

大学イメージに関する分析

(令和元年7月 近畿大学 IR センター)

1. はじめに

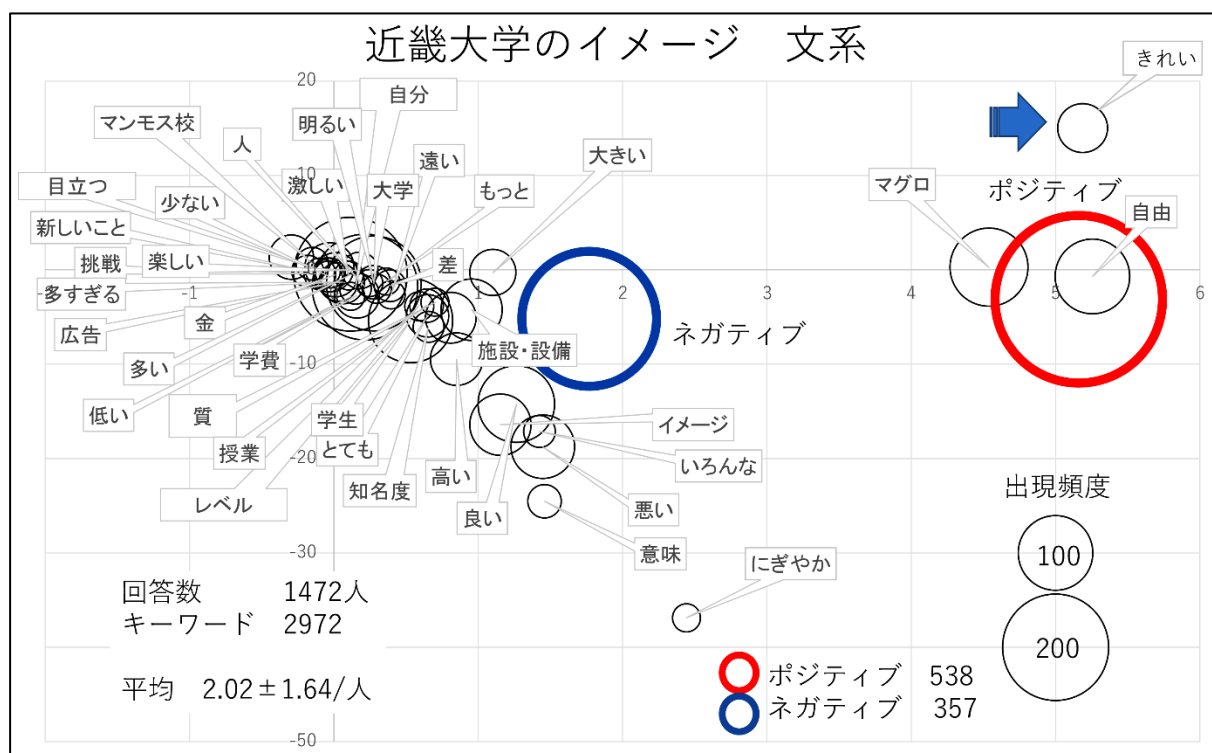
IR センターでは、大学の今後のあり方・戦略を考える上で、

- ① 学生の大学満足度
- ② 学生が大学をどう捉え、どう思っているか(現状の長所、課題)
- ③ 学生から見たブランドイメージ
- ④ 学生からの建設的な意見

について、情報を集め、分析を試みています。記述された文章を収集し、改善につなげることは既に行われていますが、文章で記述してもらえると、収集される意見の数が少なくなり、このことにより意見・情報に偏りがあること、分析が複雑になる等の問題があります。ここでは、全学的に隔年で実施している「学生生活実態調査」において、簡単に短く「大学のイメージ」を書いてもらい、テキストマイニングの手法を用いて、集められた率直な意見をもとに、そこから得られる情報について分析を実施しました。

2. 「近畿大学のイメージ」分析結果

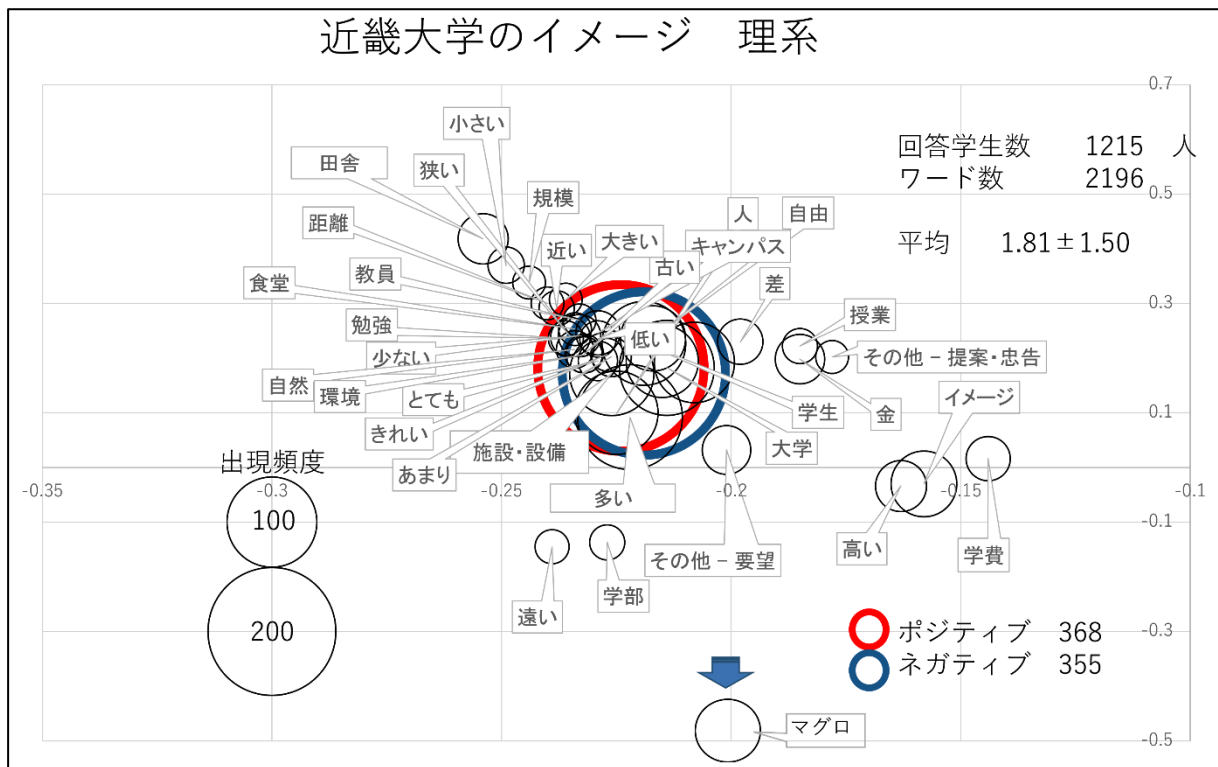
(1) 文系学生



近畿大学の文系の学生が、自分自身の大学に対してどのようなイメージをもっているかを、学生の回答をテキストマイニングしています。1472人が回答を寄せ、2972のキーワードが抽出されました。キーワードの出現数は、円の大きさを示されます。また、円同士の距離が近いほど、キーワード同士の関係が深いことを意味しています。さらに学生の表現がポジティブであるか、ネガティブであるかを感性分析用のツールを用いて分類し、キーワードと

の関係も図で示しています。「自由」、「まぐろ」といったキーワードが、ポジティブな表現の中で使われていることが多いことが図から見てとれます。また、「良い意味でも悪い意味でも」といった表現は、ネガティブな表現と関連することが多いという結果となっています。（「きれい」というキーワードは、単独で記載されることが多く、離れた位置に認められています。）

(2) 理系学生



同じ手法で、近畿大学の理系の学生が、自分自身の大学に対してどのようなイメージを持っているかをテキストマイニングしています。1215人が回答を寄せ、2196のキーワードが抽出されました。キーワードの出現数は、円の大きさを示されています。また、円同士の距離が近いほど、キーワード同士の関係が深いことを意味しています。さらに学生の表現がポジティブであるか、ネガティブであるかを感性分析用のツールを用いて分類し、キーワードとの関係も図で示しています。ポジティブとネガティブの表現は、重なり合っており、一人の学生の表現がポジティブ、ネガティブの両方を含んでいることが多いことを反映しています。理系の学生では、「マグロ」は61ありましたが、単独に記載されることが多く、他のキーワードの集団から遠く離れた位置にあり、理系学生の場合、直感的な表現を用いていることが読み取れます。近畿大学では、理系キャンパスは西日本の各地にあるため、大学の設備や環境に関する記述については、その表現が様々に分散しています。

3. 今後の検討課題

記述内容から長所と課題を抽出し、学生の満足度向上を図るとともに、今後のイメージ戦略、ブランド戦略に役立てていきたいと考えています。

以上

<参考>

【分析ツールと概要】

- ・ テキストマイニング： IBM SPSS Text Analytics for Surveys 4.0.1
- ・ 感性分析： なずき® Nazuki Emotion Analyzer® Library 1.5
- ・ コレスポネンス分析： CORRESPONDENCE Version 1.1

By Leiden SPSS Group, Leiden University, The Netherlands