

学生募集の羅針盤スペシャルテキスト

うちの学校マズいかもと感じている広報へのヒント

学校を立て直すためのアイデアを生む脳を育てます

SEM アドバイザー 亀田泰史

はじめに

少子化が進んだ現在、このままでは存続の危機に陥る学校が続々と出てくる事は言うまでもありません。既に 2018 年問題に悩む必要もな
いくらい、学生募集の状況が悪くなっている学校はいくらでもあると思います。

本テキストは読まれる方がどういう学校であり、どういう地域にあり、どういう特徴をもっているかと言う事が一切分かりませんので、方
向性として「学校広報でやる気のある方であればいろいろなアイデアが生まれる」ものとして構成しています。

本テキストを読んでも何のアイデアも浮かばない場合には、そもそも広報には向いていないと断言できます。

入学対象者が減少している現在、今やるべきは今までやっていたことの焼き直しではありません。対象者に選ばれるための戦略をしなくて
はいけないのです。もはや待っているだけで生徒・学生が集まる時代は終わりました。

自分の学校に足りないものはなにか？今出来る事は何か？を常に考えるようにしましょう。

*本テキストでは便宜上、以降全て「学生」で統一させていただきます。必要に応じて「生徒」と読みかえて下さい。

目次

はじめに	2
1. シンプルな言葉に学生募集のヒントが沢山詰まっています	4
2. 人は日々小さい選択を無数に行っている	5
3. 学校の立ち位置を明確にする	6
4. 強みはさらに強く、弱みはフラットに近づける事	7
5. 見せ方・伝え方はかなり重要	8
6. ホームランではなくヒットを量産する事	9
7. 今いる教職員の意識は最低でも変えなくてはいけない	11
8. 学生を味方につける	12
9. 学校を知ってもらう方法はいくらでもある	13
10. オリジナルのファン化戦略を構築する	14
おわりに	15
サポートのご案内	16
無料会員で貴校 WEB サイトの改善をしませんか?	17

1. シンプルな言葉に学生募集のヒントが沢山詰まっています

学生募集において広報担当者が常に頭にいておくべき事は以下の言葉に集約されていると考えています。

「選択する理由か、選択しない理由しかない」

いかがでしょうか？

よくこの言葉をかみしめて頂きたいのですが、学校選定においては実際にはこの二つしか存在しません。学生が集まっている学校には選択する理由があるのです。そして学生が集まらず苦しい状況にある学校は対象者にとって選択しない理由の方が勝っているのです。実際にはいずれの学校も魅力的な点が全くないという事はないはずですので、その差引がプラスかマイナスかで学生募集の状況が変わってくるという事となります。

この事を踏まえた上で次ページ以降を読み進めて下さい。

2. 人は日々小さい選択を無数に行っている

さて、自分自身の一日を振り返ってみてください。間違いなく貴方自身、今日一日だけで物凄い数の選択をしているはずです。何を食べるか、目覚ましがなったけどすぐに起きるか少しダラダラするか、テレビはつけるか、どの服を着て出かけるか・・・数え上げればきりがありません。

これと同じ事が対象者にとっての学校選択に起こっているわけです。その結果、選択する理由と選択しない理由を総合的に鑑みて、一番ポイントが高い所に出願しようとする事になるわけです。

学生が集まらない言い訳として「場所が悪い」とか「名前が知られてない」とかいろいろ言われる方がおりますが、それらは基本的に「選択しない理由」の一つでしかありません。それらを払しょくする選択する理由を作り上げる事ができれば今の状況を打破できるのです。

しかし、最初から試合放棄のような形で選択されるための理由を考える努力もしないために、学生募集の状況はどんどん悪化しているというわけです。

また、人にはいろいろな性格の方がいます。Aさんにとっての選択する理由がBさんにとっては選択しない理由かもしれないのです。そのため、学生が集まらない理由をそもそも決めつけてしまうのはナンセンスなのです。

3. 学校の立ち位置を明確にする

本テキストでは小難しい事を書くつもりはありません。最初に書いたようにどういう立場の方が読まれているか分かりませんので、どの方にとってもヒントになるように書いています。

前述のように人には選択する理由と選択しない理由があると書きましたが、これが分かった上で学校が何をすべきかと言えば、「**学校の立ち位置の明確化**」に他なりません。

良く使う言葉で言えば、**学校の強みと弱みを明確に認識する**という事です。しかし、ここで勘違いしてはいけないのが、教職員等の立場の違いでそれらが異なってはいけないという事です。インナーブランディングという言葉がありますが、まずは学内で自分の学校についての共通認識を持たなくてはならないのです。

例えば、Aさんという方が2度学校に来たとしましょう。その時に同じ質問を違う方にしたとします。一人は広報、一人は教員などです。もし学校の強みを聞かれてその回答が異なる場合、どう思われるでしょうか？バラバラになるという事は「いずれもたいしたものではない」という事に他なりません。圧倒的な強みであれば同じ回答にならないとそもそもおかしいわけです。

そのため、広報だけでなく、学校全体の共通認識として強みと弱みを認識しなくてはならないのです。できれば学生スタッフなどにも同じく認識してもらう方が良いでしょう。本テキストではその洗い出しの方法などはやりませんが、伝えたい事をご理解頂けると幸いです。

ここで手を抜いてしまう学校は強みだけを共有しようと考えがちですが、弱みもきちんと共有しなくてはなりません。それがないとマイナス点を放置する事になるためです。

4. 強みはさらに強く、弱みはフラットに近づける事

ブレインストーミングなどで強みと弱みを共有できたら、今度はそれをどうするかを考えます。選択してもらう理由になる場合、競合と比べてさほど変わらない場合などは強みとは言えません。自校の中では強みであっても、他と比べれば平均レベルだという事になります。

とはいえ、圧倒的な強みを打ち出すつもりであれば、少なくとも現時点でも強みと感じている部分である方がすぐに取り掛かれます。その強みをさらなる強みとして位置付けるためには何をすれば良いかを考えます。

例えば就職サポートが強みであれば、何を補強すればそれがさらに魅力的なものになるかを考えます

そして重要なのは次です。

選択する理由と選択しない理由の総合で判断されるわけですから、選択しない理由はより目立たない方が良いわけです。つまり、マイナスのものをフラット（＝プラスでもマイナスでもない）所まで持っていけないかを考えるわけです。もちろん、全てがうまく行くわけではありませんが、一部のものについては改善アクションが取れるはずですよ。

学校の強みはさらに強くし、弱みは目立たなくする。これだけでも対象者にとって選択肢になる可能性が飛躍的に上がります。具体的な方法についてはここではご紹介しませんが、きっとこれを読んで何らかのヒントにはなるはずですよ。

5. 見せ方・伝え方はかなり重要

そうは言っても予算もないし大がかりな事はできないというケースもあるでしょう。強みをより強くしたいと言ってもなかなか簡単にはいかないのは分かっています。

そういう時には見せ方や伝え方を変えてみるという手があります。

同じ内容であっても伝え方を変えるだけで物凄く魅力的に映るものです。もちろん、だからと言って嘘を書いてはいけません。例えば就職担当者が一人しかいないのに、「きめ細かい就職サポート」というのは一般的な感覚から言えばちょっと無理があるわけです。在学生全員に対して一人しかいないわけですから、いくら自分達ではきめ細かいと思っても、一人で出来る事などはたかが知れています。いわゆる第三者が納得できる背景がなければ、それは「真の情報である」とは受け止めてもらえません。

そういうものを大きく見せてしまうと、結果としてその中身がばれた時にかえって悪評として流れてしまう可能性も出てきます。今は悪い情報はあっという間にソーシャルメディア等で流れますので、とにかくズルをしてはいけません。基本的には良い事も悪い事も必ず気づかれると思った方が良いでしょう（悪い方は特に）。

どういう見せ方ならより伝わるか？これは練習しかありませんが、対象者の心を読み、その立場に立ってみるとアイデアが浮かぶかもしれません。

6. ホームランではなくヒットを量産する事

学生募集状況が悪化している中、他校でブランディングに成功しているところを見かけると、自分達も同じように成功したいと思うかもしれませんが、いわゆる起死回生の必殺技がないかと模索するわけですが、そのような都合の良いものは簡単には見つかりません。そもそも土壌があってはじめて出来る戦略ですので何もない所にいきなり生まれるものでもありません。

そうなる、日々何をやれば良いか決める事が出来ずに時間だけが過ぎていく事になるわけですが、私が勧めたいのは

一日一改善運動の実施

というものです。当方の運営するサイト「学生募集の羅針盤」においても紹介していますが(<http://gakubo.com/kaizenan/kaizen-undou/>)、一日に一つで構わないので目に見える改善を積み重ねていく運動です。一部抜粋しますと、

校舎内外の掲示は綺麗にはられていますか？

学生が来たら元気よく挨拶していますか？

学生の名前を覚えていますか？

来校者が窓口に来たら即座に行動していますか？

電話にでるのは遅くありませんか？

電話に出る時に明るく話していますか？

どの学校でも出来る事ではありますが、こういう事を積み重ねる事で達成感による満足感があがり、教職員全体の意識が変わっていきます。全体の気持ちが上向きようになれば、もっと大きい改善へも積極的になれる。これは学校改革では重要な大前提となります。

一日一改善運動などと言うと、「バカにするな」と思う方もいるかもしれません。そもそも「学生が来たら元気に挨拶くらいしている！」と言われるでしょう。特に当方のサイトを見つけ、本テキストを読まれるような方であればやる気があるに違いないと思います。

しかし、個人単位ではやっているかもしれませんが、果たして学校全体ではどうでしょうか？ 仏頂面の先生はいませんか？ 顔を合わせてもすぐに下を向いて気づかないふりをしてしまう方はいませんか？ そういうものを個人の性格だからと諦めていませんか？

一日一改善運動は一人だけの話ではなく、全員が一緒に取り組むものです。そして継続性のあるものは（例えば挨拶などは継続して行うものですよね？）、その後ずっと行う必要があります。

こんな事で学生が増えるのか？と疑う方もいるでしょう。でも、笑顔のお店があったら、そこで買いたくなりませんか？ 名前を覚えてくれるお店があったら、親近感がわきませんか？ 電話で元気に受け答えするお店には好印象を抱きませんか？ つまり、そういう事なのです。学校であろうと一般のお店だろうと人が好きになる感情というものそんなに変わるものではなく、意外とシンプルなのです。

もちろん、学校の場合には教育機関として求められるものを用意しておかなくてははいけません。カリキュラム、設備、教員、就職、カウンセリング、その他…はそれぞれの担当者が現状で満足するのではなく、対象者が圧倒的満足感を得られるように変えていく必要があります。そして、こちらも一日一改善運動と同様に少しずつ良くしていく事が可能です。

大がかりな変更はどうしてもスタートするまでに時間がかかり、その間に機会の損失が生じます。しかし、小さい改善の継続であれば精神的な負担も少ないためどのような規模の学校でも可能です。また、身近な所にゴールが設定できるため、達成感から自信につながりやすくなります。要はそれをやるかやらないかだけの問題なのです。後は何をやるかをよく考えて少しずつでも良い学校にしていくしかありません。その過程でやや大きな改善アクションが可能だと思われる時が来たら、そういうものへも着手すれば良いのです。

7. 今いる教職員の意識は最低でも変えなくてはならない

学生が集まらなくなると、どうしてもネガティブな思考に陥る方がいます。これは自然な事なので不思議ではないのですが、募集にその意識を持ちこまれるとせっかくの努力が水泡に帰してしまいます。

例としてイベントの満足度が物凄く高かったとしましょう。しかし、最後の最後に態度の悪い教職員を見かけたらどう思われるでしょうか？きっとその方は出願をしてくれませんし、貴校のファンにもなってくれません。「信頼を勝ち取るには時間がかかるが、信頼を失うのは一瞬」と言われますが、イベントでも同じなのです。どんなに満足度の高いものを提供しても、たった一人でもそれを無駄にしてしまう人がいれば意味がなくなってしまうのです。

そのためにも関係する教職員（学生スタッフ含む）の意識は変えなくてはならないのです。今まではこれで良かった・・・ではなく、これからはこういう意識でやる、というように変える必要があるのです。

どうすれば変えられるかは学校それぞれの状況によると思いますが、少なくとも何もアクションを起こさなければ変わらないでしょう。

加えて学生募集がうまく行ってない学校には往々にしてある事ですが、教職員の関係が冷え込んでいたりします。そこまで来ると改善がなかなか難しいわけですが、個人的見解では「共通の敵」を作ると変わる事があります。例えばコンサルタントなどの外部の方を入れてその方に好き放題改革をしてもらおうなどです。当然それまでのぬるま湯が失われますので、一時停戦とばかりに団結するというものです。

8. 学生を味方につける

学校にとって在學生は財産です。とても大切な存在です。その学生を味方につける事で学生募集は改善可能と言えます。学生スタッフが活躍してくれれば、そのまま出願に繋がる事もありますし、また、広報の知らない所で学校の宣伝をしてくれるかもしれません。少なくともイベントにおいては、対象者にとって学校広報の言葉よりも学生の言葉の方がリアルに感じてもらえるのです。

最近ではソーシャルメディアやブログなどで学校の事をほめている学生なども見かけます。つまり学生が味方であれば、損得抜きにした学校の宣伝マンとなってくれるわけです。

学生が少ない学校が今から広報のプロを雇うにはかなりの予算が必要です。学生が味方になれば、そういう必要がなくなるかもしれません。学生に限らず、学校のファンになってくれる方を増やせば、知らない所で学校の良さが共有される事になるでしょう。広報は計画した中でのみ行われるものではありません。見えない所でもいろいろと動いているものなのです。

9. 学校を知ってもらう方法はいくらかもある

広報を長らくやっていると、かえって宣伝方法はこれだけしかない・・・というように決めつけてしまう傾向にあります。しかし、実際には学校を知ってもらう方法はいくらかもあるという事を認識するべきでしょう。

広報が用意した学校案内や Web サイトだけで知ってもらうわけではありません。学校が主催するものだけでなく、学校を知ってもらう事は出来るのです。

どうい方法があるかは本テキストでは紹介いたしましたが、考えを固定せずに柔軟に考えてみる事をお勧め致します。また、全てにおいてお金がないからできないと考えるのも広報としては失格です。お金がなくても出来る事はいくらかもあります。特に以前と比べお金がなくても出来る広報施策はかなり増えていると思います。

今までのやり方だけに固執せずに、新たな視点を持って考えればきっと面白い方法を思いつくはずです。アイデアの元になるヒントだけ書くとしたら、「必ずしも学校が主体として発信する必要もない」と言う事です。つまり、第三者が勝手に拡散してくれるような方法も今は出来るという事です。

10. オリジナルのファン化戦略を構築する

私自身、ファン化戦略を得意としていますが、このファン化戦略がうまく行くと想像以上に良い影響が様々なところへと波及していきます。私がやった方法では結果として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。イベントというのは体験入学が主なものです。学校広報担当であれば、たった一人だけであっても10回以上イベントにリピートしてもらう事がいかに難しいかは想像できると思います。

私のファン化戦略では最大参加者においてはなんと全実施イベント（30数回）に参加した方も数名おりました。もちろんAOエントリー者のほとんどが出願をしてくれました。

ファン化戦略については誰がどういう戦略でやるかと言う事が大きく関わってきますので、同じ方法でうまくいくわけでもないわけですが、重要なのは対象者の心をいかに読むかと言う事だと考えています。自然と学校を好きになる仕掛けをどうやって作りこむかにかかっていると云えるでしょう。

なお、私のファン化戦略はほとんどコストがかかっていません。手間はかかっていますがお金は驚くほどかかっていません。つまり中小規模の学校であっても、どこでも出来る事と言えます。私から言わせて頂ければ、中小規模だからこそファン化戦略がやりやすいと考えています。

機械的にどうこう考えるのではうまく行きません。どういう事をされると好きになってくれるかという事を突き詰めていくと面白いファン化戦略のアイデアが生まれると思います。

おわりに

2016年現在、定員に満たない学校は数多く存在します。こう書くと「何割くらい？」とすぐにデータを知りたがる方がいますが、私はそういうデータを基本的に好きではありません。これが5割だろうが3割だろうが自分の学校には関係ない事なのです。自校に学生が集まっていなければ集めるしかないだけです。他も集まってないから安心して良いわけではありません。

これと同様に新たな事を始めようとする、「その成功例は？」と言われる方もいます。正直、この手の方は好きではありません。そもそも学校など立地も違いますし、人も違うわけですから。同じ事を同じ成功率で出来ると思う事が間違いなのです。何かをやるにあたり、そういうつまらないデータ主義で開始を遅らせてはいけません。何らかの行動を起こさなければまずい状況であれば、実施した時の事をイメージしてうまく行きそうならば、とにかくやってみるしかないのです。

今回のテキストは先に書きましたように立場が異なる学校広報向けに書いています。そのため、総論的なものとはなっていますが、もう一歩進んだ内容を聞きたいという場合には当方が実施している ASUBO セミナー（明日すぐ使える学生募集ノウハウセミナー）や、カフェ研修の受講をお勧め致します。今回のテーマに沿ったものとしては以下のものがあります（以下、今後開催予定のものもあります）。

- ・ マイナスをプラスに変える視点変換法
- ・ 何をやれば良いか迷っている学校へのヒント
- ・ 問題点の把握と改善～問題点の認識編
- ・ 予算のない中下位校がやるべき広報戦略

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/>

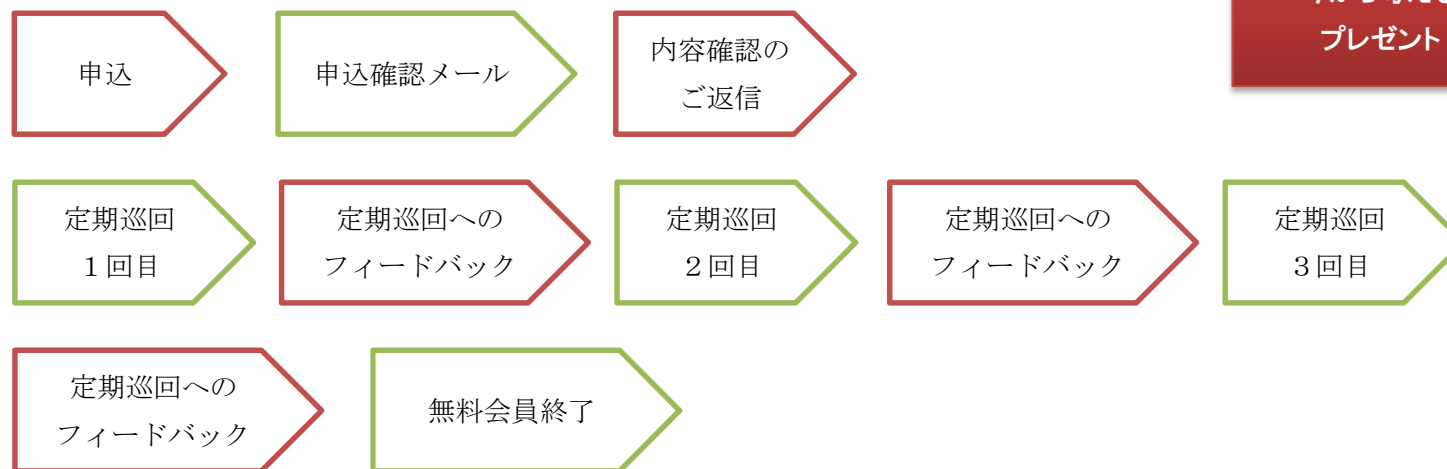
★Facebook ページ「学生募集の羅針盤ニュース」・・・ <https://www.facebook.com/gakuseibosyu/>

★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/>