



2014年3月3日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

一人ひとりに合った情報をニュースフィードにお届け！ 高校生の進路選択と未来をつなぐ「リクナビ進学アプリ」がリニューアル ～スマホを使って将来をイメージしながら進路を考える時代がやってきた～

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：富塚 優）が企画する高校生の進路情報サービス『リクナビ進学』では、本日、3月3日より、従来のアプリを大幅にリニューアルし、高校生一人ひとりの希望に合った進路情報をワンストップでお届けするスマートフォンアプリ『リクナビ進学アプリ』（<http://lp.shingakunet.com/>）の提供を開始しました。

■アプリの特徴

1) エリアと分野でパーソナライズした情報をニュースフィードにお届け！

- ①「希望の進学エリア」を選択
 …「家から通う」「其他都道府県から複数選択」「海外の学校を目指す」
- ②「興味のある分野」を選択
 …「なりたい職業」「興味ある学問」を複数選択できる

2) ホーム画面には、自分にとって魅力的なコンテンツだけが表示される

- ①学校情報 …選択条件に一致した学校の学部・学科・コースを一覧で表示。
 一度プロフィール登録すれば、資料請求もワンタップでできる
- ②先輩の仕事・動画 …卒業生のインタビュー動画で、将来をイメージ
- ③在校生のキャンパスレポート …学生生活や学校・ゼミなどの雰囲気を垣間見る
- ④イベント情報 …いきいきしたイベント写真が学校見学に足を運びきっかけに！

3) オープンキャンパス情報をカレンダーに集約。予約もワンタップで。

- ①登録した条件に一致した学校のオープンキャンパス情報を、カレンダー形式で日程を表示。写真や対象学部学科コース、開催場所、地図、アクセス、イベント内容などの詳細も表示
- ②参加方法や予約方法もワンタップで簡単



■リニューアルの背景

高校生の進路選択行動について調査しているリクルート進学総研の調べでは、長引く不況の影響を受け、最近では高校生の進路先選びも実利的になっていることがわかりました。学費を意識して自宅から通える学校を選んだり、校風や雰囲気だけでなく、教育の中身を重視したり、卒業後の進路を気にしたり。そうした中で、自分で大学を見て決めるという傾向はさらに強まり、9割を超える学生がオープンキャンパスに参加しています。

また、総務省が2013年発表した、全国の公立・私立の高等学校の1年生3500人を対象とした調査によると、高校1年生のスマートフォン所有率は84%で年々増加しています。

そこで、高校生が求める情報を一人ひとりの希望に合わせてワンストップで提供するスマートフォンアプリが必要だと考え、従来のアプリ（約2300校の大学・短大・専門学校の情報を知りたいことや将来就きたい仕事から検索する）から、個人にパーソナライズしてお届けするアプリにリニューアルしました。

【高校生の志望校検討時の重視項目ベスト5】

- 1位 学びたい学部・学科・コースがあること (74.8%)
- 2位 校風や雰囲気が良いこと (47.5%)
- 3位 自分の興味や可能性が広がられること (46.5%)
- 4位 就職に有利であること (40.8%)
- 5位 自宅から通えること (40.7%)

出典：「進学センサス2013」リクルート進学総研調べ／調査：2013年3～4月、対象：2013年に高校を卒業した大学進学者3256名・複数回答

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、ここがない、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/