

第4回『大学受験志望校選定に関するアンケート』<志願者・保護者 計1,605名回答>

- 相談相手、「高校の先生」が1位。5人に1人(20.1%)が「誰にも相談していない」。
- 情報収集、約半数(50.5%)の志願者が「スマホ」を活用。

受験料支払いやネット出願サービスを提供する株式会社オプト・ジャパン(本社:東京都新宿区、代表取締役 柳田 謙治)は、2016年度大学入試の志願者・保護者を対象とした、第4回『大学受験志望校選定に関するアンケート』を実施し、集計結果がまとまりましたので、お知らせいたします。本アンケートは、当社が提供する「E-支払いサービス」*利用時に実施し、志願者675名、保護者930名、合計1,605名から回答を得ました。

※「E-支払いサービス」とは

大学・短大、大学院、附属学校、小・中・高校、専門学校等の受験料(入学検定料・入学選考料)を、クレジットカードや全国約44,000店舗のコンビニエンスストア等を利用して、24時間365日、いつでも支払い・申込みができるサービスです。銀行窓口の営業時間外でも支払いができる点や受験者・保護者がそれぞれのニーズに合った支払い方法を選択できる点などを評価いただいております。

2016年度入試(2016年4月入学)現在、導入校は約270校。2016年度の利用件数は約40万件。

【アンケート調査概要】

実施期間:2016年1月12日~2016年2月29日

調査方法:サイト内で受験料支払い手続き完了後、任意で回答

調査対象者:「E-支払いサービス」利用者(志願者・保護者)

有効回答数:志願者675名、保護者930名、合計1,605名

【ポイント】

■全体では約半数が「5校以上」受験。関東地方は6割以上が「5校以上」受験し、年々増加(Q1)

⇒全体では、「5校以上」が47.4%、「4校」が19.8%、「3校」が17.3%となりました。3年連続で、約半数が5校以上受験、8割超が3校以上受験している結果となりました。地方別では、受験校数最多は関東で、61.6%が「5校以上」と回答し、調査開始以降初めて6割を超えるました。一方、北海道では12.9%、九州では10.1%が「1校」と回答しており、地域差がうかがえます。

■第1志望校の決め手は「教育内容の充実」。「知名度が高い」が初めて2位に(Q2)

⇒全体では、1位「教育内容が充実している」、2位「知名度が高い」、3位「学校の設備・雰囲気がよい」となり、「教育内容が充実している」は、4年連続の1位となりました。2位、3位には初めて順位の変動があり、わずかながら「知名度が高い」が「学校の設備・雰囲気がよい」を上回り、2位となりました。

■志望校選定の相談相手は「高校の先生」。5人に1人(20.1%)が「誰にも相談していない」(Q3)

⇒全体でみると、1位「高校の先生」22.5%、2位「誰にも相談していない」20.1%、3位「予備校・塾の先生」19.1%でした。「誰にも相談していない」は初めて2割を超えて2位となり、男子志願者のみでは27.3%と4年連続の1位となりました。男女で最も差が大きかったのは「母親」で、男子志願者8.3%に対して女子志願者24.0%と約3倍の差がありました。

■約半数の志願者が「スマホ」を活用。約8割がデジタルツールで情報収集。(Q8)

⇒全体では、1位「パソコン」42.3%、2位「スマートフォン」32.6%となり、「タブレット」も合わせると約8割がデジタルツールを最も活用していたことがわかりました。志願者・保護者別にみると、「パソコン」は志願者が28.3%に対して保護者が52.5%、「スマートフォン」は志願者が50.5%に対して保護者が19.6%となり、大きなギャップがみられました。

※調査の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

※過去のアンケート結果は、オプト・ジャパンHPよりご覧いただけます。

2013年度: <http://www.optjapan.com/blog/news-release/36/> 2014年度: <http://www.optjapan.com/blog/news-release/129/>

2015年度: <http://www.optjapan.com/blog/news-release/198/>

【会社概要】

社名:株式会社 オプト・ジャパン

設立:1990年5月11日

代表者:代表取締役 柳田 謙治

URL:<http://www.optjapan.com/>

資本金:8,612万円(2015年5月現在)

主要株主:三菱総研DCS株式会社(<http://www.dcs.co.jp/>)

所在地:東京都新宿区西五軒町1-1 西五軒町ビル [TEL] 03-5261-9791 [FAX] 03-5261-9792

事業内容:入学検定料収納代行、インターネット出願に関するシステム開発・運用等

【本件に関するお問合せ先】

株式会社オプト・ジャパン

広報担当:西出(ニシデ)

TEL:03-5261-9791

広報代行:株式会社アネティ

担当:岡崎・真壁

TEL:03-6421-7397

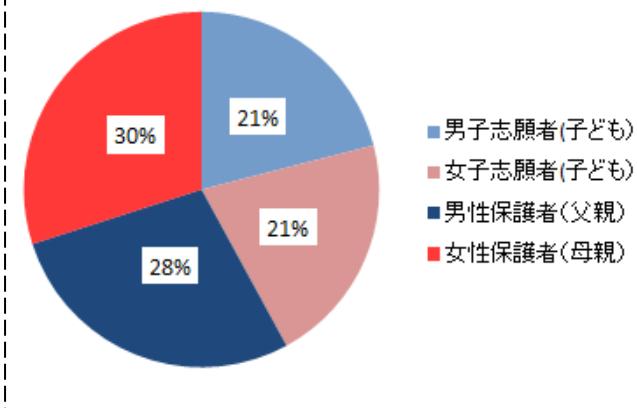
【 アンケート調査 集計結果（抜粋）】

※比率はすべてパーセントで表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出しました。

そのため、単数回答においては、合計が100%にならない場合があります。

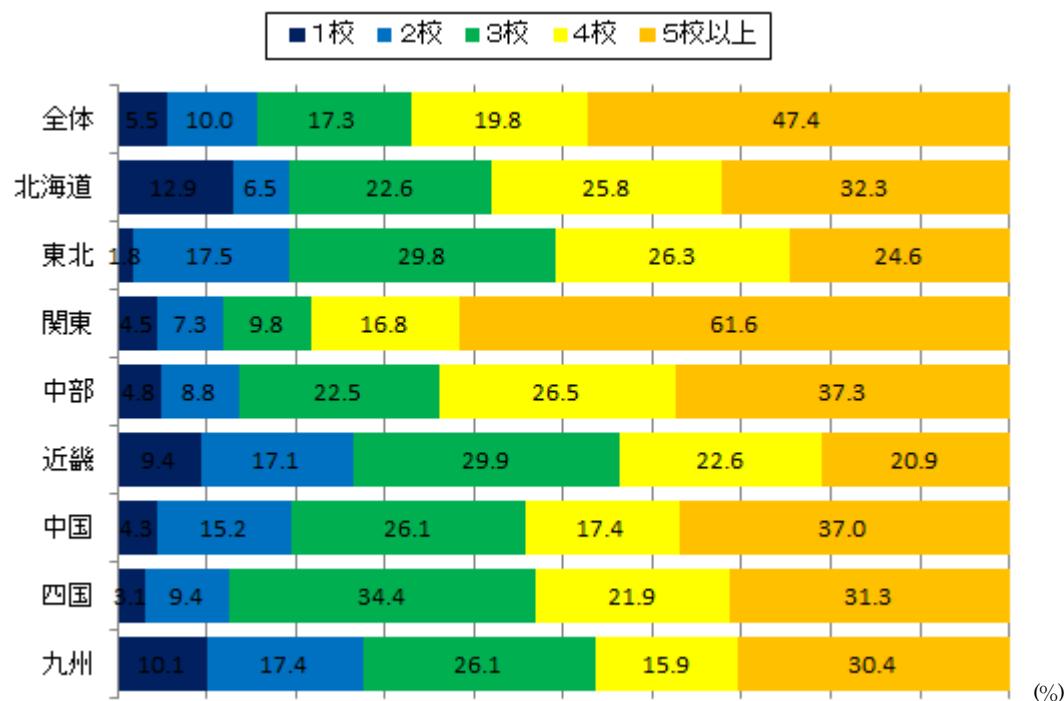
※Q1～7は経年調査項目です。

● 回答者の属性



● 受験校数

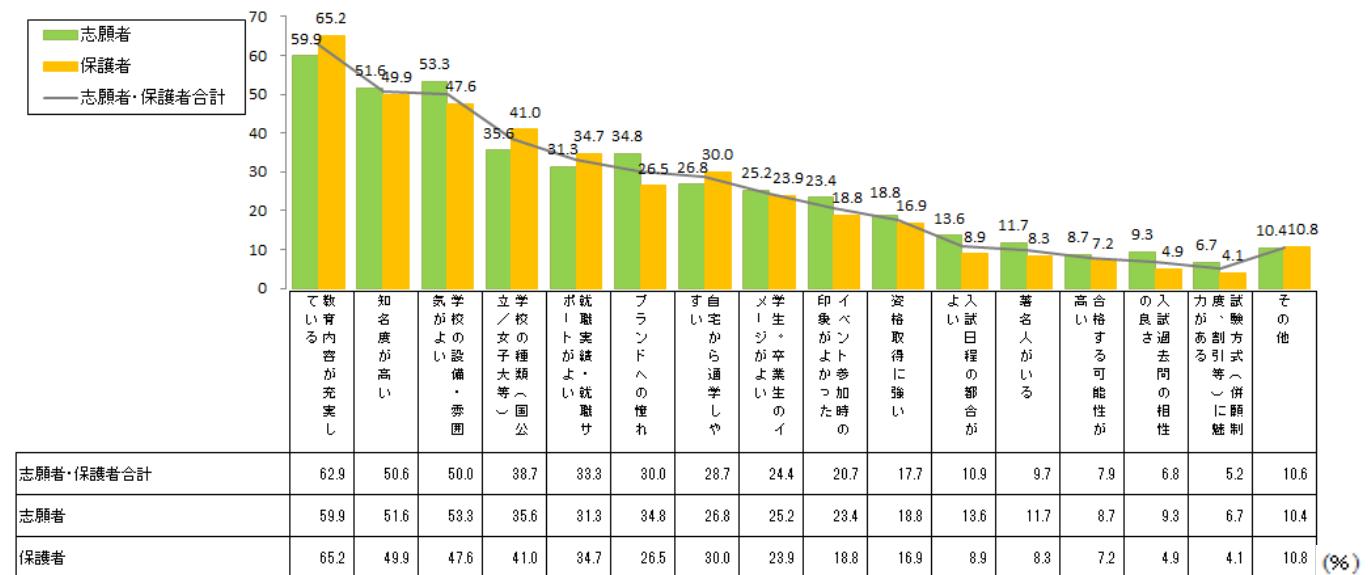
Q1. 何校受験しますか(予定を含む)?保護者の方は、わかる範囲でお答えください。(単数回答)



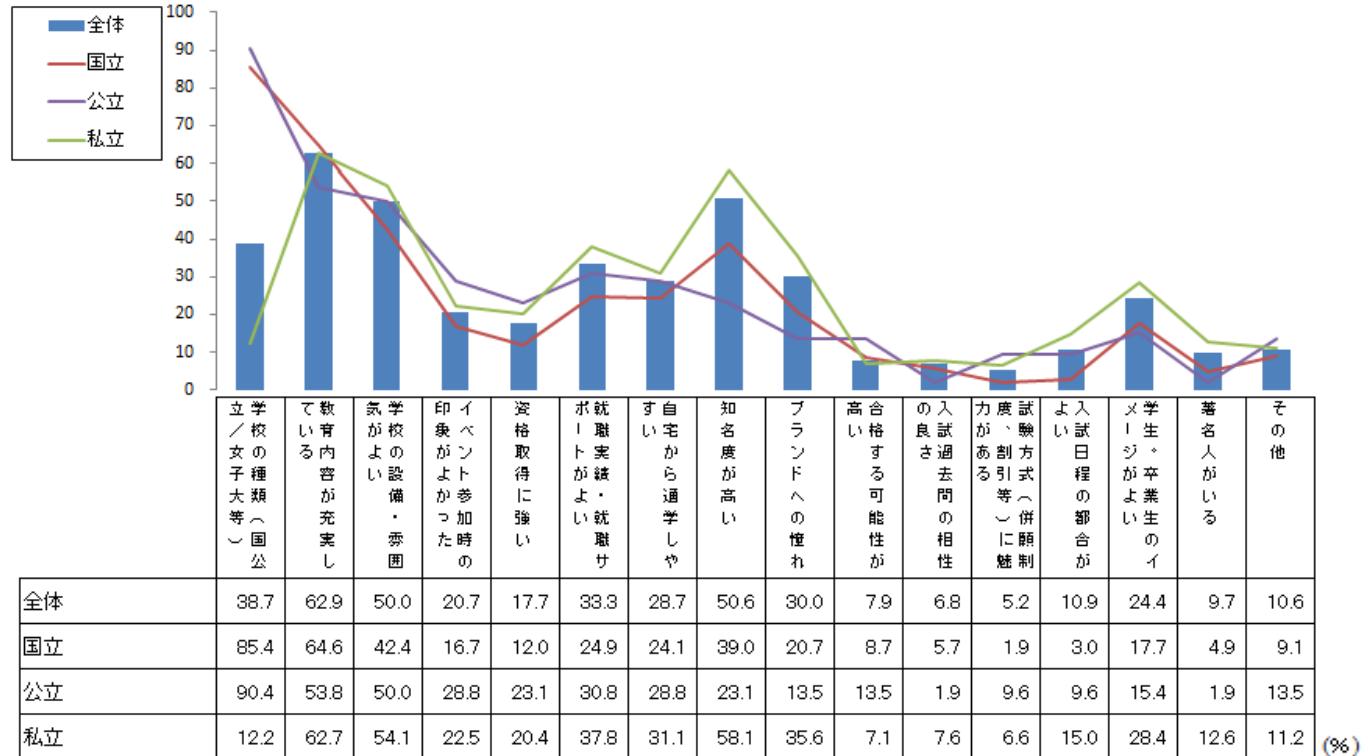
- ・全体では、「5校以上」が47.4%、「4校」が19.8%、「3校」が17.3%となりました。約半数が5校以上受験、8割超が3校以上受験している結果となり、2014年度、2015年度と同様の傾向となりました。
- ・地方別で比べてみると、受験校数が最も多いのは関東で、61.6%が「5校以上」と回答。2014年度は55.9%、2015年度は58.4%と年々増加しており、2016年度で初めて6割超。最も低い近畿の20.9%と比べると、約3倍の差が出ました。
- ・多くの受験生が複数校受験するなか、北海道と九州は「1校」と回答した割合が1割を超える(北海道12.9%、九州10.1%)、地域差があることがわかりました。

●志望校選定の決め手

Q2. 第1志望校の決め手は何ですか？(複数回答)

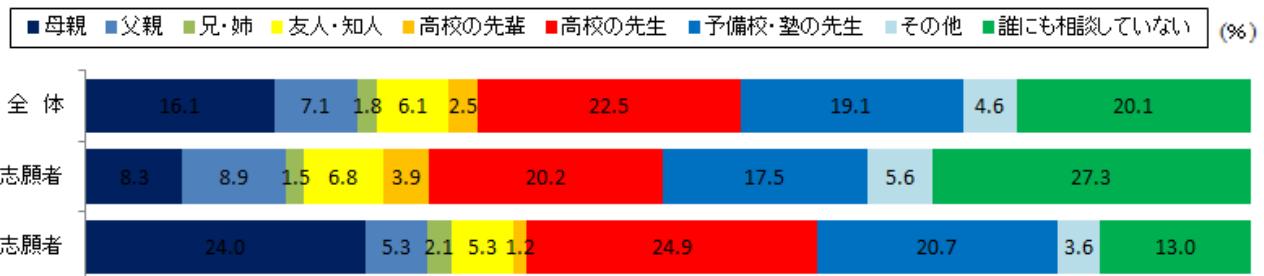


- 志願者、保護者合計では、1位「教育内容が充実している」、2位「知名度が高い」、3位「学校の設備・雰囲気がよい」でした。上位3項目は2013年度～2015年度と同様で、「教育内容が充実している」は4年連続の1位となりました。2位、3位には初めて順位の変動があり、わずかながら「知名度が高い」が「学校の設備・雰囲気がよい」を上回り、2位となりました。
- 志願者と保護者で最も差が大きかったのは、「ブランドへの憧れ」で、志願者が34.8%に対して保護者は26.5%となり、志願者が8.3%上回りました。一方、保護者の方が多かった項目は、「教育内容が充実している」、「学校の種類(国公立／女子大等)」、「就職実績・就職サポートがよい」でした。

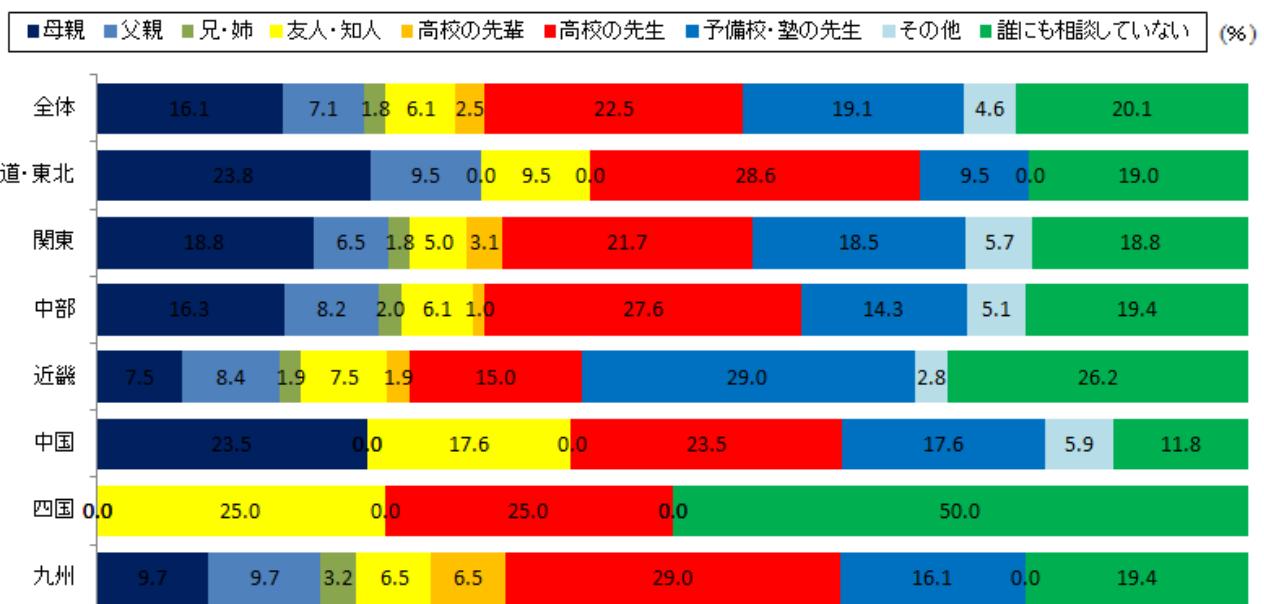


- 第1志望校の区分(国立・公立・私立)別にみると、国立・公立では1位「学校の種類(国公立／女子大等)」、2位「教育内容が充実している」、3位「学校の設備・雰囲気がよい」、私立では1位「教育内容が充実している」、2位「知名度が高い」、3位「学校の設備・雰囲気がよい」となり、志望する大学の区分により、回答が異なりました。
- 2015年度と比較すると私立では、「ブランドへの憧れ」が26.6%から9.0%増加、「著名人がいる」が6.5%から6.1%増加し、これまで以上にイメージの良さを重視していることがうかがえます。

Q3. 今年受験する大学を決定する際に、誰の意見を一番参考にしましたか？(単数回答)※志願者のみ回答

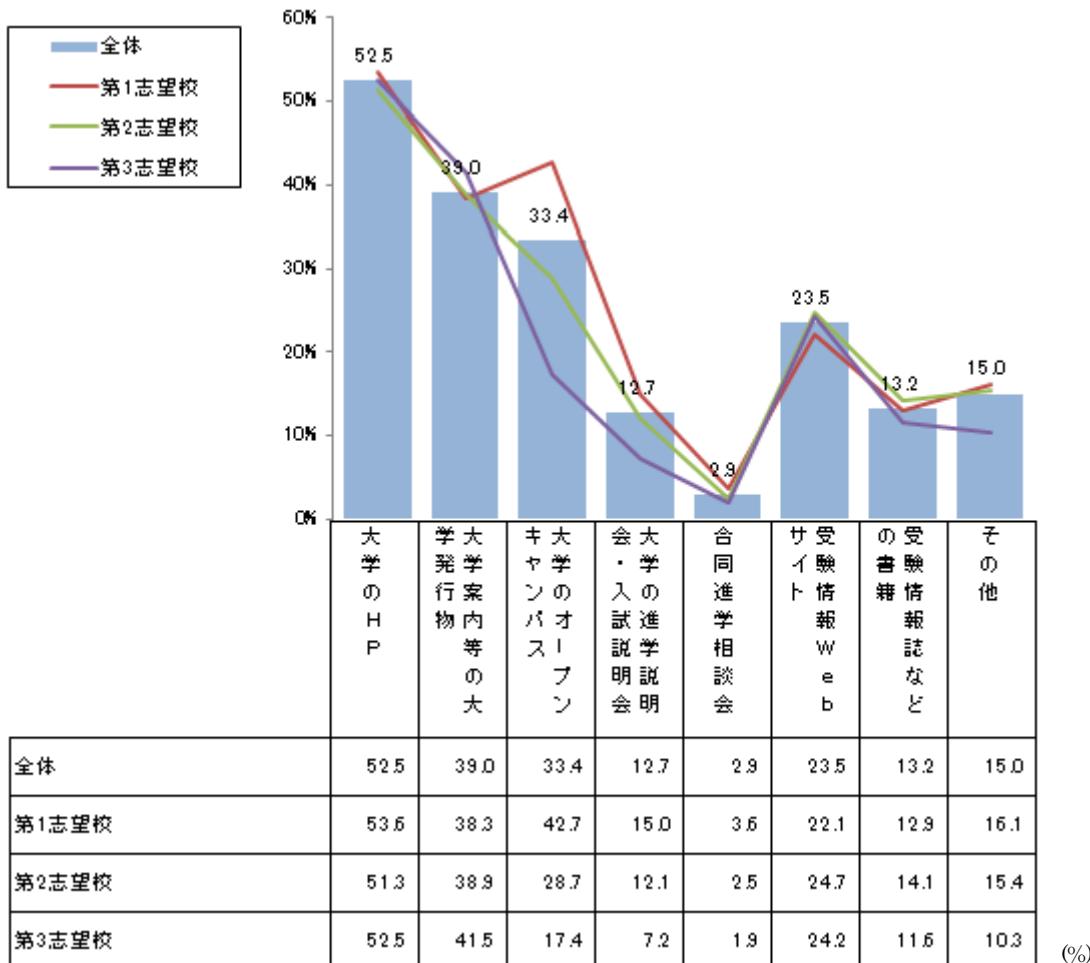


- ・全体でみると、1位「高校の先生」22.5%、2位「誰にも相談していない」20.1%、3位「予備校・塾の先生」19.1%でした。2015年度のアンケート結果では、1位「予備校・塾の先生」19.9%、2位「高校の先生」19.8%、3位「母親」19.6%でしたが、1位～3位までの順位が全て変わった結果となりました。「誰にも相談していない」はアンケート開始以降初めて2割を超え、2年ぶりにトップ3に入りました。
- ・男女別に見ると、男子志願者は「誰にも相談していない」が2015年度の21.4%から5.9%も増加し、4年連続で最も多い結果となりました。一方、女子志願者は最も多いのが「高校の先生」24.9%、次いで「母親」24.0%となり、順位に入れ替わりはあるものの、4年連続で「高校の先生」と「母親」の割合が高いことがわかりました。
- ・男女で差が大きかったのは「母親」と「誰にも相談していない」でした。「母親」は男子志願者8.3%に対して女子志願者24.0%と約3倍、「誰にも相談していない」は男子志願者27.3%に対して女子志願者13.0%と約2倍の差が生じました。



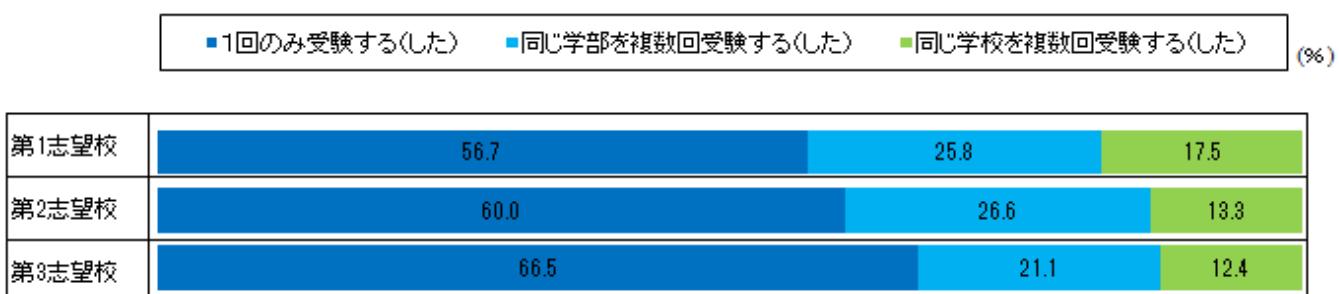
- ・地方別に比べてみると、どの地方も「母親」、「高校の先生」、「予備校・塾の先生」、「誰にも相談していない」が多い傾向ですが、地方ごとに異なる部分がありました。例えば、「友人・知人」は全体で6.1%なのに対し、中国は17.6%、四国は25.0%。「予備校・塾の先生」は全国では19.1%と3番目に多いが、北海道・東北は9.5%、関東は18.5%、中部は14.3%、四国は0.0%と3番目以内に入らない結果となりました。

Q4 出願校を決定する際に、以下のうち、参考となつた情報(偏差値以外の情報)の入手先を3つ以内で選択してください。(複数回答)



- 全体でみると「大学のHP」52.5%、「大学案内等の大学発行物」39.0%、「大学のオープンキャンパス」33.4%となりました。
- 全体的には2015年度と同様の傾向ですが、「大学のオープンキャンパス」は29.5%から33.4%と増加、「受験情報Webサイト」は、26.0%から23.5%と減少いたしました。
- 志望順位で比較すると、差が大きかったのは「大学のオープンキャンパス」や「大学の進学説明会・入試説明会」でした。「大学のオープンキャンパス」は、第1志望校が42.7%に対し第3志望校が17.4%、「大学の進学説明会・入試説明会」は第1志望校が15.0%に対し第3志望校が7.2%となり、2倍以上の差がありました。第3志望校以降は、あまり積極的にイベント参加をしていないことが考えられます。

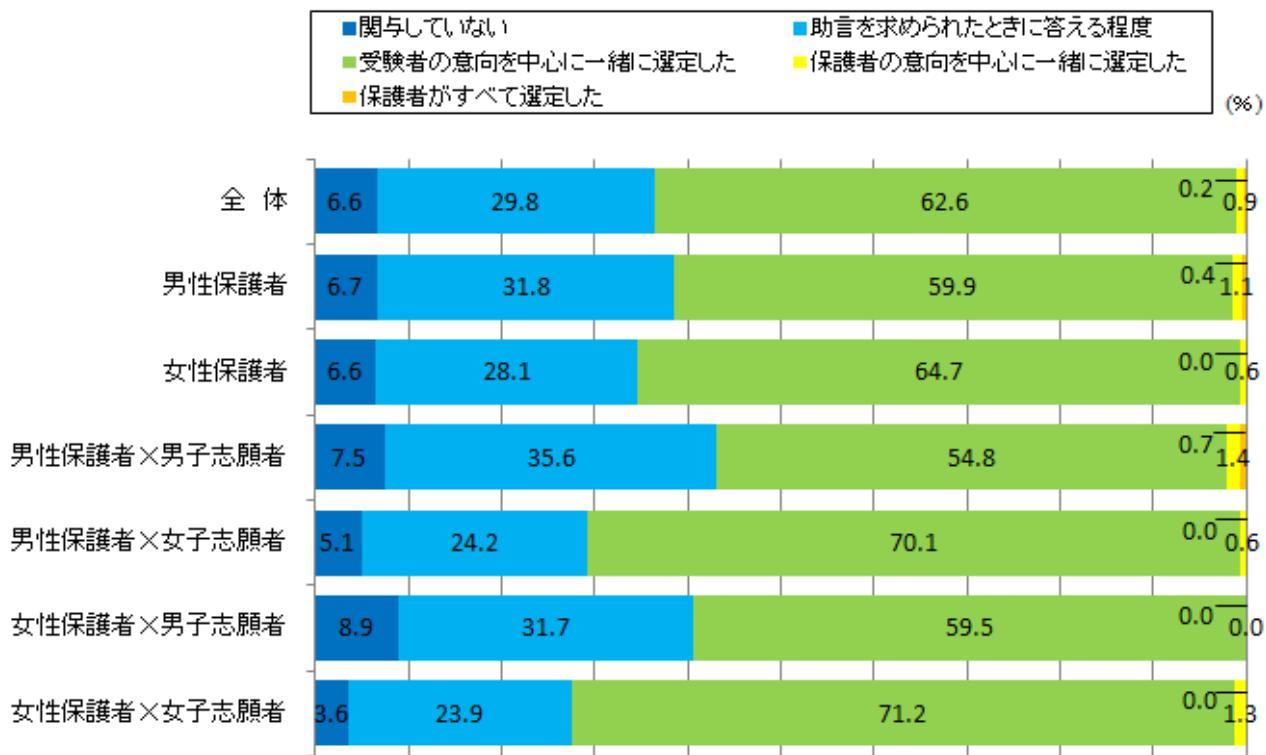
Q5. 今年度の受験で、出願校を複数回受験しますか(しましたか)? (単数回答)



- 志望順位が高いほど、同じ学校・同じ学部を複数回受験する傾向にあり、第1志望校への憧れやブランド志向の強さがうかがえる結果となりました。
- 2015年度と比べると、「1回のみ受験する(した)」と回答した割合が、第1志望は55.8%から56.7%、第2志望は58.0%から60.0%、第3志望は65.8%から66.5%とわずかながら高くなっていることがわかりました。

● 受験への親の関与

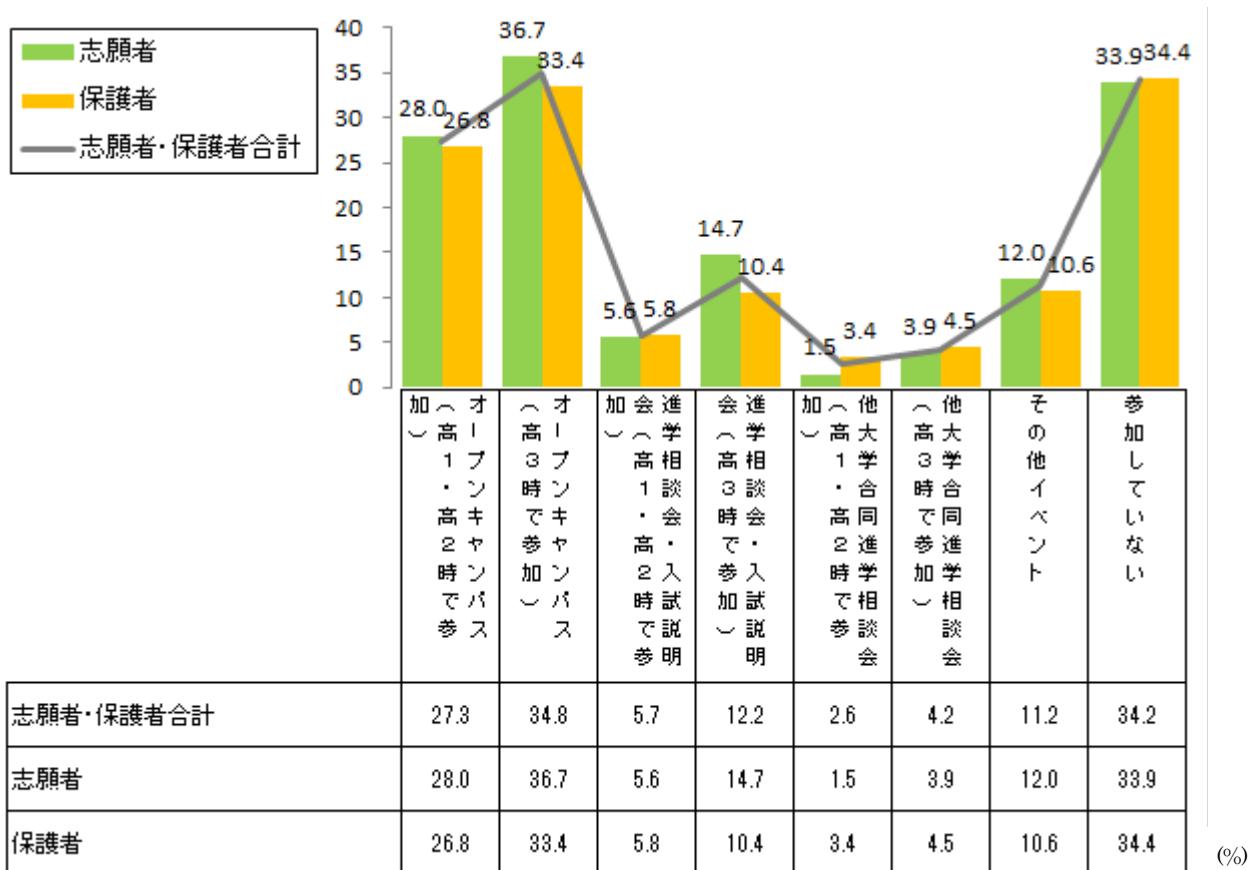
Q6. 志望校の選定について、どの程度関与しましたか？(単数回答)※保護者のみ回答



- ・男性保護者(父親)、女性保護者(母親)ともに、「志願者の意向を中心に一緒に選定した」が約6割(男性保護者 59.9%、女性保護者 64.7%)でした。2013年度～2015年度のアンケート結果でも「志願者の意向を中心に一緒に選定した」が6割～7割近い結果となっており、保護者の積極的な関与が続いていることがわかりました。
- ・保護者、志願者の性別ごとの組合せでみると、「志願者の意向を中心に選定した」は男性保護者×女子志願者 70.1%、女性保護者×女子志願者が 71.2%となり、女子志願者の方が、保護者と一緒に志望校を選定していることがうがえます。特に、男性保護者×女子志願者は 2015年度の 64.6%より 5.5%も増加しました。
- ・また、「関与していない」では、男性保護者×男子志願者は 7.5%、女性保護者×男子志願者では 8.9%で、全体の 6.6%よりも高い割合となり、男子志願者への関与の方が低いことがわかりました。

● 大学イベントの参加

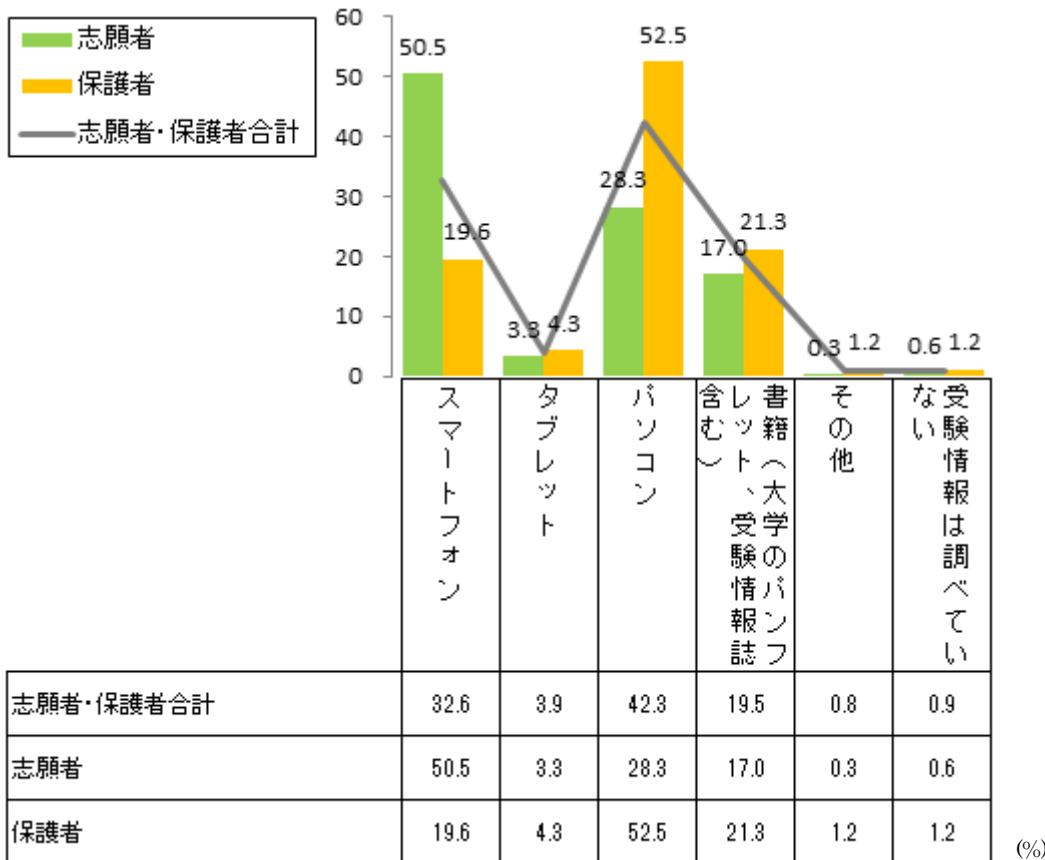
Q7. 今年受験する第1志望校に関して、どのイベントに参加しましたか？(複数回答)



- 志願者・保護者合計でみると、「参加していない」は34.2%にとどまり、回答者の7割近くがイベントに参加しているという結果となりました。
- 参加したイベントをみると志願者・保護者ともに、1位「オープンキャンパス(高3時で参加)」、2位「オープンキャンパス(高1・高2時で参加)」となりましたが、3位は、志願者が「進学相談会・入試説明会(高3時で参加)」に対し、保護者が「その他イベント」10.6%と、異なる結果となりました。
- 2015年度と比べてみると、「その他イベント」は志願者・保護者合計で9.9%から11.2%と増加しており、各大学が独自のイベントを開催していることが考えられます。

● 情報収集について

Q8. 受験情報を調べるために、最も使ったもの(ツール)は何ですか？(単数回答)



- ・全体では、「パソコン」が 42.3%、「スマートフォン」が 32.6%となり、「タブレット」も合わせると約 8 割がデジタルツールを最も活用していたことがわかりました。
- ・志願者・保護者を比べてみると、志願者は「スマートフォン」が 50.5%、保護者は「パソコン」が 52.5%とそれぞれ半数を占め、デジタルを活用する傾向は同じものの、使用するツールは異なる結果となりました。
- ・「書籍(大学のパンフレット、受験情報誌含む)」が志願者・保護者ともに約 2 割(志願者 17.0%、女性 21.3%)に留まったのは、大学のパンフレットなどの電子化の流れが影響した可能性が考えられます。

● 総括－アンケート結果から見えてくる志願者動向－／(株)オプト・ジャパン 山本 裕



株式会社オプト・ジャパン
代表取締役常務 山本 裕

2016 年度入試は、新課程に全面移行した初めての年となりましたが、約半数が 5 校以上受験する傾向は変わらず、安全志向は続いていると考えられます。

志願者・保護者とともに、様々な情報を比べながら受験校を決定していることがうかがえ、特に第 1 志望校は、大学案内等の発行物、Web、イベントなどバランスよく参考にしているようです。受験情報収集に最も活用したツールは、志願者が「スマホ」、保護者が「パソコン」となり、より身近なツールを使って情報収集していることがわかります。

また、志望校選定の相談を誰にもしていない志願者が増加している傾向も見られましたが、これは HP だけでなく LINE をはじめ SNS での情報発信を行う大学が年々増え、様々な方法で情報収集しやすい環境になっていることも一因と考えられます。

2020 年度の大学入試改革に向けて、大学入試は変化し始めています。来年度入試以降の志願者・保護者は、これまで以上に必要な情報を見極める力が必要となるでしょう。