

学生アンケート回答率向上の取り組み事例報告

高瀬雄一郎、玉造美恵、石井雅章、吉野知義、相良亜希（神田外語大学）

1. 本発表の目的

本発表は、神田外語大学（以下本学）にて実施している学生アンケートにおける、学生の回答率向上のために行われた施策と、その成果を報告することを目的とする。

2. 調査の概要と回答率の推移

本学における学生アンケートは、主に学生の意識・行動と学生生活に対する満足度の把握を目的とし、全学生を対象に2016年度より年1回行われている。

表1) 学生アンケートの実施概要

	2016年度	2017年度
調査期間	2016年9月15日（木） ～ 11月8日（火）[55日間]	2017年9月13日（水） ～ 10月31日（火）[49日間]
調査手法	Web アンケート	Web アンケート
設問数	37問	35問
想定所要時間	約25分	約20分
学生数	3,862人	3,949人
回答者数	396人	1,260人
回答率	10.3%	31.9%

初年度であった2016年度は、このようなアンケートに対する学生の反応を把握するため、他の学内アンケートや情報伝達でも使用されている基本的な周知方法のみを行った結果、回答率は10.3%にとどまった。2017年度は、2016年度に行った周知方法に加えて積極的な回答促進施策を行ったことにより、回答率は3.1倍の31.9%となった。

3. 回答促進施策

各年度に行われた回答促進施策と、その詳細を以下に示す。

表2) 各年度の回答促進施策

	2016年度	2017年度
学生ポータルサイト KUIS Campus web での周知	2回 (開始前日と35日目)	2回 (開始日と10日目)

ポスター掲示	17ヶ所 (調査開始のおよそ 10日後～調査終了)	20ヶ所 (調査開始～終了)
授業での周知	IR担当部署兼任教員の 授業での周知 (3クラ ス・約70名)	・調査開始日に開催された 教授会での周知 (その後ど れだけ学生に周知が行われ たかは不明) ・IR担当部署兼任教員の 授業での周知 (4クラス・ 約105名)
学生へのメール配信	35日目に全学生に配信	1～6日目に全学生に配信 した後、未回答者へのリマ インドメールを2回配信
自主学習施設と学生食堂の机へ のステッカー貼付	×	8ヶ所に790枚 (2日目～調査終了)
Twitterでの周知	×	1回 (32日目)
回答者へのインセンティブ付与	×	1,000円相当のギフトカー ドを抽選で39人に付与

3-1. 学生ポータルサイト「KUIS Campus Web」での周知 (両年度実施)

教職員から学生へのお知らせや、イベント等の情報が掲載されるポータルサイト「KUIS Campus Web」内の「大学からのお知らせ」欄にて情報掲載を行った。また、「リンク」欄にアンケートサイトへのリンクを設定した。

図1) KUIS Campus Web



両年度とも2回の情報掲載を行っているが、2016年度は調査開始前日と期間中盤（35日目）に掲載したのに対して2017年度は調査開始日と期間序盤（10日目）に掲載と、その時期は異なっている。

3-2.ポスター掲示（両年度実施）

アンケート実施中であることを周知するポスターを学内各所に掲示した。2017年度は2016年度よりも早いタイミングから、多くの箇所に掲示を行った。

表3) ポスター掲示についての年度比較

	2016年度	2017年度
掲示期間	調査開始のおよそ10日後 ～調査終了	調査開始～終了
掲示箇所数	17ヶ所	20ヶ所
デザイン	 <p>KUISでの学生生活をより良くするための学生アンケートを実施しています。ぜひご協力ください。</p> <p>学生アンケート実施中</p> <p>GoogleフォームでのWeb回答です。 ● CampusWebトップ画面右側の「学生アンケート」から ● 右のQRコードから ※KUISメールでGoogleへのログインが必要です。 神田外語大学 学生課・教務課・IR推進室</p>	 <p>学生アンケート2017実施中</p> <p>KUISでの学生生活をより良くするための学生アンケートを実施しています。ぜひご協力ください。</p> <p>昨年の結果は、2016年のアンケートに寄せられた声をもとに、学内施設の改善を行いました</p> <p>今年は、回答者の中から抽選で39名の方に1,000円相当のギフト券をプレゼント</p> <p>GoogleフォームでのWeb回答です。 ● CampusWebトップ画面右側の「学生アンケート」から ● 右のQRコードから ※KUISメールでGoogleへのログインが必要です。 神田外語大学 学生課・教務課・IR推進室</p>

3-3.授業での周知（両年度実施）

両年度とも本学 IR 推進室兼任教員1名が担当する授業において表4の通り学生への周知が行われており、その数は、2016年度は3授業・約70名の学生への周知だったのに対して、2017年度は4授業・約105名と拡大した。

表4) 授業で行われたアンケート協力依頼と対象人数

	周知日（調査開始からの日数）	対象人数
2016年度		
授業1	22日目	約25名
授業2	22日目	約20名
授業3	29日目	約25名

2017 年度		
授業 1	2 日目	約 25 名
授業 2	2 日目	約 25 名
授業 3	2 日目	約 25 名
授業 4	7 日目	約 30 名

また 2017 年度は、調査開始日に行われた教授会にて授業での周知依頼を行ったが、その後どれだけ学生への周知が行われたかについては把握できていない。

3-4. 学生へのメール配信（両年度実施）

以下の通り、学生に調査協力を依頼するメールを配信した。

表 5) 学生へのメール配信

回数	対象	配信日（調査開始からの日数）
2016 年度		
1 回目	全学生	35 日目
2017 年度		
1 回目	全学生	1～6 日目
2 回目	未回答者約 3,300 名	29～31、43 日目
3 回目	未回答者約 2,800 名	45～48 日目

2016 年度は調査期間中盤に 1 度だけ配信を行ったが、2017 年度は調査開始直後に全学生に配信を行った後、中盤、終盤にも未回答者に対するリマインドを行った。

3-5. 自主学習施設と学生食堂の机へのステッカー貼付（2017 年度のみ実施）

学内にある 4 つの自主学習施設と 4 つの食堂の机に、アンケートの案内と回答画面に誘導する QR コードを記載したステッカーを貼った。1 つの机に 1～2 枚を目安とし、合計 790 枚となった。各施設に貼った枚数と、そこからのアクセス数（アクセス後最後まで回答を行ったかは不明）を以下に示す。

図 2) ステッカーデザイン

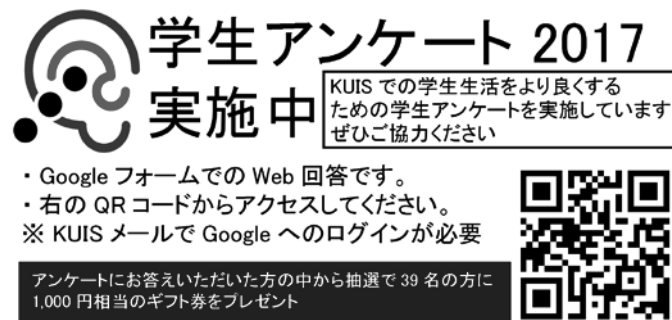


表 6) ステッカーの貼付枚数と施設ごとのアクセス率

	貼付枚数 (枚)	アクセス数 (回)	1枚あたりアクセス数 (回)
図書館	200	59	0.295
SALC*1	150	36	0.24
メディアプラザ*2	100	16	0.16
MULC*3	40	5	0.125
学食 (4か所計)	300	36	0.12

貼付1枚あたりのアクセス回数を見ると、食事や友人との談笑が主目的となる学生食堂よりも、自主学習施設の方がアクセスにつながっていることが分かる。また、自主学習施設内で比較すると、貼付枚数が多い方がより学生の目にとまり、1枚あたりのアクセス数は多くなっている。

3-6. Twitterでの周知 (2017年度のみ実施)

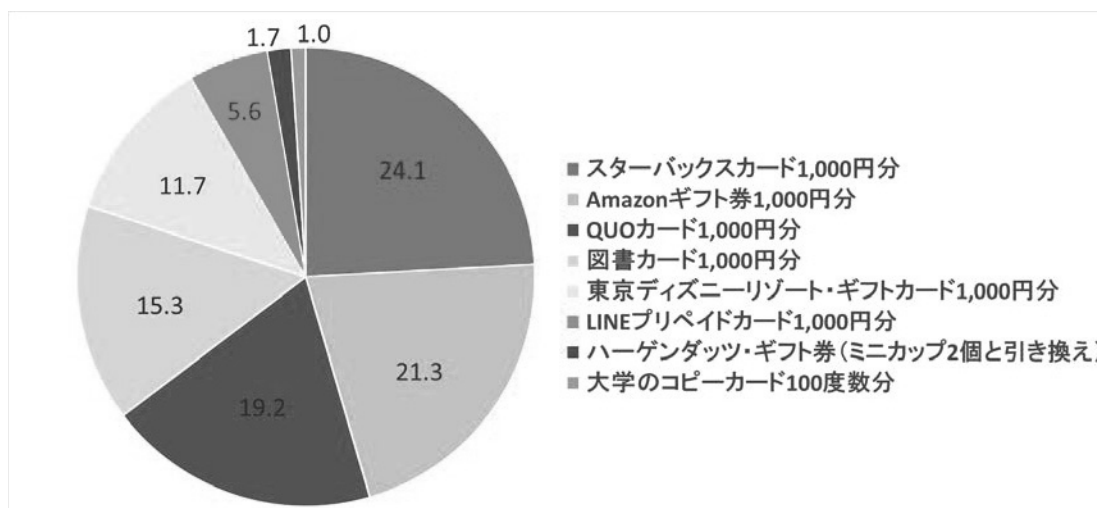
2017年度は、調査開始から32日目に本学図書館のTwitterアカウント (@KUIS_Lib / 2018年6月13日時点でフォロワー数2,838) よりアンケート協力依頼のツイートが行われた。

3-7. 回答者へのインセンティブ付与 (2017年度のみ実施)

2017年度は、調査協力者に対して抽選で1,000円相当のギフトカードが当たるというインセンティブを設けた。前年度回収数396件の10%を当選率として設定して、当選人数は39人とした。

景品については、初めての試みで何が学生の調査協力を促進するものとなるかが分からなかったことと、多様な学生の好みをカバーするため、複数の選択肢を用意してアンケートの最後に希望のものを選べるようにした。選択肢とした景品と、それぞれを選択した学生の割合は以下に示す。

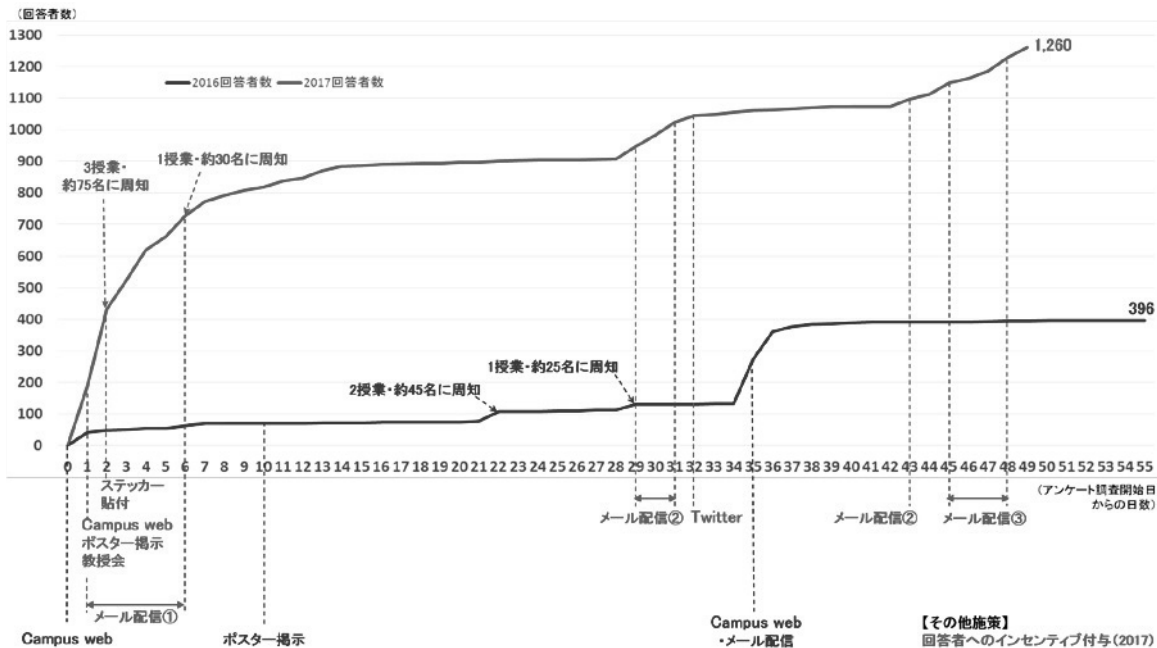
図 3) 選択肢とした景品と、それぞれを選択した学生の割合



4. 回答者数の推移と考察

両年度の回答者数の日毎の推移と、3章で述べた回答促進施策を以下にまとめ、効果的な施策について考察を行う。

図 4) アンケート回答者数の推移



2016年度の調査開始前日の Campus web、2016年度の3つの授業での周知、2017年度のメール配信②③は、それぞれ同時に行われた施策はないが回答者数は伸びていることから、これらはアンケート回答促進において効果的な手段であると言える。

一方でポスターは、2016年度の掲示後ほとんど回答者数が増えていないことから、あまり効果はないと考えられる。

また、以下のことも推測することができる。

- ・調査開始のタイミングで複数の施策を同時に行うことでアンケートに対する学生の認知が高まり、回答数増につながる。
- ・インセンティブの付与によって、各施策やアンケートそのものに対する学生の反応が良くなり、回答の増加につながっている。

5. 今後の改善案

2018年度も学生アンケートを実施予定であるが、その際は2017年度と同様の周知を基本としつつ、以下の改善を加えることがさらなる回答率向上へのポイントだと考えられる。

- ・回答者数が横ばいになったタイミングでのメール配信（2017年度は14日目～28日目、35日目～42日目のあたりで中だるみが見られる）。
- ・より多くの授業での周知。

また景品についても、2017年度の結果を参考に、より人気のありそうなラインナップへの変更など改善の余地がある。