすことを目指す」ための「VR/AR/MR 活用促進プロジェクト」を実施している(https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/vr/index.html)。KYOTO CMEX は、京都を「映画やゲーム、マンガといった日本を代表するエンターテインメント&カルチャーの発祥の地」と位置づけ、「コンテンツ産業の振興」、「人材の育成・交流」、「国際競争力の強化」を理念に掲げて、さまざまなイベントの開催やクリエイターの支援を行っている(https://cmex.kyoto/)。こうした公的セクターの取組は、関西地域において、映像コンテンツを基盤とした産業活性化への期待が高まっていることを証するものである。

ここでは、コンテンツ産業を含む情報通信業に対するニーズが大阪圏で高まっていることにも言及しておきたい。内閣府の「地域の経済 2020-2021」では、「三大都市圏では、男性で情報通信業の雇用者の増加が続き、女性でも足もとでは情報通信業の雇用者が増加している」と指摘されている【資料 31、p.131】。三大都市圏のうち、大阪圏を含む近畿はもちろんのこと、東京圏を含む南関東、名古屋圏を含む東海は、本学部の志願者が多く分布する地域である【資料 26】。中でも、南関東出身の比率は、他大学や本学全体と比べても、突出して高い(2022(令和 4)年度の数値では、関西大学全体の約 8 倍、同志社大学や本学全体の約 3 倍の比率である)【資料 26】。これは、本学部の教育目標、志願者層の学習意欲、地域の人材需要の方向がしっかりと噛み合っていることを示している。

本学部の2019 (平成31) ~2021 (令和3) 年度の進路実績は、映画会社、通信会社、テレビ局、アニメーション制作会社、CG制作会社、ゲーム制作会社、広告代理店、広告制作会社などが代表的な就職先となっている。上記3か年において、本学キャリアセンターが把捉している卒業生287人の就職先企業・団体の業種比率は、やはり情報通信業が圧倒的に高く、全体の約半数(48.08%)を占めている【資料32】。そのうち、留学生の卒業生11人の就職先企業・団体の内訳は、情報通信業6人、製造業および卸売業、小売業各2人、教

育・学習支援業 1 人となっている【資料 32】。なお、これらの留学生の就職先はすべて日本 国内の企業である。

本学における留学生は韓国、中国からの出身者がほとんどである(直近 5 年間の留学生67 名の内訳は、韓国出身者 41 名、中国出身者 22 名、台湾出身者 2 名、アメリカ出身者 1 名、ミャンマー出身者 1 名)。日本のコンテンツ産業の活性化に向けて、コンテンツ市場規模を拡大し続けている中国や海外市場の開拓に成功し、好調なコンテンツ輸出を続けている韓国との連携は、今後ますます欠かせないものとなっていくだろう【資料 33、pp.1-2】【資料 34、pp.21-25】。また、2021(令和 3)年度、2022(令和 4)年度の「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査」によれば、「外国人留学生が就いた職種」として、製造業、非製造業を問わず、「IT・ソフトウエア関連」の企業への就職が際立っている【資料35、p.3】【資料 36、p.3】。また、出身地域については、中国は2021(令和 3)年度、2022(令和 4)年度のいずれも、東南アジアに次ぐ2位であり、韓国も2022(令和 4)年度に急増して3位になっている【資料35、p.9】【資料36、p.9】。現状ではまだ目に見える成果があがっているわけではないが、本学部留学生の卒業生は、日本のコンテンツ産業との連携を深め、これからの東アジアのデジタルコンテンツ市場をさらなる発展に導いていく人材になっていくことが期待される。

イ 企業・関係機関等への採用意向調査

以上をふまえ、本学部の新たな教学展開と定員増に関わって、本学部の人材に対する社会的、地域的な需要を明らかにするため、企業・関係機関等への採用意向を確認する学外アンケート調査を実施した【資料 37】。

その概要および結果は以下のとおりである。

【本学部が養成する人材に対する採用意向】

対象者	発送日	調査期間	採用希望	採用希望
刈豕白		神 <u>神</u>	企業数	人数
企業・関係機関等	2022年9月28日	9月30日~10月26日	136 社	333 人

調査目的	立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部における
	卒業生の人材需要の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高等
	教育総合研究所)に委託の上で人材需要アンケート調査を実施した。
調査対象	映像学部の卒業生の採用が期待される全国の以下の企業に人材需要アン
	ケート調査を依頼した。
	映像学部卒業生採用実績先 437 箇所
	・メディア/広告/デザイン/情報通信業 1,228 箇所

	※従業員規模 100 名以上に限定
	・上場・未上場大手 623 箇所
	※東洋経済の企業データベースよりセレクト
	※従業員規模 2,000 名以上に限定
	以上の合計 2,288 箇所を依頼対象とした。
調査内容	● 問1~3:回答企業の基本情報(業種、所在地、従業員・職員数)
	● 問4:事業・業務に関連する映像学部のカリキュラム内容
	● 問 5:映像学部の社会的ニーズ
	● 問 6:卒業生に対する採用の意向
	● 問7:(問6で「採用したい」とした場合)採用可能人数
	● 問8:立命館大学映像学部への要望・期待する点
	以上、全8問で問1~7は選択肢式、問8は自由記述。
調査方法	調査対象先の人事・採用担当者宛に依頼状・アンケート調査用紙・立命館大
	学映像学部リーフレット・返送用封筒を各1部送付した(依頼状には WEB
	回答用サイトへの URL・QR コードを記載)。ご協力いただける場合は、
	紙方式・WEB 方式のいずれかで回答いただいた。
回収件数	有効回答数 296 件(回収率 12.9%)

【対象企業の内訳】

業種	件数
農業、林業、漁業、鉱業	0
建設業	13
製造業	31
電気、ガス、熱供給、水道業	2
通信業、放送業	26
情報サービス業	43
インターネット付随サービス業	9
映像・音声・文字情報制作業	33
運輸業	7
卸売業、小売業	29

業種	件数
金融業、保険業	11
不動産業、物品賃貸業	2
宿泊業、飲食サービス業	6
教育、学習支援	2
医療、福祉	2
学術研究、専門・技術サービス業	42
複合サービス業、その他サービス	7
公務	1
その他	11
無回答	19

このアンケート調査では、本学部の社会的ニーズについて、「ニーズは極めて高い」「ニーズはある程度高い」という肯定的回答が267社あり、全体の90.2%を占めた。本学部の卒業生を社員として採用することについては、136社(45.9%)が「採用したい」と回答し、高い採用意欲を示した。「採用したい」とした136社に、本学部から「採用を検討したいと思われる人数」の回答を求めたところ、その人数は333人となり、定員増後の入学定員240

人を大きく超えるものとなった。

本学部に期待する点について、自由記述での回答を求めたところ、映像業界はもとより、「昨今は採用であれ広報であれ、映像や視覚的情報を必要するコンテンツが増えているため、その方面の知識をお持ちの方がいると弊社としても心強い」(製造業)、「総合物流企業においても、動画(教育、メッセージ、情報共有等)は必要不可欠」(運輸業)、「航空機開発における、VX、VRを使った開発が始まっていることから、今後、そのような分野でも期待がある」(学術研究、専門・技術サービス業)、「IT系やデジタル関連に深く関連のある分野になるので、システム系に精通した方であったり、映像制作の能力が高ければ、広報系にも起用したい」(運輸業)など、他業種からも、本学部の育成する人材への高い期待が示された。

また、近畿圏に所在地のある企業の回答を見ると、本学部の社会的ニーズについては、「ニーズは極めて高い」が 14 件 (23.3%)、「ニーズはある程度高い」が 40 件 (66.7%) であり、合計 54 件 (90.0%) であった。同じく、本学部卒業生の採用意向については、「採用したい」が 28 件 (46.7%) であり、1 社あたりの採用可能人数は 2.46 人であった。これらの数値は、全国平均の社会的ニーズ 90.2%、採用意向 45.9%、採用可能人数 2.49 人とほぼ同等の評価であった。このように、本アンケートでは、本学部が立地する近畿圏においても、全国と同等の高い水準の社会的ニーズ、採用意向が示されたことが確認できる。

以上から、本学部の社会的、地域的な人材需要が十分に高いことが確認された。

以上

学生確保の見通し等を記載した書類(資料)

目次

資料1	平成 26 年度知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業 (コンテンツ分
	野における商標権、著作権等の管理・活用に関する実態調査)(13頁)
資料2	平成 29 年度知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業におけるコンテン
	ツ分野の海外市場規模調査(11 頁)4
資料3	知的財産推進計画 2022(59-66 頁)5
資料4	知的財産推進計画 2022(92-101 頁)
資料5	経済活動別県内総生産および要素所得(名目)(9)情報通信業23
資料6	地域の経済 2020-2021 - 地方への新たな人の流れの創出に向けて - (61-62 頁).24
資料7	競合校である他の総合大学の学部・学科の入学定員26
資料8	近隣の芸術系単科大学および競合校である他の総合大学の学部・学科の学費27
資料9	立命館大学映像学部学生確保の見通し調査【入学定員増構想についての高校生アン
	ケート調査】報告書
資料10	本学部の留学生入試の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率66
資料11	2022 年度入試結果_私立大学_河合塾67
資料12	本学部と同分野を有する近隣大学の志願動向70
資料13	リクルート進学総研マーケットリポート vol.94(2022 年 5 月号)72
資料14	本学部一般入試志願者の分布率98
資料15	2023 年度入試難易予想ランキング表(私立大)芸術・スポーツ科学系100
資料16	学位に付記する専攻分野の名称一覧(学士)104
資料17	競合校の志願者数、受験者数、合格者数、入学者数、入学定員充足率の推移120
資料18	競合校(芸術系学部)の志願者数、受験者数、合格者数、入学者数、入学定員充足率
	の推移123
資料19	本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部
	グローバル教養学科の在籍者数、収容定員充足率124
資料20	本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部
	グローバル教養学科の入学試験状況125
資料21	本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部
	グローバル教養学科の退学・除籍者数126
資料22	本学部の過年度入試結果127
資料23	本学部独自の AO 入試の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、入学者数 .128
資料24	本学部の附属校・提携校推薦入試の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、入学
	者数129
資料25	本学部の在籍者数、収容定員充足率130
資料26	各大学における一般入試志願者の分布率131

資料27	本学部のオープンキャンパスの参加者数の推移13	2
資料28	本学部の卒業制作展(「立命館映像展」)の参加者数の推移13	3
資料29	本学部の志願者数、受験者数、合格者数の推移グラフ13	4
資料30	一般社団法人日本経済団体連合会(経団連)「採用と大学改革への期待に関するアン	/
	ケート結果」2022 年 1 月 18 日13	5
資料31	地域の経済 2020-2021-地方への新たな人の流れの創出に向けて-(130-132 頁)	
	14	5
資料32	本学部卒業生の就職先企業・団体の業種比率14	8
資料33	日本コンテンツの海外展開に関する調査報告書―中国編―(1-2 頁)14	9
資料34	プラットフォーム時代の韓国コンテンツ産業振興策および事例調査(21-25 頁)	
		1
資料35	外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査(2021 年 12 月調査)15	6
資料36	外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査(2022 年 12 月調査)16	8
資料37	立命館大学映像学部人材需要の見通し調査【入学定員増についての人材需要アンク	Γ
	ート調査】報告書18	0

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料1 (3ページ) 「平成26年度知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業 (コンテンツ分野における商標権、著作権等の管理・活用に関する実態調査)」

2. 出典

A. T. カーニー株式会社

3. 引用範囲

https://dl.ndl.go.jp/pid/11280997/1/1 (13 ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 2 (4ページ) 「平成 29 年度 知的財産権ワーキング・ グループ等侵害対策 強化事業における コンテンツ 分野の海外市場規模調査」

2. 出典

経済産業省

3. 引用範囲

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/2017_kaigaishijochosa.pdf (11ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料3 (5ページ) 知的財産推進計画2022 (案) ~意欲ある個人・プレイヤーが 社会の知 財・無形資産をフル活用できる 経済社会への変革~

2. 出典

知的財産戦略本部

3. 引用範囲

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/220603/siryou2.pdf (59-66 ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料4 (13ページ) 知的財産推進計画2022 (案) ~意欲ある個人・プレイヤーが 社会の知 財・無形資産をフル活用できる 経済社会への変革~ (92-101ページ)

2. 出典

知的財産戦略本部

3. 引用範囲

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/220603/siryou2.pdf (92-101 ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 5 23 ページ 「経済活動別県内総生産および要素所得(名目)」2019 年度(令和元年度) (9)情報通信業

2. 出典

経済社会総合研究所

3. 引用範囲

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/2017_kaigaishijochosa.pdf

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 6 24ページ 地域の経済 2020-2021-地方への新たな人の流れの創出に向けて-

2. 出典

経済社会総合研究所

3. 引用範囲

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/2017_kaigaishijochosa.pdf (61-62 ~~ \circlearrowleft)

資料 7 競合校である他の総合大学の学部・学科の入学定員

大学名	学部名	学科名・専攻名	学科入学定員
		写真学科	100
		映画学科	150
		美術学科	60
		音楽学科	90
日本大学	芸術学部	文芸学科	120
		演劇学科	126
		放送学科	120
		デザイン学科	100
		計(学部入学定員)	866
	現代心理学部	心理学科	143
立教大学		映像身体学科	176
		計(学部入学定員)	319
関西大学	総合情報学部	総合情報学科	500
		計(学部入学定員)	500
	学総合社会学部	総合社会学科社会・マスメディア系専攻	238
近畿大学		総合社会学科心理系専攻	136
型		総合社会学科環境・まちづくり系専攻	136
		計(学部入学定員)	510
近畿大学	情報学部	情報学科	330
四畝八子	旧拟子印	計(学部入学定員)	330

資料 8 近隣の芸術系単科大学および競合校である他の総合大学の学部・学科の学費

大学名	学部名	学科名・専攻名	初年次納入金	総学費
立命館大学	映像学部	映像学科	¥2,092,600	¥7,770,400

【近隣の芸術系単科大学の学部・学科】

	芸術学部	映像学科	¥1,790,000	¥6,350,000
大阪芸術大学		アートサイエンス学科	¥1,720,000	¥6,070,000
人		放送学科	¥1,790,000	¥6,350,000
		キャラクター造形学科	¥1,790,000	¥6,350,000
	芸術学部	映画学科	¥1,939,660	¥6,994,660
		キャラクターデザイン学科	¥1,939,660	¥6,994,660
		〈キャラクターデザインコース〉		
		キャラクターデザイン学科	¥1,889,660	¥6,794,660
		〈マンガコース〉		
京都芸術大学		情報デザイン学科	¥1,889,660	¥6,794,660
		〈ビジュアルコミュニケーションデザインコース〉		
		情報デザイン学科	¥1,889,660	¥6,794,660
		〈イラストレーションコース〉		
		情報デザイン学科	¥1,939,660	V6 004 660
		〈クロステックデザインコース〉		¥6,994,660
神戸芸術工科大学	芸術工学部	映像表現学科	¥1,650,000	¥6,220,000
147万州上沿入子		ビジュアルデザイン学科	¥1,650,000	¥6,220,000

【競合校である他の総合大学の学部・学科】

		映画学科〈映像表現・理論〉	¥1,930,000	¥6,940,000
日本大学	芸術学部	映画学科〈監督、撮影・録音〉	¥1,980,000	¥7,140,000
口华八子		映画学科〈演技〉	¥1,910,000	¥6,860,000
		放送学科	¥1,900,000	¥6,940,000
立教大学	現代心理学部	心理学科	¥1,386,500	¥4,996,000
立教八子		映像身体学科	¥1,411,500	¥5,096,000
関西大学	総合情報学部	総合情報学科	¥1,589,000	¥5,926,000
近畿大学	総合社会学部	総合社会学科	¥1,361,500	¥4,816,000
近畿大学	情報学部	情報学科	¥1,718,500	¥6,304,000

[※]初年次は入学金、諸会費(校友会費等)を含む。

※総学費は初年次の入学金、諸会費(校友会費等)、2年次以降の諸会費(校友会費等)を 含む。

※他大学の学費は各大学ホームページ掲載情報等に基づく (2023年2月時点)。

立命館大学 映像学部 学生確保の見通し調査 【入学定員増構想についての高校生アンケート調査】 報告書

2023 (令和 5) 年 1 月 株式会社高等教育総合研究所

立命館大学 映像学部 学生確保の見通し調査 (入学定員増構想についての高校生アンケート調査) 報告書 目 次

1	立命館大学 映像学部 学生確保の見通し調査 結果のまとめ	2
1.	高校生アンケート調査(全体)概要	3
2.	高校生アンケート調査(全体)ポイント	4
3.	高校生アンケート調査(全体)クロス集計結果	8
2	【調査 a】学校法人立命館の附属高校生対象のアンケート調査 結果	9
1.	高校生アンケート調査(附属高校生)概要	10
2.	高校生アンケート調査(附属高校生)集計結果	11
3.	高校生アンケート調査(附属高校生)ポイント	14
4.	高校生アンケート調査(附属高校生)クロス集計結果	18
3	【調査 b】全国の高校生対象のアンケート調査(調査 a の附属高校生は含まない)結果	19
1.	高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) 概要	20
2.	高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) 集計結果	21
3.	高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) ポイント	24
4.	高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) クロス集計結果	28
添作	<u> </u>	29
【刹	氏版】立命館大学 映像学部「入学定員増構想についての高校生アンケート調査」用紙	30
【刹	氏版】立命館大学 映像学部 リーフレット	32
[w	eb 版】立命館大学 映像学部「入学定員増構想についての高校生アンケート調査」 回答サイトイメージ	33

① 立命館大学 映像学部 学生確保の見通し調査 結果のまとめ

1. 高校生アンケート調査(全体)概要

立命館大学が 2024 (令和 6) 年度に入学定員増構想中の映像学部の学生確保の見通しにつ いて検証するために、以下の高校生を対象としたアンケート調査を実施した。

対象高校	高校数	有効回答 数
学校法人立命館の附属高校 ※詳細は9~18ページ「②【調査a】学校法人立命館の附属高校生対象のアンケート調査 結果」参照	3校	840 件
映像学部に入学実績のある全国の高校(附属高校は含まない) ※詳細は19~28ページ「③【調査b】全国の高校生対象のアンケート調査(調査aの附属高校生は含まない) 結果」参照	63 校	9,603件
合 計	66 校	10,443件

所在地別・アンケート回答高校数 在籍高校所在地別・回答者数

	公立	私立	合計	構成比
宮城県	1	1	2	3.0%
秋田県	1	0	1	1.5%
群馬県	0	1	1	1.5%
埼玉県	0	1	1	1.5%
東京都	0	3	3	4.5%
石川県	0	1	1	1.5%
福井県	1	0	1	1.5%
長野県	2	0	2	3.0%
岐阜県	1	0	1	1.5%
愛知県	2	2	4	6.1%
三重県	0	1	1	1.5%
滋賀県	3	1	4	6.1%
京都府	3	9	12	18.2%
大阪府	8	12	20	30.3%
兵庫県	1	2	3	4.5%
奈良県	1	2	3	4.5%
和歌山県	0	1	1	1.5%
福岡県	0	2	2	3.0%
佐賀県	1	1	2	3.0%
大分県	0	1	1	1.5%
合計	25	41	66	100.0%
構成比	37.9%	62.1%	100.0%	

	ハントルトログル	四十十	2/	
	公立	私立	合計	構成比
宮城県	98	262	360	3.4%
秋田県	187	0	187	1.8%
群馬県	0	201	201	1.9%
埼玉県	0	204	204	2.0%
東京都	0	327	327	3.1%
石川県	0	440	440	4.2%
福井県	90	0	90	0.9%
長野県	24	0	24	0.2%
岐阜県	231	0	231	2.2%
愛知県	155	395	550	5.3%
三重県	0	119	119	1.1%
滋賀県	841	266	1,107	10.6%
京都府	262	1,600	1,862	17.8%
大阪府	850	2,602	3,452	33.1%
兵庫県	69	169	238	2.3%
奈良県	70	114	184	1.8%
和歌山県	0	25	25	0.2%
福岡県	0	581	581	5.6%
佐賀県	108	72	180	1.7%
大分県	0	81	81	0.8%
合計	2,985	7,458	10,443	100.0%
構成比	28.6%	71.4%	100.0%	

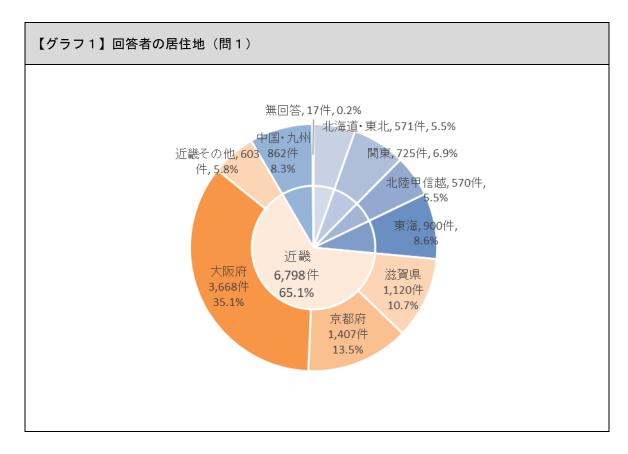
2. 高校生アンケート調査(全体)ポイント

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

● 回答者の居住地は近畿地方をはじめ、映像学部への志願者が存在するさまざまな地域に わたる。

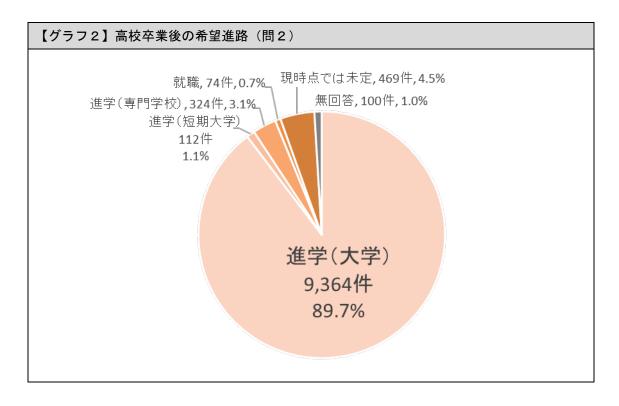
立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部についての高校生アンケート調査を実施し、有効回答 10,443 件の集計を行った。

その結果、回答者の居住地は 2024 年度より映像学部が移転予定の「大阪府」3,668 件 (35.1%)が最も多く、次いで現在の所在地「京都府」1,407 件 (13.5%)であった。他に「滋賀県」1,120 件 (10.7%)など、近畿地方合計は 6,798 件 (65.1%) であった。加えて映像学部は全国から志願者を確保していることから、全国各地の高校から協力を得ることができた。



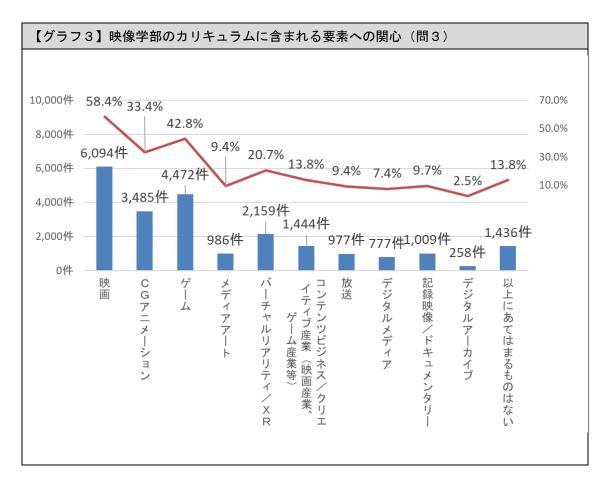
● 回答者の約9割が、高校卒業後の希望進路を「進学(大学)」と回答。

高校卒業後の希望進路については、「進学(大学)」9,364件(89.7%)であり、回答者の約9割を占める回答となった。



● 立命館大学「映像学部」カリキュラムに含まれる要素に高校生が興味を示す。

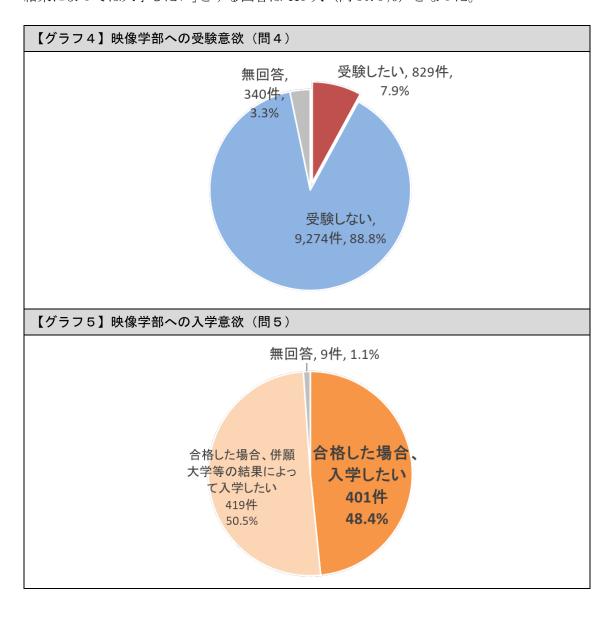
映像学部のカリキュラムに含まれるアート、ビジネス、テクノロジーの要素のうち、高校生が「興味がある」として最も回答数が多かったのは「映画」6,094 件(58.4%)であった。次いで、「ゲーム」4,472 件(42.8%)や「CG アニメーション」3,485 件(33.4%)が多かった。他にも映像学部のカリキュラムに含まれる要素に対して高校生から興味が示された一方で、「以上にあてはまるものはない」は1,436 件(13.8%)に留まり、映像学部の教学分野が高校生の関心を広く集めている状況が明らかとなった。



● 増員後の定員を大きく上回る829人が受験意欲、401人が強い入学意欲を示す。

立命館大学が入学定員増ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転を予定する映像学部 (現行 160 名→定員増後 240 名)の概要を示し、受験・入学意欲について回答を求めた。その 結果、829 人 (7.9%)が映像学部を「受験したい」と回答した。

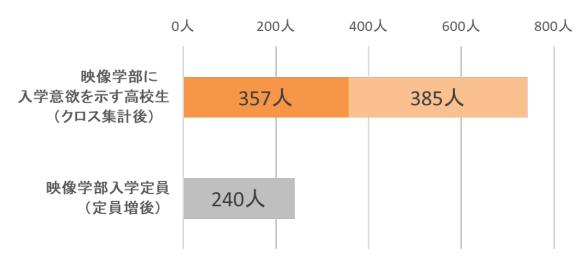
それら 829 人に対して合格した場合の入学意欲について回答を求めた結果、強い入学意欲を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」とする回答は、401 人(上記 829 人の48.4%)で、回答者の概ね半数を占める回答となった。また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は419 人(同 50.5%)となった。



3. 高校生アンケート調査(全体)クロス集計結果

映像学部への受験・入学意欲を示した者のうち、希望進路(問2)を「進学(大学)」、興味のあるカリキュラム内容で「映画」~「デジタルアーカイブ」を選択かつ「以上に当てはまるものはない」を未選択の回答者のクロス集計結果は、入学意思を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」は357人、また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は385人であった。クロス集計結果を踏まえてもなお、予定する入学定員240名を大きく上回る水準で入学希望者がいることが明らかとなった。

その内訳は、高校卒業後の進路では9,364人が「進学(大学)」と回答し、そのうち8,081人が本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味について「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択し、かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択であった。その中で747人が本学部の受験を希望し、その受験希望者の中から357人が「合格した場合、入学したい」、385人が、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」という回答を示した。



- ■合格した場合、入学したい
- ■合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい

以上の結果より、立命館大学が2024(令和6)年4月に入学定員増を構想する「映像学部」の学生確保の見通しは、予定する入学定員の240名を大幅に上回る回答結果を得ることができた。

以上

2	【調査a】	学校法人立命館	の附属高	万校生対象のア	ンケート調査
		結	;	果	

1. 高校生アンケート調査(附属高校生)概要

調査目的	立命館大学が2024(令和6)年度に入学定員増構想中の映像学部における 学生確保の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高等教育総 合研究所)に委託の上で高校生アンケート調査を実施した。
調査対象	2024(令和6)年度の大学進学時期を迎える学校法人立命館の附属高校2年生(2022年度時点/2024年3月卒業予定者)をアンケートの対象とした。附属高校4校のうち、近畿地方の3校(立命館高等学校/京都府、立命館宇治高等学校/京都府、立命館守山高等学校/滋賀県)を対象とし、3校合計で840件の回答を得た。
調査内容	 問1:回答者の基本情報(居住地) 問2:高校卒業後の希望進路 問3:映像学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味 問4:映像学部への受験意欲 問5:映像学部への入学意欲 問6:映像学部が併願先または受験しない理由以上、全6問で選択肢式。
調査時期	2022(令和 4)年9月~10月
調査方法	附属高校側の希望に基づき、紙方式・WEB 方式のいずれかでアンケート調査を実施。 ■ 紙方式の場合、アンケート用紙・映像学部リーフレットを必要部数送付。ホームルームで配付の上、その場で回答し回収いただいた。 ■ WEB 方式の場合、担当教員のメールアドレスにアンケート調査サイト URL およびアクセス用 QR コードを送付。自校対象生徒のタブレット端末等に配信の上、原則その場で回答し送信するよう促していただいた。
回収件数	有効回答数 840 件 (学校法人立命館の附属高校 3 校の協力のもと、回答を得た。紙方式・ WEB 方式の回収合計)

2. 高校生アンケート調査(附属高校生)集計結果

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

問1 あなたがお住まいの都道府県をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢 ※回答者0の都道府県は記載していない。	回答数	構成比
秋田県	1	0.1%
茨城県	1	0.1%
栃木県	1	0.1%
千葉県	1	0.1%
岐阜県	2	0.2%
滋賀県	172	20.5%
京都府	434	51.7%
大阪府	175	20.8%
兵庫県	14	1.7%
奈良県	37	4.4%
沖縄県	2	0.2%
無回答	0	0.0%
合計	840	100.0%

問 2 あなたの高校卒業後の希望進路をお答えください。(現時点で最もあてはまるもの 1 つにマーク/専門職大学は大学、専門職短期大学は短期大学としてお答えください)

選択肢	回答数	構成比
進学(大学)	814	96.9%
進学(短期大学)	3	0.4%
進学(専門学校)	2	0.2%
就職	4	0.5%
現時点では未定	17	2.0%
無回答	0	0.0%
合計	840	100.0%

問3以降は立命館大学映像学部リーフレットを確認の上で回答を求めた。

問3 立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、興味のあるものをお答えください。(あてはまるものすべてにマーク)

選択肢	回答数	回答率
映画	622	74.0%
CG アニメーション	287	34.2%
ゲーム	390	46.4%
メディアアート	102	12.1%
バーチャルリアリティ/XR	177	21.1%
コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業等)	117	13.9%
放送	127	15.1%
デジタルメディア	77	9.2%
記録映像/ドキュメンタリー	89	10.6%
デジタルアーカイブ	29	3.5%
以上にあてはまるものはない	75	8.9%

[※]複数回答の結果。回答率=各回答数:回答対象者(840件)

問4 あなたは立命館大学「映像学部」を受験したいと思いますか。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	回答率
受験したい	98	11.7%
受験しない	742	88.3%
無回答	0	0.0%
合計	840	100.0%

問 5 は問 4 で「受験したい」とした 98 人が回答対象

問 5 あなたは立命館大学「映像学部」に合格した場合、入学したいと思いますか。(あてはまるもの 1 つにマーク)

選択肢	回答数	回答率
合格した場合、入学したい	77	78.6%
合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい	21	21.4%
無回答	0	0.0%
合計	98	100.0%

問 5 結果について「問 2」で「進学(大学)」、問 3 で「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを 選択かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択の回答者

選択肢	回答数
合格した場合、入学したい	74
合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい	21

問 6 は問 4 で「受験しない」とした 742 人および

問5で「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」とした21人の合計763人が回答対象。

問 6 あなたが問 4 で立命館大学「映像学部」を「受験しない」、または問 5 で「合格した場合、併願大学等の結果によって 入学したい」とした理由をお答えください。(あてはまるものすべてにマーケ)

選択肢	回答数	回答率
立命館大学「映像学部」に興味・関心はあるが、詳細を知った上で検討したいから	225	29.5%
国公立大学進学を希望しているから(別分野の学部)	32	4.2%
他の私立大学進学を希望しているから(別分野の学部)	188	24.6%
国公立大学進学を希望しているから(同分野の学部)	2	0.3%
他の私立大学進学を希望しているから(同分野の学部)	8	1.0%
進路は未定だから	221	29.0%
通学に時間がかかりそうだから	6	0.8%
学費が高いから	90	11.8%
卒業後の進路がイメージできないから	83	10.9%
新型コロナウィルス感染症の影響で今後の見通しが立てにくいから	10	1.3%
その他	0	0.0%

[※]複数回答の結果。回答率=各回答数:回答対象者(763件)

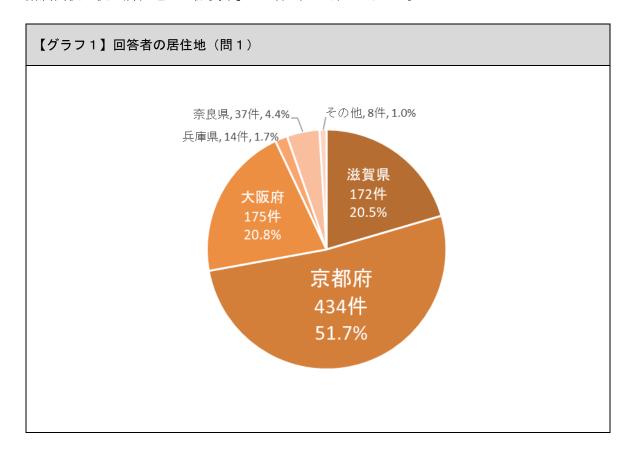
3. 高校生アンケート調査(附属高校生)ポイント

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

● 回答者の居住地は映像学部が移転予定の「大阪府」他、近隣の「京都府」「滋賀県」

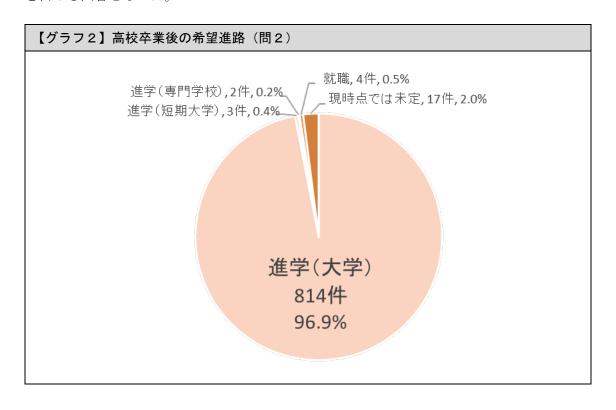
立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部についての高校生アンケート調査を実施し、有効回答 840 件の集計を行った。

その結果、回答者の居住地はアンケート協力を得た附属校 2 校が所在地の「京都府」434件(51.7%)」が最も多く、次いで2024年度より映像学部が移転予定の「大阪府」175件(20.8%)、附属高校 1 校が所在地の「滋賀県」172件(20.5%)であった。

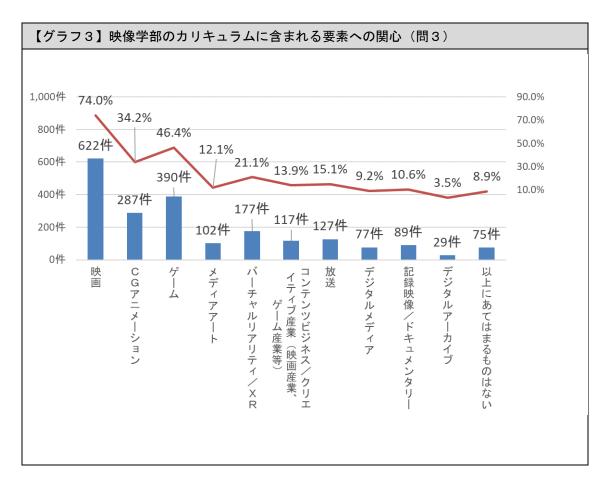


● 回答者の9割以上が、附属高校卒業後の希望進路を「進学(大学)」と回答。

高校卒業後の希望進路については、「進学(大学)」814件(96.9%)であり、回答者の9割以上を占める回答となった。



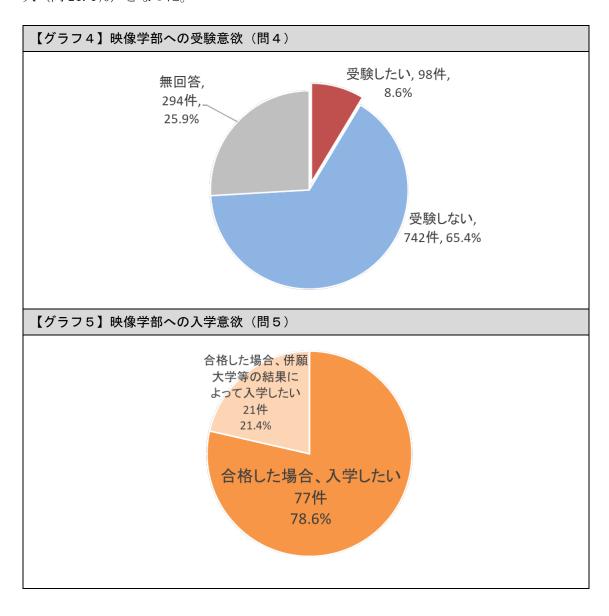
映像学部のカリキュラムに含まれるアート、ビジネス、テクノロジーの要素のうち、附属高校生が「興味がある」として最も回答数が多かったのは「映画」622件(74.0%)であった。次いで、「ゲーム」390件(46.4%)や「CGアニメーション」287件(34.2%)が多かった。この他、映像学部のカリキュラムに含まれる要素に対して附属高校生から興味が示された一方で、「以上にあてはまるものはない」は75件(8.9%)に留まり、映像学部の教学分野が附属高校生の関心を広く集めている状況が明らかとなった。



● 附属高校3校では98人が受験意欲、77人が強い入学意欲を示す。

立命館大学が入学定員増ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転を予定する映像学部 (現行 160 名→定員増後 240 名)の概要を示し、受験・入学意欲について回答を求めた。その 結果、98 人(8.6%)が映像学部を「受験したい」と回答した。

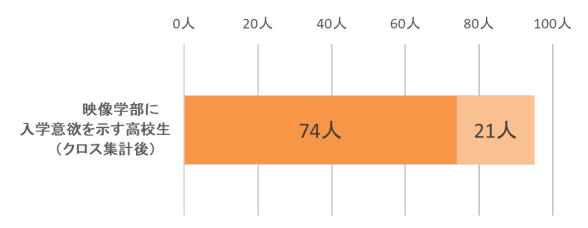
それら 98 人に対して合格した場合の入学意欲について回答を求めた結果、強い入学意欲を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」とする回答は、77 人(上記 98 人の 78.6%)であった。また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は 21 人(同 21.4%)となった。



4. 高校生アンケート調査(附属高校生)クロス集計結果

映像学部への受験・入学意欲を示した者のうち、希望進路(問2)を「進学(大学)」、興味のあるカリキュラム内容で「映画」~「デジタルアーカイブ」を選択かつ「以上に当てはまるものはない」を未選択の回答者のクロス集計結果は、入学意思を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」は74人、また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は21人であった。

その内訳は、高校卒業後の進路では814人が「進学(大学)」と回答し、そのうち740人が本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味について「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択し、かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択であった。その中で95人が本学部の受験を希望し、その受験希望者の中から74人が「合格した場合、入学したい」、21人が、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」という回答を示した。



- ■合格した場合、入学したい
- ■合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい

以上

③【調査 b】全国の高校生対象のアンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) 結果

1. 高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) 概要

	-
調査目的	立命館大学が2024(令和6)年度に入学定員増構想中の映像学部における 学生確保の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高等教育総 合研究所)に委託の上で高校生アンケート調査を実施した。
調査対象	2024(令和6)年度の大学入試を受験する可能性が最も高い高校2年生 (2022年度時点/2024年3月卒業予定者)をアンケートの対象とした。映像学部に入学実績がある高校で、映像学部が学生確保の基盤とする近畿地方(大阪府・京都府)をはじめとする全国の高校にアンケート調査実施を依頼し63校より9,603件の回答を得た(調査aの附属高校生分840件は含まない)。
調査内容	 問1:回答者の基本情報(居住地) 問2:高校卒業後の希望進路 問3:映像学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味 問4:映像学部への受験意欲 問5:映像学部への入学意欲 問6:映像学部が併願先または受験しない理由以上、全6問で選択肢式。
調査時期	2022(令和 4)年9月~12月
調査方法	 高校側の希望に基づき、紙方式・WEB 方式のいずれかでアンケート調査を実施。 ● 紙方式の場合、アンケート用紙・映像学部リーフレットを必要部数送付。ホームルームで配付の上、その場で回答し回収いただいた。 ● WEB 方式の場合、担当教員のメールアドレスにアンケート調査サイト URL およびアクセス用 QR コードを送付。自校対象生徒のタブレット端末等に配信の上、原則その場で回答し送信するよう促していただいた。
回収件数	有効回答数 9,603 件 (63 校の協力のもと、回答を得た。紙方式・WEB 方式の回収合計)

2. 高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) 集計結果

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

問1 あなたがお住まいの都道府県をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢 ※回答者0の都道府県は記載していない。	回答数	構成比
北海道	16	0.2%
青森県	2	0.0%
岩手県	1	0.0%
宮城県	356	3.7%
秋田県	191	2.0%
山形県	2	0.0%
福島県	2	0.0%
茨城県	2	0.0%
栃木県	1	0.0%
群馬県	177	1.8%
埼玉県	185	1.9%
千葉県	35	0.4%
東京都	306	3.2%
神奈川県	16	0.2%
新潟県	1	0.0%
富山県	1	0.0%
石川県	436	4.5%
福井県	90	0.9%
長野県	42	0.4%
岐阜県	232	2.4%
静岡県	1	0.0%
愛知県	544	5.7%
三重県	121	1.3%
滋賀県	948	9.9%
京都府	973	10.1%
大阪府	3,493	36.4%
兵庫県	313	3.3%
奈良県	235	2.4%
和歌山県	4	0.0%
鳥取県	1	0.0%
島根県	1	0.0%
山口県	3	0.0%
福岡県	561	5.8%
佐賀県	202	2.1%
熊本県	1	0.0%
大分県	81	0.8%
鹿児島県	1	0.0%
沖縄県	9	0.1%
無回答	17	0.2%
슴計	9,603	100.0%

問 2 あなたの高校卒業後の希望進路をお答えください。(現時点で最もあてはまるもの 1 つにマーク/専門職大学は大学、専門職短期大学は短期大学としてお答えください)

, an instant i south the south week,				
選択肢	回答数	構成比		
進学(大学)	8,550	89.0%		
進学(短期大学)	109	1.1%		
進学(専門学校)	322	3.4%		
就職	70	0.7%		
現時点では未定	452	4.7%		
無回答	100	1.0%		
合計	9,603	100.0%		

問3以降は立命館大学映像学部リーフレットを確認の上で回答を求めた。

問3 立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、興味のあるものをお答えください。(あてはまるものすべてにマーク)

選択肢	回答数	回答率
映画	5,472	57.0%
CG アニメーション	3,198	33.3%
ゲーム	4,082	42.5%
メディアアート	884	9.2%
バーチャルリアリティ/XR	1,982	20.6%
コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業等)	1,327	13.8%
放送	850	8.9%
デジタルメディア	700	7.3%
記録映像/ドキュメンタリー	920	9.6%
デジタルアーカイブ	229	2.4%
以上にあてはまるものはない	1,361	14.2%

[※]複数回答の結果。回答率=各回答数:回答対象者(9,603 件)

問4 あなたは立命館大学「映像学部」を受験したいと思いますか。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	回答率
受験したい	731	7.6%
受験しない	8,532	88.8%
無回答	340	3.5%
合計	9,603	100.0%

問 5 は問 4 で「受験したい」とした 731 人が回答対象

問5 あなたは立命館大学「映像学部」に合格した場合、入学したいと思いますか。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	回答率
合格した場合、入学したい	324	44.3%
合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい	398	54.4%
無回答	9	1.2%
合計	731	100.0%

問 5 結果について「問 2」で「進学(大学)」、問 3 で「映画」~「デジタルアーカイブ」のいずれかを 選択かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択の回答者

選択肢	回答数
合格した場合、入学したい	283
合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい	364

問 6 は問 4 で「受験しない」とした 8,532 人および

問5で「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」とした398人の合計8,930人が回答対象。

問 6 あなたが問 4 で立命館大学「映像学部」を「受験しない」、または問 5 で「合格した場合、併願大学等の結果によって 入学したい」とした理由をお答えください。(あてはまるものすべてにマーケ)

選択肢	回答数	回答率
立命館大学「映像学部」に興味・関心はあるが、詳細を知った上で検討したいから	1,482	17.6%
国公立大学進学を希望しているから(別分野の学部)	4,202	50.0%
他の私立大学進学を希望しているから(別分野の学部)	4,539	54.0%
国公立大学進学を希望しているから(同分野の学部)	166	2.0%
他の私立大学進学を希望しているから(同分野の学部)	219	2.6%
進路は未定だから	2,688	32.0%
通学に時間がかかりそうだから	681	8.1%
学費が高いから	1,335	15.9%
卒業後の進路がイメージできないから	917	10.9%
新型コロナウィルス感染症の影響で今後の見通しが立てにくいから	120	1.4%
その他	320	3.8%

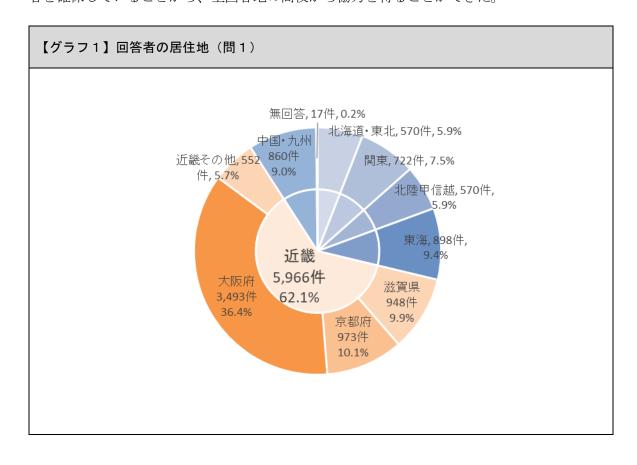
※複数回答の結果。回答率=各回答数÷回答対象者(8,930 件)

3. 高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) ポイント

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

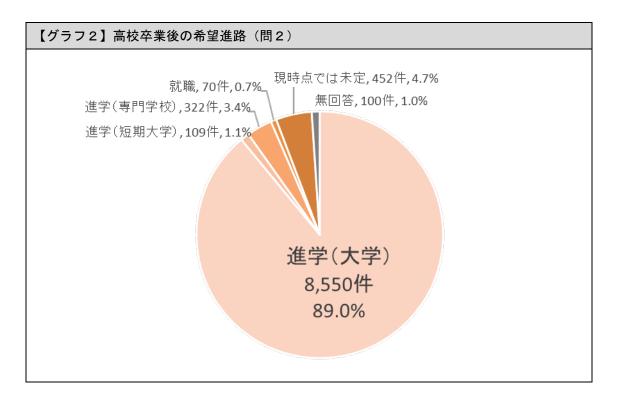
● 回答者の居住地は近畿地方をはじめ、映像学部への志願者が存在するさまざまな地域に わたる。

立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部についての高校生アンケート調査を実施し、有効回答 9,603 件の集計を行った(附属高校生分 840 件は含まない)。 その結果、回答者の居住地は 2024 年度より映像学部が移転予定の「大阪府」3,493 件 (36.4%)が最も多く、次いで現在の所在地「京都府」973 件 (10.1%)であった。他に「滋賀県」948 件 (9.9%)など、近畿地方合計は 5,966 件 (62.1%) であった。加えて映像学部は全国から志願者を確保していることから、全国各地の高校から協力を得ることができた。



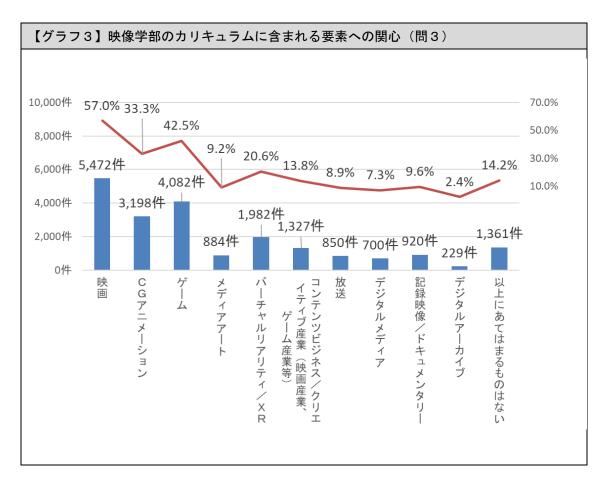
● 回答者の約9割が、高校卒業後の希望進路を「進学(大学)」と回答。

高校卒業後の希望進路については、「進学(大学)」8,550件(89.0%)であり、回答者の約9割を占める回答となった。



● 立命館大学「映像学部」カリキュラムに含まれる要素に高校生が興味を示す。

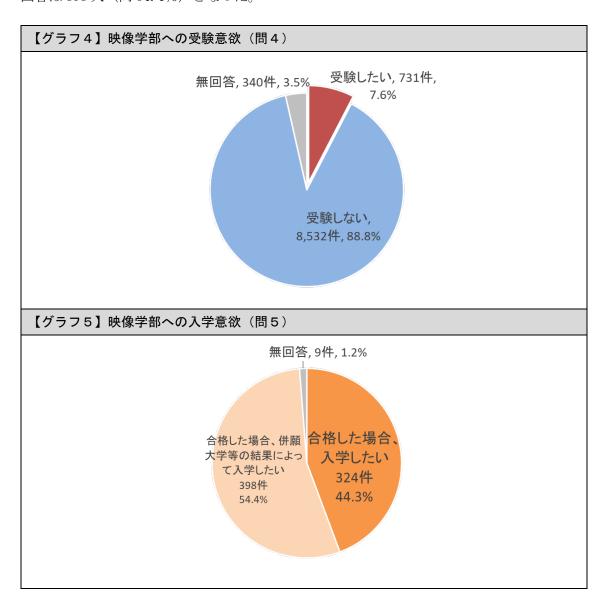
映像学部のカリキュラムに含まれるアート、ビジネス、テクノロジーの要素のうち、高校生が「興味がある」として最も回答数が多かったのは「映画」5,472件(57.0%)であった。次いで、「ゲーム」4,082件(42.5%)や「CGアニメーション」3,198件(33.3%)が多かった。この他、映像学部のカリキュラムに含まれる要素に対して高校生から興味が示された一方で、「以上にあてはまるものはない」は1,361件(14.2%)に留まり、映像学部の教学分野が高校生の関心を広く集めている状況が明らかとなった。



● 増員後の定員を大きく上回る 731 人が受験意欲、324 人が強い入学意欲を示す。

立命館大学が入学定員増ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転を予定する映像学部 (現行 160 名→定員増後 240 名)の概要を示し、受験・入学意欲について回答を求めた。その 結果、731 人 (7.6%)が映像学部を「受験したい」と回答した。

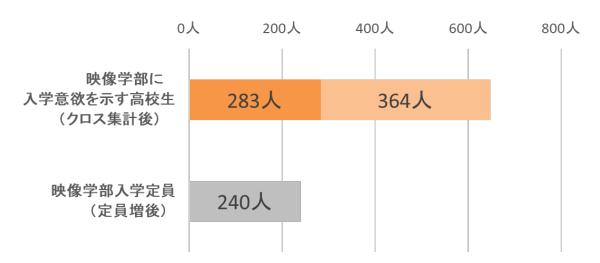
それら 731 人に対して合格した場合の入学意欲について回答を求めた結果、強い入学意欲を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」とする回答は、324 人(上記 731 人の44.3%)であった。また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は 398 人(同 54.4%)となった。



4. 高校生アンケート調査 (調査 a の附属高校生は含まない) クロス集計結果

映像学部への受験・入学意欲を示した者のうち、希望進路(問2)を「進学(大学)」、興味のあるカリキュラム内容で「映画」~「デジタルアーカイブ」を選択かつ「以上に当てはまるものはない」を未選択の回答者のクロス集計結果は、入学意思を持つと考えられる「合格した場合、入学したい」は283件、また、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」とする回答は364人であった。②で示した附属高校生の結果は含まず、またクロス集計結果を踏まえてもなお、予定する入学定員240名を大きく上回る水準で入学希望者がいることが明らかとなった。

その内訳は、高校卒業後の進路では 8,550 人が「進学 (大学)」と回答し、そのうち 7,341 人が本学部のカリキュラム内容に関連する映像コンテンツ等に対する興味について「映画」〜「デジタルアーカイブ」のいずれかを選択し、かつ「以上にあてはまるものはない」を未選択であった。その中で 652 人が本学部の受験を希望し、その受験希望者の中から 283 人が「合格した場合、入学したい」、364 人が、「合格した場合、併願大学等の結果によっては入学したい」という回答を示した。



- ■合格した場合、入学したい
- ■合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい

以上

添付資料



立命館大学「映像学部」 入学定員増構想についての高校生アンケート調査 (対象:2022年度現在、高校2年生の皆さん)

立命館大学は2024(令和6)年度、「映像学部」の人学定員を現行の160名から240名とし、さらにキャンパスを衣笠キャンパス(京都市)から大阪いばらきキャンパス(人阪府茨木市)に移転することを構想中です。本学ではこのアンケート育を通して、2024年度に大学進学時期を迎える現・高校2年生の皆さんからさまざまなご意見をお聞きし、さらなる計画の充実を図っていきたいと考えています。回答いただいた皆さんから得られた情報は立命館大学「映像学部」の人学定員ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転構想に係る統計資料としてのみ活用いたします。アンケート調査へのご協力を、よろしくお願いいたします。	調
※このアンケート調査は立命館大学から委託された第三者機関(株式会社高等教育総合研究所)が実施しています。 	
記入例を参考にご回答ください。	
問1 あなたがお住まいの都道府県をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)	
ig(ig) 北海道 $ig(ig)$ 青森県 $ig(ig)$ 岩手県 $ig(ig)$ 宮城県 $ig(ig)$ 秋田県 $ig(ig)$ 山形県 $ig(ig)$ 福島県	
○ 茨城県 ○ 栃木県 ○ 群馬県 ○ 埼玉県 ○ 千葉県 ○ 東京都 ○ 神奈川県	
○ 新潟県 ○ 富山県 ○ 石川県 ○ 福井県 ○ 山梨県 ○ 長野県	
O 岐阜県 O 静岡県 O 愛知県 O 三市県	
○ 滋賀県 ○ 京都府 ○ 大阪府 ○ 兵庫県 ○ 奈良県 ○ 和歌山県	
○ 鳥取県 ○ 島根県 ○ 岡山県 ○ 広島県 ○ 山口県	
○ 香川県 ○ 徳島県 ○ 愛媛県 ○ 高知県	
○ 福岡県 ○ 佐賀県 ○ 長崎県 ○ 熊木県 ○ 大分県 ○ 宮崎県 ○ 鹿児島県 ○ 沖縄県	
間 2 あなたの高校卒業後の希望進路をお答えください。(現時点で最もあてはまるもの1つにマーク/専門職大学は大学、専門職短期 大学は短期大学としてお答えください)	1
() 進学(大学) () 進学(短期大学) () 進学(専門学校) () 就職 () 現時点では未定	
問3以降は別紙・立命館大学「映像学部」リーフレットをご覧いただき、お答えください。	
問3 立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、興味のあるものをお答えください。(あてはまるものすべてにマーク)	
○ 映画 ○ CGアニメーション ○ ゲーム	
○ コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業等) ○ 放送	
○ デジタルメディア ○ 記録映像/ドキュメンタリー ○ デジタルアーカイブ	
○ 以上にあてはまるものはない	
本アンケート調査用紙に印刷されている	せA





間 4	あなたは立命館大学	「映像学部」	を受験したいと	思いますか。	(あてはまるもの1)	つにマーク
-----	-----------	--------	---------	--------	------------	-------

∂ 受験したい

⇒ 以下の問5および回答内容により問6にお答えください。

○ 受験しない

⇒ 以下の問6にお答えください。

問4で「受験したい」と回答した方は、以下の問5および回答内容により問6にお答えください。

間 5 あなたは立命館大学「映像学部」に合格した場合、入学したいと思いますか。(あてはまるもの1つにマーク)

○ 合格した場合、入学したい

⇒ 質問は以上となります。

介格した場合、併願大学等の結果によって入学したい ⇒ さらに以下の問6にお答えください。

問4で「受験しない」、問5で「合格した場合、併願大学等の結果によって \sim 」と回答した方は、以下の問6にお答えください。

- 間 6 あなたが問4で立命館大学「映像学部」を「受験しない」、または問5で「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」 とした理山をお答えください。 (あてはまるものすべてにマーク)

国公立大学進学を希望しているから(別分野の学部)

① 他の私立大学進学を希望しているから(別分野の学部)

(国公立大学進学を希望しているから(同分野の学部)

(他の私立大学進学を希望しているから(同分野の学部)

() 進路は未定だから

() 学費が高いから

() その他

質問は以上となります。



本アンケート調査用紙に印刷されている QRコードは集計時に使用するものです。 個人の特定を目的とするものではありません。 問3以降に答える前に、以下の「立命館大学映像学部の概要」をお読みください。

立命館大学映像学部

映像であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する人材を育成します。

2024年4月より入学定員増(160名→240名)& 大阪いばらきキャンパスに移転

部 の

概

要

学

び

Ø

特

徴

地 : 立命館大学 大阪いばらきキャンパス (〒567-8570 大阪府茨木市岩倉町2-150) 所 存

※衣笠キャンパスから2024年度移転予定。

入 学 定 員 : 240名(収容定員:960名) ※2024年度予定

修 業 年 限 : 4年

取 得 学 位 : 学士(映像)

養成 する人材 : 映像学部は、映像学を教育研究することにより、映像と人間の関係に対する深い理解を

有するとともに、多様な映像分野を横断しながら、映像の可能性を開拓し、映像を通じて

広く人類と社会に貢献していく人間を育成することを目的としています。

「映像」であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する。

多様化する映像に、アート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な科目 を、「映画芸術」「ゲーム・エンターテインメント」「クリエイティブ・テクノロジー」「映 像マネジメント」「社会映像」の5つの学びのゾーンに配置しています。

「理論」と「実践」で未来の「映像」を創造する。

各ゾーンでは、「理論」で学び、「実践」で活用する授業を豊富に展開していま す。ものづくりや研究発表を組み込んだアクティブ・ラーニング型の科目(実践) と、様々な映像分野に関わる知識や技能(理論)を修得することができるカリキュ ラムを展開しています。

学びの成果を社会にアウトプットする。

目頃の制作・研究の成果を発信する「EIZO JUNCTION × キャリアフェア」や卒 業研究の展示・上映会である「立命館映像展」など、身に付けた知識・スキルを 外部に発信し、客観的に評価してもらいながら、更に学びを発展させる取組を 数多く行っています。

プロ仕様の最新設備を完備。

アニメやゲーム、CG、映画制作など、デジタル制作の現場で使われているもの と同等の最新の映像設備・機材を完備しています。

5つの学びのゾーンを横断し、 自分にしかできない新しい領域を作る 映画芸術 映画 社会映像 ム遊び 記録映像 アーカイフ ユーザ ー・ ジェネレイテット テクノロジ クリエイティブ テクノロジー マネジメント コンテンプピーダーネ クリエイティブ産業 N'-###UPUF7 L1-7272971-X コンテンラの グ ローバ M七 アート 映像の創造力と 表現力を学び映 像表現の可能性 を探求する マネジメント 映像コンテンツを テクノロジー イメージをリアル 映像コンテンツを 介して社会と関わるビジネスカ を強化 理論と実践 総合大学ならではの「理論」にもとづく確かな「実践」。

路 実 映像学部での学びを活かし、幅広い分野での活躍が期待されます。

【卒業後の進路実績】

映画会社、ゲーム会社、テレビ局、映像制作会社のほか、広告、情報通信、流通、金融、サービス業などの多様な業種への就職、 さらには大学院進学の実績があります。

初年	
度	
度学費	
曹	
(他	
大学	
(他大学を含	

大学・学部・学科名	初年度納付金(入学金・授業料等の合計)
立命館大学 映像学部	2,061,600 円程度を予定
京都芸術大学 芸術学部 映画学科	1,920,000 円
大阪芸術大学 芸術学部 映像学科	1,790,000 円
日本大学 芸術学部 映画学科	1,880,000 円~1,900,000 円
近畿大学 情報学部	1,712,000 円
関西大学 総合情報学部	1,562,000 円
立教大学 現代心理学部 映像身体学科	1,405,000 円
※ 立命館大学映像学部の学費は予定のものです	

※ 他大学の学費は各大学ホームページ掲載情報に基づきます(2022年7月時点)。

※ いずれの大学も諸会費を含みません。



上記内容は構想中の内容であり、今後変更となる場合があります。

【web 版】立命館大学 映像学部「入学定員増構想についての高校生アンケート調査」回答サイトイメージ



立命館大学 「映像学部」 入学定員増構想についての 高校生アンケート調査

(対象:2022年度現在、高校2年生の皆さん)

1ページ目(全4ページ)

立命館大学は2024(令和6)年度、「映像学部」の入学定員を現行の160名から240名とし、さらにキャンパスを衣笠キャンパス(京都市)から大阪いばらきキャンパス(大阪府茨木市)に移転することを構想中です。本学ではこのアンケート調査を通して、2024年度に大学進学時期を迎える現・高校2年生の皆さんからさまざまなご意見をお聞きし、さらなる計画の充実を図っていきたいと考えています。回答いただいた皆さんから得られた情報は立命館大学「映像学部」の入学定員増ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転構想に係る統計資料としてのみ活用いたします。

アンケート調査へのご協力を、よろしくお願いいたします。

本アンケート調査について 必須

本アンケートの回答は、お一人につき一回までとなります。

同意する

同意の上チェックしてください

次へ



立命館大学 「映像学部」 入学定員増構想についての 高校生アンケート調査

(対象:2022年度現在、高校2年生の皆さん)

2ページ目(全4ページ)

あなたがお住まいの都道府県をお答えください。 必須





立命館大学 「映像学部」 入学定員増構想についての 高校生アンケート調査

(対象:2022年度現在、高校2年生の皆さん)

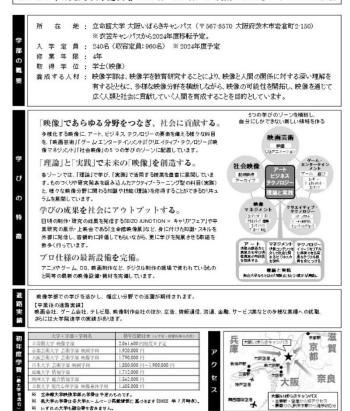
3ページ目 (全4ページ)

閏3以降に答える前に、以下の「立命館大学 映像学部の概要」をお読みください。

立命館大学映像学部

映像であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する人材を育成します。

2024年4月より入学定員増(160名→240名)& 大阪いばらきキャンパスに移転



上記内容は構想中の内容であり、今後変更となる場合があります。

次^

戻る



立命館大学 「映像学部」 入学定員増構想についての 高校生アンケート調査

(対象:2022年度現在、高校2年生の皆さん)

4ページ目(全4ページ)

立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、興味のあるものをお答えください。

あてはまるものすべてにチェック 映画 CGアニメーション □ ゲーム メディアアート コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業等) □ 放送 □ デジタルメディア □ 記録映像/ドキュメンタリー □ デジタルアーカイブ □ 以上にあてはまるものはない あなたは立命館大学「映像学部」を受験したいと思いますか。 🗷 🕅 ○ 受験しない あなたは立命館大学「映像学部」に合格した場合、入学したいと思います か。必須 ○ 合格した場合、入学したい ○ 合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい 戻る

問4で「受験しない」とした場合(または問4で「受験したい」とし問5で「合格した場合、併願大学等の結果によって入学したい」とした場合)

あなたは立命館大学「映像学部」を受験したいと思いますか。 🛛 🖄 🗓
○ 受験したい
あなたが立命館大学「映像学部」を「受験しない」とした理由をお答えください。 必 須
立命館大学「映像学部」に興味・関心はあるが、詳細を知った上で検 討したいから
国公立大学進学を希望しているから(別分野の学部)
他の私立大学進学を希望しているから(別分野の学部)
国公立大学進学を希望しているから(同分野の学部)
他の私立大学進学を希望しているから(同分野の学部)
進路は未定だから
通学に時間がかかりそうだから
学費が高いから
卒業後の進路がイメージできないから
■ 新型コロナウィルス感染症の影響で今後の見通しが立てにくいから
□ その他
入力内容を確認
戻る

資料 10 本学部の留学生入試の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率

【留学生入試 (2018-2022 年度)】

		2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数		11	15	17	18	18
志願者数	延べ人数	67	90	105	79	93
	実人数	57	81	92	73	79
受験者数	延べ人数	63	84	98	79	93
又积日奴	実人数	54	77	85	73	79
合格者数	延べ人数	19	13	14	23	18
口俗有奴	実人数	19	13	14	23	18
実質倍率	延べ人数	3.32	6.46	7.00	3.43	5.17
大貝旧平	実人数	2.84	5.92	6.07	3.17	4.39
入学者数		16	10	11	18	12

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 11 67ページ 2022 年度入試結果_私立大学_河合塾

2. 出典

河合塾

3. 引用範囲

https://www.keinet.ne.jp/exam/past/

4. その他の説明

引用範囲の更新があり、現在は公開されていない。

資料 12 本学部と同分野を有する近隣大学の志願動向

【映像を教育内容に含む学科を有する「芸術大学」の一般入試志願者数】

	大阪芸術大学	学芸術学部	京都芸術大学	学芸術学部	神戸芸術工科大学芸術工学部		
	志願者数	前年比	志願者数	前年比	志願者数	前年比	
2020 年度	1,299	_	不明	_	418	_	
2021 年度	1,011	77.8%	6,443	_	338	80.9%	
2022 年度	1,452	143.6%	7,298	113.2%	417	123.4%	

【上記「芸術大学」において直接映像コンテンツ制作に関わる学科等の一般入試志願者数】

◎ 大阪芸術大学芸術学部

	映像	2学科	アートサイエンス学科			
	志願者数	前年比	志願者数	前年比		
2020 年度	123		94	_		
2021 年度	95	77.2%	51	54.3%		
2022 年度	156	164.2%	59	115.7%		
	放送	学科	キャラクター造形学科			
	志願者数	前年比	志願者数	前年比		
2020 年度	101		141	_		
2021 年度	98	97.0%	149	105.7%		
2022 年度	123	125.5%	191	128.2%		

◎ 京都芸術大学芸術学部

	映画学	学科	キャラクター	デザイン学科	情報デザイン学科		
	志願者数	前年比	志願者数	前年比	志願者数	前年比	
2020 年度	不明		不明	_	不明	_	
2021 年度	509		1,006	_	1,422	_	
2022 年度	513	100.7%	1,080	107.4%	1,877	132.0%	

◎ 神戸芸術工科大学芸術工学部

	映像表	現学科	ビジュアルデザイン学科		
	志願者数 前年比		志願者数	前年比	
2020 年度	103	_	87	_	
2021 年度	87	82.8%	67	77.0%	
2022 年度	122	140.2%	82	122.4%	

【映像を教育内容に含む学科を有する「総合大学」の一般入試志願者数】

		関西大学		関西大学				
		文学部			総合情報学部			
	募集人数	志願者数	前年比	募集人数	志願者数	前年比		
2020 年度	450	10,630		280	5,851	_		
2021 年度	440	10,034	94.4%	280	5,188	88.7%		
2022 年度	440	10,046	100.1%	280	4,849	93.5%		
		近畿大学		近畿大学				
		総合社会学部			情報学部			
	募集人数	志願者数	前年比	募集人数	志願者数	前年比		
2020 年度	334	10,259			_			
2021 年度	334	11,983	116.8%	_		_		
2022 年度	334	13,178	110.0%	188	12,363			

^{※「}募集人数」は一般入試の募集人数を指す。

【上記「総合大学」において直接映像コンテンツ制作に関わる学科等の一般入試志願者数】

◎ 近畿大学総合社会学部

		総合社会学科							
	社会・	社会・マスメディア系専攻							
	募集人数	志願者数	前年比						
2020 年度	156	4,223	_						
2021 年度	156	4,956	117.4%						
2022 年度	156	5,859	118.2%						

^{※「}募集人数」は一般入試の募集人数を指す。

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 13 72 ページ リクルート進学総研マーケットリポート vol. 94 (2022 年 5 月号)

2. 出典

リクルート進学総研

3. 引用範囲

https://souken.shingakunet.com/research/pdf/202205_souken_report.pdf

資料 14 本学部一般入試志願者の分布率(2018-2022 年度) 【本学部における一般入試志願者の分布率】

	2018	3年度	2019 年度		2020) 年度	202	1 年度	2022 年度	
地域	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率
北海道	16	0.84%	10	0.47%	19	0.93%	18	0.93%	22	1.16%
東北	10	0.52%	15	0.71%	23	1.13%	37	1.92%	28	1.47%
北関東	29	1.52%	49	2.31%	25	1.23%	38	1.97%	24	1.26%
南関東	272	14.23%	267	12.60%	309	15.15%	280	14.52%	263	13.82%
甲信越	36	1.88%	51	2.41%	50	2.45%	61	3.16%	65	3.42%
北陸	39	2.04%	42	1.98%	46	2.25%	58	3.01%	27	1.42%
東海	211	11.04%	258	12.18%	311	15.25%	286	14.83%	292	15.34%
近畿	994	52.01%	1,006	47.48%	930	45.59%	821	42.58%	868	45.61%
中国	132	6.91%	157	7.41%	88	4.31%	90	4.67%	118	6.20%
四国	25	1.31%	41	1.93%	34	1.67%	28	1.45%	40	2.10%
九州沖縄	126	6.59%	173	8.16%	181	8.87%	200	10.37%	149	7.83%
その他	21	1.10%	50	2.36%	24	1.18%	11	0.57%	7	0.37%
計	1,911	100%	2,119	100%	2,040	100%	1,928	100%	1,903	100%

【本学部における一般入試志願者のうち、人口減少率 10%未満と予測される都道府県からの志願者の割合】

	2018	3年度	2019 年度		2020	0 年度	2021 年度		2022 年度	
地域	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率
東京	159	8.32%	123	5.80%	147	7.21%	140	7.26%	161	8.46%
埼玉	28	1.47%	26	1.23%	46	2.25%	17	0.88%	19	1.00%
千葉	42	2.20%	47	2.22%	42	2.06%	66	3.42%	42	2.21%
神奈川	43	2.25%	71	3.35%	74	3.63%	57	2.96%	41	2.15%
愛知	148	7.74%	124	5.85%	221	10.83%	182	9.44%	158	8.30%
滋賀	88	4.60%	36	1.70%	51	2.50%	70	3.63%	56	2.94%
広島	55	2.88%	97	4.58%	53	2.60%	37	1.92%	60	3.15%
福岡	84	4.40%	116	5.47%	82	4.02%	97	5.03%	71	3.73%
熊本	3	0.16%	7	0.33%	35	1.72%	22	1.14%	25	1.31%
宮崎	11	0.58%	18	0.85%	11	0.54%	9	0.47%	10	0.53%
鹿児島	9	0.47%	10	0.47%	9	0.44%	4	0.21%	3	0.16%
沖縄	10	0.52%	8	0.38%	20	0.98%	36	1.87%	23	1.21%
計	680	35.58%	683	32.23%	791	38.77%	737	38.23%	669	35.16%

【本学部における一般入試志願者のうち、大都市(政令指定都市および特別区部)を含む 都道府県からの志願者の割合】

	2018 年度		2019 年度		2020	0 年度	202	1年度	2022 年度	
地域	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率
北海道	16	0.84%	10	0.47%	19	0.93%	18	0.93%	22	1.16%
宮城	4	0.21%	10	0.47%	12	0.59%	11	0.57%	20	1.05%
東京	159	8.32%	123	5.80%	147	7.21%	140	7.26%	161	8.46%
埼玉	28	1.47%	26	1.23%	46	2.25%	17	0.88%	19	1.00%
千葉	42	2.20%	47	2.22%	42	2.06%	66	3.42%	42	2.21%
神奈川	43	2.25%	71	3.35%	74	3.63%	57	2.96%	41	2.15%
新潟	13	0.68%	10	0.47%	15	0.74%	3	0.16%	7	0.37%
静岡	30	1.57%	67	3.16%	43	2.11%	66	3.42%	71	3.73%
愛知	148	7.74%	124	5.85%	221	10.83%	182	9.44%	158	8.30%
京都	181	9.47%	152	7.17%	152	7.45%	94	4.88%	140	7.36%
大阪	440	23.02%	521	24.59%	418	20.49%	372	19.29%	456	23.96%
兵庫	202	10.57%	198	9.34%	231	11.32%	213	11.05%	124	6.52%
岡山	33	1.73%	19	0.90%	7	0.34%	14	0.73%	21	1.10%
広島	55	2.88%	97	4.58%	53	2.60%	37	1.92%	60	3.15%
福岡	84	4.40%	116	5.47%	82	4.02%	97	5.03%	71	3.73%
計	1,478	77.34%	1,591	75.08%	1,562	76.57%	1,358	70.44%	1,371	72.04%

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 15 100 ページ 2023 年度入試難易予想ランキング表(私立大)芸術・スポーツ科学系

2. 出典

河合塾

3. 引用範囲

https://www.keinet.ne.jp/university/ranking/

4. その他の説明

引用範囲の更新があり、現在は公開されていない。

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 16 104 ページ 学位に付記する専攻分野の名称一覧 (学士)

2. 出典

大学改革支援・学位授与機構

3. 引用範囲

https://www.niad.ac.jp/storage/011/202304/R3meisyou_bachelor.pdf

資料 17 競合校の志願者数、受験者数、合格者数、入学者数、入学定員充足率の推移 【日本大学芸術学部】

2020 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
写真学科	100	294	270	119	2.27	105	1.05
映画学科	150	791	734	190	3.86	157	1.04
美術学科	60	237	216	80	2.70	63	1.05
音楽学科	90	296	284	113	2.51	94	1.04
文芸学科	120	536	513	145	3.54	126	1.05
演劇学科	126	598	574	148	3.88	133	1.05
放送学科	120	541	515	140	3.68	124	1.03
デザイン学科	100	468	415	127	3.27	105	1.05
計	866	3,761	3,521	1,062	3.32	907	1.04

2021 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
写真学科	100	313	277	116	2.39	105	1.05
映画学科	150	736	665	192	3.46	162	1.08
美術学科	60	214	182	87	2.09	52	0.86
音楽学科	90	312	291	115	2.53	95	1.05
文芸学科	120	378	348	170	2.05	125	1.04
演劇学科	126	481	467	156	2.99	137	1.08
放送学科	120	586	554	142	3.90	129	1.07
デザイン学科	100	423	351	152	2.31	103	1.03
計	866	3,443	3,135	1,130	2.77	908	1.04

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
写真学科	100	242	221	128	1.73	105	1.05
映画学科	150	825	742	204	3.64	157	1.04
美術学科	60	228	190	111	1.71	67	1.11
音楽学科	90	298	287	118	2.43	94	1.04
文芸学科	120	388	358	148	2.42	125	1.04
演劇学科	126	499	473	159	2.97	132	1.04
放送学科	120	426	395	146	2.71	125	1.04
デザイン学科	100	515	417	161	2.59	104	1.04
計	866	3,421	3,083	1,175	2.62	909	1.04

【立教大学現代心理学部】

2020年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
心理学科	143	2,159	2,002	332	6.03	143	1.00
映像身体学科	176	2,300	2,175	437	4.98	174	0.98
計	319	4,459	4,177	769	5.43	317	0.99

2021 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
心理学科	143	2,129	2,004	422	4.75	134	0.93
映像身体学科	176	2,468	2,365	521	4.54	181	1.02
計	319	4,597	4,369	943	4.63	315	0.98

2022 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
心理学科	143	1,995	1,870	367	5.10	141	0.98
映像身体学科	176	2,405	2,287	440	5.20	180	1.02
計	319	4,400	4,157	807	5.15	321	1.00

^{*}一般入試以外の入試の受験者数は公表されていないため、一般入試以外の入試は志願者数を算入(ただし、「アスリート選抜入試」は全学統一であるため、合格者数を算入)。

【関西大学総合情報学部】

2020年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
総合情報学科	500	6,292	6,112	997	6.13	504	1.00

2021 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
総合情報学科	500	5,632	5,525	1,194	4.63	509	1.01

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数*	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
総合情報学科	500	5,213	5,114	1,355	3.77	550	1.10

^{*}一般入試以外の入試の受験者数は公表されていないため、一般入試以外の入試は志願者数を算入。

【近畿大学総合社会学部総合社会学科】

2020 年度

専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数*	入学定員充足率*
社会・マスメディア系専攻	238	5,800	5,492	1,212	4.53		
心理系専攻	136	4,821	4,597	739	6.22	524	1.02
環境・まちづくり系専攻	136	3,146	2,949	689	4.28		
計	510	13,767	13,038	2,640	4.94	524	1.02

2021 年度

専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数*	入学定員充足率*
社会・マスメディア系専攻	238	7,246	6,865	1,467	4.68		
心理系専攻	136	5,180	4,902	800	6.13	555	1.08
環境・まちづくり系専攻	136	4,348	4,076	871	4.68		
計	510	16,774	15,843	3,138	5.05	555	1.08

2022 年度

専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数*	入学定員充足率*
社会・マスメディア系専攻	238	8,135	7,608	1,381	5.51		
心理系専攻	136	5,352	5,130	758	6.77	521	1.02
環境・まちづくり系専攻	136	4,896	4,593	891	5.15		
計	510	18,383	17,331	3,030	5.72	521	1.02

^{*}入学者数、入学定員充足率は総合社会学科としてまとめて発表されている。

【近畿大学情報学部】

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
情報学科	330	16,981	16,278	1,387	11.7	360	1.09

資料 18 競合校(芸術系学部)の志願者数、受験者数、合格者数、入学者数、入学定員充 足率の推移

【武蔵野美術大学造形構想学部】

2020年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
クリエイティブ	7.0	4.41	49.4	141	2.01	0.4	1.10
イノベーション学科	76	441	424	141	3.01	84	1.10
映像学科	76	675	658	114	5.77	80	1.05
計	152	1116	1082	255	4.24	164	1.07

2021 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
クリエイティブ	7.6	322	911	158	1.97	84	1 10
イノベーション学科	76	322	311	190	1.97	04	1.10
映像学科	76	640	633	104	6.09	80	1.05
計	152	962	944	262	3.60	164	1.07

2022 年度

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
クリエイティブ	7.6	420	422	190	2.22	84	1.10
イノベーション学科	76	438	422	190	2.22	04	1.10
映像学科	76	548	525	109	4.82	82	1.07
計	152	986	947	299	3.17	166	1.09

【名古屋学芸大学メディア造形学部】

学科名・専攻名	入学定員	志願者数	受験者数	合格者数	実質倍率	入学者数	入学定員充足率
映像メディア学科	120	979	953	168	5.67	123	1.02
デザイン学科	90	598	580	136	4.26	97	1.07
ファッション造形学科	60	155	154	92	1.67	78	1.30
計	270	1,732	1,687	396	4.26	298	1.10

資料 19 本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部グローバル教養学科の在籍者数、収容定員充足率

◎ 国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科(2018年度開設)

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
5月1日在籍者数	5	19	35	42	56
収容定員	25	50	75	100	100
収容定員充足率	0.20	0.38	0.46	0.42	0.56

◎ グローバル教養学部グローバル教養学科 (2019 年度開設)

	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
5月1日在籍者数	23	103	195	278
収容定員	100	200	300	400
収容定員充足率	0.23	0.51	0.65	0.69

資料 20 本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部グローバル教養学科の入学試験状況

◎ 国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科

入学年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
入学定員	25	25	25	25	25
志願者数	22	25	19	25	25
合格者数	19	18	18	22	20
入学者(RU ホーム)	5	3	5	5	8
入学者(AU ホーム)	14	14	13	17	8
入学者合計	19	17	18	22	16
入学定員充足率	0.76	0.68	0.72	0.88	0.64

[※]当該学部の入学試験は併願ができない仕組みのため、実人数と同数となる。

◎ グローバル教養学部グローバル教養学科

入学年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
入学定員	100	100	100	100
志願者数	154	238	278	291
合格者数	144	202	242	248
入学者数	65	85	101	115
入学定員充足率	0.65	0.85	1.01	1.15

[※]当該学部の入学試験は併願がしにくい仕組みのため、ほぼ実人数と同数となる。

^{※「}入学者合計」には同年度の6月入学者を含む。

^{※「}入学者数」には同年度の9月入学者を含む。

資料 21 本学国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科、グローバル教養学部グローバル教養学科の退学・除籍者数

◎ 国際関係学部アメリカン大学・立命館大学国際連携学科

退学・除籍年度		入学年度								
赵子· 陈稍十尺	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	退学・除籍者数				
2018年度	3					3				
2019年度	0	1				1				
2020年度	0	6	2			8				
2021 年度	2	1	2	0		5				
2022年度	2	1	1	2	2	8				
合計	7	9	5	2	2	25				

◎ グローバル教養学部グローバル教養学科

11000000000000000000000000000000000000		退学・除籍者数			
退学・除籍年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	
2019 年度	6				6
2020 年度	4	2			6
2021 年度	9	3	7		19
2022 年度	1	4	6	2	13
合計	20	9	13	2	44

資料 22 本学部の過年度入試結果 (2018-2022 年度)

【全入試方式の志願者数、受験者数、合格者数、入学者数等(2018-2022 年度)】

		2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
入学定員		160	160	160	160	160
志願者数	延べ人数	2,091	2,342	2,302	2,155	2,131
心侧石奴	実人数	898	1,016	1,008	915	900
受験者数	延べ人数	2,045	2,240	2,227	2,107	2,057
义积白奴	実人数	884	988	981	898	883
合格者数	延べ人数	392	394	387	410	441
口俗有奴	実人数	263	276	278	286	293
実質倍率	延べ人数	5.22	5.69	5.75	5.14	4.66
大貝旧平	実人数	3.36	3.58	3.53	3.14	3.01
入学者数		168	157	162	155	168
入学定員充	足率	1.05	0.98	1.01	0.96	1.05

【上記のうち、一般入試の志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率(2018-2022 年度)】

		2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数		86	86	86	86	86
志願者数	延べ人数	1,911	2,119	2,040	1,928	1,903
心願有奴	実人数	752	845	806	738	716
亚欧北北	延べ人数	1,869	2,023	1,972	1,880	1,829
受験者数	実人数	741	822	784	721	699
合格者数	延べ人数	315	320	311	330	357
口俗有奴	実人数	186	202	202	206	209
実質倍率	延べ人数	5.93	6.32	6.34	5.70	5.12
大貝旧平	実人数	3.98	4.07	3.88	3.50	3.34
入学者数	·	97	87	90	82	92

資料 23 本学部独自の AO 入試の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、入学者数 ※すべて実人数

【AO 学部独自(映像撮影)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数	13	13	10	10	10
志願者数	51	59	81	79	51
受験者数	51	59	81	79	51
合格者数	13	13	13	10	10
入学者数	10	13	12	9	8

【AO 学部独自(絵コンテ作画)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数	7	7	7	7	7
志願者数	19	29	27	28	33
受験者数	19	29	27	28	33
合格者数	7	7	7	7	7
入学者数	7	7	7	6	4

【AO 学部独自(合計)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数	20	20	17	17	17
志願者数	70	88	108	107	84
受験者数	70	88	108	107	84
合格者数	20	20	20	17	17
入学者数	17	20	19	15	12

資料 24 本学部の附属校・提携校推薦の募集人数、志願者数、受験者数、合格者数、入学者数 ※すべて実人数

【附属校・提携校推薦(2018-2022年度)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
募集人数	23	23	23	25	27
志願者数	23	26	29	32	36
受験者数	23	26	29	32	36
合格者数	23	26	29	32	36
入学者数	23	26	29	32	36

資料 25 本学部の在籍者数、収容定員充足率

【在籍者数、収容定員充足率(2018-2022年度)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
収容定員	620	630	640	640	640
在籍者数	698	667	680	676	685
収容定員充足率	1.12	1.05	1.06	1.05	1.07

資料 26 各大学における一般入試志願者の分布率(2021-2022 年度) 【2021 年度】

	同志社	:大学	関西	大学	立命館	大学	立命館大学	产映像学部
地域	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率
北海道	256	0.70%	417	0.52%	659	0.79%	18	0.93%
東北	143	0.39%	192	0.24%	656	0.79%	37	1.92%
北関東	253	0.69%	355	0.45%	1,217	1.46%	38	1.97%
南関東	1,306	3.58%	1,323	1.66%	4,425	5.30%	280	14.52%
甲信越	372	1.02%	463	0.58%	1,797	2.15%	61	3.16%
北陸	867	2.38%	1,265	1.59%	3,718	4.45%	58	3.01%
東海	5,784	15.85%	3,789	4.77%	15,190	18.19%	286	14.83%
近畿	22,368	61.30%	63,261	79.56%	40,144	48.07%	821	42.58%
中国	1,978	5.42%	3,685	4.63%	6,160	7.38%	90	4.67%
四国	1,166	3.20%	2,511	3.16%	3,150	3.77%	28	1.45%
九州沖縄	1,728	4.74%	1,907	2.40%	5,896	7.06%	200	10.37%
その他	269	0.74%	343	0.43%	500	0.60%	11	0.57%
計	36,490	100%	79,511	100%	83,512	100%	1,928	100%

【2022年度】

	同志社	:大学	関西	大学	立命館	大学	立命館大学	产映像学部
地域	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率	志願者数	分布率
北海道	312	0.83%	451	0.57%	735	0.83%	22	1.16%
東北	159	0.42%	221	0.28%	665	0.75%	28	1.47%
北関東	270	0.72%	271	0.34%	1,049	1.19%	24	1.26%
南関東	1,530	4.06%	1,376	1.74%	4,327	4.90%	263	13.82%
甲信越	426	1.13%	533	0.67%	1,744	1.97%	65	3.42%
北陸	802	2.13%	1,340	1.69%	4,238	4.80%	27	1.42%
東海	6,251	16.57%	3,930	4.96%	16,681	18.88%	292	15.34%
近畿	22,655	60.05%	62,315	78.70%	42,199	47.77%	868	45.61%
中国	2,153	5.71%	3,746	4.73%	6,676	7.56%	118	6.20%
四国	1,088	2.88%	2,476	3.13%	3,444	3.90%	40	2.10%
九州沖縄	1,823	4.83%	2,153	2.72%	6,001	6.79%	149	7.83%
その他	257	0.68%	372	0.47%	576	0.65%	7	0.37%
計	37,726	100%	79,184	100%	88,335	100%	1,903	100%

資料 27 本学部のオープンキャンパスの参加者数の推移

【オープンキャンパス参加者数 (2018-2022 年度)】

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
参加者数(1日平均)*	1,453	1,686	865	1,675	1,199

^{*2020}年度はコロナ禍によりオンラインのみの開催だったためライブ配信視聴者数、2021年度、2022年度は対面での参加者数とライブ配信視聴者数の合計(延べ)。

資料 28 本学部の卒業制作展(「立命館映像展」)の参加者数の推移

【卒業制作展(「立命館映像展」)参加者数(2017-2021年度)】

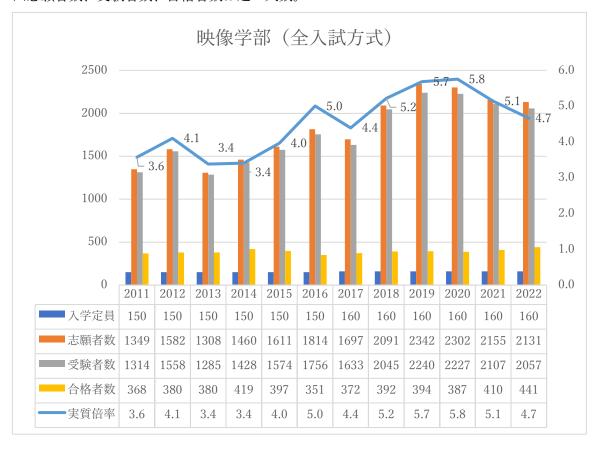
	2017 年度*	2018 年度*	2019 年度*	2020 年度**	2021 年度**
上映(T・ジョイ京都)	754	1,048	606	5 290	1 661
展示(KOTO ホール)	776	1,196	428	5,289	4,661
計	1,530	2,244	1,034	5,289	4,661

^{*}来場者数。

^{**} オンライン開催。ページビュー数。

資料 29 本学部の志願者数、受験者数、合格者数の推移グラフ

【全入試方式の志願者数、受験者数、合格者数、実質倍率(2011-2022 年度)】 ※志願者数、受験者数、合格者数は延べ人数。



「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 30 135 ページ 一般社団法人日本経済団体連合会(経団連)「採用と大学改革への期待に関するアンケート結果」2022 年1 月18 日

2. 出典

一般社団法人日本経済団体連合会(経団連

3. 引用範囲

https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/004_kekka.pdf

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 31 145 ページ 地域の経済 2020-2021-地方への新たな人の流れの創出に向けて- (130-132 頁)

2. 出典

内 閣 府 政 策 統 括 官(経済財政分析担当)

3. 引用範囲

https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr20-21/pdf/zentai.pdf(130ページから132ページ)

資料 32 本学部卒業生の就職先企業・団体の業種比率 ※本学キャリアセンターの把捉している卒業生(2019-2021 年度)の進路に限る

【本学部卒業生の就職先企業・団体の業種比率】

※()内は留学生(内数)

日本標準産業分類(大分類)	企業・団体数	比率
農業、林業	0	0.00%
漁業	0	0.00%
鉱業,採石業,砂利採取業	0	0.00%
建設業	4	1.39%
製造業	24(2)	8.36%
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.00%
情報通信業	138(6)	48.08%
運輸業,郵便業	3	1.05%
卸売業, 小売業	25(2)	8.71%
金融業, 保険業	2	0.70%
不動産業、物品賃貸業	5	1.74%
学術研究, 専門・技術サービス業	34	11.85%
宿泊業、飲食サービス業	7	2.44%
生活関連サービス業、娯楽業	14	4.88%
教育・学習支援業	7(1)	2.44%
医療・福祉	1	0.35%
複合サービス事業	0	0.00%
サービス業 (他に分類されないもの)	20	6.97%
公務 (他に分類されるものを除く)	3	1.05%
分類不能の産業	0	0.00%
計	287	100%

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 33 148 ページ 日本コンテンツの海外展開に関する調査報告書―中国編―

2. 出典

文化庁

3. 引用範囲

https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/kaizokuban/pdf/93754201_01.pd f (8ページから 9ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 34 151 ページ

2. 出典

日本経済新聞社

3. 引用範囲

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2022/66c457767e8bbf81/20 2203.pdf (21 ページから 25 ページ)

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 35 156 ページ 「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査」(2021 年 12 月調査)

2. 出典

株式会社 DISCO

3. 引用範囲

https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2022/01/2021kigyou-global-report.pdf

「学生の確保の見通し等を記載した書類」資料 36 168 ページ 「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査」(2022 年 12 月調査)

2. 出典

株式会社 DISCO

3. 引用範囲

https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2023/01/2022_kigyou-global-report.pdf

立命館大学 映像学部 人材需要の見通し調査 【入学定員増についての人材需要アンケート調査】 報告書

2023 (令和 5) 年 1 月 株式会社高等教育総合研究所

立命館大学 映像学部 人材需要の見通し調査 (入学定員増構想についての人材需要アンケート調査) 報告書 目 次

1.	「入学定員増についての人材需要アンケート調査」概要	2
2.	「入学定員増についての人材需要アンケート調査」集計結果	3
3.	「入学定員増についての人材需要アンケート調査」のポイント	13
添付資	料	
①【紙	版】立命館大学 映像学部「入学定員増構想についての人材需要アンケート調査」用紙	20
②【紙	版】立命館大学 映像学部 リーフレット	22
3 [wel	b版】立命館大学 映像学部「入学定員増構想についての人材需要アンケート調査」 回答サイトイメージ	23
参考資	料	
	「員増についての人材需要アンケート調査」クロス集計結果 二府四県が所在地の回答企業等における問4・5・6 結果)	26

1. 「入学定員増についての人材需要アンケート調査」概要

調査目的	立命館大学が 2024(令和 6)年度に入学定員増構想中の映像学部における 卒業生の人材需要の見通しを測定するために、第三者機関(株式会社高 等教育総合研究所)に委託の上で人材需要アンケート調査を実施した。
調査対象	映像学部の卒業生の採用が期待される全国の以下の企業に人材需要アンケート調査を依頼した。437 箇所映像学部卒業生採用実績先437 箇所・メディア/広告/デザイン/情報通信業1,228 箇所※従業員規模 100 名以上に限定623 箇所
	※東洋経済の企業データベースよりセレクト※従業員規模 2,000 名以上に限定以上の合計 2,288 箇所を依頼対象とした。
調査内容	 問 1~3:回答企業の基本情報(業種、所在地、従業員・職員数) 問 4:事業・業務に関連する映像学部のカリキュラム内容 問 5:映像学部の社会的ニーズ 問 6:卒業生に対する採用の意向 問 7:(問 6 で「採用したい」とした場合)採用可能人数 問 8:立命館大学映像学部への要望・期待する点以上、全8問で問 1~7 は選択肢式、問 8 は自由記述。
調査時期	2022(令和 4)年 10 月
調査方法	調査対象先の人事・採用担当者宛に依頼状・アンケート調査用紙・立命館 大学映像学部リーフレット・返送用封筒を各1部送付した(依頼状には WEB 回答用サイトへの URL・QR コードを記載)。ご協力いただける場合 は、紙方式・WEB 方式のいずれかで回答いただいた。
回収件数	有効回答数 296 件(回収率 12.9%)

2. 「入学定員増についての人材需要アンケート調査」集計結果

※「構成比、回答率(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

問1 貴社、貴機関の主業種として、最もあてはまるものをお答えください。(最もあてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	構成比
農業、林業、漁業、鉱業	0	0.0%
建設業	13	4.4%
製造業 製造品目:	31	10.5%
電気、ガス、熱供給、水道業	2	0.7%
通信業、放送業	26	8.8%
情報サービス業	43	14.5%
インターネット付随サービス業	9	3.0%
映像·音声·文字情報制作業	33	11.1%
運輸業	7	2.4%
卸売業、小売業	29	9.8%
金融業、保険業	11	3.7%
不動産業、物品賃貸業	2	0.7%
宿泊業、飲食サービス業	6	2.0%
教育、学習支援	2	0.7%
医療、福祉	2	0.7%
学術研究、専門・技術サービス業	42	14.2%
複合サービス業、その他サービス	7	2.4%
公務	1	0.3%
その他	11	3.7%
無回答	19	6.4%
숌計	296	100.0%

問2 貴社の本社、貴機関の主たる事業所の所在地をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	構成比
北海道	6	2.0%
青森県	1	0.3%
宮城県	2	0.7%
茨城県	1	0.3%
栃木県	1	0.3%
群馬県	4	1.4%
埼玉県	2	0.7%
千葉県	1	0.3%
東京都	130	43.9%
神奈川県	7	2.4%
新潟県	2	0.7%
富山県	2	0.7%
石川県	2	0.7%
山梨県	1	0.3%
長野県	2	0.7%
岐阜県	2	0.7%
静岡県	6	2.0%
愛知県	22	7.4%
三重県	1	0.3%
滋賀県	4	1.4%
京都府	11	3.7%
大阪府	36	12.2%
兵庫県	6	2.0%
奈良県	2	0.7%
和歌山県	1	0.3%
鳥取県	1	0.3%
岡山県	5	1.7%
広島県	7	2.4%
香川県	4	1.4%
徳島県	1	0.3%
愛媛県	6	2.0%
高知県	1	0.3%
福岡県	8	2.7%
佐賀県	1	0.3%
長崎県	1	0.3%
熊本県	2	0.7%
大分県	1	0.3%
宮崎県	1	0.3%
沖縄県	1	0.3%
無回答	1	0.3%
合計	296	100.0%

問3 貴社の従業員数、貴機関の職員数をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	構成比
~99 人	39	13.2%
100~299 人	115	38.9%
300~499 人	27	9.1%
500~999 人	26	8.8%
1,000~2,999 人	33	11.1%
3,000~9,999 人	41	13.9%
10,000 人~	15	5.1%
無回答	0	0.0%
合計	296	100.0%

問 4 立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、貴社、貴機関の事業・業務に関連があるものをお答えください。(あてはまるものすべてにマーク)

選択肢	回答数	回答率
映画	46	15.5%
CGアニメーション	51	17.2%
ゲーム	47	15.9%
メディアアート	30	10.1%
バーチャルリアリティ/XR	67	22.6%
コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業等)	53	17.9%
放送	50	16.9%
デジタルメディア	100	33.8%
記録映像/ドキュメンタリー	57	19.3%
デジタルアーカイブ	53	17.9%
以上にあてはまるものはない	119	40.2%

[※]複数回答の結果。回答率=各回答数:回答対象先(296件)

問 5 立命館大学「映像学部」は社会的ニーズが高いと思われますか。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	構成比
ニーズは極めて高い	73	24.7%
ニーズはある程度高い	194	65.5%
ニーズはあまり高くない	25	8.4%
ニーズは高くない	2	0.7%
無回答	2	0.7%
合計	296	100.0%

問 6 立命館大学「映像学部」が養成する人材を採用したいと思われますか。(あてはまるもの 1 つにマーク)

選択肢	回答数	構成比
採用したい	136	45.9%
採用しない	24	8.1%
わからない	136	45.9%
無回答	0	0.0%
合計	296	100.0%

問7 立命館大学「映像学部」で養成する人材について、採用を検討したいと思われる人数をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク)

選択肢	回答数	提示人数
1名	57	57
2名	40	80
3名	13	39
4名	3	12
5名	12	60
6名	1	6
7名	0	0
8名	0	0
9名	1	9
10 名以上	7	70
無回答	2	-
合計	136	333

問8 立命館大学「映像学部」について期待される点、ご要望等がありましたら、ご自由にご記入ください。

※64 箇所から回答を得た。

※空白については無回答。

番号	業種	所在地	従業員規模	問 8 記述
1	通信業、放送業	大阪府	100~299 人	一般企業へ就活すると決めた際に、やってきた 事が無駄にならずに一般企業の中でも存分にス キルを発揮できると学生に対して伝えてあげて ほしいです。 また、学生さんには様々なことに挑戦し続けてい ただきたいです。
2	情報サービス業	静岡県	100~299 人	視野の広い学生を育てて下さい。
3	映像・音声・文字情報制作業	東京都	100~299 人	マスコミ大手企業だけでなくグループ会社や中 小企業の製作会社でも人材ニーズはありますの で名の知られていない会社でもやりたいことができる会社があることを学生にお知らせください。 ブランドより何がやりたい、やれるかだと思います。
4	卸売業、小売業	東京都	100~299 人	弊社では新入社員の採用を実施していないため、問6「わからない」で回答させていただいております。(事業会社からの出向者受け入れのみ)
5	映像·音声·文字情報制作業	愛知県	1,000~2,999 人	動画報道できる人材を
6	通信業、放送業	東京都	100~299 人	アニメーション制作に興味を持てるような育成。 幅広い視野を持った学生の育成。
7	学術研究、 専門・技術サービス業	愛知県	500~999 人	AR、VR等、車、航空機の整備員教育に使えそう。また、設計試験がデジタルシミュレーションが伸びると思います。
8	学術研究、専門・技術サービス業	東京都	300~499 人	弊社は建設コンサルタント業として測量、設計、調査、情報システムを中心とした会社です。特に情報システムではGISを使用して、ガス管や水道管のデジタルマッピングの開発や運用を行っております。(カーナビの地下のようなもの)このデジタルの部分で、今後の開発に将来性を感じました。(貴校の学生が弊社での活躍の可能性を感じました)
9	学術研究、 専門・技術サービス業	滋賀県	~99人	現在2名の立命館大学映像学部の卒業生が当 社で働いております。 是非今後も採用したいと考えております。 何卒よろしくお願いいたします。
10	金融業、保険業	東京都	1,000~2,999 人	新卒者の採用は専門知識や技能を有していることも大切であるが、人間性を重視した採用をしたいと考えている。 貴学部の専門性を100%活かす業務のご提供には沿えない可能性があります。
11	通信業、放送業	青森県	100~299 人	当社は民間放送業です。地上波とオンライン同時配信やオンラインから地上波へ誘導することができる、デザイン、コンテンツを具体化できる知識やスキルを求めております。
12	情報サービス業	新潟県	500~999 人	自ら考え、行動できる人材を育ててください。

番号	業種	所在地	従業員規模	問8記述
13	製造業	愛知県	1,000~2,999 人	昨今は採用であれ広報であれ、映像や視覚的 情報を必要するコンテンツが増えているため、そ の方面の知識をお持ちの方がいると弊社として も心強いと考えております。
14	運輸業	東京都	~99 人	貴校が「映像学部」の学生さんをどの程度専門性をもった人材として教育されるのかが分からないため何とも言えませんが、当社グループのような総合物流企業においても、動画(教育、メッセージ、情報共有等)は必要不可欠となっております。
15	通信業、放送業	宮崎県	100~299 人	地方放送局に興味がある方が増えると今後の放送業界の発展につながりますので今後ともよろ しくお願いいたします。
16	通信業、放送業	宮城県	100~299 人	映像×表現も大事ですが、映像×ビジネスの視点を学生時から学んでいると企業側から見てとても魅力的だと思います。
17	通信業、放送業	大分県	100~299 人	以前は各個社による採用を行い、地元であるAP Uの学生を採用した実績があります。 現在は●●グループとして一括採用をしていま すので●●本社の意向(方針)によります。
18	通信業、放送業	静岡県	~99人	映像に関する様々な知識を大学4年間で習得することに期待しますが、当社はディレクターの人材を採用したいという手前、それに限らず幅広い分野の知識を得られる(触れる)体制ができていると期待しています。
19	複合サービス業、 その他サービス	大阪府	100~299 人	映像の学問を学び、全く違う分野でも通じる考え 方、本質を大切に学生を育ててほしい
20	通信業、放送業	静岡県	100~299 人	放送分野はもとより、デジタルメディアに精通した人材は今後さらに力を入れて確保していきたいと考えており、是非とも当社に関心を持っておただき、インターンシップ等にも参加していただきたい。
21	複合サービス業、 その他サービス	東京都	100~299 人	映像メディア業界の将来を担う人材の育成に期 待
22	その他	広島県	100~299 人	新しいアプローチを論理的に推進しつつ、若い 人たちの創造性を文化として花開かせてあげて ほしいです。
23	映像・音声・文字情報制作業	東京都	~99人	弊社は60名規模の制作会社です。 入社時より高いスキルを持つ方が入社してくださると早期から活躍できる環境です。 4年間で幅広い知識とスキルを身につけて人手不足のこの業界を明るくしてくれる人材を期待します。
24	インターネット付随 サービス業	東京都	300~499 人	弊社では動画×ITを軸に大規模配信のインフラや放送局のオンデマンドアプリの受託開発、さらには企業のPR動画制作まで幅広く動画活用をご提案しております。 貴校、貴学部との親和性はとても高いと感じておりますので、機会をいただけるようであれば、ぜひご挨拶や会社説明に伺いたいです。
25	インターネット付随 サービス業	東京都	100~299 人	映像についても幅が広く、ご活躍される範囲も多いので、企業側としてはどのようなカリキュラム 内容なのかが分かるとありがたいなと感じます。

番号	業種	所在地	従業員規模	問8記述
26	インターネット付随 サービス業	東京都	100~299 人	当社はYoutubeなどのSNSやメディアを活用した事業を展開しているため、映像、動画制作におけるスキルがあることが重要となります。ですが、今後の成長の中で、そこだけでなく「どのようなコンテンツが求められるか」「今までの映像史をふまえてどう変わっていくべきか」などを考え、実践できることが大切と考えています。アカデミックな環境だからこそ、その感覚、価値観が養われると期待します。
27	映像・音声・文字情報制作業	東京都	100~299 人	毎年ご応募いただいており、大変感謝しております。アートからビジネスまで幅広い経験をしていただくと、社会でもより一層役立てられるのではと思います。
28	映像・音声・文字情報制作業	東京都	~99 人	弊社はVFX及びCGI制作が主な事業です。CG制作は今やフリーソフト等、昔より気軽に触れる機会が増えてまいりました。そのため、CGデザイナーを志す若者が増えたことは大変喜ばしく思っております。その反面、様々なソフトに触れ、プログラムによって異なるソフトウェア間のやり取りやデザイナーの技術的補助を行いつつ作品全体のワークフロー構築を行える人材(主にテクニカルアーティストと呼ばれております)を欲しているのですが、なかなか現れず苦戦を強いられております。映像学部に入学される方は、もちろん映像が好きというのが根底にあると思いますが、映像業界でテクニカル系の職種が実は重宝されるということを知って頂ければと思い、アンケートを書かせて頂きました。ちなみに、23卒、既卒対象で後期募集をかけております。
29	通信業、放送業	東京都	300~499 人	主にテレビ報道に携わる弊社としましては、テレビ離れというこの時代にこそ、メディアリテラシーやメディア論といった教育の必要性を痛感しています。より良い社会をつくるために映像メディアがなすべきことは何なのか、学生の皆さまにはそんな課題意識をお持ちいただければと存じます。
30		愛知県	500~999 人	web業界の業務に関連する体験、履修をしていただくと業務との関連が深まると感じます。
31	通信業、放送業	東京都	300~499 人	映像コンテンツは益々増えて参りますが、スペックだけでなくハイクオリティな映像作品を生み出す人材を世界に送り出していただきたいと思います。
32	インターネット付随 サービス業	東京都	500~999 人	問6ですが、映像学部では具体的にどのような 事が学べるのかの判断が難しかったため、「わ からない」を選択させていただきました。ご了承く ださいませ。
33	卸売業、小売業	愛媛県	100~299 人	企業アピールのためにyoutubeなどに動画を上げる際に、動画作成の技術などがとても期待できる事項かと思います。
34	学術研究、 専門・技術サービス業	愛知県	500~999 人	航空機開発における、VX、VRを使った開発が 始まっていることから、今後、そのような分野でも 期待があると思われる。

番号	業種	所在地	従業員規模	問 8 記述
35	映像・音声・文字情報制作業	愛知県	100~299 人	学生の映像制作に対する興味関心を伸ばして頂き、仕事として長く続けられるような人材の育成を期待しております。
36	運輸業	大阪府	3,000~9,999 人	いつも大変お世話になっております。 今回のご構想に関しては、IT系やデジタル関連 に深く関連のある分野になるので、システム系に 精通した方であったり、映像制作の能力が高け れば、広報系にも起用したいと考えております。 そのような能力を持った学生様を期待しておりま す。
37		東京都	3,000~9,999 人	映像制作そのものだけではなく、映像関連の機器・異常・危険等に造詣の深い方であれば弊社での活躍を期待できると考えております。また、 弊社では広報部も存在していますので将来的なキャリアプランとしてクリエイティブな能力を活かして頂けると考えております。
38	情報サービス業	大阪府	1,000~2,999 人	当社が民間事業会社のため、創造力は発揮しつ つも組織人としてのビジネスマインドやスキルを 持ち合わせていることを期待する。
39	映像・音声・文字情報制作業	東京都	~99 人	アニメ、ゲーム業界に比べ 映画やCMなどに興味のある学生が減っているように思います 弊社のような業種がもっと学びに絡んでいけたらいいなと思っています
40	宿泊業、飲食サービス業	京都府	1,000~2,999 人	弊社のメインとする業務ではありませんが、映像 を学ぶことから、外注しているポスター作成や店 内装飾などにも力が活かせるかと思います。
41	映像・音声・文字情報制作業	熊本県	100~299 人	社会的ニーズは極めて高いと思いますが、弊社 の事業と合致する部分が少なく、採用には繋が らないと考えます。
42	映像·音声·文字情報制作業	東京都	300~499 人	プロデュース能力
43	情報サービス業	大阪府	100~299 人	・いつも弊社採用ではお世話になっております。 ・問6「1名」と回答は当社採用予定数が定まっていないからです。何名でも採用ニーズがあります。
44	映像・音声・文字情報制作業	東京都	~99 人	映像学部でカバーするコンテンツは、訴求性・浸透性に優れ、広く影響を与える要素を備えています。それゆえに、コンテンツの制作者・送信者には高い倫理性が求められます。そのような領域もぜひ教育課程に含めていただきたく思います。
45	製造業	愛知県	3,000~9,999 人	問4で回答したものは広報としての活用を想定しており、特殊鋼製造過程ではありません。ご参考になれば幸いです。
46	卸売業、小売業	和歌山県	100~299 人	ビジネスとしてのスキル
47	映像・音声・文字情報制作業	東京都	300~499 人	グループ各社で貴学映像学部で学ばれている 学生様に期待しております。
48	卸売業、小売業	京都府	10,000 人~	特化した知識が身に付くかと思います。専門の企業や部署では非常に活躍できると考えます。
49	宿泊業、飲食サービス業	東京都	10,000 人~	弊社として直接的な事業との関りは低いかもしれませんが、まだまだ知名度の低い当社にとってはメディアへの広報活動のひとつとしてこういった素養を兼ね備えた学生は今後必要となると感じております。

番号	業種	所在地	従業員規模	問8記述
50	映像・音声・文字情報制作業	東京都	500~999 人	5つの学びのゾーン等、現代の映像制作における環境に沿った展開をされており、弊社が進めている事業展開に非常に合致しているので、採用する側からすると、大いに期待したい。
51	製造業	富山県	3,000~9,999 人	弊社では、現状入社後即戦力になる(知識を活かせる)という部署はすぐに思いつきませんが、学ばれた事で弊社で活かせることを見つけ、発信していただくことを期待し、前向きに採用したいと考えます。ただし、学生が弊社(製造業)を就職先のひとつとして選んでくれるかという点では難しいかと感じています。
52	情報サービス業	東京都	100~299 人	全部をこよなくというよりも、ゲーム企画、3DCG デザイナー、2Dデザイナー、プログラマー、サウ ンドデザイナーと得意分野をみつけていただき、 ゲーム制作に携わっていただける方が育ってい ただければと期待しております。
53		東京都	3,000~9,999 人	専門学校と違い、総合的に学ぶことで映像に関する知識を幅広く活用できることが映像学部の強みです。求職フィールドを専門学校と被るところだけでなく、強い拘りをなく広く見させてもらいたいです。映像学部1期生として、映像学部の発展と、後輩たちが活躍することを期待させていただきます。
54	卸売業、小売業	東京都	3,000~9,999 人	昨年は弊社の採用活動にご協力頂きありがとう ございます。 今年も採用活動を行ってまいりますので、今後と もどうぞよろしくお願い致します。
55	宿泊業、飲食サービス業	東京都	10,000 人~	デジタルの時代の為、デジタルで繋ぐコミュニケーションの創出や、デジタルを活用したプロモーション作成など期待したい。
56	学術研究、専門・技術サービス業	東京都	100~299 人	弊社の業務内容が、今回のアンケートの映像学部の内容と違いますが、映像は、生活する中で欠かせないものです。今後、映像の芸術やエンターテイメント等の発展に携わって頂けることに期待しております。
57	卸売業、小売業	愛知県	100~299 人	映像・音響機器と扱う商社としては、そういった 業界に興味がある人材、機材に興味がある人材 自体が貴重であり採用したい。 クリエイティブ面だけでなく、ビジネスの面での意 識やバランス感覚も養って欲しい。
58	通信業、放送業	東京都	1,000~2,999 人	いわゆる芸術系大学とは一線を画した、商業性・ 商材としての映像コンテンツと、それを扱うビジ ネスをきちんと学ぶ場であってほしい。社会に貢献しつつ利益を生み、経済活動の一助ともなる 「映像」の作り手を育成頂きたいと思います。 大学OBとして、また映像制作会社の人事部採 用担当として、期待しております。

番号	業種	所在地	従業員規模	問8記述
59	映像・音声・文字情報制作業	東京都	300~499 人	美芸大の制作やデザイン能力・スキルに加え 自頭の良さが求められるので貴校のOB、OGで 活躍されている人は多く今後も継続して採用出 来ればと思います。大手に比べ、中小プロダクションはどうしても知名度が下がるのでオンライン で映像学部の学生メインの合同説明会やセミナーなど開催があれば是非積極的に参加したいです。
60		東京都	300~499 人	次世代のエンタメ事業を支えていただけるような 人材教育を行っていただけますことを期待してお ります。特に、エンタメについて広く知見があり、 理論に基づいて戦略を立て、その上で発想を活 かしてエンタメを広めていけるような方をお待ち しております。
61	教育、学習支援	大阪府	500~999 人	直近の過去3年以内にも貴学の映像学部より2 名採用しており、活躍してくれています。 優秀な方で、かつ、当社に関心を持っていただけたのなら、目標人数に関わらず積極的に採用したいと考えております。
62	映像・音声・文字情報制作業	大阪府	100~299 人	弊社はゲーム業界でございますので、3DCGや映像演出などクオリティの高い学生様がいらっしゃいましたら是非お越しいただけますと幸いです。
63		東京都	100~299 人	要望といいますより、ご提案になりますが、弊社で活躍している貴校出身OB. OGがおりますので、キャリア教育の一環として、「広告業界、プロダクションでの映像や各種コンテンツの関わり」など、講義などでご協力させていただくことが可能でございます。(他大学でもさせていただいており、オンラインでも対応させていただきます。)また、京都にて自主開催のイベント等もさせていただいており、とくに近年、映像にまつわる業務も増え、TVCMにも取り組むことも増えてきております。弊社案件事例は、こちらよりご確認いただけます。ここ数年で、新卒で弊社へ入社いただくことも増えていまして、非常に優秀な方が多く、映像、コンテンツ分野へのリテラシーも高く、弊社業務との相性も良いと感じております。ぜひ、ご協力させていただけますと幸いです。お忙しいところ恐縮ですが、少しでもご関心お持ちいただけましたら、ご連絡いただけますと幸いです。何卒宜しくお願い致します。
64	情報サービス業	大阪府	100~299 人	映像制作・デザインの知識や技能のみならず、 自己表現よりも社会から求められるものは何か という視点からビジネスデザインを含めて考えら れる人材を期待します。

3. 「入学定員増についての人材需要アンケート調査」ポイント

※「構成比(%)」はいずれも、少数点第二位を四捨五入。

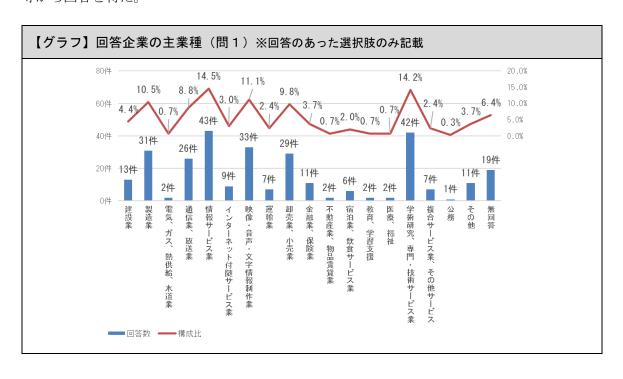
● 東京・大阪をはじめ全国の幅広い業種・規模の企業等 296 箇所が回答

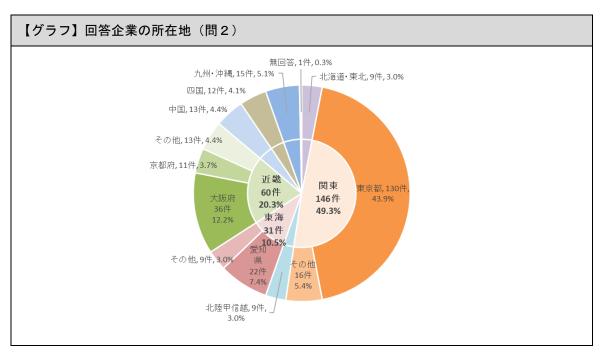
立命館大学が2024(令和6)年度に入学定員増構想中の映像学部について、「入学定員増構想についての人材需要アンケート調査」を実施し、有効回答296件の集計を行った。

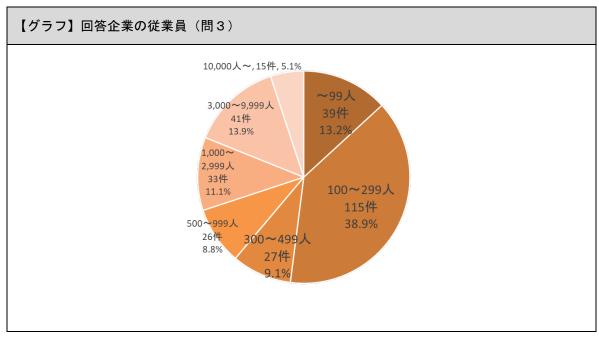
その結果、回答企業等の主業種は「情報サービス業」43 件(14.5%)、「学術研究、専門・技術サービス業」42 件(14.2%)、「映像・音声・文字情報制作業」33 件(11.1%)の他、「製造業」31 件(10.5%)、「卸売業、小売業」29 件(9.8%)など幅広い業種の企業から回答を得た。

加えて本社等所在地は、「東京都」130件(43.9%)を含む関東が146件(49.3%)に加え、「大阪府」36件(12.2%)、「京都府」11件(3.7%)を含む近畿が60件(20.3%)の他、全国のさまざまな地域の企業等から回答を得た。

さらに、従業員・職員数では 999 人までの企業等が 207 件 (69.9%) の一方で、「10,000 人 \sim 」 15 件 (5.1%) を含む 1,000 人以上の企業等も 89 件 (30.1%) あり、幅広い規模の企業 等から回答を得た。

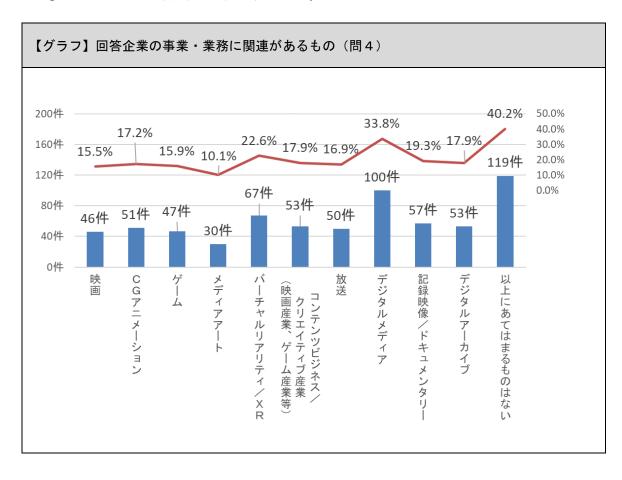






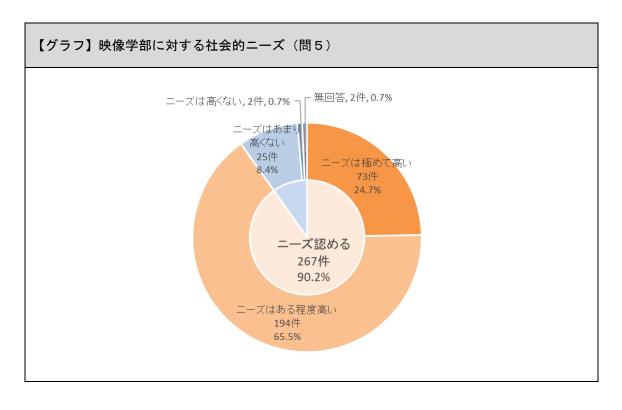
● 回答企業の事業・業務に関連があるもので、最も多かったものは「デジタルメディア」

映像学部のカリキュラムに含まれるアート、ビジネス、テクノロジーの要素のうち、回答を得た企業等の事業・業務に関連があるものとして最も回答が多かったのは「デジタルメディア」100件(33.8%)、次いで「バーチャルリアリティ/XR」67件(22.6%)であった。他のすべてのコンテンツに対しても関わりがあるとする企業等があり、一方で「あてはまるものはない」としたのは119件(40.2%)に留まった。



● 9割を越える回答企業等が立命館大学「映像学部」の社会的ニーズを認める。

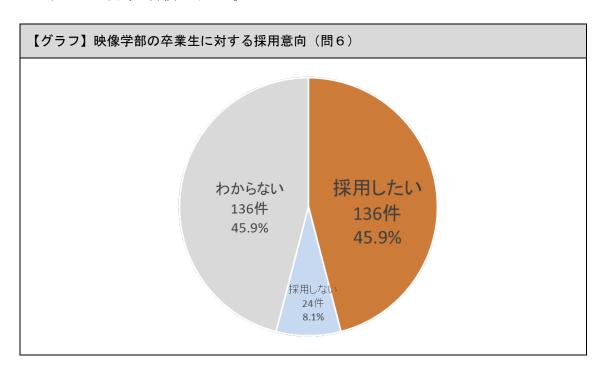
映像学部に対する社会的ニーズについての質問では、「ニーズは極めて高い」73 件(24.7%)、「ニーズはある程度高い」194 件(65.5%)であった。映像学部の社会的ニーズを認めたのは、合計 267 件(90.2%)で回答の 9 割を占める結果となった。なお、近畿 2 府 4 県に所在地のある企業の回答では、「ニーズは極めて高い」が 14 件(23.3%)、「ニーズはある程度高い」が 40 件 (66.7%)であり、映像学部の社会的ニーズを認めたのは、合計 54 件(90.0%)であった。この数値は、全国平均とほぼ同等の評価であった。



● 半数近くが「映像学部」卒業生の採用意向を示し、採用可能人数は333人に及ぶ。

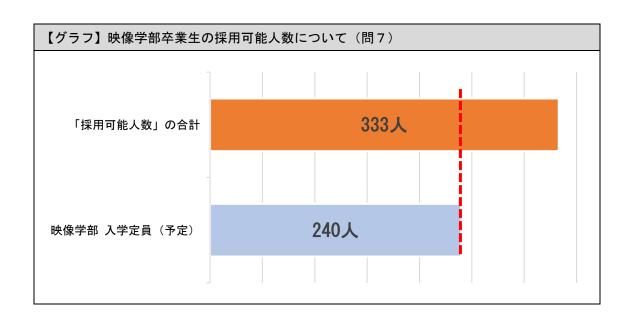
映像学部の卒業生に対する採用の意向については、136 件(45.9%)が「採用したい」と回答した。またこの136 件から示された具体的な採用可能な人数の合計は、333 人であった。映像学部における入学定員(定員増後)240 名を大きく上回る回答を得た結果となった。

なお、近畿 2 府 4 県に所在地のある企業の回答では、「採用したい」が 28 件(46.7%)であり、1 社あたりの採用可能人数は 2.46 人であった。これらの数値は、全国平均の 45.9%、 2.49 人とほぼ同等の評価であった。



【表】採用可能人数(問7)						
No	選択項目	回答数	採用可能人数			
1	1人	57	57			
2	2人	40	80			
3	3人	13	39			
4	4 人	3	12			
5	5人	12	60			
6	6人	1	6			
7	7人	0	0			
8	8人	0	0			
9	9人	1	9			
10	10 人以上	7	70			
	合計 134 333 人					

※無回答2件



添付資料





立命館大学「映像学部」 入学定員増構想についての人材需要アンケート調査 (対象:人事採用担当者様)

立命館大学は2024(令和6)年度、「映像学部」の入学定員を現行の160名から240名とし、さらにキャンパスを衣笠キャンパス(京都市)から大阪いばらきキャンパス(大阪府炎木市)に移転することを構想中です。本学ではこのアンケート調査を通して、将来「映像学部」が養成する人材の採用をご検討いただく皆様からさまざまなご意見をお聞きし、さらなる計 画の充実を図っていきたいと考えています。回答いただいた皆様から得られた情報は立命館大学「映像学部」の人学定員増 ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転構想に係る統計資料としてのみ活用いたします。

アンケート調査への御協力を謹んでお願い申し上げます。

※このアンケート調査は立命館大学から委託された第三者機関(株式会社高等教育総合研究所)が実施しています。

	正しい回答	
【記入例】		\bigcirc

間1 貴社、貴機関の主業種として、最もあてはまるものをお答えください。(最もあてはまるもの1つにマーク) () 農業、林業、漁業、鉱業 () 製造業 () 建設業 製造品目: () 電気、ガス、熱供給、水道業 () 通信業、放送業 () 情報サービス業 () 映像・音声・文字情報制作業 インターネット付随サービス業 () 運輸業 () 卸売業、小売業 金融業、保険業 不動産業、物品賃貸業 () 宿泊業、飲食サービス業 () 教育、学習支援 () 医療、福祉 () 学術研究、専門・技術サービス業 () 複合サービス業、その他サービス () 公務 () その他 問2 貴社の本社、貴機関の主たる事業所の所在地をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク) () 北海道 () 青森県 () 岩手県 () 宮城県 () 秋田県 () 山形県 () 福島県 () 炭城県 () 群馬県 () 埼玉県 () 千葉県 () 栃木県 () 東京都 () 神奈川県 () 石川県 () 山梨県 () 新潟県 () 富山県 () 福井県 () 長野県 ()静岡県 () 愛知県 () 岐阜県 () 三重県 () 和歌山県 () 滋賀県 () 京都府 () 人阪府 () 兵庫県 () 奈良県 () 島根県 () 岡山県 () 山口県 () 鳥取県 () 広島県 () 香川県 () 徳島県 () 愛媛県 () 高知県 ↑ 熊本県 ↑ 大分県 () 宮崎県 鹿児島県 () 福岡県 () 佐賀県 長崎県 問3 貴社の従業員数、貴機関の職員数をお答えください。(あてはまるもの1つにマーク) () ~99人 () 100~299人 () 300~499人 () 500~999人 () 1,000~2,999人 () 3,000~9,999人 () 10,000人~



本アンケート調査用紙に印刷されている QRコードは集計時に使用するものです。 個人の特定を目的とするものではありません。





	問4以降は別紙_	立命館大学「映像学部	『』の概要 をご覧	いただき、お答え	えください。	
問 4	立命館大学「映像学部」はアート、 で活躍できる人材を養成しています 連があるものをお答えください。(。以下の「映像学部」(あてはまるものすべて)	のカリキュラムに含 こマーク)	まれる要素のう		
0	映画	0 CGアニメーショ	ン	0 ゲーム		
0	メディアアート					
0	コンテンツビジネス/クリエイティ	ブ産業(映画産業、ゲー	-ム産業等)	() 放送		
0	デジタルメディア	記録映像/ドキュ	メンタリー	デジタルア・	ーカイブ	
0	以上にあてはまるものはない					
問 5	立命館大学「映像学部」は社会的ニ	.ーズが高いと思われま、	すか。(あてはまる	5もの1つにマー	·ク)	
0	ニーズは極めて高い () ニース	(はある程度高い) ニーズはあまり	高くない () ニーズは高くない	
問 6	立命館大学「映像学部」が養成する	人材を採用したいと思;	われますか。(あて	[はまるもの1つ	(にマーク)	
0	採用したい () 採用しない	(わからない				
問 7	【問7は、問6で「採用したい」と 用を検討したいと思われる人数をお				学部」で養成する人材について、	採
0	1名 0 2名	0 3名 0	4名 () 5名	0 6名	
0	1名 0 2名 7名 0 8名	0 9名 0	10名以上:			
問 8	立命館大学「映像学部」について期	待される点、ご要望等:	がありましたら、こ	ご自由にご記入く	ださい。	
1						

質問は以上となります。ご協力をいただき、ありがとうございました。



本アンケート調査用紙に印刷されている QRコードは集計時に使用するものです。 個人の特定を日的とするものではありません。 問4以降に答える前に、以下の「立命館大学映像学部の概要」をお読みください。

立命館大学映像学部

映像であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する人材を育成します。

2024年4月より入学定員増(160名→240名)& 大阪いばらきキャンパスに移転

地 : 立命館大学 大阪いばらきキャンパス (〒567-8570 大阪府茨木市岩倉町2-150) 所 在

※衣笠キャンパスから2024年度移転予定。

入 学 定 員 : 240名(収容定員:960名) ※2024年度予定

業 年 限 : 4年

部

の

333

学

び

Ø

特

取 得 学 位 : 学士(映像)

養成 する人材 : 映像学部は、映像学を教育研究することにより、映像と人間の関係に対する深い理解を

有するとともに、多様な映像分野を横断しながら、映像の可能性を開拓し、映像を通じて

広く人類と社会に貢献していく人間を育成することを目的としています。

「映像」であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する。

多様化する映像に、アート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な科目 を、「映画芸術」「ゲーム・エンターテインメント」「クリエイティブ・テクノロジー」「映 像マネジメント」「社会映像」の5つの学びのゾーンに配置しています。

「理論」と「実践」で未来の「映像」を創造する。

各ゾーンでは、「理論」で学び、「実践」で活用する授業を豊富に展開していま す。ものづくりや研究発表を組み込んだアクティブ・ラーニング型の科目(実践) と、様々な映像分野に関わる知識や技能(理論)を修得することができるカリキュ ラムを展開しています。

学びの成果を社会にアウトプットする。

日頃の制作・研究の成果を発信する「EIZO IUNCTION × キャリアフェア」や卒 業研究の展示・上映会である「立命館映像展」など、身に付けた知識・スキルを 外部に発信し、客観的に評価してもらいながら、更に学びを発展させる取組を 数多く行っています。

プロ仕様の最新設備を完備。

アニメやゲーム、CG、映画制作など、デジタル制作の現場で使われているもの と同等の最新の映像設備・機材を完備しています。

5つの学びのゾーンを横断し 自分にしかできない新しい領域を作る 映画芸術 映画 CGアニメーション 社会映像 -ム 遊び 記録映像 アーカイフ テクノロシ 理論と実践 映像 マネジメント クリエイティブ テクノロジー コンテンツピジネス クリエイティブ産業 メデ*ィアアート N´ -チャルリアリティ アート 映像の創造力と 表現力を学び映 像表現の可能性 を探求する マネジメント 映像コンテンツを 介して社会と関 わるビジネスカ を強化 **テクノロジ**ー イメージをリアル 理論と実践 総合大学ならではの「理論」にもとづく確かな「実践」

路

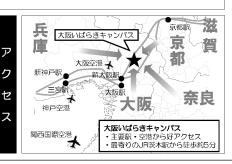
映像学部での学びを活かし、幅広い分野での活躍が期待されます。

【卒業後の進路実績】

映画会社、ゲーム会社、テレビ局、映像制作会社のほか、広告、情報通信、流通、金融、サービス業などの多様な業種への就職、 さらには大学院進学の実績があります。

初	大学・学部・学科名	初年度納付金(入学金・授業料等の合計)
年	立命館大学 映像学部	2,061,600 円程度を予定
度	京都芸術大学 芸術学部 映画学科	1,920,000 円
	大阪芸術大学 芸術学部 映像学科	1,790,000 円
学	日本大学 芸術学部 映画学科	1,880,000 円~1,900,000 円
費	近畿大学 情報学部	1,712,000 円
他	関西大学 総合情報学部	1,562,000 円
大学	立教大学 現代心理学部 映像身体学科	1,405,000 円
すを	※ 立会領土党映像学部の学書は予定の	ナのです

- ※ 立命館大学映像学部の学費は予定のものです。※ 他大学の学費は各大学ホームページ掲載情報に基づきます(2022 年 7 月時点)。
- いずれの大学も諸会費を含みません。



上記内容は構想中の内容であり、今後変更となる場合があります。

立命館大学「映像学部」 入学定員増構想についてのアンケート調査

(対象:人事・採用ご担当者様)

1ページ目(全3ページ)

立命館大学は2024(令和6)年度、「映像学部」の入学定員を現行の160名から240名とし、さらにキャンパスを衣笠キャンパス(京都市)から大阪いばらきキャンパス(大阪府茨木市)に移転することを構想中です。本学ではこのアンケート調査を通して、将来「映像学部」が養成する人材の採用をご検討いただく皆様からさまざまなご意見をお聞きし、さらなる計画の充実を図っていきたいと考えています。回答いただいた皆様から得られた情報は立命館大学「映像学部」の入学定員増ならびに大阪いばらきキャンパスへの移転構想に係る統計資料としてのみ活用いたします。 アンケート調査への御協力を謹んでお願い申し上げます。

※このアンケート調査は立命館大学から委託された第三者機関(株式会社高等教育総合研究所)が実施しています。

問1 貴社、貴機関の主業種として、最もあてはまるものをお答えください。 **必須**

選扎	尺してください
問 2	貴社・貴施設の本社(本部)所在地についてお教えください。
選扎	尺してください
問3	貴社の従業員数、貴機関の職員数をお答えください。 必須
選技	尺してください

立命館大学「映像学部」 入学定員増構想についてのアンケート調査

(対象:人事・採用ご担当者様)

2ページ目(全3ページ)

問4以降は立命館大学「映像学部」の概要」をご覧いただき、お答えください。(以下または郵送物をご参照ください)

間4以降に答える前に、以下の「立命館大学 映像学部の概要」をお読みください。

立命館大学映像学部

映像であらゆる分野をつなぎ、社会に貢献する人材を育成します。

2024年4月より入学定員増(160名→240名)& 大阪いばらきキャンパスに移転



上記内容は構想中の内容であり、今後変更となる場合があります。

次へ
戻る

立命館大学「映像学部」 入学定員増構想についてのアンケート調査

(対象:人事・採用ご担当者様)

3ページ目(全3ページ)

問4 立命館大学「映像学部」はアート、ビジネス、テクノロジーの要素を備える様々な5つの学びのゾーンを設け、幅広い業界・業種で活躍できる人材を養成しています。以下の「映像学部」のカリキュラムに含まれる要素のうち、貴社、貴機関の事業・業務に関連があるものをお答えください。(あてはまるものすべて)

C/A A D O O O O O O O O O O O O O O O O O
□ 映画
□ CGアニメーション
メディアアート
□ バーチャルリアリティ/X R
コンテンツビジネス/クリエイティブ産業(映画産業、ゲーム産業 等)
放送
□ デジタルメディア
記録映像/ドキュメンタリー
□ デジタルアーカイブ
□ 以上にあてはまるものはない
間5 立命館大学「映像学部」は社会的ニーズが高いと思われますか。 201
選択してください
間 6 立命館大学「映像学部」が養成する人材を採用したいと思われますか。 ②3
選択してください
間7 立命館大学「映像学部」について期待される点、ご要望等がありましたら、ご自由にご記入ください。 任意
送信
戻る

参考資料

「入学定員増についての人材需要アンケート調査」クロス集計結果 (近畿二府四県が所在地の回答企業等における問4・5・6 結果)

問5 立命館大学「映像学部」は社会的ニーズが高いと思われますか。 (あてはまるもの1つにマーク)

	全体		近畿二府四県	
選択肢	回答数	構成比	回答数	構成比
ニーズは極めて高い	73	24.7%	14	23.3%
ニーズはある程度高い	194	65.5%	40	66.7%
ニーズはあまり高くない	25	8.4%	6	10.0%
ニーズは高くない	2	0.7%	0	0.0%
無回答	2	0.7%	0	0.0%
合計	296	100.0%	60	100.0%

ニーズは極めて高い+ニーズはある程度高い=構成比合計

90.2% 90.0%

問 6 立命館大学「映像学部」が養成する人材を採用したいと思われますか。(あてはまるもの1つにマーク)

	全体		近畿二府四県	
選択肢	回答数	構成比	回答数	構成比
採用したい	136	45.9%	28	46.7%
採用しない	24	8.1%	7	11.7%
わからない	136	45.9%	25	41.7%
無回答	0	0.0%	0	0.0%
合計	296	100.0%	60	100.0%

問7 立命館大学「映像学部」で養成する人材について、採用を検討したいと思われる人数をお答えください。 (あてはまるもの1つにマーク)

	全体		近畿二府四県	
選択肢	回答数	人数合計	回答数	人数合計
1名	57	57	11	11
2名	40	80	11	22
3名	13	39	1	3
4 名	3	12	2	8
5名	12	60	1	5
6名	1	6	0	0
7名	0	0	0	0
8名	0	0	0	0
9名	1	9	0	0
10名以上	7	70	2	20
無回答	2	-	-	-
合計	136	333	28	69

1箇所平均の採用人数(無回答は分母から除外)

2.49

2.46