

# 2026年度事業計画書

(2026年4月1日から2027年3月31日)

学校法人ソニー学園

# 学校法人ソニー学園 2026年度事業計画書

(2026年4月1日から2027年3月31日まで)

## 目次

<b>I. 事業計画策定にあたって</b>	.....	2
はじめに～		
<湘北リカバリープラン/中期計画>の修正と湘北短期大学 Rebornに向けた		
<湘北ブランド構築プロジェクト>の立ち上げ		
<b>II. 2026年度事業計画の概要 ～重点施策</b>	.....	4
(1) 湘北ブランド構築プロジェクト		
① 学びの充実		
② 国際化の加速		
③ 地域連携の強化		
④ 就職力強化		
⑤ 教職員のエンゲージメント強化・モチベーション向上		
(2) 学生募集力の強化		
① 票田校への計画的・組織化されたアプローチ		
② 高大連携、出張授業などの有効活用		
③ 湘北短大の強み・魅力の発信力強化		
④ オープンキャンパス(OC)のさらなる進化		
⑤ 3年プラン(長期履修制度)の位置づけ変更		
⑥ アサーティブ入試や「湘北チャレンジ応援制度(入学前資格取得奨学金)」導入等		
による高校生の早期エンゲージメント		
(3) 就職力の強化		
① 就職先の一層の優良化		
② 学生の就職満足度向上		
(4) 財務経営の健全化		
(5) 認証評価の受審		
<b>III. 予算の概要</b>	.....	14
(1) 2025年度のレビュー		
(2) 2026年度予算編成の方針		
(3) 事業活動収支予算書の概要		
(4) 資金収支予算書の概要		
(5) 施設・設備投資		

## I.事業計画策定にあたって

はじめに～

＜湘北リカバリープラン/中期計画＞の修正と湘北短期大学 Reborn に向けた  
＜湘北ブランド構築プロジェクト＞の立ち上げ

2026年度の入学者数は336名前後と予測、2025年度入学者数の315名から約20名の増加が見込まれる。短期大学を取り巻く逆風が強まる中での増加は健闘と言えるが、年初の計画値373名には届かなかった。

学科別には、保育学科が37名の大幅増となる。これは、高校生向けに実施した「保育入門講座」、教員による高校での模擬授業、及び保育分野の説明会強化等が奏功した結果と分析している。

一方、総合ビジネス・情報学科は10名減の見込み。新たに導入する「フィールド制」が学生数増加には直結しなかったほか、「情報Sコース」は初動の遅れと訴求力不足から入学予定者ゼロという厳しい結果となった。

生活プロデュース学科は11名増を計画したが、実際は6名減となる見込み。特に医療事務コースにおける志望者減が影響した。なお、男女共学化は入学者増につながる効果を発揮しなかった。

2026年度入学者数において本学が一定の成果を挙げたことは、自助努力の結果として評価できる。しかし、高校生の四年制大学志向の強まり、専門学校による攻勢の激化など、マクロ環境における逆風は依然として厳しく、本学も継続的に新たな打ち手を講じ続ける必要がある状況に変わりはない。

2026年度は、2024年度に策定した中期計画の3年目にあたりと同時に、2027年4月に予定されている学校法人名称変更を見据えた極めて重要な年度である。名称変更は受け止め方によってはネガティブインパクトを生じうるが、本学ではこれを逆にブランド刷新の機会と捉え、\*\*「湘北ブランド構築プロジェクト」\*\*を立ち上げる。

2027年度以降は、「湘北短期大学」を前面に押し出す形で新たなブランドイメージを構築し、本学の継続発展を期する。従って、2026年度は新ブランドを社会に提示する前の“準備の年”と位置づけ、外部に発信するイメージを裏付けるだけの実質(substance)を構築することが極めて重要になる。よって、2026年度の事業計画の大きな柱の一つとして、この「湘北ブランド構築プロジェクト」を既定の中期計画施策と並んで重点施策として明確に位置づける。

なお、2026年度入学者336名(見込み)という現状を鑑み、2027年度入学者計画値はオリジナルリカバリープラン上の415名から367名へ下方修正(▲48名)する。2028年度以降の入学者数の修正プランは次ページの表のとおりである。損益分岐点到達のタイミングは2029年度から後ろにずれ込む見込みである。

【湘北リカバリープラン～入学者数と在籍者数】(2026年2月28日時点)

学科	区分	2026			2027		2028	2029	2030	2031
		RCプラン	2025年度 事業計画値	現時点の 見込み	RCプラン	修正 RCプラン	修正 RCプラン	修正 RCプラン	修正 RCプラン	修正 RCプラン
総合ビジネス・情報 (B)	入学定員	220	220	220	220	220	220	220	220	220
	総合ビジネスコース	185	140	110		110	120	120	120	120
	総合ビジネスコース 留学フィールド			3		10	10	10	10	10
	情報メディアコース		45	30		40	45	55	60	60
	外国籍学生			0		10	15	20	25	30
	入学者数(目標)	185	185	143	205	170 (▲35)	190	205	215	220
	入学定員充足率	84.09%	84.09%	65.00%	93.18%	77.27%	86.36%	93.18%	97.73%	100.00%
生活プロデュース (L)	入学定員	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	入学者数(目標)	98	98(-)	81	100	87 (▲13)	90	90	95	95
	入学定員充足率	108.89%	108.89%	90.00%	111.11%	96.67%	100.00%	100.00%	105.56%	105.56%
保育 (P)	入学定員	110	110	110	110	110	110	110	110	110
	入学者数(目標)	110	90(▲20)	112	110	110	110	115	115	120
	入学定員充足率	100.00%	81.82%	101.82%	100.00%	100.00%	100.00%	104.55%	104.55%	109.09%
湘北短期大学 (3学科)	入学定員	420	420	420	420	420	420	420	420	420
	入学者数(目標)	393	373(▲20)	336	415	367 (▲48)	390	410	425	435
	入学定員充足率	93.57%	88.81%	80.00%	98.81%	87.38%	92.86%	97.62%	101.19%	103.57%
	収容定員	840	840	840	840	840	840	840	840	840
	在籍者数(見込み)	731	711	638	808	700	822	895	954	994
	収容定員充足率	87.02%	84.64%	75.95%	96.19%	83.33%	97.86%	106.55%	113.57%	118.33%

【湘北リカバリープラン～収支改善目標】(2026年2月28日時点)

(単位:百万円)

項目/年度	25予算	25実績見込	26予算	27見込	28見込	29見込	30見込	31見込	
教育活動収支	学納金	773	765	766	796	926	987	1,045	1,062
	補助金①	73	79	88	97	109	112	111	109
	補助金②修学支援	50	123	123	123	123	123	123	123
	寄付金	9	13	9	9	9	9	9	9
	その他	21	22	49	40	36	31	75	32
	教育活動収入計	926	1,002	1,035	1,065	1,203	1,262	1,363	1,335
	人件費	759	739	787	754	758	761	791	753
	経費①	457	446	477	477	477	477	477	477
	経費②修学支援	50	123	123	123	123	123	123	123
	減価償却費	120	120	120	115	112	111	110	105
	教育活動支出計	1,387	1,429	1,508	1,470	1,471	1,473	1,502	1,459
	教育活動収支	▲461	▲427	▲473	▲405	▲268	▲211	▲139	▲124
	動支外収支	受取利息	105	112	129	129	129	129	129
教育活動外収支		105	112	129	129	129	129	129	129
経常収支	▲356	▲315	▲344	▲276	▲139	▲82	▲10	5	
特別収支	資産売却差額 債券売却等	0	13	0	0	0	0	0	0
	施設設備補助金	0	0	0	0	0	0	0	0
	特別収入計	0	13	0	0	0	0	0	0
	資産処分差額 図書等	5	5	5	5	5	5	5	5
	-有価証券償還損	0	10	5	0	1	0	0	3
	その他特別 賞与引当等	59	59	0	0	0	0	0	0
	特別支出計	64	74	10	5	6	5	5	8
特別収支	▲64	▲61	▲10	▲5	▲6	▲5	▲5	▲8	
[予備費]	24	23	24	24	24	24	24	24	
基本金組入前当年度収支	▲444	▲399	▲378	▲305	▲169	▲111	▲39	▲27	

## II. 2026年度事業計画の概要 ～重点施策

上記 I の達成に向けて、2026年度は、下記(1)～(5)を重点施策として策定した。

### (1) 湘北ブランド構築プロジェクト

湘北ブランドの構築については、下記①～⑤の領域の強化に全学をあげて取り組んでいく。

#### ① 学びの充実

2027年4月に予定されている学校法人名称変更を契機に、「湘北短期大学」を前面に押し出

す形で新たなブランドイメージを構築する。2026年度は新ブランドを社会に提示する前段階として、ブランドの中核となる「学びの充実」を推進していく。

#### 【総合ビジネス・情報学科】

学科の特徴を確認するために行った学生へのアンケートでは、「資格取得への注力」、「ビジネスの基礎や社会で役立つスキルの習得」が挙げられたほか、「面倒見の良い教職員」や「手厚い就職活動サポート」も高く評価されており、実務教育と学生への伴走体制が現在の基盤となっている。この基盤を活かしつつ、2026年度から開始する「フィールド制」において、将来の目標に合わせて「ビジネス」と「情報」を軸に専門性を高めつつ、分野横断的な学びの機会を提供することで独自の強みを築いていく。学生自らがフィールドを選択しカリキュラムを組む過程や、各フィールドでの学びを通じて、主体性、社会人基礎力、実務に直結するAI活用力を修得できるフレームワークを構築する。少人数教育による手厚いサポートのもと、ビジネスとデジタルの両面に精通し、AI時代に自律して活躍できる「考えて使える社会人」を育成する。

2027年度は、「情報Sコース」を「情報メディアコース」に改称する。「総合ビジネスコース」と「情報メディアコース」の2コース体制で、将来の目標に合わせて「ビジネス」と「情報」のいずれかを軸に定め、それぞれの専門スキルを着実に身につけるとともに、さらに、分野を越えて学べる「フィールド制」で知識の幅を広げることで、学生一人ひとり強みを構築する。

各コースのブランド・ステートメントは以下の通り。

- |  |
|--|
| <p>■総合ビジネスコース：「就職の前に、社会人になる。」<br/>仕事の考え方・進め方やマナーといった「社会人の基本」を徹底し、教員の伴走による資格取得支援を通じて、自信を持った社会人を育てる。</p> <p>■情報メディアコース：「テクノロジーとデザインのわかるビジネスパーソンになる。」<br/>知るだけで終わらない。つくって、動かして、未来を変える。その学びを通して、AI時代にデジタルで人や組織の価値を高め、社会で活躍できる実務人材を育てる。</p> |
|--|

#### 【生活プロデュース学科】

生活プロデュース学科の全学生を対象に実施したアンケートでは、入学前後のイメージにポジティブな変化が確認された。入学前は「資格取得やマナー」といった限定的な学びや、「楽しそう」という漠然とした期待が主であったが、入学後は「想像以上に幅広く多様な学びが可能なこと」への驚きと、個々のハードルをクリアできたことによる「実力・自信」の獲得を実感する学生が多い。特に2年生は、多分野の学びを掛け合わせることで、習得したスキルを自身の「自信」や「品格」として内面化している。進学満足度は極めて高く、出願時に他校と迷った層ほど「湘北にして正解だった」という納得感が強い傾向にある。これは、専門学校のような「深さ」と四年制大学のような「広さ」を兼ね備えた本学科の教育が、学生のニーズを的確に捉えているためである。生活プロデュース学科は、教員や仲間を支えられるアットホームな環境の中で、多様な学びを通じて学生が「なりたい自分」を主体的に形にしていく、納得度の高い成長の場となっている。今後はこの強みを核とし、さらなる教育の質向上を目指す。

生活プロデュース学科のブランド・ステートメントは以下の通り

- |   |
|---|
| <p>・なりたい自分をプロデュース<br/>多彩な学びを掛け合わせ、「なりたい自分」を形にする。専門性と広い視野で、確かな自己</p> |
|---|

成長を実現する。

・自信と品格を磨く2年間

教員の手厚い支援の中で「自分ならではのスキル」を磨く。学生生活の忙しさを、充実した達成感に変え、実社会で通用する自信と品格を養う。

・期待を確信に変える成長の場

多様な選択肢から可能性を広げ、期待を確信に変える。高い納得度の中で、自分だけの正解が見つかる場所。

2027年度版の学生募集用大学案内では、学科の5つのコースの魅力をそれぞれ以下のように紹介している。

■ファッションコース

あなたの「好き」が誰かの「笑顔」に！

くらしをカラフルに彩る、ファッションの力を学ぶ

■フードデザインコース

「食べることが好き」から始まる、くらしのフードデザイン

魅力ある「食」を提案し、届ける力を育てます

■インテリアコーディネートコース

「ライフスタイル×インテリア」=インテリアコーディネートを学ぶ

0から1へ、思考と表現でくらしと住環境をデザインする

■心理・子どもコース

「子どもが好き！」「人の心理について学びたい！」

その思いを力に、人々の幸せをプロデュースするプロを目指します

■医療事務コース

医療事務のスキルや患者接遇サービスマナーを習得し、医療業界で活躍する

【保育学科】

保育学科は、保育士資格・幼稚園教諭2種免許の取得を目指し、将来保育者として社会で活躍する人材を育成している。学科で掲げる「大好きな先生になる」というキャッチフレーズは、多くの受験生や在学生在が胸に抱く幼少期に憧れた保育者を想起させ、本学が、保育の現場で活躍できる、子どもたちにとっての「大好きな先生」を養成することを示したものである。この「大好きな先生」を養成するため、「実践力」、「表現力」、「コミュニケーション力」を「3つの柱」とし、教育を推進してきた。

在学生、卒業生へのアンケートでは、入学前のイメージ、在学時及び卒業後の実感として「3つの柱」が「良かった点」として多く挙げられた(下記)。

実践力	: 実践の場や演習授業が確保されている
表現力	: 特にピアノを中心とした表現力を磨くための教育環境
コミュニケーション力	: 教員との距離が近く、コミュニケーション機会が多い教員の寄り添う姿勢

一方、「より魅力のある大学になるために行ったらよいと思うこと」、「学生生活でできなかったが、より学びたかったことややりたかったこと」の設問には、「学年を超えた交流」や「行事への

より深いかかわり」について触れられる傾向が確認された。これらは現在も行っているものではあるが、現行の取り組みをさらに発展させることを検討し、学生たちの学びの充実につなげていく。

#### 【リベラルアーツ科目】

本学は、リベラルアーツ教育を、専門性を支える「人間力」の基盤として位置づけている。2026年度は人文科学、社会科学、自然科学、芸術などの分野の18科目を開講する。

一方、現状では卒業要件の最小単位取得に留まる学生が多く、主体的な履修行動は限定的である。また、保育学科は免許及び資格取得を優先するカリキュラムの構成上、リベラルアーツ科目の開講が2科目と、他学科と比較し少ない。

今後、「専門スキルを支える、揺るぎない人間力」をキャッチコピーに、ホームページを整備し、豊富な科目構成、3年プラン(長期履修制度)との親和性、利他の精神の涵養やUNAI(UN Academic Impact : 国連アカデミック・インパクト)加盟といった本学独自の特色を強力に発信する。入学前から教育的意義を浸透させることで、専門性を高めるための「知の土台」を耕し、自発的に学びを深めるラーニングマインドの醸成を目指す。また、保育学科においては、2027年度以降の段階的な科目の拡充を目指し、学科とリベラルアーツセンター共同で検討を進める。

#### ② 国際化の加速

『グローバル社会へはばたく力』を身につける」

～世界と出会い、自分を超える。湘北フルサポート・グローバル・プログラム～

本学はこれまで、海外教育交流協定校との密度の高い双方向語学研修プログラムを実施してきた。豪州ニューカッスル大学(UoN)とは2週間の「短期海外研修」、10週間の語学研修(留学フィールド : SELIC)という学生派遣プログラムを、同大学学生受入プログラムとしてはExchange Program を実施。これに加え、2022年には台湾の国立暨南国際大学(NCNU)と協定を結び、中国語圏での語学研修プログラムを開始した。2024年には「短期海外研修」を、2025年にはExchange Program を実施し、充実した教育交流活動を行った。なお、Exchange Program の実施に際しては、学友会国際交流委員会の学生が中心となって行っており、2年間の活動を通じてリーダーシップや企画力を涵養してきた。

2027年度に向けてこの活動をさらに拡大する。初めにNCNUへの Semester 留学を実施する。ビジネス社会における中国語の重要性はすでに知られており、本学でも「中国語」という科目で対応しているが、十分とは言い難い状況である。そこで、本 Semester 留学では、15週間の中国語実践学習を通じて語学力の向上のみならず、台湾の文化や習慣、日本以外のアジア社会への造詣を深めることを目的とする。

次に、日本語学校から外国籍学生の受け入れを実施する。コロナウイルス感染症の影響が小さくなって以降、海外から多くの若者が留学生として来日し、日本での就職を目指して学習している。このような留学生を本学で受入れ、就職に必要な高い日本語運用能力とともに、ビジネスに関する知識やスキルを身につけて日本での就職に結びつけることを目指す。一方、2024年と2025年に大連東軟信息学院(DNUI)から留学生の受け入れを行ったが、9月から約1年間

の「特別聴講生」という受入形式は、運営面において現実的ではないことがわかった。そこで、本プログラムでは、4月入学の2年間在学という通常のスタイルで留学生を受け入れるほか、学生派遣・留学生受入業務を専門に担当する職員を採用し、ビザや出席管理、生活管理などを適切に実施できる環境を整える。また、留学生にとって障壁になるのは学費であり、本学では「湘北留学生スカラシップ(募集人数15名以内)」を設定する。日本語の作文と面接による評価により、スカラシップを取得する学生は、年間の一部学費減免により1年間96万円、2年間192万円で学習することが可能になる。なお、本スカラシップは、留学生の日本語運用能力のスクリーニングを兼ねており、一定レベルの日本語作文力と日本語コミュニケーション能力を有する学生を選別できる側面がある。なお、留学生は総合ビジネス・情報学科に所属することになるが、カリキュラムについては、1年次に最優先で日本語能力向上を目指し、その後インターンシップや専門科目を受講する形式を採用する。

上記プログラムを学生募集につなげるために、プログラムそのものに加え、国際交流活動を通じた学生の成長、本学が長年にわたり実施してきた経済的サポートや、学生の外国語や留学そのものに対する不安を払拭するべく実施してきたきめ細やかなサポートすべてをPRしたいと考え、本学の活動を「湘北フルサポート・グローバル・プログラム」という名称で発信する。

協定校への留学だからこそその安心感、就職活動に資する日本語をしっかりと学ぶカリキュラム、経済的なサポート、海外協定校からの留学生や外国籍の学生がキャンパスで学ぶことで、様々な活動を通じて異文化共生、国際交流活動を通じたリーダーシップや企画力の向上に繋がることを伝える。ひいてはグローバル社会へ進む学生の背中を後押しできる短大であることをアピールし、入学者数の増加を目指す。

### ③ 地域連携の強化

#### ③-1. プロジェクトの全体像と目的

～「地域貢献」から「実践的な成長の場」へ～

本プロジェクトの核心は、地域連携活動を学生の「圧倒的な成長エンジン」として再定義することにある。

単なる「奉仕活動」の枠を超え、学生がキャンパスで学んだ知識を、地域のリアルな課題解決に「実装」する機会を創出する。正解のない課題に挑み、企業や住民からのフィードバックを受けるプロセスこそが、座学では得られない「社会人基礎力」と「自信」を育む。

この「学生がたくましく成長する事実」こそが、企業からは「共に働きたい人材の宝庫」として、高校教員・生徒からは「確実に力がつく大学」として評価される最大の根拠となり、本学のブランド価値を強固なものにする。

#### ③-2. 現状の課題認識

現在の地域連携活動において、以下の5つの課題を認識している。

- 1) 情報の体系化・戦略性の不足：活動が点在しており、センターとしての全体像や提供価値が伝わりきっていない。
- 2) 発信力の弱さ：成果発信が継続的でなく、学内外への理解浸透が停滞している。
- 3) 組織としての成熟度：持続可能な体制整備や仕組みの構築が急務である。
- 4) 運用面の負担感：高大連携の申込フローや機材手配など、業務効率化の余地がある。

5) 成果の見える化不足：活動の価値を定量・定性の両面で客観的に評価する仕組みが脆弱である。

### ③-3. 新コンセプトの提案

課題を解決し、活動をブランディングするため、以下の統一コンセプトを掲げる。

グランドコンセプト：「Smart & Practical(洗練された実学)」

- ・従来の「泥臭い地域密着」というイメージから脱却し、「都会的でスマートな地域活性」という新たなブランドイメージを構築する。
- ・外部ブランド(ソニー等)に過度に依存することなく、教職員自身が「プロフェッショナルな教育を提供している」という自覚と自信を持つ契機とする。

### ③-4. ターゲット別戦略(3つの発信軸)

各ターゲットに対し、最適なメッセージと役割(コンセプト)を以下の通り設定し、ホームページ等で配信する。

ターゲット	コンセプト	アプローチ方針	メッセージの核
自治体・企業	<b>Biz-Partner</b> (ビジネスパートナー)	単なる活動報告ではなく、本学の3学科ができることを「メニュー(営業ツール)」として提示する。	「地域に『実装』する、若いインターフェース。」 学生を単なるボランティアではなく、実務スキルを持つ戦力として提案する。
高校・教育機関	<b>Next-Education</b> (次世代の実学)	出張授業などをパッケージ化し、「地域で輝く先輩」を学びのロールモデルとして提示する。	「社会に出る前に、『プロの基礎』をインストールする。」 座学だけでは得られない人間力と社会人基礎力の育成を強調する。
受験生	<b>Creative-Experience</b> (創造体験)	ワクワクする体験を提示し、自己成長の機会として訴求する。	「机の上より、クリエイティブ。」 イベント企画や商品開発など、実践を通じた自己アップデートの場として魅せる。

### ③-5. 今後のアクション：戦略的パートナーシップの構築

～地域と共に人を育てる「共育」サイクルの確立と基盤整備～

本学の教育リソース(人を育てるノウハウ)を地域企業へ提供し、強固な信頼関係を構築する。その基盤の上に、企業の社員が学生を指導する「社会人メンター制度」を設け、「大学が企業を助け、企業が学生を育てる」持続可能な教育サイクルを確立する。

2026年度を「準備期間」、2027年度を「湘北メンター制度のトライアル」とする。

#### 【2026年度：フェーズ0】

2026年度は準備期間とし、企業が真に求める「新人研修プログラム」のパッケージ化を行う。  
2027年度の新人研修及び「社会人メンター」への協力企業の開拓を行う。

- ・リサーチ：地元企業数社への「人材育成ニーズ」ヒアリング。
- ・プログラム作り：本学教員が企業と連携した独自研修コンテンツの制作。
- ・連携先確保：2027年4月実施の新人研修トライアルを実施する企業の確保。

#### 【2027年度：フェーズ1「共育サイクルの始動」】

- ・合同新人研修のトライアル実施：2026年度に協力依頼した企業数社に対し、  
本学で一括研修を提供。
- ・社会人メンター制度のトライアル運用：研修を受けた若手社員がメンターとなり、授業への  
登壇、学生へのアドバイスなどを実施。
- ・連携先確保：2027年4月実施の新人研修を実施する企業の確保。

#### 【2028年度：フェーズ2「共育サイクルの展開」】

- ・参加企業やメンターへの登録数を増やし、学生との合同の取り組み企画などを実施する。

#### ④ 就職力の強化

「就職に強い湘北」のイメージをさらに強化するために、以下の3つのポイントに応じた取り組みの実施を検討している。

##### (a) 隠れた強みの可視化

まだ公開されていない「就職に強い」というイメージにつながるような情報の発信に取り組む。  
取り組み検討案は以下のとおり。

- ・進路決定満足率
- ・優良企業への就職割合
  - 上場企業、健康経営優良法人、くるみん、えるぼし認定企業への就職割合
- ・知名度ある企業への就職実績
  - 就職学生コメント、企業担当者コメント
- ・ソニーとの連携実績
  - 就職、インターンシップ、イベントスタッフ参加等の紹介

##### (b) 現行の強みの強化

知名度のある企業や優良企業に内定するための新たな支援策等を検討し、実行する。取り組み  
検討案は以下のとおり。

- ・優良企業への応募促進
  - 優良企業に就職可能性がある学生の把握と応募を促す仕組み作り
  - 学生が優良企業を選択肢に含めるための機会作り(学生への情報提供)
- ・就職活動ノウハウの強化
  - AIを活用した面接トレーニング等、優良企業就職のための準備講座等の実施

### (c)新たな魅力の創出

#### ・先輩学生による就職支援体制の構築

- OB・OG訪問等の仕組み

#### ・AIロボットの導入

- キャリア教育センターの部屋の前に設置し、書類手続など定型的な質問に対応。受付対応の省力化やキャリアサポート課(以下CS課)に行くことに対する心理的ハードルの高さへの対策

### ⑤ 教職員のエンゲージメント強化・モチベーション向上

組織内の課題の把握を目的に、2024年7月に、初めて「組織サーベイ」を実施した。サーベイでは、「組織の他者への推奨度(eNPS : Employee Net Promoter Score)」と「勤続意向」の2項目、及びその根拠となる「経営、事業戦略、働き方、上司、同僚、業務内容、成長機会、評価」の8項目、計10項目の満足度等を測り、教職員の本学への「貢献意欲(エンゲージメント)」を可視化した。これを踏まえて、組織改善に向けた優先課題を明らかにした上で、PDCAを回し、継続的な改善に取り組み、より良い組織を創り上げていく。

また、昨年「湘北ブランド構築プロジェクト」を立ち上げたことに伴い、教職員が今後の「湘北ブランド」の構築を自分事として捉え、主体的に取り組んでいけることを目的に、組織サーベイを活用してその浸透度・理解度を把握する。その結果として、教職員一人ひとりが「湘北プライド」を持ち、学生に最高の規範を示し、教員がより良い教育・研究・運営体制を自ら創り出す意欲の源泉とし、教員と職員・組織間の垣根を越えた強固なチームワークを形成することを実現する。

## (2) 学生募集力の強化

### ① 票田校への計画的・組織化されたアプローチ

通常の学生募集活動の強化に加え、本学との高大連携協定を結んでいる高校を中心に神奈川県内外の32校へのアプローチ体制を一層強化する。人的な体制やデータベースの整理(一元化)を進め、一丸となって学生募集の効果的・効率的な活動を推進できる環境・体制を整備し、遂行する。

### ② 高大連携、出張授業などの有効活用

「地域連携センター」は、「大学の教育効果を証明するショールーム」としての役割を担っている。これまでの地域連携センターのホームページは単に高大連携・出張授業の提示に終わっていたが、リニューアルし、課題であった「① 活動の発信不足」、「② 窓口の迷子」を解消する必要がある。①に関しては簡単な報告だけだったものを「次の依頼を呼ぶための宣伝材料」へ変換し、②に関しては迷わず数クリックで相談・申込ができる「入口」を構築する。高大連携、出張授業などを通じて高校の教員との信頼関係を構築し、おススメしたくなる大学を目指す。

### ③ 湘北短大の強み・魅力の発信力強化

「社会に羽ばたく自信が持てる！」という本学のタグライン(合い言葉)を、ターゲットとなる高校生・保護者に対して、SNSを含めたデジタルツールを中心にした発信を質・量ともにここ数年強化してきた。その効果は、調査結果や入学者数に表れてきたと認識している。今年度以降は、

その結果を基に使用するメディアの集中と選択をさらに進める。男女共学・3年プラン(長期履修制度)など全学共通の特長のほか、学びの異なる3つの学科・4つの分野について、それぞれの特長(オリジナリティ・クオリティ)を、高校生や保護者に対して適切なタイミングで広く知らしめる活動を積極的に行う。大学案内や資料送付等の紙ベースのものや、本学のホームページのリニューアルを機にさらに工夫を加え、使い方の変化を先取りして構成や役割を構築する。SNSを含めたデジタルツールを積極的・最大限に活用し、高校生に対する効果的なコンテンツを企画して実行プランに落とし込む。

#### ④ オープンキャンパス(OC)のさらなる進化

2024年度までに蓄積したデータ分析に基づき、2025年度に引き上げた広報活動の投資額について、一定の効果がみられると認識。今年度も活動の方向性を維持し、集中と選択を進める。また、デジタルマーケティングの手法を駆使し、「2027年度367名入学」を確実に達成すべく、OCの来場者数640名以上の達成を図る。春休みや夏休み期間の平日開催へのトライや、本学が授業を行っている月曜・祝日の開催を継続し、オープンキャンパスに参加しやすい環境を整える。来場者に対しては、OCの内容を2025年度以上に一層魅力的なものにし、高いコンバージョンレート(OC来場者から入学者への比率)の維持・向上を目指す。

#### ⑤ 3年プラン(長期履修制度)の位置づけ変更

本学の3年プラン(長期履修制度)は、通常の教育課程を3年間で計画的に履修し、卒業を目指す内容で、2025年度に生活プロデュース学科で導入した。2026年度からは全学科での導入となる。

2025年度の生活プロデュース学科の入学生の内、長期履修を選択する割合は約10%であったが、2026年度入試においては3学科合計で25%を超える受験生が長期履修を選択している。長期履修の増加は、ゆとりある学び・より深い学びへの希望、学費の年間支払額の軽減、アルバイトと学業の両立など様々な背景があると考えられる。

長期履修を希望する受験生が増加している状況を踏まえ、今後の広報活動においては、通常の課程と長期履修を並列・同等に打ち出し、本学において多様なスタイルの学びが可能であることをPRしていく。

#### ⑥ アサーティブ入試や「湘北チャレンジ応援制度(入学前資格取得奨学金)」導入等による 高校生の早期エンゲージメント

本学の競合先の一つである専門学校では、学校種の違いから実質的な入学試験を6月から行っている。一方、本学では国の取り決めに則り、9月以降に入学試験を実施している。

この状況に対処するため、初めに、2027年度より資格取得と連動した「湘北チャレンジ応援制度(入学前資格取得奨学金)」を導入する。これは、入試の合格者が、本学が定めた所定の資格を入学前に取得すると、資格の難易度に応じて、入学後に奨学金の給付を受けることができる制度である。対象資格は、学科や授業での学びと関連性を持たせ、入学後にも知識・スキルの向上が可能なものとする。また、資格取得に向けたモチベーションをより高めるため、取得した資格と科目の内容に応じて単位認定(履修免除)を行うことを検討する。

この奨学金制度を基に、① 高校生が本学の資格に関連する授業や講座を受講できるスキー

ムの構築、② ①に掲げた授業や講座を受講した高校生を主な対象として、高校在学中から本学の教職員との個別面談等の「アサーティブ・プログラム」に参加し、本当に学びたいことを見つけ進学先を明確にする入学試験「アサーティブ入試」の実施を検討していく。  
こういった取り組みにより、高校生の本学に対する早期エンゲージメントを図っていく。

### (3) 就職力の強化

#### ① 就職先の一層の優良化

2025年度に引き続き、学生の就職先の一層の優良化のため、本学が定める条件に合致する優良企業からの求人獲得を目指す。2025年度は、2024年度の優良企業数の5%アップの393社を目指し実現できたため、2026年度は、さらに目標を上げ、2024年度の10%増となる411社からの求人獲得を目指す。

なお、求人票には、優良企業からの求人だと分かるよう、認定されている制度等を表すスタンプを押すなど、その制度等を学生に理解してもらうための働きかけ方を検討し、実行する予定である。

#### 【総合ビジネス・情報学科の取り組み】

総合ビジネス・情報学科では、卒業生の経験談から学ぶ機会に加え、今後は地域企業と共創する『実践の場』を大幅に拡充する。

企業担当者とのメール対応、日程調整、企画提案といった一連のプロセスを学生自身が担うことで、ビジネスマインドを実地で鍛え上げる。受け身の就職活動から脱却し、自分自身の価値観と『社会人としての視点』を持って企業を見極め、納得のいく優良企業を自らの手で選び取れる人材を育成する。

#### 【生活プロデュース学科の取り組み】

生活プロデュース学科では、今後も、授業に招聘する卒業生を2つのカテゴリーに分け、前期には卒業後2、3年を経た若い世代を、後期には卒業後5年以上が経過し一定のキャリアを積んだ世代を招き、学生が卒業後の人生と職業について段階を踏んでイメージできるようにする。そのうえで、就職先の一層の優良化策としては、何を根拠に優良企業とされるのか、「優良」たる所以を学生自身が理解できるような学びの機会を作っていく。具体的には、学科のキャリア系必修科目において、業界特性や収益構造の基本を学ばせ、公表資料から企業経営の状態を知る方法や、企業のサステナビリティレポートに触れたり、福利厚生や能力開発を含む各種制度の比較をさせたりして、学生が企業を見極める選択眼を養うことに注力する。

#### 【保育学科の取り組み】

保育学科では個々の学生の理想とする保育観や園種別等に応じて就職指導をしており、これまで実習や就職で既に関係のある園を中心に学生の希望にかなった就職を実現してきた。また、公務員を希望する学生向けには公務員試験対策講座等のサポート体制を整えており、例年、合格者も一定数出ている。公務員試験では、内定までに筆記試験や面接を複数回にわたり突破する必要があり、学生にとってはハードな側面もある。そのため、公務員試験対策講座の内容の点検や、学生が志望する自治体の試験の特徴などに応じたカスタマイズ等のフォロー、CS課と

の連携の一層の強化によりサポートの充実を図り、志望者の合格の実現を目指す。

## ② 学生の就職満足度向上

昨年度と同様に、学生の多様化する進路に対応するため、学生一人ひとりに対して、学科教員もCS課職員も同じ支援方針であたっていくことを目指し、学生の就職活動状況等を互いに共有するためのスプレッドシートを活用する。

これに加えて、AI面接のシステムを利用した面接体験講座の実施を検討。就職活動で必ず実施される面接試験に対する苦手意識を少しでも払拭するための機会を作る。

### 【総合ビジネス・情報学科の取り組み】

総合ビジネス・情報学科では、学生への就職支援として、ゼミ担当教員及びアドバイザーが就職活動状況を把握し、CS課と連携を密にする。必要に応じて学生と一緒にCS課に行くなどの対策も取る。学生が自信を持って社会に出られるように資格取得の推奨や、地域や企業との連携に参加させるなど経験値を上げる機会を増やす。

また、多様な学生が増えてきており、学生の進路の希望を丁寧に聞き取り、就職や進学以外でも学生本人が卒業後に活躍できる環境を自ら選択できるように支援していく。

### 【生活プロデュース学科の取り組み】

生活プロデュース学科では、「ゼミナールⅠ・Ⅱ」の担当教員が学生の就職活動を支援する体制を継続する。2年進級と同時に、ゼミナール担当教員が週1回のゼミナールの授業で、学生から就職活動の進捗状況をヒアリングしたり、CS課の「就職活動状況一覧」を活用したりして、学生の動向を適宜把握し、就職活動に踏み出せない学生への個別相談や橋渡しを継続し、学生一人ひとりに合わせた伴走型の支援を継続する。

### 【保育学科の取り組み】

保育学科では、学生の就職活動についてマイスターが軸となりCS課とも連携しながら、園・施設見学先の選定から志望先の決定、就職試験・面接に向けた具体的な指導を行っている。保育所・幼稚園・こども園・施設への就職は現在売り手市場であり、学生たちは基本的に希望する就職先から内定を得ている。そのため、概ね自身の就職活動の結果に満足を得ていると考えられる。公務員試験に関しては、志望する学生が可能な限り内定を得られるよう、「就職先の一層の優良化」部分で述べたようなフォローを行い学生の就職満足度の向上につなげる。また、一般企業等への就職を希望する学生についても従来通り、希望進路の迷いや変更希望のタイミングを逃さず速やかにフォローするために、マイスターを中心とした日ごろの学生サポートと学生に関する情報共有を学科内で丁寧に行うとともに、CS課との連携を図る。学生へのサポートと学科内及びCS課との情報共有の体制は、学生の希望する進路にかかわらずとられており、これを維持することで、個々の学生の希望に応じた就職を実現する。

このほか、保育職においては、早期離職する卒業生も一定数おり、就職後の満足度を含めてよりよい取り組みを考える必要があると考えている。これを実現するために、卒業生調査等を通じて、就職指導や日頃の教育内容を検討していく。

#### (4) 財務経営の健全化

本学は、社会に約束した「Value Proposition」の履行するために、中長期的に安定した財務基盤の構築を目指して資金運用を行っている。中長期的な視点での基本ポートフォリオを定めるとともに、有価証券の購入・売却に関しては、毎年、理事会において承認頂く、「理事長委任事項に関する包括的承認の件」の範囲内で事案への迅速かつ円滑な対応を行い、毎年5月の理事会において内容の説明を行っている。資金運用方針は、適宜検証し、状況に応じて適切に見直すこととしている。本学では、資金運用管理委員会において、基本ポートフォリオを含む資金運用に関する重要事項について審議する体制を整備して運用を行っている。また、証券会社等を活用し、知見の補充・充実に努めている。

2025年度に、利率の低い債券を売却し、より利率の高い債券を購入することで、受取利息を増額することを目的に、本学の内部運用規定を文部科学省が国立大学法人に求める資産運用基準をベースに見直しを行い、資産運用については、債券投資を中心に、外国債券・仕組債等の「リスク許容型債券」は全有価証券(簿価ベース)の35%を上限に保有することとした。その結果、年間の利息収入をポートフォリオ再構築前と比較して、20%以上増額できる見込みである。

2026年度については、6億円の満期償還が予定されており、短期・中長期的な資金繰りを充分考慮した上で、受取利息を更に増額できるよう効果的な資産運用を行っていく。

#### (5) 認証評価の受審

2026年度は、7年以内ごとの受審が必須である認証評価(一般財団法人大学・短期大学基準協会)を受審する(前回は2019年度)。本年度のスケジュールは以下のとおり。

- 6月末に、「2025年度 自己点検・評価報告書」を提出
- 8月に書面審査
- 9~10月に訪問審査

その後の審査を経て、2027年3月には結果が判明し、3月の「理事会・評議員会」で報告できる予定である。受審に向けて、ALO(Accreditation Liaison Officer: 第三者評価連絡調整責任者)を中心に、全学を挙げて取り組んでいく。

### Ⅲ. 予算の概要

#### (1) 2025年度のレビュー

2025年度の基本金組入前当年度収支差額は、当初予算▲444百万円に対し、実績見込みは▲399百万円となり、45百万円の改善となる見通しである。学納金収入は休退学者増に伴う在籍者数減少の影響により減収となったが、資金運用面において高金利債券への入替えや売却益の確保を進めた結果、受取利息および有価証券売却益が収入を下支えした。支出面では、教育の質維持を前提に投資の優先順位を見直し、情報システム整備に係る仕様の精査等を実施した。また、人件費については、予算上計画していた教員1名および職員2名の採用を見送ったことにより減額となった。なお、教員1名については採用活動を実施したものの、最終的に採用には至らなかったものである。これらの取り組みを通じ、全体として収支改善を図った。

## (2)2026年度予算編成の方針

2026年度の予算案は、「2026～2031年湘北リカバリープラン/中期計画」および2027年4月の学校法人名称変更を見据えた「湘北ブランド構築プロジェクト」の実現に向け、同計画に直結する教育改革の推進とブランド構築施策の具体化に必要な投資を盛り込んだ内容として、資料B「2026年度収支予算書」に取りまとめた。

2026年度予算案について、その概要を以降の資料で説明する。

### ●「事業活動収支予算書」の概要

本予算書は、企業会計の損益計算書に該当し、当該年度における学校法人の諸活動の成果としての経営状況を表す計算書である。収支区分を、①教育活動 ②教育外活動 ③特別収支の3つに分けて示している。

これら3つの事業活動収支合計から予備費を控除したものが「基本金組入前当年度収支差額」で、ここから「基本金組入額」を控除して「当年度収支差額」を計算している。

経営状況の健全性の観点からは、主たる事業収支である「教育活動収支差額」で均衡以上を達成しているか、あるいは「基本金組入前当年度収支差額」で均衡以上を達成していることが求められる。

### ●「資金収支予算書」の概要

本予算書は、企業会計のキャッシュフローに相当し、当該年度での学校法人における諸活動に対応する全ての資金の動きとその内容を明らかにする計算書である。

なお、各収支予算書では、2026年度予算と2025年度予算とを対比していることから、本概要においても、2025年度予算比で差異を説明する。

## (3)事業活動収支予算書の概要 ※( )内数値は2025年度予算比増減

### 1. 教育活動収支

教育活動の収入総額は1,035百万円(+109百万円)、支出総額は1,508百万円(+121百万円)を見込み、教育活動収支差額は473百万円の支出超過となる。

収入面では、「高等教育の修学支援新制度」における多子世帯支援拡充に伴う授業料減免額交付金の増加73百万円、および生活プロデュース学科と保育学科の定員変更(定員充足率の改善)に伴う補助金増加15百万円(以上、経常費等補助金)、ならびに勤続年数の長い職員の退職に伴う退職金財団交付金増加26百万円により、前年度予算比109百万円の増収を見込んでいる。支出面では、退職関連費用の増加に伴う人件費増加28百万円に加え、「高等教育の修学支援新制度」の適用対象者の増加に伴う奨学金増加73百万円を計上している。なお、当該73百万円は同額補助金(授業料減免額交付金)収入として見込んでいるため収支への影響はない。このほか、本学独自の奨学金制度による増加10百万円や、学生募集力強化に伴う広報費増加9百万円等により、前年度予算比121百万円の増加となる。

### 2. 教育活動外収支

教育活動外収支は、債券投資を中心とした資産運用により、2025年度に実施した高金利債券

への入替え等の効果が通期に寄与することから、2026年度の受取利息・配当金は129百万円を見込み、前年度予算比24百万円の増加となる。

### 3. 特別収支

特別支出は、有価証券の償還に伴う処分差額(償還差損)5百万円、および図書館蔵書のうち老朽化等により除籍する図書の処分数5百万円となる。

### 4. 基本金組入前当年度収支差額

上記3項目の事業活動の収支差額の合計354百万円の支出超過から、予備費24百万円を控除した「基本金組入前当年度収支差額」は378百万円の支出超過となり、前年度に引き続き支出超過(赤字)予算となる計画である。

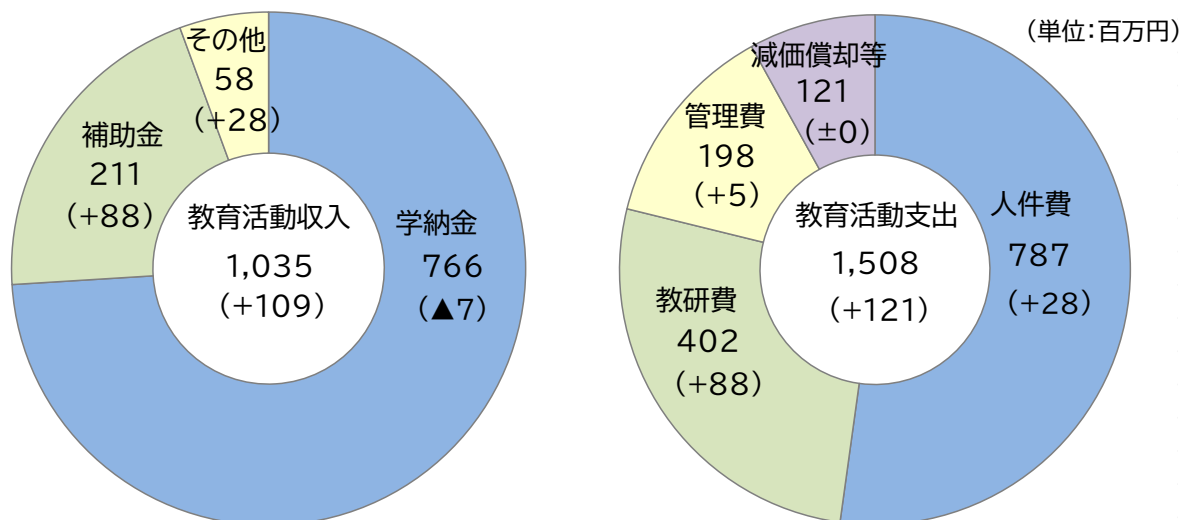
### 5. 翌年度繰越収支差額

上記「基本金組入前当年度収支差額」378百万円の支出超過から、本年度の投資額と除却額の差から生じる「基本金組入額」28百万円を控除した「当年度収支差額」406百万円の支出超過に、「前年度繰越収支差額」224百万円を加え、「翌年度繰越収支差額」は▲182百万円(▲291百万円)となる計画である。

## 事業活動収支予算対比2025年度 vs 2026年度

(単位:百万円)

		2025 予算	2026 予算	差 額
①	教育活動収入	926	1,035	109
②	教育活動支出	1,387	1,508	121
③=①-②	教育活動収支	▲ 461	▲ 473	▲ 12
④	教育活動外収支	105	129	24
⑤=③+④	経常収支	▲ 356	▲ 344	12
⑥	特別収支	▲ 64	▲ 10	54
⑦	予備費	24	24	0
⑧=⑤+⑥-⑦	基本金組入前収支	▲ 444	▲ 378	66
⑨	基本金組入額	▲ 30	▲ 28	2
⑩=⑧+⑨	当年度収支	▲ 474	▲ 406	68
⑪	前年度繰越収支	583	224	▲ 359
⑫	基本金取崩額	0	0	0
⑬=⑩+⑪+⑫	翌年度繰越収支	109	▲ 182	▲ 291



#### (4) 資金収支予算書の概要 ※( )内数値は2025年度予算比増減

資金収入の総額は2,361百万円(+367百万円)、資金支出の総額は2,228百万円(+205百万円)となり、資金収支は133百万円の収入超過となる。これに前年度繰越支払資金248百万円を加えた、2026年度末の翌年度繰越支払資金は381百万円(+139百万円)となる。以下、収入と支出の主なものについて説明する。

##### 1. 資金収入

学生生徒等納付金収入は、2026年度の総学生数を645名(入学予定者336名)と見込み、2025年度予算比で20名増加するものの、3年プラン(長期履修制度)選択者が予算比89名増加することにより年間納付額が減少するため、2025年度比7百万円減の766百万円となる。

補助金収入は、私立大学等経常費補助金88百万円に、「高等教育の修学支援新制度」による補助金123百万円加えた211百万円となる。

資産売却収入は、2025年度比303百万円増の1,032百万円を計上した。内訳は、退職給与引当特定資産への債券割当432百万円と償還債券等600百万円である。

受取利息・配当金収入は、2025年度に実施した高金利債券への入替え等の効果により、2025年度比24百万円増の129百万円を計上した。

前受金収入は、主に2027年度入学予定者からの学生生徒等納付金収入となる。入学予定者数から、「高等教育の修学支援新制度」の適用対象見込者数60名、および3年プラン(長期履修制度)選択者数100名分の納付金収入を減じて算出したもので、226百万円を計上した。

その他の収入の主なものとして、預り金受入収入157百万円を計上している。内容は、教職員の所得税、地方税及び私学事業団掛金等の預り金であり、2025年度予算と同額である。

## 2. 資金支出

人件費支出は、2025年度比18百万円減の729百万円を計上した。

主な減少要因は、賞与が前年度引当済みであり、当年度の資金支出が抑制されることによるもの。なお、退職金は増加しており、2026年度分の賞与引当金を新たに費用計上するため、事業活動収支上は人件費が増加している。

教育研究経費支出は、2025年度比86百万円増の402百万円を計上した。

主な増加要因は、「高等教育の修学支援新制度」対象者の増加に伴う奨学金の支出増加によるもの。

管理経費支出は、2025年度比7百万円増の199百万円を計上した。

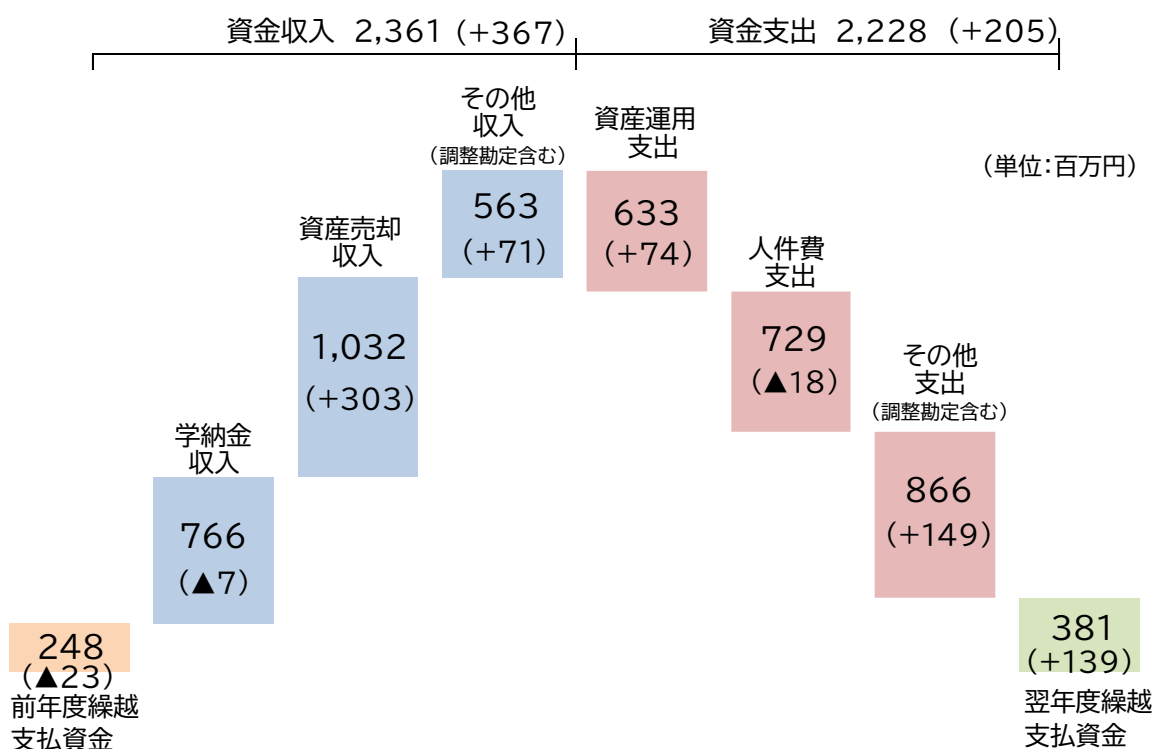
主な増加要因は、学生募集力強化に伴う広報費の増加によるもの。

施設関係支出と設備関係支出は、それぞれ13百万円と41百万円を合わせて54百万円を計上している。施設関係支出の主なものは、147教室改修工事8百万円等、また、設備関係支出の主なものは、147教室改修工事に伴う備品や611教室プロジェクター教材提示装置更新29百万円等である。

資産運用支出は、2025年度比74百万円増の633百万円を計上した。

主な内訳は、退職給与引当特定資産などへの債券戻入れ433百万円と債券の購入200百万円である。

2026年度の資金収支の状況は以下のとおり。



### (5)施設・設備投資

2026年度の固定資産投資総額は54百万円で、主なものは以下のとおりである。

(単位:千円)

目的	案件名称	金額	科目
教育施設改善	147教室改修工事一式 湘北ブランド構築PJ	8,118	建物
	1号館ロビーエアコン等設置工事	2,777	建物
	クラブハウス火災報知設備設置工事	1,991	建物
	計	12,886	
教育環境整備	147教室改修工事に伴う備品 湘北ブランド構築PJ	19,584	備品
	611教室プロジェクター教材提示装置更新	9,153	備品
	124教室等デジタル非対応教材提示装置更新	2,105	備品
	技術検証/機能評価用機器導入	900	備品
	電熱式炉壇(茶室)	250	備品
計	31,992		
その他	食堂精算システムの更新	5,332	備品
	学校業務システムアップグレード準備	2,220	ソフト
	図書一式(情報資料含む)	1,800	図書
	計	9,352	
合 計		54,230	

以上