

多摩大学経営情報学部

女子学生数および満足度アッププロジェクト

A Report on the Promotion Activities for the Female Students
at Tama University

共同研究メンバー

○中村その子*、梅澤佳子*、大森映子*、齋藤S裕美*、彩藤ひろみ*、杉田文章*
(○代表、執筆者)

1. 背景と目的

多摩大学経営情報学部は1989年の開学以来、平均して1学年約350名、全学約1400名の学生が在籍してきた。当初男女比は、ほぼ7:3であったが、女子学生の割合が漸減し、以下のような在籍学生数になっている。経営情報学という本学の専攻は、女子学生に特化したものではないにせよ、女子学生に向けて本学の特徴と強みを発信し、本学部の掲げる「産業社会の問題解決の最前線に立つ志」を持った女子学生をより多く世に送り出すことも重要なミッションであろう。そのために、魅力的なキャンパスを創出して入学する女子学生を増やし、在学女子学生の満足度を上げるためのプロジェクトが必要であると考えた。

1年生		2年生		3年生		4年生	
男子	354	男子	268	男子	326	男子	241
女子	49	女子	49	女子	45	女子	42

2016年8月現在

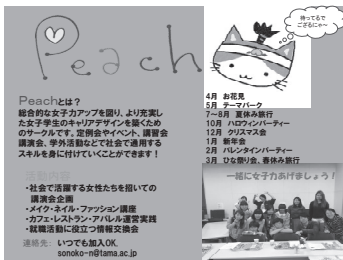
2. 実施手法

まず、女子学生数および満足度を上げるためには、今後、以下に挙げるそれぞれの段階での施策が想定される。

- 1 リクルート段階の企画—より多くの女子受験生を呼び込むための広報やイベント
- 2 女子学生の就職活動、将来のキャリアに役立つ授業カリキュラムの構築
- 3 女子学生にとって魅力的な学内外の講座や研修、その他社会的な活動の充実
- 4 女子学生向け就職活動支援
- 5 卒業生（OG）の組織化と在校生との交流—1のリクルート段階の企画につなげる

* 多摩大学経営情報学部

2015年度は手始めとして、上記のうち2, 3を中心にした女子学生向けの企画を実施して、コンテンツを蓄積し、そのコンテンツを使ってリクルートを見据えたパンフレットを作成することとした。このプロジェクトを企画、実施するにあたり、教員に加えて在学女子学生もその企画運営に能動的に関わることが重要であると考えた。なぜなら、それが、彼女らの女子学生としてのより高い社会的意識、意欲を形成すると同時に、就職活動を見据えた女子学生のキャリア教育としても位置付けられるからである。さらに授業とはまた別の学内のプロジェクトを実際に運営することは学生の能動的なイベント運営参画というアクティブラーニング実践としても大きな意味がある。(以下企画順に①～⑥の番号を付ける。)



① まず、参加メンバーを組織するために、女子学生数および満足度アッププロジェクトを運営するサークル「ぴいち」を設立した。当初メンバーは35名。このサークルは、上記の趣旨をアナウンスして、女子に限定せずメンバーを集めた。キャンパスでは多数派である男子学生も加入し、女性をターゲットにしたイベント企画やビジネスチャンスに対する認識を深め、男子学生のキャリアアップも図れる機会とすべきであると考えたからである。



② 2015年度は入学女子学生全48名で初年度プレゼミナール女子クラス¹を作った。女子学生同士が毎週顔を合わせることによって親睦を深める機会にすると同時に、彼らの意見やアイデアを集約させる場とする意味もあった。手始めに、「思いやりとおもてなし」をキーコンセプトに、東京都西東京市にあるユニバーサルタクシー会社、三幸自動車の協力のもと、ユニバーサルタクシー体験授業を実施した。まず、「ビジネスにおける他社との差別化」というタイトルで講義を行い、その視点からユニバーサルタクシー会社を捉えながら、タクシー会社の差別化戦略というタイトルでリサーチとグループプレゼンテーションを行った。その後キャンパス内で実際にユニバーサルタクシー（介護タクシー）の見学試乗を行って、その様子をおさめたPRDVDを制作した。

<https://www.youtube.com/watch?v=ZFtvoQDd-us>



③ オープンキャンパスにて、スイーツバイキングおよびそれに付随した『スイーツバイキングはなぜ儲かるのか』についての模擬授業を行った。これは来場した女子学生にスイーツバイキングを楽しんでもらいながら、その業態としてのSWOT分析や、客に好きなだけ食べられてしまうのにも関わらずなぜ経営が成り立つのか、という経営情報学部目線の模擬授業を行って、

¹ 1年生を対象に行われる導入ゼミナール。ディスカッションやグループ活動を通じて、多摩大学で学ぶための基礎知識を身に付ける

大学の授業やアクティブラーニングの具体的内容を理解してもらうという意図もあった。さらに、在学生にとっては、オープンキャンパスなどで行われるイベント企画の手法一楽しんでもらいながらもアカデミックに訴求したい点をターゲットに印象付ける一を体験するアクティブラーニング実践の一つともなっている。

④ 女子学生にとって興味深い分野である女性向けメディア関連企業3社、C CHANNEL、オリエンタルプランニング、日経 BP（ウーマン）で活躍するビジネスパーソンを招き、その経営戦略に関するゲスト講義を実施した。いずれも講義を受けるだけでなく、その後、大学や自分自身の活動記事を投稿する、連携してオープンキャンパス用大学PR冊子を作成する可能性を探る、女性としてのキャリア形成の即戦力となる、というように実質性を重んじたものになるよう考慮した。

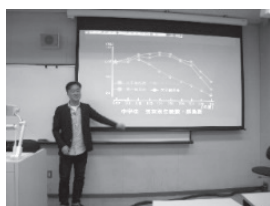
C CHANNEL プロデューサー 大塚まこと氏



C CHANNEL は投稿者がファッション、メイク、料理などに関する1分動画をアップしていく若い女性をターゲットにした新しい形の動画マガジンである。新しい情報発信ツールとして、スマートフォンを縦型に使わせる形式を提案し、投稿された動画をランキングしてフォローさせる、動画の内容と企業

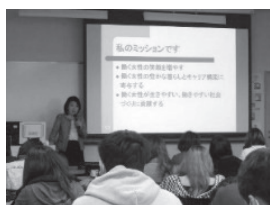
CMを連携させるなどユニークな経営戦略を取っていることから、今後注目すべき企業の一つとして講師を招聘した。

オリエンタルプランニング コミック脚本家 門脇正法氏



コミック雑誌の販売戦略もスポーツビジネスも学生にとっては興味のある分野であるが、個々の戦略に加えてその二つをどのように絡めるかという視点での講義を実施した。例えば、オリンピックを始めとする大きな競技会に合わせて、その大会で活躍する（した）選手の競技をコミック雑誌の中で取り上げる、連載漫画の題材とするという手法があるが、そのために必要な仕掛けや戦略、PR方法などについて学んだ。

日経 BP ウーマン元編集長 麓幸子氏



数年後には始まる就職活動、そしてその先の女性としてのキャリア形成や女性の仕事と家庭の両立、そこに男性がどう関わるかという問題に加えて、女性向け雑誌の編集業務の実践についての講義を実施した。講義後、質疑応答、グループディスカッションを行い、フォローアップとして自分のキャリアマップ作成という課題を提出した。

⑤ ami's style 西村有美先生によるメイクおよびネイル講座

両講座は本学においては初めて企画したものであるが、メイク講座は、将来は「就職活動における好印象を与えるメイク」というタイトルで就職支援講座として開講し、化粧品業



界の業界研究と就職にもつなげる予定である。ネイル講座は女子学生のキャンパスライフ満足度を上

げるとともに、カラーコーディネート、色による効果的なコミュニケーション、女性の立ち居振る舞い講座としても発展させて行きたい。(なお、上記以外に学生食堂を中心とする「食」に関連するプロジェクトも行ったがそれについては別稿にて報告する。)

3. まとめ

上記①～⑤の活動をコンテンツとしてまとめ、本プロジェクトの最終成果として、女子高校生リクルート向けに使用する多摩大学パンフレットの試用版を本プロジェクト担当教員のゼミ活動(研究主題はマーケティングコミュニケーション、広告・宣伝・PR活動全般)として学生が制作し、2016年度実施の一部オープンキャンパスにて配布した。(パンフレットの抜粋を以下に挙げる。)経営情報学という分野が女子学生にとっていかに魅力的であり、多摩大学のゼミでどのように自分の人間力を高めて行くことができるのかに焦点をあて、女子学生ならではのキャンパスライフの楽しみ方や充実度を高めるためのヒント、女子向け施設案内、就職活動とキャリアアップの道筋などをわかりやすく説明することを心がけた。

本プロジェクトにはいろいろな場面で、在学生も積極的にに関わり、それが自らの業績や問題解決の意識を高めていく機会ともなったが、そのことも意義深いことであつたと考える。

