

### 進学先が第1志望校だった割合は14.8ポイント増え約7割に 進学する大学のオープンキャンパスへの参加は増加 志望校絞り込みが早期化へ

— 高校生の進路選択に関する調査「進学センサス2022」より —

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）では、高校生の進路選択の現状を明らかにするため、進路選択行動の時期やプロセスを中心に、進路選択に際しての情報源、学校主催イベント、出願状況についての調査を実施致しました。このたび調査結果がまとまりましたので、一部をご報告致します。本調査によるリリースは「進路選択行動」編、「アドミッション・ポリシー」編の計2つあり、本リリースは「進路選択行動」編です。

#### 解説：『リクルート進学総研』所長 小林 浩：P2

#### ■2022年4月大学進学者の進路選択行動概況：P4

- 資料請求数は2019年から1.32件増加。一方、出願校数は0.32件減少。
- 学校主催のオープンキャンパスへの参加は、コロナ影響により高2で大きく減少。高校3年間トータルで見ても、2019年の93.9%から14.2ポイント減少し、参加経験79.7%。のべ参加校数も約1校減少となった。コロナ禍において、オープンキャンパスでの情報収集が十分にできなかった様子がうかがえる。
- 学校主催のオープンキャンパス参加は減少したが、4月から進学する大学のオープンキャンパス参加は増加しており、7割を超えた（前回比+4.3ポイント）。また、参加時に第1志望だった高校生は59.8%で増加傾向。

#### ■進学する大学の志望順位と合格した入試方法：P5

- 第1志望校への進学者は68.3%で、前回より14.8ポイントの大幅増加。特に、総合型・学校推薦型選抜合格者の第1志望率は86.6%と非常に高い。
- 年内入試合格での進学者は7.9ポイント増え47.0%、逆に年明け入試層は9.8ポイント減少で47.1%で、年内入試合格による進学者が大幅に増加。
- 進学者が合格した入試方法は、年内入試層（47.0%）と年明け入試層（47.1%）がほぼ同率となった。

#### ■進学先検討時の重視項目の変化：P6

1位：学びたい学部・学科・コースがあること（76.5%）

2位：自分の興味や可能性が上げられること（38.6%）

3位：教育方針・カリキュラムが魅力的であること（35.8%）

<2回連続順位が上がった項目>

教育方針・カリキュラムが魅力的であること（2016年 16位→2019年 12位→2022年 3位）、社会で役立つ力が身につくこと（以下同：21位→17位→15位）、教育内容のレベルが高いこと（以下同：23位→21位→16位）

<2回連続順位が下がった項目>

資格取得に有利であること（2016年：6位→2019年：7位→2022年：9位）、偏差値が自分に合っていること（以下同：7位→8位→9位）、キャンパスがきれいであること（以下同：10位→14位→19位）

#### ■進学に関する情報源とコロナ影響：P7

- 進学に関する情報源は、『情報（紙・パソコン）』『オープンキャンパス』『アドバイス』からの情報が軒並み減少。一方、『情報（スマホ・アプリ）』『SNSやブログ等』からの情報収集が増加傾向。

※出版・印刷物、WEBサイトなどデータを転載する際には、“「進学センサス2022」リクルート進学総研調べ”と明記ください

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

『リクルート進学総研』WEBサイト <https://souken.shingakunet.com/>

## コロナ禍において十分な進路選択活動ができていないものの、 第1志望校に進学する高校生は増加。『志望校絞り込み』が早期化へ

### ■ 解説

<ポイント>

#### ①受験校を絞り込む動きが早期化へ

年内入試合格層が増えており、受験時期が早まっているため、全体的に進路選択活動が早まる。コロナ禍の影響でオープンキャンパス参加率は減少傾向にあるものの、実際に入学した大学へのオープンキャンパス参加率は増加しており、早期に志望校を絞り込む動きが高まっている。

#### ②進学先が第1志望校である割合が増加

早期に受験校を絞り込む、かつ受験時期の年内シフト加速の動きにより、出願校数は減少しており、複数校受験する高校生が減少傾向に。マーケットは18歳人口減少と大学定員の増加により、2021年では私立大学の46.4%が定員割れ、定員充足率は99.8%という状況である（日本私立学校振興・共済事業団調べ）。そのため、入学者獲得のため年内入試の合格者を増やしており、一般入試を含めた志願倍率は低下している。よって、総合型選抜や学校推薦型選抜などへのシフトに加え、“合格しやすい”受験環境となっていることも、第1志望校割合を押し上げている要因と考えられる。

本調査結果より		2019年	2022年
出願状況	年内入試入学率	39.1%	+7.9 → 47.0%
	第1志望校への進学率	53.5%	+14.8 → 68.3%
	出願校数	3.0校	-0.3 → 2.7校
情報収集	資料請求数	5.7校	+1.3 → 7.0校
	OC参加校数	3.9校	-1.0 → 2.9校
	OC参加経験	93.9%	-14.2 → 79.7%
	うち進学先のOC参加経験	66.9%	+4.3 → 71.2%
	進学先OC参加時の第1志望率	52.8%	+7.0 → 59.8%

<背景>

18歳人口が減少するなかで、さらに大学数は増加、定員増が進み、2021年の私立大学全体の入学定員充足率は99.8%と、初の定員割れ（日本私立学校振興・共済事業団調べ）となり、まさに「全入時代」に突入したとあってよい状況になっている。

そうした中、私立大学が併願可能の総合型選抜を導入したり、学校推薦型選抜の合格者を増やしていることに加え、国立大学が後期日程の定員を総合型選抜に振り替えるなど年内の受験機会が増加しており、全体として年内入試へのシフトが加速している。

募集マーケット課題	1990年	2021年
18歳人口の減少	201万人	▲43% → 114万人
大学数の増加	507校	1.6倍 → 795校

### 『リクルート進学総研』 所長 小林 浩

<プロフィール>

1988年株式会社リクルート入社。早稲田大学法学部卒。グループ統括担当や『ケイコとマナブ』商品企画マネージャー、大学ソリューション営業、社団法人経済同友会出向（教育問題担当）、会長秘書、大学ソリューション推進室長などを経て、2007年4月より現職。

文部科学省中央教育審議会高大接続特別部会委員、高大接続システム改革会議委員などを歴任。現、中央教育審議会大学分科会質保証システム部会委員。『リクルートカレッジマネジメント』編集長兼務



## 調査概要

■調査目的：高校生の進路選択プロセス（行動・意識）の現状を把握する

■調査期間：2022年3月4日～4月5日 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

※調査票を郵送、回答を記入の上郵送または記載のURLからインターネット回答

■調査対象：調査開始時点で2022年に高校を卒業見込みの全国の男女210,000人

令和3年度学校基本調査の「全日制・本科3年生生徒数（県別）」、「中等教育学校・後期課程3年生（県別）」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

（※）リクルートが保有するリストとは、リクルートが運営する『スタディサプリ』会員リスト

■有効回答数：14,968人（回答率7.1%）うち、本プレスリリースでは大学進学者10,841人が対象

◀2019年同調査概要▶

- ・調査期間：2019年3月18日～4月11日 投函締切 ・調査方法：郵送調査
- ・調査対象：調査開始時点で2019年に高校を卒業見込みだった全国の男女50,000人。割付方法は2022年調査同様
- ・有効回答数：2,819人（回答率5.6%）うち、本プレスリリースでは大学進学者2,071人が対象

◀2016年同調査概要▶

- ・調査期間：2016年3月18日～4月11日 投函締切 ・調査方法：郵送調査
- ・調査対象：調査開始時点で2016年に高校を卒業見込みだった全国の男女50,000人。割付方法は2022年調査同様
- ・有効回答数：4,424人（回答率8.8%）うち、本プレスリリースでは大学進学者3,051人が対象

## 本集計対象者（大学進学者）プロフィール

### ■性別内訳

		男性	女性	その他	無回答
	調査数				
2022年	大学進学者全体	10841	44.7	54.3	0.8
2019年	大学進学者全体	2071	47.1	52.4	0.8
2016年	大学進学者全体	3051	41.5	58.1	0.4

\*2019年、2016年「その他」選択肢なし

### ■高校所在地エリア

		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	その他	無回答
	調査数											
2022年	大学進学者全体	10841	3.9	5.9	9.0	27.7	12.9	2.7	19.4	9.2	9.3	0.1
2019年	大学進学者全体	2071	2.9	5.1	9.7	28.7	13.3	2.4	17.9	8.9	10.7	0.5
2016年	大学進学者全体	3051	3.5	6.3	9.0	31.2	12.0	2.0	20.0	6.9	8.6	0.4

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>

## 2022年4月大学進学者の進路選択行動概況

- 資料請求数は2019年から1.32件増加。一方、出願校数は0.32件減少。
- 学校主催のオープンキャンパスへの参加は、コロナ影響により高2で大きく減少。高校3年間トータルで見ても、2019年の93.9%から14.2ポイント減少し、参加経験79.7%。のべ参加校数も約1校減少となった。コロナ禍において、オープンキャンパスでの情報収集が十分にできなかった様子がうかがえる。
- 学校主催のオープンキャンパス参加は減少したが、4月から進学する大学のオープンキャンパス参加は増加しており、7割を超えた（前回比+4.3ポイント）。また、参加時に第1志望だった高校生は59.8%で増加傾向。

### ■資料請求数平均・出願校数平均（単一回答）

調査数			資料請求数平均	出願校数平均
2022年	大学進学者全体	10841	6.97	2.72
2019年	大学進学者全体	2071	5.65	3.04
2016年	大学進学者全体	3051	5.73	2.94

### ■学校主催のオープンキャンパス参加経験とのべ参加校数（参加経験：各学年単一回答、参加校数：単一回答）

調査数		高校1年	高校2年	高校3年	無回答	高校3年間トータル
2022年	大学進学者全体	41.7	29.1	61.7	—	79.7
2019年	大学進学者全体	47.3	71.5	71.4	6.1	93.9
2016年	大学進学者全体	46.5	69.2	74.3	5.8	94.2

調査数		オープンキャンパス参加校数平均
2022年	大学進学者全体	2.92
2019年	大学進学者全体	3.87
2016年	大学進学者全体	3.76

### ■4月から進学する大学のオープンキャンパス参加経験と参加時の入学意向

（参加経験：オープンキャンパス参加者／単一回答、入学意向：進学先オープンキャンパス参加者／単一回答）

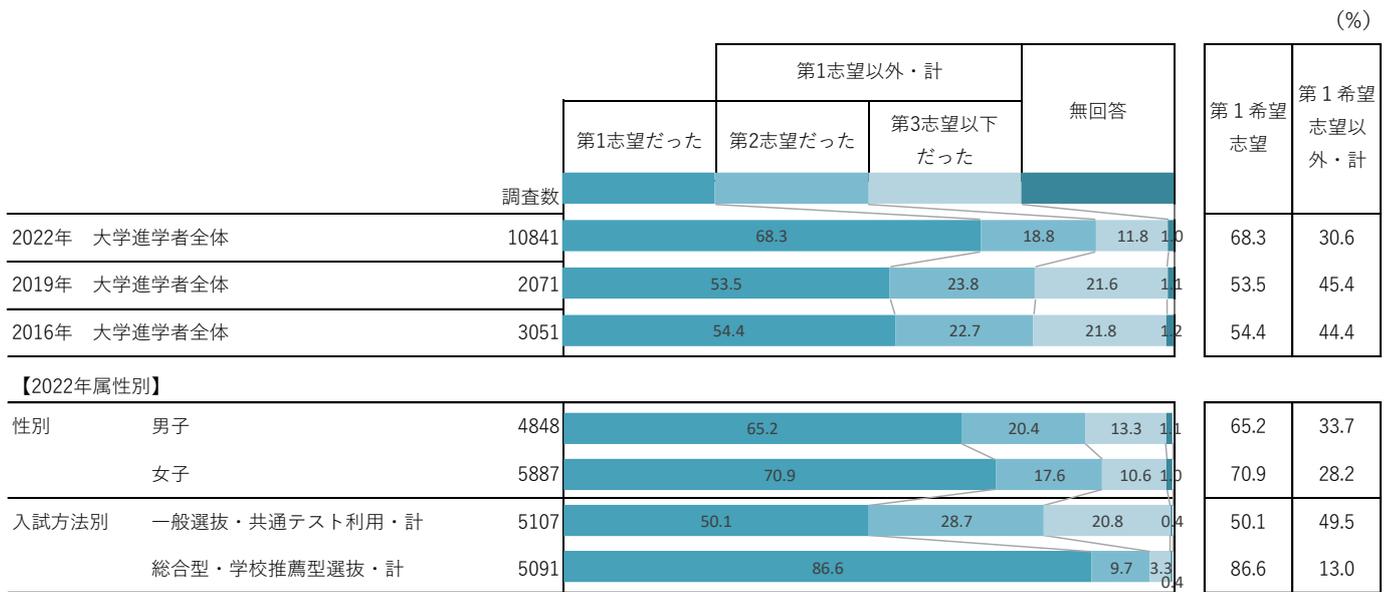
調査数		参加した	参加しなかった	無回答
2022年	大学進学者全体	71.2	28.3	0.5
2019年	大学進学者全体	66.9	27.8	5.2
2016年	大学進学者全体	62.4	30.2	7.4

調査数		第1志望だった	いくつかの候補のひとつだった	場合によっては入学しても良いかなというくらいだった	入学先としては考えていなかった	無回答
2022年	大学進学者全体	59.8	33.2	5.4	1.3	0.3
2019年	大学進学者全体	52.8	31.2	13.5	1.4	1.1
2016年	大学進学者全体	46.4	33.0	16.9	2.3	1.3

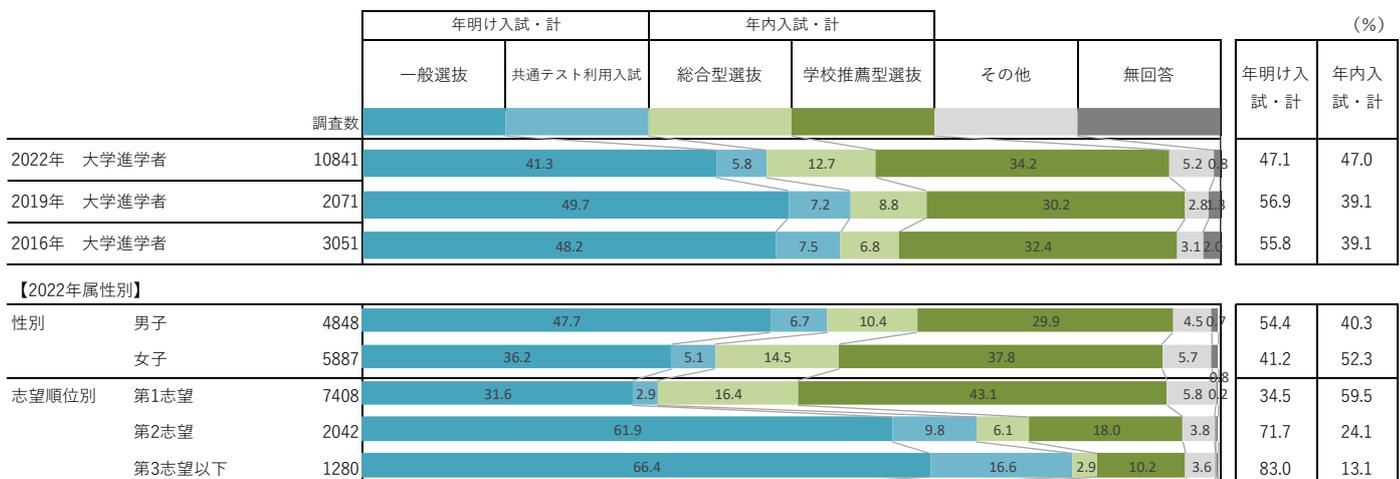
## 進学する大学の志望順位と合格した入試方法

- 第1志望校への進学者は68.3%で、前回より14.8ポイントの大幅増加。特に、総合型・学校推薦型選抜合格者の第1志望率は86.6%と非常に高い。
- 年内入試合格での進学者は7.9ポイント増え47.0%、逆に年明け入試層は9.8ポイント減少で47.1%で、年内入試合格による進学者が大幅に増加。
  - ・ 「年明け入試・計」と「年内入試・計」の割合を経年で見ると、2016年→2019年は変化はほぼなかったが、2019年→2022年では年内入試層が7.9ポイント増え、年内入試層（47.0%）と年明け入試層（47.1%）がほぼ同率となった。

### ■ 進学する大学の志望順位（単一回答）



### ■ 進学する大学に合格した入試方法（単一回答）



※2019/2016年は下記項目を集計  
 「一般選抜」は一般入試、「共通テスト利用入試」はセンター試験利用入試、  
 「総合型選抜」はAO入試、「学校推薦型選抜」は推薦入試（公募）・推薦入試（指定校）・自己推薦入試

## 進学先検討時の重視項目の変化

### ■ 進学先検討時の重視項目TOP3

1位：学びたい学部・学科・コースがあること（76.5%）

2位：自分の興味や可能性が上げられること（38.6%）

3位：教育方針・カリキュラムが魅力的であること（35.8%）

#### <2回連続順位が上がった項目>

教育方針・カリキュラムが魅力的であること（2016年：16位→2019年：12位→2022年：3位）、社会で役立つ力が身につくこと（2016年：21位→2019年：17位→2022年：15位）、教育内容のレベルが高いこと（2016年：23位→2019年：21位→2022年：16位）

#### <2回連続順位が下がった項目>

資格取得に有利であること（2016年：6位→2019年：7位→2022年：9位）、偏差値が自分に合っていること（2016年：7位→2019年：8位→2022年：9位）、キャンパスがきれいであること（2016年：10位→2019年：14位→2022年：19位）

### ■ 進学先検討時の重視項目上位20項目（複数回答）

順位	順位変動		順位変動		進学先検討時の重視項目	2022年 (%)
	2022年	2019年	2016年	2019年→2022年		
1位	1位	1位	→	→	学びたい学部・学科・コースがあること	76.5
2位	3位	3位	↑	→	自分の興味や可能性が上げられること	38.6
3位	12位	16位	↑	↑	教育方針・カリキュラムが魅力的であること	35.8
4位	2位	2位	↓	→	校風や雰囲気が良いこと	35.7
5位	5位	5位	→	→	自宅から通えること	31.0
6位	4位	4位	↓	→	就職に有利であること	30.7
7位	16位	14位	↑	↓	伝統や実績があること	28.4
	10位	8位	↑	↓	学生生活が楽しめること	28.4
9位	7位	6位	↓	↓	資格取得に有利であること	28.2
	8位	7位	↓	↓	偏差値が自分に合っていること	28.2
11位	6位	11位	↓	↑	将来の選択肢が増えること	27.7
12位	9位	9位	↓	→	学習設備や環境が整っていること	26.8
13位	11位	12位	↓	↑	勉強するのに良い環境であること	26.2
14位	20位	15位	↑	↓	有名であること	24.8
15位	17位	21位	↑	↑	社会で役立つ力が身につくこと	22.8
16位	21位	23位	↑	↑	教育内容のレベルが高いこと	22.6
17位	13位	18位	↓	↑	入試方法が自分に合っていること	22.0
18位	18位	13位	→	↓	専門分野を深く学べること	21.3
19位	14位	10位	↓	↓	キャンパスがきれいであること	20.4
20位	15位	17位	↓	↑	卒業後に社会で活躍できること	20.0

※2022年の上位20項目を抜粋 ※ 2回連続順位を上げた項目 2回連続順位を下げた項目

※図表内順位変動 対前年比「↑」ランキングアップ 「↓」ランキングダウン 「→」ランキング同じ

## 進学に関する情報源とコロナ影響

- 進学に関する情報源は、『情報（紙・パソコン）』『オープンキャンパス』『アドバイス』からの情報が軒並み減少。一方、『情報サイト（スマホ・アプリ）』『SNSやブログ等』からの情報収集が増加傾向。

- ・ 2回連続減少した項目は、

『情報（紙・パソコン）』：「高校でもらった進学情報誌」「自宅に送られてきた情報誌やDM」「書店で買った進学情報誌」「各学校のホームページ（パソコン）」「進学情報サイト（パソコン）」

『オープンキャンパス』：「オープンキャンパス・学校見学会」

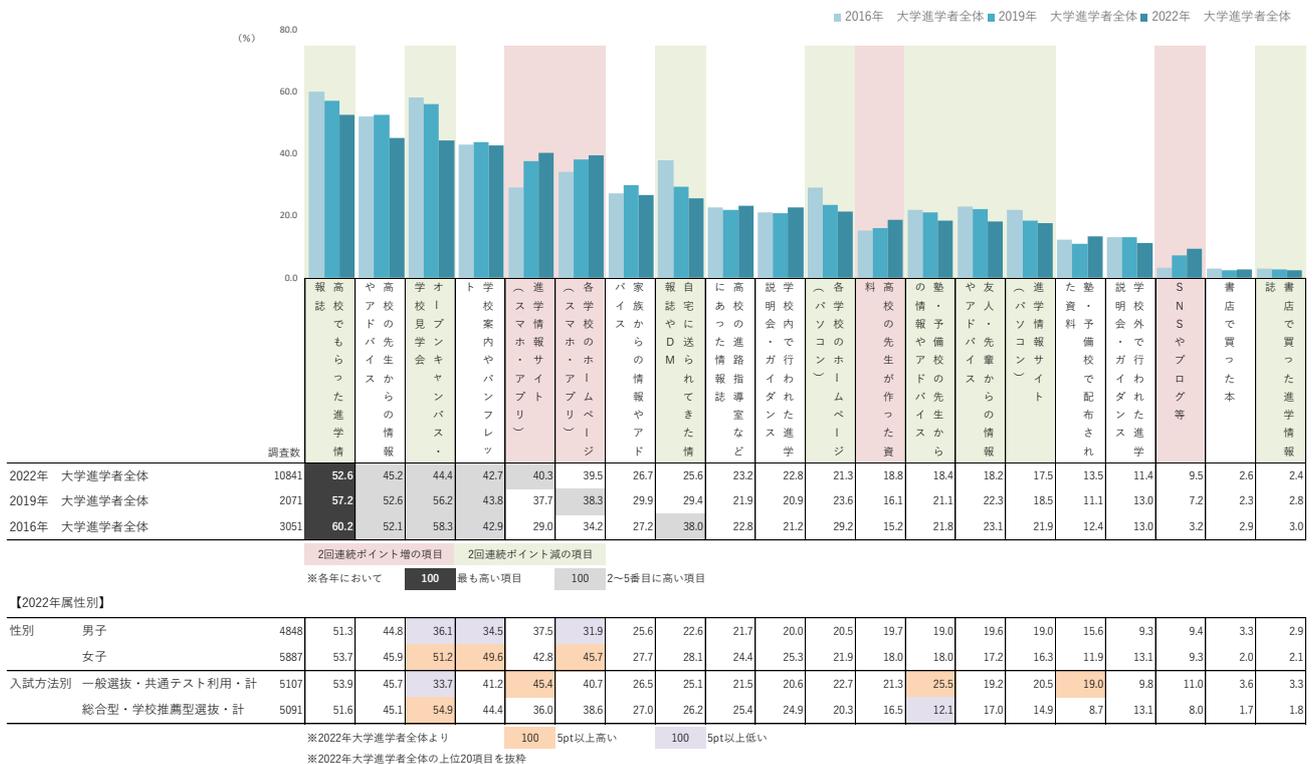
『アドバイス』：「塾・予備校の先生からの情報やアドバイス」「友人・先輩からの情報やアドバイス」

- ・ 一方、2回連続増加しているのは、

『情報（スマホ・アプリ）』：「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）」と

「高校の先生が作った資料」「SNSやブログ等」で、コロナ影響もありオンライン・非接触での情報収集へのシフトがうかがえる。

## ■ 進学に関する情報源（複数回答）



## リクルート進学総研について

高校生、進路選択に関する調査研究機関として、以下の活動を行っています。

- ・全国の大学、短期大学、専修学校など、高等教育機関の経営層向けの専門誌『カレッジマネジメント』の発行
- ・高校の先生を読者対象とする進路指導、キャリア教育の専門誌『キャリアガイダンス』シリーズの発行
- ・高等教育機関、高校生、進路選択に関する各種調査の実施や社外に向けての情報発信

<取材にお答えできます>

- ・大学を巡る政策動向全般について
- ・高校生の進路や将来についての価値観・大学のブランド力
- ・高校生、保護者、高等教育機関についての各種データ・マーケット動向や事例など、高校生から大学経営まで教育に関わる内容について幅広くお答えします。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルート進学総研：<https://souken.shingakunet.com/>