



共立女子大学・短期大学 学修行動調査(入学時アンケート)実施結果

1. 調査実施期間及び実施方法

実施期間 2025年4月1日～4月19日まで
実施方法 学内ポータルサイトを利用したWebアンケート

2. 設問項目

- ・ 学修計画
 - ・ 広報活動
 - ・ 本学に対する志望度・志望理由
 - ・ 相談できる人
 - ・ 総合満足度
- ※ 変更した設問、新規追加した設問については、該当年度以降のデータを掲載しています。

3. 回答率

	2024年度	2025年度
対象人数	1,469	1,521
回答人数	1,413	1,486
回答率	96%	98%

4. 回答結果

学修計画

入学時点で最も多かったのは「自ら学びたいことがある程度明確にはあるが、卒業までの具体的な学修計画を立てることはできない。」で、46.8%であった。「自ら学びたいことが明確にあり、卒業までの具体的な学修計画を立てることができる。」学生は6.1%、「自ら学びたいことがおおむね明確にあり、卒業までのある程度の学修計画を立てることができる。」学生は29.6%であった。

Q.あなたは、入学した学部・科で学びたいことが、どの程度明確にあり、今後の学修計画を立てることができますか？以下、現時点で最も近いものを選んでください。

	自ら学びたいことが明確にあり、卒業までの具体的な学修計画を立てることができる。	自ら学びたいことがおおむね明確にあり、卒業までのある程度の学修計画を立てることができる。	自ら学びたいことがある程度明確にはあるが、卒業までの具体的な学修計画を立てることはできない。	自ら学びたいことが明確ではないので、興味のある科目を履修したうえで、学びたいことを見つけたい。
2024年度	6.1%	29.6%	46.8%	17.5%
2025年度	7.1%	30.9%	43.3%	18.8%

広報活動

本学をはじめて知るきっかけになったものは「WEBによる検索」が最も多く24.6%、次いで「親族から聞いて」が18.8%、「高校の先生から聞いて」が14.1%であった。本学への受験・進学意欲を高めたきっかけになったものは、「オープンキャンパス(短期大学ミニオープンキャンパスも含む)」が27.7%と最も高く、次いで「共立女子大学・短期大学ホームページ」が17.5%、「共立女子大学・共立女子短期大学「学校案内」」が16.0%であった。

Q.本学をはじめて知るきっかけになったものを教えてください。

※2025年度から追加した項目

本学を知るきっかけ	2024年度	2025年度
高校の先生から聞いて	17.5%	14.1%
親族から聞いて	17.0%	18.8%
進学WEBサイト	11.5%	4.7%
高校での情報から(高校内で開催されたガイダンス、高校内の掲示物、高校からの案内、等)	9.3%	6.9%
塾、予備校の先生から聞いて	5.5%	5.7%
高校や塾、アルバイト先等の先輩や友人から聞いて	4.4%	6.7%
共立女子大学・共立女子短期大学「学校案内」	2.2%	7.9%
進学雑誌	1.7%	2.2%
WEBバナー(GoogleやYahoo!など検索サイトで検索した際に表示されるバナー)	1.1%	-
オンライン広告(WEB CM、バナー等)※	-	0.3%
会場相談会(大会場での複数大学参加型のガイダンス)	0.8%	0.6%
共立女子大学・短期大学への来校型説明会(高校から案内があるもの)	0.6%	1.0%
紙によるDM(ダイレクトメール)	0.3%	0.3%
SNS(他者による発信)※	-	1.1%
SNS(本学公式)※	-	4.1%
SNS(本学在学生アカウント「共立Bouquet」)※	-	1.2%
WEBによる検索※	-	24.6%
共立女子大学・短期大学ホームページ	15.2%	-
オープンキャンパス(短期大学ミニオープンキャンパスも含む)	11.5%	-
進学相談会(学園祭同時開催)	0.6%	-
YouTubeから	0.2%	-
Instagramから	0.1%	-
KWU高大連携プログラム(学校見学会、リーダーシップ教育体験、学習成果発表見	0.1%	-

学会等)		
LINEから	0.1%	-
駅・電車内広告	0.1%	-
新聞	0.1%	-

Q. 本学への受験・進学意欲を高めたきっかけになったものを教えてください。(5つまで選択)

受験・進学意欲を高めたきっかけ	2024年度	2025年度
オープンキャンパス(短期大学ミニオープンキャンパスも含む)	31.2%	27.7%
共立女子大学・短期大学ホームページ	21.7%	17.5%
高校の先生から聞いて	9.9%	8.7%
共立女子大学・共立女子短期大学「学校案内」	8.2%	16.0%
親族から聞いて	6.4%	10.1%
高校での情報から(高校内で開催されたガイダンス、高校内の掲示物、高校からの案内、等)	4.2%	2.3%
塾、予備校の先生から聞いて	3.6%	4.3%
進学 WEB サイト	3.4%	-
高校や塾、アルバイト先等の先輩や友人から聞いて	3.3%	4.0%
進学相談会(学園祭同時開催)	1.8%	-
共立女子大学・短期大学への来校型説明会(高校から案内があるもの)	1.1%	1.6%
会場相談会(大会場での複数大学参加型のガイダンス)	0.9%	0.9%
SNS(他者による発信)	-	1.0%
SNS(本学公式)	-	3.4%
SNS(本学在学生アカウント「共立 Bouquet」)	-	2.4%
進学雑誌	0.8%	-
KWU 高大連携プログラム(学校見学会、リーダーシップ教育体験、学習成果発表見学会等)	0.8%	-
WEB バナー(Google や Yahoo!など検索サイトで検索した際に表示されるバナー)	0.8%	-
Instagram から	0.7%	-
YouTube から	0.6%	-
X(旧 Twitter)から	0.2%	-
駅・電車内広告	0.1%	-
紙による DM(ダイレクトメール)	0.1%	-
TikTok から	0.0%	-
メールによる DM(ダイレクトメール)	0.0%	-

本学に対する志望度・志望理由

受験時点で本学を「第1志望」としている学生は65.9%であり、2024年度と比較すると0.8ポイント減少した。本学を選んだ理由としては、「立地・場所」が51.5%で最も高く、次いで「教育内容(学びたい内容があったから)」が44.4%であった。

Q. あなたの受験時における本学の志望度を教えてください。

	第1志望	第2志望	第3志望	第4志望以下
2024年度	66.7%	12.8%	7.5%	13.1%
2025年度	65.9%	12.4%	9.7%	12.1%

Q. あなたが本学を選んだ理由を教えてください。(複数選択可)

本学を選んだ理由	2024年度	2025年度
教育内容(学びたい内容があったから)	64.5%	44.4%
教育内容(リーダーシップ教育)※	24.1%	25.1%

手厚いサポート(担任制度、助手、学生支援サービスなど)	40.9%	39.3%
就職進路実績(就職率や就職先など)	23.4%	27.6%
正課外活動(クラブ・サークルなど)	2.8%	4.0%
国際交流活動(留学など)	7.1%	7.7%
資格・免許の取得	23.6%	24.8%
伝統・知名度	9.3%	9.0%
立地・場所	49.5%	51.5%
施設・キャンパス	25.9%	25.5%
高校の先生の勧め	12.1%	11.1%
家族の勧め	13.8%	16.8%
塾の勧め	2.8%	3.2%
オープンキャンパスなどでの印象	31.1%	32.2%
入試方法(制度、日程、科目、難易度など)	17.1%	20.5%
学費が経済状況に合っていた為	1.6%	2.1%
大学への編入の為(短大生)、大学院への進学の為(大学生)	1.5%	1.3%

相談できる人

入学時点では、91.2%の学生が気軽に相談できる関係の人がいると回答した。相談できる人の属性としては、家族が46.9%と最も高く、次いで本学以外の友人が34.5%であった。

Q.あなたは悩みや不安なこと、将来のことなどを気軽に相談できる関係の人はいますか。

	いる	いない
2024年度	90.9%	9.1%
2025年度	91.2%	8.8%

Q.「いる」と回答した学生は、以下の選択肢のうち該当する人にチェックを入れてください。(複数選択可)

	本学内の友人	本学の担任	本学の教員	本学の職員	本学の助手	本学以外の友人	家族	その他
2024年度	11.0%	2.1%	1.7%	1.0%	1.9%	34.9%	45.0%	2.4%
2025年度	9.8%	2.0%	1.4%	0.8%	1.3%	34.5%	46.9%	3.3%

本学の総合満足度

本学に入学をして「非常に満足している」「まあまあ満足している」と回答している学生は94.7%であった。また、所属している学部・科に対して「非常に満足している」「まあまあ満足している」と回答している卒業生は96.1%であった。

Q.あなたは本学に入学して満足していますか。

	非常に満足している	まあまあ満足している	あまり満足していない	全く満足していない
2024年度	39.8%	55.8%	3.9%	0.6%
2025年度	42.3%	52.4%	4.7%	0.5%

Q.あなたは所属している学部・科に満足していますか。

	非常に満足している	まあまあ満足している	あまり満足していない	全く満足していない
2024年度	50.8%	46.8%	2.0%	0.5%
2025年度	50.8%	46.1%	2.7%	0.4%