

# 卒業後の大学との繋がりに関する実態・意識調査

## (1) 本調査の目的

大学は卒業生との繋がりを作ることで、産学官連携の仲介、大学情報の拡散など、様々なメリットを享受することができる。一方で、卒業生にとっても、大学との繋がりを維持することで、人脈形成や、社会人の学び直しなどのメリットを享受することができる。しかしながら、そのための卒業生サービスを設けたとしても、卒業生が大学との繋がりを持つ意欲がなければ、繋がりは生まれない。

そこで、本調査を通じて、卒業生と大学との繋がり現状や、繋がりへの意欲や、それに影響を与える要因についてのデータを得る。

## (2) 調査内容

- ・ 回答者の属性：卒業課程、年代、在住地
- ・ メディアの利用状況について
- ・ 名工大が行っているイベント、情報提供の認知・利用
- ・ 名工大の教員について
- ・ 大学時代に繋がりを持っていた人との、現在の繋がりについて
- ・ 名工大と繋がりを持ちたいか、繋がりを持つうえで障害となること など

## (3) 調査対象者

名古屋工業大学 社会工学科 経営システム分野（それに類する旧課程）の卒業生  
（総配布数 1785件）

## (4) 調査実施方法

Webの回答ページにリンクするQRコードを添付した質問紙を、2018年度の経友会（学科同窓会）の連絡に同封し、大学が連絡先を所有している卒業生に対して郵送した。また、回答の募集は、郵送またはWebにて行った。

※ 郵送とインターネットのどちらで回答するかは、回答者の任意

## (5) 調査実施期間

2018年9月から10月にかけての約1ヶ月半

## (6) 調査実施主体

名古屋工業大学 社会工学経営システム分野 横山研究室

## (7) 調査対象者数・回答数

対象者数 … 2361名

配布数 … 1785件（大学が住所を把握できた卒業生）

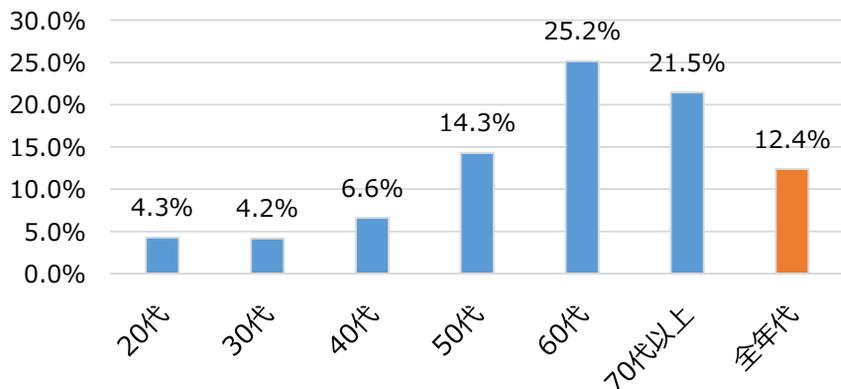
有効回収数 … 222件（郵送：173件 Web：49件）

※ 対象者に対する有効回収率は9.4%、配布数に対する有効回収率は12.4%であった。

# 回答者の基本属性

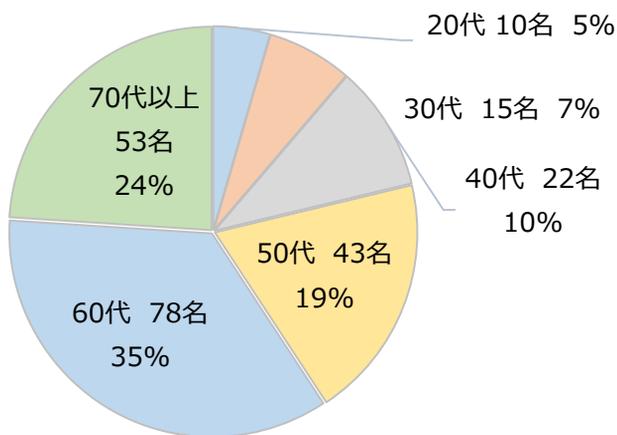
## 年代別回答率

※ 質問紙の発送数に対する、回答者数の割合

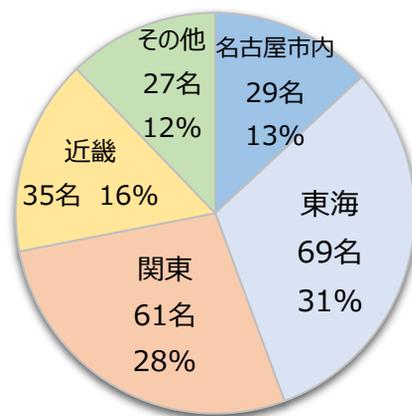


発送数 : 1785通  
回答者数 : 222名

## 回答者の年代

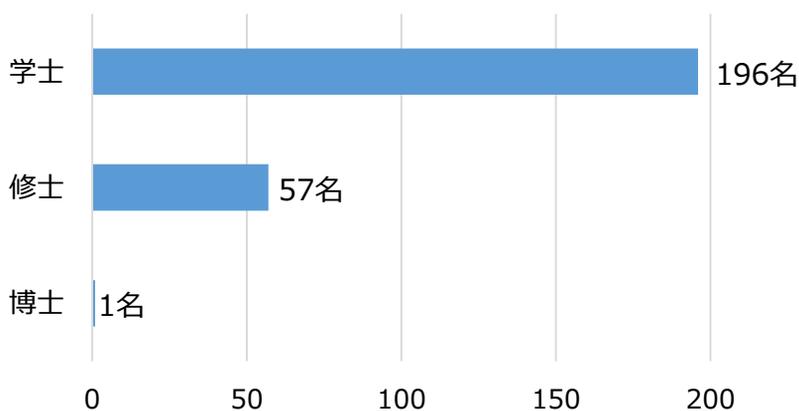


## 現在の居住地

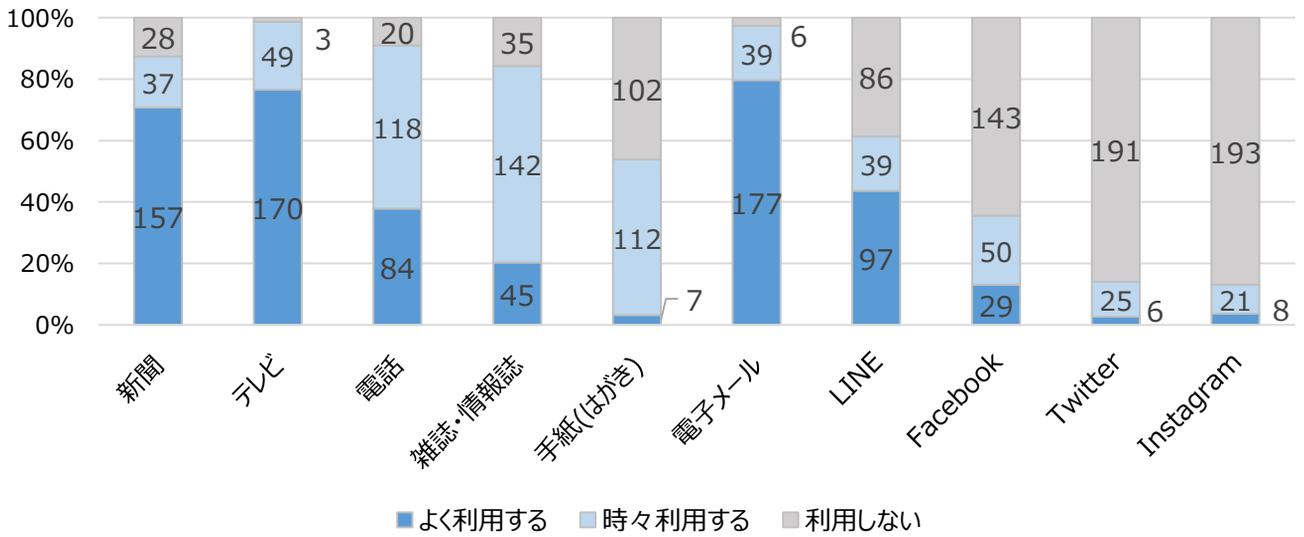


## 卒業・修了した課程

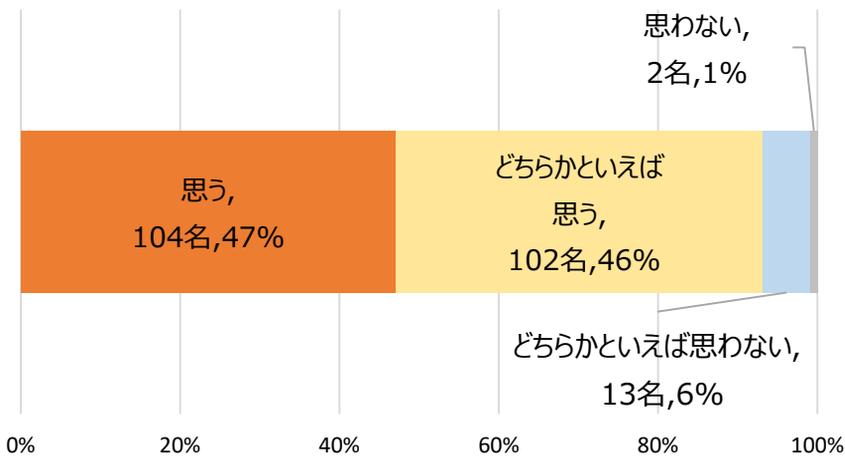
※ 複数回答可



# 各種メディアの利用状況



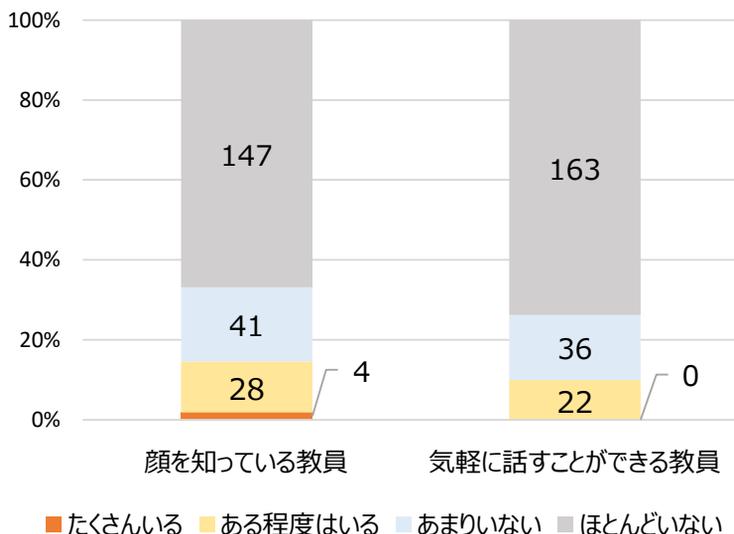
# 名工大に入学して良かったと思うか



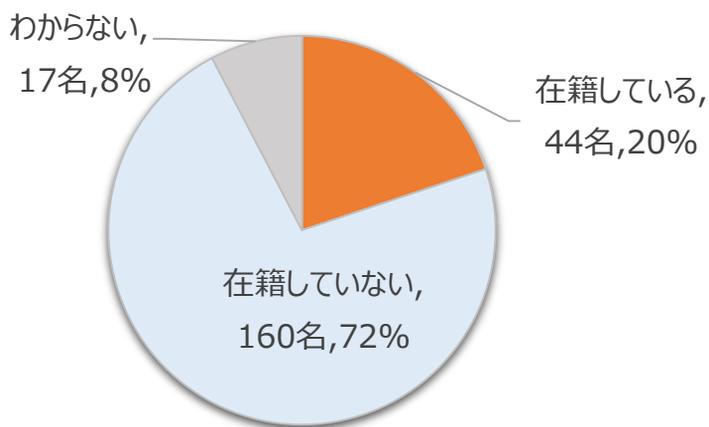
# 現在名工大に在籍している教員との関係

顔を知っている/気軽に話すことができる

名工大の教員はどれくらい在籍しているか

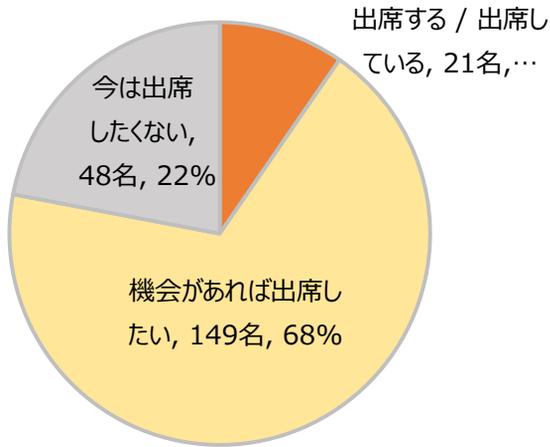


## 自身が配属されていた研究室教員の現在の在籍状況

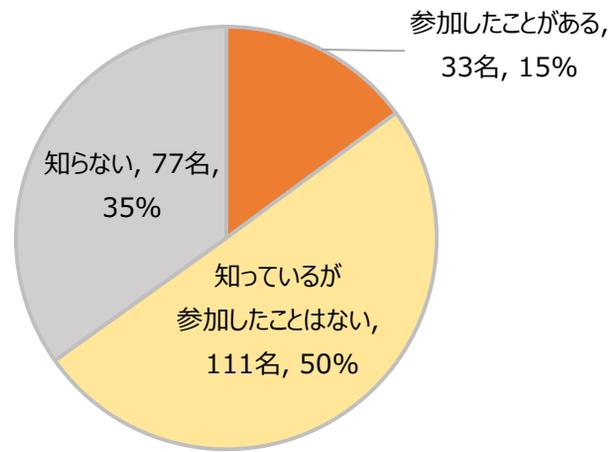


# 名工大のイベント・情報提供について

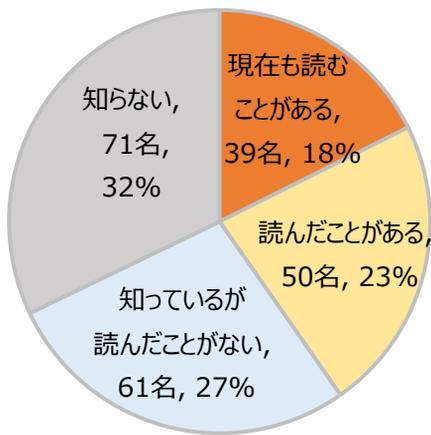
## 経友会（学科同窓会）



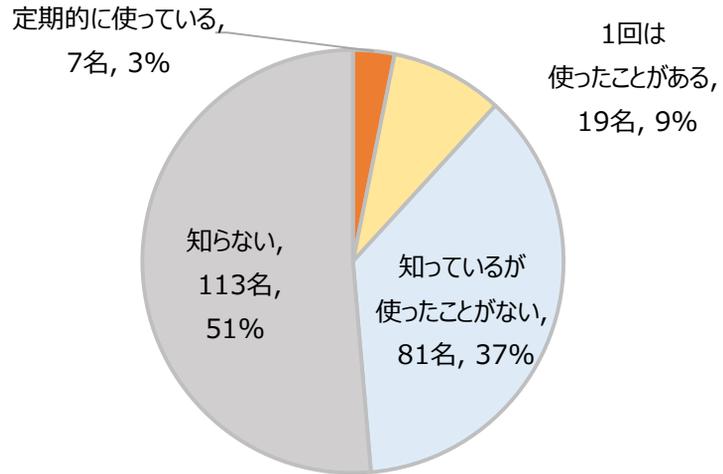
## ホームカミングデー



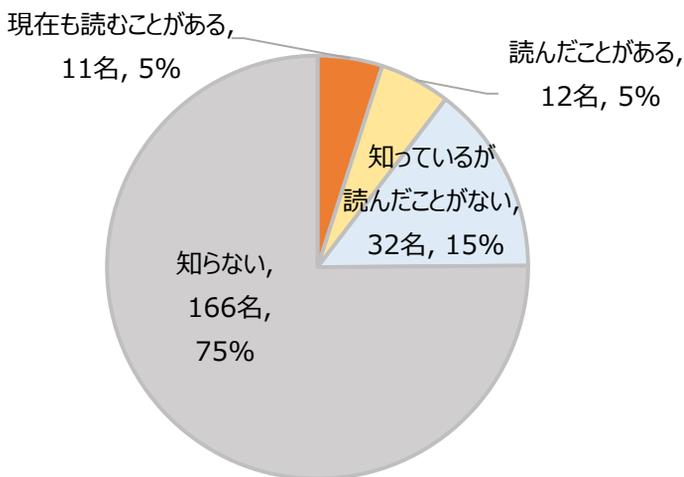
## 名古屋工業会 情報誌「ごきそ」



## 名工大メールアドレス



## 名工大メールマガジン



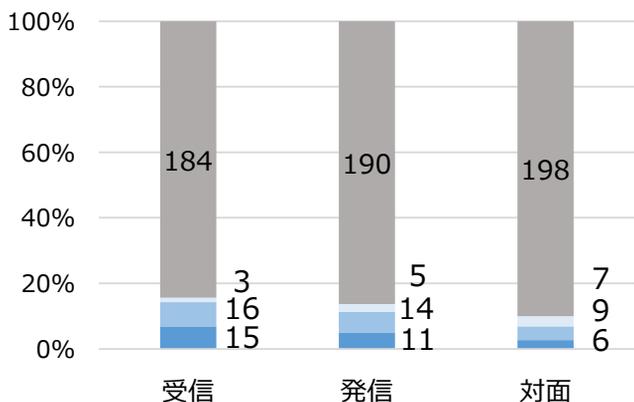
# 名工大・大学生活に関する人との付き合い

受信…電話・メール・チャット等で、連絡を受け取ることがある

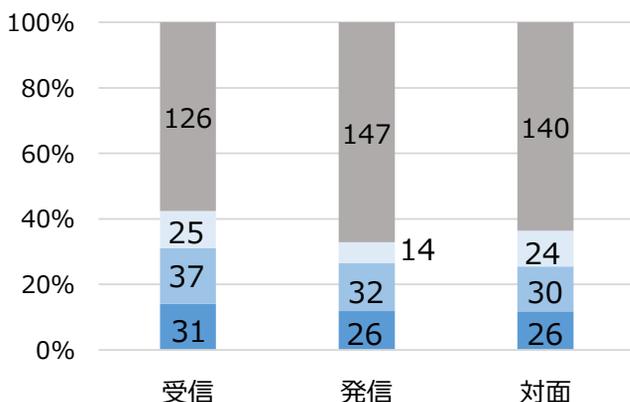
発信…自ら電話・メール・チャット等で、連絡をすることがある

対面…直接会うことがある

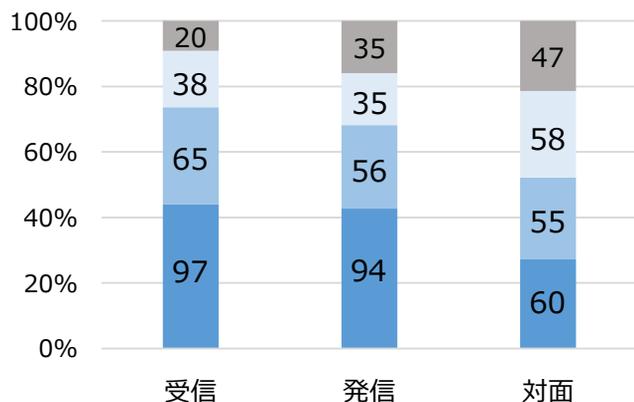
## 名工大の現役学生



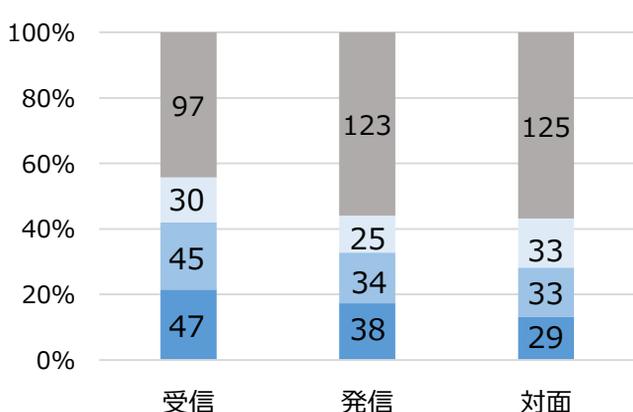
## 卒業後に会った名工大の卒業生



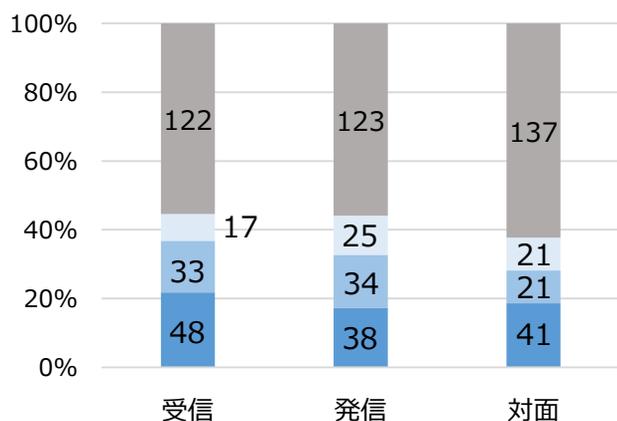
## 大学時代の名工大の友人



## 大学時代の名工大の先輩・後輩



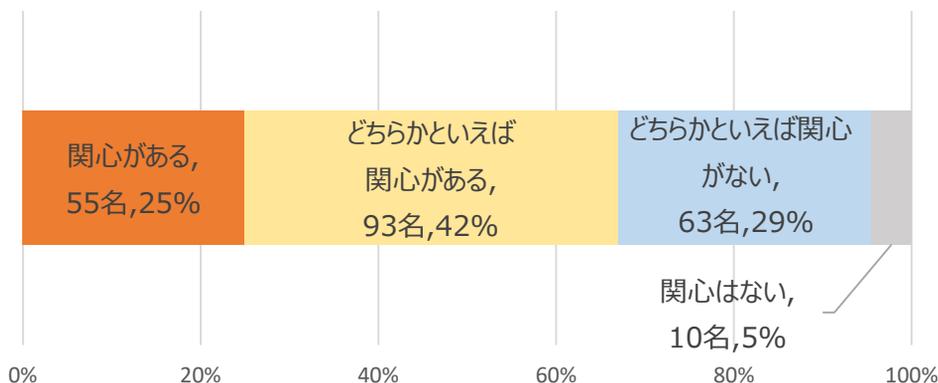
## 大学時代の名工大以外の友人



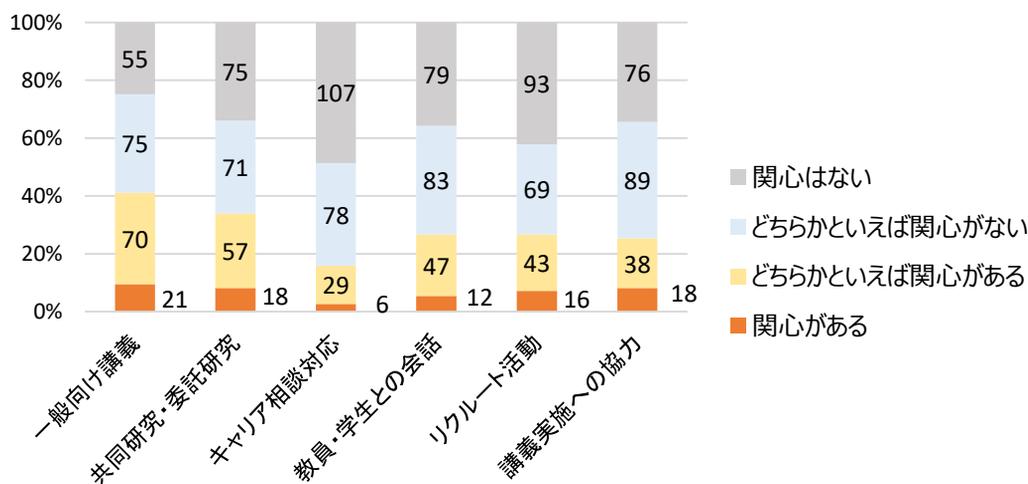
■ 1年に2回以上   ■ 1年に1回程度  
 ■ 2,3年に1回程度   ■ ほとんどない

# 現在の名工大への関心

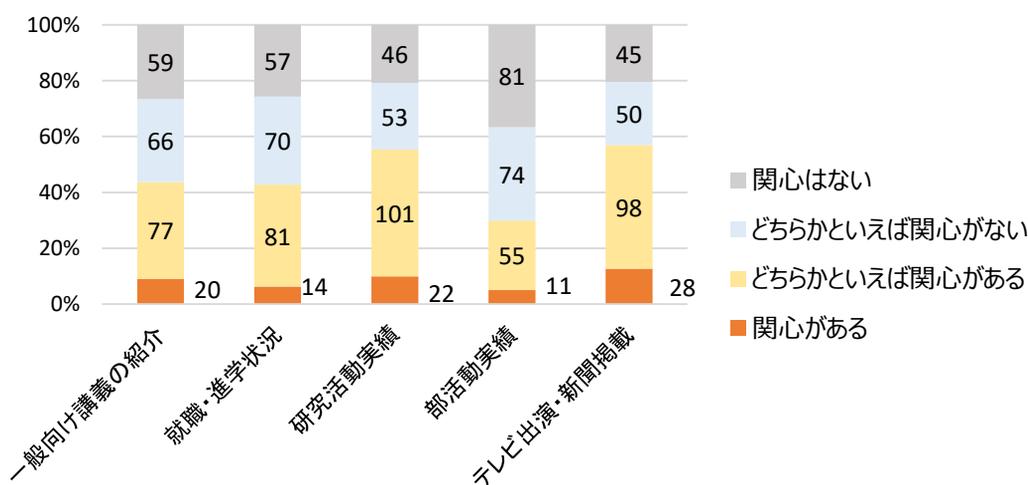
現在の名工大に関心があるか



名工大の各種活動に関心があるか

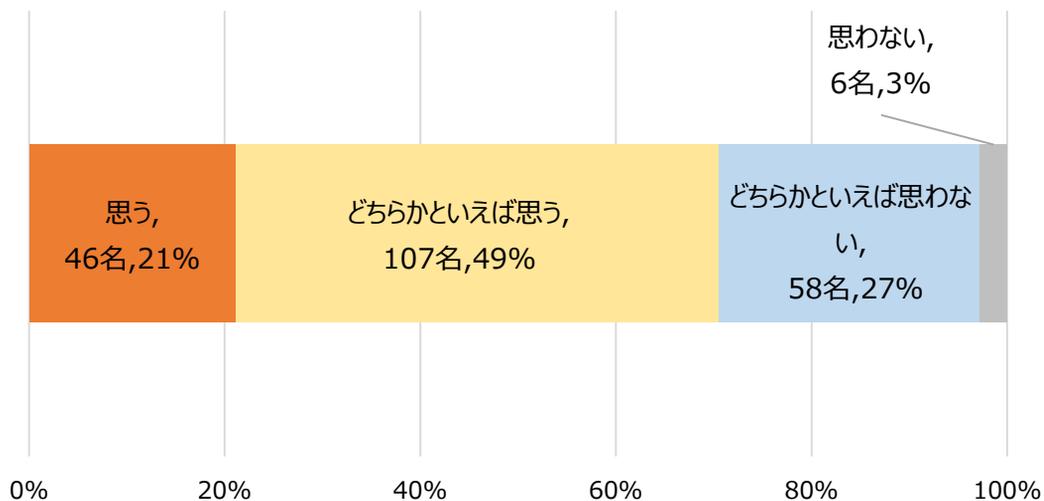


名工大の各種情報に関心があるか



# 今後の名工大との繋がり

今後、名工大との繋がりを持ちたいと思うか



卒業後に名工大との繋がりを持つ上で障害となることは何か

※ 複数回答可 (最大3つ)

