

3分で読める

# 専門学校レポート

頑張っているけれど学生が集まらない

から脱却するための

これからの

# 学生募集

専門学校の学生募集に求められる

3つのポイント

広報改革に向けた  
組織づくり

「1.3倍」  
差別化づくり

脱・前年踏襲

詳しくは中面へ



主催

サステナブルなキャンパスをもっと。  
**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  
当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]、右上検索窓にお問い合わせNo. 109584 を入力ください。)

専門学校向け学生募集セミナー2024 お問い合わせNo. S109584

船井総研セミナー事務局

E-mail [seminar271@funaisoken.co.jp](mailto: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



# 「頑張っているけど集まらない」から脱却するために… 募集好調校だけが知っている 「これからの広報」とは

株式会社船井総合研究所 教育グループ 小川慎太郎

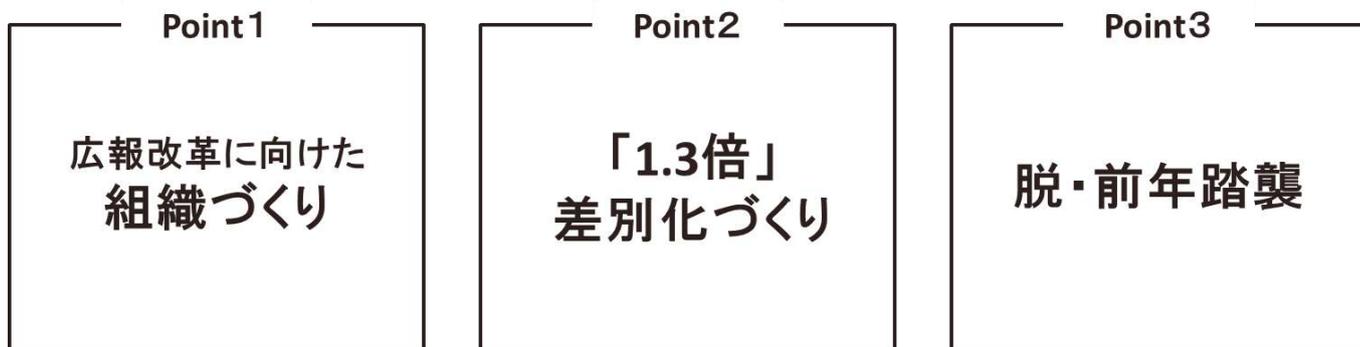
### 学生を集めるための専門学校経営の3つのポイント ～トップダウンでの改革で求められる方向性とは～

皆さまご認識の通り、2021年から2023年にかけての専修学校への入学者数は8.2%減と市場は衰退傾向。また、2031年から2036年にかけては8.8%、2036年から2041年にかけては18.5%も18歳人口が減少すると見込まれております。

近年の専門学校市場を俯瞰して見ていると全体的な募集難の状況はあるものの、学生が集まっている学校・そうでない学校の2極化の状況が進んでいる印象を受けます。つまり、**「学生募集力がない学校から極端に入学者数を減らしていく」ような状況**です。

そのような市場環境のなかで**学校経営者の皆さまには近隣地域の中の同学科系統専門学校のなかで最も選ばれる学校、すなわち「地域1番校」を目指していただければ**と思います。地域1番校を実現するためのポイントが下図に示した3つのポイントです。

図：地域1番校に向けたこれからの専門学校経営のポイント



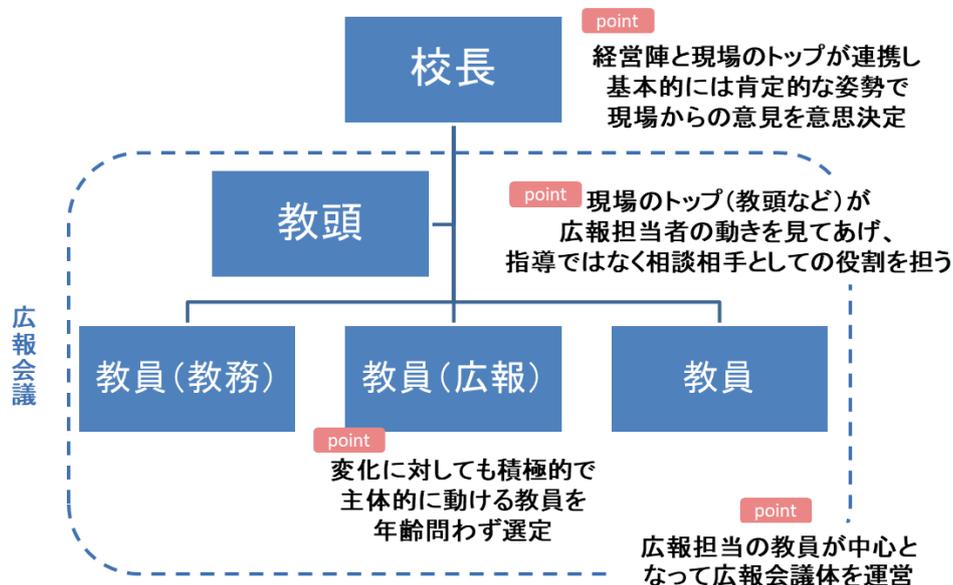
## 広報費・教職員そのままの入学者数を増やすための組織づくり ～トップダウンでの組織改革によって募集難時代に立ち向かうために～

「広報費や教職員といったリソースは増やせない」という学校経営者の方も多いかと思えます。そのなかで入学者数を増やすためには組織づくりによって既存の教職員の力を最大限発揮させ、「施策の質」や「施策のやり切り度」を高めていくことが重要です。

船井総合研究所のお付き合い先においても、「STEP1：現状把握・組織体制の整備」「STEP2：組織に対するトップメッセージ」「STEP3:会議体の設置・教化」という順で広報組織づくりを並行して進めており、あるお付き合い先では広報組織が機能し施策をやり切っていただけの状況を作りあげることで前年対比1.3倍の出願者数アップを達成しました。

下図の通り、組織は「組織の課題を客観的に捉え」、「若手であってもやる気や優秀な人材を広報責任者に据える」などで人員配置を行ってください。加えて、広報組織においては、「数値目標を自分事として決めてもらう」「正確に広報の課題を認識する」「決めた施策をやり切る仕組みを作る」という3つのポイントを設けてPDCAを回していくことが理想的です。3つのポイントの中で組織づくりが1番のポイントであり、学校経営者の方の改革に向き合う姿勢が求められます。

図：組織のイメージ



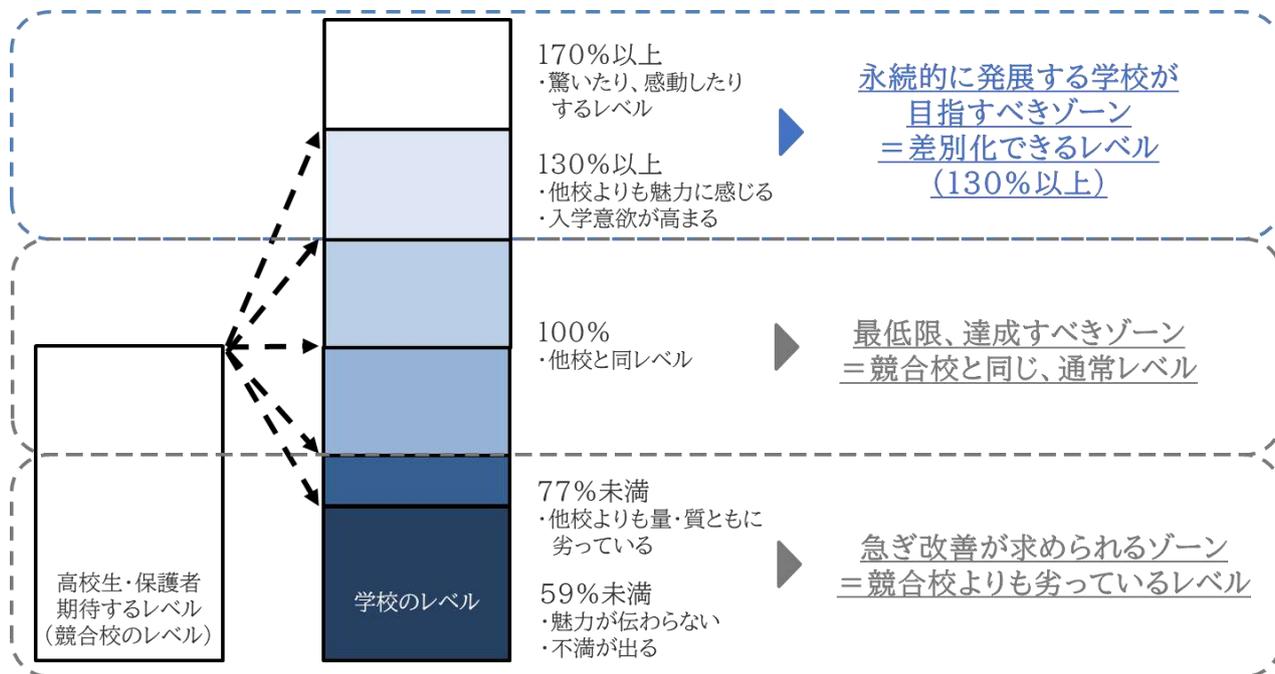
## 選ばれる学校になるための「1.3倍」の差別化づくり ～差別化になっているつもりから抜け出す学生募集の考え方～

学校の強みや特色はほとんど全ての専門学校で認識していると思いますが、「客観的（高校生目線）で競合と比べて本当に優れているのか」というのをしっかりと把握されている学校は多くないかと思います。第一に客観的に差別化できているかを踏まえて学校の強みを見つけていく、作っていく必要がありますが、その際には「1.3倍」という差を意識してください。

学費やカリキュラムの充実・国家資格合格者数などの数値面で示すものにおいてもそうですし、**広報施策についても競合校より1.3倍のレベルでやり切ることで「この学校はすごい」「この学校に入学したい」と思ってもらうことに繋がります。**

**1.3倍レベルの広報施策の一例をあげるとすると、オープンキャンパスで在校生に手伝ってもらうだけではなく「改善点を若手教員が聞き取って改善に活かす」「体験授業などのコンテンツの企画してもらい、運営もサポートしてもらう」など**高校生が学校を選ぶ理由の1つである在校生をより輝かせ、より意見を吸い上げる体制を作り上げる**などがあります。**

図：専門学校における差別化の数値



## 学生を集めるためのキーワードは「脱・前年踏襲」

～専門学校業界でよくある間違った広報戦略からの脱却のために～

数多くの専門学校の方とお話をしていて、「実績ベースではなく感覚ベースの広報をしている」「9月・10月など出願者数が見えてからしかその年の募集の良し悪しが分からない」という2点が大きな課題として感じています。下図にあるようなチェックポイントに当てはまる学校についてはそのような課題を克服することができておらず、特に近年の学生募集において苦戦していることが多いかと思います。

- そもそも広報戦略というものを考えていない
- 基本的に前年と同じ広報費の予算配分など前年踏襲で組み立てている
- 広報戦略は毎年考えているもののデータは参考にしていない
- 広報担当者の主観や経営者の気になった点ベースでの広報戦略になっている

### 図：広報に力を入れているけど結果がでない学校の広報戦略

大枠としては「認知（学校を知ってもらえているか）」・「魅力訴求（OC前に学校が魅力的だと思ってもらえているか）」・「営業（OCおよびその後のフォローで入学意欲を高められているか）」というどのフェーズに課題があるかの把握が必要です。つまり、適切な広報戦略を立てるためには出願率やホームページ訪問者数などデータを取っていることが大前提となります。

上記のようなデータに加えて、改善のためのアンケートの実施などの「STEP1:適切な情報収集」を行い、「STEP2:実績に基づいた広報戦略の立案・広報改善」をするという流れで、前年踏襲ではなく、毎年広報のレベルアップをしていくことが入学者数アップには重要です。また、可能であればそのような数値が1つのシステム上で集約・見える化し、常時その年度の募集状況や改善点を見れるようにする広報DXというのも視野に入れていただきたいです。

# 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、これからの学校経営における3つのポイントをお伝えいたしました。今回開催する学生募集セミナーでは“3つのポイント”を学校経営・学生募集へ反映し入学者数アップを実現するために、実際の募集成功事例を踏まえて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. 地域1番校を目指すための今後の専門学校経営のポイント
2. 経営者が知っておくべきこれからの専門学校市場の見通し
3. 2023年の募集トレンドから見る2024年以降の広報のポイント
4. 地域1番校になるための3つのステップとロードマップ
5. 学校経営者主導で実現する学校改革と組織づくりの流れ
6. 入学者数を増やした専門学校が意識した組織づくりのポイント
7. 結果に繋げるための広報会議体づくりにおけるよくある課題と解決策
8. 専門学校広報における通常レベル広報と差別化レベル広報の違い
9. 他校と差別化するための具体的な在校生活用事例
10. 広告費そのままに入学者数を増やすための広報予算配分の考え方
11. 迷っている参加者を出願に繋がるためのオープンキャンパス設計
12. 費用対効果が悪くなる業者任せのWeb広告の落とし穴と改善点
13. SNS世代の高校生に選ばれるためのWebやSNSの活用方法
14. 早期囲い込みをするために求められるこれからの高校訪問のポイント
15. 大学志向 & 大学全入時代におけるターゲット高校の考え方
16. 専門学校業界におけるカスタマージャーニー2024
17. 募集好調校が取り組んでいる広報戦略の考え方
18. 入学者数を増やすために考えるべき学生募集の方程式
19. 広報戦略を立てるために知っておくべき7つの広報指標
20. 次世代専門学校になるための広報DXのあり方

# 専門学校向け学生募集セミナー2024のご案内

## 講座内容

第1講座

### 募集好調校の共通点から紐解く「これからも選ばれる専門学校のポイント」

2023年の専門学校業界の総括をお伝えするとともに、2024年以降の中長期的な学校経営において知っておいていただきたい「これからも選ばれる専門学校のポイント」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 小川慎太郎

第2講座

### 広報費・教職員「そのまま」で入学者数を増やすための広報の考え方

学校経営者の方のトップダウンの改革によって「広報への大きな投資もせず」「教職員についても新規採用することなく」学生募集に成功した専門学校の事例をもとに、入学者数アップに繋がる広報の考え方・ポイントについてお伝えいたします。



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

### 「頑張っているけど募集が上手くいかない」から抜け出すこれからの広報戦略・広報施策

Web・SNSの重要性が高まるなど広報がより複雑となった現在、「勘頼り」「肌感覚」などでの広報戦略や広報施策の改善では通用しなくなってきています。募集好調校が取り組んでいるこれからの学生募集を成功し続けるための広報戦略のポイントや広報施策について解説いたします。

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

### まとめ講座

セミナーのまとめとして「まず明日から取り組んでいただきたい学校経営のポイント」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 スクールチーム リーダー 北村拓也

## 開催日時・方法

- 2024年2月26日(月) 16時～18時 (ログイン開始15時30分) <申込み期限: 2月21日(水)>  
2024年3月3日(日) 10時～12時 (ログイン開始9時30分) <申込み期限: 2月28日(水)>  
2024年3月3日(日) 13時～15時 (ログイン開始12時30分) <申込み期限: 2月28日(水)>  
2024年3月8日(金) 13時～15時 (ログイン開始12時30分) <申込み期限: 3月4日(月)>

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) /1名様

会員価格 8,800円(税込) /1名様

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ませ。セミナー情報をWebページからもご覧いただけます。  
セミナーページ: <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/109584>  
※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つのポイント”を柱とした学校経営の共通点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えます。

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歩を踏み出しませんか。**

株式会社船井総合研究所 教育グループ

小川慎太郎