

元気な女子が市場を牽引する

リクルート進学総研
(女子マーケット研究班) 能地泰代 松本 恵
牧田綾子 鈴木規子

I マーケット動向

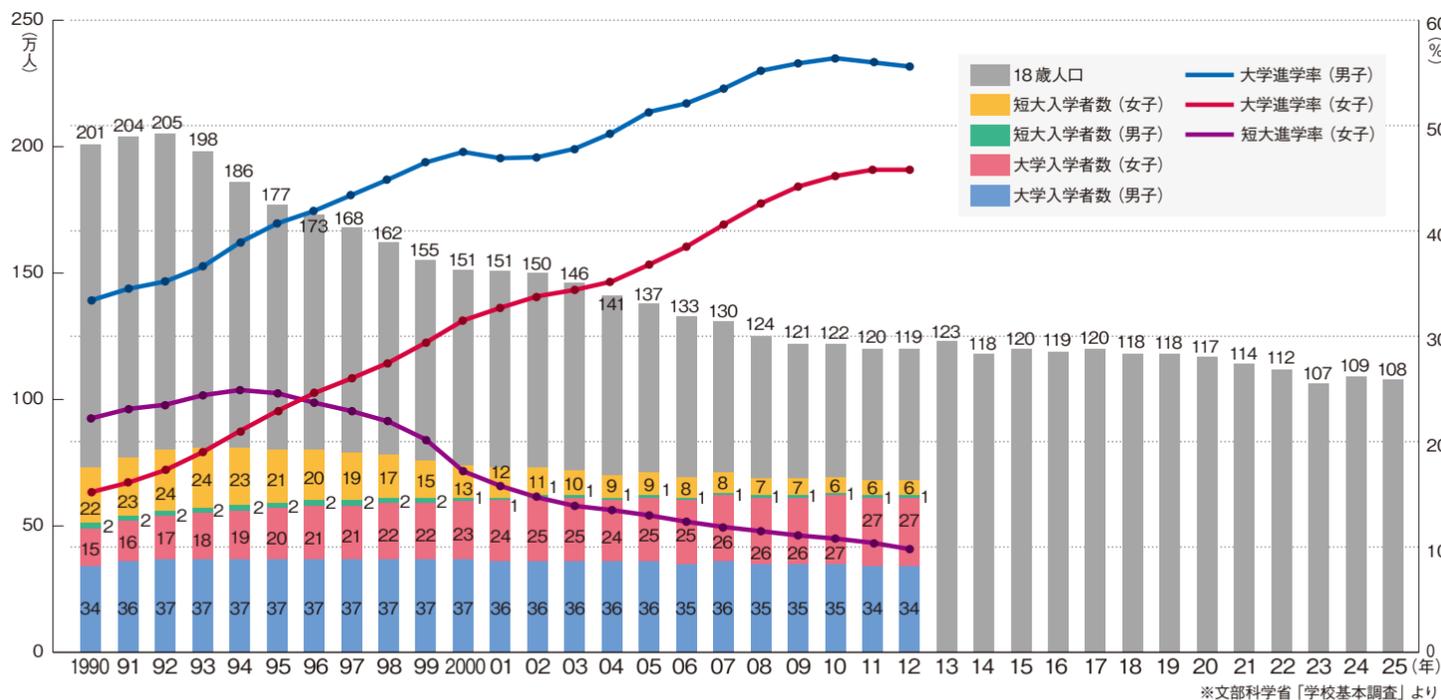
女子の進学状況

まず、1990年から現在までのマーケットの状況を振り返りたい(図表1)。1992年のピーク時に205万人いた18歳人口は、それ以降急激に減少に転じ、2000年ごろに一度150万人台の踊り場を迎えた。再び減少が進み、2008年から2018年まで120万人前後で横ばいを続ける。3度目の減少に転じてから、2024年には106万人にまで減少することが分かっている。ピー

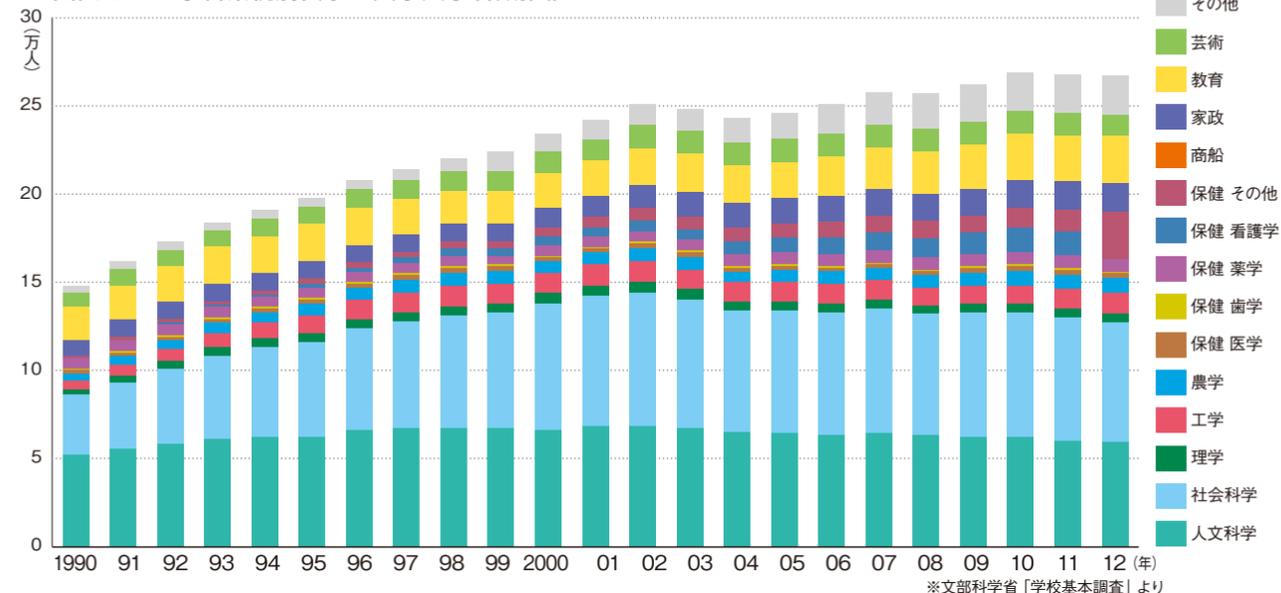
ク時からほぼ半減である。この間、大学進学率は上昇し続けた。大学入学者全体で見ると、2011年に最も高い51.0%に達し、2012年はそれを下回る50.8%になった。これを男女別に分析すると、男子の大学進学率のピークは2010年の56.4%で、その後が56.0%、55.6%と減少し続けている。一方女子は一度も減少せず、2011年に45.8%に達し、今年も横ばいとなった。大学進学者数で見ても、男子は1990年の34万人からほぼ横ばい

で、途中微増したものの2012年は1990年の水準に落ち着いた。一方女子は、1990年の15万人に対し、2012年は27万人と1.8倍に増加した。大学進学率は、経済の状況や大卒就職状況に大きな影響を受ける。男子の大学進学率は1992年以降、毎年1~2ポイントずつ上昇してきたが、就職超氷河期といわれた2000年をピークに一時減少し、伸びも鈍化した。2005年頃に景気が上向いてきたため、そこからまた伸び続けたが、リーマン

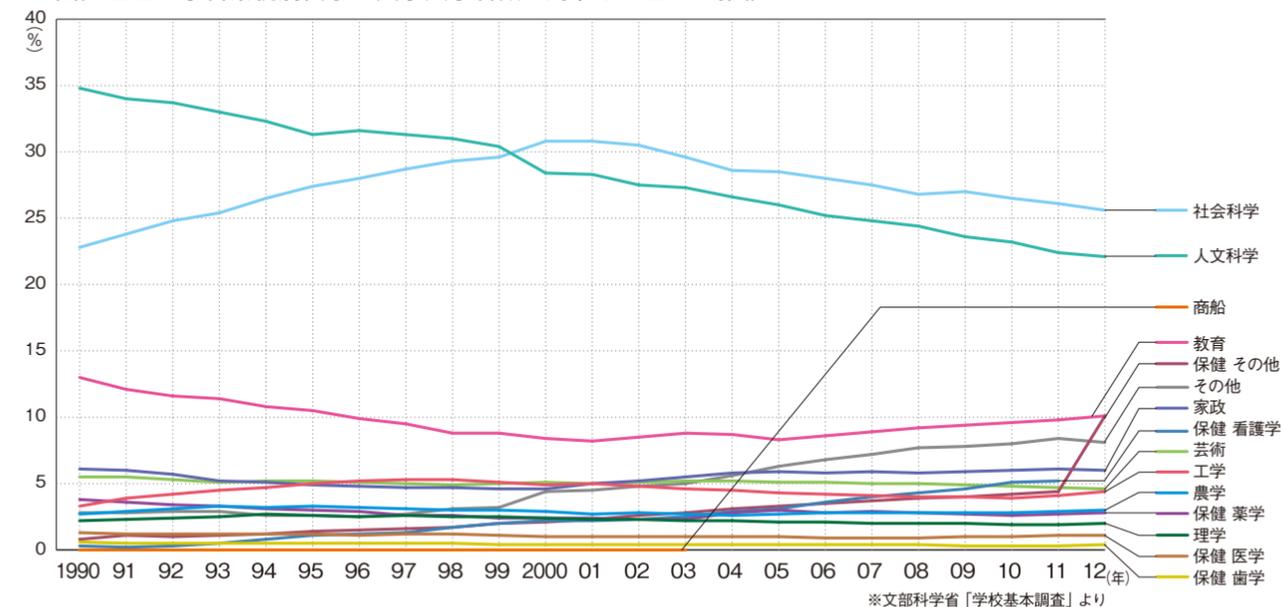
図表1 男女別大学・短大入学者数と18歳人口の推移



図表2-1 学科系統別女子の大学入学者数推移



図表2-2 学科系統別女子の大学入学者数に対するシェアの推移



ショック以降にまた減少している。女子に目を向けると、2000年以降も大学進学率は上昇し続けた。特に2005年から、リーマンショックで大卒就職率が6割に落ち込む2009年までは、毎年約2ポイントずつ上昇する成長期を迎えた。この間、大綱化や設置認可制度の規制緩和による大学数の増加が後押ししていることは言うまでもない。

一方、女子のもう一つのマーケットである短期大学はどうだろう。1990年には22.2%と大学女子進学率よりも高かった短大進学率だが、ピークの1994年(24.9%)の2年後に、大学女子進学率に逆転された。そこから大学女子進学率とシンメトリーを描くように落ち込み、2012年は9.8%と初めて10%を切った。短大進学者数で見

と、4分の1近くに規模が縮小した。上記から、女子の大学進学者数が増えたのには、①女性の社会進出で4年制大学に進学する女子が増えた、②大学数や学部・学科が増えた、③短大の4大化が進行した——などが背景にある。また、男子のマーケットは飽和状態だが、女子のマーケットは戦略次第でまだ伸びる余地がありそうだ。

ちなみに、リーマンショック以降、専門学校の進学率が上昇に転じ、大卒後に専門学校で学び直すなどの動きも出ている。男女別に専門学校進学者数を見ると、男子は2011年と2012年でそれぞれ、約11.9万人、11.7万人と減少し、女子も14.8万人、14.7万人と減少した。しかし、進学率でみると、男子は減少したが(19.4%→19.2%)、女子は横ばいだ(ともに25.2%)。大卒就職状況に進学率が大きく影響を受けるという点で、大学教育への信頼の低下や、4大に行かせるほど進学費用にかけられない家計の状況が推測される。

女子が進学する学科系統

では、女子はどのようなことを学びたくて、大学に入学しているのだろうか。1990年から2012年まで、22年間の入学者数を学科系統別に見てみる(図表2-1、2-2)。

マーケットが1.8倍に拡大する中で、入学者数が多いのが「人文科学」「社会科学」だ。ただシェアを見ると、1990年に最も高かった人文科学(34.8%)が徐々に下がり、2012年までに22.1%まで落ち込んだ。2000年には社会科学が人文科学を逆転している。ただ、社会科学自体も、2000～2001年をピークに減少している。

次に多いのが「教育」だ。教育は1990年から2001年まで入学者数が減り続けていたのだが、教員養成において2006年以降の設置・定員増の抑制が撤廃され、再び入学者が増加した。特に近年は資格志向で女子に人気の保育士、幼稚園教諭、小学校教諭の資格が取れる児童・初等教育学などを中

心にマーケットは拡大の一途だ。

1992年以降、一度も下がることなく増加を続けているのが「保健 看護学」だ。2012年には、「保健 その他」と一緒に、約1割(10.1%)を占めている。「保健 その他」も看護学と同じく1992年以降増え続けており、理学療法、作業療法などの医療技術やリハビリテーション、スポーツ健康科学など、学部・学科の新設が増えている領域でもある。

「家政」もコンスタントに志願者数を伸ばしている。1990年以降シェアは下がってきていたが、やはり2000年の就職超氷河期から管理栄養士になりたい女子が増加。栄養食物や健康・スポーツ学などとの複合分野の学科設置が増えたことなども背景に、2012年は6%と1990年頃と同水準のシェアになっている。

このほか「その他」が伸び続けているが、内訳を見ると、国際教養、グローバル、ウェルネスツーリズムなど、近年、新しくできた学科名が目立つ。複合分野で従来の系統に分類できない新分野も含まれる。

「農学」もここ8年間に入学者をじわじわ増やしている。シェアで見るとピーク時の1995年(3.3%)には及ばないものの、2004年の2.6%を底に再び増え、2012年には3%になった。「工学」もリーマンショック後にシェアを伸ばし、2012年は4.4%になっている。

まとめると、教育、保健・看護、家政を中心に入学者が増えてきたと言える。保育士、幼稚園教諭、小学校教諭、理学療法士、作業療法士、看護師、管理栄養士など、短期大学で養成する人材と重なることで、短大の4大化が一層進んだものと考えられる。

II 女子の進路行動と志向

1. 進路行動と志向

女子が重視するのは「雰囲気」「学生生活」「資格取得」

女子の進路行動、価値観の特徴はどこにあるのだろうか。2011年に小社が実施した高校生進路選択行動調査「進学センサス」の結果から紐解いてみたい。

まず、志望校を検討する際に重視した項目について見ていこう(図表3)。男女別では、男女とも1位は「学びたい学部・学科・コースがあること」(男子69.0%、女子80.4%)だが、2位は男子が「就職に有利であること」(42.7%)であるのに対し、女子は「校

風や雰囲気が良いこと」(57.9%)で、特に「校風や雰囲気が良いこと」では男女で20ポイント近くの差がある。出口(就職)を意識する男子に対し、女子にとっては雰囲気が良いかが大きなポイントになっている。

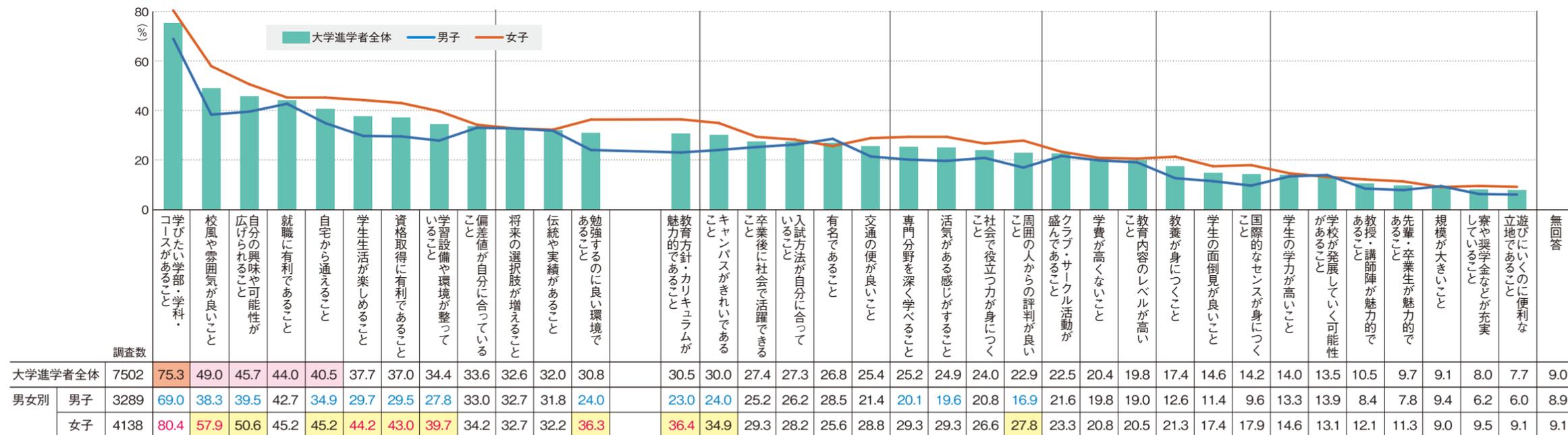
前述した雰囲気や校風に次いで男女間ギャップが大きい項目は、「学生生活が楽しめること」(男子29.7%、女子44.2%)、「資格取得に有利であること」(男子29.5%、女子43.0%)となっている。彼女たちは、雰囲気の良い大学で学生生活を謳歌しつつ、出口に関しては就職と同様に資格取得を強く意識し、結婚しても、子どもができて、一生働きたいと考えている。

雰囲気の確認の場としてイベントを重視

「雰囲気」「学生生活」を重視する女子は、その確認の場として学校主催イベント(オープンキャンパスや学校見学会)を重視する傾向にある。高校3年間を通じたイベント参加経験を尋ねたところ(図表4)、男子87.7%に対し、女子95.7%と女子の参加率が高い。学年別に見ても、全学年で女子の参加が上回っている。また、平均参加校数に関しても男子3.10校に対し女子4.02校と1校ほど女子が上回っており、女子の参加意欲が高いことがうかがえる。

また、イベントの同伴者について見

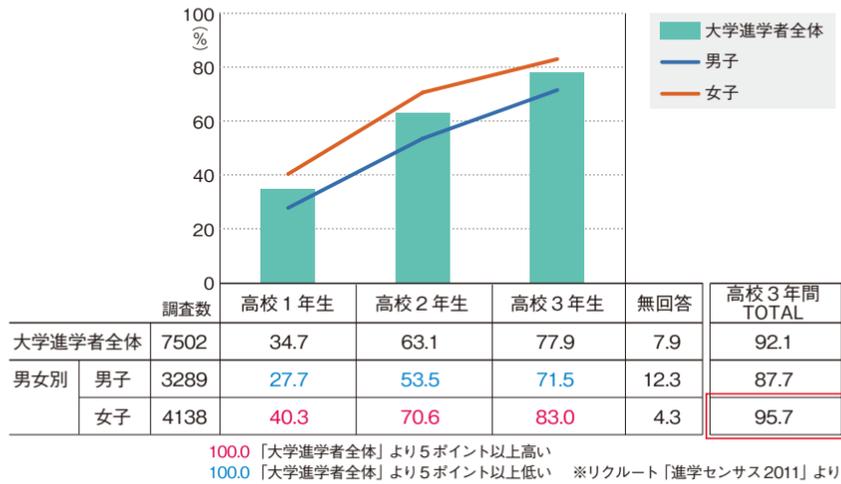
図表3 進学先検討時の重視項目 (大学進学者/複数回答)



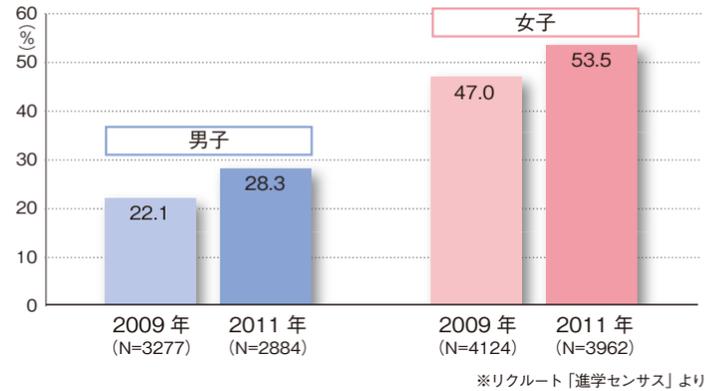
100.0 「大学進学者全体」より5ポイント以上高い
100.0 「大学進学者全体」より5ポイント以上低い

※「大学進学者全体」の降順ソート
※リクルート「進学センサス2011」より

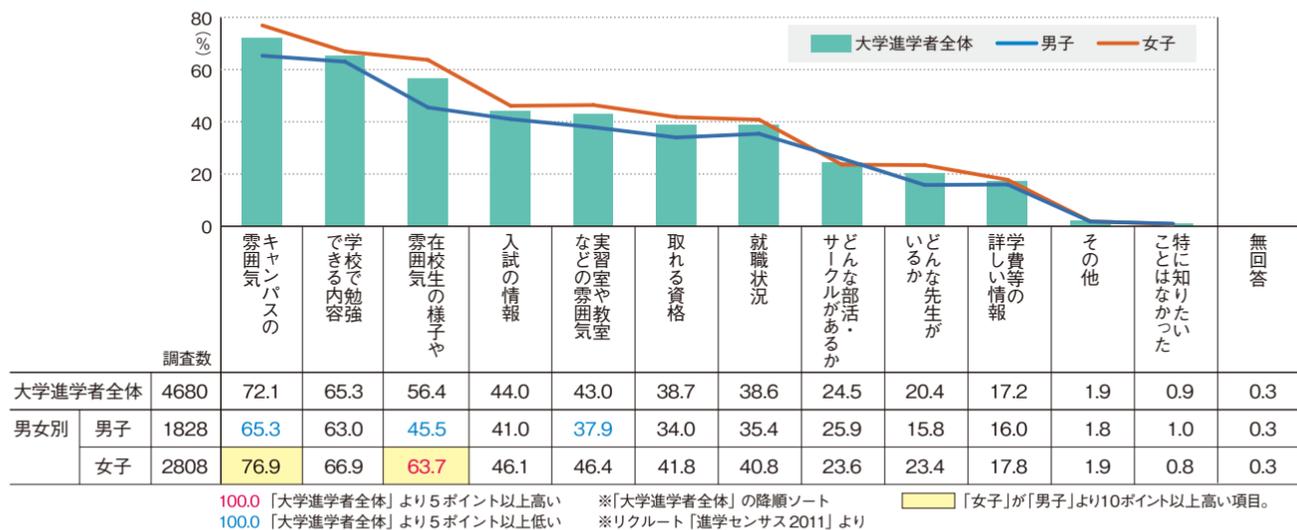
図表4 学校主催イベント参加経験 (大学進学者/複数回答)



図表5 学校主催イベント同伴者・親と参加したことがある (大学進学・学校主催イベント参加者/複数回答)



図表6 進学先学校主催イベントで知りたかったこと (大学進学・進学先イベント参加者/複数回答)

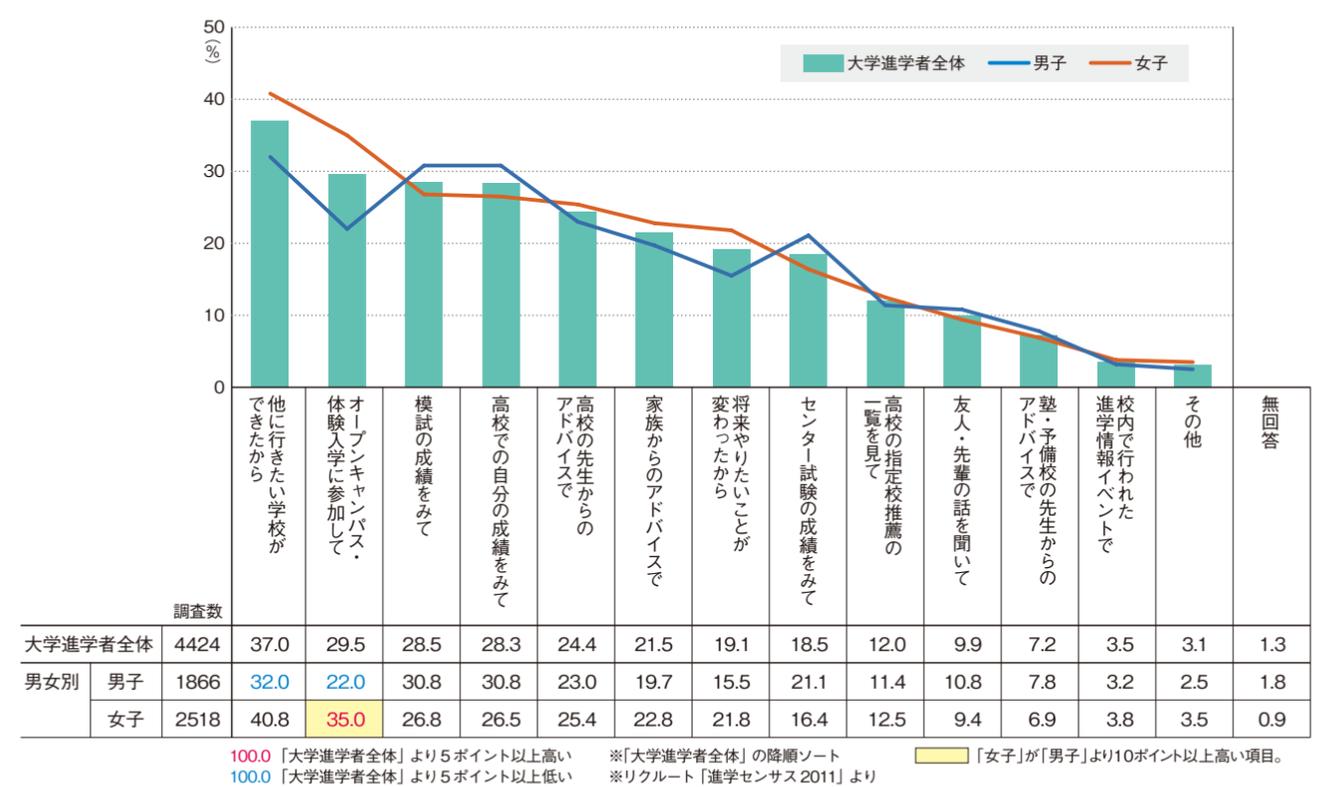


てみると(図表5)、女子の過半数は保護者と参加しており、男子のおよそ2倍に当たる。自分だけでなく保護者の意見も取り入れながら意思決定していきたいという傾向であろう。イベントにおいては保護者に対する魅力の伝達、不安の払しょくも女子を獲得するうえで重要となりそうだ。

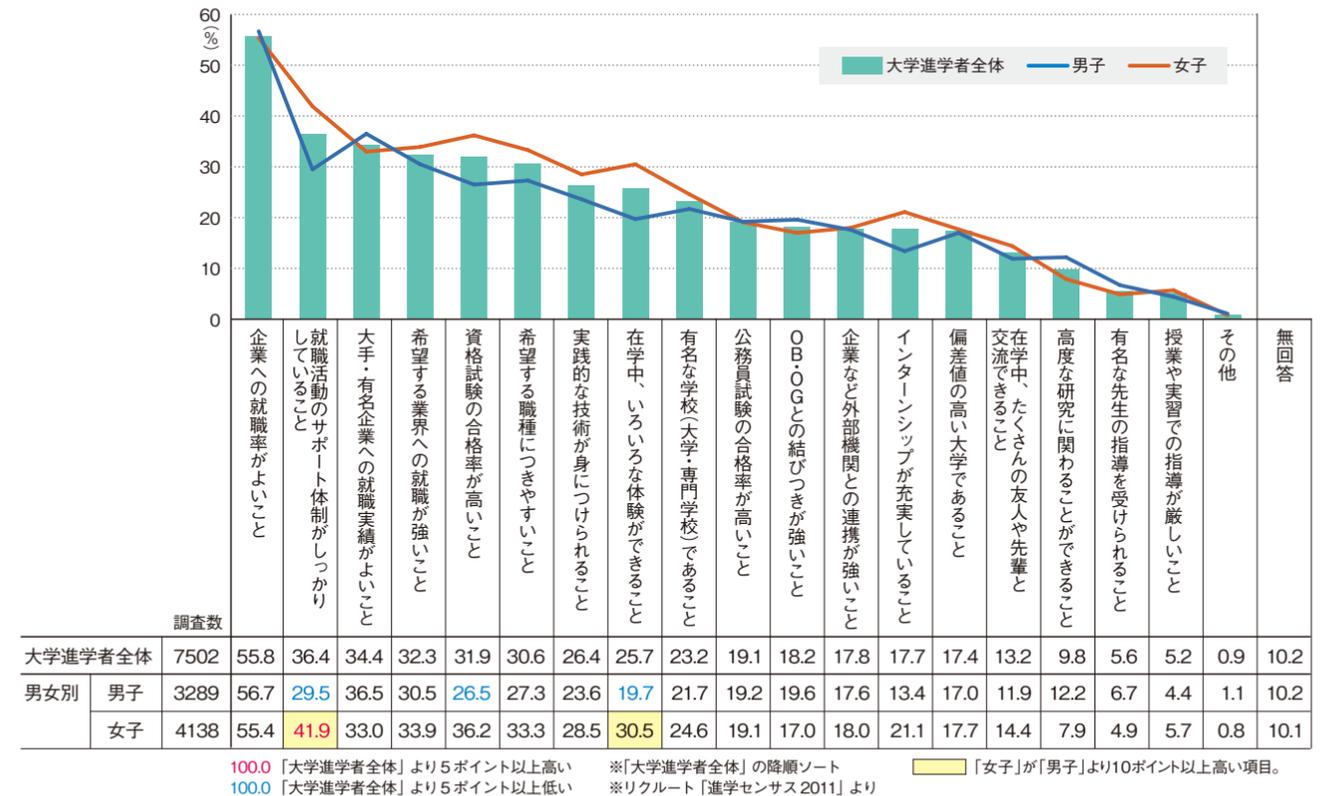
進学先校イベントで知りたかったこと(図表6)としては、全10項目中9項目において女子が男子を上回っており、様々な観点から積極的に情報収集したいという意欲が見て取れる。「キャンパスの雰囲気」「在校生の様子や雰囲気」「実習室や教室の雰囲気」が男子と比較して高く、パンフレットなどでは伝わりづらい「雰囲気」の確認を目的として、実際に足を運んでいることが分かる。なかでも特徴的に高いのは、「在校生の様子や雰囲気」で、男子と20ポイントほどの差がある。

最後に、イベントの内容が進路選択に及ぼす影響を見てみたい。第一

図表7 第一志望校変更理由 (大学進学・第一志望校変更経験者/複数回答)



図表8 「就職に有利」と感じる事 (大学進学者/複数回答)



志望校の変更理由(図表7)を尋ねたところ、女子の35%が「オープンキャンパス・体験入学に参加して」第一志望校を変更したと答えている。これは男子の22%を大きく上回っており、女子にとってイベントの内容が大きな判断材料となっていることが分かる。男子は「模試の成績をみて」「高校での自分の成績をみて」と学力によって志望校を変更する傾向にあるが、女子は実際に体験した雰囲気の良いに左右されることが多い。

以上のことから、女子の獲得にはイベントが非常に重要な場であり、在校生をうまく活用して居心地の良さを伝えていくことが有効だということが分かる。

就職はサポートを重視 資格取得して確実に

もう一点女子が気にしている就職の情報について見てみたい。何をもちて就職に有利と感じているのかを尋ねたところ(図表8)、男女とも1位は「企業への就職率がよいこと」(男子56.7%、女子55.4%)だが、2位は男子が「大手・有名企業への就職実績がよいこと」(36.5%)であるのに対し、女子は「就職活動のサポート体制がしっかりしていること」(41.9%)をあげている。

また、サポート体制に次いで男女間ギャップが大きい項目は、「資格試験の合格率が高いこと」(男子26.5%、女子36.2%)、「在学中、いろいろな体験ができること」(男子19.7%、女子30.5%)となっている。

男子は実績を重視しており、言い

換えれば就職実績校に入れば就職できると楽観視しているとも言えるが、女子はサポート制度を活用しながら色々な経験を積み、資格を取得して将来につなげていきたいという意識がうかがえる。

女子は地元志向が高い

リーマンショックを境に、女子の地元志向は一層強まったと言われる。地元志向を見てみると(図表9)、「残りたい」「ぜひ地元に残りたい」「できれば地元に残りたいと思っていた」の合計は、女子で50.1%と5割を超え、男子より約9ポイント高い。同様に「離れたい」も男子より女子が低くなっている。

ここまでは志向を見てきたが、実際の地元残留率と地域差を学校基本調査で比較してみよう(図表10)。

女子は1位から愛知、北海道、福岡の順になった。女子の1位は男子の1位より約10ポイント高く、やはり女子のほうが地元志向が高そうだ。2008年と比べると、3位と4位、9位と10位がそれぞれ入れかわっているが、5位以下のポイント自体は2008年より下がっている。もともと地元志向が高い上位4エリアの女子の残留率が高まっているといえそうだ。

一方、男子は1位から順に、北海道、愛知、東京となった。2008年と比べると、3位と4位が入れかわり、東京の残留率が約2ポイント上昇した。なお、男子で2008年よりポイントが上昇したのは東京、大阪、京都といずれも大都市である。仮説だが、男子は大企業への就職志向が強いため、就

職不安が広がる中、地域の高校生は県外に流出し、大企業の本社の多い大都市では残留率が高まっていると考えられないだろうか。

2. 留学志向

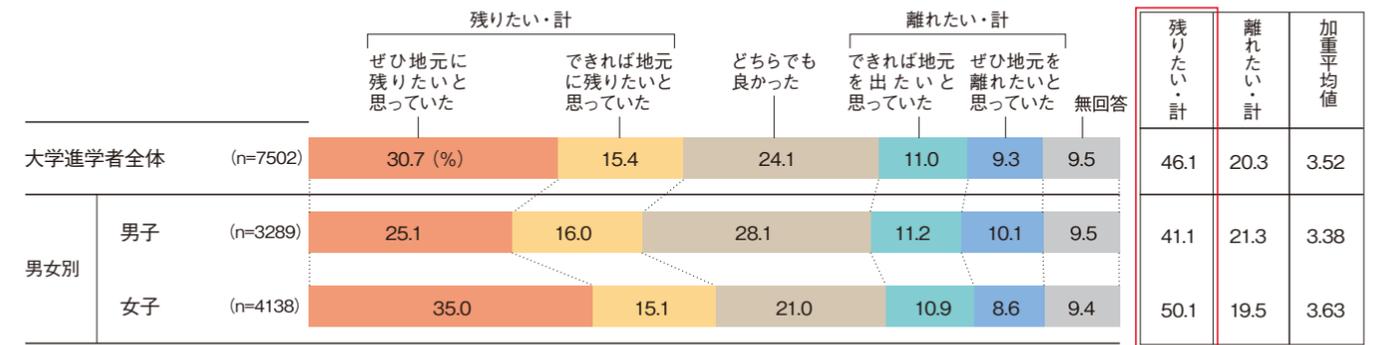
文系女子は特に留学に前向き

企業がグローバル人材を求め中、女子の留学意向はどうなっているだろうか。高校3年生に「海外に留学したいか」と尋ねたところ、男子より女子の方が留学意向が高く、「留学意向あり」で13.6のポイント差があった(図表11)。最も留学意向が高かったのは文系女子(43.8%)で、理系女子(28.5%)より15.3ポイント高く、理系より文系のほうが留学意向が強いようだ。

なぜ留学したいのかを尋ねると、1位は「自分の視野や考え方を広げたい」だった。女子は全ての項目で男子のポイントを上回り、特に文系女子は「外国の価値観・文化などを理解できる」(71.7%)、「いろいろな国の人と交流できる」(59.2%)、「外国人の友達ができる」(39.7%)など、外国とのコミュニケーションを楽しもうという前向きな意見が目立った。

反対に、留学非意向者に対して、なぜ留学したくないのか理由を聞くと、文系女子は「費用が高いから」(53.9%)、「海外の治安に不安があるから」(34.8%)、「一人で生活していく自信がないから」(35.5%)など、費用や生活への不安が見られた。留学資金や海外生活への不安に大学がケアすることが、留学意向を高めるカギになりそうだ。

図表9 志望校検討時の地元選択志向 (大学進学者/単一回答)



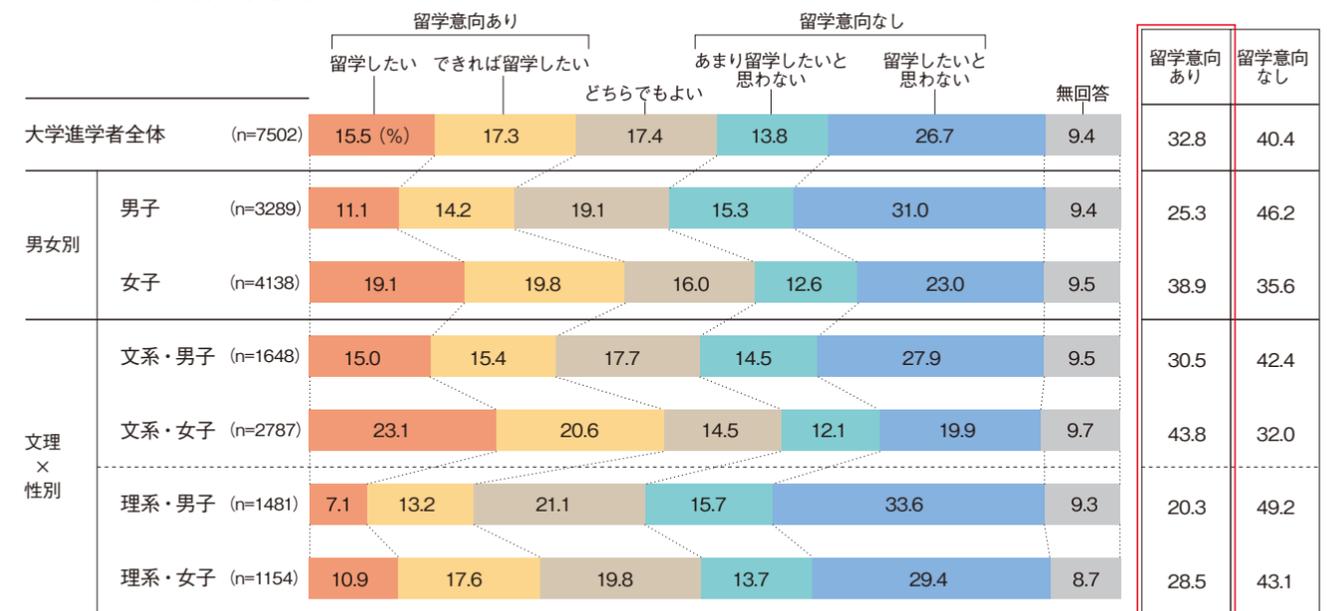
※リクルート「進学センサス2011」より

図表10 大学入学者の地元残留率 (国私共) < 2008・2012年 >

男子				女子			
順位	都道府県名	残留率		順位	都道府県名	残留率	
1	(1) 北海道	67.8	(70.8)	1	(1) 愛知	78.2	(77.8)
2	(2) 愛知	65.8	(66.4)	2	(2) 北海道	72.5	(71.4)
3	(4) 東京	62.2	(60.6)	3	(4) 福岡	67.2	(66.8)
4	(3) 福岡	61.0	(61.6)	4	(3) 東京	64.5	(64.1)
5	(5) 大阪	58.8	(58.6)	5	(5) 宮城	61.6	(63.8)
6	(6) 沖縄	56.4	(57.8)	6	(6) 沖縄	58.1	(59.8)
7	(7) 宮城	55.3	(56.3)	7	(7) 兵庫	57.2	(57.2)
8	(8) 広島	46.8	(47.2)	8	(8) 京都	56.9	(57.3)
9	(9) 神奈川	44.1	(45.3)	9	(10) 広島	56.2	(53.6)
10	(10) 京都	43.5	(42.4)	10	(9) 熊本	53.9	(54.9)

※文部科学省「学校基本調査」より(2012年度は速報値) カッコ内は2008年度の順位および残留率

図表11 男女別留学意向 (単一回答)



※リクルート「進学センサス2011」より

III 女子を獲得している大学はどこか

文理別希望分野と 志願したい大学

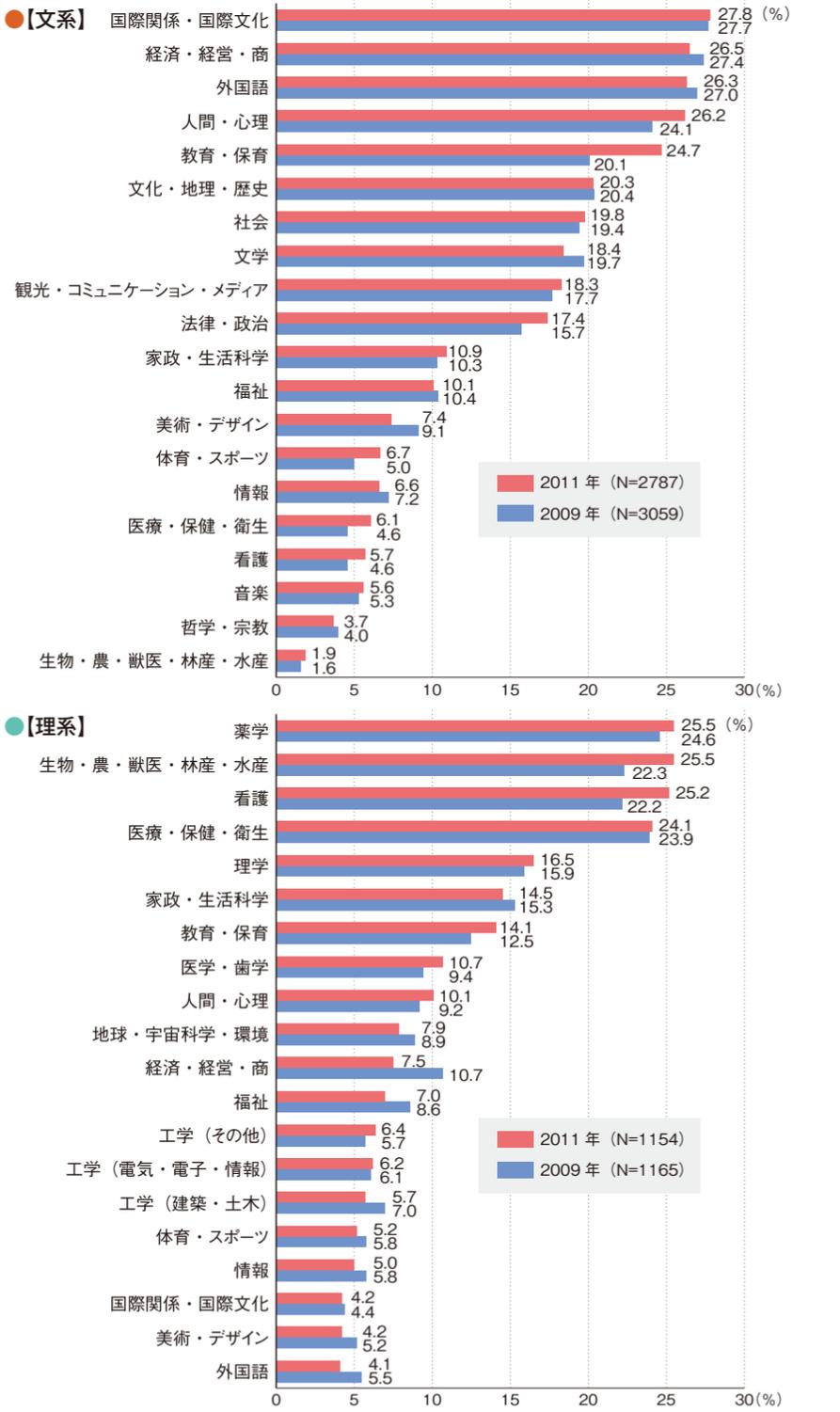
文理別、女子が希望する分野

この章では、具体的にどのような大学が女子を集めているのか、個別校について見ていくことにするが、その前に、文系・理系でそれぞれ、女子がどのような分野を希望しているのかを確認しておこう。

「リクルート進学センサス2011」の女子の希望分野を、文理別に降順に並べた(図表12)。

文系では、最も高いのが「国際関係・国際文化」で、2009年よりもさらに0.1ポイント増えた。グローバル化の動きに敏感に対応している。これは、1章で見た学校基本調査の「その他」の分野の入学者が増えていることとも一致する。反対に、「経済・経営・商」「外国語」は、2、3番目と高いものの、2009年より減少した。それ以下で、2009年より1ポイント以上増加した分野を見ると、「教育・保育」(4.6ポイント増加、以下同)、「人間・心理」(2.1)、「体育・スポーツ」(1.7)、「法律・政治」(1.7)「医療・保健・衛生」(1.5)、「看護」(1.1)などとなっている。教育、保育、保健を中心に、1章で女子の入学していた学科系統と一致しており、文系でも「医療・保健・衛生」「看護」などの分野に人気が集まっているようだ。体育・スポーツも同様に伸びてきている。

図表 12 文理別女子が進学を希望する分野<2009・2011年>(大学進学者/複数回答)



※「2011年」の降順ソート。上位20項目を掲載。2009年は東北を含んだ数字。 ※リクルート「進学センサス」より

図表 13 女子志願度ランキング比較 <2008・2012年> (%)

関東	2012年				2008年			
	順位	学校名	区分	志願度	順位	学校名	区分	志願度
1	立教大学	私	10.6	1	立教大学	私	13.3	
2	早稲田大学	私	10.5	2	早稲田大学	私	12.9	
3	明治大学	私	9.9	3	明治大学	私	10.2	
4	青山学院大学	私	8.4	4	青山学院大学	私	9.8	
5	慶應義塾大学	私	6.4	5	法政大学	私	8.5	
6	東洋大学	私	6.1	6	慶應義塾大学	私	7.0	
7	上智大学	私	6.0	7	日本大学	私	6.5	
8	日本大学	私	6.0	8	上智大学	私	5.9	
9	法政大学	私	5.9	9	東洋大学	私	5.5	
10	千葉大学	国	4.4	10	中央大学	私	4.2	
11	中央大学	私	4.2	11	駒澤大学	私	3.9	
12	駒澤大学	私	3.1	11	明治学院大学	私	3.9	
13	首都大学東京	公	3.0	13	成蹊大学	私	3.5	
14	日本女子大学	私	2.8	14	千葉大学	国	3.3	
15	北里大学	私	2.7	15	日本女子大学	私	3.1	
15	筑波大学	国	2.7	16	北里大学	私	2.9	
15	東京家政大学	私	2.7	16	東京家政大学	私	2.9	
18	東京農業大学	私	2.6	18	学習院大学	私	2.6	
18	明治学院大学	私	2.6	19	東海大学	私	2.4	
20	文教大学	私	2.4	19	東京農業大学	私	2.4	
				19	横浜国立大学	国	2.4	

東海	2012年				2008年			
	順位	学校名	区分	志願度	順位	学校名	区分	志願度
1	名古屋大学	国	9.6	1	南山大学	私	10.8	
2	南山大学	私	9.1	2	中京大学	私	9.9	
3	名古屋市立大学	公	8.7	3	愛知淑徳大学	私	7.2	
4	愛知淑徳大学	私	8.0	4	名古屋大学	国	7.0	
5	椋山女子学園大学	私	7.9	5	愛知学院大学	私	6.7	
6	愛知県立大学	公	7.4	5	椋山女子学園大学	私	6.7	
7	三重大学	国	6.6	7	名古屋市立大学	公	6.0	
8	金城学院大学	私	6.0	8	名城大学	私	5.5	
9	中京大学	私	5.8	9	愛知大学	私	5.3	
10	愛知教育大学	国	4.9	10	名古屋外国語大学	私	5.2	
10	岐阜大学	国	4.9	11	岐阜大学	国	4.3	
12	愛知大学	私	4.8	12	愛知県立大学	公	3.8	
13	名城大学	私	4.1	12	金城学院大学	私	3.8	
14	愛知学院大学	私	4.0	14	三重大学	国	3.7	
14	静岡県立大学	公	4.0	15	静岡大学	国	3.5	
16	名古屋外国語大学	私	3.7	16	名古屋学芸大学	私	3.4	
17	静岡大学	国	3.4	17	中部大学	私	3.2	
17	名古屋学芸大学	私	3.4	17	愛知教育大学	国	3.2	
19	中部大学	私	2.9	17	静岡県立大学	公	3.2	
19	藤田保健衛生大学	私	2.9	20	立命館大学	私	2.7	
				20	青山学院大学	私	2.7	

関西	2012年				2008年			
	順位	学校名	区分	志願度	順位	学校名	区分	志願度
1	関西大学	私	12.2	1	関西大学	私	13.9	
2	近畿大学	私	9.1	2	関西学院大学	私	10.7	
3	関西学院大学	私	8.4	3	立命館大学	私	8.2	
4	同志社大学	私	7.7	4	同志社大学	私	7.9	
5	立命館大学	私	7.4	5	龍谷大学	私	7.2	
6	神戸大学	国	7.1	6	近畿大学	私	7.1	
7	大阪市立大学	公	6.5	7	大阪市立大学	公	6.7	
8	関西外国語大学	私	5.9	8	関西外国語大学	私	6.2	
8	同志社女子大学	私	5.9	9	大阪府立大学	公	6.1	
10	大阪府立大学	公	5.7	10	神戸大学	国	5.4	
11	大阪大学	国	5.4	11	同志社女子大学	私	5.3	
12	京都女子大学	私	5.0	12	武庫川女子大学	私	5.0	
13	大阪教育大学	国	4.5	13	大阪大学	国	4.7	
13	龍谷大学	私	4.5	13	甲南大学	私	4.7	
15	武庫川女子大学	私	3.7	15	京都産業大学	私	3.3	
16	甲南大学	私	3.3	16	甲南女子大学	私	3.2	
16	兵庫県立大学	公	3.3	17	大阪教育大学	国	3.1	
18	京都橘大学	私	2.8	17	京都女子大学	私	3.1	
19	佛教大学	私	2.7	17	佛教大学	私	3.1	
20	神戸市外国語大学	公	2.6	20	神戸学院大学	私	2.9	

※区分 国立/国 公立/公 私立/私。
 ※高校所在地が関東・東海・関西エリアの高校生の「志願したい大学」(質問紙で4校まで選択)。
 ※ 2012年に順位を上げた大学 2012年に順位を下げた大学
 ※リクルート「進学ブランド力調査2012」より

理系では、6年制への移行による薬学離れが回復したことを示すかのように、トップは「薬学」だ。2009年から0.9ポイントのアップである。次に2番目の「生物・農・獣医・林産・水産」は3.2ポイント増、3番目の「看護」は3.0ポイント増と大幅に増え、トップ3全てが2009年より増加している分野となった。以下、2009年より1ポイント以上増加した分野を見ると、「教育・保育」(1.6ポイント増)、「医学・歯学」(1.3ポイント増)だ。反対に「家政・生活科学」(▲0.8ポイント、以下同)「地球・宇宙科学・環境」(▲1.0)「経済・経営・商」(▲3.2)「福祉」(▲1.6)などは、2009年より減少している。

女子が志願したい大学—5年比較

では、実際にどのような大学を女子は志願したいと思っているか。リーマンショックを境に、女子の地元志向、資格志向が高まる中、志願したい大学は変化している。そこでリクルート「進学ブランド力調査」から、関東・東海・関西の3エリアの女子の志願度ランキング(上位20位)について、2008年と2012年で比較してみる(図表13)。

まず関東エリアは、もともと私立志向が高く、2008年の上位13位が私立大学だった。2012年も上位9位までは私立大学だ。しかし、2012年になると千葉大学が10位に浮上、公立の筑波大学が新たに20位以内に入っている。

一方で、順位を上げた私立大学もある。上位4位までの顔ぶれは変わらず、2008年、2012年ともに1位は立

教大学だ。ちなみに2011年の1位は明治大学だった。情報コミュニケーション学部や国際日本学部の設置、入試改革、キャンパスの整備など、女子を意識した改革を継続して行うことで、順位を年々上げてきていた。キャンパスの都心回帰に積極的な東洋大学(9位→6位)のほか、慶應義塾大学、上智大学も一つずつ順位を上げた。不況でキャリア支援や就職のサポートが見直され、日本女子大学、東京家政大学の女子大学が2校ともランクアップしている。医療系の北里大学、農学系の東京農業大学は、理系女子に人気の分野を学べる専門大学として不動の人気だ。そして新たに文教大学がランクインしている(32位→20位)。教育学部を持っており、女子の資格志向から、同調査の自由回答でも「教員になりたい、教育学部が有名」などのコメントが多く見られた。

東海エリアは、繰り返しになるが、国公立志向が最も高いので、2012年に1位になった名古屋大学を筆頭に、ほとんどの国公立大学が順位を上げた。地元志向も高まり、エリア外の立命館大学、青山学院大学がランク外になった。

国公立大学が順位を上げたため、多くの私立大学が順位を下げてしまったのだが、順位を上げた私立大学もある。金城学院大学と藤田保健衛生大学(24位からランクイン)だ。金城学院大学は、管理栄養士を取得できる食環境栄養学科の人気の高い。2011年度からは学力の高い国公立志願者の受験を狙った「金城サ

ポート奨学金」を導入したことで、薬学部の合格者の3分の1が利用している。藤田保健衛生大学は、医学部のほかに、女子の志願者を伸ばし続けている分野である医療総合学部を持っている。2012年の女子のイメージランキングでも「資格取得に有利」(2位)、「学生の面倒見が良い」(4位)などで順位を上げた。自由回答も「国家試験合格率の高さ、一番確実に就職できる」と、就職を意識した意見が多い。

関西エリアでも国公立志向が高まり、神戸大学、大阪大学、大阪教育大学が順位を上げ、兵庫県立大学、神戸市立外国語大学も新たにランクインした。関西大学は不動の1位を保持一方、近畿大学が大きく順位を上げたことが分かる(6位→2位)。理工系大学からスタートした同大は、1990年以降、女子にターゲットを当て、2010年に総合社会学部を設置。「ブライス」という着せ替え人形をPRキャラクターに採用し、ブライスのブログもスタートした。女子高生に直接訴える広告が奏功し、初年度志願者の46%を女子が占めた。

女子大では、同志社女子大学、京都女子大学(事例26ページ参照)がランクアップしている。同志社女子大学は、幼稚園教員、小学校教員の免許が取れることで人気の現代子ども学科、管理栄養士専攻のある食物栄養科学科や薬学部などを持つ。自由回答でも、「校風や雰囲気が良い」が圧倒的に多く、「資格が充実、薬剤師になりたい」というコメントも多かった。

女子大から2005年に共学化した京都橘大学もランクインした(25位からランクイン)。「リクルート入試実態調査」によると、共学化と同時に設置した看護学部の志願倍率が、8年間で平均15.4倍の高倍率で推移しているほか、2010年以降、学部・学科改革を推進し、全学科で6倍以上の志願倍率となっている。自由回答では「資格が取れる、理学療法学科ができた」などの声が多く寄せられた。

個別大学の女子獲得戦略

女子に特化した広報

明治大学や近畿大学のように、女子向けの広報を強化することで、大学全体の志願者数を伸ばす総合大学も出てきた。いわゆる「バンカラ」な校風を持つ大学が、女子に特化した広報を展開している。例えば、国士舘大学(事例22ページ参照)、大東文化大学、拓殖大学、帝京大学、東海大学などがそうだ(図表14)。

総合大学以上に、女子を獲得したいと考えているのは理工系大学であろう。学校基本調査では、比較的女子に人気の理学で女子比率が約3割、工学では毎年増えてはいるものの13%と依然低い。例えば東京理科大学のように女子中学・高校生に科学の楽しさを伝える「科学のマドンナプロジェクト」(事例30ページ参照)や、芝浦工業大学のように、キャンパスを移転・リニューアルし、女子に人気の生命科学科やデザイン工学部を新設するなど様々だ。芝浦工業大学では、ウェブサイト上でも「芝浦工業大

学を目指す女子受験生の方へ」というバナーを張り、先輩女子学生たちが、キャンパスの雰囲気や女子の割合、同大を選んだ理由、将来の夢、両親の意見などを語るコンテンツを掲載している。東京理科大学や芝浦工業大学は、女子の多い学部で3~5割の女子比率を誇るが、どちらも東京の大学である。地域の取り組みにも目を向けてみよう。

広島工業大学は、2007年より文部科学省GP事業「女子学生キャリアデザインセンター(JCD)」をスタートし、女子学生のキャリアアップや就業支援等を行ってきた。新入生歓迎会、サマーセミナー、数々のキャリア講演会などを女子学生が自ら企画運営している。女子の残留率が全国9位と高い広島県では(13ページ参照)就職も地元志向が強い。同大では、就職の際に地元企業と欲しい人材像の意見交換を行うが、「われわれが“技術者=男子”と決めつけていたところに、ダイバーシティーの整ってきた大企業で優秀な女子の技術者に対するニーズが高いことを知った」と杉田洋入試広報部長は語る。JCD

申請時の就職率は女子で89%(就職決定者数64人)、男子で97%(就職決定者数792人)と女子のほうが低かったが、JCDで女子のキャリア支援を行うことで、2011年には、女子の就職率は100%(就職決定者数41人)に達した。

広報面でも、オープンキャンパスの女子向けイベントで、「JCDセンターカフェでガールズトーク」、女の子ならではの感性でものづくりを体験できる「エコバッグ手作り体験」などを開催。2012年のオープンキャンパスの高校3年生女子の動員数は前年の1.5倍となった。ほとんどの女子が両親共に連れ立ってオープンキャンパスに参加する。現に保護者のオープンキャンパス参加者数は、5年前の164人から1086人と6.6倍にもなっている。そこで工学系の大学に進学させる女子の保護者の不安を取り除こうと、「在学生保護者による保護者のための大相談会」を開いている。こうした取り組みにより、女子の志願者数は2008年の172人から452人と、5年間で約2.5倍に増えた。

国立大学でも女子戦略

国立大学でも、女子学生比率の低い工学部を中心に女子向けの広報活動を行う動きがある。女性の研究者が工学研究の魅力を伝える東北大学、オープンキャンパスで女子向けイベントを行う京都大学、工学部に進学する女子を支援する奨学金を設定した電気通信大学などである(図表15)。

なかでも、地元の公立進学校の女子校12校に地道な高校訪問を重ね、工学部で女子比率を17%(2012年)にまで高め注目されているのが、群馬大学工学部だ。2007年の学科の改組再編の際に、広島工業大学と同様、富士重工業や三洋電機などの地元企業から「素材やデザインに女性の感性が欲しいのに、採用する人材がない」と聞かされたのがきっかけだ。「当時の女子比率は13%。もっと女子に広報していこうと考えた」と板橋英之工学部長は振り返る。

群馬県の公立進学校は、男子校と女子校に分かれ、女子校には2割程度の理系女子がいるものの、医師、保健

図表 14 女子に特化した大手総合大学の募集広報

大学名	企画名	内容
大東文化大学	「ピーターラビット」 「Daito girlsプロジェクト」	ピーターラビットをプロモーションキャラクターに採用し、ウェブサイトや案内冊子をピーターラビット®のデザインに統一。オープンキャンパスの特別イベントとして2012年は「Daito girlsプロジェクト〜和女子キレイ塾〜(保護者・女子向けイベント)」を開催。浴衣を着た現役女子学生が、「女子茶屋」と題した女子限定ブースで、来場的女子高校生や保護者に大学生活の楽しさを個別相談形式で伝える。
拓殖大学	「拓大Girl」	同大の受験生向けウェブサイト上に「拓大Girl」という女子向けコンテンツを立ち上げている。最新版の【留学編】では、同大の現役女子学生に、「拓殖大学を選んだ理由」「留学先での生活」「高校生へのメッセージ」などをインタビューした記事を掲載。
帝京大学	「Teikyo Girl Project」	帝京大学の女子学生12人が、女子による女子のための応援プロジェクトとして立ち上げたプロジェクト。社会で活躍するOGの今を語る「TEIKYO TALK SESSION」、OGや在学生と直接話ができる「先輩女子ラウンジ」、授業やキャンパスライフなど女子目線の大学データを公開した「TEIKYOライブラリー」の3つのコンテンツがある。
東海大学	「ガールズTea Party」	オープンキャンパスの女子限定企画。現役女子学生とお茶を飲んだりお菓子を食ったりしながら、ガールズトークで色々な質問や相談ができる交流スペース。

図表 15 国立大学工学部の女子戦略

大学名	企画名	内容
東北大学	「サイエンス・エンジェル」	女子高生や女子学生に、「女性研究者ってカッコいい!」「理系進学って楽しそう!」を感じてもらうために集結した、東北大学の理系女子大学院生を指す。女性研究者のロールモデルとして、出張セミナーやオープンキャンパスなどの学内イベントで、理系進学に興味を持つ女子高生生の疑問・悩み・相談に答えている。
京都大学	「テク女子」	工学部がオープンキャンパスで開催している女子高生・受験生限定企画だ。工学部の女子学生や卒業生の学生生活、研究生生活、学習内容、進路、仕事などについての講演や懇談を行っている。
電気通信大学	「UEC WOMAN 修学支援特別奨学金」	2011(平成23)年4月以降の女子学部生を対象に、「UEC WOMAN 修学支援特別奨学金」を創設した。同大への入学を希望し、理工系分野に強い興味と探究心を持ち、学習意欲あふれる女子学生をターゲットに、経済的支援を行う奨学金制度。

師、看護師などの資格系のニーズが高い。進路指導教員も文系が多いので、出口のイメージがなく「工学部はうちの生徒と関係がない」といわれることもあった。工学のイメージを変えようと、各高校で生徒を対象に、他学部と合同で群馬大学の説明会を開催。1年目の参加者はわずか3人の学校もあったが、2012年には1校あたり30人となった。

もう一つは、女子受験生向けパンフレット「GO!GO! TECH GIRL」だ。進学校が女子校なので、効率的に女子に訴求できる。先輩女子学生の進路選択や、将来の夢などを伝えている。

「就職は好調。大学院卒ならばほぼ大手企業の研究開発部門に入れる。クリエイティブな部門で活躍するなど、油まみれで重たいものを運ぶかつのイメージはない。女性には理工系分野にどんどん進出してほしい」(板橋学部長)。

広島工業大学も群馬大学も共に、女子が増えたことでキャンパスに活気が生まれたと語る。女子はイベントの実行委員やクラス委員などに積極的に立候補する。それに引きずられる形で、男子も元気になり、マナーも向上しているようだ。

女子大学の動き

キャリア支援と学部・学科構成

女子のマーケットを語るうえで、やはり女子大の動きも捉えておきたい。「リクルート入試実態調査」で、2008年と2012年の志願者数の増減を比較し、2012年に志願者数を増やしている女子大学を10位以内で示した(図表16)。

女子大の魅力は、①女子特有のキャリア支援や面倒見の良さ、②女子に支持される学部・学科構成、③少人数教育が挙げられる。

例えば東京家政大学は、学生のキャリアを一貫して支援するため、入口と出口を統合しようと入試課と

就職課を一本化したのが特徴だ。2冊の入学案内には、長い人生設計の中で、大学で何を学び卒業後どう生きるかを考えさせる工夫がされており、キャリアモデルとして、約500名の卒業生を掲載している。

日本女子大学は、女性の就業力を開発するキャリア教育カリキュラムを設計している。「教養特別講義」「キャリア形成科目」「女性のキャリアに関連する副専攻」の3つが柱で、教養特別講義では「現代女性とキャリア」をテーマに全学必修の伝統的な講義を行っている。キャリア形成科目は、1年次から履修でき、男性とは異なる女性のキャリアや職業観を学ぶ。副専攻では、現代女性のキャリアに役立つ多様な知識を身につけるといったものだ。

図表 16 女子大における志願者数の増加ランキング (人)

順位	学校名	2012年 志願者数	2008年 志願者数	増減
1	東京家政大学	9538	6985	2553
2	神戸女子大学	7264	4848	2416
3	昭和女子大学	7647	6108	1539
4	神戸松蔭女子学院大学	2112	735	1377
5	相山女子学院大学	6211	4860	1351
6	筑紫女子学院大学	2770	1600	1170
7	実践女子大学	4511	3443	1068
8	名古屋女子大学	3183	2207	976
9	梅花女子大学	1159	259	900
10	金城学院大学	4637	3752	885

一部、非公表を含む。

※リクルート「入試実態調査」より

昭和女子大学は、2011年から「社会人メンターネットワーク制度」をスタートした。300人のメンターが、卒業後のキャリアプランやライフスタイルについて相談できる機会を大学が提供している。社会で活躍する女性のロールモデル不足をフォローする女子大ならではの制度だ。

学部・学科構成では、どの大学も、女子の資格志向のニーズに応える分野を揃えている。神戸女子大学も、教育学科は毎年志願倍率が上がっており、家政学部管理栄養士養成課程、2009年に設置した健康スポーツ栄養学科も人気が高い。筑紫女子学院大学は、2011年に設置した人間科学部の人間形成専攻において、初等教育コース・幼児教育コースが志願者を集めている。実践女子大学は、生活科学部の中の、生活文化学科管理栄養士専攻、食生活科学科幼児保育専攻が人気を集めている。名古屋女子大学は、食物栄養学科、児童教育学科の人気の高い。梅花女子大学は、2010年に設置した看護学部が志願者を集めており、そのほか2010年に心理こども学部、2012年に食文化学部を設置している。

社会科学系の学部設置

女子大にもう一つのムーブメントがある。資格系でなく、女性の社会進出を後押ししようと、社会科学系の学部を設置する動きだ。2010年、国際社会学部に国際社会学科と国際コミュニケーション学科を設置した東洋英和女学院大学、2012年に女子大初の法学部設置で話題を呼んだ京都女子

大学(事例26ページ参照)、2013年度グローバルビジネス学部を設置する昭和女子大学などがそうである。「グローバルリーダーよりもグローバルワーカーの養成」と坂東眞理子学長が語るように、グローバルの最前線で働くリーダーを支えながら、チームの一員として活躍できる女性ワーカーを社会に送り出そうというのが狙いだ。

こうした女子大のビジネス系学科の成功例として知られるのが広島県の安田女子大学だ。文学部1学部のみだった同大が現代ビジネス学部現代ビジネス学科を設置したのは2003年。設立準備委員長だった長瀬徹郎学長補佐は、「構想の際、地元企業にアンケート調査を行うと、学科が目指す3つの教育B・I・C(ビジネス、IT・マルチメディア、コミュニケーション)を必要と回答した企業は169社中166社にのぼった」と語る。

2年次の春休みには、毎年約30人がオーストラリアで7週間の「海外語学ビジネス研修(LABOS)」に参加する。海外インターンシップも兼ね、現地企業を訪問し、大学オフィスで働く。3年次には、ほぼ全員が正規授業として地元企業約80社でのインターンシップ研修を経験。事前にマナー、ITスキル、時間感度などを厳しく指導しているため、受け入れ企業からも「他大学の男子学生より良い」と好評だ。サンフレッチェ広島からスキルの高さを買われ、「サンフレ取材班」として選手などを取材し、試合前に流すダイジェスト映像を作成している。毎年必ず行う「インターンシップ報告会」も特徴だ。これは学生が自ら運営し、

後輩の1・2年生と受け入れ企業の担当者を招いて、振り返りをプレゼンテーションするもの。「インターンシップ報告会は、その経験が自分にとってどんな意味を持ったかを確認する場で、現代ビジネス学科の核」と自負するのは塩崎英明学科長だ。学生調査でも、97%がインターンシップを後輩に勧めたいと答えている。就職率も2010年度が100%(就職希望者数107人)、2011年度が97.3%(就職希望者数110人)と非常に高い。

長瀬学長補佐は、現代ビジネス学部は、これまで文学部では取り込めなかった新しい層を取り込むことができたと言っている。志願倍率も、2011年で5.4倍、2012年度では定員を10名増加したにもかかわらず3.8倍と好調で、「入試が機能していることと、入学後もきめ細かく指導をしているため、現代ビジネス学科の退学率は2011年度卒業生で0.7%と低いのも強み」だという。

●

女子マーケットの研究から、大学入学者数の伸びを牽引してきたのは女子であり、進路行動や志向からも、「将来のキャリアデザイン」を描きながら、したたかに生きる姿が浮かび上がった。女子を集めるには、女子に特化したアプローチが必要で、それに気づいた大学は、全体の志願者数も伸ばし、学内に活気が生まれるなどの効果を得ている。女子の争奪戦の中で、女子大でも新たな挑戦が生まれている。大学に一層求められるのは、彼女たちをいかに育て、社会に送り出すかである。