

「大妻らしさ」と快適な学生生活に対する学生意識の調査

Research of the student's conscious about "Characteristics of Otsuma" and comfortable student life

中川 麻子¹, 下田 敦子², 須藤 良子³, 山形 純子⁴, 堀場 愛弓⁵

Asako Nakagawa¹, Atsuko Shimoda², Ryoko Sudou³, Jyunko Yamagata⁴ and Ayumi Horiba⁵

^{1,3,4,5}大妻女子大学家政学部, ²大妻女子大学人間生活文化研究所

キーワード：大妻女子大学，学生生活，大妻らしさ

Key words : Otsuma Women's University, Student life, Characteristics of Otsuma

1. 研究目的

本研究は、快適な学生生活に対する学生意識と、学生が期待する「大妻らしさとは何か」を問うものである。大学の魅力を高めるには、学生意見の把握が不可欠である。これまで学生の属性、授業・カリキュラム改善に向けた調査は行われてきたが、学生生活全般を充実させるには十分とはいえない。

授業等で学生に接する中で、在學生に志望動機を聞くと、学びの特色を挙げる学生がいる一方で、他の女子大学と比較しても決め手に欠け、入試方法、設備、立地から決定したという学生も少なくないことに気がつかされた。これは千代田キャンパスの拡充による新設備は受験生に魅力的であることを示しているが、しかし一時的なものとも言える。これは「大妻らしさ」が十分に発信されておらず、他大学との差別化が難しくなっている可能性があると考えた。また在學生の中には、思い描いていた学生生活とのイメージギャップを感じる者もあり、大学への帰属意識の低下が懸念される。

本研究では、授業や設備以外の課外活動・イベント・情報発信等の学生生活の諸側面と、入学前後で発生したイメージギャップに注目し、全学部の学生を対象に質問紙調査を行う。さらに被服学科については、他学との差別化および将来検討に向けた質問紙・インタビュー調査を実施する。本研究によって、学生生活の問題点把握と改善案提示、さらに 110 周年を迎える本学のブランディングに向けた提言を行うことを本研究の目的とした。

2. 研究実施内容

2-1. 質問紙調査

学生の「本音」を聞き出すために、従来の選択

方式の質問紙調査ではなく、自由記述式で行うこととした。質問紙調査の準備のために、5月に学生 20 名に対するプレ調査を行なった。この結果を反映し、被服学科用と他学科・他学科用の 2 種類のアンケートを準備した。共通の質問項目は「大妻を選んだ本当の理由」、本学（学生・生活）に対する入学前後に持ったイメージに関する質問、入学後に「よかったこと」「がっかりしたこと」等の大学生活全般に対する学生の満足・不満点に関する質問、また本学と競合すると思われる都内の 5 つの女子大学についてのイメージ像を問うた。

また被服学科用の質問紙では「他学科ではなく被服学科を選んだ理由」「被服学科で受けて良かった授業」「新たに欲しい授業・学び」「5年後の希望や自己イメージ」の 4 項目を追加した。これは、特に被服学科は他の女子大学との差別化が難しく、また近年では被服分野以外への就職も増えていることなどを踏まえ、学生の将来への希望や仕事観などを明確に捉えるためである。

質問紙アンケートは 1 年生が大学に慣れてきたと考えられる前期終了（7月）～12月にかけて行い千代田キャンパスに通学する大学生 569 名、短大生 63 名に質問紙によるアンケートを行なった。

2-2. 大妻女子大学のイメージと魅力

回答については、自由記述式のために項目分けに時間がかかり、現在内容を精査中であるため、ここでは全体の概要を報告する。

まず本学を志望した「本当の理由」としては、予想通りに「立地・アクセスの良さ」と「設備の新しさ」を挙げる学生が多かった。また「受験方式（科目数、推薦の有無等）」「偏差値レベル」「受かったから」等の受験方法と学力レベルに関する回答も多かった。この他に「先生や保護者からの

推薦」「伝統校であるから」といった周囲からの助言や社会的イメージを重視する意見も目立った。また「面倒見が良いと聞いた」「就職率、就職サポート」といった学生生活や就職支援を重視した学生も多かった。「伝統校としての社会的イメージ」「年長者からの推薦」「学生生活への支援」「就職の強さ」に関する回答は全学科共通で多く見られる傾向にある。この他に資格取得に関係する学科では「合格率」「学びたい内容」「(指導して欲しい) 教員」といった学習に関する理由を挙げており、学生の所属によって特徴が現れている。しかし全体的に見れば「立地と設備が良く、受験しやすく、就職率が高い、伝統校としての社会的評価の高い女子大学」として認識されているといえる。これはリクルート進学総研による「進学ブランド力調査2018」の結果とも合致している。

「大学のイメージ」としては、入学前は「きれい」「キラキラした」「上品」「おしゃれ」「都会」「女っぽい」といった華やかな大学生活を連想される語が全学科共通に見られた。入学後のイメージギャップについては、約1/2~2/3の学生が「イメージが変わった」と答え(学科によって変動)、「思っていたより真面目」「いろいろな人がいる(派手、地味、個性的など学生が画一的ではない)」「勉強が大変」等の意見が多く見られる。また「入学後に良かった」と感じることは、「設備・学食が良い」といったアメニティに関する満足度が高く、また「友人・教員に恵まれた」「女子大学特有の生活(女子しかいない気楽さ、勉強のしやすさ等)」といった充実した学生生活に対する評価が高いことも、全学科共通することである。

2-3. 不満に感じる点

学生が感じる不満点については「学食が混む」「棟が離れている」等の大学施設に関すること、「学費が高い」「事務対応」といった事務的なことが多く、この結果は平成28~30年に実施した(堀場, 中川)調査とも重なった¹⁾。回答の中で目を引いたのは「サークル」「体育祭」「学園祭」に対する不満である。サークルが充実しておらず、体育祭や学園祭が盛り上がりがない事に対する失望感は学年問わず多く見られた。本学の学生は、他学との合同サークルに参加することが多く、またこのことが学内サークルと在学生の学園祭への参加率を低くしている要因とも考えられる。

アンケートでは「入学前に参考にしたメディア」に関しては大学案内やHPが多い一方で、学科に

よっては「他大学との差が分かりにくい」「具体的な学生生活が見えない」の意見もあった。また最終的な大学選択の強い動機として、オープンキャンパスが決め手となったと答える学生が多かった。

2-4. 被服学科の傾向

「被服学科を選んだ理由」としては「服が好きだから」と答えた学生が多い。また被服に関する学びにも積極的で「もっと制作がしたい」「より深く学びたい」といった前向きな姿勢が見られた。また新たに学びたい学習としては「専門的な色彩論(パーソナルカラー等)」「服飾品(アクセサリ、靴等)」「衣装(時代考証、復元、舞台衣装等)」「専門的な手芸」「スタイリング」等の具体的な内容が挙げられた。その一方で、具体的な将来像を聞いたところ、被服に関係する就職を希望する学生と、必ずしもこだわらない学生がいることが見えてきた。「被服分野にこだわらない」学生は、被服の知識は得て将来に役立てたいが、就職については業界を問わず働ききたいという傾向が見られた。

被服学科の具体的な学生像と本学の特徴を捉えるために、被服学科1~4年生を対象に21人にインタビュー(1名につき15分程度)を行なった。他学ではなく本学の被服学科を選んだ理由としては「コース制ではなく、4領域について基礎から応用まで学べることを理由に挙げた学生が多い。また本学の設備、学生の雰囲気、知名度等の全体アンケートで見られた本学の魅力と複合的に判断しているようだった。学生のほとんどが本学での学生生活や被服学科での学びに「満足」していたが、その一方で「広く学ぶが、深く学べていない」と答える学生も多くいたのが印象的だった。

3. まとめと今後の課題

質問紙およびインタビュー調査により、全体的な本学に関するイメージや学生の意識傾向が掴めた。今後はテキストマイニングを用いて、フリーワードの回答について解析を行い、学科別の傾向を捉える。被服学科については本学らしい学びと、将来的な被服分野の学びについて検討を行う。また学園祭やサークルへの不満と、入学前に「具体的な学生生活が見えてこない」といった問題点は、相互関係にあるとも考えられる。今後はさらに詳細に分析を行い「大妻らしさ」の具体像と発信方法を検討していく。

注1) 堀場 愛弓, 中川 麻子「女子大学生が快適に過ごせるキャンパスデザインの研究調査」平成28~30年度共同研究プロジェクト, 大妻女子大