

特集

進路の意思決定を科学する

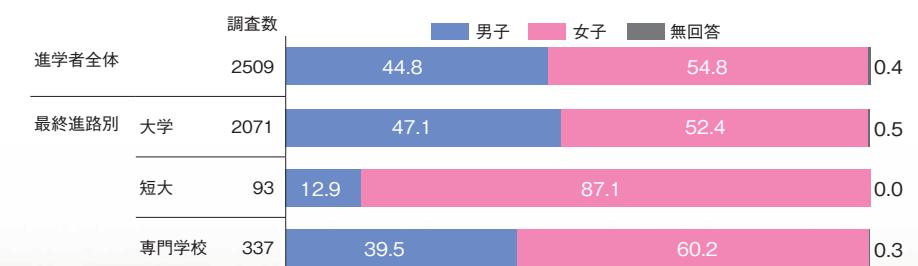
—高校生は何を見て、どう行動しているのか—

高校生達が、いつ、どのような観点で進路を決めているのかを知るために、小誌では1990年代より、『リクルート進学センサス』を実施してきた。高校卒業直後の生徒に、自身の進路選択のプロセスを振り返ってもらうという調査である。社会の変化や様々なステークホルダーやメディアからの情報を通じて変化する、進路選択プロセスを分析するとともに、高校生の変化を捉えたコミュニケーションを実現する大学を取材した。

高校生の進路選択に関する調査(進学センサス2019)について

調査概要

- 調査目的：高校生の進路選択プロセス(行動・意識)を中心に、進路選択に際しての情報源、学校主催イベント、進路指導の内容と影響などを把握し、高校生の進路選択の現状を明らかにする。
- 調査期間：2019年3月18日(月)～4月11日(木)
- 調査方法：質問紙による郵送法
- 調査対象：2019年に高校を卒業した全国の男女5万人
平成30年度学校基本調査の「全日制・本科3年生徒数(県別)、中等教育学校後期課程3年生」を基にリクルートが保有するリストより調査対象とする数を抽出
- 有効回答数：2819人(回答率5.6%)



		調査数	北海道	東北	北関東・甲信越	南関東	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄	無回答
進学者全体	2509	2509	3.2	6.0	9.6	27.4	12.8	2.4	17.8	9.6	10.8	0.4
最終進路別	大学	2071	2.9	5.1	9.7	28.7	13.3	2.4	17.9	8.9	10.7	0.5
	短大	93	3.2	11.8	4.3	18.3	7.5	2.2	23.7	12.9	16.1	-
	専門学校	337	5.0	10.1	10.4	22.0	11.6	2.4	15.7	12.5	10.1	0.3

P4-29 進学センサス2019 分析リポート

P30-41 高校生の意思決定を科学した
大学の取り組み事例

- Case1 桜美林大学
- Case2 神戸女子大学
- Case3 函館大学

P42-43 編集長の視点



進学センサス 2019 分析リポート

Chapter 1

高校生の進路選択行動を俯瞰する

進路選択行動プロセス全体像

志望校を決定するまでの進路選択行動は年々早まっている

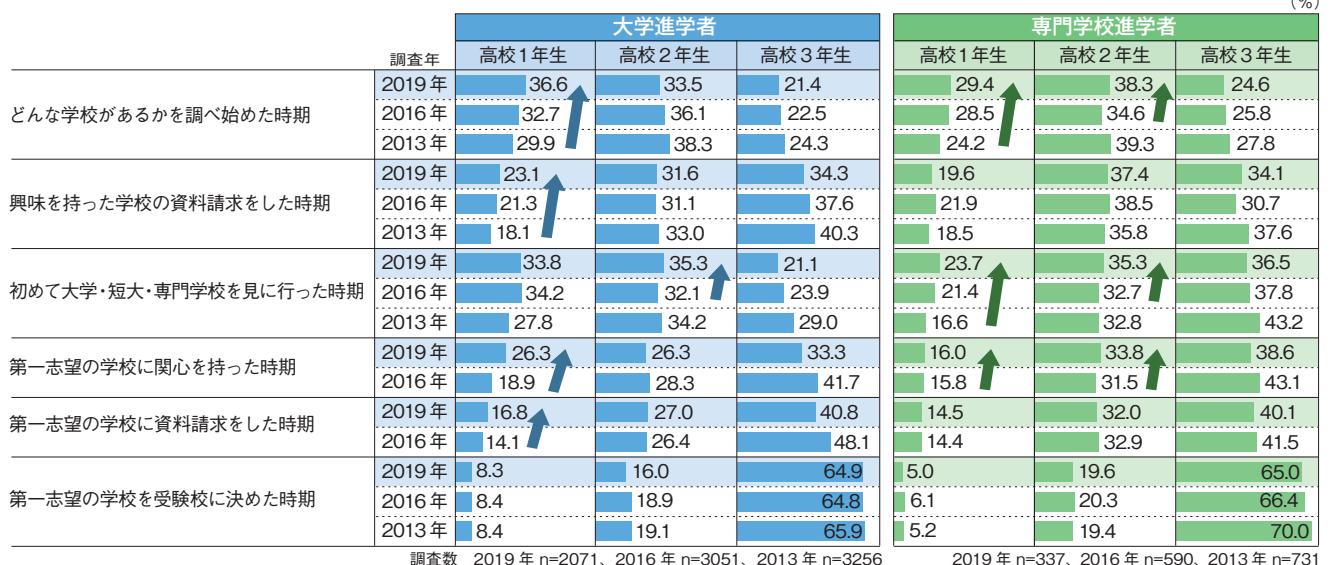
高校生は進路選択において「いつ」「どのような行動」をとっているのだろうか。大学と専門学校進学者の各プロセス行動時期を経年で見てみた(図表1)。単年だとあまり変化を感じないかもしれないが、全体的に行動が早期化していることがよく分かる。

まず大学進学者は、「どんな学校があるかを調べ始めた時期」「興味を持った学校の資料請求をした時期」「第一志望の学校に关心を持った時期」「第一志望の学校に資料請求をした時期」において高校1年時を挙げる割合が増加している。「どんな学校があるかを調べ始めた時期」は2013年:30%→2016年:33%→2019年:37%の割合が14ポイントも高い。「第一志望の学校を受験校に決めた時期」は経年で見ても各学年スコアは大きく変わらず、高校3年時が65%で最も高い。

次に、専門学校進学者については、「どんな学校があるかを調べ始めた時期」「初めて専門学校を見に行った時期」「第一志望の学校に关心を持った時期」において、高校1年時、高校2年

【図表1】進路選択行動プロセスの経年比較(各ステージ単一回答)

全体的に進路選択行動は早期化傾



進路選択行動プロセスと影響メディア

大学進学者は「先生のアドバイス」、専門学校進学者は「オープンキャンパス」の影響が強い。

●大学進学者の進路選択行動

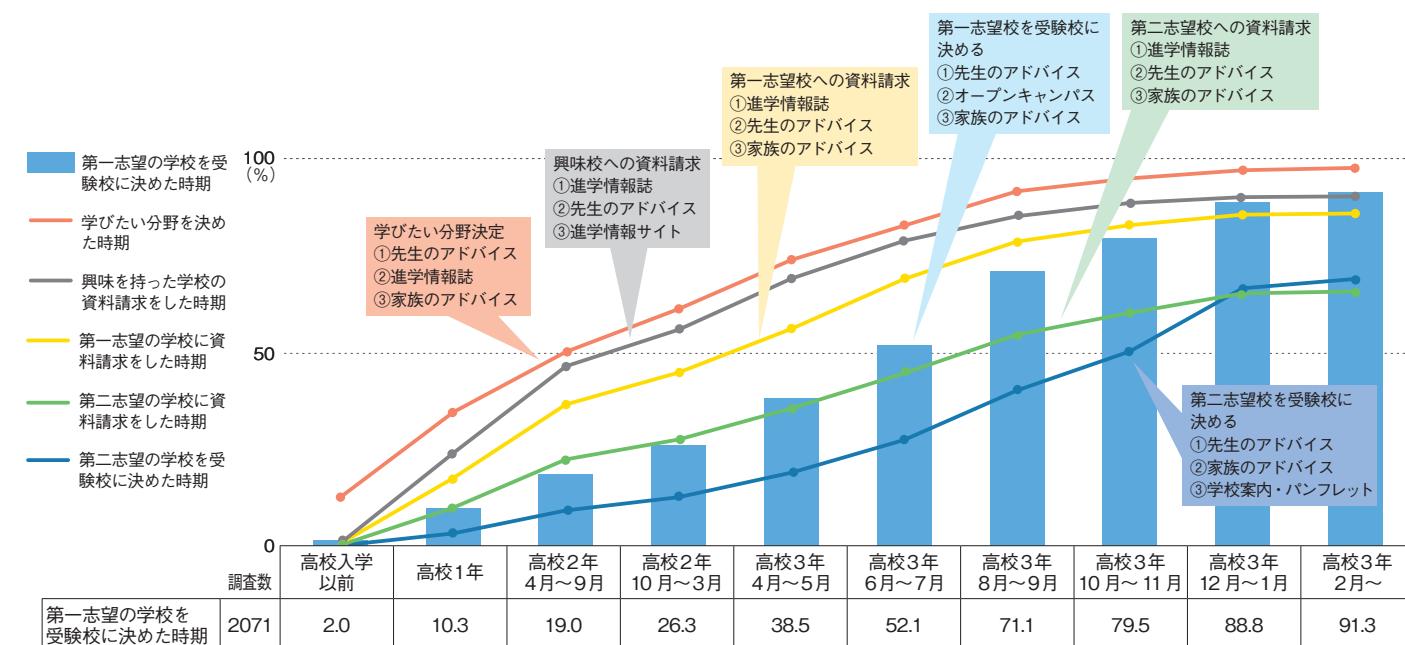
図表2は大学進学者が「第一志望の学校を受験校に決めた時期」を累計したグラフである。各プロセスの行動率が50%を超える時期に、影響を受けたメディアトップ3を吹き出し内に記載した。大学進学者が大きく動き出すのは高校2年の夏で、学びたい分野の決定や興味校への資料請求が半数を超える。これは夏休みを利用してのオープンキャンパス参加を促す指導や秋に実施されることの多い志望校を絞る三者面談に向けて、自分の興味ある分野を考え、興味を持った学校へ資料請求してみようという進路指導が、高校2年の春から夏にかけて行われる影響が大きい。オープンキャンパスや取り寄せたパンフレット等で志望したい学

校の研究を深め、結果第一志望校への関心が高まり、高校2年の秋には半数の高校生が「第一志望校への資料請求」を実施する。高校2年生のうちには、様々な選択肢を思い描いていた志望校検討も、高校3年生になると加速的に本格化する。具体的な学校名を志望順位別に書いて担任の先生に提出、模試結果の返却、そこで一気に受験モードに突入し、夏にかけて志望校の合格のための学習に集中していく。そして、夏には半数が「第一志望校を受験校に決定」、並行して第二志望校の検討が進められ、秋には半数が「第一志望校を受験校に決める」という流れである。

は「先生のアドバイス」と比較検討しやすい「進学情報誌」がトップ2。学内進路説明会開催や業者による進路講演等を活用し、先生からもこの時期はまず自分自身で情報収集する進路指導が実施されており、高校2年生に向けた早期広報と志望校リスト入りは重要である。次に、第一志望の受験校決定のフェーズにおいては「先生のアドバイス」「家族のアドバイス」と「オープンキャンパス」の影響が大きくなる。全体的に大学進学者の進路選択行動においては、先生のアドバイスの影響が強いのが特徴である。高校教員への最新の大学情報、特に入試に関する継続的な情報提供は必須だ。図表にはないが、全体的に女子より男子、進学校より多様校、一般・センター層より

【図表2】第一志望の学校を受験校に決めるまでの、進路選択行動プロセスと影響メディア(大学進学者全体/累計)

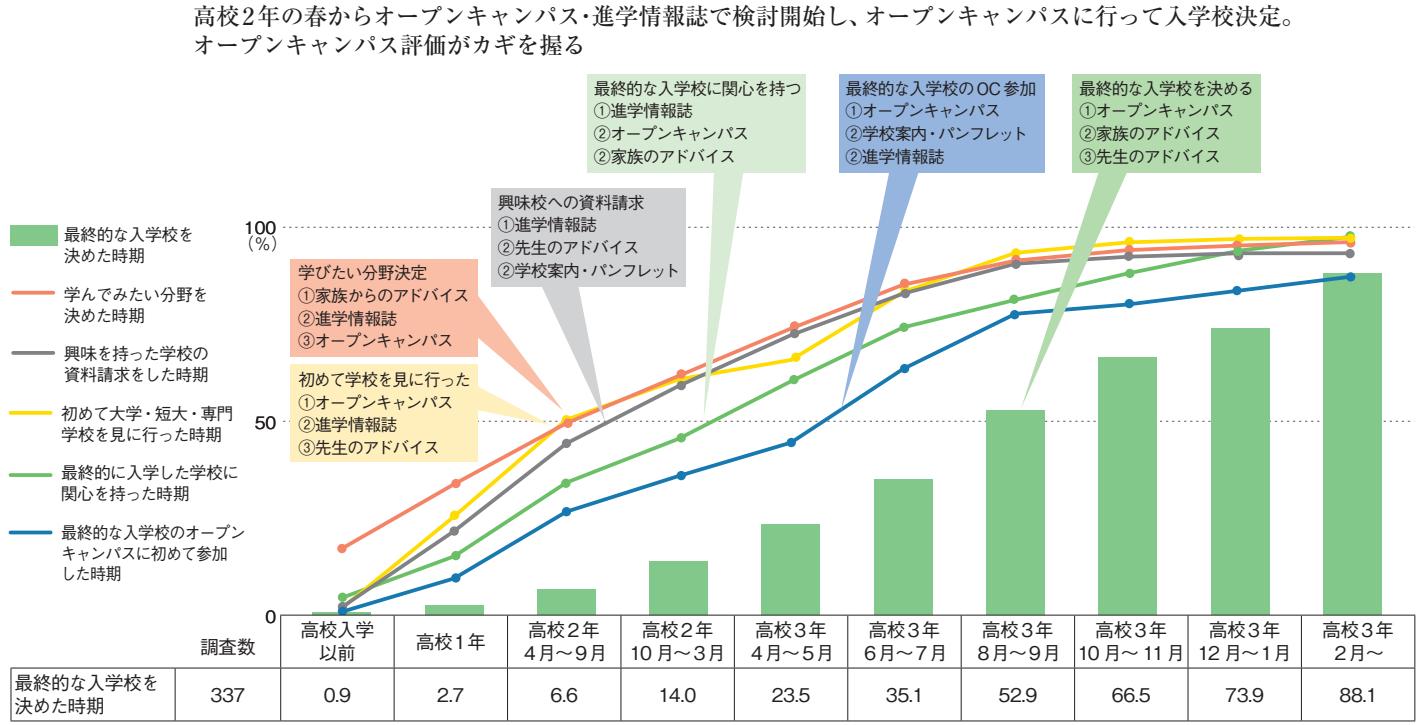
高校2年になるとすぐ進学情報誌で検討開始。受験校は先生に相談して決定する



AO・推薦入試層のほうは、先生の影響が強い傾向がある。また、女子はメディア利用率が高く、特に「オープンキャンパス」「学校案内・パンフレット」の影響が大きい。一方男子は、「友人・先輩」「塾・予備校」等、周囲の人からのアドバイスを聞く傾向がある。

大学進学者にとって先生のアドバイスはよりどころである。しかしながら、先生から十分なアドバイスが受けられなかつたという声も散見される(右ページフリーコメント)。一方、進路指導担当の先生からは「大学の分厚い書類を読み込む時間がない。学校の特色と入試について簡潔にまとまつたものを作成してほしい」という悲鳴も上がっている。教育改革まったくなかにあって、混乱する高校生と高校教員に向け“分かりやすい”“特色が明確化された”情報提供が大学の責務だろう。

【図表3】最終的な入学校を決めるまでの、進路選択行動プロセスと影響メディア(専門学校進学者全体/累計)



●専門学校進学者の進路選択行動

図表3は専門学校進学者が「最終的な入学校を決めた時期」を累計したグラフである(吹き出しの定義は図表2と同じ)。専門学校進学者が大きく動き出すのは、大学と同じく高校2年の夏で、学びたい分野の決定、興味校への資料請求、初めての学校見学が半数を超える。その後高校2年の秋にかけて「最終的な入学校に関心を持つ」が半数を超えてくる。高校3年生となり、オープンキャンパス参加を経て、高校3年の夏に「入学校決定」が半数を超えるのは、大学進学者の「第一志望校の受験校決定」と同じ流れである。しかし、数値を見ると、高校3年夏時点での専門学校進学者の「入学校決定」53%に対して、同時期大学進学者の「第一志望校の受験校決定」は71%で、「入学したい学校を決定している」割合は専門学校進学

者のが低い。専門学校では早期アプローチを強化しているが、フリーコメントにもあるように、分野によっては秋以降も大学進学と校種選択に悩んでいる高校生がいることが分かった。

影響メディアに関しては、分野決定と入学校の学校研究時は「進学情報誌」を利用し、オープンキャンパスに行って入学校決定という流れが一般的なようだ。大学と違い、学びたい分野や資格・就職を重視しており、偏差値のような共通した選択軸がないため実際にオープンキャンパスに参加して、キャンパスの雰囲気、施設設備、先生・在校生の話を聞いて決定していくのが特徴と言えそうだ。専門学校においては、高い評価につながるオープンキャンパスの内容の検討とオープンキャンパスでの高い評価の獲得がカギとなる。

大学と専門学校を比較して見えたのは、進路選択行動時期は高校での進路指導の影響もありほぼ同じ流れだが、その選択に与える影響度が異なっていることである(図表4)。受験校・入学校決定フェーズでは、大学は「先生のアドバイス」(25%)>「オープンキャンパス」(14%)>「家族のアドバイス」(13%)、専門学校は「オープンキャンパス」(26%)>「家族のアドバイス」(17%)>「先生のアドバイス」(11%)となっている。高校生に影響を与えていた因子を意識したコミュニケーション設計が有効と言えそうだ。

フリーコメント

【進路検討時に困ったこと】

■大学進学者

- はじめての受験で、色々な入試方法がある事を知らなかった。学校の先生からのアドバイスがなく困った。塾の先生のアドバイスがなかったら第一希望に入れなかった。
- A Oについて学校の先生はあまり勧めないと言っていたので選択肢から外してしまったが、もっと情報を集めたかった。
- 新学部のため情報が少なく、また先生や先輩の話も聞けなかったため、学校パンフレットなどから判断するしかなかったこと。
- 情報源が多すぎて何を信頼したら良かったのか。
- 部活動の影響で、オープンキャンパスなどにあまり参加することができず、少ない選択肢の中で選ばなくてはいけなかった。

■専門学校進学者

- 専門学校の選択をする時、進学校の高校で大学受験を勧められていたため、専門学校を選択していいか悩んだ。
- 看護系に進むことは決めていたが、専門学校にするべきか、大学にするべきか、情報集めに困った。
- デザインを学びたいことは明確だったが、大学に行くか専門学校に行くか非常に迷った。

【図表4】進路選択行動プロセスと影響メディア(各該行動該当者/各複数回答)

大学進学者	調査数	進路選択行動プロセス別 影響メディア TOP3		
		①	②	③
学んでみたい分野を決めた時期	2021	高校の先生からの情報やアドバイス	17%	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
興味を持った学校の資料請求をした時期	1871	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	30%	高校の先生からの情報やアドバイス
第一志望の学校に資料請求をした時期	1777	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	20%	高校の先生からの情報やアドバイス
第一志望の学校を受験校に決めた時期	1889	高校の先生からの情報やアドバイス	25%	オープンキャンパス・学校見学会
第二志望の学校に資料請求をした時期	1365	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	21%	高校の先生からの情報やアドバイス
第二志望の学校を受験校に決めた時期	1429	高校の先生からの情報やアドバイス	24%	家族からの情報やアドバイス
			13%	学校案内やパンフレット

専門学校進学者	調査数	進路選択行動プロセス別 影響メディア TOP3		
		①	②	③
学んでみたい分野を決めた時期	324	家族からの情報やアドバイス	19%	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
興味を持った学校の資料請求をした時期	314	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	25%	高校の先生からの情報やアドバイス
初めて専門学校を見に行った時期	328	オープンキャンパス・学校見学会	20%	学校案内やパンフレット
最終的な入学校に関心を持った時期	329	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	17%	オープンキャンパス・学校見学会
最終的な入学校のオープンキャンパスに初めて参加した時期	294	オープンキャンパス・学校見学会	19%	家族からの情報やアドバイス
最終的な入学校を決めた時期	297	オープンキャンパス・学校見学会	26%	高校の先生からの情報やアドバイス

進路先を検討するときの重視項目

男子は就職、女子は校風や雰囲気をより重視

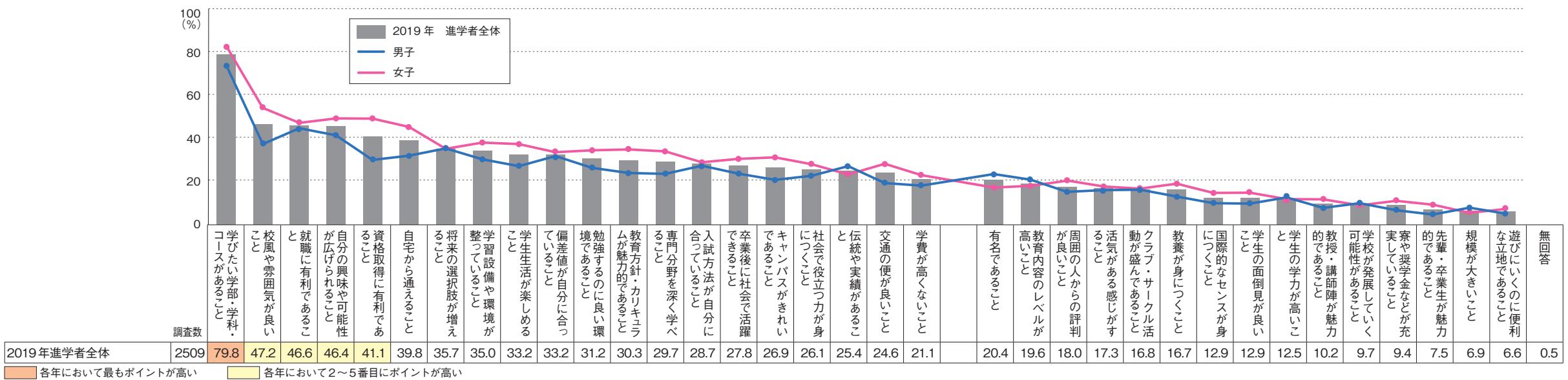
志望校検討時に重視することトップ3は「学びたい学部・学科・コースがあること」(80%)、「校風や雰囲気が良いこと」(47%)、「就職に有利であること」(47%)となった(図表5)。「学びたい学部・学科・コースがあること」は、調査開始以降不動の1位であり、学校

を検討するときの前提条件ともいえる。既存学部改組、新增設等が毎年各学校で多く行われているが、激しい社会環境の変化を受け、学問の人気（卒業後の就職環境）も常に変動しており、継続的な高校生への発信は重要である（216号「学部・学科トレンド」）。

2019」参照)。進路別では、専門学校は2位「資格取得に有利であること」(61%)、3位「専門分野を深く学べること」(54%)で、専門分野を学んで資格取得し就職したいという意思が顕著である。また「自宅から通えること」「寮や奨学金

【図表5】進学先検討時の重視項目(進学者／複数回答)

進学先検討時に最も重視するのは「学びたい学部・学科・コースがあること」。調査開始以降、不動の1位



最終進路別	大学	2071	80.4	47.9	45.0	46.6	36.6	38.6	36.7	34.3	33.9	36.2	31.9	30.8	25.4	29.8	26.8	27.9	25.7	26.0	23.8	20.3		23.3	21.3	19.6	17.3	19.4	17.6	14.1	12.5	14.3	10.1	10.2	7.9	7.0	7.7	6.8	0.4
		93	78.5	49.5	59.1	55.9	69.9	51.6	34.4	45.2	30.1	32.3	28.0	36.6	37.6	35.5	33.3	31.2	32.3	21.5	31.2	21.5		10.8	8.6	18.3	21.5	9.7	16.1	4.3	16.1	1.1	8.6	9.7	12.9	12.9	1.1	7.5	—
		337	76.6	42.4	53.7	42.4	60.5	44.8	30.3	36.5	30.0	15.7	28.5	25.5	54.3	19.6	32.3	19.3	26.7	23.1	27.6	25.5		5.9	12.5	8.9	16.6	3.3	11.0	7.4	14.2	4.7	11.6	6.5	17.2	9.5	3.3	5.0	0.9
高校所在エリア別	北海道	60	70.0	51.7	51.7	41.7	15.0	41.7	38.3	38.3	30.0	30.0	28.3	35.0	33.3	28.3	38.3	21.7	36.7	23.3	16.7	18.3		13.3	35.0	18.3	18.3	21.7	15.0	10.0	16.7	8.3	10.0	8.3	10.0	8.3	3.3	5.0	—
	東北	105	81.9	41.0	48.6	38.1	12.4	30.5	36.2	30.5	34.3	30.5	29.5	30.5	19.0	18.1	21.0	24.8	21.0	25.7	17.1	16.2		16.2	27.6	15.2	16.2	18.1	12.4	8.6	10.5	7.6	8.6	8.6	8.6	4.8	8.6	—	
	北関東・甲信越	200	85.0	45.5	48.5	43.5	25.0	37.0	36.0	36.5	42.5	37.0	34.0	25.0	28.5	26.5	25.0	19.0	25.5	28.5	20.0	19.5		21.5	21.5	15.0	24.0	16.0	16.0	11.0	11.5	11.5	8.0	9.0	9.0	7.0	3.5	7.5	0.5
	南関東	595	80.5	54.5	49.4	49.1	57.8	38.5	36.8	37.6	36.8	34.6	34.3	33.9	30.8	36.0	30.4	30.9	26.9	26.4	34.3	28.9		23.7	12.8	22.4	18.8	19.5	18.8	15.6	15.6	15.1	11.9	13.9	5.7	6.9	7.1	7.9	0.3
	東海	275	81.5	43.6	40.0	45.5	34.9	34.2	36.7	37.5	29.1	30.2	30.9	28.0	33.8	27.6	22.9	26.2	22.5	22.5	19.3	24.7		20.4	19.3	19.6	18.9	13.8	15.6	12.4	10.5	13.1	8.7	6.5	9.1	8.4	6.9	4.4	0.7
	北陸	49	87.8	46.9	53.1	40.8	16.3	34.7	36.7	46.9	36.7	36.7	34.7	51.0	32.7	22.4	30.6	32.7	30.6	28.6	16.3	26.5		20.4	26.5	24.5	28.6	20.4	24.5	20.4	20.4	22.4	6.1	8.2	10.2	8.2	6.1	4.1	—
	関西	370	77.3	44.9	44.3	42.2	48.1	36.8	32.7	34.3	31.6	33.0	29.2	28.6	30.0	26.2	22.2	23.2	22.2	23.8	24.9	22.4		19.5	18.1	21.1	20.5	16.8	16.8	19.2	15.7	11.1	12.4	8.6	5.9	9.2	7.8	7.0	0.5
	中国・四国	185	78.9	44.9	44.3	37.8	17.8	33.0	33.5	36.8	33.5	36.8	30.3	24.3	29.7	21.1	25.9	25.9	25.9	25.9	21.6		24.9	32.4	20.5	18.4	18.9	19.5	15.1	11.4	10.8	8.1	10.3	9.2	8.1	8.1	6.5	1.1	
	九州・沖縄	222	82.0	47.7	47.3	50.5	29.3	41.0	45.0	33.8	34.2	35.6	33.8	35.6	27.5	23.4	32.4	23.9	31.1	26.1	17.6	17.1		21.6	26.6	14.4	16.7	18.0	17.1	10.8	16.2	11.3	9.9	9.9	12.2	6.8	9.9	6.8	—
男女別	男子	1125	74.8	37.9	45.3	42.0	30.5	32.5	35.9	30.8	27.6	32.3	26.8	24.4	24.0	27.8	24.1	21.2	23.1	27.6	19.7	18.5		23.9	21.3	15.6	16.4	16.6	13.4	10.3	10.1	13.0	8.1	10.3	7.0	5.0	8.2	5.4	0.4
	女子	1374	83.8	54.8	47.8	49.9	49.8	45.9	35.7	38.6	37.9	34.1	35.0	35.4	34.5	29.4	31.0	31.7	28.5	23.7	28.7	23.4		17.6	18.4	20.0	18.1	17.1	19.4	15.1	15.2	12.2	12.1	9.3	11.4	9.6	5.8	7.6	0.5
入試方法別	一般・センター・計	1263	79.3	45.8	44.7	44.9	33.7	35.6	35.9	32.8	32.6	41.8	33.3	29.0	24.8	31.0	26.0	25.7	25.0	27.3	24.3	26.2		25.7	25.3	21.9	16.5	16.9	17.7	14.0	12.2	17.4	8.9	10.1	8.9	6.0	8.9	7.3	0.5
	AO・推薦入試・計	1129	81.1	49.7	49.6	48.7	49.6	44.7	36.2	37.5	34.6	24.5	29.7	31.4	35.3	26.3	30.1	28.4	28.0	24.3	24.4	15.9		15.1	14.0	14.4	18.4	16.7	15.9	11.8	13.9	7.3	11.3	9.3	9.9	8.9	5.0	5.9	0.4

などが充実していること」の割合も進学者全体より高く、経済面を気にしながら検討している様子がうかがえる。

入試方法別では、AO・推薦入試層は「資格取得に有利であること」「専門分野を深く学べること」の割合が高く、一方、一般・センター層は「偏差値が自分に合っていること」「有名であること」「教育内容のレベルが高いこと」と「学費が高くないこと」が高い。小値が必須の一般・センター層は併願する高校生も多いことから、偏差値・知名度・費用面など比較しやすい項目より重視している。

男女別でも、1位は「学びたい学部学科・コースがあること」と同じだが、2位以降に違いが見られる。男子は

論文や面接等を通して、学校とのマッチングを評価されるAO・推薦入試層は学ぶ内容・資格等を重視し、学力評価が必須の一般・センター層は併願する高校生も多いことから、偏差値・知名度・費用面など比較しやすい項目をより重視している。

男女別でも、1位は「学びたい学部・学科・コースがあること」と同じだが、2位以降に違いが見られる。男子は

位「就職に有利であること」(45%)であるのに対して、女子は「校風や雰囲気が良いこと」(55%)となっている。特に「校風や雰囲気が良いこと」の男女差は大きく、女子のほうが17ポイントも高く、言語化の難しい校風や雰囲気を重視する傾向にある。

- 「校風や雰囲気」はオープンキャンパスで感じる

では、その校風や雰囲気は何かから感じるのだろうか。進学センサス2019では初めて聞いた(図表6)。答えは圧倒的に「オープンキャンパス・学校見学」(80%)だ。2位「学校案内やパンフレット」(44%)、3位「学校のホームページ」(36%)と比べるとスコアは約2倍である。短大と専門学校においては、9割前後がオープンキャンパスで「校風や雰囲気」を感じると回答している。「校風や雰囲気」を感じる場として、ここまでオープンキャンパス支持が高いことは筆者自身も驚きであったが、オープンキャンパス参加が当たり前となっている昨今、オープンキャンパスの評価が志願に直結する1

つの重要指標となっていることは間違いないなさそうである。オープンキャンパス評価についてはChapter2で後述したい。

エリア別に見ると、大都市圏以外では「学校案内やパンフレット」「学校のホームページ」が高い傾向がある。遠方のオープンキャンパスに直接行くことがなかなか難しい環境であることから、相対的に高くなっていると考えられる。学校案内はデジタルパンフレットが多くの学校で閲覧できる

ようになった。また、オンラインによるバーチャルオープンキャンパス等、これからも高校生に「学校の雰囲気」を感じてもらうための様々な工夫が検討されていくだろう。

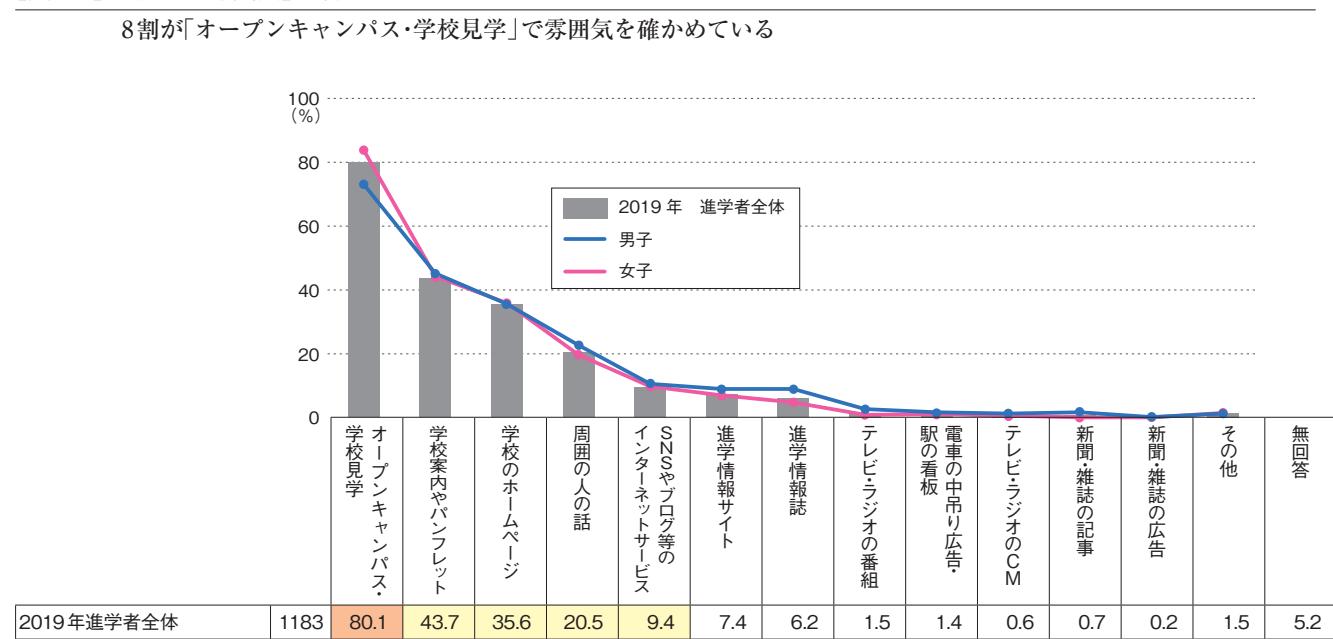
入試方法別では、AO・推薦入試層の「オープンキャンパス・学校見学」割合

が高い。これはAO・推薦入試層のオープンキャンパス参加率・参加校数が高いことと相関している(図表9、11)。

このように高校生は様々な観点で、自分の志望校検討を真剣に進めているが、何を学びたいのか、自分が興味の持てることは何なのか、社会とどう

関わりたいのか、将来の選択肢が具体的に思い浮かばない、と悩んでいる高校生も多いのではないだろうか。このような高校生の複雑な心理と行動に寄り添って、様々な取り組みをされている桜美林大学を事例校として紹介している。ぜひご覧頂きたい。

【図表6】「校風や雰囲気」はなぜ感じるか(「校風や雰囲気が良いこと」重視者／複数回答)



2019年進学者全体		1183	80.1	43.7	35.6	20.5	9.4	7.4	6.2	1.5	1.4	0.6	0.7	0.2	1.5	5.2
各年において最もポイントが高い																
最終進路別	大学	991	78.5	44.2	36.3	21.5	9.6	8.3	6.6	1.8	1.5	0.5	0.6	0.2	1.7	4.9
	短大	46	91.3	41.3	30.4	21.7	6.5	2.2	4.3	—	—	2.2	—	—	—	6.5
	専門学校	143	87.4	42.0	32.2	13.3	9.1	2.8	4.2	—	1.4	1.4	0.7	—	0.7	6.3
高校所在エリア別	北海道	41	78.0	51.2	41.5	19.5	12.2	7.3	4.9	—	—	—	—	—	2.4	4.9
	東北	70	75.7	50.0	41.4	22.9	11.4	7.1	10.0	1.4	1.4	—	1.4	1.4	—	7.1
	北関東・甲信越	111	73.0	55.0	47.7	15.3	11.7	10.8	7.2	1.8	2.7	4.5	1.8	—	2.7	6.3
	南関東	397	84.9	43.6	35.5	22.2	8.8	8.8	6.5	1.8	1.3	—	0.8	0.3	0.8	3.0
	東海	144	75.0	40.3	29.9	15.3	9.0	5.6	4.9	—	2.8	0.7	0.7	—	1.4	7.6
	北陸	30	76.7	40.0	43.3	33.3	10.0	10.0	13.3	3.3	—	3.3	3.3	—	3.3	3.3
	関西	231	81.0	39.8	32.0	21.6	10.0	7.8	5.2	1.7	0.9	0.9	0.4	—	1.7	4.8
	中国・四国	111	79.3	45.9	34.2	23.4	9.0	6.3	4.5	2.7	—	—	—	—	2.7	3.6
	九州・沖縄	130	76.9	47.7	34.6	20.8	13.8	5.4	7.7	1.5	1.5	1.5	—	—	—	8.5
男女別	男子	480	73.1	45.2	35.6	22.7	10.6	9.0	9.0	2.7	1.7	1.3	1.7	0.2	1.3	6.0
	女子	785	83.8	44.3	35.9	19.7	9.8	7.0	4.8	0.9	1.1	0.6	0.1	0.1	1.5	4.5
入試方法別	一般・センター・計	578	70.4	48.6	39.8	24.7	10.6	9.9	7.6	2.2	1.6	0.3	1.0	0.3	1.7	5.7
	AO・推薦入試・計	561	89.1	39.6	32.3	16.6	8.4	5.0	4.6	0.7	1.4	0.9	0.2	—	1.2	4.5

■2019年進学者全体より5ポイント以上高い

■2019年進学者全体より5ポイント以上低い

※「2019年進学者全体」の降順ソート

進学するメリットと不安

大学は「選択肢の広がり」、短大は「2年で卒業」、専門学校は「特定の業種・業界」がメリット

大学・短大・専門学校、それぞれの進学者が考える「進学するメリット」について比較した(図表7)。

まず大学進学者はトップが「将来の選択肢が広がる」(80%)、2位「少なくともどこかに就職できる可能性が高くなる」(78%)、3位「有名企業や大手企業に就職できる可能性が高くなる」(77%)、5位「幅広い教養を身につけられる」(74%)といった、可能性を広げておきたい、やりたいことは今決めず、在学中に見つけたいという気持ちがうかがえる。さらに4位には「学生生活が楽しめる」(75%)が入り、楽しいキャンパスライフが送れそうだという期待感が醸成できるかも選ばれるポイントとなっているようだ。

短大進学者は2位「自分のやりたい専門分野の勉強に集中できる」(76%)、専門学校は上位項目全て8割以上と大学、

3位「自分の目指す仕事・職種につける」(68%)で、大学と違って専門の仕事・職種にに対しての意識が高い。1位、4位、5位は短期間での卒業、就職がランクインしており、2年集中して専門性を高め、それを活かして就職したいという明確なビジョンを持って進学している。

専門学校進学者は1位「自分のやりたい専門分野の勉強に集中できる」(91%)、続いて「自分の目指す仕事・職種につける」(88%)、「特定の業種・業界に就職しやすい」(82%)、「そこでしか学べない内容がある」(81%)と、やりたい専門分野の勉強、特定の業種への就職、そこでしか学べない、といった入学前からスペシャリスト志向が高く、手に職をつけたいという高校生が選択している。全体的なスコアを見てみると、専門学校は上位項目全て8割以上と大学、

短大と比べてポイントが高い。専門学校進学者は多くのメリットを感じて入学しており、学校が教育の特色・魅力が伝わるように努力されている結果といえるのではなかろうか。

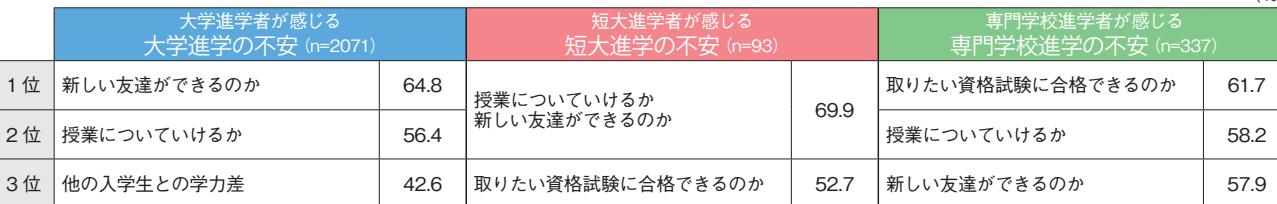
●不安なことは「友達と授業」

大学、短大、専門学校進学者の「入学するにあたっての不安」も見ておきたい(図表8)。新しい環境に飛び込む不安から、「新しい友達ができるだろうか」「授業についていけるだろうか」という声が共通して聞かれる。一方で、専門性への意識が高い短大、専門学校は「取りたい資格試験に合格できるだろうか」(短大 53%、専門学校 62%)と大学 37%より 15 ポイント以上高く、資格試験合格に向けてのサポート体制は重要である。

【図表7】大学・短大・専門学校進学のメリット(進学者/複数回答)



【図表8】大学・短大・専門学校に入学するにあたって不安に感じていること(進学者/複数回答)



早期に魅力を「体感」する高校生

学校主催のオープンキャンパス参加状況

95%が参加するオープンキャンパス。参加時期はさらに早期化、校数は3.8校で増加傾向

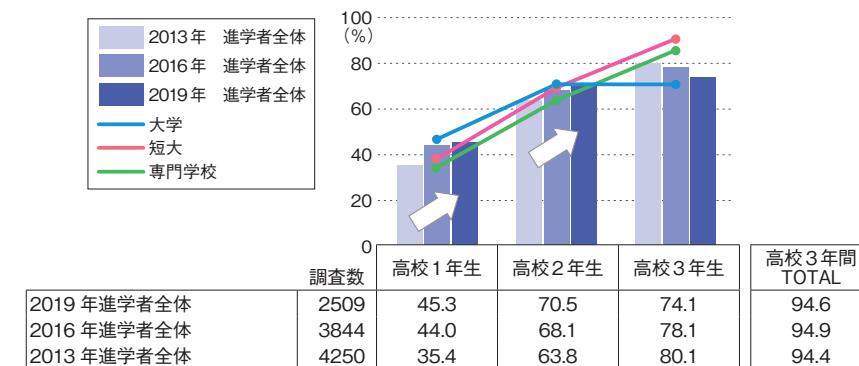
参加率95%となり参加することが当たり前となったオープンキャンパスは高校生にとっても大学にとっても重要なイベントとなっている(図表9)。年々早期の参加が増加しており、高校1年時(35%→44%→45%)、高校2年時(64%→68%→71%)と増加しており、高校2年時の参加率は調査開始以来初めて7割を超えた。一方高校3年時の参加率は(80%→78%→74%)と2回連続減少している。

男女別に見ると、全ての学年で女子が男子を10ポイント以上上回っており、女子のほうがオープンキャンパス参加に積極的である。入試方法別に見ても参加時期に差がある。一般・センター層は、高校1年時49%、高校2年時72%と高く、高校3年時は62%と低く、早期での参加に積極的である。逆に、AO・推薦入試層は高校1、2年時の参加率が低く、高校3年時に約9割が参加している。一般・センター層へのオープンキャンパスに関するアプローチは早期のほうが有効と思われる。

参加時期が早期化している要因は何か。参加したきっかけは、「もともと自分で行こうと思っていたので」35%がトップ、ついで「学校の先生から行くように言われたので」32%と続く。「学校の授業・宿題だったので」(16%→17%→21%)は2回連続増加

【図表9】学年別学校主催イベント参加経験(各学年单一回答)

高校2年生での参加は7割を超えた

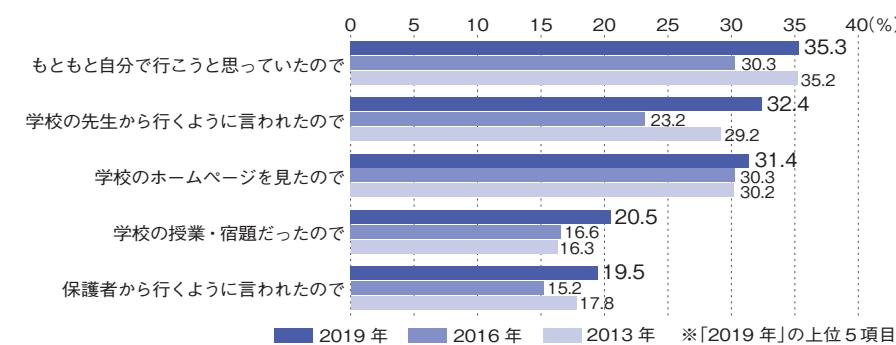


【2019年属性別】

最終進路別	大学	47.3	71.5	71.4	93.9
最終進路別	短大	38.7	69.9	91.4	100.0
最終進路別	専門学校	35.0	64.4	86.4	97.3
高校所在エリア別	北海道	98	23.5	57.1	57.1
高校所在エリア別	東北	177	53.7	65.0	68.4
高校所在エリア別	北関東・甲信越	269	48.0	72.5	73.6
高校所在エリア別	南関東	761	52.7	76.6	78.3
高校所在エリア別	東海	345	35.9	67.5	69.6
高校所在エリア別	北陸	68	36.8	66.2	61.8
高校所在エリア別	関西	518	44.0	67.0	74.1
高校所在エリア別	中国・四国	271	45.0	66.8	65.7
高校所在エリア別	九州・沖縄	301	33.6	59.5	63.5
男女別	男子	1299	38.8	62.1	64.5
男女別	女子	1509	49.3	74.6	77.4
入試方法別	一般・センター・計	1263	49.2	71.8	61.6
入試方法別	AO・推薦入試・計	1129	41.4	68.9	88.1

【図表10】学校主催イベントに参加したきっかけ(進学者/複数回答)

学校の宿題として参加を推奨している高校も多い



しており、高校での進路指導の影響は大きそうだ(図表10)。早期のオープンキャンパス参加により、受験に向かうモチベーションを高めるとともに、志望校を見る視点を育成し、入学前後のミスマッチを防ごうとする高校側の狙いもあるのではないか。

平均参加校数は3.8校(図表11)。複数校参加する高校生が8割を超えており、5校以上参加率は、26%→28%→31%と経年増加している。高校所在エリア別に見ると、大都市圏(南関東

5.1校、東海 3.6校、関西 3.8校)の参加校数が相対的に高い。エリア内の学校数、及びアクセスの問題が大きいと考えられる。最近では、IT技術の進展もありバーチャルオープンキャンパスやツアーや実施し、オンライン上でコミュニケーションのとれる学校が増えている。東京大学でも今年からオープンキャンパスの学部説明会のライブ配信を開始した。遠方に住む高校生に対して、新たなオープンキャンパス参加の形が提供され、距離や時間

の問題で参加できないという「不」を解消している。

図表にはないが、同伴者については「友達と参加」(2016年:58%→2019年:59%)、「保護者と参加」(2016年:44%→2019年:52%)で、共に前回より増加している。男女別に見ると、保護者との同伴率が女子62%と男子40%より20ポイント以上高い。女子の参加率が高い学校においては、保護者向け情報提供の検討・充実が必要だろう。

【図表11】学校主催イベント参加校数(単一回答)

平均参加校数3.8校、大都市圏での参加校数が特に増加

	1校	2校	3校	4校	5校以上	無回答	平均参加校数
2019年進学者全体 (n=2373)	16.6	20.2	18.5	12.9	30.7	1.1	3.8
2016年進学者全体 (n=4063)	18.7	21.6	18.6	11.6	27.9	1.6	3.6
2013年進学者全体 (n=4561)	19.2	22.0	18.7	12.6	25.6	1.8	3.6
【2019年属性別】							
最終進路別 大学 (n=1944)	16.0	20.0	18.9	12.4	31.3	1.1	3.9
最終進路別 短大 (n=93)	16.1	21.5	11.8	10.8	38.7	1.1	3.9
最終進路別 専門学校 (n=328)	19.5	20.1	18.0	16.5	24.7	1.2	3.5
高校所在エリア別 北海道 (n=68)	30.9		35.3	7.4	13.2	11.8	1.5
高校所在エリア別 東北 (n=146)	19.2	26.0	18.5	12.3	21.9	2.1	3.2
高校所在エリア別 北関東・甲信越 (n=232)	12.9	20.7	21.1	16.8	28.4	0.0	3.6
高校所在エリア別 南関東 (n=663)	8.9	12.5	16.7	11.5	49.3	1.1	5.1
高校所在エリア別 東海 (n=300)	19.7	18.3	22.0	12.3	26.7	1.0	3.6
高校所在エリア別 北陸 (n=54)	24.1	18.5	29.6	9.3	18.5	0.0	3.0
高校所在エリア別 関西 (n=426)	14.3	20.9	17.4	14.8	31.2	1.4	3.8
高校所在エリア別 中国・四国 (n=224)	21.9	24.1	21.0	12.5	18.3	2.2	3.1
高校所在エリア別 九州・沖縄 (n=250)	29.2		30.4	16.4	11.6	11.6	0.8
男女別 男子 (n=1038)	22.5	24.0	17.0	11.5	23.4	1.6	3.3
男女別 女子 (n=1326)	12.1	17.3	19.6	14.0	36.4	0.7	4.2
入試方法別 一般・センター・計 (n=1169)	18.7	21.6	18.4	13.3	26.7	1.2	3.6
入試方法別 AO・推薦入試・計 (n=1097)	14.0	19.0	18.7	12.1	35.1	1.1	4.1

進学先のオープンキャンパス参加状況

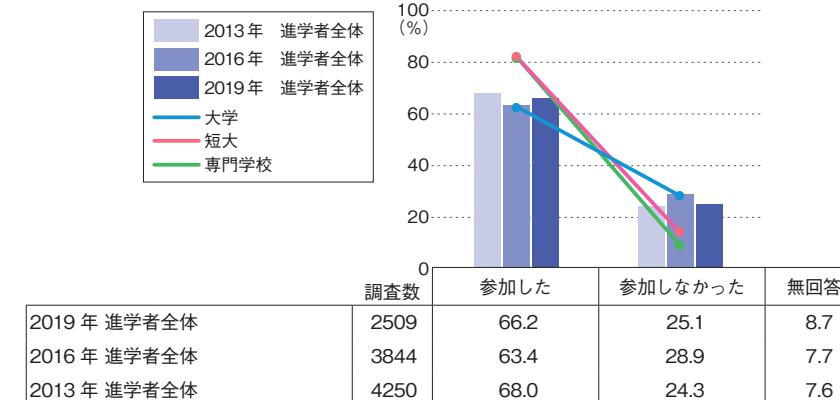
進学先オープンキャンパスへの参加は66%。25%は参加せず入学している

オープンキャンパス参加率は95%とほぼ全員が参加するイベントとなっているが、実際に自分が進学した学校のオープンキャンパスの参加状況は66%、不参加は25%と4人に1人は参加せずに入学していることが分かった(図表12)。進路別参加率を見てみると、大学63%、短大83%、専門学校82%と圧倒的に大学の参加率が低い。受験勉強が本格化する前の高2参加率が増加していることで、その時点では志望校に挙がっていなかった大学に突然に出願することになっていると考えられる。図表にはないが、大学進学者の不参加理由は「受験することを決めた時期が遅かったから」48%、「志望順位が低かったから」28%であった。

志望順位別に参加率を見てみると、第一希望80%、第一希望以外47%で、第一希望以外の学校に入学した高校生の半数はオープンキャンパスに参加せず入学している。もちろん学校の魅力を伝える場はオープンキャンパスだけではないが、1人でも多くの高校生が魅力を知り併願校選びもできるよう、オープンキャンパスに興味を持って参加できるようなアプローチが重要である。

【図表12】進学先校オープンキャンパス参加経験(単一回答)

第一希望以外進学者の進学先オープンキャンパス参加率は半数以下の47%



【2019年属性別】

校種別	大学	2071	62.9	28.2	8.9
	短大	92	82.6	14.1	3.3
	専門学校	337	82.2	8.9	8.9
高校所在エリア別	北海道	80	53.8	33.8	12.5
	東北	150	69.3	21.3	9.3
	北関東・甲信越	241	62.7	29.0	8.3
	南関東	688	72.1	21.5	6.4
	東海	322	62.7	26.4	10.9
	北陸	59	62.7	23.7	13.6
	関西	447	65.5	25.3	9.2
	中国・四国	240	62.9	28.8	8.3
	九州・沖縄	271	65.3	24.7	10.0
男女別	男子	1125	61.1	27.8	11.1
	女子	1374	70.4	22.8	6.8
入試方法別	一般・センター・計	1263	48.4	41.6	10.1
	AO・推薦入試・計	1129	85.9	7.4	6.6
志望順位別	第一希望	1411	80.2	11.2	8.6
	第一希望以外・計	1057	47.3	43.9	8.8

■「2019年進学者全体」より5ポイント以上高い ■「2019年進学者全体」より5ポイント以上低い

大学主催イベントの評価

伝わっている「キャンパスの雰囲気」、伝わりづらい「学校で勉強できる内容」

●大学進学者の知りたかったこと

大学進学者の知りたかったことのトップは「キャンパスの雰囲気」(74%)、ついで「学校で勉強できる内

容」(69%)、「実際の授業の様子や雰

囲気」(51%)と続く(図表13)。進学セ

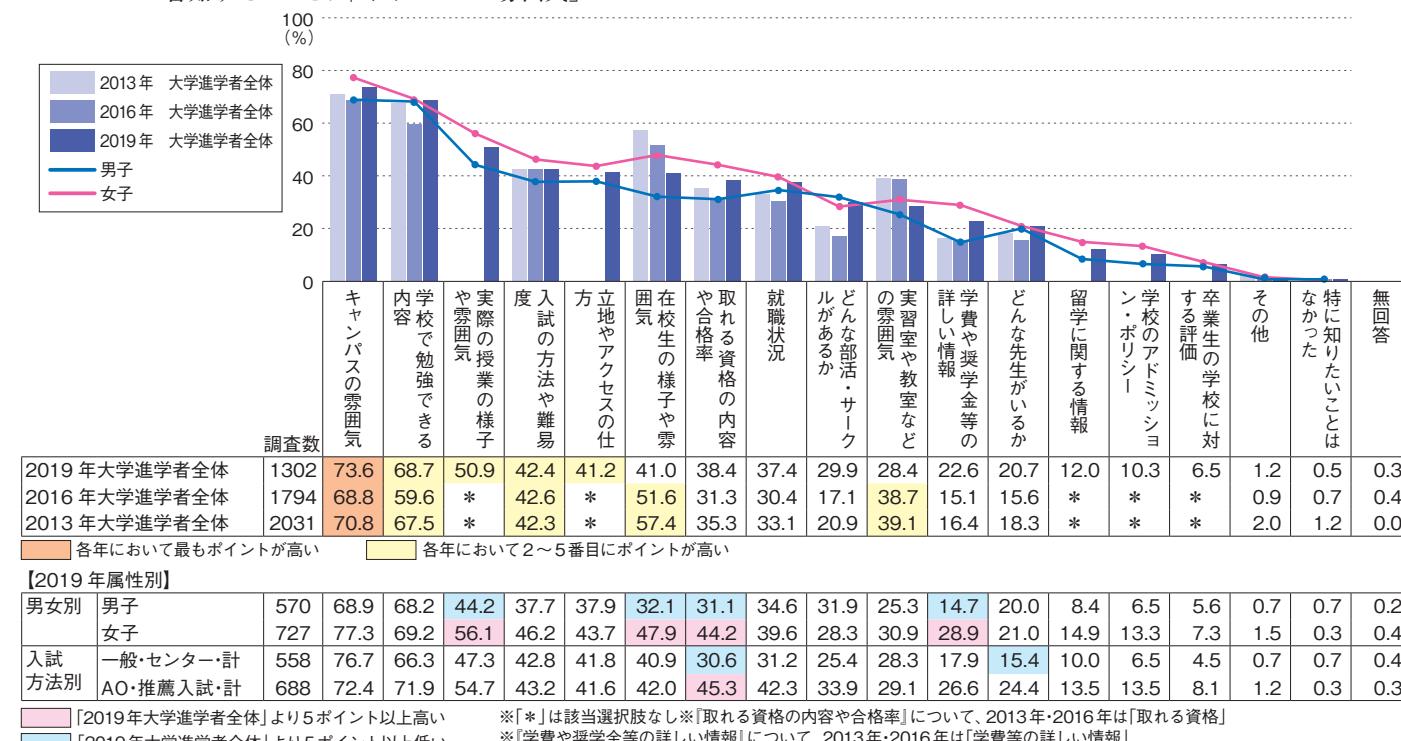
の様子や雰囲気」は半数を超えており、入試やアクセスよりも高い。

志望校検討時の重視項目2位は「校

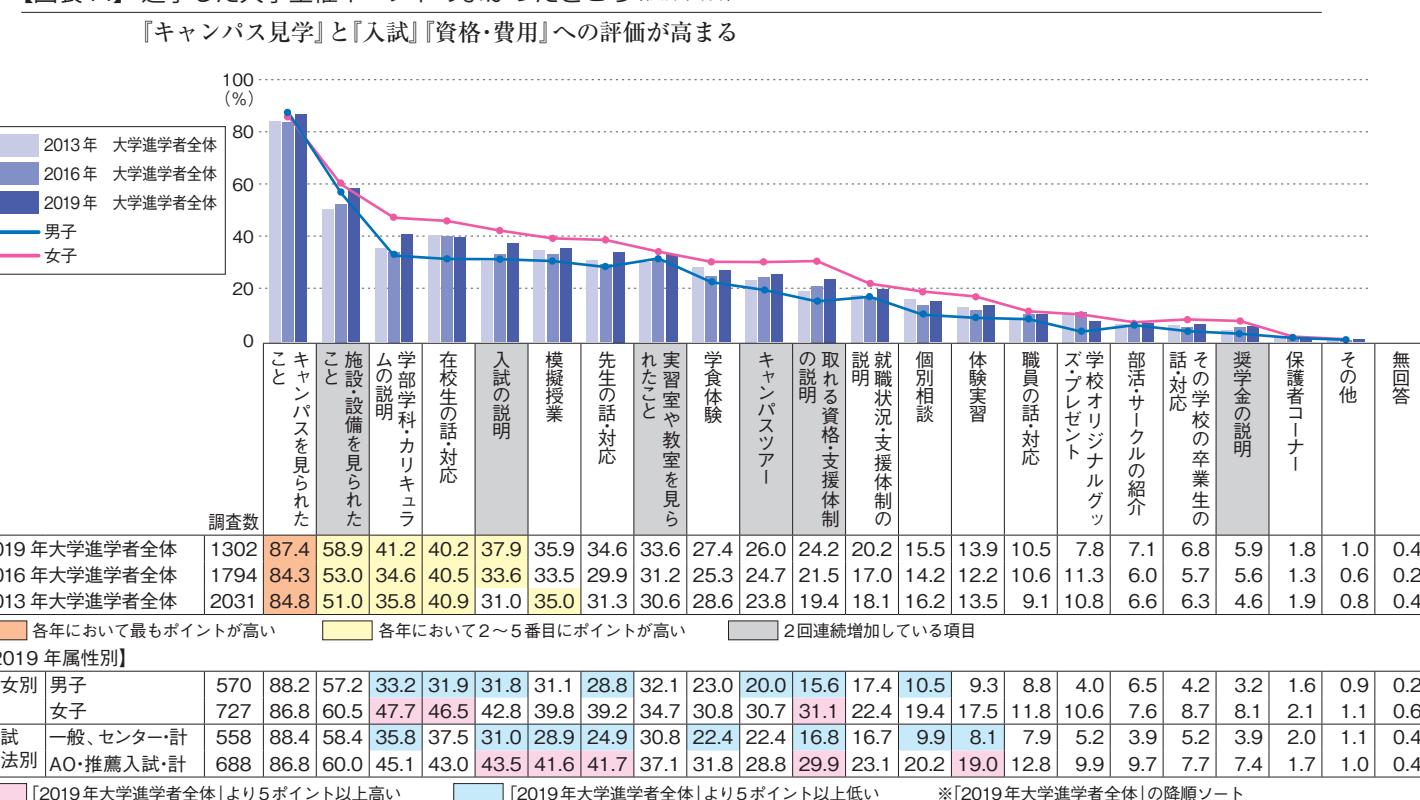
風や雰囲気が良いこと」でその雰囲

【図表13】進学した大学主催イベントで知りたかったこと(複数回答)

一番知りたいことは「キャンパスの雰囲気」



【図表14】進学した大学主催イベントのよかつたところ(複数回答)
『キャンパス見学』と『入試』『資格・費用』への評価が高まる



はオープンキャンパスで感じるという結果を得た(前述図表5)が、先生や先輩などの“人”、立地や実習室等のハード面といった特定のものではなく、安心感のある雰囲気をキャンパス全体で醸成できるかが重要であるようだ。ぜひ、学生を信頼しオープンキャンパスの雰囲気がガラッとした変わった函館大学の事例を参考にして頂きたい。

男女別では、15項目中14項目で女子のほうが高く情報収集に積極的である。特に「在校生の様子や雰囲気」「実際の授業の様子や雰囲気」でそれぞれ16ポイント、12ポイント男子を上回っており、女子高生にとって在校生とマッチしているかとリアルな学びの雰囲気は学校を選択する際の重要な関心事である。また「入試の方法や難易度」「取れる資格の内容や合格率」「学費や奨学金等の詳しい情報」等への関心も高い。

入試方法別に見ると、AO・推薦入試層は、一般・センター層より「取れる資格」「就職状況」などの卒業後の進路に関することにより重きをおいてオープンキャンパスに参加している。

専門学校主催イベントの評価

知りたいのは「取れる資格」、よかったです「先生の話が聞けたこと

次に、専門学校進学者について見てみる。知りたかったことのトップは「学校で勉強できる内容」(73 %)、

ついで「取れる資格の内容や合格率」(61%)、「実際の授業の様子や雰囲気」(61%)と続く(図表15)。学ぶ内容や雰囲気、取れる資格が上位に入

●よかったです『キャンパス見
学』『入試』『資格・費用』

次に、イベントのよかったですとは、1位「キャンパスを見られたこと」(87%)、2位「施設・設備を見られたこと」(59%)、「学部学科・カリキュラムの説明」(41%)であった(図表14)。経年で見ると、『①キャンパス見学』と『②入試』『③資格・費用』への評価が2回連続高まっている。(①キャンパス見学に関する項目「施設・設備を見られたこと」(51%→53%→59%)、「実習室や教室を見られたこと」(31%→31%→34%)、「キャンパスツアー」(24%→25%→26%))

②入試に関する項目「入試の説明」(31 %→34 %→38 %) ③資格・費用に関する項目「取れる資格・支援体制の説明」(19 %→22 %→24 %)、「奨学金の説明」(4.6 %→5.6 %→5.9 %)。

男女別に見ると、知りたいこと同様、女子が全体的に高く、多くの情報を持ち帰っているようだ。特に「学部学科・カリキュラムの説明」「在学生の話・対応」で高く、知りたかった情報をしっかりとキャッチしている。

AO・推薦入試層は「先生の話・対

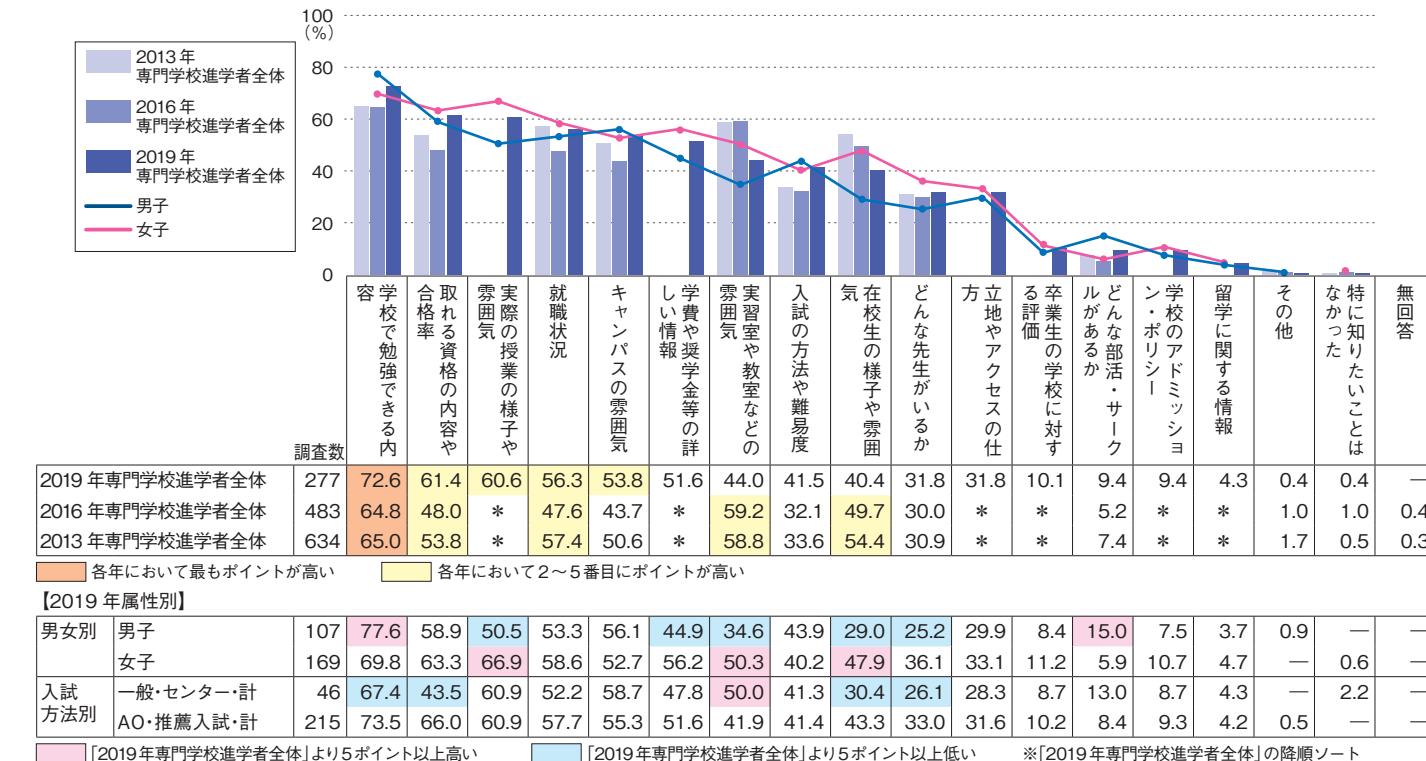
「応」のスコアが一般・センター層と一番差が大きく17ポイントも高い。

「知りたかったこと」の期待に応えられているかの評価が「よかったところ」である。比較して見てみると、知りたかったことトップの「キャンパスの雰囲気」についてはよかったところもトップとなっている。2位の「学校で勉強できる内容」については、よかったところと評価が相關するであろう「学部学科・カリキュラムの説明」「模擬授業」のスコアが3位と6位で十分には伝わっていないことがわかる。

学部学科名称の複雑化、入試での評価の多様化、アドミッション・ポリシーを踏まえた入試改革等、高校生にとって情報のキャッチアップは至難の業である。高校教員も同じく、全てを把握する難易度は年々増しており、「オープンキャンパスで自分の目で確かめてきなさい」という指導になる。オープンキャンパスは高校生の疑問・不安が解消される場として高校現場からの期待も大きい。

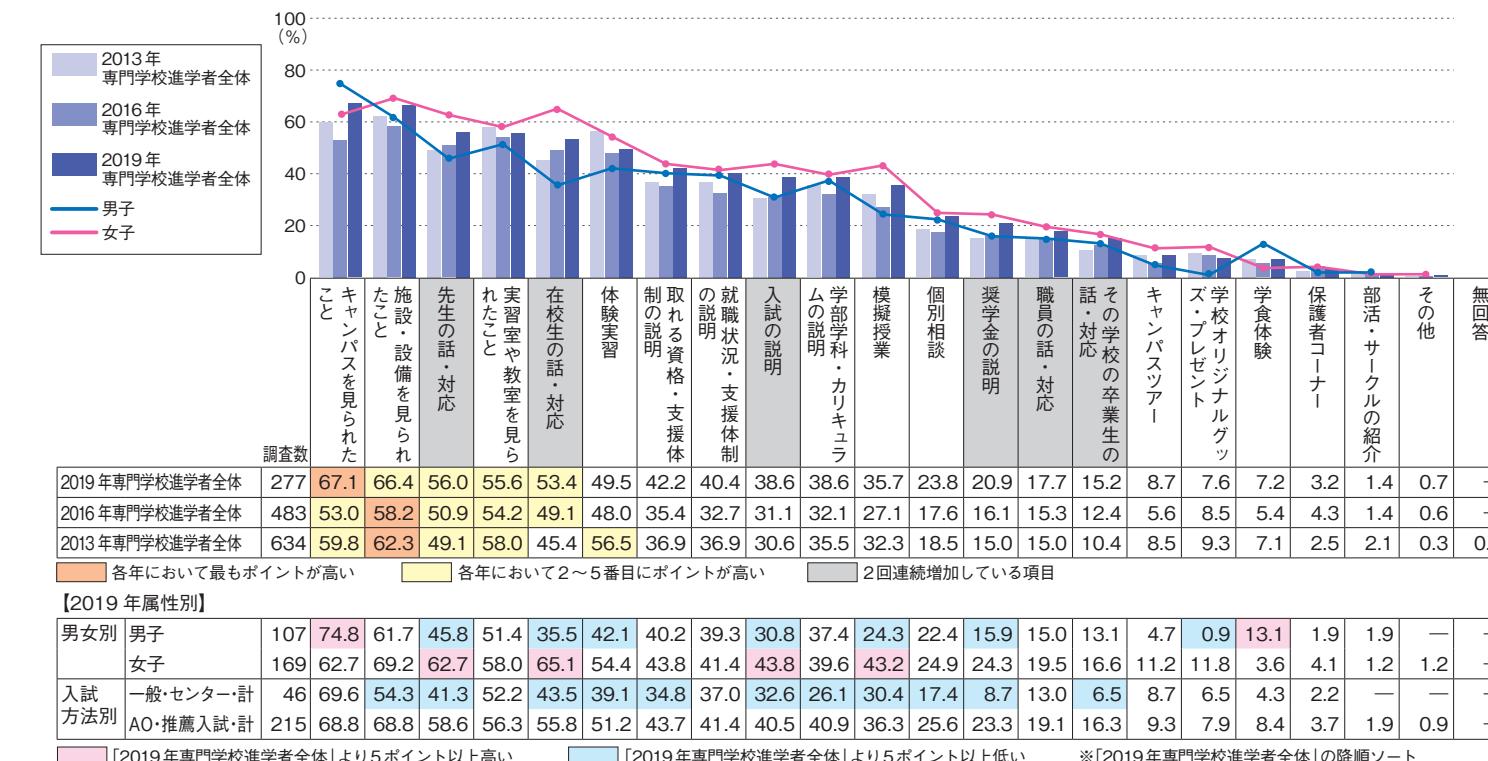
【図表15】 進学した専門学校主催イベントで知りたかったこと(複数回答)

知りたいことは「学校で勉強できる内容」「取れる資格の内容や合格率



【図表16】進学した専門学校主催イベントのよかつたところ(複数回答)

『先生・在校生・職員・卒業生の話』と『入試・奨学金』への評価が高ま



(56%)であった(図表16)。

男女別では、全体的に女子のほうが高く、特に「在校生の話・対応」は男子 36%に対して女子 65%と約30ポイントも高い。

経年で、2回連続増加しているのは「先生・在校生・職員・卒業生の話」「入試・奨学金」で、学校に関わる「人」から得られる情報への評価が高まっている。

知りたかったこと1位の「学校で勉強できる内容」に対応する、「学部学科・カリキュラムの説明」「模擬授業」は10位、11位と低く期待に応えられていないと思われるが、専門学

校進学者は「人」の評価を重視していることから、「学校で勉強できる内容」についても、先生や在校生から得られる情報で満足しているとも考えられる。

いずれにせよ、専門学校進学者は構成要員から得る情報の影響度が高まっていることは間違いなさそうである。学校の魅力を、誰を介してどのように伝えるのかが学校にとって重要なってくるのではないか。

●双向コミュニケーションの場となつたオープンキャンパス
学校の伝えたいことを一方的に体

験する一昔前のオープンキャンパスは、時の流れを経て双向コミュニケーションの場となった。そして、IT技術革新による新しい参加形態、在校生や卒業生を巻き込んだコンテンツの多様化等、各学校の特色を様々な形で確認することができるようになっている。その特色が個性化され、1人でも多くの高校生が自分とマッチした学校と出会い、意思を持って進路選択できる場としてオープンキャンパスがさらに進化していくことを期待したい。

Chapter 3

進路指導現場で活用され始めたアドミッション・ポリシー

アドミッション・ポリシーの認知と活用状況

高校生は82%が認知、志望校検討時に80%が役立ったと回答

「アドミッション・ポリシー」の策定は「各大学、学部・学科等の教育理念、ディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシーに基づく教育内容等を踏まえ、どのように入学者を受け入れるかを定める基本的な方針であり、受け入れる学生に求める学修成果(「学力の3要素」についてどのような成

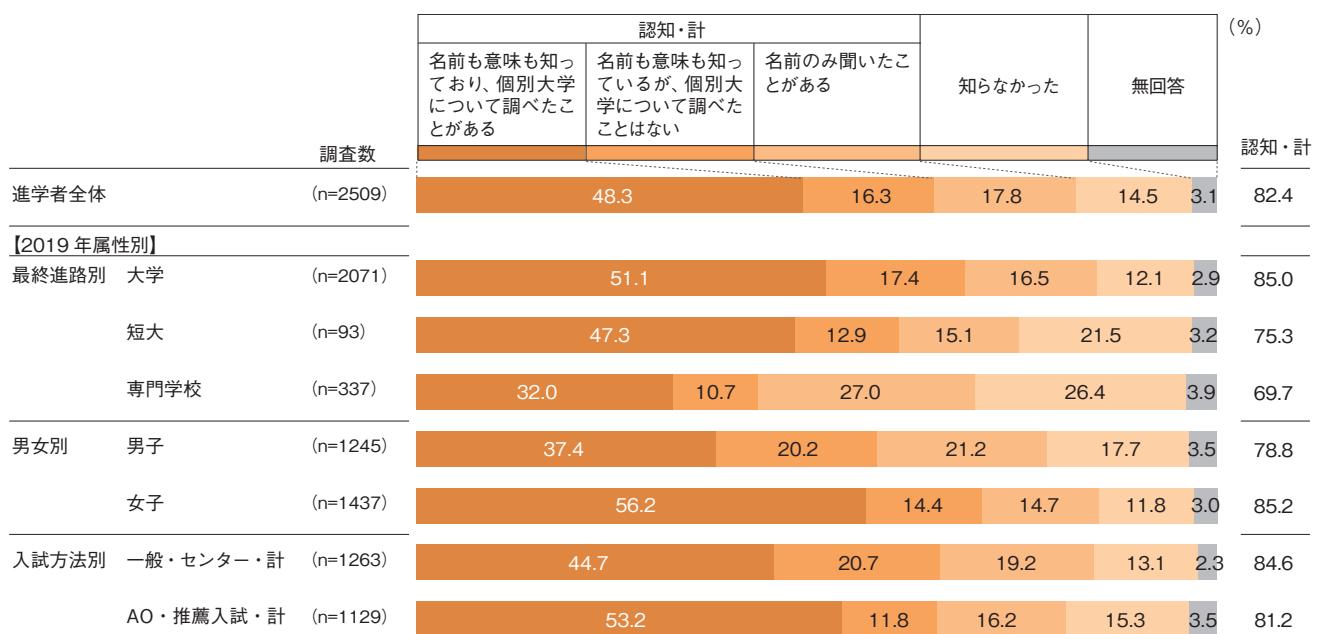
果を求めるか)を示すもの」として、2017年4月に法律で公表が義務づけられた新しい項目である。一般社会にはまだなじみがないが、高校生の82%、高校教員は91%が認知していることが分かった(図表17)。進路別に見ると、大学85%、短大75%、専門学校70%であった。専門学校は策定・

公表を義務化していないが、職業実践専門課程や高等教育無償化制度の認定要件になっているので、各学校で対応していく必要性が高まっているだろう。

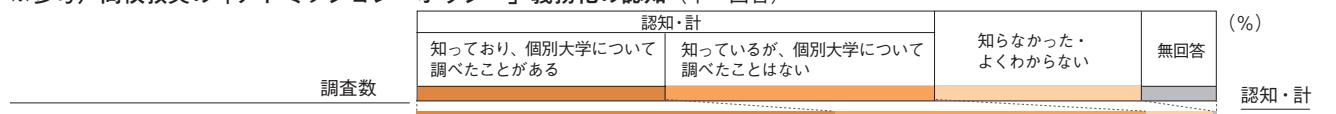
また、図表17の設問で「個別大学について調べたことがある」と回答した高校生に役立ち度を聞いたところ

【図表17】アドミッション・ポリシーの認知度(単一回答)

進路別では、大学85%、短大75%、専門学校70%で大学進学者認知が高い



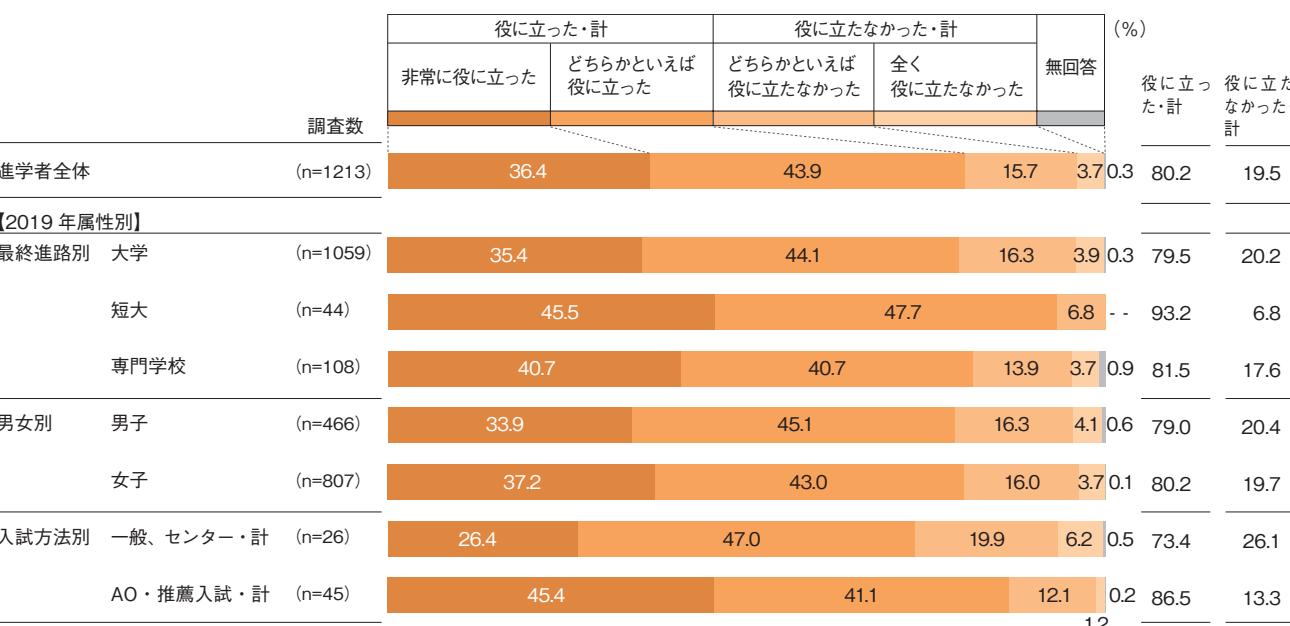
※参考) 高校教員の「アドミッション・ポリシー」義務化の認知(単一回答)



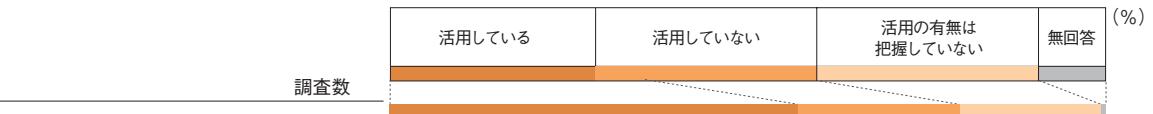
※高校教育改革調査 2018

【図表18】アドミッション・ポリシーの役立ち度(「個別大学について調べたことがある」者/単一回答)

AO・推薦入試層が一般・センター層より役立ち度は13ポイント上回る



※参考) 高校教員「アドミッション・ポリシー」の進路指導への活用(単一回答)



※高校教育改革調査 2018

る、80%が「役に立った」と回答した(図表18)。入試方法別に見ると、AO・推薦入試層87%が一般・センター層73%を10ポイント以上上回り、AO・推薦入試層のほうが役立ちは高い。特に、AO・推薦入試層は、約半数の45%の高校生が「非常に役に立った」と回答しており、「アドミッション・ポリシー」を活用した進路選択をしている実態がうかがえる。同じく高校教員に活用度を聞いたところ、57%が「進路指導で活用」していることが分かった。このことから、志望校を検討するに当たり先生から「アドミッション・ポリシー」について調べるよう進路指導を受けている影響もあり、認知・活用が高まっていると考えられる。

●高校教員が大学に期待するのは「アドミッション・ポリシー」のわかりやすさ

では、実際に高校現場ではどのように活用されているのだろうか。高大接続改革の観点から、高校教員に大学・短期大学・文部科学省への期待を聞いたところ、1位「わかりやすい

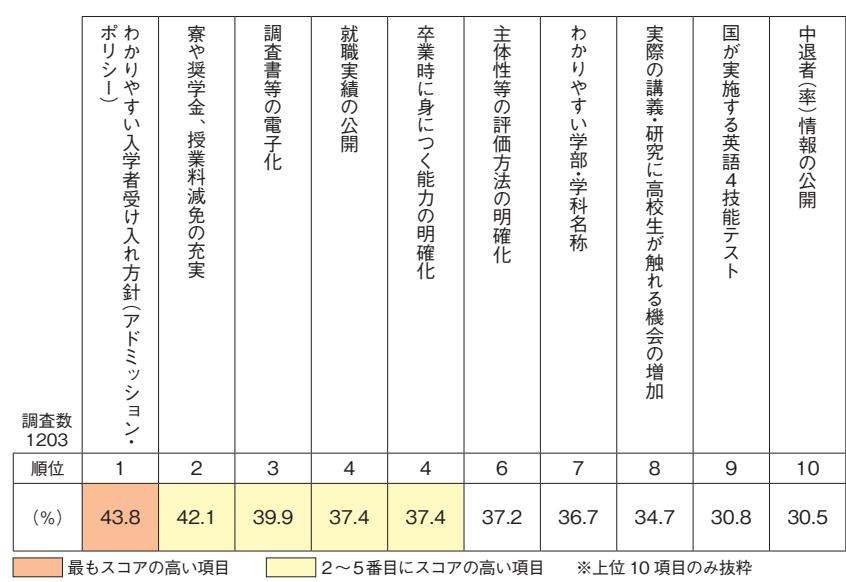
フリーコメント

【高校教員が大学・短期大学・文部科学省に期待すること】

- ・アドミッション・ポリシーに具体性がなく、差別化されていない。大学選びや学部選びに使うことができない。(東京都／私立)
- ・入試がいかにアドミッション・ポリシーと結びつくものなのか、大学自身が語っていただきたい(愛知県／県立)
- ・大学がそれぞれの「ポリシー=特色」を打ち出し、求める人材を明確にすることは、生徒の学校選びの上でも、また卒業生を受け入れる社会の側からも有効であると考える(神奈川県／県立)
- ・主体性の査定の基準を明確に公表してもらいたい。学力評価が必須になってしまっても、定員割れの私大等では有名無実になるのではないか。生徒にしっかりと勉強してもらいたい現場の思いと相反する(青森県／私立)

※高校教育改革調査 2018

【図表19】高校教員が大学・短期大学・文部科学省に期待すること(複数回答)
「アドミッション・ポリシー」と「お金周りの支援充実」がトップ



入学者受け入れ方針(アドミッション・ポリシー)」44%、2位「寄や奨学金、授業料減免の充実」42%(図表19)

学は自学の「アドミッション・ポリシー」をふまえて、どのような主体性のある学生に入学してほしいのか、またどのように生徒の主体性を評価するのか具体的に提示してほしい」という声が多く聞かれる。

実際、大学の「アドミッション・ポリシー」を見ると、まだまだ分かりづらい表現になっているケースも多いように思える。高校生に分かりやすい「アドミッション・ポリシー」の策定、メッセージ発信が今後、重要なになってくるのではなかろうか。

次ページから、「進路先とのマッチング」を高めるための高校進路指導の新しい取り組みを2校紹介する。共通しているのは「自分は何ができるようになりたいのか」「社会とどう繋がっていきたいのか」について、真剣に自己と向き合っているということだ。進路指導現場の最先端を感じて頂けると思う。

高校進路指導事例① 旭川東高等学校

「アドミッション・ポリシー研究で内発的動機を高める」

アドミッション・ポリシーと自分を照らし合わせ、志望校とのマッチングを追求

- ①偏差値だけではなく、アドミッション・ポリシーを理解することで、生徒の内発的動機に火をつけ納得して進路選択をしてほしい
②志望校のアドミッション・ポリシーについて調べ、考え深めることで、新たな気づきを得て具体的な行動変容につなげてほしい

取り組みへの思い

生徒の気質の変化を受けて、内発的動機を重視した進路指導を導入

北海道旭川東高校では、15年度から1、2年時の「総合的な学習の時間」で「アドミッション・ポリシー研究(以下AP研究)」の導入している。従来のような「偏差値の高い大学を目指そう」「そのために成績を上げていこう」では踏ん張り切れない、さらに偏差値重視で大学進学した生徒が中退してしまうなど、生徒の気質の変化に着眼して開発した取り組みである。アドミッション・ポリシーは「大学の入学者受け入れ方針」であるとともに、社会における「大学の使命」を諷刺している部分がある。AP研究は、志望校のアドミッション・ポリシーをしっかりと理解して、「自分のやりたいこと」と「大学の使命」のマッチングを追求していくことで、社会とのつながりを意識させ、志望校とのミスマッチを防ぐことを目的としている。

生徒同士のグループワークなど 対話の場を多く持つことで、早期の行動変容を促す

アドミッション・ポリシーを読み込むだけでは、学習習慣などの行動変容に結び付くのは難しい。AP研究では、生徒同士でのグループワークを重視している。

1年次では、大学のアドミッション・ポリシーを受け止めようとするスタンスを形成するため、課題となっている3大学のアドミッション・ポリシーを読み、各大学が求めている人物像や、大学の社会的責務などについて意見交換をして理解を深める。2年次では、志望校のアドミッション・ポリシーを自分の中に落とし込んでいくため、自分が志望する大学のアドミッション・ポリシーを調べる。さらに、グループワークを通じ他者からの気づきを得、刺激し合うことでよい学習集団が形成され、志望校への思いをあらたにし、行動変容に繋げていく(図表A)。

図表A アドミッション・ポリシー研究ワークシート 活用の流れ
2年次ではより志望校を意識させる内容になっている

	1年次(10月)	2年次(8月)
プロローグ(自己探究)	大切にしたい「行動原理」を選び理由を書く	大切にしたい「価値観」を選び理由を書く
1.アドミッション・ポリシーを知る	課題の3大学のAPを読み、印象に残ったワードを書き出す	自分の志望する2校のAPを読み、心に触れた言葉を書き出す
2.人物像を具体化する	どんなことができる人材が求められているのか、3大学それぞれ書き、発表する	どんなことができる人材が求められているのか、2大学(学部単位)それぞれ書き、発表する
3.大学の夢を考える	3大学の社会的責務・社会的ニーズは何なのか考える	APの由来を社会的責務(流行)と建学の精神(不易)の観点で捉え直し、グループワーク
4.夢に共感する	大学の夢に共感できるか否かについてグループワーク	大学の持っている「流行」と「不易」に共感できるか否かについてグループワーク
5.自らを省みる	自分が目指す将来像を考え、今できることをまとめグループで話し合う	共感できると感じた大学が求める人材像に近づくため、何ができるのかグループで話し合う

成果と課題



進路指導部
花尻健明先生



●北海道旭川市／全日制・定時制／普通科／共学／生徒数842人 ●2018年度進路実績(現役)／国公立大学147人、私立大学225人、海外の大学5人、専門学校10人、その他4人。 ●道北随一の進学校は実績だけではなく、「アドミッション・ポリシー研究」「旭東アカデメイア」「学びのフローラ」など、独自の教育方針でも注目を集めている。

明確な意思を持ち、より全国に視野を広げて大学を目指す生徒も多く見られました

AP研究を導入した卒業生は、その成果が確実に現れています。「面談で、生徒から志望校のアドミッション・ポリシーについて会話に出ることが増えてきました。当校では以前から全国各地の大学を受験する傾向がありましたが、AP研究によって生徒たちが自ら様々な大学について調べ、以前より全国の大学を視野に入れて志望校選びをするようになっています。

偏差値ではなく、将来、自分がどうやって社会に貢献できるのか、そのためにはどの学校が自分にあってるのかという観点で、進路を選ぶ生徒も多く見られました」同校のAP研究は他校のモデルケースとなっており、進路指導の一環として導入する高校が全国で次第に増えている。本研究の成果にも注目が集まっている。

高校進路指導事例 ②

小山南高等学校

「探究のテーマ設定を通じ、自らの進路を考える」

自分視点に他者視点を加え、社会の課題や実態とつながる進路選択を実現

取り組みへの
思い

- ①探究学習のテーマを「自らの進路」とすることで、志望分野に自分が関わる意味を探究し、進路希望が具体化され、自分事として取り組んでほしい
- ②興味分野についての探究を繰り返すことで、今の学校生活で力を入れて取り組みたいことをまとめ、生活面や学習面での行動変容につなげてほしい

進路選択を自分事化させる

栃木県立小山南高校は、進路先とのマッチング指導や志望理由書指導、進路指導部面談など、学年の枠を超えて丁寧な進路指導を行っている進路多様校だ。一方で、2年ほど前から、今後取り組むべき探究学習をどのように実施するのかの検討を開始。「何ができるようになるか」「社会とどう関わりたいのか」という視点で進路選択できるためにはどうすればいいのか試行錯誤を繰り返し、探究学習のテーマを「自らの進路」とすることで、生徒が与えられた課題をより自分事として取り組むことができると確信。自分の考え方だけではなく、他人や社会の視点から、進みたい分野や業界の社会的な意義や課題点、そこへ自分がどのように関わりたいかを考えさせることを最も重視した進路探究学習を設計し、昨年度よりスタートさせた(図表B)。

図表B 進路探究ワークシート 活用の流れと記入事例 (大学進学者)

【活用の流れ】

- 1 大学進学後も“探究心を失わず学び続けている”先輩の体験談をヒントに、今の自分の進路希望とこれから調べたいことを書き出す。
- 2 自分の視点・他者視点・社会視点から「調べてわかったこと」「さらに知りたいこと」のまとめと調査を4回繰り返し、新たな気づきをワークシートに記入。
- 3 これまでの進路探究を経て、将来の社会への関わり方、解決したい課題から大学進学後に学びたいこと、そのための今取り組みたいことをまとめる。

【ある生徒の場合】

- 1 「スポーツマネジメント・スポーツチームの運営」に興味があるが、就職先のイメージが湧かないため、調べたいことは「就職先のバリエーション」として進路探究をスタート。
- 2 探究しているうちにスポーツと地域の関連に気づき、「プロスポーツチームの社会貢献において、ホームタウンが中心になると地域間の不公平が生じる」という課題を発見。
- 3 その課題解決のために地域とプロチームの関係について学びたいという思いに志望動機が進化。それに向けて今取り組むべきことは学力向上。

成果と課題



生徒一人ひとりがより良い社会の担い手になるために進路と社会を近づけていきたい

自分自身の進路への考え方の変化や深化を体験的に学び、これから取り組むべきことを意識できた生徒もいたが、課題も見えてきた。進路探究学習を実施した初年度は、生徒指導で進めることができ難しく、教員が教えてしまう場面が多かった。そのため今年は1年3学期からスタートし、まずは与えられたテーマで探究を1プロセス回すという探究の方法論を学ぶステップを取り入れた。それを経て2年生から進路探

究を行うことで、自律的・自主的に探究のプロセスを回せるのではないかと期待しているという。

「本校が目指したいのは、大学に何人受かったということだけではなく、一人ひとりの生徒がより良い社会の担い手になれる。進路探究を通して、そのための自分自身の在り方を見つめ、これから高校生活をより良くするためのエネルギーが生み出されることを願っています」

●栃木県小山市／全日制・普通科・スポーツ科／共学／生徒数475人 ●2018年度進路実績／大学36人、短大6人、専門学校45人進学、就職60人、その他5人 ●大学、短大、専門学校進学、就職と進路が多様。進学希望者には学力向上のための指導を行う一方で、地元企業への就職にも力を入れ地域活性化に貢献している。

進路指導部
神田剛一先生

学校
プロフィール

Chapter 4

定員厳格化の波にのまれた高校生 第2志望校の選び方

進路選択行動・意識への定員厳格化の影響

新学期直前3月まで最終的な入学校が決まらない高校生増加

定員厳格化とは、入学定員超過による私立大学等経常費補助金の不交付基準が厳しくなったことである。2016年度から段階的な不交付基準引き下げの結果、都市圏の入学定員充足率は106.2% (2015年度) から103.2% (2018年度) に低下。その他の地域は95.9%から100.8%と充足に転じた。この間、都市圏の定員を超えた入学者数は2.8万人から2万人と約8000人減った(出典:日本私立学校振興・共済事業団)。これらについて文部科学省は「地域による差異はあるものの、全体で見るとこれまでの施策は大都市圏を中心とする定員超過の適正化に一定の効果をもたらした」と見ている。この突然の定員

【図表20】入試方法別「最終的な入学校を決めた時期」(大学進学者／単一回答)

	3月ギリギリまで合格を目指す一般・センター層の増加 (%)							
	高1年 以前	高2年	高3年 4~10月	高3年 11~12月	高3年 1月	高3年 2月	高3年 3月	無回答
一般・センター・計	2019年大学進学者	2.1	2.5	6.1	2.7	6.8	29.3	44.4
	2016年大学進学者	2.8	4.8	13.1	4.8	11.7	27.3	29.7
	2019-2016	-0.7	-2.3	-7.0	-2.1	-4.9	2.0	0.3
AO・推薦入試・計	2019年大学進学者	2.1	5.0	45.5	27.3	1.6	5.7	1.7
	2016年大学進学者	3.6	9.0	56.1	14.5	1.8	2.8	2.2
	2019-2016	-1.5	-4.0	-10.6	-12.8	-0.2	2.9	-0.5
								1.1

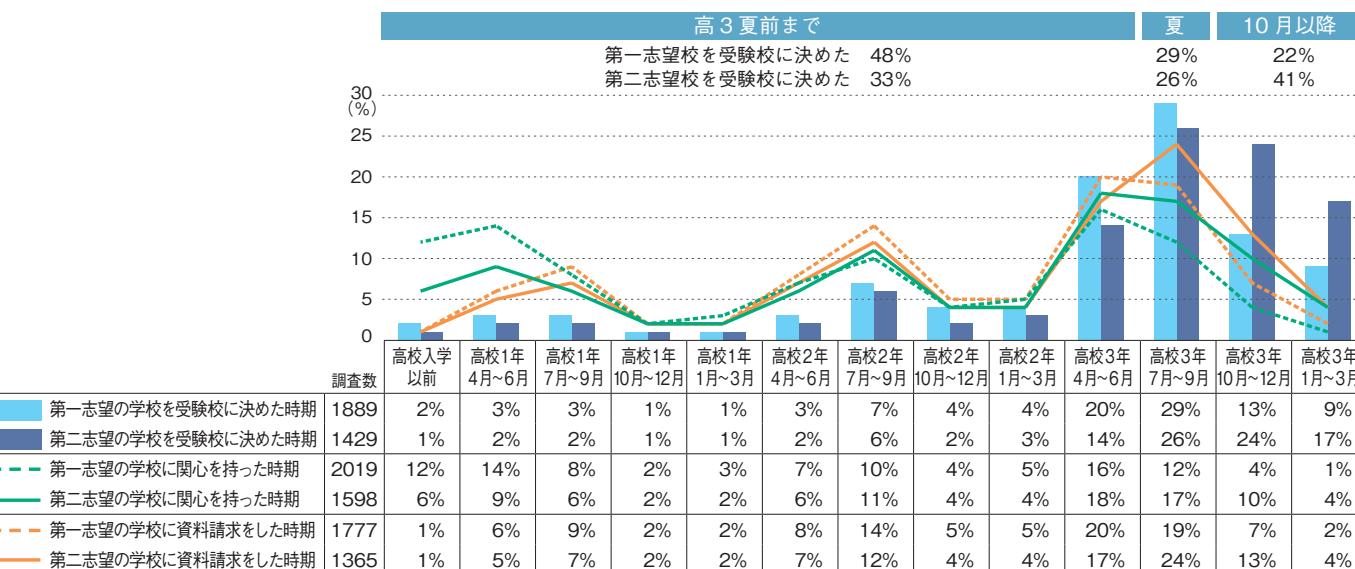
厳格化は高校生にとって混乱を招くことになった。「進路選択の際、困ったことはありますか」と尋ねると、「定員厳格化で倍率が高くて志望校のレベルを下げた」「滑り止めを選ぶのに困った」「模試の判定が信じられない」「入試制度が変わるので浪人はしたくない、第二志望校を受験することにした」(フリーコメント抜粋)など「定員厳格化」「入試制度」に対する

不安が多く聞かれた。大規模大学の合否・追加合格によって入学校決定までの長期化と受験生に精神的・経済的負担が生じている状況をふまえ、2019年度以降1.0倍超えに対するペナルティは見送りとなった。

今回の調査対象者は、2019年3月卒業者=定員厳格化条件が一番厳しくなった年の受験者である。彼ら彼女らに何が起っていたのだろうか。志

【図表21】第一志望校と第二志望校を受験校に決めるまでの進路行動プロセス(大学進学者全体/累計)

約7割が高3の夏以降に第二志望校を受験校に決定している



順位別に「最終的な入学校を決めた時期」を前回2016年調査と比較した(図表20)。AO・推薦入試層は11-12月の決定者が増えているが、年内には決定しており大勢に変化はない。しかし、一般・センター層では年明け、特に3月決定者が増えていることが分かる(2016年:30%→2019年:44%)。2019年の私立大学の一般入試志願者数は375万人で前年に続き増加しているが、定員厳格化による私立大学入試の難化に加え、2021年度からの新入試を前にした現役志向、安全志向の高まりも重なって年内入試で確実に合格を目指す従来からの動きと終盤まで粘る動きの両方が顕在化した。

●41%は高校3年の10月以降に第二志望決定

そもそも、第一志望校と第二志望校を受験校に決める時期はどうなっているのか(図表21)。高校3年生の夏に向

フリーコメント

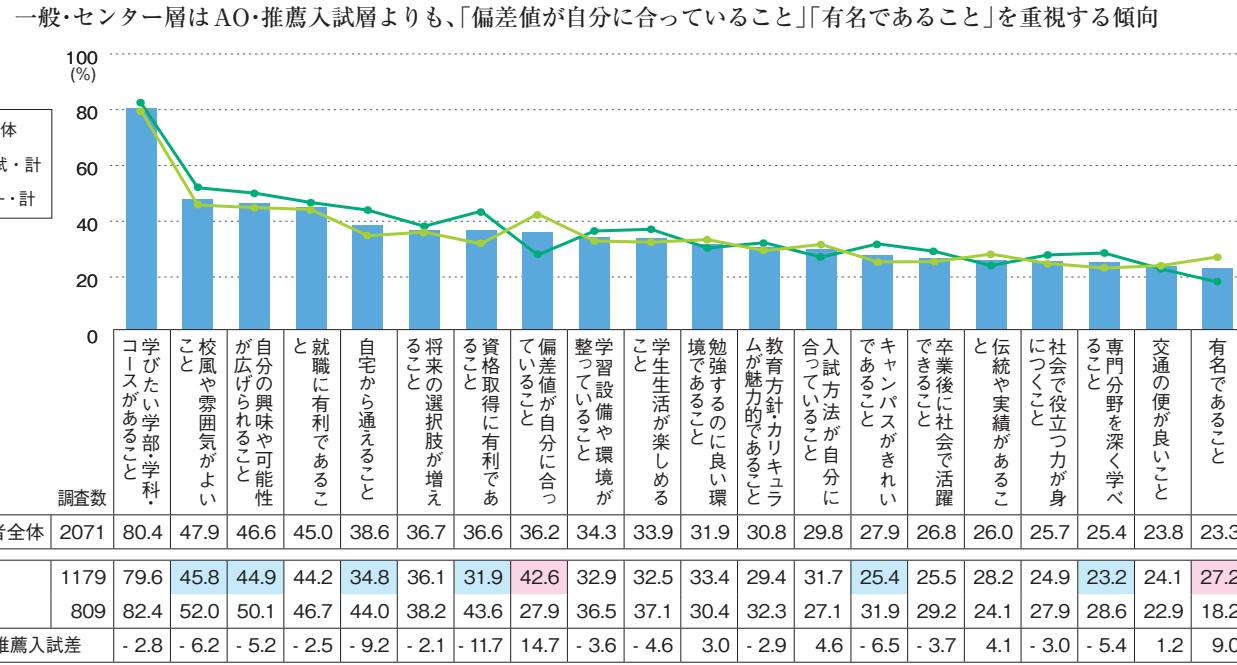
【進路選択の際、困ったことはありましたか】

- 入学定員厳格化で倍率が高く、滑り止めを選ぶのに困った。
- 定員厳格化と2000年生まれが多いという2つの圧力があったので、倍率が高くて、レベルを下げた。
- 定員削減
- 模試の判定が信じられない。
- センター試験の点数がでて、第一志望校に挑戦するか非常に考えました。ボーダーには少し足りていなく、再来年に入試制度が変わることもあり浪人はしたくなかったので結局第二志望校を受験することになりました。受かったのですが、第一志望校を受験できなかった悔しさは残っています。

けて受験校決定を本格化させるが、10月以降の第一志望校決定は22%に対して、第二志望校決定は41%であった。第二志望校の学校に关心を持ち、資料請求をして、受験校に決定するといった一連の行動を、半数以上の高校生が高校3年生になってから短期間で実施している。このような状況になると、第一志望校に合格できず、第二志望の学校に入学するいわゆる不本意入学者が増えている可能性がある。一般・センター層はAO・推薦入試層より「偏差値が自分に合っていること」

(+14.7ポイント)、「有名であること」(+9.0ポイント)を重視する傾向にあり(図表22)、学校の教育内容を十分に調べ、また第二志望校に入学した高校生の中には前向きな気持ちを抱げず学生生活をスタートしている学生もいる。「学生1人ひとりの個人を大切にする」をモットーに学生主体の受験生向けプロジェクトを企画した神戸女子大学を事例として紹介している。在校生だからこそ寄り添える、入学した高校生全員が満足して卒業するまでの様々な取り組みに注目だ。

【図表22】入試方法別の進学先検討時の重視項目差(大学進学者/複数回答)



け」が留学のハードルになっているといえる。

図表にはないが子どもを送り出すことになる保護者の意向については、「留学してほしい」24%、「留学してほしいと思わない」36%と回答しており、保護者も「留学してほしいと思わない」の割合が高く、積極的な意向者が少ない。してほしい理由を探ってみると、「グローバル化に対応できる人になってほしい」「視野の広い考え方・働き方をしてほしい」という意見が挙がっている。してほしいと思わない理由としては、「国際情勢が不安定」という保護者として子どもを心配する意見が見られた(出典:高校生と保護者の進路に関する意識調査2017)。

●キーワードは

「早期化」と「マッチング重視」

まず、「早期化」についてだが、今回の調査でも、志望校決定までの進路選択行動が年々早期化していることが明らかになった。特にオープンキャンパス参加時期は高校2年生が最も多くなり、早くから進学先を意識した行動をとる高校生が増えている。今後もこの動きは加速するのだろうか。進路選択行動時期は様々な影響を受けて変動するが、校種・入試方法・志望順位別に見たときのギャップは顕著である(図表1、20、21)。中でも、入試方法については、今後実施される入試時期の見直しによって、さらなる早期化が起きる可能性は考えられる。総合型選抜・学校推薦型選抜のスケジュールが一般選抜と近くになり、かつ「学力の3要素」を評価する内容に転換が求められており、対策期

間が長くなる進路指導が増えることが想定される。実際、取材した高校では「進路面談の時期を前倒しし、受験生への切り替えの早期化を図る」という声が聞かれた。

次に、「マッチング重視」。高校生の進学先検討時の重視項目不動の1位は「学びたい学部・学科・コースがあること」であるが、今回は2位の「校風や雰囲気が良いこと」に注目した。その結果、オープンキャンパスで雰囲気を確かめに考えられる人材の育成に力を入れて、「キャンパスの雰囲気」が知れたことを評価していることが分かった。また、「アドミッション・ポリシー」の認知と活用を問うたところ、82%認知、80%役立ったとの回答を得た。

このように、従来型の偏差値重視に変わって、「自分のやりたいこと」や「学校の理念への共感」を基に進学先を見極める、マッチング重視の進路選択が主流となってくるだろう。

●変わる進路指導

「見方や考え方を示す進路指導」へ多くの高校が新学習指導要領への移行を前に「生徒の資質・能力の向上を図る」という視点で様々な取り組みが始まっている。これからは、今まで以上に社会変化が加速度的に訪れ、新しく生まれる職業がある一方で、なくなる職業もあるという、不確実性の増す社会で高校生は生きていくこととなる。本特集では2校の高校進路指導事例を紹介した。2校とも「将来や進学先を示す進路指導」から「見方や考え方を示す進路指導」への転換を強く意識していた。この変化の背景にあるのは探究学習だ。進路に対しても探

究を重ねることで、自分自身や他者との関わりへの理解を深め、多様なものの見方や考え方を学ぶ。高校での探究学習の広がりとともに、自分とマッチする志望校選びを大事にする高校生が増えていくのではないか。

これから社会は何が起きるかわからないからこそ、「自分は何ができるようになるか」「社会にどんな貢献ができるか」といった自分の可能性を柔軟に考えられる人材の育成に力を入れている。

●高校生を中心とした

ステークホルダーに対してタイムリーで丁寧な情報提供を

今回の調査を通じて見えてきたのは、進路選択に不安を抱きつつ、学校から発信される情報を早期にかつ丁寧にキャッチし行動している高校生の姿だ。しかしながら、入試改革で求められている多面的・総合的評価の方針を公表している学校は多くない。公表されても、評価方法や活用方法は検討中といった詳細について触れられておらず、教育改革まったくなかにおいて、高校生はマッチングに足る情報を得られていない状況である。日々新しい情報が飛び交い、高校生はもちろん、高校教員、保護者も混乱している。

「早期化」と「マッチング重視」を捉え、求める人材像を明確化して、低学年からタイムリーで丁寧な情報提供が高等教育機関には求められている。

入試が変わる今こそ、先行して自学の特色ある教育を打ち出すチャンスではないだろうか。

(リクルート進学総研 研究員 池内摩耶)

高校生の進路検討の早期化、現役志向の高まりの中で、大学に期待するのは「より早い、明確な方針の提示」

全国高等学校長協会 会長 萩原 聰氏に聞く

今回の調査の特徴的な結果であった「アドミッション・ポリシーへの高校生の認知度の高さ」と「オープンキャンパス参加の早期化」の要因として考えうる高校現場の動きと、現状の進路指導における課題についてうかがった。

現役志向の高まりが早期化に拍車

——今回調査では、高校生の多くが大学のアドミッション・ポリシー(以下、AP)を認知しているという結果が出ました。高校現場から見て背景としてどのような要因があると思われますか。

APの明確化が義務付けられ、大学が学校案内等を通じて明確に打ち出しているので、高校生も認知しているのだと思います。高校教員も、特に総合型選抜への準備を意識し、「なぜその大学を受けるのか」という志望理由を明確化するために、APに注目するよう指導することはあります。とはいえ、各大学のポリシーに明確な差異を感じづらく、生徒達もAPを比較検討したうえで志望校を選ぶというところまでは行っていないでしょう。

——また、オープンキャンパス(以下、OC)への参加時期がより早まっていることも今回の調査結果に表れています。

大学進学者の場合、2年の秋の選択科目決定時に行きたい大学の受験科目を見据える必要があります。一方、2年生は、部活動等で中心になつておらず忙しい時期。そのまま進路を考えるタイミングを失わないよう、2年の夏、さらにはその前の春のOCに参加させ、進路検討に向き合っているのです。

また、私学は中高一貫が主流。浪

人せずに6年間で現役進学を目指させるという方針を打ち出し、早めの進路指導をしています。そういった動きが、前倒し傾向を強めているのかもしれません。

特に、現3年生について言えば、入試制度の変更が現役志向に大きく影響しています。予備校等も新入試への不安を助長し、実際に早期の通塾率が例年以上に上がっていると聞きます。さらに、大手大学の定員厳格化の影響で、受験生が「受かるところに受かっておきたい」という志向になっていることも大きいでしょう。

多忙さを極める3年2学期の高校現場

——「受かるところに受かっておく」というのは、志望意欲が低い、あるいは十分に検討していない大学に不本意な入学をする可能性がありますね。

それを避けるためにも、高校教員が、「どの大学が、どのような学部学科に力を入れているか」といった情報を多く持ったうえで志望校に関するアドバイスできるかが重要となるでしょう。

しかし、教員側も多忙を極めており様々な情報を入手しきれない。専門学校や就職希望者もいる進路多様校であれば、なおさら進路指導の対応が難しいという実態です。

——入試の変化による課題として、どのようなことがありますか?



一般受験者の数を獲得するのが厳しい大学では、総合型選抜の割合を増やし、自分の大学に合う学生を早めに確保してから育てるという方針に切り替えてきていると思います。従って年内受験が多くなり、結果として高校の進路指導・勉強の期間が短くなるという傾向が起こっています。

本来、3年の9月以降の授業というのは、それまで以上にしっかり取り組ませなければならない、いわば追い込みの時期。一方で、受験生の出願の対応等、教員の事務的な業務も増えます。次年度からは調査書の様式も変わり、量も増え、煩雑になり、現場の教員にとって非常に厳しく負担が大きくなります。また、調査書の電子化の流れもあります。例えば、調査書にしても重視する大学、しない大学が混在していますし、学部や学科ごとに違うというケースもあります。情報を知り得ること自体も難題です。

——そういった大学からの情報発信に対して、要望したいことは?

方針を早く明らかにしてほしいということです。英語4技能についても、共通テストの国語の記述についても、どう活用するのか。生徒達には伝えられる範囲で伝えてはいますが、詳細についてまだ触れられない。大きな変革の時期だからこそ、早く明確化することが重要だと思います。