

「進学ブランド力調査2018」 調査結果に対するリクルート進学総研 小林浩の見解

リクルート進学総研では、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。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ます。しかし、高校生側にそれが届いているとは限りません。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) 志願度トップは、関東、関西、東海とも、昨年から大きな変化なし

- ・ 関東では早稲田大学が2年連続1位
- ・ 東海では名城大学が2年連続1位
- ・ 関西では関西大学が、調査開始以降11年連続で1位（昨年同率1位だった近畿大学は2位に）

2) 高校生からの人気上昇している、減少している分野はどこか（5年前との比較）裏面グラフ参照 ⇒大学卒業後の人材ニーズが大きく影響

- ・ 高校生が進学したいと考える分野について、5年間の経年変化を見ると、5年前と比較して最も伸びているのが「国際関係・国際文化」(+2.2pt)。昨年との比較では減少した(P.10参照)が、5年間で見ると伸びている。グローバル化の進展が背景にあると考えられる。
- ・ 続いて、「経済・経営・商」(+2.1pt)、「観光・コミュニケーション・メディア」(+1.3pt)。景気回復による就職環境の改善の影響がある。そして、「情報」(+1.2pt)は、AIやデータサイエンティスト等の人材ニーズの増加が背景となっていると思われる。
- ・ その一方、少子化社会の到来を受けて、今後の人材ニーズの減少が予測される「教育・保育」が-2.1ptと、減少率のトップとなっている。
- ・ 全体的に、大学卒業後の人材ニーズが、高校生の志望分野の動向に大きな影響を与えていることがわかる。

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委員等を歴任。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/

【3エリア累計】 志望分野系統：5年間の推移

【5年前に比べ**1.0pt以上増加**】

「国際関係・国際文化」(+2.2pt)「経済・経営・商」(+2.1pt)、
「観光・コミュニケーション・メディア」(+1.3pt)、
「情報」(+1.2pt)、「社会」(+1.1pt)

【5年前に比べ**1.0pt以上減少**】

「教育・保育」(-2.1pt)、「理学」(-1.1pt)、
「生物・農・獣医・林産・水産」(-1.1pt)、「薬学」(-1.0pt)

