

「進学ブランド力調査2016」 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」を実施している。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る。各大学は、様々な大学改革を実施したり、広報を展開し、高校生にメッセージを送っている。しかし、高校生側にそれが届いているとは限らない。今年の調査結果から見えるポイントについてまとめた。

<POINT>

1) 東海・関西エリアは私立志向上昇、関東は引き続き私立志向が過半数。

特に、関西エリアは私立志向が国公立志向を上回る。

- ・国公立大学、私立大学どちらに行きたいかを聞いている。
2009年～2013年：国公立志向強まる（リーマンショック、東日本大震災などを経た不況）
2014年：私立志向強まる（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）
2015年：関西・東海のみ再び国公立志向強まる（消費増税5%⇒8%）
2016年：関西・東海で再び私立志向が強まる。関東は引き続き私立志向が過半数（消費増税先送り）
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。

2) 関西の知名度ランキングで、近畿大学が4年ぶりトップに(志願度では関西大学がトップ)

- ・近大マグロ等積極的な広報を展開している近畿大学が、関西エリアの知名度（知っている大学）ランキングで4年ぶりにトップとなった。志願度（志願したい大学）ランキングでは、関西大学が2008年から9年連続トップとなっている。

3) 3エリア共通で前年比増加した希望分野は「経済・経営・商」「文学」「人間・心理」「哲学・宗教」

- ・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のは上記4分野となった。その一方、これまで人気を集めてきた「医療・保健・衛生」や「教育・保育」は3エリア共通で減少に転じている。
- ・近年、長引く不況の影響を受け、資格取得が仕事に直結する医療系学部や、就職に有利とされる理系学部の人気が高くなっていた。しかし、就職状況が改善したことで、文系学部でも就職しやすい環境になったこともあり、文系分野を希望する高校生が増加している。

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初等中等教育分科会委員。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/