

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
アイチダイガク	ケイエイガクブ	オオタコウジゼミナール
愛知大学	経営学部	太田幸治ゼミナール

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）
カモミール	コバヤシレナ	6
カモミール	小林玲菜	

研究テーマ（発表タイトル）

見つけたぞ！高校生の difference～文系の大学生も研究していると知っている彼ら～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究では、「文系の大学生が研究をしていると認識している高校生の傾向」を明らかにする。

私たちの周囲には、授業をさぼる人や、周りが行くからとなんとなく進学した人がいる。このような大学生の現状を改善したいと考え、研究を始めた。大学全入時代が到来している現在、高校生に大学で何をするのかを理解した上で大学へ入学してもらうことが大学教育の質の向上に繋がると考え「文系の大学生が研究をしていると認識している高校生の傾向」を明らかにすることとした。この研究をすることで、**文系の大学が大学教育の質を向上させるためのマーケティングを行う際の材料の一つとなる**と考える。

本研究のポイントは、

- ◇ 高校生は大学を**研究する場所と認識**している。
- ◇ 理系の大学生に比べて、**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生は少ない**。
- ◇ 文系の大学生が研究をしていると**認識している高校生は、「大学は部活に打ち込む場所であると思う」、「考える過程が楽しいから勉強が好き」という傾向がある。**
- ◇ オープンキャンパスで**部活見学＆体験ゼミ**を加えたキャンパスツアーを行い、PR として教授が高校で行う模擬講義に同行する。

以上の4点である。

「**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生の傾向**」を明らかにするために、高校生や同ゼミナール生へのヒアリングを基に調査票を作成し、調査票調査を行った。

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）

現在、少子化によって入る大学や短期大学を選ばなければ、進学を希望する全員が入学することができる**大学全入時代**が到来している。この現状から、定員割れによる大学の経営難、進学率の向上に伴う受験生の学力の低下、そして大学教育の平均的な質の低下が危惧されている。(鶴飼；2019)

高校生が大学をどのように認識しているのかを明らかにするために、既存研究の整理と高校生へのヒアリング調査、ゼミ生へのヒアリング調査を行ったところ、以下の3つが明らかになった。

- ① 溝上慎一氏の『大学生白書 2018』によると、「大学一年生が大学進学において最も重視したこと」という質問に「専門知

識、技術の習得」(回答者の 21.1%が選択)や「就職に有利」(15.4%)などの項目に対して、「学問研究」を選択した学生は僅か 6.0%しかいなかった。

- ② 高校生を対象としたヒアリング調査を行った。すると、9 割の高校生が理系の大学生が研究をしていると思うと回答した。それに比べて、わずか 3 割の高校生が文系の大学生が研究をしていると思うと回答した。
- ③ 同ゼミナールに所属する大学生にヒアリング調査を行った。高校時代に文系の大学生が研究をしていると認識していたゼミ生には「考察することを好む」、「物事の過程を重視する」という 2 つの傾向が見られた。

上記で明らかになった 3 つのことからそれぞれ仮説を立てた。

【仮説①】**高校生は大学を研究する場所と認識していない。**

【仮説②】**理系の大学生と比較して、文系の大学生が研究をしていると認識している高校生は少ない。**

【仮説③】**考察することを好む高校生は、文系の大学生が研究をしていることを認識している。**

【仮説④】**物事の過程を重視する高校生は、文系の大学生が研究をしていると認識している。**

この仮説を明らかにするため、調査票調査を行う。

調査票作成のため、仮説③④をもとに以下の作業仮説を立て、質問文とした。

- a) 本、映画、ドラマ、アニメ、演劇などの作品を見て登場人物の感情を考える高校生は、文系の大学生が研究をしていることを認識している。
- b) 考える過程が楽しいから勉強が好きな高校生は、文系の大学生が研究をしていることを認識している。
(調査結果は 5. 研究・活動内容に示す。)

3. 研究テーマの課題

大学のマーケティングの現状として、大学側は研究を押し出したいと考えている。しかし高校生やその親、そして産業界のニーズを無視できず就職率の高さ、資格の取得、スキルの習得などを打ち出す事が中心となっている。

課題①：現在、大学は文系の大学生が研究をしていると認識している高校生の傾向を把握できていない。

課題②：文系の大学生が研究をしていると認識している高校生はいても、研究をする場所としての大学の魅力が伝わっていない。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

愛知大学では、アピールポイントとして研究を打ち出す取り組みとして、一昨年からキャンパスツアーで教授の研究室訪問を始めている。私たちは自分たちができる事として、**現在のキャンパスツアーに新たな企画を取り入れることを提案する。**

私たちが考える愛知大学に入学してもらいたい高校生とは、**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生**である。しかし、それらの高校生がどのような高校生か分からないため、調査票調査を行い、どのような傾向を持つかを分析した。

(詳細は 5. 研究・活動内容に示す。)

分析の結果から、「考える過程が楽しいから勉強が好きな高校生」と、「大学を部活に打ち込む場所だと思っている高校生」をターゲットに定めた。このターゲットに、**オープンキャンパス（以下 OC）で部活見学＆体験ゼミを加えたキャンパスツアーを行う。**

その PR として教授が高校で行う模擬講義に同行する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

<調査概要>

- 調査対象：今年度の愛知大学名古屋キャンパスのオープンキャンパスに訪れた高校生
- 調査方法：集合調査法 ● サンプルサイズ：511 ● 有効回答数：474
- サンプルング方法：有意抽出法 ● 実査時期：2019 年 8 月 10 日(土)、11 日(日)

<調査結果>

- 「大学は研究をする場所だと思うか」という質問に、「とてもそう思う」と「ややそう思う」と回答した高校生は**約 90%**にも上った。(グラフ 1)

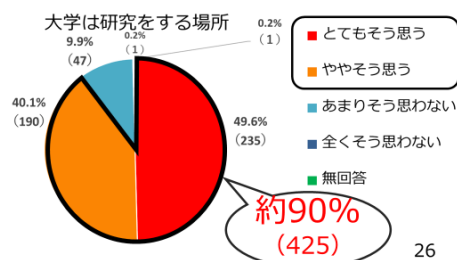
このことから、**高校生は大学を研究する場所だと認識している**と明らかになり、仮説①が棄却された。

- 「研究と聞いて理系の大学生が行っていると思うか」という質問に「とてもそう思う」と「ややそう思う」と回答した高校生は**98.3%**であった。一方で、「研究と聞いて文系の大学生が行っていると思うか」という質問に「とてもそう思う」と「ややそう思う」

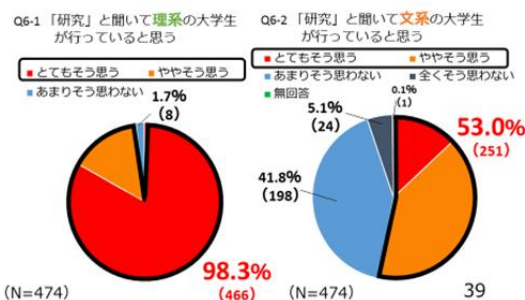
と回答した高校生は **53.0%**であった。(グラフ 2)

このことから、理系の大学生に比べて、**文系の大学生が研究をしていると思う高校生は少ない**ことが明らかに
なり、仮説②は確認された。

Q3. 大学はどのような場所だと思うか。(n=474)



(グラフ 1)



(グラフ 2)

<分析結果>

文系の大学生が研究していると認識している高校生 (「とてもそう思う」、「ややそう思う」と回答) の傾向をクロス集計(有意水準 5%)とカイ二乗検定(カイ二乗値 3.84 より大きい)で分析した。

- 「本、映画、ドラマ、アニメ、演劇などの**作品を見て登場人物の感情を考えるか**」という質問について分析した。結果は表 1 である。この結果から、仮説③**考察することを好む高校生は、文系の大学生が研究をしていることを認識している**ことは確認された。
- 「**考える過程が楽しいから勉強が好きか**」という質問について分析した。結果は表 2 である。この結果から、仮説④**物事の結果より過程を重視する高校生は、文系の大学生が研究をしていることを認識している**ことは確認された。

登場人物の感情を考える			
文系学生が研究している	そう思う	度数	当てはまる
	そう思わない	度数	当てはまらない
文系学生が研究している	そう思う	207	42
	そう思わない	163	58
合計		370	100
有意確率		0.013	6.146
カイ二乗値		6.146	

(表 1)

勉強が好きな理由 考える過程が楽しいから			
文系学生が研究している	そう思う	度数	当てはまる
	そう思わない	度数	当てはまらない
文系学生が研究している	そう思う	38	10
	そう思わない	20	21
合計		58	31
有意確率		0.003	8.995
カイ二乗値		8.995	

(表 2)

また、**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生** (「とてもそう思う」、「ややそう思う」と回答) には、仮説以外に **4 つ**の傾向が明らかになった。

- ✧ 模擬講義を受けたいからオープンキャンパスに来た
- ✧ 大学は部活に打ち込む場所であると思っている
- ✧ 夏休みの課題は始業式の一週間前までに終わらせる
- ✧ 女性が多い

以上から、**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生**には **6 つ**の傾向がある。

- ① 作品を見て登場人物の気持ちを考える
- ② 考える過程が楽しいから勉強が好き
- ③ 模擬講義を受けたいからオープンキャンパスに来た
- ④ 大学を部活に打ち込む場所であると思っている
- ⑤ 夏休みの課題は始業式の一週間前までに終わらせる
- ⑥ 女性が多い

その中でも、**文系の大学生が研究をしていると認識している高校生**の傾向の中で「**大学を部活に打ち込む場所であると思っている**」、「**考える過程が楽しいから勉強が好き**」の 2 つには強い傾向が出た。

<提案内容>

ターゲット：「考える過程が楽しいから勉強が好きな高校生」、「大学を部活に打ち込む場所だと思っている高校生」

企画内容：

①現在のキャンパスツアーでは、施設見学と研究室訪問のみを行っている。ターゲットを惹きつけるために、既存のキャンパスツアーに**部活見学と体験ゼミ**を追加し、実施する。

②キャンパスツアーに部活見学を追加することで、部活に打ち込む大学生の姿を見せることができる。そうすることによって、「**大学を部活に打ち込む場所だと思っている高校生**」に愛知大学を訴求することができる。

③現在、体験ゼミを行っているのは経営学部のみである。全学部が体験ゼミを実施することによって、より多くの高校生に研究を深く理解してもらえる。また、ゼミを体験することで研究の楽しさを伝えられる。そうすることによって、「**考える過程が楽しいから勉強が好きな高校生**」に愛知大学を訴求することができる。

上記の PR 方法として、**教授が高校で行う模擬講義に大学生が同行する。**その際に大学生の研究を紹介するパンフレットを配布する。そうすることで、愛知大学の OC に参加予定のない文系の大学生が研究をしていると認識している高校生にも愛知大学の OC に興味を持ってもらえる。

★ターゲットの高校生が大学に入学することで、大学に学業に熱心な学生が増加し、他学生や教授のモチベーションが向上する。それによって、講義やゼミの質が上がる。従って、大学教育の質を上げることが可能となる。

6. 結果や今後の取り組み

＜アンケート結果＞

文系の大学生が研究をしていると認識している高校生の傾向は 6 つある。その中で「**大学を部活に打ち込む場所であると思っている**」、「**考える過程が楽しいから勉強が好き**」の 2 つには強い傾向が出た。

＜今後の課題＞

来年度の OC での実現に向けて、部活動や他学部の学生に協力を仰ぐ。また、学生の研究を紹介するパンフレットの作成を行い、企画の準備を進めていく。

7. 参考文献

- ・荒尾貴正（2014）「高校生・保護者白書 2014」、『Career Guidance』、2014 年 2 月号、6-31 ページ。
- ・鶴飼昌男（2019）「高大接続から見た大学の初年次教育のあり方について：入試が選抜機能を十分果たさない現状に対する提案」、『関西大学高等教育研究』、関西大学教育支援センター、10 巻、37-46 ページ。
- ・大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松洋（2013）『新・社会調査へのアプローチ—論理と方法—』、ミネルヴァ書房。
- ・軸屋真司（2008）『大学はなぜ必要か』、NTT 出版株式会社、62 ページ。
- ・樋口健（2014）『保護者の大学へのニーズはどこにあるのか？』、『VIEW21』、2014 年 3 月 14 日号、15-19 ページ。
- ・眞嶋俊造・奥田太郎・河野哲也（2015）『人文・社会科学のための研究倫理ガイドブック』、慶應義塾大学出版会、3 ページ。
- ・溝上慎一（2018）『大学生白書』、東信堂、22 ページ。
- ・矢野真和（2007）『日本の大学が直面している真の課題とは』、『BERD』、1-5 ページ。
- ・東京大学 大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センター（2007）「高校生の進路追跡調査 第一次報告」、<https://ssjda.iss.utokyo.ac.jp/Direct/gaiyo.php?lang=jpn&eid=0892>、（最終アクセス 2019/07/04）。
- ・「専修大学ホームページ」<<https://www.senshu-u.ac.jp/education/howto/education04.html>>、（最終アクセス 2019/11/10）。
- ・「文部科学省ホームページ」<<http://www.mext.go.jp/>>、（最終アクセス 2019/10/04）。

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・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。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・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、作成上の注意を含め、4 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、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑