

中央教育審議会 大学分科会 質向上・質保証システム部会（第12回） 民間ヒアリング

一人ひとりが、 「自分に合う1校」に出会うために

2026年10月21日

株式会社リクルート スタディサプリ

まなび領域プロダクトデザイン部 松島 将祐

01 会社・事業の思想と領域

小学生から社会人まで、一人ひとりの学びと進路を支えています。

個人の学習、学校での教育、そして進路選択。3つの領域で「自分らしく学び、生きる」を支えています。

リクルートのビジョン

FOLLOW YOUR HEART

一人ひとりが、自分に素直に、
自分で決める、自分らしい人生。

スタディサプリのビジョン・ミッション

**自分らしく学び、
生きられる世の中を。**

学びたい、学んでよかったと思える人を
増やすために、学びをもっと新しく。

個人向け学習支援 サブスクリプション

小学生

スタディサプリ
小学講座

中学生

スタディサプリ
中学講座

高校生

スタディサプリ
高校講座

大学生・
専門学校生

スタディサプリ
ENGLISH

社会人

学校・企業向け教育支援 SaaS

スタディサプリ
for TEACHERS
小学・中学・高校講座

スタディサプリ
ENGLISH

進路支援・学生募集 マッチング

高校生と学校が
出会う場をつくる

高校生

出願

大学・
専門学校

スタディサプリ進路

for MARKETING

02 進路事業の歩み

偏差値や知名度の先にある「自分に合うか」を、1970年から届けてきた。

創刊号の巻頭に記した思いは、届け方が変わった今も変わっていません。

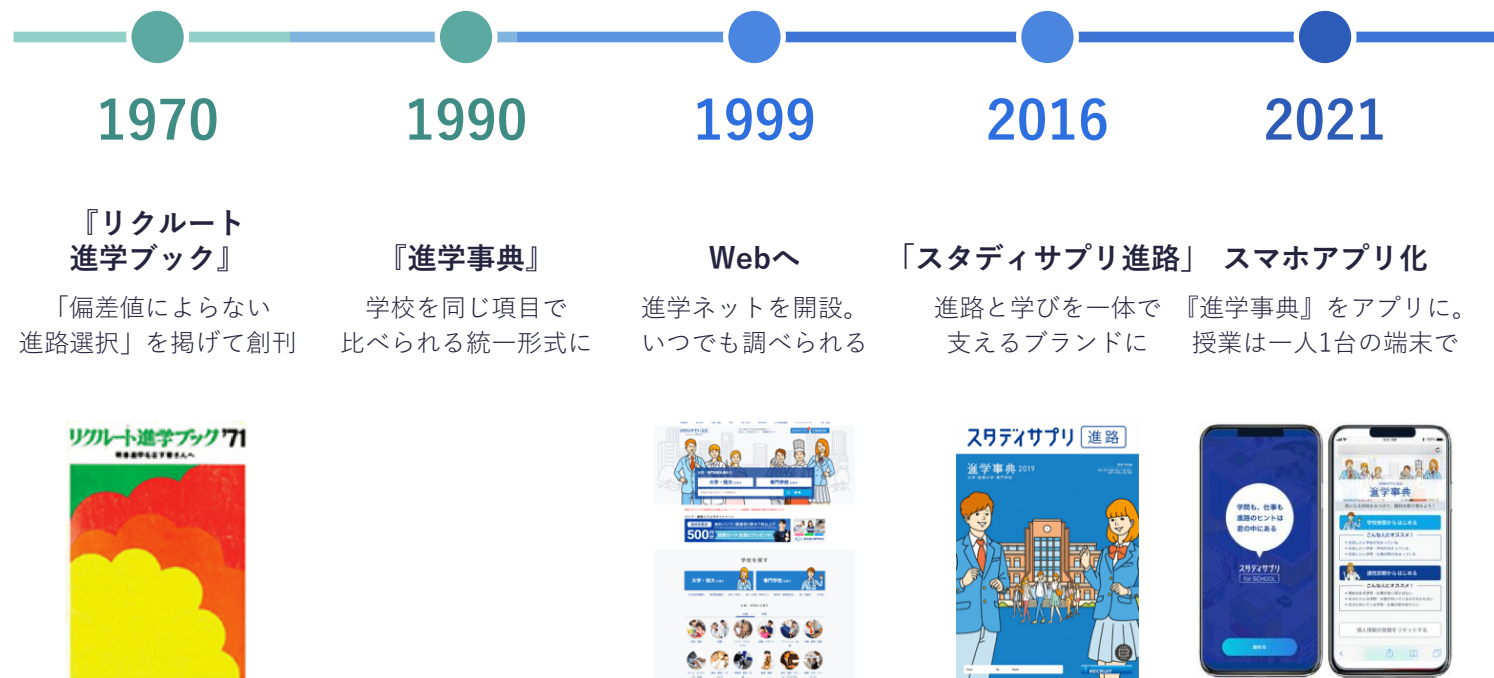
1970年 創刊号の巻頭メッセージ

その一歩としての進路選択。単に有名大学だから……，先輩にすすめられたから……，それだけの理由で，あなたのこれからの人生を左右するのは考えものです。あなた自身の性格は……，適性は……，関心は……，そして将来は……，そういった自己に対する認識と将来へのビジョンができたうえで，あなた自身に最も適した進路を選ぶことです。

そして、こう結ばれています。

**「あなたの人生を決めるのは、
ほかでもないあなた自身なのです。」**

出典：『リクルート進学ブック'71』
巻頭「ごあいさつ」（1970年9月）



03 高校生と先生の現状

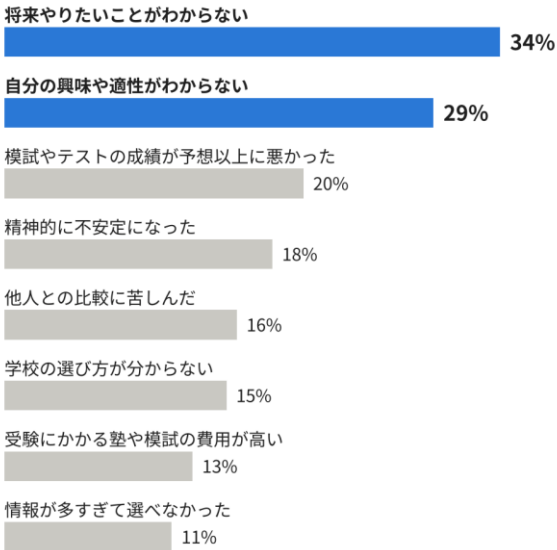
やりたいことが見えず動き出せない生徒と、進路指導の時間が足りない先生。

進学者の3人に1人が「将来やりたいことがわからない」と悩み、高校生の半数以上は進路を考えていても動き出せていない。
先生も多忙な中、多様化する入試に向き合っています。

生徒（全国の大学進学者）

「やりたいこと」「自分の適性」がわからない

進路選択について感じた不安や悩み
（複数回答・上位8項目）

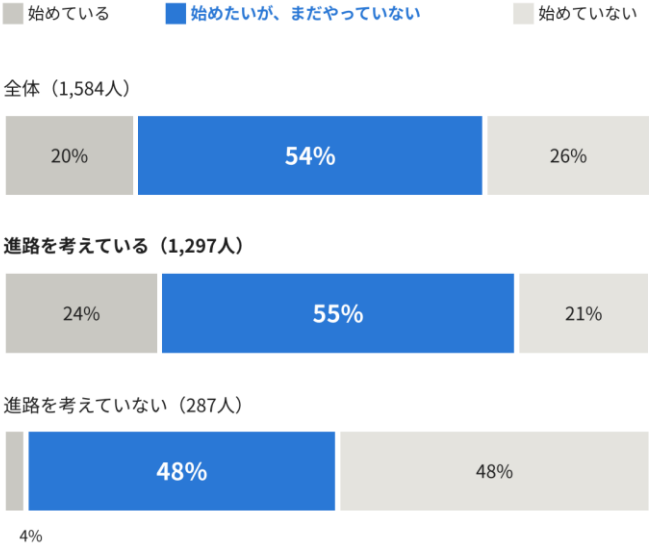


出典：リクルート進学総研「進学センサス2025」ニュースリリース p.8
（2025年 大学進学者 27,362人）

生徒（高校2年生）

進路を考えていても、動けていない

自分の将来像に向けて、何か行動を始めているか

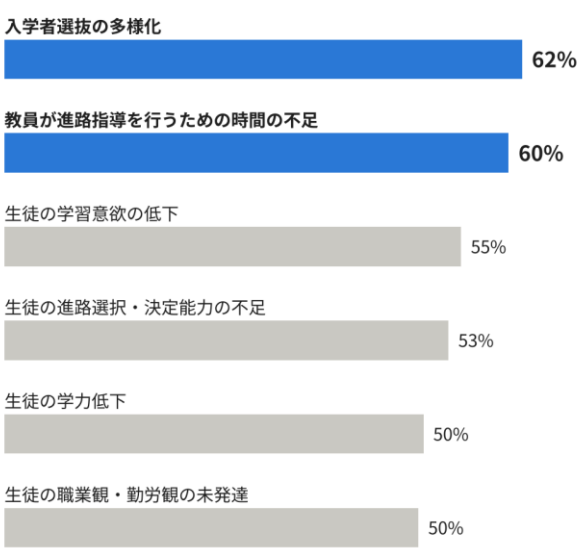


出典：リクルート進学総研「高校生と保護者の進路に関する意識調査2025」p.18
（高校2年生） 「進路を考えている」＝かなり／ある程度考えている

先生（全国の高校）

入試は多様化、でも追いかける時間がない

進路指導上の課題
（複数回答・上位6項目）



出典：リクルート進学総研「高校教育改革に関する調査2024」p.69
（全日制高校671校）

04 だから授業で届ける

情報を渡すだけでなく、授業で編集して届ける。

情報は、手元にあるだけでは活用されにくいもの。50分の授業の中で、先生と一緒に受け取り方・使い方まで届けています。

3年間の授業ラインナップ

※教材は高校生に無料で提供しています

1
年
生

自己理解

職業観育成

文理選択

2
年
生

分野（学問）研究

オープンキャンパス研究

3
年
生

学校研究

志望理由研究



内発的動機にもとづく進路決定へ



05 授業の工夫

動機づけからはじめ、情報探索、最後は小さな一歩まで。

一コマの授業を、生徒の内側に火をつけるところから設計しています。

1コマ（50分）の授業の流れ

Step1
動機を灯す

講演



この授業に取り組む動機をつくり、
何をすればよいかを見通せるようにします。

Step2
自分を知る

適性診断



動画を見たあとの漠然とした動機を、
自分ごとへと変えます。

Step3
選択肢を広げる

アプリ内情報&比較



自分の「好き」「気になる」を大切に、
表示される情報を読み解いていきます。

Step4
理解を深める

Step5
言葉にする

ワークシート／ブック



情報を見て感じた気持ちや想いを、
自分の言葉で書き綴ります。

詳しくは次のページで →

06 高校生に届けている情報

「そこで過ごす自分」を想像できる情報を届けています。

基本情報とあわせて、先輩の姿や学びの日常まで、ショート動画も交えて届けています。



基本情報

入試・学費・就職・資格など

Univ-map（仮称）と重なりうる情報



在校生のリアル

好きな授業や時間割、
実習の様子



先生・教授・授業

どんな先生に、
どんなふうに教わるのか



卒業後のキャリア

先輩が今どんな仕事をし、
なぜその大学を選んだか



オープンキャンパス

当日の流れや個別相談。
知ったその場で予約まで



大学の特長

その大学ならではの
学び方や、支え方

共通の形式で整理する

大学ごとに情報の形式が異なると、高校生にとって読み解きや比較が難しくなります。そのため、掲載校の情報を共通の項目・形式で整理し、授業や日常の中で参照しやすいよう設計しています。

07 情報の信頼性

掲載情報に基準を設け、一つひとつ審査しています。

高校生が安心して比べられるように。広告であっても、表現には同じ基準を適用しています。

審査の例 1

「No.1」「唯一」などの表現

客観的な調査の裏付けがあるものだけ。
調査の機関・対象・期間も必ず明記。

○ △△部門1位（調査名・期間を明記）

× 総合No.1（根拠の明記なし）

審査の例 2

学費の示し方

入学者全員が払う費用を、
「初年度納入金」の合計額でそろえて表示。

○ 初年度納入金 120万5000円

× 入学金20万円 授業料100万円

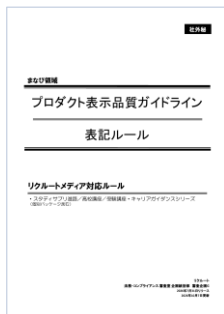
審査の例 3

就職率の示し方

何年の卒業生か、何人のうちの率かを明記。
数字は入稿前に名簿や集計表で確認。

○ 就職率100%（就職希望者150名）

× 就職率100%



社内ルールブック

プロダクト表示品質ガイドライン／表記ルール

法務・コンプライアンス部門の審査室が発行し、
法改正や新しい事例にあわせて更新しています。

207ページ

法令と、進学メディア
独自の表記ルール

11章

学費・入試・就職など
項目別の表記ルール

2026.10

最新の更新

08 Univ-map（仮称）との連携

役割が違うからこそ、Univ-map（仮称）と補い合えると考えています。

私たちは、授業を通じて高校生と日常的に接しています。その場を、公式情報が届く経路の一つとして活かせると考えています。

Univ-map（仮称）

評価結果（★）とそのポイント
DP（卒業までに身につける力）
全国学生調査の「伸び」のデータ

重なりうるところ

スペック情報

入試・学費・進路・資格など
→ [公式データを出典として参照](#)

スタディサプリ

在校生・卒業生・先生の姿
学びの日常のショート動画
オープンキャンパスの情報と予約
その大学ならではの特長

公式情報を高校生の判断材料に。いまの取り組みに、連携でもう一步を。

01

04・05の取り組みを活かす

授業の中で、自然とふれる

3年間を通した授業の中で、
Univ-mapの情報にふれる設計にする

02

06の取り組みを生かす

情報の届け方を、工夫する

在校生・卒業生・先生の姿と重ね、
共通の形式で比べやすく届ける

+

03

連携で、さらに

読み解き方と、セットで届ける

★やAP・DPなど理解が難しいものも、
授業の中で読み解けるようにする

時代は変わっていく。高校生の情報の取り方も、変わっていく。

その中でも私たちは、

一人ひとりが「自分に合う1校」に出会うことを、支え続けたい。