

「アドミッション・ポリシー」の認知は9割超え うち、個別大学について調べている高校生は16.3ポイント増加し約7割 一方で、志望校検討時「非常に役立った」の回答は変化なしで増えず

— 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「アドミッション・ポリシー」編です。

解説：『リクルート進学総研』所長 小林 浩：P2

■ アドミッション・ポリシーの認知度の経年変化：P4

- ・ 認知は9割を超え、多くの高校生がアドミッション・ポリシーを知っていると回答。（高校教員「認知」は96.5%）
- ・ アドミッション・ポリシーを認知している人のうち、「名前も意味も知っており、個別大学について調べたことがある」は67.4%で、約7割の高校生が個別大学のアドミッション・ポリシーを調べた経験がある。経年で見ると16.3ポイント増加しており、“アドミッション・ポリシーを調べる”高校生が増加している。

■ 志望校検討時におけるアドミッション・ポリシー役立ち度の経年変化：P5

- ・ 「個別大学について調べたことがある」高校生のうち、84.9%が“志望校検討時”にアドミッション・ポリシーは役に立ったと回答。（高校教員「進路指導で活用」は71.3%）
- ・ アドミッション・ポリシーが役立った人のうち、「非常に役に立った」を経年で見ると、ほぼ変化はなく増えていない。

参考：アドミッション・ポリシー（入学者受け入れ方針）とは

各大学、学部・学科等の教育理念、ディプロマ・ポリシー（卒業認定・学位授与の方針）、カリキュラム・ポリシー（教育課程編成・実施の方式）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習成果（「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。

※学力の3要素：（1）知識・技能、（2）思考力・判断力・表現力等の能力、（3）主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度→現在、全ての大学において、①アドミッション・ポリシー、②カリキュラム・ポリシー、③ディプロマ・ポリシーの3つの方針を一貫性あるものとして策定し、かつ公表が義務化されている。（2017年4月1日施行）

文部科学省ホームページより引用

※出版・印刷物、WEBサイトなどヘーダ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/>

■ 解説

<ポイント>

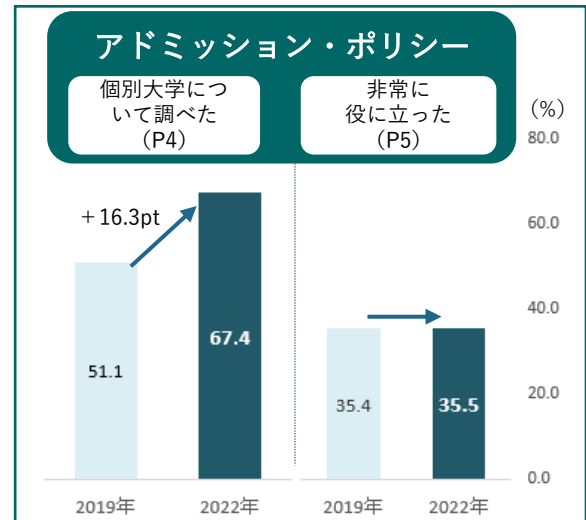
1. 2017年に策定が義務付けられたアドミッション・ポリシーは徐々に高校現場に浸透しており、志望校のアドミッション・ポリシーについて調べるのが当たり前になってきた。

2. その一方、大学のアドミッション・ポリシーの役立ち度は高まっておらず、大学には理念に共感した学生の獲得やミスマッチによる退学を防ぐためにも、高校生に理解しやすいアドミッション・ポリシーの策定が求められる。

<背景>

2017年に策定が義務付けられたアドミッション・ポリシーは徐々に高校現場に浸透している。すでに、私立大学では総合型選抜・学校推薦型選抜で入学する学生が半数を超えており、国立大学においても、総合型選抜を導入する大学が増加している。総合型選抜や学校推薦型選抜では、面接やエッセーを導入している大学も多く、受験生は大学の理念や教育方針を理解する必要がある。そのため、高校の進路指導においても活用されており、志望校のアドミッション・ポリシーを調べて、入学に向けてどのような準備をすればよいのかを考えさせる授業も行われている。

一方、大学のアドミッション・ポリシーは、高校生から見ると、まだまだ分かりづらい表現になっていることが多い。そのため、志望校のアドミッション・ポリシーを調べたとしても、自分が入学に向けて、どのような準備をしたらよいか分かりづらいことから、高校生から見た役立ち度が高まっていない状況であることが今回の調査から分かった。



『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



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/>

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

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	0.5

*2019年「その他」選択肢なし

■進学先大学に合格した入試方法内訳

		年明け入試・計		年内入試・計			（%）	
		一般選抜	共通テスト 利用入試	総合型選抜	学校推薦型 選抜	その他	無回答	
	調査数							
2022年	大学進学者全体	10841	41.3	5.8	12.7	34.2	5.2	0.8
2019年	大学進学者全体	2071	49.7	7.2	8.8	30.2	2.8	1.3

*2019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

■進学先大学の志望順位内訳

		（%）			
		第1志望だった	第2志望だった	第3志望以下 だった	無回答
	調査数				
2022年	大学進学者全体	10841	68.3	18.8	11.8
2019年	大学進学者全体	2071	53.5	23.8	21.6

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、ここにいる、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/>

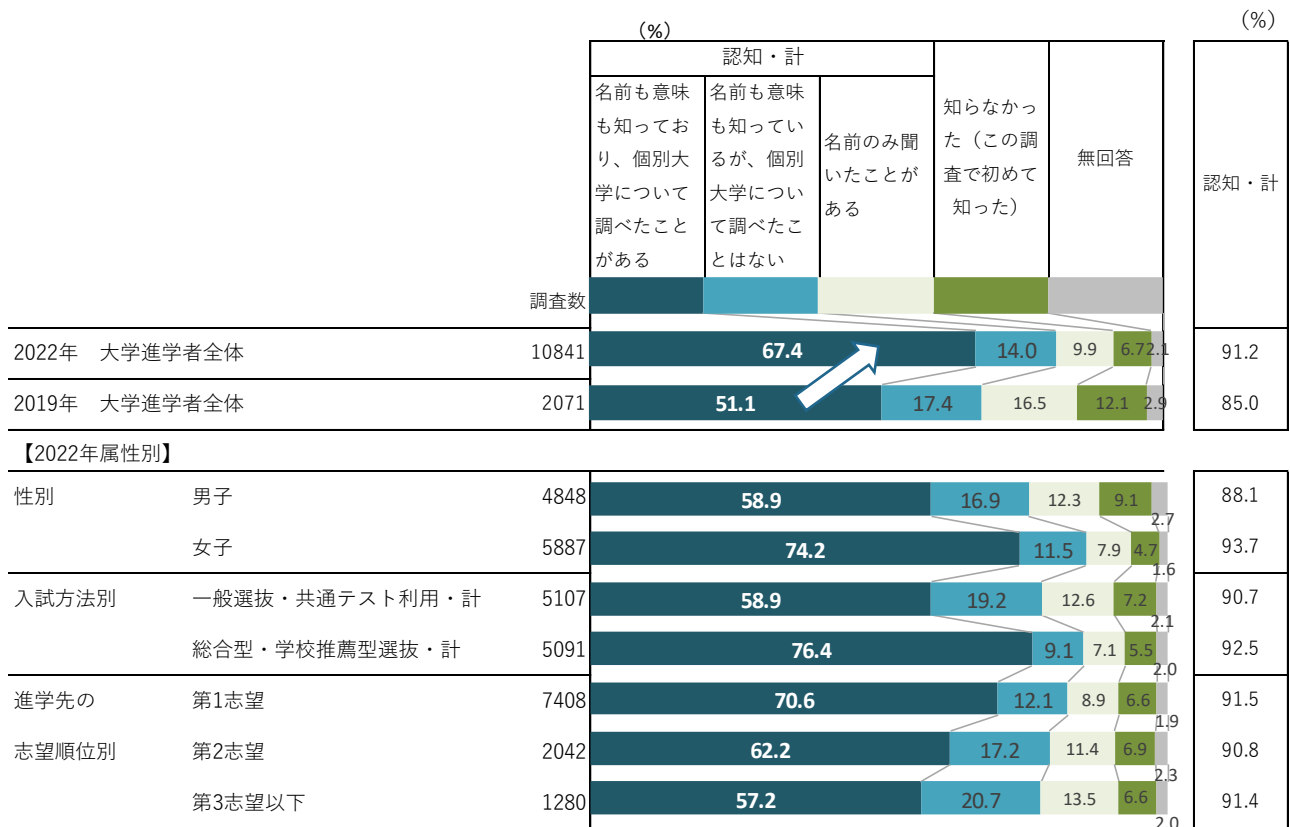
■ 認知は9割を超え、多くの高校生がアドミッション・ポリシーを知っていると回答。

(高校教員「認知」は96.5%)

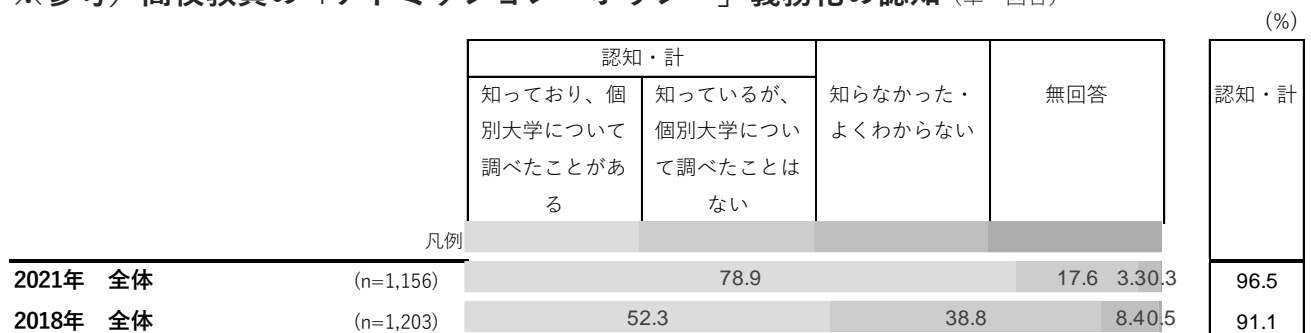
■ 認知・計のうち、「名前も意味も知っており、個別大学について調べたことがある」は67.4%で、約7割の高校生が個別大学のアドミッション・ポリシーを調べた経験がある。経年で見ると16.3ポイント増加しており、“アドミッション・ポリシーを調べる”高校生が増加している。

- ・ 男女別に見ると、女子が男子より15.3ポイント高い。(男子 58.9% 女子 74.2%)
- ・ 入試方法別に見ると、総合型・学校推薦型層(76.4%)が一般・共通テスト層(58.9%)を17.5ポイント上回る。
- ・ 進学先の志望順位別に見ると、第1志望校に入学した高校生の7割以上が個別大学のアドミッション・ポリシーを調べている。

■ 「アドミッション・ポリシー」の認知度 (単一回答)



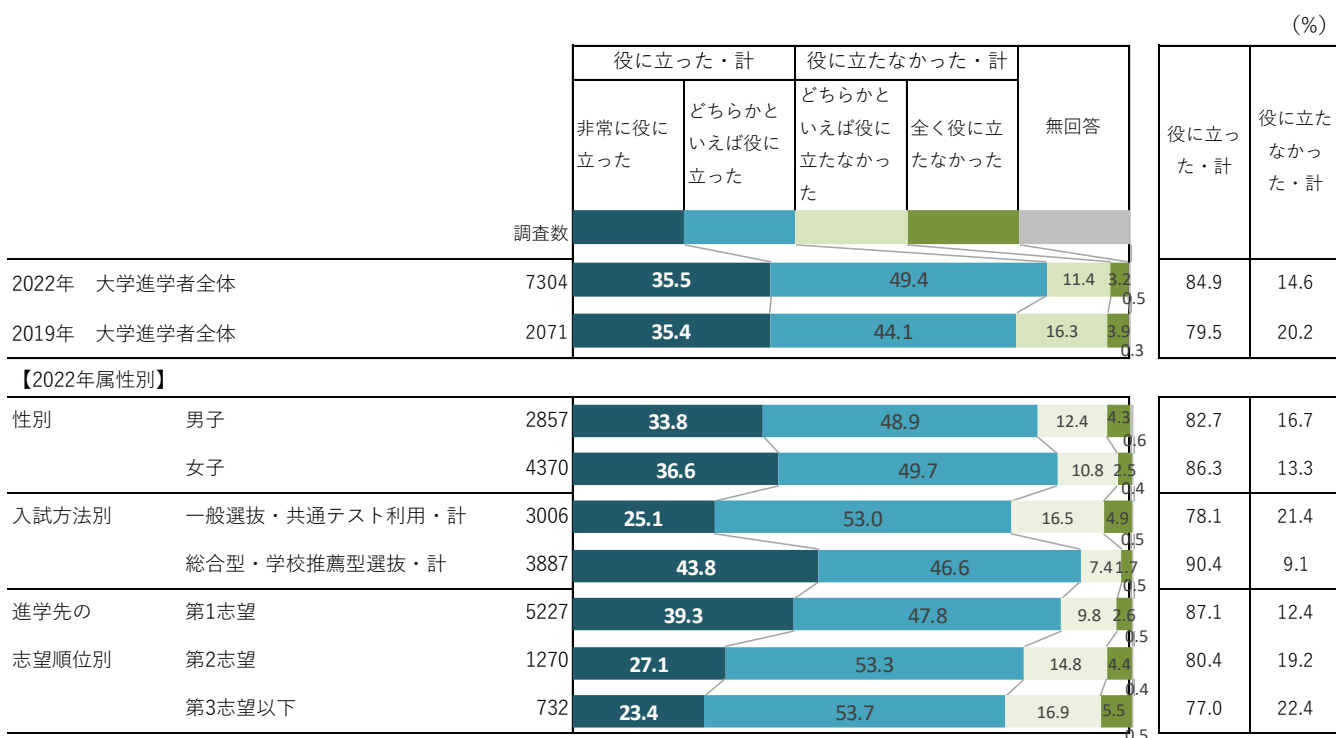
※参考) 高校教員の「アドミッション・ポリシー」義務化の認知 (単一回答)



- 「個別大学について調べたことがある」高校生のうち、84.9%が“志望校検討時”にアドミッション・ポリシーは役に立ったと回答。（高校教員「進路指導で活用」は71.3%）
- 役に立った・計のうち、「非常に役に立った」を経年で見ると、ほぼ変化はなく増えていない。
 - ・ 入試方法別に見ると、総合型・学校推薦型層43.8%に対して、一般・共通テスト層は25.1%でギャップは18.7ポイントと総合型・学校推薦型選抜で入学した高校生の方が役立ち度が高い。

■ 志望校検討時の「アドミッション・ポリシー」役立ち度

（大学進学者のうち「名前も意味も知っており、個別大学について調べたことがある」者／単一回答）



※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）

	凡例	活用状況 (%)			
		活用している	活用していない	活用の有無は把握していない	無回答
2021年 全体	(n=1,156)	71.3	13.8	14.5	0.3
2018年 全体	(n=1,203)	53.7	24.3	20.9	1.2

『リクルート進学総研』「高校教育改革に関する調査2021」より