

【運営方針2】実践教育の充実

【基本方向】多様な進路に対応した教育体制による実習に必要な技術・知識の習得強化

【評価基準】 A:大きく上回る B:上回る C:概ね達成 D:やや下回る E:下回る

評価項目	評価目標	具体的方策	取組状況	自己評価	次年度に向けた改善策
1 少人数制による多様な進路に対応した学習支援の充実	(1)進路決定率:100% (2)就農率:60%	① 少人数制によるきめ細やかな学習支援【継続】 専攻学科に担任を配置し、各学科において少人数でしっかり学べる教育体制とし、学生個々の習熟度に応じたきめ細やかな指導を行い、基礎から実践までの知識・技術の習得を図る。 ② 多様な進路に対応した指導【継続】 就農、雇用就農、就職、進学等の4つの進路指導コースを設定し、進路の実現に向けて、きめ細かく支援する。 具体的には、農業系学科では、就職希望者に対して就職計画の作成等を指導するとともに地元農業技術普及課との連携により、スムーズな就職開始を指導する。就職希望者に対しては農業法人や農業・食品関連企業を招いた就職相談会を開催し、雇用就農や企業就職に向けた雇用マッチング支援を行う。また、土地や施設等の経営基盤を有さない就職希望者のため、農業を成長産業として積極的に参加している企業での現地研修を開催し、学生の意識改革を図る。 林業経営学科では、林業・木材関連団体が開催する合同就職説明会への参加とインターンシップを実施し、進路決定を支援する。 コロナ禍により、求人が減少する可能性のあることから、年度当初より農業法人や農林業関係者へ求人働きかけ、早期の進路決定を目指す。	・各学科1～15名の少人数制で講義・実習を行い、学生の習熟度に応じて基礎的知識や実践的技術の習得を図る積極的な指導を実施した。 ・進路選択にあたっては、学生と二者面談、学生・保護者との三者面談を随時、実施し、認識を共有しながら、進路決定に向けた具体的な対応策を支援した。 ・毎月の職員会議において、個々の学生の就職活動状況を情報共有し、指導にあたった。 ・専門カウンセラーによるキャリアカウンセリング(進路決定に関する相談)を行い、学生の早期の進路決定を支援した。 * コロナ禍により県外における就職活動が困難であったが、1月末までに2学年全員の進路を決定することができた。 ・就職コースにおいては、就職計画等の作成指導や農業法人代表者等の講演等により、就職に向けた準備を指導した。 ・農業系学科の雇用就職・就職コースでは、就職を志望する学生を対象に、農業法人や農業・食品関連企業を招いての就職相談会を6月に開催した。林業経営学科は、林業関係団体が主催する合同就職相談会(1月)に1学年全員が参加し、就職情報を収集した。 ・進学コースにおいては、4年制大学3年次編入等の試験科目に対し、小論文や面接の他、TOEIC試験500点以上の獲得を目標に、随時指導した結果、2名中1名が合格できた。 今年度卒業生の進路状況は、下記のとおりとなった。 ◇就職32名(即就職12名、農業法人への就職7名、林業・木材産業への就職13名) ◇就職20名(公務員等2名、農協5名、農業・食品関連13名) ◇進学 2名(4年制大学3年次編入1名、専門学校1名) * 進路決定率は目標100%を達成したことから、「C」評価とする。就農率は59%となり、目標60%をほぼ達成したことから、「C」評価とする。	(1)進路決定率・C(100%) (2)就農率・C(59%)	・今後とも少人数体制による講義、実習を実施し、学生の習熟度に応じて基礎的知識や実践的技術の習得を図る。 ・引き続き、担任は学生との二者面談や保護者を交えた三者面談を行い、学習や寮生活等の悩みを把握し、確かな進路決定に努める。また、学生には必要に応じて専門家によるキャリアカウンセリングを勧め、進路決定を支援する。 ・来年度、コロナ禍の影響で、求人が減少する可能性のあることから、年度当初より農業法人や農林業関連企業等へ求人働きかけ、早期の進路決定を目指す。
2 販売力の養成と強化	(1)販売実習等の実施回数:5回	① 農大市場等における販売力の充実【拡充】 これまで1学年のみで実施していた農大市場を2学年の学生も参加することとし、農大市場の運営強化を図る。その運営に関して、農大市場委員会を中心とした学生の自主的な運営を行う。また、新商品の開発、新規販売ルートの開拓等、さらなる販売力強化のため、新たに「マーケティング実践(2学年必修)40時間」を新規に開講する。その中で、パッケージデザイン、販売管理、販売データの収集・分析、販売組織づくりを学ぶ。	・コロナ禍により「農大市場」の開催が困難な状況であったが、コロナ対策を図り、計画した5回のうち4回を開催し、昨年度(4回分の販売金額)を上回る販売金額を達成した。昨年度までは、1学年を中心とした運営であったが、今年度より2学年全員が運営に参加した。農大市場委員が中心となって、自主的な運営となった。開催に当たっては、農林大ホームページや農大市場フェイスブック等を通じて、広報した。また、新庄市内で開催された「kitokitoマルシェ」へ4回出店し、地元への販わいづくりに貢献した。(コロナ禍により、5月開催の農大市場と同年参加していた10月の山形県農林水産祭は中止となった。)コロナ禍により活動が大幅に制限される中ではあったが、各学科で販売活動・市場調査を以下のとおり取組んだ。 (福作経営学科) 農大で生産した米を原料とした日本酒1016本の委託製造・販売 (果樹経営学科) さくらんぼ、ぶどう等卒論成果品のアンケート調査 (野菜経営学科) 卒論研究で取組んだ「文字入りメロン」に関するアンケート調査 (花き経営学科) 県内の生花市場、仲卸、生花店における流通動向の調査および卒論切り欠きの求評、「やまがたフラワーフェスタ」の品評会へのブローチの出品 (畜産経営学科) 卒論肥育牛の食肉卸売市場における評価調査、卒論生産牛乳の品質調査 (農産加工経営学科) 山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」、「kitokitoマルシェ」、「最上物産館」への出店と卒論成果品の評価調査、卒論成果品へのウェブアンケートQRコード添付によるアンケート調査 ・農林大の米や加工品(ジュース・ジャム・ケチャップ)を詰め合わせた農林大ギフトセットを12月に、農大市場委員を中心となって県職員対象に60セット販売した。 ・学生の販売意欲の向上やそのための基礎的知識の習得を図るため、新たに、「マーケティング実践(2学年必修)40時間」を新規に開講した。その中で、商品開発やPOPデザイン等を学んだ。 * コロナ禍により、販売実習等の活動が大きく制限される中、コロナ対策を講じながら、学生全員で農大市場を再開し、その他各学科ごとに多岐にわたる販売実習活動を行ったことから、目標の5回を概ね達成し、学生の販売意欲が高まったことから、「C」評価とする。	C	・来年度もコロナ禍の影響のあることから推察されることから、新型コロナウイルス感染症対策を図り、農大市場を4年で開催する。農大市場をはじめとした様々な販売実習を通じて、卒論成果品のアンケート調査等を実施し、農畜産物生産や商品改善に活かしていく。 ・昨年度より開講した「マーケティング実践(2学年必修)40時間」の中で、商品開発やPOP作成の他、パッケージデザイン、販売管理、販売データの収集・分析等を学ぶ。
3 企画・構想力、プレゼンテーション能力の充実	(1)全国レベルでのプロジェクト発表会等での上位入賞:1件以上	① 全国規模の発表会等への参加【継続】 学習成果の発表の場としての東日本及び全国農業大高校等プロジェクト発表会・意見発表会、ヤンマー学生懸賞作文の部、毎日農業記録賞等へ応募する際、校内外での指導をさらに強化し上位入賞を目指す。指導体制を強化するため、各担任、副校長、教務担当等をメンバーとしたプロジェクトチームを結成し、指導にあたる。	・卒業論文には2学年全員が取り組み、東日本農業大高校等プロジェクト発表会へ向けての審査会を12月に終了し、プロジェクト発表の部に代表学生3名が出場した。また、意見発表の部には、8月の校内発表会を経て2名の学生が出場した。その結果、プロジェクト発表の部で最優秀賞(1位)および優秀賞(2位)を、意見発表の部では、最優秀賞(1位)を受賞し、全国大会へ出場した。全国大会は2月に開催され、プロジェクト発表の部において最優秀賞(1位)と特別賞(3位)を獲得した。 ・毎日新聞記録賞に3名が応募し、優良賞(1件)、支局長賞(2件)を受賞した。 ヤンマー学生懸賞(作文の部)には全学生が取り組み、110点を応募し、銅賞(1件)、奨励賞(5件)を受賞した。 * 全国プロジェクト発表会 最優秀賞(1件)、特別賞(1件)、毎日農業記録賞 優良賞(1件)、ヤンマー学生懸賞作文 銅賞(1件)の上位入賞 合計4件を受賞し、目標の1件以上を大きく上回ったことから、「A」評価とする。	A	・卒業論文の実施にあたっては、まずは課題設定が重要であることから、「卒論論文計画発表会」にて、学生・教職員間で十分な検討を行う。なお、卒業研究の実施に際しては、関係機関、生産者、流通関係者等の協力・助言を受けながら取り組む。 ・各種プロジェクト発表会・意見発表会等への指導体制を強化するため、各担任、副校長、教務学生担当等をメンバーとしたプロジェクトチームを来年度も引き続き結成し、指導体制を強化する。

自己評価	自己評価
<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍により学生の就職活動への悪影響が危惧されたが、結果的には大きな影響はなく、2学年全員の進路を決定することができた。今年度は即就職者や農業法人等への就職が増えたことで、昨年度達成できなかった就職率60%を概ね達成することができた。 ・ コロナ禍により販売活動等が制約(農大市場の開催中止、試食販売や試食による求評等の中止)を受ける中、コロナ対策(ソーシャルディスタンスの確保、パーティション設置、アルコール消毒および手袋着用等)を実施し、安全・安心な農大市場を開催することができた。 ・ 各種成果発表会等についてプロジェクトチームを中心に指導を強化した結果、全国農林大高校等プロジェクト発表会等で最優秀賞・特別賞等、合計4件を受賞し、目標を大きく上回る成果を挙げることができた。 	<p style="text-align: center;">B</p>

学校関係者評価(意見・要望等)→現在の取組状況・次年度の改善策	学校関係者評価(意見)	評価
<ul style="list-style-type: none"> ・ 専攻ごとの進路状況が知りたい。 → 福作経営学科10名(就農7名、就職3名)、果樹経営学科11名(就農6名、就職4名、進学1名)、野菜経営学科8名(就農2名、就職6名)、花き経営学科1名(就職1名)、畜産経営学科4名(就職3名、進学1名)、農産加工経営学科6名(就職1名、就職5名)、林業経営学科14名(就職13名、就職1名) ・ 販売力の養成については、現在、高単価で推移しているネットでの販売に関する講義があってもいいと思います。 → ネット販売については、コロナ禍で好調であり今後も有望であることから、精通した方を講師として講義を実施して参ります。 ・ コロナ禍で農大市場の集客状況はどのように変化したのか? また、農林大ギフトセットを県職員対象だけでなく、インスタ等を利用して販売したかどうか。 → コロナ禍前は開催回数や開催状況が異なるため比較できないが、コロナ禍の中では今年の来場者数は、昨年とほぼ同数です。一方、販売額は昨年より16%増加しました。農林大ギフトセットの県職員以外への販売については、農大ブランドの確立の視点から議論して参ります。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 進路決定率100%、就農率59%は、農林大としての役割をしっかりとこなしていると思います。今後も期待しています。 ・ 進路決定率100%、就農率59%、おめでとうございます。引き続き、就農率が高まる御指導期待しています。即職力の人材は、林業系事業体にとって、希望している事であり、少人数での各科へのきめ細かな指導は、継続拡充して頂きたい。 ・ 農大市場は、にぎやかだった様子、直接、消費者と関わり喜ばれたことは、農業者にとっても生きがいと思う。生きがい、やりがいだけでは経営者ではないので、データの収集、分析は必須。 ・ マーケティングに関する知識は、今後の農業の担い手として必須のことと想われます。直接販売することの楽しみや苦労を知ること併せて、指導を継続してください。 ・ 「マーケティング実践40時間」の学生が自主的な運営により販売力を強化を行うこと、とても大歓迎です。 ・ 全国プロジェクト発表会と意見発表会での最優秀の受賞と併せて、就職率の向上を確保されたことは、農林大高校としてのレベルの維持や向上と実践的指導がうまく進められた結果としてその取組みに敬意を表します。専門大学としての役割分担も想定されるので、引き続き高いレベルを維持されることを期待します。 ・ 就職の人数が多いこと、フラワーショーで出品したアリアが金賞を獲ったこと、プロジェクト発表会で数々の賞を獲ったことは、素晴らしいと思います。 ・ 全国プロジェクト発表会での最優秀賞等、すばらしい成果を挙げ、指導の充実が伺える。毎日新聞記録賞等へのチャレンジもしているようで、今後は更なる取組みが期待できます。 ・ 卒業論文、プロジェクト発表会等の内容はどれもレベルが高く、全国に誇れます。多数の受賞本当におめでとうございます。!! 	<p style="text-align: center;">B</p>