

専門学校向け広報，教育に関するセミナーのお知らせ

昨年度大好評！  
※詳しくは裏面へ

# 広告より教育！ 専門学校のブランド戦略

無料  
セミナー

- ◆ 専門学校のブランドとは？～派手な広告はいらない～
- ◆ 専門学校が陥る“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（価値）
- ◆ 教育の質こそ，ブランディングの要
- ◆ ブランドを高めるしくみ，伝えるしくみ
- ◆ より良い進路選択の実現のために必要なことは？

東京

日時 2015年  
**10月6日(火)** 14:15受付  
14:30開始 (約2時間)

場所 **アルカディア市ヶ谷** [5F 穂高(東)]  
東京都千代田区九段北4-2-25  
JR中央線/地下鉄有楽町線・南北線/地下鉄新宿線 市ヶ谷駅下車 徒歩2分

福岡

日時 2015年  
**10月15日(木)** 14:45受付  
15:00開始 (約2時間)

場所 **リファレンス駅東ビル** [2F 会議室1]  
福岡市博多区博多駅東1-16-14  
JR博多駅下車 徒歩4分

謹啓

近年、長引く景気低迷による若年層の失業率の上昇や、いわゆるフリーター・ニートの増加などの社会問題が顕在化する中、良質な職業教育への社会的ニーズが高まっています。このような情勢の中で、長年の職業教育のノウハウを持つ専門学校の実績がますます大きくなっています。

しかし、専門学校の入学者募集は厳しい状況が続いており、専門学校への入学人数は1992年の約36万人をピークに、2009年には約25万人にまで減少しました。さらに、大学との競争も激しくなり、従来は専門学校に入学していたはずの高校生や、本来は専門学校に入学すべき志向性を持った高校生が、大学に流出しているのが現状です。

学生募集のための広告などのプロモーションに過度に資金を投入しても、かつてのような特効薬とはならない中、今こそ、専門学校にとって“選ばれる”とは何か？ブランドとは何か？について、考えるタイミングではないでしょうか？

このほど、長年高校生のキャリア教育や職業ガイドにたずさわってきた13歳のハローワーク公式サイトと、18年にわたり高校生の進路決定研究を行ってきた(株)応用社会心理学研究所が合同で、貴重な研究知見をもとに、**教育機関にとってのブランド、マーケティング、“選ばれる学校”とは何か？**そして、**より良い進路選択の実現のために何が必要か？**について考えるセミナーを開催することにいたしました。広報に関わる方、職業教育に携わる方にとっては、大変参考になる内容になっています。

昨年度大好評のセミナーを内容を拡大して開催いたします。  
ご多忙の折とは存じますが奮ってご参加いただけますようお願い申し上げます。  
謹白

主催

13歳のハローワーク 公式サイト  
(株)応用社会心理学研究所 <Aspect>

講師

八木 秀泰 (やぎ ひでひろ)

(株)応用社会心理学研究所調査研究プロデューサー  
/大阪府立大学非常勤講師  
文部科学省成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業「実践的職業教育を推進する産学官による連携基盤の構築」プロジェクト運営委員

長年、進路決定研究、キャリア教育研究に携わり、多くの大学、専門学校の教育、広報や募集についても提言や支援(調査、サポートなど)を行っている。

応用社会心理学研究所のご紹介

(株)応用社会心理学研究所とは、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です。  
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ます。

〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F  
TEL : 06-6941-2171 FAX : 06-6941-2081  
http://www.aspect-net.co.jp

お申し込み方法

下記申込書をFAXにてお送りください

お問い合わせ

(株)応用社会心理学研究所 古谷(ふるや) TEL:06-6941-2171

**セミナー 参加申込書 FAX:06-6941-2081** ※定員になり次第お断りする場合があります。

学校名	TEL		参加会場 (どちらかに○)
所在地	〒		<b>東京</b> 10月6日 <b>福岡</b> 10月15日
ご出席者 氏名 (代表者)	(フリガナ)	所属・役職	参加合計人数  名
		メール	

※FAXのご送付をもちましてお申し込み受け付けとさせていただきます。受講証などはお送りしませんので、当日会場にお越しください。

★WEBサイトでもセミナーへの参加申込が可能です → → →



# 2014年度 公開セミナー開催実績



2014年11月4日（火）東京でのセミナーの様子です

(株)応用社会心理学研究所では、昨年度も専門学校向けに、広報・教育に関するセミナー『**広告より教育！ 専門学校のブランド戦略**』を開催いたしました。

**自校のブランドを高めるしくみづくりに必要な「学校の“価値”の言語化」「エビデンス（指標）の導入」**等について、独自のデータ・ノウハウをもとにご説明いたしました。

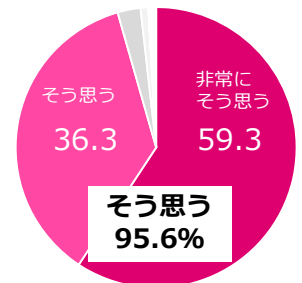
東京・大阪の3会場で開催いたしました。いずれも大盛況で、事後アンケートからご参加いただいた方の高い満足度が読み取れました。

東京	参加 38校,61名	2014年11月4日	(株)学研ビル (東京都品川区) にて
大阪	参加 47校,62名	2014年12月11日 19日	ドーンセンター (大阪市中央区) にて

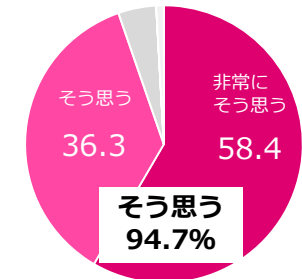
## セミナー参加者から毎回高い評価を頂いています。

- ◆とても参考になりました。参加させていただいてよかったです。
- ◆本校の価値を明確に相手に分かりやすく伝えることで印象に残ったり選んでくれ、**伝わっているのかどうかを指標を用いて考え、行動していくことが大切**だとわかりました。
- ◆ストーリーを教務・広報だけでなくオープンキャンパススタッフ（在校生）にも伝えていこうと思いました。
- ◆斬新な鋭いお話で面白かったです。
- ◆**「価値」よりも「数」を追いかけていた**。新しい観点で広報活動を行っていきたい。
- ◆**印象形成には一貫した情報提供が必要**だという事を再認識しました。
- ◆日々の業務に追われ、PDCA等を行っているつもりだったが、まだ不十分だったと思いました。**もう一度見直したい**と思います。
- ◆**「価値」を言語化、もしくは可視化**することが非常に大事だと改めて思った。また、専門学校や学校業界にのみの話ではないと思った。
- ◆**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。大変参考になりました。内容を皆にフィードバックしてよりよい学校づくりに努めていきたいです。
- ◆お話の中身を、**どうやって全員に共有して徹底する**かがキモになると思います。

### Q.セミナーの内容はわかりやすかった



### Q.セミナーの内容は参考になった



## 弊社の学校事業分野での実績

(株)応用社会心理学研究所は、大学、専門学校、大手進学情報関連企業などからの受託調査をきっかけに、教育分野での研究を開始しました。**進路決定研究については、18年の実績**があります。

### ◆「第一回テレメール全国一斉進学調査」 (対象：平成25年度大学進学検討者 26,993名)

大学進学のみかメカニズムを明らかにするために、2014年2～4月に、(株)フロムページと共同で平成25年度に大学進学を希望するテレメールユーザー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18校 ・専門学校向け各種調査 延べ73校 (※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

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(株)応用社会心理学研究所が、共同調査を行っています。

#### <共同入学者調査>

- ・第1回 [2009.4] (参画校 10校)
- ・第2回 [2010.3-4] (参画校 9校)
- ・第3回 [2011.3-5] (参画校 43校)
- ・第4回 [2012.3-5] (参画校 71校)
- ・第5回 [2013.3-5] (参画校 70校)
- ・第6回 [2014.3-5] (参画校 79校)
- ・第7回 [2015.3-5] (参画校 80校 回答者 10,732人)

#### <共同卒業生調査>

- ・第1回 [2014.12-2015.3] (参画校 28校 回答者 2,317人)