1997年、山一證券が破たん。
テレビで頭を下げる首脳陣に、
「確かなもの」は何もないのだと、
日本中に大きな衝撃が走りました。

現在の高校生は、そんな激動の時代に生まれています。

社会は決して明るくないけれど、
自分の未来は、自分の力で明るくしていきたい。
そこには、偏差値だけではない、夢だけでもない、
彼らの「だいじなもの」がありました。

本冊子では、2007年からの
高校生の価値観・進学意識の変化を追いました。
高校生理解、コミュニケーションの
一助としていただければ幸いです。

ima_bon_2012_0823.indd 1 12.10.3 0:34:52 AM

2012年、高校生のいま

自分軸から、他人軸へ。

「夢」と「安心・確実」のバランスを重視

「社会も自分も、将来どうなっていくかわからない。
少しでもいい学校に行って資格を取れば、環境が変わった時でも安心できる」（高3男子 / 東京都）
――リーマンショック前の2007年、キャリア教育が浸透し、自分のやりたいことや夢の実現の価値が高まりました。その後、不況の深刻化、東日本大震災を経て、高校生の「だいじなもの」はブランド、偏差値、資格、手に職など、他者の評価軸へと移行しています。先の見えない時代だからこそ、堅実な選択をしたい。2012年の高校生は、したたかに未来を生きる術を模索しているのです。

2007年
夢の価値、暴騰。
やりたいことや夢がないと進学先が選べない、という自分探し型の高校生が増加。

2008年
リーマンショック

2009年
身の丈志向。
不況の中、夢を探している場合ではなくなる。好きなことを仕事にし、人並みに暮らしたいという傾向へ。

2011年
東日本大震災

2012年
自分軸から、他人軸へ。
大きな夢を追うよりもライフ設計を重視。将来不安の中、進路選択にもしたたかさが感じられるように。

時代背景

激動の時代に、育ちました。

高校生の印象に残っている出来事は、「アメリカ同時多発テロ」「秋葉原無差別殺傷事件」「東日本大震災」など、衝撃的なニュースが目立ちます。「アメリカ大統領選挙」や「政権交代」など政治の話題も。一方、サッカー女子ワールドカップの「なでしこジャパン優勝」など、スポーツや芸能の動向にも関心が高いようです。

［DATA］ 高校生に聞いた「印象に残っている出来事」

小学校時代（2000年～2005年）

アメリカ同時多発テロ事件	36.0%
鳥インフルエンザ全国的に流行	26.6%
新潟県中越地震	23.1%
『千と千尋の神隠し』アカデミー賞受賞	21.1%
『冬のソナタ』地上波放送	13.1%

その他の出来事　○大卒求人倍率1.0を切る ○mixi サービス開始

中学校時代（2006年～2008年）

秋葉原で無差別殺傷事件	39.6%
アメリカ大統領選挙　オバマ氏当選	35.2%
リーマンショック	25.3%
北京オリンピック	19.6%
郵政民営化	17.8%

その他の出来事　○ライブドア事件 ○iPhone 国内発売開始

高校時代（2009年～2011年）

東日本大震災	62.1%
なでしこジャパン優勝	25.8%
大学入試問題ネット投稿事件	24.1%
自民から民主へ政権交代	19.0%
公立高校の授業料無償化開始	17.0%

その他の出来事　○裁判員制度スタート ○K-POP人気本格化

「ゆとり教育」は不安？ IT・情報系スキルには自信。

平等社会から競争社会に出て振り回される、脱ゆとりの子の方が就職が有利では、など、周囲の言葉に影響され、不安を抱いている姿が。一方、強みととらえているのはIT・情報系スキル。スマートフォン所持率が急増し４割弱にのぼるなど、デバイスの変化にも柔軟に対応し、使いこなす世代なのです。

［DATA］ 高校生に聞いた「自分たちの世代の強みと弱み」

自分たちの世代の強み		自分たちの世代の弱み
若さ（6.7%）	1位	ゆとり・ゆとり教育（30.0%）
情報・情報技術（6.4%）	2位	学力・知識不足（10.1%）
パソコン・携帯電話（5.2%）	3位	打たれ弱い（4.3%）
インターネット（4.0%）	4位	諦めやすい（3.9%）
自由がある（2.7%）	5位	コミュニケーションが下手（3.4%）

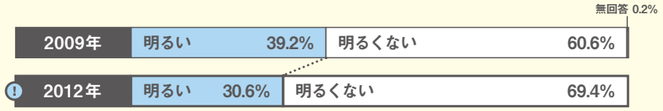
ima_bon_2012_0823.indd 2-3
12.10.3 0:34:52 AM

生まれた時から、将来不安。

自分軸が持ちづらい世の中へ

「私自身が、生まれてから明るい社会を知らないから、いい社会をイメージすることができない。社会はあまり明るくない」（高２女子 / 栃木県）
――不況が慣れっこの彼らにとって、将来不安はむしろ当たり前にあるもの。それを前提として、生き抜くすべを堅実に探っているのです。先行き不透明な環境の中では、足元の地盤を固めることが先決。大きな夢ややりたいことを貫くことが難しくなっているのかもしれません。

[DATA] 社会人になるころの社会は明るいと思う



明るいと感じる理由

―景気回復や震災復興への期待―

「不景気と好景気は交互に来るものであるから、そろそろ景気も良くなるであろう」（高２女子 / 東京都）「私達の世代の半分くらいは、今の殺伐とした世の中を目の当たりにし、親の苦労を知っているから、次の世代のために頑張ろうとしていると思う」（高３女子 / 広島県）「震災から復興していく日本を見て、これから明るくなっていくのかなと思った」（高２女子 / 埼玉県）「グローバル化の中で、様々な国の人たちと交流があると思うから」（高２男子 / 東京都）

明るくないと感じる理由

―不景気・就職難や少子高齢化、環境問題などへの不安―

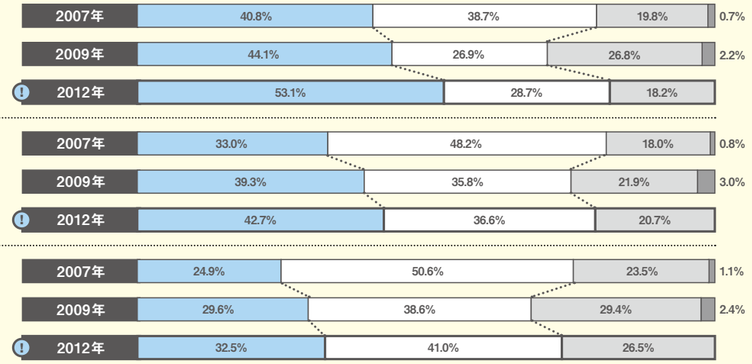
「経済復興はリーマンショックから 3.11 やギリシャの経済危機などで良くなる素振りがない」（高３女子 / 福岡県）「日本で外国の企業が大きな力をつけており、技術や質で戦ってきた日本にとって勝ち目がなくなるのでは」（高３男子 / 福岡県）「少子高齢化が進み、雇用も促進されず若者が働きづらい社会になる」（高３女子 / 東京都）「現在問題視されている原発などのエネルギーの問題は、地球全体の問題であり、この問題をどう解決するか」（高１男子 / 愛知県）

現実的で、したたか。保険志向で未来に備える。

他者評価は、変わりゆく時代の“変わらないもの”

「不況で就職が厳しくても、ある程度の学校に行っておけば安心というのはある。能力が同じ２人だったら、ブランド校出てる人の方が採用される気がする」(高３男子 / 東京都)
――時代をありのままに見つめる彼らは、結局自分の人生を支えてくれるものは自分でしかなく、他者評価の高いもので武装することがリスク回避につながると感じています。まるで将来に保険をかけるように、確実なものを準備し、ひと安心したいのです。

[DATA] あてはまる / どちらともいえない / あてはまらない / 無回答



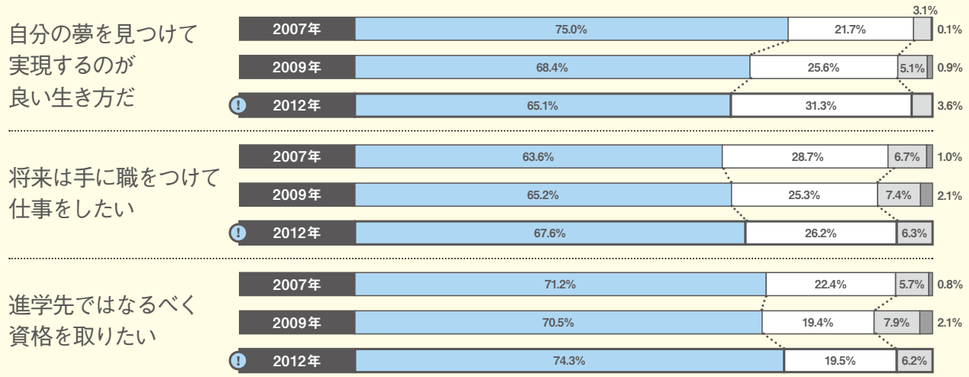
ima_bon_2012_0823.indd 4-5
12.10.3 0:34:53 AM

大きな夢より、ライフ設計。

「どうしたいか」より「どうあるべきか」

「農業がすごく楽しそうって思って、２年生まで農学部を考えてたんです。でも、資格とか取って手に職をつけて、子ども産んでも一生働けたほうがいいかなと思って。今はお母さんに勧められた医療系の専門学校を志望しています」（高３女子 / 埼玉県）――今のやりたいことも大事だけれど、将来性も無視はできない。彼らは、今と未来、自分の興味と社会のニーズの間を行き来しながら、そのベストバランスを探っているのです。

[DATA] あてはまる / どちらともいえない / あてはまらない / 無回答



TOPICS 1

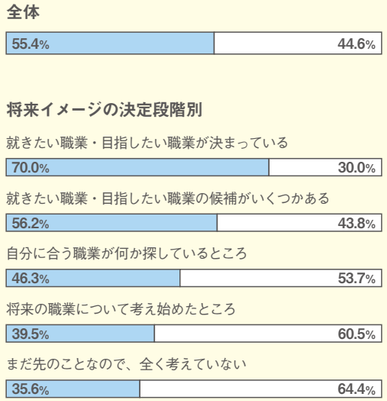
将来イメージと未来の明暗

「就きたい仕事」が未来を照らす。

社会の将来が明るいとの回答が約３割なのに対し、過半数の高校生が自分の未来は明るいと回答。就きたい職業に関して検討が進んでいるほど、明るいと感じる割合が高まっています。

[DATA] 明るい / 明るくない

自分自身の将来は明るいと思う



TOPICS 2

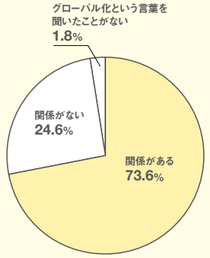
高校生とグローバル化

グローバル化にはポジティブ。

急速に進むグローバル化の波を、高校生も感じ取っています。未来を生きる高校生は、能動的、受動的に関わらず、グローバル化を自分の将来にかかわるものとしてとらえているようです。

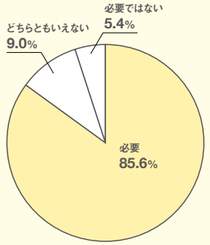
[DATA]

グローバル化は自分と関係がある



[DATA]

外国語を学ぶことは必要である



ima_bon_2012_0823.indd 6-7
12.10.3 0:34:53 AM

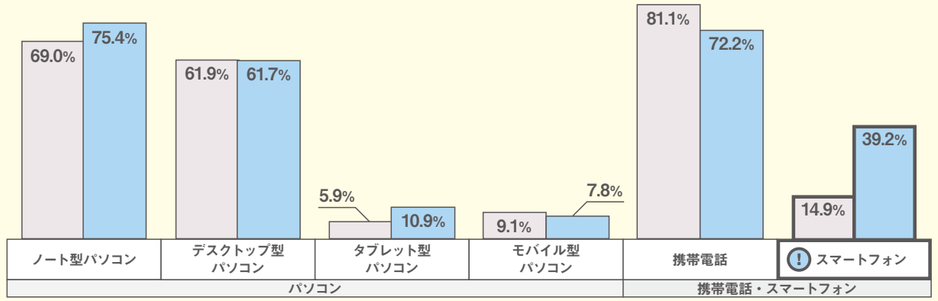
デジタルネイティブから ソーシャルネイティブへ。

SNS、動画の利用が増加

現在の高校生が小学生の2004年に、「mixi」「GREE」がサービスを開始。2007年の高校生は複数のデバイスを使いこなすデジタルネイティブ世代でしたが、現在の高校生は更に進化した「ソーシャルネイティブ」。2007年に利用目的の主流だった「メール」は勢いを弱め、デバイスを問わずSNSがインフラ化しています。コミュニケーション手段も文字情報のみでなく動画や音楽を駆使するなど、ソーシャル化・多様化が一層加速しているのです。

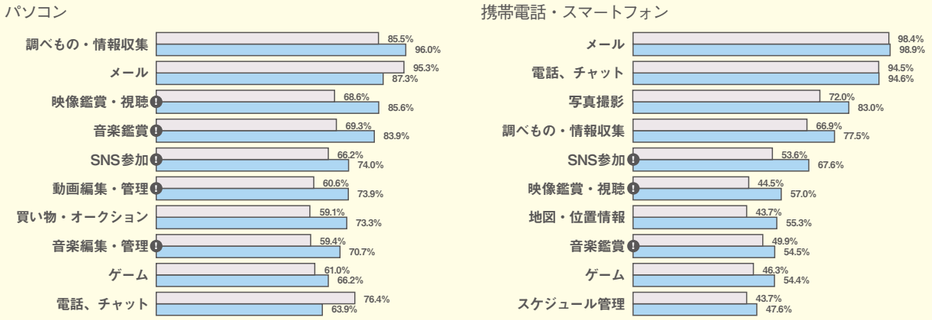
スマートフォン所有率は4割弱と、前年比大幅増。

［DATA］ デジタル機器の所有率 □2011年 ■2012年



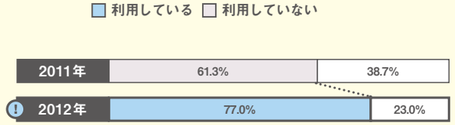
パソコン・携帯ともにSNSの利用は増加。動画・音楽などのコンテンツ利用も目立つ。

［DATA］ パソコン／携帯電話・スマートフォンの使用コンテンツの経年変化（上位10項目） □2011年 ■2012年

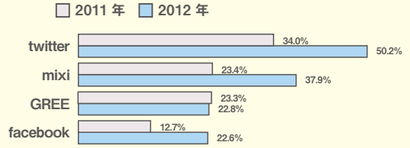


知り合いと情報共有する「mixi」「facebook」、多くの人とつながる「twitter」。

［DATA］ SNSの利用率



［DATA］ 現在利用しているSNSサイト



［DATA］ SNSの利用目的

	1位	2位	3位
最新情報の入手先	facebook（60.7%）	twitter（60.3%）	mixi（58.6%）
何かを選んだり、決定する時の参考	mixi（23.5%）	GREE（23.0%）	twitter（22.0%）
友人・知人とのコミュニケーションツール	mixi（81.4%）	facebook（76.8%）	twitter（70.9%）
芸能人・著名人の動向チェック	twitter（34.4%）	facebook（33.2%）	mixi（29.6%）
自分の考えを不特定多数の人に伝える	twitter（38.3%）	mixi（36.9%）	facebook（33.6%）
暇つぶし	twitter（60.0%）	mixi、GREE（57.4%）	

ima_bon_2012_0823.indd 8-9
12.10.3 0:34:53 AM

高校生、進学意識別 7 TYPE

5つの因子反応から7タイプに

1200人の高校生に、将来や進学に関する質問をした結果、5つの因子が抽出されました。
その因子への反応をもとに高校生を7つのタイプに分類しています。

●重視項目因子

学生生活謳歌型因子 ..... 勉強以外の学びや学生生活、可能性の広がりを重視
まじめ勉強型因子 ..... 学問や研究を充実させることや得意分野を作ることを重視
地位上昇志向型因子 ..... 大きな成功、有名企業への就職、出世や富などステイタスを重視
夢・趣味を仕事に型因子... 夢をかなえる、好きなことや趣味を仕事にすることを重視
ほどほど生活型因子 ..... 高望みせず、そこそこ楽しい生活ができることを重視

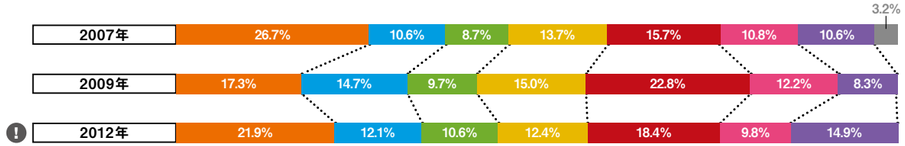
タイプ構成の経年変化にみる

高校生の進学観の変化

自分探し　ブランド重視　学者　おっとり　プロ突進　好きエンジョイ　未成熟　無回答

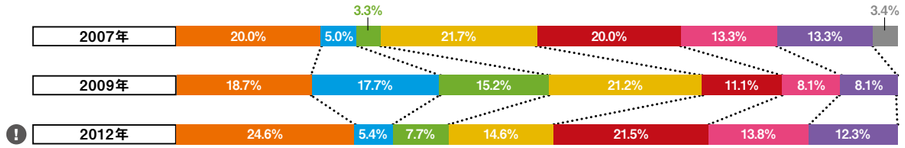
大学　夢や興味よりも、堅実な努力で可能性を広げたい

2009年最大だった「プロ突進」が減少し、2007年同様「自分探し」が最大に。夢を仕事にするよりも、堅実に努力して可能性を広げたいという意識が高まっています。自己肯定力の低下からか「未成熟」も増加。



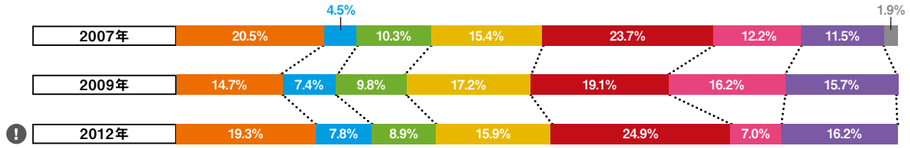
短期大学　雰囲気・楽しさだけでなく、勉強への意欲も

2009年まで最多だった「おっとり」が減少し、初めて「自分探し」が最大に。楽しさや居心地等の雰囲気重視から、勉強して可能性を広げることに関心が高まっています。



専門学校　将来イメージ明確層・不明確層の二極化

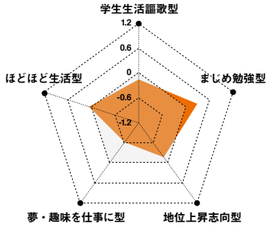
2007年から「プロ突進」が最大シェアで変わらず。「ブランド重視」も増加するなど、上昇志向の高まりがみられる一方で、「未成熟」も増加。その他は減少傾向にあることから、二極化している状況がみられます。



ima_bon_2012_0823.indd 10-11
12.10.3 0:34:54 AM

1 とりあえず大学に行って自分の可能性を広げたい
自分探しタイプ

やりたいことが曖昧なため、将来のことは先延ばし。
能動的な意欲は低く、大学入学後に目標を見つけたい。
響くキーワード：入ってから決められる、適性、得意分野、将来有望、評判



【全体シェア】21.3（最大）
【性別】男 42.4、女 57.6
【進路】大 75.9、短 5.9、専 12.6
【特徴的な志望分野】大学：経済・経営・商 32.0（+4.9）、工学 28.8（+2.5）、法律・政治 17.6（+1.7）
専門：医療関係 29.8（+7.4）、経済・経営・ビジネス 10.9（+5.4）
【特徴的な入試方法】センター利用入試 7.2（+1.6）
【その他】地元志向強め 49.1（+2.9）
※単位のない数字はすべて%、（ ）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

将来を決めるのは進学後 “得意分野”を見つけたい

将来のことは進学してから考えたいと思っていた 45.8（+9.0）
進学先では自分の得意分野を作りたい 90.9（+18.7）

大学短大進学希望者が８割強。将来のことはあまり決まっておらず、進学先で見つけたいと考えている。将来イメージがないため、自分の未来にも不安を抱いており(+6.5)、そのあせりからか、進学先ではみっちり勉強し(+14.2)、仕事に役立つ知識・技術を身につけ(+13.2)、就職につなげたいと考えている。社会的な成功・出世願望は低く(-12.6)、堅実に人並みの生活ができればよいと思っている。

影響を受ける人・メディア：

周囲の大人のアドバイスや送られてくる情報誌

進学情報の入手先「家族」28.3（+1.9）
「自宅送付の進学情報誌」47.3（+0.6）

受験時の悩みは、行きたい学部・学科を決められない(+4.7)、第一志望校を決められない(+2.1)。将来のことは周囲の人の意見をよく聞いて決めたい(+4.2）と考えており、家族などのアドバイスに影響を受けやすい。また、自分の中に明確な基準がないため、インターネットなどの情報に能動的にアクセス(-3.2）するよりも自宅に送られてきたり高校で配布された進学情報誌を活用する傾向にある。

進学先重視項目

高校生の声

「将来の夢がないので、就職できるかどうかが不安。大学に入ったら、これと言えるものを見つけたい」

「とりあえず公務員かなと思っている。親も勧めてくるんで。けど、まだ可能性を狭めたくないんで、そこそこの大学に行っておこうかなと思っている」

「特にやりたいことがないので、とりあえず就職に困らない経済学部に行きたい。入学した後でその後は考えたい」

「自分に向いているものがわからないので、誰かにこれと決めてほしい」

「専門に行くほどやりたいこともなかったので、担保の先生に相談したら、体育の分野が向いてると言われてそうした」

その①

学力は無理をせず、他者評価の高い学校へ

偏差値が自分に合っていること 29.8（+0.5）

偏差値は彼らの進学先選択に影響する。頑張らないつもりはないが、無理をせず、入試時点の学力で入れる大学群が志望校候補となる。志望校変更理由もセンター試験の成績を見て(+2.6）が全タイプ中トップ。地元志向もあり(+2.9)、無理をしてまで何かを得たいという意欲は低い。

その②

重視する基準がなくみどころがわからない

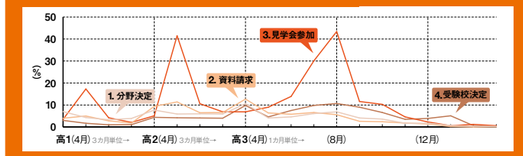
進学先重視項目35項目のうち31項目が平均値より低い

全体的に重視するポイントが少ないが、特に、教育方針・カリキュラムが魅力的であること(-7.8)、専門分野を深く学べること(-7.6)、勉強するのに良い環境であること(-7.1) など、教育内容に対する関心が低い。学力と立地以外はあまりこだわりがないという傾向がみられる。

自分探しくんの進路選択

進学行動プロセス　全体的に遅め。高3になってから本格的に始動

高3に入り、高校の進路指導や保護者の影響を受けてから動き始める傾向。
どの進路行動時も自宅送付や高校配布の進学情報誌の影響が高め。



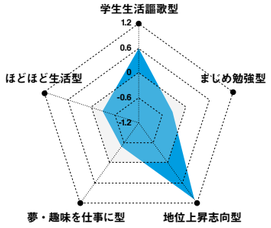
1. 高３に入ってから動き始める。
   参考にするのは家族からの情報16.3%
2. 資料請求意欲は低め。
   参考にするのは自宅送付の進学情報誌18.5%
3. 高２、高３の夏共に平均的。
   認知は高校配布の進学情報誌39.4%
4. ピークは高３夏だが年明けにも山がある。
   影響メディア１位は見学会20.6%

●見学会で知りたいこと
見学会参加校の志望度合いは、いくつかの候補の一つ(+2.2）で、比較検討の場となっていることがうかがえる。しかし、特に確認したい項目はなく、役立ったことも、キャンパスを見られた(+0.2)、保護者コーナー（+0.1）が全体平均を上回る程度。学部学科やカリキュラムの説明(-4.8)、先生の話・対応(-5.3）など、教育内容に関しては低め。

ima_bon_2012_0823.indd 12-13
12.10.3 0:35:04 AM

2 偏差値の高い大学に入って有名企業に就職したい
ブランド重視タイプ

上昇志向が強く、大学は有名企業入社の通過点。
キャンパスライフも含めていろいろなことを経験したい。
響くキーワード：有名、上位、偏差値、知名度、メリット、刺激、キャンパスライフ



【全体シェア】11.1
【性別】男52.6、女47.4
【進路】大83.1、短3.3、専5.3
【特徴的な志望分野】
大学：経済・経営・商46.2（+19.1）、
法律・政治26.0（+10.1）
【特徴的な入試方法】一般入試47.9（+10.1）
【その他】東海多め(+3.6)、
大学出願校数最高(+0.27校)、
進学先校の平均志望順位最低(+0.24位)
※単位のない数字はすべて%、（ ）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

高偏差値＝有名企業就職 社会的に成功したい

将来はなるべく大企業や有名な企業に入りたい 74.5（+31.8）
進学先では勉強以外のことを幅広く学びたい 92.7（+20.2）

やりたいことは決まっていない(-6.8）が、あまりそのことで悩んでいない。上昇志向が強く、将来は大企業に就職して、会社内で出世し(+38.3)、大きな成功を手にしたい(+30.0）と考えている。今の目標は、その通過点として偏差値の高い大学に進学すること(+17.0)。勉強・研究そのものへの興味は薄く(-6.3)、学生生活を楽しみ(+12.9)、人脈を広げるなど、幅広く学ぶことを重視している。

影響を受ける人・メディア：

進学情報は 塾や情報誌を信頼

進学情報の入手先「塾・予備校の先生」19.8（+5.3）
「友人・先輩」28.9（+2.6）

メディアリテラシーは高く、動画・音楽・ゲーム等幅広いコンテンツをパソコン、携帯で利用。SNSの利用目的も情報収集(+9.3）が高めで、facebook利用率が最高(+13.1)。進学情報は塾の先生や友人・先輩などの口コミを信頼する傾向がある。高校で偏差値や学歴に関する指導があり(+6.3)、影響を受けている。もっと自分に合う進路がないか(+6.1）と可能性を貪欲に追求。

進学先重視項目

高校生の声

「やっぱり大学名を言った時、すごいねって言われるレベルに行きたい。」

「偏差値の高い大学に行って、マスコミとか金融業界へ就職したい。おじさんが会社をやってて、起業するとすごくお金もらえるって聞いた。それもいいなと考えている」

「２ちゃんねる（インターネットの口コミサイト）で志望校の情報を見たりする。いい参考書とか、就職の実態とか。本当に知りたい情報はホームページとかに載ってないんでチェックしている」

「学祭によんで自慢できる学校がいい。やっぱり遊べるかどうかはとても重要。」

その①

有名上位校かどうか 周囲の評価も重要

有名であること 45.3（+20.4）

周囲からの評判が良い(+7.6)、伝統や実績がある(+7.4)、就職に有利(+5.2)、など社会的評価の項目が高い。上位校の動向に詳しく、「A大学は最近ランクが落ちた」「B大学はマスコミ業界への就職が強い」など、塾や高校の先生、先輩などからの情報をもとに断片的イメージを持っている。

その②

教育内容より知名度優先 遊びやすさも判断基準

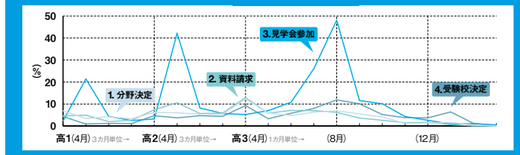
教育方針・カリキュラムが魅力的であること 20.0（-11.4）

専門分野を深く学べる(-15.4)、学びたい学部・学科・コースがあること(-7.1）の優先度が低く、教育内容に関する興味が薄い。一方、遊びに行くのに便利か(+5.9)、クラブ・サークル活動が盛んか(+4.3)、キャンパスがきれいか(+3.8）など、学生生活を楽しめる項目を重視する傾向がある。

ブランド重視くんの進路選択

進学行動プロセス　高校の先生と塾の影響力が強い

どの進学行動時も高校と塾の先生の影響が高め。
全体のプロセスは大きな特徴はなく、平均的に推移する。



1. 高３の８月までに緩やかに決まる。
   参考にするのは高校の先生のアドバイス15.0%
2. 高２の夏と高３の４月に山がある。
   高校の先生の影響が高め(+0.4)
3. 他タイプと比較し高３の８月の参加が多い。
   認知は進学情報誌が高め(+1.9)
4. 高３夏がピークだが年明けにも山が。
   影響を受けた1位は高校の先生19.2%

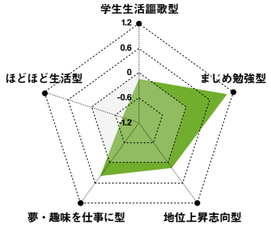
●見学会で知りたいこと
進学先校の見学会不参加率が29.4%と高め(+3.8)。不参加理由は、学校のホームページを調べれば十分わかる(+7.0)。役立った内容としては、キャンパスを見られた(+4.0)、学食体験(+4.8）が高いのみで、学べる内容や施設などその他は平均より低い。比較検討のためというよりは、確認の意味で参加している様子がうかがえる。

ima_bon_2012_0823.indd 14-15
12.10.3 0:35:12 AM

コツコツ勉強して得意分野の専門家に

3 学者タイプ

知識を身につけ、競争社会を生き残りたいと考える堅実派。
早くから学校や学部の詳しい比較検討を進めている。
響くキーワード：高度な研究、発展性、専門性、施設・設備、グローバル、留学



【全体シェア】10.0
【性別】男43.5、女56.5
【進路】大68.1、短5.3、専17.6
【特徴的な志望分野】大学：薬学8.0（+2.3）、外国語16.7（+2.3）
専門：デザイン・写真・芸術11.3（+3.3）
【特徴的な入試方法】一般入試41.2（+3.4）、公募推薦15.4(+0.6)
【その他】東海多め(+4.0)
※単位のない数字はすべて%。（ ）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

知識・技術を身につけ社会で求められる人材に

進学したらみっちり勉強・研究したい 96.0（+49.6）
進学先では仕事に役立つ知識・技術を身につけたい 100.0（+18.5）

得意分野を作り（+26.2）、知識・技術を身につけ、夢をかなえる仕事につきたい（+24.2）タイプ。グローバル化にも関心が高く（+12.7）、国際的に活躍する仕事につきたい（+16.9）と視野も広い。将来は自分の頑張り次第で決まる（+16.7）、今コツコツ頑張れば将来成功する確率が高くなる（+16.6）と、自力で堅実に努力する姿勢がうかがえる。そのためか、自分の将来は明るいと考えている率が最高（+9.9）。

影響を受ける人・メディア：

詳しく確実な情報を求め塾やネットから情報収集

進学情報の入手先「塾・予備校の資料」18.4（+4.5）
学校ホームページ閲覧時間最高 22.02分（+2.35分）

進学情報については、多くの情報から（+4.6）、条件を細かく比較し（+6.4）、他人のレコメンドからではなく自分で探したい（+11.0）、と考えている。大学への資料請求校数も最高（+0.44校）、パソコンからの学校ホームページ閲覧経験（+2.2）及び閲覧時間が最高と、貪欲に情報収集。しかし、求めるレベルが高いせいか、情報の量（-2.6）や信頼性（-3.4）に関しては満足できていないという結果も。

進学先重視項目

高校生の声

「大学のレベルとは、偏差値ではなくて、学ぶ内容のレベル。外国語に興味があるのですが、文法系に進むか、実践系に進むかで迷っています」

「夏休みは毎日学校見学に行きました。同じ学部でも、模擬授業がいろいろあるので。教授のレベルや、学生がちゃらちゃらしてないかをチェックしてました。就職率は、人数と一緒に確認します」

「地元の国立大学で、宇宙エレベータの研究が進んでるんです。せっかく進学するなら、先進的な勉強がしたい」

「いまの時代は美容師だけじゃ食べていけない。トータルビューティーや着付けも一緒に学ばないといけない」

その①

専門分野を学べる環境を詳しくチェック

専門分野を深く学べること 40.2（+9.3）

教育方針・カリキュラムが魅力的（+7.4）、学習環境・設備が整っている（+5.2）、教授・講師が魅力的（+4.3）、など、専門的に学ぶ意欲をサポートしてくれる環境を重視。卒業後社会で活躍できる（+8.6）ことも重要で、社会人となる数年後を見据えた心構えがうかがえる。

その②

実績・将来性を含めた教育レベルの高さ

教育内容のレベルが高い 29.9（+10.1）

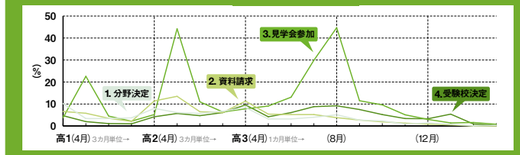
伝統と実績がある（+6.0）、学校が発展する可能性がある（+3.6）も高め。本当に実力がつくのかを判断する材料として、過去も未来も視野に入れて評価する傾向。社会で役立つ力が身につく（+4.3）という意味では、国際的センスが身につく（+5.0）ことも重要。類似学部をシビアに比較する傾向がある。

学者くんの進路選択

進学行動プロセス

分野決定や資料請求の動きが早い

志望分野は高1までに２０%が決定し他タイプより早め。資料請求は活発。
見学会は高２夏と高３夏の参加率がほぼ同じ。



1. 影響を受けるのは家族17.4%、高校の先生13.7%と身近な人の勧めがきっかけ
2. 高２での資料請求率が高め。影響メディアは学校ホームページが高め（+1.8）
3. 高１、高２の参加率が高め。認知は学校ホームページ44.0%、高校配布の情報誌35.2%
4. 影響を受けた1位は見学会23.2%。実際に見学して詳細を確認する傾向が

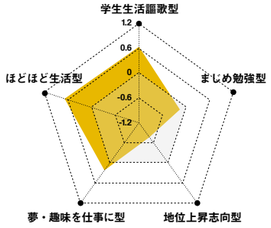
●見学会で知りたいこと
学校で勉強できる内容（+5.7）、実習室や教室などの雰囲気（+4.0）、どんな先生がいるか（+3.3）など、教育内容に関連する項目が高め。参加校の志望度合いは第一志望が最高（+3.3）で、事前に学校ホームページやパンフなどである程度絞り込んだ学校へ行き、学べる内容や環境を実際に確認する傾向がみられる。

ima_bon_2012_0823.indd 16-17
12.10.3 0:35:19 AM

等身大をモットーに。仲良く楽しく心地よく

4 おっとりタイプ

競争が苦手で、上昇志向は低め。
居心地の良い雰囲気で、勉強以外も幅広く学びたい。
響くキーワード：少人数、地元、仲がいい、友達、先生、サポート、あなたらしい



【全体シェア】13.3
【性別】男23.6、女76.4
【進路】大72.2、短11.2、専13.0
【特徴的な志望分野】大学：人間・心理22.7（+7.4）、文学12.6（+3.1）/専門：看護27.9（+7.1）、動物・植物14.5（+6.4）
【特徴的な入試方法】公募推薦16.8（+2.0）、指定校推薦23.5（+1.4）
【その他】地元志向強め49.6（+3.4）、大学第一志望校への進学率最高（+7.3））
※単位のない数字はすべて%。（　）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

高望みせず自分らしく 勉強以外も幅広く学びたい

あまり高望みせずそこそこ楽しい生活を送りたい 96.4（+37.7）
進学先では学生生活を楽しみたい 99.4（+13.8）

他人と競争するのが嫌い（+12.4）で、家族は大切にしたい（+10.8）、かけがえのないものがある（+13.7）など、身近な世界が大切。社会的・相対的評価よりも自分が自然体で楽しくいられることを重視する。将来の進路については強い不安を抱いており（+11.1）、資格取得にも関心が高い（+8.1）。一方、勉強以外のことを幅広く学びたい（+16.6）など、勉強と学生生活のバランスにはこだわりがある。

影響を受ける人・メディア：

受動的な情報収集 見学会と身近な人の影響が大きい

進学情報の入手先「オープンキャンパス」65.8（+6.5）、
「自宅送付の進学情報誌」51.2（+4.5）

多くの情報から自分で探すより、他者にレコメンドしてほしい（+5.7）。送付されてくる進学情報誌、学内外のイベントの影響も高い。高３時に進路変更をする率が最高（+2.3）で、その理由は見学会に参加して（+4.0）、家族からのアドバイス（+1.3）など、実際に感じた居心地の良さや身近な人の意見に左右されやすい。SNSも利用するが、情報収集というより暇つぶしの目的が強い（+12.5）。

進学先重視項目

その①

何より雰囲気の良さ 資格取得に関心が高い

校風や雰囲気が良いこと 57.9（+8.1）

キャンパスがきれい（+3.8）などが高く、全体的な雰囲気を重視。快適な「自分の居場所」でキャンパスライフを楽しみたい。資格を取得して手に職をつけ、結婚・出産後も一生働きたいと考えている。就職に関しては就職率や実績より、就職活動のサポートがしっかりしていること（+5.1）を求める。

その②

大規模よりこぢんまり 推薦入試と地元志向

規模が大きいこと（−2.1）　自宅から通えること（+7.1）

こぢんまりした雰囲気も、身近なコミュニティの温かさに惹かれるこのタイプには重要。地元志向の強さも明確。公募推薦や指定校推薦希望者が多く、その理由は学力試験で実力を発揮できる自信がなかったから（+4.5）。大学出願校数も最低（2.71校、-0.33校）で、無理をしない範囲での選択。

高校生の声

「行くなら女子大。帰りはみんなでカフェに寄ったり買い物したりしたい。勉強は苦手なので、指定校推薦のリストの中から選ぼうと思っています」

「ずっと習っている音楽の勉強をしたくて、母の出身校の大学を考えています。将来音楽の仕事に就くかどうかは分からないけど、好きなことを続けたい」

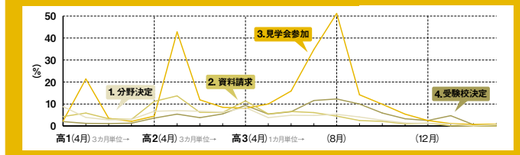
「動物看護師がいいと思っていたけど、動物が死ぬところを見たくなくて、トリマーでいいかな、と思うようになりました」

「仲のいい友達と一緒に地元の女子大へ行きます。一からまた人間関係作るのは疲れるし、居心地いいのが一番」

おっとりちゃんの進路選択

進学行動プロセス　分野決定が早く、見学会参加率が高い

高２までに45%が志望分野を決定。
見学会への参加が積極的で、高３の夏は51%が参加と最高。



1. 影響を受けるのは家族（+0.8）と友人・先輩（+0.8）など身近な人
2. 高２までの資料請求率が高め。高校配布の情報誌19.5%が影響
3. 認知経路は学校ホームページ45.3%、パンフ36.1%と個別校のメディア
4. 見学会とピークは同じ。影響も見学会が28.3%と最高。見学後即決定という動き

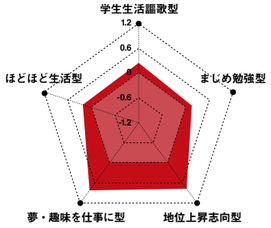
●見学会で知りたいこと
参加校数（3.79校）、満足度（+1.9）ともに最高。進学先校の見学会参加率も最高（+7.2）で、受験校決定に大きく影響している。在校生の様子（+6.7）、キャンパスの雰囲気（+3.9）など、無理せず溶け込めそうかどうかが見どころ。役立った内容は、入試の説明（+4.1）や取れる資格・支援体制の説明（+4.7）などスペック情報も。

ima_bon_2012_0823.indd 18-19
12.10.3 0:35:25 AM

5 プロ突進タイプ

なりたい職業へ一直線。自力で道を切り開き成功したい

夢実現のための努力を厭わず、将来の成功を切望。
業界の人脈が広く、リアルな情報収集を得意とする。
響くキーワード：一流、成功、プロ、講師陣、人脈、実力、個性・センス



【全体シェア】19.7
【性別】男41.4、女58.6
【進路】大69.6、短7.2、専16.2
【特徴的な志望分野】
大学：体育・スポーツ9.3（+1.3）
専門：美容・理容・ヘアメイク17.7（+4.4）、
旅行・観光・ホテル9.1（+2.2）
【特徴的な入試方法】指定校推薦25.3（+3.2）、
ＡＯ入試13.4（+1.7）
※単位のない数字はすべて%、（　）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

目標とする夢や仕事が明確 実現に向け積極的に行動

将来は何か大きな成功を手にしたいと思う 95.1（+31.7）
自分の夢をかなえる仕事につきたい 99.2（+25.8）

将来こうなりたいと目指している人がいる（+15.3）など、キャリアイメージが明確。進学は夢をかなえるための手段で、将来は自分の頑張り次第で決まる（+14.1）と自信を持つ。将来は成功したい、お金持ちになりたい（+30.8）と上昇志向が強い。さらに自分の可能性を広げたい（+13.0）、進学先では学生生活を楽しみたい（+11.1）という意欲もあり、専門分野の勉強以外にも貪欲でエネルギッシュな印象。

影響を受ける人・メディア：

同じ夢を共有する 友達や先輩のクチコミ情報

進学情報の入手先「友人・先輩」27.8（+1.5）
スマートフォン所持率最高 48.4（+9.2）

進学先を決めるときは業界に詳しい友達や、既に進学している先輩を信頼。メディアに関しては、スマートフォン所持率が最高、利用コンテンツも全項目において平均を大きく上回っており、デバイスを自在に使いこなしている。SNS利用率も最高(+3.3)で、利用目的も友人・知人とのコミュニケーションツール（+10.0）、懐かしい友人・知人と再会を求めて（+5.1）など、学内外に積極的に人脈を作っている。

進学先重視項目

高校生の声

「ボーカルになりたくて複数校を比較。講師が一流とは書いてるけど、授業が一流かどうかはわからないから実際に見学に行った。親や先生には反対されたけど無視」

「洋画や海外ドラマが好きで、吹き替え声優がいいなと。４月からスクールにも通っている。パソコンで調べて、有名な人が卒業していたA校へ行きたい」

「医療の現場でバリバリ活躍したい。かっこいい女の人って感じで憧れる。救急救命士を選んだのは、一番命に近い現場だと思ったから。今の志望校は見学に行ったら大きな救急車があって、先生も一流だったから決めた」

「将来はパイロットになりたい。難関大学に行きたかったけど落ちたので、専門学校から外大への3年次編入を目指します」

その①

成長させてくれる 人との出会いを重視

卒業後に社会で活躍できること 35.9（+5.1）
先輩・卒業生が魅力的であること 12.3（+1.5）

学校が発展していく可能性がある（+2.7）、学生の面倒見がいい(+2.1)、教授・講師陣が魅力的(+1.0)などにも注目。卒業後は社会で活躍したいので、資格取得(+4.3）も重要だが、特に彼らが重視するのは希望業界への就職が強いこと（+3.1）、希望する職種につきやすいこと(+2.5)。

その②

放課後も楽しめる 活気ある雰囲気

活気がある感じがすること 27.7（+2.1）

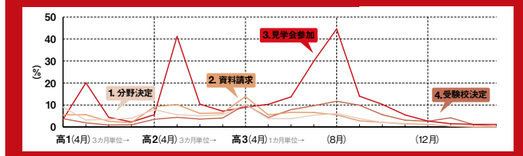
学生生活を楽しみたいので、生き生きした雰囲気に惹かれる。キャンパスがきれいか(+3.8)、クラブ・サークル活動が盛んか（+2.7）、遊びにいくのに便利な立地か（+2.7）などもこのタイプにとっては重要項目。クチコミの影響が大きいせいか、周囲からの評判のよさ(+2.8）も高め。

プロ突進くんの進路選択

進学行動プロセス

受験校決定は高３の８月～９月

分野決定、資料請求、見学会は平均値並みで推移するが、
受験校決定は高３の９月まで延びる傾向。



1. 家族17.1%の影響強め。特になかったも16.6%にのぼる
2. 高３の4月がピーク。自宅送付、高校配布の情報誌の影響が強め
3. 認知は高校配布の情報誌(+3.9)、友人・先輩(+2.7）が他より高め
4. 影響を受けるメディアは全項目で低め。最後は自分で決断する傾向

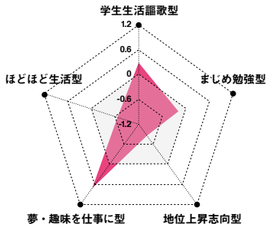
●見学会で知りたいこと
進学先校の見学会参加回数は2.42回（+0.09回）と高め。知りたいことは学校で勉強できる内容（+2.5）、就職状況（+6.3）、取れる資格（+6.6）などが高めで、卒業後の進路も見据えて検討する姿勢。役立った内容も体験実習(+2.5)、就職状況・支援体制の説明(+2.2)、取れる資格・支援体制の説明(+2.0）と、欲しい情報を入手している。

ima_bon_2012_0823.indd 20-21
12.10.3 0:35:32 AM

6 好きエンジョイタイプ

楽しいのが一番！ マイペースで好きなことを続けたい

今も未来も、「好きなこと」に囲まれて生きることを望む。
厳しい環境は苦手で、自由に楽しくやりたい。
響くキーワード：楽しい、好き、直感、体験、実習、仲間、グループ



【全体シェア】9.0（最小）
【性別】男28.8、女71.2
【進路】大72.2、短6.7、専15.4
【特徴的な志望分野】
大学：教育・保育28.6（+11.4）、
外国語17.6（+3.2）
専門：動物・植物14.4（+6.3）、
健康・スポーツ10.9（+4.3）
【特徴的な入試方法】公募推薦17.8（+3.0）、
AO入試13.8（+2.1）
※単位のない数字はすべて%、（ ）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

OLにはなりたくない！ 好きなことを楽しく

自分の趣味や好きなことができる仕事につきたい 93.7（+12.9）
自分のやりたいことや夢があれば学歴は関係ない 54.1（+17.4）

将来は会社の中でえらくなりたい(-31.6)、お金持ちになりたい(-17.2）などの上昇志向が低め。今一生懸命打ちこんでいるものがあり(+28.0)、今も未来も、好きなことに囲まれて、夢をかなえる仕事につきたい(+26.6）と考えている。３割が小学校時代に将来の夢について考えはじめており、興味を早い段階から自覚。社会的評価より自分軸で行動するため、普通のサラリーマンやOLへの抵抗感が強い。

影響を受ける人・メディア：

ネットや高校の先生など 幅広い情報収集

進学情報の入手先「進学情報サイト」29.2（+3.5）
「高校の先生」40.9（+3.3）

影響メディアは塾関連を除くすべての項目で平均を上回っており、様々な方法で情報収集している傾向。特にネットでの情報収集が得意で、パソコン(+2.8)・携帯(+3.8）からの資料・願書請求率も高い。ホームページの閲覧率も高いが、 情報が探しにくい(+3.8)、内容がわかりにくい(+4.0）などの不満も抱いている。部活や学校行事と勉強との両立に悩んでおり(+3.1）高校の先生なども相談相手。

進学先重視項目

高校生の声

「勉強嫌いなので、美容か保育で迷って、校内ガイダンスで出会ったエステが楽しくて興味を持った。友達のお姉ちゃんが行ってて評判もいい。いろいろ見ると迷いすぎちゃって早く決めたいので見ないようにしている」

「最初は音楽がいいと思っていたけどイベントでネイルの体験をしてこっちがいいかもと。高３でのガイダンスでA校を知って、校舎めっちゃきれいだし、上下関係もよくて、楽しそうだった。B校はまじめで暗い感じだったからやめた。」

「文学部だとOLになっちゃいますよね。あたしには向いてない。すぐやめちゃうと思う」

「あたし勉強が嫌いなんで。頭悪くて。好きなメイクだったらやめないかなと思った」

その①

変わりやすい興味に 対応してくれる可能性の広さ

自分の興味や可能性が広げられること 57.1（+10.8）

高３時の進路変更率が高く(+2.1)、理由も学校内のイベント(+0.6）や見学会(+0.7）で将来やりたいことが変わったから(+2.0)。リアルな体験で「これいい！」と感じると、感覚的にとびつく傾向が。進路を限定する勇気がまだなく、「メイク専門より美容全般」など、可能性を残したいと考えている。

その②

楽しく学び、 希望職種につきやすい環境

学生生活が楽しめること 37.7（+5.3）

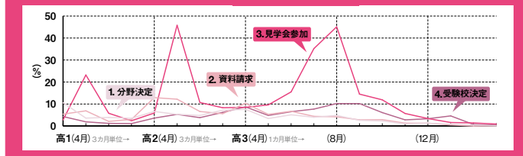
教授・講師陣(+3.1）や先輩・卒業生(+1.4）が魅力的かどうかには興味があるが、就職そのものへの興味は薄い(-7.3)。「就職に有利」の意味として、在学中いろいろな体験ができること(+6.6)、希望する職種につきやすいこと(+5.3）ととらえており、卒業後のイメージは曖昧であることがうかがえる。

好きエンジョイちゃんの進路選択

進学行動プロセス

分野決定・資料請求など全般的に早め

20%が高１までに分野を決定。資料請求の動きは全体的に低めだが、
高３夏の学校見学は活発。



1. 高１以前が多いが、イベント・見学会の影響で
その後コロコロと変わる
2. 過半数が高２までに請求済。自宅送付の情報誌(+2.8）の影響高め
3. 高１、２夏の参加率がともに最高。認知は学校ホームページ42.9%
4. 全体的に早め。見学会(+1.8）が大きく影響している

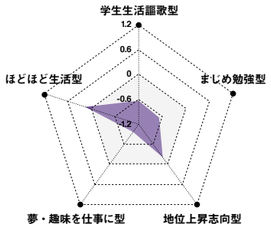
●見学会で知りたいこと
見学会参加回数が最高(+0.3回)。知りたいことは、実習室や教室などの雰囲気(+7.2)、在校生の様子や雰囲気(+6.4)、どんな先生がいるか(+5.1)。役立った内容は先生の話・対応(+5.8)、在校生の話・対応(+5.2)、模擬授業(+4.7)、個別相談(+4.1）など、一緒に学ぶ人の雰囲気や実習の楽しさなどに目を向ける傾向。

ima_bon_2012_0823.indd 22-23
12.10.3 0:35:39 AM

7 未成熟タイプ

夢はなく勉強は嫌い。まだ社会に出たくない

全般的にモチベーションが低く、消去法で進学を選択。
今楽しければよいと考える。
響くキーワード：難しくない、ラク、丁寧にサポート、一緒に、親切



【全体シェア】15.3
【性別】男57.1、女42.9
【進路】大78.8、短7.2、専9.4
【特徴的な志望分野】
大学：経済・経営・商40.9（+13.8）、
社会19.4（+5.7）
【特徴的な入試方法】
指定校推薦29.2（+7.1）
【その他】
部活不参加率最高35.4（+4.9）
※単位のない数字はすべて%、（ ）内は平均値との差

志向・価値観

将来のこと：

自分の将来に興味なし 流されつつ、人並みに

自分自身の将来は明るくない 54.5（+9.9）
将来なりたいものが大体決まっている 26.5（-32.1）

成功体験が少なく、自己肯定感が低め。将来なりたいものはなく、「こうなりたい」と目指す人もいない(-20.3)。進学先で役立つ知識・技術を身につけたいという意欲も低い(-60.3)。学生生活を楽しみたい(-34.3)とすら考えず、進学への期待が薄い。当然、社会的上昇志向も低く(-42.2)、人並みに生活できれば満足(+22.9)。志望分野もつぶしがききそうという理由で経済系志望者が多め。

影響を受ける人・メディア：

情報収集は受動的 身近な人の影響を受ける

進学情報の入手先24項目すべてが平均以下
見学会参加率 55.7（-11.2）、大学資料請求校数 5.45校(-0.79校)

影響メディアについては全般的に利用率が低い。特になかった(+1.9)という率も高め。大学の資料請求校数や見学会の参加率ともに最低で、情報収集意欲も低く、自分からはアクションも起こさないという傾向が見てとれる。受験時の悩みは、志望校を決められない(+2.3)、行きたい学部・学科を決められない(+11.7)こと。友人・先輩など身近な人からのアドバイスがかろうじて高め。

進学先重視項目

その①

学校選択の視点少なめ 入れそうな学校を探す

偏差値が自分に合っていること 31.9（+2.6）

志望校検討時の重視項目として挙げた35項目中、33項目が平均値より低く、自分に合う学校を選ぶ視点が少ないことがうかがえる。特に自分の興味や可能性が広げられること(-33.2)には興味がない。正直、入れれば他にこだわりがないので、偏差値は入れそうな学校を探す目安になる。

その②

近くて遊べる 立地を重視

自宅から通えること 41.6（+0.5）

遊びにいくのに便利な立地であること(-1.4)、交通の便が良いこと(-1.7)など、自宅から近い範囲で、楽して通えて、行き帰りに遊べるという意味で立地を重視。学費(-6.3)や寮・奨学金(-5.5)などの経済的なサポートやメリットにも心が動く。

高校生の声

「将来のことを考えるのは面倒くさいので、誰かにこれと決めてほしい」

「高校にも全然行かなかったので、そろそろ決めなきゃと思っていた高3の夏に部活の先生が進めてくれて指定校でA大学へ」

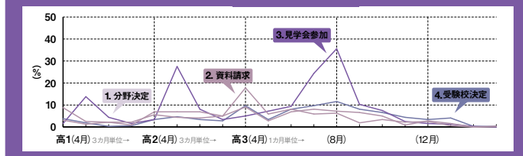
「将来は食べていくだけのお金をもらって適当に働ければいい。それよりもアミューズメント（ゲームや趣味）を楽しむ時間が欲しい」

「ほっといたら自分がニートになりそうな気がする」

未成熟くんの進路選択

進学行動プロセス　分野決定と受験校決定が連動する傾向

分野決定のピークが高3の4月と遅い。全体を通して分野決定と受験校決定が連動しているのが特徴。見学会参加率は高3夏が高いが動きは遅め。



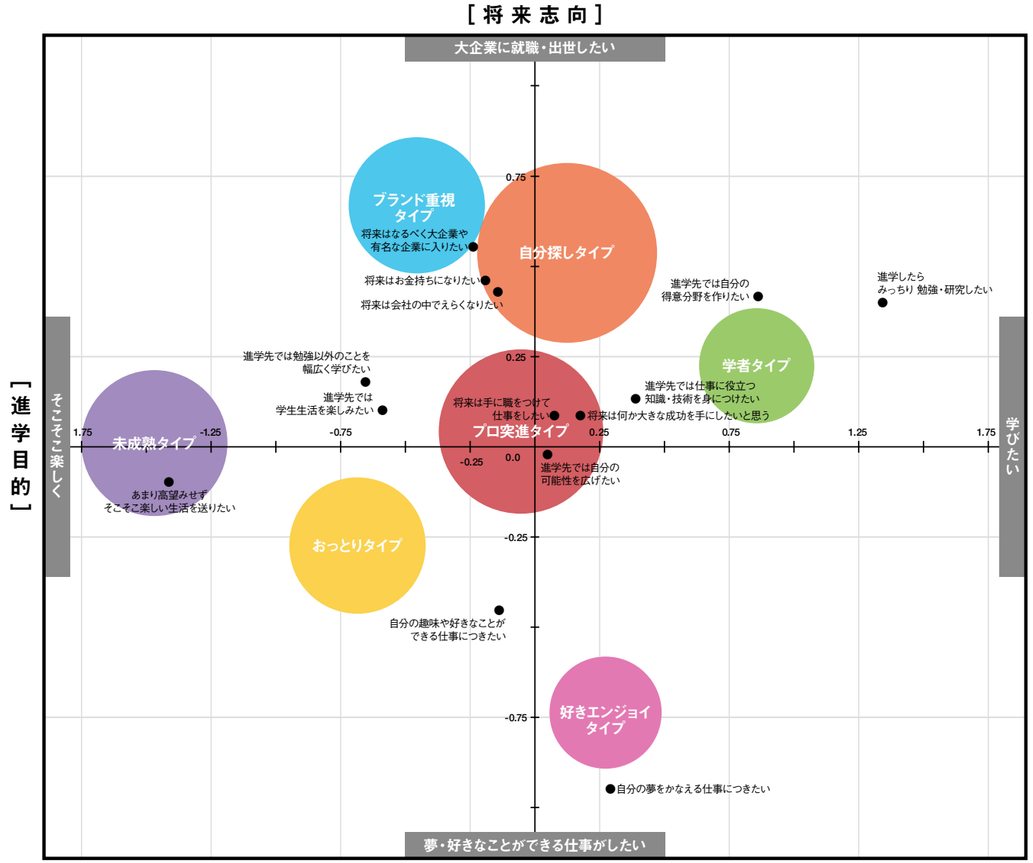
1. 高3の4月が山だが、どれも10%未満。進学情報誌の影響高め
2. 同じく高3の4月がピークだが全体的に低めで推移
3. 高3夏に集中する傾向。認知は自宅送付の情報誌が他より高め
4. 高3の夏以降に決定。決め手はパンフ、高校配布の進学情報誌

●見学会で知りたいこと
不参加率が最高。その理由は、詳しい学校情報は知らなくても良いから(+7.0)、参加のしかたがわからなかったから(+3.4)。全項目に関して興味が低いが、かろうじてキャンパスの雰囲気(−6.2)、どんな部活・サークルがあるか(−7.1)などが高め。役立った内容は部活・サークルの紹介(−0.3)、学食体験(−3.3)など。

ima_bon_2012_0823.indd 24-25
12.10.3 0:35:46 AM

ポジショニングマップ

タイプ分類に使用した価値観に関する質問14項目への回答傾向をもとに、各タイプの進学や将来に対するスタンスを分析。
「将来志向」と「進学目的」の2軸が検出されました。各タイプの円の大きさは全体シェアに比例しています。



ima_bon_2012_0823.indd 26-27
12.10.3 0:35:46 AM

高校生の、いま。

高校生価値意識調査 2012

2012年９月発行

企画・制作 …… 小林 浩、牧田綾子、鈴木規子（リクルート進学総研）
酒井文也、牧野 藍、高木智香、笠井 剛、衣川久恵
（リクルートメディアコミュニケーションズ）
ＡＤ・Ｄ …… 福間優子、山田益弘
イラストレーション …… 堀 道広
調査・分析 …… 橋口理文、高石純子、石田ゆき子（&D）
印刷・製本 …… 株式会社北斗社

発行
株式会社リクルート 進学カンパニー
〒105-0004 東京都千代田区丸の内 3-8-1 住友丸の内ビル
TEL＿03-3575-1111（代）

非売品／Printed in Japan ／無断転載・複製を禁ず
© 株式会社リクルート
All Rights Reserved Copyright
©2012 RECRUIT CO.,LTD.

リクルート進学総研 http://souken.shingakunet.com

ima_bon_2012_0823.indd 28-29
12.10.3 0:35:46 AM