

高校生の「志願したい大学」を調査する『進学ブランド力調査 2024』 ～高校生が進学先を検討する際の重視項目編～

- 1位「学生生活が楽しめそう」
- 2位「就職に有利である」
- 3位「自分が成長できそう」

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）が運営する、『リクルート進学総研』（所長：小林 浩）は、高校生の大学選びの動向を明らかにするため、2008年より進学ブランド力調査を実施しております。2024年7月31日（水）には、高校生の「志願したい大学」を7エリアで発表いたしました。今回は同調査より、高校生が進学先を検討する際の重視項目について調査結果がまとまりました。

なお、前回発表リリースは下記URLをご参照ください。

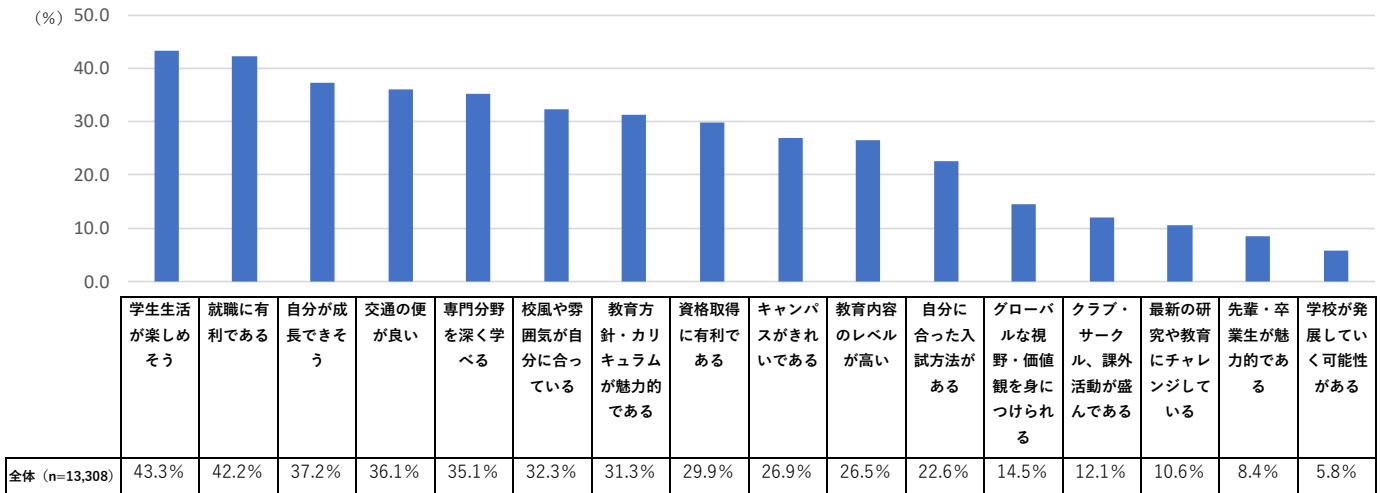
https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20240731_study_01.pdf

※2024年度より調査手法を一部変更しております。

■高校3年生4月時点で進学先を検討する際の重視項目は、「学生生活が楽しめそう」が全体では1位

・進学先検討時の重視項目 ※全体の降順

Q.進学する学校を選ぶとき、あなたが重視するのはどのようなことですか（複数選択）



解説：学生生活を楽しむという前提の上で、高校生はその先に何を望むのか

2024年にリニューアルした『進学ブランド力調査 2024』では、「志願したい大学」の他、進学先を検討する際の重視項目についても高校生に聴取しています。『進学ブランド力調査』は、高校生の「純粋想起としての志願したい大学」を聞くことを目的としているため、高校3年生に進級した直後の4月に実施しています。また今回の調査は、コロナが5類感染症へ移行した後初めての調査であり、授業や課外活動を含めキャンパスに通う頻度が増えてきた中でした。進学先を考える高校生にとっては、キャンパスで大学生活を送ることを想定した上での回答だったと推察します。

全国的な傾向としては、「学生生活が楽しめそう」が43.3%と1位。大学卒業後の生活を意識した「就職に有利である」（42.2%）が続ぎ、「自分が成長できそう」（37.2%）が3位でした。この結果から、大学卒業後のキャリアを見据えて在学中に自身がどれくらい成長できるかなど、大学生活のその先を見通している高校生の志向が見えてきました。



『リクルート進学総研』
所長 小林 浩

※調査データの引用をご希望される際は、「進学ブランド力調査 2024」リクルート進学総研調べ」と明記いただき、弊社までご一報ください。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

【調査概要】

■調査目的 高校3年生の大学に対する志願度、知名度、イメージを把握し、関係各位の参考にする。

■調査対象 全国の高校に通っている2025年3月卒業予定者（調査時 高校3年生）計19万9,990名

※令和5年度学校基本調査の「全日制・本科2年生生徒数（県別）」、「中等教育学校・後期課程2年生（県別）」を基に、リクルートが運営する『スタディサプリ』会員より調査対象とする数を抽出

■エリア区分 関東甲信越エリア（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県、新潟県、山梨県、長野県の1都9県）
東海北陸エリア（静岡県、愛知県、岐阜県、三重県、富山県、石川県、福井県の7県）
関西エリア（大阪府、京都府、奈良県、和歌山県、兵庫県、滋賀県の2府4県）
北海道エリア（北海道の1道）
東北エリア（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県の6県）
中四国エリア（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県の9県）
九州沖縄エリア（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県の8県）

■有効回答数 1万4,758名 回収率 7.4%

※令和5年度「学校基本調査」（文部科学省）の2年生（本調査の母集団:2025年3月卒業予定の高校3年生）から男女構成比を算し、エリア別男女構成比（7エリア×2性別）が母集団と一致するように全体を補正している。

■集計対象数 1万3,317名 ※分析対象は上記有効回答のうち大学進学希望者

■調査期間 関東甲信越、東北：2024年4月1日（月）～4月30日（火）23:59
その他地域：2024年4月2日（火）～4月30日（火）23:59

■調査方法 インターネット調査
※2024年度からインターネット調査に変更、また選択肢を一部変更したため、時系列結果は掲載していない。

◇調査票について

大学を一覧化し、知名校に関する項目を質問する上で、回答者の対象校数ボリュームを勘案して調査票（1枚ごと）に対する目安を定め、調査対象校を以下のようにランダムにグルーピングした

	関東甲信越	東海北陸	関西	北海道	東北	中四国	九州沖縄
【知名校に関する調査部分】	17グループ	9グループ	11グループ	6グループ	7グループ	7グループ	8グループ

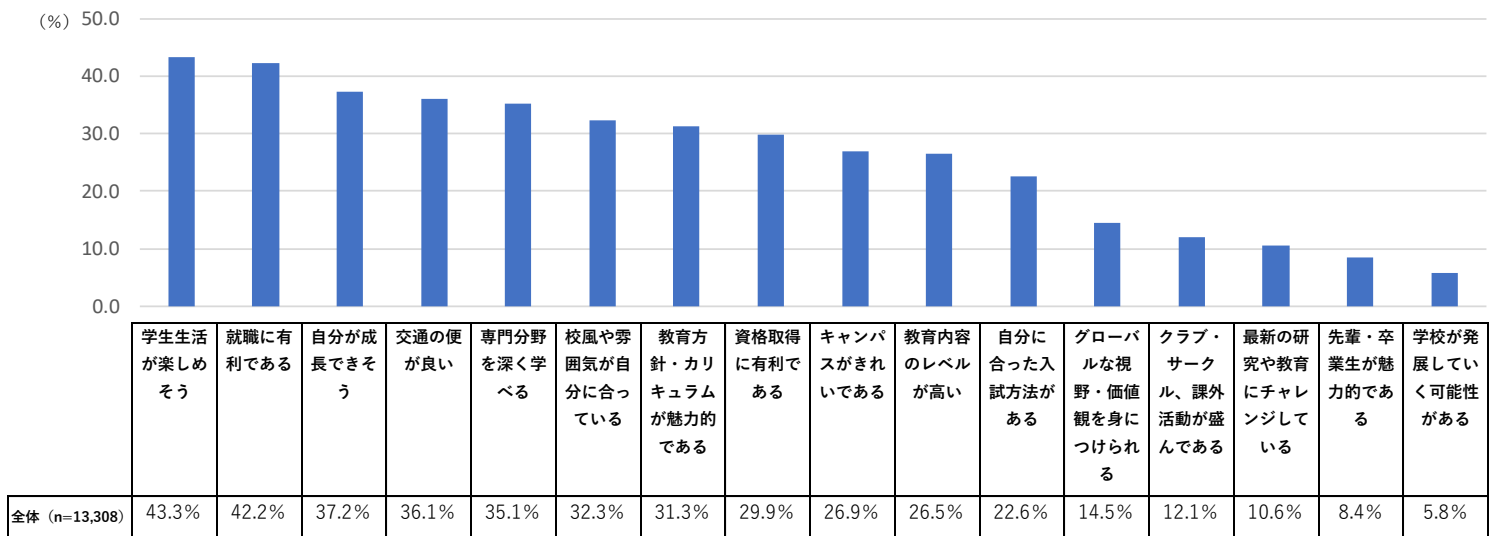
※上記グループ数は、1人あたりの対象校数が20校程度の目安に設定

進学先検討時の重視項目

- 高校生の進学先検討時の重視項目を聴取すると「学生生活が楽しめそう」（43.3%）、「就職に有利である」（42.2%）、「自分が成長できそう」（37.2%）の順に高かった。
- 新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着いてきた中で、理想の大学生生活を送りたい、という期待感が読み取れる。
- また、次いで「交通の便が良い」（36.1%）が高くなっており、立地も重視していることがうかがえる。
- 文系では「学生生活が楽しめそう」が最も高く、理系では「就職に有利である」が最も高い。

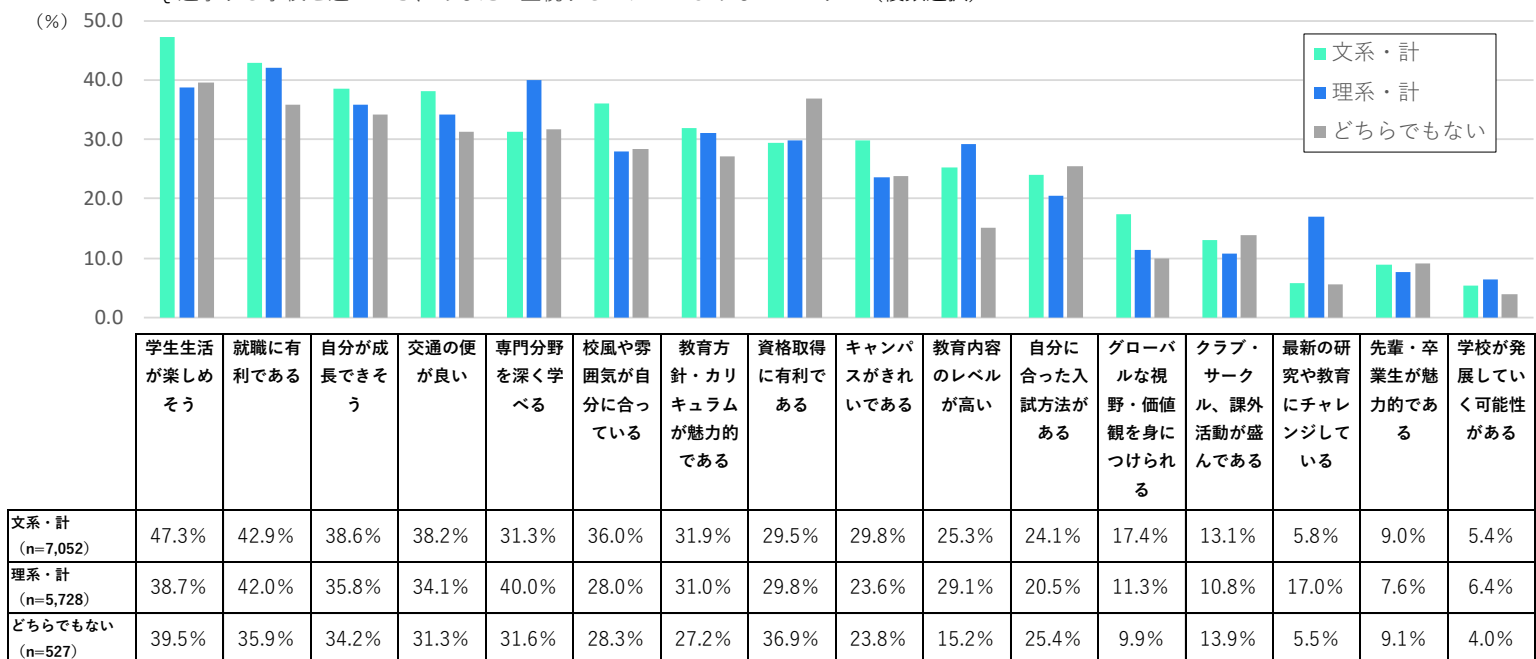
■ 進学先検討時の重視項目（再掲） ※全体の降順

Q.進学する学校を選ぶとき、あなたが重視するのはどのようなことですか（複数選択）



■ 進学先検討時の重視項目（文理） ※全体の降順

Q.進学する学校を選ぶとき、あなたが重視するのはどのようなことですか（複数選択）



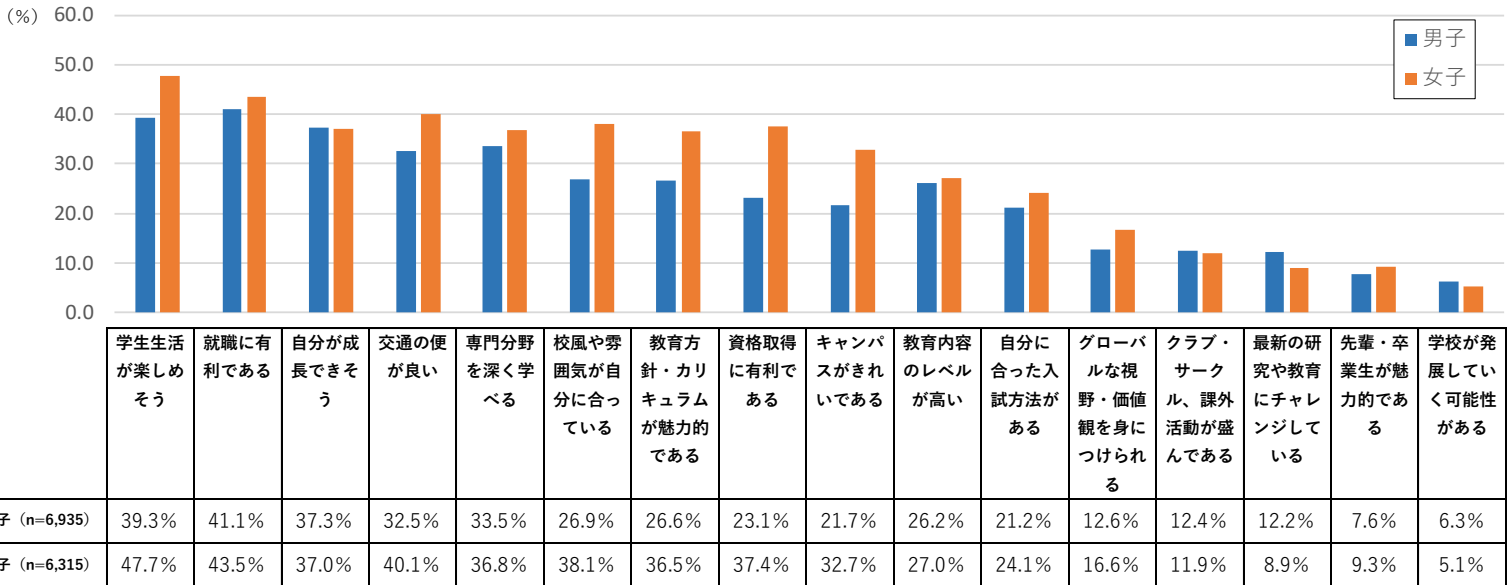
文系・計は「文系」「どちらかといえば文系」の合計値。理系・計は「理系」「どちらかといえば理系」の合計値。

進学先検討時の重視項目

- 男子では「就職に有利である」が最も高く、女子では「学生生活が楽しめそう」が最も高い。
- 男子と女子の差が最も大きいものは「資格取得に有利である」で14.3ポイントあった。

■ 進学先検討時の重視項目（男女） ※全体の降順

Q.進学する学校を選ぶとき、あなたが重視するのはどのようなことですか（複数選択）



リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>

※調査データの引用をご希望の場合は、「進学ブランド力調査2024」リクルート進学総研調べと明記のうえ、弊社までご一報ください。