

# 2026年度 卒業生調査・企業調査 統合分析報告書

---

2026年9月30日 和洋女子大学

## 調査概要の比較と全体像

「学生の自己評価」×「社会からの外部評価」で教育成果を多面的に検証

201社

企業調査 回収数

19.9%

企業調査 回収率

568人

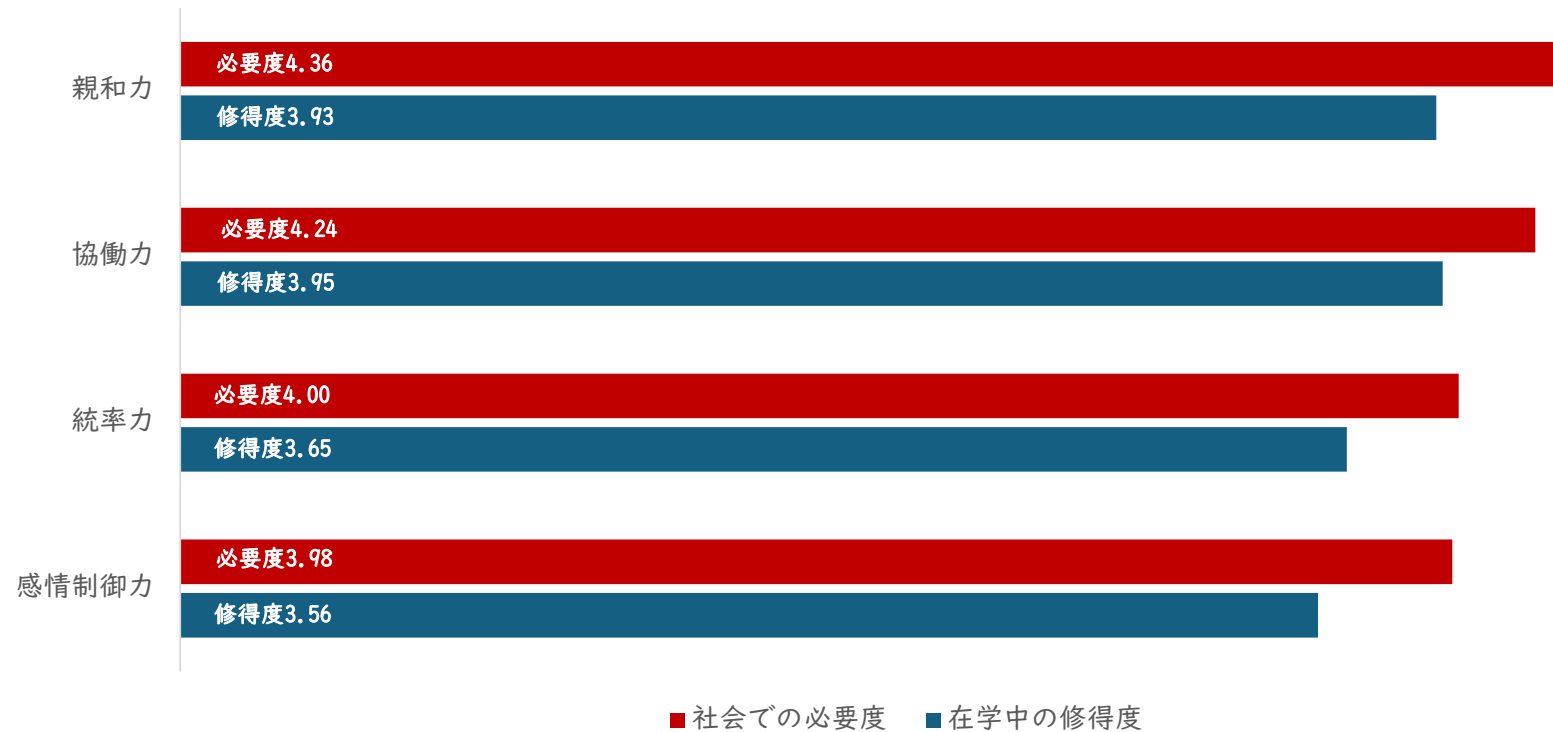
卒業生調査 回収数

30.9%

卒業生調査 回収率

| 項目    | 企業調査（産業界視点）       | 卒業生調査（学生視点）         |
|-------|-------------------|---------------------|
| 調査対象  | 卒業生を採用している企業・団体   | 2020・2022・2024年度卒業生 |
| 主な目的  | 求める能力と卒業生の評価の把握   | 学修成果・教育成果の客観的把握     |
| 分析軸   | 必要度 × 卒業生の印象      | 必要度 × 身についた修得度      |
| 見えるもの | 社会から見た卒業生の「強み・課題」 | 卒業生が感じる「成長・課題」      |

## 卒業生自己評価：必要度 vs 修得度



注) 卒業年度別調査から作成

## 卒業生・企業評価の対比分析

| 能力項目（ジェネリックスキル）      | 卒業生自己評価 | 企業評価    |
|----------------------|---------|---------|
| 1. 親和力/2. 協働力/9. 実践力 | ◎（強み）   | ◎（高評価）  |
| 5. 自信創出力/6. 行動持続力    |         | ◎（強み）   |
| 3. 統率力/4. 感情制御力      | △（平均以下） |         |
| 7. 課題発見力             |         | △（平均以下） |

分析：「親和力」「協働力」「実践力」は共通して高評価。「自信創出力」「行動持続力」は認識にギャップがあり

## 本学の強み：企業評価と卒業生自己評価の一致

### 親和力・協働力

企業側：必要度・印象ともに上位  
卒業生側：必要度・修得度ともに強み  
→ 人と関わり、協働して成果を出す力が本学の中核的強み

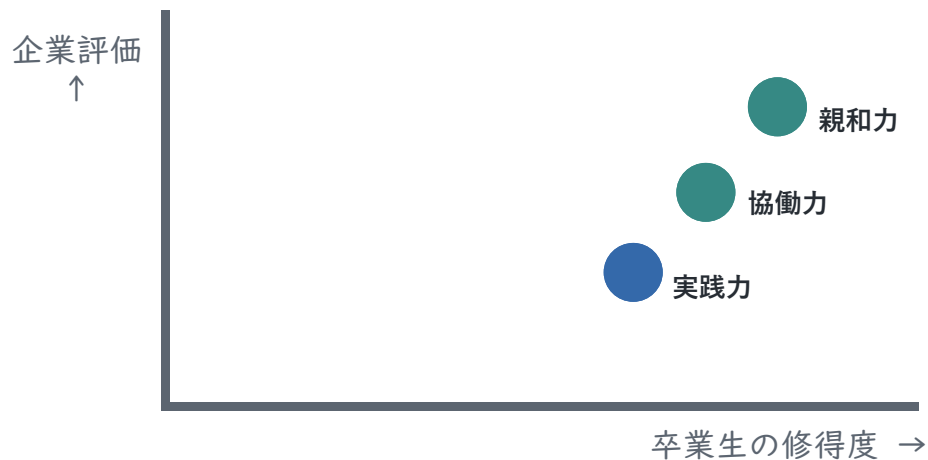
### 実践力

企業側：卒業生への評価が高い  
卒業生側：社会で必要・身についたという実感が高い  
→ 学びを行動に移す力が社会でも評価

### 採用意欲との連動

企業の78%が「積極的に採用したい」  
「採用したくない」は0.5%  
→ 採用意欲が強い企業ほど、親和力・協働力・実践力の評価も高い

### 強みの構造



「対人基礎力」を中心に、社会からの評価と卒業生の成長実感が重なる

## ■ 課題領域と認識のギャップ

### 課題発見力

企業：必要度が高い一方、卒業生への印象は平均未満  
 卒業生：社会で必要と認識  
 → 「課題を見つける→問いを立てる」  
 学習機会を全学的に強化

### 学部・業界別の固有課題

人文学部：自信創出力  
 国際学部：課題発見力／構想力  
 → 全学共通＋専門別の二層構造で対応  
 卸売・小売：計画立案力／リテラシー・課題発見力

### 卒業生側：統率力・感情制御力

必要性は認識されているが、修得実感が低い  
 → リーダー経験、合意形成、対人葛藤への対応など、実践型学習が必要

## ■ 学部別・業界別の特徴と傾向

### 学部別の重点領域

#### 人文学部

自信創出力：自己効力感・発信経験を増やす

#### 国際学部

課題発見力・構想力・異文化・社会課題に取り組む経験増

#### 家政学部

統率力、感情制御力を伸ばす経験を増やす

#### 看護学部

協働力、行動持続力などの強みを維持し、情報収集力の強化

#### 全学共通

親和力・協働力・実践力：本学の強みとして継続強化

### 業界別の重点領域

#### 卸売・小売

計画立案力／リテラシー・課題発見力

#### 医療・福祉

感情制御力・課題発見力

#### 業界横断

親和力・協働力・実践力が評価の土台