



AOISUISENGAKUIN

WHITE PAPER 2026

推薦入試 合格白書

人生の脚本を、 塗り替える。

日々の生活、家業、興味、悩み。

ひとりひとりの中に、合格に届く素材がすでに眠っています。

私たちはその素材に気づく視点を育て、丁寧に問いを抽出しながら、
合格に届く「経験資産」を共に育てていきます。

ひとりの受験生の人生の脚本を、塗り替える伴走者。

それが、碧推薦学院です。

01	入試背景と推薦入試の現在地	P. 05
02	経験資産という考え方	P. 09
03	合否を分ける活動と経験の厚み	P. 11
04	戦略設計の有無が合否を分ける	P. 15
05	学校が抱える構造的な限界	P. 17
06	大手塾の現状と限界	P. 20
07	碧推薦学院のアプローチ	P. 23
08	塾選びの不可逆な方程式	P. 28
09	調査概要と運営会社	P. 31

目次

本調査の主な発見

01 推薦経由の入学者は、大学全体で過半数を突破している。

大学入学者全体の 53.6%、私立大学では 59.3% が推薦経由となりました（2025年度・文部科学省）。

03 塾への不満1位は「費用が高い」52.1%。

塾利用者の不満は「費用が高い」52.1%、2位「講師の質」が並びました。

02 入試で最も評価された活動は「研究・論文執筆」。

合格者調査では、評価された活動の1位が 35.8% で研究・論文執筆。留学やボランティアを大きく上回りました。

04 専門塾と一般受験塾で、満足度に有意な差が見られた。

総合型選抜専門塾の満足度は 4.11／5.0、一般受験塾は 3.67／5.0。専門性の違いが利用者評価に表れています。

01

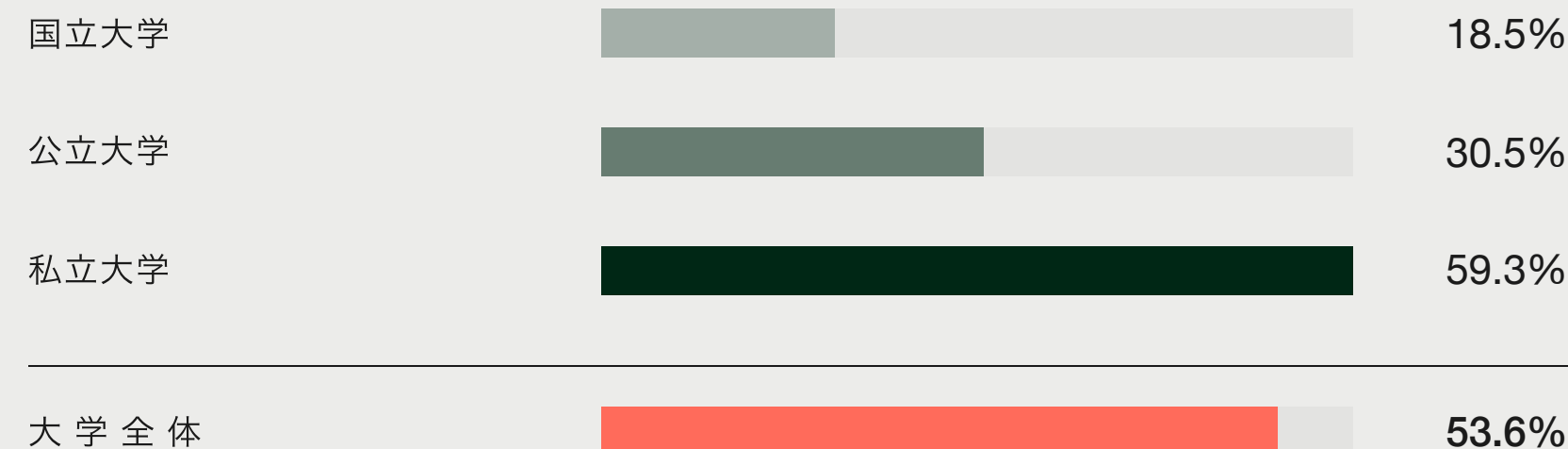
入試背景

推薦入試（総合型選抜・学校推薦型選抜）は、もはや大学入試の主流となりました。一方で、世間のイメージは旧来のまま留まっています。本章では、両者のギャップから議論を始めます。

01

入 試 背 景

推薦経由の入学者が、**2025年度には過半数を突破**しています。



2025年度入学者選抜実施状況／全国大学

対策しない理由がなくなる時代に突入している。私立大学に至っては合格者の 約6割 が、すでに推薦経由で入学している。

出典: 文部科学省「令和7年度国公立大学・短期大学入学者選抜実施状況調査」(2025年11月公表)

難関大から中堅有名大学まで、推薦枠の拡大が続いています。

早慶、GMARCH、関関同立、地方国立まで、各大学が総合型・学校推薦型の募集枠を増やしている。「狭き門」というイメージそのものが、ここ数年で書き換わっている。

出典: 各大学の公表入試要項(2025～2026年度)／碧推薦学院による集約

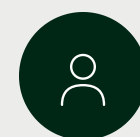
大学群	推薦枠 (2020)	推薦枠 (2025)	うち 総合型	うち学校推薦 ／指定校
早慶上理	約 18%	約 27%	16%	12%
GMARCH	約 24%	約 35%	16%	21%
関関同立	約 28%	約 40%	18%	19%
地方国立	約 15%	約 23%	18%	23%

推薦枠の中で、総合型選抜の比率は地方国立で約18%、関関同立で約18%、早慶上理で約16%。学校推薦・指定校と並ぶ主要選抜形式として確立しています。

「ずるい」「楽」「特別な子のため」といった、間違
ったイメージが今も複数残り続けています。

推薦入試が過半数化した現在も、受験生周辺では旧来のイメージが根強く残っています。デー
タ上の実態と、世間の感覚との間には大きな乖離があります。

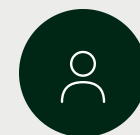
出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250)／追加ヒアリング(n=20)



「ずるい」—— 推薦で先に決まった子を見ると正直モヤッとする。一般で受かった子の
方が、なんか頑張った感ある。



「楽」—— 「あの子、推薦で早めに決まったんだって。楽できていいよね」って、ママ友の
集まりで普通に話題になる。



「特別な子のため」—— うち英語ペラペラでも留学経験もないから、推薦は無理。普
通の子は一般で頑張るしかないって思った。

本 調 査 の 問 い

合格する人と、しない人を 分けているものは、「経験資産」です。

合格者180人・不合格者70人・大学関係者12人へのヒアリングを統合した結果、合否を分けているのは偏差値でも活動の数でもなく、
碧推薦学院が「経験資産」と呼ぶ領域の厚みでした。

APPENDIX / 経験資産の定義

受験生がこれまでに何を経験し、そこから何を考え、何を志したか ―― を通して、その人にしか語れない言葉が生まれる領域のこと。スペック（評定や英検）の対極にある、経験の厚みで評価される領域を指します。

合否を分けるもの

推薦入試の合否を分けているのは、活動の数や派手さではなく、経験の厚みです。本章では、合格者調査と不合格者調査の差分から、「経験資産」が合否にどう作用するかをデータで示します。

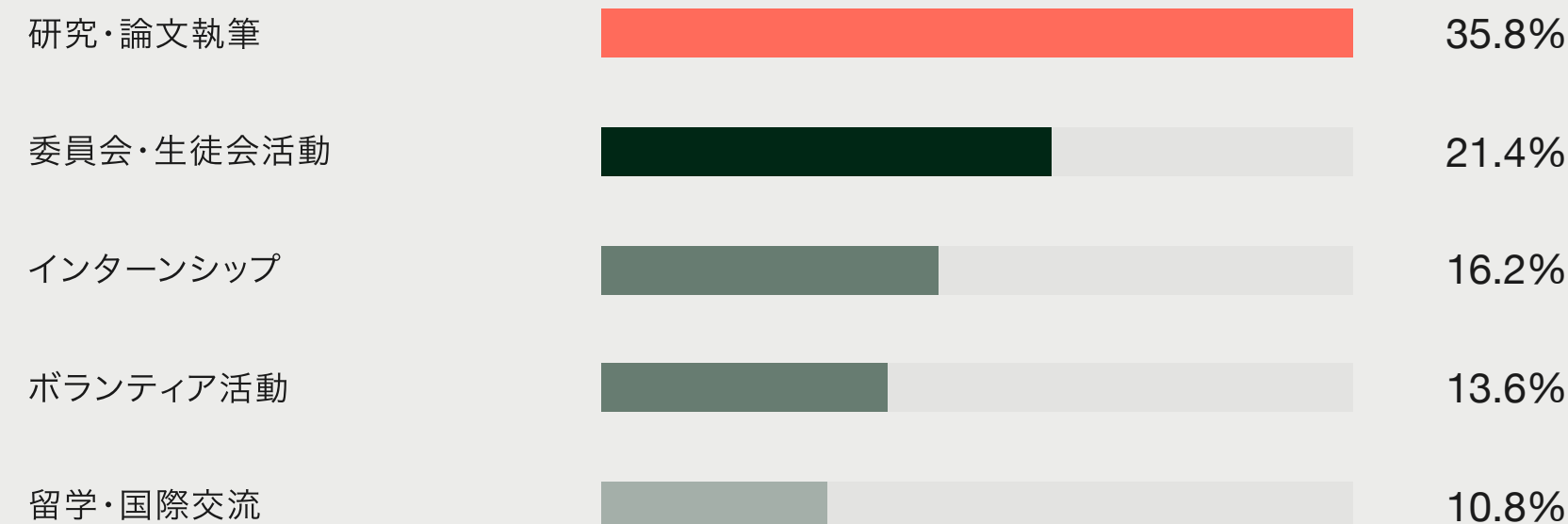
02

合 否 を 分 け る 活 動

入試で最も評価された活動として「研究・論文」を挙げる合格者が、3人に1人を超えています。

「派手な留学経験」や「目立つボランティア」ではなく、地味であっても深く取り組んだ研究や論文執筆こそが、合格を引き寄せている。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、複数回答)



合否を分けているのは、活動の数ではなく「経験の厚み」です。

何を経験したかよりも、「内実が伴っているか」「継続的に積めているか」が問われます。長く取り組み、自分で問いを立て、成果物まで残せた経験こそが、入試で最も評価されます。

出典: 碧推薦学院 教材ガイド／「経験資産」は碧推薦学院(株式会社水曜日)が提唱する独自概念



★合格者研究／ケーススタディ

日常の中の気づきが、合格に届く課外活動に変わった2つの実例。

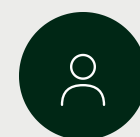
どの研究も、起点は日常の中の気づきです。「設計する」「実践する」「執筆する」の3段階を通じて、ひとりひとりの素材を、合格に届く経験資産として育てていきます。

出典: 碧推薦学院 過去合格者の実施事例より、個人特定を避けるため一部再構成

日常の気づき	祖父母が地方の小規模農家
育てた問い	地方衰退と若者の進学選択 —— 県内農家50軒の意識調査
碧推薦学院が並走したこと	半構造化インタビューの設計から、地方学会でのポスター発表まで並走
日常の気づき	自身がHSP気質で教室の音に悩んだ
育てた問い	学習環境の音圧と 集中持続時間の相関
碧推薦学院が並走したこと	音圧センサーの選定・統計解析・校内研究発表会での発表まで並走

合格者研究

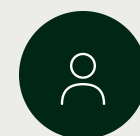
他塾の「定型ツアー型」課外活動は、評価されにくくなっています。



同じプログラム経由の志望理由書が毎年複数届く。語り口がほぼ同じで、加点要素として評価しづらい。



パッケージ化された海外研修は「行ってきました」止まり。研究としての厚みが見えづらい。



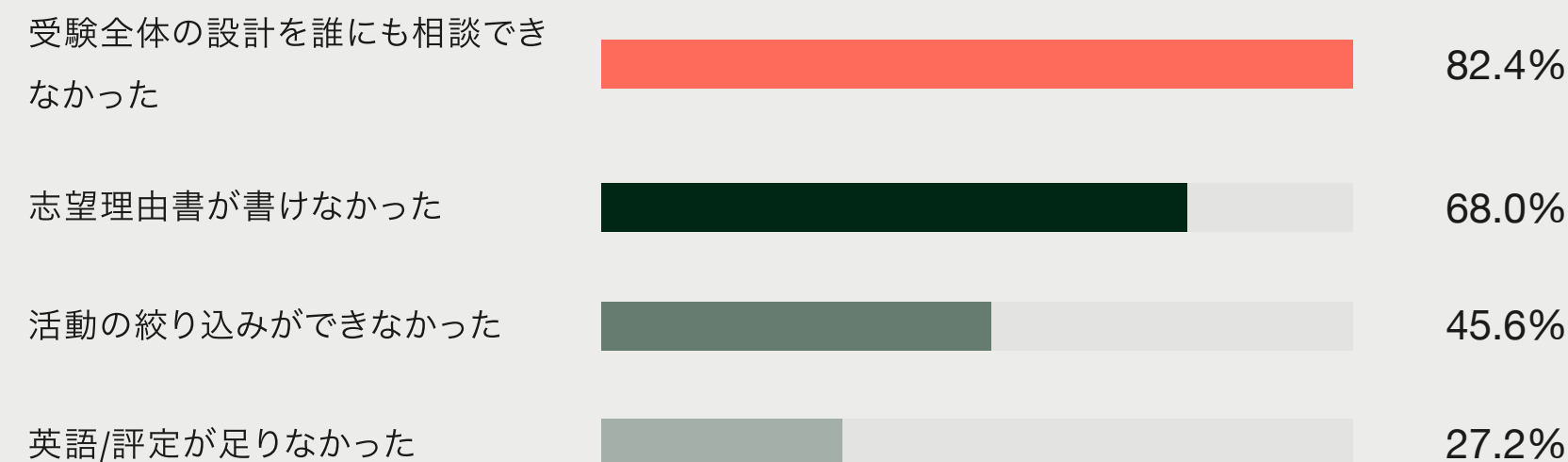
本人がどこまで主体的に問いを立てたか、面接で確認するとすぐに見えてしまう。

大学側のヒアリングでは、同じプログラム経由の志望理由書が「語り口がほぼ同じで加点しづらい」という声が複数挙がっている。型をなぞる経験では、もはや差がつかない。

出典: 碧推薦学院による大学関係者ヒアリング(n=12)／業界既存プログラムの公開情報

不 合 格 要 因

不合格者の**8割以上**が、受験全体のあらゆる箇所ですまずいています。



碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」不合格者ベース (n=70)

不合格者の振り返りで最も多いのは「活動が足りなかった」ではなく、「受験全体の組み立てを誰にも相談できなかった」「志望理由書が書けなかった」など、受験プロセスの設計そのものに関する問題でした。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、複数回答)

03

構造的な限界

経験資産を厚く積むには、伴走者が必要です。しかし、その伴走を学校や大手塾が担えていない理由を、本章で構造的に解き明かします。学校と大手塾、それぞれが抱える制度的・経済的制約をデータから示します。

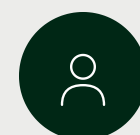
03

学 校 の 限 界

学校の探求活動は「受験に活きた」と感じられにくくなっています。



テーマは班ごとに決まっていて、自分の興味とは全く関係がなかった。



提出して評価される、で終わってしまい、入試で使える形にまでは持っていけなかった。



校外調査をしたかったが、校則で外出許可が下りなかった。

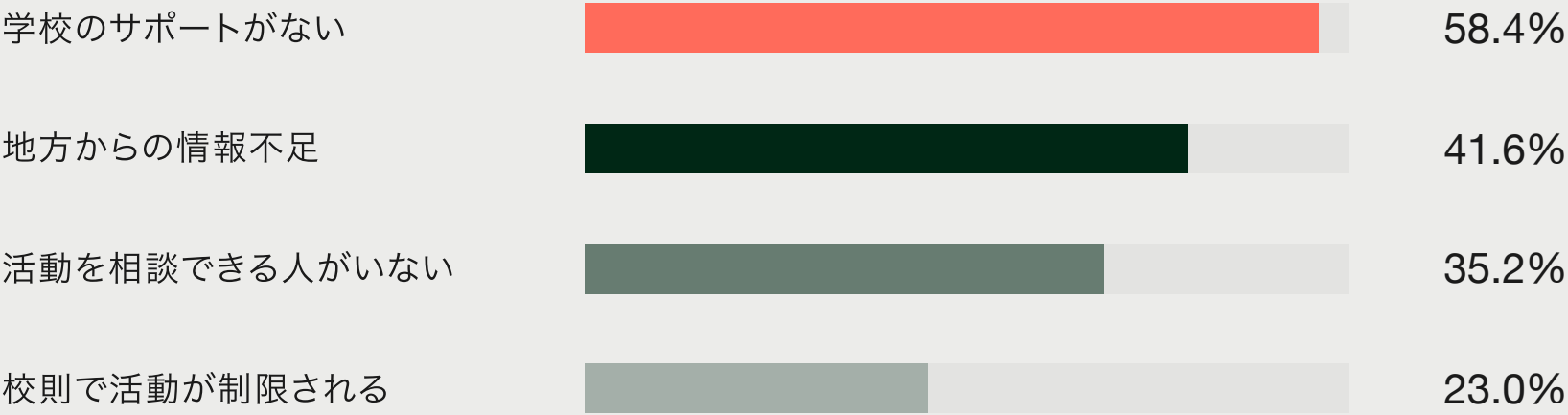
生徒の声に共通するのは「テーマが自分の興味と関係ない」「校外調査の許可が下りない」「提出して終わり」。制度上の制約が、経験の厚みを削いでいる。

出典: 碧推薦学院 追加インタビュー調査 2026(探求活動経験者 n=120)

困難要因の上位には、学校・経済・地域の3つの格差が並んでいます。

探求活動の質、地方からの情報アクセス、相談できる人の有無。学校だけでは埋まらない格差が、可否を実質的に左右しています。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、複数回答)

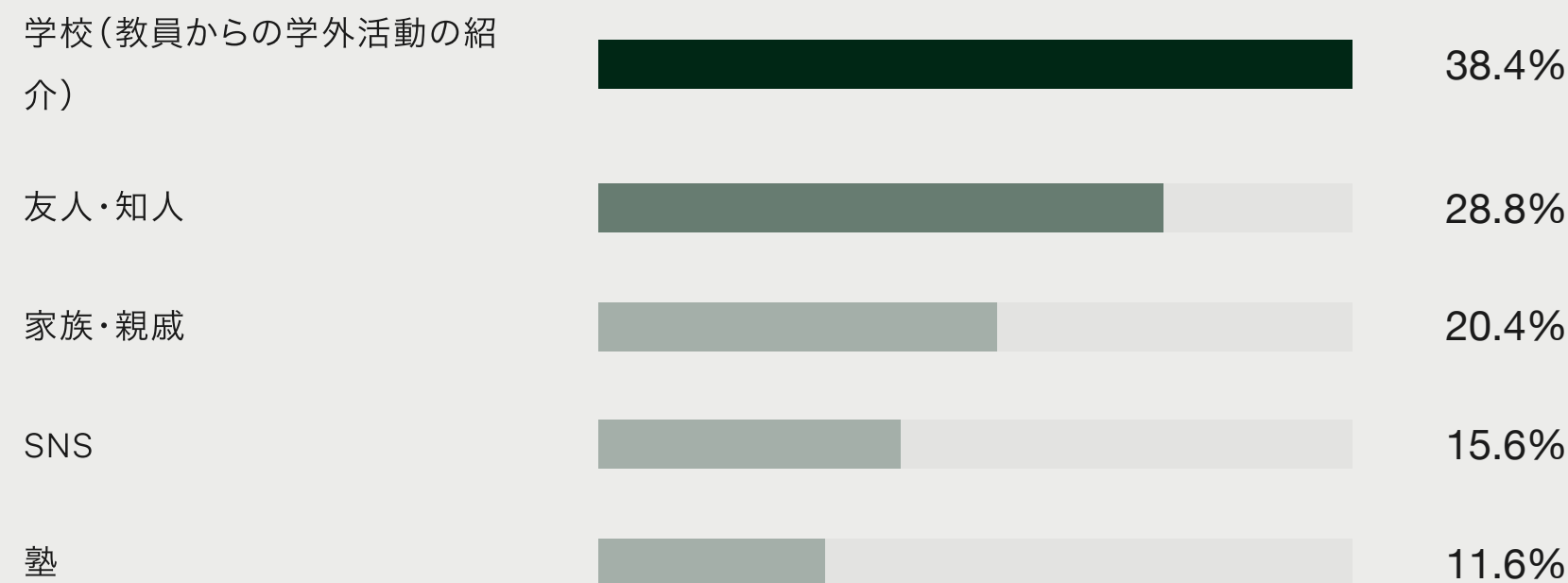


評価される活動は、「学校の中」ではなく「学校の外」で生まれています。

きっかけの1位「学校」38.4%は、学校内の探求活動そのものではなく、教員が学外プログラムや研究機会を案内したことがきっかけとなったケースです。

つまり、評価される活動は学校外で生まれており、そこへ橋渡しする伴走者の存在が決定的に重要だと言えます。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、複数回答)



碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」合格者ベース(n=180)

専門塾の満足度は **4.11**、一般受験塾の **3.67** を大きく上回ります。

推薦専門塾の支援内容が、一般受験塾とは別物として評価されている。「同じ塾でも、設計能力が違う」と利用者は感じている。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、塾利用者)

推 薦 専 門 塾 / 満 足 度

4.11 / 5.0

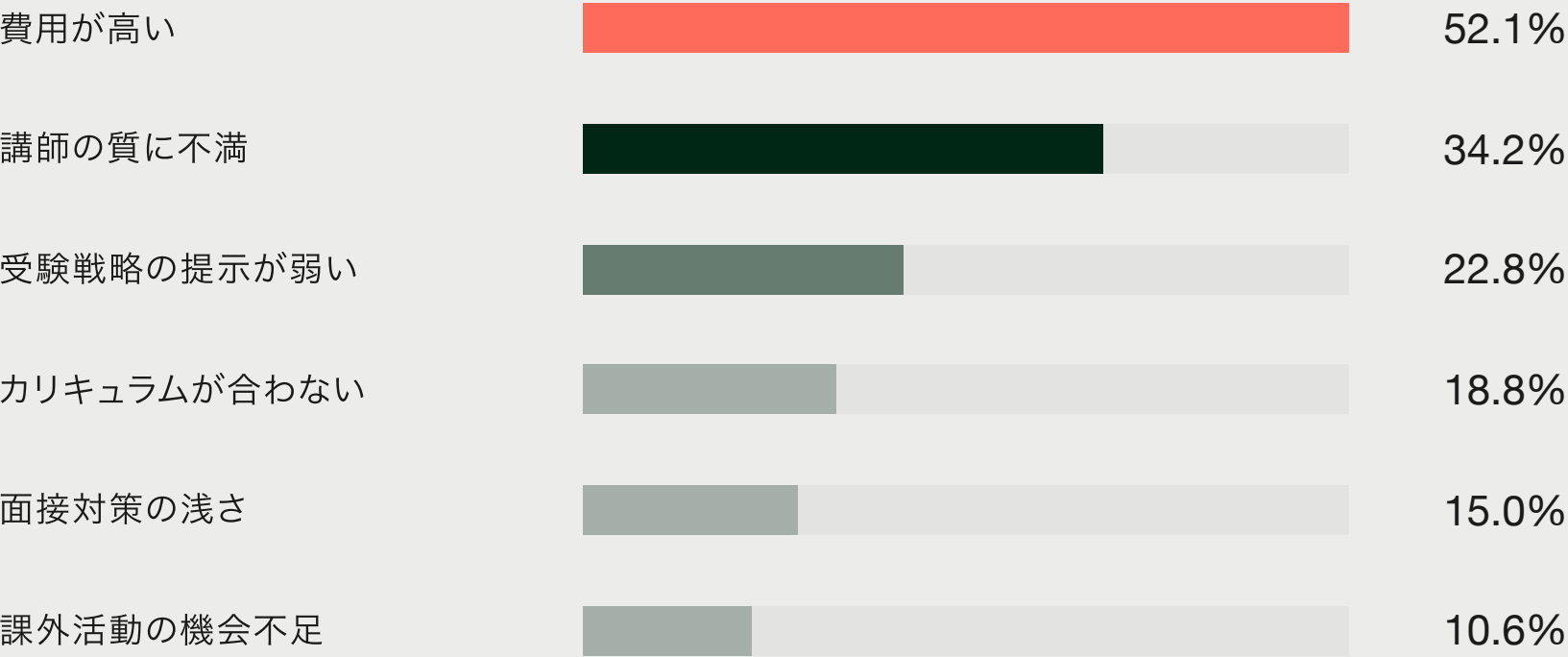
一 般 受 験 塾 / 満 足 度

3.67 / 5.0

塾への不満の1位は「費用が高い」52.1%、2位は「講師の質」です。

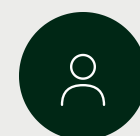
支払う金額に対して、戦略提示の弱さ・カリキュラムの不適合・面接対策の浅さに不満が積み上がる構造になっている。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、塾利用者・複数回答)



大手塾の限界

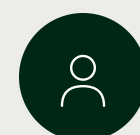
大学生講師中心の体制では、プロ品質の指導は届きにくいのが実情です。



大学生チューターに志望分野の知識がなく、受験戦略の方向性すら決まらなかった。



合格経験のない講師による添削で、修正の根拠が曖昧で、どこを直せばよいのか分からなかった。



担当が頻繁に変わり、毎回ゼロから自分の状況を説明し直す必要があった。

大手塾の8割以上がアルバイト中心、6割近くがフランチャイズ展開である。経験設計に必要な「翻訳できる目線」を持つ専属プロは、構造的に少数派になる。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜塾 業界実態調査 2026」(国内主要塾24社の公開情報・採用ページ・既存利用者ヒアリング)

経験資産 アセットマネジメント

必要なのは「経験を設計する」プロの並走者です。本章では、碧推薦学院が日本で唯一提供している「経験資産アセットマネジメント」の設計思想と、その3本柱を提示します。

04

必要なのは、「経験を設計する」プロの並走者です。

01

設計する

日常の素材から問いを抽出し、長期で積み上げる活動を設計します。

02

実践する

設計した経験を、実際に外に出ながら成果物として積み上げていきます。

03

執筆する

積み上げた経験を、志望理由書・面接で伝わる言葉に翻訳します。

合格に届くのは、活動を量産できる人ではなく、自分の経験を「資産」として運用できる人である。そこには、設計と翻訳を担うプロの伴走が不可欠になる。

出典: 碧推薦学院 教材ガイド／「経験資産アセットマネジメント」は碧推薦学院(株式会社水曜日)が提唱する独自概念

経験資産アセットマネジメント

経験設計に「正解の型」はありません。一人ひとり違う素材から、個別に組み直す作業です。

◎ 経験資産設計型

- 本人の素材から問いを抽出する
- 長期で活動を組み直していく
- 成果物は個別の文脈で立ち上がる
- 面接で固有性が浮かび上がる

× 定型ツアー型

- 用意されたテーマに当てはめる
- 同じ経験を全員に提供する
- 提出物の体裁は整う
- 面接で個別性が薄く出る

テンプレートを当てはめる支援は、定型ツアーの再生産になる。素材は人によって違うため、設計プロセス自体が個別最適化されている必要がある。

出典: 碧推薦学院 教材ガイド

経験資産アセットマネジメント

経験設計の質を決めるのは、「経験を翻訳できる目線」です。

同じ経験でも、伝わる言葉に翻訳できなければ評価されない。翻訳の前後で、合格可能性は劇的に変わる。

出典: 碧推薦学院 過去合格者の出願書類より、個人特定を避けるため再構成

翻訳前の語り口

- 祖父母の農家を手伝った
- 地元のお祭りに参加した
- 子ども食堂のボランティアに行った
- 本をたくさん読んだ

↓ 翻訳

翻訳後の語り口

- 地方衰退と若者進学の関係性を50軒で調査した
- 祭礼継承の世代間断絶を当事者目線で分析した
- 子ども食堂の支援設計を行政データと突合した
- 読書経験を介して「私的に問いを立てる訓練」をした

専門塾の満足度差(4.11 vs 3.67)が、経験設計の価値を証明しています。

「経験設計の目線を持つかどうか」が、塾の満足度を分けています。それは費用や規模ではなく、設計能力そのものへの評価です。

出典: 碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」(n=250、塾利用者)

	一般受験塾	推薦専門塾
偏差値を上げる指導	○	○
受験戦略の標準化	○	○
個別の経験設計	—	○
翻訳・成果物までの並走	—	○
利用者満足度	3.67	4.11

塾選びの実態

推薦入試の塾市場で、**金額の一般開示・特商法対応**ができている**専門塾**は約11.1%にとどまっています。

総合型選抜対応を掲げる塾は全国に180社以上。個人・フリーランス型の指導者も急増していますが、本当に専門性があり、金額の一般開示・特商法対応までできている専門塾はわずか20社(11.1%)にとどまります。

「合格率」「合格者数」だけでは塾を選べない理由が、ここにあります。

出典: 碧推薦学院による塾市場調査 2026(公開情報+実地ヒアリング、n=180社)

総合型選抜対応を掲げる塾

180社

金額の一般開示・特商法対応ができている専門塾

20社(11.1%)

塾選びには、不可逆な方程式があります。

STEP
01

総合型選抜「対応」を掲げているか

全国の塾の大半は一般受験中心。推薦対応を明示している塾は約180社まで絞られます。

STEP
02

推薦専門のプロが在籍しているか

大学生講師・副業講師中心の塾を除くと、専門スタッフが常駐する塾はさらに半分以下に絞られます。

STEP
03

経験設計まで並走できるか

志望理由書添削だけでなく、課外活動・研究の設計まで一気通貫に並走できる塾は、さらにごく少数に絞られます。これらすべてを満たし、かつ前ページの「金額の一般開示・特商法対応」もできている塾だけが、3年間で託せる選択肢になります。

推薦入試対応の塾を見極めるには、3つのステップで絞り込む必要があります。一度入塾してしまうと、3年間の取り返しがつかない選択になるからです。

エグゼクティブサマリー

合格に届く人は、何をして、何をしなかったのでしょうか。

本ホワイトペーパーの調査結果から導いた、推薦入試での合格に向けた行動指針です。

受験生・保護者・学校関係者が、これからの3年間で何を選び、何を選ばないかを判断する基準としてご活用ください。

出典: 本ホワイトペーパー全章の知見の要約

◎ 合格に届くために、すべきこと

- 自分の経験から問いを抽出し、長期で積み上げていく
- 研究・論文に踏み込み、成果物として残す
- 経験を翻訳できるプロの伴走者を選ぶ
- 合格後にも残る「経験を語る力」を3年間で育てる

× 合格を遠ざける、してはいけないこと

- 派手な活動を量産して、数で勝負する
- 定型ツアー型のプログラムに頼り切る
- 偏差値を上げる指導だけで推薦入試に挑む
- 合格後を考えず「合格まで」で完結させる

05

調査概要・運営会社

本ホワイトペーパーの調査手法、対象、運営会社情報を掲載しています。

05

調 査 概 要

本ホワイトペーパーの調査概要

調査名称	碧推薦学院「総合型選抜・受験者調査 2026」
調査対象	2025年度の総合型選抜・学校推薦型選抜の受験経験者（合格・不合格を含む）
有効回答数	n = 250（合格者 n=180 ／ 不合格者 n=70）
追加調査①	探求活動経験者ヒアリング（n=120）
追加調査②	大学入試関係者ヒアリング（n=12）
追加調査③	塾利用経験者・自由記述（n=20）
調査期間	2026年2月 ～ 2026年4月
調査手法	Webアンケート＋半構造化インタビュー
調査主体	碧推薦学院（株式会社水曜日）

運営会社

会社名	株式会社水曜日(旧:株式会社碧学院)
サービス名	碧推薦学院
代表取締役	中村 京香
創業 / 設立	創業 2021年 / 法人設立 2025年
資本金	100万円
所在地	〒153-0064 東京都目黒区下目黒1丁目1番14号 コノトラビル7F
事業内容	推薦入試指導事業(碧推薦学院)
公式サイト	https://aoisuisen.com
お問い合わせ	team@aoisuisen.com