

大学の将来に対する新入生の期待を UI活動に反映

大阪工業大学

UI活動を進めている大阪工業大学は、2011年度の新入生を対象にした調査で大学のイメージを探った。得られた分析結果を、めざすべき大学像を描くうえで有効活用している。

カスタマーが抱くイメージを把握

大阪工業大学は、2012年に学園創立90周年を迎える。これを機に大学のブランドイメージを高めようと、UI(ユニバーシティ・アイデンティティー)活動に力を注いでいる。現在の大学に対するイメージを把握し、今後めざすべき大学像を捉えるうえで、特に新入生調査の結果が重視された。この活動は、全ての学部・教員と職員で構成する「UI検討ワーキンググループ」(以下、WG)が担っている。現在および将来の大学像をまずは教職員が共有しようと、教職協働のスタイルを取った。

大学に対するイメージを把握・分析するために、WGがまず実施したのが、2011年度の学部ならびに大学院の新入生を主な対象とするアンケート調査だった。

調査期間は2011年4~5月。新入生調査から1854件のほか、在学生、教職員、卒業生、保護者など合計2597件の回答を得た。

メインターゲットを新入生とした理由について、WGの委員長を務める工学部の宮岸幸正教授は次のように語る。「入学直後の学生は、本学のことをまだよく知らず、学外者に近い視点で見ているので、今後のUI活動の方向性を見いだすうえで、格好の材料が得られると考えた」。

また、「新入生は、企業で言うところの

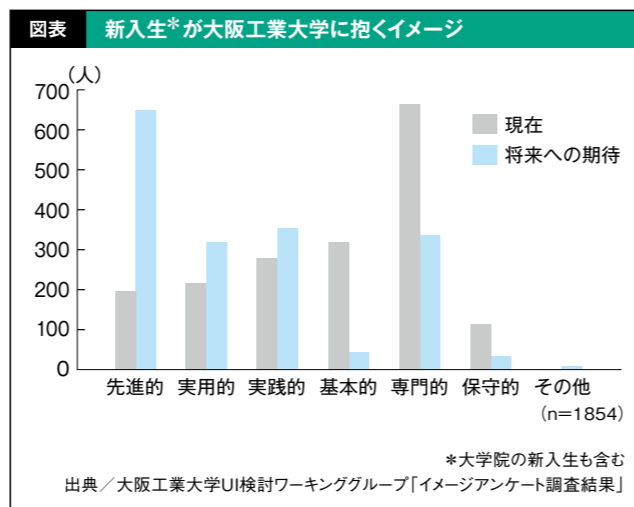
のロイヤルカスタマーと捉えている。直前まで「大阪工業大学に興味・関心を持つ高校生」だった新入生が本学に抱く現在の認識や将来への期待を知ることは重要だ。新入生をはじめとするステークホルダーのニーズを知り、UI活動に有効活用していきたい」と話す。

現在は「専門的」で期待するのは「先進的」

アンケートでは、大阪工業大学と聞いて浮かぶイメージを「革新的か、伝統的か」「力強いか、弱い」「就職に有利か、不利か」など、10項目で聞いた。また、「現在」と「将来への期待」のイメージを聞く項目も設けた。

現在のイメージについては「専門的」との回答が全体の3割強を占めた。これに対して、将来に期待するイメージは、「先進的」と答えた新入生が目立って多い(図表)。大学のイメージをより多角的に分析しようと、大阪工業大学を「色」「動物」「自動車」などにたとえて聞く設問もあった。

回答を分析した結果、現在の大阪工



業大学は、「派手さはないが、まじめで誠実、信頼できるイメージ」と受け止められていることが確認された。これは「歴史や伝統に立脚した本学の強み」と同大学は分析。同時に、将来的には、先進性や力強さが期待されており、めざすべき新たな大学像を描いて社会に発信していく必要性も認識された。

将来にわたって発展を続けるために、建学以来の特色や強みに、「先進性」「力強さ」「明るさ」を掛け合わせ、「新しい領域を切り拓こうとする力強さ」を生み出す大学をめざすことが決まった。2012年度は、VI(ビジュアル・アイデンティティー)も策定し、広報活動を展開していくという。

宮岸教授は、「本学が発信するメッセージと志望者層のニーズに乖離がないかを検証していくためにも、今後も継続的な取り組みが不可欠」と話している。

進学理由の把握に基づいて広報を見直し 特色である教養教育をより鮮明に

千里金蘭大学

千里金蘭大学は、「教養教育の充実」という大学の特色が入学予定者に十分に伝わっていないことを入学者調査で知り、広報活動を見直した。それが、大学案内の改訂につながった。

2011年度に初めて特色の理解度を検証

千里金蘭大学は、短大だけの時代を含め、開学以来「教養」と「専門」を両輪とする教育理念を特色としてきた。看護、食物栄養、児童という学部・学科の専門教育だけでなく、哲学、情報管理、異文化理解等をはじめ、伝統・芸術に関わる現代礼法などの科目まで、幅広い教養を身に付けるためのカリキュラムを設けている。

その特色を理解して入学を決めているかどうかを検証するために、2011年度の入学予定者にアンケート調査を実施した。対象は、看護学部看護学科と生活科学部児童学科の入学前教育受講者。大学ではそれまでも入学者調査を実施してはいたが、大学案内を取り寄せた時期や利用した入試制度、併願校といった受験そのものに関する内容が中心で、大学の特色の理解や大学で学ぶことへの期待を問う意識調査は、今回が初めての試みだった。

データとして表れた進学理由と特色との乖離

この調査で「本学への進学理由」を聞いたところ、大学にとって予想外の結果が出た。学科の特性から「資格や免許を取得するため」が、両学科とも9割程度と高い一方で、「幅広い教養を身に付けるため」は、看護学科が5割弱、児童学科が7割弱と、学外の機

関が行った調査による同種の学科の全国平均と比べて、極めて低いことが判明したのだ。

「幅広い教養が身に付く大学」と自認していただけに、この結果にはかなり衝撃を受けた。本学の理念と入学した学生の進学意識に乖離があることにあらためて気がついたと、上田奏子入学センター次長は振り返る。

それを受けて東照正副学長は次のように話す。「看護にせよ、児童や食物栄養にせよ、現場に行けば正面から人と向き合うことが基本となる。大学では先生から学ぶだけでなく、学生同士、横のつながりの中で学び合うことも多い。資格を取れる学校は数多いが、資格取得は目的ではなく、社会的教養や人間としての品格を身に付けるための手段というのが本学の考えだ。しかし、現実にはその教育理念を十分に伝え切れていなかった」。

客観的なデータの説得力は絶大だ。「調査結果を受けて、データや事実に基づく広報戦略の重要性を実感した」という東副学長、上田次長を中心に、教養教育や他者を思いやる心を学ぶことの大切さと、千里金蘭大学で学ぶことの価値について、入学を志望する高校生にわかりやすく伝えるために、学生募集広報の

コンセプト見直しに踏み切った。

教養教育の紹介を大学案内の巻頭に

千里金蘭大学では現在、大学案内の改訂に取り組んでいる。ポイントは、大学の最大の特徴である「教養教育と専門教育の好循環」に焦点を当ててわかりやすく訴求することと、高校生の共感を引き出すこと。従来の大学案内では後半のページに掲載していた教養教育の紹介を巻頭に配置するなど、大学の特色や強みをより明確に打ち出す予定である。

2012年度に、現在の学部・学科構成になって満4年になるのを機に、教育課程の見直しを行う。教養教育科目も再編する計画だ。

入学者に対する調査結果を反映させた新しい切り口の大学案内が、今後の学生募集にどのような効果を見せるのか、注目される。



製作中の大学案内より