

「進学ブランド力調査2015」 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) 関東は私学志向が強まる一方、関西・東海では、国公立志向が高まる

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、2010年以降リーマンショック、東日本大震災などを経た長引く不況のなかで全体的に国公立志向が強まっていた。しかし、昨年はアベノミクスによる景気浮揚感、東京オリンピック招致決定などの影響により、関東・関西・東海全エリアで私立大学志向が高まった。そして今年、関東では引き続き私学志向が強まる一方、昨年4月の消費増税の影響もあり、関西・東海では再び国公立が高まった。大学生の7割以上が私立大学に進学している現状では、景気の状態が進路選択に大きな影響を与えていることが、改めてわかる結果となった。

2) 高校生にとって「国際的なセンスが身につく大学」は、外国語大学

多くの大学がグローバル化への取り組みに力を入れているが、「国際的なセンスが身につく」イメージが強い大学のトップは、関東・関西・東海いずれも外国語大学となっており、高校生にとっての“国際的なセンス”とは、外国語が使いこなせる人材のイメージであることがわかる。これは、若年時から英語教育が導入され、使える英語力（読む・書く・聞く・話すの4技能）を強化しようとしていることの影響もあると考えられる。ちなみに、昨年スーパーグローバル大学が選定されたが、この調査結果だけを見ると、対象校で志願度ランキングが上昇した大学、横ばい、下がった大学が大体3分の1ずつとなっており、スーパーグローバル大学というだけで、志願度が上がるという傾向は見られなかった。

3) 3エリア共通で前年比増加した希望分野は「国際関係・国際文化」「医療・保健・衛生」のみ

高校生が進学したいと考える分野を前年と比較すると、3エリア共通で増加している分野が「国際関係・国際文化」「医療・保険・衛生」の2分野のみとなった。これまで、資格取得が仕事に直結する分野として人気を集めてきた「看護」や「教育・保育」がエリアによっては、減少に転じている。「看護」はここ数年新設ラッシュとなっていること、「教育・保育」については、少子化による懸念から、エリアによっては影響が出ていると感じられる。

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。文部科学省高大接続システム改革会議委員。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/