

専修学校の魅力を伝える

イベント・出前授業・受入授業 実施のための秘訣書

2020年3月改訂版

本秘訣書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、株式会社三菱総合研究所が実施した2019年度「専修学校と地域の連携深化による職業教育魅力発信力強化事業」の成果物です。

目次

1. 本秘訣書の趣旨・目的	3
2. 本秘訣書の対象分野	5
3. お困りごと解決の秘訣	6
(1) そもそもイベント等を行うべきなのかが分からない	
# 1 他の情報発信方法と比較して、イベント等を行うべきか検討する	6
(2) まず何から始めたらよいか分からない	
# 1 誰に向けたイベント等なのかを設定する	8
# 2 どのような種類のイベント等を行うのかを明確にする	19
# 3 イベント等の検討委員会を組織する	21
(3) イベント等を行うための経費的な余裕がない	
# 1 イベント等に参加する専修学校との費用分担を行う	23
# 2 自治体の予算を活用する	24
# 3 広報関連経費全体を見直す	26
(4) イベント等を行うための人手がない	
# 1 【イベントのみ】 イベントに参加する専修学校に当日協力してもらう	27
# 2 【出前授業・受入授業のみ】 当日の運営を全て授業実施校に行ってもらおう	28
(5) イベント等を開催してもターゲット層の人が集まらない	
# 1 小中高校や教育委員会と連携して、まとまった参加者数を安定的に確保する	29
# 2 【イベントのみ】 他の学校種や企業等と連携してイベントを実施する	31
# 3 現状の課題を正確に把握して改善点を見つける	33
(6) イベント等を実施しても続かない	
# 1 協力機関・参加機関に対して、継続的に協力・参加することのメリットを示す	35
4. 付録	37
別冊 イベント・出前授業・受入授業実施のための秘訣書 [事例集]	
イベント	
出前授業	
受入授業	

1 本秘訣書の趣旨・目的

この秘訣書は、専修学校の魅力を発信するためのイベント、出前授業、受入授業等（本秘訣書では、これらをまとめて「イベント等」といいます。）について以下のような方を対象として、イベント等を行う上での「秘訣」をまとめたものです。

本秘訣書の対象の方

- ✓ これから企画しようと思っている方
- ✓ いま現在企画しているものの企画に行き詰まっている方
- ✓ 企画・実施経験はあるが何らかの課題を抱えている方

本秘訣書内でも取り上げましたが「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」（2017年3月）においては、以下のような報告がなされています。

高校現場における進路指導においては、「学問の教育より職業技能の教育が一段低く見られ、大学（特に、選抜性の高い大学）に進学すること自体を評価する社会的風潮がある」ともいわれ、まず大学への進学を優先する指導が広がっているとの指摘がある。

出所 | 「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」（2017年3月）p.21

専修学校は、昨今のグローバル化の進展や産業構造・就業構造の変化に伴い、我が国の産業を支える人材を輩出する教育機関として大きく期待されています。しかし、上記に示したような【大学を優先した進路指導】や、マクロトレンドとしての【18歳人口の減少】【汎用能力に対する評価傾向】を踏まえると、専修学校を取り巻く環境は厳しさを増しています。このような環境下で「産業を支える人材を輩出する教育機関」としての役割を果たしていくためには、専修学校教育の理解・認知度を向上させることが必須です。

専修学校教育の理解・認知度向上に向けては、情報発信の仕方が重要となります。**周知活動については、高校生・中学生や保護者、教員、社会人等のターゲットを明確に意識して戦略的に考えることが必要**となります。

本秘訣書は、これらの対象にアプローチする多様な情報発信方法のうち、イベント等による情報発信に焦点を当て、イベント等実施の際に抱えやすい課題に対する適切な対処法や、それにより期待される効果、留意点について紹介するものです。

専修学校関連のイベント等を企画・運営される皆様に本秘訣書をご覧いただき、専修学校教育の理解・認知度の向上のためにご活用いただければ幸いです。

イベント等を行うメリット

- ✓ 直接的なアプローチが可能
 - ターゲットに対して「生の声」を伝えることができるため、客観的な記載となりやすい文字情報とは異なる説得力を伴った情報発信を行うことができます。
- ✓ 双方向的なアプローチが可能
 - 進路選択や将来のライフプランに関する疑問・不安を解消できる機会を設けることができるため、各ターゲットの視点に立ちながら専門学校の魅力を発信することができます。
- ✓ 体験を伴うアプローチが可能
 - イベント等の中で体験を伴うような取組を行うことにより、専修学校の最大の魅力の一つである「実践的な学び」の楽しさや有用性を効果的に実感してもらうことができます。
 - 特に、受入授業の場合は、専修学校の雰囲気も感じてもらうことができるため、進学後の自身の姿をよりリアルにイメージすることができます。

2 本秘訣書の対象分野

本秘訣書の対象範囲は、以下の3種類です。

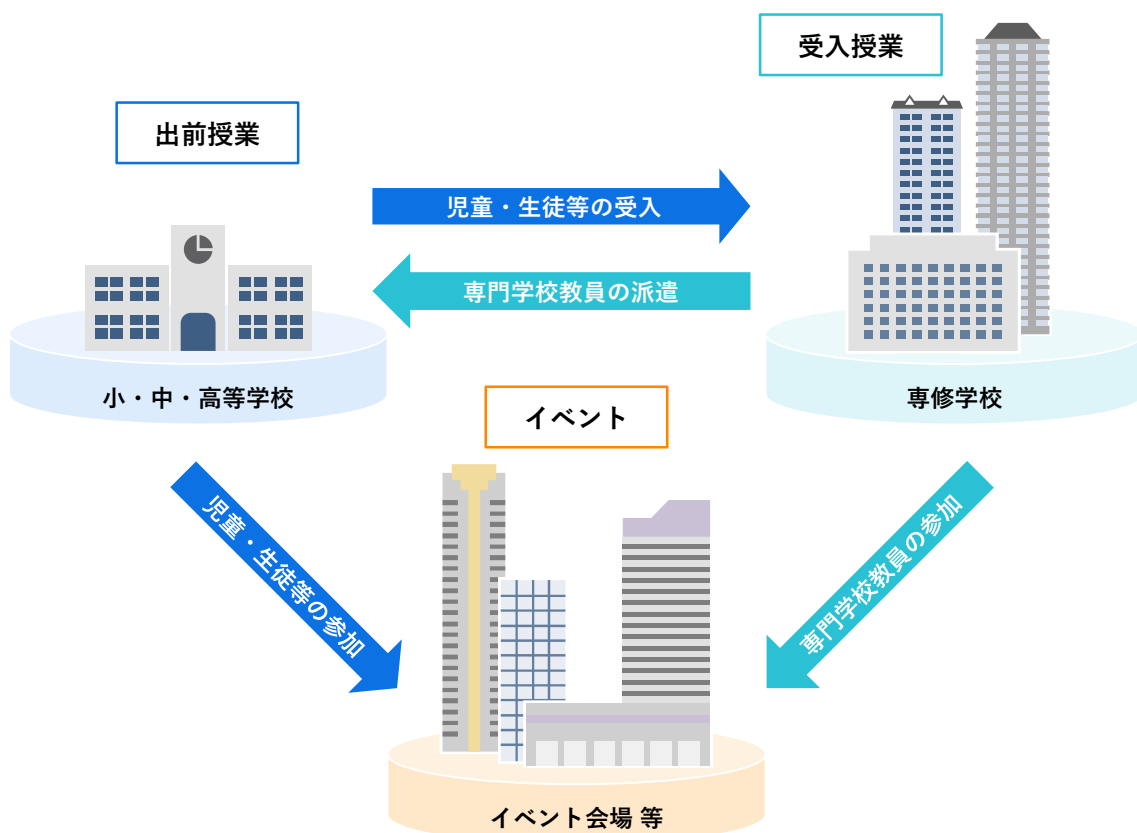
(以下、これら3種類をまとめて「イベント等」といいます。)

本秘訣書が対象とする「イベント等」の種類

- ✓ **イベント**
展示会場やイベントホール等において、各専門学校等によるブース出展やステージイベント等を行うもの
- ✓ **出前授業**
専門学校教員が小学校・中学校・高校に出向いて体験授業を行うもの
- ✓ **受入授業**
児童・生徒（及び教員や保護者）が専門学校に出向いて、体験授業や説明会を受けるもの

なお、本秘訣書が対象とする学校種としては専門学校、高等専修学校を想定しています。高等専修学校に関するイベント等実施の際に本秘訣書を活用する場合は、「高校（高校生）」を「中学校（中学生）」として、「小・中学校（小・中学生）」を「小学校（小学生）」と読み替えてご活用ください。

図2-1 イベント等の類型



(1) そもそもイベント等を行うべきなのかが分からない

#1 他の情報発信方法と比較して、イベント等を行うべきか検討する



ここが秘訣

他の情報発信方法と比較してイベント等を行うべきなのは、以下の3点を満たす場合である。

- 専修学校の魅力を、説明を通してではなく、現実的な経験から伝えたい場合
- 広報誌等に比べて、アプローチできる人数が限定的であることを許容できる場合
- 自校webサイトを活用した情報発信と比較してコストが高いことを許容できる場合

イベント等を行う際は、その企画を行う前に「**行うべき情報発信方法として、本当にイベント等が妥当なのか**」を検討しておく必要があります。

情報発信には様々な方法がありますが、これらの方法は「情報発信の主体」という観点から2つに大別できます。一つは情報発信主体が自機関であるもの、もう一つは自機関以外の他者が情報発信を行うものです。例えば、口コミサイトやソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）における一般の人からの投稿等は、後者、つまり他者からの情報発信にあたります。このような情報発信は、客観的な視点から行われるため、情報の受け手にとって信用しやすい情報となります（「信頼性」の有無とは関係ありません）。一方、ネガティブな情報が発信・拡散されてしまうリスクがあるという性質も持ちます。イベント等は、このような情報発信とは対照的に自機関により情報発信を行うため、発信したい情報を発信することができます。一方、自機関が情報発信を行うという性質上、他者が発信する情報よりも相対的に客観性に欠けやすいという性質を持つことに注意が必要です。

では、自機関により発信する情報発信方法の中で、どの方法を選択することが最も効果的なのでしょうか。これは「①アプローチしたい人数」と「②受け手に与えたい影響の大きさ」により異なります。イベント等はアプローチできる人数が少ない一方、人から人へ直接情報を伝えることができるため、一般的に受け手に与える影響は大きいといえます。逆に、広告や広報誌は多数の人の目に触れることからアプローチできる人数は多いですが、直接情報を伝えることのできるイベント等に比べて、情報の受け手に与える影響度は相対的に小さくなってしまいます。

また職業教育の観点では、イベント等は児童・生徒たちの実際の体験を通して、**現実的な経験から職業や専修学校の魅力を伝えることができる**ということが出来ます。一方、広報誌は職業や専修学校の魅力を、説明を通して伝えることができます。このような魅力を、どのような手段を通して発信していきたいのかによっても情報発信方法が変わってくることに注意が必要です。

また**情報発信方法を検討する際は、情報発信の効果と同時にコストも考慮しながら選定する必要があります**。自機関が情報発信の主体である情報発信方法の中で最もコストがかからないのは、自校（協会）のSNSアカウントによる情報発信です。多くのSNSはアカウントの作成・運用に費用がかかりません（広報効果をより向上させたい際は費用が発生することもあります）。そのため、SNSアカウントによる情報発信は、コスト面のみを考えると最も優れた情報発信方法であるといえます。また、自校（協会）の既存webサイトがあれば、webサイトによる情報発信も追加費用がかからないケースが多いため、SNSアカウントと同様に費用面で優れています。ただし、自校（協会）のwebサイトやSNSアカウントは、情報を発信している学校（協会）に興味のある人以外の人には情報が届きにくいいため注意が必要です。

したがって**イベント等は、多少のコストがかかり、アプローチできる人数が少ないというデメリットがありつつも、イベント等の参加者に職業や専修学校の魅力を効果的に伝えたいときに選択すべき情報発信方法**ということできます。逆に、コストをおさえたい、多くの人に対して情報発信をしたいというケースでは、他の情報発信方法を選択することが妥当であるといえます。

表3-1 情報発信方法の比較 ※

	情報発信の主体	情報発信の効果		コスト	例
		アプローチできる人数	受け手への影響度		
イベント等	自機関	▲	◎	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント ・ 出前授業 ・ 受入授業
広告	自機関	◎	▲	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・ 電車内広告 ・ 雑誌広告
広報誌	自機関	◎	▲	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自校で作成した広報誌 ・ 一般的な専門学校の紹介冊子
自校webサイト	自機関	●	▲	●	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存のwebサイト
自校SNSアカウント	自機関	●	▲	◎	<ul style="list-style-type: none"> ・ Facebookアカウント
口コミサイト	他者	◎	●	◎	
SNSでの一般の人の投稿	他者	◎	●	◎	<ul style="list-style-type: none"> ・ Facebook
パブリシティ	他者	◎	▲	◎	<ul style="list-style-type: none"> ・ プレスリリース ・ 報道

出所 | 三菱総合研究所作成

※ この表の内容はあくまで一般的な内容であり、情報発信元の機関や、地域、時期により適切な情報発信方法が異なることもあります。このような前提を踏まえながら情報発信手段を特定することもまた重要です。

(2) まず何から始めたらよいか分からない

#1 誰に向けたイベント等なのかを設定する



ここが秘訣

イベント等のターゲット設定のポイントは以下のとおりである。

✓ 目的に応じた設定を行う

目的 | 進路を決定する本人に適切な進路選択をしてもらい、結果として専修学校入学者数の増加を図りたい。

▶ターゲット | **高校生**

目的 | 短期的・長期的な視点で、高校生に向けた情報発信のルートを増やしたい。

▶ターゲット | **高校教員**

目的 | 長期的な視点で専修学校が進路選択の俎上に載るような雰囲気を作り醸成したい。

▶ターゲット | **小中学生**

目的 | 上記の高校生向け、小中学生向けの情報発信の目的達成をより促進したい。

▶ターゲット | **保護者**

✓ イベント等のターゲットは、**可能な限り具体的な対象に絞り込む**

✓ 設定した**ターゲットのボリュームをあらかじめ見積もっておく**

専修学校に関する情報を発信する際は、【どの対象】に対して【どのような情報発信】を行うか検討することが非常に重要です。

専修学校に進学することを決定するのは、主には高校生本人であるため、彼らへの情報発信が不可欠であることはいうまでもありません。しかし、高校生は自身の考えだけで進学先を決定するのではなく、保護者、教員等の意見に少なからず影響を受けながら進学先を決定しています。また、昨今は高校生や中学生だけでなく、社会人や留学生も専修学校に進学するようになってきています。このような状況を踏まえると、専修学校に関する情報を発信する対象は高校生以外にも多様な選択肢が存在するため、目的に応じて情報発信対象を決定することが重要となります。

ただし、情報発信の対象は、単に「高校生」等と設定するのではなく「〇〇の地域に通学している進路多様校の高校生」等というように、可能な限り具体的に設定することが重要です。このように情報発信対象の具体化を図ることで、イベント等の内容がより明確になりやすいためです。しかしながら、情報発信対象の具体化により対象を絞りすぎてしまうとアプローチできる人数が少なくなってしまうため、設定した情報発信対象はどの程度のボリュームが存在するのか、その中でどの程度の割合に参加してもらいたいのかをあらかじめ見積もっておくことが重要です。この見積りの結果、情報発信対象として十分な人数を確保できない場合は、情報発信対象の再設定を行うことになります。

イベント等の対象者設定の例

- ✓ 県内において専修学校が集積している地域に通学している進路多様校の高校生
- ✓ 県内全域の中学1、2年生及びその担任
- ✓ 大学進学率の高い高校の進路指導担当教員
- ✓ 専門学校進学率が比較的高い高校の進路指導担当以外の教員 等

以下に想定される情報発信の対象者と、各対象者に情報を発信するメリットや留意点を示します。想定されているイベント等の目的に照らして、どの対象に情報発信を行うべきなのかを検討してみましょう。

イベント等実施者の声

イベント等を実施するためには、ターゲット設定が重要である。ターゲット設定によって、情報発信先が変わるだけでなく、専門学校側の参加意義も変わるため、イベント等に参加する専門学校の数や属性も変わってくる。

■ 高校生への情報発信



ここが秘訣

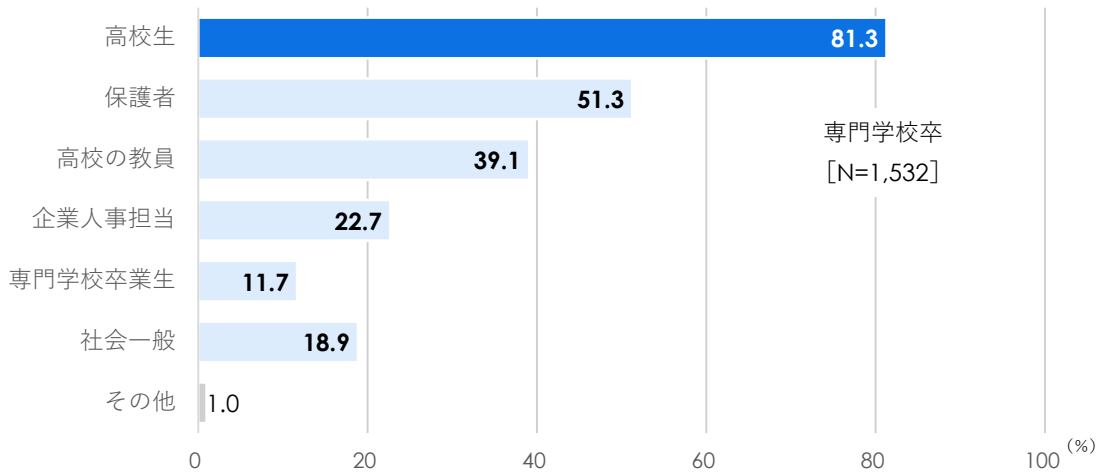
イベント等において高校生への情報発信を行う際のポイントは、以下のとおりである。

- ✓ 進路多様校の高校生を重点ターゲットとする。
- ✓ 体験や対面的コミュニケーションが発生するように設計する。
- ✓ より効果的な情報発信のためには、彼らにとって有用な情報を発信するよう意識する、情報発信資料を手にとってもらいやすいようなデザインにする、等の方法がある。
- ✓ 個々の専修学校の情報を発信すると有用な情報として捉えてもらえる可能性が高まるが、単なる“個々の専修学校の宣伝の場”であると捉えられないように注意する。

進路を決定する本人に適切な進路選択をしてもらいたい場合、またその結果として専修学校入学者数の増加を図りたい場合には、高校生への情報発信が有効です。中でも特に、専修学校に進学する割合が高い**進路多様校の高校生をターゲットにすると、高い費用対効果で目的を達成**することができます。また、イベント等の中で体験の機会を提供することはもちろんのこと、**個々の学校の情報を提供することも重要**です。

多くの場合、専修学校に進学することを最終的に決定するのは高校生であるため、**意思決定者である彼らへの情報発信は欠かすことができません**。実際、専門学校の卒業生を対象としたアンケート調査で、専門学校の魅力を発信すべき対象者を「高校生」としていた回答は80%を超えています（図3-1）。

図3-1 専門学校の魅力を発信すべき対象者（専門学校卒）（複数回答）



出所 | 文部科学省委託事業「社会のニーズに応える効果的な情報発信の推進」報告書（2018年3月,三菱総合研究所）

高校生が進学先を選ぶ際に参考にした媒体として「オープンキャンパスなどの対面でのコミュニケーション」が学校案内に次いで多いこと（図3-2）や、受入授業による職業体験をきっかけに体験先の学校に進学したという事例※があることを踏まえると、対面でのコミュニケーションや体験は、高校生が進路選択を行う際に大きな影響を与えていることが分かります。したがって、**高校生に対して、体験やコミュニケーションを伴うようなイベント等を実施することは有効である**といえます。

ただし高校生は、学校から配布される資料や、インターネット上の情報、教員・保護者・友人からのアドバイス等、進路に関する多くの情報に触れているため、**情報が高校生にリーチする確率を上げるための工夫が不可欠**です。この工夫の例としては、彼らにとって有用と思われる情報を発信する、イベント等の広報資料をより手に取ってもらいやすいデザインにする等の工夫が考えられます。このうち「彼らにとって有用と思われる情報」の一つとしては、各専修学校に関する情報が挙げられます。

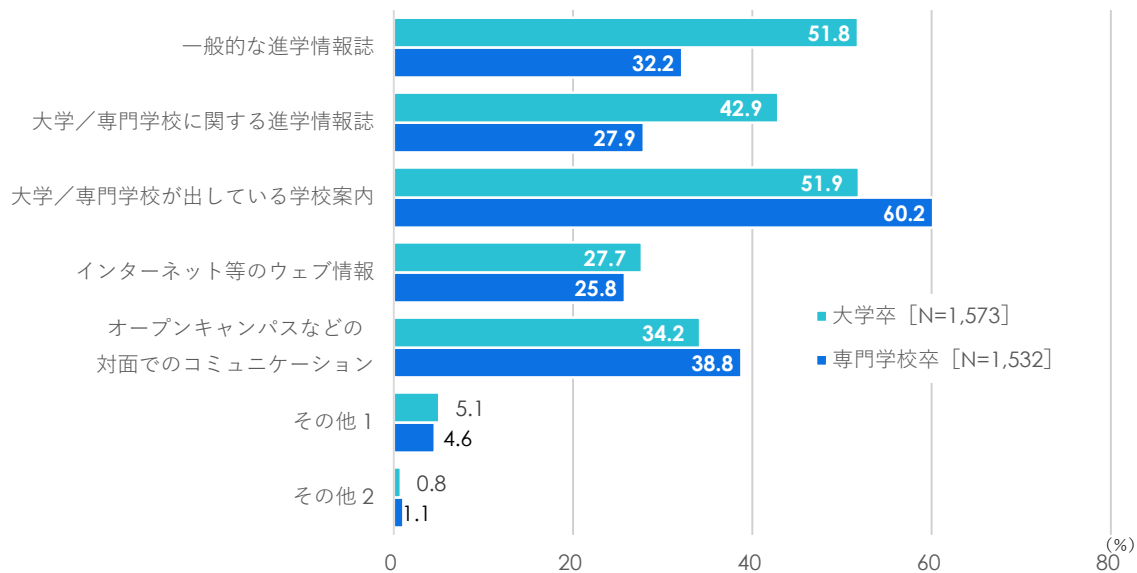
彼らが進学先を決定する際は、主に各校が出している学校案内を参考にしてしていることが多いことがアンケート調査結果から明らかになっています（図3-2）。そのためイベント等の中で、職業や、専修学校での学習を体験してもらうことにより、専修学校を進学先候補の俎上に載せると同時に、専修学校を進学先として決定するための材料として、学校案内等の個々の学校情報を提供することも重要です（図3-3）。ただし、高校生や高校教員から“個々の専修学校の宣伝の場”であると捉えられると、効果的な情報発信を行えないこともあるため、注意が必要です。

イベント等実施者の声

高校教員は「専門学校」と聞くと「勧誘のためのイベントでは？」と警戒して参加に及び腰となる傾向がある。そのため、当機関が行っているイベントでは、専門学校では就けない仕事（弁護士、司法書士、医師・政治家等）も紹介している。高校の先生方を巻き込めるイベント等の設計が重要であり、公共性を高めて広報性を薄めていくことがポイントであると考えている。

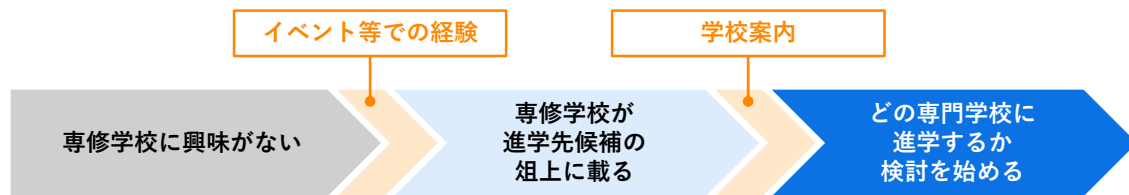
※ 文部科学省委託事業「社会のニーズに応える効果的な情報発信の推進」報告書（2018年3月,三菱総合研究所） p.90

図3-2 進路選択において、進学先を選ぶ際に参考にした媒体（大学卒・専門学校卒）（複数回答）



出所 | 文部科学省委託事業「社会のニーズに応える効果的な情報発信の推進」報告書（2018年3月,三菱総合研究所）

図3-3 イベント等で個々の専修学校の情報を提供することの有効性



出所 | 株式会社三菱総合研究所作成

高校生に対する専修学校の理解向上には文部科学省も取り組んでおり、専門学校、高等専修学校に関する広報冊子（図3-4）※が作成されています。そのため、専修学校に関する基礎知識は本広報冊子で提供し、専修学校での実際の学習内容を現実的な経験から伝えるためにイベント等を実施する等、広報冊子とイベント等をうまく組み合わせることによって、より効果的な情報発信を行うことができます。

なお、冊子の印刷が難しい場合は、各ツールのリーフレット（図3-5, 図3-6）も用意しています。本リーフレットに付いている2次元バーコードを読み取ることによって、本広報ツールをweb上で閲覧することが可能です。

図3-4 専門学校（左図）及び高等専修学校（右図）の広報冊子



※「未来につながる専門学校」は以下のURLからダウンロードできます。
http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/senshuu/1404935.htm
「未来をひらく高等専修学校」は以下のURLからダウンロードできます。
http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/senshuu/1413725.htm

図3-5 「未来につながる専門学校」リーフレット

図3-6 「未来をひらく高等専修学校」リーフレット

図3-6 「未来をひらく高等専修学校」リーフレット

参考となる事例

- ✓ 「県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」→事例編p.1
- ✓ 「職業体験セミナー」→事例編p.3
- ✓ 「Tokyoしごと倶楽部」→事例編p.5
- ✓ 「進路フェスタ」→事例編p.7
- ✓ 「職業教育プログラム」→事例編p.11
- ✓ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」→事例編p.12
- ✓ 「仕事のまなび場、チャレンジスクール」→事例編p.14
- ✓ 「職業選択のための体験講座」→事例編p.18

■ 高校教員への情報発信



ここが秘訣

イベント等において高校教員への情報発信を行う際のポイントは以下のとおりである。

- ✓ 進路多様校の学年主任・担任や、進学校の教員を対象とする。
- ✓ 参加する高校教員の在籍する高校が進学実績を持つ専修学校に積極的に参加してもらう。
- ✓ 実データに即した情報提供を行う。
- ✓ 大学等の他の学校種と連携して、専修学校以外の学校種に関する情報も収集できる場とする。
- ✓ イベント等のチラシと一緒に専修学校の基礎情報が分かる資料を渡すことで、専修学校に対する興味を喚起してからイベント等に呼び込む。

教員は高校生の進路決定に向けたアドバイスをする存在として、一定の影響を持つため、重要な情報発信対象の一つであるということが出来ます。また、高校生への情報発信の効果の継続期間は、基本的に彼らの高校在学期間中ですが、高校教員は高校生への指導を継続的に行うという意味で、情報発信の効果の継続期間は比較的長期となります。したがって、**短期的・長期的な視点で、高校生に向けた情報発信のルートを増やしたい場合は、高校教員への情報発信が有効**です。

ただし、イベント等において情報発信する場合は、一般的に「高校生による体験」が中心となるため、イベント等による効果は、教員が専修学校制度等の詳細な情報を理解するという要素より、生徒の体験している様子を通じて、専修学校の雰囲気や授業内容等を理解するという要素の方が大きいことが一般的です。このことを考慮すると、イベント等は、専修学校の雰囲気等も含む基礎的な情報を把握していない教員に適した情報発信方法であることが分かります。より具体的には、**①進路多様校における、進路指導担当以外の学年主任・教員、②進学校の教員がターゲット**になり得ます。

「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」では、以下のとおり、自分の学校が進学実績を持つ専修学校についての情報や、学習成果等に関する各種情報を実データに即して伝える必要性が指摘されています。そのため高校教員向けのイベント等では、**イベント等に参加する高校が進学実績を持つ専修学校に積極的に参加してもらう、また、実データに即した情報を提供する等の方法が有効**です。

高等学校等の教員は、自分の学校の卒業生の進学先でどのような教育が行われているかに関心が高い。進学先としての専修学校は、教育内容や指導の状況、学修成果に関する事項（例えば、入賞実績、資格・検定実績、就職実績、卒業生実績）等の具体的な情報を、実データに即して高等学校等の教員に伝えることが重要である。

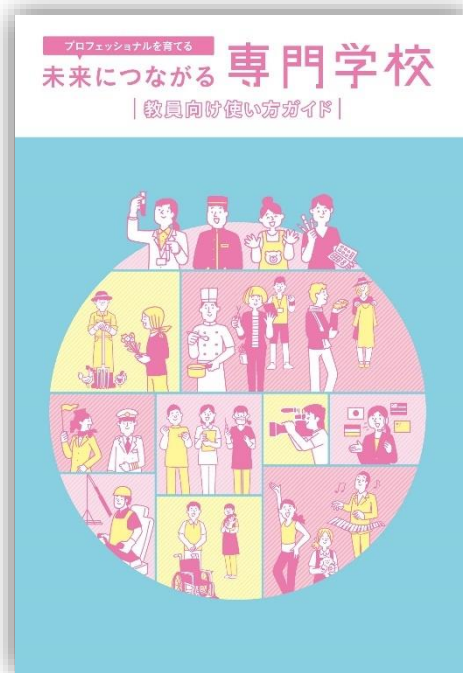
出所 | 「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」（2017年3月）p.23

一方、高校教員自身は大卒者であり、専修学校に関する知識・経験を得る機会があまりないため、職業教育への理解が十分でない教員が一定数存在すると考えられます。そのため、高校生本人の専修学校への進学希望の有無に関わらず、進路指導が大学への進学を中心としたものになっている可能性があり、高校教員は専修学校に関するイベント等に魅力を感じにくいことが予想されます。高校生と高校教員の両方を対象としているようなイベントの場合、高校教員は自分の生徒を連れてイベント等に参加する可能性が高いため、このような状況は高校教員のみならず、高校生の集客力も低下させている可能性があります。

そのため、他の学校種と連携することで、イベント等を大学等の他の学校種に関する情報も提供できるような設計にしたり、イベント等のチラシと一緒に専修学校に関する基礎的な情報を説明する資料を配布したりすることで、専修学校に関する興味を喚起してイベント等に呼び込む等の工夫を行うことが効果的であると考えられます。

なお、高校生に対する専修学校の理解向上と同様に、教員に対する理解向上についても文部科学省で取り組んでいます。具体的には「未来につながる専門学校」よりも詳しい専門学校の説明や、「未来につながる専門学校」の授業での活用方法を示した「未来につながる専門学校教員向け使い方ガイド」（図3-7）を作成しています。上述した、専修学校に関する基礎的な情報を説明する資料として、イベント等の案内の際に「未来につながる専門学校」や、そのリーフレット等とあわせて送付すると有効であると考えられます。

図3-7 「未来につながる専門学校～教員向け使い方ガイド」



参考となる事例

- ✓ 「県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」→事例編p.1
- ✓ 「職業体験セミナー」→事例編p.3
- ✓ 「職業教育プログラム」→事例編p.11

イベント等実施者の声

以前は、専門学校を紹介を行うために高校に訪問しても、高校側の反応がよくなかったが、最近は反応が変わってきている印象がある。その理由としては、無理に大学に多くの生徒を進学させても中退したり、就職に失敗したりしている等による先生方の危機感によるものではないかと推測している。このような状況になってきているのも、イベント等の実施によって、教員による認知度が上がってきているという要因もあるのではないかと推測している。

イベント等実施者の声

高校教員がそもそも専門学校を知らない。高校教員は、ほとんどが大学卒業者であるため、本当の意味で専門学校の意義について腹落ちしておらず、その傾向は進学校になればなるほど顕著である印象がある。そのため、高校教員への周知は、引き続き重要であると考えている。

■ 小中学生への情報発信



ここが秘訣

イベント等において小中学生への情報発信を行う際のポイントは以下のとおりである。

- ✓ 短期的な入学者数の増加等の直接的なメリットを享受するためには、高校生も対象に含めることが有効である。
- ✓ 若年層の流出抑止効果を自治体に訴求し、自治体との連携体制の構築につなげる。

短期的には専修学校進学者数の増加等の効果に結びつかないものの、**長期的な視点で専修学校を進路選択の俎上に載せるための雰囲気**をより醸成したい場合、小中学生への情報発信が有効です。

進路選択はまだ先の話ではあるものの、**小中学生への情報発信により早期から職業意識を醸成することは非常に重要**です。ただし、彼らが専修学校に入学するまでにはイベント等の実施から時間が空いてしまうため、イベント等に参加する専修学校にとっては、短期的な入学者数の増加等の直接的なメリットがあるとは言いきれません。そのため、参加する専修学校数が確保できない場合等は、小中学生だけでなく高校生も対象とすることで、参加する専修学校にメリットを訴求することができます。

また、小中学生に対するこのようなイベント等は、将来的に彼らの地元専修学校進学、ひいては地元企業への就職につながる可能性があります。そのため、昨今多くの自治体が抱えている、地方における若年層の都道府県外流出という課題に対して一定の効果を持つことが予想され、自治体に対する高い訴求力を持ちます。この訴求力を活かして、自治体（教育委員会）との連携につなげることも可能です（自治体や教育委員会との連携の効果については「(5) #1」等を参照のこと）。

また、高校生を対象としたイベント等を行う場合、**高校生や高校教員から“個々の専修学校の宣伝の場”であると捉えられ、効果的な情報発信を行えないこともあります。**それに対して、専修学校に入学するまで一定程度の時間のある**小中学生であれば、そのような捉え方をされずに、効果的な情報発信を行いやすくすることができます。**

参考となる事例

- ✓ 「職業体験セミナー」→事例編p.3
- ✓ 「Tokyoしごと倶楽部」→事例編p.5
- ✓ 「中学生のための職業体験出前講座」→事例編p.9
- ✓ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」→事例編p.12
- ✓ 「仕事のまなび場、チャレンジスクール」→事例編p.14
- ✓ 「中学生のための“職業体験講座”」→事例編p.16
- ✓ 「職業選択のための体験講座」→事例編p.18

■ 保護者への情報発信



ここが秘訣

イベント等において保護者への情報発信を行う際のポイントは以下のとおりである。

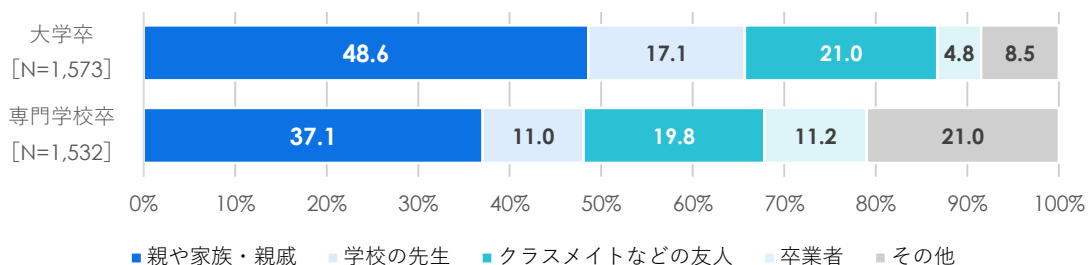
- ✓ 高校生、小中学生向けのイベント等と同時開催で保護者向けセミナー等を実施する。
- ✓ 小中学生向けのイベント等に引率可能とする。

保護者は高校生の進路決定において、最も影響を与えている人物である場合が多いため、情報発信先として非常に重要です。

大学・専門学校の卒業生を対象としたアンケート調査によると、進学を決定する際に最も影響を受けた人物として「親や家族・親戚」という回答が、大学の卒業生で48.6%、専門学校の卒業生で37.1%と、最も多い回答となっています（図3-8）。

保護者を対象とする場合は、保護者向けのセミナーを同時開催する、小学生向けのイベント等に引率してもらう等の方法が考えられます。

図3-8 進路決定において一番影響を受けた存在（大学卒・専門学校卒）（単数回答）



出所 | 文部科学省委託事業「社会のニーズに応える効果的な情報発信の推進」報告書（2018年3月,三菱総合研究所）

参考となる事例

- ✓ 「Tokyoしごと倶楽部」 → 事例編p.5
- ✓ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」 → 事例編p.12
- ✓ 「職業選択のための体験講座」 → 事例編p.18

#2 どのような種類のイベント等を行うのかを明確にする



ここが秘訣

イベント等は「イベント」「出前授業」「受入授業」の3種類に大別でき、それらは以下のような場合に行うのが適切である。

- ✓ イベント：職業選択、学校選択の幅の広さを多くの人に知ってほしい場合
- ✓ 出前授業：参加者の移動にかかる負担をできるだけ軽減しながら、深い授業体験を提供したい場合
- ✓ 受入授業：実際の専修学校の雰囲気を感じてもらいながら、深い授業体験を提供したい場合

「2. 本秘訣書の対象分野」でお示ししたとおり、本秘訣書で想定している「イベント等」は「イベント」「出前授業」「受入授業」の3種類を想定しています。それらの**メリット・デメリットを比較することにより、どのイベント等の種類を選択することが最も適切かを検討する必要があります。**

「イベント」「出前授業」「受入授業」それぞれのメリット、デメリットを表3-2に示します。これを踏まえると、それぞれのイベント等の種類は以下のような場合に実施するのが望ましいといえます。

イベント等の種類と特徴

- ✓ イベント
職業選択、学校選択の幅の広さを多くの人に知ってほしい場合
- ✓ 出前授業
参加者の移動にかかる負担をできるだけ軽減しながら、深い授業体験を提供したい場合
- ✓ 受入授業
実際の専修学校の雰囲気を感じてもらいながら、深い授業体験を提供したい場合

表3-2 イベント・出前授業・受入授業のメリット/デメリット・課題

	メリット	デメリット・課題
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ● 参加者は、複数のブースで説明を聞いたり、体験したりすることができる。 ● 対象者の属性を広く設定することができる。 ● 様々な出展者に出展してもらうことにより、各児童・生徒の多様なニーズに対応することができる。 ● 参加できる人数の上限に余裕がある場合が多く、希望者全員が参加することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 出前授業・受入授業と比較して、1回の説明・体験あたりの時間が短い。 ▲ 大型の設備・備品を用いた体験を提供することが難しい。 ▲ 参加者・出展者双方が会場まで移動しなければならない。 ▲ 参加者集めの負担が大きい。 ▲ 会場費の負担が大きい。
出前授業	<ul style="list-style-type: none"> ● 比較的長時間（数十分）の授業体験をすることで、実施可能なプログラムの幅を広げることができる。 ● 比較的長時間（数十分）の授業体験をすることで、深い体験を提供することができる。 ● 出前先の児童・生徒を対象をする場合、参加者集めが比較的容易である。 ● 参加者が移動しなくてよい。 ● 会場費がかからない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 体験の数や、情報提供者の人数がイベントと比較して少ないので、多様な体験を提供することが難しい。 ▲ 大型の設備・備品を用いた体験を提供することが難しい。 ▲ 実施者が出前先の学校まで移動する必要がある。
受入授業	<ul style="list-style-type: none"> ● 専門学校で授業を行うことで、進学後の自身の姿をよりリアルにイメージすることができる。 ● 専門学校の設備・備品を用いることで魅力的なプログラムを提供することができる。 ● 対象者の属性を広く設定することができる。 ● 比較的長時間（数十分）の授業体験をすることで、実施可能なプログラムの幅を広げることができる。 ● 比較的長時間（数十分）の授業体験をすることで、深い体験を提供することができる。 ● 会場費がかからない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 体験の数や、情報提供者の人数がイベントと比較して少ないので、多様な種類の体験を提供することが難しい。 ▲ 参加者集めの負担が大きい。 ▲ 参加できる人数に制約がある場合が多く、参加者全員が参加できないことがある。 ▲ 参加者が受け入れ先の専門学校まで移動する必要がある。 ▲ 自家用車での来場が多い場合、駐車場のキャパシティが十分である必要がある。

出所 | 三菱総合研究所作成

#3 イベント等の検討委員会を組織する



ここが秘訣

- ✓ 様々な立場の視点からイベント等に関する検討を行うために、各専修学校や他の学校種、自治体が参画した検討委員会を組織するとよい。
- ✓ 委員として参画する専修学校は、イベント等に対して意欲のある学校であることが望ましい。

イベント等に関する検討を行う際は、**イベント等実施機関と各専修学校で検討委員会を組織し、多角的な視点から検討することが有効**です。他の学校種や自治体もイベント等に関わる場合は、それらの機関にも委員として参加してもらいます。**専修学校に委員として参画してもらう場合は、イベント等に対して意欲のある専修学校であることが望ましく、例えば各都道府県の専修学校各種学校協会（連合会）の役員が在籍している専修学校等が考えられます。**

検討委員会のメンバーの例

- ✓ 自機関の事務局長
- ✓ 専修学校の教職員、キャリア支援室の職員
- ✓ 大学のキャリア支援室職員
- ✓ 短期大学のキャリア支援室職員
- ✓ 自治体職員（専修学校を所管している部局*等の職員）
- ✓ 教育委員会の職員
- ✓ 企業の採用担当者 等

イベント等実施者の声

事業運営は設置した委員会で検討している。全て事務局による指示で学校を動かすのではなく、委員会での合意形成による学校の主体的な意思決定を行うことが適切な運営や継続において大きな意味を持っている。

イベント等実施者の声

イベントの中で発生する個別の専修学校の違反行為（宣伝を禁止しているにも関わらず宣伝を行う等）に対しては、地道に理解を醸成して防いでいくしかない。賛同できないから参加しないではなく、委員会での議論の場を通して賛同を得ていくことが重要である。

* 部局に「私学」「学事」等がつく名称である部局であることが多い。

効果的なイベント等を行うためには、下記のような様々な事項を検討する必要があります。イベント等が、実施機関、協力機関、参加者等の様々な上に成り立つことを考えると、これらの事項はその様々なステークホルダーの視点から検討した上で答えを出す必要があります。そのためには、様々なステークホルダーが参画する検討委員会を組織し、この委員会の中で上記のような事項を検討・決定する方法をとることが重要です。

イベント等実施時に検討すべき事項

- ✓ タイトル
- ✓ 実施時期
- ✓ 実施場所
- ✓ 参加者募集方法
- ✓ 広報戦略とその実施計画
- ✓ 費用とその分担
- ✓ 必要となる業務とそれらの分担
- ✓ 効果測定方法

また委員会を組織すると、委員の所属する機関から、イベント等の広報への協力や、イベント等当日における役務提供協力（「(3) #4 【イベントのみ】イベントに参加する専修学校に当日協力してもらう」も参照のこと）等の、**委員としての参画以外の協力を期待することもできます。**

参考となる事例

- ✓ 「県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」→事例編p.1
- ✓ 「職業選択のための体験講座」→事例編p.18

(3) イベント等を行うための経費的な余裕がない

#1 イベント等に参加する専修学校との費用分担を行う



ここが秘訣

- ✓ イベント等を行うための経費的な余裕がない場合、イベント等に参加する専修学校から費用を徴収することで解決できることがある。
- ✓ 専修学校のアピールを行う機会としてイベント等を設計することで、専修学校が参加費を払ってでも参加するインセンティブを訴求しつつ、参加者からは“単なる宣伝の場”として捉えられてしまわないよう注意が必要である。

イベント等を行うための経費的な余裕がない場合、**イベント等に参加する専修学校（イベントなら出展する専修学校、出前授業・受入授業なら授業を行う専修学校）と参加費徴収等の形で費用分担を行うことにより、イベント等運営費を確保することができます。**

参加費を徴収する場合、専修学校側に参加するインセンティブがないと十分な専修学校数が集まらない等の事態につながってしまう恐れがありますが、そもそもイベント等は児童・生徒等の参加者が各専修学校を認知する機会であるため、各専修学校のアピールの場になることはインセンティブの一つであるといえます。ただし既に述べたとおり、イベント等が“個々の専修学校の宣伝の場”であるかのような印象を参加者に与えてしまうと、イベント等における情報発信の効果が低減してしまいます。そのため、**専修学校のアピールの場としてのインセンティブを訴求しつつも、宣伝として捉えられてしまうようなアピールの方法をしないよう、参加する専修学校に理解を求めることが重要です。**

なお、イベント等の立ち上げ当初は「参加者数が思うように集まらない」「参加者がどの程度集まるのか予想がつかない」等の理由から、専修学校に対するインセンティブを訴求しにくいため、参加費を徴収するのが難しいというケースが一般的です。そのため、各専修学校が当該イベント等に参加するインセンティブを感じてもらえるようになるまでは、別の方法（例えば、次項の「(3) #2 自治体の予算を活用する」等）で経費を調達し、参加するインセンティブを感じてもらえるようになったら参加費を徴収するという方法や、新聞報道等を活用して大々的に広報し、話題性を持たせるという方法等が考えられます。

#2 自治体の予算を活用する



ここが秘訣

- ✓ イベント等を行うための経費的余裕がない場合、自治体の予算を活用することで解決できることがある。
- ✓ 活用でき得る自治体の予算としては、キャリア教育関連事業の予算や、若年層の都道府県外流出を低減させることを目的とした事業の予算が考えられる。
- ✓ 自治体の事業がどのような事業の場合でも、それらの事業の目的にあったイベント等のビジョンを策定することが重要である。さらに、そのようなビジョンを策定したことを自治体に訴えていく必要がある。
- ✓ 自治体の事業は、継続的な補助を受けることができない可能性もあるため、この事業期間内に自立的な運営体制を整える必要がある。

自治体を実施するキャリア教育関連の支援事業の対象に、貴機関が検討・実施予定のイベント等が該当する場合、この事業の予算を活用できる可能性があります。

該当しうる自治体の予算としては、**キャリア教育関連事業の予算や、若年層の都道府県外流出を低減させることを目的とした事業の予算が考えられます。**いずれの場合も、以下のことが重要になります。

自治体予算獲得のために重要な事柄

- ✓ 当該自治体事業の目的に合致したビジョンを策定すること
- ✓ そのビジョンを達成できるようにイベント等を設計すること
- ✓ 上記の2点を自治体（予算獲得先）に伝えること

事業の目的に合ったビジョンを策定することが重要であり、そのようなビジョンを持ったイベント等であることと、そのビジョンがイベント等によってどのように達成されるのかを、**しっかりと訴えていくことが重要**になります。

ただし、このような事業は**継続的な補助を受けられない可能性もあるため、この事業期間内に自立的に運営できる仕組みを整える必要があります。**例えば、この事業期間内に各参加専修学校からイベント等に参加するインセンティブを感じてもらえるようになれば、前項の「(3) #1 イベント等に参加する専門学校との費用分担を行う」等の方法に移行することも考えられます。いずれにしても、自治体の予算を活用する際は、**将来自立的に運営できるようになる方法を検討し、事業期間内にその方法を実践できるような体制を整備することが重要**です。

イベント等実施者の声

行政は団体への補助は設計しやすいが、個別の専修学校への補助は難しいと思われる。そのため、都道府県に設置された専修学校各種学校協会等への補助を通して、各専修学校に補助が行き渡るようになるとよい。

イベント等実施者の声

地域創生と若い人材の育成・確保が、専門学校の果たす意義ではないか。

参考となる事例

- ✓ 「中学生のための“職業体験講座”」 →事例編p.16

#3 広報関連経費全体を見直す



ここが秘訣

- ✓ イベント等を行うための経費的余裕がない場合、広報関連経費全体を見直して、節減した予算をイベント等に回すことで解決できることがある。
- ✓ 広報関連経費全体の見直し方は、①新規に行おうとしているイベント等よりも費用対効果の低い広報にかかっている経費を節減する、②現在行っている広報をよりコストの低い情報発信方法で代替して経費を節減する、という2種類が考えられる。

イベント等を行う経費的余裕がない場合、**既に行っている広報を取りやめる、あるいは規模を縮小し、節減した予算をイベント等に回すという方法**があります。

限られた予算の中で新たなイベント等を実施する場合、「新たにイベント等を行う経費的余裕がない」と考えるのではなく、最も効率的な広報を行うために常に大局的な視点から「**既存の情報発信方法も含めて、どのような情報発信方法の組合せ（プロモーションミックス）が最適か**」を考えなければなりません。「表 3-1 情報発信方法の比較」で示したように、イベント等、広告、広報誌は特にコストがかかる情報発信方法であるため、現在行っているこれらの広報とその経費を棚卸しして、新規に行おうとしているイベント等と比較しながら、最適なプロモーションミックスを実現することが重要です。その過程で優先順位の低い広報を特定し、その広報を行わない等の対応をとると新たなイベント等を行う予算を捻出できる可能性があります。

なお、既存の広報と、新規に行おうとしているイベント等との比較は、例えば以下のような観点が考えられます。

- 新規に行おうとしているイベント等よりも、効果（あるいは費用対効果）の低い広報はないか。
- 現在の効果と同程度以上の効果で、よりコストの低いwebサイト等に移行できる広報はないか。また、移行してできた経費的余裕で、新たなイベント等を実施できないか。

(4) イベント等を行うための人手がない

#1 【イベントのみ】 イベントに参加する専修学校に当日協力してもらう



ここが秘訣

- ✓ イベントを行うための人的余裕がない場合、イベント等の検討委員会の委員が所属する機関から、当日の労働力を提供してもらうことにより解決できることがある。
- ✓ 労働力の提供は、必ずしも各機関の教職員である必要はなく、学生にアルバイトとして協力してもらうこともできる。

イベントにおいて当日の人員が足りない場合は「(2) #3 イベント等の検討委員会を組織する」で組織した委員会の委員のうち、専修学校に所属する委員の所属する機関からイベント当日の労働力を提供してもらうことにより、当日の人員を確保することができます。また、提供してもらう労働力は、必ずしも専修学校の教職員である必要はなく、専修学校の学生にアルバイトとして協力してもらうことも考えられます。

参考となる事例

- ✓ 「Tokyoしごと倶楽部」→事例編p.5

#2 【出前授業・受入授業のみ】

当日の運営を全て授業実施校に行ってもらおう



ここが秘訣

- ✓ 出前授業・受入授業を行うための人的余裕がない場合、当日の運営を全て授業実施校に担当してもらうことにより、事務局の人的リソースを節約できる。
- ✓ 授業実施校の担当者が円滑に運営できるよう、マニュアルやToDoリストを作成すると、毎回の説明の手間が省け、効率化を図ることができる。
- ✓ ただし、出前授業・受入授業の評価・改善の観点からは、事務局の担当者が実際の授業風景を見ることも重要であるため、全く参加しないことは避けるべきである。

出前授業・受入授業において当日の人員が足りない場合は、**当日の運営を可能な限り授業実施校に担当してもらうことにより、人的リソースを節約することができます。**

現在行われている出前授業・受入授業の中には、当日に事務局の職員も同行して、参加者や授業を実施する教員への挨拶、写真撮影、資材準備等を行っているケースが多く見られます。このような方法だと、事務局の職員は授業時間や移動時間等の時間を拘束されることになるため、非常に大きな負担となります。そこで上記のような業務を、授業を実施する教員に担当してもらい、事務局の負担を軽減することで人的リソースを節約することが可能になります。教員への挨拶や写真撮影、資材準備等を教員に依頼する際は、マニュアルがあると、毎回の説明の手間を省くことができ便利です。

ただし、出前授業・受入授業の評価・改善の観点からは、事務局が授業の現場を実際に見ることも非常に重要です。したがって、**人的リソース節約と、出前授業・受入授業の評価・改善の双方の観点のバランスを考慮しながら、数回に1回程度の頻度で各授業に参加するのが望ましく、全く参加しないことは避けるべきです。**

参考となる事例

- ✓ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」→事例編p.12
- ✓ 「職業選択のための体験講座」→事例編p.18

(5) イベント等を開催してもターゲット層の人が集まらない



ここが秘訣

イベント等の目的を達成するためには、参加者数を単純に増やすことを狙うのではなく、ターゲット層の参加者数を増やす方法を考えなくてはならない。

冒頭にも述べたとおり、現在の専修学校に求められる情報発信は「高校生・中学生や保護者、教員、社会人等のターゲットを明確に意識」しながら「専修学校教育の理解・認知度向上」を図ることです。不特定多数の人に専修学校について知ってもらうことではありません。したがって、本節全体を通して重要なことは、**単純な参加者数を増やすことが重要なのではなく、貴機関が企画段階で設定したターゲットの参加者数（参加率）を上げる**ということです。

#1 小中高校や教育委員会と連携して、まとまった参加者数を安定的に確保する



ここが秘訣

- ✓ イベント等を実施しても人が集まらない場合、小中高校や教育委員会と連携することにより、小中高校生を団体として確保できる。
- ✓ 地道ではあるが、学校1校1校にアプローチして団体での参加を依頼することにより、実現させることができる。

チラシ・パンフレットやwebページを使って個人からの申込は受け付けているが、団体からの申込は想定していないというケースでは、**小中高校の学校・学年単位での参加を受け入れることにより、まとまった参加者数を安定的に確保することができます。**

さらに、教育委員会と連携すると、都道府県内あるいは市町村内全ての公立校にアプローチすることができるため、個別の小中高校にアプローチするよりも効率的です。また教育委員会が共催、後援になると、イベント等の信頼性が一気に上がるため、より参加者を確保しやすくなります。

小中高校、教育委員会へのアプローチは、もともとそれらの機関とのコネクションを持っているイベント等実施機関であれば容易かもしれませんが、そのようなコネクションのないイベント等実施機関にとっては、何から始めれば良いかすら分からないといった状態かもしれません。しかし、現在イベント等の実施において学校や教育委員会との連携に成功している機関の中には、学校1校1校に電話をかけて参加を依頼している事例も見られます。**最初は非常に労力の必要になる作業かもしれませんが、コネクションを築けたときのインパクトの大きさを考えると、検討の価値がある選択肢であると考えられます。**

ここまで、主に学校・学年単位での参加受入について述べてきましたが、**個人単位での参加受入も重要**です。学校・学年単位での参加受入は、参加が決まった際のインパクトは非常に大きいですが、一方で、高校教員がイベント等に引率する負担の大きさ等を理由に、学校・学年単位でのイベント等参加を見送るケースも少なくないようです。このようなケースの場合、個人に対する広報を行っていないと、その学校に在籍する全ての生徒に対して、イベント等の広報を行っていないという状況になってしまいます。しかし、個人単位での参加受入（個人に向けた広報）を行っていれば、学校・学年単位での参加が実現しなかった学校の生徒でも、各生徒の判断で、個々にイベント等に参加することが期待できます。

以上で見たとおり、他機関との連携によりまとまった参加者数を安定的に確保すると同時に、個人単位での参加受入も行うのが最も理想的です。当然、広報に使うことのできる予算には限りがありますので、各機関の状況に応じ、いずれかのみを実施するという方法も考えられます。しかしその場合も、上述のような各受入方法のメリット、デメリットを認識した上で判断することが重要です。

参考となる事例

- ✓ 「県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」→事例編p.1
- ✓ 「Tokyoしごと倶楽部」→事例編p.5
- ✓ 「中学生のための職業体験出前講座」→事例編p.9
- ✓ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」→事例編p.12
- ✓ 「職業選択のための体験講座」→事例編p.18

イベント等実施者の声

高校教員の中には、「夏休みにイベント引率で拘束されるのが負担だ」という理由で参加を見送る方もいる。そのような意味で、個人経由の申込の方が先生の負担は少ない。一方で、個人経由の申込については、個人情報保護がより大きな課題となってくる。

イベント等実施者の声

学校単位での参加を前提にしていると、校長先生の交代により、突然学校全体の参加がなくなるといった事態が発生する。そのため、個人での自由参加を可能にした方が良い。

イベント等実施者の声

エントリーを、高校教員が取りまとめて申し込む方法から、高校生自らが申し込む方法に変更した。この変更により、参加したい生徒がすぐに参加できるようになった一方で、学校でまとめて参加していた分の参加者は減った。今後は、個人を刺激して個人からの申込を促す仕掛けが必要であると認識している。

#2 【イベントのみ】

他の学校種や企業等と連携してイベントを実施する



ここが秘訣

- ✓ イベントを実施しても人が集まらない場合、他の学校種や企業と連携して高校生の多様なニーズに対応することにより、参加者を確保することができる。
- ✓ 地域の他学校種のコンソーシアムや業界団体にアプローチして連携を図ることにより、他学校種の多くの学校や、企業からイベントに参加してもらうことができる。
- ✓ 他学校種のコンソーシアムや業界団体にアプローチする際は、それらの設立趣旨・目的に合致したイベント等の趣旨・目的を掲げるか、それらの機関がメリットを感じるようなイベント等を設計することが重要である。

イベントを行う際、他の学校種や企業等と連携することによって、**中高生の多様な進路ニーズに応えることができるようになり、参加者を増やすことができます。**

「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」で言及されているように、高校現場における進路指導では、専修学校よりも大学への進学を優先する指導が広がっている傾向にあります。そのため、専修学校は中高生の進路選択の俎上に載りにくいことが推測され、そのような状況下では、専修学校にフォーカスしたイベントの広報を幾ら行っても、専修学校以外の学校種（特に大学）を志望する生徒や、就職する予定の生徒はそのイベントには参加しない可能性が高いです。

高校現場における進路指導においては、「学問の教育より職業技能の教育が一段低く見られ、大学（特に、選抜性の高い大学）に進学すること自体を評価する社会的風潮がある」ともいわれ、まず大学への進学を優先する指導が広がっているとの指摘がある。
出所 | 「これからの専修学校教育の振興のあり方について（報告）」（2017年3月）p.21【再掲】

この解決策として、専修学校以外の学校種や企業も出展できるようなイベントを作り上げ、より幅広い進路に対応したものにするといった方法があります。このようなイベントを実現するためには、専修学校の他に、大学、短期大学、企業等との幅広い連携が不可欠です。そのためには、地域の他学校種のコンソーシアムや、業界団体にアプローチして、一度に多くの学校・企業からの協力を得るといった方法が有効です。その際、**コンソーシアムや業界団体の設立趣旨・目的に合致するようなイベント等の趣旨・目的を掲げること、あるいはコンソーシアムや業界団体がメリットを感じるようなイベント等の内容にすることが重要**です。例えば、「若年層の都道府県内定着を図る」ことを目的に設立された大学コンソーシアムの場合、若年層の都道府県内定着を目標に掲げたイベント等を行うことが考えられます。また、専修学校だけでなく短期大学に進学する生徒も多いような高校が多く参加する場合、短期大学のアピールの場にもなることを短期大学に訴求すれば、メリットを感じ連携してもらえやすくなります。もちろん、就職する生徒が一定数いる高校が多く参加する場合は、同様の理由で企業等に連携してもらえやすくなります。

幅広い学校種、企業等との連携は容易ではありませんが「就職しようと思っていたが、当日専修学校ブースで体験してみて専修学校に興味をもった」と感じる生徒が出てくる可能性があるという意味では、有意義な取組であるといえます。

また、他の学校種、企業と連携するもう一つの効果として、学校・学年単位での参加による参加者数の増加が期待できるようになります。参加者の増加を図りたいとき、小中高校や教育委員会と連携して、まとまった参加者数を確保することが有効であることは#1に記述した通りですが、多様な進路志望を持つ生徒がいる学校・学年では、一つの学校種だけに焦点を当てたイベント等には、教員として参加するという判断を行いつらいと感じるようです。そこで、他の学校種・企業等と連携し、多様な進路への対応を可能とすることで、学校・学年単位での参加がより期待できるようになります。

参考となる事例

- ✓ 「県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」→事例編p.1
- ✓ 「職業体験セミナー」→事例編p.3
- ✓ 「進路フェスタ」→事例編p.7

イベント等実施者の声

専門学校の広報イベントに見えないための工夫が必要で、そのためには、専門学校以外の団体と連携して実施することも大事である。

イベント等実施者の声

生徒への資料配布を行ってもらう、出席状況を教育委員会から事務局に報告してもらう等して教育委員会と連携している。各学校の希望が定員を超えた場合については、抽選を公開で実施して、先生方の誤解をといている。

イベント等実施者の声

近年は出口（専修学校卒業後）の方向性を見せるイベント等が増えている。今後は学校紹介よりも産業界と連携した就業体験のようなイベントが増えるのではないかと。

#3 現状の課題を正確に把握して改善点を見つける



ここが秘訣

- ✓ イベント等を実施しても人が集まらない場合、イベント等の効果測定を行い、課題を正確に把握すること、また、それに対して適切な打ち手を講じる必要がある。
- ✓ 課題を正確に把握するためには参加者アンケート、事後ヒアリングが有効である。
- ✓ 明らかになった課題を踏まえて打ち手を検討する際は、様々な機関が参画する検討委員会で協議するのが望ましい。

参加者が思うように集まらない場合、**現状の課題を冷静に見つめ直し、それを踏まえた適切な改善方策を打つことで、参加者の増加につながる**可能性があります。

参加者集めに失敗した場合、適切な打開策を打たない限り、次回も同様の結果になってしまいます。したがって、今回行ったイベント等は**何が問題で人集めに失敗したのかという「課題」（失敗の原因）を正確に把握し、その「課題」を解決できるような打開策を打たねばなりません**。しかしながら、この「課題」を誤認してしまうと、それを踏まえて策定されるべき打開策的的外れなものとなってしまいますので注意が必要です。

イベント等が失敗する原因である「課題」としては、以下が存在します。

「課題」（失敗の原因）の種類

- ✓ 基礎的な設計
 - 実施時期の設定が適切ではなかった。
 - 実施場所の設定が適切ではなかった。
 - イベント等の種類（イベント、出前授業、受入授業）の選択が適切ではなかった。
 - （参加費を徴収する場合）参加費の設定が適切ではなかった。
- ✓ 広報の方法
 - ターゲットが明確でなかったため、薄く広い広報になってしまった。
 - そもそもチラシやwebサイト等の広報がリーチした人が少なかった。
 - チラシやwebサイトのデザインが魅力的ではなかった。
 - タイトルのつけ方が適切でなかった。
(例：イベント等の内容が伝わらないタイトルだった)
- ✓ イベント等の内容
 - 参加者にとって、イベント等の内容が魅力的ではなかった。
(例：ターゲットを想定したイベント等の内容ではなかった)
- ✓ その他
 - 参加者を確保するための方策を検討・実施することを怠った。
(例：学校単位で参加してもらえるような方策を検討しなかった。)
- ✓ 各専修学校による単なる宣伝の場であると思われてしまった。

参加者が集まらないときは、これらの課題のうちの一つだけが要因であることはまれで、複数の課題が要因となっていることが一般的です。しかし、イベント等運営者の立場からそれら複数の課題を全て正確に把握することは困難であり、課題の正確な把握のためには「参加者の視点」が不可欠です。

そこで有効なのが、イベント等の効果測定です。イベント等の効果測定には、応募者や参加者の数を把握する【量的効果の測定】と、参加者の満足度等を把握する【質的効果の測定】があります。アンケートや、事後ヒアリングを行う等して、現状のイベント等は何が課題であるのかを把握・評価し（Check）、その課題をどのように解決していくか（Act）を検討するというPDCAサイクルを回すことがイベント等の改善に有効です。

現状の評価を適切に行うためには、評価の前に予め重要達成度指標（Key Performance Indicator; 以下、KPI）を設定し、その指標に到達したのか否かをモニタリングすることが重要です。なおKPIを設定する際は、先述（p.29）のとおり、単に参加者数を設定するのではなく、ターゲット層の参加者数や、ターゲット層の満足度等**ターゲット層の参加者に関するKPIを設定することが重要**です。

なお、課題の解決方法を検討する（Act）際は、イベント等の担当者1人で検討するのではなく、先述の検討委員会を通じて様々な角度から協議することが望ましいです。

参考となる事例

- ✓ 「進路フェスタ」→事例編p.7
- ✓ 「中学生のための職業体験出前講座」→事例編p.9
- ✓ 「職業教育プログラム」→事例編p.11
- ✓ 「仕事のまなび場、チャレンジスクール」→事例編p.14
- ✓ 「中学生のための“職業体験講座”」→事例編p.16

(6) イベント等を実施しても続かない

#1 協力機関・参加機関に対して、継続的に協力・参加することのメリットを示す



ここが秘訣

イベント等の協力機関・参加機関から継続的な支援を得るためには、イベント等の効果測定に基づいて、協力機関・参加機関にとってどのようなインセンティブがあるかを提示しなければならない。

効果的なイベント等を継続的に実施するためには、協力機関・参加機関からの継続的な支援が不可欠であり、**その継続的な支援を得るためには、協力・参加することのメリットを提示することが重要です。**

一般的にイベント等の**協力機関・参加機関は、協力・参加するための費用や労力に対して、自機関が享受できるインセンティブ（イベント等対象者に対する情報発信）が上回る場合に協力・参加に踏み切ります。**イベント等に協力・参加するための費用や労力がどの程度必要かは比較的想像がつきやすいですが、イベント等に参加するインセンティブは、多くの場合イベント等の参加人数や、参加者の満足度に依存するため、実施者側から提示しない限り分かりにくいものです。例えば、イベント等に参加する専修学校は、自分の専修学校を広く認知してもらうこと、あるいは興味を持ってもらうことでインセンティブを感じる人が多いですが、イベント等の参加者数が少ない場合は認知してもらえない、あるいは興味を持ってもらえる人数も少なくなりますし、参加者満足度が低いと、興味を持ってもらえる可能性が低減することになり、インセンティブを感じにくくなります。

そこで、**協力機関・参加機関に対して先述の効果測定結果（量的効果・質的效果）を示すことにより、どの程度のインセンティブがあるかという点について想像がつきやすくなり、次回以降のイベント等への継続的な協力・参加に結びつきやすくなります。**もちろん、参加人数が少ない、参加者満足度が低い場合は逆効果になりますので、効果測定結果を示す際はイベント等に協力・参加するインセンティブを感じてもらえるような結果であることが大前提であることにご注意ください。

イベント等実施者の声

県と連携して実施する場合、県担当者が異動してしまうため、異動によって実施に影響が出ないように実施側にノウハウを貯めておくことが、長く続けるためには重要な点であると考えている。

イベント等実施者の声

高校生・高校教員に宣伝であるという疑念を持たれないことは重要であるが、一方で専門学校側にとっては、「来年何人学生が来るのか」は気になる点である。そのため、宣伝はできなくても、関連する意義を有することや、公共の事業として実施していることで外部（企業等）との連携が期待できる、という点を伝えていく必要がある。

イベント等実施者の声

イベント等の中で違反行為（禁止されている学校の宣伝をしている、個人情報を知っている）は、見つけたらその場で指導している。違反行為があると高校からはクレームが来てしまうため、何かトラブルがあったら、すぐに先生に謝罪し事実を調査する、ということを徹底している。

参加者アンケート雛形

別紙に参加者アンケートの雛形をお示しします。必要に応じ、追記・修正・削除してご利用ください。以下の例では「イベント」を想定していますが、別紙では「出前授業」「受入授業」用への作りかえ方等も示しています。

図5-1 参加者アンケートの雛形

_____ イベント 生徒向けアンケート					
1. あなた自身についてお答えください。					
高校名・学年	高等学校 年				
性別	男 ・ 女				
卒業後の希望進路（当てはまるもの全てに <input checked="" type="checkbox"/>)	<input type="checkbox"/> 大学 <input type="checkbox"/> 短大 <input type="checkbox"/> 専門学校 <input type="checkbox"/> 就職 <input type="checkbox"/> 留学 <input type="checkbox"/> 決まっていない <input type="checkbox"/> その他（具体的に： _____）				
現時点で将来就きたい仕事はありますか（1つに <input checked="" type="checkbox"/>)	<input type="checkbox"/> 1つに決まっている <input type="checkbox"/> いくつかで悩んでいる <input type="checkbox"/> なんとなくある <input type="checkbox"/> 全くない				
<p>回答者の属性について自由にお書きください。ここでは、将来就きたい職業が不明確な生徒が [2] のイベントの感想でどのような印象を持ったのかを把握できるように、将来就きたい職業がどの程度決まっているかを聞いています。</p>					
<p>イベント等の目的が達成したのかを確認できるような設問とするのが望ましいです。</p>					
2. 本日のイベントについてお答えください。					
		当てはまらない ←→ 当てはまる			
1	本日のイベントで魅力的な職業は見つかりましたか？	1	2	3	4
2	本日のイベントで希望進路に変化がありそうですか？	1	2	3	4
3	本日のイベントは満足でしたか？	1	2	3	4
<p>本日のイベントは何で知りましたか？（当てはまるもの全てに<input checked="" type="checkbox"/>)</p>					
<p>イベント等のために実施している広報の効果について把握する質問です。</p>					
<input type="checkbox"/> Webサイト <input type="checkbox"/> バンフレット・チラシ <input type="checkbox"/> 校内ポスター <input type="checkbox"/> 先生に勧められて <input type="checkbox"/> 友人・先輩・後輩に勧められて <input type="checkbox"/> SNS (Twitter、Facebook) <input type="checkbox"/> その他（具体的に： _____）					
一番印象に残ったブースはどこですか？					
3. 参加して気付いた点を記入してください。					
<div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>					

専修学校の魅力を伝える

イベント・出前授業・受入授業 実施のための秘訣書[事例集]

本編では、イベント等を企画～運営～評価・改善を行う際の、様々な秘訣をお示ししました。事例編では、本編でお示してきた秘訣が、実際のイベント等でどのように反映されているのかをお示します。

(1) イベント

#1 県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち（山口県専修学校各種学校協会）



ここがポイント

- 高校1～2年生を対象としたイベントである。学校単位で参加するため、引率の教員も参加することになる。
- 専修学校各種学校協会、私立大学協会、大学のコンソーシアム、自治体等が協働したイベントを実現している。
- 多くの高校が気軽に来場できるよう50台を超える送迎バスが用意されている。
- 多様な主体によるブース出展により、多様な進路への対応や、キャリアに関するワンストップな情報提供を実現できている。

■ 本イベントの概要

県内の高校1、2年生に、県内の大学や専門学校、さらには仕事や企業の魅力を伝え、山口県の魅力を再認識してもらうことにより、県内進学・県内就職を通じた地域産業を支える人材の育成及び地域の活性を担う若者の県内定住促進を図る※ことを目的に開催しているイベントです。

本イベントは、山口県が周辺の県に比べ県内進学率が低い※ことに課題意識を持った山口県専修学校各種学校協会が、山口県に提案することにより2013年度に初めて実現し、現在までに6回実施しています。開始当初は、参加した高校数が12校（参加者は1,067名）、企業紹介を行った企業数が10社でしたが、これらの数は年々増加し、平成29年度は、参加高校数21校（参加者は2,068名）、企業紹介を行った企業数は38社にまで増加しています※。

※「2019県内進学・仕事魅力発信フェア in やまぐち」webページ（2019年2月23日閲覧）

http://www.yamaguchi-shigaku.or.jp/senshu/shingaku_fair2019.html

※学校基本調査を基に山口県が集計したデータ（インタビュー調査時に受領した資料）によると、平成29年度の県内進学率（県内高校から大学、短期大学に進学した割合）は、岡山県が47.1%、広島県が53.0%であるのに対し、山口県は27.5%である。

※平成29年度文部科学省委託事業「社会のニーズにこたえる効果的な情報発信の推進」報告書

■ 本イベントの特徴的な取組

- 本イベントは「県内進学・仕事魅力発信フェア実行委員会」が主催しています。この実行委員会の中には、山口県専修学校各種学校協会、山口県私立大学協会、大学リーグやまぐち、山口県総務部学事文書課、山口県教育庁高校教育課といった専門学校以外の様々な機関が参画しており、幅広い連携体制が整っているのが特徴です。
- イベント当日は、県内の高校から50台超のバスで高校生が来場します。これにより、イベント開催時の課題の一つである来場者の移動負担を大幅に軽減することに成功しています。なお、このバスは主催者が準備しているものであり、費用は一部、参加者が負担しています。
- 出展ブースも多様であり、主催者である専修学校・大学・短期大学はもちろんのこと、各種学校、企業等もブースを出展しています。これにより、高校生の多様な進路ニーズへの対応、また、進学を希望する生徒にはその先の就職を見据えた検討の促進を行うことができます。

図1-1 「2018県内進学・仕事魅力発信フェアinやまぐち」の様子※



※山口県webページ（2019年2月26日閲覧）
<http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a10400/leagueofuniv/hasshinfair.html>

#2 職業体験セミナー（職業体験セミナー実行委員会【大阪】）



ここがポイント

- 中学・高校生を対象としている。学校単位で参加するため、引率の教員も参加することになる。
- 警察、消防局、民間企業等から幅広い支援を受け、多様な職業を体験できる機会を提供している。
- 学校単位での参加が多く、近年では毎年2,000人以上の中高生が訪れている。
- 事前予約制として各学校の参加時間を割り振ることで、より多数の中高生が参加できるようにしている。

■ 本イベントの概要※

滋慶学園グループ近畿地区の各専門学校を中心に、社会貢献事業として実施しているイベントです。中学生・高校生を対象に、世の中に多くの職業があることを知ってもらい、働く意味を考えてもらうことを目的としており、大阪府、近畿2府4県の各教育委員会、産経新聞社等が後援となっています。

本イベントは2018年で18回目を迎え、2018年12月に実施された本イベントには、過去最高の3,250人の参加者が訪れました。

■ 本イベントの特徴的な取組

- 中学校での職場体験は、中学校近辺の事業所等に限られるため職種が非常に少ないですが、同イベントでは一度に多数の職業を体験できるため非常に好評で、口コミにより急速に認知度を向上させることができています。警察、消防局、民間企業等からも賛同を得ているため、専門学校を卒業することで就くことができる職業以外も含めた、多様な職業を体験できる機会を提供することができています。
- 学校単位での参加を受け付けており、原則事前予約制としています。事前予約に基づき各中学校・高校の参加時間を割り振ることで、より多数の中高生が参加できるようになっています。
- 専門学校の魅力の紹介ではなく、どのような職業があるのか紹介することを目的として実施されているため、参加している専門学校は学生募集・広報を行っていません。その結果、中高生や学校に参加への抵抗感を与えず、毎年参加者増につながっています。
- 職業体験ブース以外にも「適職診断コーナー」を設け、中学生・高校生が将来の進路を考えるための支援を行っています。同コーナーでは、滋慶学園グループの人事事業部員や新卒内定者が対応を行っています。

※「滋慶学園ニュース」（2019年2月22日閲覧）
http://www.jikeigroup.net/news/20181218_23824.html

図1-2「第18回職業体験セミナー」の様子※



※職業体験セミナー実行委員会よりご提供

#3 Tokyoしごと倶楽部（専門学校コンソーシアムTokyo）



ここがポイント

- 高校生をメインターゲットとしつつも、小学生や中学生、既卒と幅広い層を対象として設定している。
- 小学生を対象に含めることで、保護者の参加も促進できている。
- 教育委員会の協力を得たり、個々の専門学校の通常の情報発信の場を活用したりしながら、効果的・効率的なイベントの広報を実現している。
- 専門学校の学生にアルバイトとして協力してもらうことで、人的リソースの確保を行っている。

■ 本イベントの概要

毎年7月末～8月上旬に開催される、小学生～高校生、既卒と、幅広い年齢層を対象としたイベントです（メインターゲットは高校生）。専門学校コンソーシアムTokyoが各業界の企業と連携して、様々な業種の職業体験を提供しています。参加者は数時間のイベントの間に複数の職業を体験でき、業界のプロフェッショナルによる講演会にも参加できます※。本イベントは、大学進学時のミスマッチを防止し、専修学校について知ってもらうことを目的として設定しています。

本イベントは2009年に開始し、2010年からは東京都教育委員会が共催から後援の形で参画しています。2017年の入場者数は1,600人で、高校生が主な参加者となっています。これまでは大会場で実施してきましたが、2018年に初めて専門学校を会場にして実施しました。

■ 本イベントの特徴的な取組

- 小学生を対象に含めることで、小学生の保護者にも参加してもらうことができおり、保護者にも職業について理解してもらう機会となっています。
- イベントの広報用に作成しているポスターは、可能な限り多くの学校に掲示してもらえるような工夫がなされています。例えば、教育委員会との共催の時に広報の協力が得られる場合は、全ての高校にポスターを配布してもらえるよう教育委員会に依頼しています。また、協力が得られない場合でも、専門学校が通常行う高校訪問や、自前のオープンキャンパスの機会を活用して、高校教員にポスター配布を行っています。
- 上記のような学校に対する広報の他に、個人向けの広報も行っています。具体的には、前年度のイベントでアンケートに回答した人にダイレクトメールを送付し、リピーターの獲得を企図しています。
- 当日の運営スタッフは、本コンソーシアムに参画している専門学校の教職員から募る他、専門学校の学生にもアルバイトとして協力してもらっています。

図1-3 「Tokyoしごと倶楽部2017」の様子※



※「Tokyoしごと倶楽部2017 フォトギャラリー」
<http://senmon-con-tokyo.or.jp/shigoto2017-photo/>

#4 進路フェスタ（神奈川県専修学校各種学校協会）



ここがポイント

- 高校生をメインターゲットとしつつも、大学生、短大生、社会人と幅広い層を対象として設定している。
- 高校生の多様な進路ニーズに対応することで、高校全体としての参加を促進できている。
- 多くの高校が気軽に来場できるよう50台を超えるシャトルバスが用意されている。
- 多様な方法・視点からイベントを評価してもらうことにより、次年度以降のイベントの改善が図られている。

■ 本イベントの概要

毎年4月に行われる、神奈川県内で最大規模の進学相談会です。高校生を主な対象としつつ、大学生、短大生、社会人も対象に含めて、模擬授業の体験や各校の入試担当者による説明・質疑応答が実施されています※。県内の子供たちを県内で育て、県内で働いてもらうことを目的にしています。

本イベントは2018年で10回目の開催を迎え、2019年も第11回となる進路フェスタを4月に開催予定です。県内約50校の専門学校と約80校の大学・短大が集まり、進学、留学、就職など幅広いニーズに対応しているものです。来場者数は毎年3,000人以上で、2018年の来場者数は3,352人でした※。

■ 本イベントの特徴的な取組

- 専修学校だけでなく大学や企業等にも出展してもらうことにより、高校生の多様な進路ニーズに応えることができています。これにより、高校が自校の全生徒を参加させるという判断を行いやすくすることができています。
- イベント当日は、県内の高校から50台超のバスで高校生が来場します。また、バスの調達を外部事業者に委託することで、事務局の負担軽減を図ることができています。
- 開催時間を12:00～18:30と長時間にすることで、定時制・通信制高校の生徒も来場できるように配慮されています。
- イベントを様々な視点から評価するために、参加生徒・教員に満足度に関するアンケートを行っている他、イベント後に複数の高校に赴いて直接感想を聞いています。このように収集した意見を基に、次年度実施するイベントの改善が図られています。

※神奈川県各「第11回 進路フェスタ」webサイト（2019年2月25日閲覧）

https://www.senkaku.or.jp/festa/festa_2019.html

※神奈川県各「進路フェスタ」webサイト（2019年2月25日閲覧）

<https://www.senkaku.or.jp/festa/index.html>

図1-4 「進路フェスタ」の様子※



※神奈川県専修学校各種学校協会よりご提供

(2) 出前授業

#1 中学生のための職業体験出前講座（山形県専修学校各種学校協会）



ここがポイント

- 県内の中学生を対象とした出前授業である。中学校で実施するため、中学校教員も参加することとなる。
- 中学校長会との連携を行い、効果的・効率的な広報を実現している。
- 出前授業について検討するための委員会の委員として専門学校教員に参画してもらうことにより、専門学校側の意見・要望を効果的に取り入れることができている。
- 量的側面・質的側面の両面から効果測定を行うことで課題を適切に把握し、適切な改善策を立案できる基盤を整備している。

■ 本出前授業の概要

本出前授業は山形県専修学校各種学校協会が、山形県教育委員会や山形県中学校長会の後援を受けて2016年度から実施しているものです。近年、県内の専門学校への進学者数が減少傾向であるため、県内の中学生に専門学校の授業内容や、専門職へのキャリアパスを認知してもらうこと、職業選択・キャリア観の醸成の機会を設けることを目的として実施されています。

もともと、同協会は高校生向けの学校説明会を実施していましたが、なかなか目標としている来場者数に到達しませんでした。そこで、対象を中学生に変え、実施形態を「来てもらう」受入授業ではなく「学校側から赴く」出前授業の形態に変えた結果、多くの参加者を集めることに成功し、2018年度は1,158名*の生徒が本出前授業に参加しました。

■ 本出前授業の特徴的な取組

- 後援である山形県中学校長会と連携して、県内全中学校に案内チラシを配布することで、効果的・効率的な広報を実現しています。
- 企画～実施～評価・改善は、山形県専修学校各種学校協会に設置されている広報委員会で行われています。この広報委員会の委員には専門学校の教員も参画しており、実際に出前授業を行う専門学校側の意見・要望を取り入れられるような体制を整えています。
- 本出前授業は量的側面、質的側面から評価が行われており、この評価結果をもとに上述の広報委員会で次年度の改善策が検討されています。量的評価としては、派遣学校数や参加者数等の把握、質的評価としては受講者アンケートを基に、講座の分かりやすさや、職業への興味惹起（じゃっき）の度合い、希望講座の受講ができたか等の情報の把握を行っています。

*山形県専修学校各種学校協会webページ（2019年2月23日閲覧）
<http://www.yama-senkaku.jp/demae2018/>

図1-5 「中学生のための職業体験出前講座」の2020年度出前講座一覧※

分野名	講座名 / 実施校	内 容	備 考
医 療	看護師体験 (山形厚生看護学校)	①包帯法を学ぼう ②聴診器で聞く人のからだ ③血圧測定にチャレンジ ④ユニフォーム体験 ⑤注射器を触ってみよう	
	歯科衛生士体験 (山形歯科専門学校)	①歯面清掃器を使って、10円玉をピカピカに磨いてみよう ②歯の模型を使って、歯磨き体験をしてみよう	要借用: プロジェクター 各自準備:10円玉
	リハビリテーション体験 (山形医療技術専門学校)	リハビリテーションの対象となる方々への福祉用具の活用、片麻痺体験、ストレッチ、頭の体操を行います。	場所:体育館 服装:体育着
衛 生	美容師体験 (山形美容専門学校)	①人形の頭を使って、編み込み等のまとめ髪 ②簡単なネイルアートを人工の爪に施します	場所:コンセントを使用できる教室
	理容師体験 (山形理容学校)	①お互いがモデルになり、ハンドマッサージを体験しよう ②ウィッグを使って、シェービングを体験しよう	服装:体育着
	調理師体験 (山形調理師専門学校) (酒田調理師専門学校)	食材の栄養や特性を学びながら、和食・洋食・中華などのメニューを自分たちで調理してみよう。	場所:調理室 各自準備:エプロン、三角巾
	パティシエ体験 (山形調理師専門学校) (酒田調理師専門学校)	スイーツ作りで、パティシエの仕事を体験してみよう。	場所:調理室 各自準備:エプロン、三角巾
教 育・福 祉	介護のお仕事体験 (新庄コアカレッジ)	介護福祉士が介護の専門職はどんな仕事をするのか紹介します。実際に介護の技術を体験してみよう。	服装:体育着
商 業 実 務	病院の医療事務を体験しよう (専門学校山形V.カレッジ)	患者さんは、病院やクリニックで診察を受けると、診察代を支払います。どんなルールで診察代は決まるのでしょうか。実際にみんなで計算してみよう。	各自準備:電卓
	事務職に就きたい人は必須! ～簿記をやってみよう～ (大原簿記情報ビジネス医療福祉専門学校山形校)	会社にも成績表があるんです。簿記は、そんな会社の成績表に関する内容です。みんなで「簿記」を体験してみよう。	各自準備:電卓
服 飾・家 政	小物を作ろう (白鷹高等専修学校)	平織のコングレンス生地に刺繍糸を使い、こざん刺して模様を作ってみよう。	場所:被服室 各自準備:裁縫セット
	小物づくりをしてみよう (専門学校山形V.カレッジ)	ミシンを使って、小さなバッグを作ってみよう。	場所:被服室 要借用:ミシン 各自準備:裁縫セット
文 化・教 養	公務員試験ガイダンス (大原スポーツ公務員専門学校山形校)	公務員になるための試験内容の理解を深め、教養試験問題を体験してみよう。	
	オリジナルキャラクター制作 (山形デザイン専門学校)	参考となるモチーフ(自分の好きな動物の写真など)を使って、目的にあうオリジナルキャラクターを制作してみよう。	各自準備:モチーフ、色鉛筆等
	住宅の模型制作 (山形デザイン専門学校)	印刷された建物の展開図を組み立てて、住宅模型制作(モデリング)を体験してみよう。	各自準備:定規、セロハンテープ、カッター、カッターマット等

※山形県専修学校各種学校協会webページ (2020年2月27日閲覧)
http://www.yama-senkaku.jp/demae/

#2 職業教育プログラム（専門学校コンソーシアムTokyo）



ここがポイント

- 高校生を対象とした出前授業である（必ずしも東京都に限らない）。高校で実施するため、高校教員も参加することとなる。
- 個々の専門学校の宣伝・営業活動は行わず、職業意識の醸成を目的として行うことによって、高校生が気軽に参加しやすい環境を整えている。
- 職業意識醸成という目的を達成するために、授業内容は、楽しい・面白いと感じてもらえるようなプログラムにしている。
- 目的・コンセプトが達成できたかを参加者アンケートによって明らかにし、授業内容も含めたプログラム改善に役立っている。

■ 本出前授業の概要

本出前授業は、高校生を対象に、職業意識を芽生えさせて目標に向かって進むきっかけ（生徒が興味のある専門学校のオープンキャンパスに参加する等）になることを目的に実施されています。授業は1件2時間から4時間行われます。本出前授業で職業に興味を持った高校生が先述したイベント「Tokyoしごと倶楽部」（先述）に参加できるよう、一連の流れとして設計されています。

年間4、5校で実施されており、2018年度は5校に対して出前授業が行われました。2013年より「都立高校生の社会的・職業的自立支援教育プログラム事業」に登録することで、東京都から出前授業の費用の一部を補助として受け取ることができるようになりました。

■ 本出前授業の特徴的な取組

- 個々の専門学校の宣伝・営業を行うと、本出前授業に参加する高校が減少する可能性があることを考慮し、参加者の名簿を収集する等の活動は一切行わず、高校生の職業意識醸成という目的を達成できるような取組が行われています。
- 出前授業の内容は「授業を行う」というよりも「職業体験をしてもらう」というコンセプトで設計されています。例えば、自動車整備がテーマなら実際のバイクを持参する等、純粋に楽しい・面白いと感じてもらえるような工夫がなされています。
- 高校生の職業意識醸成という目的を達成できたかどうか、また、授業を楽しい、面白いと感じてもらえたかどうかを参加者アンケートによって評価しています。このアンケート結果を踏まえて、授業内容も含めたプログラム改善が行われています。

#3 トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ（兵庫県専修学校各種学校連合会）



ここがポイント

- 中学生・高校生を対象とした出前授業・受入授業である。生徒の他、保護者も参加することが可能である。
- 出前授業では、中学校・高校との日程調整は事務局で行うが、当日運営や授業の内容等は、学校側の要望に応じ、授業を実施する専修学校に行ってもらうことにより、事務局の負担を軽減できている。
- 宣伝・営業活動を行わないこと、兵庫県からの補助を受けていることにより、中学校・高校からの信頼感を確保できている。
- 中学校・高校が職業体験等を行う際、受入企業探索にかかる負担の軽減に貢献しながら、参加者数を確保することに成功している。

■ 本出前授業・受入授業の概要

「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」は、出前授業と受入授業※とが選択可能な形で実施されています。この出前授業・受入授業は、中学生・高校生を対象に実施されています。職業教育の一環として実施されており、中学校の出前授業は「職業体験」と「職業講話」のどちらか、または両方を選択することができ、高校の受入授業は企業に赴く「インターンシップ・職場見学」と専門学校に赴く「職業体験講座」のどちらかを選択することができます。高校の出前授業は「職業体験」を受けることができます。なお、中学校の出前授業は、保護者も参加することが可能です。

表1-1 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」で受講できる講座

	対象	中学生	高校生
形態	出前授業	職場体験 と 職業講話 から選択可能	職業体験
	受入授業	職業体験	インターンシップ・職場見学 と 職業体験講座 から選択可能

本出前授業と受入授業のために実施委員会が組織されており、兵庫県専修学校各種学校連合会長が議長を務め、教育委員会の担当者、県立高等学校進路指導研究会会長、中学校校長会会長、兵庫県専修学校各種学校連合役員等が委員を構成しています。本事業は県の補助を受けており、文科省の委託事業を前身として、名称を変えつつ実施が続けられてきました。

また兵庫県教育委員会により行われている「トライやる・ウィーク※」の一部として、専修学校での職業体験学習を行うことも可能となっています。

※ 「トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ」では、受入授業を「体験授業」と呼称している。

※ トライやる・ウィークは、兵庫県内の中学校2年生等を対象に、5日間連続で実施されている職場体験、福祉体験、勤労生産活動等である。

■ 本出前授業・受入授業の特徴的な取組

- 中学校・高校から出前授業・受入授業の依頼があった際、最初の受付と日程調整は事務局が担当していますが、その後の当日の運営や授業内容の検討を各専修学校・各種学校が主体となって行っています。これにより、事務局の負担軽減を図ることができています。
- 個々の専修学校・各種学校の宣伝・営業活動を行うと、出前授業・受入授業に対する中学校や高校からの信頼感が損なわれる可能性があります。このような宣伝・営業活動を行わないことや、兵庫県からの補助を受けていることより、中学校・高校からの信頼感を確保できています。中学校や高校がキャリア教育の一環として企業での体験を行う際、各学校が単独で受入企業を探すのは困難が伴うケースがよく見られます。本出前授業・受入授業は、職業体験の場を提供することでそのような課題に貢献しながら、参加者数を確保することに成功しています。

(3) 受入授業

#1 仕事のまなび場、チャレンジスクール（神奈川県専修学校各種学校協会）



ここがポイント

- 「仕事のまなび場」は高校生向け、「チャレンジスクール」は小中学生向けに行われている受入授業である。また「仕事のまなび場Jr.」は、中学生向けに行われている出前授業である（高等専修学校の紹介等が行われている）。
- 個人へのダイレクトメールや、学童クラブ・地区センターへの広報、他のイベント等と連携した広報等、様々な手段で広報を行うことにより、効果的な広報を実現できている。
- 受講者の個人情報収集しないことにより、個々の専修学校の営業活動と捉えられず、専修学校の魅力を効果的に発信することができている。
- 各イベント等の対象者の特性を踏まえたアンケート手法をとることで、アンケート回答率を増加させることを促進できている。

■ 本受入授業の概要

仕事のまなび場は高校生向け、チャレンジスクールは小中学生向け（特に小学生がターゲット）に実施されている受入授業です。なお、仕事のまなび場を中学生向けに行っている「仕事のまなび場Jr.」のみ出前授業として実施されています。

仕事のまなび場は、専修学校の実習施設を活用した疑似体験を通して、仕事に就くためのキャリアパスについて理解する機会を提供することにより、高校生等に職業観・就労観を持ってもらい、自分の夢・将来の進路を明確にして、目的を持って勉強してもらう※ために実施されており、神奈川県と神奈川県教育委員会が共催しています。2018年度は、7月から8月にかけての5週間、専修学校53校が96講座を開設し、61校の高校から1,090人が参加しました※。これらの講座では、専修学校で学習できる分野の職業教育だけでなく、弁護士や司法書士等の専修学校で展開していない分野の職業教育も提供しています。仕事のまなび場Jr.は、高等専修学校が中心となり、中学生を対象として実施されています。

チャレンジスクールは、小中学生が将来なりたい職業や夢を持つきっかけを創出するために実施されています。2018年度は専修学校が43プログラムを提供しました。1999年度から2年間、文部科学省委託事業として土曜日や夏休みを使って専修学校体験学習を開催したことをきっかけに、形を変えつつ現在まで継続して実施されています。2018年度は夏休み期間及び11月から12月にかけて開催されました。

■ 本受入授業の特徴的な取組

- 受入授業の広報は、個人へのダイレクトメール、各地域の学童クラブ、地区センターへの広報、他のイベント等と連携した広報等、様々な手段で実施されています。なお、個人へのダイレクトメールは、webページを見て問合せのあった参加希望者や、前年度のアンケートで「今後も参加したい」という回答をした人に対して送付されています。

- 受講者の氏名や住所を収集すると、個々の専修学校の営業活動のように捉えられてしまう可能性があるため、これらの情報は収集していません。
- 高校生を対象とした受入授業（仕事のまなび場）では、スマートフォンで受講者アンケートをとっており、小中学生を対象とした受入授業（チャレンジスクール）では受講者とその保護者に紙面でのアンケートをとっています。このように、アンケートをとる際は、各受入授業の性質から最も効果的と思われる方法が検討されています。

図1-6 「仕事のまなび場」の様子※



図1-7 「チャレンジスクール」の様子※



#2 中学生のための“職業体験講座”（北海道私立専修学校各種学校連合会）



ここがポイント

- 中学生を対象とした受入授業であり、修学旅行生の受入も行っている。
- 自治体の政策とマッチした目的を掲げながら推進している。
- 中学校・専修学校にアンケートをとり、明らかになった要望の改善策を検討し、翌年度の取組に反映している。
- 参加専門学校に支出する負担金の公平化を図るため、各受入講座をポイント化し、そのポイントに応じた負担金を支払っている。

■ 本受入授業の概要

本受入授業は、北海道の助成事業である「次世代人材職業体験推進事業」を受けて実施されており、中学生を対象としています。本取組の目的として、早期に職業観、勤労観の形成を図ることで、就職後の早期離職や、雇用のミスマッチを防ぐことにより、道内企業への定着率を高め、道内企業の競争力向上を図ること等が掲げられています。受入授業として実施される体験講座は、あらかじめメニューが用意されており、参加を希望する中学校は、そのメニューの中から講座を選択することができます。なお、令和元年度は8分野171講座が用意されていました。また、北海道は面積が大きいという地理的特性がある一方で、専門学校は札幌市に集中していることから、地域の中学校における総合学習等の機会を活用した実施だけでなく、札幌市以外の道内中学校における修学旅行中の学習プログラムの一つとして活用されていることも、特徴の一つです。

申込中学校・生徒数は、年々増加傾向※にあり、令和元年度は、274校から申込があり、13,461名の生徒が参加しています。参加している専門学校数も多く、令和元年度は90校が参加し、延べ1,757講座が実施されました。

本取組において、北海道私立専修学校各種学校連合会が事務局機能を担っており、中学校－専門学校間の調整（受入可否や日程等）の他、専門学校への負担金の支払等を行っています。

■ 本受入授業の特徴的な取組

- 北海道の助成事業で実施しているため、上述のとおり、早期離職者の防止や、道内企業での定着率向上による競争力強化等、地域課題、行政政策にマッチした目的を掲げながら事業を行っています。
- 毎年度、参加した中学校・専門学校にアンケート調査を実施し、アンケートで改善要望のあった事項については、可能な範囲で翌年度の取組に反映されています。実際、専門学校からあった「負担金配分の公平化を図ってほしい」という要望を受け、開催回数等に応じた負担金配分の公平化が行われました（後述）。また、中学校からの「専門学校ごとの受入不可能な日をあらかじめ明示してほしい」という要望を受け、専門学校ごとに受け入れできない日のリストが公開されています。
- 北海道私立専修学校各種学校連合会が負担する費用（負担金）の公平化を行うため、受講者数や開催回数に応じた負担金配分が行われています。具体的には、開催した講座ごとを受講者数に応じてポイント化し、そのポイントの年間累積値に応じて負担金を支出しています。

※平成30年度は、北海道胆振東部地震による大規模な停電（ブラックアウト）などにより、受講を中止せざるを得なかった中学校があったため、参加中学校数、受講者数がともに減少したが、令和元年度には回復した。

図1-8 「中学生のための“職業体験講座”」の様子※



※株式会社三菱総合研究所が撮影。本受入授業の実施主体である北海道私立専修学校各種学校連合会の許可を得て掲載。

#3 職業選択のための体験講座（富山県専修学校各種学校連合会）



ここがポイント

- 小学4・5・6年生、中学生、高校生、一般の方を対象とした受入授業である。
- 受入授業実施に向けた検討を行う委員会の委員として専修学校教員に参加してもらうことにより、専修学校との連携を促進することができる。
- 県の教育委員会と協力することで、幅広い対象への広報を実現できている。
- 自家用車で来校する参加者のために、駐車場の有無をパンフレットに表示し、自家用車での参加を妨げないようにしている。

■ 本受入授業の概要

本受入授業は、7月11日が「職業教育の日」であることを受けた記念事業として夏休み期間中に実施されています。専修学校教育の啓発普及活動の一環として、職業に関する知識や技術等を紹介し参加者に実習の場を提供することが目的とされています*。小学生のような比較的早期の段階から職業の現場に触れられることや、社会人が学び直しの場を探せることを狙い、小学4・5・6年生、中学生、高校生、一般の方を広く対象としています。2007年より事業が開始され、現在まで継続して実施されています。

富山県と富山県教育委員会が後援となっており、県は費用面、教育委員会は広報面で支援しています。2017年は県内の会員校12校で実施され、講座数は24講座（延べ32講座実施）、参加者は692名でした。延べ申込者数は2,730人であり、本受入授業の人気の伺えます*。

■ 本受入授業の特徴的な取組

- 受入授業実施に向けた検討を行う委員会を設け、その委員として専門学校教員等を加えることにより、専門学校との連携を促進することができます。このような連携関係を構築しているため、当日の運営も専修学校に任せることができ、結果的に事務局の負担を軽減することにつながっています。
- 県の教育委員会に協力を得て、県内の全生徒に受入授業のリーフレットを配布しています。これにより、本受入授業を認知していなかった受講者にアプローチできるだけでなく、児童・生徒に非常に大きな影響力を持つ保護者にも間接的にアプローチすることができます。
- 自家用車で来校する児童・生徒や保護者のために、駐車場の有無をパンフレットに表示し、自家用車での参加を妨げないようにしています。

※富山県専修各種学校連合会「平成30年度事業計画書」
<http://www.toyama-senkakuren.or.jp/pdf/h30keikaku.pdf>
※富山県専修各種学校連合会「平成29年度事業報告書」
<http://www.toyama-senkakuren.or.jp/pdf/h29houkoku.pdf>

図1-9 「職業選択のための体験講座」の様子※



#4 トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ（兵庫県専修学校各種学校連合会）

「(2) #3 トキメキ仕事体験・ひょうごカレッジ（兵庫県専修学校各種学校連合会）」を参照のこと。