

「選ばれる学校づくり」セミナー
初めての方向け
ワンランク上の募集戦略

株式会社 応用社会心理学研究所
institute of Applied Social Psychology +connect

Aspect

「選ばれる学校づくり」シリーズ

「教育」に投資する ブランド型広報への変革

WEB開催
特別セミナー

無料

経営者・管理者向け

- ◆ 変わらなければ生き残れない！
- ◆ 専門学校が陥る“負のスパイラル”とは？
- ◆ 「資格取得・就職100%」で人は集まらない
- ◆ 高校生の進路決定メカニズム
- ◆ “選ばれる”専門学校に必要な3つの約束（価値）
- ◆ 高校生を動かすコミュニケーションデザイン
- ◆ ブランド型広報と変革へのステップ

日時

2024年

Zoom開催

対象

専門学校の理事長、学校長、教務/広報の
責任者など、経営や組織運営に携わる方

9月25日(水) 16:30-18:00 (予定)

※ 資料を投影するため、画面の大きいPC、もしくはタブレット端末での参加を強く推奨します。カメラ付き端末での参加が必須です。

※ 通信環境やZoomアプリの設定はご自身でお願いいたします。

※ お申込みいただいた方には後日、当日アクセスいただくURL等をご案内します。

※ 当日ご都合が合わない方も、動画配信や次回セミナーが決定した際にご案内をお送りいたします。右下のWEBサイトからお知らせください。

専門学校を取り巻く状況は大きく変化しています。

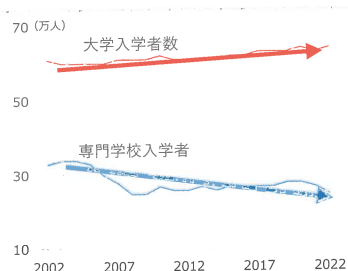
18歳人口が減少する中、大学進学者は微増傾向にあり、専門学校入学者は減少の一途をたどっているのはなぜでしょうか？

それは構造的な環境変化に対応できていないことが原因と考えられます。

資格・就職を謳えば高校生が集まる時代は終わり、これまで人的（量的）努力や広告の工夫で頑張ってきた学校も限界を迎えています。専門学校が今後も「価値」を提供し、生き残るためには、考え方、カリキュラム、組織やしぐみを変革する必要があるのです。

17万人以上のデータベース、225校での実践をもとに、今後必要となる改革とそのステップについてお話いたします。

ご多用中とは存じますが、本気で学校を変革したい方のご参加をお待ちしております。



こんな方
にお勧め

- ☑ 広報を変えたい
- ☑ 教育を変えたい
- ☑ 教職員の意識を変えたい

↓ にもかかわらず

- ☑ どう変わればいいのかわからない
- ☑ 何をどうやって変えればいいのかわからない

主催

(株)応用社会心理学研究所 <Aspect>

1987年に日本社会心理学会理事長（当時）の廣田君美を代表に社会心理学者が集まり設立されたシンクタンク。学校法人や大手企業のマーケティング活動や組織運営に関わり、社会心理学を応用した独自のノウハウを提供することで、他社では解決できなかった課題を解決している。

※ これまでに「広告より教育！ 専門学校のブランド戦略」を受講された方は一部内容が重複します。ご了承ください。

お問合せ（差出人）

(株)応用社会心理学研究所（アспект） 木村、酒井
TEL:06-6941-2171

〒540-0031
大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

お申込み

WEBサイトからお申し込みください ➡

<https://value-senmon.com/archives/news/1793>

※当日ご都合が合わない方もこちらからお知らせください。
次回セミナーや動画配信がある場合にご案内します。



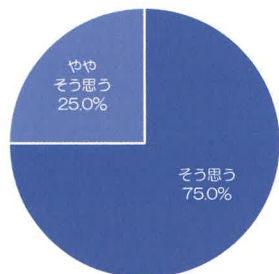
延べ880校 1200人以上が参加した、「選ばれる学校づくり」シリーズ セミナー

「選ばれる学校づくり」シリーズの基本編として、2015年より「広告より教育！ 専門学校のブランド戦略」セミナーを実施してまいりました。お陰様で毎回ご好評をいただいておりますが、専門学校の発展の一助となることを願い、今回改めてご案内させていただきます。

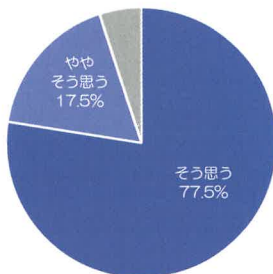
このセミナーでは「広告」ではなく「教育」の力で実現するブランド戦略の進め方がわかります。

※「広告より教育！ 専門学校のブランド戦略」を受講された方は一部内容が重複します。ご了承ください。

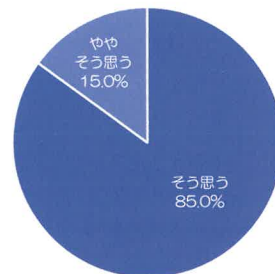
Q. セミナーの内容が参考になった



Q. 「価値」に基づく「学校のブランド作り」に、
自校でも取り組みたい



Q. 「価値の指標」は、重要だと思う



※2022「広告より教育！ 専門学校のブランド戦略」セミナー参加者アンケートより

これまでと同じやり方ではもう限界

- オープンキャンパス動員数や入学者数の増減に一喜一憂する日々を過ごしていましたが、今年度になりベクトルがまともになくなったと感じていました。大変参考になりました。
- 数を追いかける対策を中心に実施してきたが、**少子化と大学入試の易化でそろそろ限界にきている**と感じる。
- 数を追う→価値が下がる、まさに負のスパイラルに陥っていた。見直しが必要と感じていたので、本当に参考になった。
- 日々の業務の中で**目先の数字に気を取られがち**ですが、改めて学校がどう捉えられているか価値について考えさせられる良い機会となりました。
- 価値を追いかけていたつもりであったが、数を追いかけていた。教員間で学校の価値の見直しを行い、統一した考えのもとに、今後の本校のあり方を検討していきたい。

学生募集の観点がガラッと変わった

- **学生募集の観点がガラッと変わる良い機会**となりました。大変興味深い内容で、おもしろく、あっという間の時間でした。
- どのように広報していけば良いのか、迷ったり考えたりしていたので、**現状認識の誤りの点は正にその通りだ**と思った。視野の狭さに気づかされた。
- **学校決定までのプロセス**が複雑なことを改めて知ることができてよかった。イメージ=広い認知と思っていたのはまちが이었다。改めて「教育」の大事さを感じた。
- 教育機関のブランディングの特徴、総合評価（感じる価値、言語化しやすい理由）、指標の設定が参考になった。学校ブランディング強化のためのインナーコミュニケーション施策についてさらに学びたい。

(株)応用社会心理学研究所 学校事業分野での実績

(株)応用社会心理学研究所は、学校事業分野では、募集マーケティング、ブランディング、キャリア教育等の研究・実践を行っております。中でも、**進路決定研究については、27年の実績**があります。

◆大学進学者に対する全国一斉調査
(対象：大学進学検討者 26,993名)

大学進学メカニズムを明らかにするために、大学進学を希望する50万人に対して調査を実施しました。



◆高等教育機関からの受託調査

- ・大学向け各種調査 延べ20校以上
- ・専門学校向け各種調査 延べ80校以上

(※全国専門学校共同調査は除く)

入学者／非入学者調査、在校生調査、修了生調査、教職員調査、オープンキャンパス調査、募集説明会調査、授業評価調査、インタビュー調査、ニーズ調査 など

◆全国専門学校共同入学者調査／卒業生調査
[全国の専門学校225校、17万人以上のデータベース]

専門学校の募集活動やブランド構築を支援し、教育の質の向上に役立てていただくために大阪府専修学校各種学校連合会と共同調査を行っています。

◆「13歳のハローワーク公式サイト企画“しごと観育成”研究会」

若者の“しごと観”育成を目的として“しごと観”の現状や、影響する要因をつきとめるための調査・研究を行っています。

◆高校生から見たキャリア教育実態調査

全国の高校生4,679人（18校）を対象に、高校で行われているキャリア教育の実態と“しごと観”の醸成について調査しました。

など、他多数