

学生の誇りにつながる自校教育の内容選定に向けて①  
—学生が自慢したいと思う大学像の調査研究—

元根朋美 (全学教育開発センター)

要旨

本研究は、大学に対する誇りを養うにはどのような内容を伝えればよいかを模索するために、学生自身がどのような内容に対し誇りに思うのかを明らかにし、その結果と自校の内容を重ね合わせることで、学生にとって誇りにつながり易い自校教育の項目の選定をするための基礎調査として、クラブに所属している学生とそうでない学生の違いも踏まえながら、学生自身がどのような内容に対し誇りに思うのかを明らかにすることを目的に調査研究を行った。単純集計結果では就職に関する項目が上位を占め、A大学独自の傾向があることが示唆された。さらに、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生との間に何らかの関係があることが示唆された。

キーワード： 自校教育、誇り、クラブ所属学生

1. はじめに

自校教育の目的の一つは、大学に対する誇りを養うことである。そのために、大学の理念や歴史、伝統や校風などを教員が紹介したり、上級生が企画・運営したり、冊子や検定クイズを通して楽しみながら学ぶなど、各大学が創意工夫を凝らして取り組んでいる<sup>1)</sup>。しかしながら、その教育内容は多様であり、現場で自校教育を担当する教員と話をするに「何を扱えばよいのかわからない」「担当者が不足している」など、不安な声も聞く。また、筆者が2016年に行った自校教育が自校への愛着や誇り、居場所づくりに効果があるかの調査結果においても一定の効果はみられたが、学生に紹介できた自校に関する内容は、授業内の限られた時間内で実施する時間的制約もあり、単純な内容も含めた14項目のみであったことから内容の精査が課題として残った。そこで、大学に対する誇りを養うにはどのような内容を伝えればよいかを模索するために、学生自身がどのような内容に対し誇りに思うのかを明らかにし、その結果と自校の内容を重ね合わせることで、学生にとって誇りにつながり易い自校教育の項目の選定ができると考えた。また、大学によっては行動指針においてもクラブ活動など課外活動が学生の帰属意識や愛着の向上に役立つと位置付けている

ことから、既に帰属意識が強い傾向があると示唆されるクラブ所属学生とそうでない学生の違いも踏まえながら、本研究は、基礎調査として、前半部分である学生自身がどのような内容に対し誇りに思うのかを明らかにすることを目的とする<sup>2</sup>。

## 2. 方法

### 1) 調査対象者

私立 A 大学に所属する 100 名、教職科目である「総合的学習の時間」を履修する学生 9 名（全員 2 年生）が 1 人あたり 11~12 枚の調査用紙を学内の友人知人に配布・回収を行った。（有効回答率 100%）属性の割合は次の通りである。（%は有効パーセント）

学年	1 年 6 名 (6.1%)、2 年 81 名 (81.8%)、3 年 12 名 (12.1%)、4 年該当無し、未記入 1 名
性別	男子 52 名 (52.5%)、女子 47 名 (47.5%)、未記入 1 名
クラブ加入	している 53 名 (53.5%)、していない 46 名 (46.5%)、未記入 1 名

全体的に 2 年生が占める割合が多いが、性別および本研究が比較対象とするクラブ所属の有無については、ほぼ同じ割合となっている。

### 2) 調査内容

学生自身が大学のどのような項目に対し誇りに思うのかを明らかにするために、高校生がどのような価値観に基づき志望校を選択するかを調査した鈴木（2012）の「大学選択モデル（新モデル）」や高校生の大学進学志望動機について因子分析を行った淵上（1984）の 5 因子などに加え、ベネッセやリクルートらが実施した大学選択理由の調査結果を参考に、教職科目である「総合的学習の時間」を履修する学生 9 名と共に 140 項目を作成した<sup>3</sup>。（付表 1）

鈴木（2012）の「大学選択モデル（新モデル）」は、大学選択を 3 つ（ベネフィット、リスク、コスト）に分類し、さらにベネフィットを 5 つ（興味関心、教育内容、大学の環境、知名度、希望職種）に、さらに教育内容を 3 つ（教養、専門、免許資格）、大学の環境を 3 つ（所在地、イメージ、設備）に細分化している。同様に、リスクは 3 つ（合格可能性、入試方法、入試科目）に分類し、合格可能性は 3 つ（高、中、低）、入試方法は 2 つ（一般入試、推薦入試）、入試科目は 2 つ（センター試験、個別試験（これはさらに 1 科目から総合試験まで 4 つ））に細分化している。コストについても 2 つ（入試関連費、生活費）に分類している。ベネッセやリクルートらが実施した大学選択理由の調査結果は、調査年度順に表 1 にまとめた。その内容を大学選択理由順位の平均で並べると①学びたい学問分野や学部がある、②偏差値（難易度）、③資格取得、④立地、⑤就職率、⑥学費と続いている。また、これらの調査には、調査対象が高校生の調査と、大学生が過去を振り返り回答した調査が混在している。

表 1 高校生の大学選択理由

	ディスコ <sup>4</sup>	高校生新聞 <sup>5</sup>	リクルート <sup>6</sup>	ベネッセ① <sup>7</sup>	進研アド <sup>8</sup>	ベネッセ② <sup>9</sup>
1位	学べる内容・目指せる資格 (68.8%)	学びたい学問がある (83%)	学びたい学部・学科・コースがあること (65.8%)	自分の成績 (83.0%)	安定した職業に就くには学歴が必要 (83.2%)	自分が専攻したい学問分野があること (75.5%)
2位	偏差値 (難易度) (61.6%)	雰囲気が良い (62%)	自分の興味や可能性が広げられること (35.5%)	将来就きたい仕事 (76.3%)	社会に出たとき、学歴が必要 (81.9%)	入試の難易度が自分に合っていること (48.7%)
3位	学校の知名度 (34.4%)	施設や設備が充実 (55%)	資格取得に有意であること (31.8%)	資格や免許が取れること (64.4%)	専門的な知識や技術を身に付ける (76.9%)	キャンパスの雰囲気がよいこと (39.6%)
4位	学校の立地 (32.6%)	就職に有利だ (48%)	学生生活が楽しめること (27.6%)	カリキュラムや授業の内容 (62.7%)	資格や免許を取得する (67.9%)	入試科目・選抜方法が自分に合っていること (39.2%)
5位	試験科目 (30.4%)	教育内容が良い (45%)	学習設備や環境が整っていること (27.4%)	卒業後の進学・就職の実績 (59.3%)	すぐに社会に出るのが不安だから、とりあえず進学 (64.4%)	自宅〔親元〕から通えること (32.6%)
6位	学校の雰囲気 (27.7%)	取りたい資格がある(44%)	キャンパスがきれいであること (27.1%)	通学のしやすさ ※同率5位 (59.3%)	周囲の人がみちな進学する (63.7%)	資格・免許が取れること (26.9%)
7位	入試方法 (25.0%)	偏差値・模試の結果(42%)	専門分野を深く学べること (24.7%)	経済的な負担の少なさ (54.2%)	専攻学問を研究したい (61.2%)	就職実績がよいこと(26.4%)
8位	就職率・就職先 (24.6%)	自宅から通学できる (36%)	教育方針・カリキュラムが魅力的であること(23.2%)	大学・学校の偏差値が高いこと(42.4%)	先生や家族が勧める (58.2%)	授業料が過度の負担にならないこと (26.1%)
9位	学費・生活費 (22.3%)	知名度がある (32%)	クラブ・サークル活動が盛んであること (19.5%)	建学の理念や校風(33.9%)	なんとなく (48.7%)	就職に役立つ知識やスキルが身につくこと(23.0%)
10位	先生の意見 (8.5%)	学費・奨学金制度 (27%)	社会で役立つ力が身につくこと (19.2%)	部活動やサークル活動の経験 (25.5%)	自由な時間を得る (47.8%)	学習・研究のための設備が充実していること(19.4%)

本調査では 11 分野 140 項目の質問項目の内訳は次の通りである。まず (1) キャンパスに関する「キャンパスが駅から近い」などの立地や「キャンパスがきれい」「キャンパス内に自由に使えるジムがある」など建物や施設内容など 19 項目、(2) 図書館に関する「図書館が長時間開館している」など 3 項目、(3) 学内環境に関する「Wi-Fi が通っている」など 10 項目、(4) 行事に関する「学祭が二回ある」など 5 項目、(5) 学食・売店に関する「食堂が広い」「購買が充実している」などの 11 項目、(6) 学問・教育に関する「専門的なことが学べる」「地域発信の中心地」など 16 項目、(7) 就職に関する「資格サポートが充実している」「就職率が高い」など 8 項目、(8) 卒業生に関する「オリンピック選手」「高度な専門的分野で活躍している卒業生」など 23 項目、(9) 教職員に関する「教職員との距離が近い」「テレビなどで解説を頼まれている先生」「どんな学生に対しても、親身

になって接してくれる先生」など 26 項目、(10) クラブ・サークルに関する「部活やサークルの種類が多い」など 4 項目、(11) 歴史・文化に関する「創立に歴史的人物がかかわっている」「国宝や重要文化財が学内にある」など 15 項目である。いずれも 4 件法を用いた (1 : 言いたくない～4 : とても自慢したい)。なお、本調査で用いた質問紙では調査のタイトルや各分野の見出しに「誇りに思う」という言葉を使用することに対し、学生から『誇りに思う』とたずねると堅苦しく捉えそう」と意見があがり、また、ブランド総合研究所が実施している「地域ブランド調査」にはプレスリリースにおいて「自慢 (誇り)」と、質問項目にも「誇り (自慢)」と表記されているのを参考に、学生にもなじみやすく「自慢したい?」と表現した<sup>10</sup>。

### 3. 分析結果

#### 1) 単純集計結果

140 項目に対し、「とても自慢したい」と回答している割合の高い順に質問項目を並べ替え、5 割以上の学生が「とても自慢したい」と思っている 39 項目を表 2 にまとめた。その結果、学生がとても自慢できると感じている項目の第 1 位は「就職に有利」(78.1%) であった。この結果は、鈴木 (2012) の「大学選択モデル (新モデル)」ではベネフィットの希望職種に、淵上 (1984) の高校生の大学志望動機の因子では第 5 因子「大学の経済価値機能 (一流企業に就職したい, 裕福な生活を送りたい)」に該当するが、ベネッセらの調査結果を比較すると、全体的に大学選択理由として高かった「学びたい学問分野や学部」とは大きく異なっている。ベネッセ①の調査は本調査対象の大学と同じ「4 年制大学偏差値 55 未満」に所属する学生に絞った結果であったが、この調査でも就職の実績は第 6 位 (59.3%) であり 18.8 ポイントも差がある。

さらに、表 2 を「7 割以上の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」と、「6 割以上 7 割以下の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」「5 割以上 6 割以下の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」に分けて分析すると、「7 割以上の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」は 6 項目中 1 位および 3 位「就職率 100%」(76.0%)、6 位「就職率が高い」(70.0%) の 3 項目が就職の良さを評価する内容であり、この結果もベネッセらが調査した結果の第 1 位 (学びたい学問分野や学部) の結果と異なっている。第 2 位の「キャンパスが駅から近い (駅直結)」(77.8%) は、鈴木 (2012) の「大学選択モデル (新モデル)」ではベネフィットの大学の環境 (所在地) に、淵上 (1984) の高校生の大学志望動機の第 2 因子「志望大学の経済的・地理的要因」に該当し、ベネッセらの調査でも 3 割強の生徒が大学選択理由として選んでいる立地に該当した。6 項目中 2 項目を占めた「オリンピック選手」(75.0%) および「プロスポーツ選手」(73.0%) はベネッセらの調査結果には該当するものがなかった。しかしながら、学生の帰属意識や愛着の向上に役立つと考えられるクラブ活動など課外活動の将来的進路が A 大学の学生にとって「とても自慢したい」と思っている項目の 4 位および 5 位であることは、自校教育で扱う内容と

して効果があると考えられる。

表 2 5割以上の学生が「とても自慢したい」と思っている項目

順位	問	こんな大学だったら自慢できる？	とても自慢したい	少し自慢したい	あまり自慢したくない	言いたくない	N
7割以上の学生が「とても自慢したい」と思っている項目							
1位	66	就職に有利	78.0 (%)	15.0 (%)	5.0 (%)	2.0 (%)	(100)
2位	2	キャンパスが駅から近い(駅直結)	77.8	19.2	3.0	0.0	(99)
3位	72	就職率100%	76.0	16.0	5.0	3.0	(100)
4位	73	オリンピック選手	75.0	16.0	6.0	3.0	(100)
5位	74	プロスポーツ選手	73.0	16.0	9.0	2.0	(100)
6位	69	就職率が高い	70.0	20.0	9.0	1.0	(100)
6割以上7割以下の学生が「とても自慢したい」と思っている項目							
7位	65	資格サポートが充実している	68.0	27.0	5.0	0.0	(100)
8位	71	CADの試験の合格率が100%	65.0	26.0	7.0	2.0	(100)
9位	121	学生が興味を持てるような授業をする先生	63.0	27.0	8.0	2.0	(100)
10位	46	学内においしいレストランがある	61.0	19.0	13.0	7.0	(100)
11位	26	Wi-Fiが通っている	60.0	29.0	8.0	3.0	(100)
5割以上6割以下の学生が「とても自慢したい」と思っている項目							
12位	76	俳優・女優	59.0	30.0	8.0	3.0	(100)
13位	139	頑張っている生徒に返金無用の奨学金をくれる	58.6	29.3	12.1	0.0	(99)
14位	77	歌手・ミュージシャン	58.0	30.0	9.0	3.0	(100)
15位	47	学内にカフェがある	57.0	26.0	13.0	4.0	(100)
16位	67	企業にコネやツテがある	57.0	31.0	8.0	4.0	(100)
17位	88	有名な建造物の設計者	57.0	33.0	9.0	1.0	(100)
18位	87	ノーベル賞受賞者	56.6	34.3	7.1	2.0	(99)
19位	41	学食の料金が安い	56.0	29.0	10.0	5.0	(100)
20位	70	管理栄養士の資格取得率が100%	56.0	33.0	8.0	3.0	(100)
21位	38	食堂が広い	55.0	29.0	10.0	6.0	(100)
22位	40	味噌汁が無料	55.0	32.0	11.0	2.0	(100)
23位	68	関連企業がある	55.0	33.0	9.0	3.0	(100)
24位	44	スイーツを販売している(コラボ商品や、地方限定品も)	54.0	28.0	11.0	7.0	(100)
25位	86	宇宙飛行士	54.0	36.0	9.0	1.0	(100)
26位	81	ベストセラー作家	53.0	36.0	10.0	1.0	(100)
27位	98	教職員に相談しやすい	53.0	32.0	11.0	4.0	(100)
28位	39	学食が年間パスで利用できる	52.0	24.0	14.0	10.0	(100)
29位	80	芸能人	52.0	32.0	10.0	6.0	(100)
30位	119	どんな学生に対しても、親身になって接してくれる先生	52.0	35.0	10.0	3.0	(100)
31位	123	部活が強くて有名	52.0	33.0	11.0	4.0	(100)
32位	17	キャンパス内に本屋がある	51.0	36.0	10.0	3.0	(100)
33位	96	教職員が親切	51.0	38.0	8.0	3.0	(100)
34位	100	学生へのサポートが手厚い	51.0	35.0	10.0	4.0	(100)
35位	117	学生に難しい事をさせようとする時に、分かりやすい説明をしてくれる先生	51.0	38.0	9.0	2.0	(100)
36位	49	専門的なことが学べる	50.5	37.4	12.1	0.0	(99)
37位	89	人間国宝	50.5	36.4	10.1	3.0	(99)
38位	18	全員に個人ロッカーがある	50.0	28.0	21.0	1.0	(100)
39位	43	購買が充実している	50.0	30.0	14.0	6.0	(100)

次に「6割以上7割以下の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」は5項目中2項目が資格に関する内容である、7位「資格サポートが充実している」(68.0%)、8位「CADの試験の合格率が100%」(65.0%)。続いて「学生が興味を持てるような授業をする先生」(63.0%)、「学内においしいレストランがある」(61.0%)、「Wi-Fiが通っている」(60.0%)であった。これらの項目は、鈴木(2012)の「大学選択モデル(新モデル)」のベネフィットの教育内容(免許資格)や大学の環境(設備)、ベネッセらの調査でも進研アドの調査では67.9%の学生が大学選択理由として選んでいる資格取得に該当した。一方、「学生が興味を持てるような授業をする先生」にある「先生」に言及した項目はベネッセらが調査した結果に該当するものがないが、昨今諸大学で実施している学生による授業評価で望まれる内容であることから、検討の余地があると考えられる。

最後に「5割以上6割以下の学生が『とても自慢したい』と思っている項目」は28項目

あった。これらの項目の中には、ベネッセらの調査で大学選択理由の4調査で第1位の学問内容が36位(50.5%)にランクインしている。また、傾向として「学内にカフェがある」(57.0%)や「学食の料金が安い」(56.0)にみられる大学の環境(設備)と「教職員に相談しやすい」(53.0%)や「どんな学生に対しても、親身になって接してくれる先生」(52.0%)「学生へのサポートが手厚い」(51.0)にみられる学生サポートに対する項目の割合が高かった。

以上の結果から、本調査対象の私立A大学の学生が感じる「とても自慢したい」項目は、就職に関する内容が上位を占めていることも含め、私立A大学独自の傾向があると示唆される。

## 2) クロス集計結果

次に、140の質問項目を属性であるクラブ加入の有無とのクロス集計を行った。その結果、差が有意であった質問項目を表3にまとめた。

表3 クラブ加入との関係で差が有意であった質問項目

質問項目	有意確率
36 学祭でサークルで作った物を一般人に販売している	0.002
52 いろいろな分野で1位をとっている	0.002
55 大企業と共同プロジェクトをしている	0.002
16 キャンパス内に温泉がある	0.002
29 エスカレーターがある	0.003
99 教職員との距離が近い	0.003
41 学食の料金が安い	0.003
43 購買が充実している	0.004
134 最新技術を駆使した建物がある	0.005
11 キャンパスがきれい	0.005
40 味噌汁が無料	0.005
35 学祭で小さい子供と一緒に楽しめる催しがある	0.007
128 創立に歴史的人物がかかわっている	0.008

これらの項目のうち、クラブ加入者とクラブ未加入者との間に明確な差がみられた「16 キャンパス内に温泉がある」「29 エスカレーターがある」「41 学食の料金が安い」「43 購買が充実している」「11 キャンパスがきれい」「99 教職員との距離が近い」の質問項目とクラブ加入の有無とのクロス集計の結果を次の表4~9にまとめた。「16 キャンパス内に温泉がある」「29 エスカレーターがある」「41 学食の料金が安い」「43 購買が充実している」「11 キャンパスがきれい」の5項目に共通することは、クラブ加入学生はそれぞれの質問項目に対して「とても自慢したい」と回答する割合が高いのに対し、クラブ未加入学生の回答は分散している傾向にあることである。

表4「16 キャンパス内に温泉がある」に関しては、汗を流し身体をすっきりさせることができる施設に対し、クラブ加入学生は日常生活として参加しているクラブ活動終了後に温泉利用の有用性を見出す可能性が高いと推察できる。一方、クラブ未加入学生にとって

大学構内で汗をかくほど行動的に活動することは非日常であり温泉利用の有用性を見出す可能性は低く、「とても自慢したい」と回答した中には、一般的な温泉施設としての魅力を感じたのではないかと推察する。

**表4 クラブ加入ごとの 16 キャンパス内に温泉がある との関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	0.0%	9.4%	37.7%	52.8%	100.0%	(53)
	していない	15.2%	23.9%	19.6%	41.3%	100.0%	(46)
	合計	7.1%	16.2%	29.3%	47.5%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 14.724 自由度 3 有意確率 0.002					

表5「29 エスカレーターがある」に関しては、クラブ加入学生の方が体力もありエスカレーターに対して魅力が低いと仮定したが、逆にクラブ加入学生の方が「とても自慢したい」と感じていた。クラブ活動に参加することで、ウェアなどの活動に必要な荷物が授業受講に必要な荷物に加わり、さらに活動場所やクラブハウスなどへの学内移動距離が長くなることが影響していると推察される。

**表5 クラブ加入ごとの 29 エスカレーターがある の関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	0.0%	13.2%	39.6%	47.2%	100.0%	(53)
	していない	17.4%	23.9%	30.4%	28.3%	100.0%	(46)
	合計	8.1%	18.2%	35.4%	38.4%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 13.652 自由度 3 有意確率 0.003					

表6「41 学食の料金が安い」および表7「43 購買が充実している」に関しては、クラブ加入学生の方が学内滞在時間も長く、食事を摂る機会も増えると仮定した通り「とても自慢したい」と回答する割合が高かった。一方で、クラブ未加入学生のうち、授業時間にあわせて登校し、授業後すぐに下校する学生にとっては、いずれの項目も自分自身の生活に深く関わらないことから強く自慢したいと思わないのではないかと推察される。

**表6 クラブ加入ごとの 41 学食の料金が安い の関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	0.0%	3.8%	26.4%	69.8%	100.0%	(53)
	していない	10.9%	17.4%	30.4%	41.3%	100.0%	(46)
	合計	5.1%	10.1%	28.3%	56.6%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 13.961 自由度 3 有意確率 0.003					

**表7 クラブ加入ごとの 43 購買が充実している の関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	3.8%	5.7%	24.5%	66.0%	100.0%	(53)
	していない	8.7%	23.9%	34.8%	32.6%	100.0%	(46)
	合計	6.1%	14.1%	29.3%	50.5%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 13.119 自由度 3 有意確率 0.004					

表8「11 キャンパスがきれい」に関しては、クラブ加入有無に関わらず「とても自慢したい」と回答する割合が高く差はないと仮定したが、クラブ加入学生の方が強く「とても自慢したい」と回答する割合が高かった。クラブ加入学生は、他校との試合などで他大学に赴くことや他大学の学生を自身が所属する大学に迎える機会もあるからではないかと推

察される。

**表8 クラブ加入ごとの 11 キャンパスがきれい の関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	1.9%	7.5%	41.5%	49.1%	100.0%	(53)
	していない	4.3%	34.8%	32.6%	28.3%	100.0%	(46)
	合計	3.0%	20.2%	37.4%	39.4%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 12.760 自由度 3 有意確率 0.005					

これら5項目に対し、「99 教職員との距離が近い」の項目はクラブ未加入学生の方が「とても自慢したい」と回答する割合が高く、逆転現象がみられた。(表 9) クラブ加入学生も肯定的に回答している割合は高く、「とても自慢したい」と「少し自慢したい」をあわせると 88.6%であったが、やや「少し自慢したい」方が多く存在し、「言いたくない」は0人であった。一方、クラブ未加入学生の過半数を超える 52.2%は「とても自慢したい」と思っているが、残りの学生は「言いたくない」も含め分散している。

**表9 クラブ加入ごとの 99 教職員との距離が近いとの関係**

		言いたくない	あまり 自慢したくない	少し 自慢したい	とても 自慢したい	計	N
クラブ加入	している	0.0%	11.3%	50.9%	37.7%	100.0%	(53)
	していない	13.0%	13.0%	21.7%	52.2%	100.0%	(46)
	合計	6.1%	12.1%	37.4%	44.4%	100.0%	(99)
		カイニ乗値 13.748 自由度 3 有意確率 0.003					

以上の結果から、クラブ加入学生は、キャンパス内に温泉がある、エスカレーターがある、学食の料金が安い、購買が充実している、キャンパスがきれいである項目に対し自慢だと感じ、クラブ未加入学生は教職員との距離が近い項目に対し自慢だと感じていることが推察される。一方で、クラブ加入学生の傾向は推測され易いが、クラブ未加入学生の傾向は別の項目も含めて考察する課題が残ることがわかった。

## 2) 三重クロス集計結果

140 項目と属性であるクラブ加入有無と性別のクロス集計をした結果、いずれの属性との関係においても差が有意であった項目について、三重クロス集計を行った。

対象となるのは「36 学園祭でサークルで作った物を一般人に販売すること」「27 トイレがすべて洋式」「140 高級住宅街にたっている」の3項目である。

クラブ加入学生とクラブ未加入学生で、学園祭でサークルで作った物を一般人に販売することに対する自慢感と性別の関係がどのように異なるのかを分析したのが表 10 である。クラブ加入学生もクラブ未加入学生であっても、「36 学園祭でサークルで作った物を一般人に販売している」と性別に関連を持っているが、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は「とても自慢したい」傾向が強く、クラブ加入女子学生とクラブ未加入男子学生は「あまり自慢したくない」「言いたくない」傾向が強いと推察された。

表10. クラブ加入ごとの 36学園祭でサークルで作った物を一般人に販売することと性別の関係

			男	女	計
クラブ加入 している	学園祭でサークルで作った物を一般人に販売	言いたくない	0 (00.0%)	2 (100.0%)	2 (100.0%)
		あまり自慢したくない	3 (37.5%)	5 (62.5%)	8 (100.0%)
		少し自慢したい	16 (76.2%)	5 (23.8%)	21 (100.0%)
		とても自慢したい	17 (77.3%)	5 (22.7%)	22 (100.0%)
	合計		36 (67.9%)	17 (32.1%)	52 (100.0%)
カイ二乗値 9.175 自由度 3 有意確率 0.027					
クラブ加入 していない	学園祭でサークルで作った物を一般人に販売	言いたくない	5 (83.3%)	1 (16.7%)	6 (100.0%)
		あまり自慢したくない	3 (25.0%)	9 (75.0%)	12 (100.0%)
		少し自慢したい	6 (25.0%)	18 (75.0%)	24 (100.0%)
		とても自慢したい	2 (50.0%)	2 (50.0%)	4 (100.0%)
	合計		16 (34.8%)	30 (65.2%)	46 (100.0%)
カイ二乗値 8.162 自由度 3 有意確率 0.043					
クラブ加入 計			52 (52.5%)	47 (47.5%)	99 (100.0%)

表 11 はクラブ加入学生とクラブ未加入学生で、トイレがすべて洋式であることに自慢感と性別の関係がどのように異なるのかを分析した結果である。クラブ加入学生もクラブ未加入学生であっても、「27 トイレがすべて洋式」と性別に関連を持っているが、全体的にトイレに関する話題であることから言いたくないと仮定したが、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は自慢したい傾向が強く、クラブ未加入男子学生とクラブ加入女子学生は分散する傾向が推察された。

表 11 クラブ加入ごとの 27 トイレがすべて洋式 と性別の関係

			男	女	計
クラブ加入 している	トイレ全洋式	言いたくない	0 (00.0%)	1 (100.0%)	1 (100.0%)
		あまり自慢したくない	3 (33.3%)	6 (66.7%)	9 (100.0%)
		少し自慢したい	11 (68.8%)	5 (31.3%)	16 (100.0%)
		とても自慢したい	22 (81.5%)	5 (18.5%)	27 (100.0%)
	合計		36 (67.9%)	17 (32.1%)	53 (100.0%)
カイ二乗値 9.343 自由度 3 有意確率 0.025					
クラブ加入 していない	トイレ全洋式	言いたくない	3 (37.5%)	5 (62.5%)	8 (100.0%)
		あまり自慢したくない	2 (22.2%)	7 (77.8%)	9 (100.0%)
		少し自慢したい	2 (14.3%)	12 (85.7%)	14 (100.0%)
		とても自慢したい	9 (60.0%)	6 (40.0%)	15 (100.0%)
	合計		16 (34.8%)	30 (65.2%)	46 (100.0%)
カイ二乗値 7.450 自由度 3 有意確率 0.059					
クラブ加入 計			52 (52.5%)	47 (47.5%)	99 (100.0%)

表 12 はクラブ加入学生とクラブ未加入学生で、大学が高級住宅街にたっていることに自慢感と性別の関係がどのように異なるのかを分析した結果である。クラブ加入学生もクラブ未加入学生であっても、「140 高級住宅街にたっている」と性別に関連を持っているが、大学選択理由に大学の所在地や立地が考慮されていることから、周囲の環境も関係すると仮定した。その結果、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は自慢したい傾向が強

く、クラブ未加入男子学生とクラブ加入女子学生は分散する傾向が推察された。

表 12 クラブ加入ごとの 140 高級住宅街に建っている と性別の関係

		男	女	計	
クラブ加入 している	高級住宅街 にある	言いたくない	2 (33.3%)	4 (66.7%)	6 (100.0%)
		あまり自慢したくない	13 (76.5%)	4 (23.5%)	17 (100.0%)
		少し自慢したい	8 (47.1%)	9 (52.9%)	17 (100.0%)
		とても自慢したい	13 (100.0%)	0 (0.0%)	13 (100.0%)
	合計		36 (67.9%)	17 (32.1%)	53 (100.0%)
カイニ乗値 13.401 自由度 3 有意確率 0.004					
クラブ加入 していない	高級住宅街 にある	言いたくない	4 (44.4%)	5 (55.6%)	9 (100.0%)
		あまり自慢したくない	0 (0.0%)	7 (100.0%)	7 (100.0%)
		少し自慢したい	4 (21.1%)	15 (78.9%)	19 (100.0%)
		とても自慢したい	8 (72.7%)	3 (27.3%)	11 (100.0%)
	合計		16 (34.8%)	30 (65.2%)	46 (100.0%)
カイニ乗値 12.664 自由度 3 有意確率 0.005					
クラブ加入 計		52 (52.5%)	47 (47.5%)	99 (100.0%)	

これらの結果から、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は学園祭でサークルで作った物を一般人に販売することや、トイレがすべて洋式、大学が高級住宅街に建っていることに對し自慢だと感じていることがいえる。

また、クラブ加入学生のみ、もしくはクラブ未加入学生のいずれか片方だけに差が有為 ( $p < 0.05$ ) であった項目の「41 学食の料金が安い」や「26Wi-Fi が通っている」に関しても、クラブ加入のどちらかが質問項目と性別に関連を持っているが、関連を持っていないとしても、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は自慢したい傾向が強く、クラブ未加入男子学生とクラブ加入女子学生は分散する傾向が推察された。よって、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生との間に何らかの関係があると推察される。

#### 4. まとめと考察

本研究は、大学に対する誇りを養うにはどのような内容を伝えればよいかを模索するために、学生自身がどのような内容に對し誇りに思うのかを明らかにし、その結果と自校の内容を重ね合わせることで、学生にとって誇りにつながり易い自校教育の項目の選定をするための基礎調査として、クラブ所属学生とそうでない学生の違いも踏まえながら、学生自身がどのような内容に對し誇りに思うのかを明らかにすることを目的に調査研究を行った。私立 A 大学に所属する 100 名の学生を対象に質問紙調査を行った結果、単純集計結果では就職に関する項目が上位を占め、他の傾向もベネッセらが調査した結果と異なることから、私立 A 大学は、A 大学独自の傾向があることが示唆された。クロス集計の結果からは、クラブ加入学生は、キャンパス内に温泉がある、エスカレーターがある、学食の料金が安い、購買が充実している、キャンパスがきれいである項目に對し自慢だと感じていることがいえ、クラブ未加入学生は教職員との距離が近い項目に對し、自慢だと感じている

ことがいえる。三重クロス集計の結果からは、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生は学園祭でサークルで作った物を一般人に販売することや、トイレがすべて様式、大学が高級住宅街にたっていることに対し自慢だと感じているといえる。また、クラブ加入男子学生とクラブ未加入女子学生との間に何らかの関係があることが示唆された。

本研究の結果は、次の課題である本研究で選定した質問項目と自校の内容を重ね合わせ、再び学生が自慢だと感じる項目の分析につなげていくが、学生のクラブ加入有無と性別の関係についても引き続き課題としたい。

## 注

<sup>1</sup> 自校教育を1科目として開講する大学、授業の一部時間を用いて行う大学、一部学部でのみ開講する大学など、教育課程においても扱いが異なる。また、その方法も、リレー形式で教員が様々な視点から講義する大学もあれば、麗澤大学のように上級生が新生を対象に大学の建学の理念や歴史、創立者について、在学生の視点から講義を行う「自校学習プログラム」を実施する大学もある。稀有な例では、香川大学は2008年度からクイズ形式で自校史を学ぶことができる『香川大学検定』の開発を行い、2011年には『香川大学検定で学ぶ香川大学の歴史』を用いた授業を行っている。

<sup>2</sup> 龍谷大学は、「課外活動基本方針について」において課外活動の活性化の意義として「課外活動は、学生の帰属意識を高める」と位置付けている。

[http://www.ryukoku.ac.jp/campus\\_career/extra\\_activity/policy.html](http://www.ryukoku.ac.jp/campus_career/extra_activity/policy.html)

また、関西大学が行った大学に対する帰属意識の調査ではQ40「課外活動が大学の活性化や大学に対する帰属意識の向上に役立っていると思うか。どのような時にそう思うか」の問いに対し、「クラブやサークルで親しい仲間と楽しい時間を過ごしたとき」の項目に48.3%の学生がそう思うと回答している。

<sup>3</sup> 淵上(1984)は第1因子：大学の本来の機能(専門的知識を深めたい, 自分自身のため)、第2因子：家族への配慮と規範機能(両親の面倒を見たい, 両親が勧めるので)、第3因子：モラトリアム機能(周りの人が進学するので、まだ社会に出たくない)、第4因子：大学の副次的機能(大学でサークルに入りたい, 大学で多くの人と知り合いたい)、第5因子：大学の経済価値機能(一流企業に就職したい, 裕福な生活を送りたい)の5因子に分類した。またこの結果は、佐藤(2011)や鈴木(1996)(2012)の評価項目としても取り入れられている。

<sup>4</sup> 株式会社ディスコが、高校生3年生ならびに高校生の子供がいる保護者を対象に、大学進路選択に関するアンケートを実施した結果(インターネット調査)。(調査時期：2017年11月20日～30日、回答数：大学進学希望の高校3年生224名、高校生の保護者138名)なお、ディスコの調査項目は14項目あるが、本論文では上位10項目のみを抜粋して提示する。

<http://www.disc.co.jp/pressrelease/detail/daigakujuken0111-5606.htm>

<sup>5</sup> 高校生新聞ONLINE「高校生白書2017」高校生新聞社が全国の高校の協力を得て実施したアンケート調査の結果(調査・分析 八木澤亘)。(調査時期：2017年9～11月、有効回答数：9,172名、調査対象者：全国93校のホームルームの時間等に、生徒13,350人を対象にアンケート調査を実施。学校や学年の回答数の偏りが出ないように9,172人(1年生3,419人、2年生3,098人、3年生2,655人。女子4,807人、男子4,356人、性別無回答9人)を抽出し集計。調査協力校の一部は<http://www.koukouseishinbun.jp/articles/-/3155>に提示されている。尚、注釈として「一部の質問や回答の文面の一部は省略して掲載。四捨五入のため、単一回答の結果が合計100%にならない場合がある。」とある。

<http://www.koukouseishinbun.jp/articles/-/3146>

6 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「高校生の進路選択に関する調査 進学センサス 2016」(2016) 108 頁。リクルートが高校生の進路選択の現状を明らかにするために調査を実施した結果。(調査時期：2016 年 3 月～4 月、有効回答数 4,424 名、調査対象者：平成 27 年度学校基本調査の「全日制・本科 3 学年生徒数 (県別)」を基に、リクルートが保有するリストより対象者を抽出し算出した 2016 年 3 月高校卒業の男女 50,000 名に対し質問紙による郵送法にて配布、有効回答率 8.8%) なお、本論文が参考にした最終進路別の「大学」選択者は 3,051 名 (性別：男子 41.5%、女子 60.3%、無回答 0.4%、高校設置者別：国立 0.4%、公立 57.5%、私立 41.8%、無回答 0.4%) である。また、リクルートの調査項目は「教育内容・制度」「構成要員」「学生生活」分野あわせて 18 項目あるが、本論文では上位 10 項目のみを抜粋して提示する。

<http://souken.shingakunet.com/research/2016sennsasuhoukoku.pdf>

7 ベネッセ総合研究所「高校生活と進路に関する調査ダイジェスト版」(2015) 9 頁。ベネッセが、東京大学社会科学研究所との共同研究「子どもの生活と学び」において「どのようなプロセスを経て、進路選択をしているのか」等を調査した結果。(調査時期：2015 年 3 月～4 月、有効回答数：483 名、調査対象者：東京大学社会科学研究所・ベネッセ教育総合研究所 共同研究「子どもの生活と学び」研究プロジェクトの調査モニターである全国の高校 3 年生 735 名に配布、有効回収数は 483 通/回収率 65.7%)

なお、この調査では調査対象者の進路別 (偏差値別) に「進路決定の参考にしたこと」を分析している。本論文では「四年生大学 (偏差値 55 未満)」59 名の結果を参照した。

[https://berd.benesse.jp/up\\_images/research/koukouseikatsu.pdf](https://berd.benesse.jp/up_images/research/koukouseikatsu.pdf)

8 進研アド『Between』2014 年 2 - 3 月号、「なぜ、その大学に入学したのか」20-25 頁。進研アドが全国の大学 1・2 年生を対象に「大学受験振り返り調査」(2013) を行った調査結果 (インターネット調査)。(調査時期：2013 年 10 月、有効回答数：2,027 名 (性別：男子 34%、女子 66%、学年：1 年 48%、2 年 52%、入学大学の設置者：国立大学 34%、公立大学 11%、私立大学 55%))

9 ベネッセ教育総合研究所「高校データブック 2013」(2013)、本論文が参考にした「第 5 章 高校から大学へ、①進路選択-③ 大学を選ぶ際に重視すること」のデータはベネッセが実施した「高校生と保護者の学習・進路に関する意識調査」(2011) の調査結果 (インターネット調査) から分析されたものである。(調査時期：2011 年 9 月、回答数：高校 1～3 年生 4,647 名とその保護者 4,647 名) なお、ベネッセの調査項目は 24 項目あるが、本論文では上位 10 項目のみを抜粋して提示する。

<https://berd.benesse.jp/shotouchutou/research/detail1.php?id=3180>

10 株式会社ブランド総合研究所が 2006 年から毎年実施している「地域ブランド調査」。愛着や誇りを「愛着度(愛着があるかどうか)」「自慢度(誇りに思うかどうか)」、「自慢(誇りに思う要素)」と表現し調査を実施しているのを参考に、本調査では「誇り」を「自慢」と表記して調査を実施した。

## 参考文献

- 佐藤公文、五十嵐敦「高校生の大学進学動機の類型化とキャリア発達との関連について」福島大学総合教育研究センター紀要 (2011) 10, 25-32 頁。
- 鈴木規夫「AHP による大学・学部選択における意思決定モデルの構成」教育心理学研究 (1996) 44(3), 287-295 頁。
- 鈴木規夫「AHP による大学選択過程の評価」大学入試センター研究紀要 (2012) 41 号, 15-36 頁。
- 淵上克義「進学志望の意思決定過程に関する研究」教育心理学研究 (1984), 第 32 巻, 第 1 号 59-63 頁。

付表1：「こんな大学なら自慢したい？」質問項目

建物・施設	69	就職率が高い
1 快速急行が停まる	70	管理栄養士の資格取得率が100%
2 キャンパスが駅から近い(駅直結)	71	CADの試験の合格率が100%
3 駅からキャンパスまでのバス割引券がある	72	就職率100%
4 大学専用無料バス(東生駒駅⇄東生駒キャンパス等)がある	卒業生	
5 無料のタクシーでキャンパス間を移動できる	73	オリンピック選手
6 キャンパスが2つある	74	プロスポーツ選手
7 一回生のとき、学園前、東生駒キャンパス両方で学べる	75	萬田久子
8 キャンパスが緑であふれている	76	俳優・女優
9 キャンパス全体が歩道橋で繋がっている	77	歌手・ミュージシャン
10 キャンパスが おしゃれ	78	芸人
11 キャンパスが きれい	79	アイドル
12 学科棟の名前が歴史的な名前(「朱雀館」のような名称)	80	芸能人
13 芝のコートがある	81	ベストセラー作家
14 キャンパス内に 学生寮がある	82	有識者・文化人枠でテレビ・メディアで活躍している
15 キャンパス内に 自由に使えるジムがある	83	社長
16 キャンパス内に 温泉がある	84	政治家(国会議員、県・市区町村議員)
17 キャンパス内に 本屋がある	85	警察幹部
18 全員に個人ロッカーがある	86	宇宙飛行士
19 各階に給湯室またはレンジがある	87	ノーベル賞受賞者
図書館	88	有名な建造物の設計者
20 図書館が長時間開館している	89	人間国宝
21 図書館がすごく広い	90	新聞に載った
22 図書室の環境が集中できる	91	教科書に載った
学内環境	92	世界中の困っている人達を助けている卒業生
23 学内の情報や学生自身の情報はすべてインターネットを通じて確認できる	93	高度な専門的分野で活躍している卒業生
24 学内パソコンのソフト・アプリが充実している	94	会社を興して大成功、大活躍している卒業生
25 授業を家のインターネットでも受けられる	95	大学や学生に投資、支援してくれる卒業生
26 WiFiが通ってる	教職員	
27 トイレがすべて洋式	96	教職員が 親切
28 エレベーターが多い	97	教職員が 専門分野に長けている
29 エスカレーターがある	98	教職員に 相談しやすい
30 タダコピが使える	99	教職員との 距離が近い
31 大学指定のスポーツがある	100	学生への サポートが手厚い
32 帝塚山の幼小中高が隣接しているのでこどもと触れ合える機会がある	101	カウンセラーがいる
行事	102	いろんな国籍の教職員がいる
33 学祭が二回ある	103	森磯吉先生
34 学祭で花火があがる	104	有名芸能人講師がいる
35 学祭で小さい子供と一緒に楽しめる催しがある	105	商品開発や建築物の設計などを行っている先生
36 学祭でサークルで作った物を一般人に販売している	106	テレビなどで解説を頼まれている先生
37 クリスマスシーズンにイルミネーションが点灯する	107	教科書を書いている先生
学食・売店	108	紫綬褒章など国から褒章・勲章を受けている先生
38 食堂が広い	109	世界的に有名な先生
39 学食が年間パスで利用できる	110	学園長が殿様
40 味噌汁が無料	111	卒業生が先生になっている
41 学食の料金が安い	112	英語の授業は外国人の先生
42 学食のメニューを学生がアンケート形式で決めることができる	113	学外授業をする先生

43	購買が充実している	114	授業に関する事だけでなく、雑学も教えてくれる先生
44	スイーツを販売している（コラボ商品や、地方限定品も）	115	学祭などの時に、学生と一緒に舞台上がって楽しむ先生
45	学内にファーストフード店がある	116	授業が終わっても直ぐに教室から出ずに、大勢の人がいたら質問が出来ない学生がいた時のために最後に出る先生
46	学内においしいレストランがある	117	学生に難しい事をさせようとする時に、分かりやすい説明をしてくれる先生
47	学内にカフェがある	118	どんなに時間が遅くなっても、学生が納得するまで質問に対する答えを説明してくれる先生
48	学内でアルバイトができる	119	どんな学生に対しても、親身になって接してくれる先生
学問・教育		120	学生が間違った答えを導きだしている時に、具体的な説明をしてくれる先生
49	専門的なことが学べる	121	学生が興味を持てるような授業をする先生
50	学部の種類が多い	クラブ・サークル	
51	大学で商品を作っている	122	部活やサークルの種類が多い
52	いろいろな分野で1位をとっている	123	部活が強く有名
53	TIESで他大学の授業を見ることができる	124	部活やサークルで賞を取ったことがある
54	日本で1番古い学部がある	125	強化クラブや特待生制度で良い実績を残している
55	大企業と共同プロジェクトをしている	歴史・文化	
56	地域発信の中心地	126	創立当初から現在の文部科学省が目指す教育理念を掲げていた
57	地域との協力で町おこしをしている。	127	創立当時、教養学部は全国唯一の女子のみの教養学部だった
58	古くから、独自の教育をしている	128	創立に歴史的人物がかかわっている
59	有名アプリを開発	129	大学が教科書に載ったことがある
60	卒業作品等で優秀な作品が学内で展示される	130	歴史的人物の血縁者が創立関わっている
61	学年別でそれぞれ研修や旅行を含めた行事がある	131	世界的に有名な人が来たことがある
62	大学が海外の大学と交流をしている	132	天皇陛下や大統領、総理大臣が来たことがある
63	幼小中高大学大学院 全ての教育機関がある	133	創立当初の建物がある
64	提携校が多い	134	最新技術を駆使した建物がある
就職		135	国宝や重要文化財が学内にある
65	資格サポートが充実している	136	日本最古のものが学内にある
66	就職に有利	137	人気キャラクターのパロディなど面白い作品が多く存在している
67	企業にコネやツテがある	138	帝塚山大学のことが好きな学生・卒業生がたくさんいる
68	関連企業がある	139	頑張っている生徒に返金無用の奨学金をくれる
		140	高級住宅に建っている