

大学への期待とイメージが 集団同一視・大学適応感に及ぼす影響¹⁾

本岡寛子*¹・植田恵未*²・大対香奈子*³・堀田美保*⁴・直井愛里*⁵

The Effect of University Image and Expectations on Group Identity and Adaptation to University Life

Hiroko MOTOOKA, Megumi UEDA, Kanako OTSUI, Miho HOTTA, Airi NAOI

Abstract

In recent years, while the number of students entering to universities has continuously increased, 20 to 30% of those have dropped out before graduation (Japanese Ministry of Education, Culture, Sports, Science, 2014). Unwilling admission tends to cause maladaptation to university life. Nevertheless, some of those with unwillingness seem to improve their expectations and images about their own universities, leading to complete their courses and feeling high satisfaction. The purpose of this study was to examine the changes in the students, concerning their images and expectations about their universities, their group identity, and their adaptation levels to university life, and to clarify the relationships among these factors. We conducted a series of survey for the first-year students at three times during their first semester.

Results shows that the students with high willingness to enter the university were likely to have positive images and high expectations about their university, and to show high group identity and good adaptation to university life. By the end of the semester, their enlarged social network had strong influences on their adaptations to university life through their attachment to the other university members.

Keywords : ① University ② Image ③ Expectations ④ Group Identity ⑤ Adaptation

1. 問題

(1) 大学不適応・中途退学者の増加

近年、4年制大学への進学率は年々増加しており、高校卒業後、ほぼ半数が4年制大学へ進学している(文部科学省, 2010)。しかし、大学に進学しても、そのうち2~3割が大学を退学する事態となっている(文部科学省, 2014)。その理由として、経済的理由が最も多く(20.4%)、続いて、学業不振、就職、転学

が上位を占めている。また、大学生活に適應できない者や病気等を合わせて1割程度存在する。経済的理由による退学者を減らすために、大学では奨学金事業、授業料免除等の充実が図られているが、経済的に安定していたとしても、学習意欲が湧かず、最終的に進路を再考し、他学部へ転学したり、卒業を待たずして就職等の他の道を選択する学生が増えてきている。

受付：令和元年6月4日 受理：令和元年7月29日

*¹ 近畿大学総合社会学部 准教授(臨床心理学), *² 奈良女子大学大学院 博士前期課程(臨床心理学),

*³ 近畿大学総合社会学部 准教授(応用行動分析学), *⁴ 近畿大学総合社会学部 教授(社会心理学),

*⁵ 近畿大総合社会学部 准教授(スポーツ心理学)

1) 本研究は、2017年度心理系専攻共同プロジェクトとして実施されたものである。

入学後の学生の大学不適應には何が影響しているのだろうか。一因として、「大学の志望度」が指摘されている。受験生全員が第一志望の大学に進学できるわけではなく、第二志望・第三志望の大学に進学し、不本意感を抱きながら入学してくる学生も多い。樋口(2013)は、大学1年生を対象に調査を行った結果、転学意向(他大学に入り直したい)のある学生が約40%、退学意向(大学を辞めたい)のある学生が17%であったと報告している。松原(1987)も、不本意入学者の約半数が退学、再受験や不適應行動の持続がみられることを示している。鶴田(2002)も、大学の学生相談や健康管理センターでの入学時の学生の主な相談内容として、不本意入学や進路変更希望、入学後の目標喪失をあげている。このような志望大学への受験に失敗することによる不本意な感覚は、1年次に解決しない場合には卒業年次まで持ち越され慢性化しやすいとされている(濱名, 2007)。

以上のことから、大学に第一志望でなく不本意に入学した学生は、進路変更を考えたり、大学不適應を引き起こしやすいと考えられる。しかし、入学時に不本意感を持っていても、4年間の中で大学や大学生活への期待や価値観の変容が起これば、大学に対して満足して卒業する学生も多いように思われる。入学時の本意・不本意に関わらず、時間経過と共に、大学への期待やイメージは変化し、大学適応に影響を及ぼすと考えられる。

(2) 大学適応に関連する要因

千鳥・水島(2015)は、大学生生活の期待尺度の作成を行ったところ、「時間的ゆとり(例:大学に入ったら、遊ぶ時間がたくさんあると思っていた)」「友人関係(例:大学では親しい友人ができると思っていた)」「行事(例:大学では楽しい行事がたくさんあると思っていた)」「学業(例:大学生になったら、専門的な知識を学べると思っていた)」の4つの領域を抽出している。田中(2000)は、大学に対して「抱いていたイメージと何か違う」と

いうギャップや、「どこかこの大学は合わない」という大学環境への違和感が大学不適應の背景にあると指摘している。大隅ら(2013)は、入学前の大学生活への期待や理想が高いほど、現実とのギャップを感じる可能性を指摘している。高校生と大学生を対象とした意識調査では、大学生の7割が入学前と入学後の大学生活のイメージにギャップを感じることを示されている。現実には、理想には程遠い生活だったというギャップもあれば、理想以上によかったというギャップもあるが、前者のギャップの場合、登校意欲や学習意欲を低減させる要因となり得る。一方で、武内(2003)は、大学卒業生を対象とした調査において、第1希望の大学に入学できなかったにも関わらず、その大学に満足して卒業した学生が39.8%であったと報告している。このことから、不本意入学であったとしても、大学に対するイメージや期待等の要因が変化すれば、大学への適応へと繋がる可能性があるといえる。

また、赤須・木藤(2011)は、集団成員イメージに注目し、集団同一視との関連を検討している。集団成員イメージとは、「集団を形成している人々への評価(例:明るい、勤勉な)のこと」である。集団同一視とは、「人が集団に所属すると集団成員であることが自己定義の一部となること」をいう。赤須・木藤(2011)は、集団成員イメージと集団同一視の程度の相関関係を検討したところ、成員イメージは集団愛着因子と成員性意識因子と有意な相関を示した。つまり、成員イメージへの評価が高いほど、集団そのものに対する愛着や、自らをより強く集団の一員として自覚している度合いが高い傾向があるといえる。一方、その集団の成員と見なされることが不本意である場合、自己を所属集団から心理的に切り離そうとする脱同一視や、内集団の評価を下げるという内集団卑下が起こることが明らかになっている(池上, 1999)。

さらに、大隅ら(2013)において、仲間志向(例:友だちとはできるだけ交わるようにしている、友だちと一緒にいると楽しい)は

大学適応と正の相関を示した。つまり、集団成員との関わりが大学適応を高めるといえる。以上のことから、大学への様々な期待やイメージと集団同一視、大学適応は関連が深いと予測できる。よって、筆者らは、入学時に不本意であっても、その後、大学に適應するか不適應となるかは、入学後の大学への期待・イメージ、集団同一視によるのではないかと考えた。

2. 本研究の目的

本研究の第一の目的は、3つの時期(4月上旬、5月下旬～6月上旬、7月中旬)において、大学適応感に影響を及ぼす要因(志望度・大学への期待・大学イメージ・集団同一視)に関するモデルを検証することであった。3つの時期すべてにおいて、志望度が大学への期待とイメージに与える影響、期待やイメージが集団同一視に与える影響について検討を行った。また、5月下旬～6月上旬と7月中旬の2つの時期においては、集団同一視が大学適応感に与える影響についても検討を行った。

第二の目的は、新入生が、入学時(4月)において大学へどのような期待とイメージを抱いているのかを明らかにし、それは、時間経過(5月下旬～6月上旬、7月中旬)によって、どのように変化するかを検討することとした。

3. 方法

調査時期・手続き：調査は3回実施した。1回目は2017年4月上旬、2回目は5月下旬から6月上旬、3回目は7月中旬であった。1回目は4月の新入生ガイダンス1日目に配布し、2日目に回収した。2回目と3回目は、授業終了時に配布し、次週の授業時に回収もしくは、回収ボックスへ投函するよう求めた。

対象者：A大学文系学部の新入生を対象に実施した。1回目は340名、2回目は275名、3回目は266名であった。

調査用紙：

- ①研究説明文書：研究目的及び倫理的配慮についての説明文を記載した。
 - ②フェイスシート：同意の有無、学年、年齢、性別、回答者コードに記入を求めた(3回の調査者をマッチングさせるため)。
 - ③大学期待尺度：千島・水島(2015)の大学期待尺度16項目であった。1回目は、「現在、抱いている大学生生活のイメージはどのようなものですか」、2回目と3回目は、「現在の大学生生活はどのようなものですか」と教示し、5件法(1. まったくそう思わない～5. とてもそう思う)で評定を求めた。
 - ④大学イメージ尺度：先行研究で明らかにされているイメージ以外にも、大学生は、「知名度(就職に有利か、世間から注目されているか)や大学設備の充実さや優秀な教員の存在なども大学選びの重要な要因である」と考えた。よって、それらに関する24項目を自作し、「あなたは、現在、A大学についてどのように感じていますか」と教示し、5件法(1. まったくそう思わない～5. とてもそう思う)で評定を求めた。
 - ⑤集団同一視尺度：唐沢(1991)の12項目を用いた。7件法(1. まったく適当でない～7. 非常に適当である)で評定を求めた。
 - ⑥大学適応感：坂柳(1997)の10項目を用いた。5件法(1. 全く当てはまらない～5. よく当てはまる)で評定を求めた。
- ③～⑤は因子分析を行い、各因子の平均値(因子項目の合計得点/項目数)を算出した。
- ⑥においても、平均値(合計得点/項目数)を算出した。

4. 結果

1～3までの因子分析・信頼性分析は、調査1回目の340名を対象に分析を行った。

1) 大学期待尺度の分析・信頼性分析 (Table 1)

大学期待尺度の最尤法プロマックス回転による因子分析を行った結果、4因子が抽出された。因子負荷量が.40以上を基準に項目を採用した結果、各因子4項目から構成される

Table 1 大学期待尺度の因子分析・信頼性分析

		1	2	3	4	α
時間的ゆとり	2 大学では、遊ぶ時間がたくさんある	.810	-.007	.011	-.097	
	3 気楽な大学生活が送れる	.839	-.082	-.113	.103	
	4 ゆとりのある大学生活が送れる	.766	.015	-.050	-.032	
	1 大学生活では自由な時間が多い	.626	.202	.047	-.105	.826
学業	8 この大学では、幅広い知識を得ることができる	-.065	.780	-.033	.089	
	7 この大学では、自分の興味のある勉強に専念できる	.058	.756	-.011	-.037	
	5 この大学では、専門的な知識を学べる	.048	.596	.084	.011	
	6 この大学の講義は面白い	.049	.425	.052	.097	.771
友人関係	11 この大学では、人脈が広がる	-.097	-.025	.994	-.065	
	10 この大学では、いろいろな人と関わられる	-.088	.093	.848	-.088	
	9 この大学では、親しい友人ができる	.091	-.009	.513	.158	
	12 この大学では、楽しい大学生活を送れる	.131	-.005	.431	.325	.841
キャンパスライフ	15 この大学では楽しい行事がたくさんある	-.101	.080	-.103	.925	
	16 この大学では、色々な行事に参加できる	-.124	.091	-.097	.836	
	14 この大学では、楽しいサークル活動、部活動ができる	.083	-.055	.190	.581	
	13 この大学では、華やかなキャンパスライフを送れる	.184	-.087	.202	.553	.839
	固有値	38.41	13.12	9.14	6.63	
	寄与率	3.48	4.61	4.37	3.38	
	因子間相関	1				
		2	.45			
		3	.42	.66		
		4	.28	.52	.47	-

ことが明らかになった。第1因子は、「大学では、遊ぶ時間がたくさんある」「ゆとりのある大学生活が送れる」などの項目が含まれることから「時間的ゆとり因子」とした。第2因子は、「この大学では、自分の興味のある勉強に専念できる」「この大学では、専門的な知識を学べる」などの項目が含まれることから、「学業因子」とした。第3因子は、「この大学では、人脈が広がる」「大学では、いろいろな人と関わられる」「この大学では、親しい友人ができる」などから構成されていることから、「友人関係因子」とした。さらに、第4因子は、「この大学では楽しい行事がたくさんある」「この大学では、色々な行事に参加できる」等の項目から構成されていることから「キャンパスライフ因子」とした。4因子の信頼性分析を行ったところ、.771～.841であったことから各因子の内的整合性は保たれているといえる。

2) 大学イメージ尺度の因子分析・信頼性分析 (Table 2)

大学イメージ尺度の因子分析を行った結果、4因子が抽出された。因子負荷量.40を基準とした結果、第1因子が7項目、第2因子が3項目、第3・4因子は各々2項目であった。第1因子

は、「卒業生は良い会社に就職している」「就職に有利な大学である」「この大学のブランドイメージは良い」などの項目から構成されており「大学ブランド力因子」と命名した。第2因子は、「この大学は、学生生活に便利なサービス(売店・フィットネスジム・ATM等)が充実している」「この大学は、教育施設(図書館・自習室・英語村・アカデミックシアター等)が充実している」などの項目から構成されているため「大学設備因子」とした。第3因子は、「この大学の学生はマナーを守れている」「この大学の学生は授業にまじめに出席している」から構成されており「学生イメージ因子」とし、第4因子は「この大学の学生や大学自体は、よくメディアに取り上げられている」「この大学は宣伝がうまい」から構成されており、「大学注目度因子」と命名した。各因子について信頼性分析を行った結果、第1因子が.825、第2因子が.571、第3因子が.704、第4因子が.642であったことから第2因子以外は内的整合性が認められたといえる。第2因子については、入学時で大学設備の知識にばらつきがあったため内的整合性が低くなった可能性がある。よって、大学設備の知識が得られる2回目(5月下旬～6月上旬)・3回目(7月中

Table 2 大学イメージ尺度の因子分析・信頼性分析

		1	2	3	4	α
大学ブランド力	18 卒業生は良い会社に就職している	.925	-.051	-.005	-.203	
	17 就職に有利な大学である	.868	-.052	-.124	-.120	
	19 この大学は学生の就職活動のサポート体制が充実している	.654	.004	-.038	.009	
	7 この大学の学生の雰囲気は自分に合っている	.551	-.108	.218	.012	
	1 この大学には、良い教員がいる	.527	.066	-.007	.013	
	11 この大学のブランドイメージは良い	.453	.032	.017	.048	
15 大学祭は楽しく盛り上がる	.435	.059	.126	.301	.825	
大学設備	4 この大学は、学生生活に便利なサービス(売店・フィットネスジム・ATM等)が充実している	-.132	.886	.035	-.086	
	2 この大学は、教育施設(図書館・自習室・英語村・アカデミックシアター等)が充実している	-.135	.589	-.132	.251	
	3 この大学は、食堂が利用しやすい	.178	.431	.171	-.236	.571
学生イメージ	10 この大学の学生はマナーを守れている	.002	.016	.774	.000	
	9 この大学の学生は授業に真面目に出席している	-.061	-.038	.662	.087	.704
大学注目度	14 この大学の学生や大学自体は、よくメディアに取り上げられている	-.099	-.143	.080	.906	
	12 この大学は、宣伝がうまい	.082	.177	-.041	.521	.642
固有値		29.57	8.88	6.12	5.43	
寄与率		6.07	3.98	2.77	3.77	
因子間相関		1				
		2	.53			
		3	.52	.27		
		4	.57	.58	.12	-

旬)のデータを用いて信頼性分析を行った結果、.608と.632であったことから、概ね内的整合性が保たれていると見なすことができる。

3) 集団同一視尺度の因子分析・信頼性分析 (Table 3)

集団同一視尺度に対して、最尤法プロマックス回転を用いて因子分析を行った結果、3因

子が抽出された。因子負荷量が.40以上を基準とした結果、第1因子は6項目、第2因子は3項目、第3因子は2項目となった。第1因子は「あなたはA大学にどのくらい愛着を感じていますか」や「あなたはA大学にプライドを感じますか」などの項目から構成されていることから、原版と同様に、「集団愛着因子」とした。また、第2因子は、「あなたは典型的なA大

Table 3 集団同一視尺度の因子分析・信頼性分析

		1	2	3	α
集団愛着	10 あなたは近畿大学にどのくらい愛着を感じていますか。	.871	-.007	-.002	
	5 あなたは近畿大学にプライドを感じますか。	.779	-.061	-.079	
	4 あなたの近畿大学に対する所属意識は強いほうですか、弱いほうですか。	.621	.149	.070	
	9 あなたは自己紹介するときや会話の中などで、自分が近畿大学に属していることに、よくふれるほうですか、ふれないほうですか。	.639	.052	-.036	
	8 「自分は近畿大学の人間なんだなあ」と実感することがありますか。	.527	-.085	.043	
	7 あなたの考えや行動に影響を与えた人が、近畿大学内にはどれくらいいますか。	.429	-.003	.084	.810
	典型的学生	1 「あなたは典型的な近畿大学の人だね」と言われたとしたら、その表現は当たっている、つまり適切にあなたのことを表現していると思いますか、それとも、はずれている、適切でないと思いますか。	-.006	.912	-.018
2 あなたは他の人から、どの程度典型的な「近畿大学の人」と思われていると思いますか。		-.127	.784	.064	
3 「あなたは典型的な近畿大学の人だね」と言われたら、よい感じがしますか、それとも悪い感じがしますか。		.306	.485	-.029	.797
メンバー愛着	12 あなたは、ほかの近畿大学のメンバーに、どのくらい親近感を感じますか。	-.071	.036	1.020	
	11 あなたは、ほかの近畿大学のメンバーが、好きな方ですか、嫌いな方ですか。	.367	-.068	.474	.764
固有値		41.06	10.91	8.91	
寄与率		4.00	3.07	2.62	
因子間相関		1			
		2	.57		
		3	.52	.42	-

学の人だね」と言われたとしたら、その表現は当たっている、つまり適切にあなたのことを表現していると思いますか。」などの項目から構成されていることから「典型的学生因子」とした。また、第3因子は、「あなたは、ほかのA大学のメンバーに、どのくらい親近感を感じますか」などから構成されるため「メンバー愛着因子」とした。信頼性分析を行った結果、 α 係数は、第1因子は.810、第2因子は.797、第3因子は.764であったことから内の整合性は保たれているといえる。

4) 大学適応感に影響を及ぼす要因（志望度・大学への期待・大学イメージ・集団同一視）に関するモデルの検証（Table 4, Table 5）

(1) 4月上旬の入学時

入学時の志望度を独立変数、大学への期待・イメージ尺度を従属変数とした単回帰分析、大学への期待・イメージ尺度を説明変数、集団同一視を目的変数とした重回帰分析を行った。

その結果、志望度は、「時間的ゆとり」「キャンパスライフ」「大学ブランド力」「学生イメージ」に正の係数が示された（Table 4）。

Table 4 志望度が大学への期待とイメージ、集団同一視に与える影響

調査時期	時間的ゆとり	大学期待尺度			大学イメージ尺度				集団同一視		
		学業	友人関係	キャンパスライフ	大学ブランド力	大学設備	学生イメージ	大学注目度	集団愛着	典型的学生	メンバー愛着
4月(1回目)	.12*	.08	.06	.13*	.36**	.03	.22**	.01	.34**	.29**	.23**
5月～6月(2回目)	-.01	.11	-.01	.09	.39**	-.04	.21**	.15*	.01	.05	.04
7月(3回目)	.04	.03	-.01	.05	.32**	-.02	.21**	.01	.30**	.39**	.16

Note: ** $p < .01$; * $p < .05$

Table 5 大学への期待とイメージが集団同一視に、集団同一視が大学適応感に与える影響

調査時期	説明変数	目的変数			
		集団愛着	典型的学生	メンバー愛着	大学適応感
4月(1回目)	大学期待尺度	時間的ゆとり	.05	.10	.08
		学業	-.08	-.15*	-.16**
		友人関係	.12*	-.03	.23**
	大学イメージ尺度	キャンパスライフ	.14*	.16*	.05
		大学ブランド力	.46**	.30**	.34**
		大学設備	-.03	-.02	-.02
		学生イメージ	.07	.13*	.09
5月～6月(2回目)	大学期待尺度	時間的ゆとり	.01	-.05	.06
		学業	-.07	-.05	-.02
		友人関係	.04	.04	-.01
	大学イメージ尺度	キャンパスライフ	.02	-.02	.01
		大学ブランド力	.03	.05	.04
		大学設備	.16*	-.03	-.10
		学生イメージ	.01	.01	.04
集団同一視	大学注目度	.06	.02	-.01	
	集団愛着				
	典型的学生			.27**	
	メンバー愛着			.01	
7月(3回目)	大学期待尺度	時間的ゆとり	.01	.06	-.03
		学業	-.11*	-.13*	-.23**
		友人関係	.05	-.06	.44**
	大学イメージ尺度	キャンパスライフ	.09	.13	.04
		大学ブランド力	.38**	.39**	.27**
		大学設備	.06	-.15*	.10
		学生イメージ	.20**	.21**	.15*
	集団同一視	大学注目度	.20**	.14*	.01
		集団愛着			
		典型的学生			.22**
メンバー愛着			.07		
				.23**	

Note: ** $p < .01$; * $p < .05$

また、Table 5 に示したように、大学イメージの「大学ブランド力」が3つの集団同一視に最も影響が強く、「友人関係」は「集団愛着」「メンバー愛着」へ、「キャンパスライフ」は「集団愛着」「典型的学生」へ、「学生イメージ」は「典型的学生」へ、それぞれ弱い正の影響を示した。一方、「学業」は「典型的学生」「メンバー愛着」に弱い負の影響を与えていた。

このことから、入学時の志望度が高い者は、大学に対して肯定的なブランドイメージを強くもっており、楽しい大学生生活になりそうだという期待をもって入学してくるといえる。そのような期待やイメージが、集団同一視を高める要因にもなっていることが分かる。

一方で、入学時の学業への期待は、集団同一視を低くする要因となっている。

(2) 5月下旬～6月上旬

調査2回目（5月下旬～6月上旬）においても、入学時の志望度を独立変数、2回目の大学への期待・イメージ尺度を従属変数とした単回帰分析、大学への期待・イメージを説明変数、集団同一視を目的変数とした重回帰分析、集団同一視を説明変数、大学適応感を目的変数とした重回帰分析を行った。

その結果、志望度は「大学ブランド力」「学生イメージ」「大学注目度」との間に正の係数を示した (Table 4)。しかし、大学への期待・イメージは集団同一視に影響を与えなかった。「集団愛着」「メンバー愛着」は、大学適応感に正の影響を与えることが示された (Table 5)。

このことから、入学時の志望度が高い者は、大学生活を2カ月送った後でも大学に対して肯定的なブランドイメージや学生イメージを維持しているといえる。しかし、2カ月間の大学生活による集団同一視の高まりは見られなかった。一方で、集団愛着やメンバー愛着は、大学適応感を高める重要な要因となっているといえる。

(3) 7月中旬

調査3回目（7月中旬）においても、入学時

の志望度を独立変数、3回目の大学への期待・イメージ尺度を従属変数とした単回帰分析、大学への期待・イメージを説明変数、集団同一視を目的変数とした重回帰分析、集団同一視を説明変数、大学適応感を目的変数とした重回帰分析を行った。

その結果、志望度は「大学ブランド力」「学生イメージ」と正の係数を示した (Table 4)。

Table 5 に示したように、大学への期待尺度の「学業」は3つの集団同一視の因子すべてに負の影響を与えていた。「友人関係」は「メンバー愛着」に正の影響、「大学ブランド力」は3つの集団同一視の因子に正の影響を与えている。「学生イメージ」は、3つの集団同一視の因子に正の影響を与えている。「大学注目度」は、「集団愛着」と「典型的学生」に正の影響を与えていることが明らかになった。

集団同一視の「集団愛着」「メンバー愛着」は、大学適応感に正の影響を与えることが示された。

このことから、やはり入学時の志望度が高い者は、大学に対して肯定的イメージを維持しており、学生イメージや大学が世間から注目されていることへの思いが強く、集団同一視や大学適応感を強める要因となっている。また、入学から3～4カ月間の大学生活において、友人ができ、人脈が広がった経験がメンバー愛着を高める要因として強い影響力をもっており、大学適応感へと繋がっていることがうかがえる。

5) 大学への期待とイメージ・集団同一視・大学適応感の変化 (Table 6)

3回の調査すべてに回答した164名を分析対象とした。

大学への期待とイメージ

1回目（4月上旬）、2回目（5月下旬～6月上旬）、3回目（7月中旬）における、大学への期待の変化を検討するために、時期（1・2・3回目）を独立変数、大学への期待尺度を従属変数とした反復測定分散分析を行った。その結果、大学への期待尺度の「時間的ゆとり」「学業」「キャンパスライフ」は、1回目（4月

Table 6 各尺度の記述統計及び分散分析 / *t* 検定の結果 (4月～7月の変化)

	4月(1回目)			5月下旬～6月上旬(2回目)			7月(3回目)			<i>F</i> 値/ <i>t</i> 値	有意差	
	度数	平均値	<i>SD</i>	度数	平均値	<i>SD</i>	度数	平均値	<i>SD</i>			
大学期待尺度	時間的ゆとり	164	3.36	.71	164	2.95	.89	164	2.91	.80	13.90**	1>2, 3
	学業	164	3.84	.52	164	3.40	.75	164	3.43	.74	40.12**	1>2, 3
	友人関係	164	3.98	.62	164	3.89	1.17	164	3.84	.73	1.64	<i>n.s.</i>
	キャンパスライフ	164	3.80	.61	164	3.13	.84	164	3.15	.86	76.78**	1>2, 3
大学イメージ尺度	大学ブランド力	164	3.55	.52	164	3.35	.54	164	3.39	.52	22.01**	1>2, 3
	大学設備	164	4.01	.58	164	3.84	.77	164	3.82	.73	7.77**	1>2, 3
	学生イメージ	164	3.16	.52	164	3.07	.74	164	2.93	.78	7.71**	1,2>3
	大学注目度	164	4.20	.69	164	4.14	.66	164	4.13	.70	1.27	<i>n.s.</i>
集団同一視	集団愛着	164	3.78	1.02	164	3.96	1.08	164	3.88	1.16	1.36	<i>n.s.</i>
	典型的学生	164	3.55	1.07	164	3.61	1.08	164	3.58	1.09	0.16	<i>n.s.</i>
	メンバー愛着	164	4.37	.92	164	4.48	1.08	164	4.57	1.17	1.79	<i>n.s.</i>
大学適応感	-	-	-	203	3.28	.54	203	3.12	.53	1.75	<i>n.s.</i>	

Note : ** $p < .01$; * $p < .05$; *n.s.* = not significant

上旬)で最も期待が高く、2回目(5月下旬～6月上旬)と3回目(7月中旬)では得点がありに低下していた。

大学イメージ尺度においても、「大学ブランド力」「大学設備」は、1回目(4月上旬)で最も高く、2回目(5月下旬～6月上旬)と3回目(7月中旬)は1回目よりも有意に低下していた。また、「学生イメージ」は、1回目・2回目より3回目に低下していた。

以上の結果から、新入生の大学への期待やイメージは4月上旬の入学時に最も高く、実際の大学生活への評価は、期待よりも低くなる事が明らかになった。新入生の4月上旬時点の大学への期待・イメージは、5件法(1～5点)で評定を求めた結果、大学注目度の平均値が4.20点、大学設備が4.01点と得点が高かった(Table 6)。しかし、2回目と3回目の「時間的ゆとり」と、3回目の「学生イメージ」以外は評定平均値が、5件法(1点:まったくそう思わない～5点:とてもそう思う)の3点を超えていることから、3回にわたり全体的に高い値を維持しているといえる。

集団同一視

1回目(4月上旬)、2回目(5月下旬～6月初旬)、3回目(7月中旬)における、集団同一視の変化を検討するために、時期(1・2・3回目)を独立変数、集団同一視尺度の得点を従属変数とした反復測定分散分析を行った。その結果、「集団愛着」「典型的学生」「メンバー

愛着」すべてにおいて、3回の時期の平均得点に有意差はみられなかった。3回とも評定平均値が7件法(1.まったく適切ではない～7.非常に適切である)の3～4点であることから、中程度で推移しているといえる。

大学適応感

2回目と3回目の調査に回答した203名を対象に分析を行った。

2回目(5月下旬～6月初旬)、3回目(7月中旬)における、大学適応感の変化を検討するために、時期(2・3回目)を独立変数、大学適応感を従属変数とした対応のある*t*検定を行ったところ、有意差は認められなかった。よって、大学適応感も中程度で維持されているといえる。

5. 考察

大学適応に影響を及ぼす要因(志望度・大学への期待とイメージ・集団同一視)

入学時の志望度が高い者は、大学に対して肯定的なブランドイメージを強くもっており、楽しい大学生生活になりそうだという期待をもって入学してくるといえる。そのような期待やイメージが、集団同一視を高める要因にもなっていることが分かる。

一方で、学業への期待をもって入学してくる学生においては、集団同一視が低い傾向がうかがえる。入学時では、大学の授業がどのようなものであるか分からない部分が多く、「この大学で、したい勉強ができています」とい

う実感をもちにくい時期といえるだろう。一般的に大学では学年が上がるにつれて、より専門的な内容を学ぶことが多いため、入学後の4年間の授業を通して、その期待が満たされるかによって変化していくと思われる。

5月下旬～6月上旬においても、やはり入学時の志望度が高い者は、大学に対して肯定的イメージを維持しており、学生イメージや世間から大学が注目されていることを重視している。一方、入学後2カ月間の大学での経験は、入学時の期待やイメージとは異なり、この大学の会員としての自覚を高めるまでには至っていない。しかし、集団愛着やメンバー愛着は、大学適応感を高める重要な要因となっている。

7月中旬において、やはり入学時の志望度が高い者は、大学や学生に対して肯定的イメージを維持している。大学での学業に関する経験は、集団同一視を高める要因とはならず、大学では学業以外の活動や人との交流の中で、様々な活動を通して、教職員や先輩と交流があったり、友人ができることによって、大学の会員として自覚が促していることがうかがえる。また、5月下旬～6月上旬と同様に、集団愛着やメンバー愛着は、大学適応感を高める重要な要因であるといえる。

新入生の大学への期待・イメージ・集団同一視・大学適応感の変化

入学時、新入生は大学がメディアで取り上げられていることや、大学に学生生活に便利なサービス（売店・フィットネスジム・ATM等）や教育設備（図書館・自習室など）が整っていることを高く評価している。さらに、友人関係の平均値が3.98点であることから、大学で人脈を広げること、親しい友人をつくることへの期待をもっていることが分かる。その他の因子においても、すべて3点以上であったことから、大学への期待やイメージは全体的に高い傾向にあるといえる。

しかし、「時間的ゆとり」「学業」「キャンパスライフ」「大学ブランド力」「大学設備」は、1回目（4月上旬）より、2回目（5月下旬～

6月上旬）と3回目（7月中旬）において低下している。「学生イメージ」も1・2回目より3回目に低下している。このことから、4月の入学時点では、大学に抱いている期待が大きく、大学に対するイメージも高く評価していたが、入学から2ヵ月～4ヵ月経ち、実際の大学生生活は思っていたよりも、時間的ゆとりがなく、日常的に楽しいイベントが開催されることはなく、講義も専門的なことばかりではないという現実と直面した結果であると考えられる。また、新入生が就職に有利な大学であると感じたり、大学設備を十分に使いこなす機会が実際には少ないことも結果に影響したのかもしれない。また、大学は高校までのように校則やルールが厳しくなく、自己管理に任されている部分が多くなることから、自由な学生の態度や生活ぶりが、マナーを守り、授業に真面目に出席しているといった学生イメージの低下に影響していると考えられる。

入学時において、「時間的ゆとり」をはじめ、大学の様々な面に過度な期待を抱いていたものが、実際の大学生生活を送っていく中で、現実に見合った期待やイメージを持つようになったといえるだろう。また、実際の大学生生活では、授業をはじめ、部活やサークル、ボランティア、バイト等、授業以外の時間も有効に使おうとする学生ほど、時間的ゆとりを感じられなくなっていくと思われる。

集団同一視は、3回とも評定平均値が7件法（1.まったく適切ではない～7.非常に適切である）の3～4点であることから、中程度で維持されており、『メンバー愛着』に限っては、時間が経つにつれてやや高まる傾向がうかがえる。このことから、入学後に授業や部活・サークル等を通して、友達ができることによってメンバー愛着は徐々に高まると考えられる。

また、大学適応感も中程度で維持されていることから、大学生活において期待通りでないことも多いとしても、友人等の人間関係が形成されていくことにより大学適応感は維持されるといえる。

6. 本研究のまとめと今後の課題

本研究の結果から、大学の新生は、大学生活に多大な期待や肯定的イメージを抱いて入学してくる。大学への期待やイメージは受験生に「この大学を受けてみようかな」と思ってもらえる重要な要因であるといえる。また、入学時の志望度は、大学入学後少なくとも3ヶ月は、大学の肯定的なイメージを維持する強い影響力をもつ要因であると言える。

しかし、実際に大学生活を送る中で、入学時の期待やイメージ通りではない状況にも遭遇する。田中(2000)が、大学に対して「抱いていたイメージと何か違う」というギャップが大学不適應の背景にあると指摘していることから、このギャップが大きくなる時期に不適應に陥る学生が増えると考えられる。本研究結果から、集団愛着やメンバー愛着は、大学適應感を高める重要な要因となっていることが示された。大学の成員としての意識は、人との関わり、特に友人との関係の中で形成され、最終的に大学への適應感へ繋がっている。そうであるならば、不本意入学であったとしても、大学生活の中で友人関係が上手に築くことができれば、大学に適應できる可能性があるといえる。

以上のことから、大学で友人関係を上手に築けるか否かが集団同一視や大学適應の維持の要となる。友人関係を築くためには、友人関係をつくる場や機会を設けることや、そのような場や機会を活用できるよう学生自身のソーシャルスキルを高めておくことが重要であるとされる。大学に進学する理由が不明確であったり、不本意入学が増えている中、大学教育の一環として、ソーシャルスキルを高める試みが様々な大学で始まっている。筆者たちも、学部授業カリキュラムとして「コミュニケーション心理学実習」という科目を設け、チームビルディング、ソーシャルスキル・トレーニング、アサーティブネス・トレーニング、問題解決療法から構成された授業を行った結果、コミュニケーションのスキルの向上や、対等性・問題解決への意識の変化に有効

であることを示した(堀田・本岡・大対・直井, 2017; 堀田・大対・直井・本岡, 2018; 本岡・直井・大対・堀田, 2017; 大対・本岡・堀田・直井, 2018; 直井・大対・堀田・本岡, 2019)。よって、このような授業は大学適應を促すためのひとつの取り組みとして有効であると思われる。さらに、本授業では、スキルの基盤にある理論や学問の背景などにも触れ、学問への興味が高まるよう工夫している。このような工夫は、スキルを技法として身につけるだけでなく、理論的枠組みからも理解することで、大学で専門的な知識を学ぶことができているという意識を高めることにも繋がるのではないかと思う。

本研究は、新生を対象とした半期だけの調査であったため、今後、4年間の変化についても検討することが望まれる。

引用文献

- 赤須大典・木藤恒夫(2011). 集団表象と自己表象の一致性と集団同一視との関連. 久留米大学心理学研究, **10**, 31-38.
- 千島雄太・水島雅之(2015). 入学前の大学生活への期待と入学後の現実が大学適應に及ぼす影響—文系学部の新入生を対象として—. 教育心理学研究, **63**(3), 228-241.
- 濱名篤(2007). 日本の学士課程教育における初年次教育の位置づけと効果: 初年次教育・導入教育・リメディアル教育・キャリア教育. 大学教育学会誌, **29**(1), 36-41.
- 樋口健(2013). 大学生調査にみる高大接続の諸相—第3回大学1年生の転学・退学意向とその処方箋
http://www.google.co.jp/url?sa=t&rct=j&q=&e_src=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwi2jq-Stp9LdAhXHIgKHRSiBocQFjAEegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Fshinken-ad.co.jp%2Fbetween%2Fbacknumber%2Fpdf%2F2013_10_tokubetsu.pdf&usg=AOvVaw0v2XzG__rPSLTCctBuW-OF (2018年9月24日)
- 堀田美保・本岡寛子・大対香奈子・直井愛里(2017). 大学生を対象にしたアサーティブネ

- ス・トレーニングにおける「対等性」概念の理解・習得の検討 近畿大学総合社会学部紀要, **6**(1), 1-19.
- 堀田美保・大対香奈子・直井愛里・本岡寛子 (2018). 大学生を対象にしたコミュニケーション・トレーニングの効果 ～アサーティブ力の向上と過剰適応傾向の低減に注目して～. 近畿大学総合社会学部紀要, **10**, 39-49.
- 池上知子 (1999). 大学アイデンティティとステレオタイプ負のアイデンティティ効果一. 日本社会心理学会第40回大会発表論文集, 344-345.
- 唐沢穰 (1991). 集団同一視尺度. 堀洋道(監修) 心理測定尺度集Ⅱ サイエンス社, 221-225.
- 本岡寛子・直井愛里・大対香奈子・堀田美保 (2017). 問題解決療法プログラムによって形成された対人的問題解決における意識 -大学生を対象とした「コミュニケーション心理学実習」における試み- 近畿大学 心理臨床・教育相談センター紀要, **2**, 15-24.
- 松原達哉 (1987). 学生相談から見た現代学生像. 学生相談研究, **9**, 9-13.
- 文部科学省 (2010). 平成 21 年度 文部科学白書 佐伯出版
- 文部科学省 (2014). 学生の中途退学や休学等の状況について
- <http://www.google.co.jp/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiW1qbGpdLdAhWB7mEKHSe_AsoQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fwww.mext.go.jp%2Fb_menu%2Fhoudou%2F26%2F10%2F__icsFiles%2Fafldfile%2F2014%2F10%2F08%2F1352425_01.pdf&usg=AOvVaw2UBGQwTIRnKj8id4UiDBh> (2018年9月24日)
- 直井愛里・大対香奈子・堀田美保・本岡寛子 (2019). 大学教育におけるコミュニケーションスキルトレーニングの検討 教育論叢, **30**, 25-36.
- 大隅香苗・小塩真司・小倉正義・渡邊賢二・大崎園生・平石賢二 (2013). 大学新入生の大学適応に及ぼす影響要因の検討 -第1志望か否か, 合格可能性, 仲間志向に注目して-. 青年心理学研究, **24**, 125-136.
- 大対香奈子・本岡寛子・堀田美保・直井愛里 (2018). 実習形式で学ぶコミュニケーションの授業における大学生の対人不安・社会人基礎力・コミュニケーションスキルの変化 近畿大学心理臨床・教育相談センター紀要, **3**, 9-18.
- 坂柳恒夫 (1997). 職業的不安と大学生生活充実度との関係 愛知教育大学教科教育センター研究報告, **21**, 79-85.
- 武内清 (2003). キャンパスライフの今 玉川大学出版部
- 田中健夫 (2000). 大学生にとっての不登校 小林哲郎・高石恭子・杉原保史(編) 大学生がカウンセリングを求めるとき— ころのキャンパスガイド— pp.141-160 ミネルヴァ書房
- 鶴田和美 (2002). 大学生とアイデンティティ形成の問題. 臨床心理学, **2**, 725-730.