

# 学部・学科トレンド2026

経営学において、製品が市場に投入されてから衰退に至るまでの変遷を示す「プロダクト・ライフサイクル」の概念は、事業戦略を策定するうえで役立つフレームである。本誌ではこれまで、このプロダクト・ライフサイクルを高等教育機関の学問分野に適用し、約 80 分野における「志願者数」と「入学定員」の相関関係を定点観測してきた。これは、各分野が現在、成長期にあるのか、あるいは成熟・衰退期にあるのかを定量的に把握し、学生募集や学部学科構成等の躯体の最適解を探る試みである。

学問分野の動向は、決して一過性の流行に左右されるものではない。そこには、日本経済の構造転換、第四次産業革命による技術パラダイムのシフト、そしてグローバル化の進展といったマクロ環境の変化が複雑に投影されている。過去の分析からは、単なる循環的なサイクルに留まらず、社会要請の急変に伴う非連続的な成長や、既存分野の急激な再編等、予測困難なダイナミズムが浮き彫りになってきた。

今回の特集「学部・学科トレンド2026」では、1992年から2025年にわたる長期データを用い、各分野のライフサイクルを可視化した。ここ数年は、現代社会の複雑化・多様化に伴い解決困難な課題が増加している。これに応じるように、複数の学問領域を戦略的に掛け合わせた「複合分野」が台頭し、進化・変化を遂げている。本特集では、これら「単独分野」と「複合分野」の現状を高い解像度で分析し、高等教育市場に押し寄せている新たな潮流を解き明かしていく。

さらに、こうした社会の潮流をいち早く察知し、学部新設や改組等により、先導的な改革を行う大学への事例取材も実施した。なぜ今、その設置・改編を決断したのか。その背景にある経営的判断と、そこで提供される教育の独自性はいかなるものか。経営層が直面した決断のプロセスには、これからの大学経営に不可欠な示唆が含まれているはずである。

## CONTENTS

### REPORT

社会動向から明暗が分かれる単独分野のトレンド  
多様化する改革パターン

リクルート「カレッジマネジメント」編集部  
リクルート進学総研究員  
鹿島 梓

- ①単独分野のマーケットトレンド
- ②複合分野のマーケットトレンド
- ③新增設のマーケットトレンド

### CASE STUDIES

トレンドを体現する新增設例

- ①立教大学 環境学部
- ②立命館大学 デザイン・アート学部
- ③福井県立大学 恐竜学部／地域政策学部
- ④共愛学園前橋国際大学 デジタル共創学部
- ⑤酪農学園大学 農食環境学群 農環境情報学類