

高校生に聞いた大学ブランドランキング 「進学ブランド力調査2022」 ～高校生の志向の変化～

リクルート進学総研 研究員

飯島隆介

池内摩耶



本動画の目的

**15回を迎えた「進学ブランド力調査」を総合的に振り返り、
高校生の大学を見る目と志向性変化の兆しを捉えたい**



本動画内の引用調査概要

進学ブランド力調査

■調査目的

高校生の「大学選びの動向」を明らかにするため、毎年4月に、高校3年生を対象として行っている調査。大学の志願度、知名度の他、大学に対するイメージを調べています。

■調査対象エリア

関東エリア、東海エリア、関西エリアの高校に通っている高校3年生

■調査対象校数（2022年）

- ・ 関東エリア 314校（自エリア250校、他エリア 64校）
- ・ 東海エリア 218校（自エリア 85校、他エリア133校）
- ・ 関西エリア 262校（自エリア149校、他エリア113校）

進学センサス

■調査目的

高校生の進路選択プロセスを中心に、進路選択に際しての情報源、進路指導の内容と影響などについて、高校卒業予定の高校3年生対象に行っている調査。

■調査対象エリア 全国

高校生価値意識調査

■調査目的

高校生の現在と将来のイメージ、進路選択、職業・キャリア、結婚などに関する価値意識の実態を把握する調査。

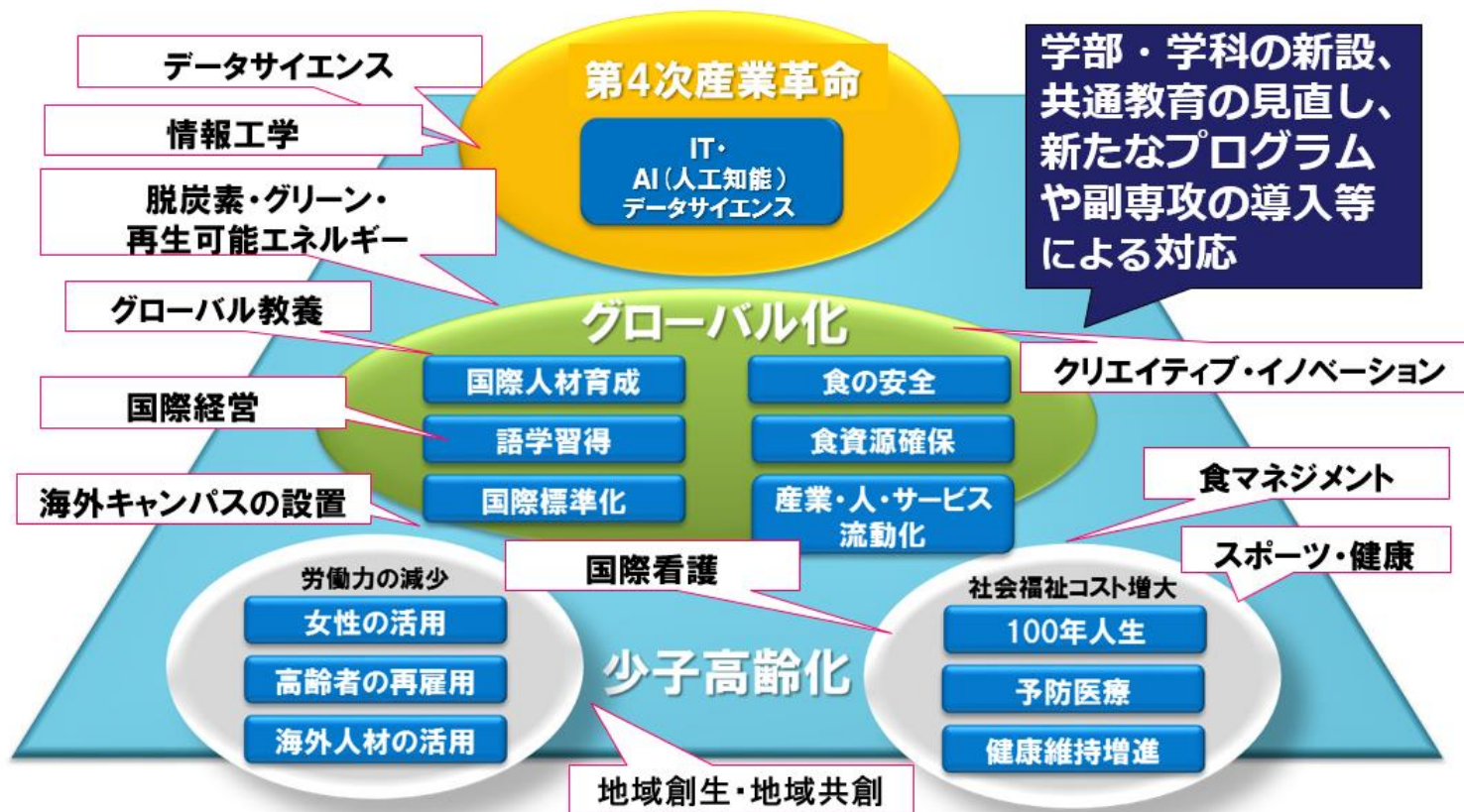
■調査対象エリア 全国

■ アジェンダ

1. はじめに：考慮すべき社会背景と2022調査結果サマリ
2. 15年間の振り返りから分かった、高校生の大学を見る目
3. 2022の結果から見る、志向性の変化の兆し

求められる新しい社会課題（メガトレンド）への対応

新たな社会課題に対応した学問領域（複合分野）の誕生



出典：リクルート「カレッジマネジメント」205号掲載図表に加筆

AI/IT

- 2016年:
経済産業省「IT人材の最新動向と将来推計に関する調査」
- 2016年1月:
「第5期科学技術基本計画」
文部科学省に「数理及びDS教育の教科に関する懇談会」設置
- 2018年:
経済産業省「DXレポート」2025年の壁
- 2019年:
内閣府「AI戦略2019」2025年までのAI人材育成目標

自然科学（理系）

- 2022年:
教育未来創造会議
自然科学分野を専攻する学生の割合5割程度を目指す

改革を推進する意欲ある大学の取り組みに注目が集まる

主要なデータサイエンス・AI領域の大学設置年表

■DS領域

2017年	滋賀大学 データサイエンス学部
2018年	横浜市立大学 データサイエンス学部
2019年	武蔵野大学 データサイエンス学部 成城大学 データサイエンス教育研究センター 滋賀大学大学院 データサイエンス研究科（修士）
2020年	長崎大学 情報データ科学部 滋賀大学大学院 データサイエンス研究科（博士後期） 横浜市立大学大学院 データサイエンス研究科 （博士前期・後期）
2021年	立正大学 データサイエンス学部 大阪工業大学 情報科学部 データサイエンス学科 南山大学 理工学部 データサイエンス学科 武蔵野大学大学院 データサイエンス研究科（修士） 早稲田大学 データ科学認定制度
2022年	近畿大学 情報学部 日本工業大学 先進工学部 データサイエンス学科 人間環境大学 環境科学部環境 データサイエンス学科 名城大学 情報工学部 情報工学科

■AI領域

2013年	明治大学 総合数理学部
2016年	大阪工業大学 ロボティクス&デザイン工学部 千葉工業大学 先進工学部 未来ロボティクス学科 信州大学 繊維学部 機械・ロボット学科
2017年	東洋大学 情報連携学部
2018年	日本工業大学 先進工学部 ロボティクス学科
2020年	千葉工業大学大学院 先進工学研究科 龍谷大学 先端理工学部 機械工学・ロボティクス課程 立教大学大学院 人工知能科学研究科
2021年	追手門学院大学 心理学部 人工知能・認知科学専攻
※専門学校の職業教育領域でもAI分野での新增設が相次ぐ	
2018年	日本電子専門学校 AIシステム科
2020年	日本工学院八王子専門学校 ITカレッジAIシステム科
2021年	東京みらいAI&IT専門学校

主要な工学系 設置年表（予定）

2022年	奈良女子大学 工学部 工学科 学部新設
2024年	お茶の水女子大学 共創工学部（人間環境工学科、文化情報工学科）（仮称）【設置構想中】

主要なデータサイエンス・AI領域 2023年設置予定

関東)

- ・一橋大学 ソーシャル・データサイエンス学部
- ・東京都市大学 デザイン・データ科学部
- ・明星大学 データサイエンス学環
- ・湘南工科大学 情報学部 情報学科
- ・亜細亜大学 経営学部 データサイエンス学科
- ・玉川大学 工学部 デザインサイエンス学科
- ・群馬県立女子大学 文学部文化情報学科
- ・北里大学 未来工学部 データサイエンス学科
- ・順天堂大学 健康データサイエンス学部健康データサイエンス学科

東海)

- ・名古屋市立大学 データサイエンス学部 データサイエンス学科

関西)

- ・大和大学 情報学部
- ・京都女子大学 データサイエンス学部
- ・大阪成蹊大学 データサイエンス学部

主要なSDGs 関連学部 2023年設置予定

- ・武蔵野大学 工学部サステナビリティ学科
- ・立命館アジア太平洋大学 サステイナビリティ観光学部

「進学ブランド力調査2022」 調査結果サマリー

<調査結果POINT>

1) 志願度は関東・東海・関西すべてのエリアで1位と2位は前年と変わらず。

【関東】「早稲田大学」が2年連続で1位となり、「明治大学」が2位。

【東海】「名城大学」が6年連続で1位となり、「名古屋大学」が2位。

【関西】「関西大学」が15年連続で1位となり、「近畿大学」が2位。

**2) 志望希望分野は、技術革新・DX化・再生可能エネルギー等を背景に「情報」、「工学（電気・電子・情報）」
「工学（エネルギー）」「工学（機械）」の希望者が増加。**

その他、理系人材への注目もあり「生物・農・獣医・林産・水産」「薬学」といった理系分野の希望者も2年連続で増加している。

3) “学ぶ内容と卒業後のイメージ”をより重視し大学を選ぶようになっている傾向がみられる。

進路検討時の重視項目は、「学びたい学部・学科がある」は全項目の中で最も高く、2年連続で増加中。この他、上位項目の中では「就職に有利である」「教育方針・カリキュラムが魅力的である」「卒業後に社会で活躍できる」が2年連続で増加している。

<調査結果解説詳細>

本日のアジェンダ

1. 本調査の目的

2. 2022年考慮すべき背景

3. 2022年調査結果発表



進学総研所長 小林による

「進学ブランド力調査の調査結果詳細」は別動画で解説しております。

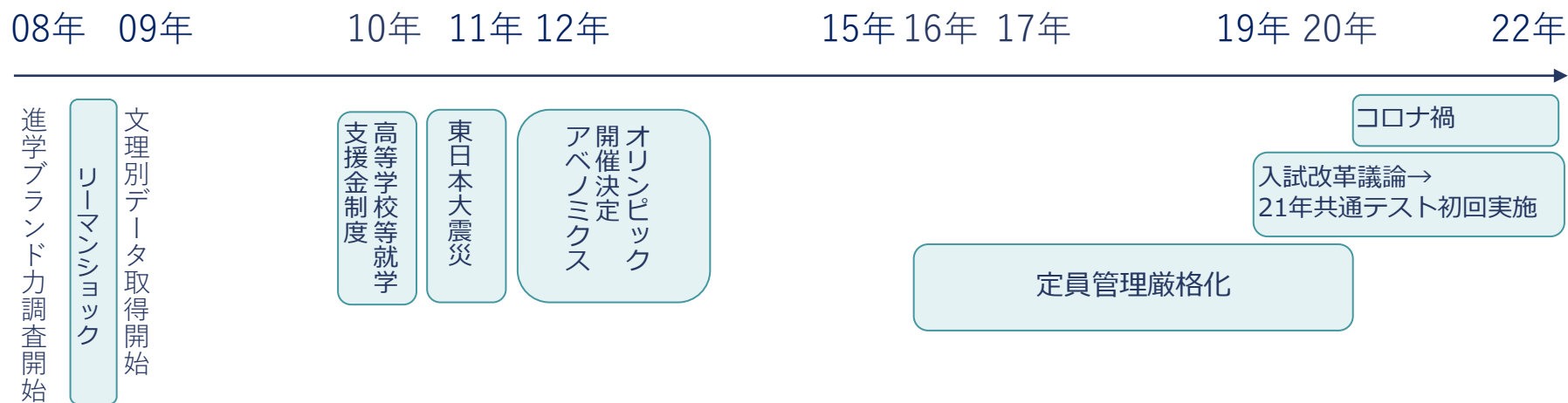
ぜひ合わせてご覧ください。

■ アジェンダ

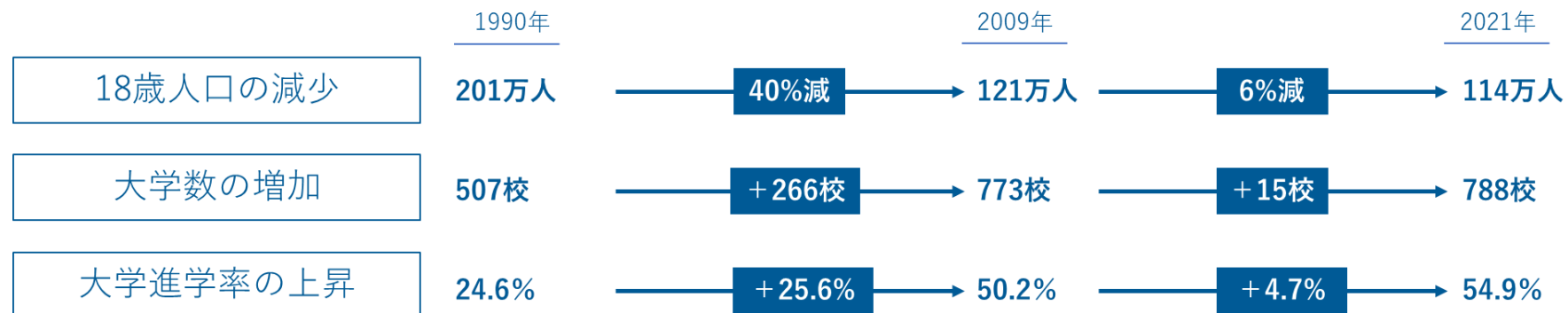
1. はじめに：考慮すべき社会背景と2022調査結果サマリ
2. 15回の振り返りから分かった、高校生の大学を見る目
3. 2022の結果から見る、志向性の変化の兆し

進学ブランド力調査は15回目になりました

◆進学ブランド力調査と世の中の主な動き 社会環境の変化を受け変化する、大学ブランド力を分析してきました



◆進路環境の変化 2009年以降は大学進学増加率が鈍化する中、学校数増・18歳人口減で厳しい募集環境に



本動画では15回のデータから下記2点の 「高校生の大学を見る目」について分析

①【学ぶ内容への意識】



価値観の多様化とよく聞くけど
高校生の進路選択の価値観はど
う変化しているのだろう

学校選びの軸は、個人によって異なるけど
大きな傾向差はどのような時に見えるのか

②【文理選択×希望分野への意識】



人材ニーズの高まりもあって
「理系」希望が増えているっ
ていうけど本当？

最近、文理横断と言われ「文系」「理系」
の進路選択する高校が減ってきていると
聞いたんだけど、高校生の分野選択ってど
うなっている？

高校生の進路選び～2019年の兆し～

2019年12月「トレンド発表会（現コレカラ会議）」にて、進学領域における2020年以降のトレンドを発表。
自分のやりたいことを重視し、モチベーションを大切にした“**自分軸**”を持った進路選択が増加すると予測。

進学領域における2020年のトレンド予測

[参照リンク先](#)

ワクワクするモチベーションを大切にした進路選び

ワクワクモチ進路

学校の授業や学校外での「まなび」の機会をきっかけに、
自分のやりたいことを重視し、まなぶ環境を積極的に選択する生徒が増加する兆し

「ワクワクモチ進路」のポイント

- ①「まなび」の機会をきっかけに自ら動き出す
- ②同質化ではなく、**独自性**を重視し、**自分軸**を持っている
- ③**学校の枠を超えた**自主活動に積極的

これまで
一部の意識高い系、スポーツ選手など特定の生徒が多かった



これから「ワクワクモチ進路」

学校の授業や学校以外でのまなびでの経験がきっかけとなり、
出る杭は打たれる、ではなく出る杭をともに育み・伸ばす教育や進路選びがトレンドになってくる

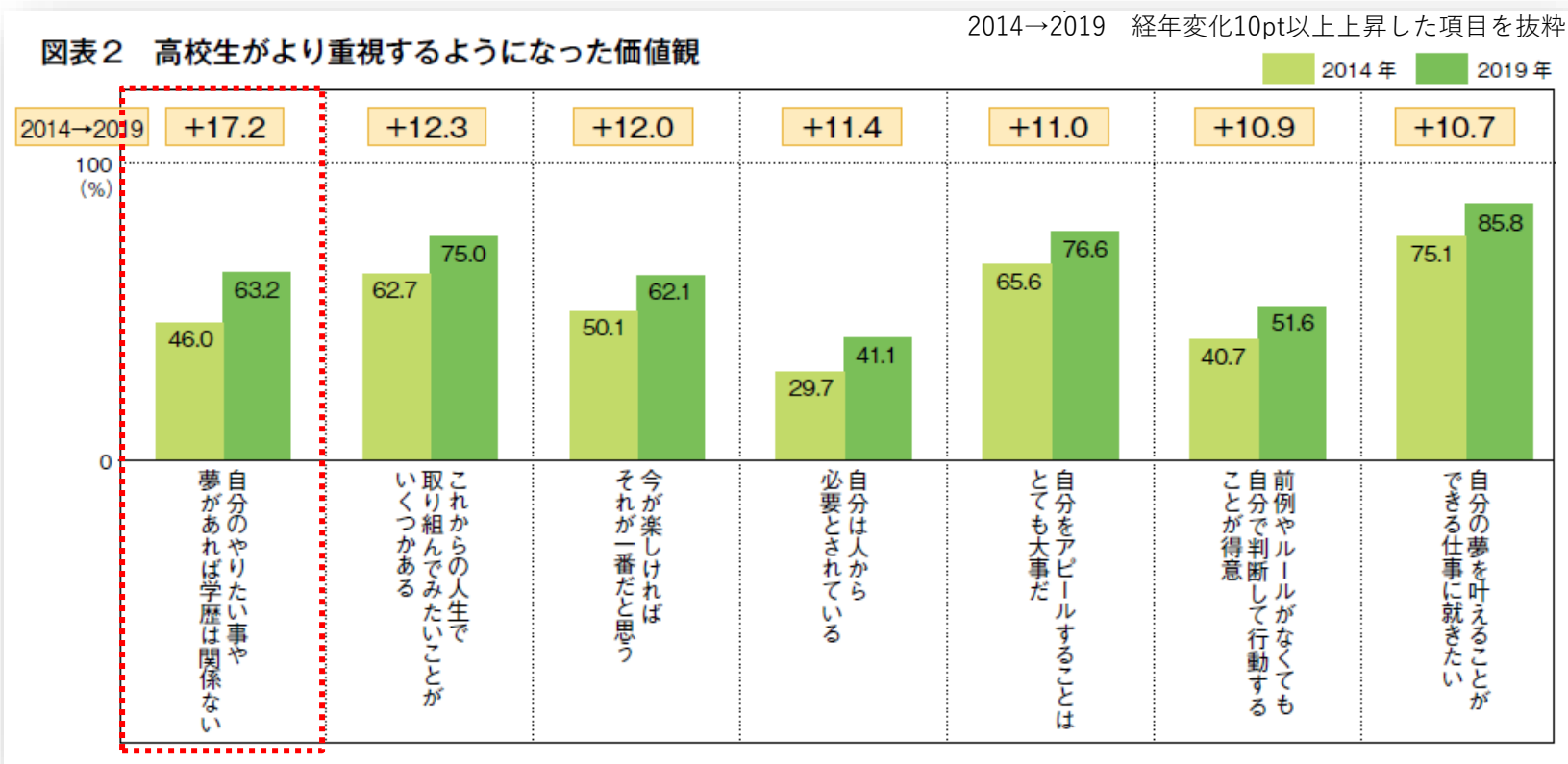


高校生が重視するようになった価値観～2019年の兆し～

予測困難となった時代

独自性と自分軸を重視した価値意識“**自分のやりたい**”を大切にしたい

- ★自分のやりたいこと・夢は大切という価値観を素直に肯定
- ★新しいことに挑戦し、将来に繋げていきたいという意思
- ★空気は読むが、自分をアピールすることは大事



進路選択における重視項目の経年変化

2009年～2022年のスコア変動を見たファインディングスは2つ

①変わらない重視項目TOP5

(経年でずっと高い項目)

- ◆ 学びたい学部・学科がある
- ◆ 校風や雰囲気が良いこと
- ◆ 教養が身につくこと
- ◆ 自宅から通える
- ◆ キャンパスがきれいである



高校生が時代変化に拘わらず
重視する項目

②変わる重視項目TOP5※1

(経年で伸び率の高い項目)

伸び率

学び
の
内
容

1位；教育内容のレベルが高い

2位；学生の学力が高い

3位；教育方針・カリキュラムが魅力的

入試

4位；入試方法が自分に合っている

規模

5位；規模が大きい



高校生が進路環境変化に伴い、
より重視するようになった項目

“学びの内容”を重視する高校生は増加。加えて、入試の多様化・コロナ禍における情報不足影響もあり、“入試方法とのマッチング”“大学の規模”への重視傾向が見られた。

本動画では15年間のデータから下記2点の 「高校生の大学を見る目」について分析

①【学ぶ内容への意識】



価値観の多様化とよく聞くけど
高校生の進路選択の価値観はど
う変化しているのだろう

学校選びの軸は、個人によって異なるけど
大きな傾向差はどのような時に見えるのか

②【文理選択×希望分野への意識】



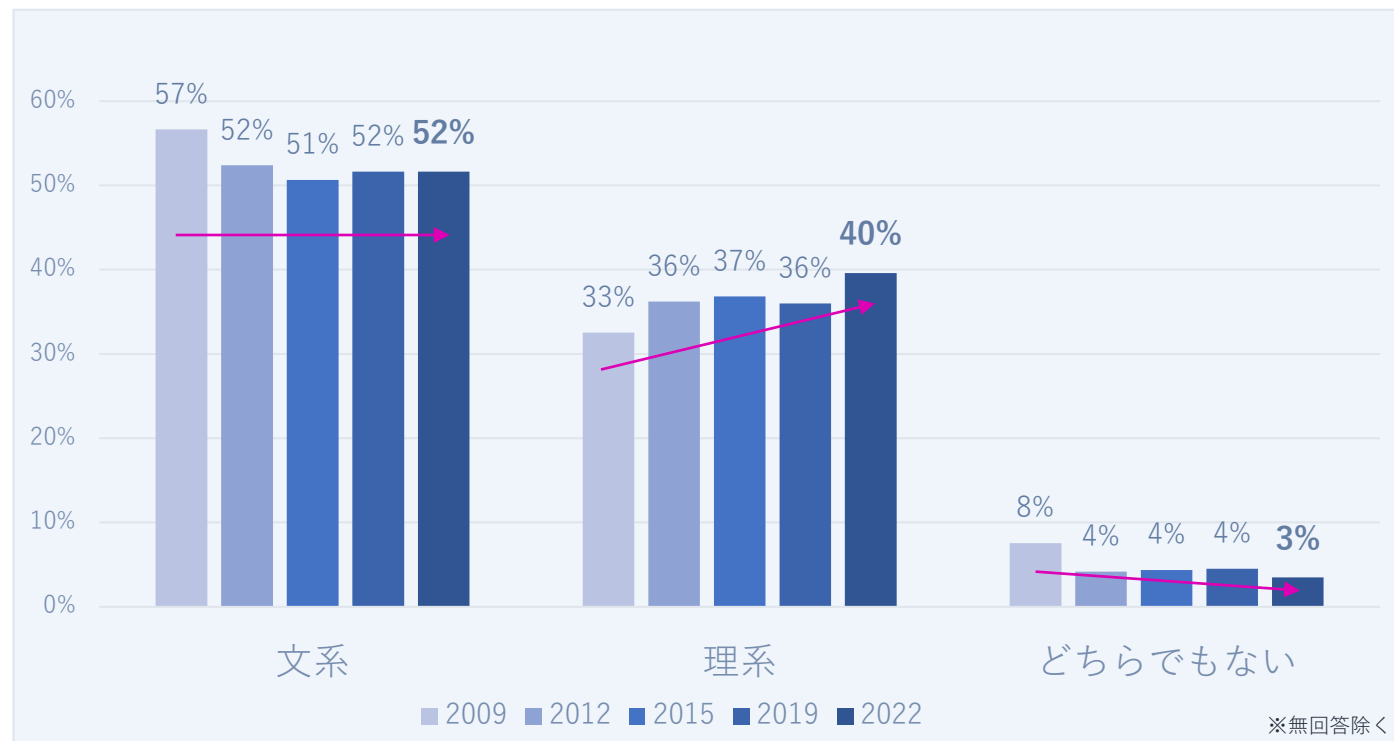
人材ニーズの高まりもあって
「理系」希望が増えているっ
ていうけど本当？

最近、文理横断と言われ「文系」「理系」
進路選択する高校も減ってきている聞いた
んだけど、高校生の分野選択ってどうなっ
ている？

文系は50%強を推移しており、理系は増加し2022年は40%。

文系・理系比率の2009～2022経年推移

あなたは「文系」「理系」どちらですか。あてはまるものを選んでください。



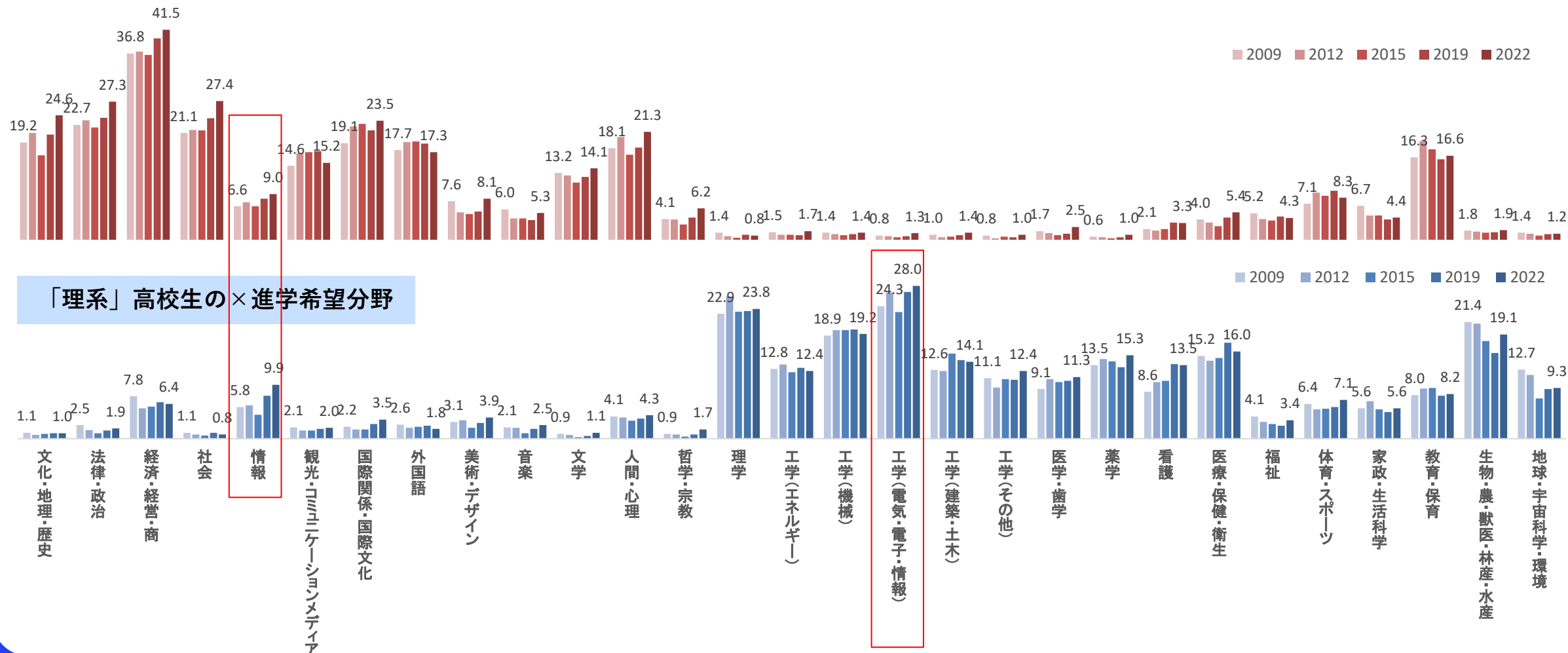
「文系」は50%強を推移しており、「理系」は増加し2022年は40%。
「どちらもでない」は微減。

「文系」「理系」それぞれが希望する分野が偏る傾向。 文系・理系ともに「情報」の希望が増えている。

「文系」 高校生の進学希望分野

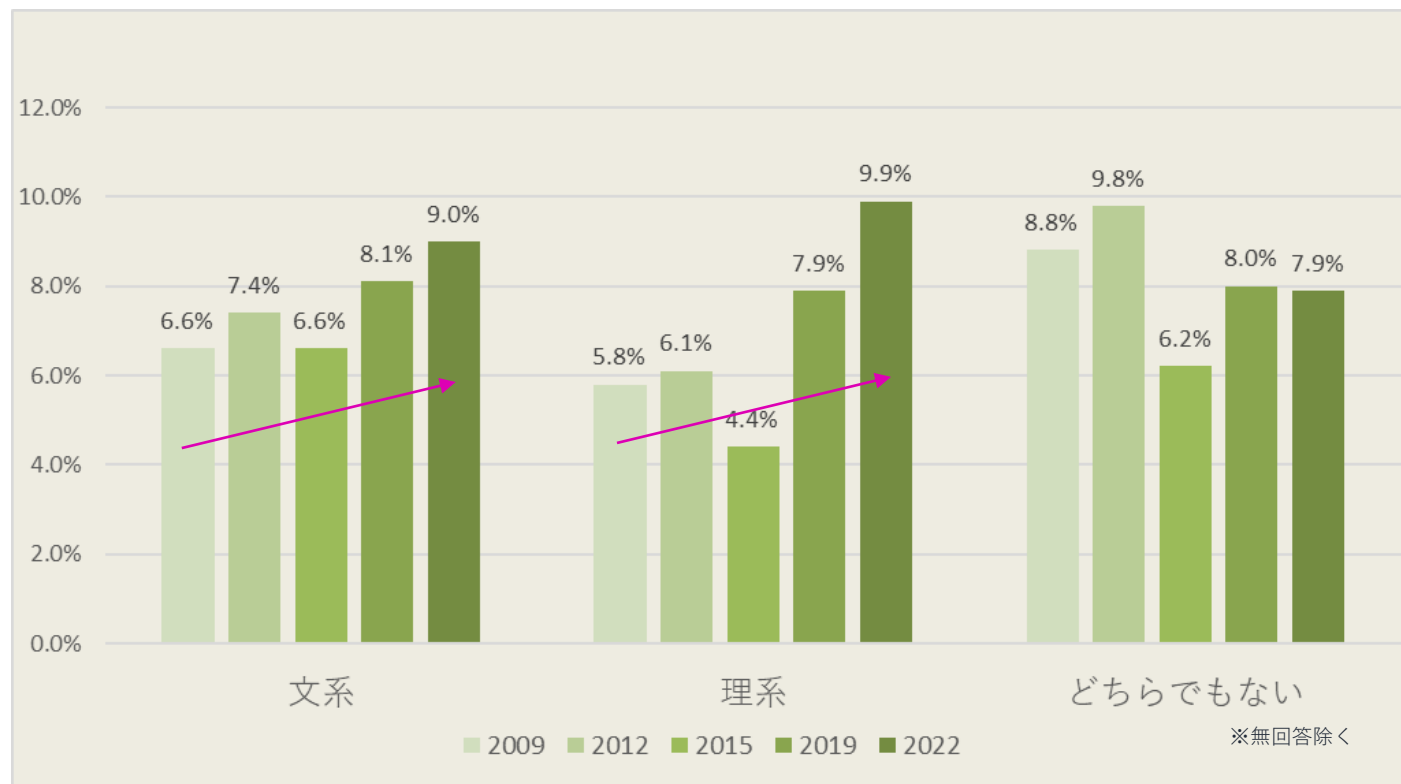
「文系」「理系」×進学希望分野

あなたが進学を希望する分野すべてを選択してください。



「情報」を希望する高校生は文系9.0%、理系9.9%でほぼ同率 経年で見ると文理問わず希望する高校生は増加

「情報分野」を希望する高校生の文理比率の経年推移



昨今、新增設も多い「情報」は文理横断をカリキュラムの目玉にしている学校が目立つが、
実際高校生の希望も「文系」「理系」双方から志願を得ているようだ。

ここまでのまとめ

①【学ぶ内容への意識】

高校生の価値観や進路選択時の意識を経年で見ると、

- “学びの内容”をより重視
- “自分のやりたい”を大切にしたい
- “入試方法”とのマッチング重視

自分のやりたいことが学べるのか、
を軸に“学びの内容”への意識の高まりが見られる

②【文理選択×希望分野への意識】

- 「文系」52%「理系」40%で、経年で「理系」が増加。
- 文系・理系ともに「情報」の希望が増えている。

「文系」「理系」選択する高校生が大多数であることは変わらない。
文理横断分野として注目される「情報」は文理問わず希望者増加。

■ アジェンダ

1. はじめに：考慮すべき背景と2022調査結果サマリ
2. 15回の振り返りから分かった、高校生の大学を見る目
3. 2022の結果から見る、志向性の変化の兆し

進学ブランド力調査15回の分析から
「学ぶ内容」を重視する傾向が見られた。

2022で起きた**新たな変化の兆し**はあるのか
みていきたい。

【22卒】

学びの内容・出口への意識の高まり

「進学先検討時の重視項目」を見てみると

<2回連続順位が上がった項目>

- ・教育方針・カリキュラムが魅力的である（2016年：16位→2019年：12位→2022年：3位）
- ・教育内容のレベルが高い（2016年：23位→2019年：21位→2022年：16位）
- ・社会で役立つ力が身につく（2016年：21位→2019年：17位→2022年：15位）

<2回連続順位が下がった項目>

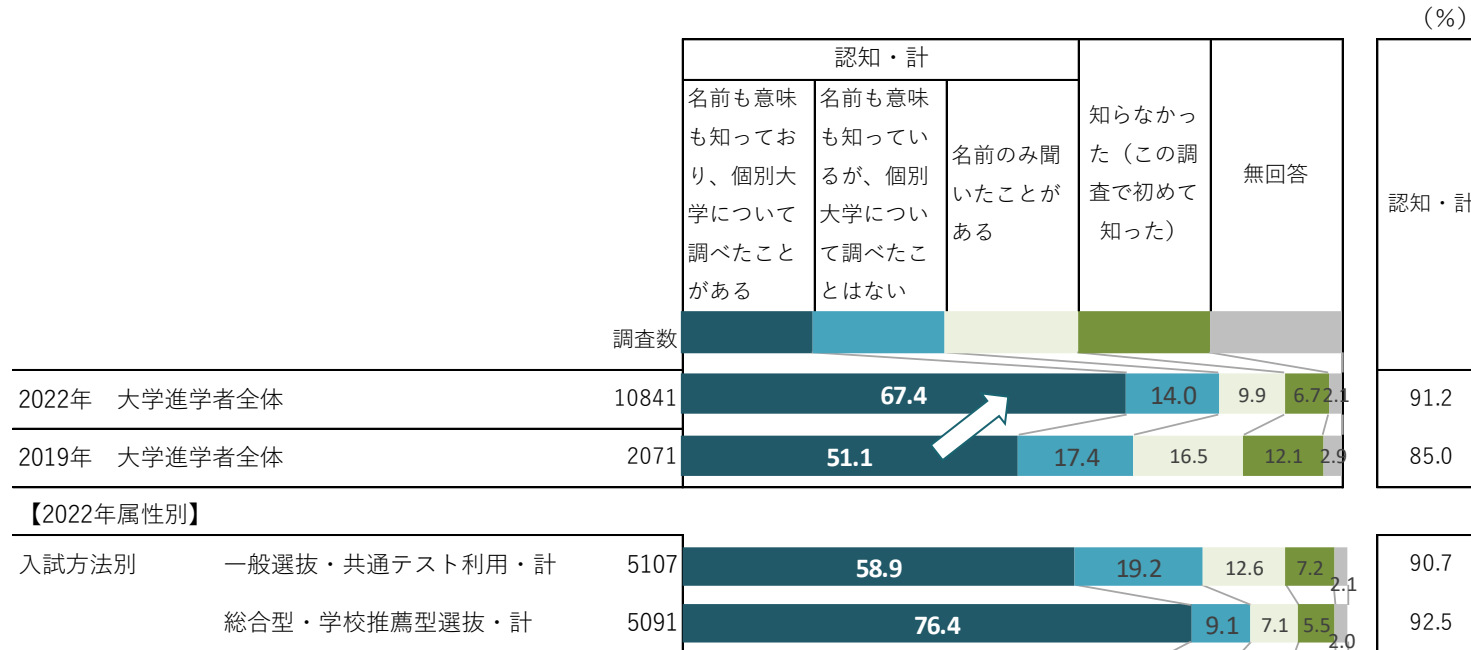
- ・資格取得に有利である（2016年：6位→2019年：7位→2022年：9位）
- ・偏差値が自分に合っている（2016年：7位→2019年：8位→2022年：9位）
- ・キャンパスがきれいである（2016年：10位→2019年：14位→2022年：19位）

- ・社会環境の変化を受けて、入口→**学びの内容&出口・卒業後への意識の高まり**が見られる。
- ・コロナ禍によって**リアルに入手できる項目が軒並みダウン**（「キャンパスがきれい」「校風がよい」など）。また入口の項目「偏差値が自分に合っていること」は年々ランキングダウン傾向

【22卒】

アドミッション・ポリシーを調べる高校生の増加

- ・約7割の高校生がアドミッション・ポリシーを調べた経験がある。
- ・2019年から16ポイント増加しており、“アドミッション・ポリシーを調べる”高校生が増加。
- ・総合型・学校推薦型層（76%）が一般選抜・共通テスト層（59%）より、18ポイント上回るが、一般選抜・共通テスト層も約6割はAPを調べている。



2017年に策定が義務付けられたアドミッション・ポリシーは徐々に高校現場に浸透しており、入学前に、自分が学びたい内容や各大学の教育方針について、知り考える機会が増えている。

【23卒】

学びの内容・出口への意識の高まり引き続き

「進学先検討時の重視項目」の
2年連続増加した項目を見てみると

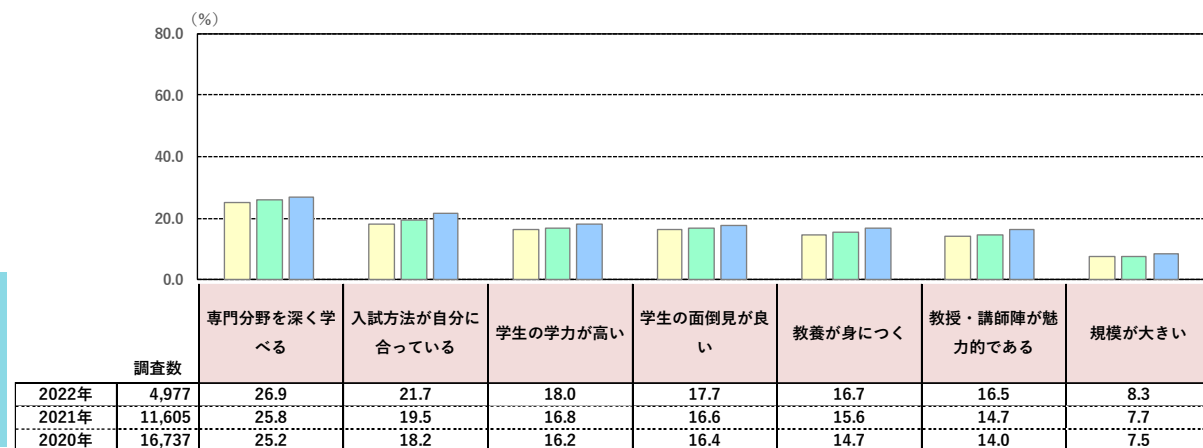
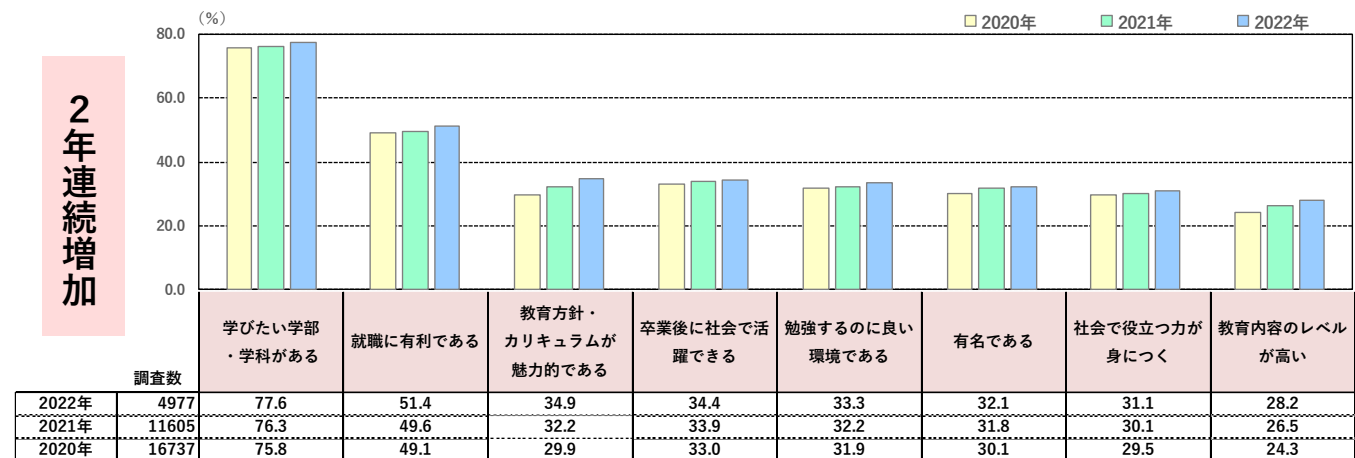
< 学びの内容に関する項目 >

- ・教育方針・カリキュラムが魅力的である
- ・勉強するのに良い環境である
- ・教育内容のレベルが高い
- ・社会で役立つ力が身につく

< 出口・卒業後に関する項目 >

- ・就職に有利である
- ・卒業後に社会で活躍できる
- ・社会で役立つ力が身につく

23卒予定の高校生も引き続き、
「**学びの内容**」を重視する傾向は高く、
「**出口・卒業後**」への意識も高まっている。

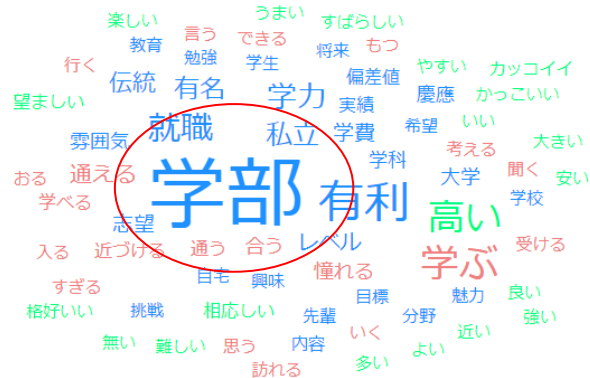


【2015→2022経年変化】

高校生が大学を志望する理由

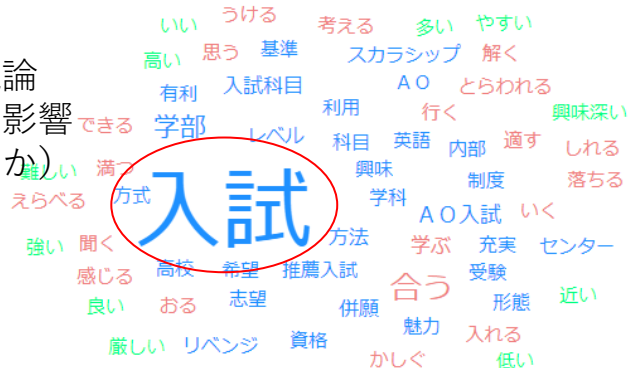
2015年

(定員厳格化前)



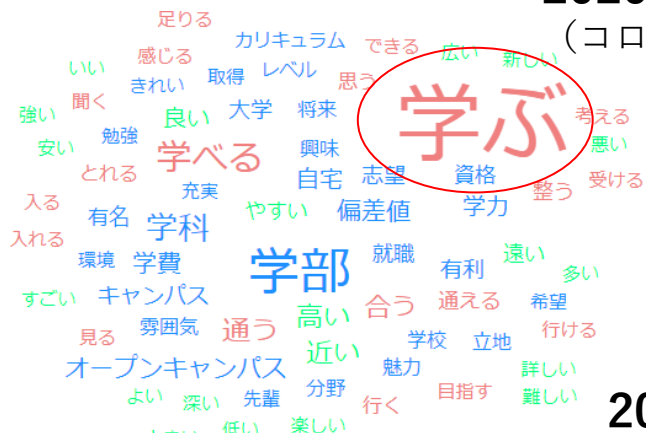
2019年

(入試改革議論
&定員厳格化影響
のまっただなか)

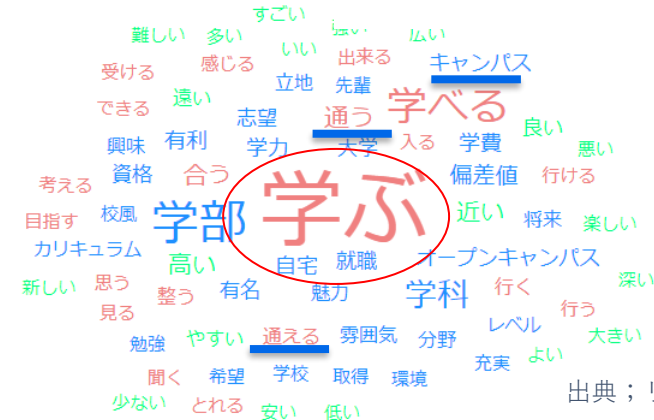


2020年

(コ口ナ休校中)



2021年



出典；リクルート進学総研「進学ブランド力調査」

社会環境変化を受け、大学を志望する理由は「学部」→「入試」→「学ぶ」と変化。
2021→2022は「学ぶ」の出現頻度が高く、コロナ影響も受け、
「通える」「通いやすい」「キャンパス」といったキャンパスと連動したコメントが増加。

2022は2021に引き続き、
「**学びの内容**」を重視する傾向と
「**出口・卒業後**」への意識の高まりが見られた

加えて、コロナ禍を経て、
「キャンパスでの学び方」「リアルで集まる価値」など

『**キャンパスのあり方**』が
大学選びの1つのメッセージとして、
今後さらに注目される兆し

【事例】『キャンパスのあり方』改革の動き

和泉ラーニングスクエア／明治大学

“学生の学んでいる姿”を魅力的に見せる空間設計



2022年3月竣工



学生が協働する場「グループボックス」



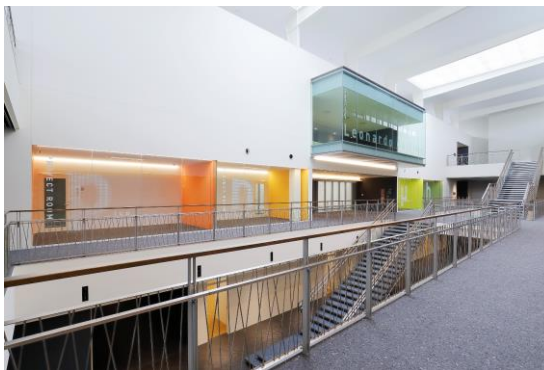
集中できる個人のブース「ラーニングcommons」

OECUイノベーションスクエア／大阪電気通信大学

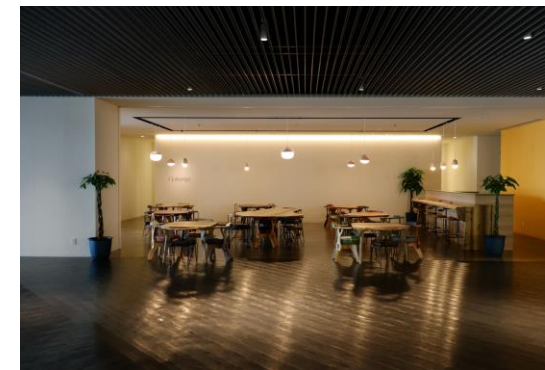
「フルオープンな学びのスペース」



2022年3月竣工



大小様々な「Project Rooms」



木製の家具とペンダント照明のある落ち着いた空間「i Lounge」

本動画のまとめ

“自分のやりたい”を大切に、
“学びの内容”をより重視するように

加えて、コロナ禍を経て、
『キャンパスのあり方』が注目される兆し

高校生の志向の変化・社会環境の変化を受け、
学び方・学ばせ方の進化が各大学で加速していく



高校・大学の取り組み事例等はHPに掲載しています。
「リクルート進学総研」

リクルート進学総研

