令和5年度三重県農業大学校評価シート

1 設置目的

農業に関する高度な技術及び経営について実践的な教育により、優れた農業経営者等の養成及び農業者等の研修を行うため、三重県農業大学校を松阪市に設置する。

第1回自己評価委員会：令和5年7月13日（木）、第1回学校関係者評価委員会：令和5年7月31日（月）
第2回自己評価委員会：令和6年2月16日（金）、第2回学校関係者評価委員会：令和6年2月29日（木）

2 教育方針・研修方針

本県農業及び農村地域の中核的な担い手として、広い視野から判断し、行動できる経営感覚に優れた人材等を養成するため、農業技術の高度化及び経営の革新に対応できる技術能力や経営判断能力、明日の農業を拓くために必要な創造力や実践力などを身に付けることに重点を置いて実践的な教育を行う。

3 本年度に取り組む重点目標

（1）意欲ある学生の確保　（2）学生教育の充実　（3）就農就職支援の強化　（4）農業農村をリードする人材の育成

4 評価項目と具体的方策・評価

自己評価：達成度の基準
（ A 達成、B ほぼ達成、C 未達成 ）

重点目標：（1）意欲ある学生の確保

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
〈現状〉 【学生への農業大学校の魅力発信】 ・定員である二年課程30名、一年課程10名の確保に向けて、①県内全高校の訪問（年2回）、②学校見学会（年2回、6月に実施）、③オープンキャンパス（年2回、8月に実施）での学校体験、④PR動画の作成、⑤SNSによる学校生活の発信などに取り組んできたところである。 ・これらの結果、過去5か年平均で、二年課程は26名、一年課程は10名の入校があり、定員の90%の充足となっている。 ・また、近年は、普通科や商工高等学校など、農業高校以外からの入校生が約50%を占めるなど、多方面から農業に対する関心が高まっている。 【農大ファンの拡大】 ・当校産農産物の販売に関して、顧客接点の機会は、ほぼ水曜販売に限られているものの、地域のシニア層を中心に根強いファンがある。 ・若年層を対象にした学校生活の発信を強化するため、この世代への訴求力が高いインスタグラムの活用を、R4年度から開始している。 〈課題〉 ・農業や農大のカリキュラムに関して、理解を深めてもらえるような発信に留意する必要がある。 ・高校生だけでなく、地域住民など、多様な方を対象に、農大に対する理解を深めてもらう取組が不可欠である。	農大の魅力を発信する手法の改善	①農業経験が少ない生徒向けの発信 ・学校見学会やオープンキャンパス（OC）では、特に農業経験が少ない入校希望者でも、農業や学校生活について理解を深めてもらえるよう、発信手法を検討する。 ☞表現を全面的に見直すなど、発信手法を改善し、OC等を開催 ②高校で学んだ専門分野の活用イメージの喚起 ・商工高等学校等の生徒に対して、高校で学んだ専門分野を、農業分野で生かす方法などがイメージできるよう、発信方法を検討する。 ☞活用をイメージできる資料の作成、OC等での活用	①農業経験が少ない生徒向けの発信 ・特に、農業高校5校を対象にした本校視察では、県作成の就農応援動画（本校や県内先進農業法人のPR動画）を素材に、農業のネガティブなイメージ（若い人が少ない、かっこわるいなど）を払拭するような発信を行った。 ②高校で学んだ専門分野の活用イメージの喚起 ・工業、商業高校の出身者、英語が得意な学生が、農業で活躍できる場面を紹介し、農業高校出身者以外の学生が抱く不安や疑問を解消できるような資料を作成し、高校訪問等で活用した。 ◎令和6年度入校予定者数：二年課程22名、一年課程7名 （一般入試後期出願者数：二年課程4名、一年課程3名）	B	①農業経験が少ない生徒向けの発信 ・引き続き、学校見学会やオープンキャンパスでは分かりやすい発信に努めるとともに、農業高校を対象にした視察は、本校の魅力を発信する絶好の機会と捉え、視察の対応方法や農業への関心を高める発信方法等について、ブラッシュアップを図る。 ②高校で学んだ専門分野の活用イメージの喚起 ・工業、商業高校の卒業生、海外派遣研修受講者へのインタビューを掲載するなど、今まで学んだ専門知識の活用を、さらにイメージしてもらえるようPR素材のブラッシュアップを図る。	・入校生の確保については、高校訪問や魅力発信などの取組により、ここ10年の中では十分な結果が出てきている。 ・学生の授業に取り組む姿勢などを見ると、個々の学習意欲が高くなってきていることが実感できる。
	農大ファンの拡大	③SNSによる発信の充実 ・インスタグラムの運用については、専攻コース間における発信の偏りの解消や効果的・魅力的な発信方法を検討する。 ☞当番制を敷くなど全専攻において発信、発信回数計100回 ④農産物の販売手法の見直し ・気軽に立ち寄ってもらえる水曜販売とするための運営手法の見直しとともに、近隣の直売所など新たな販路の開拓により、地域住民に当校産の農産物を手に取ってもらえる機会の拡大に加え、学生のマーケティングスキルの向上につなげる。 ☞新たな運営手法による水曜販売の実施 ☞近隣の直売所などでの販売開始　2箇所	③SNSによる発信の充実 ・若い世代への訴求力が高いインスタグラムを活用して、実習・講義・海外研修などのキャンパスライフの発信や水曜販売・農大祭の告知などを行った。 ☞インスタグラムによる発信：79回 ④農産物の販売手法の見直し ・新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴い、水曜販売は会員制を廃止し、農大祭（農大生マルシェ、卒業生マルシェ）は、来場者を制限せずに開催した。また、近隣の直売所と新たに契約を結び、販売機会の拡大とともに、商品ポップ作成など学生の販売スキル向上につなげた。 ☞水曜販売での会員制の廃止 来場者無制限での農大祭の開催（来場者520名） ☞近隣直売所との契約締結：2箇所 旬前耕房ごん豆：権現前営農組合直売所、おおさんな：ぎゅーとら直売所	B	③SNSによる発信の充実 ・専攻コース間でSNSの発信状況に偏りがあることから、投稿方法や映えるインスタの作成手法等を学ぶ研修を実施する。 ④農産物の販売手法の見直し ・水曜販売における新たな顧客を確保するため、従来の開催場所（体育館）だけでなく、敷地内を横切る市道に面した場所での出店などを検討する（たまたま通りかかった人に、立ち寄ってもらえる環境づくりなど）。 ・直売所の出店条件に合わせた、効率的な農産物の持ち込み方法や計画等を検討する（おおきんな：商品持ち込み日の翌日に、売れ残りを引き取ることなど）。	・SNS発信の充実については、学校内の情報発信だけでなく、農業分野で卒業生が活躍する様子なども発信してほしい。 ・水曜販売の集客拡大に向けては、QRコードを掲載したチラシ配布など、さらに工夫したPRに取り組んでほしい。

重点目標：（2）学生教育の充実

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
〈現状〉 【学生の多様化への対応】 ・卒業後の進路は、法人就農や民間企業・公務員への就職を希望する者が増加するなど、多様化が進んでいるため、シラバスなどを随時見直してきている。また、職員が多様なニーズに応えられるよう、教育委員会の協力を得て、資質向上を図ってきている。 ・一方、急激な社会情勢の変化に伴い、将来への不安を抱く学生が増えてきていることから、スクールカウンセラーを配置し、相談体制を強化してきている。 【GAPの実践】 ・GAPの取組は、基礎的な知識の習得や学生の指導員資格習得も図りながら、国際水準GAPの認証維持を通じ、実践してきている。 ・H29年度より、福島農大との現地訪問や意見交換を通じ、取組の定着とブラッシュアップを図ってきている。 〈課題〉 ・当校の特殊性（県内に同様の組織がない等）から、職員の資質向上に向けた交流や情報交換が少ない。 ・GAP実践は、現場に即した取組となるよう、随時見直しが必要である。また、福島県との交流は、一定期間経過したことから、今後のあり方等の検討が必要がある。	学生の多様化への対応	①職員の資質向上 ・引き続き、教育委員会と連携した職員研修を行うとともに、ベテラン職員の匠の技（指導手法）を見える化し、職員間で共有する。 ☞職員の資質向上研修の実施　6回 ☞職員会議等を活用し、指導力向上につながる情報の共有　6回 ②スクールカウンセラー（SC）との連携強化 ・引き続き、個別面談を行うとともに、専攻職員とSCとの意見交換を密に行い、学生の変化に即対応できる体制を強化する。 ☞1年生全員の個別面談に実施 ☞SCと専攻職員の情報交換　各専攻2回	①職員の資質向上 ・教員経験者や社会福祉士などを講師に招き、職員の資質向上研修を行うとともに、指導力向上を目的としたOJT研修により、ベテラン職員からの教育指導手法の伝授や学生指導上の課題・悩みについての意見交換などを行った。 ☞職員の資質向上研修：6回 ☞指導力向上に繋げるOJT研修：6回 ②スクールカウンセラー（SC）との連携強化 ・1年生は、入学当初にSCとの面談を行い、その結果は各専攻職員との意見交換の場でフィードバックした。また、対応に迷う学生については、SCへの相談だけでなく、当該学生の出身高校の担任との意見交換なども行い、その後の指導に生かした。 ☞1年生の個別面談：5月に全員実施 ☞SCと専攻職員との情報交換：各専攻1回実施（2専攻において、さらに数回実施）	A	①職員の資質向上 ・引き続き、職員の資質向上に向けて、コーチングなど実践的かつ効果的な手法を体系的に学ぶ仕組みの構築を検討する。 ②スクールカウンセラー（SC）との連携強化 ・SCだけ限らずに、様々な関係者との連携を強化し、学生指導に生かしていく。 ・外部講師や職員による講義は、学生による講義評価（アンケート）を行い、より教育効果が高くなるようカリキュラムの再編や講義方法の改善等を図る。	・配慮が必要な学生に対しては、引き続きスクールカウンセラー等とよく相談のうえ対応してほしい。 ・食の6次産業化プロデューサー認定について、学生への周知をお願いしたい。
	GAP実践のブラッシュアップ	③GAP実践の改善 ・GAP実践について、規格を順守しすぎていないか、非効率や過剰な取組になっていないかなどを検証する。 ☞改善に向けた検討会の開催　3回 ④福島農大との交流のあり方検討 ・今まで三重県・福島県が交流してきた成果を生かして、GAP実践など狭域な交流連携に留まらず、学校運営の改善など広域な交流連携につながるあり方を検討する。 ☞交流のあり方に関する検討会の開催（3回）、方針策定	③GAP実践の改善 ・野菜専攻においては、JGAP認証継続時に、出荷調整作業が過剰な順守となっていないかなどを検討した。また、水田作専攻や花き専攻では、倉庫を整理整頓することで効率的な作業につなげるなど、学生視点での現場改善に努めた。 ☞改善に向けた検討会：3専攻で開催 ④福島農大との交流のあり方検討 ・福島農大と交流を通じて、学校運営や教育計画に関して意見交換を行い、更なる密な連携に向けたコンセンサス（農産物の販売連携の強化、カリキュラム編成の連携など）を得た。 ☞交流のあり方に関する検討会：3回	A	③GAP実践の改善 ・引き続き、認証の取得や維持が目標とならないよう、GAP的な手法を生かしながら、学生視点での現場改善を図る。 ④福島農大との交流のあり方検討 ・次年度は、当校が福島農大を訪問する。 ・学生間の交流がより一層活発になるよう、オンラインを活用した交流機会の創出や交流講義の実施などを交流のあり方を検討する。	・トヨタ式カイゼンを農業に応用しようとする取組が進められているので、これらを学ぶ講義の新設などを検討してほしい。

重点目標：(3)就農就職支援の強化

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
〈課題〉 ・先述のとおり、農業高校以外からの入校生や農業経験が少ない入校生が増加する中、卒業後の進路については、多様化が進んでいる。さらに、卒業後の農業との関わりについて、明確なイメージが持てない学生も増加している。 ・そのため、キャリア教育プログラム(「キャリアデザイン」の必須科目化など)、就農ガイダンス、専攻での個別面談、ハローワークによる相談会等を通じ、就農就職に向けて支援してきている。 ・これらの取組の結果、過去5か年平均で、就農率は40%、農業関連就職率は80%となっている。 〈課題〉 ・本校の設置目的に則し、就農率・農業関連就職率をさらに高めるためには、早期から気付き・学びの場を提供し、自らが主体的にキャリアデザインを描くための支援が重要である。	就農就職率の向上	①就農意欲向上のための取組の充実 ・学生への就農意欲を高めるために、先進的な農業経営者の講演(必須科目「農業情勢」での取組)や農業法人の会社説明会の開催を充実させるとともに、国等が主催する研修との連携検討などに取り組む。 ☞学外研修への派遣　1年生から4名 ②就農者のフォローアップ ・独立自営就農した卒業生に対して、訪問調査等を通じ、定着に向けた助言支援を行う。また、訪問調査等の結果をもとに、当校における就農支援の手法・方法を検証する。 ☞現状確認調査　90名(H25年以降の1年課程卒業者) ③進路未定の卒業生のフォローアップ ・進路未定の卒業生・早期に退職した卒業生に対して、進路相談や求人情報の提供などによるフォローアップを行う。 ☞卒業後5年以内で進路未定の卒業生を対象に、状況確認及び求人情報等の提供　10名 ④新たな就職先の開拓 ・農業改良普及センター、教育委員会などの関係機関との情報交換を通じて、農業関連企業への求人開拓や、農業高校実習助手など新たな採用枠の拡大を検討する。 ☞エントリーにつながった企業等　3事業者	①就農意欲向上のための取組の充実 ・先進的な農業経営者や同年代の就農を志す学生との交流を深める学外研修等への参加を促すとともに、その効果を高め他の学生へも波及させることを目的に、参加した学生による報告会を開催した。 ☞学外研修への派遣:1年生から8名(延べ9名) ②就農者のフォローアップ ・農業改良普及センターと連携し、当該卒業生の状況把握に努めている。 ☞年度内に現状確認・整理　90名 ③進路未定の卒業生のフォローアップ ・農業改良普及センター、農業研究所等と連携しながら、当該卒業生へのアプローチを図った。 ☞就職等の進路決定済み　7名、進路未決定　3名 ④新たな就職先の開拓 ・関係機関との会議やリカレント研修等を通じ、人手不足の農業法人等に対して、当校への求人票の提出を働きかけた。また、県教育委員会と協議を進め、県立学校実習助手採用試験(農業)の受験資格に、「農業大学校(2年課程)卒業」が追加されたことから、在校生や卒業生に情報提供した。 ・ここ数年、公務員試験受験を希望する学生が増えているため、希望者を対象に、過去問の傾向や解法をアドバイスするなど、受験対策の補習講義を行った。 ☞新規もしくは数年振りに求人票の提出のあった企業:14社、内定3社 (総求人提出企業:19社、内定4社) ☞高校実習助手採用試験(農業)合格者:卒業生1名(在校生は未受験) ☞三重県職員C試験合格者:3名(2年生2名、1年生1名) ◎二年課程の就農・就職状況　内定率:96%、就農率:39%、就農・農業関連就職率:87%	B	①就農意欲向上のための取組の充実 ・引き続き、意欲向上に効果的かつ魅力的な学外研修の情報を収集するとともに、広く学生への周知を図る。 ②就農者のフォローアップ ・現状確認調査の結果等に基づき、普及センターなどの関係機関と連携しながら、個々の就農状況に応じた支援の方法を協議し、具体的な助言・指導を行う。 ③進路未定の卒業生のフォローアップ ・進路未定の3名に対して、引き続き、状況把握や就業希望に合わせたフォローアップを行う。進路未定で卒業した学生の多くは、本校との関係が疎遠となり、コンタクトが難しい状況である。引き続き、卒業時の就職率が100%となるよう、就職支援の強化に努める。 ④新たな就職先の開拓 ・求人に関して、人手不足といった社会情勢から、これまで関連の少ない企業や農業法人等から問い合わせも多く、求人票を提出する企業等も増えている。このため、求人票の提出のあった企業の参加を募った求人ガイダンスを実施するなど、学生が広く就農・就職情報を収集できる機会を設ける。	・農大卒で高校実習助手採用試験(農業)が受験できるようになり、農業高校と農大とで勉強した学生が、実習助手として活躍できる道が開けたのは画期的である。 ・農業法人からの求人が増え、就農先の選択肢も増えているが、情報過多とならないよう、学生が希望する就農形態に応じて、自身でしっかり分析・選択できるよう指導・支援してほしい。 ・卒業生が疎遠にならないよう、しっかりフォローアップをしてほしい。
	進路の早期決定支援の強化	⑤キャリア教育プログラムのブラッシュアップ ・在校生や卒業生への聞き取り調査に基づき、当校が実施してきた教育プログラムを分析・検証し、指導・支援方法等のブラッシュアップにつなげる。 ☞プログラム検討会の開催　3回 ⑥意見発表のカリキュラム化 ・学生が早い段階で将来ビジョンを描けるよう、農業の思いや将来の夢などを発表する意見発表会を、1年次の必須科目として(カリキュラム化)位置付ける。 ☞校内意見発表会の開催(10月)	⑤キャリア教育プログラムのブラッシュアップ ・就職就農(法人就農)を希望する学生の増加に対応したカリキュラムの内容検討や、主体的な思考を高めることを目的としたプロジェクトや卒論のあり方を検討した(プロジェクト・卒論の作成カリキュラムの過密化、就農しない学生が営農計画を制作する必要性の賛否など)。 ☞検討会の開催:3回 ⑥意見発表のカリキュラム化 ・必須科目「現代社会と文化」における夢の実現に向けたバックキャスティング思考等の学習や、校内意見発表会を通じて、学生(1年生)の将来ビジョンの具体化・表明を支援した。 ☞構内意見発表会:10月に開催、1年生全員が発表	A	⑤キャリア教育プログラムのブラッシュアップ ・プロジェクトや卒論のあり方については、賛否に対する様々な意見があることから、引き続き検討する。 ⑥意見発表のカリキュラム化 ・1年生は、年間カリキュラムの構成上、2年生や一年課程の学生の前で意見発表できない状況であることから、オーディエンスを増やすなど、モチベーションを高める手法を検討する。	※これらの取組に対する指摘等はありませんでした。

重点目標：(4)農業農村をリードする人材の育成

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
〈現状〉 ・農業をビジネスとして展開する起業家や、農業法人のビジネスマネージャー等を育成するため、「みえ農業版MBA養成塾」を平成30年に開講。PRイベントや各種農業フェアでの出展などを通じ、塾生の募集に取り組んできたが、定員3~5名を確保できていない状態が続いている。 ・そのため、半期コースの設置、法人の従業員や親元での事業継承予定者も対象とするなど、制度の見直しを図ってきている。 ・また、社会人向けに開講しているリカレント研修は、農耕用牽引車両やアシスト機能付トラクターの操作研修、環境制御システムの技術習得研修など、社会情勢の変化に則した研修を行ってきている。 〈課題〉 ・養成塾については、塾生確保に向けて、あり方を抜本的に見直し、制度を再構築する必要がある。 ・リカレント研修については、一部研修で応募者がおらず開講できなかったものがあるため、内容、周知方法について改善する必要がある。	養成塾の効果的な運営	①制度の再構築 ・実行会議などにおいて、半期コースの効果を検証するとともに、一年課程の研究課程としての位置付けなど、入塾のメリットが明確となるよう制度構築を検討する。 ☞改正に向けた検討会の開催(3回) ②入塾生の確保 ・制度を再構築した上で、農業改良普及センターと連携し、法人従業員や親元就農者など、入塾候補生に対する個別訪問を行う。 ・また、一年課程の在校生や入校希望者に対しては、修了後の入塾によるメリットを積極的に発信する。 ☞入塾候補生に対するアプローチ　10名	①制度の再構築 ・県内農業者の経営管理能力の底上げを狙うため、イノベーション志向を持つ経験積んだ経営者も入塾対象に含めるなど、柔軟な制度となるよう検討を重ねた。 ☞制度改正に向けた検討会:5回 ②入塾生の確保 ・農業改良普及センターや財団法人三重県農林水産支援センターと連携し、制度の周知を図るとともに、入塾候補者の選定・個別訪問等を行った。 ☞令和5年度入塾生(半期コース):2名 ☞令和6年度入塾候補生に対するアプローチ:4名	B	①制度の再構築 ・当校の一年課程や、農林水産支援センター主催の「みえ農業経営者塾」との連携を強化し、新規就農者や若手経営者の発展段階に応じた途切れのない支援体制を構築するため、「みえ農業版MBA養成塾」制度のあり方等を検討する。 ②入塾生の確保 ・これまでPRイベントやSNSによる発信を中心に、入塾生の確保に努めてきたが、現場の声(情報)に基づいた地道なアプローチが効果的であることから、農業改良普及センターや農林水産支援センター、JA、市町等の関係機関と連携した現地アプローチを強化し、塾生の確保に努める。 ・一年課程の修了生に対する入塾の推進を強化する。	・MBAについては、他の支援制度と連携を強化させて、現場の期待に応える仕組みの構築をお願いしたい。
	リカレント研修の効果的な運営	③機械化協会と効果的な運営について協議 ・三重県農業機械化協会との連携で開催している大型特殊自動車運転講習については、これまでのコロナ感染防止も踏まえた運営を見直し、受講生が参加しやすい運営を検討する。 ☞運営方法に関する検討会(2回)、新たな運営方法の決定 ④リカレント研修のブラッシュアップ ・社会情勢の変化に則し、改めて内容を検討するとともに、当研修に対する潜在的なニーズは高いと思われるため、各種メディアを活用するなど、PR方法についても改めて検討する。 ☞研修内容のリニューアル開催　2件	③機械化協会と効果的な運営について協議 ・機械化協会と運営方法について、特に懸案事項であった講習専用車両の導入、分散している座学、実習会場の集約化について、協議、意見交換を行った。 ☞運営方法に関する検討会:1回 ☞講習専用車両の導入や農大校舎を座学会場とする開催の決定 ④リカレント研修のブラッシュアップ ・水田野菜、施設野菜、果樹におけるリカレント研修については、HPや関係機関への広報での受講者募集を行うとともに、例えば、受講生が栽培している樹種の各種管理作業を中心とするなど、現場ニーズに合わせて研修を行った。 ☞リニューアル開催:3件(計12名が受講)	A	③機械化協会と効果的な運営について協議 ・協議内容に基づいた運営を行いながら、新たな課題の整理・改善を図る。 ④リカレント研修のブラッシュアップ ・受講生の意見や要望を参考に、現場での課題やニーズに即した研修内容となるよう、ブラッシュアップを図る。 ・引き続き、多くの方に受講してもらえるよう、HPの掲載や関係機関への周知以外の効果的な発信方法を検討する(SNSやメディアとの連携など)。	※これらの取組に対する意見・助言等はありませんでした。