

報道関係各位

No. 25-0215SH
2026年3月23日
産経ヒューマンラーニング株式会社

探究学習プログラム「Sankei Global Study」を 2026年4月1日より提供開始 ～オンライン英会話で自発的な学びを支援～

産経ヒューマンラーニング株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：中谷友紀、以下「当社」）は、オンライン英会話を活用して中学生・高校生の自発的な学びを支援する新探究学習プログラム「Sankei Global Study」の提供を2026年4月1日から開始いたします。

本プログラムは、人気のオンライン英会話講座と慶應義塾大学・田中茂範名誉教授監修のワークブックを組み合わせることで、探究学習の初期ハードルを下げ、グローバルな視点と思考プロセスを養うことを目的としています。

【本件のポイント】

- 「外国人によく聞かれる50の質問」を活用し、探究テーマ設定のハードルを解消
- 慶應義塾大学・田中茂範名誉教授監修のワークブックにより、3ステップで思考を深める
- 2,500語の語彙リストを付属し、オンライン英会話の実践から入試・時事問題対策まで

【本件の概要】

現在、教育現場では自ら課題を見つけ解決する「探究学習」の重要性が高まっています。しかし、現場からは「生徒が自らテーマを決めるのが難しい」「思考を深めるプロセスをどう指導すべきか」といった課題が多く寄せられていました。

当社はこれらの課題を解決するため、オンライン英会話サービス「産経オンライン英会話 Plus」で培ったノウハウを活かし、本プログラムを開発いたしました。日本の文化や社会について外国人に伝える50のテーマを入り口にすることで、生徒が興味のあるトピックからスムーズに探究を開始でき、仮説・検証のサイクルを短期間で繰り返し経験できる仕組みを構築しました。

【「Sankei Global Study」のメリット】

本プログラムを利用することで、生徒は英語力の向上だけでなく、自国の文化や社会を多角的に捉え直す視点を養うことができます。

新たに開発したワークブックでは、「ウォームアップ・リーディング」「問いの切り口案の提示」「外国人講師へのインタビュー」という3つのステップを踏むことで、論理的な思考プロセスが自然と身につきます。また、各テーマに関連する50語（全2,500語）の語彙リストは、意味的なネットワークで単語を紐づけるため記憶に定着しやすく、大学入試や時事問題への対応力も同時に高めることが可能です。

■ 本件に関するお問い合わせ ■ 産経ヒューマンラーニング 広報担当 橋本
TEL : 03-6388-5230 FAX : 03-5925-6545 E-mail : customer@sh-learn.com

【Sankei Global Study の 3 つの特長】

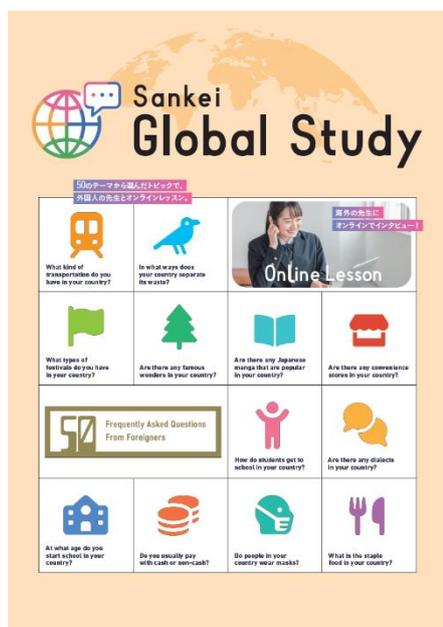
1. オンライン英会話で人気のテキスト「外国人によく聞かれる 50 の質問」を活用

探究学習のテーマは、「産経オンライン英会話 Plus」で人気のテキスト「外国人によく聞かれる 50 の質問」から、日本を訪れる外国人観光客や、海外で日本についてよく聞かれる質問をベースに 50 テーマ用意しました。

「神社とお寺はどう違うの？」「電車の中でみんな静かなのはなぜ？」「家で一番よく食べるメニューは？」など、社会・文化・自然・技術など、さまざまな切り口から、日本のことを伝える英語力を身につけるとともに、生徒自身も日本についての知識を深められます。

学習は、生徒自身が興味のあるものを選んでスタートできます。“テーマが決まらない”という、探究学習によくある初期のハードルを軽減し、「1つのテーマを深めて仮説⇔検証のサイクルを回す」という訓練を、短いスパンで何回も経験して、思考のプロセスに慣れることができます。これから探究学習を本格的に進めて行くためのスタート講座として最適です。

2. 慶應大学・田中茂範名誉教授監修 付属ワークブックによる「思考の深掘り」



オンラインレッスンと連動した新開発のワークブックは、慶應大学名誉教授・田中茂範氏の協力のもと、開発しました。50 のテーマを多面的な切り口に分解し、生徒が思考を深められる教材に仕上げています。

1コマの授業の中で、【ワークブックによる準備時間（25分）＋オンラインレッスン（25分）】を合わせて活用いただけます。

田中 茂範 教授



コロンビア大学大学院博士課程修了（教育学博士）、慶應義塾大学名誉教授

現在は、PEN 言語教育サービス代表として中学・高等学校の英語教育プログラムの開発、教材開発、教員ワークショップに取り組んでいる。

NHK 教育テレビの講師、高等学校検定教科書の代表編者、英和辞典の主幹、JICA 語学諮問委員会の座長などを務める。

英語教育関連の書籍は 100 冊を超え、英語教育のプロ中のプロである。中学生から大人の学習者、そして英語教員まで、わかりやすい英語指導には定評がある。「英語はできて当たり前」がモットー

■ 本件に関するお問い合わせ ■ 産経ヒューマンラーニング 広報担当 橋本
TEL : 03-6388-5230 FAX : 03-5925-6545 E-mail : customer@sh-learn.com

<ワークブックは、各テーマ3ステップで進行>

Step1 ウォームアップ・リーディング

Lesson 1

What kind of transportation do you have in your country?



本テーマについて思考を深めるきっかけとなる、概要をつかむ短い読み物をご用意しています。

01 Warm-up Reading

Transportation and Cultural Values

Transportation shows what people in different countries value most. In Japan, trains and subways are very important. They arrive on time, even during rush hour when trains are crowded. This punctuality shows that Japanese people value efficiency and being on time. Public transportation helps millions of people commute to work every day. Good accessibility to trains shows that people care about community and helping everyone travel easily.

Compared to Japan, Americans use private cars much more. This shows they value personal freedom and mobility. People want to go anywhere at any time. However, cars create problems like traffic congestion and pollution. Carbon emissions from fossil fuels cause climate change and damage the environment.

Many cities now promote eco-friendly transportation. They want to reduce emissions and protect the environment. Electric vehicles produce less pollution than regular cars. In Europe, more people ride bicycles. Walking and cycling are energy efficient and healthy. These choices show people care about sustainability and the future.

Technology is changing transportation everywhere. Mobile apps give real-time information about buses and trains. GPS helps people find the best routes. Ride-sharing lets people share cars, which means fewer vehicles on the road.

The urban-rural divide creates challenges. Cities have good public transportation, but rural areas often do not. People in the countryside need cars because buses and trains are not available. This affects affordability and lifestyle choices.

Different cultures have different safety concerns and transportation preferences. Some value individual convenience while others value collective efficiency. These differences show what each culture believes is important for their community and future.

このように、その国の交通事情は、人々の生活様式や「未来」の影響を及ぼします。本テーマの読み物のアイデアが浮かびます。あなたはどの方法でこのテーマを調べてみたいですか？



社会・文化的観点
Socio-cultural Perspective

環境・持続可能性観点
Environmental & Sustainable Perspective

技術イノベーションの観点
Technological & Innovation Perspective

Step2 テーマについて、3つの切り口から深める、「問いの切り口」案を提示。

STEP 02

テーマの深め方の例を見てください。
また、あなたの思いっつ観点と、それを外国人の先生に確かめる質問を
考えて書いてみましょう。



質問は先生にオンライン英会話で
聞いてみましょう。



社会・文化的観点から深めてみよう！
Socio-cultural Perspective



誰が、どんな方法で移動しているかに注目してみよう！

- Q. When going to work or school in your country, do people care most about saving time, saving money, or protecting the environment?
あなたの国で通勤したり、通学したりするとき、人は時間、お金、環境のどれを最も重視していますか？
- Q. Do all people in your country have equal access to transportation? Why or why not?
あなたの国では、すべての人が平等に交通手段にアクセスできますか？できるのはどうしてですか、また、できないのはどうしてですか？
- Q. How does transportation affect people's social life and community connections in urban and rural areas?
都市部と農村部で交通手段は人々の社会生活や地域のつながりにどのような影響を与えていますか？
- Q. _____

これらを参考にしながら、自分が興味のある観点や、オンライン英会話で先生に聞いてみたいことを考えます。

Step3 実際にオンライン英会話で、外国人の先生に質問

STEP 03

How about Yourself?

あなたは普段、通学や出かけるのに、どんな交通機関を使っていますか？
これまでに買ったことのある乗り物には、どのようなものがありますか？
オンライン英会話で話せるよう、英語で書いてみましょう。
HINT:vocabularyページに、このテーマでよく使う語いを掲載しています。参考にしてください。



After the Lesson

『外国人によく聞かれる50の質問』のオンライン英会話レッスンで、先生の国の様子聞いてみましょう。仮説は当たっていましたか？何か予想外のことや、気になったことはあったでしょうか。先生が話してくれたことや、自分の気づき、さらに調べてみたことがあればメモしておきましょう。

インタビューの結果を、ワークシートに記入します。

■ 本件に関するお問い合わせ ■ 産経ヒューマンラーニング 広報担当 橋本
TEL : 03-6388-5230 FAX : 03-5925-6545 E-mail : customer@sh-learn.com

3. 入試や時事問題にも直結する「2,500 語の語彙ネットワーク」

Vocabulary

オンラインレッスンで先生に質問したり、自分のことを伝える時に役立つような語を集めました。活用してみましょう。

| 交通手段の種類 | |
|-----------------------------------|-----------|
| 1. public transportation | 公共交通機関 |
| 2. subway / metro | 地下鉄 |
| 3. train / railway | 電車・鉄道 |
| 4. bus | バス |
| 5. taxi / cab | タクシー |
| 6. private car / personal vehicle | 自家用車・マイカー |
| 7. bicycle / bike | 自転車 |
| 8. walking | 徒歩 |
| 9. electric vehicle (EV) | 電気自動車 |
| 10. ride-sharing / car-sharing | ライドシェア |

| 社会・文化的観点 | |
|-------------------------|----------|
| 11. efficiency | 効率性 |
| 12. punctuality | 時間厳守 |
| 13. convenience | 便利さ |
| 14. accessibility | アクセスしやすさ |
| 15. affordability | 手頃さ |
| 16. commute / commuting | 通勤 |
| 17. rush hour | ラッシュアワー |
| 18. crowded | 混雑した |
| 19. urban-rural divide | 都市と地方の格差 |
| 20. lifestyle | ライフスタイル |
| 21. mobility | 移動性 |
| 22. safety concerns | 安全上の懸念 |

| 環境・持続可能性 | |
|--------------------------|--------|
| 23. environmental impact | 環境への影響 |
| 24. pollution | 汚染 |

| 技術・イノベーション | |
|--------------------------------------|-------------|
| 25. carbon emissions / CO2 emissions | 二酸化炭素排出 |
| 26. climate change | 気候変動 |
| 27. traffic congestion | 交通渋滞 |
| 28. sustainability | 持続可能性 |
| 29. eco-friendly | 環境に優しい |
| 30. carbon footprint | カーボンフットプリント |
| 31. reduce emissions | 排出を減らす |
| 32. energy efficient | エネルギー効率の良い |
| 33. fossil fuels | 化石燃料 |
| 34. shift to / switch to | ～に切り替える |
| 35. promote | 促進する |

| 議論・分析用語 | |
|---|-------------|
| 36. technology | 技術 |
| 37. innovation | イノベーション |
| 38. self-driving car / autonomous vehicle | 自動運転車 |
| 39. GPS / navigation system | GPS・ナビゲーション |
| 40. mobile app | モバイルアプリ |
| 41. real-time information | リアルタイム情報 |
| 42. efficiency improvement | 促進する |
| 43. traffic management | 交通管理 |

| 比較・対比 | |
|------------------|--------|
| 44. compared to | ～と比べて |
| 45. advantage | 利点 |
| 46. disadvantage | 欠点 |
| 47. impact | 影響 |
| 48. lead to | ～につながる |
| 49. challenge | 課題 |
| 50. future | 未来 |

※Warm-up Readingの和訳：交通機関と文化的価値観

交通機関は、異なる国の人々が最も大切にしているものを示してくれます。日本では、電車と地下鉄がとても重要です。ラッシュアワーで電車が混雑しているときでも、時間通りに到着します。この時間厳守は、日本人が効率性と時間を守ることを大切にしていることを示しています。公共交通機関は、毎日何百万人もの人々が通勤するために役立っています。電車へのアクセスの良さは、人々がコミュニティを大切にし、誰もが簡単に移動できるよう支援していることを示しています。日本と比べて、アメリカ人は自家用車をずっと多く使います。これは彼らが個人の自由と移動性を重視していることの現れで、人々はいつでもどこへでも行きたいと考えています。しかし、車は交通渋滞や汚染のような問題を生み出します。化石燃料からの二酸化炭素排出は気候変動を引き起こし、環境を損ないます。多くの都市が今、環境に優しい交通機関を促進しています。彼らは排出を減らし、環境を保護したいと考えているのです。

電気自動車は通常の車よりも汚染が少なくて済みます。ヨーロッパでは、より多くの人が自転車に乗っています。徒歩や自転車はエネルギー効率が高く健康的でもあります。これらの変化は、人々が持続可能性と未来を築いていることの現れです。技術はあらゆる場所で交通機関を変えています。モバイルアプリはバスや電車についてのリアルタイム情報を提供してくれます。GPSは人々が最適なルートを見つけるのに役立ちます。ライドシェアは人々が車を共有することを可能にし、道路の車両が少なくなることに繋がっています。都市と地方の格差は課題を生み出しています。都市には良い公共交通機関がありますが、地方にはしばしばそれがありません。田舎の人々は、バスや電車を利用できないため車が必要となります。これは移動の手頃さとライフスタイルの選択に影響します。文化が違えば、安全上の懸念と交通手段の好みも違います。個人の便利さを重視する文化もあれば、集団的な効率性を好む文化もあります。これらの違いは、それぞれの文化がコミュニティと未来に対して何が重要だと思っているかを示してくれています。

各レッスンに、テーマに関連する 50 語の語彙リストを掲載しました（全 50 テーマで 2,500 語）。単語を単独で覚えるのではなく、意味的なネットワークとして紐づけることで、発展的な学習を支援します。オンライン英会話ですぐに使える実践的な語彙力に加え、大学入試や時事問題への対応力も同時に高めることが可能です。

【学校法人・教育機関向け無料トライアルのご案内】

当社では、本プログラムの導入を検討されている学校法人・教育機関様を対象に、無料トライアルを提供しております。実際のワークブックの内容確認や、オンラインレッスンの操作感、生徒の反応を事前にご確認いただくことが可能です。「探究学習の導入に悩んでいる」「既存の英語教育に新しい刺激を加えたい」とお考えの先生方は、ぜひこの機会にご活用ください。

【お申し込み方法】

当社学校向けウェブサイトより「Sankei Global Study 無料トライアル希望」と添えてご連絡ください。

当社学校向けウェブサイトはこちら：<https://human.sankei.co.jp/school/>

■ 本件に関するお問い合わせ ■ 産経ヒューマンラーニング 広報担当 橋本
TEL : 03-6388-5230 FAX : 03-5925-6545 E-mail : customer@sh-learn.com

■産経ヒューマンラーニングについて <https://human.sankei.co.jp>

産経新聞グループの信頼を届ける『株式会社産経デジタル』・「学ぶ」「働く」「支える」を応援する『ヒューマンアカデミー株式会社』・「Your Global Partner」『トランスコスモス株式会社』の3社による共同事業で、安心・安全・高品質なオンライン英会話サービス「産経オンライン英会話 Plus」を提供しております。

フィリピン人講師、ネイティブ講師、日本人講師によるレッスンで初心者から上級者の方まで安心して学んでいただけます。また、現在までに法人 500 社、学校 350 校以上にレッスンを提供しています。



■ヒューマングループについて <https://www.athuman.com/>

1985 年の創業以来「為世為人」を理念に掲げ、教育を中核に人材、介護、保育、IT、美容、スポーツと多岐にわたる事業を展開。国内 340 拠点以上、海外 4 カ国 5 法人のネットワークによる独自のシナジーを活かし、深刻な「労働人口減」の解決に挑んでいます。海外人材の活用、介護・保育による国内労働力の確保、AI・DX による生産性向上、社会人教育のリスキングを通じ、時代に即した労働環境の革新と質の高いサービスを提供します。

ヒューマンホールディングスは、日本リスキングコンソーシアムの後援パートナーです。



日本リスキングコンソーシアム
学び続けよう、未来のために。

会社概要

産経ヒューマンラーニング株式会社

- 代表者：代表取締役 中谷 友紀 ●所在地：東京都新宿区西新宿 7-5-25 西新宿プライムスクエア
- 資本金：5,000 万円 ●URL：<https://human.sankei.co.jp>

■本件に関するお問い合わせ ■ 産経ヒューマンラーニング 広報担当 橋本
TEL：03-6388-5230 FAX：03-5925-6545 E-mail：customer@sh-learn.com

■ヒューマングループに関するお問い合わせ ■ ヒューマングループ 広報担当 若林・原野
E-mail：kouhou@athuman.com