



# マイナビ進学総合研究所

2023年度進学トレンド総括

ver.1.0

分析対象

23年  
3月卒

# INDEX

はじめに	P.3	III. 23年3月卒生の学校選びに関する意識	P.26
冒頭ご挨拶	P.4	学校選びに関する意識 — TOPICS	P.27
本資料の目的／今回の資料作成に使用したマイナビ進学実施調査一覧	P.5	志望校選びの際「重視するポイント」（昨年比較）	P.28
本資料における短縮表記について／年度表記とコロナウイルス影響について	P.6	どんなイメージの学校に魅力を感じたか	P.29
<b>I. 高校生の進学を取り巻く環境</b>	P.7	自分の能力を伸ばす上で魅力的・重要と感じた教育内容や学習環境	P.30
18歳人口及び高等教育機関入学者数・進学率の推移	P.8	オープンキャンパスのプログラムについて（リアル参加者）	P.31
選抜方式別入学者数の推移	P.9	オープンキャンパスのプログラムについて（オンライン参加者）	P.32
「情報Ⅰ」科目の取り扱い	P.10	オープンキャンパスで得られる情報について	P.33
デジタル・グリーンなどの成長分野	P.11	進路決定のために知りたかったこと・学校の授業でやってほしかったこと	P.34
<b>II. 23年3月卒生の活動タイミング</b>	P.12	進学する際の住まいについて	P.35
活動タイミング — TOPICS	P.13	<b>IV. 23年3月卒生の情報集め</b>	P.36
進学先校の「認知時期」（年度比較）	P.14	情報集め — TOPICS	P.37
進学先校の「認知時期」（学校種別ごと）	P.15	志望校検討に影響した情報源	P.38
進学先校の「認知時期」（年度比較）（学校種別ごと）	P.16	学校案内・パンフレットでよく見た情報	P.39
進学先校の「認知時期」（累計）	P.17	学校公式WEBサイトでよく見た情報	P.40
進学先校の「資料請求時期」	P.18	興味のある学部・学科の詳しい情報を得るために参考にした情報	P.41
進学先校の「イベント参加時期」※WEB含む	P.19	「学部案内・パンフレット」「学校公式WEBサイト」どちらが参考になったか	P.42
進学先校の「出願決定時期」	P.20	広告物に目を通してしているか	P.43
進学先校の「出願決定時期」（累計）	P.21	広告物は進路検討の情報源として役立っているか	P.44
「資料請求時期」進学先校と非進学校との比較	P.22	広告物を読んだ結果、取った行動	P.45
「イベント参加時期」進学先校と非進学校との比較	P.23	時期ごとの進路調べ・進路検討アクション	P.46
「イベント参加割合」進学先校と非進学校との比較	P.24	時期ごとで最も参考になった情報の“情報源”	P.47
「出願決定時期」進学先校と非進学校との比較	P.25	<b>V. 2024年卒以降の展望</b>	P.48



はじめに

# 冒頭ご挨拶

2023年5月8日に、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが第5類へ変更され、市中では段々と元の日常が戻りつつあります。

2023年3月に行った高3生向け調査でも、進学先校のオープンキャンパスに参加した割合は大学志望者で63.7%と、昨年の49.8%から大きく増加しました。

足を運んで得る情報、冊子やWEB経由で得る情報。

コロナ禍を経てハイブリッドな様式が生まれた今こそ、改めて高校生の実態を正確に掴む必要があると感じます。

弊社では、高校生向けのアンケート調査を実施しており、その調査結果やマイナビ進学（進学情報サイト/進学情報冊子）の資料請求状況から、高校生の進路選択の傾向や特徴を分析してまいりました。

本年もこの資料にて分析結果の一部を紹介させていただきます。  
募集広報業務や進路支援、ひいては学校改革の一助になれば幸いです。

2023年7月吉日 マイナビ進学総合研究所 主席研究員 宮内 章宏



マイナビ進学総合研究所  
主席研究員 宮内 章宏

# 本資料の目的／今回の資料作成に使用したマイナビ進学実施調査一覧

## ▼本資料の目的

主に2022年度(4月～3月)にマイナビ進学総合研究所が実施した調査から、高校生の進路選択の実態に迫ること。

## ▼今回の資料作成に使用したマイナビ進学総合研究所実施調査一覧

調査名称	調査対象	調査時期	回答N数
高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査	マイナビ進学会員（高校3年生）	2019年3月	4,247名
〃	〃	2020年3月	2,729名
〃	〃	2021年3月	2,630名
〃	〃	2022年3月	3,107名
〃	〃	2023年3月	3,244名
マイナビ進学会員定期調査	マイナビ進学会員（高校生）	2021年6月	1,879名
〃	〃	2022年5月	996名
〃	〃	2022年8月	1,674名
〃	〃	2022年12月	1,266名
〃	〃	2023年3月	1,742名
オープンキャンパス実態調査	外部パネル（全国15～18歳）	2022年8月	1,595名
学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査	マイナビ進学会員（高校3年生）	2023年2月	1,131名
DM等に関する高校生の意識調査	マイナビ進学会員（高校生）	2023年3月	847名

# 本資料における短縮表記について／年度表記とコロナウイルス影響について

## ▼本資料における短縮表記について

誌面の都合により、下記のように短縮表記をする箇所があります。悪しからずご了承ください。

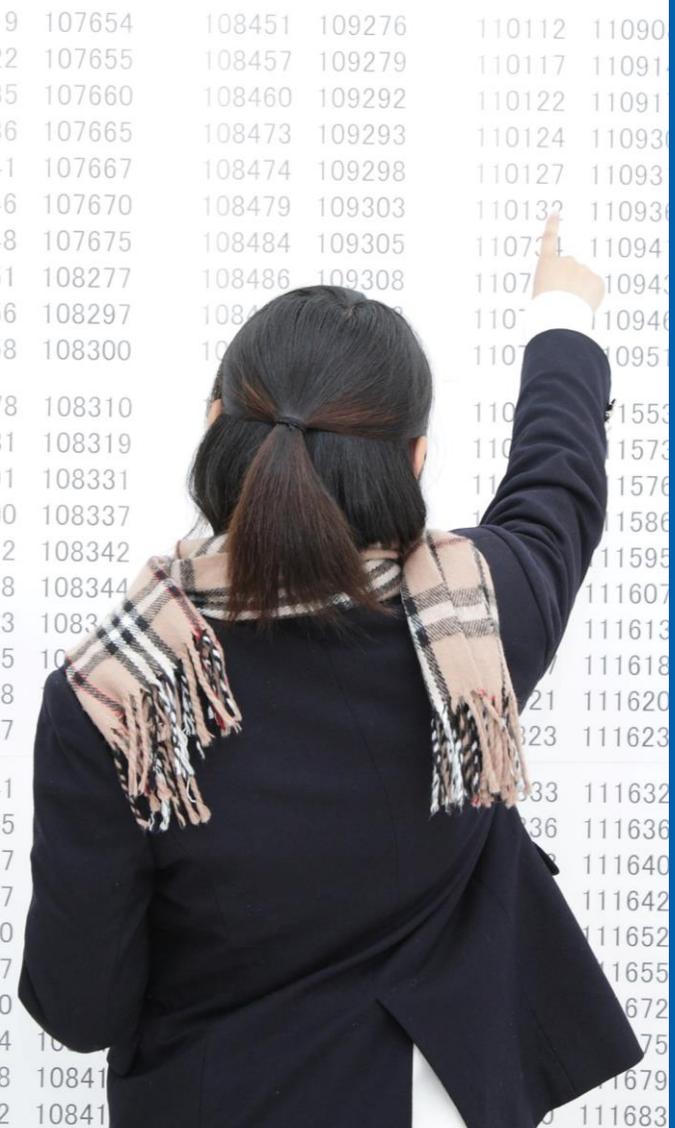
- ・「短期大学」・・・『短大』
- ・「専門学校」・・・『専門』
- ・「高校●年生」・・・『高●』 『高●生』 『●年』 など

## ▼年度表記とコロナウイルス影響について

下記の通りまとめておりますのでご参考ください。

西暦年度	和暦年度	期間	入試年度	2022年卒	2023年卒	2024年卒	緊急事態宣言	まん延防止等重点措置
2020年度	令和2年度	2020/4/1- 2021/3/31	「2021年度入試」	高2	高1	-	①2020/4/7～5/25 ②2021/1/8～3/21	-
2021年度	令和3年度	2021/4/1- 2022/3/31	「2022年度入試」	高3	高2	高1	③2021/4/25～6/20 ④2021/7/12～9/30	①2021/4/5～9/30 ②2022/1/9～3/21
2022年度	令和4年度	2022/4/1- 2023/3/31	「2023年度入試」	-	高3	高2	-	-

↑ 本資料の主な分析対象

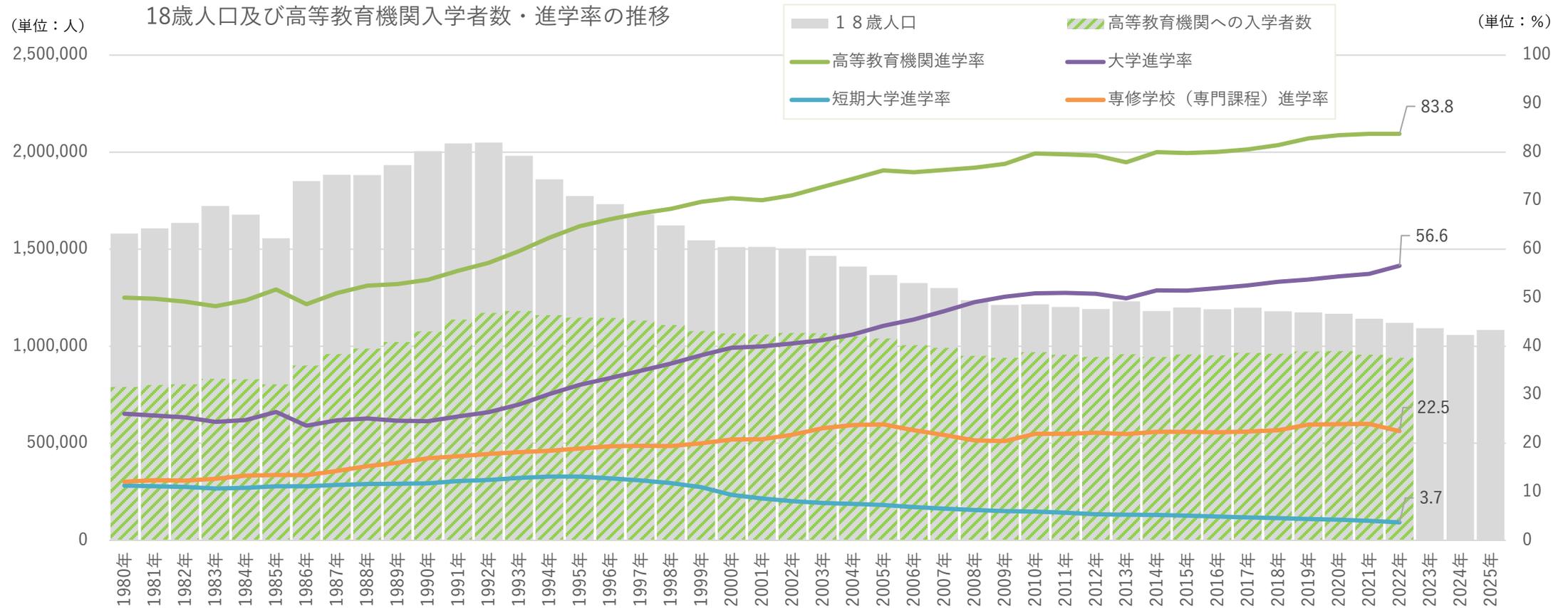


# 1. 高校生の進学を取り巻く環境

# 18歳人口及び高等教育機関入学者数・進学率の推移

## 大学進学率は上昇トレンドをキープ。18歳人口は本格的に減少フェーズへ。

2022年、大学進学率は56.6%と過去最高値を記録した。一方、短期大学進学率は下降が続き、入学者数確保の苦戦が続く。専門学校進学率は6年ぶりに減少。文部科学省の推計によれば、18歳人口の減少スピードは今後益々激しくなる見込み。



※全体の進学率には「高専4年在学者」を含むが、割合が少ないためグラフには表示しない。

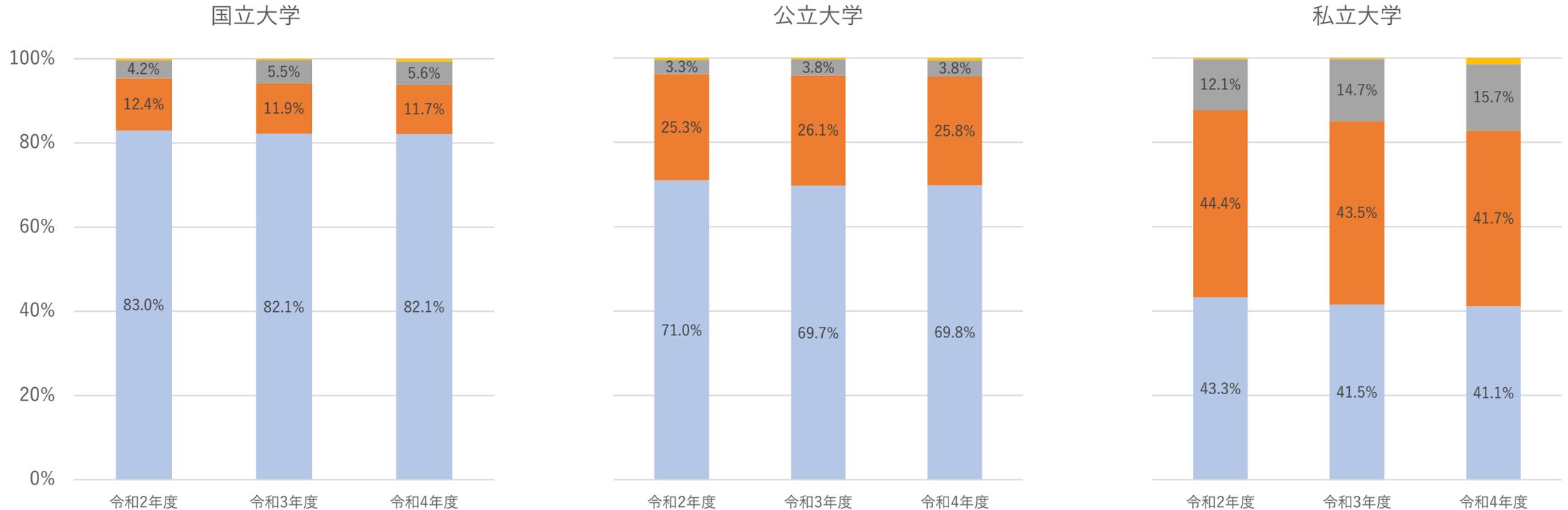
【参照元データ】  
 ・学校基本調査（年次統計、中学校卒業生数、中等教育学校前期課程修了者数）

## 私立大学は総合型選抜の利用割合拡大が続く

選抜方式別の入学者数を、直近3か年の推移データで示した。学校推薦型選抜は、国公立・私立ともに割合がやや減少した。私立大学は総合型選抜の割合拡大が続き、令和4年度は15.7%となった。令和2年度から令和3年度にかけては+2.6pt増加したが、令和3年から令和4年にかけては+1.0pt。総合型選抜拡大にも頭打ちが見えてくるか。学校推薦型選抜の利用割合と合わせると50%を超えるという傾向は変わらない。

選抜方式別入学者数の推移

■一般選抜 ■学校推薦型選抜 ■総合型選抜 ■その他入試



【参照元データ】

・文部科学省「国公立大学・短期大学入学者選抜実施状況の概要」

## 2025年1月大学入学共通テストから「情報Ⅰ」が追加

2022年度から実施された高校新課程では「情報Ⅰ」が必履修（全員履修）に。2025年度（令和7年度）入試において「情報Ⅰ」が「大学入学共通テスト」や一部大学の入試でも出題される予定。各大学は速やかに選抜方法や科目についての情報を発信することが求められている。

▼国立大学協会「2024年度以降の国立大学の入学者選抜制度  
－国立大学協会の基本方針－」より

▼国立大学協会「『2024年度以降の国立大学の入学者選抜制度  
－国立大学協会の基本方針－』の策定に当たって（会長談話）」より抜粋

### （2）「大学入学共通テスト」

#### 6教科8科目の原則

高等学校においては、2022年度から新学習指導要領が年次進行で実施され、事象を情報とその結び付きの視点から捉え、情報技術を適切かつ効果的に活用する力を全ての生徒に育む必履修科目として、「情報Ⅰ」が設けられることとなった。2024年度に実施される大学入学共通テストからは、この新学習指導要領に対応した教科・科目が出題され、特に、大学入学共通テストの出題教科に新たに「情報」が加わることは、大学入試センター試験を含め初の教科の追加となる。

国立大学においても、これからの社会に向けた人材育成の中で、文理を問わず全ての学生が身に付けるべき教養として「数理・データサイエンス・AI教育」が普及しつつある。そのような状況の中で、高大接続の観点からも、「情報」に関する知識については、大学教育を受ける上での必要な基礎的な能力の一つとして位置付けられていくことになる。

よって、2024年度に実施する入学者選抜から、全ての国立大学は、「一般選抜」においては第一次試験として、高等学校等における基礎的教科・科目についての学習の達成度を測るため、原則としてこれまでの「5教科7科目」に「情報」を加えた6教科8科目を課す。

なお、2024年度に実施する入学者選抜での経過措置問題を含む「情報Ⅰ」の活用の方法等について、各大学は、速やかにホームページを活用して公表するなど、受験生に対して十分な説明を行う。

2022年度から始まる高等学校の新学習指導要領では「情報Ⅰ」が全ての生徒が学ぶ必履修科目として履修され、一方、国立大学においても既に多くの大学で、「数理・データサイエンス・AI教育」が文理を問わず全ての学生が身に付けるべき教養科目として履修されています。このような中において「情報」に関する知識については、国立大学の教育を受ける上で必要な基礎的な能力の一つとして位置付けられていくと考えています。

## 学部の理系転換や新設を政府が支援

DX化、脱炭素化といったメガトレンドは今後も続く。一方、日本では理工系を専攻する学生の割合がOECD平均よりも低い。大学は特定成長分野（デジタル・グリーン等）への転換が迫られるが、その初期投資や機能強化にかかる経費に対し、政府は継続的な支援を行う。加えて、高度情報専門人材の確保に向けた機能強化に対しても支援が行われる。

▼文部科学省「成長分野をけん引する大学・高専の機能強化に向けた基金による継続的支援」PDFより抜粋

### 事業内容

デジタル・グリーン等の成長分野をけん引する高度専門人材の育成に向けて、意欲ある大学・高専が成長分野への学部転換等の改革に  
予見可能性をもって踏み切れるよう、新たに基金を創設し、機動的かつ継続的な支援を行う。

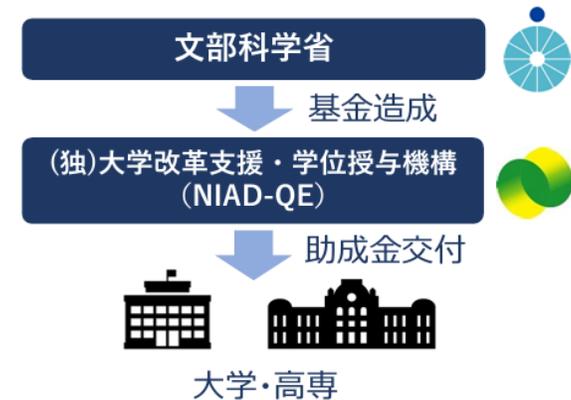
#### ① 学部再編等による特定成長分野（デジタル・グリーン等）への転換等支援

- 支援内容：学部再編等に必要な経費（検討・準備段階から完成年度まで）
- 支援対象：私立・公立の大学

#### ② 高度情報専門人材の確保に向けた機能強化支援

- 支援内容：情報科学系学部・研究科を有する大学の体制強化に必要な経費  
高等専門学校における情報系学科・コースの新設・拡充に必要な経費
- 支援対象：国公立の大学（大学院を含む）・高専

#### 【事業スキーム】





## II.23年3月卒生の活動タイミング

## 「進学先校」に対する高校3年間の進路検討アクションまとめ

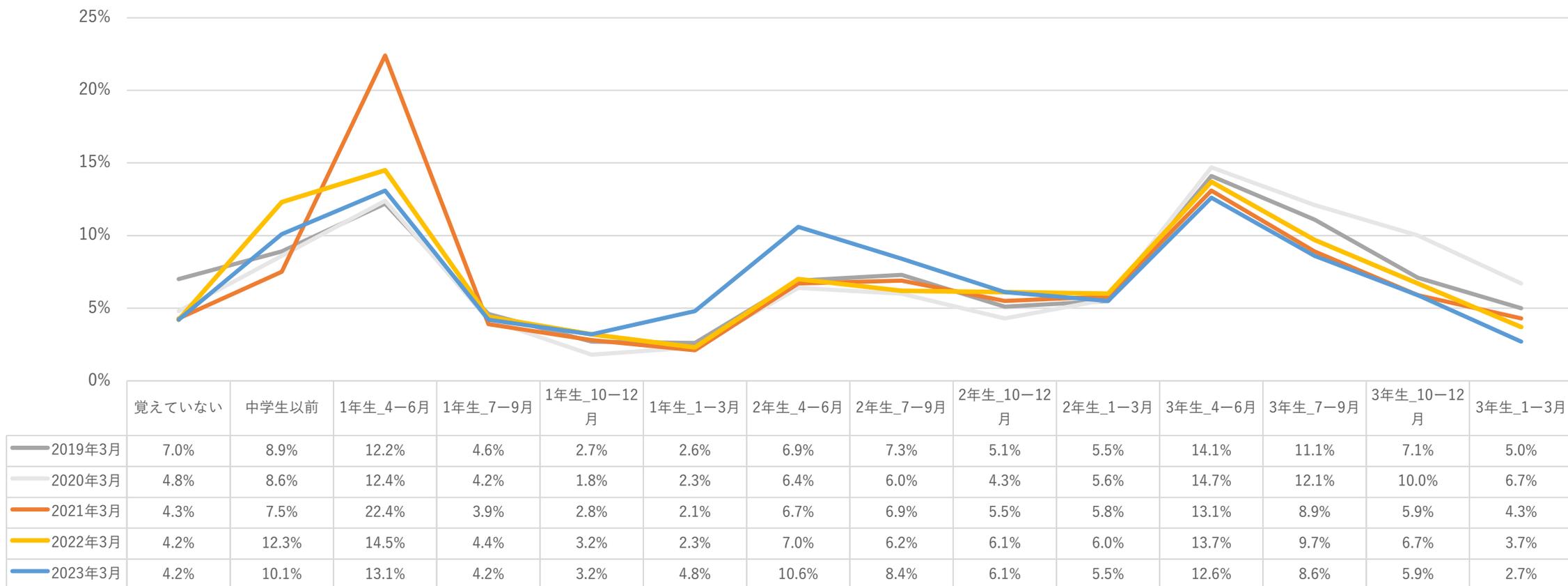
本章の内容を下記表のとおり1枚にまとめた。学校種別（大学／短大／専門／全体）により色分けしている。進路検討アクション（認知／資料請求／イベント参加／出願決定）ごとのピーク期を参考にされたい。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年生	【大学】認知最多時期 【短大】認知第2ピーク											
2年生				【専門】認知第2ピーク						【全体】認知約70%認知済み		
3年生	【大学】認知第2ピーク 【短大・専門】認知最多時期			【全体】認知約90%認知済み								
	【全体】資料請求最多時期			【全体】イベント参加最多時期								
	【全体】出願決定約45%決定済み			【全体】出願決定最多時期			【全体】出願決定約88%決定済み					

## 最も認知時期が多いのは3年連続で「1年生4～6月」となる

進学する学校を知った時期の調査。2023年3月卒は「1年生4～6月」「3年生4～6月」「2年生4～6月」の順に回答割合が高い。2023年3月卒は過去と比べ、「1年生1月～2年生9月」で進学先校を認知する傾向が高い様子が伺える。2022年3月卒ほどではないが、「中学生以前」「1年生4～6月」の回答割合は2023年3月卒でも高く、例年同様に早期認知の傾向が伺える。

進学する学校を知った時期

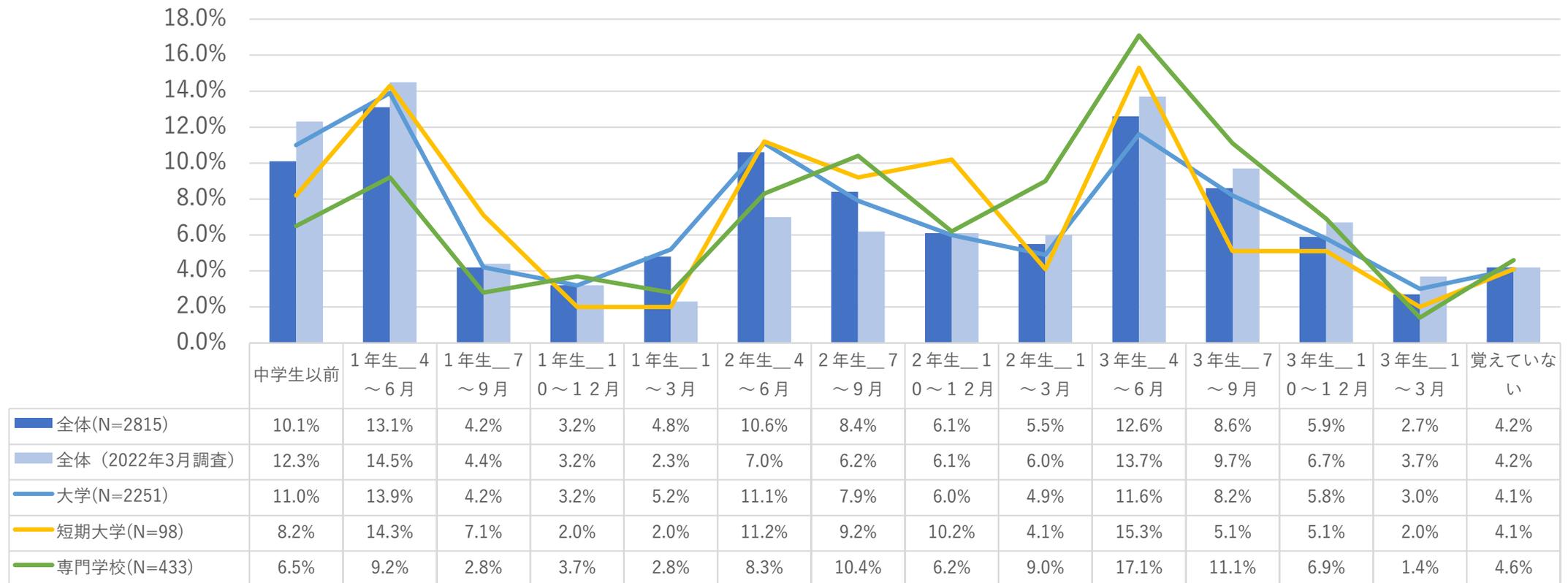


【参照元データ】  
・高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2019/2020/2021/2022/2023

## 進学先「大学」の認知は早期傾向。「短大」「専門」は「3年4～6月」が最多

進学する学校を知った時期を学校種別ごとに集計。回答最多は、大学「1年生4～6月」(13.9%)、短期大学「3年生4～6月」(15.3%)、専門学校「3年生4～6月」(17.1%)となった。折れ線グラフの山を見ると、大学は「1年生4～6月」「2年生4～6月」「3年生4～6月」の3つの山がある。短大も同様だが、「2年生4月～6月」から「2年生10～12月」まで山が続く。専門学校は高学年時の方が山が高い特徴が伺える。

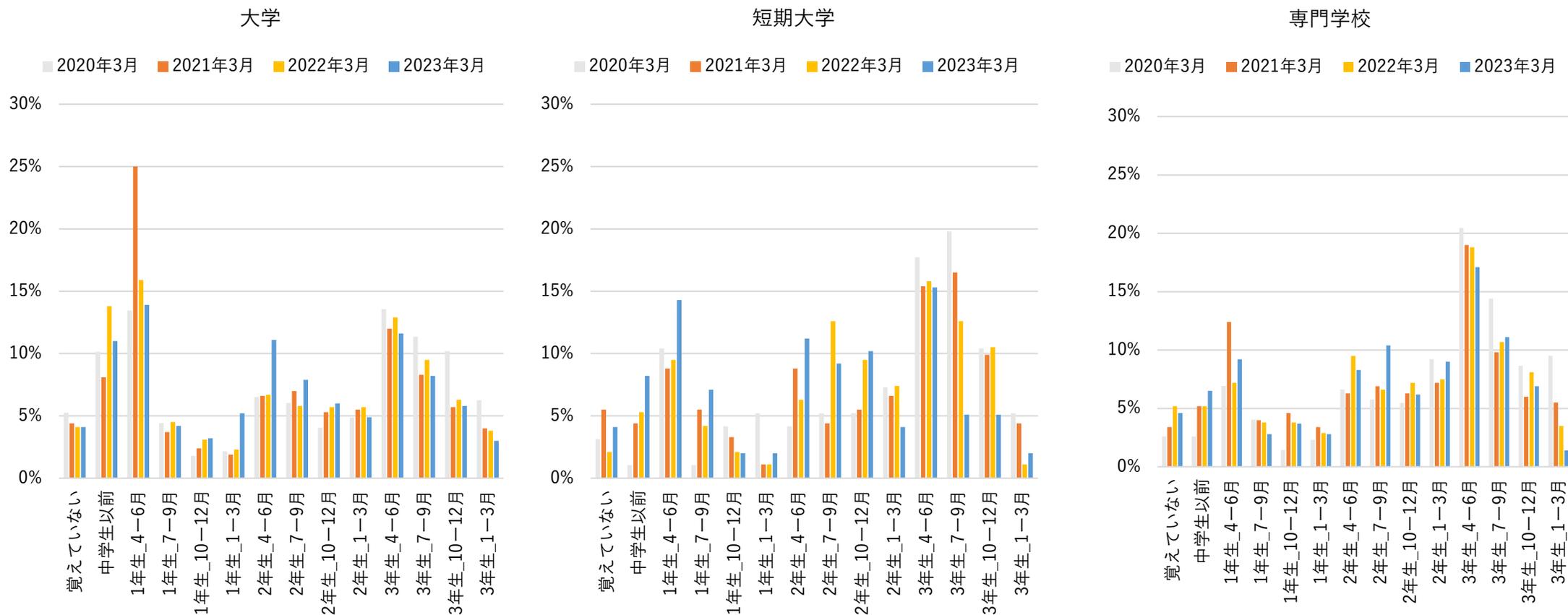
進学する学校を知った時期



【参照元データ】  
・ 高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2023

## 「3年生4～6月」の回答割合は学校種別・調査年度を問わず高い

年度比較を学校種別ごとに行うと、大学では「1年生4～6月」の回答が2021年度のみ突出している様子が見られる。2023年度は「2年生4～6月」の回答が突出した。短大は、「3年生7～9月」回答が年々大幅に減っている。専門学校はいずれの年度でも「3年生4～6月」回答が多い。また「3年生4～6月」回答は大学・短大でも、またいずれの年度でも割合が高い。

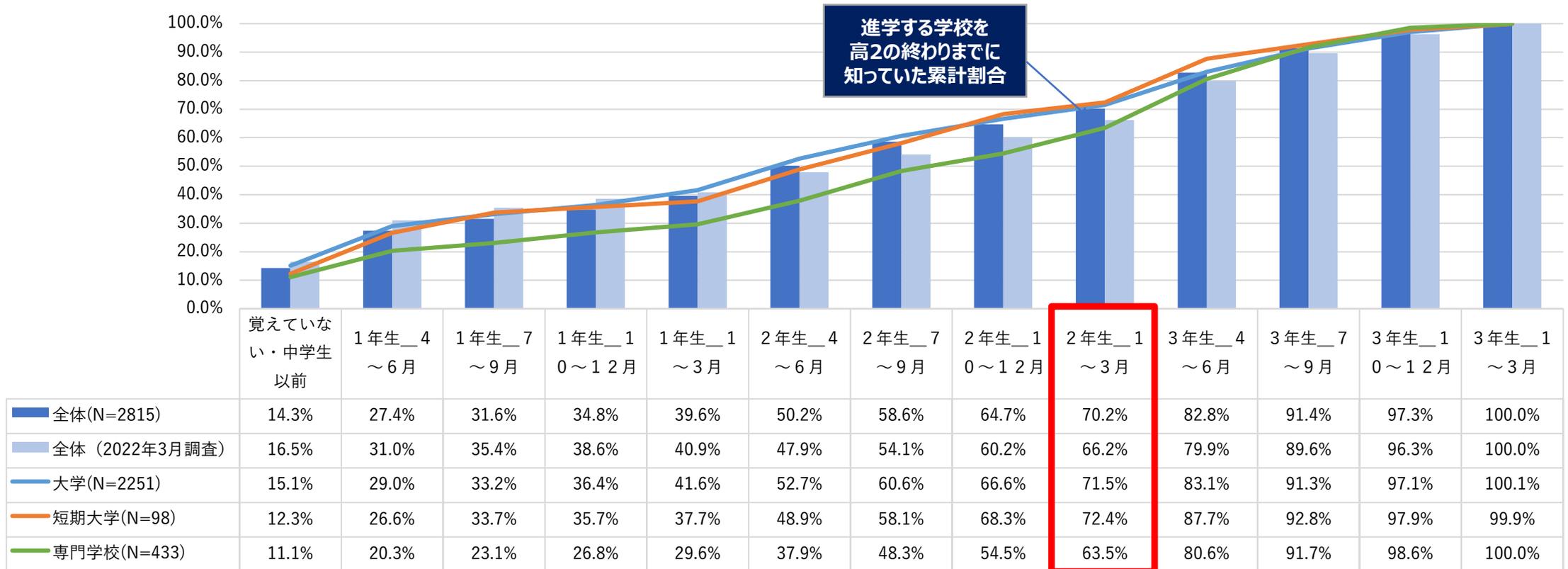


【参照元データ】  
・ 高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2020/2021/2022/2023

## 2年生が終わる頃には約70%が進学先校を認知済み

進学する学校を知った時期を時期順に累計で表した。大学と短大はほぼ同じようなペースで認知が進む。専門学校は出足鈍く、3年生7-9月で認知累計が大学・短大に追いつく形。学校種別を問わず、1年生時は緩やかに認知累計が進み、2年生時は堅調に推移する。「2年生1～3月」から「3年生4～6月」にかけて大きく認知が進み、「3年生7～9月」には認知累計が90%を超える。

進学する学校を知った時期 (累計)

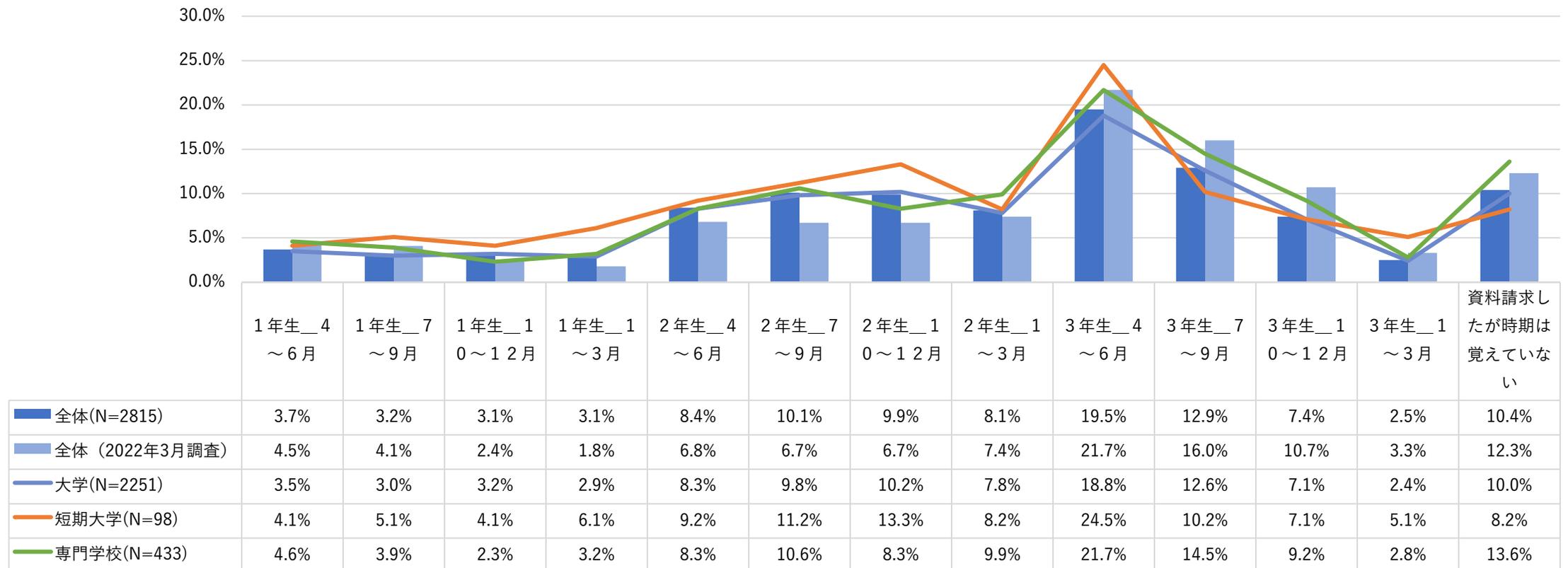


【参照元データ】  
・高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2023

## 資料請求時期は「3年生4～6月」が最多

進学する学校へ資料を請求した時期については、「3年生4～6月」(全体19.5%)が最も高い割合となった。これは学校種別を問わず同様。また、全体を通じた資料請求時期の違いについても、学校種別による違いは見られなかった。昨年と比較すると、「1年生10月～12月」～「2年生1～3月」の回答割合が高くなっている。

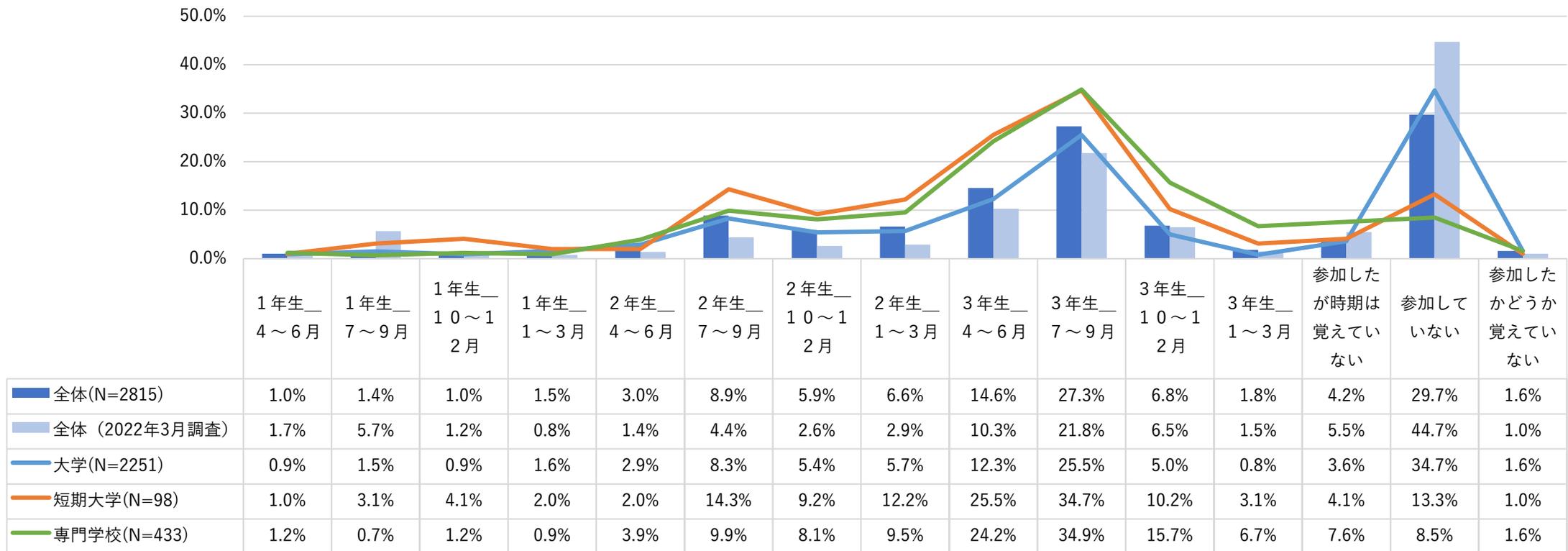
進学する学校へ資料請求をした時期



## イベント参加時期は「3年生7～9月」が最多。参加経験は全体7割に及ぶ。

進学する学校のオープンキャンパス等のイベントへの参加時期については、学校種別を問わず「3年生7～9月」(全体27.3%)が最も高い回答割合となった。短期大学・専門学校の参加割合は、ほとんどいずれの時期でも大学よりも高かった。短期大学のみ、3年間を通じて「3年生7～9月」に加えて「2年生7～9月」にも山がある。「参加していない」の全体回答割合は前年44.7%から大幅に減り、29.7%となった。

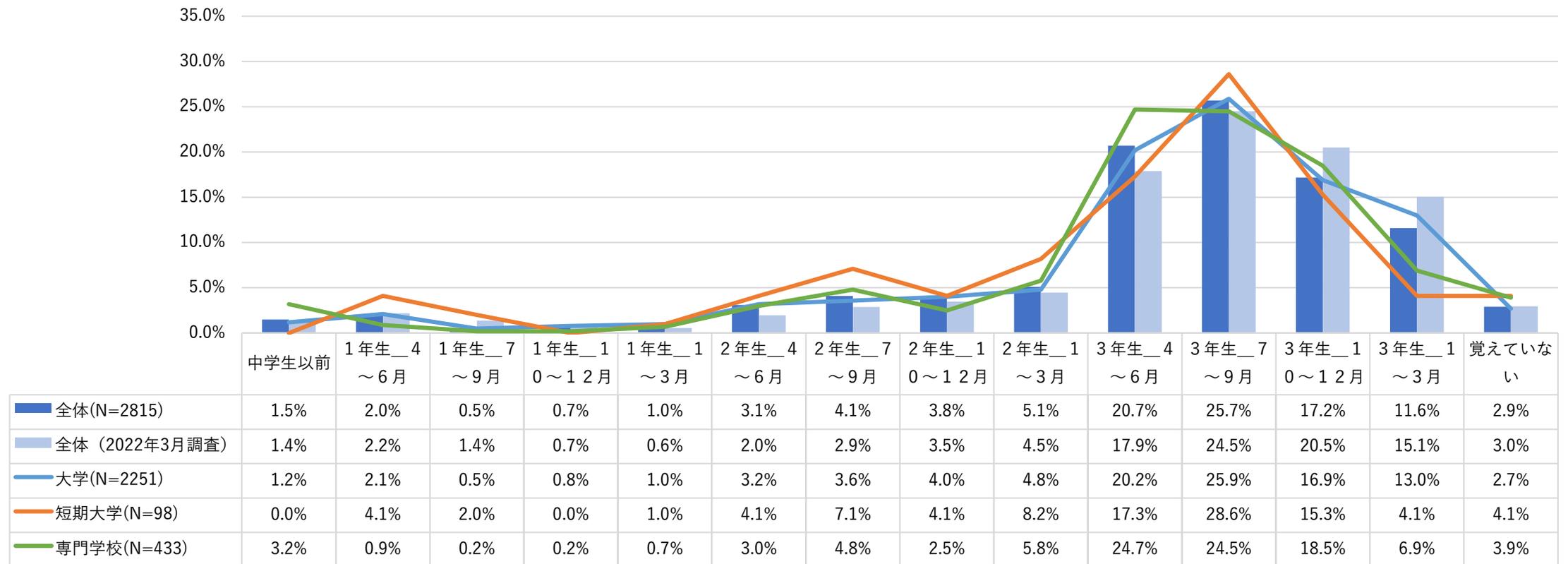
進学する学校のオープンキャンパス・体験入学へ参加した時期



## 出願決定時期は「3年生7～9月」が特に多い。昨年と比べやや早期化。

進学する学校へ出願を決定した時期については、「3年生7～9月」（全体25.7%）が専門学校以外のいずれの学校種別でも最も高い割合となった。専門学校は大学・短期大学に比べて「3年生4～6月」の回答割合が高くなる。また短期大学では割合の数字自体は高くないが、「2年生7～9月」も、グラフ上で小さな山がある。また全体棒グラフで見ると、やや早期化の傾向が見て取れる。

進学する学校へ出願を決めた時期（月別）



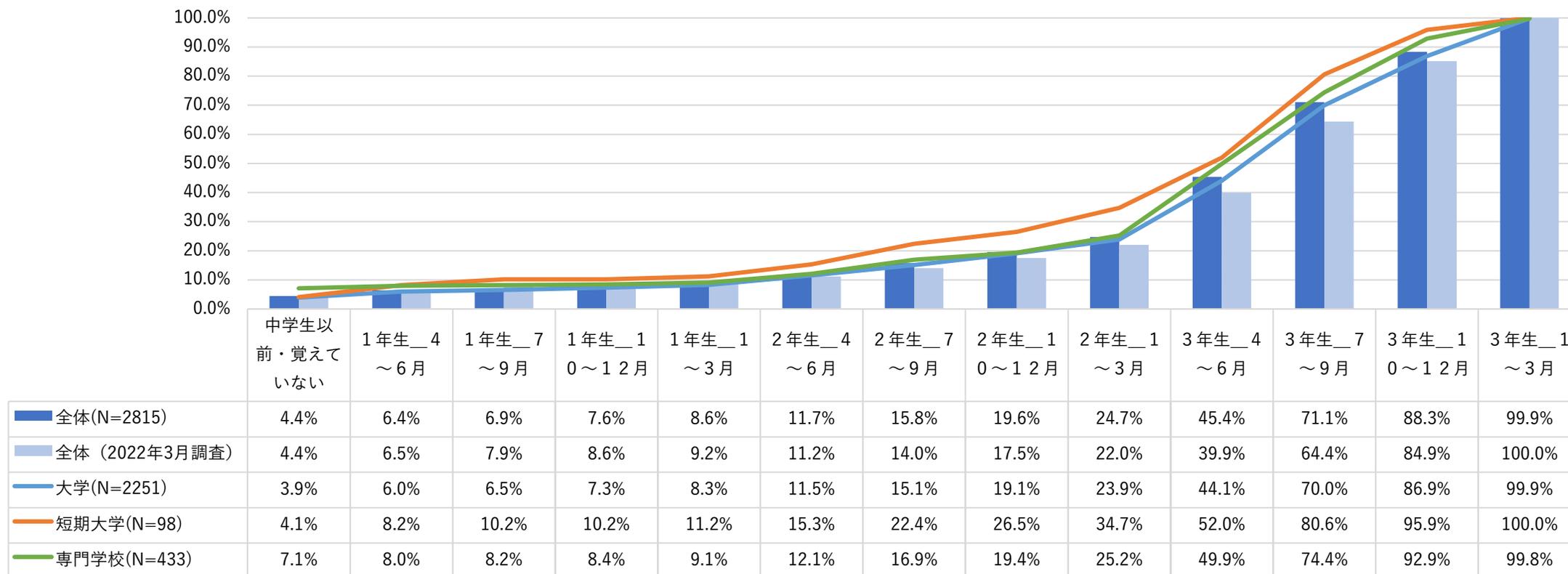
【参照元データ】  
・高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2023

# 進学先校の「出願決定時期」 (累計)

## 出願を決定した時期は専門学校、短大、大学の順に早い

出願を決定した時期を時期順に累積で表した。最も進捗があるのは「3年生7～9月」。同時期の学校種別ごとの累計出願決定率は大学70%、短期大学80.6%、専門学校74.4%。昨年同様、専門学校、短期大学、大学の順に出願校決定が早い傾向にあることがわかる。

進学する学校へ出願を決めた時期 (累計)

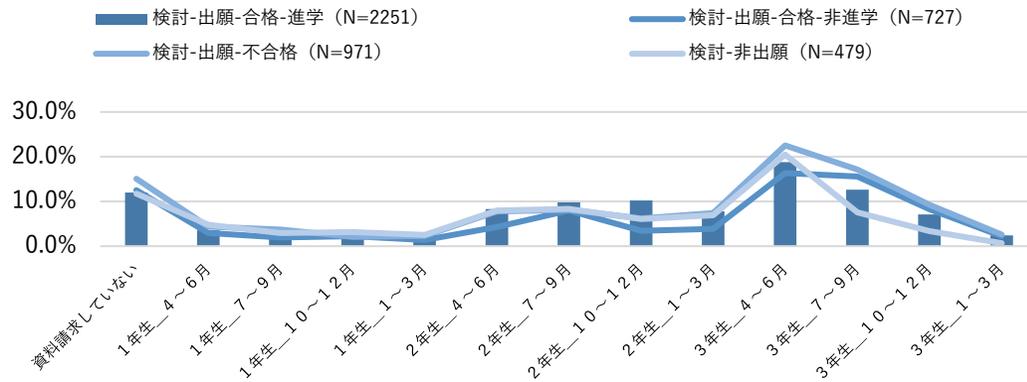


【参照元データ】  
・ 高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2023

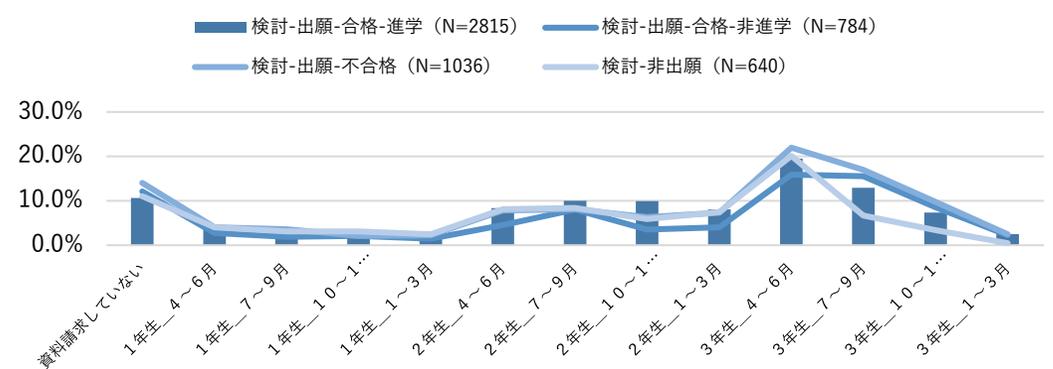
## 資料請求の「早さ」は出願や進学に大きな影響なしか

資料請求時期を、「進学した学校」とそれ以外で分けて表した。「1年生4月」～「3年生6月」までは、資料請求をした時期によって「進学した学校」とそれ以外の間に大きな差が見られなかった。3年生の春頃までは、資料請求の「早さ」が「出願／非出願」や「進学／非進学」に及ぼす単純な影響は少ないものと考えられる。

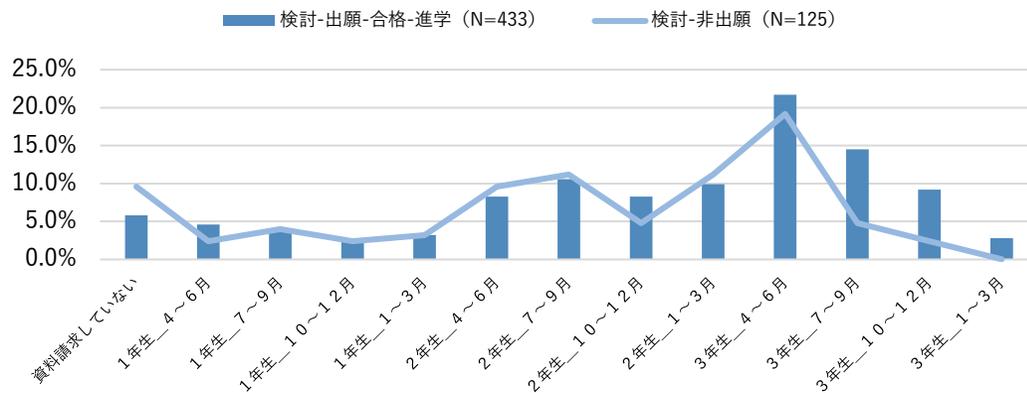
学校へ資料請求をした時期（大学）



学校へ資料請求をした時期（全体）



学校へ資料請求をした時期（専門学校）



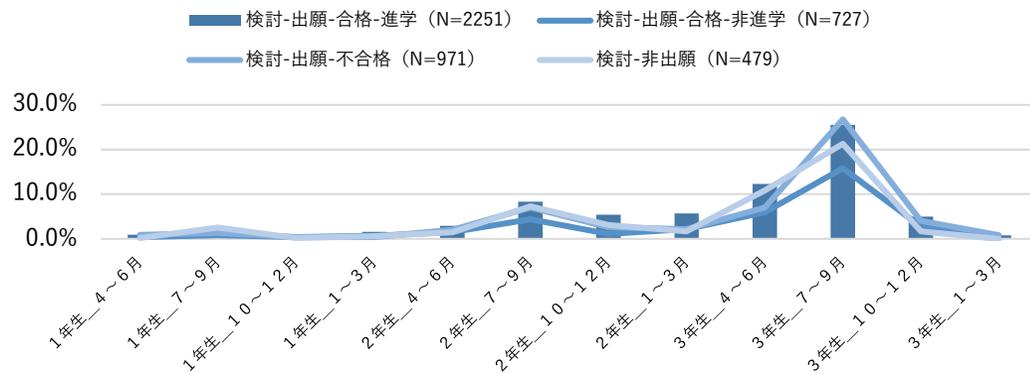
※N数が少ない分類に関しては割愛している。

# 「イベント参加時期」 進学先校と非進学校との比較

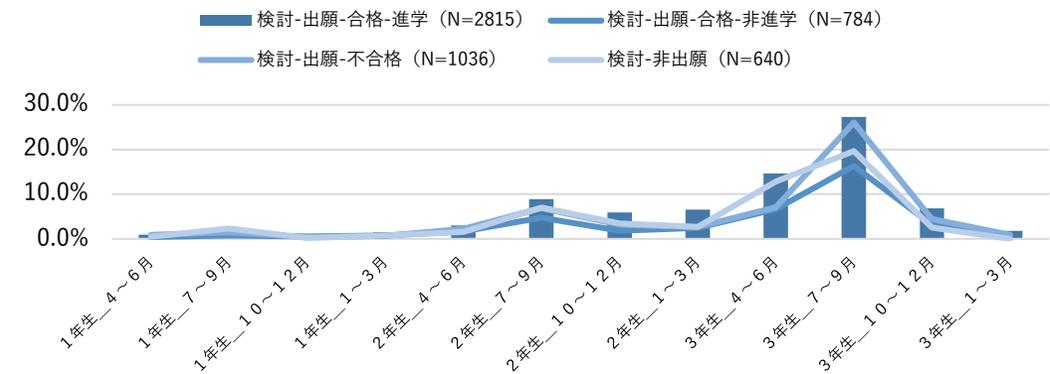
## 3年生夏のイベントの重要性が改めて示唆される結果に

オープンキャンパス等のイベントへの参加時期を「進学した学校」とそれ以外で分けて表した。学校種別を問わず「3年生7～9月」において「進学した学校」とそれ以外とで大きな差が見られ、3年生夏のイベントの重要性が改めて示唆されたといえる。また1,2年生時のイベント参加割合は、「進学した学校」とそれ以外とで大きな差は見られない。

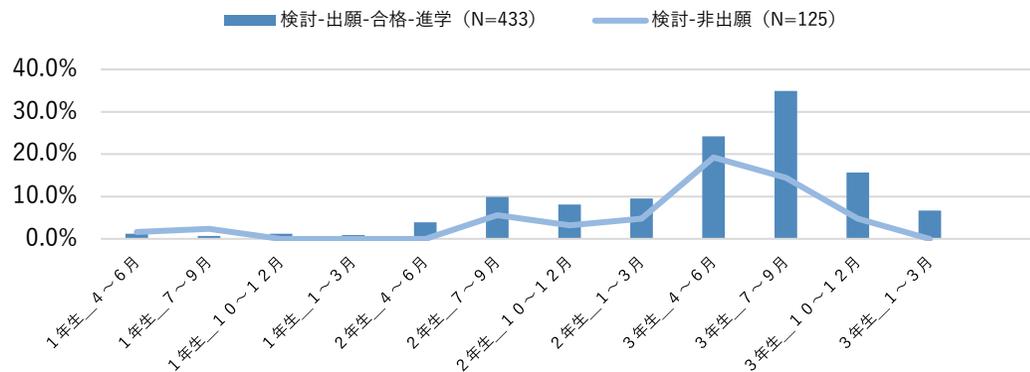
オープンキャンパス等のイベントへの参加時期（大学）



オープンキャンパス等のイベントへの参加時期（全体）



オープンキャンパス等のイベントへの参加時期（専門学校）

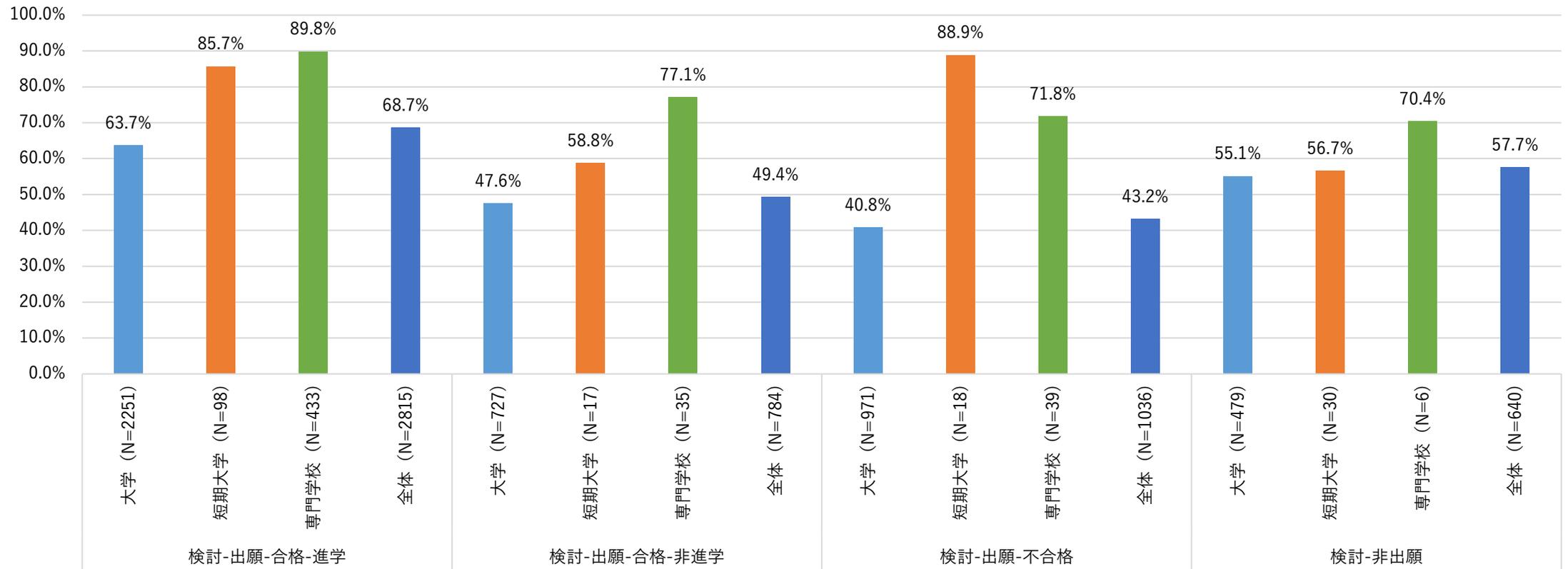


※N数が少ない分類に関しては割愛している。

## 進学先校のイベント参加率は専門学校は約90%。全体でも約7割に。

オープンキャンパス等のイベントへ参加した割合を「進学した学校」とそれ以外で分けて表した。専門学校では、「進学した学校」のイベント参加割合は約90%に達する。また“合格-非進学”、“出願-不合格”、“検討-非出願”と検討ステージが下がるほど、イベント参加割合も低くなっている。学校種別を問わず、進学先の方が非進学校よりもイベント参加割合は高い。

オープンキャンパス等のイベントへ参加した割合

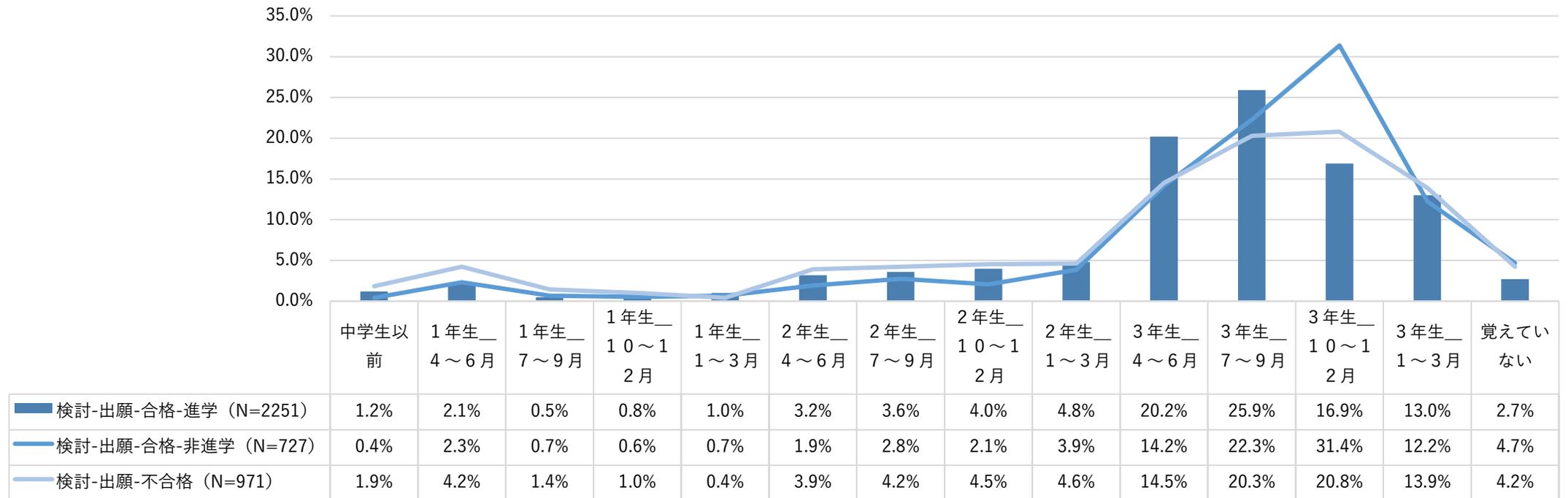


【参照元データ】  
・高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2023

## 3年生秋に出願を決定する学校には非進学/不合格の傾向が優位か

出願を決定した時期を「進学した学校」とそれ以外で分けて表した。N数の関係で大学のみ掲載。「合格-非進学」校の折れ線グラフで「3年生10-12月」に大きな山がある。やはり滑り止め校等はこの時期に決まる傾向か。「出願-不合格」校も同時期にグラフの山があり、出願決定が遅ければ対策が遅れ、そもそも合格出来ないという様子も伺える。

出願を決定した時期（大学）





### III. 23年3月卒生の学校選びに関する意識

## 大事なのはやはり「学びの内容」

学校選びにおいて、「学びの内容」を最も重視する傾向は依然として変わらない。

当然ながら、学びの幅広さや面白さ、教員の専門性の高さも重要となる。

高校生はオープンキャンパスでも入念にその点を確認する。

上級学校にとって、学びの魅力の訴求は何よりも重要となる。

また、23年3月卒生は自宅通学志向が高かった。

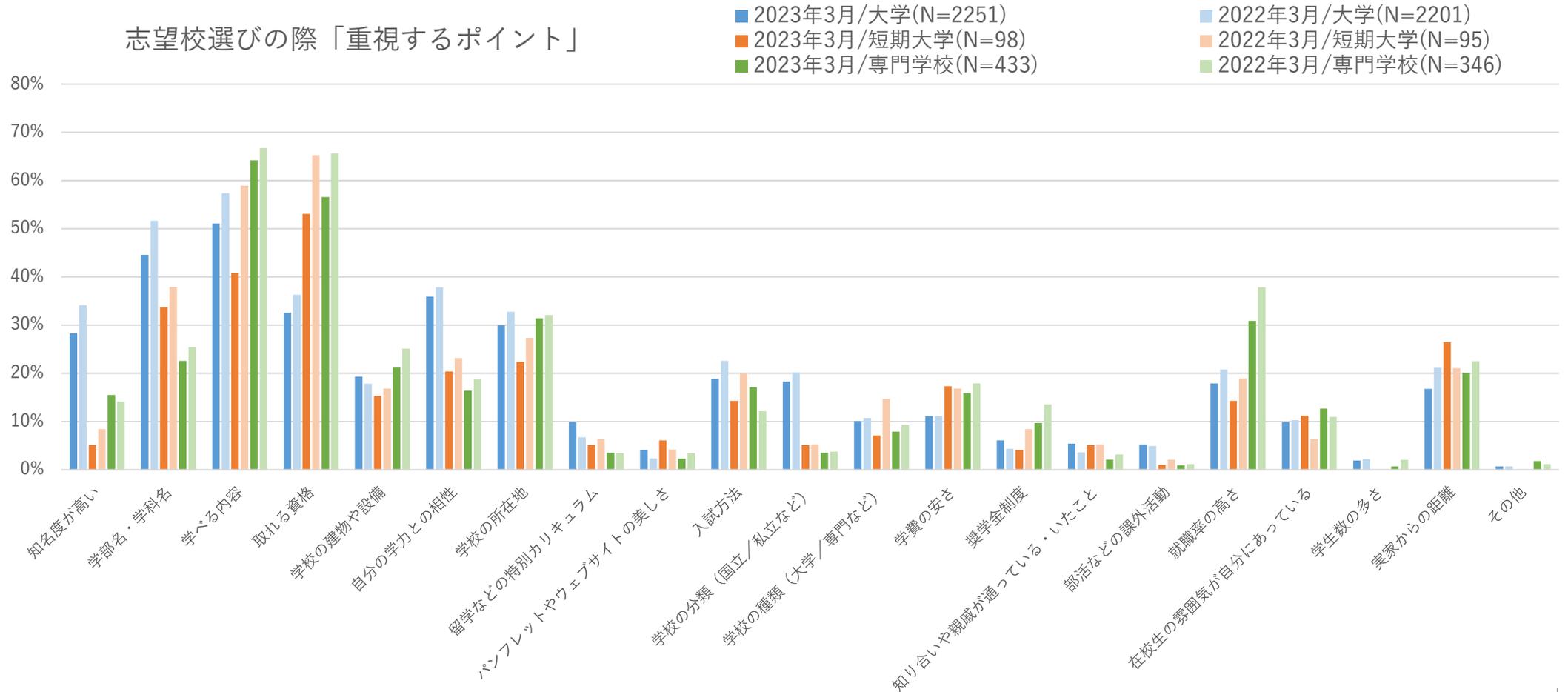
高校1年,2年時にコロナ禍を丸ごと経験した結果が強く表れているか。

上級学校にとっては今一度、自商圈を見直す必要があるか。

# 志望校選びの際「重視するポイント」（昨年比較）

## 「学べる内容」は大学、専門でトップ項目。短大では「取れる資格」がトップ。

志望校選びの際「重視するポイント」について聞くと、大学・専門学校では「学べる内容」（大学51.1%、専門学校64.2%）が前年同様トップとなった。短期大学では前年同様「取れる資格」（53.1%）がトップの項目となった。%実数値で見ると、昨年調査と比較すると回答割合は下がっている。



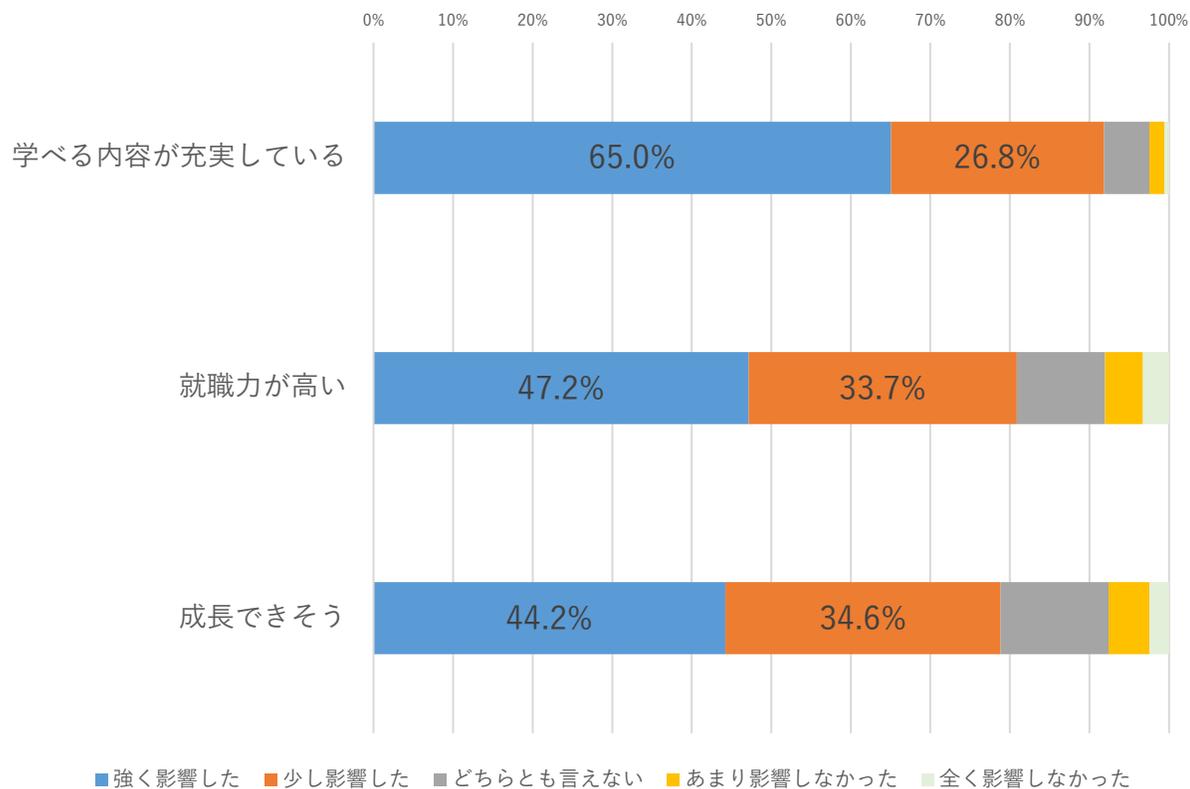
【参照元データ】  
・ 高校生の進路意識と進路選択に関するアンケート調査2022/2023

# どんなイメージの学校に魅力を感じたか

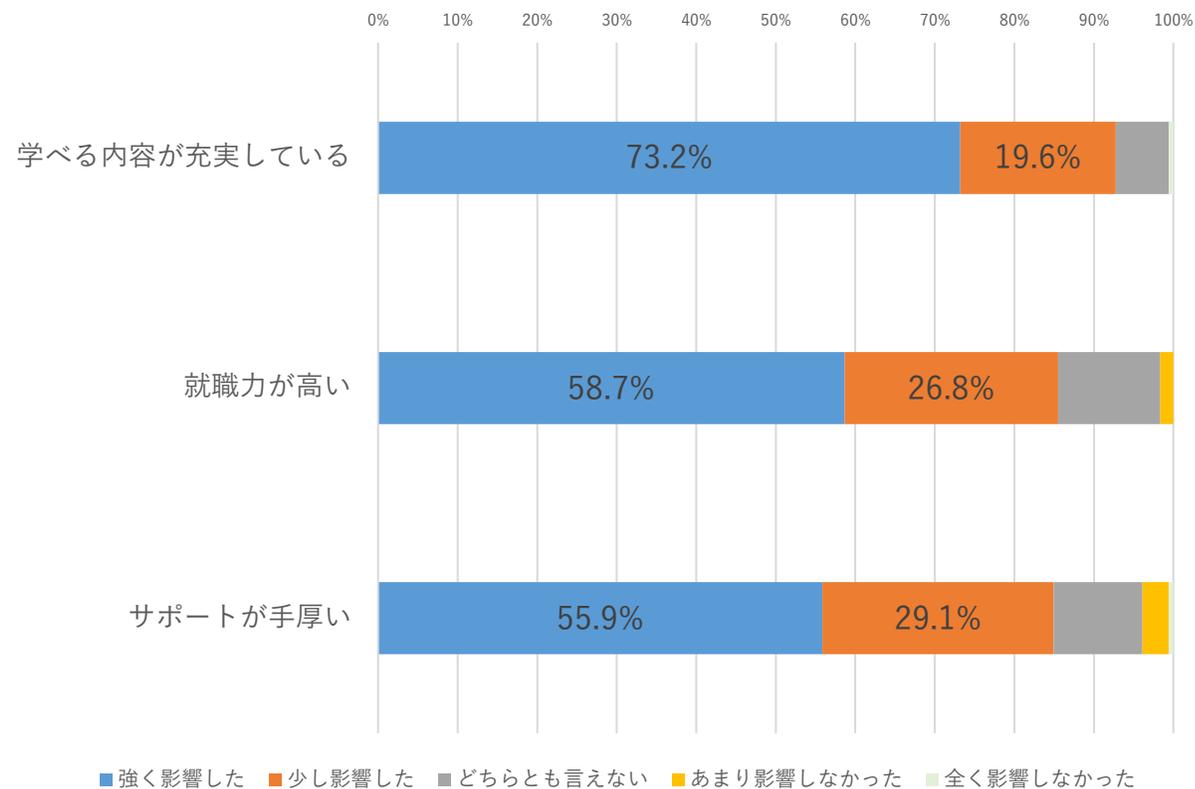
## 学べる内容が充実している学校に魅力を感じる

どんなイメージの学校に魅力を感じたか、志望校検討に「強く影響した」のTOP3は下記グラフの通り。  
大学・短大志望者でも専門志望者でも、「学べる内容が充実している」イメージがあると志望校検討に強く影響する。  
次いで「就職力が高い」となり、大学・短大志望者は次いで「成長できそう」、専門志望者は「サポートが手厚い」が3位となった。

大学・短大志望者(N=884)



専門志望者(N=179)

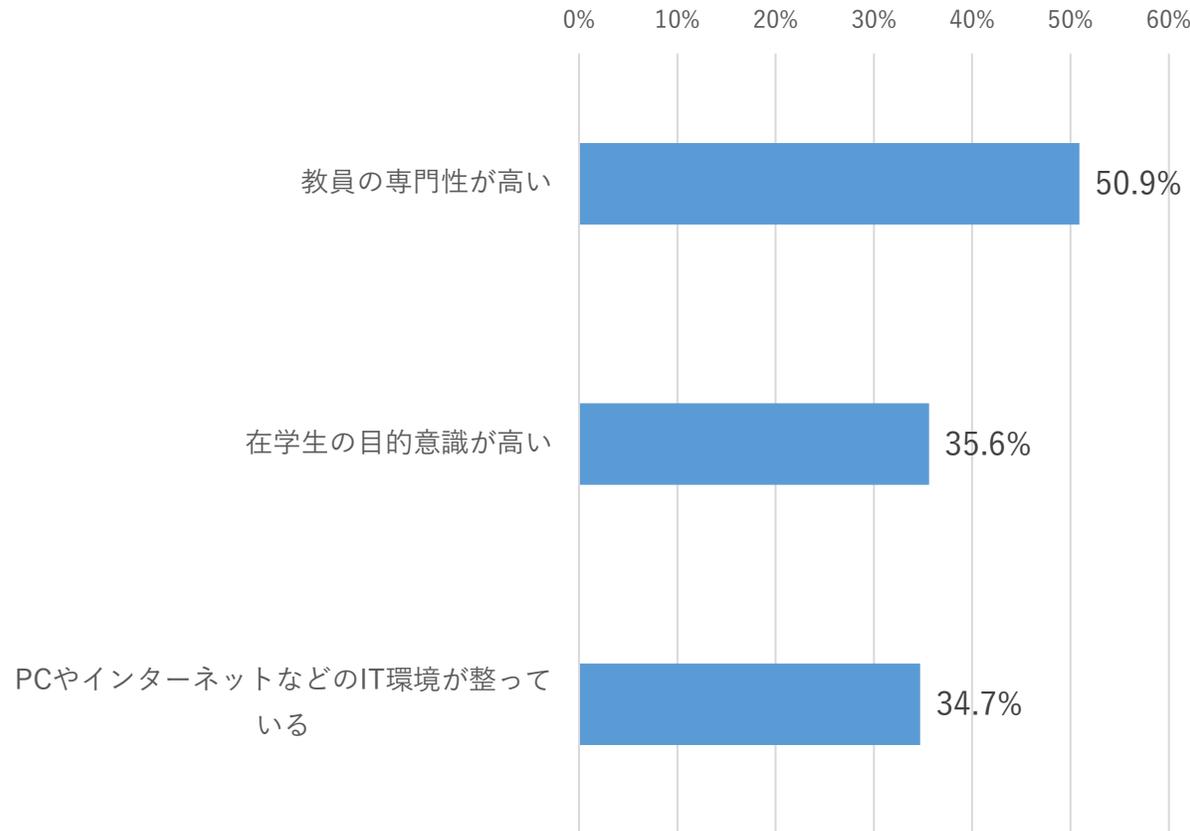


【参照元データ】  
・学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査

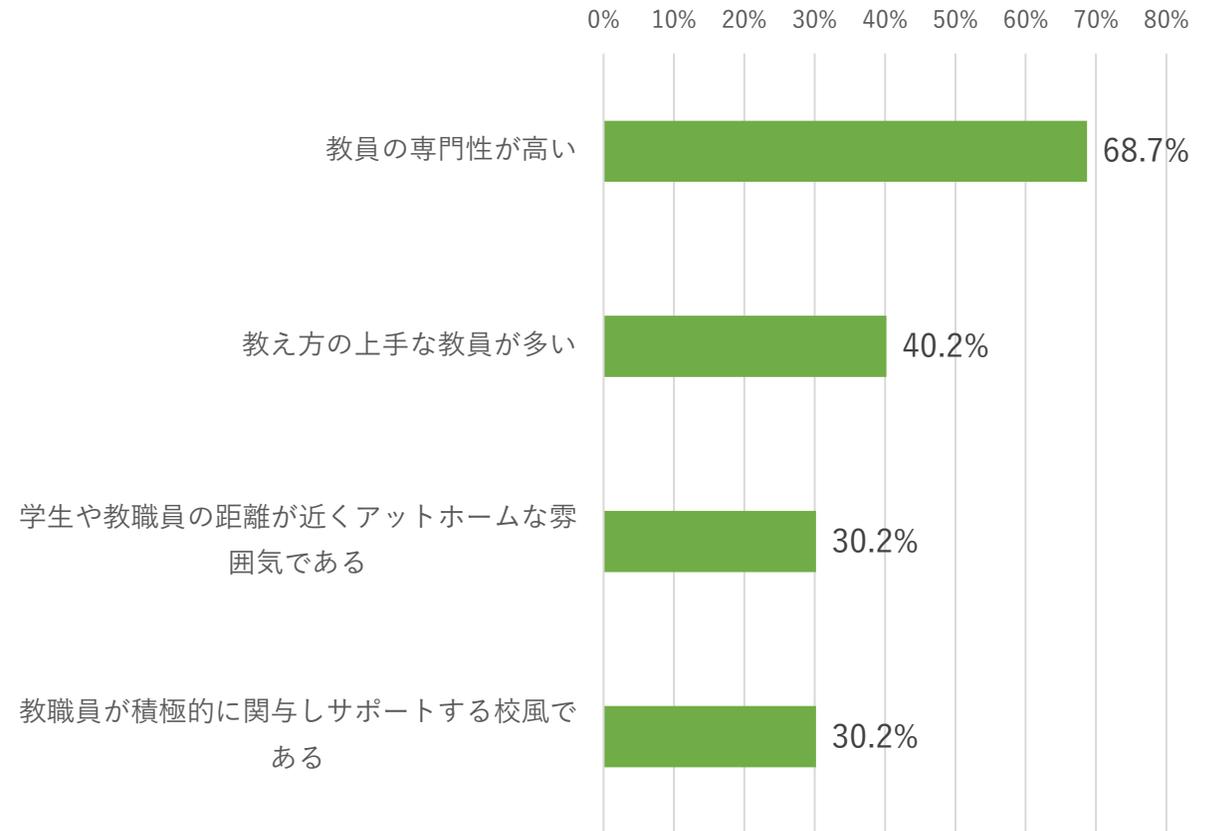
## 教員の専門性が重視される傾向

自分の能力を伸ばす上で魅力的・重要と感じた教育内容や学習環境のTOP 3は下記グラフの通り。  
大学・短大志望者でも専門志望者でも、「教員の専門性が高い」ことが自分の能力を伸ばす上で魅力的・重要とされる。  
専門志望者の場合、教員に関する項目が上位を占めておりその重要性が伺える。

■ 大学・短大志望者(N=884)



■ 専門志望者(N=179)

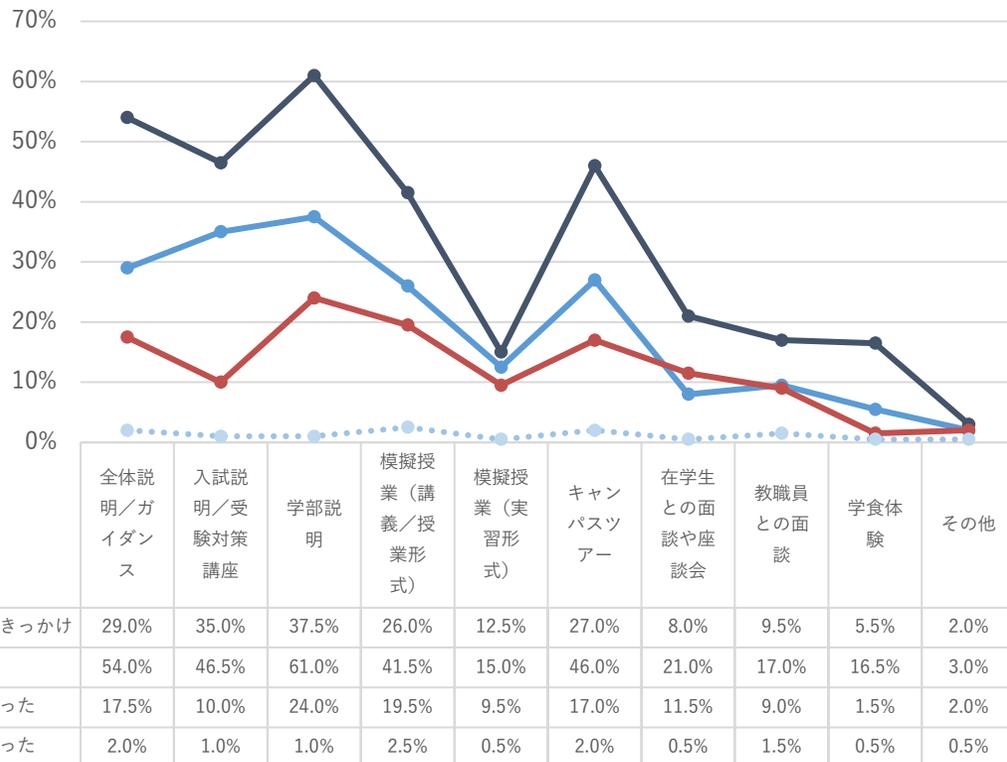


【参照元データ】  
・学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査

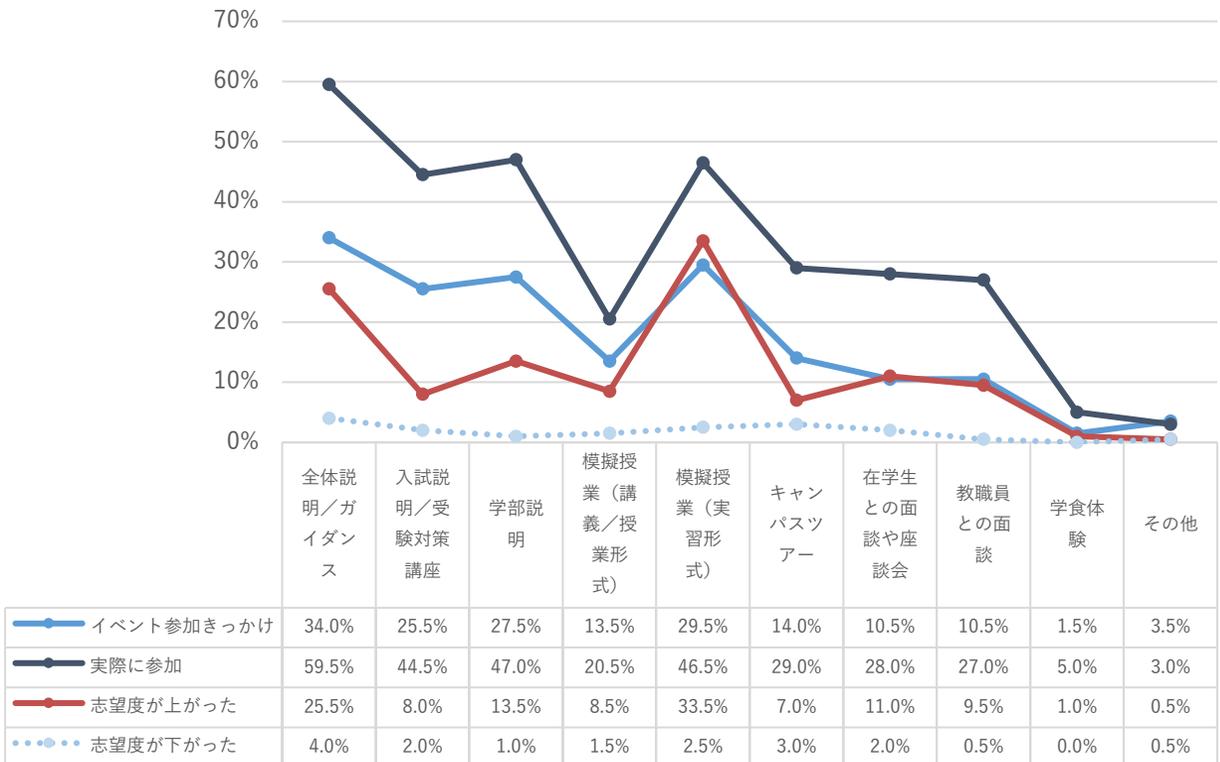
## 全体説明や学部説明を聞きに参加する

リアル形式のイベントに参加した方を対象に、参加のきっかけとなったプログラム、実際に参加したプログラム、志望度が上がった／下がったプログラムについて聞いた。大学短大志望者は「学部説明」が“きっかけ”“実際に参加”ともにトップ回答。専門志望者は「全体説明」が“きっかけ”“実際に参加”ともにトップ回答となった。

【大学短大志望者】 【リアル参加者】 各プログラムの回答割合



【専門志望者】 【リアル参加者】 各プログラムの回答割合

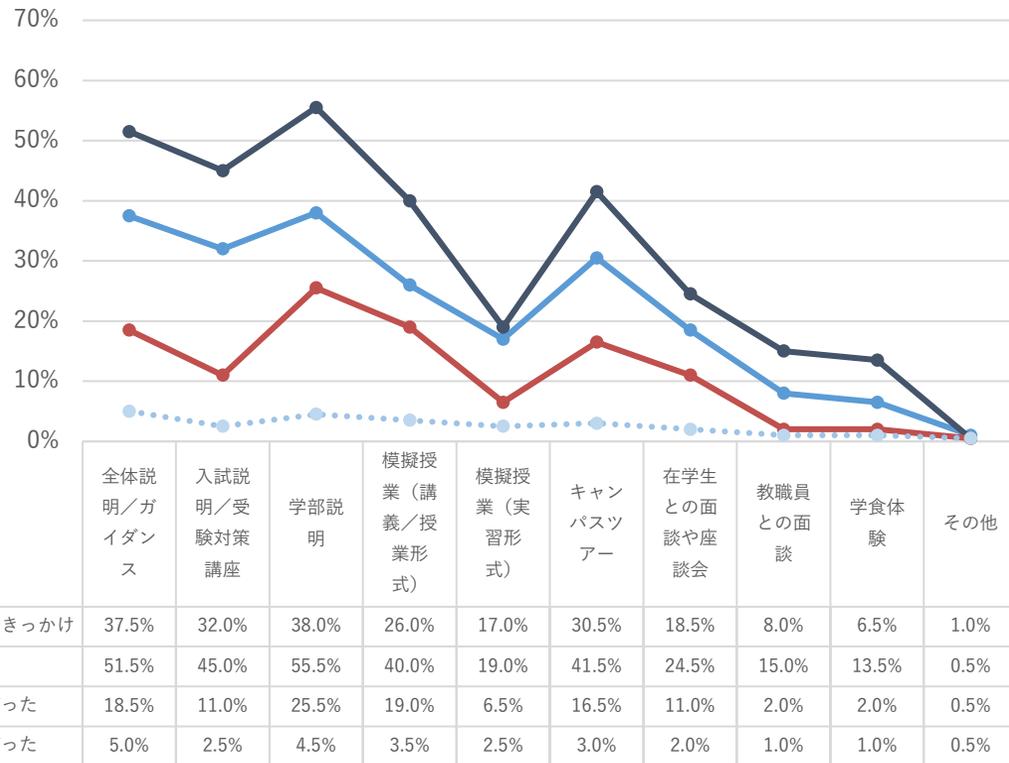


【参照元データ】  
・オープンキャンパス実態調査より23卒生回答のみ抽出

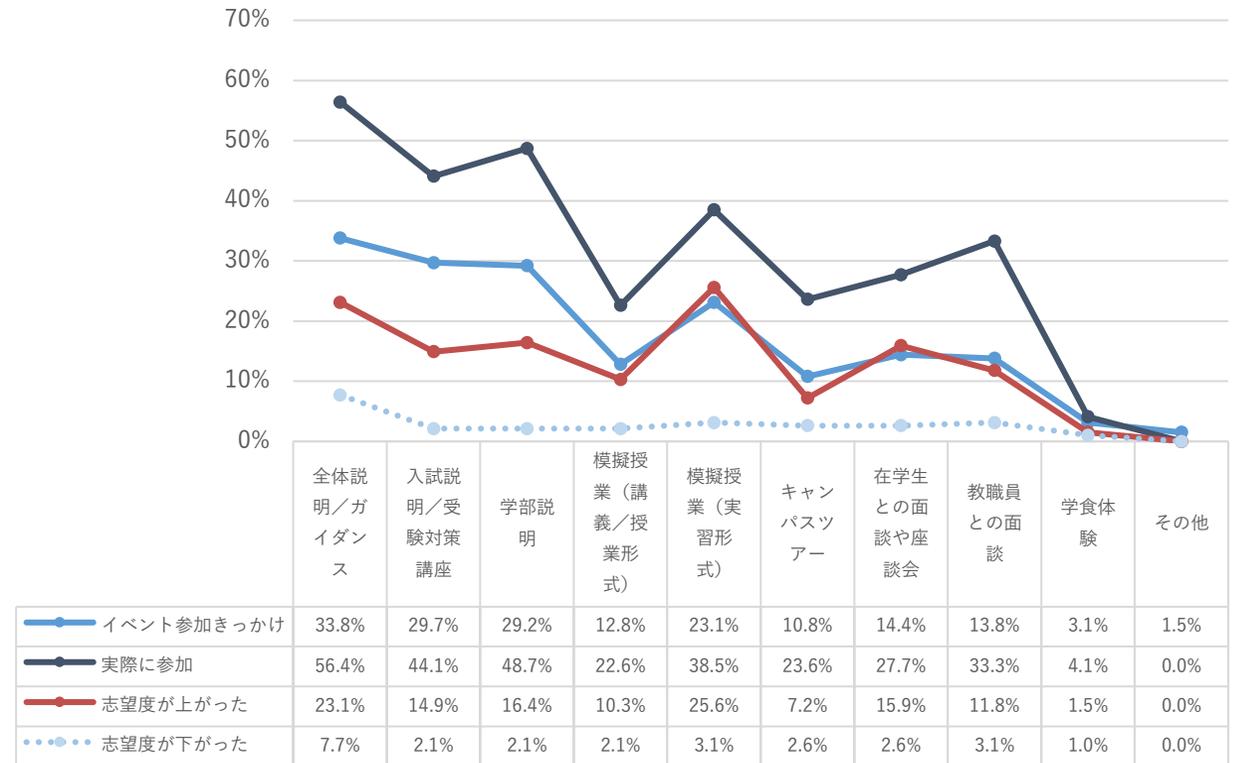
## オンラインでも全体説明や学部説明を聞きに参加する

オンライン形式のイベントに参加した方を対象に、参加のきっかけとなったプログラム、実際に参加したプログラム、志望度が上がった／下がったプログラムについて聞いた。リアルイベントの場合と同様、全体説明や学部説明を聞くことがイベント参加のきっかけになる様子。専門志望者の「入試説明」で“志望度が上がった”の回答割合はリアル参加者よりも高い。

【大学短大志望者】 【オンライン参加者】 各プログラムの回答割合



【専門志望者】 【オンライン参加者】 各プログラムの回答割合

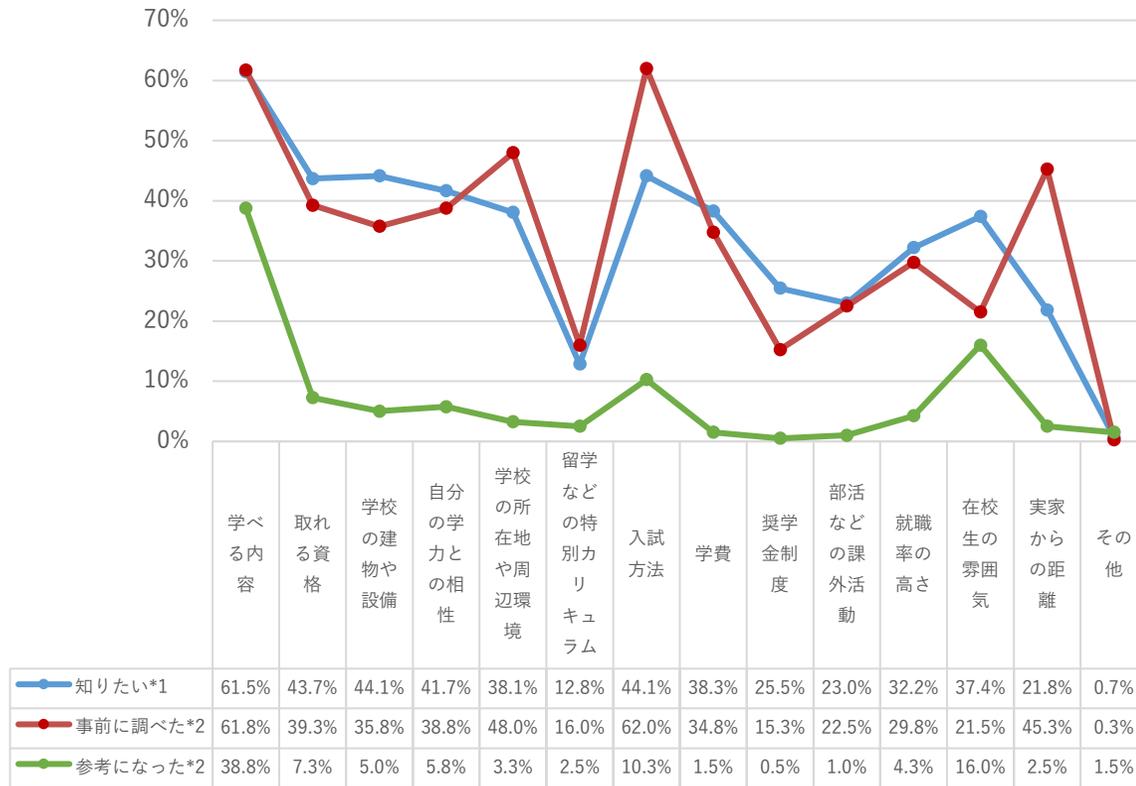


【参照元データ】  
・オープンキャンパス実態調査より23卒生回答のみ抽出

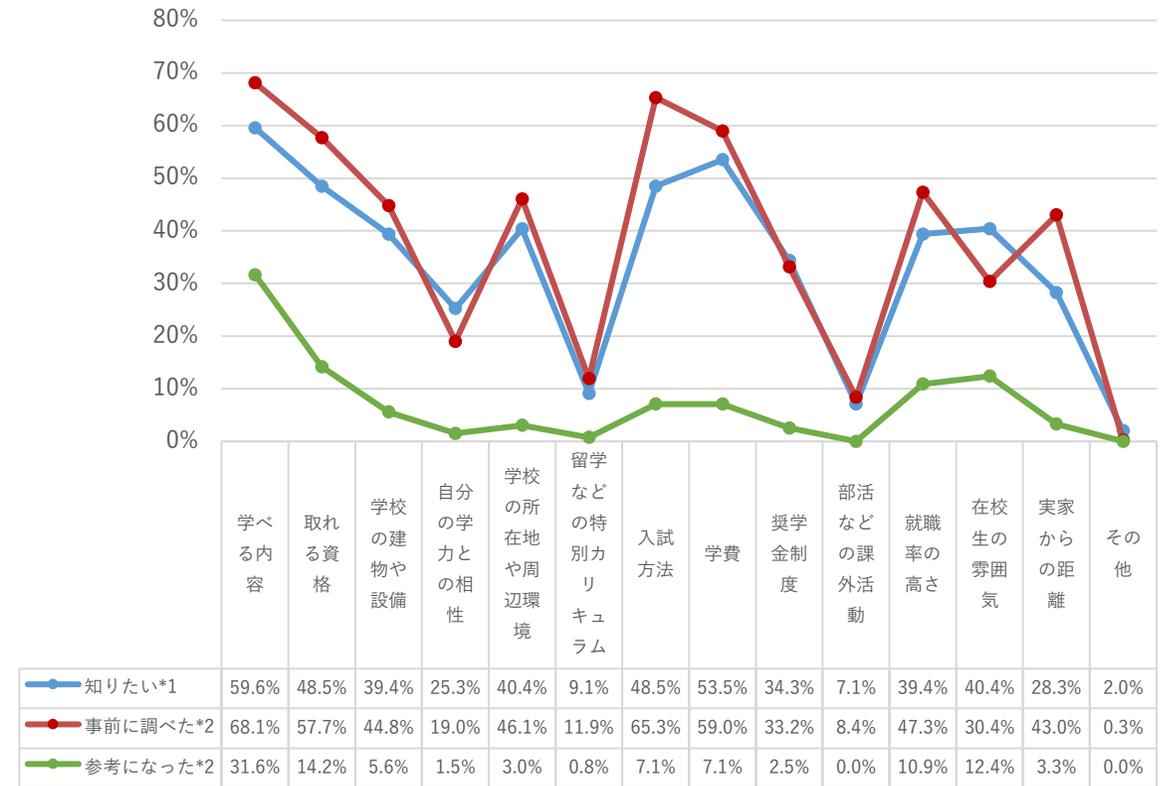
## 学べる内容を知ることが主目的か

オープンキャンパスで知りたい情報、参加前に事前に調べた情報、参加して参考になった情報をそれぞれ聴取した結果が下記グラフ。知りたい情報としては、大学短大志望者は「学べる内容」が突出する一方、専門志望者は加えて「取れる資格」「入試方法」「学費」も回答割合が高い。参考になった情報は、進学先区分を問わず「学べる内容」が突出している。

【大学短大志望者】 【形式問わず】 各項目の回答割合



【専門志望者】 【形式問わず】 各項目の回答割合



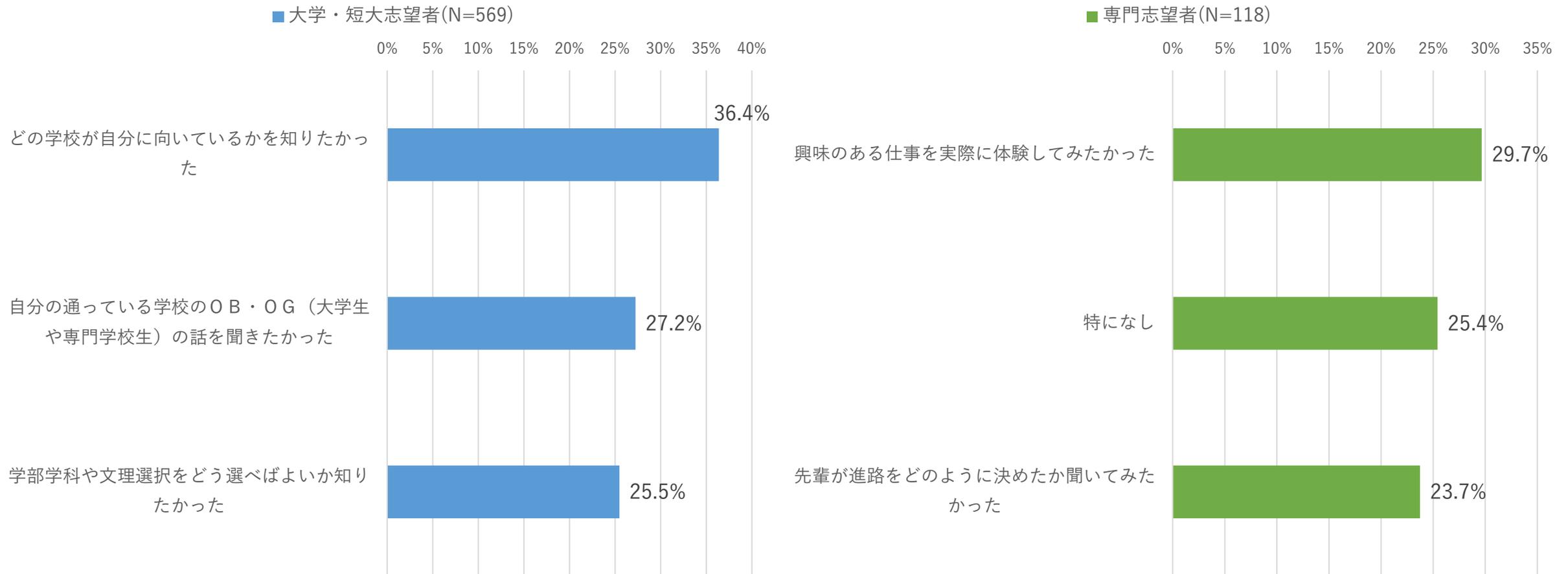
【参照元データ】

\*1 マイナビ進学会員モニター調査2022年5月より23卒生回答のみ抽出。

\*2 オープンキャンパス実態調査より23卒生回答のみ抽出。

## 大学・短大志望者は自分の向き不向きを知りたい

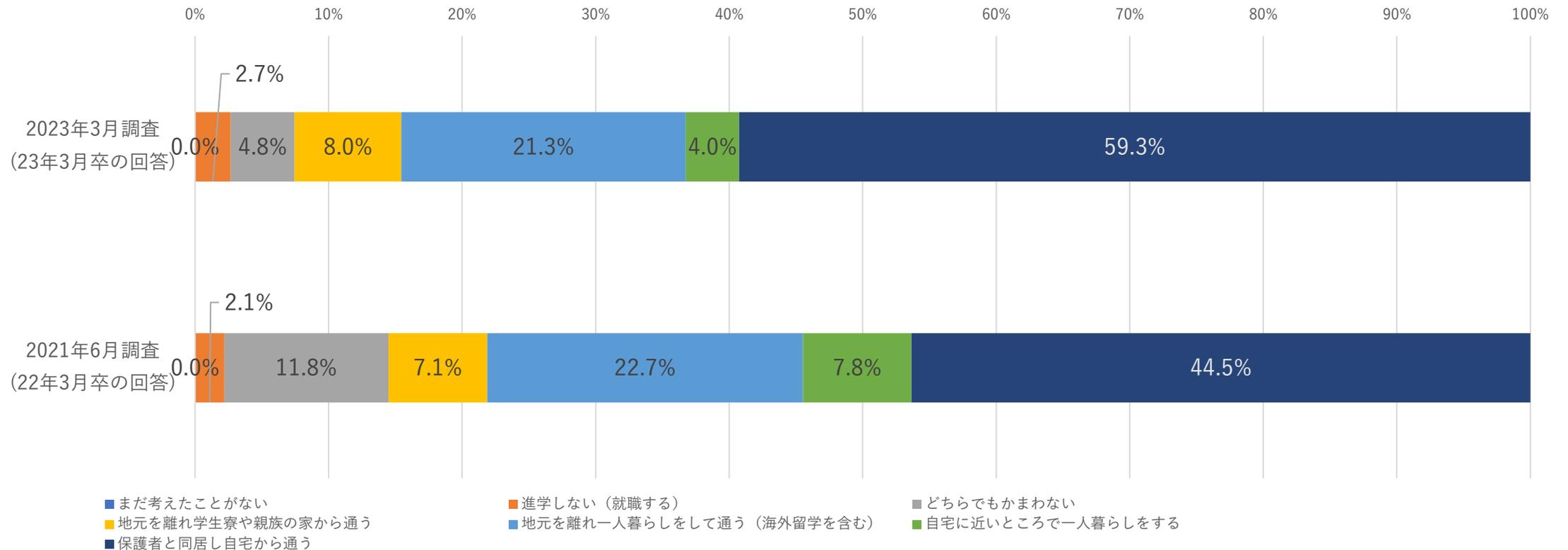
卒業間近の高3生に、進路決定のために知りたかったこと・学校の授業でやってほしかったことを聞いた結果TOP3が下記。大学・短大志望者では、自分の向き不向きや、選択の仕方についてもう少し詳しく知りたかった様子が伺える。専門学校志望者は、やはり1位回答は仕事の体験について。2位は「特になし」で、ある程度十分情報収集した上で進路決定した様子が伺えた。



【参照元データ】  
・マイナビ進学学会定期調査2023年3月より23卒生回答のみ抽出

## 「保護者と同居し自宅から通う」の回答が増加

2023年調査では、進学する際の住まいについて確定状況を3月に聞いた。比較対象とした2021年調査は6月に実施したものであるが、「保護者と同居し自宅から通う」の回答が約15ptと大幅に増加した。「一人暮らしをして通う」の回答は「地元を離れ」と「自宅に近いところで」を合わせると、2021年6月調査から5.2pt減少した。





## IV. 23年3月卒生の情報集め

## 学校広報において無駄な情報発信はない

「高校生はWEBで情報を集めるから紙資料は不要」

「今はSNSがあるから公式ページの情報も信用されない」

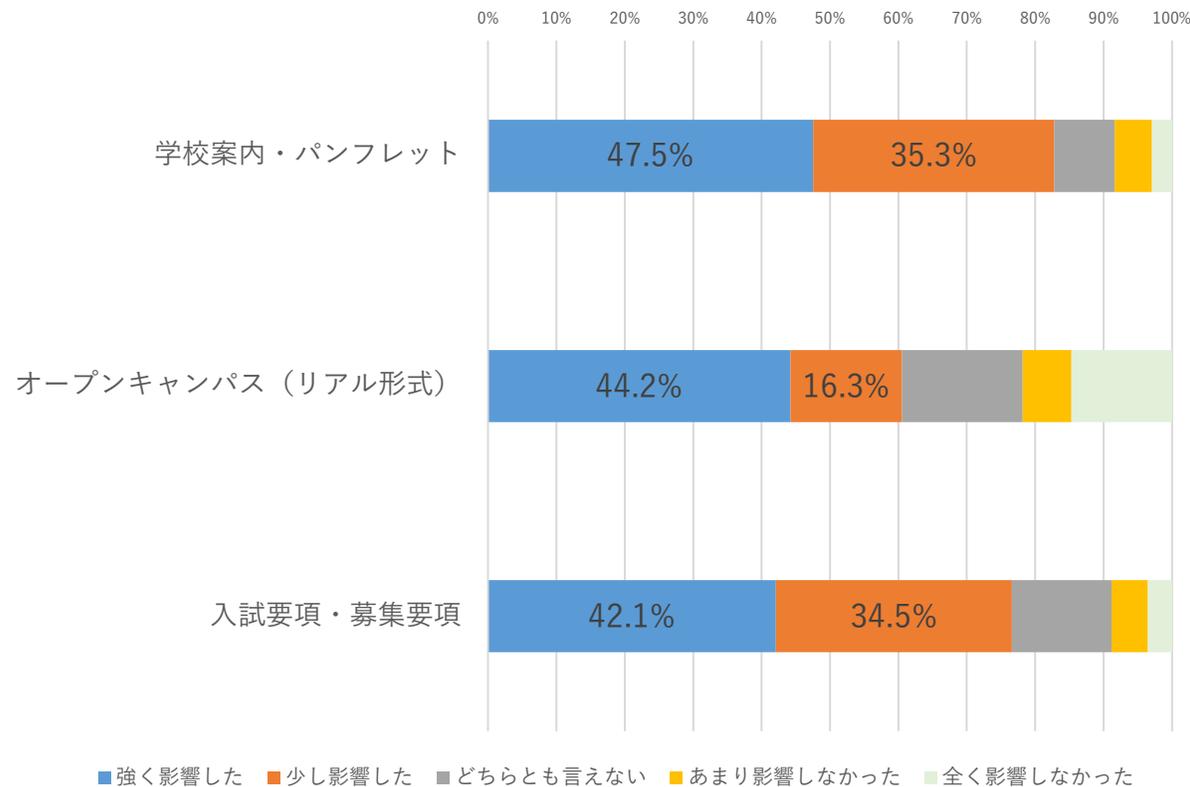
そんな声がかき消されそうな結果が見えてきた。

大学・短大志望者が志望校検討に最も強く影響したのは学校案内・パンフレットであり、自宅に届く配送物にも、気になるものは目を通してしている。目を通したあと、公式ページにアクセスすることもある。言わずもがな、媒体の特徴を活かし、効果的・効率的な情報発信の戦略を立てること重要である。

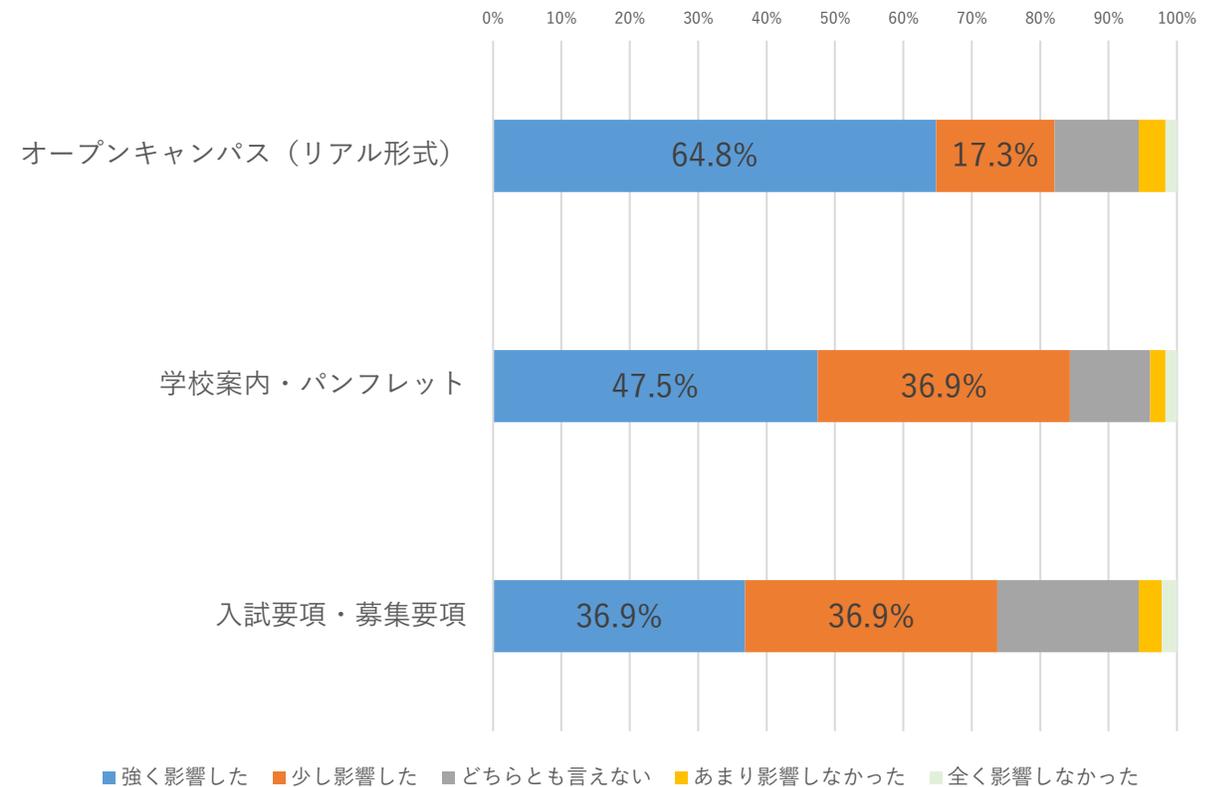
## 学校案内・パンフレット、リアル形式イベントは重要

志望校検討に「強く影響した」情報源について、TOP 3 は下記グラフの通り。  
 専門志望者にとって学校の雰囲気がよくわかるリアル形式イベントの重要性は顕著。  
 学校案内・パンフレットや入試要項・募集要項も影響度は高い。オンライン形式イベントや学校のSNSはランク外となった。

大学・短大志望者(N=884)



専門志望者(N=179)

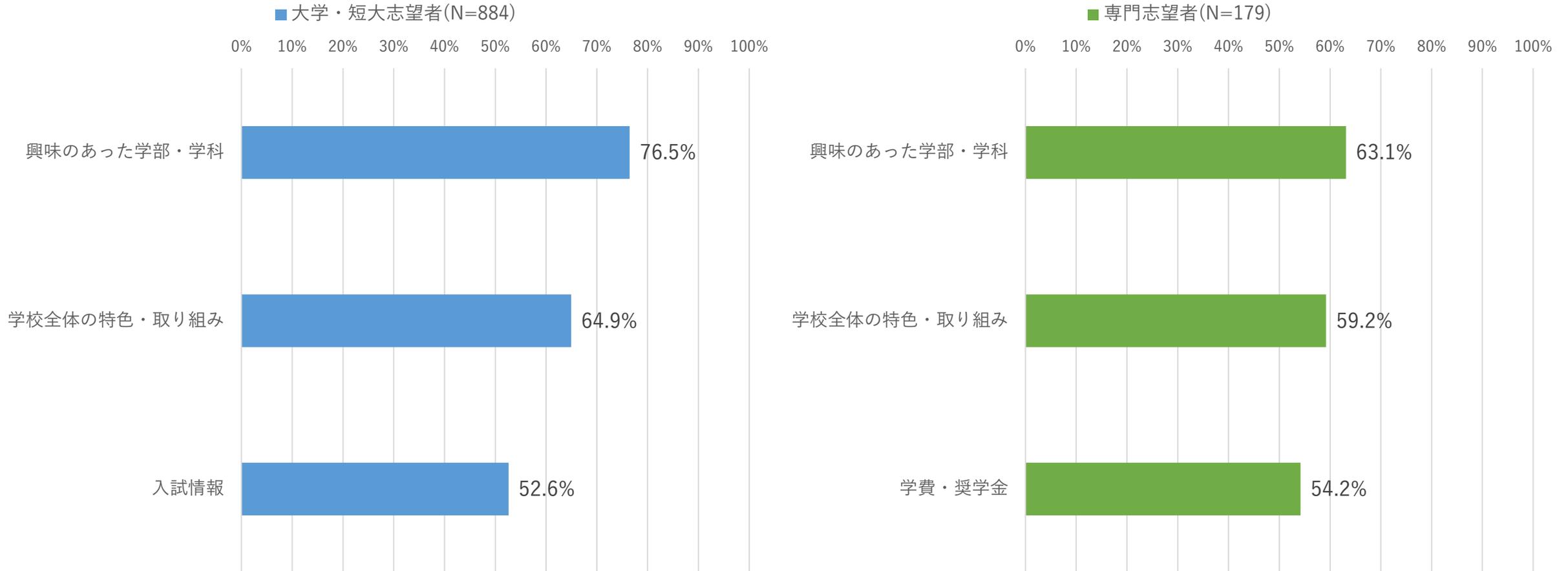


【参照元データ】  
 ・学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査

## 興味があった学部・学科、学校全体の特色・取り組みがよく見られる

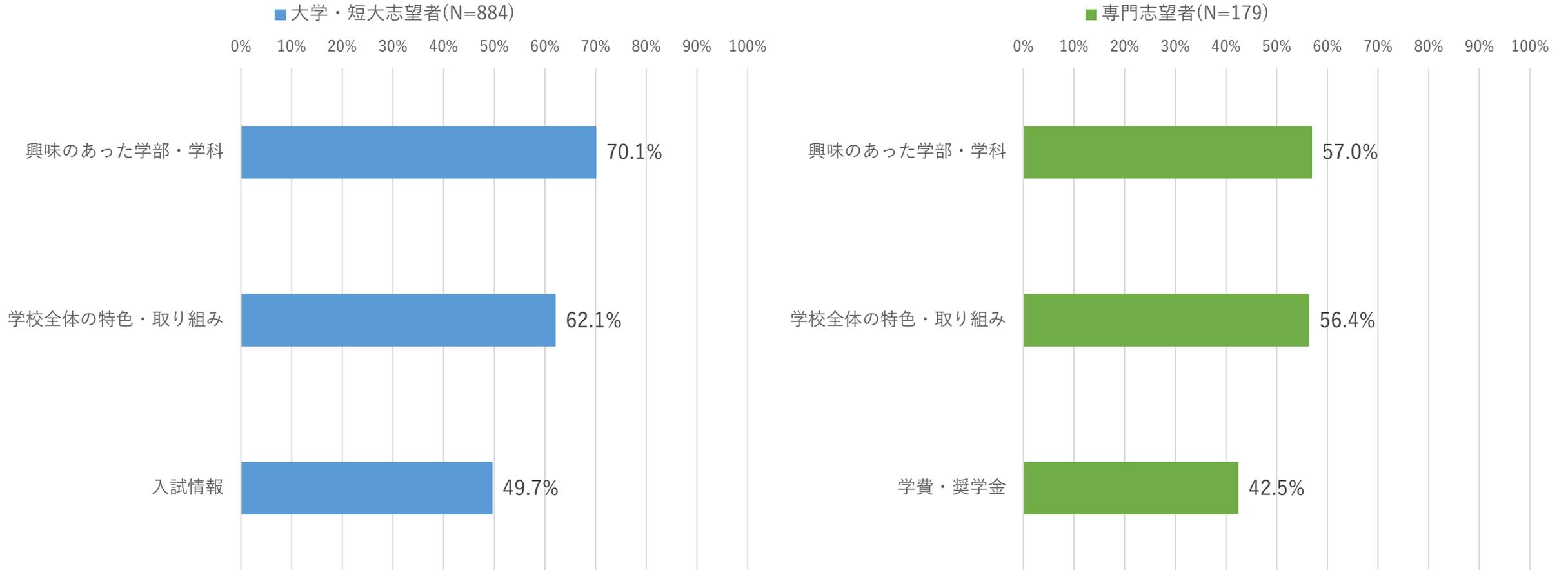
学校案内・パンフレットでよく見た情報のTOP 3 は下記グラフの通り。

大学・短大志望者でも専門志望者でも、「興味があった学部・学科」「学校全体の特色・取り組み」がよく見られていた。大学・短大志望者は次いで「入試情報」を、専門志望者は次いで「学費・奨学金」についてよく見ていた。



## 興味があった学部・学科、学校全体の特色・取り組みがよく見られる

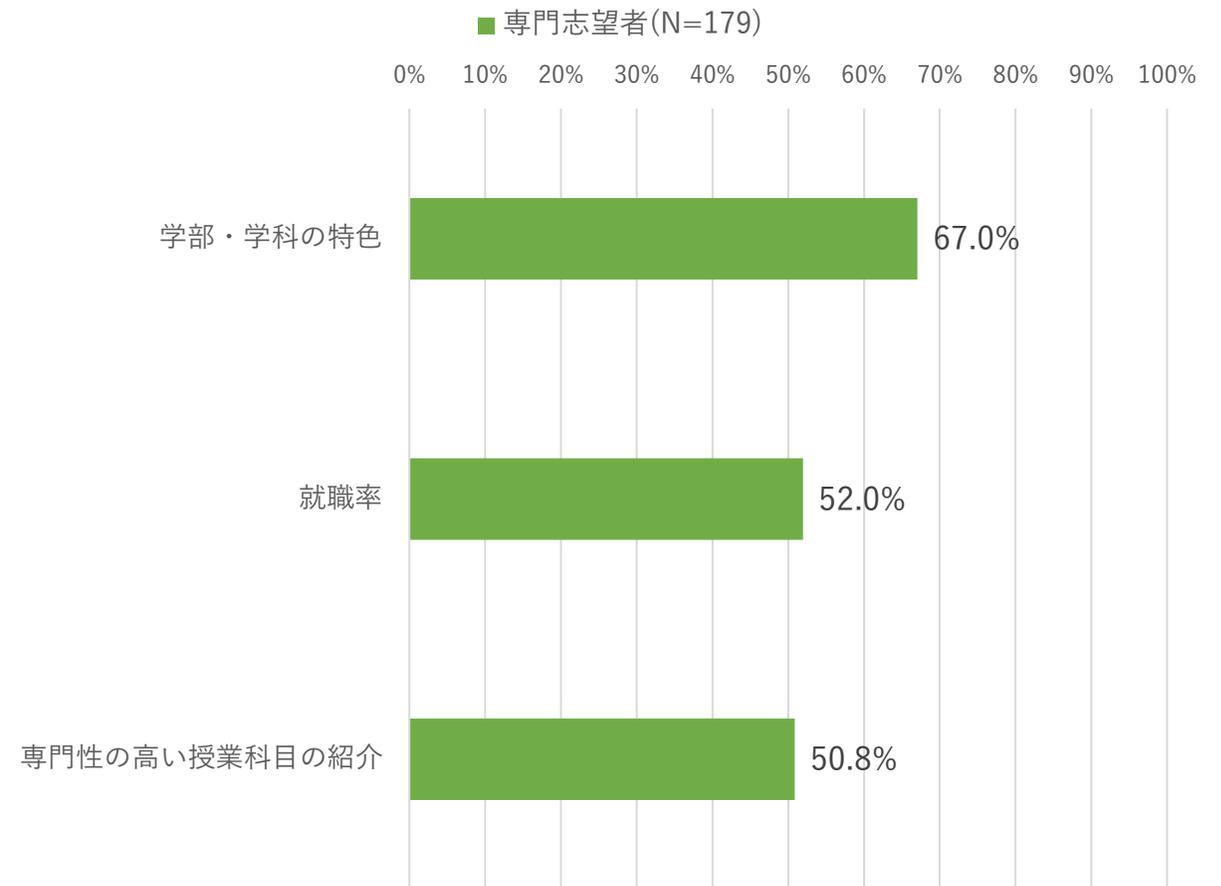
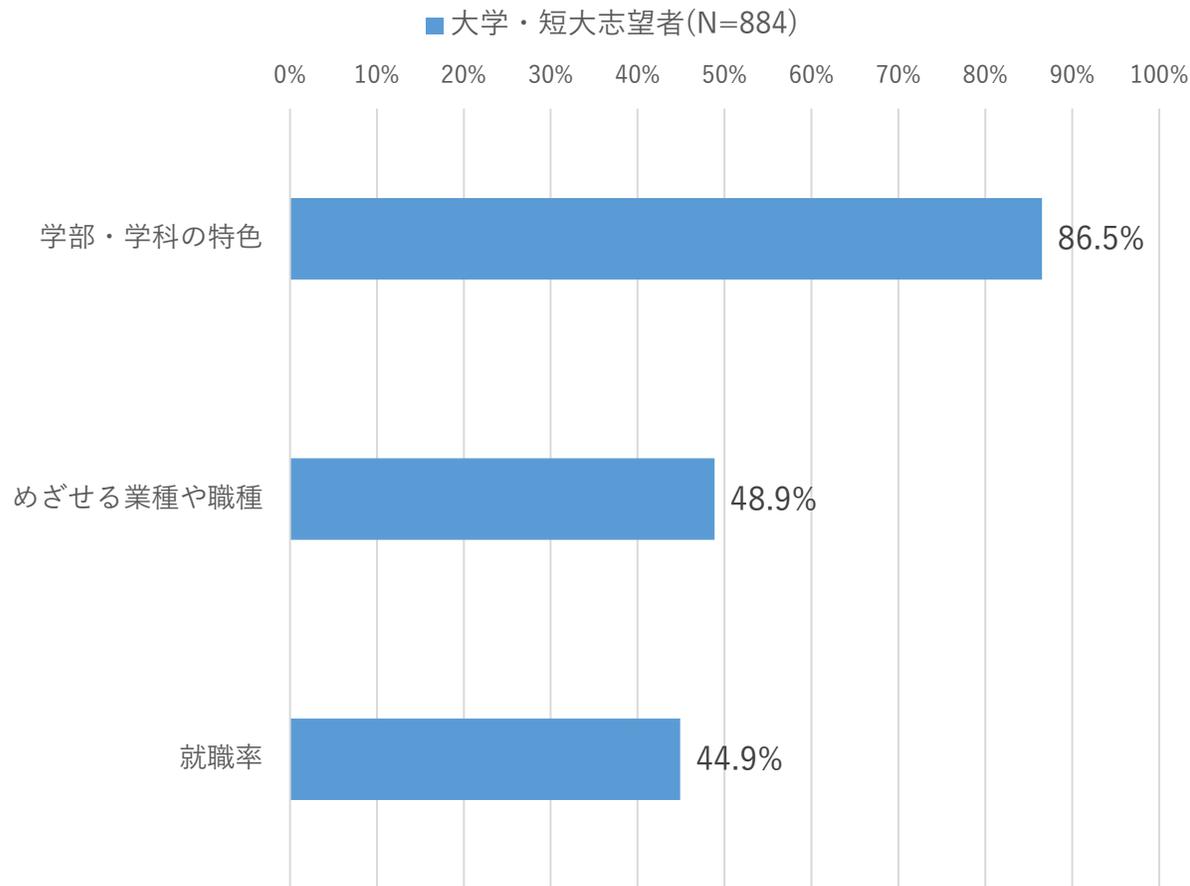
学校公式WEBサイトでよく見た情報のTOP3は下記グラフの通り。学校案内・パンフレットでよく見た情報と同じ項目となった。大学・短大志望者でも専門志望者でも、「興味があった学部・学科」「学校全体の特色・取り組み」がよく見られていた。大学・短大志望者は次いで「入試情報」を、専門志望者は次いで「学費・奨学金」についてよく見ている。



【参照元データ】  
・学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査

## 特色についての情報を参考に使っている

興味のある学部・学科の詳しい情報を得るために、学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等で参考にした情報、TOP3は下記グラフの通り。大学・短大志望者でも専門志望者でも、「学部・学科の特色」がよく見られていた。大学・短大志望者は次いで「めざせる業種や職種」「就職率」を、専門志望者は次いで「就職率」「専門性の高い授業科目の紹介」についてよく見ていた。

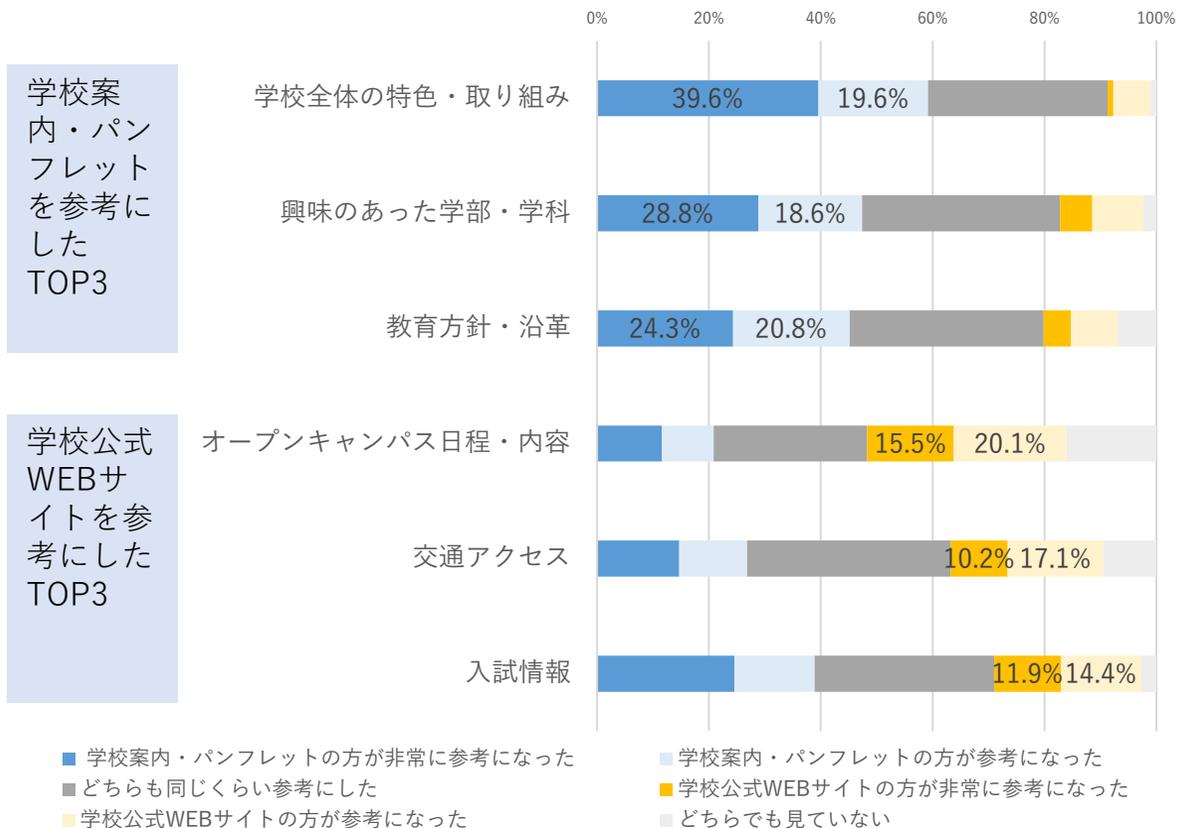


# 「学部案内・パンフレット」「学校公式WEBサイト」どちらが参考になったか

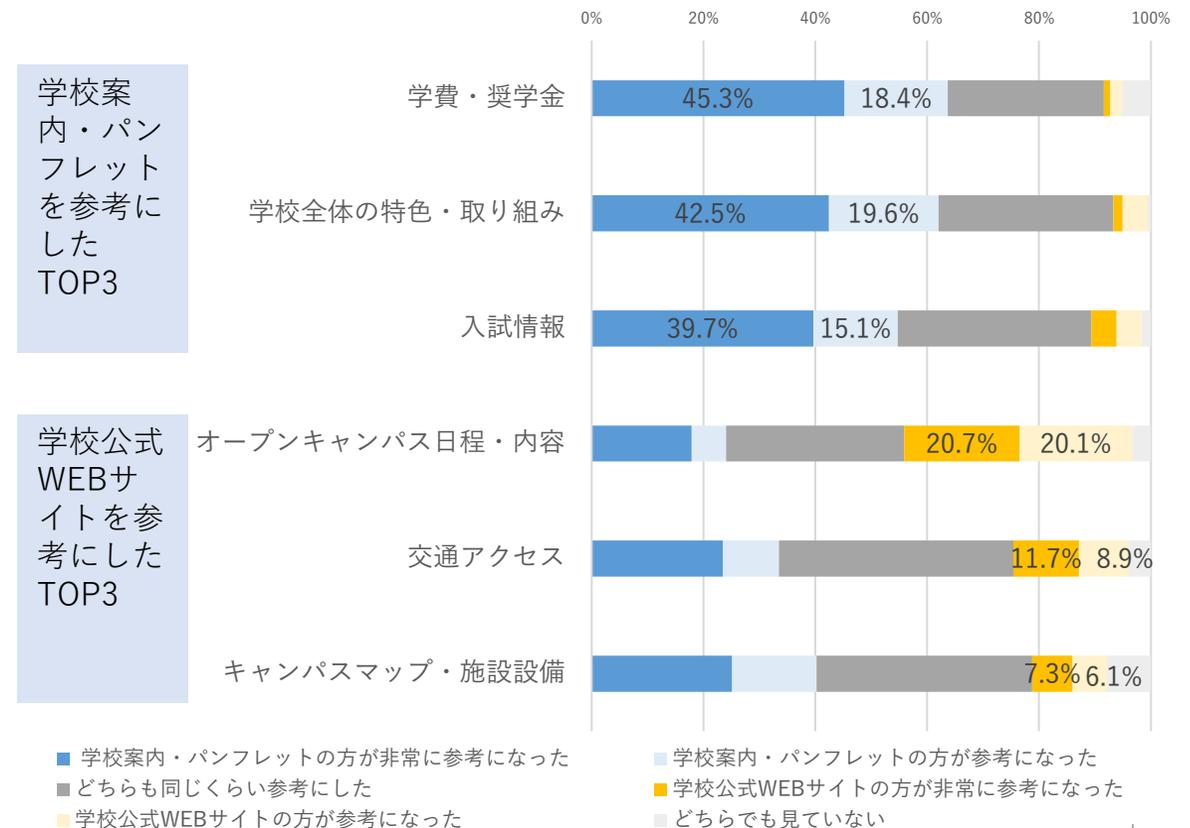
## 学校全体の特色・取り組みはパンフが、イベント日程・内容はWEBサイトが参考になる

各情報項目について、その情報は学校案内・パンフレットと学校公式WEBサイトとでどちらがより参考になったかを聞いた。それぞれのTOP3項目が下記。学校全体や学部・学科の特色や取り組みなどは紙形式の方が参考になる傾向。学校公式WEBサイトでは、「オープンキャンパス日程・内容」など最新性が重要な情報について参考になっている。

大学・短大志望者(N=884)



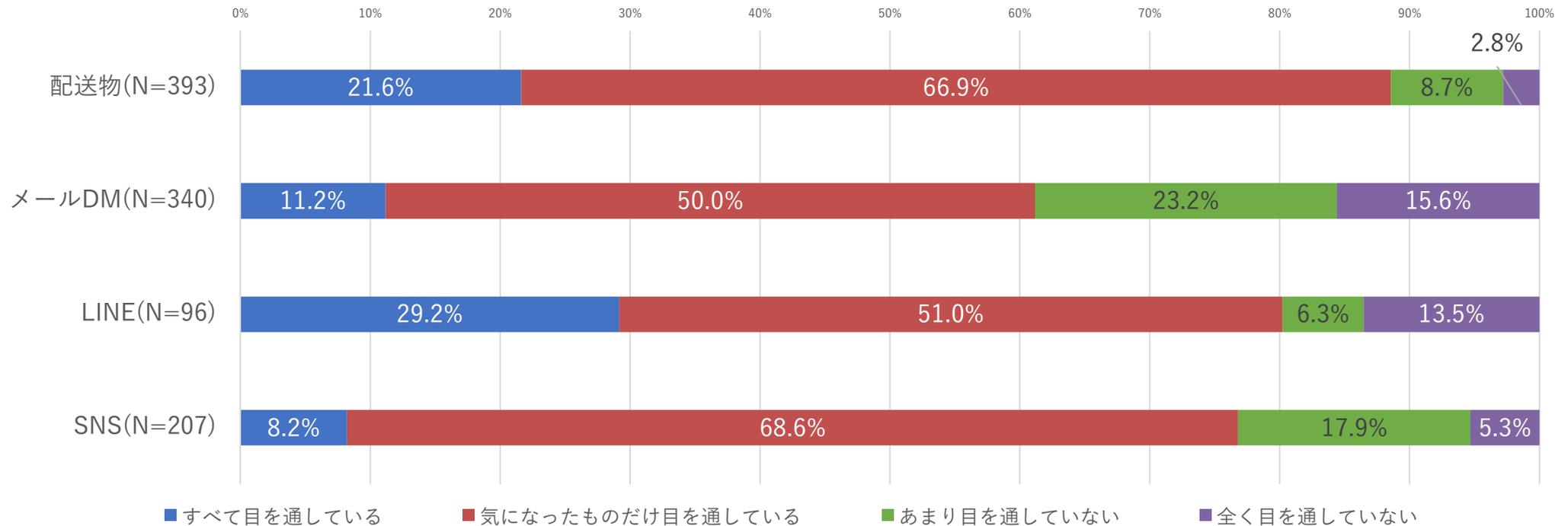
専門志望者(N=179)



【参照元データ】・学校案内・パンフレットや学校公式WEBサイト等に関する高校生の意識調査

## LINEは「すべて目を通してしている」の回答割合が高い

“配送物（ダイレクトメール）/Eメールの案内（メールDM）/LINEのメッセージ/SNSの発信内容”に目を通してしているかを聞いた。LINEは「すべて目を通してしている」の回答割合が高く、読み手に届きやすい手段と言えそう。配送物、SNSは「気になったものだけ目を通してしている」の回答割合が高く、アイキャッチなコピーが重要か。Eメールは目を通す回答割合が最も低い。

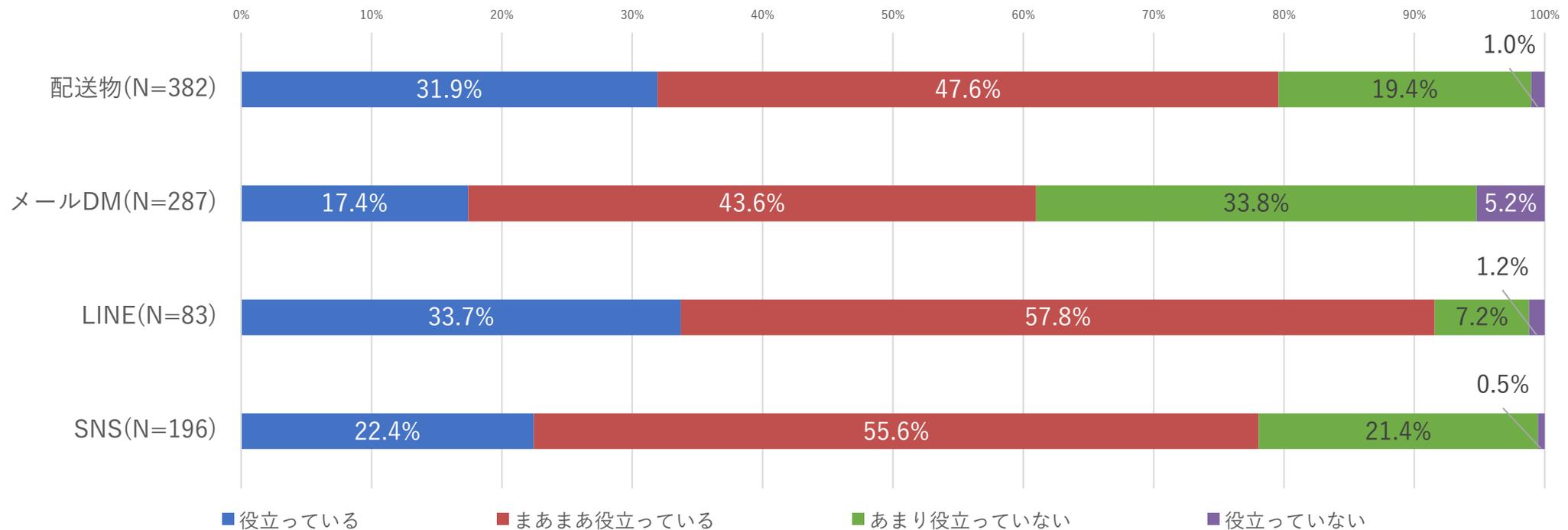


\*各種広告物が届いた(SNSの情報発信を見た)と回答した者のみ集計対象

# 広告物は進路検討の情報源として役立っているか

## いずれの広報手段も、「役立っている」「まあまあ役立っている」の回答合計は6割越え

“配送物（ダイレクトメール）/Eメールの案内（メールDM）/LINEのメッセージ/SNSの発信内容”は進路検討の情報源として役立っているかを聞いた。中でもLINEは最も良好な回答割合であり、高校生にとって馴染みやすいタッチポイントと言える。配送物、SNSでの情報発信も進路検討の情報源としてしっかり活用されていることが伺える。

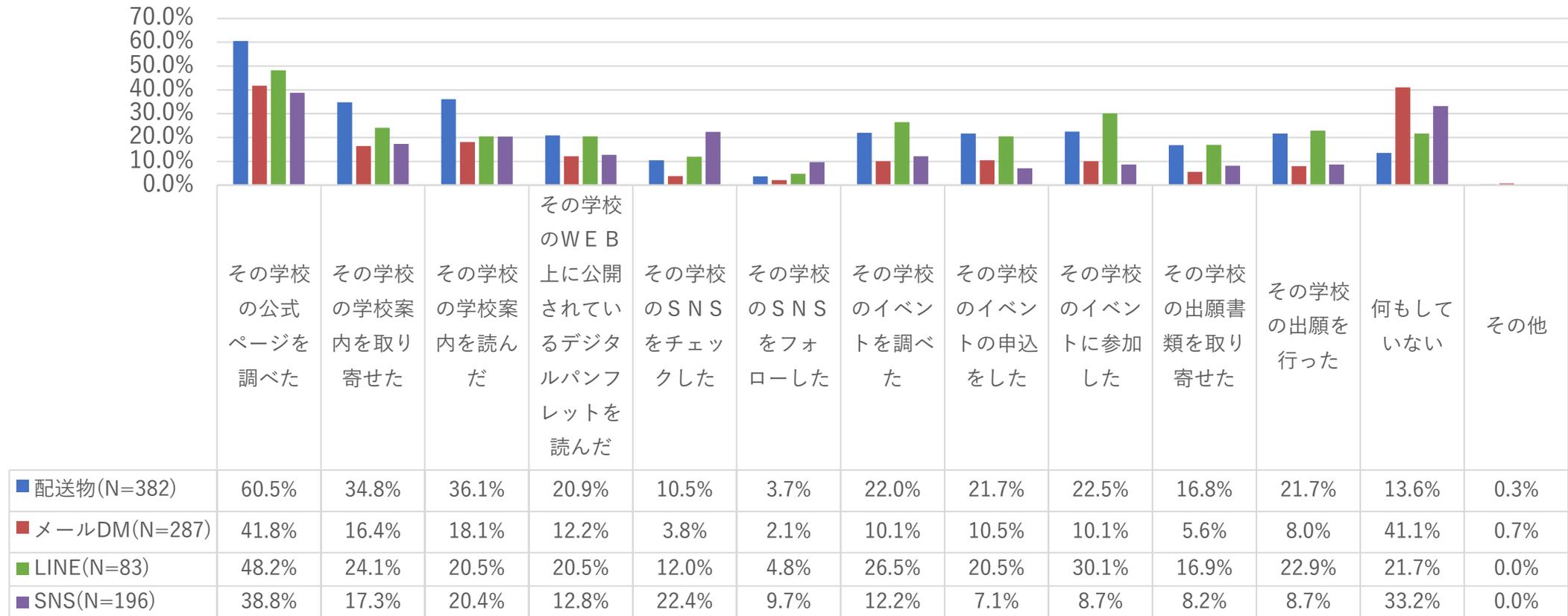


\*各種広告物に「全く目を通していない」と回答した者以外が集計対象

【参照元データ】  
・DM等に関する高校生の意識調査より23卒生回答のみ抽出

## 広告手段を問わず学校の公式ページによくアクセスしている

“配送物（ダイレクトメール）/Eメールの案内（メールDM）/LINEのメッセージ/SNSの発信内容”を読んだ結果、取った行動にあてはまるものを聞いた。広告手段を問わず「その学校の公式ページを調べた」の回答割合が高いが、中でも配送物を読んだあとの行動率が高い。また配送物・LINEを見たあとは、他の広告手段と比べ、イベント関連の進路行動を取る割合が高い。



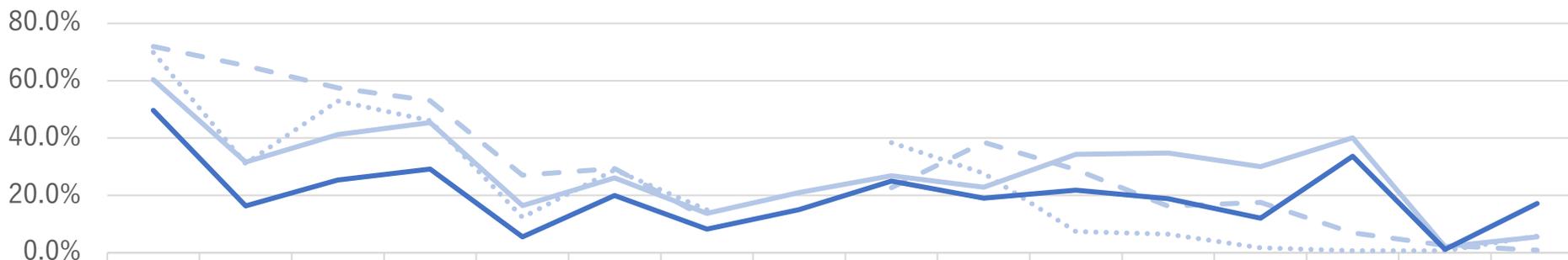
\*各種広告物に「全く目を通していない」と回答した者以外が集計対象

【参照元データ】

・DM等に関する高校生の意識調査より23卒生回答のみ抽出

## 学校HPを調べる行動はどの時期でも多い

「直近3カ月以内の進路調べ・検討状況」にあてはまるものを、定点で調査した結果が下記グラフ。夏の回答割合は、出願関連のアクションを除くほとんどの項目において他の季節よりも高く、6,7,8月に進路アクションが多く取られることが伺える。「学校HPを調べた」の回答は、いずれの調査回においても最も回答割合が高かった。



	学校HPを調べた	オープンキャンパスに参加した	学校案内を取り寄せた	学校案内を読んだ	個別相談会・ガイダンスに参加した	進学情報サイトを見た	進学情報誌を読んだ	学校のSNSをフォロー・チェックした	自分の学びたいことを考えた・調べた	自分のやりたい仕事を考えた・調べた	出願書類を取り寄せた	出願校・出願候補校の志望理由書を書いた	出願校・出願候補校の面接対策を行った	出願を行った	その他	何もしていない
..... 22年5月 (N=567)	69.8%	31.0%	52.9%	46.0%	12.3%	28.9%	15.0%		38.4%	27.7%	7.4%	6.5%	1.8%	0.7%	0.7%	5.8%
- - - 22年8月 (N=847)	71.9%	65.2%	57.5%	53.0%	27.0%	29.4%	12.0%		22.7%	38.5%	29.0%	16.3%	17.6%	7.0%	2.6%	0.9%
— — — 22年12月 (N=624)	60.4%	31.6%	41.2%	45.4%	16.5%	26.1%	13.8%	21.0%	26.9%	22.9%	34.3%	34.8%	30.0%	40.1%	2.1%	5.6%
— — — 23年3月 (N=751)	49.7%	16.4%	25.4%	29.2%	5.6%	20.0%	8.3%	15.0%	25.0%	19.0%	21.8%	18.9%	12.1%	33.7%	1.2%	17.2%

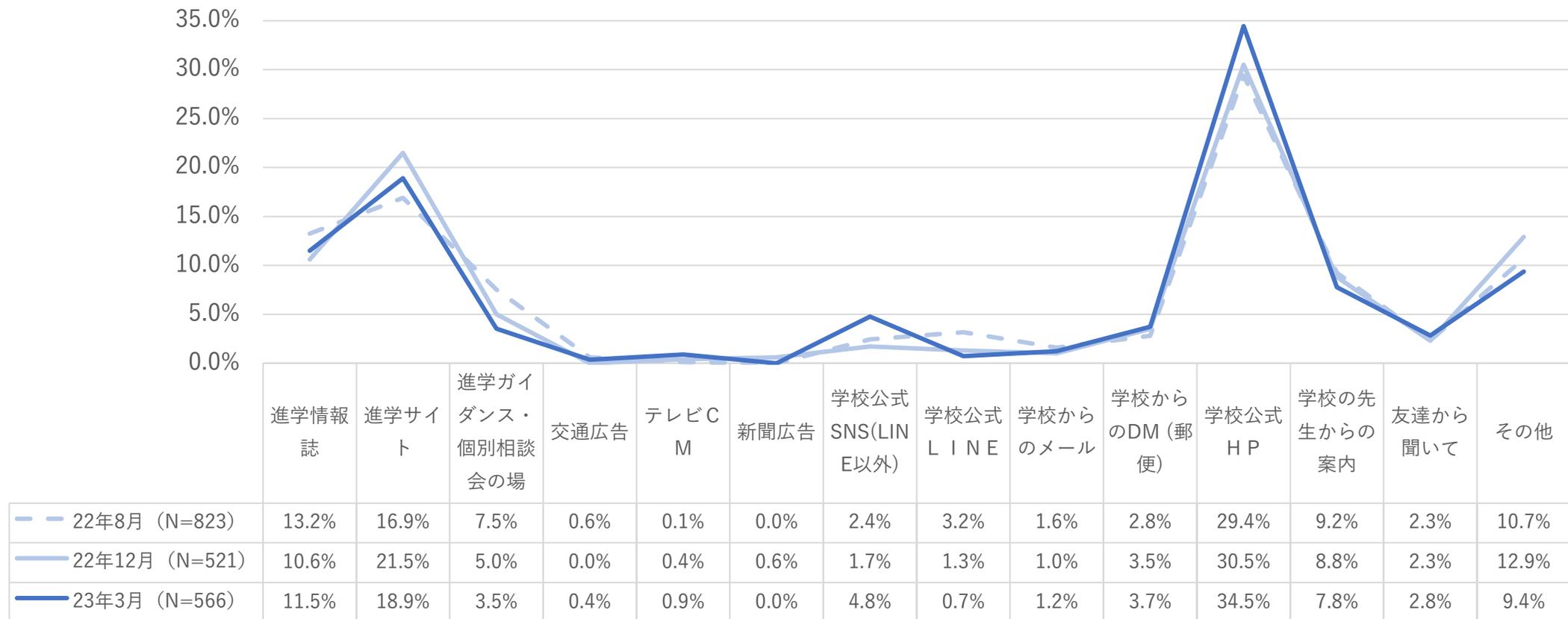
\*空欄箇所は未聴取項目

【参照元データ】

・マイナビ進学学会定期調査2022年5月/8月/12月/2023年3月より23卒生回答のみ抽出

## 学校公式HPはどの時期でも最も参考になる情報源

「直近3カ月で最も参考になった情報」の“情報源”としてあてはまるものを、定点で調査した結果が下記グラフ。計3回の定点調査を行ったが、全体の波形について季節ごとの大きな違いは見られなかった。いずれの調査回においても「学校公式HP」が最多回答割合となり、次いで「進学サイト」「進学情報誌」の順となった。



【参照元データ】  
・マイナビ進学会員定期調査2022年8月/12月/2023年3月より23卒生回答のみ抽出



# V .2024年卒以降の展望

## 引き続き重視される「学びの内容」の差別化・早期発信を

1. 「学びの内容」のうち、特に重視されるのは学びの面白さや学びの幅広さ。  
これをいかに魅力的に発信できるかが重要。
2. 一方で自分に合った学校がわからず悩む高校生も多い。  
早期から情報を発信し、磨き込んだ教育力で「選ばれる学校」を目指したい。
3. 夏のイベントは進学／非進学に大いに影響する。  
ポストコロナ状況を睨みながらもより多くの動員を目指すことが重要。



# マイナビ進学総合研究所

本データを出版・印刷物、WEBサイト等へデータを転載する際には、「※調査名」（マイナビ進学総合研究所調べ）と明記ください。

資料に関するご質問等に関しては下記までご連絡ください。

株式会社マイナビ 未来応援事業本部 教育支援統括本部 マイナビ進学総合研究所

E-mail : [ms-souken@mynavi.jp](mailto:ms-souken@mynavi.jp)

URL: <https://souken.shingaku.mynavi.jp>