

## 「進学ブランド力調査2014」の調査結果に対する リクルート進学総研所長 小林浩の見解

リクルートでは2008年から、高校生から見た「進学ブランド力調査」を実施しています。この調査は毎年高校3年生になったばかりの4月の段階で、各大学の知名度や志願度、大学イメージなどを聞いています。今年の調査結果から見えるポイントについてまとめました。

### <POINT>

#### 1) キャンパス移転や学部・学科の新設などの大学改革が、高校生の志願度向上に大きく影響

- ・志願度ランキングを上げた大学の多くはキャンパス移転や学部・学科の新設を行っており、こうした大学改革の努力が高校生の志願度アップに影響を与えている。
- ・例えば、東海エリアで6年ぶりに1位となった名城大学は、2016年に向けナゴヤドーム前キャンパス開設と外国語学部（構想中）の新設を予定している。
- ・2015年に農学部を新設予定の龍谷大学も、関西エリア理系の志願度が昨年22位から13位へと大きくランクアップしている。
- ・また、イメージ項目ランキングでも、関東エリアの「国際的なセンスが身に付く」で4位から1位にアップした上智大学は、2014年4月に総合グローバル学部を新設。高校生のフリーコメントでも、“グローバル”“国際的”というコメントが多数見られた。

#### 2) 景気の回復基調を受けて、関東・関西・東海とも昨年より私学志向が強まる傾向

国公立大学、私立大学どちらに行きたいかを聞いている。経年で見ると、リーマンショック、東日本大震災を経て、長引く不況のなかで国公立志向が強まっていたが、景気の回復基調を受け、関東・関西・東海全てのエリアで私学志向がやや強まっている。

#### 3) この6年間で「理高文低」と「資格志向」が進む

2008年と2014年の進学希望分野を比較すると、「法律・政治」「経済・経営・商」といった従来いわゆる“つぶしのきく”と言われた学部の人気が大きく低下する一方、理工系分野は軒並み人気が高まっている。なかでも、資格取得が仕事に直結する「看護」「教育・保育」の人気は関東・関西・東海いずれも大きく伸びている。

## リクルート進学総研 所長 小林 浩（こばやし ひろし）

### <プロフィール>

1988年（株）リクルート入社。早稲田大学法学部卒。グループ統括担当や、『ケイコとマナブ』商品企画マネジャー、大学ソリューション営業、社団法人経済同友会出向（教育問題担当）、会長秘書、大学ソリューション推進室長などを経て、2007年4月より現職。文部科学省中央教育審議会 高大接続特別部会臨時委員。現、リクルート進学総研所長 兼、『リクルートカレッジマネジメント』編集長

## リクルート進学総研

PRODUCED BY RECRUIT



<リクルート進学総研とは> URL : <http://souken.shingakunet.com/>

高校生、進路選択に関する調査研究機関として、以下の活動を行っています。

- ・全国の大学、短期大学、専修学校など、高等教育機関の経営層向けの専門誌『カレッジマネジメント』の発行
- ・高校の先生を読者対象とする進路指導、キャリア教育の専門誌『キャリアガイダンス』シリーズの発行
- ・高等教育機関、高校生、進路選択に関する各種調査の実施や社外に向けての情報発信

### <取材にお答えできます>

- ・大学をめぐる政策動向全般について
- ・高校生の進路や将来についての価値観・大学のブランド力
- ・高校生、保護者、高等教育機関についての各種データ・マーケット動向や事例など、高校生～大学経営まで教育に関わる内容について幅広くお答えします。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ 広報担当  
[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)