

2024

## 全国専門学校共同調査のご案内

「選ばれる学校づくり」(戦略パッケージ)シリーズ



2024年春実施

# 学生(高校生・卒業生)から見た 御校の“価値”は?

過度な広告プロモーションに頼らずとも、  
学校の“価値”を高め、正しく伝えることで学生が集まる  
「選ばれる学校づくり」という考え方が全国に広まっています。

- ▶ **募集広報** の検証・改善には
- ▶ **教育成果** の検証・改善には

入学者調査

卒業生調査

WEB調査でも  
実施可能です

企画団体  
企画・開発・調査分析

：一般社団法人 大阪府専修学校各種学校連合会  
：株式会社 応用社会心理学研究所

# 1. 広告PRではなく専門学校の“価値”を高め正しく伝えることで学生募集に成功する 「選ばれる学校づくり」という考え方

いま、「選ばれる学校づくり」が全国に広がっています。  
全国850校以上から共感の声。

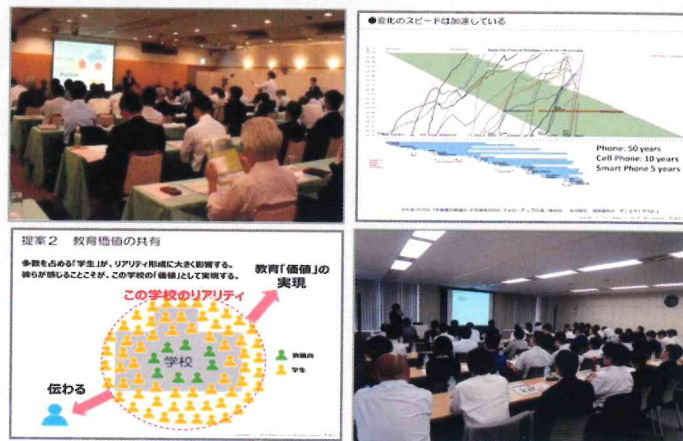
「選ばれる学校づくり」のセミナー開催実績

※主な公開セミナー、団体主催セミナーなど

- ・2011 大阪府専修学校各種学校連合会など
- ・2013 東京都専修学校各種学校協会
- ・2014 公開セミナー [東京、大阪]
- ・2015 公開セミナー [東京、福岡]  
兵庫県専修学校各種学校連合会
- ・2016 公開セミナー [東京]  
兵庫県専修学校各種学校連合会
- ・2018 京都府専修学校各種学校協会  
全国調理師養成施設協会
- ・2019 佐賀県専修学校各種学校協会  
公開セミナー [東京、福岡]  
全国調理師養成施設協会
- ・2020 公開セミナー [WEB]
- ・2021 公開セミナー [WEB]  
岩手県専修学校各種学校連合会
- ・2022 公開セミナー [WEB]

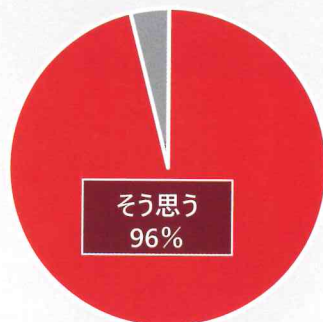
全国で850校以上が参加。満足度は96%

※上記の他、個別学校での課題に応じたセミナー・勉強会など、好評開催



キーワードは学校の“価値”。  
“価値”を高めて学生に選ばれる「しくみ」について  
「内容が参考になった」と多くの反響がありました。

Q. 内容が参考になった



※2014年～2022年 セミナー参加者  
アンケート集計結果

数の指標ではなく“価値”の指標が重要  
であること、まさに我々の問題点だと  
気付きました。



学校の価値を下げる行動がないか、  
今一度見直しが必要だと感じた。

“数を追う”にあてはまっている現状に  
ドキッとしています。考え方を変えて  
いかなければと思います。



専門学校としての価値、独自性をもう  
一度、組織として考え直さなければいけな  
いと感じた。

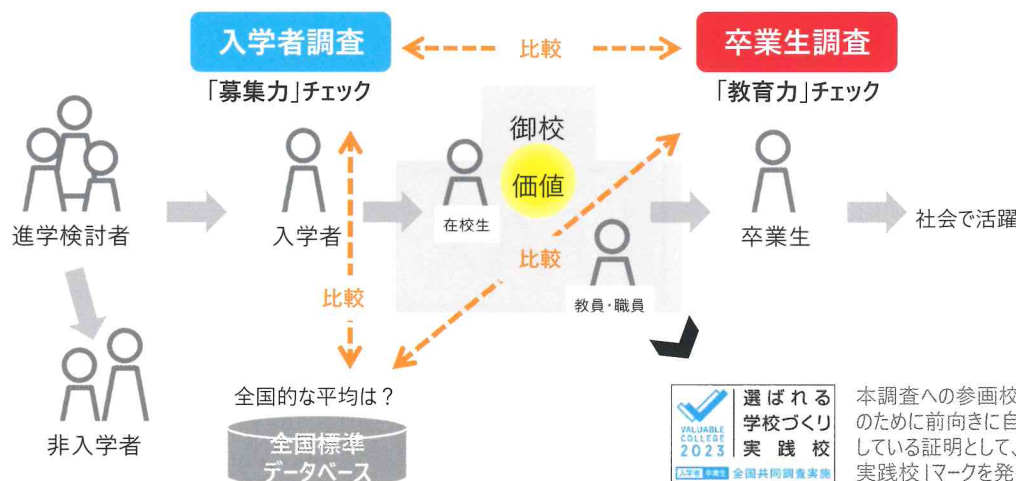


# 2. 「選ばれる学校づくり」を実現する 全国専門学校共同調査

専門学校の“**価値**”を測定し、高めるために開発された  
全国220校で導入されたスタンダード調査（16万人以上が回答）

【全国専門学校共同調査】の全体イメージ

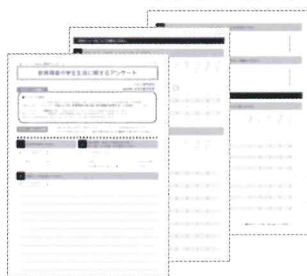
全国220校で導入。全国標準データベース（16万人以上）による、募集プロセスやポジショニングの改善ができる。



本調査への参画校には、教育の質の向上のために前向きに自校に関する調査を実行している証明として、「選ばれる学校づくり実践校」マークを発行しています。

## カンタンなのに役に立つ。調査実施の手順とは。

①調査票データを受け取る。  
※WEBでの調査にも対応



②学生に配布・回収。  
あとは送るだけ。  
※WEB調査は送付不要

御校

③報告書が手元に届く。



### ●募集広報の検証・改善には 入学者調査

進路決定研究から生まれた充実の調査票により、募集広報の現状と課題を明らかにします。

質問項目

- ▶ 入学者の特徴
  - ・学習や仕事に対する意欲
  - ・自己評価（自己肯定感）
  - ・職業決定度／キャリアビュー
- ▶ 入学までのプロセス
  - ・認知ルート／メディア
  - ・接触パターン
  - ・メディア評価
- ▶ 競争状況
  - ・各校への接触状況
  - ・最も入学を意欲した学校
  - ・自校と競合校の「価値」の違い

など全128項目（予定）

### ●教育成果の検証・改善には 卒業生調査

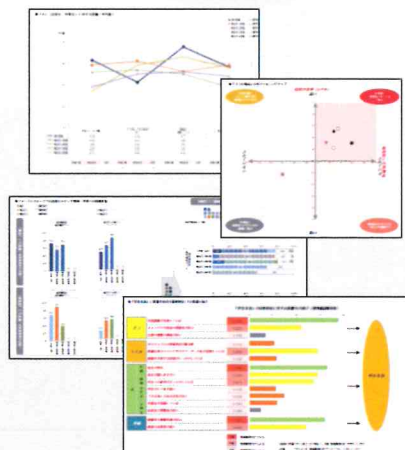
キャリア教育の研究から生まれた充実の調査票により、教育成果の現状と課題を明らかにします。

質問項目

- ▶ 学校評価
  - ・学校の総合的な評価
  - ・ロイヤリティ
  - ・学校イメージ
- ▶ “しごと観、就職や進路の充実・満足”
  - ・就労意欲
  - ・キャリアビュー
  - ・進路や就職先に対する満足度
- ▶ 個別実態評価
  - ・教育内容の評価（カリキュラム、授業、先生、施設、イベント など50項目以上）
  - ・学生生活満足
  - ・QOSL(Quality Of School Life)
- ▶ 身についたこと、経験・体験
  - ・知識、技術、教養
  - ・マナー、ルール
  - ・職業人としての姿勢、考え方

など全111項目（予定）

●充実した分析結果により、  
御校のポジションを診断します。



# “価値”を高め伝えることで学生が集まる 「選ばれる学校づくり」

- 専門学校が陥り、組織を疲弊させる「負のスパイラル」とは？
- 「選ばれる専門学校」に必要な3つの約束。
- プロセスを3つの段階に分けると対策がしやすい。高校生の学校選択意思決定プロセスとは？
- 教職員の行動が変わる、たった1つの方法とは？
- 「不一致」から「共有」へ。そのためにあなたにできること。 など豊富なノウハウ



## お問い合わせ先

全国専門学校共同調査事務局：  
株式会社応用社会心理学研究所（アспект） 担当：木村、酒井

TEL：06-6941-2171 Mail：account@aspect-net.co.jp

〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

選ばれる学校づくり

検索

<https://value-senmon.com>

