

2018年9月吉日

2018年 専門学校入学者の進学活動 全国調査結果ご報告

94%が「努力して、仕事ができる人になりたい」 高い「意欲」を持って専門学校に進学

一般社団法人大阪府専修学校各種学校連合会（大阪市都島区／理事長 清水尚道）は、新学期開始前後の3～5月に、『全国専門学校共同入学調査』を実施いたしました。本調査は専門学校入学者による進学活動の実態把握と、専門学校教育の質の向上並びにより良い進路選択の実現に向けた取り組みに役立てていただくことを目的としています。進路選択や職業教育についての調査研究を行う株式会社応用社会心理学研究所の協力のもと、大阪府専修学校各種学校連合会が企画し、2009年度から実施しています。今年度は全国で54校、8801名を対象に調査を行いました。

本調査の分析結果は、全国の専門学校入学者の性別および分野別の比率と構成がほぼ同じとなるようサンプルに重みづけ（ウェイトバック集計）処理を行っており、全国の専門学校生の平均的な進学プロセスや入学校に感じていた「専門学校の価値」の水準を知ることができます。

また、10年目となる今回より、その年ごとのトピックにあわせた新項目を追加し、最新のトレンドが把握できるようになりました。今年度は進学活動におけるSNS活用状況、校風・スタイルの好みについて調査しています。

<主な調査結果>

1. 専門学校入学者の意識

- 「学び」や「仕事」への意欲が非常に高い。
94%が「努力して、仕事ができる人になりたい」と回答。 : P.3
- 入学者の3割が、「大学」「短大」も進路として同時に検討。 : P.4

2. 専門学校の評価

- 入学者の8割が、入学校を高く評価している。 : P.5
- 特に「就職」「先生」「カリキュラム・授業」など教育内容の評価が高い。 : P.6
- 校風の好みは、「規律」より「自主・自由」が多数派。 : P.7

NEW!!

3. 進学先の検討プロセスとメディア利用

- 入学校を“知るきっかけ”は、「情報媒体」など広告よりも、「口コミ」が多い。 : P.8
- 進路選択に「SNS」を活用したのは42%。 : P.9

NEW!!

※「全国専門学校共同入学調査」では123項目について詳細な調査を行っており、本資料では、その中の一部を紹介しています。本資料はWEBサイトでも公開しています。⇒ <http://daisenkaku.or.jp>

■ 調査概要

企画名： 専各連合会特別企画『2018年 全国専門学校共同入学者調査』

企画： 一般社団法人 大阪府専修学校各種学校連合会／株式会社 応用社会心理学研究所

調査期間： 2018年3月～5月

調査対象者： 2018年度の全国の専門学校入学者 8,801名（うち有効回答者数 8,169名）
全国の専門学校 54校

調査方法： 調査は無記名で実施し、各学校にて入学前もしくは入学直後の時期に、
オリエンテーションなどを利用して配布・回収

調査内容： 設問項目数123項目

参画校全体データの抽出方法：

専門学校入学者全体の傾向を正確に把握できるように、以下の①～③のデータ処理を行った結果、抽出された5,420名を分析対象にしています。

- ①回答精度が低いなど、分析に適さないサンプルおよび性別が不明のサンプルを除去。
- ②各学校から200サンプルを上限にランダムに抽出し、規模の大きい学校の偏りを是正。
- ③「平成29年度 学校基本調査」（文部科学省）の男女別・分野別入学者比率に合わせてサンプルに重みづけ（ウェイトバック集計）を行い、性別・分野による偏りを是正。

お問い合わせ先（企画事務局）

■ 企画事務局：一般社団法人 大阪府専修学校各種学校連合会

担当：勝間

〒534-0026 大阪市都島区網島町6-20 大阪府私学教育文化会館103号室

TEL：06-6352-0048

FAX：06-6352-7553

mail：info@daisenkaku.or.jp

URL：http://daisenkaku.or.jp

■ 調査データについて：株式会社 応用社会心理学研究所（アスペクト）

担当：古谷（ふるや）

〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

TEL：06-6941-2171

FAX：06-6941-2081

mail：o-senkaku@aspect-net.co.jp

URL：http://www.aspect-net.co.jp

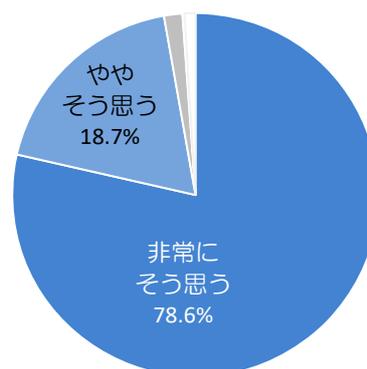
1. 専門学校入学者の意識

「学び」や「仕事」への意欲が非常に高い。
94%が「努力して、仕事ができる人になりたい」と回答。

- ・「本校では全力で学びたい」という設問に対し、「非常にそう思う」と回答した人が8割近くになり、「ややそう思う」という人を合わせると、97%にのぼる。
- ・また、「他の人より努力して、仕事ができる人になりたい」という設問に対して、「非常にそう思う」と「ややそう思う」という回答を合わせると、94%になる。大学進学率が過去最高を記録し、大学に入学する学生が多様化する中、専門学校生の意欲の高さは注目される。

■意欲：本校（入学校）では、全力で学びたい [単一回答]

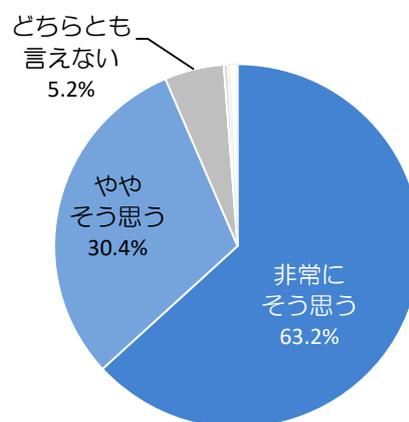
	人数	%
非常にそう思う	4259	78.6%
ややそう思う	1011	18.7%
どちらとも言えない	88	1.6%
あまりそう思わない	7	0.1%
まったくそう思わない	3	0.1%
不明	52	1.0%
全体	5420	100.0%



※5%未満は非表示

■意欲：他の人より努力して、仕事ができる人になりたい [単一回答]

	人数	%
非常にそう思う	3425	63.2%
ややそう思う	1646	30.4%
どちらとも言えない	284	5.2%
あまりそう思わない	19	0.4%
まったくそう思わない	6	0.1%
不明	40	0.7%
全体	5420	100.0%



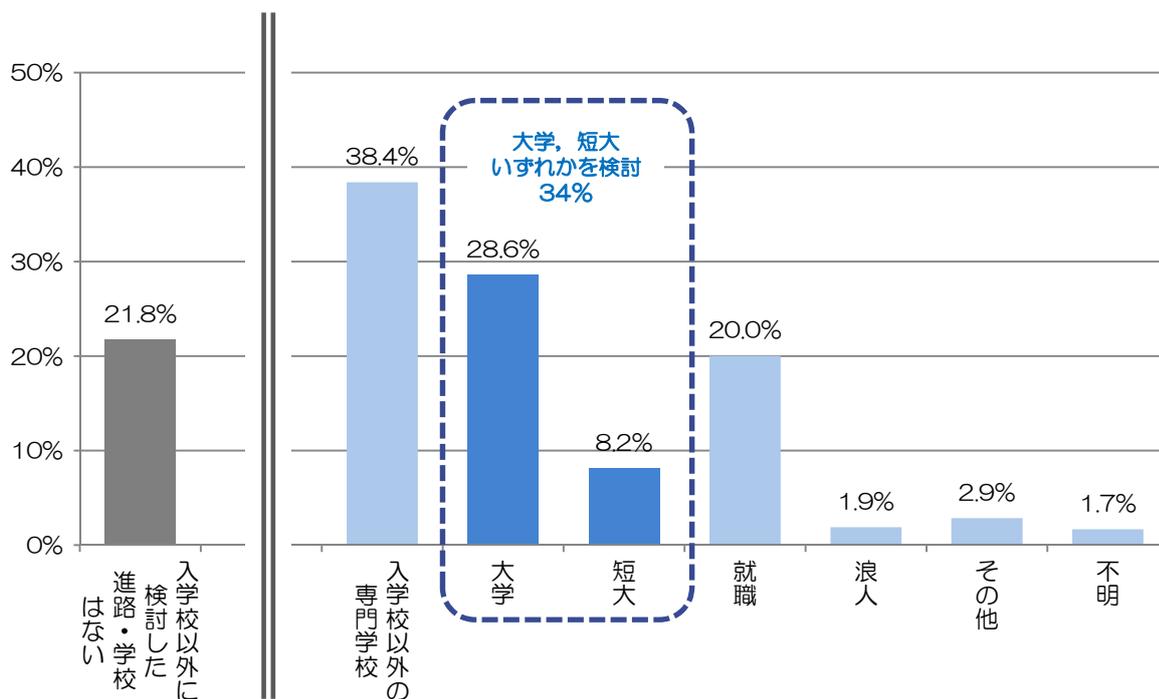
※5%未満は非表示

1. 専門学校入学者の意識

入学者の3割が、「大学」「短大」も進路として同時に検討。

- 「本校（入学校）以外に検討した進路・学校はない」という人は22%にとどまり、残り8割の入学者は、入学校以外の進路・学校を検討していたことがわかる。
- 入学校以外に検討していた進路について最も多かったのは「本校（入学校）以外の専門学校」で、約4割となっている。
- 「大学」「短大」を検討していた人は、それぞれ29%、8%となっている。「大学」「短大」のいずれかを検討していた人は34%であり、入学者のおよそ3人に1人を占める。

■他に検討していた進路：本校（入学校）以外で検討した進路 [複数回答]



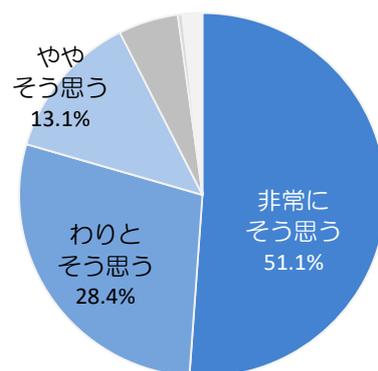
2. 専門学校の評価

入学者の8割が、入学校を高く評価している。

- 「本校（入学校）に、ぜひ入学したいと思っていた」学生は、「非常にそう思う」「わりとそう思う」という積極的な評価を合わせると、80%となっている。
- 同様に、「総合的に評価して、良い学校だ」と思っていた学生は、「非常にそう思う」「わりとそう思う」という積極的な評価を合わせると78%を占め、進学する専門学校を高く評価していることがわかる。

■入学校評価：本校（入学校）に、ぜひ入学したいと思っていた [単一回答]

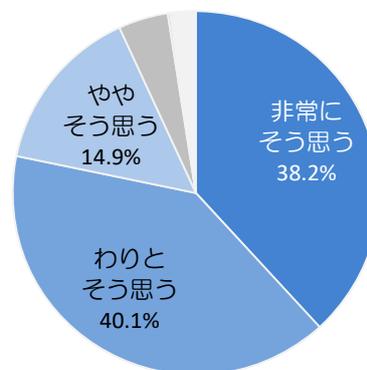
	人数	%
非常にそう思う	2771	51.1%
わりとそう思う	1537	28.4%
ややそう思う	708	13.1%
どちらとも言えない	286	5.3%
ややそう思わない	22	0.4%
あまりそう思わない	16	0.3%
まったくそう思わない	13	0.2%
不明	67	1.2%
全体	5420	100.0



※5%未満は非表示

■入学校評価：総合的に評価して、良い学校だ [単一回答]

	人数	%
非常にそう思う	2070	38.2%
わりとそう思う	2171	40.1%
ややそう思う	807	14.9%
どちらとも言えない	238	4.4%
ややそう思わない	13	0.2%
あまりそう思わない	10	0.2%
まったくそう思わない	6	0.1%
不明	104	1.9%
全体	5420	100.0



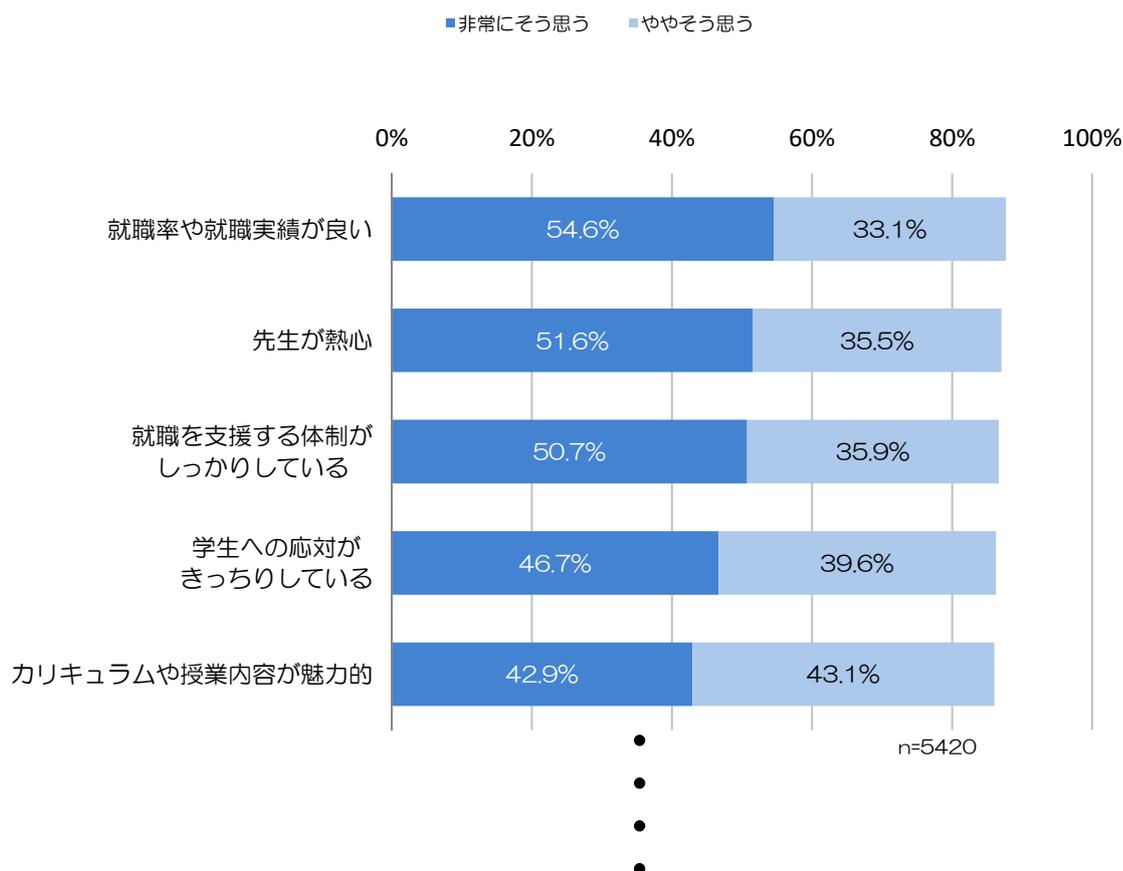
※5%未満は非表示

2. 専門学校の評価

特に「就職」「先生」「カリキュラム・授業」など
教育内容の評価が高い。

- 入学校に対する個別評価の上位5項目を見ると、入学者は学校の「就職実績」「先生の熱心さ」「就職の支援体制」「学生への対応」「カリキュラムや授業内容」などを特に高く評価している。（それぞれ「非常にそう思う」「ややそう思う」を合わせると、いずれも9割近い）

■入学校評価：個別評価についての上位5項目（全15項目中） [単一回答]



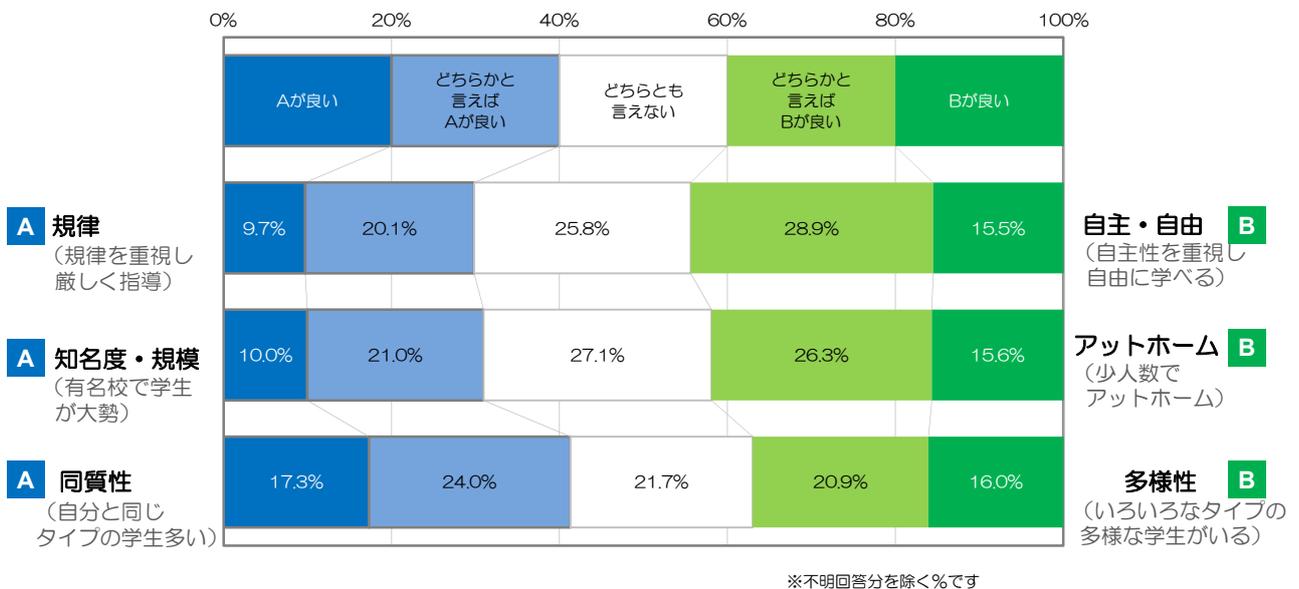
※設問は「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらとも言えない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で回答
上記グラフは「非常にそう思う」「ややそう思う」の割合のみ表示しています

2. 専門学校の評価

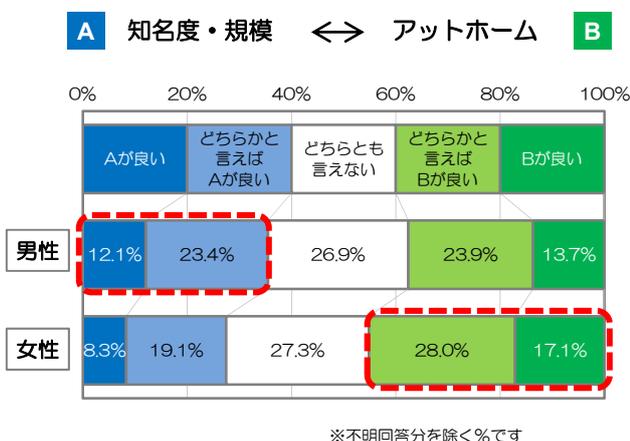
校風の好みは、「規律」より「自主・自由」が多数派。

- 校風の好みは、全体の傾向としては「自主・自由」を好む人が44%と多数派。一方、「規律」を好む人も30%を占め、少なくないことがわかる。
- 属性により異なる傾向もみられ、女性は男性に比べ「アットホーム」を好む人の割合が多い。一方で男性は女性に比べ「知名度・規模」を好む人の割合が多くなっている。
- また、新卒者は「同質性」を好む人が多い傾向であるが、既卒者は「多様性」を好む人が多い傾向。

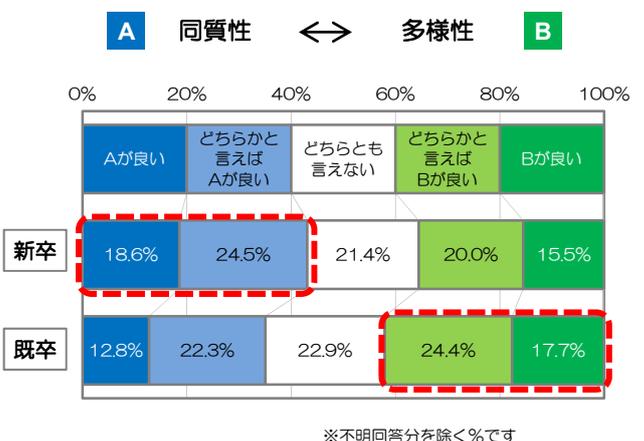
■校風の好み [単一回答]



■性別 校風の好み [単一回答]



■立場別 校風の好み [単一回答]

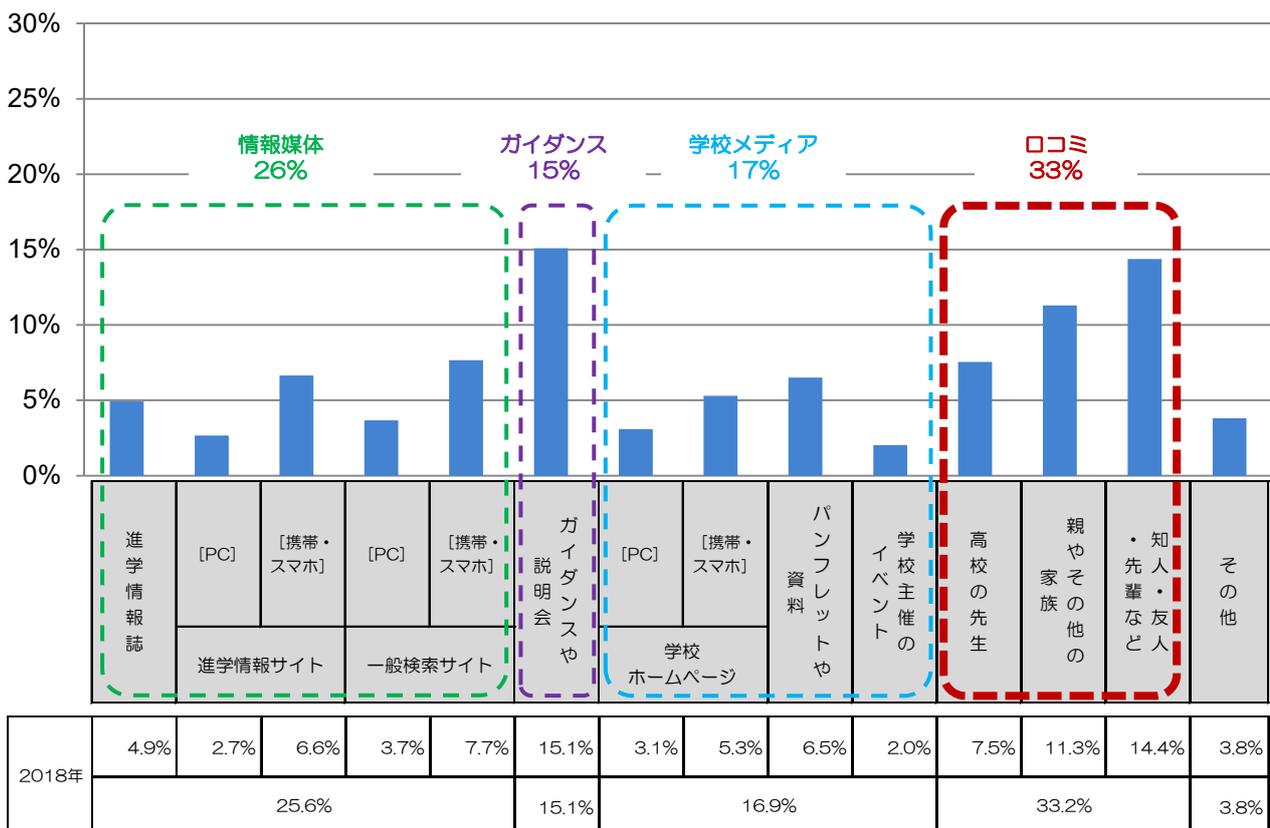


3.進学先の検討プロセスとメディア利用

入学校を“知るきっかけ”は、「情報媒体」など広告よりも、「口コミ」が多い。

- “入学校のこと（存在や名前）をはじめて知ったきっかけ”は、「高校の先生」「親やその他の家族」「知人・友人・先輩など」の「口コミ」が最も多く、3割以上。
- 次いで「情報媒体」26%、「学校メディア」17%、「ガイダンス」15%である。

■メディアの利用状況：本校（入学校）のこと（存在や名前）をはじめて知ったきっかけ [単一回答]



n=5420

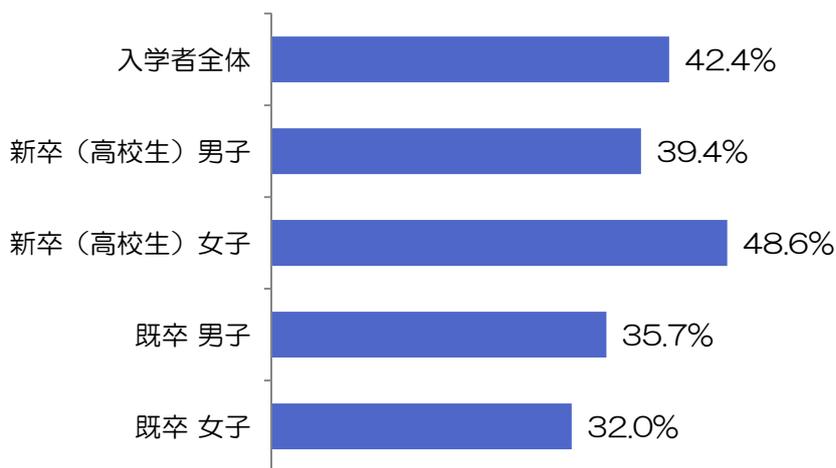
※上記グラフには不明（5.4%）を表示していません

進路選択に「SNS」を活用したのは42%。

- 42%の人が「SNS」を進路選択に活用（「非常に活用した」「やや活用した」と回答）。特に女子高校生がよく利用しており、49%が進路選択に活用している。一方、男子高校生は4割弱と女子高校生に比べ割合は低い。
- 「SNS」の種類別にみると、利用率が高いのは全体では「Twitter」（28%）、「LINE」（26%）。ただし、女子高校生は「Instagram」の活用も多い（21%）。

■進路選択においてSNSを活用した割合（※）

※LINE, Twitter, Facebook, Instagramのいずれかについて、進路選びや学校選びに「非常に活用した」「やや活用した」と回答した人の割合。



■性別・立場別 進路選択に活用したSNS（※）

※LINE, Twitter, Facebook, Instagramのそれぞれについて、進路選びや学校選びに「非常に活用した」「やや活用した」と回答した人の割合。

(%)

	LINE	Twitter	Facebook	Instagram
入学者全体 →	25.8	27.7	4.2	15.4
高校生 男子 →	27.9	26.1	3.0	9.3
高校生 女子 →	25.8	34.2	2.9	21.4
既卒 男子 →	25.3	15.1	11.9	10.9
既卒 女子 →	20.1	18.2	4.9	13.5