

科目担当者氏名		科目担当者連絡先(メールアドレス)	
(ふりがな)	ほりごめよしひろ		
堀籠義裕			
連絡責任者氏名		科目設置機関名	
(ふりがな)	あべこうじ		
阿部晃士		岩手県立大学	
授業科目名	科目認定番号	受講者数	
社会調査実習	IWKa-111101-0	9人(科目全体では18人)	

I. 調査実習に関するコメント

学生が果たした役割や実習全般に対する感想など：テーマ設定から報告書の作成までを全学生が行った。前半のテーマ設定、調査企画の検討段階を含め、主に3年生のメンバー内で議論しながら作業していた。テーマの設定や調査対象の選定に多少手間取ったものの、その分、調査を企画し、データを集めることの意義について、座学の講義よりも理解が深まったものと思われる。

II. 調査の企画・設計(デザイン)

1. 調査のテーマ/領域：

学生のコミュニティ参加と防災に対する意識調査～東北地方太平洋沖地震による変化の分析～

2. 調査の内容/概要：2011年3月11日の地震の学生自身の経験を踏まえ、特に一人暮らしの学生の防災意識の調査の必要性の点からテーマが設定された。災害に対する日常の備えや、居住地域での人的つながりの側面から、防災意識の把握を行った。

3. 調査の範囲/対象(量的調査の場合は母集団と標本数及びサンプリングの方法を、質的調査の場合は対象者選定の理由を必ず記入)：岩手県立大学総合政策学部1年生(地震後に初めて一人暮らしを始めた人達の意識を見たいという意向があったようである)

4. 主な調査項目：居住形態、近所づきあいの程度、東北地方太平洋沖地震後の近所づきあいの変化、災害に対して日頃から備えている物

III. データ収集の方法と結果

5. データ収集(現地調査)の方法：必修科目の授業終了時に、受講学生が質問紙を配布し、その場で回収した。

6. 調査の実施時期・調査地・調査員の数：実施時期：2011年12月9日、調査地：岩手県立大学、調査員数：9人

7. 収集したデータの量と質への評価(量的調査の場合は有効回収票数及び回収率を必ず記入)：履修登録者115人中96人から有効回収があった。

IV. データ分析の方法と結果

8. データ分析/解釈の方法：学生の統計学の現有知識のレベルを踏まえ、平均値の差の検定や、カイ自乗検定を主に用いた。

9. 調査の成果(調査から得られた主な知見など)：一人暮らしの学生は、災害に対する危機感は強いが、近所の人に対する意識、関心が低く、地域コミュニティとの関わりが弱い。また、地域コミュニティとの関わりが強く、近所の人とコミュニケーションをとる機会が多かった学生ほど、災害時に近所の人とのつながりを強く感じたとの結果が得られた。これらの結果から、学生の防災対策として、一人暮らしの学生の地域コミュニティへの参加促進が必要との結論に至った。

10. 報告書刊行の予定と概要：ありません。

<記入上の注意点> 1. 調査のテーマ毎に用紙を替えて(3つのテーマを立てて実施した場合は合計3枚に渡って)ご記入下さい。

2. 最上部の*印の箇所には数字を(*/*)には、報告書が複数枚になる場合のみ、3枚中の1枚目なら1/3とご記入下さい。

3. 全ての項目について具体的にご記入下さい。但し、1テーマ毎に印刷が必ずA4サイズ1枚に収まるようにして下さい。フォントサイズは変えず(設定してある通りにして)、項目毎に分量に応じて「行の高さ」を変えることで調整していただけたら幸いです。

4. 報告書はウェブ上で公開する予定です。また、調査実習情報をDB化することも検討しています。ご承知置きの上、ご記入下さい。

科目担当者氏名		科目担当者連絡先 (メールアドレス)	
(ふりがな)	ほりごめよしひろ		
堀籠義裕			
連絡責任者氏名		科目設置機関名	
(ふりがな)	あべこうじ		
阿部晃士		岩手県立大学	
授業科目名	科目認定番号	受講者数	
社会調査実習	IWKa-111101-0	9人 (科目全体では18人)	

I. 調査実習に関するコメント

学生が果たした役割や実習全般に対する感想など：テーマ設定から報告書の作成までを全学生が行った。前半のテーマ設定、調査企画の検討段階を含め、メンバー内で議論しながら作業していた。テーマの設定や調査対象の選定に多少手間取ったものの、その分調査を企画し、データを集めることの意義について理解が深まったものと思われる。

II. 調査の企画・設計 (デザイン)

1. 調査のテーマ/領域：

岩手県立大学学生の消費行動と知識習得におけるメディア利用に関する調査

2. 調査の内容/概要：東日本大震災に関する一連の報道を踏まえ、メディアが社会に与える影響に興味を持った。しかし、テーマの具体化において当時の社会情勢 (回答者に与える心理的影響) を考慮し、災害関連ではなく、特に消費の意思決定や知識の入手などの側面で日常生活に及ぼすメディアの影響力の把握を行うこととした。

3. 調査の範囲/対象 (量的調査の場合は母集団と標本数及びサンプリングの方法を、質的調査の場合は対象者選定の理由を必ず記入)：岩手県立大学の学部生

4. 主な調査項目：情報入手に利用するメディア、商品・サービス購入時に参照する広告媒体、SNSの利用、時事的な事柄の認知

III. データ収集の方法と結果

5. データ収集 (現地調査) の方法：全学部の学部生が履修する教養科目の授業終了時に、受講学生が質問紙を配布し、その場で回収した。

6. 調査の実施時期・調査地・調査員の数：実施時期：2011年12月1日、調査地：岩手県立大学、調査員：9人

7. 収集したデータの量と質への評価 (量的調査の場合は有効回収票数及び回収率を必ず記入)：有効回収票数は69票であった。本来は複数の授業科目からの協力を得る予定であったが、協力を得られた科目が少なかった都合上、票数が少ないのは止むを得ないとする。

IV. データ分析の方法と結果

8. データ分析/解釈の方法：学生の統計学の現有知識のレベルを踏まえ、平均値の差の検定や、カイ自乗検定を主に用いた。

9. 調査の成果 (調査から得られた主な知見など)：消費者の購買行動に関しては、贅沢品購入時は多様な広告から商品情報を得ており、反対に日用消耗品は少ない商品情報であっても購入することがわかった。経済学の価格弾力性と同様に、贅沢品の消費は広告量に対して「弾力的」であり、日用消耗品は広告量に対して「非弾力的」と言える。また、SNSの利用と交流の機会の増減との関係については、SNS利用者ほど交流が増えている。メディアに触れる機会と時事的な事柄の知識量の関係については、メディアに触れる機会が多いからといって、時事的な事柄の知識量が多いとは限らないことがわかった。

10. 報告書刊行の予定と概要：ありません。

<記入上の注意点> 1. 調査のテーマ毎に用紙を替えて(3つのテーマを立てて実施した場合は合計3枚に渡って)ご記入下さい。

2. 最上部の*印の箇所には数字を(*/*)には、報告書が複数枚になる場合のみ、3枚中の1枚目なら1/3とご記入下さい。

3. 全ての項目について具体的にご記入下さい。但し、1テーマ毎に印刷が必ずA4サイズ1枚に収まるようにして下さい。フォントサイズは変えず (設定してある通り)にして、項目毎に分量に応じて「行の高さ」を変えることで調整していただけましたら幸いです。

4. 報告書はウェブ上で公開する予定です。また、調査実習情報をDB化することも検討しています。ご承知置きの上、ご記入下さい。