

# 2025年度（前期）保護者アンケート 結果報告書

2025年10月  
近畿コンピュータ電子専門学校

2025年度（前期）保護者アンケートにご協力いただき、誠にありがとうございました。  
多くの貴重なご意見・ご要望をお寄せいただきましたこと心より感謝申し上げます。本校では、保護者の皆様からの声を真摯に受け止め、学生の教育環境や学校運営のさらなる向上に努めてまいります。  
今後もより良い教育を目指し、継続的に取り組んでまいりますので、引き続きご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

## 1. 調査の目的・実施方法

保護者アンケートは、本校の教育活動および学生支援の検証と改善を目的として実施したものです。保護者の皆様による本校教育に対する評価や、在学生への支援活動に対する満足度を把握するための調査となります。調査依頼と回答はWeb上のアンケートフォームを通じて収集しています。  
有効回答総数の内訳は以下の通りです。

【調査対象】本校に在籍する全学生の保護者（※2025年9月時点）

【実施方法】Webアンケート

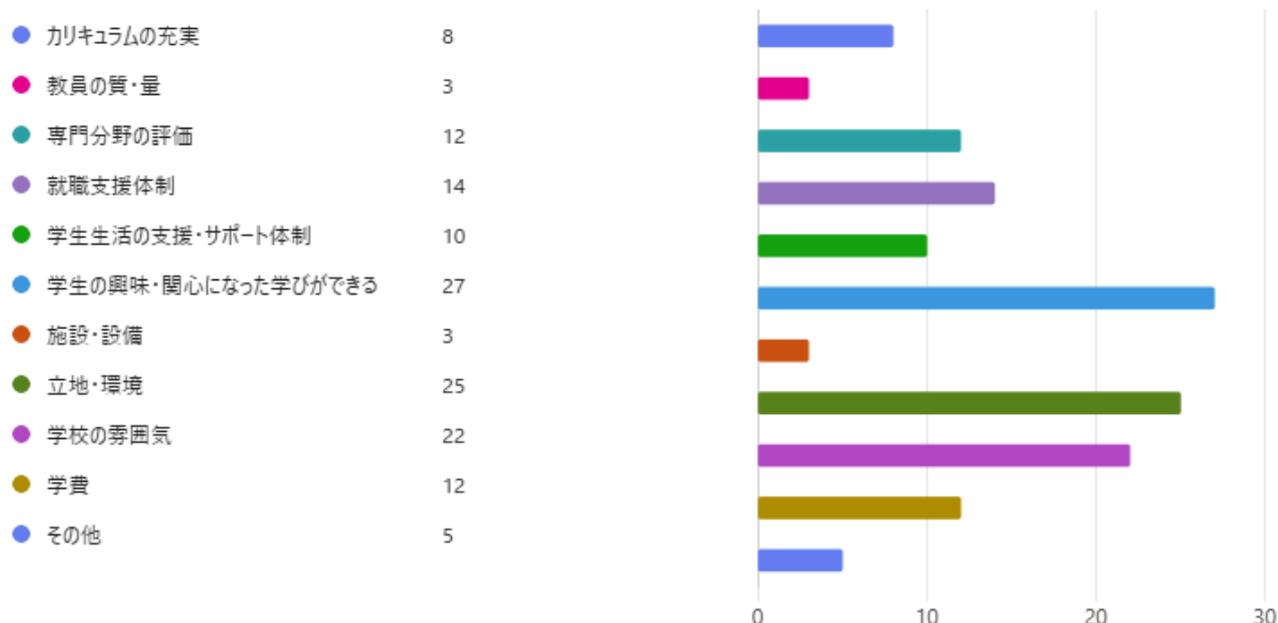
【調査期間】2025年8月18日～10月17日（金）

## 2. 回答の内訳

所属分野	学年	対象者数	回答者数	回答率
情報システム工学科	1～2	66	12	18.2%
クリエイタ学科	1～2	26	5	19.2%
電子科・電子研究科	1～2	16	11	68.8%
情報クリエイタ工学科3年制	1～3	120	18	15.0%
情報クリエイタ工学科4年制	1～4	24	6	25.0%

### 3. 調査結果

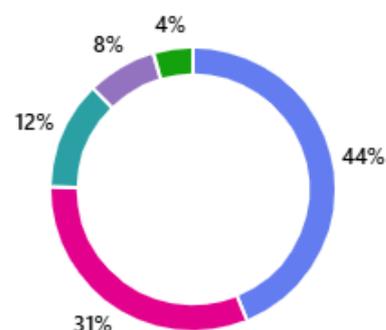
進学先（大学・短大・専門学校）を選ぶ際に重視したことは？（複数回答可）



- 最も重視されているのは「学生の興味・関心にあった学びができること」（27件）であり、“本人のやりたいこと”が進学選択の中心軸になっている。学びたい内容との一致が学校選びの第一条件となっており、「自分に向いているかどうか」「学びの内容が魅力的か」が最も重要視されている。進路支援や学校説明の場で、学びの中身が具体的に伝わる工夫が求められる。
- 次いで「学校の雰囲気」（26件）と「施設・設備の充実」（23件）が高い比率を占め、環境要因の重要性がうかがえる。パンフレット・体験授業・オープンキャンパスを通じ、学校の“空気感”や“学ぶ場の質”を体感できることが、選択決定に強い影響を与えている。特に専門学校では、実習設備やICT環境が決定要因となることが多い。
- 「就職の実績・支援体制」（14件）も一定の重みを持ち、将来への見通しを重視する傾向が見られる。保護者側の関心が高い領域でもあり、進路実績、資格取得との連動、企業連携、面接指導など、“進路の成果”が明確に伝わることで学校選びを後押ししている。
- 「学生生活の充実・サポート体制」（17件）や「立地」（17件）も選択理由として中位に位置し、通いやすさや安心感も重要な判断材料となっている。通学時間の負担、学校生活のフォロー体制、相談しやすさなど、“入学後のリアルな生活イメージ”が形成できることが求められる。
- 「学費」（13件）は比較的中間層で、費用は重視されるが最優先ではないことがわかる。ただし、複数の選択肢を比較する段階では大きな影響力を持つため、学費の内訳や利用可能な支援制度のわかりやすい提示が効果的である。
- 「教員の質」（3件）や「経営状況」（該当なし）は選択理由としては限定的であり、学校選びの現場では“直接的に体験・比較できる要素”に注目が集まっている。教員の専門性は重要であるものの、学生・保護者が判断しづらい領域であるため、授業内容の紹介や教員のキャリア・実績の見える化が補助的に必要となる。

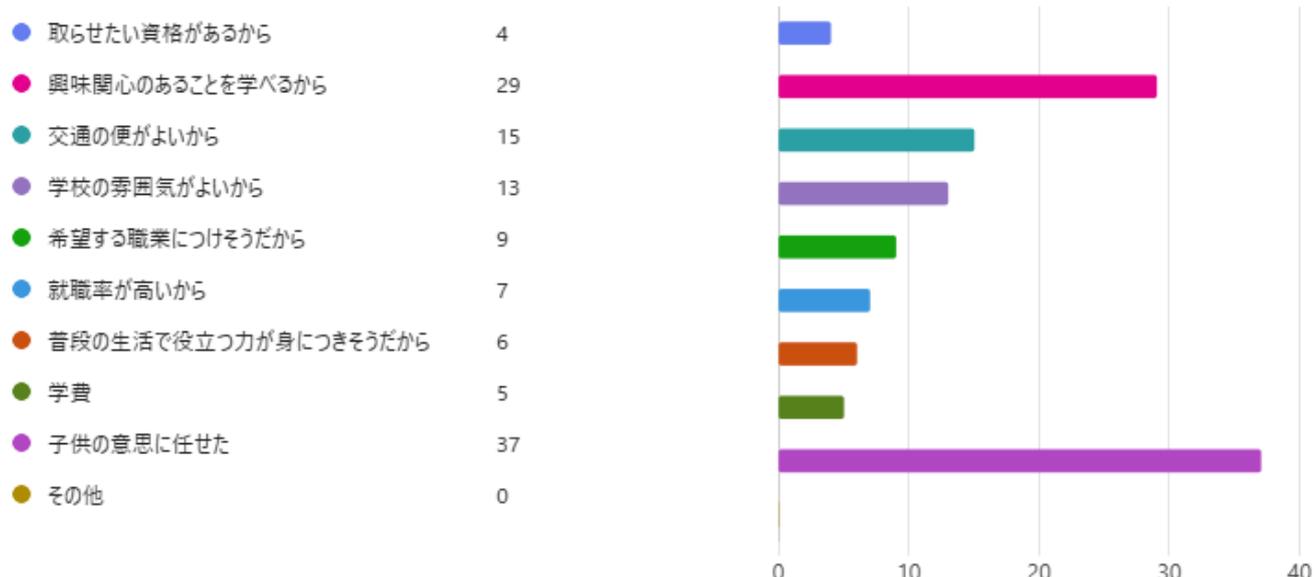
## 進学先（大学・短大・専門学校）について調べる際に参考にした情報は？（複数回答可）

● 学校の学校案内（パンフレット）	39
● 学校のホームページ	28
● 進学情報サイト（インターネット）	11
● SNSの情報	7
● その他	4



- 最も多く利用されたのは「学校の学生案内（パンフレット）」で、39件と圧倒的な割合を占めている。
- 紙媒体のパンフレットは、学校情報が体系的に整理されており、家庭での共有がしやすいため、依然として進学検討の中心資料となっている。特に保護者と本人と一緒に検討する際の“共通資料”としての価値が高い。
- 次いで「学校のホームページ」（28件）が選ばれており、オンラインでの最新情報取得の重要性が高まっている。学科紹介、施設、イベント情報、進路実績など、パンフレットより頻繁に更新される情報が多いため、学校理解を深めるための“補完的かつ必須のチャンネル”として活用されている。
- 「進学情報サイト」（11件）は第三者視点で比較できる点が評価されていると考えられる。口コミ、偏差値、制度比較など、複数校を横並びで比較できるため、初期検討段階で特に利用されやすい。学校側は掲載内容の最新化や、写真・説明文の改善を行うことで、より効果的な広報につながる。
- 「SNSの情報」（7件）は一定の利用があるものの、決定的な情報源にはなっていない。ただし、学生生活の雰囲気やリアルな日常を伝える点では大きな役割を持つため、今後は動画・短尺投稿を含めた活用が満足度向上に寄与する可能性が高い。「その他」（4件）は個別の口コミや知人の紹介など、信頼性の高い“人づての情報”が含まれていると考えられる。
- 説明会・卒業生の声・担任の助言など、直接的な接触による情報は選択の後押しに強い影響を与える。

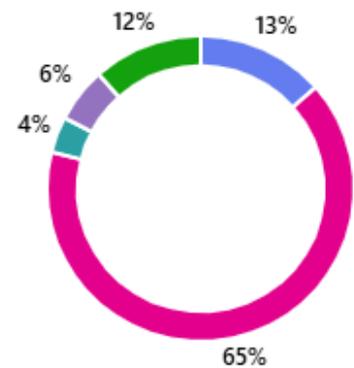
進学先として本校を選ばれた際に、決め手になったのはどのようなことですか。(複数回答可)



- 最も大きな決め手は「子どもの意思」(37件)であり、本人の主体的な選択が進学決定の中心となっている。進学先の満足度や学習継続への意欲は“本人の納得”に大きく左右されるため、本校が学生自身の選好と合致した点は強みである。オープンキャンパスや体験授業など、本人が学校の魅力を実感できる機会が有効に機能していたと推測できる。
- 次いで「興味・関心のあることを学べる」(29件)が高く、学習内容の魅力が進学動機の主要要因となっている。学科の特徴、専門分野の明確さ、実習・授業内容のわかりやすさなどが、家庭にとっても“進学理由として説明しやすい”点につながっていると考えられる。
- カリキュラムの具体性や在校生の取り組み紹介は引き続き重要である。「交通の便」(15件)や「学校の雰囲気」(13件)も中位の理由として挙げられ、環境要因も一定の影響を与えている。通学しやすさや安心感は保護者の意思決定にも大きく関わる要素であり、校舎見学や公開イベントでの印象が最終判断を後押ししていると考えられる。
- 「将来の職業につけそうだから」(9件)・「就職率が高いから」(7件)は将来の見通しを重視する声として一定の存在感がある。数字としてはやや控えめだが、進路の安心材料としては確実に影響がある領域であり、キャリア情報の“見える化”をさらに強化する余地がある。
- 「学費」(5件)や「保護者の生活スタイルに合う」(6件)は少数ながら明確なニーズとして示されている。費用面の安心、通いやすさ、保護者の送迎・生活リズムに合うなど、家庭状況に応じた理由も一定割合で存在している。学費説明の明確化や支援制度の周知が引き続き有効である。
- 「取得したい資格がある」(4件)は専門性の高さに魅力を感じる層を示しているが、全体としては大きな割合ではない。資格単体というより、学びと就職のつながりをどう見せるかが、今後の訴求における課題といえる。

## 本校の教育活動は十分に行われていると感じますか

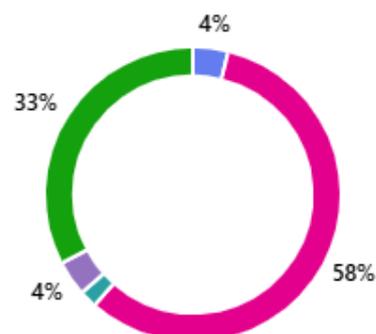
● 十分である	7
● おおむね十分である	34
● やや不十分である	2
● 不十分である	3
● 分からない	6



- 「十分」「おおむね十分」が計 41 名と全体の大多数を占めており、教育活動に対する評価は概ね良好といえる。
- 7 名（13%）が「十分である」、34 名（65%）が「おおむね十分である」と回答しており、本校の授業運営・学習支援・学校生活の基盤は、多くの保護者・学生から肯定的に受け止められている。最上位評価（十分）が一定数ある点は、学校の取り組みが“期待を上回る”領域を持っていることを示す要素である。
- 教育内容や学習環境、教員のサポートが特に良いと感じられている部分があると考えられ、今後の学校の強みとしてさらに打ち出せる可能性が高い。
- 一方で「やや不十分」「不十分」が合わせて 5 名（約 10%）おり、一定の改善余地も見られる。学習理解のサポート、課題量、個別相談の頻度、情報提供のわかりやすさなど、日常の学習体験において何らかの不足感やミスマッチを抱えている層が存在する可能性がある。この層は少数だが、満足度に影響しやすいため、丁寧なフォローが求められる。
- 「分からない」6 名（約 12%）は、教育活動を評価するための情報・経験が不足している可能性が高い。授業内容や学習成果を知る機会が限られている場合に生じる層であり、学期ごとの成果報告・授業の様子の共有など、“見える化”を強化することで肯定層へ移行しやすくなる。

## 就職・進路指導に関する本校の取り組みは十分に行われていると感じますか

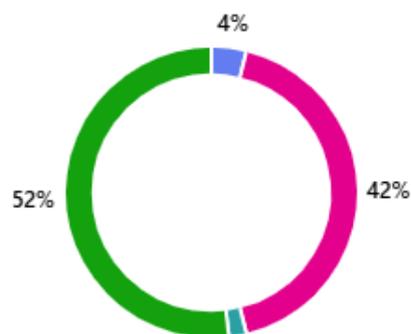
● 十分である	2
● おおむね十分である	30
● やや不十分である	1
● 不十分である	2
● 分からない	17



- 進路指導については概ね満足の土台ができていると考えられる。肯定的回答（「十分である」「おおむね十分である」）が全体の約6割を占めており、多くの学生は基本的な進路支援を一定以上評価している。面談・ガイダンス・求人紹介などの定常運用は機能しているとみられる。
- 最上位評価をどのように増やしていくかが次の課題である。「十分である」の比率は相対的に小さく、成果の実感（内定実績、面接突破例、作品・資格・活動との関連）や、日々の変化・支援内容の共有頻度が不足すると“良いが決め手に欠ける”状態に陥りやすい。進路支援の成果の“見える化”を高める設計が求められる。
- 否定回答は量としては少ないが影響度は高いと考えられる。否定層に対しては早期介入が有効であり、授業理解不安、応募方法の不明確さ、面談予約の取りにくさ、書類添削の滞りなど構造的な要因が背景に潜むことが多い。行事・面談・支援成果の“見える化”を強化し、確実に肯定へ移行できるよう改善を図りたい。
- 「分からない」層が比較的多い点は大きな改善余地である。進路行事・個別相談・求人情報の周知が十分に届いていない可能性があり、支援を活用できていない学生が一定数存在すると推測される。情報導線の整理や参加機会の保障により、評価不能層を肯定層に転換していくことが重要である。

## 地域貢献や社会活動は十分に行われていると感じますか

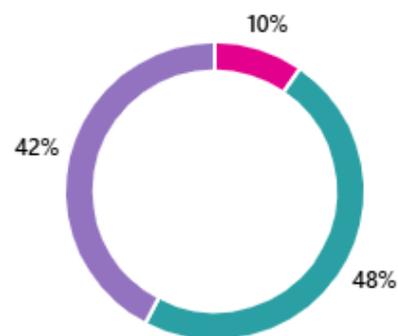
● 十分である	2
● おおむね十分である	22
● やや不十分である	1
● 不十分である	0
● 分からない	27



- 地域貢献・社会活動については、肯定的評価が一定数あるものの、全体としては“評価不能層の大きさ”が最大の課題と考えられる。「十分である」「おおむね十分である」が計 24 名で 4 割強を占め、活動そのものを認知・理解している層からは一定の評価が得られている。一方で、学生全体に対する発信量や、活動内容の明確な周知はまだ十分とは言えない可能性が高い。
- 最上位評価の比率が小さい点は、活動内容の“見える化”不足が要因と考えられる。学校と地域の連携事例、ボランティア機会、イベント参加実績などが学生に十分届いていない場合、活動の価値や意義が実感しづらく、“良い取り組みだが何をしているかわかりにくい”という状態に陥りやすい。具体例・成果・参加者の声の共有を高めることが重要である。
- 否定回答はほとんど見られないが、これは活動が十分というより“判断材料が不足している”結果と読み取れる。「やや不十分である」が 1 名のみで、「不十分である」は 0 名。この状況は、活動自体に大きな問題があるというより、そもそも学生にとって“評価できるほど触れていない”ことを示唆している。「分からない」層が 52%と半数を超えており、情報到達・参加機会・発信設計の改善は急務である。
- 地域・社会とつながる体験は、学校への信頼や学習意欲の向上にも寄与するため、イベント・授業連携・地域連動プロジェクトなどの事例を、写真・動画・短いレポートなどで継続的に共有し、認知向上を図る必要がある。

## 本校の経営や財政状況についてご存知ですか

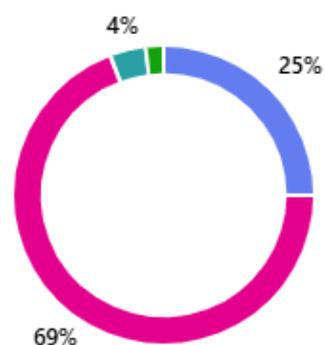
● よく知っている	0
● ある程度知っている	5
● あまり知らない	25
● 全く知らない	22



- 本校の経営や財政状況については、全体として“認知がきわめて低い”状態にあると考えられる。「よく知っている」は0名、「ある程度知っている」も5名のみで、全体の約90%が“知らない”または“ほとんど知らない”と回答している。運営情報が学生に届く機会は非常に限定的であり、情報発信の構造的不足が示唆される。“あまり知らない”“全く知らない”が多数を占める背景には、情報の取り扱い方針や発信の難しさが影響していると考えられる。
- 経営・財政に関する情報は、学生・保護者向けに積極的に公開されることが少なく、学校運営上の専門性も高いため、学習者側では理解しにくい分野である。従来の情報提供方法では認知向上に結びつきにくい。否定的回答ではなく“評価不能層の圧倒的多数”という点が重要である。
- “学校の経営が悪いと思っている”という否定ではなく、単純に「情報が届いていない」「知る機会がない」ことが背景となっているため、適切な範囲での透明性確保や説明の工夫によって改善が見込める領域である。必要以上の公開は避けつつも、学校運営に対する信頼感につながる“安心材料の提示”が今後の課題となる。
- 教育投資の方向性（施設整備・設備更新・教員配置）、学校の将来方針、外部評価の結果など、“学生が理解しやすい形”で伝えることにより、不安の解消や学校理解の深化につながる。特に保護者や進路検討者に対しては、信頼醸成の観点からも一定の発信が効果的と考えられる。

保護者として、本人が本校に入学されたことについて満足しておられますか

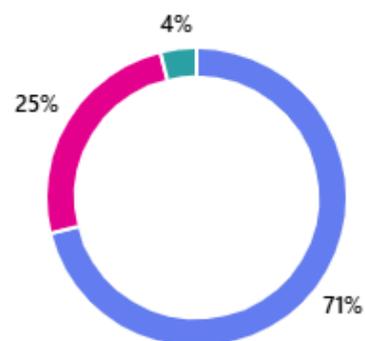
● 十分満足している	13
● ある程度満足している	36
● あまり満足していない	2
● 全く満足していない	0
● その他	1



- 入学満足度については、非常に高い水準で満足が形成されていると考えられる。「十分満足している」「ある程度満足している」が合計 49 名となり、全体の約 9 割近くを占めている。本校での教育・サポート・環境が、保護者視点でも総じて肯定的に受け止められていることが読み取れる。
- 最上位評価の比率が 25% を占めており、“高満足の基盤”が確立されつつある点は強みである。単なる“可もなく不可もなく”ではなく、明確に「満足」と答える保護者が一定数存在することから、学校運営・学習成果・生活支援などに対する信頼や安心感が醸成されていると考えられる。今後はこの肯定層をさらに増やす取り組みが効果的である。否定的な回答はほとんど見られず、保護者の不満や不安は非常に小さい。
- 「あまり満足していない」は 2 名、「全く満足していない」は 0 名と極めて少数であり、入学後のギャップや運営への懸念が顕著に表れているわけではない。否定層が小さいことは、学校全体の取り組みの確実性を示す指標といえる。「その他」1 名の存在は、個別事情や特殊事例など、詳細フォローの余地を示唆している。
- 特別な事情による回答や、通常の選択肢に当てはまらない意見が含まれる可能性があるため、自由記述の確認や個別面談で背景を把握することが望まれる。

本校のホームページをご覧になったことはありますか

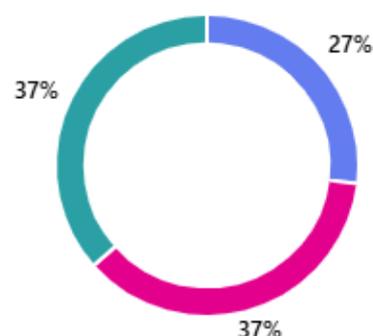
● 二回以上ある	37
● 一回ある	13
● 見たことはない	2



- ホームページの閲覧経験は非常に高く、情報到達の基本導線として十分に機能していると考えられる。
- 「二回以上ある」37名、「一回ある」13名で、合計50名（約96%）が閲覧経験ありと回答している。多くの保護者・学生が、学校情報を得る手段としてホームページを活用していることがうかがえる。複数回閲覧している層が7割を超えている点は、継続的な情報探索のニーズが高いことを示している。
- 行事、学科情報、進路データ、日常の活動など、“最新情報が継続的に更新されているかどうか”への期待値が高く、ホームページが学校理解の中心媒介となっているとみられる。発信の更新頻度や内容の鮮度が満足度向上に直結しやすい領域である。
- 閲覧経験がない層はごく少数（全体の約4%）で、情報未達による機会損失は小さい。ただし、全く見たことがない層には、ホームページ以外の情報導線（紙資料・SNS・メール・イベント案内）が主となっている可能性があるため、複数チャネルでの周知を継続することが望ましい。
- 高い閲覧率を背景に、ホームページの“構造・使いやすさ・情報整理”をさらに改善することで教育活動への理解をより深められる。特に、よく探されるページ（学費・進路・行事予定・学科紹介・アクセス案内など）の導線強化や、スマートフォン閲覧を前提としたレイアウト改善は効果が大きい。閲覧データ（アクセス解析）を用いて改善ポイントを特定することも有効である。

## 本校に来校されたことはありますか

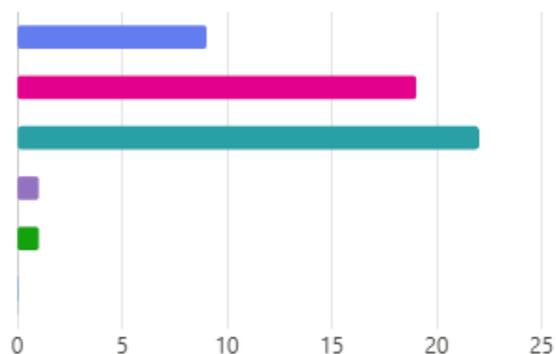
● 二回以上ある	14
● 一回ある	19
● 一度もない	19



- 来校経験は全体で約6割を占め、一定程度の対面接点が形成されていると考えられる。「二回以上ある」14名、「一回ある」19名で計33名となり、回答者の多くが学校を直接訪れた経験を持っている。
- 施設環境や学校の雰囲気を感じたうえで学校理解を深めている層が一定数存在していることが読み取れる。複数回の来校者（27%）がいる点は、学校への信頼や関心の高さを示す重要な指標である。
- 説明会・イベント・面談など、学校との接触回数が多いほど理解が深まり、満足度・安心感ともに向上しやすい。“継続来校者”は、学校との結びつきが強いポジティブ層とみなすことができる。一方で「一度もない」層が全体の37%に達しており、来校機会の不足や情報不足が背景にあると考えられる。
- 地理的理由・日程調整の難しさ・イベント認知の不足など、来校を妨げる要因が存在する可能性が高い。この層に対しては、オンラインイベントや個別相談の案内など、複数チャンネルでのアプローチが効果的である。来校経験の差は学校理解の深さや満足度にも影響しうるため、来校促進は重要な改善ポイントとなる。
- 初めての来校者向けの“体験導線”の整理（校舎案内、体験授業、相談会のセット化）や、既来校者向けの“理解を深める二回目・三回目の来校機会”を明確に設計することで、より効果的な学校理解につなげることができる。

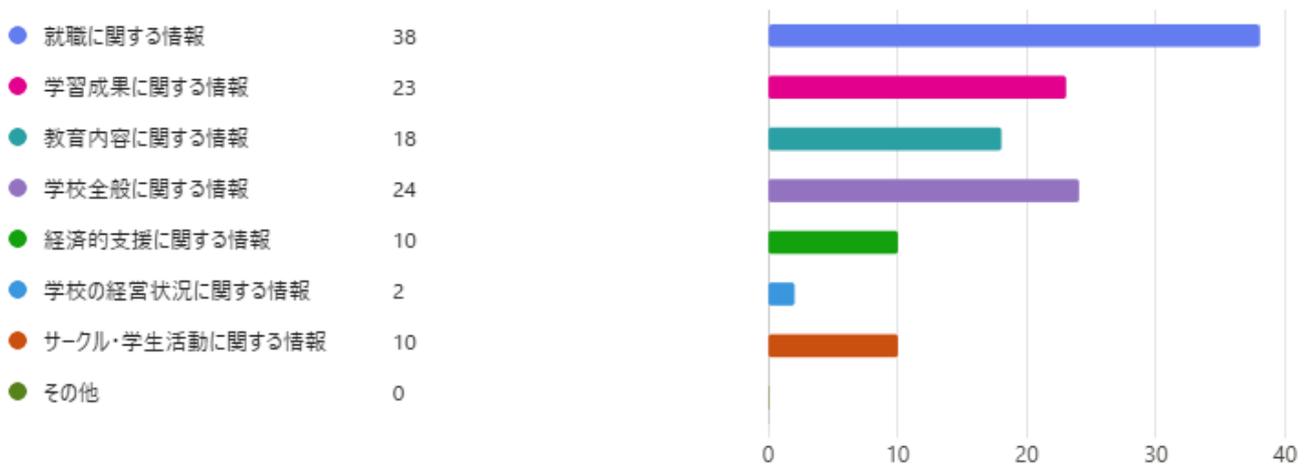
本校からの情報提供に満足していますか。

● 満足	9
● やや満足	19
● 普通	22
● やや不満足	1
● 不満足	1
● 分からない	0



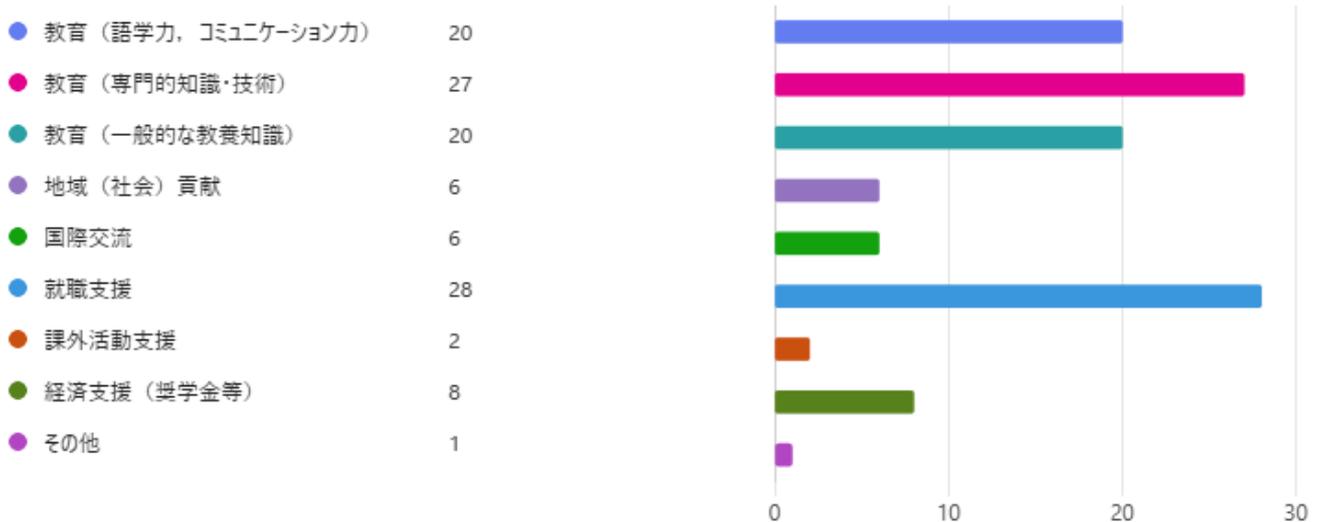
- 情報提供に対しては、概ね肯定的な評価が得られていると考えられる。
- 「満足」「やや満足」が計 28 名で全体の約半数を占めており、多くの保護者・学生が学校からの発信に一定の納得感を持っていることがうかがえる。定期的な配信やイベント案内など、基本的な情報提供の仕組みは機能しているといえる。一方で“普通”が 22 名と最も多い点は、情報の質・量・タイミングに改善余地があることを示している。
- 情報そのものに不満はないものの、「特に良いとも感じていない」という中間層が大きい状況であり、情報提供の“印象価値”を高める工夫（視覚的なまとめ・簡潔な要点整理・ストーリー性のある発信など）が今後の課題と考えられる。否定的回答（やや不満・不満）はそれぞれ 1 名ずつと非常に少ないものの、改善方向を示す重要なシグナルになりうる。
- 情報が届くまでに時間がかかる、チャンネルが複数あり把握しづらい、重要情報と一般情報の区別がつきにくいなど、小さなストレスが不満につながっている可能性がある。発信の整理・優先度づけを行うことで解消が期待できる。
- “分からない”が 0 名であることから、情報が配信されていること自体は全員に認知されていると考えられる。情報到達の“量”という点では問題は生じておらず、今後は内容のわかりやすさや、利用しやすい形式への改善など、“質”の側面での向上が満足度を押し上げる鍵となる。

どのような種類の情報をもっと発信を希望されますか（複数回答可）



- 最も強いニーズは「就職に関する情報」（38 件）であり、進路・キャリア領域の情報強化が最優先課題であると考えられる。進路実績、求人状況、面接対策、資格連動の成功例など、より“具体的で使える”情報が求められていることがうかがえる。特に家庭側は進路の見通しを最も重視しているため、継続的なデータ更新と成功事例の可視化が効果的である。
- 「学校全般に関する情報」（24 件）や「学習成果」（23 件）も高いニーズがあり、日常の教育活動の見える化が求められている。授業内容、取り組みのハイライト、作品・レポート・資格取得など、学びの成果を“簡潔に・継続的に”共有することで、保護者の安心感や学校理解が一層深まると考えられる。
- 「教育内容」（16 件）は“何を・どのように学んでいるのか”という本質的な関心を反映している。カリキュラムのわかりやすい説明、授業の様子、担当教員の取り組み紹介など、学習プロセスの透明性を高める発信が期待される分野である。
- 「経済的支援」（10 件）や「サークル・学生活動」（10 件）は、生活面の安心や学校生活の充実に関するニーズを示す。奨学金、減免、分納制度の案内は“実際の利用例”を交えて説明することで理解が深まる。また、学生生活の様子や活動の実績を共有することは、学校の魅力訴求にも直結する。
- 「学校の経営状況」は 2 件と少数であり、保護者・学生は運営情報よりも“進路・学習・生活”の実利的な情報を重視していると考えられる。必要以上の経営情報ではなく、“学校の方向性”や“教育投資の成果”など、理解しやすい範囲での情報提供が適切といえる。

保護者が考える本校の今後強化すべきと思う事項を選択ください（複数回答可）



- 最も強いニーズは「就職支援」（28件）であり、進路・キャリア領域の強化が喫緊の課題であると考えられる。実践的な就職対策、面接・書類指導、企業連携、インターンの機会など、より直接的に進路成果につながる支援が求められている。特に保護者視点では「卒業後の見通し」が学校評価の大きな軸となるため、継続的なデータ更新や成功事例の共有が強化領域として重要である。
- 「専門的知識・技術の教育」（27件）が次点であり、実務能力の向上に対する期待が高い。資格取得、実習の充実、産学連携授業、実務家教員による指導など、専門性を日々の学びの中で着実に伸ばしてほしいというニーズが大きい。職業教育に対する保護者の期待の高さが反映されている。
- 「語学力・コミュニケーション力」（20件）や「一般教養」（20件）にも強化要望があり、基礎力と社会人の育成が同時に求められている。専門力だけでなく、社会で必要となる思考力・文章力・対人スキルへの関心が根強い。語学に関しては国内学生・留学生の双方にとって、進路に直結するスキルとして重要視されている。
- 「課外活動」（10件）や「経済支援」（8件）は、学習以外の充実・安心感に関するニーズを示している。学校生活の満足度を高める行事・クラブ活動のサポート、奨学金・支援制度の拡充など、生活面の支援に対する一定の要望が存在する。情報提供の丁寧さや利用事例の紹介を通じて理解を促すことが望ましい。
- 「地域貢献」「国際交流」は6件と少数で、進路・教育に比べると優先度は低いと考えられる。ただし、国際系の需要は特定の層では高く、留学生支援や海外交流の強化は学校の特色づくりにも有効である。

身近に専門学校への希望者がいる場合、本校を勧めたいと思いますか

● 勧めたい	29
● 勧めたくない	1
● 分からない	22



- 本校を“勧めたい”と回答した保護者が最多であり、推奨度は比較的高い水準と考えられる。「勧めたい」29名で全体の半数超を占めており、教育内容・環境・サポート体制に対して一定の信頼が形成されていることが読み取れる。保護者自身が他者に紹介したいと感じる点は、学校評価の重要な指標である。否定的回答（勧めたくない）は1名のみであり、不満層は極めて小さい。
- 具体的な不満や個別事情が背景にある可能性はあるものの、全体の構造としては“否定意見がほぼ存在しない”状況で、学校の取り組みが大きく評価を損なっている兆候は見られない。一方で「分からない」22名（約4割）は、推奨判断に必要な情報が十分に存在していないことを示す重要な層である。
- 学校理解や進路成果、日常の学習成果などを十分に知る機会が少ない場合、肯定にも否定にも振れない“評価不能層”として残りやすい。情報提供・学校理解の機会を増やすことで、この層の肯定化が期待できる。推奨度の高い層と判断不能層が二極化している点から、日常の“見える化”強化が今後の鍵となる。
- 進路実績・授業の様子・学校行事・学生の成長の様子など、学校の魅力や結果を具体的に共有することで、「勧めたい」という確信をより幅広い層に醸成することが必要である。

#### 本校の教育内容等に対してのご意見、ご要望等があればご記入ください

- 子供たちに寄り添ってくださる先生方に感謝しております。
- とても楽しく通っており、充実しているように感じます。
- 学校での様子がもっとわかれば良いと思う。
- 今のところは特にないです。

#### 調査への自由記述回答について

調査では、各設問において、自由記述によるご意見をいただきました。お寄せいただいたご意見はすべて真摯に受け止め、学生教育の向上や大学運営の改善に役立ててまいります。なお、自由記述の内容につきましては、ご回答いただいた皆様のプライバシーを尊重し、公表は控えさせていただきます。何卒ご理解のほどよろしくお願い申し上げます。