

# 大学新入生の生活意識に関する研究 その2 — 2007年度～2010年度の調査から —

A Study of First-Year Students' Attitudes toward Life  
— Part II (2007-2010)

藤井啓吾\*・栗田真樹\*\*・棚橋菊夫\*\*\*

Keigo Fujii, Maki Kurita and Kikuo Tanahashi

学生、とりわけ大学新入生の意識をとらえることは、教育課程編成その他の大学教育に関する施策を企画・遂行するにあたっての基礎資料として重要な意義を有する。本研究は、流通科学大学サービス産業学部観光・生活文化事業学科1年生を対象として2007年7月以来4年間にわたって行われた「学生生活に関する意識調査」の結果について、時系列分析を中心に報告し、そこから得られた知見に関して議論するものである。

キーワード: 大学新入生、生活意識、男女差、コース制、カリキュラム編成

## I はじめに

### 1. 本稿の目的

筆者らはかつて、所属する流通科学大学サービス産業学部観光・生活文化事業学科の2007年度の新入生を対象に、その生活意識を調査することを試み、その結果を本誌に報告した(前回報告)<sup>1</sup>。その後も、同様の調査を毎年継続し、2010年度の調査が4回目となった。

本学では、2011年度より全学的な学部再編、カリキュラム改訂が実施されることとなっている。それに伴いサービス産業学部観光・生活文化事業学科も再編される。また、本調査実施の場となっていた「基礎演習A」(1年次前期)のクラスは、2010年度までは観光・生活文化事業学科所属の新入生によって編成されていたが、2011年度からは全学部の新入生によって編成されることとなっている。その結果、「基礎演習A」の終盤に、観光・生活文化事業学科の新入生を対象として行うという調査方法は2011年度以降は継続できなくなる。

これを機に、前回報告以降4年間の調査結果の変遷をたどり、そこから大学新入生の生活意識の変化の一端を読み解こうとするのが、本稿の主な目的である。

---

\* 流通科学大学 サービス産業学部、〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1

\*\* 同上

\*\*\* 同上

(2010年10月30日受理)

## 2. 調査方法、調査内容、調査結果などの概要

本調査の方法や調査内容は、前回報告の対象となった 2007 年度の調査のものを基本的に踏襲している。その間、調査票については、2008 年度調査より、流通科学大学に対する愛着に関する質問項目、および 2009 年度からの学部におけるコース制の導入を前に「志望コース」に関する質問項目を追加した。また、個々の新入生について将来の追跡調査を可能にするため、2009 年度からは、調査票に学籍番号の記入を求め、また、2010 年度からは氏名の記入も合わせて求めている。

本学科において基礎演習を担当する全教員に依頼し、それぞれの担当する基礎演習のクラスの新入生（前述のとおりすべて本学科生）を対象に、前期の終盤に実施することについては、4 年間とくに変更はない。

この間の、2007 年度、2008 年度、2009 年度および 2010 年度の新入生数（入学試験合格者のうち入学手続をとった学生の数）は、それぞれ、157 名、143 名、182 名および 180 名で、うち有効回答数（回収率）は、それぞれ、126 名（80.3%）、111 名（77.6%）、156 名（85.7%）および 139 名（77.2%）であった。

本稿は、各質問項目に対する回答の 4 年間にわたる調査結果の単純集計を中心に、あわせて性差に基づくクロス分析などを行った結果を報告するものである。

なお、本稿中の表はいずれも調査データに基づき筆者らが作成したものである。

## II. 調査結果内容

### 1. 大学生活において重視する活動

これを本調査では、4 年間にわたり 11 の項目について、重視する程度を 5 段階に分けて質問した。表 2 は、それぞれの項目につき 2010 年度の調査において「非常に重視している」と「やや重視している」を合わせた、「重視している」とする新入生（男女計）の比率を高いものから順に並べたものを、2007 年度の初回調査の結果と比較したものである。

2007 年度は 4 位だった「趣味の活動」が 1 位となったほか、「勉強全般」が 5 位から 3 位に順位を上げている。一方、「専門的知識の習得」、「専門的知識の習得」、「資格取得」といった項目が順位を落としている。6 位から 11 位までの順位に変更はない。増減幅については、10 ポイント以上の増減があった項目はない。「専門的知識の習得」で 9.6 ポイントの減少があったのが最大の変動である。

全般的に見ると、「勉強全般」を重視する傾向が高まっていることを除き、知識の習得、資格取得など広い意味での学修に関する項目を重視する傾向は、他の項目と比較すれば相対的に高いものの、2007 年度の調査に比べると、その程度は他の項目に比べてさほど顕著ではなくなっているといえる。

次に、男女別に見る。男子については、「勉強全般」こそ微増であるが、「基礎的知識の修得」、「専門的知識の修得」、加えて「資格取得」といった学修関連の項目を重視する新入生の比率がいずれも 10 ポイント以上減少している。これに対し、「学内での

課外活動」を重視する新入生の比率は10ポイント以上増加している。

女子については、「基礎的知識の修得」は、微減であるほかは、「勉強全般」、「専門的知識の修得」、「資格取得」といった学修関連の項目は、いずれも増加傾向にある。一方、「学内での課外活動」を重視する比率は、20ポイント以上の大幅減となっている。これらは、いずれも男子についての比較的大きな変動を、全体としては緩和する方向に働いている。

表 1-1 大学生活において重視する活動

	全体			男			女					
	2007 (126)		2010 (139)	2007 (60)		2010 (76)	2007 (66)		2010 (63)			
	順位	比率	増減	順位	比率	増減	順位	比率	増減			
趣味の活動	4	70.6%	1 75.5%	4.9	3	73.3%	1 71.1%	-2.3	5	68.2%	4 81.0%	12.8
基礎的知識の修得	1	82.5%	2 74.8%	-7.7	1	81.7%	2 68.4%	-13.2	2	83.3%	2 82.5%	-0.8
勉強全般	5	67.5%	3 71.9%	4.5	4	65.0%	3 67.1%	2.1	4	69.7%	5 77.8%	8.1
専門的知識の修得	2	81.0%	4 71.2%	-9.7	1	81.7%	4 61.8%	-19.8	3	80.3%	3 82.5%	2.2
資格取得	3	76.2%	5 68.3%	-7.8	5	63.3%	8 51.3%	-12.0	1	87.9%	1 88.9%	1.0
アルバイト	6	59.5%	6 66.9%	7.4	7	55.0%	4 61.8%	6.8	7	63.6%	6 73.0%	9.4
基礎演習での勉学・活動	7	58.7%	7 61.2%	2.4	6	60.0%	6 57.9%	-2.1	9	57.6%	8 65.1%	7.5
旅行	8	57.1%	8 53.2%	-3.9	8	50.0%	10 42.1%	-7.9	7	63.6%	7 66.7%	3.0
学内での課外活動	9	54.0%	9 50.4%	-3.6	10	40.0%	7 53.9%	13.9	6	66.7%	10 46.0%	-20.6
研究演習での勉学・活動	10	52.4%	10 48.9%	-3.5	8	50.0%	9 44.7%	-5.3	10	54.5%	9 54.0%	-0.6
学外での課外活動	11	41.3%	11 35.3%	-6.0	11	36.7%	11 32.9%	-3.8	11	45.5%	11 38.1%	-7.4

次に、それぞれの質問項目につき、4年間の変遷を見る(表 1-1~表 1-3。なお、以下の記述および表 1-2~表 1-3 の質問項目の順序は、質問票の質問項目順による)。

(イ) 「勉強全般」については、これを重視する学生の比率は、横ばいか、やや増加の傾向にあり、2010年度が最も高い比率を示している。

注目すべきは、2009年度の新入生である。「重視している」とする学生の比率は、4年間を通して見るとやや落ち込んでいる(66.7%)ものの(表 3-1)、「非常に重視している」とする比率は、2007年度(14.3%)、2008年度(13.5%)と比べ10ポイント以上も上昇している(25.6%)(表 3-2)。2010年度の新入生(20.9%)と比べてもその割合は高い。一方、この項目につき、「全く重視していない」と「あまり重視していない」を合わせた、「重視していない」と回答した学生の比率も、2009年度の新入生の場合、かなり高い(表 3-3)。勉学に対する姿勢という点では、「多様化」が進んでいると見ることができる。

次に、この項目を男女別にみる。「勉強全般」を「重視している」と回答した学生の比率は、男子については、概ね横ばいであるが、2009年度の新入生では若干の落ち込みを見せている。これに対し、女子については、4年間を通じてゆるやかに上昇している。2009年度は男子新入生の比率が相対的に高いため、男女合わせた結果は、男子の傾向により大きく影響される。「勉強全般」を「重視している」と回答した学生の比

率が 2009 年度にやや落ち込んだのは、男子における落ち込みによるものと考えられる。「勉強全般」を「非常に重視する」と回答した新入生の比率は、男子でも 2009 年度は上昇しているが、女子ではさらに他年度と比べて際だって高くなっており、その比率自体も男子の 21.1%に対して 32.8%と高い。一方、「重視していない」と回答した学生の比率は、男子については、2009 年度は 17.9%と、他の年度と比べるとかなり高い。これに対して女子では、2009 年度は 9.8%とやや高い程度で、2008 年度の 11.1%よりは低い。先に述べた「多様化」は、重視する方向へは女子が、重視しない方向へは男子が、それぞれ増幅している。

(ロ) 「基礎的知識の習得」および「専門的知識の習得」を「重視している」とする新入生の比率については、いずれも 2007 年度と比べて低下する傾向にある。とくに「専門的知識の習得」を「非常に重視する」と回答した新入生の割合は、4 年間を通じて一貫して低下する傾向にある。男女の比較でみると、男子については、これら 2 つの項目について、比率が低下する傾向にある。特に、「専門的知識の習得」については、2007 年度と比較して大きく比率を下げている。これに対し、女子については、2007 年度と 2010 年度の比率を比べると、「基礎的知識の習得」につき途中やや落ち込みがあったものの、概ね横ばいと評価することができる。これら 2 つの項目を重視する学生の比率が低下傾向にある主な要因は、男子における比率の低下があると考えられる。なお、「勉強全般」についてと異なり、これら 2 つの項目については、「非常に重視する」と回答した割合が、2009 年度の新入生についても、他年度の新入生と比べて大きな違いは認められない。

(ハ) 「基礎演習での勉学・活動」については、「重視している」とする比率は概ね横ばいであるが、「非常に重視している」とする比率は、2009 年度と 2010 年度はやや上昇している。これに対して、「重視していない」とする比率は、2007 年度と 2009 年度でやや高く、これに対して、2010 年度は、4.3%と 4 年間で最も低くなっている。男女の比較では、「重視している」と回答した比率は、4 年間で男子では 2009 年度が最も低くなっているのに対し、逆に女子では 2009 年度が最も高くなっている。その結果、2009 年度は、この比率において男女間に 20 ポイント以上の差が生じている。さらに、「重視していない」と回答した比率は、男子では 2009 年度が 17.9%と 4 年間で最も高くなっているのに対し、逆に女子では 2009 年度、2010 年度とそれまでの 10%を超える比率から 3%台前半の比率へと低下している。このように、この項目についての調査結果は「勉強全般」についての調査結果と似かよった傾向を示している。

(ニ) 「研究演習での勉学・活動」については、「重視している」、「非常に重視している」、いずれの比率も、横ばいか、わずかながら低下傾向にある。男女の比較では、「重視している」については、男子でやや低下傾向が目立つのに対し、女子ではほぼ横ばいで

ある。ただし、「非常に重視する」とした新入生の比率は、男女とも、年度ごとの変動がかなり激しい。

(ホ) 「学内での課外活動」を「重視する」と回答した新入生の比率は、上昇傾向にあったが、2010年度に至って若干下向いている。これに対して、「非常に重視する」と回答した新入生の比率は、2009年度、2010年度と、かなりの幅(2008年度比、2009年度で6.4ポイント、2010年度で8.6ポイント)で上昇している。男女別で見た場合、「重視している」と答えた新入生の比率は、男子で2009年度に前年度の41.7%から60.0%へと急上昇している。2010年度は、この割合が53.9%へと低下しているものの、2008年度までと比べれば高水準を維持している。これに対し、女子では、2007年度は66.7%、2008年度は71.4%と男子に比べると高水準を確保していたものが、2009年度は54.1%、2010年度は46.0%へと逆にかなり急激に低下している。さらに、「非常に重視する」と回答した新入生の比率では、男子の場合、2009年度に前年度の10.4%から25.3%へと急上昇し、2010年度は、さらに32.9%まで上昇している。女子でも、若干の低下傾向が見られるものの、「重視する」とする新入生のかなり急激な落ち込みに比べると、横ばいといえる状況にある。

これらの変動の要因としては、いわゆるスポーツ推薦入試による入学者の増加が考えられるが、定かではない。いずれにしても、スポーツ推薦入試による入学者を増やしたことは、全体的に見れば、「学内での課外活動」を「重視する」新入生の増加にはつながっていない。もっとも、それがなければ「学内での課外活動」を「重視する」新入生はさらに減少した可能性がある。

(ハ) 「学外での課外活動」を「重視する」と回答した新入生の比率は、2009年度までは、やや上昇傾向にあったものが、2010年度に至って、前年度の44.9%から35.3%へと落ち込んだ。これに対して、「非常に重視する」と回答した新入生の比率は、ほぼ横ばいで、2010年度もわずかながら上昇している。男女別では、「重視する」とした回答した比率は、男子では2009年度が、女子では2008年度が4年間では最も高く、いずれも、4年間では2010年度が最も低くなっている。「非常に重視する」とした学生の比率は、男女とも、それぞれの上下変動から傾向を導き出すことは難しい。

(ト) 「資格取得」については、「重視している」とする新入生の比率は低下傾向にある。一方、「非常に重視する」とする新入生の比率は、途中で若干低下する傾向が見られたものの、2010年度は、わずかながらも2007年度の比率を上回っている。男女の比較では、「重視している」とする新入生の比率は、男子では、4年間にわたり、低下傾向にあり、とくに2008年度から2009年度にかけて9ポイント近く低下している。これに対し、女子では、途中で若干低下する傾向が見られたものの、2010年度は、2007年度の比率をさらに上回わり、88.9%に達している。その結果、2010年度は、この比

率において女子が男子を 38 ポイント近く上回る結果となっている。この項目においても男女の意識の差は顕著である。

2008 年 9 月のいわゆるリーマン・ショックをきっかけとする大学卒業生の就職状況の悪化に対し、女子は、資格取得によって備えようとしている可能性がある。

(f) 「アルバイト」については、「重視する」とした学生の比率が 2007 年度から 2008 年度にかけていったん低下した後、2009 年度、2010 年度と 2007 年度を上回る水準で上昇している。「非常に重視する」という比率も同様の傾向を示している。もっとも、「重視していない」とする比率は、「重視する」比率の低下に対応して 2008 年度は上昇、逆に 2009 年度は「重視する」比率の上昇に対応して低下している。ところが、2010 年度は、「重視する」比率がさらに上昇したのに対して、「重視しない」とする比率も上昇に転じている。男女別では、男子の「重視している」とする比率は、2007 年度から 2010 年度にかけてなだらかに横ばいから上昇に転じているのに対し、女子では、2008 年度の 54.0%から 2009 年度の 70.5%へと 16 ポイント以上も急激に上昇し、2010 年度は 73.0%に達している。「非常に重視する」とする比率は、男子については、4 年を通じてみれば、いったん低下した後、ほぼ横ばいの水準にとどまっているのに対し、女子については、「重視する」比率と同様、2008 年度から 2009 年度にかけて急激に上昇している。その結果、女子の「非常に重視する」項目の中では、「資格取得」に次いで高い比率を示している。ここにも 2008 年 9 月のいわゆるリーマン・ショックを起点とする経済状況の悪化が影を落としているのだろうか。また、この動向は、女子の「学内での課外活動」を重視する比率が 2009 年度以降急落していることリンクしているように見える。「資格取得」や「アルバイト」を重視する以上、「学内での課外活動」に多くの時間を割くことが難しくなるのは、ある意味当然かもしれない。

(g) 「旅行」については、「重視する」比率は、横ばいか、やや低下傾向にあり、「非常に重視する」比率は、2008 年度に上昇したあと、なだらかに下降してきている。一方、「重視していない」比率は上昇傾向にある。男女別では、「重視している」とする比率は、男子では 2008 年度が最も高く、そこから、2009 年度は 14 ポイント以上も下落し、2010 年度も横ばいである。これに対し、女子については全く逆で、2008 年度に底打ちした後、2009 年度に上昇に転じ、2010 年度はさらに上昇している。「非常に重視」する比率は、男子の場合、「重視する」とほぼ同様の傾向を示しているのに対して、女子の場合は、2008 年度から 2009 年度にかけて大幅に上昇した後、2010 年度に元に近い水準にまで低下している。

(x) 「趣味の活動」については、「重視する」比率は、2009 年度に若干低下したが、

上昇基調にあり、2010年度では最も支持する比率が高い項目となった。「非常に重視する」比率も横ばいか、やや上昇する傾向にある。男女別では、男子における「重視する」比率の変動は穏やかであるのに対し、女子の場合は、やや変動が激しい。特に、2009年度から2010年度にかけて、15ポイント以上も上昇していることが目を引く。逆に、「非常に重視する」とする比率の変動は、男子の方が高く、女子の場合は、2008年度と2009年度の間に7.6ポイントの上昇があるが比較的安定した上昇基調にある。

表 1-2 大学生生活において重視する活動（重視している）

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
勉強全般	67.5%	71.2%	66.7%	71.9%	65.0%	68.8%	62.1%	67.1%	69.7%	73.0%	73.8%	77.8%
基礎的知識の修得	82.5%	71.2%	69.2%	74.8%	81.7%	77.1%	64.2%	68.4%	83.3%	66.7%	77.0%	82.5%
専門的知識の修得	81.0%	70.3%	72.4%	71.2%	81.7%	62.5%	66.3%	61.8%	80.3%	76.2%	82.0%	82.5%
基礎演習での勉強・活動	58.7%	56.8%	57.7%	61.2%	60.0%	52.1%	49.5%	57.9%	57.6%	60.3%	70.5%	65.1%
研究演習での勉強・活動	52.4%	45.0%	44.2%	48.9%	50.0%	41.7%	41.1%	44.7%	54.5%	47.6%	49.2%	54.0%
学内での課外活動	54.0%	58.6%	57.7%	50.4%	40.0%	41.7%	60.0%	53.9%	66.7%	71.4%	54.1%	46.0%
学外での課外活動	41.3%	45.9%	44.9%	35.3%	36.7%	39.6%	44.2%	32.9%	45.5%	50.8%	45.9%	38.1%
資格取得	76.2%	73.0%	67.3%	68.3%	63.3%	64.6%	55.8%	51.3%	87.9%	79.4%	85.2%	88.9%
アルバイト	59.5%	54.1%	63.5%	66.9%	55.0%	54.2%	58.9%	61.8%	63.6%	54.0%	70.5%	73.0%
旅行	57.1%	56.8%	50.6%	53.2%	50.0%	56.3%	42.1%	42.1%	63.6%	57.1%	63.9%	66.7%
趣味の活動	70.6%	73.0%	67.3%	75.5%	73.3%	72.9%	68.4%	71.1%	68.2%	73.0%	65.6%	81.0%

表 1-3 大学生生活において重視する活動（非常に重視している）

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
勉強全般	14.3%	13.5%	25.6%	20.9%	11.7%	8.3%	21.1%	19.7%	16.7%	17.5%	32.8%	22.2%
基礎的知識の修得	29.4%	25.2%	23.7%	26.6%	18.3%	22.9%	23.2%	21.1%	39.4%	27.0%	24.6%	33.3%
専門的知識の修得	44.4%	35.1%	32.7%	31.7%	46.7%	27.1%	27.4%	23.7%	42.4%	41.3%	41.0%	41.3%
基礎演習での勉強・活動	15.1%	12.6%	20.5%	19.4%	13.3%	12.5%	16.8%	19.7%	16.7%	12.7%	26.2%	19.0%
研究演習での勉強・活動	15.9%	7.2%	14.7%	14.4%	13.3%	6.3%	11.6%	18.4%	18.2%	7.9%	19.7%	9.5%
学内での課外活動	17.5%	18.0%	24.4%	26.6%	13.3%	10.4%	25.3%	32.9%	21.2%	23.8%	23.0%	19.0%
学外での課外活動	14.3%	12.6%	14.1%	15.1%	21.7%	8.3%	12.6%	15.8%	7.6%	15.9%	16.4%	14.3%
資格取得	42.1%	40.5%	37.2%	42.4%	33.3%	43.8%	28.4%	27.6%	50.0%	38.1%	50.8%	60.3%
アルバイト	23.0%	20.7%	25.0%	30.2%	23.3%	18.8%	18.9%	22.4%	22.7%	22.2%	34.4%	39.7%
旅行	21.4%	26.1%	24.4%	19.4%	16.7%	27.1%	16.8%	13.2%	25.8%	25.4%	36.1%	27.0%
趣味の活動	33.3%	36.9%	33.3%	36.7%	35.0%	43.8%	29.5%	35.5%	31.8%	31.7%	39.3%	38.1%

表 1-4 大学生生活において重視する活動（重視していない）

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
勉強全般	6.3%	8.1%	14.7%	5.8%	8.3%	4.2%	17.9%	9.2%	4.5%	11.1%	9.8%	1.6%
基礎的知識の修得	4.0%	5.4%	5.1%	3.6%	6.7%	2.1%	7.4%	6.6%	1.5%	7.9%	1.6%	.0%
専門的知識の修得	1.6%	7.2%	4.5%	3.6%	3.3%	8.3%	6.3%	5.3%	.0%	6.3%	1.6%	1.6%
基礎演習での勉強・活動	12.7%	8.1%	12.2%	4.3%	10.0%	4.2%	17.9%	5.3%	15.2%	11.1%	3.3%	3.2%
研究演習での勉強・活動	12.7%	7.2%	11.5%	10.1%	15.0%	6.3%	16.8%	15.8%	10.6%	7.9%	3.3%	3.2%
学内での課外活動	11.1%	16.2%	12.2%	15.1%	15.0%	22.9%	10.5%	17.1%	7.6%	11.1%	14.8%	12.7%
学外での課外活動	18.3%	17.1%	18.6%	21.6%	20.0%	22.9%	17.9%	25.0%	16.7%	12.7%	19.7%	17.5%
資格取得	7.9%	9.0%	9.0%	8.6%	11.7%	8.3%	13.7%	14.5%	4.5%	9.5%	1.6%	1.6%
アルバイト	5.6%	12.6%	8.3%	11.5%	6.7%	12.5%	11.6%	17.1%	4.5%	12.7%	3.3%	4.8%
旅行	11.1%	16.2%	20.5%	18.7%	15.0%	16.7%	25.3%	25.0%	7.6%	15.9%	13.1%	11.1%
趣味の活動	2.4%	3.6%	6.4%	4.3%	3.3%	4.2%	7.4%	6.6%	1.5%	3.2%	4.9%	1.6%

## 2. 専門学習における関心分野

ここでは、専門科目を中心に、勉強をする上でどのような分野に関心があるかをきいた。

表 2-1 は、それぞれの項目につき男女計および男女別に、「ぜひ勉強したい」と「やや勉強したい」を合わせた、「勉強したい」とする新入生の比率を 2007 年度と 2010 年度の調査につきランキングするとともに、2007 年度から 2010 年度にかけての増減を示したものである（男女計の 2010 年度の順位により整序）。また、表 2-2 は、これを 2007 年度から 2010 年度までの時系列に沿って見たものである。

2007 年度と 2010 年度の調査結果を比較すると、上位 3 位の「観光・旅行」、「ホテル・宿泊」、「アミューズメント・エンターテインメント」の順位は変わらない。このうち、「観光・旅行」および「ホテル・宿泊」については、2009 年度に比率の落ち込みが見られたものの、2010 年度には概ね元の水準を回復している。これに対し、「アミューズメント・エンターテインメント」は、2009 年度に引き続き、2010 年度も水準を低下させたままである。また、2007 年度と 2010 年度とで下位 3 位の「メンタルヘルス・カウンセリング」、「介護・福祉サービス」、「医療サービス」の順位も変わっていない。

一方、順位や比率の上昇が目立つ（3 位以上の順位上昇）のが、「流通・販売」（10 位から 6 位へ、比率は 10.9 ポイント上昇）、「マーケティング」（12 位から 9 位へ、比率は 7.3 ポイント上昇）であり、逆に下落が目立つ（3 位以上の順位下落または 10 ポイント以上の比率下落）のが、「テーマパーク」（4 位から 5 位へ、比率は 11.1 ポイント下落）、「外食・フードサービス」（9 位から 12 位へ、比率は 7.5 ポイント下落）である。

男女を比較すると、2010 年度の調査では、男子では、「スポーツビジネス」（男子 2 位、女子 11 位）、「運輸（鉄道、航空等）」（男子 2 位、女子 11 位）などに対する関心

が相対的に高いのに対し、女子では、「ブライダル」(女子4位、男子13位)、「ファッション・アパレル」(女子5位、男子9位)などに対する関心が相対的に高い。2007年度からの変化では、男子については、「運輸(鉄道、航空等)」への関心の上昇(11位から7位へ、比率は14.0ポイント上昇)、「ファッション・アパレル」への関心の下落(6位から9位へ、比率は18.9ポイント下落)が目立つ。女子では、「流通・販売」や「マーケティング」における20ポイントを超える比率の上昇が目立つ。

また、2010年度の調査では、全体の下位3位にある「メンタルヘルス・カウンセリング」、「介護・福祉サービス」、「医療サービス」、および「運輸(鉄道、航空等)」を除き、いずれの項目も、少なくとも男女いずれかにおいては50%を超える関心を集めている(「運輸(鉄道、航空等)」についても、男子では47.4%と、およそ半数が「勉強したい」と答えている)。

このように、全体として見れば、関心を向ける分野が男女間で拡散する傾向にある。

表 2-1 専門学習における関心分野 (2007年度と2010年度との比較)

	全体			男			女								
	2007 (126)		2010 (139)	2007 (60)		2010 (76)	2007 (66)		2010 (63)						
	順位	比率	順位	比率	増減	順位	比率	順位	比率	増減					
観光・旅行	1	84.1%	1	87.1%	2.9	1	80.0%	1	82.9%	2.9	2	87.9%	1	92.1%	4.2
ホテル・宿泊	2	77.0%	2	74.1%	-2.9	5	61.7%	2	63.2%	1.5	1	90.9%	2	87.3%	-3.6
アミューズメント・エンターテイメント	3	74.6%	3	66.9%	-7.7	2	66.7%	4	61.8%	-4.8	3	81.8%	5	73.0%	-8.8
イベント(街づくり、まつり、プロモーション等)	5	69.0%	4	64.0%	-5.0	3	66.7%	5	52.6%	-14.0	5	71.2%	3	77.8%	6.6
テーマパーク	4	72.2%	5	61.2%	-11.1	4	65.0%	5	52.6%	-12.4	4	78.8%	7	71.4%	-7.4
流通・販売	10	45.2%	6	56.1%	10.9	8	46.7%	7	47.4%	0.7	11	43.9%	8	66.7%	22.7
ファッション・アパレル	6	62.7%	7	54.7%	-8.0	6	58.3%	9	39.5%	-18.9	7	66.7%	5	73.0%	6.3
スポーツビジネス	8	49.2%	7	54.7%	5.5	7	53.3%	2	63.2%	9.8	9	45.5%	11	44.4%	-1.0
ブライダル	7	50.8%	9	44.6%	-6.2	12	31.7%	13	19.7%	-11.9	6	68.2%	4	74.6%	6.4
マーケティング	12	37.3%	9	44.6%	7.3	9	43.3%	10	38.2%	-5.2	12	31.8%	9	52.4%	20.6
運輸(鉄道、航空等)	11	39.7%	11	43.2%	3.5	11	33.3%	7	47.4%	14.0	9	45.5%	12	38.1%	-7.4
外食・フードサービス	9	49.2%	12	41.7%	-7.5	10	41.7%	11	32.9%	-8.8	8	56.1%	9	52.4%	-3.7
メンタルヘルス・カウンセリング	13	17.5%	13	19.4%	2.0	13	20.0%	12	22.4%	2.4	13	15.2%	13	15.9%	0.7
介護・福祉サービス	14	14.3%	14	12.9%	-1.3	14	13.3%	14	13.2%	-0.2	13	15.2%	14	12.7%	-2.5
医療サービス	15	8.7%	15	10.8%	2.1	15	6.7%	15	9.2%	2.5	15	10.6%	14	12.7%	2.1

表 2-2 専門学習における関心分野 (2007年度～2010年度)

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
	観光・旅行	84.1%	91.0%	79.5%	87.1%	80.0%	89.6%	71.6%	82.9%	87.9%	92.1%	91.8%
運輸(鉄道、航空等)	39.7%	47.7%	40.4%	43.2%	33.3%	56.3%	45.3%	47.4%	45.5%	41.3%	32.8%	38.1%
イベント(街づくり、まつり等)	69.0%	75.7%	59.6%	64.0%	66.7%	62.5%	53.7%	52.6%	71.2%	85.7%	68.9%	77.8%
ホテル・宿泊	77.0%	77.5%	69.9%	74.1%	61.7%	70.8%	64.2%	63.2%	90.9%	82.5%	78.7%	87.3%
アミューズメント・エンターテイメント	74.6%	82.0%	66.0%	66.9%	66.7%	81.3%	58.9%	61.8%	81.8%	82.5%	77.0%	73.0%
テーマパーク	72.2%	78.4%	61.5%	61.2%	65.0%	75.0%	56.8%	52.6%	78.8%	81.0%	68.9%	71.4%
ファッション・アパレル	62.7%	67.6%	59.6%	54.7%	58.3%	52.1%	48.4%	39.5%	66.7%	79.4%	77.0%	73.0%
ブライダル	50.8%	55.0%	50.0%	44.6%	31.7%	29.2%	34.7%	19.7%	68.2%	74.6%	73.8%	74.6%
外食・フードサービス	49.2%	50.5%	52.6%	41.7%	41.7%	47.9%	44.2%	32.9%	56.1%	52.4%	65.6%	52.4%
スポーツビジネス	49.2%	54.1%	46.2%	54.7%	53.3%	64.6%	56.8%	63.2%	45.5%	46.0%	29.5%	44.4%
流通・販売	45.2%	53.2%	50.0%	56.1%	46.7%	54.2%	45.3%	47.4%	43.9%	52.4%	57.4%	66.7%
マーケティング	37.3%	46.8%	39.1%	44.6%	43.3%	43.8%	40.0%	38.2%	31.8%	49.2%	37.7%	52.4%
医療サービス	8.7%	17.1%	10.3%	10.8%	6.7%	12.5%	11.6%	9.2%	10.6%	20.6%	8.2%	12.7%
介護・福祉サービス	14.3%	18.0%	16.7%	12.9%	13.3%	14.6%	17.9%	13.2%	15.2%	20.6%	14.8%	12.7%
メンタルヘルス・カウンセリング	17.5%	20.7%	20.5%	19.4%	20.0%	14.6%	18.9%	22.4%	15.2%	25.4%	23.0%	15.9%

### 3. 流通科学大学に対する学生の評価 (問 3)

問 3 では、流通科学大学の設備や教育内容について新入生の評価をきいている。

これに対して、「よい」（「非常によい」と「ややよい」の合計）と回答した新入生の比率を 2007 年度と 2010 年度とで比較すると、多くの項目で 2010 年度のほうが高い比率を示している。その内でも、次の項目のように 10 ポイント以上上昇しているものが少なくない（カッコ内は上昇幅）。「教室」（10.0%）、「メディアセンター」（17.4%）、「クラブハウス・学生会館」（13.3%）、「一般的な授業内容」（14.9%）、「履修すべき授業時間数」（17.2%）、「教員の対応」（17.2%）、「職員の対応」（12.4%）、「通学時間」（10.5%）、「奨学金制度」（18.5%）である。

一方、2010 年度のほうが 2007 年度に比べ比率を下げたのは（カッコ内は下落幅）、「体育館」（5.5%）、「学生食堂」（7.1%）、「休憩場所」（4.0%）、「駐車場」（4.0%）の 4 項目である。主として、授業時間以外にまとまった時間を過ごす「居場所」に対する評価が低下している。ただし、先に見たように、「クラブハウス・学生会館」については「よい」とする比率は上昇している。

2007 年度の調査では、ほとんどの項目において男女による評価の差は認められなかったが（前回報告 p.19）、2010 年度の調査では、いくつかの項目で男女の評価の差が顕著になっている。

まず、全体的に見た場合、2007 年度の調査では、「よい」とした比率は、項目により男子のほうが高いものと女子のほうが高いものとが概ね相半ばしていたが、2010 年度の調査では、すべての項目につき女子のほうが高くなっている。

このうち女子のほうが 30 ポイント以上高いのが（カッコ内は差異幅）、「一般的な授業内容」（32.2%）、「一般的な授業のレベル」（32.5%）の 2 項目、20 ポイント以上高いのが、「一般的な設備」（21.3%）、「教室」（22.3%）、「図書館」（29.1%）、「体育館」（20.2%）、「クラブハウス・学生会館」（23.5%）、「休憩場所」（21.9%）、「教育カリキュラム」（26.1%）、「教員の対応」（20.9%）である。先に見た、2007 年度に比べ 2010 年度のほうが比率を下げた 4 項目についても、女子に限った場合でも比率を下げたのは「駐車場」のみであり、それ以外の「体育館」、「学生食堂」、「休憩場所」のいずれも「よい」とする比率は上昇している。全体の比率を下げたのは、男子で「よい」とする比率が大幅に低下したことによる。

表3 流通科学大学に対する学生の評価

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
全体的な雰囲気	61.9%	66.7%	63.5%	71.2%	56.7%	62.5%	58.9%	63.2%	66.7%	69.8%	70.5%	81.0%
全般的な設備	75.4%	78.4%	80.1%	82.0%	73.3%	70.8%	76.8%	72.4%	77.3%	84.1%	85.2%	93.7%
教室	69.8%	82.0%	72.4%	79.9%	70.0%	79.2%	62.1%	69.7%	69.7%	84.1%	88.5%	92.1%
図書館	61.9%	72.1%	61.5%	69.8%	56.7%	64.6%	60.0%	56.6%	66.7%	77.8%	63.9%	85.7%
メディアセンター	68.3%	84.7%	75.0%	85.6%	63.3%	85.4%	69.5%	78.9%	72.7%	84.1%	83.6%	93.7%
体育館	73.8%	72.1%	69.2%	68.3%	71.7%	62.5%	68.4%	59.2%	75.8%	79.4%	70.5%	79.4%
学生食堂	75.4%	73.0%	79.5%	68.3%	73.3%	70.8%	75.8%	52.6%	77.3%	74.6%	85.2%	87.3%
コンビニエンスストア	84.1%	80.2%	80.1%	84.2%	80.0%	79.2%	76.8%	76.3%	87.9%	81.0%	85.2%	93.7%
クラブハウス・学生会館	42.1%	52.3%	54.5%	55.4%	36.7%	41.7%	50.5%	44.7%	47.0%	60.3%	60.7%	68.3%
休憩場所	50.8%	46.8%	60.3%	46.8%	48.3%	39.6%	52.6%	36.8%	53.0%	52.4%	72.1%	58.7%
喫煙場所	30.2%	29.7%	32.7%	31.7%	36.7%	35.4%	30.5%	26.3%	24.2%	25.4%	36.1%	38.1%
駐車場	50.8%	53.2%	49.4%	46.8%	50.0%	52.1%	49.5%	44.7%	51.5%	54.0%	49.2%	49.2%
教育カリキュラム	42.9%	52.3%	48.7%	46.0%	45.0%	52.1%	46.3%	34.2%	40.9%	52.4%	52.5%	60.3%
全般的な授業内容	40.5%	47.7%	53.2%	55.4%	43.3%	47.9%	49.5%	40.8%	37.9%	47.6%	59.0%	73.0%
全般的な授業のレベル	41.3%	52.3%	52.6%	48.9%	43.3%	52.1%	48.4%	34.2%	39.4%	52.4%	59.0%	66.7%
履修すべき授業時間数	39.7%	53.2%	50.6%	56.8%	40.0%	47.9%	43.2%	50.0%	39.4%	57.1%	62.3%	65.1%
教員の対応	39.7%	44.1%	59.0%	56.8%	45.0%	39.6%	51.6%	47.4%	34.8%	47.6%	70.5%	68.3%
職員の対応	44.4%	43.2%	57.1%	56.8%	51.7%	37.5%	50.5%	51.3%	37.9%	47.6%	67.2%	63.5%
通学時間	41.3%	44.1%	47.4%	51.8%	45.0%	45.8%	47.4%	48.7%	37.9%	42.9%	47.5%	55.6%
奨学金制度	32.5%	40.5%	45.5%	51.1%	35.0%	35.4%	41.1%	44.7%	30.3%	44.4%	52.5%	58.7%

#### 4. 授業に対する意見 (問4)

問4は、授業に関する新入生の意見をきいたものである。

4年間を通じて見ると、「全くそう思う」と「ややそう思う」を合わせた「そう思う」とする新入生の比率は、多くの項目で2007年度が最も高く、「学生のニーズや視点に立った授業内容にして欲しい」、「私語が多く、授業に集中できない」、「年間の単位取得制限をゆるめて欲しい」の3項目についてのみ2008年度の比率が2007年度のそれをわずかに上回っている。これに対し、最も低い比率を示したのは、「1コマ90分の授業は長すぎる」という意見について2008年度であったことを除いては、2009年度か2010年度のいずれかである。このように、2008年度と2009年度の間を境に、よい意味でも、悪い意味でも授業に対する意見は減少する傾向にある。その中でも以下に見るように、授業の運営方法ではなく内容に関する意見が減少する傾向にある。

個々の項目についてみると、2010年度が最も低く、一貫して下落傾向にあるのは、「大教室での授業は集中しづらいので少人数の授業を増やして欲しい」、「自分のとりたい授業が他の科目と重複して履修できない」、「学生のニーズや視点に立った授業内容にして欲しい」、「一般教養科目をもっと重視すべきである」、「年間の単位取得制限をゆるめて欲しい」の5つの意見である。

これに対し、「1コマ90分の授業は長すぎる」、「資格取得に役立つ授業カリキュラ

ムを増やして欲しい」、「専門科目を低学年から充実して欲しい」、「特定の曜日や時間に授業が集中的に配当されているので、偏りをなくして欲しい」、「休み時間が短く、教室移動に支障をきたしている」、「受講する学生数と教室定員がアンバランスである」、「私語が多く、授業に集中できない」の7つの意見は、2009年度（または2008年度）を底とし、2010年度は上昇に転じている。しかしながら、授業内容にかかわる意見のうち、「資格取得に役立つ授業カリキュラムを増やして欲しい」という意見こそ比較的高い比率を回復しているものの、「専門科目を低学年から充実して欲しい」という意見は、2008年度以前と比べれば、依然として低い比率にとどまっている。

表4 授業に関し、支持する意見（全体）

	そう思う(計)			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)
1コマ90分の授業は長すぎる	61.1%	39.6%	48.1%	51.8%
資格取得に役立つ授業カリキュラムを増やして欲しい	80.2%	74.8%	66.7%	73.4%
大教室での授業は集中しづらいので少人数の授業を増やして欲しい	42.1%	39.6%	35.3%	34.5%
専門科目を低学年から充実して欲しい	78.6%	69.4%	51.3%	59.7%
特定の曜日や時間に授業が集中的に配当されているので、偏りをなくして欲しい	56.3%	49.5%	45.5%	47.5%
休み時間が短く、教室移動に支障をきたしている	61.9%	58.6%	49.4%	50.4%
自分のとりたい授業が他の科目と重複して履修できない	56.3%	54.1%	49.4%	44.6%
学生のニーズや視点に立った授業内容にして欲しい	60.3%	61.3%	44.9%	44.6%
受講する学生数と教室定員がアンバランスである	42.9%	36.9%	29.5%	39.6%
一般教養科目をもっと重視すべきである	38.1%	26.1%	28.8%	27.3%
私語が多く、授業に集中できない	46.8%	47.7%	41.7%	43.9%
年間の単位取得制限をゆるめて欲しい	50.8%	54.1%	51.3%	47.5%

## 5. 入学契機

大学の認知経路、学科の認知経路、学科受験の動機、学科入学決定の動機については、いずれも複数回答（M.A.=Multiple Answer）の形式の質問項目である。ここでは、回答者数に対する回答数の割合について、20%を一つの便宜的な目安として、2010年の回答の割合とこの4年間の傾向を見ていくことにする。

### a. 大学の認知経路（問5）

「高校での受験指導」40%をこえ、「知人・友人」が30%をこえている。「インターネット」「受験雑誌」「看板広告」「家族」は20%に満たないが10%台後半の回答がある。傾向から言えば、「知人・友人」は減少傾向にあるといえる。また、男女別では男子における「高校での受験指導」、女子における「家族」「看板広告」の影響の傾向がみられる。

「高校での受験指導」は大学の認知に、安定的に、大きな影響を持っているといえるだろう。

表 5-1 大学の認知経路

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
幼い頃からなんとなく知っていた	7.1%	7.2%	6.4%	5.0%	3.3%	8.3%	5.3%	5.3%	10.6%	6.3%	8.2%	4.8%
家族	19.0%	21.6%	17.3%	15.8%	16.7%	27.1%	12.6%	11.8%	21.2%	17.5%	24.6%	20.6%
知人・友人	41.3%	47.7%	32.1%	33.1%	45.0%	47.9%	27.4%	31.6%	37.9%	47.6%	39.3%	34.9%
テレビ	0.0%	2.7%	1.3%	0.0%	0.0%	4.2%	2.1%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%
新聞	7.1%	2.7%	1.9%	2.2%	8.3%	2.1%	3.2%	2.6%	6.1%	3.2%	0.0%	1.6%
雑誌	1.6%	3.6%	1.9%	0.0%	1.7%	4.2%	2.1%	0.0%	1.5%	3.2%	1.6%	0.0%
高校での受験指導	46.8%	43.2%	45.5%	44.6%	46.7%	56.3%	52.6%	50.0%	47.0%	33.3%	34.4%	38.1%
受験雑誌	25.4%	32.4%	23.1%	16.5%	18.3%	27.1%	26.3%	14.5%	31.8%	36.5%	18.0%	19.0%
インターネット	21.4%	21.6%	15.4%	18.0%	21.7%	18.8%	12.6%	14.5%	21.2%	23.8%	19.7%	22.2%
車内広告	10.3%	6.3%	9.0%	7.2%	6.7%	6.3%	6.3%	6.6%	13.6%	6.3%	13.1%	7.9%
看板広告	11.9%	14.4%	6.4%	16.5%	5.0%	12.5%	3.2%	11.8%	18.5%	15.9%	11.5%	22.2%
その他	4.0%	2.7%	9.6%	2.9%	3.3%	0.0%	8.4%	3.9%	4.5%	4.8%	11.5%	1.6%

b. 学科の認知経路（問6）

「高校での受験指導」「流通科学大学の案内」が40%をこえ、「インターネット」「知人・友人」「受験雑誌」が10%台後半の回答がある。傾向としては「流通科学大学の案内」が増加傾向、「高校での受験指導」「知人・友人」が減少傾向にある。男女別では、「インターネット」「受験雑誌」に関して年度ごとに多少が逆転するものの男女差が見られる。

大学の認知が「高校での受験指導」が大きかったのに対して、学科の認知については「流通科学大学の案内」も大きく影響している。

表 5-2 学科の認知経路

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
幼い頃からなんとなく知っていた	2.4%	0.9%	0.6%	0.7%	1.7%	0.0%	1.1%	1.3%	3.0%	1.6%	0.0%	0.0%
家族	9.5%	10.8%	5.8%	6.5%	11.7%	10.4%	2.1%	3.9%	7.6%	11.1%	11.5%	9.5%
知人・友人	24.6%	18.9%	16.0%	15.1%	28.3%	27.1%	18.9%	14.5%	21.2%	12.7%	11.5%	15.9%
テレビ	0.8%	1.8%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	1.5%	3.2%	0.0%	0.0%
新聞	3.2%	2.7%	1.3%	0.7%	3.3%	2.1%	2.1%	1.3%	3.0%	3.2%	0.0%	0.0%
雑誌	0.8%	2.7%	0.0%	0.7%	1.7%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	1.6%
高校での受験指導	42.1%	39.6%	35.3%	33.8%	41.7%	47.9%	40.0%	34.2%	42.4%	33.3%	27.9%	33.3%
受験雑誌	26.2%	30.6%	24.4%	15.1%	16.7%	25.0%	27.4%	13.2%	34.8%	34.9%	19.7%	17.5%
インターネット	22.2%	22.5%	17.9%	18.0%	18.3%	16.7%	12.6%	21.1%	25.8%	27.0%	26.2%	14.3%
車内広告	4.8%	3.6%	1.9%	3.6%	3.3%	2.1%	1.1%	5.3%	6.1%	4.8%	3.3%	1.6%
看板広告	5.6%	5.4%	0.6%	7.2%	0.0%	6.3%	0.0%	6.6%	10.6%	4.8%	1.6%	7.9%
流通科学大学の案内	42.9%	39.6%	49.4%	48.9%	40.0%	37.5%	38.9%	47.4%	45.5%	41.3%	65.6%	50.8%
その他	1.6%	0.9%	3.2%	0.7%	1.7%	2.1%	3.2%	0.0%	1.5%	0.0%	3.3%	1.6%

c. 学科受験の動機（問7）

「志望の学科だった」が圧倒的に多く、「志望の大学だった」も2割をこえている。「高校の先生のすすめ」「自宅に近い」「自分の学力に合っている」「オープンキャンパスに参加した」も10%台後半の回答がある。傾向としては、「志望の学科だった」「自

宅に近い」「設備がよい」が減少傾向にある。男女別では女子の「志望の学科だった」「オープンキャンパスに参加した」が高い割合を示している。

表 5-3 学科受験の動機

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
志望の大学だった	27.0%	15.3%	26.3%	25.2%	26.7%	22.9%	25.3%	23.7%	27.3%	9.5%	27.9%	27.0%
志望の学科だった	57.9%	57.7%	33.3%	48.2%	46.7%	41.7%	26.3%	27.6%	68.2%	69.8%	44.3%	73.0%
高校の先生のすすめ	17.5%	15.3%	21.2%	15.8%	13.3%	14.6%	28.4%	21.1%	21.2%	15.9%	9.8%	9.5%
高校の先輩がいる	6.3%	3.6%	4.5%	5.8%	8.3%	4.2%	4.2%	7.9%	4.5%	3.2%	4.9%	3.2%
知人・友人のすすめ	15.9%	9.0%	7.7%	6.5%	23.3%	6.3%	7.4%	6.6%	9.1%	11.1%	8.3%	6.3%
家族のすすめ	7.1%	8.1%	5.1%	5.0%	11.7%	6.3%	4.2%	5.3%	3.0%	9.5%	6.6%	4.8%
自宅が近い	25.4%	16.2%	17.3%	15.1%	26.7%	27.1%	18.9%	14.5%	24.2%	7.9%	14.8%	15.9%
奨学金制度が充実している	2.4%	3.6%	3.8%	2.9%	1.7%	0.0%	1.1%	2.6%	3.0%	6.3%	8.2%	3.2%
経済的負担が少ない	0.8%	0.9%	1.9%	1.4%	0.0%	2.1%	3.2%	1.3%	1.5%	0.0%	0.0%	1.6%
自動車通学ができる	8.7%	2.7%	4.5%	0.7%	10.0%	6.3%	6.3%	1.3%	7.6%	0.0%	1.6%	0.0%
設備がよい	16.7%	12.6%	12.3%	6.5%	13.3%	14.6%	10.5%	6.6%	19.7%	11.1%	14.8%	6.3%
カリキュラムが充実している	4.0%	9.9%	8.3%	6.5%	0.0%	12.5%	7.4%	3.9%	7.6%	7.9%	10.0%	9.5%
教職員がよい	0.8%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	1.5%	0.0%	1.6%	0.0%
自分の学力に合っている	22.2%	19.8%	25.6%	15.8%	28.3%	27.1%	27.4%	18.4%	16.7%	14.3%	23.0%	12.7%
オープンキャンパスに参加した	17.5%	11.7%	16.7%	16.5%	11.7%	12.5%	12.6%	13.2%	22.7%	11.1%	23.0%	20.6%
受験日程が合った	4.8%	6.3%	2.6%	2.9%	5.0%	8.3%	1.1%	2.6%	4.5%	4.8%	4.9%	3.2%
併願で受験料が割引になった	3.2%	0.9%	1.3%	0.7%	3.3%	0.0%	2.1%	0.0%	3.0%	1.6%	0.0%	1.6%
その他	4.0%	6.3%	5.1%	5.0%	6.7%	8.3%	6.3%	7.9%	1.5%	4.8%	3.3%	1.6%

## d. 学科入学決定の動機（問8）

「志望の学科だった」が5割をこえており、「志望の大学だった」も3割弱である。「自分の学力に合っている」も10%台の後半である。傾向としては、「志望の学科だった」が減少傾向にあると言えるだろう。男女別では、男子で「高校の先生のすすめ」、女子で「志望の大学だった」「志望の学科だった」が高い。

表 5-4 学科入学決定の動機

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
志望の大学だった	22.2%	18.0%	23.7%	27.3%	21.7%	22.9%	20.0%	23.7%	22.7%	14.3%	29.5%	31.7%
志望の学科だった	60.3%	51.4%	40.4%	52.5%	46.7%	45.8%	32.6%	38.2%	72.7%	55.6%	52.5%	69.8%
高校の先生のすすめ	13.5%	16.2%	16.0%	12.2%	15.0%	16.7%	20.0%	17.1%	12.1%	15.9%	9.8%	6.3%
高校の先輩がいる	7.1%	2.7%	3.2%	5.0%	8.3%	2.1%	4.2%	7.9%	6.1%	3.2%	1.6%	1.6%
知人・友人のすすめ	11.1%	9.9%	7.7%	3.6%	18.3%	10.4%	9.5%	5.3%	4.5%	9.5%	4.9%	1.6%
家族のすすめ	8.7%	10.8%	6.4%	5.8%	8.3%	8.3%	7.4%	5.3%	9.1%	12.7%	4.9%	6.3%
自宅が近い	19.8%	13.5%	17.9%	11.5%	26.7%	20.8%	17.9%	7.9%	13.6%	7.9%	18.0%	15.9%
奨学金制度が充実している	0.8%	4.5%	1.9%	2.9%	0.0%	2.1%	1.1%	2.6%	1.5%	6.3%	3.3%	3.2%
経済的負担が少ない	0.0%	1.8%	3.8%	2.2%	0.0%	2.1%	5.3%	1.3%	0.0%	1.6%	1.6%	3.2%
自動車通学が出来る	7.9%	3.6%	5.1%	0.7%	10.0%	8.3%	7.4%	1.3%	6.1%	0.0%	1.6%	0.0%
設備がよい	15.9%	8.1%	10.3%	6.5%	15.0%	8.3%	10.5%	5.3%	16.7%	7.9%	9.8%	7.9%
カリキュラムが充実している	4.8%	9.9%	5.1%	5.8%	3.3%	8.3%	5.3%	6.6%	6.1%	11.1%	4.9%	4.8%
教職員がよい	1.6%	0.9%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	3.0%	1.6%	3.3%	0.0%
自分の学力に合っている	21.4%	16.2%	19.9%	16.5%	28.3%	18.8%	18.9%	17.1%	15.2%	14.3%	21.3%	15.9%
他の志望大学に合格しなかった	14.3%	19.8%	15.4%	12.9%	13.3%	16.7%	15.8%	14.5%	15.2%	22.2%	14.8%	11.1%
その他	3.2%	2.7%	5.8%	4.3%	5.0%	2.1%	4.2%	3.9%	1.5%	3.2%	8.2%	4.8%

以上より、大学の認知経路としては「高校での受験指導」が最も多く、学科の認知経路としては「流通科学大学の案内」の割合が高い。また、学科受験動機、学科入学決定動機ともに「志望の学科だった」ことが圧倒的に多く、特にこの傾向は女子に顕著である。「志望の大学だった」「自分の学力に合っている」とする「志望」「学力」理由も上位を占めた。

「高校での進路指導」が「大学の選択」と「入学の決定」について、学科の選択については「流通科学大学の案内」が大きく影響している。実際の受験には「オープンキャンパス」の効果も見受けられる。一方で、「自宅が近い」とする受験理由は減少傾向にあり、学科受験・入学決定における「地元」が拡大していることがうかがえる。

## 6. 将来の進路

表 6-1 と表 6-2 は、卒業後の進路として学生が志望する業種を示している。第 1 志望から第 3 志望までにあげられた業種をみると、全体では「サービス業」(91.4%) が他を大きく引き離しており、ついで「飲食店・宿泊業」(52.5%)、「公務員」(38.8%) となっている。ただし第 1 志望だけみると「飲食店・宿泊業」は 10.1% とそれほど多くはない。男女別に見ると、女子は「飲食店・宿泊業」を志望業種にあげる比率が高い(69.8%) のに対して、男子ではそれほど高くなく(38.2%)、またその比率は減少傾向にある。

経時的な変化では、「公務員」を第 1 志望から第 3 志望のいずれかにあげた学生は、2007 年の 24.6% から 2010 年は 38.8% と増加している。とくに男子で公務員を志望業種としてあげる比率の増加が著しい(26.7%→48.7%)。

表 6-1 就職志望業種 (2010 年)

	2010年			
	第1～第3志望(計)			第1志望
	全体 (139)	男 (76)	女 (63)	全体 (139)
建設業	8.6%	11.8%	4.8%	0.0%
製造業	12.9%	17.1%	7.9%	1.4%
情報通信業	3.6%	3.9%	3.2%	0.7%
運輸業	15.1%	21.1%	7.9%	5.0%
卸売業	15.8%	14.5%	17.5%	4.3%
小売業	18.0%	13.2%	23.8%	0.0%
金融・保険業	10.1%	11.8%	7.9%	0.0%
不動産業	10.1%	14.5%	4.8%	0.7%
飲食店・宿泊業	52.5%	38.2%	69.8%	10.1%
サービス業	91.4%	86.8%	96.8%	61.2%
公務員	38.8%	48.7%	27.0%	7.9%
その他	7.9%	9.2%	6.3%	5.8%
進学	5.0%	2.6%	7.9%	2.9%
就職するつもりはない	2.9%	3.9%	1.6%	0.0%

表 6-2 時系列でみた就職志望業種

	第1～第3志望(計)											
	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
建設業	3.2%	3.6%	7.7%	8.6%	5.0%	4.2%	11.6%	11.8%	1.5%	3.2%	1.6%	4.8%
製造業	19.0%	6.3%	17.3%	12.9%	21.7%	8.3%	16.8%	17.1%	16.7%	4.8%	18.0%	7.9%
情報通信業	7.9%	14.4%	8.3%	3.6%	10.0%	18.8%	10.5%	3.9%	6.1%	11.1%	4.9%	3.2%
運輸業	13.5%	12.6%	12.8%	15.1%	11.7%	18.8%	16.8%	21.1%	15.4%	7.9%	6.6%	7.9%
卸売業	4.0%	7.2%	13.5%	15.8%	8.3%	8.3%	17.9%	14.5%	0.0%	6.3%	6.6%	17.5%
小売業	23.8%	19.8%	22.4%	18.0%	20.0%	12.5%	20.0%	13.2%	27.3%	25.4%	26.2%	23.8%
金融・保険業	10.3%	15.3%	14.7%	10.1%	16.7%	10.4%	11.6%	11.8%	4.5%	19.0%	19.7%	7.9%
不動産業	7.1%	6.3%	6.4%	10.1%	11.7%	6.3%	6.3%	14.5%	3.0%	6.3%	6.6%	4.8%
飲食店・宿泊業	65.1%	66.7%	56.4%	52.5%	55.0%	54.2%	48.4%	38.2%	74.2%	76.2%	68.9%	69.8%
サービス業	88.9%	93.7%	84.0%	91.4%	81.7%	93.8%	75.8%	86.8%	95.5%	93.7%	96.7%	96.8%
公務員	24.6%	34.2%	34.6%	38.8%	26.7%	47.9%	43.2%	48.7%	22.7%	23.8%	21.3%	27.0%
その他	6.3%	7.2%	7.1%	7.9%	8.3%	10.4%	6.3%	9.2%	4.5%	4.8%	8.2%	6.3%
進学	4.8%	3.6%	3.8%	5.0%	6.7%	2.1%	5.3%	2.6%	3.0%	4.8%	1.6%	7.9%
就職するつもりはない	4.8%	1.8%	3.8%	2.9%	5.0%	2.1%	2.1%	3.9%	4.5%	1.6%	6.6%	1.6%

同様に志望する職種を表 6-3 に示す。全体では第 1 志望から第 3 志望までにあげられた職種では、「サービス・販売」(87.1%) が他を圧倒しており、次いで「企画・マーケティング」(44.9%)、「営業」(43.2%) となっている。

男女別にみると、男子に比べ女子で「サービス・販売」(90.5%)、「企画・マーケティング」(55.6%) をあげる比率が高くなっている。また女子で「事務」をあげた比率は、2007 年の 36.4% から 2010 年には 25.4% と減少している。

志望業種としてサービス業をあげる学生が圧倒的に多いが、これはサービス業がどのような業界であるのかを十分に理解したうえで質問に答えているのではなく、単にサービス産業学部に所属しているからサービス業というふうに漠然と答えていることによると思われる。従って、サービス業にはどのような業界・職種があるのかということ、学生が授業などを通して早い時期に学べるようカリキュラムを工夫する必要があるだろう。また、長引く不況の影響から公務員や専門職への志向が高まっており、採用試験や資格取得をバックアップする体制の強化が望まれる。

表 6-3 就職志望職種

	第1～第3志望(計)											
	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
営業	35.7%	27.0%	44.9%	43.2%	36.7%	25.0%	41.1%	43.4%	34.8%	28.6%	50.8%	42.9%
サービス・販売	84.9%	86.5%	76.3%	87.1%	78.3%	75.0%	75.8%	84.2%	90.9%	95.2%	77.0%	90.5%
管理	19.8%	16.2%	25.0%	27.3%	31.7%	25.0%	30.5%	26.3%	9.1%	9.5%	16.4%	28.6%
経理	11.1%	17.1%	11.5%	8.6%	13.3%	22.9%	11.6%	9.2%	9.1%	12.7%	11.5%	7.9%
事務	23.8%	31.5%	32.7%	21.6%	10.0%	22.9%	26.3%	18.4%	36.4%	38.1%	42.6%	25.4%
企画・マーケティング	47.6%	48.6%	44.9%	47.5%	40.0%	50.0%	43.2%	40.8%	54.5%	47.6%	47.5%	55.6%
クリエイティブ系	15.9%	10.8%	8.3%	11.5%	21.7%	10.4%	7.4%	14.5%	10.6%	11.1%	9.8%	7.9%
専門職系	15.9%	16.2%	16.7%	18.0%	26.7%	14.6%	17.9%	23.7%	6.1%	17.5%	14.8%	11.1%
技術系(IT・通信系)	4.8%	5.4%	6.4%	2.9%	8.3%	12.5%	9.5%	5.3%	1.5%	0.0%	1.6%	0.0%
技術系(メーカー系)	8.7%	16.2%	20.5%	14.4%	8.3%	22.9%	26.3%	22.4%	9.1%	11.1%	11.5%	4.8%
その他	6.3%	6.3%	1.9%	6.5%	6.7%	8.3%	2.1%	7.9%	6.1%	4.8%	1.6%	4.8%
進学	0.8%	4.5%	1.9%	0.7%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	1.5%	6.3%	1.6%	1.6%
就職するつもりはない	4.0%	1.8%	1.9%	3.6%	3.3%	2.1%	0.0%	2.6%	4.5%	1.6%	4.9%	4.8%

## 7. 流通科学大学に対する態度

流通科学大学（以下、「流科大」と略記する。）に対する態度を5段階で調査した。表7は、それぞれの項目に対して「全くそう思う」と「ややそう思う」と答えた比率の合計を示している。

「流通科学大学に満足している」という質問に対して「そう思う」と答えた比率は48.9%と5割を僅かに下回っている。時系列にみると、年によってばらつきがあるものの5割前後で推移している。男女別では、女子の方が「そう思う」という比率が高くなっている（男子42.1%、女子57.1%）。サークル・クラブ活動の所属の有無では、この比率に差がない。

他の項目について男女別にみると、「流通科学大学の教職員に好意的な印象を持っている」「流通科学大学を後輩に勧めたい」「流通科学大学の世間的評価は高い」「流通科学大学をまわりの人は評価している」という項目で女子の方が「そう思う」という比率が高い。反対に男子では、「友人とのコミュニケーションが目的で流通科学大学によく来る」という項目で女子より「そう思う」という比率が高い。

時系列にみると、女子で「教職員に好意的な印象をもっている」という比率が増加傾向にある（2007年の16.7%から2010年47.6%）のに対して、男子では減少傾向にある（2007年の43.3%から2010年は28.9%）。

以上から、女子は男子に比べて大学に対する満足度が高く、大学や教職員に対して好意的な態度をもっているのがわかる。

表 7 流科大に対する態度:2010 年度

	そう思う(計) 2010年				
	全体	性別		クラブ・サークル	
		男	女	所属して いる	所属して いない
	(139)	(76)	(63)	(93)	(44)
流通科学大学の世間的評価は高い	31.7%	23.7%	41.3%	30.1%	34.1%
流通科学大学は自分にふさわしい大学である	53.2%	53.9%	52.4%	53.8%	54.5%
流通科学大学を後輩に薦めたい	41.0%	36.8%	46.0%	37.6%	50.0%
授業以外の目的で流通科学によく来る	28.8%	27.6%	30.2%	36.6%	13.6%
流通科学大学をまわりの人は評価している	24.5%	18.4%	31.7%	19.4%	36.4%
流通科学大学の教職員に好意的な印象をもっている	37.4%	28.9%	47.6%	37.6%	38.6%
流通科学大学で自分の居場所をみつけることができた	38.1%	35.5%	41.3%	41.9%	29.5%
流通科学大学に来るのは面倒くさい	30.9%	32.9%	28.6%	34.4%	25.0%
友人とのコミュニケーションが目的で流通科学大学によく来る	34.5%	40.8%	27.0%	39.8%	25.0%
流通科学大学は学生へのサービスがすぐれている	32.4%	28.9%	36.5%	35.5%	27.3%
流通科学大学に満足している	48.9%	42.1%	57.1%	49.5%	50.0%

## 8. 流通科学大学への愛着

表 8-1 は、流科大との情緒的なつながりを表す 10 項目について、「非常に表している」「やや表している」と答えた比率の合計を示している。

全体では、「つながりを感じる」(41.0%)、「親しみを感じる」(38.8%) で肯定的な反応が否定的な反応を上回っている。男女別では、全ての項目で女子の方が男子より肯定的な反応が多い。

表 8-1 流科大との情緒的つながり:2010 年度

	2010			
	表している(計)			表していない(計)
	全体	男	女	全体
	(139)	(76)	(63)	(139)
とりこになっている	14.4%	10.5%	19.0%	39.6%
親しみを感じる	38.8%	28.9%	50.8%	26.6%
安らぎを感じる	30.9%	22.4%	41.3%	28.8%
情熱を感じる	23.7%	18.4%	30.2%	29.5%
つながりを感じる	41.0%	35.5%	47.6%	21.6%
魅了されている	18.0%	11.8%	25.4%	27.3%
心から好きである	19.4%	13.2%	27.0%	30.9%
結びつきを感じる	27.3%	18.4%	38.1%	25.2%
愛情を感じる	15.1%	10.5%	20.6%	34.5%
一体感を感じる	18.7%	14.5%	23.8%	33.1%

表 8-2 は、流科大への帰属意識を表す 12 の質問項目に対して、「全くそう思う」「ややそう思う」と答えた比率の合計を示している。全体では「流通大にいることが楽しい」(53.2%)「流科大が気に入っている」(52.5%)「流科大の一員であると感じる」(52.5%)という項目で 5 割を超えている。男女別にみると、「流科大にいることが楽しい」「流科大が気に入っている」という比率は女子で 6 割を超えているのに対して、男子では 5 割を下回っている。

時系列でみると「流科大にいることが楽しい」という比率は、全体では 2 年前の 62.2%から 53.2%に減少している。これは男子の減少によるところが大きく(58.3%→42.1%)、女子では大きな変化はみられない(65.1%→66.7%)。

また、「流科大は第一志望でなかった」という比率は、2010 年は 28.1%と 2008 年の 49.5%から大幅に減少している。また過去 3 年間をみると、男女とも「流科大は第一志望でなかった」という比率は減少傾向にある。ただし「流科大は第一志望でなかった」という比率を男女で比較すると、2008 年、2009 年では女子が男子を上回っていたが、2010 年は逆転して男子の方が高くなっている。

一方、「流科大の学生であることを、家族や親戚は世間体が悪いと思っている」という比率は、2010 年は 12.2%と減少している。

以上から、男子に比べ女子の元気のよさが伺える。また男女とも流科大に第一志望で入学してくる学生が増えているが、これは難易度の高い大学を受験する学力のある学生が減少していることを意味しており、今後学生の学力の低下、特に女子での学力低下が心配される。

表 8-2 流科大に対する愛着

	そう思う(計)								
	全体			男			女		
	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
私は自分自身を流科大の一員であると感じる	51.4%	53.2%	52.5%	41.7%	48.4%	50.0%	58.7%	60.7%	55.6%
流科大が気に入っている	55.0%	51.9%	52.5%	52.1%	46.3%	46.1%	57.1%	60.7%	60.3%
私が流科大の学生であることを、家族や親戚は誇りに思っている	20.7%	28.8%	23.0%	12.5%	22.1%	14.5%	27.0%	39.3%	33.3%
流科大の悪口を聞くと、心中穏やかでない	45.9%	38.5%	34.5%	33.3%	33.7%	32.9%	55.6%	45.9%	36.5%
他大学でなく、流科大の学生で本当によかったと思う	29.7%	41.7%	33.8%	22.9%	33.7%	26.3%	34.9%	54.1%	42.9%
私が流科大の学生であることを、友人・知人は快く思っている	31.5%	39.1%	31.7%	22.9%	31.6%	23.7%	38.1%	50.8%	41.3%
流科大の学生であることに誇りを感じる	24.3%	33.3%	25.9%	14.6%	29.5%	21.1%	31.7%	39.3%	31.7%
友人に、流科大がすばらしい大学であると言える	27.0%	34.6%	25.9%	16.7%	29.5%	19.7%	34.9%	42.6%	33.3%
いつも流科大の学生であることを意識している	22.5%	35.9%	23.0%	16.7%	32.6%	21.1%	27.0%	41.0%	25.4%
流科大は、第一志望でなかった	49.5%	41.7%	28.1%	45.8%	41.1%	32.9%	52.4%	42.6%	22.2%
私が流科大の学生であることを、家族や親戚は世間体が悪いと思っている	19.8%	21.2%	12.2%	20.8%	20.0%	13.2%	19.0%	23.0%	11.1%
流科大にいることが楽しい	62.2%	55.8%	53.2%	58.3%	48.4%	42.1%	65.1%	67.2%	66.7%

## 9. 志望コース（問 15）

観光・生活文化事業学科では 2009 年度入学生からコース制をとっている。すなわち、観光事業コース、生活文化事業コース、スポーツ健康コース、サービス心理コースの 4 つのコースのうち 2 年時からいずれか 1 つのコースを履修することになる。このコースは定員が設定されるものではなく、学生の希望がそのままコースの所属となる。

この設問は 2 年時からのコース選択の希望を第 1 志望から第 4 志望まで聞いている。実質的には 1 年生の 12 月にコースの所属選択を提出するので、1 年生前期終了時の希望ということになる。また、2008 年度の 1 年生については、旧カリキュラムが適用され、コース制はとられないが仮想的に所属希望のコースを聞いている。

表 9-1 志望コース

		全体			男			女		
		2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
観光事業コース 所属	第1志望	51.4%	32.1%	48.9%	52.1%	33.7%	48.7%	50.8%	29.5%	49.2%
	第2志望	25.2%	44.2%	31.7%	18.8%	40.0%	28.9%	30.2%	50.8%	34.9%
	第3志望	11.7%	19.2%	12.9%	16.7%	22.1%	13.2%	7.9%	14.8%	12.7%
	第4志望	10.8%	4.5%	6.5%	12.5%	4.2%	9.2%	9.5%	4.9%	3.2%
	不明	0.9%						1.6%		
生活文化事業 コース所属	第1志望	19.8%	55.1%	30.9%	20.8%	49.5%	25.0%	19.0%	63.9%	38.1%
	第2志望	40.5%	37.2%	47.5%	41.7%	37.9%	46.1%	39.7%	36.1%	49.2%
	第3志望	25.2%	6.4%	17.3%	20.8%	10.5%	21.1%	28.6%		12.7%
	第4志望	13.5%	1.3%	4.3%	16.7%	2.1%	7.9%	11.1%		
	不明	0.9%						1.6%		
スポーツ健康 コース所属	第1志望	16.2%	7.1%	8.6%	18.8%	8.4%	14.5%	14.3%	4.9%	1.6%
	第2志望	17.1%	7.7%	9.4%	22.9%	7.4%	10.5%	12.7%	8.2%	7.9%
	第3志望	28.8%	25.0%	26.6%	27.1%	32.6%	30.3%	30.2%	13.1%	22.2%
	第4志望	36.9%	60.3%	54.0%	31.3%	51.6%	44.7%	41.3%	73.8%	65.1%
	不明	0.9%		1.4%				1.6%		3.2%
サービス心理 コース所属	第1志望	12.6%	5.8%	11.5%	8.3%	8.4%	11.8%	15.9%	1.6%	11.1%
	第2志望	16.2%	10.9%	11.5%	16.7%	14.7%	14.5%	15.9%	4.9%	7.9%
	第3志望	33.3%	49.4%	41.7%	35.4%	34.7%	35.5%	31.7%	72.1%	49.2%
	第4志望	37.8%	34.0%	33.8%	39.6%	42.1%	38.2%	36.5%	21.3%	28.6%
	不明			1.4%						3.2%

第 1 志望だけをみると、2010 年調査においては、観光事業コースが 5 割弱と最も多く、生活文化事業コースが 3 割、スポーツ健康コース、サービス心理コースがそれぞれ 1 割前後となっている。しかし、これは入学年度によって大きく異なっている。2009 年度は生活文化事業コースが最も多く、特に女子の志望者が非常に多かった。このことが結果としての実際のコース選択においても影響し、最も多いコース選択となったと言える。

2008 年度のコース選択志望の設問については、当該年度の学生にはカリキュラムと

して適応されない仮定の質問であり、それが持つ意味が他の年度の学生とは大きく異なることを考慮しておかなければならない。また、2009年、2010年入学生については、コースについての説明が入学時とコース選択前の2回行われている。また、2009年には調査の直前、前期のうちに2回目のコース説明が行われたのに対して、2010年には実際のコース選択に比較的近い時期の後期、したがって調査の後に2回目のコース説明が設定された点も異なる点である。

参考までに、2008年の調査結果を見ておくと、「観光事業コース」が半数以上を占めている。これについては、コース説明が文字のみで行われた、自分たちが直接的には関与しないなど、の原因が考えられる。すなわち、実際にはまだ「存在しない」コースについてイメージすることができないために、イメージしやすい「観光事業コース」が選択された、あるいは最初の選択肢が選択しやすいがために選択されたという可能性が考えられる。

表 9-2 コース選択の第1志望と第2志望の選択パターンの年次別単純集計表

パターン	全体			男			女		
	2008 (110)	2009 (156)	2010 (139)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2008 (62)	2009 (61)	2010 (63)
1 観光・生活文化	43.6%	69.2%	62.6%	41.7%	62.1%	55.3%	45.2%	80.3%	71.4%
2 観光・スポーツ健康	16.4%	3.2%	10.8%	18.8%	5.3%	13.2%	14.5%	0.0%	7.9%
3 生活文化・スポーツ健康	11.8%	10.9%	3.6%	14.6%	9.5%	5.3%	9.7%	13.1%	1.6%
4 観光・サービス心理	17.3%	3.8%	7.2%	10.4%	6.3%	9.2%	22.6%	0.0%	4.8%
5 生活文化・サービス心理	5.5%	12.2%	12.2%	6.3%	15.8%	10.5%	4.8%	6.6%	14.3%
6 サービス心理・スポーツ健康	5.5%	0.6%	3.6%	8.3%	1.1%	6.6%	3.2%	0.0%	0.0%

コース選択の第1志望と第2志望の組み合わせパターンを見ていく。

仮定の質問である2008年はひとまず置くとして、2009年、2010年ともパターン1が6割以上となっている。2009年においてはパターン3、パターン5が1割をこえており、2010年においてはパターン2、パターン5が1割をこえている。

以下に、第1志望、第2志望までのそのコースを選択したものの年次別単純集計を示す。

表 9-3 コース選択の第1志望と第2志望の合計

	全体			男			女		
	2008 (110)	2009 (156)	2010 (139)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2008 (62)	2009 (61)	2010 (63)
観光事業	77.3%	76.3%	80.6%	70.8%	73.7%	77.6%	82.3%	80.3%	84.1%
生活文化事業	60.9%	92.3%	78.4%	62.5%	87.4%	67.1%	59.7%	100.0%	87.3%
スポーツ健康	33.6%	14.7%	18.0%	41.7%	15.8%	25.0%	27.4%	13.1%	9.5%
サービス心理	28.2%	16.7%	23.0%	25.0%	23.2%	26.3%	30.6%	6.6%	19.0%

同じく 2008 年度は参考までにとどめるならば、年度ごとに若干の差はあるものの、観光事業コースを考慮していると答えた学生が 8 割前後、生活文化事業コースを考慮している学生が、8 割から 9 割、スポーツ健康コース、サービス心理コースがそれぞれ 2 割前後となっている。また、2009 年度の女子は全員が第 1 志望・第 2 志望に必ず生活文化事業コースを入れて回答している。

多くの学生が、観光事業コースと生活文化事業コースのどちらかのコースを軸としてコース選択をすると回答していることが明らかである。

2011 年度からサービス産業学部は観光学科とサービスマネジメント学科の 2 学科に再編成される。考え方としては、現在の観光・生活文化事業学科の観光事業コースが独立して学科となり、同学科で選択可能な他の 3 コース（生活文化事業コース、スポーツ健康コース、サービス心理コース）と医療福祉サービス学科生のみが選択可能な社会福祉コースが一体となってサービスマネジメント学科となるイメージである。それぞれのコース名称は、観光学科は一コースのみであるのでコースは表記しないが、サービスマーケティング、スポーツ健康マネジメント、サービス心理、福祉マネジメントの各コースとなる。

観光事業、生活文化事業の 2 コースの志願者が多いということは、一見これら 2 つのコースを軸とした 2 学科に分けても差し支えないように見える。しかし、観光と生活文化は学科の基本理念として表裏一体となっており、その反映体としてこれら 2 つのコースの志願者は重複しているのである。

2011 年度から観光・生活文化事業学科は 2 つの学科に分けられる。観光学科においてはコースがそのまま学科のカリキュラムとなるため、学科の多様性がいかに確保できるかという点が問題になるであろう。一方で、現・生活文化事業コースは従来であれば、観光との併願が多かったことを考えれば、サービスマーケティングコースでは、いかに観光的要素をカリキュラムに取り込んでいくかという問題点が残される。また、学生のニーズにこたえるという観点からは、スポーツ健康マネジメント、サービス心理、福祉マネジメントの各コースは学生に魅力のあるカリキュラムを提供していかなければならないであろう。

## 10. 出身課程（問 18）

問 18 は出身高校の教育課程を尋ねる質問項目である。

普通科出身の学生が圧倒的多数を占め、その他の課程の学生はわずかである。年次傾向としては、普通科出身の学生が漸減しているのに対して、総合科、商業科、工業科出身の学生が漸増している。

表 10 出身課程

	全体				男				女			
	2007 (126)	2008 (111)	2009 (156)	2010 (139)	2007 (60)	2008 (48)	2009 (95)	2010 (76)	2007 (66)	2008 (63)	2009 (61)	2010 (63)
普通科	77.0%	74.8%	71.2%	71.9%	78.3%	79.2%	72.6%	77.6%	75.8%	71.4%	68.9%	65.1%
総合科	6.3%	4.5%	9.6%	7.9%	6.7%	4.2%	9.5%	6.6%	6.1%	4.8%	9.8%	9.5%
商業科	8.7%	9.0%	9.0%	10.8%	5.0%	4.2%	5.3%	6.6%	12.1%	12.7%	14.8%	15.9%
工業科	1.6%	0.9%	4.5%	4.3%	1.7%	2.1%	7.4%	7.9%	1.5%			
その他	6.3%	9.9%	5.1%	5.0%	8.3%	8.3%	5.3%	1.3%	4.5%	11.1%	4.9%	9.5%
不明		0.9%	0.6%			2.1%					1.6%	

総合学科については、先の原稿でも指摘しているが、1994年高等学校設置基準改正によって制度化された教育課程で、「普通科と、商業科・工業科などの職業科の教育課程を統合する課程として位置づけられ、いわばどちらの進路にも対応できるという教育課程」である。その教育課程の特徴として将来の進路に関する「産業社会と人間」という必修科目が設けられている<sup>2</sup>。

総合学科の数は全国で、1994年の7校から2009年の344校（公立305校、私立36校、国立3校）へと増加してきている<sup>3</sup>。本学においても今後も少なからず普通科以外の課程の卒業生が入学することが予想される。

今後、全般的な教育課程に関して、これらの課程の出身者、あるいは多様な課程の出身者が高校において履修してきたことを踏まえて、より高度な大学としての教育が求められるであろう。特に、ゆとり教育との関係でいえば、学生が何を学び、何を学んでいないかという把握が必要である。大学教員が自明としている点を学生は学んでいない、あるいは学んでも十分ではない可能性があるのである。現在の大学教育は、大学教員の個人的な経験や勘に頼っている。高校までの学修カリキュラム、またそれに基づく学生の学力に関する把握が必要であろう。高大連携教育は決して大学の授業を高校に持ち込むことにとどまらない。高校までの教育を踏まえたうえで大学教育を改善する必要があるだろう。

### III. おわりに

以上の報告のまとめとして、4年間の調査結果に基づき、前回報告の「おわりに」の各項目に述べた事項につき改めて検討する。

#### 1. 新入生にとって「基礎的知識」とは

この点につき、前回報告では、新入生が「基礎的知識」と位置づけているのは、「専門知識の修得」に直結するような、観光・旅行・宿泊などの専門分野に関する入門的知識である可能性を指摘した。しかし、この点については、現時点では必ずしも明らかではない。

先にも述べたように、「基礎的知識の修得」を重視する比率自体が2007年度と比較

すると低下してきている (II-1-(p))。これに対し、専門学習の関心分野としての「観光・旅行」を「勉強したい」とする比率は上昇傾向にあり、「ホテル・宿泊」についても上位安定的である (II-2)。したがって、「基礎的知識」＝「専門分野に関する入門的知識」という関係は、明らかではない。

2007年度と2010年度とを比較すると (表 1-1)、2007年度は、「基礎的知識の修得」および「専門的知識の修得」といった知識修得型の勉学を「重視する」とする比率 (平均 81.7%) が、「勉強一般」を「重視する」とする比率 (67.5%) よりもはるかに高かったのに対し、2010年度は、前者の比率は、平均 73.0%、後者が 71.9%と、両者は接近している。「基礎的知識の修得」の「基礎的知識」は、文字どおり「基礎的知識」一般ととらえ、「勉強一般」と同様、修得したい知識の具体的な内容については、さほど明確なイメージを持たないまま、大学は知識を修得する場であるとの一般的な意識の下で「重視する」と回答していることがうかがわれる。

## 2. ゼミ、課外活動の位置づけ

この点については、前回報告では「新入生は、講義形式の授業の聴講、資格取得、趣味の活動など、自己完結的に達成できることがらをより重視する一方、演習形式の授業や課外活動など他者との関わり合いを必要とすることに対しては、やや消極的であるとの印象を受ける」と指摘した。

学修面においては、前回報告時に比べてこの傾向は顕著ではなくなっている。先にも述べたように、「知識の修得」を重視する比率は低下傾向にあるのに対し、「少人数の授業を増やして欲しい」という意見は趨勢的に減少傾向にある (表 4) もの、  
「基礎演習での勉学・活動」を重視する比率は、横ばいからわずかに上向いている (表 1-2)。「研究演習での勉学・活動」を重視する比率は減少傾向にあったが、2010年度には、やや持ち直している (同表)。

一方、課外活動の面では、前回報告で指摘した傾向は、とくに 2010年度の新入生において、いっそう顕著になっている。今や大学生活において最も重視する活動は「趣味の活動」である (表 1-1)。「学内での課外活動」を重視する比率は、概ね横ばいであるものの、これはスポーツ推薦による入学者によってかろうじて支えられている可能性がある (II-1-(h))。「学外での課外活動」についても重視する比率は大きく低下している (表 1-2)。ただし、この動向は、とくに女子の場合、資格取得やアルバイトを重視する傾向と裏腹の関係にあることに留意する必要がある (II-1-(f))。

本来、大学生の課外活動は学生の自主的な参加・運営に委ねられるべきものであり、大学はそれを施設や資金面で側面から支援すれば足りるはずのものである。にもかかわらず、学生の課外活動への参加状況・参加意識に関心が集まるのは、学生の就職活動から卒業後を見据えた場合、課外活動を通じて養われる (と考えられている) 広い意味でのコミュニケーション能力や自ら課題を設定し解決する能力が重要であると考えられているからであろう。そうであるならば、課外活動のみならず、日々の授業か

らゼミ、資格取得のための勉強からアルバイトにいたるまで、様々な経験を通してそれらの能力を涵養する視点を提供し、動機付けを行うことが大学の役割ということになるのではなかろうか。

### 3. カリキュラム編成に関して

前回報告では、この点に関し、調査結果からうかがわれる新入生の専門的知識の修得や資格取得に対する高い学習意欲、大学から提供されるカリキュラムに対する強い期待に基づき、カリキュラム編成に関する提案を行った。その要点は、学科専門科目のうち導入的科目を、これまで以上に1年次前期から数多く配置するとともに、それらの専門導入科目がいくつかの導入教育的役割を担うというものであった。

「専門科目を低学年から充実して欲しい」という意見は、2007年度の78.6%から、2010年度の59.7%に20ポイント近く減少しているものの、依然として過半数の新入生の支持を得ていること（表4）、「観光・旅行」、「ホテル・宿泊」といった分野が引き続き高い関心を集めていること（表2-1、2-2）、「一般教養科目をもっと重視すべきである」という意見は引き続き減少傾向にあること（表4）、などから、引き続きその趣旨は維持すべきであると考えられる。

一方で、新入生が関心を持つ専門分野はとくに男女間で拡散する傾向にある（II-2）ことから、新入生が広く共通して関心を持つ専門分野は逆に限られてきている。資格取得についても、男女間の意識の差が拡大しつつある。この点を踏まえると、専門導入科目をベースに導入教育的役割を加味していくという方向性よりも、カリキュラム全体の中での導入教育の位置づけを明確にした上で、導入教育の体系に専門導入的役割を付加していくという方向性のほうが望ましいと考えられる。

すでに述べたように、2011年度から観光・生活文化事業学科は2つの学科に分けられる。一方で、新入生が関心を持つ専門分野は拡散する傾向にある（II-2）。また、授業に対する意見は、とりわけその内容に関して減少していることは（II-4）、大学で学びたい内容について明確な意思をもたない新入生が増えているためと見ることもできる。さらに、知識修得型の勉学を「重視する」とする比率と「勉強一般」を「重視する」とする比率との接近は、大学において修得したい知識の具体的な内容については、さほど明確な意志を持たないまま学科を選択する傾向が強まっていることがうかがわせる（III-1）。従来のカリキュラムでは、コース選択の第1志望と第2志望との組合せでは、観光コースと生活文化コースとの組合せが6割以上となっている（II-9）のも、観光と生活文化が学科の基本理念として表裏一体となっているのを反映する（II-9）とともに、観光分野と生活文化の分野のいずれを学びたいかについての明確な意志をもたない新入生が増えていることを反映しているようにも見える。実際に学科が分けられれば、新入生の意識にも変化が生じることも予想しうるが、現状の傾向から大きな変化が見られない場合は、学部共通科目や学部フリーズン（学部専門科目内での学科を跨ぐ自由選択科目）を活用するなど、カリキュラムの運用面での配慮が必要と

なろう。

男女差という観点からは、2010年度の調査では、女子の本学を第一志望とする比率が高まった (II-8) こともあってか、本学に対する評価は調査したすべての項目につき女子のほうが高く (II-3)、本学に対する満足度も女子のほうが高く (II-7)、本学に対する情緒的つながりにおいても女子のほうが肯定的である (II-8)。学修関連の項目についても、男子では、2007年度の調査から大きく比率を落としている項目が少なくないのに対し、女子はむしろ比率を上げている項目が多い (表 1-1)。このことは一般的には好ましいことだが、先に述べた大学で学ぶべきことがらに対する明確な意志を欠いたままであると、単なる現状追認にとどまってしまふ恐れもないわけではない。資格取得を重視する (II-1-(ト)) といっても、どのような資格を何のために取得しようとするのかという目的意識が明確でないと、価値ある資格取得には結びつかない。女子については、これらの点も念頭においたカリキュラム運営が必要とされよう。

一方、男子については、学修関連の項目を重視する比率が低下してきており (II-1)、大学で学ぶべき「ことがら」のみならず、大学で学ぶことそのものに対する明確な意志や意欲を喚起することが必要かもしれない。知識の修得だけが大学での学びではないものの、将来の進路として公務員を考えるのであれば (II-6)、知識修得型の勉強は避けて通れない。この点では、資格取得を指向する女子も同様であるが、そのために必要とされる学力の低下が懸念される現状では、「仮説・検証」型の大学での伝統的な学びと、基礎学力・知識修得型の学びとのバランス、接続に目を向けた体制整備が求められよう (同)。

## 参考文献

- 1 藤井啓吾・栗田真樹・棚橋菊夫「大学新入生の生活意識に関する研究」流通科学大学教育高度化推進センター紀要第4号 pp. 13-30 (2007)
- 2 「産業社会と人間」の教育内容については、服部次郎『産業社会と人間—よりよき高校生活のために』学事出版、2003年。服部次郎『産業社会と人間 実践の手引き』学事出版、2004年。などを参照。
- 3 「総合学科について」文部科学省ホームページ  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/21/09/1284428.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/21/09/1284428.htm)