

学生募集の羅針盤スペシャルテキスト

中小規模校でも勝てる 学生募集イベント成功へのヒント

学生募集イベントの改善はそのまま数値となって表れます。

*本テキストではオープンキャンパスをメインとした学生募集イベント成功へのヒントを紹介しています。

SEM アドバイザー 亀田泰史

はじめに

学生募集上、重要なものはいろいろとありますが、その中でもオープンキャンパス等の学生募集イベントは特に重要です。その理由は対象者層に直接アプローチできる機会であると同時に、学校イベントに参加してくれる層というのは特に「濃い対象者＝出願に近い対象者」と言えるためです。

資料請求をただけの方と比べても、学校まで足を運んでくれる方は自校への興味の度合いが高い事は言うまでもなく、イベント参加時の印象次第で出願意思を固めてくれる対象者であるとも言えます。

それにも関わらず、いまだにイベントの実施を昔ながらのまま見直しをしない学校が多くあります。

誰しも経験があると思いますが、どんなにお気に入りのお店であっても、一つ気にいらぬ事があれば途端にアンチになってしまい、他へ行ってしまふ可能性があるという事です。学生募集イベントで言えば、どんなに体験授業が良かったとしても対応した教職員一人の対応が悪かったせいで競合に行ってしまう事もあるという事です。

学生募集イベントを成功させるには主目的である体験授業などだけが良ければいいわけではありません。それこそ開催前の案内から終了後のフォローまでが重要である事を忘れてはいけません。

本テキストは「学生募集の羅針盤」のスペシャルテキストとして無料配布するものですが、具体的な事例ではなくヒントをご紹介しますにとどめています。それは他校の事例が必ずしも貴校で成功するわけではないためです。そのヒントを元にどこをどう改善するかを学内で検討してみると良いでしょう。

目次

はじめに	2
チェックポイント1. イベント企画時のヒント	4
チェックポイント2. イベント当日までのヒント	5
チェックポイント3. イベント当日、最寄り駅から学校までのヒント	6
チェックポイント4. ウェルカム感演出のヒント	7
チェックポイント5. 人のヒント	8
チェックポイント6. ファン化のヒント	9
チェックポイント7. 学生募集イベント成功へのヒント	10
おわりに	11
イベントチェックのご案内	12
サポートのご案内	13
無料会員で貴校 WEB サイトの改善をしませんか?	14

チェックポイント1. イベント企画時のヒント

学生募集イベントを実施する際、特に中小規模の学校では前年度に開催したイベントをベースにして企画する事が多いと思います。体験授業を担当する教員としても同じテーマのものを実施する方が準備時間も短く「楽」というものもあります。

ほとんど工夫をしなくても学生が集まっていた時代であればこの考え方も特に問題はなかったのですが、現在は競合校もかなり考えて企画内容を検討していますので、複数の学校の体験イベントに参加する側からすれば、その満足度や納得度に大きな違いが出てしまう可能性があります。当然ながら同じ事を学ぶ学校間で体験イベントの満足度に関係があれば、出願を検討するのは満足度が高い学校となるはずですが。

その事もあり、競合校のイベント分析は必ず実施するようにお勧めしています。よく広報担当者から「うちはその学校をライバルと考えていない」という言葉を聞きますが、それほど傲慢な言葉もありません。これから進学先を決める方からすれば明らかに競合校であり、そのような思いあがった意識では「ライバル視していない」競合校にあっさり負けてしまうかもしれないのです。イベント以外のサポート部分も含め、競合校の現状は自校が更なる上を目指すための良い比較材料です。対象者は少なからずそこと比較するという事を前提にイベントやサポート内容を検討し、より満足度の高いものへと昇華させる必要があります。

イベント内容は必ず「入学後の姿をイメージできるもの」にしましょう。楽しいだけの内容では学校のカリキュラムも特長も見えてきません。きちんと学校が見える、それでいて満足度の高いイベントを企画するようにして下さい。

ここで間違えてはいけないのが「その日だけ満足させる企画であってはならない」という事です。私が勧めるファン化戦略ではリピートをさせる事も前提に考えています。イベントを企画する際は、そのイベントを受けた方がもう一度（あるいは何度も）学校に来たいと思わせるように考える必要があります。リピートするという事はその分、競合校に参加する回数が減少し、自校への理解度も上がってきます。そのため、個人的にはリピーター化を含めたファン化戦略は出願数アップへの最強策だと考えています。

チェックポイント2. イベント当日までのヒント

オープンキャンパスなどは人によって申し込みのタイミングが変わってきます。それこそ早い段階で申し込む方、ギリギリで申し込む方、当日予約なしで来校する方、期限を過ぎて申し込む方など様々なケースがあります。

この後のチェックポイントも同様なのですが、私の学生募集における考えとして「どのようなタイミングもファン化のきっかけにする」というものがあります。多くの広報担当者が事務的に終わらせてしまうものであっても、「これをファン化に活かさないか？」と考えるとその対応などに変化（工夫）が生まれるものです。

私がファン化に拘る理由は、ファンになってくれれば出願の可能性が一気に上がるためです。どんなに面白いイベントをやったとしても、それだけでは「面白かった」という思い出にしかありません。「ファン」という立場にしてこそ効果が飛躍的に表れるものです。

イベント当日までの事をファン化に生かす方法をここで考えてみてください。かなり早めに申し込んだ方にどういう対応をしたら喜んでもらえるか？ファンになってもらえるか？好印象を抱いてもらえるか？

いかがでしょう？おそらく今までは放置カリメールアドレスやハガキで日程の確認をしてもらったかもしれませんが、方法次第ではもっと印象に残り、ファンになってくれるような手法があるかもしれません。

チェックポイント3. イベント当日、最寄り駅から学校までのヒント

駅前にある学校であれば悩む事ありませんが、多くの学校は最寄り駅から徒歩、あるいはバスなどでの移動が必要だと思われます。この時に重要なのが「ストレスなくたどり着けるか？」という事です。

何を大袈裟な！と思うかもしれませんが、地図の通りに誰もがストレスなくたどり着けると考えるのはある意味傲慢な考えだと思います。実は私自身、かなりの方向音痴なのですが、そうではない人には想像もつかない発想で地図を読むものです。北などの方角が分からないのは当然の事、目印とするものも方向音痴の方は独特です。

ここ最近、学校の地図を Google マップなどにしている所もありますが、方向音痴にとってはこれも困りものなのです。本来、学校にたどり着くために不要な情報も全て盛り込まれているため迷う元にしかありません。

個人的には地図は学校オリジナルのものを作るべきと考えていますし、作る時には方向音痴の教職員に聞いて作る事を強くお勧めしています。その方が監修の地図であれば、そもそも方向音痴でない方は迷わずたどり着けますし、多くの方が迷わないものになるでしょう。

現実問題として、学校にたどり着けないがために参加をやめる方も実はいるのです。地方からの参加者などもありますので、最寄り駅から迷わずに来校してもらうにはどうすれば良いか？という事を考えて下さい。地図以外にも考えられる事はあるはずです。

チェックポイント4. ウェルカム感演出のヒント

イベントとなると参加者は心の中でワクワクするものです。しかし、その気持ちをさらに盛り上げる事ができるかどうかは学校の演出次第と言えるでしょう。

学校によっては「今日、イベントの日で間違いないよね？」と不安になるくらいデコレーションのない学校もありますが、そういうものは好ましくありません。イベントに参加してくれる方を歓迎しているのだという事が伝わるようなウェルカム感の演出を考える必要があるでしょう。

もちろん規模の大小で出来る事の幅がかなり変わってくると思います。しかし、予算がないからといって歓迎ムードを出せないわけではありません。手作り感満載であっても構わないのです。

大切な事は、「貴方を歓迎している」「貴方を待っていました」と感じてもらう事です。歓迎してもらって嬉しくない方などおりません。なお、このウェルカム感には掃除をきちんとしているか、清潔に保っているかなども当然ながら含まれます。

お客様を呼ぶ時に部屋の掃除をするように、イベントをする時もお客様を呼ぶのと同じなのです。どういう歓迎をしたら喜んでもらえるのか？印象に残るのか？もう一度来たくなるか…を考えて、予算・規模に見合った準備をすると良いでしょう。

イベント時のみではなく、突然の学校見学などでも活用できるようなものを用意しておくイベント時だけあたふたしなくても済むはずです。平時とイベント時で共用できるものは常時利用のものとしてきちんと整備しておきましょう。常日頃からいつ誰に見られても良い環境を作っておく事は重要です。

チェックポイント5. 人のヒント

イベント実施において成功の鍵を握るのは「人」です。言い換えれば、人次第では効果を逆に下げてしまうリスクもあるという事です。そして、強く意識して頂きたいのは、どんなにイベントが素晴らしいものであっても「たった一人の問題ある方」がいるだけで効果が著しく下がるとい事です。

イベントで意識すべき人は教職員だけではなく、学生スタッフしかり、用務員もしかりです。つまりイベント時に学校にいる関係者全てが学校の顔として認識されます。学生スタッフは手伝ってもらい立場だから好きにさせて良いわけではありません。学生の場合、特に気を付けたいのは休憩時間です。気が緩んでイベント参加者から見ると問題と思われる行動をとる事がありますので、事前に学生スタッフの教育もきちんとしておく事をお勧め致します。

この点については教職員も同様に休憩時間云々は参加者には全くもって関係のない事です。学校にいる方は休憩時間であろうとも気を緩めずに参加者へ配慮した行動を心がけましょう。

また、振る舞い以外にも気を付けなくてはいけない点があります。それが突然の質問への対応です。イベント参加者は学校にいる関係者に突然質問をして来る事があります。そういう時のために、よくある質問については事前に回答を統一しておく方が無難でしょう。広報が想定問答集を作っておく事でも対応できます。そこに含まれない不確実な質問の場合には詳しい担当者に任せる事が必要です。イベント時はどこにどの教職員がいるか分からない事もあり、自分勝手な回答をしてしまいがちです。特にそういう場合「〇〇だと思います」という曖昧な回答をする方が多いものです。質問者からしてみれば「思う」という回答は正しいかどうかさえ分かりません。質問された時の対応についてはきちんと決めておく方が良いでしょう。

チェックポイント6. ファン化のヒント

既に述べている通り、中小規模校が勝ち残るにはファン化戦略が重要であると考えています。ファン化戦略とはすなわち「**心をつかむ戦略**」とも言えます。

心をつかむ事が出来れば、競合校がどこであっても勝機はあると言えます。学生募集で失敗する例として、競合校と同じ土俵で戦ってしまうという事が挙げられます。予算規模の異なる学校が同じ土俵で勝負をしても対象者にとって魅力的に見えるかどうかは自ずとその程度というものは知っているものです。

同じテーマの体験授業を同じ視点で行ったとしてもその見栄えからしてなかなか勝てるものではありません。それであれば、減点を食らわないレベルは維持しつつも心をつかむために何ができるかを考えるべきでしょう。

では、心をつかむにはどうすれば良いか？このテキストでは細かくは書きませんが、どのような学校であっても、今いる人材で効果的なファン化戦略を練り上げる事は出来るはずです。よく新聞などに出る著名校の戦略をみて焦る必要はありません。どんなに頑張っても真似できない事は真似できないのです。似たような戦略で攻めるのではなく自分の学校だからこそ出来るオリジナルの戦略を考えれば良いのです。

人が何かを好きになるにはきっかけというものがあります。そのきっかけを作り出す事ができれば中小規模の学校でも学生を集める事は可能なのです。一人ひとりの参加者が「**この学校は自分に合っているかも**」と思えるような戦略を是非考えてみてください。意外と低予算かつ単純な仕掛けでファン化は成功するものなのです。

チェックポイント7. 学生募集イベント成功へのヒント

本テキストでは中小規模校を想定したヒントを紹介していますが、中小規模校だからこそ出来る事というものが存在します。中小規模校の場合、イベント参加者は少なく、教職員や学生スタッフも大規模校に比べればはるかに少ないわけです。しかし、見方を変えれば「**個を意識した戦略に踏み切れる**」と言う事でもあります。

ここで言う「個」というのは個人へのクロージングを強引なものにするというわけではありません。一人ひとりの性格などを加味したアプローチが可能になるという事なのです。何も機械的に同じように接する必要などないのです。イベント参加者が満足し、また来たいと思ってもらうには心をつかむ事が最優先となります。中小規模校だからこそ、大規模校にはできないきめ細かさを参加者に施す事が出来るのです。

私は広報として専門学校に在職していた時、徹底したファン化戦略を行い、AO エントリー者の約半数を10回以上イベントにリピートさせる事に成功しました。最大参加者においてはなんと全実施イベント（30 数回）参加という物凄い状況でした。当然ながらAO エントリー者の大多数が出願に至りました。広報担当者であればたった一人であっても募集イベント（体験授業）に10回以上参加してもらおうというのがいかに難しいか分かります（※10回以上参加で何かの特典があったわけではありません）。

もちろん教職員全体で努力した結果ではありますが、私が実施した仕掛けは泥臭いアナログ手法の複合技でした。広報予算がほとんどなかった分、時間だけはかける方法で勝ち取った結果です。ファン化に成功すればこのように何度も来てもらう事が可能になります。つまりは競合校に行く時間がないわけですから、自ずと入学してくれるようになります。

どのような学校であってもアイデア次第でこのような状況を作り出す事は出来ます。相手の心理を読んで仕掛けていけば広報予算が少なくても学生を集める事は不可能ではありません。広報担当として考える事だけは放棄しないようにしましょう。

おわりに

学生募集の状況が悪くなると、どうしても教職員全体のモチベーションが下がってしまい、さらに悪い状況へと進んでいきます。しかし、日々の改善をきちんとこなしていく事で、いずれは良い効果をもたらすようになります。それらの効果は派手に見えるものではありませんが、長い目で見ると大きな結果を生み出します。

学生募集において、イベントの重要性は言うまでもなく、そのイベントにやる気や活気がないと益々出願したいと思う方は減少していき、最後には学校経営もおぼつかなくなるはずです。

今までのイベントで効果が出ていない場合、そこには何らかの問題が存在するはずです。告知が悪いのか、テーマが悪いのか、時期が悪いのか、担当講師が悪いのか、学生スタッフが悪いのか、フォローが悪いのか・・・、それら全てを精査し小さいようでも確実に一つずつ改善を行う事でイベント全体が生き生きとし、目に見えて魅力的になるはずです。

広報予算がないのはある意味、私の中では救いであるとも言えます。お金がなければ「頭を使う」しかありません。本当の手遅れが来る前に今できる改善アクションを進めていきましょう。

本テキストはヒントでしかありません。何をすべきかの具体的な中身は学校によって変わってきます。このテキストをきっかけに貴校が変わる事を期待しています。

SEM アドバイザー 亀田泰史

イベントチェックのご案内

ワンタイムサポート（ <http://gakubo.com/service/one-time-support/> ）にて**イベントチェック**を行っております。

これは貴校のイベント（オープンキャンパス等）に当方（提携パートナー含む）が参加しまして、そこで感じた問題点・改善点をレポートにして後日メール送付（PDF データ）させて頂くものです。

なお、レポートで使用する関係上、当日の写真撮影の許可を頂きます（外部へは一切流用致しません。レポート用にのみ使用します）。レポートの枚数は問題点の数により変わります。原則、複数日程を指定して頂き、当日連絡なしでそのいずれかにお伺いいたします。余計な準備を避けるためです。

*ご依頼の地域によっては担当のスケジュール上、お受けできない事もあります。

<イベントチェック料金>

100,000 円（税別）+ 交通費別途（遠方の場合、前泊となり宿泊料が別途かかります）

※基本サポートプラン校は 30,000 円、B 会員校は 50,000 円（いずれも税別）の割引料金となります。

<お申込み>

お問い合わせフォーム（ <http://gakubo.com/toiawase-ssl/> ）に詳細を入力し、「問合せ種別」は「サービス関連」を選択の上、お問い合わせください。

サポートのご案内

当方では学生募集改善のためのサポート（主に Web サイトの改善）を行っております。詳細は運営サイト「学生募集の羅針盤」をご覧ください。

★学生募集の羅針盤・・・ <http://gakubo.com/>

- 当サービスのポイント 10 <http://gakubo.com/service/point10/>
- 基本サポートプラン <http://gakubo.com/service/basic-support-plan/>
- 会員プラン <http://gakubo.com/service/kaiin-plan/>
- カフェ研修 <http://gakubo.com/service/cafe-kensyu/>
- ワンタイムサポート <http://gakubo.com/service/one-time-support/>
- ASUBO セミナー <http://gakubo.com/service/asubo/>

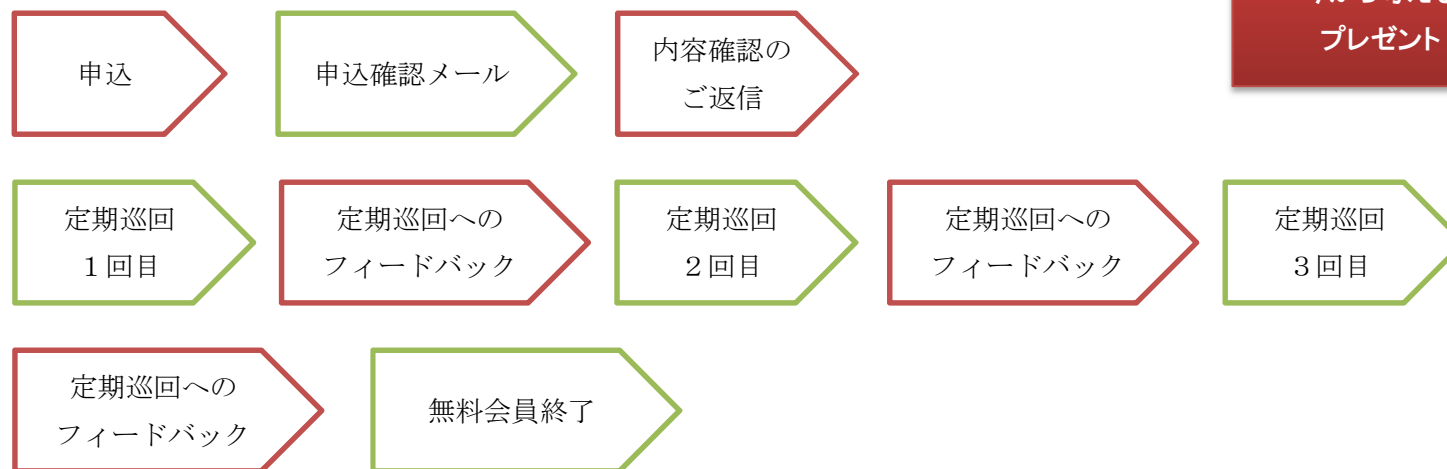
★Facebook ページ「学生募集の羅針盤ニュース」・・・ <https://www.facebook.com/gakuseibosyu/>

★お問い合わせ・・・ <http://gakubo.com/toiawase-ssl/>

無料会員で貴校 Web サイトの改善をしませんか？

当方のメイン業務である定期巡回サポートにおきましてコンサルタントでは珍しい無料会員（お試しプラン）を用意しております。無料会員とは定期巡回を最大で3回無料で受けられるというものです。終了後の営業活動などありませんので、もし貴校 Web サイトの問題点や改善点についてアドバイスを受けたい場合には是非お申込み下さい。もちろん終了後のコンサルティングのご相談も随時受付しています。

★無料会員の流れ（以下赤枠が貴校、緑枠が当方）



<注>

- ・定期巡回では耳の痛い事を正直にお伝えしますので真摯に受け止める事が出来る学校様のみでお願いいたします。
- ・フィードバックがない場合にはその時点で無料会員は終了となります。

★詳細は「無料会員プランのご案内」ページでご確認下さい。 <http://gakubo.com/service/free-kaiin-plan/>