

3分で読める

選ばれ続け、地域を支える人財養成に貢献するための

専門学校レポート

これからの

広報戦略

10年後の18歳人口大減少時代！

求められる100年学校づくり

入学者を増やしている学校だけが知っている3つの新常識

多忙な現場でやり切るための
新広報戦略

知名度不足を解消する
新広報費配分

ポイントを押さえた
新広報施策

詳しくは中面へ



主催



明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

株式会社船井総合研究所
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

地域に誇る100年学校にむけた専門学校広報戦略セミナー お問い合わせNo. S103617

船井総研セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

総力特集



10年後の18歳人口大減少時代！ 求められる「100年学校」づくり

株式会社船井総合研究所 教育グループ 小川慎太郎

専門学校が目指すべき“100年学校”とは！？

～変化する専門学校業界でこれからも選ばれ続けるためには～

この20年間の専門学校業界は変化に対応が迫られる厳しい期間でした。しかし、「入学者を集める」という観点であれば、数年前までは入学者を集めるための強いきっかけを1つでも持っていれば入学者が集まる時代でした。例えば、“評判が良く紹介での入学者が多い”“広報担当者が優秀でガイダンス・OCで参加者の心を掴める”などです。

ただ、コロナ禍によって学校選びが大きく変わり、人口（対象）が減った今となつては、あらゆるきっかけで入学をしてもらうような学校づくりが必要となっています。そのために学校の本質である学生への質の高い教育をし、かつ学校に関わりのない人に対してもその魅力を伝えることが必要です。言葉で表すとハードルが高いように思われるかもしれませんが、**地域や業界から「あの学校は良い」と誇られるような立ち位置を目指す必要があります、それこそが選ばれ続ける「100年学校」となるための最も重要な要素**です。

図：昭和・平成・令和における業界変化と求められる専門学校像

	昭和～平成初期 (～1995年)	平成中期～後期 (1996年～2018年)	令和～ (2019年～)
入学者確保	入学者が集まっていた時代 (入学定員充足率80%以上)	入学者を集めることが難しい時代 (入学定員充足率80%未満)	
理念浸透	学校設立の理念が浸透していた時代 (学校経営者として創設者が関わる)	学校設立の理念が薄れてきた時代 (学校経営者が2代目以降へと引き継がれている)	
広報手法	広報担当者やアナログ広報が重要だった時代 (高校訪問・ガイダンス・看板・交通広告・新聞広告)		デジタル広報も必要な時代 (ホームページ・SNS・Web広告)
求められる 専門学校像	専門学校という“存在” が求められていた	「評判がよく口コミ紹介が多い」「広報担当者が優秀」「広報の見せ方がうまい」のどれかに当てはまる学校が選ばれる	地域・業界から評判が良く その魅力を時代に合わせて 発信している学校が選ばれる

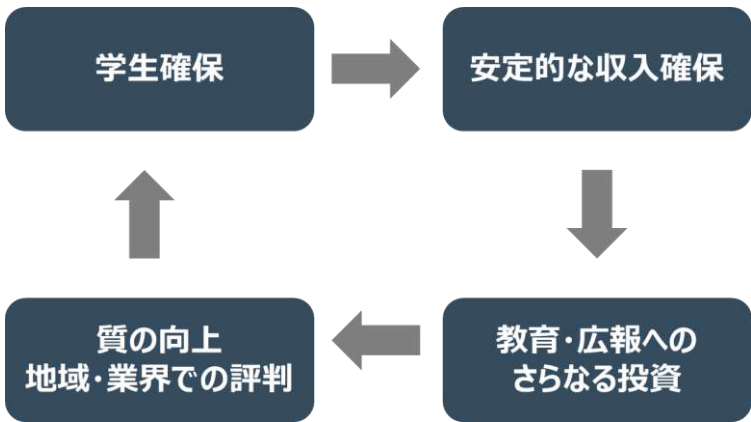
18歳人口が毎年4%減少する2034年からの大人口減少時代
～大人口減少時代に備え「選ばれる学校」づくりを進めるためにまず取り組むこと～

「18歳人口が減少している」というのは共通認識かと思いますが、どのようにどれくらい減っていくかについては把握しておりますでしょうか。ページ下部のグラフに示している通り、来年2024年から2033年の入学者（2006年～2015年生まれ）の18歳人口は毎年平均0.5%での微減傾向です。しかし、10年後の2034年入学者以降（2016年～2022年生まれ）の18歳人口はなんと毎年平均3.7%のスピードでの大きな減少傾向に転じます。つまり、国内18歳人口が比較的大きな変化が少ないこれからの10年間で「100年学校づくり」にとっては非常に重要なタイミングということです。

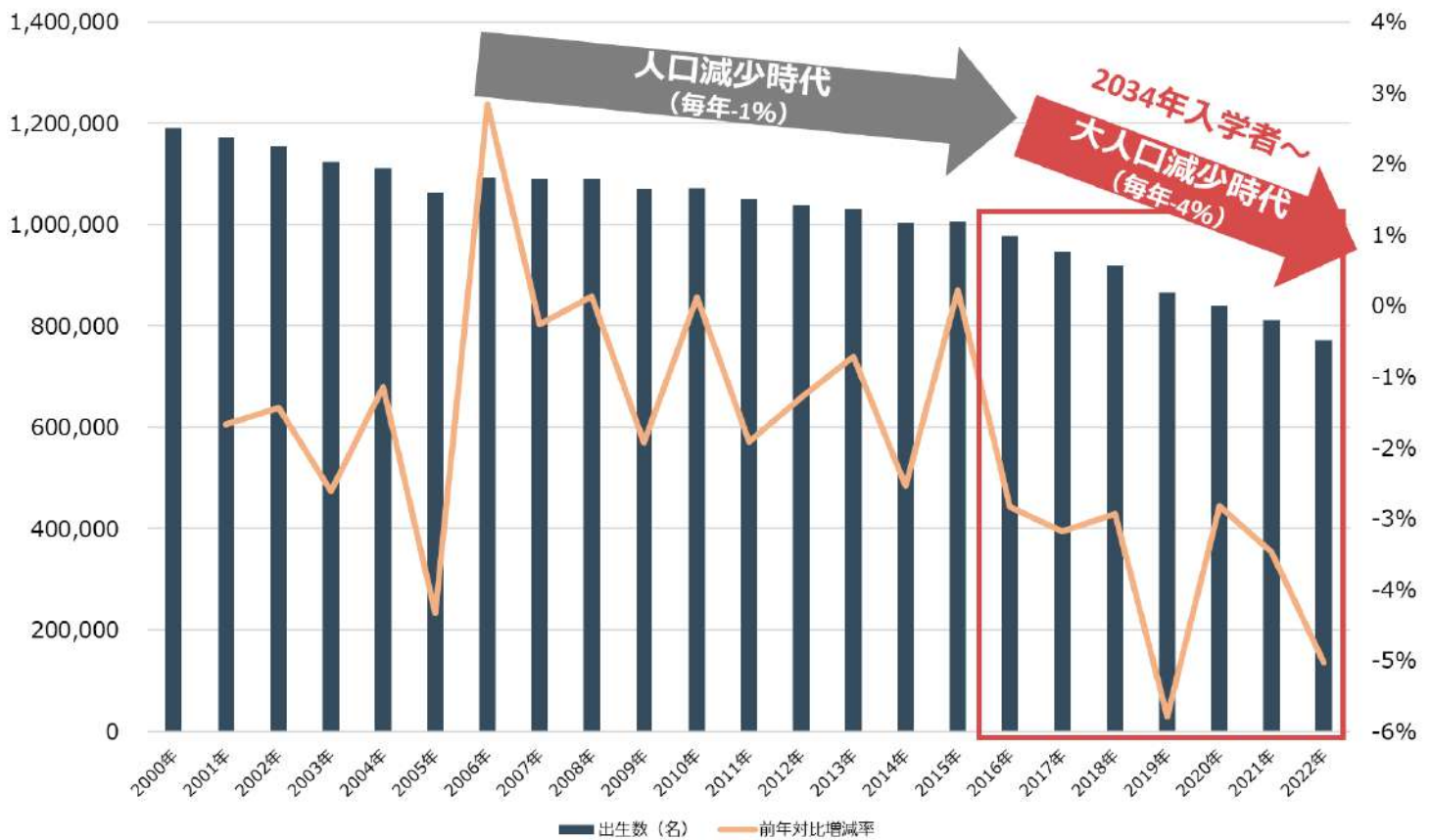
厳しいことを言うと、これから3年間で変わる
ことができなければそもそも専門学校業界で
生き残れない状況にもなり得ます。

では、「選ばれる学校」を目指すときに何か
ら手をつけるかというズバリ「広報（学生
募集）」です。“その理由”や“これからの時代
で入学者を集めるための3つの新常識”につ
いては次のページにて解説いたします。

図：「選ばれる学校」づくりのための循環



図：2000年以降の出生数推移



入学者を集めている学校だけが知っている3つの新常識

選ばれる学校づくりのために「学生募集」から手を付けることをおススメする一番の理由は「安定的な収入確保」ができていないと教育・広報に対する投資に限界があり、中途半端となってしまうからです。既に学生が集まっており、十分に投資が可能な学校の場合は広報とともに教育・組織を見直し、より良いものへと変えていくことも可能ですが、収支状況が厳しい学校の場合はまず学生募集で成果をあげ、最低限の投資ができる状況となることが重要です。

その「学生確保」の成功は、こちらの「入学者を集めるための3つの新常識」を知り、その内容を実践できるかが大きく左右します。専門学校では“前年踏襲”で広報戦略・

広報費配分・広報施策を行う傾向が強く、それゆえ、高校生の生活様式や学校選びの変化に合わせた内容で取り組めていない学校が実態としては多くなっています。そのため、**3つの新常識を踏まえた学生募集に取り組むことで他校と差が付く**状態となっています。

図：入学者を集めるための3つの新常識

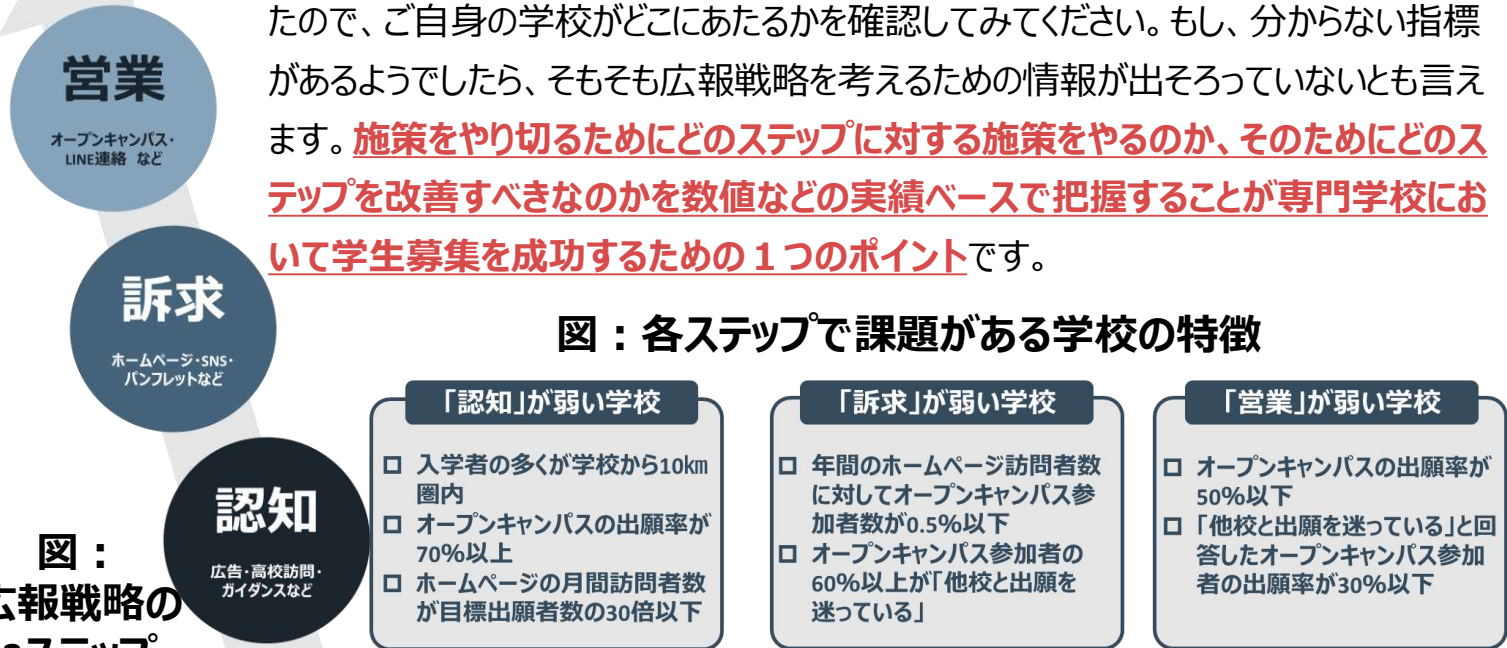
- 多忙な現場でやり切るための**新広報戦略**
- 知名度不足を解消する**新広報費配分**
- ポイントを押さえた**新広報施策**

多忙な現場でやり切るための新広報戦略とは！？

やることが多く教職員が多忙であり、予算も限られている専門学校において広報戦略を考える上で1番のポイントは“やる施策を絞る”ことです。また、施策を絞る上で、やみくもに絞るのではなく、左下の図にある「認知」「訴求」「営業」のどこを改善すべきなのか、**広報の全体像を把握した上で伸ばすべきステップを見極めることが重要**です。

下の図にて、一般的に「認知」「訴求」「営業」が弱いと判断される基準をまとめましたので、ご自身の学校がどこにあたるかを確認してみてください。もし、分からない指標があるようでしたら、そもそも広報戦略を考えるための情報が出そろっていないとも言えます。**施策をやり切るためにどのステップに対する施策をやるのか、そのためにどのステップを改善すべきなのかを数値などの実績ベースで把握することが専門学校において学生募集を成功するための1つのポイント**です。

図：各ステップで課題がある学校の特徴



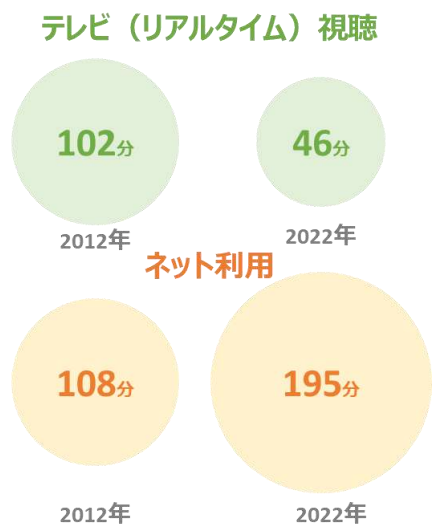
※一般的な数値であり、立地・規模・競合環境などにより目指すべき数値は前後する

知名度不足を解消する新広報費配分とは！？

皆さまもご存じの通り、高校生が日常的に目にするメディアについてもここ数年で大きく変化しています。端的に言うと、SNSやYouTubeなどネットに触れる時間が増加し、テレビや新聞、ラジオといった媒体に触れる時間は大きく減少しております。

このような現状についてはほとんどの学校が理解しているものの、広報費配分にまで反映している学校は多くはないです。世の中のメディアの効果についてしっかり見極めて重要性が低下しているメディア（テレビ・新聞・ラジオ）から重要性が高まっているメディア（Web）へと広報費配分の比率を移していくことがポイントです。また、広報費が限られている学校においては情報メディアへの掲載料についても再検討することも必要です。実際に広報費配分を変えて適切に運用したことでホームページの訪問者数が1.5倍になった学校や、情報メディアへの掲載ゼロで志願者数が1.2倍になった学校も存在します。

図：10代のメディア利用時間（平日）

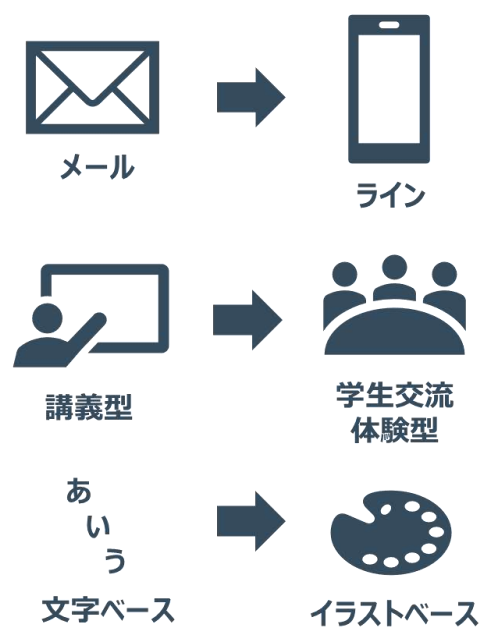


出典：総務省「情報通信白書」

ポイントを押さえた新広報施策とは！？

前述の利用するメディアの変化同様に、高校生の生活様式の変化や情報の受け取り方は大きく変化しています。一例をあげると、従来高校生との連絡手段としてはメールが一般的だったかと思いますが、今の高校生が学校から送られてきたメールを見る割合は10%前後程度でしょう。では、どのような連絡手段を取るべきかというまずはLINEがオススメです。ある学校のLINEのメッセージの既読率は60

%を超えており、見てもらえる割合でいえば使うべき連絡手段は圧倒的にメールよりラインです。そのほかにも、一方通行の“講義型”の説明から“学生と交流しながらの体験型”のコンテンツに変える。説明資料も“文字ベース”から“イラスト・写真・動画ベース”へ変えていくことで高校生にとって魅力的なオープンキャンパスとなります。



このように決して壮大な施策をたくさん始めることが重要なのではなく、既存の取り組みを今の高校生に合わせる形でバージョンアップしていくことが学生募集においては非常に重要です。オープンキャンパスを例にとると、基本的な内容をバージョンアップしただけで出願率が5%以上アップした学校もあります。

図：今どきの高校生に合わせた広報施策

レポートをお読みいただいた皆様へ

ここまでレポートをお読みいただきありがとうございました。

レポートでは、“3つの新常識”が学生募集成功のポイントであるとお伝えいたしました。今回開催する広報戦略セミナーでは“3つの新常識”を踏まえた学校経営・学生募集を実施するためのポイントを事例をもとにより具体的にお伝えいたします。

セミナーでお伝えしたい内容（一部）

1. 入学者増加校の共通点からみる今選ばれている学校の共通点
2. 広報戦略を考えるための学生募集の全体像（2023年最新版）
3. 認知不足を解決する規模別広報費配分モデル
4. 脱ポータルサイトを実現！小～中規模専門学校の広報媒体活用方法
5. 現状把握のために経営者が把握すべき5つの指標と目標数値
6. 認知度が上がりHP訪問者が増えた結果に繋がるWeb広告のポイント
7. 10年後の人口大減少時代に向けた選ばれる学校づくりのロードマップ
8. 学生募集に直結する今の高校生の感覚や学校選びで見ているポイント
9. 改革が上手くいく学校とそうでない学校の組織的な大きな違い
10. 施策をやり切り結果を出すための広報戦略の考え方のポイント
11. 高校生に魅力が伝わるオープンキャンパスアップデートポイント7選
12. 接触者へのフォローが変わる学生対応に求められる“3つの視点”
13. 入学者数に直結！迷っている層を入学に繋げるためのポイント
14. 教職員の負担を減らし魅力度を更に高める学生活用の事例とポイント
15. LINE・SNSの登録率が高まる！オープンキャンパスでのLINE誘導のコツ
16. 経営者主導で進める学校改革で意識すべき3つのポイント
17. 人気が低迷する学科系統に求められる周辺領域からの囲い込み戦略
18. 高校訪問だけではない！高校との関係性づくりの最新事例とポイント
19. 高校生に魅力を伝えるためのパンフレット・HP・説明資料のポイント
20. 学生に寄り添い入学に繋げるための理想的なオープンキャンパス設計

地域に誇る100年学校にむけた 専門学校広報戦略セミナーのご案内

講座内容

第1講座

専門学校経営者が知っておくべき専門学校業界の“今とこれから”

専門学校が置かれている状況や今どきの高校生の学校選びの全体像、そして今後の専門学校業界の見通しを整理いたします。また、外部環境を踏まえ、経営者の方々が「地域に誇る100年学校」を目指すために「いつ・なにを・どのように」学校と関わっていくべきかをお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 教育グループ 小川慎太郎



第2講座

入学者が集まる学校“だけ”が知っている今どきの広報のポイント

急速な社会変化によって時代に適応している専門学校“だけ”がチャンスをつんで入学者数を増やすことに成功しています。他校の情報がなかなか手に入らない専門学校業界において貴重な他校の成功事例を踏まえた「募集に直結する広報施策のポイント」をお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 教育グループ 本田耕平



第3講座

選ばれる学校づくりにむけた広報戦略の考え方

“限られた広報予算”“業務に追われている現場”のなかで選ばれる学校になるためには現状を俯瞰した広報戦略づくりが必須です。学校経営者の方々に知っていただきたい「把握しておくべき7つの広報数値」と「募集力を最大化させるための広報費配分の考え方」をお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 教育グループ 小川慎太郎



まとめ

セミナーのまとめ

セミナーのまとめとして「地域に誇る100年学校づくりにむけて今日から取り組んでいただきたいこと」をお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 教育グループ マネージャー 島崎卓也

開催日時・方法

- 2023年9月13日 **水** 16時～18時（ログイン開始15時30分）＜申込み期限：9月9日（土）＞
2023年9月16日 **土** 10時～12時（ログイン開始9時30分）＜申込み期限：9月12日（火）＞
2023年9月16日 **土** 13時～15時（ログイン開始12時30分）＜申込み期限：9月12日（火）＞
2023年10月5日 **木** 16時～18時（ログイン開始15時30分）＜申込み期限：10月1日（日）＞

全日程
オンライン
開催

※全日程とも同じ内容となっております。ご都合のよい日時をお選びください。

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web 参加」で検索。

セミナー費用

一般価格 11,000円（税込）

会員価格 8,800円（税込）

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

Webからのお申込み

下記のQRコードを読み取っていただき、Webページのお申込みフォームよりお申込みください。セミナー情報をWebページからもご覧いただけます。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。



メールマガジンのご案内

学校経営や学生募集のポイント、全国的な最新情報など学校関係者の皆さまのご参考になればとメールマガジンにてコラムを配信しております。下記のQRコードより定期購読のお申込みが可能です。



【TEL】0120-964-000（平日9:30～17:30）

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

レポートをお読みいただいた皆様へ

入学者を増やしている学校の成功の秘訣を整理すると、今回お伝えした”3つの新常識”を柱とした生徒募集の重要なポイントが明らかになりました。

一方で、専門学校のご支援をするなかで専門学校業界が他校の取り組みについて情報が入りづらい業界であることも強く感じておりました。そのため、表面上での広報施策は真似ができて、結果に繋がるための”本当の肝”の部分について知る機会がない学校が多いのも事実かと思います。

今回のセミナーにおいて、学生募集成功のポイントとして余すことなく2時間事例をもとにした具体例をお伝えさせていただきますが、成功を目指す上で学校経営者の方々が「トップダウンで施策に取り組むこと」は非常に大きな力となります。ですので、セミナー当日は学校経営者の皆さまへ参加をお願いしております。広報責任者・担当者の方と複数名での参加もお待ちしております。

また、セミナー終了後にはセミナー特典として専門学校業界に精通したコンサルタントと真剣に学校の今後について考える相談会をご用意しております。**この機会を上手く活用して、選ばれ続ける学校づくりの第1歩を踏み出ませんか。**

株式会社船井総合研究所 教育グループ
小川慎太郎