

# 2024年度 新入生の状況に関する調査 結果まとめ

対象者数： 1,296 名

回答数（率）： 713 名（回答率 55.0 %）

## I. 緒言

## II. 本年度入学の状況

1. 入学の目的
2. 志願順位

## III. 入学者獲得に向けた取り組みの状況

1. 入学に至るまでの本学の取り組み（全体）
2. 入学に至るまでの受験生の取り組み（全体）
3. 高大連携事業
4. 本学ホームページにおけるオープンキャンパス動画の公開
5. オープンキャンパスへの要望

## IV. 入学前に思い描いていた大学生活とのギャップ

# I. 緒言

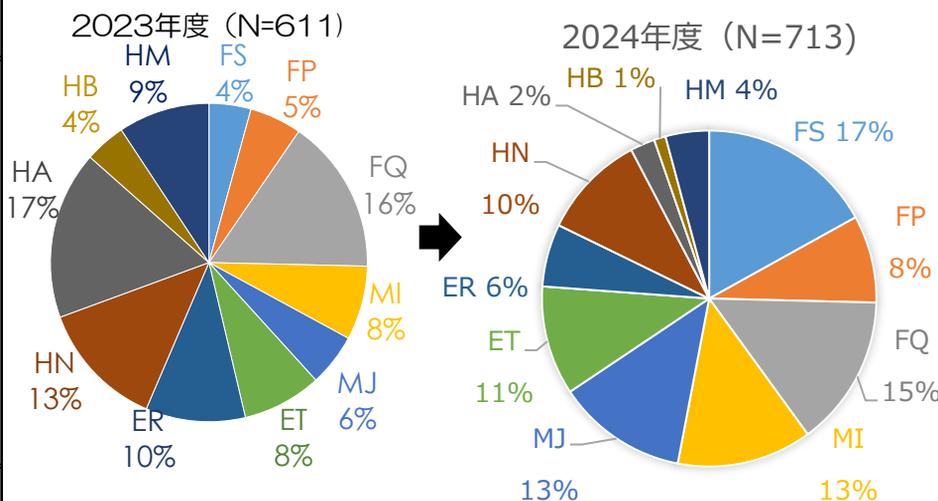
本調査は、新入生を対象に、本学（学部・学科）を志望した動機・目的、本学の各種取組が進路決定に与えた影響、入学プロセスに関する要望などを、「入学時アンケート」として収集・分析することを目的とする。これにより、新入生の特性や傾向を把握し、今後の入学者獲得戦略に資することを目的として実施した。本年度は、新入生1,296名を対象に、6月3日（月）～7月1日（月）の期間で調査を実施した。回収率向上のため、アンケートは本学のポータルサイト（Universal Passport）を通じて回答する方式とし、初年次必修科目「リエゾンゼミ」の授業内での実施を各担当教員に依頼した。その結果、有効回答数は713名で全体の回答率は55.0%となった。この数値は、2021年度（54.4%）、2022年度（47.2%）、2023年度（46.3%）と比較して、前年度より約9ポイントも増加し、直近4年間で最も高い数値を達成できた。ご協力いただいた担当教員の皆様には、この場をお借りして、深く感謝申し上げます。

学科別の回答者数（率）および回答者の所属割合を以下に示す。回答率には学科間で顕著な差が見られたものの、この傾向は昨年度・一昨年度と一貫している。一方、全体の回答者分布に偏りはなく、統計的に見てもランダムサンプリングに近い結果が得られた。そのため、本報告書で示すデータの信頼性には学科ごとのばらつきがあるものの、全体的な傾向として一定のパターンが認められる場合、それは個別の学科特性に起因するものではないと考えられる。

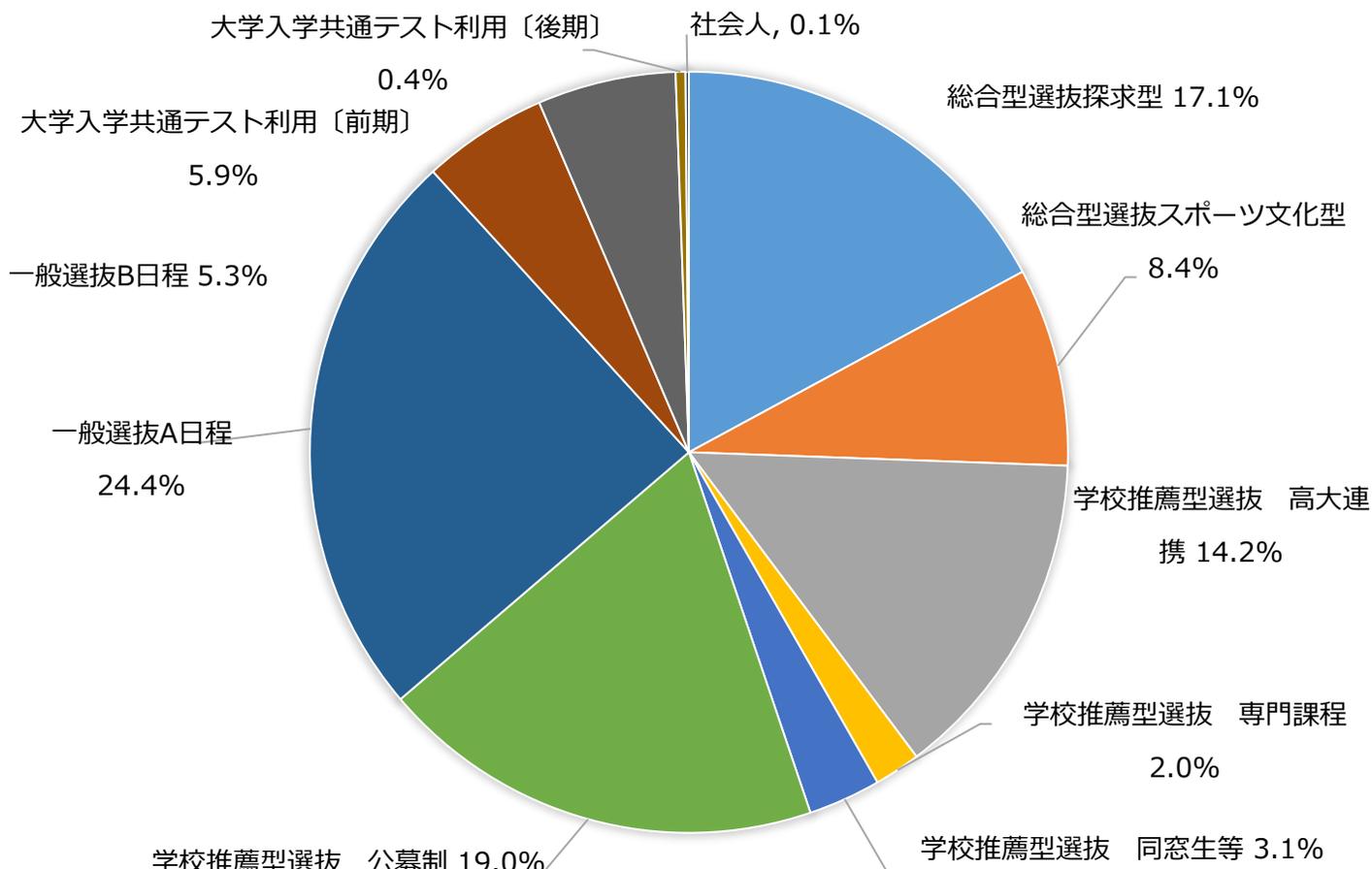
学科別回答者数と回答率

学科	対象者数 (人)	回答者数 (人)	回答率 (%)
FS	325	121	37.2%
FP	128	60	46.9%
FQ	108	104	96.3%
MI	103	93	90.3%
MJ	120	90	75.0%
ET	215	75	34.9%
ER	45	43	95.6%
HN	89	72	80.9%
HA	46	17	37.0%
HB	45	8	17.8%
HM	72	30	41.7%
総計	1296	713	55.0%

回答者所属学科の割合



本学への入学を決めた入試形式



## <2024 年度 設問の概要>

設問 1. 本学への入学を決めた入試形式

設問 2. 入学の目的 (1 択)

設問 3. 志望順位について

①私立大学のなかでの本学の志望順位

②入学した学科の志望順位

※本学以外に受験した私立大学名

設問 4. 入学に至るまでの本学の取り組み (大学案内・入試ガイド・オープンキャンパス・各種相談会・入試制度・入学前教育など) についてよかったこと、改善してほしいことや要望 (自由記載)

①よかったこと

②改善してほしいことや要望

設問 5. 志望学科のアドミッション・ポリシー (入学者受入れの方針) の内容は十分に理解でき、進路選択の参考になったか

設問 6. アドミッション・ポリシーや入試情報を知るために活用した情報ツール (1 つ以上。複数回答可)

設問 7. 活用した情報ツールの中で、進路選択に一番参考となったもの (1 択)

設問 8. 本学ホームページ「入試情報」の内容で、参考になった内容 (1 つ以上。複数回答可)

設問 9. 本学ホームページ「入試情報」の内容で、改善してほしいことや要望 (自由記載)

設問 10. 高大連携について

①大学と高校の取り組み (高大連携事業) を知っていたか (1 択)

②大学と高等学校の取り組み (高大連携事業) は、志望や進路決定の参考になったか (1 択)

③大学と高等学校の指導の下で実施している入学前教育の成果 (1 択)

(その他等を選んだ場合の自由記載)

④入学前教育レポート (3 月分) 【学修計画書】について

※作成にあたり、特に参考になったもの

設問 11. 本学ホームページにおけるオープンキャンパス動画の公開について

①オープンキャンパス動画を見た方-見た場所についてあてはまるもの (複数回答可)

②オープンキャンパス動画の内容で良かったもの (複数回答可)

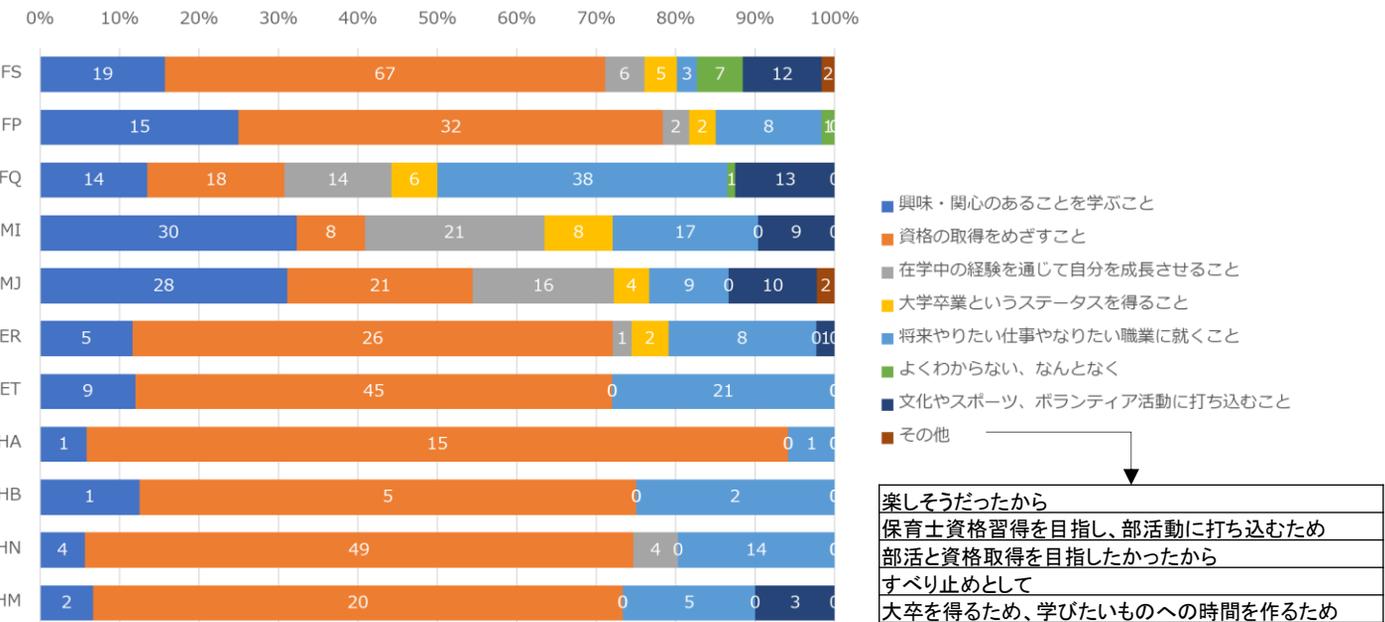
③オープンキャンパスで是非やってほしいこと (自由記載)

設問 12. 入学前に思い描いていた大学生活と現在の大学生活とのギャップ (自由記載)

# I. 本年度入学の状況

## 1. 入学の目的 (1択)

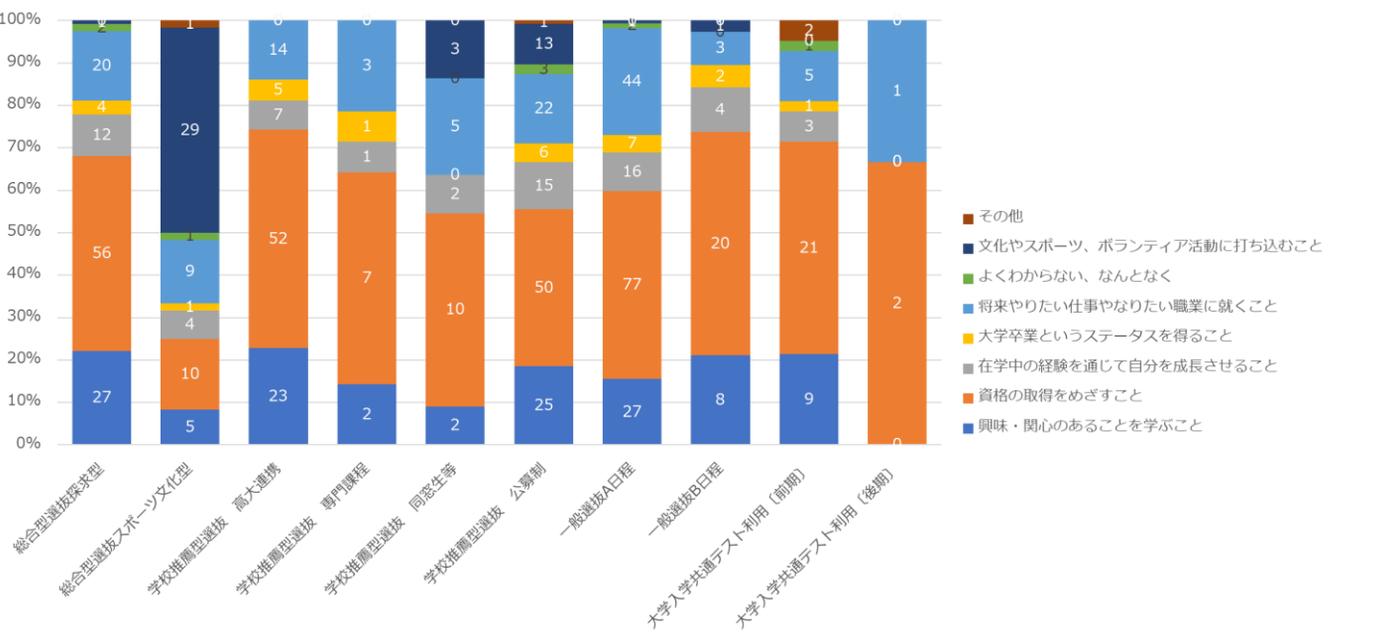
### < 学科別 >



- 興味・関心のあることを学ぶこと
- 資格の取得をめざすこと
- 在学中の経験を通じて自分を成長させること
- 大学卒業というステータスを得ること
- 将来やりたい仕事ややりたい職業に就くこと
- よくわからない、なんとなく
- 文化やスポーツ、ボランティア活動に打ち込むこと
- その他

楽しそうだったから  
 保育士資格習得を目指し、部活動に打ち込むため  
 部活と資格取得を目指したかったから  
 すべり止めとして  
 大卒を得るため、学びたいものへの時間を作るため

### < 入試形態別 >



- その他
- 文化やスポーツ、ボランティア活動に打ち込むこと
- よくわからない、なんとなく
- 将来やりたい仕事ややりたい職業に就くこと
- 大学卒業というステータスを得ること
- 在学中の経験を通じて自分を成長させること
- 資格の取得をめざすこと
- 興味・関心のあることを学ぶこと

## 2021~2024 年度 全学の傾向比較

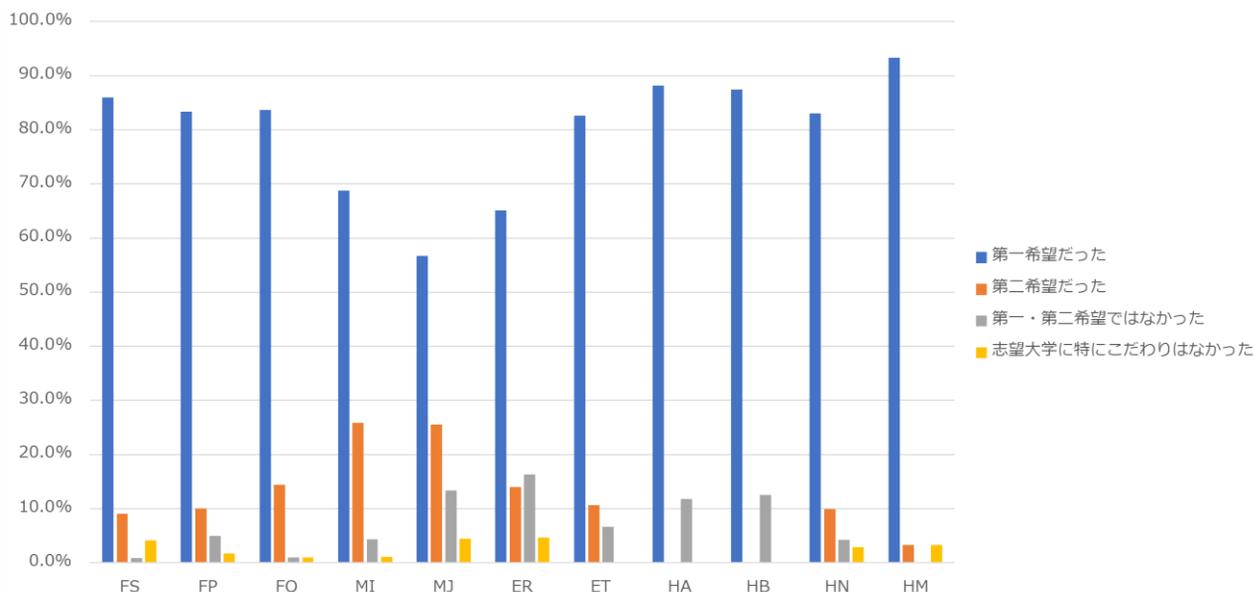
学科毎の養成する人材像の違いが、入学目的にも色濃く反映されていると考えられる。本学の特色は「資格取得」を入学目的とする割合が高い点で、各種国家資格の取得を目指す学生の増加傾向うかがえる。一方で、「興味・関心のある分野を学ぶため」と回答する学生は減少傾向にある。



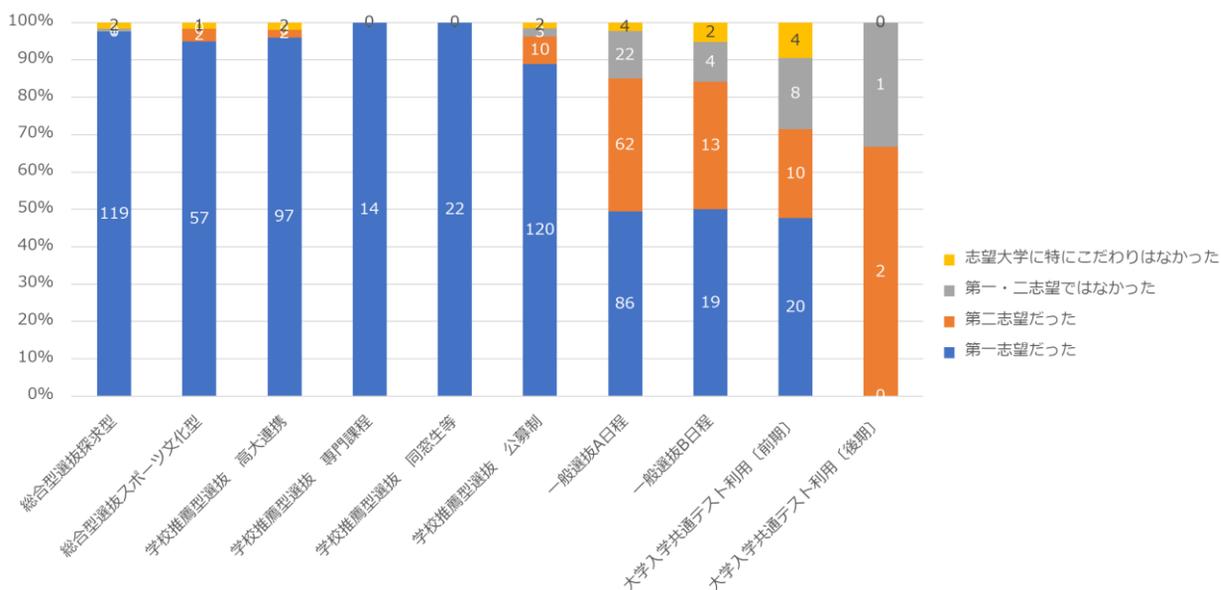
## 2. 志望順位

### ①私立大学のなかでの本学の志望順位

#### < 学科別 >



#### < 入試形態別 >



#### ・学科ごとに第一志望率がかなり異なる

FS, FP, FQ, ET, HA, HB, HN, HMは第一志望が80~90%以上近くに達しており、非常に強い志望度が伺える。一方で、MIやMJなど一部の学科は第二志望も一定割合存在する。

入学目的に「資格の取得」を挙げる学生が多いことを踏まえると、FSなどの志望度の高さは該当する資格の取得を考えたときに本学を第一希望とする高校生が多いことを示唆している。一方で、ERがやや低い点は宮城教育大学など他校との競争が激しいことを反映していると考えられる。

#### ・総合型選抜や学校推薦型選抜などの“事前準備が必要な入試形態”では第一志望率が非常に高い

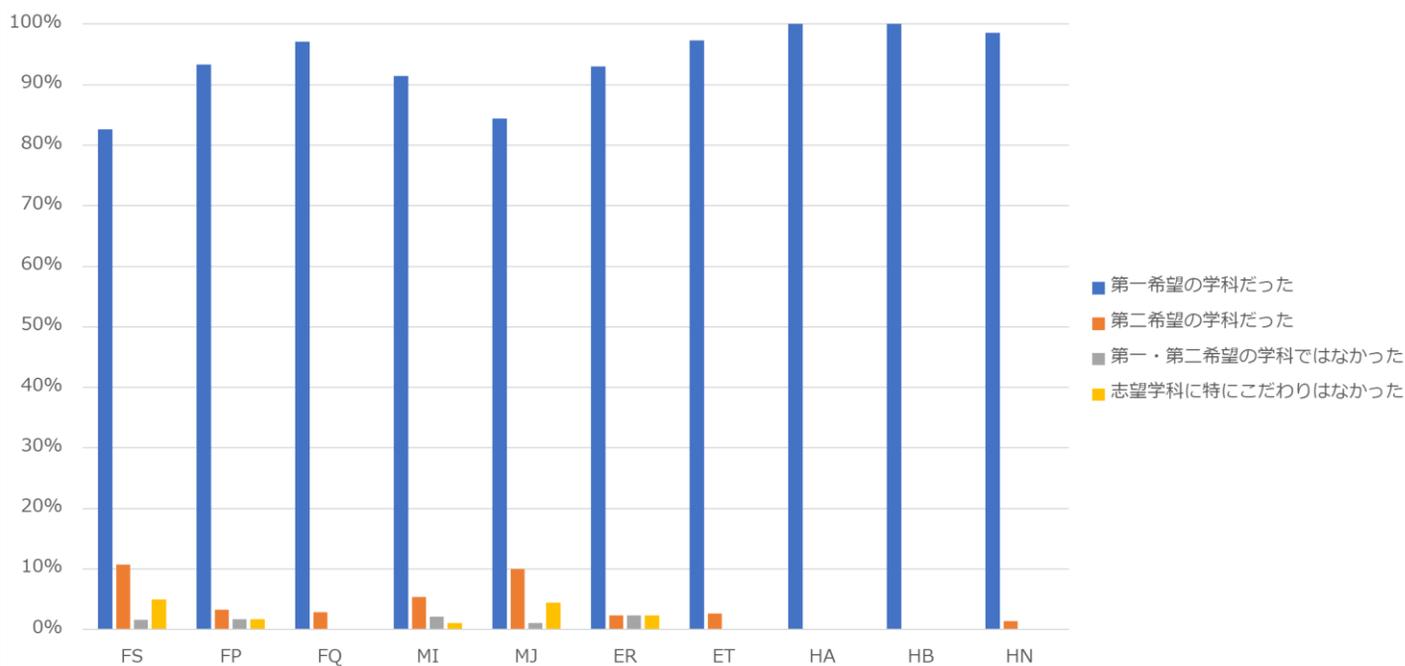
総合型選抜(探求型・スポーツ文化型)や学校推薦型選抜などは、第一志望だった学生の割合が高い。現在の高校生は年内入試志向が強いとされている一方、これらの入試を受験するためには「志望理由書の作成」「面接の練習」など、受験生は早い段階から大学の入試形態に合わせた対策や準備をしなければならない。そのため、受験生側も受験準備時間が必要であり、早期に志望順位の高い大学を受験していると考えられる。したがって、今後、年内入試の受験生を確保するためには、より早い時期から本学に興味を持ってもらう取り組みが必要になると考える。

#### ・一般選抜・共通テスト利用入試では“すべり止め”出願層が一定数混じる可能性

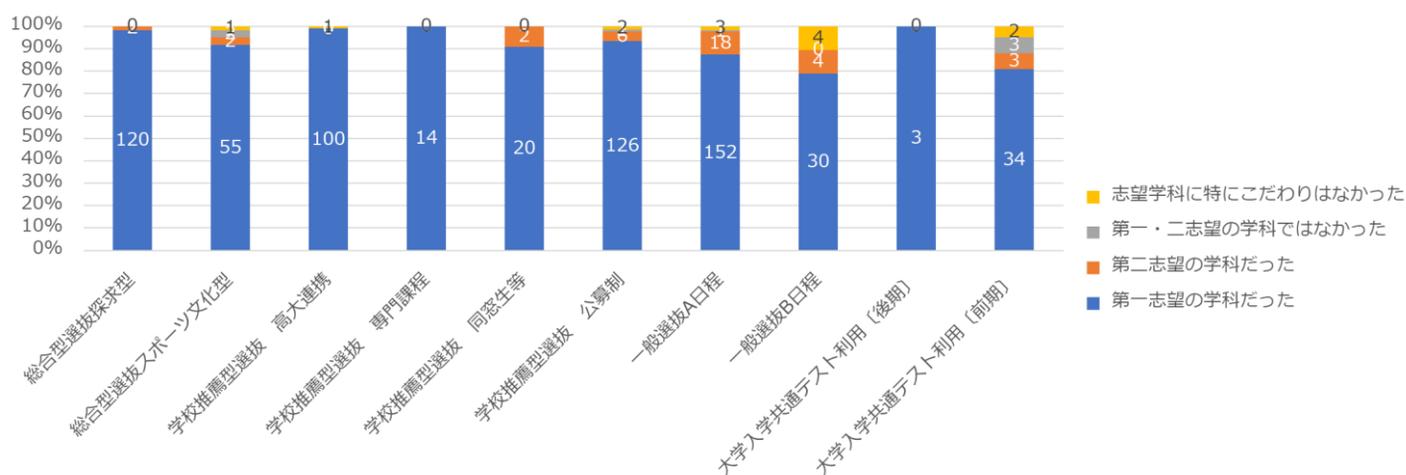
これらの学生が自分の進路や学科選択に納得感を持てるよう、改めて学科の特色・キャリアパスを提示し、大学生活へのスムーズな導入を図る支援が重要であると考えられる。

## ②入学した学科の志望順位

### < 学科別 >



### < 入試形態別 >



#### ・全体としては第一志望入学が多い

希望した学科に入学でき、学習モチベーションが比較的高いと予想される学生が多い一方で、「第二志望以下での入学者」や「特にこだわりがない」層も一定数存在している。これらに対するフォローが手薄だと、早期退学や学科への不満につながるおそれがあるので注意が必要である。

#### ・総合型・推薦型入試利用者は学科志望度が高い傾向

こうした学生を確保するためには、前項でも述べたように、早期の学科広報や高校との連携、リエゾン教育プログラムの充実など“入口”の部分強化していくことが有効であると考えられる。

#### ・学科ごとの“第二志望・こだわりなし”層の割合を把握し、適切な情報提供・学科魅力発信が必要

特に、比較的第二志望以下の入学者が多い学科では、入学後のサポートやカリキュラムの魅力の再提示によって、学習意欲や将来ビジョンを明確化し、モチベーションを高める必要があるかもしれない。

#### ・一般選抜・共通テスト利用入試では“すべり止め”出願層が一定数混じる可能性

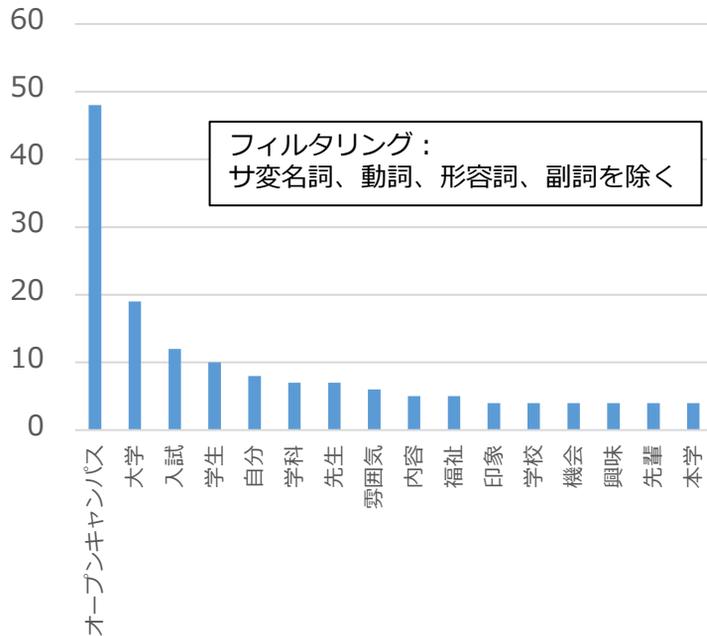
前項でも記したが、これらの学生が自分の進路や学科選択に納得感を持てるよう、改めて学科の特色・キャリアパスを提示し、大学生活へのスムーズな導入を図る支援が重要であると考えられる。

### III. 入学者獲得に向けた取り組みの状況

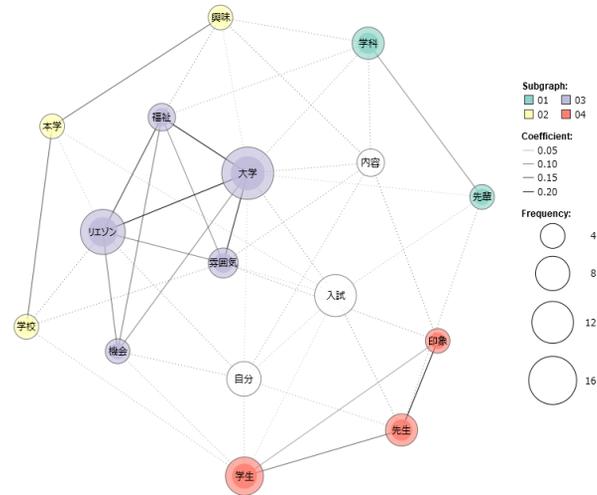
#### 1. 入学に至るまでの本学の取り組み（全体）

##### (1) よかったこと

#### 頻出語（出現回数4回以上）



フィルタリング：  
サ変名詞、動詞、形容詞、副詞を除く



上図左は、「よかったこと」として自由記載された文章から頻出語を抽出し、出現回数4回以上の単語の頻度分布を示したものである。上右図は、同一の標本を用いて、各抽出語間の共起性を調べたネットワークグラフである。

以上、2つをあわせて分析すると以下のことが示唆される。

#### 1. オープンキャンパスの重要さ

・出現頻度のグラフでは「オープンキャンパス」が圧倒的に多く言及されていることから、大学を検討するうえで、実際にキャンパスを訪れる機会や体験が重要な決め手になったと推測できる。したがって、本学としてはさらにオープンキャンパスの内容をさらに充実させ、受験生に「大学の雰囲気」や「学びの魅力」がより具体的に伝わるよう工夫することが大切である。

#### 2. 「大学」や「学科」への関心と、そこに付随する要素

・「大学」「学科」「入試」「学生」「先生」などが上位に来ており、進学先としての大学・学科の情報（カリキュラム、先生の話、在学生の声）が受験生の関心事であることがうかがえる。また、「雰囲気」「印象」「興味」など、数値的・客観的な情報だけでなく、感覚的・主観的な要素も重視されている点にも特徴がある。以上からは、受験生は「学問分野の内容」だけでなく、「実際にどんな雰囲気で学べるか」「先生や先輩がどんな人か」を重視していると考えられる

#### 3. 共起ネットワークのクラスターから見える“まとまり”と関連性

・ネットワーク図では「大学」を中心として、「福祉」「雰囲気」「機会」「リエゾン」「学校」などが互いに関連を持ち、大学生活全般をイメージする言葉が集まっている。その一方で「学生」「先生」「印象」のクラスターでは、“人間関係”や“対人で感じたもの”が強調されている。以上は、受験生にとって「大学の環境・雰囲気」と「人（先生・在学生）から受ける印象」の両面が進学意思決定の要素となっていることが推察される。

#### 4. 「自分」や「興味」といった主体的キーワード

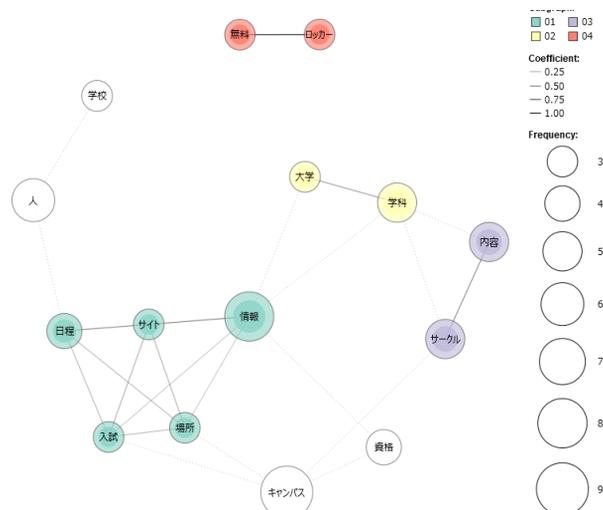
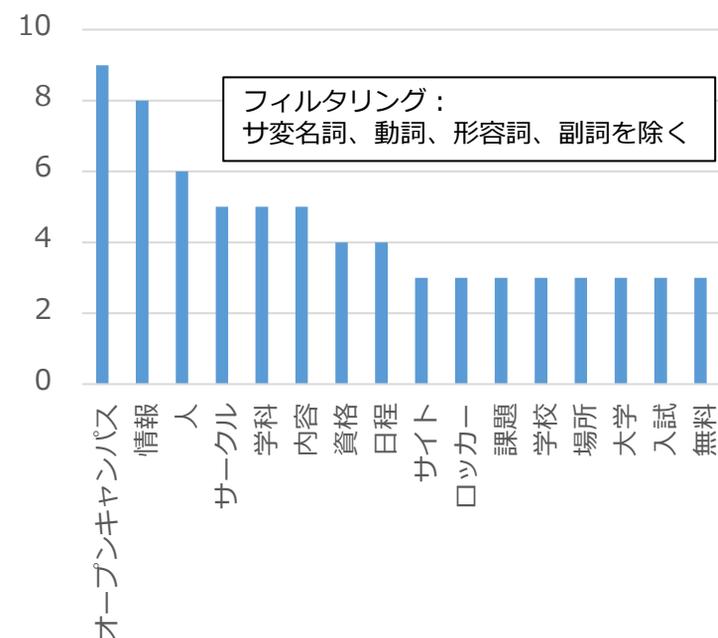
・両図から「自分」「興味」「機会」といった自己理解・自己実現に関する言葉もある程度頻出していることが見て取れる。これは、進学は大きな意思決定であるため「自分が何をやりたいのか」「その興味を満たす学びや経験ができるか」が受験生にとって重要であることを示唆している。したがって、本学としては、学生が「自分の興味・将来像」に照らし合わせて学びをイメージしやすいよう、より具体的なプログラムやキャリアパスの提示も必要と考えられる。

#### 5. 入試そのものよりも“その先”を見据えた情報への需要

・「入試」という単語自体は上位にあるものの、共起関係を見ると「入試情報」よりも「大学で何が学べるか」「どんな雰囲気なのか」にフォーカスした言葉とのつながりが強い傾向があり、受験生は受験の可否だけでなく、「入学後のイメージ」を重視して大学を選んでいる可能性がある。したがって、入試制度の説明のみならず、学科やキャンパスライフの魅力を入試広報やオープンキャンパス等で分かりやすく発信することも重要と考えられる。

## (2) 改善して欲しいことや要望

### 頻出語 (3回以上出現)



上図左は、「改善して欲しいことや要望」として自由記載された文章から頻出語を抽出し、出現回数3回以上の単語の頻度分布を示したものである。上右図は、同一の標本を用いて、各抽出語間の共起性を調べたネットワークグラフである。

以上、2つをあわせて分析すると以下のことが示唆される。

#### 1. オープンキャンパスへのさらなる期待

・頻出語トップに「オープンキャンパス」がきており、オープンキャンパスに関する要望が高いことがわかるが、共起性があまりないので、全体として、具体的にどうしてほしかったのかまでの推察は困難であり、受験生は何となく“期待している”ものがあるのかもしれない

#### 2. 入試や日程・場所・サイトなど“情報”の分かりやすさへの要望

・共起ネットワーク図において、「情報」「入試」「日程」「場所」「サイト」などが互いに関連してクラスターとして繋がっていることから、受験や入学準備に必要な情報が「分散していてわかりにくい」「入試日程が混乱した」「キャンパスや試験会場の場所がわかりづらい」などの声が背景にあると推測できる。したがって、大学Webサイトや広報物、入学案内の整理・統合、また日程や会場案内をより直感的に示す工夫（例：マップや動画）を求めていると考えられる。

#### 3. サークル・学科内容など“大学生生活の具体像”を知りたい

・共起ネットワーク図において、「サークル」「学科」「内容」など学内活動や学問内容への関心に関することがクラスターとして繋がっていることから、「入学前にサークルや学科の詳細を知りたかった」「どんな授業や先生がいるのか、もっと具体的な情報が欲しい」といった要望が考えられる。したがって、大学の学びと学生生活が一体となって想像できるような情報提供を望んでいる可能性がある。

#### 4. “設備・施設面”に対する具体的なリクエスト

・「ロッカー」「課題（＝おそらく課題の量や配布物）」「場所」などの単語から、「ロッカーをもっと増やしてほしい」といった声が予想される。このアンケートが入学時に行っていることをあわせて考えると、大学のハード面・備品に対する不満や要望は、入学後だけでなく入学前にもあることが推察される。受験生にとっては、キャンパスが広く、施設や部屋の把握が難しいことも多いため、受験生や新生が不安を感じる前に具体的な写真や動画、キャンパスマップなどの情報提供を強化することで不便さを事前に解消できるかもしれない。

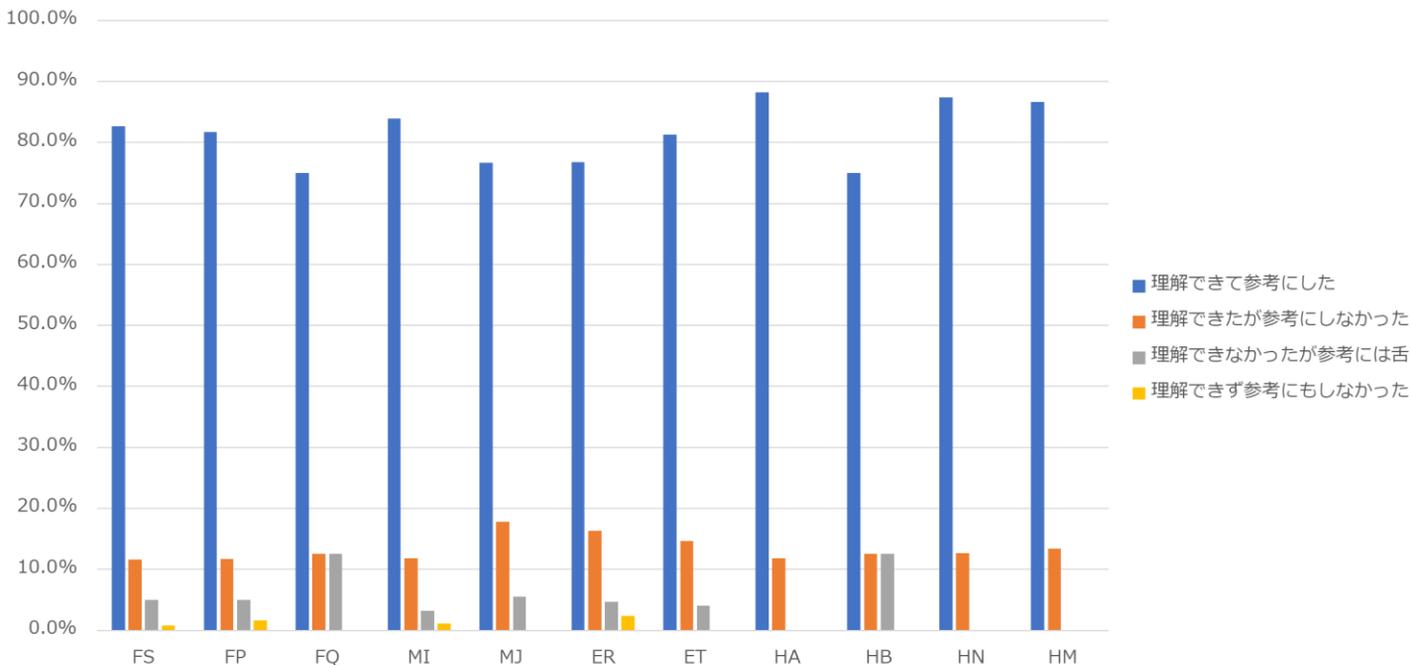
#### 5. 費用・就職など“将来や経済面”への不安

・頻出語のなかには「費用」「就職」が含まれていることから、受験前から「進学における経済的な不安」や「卒業後の進路を含めた情報」をもっと知りたいという要望があることが伺える。入学前の段階で奨学金や授業料減免制度、就職実績・キャリア支援の具体的な紹介をさらに増やすことで、受験生が不安を抱える原因を取り除ける可能性はある。

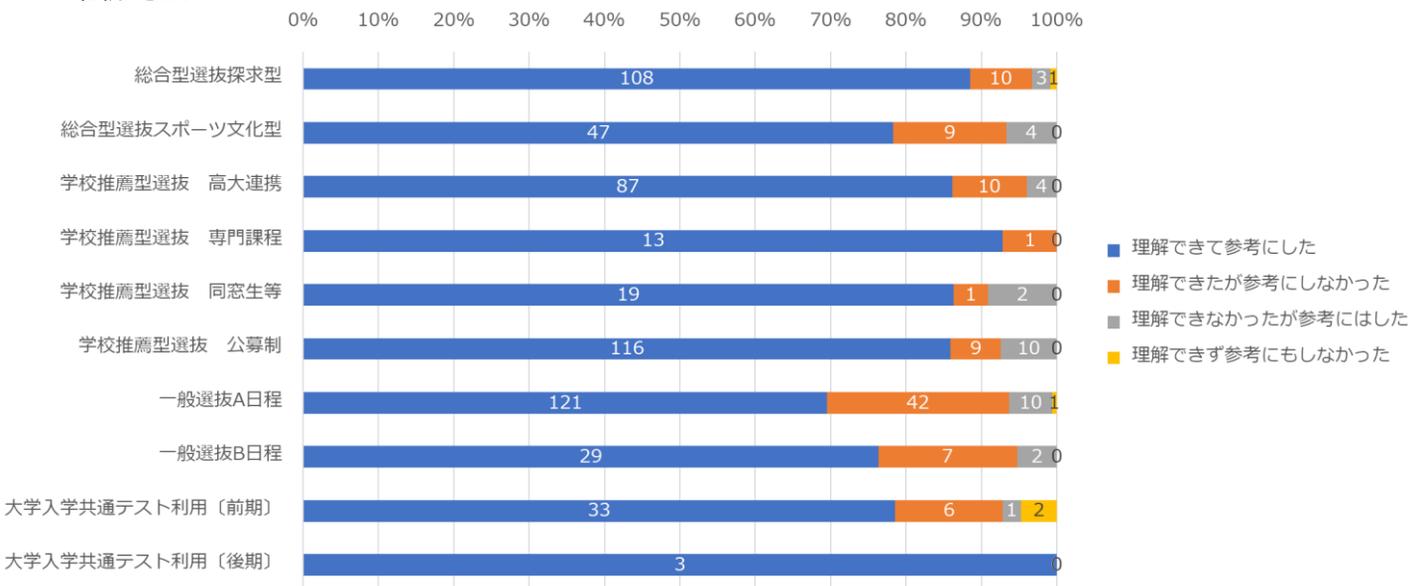
## 2. 入学に至るまでの受験生の取り組み（全体）

### （1）アドミッション・ポリシーの理解度と、その進路選択への寄与

#### < 学科別 >

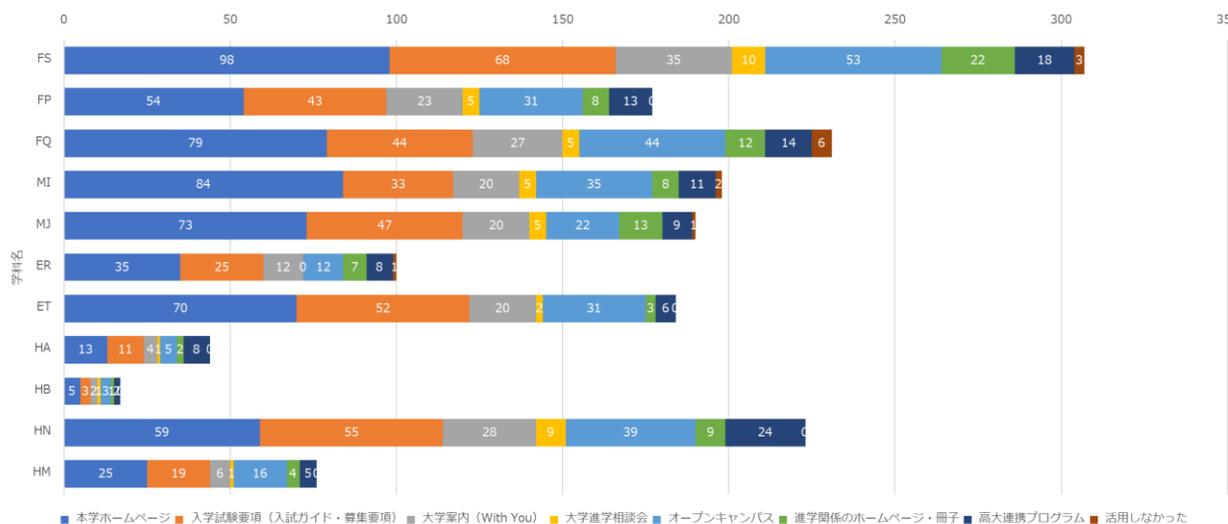


#### < 入試形態別 >



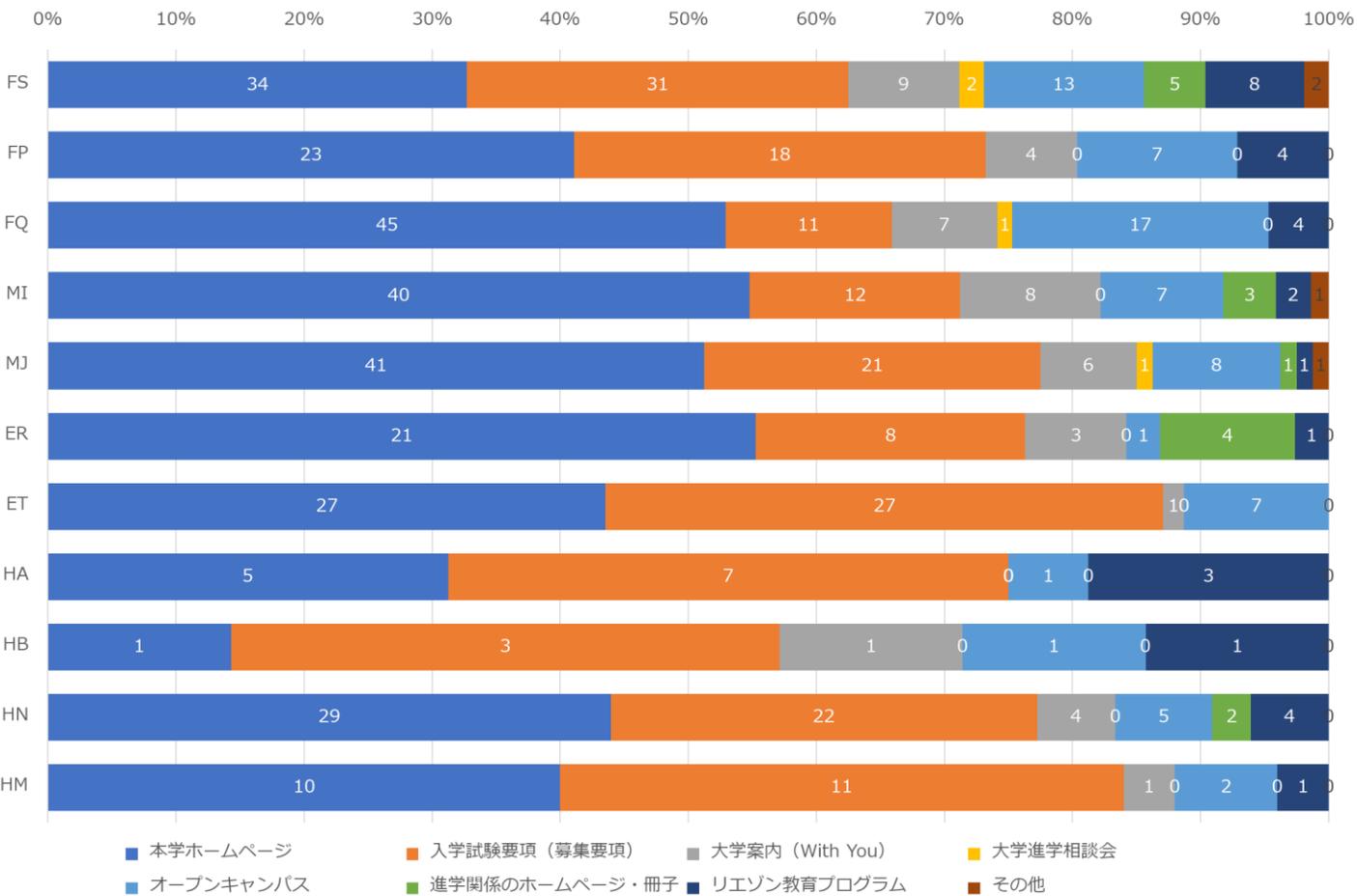
### （2）アドミッション・ポリシーや入試情報を知るために活用した情報ツール（1つ以上。複数回答可）

（人）

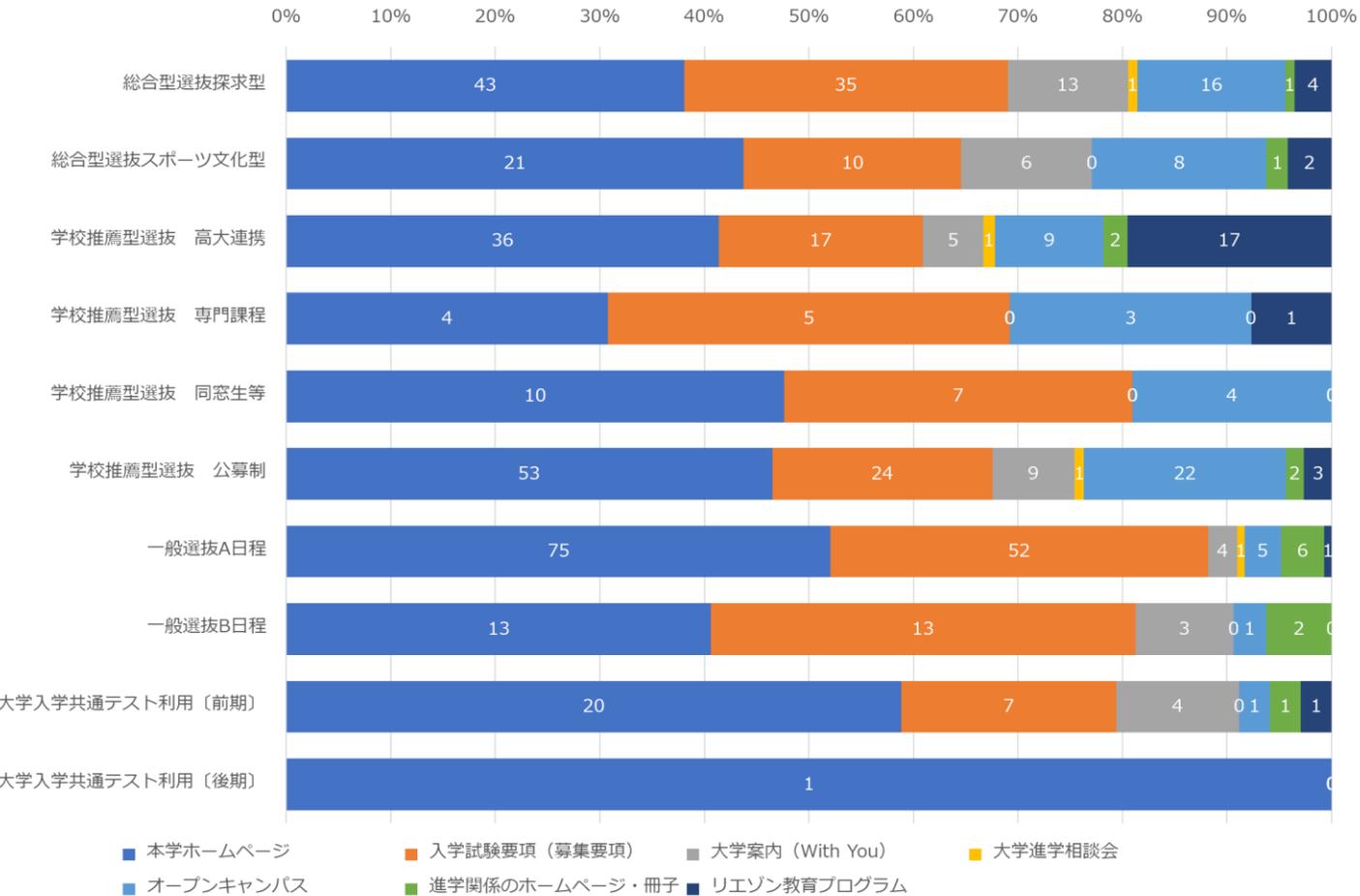


(3) 活用した情報ツールの中で、進路選択に一番参考となったもの(1択)

< 学科別 >

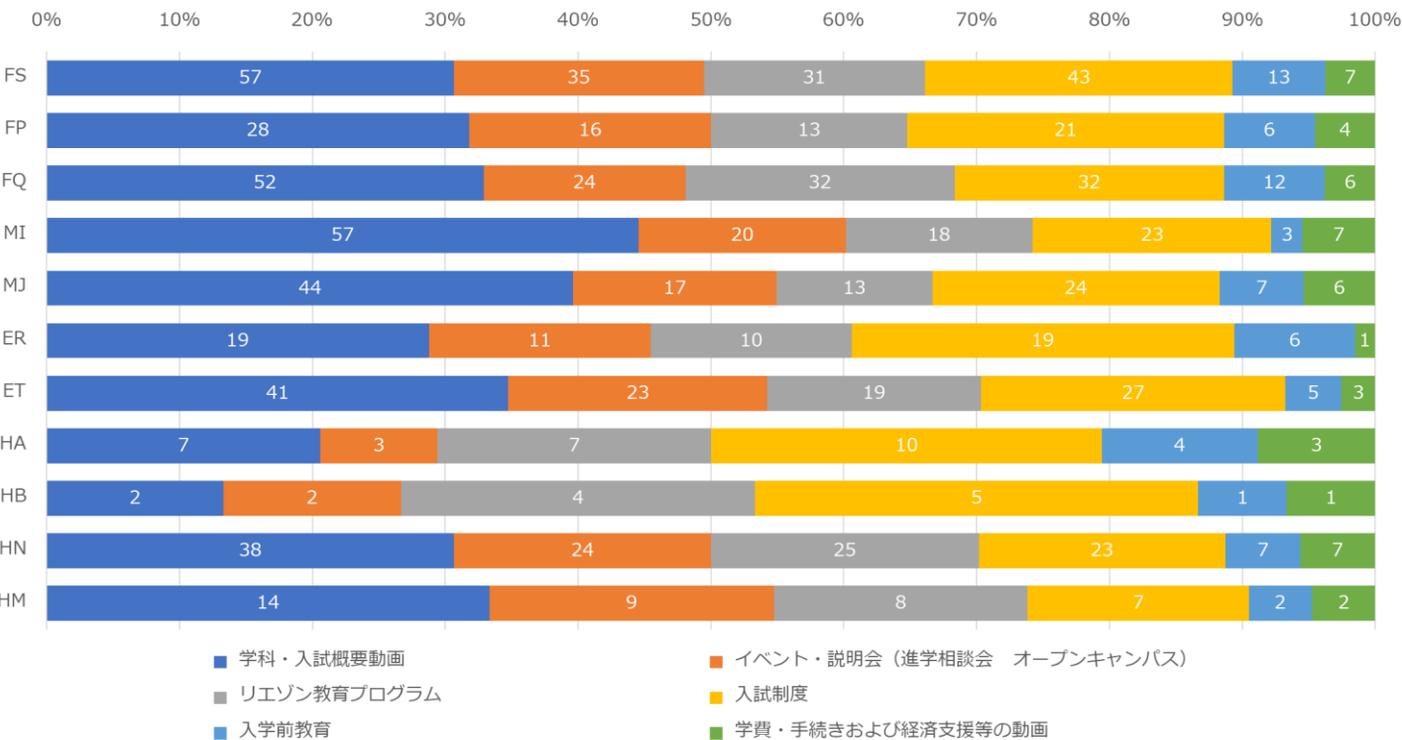


< 入試形態別 >

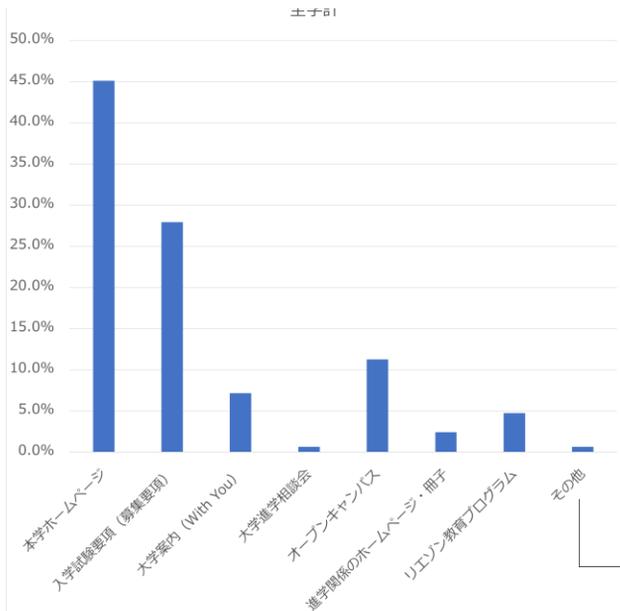
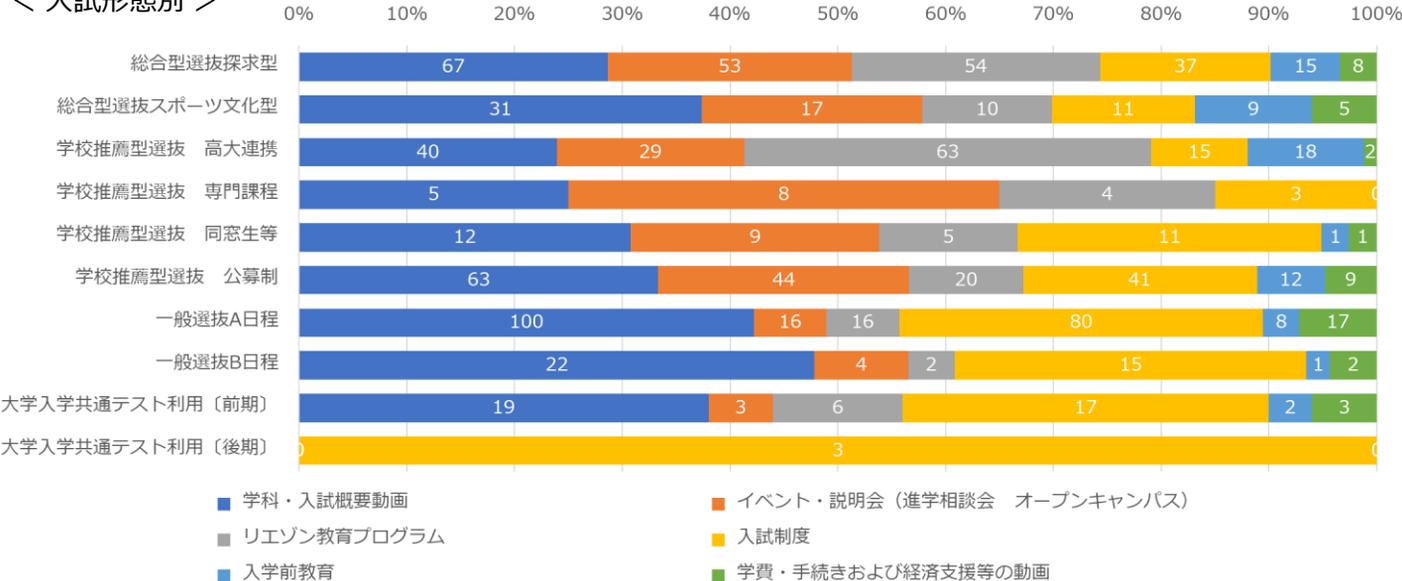


(4) 本学ホームページ「入試情報」の内容で、参考になった内容（1つ以上。複数回答可）

< 学科別 >



< 入試形態別 >



進路志望の決定要因として、オープンキャンパスへの参加結果が大きく寄与している可能性を述べたことは上記の通りである。

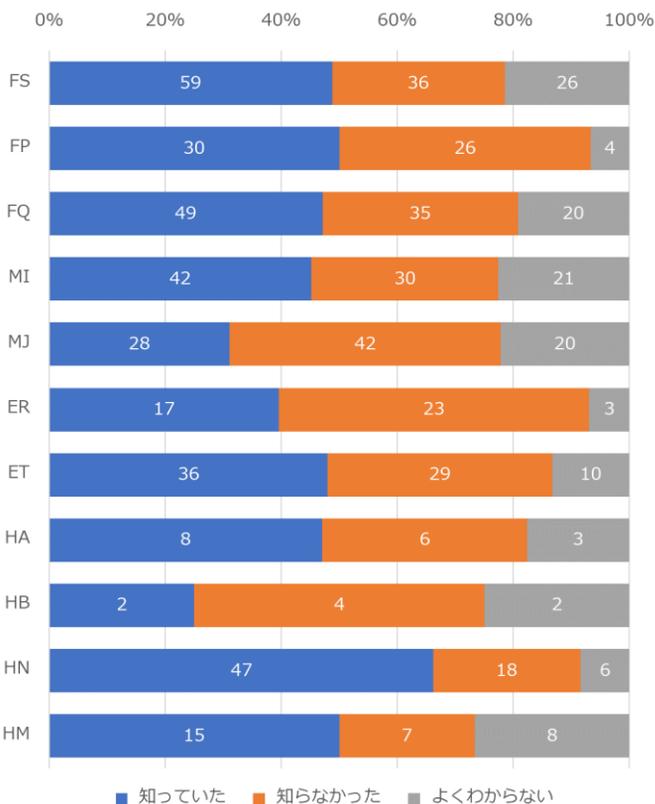
しかしながら、左図からはアドミッションポリシーの理解を始めとした具体的な進路選択の際に参考にした情報の主な出所は、オープンキャンパスではなく、「ホームページ」「募集要項」であったことがわかる。この違いは前者は自由記述の分析から得られた結果であるのに対し、後者は選択解答から得られた結果であるからであり、この違いを反映していると推察される。

先輩  
オープンキャンパスの際に配布された大学案内

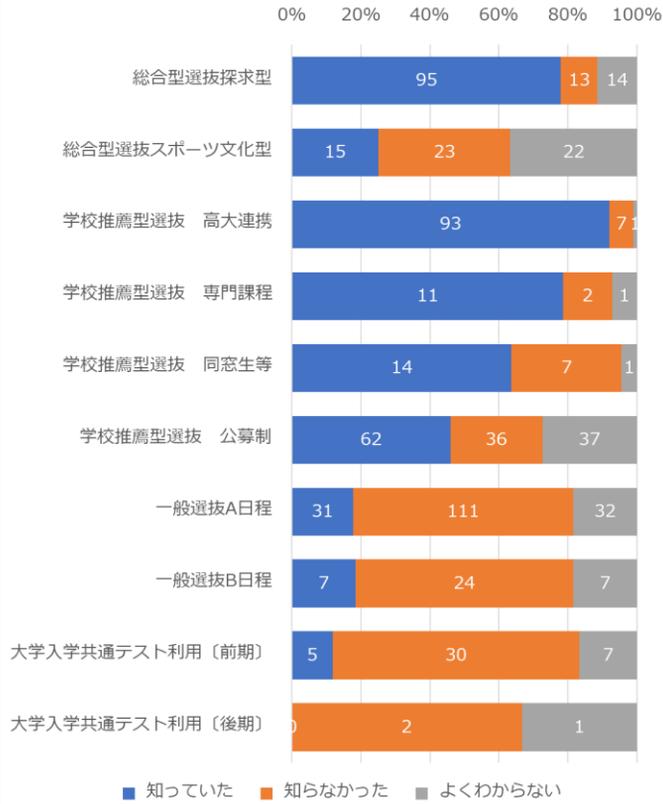
### 3. 高大連携について

#### (1) 大学と高校の取り組み（高大連携事業）の認知度（1 択）

< 学科別 >

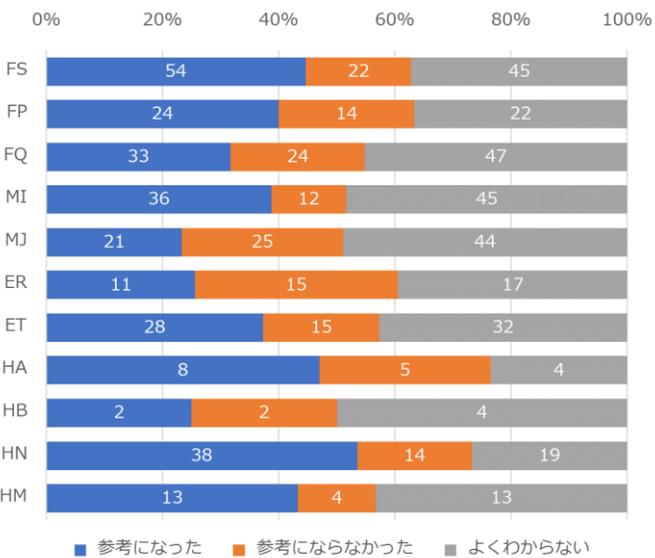


< 入試形態別 >

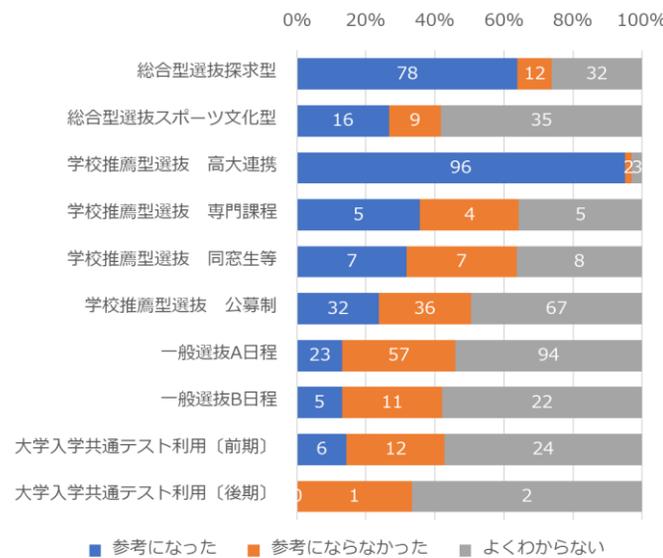


#### (2) 志望や進路決定への寄与（1 択）

< 学科別 >

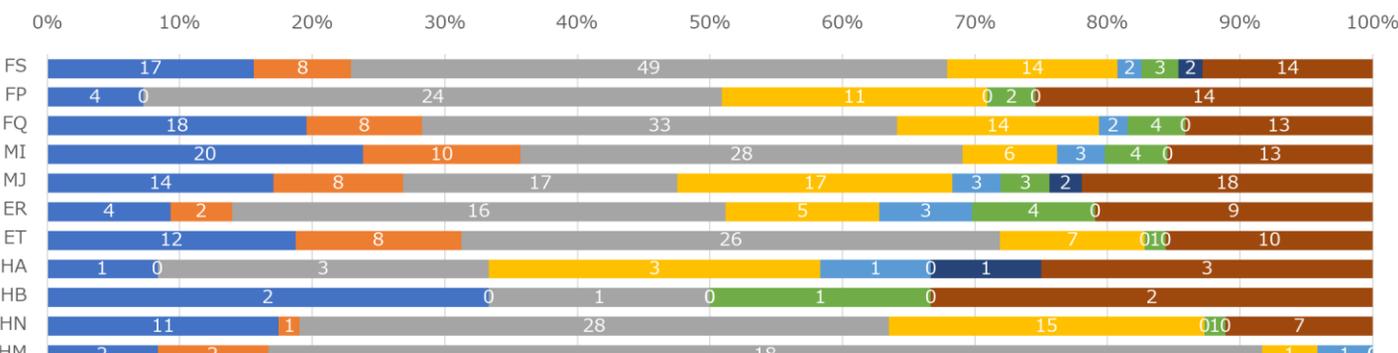


< 入試形態別 >

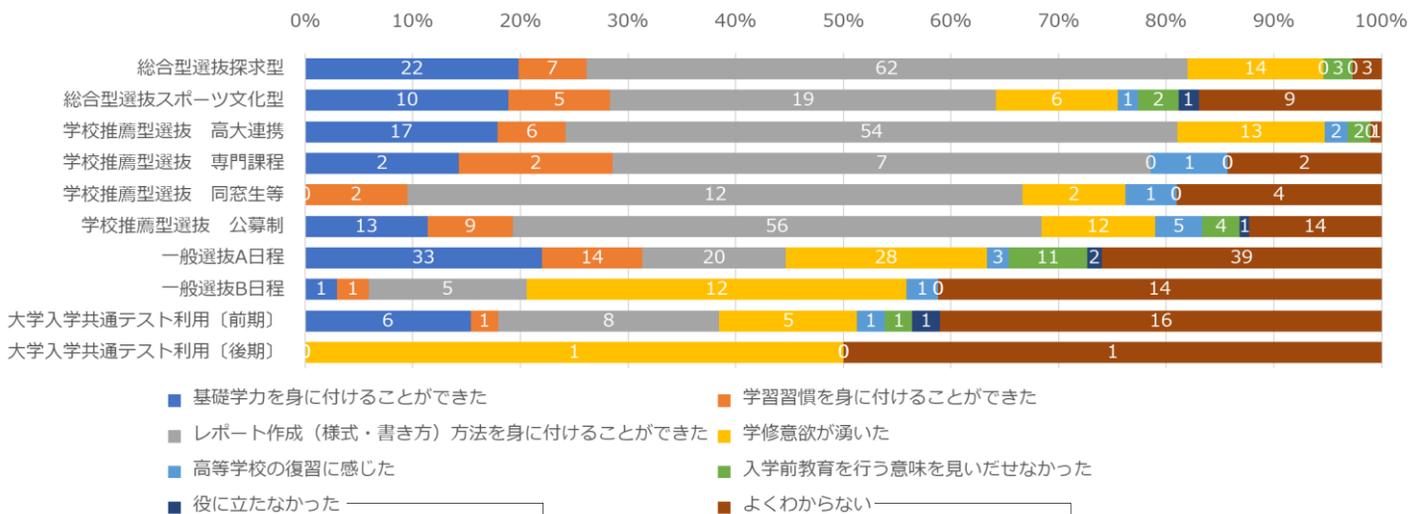


#### (3) 入学前教育の成果（1 択）

< 学科別 >



## < 入試形態別 >



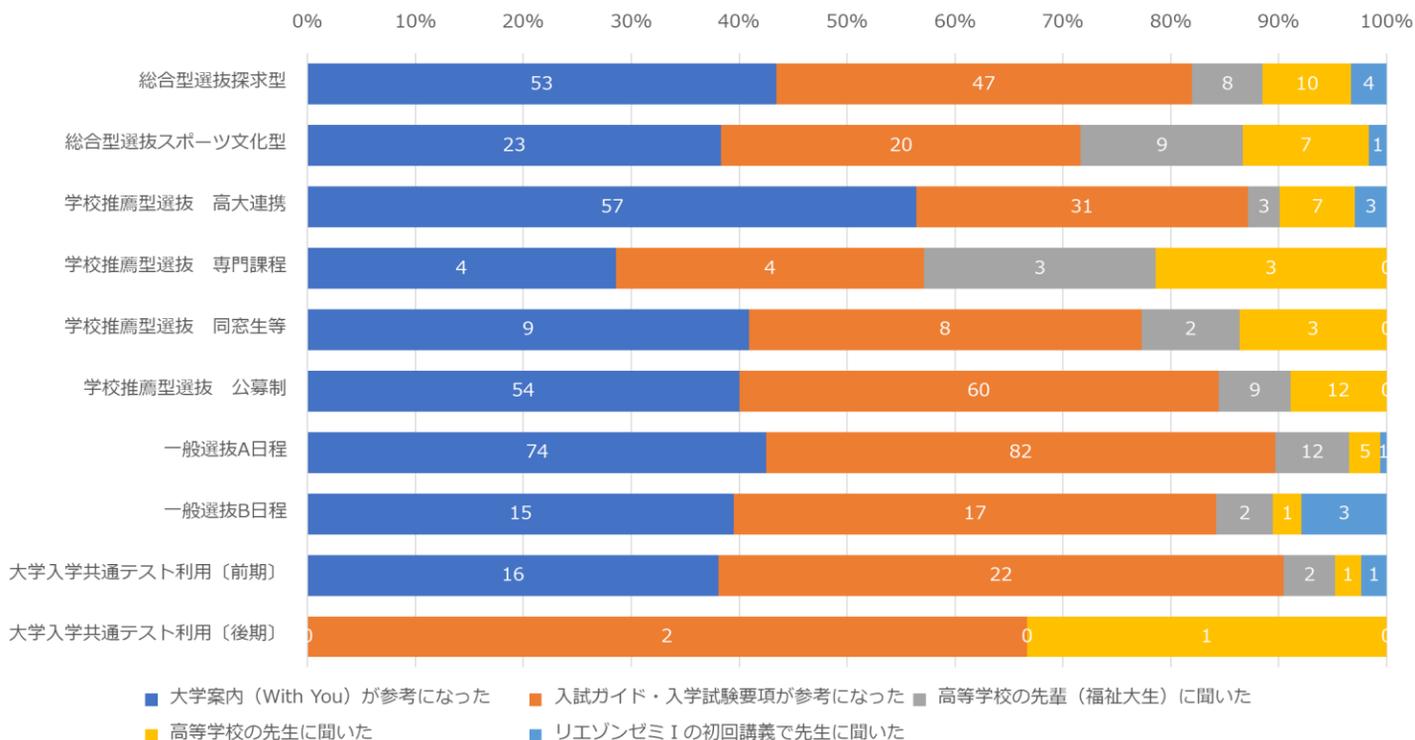
(自由記載)

- ・ やってないような気がしたから。
- ・ 一般入試のためその制度を知らなかった
- ・ 取り組む姿勢が悪い生徒が多いと思った。やっつけでやるくらいなら課題はいらない
- ・ そもそもそんな制度を知らなかったから。
- ・ 入学前教育があることを知らなかった。
- ・ 入学前教育の存在を認知していなかったから。
- ・ 専門的な分野は入学後に学ばいいと思う。周りの人はやっつけ仕事のように終わらせていた。
- ・ 高大連携事業を知らなかったから
- ・ 入学前教育がわかりません
- ・ 入学前教育について知らなかった。

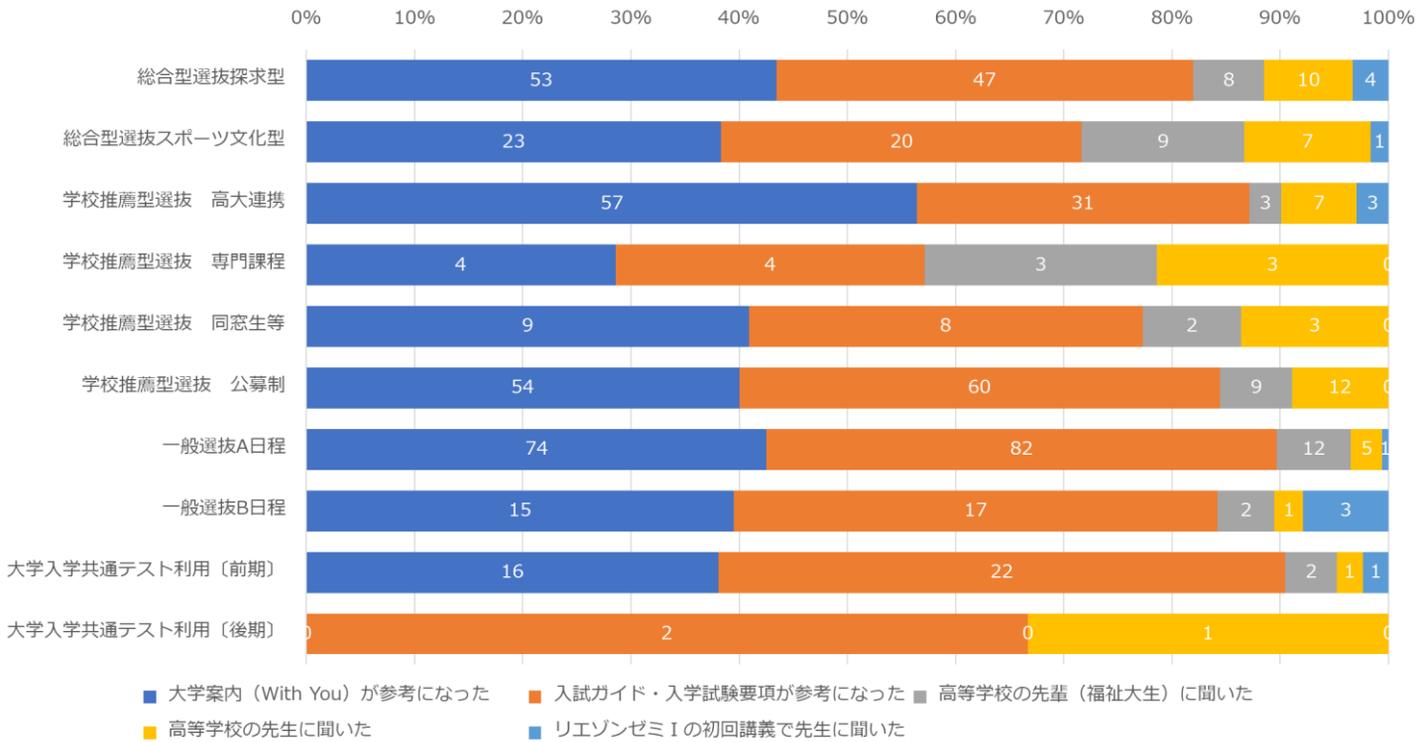
## (4) 入学前教育レポート(3月分)【学修計画書】について

①作成にあたり、特に参考になったもの

## < 学科別 >



## < 入試形態別 >



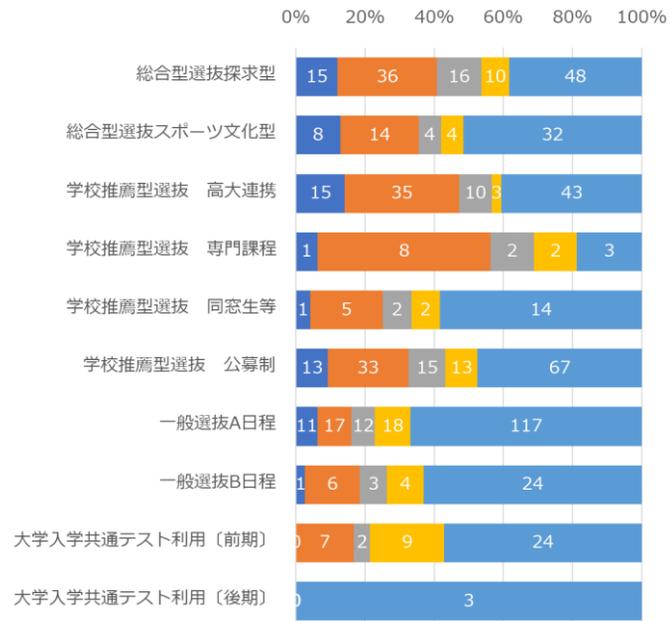
## 4. 本学ホームページにおけるオープンキャンパス動画の公開

### (1) 認知度

#### < 学科別 >



#### < 入試形態別 >

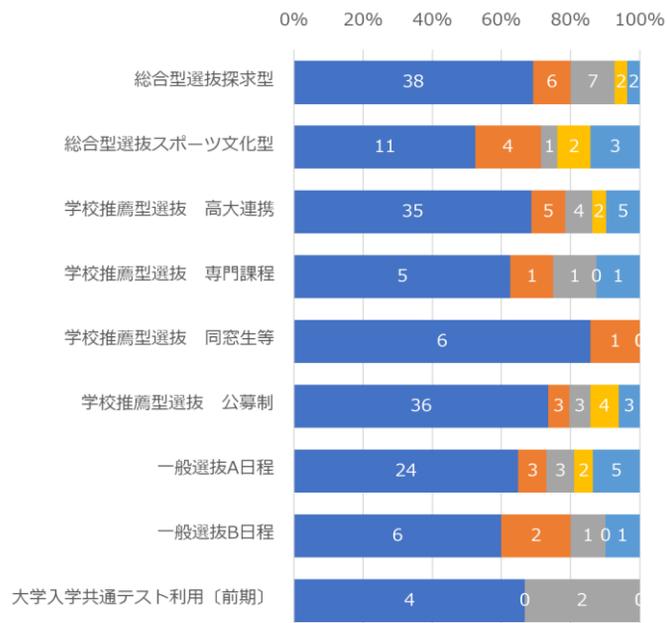
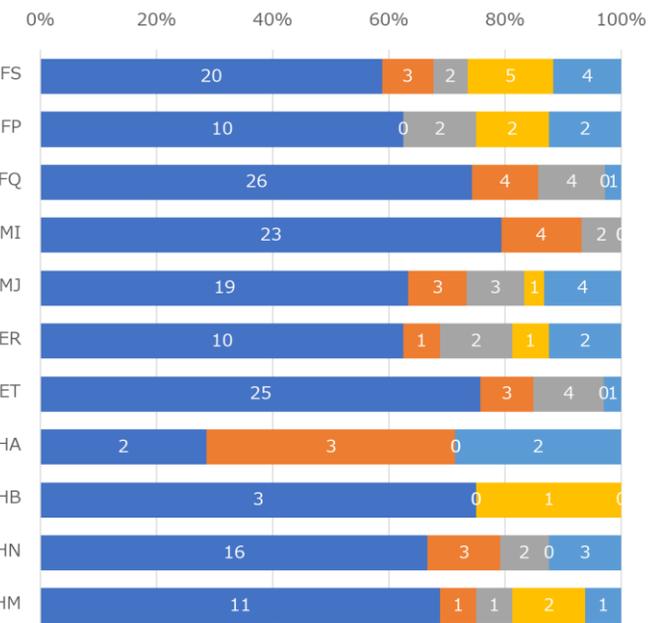


- 公開を知っていてホームページをPCで見た
- 公開を知っていてホームページをスマートフォン・携帯端末等で見たと
- 公開を知っていてホームページのタイトルを見たが、内容まで確認しなかった
- 公開を知っていたがホームページを見なかった
- 公開を知らなかった

・オープンキャンパス動画を見た方 - 見た場所（複数回答可）

< 学科別 >

< 入試形態別 >

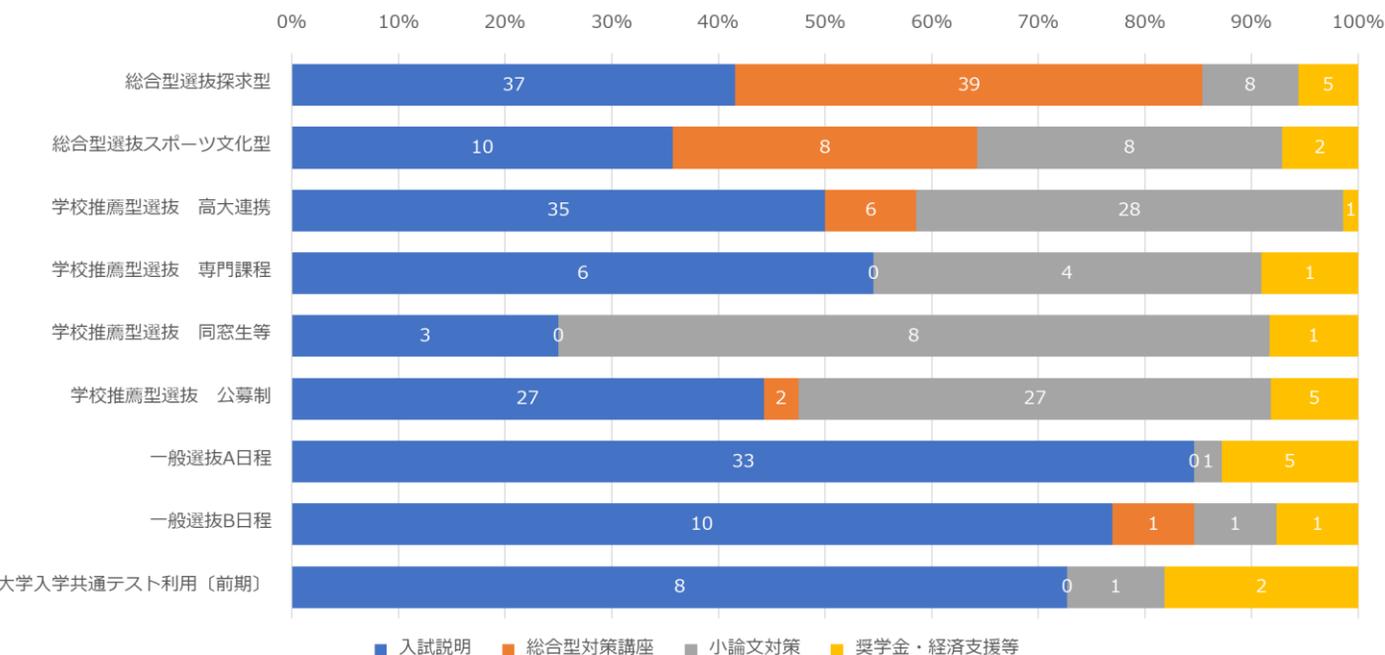


- スマートフォン・携帯端末等を使い学校で見た
- 学校の授業で教室のPCで見た
- 学校や自宅でないWi-Fi環境があるところで見た
- 移動中のバス・列車・自動車などで見た
- その他

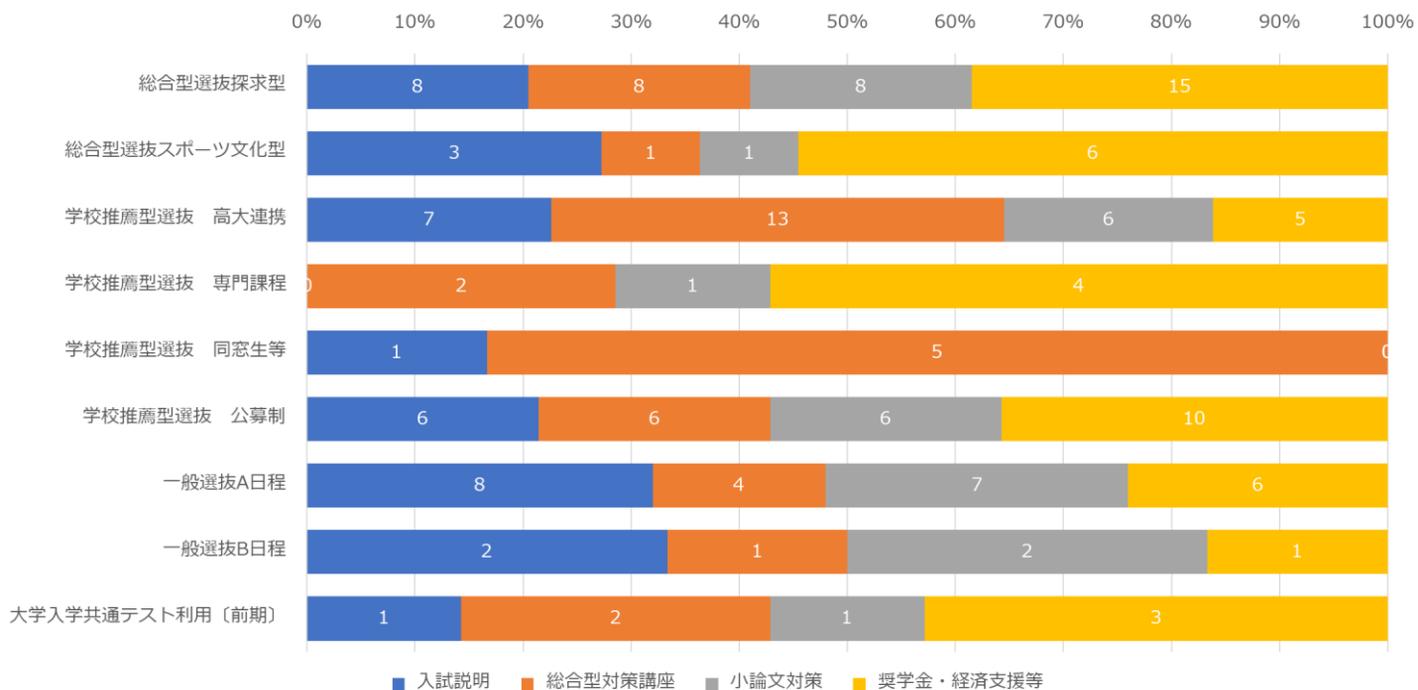
→ 自宅 20

(3) オープンキャンパス動画の内容

①良かったもの（複数回答可）



## ②参考にならなかったもの（複数回答可）



※ 本学ホームページ「入試情報」の内容で、改善してほしいことや要望（抜粋）

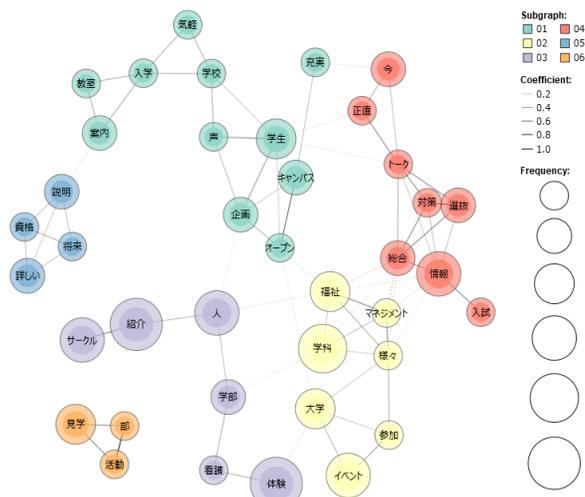
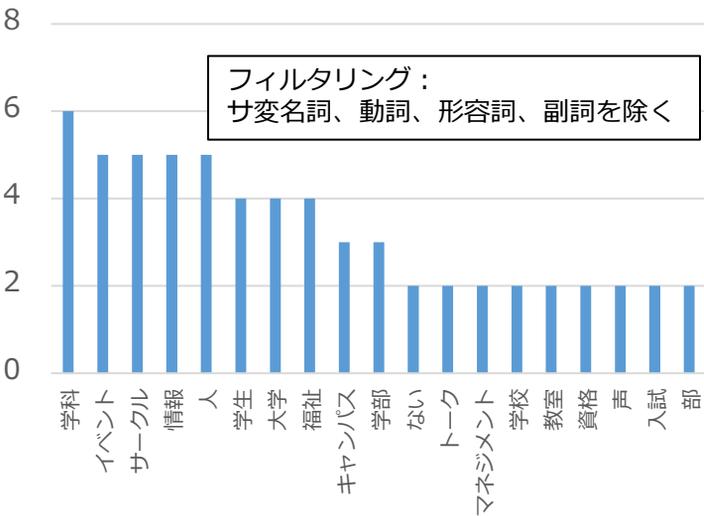
- ・なるべく早く昨年度の倍率を公表したほうが見通しが立てたと思う
- ・細かく丁寧に書かれていて見やすかったです。学部の紹介で、学部のアドミッションポリシーも書いてほしいです
- ・少し抽象的であった
- ・サークル紹介をもっと細かく紹介してほしい
- ・国公立大学のホームページのように入学手続きの仕方について一つ一つの順序を明確に記載した方が良いと思う
- ・資格によって、受ける授業が違うところをしっかりと記載してほしい
- ・知りたい情報がすぐに見つけられず手間だった
- ・過去問の年度別の表をわかりやすくしてほしい
- ・本学のホームページで推薦受験の倍率が見れるようにしてほしい
- ・例を表示して欲しかった
- ・どこに何があるか分かりづらい
- ・倍率などを載せてほしい
- ・学科のところにも学費を記載してほしい
- ・サークル紹介・履修登録の参考資料をもっと多く載せてほしい
- ・今年の受験結果が掲載されていないところが気になった
- ・見つけたい情報が見つけれず、とても使いづらかったです
- ・授業についてのページを見つけるのが大変だった

全体としては、受験や入学手続きに必要な情報を容易に見つけられず、「どこに何があるかわかりにくい」「必要な情報が掲載されていない」という指摘が多く、推薦受験の倍率などの情報を早く公表してほしいという要望もあった。また、学部紹介や授業内容、資格取得に伴う履修の違いなどをより詳細に示すとともに、アドミッションポリシーや例示資料を加えて、抽象的な説明にとどまらない具体性を持たせる必要があるとの声もあった。

総じて、ホームページの構成や情報更新の時期、掲載内容の具体性を強化し、利用者が「見つけたい情報をスムーズに得られる」ような改善が求められていると言える。

## 5. オープンキャンパスへの要望（是非やってほしいことに関する自由記載）

### 頻出語（2回以上出現）

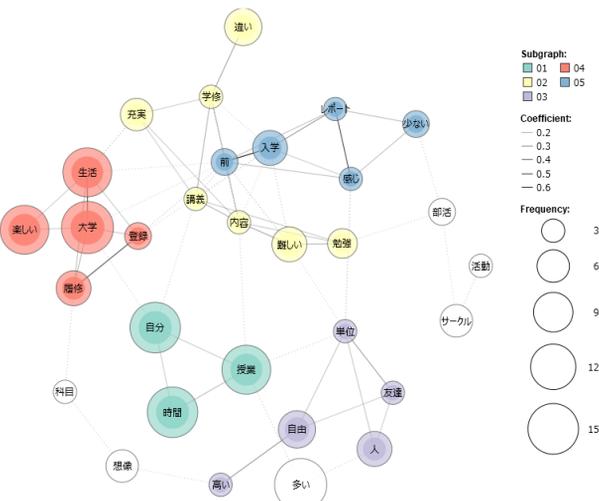
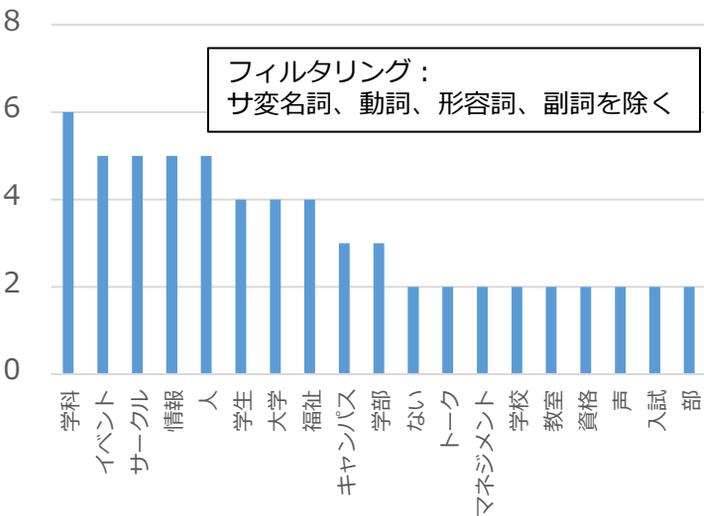


上図左は、「オープンキャンパスへの要望」として自由記載された文章から頻出語を抽出し、出現回数2回以上の単語の頻度分布を示したものである。上右図は、同一の標本を用いて、各抽出語間の共起性を調べたネットワークグラフである。頻出語からは、「学科」「イベント」「サークル」「情報」「人」「学生」といった言葉が上位に挙がり、学科や大学生活を実際に体感しながら在学生と直接交流できる企画を望んでいる様子が伺える。

共起ネットワークでは「情報」「入試」などの基礎的情報を求める声と、「体験」「学部」「サークル」といった大学生活のリアルを知りたい声に大きく分かれており、模擬授業や学内見学などの“体験型プログラム”の充実が期待されている。したがって、公式情報を整備しつつ、対話や実践を通じて学生の将来像が明確になる企画を強化することが有効であると考えられる。

## VII. 入学前に思い描いていた大学生活と現在の大学生活とのギャップ

### 頻出語（3回以上出現）



上図左は、「入学前に思い描いていた大学生活と現在の大学生活とのギャップ」として自由記載された文章から頻出語を抽出し、出現回数3回以上の単語の頻度分布を示したものである。上右図は、同一の標本を用いて、各抽出語間の共起性を調べたネットワークグラフである。本分析から、新入生が入学前に思い描いていた「楽しく自由な大学生活」と、実際に始めてみて直面した「授業や課題、アルバイトとの両立の難しさ」との間にギャップを感じている可能性が浮かび上がっている。共起ネットワークでは「楽しい」「自由」といった肯定的なキーワードが赤系クラスターにまとまりつつも、「忙しい」「難しい」「課題」などの単語が他のクラスターで強く結びついており、想像以上に勉強やレポートの量が多いこと、通学やサークル活動に時間を取られることに戸惑いを示す様子が見られる。

総じて、入学前のイメージとは異なる厳しさを実感する声がある一方で、大学生活そのものが予想よりも「楽しい」「新鮮」とあるという評価も少なくないため、可能な範囲で、勉強とプライベートの両立支援や課題の負荷調整など、学生が充実した時間を過ごせる環境整備に配慮頂けると学生の生活はより充実すると考えられる。