

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。

※出版・印刷物へデータを転載する際には、“「高校教育改革に関する調査2022」リクルート進学総研調べ”と明記をお願いいたします。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

## 【調査概要】

■ 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など）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

※2022年9月13日（火）郵送到着分までを集計対象とした。

■ 調査方法：郵送調査＋インターネット調査

※校長・進路指導宛てに調査票を郵送、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：全国の全日制高等学校4721校

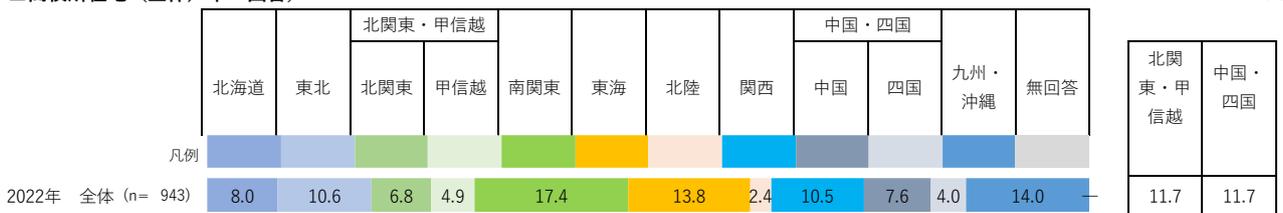
■ 集計対象数：943件（回収率20.0%）

注）例年隔年インターバルで実施しているが、前回調査は新型コロナウイルス感染症（COVID-19）影響により当初予定2020年を2021年に変更し実施。また、2016年（第19回）までは高校の進路指導やキャリア教育の実態を明らかにするため「高校の進路指導・キャリア教育に関する調査」として実施。

## 【回答校プロフィール】

### ■ 高校所在地（全体／単一回答）

(%)



### ■ 高校設置者（全体／単一回答）

(%)



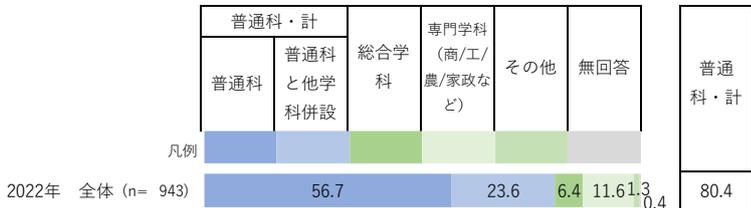
### ■ 大学・短大進学率（全体／単一回答）

(%)



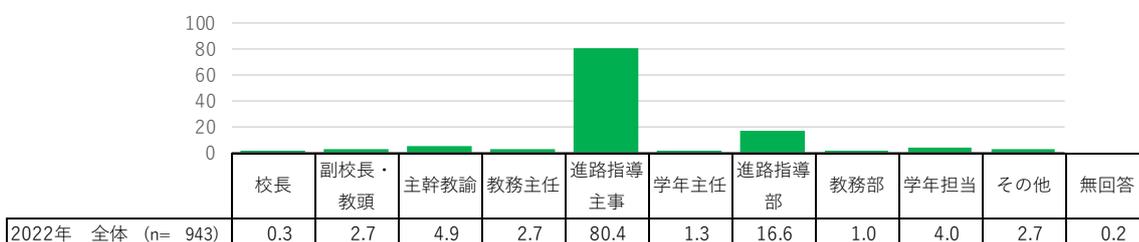
### ■ 高校タイプ（全体／単一回答）

(%)



### ■ 回答者の校務分掌（全体／複数回答）

(%)



## ■ 「総合的な探究の時間」初年度。探究学習が今後さらに高校で根付いていくために

今年度の4月から新しい学習指導要領へと変わり、「総合的な探究の時間」が始まった1年目。高校にお伺いすると、先生方から探究に関する話題が圧倒的に増えた実感を持つ。本調査でも、約6割が「主体性・多様性・協働性の向上」に変化を感じているなど、探究に取り組む中での生徒の変化を先生が実感されている様子がうかがえただけでなく、定性コメントとしても「キャリア意識が向上した」「地域との連携による地元再発見の機会になっている」など、探究を軸としたポジティブな波及効果についての言及も見受けられ、今後ますます各高校における探究の位置付けが深まっていく可能性を感じる結果となった。

しかしながら、探究に取り組むにあたっての課題は、「教員の負担の大きさ」。探究学習は、課題の設定→情報の収集→整理・分析→まとめ・表現というステップで学びが進んでいく。「特に指導が難しい」と話題にあがるのが、「課題の設定」である。課題という言葉の理解から始まり、その上で生徒たちは、日常生活や社会に目を向け、自己の在り方や生き方と一体的で不可分な課題を発見しなければならない。解がある問題を解くのと異なるアプローチに、生徒たちが戸惑うだけでなく、先生からもどう指導してよいか分からないという声を聞く。また、課題設定後は一人ひとりが異なるテーマを探究していく中で、個別化していく内容をどこまでサポートしていくのかバランスが難しいという側面も。さらには、「情報」の共通テスト追加など学びの在り方が変化していく中で、「教員の負担の大きさ」によりいっそう着目が必要だと感じる。

一方で、コロナ禍をきっかけに導入が加速したICTは、現在9割以上の高校で教育活動に活用されており、探究同様に「主体性・多様性・協働性が向上した」など生徒の変化も実感値として数値に表れてきている。ICTでうまく効率化しながら、その分を探究の時間に充てるという事例も耳にする。上記「教員の負担」に再び目を向けると、ICTをどう組み込み、日常に余白を生んでいくかが、ますます大きなテーマになっていきそうだ。



『キャリアガイダンス』編集長  
赤土 豪一  
SHAKUDO Goichi

大学卒業後、新卒で株式会社ベネッセコーポレーションへ入社。マーケティング・教材開発へ従事。その後、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（現リクルート）へ転職。以降、アナログ/デジタルを問わず、一貫してスタディサプリにおける高校生向けキャリア教育プログラムの開発に従事。『スタディサプリ進路』編集デスクを経て、2021年4月より、『キャリアガイダンス』編集長へ就任。



## ■ 調査報告書は『キャリアガイダンス』vol.445号にも掲載

『キャリアガイダンス』は、全国約 5,000 校の高校へお届けしている進路指導とキャリア教育の専門誌です。Vol.445（2023年1月20日発行）では、本調査のレポート「高校教育改革の今と未来」のほか、「アントレプレナーシップとは何か？」を特集します。

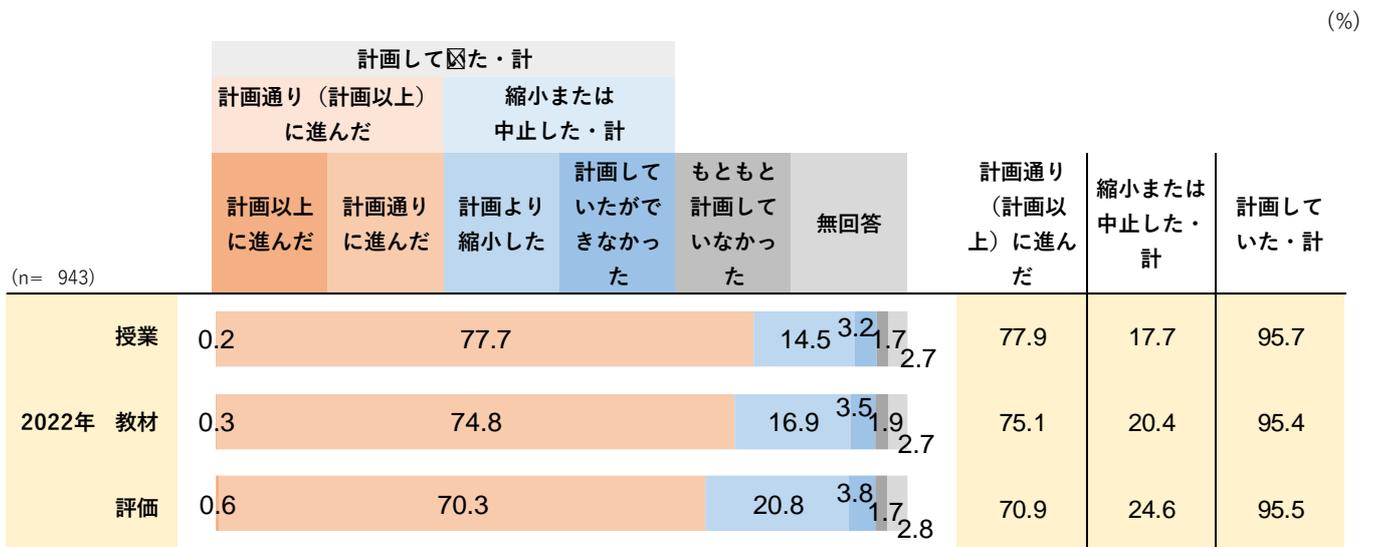
## 新学習指導要領への対応の進捗度

■【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。特に【授業】は77.9%。

■課題感のある教科としてあげられるものは、1位「情報」（46.3%）、2位「地理歴史」（37.2%）、3位「国語」（32.7%）。※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

・「情報」は2025年度大学入学共通テストに追加、「歴史総合」や共通必修科目として「現代の国語」「言語文化」が新設された影響とそれぞれ推察される。

### ■「新学習指導要領」への対応の進捗度（全体／各単一回答）



### ■「新学習指導要領」の取り組みにあたり課題感のある教科（全体／3つまで複数回答）

(n= 943)	教科名	1～3番目合計 (%)
1位	情報	46.3
2位	地理歴史	37.2
3位	国語	32.7
4位	数学	25.3
5位	外国語（英語）	23.2

※「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。

## 「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%が主体性・多様性・協働性向上の変化を感じている。

■ 「総合的な探究の時間」に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。

### ■ 「総合的な探究の時間」への取り組みによる生徒の変化（「総合的な探究の時間」導入校／各単一回答）

		そう思う☑計		そう思わない☑計			無回答	そう思う・計	そう思わない・計
		そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない			
基礎的な学力 （知識および技能） が向上した	2022年（n= 895）	2.8	19.8	54.6	17.8	4.7	0.3	22.6	22.5
	2021年（n=1,079）	4.1	24.7	54.0	11.0	4.6	1.6	28.7	15.7
思考力・判断力・ 表現力が向上した	2022年（n= 895）	8.7	44.4	37.4	7.7	1.5	0.3	53.1	9.2
	2021年（n=1,079）	13.3	48.7	31.0	4.4	1.7	0.9	62.0	6.0
主体性・多様性・ 協働性が向上した	2022年（n= 895）	12.4	48.9	31.2	5.5	1.7	0.3	61.3	7.2
	2021年（n=1,079）	17.4	52.4	24.8	3.2	1.3	0.9	69.8	4.4
学びに向かう姿勢・ 意欲が向上した	2022年（n= 895）	6.7	37.3	44.6	9.3	1.8	0.3	44.0	11.1
	2021年（n=1,079）	11.3	46.2	34.1	5.2	1.9	1.3	57.6	7.0

### 「総合的な探究の時間」への取り組みによる生徒・教員の変化 （フリーコメント）

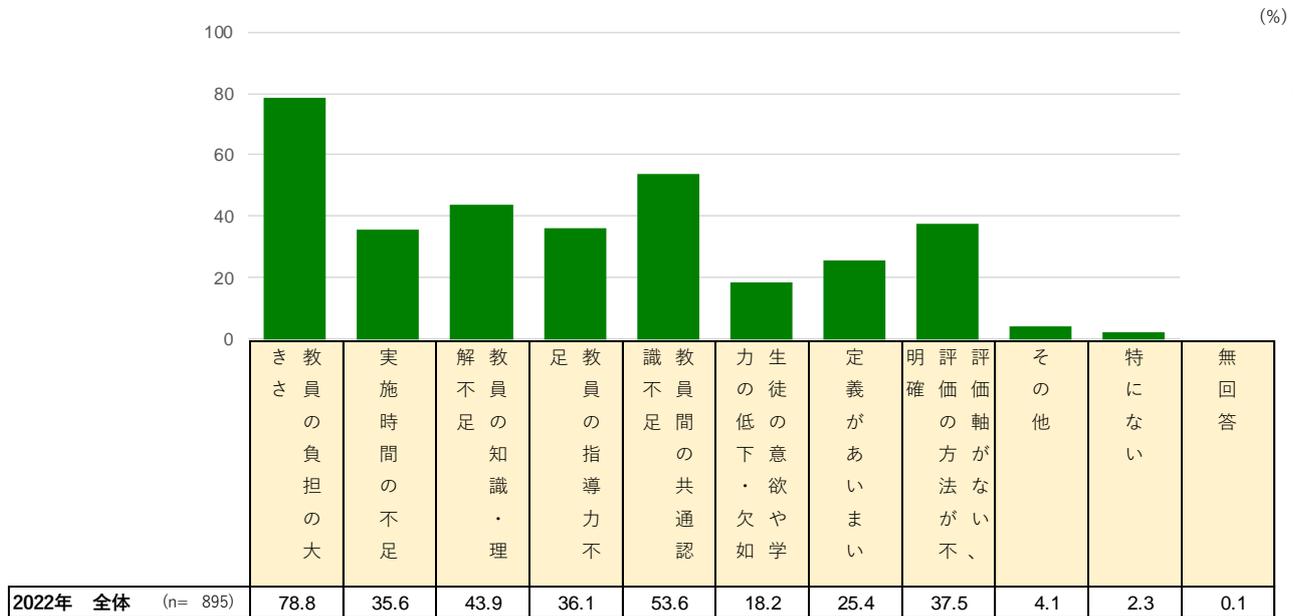
#### ■生徒の変化

- ・生徒の発表に対する抵抗感が小さくなった。成果を言語化する能力が向上した。[兵庫県/県立/普通科]
- ・生徒の進路意識（キャリア意識）が向上したと考えられる。[東京都/都立/普通科]
- ・地域との連携による地元の再発見の機会にもなっている。[鹿児島県/県立/普通科]
- ・人間関係の構築の方が難しく、思い通りの探究にならない。そもそも日常の予習復習に忙しく、生徒の負担は過大になっている。[愛知県/私立/普通科]
- ・主体性の向上を期待したが、結局やらされていることに変わりなく、以前より、より受動的になっている感じがする。[静岡県/県立/普通科]

#### ■教員の変化

- ・授業の創り方（工夫）を考えることが多くなった。[東京都/私立/普通科]
- ・成功するにしても失敗するにしても、生徒にやらせてみようという気運が教員の中で強くなった。[和歌山県/県立/普通科]
- ・教員の仕事が増え、負担ばかりが大きいとを感じる。[茨城県/県立/普通科]

■ 「総合的な探究の時間」に取り組むにあたっての課題（「総合的な探究の時間」導入校／複数回答）



■97.8%が授業、ホームルーム、探究などの教育活動にICTを活用。

・「学校全体で」「学年や課程・学科・コース・教科単位で」を合わせた「組織的対応・計」は80.3%で、前回の65.7%から14.6ポイント上昇した。

■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%）。

■ICT活用にあたっての課題は、「教員の知識・理解不足」「教員の負担の大きさ」が6割を超える。

■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。前年より6.3ポイント上昇。

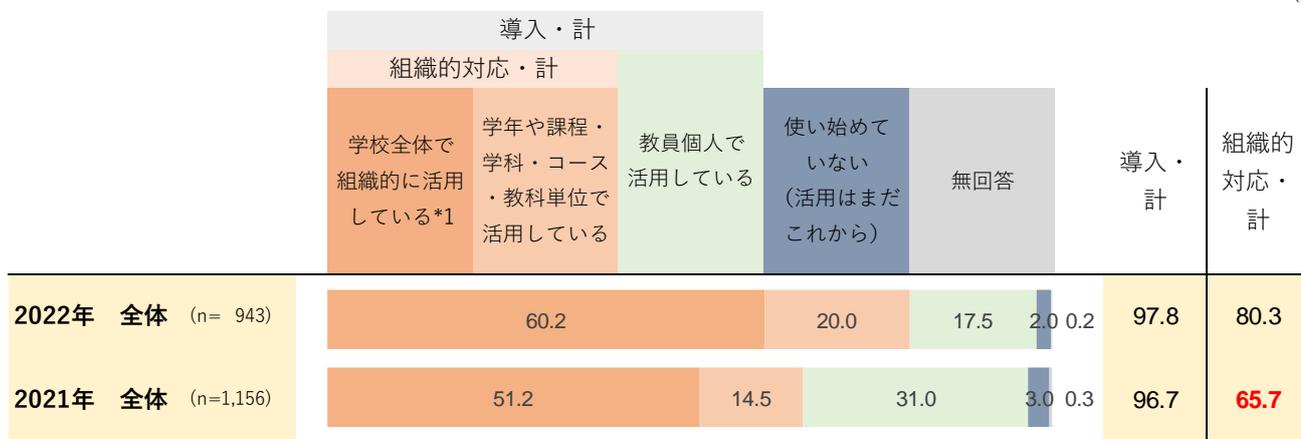
・一方、「コミュニケーション活用」は前回より減少。「ビデオ会議システムを活用したホームルームの実施」が3.5ポイントダウン、「学校と家庭とのコミュニケーション」は7.2ポイント下がっている。

■GIGAスクール構想の進捗を踏まえたICT活用推進に向けての取り組みは、「先生方の研修の強化（校内・校外）」が突出。

・前回と比較して、「検討／推進プロジェクトの立ち上げ・任命」「推進計画の立案と教員間での共有」などの準備フェーズの取り組みが減少し、より具体的な取り組みが増加。

■ 教育活動へのICT活用状況（全体／単一回答）

(%)

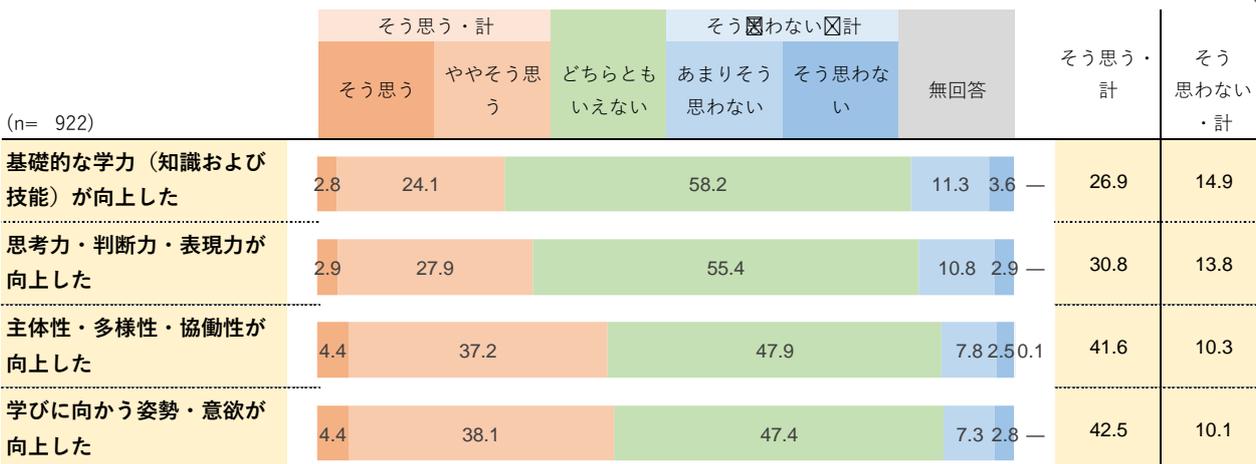


※2022年調査と比較して 0.0 -5pt以上低い

※\*1：2021年の選択肢は「学校全体で組織的に活用を推進している」

■ ICT活用による生徒の変化（ICT活用実施校／各単一回答）

(%)

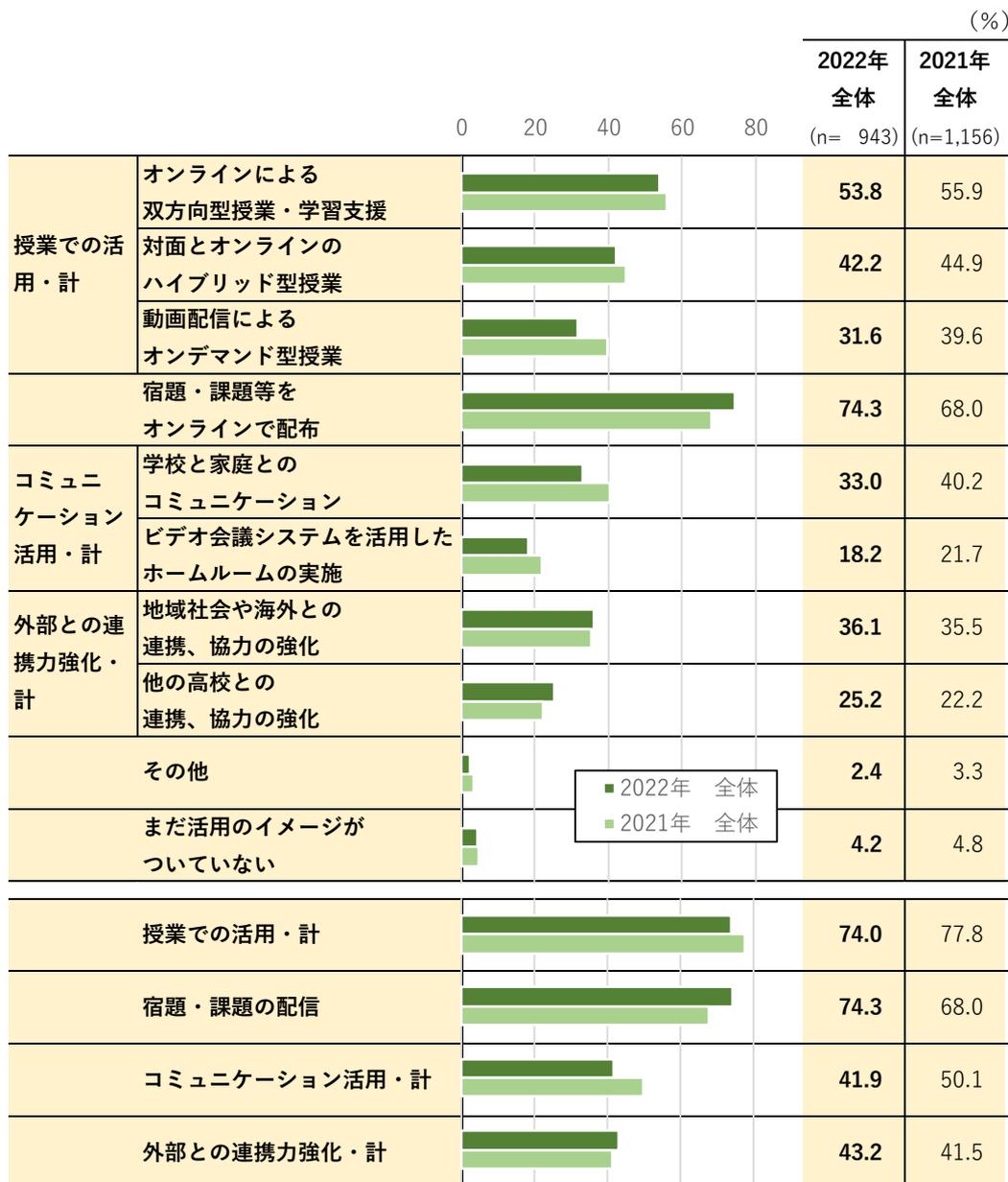


## ■ ICT活用にあたっての課題（全体／複数回答）



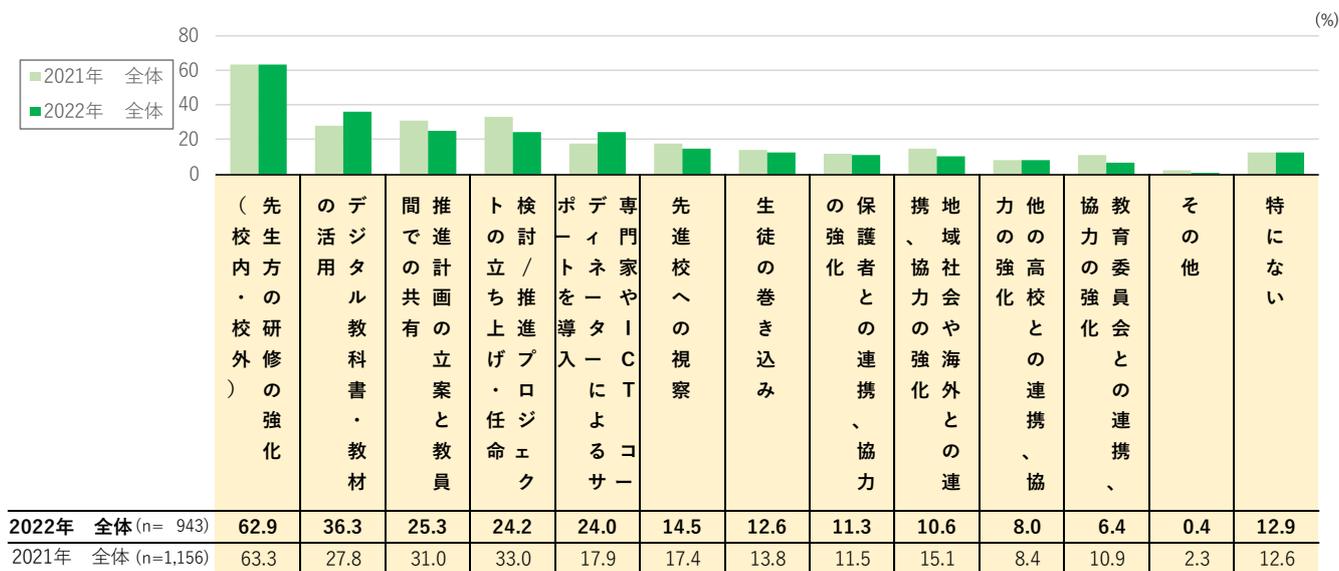
※各カテゴリーごとに降順ソート

## ■ 今後の教育活動におけるICT活用方法（全体／複数回答）



※カテゴリーごとに「2022年全体」の降順にソート

## ■ GIGAスクール構想の進捗を踏まえたICT活用推進に向けての取り組み（全体／複数回答）



※「2022年全体」の降順にソート

### 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、マッチング&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/>