

事業実施報告

平成28年度入学生の意識調査の分析と考察

目次

I. 調査の概要

II. 意識調査の項目ごとに見る学生の意識

1. 基礎的な項目から見る学生の意識
2. 卒業後の就職に関係する項目から見る意識
3. 大学で身に付けたい能力に関係する項目から見る意識
4. 大学での興味ある授業形式に関係する項目から見る意識

III. 意識調査のクロス集計から見る学生の意識

1. 県内就職希望と他の項目の関係
2. 出身地と他の項目の関係
3. 性別と他の項目の関係
4. 大分を創る科目の理解と他の項目の関係
5. 学部別の他の項目との関係

<参考資料：相関係数から見る学生の意識>

IV. 考察

1. 地域志向の意識を育てるカリキュラムの工夫と学習成果の評価
2. 就職ニーズに応える雇用創出の拡大

I. 調査の概要

1. 事業趣旨

COC+事業は、県内大学等及び企業・行政との実質的かつ機動的な連携協働体制の下で、大分を創る人材を育成する教育の充実と、より高度な地域創生教育のカリキュラムを新規に構築・実施することにより、地域志向の意欲と態度を養成し、地域課題を解決し地域創生の牽引者として活躍できる人材の育成を目指すことを目的としている。その取組をとおして、大分県地域においてリーダーシップや業種を超えた異分野連携力を発揮し、大分県の経済社会の活性に貢献できる「時代を切り開くイノベーション能力を持った人材」を育成するものである。

このことへの取組を推進するために、COC+事業の最初の入学生を対象にした意識調査を行い、授業改善や就職に関する支援・状況把握等の基礎的な考察を行うために実施した。

2. 調査実施期間：平成28年7月7日～7月27日

3. 調査方法

学部ごとに、1年生全員が対象となるように調査のための科目を設定して、担当教員又は事務局が直接実施した。

4. 調査回収数：1,045名

教育学部：140名 経済学部：291名 医学部：158名 工学部：355名
福祉健康科学部：97名 学部不明：4名

5. 調査項目

(1) 基礎的な項目

学年、性別、所属学部、出身地（出身高校）

(2) 卒業後の就職に関することについて

- ①「大分を創る科目」に関する認知状況について
- ②就職を希望する業種について
- ③大分県内での就職希望について

(3) 大学で身に付けたい能力について

- ①人間関係づくりや自己実現スキル（汎用力：人間関係力）
- ②企業等の職場で活躍する力（企業力）
- ③街づくりや、地域産業づくりで活躍する力（地域力）

(4) 大学での興味ある授業形態

- ①大学教員による講義型の授業（教員講義型授業）
- ②地域や企業のリーダーによる講義型の授業（外部講師講義型授業）
- ③グループワークがある授業（グループ学習型授業）
- ④職場や地域での体験がある授業（体験型授業）
- ⑤他の大学の学生と一緒に受ける授業

Ⅱ. 意識調査の項目ごとに見る学生の意識

1. 基礎的な項目から見る学生の意識

図Ⅱ－１は、調査対象学年である学部ごとの人数の割合である。

工学部が34.1%と最も多く、次いで経済学部が28.0%、医学部が15.2%、教育学部が13.4%である。平成28年度新設の福祉健康科学部が9.3%となっている。

図Ⅱ－２は、男女の性別の割合を示したものである。

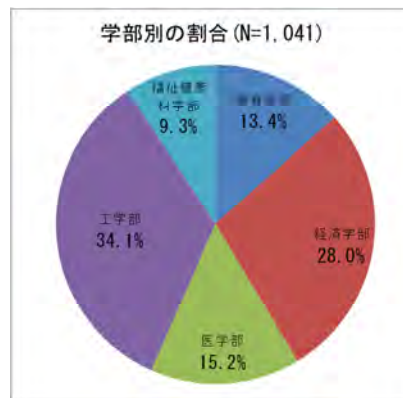
男女別に見ると男が60.0%、女が39.4%である。(欠損値. 0.6%)

図Ⅱ－３は、平成28年度入学生の出身県(出身高校)別の割合を示したものである。

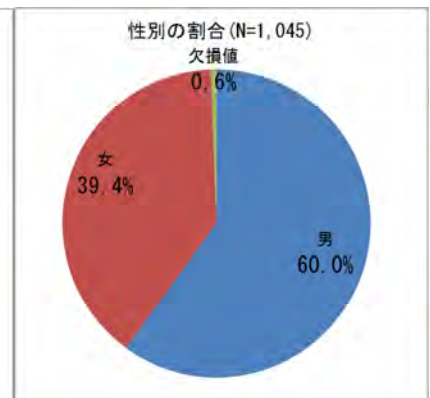
大分県出身が37.9%、大分県以外の九州、沖縄出身が40.0%となっており、その他の地域として四国地方が5.5%、中国地方が7.5%、その他が9.1%となっている。

平成31年度に卒業して就職する調査対象の学生が、53%の大分県内への就職を目指しており、大分県外者の大分県内への就職を目指す学生の育成が求められる。

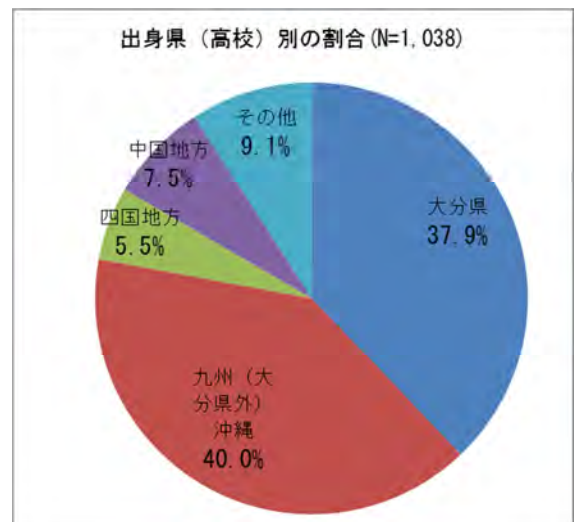
図Ⅱ－１



図Ⅱ－２



図Ⅱ－３

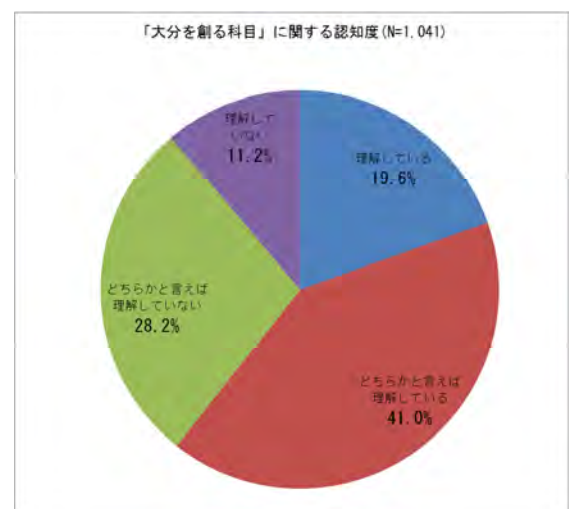


2. 卒業後の就職に関係する項目から見る意識

図Ⅱ－４は、COC+事業で本学が基盤教養として実施する「大分を創る科目」について、その主旨や履修方法についての理解度を示したものである。

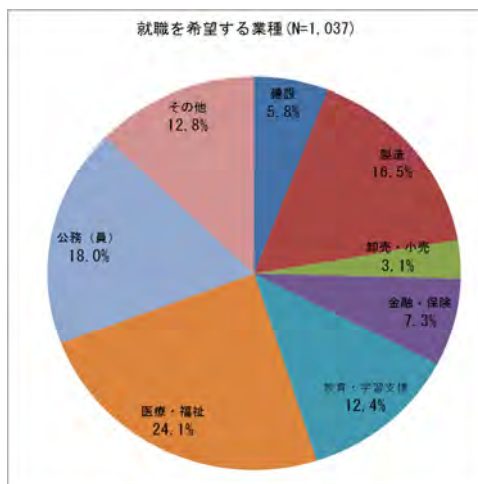
「理解している」が19.6%、「どちらかと言えば理解している」が41.0%で、60.6%の学生は理解していることがわかる。しかし39.4%の学生は理解出来ていないため、早い段階で周知させる機会を設定する必要がある。

図Ⅱ－４



図Ⅱ－５は、就職を希望する業種の割合を示したものである。学部
の特性から希望する業種が選定されていると考えられるので、「Ⅲ．意識調査のクロス集計から見る学生の意識」の項で詳細を示すこととする。

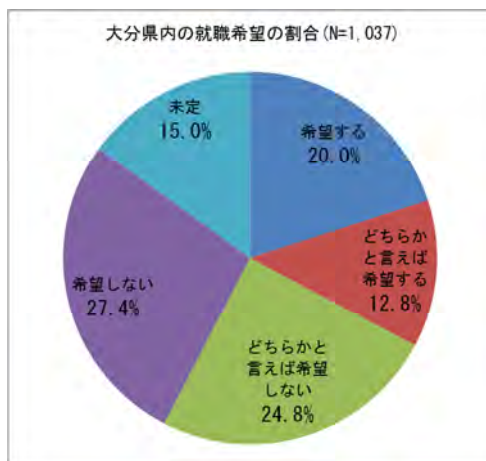
図Ⅱ－５



図Ⅱ－６は、大分県内の就職希望の割合を示したものである。

図Ⅱ－６

「希望する」が 20.0%、「どちらかと言えば希望する」が 12.8%であり、合計すると 32.8%が大分県内への就職を希望していることがわかる。「どちらかと言えば希望しない」の 24.8%と、「希望しない」の 27.4%の合計で 52.2%が大分県内への就職を希望していないことがわかる。



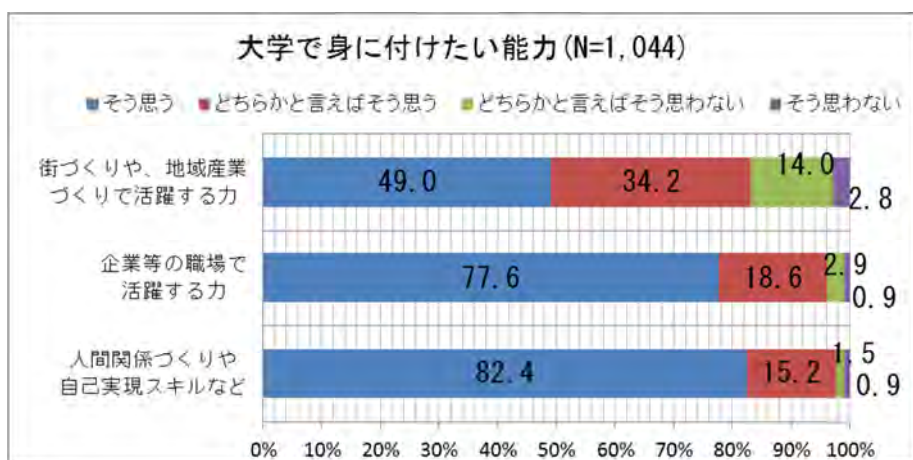
詳細の分析は、「Ⅲ．意識調査のクロス集計から見る学生の意識」の項で詳細を示すこととするが、COC+事業では、平成 31 年度に卒業して就職する調査対象の学生の 53%が大分県内への就職を目指しているため、大分県内への就職に否定的な学生も含んで、大分の魅力や大分豊じょう化への意識を培う学修を提供することが求められる。併せて早急に、魅力ある企業、活躍できる職場等の就職先の準備が求められる。

3. 大学で身に付けたい能力に関する項目から見る意識

図Ⅱ－７は、学生が大学で身に付けたい能力と考
えている力を示したものである。

図Ⅱ－７

地域豊じょう化力(街づくりや、地域産業づくりで活躍する力)、企業力(企業等の職場で活躍する力)を比べると、図からわかるように企業力に関する能力を付けたいと願っている学生の方が多い。また、汎用力(人間関係づくりや自己実現スキルなど)



を身に付けたいと回答した学生が最も多いことから、地域力及び企業力

の基礎となる汎用力の育成が強く求められていることがわかる。

学部等の特性から身に付けたい能力の違いがあることが推測できることから、「Ⅲ. 意識調査のクロス集計から見る学生の意識」の項で詳細を示すこととする。

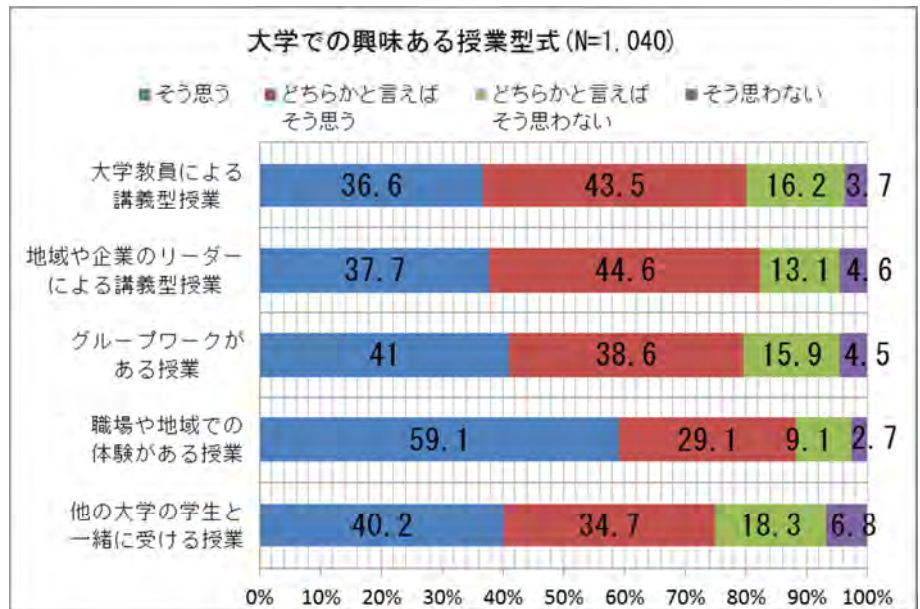
4. 大学での興味ある授業形式に関する項目から見る意識

図Ⅱ-8は、大学での興味ある授業形式を示したものである。

全体的には、80%程度の学生がそれぞれの授業形式に同じ程度の興味を示していることがわかる。しかし、「職場や地域での体験がある授業」については「そう思う」が59.1%と突出して多い。このことは現在高校で進められている職場体験の導入やアクティブ・ラーニングによる学びとの関係を分析する必要がある。大学の授業においても、高校からの継続も含めて職場や地域での体験を取り入れることが求められていると考える。

学部等の特性から身に付けたい能力の違いがあることが推測できることから、「Ⅲ. 意識調査のクロス集計から見る学生の意識」の項で詳細を示すこととする。

図Ⅱ-8



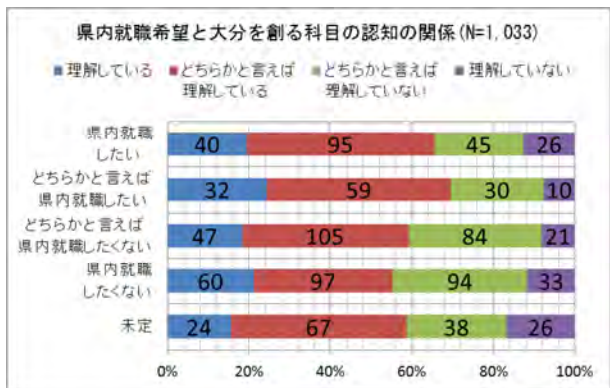
Ⅲ. 意識調査のクロス集計から見る学生の意識

1. 県内就職希望と他の項目の関係

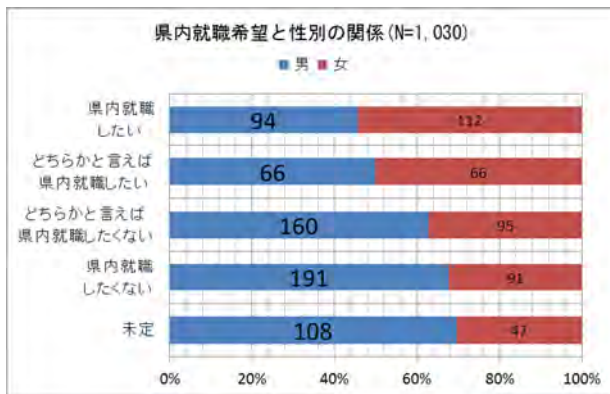
県内への就職希望について「したい」「どちらかと言えばしたい」「どちらかと言えばしたくない」「したくない」の4段階について、他の項目との関係を示したものが図Ⅲ-1-①から⑥である。個々の説明は省略するが、性別の図からは、男性の方が県内への就職希望が少ないことがわかる。学部では、教育学部について県内就職希望が多く、工学部は逆に県内への就職希望が少ないことがわかる。

図Ⅲ-1-⑤と⑥は、県内への就職希望と出身地の関係についてデータを入れ替えて（縦軸と横軸の入れ替え）、どちらからも見えるようにしたものである。

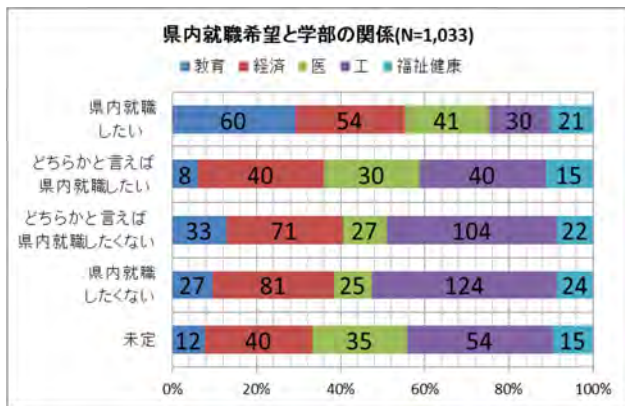
図Ⅲ-1-①



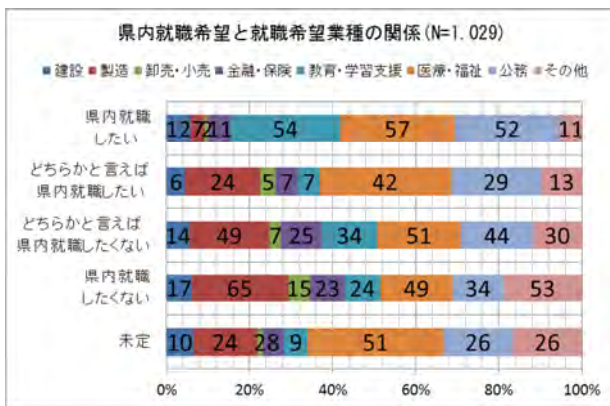
図Ⅲ-1-②



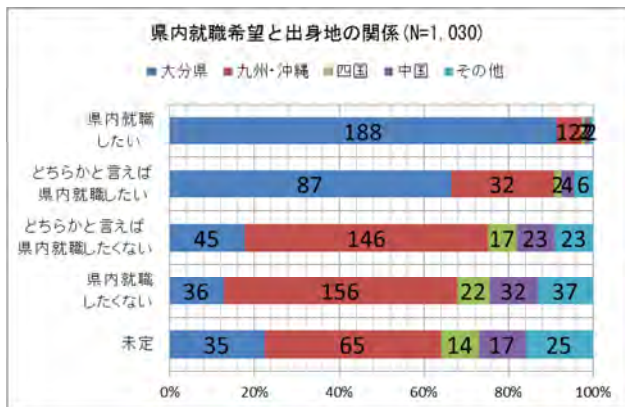
図Ⅲ-1-③



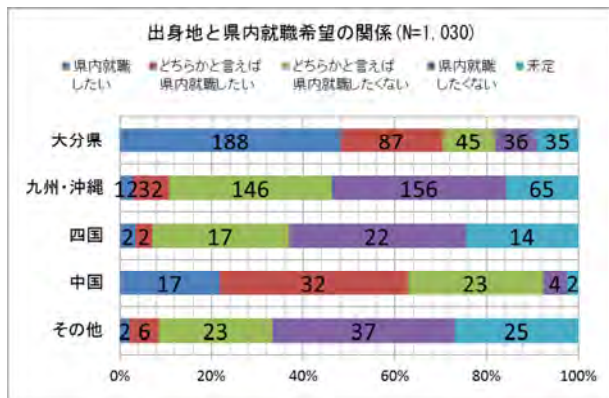
図Ⅲ-1-④



図Ⅲ-1-⑤



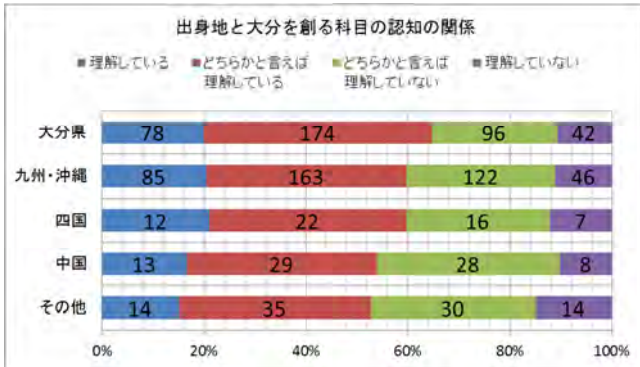
図Ⅲ-1-⑥



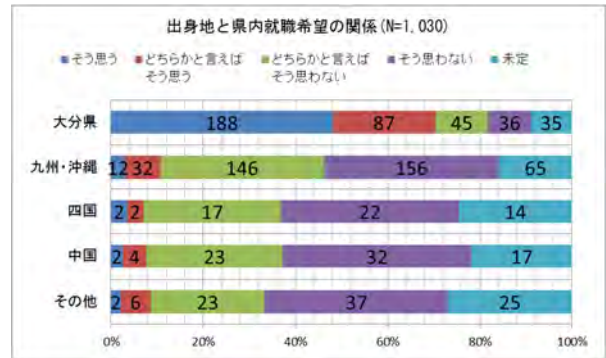
2. 出身地と他の項目の関係

図Ⅲ—2—①から③は出身地と他の項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略する。しかし、1点だけ懸念されることは、大分県内出身者が県内就職を希望している者が多いことは当然であるが、県外出身者は出身地域に関係なく県内就職が非常に少ないということである。

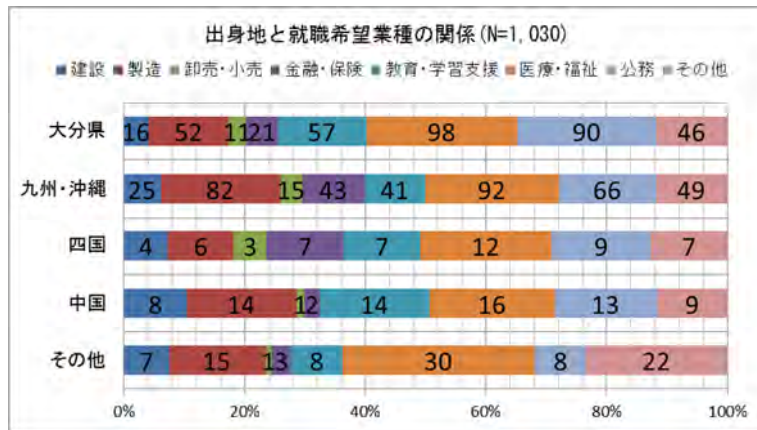
図Ⅲ—2—①



図Ⅲ—2—②



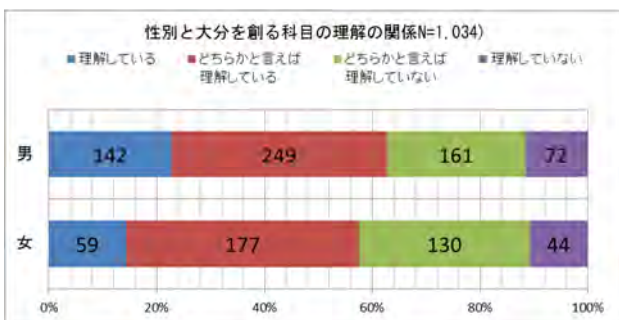
図Ⅲ—2—③



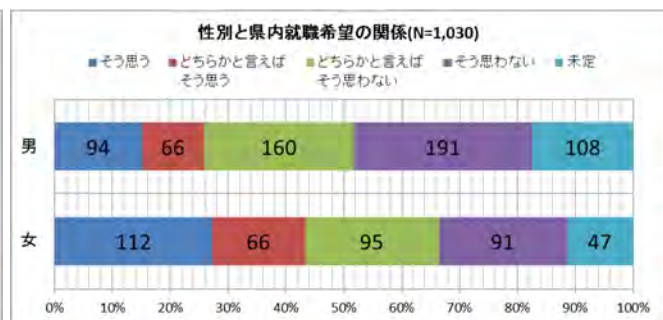
3. 性別と他の項目の関係

図Ⅲ—3—①から⑥は出身地と他の項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略するが、ここでは、女性のほうが県内就職を希望していること、県内での就職希望業種に対応できる求人があるのか等々を考察する資料となる。

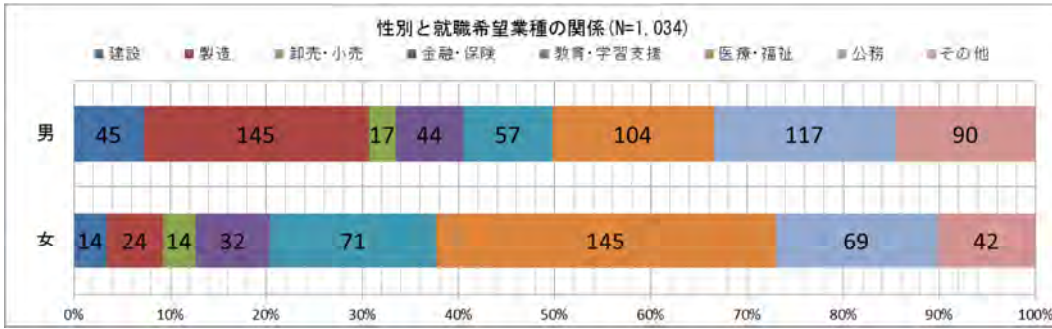
図Ⅲ—3—①



図Ⅲ—3—②



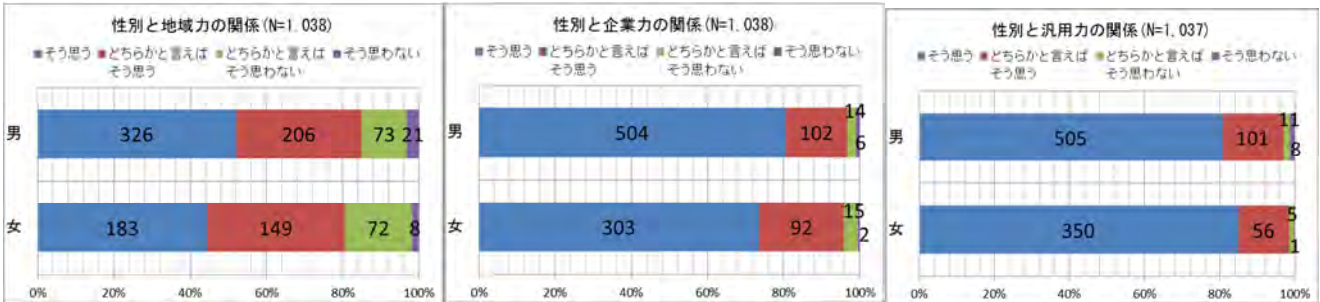
図Ⅲ—3—③



図Ⅲ—3—④

図Ⅲ—3—⑤

図Ⅲ—3—⑥

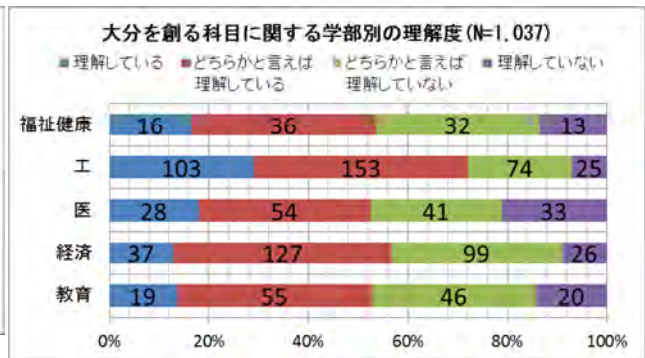
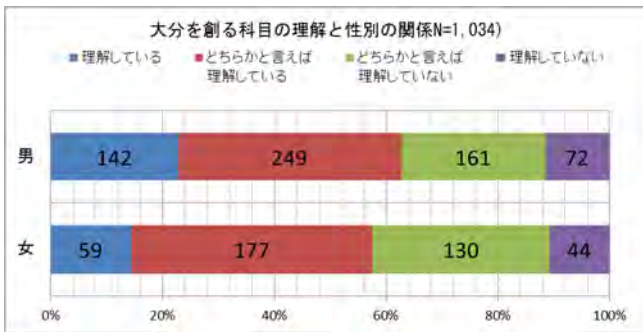


4. 大分を創る科目の理解と他の項目の関係

図Ⅲ—4—①から④は大分を創る科目の理解度と他の項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略する。ここで注目すべきことは図Ⅲ—4—②で工学部の学生が大分を創る科目に関する理解度が高いこと、及び図Ⅲ—4—④から大分県出身者が大分を創る科目の理解度が若干高いことである。

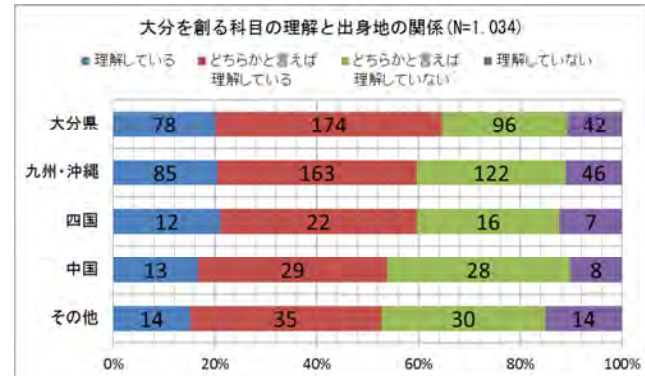
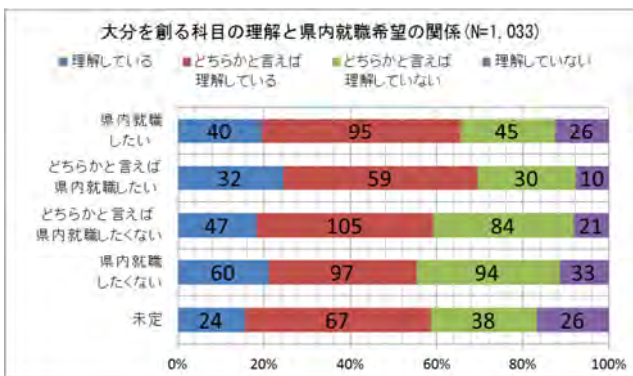
図Ⅲ—4—①

図Ⅲ—4—②



図Ⅲ—4—③

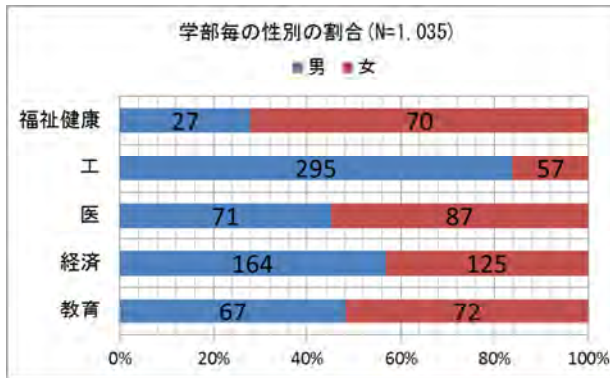
図Ⅲ—4—④



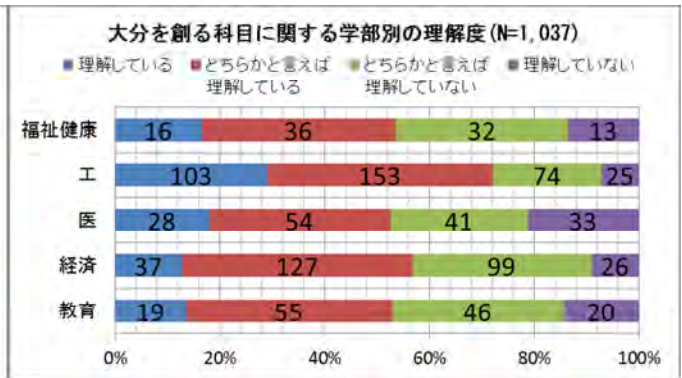
5. 学部別の他の項目との関係

図Ⅲ-5-①から⑤は学部ごとの他の基礎データの項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略する。ここで注目することは、教育学部及び医学部のように専門性が高い学部において県内就職希望者が多いことである。また図Ⅲ-5-⑤から見て教育学部では「教育・学習支援」、医学部および福祉健康科学部では「医療・福祉」の専門的な業種への就職希望が極端に多いことである。県内就職率を向上させるにはそうした業種の求人を増やすことが求められる。

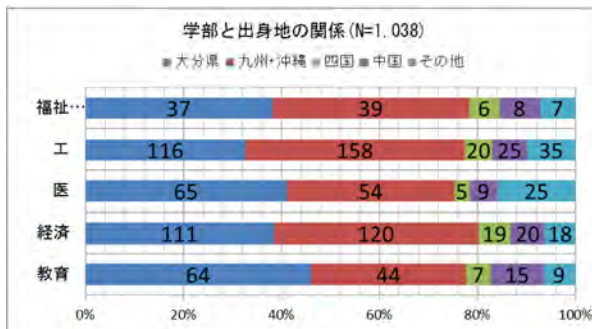
図Ⅲ-5-①



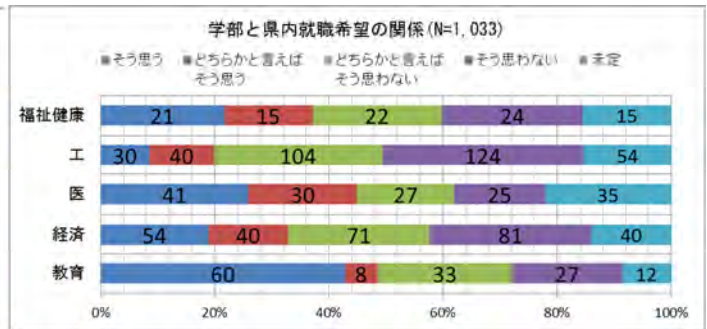
図Ⅲ-5-②



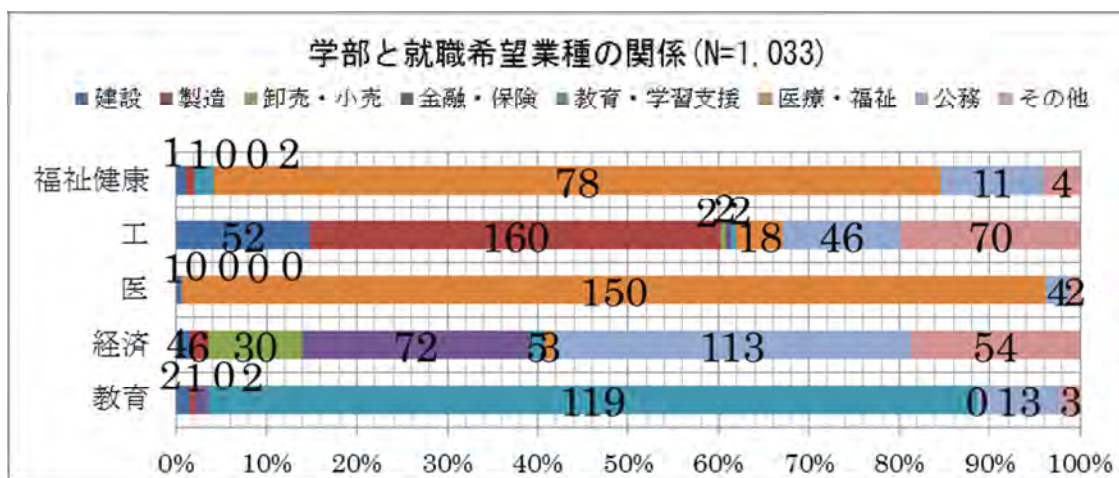
図Ⅲ-5-③



図Ⅲ-5-④



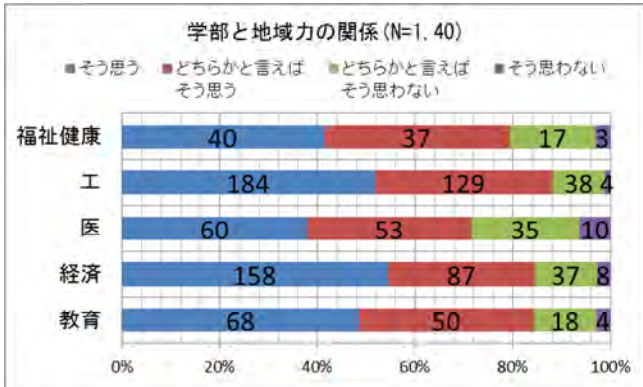
図Ⅲ-5-⑤



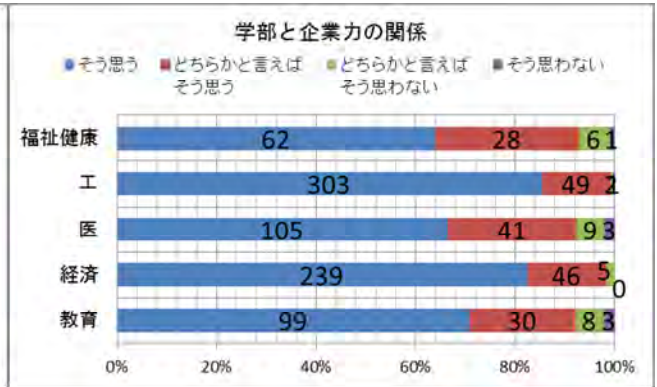
図Ⅲ-5-⑥から⑧は学部ごとの「大学で付けたい力」の項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略する。図Ⅲ-5-⑦から工学部及び経済学部は他の学部にくらべて企業力を付けたいと回答し

た学生が多い。図Ⅲ—5—⑧から全ての学部において汎用力（人間関係）を身に付けたいと回答している。

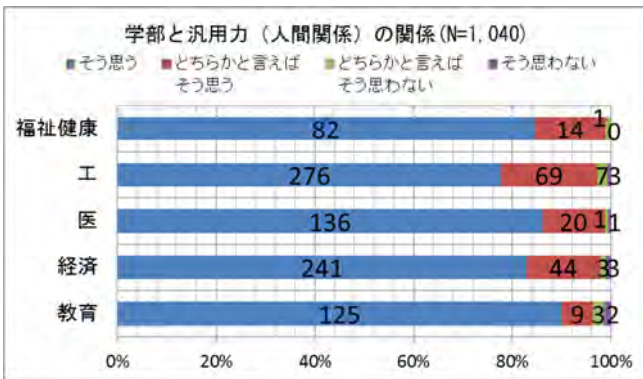
図Ⅲ—5—⑥



図Ⅲ—5—⑦

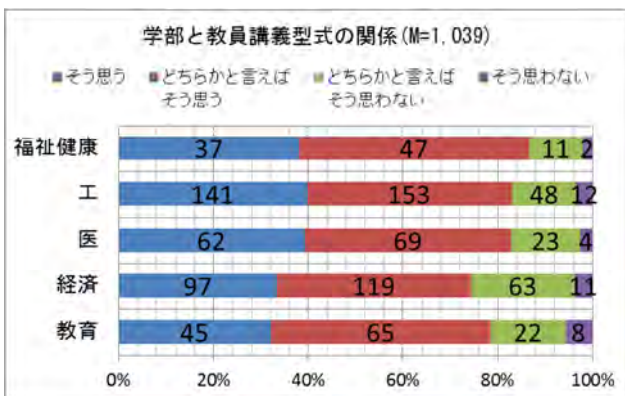


図Ⅲ—5—⑧

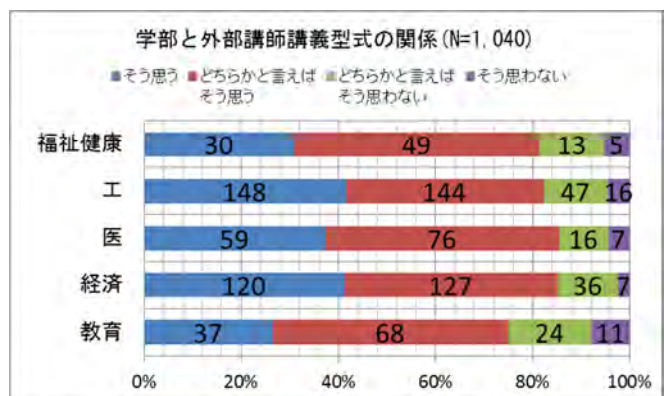


図Ⅲ—5—⑨から⑬は学部ごとの「大学で興味がある授業型式」の項目との関係を示したものであり、個々の説明は省略する。図Ⅲ—5—⑩では、教育学部は他の学部にくらべて外部講師講義型式への興味が少ない、図Ⅲ—5—⑪からグループワーク型式の授業への興味が深いという傾向があることがわかる。また、図Ⅲ—5—⑫を見ると、他の授業型式に比べて全ての学部においてフィールドワークやインターンシップの体験型授業に興味がある学生が多いことがわかる。

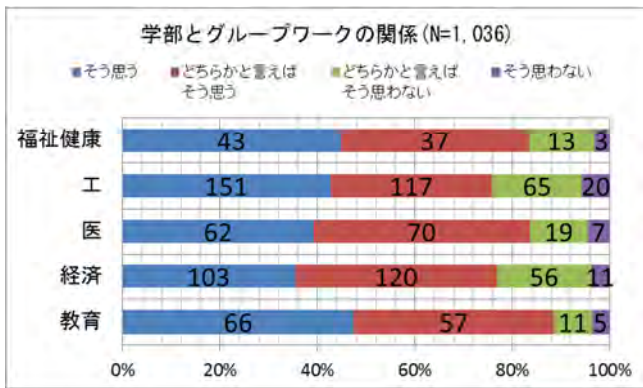
図Ⅲ—5—⑨



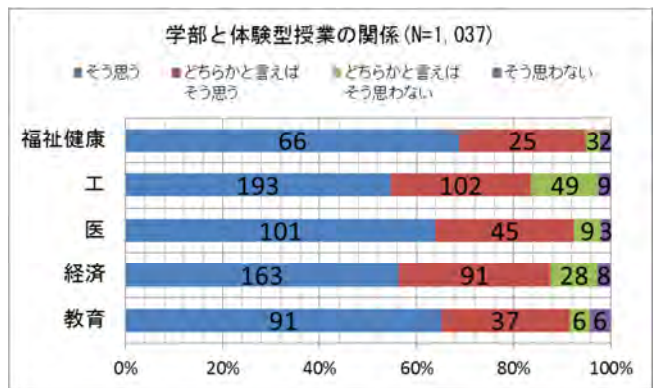
図Ⅲ—5—⑩



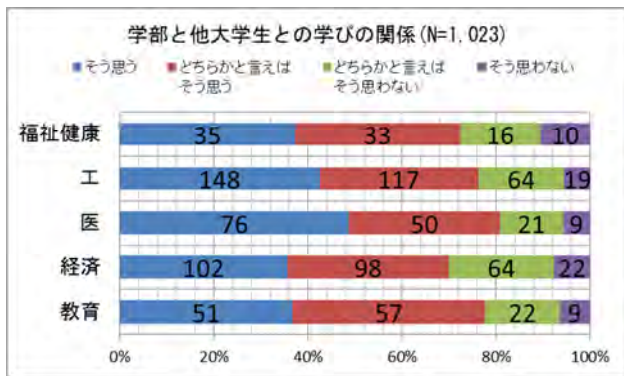
図Ⅲ—5—⑪



図Ⅲ—5—⑫



図Ⅲ—5—⑬



＜参考資料：相関係数から見る学生の意識＞

各調査項目の有意な相関関係を見るために、ここでは、参考として Pearson の相関係数から見ることにした。

1. 基本的な項目を Pearson の相関係数から見る

表 1

		大分を創る 科目の認知	大分県内就 職希望	大学で付けたい力		
				人間関係	職場で活躍	街づくり
大分を創る 科目の認知	Pearson の相関係数	1	.067*	.059	.123**	.183**
	有意確率 (両側)		.032	.057	.000	.000
大分県内就 職希望	Pearson の相関係数	.067*	1	.056	-.034	.073*
	有意確率 (両側)	.032		.072	.279	.018
		大学で興味ある授業型式				
		教員講義	外部講師	グループ	体験授業	他大学生
大分を創る 科目の認知	Pearson の相関係数	.141**	.160**	.045	.014	.112**
	有意確率 (両側)	.000	.000	.149	.654	.000
大分県内就 職希望	Pearson の相関係数	.020	.017	.071*	.092**	.040
	有意確率 (両側)	.526	.586	.022	.003	.204

** p < 0.01 * p < 0.05

表 1 は、「大分を創る科目」に関する学生の認知度、及び大分県内への就職希望に関する項目について、他の項目との相関係数を示したものである。

** p < 0.01 の有意な相関関係がある項目については赤字で示し、* p < 0.05 の有意な相関関係がある項目については青字で示している。

表 1 に示された個々の相関係数の説明は省略するが、赤字及び青字で示された有意な相関がある 2 つの項目の関係から、「大分を創る科目」において、「地域力」や「企業力」の育成を目指すことや、大学の授業への期待に応える学びの提供が求められているのではないだろうか。

表 2

		大学で付けたい力			大学で興味ある授業型式				
		人間関係	職場で活躍	街づくり	教員講義	外部講師	グループ	体験授業	他大学生
人間関係	Pearson の相関係数	1	.381**	.322**	.153**	.202**	.277**	.284**	.186**
	有意確率 (両側)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
職場で活躍	Pearson の相関係数	.381**	1	.336**	.111**	.235**	.184**	.209**	.123**
	有意確率 (両側)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
街づくり	Pearson の相関係数	.322**	.336**	1	.134**	.272**	.303**	.272**	.160**
	有意確率 (両側)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

** p < 0.01 * p < 0.05

表 2 は、縦軸に示した大学で付けたい力について、汎用力 (人間関係づくりや自己実現スキルなど)、企業力 (企業等の職場で活躍する力)、地域豊じょう化力 (街づくりや、地域産業づくりで活躍する力) ごとに、表の横軸で示す各項目との相関係数を示したものである。* p < 0.05 の有意な相関関係がある項目については青字で示している。

表 3

		大学で付きたい力			大学で興味ある授業型式				
		人間関係	職場で活躍	街づくり	教員講義	外部講師	グループ	体験授業	他大学生
教員講義	Pearson の相関係数	.153**	.111**	.134**	1	.426**	.160**	.085**	.123**
	有意確率 (両側)	.000	.000	.000		.000	.000	.006	.000
外部講師	Pearson の相関係数	.202**	.235**	.272**	.426**	1	.290**	.314**	.276**
	有意確率 (両側)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
グループ	Pearson の相関係数	.277**	.184**	.303**	.160**	.290**	1	.485**	.368**
	有意確率 (両側)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
体験授業	Pearson の相関係数	.284**	.209**	.272**	.085**	.314**	.485**	1	.413**
	有意確率 (両側)	.000	.000	.000	.006	.000	.000		.000
他大学生	Pearson の相関係数	.186**	.123**	.160**	.123**	.276**	.368**	.413**	1
	有意確率 (両側)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

** p < 0.01 * p < 0.05

表 3 は、縦軸に示した大学で興味がある授業型式について、表の横軸で示す各項目との相関係数を示したものである。** p < 0.01 の有意な相関関係がある項目については赤字で示している。

表 2 と表 3 に示された個々の相関係数の説明は省略するが、「大学で付きたい力」「大学で興味がある授業型式」の 8 つの項目について、それぞれの項目の全てに有意な相関があることから、学生は項目のような学びを期待していることがわかる。

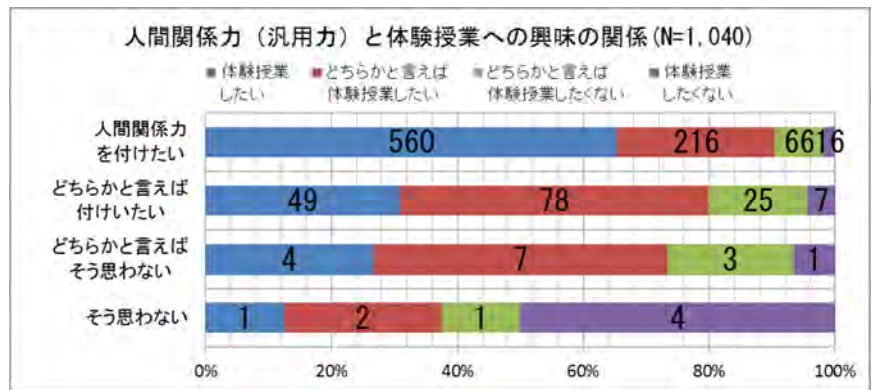
<参考：相関係数の意味の説明資料>

相関関係は、2 つの項目の「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」「どちらかと言えばそう思わない」「そう思わない」の 4 段階の回答の関係を係数で示したものであり、係数が、1 に近づくに従ってその傾向が強いことを意味している。

ここでは、表 2 の「人間関係」と「体験授業への興味」の 2 つの項目の相関関係を例として説明する。

表 2 の「人間関係」と「体験授業への興味」2 つの項目の間には、.284** という有意な相関があり、その関係を図で示したものが図 1 である。縦軸の上に向かって、「人間関係を付きたい」と回答したことを示したもので、横軸では見ると「体験型授業をした

図 1



この図で分かるように、「人間関係を付きたい」と回答したほど、「体験型授業をしたい」と回答していることが分かる。他の赤字についても、図に示すと同様なことが見えてくることになる。

IV. 考察

本調査は大学への入学生が大学において何を学び、どんな力を付けたいのか、将来的にどこに就職し、どんな業種に就職したいのかなどについて、入学当初の意識を調査したものである。考察に当たってはアドミッション・ポリシー、カリキュラム・ポリシー、ディプロマ・ポリシーとの関連で考察する必要があると思われるが、ここでは、COC+事業の目的に沿って、大分県内就職率の向上の視点から考察することとする。

平成28年度入学生が、平成31年度（COC+事業終了年）に、県内就職率53%を目指しているにもかかわらず、平成28年度の入学生の県内就職希望は32.8%しかない。併せて、大分県出身者が37.9%と少なく、大分県志向の学生を育成するための取組が重要であると考えられる。また、大分県出身者の70.5%、ついで中国地方出身者が62.8%と多くなっている。しかし、入学者の割合に占める九州（大分県外）・沖縄が40.8%と多いにもかかわらず大分県内就職希望者が10.7%と非常に少なくなっている。

しかし、単に「県内就職者を53%にする。」ということではなく、大分県内の大学等で学ぶことによって「県内の企業や地域の振興に資する人材を育成する」ことが求められている。

これらのことを踏まえて、以下の2点からのCOC+事業の推進が求められると考えられる。

1. 地域志向の意識を育てるカリキュラムの工夫と学習成果の評価

①県内就職希望は32.8%しかない現状を踏まえると、大分の地域や企業の魅力、大分で働く魅力を感じさせる授業を行う必要がある。学部専門科目において、インターンシップやフィールドワークを通して、そうした授業も実施されているが、教養教育においても積極的に地域素材を活用したカリキュラムの開発や、大分の課題を取り上げて学んでいく授業の工夫が求められる。

②大分の企業や地域から課題を認識して、積極的に解決策を考え、実践していく授業をとおして、自分の存在感を認識し、大分で働く意義を感じるような授業の展開が求められる。

③大分の地域や企業や、その役割を理解するためには、学生が積極的に地域や企業に関わるのが重要である。そのためには、自治体や各種組織・機関、企業等との協働体制が必要である。そうした協働体制を基盤として、授業だけではなく、自主的なインターンシップやフィールドワーク、ボランティア活動等の促進とその評価を行う制度が求められる。

2. 就職ニーズに応える雇用創出の拡大

①意識調査から見ると、専門性の高い学部についてはその専門性を生かした業種への就職を希望しているが、大分県内に雇用が対応できるのか疑問である。また、工学部の学生の県内就職希望が少ないことは、就職したい企業等が少ないことも原因の1つであると言われていることから、学部の専門性に対応した雇用創出の取組みが求められる。

②多くの学生は3年生までは就職活動をすることが少ない現状から、初年次教育の時期から、地域や企業等に関わり、様々な県内企業等の存在を知り、就職先の対象として意識させる取組が求められる。

今回の調査を通して今後の課題として2点が指摘される。

1点目は、「大分県に就職したいとは思わない」という67.2%の学生の理由を把握することである。そのことによって、カリキュラムの改善や雇用創出の工夫等が検討されることになると考えられるとい

う点である。

2点目は、本調査対象の学生が、大分を創る人材を育成する科目や積極的なインターンシップ等での学修によって意識がどう変化したのか、又は、変化しなかったのか、変化した直接的な要因は何か等の追跡調査を行う必要があるであろうという点である。そのためのポートフォリオの導入等を検討する必要があるであろう。

ここで共通理解しておかなければならないことは、教育プログラム開発ワーキング等で議論されていることでもあり、単に「県内就職者を53%にする。」ということではなく、大分県内の大学等で学ぶことによって県内の企業や地域の振興に資することは1つの大きな目的ではあるが、次のような2点を基盤に置く必要があるのではないだろうか。

①県内企業や自治体等に就職して、県内企業や県内の様々な地域課題に対応して豊じょう化していくだけでなく、県外企業に就職して、大分県内の支店や事務所等で働くことによる大分県内を豊じょう化していく人材を育成するという視点

②大分県内の企業や地域課題・地域の特色を教材として学ぶことによって、全国で活躍し、リードできる人材を育成するという視点

以上のことから、今後の大学教育は、「大学（教員）が教育する。」という意識から脱却し、大学の研究や専門性と、地域や企業の現場の取組を組み合わせられた教育が求められている。さらに、地域に有用な人材を着実に育成していることの評価等も含めて、大学の全ての部署と学部において、そうした教育活動を行うための教育改革を進めていくことがCOC+事業の趣旨であることを認識した取組が重要であると言えよう。