

2023年9月27日

2023年専門学校入学者の進学活動 全国調査結果ご報告

「学び」「仕事」への意欲が極めて高い専門学校生 但し職業決定度は低下傾向

一般社団法人大阪府専門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3～4月に、『全国専門学校共同入学者調査』を実施いたしました。本調査は専門学校入学者の進学活動の実態把握と、専門学校の教育の質向上、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、大阪府専門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38校、6,105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。

コロナ禍での学生生活の制限や学習指導要領の改訂など、この春の高校卒業生は大きな社会的変化を経験してきています。今年度、専門学校に入学してきた学生は、どのような意識・志向をもち、どんな進学プロセスをとり、学校をどう評価しているのでしょうか。ここに調査結果の一部をご紹介します。

調査結果のポイント

1. 専門学校入学者の意識

- (1) 「学び」や「仕事」への意欲が非常に高く、99%が「全力で学びたい」。 : P.3
- (2) 「学び」や「仕事」への意欲が非常に高いにもかかわらず、
将来の仕事について決定度が高い人は、半数に満たない。 : P.4

2. 専門学校入学者の学校評価

- (1) 8割以上が入学した専門学校を高く評価。大きな期待をもって入学している。 : P.5
- (2) 入学した学校の「教育内容」そのものや「就職」を特に高く評価。 : P.6

3. 進学先の検討プロセス

- (1) 「入学校以外に検討した進路・学校はない」人は2割に満たず、
8割は他の進路も同時に検討。全体の3割弱が「大学」も検討した。 : P.7
- (2) 「入学校をはじめて知ったきっかけ」は広告より「口コミ」が多く、3割以上。 : P.8
- (3) 8割以上が「実際に訪問して」学校を選んでいる。
WEBでイベントに参加した人も4割と、一定数を占める。 : P.9
- (4) 学校選びの際、85%以上が学校のホームページを活用。
一方、SNSを活用した人は4割以下。 : P.10

※参画校が異なるため単純な比較はできませんが、参考値として2015年、2019年の本調査のデータを一部掲載しております。

※『全国専門学校共同入学者調査』では、128項目について詳細な調査を行っており、本資料ではその一部を紹介しています。

■調査概要

企画名 : 専各連合会特別企画『2023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 : 2023年3月～4月

調査対象者 : 2023年度の全国の専門学校入学者 6,105名（うち有効回答者数 5,431名）
全国の専門学校 38校

調査方法 : 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調査票（アンケート用紙）をその場で配布・回収。もしくは、調査用URLを案内し、各自のPCやスマホから回答。
※いずれも無記名で実施

分析対象者 : できるだけ専門学校入学者全体の傾向を正確に把握できるように、以下のデータ処理を行った結果、抽出された4,104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。

「令和4年度 学校基本調査」（文部科学省）の属性別・分野別入学者比率に合わせてサンプルに重みづけを行い集計しています。

※単位未満で四捨五入しておりますので、合計した値が数表と一致しない場合があります。また、内訳の計と「全体」の人数は必ずしも一致しません。

調査項目 : 128項目

・プロフィール（性別、入学前立場、居住地、入試方式など）
・認知経路（初回認知、資料請求）
・進学活動時のメディア活用度（集合メディア、探索メディア、学校メディア、口コミなど）
・入学校と検討校の評価（総合評価、個別項目）
・他の検討進路
・入学を決意した理由（他校との違い）
・自己評価・意欲（自己評価、学習意欲、仕事意欲、向社会性など）
・キャリアビュー など

本件に関するお問い合わせ先

■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：西本

〒534-0026 大阪市都島区網島町6-20 大阪私学会館内

TEL : 06-6352-0048

FAX : 06-6352-7553

mail : info@daisenkaku.or.jp

URL : <https://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спект）

担当：木村、酒井、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 : account@aspect-net.co.jp

URL : <https://www.aspect-net.co.jp>

1. 専門学校入学者の意識 (1) 意欲



大阪の専門学校

一般社団法人

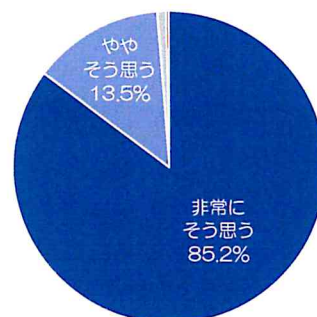
大阪府専修学校各種学校連合会

「学び」や「仕事」への意欲が非常に高く、 99%が「全力で学びたい」。

- ・「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85.2%に上り、「ややそう思う」という人を合わせると、98.7%に達する。
- ・また、「「働こう」という気持ちがある」という設問に対しても、95.6%が「そう思う」と回答するなど専門学校生の学びや仕事への意欲の高さが注目される。

■意欲：本校では、全力で学びたい [単一回答]

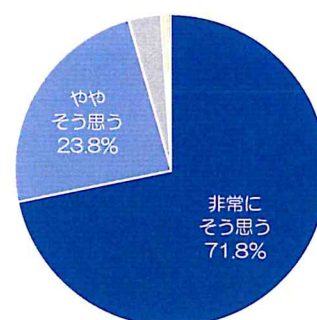
	人数	%
非常にそう思う	3,498	85.2
ややそう思う	555	13.5
どちらとも言えない	38	0.9
あまりそう思わない	1	0.0
まったくそう思わない	0	0.0
不明	13	0.3
全体	4,104	100.0



※ 5 %未満は非表示

■意欲：「働こう」という気持ちがある [単一回答]

	人数	%
非常にそう思う	2,946	71.8
ややそう思う	977	23.8
どちらとも言えない	138	3.4
あまりそう思わない	20	0.5
まったくそう思わない	14	0.3
不明	9	0.2
全体	4,104	100.0



※ 5 %未満は非表示

1. 専門学校入学者の意識 (2) 職業決定度

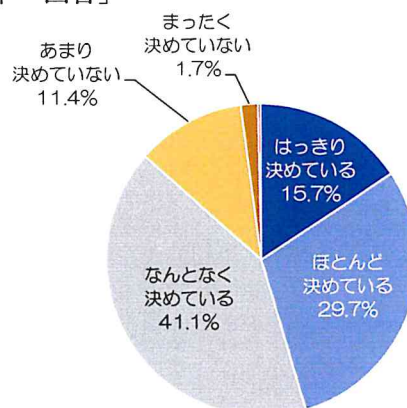
「学び」や「仕事」への意欲が非常に高いにもかかわらず、 将来の仕事について決定度が高い人は、半数に満たない。

- ・「将来の仕事について、どの程度決めていますか」という設問に対して、「はっきり決めている」または「ほとんど決めている」と回答した、決定度が高いと考えられる人は45.5%にとどまる。最も回答が多いのは「なんとなく決めている」であり、41.1%を占める。
- ・一方、「あまり決めていない」「まったく決めていない」という人は合わせて13.1%であり、1割強が専門学校入学時点で職業決定ができていない。
- ・2015年、2019年の本調査（全国専門学校共同調査）と比較すると、職業決定度は低下傾向にあり、職業決定度を上げる指導を考える必要があると思われる。（※）

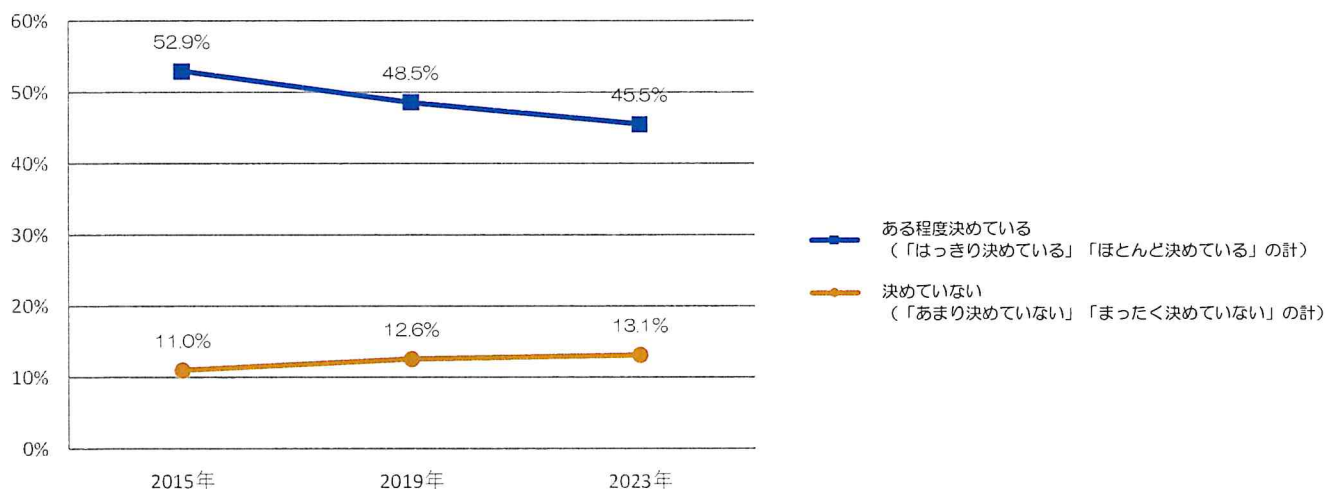
※参画校が異なるため単純な比較はできませんが、参考値として本調査（全国専門学校共同入学者調査）の過去データを掲載しています。（以下同様）

■職業決定度：将来の仕事について、どの程度決めていますか [単一回答]

	人数	%
はっきり決めている	646	15.7
ほとんど決めている	1,220	29.7
なんとなく決めている	1,688	41.1
あまり決めていない	467	11.4
まったく決めていない	72	1.7
不明	12	0.3
全体	4,104	100.0



■将来の仕事について、「ある程度決めている」(※1) / 「決めていない」(※2)：2015年～2023年



※1「ある程度決めている」は「はっきり決めている」「ほとんど決めている」の計

※2「決めていない」は「あまり決めていない」「まったく決めていない」の計

※3 2015年、2019年の本調査（全国専門学校共同入学者調査）の数値は、参画校が異なるため単純な比較はできませんが、参考値として掲載しています。

2. 専門学校入学者の学校評価 (1) 総合評価



大阪の専門学校

一般社団法人

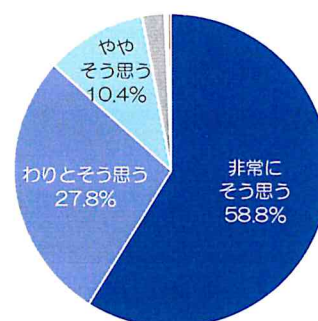
大阪府専修学校各種学校連合会

8割以上が入学した専門学校を高く評価。 大きな期待をもって入学している。

- ・「本校（入学校）に、ぜひ入学したいと思っていた」人は、「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86.6%にのぼる。
- ・同様に、「総合的に評価して、良い学校だ」と思って入学した人は84.2%であり、大きな期待をもって入学していると言えよう。

■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]

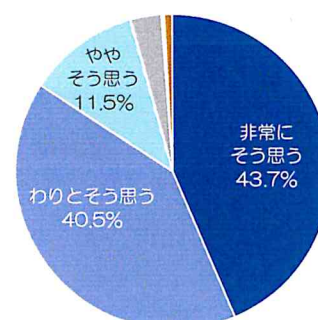
	人数	%
非常にそう思う	2,414	58.8
わりとそう思う	1,140	27.8
ややそう思う	427	10.4
どちらとも言えない	93	2.3
ややそう思わない	8	0.2
あまりそう思わない	3	0.1
まったくそう思わない	6	0.2
不明	12	0.3
全体	4,104	100.0



※ 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	1,791	43.7
わりとそう思う	1,664	40.5
ややそう思う	471	11.5
どちらとも言えない	129	3.2
ややそう思わない	7	0.2
あまりそう思わない	2	0.1
まったくそう思わない	4	0.1
不明	35	0.8
全体	4,104	100.0



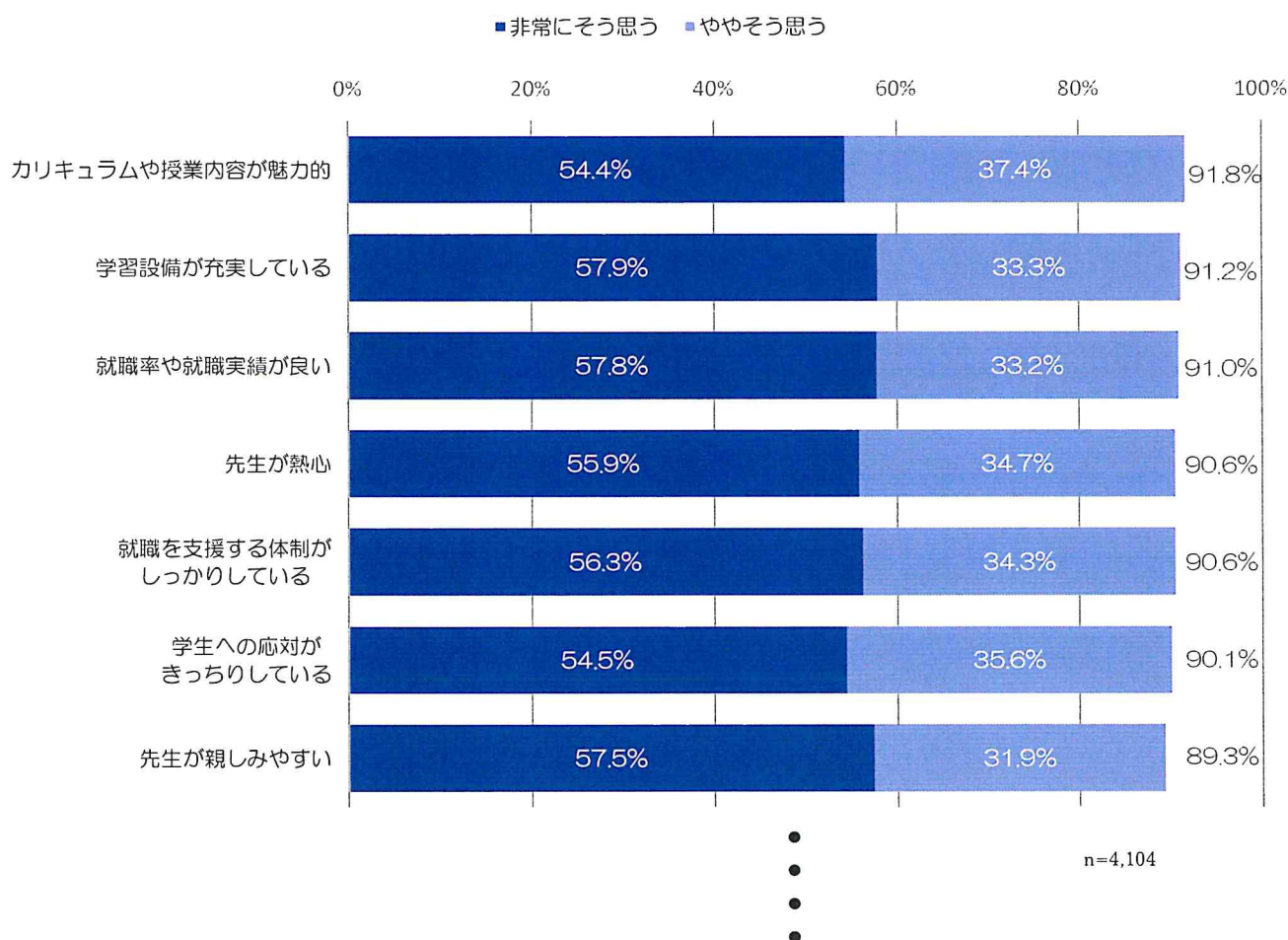
※ 5 %未満は非表示

2. 専門学校入学者の学校評価 (2) 個別評価

入学した学校の「教育内容」そのものや「就職」を特に高く評価。

- ・入学校に対する個別評価の上位項目を見ると、「カリキュラムや授業内容」「学習設備」「先生や職員」「就職実績や就職支援」の評価が高く、「非常にそう思う」「ややそう思う」を合わせると、9割に達する。
- ・入学した学校について、「カリキュラムや授業内容」「学習設備」「先生や職員」など「教育内容」そのものや、その結果としての「就職実績」を評価している。

■入学校評価：個別評価についての上位7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。
 また、「非常にそう思う」「ややそう思う」の計が高い順に7項目掲載しています。

3. 進学先の検討プロセス (1) 他の検討進路

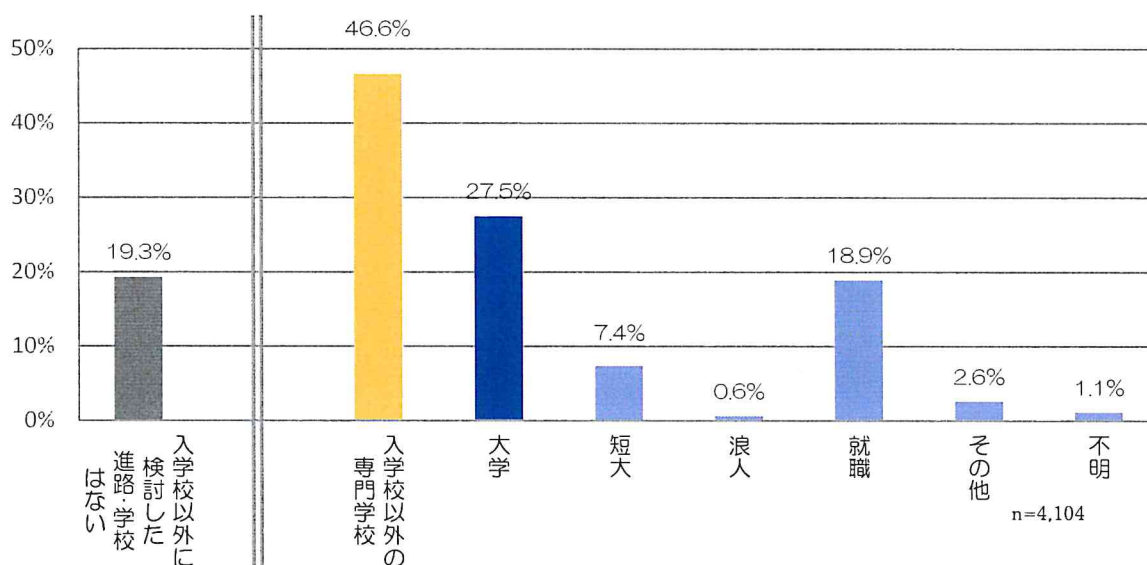


大阪府の専門学校
一般社団法人
大阪府専修学校各種学校連合会

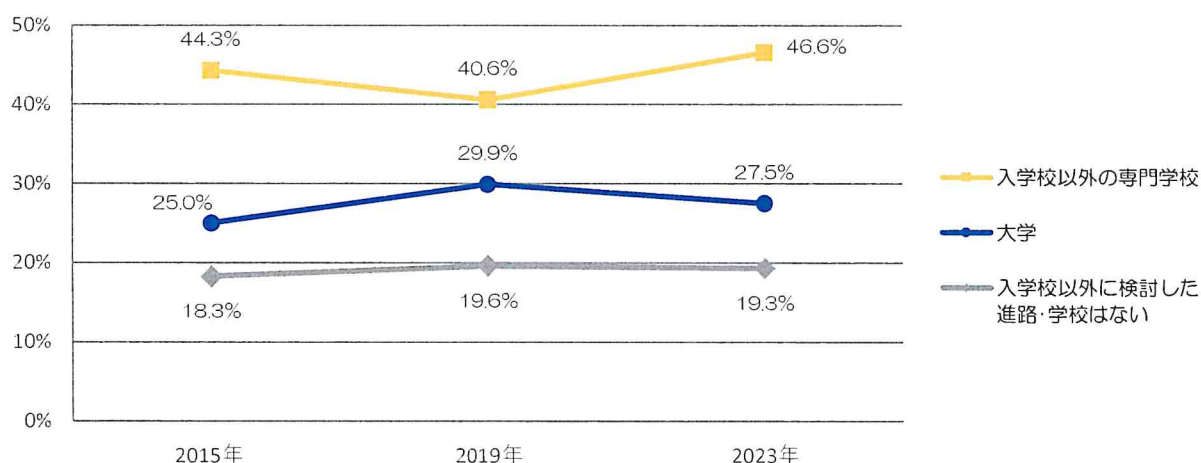
「入学校以外に検討した進路・学校はない」人は2割に満たず、
8割は他の進路も同時に検討。
全体の3割弱が「大学」も検討した。

- ・「本校（入学校）以外に検討した進路・学校はない」という人は19.3%にとどまり、残り8割は、入学校以外の進路・学校を検討していたことがわかる。
「本校（入学校）以外の専門学校」も検討した人が46.6%、「大学」も検討した人が27.5%であった。
- ・2019年の本調査と比較すると、「本校（入学校）以外の専門学校」が6.1ポイント増加、「大学」が2.4ポイント減少した。

■本校（入学校）以外で検討した進路〔複数回答〕



■本校（入学校）以外で検討した進路：2015年～2023年



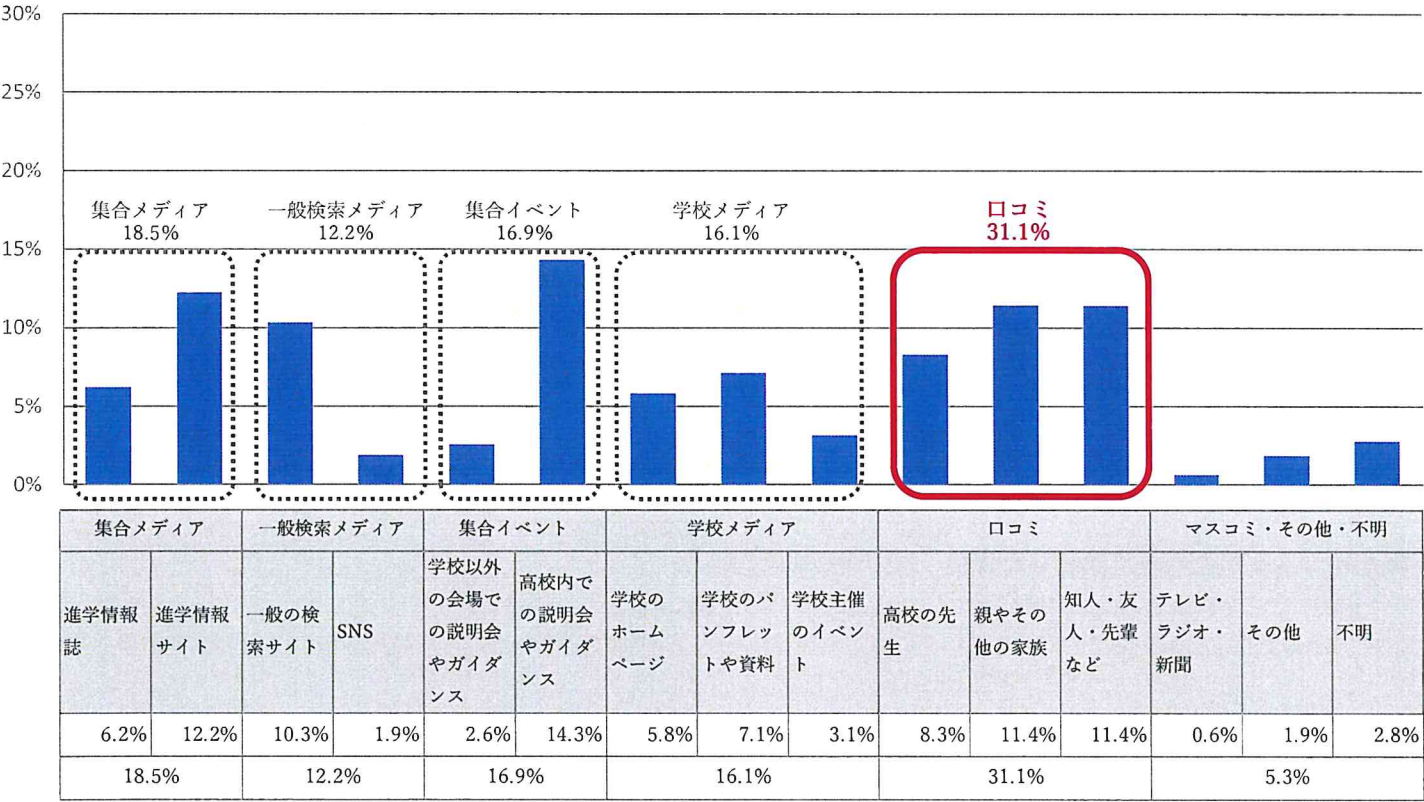
※2015年、2019年の本調査（全国専門学校共同入学調査）の数値は、参画校が異なるため単純な比較はできませんが、参考値として掲載します。

3. 進学先の検討プロセス (2) 初回認知ルート

「入学校をはじめて知ったきっかけ」は
広告より「口コミ」が多く、3割以上。

- ・「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」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、31.1%を占める。
- ・それ以外は「集合メディア」が18.5%、「集合イベント」が16.9%、「学校メディア」が16.1%、「一般検索メディア」が12.2%であった。
- ・「はじめて知ったきっかけ」に「SNS」を挙げた人は1.9%にとどまる。

■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]

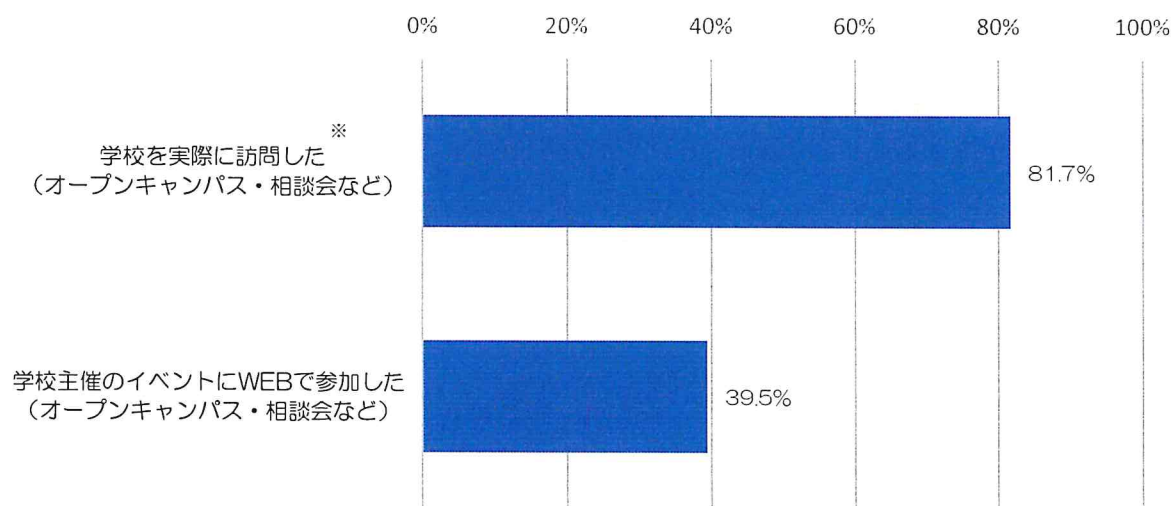


n=4,104

8割以上が「実際に訪問して」学校を選んでいる。 WEBでイベントに参加した人も4割と、一定数を占める。

- ・「（オープンキャンパス・相談会など）学校を実際に訪問した」人が81.7%であり、ほとんどの人が実際に学校を訪問している。
参考値であるが、2019年の本調査で「学校を見に行った」割合（78.4%）から3.3ポイント増加している。
- ・一方、4割（39.5%）の人が「学校主催のイベントにWEBで参加」しており、募集広報においてWEBイベントが重要であると考えられる。

■進学活動：本校（入学校）について、どのような進学活動を行いましたか



n=4,104

※2019年の本調査（全国専門学校共同調査）では、「学校を見に行った」という設問について78.4%が「見に行った」と回答しています。
参画校や文言が異なるため単純な比較はできませんが、参考値として掲載します。

3. 進学先の検討プロセス (4) メディアの活用

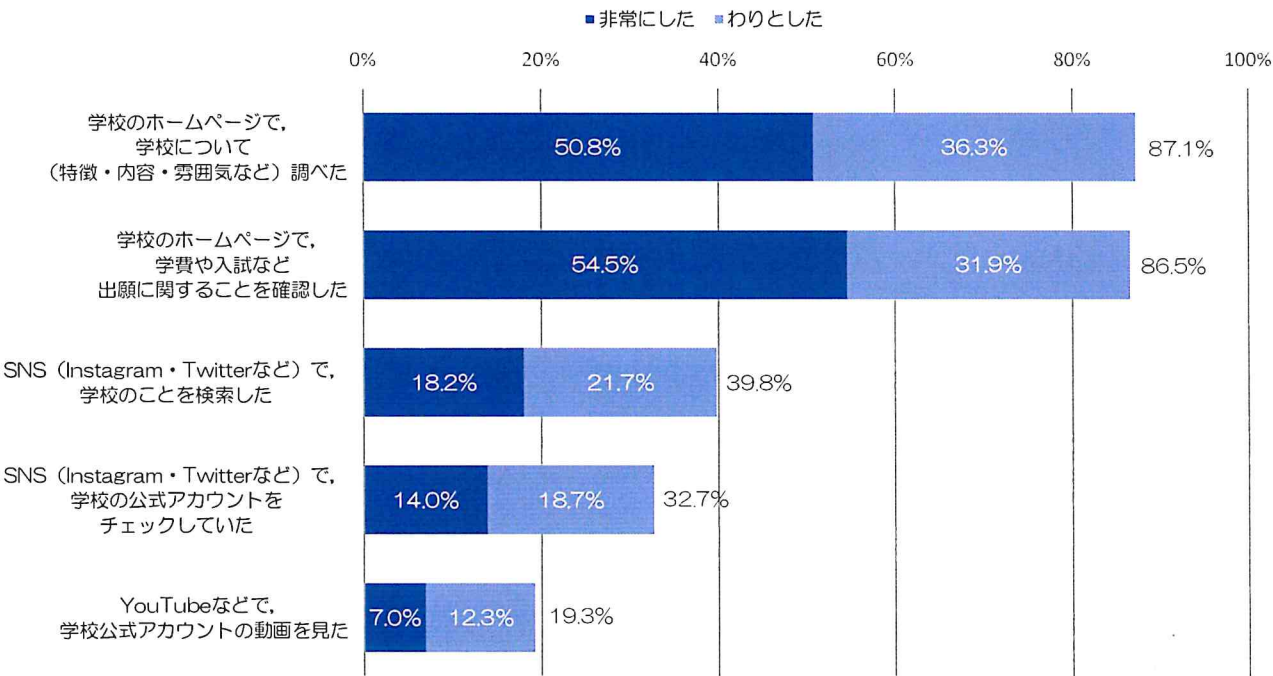
学校選びの際、85%以上が学校のホームページを活用。
一方、SNSを活用した人は4割以下。

・ 学校を選ぶ際のメディアの活用について、「学校のホームページで学校について調べた」が87.1%、「学校のホームページで学費や入試など出願に関することを確認した」が86.4%であった。
（「非常にした」「わりとした」の合計）

・ SNSの活用については、「SNS（Instagram・Twitter^{*}など）で学校のことを検索した」人が39.9%、「学校の公式アカウントをチェックした」人が32.7%であった。
また、「YouTubeなどで学校公式アカウントの動画を見た」人は19.3%であった。

* 調査時点では「Twitter」、現在は「X」に名称変更

■メディアの活用：学校を選ぶ際に、どのようにメディアを活用しましたか [単一回答]



n=4,104

※設問は「非常にした」「わりとした」「少しした」「していない」の4段階で回答
上記グラフは「非常にした」「わりとした」の割合のみ表示しています。