

入ゼミに関する各要因の集客率への影響の推定と提言

2022年11月
慶應義塾大学商学部
濱岡豊研究会
西村洸祐
原口さくら
林加奈子

概要

近年、新型コロナウイルスの拡大とその収束に伴い、従来までは対面で行われていたものがオンラインに変わるなど、開催様式が多様化している。そこで、本研究では「濱岡豊研究会」のゼミ勧誘を成功させることを目的とし、そのために「ゼミが求める人員」を確保できる可能性を高めるべく「ゼミの勧誘活動は2年生のゼミへの参加意図にどのように影響を及ぼすのか、2年生のゼミへの参加意図は何なのか」を研究し、効果的なゼミのプロモーションの手法の策定を行う。まず、ゼミへの参加意図について、自発的参加意図と非自発的参加意図に分けた。前者は研究会に応募し、選択者が研究会の一員になることを自発的に志望する意図、後者は研究会に応募はするが、選択者が研究会の一員になることを非自発的に志望する意図である。先行研究、事例、二次データを用いてゼミ自体の要素を含む「研究会特性」、ゼミへの勧誘の要素を含む「勧誘特性」の観点に対し仮説を設定した。それを基に調査票を以ってデータを収集し、コンジョイント分析を行った。

その結果、自発的参加意図における選択者特性に関しては「教授とのコミュニケーション欲求が高いこと」「学びたい分野があること」が、勧誘特性に関しては「充実した入ゼミイベント(対面)」「SNS投稿内容(活動内容含む)」「入ゼミ課題内容(レポート)」が、研究会特性に関しては「就活との関連性」「専門スキル学習機会」が正の影響を与えることがわかった。非自発的参加意図に関しては研究会特性における遊びの要素の有無、研究会の募集倍率の低さや選択者特性における承認欲求の高さ、自己効力感の高さ、教員とのコミュニケーション欲求の高さに関する仮説を設定したが全て棄却された。

(キーワード)

研究会、ゼミ、勧誘、参加意図、研究会意図、勧誘意図、コンジョイント

Estimation and Recommendation of the Impact of Each Factor Related to Seminar Recruitment on the Rate of Attraction

November 2022

Faculty of Business and Commerce, Keio University

Hamaoka Yutaka Seminar Class of 2024

Kosuke Nishimura

Sakura Haraguchi

Kanako Hayashi

[Abstract]

In recent years, with the spread and containment of the new coronavirus, the mode of holding seminars has been diversifying, with what used to be face-to-face seminars being replaced by online seminars. Therefore, the purpose of this study is to successfully recruit seminar participants for the "Yutaka Hamaoka Research Group," and in order to increase the likelihood of securing the "personnel sought by the seminar" for this purpose, the following questions were asked: "How do seminar recruitment activities affect second-year students' intentions to participate in the seminar," "What are second-year students' intentions to participate in seminars?" and formulate effective seminar promotion methods. First, we divided the intention to participate in seminars into voluntary and involuntary participation intentions: the former is the intention to apply for a research group and voluntarily aspire to be a member of the research group by the selector, and the latter is the intention to apply for a research group but not to be a member of the research group by the selector. Using previous studies, case studies, and secondary data, hypotheses were formulated in terms of "characteristics of the study group," which include elements of the seminar itself, and "characteristics of recruitment," which include elements of recruitment to the seminar. Based on these hypotheses, we collected data using a survey questionnaire and conducted a conjoint analysis.

As a result, "high desire to communicate with professors" and "having a field of study" were selected as the characteristics of the selectors in terms of voluntary participation intention, "substantial seminar events (face-to-face)," "contents of SNS postings (including activities)," and "contents of seminar assignments (reports)" were selected as the characteristics of recruitment, and "relevance to job hunting" was selected as the characteristics of research group. The results also showed that "relevance to job hunting" and "opportunities to learn specialized skills" had a positive impact on the characteristics of the seminar. All hypotheses were rejected with regard to involuntary participation intention.

Keywords

Study group, Seminar, Recruitment, Participation intention, Study group intention, Recruitment intention, Conjoint

0. 目次

1. はじめに
 - 1.1 研究の背景と目的
 - 1.2 本論文の構成
2. 先行研究
 - 2.1 大学でのゼミや学習に関する研究
 - 2.2 コミュニティ、組織への参加に関する研究
 - 2.3 消費者による創造、消費者との共創に関する研究
 - 2.4 消費者行動全般、情報源に関する研究
 - 2.5 先行研究のまとめ
3. 二次データ
 - 3.1 ゼミ選びについて
 - 3.2 ガクチカでアピールできそうなこと/不安を感じることにについて
 - 3.3 授業形態ごとと大学生生活充実について
 - 3.4 行きたい会社・行きたくない会社の基準について
 - 3.5 二次データのまとめ
4. 事例研究
 - 4.1 サークル・体育会勧誘の事例研究
 - 4.2 慶應義塾大学商学部ゼミ勧誘の事例研究
 - 4.3 事例研究まとめ
 - 4.4ヒアリング調査
5. 仮説設定
 - 5.1 研究会勧誘の構造
 - 5.2 優秀な人材の定義
 - 5.3 仮説の枠組み
 - 5.4 仮説設定
6. データ分析
 - 6.1 調査概要
 - 6.2 単純集計
 - 6.3 コンジョイント分析(勧誘特性)
 - 6.4 コンジョイント分析(研究会特性)
 - 6.5 共分散構造分析のための調査項目(選択者特性、研究会特性)
7. 分析結果
 - 7.1 コンジョイント分析
 - 7.2 共分散構造分析
 - 7.3 回帰分析
8. 考察
 - 8.1 勧誘特性
 - 8.2 研究会特性
 - 8.3 選択者特性
9. まとめ
 - 9.1 研究のまとめ
 - 9.2 提言
 - 9.3 研究の課題
 - 9.4 謝辞

1. はじめに

1.1 研究の背景と目的

近年、新型コロナウイルスの拡大とその収束に伴い、従来までは対面で行われていたものがオンラインに変わるなど、開催様式が多様化している。それは慶應義塾大学における入ゼミ活動、すなわちゼミナール(以下ゼミ)勧誘にもあてはまり、その勧誘方式が学生の各ゼミに対する参加意図を高める要因となっている。例えば、ゼミ説明会のオンライン実施、SNSにおける情報発信などが定着していることが例として挙げられる。これらを含む、学生の各ゼミへの参加意図となる勧誘活動を全体的に見直し、普遍的に入ゼミに有効な方法を考える。

そこで、本研究では「濱岡豊研究会」のゼミ勧誘を成功させることを目的とし、そのために「ゼミが求める人員」を確保できる可能性を高めるべく「ゼミの勧誘活動は2年生のゼミへの参加意図にどのように影響を及ぼすのか、2年生のゼミへの参加意図は何なのか」を研究し、効果的なゼミのプロモーションの手法の策定を行う。前提として、ゼミの勧誘はゼミが求める人員、つまり志望度の高い優秀な学生を募集人数分集めることを目的として行われる。しかし「ゼミが求める人員」が固まって志望してくるという状況は考えづらい。故に普通は様々な学生がランダムにゼミに応募してくると仮定し、候補者を選抜する。人を集め人数を絞るのに高いレベルの課題、面接、成績などを求められるようにするか、優秀な生徒を集められるような施策を考える必要がある。そこでゼミの勧誘活動は2年生のゼミへの参加意図にどのように影響を及ぼすのか、2年生のゼミへの参加意図は何なのかを研究し、効果的なゼミのプロモーションの手法を策定する。

1.2 本論文の構成

本研究の構成は、第2章で先行研究、第3章で二次データ、第4章ではヒアリング調査、第5章で事例を解説する。それらを基に第6章で仮説を設定し明示し、第7章でデータ分析、第8章で結果を記述する。第9章では分析で得た結果の考察を行い、第10章で研究のまとめ、施策の提言を含むまとめについて述べる。

2. 先行研究

本章では、研究に際して利用する先行研究について概説する。

2.1 コミュニティ、組織への参加

2.1.1 入ゼミへの参加

伏木ら(2011)は、学部3、4年生を対象としたゼミナールにおける学習者要因・学習環境、学習成果の関係に関する研究を行った。下記図表2-1に示した、ゼミナール受講動機に関して因子分析を行った結果から、「学習環境」としてのゼミナールの参加要因は「教授の人柄」「ゼミの評判」「研究内容への興味・関心」「学力向上への期待」の4つであることを明らかにした。

図表2-1 受講動機に関する因子分析の結果

n=387	平均値	S.D.	学習環境 への期待	成長 の期待
先生の人柄に魅力を感じたから	3.217	.836	.785	-.001
ゼミに対する周囲の評判が良かったから	2.687	.983	.724	-.097
以前、先生の授業に出たことがあり楽しかったから	2.693	1.154	.540	.022
大学生活が充実しそうだと感じたから	2.827	.915	.488	.198
内容が自分の興味・関心に近いと感じたから	3.403	.764	-.128	.829
いろいろな知識や力が身につけそうだと感じたから	3.253	.757	.088	.769
将来就きたい職業に関係がありそうだと感じたから	2.481	1.003	.211	.326
固有値			2.993	1.202
因子相関行列				.497

太字はプロマックス回転後の因子負荷量が.400以上

出所)伏木ら(2011)

2.1.2 学習への参加

浅野(2002)は、学習動機が生涯学習参加に及ぼす影響とその過程について研究を行った。図表2-2では、「積極的関与」「継続意思」をそれぞれ従属変数とした重回帰分析の結果を示している。この結果から、学習への「積極的関与」に正の影響を及ぼす主な要因は「学習動機」の下位尺度である「特定課題志向」、「継続意志」に正の影響を及ぼす主な要因は「学習動機」の下位尺度である「自己向上志向」と「特定課題志向」であることを示した。

図表2-2 「積極的関与」「継続意思」をそれぞれ従属変数とした重回帰分析の結果

独立変数	標準偏回帰係数		独立変数	標準偏回帰係数	
	一般大学	放送大学		一般大学	放送大学
特定課題志向	.31***	.33***	自己向上志向	.26***	.35***
環境・雰囲気・人の応援	.29***	.29***	特定課題志向	.21***	.31***
自己向上志向	.16***	.19***	環境・雰囲気・人の応援	.19***	.14**
交友志向	-.02	-.12*	経験関与的課題志向	.16***	.15**
やりがい・役立てる場	.07	.07	ボランティア・サークル	-.05	-.03
経験関与的課題志向	.07	.01	やりがい・役立てる場	.04	-.03
ボランティア・サークル	.01	.02	職業・専門性志向	.07	-.06
職業・専門性志向	.03	.00	交友志向	.04	.05

一般大学 R²=.38 放送大学 R²=.32 *p<.05, **p<.01, ***p<.001

一般大学 R²=.39 放送大学 R²=.42 *p<.05, **p<.01, ***p<.001

出所) 浅野(2002)

湯,外山(2020)は、大学生における動機づけ調整方略が動機づけ傾向としての興味に及ぼす影響について研究した。図表2-3では、交差遅延効果モデルの推定結果を示している。この結果から、学期前半の退屈な場面における興味高揚方略、自己報酬方略は学期後半の感情的興味を予測した。また、学期前半の困難な場面における自己効力感高揚方略は学期後半の感情的興味を予測した。今回の研究においては、入ゼミ試験は困難な場面だと仮定し、2年次までの、「自分にはできると思い込む」のような自己効力感高揚方略が、「この分野の内容は興味深い」といったようなゼミ選択の感情的興味に繋がると考える。

図表2-3 交差遅延効果モデルの推定結果

	感情的価値による興味		認知的価値による興味		興味対象関連の知識	
	退屈	困難	退屈	困難	退屈	困難
	β	R ²	β	R ²	β	R ²
Time 1 興味 →Time 2 興味	.74***		.72***		.75***	.72***
Time 1 方略A →Time 2 興味	.19*		.01		.15 [†]	.09
Time 1 方略B →Time 2 興味	.04	.68	-.09	.68	-.05	.09
Time 1 方略C →Time 2 興味	.18*	.08	.08	.68	.04	.64
Time 1 方略D →Time 2 興味	-.06		-.02		.03	.72
Time 1 方略E →Time 2 興味	-.10		.18*		-.06	.61
Time 1 興味 →Time 2 興味					.04	.02
Time 1 方略A →Time 2 方略A	.45***		.51***		.43***	.55***
Time 1 興味 →Time 2 方略A	-.04	.20	.18 [†]	.36	.23*	.37
Time 1 方略B →Time 2 方略B	.62***		.34***		.60***	.35***
Time 1 興味 →Time 2 方略B	.10	.38	-.14	.14	-.16	.14
Time 1 方略C →Time 2 方略C	.41***		.19*	.04	.42***	.23**
Time 1 興味 →Time 2 方略C	.03	.17	.02	.04	-.10	.05
Time 1 方略D →Time 2 方略D	.53***		.39***		.53***	.38***
Time 1 興味 →Time 2 方略D	.16 [†]	.31	.16	.20	.20*	.24
Time 1 方略E →Time 2 方略E	.52***		.43***		.52***	.42***
Time 1 興味 →Time 2 方略E	.13	.31	-.02	.18	.01	.18
モデルの適合度	χ ² =71.78**, df=40 CFI=.98, RMSEA=.04		χ ² =65.49**, df=40 CFI=.98, RMSEA=.03		χ ² =69.15**, df=40 CFI=.98, RMSEA=.04	

注1. 退屈=退屈な場面 (n=257), 困難=困難な場面 (n=319)。
 注2. βは標準化係数である。下線のあるβの推定値は、退屈な場面と困難な場面間で有意差が認められた。
 注3. 方略A=興味高揚方略, 方略B=遂行回避セルフトーク方略,
 方略C=自己報酬方略, 方略D=義務強調方略, 方略E=自己効力感高揚方略。
 ***p<.001, **p<.01, *p<.05, [†]p<.10

出所) 湯,外山(2020)

見館ら(2008)は、大学生の学習意欲、大学生生活の満足度を規定する要因について研究を行った。図表4は、4因子間の共分散構造分析を示している。この結果から、「学習意欲」及び「大学生生活の満足度」に影響を与えている要因について、「教員とのコミュニケーション」が「学習意欲」に影響を与え、さらに「大学生生活の満足度」にも寄与していることを明らかにした。

図表4 4因子間の共分散構造分析



出所) 見館ら(2008)

2.1.3 部活動への勧誘

高瀬(2019)は、体育会の新入部員獲得に関する研究を行った。下記図表2-5,2-6からわかるように、部活動特性の観点から、部の実績・就職先の情報と入部意図は正の相関があること、勧誘特性の観点から、充実した新歓イベント・詳細な年間スケジュールの記載と未経験競技への興味は正の相関があることを明らかにした。

図表2-5 コンジョイント分析の結果(部活動特性)

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	検定結果
(Intercept)	267.234	0.025	103.297	< 2e-16	
部の実績	0.270	0.025	10.445	< 2e-16	採択(0.1%水準)
創部年数	0.020	0.025	0.781	0.435	棄却
就職先の情報	0.124	0.025	4.811	1.62e-06	採択(0.1%水準)
練習環境	0.134	0.025	5.181	2.44e-07	採択(0.1%水準)

出所)高瀬(2019)

図表2-6 コンジョイント分析の結果(勧誘特性)

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	検定結果	
(Intercept)	264.476	0.025	105.179	< 2e-16		
未経験者の活躍	0.092	0.024	3.874	0.000	採択(0.1%水準)	
新歓イベント	0.105	0.024	4.391	1.18e-05	採択(0.1%水準)	
未経験者の比率	90%	0.536	0.032	16.849	< 2e-16	採択(0.1%水準)
	50%	0.087	0.032	2.745	0.006	採択(1%水準)
年間スケジュール	明確	0.223	0.032	7.027	2.83e-12	採択(0.1%水準)
	簡潔	-0.036	0.032	-1.119	0.263	棄却

出所)高瀬(2019)

2.2 コミュニティ、組織への参加に関する研究

藪谷, 中原(2017)は、市民団体への参加動機と活動タイプとの関連性の研究を行った。下記図表2-7では、因子分析の推定結果を示している。この結果から、まちづくりへの参加動機の要因は「自己成長」「社会貢献」「帰属・交流欲求」「時間的余裕」「報恩」「家族志向」「社会的欲求」「承認欲求」の8つの因子を抽出した。

図表2-7 因子分析の結果

No.	Items scale of participation motivation	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8
		self-growth needs	desire for social contribution	belongingness and interaction needs	having spare time	desire to return for kindness	desire to help family	desire to get evaluation in the society	desire for recognition from others
7	I wanted to broaden my horizons.	0.779	-0.254	0.229	-0.175	0.065	-0.023	-0.041	0.087
23	Community action is an opportunity to grow.	0.761	0.031	-0.268	-0.091	-0.019	-0.057	-0.124	0.185
15	Community action is an opportunity to act with different age groups.	0.757	-0.138	-0.004	-0.077	0.247	-0.072	-0.156	-0.036
9	I wanted to test my ability.	0.754	0.131	-0.016	-0.032	-0.067	0.169	0.060	-0.148
20	Community action gives me a fun opportunity I don't have in my daily life.	0.566	-0.203	0.414	0.302	-0.007	-0.093	-0.077	0.148
14	Community action is an opportunity to develop relationships with others.	0.471	0.188	0.081	0.334	-0.012	-0.146	-0.060	-0.126
6	I wanted to gain some experience for my work and my future.	0.465	0.240	0.043	-0.314	-0.084	-0.092	0.383	-0.027
2	I have a sense of mission.	-0.285	0.702	-0.026	-0.049	0.009	0.099	0.119	0.119
12	I wanted to make better community	-0.035	0.669	0.084	-0.127	0.080	0.048	-0.010	-0.051
26	Community action is my lifework.	-0.082	0.658	-0.127	0.149	0.042	0.032	0.175	0.169
16	I wanted to be useful to people in my community.	0.139	0.556	-0.047	0.010	0.279	-0.277	0.073	-0.104
19	I wanted to make use of my experience and skill.	0.143	0.492	-0.091	0.123	-0.028	-0.069	0.169	0.233
25	I wanted to solve the issue in my community.	0.121	0.446	-0.062	-0.035	-0.135	0.273	-0.082	0.086
29	I like my community.	0.113	0.406	0.278	-0.177	0.174	-0.035	-0.059	-0.037
32	I enjoy acting with other members.	-0.002	-0.067	0.772	0.124	-0.120	-0.003	0.077	-0.030
11	I enjoy and favorite our action in our groups	0.052	0.041	0.713	0.056	0.083	0.099	0.094	-0.030
1	I sympathized with purpose and philosophy of group.	0.084	0.349	0.390	-0.097	-0.115	-0.014	-0.067	0.248
5	I have more free time.	-0.183	-0.002	0.116	0.955	0.302	-0.077	-0.100	0.078
3	I did not have anything else to do with my time.	0.009	-0.204	0.055	0.392	-0.035	0.090	0.156	-0.039
4	I was lonely.	0.233	-0.088	0.059	0.329	0.009	0.266	0.039	0.055
17	I wanted to give back to our community.	-0.176	0.314	0.187	0.174	0.647	0.146	0.135	-0.181
18	A relative or friend was in this group's care before.	0.131	-0.239	-0.118	0.025	0.627	-0.018	0.331	-0.004
27	I wanted to help this group who didn't have sufficient funds.	0.257	0.103	-0.205	0.275	0.531	0.036	-0.022	-0.053
31	I wanted to do what was useful for family.	-0.055	0.119	0.073	-0.031	0.023	0.811	-0.014	-0.067
22	Community action is my family tradition.	0.055	-0.087	-0.133	0.032	0.296	0.524	-0.033	0.056
30	I wanted to succeed to tradition, culture and skill for next generation.	0.184	0.257	0.125	-0.161	0.126	0.441	-0.112	-0.025
13	I was expected to participate in the workplace and school.	-0.172	0.250	0.087	-0.028	0.265	-0.052	0.790	0.074
8	I wanted to get evaluation in the society.	0.458	-0.028	0.050	-0.086	-0.062	0.115	0.469	-0.105
10	I was invited to participate in the group by my acquaintances.	-0.091	-0.262	0.098	-0.061	0.187	-0.072	0.304	0.154
24	The members in this group need me.	0.040	0.297	0.005	0.095	-0.173	-0.058	0.060	0.913
21	Previous contact with members in this group.	0.003	0.021	0.009	-0.025	0.186	0.170	0.012	0.264
	SS loadings	3.748	3.175	1.846	1.794	1.711	1.545	1.426	1.285
	Proportion Var (%)	12.1	10.2	6.0	5.8	5.5	5.0	4.6	4.1
	Cumulative Var (%)	12.1	22.3	28.3	34.1	39.6	44.6	49.2	53.3

出所) 藪谷, 中原(2017)

Turban & Keon(1993)は、学生に対する企業への参加に関する調査によって、組織構造と組織参入に関する研究を行った。下記図表2-8ではパーソナリティ組織属性の相互作用に関する分析結果が示されている。また、図表2-9では自尊心と組織的特徴の交互作用を、図表2-10では達成動機と組織的特徴の交互作用が示されている。これらの結果からわかるように、自尊心が低い学生は自尊心が高い学生よりも分権的組織や企業規模が大きい組織に魅力を感じ、達成動機が高い学生は達成動機が低い学生よりも成果主義的報酬制度の組織や企業規模が大規模の組織を好むことを明らかにした。

図表2-8 パーソナリティ組織属性の相互作用に関する分析結果

Step and source	Cumulative R^2	ΔR^2	β^a
1. Organization characteristics	.17**	.17**	
Geographical dispersion			-.17
Centralization (C)			-18.37*
Reward structure (RS)			-14.36
Organization size, small (OR_S)			-14.08
Organization size, large (OR_L)			5.41
2. Personality characteristics	.17**	.00	
Self-esteem (SE)			.10
Need for achievement (nAch)			-.82**
3. Self-esteem interactions	.21**	.04**	
SE \times C			.32*
SE \times RS			.08
SE \times (OS_S vs. OS_M)			-.17
SE \times (OS_L vs. OS_M)			-.64**
4. Need for Achievement interactions	.26**	.05**	
nAch \times C			.03
nAch \times RS			.57*
nAch \times (OR_S vs. OS_M)			.80**
nAch \times (OR_L vs. OS_M)			.91**

Note. $N = 282$; constant value = 40.79. OS_M = organization size, medium; OS_L = organization size, large.

^a Unstandardized regression coefficients from the full model.

* $p \leq .05$. ** $p \leq .01$.

出所) Turban & Keon(1993)

図表2-9 自尊心と組織的特徴の交互作用

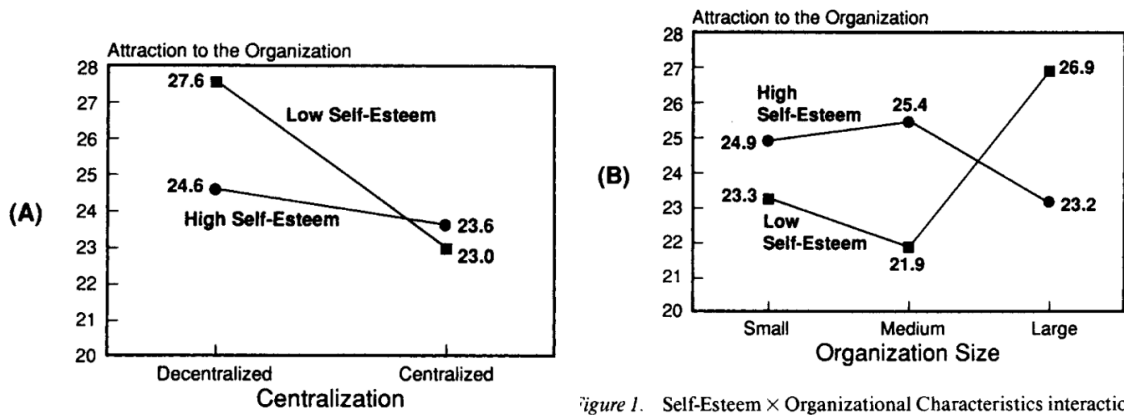
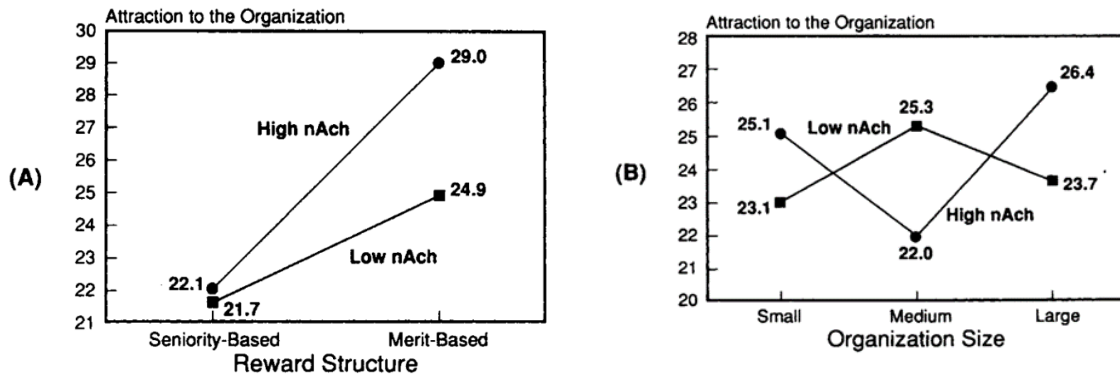


Figure 1. Self-Esteem x Organizational Characteristics interactions.

出所) Turban & Keon(1993)

図表2-10 達成動機と組織的特徴の交互作用



出所) Turban & Keon(1993)

2.3 消費者による創造、消費者との共創に関する研究

本研究において、研究会を商品の「提供」、選択と所属はその「消費」であると定義し、入ゼミのための勧誘は、消費者(選択と所属をしている3年生)による共創(提供)であると考えられる。

濱岡(2007)は、消費者開発に関する研究を行った。消費者の開発への動機として、期待経済利益、楽しさ、創造、コミュニケーション、不満や不便の解消、自己効力感、名声・認知欲求、互酬性および一般的交換の6つを挙げた。図表2-11においてそれぞれの内容をまとめる。

図表2-11 消費者の開発への動機

動機		内容
期待経済利益		賞金等への欲求
楽しさ	創造	創造プロセスへの魅力
	コミュニケーション	コミュニケーションプロセスへの魅力(負の影響)
不満や不便の解消		創造による不便の解消
自己効力感		製品化等への欲求
名声・認知欲求		認めてもらいたいという欲求
互酬性および一般的交換		他者に対する「お返し」

出所) 濱岡(2007)より筆者作成

Pollok et al.(2021)は、知識の多様性とチームの創造性に関する研究を行った。図表2-12では、(a)では消費者創造者、(b)ではプロチームについて、消費者創造に関するボードゲーム制作を用いた研究の分析結果を示している。結果から、知識の多様性は、新規性には正の効果、有用性には負の効果があること、プロよりも消費者創造者の方が多様性の効果が強いこと、消費者創造者は、プロよりも、自律性と統制力が高いため、チーム内でより多様な視点を活用することができること、チームの重要な意思決定に対する自律性と統制力が高く、チームメンバー間の競争力が低く、異なる動機によって動かされていることを明らかにした。

図表2-12 消費者創造者とプロチームそれぞれにおける新規性・有用性に関する結果

(a) 消費者創造者の分析結果

Variables	Baseline						Hypothesis 1					
	Model 1: Novelty			Model 2: Usefulness			Model 3: Novelty			Model 4: Usefulness		
	Coeff.	Std. Err	p-value	Coeff.	Std. Err	p-value	Coeff.	Std. Err	p-value	Coeff.	Std. Err	p-value
Team size	0.037	0.012	0.002	0.002	0.007	0.708	0.032	0.011	0.004	0.004	0.007	0.550
Gender	-0.013	0.015	0.411	-0.058	0.013	0.000	-0.016	0.015	0.289	-0.057	0.013	0.000
Age ^a	-0.445	0.019	0.000	-0.442	0.015	0.000	-0.430	0.019	0.000	-0.447	0.015	0.000
Complexity	0.168	0.014	0.000	0.244	0.010	0.000	0.184	0.013	0.000	0.239	0.010	0.000
Versions	0.151	0.029	0.000	0.119	0.013	0.000	0.146	0.029	0.000	0.121	0.013	0.000
Min. players	0.038	0.016	0.020	0.021	0.016	0.191	0.031	0.016	0.053	0.023	0.016	0.146
Max. players	0.047	0.100	0.642	-0.202	0.085	0.017	0.019	0.094	0.837	-0.193	0.084	0.022
English	0.145	0.031	0.000	0.083	0.025	0.001	0.154	0.030	0.000	0.081	0.025	0.001
German	0.069	0.039	0.076	-0.066	0.030	0.027	0.068	0.039	0.078	-0.065	0.030	0.028
Status differences	0.194	0.074	0.009	0.264	0.036	0.000	0.228	0.073	0.002	0.253	0.036	0.000
Team type	0.022	0.034	0.523	0.071	0.027	0.007	0.043	0.033	0.196	0.064	0.027	0.016
Knowledge diversity							0.131	0.014	0.000	-0.043	0.012	0.000
Knowledge diversity X Team type												
Constant	-0.085	0.032	0.008	-0.020	0.027	0.457	-0.067	0.032	0.034	-0.026	0.027	0.336
N (observations)		5545			5545			5545			5545	
F		51.978			109.555			54.697			106.716	
Model significance		0.000			0.000			0.000			0.000	
Log likelihood		-7232.049			-6197.187			-7180.217			-6189.264	
AIC		14512.098			12442.374			14410.434			12428.528	
R2		0.220			0.327			0.235			0.329	
Adj R2		0.217			0.324			0.231			0.326	

Notes. Models were estimated using OLS regressions with robust standard errors clustered at the team level; coefficients are standardized; p-values are two-tailed; all models include culture dummies (not displayed); ^aindicates log transformation.

(b) プロチームの分析結果

Variables	Hypothesis 2					
	Model 5: Novelty			Model 6: Usefulness		
	Coeff.	Std. Err	p-value	Coeff.	Std. Err	p-value
Team size	0.031	0.011	0.006	0.004	0.007	0.514
Gender	-0.016	0.015	0.290	-0.057	0.013	0.000
Age ^a	-0.428	0.019	0.000	-0.447	0.015	0.000
Complexity	0.186	0.013	0.000	0.238	0.009	0.000
Versions	0.144	0.028	0.000	0.121	0.013	0.000
Min. players	0.032	0.016	0.052	0.023	0.016	0.149
Max. players	0.015	0.094	0.876	-0.191	0.084	0.023
English	0.153	0.030	0.000	0.081	0.025	0.001
German	0.062	0.039	0.105	-0.063	0.030	0.034
Status differences	0.237	0.072	0.001	0.249	0.036	0.000
Team type	0.056	0.033	0.090	0.060	0.027	0.027
Knowledge diversity	0.093	0.019	0.000	-0.029	0.018	0.115
Knowledge diversity X Team type	0.075	0.028	0.008	-0.027	0.023	0.243
Constant	-0.066	0.032	0.035	-0.026	0.027	0.332
N (observations)		5545			5545	
F		53.350			102.788	
Model significance		0.000			0.000	
Log likelihood		-7175.863			-6188.441	
AIC		14403.726			12428.882	
R2		0.236			0.329	
Adj R2		0.232			0.326	

Notes. Models were estimated using OLS regressions with robust standard errors clustered at the team level; coefficients are standardized; p-values are two-tailed; all models include culture dummies (not displayed). ^a indicates log transformation.

出所) Pollok et al. (2021)

Prahalad and Ramaswamy(2004)は、共創の仕組みの構築(DART)について研究を行った。図表2-13に示されるように、企業との価値共創の基盤として、双方の立場で行動する能力と意欲等の「Dialogue/対話」、オープンアクセス等の「Access/開示性」、メリット・デメリット等の「Risk-benefits/リスク便益」、会計情報の開示等の「Transparency/透明性」の4点を構成要素として挙げた。

図表2-13 企業との価値共創の基盤

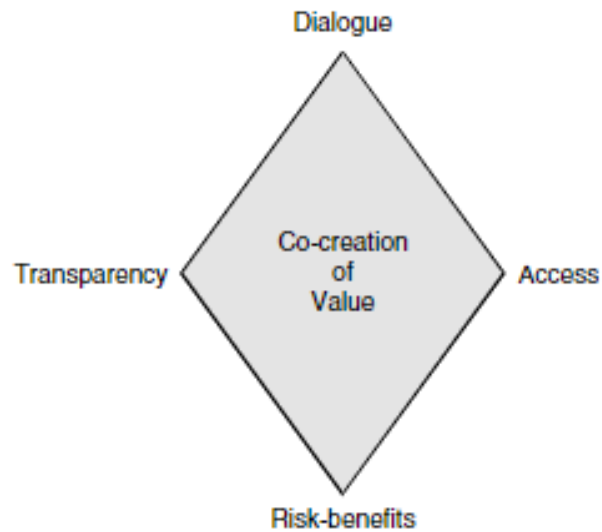


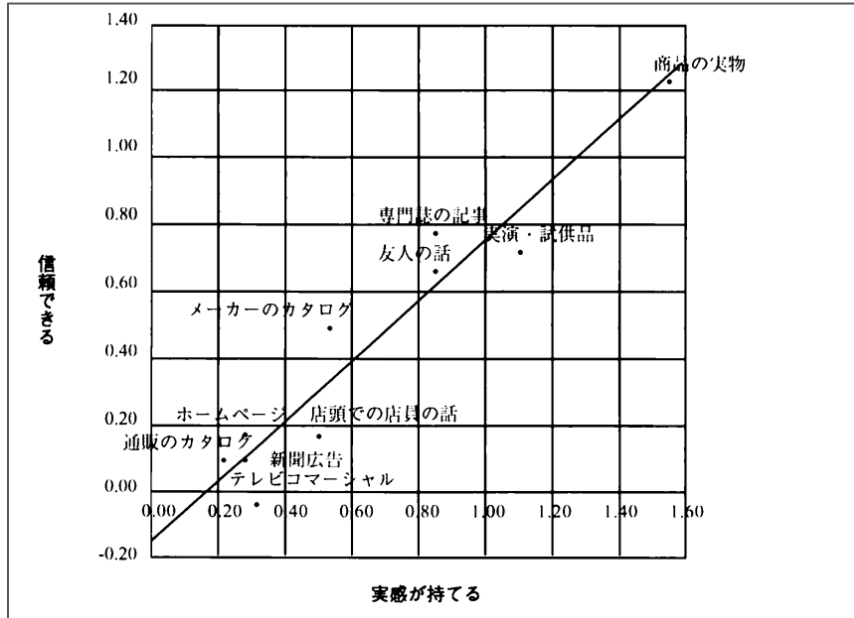
FIGURE 2
Building Blocks of Interactions for
Co-creation of Value

出所))Prahalad and Ramaswamy(2004)

2.4 消費者行動全般、情報源に関する研究

根本(2004)は、生活における情報源の信頼性に関する研究を行った。「実感」を「情報源からある程度の実感が得られること」と定義し、広告と購買を結びつける要因としての「信頼」に注目し、調査において「実感」との相関を分析した。下記図表2-14の結果から、広告と購買を結びつける要因は「実演・試供品」「専門誌の記事」「友人の話」であることが明らかになった。

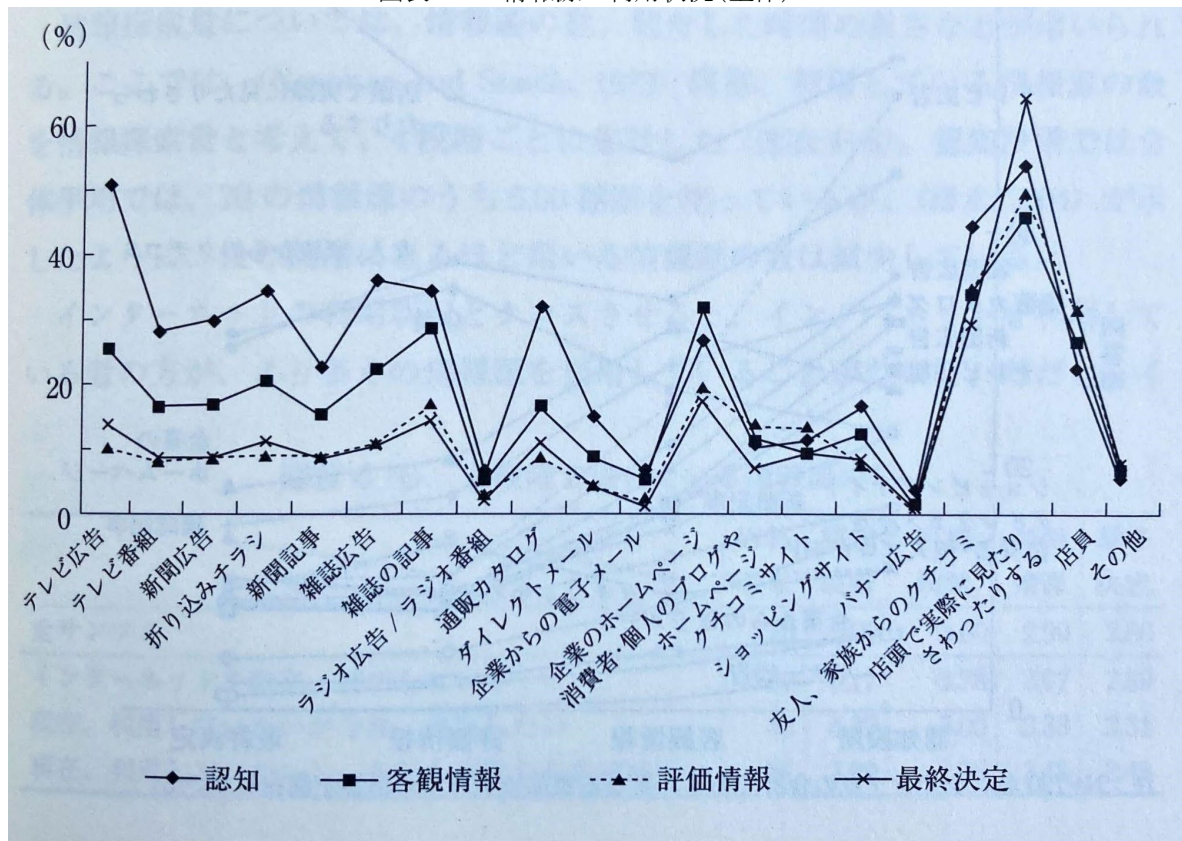
図表2-14 信頼性と実感性の評価によるメディア分布と回帰分析による理論直線



出所) 根本(2004)

濱岡,里村(2009)は、情報源の利用状況に関して調査を行った。下記図表2-15の結果から、認知段階では、「店頭で実際に見たりさわったりする」「テレビ広告」「友人、家族からの口コミ」「雑誌広告」「折込チラシ」「雑誌記事」の順で、情報が利用されていることがわかった。2007年頃の調査であり、SNSは項目として設定されていないが、ブログやホームページなどもある程度参照されている。

図表2-15 情報源の利用状況(全体)



出所) 濱岡,里村(2009)

図表2-16に示した、Amviyコミュニケーションズの提唱する「AISCEASモデル」は、各アルファベットが消費者の意思決定プロセスを示している。Attention～Examination(注意・認知～検討)の一連のプロセスは、Action(購入)・S(共有)に繋げるためのものであることが分かる。図表2-18において、各段階と、本研究が対象とする入ゼミ活動との関連をまとめた。

図表2-16 AISCEASモデル

プロセス	内容	詳細
Attention	注意・認知	勧誘活動における最初の動き、受動的に各ゼミの存在を最初に知る
Interest	興味関心	各ゼミに関する興味、情報収集への意欲の発生
Search	検索・情報収集	各ゼミに関する能動的な情報収集
Comparison	比較	収集した情報の比較検討、入ゼミ先の決定(または参加しないという意思決定)
Examination	検討	
Action	購入	入ゼミのアクション
Share	共有	入ゼミ後の下級生への勧誘

出所)AISCEASの法則とは AMVIY marketing & communication
<https://www.amviy.jp/aisceas/> (2022年5月24日アクセス)を基に筆者作成

2.5 先行研究のまとめ

以上先行研究を図表2-17にてまとめる。

図表2-17 先行研究まとめ

分類	筆者	内容
大学でのゼミや学習に関する研究	伏木ら(2011)	学部3、4年生を対象としたゼミナールにおける学習者要因・学習環境、学習成果の関係に関する研究である。ゼミナールの参加要因は「教授の人柄」「ゼミの評判」「研究内容への興味・関心」「学力向上への期待」である。
	浅野(2002)	学習への積極的関与に正の影響を及ぼす主な要因は「特定課題志向」、継続意志に正の影響を及ぼす主な要因は「自己向上志向」「特定課題志向」である。
	湯,外山(2020)	学期前半の困難な場面における自己効力感高揚方略は、学期後半の感情的興味に繋がる。
	見館ら(2008)	教員とのコミュニケーションが「学習意欲」「大学生生活の満足度」に寄与している。
	高瀬(2019)	体育会の新入部員獲得に関する研究である。部活動特性の観点から、部の実績・就職先の情報と入部意図は正の相関がある。勧誘特性の観点から、充実した新歓イベント・詳細な年間スケジュールの記載と未経験競技への興味は正の相関がある。
コミュニティ、組織への参加に関する研究	藪谷,中原(2017)	市民団体への参加動機と活動タイプとの関連性に関する研究である。まちづくりへの参加動機の要因は「自己成長」「社会貢献」「帰属・交流欲求」「時間的余裕」「報恩」「家族志向」「社会的欲求」「承認欲求」の8つの因子である。
	Turban & Keon(1993)	組織構造と組織参入に関する研究である。自尊心が低い学生は分権的組織・企業規模が大きい組織を、達成動機が高い学生は成果主義的報酬制度の組織・企業規模が大規模の組織を好む。
消費者による創造、消費者との共創に関する研究	濱岡(2007)	消費者の創造的動機は「期待経済利益」「楽しさ」「不満や不便の解消」「自己効力感」「名声・認知欲求」「互酬性および一般的交換」がある
	Pollok et al.(2021)	消費者創造者は、プロよりも、自律性と統制力が高いため、チーム内でより多様な視点を活用することができる。
	Prahalad and Ramaswamy(2004)	共創の仕組みの構築に関する研究である。企業との価値共創の基盤の構成要素は「対話」「開示性」「リスク便益」「透明性」の4つである。

消費者行動全般、情報源に関する研究	根本(2004)	生活における情報源の信頼性に関する研究である。広告と購買を結びつける要因は「実演・試供品」「専門誌の記事」「友人の話」である。
	濱岡,里村(2009)	情報源の利用状況に関する調査である。情報の認知段階で用いられている手段は、「店頭で実際に見たりさわったりする」「テレビ広告」「友人、家族からの口コミ」「雑誌広告」「折込チラシ」「雑誌記事」の順に多い。
	Amviyコミュニケーションズ	「AISCEASモデル」は、各アルファベットが消費者の意思決定プロセスを示している。Attention～Examination(注意・認知～検討)の一連のプロセスは、Action(購入)・S(共有)に繋げるためのものである。

出所)筆者作成

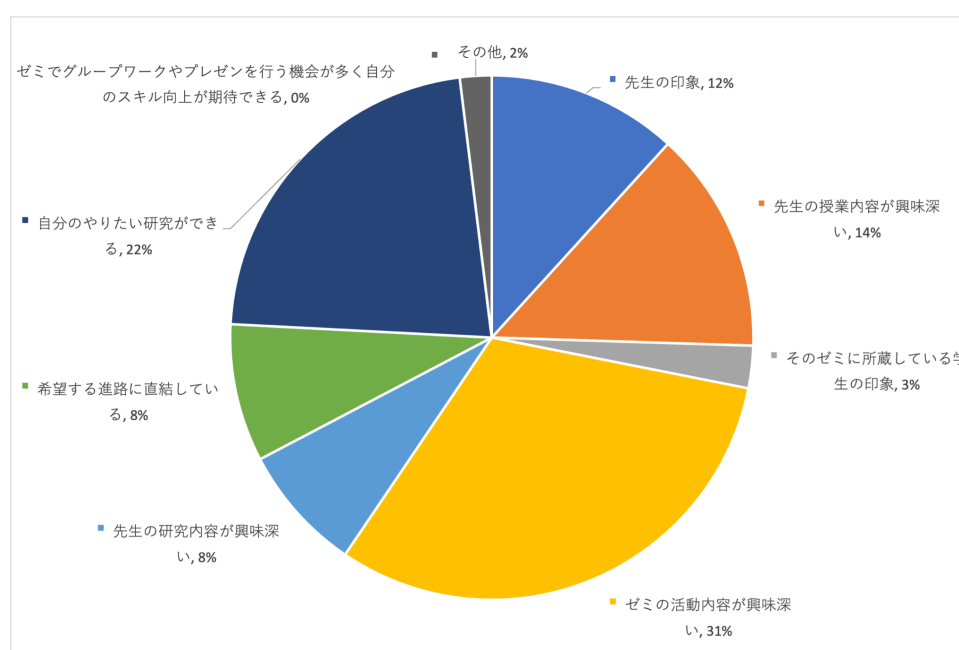
3. 二次データ

本章では、研究に際して利用する二次データについて概説する。

3.1 ゼミ選びについて

図表3-1は、早稲田所沢キャンパス祭による、早稲田大学人間学部に所属しておりゼミに所属している3年生以上学生153名を対象に調査を行った、ゼミ選びの決め手についてのアンケート結果である。早稲田所沢キャンパス祭HP ゼミ選択に関するアンケート(2021)によると、ゼミ選びの上位として、31%の学生が「ゼミの活動内容が興味深い」、22%の学生が「自分のやりたい研究ができる」、14%の学生が「先生の授業内容が興味深い」、12%の学生が「先生の印象」、8%の学生が「進路に直結する」という点を挙げた。このことから、「テーマ、知名度、やりがい、雰囲気、休日(活動日数)、スキル、課題量」がゼミを選ぶ基準にも関連していると考えられる。

表3-1 ゼミ選びの一番の決め手

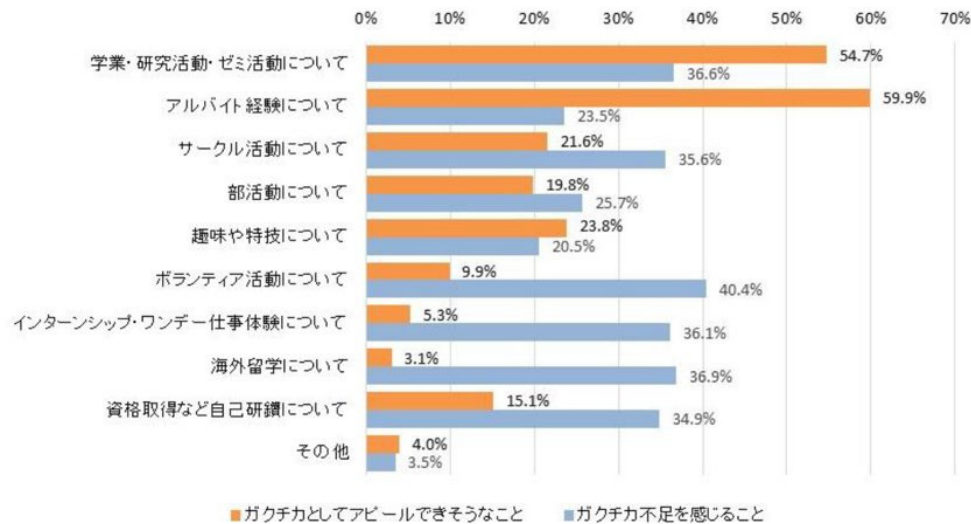


出所)早稲田所沢キャンパス祭HP https://tokosai.net/j_zemi_question.html

3.2 ガクチカでアピールできそうなこと/不安を感じることにについて

図表3-2は、就活生に当たる大学3年生と大学院1年生を対象に調査を行った、ガクチカでアピールできそうなこと/不安を感じることにの回答結果である。ガクチカとは、就職活動時に「学生時代に力を入れたこと」を意味する。マイナビ 2023年卒大学生生活動実態調査(2021)によると、「ガクチカでアピールできそうなこと」について、「学業・研究活動・ゼミ活動について」と「アルバイト経験について」に回答した割合が約50%を超えていることが分かる。ここから、研究活動・ゼミ活動を含む学生生活における活動は就職活動に影響すると考えられる。

図表3-2 ガクチカでアピールできそうなこと/不安を感じることにについて



出所) マイナビ https://www.mynavi.jp/news/2022/03/post_33431.html

3.3 授業形態ごとの大学生生活充実について

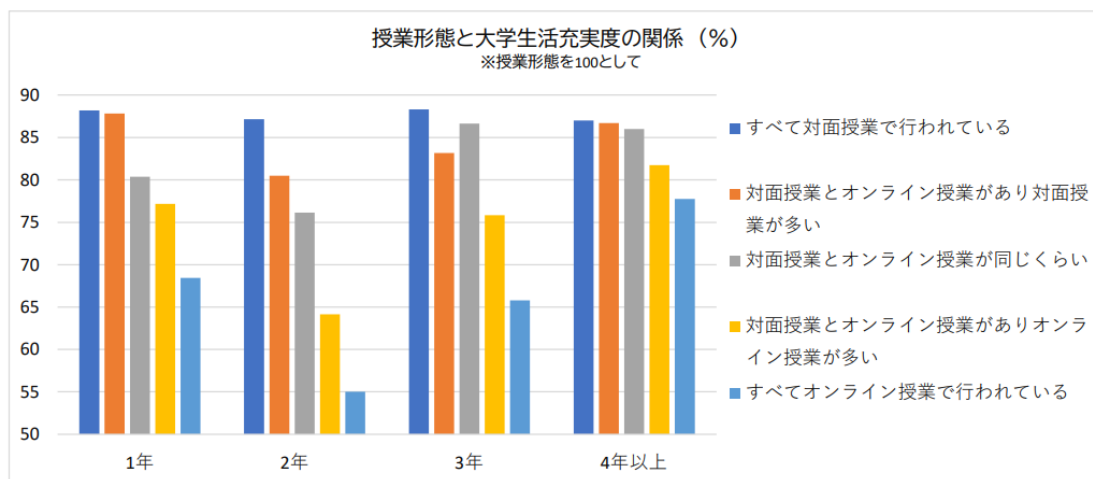
図表3-3,3-4は全国の国公立および私立大学の学部学生に対し調査を行った、学年別の授業形態ごとの大学生生活充実度回答結果と授業形態と大学生生活充実度の関係のグラフである。全国大学生生活協同組合連合会第57回学生生活実態調査(2021)によると、2020年、2021年の二年間で「すべて対面授業で行われている」または「対面授業とオンライン授業があり対面授業が多い」と回答した全学年総計の学生の大学生生活充実度は約80%以上を占めている。特に2021年の2年生の回答では、「対面授業とオンライン授業があり対面授業が多い」と回答した学生が80.5%、「オンライン授業と対面授業がありオンライン授業が多い」と回答した学生が64.2%を占める。両者の充実度の差が大きく、対面授業の割合が多い学生の大学生生活充実度が高いことが顕著に示されている。また、図表3-4では授業を受ける頻度が高い1年生、2年生についてオンライン授業の頻度よりも対面授業の頻度が高い方が大学生生活の充実度が高いことがわかる。

図表3-3 授業形態ごとと大学生生活充実・学年別

⑤授業形態ごとと大学生生活充実回答・学年別	※学年授業形態を100として (%)									
	1年		2年		3年		4年以上		総計	
	20年	21年	20年	21年	20年	21年	20年	21年	20年	21年
すべて対面授業で行われている	78.0	88.2	88.0	87.2	91.6	88.3	89.8	87.0	88.2	87.5
対面授業とオンライン授業があり対面授業が多い	79.3	87.8	86.9	80.5	87.4	83.2	87.8	86.7	85.4	84.4
対面授業とオンライン授業が同じくらい	69.4	80.4	82.7	76.1	84.5	86.6	84.1	86.0	79.5	81.7
対面授業とオンライン授業がありオンライン授業が多い	56.1	77.2	76.9	64.2	81.3	75.8	85.2	81.7	71.0	73.2
すべてオンライン授業で行われている	42.1	68.5	70.9	55.0	75.5	65.8	84.3	77.8	68.5	67.6
大学による休講中	58.3	66.7	100.0	66.7	66.7	55.6	84.2	87.5	78.8	69.0
すでに単位取得済み	40.0	50.0	71.4	0.0	81.8	80.0	83.9	87.2	80.0	86.8
その他		100.0	100.0	66.7	90.0	78.6	89.7	69.0	89.9	72.7

出所) 全国大学生生活協同組合連合会 第57回(2021年秋実施) 学生生活実態調査 速報 <365F91E6353789F18A7790B690B68A888EC091D492B28DB891AC95F12E786C7378> (univcoop.or.jp)

図表3-4 授業形態と大学生生活充実度の関係

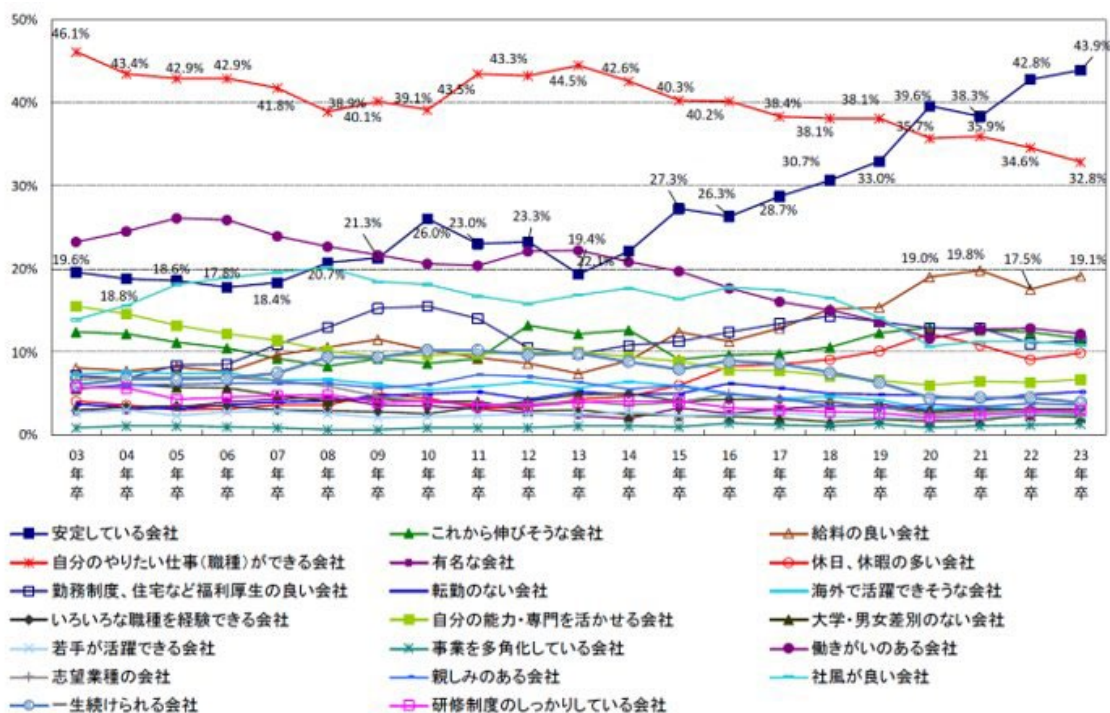


出所) 全国大学生生活協同組合連合会 第57回(2021年秋実施) 大学生生活実態調査 速報 <365F91E6353789F18A7790B690B68A888EC091D492B28DB891AC95F12E786C7378>(univcoop.or.jp)

3.4 行きたい会社・行きたくない会社の基準について

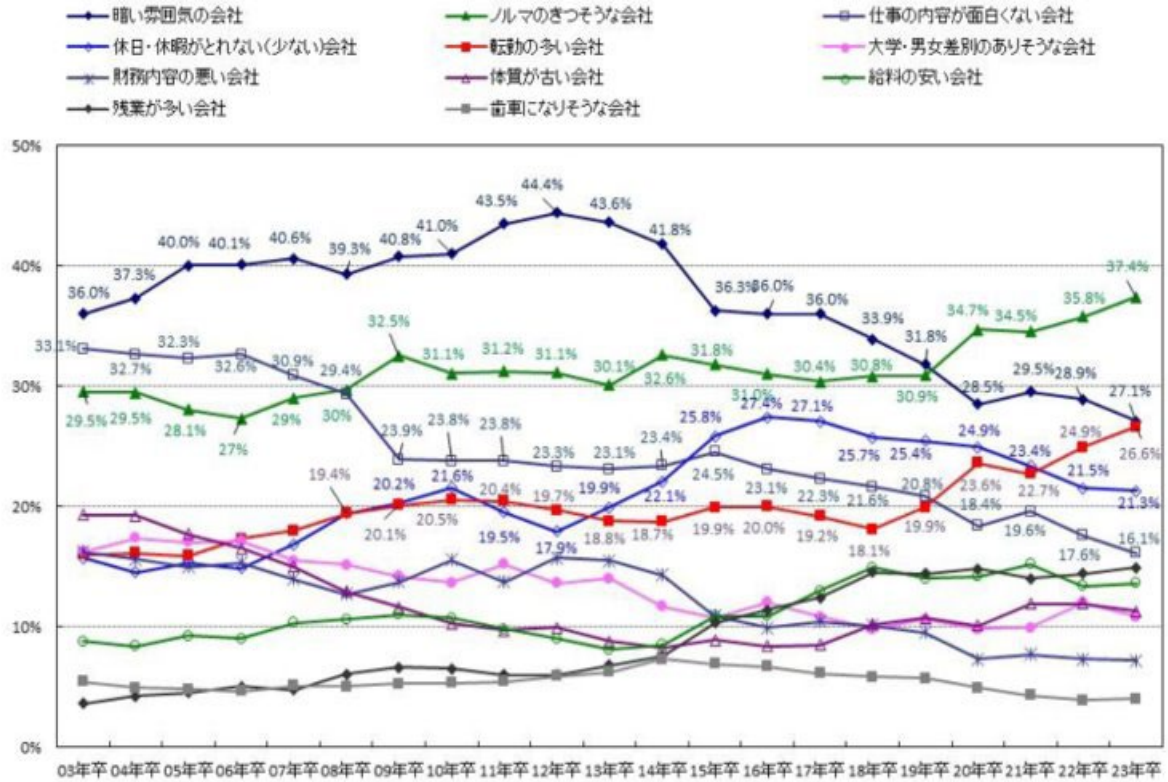
図表3-5,3-6は、就活生に当たる代の大学生・大学院生を対象に調査を行った、行きたい会社・行きたくない会社に関する自身の就職観の推移である。マイナビ2023年卒大学生就職意識調査(2021)によると、行きたい会社として、「職種、有名、安定、給料、やりがい、雰囲気、休日、福利厚生、伸びそう、能力を生かせる」といった観点が上位に挙げられている。また、行きたくない会社として、「雰囲気、ノルマ、仕事内容、休暇日数、転職、学歴・性差別、経営状況、体質、給料」といった観点が上位に挙げられている。このことから、「テーマ、知名度、やりがい、雰囲気、休日(活動日数)、スキル、課題量」がゼミを選ぶ基準にも関連していると考えられる。

図表3-5 行きたい会社の基準



出所) マイナビ https://www.mynavi.jp/news/2022/04/post_33952.html

図表3-6 行きたくない会社の基準



出所) マイナビ https://www.mynavi.jp/news/2022/04/post_33952.html

3.5 二次データまとめ

上記データから、企業選びに関しては、職種、有名、安定、給料、やりがい、雰囲気、休日、福利厚生、伸びそう、能力生かせることが大きな要因となっていることが分かった。また、ゼミ選びに関しては、テーマ(研究方針)、雰囲気(指導方法、メンバー)、知名度が大きく関連していることが分かった。ゼミの決め手に関しては、研究内容(1,2,3位)、教授の印象(4位)、進路(5位)が関連しており、授業形態に関しては対面授業かオンライン授業かによって授業参加態度が異なることが分かった。

4. 事例研究

本章では、入ゼミ、団体勧誘に関する事例を研究する。

4.1 サークル・体育会勧誘の事例研究

入ゼミ活動と比較すると、活動費が入会人数(入会費、年会費)によって左右される等、自身の活動に直接的に影響を及ぼすため、より勧誘活動に多様性・独自性が見られる。また、新型コロナウイルスの影響により対面活動が制限され、従来の新歓ビラ配布・食事会・体験会中心の新歓活動からSNS・オンライン会議ソフトを用いたオンライン勧誘活動が活発化している。この節では、SNS勧誘活動を行った2つのサークル、施策改善を行った体育会を紹介する。

4.1.1 慶應カメラクラブ

慶應義塾大学の公認サークル「慶應カメラクラブ」では、新型コロナウイルス禍において下記図表4-1のようなSNS活動を行った。図表4-2、4-3では、カメラクラブが新歓活動中にオンラインで行った投稿の一部を抜粋して示した。

図表4-1 カメラクラブSNS活動概要

インスタ映え新歓投稿	写真・動画編集の技術を活かした目を引く写真を新歓期に定期的に投稿。
撮影技術講習会のYouTube配信	星撮影、鉄道撮影等ジャンルごとの撮影方法やカメラの使い方講座などをYouTubeでリアルタイムで配信。のちにオンデマンド配信も行い、部員なら誰でも閲覧可能。
オープンチャットでの匿名質問対応	LINEのオープンチャットを用い、参加者は気軽に匿名で質問をすることができる。

出所)筆者作成

図表4-2 カメラクラブInstagram投稿一部抜粋



出所) <https://www.instagram.com/keio.camera.club/?hl=ja>

図表4-3 カメラクラブYouTube配信(一部修正有)



出所) <https://youtu.be/07i8Wq8-xSQ>

4.1.2 三田祭実行委員会

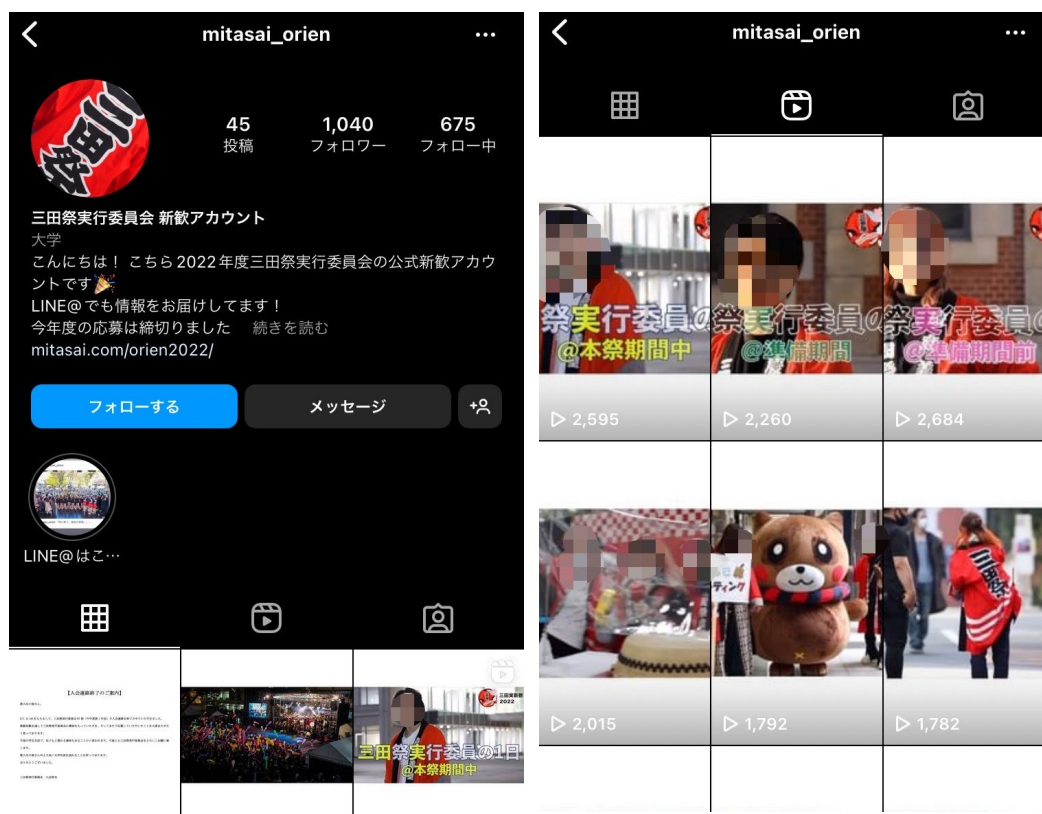
慶應義塾大学の文化祭実行委員会「三田祭実行委員会」は新型コロナウイルス禍において下記図表4-4のようなSNS活動を行った。図表4-5では、カメラクラブが新歓活動中にオンラインで行った投稿の一部を抜粋して示した。

図表4-4 三田祭実行委員会SNS活動概要

「委員の一日」「委員座談会」動画投稿	実際に委員がどのような時間に活動をしているのか、委員の座談会を動画にして投稿を行い、新入生の不安を解消できるようにした。
ES締切カウントダウンストーリー	Instagramのストーリー機能を用いて、入会に必要なESの締切日まで毎日広報を行った。

出所)筆者作成

表4-5 三田祭実行委員会Instagram投稿一部抜粋(一部修正有)



出所) https://www.instagram.com/mitasai_orien/?hl=ja

4.1.3 慶應義塾大学体育會アーチェリー部

慶應義塾大学の体育会「アーチェリー部」は2020年度の新歓活動にて改善を行った。下記図表4-6にて新歓活動の改善点をまとめた。また、下記図表4-7、4-8にて改定前後のパンフレットを比較した。

図表4-6 アーチェリー部新歓活動概要

パンフレット大幅改定	部員の属性や練習内容など、部の実態がわかるようにすることで、情報の透明性が高まった。
ホームページ更新	UXUIの操作優位性(今まで縦方向に情報を並べていたが、上部にタブを用意し必要な情報にアクセスしやすくする)など、みやすさ、情報の探しやすさを重視したデザインへ変更した。また、メンバー情報をより詳細に記載した。

出所)筆者作成

表4-7 アーチェリー部2017年度版パンフレット一部抜粋(一部修正あり)

年間スケジュール
チームのごとく、自分のごとく、アーチェリーで、充実の4年間を。

4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 3 月

基礎づくり 新人期間 選手として活躍

リーグ戦(4月)
6月の王座への出場権争い、2ヶ月前に開催される。新人として初めて1年、選手として活躍できるかもしれない。

All KEIO(11月)
高校生、大学生が一堂に集い、年に一度のイベント。

東京六大学戦(10月)
予選は慶応大学会館のグラウンドで平日開催されます。個人戦も開催され、他大学の友達ができます。

王座決定戦(6月)
1年間のチームの集大成の場として、選手、観客ともに盛り上がります。選手は優勝を争うことができます。毎年、この大会で優勝に輝く目標を掲げています。優勝賞金も期待しお祝いできる大会の大会です。

インカレターゲット(8月)
一人の大学生として敵対で目指すのがこの大会。ここで上位になれば、日本、世界の舞台で活躍できることになっていきます。

同志社大学戦(9月)
50年近く続いている伝統の試合。京都と日本で毎年交流を行います。

卒業後の進路先
運輸・インフラ・金融・不動産・広告・マスコミ・商社など
卒業後の進路は多岐に渡ります。
日本中・世界中で活躍する多数のOBの方々にバックアップを頂きながら、自らの志望する企業に全力でコミットすることができます。

さあ、最後の青春。「日本一」を獲ろう。

Introduction
Results
Practice
Members
Schedule
Future
Join

KEIO ARCHERY TEAM | 6

出所)高瀬(2019)

表4-8 アーチェリー部2022年度版パンフレット一部抜粋

アーチェリーとは

アーチェリーは、遠く離れた的の中心を狙って矢を放ち、その得点を競う競技です。

同じ動きを繰り返し矢を放つのは一見シンプルですが難しく、高得点を出すには確かな一定性と正確性、そして最後まで強く射が続ける集中力が必須です。弓を安定して引き続ける体力、矢を的に向かってまっすぐ放つ技術力、得点に一喜一憂せず最後まで自己を失わずに射つ精神力の全てが求められます。

試合では出場選手の合計点を競い、より高い点数を出したチームが勝利します。つまり、アーチェリーは個人競技でありながら、団体競技でもあるのです。

また、大学からアーチェリーを始めたい人でもトップ選手を目指すことは、この競技の大きな魅力の一つです。

戦績

創部以来、私たちは常に「勝利」にこだわってきました。その姿勢は常に変わりません。

全日本学生アーチェリー王座決定戦（過去優勝4回）
 2017年 男子チーム5位
 2018年 男子チーム8位
 2019年 男子チーム14位、女子チーム13位
 2020年 男子チーム9位、女子チーム9位
 2021年 男子チーム3位、女子チーム8位 … 現在男女ともに1部リーグ

2019年
 関東学生アーチェリーインドア個人選手権大会 男子13位・女子12位
 全日本学生室内選手権大会 9位
 全日本ターゲットアーチェリー選手権大会 3位
 全日本ターゲットアーチェリー選手権大会 4位

2020年
 関東学生アーチェリーインドア個人選手権大会 男子15位

2021年
 関東学生アーチェリーフィールド個人選手権大会 女子3位
 全日本学生フィールドアーチェリー選手権大会 男子7位・女子7位



年間スケジュール

4月 リーグ戦期間
成績上位への出場権をかけたリーグ戦に選手が参加します。個人としてアーチェリーを始めて1年未満の選手は、選手として出場できていないかもしれません。

5月

6月 王座決定戦
1部リーグのチームの順位戦の場として、選手、団体ともに一戦となっており、全力で練習を積み重ねていきます。結果、この大会での勝利に向けて日々練習をしています。過去にも栄光を作り上げてきたのもこの大会です。

7月 インカレフィールド 交代代
1人の大学生として個人で競技するのがこの大会です。ここで結果を残すことができれば、日本、そして世界が待っているでしょう。

8月 インカレターゲット 夏合宿
千歳の東京大学構内川口グラウンドで2日に渡って行われます。個人戦も団体戦も実施され、他大学の互換を行うことができます。

9月 慶同定期戦 夏季オフ

10月 東京六大学本戦
50年近く続いている伝統の試合で、毎年熱い戦いが繰り広げられます。秋学期には特に同志社大学や慶同大学と、激しい試合があり、スポーツの熱を燃やします。

11月 学連新人戦 早慶定期戦

12月 ALL KEIO 引退納射
高校生、女子学生、大学生が一堂に集って行う、年に一度のイベントです。部長のご挨拶やOBの方も多数いらして、様々な方との繋がりを実感できる機会です。

1月 冬季オフ

2月 インカレインドア 春合宿

3月 卒業生送別会



練習環境

時間のある休日に。授業の合間に。
 4年間、どんな時も練習に打ち込める最高の環境が整っています。



- 広々とした射場
 70Mと50Mの距離からは最大40名、30Mからは最大50名が同時に射撃可能です。射場や部室には近射（的を使用せず、近距離から量を射つこと）ができる環境が整っているため、雨や風の強い日でも練習を行えます。

- 夜でも練習可能なナイト設備完備
 照明が設置されており、暗い中でもアーチェリーをすることが可能です。自分の時間割やスケジュールにあわせて夜でも練習を行えます。

- 充実した指導体制
 豊富な経験を持つOBの方々に、コーチとして日々指導をいただいています。経験者も未経験者も、的確な指導で着実に上達していくことができます。

また、射場には多数の初心者用弓があり、初めのうちはそれぞれのペースに合わせて弓の重さに慣れ、技術を身に付けることができます。



部員の1日

練習は基本的に週に5回、朝練（7:30~10:00）がありますが、1期がある場合は授業優先です。

授業期間中は自分でシフトを組み、自分のオフの曜日を決めることができます。夏休みや春休みなどの長期休暇中は、3~4日に1度オフがあります。

また、試験前1か月程度と、夏と冬に1週間程度長期オフがあります。

スケジュール例(1期がある場合) **スケジュール例(1期がない場合)**



空きコマなどに練習ができるので、自分の予定に合わせてたくさん練習できます！
 正規練習は朝だけなので、午後は自由に使うことができます！

※新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、現在は朝練を行わず、射場での同時練習人数・滞在時間等に制限を設けて練習をしています。自分で自由にシフトを組み、対面練習やオンライン授業との両立も可能です。

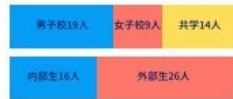
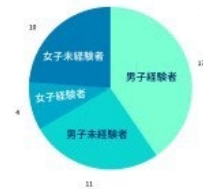
卒業後の進路先

運輸・インフラ・金融・不動産・広告・マスコミ・商社など、卒業後の進路は多岐に渡ります。

日本、そして世界で活躍されている多数のOBの方々にバックアップを頂きながら、就職活動に全力で取り組むことができます。

部員情報

実に半数の部員が大学からアーチェリーを始めています！



7

Q&A

Q. サークルと部活で迷っています...

A. 部活はサークルに比べ拘束時間が長く、大学生活を思うように過ごすことができないイメージがあるかもしれません。しかし、時間が決まっているからこそ、規則正しく、メリハリのある生活を送ることができます。また、洋弓部ならアルバイトをすることも可能です。勉強との両立もしながらアーチェリーに打ち込むことができるため、部活でも充実した大学生活を送ることができます！

Q. アーチェリー初心者や、これまで文化系の部活に所属していた人でも活躍することはできますか？

A. もちろんです！実際にこれまで多くの方が大学からアーチェリーを始め、活躍してきました。また、アーチェリーは身長や体格が重要視される競技ではなく、アーチェリーに必要な筋肉はアーチェリーでしか鍛えられないので、高校までの経験にかかわらず、個人の努力次第でレベルアップすることができます。文化系の部活出身者も多く活躍しています！

Q. 学業やアルバイトと両立させることはできますか？

A. できます！週に5回朝練(7:30~10:00)がありますが、1限がある場合は授業優先です。また正規練習は朝のみなので、午後はアルバイトや勉強に充てることができます。

Q. SFC、また文・商・経・法学部が三田キャンパスに行っている場合は、どのように練習するのですか？

A. 日吉に通って練習することになります。日吉に通うときは体育会定期の発行を受けられ、通学定期と同水準の割引料金で日吉に通うことができます。サークルではこの定期の発行を受けられないため、この点も体育会のメリットの一つです！



他にも分からないこと・知りたいことがあれば、お気軽にSNSのDMやメールなどにご質問ください！
また、洋弓部ホームページにもたくさんのQ&Aが載っていますので、ぜひそちらもご確認ください！

8

出所) https://www.keioarchery.com/_files/ugd/6ce19a_a414a641c00046d3aa3630a5b92900b6.pdf

4.2 慶應義塾大学商学部ゼミ勧誘の事例研究

慶應義塾大学商学部生は約7割がゼミに入学している。ゼミ勧誘の方策は、商学部ゼミナール委員会が主催するゼミ説明会の他に、ゼミ独自で行われるオープンゼミや個別説明会等がある。ゼミ志願者倍率は、各ゼミで大きく異なる。図表4-9で、昨年度のゼミ選考の募集人数、本登録者数、倍率を提示する。また、図表4-10で、昨年度ゼミ選考において倍率が上位4ゼミ・下位4ゼミであった研究会の入ゼミ要素を比較した。

図表4-9 2022年度 商学部ゼミ一次選考本登録結果

一次選考本登録結果(速報)

2022年3月1日時点でのゼミ選考情報を参考に作成。
小数点第2位を四捨五入して計算。
※募集人数〇名程度のゼミは、〇名として計算。

	研究会名	募集人数	本登録者数(名)	倍率(倍)		研究会名	募集人数	本登録者数(名)	倍率(倍)
経営	井口知栄研究会	10~13名	7	0.5~0.7	会計	友岡賢研究会	15名	14	0.9
	岩尾俊兵研究会	10名程度	14	1.4		永見尊研究会	14名程度	16	1.1
	牛島辰男研究会	15名	21	1.4		深井忠研究会	20名以内	32	1.6
	梅津光弘研究会	20名程度	10	0.5		横田絵理研究会	10名程度	15	1.5
	王英燕研究会	10名程度	16	1.6		吉田栄介研究会	8~12名	16	1.3~2.0
	岡本大輔研究会	15名程度	33	2.2	商業	小野晃典研究会	8名	15	1.9
	小沢和彦研究会	10~12名程度	4	0.3~0.4		里村卓也研究会	12名程度	14	1.2
	神戸和雄研究会	10~15名程度	33	2.2~3.3		清水聡研究会	15名	40	2.7
	菊澤研宗研究会	16名	24	1.5		白井美由里研究会	12名	23	1.9
	佐藤和研究会	12~16名	26	1.6~2.2		高田英亮研究会	10~12名	11	0.9~1.1
	谷口和弘研究会	15名程度	27	1.8		高橋郁夫研究会	10~12名	16	1.3~1.6
	松本陽一研究会	12~16名	35	2.2~3.0		濱岡豊研究会	10名程度	5	0.5
	会計	荒田映子研究会	15名	6		0.4	国際経済 経済産業	安藤光代研究会	10名程度
園田智昭研究会		10名	4	0.4	遠藤正寛研究会	15名程度		4	0.3

一次選考本登録結果(速報)

2022年3月1日時点でのゼミ選考情報を参考に作成。
小数点第2位を四捨五入して計算。
※募集人数〇名程度のゼミは、〇名として計算。

	研究会名	募集人数	本登録者数(名)	倍率(倍)		研究会名	募集人数	本登録者数(名)	倍率(倍)	
経済産業	国際経済	鶴光太郎研究会	10名程度	2	0.2	交通等	加藤一誠研究会	15名程度	11	0.7
		大津敬介研究会	12名程度	18	1.5		久保研介研究会	15名程度	6	0.4
	計量経済	大野由香子研究会	12名程度	11	0.9		高橋美樹研究会	10~15名	3	0.2~0.3
		中島隆信研究会	12名	12	1.0		田邊勝巳研究会	17名程度	16	0.9
		野村浩二研究会	10名程度	2	0.2		労働・社会	風神佐知子研究会	15名	11
		早見均研究会	15名	14	0.9	吉川肇子研究会		10名	21	2.1
		藪友良研究会	12名	6	0.5	権文善一研究会		12名程度	3	0.3
		山本勲研究会	15~20名程度	23	1.1~1.5	八代充史研究会		10名程度	22	2.2
		鎌田康一郎研究会	15名程度	7	0.4	産業・経営史		牛島利明研究会	15名程度	39
	辻幸民研究会	10~15名程度	2	0.1~0.2	日高千景研究会			12名程度	13	1.0
	富田信太郎研究会	10名程度	4	0.4	平野隆研究会			10名程度	3	0.3
	堀田一吉研究会	18名	6	0.3						
	柳瀬典由研究会	10~12名	16	1.3~1.6						
	和田賢治研究会	10名程度	4	0.4						

出所) 慶應義塾大学商学部ゼミナール委員会

図表4-10 倍率上位下位4ゼミの入ゼミ要素比較

	Twitter	Instagram	その他SNS	ゼミHP	オープンゼミ	サブゼミ	大会、合同ゼミ等
神戸	○	○		○	○	○	×
松本	○	○	YouTube	×	○	○	合同ゼミ
清水	○	○	YouTube	○	○	○	大会、合同ゼミ
牛島(利)	○ (活発)	○	facebook	○	○	○	ソーシャルプロジェクト
安藤	○	×		×	×	○	合同ゼミ、企業訪問
鶴	○	×	LINE	○	×	○	
野村	○	△		○	○	×	
高橋(美)	○	×		○	○	○	合同ゼミ、企業訪問

出所)慶應義塾大学商学部ゼミナール各ゼミの活動を基に筆者作成

4.3事例研究まとめ

事例研究を、以下の図表4-11にまとめた。コロナ禍においては、特にSNSや動画配信を利用したオンラインでの勧誘活動が活発であったことが分かる。他にも、パンフレットなど広告の工夫も見受けられた。

図表4-11 事例研究のまとめ

団体・組織名	勧誘活動内容
カメラクラブ	インスタ映え新歓投稿、撮影技術講習会のYouTube配信、オープンチャットでの匿名質問対応
三田祭実行委員会	「委員の一日」「委員座談会」動画投稿、ES縮切カウントダウンストーリー
慶應義塾大学体育會アーチェリー部	パンフレット大幅改定、ホームページ更新
各商学部ゼミナール	Twitter、Instagram、YouTube、公式HPの運営

4.4 ヒアリング調査

ヒアリング調査内容と結果を記述する。6章のアンケート分析とは別に、慶應義塾大学商学部ゼミナールに所属している3年生12人にヒアリング調査を実施した。

4.3.1 質問内容

以下に質問内容を記載する。その質問内容を図表4-11にまとめた。

図表4-12 質問内容

質問1	所属ゼミを選んだ理由を本音で教えてください。
質問2	ゼミの情報は何で1番収集しましたか？
質問3	商学部で人気なゼミとその理由は何だと思えますか？

4.3.2 調査結果 調査結果は以下のとおりである。

①大学3年男性

質問1:先生の研究内容がもともと学びたいと考えていた組織論と結びついており面白そうだった。説明会での先生の雰囲気良く、優しそうだった。留学を許可してくれた。

質問2:twitter、説明会

質問3:牛島ゼミ→ゼミ全体がキラキラの雰囲気で遊びにも全身全霊の人が多そうだから。

清水ゼミ→本気でマーケティングに取り組みたい人の需要に応えているから。

②大学3年男性

質問1:研究内容が面白そうだったから。先生が優しそうだったから。ゼミ自体がゆるくもエグくもなさそうだったから。

質問2:twitter、instagram

質問3:牛島ゼミ→フィールドワーク等アクティブなことをしているので、明るい人は好きそう。

③大学3年女性

質問1:サブゼミがないから。先生が面白そうだから。倍率が高くなさそうだったから。

質問2:twitter

質問3:神戸ゼミ→就活に強そうだから。

④大学3年男性

質問1:ゼミの雰囲気が良かった。ゼミのテーマが自分の好みだった。倍率が例年よりも低かった。

質問2:ロコミ

質問3:牛島ゼミ→活動が活発だから。

⑤大学3年男性

質問1:倍率が低かったから。(1次落ちだから後がなかった)英語をよく使うから。就活に強そうだから。

質問2:twitter、研究会HP

質問3:山本ゼミ→人数が多そうだから。入ゼミ活動に力を入れてる。SNSの投稿が多い。

⑥大学3年女性

質問1:数学を使わなさそう。ゼミ員の仲がよさそう。ゼミが週1回だから。

質問2:instagram、twitter

質問3:八代ゼミ→数学使わない。ゼミディズニーのイメージ強い。

小野ゼミ→就活に強い。

⑦大学3年男性

質問1:留学可能。研究テーマに興味あり。倍率が低かった。

質問2:商ゼミ冊子

質問3:清水ゼミ→企業とのタイアップ

4.3.3 調査結果のまとめ

質問の結果を図表4-12にまとめる。所属ゼミを選ぶ軸として、「教授の雰囲気」「研究テーマへの興味関心」が上位となっていることから、ゼミの時間の雰囲気や、実際の研究内容について詳しく発信するのが有用だと考えられる。また、ゼミの情報を得る手段として、TwitterやInstagramといったSNSが上位となっていることから、ゼミの情報発信としてSNSの重要度は高いと考えられる。さらに、商学部で人気なゼミの理由として、企業との産学連携やフィールドワーク等、独自の活動を行っているゼミに人気が集まると考えられる。

図表4-13 ヒアリング調査のまとめ

質問1	所属ゼミを選んだ理由を本音で教えてください。	<p>5票 教授の雰囲気 4票 研究テーマへの興味関心 3票 ゼミの雰囲気 倍率が低い サークルとの両立 2票 留学可能 サブゼミがない 1票 就活に強い 人気ゼミじゃない 数学使わなそう 英語をよく使う</p>
質問2	ゼミの情報は何で1番収集しましたか？	<p>5票 Twitter 2票 Instagram 1票 ゼミHP 口コミ 説明会 商ゼミ冊子</p>
質問3	商学部で人気なゼミとその理由は何だと思えますか？	<p>3票 清水ゼミ 企業とのタイアップ。 優秀な人が多い。 本気で勉強に取り組んでいる。 牛島ゼミ キラキラした雰囲気。 勉強よりも遊びに比重がある。 フィールドワーク等活動がアクティブ。</p> <p>1票 神戸ゼミ 就活に強い。 小野ゼミ 就活に強い。 八代ゼミ 数学使わない ゼミディズニーのイメージが強い。 山本ゼミ 入ゼミ活動に力を入れている。 SNSの投稿が多い。</p>

出所)筆者作成

5. 仮説設定

本章では、本研究で設定した仮説を示す。まず、研究会勧誘の構造、優秀な人材について定義する。次に、仮説の枠組みを説明し、設定した仮説について根拠とともに述べる。

5.1 研究会勧誘の構造

研究会を商品の「提供」、選択と所属はその「消費」と定義すると、3年生は「研究会(ゼミ)」をプロモーションする立場として「供給者」と見做せる。また2年生は「研究会」を選択し所属する立場として消費者と見做せる。本研究では2年生を研究会を選択する者として「選択者」と定義する。

慶應義塾大学商学部では、2年次に入ゼミ試験を受験し、3年次からゼミに所属する。3年生は、2年生に対して、自身が所属する研究会をプロモーションする。2年生は、それを受けて研究会を選択・志望し、選抜を経て研究会に所属する。そして次年度、新2年生に対しプロモーションを行う。このサイクルを繰り返す。

5.2 優秀な人材の定義

優秀の定義は、団体や個人によって異なる流動的な概念である。故に、今回の場合本研究会が入ゼミにおいて求めている人材と定義する。人材の優秀性を「心」、「技」、「体」のフレームを用いて幅出しすると、以下のようになる。

心...意欲が高い、やる気がある、締切を守る、FBに対し考える思考体力がある
技...論文技術が高い、データに強い、Rが使える、質問力がある、プレゼン力がある
体...バイタリティがある、ゼミを欠席しない、辞めない

「心」は例えば入ゼミ課題、「技」はGPAの提出や試験で測ることが可能であるが、「体」は面接で聞く方法はあるものの測定は難しい。本研究では「入ゼミ課題」のみ志望者に課しているため、求める人材の能力の比重は「心」が高いと考えることができる。

5.3 仮説の枠組み

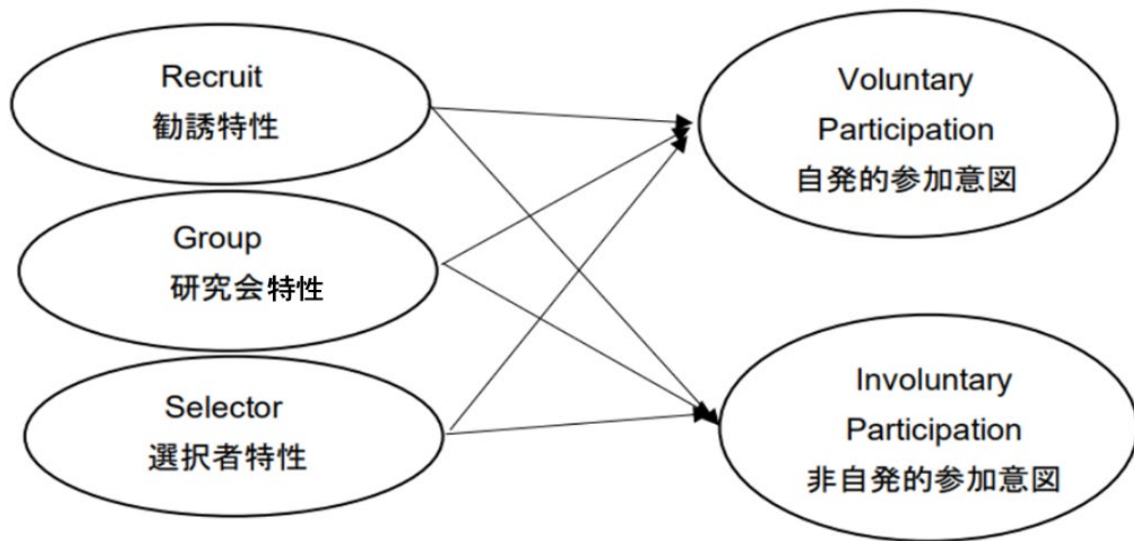
5.3.1 変数の策定

本研究ではゼミ勧誘における志望者を増加させる要因を明らかにする。ここで、変数の策定のため、2章で紹介した「AISCEASモデル」を利用する。本研究では説明変数を「勧誘する側」に絞り、主にAttentionとInterestに影響する「勧誘」の方法についての要因を示す「勧誘特性」、そして主にSearch、Comparison、Examintion、Actionに影響する「研究会そのもの」についての特性を示す「研究会特性」、選択者の性質に起因する要素を示す「選択者特性」、以上の三つを説明変数とする。また、Actionにおいては「参加する」という選択者の意図、すなわち研究会に応募し、選択者が研究会の一員になることを前向きに考え自発的に志望する意図である「自発的参加意図」と、それに対して研究会に応募する理由がリスク回避の要素が大きく、選択者が研究会の一員になることを非自発的に志望する意図である「非自発的参加意図」を定義し、これを目的変数とする。

5.3.2 仮説の枠組み

5.3.1をふまえ、図表5-1に仮説の枠組みを示す。

図表5-1 仮説の枠組み



出所)筆者作成

これら二つの特性と、意図の定義、仮説で使用した用語の定義を図表5-2,5-3に示す。

図表5-2 特性の定義

勧誘特性	研究会の3年生が行う勧誘手法における特性
研究会特性	研究会そのものにおける特性
選択者特性	選択者の性質に起因する特性

図表5-3 概念の定義

用語	定義	出所
自発的参加意図	研究会に応募し、選択者が研究会の一員になることを前向きに考え自発的に志望する意図	独自
非自発的参加意図	研究会に応募する理由がリスク回避の要素が大きく、選択者が研究会の一員になることを非自発的に志望する意図	独自
入ゼミイベント	ゼミ勧誘に関する活動のこと。	独自
入ゼミ課題	ゼミ選考において課される課題のこと。	独自
専門スキル学習	プログラミングや統計ソフト、簿記などの専門スキルについて学ぶこと。	独自

出所)筆者作成

5.4 仮説設定

ここでは、先行研究、二次データ、事例研究から得られた知見をもとに仮説を設定する。

5.4.1 勧誘特性

1) 自発的参加意図

藪谷、中原(2017)は、「帰属・交流欲求」因子及び「社会的欲求」因子がまちづくりへの参加動機に正の影響があると挙げた。また高瀬(2019)は、充実した新歓イベント、詳細な年間スケジュールの記載と未経験競技への興味は正の影響があると挙げた。また、3章で取り上げた二次データより、オンライン授業より対面授業の頻度が多い学生のほうが学生生活充実度が高い傾向にあることがわかり、以下の2つの仮説を設定した。

Hpr1: 充実した入ゼミイベント(対面)の量は参加意図に正の影響を与える。

Hpr2: 充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は参加意図に正の影響を与える。

4章の事例研究で取り上げたサークル勧誘の事例から、勧誘活動に際してSNSを用いた様々な情報発信が行われていることから、以下の仮説を設定した。

Hpr3: SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。

自身がゼミ選択をする際に、ゼミ選考の際に課される課題が自身の得意な分野か否かを重要視した経験から、独自に以下の仮説を立てた。

Hpr4: 入ゼミ課題の内容がレポートであることは入ゼミ試験であることよりも参加意図に正の影響を与える。

5.2.2 研究会特性

1) 自発的参加意図の規定要因

高瀬(2019)は、体育会の新入部員獲得に関する研究を行い、就職先の情報は入部意図に正の影響を与えることを明らかにした。また、3章で取り上げた二次データより、就職活動時、「学生時代に力を入れたこと」としてゼミ活動を挙げる学生が多かった。以上の二点より、以下の仮説を立てた。

Hpg1: ゼミと就活との関連の高さは参加意図に正の影響を与える。

高瀬(2019)は、体育会の新入部員獲得に関する研究を行い、部の実績と入部意図は入部意図に正の影響を与えることと挙げたことから、以下の仮説を立てた。

Hpg2: 学生の論文の入賞実績があること(公開していること)は参加意図に正の影響を与える。

藪谷、中原(2017)は、「自己成長」因子がまちづくりへの参加動機に正の影響があると挙げたことから、以下の仮説を立てた。

Hpg3: 専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える。

2) 非自発的参加意図の規定要因

3章で取り上げた二次データより、以下の仮説を立てた。

Hpg4: 遊びの要素があることは非自発的参加意図に正の影響を与える。

自身がゼミ選択をする際に、ゼミ選考における倍率の低さを重要視した経験から、独自に以下の仮説を立てた。

Hpg5: 研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える。

5.2.3 選択者特性

1)自発的、非自発的参加意図共通の規定要因

藪谷,中原(2017)は、「自己成長」因子がまちづくりへの参加動機に正の影響があると挙げたことから、以下の仮説を立てた。以下、Hvsは自発的参加意図、Hisは非自発的参加意図を表す。

Hvs/His1:承認欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える。

濱岡(2007)は消費者の創造、開発の動機として「自己効力感」を要因に挙げたことから、以下の仮説を立てた。

Hvs/His2:自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える。

見館ら(2008)は、教員とのコミュニケーションが「学習意欲」「大学生活の満足度」に寄与していることを明らかにしたことから、以下の仮説を立てた。

Hvs/His3:教員とのコミュニケーション欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える。

2)自発的参加意図の規定要因

浅野(2002)は、学習への積極的関与に正の影響を及ぼす主要因は「特定課題志向」、継続意志に正の影響を及ぼす主要因は「自己向上志向」「特定課題志向」であることを明示したことから、以下の仮説を立てた。

Hvs4:学びたい分野があることは自発的参加意図に正の影響を与える。

伏木ら(2011)は、ゼミナールの参加要因に「学力向上への期待」を挙げたことから、以下の仮説を立てた。

Hvs5:授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。

Pollok et al.(2021)は、消費者創造者はプロよりも、自律性と統制力が高いため、チーム内でより多様な視点を活用することができることを明らかにしたことから、以下の仮説を立てた。

Hvs6:知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える。

3)非自発的参加意図共通の規定要因

自身がゼミ選択をする際に、普段の個人活動とゼミのバランスを重要視した経験から、独自に以下の仮説を立てた。

His4:普段の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える。

ゼミ選択の際に、協調性の低い人はゼミ参加への意図が低いと推測したため、独自に以下の仮説を立てた。

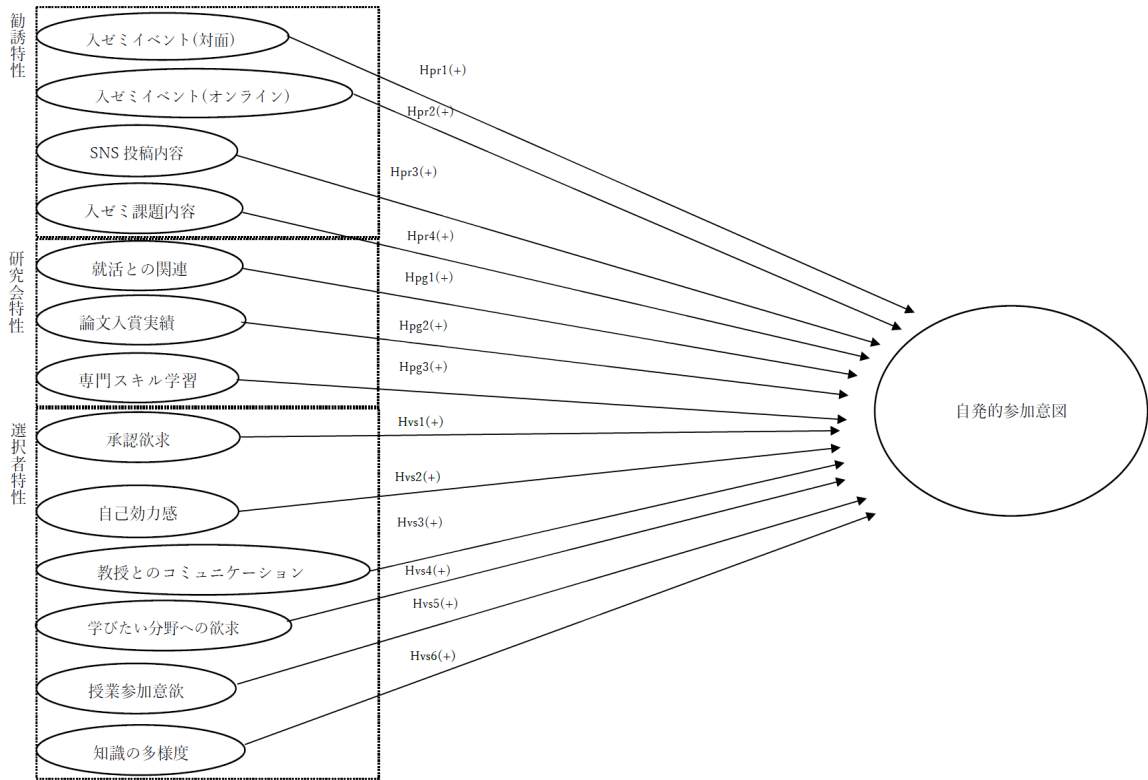
His5:協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。

以上の仮説を図表5-4にまとめる。また、参加意図のパス図を図表5-5,5-6に示す。

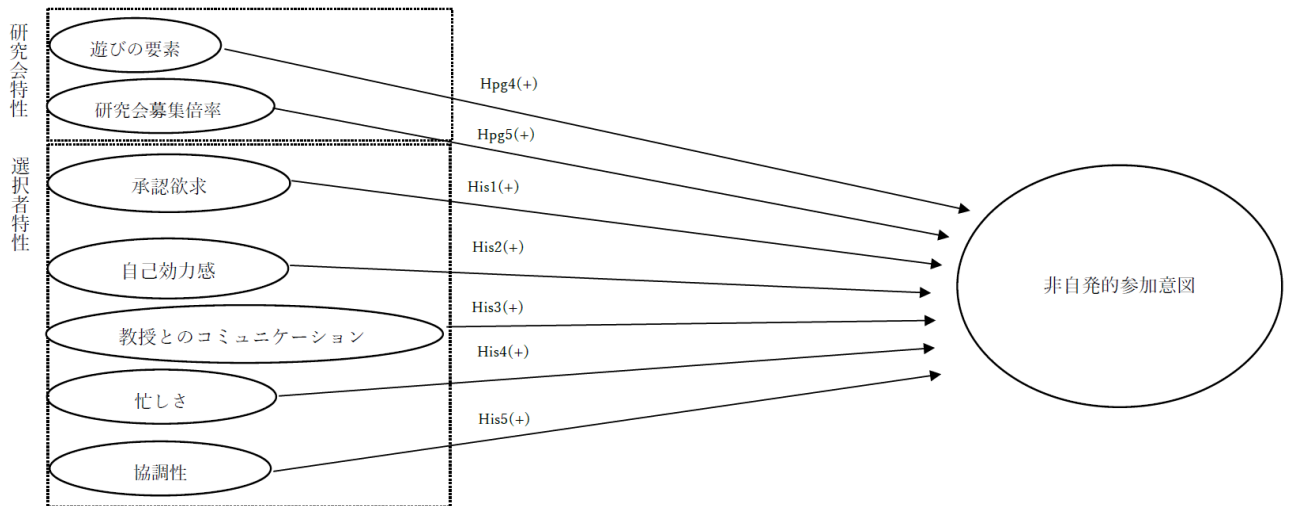
図表5-4 仮説のまとめ

	仮説番号	仮説	根拠
勧誘特性	Hpr1	充実した入ゼミイベント(対面)の量は参加意図に正の影響を与える	藪谷,中原(2017)/高瀬(2019) 二次データ
	Hpr2	充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は参加意図に正の影響を与える	藪谷,中原(2017)/高瀬(2019)
	Hpr3	SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。	事例研究3
	Hpr4	入ゼミ課題の内容がレポートであることは入ゼミ試験であることよりも参加意図に正の影響を与える。	独自
研究会特性	Hpg1	ゼミと就活との関連の高さは参加意図に正の影響を与える	高瀬(2019)/二次データ
	Hpg2	学生の論文の入賞実績があることは参加意図に正の影響を与える	高瀬(2019)
	Hpg3	専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える	藪谷,中原(2017)
	Hpg4	遊びの要素があることは非自発的参加意図に正の影響を与える	2次データ
	Hpg5	研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自
選択者特性	Hvs/His1	承認欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	藪谷,中原(2017)
	Hvs/His2	自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	濱岡(2007)
	Hvs/His3	教員とのコミュニケーション欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	見館ら(2008)
	Hvs4	学びたい分野があることは自発的参加意図に正の影響を与える	浅野(2002)
	Hvs5	授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える	伏木ら(2011)
	Hvs6	知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える	Pollok et al.(2021)
	His4	普通の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自
	His5	協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自

図表5-5 自発的参加意図パス図



図表5-6 非自発的参加意図パス図



6. データ分析

本章では、5章で設定した仮説を検証するために行ったアンケートの詳細とその結果を記す。

6.1 調査概要

選択者の研究会への参加意図についての仮説を検定するため、アンケートを開発した。慶應義塾大学商学部2年生を対象に2021年6月にインターネットアンケートを実施した。有効回答数は100名(男性:66名、女性:33名)であった。選択者特性に関しては共分散構造分析を、勧誘特性と研究会特性に対し、コンジョイント分析を行った。また、アンケートでは、分析に使用する変数以外にも既存のゼミへの参加意図についての実態調査を行った(調査票については付属資料を参照されたい)。なお、今回の分析では、10%水準までを有意とする。

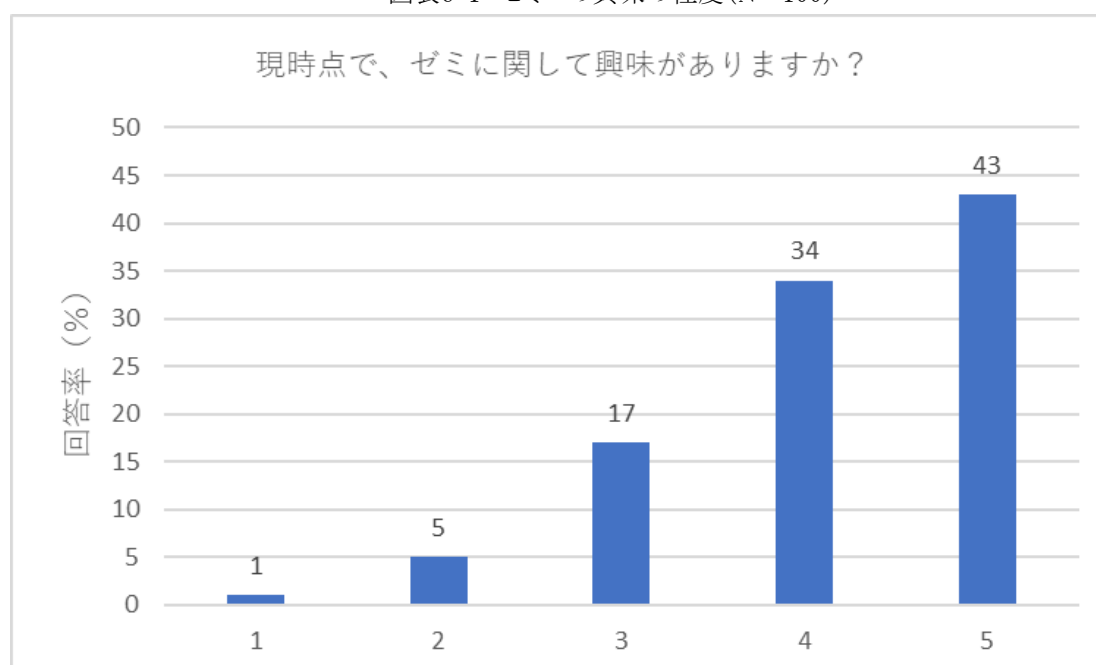
6.2 単純集計

まずは、ゼミ参加への意図に関する実態調査で得られたデータを元に単純集計を示す。

①ゼミへの興味の程度

図表7-1に現時点でのゼミに関する興味の度合いについての単純集計結果を示す。ゼミに関して高い興味を示す割合が高く、過半数以上の2年生がすでにゼミに強く関心を寄せていることが確認できた。

図表6-1 ゼミへの興味の程度(N=100)

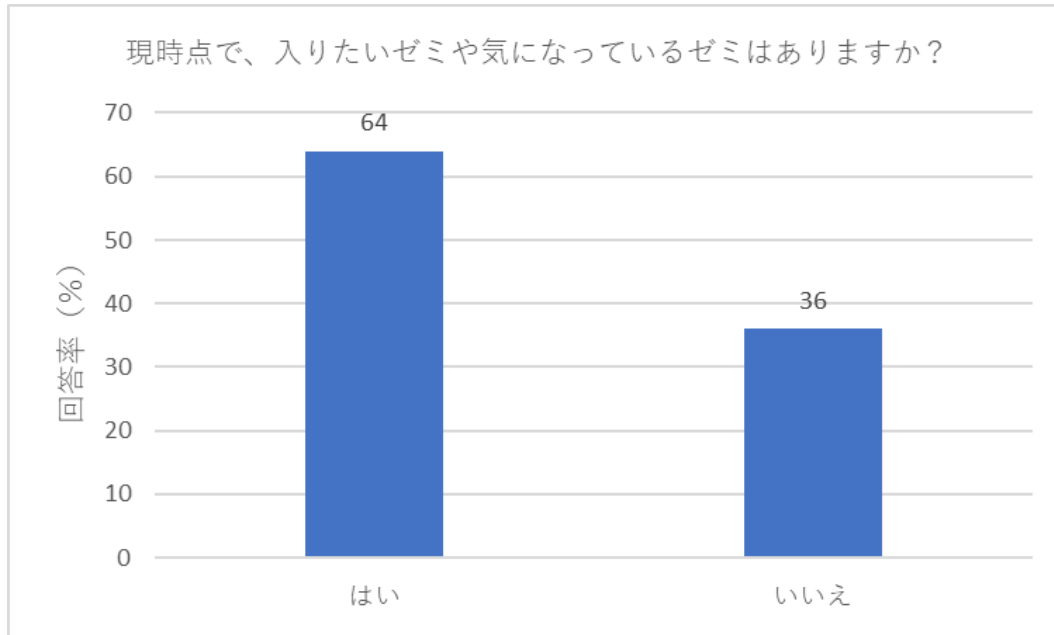


注。「現時点で、ゼミに関して興味がありますか？」への回答

②入りたいゼミの有無

図表6-2に現時点での入りたいゼミの有無についての単純集計結果を示す。入りたいゼミや関心のあるゼミがある学生の割合は3割強と、大学2年の6月時点ではゼミへの関心はあるが所属したいゼミは明確に決まっていない学生が多いことが分かる。第一回ゼミ説明会の開催前であり、ゼミ選考会が行われるのは12月と半年先のことであるため、まだ志望のゼミを絞る必要性はないと考えた可能性が高い。むしろこの結果から、半数以上の2年生が今後の入ゼミ活動に影響を受けてゼミを選択することが推測でき、ゼミ勧誘活動がゼミの集客率に大きく影響すると考えられる。

図表6-2 入りたいゼミの有無(N=100)

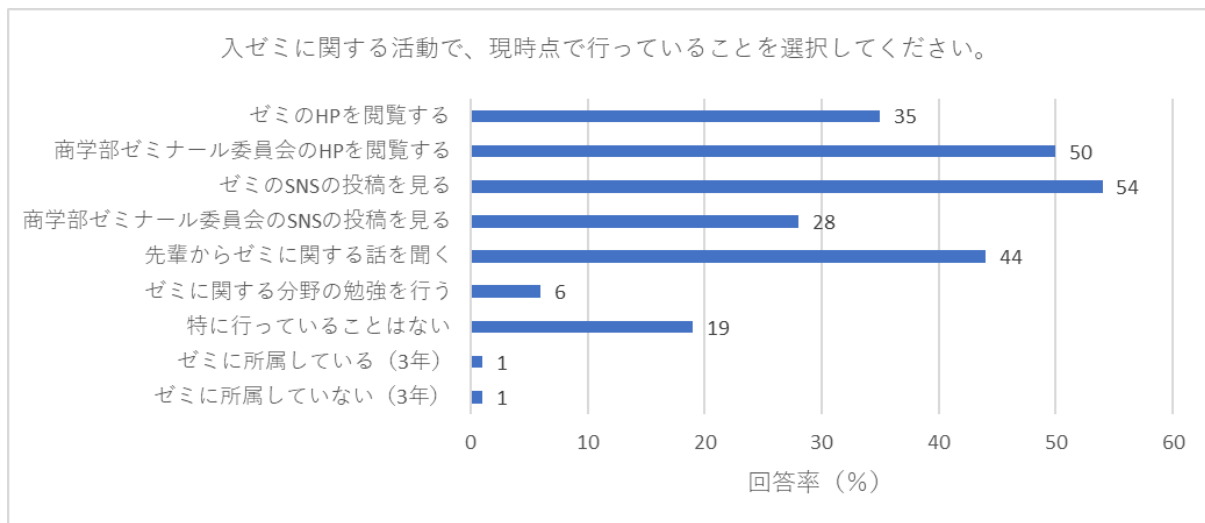


注.「現時点で、入りたいゼミや気になっているゼミがありますか？」への回答

③既に行っている入ゼミに関する活動

図表6-3に入ゼミに関する活動で、現時点で行っていることについての単純集計結果を示す。回答者の半数以上が「ゼミのSNSの投稿を見る」「商学部ゼミナール委員会のHPを閲覧する」と回答していることから、情報入手方法としてオンラインが多く活用されていることが確認できた。次いで「先輩からゼミに関する話を聞く」と回答した割合が高く、ゼミ員からの生の声というゼミの実態に近い情報を得ていると確認できる。

図表6-3 既に行っている入ゼミに関する活動

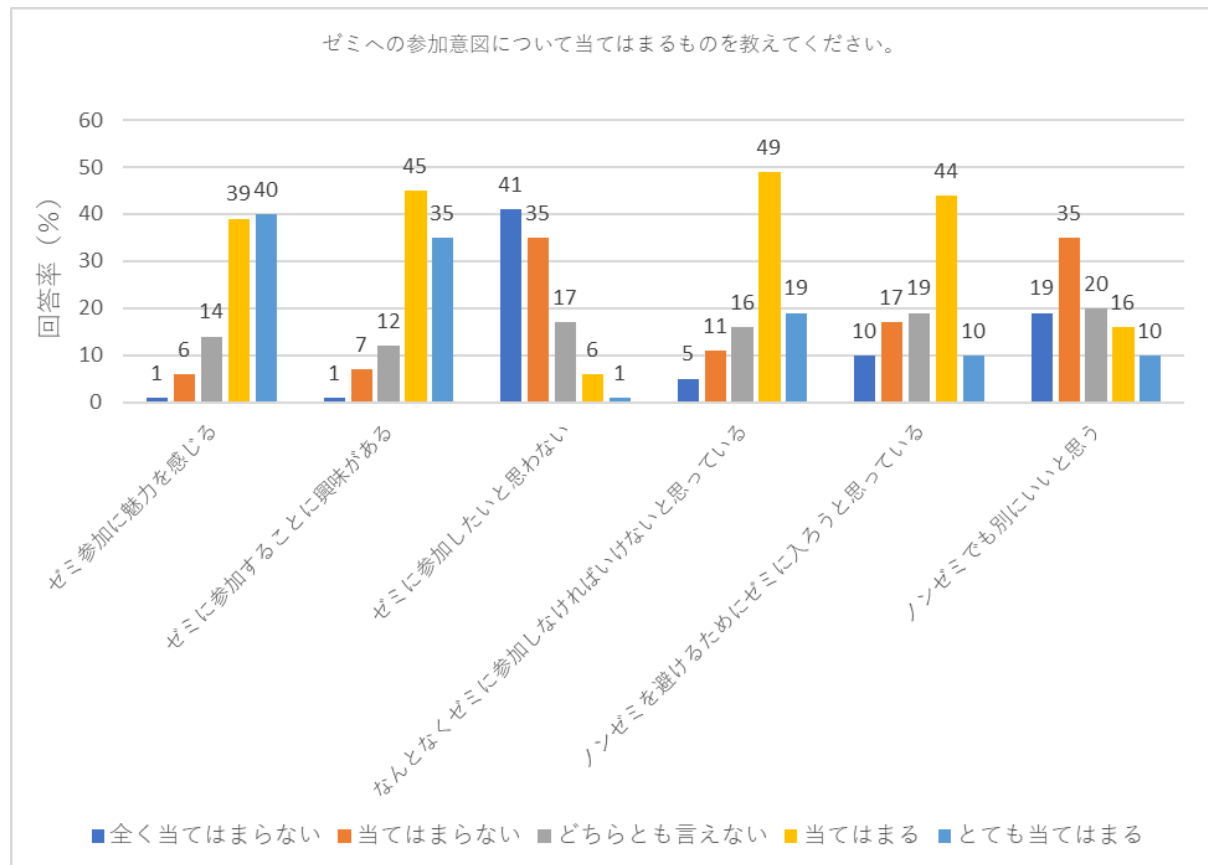


注.「入ゼミに関する活動で、現時点で行っていることを選択してください。」への回答

④ゼミへの参加意図

図表6-4にゼミへの参加意図についての単純集計結果を示す。自発的にゼミに参加したいと考える設問（「ゼミ参加に魅力を感じる」「ゼミに参加することに興味がある」）と非自発的にゼミに参加しようとする設問（「なんとなくゼミに参加しなければいけないと思っている」「ノンゼミを避けるためにゼミに入ろうと思っている」）両者において「当てはまる」と回答した割合が最も高く、「ゼミに参加すべきである」という認識を2年生の大部分が持っていることが確認できた。

図表6-4 ゼミへの参加意図



注.「ゼミへの参加意図について当てはまるものを教えてください。」への回答

6.3 コンジョイント分析(勧誘特性)

勧誘特性に関してコンジョイント分析を行う仮説とその構成要素を図表6-5に示す。

図表6-5 コンジョイント分析(勧誘特性)

仮説番号	仮説	構成要素
Hpr1/2(+)	充実した入ゼミイベント(対面orオンライン)の量は参加意図に正の影響を与える。	対面
		オンライン
Hpr3(+)	SNSの更新内容は参加意図に正の影響を与える。	イベント情報のみ
		活動内容も報告
Hpr4(+)	入ゼミ課題の内容は参加意図に正の影響を与える。	レポート
		入ゼミ試験

アンケートを行うにあたって、図表6-5の仮説と構成要素で用いた言葉の定義を以下のように示した。

図表6-6 言葉の定義(勧誘特性)

入ゼミイベント	入ゼミイベントが対面形式かオンライン形式か。入ゼミイベントにはオープンゼミや個別説明会等がある。
SNS投稿内容	SNSの投稿内容が入ゼミイベント情報のみかそれに加えて通常のゼミ活動内容紹介も含めるか。
入ゼミ課題	入ゼミ課題がレポートか試験か。レポートはA4用紙1枚以上の論文や資料、重めのエントリーシートを指す。

図表6-5で示した仮説について、構成要素の適切な組み合わせを決定するために統計ソフトRを用いて直交表を作成した。図表6-7がアンケートを行うために作成した直交表であり、図表6-8がアンケートに用いたプロフィールの一部である。

図表6-7 直交表(勧誘特性)

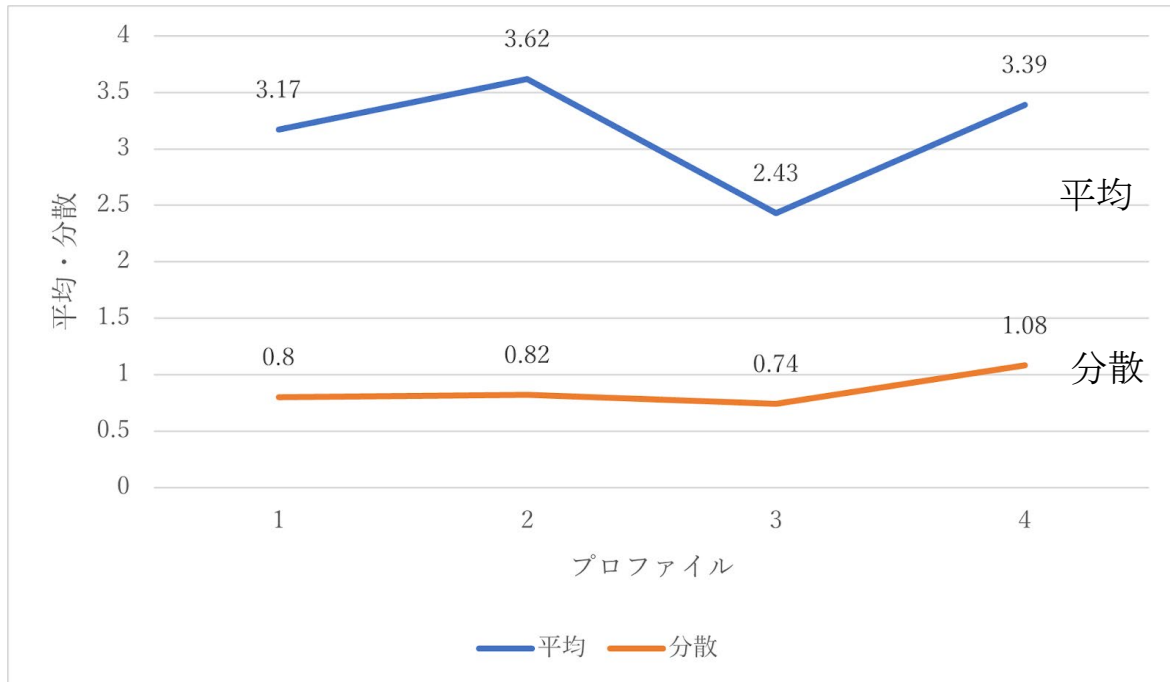
プロフィール 番号	入ゼミイベント	SNS投稿 内容	入ゼミ課題
1	対面(1)	活動内容も報告(1)	入ゼミ試験(0)
2	オンライン(0)	イベント情報のみ(0)	入ゼミ試験(0)
3	オンライン(0)	活動内容も報告(1)	レポート(1)
4	対面(1)	イベント情報のみ(0)	レポート(1)

図表6-8 アンケートに用いたプロフィールの一部

入ゼミイベント	対面
SNS 投稿内容	イベント情報のみ
入ゼミ課題	レポート

また、図表6-9に参加意図における各プロフィールの平均と分散を折れ線グラフで示す。数値が高いほど参加意図の高いプロフィールであることを表わす。平均の部分を見ると、プロフィール2が3.62と最も高い数値を示している。次に、プロフィール4が3.39と高い数値を示している。プロフィール2は入ゼミイベントはオンライン、SNS内容は活動内容も含む、入ゼミ課題はレポートである。プロフィール4は入ゼミイベントは対面、SNS内容は活動内容も含む、入ゼミ課題は試験である。つまり、SNS内容は活動内容も含むもののほうが参加意図に影響を与えたと考えられる。

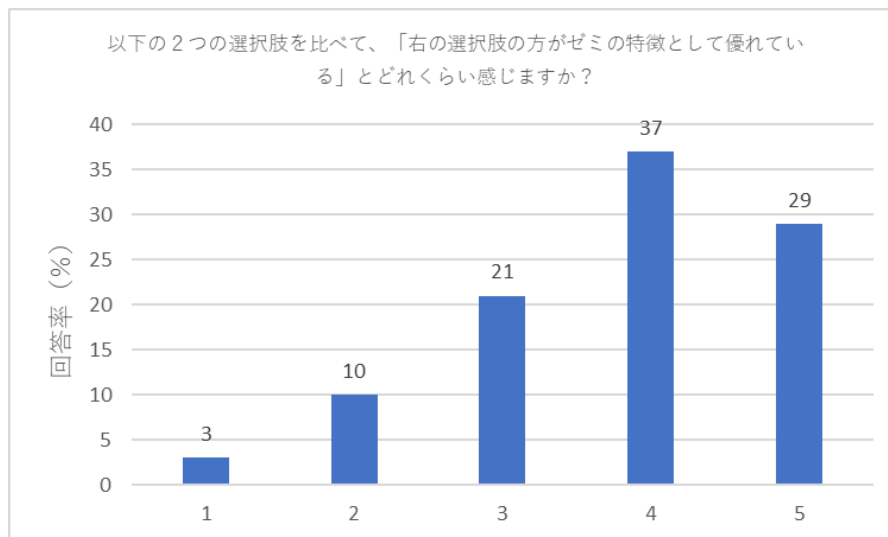
図表6-9 コンジョイント分析(勧誘特性・参加意図)の平均と分散



最後にコンジョイント分析で用いた各項目について、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」に対し「1:全くそう感じない」から「5:とてもそう感じる」の5段階でマニピュレーションチェックを行った。その結果とアンケートで使用した項目表を図表6-10,6-11,6-12に示す。「入ゼミイベント」「SNS投稿内容」について右の選択肢が優位となる傾向があり、良好な結果が得られたと判断する。「入ゼミ課題」については「どちらともいえない」と回答した割合が最も多く、個人差が大きいと考えられる。

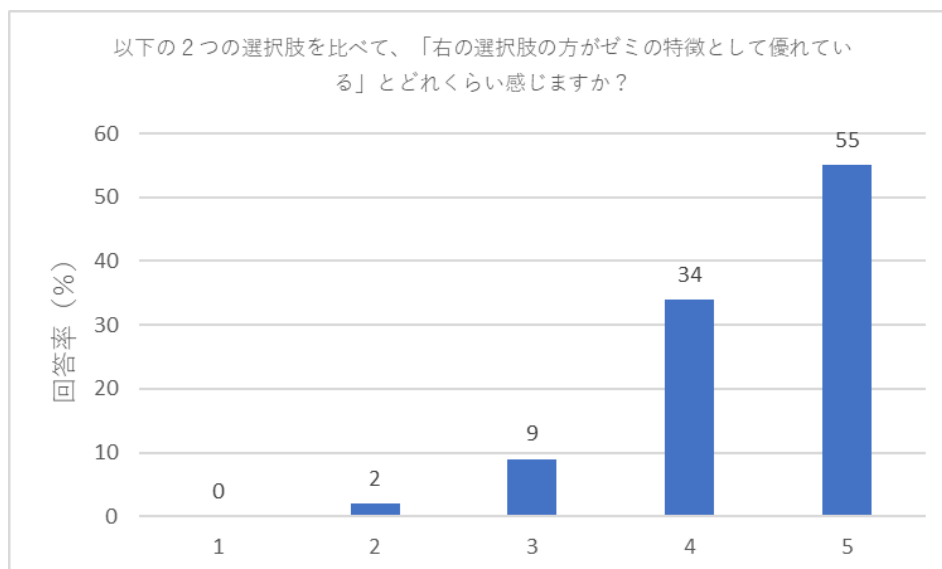
図表6-10 「入ゼミイベント」についてのマニピュレーションチェック

入ゼミイベント	
オンライン	対面



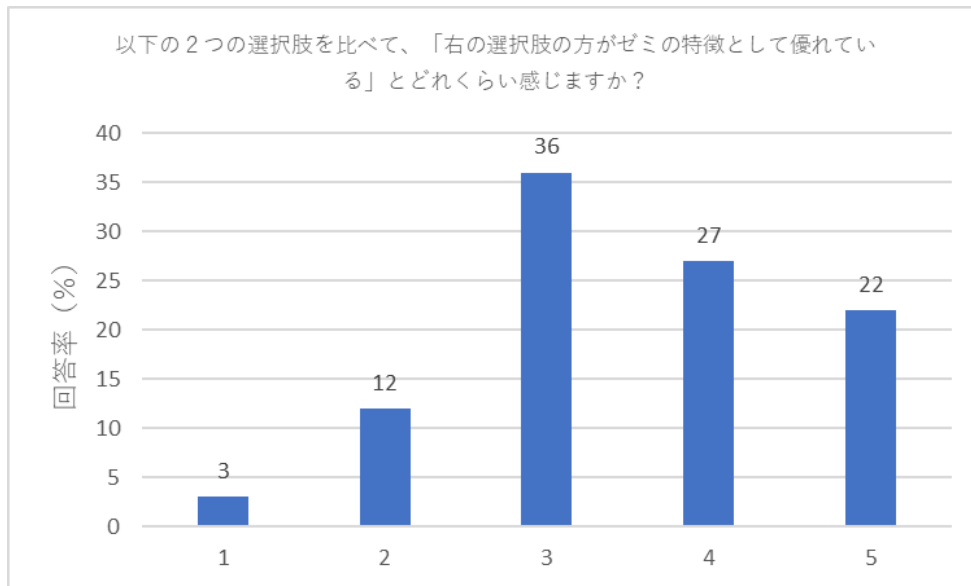
図表6-11 「SNS投稿内容」についてのマニピュレーションチェック

SNS 投稿内容	
イベント情報のみ	活動内容も報告



図表6-12 「入ゼミ課題」についてのマニピュレーションチェック

入ゼミ課題	
入ゼミ試験	レポート



6.4 コンジョイント分析(研究会特性)

研究会特性に関してコンジョイント分析を行う仮説とその構成要素を図表6-13に示す。

図表6-13 コンジョイント分析(研究会特性)

仮説番号	仮説	構成要素
Hpg1(+)	ゼミと就活との関連の高さは参加意図に正の影響を与える。	ある
		ない
Hpg2(+)	学生の論文の入賞実績の有無は参加意図に正の影響を与える。	ある
		ない
Hpg3(+)	専門スキル学習機会の有無と参加意図に正の影響を与える。	ある
		ない

アンケートを行うにあたって、図表6-13の仮説と構成要素で用いた言葉の定義を以下のように示した。

図表6-14 言葉の定義(研究会特性)

専門スキル学習機会	プログラミングや統計ソフト、簿記などの専門スキル学習機会の有無。
ゼミと就活との関連	ゼミで学んだことが生かせるなど、ゼミが就活に有利に働く可能性の有無。
論文入賞実績	ゼミ員が執筆した論文の入賞実績の有無。三田論や外部コンテストでの入賞を想定。

図表6-13で示した仮説について、構成要素の適切な組み合わせを決定するために統計ソフトRを用いて直交表を作成した。図表6-15がアンケートを行うために作成した直交表(0=ない、1=ある)であり、図表6-16がアンケートに用いたプロフィールの一部である。

図表6-15 直交表(研究会特性)

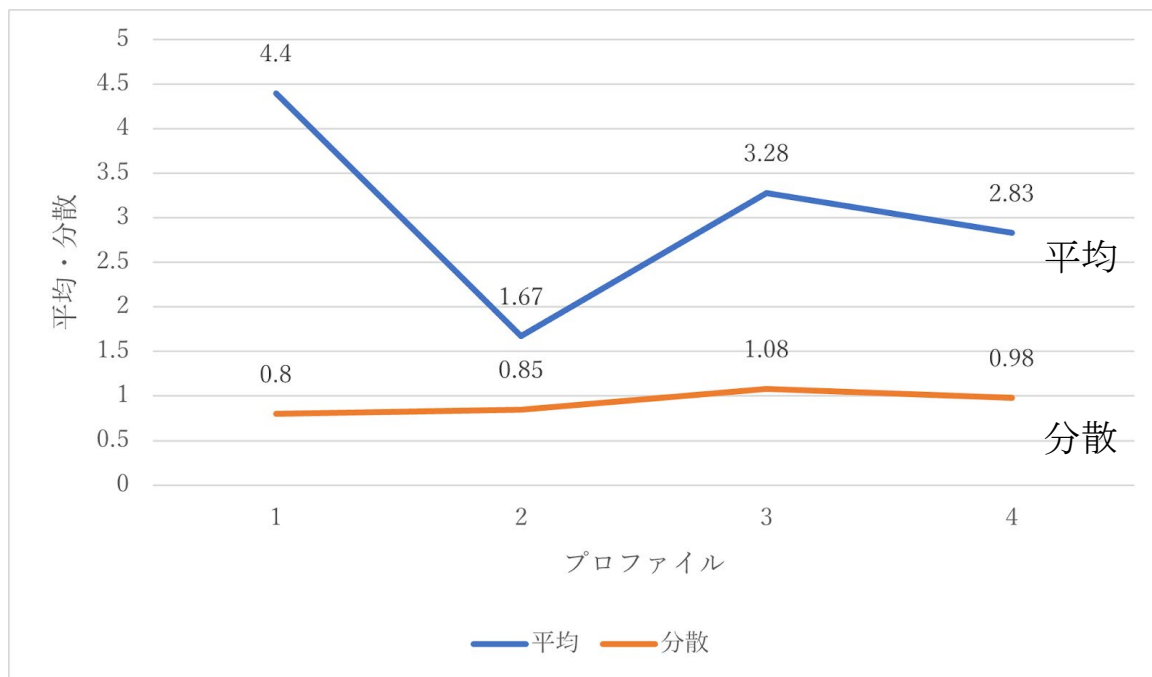
プロフィール番号	専門スキル学習機会	ゼミと就活との関連	論文入賞実績
1	ある(1)	ある(1)	ある(1)
2	ない(0)	ない(0)	ない(0)
3	ない(0)	ある(1)	ある(1)
4	ある(1)	ない(0)	ない(0)

図表6-16 アンケートに用いたプロフィールの一部

専門スキル学習機会	ある
ゼミと就活との関連	ある
論文入賞実績	ある

また、図表6-13に参加意図における各プロフィールの平均と分散を折れ線グラフで示す。数値が高いほど参加意図の高いプロフィールであることを表わす。平均の部分を見ると、プロフィール1が4.4と最も高い数値を示し、プロフィール2が1.67と最も低い数値を示している。専門スキル学習機会、ゼミと就活の関連、論文入賞実績の全てがある場合とない場合では参加意図に正負の影響を与えるのは自明であった。対して、プロフィール4の平均値、分散値よりプロフィール3の平均値、分散値のほうが高いことが分かる。プロフィール3は専門スキル学習機会はない、ゼミと就活との関連はある、論文入賞実績はある。プロフィール4は専門スキル学習機会はある、ゼミと就活との関連はない、論文入賞実績はない。専門スキル学習機会よりも就活との関連や論文入賞実績の方が好まれる可能性が考えられる。

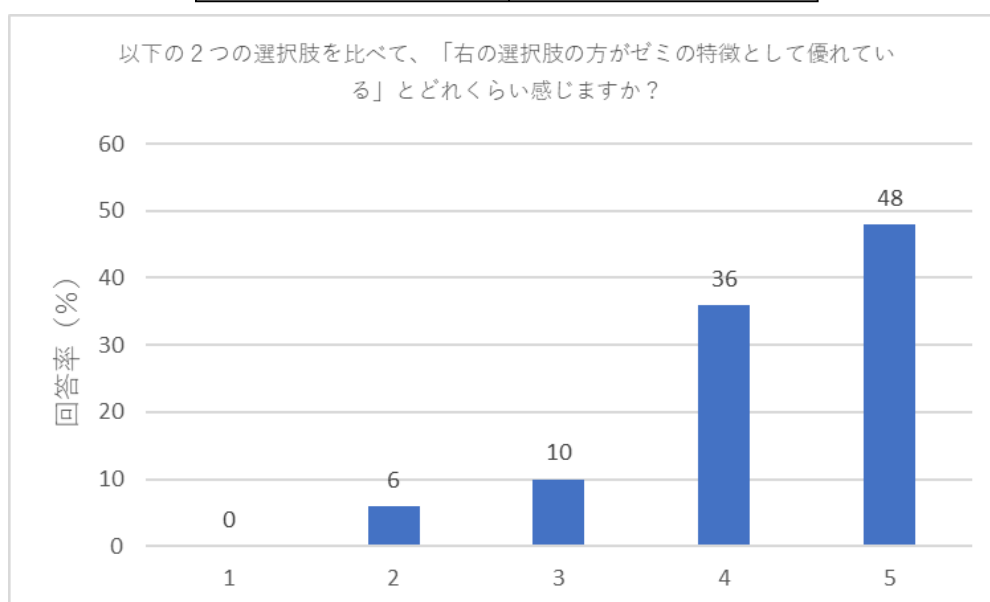
図表6-17 コンジョイント分析(研究会特性・参加意図)平均と分散



最後にコンジョイント分析で用いた各項目について、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」に対し「1:全くそう感じない」から「5:とてもそう感じる」の5段階でマニピュレーションチェックを行った。その結果とアンケートで使用した項目表を図表6-18,6-19,6-20に示す。全てについて右の選択肢が優位となる傾向があり、良好な結果が得られたと判断する。

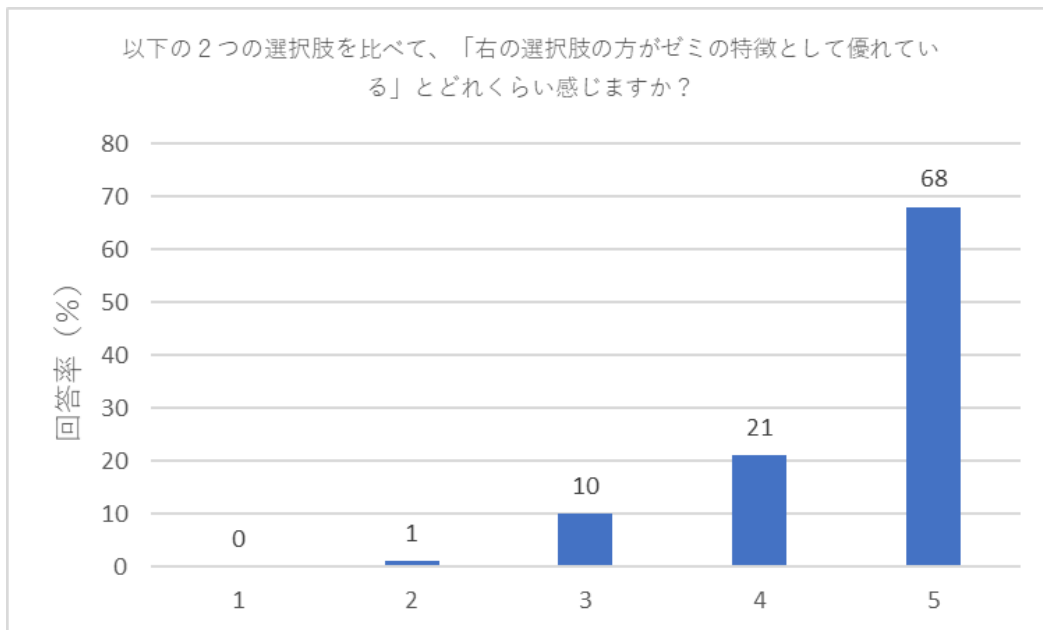
図表6-18 「専門スキル学習」についてのマニピュレーションチェック

専門スキル学習機会	
ない	ある



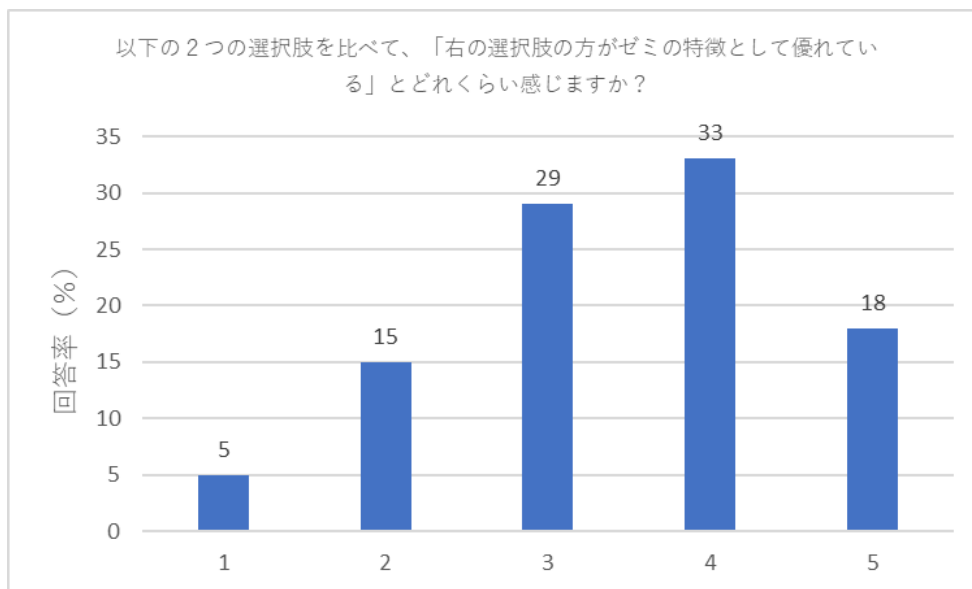
図表6-19 「ゼミと就活との関連」についてのマニピュレーションチェック

ゼミと就活との関連	
ない	ある



図表6-20 「論文入賞実績」についてのマニピュレーションチェック

論文入賞実績	
ない	ある



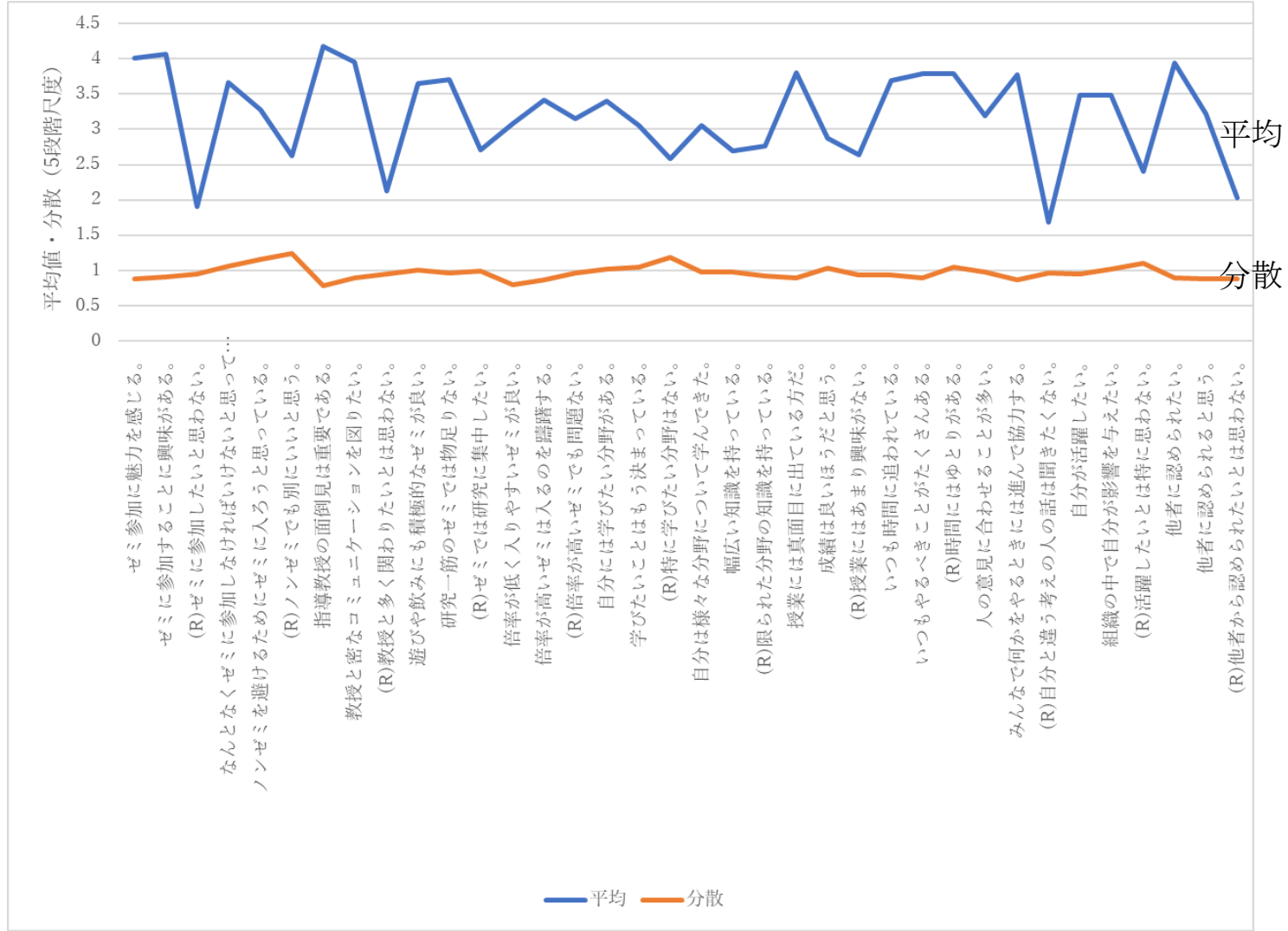
6.5 共分散構造分析のための調査項目（選択者特性、研究会特性）

以下の図表6-21は、選択者特性、研究会特性に関する参加意図の質問項目および変数名の一覧である。いずれの質問に対しても「1:全く当てはまらない」から「5:とても当てはまる」の5段階で回答してもらった。なお逆転項目は(R)で示した。また、図表6-22はアンケート結果の平均と分散をまとめた表、図表6-23はアンケート結果の平均と分散のグラフである。以下の図表から、研究会特性においては「教授とのコミュニケーション欲求の高さ」の平均が最も高く、次いで「遊びの要素の存在」が高いことが分かる。ゼミ活動の中で教授との関わり合いが多いほどより充実していると考えられる学生が多いと考えられる。また、ゼミにおいては研究だけではなく、適度に遊びや飲み会があるなどゼミ員同士の仲が深められるような機会が設けられる方が魅力的だと捉えられていると考えられる。選択者特性に関しては「承認欲求の高さ」の平均が最も高く、ゼミに所属していることが他者に認められることにつながる事が分かる。

図表6-22 選択者特性、研究会特性に関するアンケート結果の平均と分散(表)

仮説との対応	質問項目	平均	分散
自発的参加意図	ゼミ参加に魅力を感じる。	4.01	0.88
	ゼミに参加することに興味がある。	4.06	0.91
	(R)ゼミに参加したいと思わない。	1.91	0.95
非自発的参加意図	なんとなくゼミに参加しなければいけないと思っている	3.66	1.06
	ノンゼミを避けるためにゼミに入ろうと思っている。	3.27	1.16
	(R)ノンゼミでも別にいいと思う。	2.63	1.24
教授とのコミュニケーション欲求の高さ	指導教授の面倒見は重要である。	4.18	0.78
	教授と密なコミュニケーションを図りたい。	3.95	0.9
	(R)教授と多く関わりたいとは思わない。	2.13	0.95
遊びの要素の存在	遊びや飲みにも積極的なゼミが良い。	3.65	1.01
	研究一筋のゼミでは物足りない。	3.7	0.97
	(R)ゼミでは研究に集中したい。	2.71	0.99
研究会の募集倍率の低さ	倍率が低く入りやすいゼミが良い。	3.08	0.8
	倍率が高いゼミは入るのを躊躇する。	3.41	0.87
	(R)倍率が高いゼミでも問題ない。	3.15	0.97
学びたい分野の有無	自分には学びたい分野がある。	3.4	1.02
	学びたいことはもう決まっている。	3.06	1.05
	(R)特に学びたい分野はない。	2.58	1.18
知識の多様性	自分は様々な分野について学んできた。	3.06	0.98
	幅広い知識を持っている。	2.69	0.98
	(R)限られた分野の知識を持っている。	2.76	0.92
授業参加意欲の高さ	授業には真面目に出ている方だ。	3.81	0.89
	成績は良いほうだと思う。	2.87	1.04
	(R)授業にはあまり興味がない。	2.64	0.93
普段の忙しさ	いつも時間に追われている。	3.69	0.93
	いつもやるべきことがたくさんある。	3.79	0.9
	(R)時間にはゆとりがある。	3.79	1.05
協調性の高さ	人の意見に合わせることが多い。	3.2	0.98
	みんなで何かをやるときには進んで協力する。	3.77	0.86
	(R)自分と違う考えの人の話は聞きたくない。	1.69	0.97
自己効力感の高さ	自分が活躍したい。	3.49	0.95
	組織の中で自分が影響を与えたい。	3.48	1.02
	(R)活躍したいとは特に思わない。	2.4	1.1
承認欲求の高さ	他者に認められたい。	3.94	0.89
	他者に認められると思う。	3.22	0.88
	(R)他者から認められたいとは思わない。	2.03	0.88

図表6-23 選択者特性、研究会特性に関するアンケート結果の平均と分散



図表6-24 仮説のまとめ

	仮説番号	仮説	根拠
勧誘特性	Hpr1	充実した入ゼミイベント(対面)の量は参加意図に正の影響を与える	藪谷, 中原(2017)/高瀬(2019) 二次データ
	Hpr2	充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は参加意図に正の影響を与える	藪谷, 中原(2017)/高瀬(2019)
	Hpr3	SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。	事例研究3
	Hpr4	入ゼミ課題の内容がレポートであることは入ゼミ試験であることよりも参加意図に正の影響を与える。	独自
研究会特性	Hpg1	ゼミと就活との関連の高さは参加意図に正の影響を与える	高瀬(2019)/二次データ
	Hpg2	学生の論文の入賞実績があることは参加意図に正の影響を与える	高瀬(2019)
	Hpg3	専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える	藪谷, 中原(2017)
	Hpg4	遊びの要素があることは非自発的参加意図に正の影響を与える	2次データ
	Hpg5	研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自
選択者特性	Hvs/His1	承認欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	藪谷, 中原(2017)
	Hvs/His2	自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	濱岡(2007)
	Hvs/His3	教員とのコミュニケーション欲求の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える	見館ら(2008)
	Hvs4	学びたい分野があることは自発的参加意図に正の影響を与える	浅野(2002)
	Hvs5	授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える	伏木ら(2011)
	Hvs6	知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える	Pollok et al.(2021)
	His4	普段の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自
	His5	協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える	独自

7. 分析結果

本章では、7章で設定した仮説を共分散構造分析およびコンジョイント分析を用いて検証し、その結果を基に説明を行う。1節では自発的参加意図の分析結果を、2節では非自発的参加意図の分析結果を示す。分析にはRを用いた(R Core Team 2018)。

7.1 コンジョイント分析

参加意図に対して、7.1.1では勧誘特性、7.1.2では研究会特性を取り上げる。

7.1.1 勧誘特性

図表8-1にコンジョイント分析の結果を示した。

Hpr1に関しては入ゼミイベント(対面)ダミーの係数が正であり1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された(Estimate=0.13, t value=2.75, P=0.01)。

•Hpr1(+): 充実した入ゼミイベント(対面)の量は、参加意図に正の影響を与える。

なお、Hpr1とHpr2を検定するためには、「入ゼミイベントなし」の水準を設定する必要があったが、設定しなかった。このためHpr2は検定できない。

•Hpr2(+): 充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は、参加意図に正の影響を与える。

Hpr3に関してはSNS更新内容(活動報告)ダミーの係数が正であり0.1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された(Estimate=0.35, t value=0.05, P=0.00)。

•Hpr3(+): SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。

Hpr4に関しては入ゼミ試験(レポート)ダミーの係数が正であり0.1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された(Estimate=-0.24, t value=0.05, P=0.00)。

•Hpr4(+): 入ゼミ課題の内容がレポートであることは、参加意図に正の影響を与える。

図表7-1 コンジョイント分析(勧誘特性・参加意図) 分析結果

番号	仮説	変数	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	検定結果
切片			315250	0.05	68.05	0.00***	-
Hpr1	充実した入ゼミイベント(対面)の量は、参加意図に正の影響を与える。	入ゼミイベント(対面)ダミー	0.13	0.05	2.75	0.01**	採択
Hpr3	SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。	SNS更新内容(活動報告)ダミー	0.35	0.05	-7.61	0.00***	採択
Hpr4	入ゼミ課題の内容がレポートであることは、参加意図に正の影響を与える。	入ゼミ試験(レポート)ダミー	0.24	0.05	5.23	0.00***	採択

注)データ数N=400(自由度396), 決定係数0.19, 自由度修正済決定係数:0.18

***:0.1%水準で有意、**:1%水準で有意、*:5%水準で有意

7.1.2 研究会特性

図表7-2にコンジョイント分析の結果を示した。

Hpr1に関してはゼミと就活との関連が高さの係数が正であり0.1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された(Estimate=0.80, t value=16.95, P=0.00)。

•Hpg1(+): ゼミと就活との関連が高いことは参加意図に正の影響を与える。

Hpr2に関しては10%水準で有意でない。よってこの仮説は棄却された(Estimate=-0.01, t value=-0.215, P=0.83)。

•Hpg2(+): 学生の論文の入賞実績があることは参加意図に正の影響を与える。

Hpr3に関しては専門スキル学習機会の係数が正であり0.1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された(Estimate=0.57, t value=12.15, P=0.00)。

•Hpg3(+): 専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える。

図表7-2 コンジョイント分析(研究会特性・参加意図) 分析結果

番号	仮説	変数	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	検定結果
切片			30.450	0.047	64.93	0.00***	-
Hpg1	ゼミと就活との関連が高いことは参加意図に正の影響を与える。	ゼミと就活との関連が高さ	0.80	0.047	16.95	0.00***	採択
Hpg2	学生の論文の入賞実績があることは参加意図に正の影響を与える。	学生の論文の入賞実績	-0.01	0.047	-0.21	0.83	棄却
Hpg3	専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える。	専門スキル学習機会	0.57	0.047	12.15	0.00***	採択

注)データ数N=400(自由度396), 決定係数0.52, 自由度修正済決定係数:0.52

***:0.1%水準で有意、**:1%水準で有意、*:5%水準で有意

7.2 共分散構造分析

7.2.1では探索的因子分析、7.2.2では仮説の修正、7.2.3では確認的因子分析、7.2.4では共分散構造分析の結果を示す。仮説は自発的参加意図は全て選択者特性に関するもの、非自発的参加意図はHpg4/5のみ研究会特性、それ以外は全て選択者特性に関するものを取り扱う。

7.2.1 探索的因子分析

分析を始めるにあたり、12因子についてプロマックス回転を用いた探索的因子分析を行った。図表7-3より赤く示した部分は因子負荷量の絶対値が0.5以上であることを示す。青色で示した部分は因子負荷量の絶対値が0.5未満であり、因子を削除したことを示す。また黄色で着色したisanka2は、確認的因子分析にて異常値(Estimateが-23190となった)を確認したため予め排除した。

図表7-3 探索的因子分析(因子数12、Promax回転後)

因子名	質問項目	変数名	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8	actor9	actor10	Factor11	Factor12
自発的参加意図	ゼミ参加に魅力を感じる。	vsanka1						0.967						-0.115
	ゼミに参加することに興味がある。	vsanka2		0.182				0.794				0.125		
	(R)ゼミに参加したいと思わない。	vsanka3		0.18				0.471	0.119			0.348	0.154	-0.105
非自発的参加意図	なんとなくゼミに参加しなければいけないと思っている。	isanka1		0.244				-0.277		0.145		0.103		0.454
	ノンゼミを避けるためにゼミに入ろうと思っている。	isanka2												
	(R)ノンゼミでも別にいいと思う。	isanka3		-0.105		0.106	-0.26		0.118		0.144	0.776		0.13
教員とのコミュニケーション欲求の高さ	指導教授の面倒見は重要である。	kyouzyu1		0.76				-0.105	0.253		-0.112			
	教授と密なコミュニケーションを図りたい。	kyouzyu2		0.872				0.108						0.161
	(R)教授と多く関わりたいと思わない。	kyouzyu3	0.113	0.837	-0.122			0.107					-0.101	0.111
遊びの要素の存在	遊びや飲みにも積極的なゼミが良い。	asobi1				-0.154			0.816					-0.147
	研究一筋のゼミでは物足りない。	asobi2		0.208				0.148	-0.101	0.924		0.135		
	(R)ゼミでは研究に集中したい。	asobi3				0.173	-0.212	-0.115	0.341	0.176		-0.149		
研究会の募集倍率の低さ	倍率が低く入りやすいゼミが良い。	bairitu1		-0.118				0.128		0.663		-0.217		0.12
	倍率が高いゼミは入るのを躊躇する。	bairitu2		0.139	0.105					0.872				
	(R)倍率が高いゼミでも問題ない。	bairitu3	-0.112	-0.14						0.529	0.147	0.21	0.139	-0.102
学びたい分野の有無	自分には学びたい分野がある。	bunya1			0.975									
	学びたいことはもう決まっている。	bunya2			0.931									0.1
	(R)特に学びたい分野はない。	bunya3			0.762							0.142	0.279	-0.13
知識の多様性	自分は様々な分野について学んできた。	tayousei1					0.878				0.122	-0.147	0.102	-0.165
	幅広い知識を持っている。	tayousei2					0.952		0.154					-0.189
	(R)限られた分野の知識を持っている。	tayousei3		0.167	-0.292			-0.118						
授業参加意欲の高さ	授業には真面目に出ている方だ。	iyoku1		0.199						-0.113			0.312	0.273
	成績は良い方だと思う。	iyoku2	0.122		0.119		0.234				0.148	0.107	0.32	0.217
	(R)授業にはあまり興味がない。	iyoku3	0.117	0.352			0.26		-0.182		-0.133	-0.148	0.526	
普段の忙しさ	いつも時間に追われている	isogasi1		0.163		0.947	0.199		-0.128	0.129		0.237	-0.255	0.157
	いつもやるべきことがたくさんある	isogasi2			0.15	0.62		0.139		-0.126				
	(R)時間にはゆとりがある	isogasi3				0.892							0.245	
協調性の高さ	人の意見に合わせることが多い。	kyoutyou1		0.113	0.191		-0.151				-0.732	-0.12		
	みんなで何かをやるときには進んで協力する。	kyoutyou2		0.534	0.127		-0.131	0.121			0.22	-0.326	0.135	0.132
	(R)自分と違う考えの人の話は聞きたくない。	kyoutyou3		0.181	0.196	0.168	-0.231			-0.144				
自己効力感の高さ	自分が活躍したい。	kouyoku1	0.744	0.114				-0.118	0.137					
	組織の中で自分が影響を与えたい。	kouyoku2	0.815	0.103						0.11				
	(R)活躍したいとは特に思わない。	kouyoku3	0.738	0.187				-0.107	-0.167		0.176			-0.125
承認欲求の高さ	多くの人から尊敬されたい。	syouninn1	0.847	-0.244							-0.104		0.36	0.611
	注目を集めたい。	syouninn2	0.271								0.72			
	(R)多くの人から尊敬されたいと思わない。	syouninn3	0.742	-0.109						0.182			0.385	0.297
因子寄与			3.232	2.987	2.696	2.228	2.151	2.056	1.944	1.67	1.321	1.252	1.124	1.055
因子寄与率			0.092	0.085	0.077	0.064	0.061	0.059	0.056	0.048	0.038	0.036	0.032	0.03
累積寄与率			0.092	0.178	0.255	0.318	0.38	0.439	0.494	0.542	0.58	0.615	0.647	0.678

注. 黄色部分は因子負荷量の絶対値が 0.5 以上

7.2.3 確認的因子分析

上記12因子について確認的因子分析を行った。その結果は以下の図表7-9の通りである。測定に関しては、CFI、AIC、BIC、RMSEA、SRMR に関しても良好な値が得られたことから妥当性が認められる。

図表7-9 確認的因子分析

因子	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
自発的参加意図 =～						
vsanka1	1				0.784	0.893
vsanka2	1.113	0.077	14.456	0	0.872	0.954
vsanka3	0.966	0.092	10.547	0	0.757	0.797
非自発的参加意図 =～						
isanka3	1				1.238	1
教授とのコミュニケーションの多さ =～						
kyouzyu1	1				0.597	0.766
kyouzyu2	1.351	0.144	9.384	0	0.807	0.898
kyouzyu3	1.358	0.151	8.987	0	0.811	0.858
研究と遊びの塩梅 =～						
asobi1	1				0.898	0.886
asobi2	0.923	0.109	8.441	0	0.829	0.851
募集倍率の低さ =～						
bairitu1	1				0.453	0.57
bairitu2	1.417	0.32	4.427	0	0.642	0.736
bairitu3	1.493	0.339	4.401	0	0.677	0.696
学びたい分野への欲求の高さ =～						
bunya1	1				0.944	0.925
bunya2	0.967	0.08	12.039	0	0.912	0.871
bunya3	1.002	0.096	10.398	0	0.945	0.798
知識の多様性 =～						
tayousei1	1				0.862	0.881
tayousei2	0.941	0.124	7.574	0	0.811	0.83
授業参加意欲の高さ =～						
iyoku3	1				0.933	1
普段の忙しさ =～						
isogasi1	1				0.732	0.783
isogasi2	0.805	0.131	6.135	0	0.589	0.656
isogasi3	1.214	0.178	6.821	0	0.889	0.85
協調性の高さ =～						
kyoutyou1	1				0.98	1
自己効力感の高さ =～						
kouryoku1	1				0.738	0.773
kouryoku2	1.203	0.136	8.864	0	0.888	0.867
kouryoku3	1.255	0.146	8.607	0	0.926	0.838
承認欲求の高さ =～						
syouninn1	1				0.79	0.885
syouninn3	1.038	0.087	11.961	0	0.82	0.935

注)N=100、CFI=0.89、AIC=6233.72、BIC=6538.52、RMSEA=0.080、SRMR=0.064

7.2.2 仮説の修正

図表7-4の相関係数を見ると「自己効力感の高さ」と「承認欲求の高さ」の相関係数が0.686と比較的高い値を示している。また、図表7-5にて示した共分散構造分析の結果を見ると、「自己効力感の高さ」因子の係数がマイナスになっていることが分かる(青字部分)。多重共線性の疑いがあるため、説明変数を「自己効力感の高さ」の1因子に絞り共分散構造分析を行った。

図表7-6で示した分析結果では、自己効力感の高さの係数は正となっている。よって相関が高い「承認欲求の高さ」因子との多重共線性が生じていると考えられるため、Hvs/His2の両仮説を削除した。質問票の中の自己効力感の高さに関する質問は、「自分が活躍したい/活躍したいとは特に思わない」といった承認欲求にも関わるようなワーディングになっている。したがって「活躍(自己効力感の発揮)の多寡によっては多くの人から尊敬/注目を集められる(承認欲求が充足できる)可能性が高まる」という相関関係が発生すると考えられる。そこでH7'「名声認知欲求と自己効力感には正の相関がある」という仮説を追加した。削除した仮説、新たに追加した仮説を図表7-7、7-8に示す。

図表7-4 各因子間の共分散、相関

因子	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
自発的参加意図 ~						
非自発的参加意図	0.257	0.104	2.464	0.014	0.264	0.264
教授とのコミュニケーションの多さ	0.287	0.065	4.426	0	0.612	0.612
研究と遊びの塩梅	0.16	0.081	1.98	0.048	0.227	0.227
募集倍率の低さ	-0.051	0.044	-1.147	0.251	-0.143	-0.143
学びたい分野への欲求の高さ	0.307	0.087	3.513	0	0.415	0.415
知識の多様性	0.177	0.079	2.248	0.025	0.262	0.262
授業参加意欲の高さ	0.282	0.082	3.455	0.001	0.386	0.386
普段の忙しさ	0.023	0.065	0.347	0.729	0.039	0.039
協調性の高さ	0.025	0.079	0.315	0.753	0.033	0.033
自己効力感の高さ	0.136	0.067	2.045	0.041	0.235	0.235
承認欲求の高さ	0.145	0.069	2.102	0.036	0.235	0.235
非自発的参加意図 ~						
教授とのコミュニケーションの多さ	0.018	0.078	0.228	0.819	0.024	0.024
研究と遊びの塩梅	0.158	0.121	1.304	0.192	0.142	0.142
募集倍率の低さ	0.035	0.066	0.522	0.602	0.062	0.062
学びたい分野への欲求の高さ	-0.061	0.122	-0.495	0.621	-0.052	-0.052
知識の多様性	-0.196	0.118	-1.666	0.096	-0.184	-0.184
授業参加意欲の高さ	-0.153	0.117	-1.315	0.189	-0.133	-0.133
普段の忙しさ	0.102	0.1	1.013	0.311	0.112	0.112
協調性の高さ	-0.064	0.121	-0.527	0.598	-0.053	-0.053
自己効力感の高さ	0.026	0.098	0.264	0.792	0.028	0.028
承認欲求の高さ	0.217	0.105	2.062	0.039	0.222	0.222
教授とのコミュニケーションの多さ ~						
研究と遊びの塩梅	0.272	0.072	3.784	0	0.506	0.506
募集倍率の低さ	-0.108	0.041	-2.659	0.008	-0.399	-0.399
学びたい分野への欲求の高さ	0.219	0.069	3.184	0.001	0.389	0.389
知識の多様性	0.142	0.062	2.281	0.023	0.276	0.276
授業参加意欲の高さ	0.257	0.068	3.793	0	0.461	0.461
普段の忙しさ	0.038	0.051	0.741	0.459	0.087	0.087
協調性の高さ	0.032	0.062	0.523	0.601	0.055	0.055
自己効力感の高さ	0.166	0.056	2.967	0.003	0.377	0.377
承認欲求の高さ	0.117	0.055	2.136	0.033	0.248	0.248
研究と遊びの塩梅 ~						
募集倍率の低さ	-0.14	0.059	-2.385	0.017	-0.343	-0.343
学びたい分野への欲求の高さ	0.132	0.097	1.362	0.173	0.155	0.155
知識の多様性	0.008	0.09	0.086	0.932	0.01	0.01
授業参加意欲の高さ	-0.062	0.091	-0.686	0.492	-0.074	-0.074
普段の忙しさ	-0.011	0.078	-0.14	0.888	-0.017	-0.017
協調性の高さ	0.04	0.095	0.422	0.673	0.046	0.046
自己効力感の高さ	0.211	0.082	2.579	0.01	0.318	0.318
承認欲求の高さ	0.304	0.088	3.442	0.001	0.429	0.429

因子	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
募集倍率の低さ ~						
学びたい分野への欲求の高さ	-0.019	0.053	-0.367	0.713	-0.045	-0.045
知識の多様性	-0.069	0.052	-1.334	0.182	-0.177	-0.177
授業参加意欲の高さ	-0.025	0.05	-0.502	0.615	-0.059	-0.059
普段の忙しさ	-0.016	0.043	-0.377	0.706	-0.049	-0.049
協調性の高さ	0.017	0.052	0.333	0.739	0.039	0.039
自己効力感の高さ	-0.1	0.047	-2.128	0.033	-0.299	-0.299
承認欲求の高さ	-0.092	0.048	-1.925	0.054	-0.257	-0.257
学びたい分野への欲求の高さ ~						
知識の多様性	0.36	0.101	3.555	0	0.443	0.443
授業参加意欲の高さ	0.336	0.099	3.408	0.001	0.382	0.382
普段の忙しさ	0.042	0.079	0.532	0.594	0.061	0.061
協調性の高さ	0.053	0.097	0.547	0.585	0.057	0.057
自己効力感の高さ	0.209	0.083	2.53	0.011	0.3	0.3
承認欲求の高さ	0.036	0.082	0.442	0.659	0.048	0.048
知識の多様性 ~						
授業参加意欲の高さ	0.354	0.096	3.693	0	0.44	0.44
普段の忙しさ	-0.079	0.076	-1.04	0.299	-0.125	-0.125
協調性の高さ	-0.17	0.094	-1.822	0.068	-0.202	-0.202
自己効力感の高さ	0.063	0.074	0.849	0.396	0.099	0.099
承認欲求の高さ	-0.123	0.079	-1.56	0.119	-0.18	-0.18
授業参加意欲の高さ ~						
普段の忙しさ	0.022	0.075	0.29	0.772	0.032	0.032
協調性の高さ	-0.042	0.092	-0.459	0.646	-0.046	-0.046
自己効力感の高さ	0.146	0.076	1.922	0.055	0.212	0.212
承認欲求の高さ	0.088	0.078	1.131	0.258	0.119	0.119
普段の忙しさ ~						
協調性の高さ	0.102	0.08	1.28	0.201	0.142	0.142
自己効力感の高さ	0.041	0.064	0.65	0.516	0.077	0.077
承認欲求の高さ	0.128	0.069	1.858	0.063	0.221	0.221
協調性の高さ ~						
自己効力感の高さ	-0.102	0.078	-1.295	0.195	-0.141	-0.141
承認欲求の高さ	-0.066	0.081	-0.809	0.419	-0.085	-0.085
自己効力感の高さ ~						
承認欲求の高さ	0.4	0.086	4.655	0	0.686	0.686

図表7-5 共分散構造分析の結果(修正前)

	因子	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all	結果
自発的参加意図 ~								
Hvs1	承認欲求の高さ	0.26	0.15	1.78	0.08**	0.26	0.26	採択
Hvs2	自己効力感の高さ	-0.24	0.16	-1.48	0.14	-0.22	-0.22	棄却
Hvs3	教員とのコミュニケーション欲求の高さ	0.70	0.17	4.22	0***	0.51	0.51	採択
Hvs4	学びたい分野への欲求の高さ	0.18	0.09	2.03	0.04**	0.22	0.22	採択
Hvs5	授業参加意欲の高さ	0.04	0.09	0.47	0.64	0.05	0.05	棄却
Hvs6	知識の多様度	0.06	0.11	0.59	0.56	0.07	0.07	棄却
非自発的参加意図 ~								
His1	承認欲求の高さ	0.52	0.28	1.90	0.06*	0.34	0.34	採択
His2	自己効力感の高さ	-0.37	0.29	-1.29	0.20	-0.22	-0.22	棄却
His3	教員とのコミュニケーション欲求の高さ	0.04	0.29	0.13	0.90	0.02	0.02	棄却
His4	普段の忙しさ	0.12	0.19	0.63	0.53	0.07	0.07	棄却
His5	協調性の高さ	-0.10	0.13	-0.79	0.43	-0.08	-0.08	棄却
Hpg4	研究と遊びの塩梅	0.15	0.20	0.75	0.45	0.11	0.11	棄却
Hpg5	募集倍率の低さ	0.33	0.35	0.94	0.35	0.13	0.13	棄却

注)N=100、CFI=0.89、AIC=6233.72、BIC=6538.52、RMSEA=0.080、SRMR=0.064

図表7-6 説明変数をHvs/His1の1因子に絞った場合の分析結果

	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
自発的参加意図 ~						
自己効力感の高さ	0.26	0.12	2.16	0.03	0.24	0.24
非自発的参加意図 ~						
自己効力感の高さ	0.05	0.18	0.26	0.80	0.03	0.03

図表7-7 削除した仮説

特性	意図	仮説番号	仮説	出所
選択者特性	(非)自発的参加意図	Hvs/His2(+)	自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える。	濱岡(2007)

図表7-8 追加した仮説

特性	意図	仮説番号	仮説	出所
選択者特性	-	H7'(+)	自己効力感の高さは承認欲求の高さに正の影響を与える。	独自

7.2.4 モデルの当てはまり

図表7-9に、7.2.2にて削除した仮説、Hvs/His2(自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える。)を削除する前と後での共分散構造分析時のモデルの当てはまりの変化を示す。自発的参加意図、非自発的参加意図共に仮説削除後にモデルの当てはまりが改善していることから、本研究では削除後の分析結果を使用することとする。

図表7-9 モデルの当てはまりの比較

	Hvs/His2削除前	目安	Hvs/His2削除後
AIC	6233.7	小さいほどよい	5543.2
BIC	6169.0	小さいほどよい	5487.9
RMSEA	0.08	小さいほどよい	0.01
SRMR	0.06	小さいほどよい	0.06
CFI	0.89	大きいほどよい	0.91

7.2.5 共分散構造分析

上記の確認的因子分析の結果を用いて、共分散構造分析を行った。以下に採択された仮説と棄却された仮説をそれぞれ示す。7.2.4.1では自発的参加意図、7.2.4.2では非自発的参加意図についての結果を示している。なお、図表7-11はその結果をまとめたものである。

7.2.5.1 自発的参加意図

選択者特性が影響するという仮説を設定した。

Hvs1に関しては10%水準で有意でない。よってこの仮説は棄却された。(Estimate=0.105, P=0.268)

•Hvs1(+): 自己効力感の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。

Hvs3に関しては教員とのコミュニケーション欲求の高さの係数が正であり0.1%水準で有意である。よってこの仮説は採択された。(Estimate=0.645, P=0)

•Hvs3(+): 教員とのコミュニケーション欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。

Hvs4に関しては学びたい分野への欲求の高さの係数が正であり5%水準で有意である。よってこの仮説は採択された。(Estimate=0.156, P=0.077)

•Hvs4(+): 学びたい分野への欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。

Hpr5に関しては10%水準で有意でない。よってこの仮説は棄却された。(Estimate=0.062, P=0.472)

•Hvs5(+): 授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。

Hpr6に関しては10%水準で有意でない。よってこの仮説は棄却された。(Estimate=0.012, P=0.915)

•Hvs6(+): 知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える。

7.2.5.2 非自発的参加意図

選択者特性、研究会特性が影響するという仮説を設定した。

1) 選択者特性

His1、His3、His4、His5に関しては、10%水準では採択されなかった。よってこれらの仮説は棄却された。

•His1: 自己効力感の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(Estimate=0.30, P=0.12)

•His3(+): 教員とのコミュニケーション欲求の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。

(Estimate=-0.07, P=0.80)

•His4(+): 普段の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える。(Estimate=0.16, P=0.42)

•His5(+): 協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(Estimate=-0.08, P=0.54)

2) 研究会特性

Hpg4、Hpg5に関しては、10%水準では採択されなかった。よってこれらの仮説は棄却された。

•Hpg4(+): 遊びの要素があることは非自発的参加意図に正の影響を与える。(Estimate=0.17, P=0.38)

•Hpg5(+): 研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える。

(Estimate=0.38, P=0.29)

図7-10 共分散構造分析の結果

	因子	Estimate	Std.Err	z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all	結果
自発的参加意図 ~								
Hvs1	承認欲求の高さ	0.11	0.10	1.11	0.27	0.10	0.10	棄却
Hvs3	教員とのコミュニケーション	0.65	0.16	4.10	0.00***	0.48	0.48	採択
Hvs4	学びたい分野への欲求	0.16	0.09	1.77	0.08*	0.19	0.19	採択
Hvs5	授業参加意欲の高さ	0.06	0.09	0.72	0.47	0.07	0.07	棄却
Hvs6	知識の多様度	0.01	0.11	0.11	0.92	0.01	0.01	棄却
非自発的参加意図 ~								
His1	承認欲求の高さ	0.30	0.19	1.54	0.12	0.19	0.19	棄却(15%水準で採択)
His3	教員とのコミュニケーション	-0.07	0.27	-0.25	0.80	-0.03	-0.03	棄却
His4	普段の忙しさ	0.16	0.19	0.81	0.42	0.09	0.09	棄却
His5	協調性の高さ	-0.08	0.13	-0.61	0.54	-0.06	-0.06	棄却
Hpg4	研究と遊びの塩梅	0.17	0.19	0.88	0.38	0.13	0.13	棄却
Hpg5	募集倍率の低さ	0.38	0.36	1.05	0.29	0.14	0.14	棄却
承認欲求 ~								
H7	自己効力感の高さ	0.46	0.07	6.15	0.00***	0.58	0.58	採択

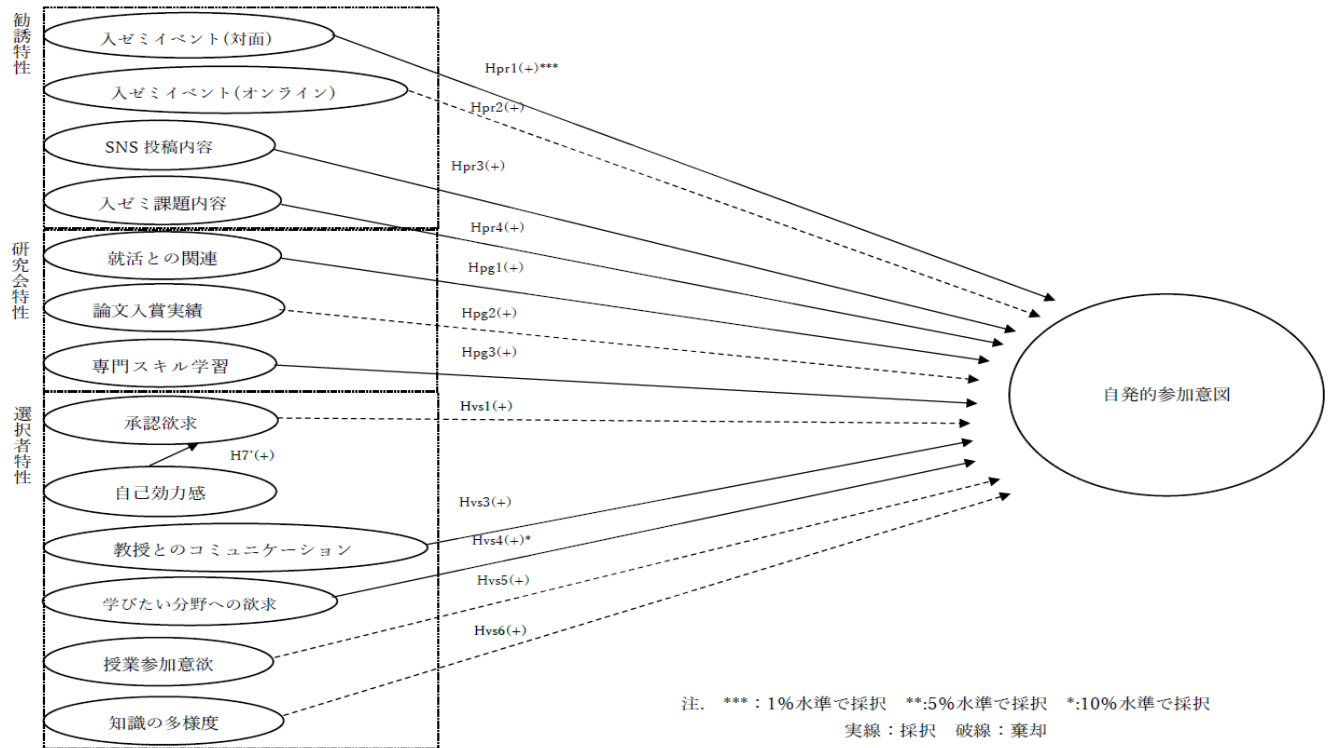
注)N=100、CFI=0.89、AIC=6233.72、BIC=6538.52、RMSEA=0.080、SRMR=0.064

***1%水準で採択、**5%水準で採択、*10%水準で採択

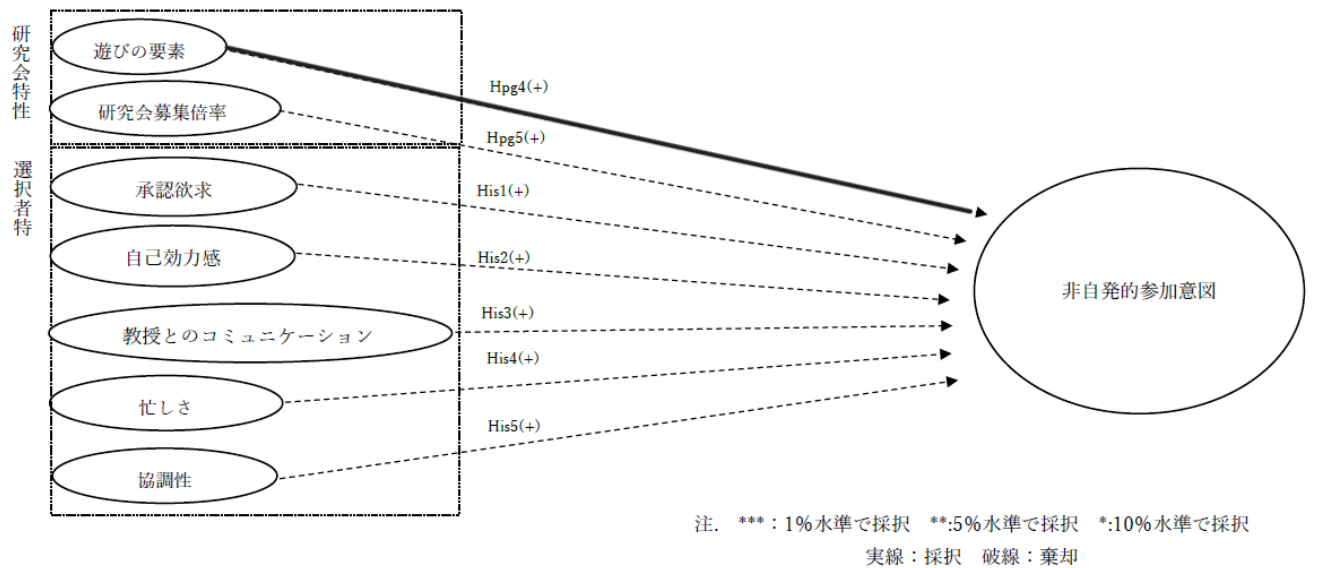
7.2.6 分析結果のパス図

下記図表7-11、7-12に分析結果に基づく自発的参加意図、非自発的参加意図のパス図を示す。

図表7-11 自発的参加意図のパス図



図表7-12 非自発的参加意図のパス図



7.3 回帰分析

今回の結果に対する追加分析として、重回帰分析を行った。7.3.1では分析概要、7.3.2では分析結果、7.3.3では結果に関する考察を行う。

7.3.1 分析概要

前述のゼミに求める人物像を満たす、「自発的参加意図」「授業への参加意欲が高い」の2要素を持つ人の特徴、使っている情報源を探るために、重回帰分析を行った。「自発的参加意図」「授業への参加意欲が高い」それぞれに関する3項目の設問で、「1:全くそう感じない」から「5:とてもそう感じる」の5段階で評価した合計点をそれぞれ従属変数とした。また、回答者の性別と、調査時点で行っていた入ゼミに関する活動(ゼミのHPを閲覧する、商学部ゼミナール委員会のHPを閲覧する、ゼミのSNSの投稿を見る、商学部ゼミナール委員会のSNSの投稿を見る、先輩からゼミに関する話を聞く、ゼミに関する分野の勉強を行う)を説明変数とした。分析にはExcelを用いた。

7.3.2 分析結果

図表7-13にて「自発的参加意図」の合計点と各項目との重回帰分析の結果を示した。決定係数は0.215423であるため、このモデルは自発的参加意図の約21.5%を説明できる。黄色で塗りつぶした部分が、 $|t| < 2$ となり有意な結果となった項目である。この結果をみると、「ゼミのSNSの投稿を見る」のt値が2.673006となっており、係数が1.421061であるため、有意な正の影響を持つ。つまり、「ゼミのSNSの投稿を見る」ことが自発的参加につながると考えられる。

図表7-13 自発的参加意図に関する重回帰分析の結果

回帰統計									
重相関 R	0.46								
重決定 R2	0.22								
補正 R2	0.16								
標準誤差	2.33								
観測数	100								
分散分析表									
	自由度	変動	分散	観測された分散比	有意 F				
回帰	7	136.89	19.56	3.61	0.00				
残差	92	498.55	5.42						
合計	99	635.44							
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%	
切片	10.99	0.46	23.98	0.00	10.08	11.90	10.08	11.90	
性別	-0.80	0.51	-1.55	0.13	-1.82	0.23	-1.82	0.23	
各ゼミHP	0.85	0.61	1.39	0.17	-0.36	2.06	-0.36	2.06	
商ゼミHP	-0.10	0.61	-0.16	0.87	-1.30	1.11	-1.30	1.11	
各ゼミSNS	1.42	0.53	2.67	0.01	0.37	2.48	0.37	2.48	
商ゼミSNS	0.87	0.57	1.52	0.13	-0.26	2.01	-0.26	2.01	
先輩の話	0.38	0.51	0.75	0.45	-0.62	1.38	-0.62	1.38	
分野の勉強	0.21	1.07	0.20	0.85	-1.91	2.33	-1.91	2.33	

注. 黄色部分はt値の絶対値が2以上

図表7-14にて「授業への参加意欲が高い」の合計点と各項目との重回帰分析の結果を示した。決定係数は0.319581であるため、このモデルは自発的参加意図の約32.0%を説明できる。黄色で塗りつぶした部分が、 $|t| < 2$ となり有意な結果となった項目である。この結果をみると、「性別」のt値が2.195529となっており、係数が0.916672であるため、有意な正の影響を持つ。「ゼミのHPを閲覧する」のt値が23.984747となっており、係数が1.975767であるため、有意な正の影響を持つ。「ゼミのSNSの投稿を見る」のt値が2.949654となっており、係数が1.27426であるため、有意な正の影響を持つ。つまり、「女性である」「ゼミのHPを閲覧する」「ゼミのSNSの投稿を見る」の3要素が授業への参加意欲の高さにつながると考えられる。

図表7-14 授業への参加意欲に関する重回帰分析の結果

回帰統計									
重相関 R	0.57								
重決定 R2	0.32								
補正 R2	0.27								
標準誤差	1.89								
観測数	100								
分散分析表									
	自由度	変動	分散	則された分散	有意 F				
回帰	7	154.63	22.09	6.17	0.00				
残差	92	329.21	3.58						
合計	99	483.84							
	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%	
切片	8.65	0.37	23.22	0.00	7.91	9.39	7.91	9.39	
性別	0.92	0.42	2.20	0.03	0.09	1.75	0.09	1.75	
各ゼミHP	1.98	0.50	3.98	0.00	0.99	2.96	0.99	2.96	
商ゼミHP	-0.54	0.49	-1.09	0.28	-1.52	0.44	-1.52	0.44	
各ゼミSNS	1.27	0.43	2.95	0.00	0.42	2.13	0.42	2.13	
商ゼミSNS	0.28	0.47	0.59	0.56	-0.65	1.20	-0.65	1.20	
先輩の話	-0.23	0.41	-0.55	0.58	-1.04	0.59	-1.04	0.59	
分野の勉強	-0.16	0.87	-0.18	0.86	-1.88	1.57	-1.88	1.57	

注. 黄色部分はt値の絶対値が2以上

7.3.3 考察

以上の結果から、「ゼミのSNSの投稿を見る」が自発的参加の要因であること、「女性である」「ゼミのHPを閲覧する」「ゼミのSNSの投稿を見る」が授業への参加意欲が高いことの要因であることが明らかになった。この調査は7月に行われ、まだ入ゼミ活動が本格化する前だった。このことから、早い段階でのSNS・HPを用いた情報発信は、ゼミに求める人材に対する有用なアプローチだと考えられる。

8. 考察

本章では前章で得られた参加意図(自発的参加意図/非自発的参加意図)についての分析結果を考察する。

検定結果を図表8-1にまとめる。

8.1 勧誘特性

・Hpr1(+): 充実した入ゼミイベント(対面)の量は、参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hpr1は1%水準で採択された。対面イベントは意思疎通がオンラインよりも図りやすく、資料や口頭説明のみに抛らない言語化できない情報を摂取できる利点が参加意図にも影響するのだと考えられる。また常に公衆の目にさらされることから、オンラインよりもイベントに集中する環境であることも要因の一つであると考えられる。

・Hpr2(+): 充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は、参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hpr1の採択により自動的にHpr2は棄却された。オンラインイベントは開催のハードルが対面よりも低く、異動の手間がないので参加しやすい。しかしながら提供できる情報の観点から見ると、(1)説明書類を読む以上のインセンティブが参加者に提供されづらい点、(2)画面に写っていない部分は見えないので参加者はダブルタスクを行いがちになり、説明に集中しづらい環境になる点において参加意図に繋がりにくいのだと考えられる。

・Hpr3(+): SNSの更新内容にイベント情報のみよりも活動内容の報告があることは参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hpr3は0.1%水準で採択された。入ゼミに関するイベント情報だけでなく、活動内容報告投稿も行うことで、詳細にゼミの雰囲気を知ることができ、入ゼミ後のミスマッチを防ぐことができる。また、透明性が高まるため、よりゼミに対する信頼度が高まる。以上の点より、参加意図に繋がりがやすいと考えられる。

・Hpr4(+): 入ゼミ課題の内容がレポートであることは入ゼミ試験であることよりも参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hpr4は0.1%水準で採択された。レポートであることで、より自分のペースでじっくりと課題に取り組むことができる。また、試験よりも偶発性がないため、より自らの評価を正に評価してもらえると感じる志望者が多いと考えられる。以上の点より、参加意図に繋がりがやすいと考えられる。

8.2 研究会特性

1)参加意図(コンジョイント)

•Hpg1(+):ゼミと就活との関連が高いことは参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hpg1は0.1%水準で採択された。ゼミ活動が始まるのは多くの人が就職活動が始める3年次であり、ゼミ選択の段階から就職活動への意識が高まっていると考えられる。また、ガクチカ(=学生の時に力を入れたこと)として何らかのスキルを得ることで、就職活動に利用するESや面接を有利に進めたいという心理が働くと考えられる。

•Hpg2(+):学生の論文の入賞実績があることは参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hpg2は棄却された。三田論を初めとした論文入賞実績は学部生向けに発表される機会が少ないため、ゼミの雰囲気や研究テーマよりも可視化しづらい現状が原因の一つと考えられる。また、高倍率のゼミの中には論文執筆が必須ではないゼミナールも存在しており、論文執筆よりも実務に近い学習機会を求めている学生が一定数存在すると予想される。

•Hpg3(+):専門スキル学習機会があることは参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hpg3は0.1%水準で採択された。日吉では基礎学習を行うため、より自分の強みとなるような専門スキル獲得の機会を望んでいる学生が多いと考えられる。Hpg1が採択されたことからわかるように、ゼミ活動を通して、将来のキャリアアップにつなげるという目的達成につなげられる。

2)非自発的参加意図(共分散構造分析)

•Hpg4(+):遊びの要素があることは非自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hpg4は棄却された。仮定をたてた段階では、勉強と遊びの両立こそが学生にとって魅力的だと予想していた。しかし、この結果から、ゼミ活動はあくまでも研究活動が目的であり、遊びの要素は他のコミュニティで行おうとしている学生が多いと予想される。

•Hpg5(+):研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hpg5は棄却された。仮定をたてた当初は、「ノンゼミは不安だ」と感じ、入りやすいゼミを選択する学生が一定層存在すると予想していた。しかし、この結果から、形式上ゼミに入ることを避け、高倍率でも研究したいテーマやゼミの雰囲気等、自らの希望にあったゼミに挑戦しようとする学生が多い傾向にあると考えられる。

8.3 選択者特性

1) 自発的参加意図

•Hvs1(+): 承認欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hvs1は棄却された。しかしながら15%水準では採択されることから、データ数を増加させることで採択される可能性は十分にあると考えられる。「他者に認められたい」と考える学生ほど、ゼミという集団に所属することで内外から認められることを期待している点は認められうると考えられる。

•Hvs2(+): 自己効力感の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。(削除)

Hvs2は削除された。多重共線性などの問題が生じたため、仮説検証の段階で削除した。

•Hvs3(+): 教員とのコミュニケーション欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hvs3は0.1%水準で採択された。教員からのフィードバックが手厚くなる、サブゼミにおいても教員が参加するなど、ゼミによって教員とコミュニケーションをとれる環境が異なる。このような教員とのより密なコミュニケーションを求める学生ほど、ゼミへの参加意図が高いのではないかと考えられる。以上の点より、参加意図に繋がりやすいと考えられる。

•Hvs4(+): 学びたい分野があることは自発的参加意図に正の影響を与える。(採択)

Hvs4は10%水準で採択された。ゼミを選ぶ際に学びたい分野がすでに決まっている学生のほうが未だに決まっていない学生よりも、ゼミへの参加意図が強いと考えられる。以上の点より、参加意図に繋がりやすいと考えられる。

•Hvs5(+): 授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hvs5は棄却された。分布をみると、「授業には真面目に出ている方だ。」に対し「成績は良いほうだと思う。」における平均が低いことが顕著である。この結果は質問票の后者のワーディングが影響していると推測でき、回答にズレが生じたと考えられる。また、日本人の「自身をよく評価しない」という社会心理も影響していると考えられる。授業に真面目に出ている＝成績が良いとは限らないという実態が見受けられ、授業参加意欲の高さがゼミへの参加意図に繋がる十分な結果が得られなかった。要領よく授業をこなしている学生が多くいると見受けられる。

•Hvs6(+): 知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

Hvs6は棄却された。分布をみると、どの設問に関しても「どちらとも言えない」の割合が最も高く、ゼミに参加するまでに学生が幅広いレベルな知識及び専門性の高い限られた知識を持っているとは限らず、ゼミへの参加意図への要因になりえないと考えられる。むしろ、ゼミに所属することで知識を広げる、または専門性を高めるきっかけとなることが多いのかもしれない。

2)非自発的参加意図

•His1(+):承認欲求の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(採択)

His1は採択された。自発的意図と同様、承認欲求の高さと非自発的意図は独立していることが分かった。他者に認められるため、ゼミに参加しなければならないという考えが学生の認識にあると推測していたが、非自発的意図に関してはその傾向が現れることが分かった。

•His2(+):自己効力感の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(削除)

His2は削除された。多重共線性などの問題が生じたため、仮説検証の段階で削除した。

•His3(+):教員とのコミュニケーション欲求の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

His3は棄却された。His2と同様に自発的参加意図のみに適用されることを期待した仮説であったことから、本仮説の棄却は直感に即するものであると言え、また自発的参加意図での仮説Hvs3を補強する結果になったと言える。教員とのコミュニケーション欲求が高いというポジティブな特性が非自発的な研究会への参加というネガティブな意図に相関することは考えにくい。

•His4(+):普段の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

His4は棄却された。選択者が忙しい、すなわち時間がないという状況は、参加意志を既に持っている選択者が拘束時間が長い研究会を選ばない要因には成りうるが、その状況が参加の意志を創出する要因には成り得ないのだと考えられる。言い換えれば、普段の忙しさは非参加意図には影響を与えうるが、参加意図には影響を与えないのだと考えられる。

•His5(+):協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。(棄却)

His5は棄却された。今日協調性が高いことは「研究会に入るのが多数派」といった同調圧力に影響を受けやすいことから非自発的参加意図に正の影響を与えることが期待されたが、結果からは協調性と同調圧力的な非自発的参加意図は独立していることが明らかになった。この結果は「みんなで何かをやるときには進んで協力する。」「自分と違う考えの人の話は聞きたくない。」といったような質問票のワーディングが影響していると考えられる。このような質問は、同調圧力というネガティブな要素よりもプロジェクトなどの効率的推進を目的としたポジティブな要素が(後者の質問はフィルターバブルの危険性を多分に含むものではあるが)大きいものであったことから、想定していた選択者像とのズレが生じた可能性が考えられる。

今回、非自発的参加意図に関する仮説はすべて棄却される結果となった。His1～3に関しては自発的参加意図に相対する形で立てた仮説であったため、ネガティブな理由で参加することになる本意図とは相性が悪いものがあったといえる。また全体的な分析に関しては、手法の面では探索的因子分析の時点で非自発的参加意図の因子を2つ削除した点で精度が落ちてしまったことが一要因として考えられる。内容の面では、ネガティブな理由で「選ぶ」要因よりも「選ばない」要因になる要素が仮説に含まれていたことが一要因として考えられる。例えばHis4は、考察で述べた通りその傾向が強いと考えられる。

図表8-1 検定結果一覧

特性	意図	仮説番号	仮説	出所	検定結果
勧誘特性	参加意図	Hpr1(+)	充実した入ゼミイベント(対面)の量は参加意図に正の影響を与える。	藪谷, 中原(2017)/高瀬(2019)/二次データ	1%水準で採択
		Hpr2(+)	充実した入ゼミイベント(オンライン)の量は参加意図に正の影響を与える。	藪谷, 中原(2017)/高瀬(2019)	棄却
		Hpr3(+)	SNSの更新内容(活動内容含む)は参加意図に正の影響を与える。	事例研究2	0.1%水準で採択
		Hpr4(+)	入ゼミ課題の内容(レポート)は参加意図に正の影響を与える。	独自	0.1%水準で採択
研究会特性	参加意図	Hpg1(+)	ゼミと就活との関連の高さは参加意図に正の影響を与える。	高瀬(2019)/二次データ	0.1%水準で採択
		Hpg2(+)	学生の論文の入賞実績の有無は参加意図に正の影響を与える。	高瀬(2019)/二次データ	棄却
		Hpg3(+)	専門スキル学習機会の有無と参加意図に正の影響を与える。	藪谷, 中原(2017)	0.1%水準で採択
	非自発的参加意図	Hpg4(+)	遊びの要素の存在は非自発的参加意図に正の影響を与える。	二次データ	棄却
		Hpg5(+)	研究会の募集倍率の低さは非自発的参加意図に正の影響を与える。	独自	棄却
選択者特性	自発的参加意図	Hvs1(+)	承認欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。	藪谷, 中原(2017)	棄却
		Hvs2(+)	自己効力感の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。	濱岡(2007)	-
		Hvs3(+)	教員とのコミュニケーション欲求の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。	見館ら(2008)	0.1%水準で採択
		Hvs4(+)	学びたい分野の有無は自発的参加意図に正の影響を与える。	浅野(2002)	10%水準で採択
		Hvs5(+)	授業参加意欲の高さは自発的参加意図に正の影響を与える。	伏木ら(2011)/浅野(2002)	棄却
		Hvs6(+)	知識の多様度は自発的参加意図に正の影響を与える。	Pollok et al.(2021)	棄却
	非自発的参加意図	His1(+)	承認欲求の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。	藪谷, 中原(2017)	棄却
		His2(+)	自己効力感の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。	濱岡(2007)	-
		His3(+)	教員とのコミュニケーション欲求の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。	見館ら(2008)	棄却
		His4(+)	普段の忙しさは非自発的参加意図に正の影響を与える。	独自/ヒアリング	棄却
		His5(+)	協調性の高さは非自発的参加意図に正の影響を与える。	独自	棄却
自己効力感	承認欲求	H7'(+)	自己効力感の高さは承認欲求の高さに正の影響を与える。	独自	0.1%水準で採択

注) Hvs/His2(+):多重共線性のため検定できなかった仮説。

図表8-2 同一仮説の検定結果比較

特性	概念	仮説	自発的参加意図	非自発的参加意図
選択者特性	承認欲求の高さ	Hvs1(+)/His2(+)	棄却	棄却
	自己効力感の高さ	Hvs2(+)/His2(+)	棄却	棄却
	教員とのコミュニケーション欲求の高さ	Hvs2(+)/His3(+)	0.1%水準で採択	棄却

9. 研究のまとめと提言

本章では、本レポート全体の内容を振り返りつつ、分析結果を踏まえ施策に対する提言と研究の課題について述べる。

9.1 研究のまとめ

本論文の目的は、ゼミへの参加に対するゼミの勧誘活動の影響、参加意図を研究し、効果的なゼミのプロモーションの手法を明らかにすることであった。第1章では、本レポートの背景と目的について記述した。第2章では、選択者特性・勧誘特性・研究会特性に関する先行研究を用い、第3章では、二次データを用いた説明を行った。第4章では実際の例、ヒアリング調査を基に本事例を解説した。第5章では、先行研究や二次データを基に仮説を設定し明示した。第6章ではデータ分析手法を記述し、第7章ではその結果を記述した。第8章では分析で得た結果の考察を行った。その結果、自発的参加意図における選択者特性に関しては「教授とのコミュニケーション欲求が高いこと」「学びたい分野があること」が、勧誘特性に関しては「充実した入ゼミイベント(対面)」「SNS投稿内容(活動内容含む)」「入ゼミ課題内容(レポート)」が、研究会特性に関しては「就活との関連性」「専門スキル学習機会」が正の影響を与えることがわかった。

9.2 提言

自発的参加意図における選択者特性について採択された仮説は「教授とのコミュニケーション欲求が高いこと」「学びたい分野があること」の2つである。このことから、選択者は学びたい分野がある程度定まっており、また、ゼミならではとと言えるだろう教授とのコミュニケーション機会が求められていると推察される。勧誘特性について採択された仮説は「充実した入ゼミイベント(対面)」「SNS投稿内容(活動内容含む)」「入ゼミ課題内容(レポート)」の3つである。このことから、対面におけるイベントの充実、ゼミに参加する際の情報収集方法としてはSNSを中心に行い、自分にあった試験を行うゼミが求められていることが推察される。研究会特性について採択された仮説は「就活との関連性」「専門スキル学習機会」の2つである。このことから、学生生活の一環としての学びだけでなく、卒業後にも役立つような学びが求められていると推察される。

以上のことから、本研究会の入ゼミに際する効果的なプロモーション施策について三点提言を行う。

一つ目は、SNSの投稿内容の充実性である。現時点において、本研究会は、SNSによる広報手段はTwitterのみを用いており、投稿内容は入ゼミ関連のイベント広報のみである。この点を、本研究の結果を踏まえ、以下の三つの施策を行うことで、これからゼミを選択する2年生に対して効果的な情報提供ができると考えられる。

- ①Instagram等の他SNS媒体を活用すること
- ②普段の活動内容を広報すること
- ③ゼミ員の就職先の公開や社会人OBOGへのインタビューを対外発信すること(本研究会での経験がどのように活かされているのか等)

二つ目は、統計ソフトRの有用性を伝えることである。本ゼミの特徴の一つとして「統計ソフトRの使い方を学べる」ことが挙げられる。しかし、Rがどのようなソフトなのか、どのように応用できるのか日吉での授業ではわかりにくい。そこで、Rの使い方を習得することで得られるメリットをわかりやすく伝えることで、より実用的な学びができることを選択者に伝えることが可能になる。

三つ目は、入ゼミ課題の内容の広報の充実である。本研究において、入ゼミ課題は試験よりもレポートを求めている傾向にあることが明らかになった。本ゼミの入ゼミの選抜方法は、例年レポートでの実施となっている。そこで、選択者のニーズにマッチしていることを前面に押し出すことは、志望者増加に有用に働くと考えられる。

9.3 研究の課題

本論文は、入ゼミに関する意識を取り扱った研究であったが、アンケートを6月に行ったために、調査対象である大学2年生の間で、入ゼミ活動や研究会についての意識や知識量に差が生じてしまったことが研究の限界として考えられる。商学部ゼミナール委員会が開催する全体説明会や、各ゼミの個別のオープンゼミ等、調査対象が様々なイベントを経験した後に改めて調査を行うことで、より実態にあった研究結果を生み、よりよい提言へと繋がるだろう。また、アンケート実施期間が短く、十分なサンプル数が回収できなかったことも、満足する結果が得られなかった一因として考えられる。今後のさらなる入ゼミ活動の活性化に向けて研究を進めたい。

また分析に関しても課題があった。コンジョイント分析に関してはHpr1とHpr2に際し「入ゼミイベントなし」の水準を設定しなかったため、Hpr2に関して検定不能となってしまった。アンケート回答者の負担を鑑み上で2水準同士の直交表としたが、その場合は仮説の文言を更に適切な形へと修正する、またはHpr2を予め削除しておく必要があった。共分散構造分析に関してはHvs/His2(「自己効力感の高さは(非)自発的参加意図に正の影響を与える」)が採択されなかった。これは自己効力感の高さに関する質問「自分が活躍したい/したいとは特に思わない」、が承認欲求の高さに関する質問と類似したものになってしまったことが原因であると考えられる。ワーディングが適切ではなく、因子の要素を質問に反映できなかった。他研究からワーディングを引用する形で使用することが解決策であると考えられる。

9.4 謝辞

本研究にご協力いただきました慶應義塾大学の学生の方々、ご指導をいただきました濱岡教授ならびに研究会の皆様、この場をもってお礼を申し上げます。

参考資料

○論文

C.K.Prahalad and Venkat Ramaswamy(2004) 「Co-creation experiences: The next practice in value creation」

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996804701073>

Patrick Pollok, André Amft, Kathleen Diener, Dirk Lüttgens and Frank T.Piller(2021) 「Knowledge diversity and team creativity: How hobbyists beat professional designers in creating novel board games」

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733320302481>

R Core Team (2018). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. <https://www.R-project.org/>.

Turban, Daniel B. and Keon, Thomas L. (1993) 「Organizational Attractiveness: An Interactionist Perspective」

Journal of Applied Psychology 1993. Vol. 78. No. 2. 184-193

浅野志津子(2002) 「学習動機が生涯学習参加に及ぼす影響とその過程-放送大学学生と一般大学学生を対象とした調査から」『教育心理学研究』,2002,50,P141-151

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjep1953/50/2/50_141/_pdf/-char/ja

高瀬ミカ(2019) 「体育会の新入部員獲得に向けて」慶應義塾大学商学部・濱岡研究会

http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/GRAD_17/4takase.pdf

高田治樹(2017) 「大学生サークル集団への入団理由と組織構造との関連」『立教大学心理学研究』, Vol.59, P25-40

https://rikkyo.repo.nii.ac.jp/index.php?action=repository_action_common_download&item_id=14567&item_no=1&attribute_id=18&file_no=1&page_id=13&block_id=49

登張真稲, 首藤敏元, 大山智子, 名尾典子(2019)「3 因子で捉える多面的協調性尺度の作成」『心理学研究2019年』第90巻第2号,P167- 177

<https://doi.org/10.4992/jjpsy.90.17242>

根本則明(2004) 「生活における情報源の信頼性について II」『広告科学第45集』甲南大学経営学部

https://www.jstage.jst.go.jp/article/advertisingscience/45/0/45_74/_pdf/-char/ja

藪谷祐介, 中原宏(2017) 「まちづくり市民活動団体への参加動機と活動タイプとの関連性」『日本建築学会計画係論文集』 第82巻第740号,P2661-2671

https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/82/740/82_2661/_pdf

濱岡豊(2002) 「創出しコミュニケーションする消費者 = アクティブ・コンシューマーを理解する」『一橋ビジネスレビュー』2002年冬号

伏木雅子, 北村智, 山内祐平(2011)「学部3、4 年生を対象としたゼミナールにおける学習者要因・学習環境、

学習成果の関係」『日本教育工学会論文誌』, Vol 35(3), P157-168

見館好隆,永井正洋,北澤武,上野淳(2008)「大学生の学習意欲、大学生生活の満足度を規定する要因について」『日本教育工学会論文誌』,Vol 32(2),P189-196

湯立,外山美樹(2020)「大学生における動機づけ調整方略が動機づけ傾向としての興味に及ぼす影響—動機づけの低下状況に着目して」『パーソナリティ研究 2020』第28巻第3号,P208-220 https://www.jstage.jst.go.jp/article/personality/28/3/28_28.3.9/_pdf/-char/ja

○書籍

濱岡豊,里村卓也(2009)「消費者間の相互作用についての基礎研究：クチコミ、eクチコミを中心に」慶應義塾大学出版会.

○WEB

AISCEASの法則とは AMVIY marketing & communication
<https://www.amviy.jp/aisceas/> (2022年5月24日アクセス)

慶應カメラクラブ/Instagram
<https://www.instagram.com/keio.camera.club/?hl=ja> (2022年5月30日アクセス)

慶應カメラクラブ公式YouTube/第一回オンラインパート会
<https://youtu.be/07i8Wq8-xSQ> (2022年5月30日アクセス)

慶應義塾體育會洋弓部HP
<https://www.keioarchery.com/> (2022年5月27日アクセス)

慶應義塾大学アーチェリー部/2022新歓パンフレット
https://www.keioarchery.com/_files/ugd/6ce19a_a414a641c00046d3aa3630a5b92900b6.pdf
(2022年5月30日アクセス)

慶應義塾大学商学部ゼミナール委員会
<https://news.fbc.keio.ac.jp/~fbc-zemi/index.html> (2022年5月9日アクセス)

慶應義塾大学/情報公開
<https://www.keio.ac.jp/ja/about/learn-more/data/> (2022年5月9日アクセス)

全国大学生生活協同組合連合会 第57回(2021年秋実施)学生生活実態調査 速報
https://www.univcoop.or.jp/press/life/pdf/pdf_report57_pre.pdf#page=8 (2022年5月30日アクセス)

マイナビ/後悔しないゼミの選び方は？現役大学生が教えるゼミ選びのポイント5つ
<https://gakumado.mynavi.jp/gmd/articles/52144?page=2> (2022年5月17日アクセス)

マイナビ/「マイナビ 2023年卒大学生 活動実態調査(3月1日)を発表」
https://www.mynavi.jp/news/2022/03/post_33431.html (2022年5月17日アクセス)

マイナビ/「マイナビ 2023卒大学生就職意識調査」を発表

https://www.mynavi.jp/news/2022/04/post_33952.html (2022年5月17日アクセス)

三田祭実行委員会 新歓アカウント/Instagram

https://www.instagram.com/mitasai_orien/?hl=ja (2022年5月30日アクセス)

早稲田所沢キャンパス祭HP

https://tokosai.net/j_zemi_question.html (2022年5月27日アクセス)

ゼミ参加への意図に関するアンケート

慶應義塾大学商学部濱岡豊研究会に所属しております西村・原口・林と申します。

このたび塾生である皆様に『ゼミ参加への意図に関するアンケート』への回答をお願いしたく思います。

なお、収集したデータは本研究以外の目的では使用いたしません。

一学生の研究ですので、今後のゼミ選考に回答内容が影響することは絶対にございませ

ん。

是非、皆さんの本音をお聞かせ願えればと思います。

所用時間は約5-10分です。

お忙しいところ恐縮ですがぜひご回答ください！

お問い合わせは下記メールアドレスまでお願いいたします。（*を@に変換してください）
s.haraguchi*[keio.jp](mailto:s.haraguchi@keio.jp)

*必須

はじめに以下の質問にお答えください。

1. 学部*

1つだけマークしてください。

- 商学部
- 経済学部
- 法学部
- 文学部
- 理工学部
- 医学部
- 薬学部
- 看護医療学部
- 環境情報学部
- 総合政策学部

2. 学年 *

1つだけマークしてください。

- 学部1年
- 学部2年
- 学部3年
- 学部4年
- その他

3. 性別 *

1つだけマークしてください。

- 男性
- 女性
- 回答しない

4. 学籍番号 *

半角数字8桁で入力してください。

5. 氏名 *

姓と名の間にはスペースは不要です。（例：慶應太郎）

6. 現時点で、ゼミに関して興味がありますか？ *

1つだけマークしてください。

全く興味がない

1

2

3

4

5

とても興味がある

7. 現時点で、入りたいゼミや気になっているゼミがありますか？ *

1つだけマークしてください。

ある

ない

8. 入ゼミに関する活動で、現時点で行っていることを選択してください。（複数選択可） *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ゼミのHPを閲覧する
- 商学部ゼミナール委員会のHPを閲覧する
- ゼミのSNSの投稿を見る
- 商学部ゼミナール委員会のSNSの投稿を見る
- 先輩からゼミに関する話を聞く
- ゼミに関する分野の勉強を行う
- 特に行っていることはない
- その他: _____

ゼミへの参加意図について伺います。

9. ゼミへの参加意図について当てはまるものを教えてください。*

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当て はまる
ゼミ参加に魅 力を感じる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ゼミに参加す ることに興味 がある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ゼミに参加し たいと思わな い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
なんとなくゼ ミに参加しな ければいけな いと思っている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ノンゼミを避 けるためにゼ ミに入ろうと 思っている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ノンゼミでも 別にいいと思 う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

研究会特性に
関する質問で
す。

以下の質問に、「とても当てはまる」から「全く当てはまらない」のいずれかで回答をしてください。
ゼミ入会の予定がない方は、ゼミに入ることを前提に回答してください。

10. 教授とのコミュニケーション *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
指導教授の面 倒見が良いゼ ミに入りた い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
教授と密なコ ミュニケーシ ョンを図りた い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
教授と多く関 わりたいとは思 わない。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. 研究と遊びの塩梅 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
遊びや飲みに も積極的なゼ ミが良い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
研究一筋のゼ ミでは物足り ない。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ゼミでは研究 に集中した い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 募集倍率(低) *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
倍率が低く入 りやすいゼミ が良い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
倍率が高いゼ ミは入るのを 躊躇する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
倍率が高いゼ ミでも問題な い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

選択者特性に
関する質問で
す。

以下の質問に、「とても当てはまる」から「全く当てはまら
ない」のいずれかで回答をしてください。

13. 研究内容への知識 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
自分には学び たい分野があ る。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
学びたいこと はもう決まっ ている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
特に学びたい 分野はない。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 知識の多様度 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
自分は様々な 分野について 学んできた。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
幅広い知識を 持っている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
限られた分野 の知識を持っ ている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 授業参加意欲 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
授業には真面 目に出ている 方だ。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
成績は良いほ うだと思う。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
授業にはあま り興味がな い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. 忙しさ*

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
いつも時間に 追われている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
いつもやるべ きことがたく さんある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
時間にはゆと りがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. 協調性*

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
人の意見に合 わせることが 多い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
みんなで何か をやる時には 進んで協力 する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
自分と違う考 えの人の話は 聞きたくな い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. 自己効力感 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
自分が活躍し たい。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
組織の中で自 分が影響を与 えたい。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
活躍したいと は特に思わな い。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. 承認欲求 *

1行につき1つだけマークしてください。

	全く当ては まらない	当てはま らない	どちらとも 言えない	当ては まる	とても当 てはまる
他者に認めら れたい。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
他者に認めら れると思う。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
他者から認め られたいとは思 わない。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

勧誘特性に関して、質問で使用する言葉の説明をした後で、4種類のモデルを示します。

各モデルについて、どれほどそのゼミへの志望度が高いかを回答してください。

20. ゼミの勧誘活動に関して、質問で使用する言葉を説明します。確認してください。*

入ゼミイベント	入ゼミイベントが対面形式かオンライン形式か。入ゼミイベントにはオープンゼミや個別説明会等がある。
SNS 投稿内容	SNS の投稿内容が入ゼミイベント情報のみかそれに加えて通常のゼミ活動内容紹介も含めるか。
入ゼミ課題	入ゼミ課題がレポートか試験か。レポートは A4 用紙 1 枚以上の論文や資料、重めのエントリーシートを指す。

1つだけマークしてください。

確認しました。

21。 対面の入ゼミイベント/SNS投稿がイベント情報のみ/入ゼミ課題がレポート*

入ゼミイベント	対面
SNS 投稿内容	イベント情報のみ
入ゼミ課題	レポート

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

22. オンラインの入ゼミイベント/SNS投稿に活動内容も/入ゼミ課題がレポート*

入ゼミイベント	オンライン
SNS 投稿内容	活動内容も報告
入ゼミ課題	レポート

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

23. オンラインの入ゼミイベント/SNS投稿がイベント情報のみ/入ゼミ課題が試験 *

入ゼミイベント	オンライン
SNS 投稿内容	イベント情報のみ
入ゼミ課題	入ゼミ試験

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

24. 対面の入ゼミイベント/SNS投稿に活動内容も/入ゼミ課題が試験*

入ゼミイベント	対面
SNS 投稿内容	活動内容も報告
入ゼミ課題	入ゼミ試験

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

25. 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」と *
どれくらい感じますか？

入ゼミイベント	
オンライン	対面

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

26. 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？ *

SNS 投稿内容	
イベント情報のみ	活動内容も報告

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

- 27。 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」と *
どれくらい感じますか？

入ゼミ課題	
入ゼミ試験	レポート

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

研究会特性に関して、質問で使用する言葉の説明をした後で、4種類のモデルを示します。

各モデルについて、どれほどそのゼミへの志望度が高いかを回答してください。

28. ゼミの特性に関して、質問で使用する言葉を説明します。確認してください。*

専門スキル学習機会	プログラミングや統計ソフト、簿記などの専門スキル学習機会の有無。
ゼミと就活との関連	ゼミで学んだことが生かせるなど、ゼミが就活に有利に働く可能性の有無。
論文入賞実績	ゼミ員が執筆した論文の入賞実績の有無。三田論や外部コンテストでの入賞を想定。

1つだけマークしてください。

確認しました。

29。 専門スキル学習機会あり/就活との関連あり/論文入賞実績あり *

専門スキル学習機会	ある
ゼミと就活との関連	ある
論文入賞実績	ある

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

30。 専門スキル学習機会なし/就活との関連なし/論文入賞実績なし*

専門スキル学習機会	ない
ゼミと就活との関連	ない
論文入賞実績	ない

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

31。 専門スキル学習機会なし/就活との関連あり/論文入賞実績あり *

専門スキル学習機会	ない
ゼミと就活との関連	ある
論文入賞実績	ある

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

32. 専門スキル学習機会あり/就活との関連なし/論文入賞実績なし*

専門スキル学習機会	ある
ゼミと就活との関連	ない
論文入賞実績	ない

1つだけマークしてください。

このゼミには全く入りたくない

1

2

3

4

5

このゼミには非常に入りたい

33. 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」と *
どれくらい感じますか？

専門スキル学習機会	
ない	ある

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

- 34。 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」と *
どれくらい感じますか？

ゼミと就活との関連	
ない	ある

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

35. 以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？ *

論文入賞実績	
ない	ある

1つだけマークしてください。

全くそう感じない

1

2

3

4

5

とてもそう感じる

以上でアンケートは終了です。記入漏れなどがないか確認したうえで回答を送信してください。ご協力ありがとうございました。

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。

Google フォーム

セミ参加への意図に関するアンケート

100 件の回答

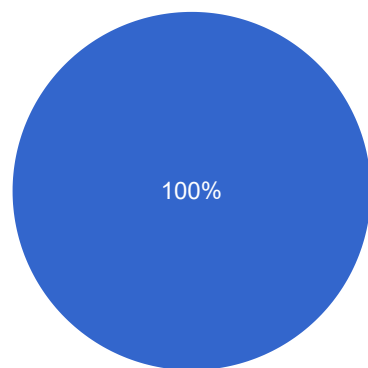
[分析を公開](#)

はじめに以下の質問にお答えください。

学部

100 件の回答

 コピー



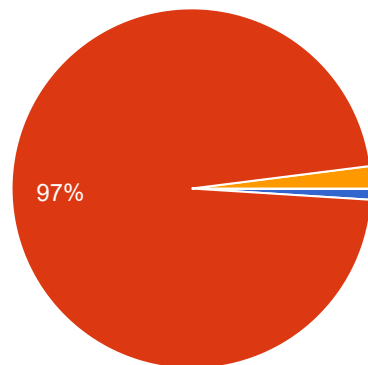
- 商学部
- 経済学部
- 法学部
- 文学部
- 理工学部
- 医学部
- 薬学部
- 看護医療学部

▲ 1/2 ▼

学年

100 件の回答

 コピー



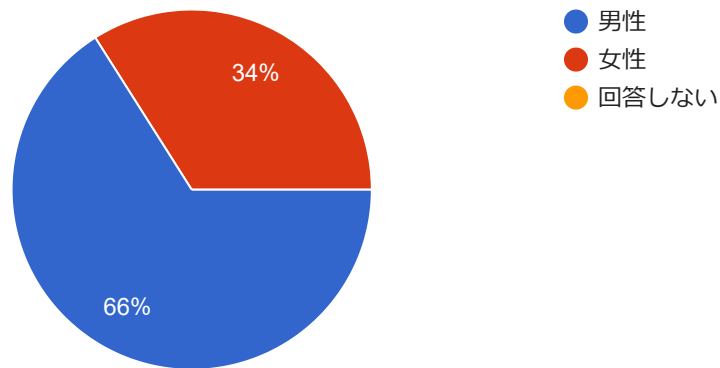
- 学部1年
- 学部2年
- 学部3年
- 学部4年
- その他



性別

コピー

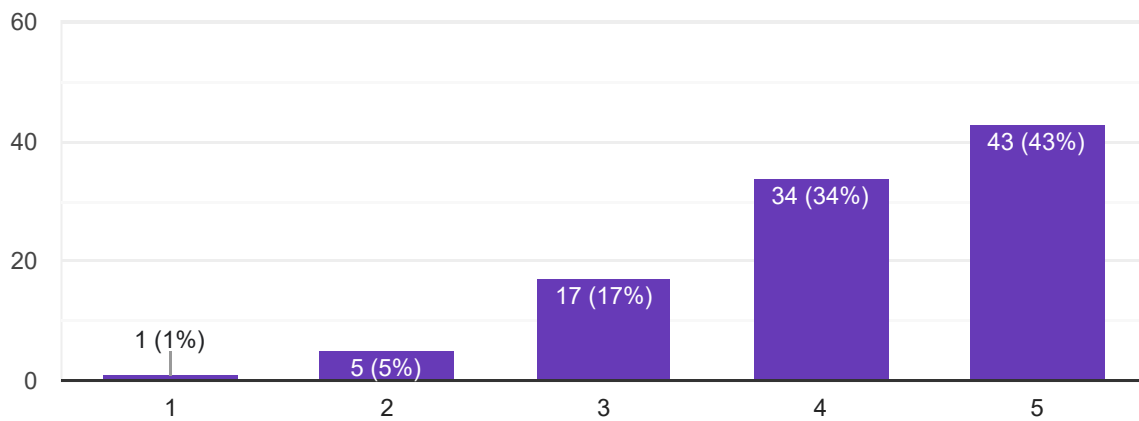
100 件の回答



現時点で、ゼミに関して興味がありますか？

コピー

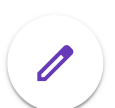
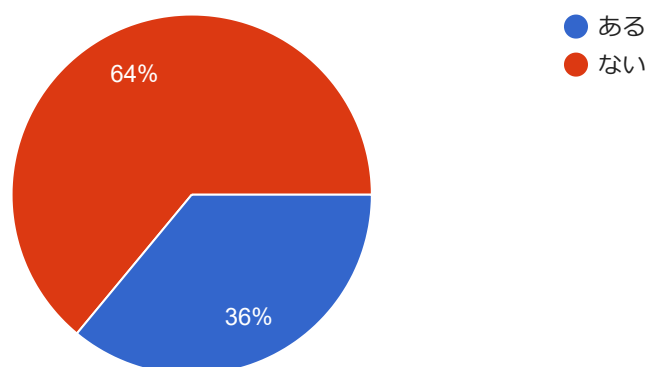
100 件の回答



現時点で、入りたいゼミや気になっているゼミがありますか？

コピー

100 件の回答

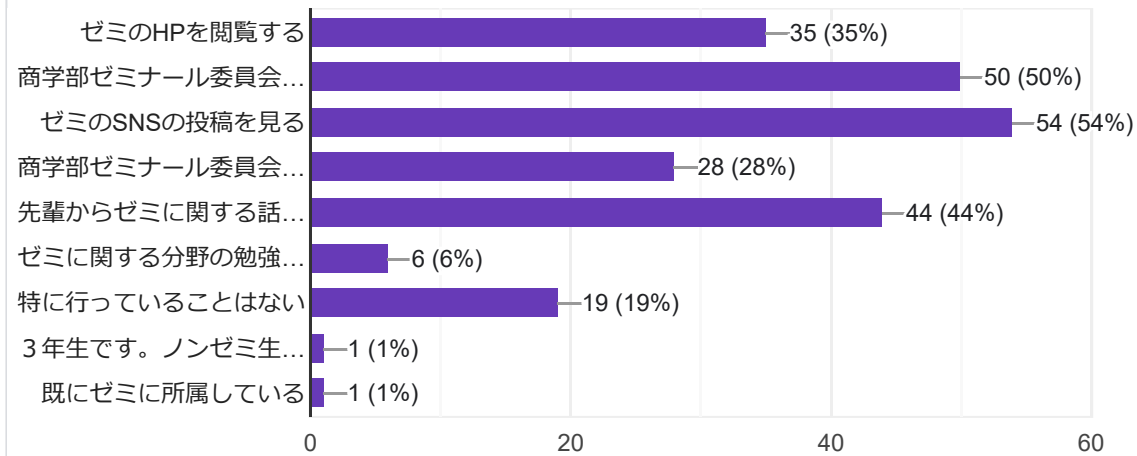


入ゼミに関する活動で、現時点で行っていることを選択してください。

(複数選択可)

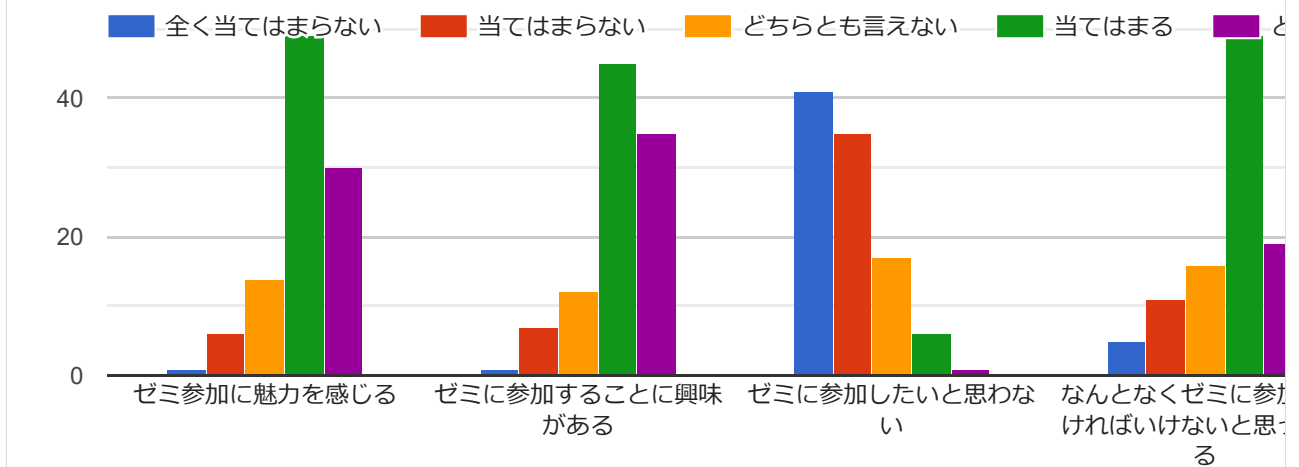


100 件の回答



ゼミへの参加意図について伺います。

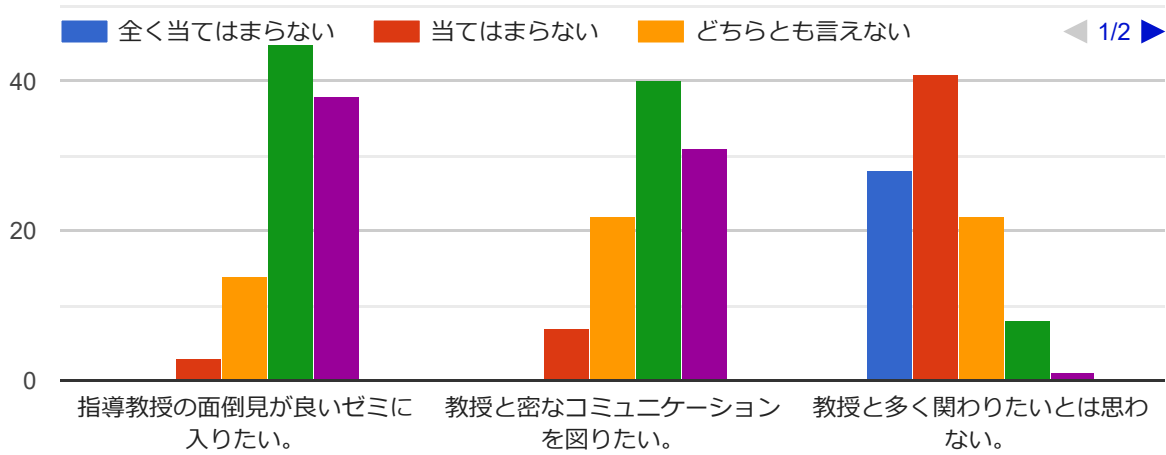
ゼミへの参加意図について当てはまるものを教えてください。



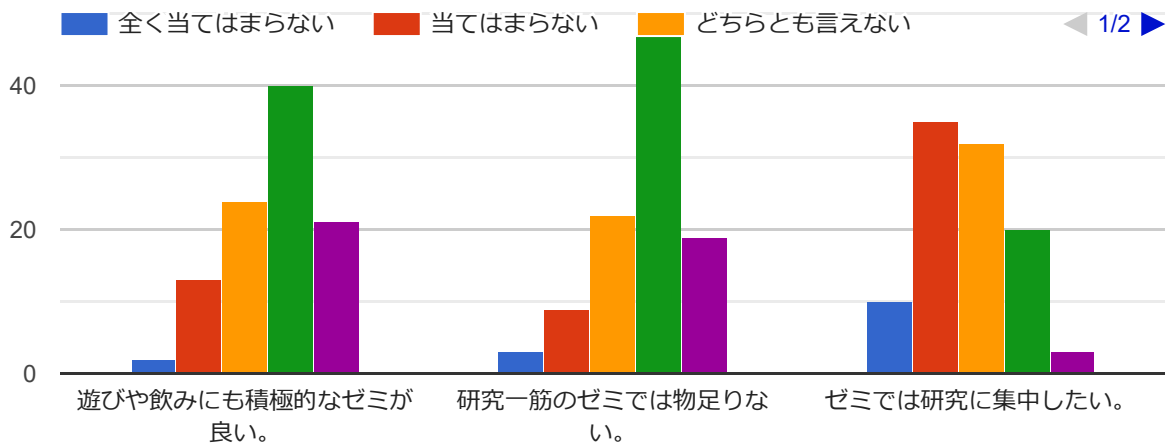
研究会特性に関する質問です。



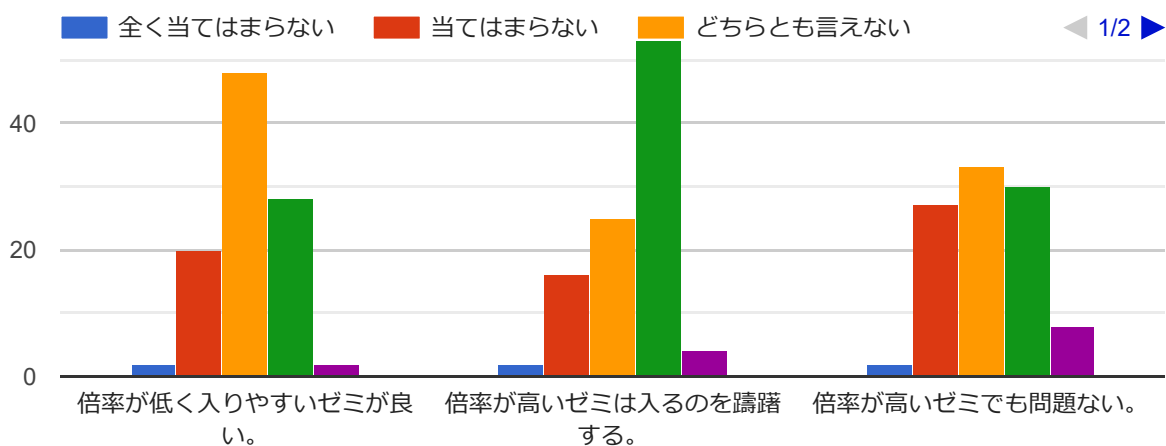
教授とのコミュニケーション



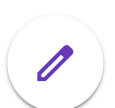
研究と遊びの塩梅



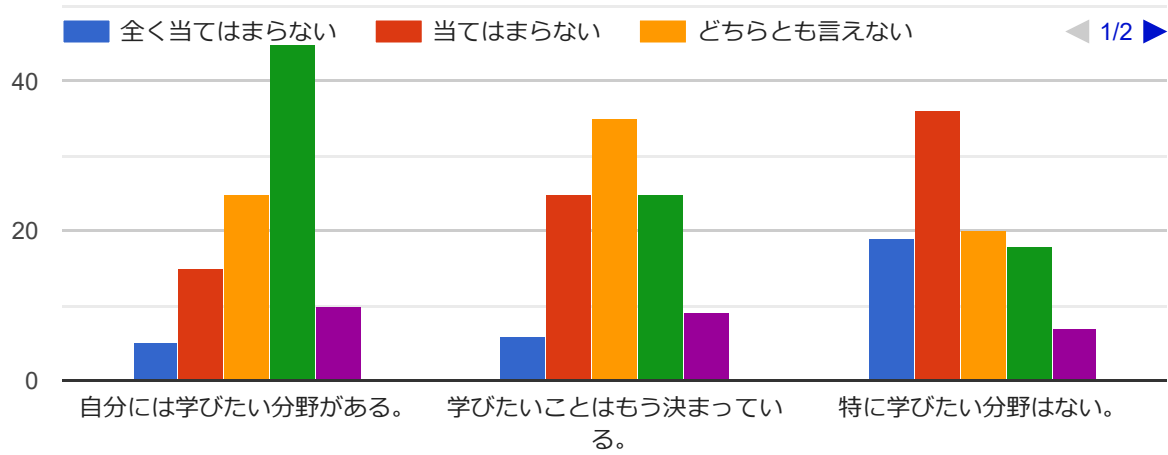
募集倍率(低)



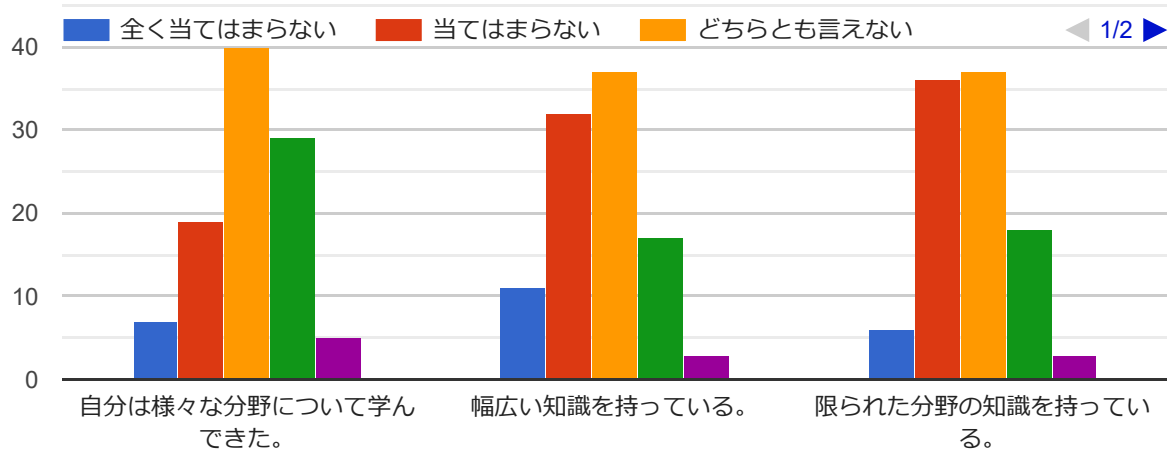
選択者特性に関する質問です。



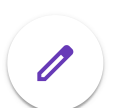
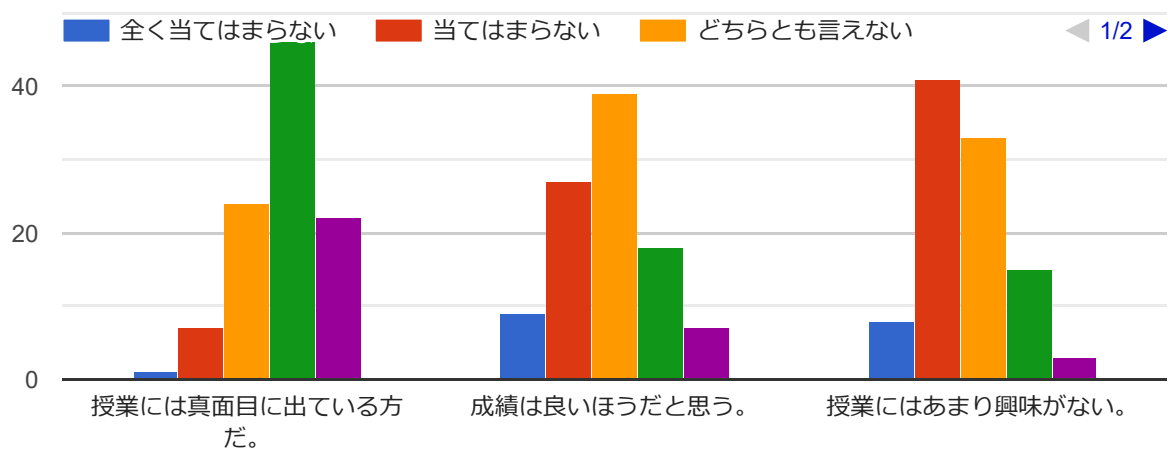
研究内容への知識



知識の多様度

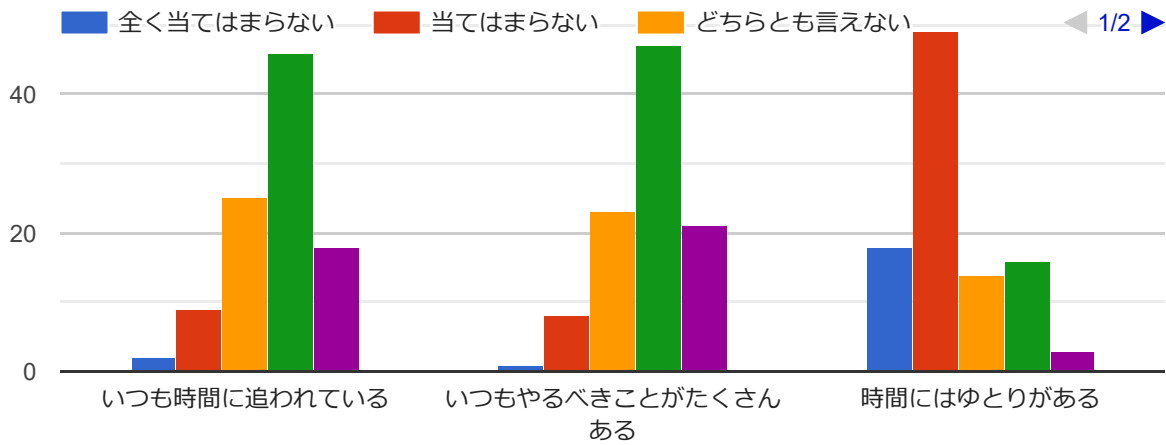


授業参加意欲



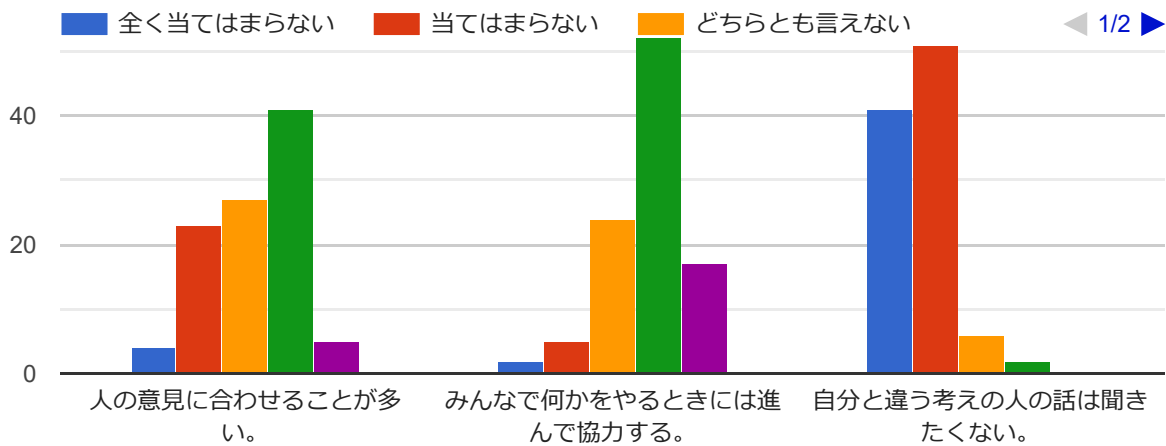
忙しさ

コピー



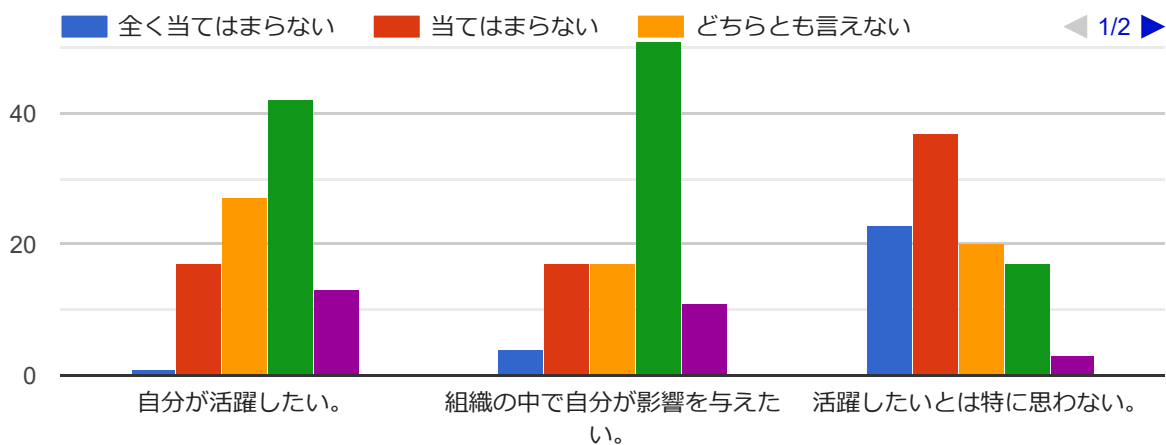
協調性

コピー

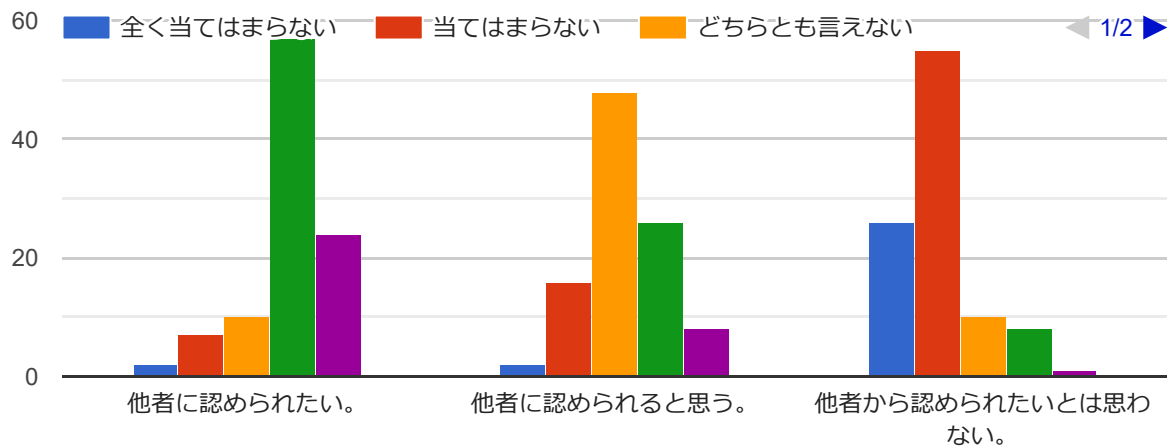


自己効力感

コピー



承認欲求

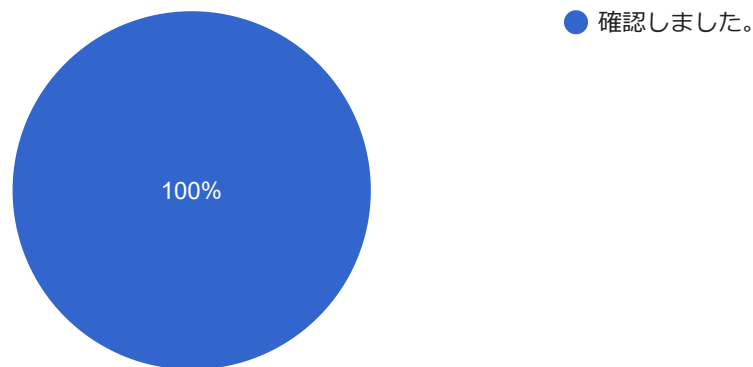


勧誘特性に関して、質問で使用する言葉の説明をした後で、4種類のモデルを示します。

ゼミの勧誘活動に関して、質問で使用する言葉を説明します。確認してください。



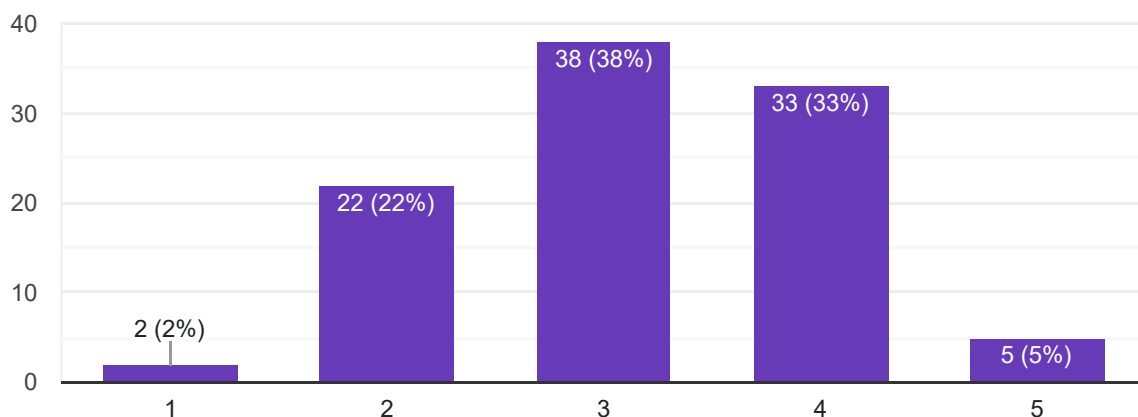
100件の回答



対面の入ゼミイベント/SNS投稿がイベント情報のみ/入ゼミ課題がレポート



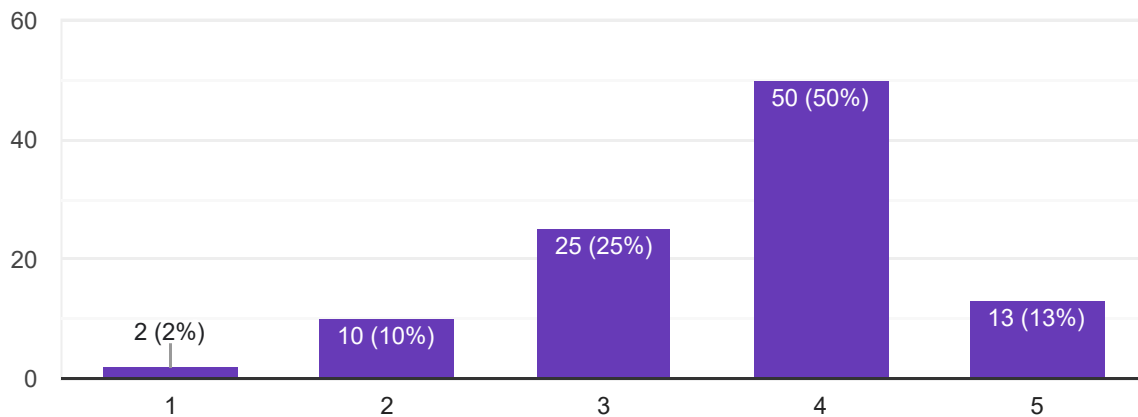
100件の回答



オンラインの入ゼミイベント/SNS投稿に活動内容も/入ゼミ課題がレポート



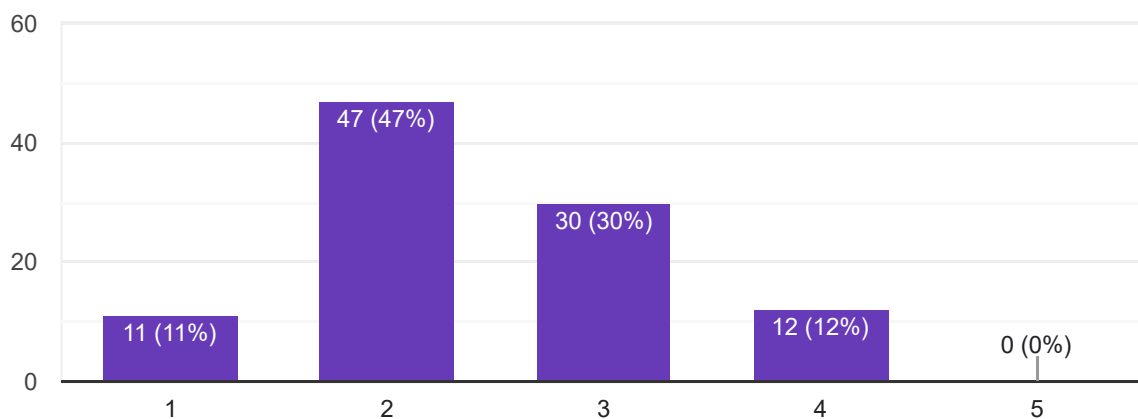
100 件の回答



オンラインの入ゼミイベント/SNS投稿がイベント情報のみ/入ゼミ課題が試験



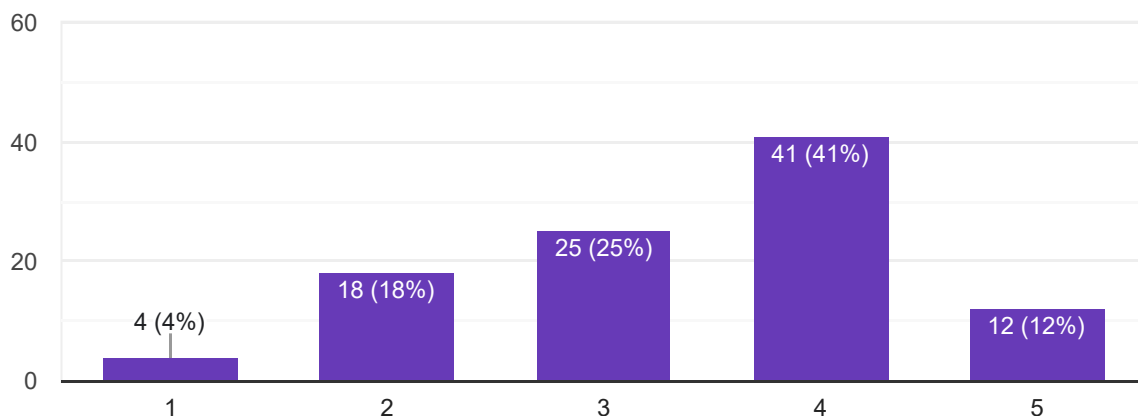
100 件の回答



対面の入ゼミイベント/SNS投稿に活動内容も/入ゼミ課題が試験



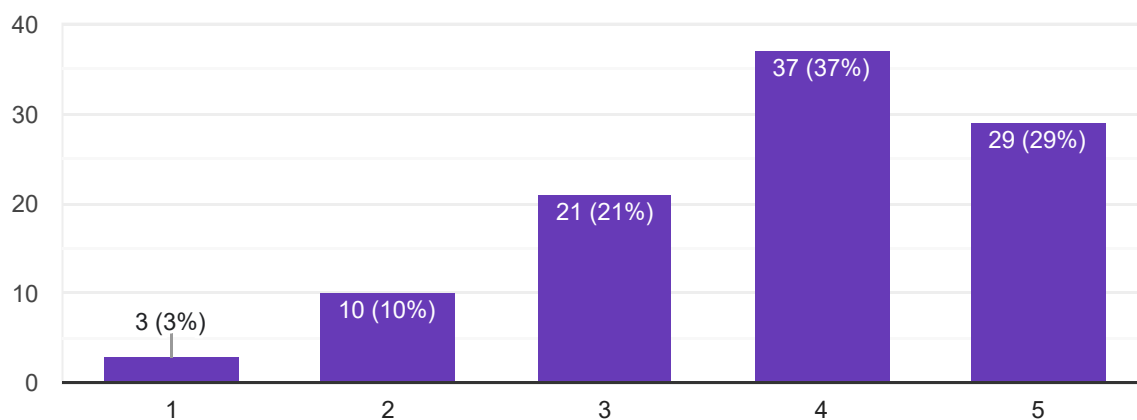
100 件の回答



以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？



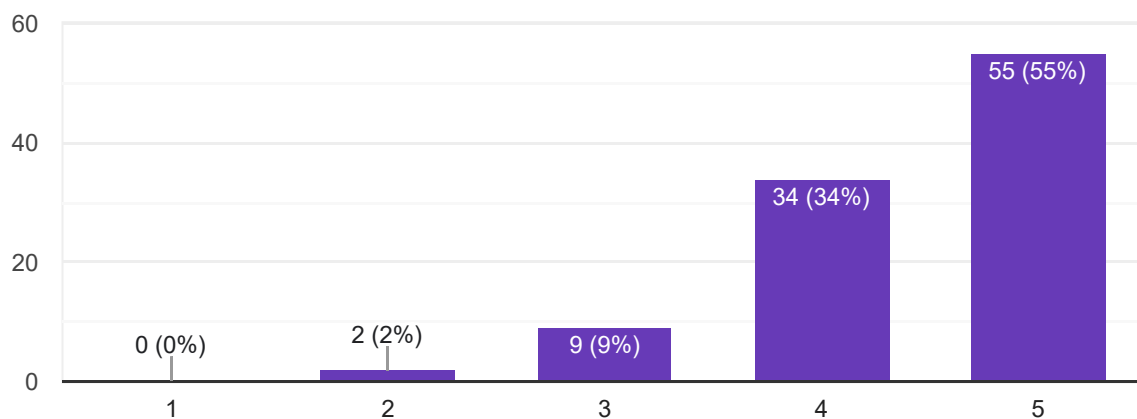
100件の回答



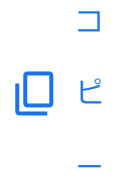
以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？



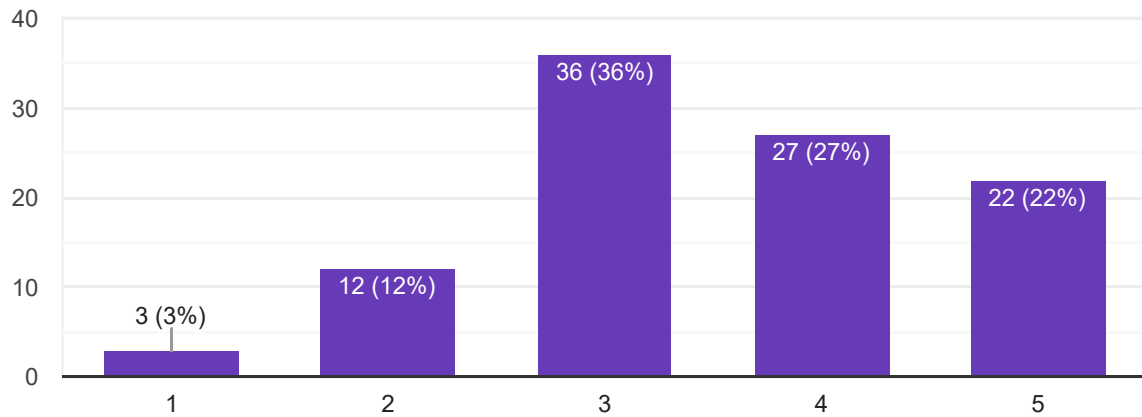
100件の回答



以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？



100件の回答

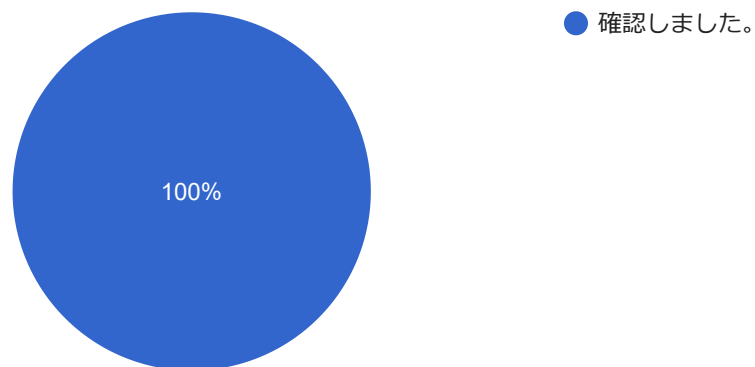


研究会特性に関して、質問で使用する言葉の説明をした後で、4種類のモデルを示します。

ゼミの特性に関して、質問で使用する言葉を説明します。確認してください。



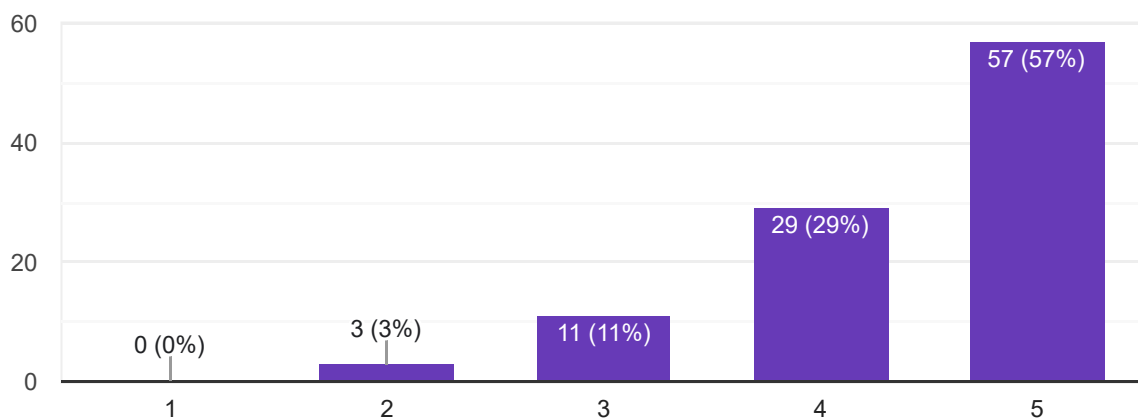
100件の回答



専門スキル学習機会あり/就活との関連あり/論文入賞実績あり



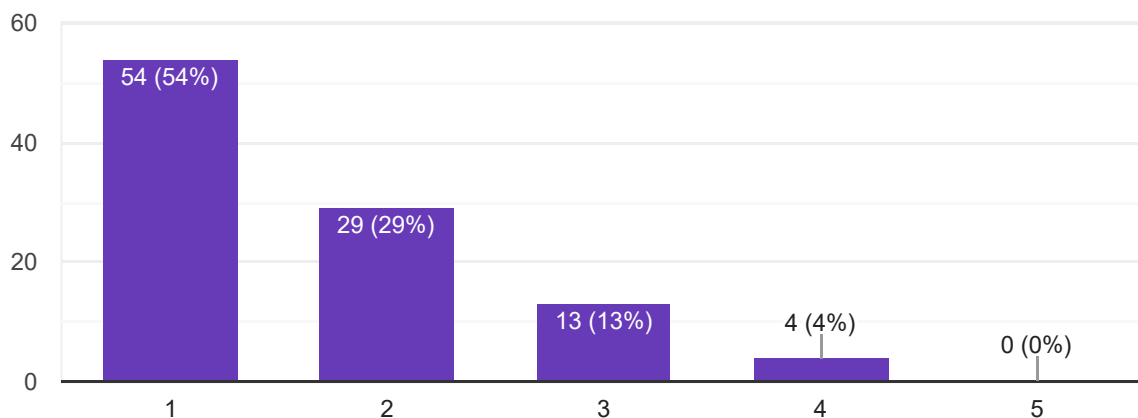
100 件の回答



専門スキル学習機会なし/就活との関連なし/論文入賞実績なし



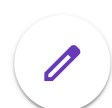
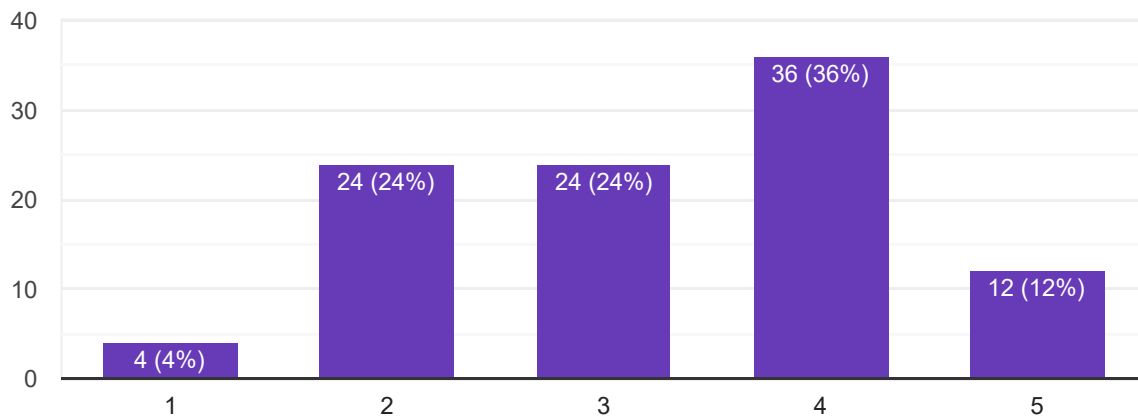
100 件の回答



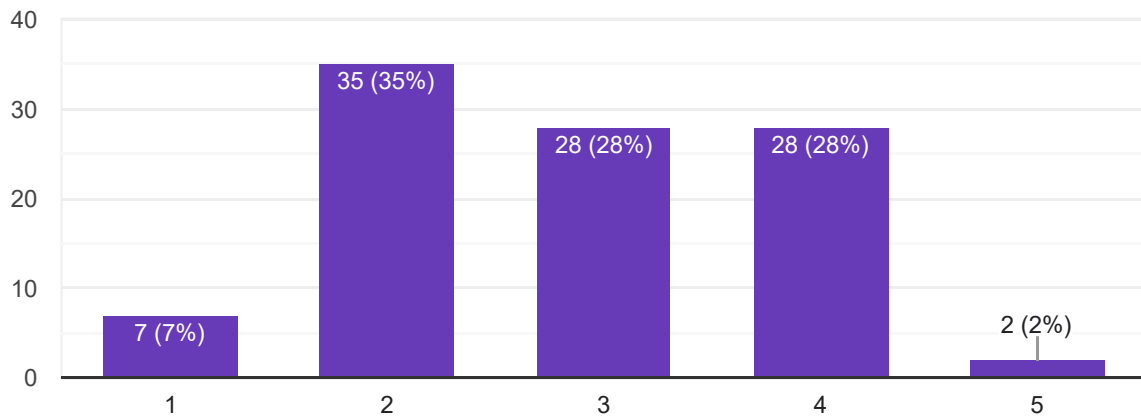
専門スキル学習機会なし/就活との関連あり/論文入賞実績あり



100 件の回答

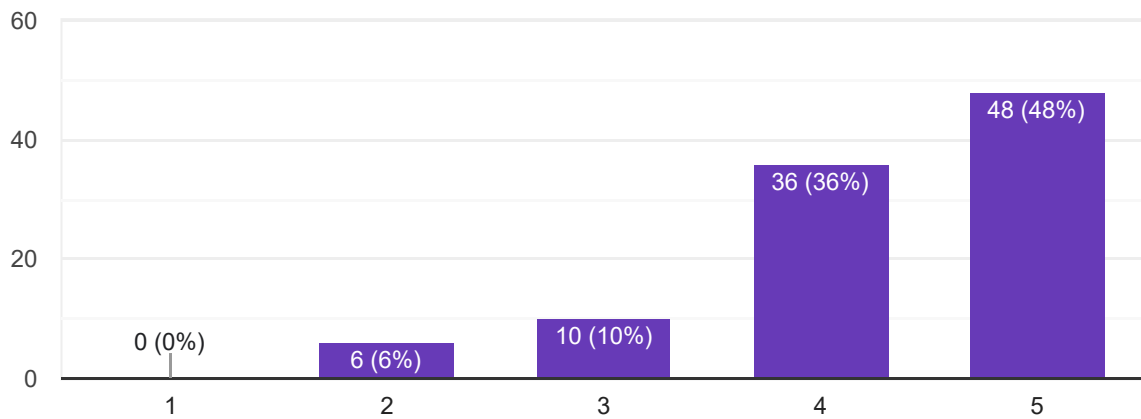


100 件の回答



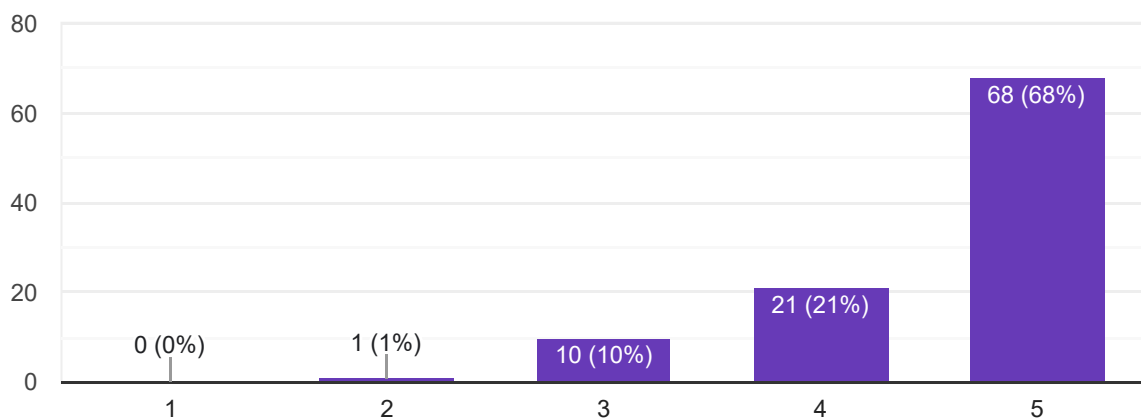
以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？

100 件の回答

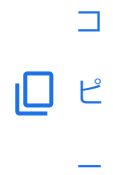


以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？

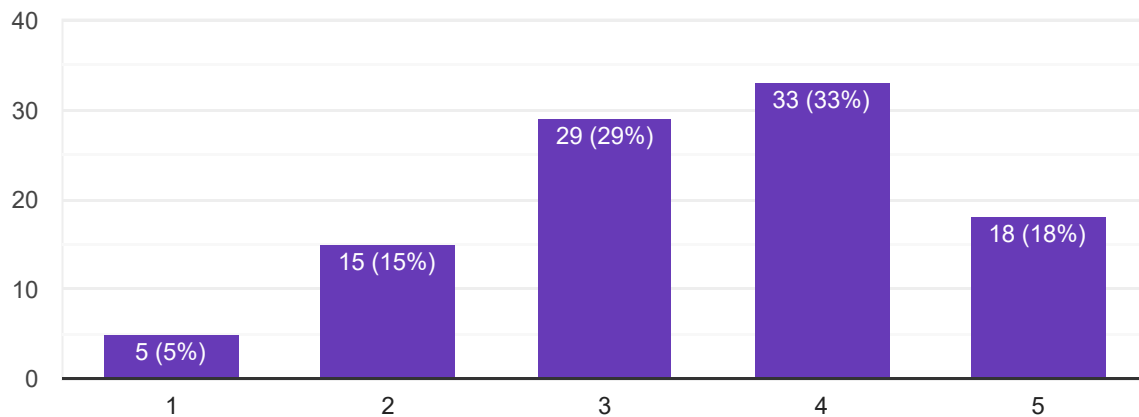
100 件の回答



以下の2つの選択肢を比べて、「右の選択肢の方がゼミの特徴として優れている」とどれくらい感じますか？



100件の回答



以上でアンケートは終了です。記入漏れなどがないか確認したうえで回答を送信してください。ご協力ありがとうございました。

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。 [不正行為の報告](#) - [利用規約](#) - [プライバシーポリシー](#)

Google フォーム

