

“大学選びの視点”をアップデート
入試広報の新ソリューション「デジタル版 大学合同説明会」
電通PRコンサルティングとNewsPicksが共同開発

志望校選びで、特に知りたかった情報1位は
「どのような学生が集まっている大学か(学生の雰囲気や価値観)」



株式会社電通PRコンサルティング(本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:山口恭正、以下、電通PRC)は、ソーシャル経済メディアNewsPicksと共同で、学生の大学選びをアップデートする大学広報向け新ソリューション「デジタル版 大学合同説明会」を2026年4月22日(水)にローンチします。

電通PRCは、レピュテーション・マネジメント力で社会的合意を形成し、クライアントと共に、新たな社会的価値や仕組みを創るソーシャル・イノベーションの実現に貢献してきました。当社は、長年、大学の広報支援に携わる中で教育内容の質や校風といった魅力が十分に伝わらず、知名度などの比較しやすい情報が大学選びの判断材料の中心になりやすいという多くの大学が直面する共通の課題に向き合ってきました。

たしかに知名度も重要な指標の一つですが、近年はそれだけでは測れない教育の価値を示す新指標が検討されたり、若い世代では自分らしさを重視した大学選びを模索したりする新しい動きも見られます。そこで、当社で現役の大学生270人を対象に「大学の志望校選び」に関する調査を行ったところ、教育内容や校風が知名度よりも重視される一方で、そうした情報を志望校選びの段階で「十分に入手・理解できていた」層は一部という実態が明らかになりました。

〈調査のポイント〉

- ・志望校選びで重視される項目は「教育内容・学びたい分野(学部・学科)」(63.0%)と「偏差値」(42.6%)がトップ2。
- ・特に知りたかった情報は「どのような学生が集まっている大学なのか(学生の雰囲気や価値観)」が35.9%で1位。
- ・「どのような学生が集まっている大学なのか」を知りたいと答えた人のうち、情報を「十分に入手・理解できていた」のは19.6%と少数。
- ・大学生の過半数(52.6%)が「大学に入学してから、想像と違うと感じた点があった」と回答。

こうした背景を踏まえ、電通PRCはこのたび、ソーシャル経済メディアNewsPicksと共同で大学広報向け新ソリューション「デジタル版 大学合同説明会」を開発しました。NewsPicksは「教育に、情熱を。」をコンセプトに、教育情報を議論するレギュラー番組「EduPassion」を2023年に立ち上げ、教育に対して情熱を持つ専門家や当事者の方々と最先端の教育情報を届けてきました。こうした知見を活用し、「デジタル版 大学合同説明会」ではイベント、タイアップ動画、学生との交流会などを通して、多様な視点と豊富な情報を提供し、学生の志望校選びを後押しします。

■ サービス概要

サービス名: デジタル版 大学合同説明会

提供開始日: 2026年4月22日(水)

内容: ① 「デジタル版 大学合同説明会」イベント

② タイアップ動画配信

③ イベント後の学生との交流会

※詳細は、お問い合わせください。本サービスの内容および仕様は、予告なく変更となる場合があります。

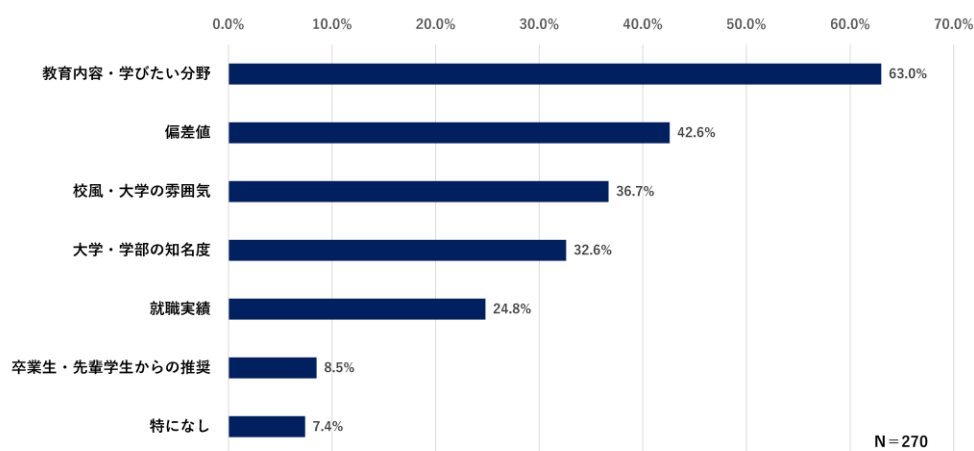
■ 現役大学生に聞く「大学の志望校選び」に関する調査

——知名度より、教育内容や校風を重視。ただし「十分に理解されていない」実態も明らかに。

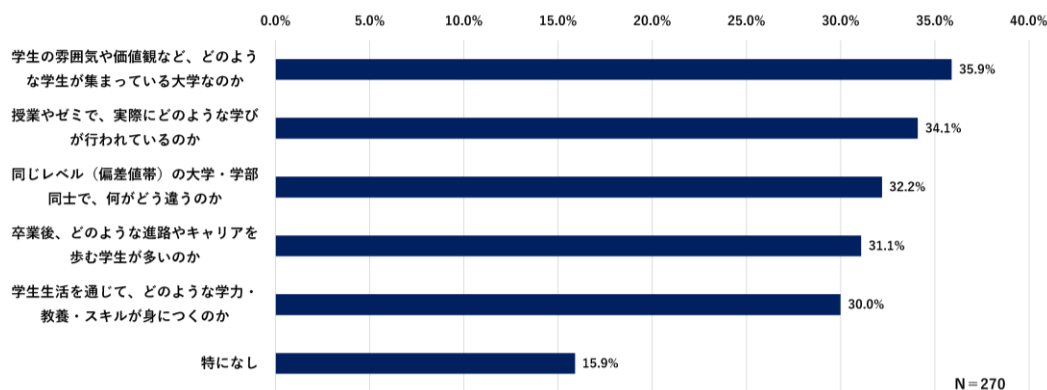
大学入試の志望校選びにおいて重要視する要素は、1位「教育内容・学びたい分野(学部・学科)」(63.0%)に次いで、「偏差値」(42.6%)、「校風・大学の雰囲気」(36.7%)がトップ3。偏差値や知名度だけでなく、教育内容や校風も重要な指標と考えられていることが分かりました。

また大学の志望校選びの際に「特に知りたかった情報」を聞くと、「学生の雰囲気や価値観など、どのような学生が集まっている大学なのか」(35.9%)が最も多く、次いで「授業やゼミで、実際にどのような学びが行われているのか」(34.1%)となりました。「学生の雰囲気や価値観など、どのような学生が集まっている大学なのか」を知りたかった人(97人)のうち、志望校選びの時点で「十分に情報を入手・理解できていた」と回答した人は19.6%と低く、その理由を聞くと「断片的な情報は見ていたが、全体像として整理できなかつた」(24.7%)が上位に挙がりました。

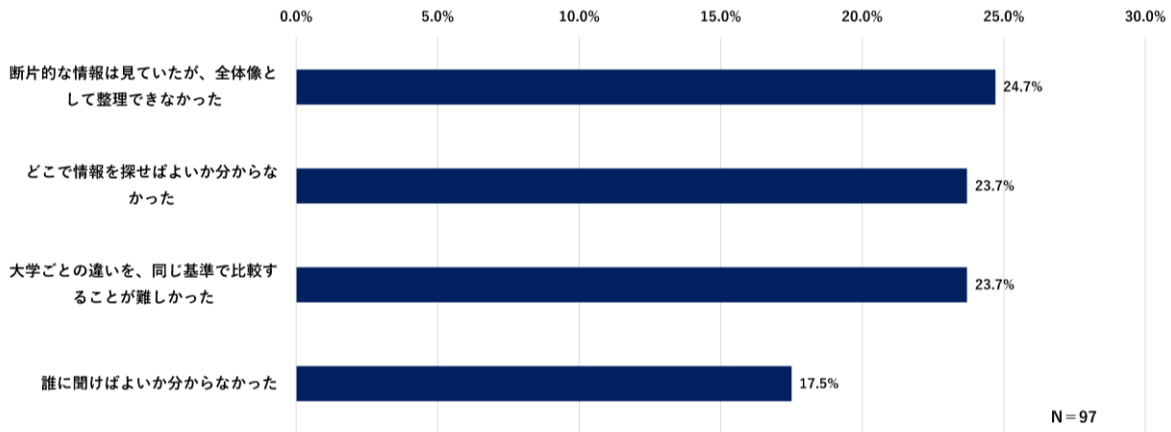
志望校選びにおいて重要視する要素



志望校選びで特に知りたかった情報



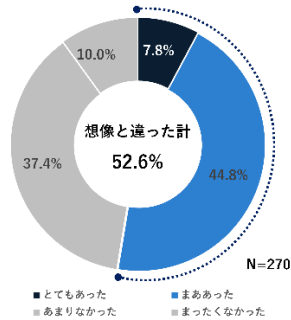
情報を入手・理解できなかった理由（学生の雰囲気や価値観など、どのような学生が集まっている大学なのか）



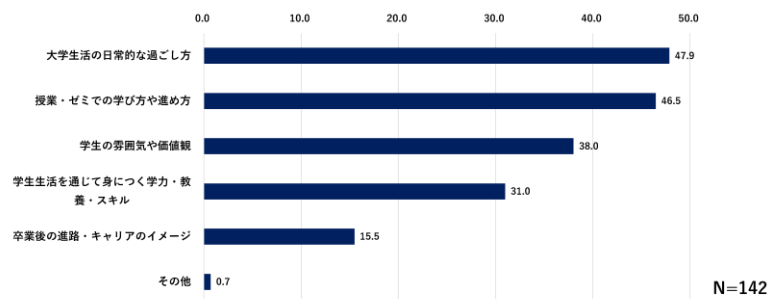
——過半数が入学後にギャップあり。約半数が「大学生生活の過ごし方・学び方」が想像と違った。

こうした志望校選びの段階における情報不足は入学後の実感にも表れており、入学後、「想像と違うと感じた点がある」と回答した学生の合計は 52.6%と過半数を占め、想像と違うと感じた点と回答した人(142 人)にその内容を聞いたところ、1 位は「大学生生活の日常的な過ごし方」(47.9%)、2 位は「授業・ゼミでの学び方や進め方」(46.5%)となりました。

大学に入学してから、想像と違った点



具体的に想像と違うと感じた点



「現役大学生に聞く「大学の志望校選び」に関する調査」概要

- ・調査対象: 全国の大学 1 年生～4 年生 270 人
- ・調査方法: インターネット調査
- ・調査期間: 2026 年 2 月 4 日(水)～2 月 13 日(金)

■株式会社電通 PR コンサルティングについて

電通グループ内の PR 領域における専門会社。1961 年の創立以来、国内外の企業、政府、自治体、団体の戦略パートナーとして、レピュテーション・マネジメントをサポートしています。データ分析を行い、そこから得られたインサイトに基づくコンテンツ開発と最適な情報流通デザインを通して、クライアントと共にソーシャル・イノベーションへの貢献を目指しています。2009 年、2015 年には、日本国内で最も優れた PR 会社に贈られる「ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を、2018 年には「北アジア PR コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を PRovoke Media (旧 Holmes Report) から授与されています。

■NewsPicks について

NewsPicks 編集部オリジナル記事や動画番組に加え、国内外 100 以上のメディアのニュースを配信。各業界の著名人や有識者をはじめ、ユーザーが投稿したコメントと共に、多角的にニュースを読み解くことができます。

<https://newspicks.com/about/>