

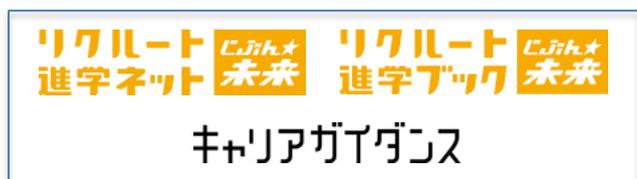
2013年3月1日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

高校生の進路選択をサポートする進学情報サービスを 「リクナビ進学」に変更

～高校生の進路選択を、未来のキャリアへ接続する～

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社：東京都千代田区 代表取締役社長：鬼頭秀彰)は、昨今の社会情勢・高校生の意識変化を受け、高校生の進路選択を、大学や専門学校へ入るためのものではなく将来のキャリアへより接続していくために、1970年より提供してきた進学関連媒体のブランドを統一し『リクナビ進学』へ変更します。



■ブランド変更の背景

社会環境の変化を受け、ここ数年、進路選択時に「就職実績」や「資格取得」を重視する高校生・保護者が増加しています。また、高校生の将来観に関する調査からは、将来を不安に思う高校生が70%と多い中で、目指したいキャリアイメージがある人ほど将来を「明るい」と捉え、進学した学校への満足度や社会に出て働くことへのモチベーションも高いということがわかりました。

ここから見てきたのは、社会に対する不安はあっても、自分自身の将来のキャリアイメージを持つことで、明るく前向きに進んでいける高校生の姿。

我々は、そんな学生を増やしていくために、“より将来の生き方・働き方につながる学び”が見つかる進路選択サービスを拡充し、リクルートグループの中でキャリアに関する領域のブランドである「リクナビ」を使用して『リクナビ進学』として提供していきます。

1) 進学時に、卒業後の進路を重視する高校生・保護者が増加

進路選択時に重視すること

- ・高校生 就職に有利：45%→48%、資格取得に有利：38%→42% (高校生の進路選択に関する調査 2009年→2011年)
- ・保護者 将来の職業との関連：52%、「入試」を抜いて「学費」に次ぐ2位に (高校生と保護者の進路に関する意識調査 2011年)

2) 将来のキャリアイメージがある人ほど、将来に対して前向きに

将来の社会へのイメージ

明るい：30% / 明るくない：70%

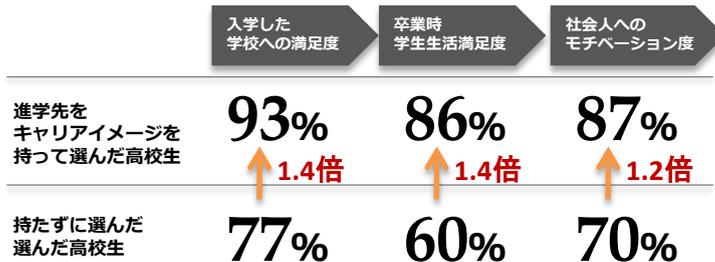
自分の将来へのイメージ

明るい：55% / 明るくない：45%

- ・Lなりたい職業が決まっている人：70%
- ・Lなりたい職業候補がいくつかある人：56%
- ・L自分に合う職業が何か探している人：46%
- ・Lまだ考えていない人：36%

(高校生価値意識調査 2012年)

進学以降の満足度



(キャリアと進路選択に関する実態調査 2012年)

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

■ 高校生の“未来のキャリア”と“今の進路選択”をつなぐ、『リクナビ進学』のサービス

リクナビ進学は、これまでの「志望校選び」に加えて「将来像の検討」や「分野決定」のサポートを強化することで、高校生の将来探しからそれを実現する進路決定まで、トータルに伴走するメディアを目指します。

将来像の検討：

400人を超える社会人インタビュー動画や高校の進路指導で活用される「じぶん未来BOOK」などを通して、社会や働くことについて「知る」「考える」機会と材料を提供します

分野決定：

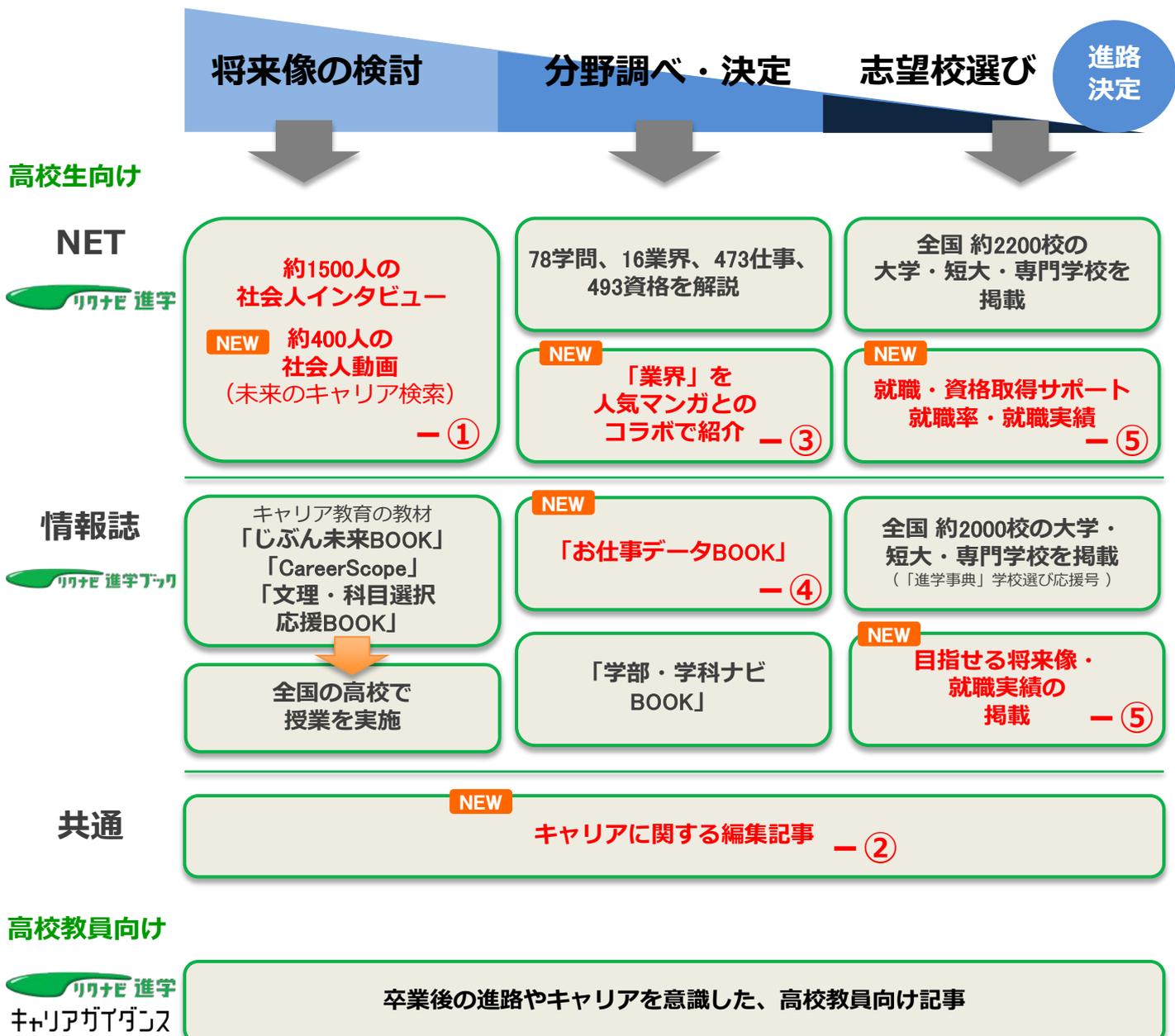
学問・業界・仕事・資格をマンガやデータも交えながらわかりやすく解説。
“興味分野”を納得がいくまで調べ、“志望分野”にするための情報を提供していきます

志望校選び：

全国2000校を超える大学・短大・専門学校について、学校ホームページにも載っていない豊富な情報を網羅。
リクナビ進学となった今年からは、就職に関する実績情報や卒業後に目指せる将来像の情報も強化しています

『リクナビ進学』提供サービス例

※①～⑤の詳細は次ページ



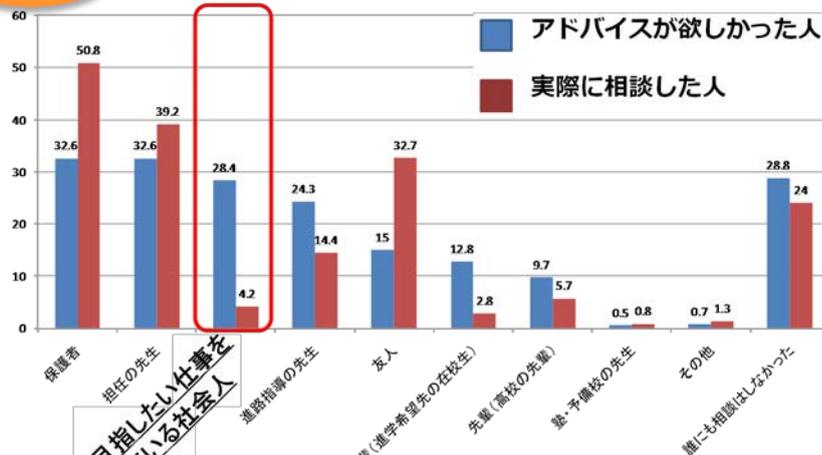
【参考資料】「リクナビ進学」提供サービス

①約1500人の社会人インタビュー、400人の社会人動画メッセージを掲載

「進路検討時にアドバイスが欲しかった人」は、保護者・先生に次いで**目指したい仕事をしている社会人**が第3位に。
しかし実際には周囲にそのような社会人はおらず、接点を持っていない。

高校生

働く社会人の声を求めているが、得られていない



リクナビ進学では、**「働く社会人のリアルな姿」**をできるだけ紹介していく

働く社会人インタビュー



(キャリアと進路選択に関する実態調査 2012年)

②キャリアに関する編集記事

「リクナビ」が保有する就職やキャリアに関する最新情報も活用しながら、高校生にわかりやすく伝えていく

一例) リクナビ編集長に聞く、進学→就職の考え方



③「業界」を人気マンガとのコラボで紹介

講談社とのコラボレーションで、16業界を人気マンガのキャラクターがわかりやすく紹介



「働きマン」©講談社

農林水産業界	GREEN～農家の嫁になりたい～(二ノ宮知子)
ものづくり業種(メーカー)	夏子の酒(尾瀬あきら)
商社・小売り業界	本屋の森のあかり(磯谷友紀)
金融業界	ワーキングピュア(小山田容子)
マスコミ・通信業界	働きマン(安野モヨコ)
IT・コンピュータ業界	東京トイボックス(うめ) / 幻冬舎コミックス
航空・運輸業界	宇宙兄弟(小山宙哉)
住宅・建設業界	ドボジョ!(松本小夢)
フード業界	大使閣下の料理人(原作 西村ミツル/漫画 かわすみひろし)
旅行・エンタメ業界	のだめカンタービレ(二ノ宮知子)
美容・ファッション業界	コスメの魔法(あいかわももこ)
スポーツ・健康業界	GIANT KILLING(ツジトモ)
医療・福祉業界	N'sあおい(こしのりょう)
教育業界	ドラゴン桜(三田紀房)
公務員業界	ダンダリンー〇ー(とんたにたかし/鈴木マサカズ)
サービス業界	ブラチナ(かわすみひろし)

【参考資料】「リクナビ進学」提供サービス

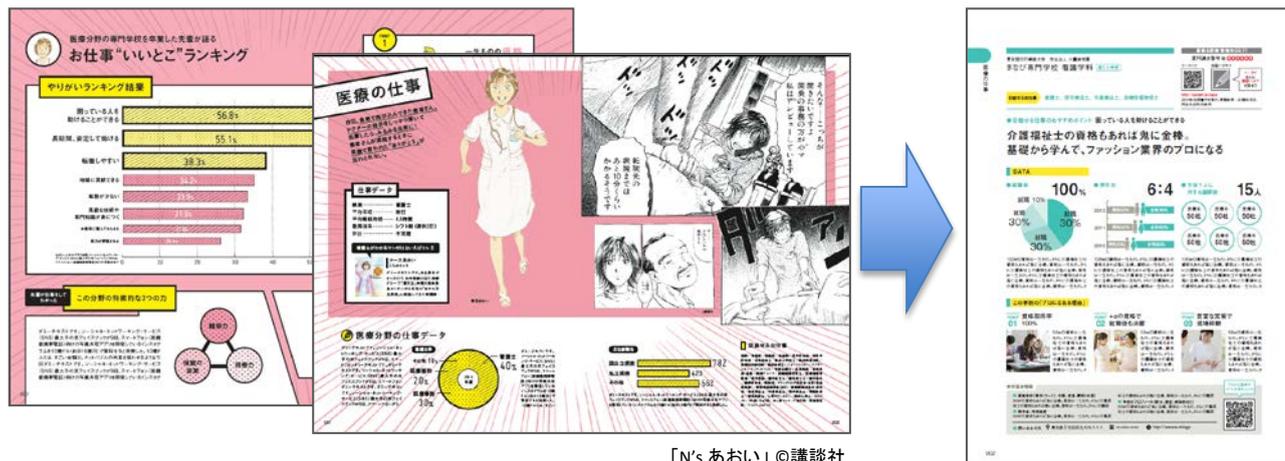
④ 高校生の分野志望度を高める『お仕事データBOOK』

編集記事

仕事のプロ2000人に仕事の実態をアンケート調査。職業の魅力や必要な力、業界こぼれ話などを21の仕事分野ごとに紹介。

学校情報ページ

調査で分かった各職業の魅力を実感できる、プロの職業人となるために、各学校がどのような教育を提供するかをビジュアルやデータでわかりやすく紹介。



「N's あおい」©講談社

⑤ 学校選択時の就職情報の重要性と必要な情報

進路検討時に、7割の高校生が進学先の就職情報を確認。志望校の決定にも影響を与えている。これを受け、リクナビ進学には、高校生の知りたい4つの就職関連情報を掲載しています。

就職情報を確認した高校生 = 7割。決定要因となった = 6割

■ 進路検討時に、卒業後の進路情報を確認したか？



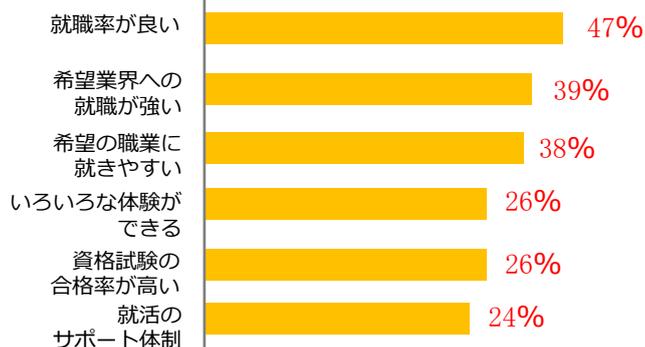
■ 進学先の決定に、影響したか？



(全て、キャリアと進路選択に関する実態調査 2012年)

就職に関して、高校生の知りたい情報

- ① 就職率
- ② 希望の業界・職業への就職実績
- ③ 資格取得
- ④ サポート体制



学校情報のページに目指せる将来像、就職実績を掲載(情報誌)



学校別 就職・資格職情報ページ(Webサイト)

