

第15回カレッジコミュニティ調査およびカレッジインパクトに関する総合的調査研究

2009年度は、2008年度に実施した第15回カレッジ・コミュニティ調査基本報告書の刊行にむけて執筆を分担し3月に基本報告書を発刊した。また、前年度から準備を進めていた「2009年度入学生パネル調査」の第1回目の調査を実施した。まず、「パネル調査」の概要を報告し、第15回CCA調査の概要を報告する。

1. パネル調査について

特に2009年度活動に大きなウェイトを占めたのが「2009年度入学生調査」第1回調査であった。2009年度4学に入学する全学生を対象に、「大学入学前の経験と期待」「大学2年間の経験を終えて」「大学4年間の経験を終えて」「大学を卒業して数年後」という時系列で入学時変数における個人がどのようにその経験を認知・評価するかといったパネルデータを収集するという計画である。第1回の実施にあたって、これまでのCCA調査時ではなかったいくつかの問題が明らかになった。第一には、大学教育環境にさらされる前の「大学生生活全体に対する期待」を測定するために、入学者が確定してから授業が始まるまでの3週間程度で約5,600票を発送まで準備できるかという問題であった。そのため、従来は内部で行っていた封入等の作業を外部委託することにした。第二には、学生の住所データは4月の1日まで閲覧不可能（入力作業が完了しなかったため）であった。4月1日に住所データをダウンロードしてみると、入試出願時の住所データであり、自宅通学は無理だと推測される1,687名分（対象者全体の約3割CCAの自宅外生の割合に相当）に調査票転送用の封筒と切手、ご家族へあてた本人への転送依頼の添書等を用意する必要が生じた。そのため当初予定していた授業開始の4月7日までの発送が間に合わず、4月13日（月）の発送となった。上記のような労力と予算を削減するためには、合格手続き書類と一緒に調査票を送付する。あるいは、入学式の書類と一緒にセットする、あるいはその後のオリエンテーション時に配布するなどの方法をとる方がより確実に本人の手元に届くだろう。

調査票は、7つのフェース項目と16の設問、および1つのFAから構成されていた。フェース部7つは、1. 学籍番号、2. 学部、3. 性別、4. 住居形態、5. 通学時間、6. 出身校の種別等、7. クラブ・団体への参加経験等であった。設問部分は、1. 入学した入試形態、2. 第一志望か、3. 本学を選んだ理由、4. 大学へ進学した理由（CCAより）、5. 高校生時代の勉強習慣、6. 1か月の読書量（漫画・雑誌以外）、7. 1か月の読書量（漫画・雑誌）、8. 1週間のネット・携帯時間、9. 特性尺度、10. 将来就きたい職業、11. 諸能力・態度の必要度、12. 大学での諸活動の重視度、13. 関係の信頼度、14. 暮らし方（CCAより）、15. 情動知能尺度、なお、“9”の特性尺度は「Locus of Control尺度（鎌原等, 1982）」と「特性的自己効力感尺度（成田ら, 1995）」の二つを採用し、この項目のみを対象者を2群にして割り振った。第1次締め切りを4月27日（月）としたが、5月25日（月）を最終締め切りとした督促状を4月27日に発送した。7月時点までの最終返却数は3,430票で回収率は61.78%と大変高い結果となった。

単純集計の結果、回答者の男女比率は51対49と男性比率が高く、女性比率の高いCCAとは異なる結果となった。また自宅通学者の割合は69%とこれはCCA調査の72.5%より低い。通学時間では32%の学生が通学に1時間半以上かけている。日本の高等学校以外の出身者は2%程度であった。6割は公

立高校の出身で、4割が私立高校の出身である。8割が共学校であり、残りの2割が男子校/女子校である。ほぼ9割がクラブやサークルなどの団体参加の経験がある。55%が一般入試で入学。60%が第一希望で入学している。大学に進学した理由については、「教養や視野の拡大、人格形成」といった「教養型」が30%、「勉学型」13.8%、「学歴型」43.9%、「青春型」5.4%、「雷同型」4%となっており、CCA調査と比べると「学歴型」の比率が高いのが目立った。高校生時代の1週間あたりの学習時間（予習・復習・宿題）については「1～3時間程度」が36%と一番多く、次いで「1時間未満」が30%と7割に近い学生の学習時間は1日あたり30分未満という結果である。1ヶ月の読書量については、48%と半数近くが月に読む漫画・雑誌以外の本は1冊未満であり、約4割が1～3冊程度、週に1冊以上読む読書家は約1割である。一方「漫画/雑誌」では、1冊未満は2割に減り、1～3冊程度が45%、残りの35%が週に1冊以上漫画・雑誌を購読している。最後に1週間あたりにネット・携帯に費やす時間では、4～6時間が30%、1～3時間が28%、7時間以上が35%とかなりの生活時間をこれらの活動に費やしている様子がうかがえた。また、30%の学生が「就きたい職種・職業がある」と回答しており、「まだ何も考えていない」という回答者は14%、それ以外は「とりあえず大会社(19%)」「安定した職業(14%)」「能力の生かせる会社(13%)」と漠然としたイメージを持っている。kこれらの結果について、どのように公表していくかは2010年度の課題となった。

2. 第15回カレッジ・コミュニティ調査について

(1) 標本抽出と回収

2008年7月の関西学院大学9学部の全在学生18,796人を母集団として、無作為5分の1抽出を行い、抽出該当者3,760名に対して調査票を郵送した。回収票数は1,041票、回収率は27.8%であった。回収率は前回同様であった。

(2) 回答者の属性

学部毎に回収率では、母集団構成比と回答者構成比の差は、一番大きな商学部の一4.3ポイントを除くと、1.1～2.4と前回同様母集団比率との差はあまり大きくなかった。また、前回学年別の母集団比率との差が+4.6～-3.5であったのに対し、今回は+2.0～-2.7とやや小さくなった。男女別では、前回の男女差の幅が27.0ポイントあったのに対して、18.6ポイントへと差は縮まったが、依然として母集団比率に対して、回答者比率では女性が高い。

住居形態では、前回より自宅生が4%ほど増えたが、自宅生約7割自宅外生約3割とほぼ前回と同じ比率である。自宅外生の8割が「マンション・アパート」、「接触の少ない下宿・間借り」にすんでいる。団体参加者は前回の63%からやや増えて65%、学外団体所属が4%程度増加したが、依然としてその9割弱が学内の団体で活動している。

支出を見てみると自宅生では3万円台が1番多く約半数は4万円未満である。一方自宅外生では、10万円台が一番多く約20%、つまり自宅生の5人に1人の生活費は10万円台という事になる。ついで12万円台の11%が多い。また、自宅生の支出の幅が1万円未満から5万円台の6区分に85%が入るのに対し、自宅外生では4万円台から15万円台までの12区分となり、自宅外生では住居タイプで一ヶ月にかかる費用に差が大きいと思われる。これも前回とまったく同じ結果であった。

(3) ソーシャルネットワークシステム（SNS）とブログの利用状況

第15調査のトピック項目はソーシャルネットワークシステム（SNS）とブログの利用状況についてであった。

インターネットの利用について；

全体では「ほぼ毎日」、「週に数回」の合計で見ると、9割強の学生が日常的にインターネットを利用している。ここでは、「まったく利用していない」という回答は0.2%にすぎない。学部別では、「毎日利用」の割合が理工学部と、総合政策学部で特徴的に高く、人間福祉学部と文学部では目立って低い。学部間の「毎日利用」の差は約37ポイントあり、学部で利用状況に大きなばらつきが見られる。学年別では、学年があがるに従って日常的に利用する割合が高くなっている。そのほかの属性でも「毎日利用」だけを比べるとすこし差があるように思われるが、「週に数回」を加えた「日常利用」でみると、男女、住居別、団体参加別ではほとんど差がみられない。

SNSの日記機能とブログの利用について；

「日記機能」では「現在の利用あり」が約6割、「自分のブログ」では約2割であった。ブログ利用者の8割は日記機能も利用しており、全体の約6割がこれらの方法でネットに積極的に自分の情報を掲載している事になる。

これらを利用している期間についてみると、「日記機能」では、「1年から2年未満」が、約4割と一番多く、これと、「2年～3年未満」「3年以上」を併せた一年以上利用している一率は全体の約3分の2に登っている。いっぽう「自分のブログ」でも、「1年から2年未満」が一番多く「3年以上」は日記機能利用者より多く、ブログ利用者の方がより長期的に利用している。

「SNSの日記機能」あるいは「自分のブログ」に書きこむ内容についての頻度評定では、最も平均が高かったのは「自分の趣味・興味を持っていることについて」であり、「本・映画・音楽について」、「友人について」、「食べたものや飲んだものについて」と続いており、最も低かったのは「社会への不平・不満について」と社会のことより自分や近しい周辺の事が主に書き込まれていることが分かる。

日記機能やブログを「以前利用していたがやめてしまった」と回答したものの144名に、これらの利用をやめた理由を尋ねた。回答のあった130名の内、利用をやめた理由で一番多いのが、「更新するのが面倒になったから」で、次いで「人目を気にして書くのがいやになったから」、「更新する時間が無くなった」となっている。「更新にかかる手間」の問題でやめてしまった者が「面倒」と「時間がない」を併せると約9割に登っている。

以上をまとめると、インターネットの利用自体は「週に数回」の日常利用が定着しているがまた学部の差が大きい。これらのネット利用の日常化を反映して回答者の約6割が「SNSの日記機能」や「自分のブログ」を利用しており、インターネットへの自己開示傾向も高いことが明らかになった。これらの利用についてもおそらく学部や学年、性別といった属性についても今後分析を進める必要がある。