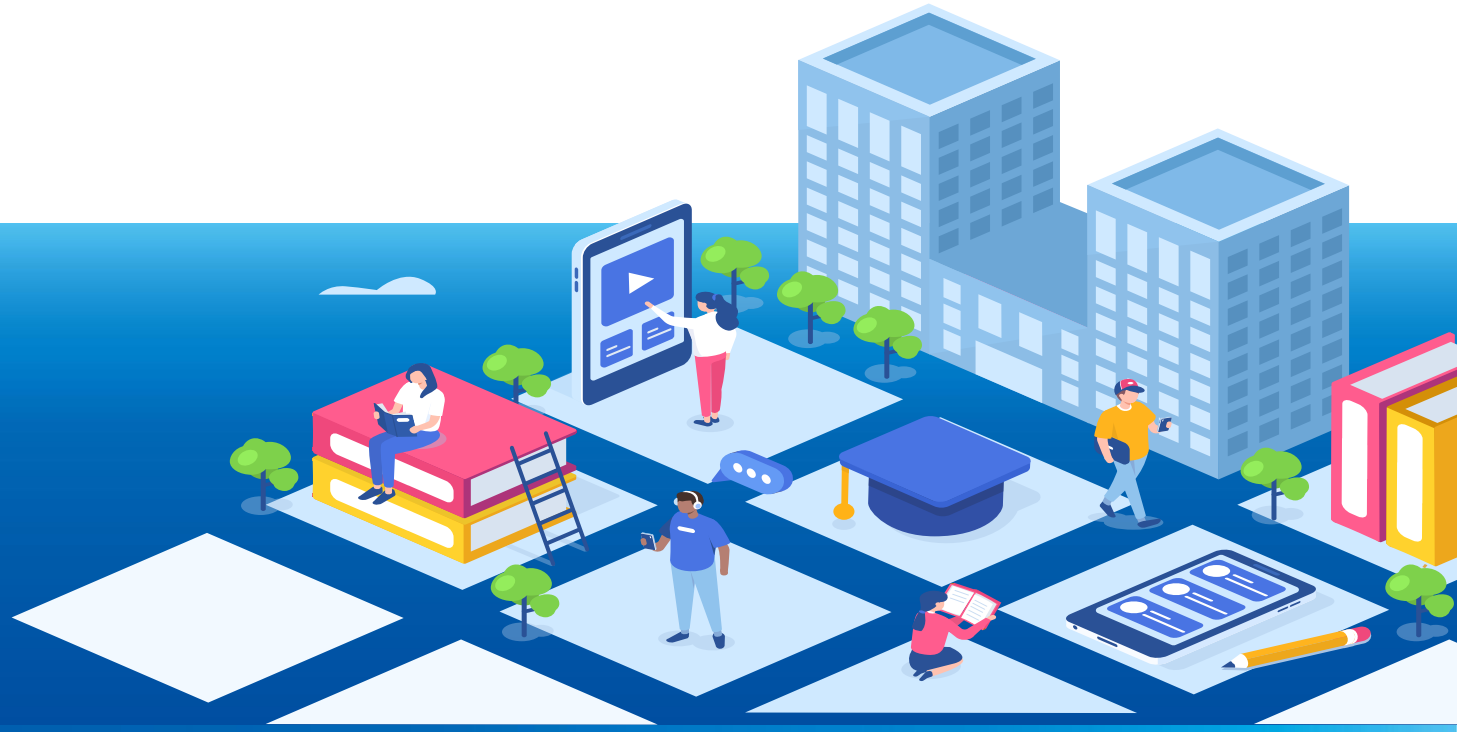
「高校教育改革に関する調査2022」
～高校教員のオープンキャンパス参加推奨度とその理由～

リクルート進学総研 研究員
飯島隆介
池内摩耶

RECRUIT

本動画の目的

コロナウイルス感染拡大の影響を受け対面での活動が制限されるなか、
オープンキャンパスも内容・開催様式が大きく変化した。
今回は高校教員の「オープンキャンパスへの意識」に注目。
今後のオープンキャンパス設計の一助として頂きたい。



■アジェンダ

調査概要

調査結果
・オープンキャンパス参加推奨度・推奨理由

考察

「高校教育改革に関する調査2022」
～調査概要～

本調査は『キャリアガイダンス』編集部と『リクルート進学総研』が隔年で実施しており、今回で22回目を迎えます。

■ 調査目的
全日制高校で行われている教育改革（新学習指導要領、ICT活用、キャリア教育、進路指導、学校改革に関する取り組み等）の実態を明らかにする。

■ 調査期間
2022年8月4日（木）～9月9日（金）投函・インターネット回答締め切り

■ 調査方法
郵送調査＋インターネット調査

■ 調査対象
全国の全日制高等学校4721校

■ 主な調査回答者（複数回答）
進路指導主事80.4%、進路指導部16.6%、主幹教諭4.9%、学年担当4.0%、副校長・教頭2.7%、教務主任2.7%、ほか

■ 集計対象数
943件（回収率20.0%）

※参考URL：調査全体報告書URL
https://souken.shingakunet.com/research/pdf/2022_kaikaku_houkoku.pdf

「高校教育改革に関する調査2022」
～調査プレスリリース～

1/5「新学習指導要領・ICT活用」編、1/16「進路指導・キャリア教育」編の計2つを既にリリース。
本日は2/7にリリースした「オープンキャンパス編」についてお伝えします。

Press Release

RECRUIT 株式会社リクルート

2023年1月5日

高校教育改革に関する調査2022「新学習指導要領・ICT活用」編
新学習指導要領、課題感のある教科1位は「情報」
探究は約6割が生徒の変化を感じつつも、教員の負担が課題に

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）が運営する、『リクルート進学総研』（所長：小林 浩）は、高校の教育改革に関する現状を明らかにするため、全国の全日制高校に対して、新学習指導要領、ICT活用、キャリア教育、進路指導、学校改革等の取り組みに関する調査を実施いたしましたので、結果をご報告いたします。本調査によるリリースは「新学習指導要領・ICT活用」編、「進路指導・キャリア教育」編の計2つあり、本リリースは「新学習指導要領・ICT活用」編です。※本調査は『キャリアガイダンス』編集部と『リクルート進学総研』が隔年で実施しており、今回で第22回目を迎えます。

新学習指導要領への対応の進捗度

- 【授業】【教材】【評価】いずれも「計画通り（計画以上）に進んだ」が7割を超える。
- 課題感のある教科としてあげられているものは、1位「情報」（46.3%）、2位「地理歴史」（37.2%）、3位「国語」（32.7%）。※「新学習指導要領」の取り組みにあたり、特に課題感のある教科を10教科＋その他から上位3つまで選択。各教科ごとに1～3位にあげられた割合を合計し、上位5教科を表示。ランキングは3位までにあげられた合計割合で順位付け。

「総合的な探究の時間」への取り組み状況

- 「総合的な探究の時間」への取り組みによる生徒の変化として「そう思う」割合が最も高いのは、【主体性・多様性・協働性が向上した】（12.4%）。「ややそう思う」まで含めると合計61.3%がこのことについて変化を感じている。
- 取り組むにあたっての課題は「教員の負担の大きさ」が78.8%でトップ。以下、「教員間の共通認識不足」(53.6%)、「教員の知識・理解不足」(43.9%)が続く。

ICT活用について

- ICT活用への取り組みによる生徒の変化として「そう思う・計」の割合が高いのは、【学びに向かう姿勢・意欲が向上した】（42.5%）、【主体性・多様性・協働性が向上した】（41.6%）。
- 今後の教育活動におけるICTの活用方法は「宿題・課題等をオンラインで配布」が74.3%で突出。前回より6.3ポイント上昇。

Press Release

RECRUIT 株式会社リクルート

2023年1月16日

高校教育改革に関する調査2022「進路指導・キャリア教育」編
高校教員が思う「特に必要な社会人基礎力」
【課題発見力】が過去最高スコアに。1位は前回同様【主体性】。
アントレプレナーシップ教育の導入・検討は約2割

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）が運営する、『リクルート進学総研』（所長：小林 浩）は、高校の教育改革に関する現状を明らかにするため、全国の全日制高校に対して、新学習指導要領、ICT活用、キャリア教育、進路指導、学校改革等の取り組みに関する調査を実施いたしましたので、結果をご報告いたします。本調査によるリリースは「新学習指導要領・ICT活用」編、「進路指導・キャリア教育」編の計2つあり、本リリースは「進路指導・キャリア教育」編です。※本調査は『キャリアガイダンス』編集部と『リクルート進学総研』が隔年で実施しており、今回で第22回目を迎えます。

キャリア教育と探究活動について

- キャリア教育を実施する時間は「総合的な探究（学習）の時間」が77.6%でトップ。
- 「探究活動」の生徒の進路選択へのつながりとして、「志望校や志望分野選びにつながる」が前回比＋2.7ポイント。
- キャリア教育を進めていく上での今後の課題は「教員の負担の大きさ」が67.8%がトップ(前回比＋4.8ポイント)。「実施時間の不足」（前回比＋5.3ポイント）とともに前回よりスコアが上昇。

進路指導上の課題とこれからの社会について

- 進路指導上の課題は、「教員が進路指導を行うための時間の不足」がトップ。以下、「入学者選抜の多様化」「進路選択・決定能力の不足」が5割台で続く。
- 「これからの社会の好ましさ」について、全体の42.8%が、生徒にとってこれからの社会が「とても好ましい社会だ」「まあまあ好ましい社会だ」と回答。一方で、「あまり好ましい社会ではない」「非常に好ましくない社会だ」が55.5%と、前回の36.4%から19.1ポイントと大きく上昇した。

社会人基礎力とアントレプレナーシップ教育について

- 「特に必要とされる」と思う社会人基礎力の1位は「主体性」（50.6%）、2位「課題発見力」（47.4%）。「課題発見力」は前回から5.0ポイント上昇。
- 「生徒が現在持っている」と思う社会人基礎力は、「規律性」が55.1%と突出。「傾聴力」（34.0%）、「柔軟性」（22.5%）と続き、上位3つの順位は前々回から変わらず。
- 「アントレプレナーシップ教育」について、「導入・活用している」「導入・活用を検討している」を合わせると18.1%。「導入・活用をしていないし、する予定もない」が過半数を占める。課題や不安として「学校体制」「生徒への必要性」などのコメントが挙がっている。

■アジェンダ

調査概要

調査結果
・オープンキャンパス参加推奨度・推奨理由

考察

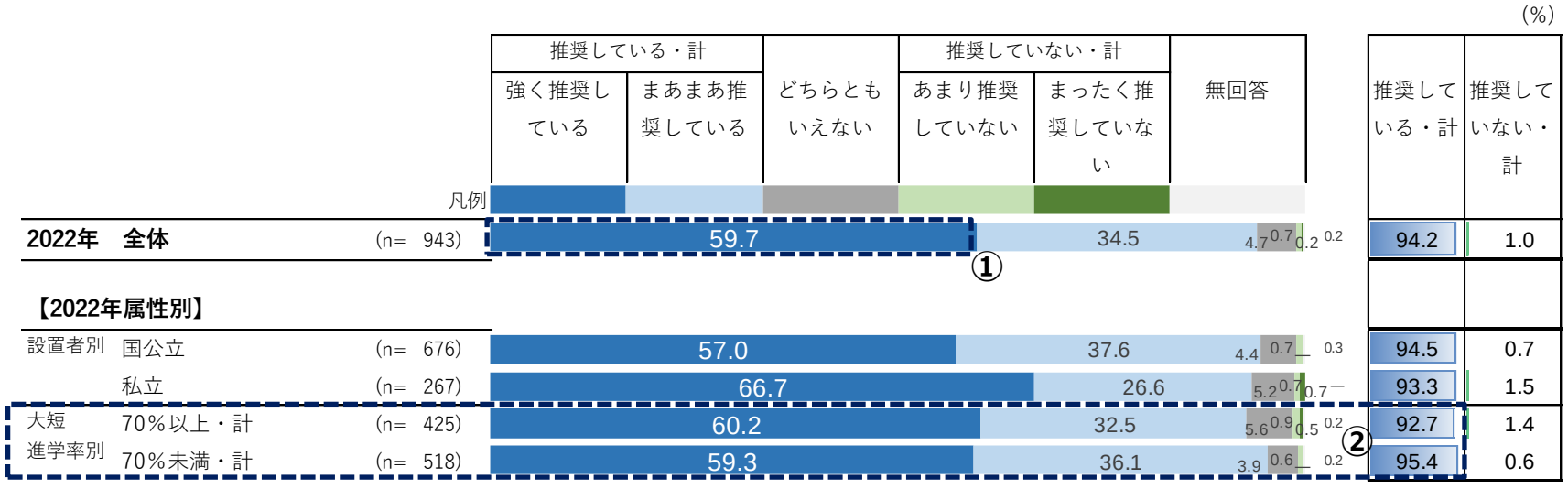
オープンキャンパス参加推奨度

オープンキャンパス参加を「推奨している」と回答した高校教員は9割を超え、“アタリマエ”に推奨

<データポイント>

① 「推奨している・計」のうち、「強く推奨している」と回答した高校教員は約6割で半数を超える。
② 大短進学率別に見ても、70%未満層・70%以上層共に「推奨している・計」は9割を超えており、進学率にかかわらず推奨されている。

<進路検討における「オープンキャンパス」参加の推奨度（単一回答）>



※「大短進学率」：在籍する高校の大学・短大進学率

オープンキャンパス
推奨理由

推奨理由の1位は「雰囲気を知りたい」続いて「志望校への意欲向上」「入学後のミスマッチの防止」

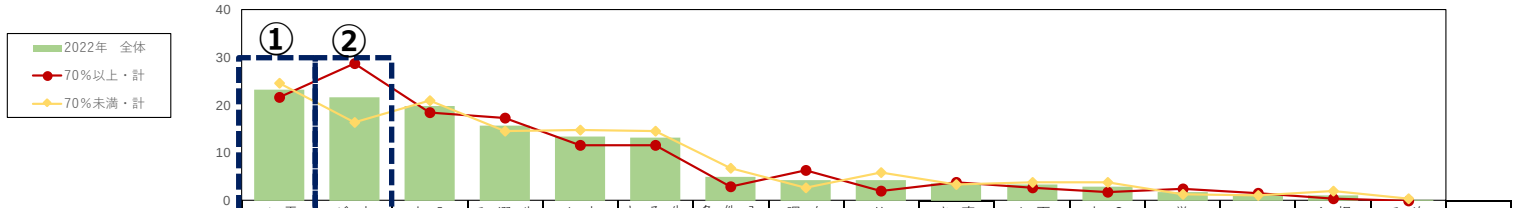
＜データポイント＞

① 大短進学率別に見ると、70%以上層の1位は「志望校への意欲・モチベーション維持・向上のため」28.7%で、70%未満層の同項目16.3%より10ポイント以上高い。

② 一方、70%未満層は1位「雰囲気を知り具体的なイメージを形成するため」24.6%、2位「入学後のミスマッチの防止・齟齬の解消」21.0%で、共に70%以上層よりポイントが高い。進学率によって推奨理由に違いが見られる。

＜オープンキャンパスの推奨理由（オープンキャンパス参加を推奨している高校のうち、自由回答に回答のあった高校／自由回答を類型化集計しランキング化）＞

(%)



		雰囲気を知り具体的なイメージを形成するため	志望校への意欲・モチベーション維持・向上のため	入学後のミスマッチの防止・齟齬の解消	生徒自身が志望校や進路を選択・決定するのに役立てるため	志望校への理解を深めるため	生徒自身の目で確かめられる機会だから・直接見ないとわからないから	入試方法・学費・立地条件・通学事情など具体的な条件を確認するため	自分で進路を考えさせる・調べさせるため	比較検討のため	直接説明を聞ける・質問できる機会だから	面接など入試で役立てるため	OC参加が必須・推奨する大学があるため	学問への興味喚起のため	コロナ禍のため	視野が広がる・選択肢を増やす	次年度の生徒募集につながるため	特になし
2022年　全体	(n= 860)	23.3	21.7	19.9	15.8	13.4	13.3	5.0	4.3	4.3	3.6	3.3	2.9	1.7	1.3	1.2	0.2	0.6
【2022年属性別】																		
設置者別　国公立	(n= 620)	23.1	23.5	19.7	15.3	14.0	12.6	4.5	4.2	4.0	3.4	2.7	2.7	1.6	1.1	1.1	—	0.8
設置者別　私立	(n= 240)	23.8	17.1	20.4	17.1	11.7	15.0	6.3	4.6	5.0	4.2	4.6	3.3	2.1	1.7	1.3	0.8	—
大短進学率別　70%以上・計	(n= 380)	21.6	28.7	18.4	17.4	11.6	11.6	2.9	6.3	2.1	3.9	2.6	1.8	2.4	1.6	0.3	—	1.3
大短進学率別　70%未満・計	(n= 480)	24.6	16.3	21.0	14.6	14.8	14.6	6.7	2.7	6.0	3.3	3.8	3.8	1.3	1.0	1.9	0.4	—

※2022年全体値の降順ソート
※2022年全体　■最も高い項目　■2～5位の項目
※全体値と比較して　■+5pt以上高い／0.0-5pt以上低い

オープンキャンパス
推奨理由

兵庫県/県立/普通科

実際に訪問してこそ分かる学校の施設の充実度や**雰囲気を感じてほしい**から。
また、学校関係者や学生に**直接話を聞く**ことで理解できることを大切にしてほしい。

熊本県/県立/普通科

近隣に上級学校がないので、周囲の環境も含めて見学に行くことで、
学問へのモチベーションを上げたり、志望校を絞り込む一助となる。

熊本県/私立/普通科

個々の**生徒にフィットした進学先の保証**（内容面、学力面等々）のためにも、
志望校となりうる学校には、できる限り出向くことを推奨している。
やはり、**進学後のミスマッチ感から、大学進学後にモチベーションが低下**し、
退学（放学）となる生徒が存在するため。

■アジェンダ

調査概要

調査結果
・オープンキャンパス参加推奨度・推奨理由

考察

考察①

オープンキャンパスへの期待は「比較検討する場」から「志望校への出願意欲を高める場」へ

＜ポイント＞

□ 『雰囲気をつかむ』場として、高校生・高校教員共にOCに期待。

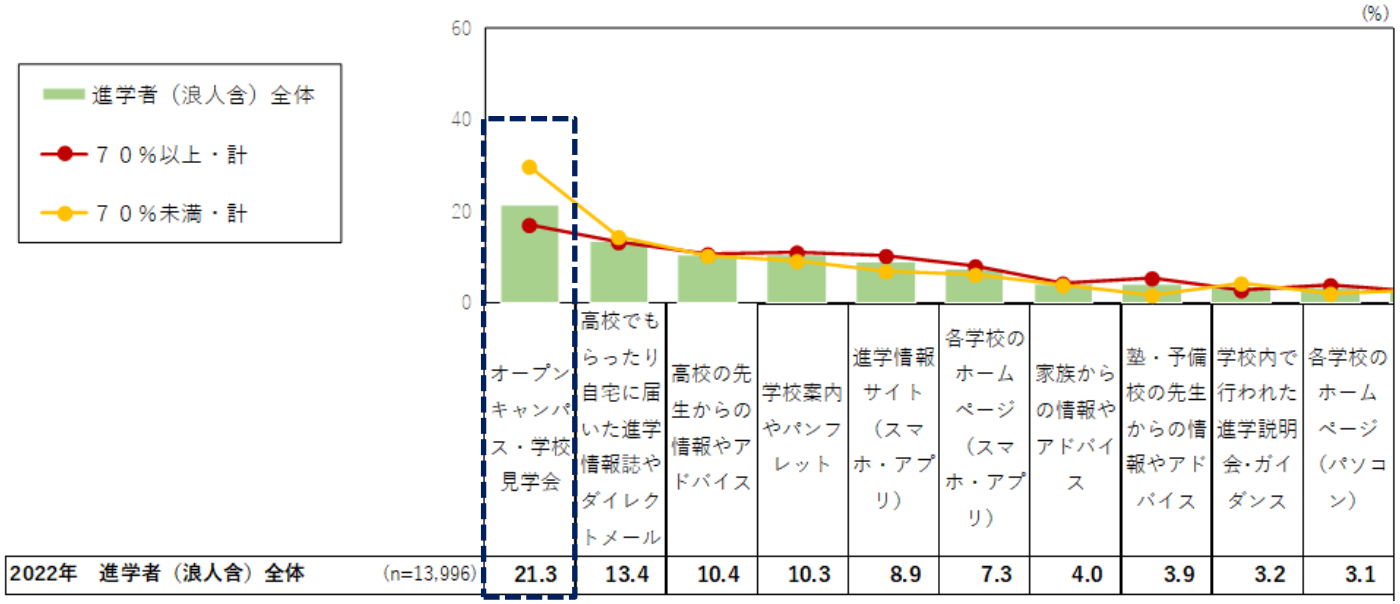
高校生が“進路選択において最も役立った情報源”1位は「オープンキャンパス・学校見学会」。

□ 「比較検討する場」から「志望校への出願意欲を高める場」としての期待が高まる

推奨理由上位には“志望校への意欲を高める”“ミスマッチを防ぐ”“生徒自身が進路を決定”といった、主体的な進路検討を望む項目が並ぶ。一方、下位項目は“比較検討・選択肢拡大”“面接対策”が並ぶ結果となった。このことから、進路指導においてOCは「比較検討する場」ではなく、参加前に志望校についての情報収集をしたうえで「志望校への出願意欲を高める場」として変化してきていることがわかる。

※OC＝オープンキャンパス

＜最も役に立った進路情報源（複数回答）　※進学センサス2022より＞



		オープンキャンパス・学校見学会	高校でもらったり自宅に届いた進学情報誌やダイレクトメール	高校の先生からの情報やアドバイス	学校案内やパンフレット	進学情報サイト（スマホ・アプリ）	各学校のホームページ（スマホ・アプリ）	家族からの情報やアドバイス	塾・予備校の先生からの情報やアドバイス	学校内で行われた進学説明会・ガイダンス	各学校のホームページ（パソコン）
2022年　進学者（浪人含）全体	(n=13,996)	21.3	13.4	10.4	10.3	8.9	7.3	4.0	3.9	3.2	3.1

考察②

「受験に向かうモチベーションを高めたい」進学校、「ミスマッチを防ぎたい」多様校。

＜ポイント＞

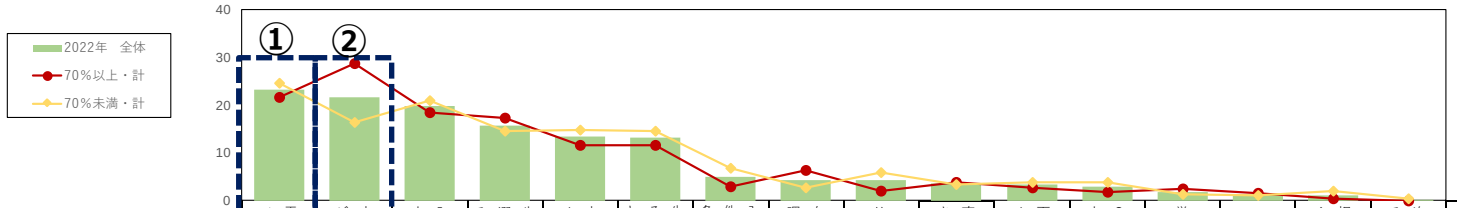
□ 一般入試メインの進学校は「受験へのモチベーションアップ」、

□ 年内入試（総合型・学校推薦型）メインの多様校は「進学後のミスマッチ防止」への期待が高い

18歳人口減少・年内入試へのシフト等の影響を受け、出願校数は減少する一方、第1志望校への進学者は68.3%で年々増加しており、志望校への意欲を高める場としてのOCへの期待はコロナ禍を経ても変わらず高い（「進学センサス2022」）。

＜オープンキャンパスの推奨理由（オープンキャンパス参加を推奨している高校のうち、自由回答に回答のあった高校／自由回答を類型化集計しランキング化）＞

(%)



		雰囲気を知り具体的なイメージを形成するため	志望校への意欲・モチベーション維持・向上のため	入学後のミスマッチの防止・齟齬の解消	生徒自身が志望校や進路を選択・決定するのに役立てるため	志望校への理解を深めるため	生徒自身の目で確かめられる機会だから・直接見ないとわからないから	入試方法・学費・立地条件・通学事情など具体的な条件を確認するため	自分で進路を考えさせる・調べさせるため	比較検討のため	直接説明を聞ける・質問できる機会だから	面接など入試で役立てるため	OC参加が必須・推奨するため	学問への興味喚起のため	コロナ禍のため	視野が広がる・選択肢を増やす	次年度の生徒募集につながるため	特になし
2022年　全体	(n= 860)	23.3	21.7	19.9	15.8	13.4	13.3	5.0	4.3	4.3	3.6	3.3	2.9	1.7	1.3	1.2	0.2	0.6
【2022年属性別】																		
設置者別　国公立	(n= 620)	23.1	23.5	19.7	15.3	14.0	12.6	4.5	4.2	4.0	3.4	2.7	2.7	1.6	1.1	1.1	—	0.8
設置者別　私立	(n= 240)	23.8	17.1	20.4	17.1	11.7	15.0	6.3	4.6	5.0	4.2	4.6	3.3	2.1	1.7	1.3	0.8	—
大短進学率別　70%以上・計	(n= 380)	21.6	28.7	18.4	17.4	11.6	11.6	2.9	6.3	2.1	3.9	2.6	1.8	2.4	1.6	0.3	—	1.3
大短進学率別　70%未満・計	(n= 480)	24.6	16.3	21.0	14.6	14.8	14.6	6.7	2.7	6.0	3.3	3.8	3.8	1.3	1.0	1.9	0.4	—

※2022年全体値の降順ソート

※2022年全体　■最も高い項目　■2～5位の項目

※全体値と比較して　■+5pt以上高い／0.0-5pt以上低い

考察③

キーワードは「納得」「確認」

	これまで		これから
参加のきっかけ	**TOP3ポイントが拮抗** **夏の宿題など受動的な側面も** 1位： 「もともと自分で行こうと思っていた」(35.2%) 2位： 「学校の先生に行くように言われた」(34.1%) 3位： 「学校のホームページを見たので」(31.6%)		**HP検索が約5割で大幅増** **主体的に情報収集し参加** 1位： 「学校のホームページを見たので」(48.5%) 2位： 「学校の先生に行くように言われた」(26.5%) 3位： 「もともと自分で行こうと思っていた」(25.7%)
参加校数	**3.9校**	▲1.0校	**2.9校**
年内入試入学率	**39.1%**	+7.9ポイント	**47.0%**
【高3の7月時点】第1志望校決定時期	**52.1%**	+6.9ポイント	**59.0%**

+17ポイント

▲8ポイント

出典：進学センサス2022 大学進学者

事前に情報収集し、オープンキャンパスは絞って参加。
進路検討は早期化しており、<u>参加で志望校として「納得」「確認」</u>がしたい

入試広報担当者の皆様へのメッセージ

本調査では、コロナ禍を経てもなお
オープンキャンパス参加推奨度は高いことが分かった。

高校教員は「志望校への出願意欲を高める場」として期待。
高校生は**「志望校として納得する場」**に変わりつつあるのではないだろうか。

オープンキャンパス評価も従来の参加人数だけではなく、
「第1志望者参加率」「志望度合いの上昇」など
新しい指標を設計し、コンテンツ全体を見直していく必要があるだろう。

高校・大学の取り組み事例等はHPに掲載しています。
「リクルート進学総研」

リクルート進学総研