

経営学部・経済学部生の入試受験時における 学部志望意識調査報告

山 中 馨

はじめに

2005年4月から5月にかけて経営学部および経済学部の全学年を対象に、創価大学受験時の学部選択に関する意識等についてアンケート調査を行った。アンケート回収数が1300を超える大きな調査であり、そこで得られた結果は今後の学部教育に多くの示唆を与えるものとなった。現在経営学部と経済学部のカリキュラム連携など今後の学部運営が議論される中、学部教育の改善の一助となることを期待して、ここに調査結果の概要を報告する。

1. 調査対象について

使用したアンケート調査用紙の1年次生用を資料1に2年次以降生用を資料2に示す。二つの内容の相違は2年次以降生には入学前後の学部イメージとその変化およびその理由を尋ねる項目を付け加えてある点である。回収されたアンケート数の内訳を経営学部生に関しては表1に、経済学部生に関しては表2に示す。両学部とも男女別合計数と入試区分別合計数に食い違いがあるが、これは入試区分を記入していない回答や、入試区分の複数にチェックを入れている回答があるためである。

総じて大標本として結果を解釈して良い大きさであるが、入試区分別の詳細を検討する場合にはスポーツ推薦、外国人入試については小標本であることに注意が必要である。

表1 経営学部生のアンケート回答者内訳

	男女別		合計	入試区分							合計
	男	女		一般	センタ ー利用	公募 推薦	スポー ツ推薦	学園 推薦	外国人 A.O. 入試		
1年	167	106	273	85	40	51	1	79	15	7	278
2年	110	103	213	66	21	48	5	52	12	6	210
3年	105	66	171	63	9	34	7	42	9	5	169
4年	26	23	49	28	1	12	0	8	0	1	50
計	408	298	706	242	71	145	13	181	36	19	707

表2 経済学部生のアンケート回答者内訳

	男女別		合計	入試区分							合計
	男	女		一般	センタ ー利用	公募 推薦	スポー ツ推薦	学園 推薦	A. O.	外国人 入試	
1年	171	117	288	105	47	60	6	63	8	1	290
2年	97	91	188	76	15	43	1	39	8	1	183
3年	62	49	111	50	15	21	0	28	2	0	116
4年	26	30	56	33	0	11	0	12	0	0	56
計	356	287	643	264	77	135	7	142	18	2	645

2. 学部志望順位と志望学部の決定時期について

両学部の在学生在が現在所属している学部への受験時の志望順位がどのようなものであったかは、学生の学部入学モチベーション、勉学意欲に直接かかわるものであり最重要の事項である。表3には経営学部生の志望順位の回答結果を示し、表4に経済学部生の回答結果を示した。学年による志望順位比率の差異が学部により異なるので全学年を総合した最下段の合計でみると、両学部とも6割強が第1志望の学部に入學してきている事実が分かる。この6割強という数字は日頃教員が教室で実感し、推測している率よりもおそらく高率であるといえるのではないだろうか。なお第1志望の比率では経営学部の69.0%と経済学部の62.3%とで6.7ポイントの差がある。この差は有意水準5%で検定すると臨界値が5.1ポイントとなり、統計的に有意であった。つまり経営学部の方が第1志望で入学してきた学生の率が高いといえる。

次に入試区分別に志望順位の比率をみてみた。表5(a)(b)に経営学部1年生、2年生それぞれの

表3 経営学部生の学部志望順位

	第1志望	第2志望	第3志望以下
1年	71.3%	21.1%	7.5%
2年	74.3%	15.4%	10.3%
3年	63.6%	20.8%	15.6%
4年	52.9%	27.5%	19.6%
合計	69.0%	19.8%	11.2%

表4 経済学部生の学部志望順位

	第1志望	第2志望	第3志望以下
1年	67.2%	22.8%	10.0%
2年	56.8%	24.2%	18.9%
3年	58.0%	26.8%	15.2%
4年	64.3%	23.2%	12.5%
合計	62.3%	23.9%	13.7%

表 5(a) 経営学部 1 年生の入試区別志望順位

	第 1 志望	第 2 志望	第 3 志望以下
一般	40.0%	41.2%	18.8%
センター利用	54.1%	35.1%	10.8%
外国人入試	100.0%	0.0%	0.0%
学園推薦	88.6%	10.1%	1.3%
公募	100.0%	0.0%	0.0%
AO 入試	100.0%	0.0%	0.0%
スポーツ推薦	100.0%	0.0%	0.0%

表 5(b) 経営学部 2 年生の入試区別志望順位

	第 1 志望	第 2 志望	第 3 志望以下
一般	39.4%	36.4%	24.2%
センター利用	65.0%	20.0%	15.0%
外国人入試	100.0%	0.0%	0.0%
学園推薦	94.2%	3.8%	1.9%
公募	89.6%	6.3%	4.2%
AO 入試	100.0%	0.0%	0.0%
スポーツ推薦	100.0%	0.0%	0.0%

表 6(a) 経済学部 1 年生の入試区別志望順位

	第 1 志望	第 2 志望	第 3 志望以下
一般	41.3%	40.4%	18.3%
センター	61.7%	21.3%	17.0%
外国人	100.0%	0.0%	0.0%
学園推薦	77.8%	20.6%	1.6%
公募推薦	96.7%	1.7%	1.7%
A. O.	100.0%	0.0%	0.0%
スポーツ推薦	100.0%	0.0%	0.0%

表 6(b) 経済学部 2 年生の入試区別志望順位

	第 1 志望	第 2 志望	第 3 志望以下
一般	26.3%	39.5%	34.2%
センター	42.9%	21.4%	35.7%
外国人	100.0%	0.0%	0.0%
学園推薦	66.7%	25.6%	7.7%
公募推薦	93.0%	7.0%	0.0%
A. O.	100.0%	0.0%	0.0%
スポーツ推薦	0.0%	0.0%	0.0%

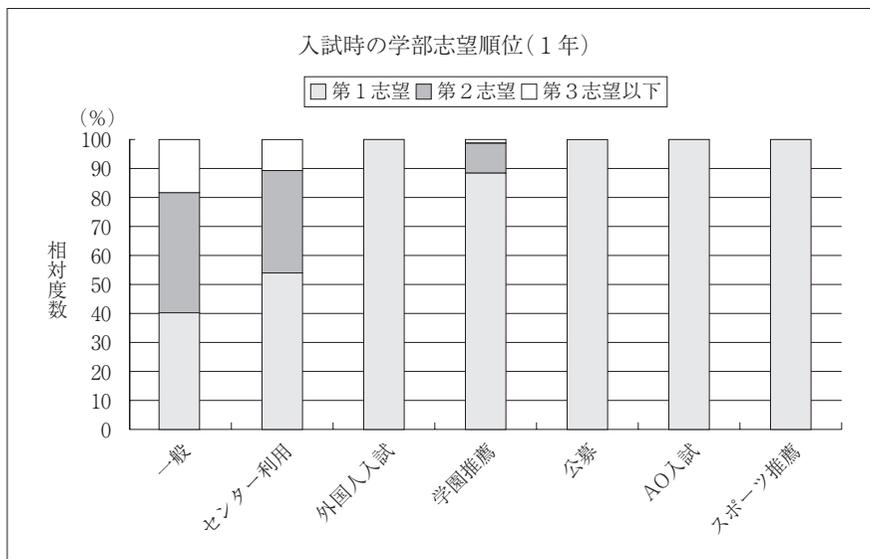


図1 経営学部1年生の入試区分別学部志望順位

入試区分別志望順位を示す。また表6(a)(b)は経済学部1,2年生の入試区分別志望順位である。典型的な例として図1に経営学部1年生の順位を図示する。

AO入試, スポーツ推薦, 外国人入試はその性格から第1志望が100%である。一般入試の群では第1志望の学生比率は両学部ともほぼ4割の低い比率である。特に経済学部2年生の26.3%は際立って低い。次に低いのがセンター利用入試の学生群である。一般入試, センター利用入試の二つの入試形態では学部併願が多く, 他学部が不合格となり現在の所属学部へ回ってきたという学生群が多い。特に一般入試ではその比率が経営学部2年生で60%, 経済学部2年生で75%に達している。また, 学園推薦に関しては経営学部の第1志望比率がほぼ90%と高く, 経済学部の比率は同学年で比較すると経営学部より10ポイントから25ポイント程度低い。

志望学部の決定時期について経営学部生に関しては表7(a)(b)に, 経済学部生に関しては表8(a)(b)に示す。ただし, 外国人入試とスポーツ推薦入試に関しては標本の大きさが小さく, ミスリーディングを避けるため除いてある。概観して分かることは, どの入試区分においても高校3年生の時に学部を決めたとするのが最も普通のことである点である。一方, 一般入試とセンター利用入試で合格後にやっと志望学部を決定したという学生群の率をみると, 経済学部2年のセンター利用入試で79%と非常に高い率に達している。ただしこれは大きさ15の小標本からであるので解釈に注意を要する。経営学部の最も高い数値を示すのは2年生の一般入試で39%である。以上の学生群は受験の段階で併願により受験した群であり, 合格発表後に学部の決定がなされた者たちである。この学生群の中には創価大学であればどの学部でも良いと考えている学生達や, 「たまたま受かったから来た」「ここしか受からなかった」という学生が多数存在するグループである。このような学生群が入学後の勉学に対して問題を抱えている可能性は十分考えられる。センター利用入試の学生達も学力レベルは高いとしても勉学動機の面では問題群と見做した方が良

表 7(a) 経営学部 1 年生の入試区分別学部決定時期

	中学以前	高 1	高 2	高 3	浪人	合格後
一般	7.1%	2.4%	10.6%	40.0%	11.8%	28.2%
センター利用	0.0%	2.6%	7.9%	39.5%	15.8%	34.2%
学園推薦	6.3%	8.9%	19.0%	62.0%	0.0%	3.8%
公募	5.9%	13.7%	15.7%	64.7%	0.0%	0.0%
AO 入試	14.3%	28.6%	14.3%	42.9%	0.0%	0.0%

表 7(b) 経営学部 2 年生の入試区分別学部決定時期

	中学以前	高 1	高 2	高 3	浪人	合格後
一般	0.0%	7.6%	1.5%	39.4%	12.1%	39.4%
センター利用	0.0%	10.0%	5.0%	45.0%	10.0%	30.0%
学園推薦	1.9%	0.0%	15.4%	78.8%	0.0%	3.8%
公募	2.1%	2.1%	19.1%	76.6%	0.0%	0.0%
AO 入試	0.0%	8.3%	33.3%	58.3%	0.0%	0.0%

表 8(a) 経済学部 1 年生の入試区分別学部決定時期

	中学以前	高 1	高 2	高 3	浪人	合格後
一般	3.8%	5.7%	7.6%	48.6%	7.6%	26.7%
センター	4.3%	2.1%	4.3%	42.6%	19.1%	27.7%
学園推薦	7.9%	6.3%	19.0%	61.9%	0.0%	4.8%
公募推薦	10.0%	13.3%	16.7%	58.3%	1.7%	0.0%
A. O.	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	0.0%

表 8(b) 経済学部 2 年生の入試区分別学部決定時期

	中学以前	高 1	高 2	高 3	浪人	合格後
一般	2.6%	1.3%	7.9%	35.5%	11.8%	40.8%
センター	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	7.1%	78.6%
学園推薦	0.0%	10.0%	0.0%	82.5%	2.5%	5.0%
公募推薦	2.3%	4.7%	20.9%	72.1%	0.0%	0.0%
A. O.	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%	0.0%	0.0%

いであろう。

反面、両学部とも AO 入試、公募推薦、一般入試、およびセンター利用入試の一部で中学以前に現在の学部を決定したという回答があり（決定時期の早さだけからの判断では早計でもあるが）、十分なる動機の下に入学してきた学生の存在も改めて認識できる。

3. 学部教育内容の理解度について

次に、入学時点での学部の教育内容についての理解度を探るため、経営学部と経済学部の内容の相違について、その認識度合いを尋ねてみた。この相違が分かっていたら「一体これから入る自分の学部が何を勉強する学部であるのか」と、学生がしっかり把握して入ってきているということになるであろう。表9と10に経営学部、経済学部それぞれの学年別にした理解度レベルの比率を示した。まずここでも全学年を集計した最下段の数値をみて議論を進める。

入学時点で経営学部と経済学部の「違いが分からなかった」と答えた学生の比率は全学年で経営学部が33%、経済学部38%である。1/3強の学生は違いが分からないまま入学していることが判明した。「どちらとも言えない」と答えた学生群まで含めると経営学部55%、経済学部58%に上る。経営学部と経済学部の数値に3ポイントほどの差があるが、両学部とも5割を超える学生がはっきりした区別のつかないまま入学している実態が浮き彫りになった。

学年別に見ると学年が進行するにしたがって「違いが分からなかった」とする率が減少しており、学部での勉強経験が回答に影響を与えている可能性がある。そこでここでは1年生の回答が最も正確であると推測して話しを進める。まず「違いが分からなかった」は経営学部で39%、経済学部で41%である。したがって1/3ではなく約4割の学生が違いも分からないまま入学していると考えた方が正確である。また「どちらとも言えない」を含めると経営学部60%、経済学部61%となる。この学生群は学部での勉強に対してほとんど予備知識が無く勉強態勢ができないまま入学してきた学生群と捉えられる。前項の志望順位の間では第1志望で入学してきた学生比率

表9 経営学部生の学部教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
1年	10.8%	29.1%	39.2%	20.9%
2年	9.3%	37.0%	33.3%	20.4%
3年	15.2%	36.3%	25.1%	23.4%
4年	11.8%	37.3%	15.7%	35.3%
合計	11.5%	33.8%	32.4%	22.3%

表10 経済学部生の学部教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
1年	15.8%	23.4%	40.5%	20.3%
2年	13.7%	29.5%	37.9%	18.9%
3年	14.4%	32.4%	31.5%	21.6%
4年	14.3%	28.6%	32.1%	25.0%
合計	14.8%	27.2%	37.5%	20.5%

が6割強に達していることから、低いとはいえまずまずの結果かと安堵したにもかかわらず、残念ながら自身の第1志望の学部がどういう勉強をするのかは分かっていないのである。この6割強に上る大量の学生の存在は焦眉の急である。この学生群に対してカリキュラム上でしかるべき対策を立てることが経営学部、経済学部に求められている。

表11(a)(b)には経営学部1, 2年生の入試別理解度レベル回答比率を、表12(a)(b)には経済学部のそれを示している。また、典型的な例として経営学部1年生の理解度レベルを図2に示す。ここでも外国人入試とスポーツ推薦は除いてある。

まず差異を理解して入学してきた学生群であるが、「良く分かった」「分かり難かったが理解した」の合計で議論を進める。これらの学生群は一般入試、センター利用入試とも学年に依らず低い比率であり2つの群の合計で1年生は一般入試27%、センター利用45%、2年生では一般入試42%、センター利用45%である。一般入試で入学してきた学生群が最も低い。一般入試、センター利用入試では自身の学部興味や勉強動機よりも学力レベル優先で学部を選んで入学してきた学生の割合が高いという実態がみえる。

次に、公募推薦入試は上の2群よりは良く1年45%、2年56%である。また、学園推薦は1年45%、2年43%であり公募推薦と同等か少し悪い程度である。AO入試は1年72%、2年58%と最も理解度が高い。公募推薦、AO入試は経営学部においては商業高校等の卒業生の比率が高く入学動機のはっきりしている割合が高いためであろう。ただし、学部が期待しているような高い率ではなく、この入試区分でも「分からなかった」とする学生が30%から40%あることはむしろ大きな問題であるといえる。経営学部ではAO入試の趣旨として学部での勉強動機を第一の要

表11(a) 経営学部1年生の入試別教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
一般	4.8%	22.6%	42.9%	29.8%
センター利用	15.8%	28.9%	34.2%	21.1%
学園推薦	10.3%	34.6%	38.5%	16.7%
公募	15.7%	29.4%	35.3%	19.6%
AO入試	21.4%	50.0%	28.6%	0.0%

表11(b) 経営学部2年生の入試別学部教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
一般	6.0%	35.8%	20.9%	37.3%
センター利用	10.0%	35.0%	30.0%	25.0%
学園推薦	9.8%	33.3%	41.2%	15.7%
公募	10.4%	45.8%	37.5%	6.3%
AO入試	8.3%	50.0%	41.7%	0.0%

件としているのであるから、AOの選考方法、面接問題などを見直す必要がある。

経済学部については「良く分かった」「分かり難かったが理解した」の学生群は一般入試、センター利用入試とも経営学部と同様に学年に依らず低い比率であり2群の合計で1年生は一般34%、センター利用38%、2年生は一般42%、センター利用29%である。公募推薦はこれに続いて低く1年38%、2年40%である。学園推薦、AO入試は学年により大きく異なり、学園推薦は

表12(a) 経済学部1年生の入試別学部教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
一般	12.5%	21.2%	37.5%	28.8%
センター	12.8%	25.5%	46.8%	14.9%
学園推薦	17.2%	31.3%	39.1%	12.5%
公募推薦	18.3%	20.0%	48.3%	13.3%
A.O.	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%

表12(b) 経済学部2年生の入試別学部教育内容理解度

	良く分かった	分かり難かったが理解した	分からなかった	どちらともいえない
一般	13.2%	28.9%	31.6%	26.3%
センター	7.1%	21.4%	42.9%	28.6%
学園推薦	20.5%	41.0%	28.2%	10.3%
公募推薦	11.9%	28.6%	50.0%	9.5%
A.O.	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%

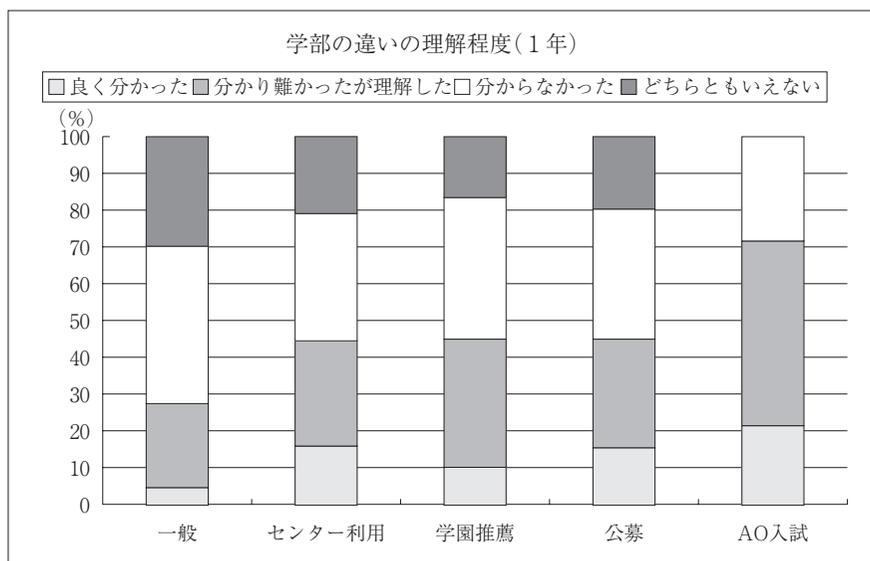


図2 経営学部1年生の入試区分別理解度

1年48%，2年62%，AOは1年75%，2年25%となっている。AOについては標本の大きさが小さいのが原因と思われるが学園推薦は他に理由を求めた方がよい。一般入試，センター利用，それに加えて公募推薦という学力試験を課す入試区分からの学生が経済学部の内容をあまり知らずに自身の学力レベルを主な基準として経済学部を選んで入学してきている実態がうかがえる。またAO入試の2年25%は異常に低く，英語レベルのフィルターで入ってきた学生が経済学部の勉学に対して準備態勢ができていなかったと考えられる。

4. 学部のイメージについて

学部のイメージを問うことによって学生の持っている感覚的な側面から学部の理解度や経営学部と経済学部との違いの理解度を明らかにしていくことができる。表13，14は経営学部，経済学部の学年別の自学部へのイメージである。ただしこの問は2年次以降生に対して行われた。両学部とも学部イメージは学年に関わらずほぼ同じような比率を示している。また，図3には経営学部2年生の入試区分別自学部イメージを図示している。ここでは学年を総合した合計欄で議論を進める。

まず経営学部生の経営学部に対するイメージであるが，「面白い」23%，「明るい」19%，「就職に役立つ」29%の3項目で合計71%とポジティブな面の比率が非常に高い。一方「硬い」4%，「難しい」8%，「暗い」1%の3項目で合計13%とネガティブな面の比率が非常に低い。

次に経済学部生の経済学部に対するイメージであるが，経済学部のイメージは「面白い」17%，「明るい」14%，「就職に役立つ」22%の3項目合計53%とポジティブな面の比率が高いが経営学部生の自学部に対する比率ほどの高率ではない。一方「硬い」13%，「難しい」19%，「暗い」3%の3項目合計35%とネガティブな面の比率も意外に高い。この点は二つの学部で明らかに異なる。

表13 経営学部生の自学部に対するイメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	22.2%	16.7%	29.4%	13.3%	3.5%	2.0%	8.9%	4.0%
3年	23.5%	21.9%	29.6%	9.3%	3.2%	0.8%	6.5%	5.3%
4年	20.3%	21.6%	27.0%	10.8%	6.8%	0.0%	8.1%	5.4%
合計	22.5%	19.2%	29.2%	11.5%	3.7%	1.3%	7.9%	4.6%

表14 経済学部生の自学部に対するイメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	15.5%	14.2%	24.8%	7.1%	12.4%	3.1%	20.4%	2.5%
3年	18.8%	13.8%	19.4%	7.5%	13.1%	3.1%	16.9%	7.5%
4年	18.9%	15.6%	14.4%	4.4%	17.8%	2.2%	17.8%	8.9%
合計	16.9%	14.3%	21.6%	6.8%	13.4%	3.0%	19.0%	4.9%

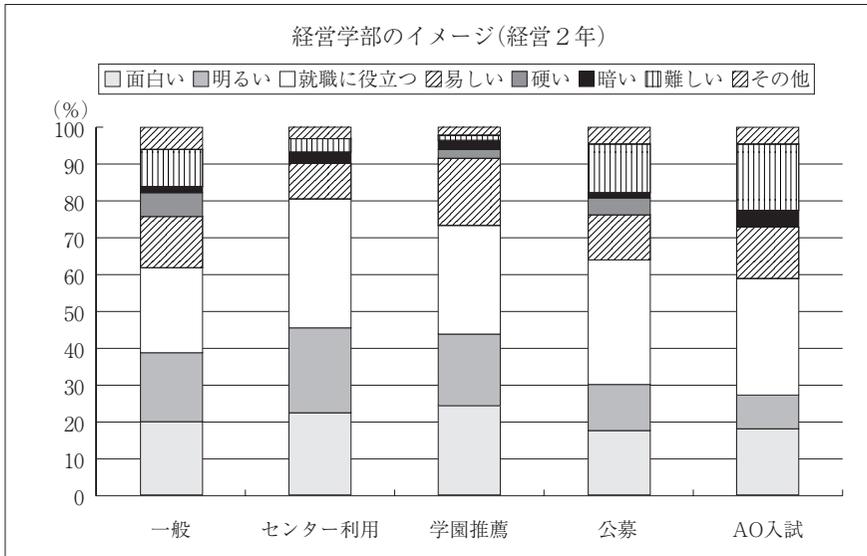


図3 経営学部2年生の入試別経営学部イメージ

表15 経営学部生の経済学部に対するイメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	4.2%	9.5%	8.4%	7.0%	26.7%	4.9%	32.3%	7.0%
3年	4.7%	12.1%	15.0%	5.6%	26.2%	5.6%	24.3%	6.5%
4年	4.8%	12.9%	8.1%	8.1%	30.6%	4.8%	21.0%	9.7%
合計	4.5%	10.9%	10.9%	6.6%	26.9%	5.2%	28.0%	7.1%

表16 経済学部生の経営学部に対するイメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	9.1%	13.4%	28.4%	12.1%	7.8%	3.9%	15.9%	9.5%
3年	9.6%	15.4%	23.5%	15.4%	6.6%	5.1%	11.8%	12.5%
4年	8.3%	18.1%	23.6%	6.9%	11.1%	4.2%	12.5%	15.3%
合計	9.1%	14.8%	26.1%	12.3%	8.0%	4.3%	14.1%	11.4%

表15、16は経営学部、経済学部の学生がそれぞれ他方の学部を持っているイメージである。ここでも学年による相違はほぼない。まず経営学部の学生が経済学部を持っているイメージであるが「面白い」5%、「明るい」11%、「就職に役立つ」11%、3項目合計26%とポジティブな面の比率が自学部に比べると45ポイントも低い。反面「硬い」27%、「難しい」28%、「暗い」5%、3項目合計60%とネガティブな面の比率が非常に高く自学部に対する13%からすると差が47ポイントという驚くほど大きなネガティブイメージである。学部教育の内容理解を尋ねた前節の回答では、経営学部と経済学部の「違いが分からなかった」、「どちらとも言えない」で55%という高い比率であったのだが、このようにしてイメージを問うと、明らかな学部の違いを感覚的に学生

達は持っているのが分かる。

次に経済学部生の経営学部に対するイメージであるが、「面白い」9%、「明るい」15%、「就職に役立つ」26%の3項目合計50%とポジティブな面の比率が高い。合計では自学部に対するポジティブイメージ率より3ポイント程度低いだけであり、特に項目の「明るい」「就職に役立つ」に関しては自分の学部よりも経営学部のイメージ比率のほうが高い。反面「硬い」8%、「難しい」14%、「暗い」4%の3項目合計26%とネガティブな面の比率が低い。自学部のネガティブイメージ率が35%であることを考えると、経営学部に対する方が9ポイントも低いには驚き、不思議である。ネガティブイメージが強いにもかかわらず、経済学部の学生はどのような理由で経済学部を選んだのであろうか。他の理由があるのであろうがこのアンケートでは不明である。

5. 学部の志望理由について

表17、18に経営学部生、経済学部生に学部の志望理由について尋ねた回答の比率を示す。ここでは学年による差異はほとんど見いだされなため、学年合計での比率で議論を進める。まず経営学部生の志望理由であるが、最大の理由は「将来計画にあうから」で33%となっている。この群には資格を目指す学生の存在があるためと推測される。次が「カリキュラムが面白そうだから」18%、これに「説明会で興味を持った」13%を合わせると31%となる。「親・家族の勧め」13%、「先輩・友人の勧め」が7%あり、こちらは学生本人の内発的な動機ではないが、無視できない率である。「偏差値で」が5%であり、「先生の勧め」は僅かに2%のみである。

経済学部生の志望理由をみてみると、第1の理由は経営学部と同様に「将来計画にあうから」

表17 経営学部生の志望理由

	将来計画 に合う	カリキュラ ム面白そう	説明会で興 味を持った	先生の 勧め	先輩・友 人の勧め	親・家族 の勧め	偏差値	その他
1年	31.5%	16.5%	16.2%	1.6%	11.1%	14.4%	4.2%	4.5%
2年	31.7%	20.2%	11.2%	1.9%	3.5%	11.5%	7.4%	12.5%
3年	35.5%	16.5%	10.4%	2.2%	6.1%	12.1%	3.9%	13.4%
4年	32.1%	19.6%	5.4%	3.6%	5.4%	8.9%	7.1%	17.9%
合計	32.5%	17.8%	12.8%	2.0%	7.3%	12.7%	5.3%	9.7%

表18 経済学部生の志望理由

	将来計画 に合う	カリキュラ ム面白そう	説明会で興 味を持った	先生の 勧め	先輩・友 人の勧め	親・家族 の勧め	偏差値	その他
1年	28.2%	17.9%	13.5%	3.4%	11.8%	13.7%	5.3%	6.2%
2年	24.9%	20.7%	11.9%	3.1%	7.7%	11.9%	7.3%	2.6%
3年	27.9%	21.1%	8.8%	3.4%	7.5%	11.6%	6.8%	12.9%
4年	30.0%	21.4%	10.0%	1.4%	4.3%	8.6%	8.6%	15.7%
合計	27.4%	19.5%	12.1%	3.2%	9.4%	12.5%	6.3%	9.7%

で27%である。ただし、経営学部より6ポイントほど低い。次が「カリキュラムが面白そうだから」20%、これに「説明会で興味を持った」12%を合わせると32%となりこの二つが興味喚起の回答群とみれば経済学部ではこちらが志望の最大の理由となる。この点では両学部の特色が現れたとみて良いであろう。次に「親・家族の勧め」13%、「先輩・友人の勧め」が9%あり、ほぼ

表19 経営学部1年生の入試別志望理由

	将来計画に合う	カリキュラム面白そう	説明会で興味を持った	先生の勧め	先輩・友人の勧め	親・家族の勧め	偏差値	その他
一般	23.8%	16.7%	18.3%	1.6%	10.3%	19.8%	5.6%	4.0%
センター利用	30.9%	14.5%	10.9%	1.8%	10.9%	12.7%	5.5%	12.7%
学園推薦	33.0%	18.8%	15.2%	1.8%	12.5%	11.6%	2.7%	4.5%
公募	32.6%	14.6%	19.1%	2.2%	10.1%	14.6%	5.6%	1.1%
AO入試	53.8%	15.4%	19.2%	0.0%	7.7%	3.8%	0.0%	0.0%

表20 経済学部1年生の入試別志望理由

	将来計画に合う	カリキュラム面白そう	説明会で興味を持った	先生の勧め	先輩・友人の勧め	親・家族の勧め	偏差値	その他
一般	23.0%	16.1%	15.5%	2.3%	12.1%	14.9%	7.5%	8.6%
センター	34.8%	17.4%	5.8%	0.0%	11.6%	15.9%	7.2%	7.2%
学園推薦	32.3%	16.7%	12.5%	9.4%	15.6%	8.3%	2.1%	3.1%
公募推薦	28.0%	21.0%	16.0%	2.0%	9.0%	16.0%	5.0%	3.0%
A.O.	38.9%	27.8%	22.2%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	5.6%

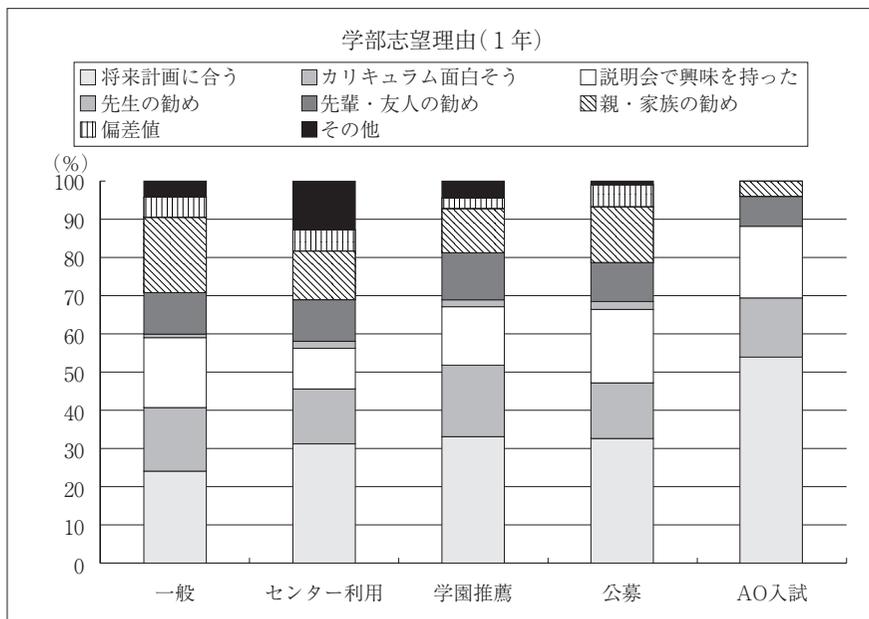


図4 経営学部1年生の入試区分別学部志望理由

経営学部と同率である。「偏差値で」が6%あり、「先生の勧め」はここでも僅かに3%である。

入試区分別の回答の集計は表19, 20にそれぞれの学部の1年生のみを示す。図4には経営学部1年生の入試区分別志望理由を一例として図示する。「将来計画にあう」はAO入試では大きな部分を占めている。特に経営学部では5割を越える学生がこの志望理由である。経済学部のAO入試でも経営学部ほどではないが高い率を示している。また、一般入試、センター利用入試で「親・家族の勧め」が他の入試区分に比して高いことがみてとれる。「先輩・友人の勧め」の欄は学園推薦で高い。学園推薦では「親・家族の勧め」よりも「先輩・友人の勧め」の方が高い率であるのが特徴である。因みに、ほとんどの入試区分で学部選択に関して高校の先生の役割はほとんど無いようである。

6. 入学後のイメージ変化とその理由について

さて、以上のようにして入学してきた学生が入学後に自学部に対するイメージをどのように変えたのであろうか。これは学部教育の実態を感覚的な面から計る意図で問うたものである。表21(a)(b)には経営学部生の入学後の経営学部のイメージの回答比率と入学前後のイメージ変化を百分率比率の差として求めた結果をそれぞれ示す。表22(a)(b)は経済学部生のものである。経営学部生では4年生が「明るい」「暗い」の2つの項目で2, 3年生と逆の変化となっているが、これは4年生の標本がそれほど大きくないことが一因と思われる。学年にかかわらず集計した結果が最下段の合計であるので、ここでもこれで議論を進める。ポジティブ面では「面白い」, 「明るい」で約3ポイント増加している。経営学部は入学前にすでにこれらの項目では高い率であったがさらに増加をみている。これに伴いネガティブ面の「硬い」「暗い」が約1ポイントずつ減少している。「就職に役立つ」は大きく減少しほぼ8ポイント差である。難易度に関しては「易しい」が4ポイント減少し、「難しい」が4ポイント増加している。

表21(a) 経営学部生の入学後の自学部イメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	23.5%	20.9%	22.1%	7.0%	3.5%	0.9%	14.2%	7.8%
3年	26.4%	24.5%	20.5%	7.0%	1.8%	0.4%	8.8%	10.6%
4年	30.5%	15.9%	20.7%	12.2%	3.7%	1.2%	9.8%	6.1%
合計	25.5%	21.7%	21.3%	7.6%	2.9%	0.7%	11.6%	8.7%

表21(b) 経営学部生のイメージ変化（百分率比率の差）

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	1.4	4.2	-7.3	-6.3	0.0	-1.1	5.3	3.8
3年	2.9	2.7	-9.0	-2.4	-1.4	-0.4	2.3	5.4
4年	10.2	-5.8	-6.3	1.4	-3.1	1.2	1.6	0.7
合計	3.0	2.6	-7.9	-3.9	-0.9	-0.6	3.7	4.1

表22(a) 経済学部生の入学後の自学部イメージ

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	28.9%	22.0%	19.3%	3.0%	3.9%	1.2%	17.3%	4.5%
3年	26.3%	21.7%	16.6%	6.9%	2.3%	2.3%	14.3%	9.7%
4年	31.8%	28.2%	10.6%	2.4%	2.4%	2.4%	14.1%	8.2%
合計	28.5%	22.8%	17.3%	4.0%	3.2%	1.7%	15.9%	6.5%

表22(b) 経済学部生のイメージ変化（百分率比率の差）

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
2年	13.4	7.8	-5.4	-4.1	-8.5	-1.9	-3.2	2.0
3年	7.5	8.0	-2.8	-0.6	-10.8	-0.8	-2.6	2.2
4年	12.9	12.7	-3.9	-2.1	-15.4	0.1	-3.7	-0.7
合計	11.6	8.5	-4.4	-2.8	-10.3	-1.3	-3.1	1.7

表23 経営学部生2年生の入試別イメージ変化

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
一般	2.22	3.22	-2.63	-6.59	-2.30	-2.00	3.89	4.19
センター利用	-1.15	-11.87	-6.91	-6.11	3.57	0.35	7.49	14.63
学園推薦	3.20	0.03	-7.43	-7.95	-0.14	-0.14	11.42	1.01
公募	-0.26	11.69	-8.39	-7.30	0.57	-1.12	1.71	3.10
AO入試	16.82	15.91	-21.82	-3.64	0.00	-4.55	-3.18	0.45

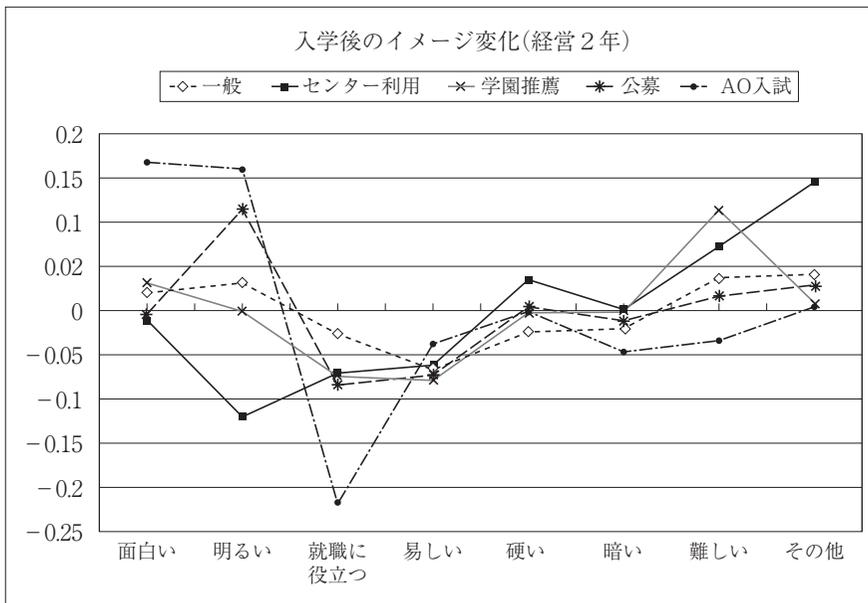


図5 経営学部2年生の入学後イメージ変化

これを詳しく見るために入試区分別に集計してみた。表23には入試別にみた経営学部2年生のイメージ変化が示されている。またこれを図5に示している。「面白い」と大きく変化しているのはAO入試による学生群であり約17ポイントである。学園推薦群が3ポイントアップ、一般入試群が2ポイントアップとこれに続いている。「明るい」はAO入試群が16ポイント、公募推薦群が12ポイントと大きく増加し、一般入試群が3ポイントと僅かに増えている一方でセンター利用が12ポイント減少している。「就職に役立つ」は全ての入試区分で減少している。

AO入試群では入学前に「面白い」「明るい」というイメージよりは「就職に役立つ」という実利的な観点から入学してきた学生達が「面白い」「明るい」に転じ、この2つの項目の増加になっている。AO入試のグループが「就職に役立つ」で大幅に減少しているのはこの理由である。このAO入試群は「硬い」「暗い」「難しい」項目も他の入試区分の学生達に比し際立って減少しており、勉学に積極的な態度がうかがえる。一方センター利用、学園推薦、一般入試、公募推薦の学生群は、変化量は少ないものの「易しい」「就職に役立つ」が減少し、「難しい」が増加している。経営学部に入學して、経営学の勉学も実利的というよりは意外と学問的であり、予想したほど安易でなく、難しい勉学に直面している様子がうかがわれる。なお、センター利用入試群では「面白い」「明るい」「就職に役立つ」のポジティブ面が軒並み減少し、「硬い」「暗い」「難しい」が増加していることから入学後に問題を抱えている実態が窺える。これらの学生に対して特別の対策を講じる必要が急務といえる。

次に経済学部生のイメージ変化を表22(b)からみてみる。経済学部では学年によらず変化傾向は同じである。また、各項目とも変化傾向は経営学部と同様である。ただし、「面白い」で12ポイント、「明るい」で9ポイントアップ、「硬い」で10ポイントダウンと変化量が大きい。その他「就職に役立つ」が4ポイントダウンし、「暗い」が1ポイント、「難しい」が3ポイント、「易しい」も3ポイント減少している。

ここでも入試区分別に表24により経済学部2年生の傾向をみてみる。「面白い」を大きく増加させている学生群は一般入試とセンター利用入試群である。これに学園推薦の8ポイントが続いている。公募推薦5ポイント、AO入試2ポイントはそれほどの増加ではない。また、「明るい」はほぼ同率で全般的に増加しているが学園推薦だけは減少している。「就職に役立つ」はセンター利用入試の学生群が20ポイントの大幅減少を示し、これに公募推薦、一般入試と続いている。一般入試、センター利用入試での入学生が学部の内容もあまり分からないまま、そしてネガティ

表24 経済学部生2年生の入試別イメージ変化

	面白い	明るい	就職に役立つ	易しい	硬い	暗い	難しい	その他
一般	17.82	9.15	-5.15	-6.39	-8.77	-2.38	-6.61	2.32
センター	17.99	10.05	-19.58	-1.06	-4.76	-1.06	0.53	-2.12
学園推薦	8.35	-1.96	2.71	-5.33	-7.11	-1.94	-1.64	6.92
公募推薦	4.77	12.95	-10.55	-2.63	-5.22	-1.31	3.30	-1.31
A. O.	1.67	11.67	6.67	-1.67	-13.33	0.00	-5.00	0.00

ブなイメージを持ったまま、経済学部の授業を受け、意外と面白く、明るい雰囲気に向きになってきている様子がうかがえる。「就職に役立つ」が減少しているのは入学前においてはイメージ的に実務的なものを感じていたのが、ここでも学問的な部分と向かいあって捉え方が変わったのであろうと推測できる。

イメージ変化の理由を尋ねた設問の回答結果を表25、26に示す。まず経営学部では「意外な面

表25 経営学部生のイメージ変化の理由

	自分勝手な思い込みがあった	意外な面の発見があった	高校での説明不十分	キャンパスガイドの説明不十分	先輩・家族の説明不十分	その他
2年	30.0%	51.9%	5.6%	3.8%	1.9%	6.9%
3年	33.8%	46.2%	3.8%	6.2%	2.3%	7.7%
4年	27.1%	50.0%	6.3%	10.4%	2.1%	4.2%
合計	31.1%	49.4%	5.0%	5.6%	2.1%	6.8%

表26 経済学部生のイメージ変化の理由

	自分勝手な思い込みがあった	意外な面の発見があった	高校での説明不十分	キャンパスガイドの説明不十分	先輩・家族の説明不十分	その他
2年	33.7%	41.6%	6.7%	4.5%	1.7%	11.8%
3年	33.7%	42.1%	5.3%	5.3%	1.1%	12.6%
4年	28.8%	27.3%	9.1%	3.0%	1.5%	30.3%
合計	32.7%	38.9%	6.8%	4.4%	1.5%	15.6%

表27 経営学部2年生の入試別イメージ変化理由

	自分勝手な思い込みがあった	意外な面の発見があった	高校での説明不十分	キャンパスガイドの説明不十分	先輩・家族の説明不十分	その他
一般	32.1%	52.8%	1.9%	1.9%	1.9%	9.4%
センター利用	23.1%	61.5%	0.0%	0.0%	7.7%	7.7%
学園推薦	22.9%	40.0%	20.0%	8.6%	2.9%	5.7%
公募	33.3%	57.1%	0.0%	4.8%	0.0%	4.8%
AO入試	22.2%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%

表28 経済学部2年生の入試別イメージ変化理由

	自分勝手な思い込みがあった	意外な面の発見があった	高校での説明不十分	キャンパスガイドの説明不十分	先輩・家族の説明不十分	その他
一般	38.6%	45.7%	2.9%	2.9%	2.9%	7.1%
センター	50.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%
学園推薦	22.5%	32.5%	15.0%	5.0%	2.5%	22.5%
公募推薦	28.6%	45.7%	5.7%	8.6%	0.0%	11.4%
A. O.	42.9%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%

の発見があった」49%という入学後の経験を理由としてあげる学生の率が非常に高く、次に「勝手な思い込みがあった」と入学前の状況を理由としてあげている。これを入試区分別にした表27、28で詳しくみてみると、「高校での説明不足」の項目で学園推薦のみが20%と高い比率を示しているのが目を引く。AO入試群、公募推薦、センター利用入試群では「高校での説明不足」は0である。

次に経済学部を見てみる。「意外な面の発見があった」39%と経営学部同様に学生自身の入学後の経験が第1の理由であり、「勝手な思い込みがあった」33%という入学前の自身の思い込みがこれに続いている。入試区分別では「高校での説明不足」項目で、ここでも学園推薦が15%と高い比率を示している。また、AO入試群が14%とこれについて高い率であるのが経営学部と相違する点である。AO入試のこのような学部による違いはAOのポリシーの違いが一因であろうか。経済学部のAOでは高校の先生が英語の観点でのみ説明をしていることが推測できる。なお、学園推薦に関しては両学部とも高校での説明不足が目立つ。進路指導に関して創価学園と大学との意思疎通が必要である。

7. 受験時における学部情報の啓蒙方法について

受験時における学部情報、経営学部と経済学部の違いなどの情報をどのような方法で受験生は入手し受験に望んでいるのであろうか。表29、30には経営学部生、経済学部生それぞれの回答を示した。この点に関しては学年によらず、また学部によらずほぼ同様の回答である。すなわちキャンパスガイドがほぼ50%近くの比率であり、最も強い効果を持っていることがわかる。次

表29 経営学部生の学部教育内容の認識方法

	キャンパスガイドなど	受験雑誌など	オープンキャンパス、大学説明会	先生・先輩の説明	親・家族の説明	その他
1年	53.1%	4.9%	16.4%	17.7%	6.8%	1.0%
2年	46.6%	8.3%	13.4%	20.7%	6.9%	4.1%
3年	37.9%	11.1%	19.3%	17.7%	9.1%	4.9%
4年	40.7%	13.6%	10.2%	22.0%	5.1%	8.5%
合計	46.6%	8.0%	15.9%	18.9%	7.3%	3.4%

表30 経済学部生の学部教育内容の認識方法

	キャンパスガイドなど	受験雑誌など	オープンキャンパス、大学説明会	先生・先輩の説明	親・家族の説明	その他
1年	50.8%	5.6%	15.0%	17.9%	8.2%	2.4%
2年	47.5%	9.5%	15.2%	19.4%	4.9%	3.4%
3年	40.4%	8.2%	17.8%	20.5%	6.2%	6.8%
4年	45.6%	1.5%	16.2%	25.0%	4.4%	7.4%
合計	47.8%	6.9%	15.6%	19.3%	6.6%	3.8%

表31 経営学部生の入試区分別学部教育内容の認識方法

	キャンパスガイドなど	受験雑誌など	オープンキャンパス, 大学説明会	先生・先輩の説明	親・家族の説明	その他
一般	47.6%	13.1%	13.1%	13.1%	7.1%	6.0%
センター利用	62.5%	4.2%	12.5%	8.3%	4.2%	8.3%
学園推薦	35.3%	2.9%	8.8%	44.1%	4.4%	4.4%
公募	54.8%	12.3%	17.8%	6.8%	8.2%	0.0%
AO入試	62.5%	0.0%	12.5%	18.8%	6.3%	0.0%

表32 経済学部生の入試区分別学部教育内容の認識方法

	キャンパスガイドなど	受験雑誌など	オープンキャンパス, 大学説明会	先生・先輩の説明	親・家族の説明	その他
一般	52.6%	10.3%	14.4%	10.3%	6.2%	6.2%
センター	52.9%	11.8%	5.9%	11.8%	5.9%	11.8%
学園推薦	29.1%	9.1%	5.5%	49.1%	5.5%	1.8%
公募推薦	52.2%	11.9%	22.4%	10.4%	3.0%	0.0%
A. O.	46.2%	0.0%	23.1%	30.8%	0.0%	0.0%

が「先生・先輩の説明」でほぼ20%である。ここでは先生と先輩を分けて尋ねていないが、学部の志望理由の第5節で述べたように、選択に関して高校の先生の役割がほとんどないことから、「先輩の説明」と解釈してよいであろう。「親・家族の説明」はこれに比べると半分程度である。次に「オープンキャンパス・大学説明会」が3位として挙げられている。

表31, 32には経営学部, 経済学部2年生の入試区分別の認識方法の回答を示している。これも学部によらずほぼ同様である。またほとんどの入試区分では上に述べた「キャンパスガイド」「先生・先輩の説明」「オープンキャンパス・大学説明会」が重要な情報入手ルートであるが、学園推薦だけはこのパターンと大きく違い目立っている。すなわち、「先生・先輩の説明」が44%, 49%と非常に高い率を示していることである。学園生の一番大きな情報源は先輩の話であることが裏づけられた。

表33はキャンパスガイドやオープンキャンパスでの現在の説明が受験生にどれほど分かりやすく行われているかを尋ねた回答である。学部による差異はないので経営学部のものを示している。「現在の説明文やオープンキャンパスでの説明で分かると思う」と回答したものは5割であり、後の半数は「分かりにくいので、もっと詳しい説明が必要だと思う」と感じていることが判明した。

表34はそれでは説明不足の項目は何かとの問に対する回答である。これも学部による差異はないので経営学部のものを示している。「カリキュラムの内容」が最も高く、続いて「学部の趣旨・目的」「それぞれの科目の内容」「卒業後の進路」がそれぞれほぼ同率で約20%ずつを占めている。「教員の紹介」は僅か3%である。

表33 キャンパスガイドやオープンキャンパスの説明の分かりやすさについて

	分かる	もっと詳しく
1年	59.5%	40.5%
2年	40.6%	59.4%
3年	49.4%	50.6%
4年	44.9%	55.1%
合計	50.3%	49.7%

表34 キャンパスガイドやオープンキャンパスでの説明不足の項目

	学部の趣旨・目的	カリキュラムの内容	それぞれの科目の内容	教員の紹介	卒業後の進路・資格	その他
1年	18.8%	34.3%	20.1%	2.9%	19.4%	4.5%
2年	23.3%	24.8%	23.3%	2.2%	23.3%	3.0%
3年	23.2%	20.5%	25.4%	6.5%	21.6%	2.7%
4年	16.9%	28.8%	23.7%	6.8%	18.6%	5.1%
合計	21.1%	27.7%	22.6%	3.8%	21.1%	3.6%

表35 最も良い広報方法

	ガイドブック・ホームページ等	説明会等	その他
1年	65.8%	30.4%	3.8%
2年	64.0%	32.0%	4.0%
3年	60.2%	36.9%	2.9%
4年	57.1%	31.4%	11.4%
合計	63.6%	32.2%	4.2%

表35は「どのような説明方法が良いと思うか」に対する回答である。これも学部による差異はないので経営学部のものを示す。「ガイドブックやホームページ等でもっと詳しく説明する」が64%を占めている。次が「説明会等でもっと詳しく説明する」で30%強である。

今まで我々は受験生に向け様々な方策を施してきているが、まだまだ受験生への説明が不十分であることが明らかになった。オープンキャンパスは現在どの大学でも花盛りであり、上に見てきたように一定の役割を担っているが、受験生への説明はいつでもどこでも入手でき、参考にすることができるキャンパスガイド、ホームページを基本としてこれらの充実を図る方針が第一である。

8. 今後の学部教育改革へ向けての提案

以上のアンケート結果から、ここではまとめて代えて「動機づけ科目の新設」「リメディアル科目の新設」「経済・経営連携カリキュラム実施に際して」の3項目について以下のような教育

改革のポイントを提示してみたい。

(1) 動機づけ科目の新設

- ① 動機のない学生を6割強抱えている学部として、それぞれの学部の勉学への導入を目的とした科目を1年次の早い時期に設けることが必要である。現在経営学部では科目「人間主義経営論」が設置され一定の成功を収めているが、これとは別に純然たる動機付け科目の設置を検討する価値がある。
- ② 入学準備プログラムの段階でも入学する学部の目的、勉学内容を良く説明して興味を喚起しておく必要がある。また、センター利用入試合格者に対しても入学準備の段階で何らかの手を打つことを検討する必要がある。従って、入学準備プログラムは基本的にどの入試形態からの入学生に対しても実施するべきであろう。
- ③ 学問的な観点とは別に、または、平行して実社会に密着したような観点からの経済、経営のトピックスを取り上げる科目も動機づけ科目として効果がある。
- ④ 動機づけ科目を特に必要としている対象学生は決して学力の低い学生とイコールではないので、教える側が注意を要する。あまりにレベルを低くしてはかえって授業を飽きさせる危険性もある。ある程度のレベルの高さを維持して、興味を喚起するような動機づけ科目を行ったほうが良い。

(2) リメディアル科目の新設

- ① 経営学部では「難しい」とされる部分を明らかにして、必要とあればリメディアル教育科目を細かく設けることの検討を要する。
- ② 経済学部では「難しい」は入学後に減ってはいるが、「易しい」も減っていることから、やはり原因を探って、リメディアル教育科目を設けることも視野に入れる必要がある。

(3) 経済・経営連携カリキュラム実施に際して

- ① 経営学部の学生は経済学部に対してネガティブなイメージが強くあり、履修ガイドラインに経済学部科目の取り入れを行うに際しては、その必然性を学生に明らかにすることが重要である。
- ② 経営学部では「将来計画にあうから」という学部志望動機の項目が高率であることから推測されるように、明確に公認会計士等の資格を目指す学生の存在があり、これに応える専門特化のコースは維持または強化することが必要である。
- ③ 経済学部生は経済・経営の両学部と同じようなイメージを持っており、経済学部科目の中に経営学部の専門科目を取り入れて勉学を進めることに学生サイドからの大きな障害は生まれないと考えられる。

謝 辞

本アンケート調査においてアンケート用紙の配布、取り纏め等種々の御協力を賜った経営学部ならびに経済学部の教員の方々に深く感謝申し上げます。

経済・経営学部生へのアンケート

〈経済・経営学部 連携会議〉

1. あなたが現在所属している学部の、入試時の志望順位に○印をつけてください。
 - a. 第1志望
 - b. 第2志望
 - c. 第3志望 (以降)
2. あなたは、所属学部への進学をいつ頃決めましたか？
 - a. 中学または、それ以前
 - b. 高1
 - c. 高2
 - d. 高3
 - e. 浪人中
 - f. 合格してから
3. 志望学部を決定した理由はどれですか？ (複数回答可)
 - a. 自分の将来計画に合う学部だから
 - b. カリキュラムが面白そうだから
 - c. 大学説明会、キャンパスガイド等の学部紹介で興味を持ったから
 - d. 高校・塾・予備校の先生の勧め
 - e. 先輩・友人の勧め
 - f. 親や家族の勧め
 - g. 偏差値
 - h. その他 ()
4. 学部を選択する際、経済学部や経営学部の内容を何によって知りましたか？ (複数回答可)
 - a. 創大のキャンパスガイドやホームページなど
 - b. 受験雑誌や受験情報誌など
 - c. オープンキャンパス、大学説明会
 - d. 高校の先生や先輩の説明
 - e. 親や家族の説明
 - f. その他 ()
5. 受験する時、経済学部と経営学部の内容及び、違いは分かりましたか？
 - a. 良く分かった
 - b. 分かりにくかったが理解した
 - c. どちらも言えない
 - d. 分からなかった
6. キャンパスガイドやオープンキャンパス等での学部を紹介する説明について
 - a. 現状の説明文や説明会等の説明で分かると思う
 - b. 分かりにくいので、もっと詳しい説明が必要だと思う
 (aと答えた方は質問9へ、bと答えた方は質問7から)
7. 不足していると思われる部分はどれですか？ (複数回答可)
 - a. 学部の趣旨・目的
 - b. カリキュラムの内容
 - c. それぞれの科目の内容
 - d. 教員の紹介
 - e. 卒業後の進路や資格
 - f. その他 ()
8. どのような説明方法が良いと思われますか？
 - a. ガイドブックやホームページ等で、もっと詳しく説明する
 - b. 説明会等で、もっと詳しく説明する
 - c. その他の方法 ()
9. 入学前の経済学部のイメージはどのようなものでしたか？ (両学部生とも回答、複数回答可)
 - a. 面白い
 - b. 硬い
 - c. 明るい
 - d. 暗い
 - e. 易しい
 - f. 難しい
 - g. 就職に役に立つ
 - h. その他 ()
10. 入学前の経営学部のイメージはどのようなものでしたか？ (両学部生とも回答、複数回答可)
 - a. 面白い
 - b. 硬い
 - c. 明るい
 - d. 暗い
 - e. 易しい
 - f. 難しい
 - g. 就職に役に立つ
 - h. その他 ()
11. 入学前と入学後では、学部のイメージの違いはどうですか？
 - a. 面白い
 - b. 硬い
 - c. 明るい
 - d. 暗い
 - e. 易しい
 - f. 難しい
 - g. 就職に役に立つ
 - h. その他 ()

12. (入学前後でイメージが違った方に) 違いの原因は何ですか? (複数回答可)
- a. 自分勝手な思い込みがあった
 - b. 入学してから意外な面を発見した
 - c. 高校での説明が不十分だった
 - d. 創大のキャンパスガイドなどの説明が不十分だった
 - e. 先輩や家族の説明が不十分だった
 - f. その他 ()

●あなたは 学部 年 [男・女]

- 入試種類: a. 一般 b. センター利用 c. 公募推薦 d. スポーツ推薦
e. 学園推薦 f. AO g. 外国人等

資料2 2年次以降生用アンケート用紙