

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）タメヒロゼミナール
愛知大学	経営学部	為廣ゼミナール

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
サンクソレイユ	フリガナ）ナカジマケンヤ	5 人
Cinq★Soleil	中嶋拳也	

研究テーマ（発表タイトル）
大学ミスマッチを防ぐには

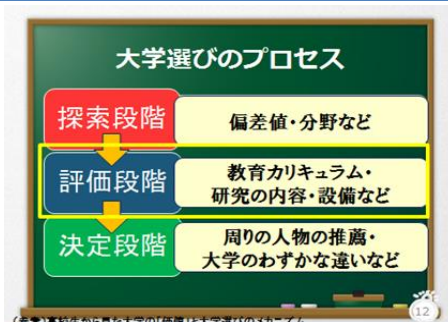
※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、大学ミスマッチが問題となっている。ミスマッチとは入学前と入学後の情報の相違のことである。このミスマッチは大きく3つあり、教育内容と興味・関心によるミスマッチ、教育方法と学生によるミスマッチ、学力のミスマッチが挙げられる。ミスマッチによって起こる問題としては中退が挙げられるが、この中退の1番の原因としては、先に挙げた3つのミスマッチのうち教育内容と興味・関心によるミスマッチであるということが分かった。そこで私たちは、教育内容と興味・関心によるミスマッチに焦点を当て、それを減らすことを目的として研究を進めていく。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

ミスマッチとは入学前と入学後の情報の相違であり、まずは入学前の情報を入手する高校生がどのように大学を選んでいるのか調べてみた。大学選択をする際のプロセスには、探索段階、評価段階、決定段階の3つの段階があり、各段階において参考にする情報が異なることが分かった。探索段階においては偏差値や学部学科など高校生自身の基準で決め、数多くある大学から数校、または数十校に絞る。評価段階ではホームページやパンフレットといった情報媒体を用いて調べ、教育機関の価値を比較する。この段階で自分の教育機関に対する価値に合わない大学は選択肢から外される。そして最後に、決定段階において高校教師や親の助言などで志望校やすり止め校の決定をする。文献によると、このプロセスの中で特に大学選択で重要となるのは、評価段階における情報伝達であると分かった。この評価段階ではホームページ・パンフレットによって情報を得ることで教育機関の価値を比較検討するということから、私たちは評価段階におけるホームページ・パンフレットに注目していくこととした。



3. 研究テーマの課題

現在、ミスマッチを引き起こす背景として、高校生が自分にマッチした大学を選ぶような情報が十分に発信していないことと高校生が希望する大学の内容をよく調べていないという2点が挙げられる。しかし、高校生は大学について調べようという意欲があったとしても大学側が高校生のニーズに沿った情報が不十分であるものだったら情報収集することが困難である。従って、大学側の情報発信について改善することが必要である。よって本研究テーマの課題は大学側の情報発信を改善することにある。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

以上のことを踏まえ、大学生がどのように情報収集したかについて知るためにアンケートを行った。アンケートから今の大学情報媒体からもっと知りたかった情報があつた人は全体の約9割にも及び、教育内容を各項目ごとに分けて聞いたところ具体的な専門教育の内容と4年間のカリキュラムの情報が求められているということが分かった。そこで、評価段階において何が前提で情報が取捨選択されているのか。ここで高校生の大学進学理由が参考になると考え聞いてみた。その結果、将来の仕事に役立つ勉強がしたいからという回答や資格や免許を取得したいからという回答が得られた。

ここから、評価段階で利用されるホームページ・パンフレットの情報発信内容が現在の高校生のニーズに合っていないと言えるため、私たちはアンケートから得られた情報をもとに新しいパンフレット・ホームページの内容を提案していく。



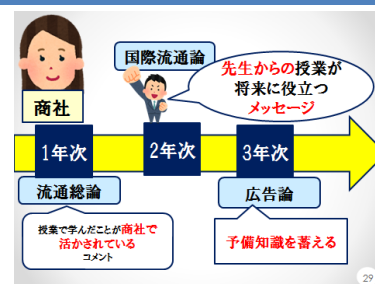
5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

この研究をするにあたり、高校3年生495人にアンケート調査を実施した。目的としては大学の進学理由、大学選択をする際に特に知りたい情報について知るためである。この結果から、高校生の約8割が「将来の仕事に役立つ勉強がしたいから大学に行く」という回答が得られた。特に知りたい情報については、約7割の高校生が「学部学科の特長」と回答した。

そして大学の現在のホームページ・パンフレットの作成意図や、目的に関してのヒアリング調査を行ったところ、大学側は受験生に対して、学部学科の特長や教育内容を理解してもらえるような情報を発信しているということが分かった。また、約半年前に大学受験を経験し、高校時代について最も覚えているであろう大学1年生238人にもアンケート調査を行った。この目的としては大学選択のプロセスを振り返ってもらい、ホームページ・パンフレットから大学が発信している情報の中で、もっと知りたかった情報は何かを知るためである。この結果から、専門教育科目の具体的な説明と4年間のカリキュラムをもっと知りたかったと感じた人が全体を見ると多いことが分かった。

6. 結果や今後の取り組み

各大学はそれぞれ特徴が異なり、訴求しているポイントや立地条件も違う。以下のことから今回の研究では愛知大学を一例として行った。今後の取り組みとしては、高校生が大学の進学理由に挙げた将来に役立つ勉強がしたいなどといったことや、現在の大学生が高校生の時に不十分であった情報を盛り込んだパンフレットやホームページを作成する。そして、作成したものと現在の高校生の手元にわたっているパンフレット等を見比べるためにヒアリング調査やアンケート調査を実施する。そこで得られた回答から今後の情報媒体の発信内容について示唆していく。



7. 参考文献

- ・大学中退問題の予防と対策 www.gakuryoku.gakken.co.jp/pdf/articles/2015/3/p6-11.pdf（参照 2015-11-14）
- ・高校生と大学をつなぐ取り組み～「自分のモノサシで選ぶ力」をつけるために～
www.teikokushoin.co.jp/.../08_hssobl_2014_01_p18_c（参照 2015-11-14）

- ・逆引き大学辞典 www.gyakubiki.net/op/opg11.html (参照 2015-11-14)
- ・文部科学省「学生の中途退学や休学等の状況について」www.mext.go.jp (参照 2015-11-14)
- ・大学での学びを高校生に「わかりやすく」発信する取組の構築
cube.ritsumeai.ac.jp/bitstream/10367/324/1/no3_11_飯田.pdf (参照 2015-11-14)
- ・愛知大学ホームページ www.aichi-u.ac.jp/ (参照 2015-11-14)
- ・株式会社応用社会心理学研究所 著『高校生から見た大学の「価値」と大学選びのメカニズム』ナカニシヤ出版 2014

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。