

学生の確保の見通し等を記載した書類

目 次

- 1 新設組織の定員設定の理由及び定員を充足する見込み
 - (1) 新設組織の定員設定の理由
 - (2) 学生確保の見通しの調査結果
 - (3) 中長期的な 18 歳人口の全国的・地域的動向
 - (4) 同分野を有する競合校の状況
 - (5) 既設組織の定員充足の状況
- 2 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果
- 3 新設組織で養成する人材の社会的要請及び人材需要
 - (1) 新設組織で養成する人材の全国的、地域的、社会的動向
 - (2) 人材需要に関するアンケート調査

1. 新設組織の定員設定の理由及び定員を充足する見込み

(1) 新設組織の定員設定の理由

UTokyo College of Design は、徹底したアクティブラーニング及びプロジェクト型学修等を中心とした教育や、学生一人ひとりの主体的な学びを継続的に支援するアカデミック・アドバイジング、初年次全寮制等の特色を有しており、これらの実現に向けた適正な規模として、入学定員を 100 名と設定している。この定員設定は、国内外の企業や国際機関等での長期インターンシップにおける適切な派遣先の確保という観点からも、合理的なものである。

本学では、2012 年秋季以降、英語のみで学位取得を可能とする教育プログラムである PEAK (Programs in English at Komaba) において、先駆的かつ意欲的な教育を提供し、教育の国際化を推進してきた。UTokyo College of Design は、1 学年あたり 30 名程度を受け入れてきた PEAK の取組を引き継ぎ、その知見と経験を活かしながら、英語のみによる学位取得が可能なカリキュラム体制をさらに整備し、教育研究における学際性・国際性・先進性を実現する。

UTokyo College of Design は、多様性を価値創造の源泉として、また未来志向の教育を支えるために不可欠な要素として重視している。そのため、入学者の教育的バックグラウンドを多様化する観点から、Route A・Route B の 2 つの出願方法を設定し、募集人員を各 50 名としている。Route A は主として国内の高等学校等卒業（見込）者、Route B は主として外国の高等学校や国内のインターナショナルスクール、国際バカロレア認定校等の卒業（見込）者からの出願を想定している。Route A 及び Route B のいずれも、後述の受験対象者アンケート結果等を考慮すると、入学定員を十分に満たすことが見込まれる。

(2) 学生確保の見通しの調査結果

本学では、UTokyo College of Design の潜在的入学希望者向けの Information Session（説明会）を、対面（キャンパス内又はキャンパス外）又はオンラインで、日本語又は英語を使用して、多様な形で開催している。2025 年 7 月 23 日から 2026 年 7 月 3 日までの間に、入学希望者向け Information Session を計 72 回開催し、延べ 3,185 名の参加を得た。

Information Session 参加者に対してアンケートを実施し、日本語の Session 参加者延べ 1,310 名、英語の Session 参加者延べ 785 名から回答を得た。回答者のうち、2027 年度に高等教育機関への進学を予定している者に限定して集計すると、受験可能性を問う設問において、日本語の Session については、集計対象の 729 名中 526 名（約 72%）が「ぜひ受験したい」、187 名（約 26%）が「受験する可能性がある」と回答し、合計 713 名（約 98%）が受験可能性を有すると回答した。英語の Session については、集計対象の 498 名中 403 名（約 81%）が「ぜひ受験したい」、92 名（約 18%）が「受験する可能性がある」と回答し、合計 495 名（約 99%）が受験可能性を有すると回答した。なお、UTokyo College of Design で学びたいかを問う設問には、日本語の Session については 729 名中 709 名（約 97%）、英語の Session については 498 名中 490 名（約 98%）が学びたいと回答している。

Information Session のうち、日本語の Session への参加者は入学者選抜において主に Route A（主として国内の高等学校等卒業（見込）者を対象とする選抜方法）、英語の Session への参加者は主に Route B（主として外国の高等学校や国内のインターナショナルスクール、国際バカロレア認定校等の卒業（見込）者を対象とする選抜方法）を選択すると仮定すると、Route A 及び Route B のいずれも、入学定員を十分に上回る受験希望者を得ていると言える。

【別紙 1】UTokyo College of Design Information Sessions 参加者を対象としたアンケート調査結果

（３）中長期的な 18 歳人口の全国的・地域的動向

国内において、18 歳人口は減少傾向にある。その中で、東京大学はこれまでも安定した出願者数を確保し、競争的な入学者選抜を行うことができています。一般選抜においては、募集人員 2,960 名に対し、直近 5 年間は志願者数が 8,300～9,500 名程度の水準で推移している。¹ 学校推薦型選抜においては、募集人員 100 名に対し、直近 5 年間は毎年 250 名程度の出願を得ている。また、上述の PEAK においても、募集人数若干名、毎年の合格者数 60 名程度のところ、開設以来毎年 200～300 名程度の出願を得ており、2026 年度入試の出願者数は 568 名であった。なお、入学定員 100 名については、大学全体の学生定員を増減させることなく、学内における学生定員の再配分により確保する。

他方、我が国における外国人留学生の在籍者数は増加傾向にあり、2025 年 5 月 1 日時点での学部在籍外国人留学生数は 92,442 名で、2024 年 5 月 1 日時点での 87,421 名より 5.4%増加している²。このことは、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行直前の 2019 年（89,602 名）を上回る水準まで外国人留学生数が回復したことを示している。UTokyo College of Design は、出願者の半数程度が日本国外からの出願となることを見込んでいることから、日本への留学希望者が増加傾向にあることは、安定的な学生確保に向けた好材料の 1 つと言える。

（４）同分野を有する競合校の状況

UTokyo College of Design は、本学の有する幅広い学術知をデザインによって繋ぎ、また融合することによって社会課題解決に取り組むこと、英語のみで教育を行うことを掲げている。国内にはデザイン教育を行う学士課程を有する大学は複数存在するが、英語のみでデザイン教育を行う学士課程は存在しない。このため、競合校としては、（１）デザイン教育を行う国内外の学士課程のうち、社会課題解決に貢献する人材の育成を目指していると思われるもの、（２）国内の英語のみで卒業できる学士課程のうち、幅広い学術分野を対象とするものの 2 種類を想定し、近年の出願動向等を確認することとした。

デザイン教育を行う国内外の学士課程のうち、社会課題解決に貢献する人材の育成を目指していると思われるものとして、武蔵野美術大学造形構想学部クリエイティブイノベーション学科、宮城大学事業構想学群価値創造デザイン学類等が挙げられる。これらの志願倍率は、武蔵野美術大学造形構想学部クリエイティブイノベーション学科（一般方式）は 2026 年度入試では約 5.5 倍、2025 年度は 5.0 倍、2024 年度は約 4.3 倍、宮城大学事業構想学群（一般選抜・前期）は 2026 年度入試・2025 年度入試ともに約 3.2 倍、2024 年度は約 2.7 倍であり、高水準で安定的に推移している。さらに、国外に目を向けると、同分野の競合校である Imperial College London の Dyson School of Design Engineering においては、2024-2025 入試では入学者 97 名に対して約 7.3 倍（志願者 707 名）、2023-2024 入試では入学者 100 名に対して約 7.1 倍（志願者 707 名）、2022-2023 入試では入学者 98 名に対して約 6.4 倍（志願者 631 名）の志願倍率であり、さらに高い水準で志願倍率が推移している。

また、国内の英語のみで卒業できる学士課程のうち、幅広い学術分野を対象とするものとしては、国際教養大学国際教養学部国際教養学科や早稲田大学国際教養学部国際教養学科等が挙げられる。国際教養大学国際教養学部国際教養学科（一般選抜・A 日程）の志願倍率は 2026 年度入試では約 6.5 倍、2025 年度入試では約 5.9 倍、2024 年度入試では約 5.7 倍、早稲田大学国際教養学部国際教養学科（一般選抜）の実質倍率（受験者÷合格者）は 2026 年度入試では約 4.6 倍、2025 年度入試では約 3.4 倍、2024 年度入試では約 3.2 倍であり、このことから英語のみで卒業できる学士課程が国内で一定かつ高い関心を集めていることが読み取れる。

（５）既設組織の定員充足の状況

本学では、学部学科ごとに定めている入学定員を、教養学部前期課程（文科一類から三類、理

¹ 東京大学ホームページ「入学者数・志願者数」https://www.u-tokyo.ac.jp/ja/about/overview/e08_01.html

※2025 年度入学者選抜では出願者数が前年より 1,000 名程度減少している（9,432 名→8,421 名）。これは同年度より第一段階選抜の倍率が引き下げられた影響と考えられるが、それでも募集人員を大幅に上回る人数の出願者を得られている。

² 独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）：STUDY in JAPAN「2024（令和 6）年度外国人留学生在籍状況調査結果」
<https://www.studyin-japan.go.jp/ja/statistics/enrollment/data/2504301000.html>

科一類から三類)に振り分けて入学者選抜を行っており、学生は、1～2年次は教養学部前期課程に在籍し、3年次 進学の際に「進学選択」により各学部各学科等に所属する。学士入学者選抜における募集人員は、科類(文科一類から三類、理科一類から三類)ごとに設定している。過去5年の入学志願状況としては、いずれの科類においてもおおむね2～4倍程度の志願倍率で推移しており、安定して入学者を確保している。UTokyo College of Designの入学生員100名は、これら学内既設組織の入学生員変更により捻出しており、設置後は、UTokyo College of Designにおいても、学内既設組織においても、定員を充足することが見込まれる。

2. 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

東京大学での学生確保に向けた活動としては、これまで「大学案内」の発行・配布、主要大学説明会等の合同大学説明会への参加(大学説明、及び個別ブースでの相談対応)、オープン・キャンパスを実施してきた。学校推薦型選抜については、出願希望者及び高等学校関係者を対象とするオンライン説明会を開催している。また、女性学生数の増加を目的として、女子高校生のための東京大学説明会、女子中高生向け大学生生活紹介冊子『Perspectives』の発行、在学女性学生による学校訪問などの事業³を実施している。外国の出願希望者に対しては、日本学生支援機構等が主催する日本留学フェア等への資料参加のほか、PEAKにおいては独自にInformation Seminarをオンラインで実施している。

UTokyo College of Designにおいても、これまでの東京大学の学生募集活動の経験・実績を踏まえ、様々な方法での学生確保に向けた取組を既に開始している。

2025年4月に実施したプレスリリースに合わせてUTokyo College of Design⁴を開設し、構想の検討の進捗に合わせて情報を随時更新している。パンフレットも和文、英文をそれぞれ作成し、国内の高等学校等約5,000校、インターナショナルスクール約100校、在日の各国大使館・総領事館等に送付した。併せて、2025年6月よりInstagramアカウントの運用も開始している。UTokyo College of Designのイベント開催告知・実施報告やメディア掲載情報等を発信しており、2026年7月15日時点でのフォロワー数は約4,200名となっている。

また、潜在的入学希望者とその保護者、及び高等学校関係者等への情報発信のため、UTokyo College of Design独自のInformation Sessionを、対面(キャンパス内又はキャンパス外)又はオンラインで、日本語または英語を使用するなど、多様な形で開催している。2025年7月23日から2026年7月3日までの間に、入学希望者向けInformation Sessionを計72回開催し、延べ3,185名の参加を得た。(このうち、本郷キャンパスでの対面開催が4回、国内各都市での対面開催が22回、オンライン開催が46回である。オンライン開催のうち2回は2025年8月に実施された東京大学オープンキャンパス(オンライン)への出展分である。)加えて、同期間中に高等学校等教員向け説明会を5回開催し、合計で延べ366人の参加を得た。(このうち1回は国際バカロレア認定校の教員等を対象として実施した。)さらに、大学情報センター主催「主要大学説明会」(大学説明、及び個別ブースでの相談対応)、日本学生支援機構主催「Study in Japan Fair」、インターナショナルスクールが主催するCollege Fair等のイベントへの参加、海外の高等学校訪問等を、同期間中に68回(うち国内17回、国外は15か国にて計51回)実施し、多くの高校生、保護者、高等学校関係者等にUTokyo College of Designの構想を周知した。その他、国内外で高校生の奨学事業を行う団体、日本の在外公館、文部科学省「日本留学促進のための海外ネットワーク機能強化事業」各地域拠点などとの連携も図りつつ、UTokyo College of Designの認知拡大に努めている。

これらの学生確保に向けた取組により、UTokyo College of Designの認知度が向上し、Information Session等への参加者を安定的に確保できており、潜在的な出願希望者の増加につながっていると考えられる。2026年度以降においても、国内外で学生確保に向けた取組を幅広く展開していく予定である。

³ 東京大学ジェンダー・エクイティ推進オフィス「中高生のみなさんへ」
<https://www.u-tokyo.ac.jp/kyodo-sankaku/ja/activities/forstudent.html>

⁴ UTokyo College of Design ホームページ
<https://design.adm.u-tokyo.ac.jp/jp/>

3. 新設組織で養成する人材の社会的要請及び人材需要

(1) 新設組織で養成する人材の全国的、地域的、社会的動向

UTokyo College of Design は、本学の基本方針「UTokyo Compass」⁵において、複雑化・多層化する現代社会の諸課題に対して率先して取り組み、未来の変革者となる卓越した人材の養成を目的として構想された。具体的には、多様な学術知を「デザイン」によって繋ぎ、融合することにより、複雑化する社会課題に取り組み、世界に新たな価値を創造する人材の育成を目的とする。

大学での教育については、社会課題の解決に資する人材の育成への要請が急速に高まっている。内閣官房「教育未来創造会議」第一次提言⁶（2022年5月）においては、「目指したい人材育成の在り方」として、「予測不可能な時代の中で、好きなことを追究して高い専門性や技術力を身に付け、自分自身で課題を設定して、考えを深く掘り下げ、多様な人とコミュニケーションをとりながら、新たな価値やビジョンを創造し、社会課題の解決を図っていくことのできる人材」が挙げられている。また、「我が国の『知の総和』向上の未来像～高等教育システムの再構築～」答申⁷においては、「育成する人材像」として、「持続可能な社会の担い手や創り手として、真に人が果たすべきことを果たせる力」を備える人材が挙げられており、そのような人材が社会に輩出される中で、「多様な文化的背景に基づく価値観を持った人々が協働し、各々が持つ資質・能力を最大限生かしながら、身近なものから地球規模のものまで様々な課題を発見し、解決していくこと」が期待されている。これらはいずれも、多様な他者と協働しつつ、主体的に課題を発見・設定し、解決する能力を備えた人材の育成を求めるものである。

(2) 人材需要に関するアンケート調査

UTokyo College of Design では、構想の説明及び社会における多様な連携の可能性についての意見交換等を目的として、企業や国際機関等を対象とした説明会を開催しており、説明会終了時には人材需要に関するアンケートを実施している。2025年7月11日から2026年2月2日までの全6回に延べ121社・団体より延べ160名が参加し、延べ150名よりアンケートを回収した。

アンケート結果では、UTokyo College of Design が養成する人材の採用について、150名中62名（42％）が「ぜひ採用したい」、77名（51％）が「採用を検討する」と回答しており、全体の93％が採用に前向きな姿勢を示した。このことから、UTokyo College of Design が養成を目指す人材像は、企業等にとってニーズが高いと考えられる。インターンシップの実施については、29名（19％）が「ぜひ受け入れたい」、93名（62％）が「受け入れを前向きに検討したい」と回答しており、全体の81％が受け入れに前向きであると回答した。また、自由記述による回答では、多くの企業等から、実践的に社会課題に挑む教育への期待、起業家や変革を担うリーダーを生み出すことへの期待、日本固有の強みを基盤に国際的に通用する教育モデルへの期待等が寄せられた。以上の結果から、UTokyo College of Design で養成する人材には、社会からの強い需要があると考えられる。

【別紙2】 UTokyo College of Design 企業説明会 参加者を対象としたアンケート調査結果

⁵ 東京大学「UTokyo Compass 2.0」

<https://www.u-tokyo.ac.jp/content/400241476.pdf>

⁶ 内閣官房「教育未来創造会議」第一次提言（2022年5月）

<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouikumirai/pdf/220510honbun.pdf>

⁷ 我が国の「知の総和」向上の未来像～高等教育システムの再構築～（答申）（2025年2月）

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1420275_00014.htm

学生の確保の見通し等を記載した書類

添付資料 目次

別紙1	UTokyo College of Design Information Sessions 参加者を対象とした アンケート調査結果.....	2
別紙2	UTokyo College of Design 企業説明会参加者を対象とした アンケート調査結果.....	5

UTokyo College of Design Information Sessions

参加者を対象としたアンケート調査結果

概要：

UTokyo College of Design では、潜在的入学希望者とその保護者等への情報発信のため、UTokyo College of Design 独自の Information Session を、対面（キャンパス内またはキャンパス外）又はオンラインで日本語又は英語を使用して、多様な形で開催している。

Information Session 終了時には、二部構成のアンケート調査を実施しており、前半部分は主に Information Session 自体に関する設問、後半部分は主に UTokyo College of Design の受験希望等に関する設問を設定した。本報告は、アンケートの後半部分への回答をとりまとめたものである。

なお、Information Session では、UTokyo College of Design の概要説明のみならず、デザインの考え方を学ぶワークショップや参加者の疑問に応える時間を設けており、参加者は UTokyo College of Design の理念や教育内容等を十分に理解したうえでアンケートに回答している。

アンケート後半部分の項目は全 5 問で、設問の内容は以下のとおりである。

<回答者自身の属性情報>

問 1 進路希望

問 2 大学進学希望年度

<東京大学 UTokyo College of Design について>

問 3 東京大学 UTokyo College of Design で学びたいか

問 4 東京大学 UTokyo College of Design の受験意向

問 5 （受験意向のない者へ）受験を考えていない理由（自由記述）

調査時期：

2025 年 7 月 23 日～2026 年 7 月 3 日

調査方法：

対面開催の場合は紙媒体のアンケート用紙を配付し、即時回収した。オンライン開催の場合は Microsoft Forms を利用してオンラインでのアンケート調査を実施した。

調査対象：

潜在的入学希望者を主な対象とした Information Session 参加者全員。本報告では、Information Session のうち、日本語の Session への参加者と英語の Session への参加者を分けて集計する。（入学者選抜において、前者は主に Route A（主として国内の高等学校等卒業（見込）者）、後者は主に Route B（主として外国の高等学校や国内のインターナショナルスクール、国際バカロレア認定校等の卒業（見込）者）を選択することを想定している。）

Information Session の開催実績：

2026 年 7 月 3 日までに計 72 回開催し、延べ 3,185 名の参加を得た。このうち、本郷キャンパスでの対面開催が 4 回、国内各都市（札幌、旭川、帯広、仙台、秋田、宇都宮、高崎、水戸、新潟、金沢、甲府、松本、岐阜、浜松、姫路、鳥取、松江、岡山、高松、松山、熊本、宮崎）での対面開催が 22 回、オンライン開催が 46 回である。オンライン開催のうち 2 回は 2025 年 8 月に実施された東京大学オープンキャンパス（オンライン）への出展分である。上記のうち、本郷キャンパスでの対面開催のうち 2 回、オンライン開催のうち 10 回については、英語で実施した。

回答数：

日本語の Session への参加者 1,310 名および英語の Session への参加者 785 名より回答を得た。

集計結果：

問 1 進路希望

進路希望	日本語 Session 参加者による回答数	英語 Session 参加者による回答数
大学	1,185	691
短期大学	0	4
専門職大学	3	13
専門職短期大学	1	0
専門学校	0	3
就職	7	12
その他※	114	62
合計	1,310	785

※無回答、保護者等を含む

問 2 大学進学希望年度

（問 1 で「大学」「短期大学」「専門職大学」「専門職短期大学」を選択した者のみ集計）

進学希望年度	日本語 Session 参加者による回答数	英語 Session 参加者による回答数
2026 年度	61	33
2027 年度	729	498
2028 年度以降	311	138
その他※	88	39
合計	1,189	708

※無回答を含む

問3 東京大学 UTokyo College of Design（仮称）が開設された場合、ここで学びたいですか。（問2で「2027年度」を選択した者のみ集計）

選択肢	日本語 Session 参加者による回答数	英語 Session 参加者による回答数
ぜひ学びたい	562	395
学びたい	147	95
あまり学びたくない	12	8
学びたくない	2	0
その他※	6	0
	729	498

※無回答を含む

問4 東京大学 UTokyo College of Design を受験してみたいですか。（同上）

選択肢	日本語 Session 参加者による回答数	英語 Session 参加者による回答数
ぜひ受験したい	526	403
受験する可能性がある	187	92
受験は考えていない	10	3
その他※	6	0
合計	729	498

※無回答を含む

問5 受験を考えていない理由をお答えください（自由記述・抜粋）

- ・東京大学のお他学部との併願が不可であるため
- ・受験が難しそうであるため
- ・定員が少なく、浪人にリスクが高くなることを懸念しているため
- ・自分はデザイナーになりたいと思っているが、美術的なデザインなどを学ぶ学部ところではないとわかったため
- ・自分の描いているものと異なるように感じたため
- ・すでに学士の学位を取得しており、修士から入学できるプログラムを希望するため

UTokyo College of Design 企業説明会

参加者を対象としたアンケート調査結果

概要：

UTokyo College of Design では、構想の説明および社会における多様な連携の可能性についての意見交換等を目的として、企業や国際機関等を対象とした説明会を開催しており、2026 年 2 月 2 日までの全 6 回に延べ 121 社・団体より延べ 160 名が参加している。

本報告は、説明会終了時に実施しているアンケート結果をとりまとめたものである。

なお、回答者は、説明会を通じて UTokyo College of Design の理念や教育内容等を十分に把握した上で回答している。

アンケートの項目は全 5 問で、設問の内容は以下のとおりである。

問 1 UTokyo Design のどのような点に興味があるか

問 2 UTokyo Design が養成する人材の採用についての考え

問 3 インターンシップの実施についての考え

問 4 印象に残ったことや期待すること

調査時期：

2025 年 7 月 11 日～2026 年 2 月 2 日

調査方法：

対面で開催した説明会終了時に紙媒体のアンケート用紙を配付し、即時回収した。用紙には同様の設問のオンラインフォームにアクセス可能な URL を記載し、オンラインでの回答も可能とした。

調査対象：

企業・団体等からの参加者全員。なお、各企業等からは、人事担当者・役員等、採用活動に関係がある者が多く参加している。

説明会の開催実績：

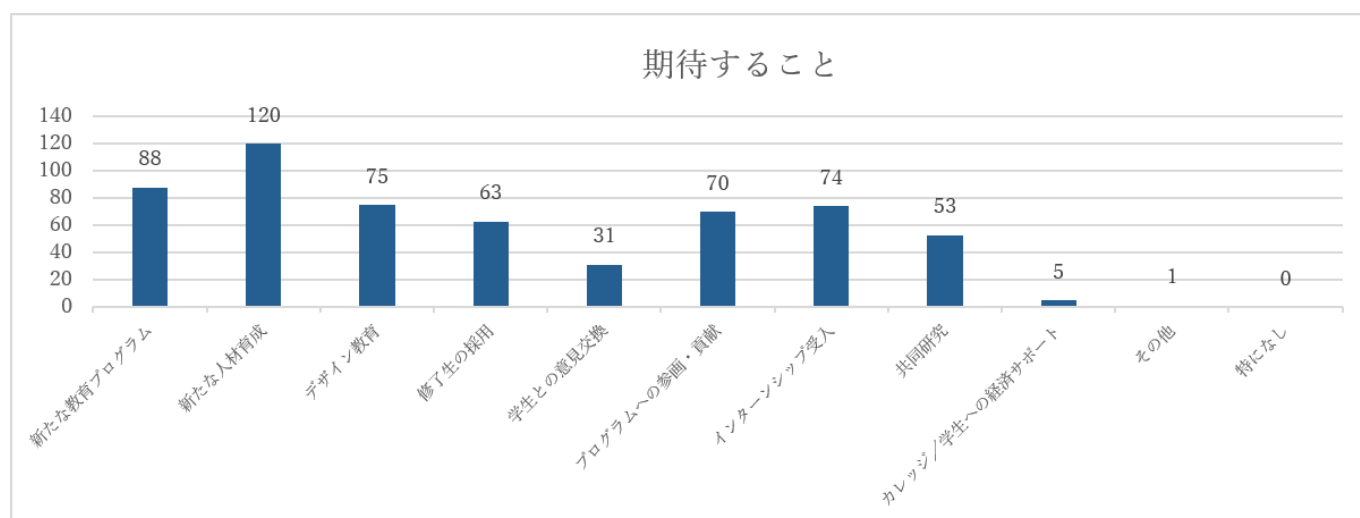
2025 年 7 月 11 日から 2026 年 2 月 2 日までに本学キャンパス内で計 6 回開催し、延べ 121 社・団体から延べ 160 名が参加した。

回答数：

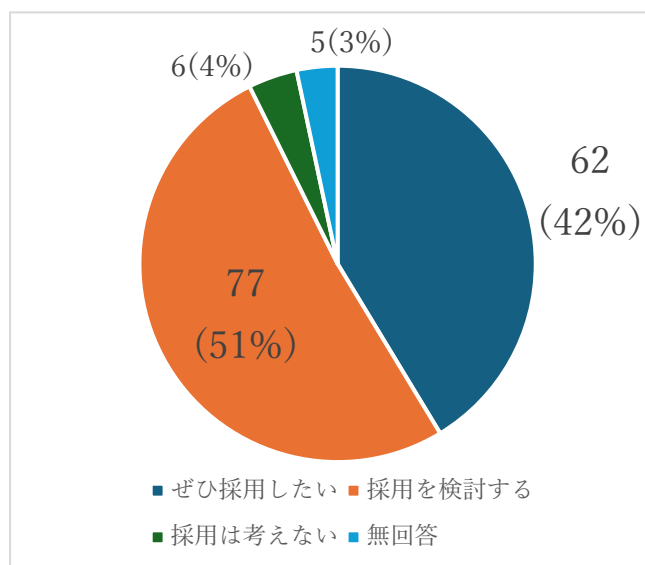
参加者 160 名のうち 150 名から回答を得た。

集計結果：

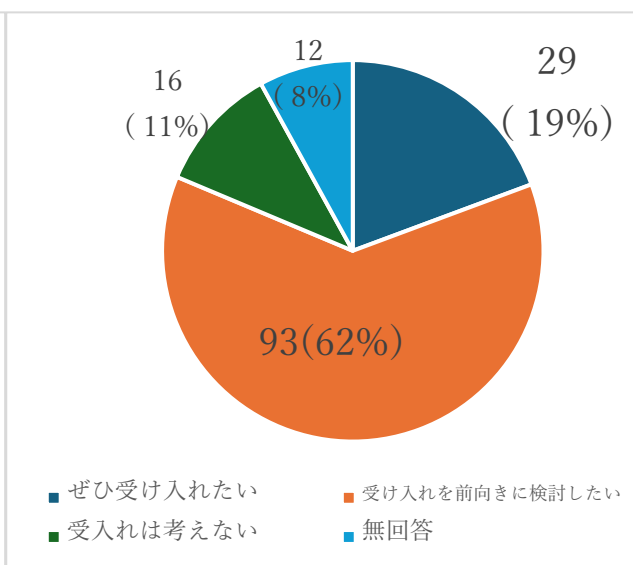
問1 UTokyo Design のどのような点に興味があるか（複数回答可）



問2 養成する人材の採用についての考え



問3 インターンシップの実施についての考え



問4 印象に残ったことや期待すること（自由記述・要約抜粋）

- ・分野を越えた学びと社会との協働により、実践的に課題へ挑む教育への期待
- ・社会課題に挑み、起業家や変革を担うリーダーを生み出す場として注目
- ・日本固有の強みを基盤に、国際的に通用する価値を発信する教育モデルへの期待
- ・学生の多様性と主体性を引き出し、自ら問いを立て深めるカリキュラムへの期待
- ・企業協働への関心が高く、選抜方法や育成像などプログラムの具体化への期待