

# 令和 3 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」報告書

---

**MRI** 三菱総合研究所

2022 年 3 月

キャリア・イノベーション本部

本報告書は、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令和3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」の成果をとりまとめたものです。

---

## 目次

---

1. 目的と概要 .....	1
1.1 背景及び目的.....	1
1.2 実施概要 .....	1
2. ウェブサイト運用・拡充.....	3
2.1 記事投稿の受付.....	3
2.2 ポータルサイト等の改修方針の検討、実施 .....	5
2.3 新規知る専応援サポーターの追加.....	6
2.4 ウェブサイト引継ぎ方針の検討 .....	6
3. ロゴマーク作成イベントの実施 .....	7
3.1 目的及び実施方針 .....	7
3.2 実施結果 .....	7
3.2.1 公募 .....	7
3.2.2 審査方法.....	7
3.2.3 公募結果.....	8
4. SNS・メールマガジンの運用 .....	15
4.1 目的及び実施方針 .....	15
4.2 実施結果 .....	16
5. 動画の制作 .....	21
5.1 目的及び実施方針 .....	21
5.2 実施結果 .....	21
6. 事業効果の測定・検証.....	24
6.1 効果測定 .....	24
6.1.1 昨年度からの変化量.....	24
6.1.2 #知る専 ウェブサイト .....	25
6.1.3 Twitter .....	34
6.1.4 Instagram.....	35
6.1.5 YouTube .....	36

6.1.6 メールマガジン .....	39
6.1.7 【参考】2021年度の主な実施事項一覧 .....	40
6.2 改善に向けたインタビュー調査、検討 .....	41
6.2.1 調査項目 .....	41
6.2.2 【参考】ヒアリング結果詳細 .....	41
7. 次年度への示唆・提案 .....	47

---

## 図 目次

---

図 3-1 大賞作品ウェブサイト掲載イメージ .....	11
図 3-2 高等学校・高等専修学校部門受賞作品ウェブサイト掲載イメージ.....	12
図 3-3 専門校部門受賞作品ウェブサイト掲載イメージ .....	13
図 3-4 公式ロゴマーク告知ページ(「#知る専」) .....	14
図 4-1 認知～興味～検討のフローに沿った情報発信手段 .....	15
図 4-2 各情報発信媒体の接続方法.....	15
図 6-1 ページビュー数推移(週単位) .....	25
図 6-2 ユーザーの年齢 .....	26
図 6-3 ユーザーの性別 .....	26
図 6-4 使用デバイス.....	27
図 6-5 アクセス経路.....	29
図 6-6 「#知る専」投稿数推移 .....	35
図 6-7 チャンネル登録者数推移.....	36
図 6-8 動画の視聴数(総数).....	36
図 6-9 視聴経路.....	38
図 6-10 メールマガジン登録者数推移 .....	39
図 6-11 登録者の属性.....	39

---

## 表 目次

---

表 2-1	2021 年度記事掲載数	3
表 2-2	2021 年度公開記事一覧	3
表 2-3	記事掲載数(累計)	4
表 2-4	ウェブサイト改修方針	5
表 2-5	ウェブサイト改修方針と改修項目	5
表 3-1	審査過程概要	8
表 3-2	応募件数一覧	8
表 3-3	一次審査協力専門学校一覧	8
表 3-4	二次審査審査員／最終審査会構成員	9
表 3-5	審査結果一覧	9
表 3-6	表彰一覧	10
表 4-1	メールマガジン一覧	17
表 5-1	井樫 彩氏のインタビュー動画詳細	22
表 5-2	落合 宏理氏のインタビュー動画詳細	22
表 5-3	高山 龍浩氏のインタビュー動画詳細	23
表 5-4	カテゴリ別動画掲載状況一覧(2022 年 2 月 28 日までの公開分)	23
表 6-1	全メディアにおける昨年度からの変化量	24
表 6-2	ユーザーのライフスタイル	27
表 6-3	アクセス曜日・時間帯(平均)	28
表 6-4	参照元サイト	29
表 6-5	検索ワード	30
表 6-6	ランディングページと直帰率	31
表 6-7	ページビュー数・滞在時間・離脱率(全体)	32
表 6-8	記事のページビュー数	33
表 6-9	インプレッション・エンゲージメント数・エンゲージメント率	34
表 6-10	各動画の視聴数	37
表 6-11	外部サイトからの流入	38
表 6-12	2021年度の主な実施事項一覧	40
表 6-13	インタビュー調査項目	41

# 1. 目的と概要

---

## 1.1 背景及び目的

地域産業を担い、実践的に活躍し、あるいは我が国の産業を牽引していく人材を各分野において養成すること、そのために職業教育を充実していくことは、今後、ますます重要になる。一方で、社会全体を通じ職業教育に対する認識が不足しており、ともすれば普通教育より職業教育が一段低く見られ、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言われ、進路指導の現場においても、本人の資質によらず、まずは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。

本事業では、これらの背景を踏まえて産学連携体制の中で、専修学校が担っている実践的な職業教育に対する理解を促進するため、各ステークホルダーを意識した情報集約・情報発信の在り方について検討・検証を行い、発信力を強化する。このことにより、職業教育への理解を促進し、職業接続も含めた幅広い視野からの進路選択を実現することを目指す。

過年度の本事業では、教員向け・中高生向け、都道府県協会向けに冊子を作成し、ウェブサイト構築した。本年度事業ではウェブサイトを継続的に運用するとともに、サイトや動画の認知を高めるため、SNS やメールマガジンを運営した。さらに、ロゴマーク作成イベントを通じた周知活動や文部科学省が保有するアカウント等と連動した広報普及活動を行った。

## 1.2 実施概要

今年度の実施概要は以下のとおりである。

### (1) ウェブサイト運用・拡充

ウェブサイト「専修学校 #知る専」の運用、記事投稿の受付、サイト改修方針の検討、実施を行った。また、ウェブサイト等の引継ぎに向けて、各種マニュアル等を作成した。

### (2) ロゴマーク作成イベントの実施

広報活動の一環として、ロゴマークコンテストを開催した。

### (3) SNS・メールマガジンの運用

各種 SNS・メールマガジンを運用し、必要な情報提供をするとともに、ウェブサイトの認知に活用した。Twitter、Instagram、YouTube とメールマガジンを運用した。

### (4) 動画の制作

高校生向けに、専修学校卒業生(知る専応援サポーター)インタビュー動画を制作、公開した。また、各専修学校に動画投稿を依頼し、内容確認の上 YouTube に掲載した。

## (5) 事業効果の測定・検証

事業の各実施事項について、効果測定・検証を行った。本年度については、ウェブサイト、SNS・メールマガジンのコンテンツ・運用について、データを取得、分析した。

また、令和 2 年度に設置した「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」の検討会議(以下、検討会議と略す)の委員や記事・動画投稿に協力いただいた学校に対してインタビュー調査を行い、次年度への示唆・提案として改善点を取りまとめた。



## 2. ウェブサイト運用・拡充

### 2.1 記事投稿の受付

本ウェブサイトは、2021年6月より全国の専修学校及び高等専修学校より記事投稿の受付を再開した。2021年2月28日までに掲載された記事は以下のとおりである。

表 2-1 2021年度記事掲載数

掲載区分	提供学校数	掲載数
学校記事	19校	38件
仕事記事	21校	33件

※提供学校には重複がある

表 2-2 2021年度公開記事一覧

【学校記事】

No.	学校名	記事名	掲載日	記事掲載URL
1	日本分析化学専門学校	興味のあることに取り組み、学生の成長を促す「卒業研究」	6月22日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-1771/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-1771/</a>
2	日本分析化学専門学校	人知れず誰かのために欠かせない技術「分析化学」	6月22日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-1770/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-1770/</a>
3	日本児童教育専門学校	日本児童教育専門学校で学ぶ在校生紹介	7月6日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2037/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2037/</a>
4	トライデント コンピュータ専門学校	在校生インタビュー	7月6日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2036/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2036/</a>
5	東京メディカル・スポーツ専門学校	学生トレーナー活動	7月13日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2153/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2153/</a>
6	東京メディカル・スポーツ専門学校	東京メディカル・スポーツ専門学校の就職支援について	7月13日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2152/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2152/</a>
7	大阪工業技術専門学校	春期企業研修（インターンシップ）在校生の報告	9月7日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2502/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2502/</a>
8	大阪工業技術専門学校	卒業制作「ダ・ヴィンチの橋」プロジェクト in 大阪万博記念公園編	7月20日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2250/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2250/</a>
9	新大阪歯科衛生士専門学校	在校生インタビュー	8月17日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2368/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2368/</a>
10	船橋情報ビジネス専門学校	船橋情報ビジネス専門学校 在校生インタビュー	8月10日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2363/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2363/</a>
11	中和医療専門学校	実技授業紹介および教員紹介 中和医療専門学校	10月5日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2670/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2670/</a>
12	新大阪歯科理工士専門学校	在校生インタビュー	10月12日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2743/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2743/</a>
13	大阪工業技術専門学校	大阪市北区中津プロジェクト編	10月19日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2782/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2782/</a>
14	ホンダテクニカルカレッジ関西	ホンダ学園 在校生インタビュー：「夢は世界一のレーシングマシンを創り上げること」	10月26日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2826/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2826/</a>
15	早稲田速記医療福祉専門学校	医療秘書科在校生インタビュー！	11月2日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2863/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2863/</a>
16	早稲田速記医療福祉専門学校	診療情報管理専攻科在校生インタビュー！	11月2日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2862/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2862/</a>
17	札幌歯科専門学校	札幌歯科専門学校 在校生インタビュー	11月9日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2821/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2821/</a>
18	早稲田速記医療福祉専門学校	診療情報管理専攻科在校生インタビュー！②	11月9日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2927/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2927/</a>
19	早稲田速記医療福祉専門学校	診療情報管理専攻科在校生インタビュー！③	11月9日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2928/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2928/</a>
20	大阪工業技術専門学校	竹中工芸館「天平の匠に挑む 古代の知恵vs現代の技術」展覧会で卒業制作作品が展示されました	11月16日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2830/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-2830/</a>
21	大阪工業技術専門学校	公務員・大学編入・大手民間試験対策講座	11月24日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3005/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3005/</a>
22	大阪リハビリテーション専門学校	大阪リハビリテーション専門学校 在校生インタビュー	11月24日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3004/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3004/</a>
23	日本児童教育専門学校	日中働きながら、夜学び保育者を目指す	11月30日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3067/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3067/</a>
24	中央工学校	公園展示作品、完成しました！！[造園デザイン科2年生]	11月30日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3068/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3068/</a>
25	東京リット&スポーツ専門学校	在校生・卒業生向けにWEBセミナーを開催	12月7日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3150/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3150/</a>
26	日本児童教育専門学校	50代で学んでみて知った保育の専門性の高さ	12月14日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3212/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3212/</a>
27	大阪リハビリテーション専門学校	大阪リハビリテーション専門学校 在校生インタビュー②	12月14日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3213/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3213/</a>
28	東京保育医療秘書専門学校	東京保育医療秘書専門学校 医療AI科在校生インタビュー	12月21日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3234/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3234/</a>
29	東京保育医療秘書専門学校	東京保育医療秘書専門学校 医療秘書科在校生インタビュー	12月21日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3235/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3235/</a>
30	中央工学校	舞台造作実習[エンターテインメント設営科1年2年]	1月25日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3352/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3352/</a>
31	東京ビューティアート専門学校	卒業生によるヘアメイクショー	1月11日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3268/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3268/</a>
32	大阪工業技術専門学校	大阪工業技術専門学校の先生紹介 ～非常勤講師 木村貞真先生～	2月15日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3431/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3431/</a>
33	大阪工業技術専門学校	産学連携プロジェクト『店舗設計課題』	2月15日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3432/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3432/</a>
34	駿台観光&外語ビジネス専門学校	TOPIK(韓国語能力試験) 上級に65名合格！	2月22日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3497/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3497/</a>
35	国際ビューティモード専門学校	ヘアメイクの夢を叶えるために国際ビューティモードへ！【在校生インタビュー】	2月28日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3532/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3532/</a>
36	国際ビューティモード専門学校	人を喜ばせることが好き！だから美容業界を選んだ【在校生インタビュー】	2月28日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3533/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3533/</a>
37	国際ビューティモード専門学校	トレンドまで学んで、メイクを仕事にしたい！【在校生インタビュー】	2月28日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3534/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3534/</a>
38	国際ビューティモード専門学校	お客様の悩みを解決できる「エステティシャン」になる！【在校生インタビュー】	2月28日	<a href="https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3535/">https://shirusen.mext.go.jp/topics/topics-3535/</a>

## 【仕事記事】

No.	学校名	記事名	掲載日	記事掲載URL
1	武蔵野高等専修学校	母校は不登校であった経験と、高等専修学校での3年間の努力を活かせる職場	6月4日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1689/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1689/</a>
2	武蔵野東高等専修学校	たくさんの経験をすからこそ成長がある。失敗することを怖がらず挑戦してみてください。	6月4日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1690/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1690/</a>
3	武蔵野東高等専修学校	母校で学んだことを、時代が変わろうと子ども達に伝えていく	6月4日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1691/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1691/</a>
4	ホスピタリティ ツーリズム専門学校	経験を重ねながら日々積み上げてゆく憧れの“ランドスタッフ像”	6月15日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1722/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1722/</a>
5	ホスピタリティ ツーリズム専門学校	お客様の期待を超えるおもてなしを提供するやりがいがある。	6月15日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1723/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1723/</a>
6	北海道医療大学歯学部附属歯科衛生士専門学校	患者さんの「さっばりした！ありがとう！」の言葉が次のやりがいにつながります。	6月15日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1724/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1724/</a>
7	日本分析化学専門学校	患者さんのために働く、医薬品の品質管理の仕事には責任感とやりがいがあります。	6月22日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1768/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1768/</a>
8	日本分析化学専門学校	「食」を豊かにする香料の製造や品質管理に、自分の能力や視点を活かしたい！	6月22日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1769/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1769/</a>
9	仙台総合ペット専門学校	ベストを尽くせる動物看護師になりたいです。	6月29日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1833/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1833/</a>
10	専門学校デジタルアーツ仙台	「将来こうなりたい」というイメージに向かって学びと仕事を続けてきました。	6月29日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1832/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-1832/</a>
11	東京メディカル・スポーツ専門学校	サッカー欧州リーグで活躍するスポーツトレーナー×鍼灸師	7月13日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2151/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2151/</a>
12	大阪工業技術専門学校	設備は人の生活に欠かせない！快適な環境づくりに貢献したいです！	7月20日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2248/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2248/</a>
13	大阪工業技術専門学校	自分のアイデアが形になる。デザインの仕事の魅力はこれに尽きます！	7月20日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2249/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2249/</a>
14	東京ベルエポック製菓調理専門学校	憧れの舞浜エリアで、憧れのシェフと働く喜び	2月15日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3438/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3438/</a>
15	専門学校日経ビジネス	沖縄から火災がなくなるその日まで！	7月27日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2274/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2274/</a>
16	新大阪歯科衛生士専門学校	多くの方を笑顔にできる魅力的な仕事です！	8月17日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2367/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2367/</a>
17	専修学校東洋医療専門学校	技術があれば世界が広がる。歯科技工士には多くの可能性とチャンスがあります。	8月3日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2328/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2328/</a>
18	新大阪歯科技工士専門学校	患者さんの歯を作る仕事「歯科技工士」	10月12日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2745/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2745/</a>
19	神戸医療福祉専門学校中央校	利用者の夢を叶えることが、私自身の夢★	9月14日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2550/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2550/</a>
20	神戸医療福祉専門学校中央校	小さな子供から100歳を超える方まで診れて、幅広く活躍できる仕事！	9月14日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2549/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2549/</a>
21	新大阪歯科技工士専門学校	国家資格と技術力を活かして、多くの人の健康を支えられる仕事「歯科技工士」	10月12日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2744/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2744/</a>
22	駿台トラベル&ホテル専門学校	時刻通りに列車が来る、「当たり前」な日々を守る	10月19日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2781/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2781/</a>
23	大阪リハビリテーション専門学校	できるカタチを見つけ、患者さまが望む生活を叶えられる作業療法士でいたい。	10月26日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2824/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2824/</a>
24	ホンダテクニカルカレッジ関西	レースの世界で仕事をし、世界一になる！	10月26日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2825/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2825/</a>
25	大阪リハビリテーション専門学校	リハビリを通して、患者さんが望むものを実現させたい！	10月19日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2780/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2780/</a>
26	駿台トラベル&ホテル専門学校	旅行は、お客様とともに作り上げていくもの	11月2日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2864/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2864/</a>
27	日本児童教育専門学校	公立保育園で20数年勤務し、現在は日本児童教育専門学校の専任講師に	11月16日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2841/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2841/</a>
28	日本児童教育専門学校	ファーストフード店責任者から保育者の道へ	11月16日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2958/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-2958/</a>
29	東京保育医療秘書専門学校	病院の中で親子の笑顔が見られる瞬間がやりがい	12月14日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3210/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3210/</a>
30	東京保育医療秘書専門学校	患者様のことを考えて行動した時の「ありがとう」がやりがいです	12月14日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3211/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3211/</a>
31	日本溶接構造専門学校	命を預かる責任の重い仕事ですが、楽しむことが大事と思って働いています	2月28日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3536/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3536/</a>
32	横浜ビューティー&ブライダル専門学校	雑誌も手掛けるヘアメイクアップアーティスト！	1月11日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3269/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3269/</a>
33	大阪工業技術専門学校	卒業後、最短で一級建築士の試験に合格！自分の名前で、資格を生かせる仕事をしたい！	2月15日	<a href="https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3434/">https://shirusen_mext.go.jp/interview/interview-3434/</a>

表 2-3 記事掲載数(累計)

掲載区分	提供学校数	掲載数
学校記事	27校	50件
仕事記事	39校	64件

※提供学校には重複がある

## 2.2 ポータルサイト等の改修方針の検討、実施

事業効果の測定・検証(6章)の結果や文部科学省との協議を踏まえ、以下の方針でウェブサイトの改修を行った。

表 2-4 ウェブサイト改修方針

対象	改修方針
専門学校関係者向け	非ユーザー(まだウェブサイトにアクセスしたことのない層)のアクセス促進
	ユーザーによるウェブサイト内容の閲覧促進
	ユーザーによる継続的アクセス促進
中高生向け	非ユーザーのアクセス促進
	ユーザーによるウェブサイト内容の閲覧促進
	ユーザーによる、各専門学校ウェブサイトや職業関連ウェブサイト等での積極的な情報収集の促進

上記方針を踏まえて実施した主な改修は以下のとおりである。なお、ウェブサイト改修以外に文部科学省を経由した周知、事務局からのメールや連絡等による周知を実施し、普及啓発に努めた。

表 2-5 ウェブサイト改修方針と改修項目

改修方針	改修項目
【専門学校関係者向け】 【中高生向け】 非ユーザーのアクセス促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部の専門学校関連ウェブサイトとの相互リンクを設定</li> <li>● メールマガジン・ID 登録のメニューをウェブサイト上のより分かりやすい場所に表示</li> </ul>
【専門学校関係者向け】 【中高生向け】 ウェブサイト内容の閲覧促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● バナーの新規追加(サポーターに関するバナー、高等専修学校に関するバナー、ロゴマークコンテストに関するバナー)・順序変更</li> <li>● ニュース一覧ページの作成</li> <li>● 「専修学校ってどんな学校？」ページの削除、「専門学校のこと知りたい」「高等専修学校のこと知りたい」ページの改修</li> <li>● 「職業実践専門課程とは？」ページの新規作成</li> <li>● 「専修学校の魅力とは？」ページに関連用語・記事・動画へのリンク追加</li> <li>● 「資料集」のコンテンツとして文部科学省通達ページへのリンクを追加</li> <li>● 「仕事記事」の上部にアンカーを設定(※スマートフォン版ウェブサイトのみ)</li> <li>● 「#知る専の歩き方」ページ(ガイドページ)の新規作成</li> <li>● メールマガジンのバックナンバーページの新規作成</li> <li>● メールマガジンのコラムページの新規作成</li> <li>● 知る専応援サポーターのインタビュー動画へのリンク追加、知る専応援サポーターの関連分野の記事・動画へのリンク追加</li> </ul>
【専門学校関係者向け】 ユーザーによる継続的アクセス促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メールマガジン・ID 登録のメニューをウェブサイト上のより分かりやすい場所に表示(※再掲)</li> </ul>
【中高生向け】 ユーザーによる、各専門学校ウェブサイトや職業関連ウェブサイト等での積極的な情報収集の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部の専門学校関連ウェブサイトとの相互リンクを設定(※再掲)</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● サイトマップの作成</li> <li>● ウェブサイトメタ情報へのキーワード追加</li> <li>● Instagram のキュレーション実装(トップページ下部の「あつまれ! #知る専」部分に、「#知る専」タグをつけて Instagram に投稿された写真が機械的に収集・表示される)</li> </ul>

## 2.3 新規知る専応援サポーターの追加

現在、知る専応援サポーターに就任いただいていない、農業、医療、デザイン等の分野の実務家について、メディア等の検索での候補者探索を実施し、知る専応援サポーター候補として抽出した。知る専応援サポーター候補については検討の上、一部候補者については打診を行った。

## 2.4 ウェブサイト引継ぎ方針の検討

ウェブサイトの運営を文部科学省に引き継ぐにあたり、以下の引継ぎ資料を整備した。操作マニュアルだけでなく、事務局として実施した業務や当該業務の実施上の留意点等も整理し、次年度以降の参考となる情報を網羅した。なお、本マニュアル類は事務的な情報を含むため公開しない。

- 管理画面操作マニュアル
- 学校アカウント画面操作マニュアル
- 学校による ID 申請から記事投稿受付、記事公開に至るまでのフロー

## 3. ロゴマーク作成イベントの実施

---

### 3.1 目的及び実施方針

以下を目的として、「#知る専」ウェブサイト上でロゴマークの募集(公募)を行い、専門学校・高等専修学校在籍学生、高等学校在籍学生からの応募作品から公式ロゴマークを選定した。

- 専修学校に在籍する学生に「#知る専」のロゴマークを作成してもらい、その作品をロゴマークとして発信することで、社会に対して専修学校の教育の質の高さを発信すること。
- 専修学校関係者が作成及び選定に関わることにより、専修学校に関わる様々な方が「#知る専」を身近な存在として感じてもらえるようなロゴマークを制作すること。

### 3.2 実施結果

#### 3.2.1 公募

公募は以下の要領で実施した。

- 公募期間:2021年7月12日から2021年9月3日17時事務局到着分まで
- 応募資格:
  - 専門学校の部:専門学校(専修学校専門課程)在籍学生
  - 高等専修学校・高等学校等の部:高等専修学校(専修学校高等課程)及び高等学校等(高等学校、中等教育学校後期課程、特別支援学校高等部)の在籍学生
- 応募方法:
  - 応募は一人一点、1グループ一点とする
  - 応募においては、所属する学校経由での応募とする

#### 3.2.2 審査方法

審査については、デザインの専門家、広報に関する専門家、全国の専修学校関係者及び高等学校関係者の参画により、複数回の審査を実施した。

いずれの審査過程においても、作品の応募者は匿名化して審査は実施した他、審査員の所属学校からの応募作品については審査対象外とすることで、審査の公平性を担保した。なお、受賞作品の決定においては、「#知る専」ウェブサイト上での意見公募を行ったほか、権利関係についての確認も実施した。

表 3-1 審査過程概要

審査過程	審査方法	審査員
一次審査	<デザインの専門家による書面審査を実施> 一作品について2名の審査員が採点を実施。合計点数の高い作品から二次審査へ進めた。	全国の専門学校でデザインに関する指導を行う専門家(10名)
二次審査	<一次審査通過作品について、書面での審査を実施> 二次審査の対象作品全点について、最終審査員が採点を実施。部門ごとに得点の高いものから最終審査へ進めた。	最終審査員(9名)
最終審査	<二次審査通過作品について、対面での審査を実施> 最終審査対象作品について、部門ごとに表彰作品を検討、受賞作品を決定した。	最終審査員(9名)

### 3.2.3 公募結果

#### (1) 応募件数

応募件数は以下のとおりであった。

表 3-2 応募件数一覧

応募総数		930件
内 訳	専門学校の部	802件
	高等専修学校・高等学校等の部	128件

#### (2) 審査結果

##### 1) 一次審査

一次審査については、以下の9校10名の審査員によりデザインの観点から書面審査を実施した。

表 3-3 一次審査協力専門学校一覧

学校名	学校所在地
学校法人美専学園 北海道芸術デザイン専門学校	北海道
学校法人片柳学園 日本工学院八王子専門学校	東京都
専門学校桑沢デザイン研究所	東京都
学校法人服部学園 御茶の水美術専門学校	東京都
学校法人岡学園 トータルデザインアカデミー	長野県
学校法人上田学園 大阪総合デザイン専門学校	大阪府
学校法人穴吹学園 穴吹デザイン専門学校	広島県
学校法人龍馬学園 国際デザイン・ビューティカレッジ	高知県
学校法人双葉学園 福岡デザイン専門学校	福岡県

## 2) 二次審査

二次審査については、最終審査の審査員と併任とし、以下の 9 名の審査員による書面審査を実施した。

表 3-4 二次審査審査員／最終審査会構成員

区分	氏名 (氏名 50 音順)	所属
審査員長	平田 眞一 氏	学校法人第一平田学園理事長／ NPO 法人全国美術デザイン教育振興会会長
特別審査員	吉岡 徳仁 氏	デザイナー／アーティスト／ 株式会社吉岡徳仁デザイン事務所代表
審査員	赤木 重文 氏	一般財団法人日本色彩研究所 理事長
審査員	大木 正臣 氏	全国高等学校進路指導協議会 統括幹事／ 千葉県立千葉工業高等学校
審査員	菊田 薫 氏	全国専修学校各種学校総連合会 参与
審査員	桜井 伸一 氏	東京都立晴海総合高等学校 キャリア・カウンセラー／商業科主任 主任教諭
審査員	谷口 優 氏	宣伝会議 出版・編集取締役兼月刊『宣伝会議』編集長／ 社会情報大学院大学准教授
審査員	三浦 勝寛 氏	株式会社リクルート リクルート進学総研 主任研究員
審査員	岡 貴子 氏	文部科学省総合教育政策局生涯学習推進課専修学校教育振興室長

## 3) 最終審査

最終審査については、表 3-4 に示した 9 名の審査員による対面形式の最終審査会を実施し、表彰作品の選定を行った。

- 最終審査会日時:2021 年 9 月 30 日 13 時～16 時
- 開催場所:株式会社三菱総合研究所4階大会議室

## 4) 審査結果と受賞作品

一次審査から最終審査までの審査過程と通過件数は以下のとおりである。

表 3-5 審査結果一覧

区分	応募件数	一次審査 対象件数	二次審査 対象件数	最終審査 対象件数
専門学校の一部	802 件	802 件	161 件	64 件
高等専修学校・ 高等学校等の部	128 件	128 件	42 件	23 件

受賞作品は最終審査会で以下のとおり選定を行い、最終審査の対象作品の中から受賞作品を決定した。最終的に全応募作品の中から 10 点が受賞作品となった。

表 3-6 表彰一覧

表彰区分	受賞点数
大賞	1 点
専門学校等の部	6 点
高等専修学校・高等学校等の部	3 点

### (3) 表彰

#### 1) 「#知る専」ウェブサイトへの掲載

受賞作品 10 点については、「#知る専」ウェブサイト上への作品掲載を行った。ウェブサイトには以下を掲載した。

- 本人氏名／所属
- 作品
- 受賞者本人のデザインコンセプト
- 最終審査会の講評






## 「#知る専」ログマークの受賞作品

2021年7月12日～9月3日に実施した「#知る専」ログマークのコンテストにおいて、全国の専門学校、高等専修学校、高校の生徒のみなさんから930点の作品の応募をいただきました。厳正な審査の結果、以下の作品が受賞作品として選出されましたので、発表いたします。

### 文部科学大臣賞（最優秀賞）（1点）



**宗像 杏（むなかた あん）さん**  
仙台デザイン専門学校 グラフィックデザイン学科

**作成者のデザインコンセプト**

「知」の文字をデザイン化したもの。「知」の口の部分を電球にし、知る専で学校情報が得られることを表現。電球の顔は学生を表している。カラーはサイト内のカラーを参考に配色。全体的に丸く制作し、やわらかい印象づけをした。

**審査員の講評**

ウェブサイトの「知る」に着目して、「知」の漢字をデザイン化している点に評価が集まりました。特に「口」の部分を電球で表現しつつ表情をつけることでサイトの機能をわかりやすく伝えていると共に、親しみやすさを感じるデザインとなっています。

文部科学大臣賞（最優秀賞）受賞作品は、「#知る専」ログマーク・Twitter等プロフィール画像として使用するとともに、作成者の宗像杏（むなかたあん）さんには、表彰状・副賞（文部科学省での授賞式・ツアー等を実施）が授与されます。

### 優秀賞（9点）

<高等学校・高等専修学校部門>

図 3-1 大賞作品ウェブサイト掲載イメージ

優秀賞 (9点)

<高等学校・高等専修学校部門>  
(五十音順)

 <p><b>狩谷 郁穂 (かりや いくほ) さん</b> 川崎市立川崎総合科学高等学校 デザイン科</p> <p><b>作成者のデザインコンセプト</b> 「#知る専」のコンセプトである「物事を知る」ということと、ハッシュタグの目的である「発見する」ことを、望遠鏡にみたてて製作しました。</p> <p><b>審査員の講評</b> 「#知る専」のロゴマークとして、双眼鏡から着想を得てデザインした点が素晴らしいです。目やクオテーションマークを同時に用いることで独自性とインパクトを同時に表現できている作品です。</p>	 <p><b>栗原 眞輝 (くりはら しいな) さん</b> 芸術工芸高等専修学校 デザイン科</p> <p><b>作成者のデザインコンセプト</b> 私は知るという点に着目し、まだ知らないことをクエスションマーク、知ろうとする形を虫眼鏡として2つを組み合わせたデザインを取り入れてロゴの制作をしました。また、実際にサイト等を閲覧し、ポイントとして多く使われていたアクアミントのような色をロゴにも使用したり、派手にするのではなく、シンプルなデザインにすることで統一性を上手く出せるようにするといった工夫をしました。</p> <p><b>審査員の講評</b> シンプルかつ分かりやすいデザインに評価が集まりました。</p>	 <p><b>西川 由紗 (にしかわ ゆずす) さん</b> 市立札幌開成中等教育学校 コスモサイエンス科</p> <p><b>作成者のデザインコンセプト</b> 専修学校#知る専のロゴマークであるため、「専」をモチーフにしたロゴマークを作成しました。色は文部科学省のロゴと同じ色にし、専用サイトに使用した時に統一感が出るようにすると同時に、文部科学省のキャンペーンであることが色からもわかるようにしました。全体の形が円形なのは終わらぬ学びを表しています。また、円を十字で分けた4つの範囲のうち、1つが濃い青になっているのは「専門的で深い学び」を表しています。</p> <p><b>審査員の講評</b> 専修学校の「専」の字に着目した、独自性のあるデザインです。ロゴマークとしての活用を考えた際に使いやすいデザインとなっている点に評価が集まりました。</p>
---	---	--

図 3-2 高等学校・高等専修学校部門受賞作品ウェブサイト掲載イメージ

<専門学校部門>  
(五十音順)



**上田 爽 (うえだ そう) さん**  
穴吹ビジネス専門学校 マンガ・イラスト学科

**作成者のデザインコンセプト**  
知る専の「知」の文字を簡略化し、その一部を虫眼鏡と！マークにすることで、「発見」「理解」を分かりやすく視覚化させた。また、ユニバーサルデザインを意識して、太めの線(縮小しても判別できる)や知る専サイトのイメージ色である水色一色のみ(一色なので色覚障がい者にとっても判別しやすい)を使うよう配慮した。


**審査員の講評**  
「知る」をシンプルに活用している点が、本サイトのロゴとしてはわかりやすいとの声が多くありました。一色かつ太い線ですっきりと表現した点にも評価が集まりました。



**角酒 瑚運 (かどはま こはる) さん**  
仙台デザイン専門学校 グラフィックデザイン学科

**作成者のデザインコンセプト**  
真ん中の黄色としたにある3つの線は、ひらめきなどを意味する電球をイメージしており、上の5本の線と周りのカラフルさで光っていることを表しています。図の真ん中にある「S」という字は専修学校のイニシャルや学ぶを意味するStudyのS、輝かしい、素晴らしいを意味するSplendidのSなどの意味が込められています。カラフルで明るい色を使用して、楽しい印象になるよう意識しました。

**審査員の講評**  
かわいらしいデザインとの声が多くあったデザインです。電球との組み合わせにより明るく視認性の高いロゴとなっています。



**日向野 凛香 (ひがの りんか) さん**  
新潟デザイン専門学校 グラフィックデザイン科

**作成者のデザインコンセプト**  
知ることによって無限の可能性と、いろいろな選択肢があるように感じるので、虹をモチーフにしたデザインを考えました。

**審査員の講評**  
虹を用いた点が進路選択における未来を感じさせるデザインとして高い評価を得ました。前向きなイメージを感じるデザインです。



**藤本 麗乃 (ふじもと りの) さん**  
穴吹デザイン専門学校 CG・ゲーム学科

**作成者のデザインコンセプト**  
知るということは、閃くということ。#知る専を使う方に関心を感じてもらえるようなデザインにしてみました。

**審査員の講評**  
いわゆる「指バッチン」がモチーフですが、専修学校や未来の進路を「見つけた」感じが伝わるデザインを評価する声が多くありました。シンプルですが、当サイトの目指す姿を端的に示すデザインです。



**向上 愛海 (むかうえ あみ) さん**  
穴吹デザインカレッジ グラフィックデザイン学科

**作成者のデザインコンセプト**  
まずSNS等で中高生に認知してもらい進路検討に繋げるということから専修学校と中高生との繋がりを意識しました。そのため専修学校、知る専の頭文字Sを利用して繋がりをイメージしてデザインしました。カラーは個性を大事にするということで3色で構成しました。

**審査員の講評**  
ロゴマークとしてシンプルに完成されている点を評価する声が多くありました。ユニバーサルデザインを意識した配色も評価のポイントとなりました。



**村上 青空 (むらかみ そら) さん**  
大阪情報ITクリエイター専門学校 メディア情報学科

**作成者のデザインコンセプト**  
知る専の「S」を人生の進む「道」として表現しました。学校でも卒業してからも学びの道はどこまでも続き、その学ぶ過程で様々な知識との大切な出会いや体験、人との交流によって得られる気づきや発見を表現しました。ピンクと黄色のカーブも知る専の「S」に見えるようにしています。

**審査員の講評**  
作成者のデザインコンセプトを端的に示したデザインに高い評価が集まりました。未来につながる道を「S」を用いて表現している点が素晴らしいです。

作成者のみなさんには、表彰状・副賞（文部科学省での授賞式・ツアー等を実施）が授与されます。

図 3-3 専門学校部門受賞作品ウェブサイト掲載イメージ

## 2) 表彰

2021年11月17日に本コンテストの受賞者に対して文部科学省による表彰式を行い、文部科学大臣による表彰状を授与した。

同日には、受賞者への副賞として、文部科学省見学ツアーと特別審査員吉岡徳仁氏と受賞者による座談会を開催した。

## 3) 大賞作品のロゴマーク採用

大賞を受賞した作品については、公式ロゴマークとしての採用に向けた微調整を実施の上、2021年12月6日に公式ロゴマークとして公表を行った。

専修学校の「いま」を知る あなたの「未来」がここにある  
知専 専修学校 #知る専 文部科学省

資料一覧 メルマガ登録  
文部科学省専修学校教育ページ 専修学校関係者向け！

専修学校って何？ こんな学び！こんな学校！ 卒業生のキャリア #知る専って何？

TOP > 「#知る専」ロゴマークコンテスト 公式ロゴマークが完成しました

### #知る専 公式ロゴマークが完成しました

2021年7月から9月にかけて全国から募集した「#知る専」ロゴマークコンテストですが、文部科学大臣賞（最優秀賞）の作品（仙台デザイン専門学校 宗像 吉さん作成）が「#知る専」のウェブサイトや公式Twitterのアイコンとして正式に掲載されました。

#### 公式ロゴマークについて

応募時点のロゴマークについてユニバーサルデザインの観点から配色について微調整を行い、カラー版とモノクロ版を作成しました。

(カラー版) (モノクロ版)

#### ウェブサイトタイトルロゴについて

「#知る専」のウェブサイトタイトルロゴは、ロゴマークを加えて新たなものになりました。

専修学校の「いま」を知る あなたの「未来」がここにある  
知専 専修学校 #知る専

#### ロゴマークの利用について

上記ロゴマーク及びサイトロゴについては、利用を「#知る専」プロジェクトに限らせて頂きます。  
利用をご希望の方は、下記よりメールでお問合せください。  
お問い合わせフォーム | 専修学校 #知る専 (mext.go.jp)

図 3-4 公式ロゴマーク告知ページ(「#知る専」)

## 4. SNS・メールマガジンの運用

### 4.1 目的及び実施方針

Twitter や Instagram といった、中高生が利用している SNS を活用して、専修学校に対する「認知」の促進、「興味」の喚起を目的とした。また、SNS での情報により専修学校を認知及び興味喚起するだけでなく、それをさらに「検討」、つまり専修学校を進路選択の俎上に載せた進路選択につなげるため、ウェブサイトや YouTube への誘導を行った。

認知～興味～検討の各段階に応じた情報発信方法及び各媒体間の接続方法を下図に示す。

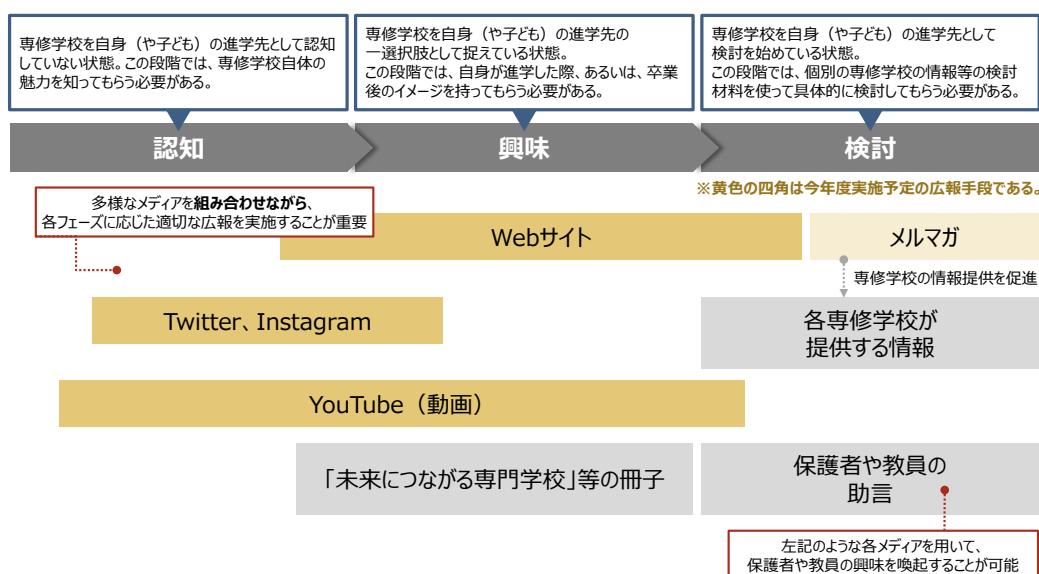


図 4-1 認知～興味～検討のフローに沿った情報発信手段

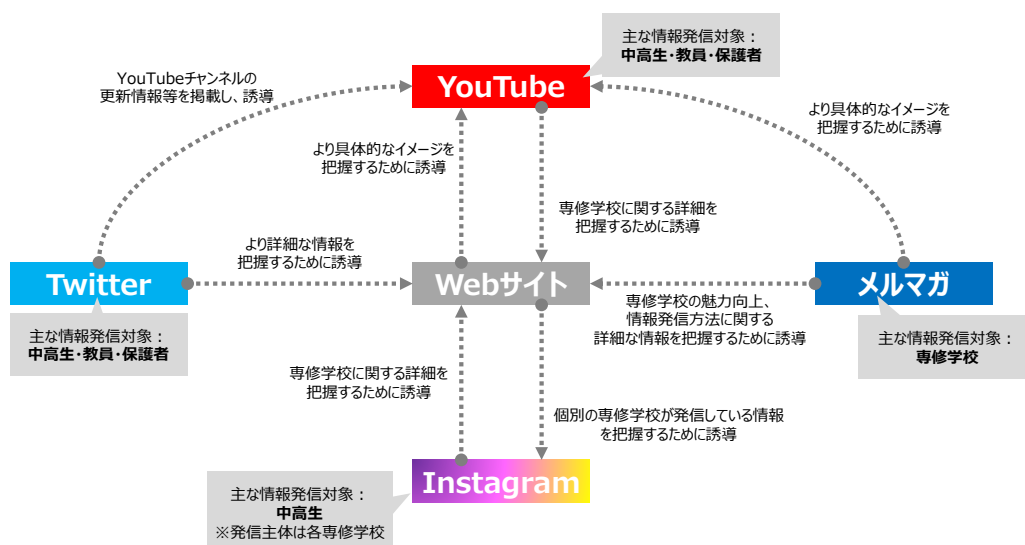


図 4-2 各情報発信媒体の接続方法

## (1) Twitter

専修学校卒業生の活躍している姿や、特設ポータルサイト「専修学校 #知る専」の更新情報発信することで、専修学校に進学することにより就くことのできる様々な職業を示し、職業教育機関としての専修学校の魅力を発信することを目的とした。

## (2) Instagram

専修学校や専修学校に在籍している生徒のありのままの姿を発信することで、情報発信対象である中高生に、専修学校での生活をイメージしてもらうこと、さらに、専修学校に進学することに対する興味や憧れを喚起することを目的とした。

## (3) メールマガジン

進路を「検討」する段階では、各専修学校からの情報発信も中高生にとっては重要という点が過年度調査から明らかになっている<sup>1</sup>。そこで、専修学校を対象として、情報発信の重要性や具体的方法、それらを認識・理解できるセミナーの情報、文部科学種が行っている情報発信の共有を行うことで、専修学校から効果的な情報発信が行われることを目的とした。

## 4.2 実施結果

### (1) Twitter

平日に主に卒業生が活躍している姿を紹介する記事を一日一回程度、定期的に発信した。また、ロゴマークコンテストと連携し、公募に関する情報提供を行った。

### (2) Instagram

各専修学校の魅力や、生徒の成果物等を、各学校・生徒のアカウントでハッシュタグ「#知る専」をつけて投稿してもらい、専修学校が自ら情報を発信するムーブメントの創出を狙った。投稿された画像はウェブサイト「専修学校 #知る専」上でキュレーションを実施した。2022年2月25日時点で、約16,000件の投稿があった。

---

<sup>1</sup> 平成30年度 文部科学省「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(三菱総合研究所(受託者))  
([https://www.mext.go.jp/content/20200120-syogai\\_01-100003263\\_1.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20200120-syogai_01-100003263_1.pdf))

### (3) メールマガジン

メールマガジンは2021年5月～2月に計19回配信し、それぞれの配信日、配信内容は下記のとおりである。

表 4-1 メールマガジン一覧<sup>2</sup>

回	配信日	配信内容
第3回	2021年 5月21日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リレーコラム[植上 一希(福岡大学人文学部 教授)]</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専門学校における「職業教育のマネジメント」について知る]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【予告】記事・動画ご提供のお願い</li> </ul>
第4回	2021年 6月7日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 本日の事業成果紹介[各校における「専修学校版デュアル教育」の進め方(分野別)]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【予告】記事・動画ご提供のお願い</li> </ul>
第5回	2021年 6月21日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リレーコラム[谷口 優(株式会社宣伝会議 出版担当・取締役 社会情報大学院大学 准教授)]</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校における先端技術の利活用とは?]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【予告】記事・動画ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第6回	2021年 7月5日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リレーコラム[山口容子(学校法人文化学園文化服装学院ファッション流通専門課程教授)]</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校におけるリカレント教育の進め方]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 記事・動画ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第7回	2021年 7月19日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[三浦 勝寛(株式会社リクルート リクルート進学総研 主任研究員)]</li> <li>● 【募集開始!!】「#知る専」ロゴマーク募集開始のお知らせ</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校における先端技術の利活用事例]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 記事・動画ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第8回	2021年 8月2日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[菅野 国弘(全国専修学校各種学校総連合会 事務局長)]</li> <li>● 【9月3日応募〆切】「#知る専」ロゴマーク募集のお知らせ</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校におけるリカレント教育の実施事例 その1]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>

<sup>2</sup> 第1回・第2回は昨年度事業期間に配信(第1回:2021年3月9日、第2回:2021年3月15日)。

回	配信日	配信内容
第9回	2021年 8月17日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[前鼻 英蔵(学校法人西野学園 理事長)]</li> <li>● 【9月3日応募〆切】「#知る専」ロゴマーク募集のお知らせ</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校における留学生への教育の在り方とは]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第10回	2021年 8月30日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[多田 緑(東京都産業教育振興会 事務局長(東京都教育庁都立学校教育部計画担当))]</li> <li>● 【9月3日応募〆切】「#知る専」ロゴマーク募集のお知らせ</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校における「職業体感型教育」とは]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第11回	2021年 9月13日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[岡村 慎一(学校法人 YIC 学院 学校法人京都中央学院 理事 統括本部長)]</li> <li>● 【9月3日応募〆切】「#知る専」ロゴマーク募集を終了しました</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校留学生の受入れ体制整備]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第12回	2021年 9月27日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[佐久間 一浩(全国中小企業団体中央会 事務局次長・労働政策部長)]</li> <li>● 【NEW！】Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校におけるリカレント教育の実施事例 その2]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第13回	2021年 10月11日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[関口 正雄(学校法人滋慶学園 東京メディカルスポーツ専門学校 学校長)]</li> <li>● #知る専応援サポーターのインタビュー動画が追加されました！</li> <li>● ロゴマークコンテストの最終候補作品が決まりました！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[産学官連携の人材育成に向けて]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第14回	2021年 10月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[飯塚 正成(一般社団法人全国専門学校情報教育協会 事務局長)]</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[Society5.0 等に向けたカリキュラム開発]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>



回	配信日	配信内容
第15回	2021年 11月8日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[田中 幹人(学校法人大和学園 副理事長(京都調理師専門学校校長、京都製菓製パン技術専門学校校長、京都ホテル観光ブライダル専門学校校長))]</li> <li>● ロゴマークコンテストの受賞作品が決まりました！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[地域課題を解決する人材の育成に向けたカリキュラム開発]</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第16回	2021年 11月22日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[白井 雅哲(学校法人小山学園 専門学校東京テクニカルカレッジ 校長)]</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[学びのセーフティネットとしての高等専修学校]</li> <li>● 【予告】動画投稿受付(第2回)について</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第17回	2021年 12月7日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[福本 剛史(全国高等学校進路指導協議会 事務局長)]</li> <li>● 「専修学校 #知る専」公式ロゴマークが完成しました！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[専修学校における教職員の資質能力の向上]</li> <li>● 動画投稿受付(第2回)について</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第18回	2021年 12月21日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[岡 貴子(文部科学省 総合教育政策局 専修学校教育振興室長)]</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 本日の事業成果紹介[職業実践専門課程の充実]</li> <li>● 動画投稿受付(第2回)について</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● 【随時募集中！】記事ご提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第19回	2022年 1月11日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[伊藤 秀樹(東京学芸大学 教育学部 准教授)]</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 【締切まであとわずか！】記事ご提供のお願い</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 【募集終了しました】動画投稿受付(第2回)について</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第20回	2022年 1月24日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[安田 実(学校法人森ノ宮医療学園 常務理事、森ノ宮医療大学 特任教授)]</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」今回のおすすめページ！</li> <li>● 【公開開始しました】動画投稿(第2回)について</li> <li>● 【締切まであとわずか！】記事ご提供のお願い</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>

回	配信日	配信内容
第 21 回	2022 年 2 月 7 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[佐藤 昭宏(ベネッセ教育総合研究所 主任研究員)]</li> <li>● 【随時公開中!】動画投稿(第 2 回)について</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● 専修学校教職員向けセミナー・イベント等の情報提供のお願い</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> </ul>
第 22 回	2022 年 2 月 21 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専リレーコラム[向山 理(東京商工会議所 人材・能力開発部 人材支援センター所長)]</li> <li>● 【随時公開中!】動画投稿(第 2 回)について</li> <li>● 文部科学省からのお知らせ</li> <li>● オンラインセミナー「職業教育の質向上に向けた取組 ―先進事例から学ぶ『職業教育のマネジメント』―」のお知らせ</li> <li>● Web ページ「専修学校 #知る専」更新のお知らせ</li> <li>● #知る専事務局よりご挨拶</li> </ul>

## 5. 動画の制作

---

### 5.1 目的及び実施方針

専修学校の魅力を伝える動画を制作して YouTube で公開するとともに、ウェブサイトや SNS 等を活用して広く発信することで、以下を企図した。

- 【認知】専修学校を認知していない層に対し、専修学校や職業教育について「認知」してもらう。
- 【興味】専修学校や職業教育について認知はしているが、自身(あるいは子、生徒)の進学先として興味のない層に対して「興味」を喚起する。
- 【検討】専修学校について興味のある層に対して、幅広い職業や専修学校の分野を提示することで、進路の「検討」を促進する。

#### (1) 知る専応援サポーター動画

認知促進、興味喚起を目的として、知る専応援サポーターに就任されている専修学校卒業者を対象としたインタビュー動画を制作した。

#### (2) 学校からの投稿動画

進路検討促進のため、専修学校に提供を依頼した。提供を依頼したテーマは下記の 8 テーマである。YouTube に掲載する際は、カテゴリごとにコンテンツをまとめ、ユーザーの利便性を向上させるようにした。なお、各専修学校からの動画を提供いただく際は、文部科学省と協議の上、特定の学校の広報にならないような動画を選定するよう留意した。

- 卒業生インタビュー
- 在学生インタビュー
- コロナ禍での教育の工夫
- 卒業制作の紹介
- コロナ禍での教育
- 特色ある教育内容・カリキュラム
- 専修学校生活の紹介
- 職業実践専門課程の魅力の紹介

### 5.2 実施結果

#### (1) 知る専応援サポーター動画

「知る専応援サポーター」に就任の 3 名を対象として、動画を制作した。それぞれの動画のタイトル、インタビュー対象者の氏名・経歴、インタビュー構成は表 5-1～表 5-3 のとおりである。

表 5-1 井櫛 彩氏のインタビュー動画詳細

動画タイトル	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター 井櫛 彩さん～
インタビュー対象者名	井櫛 彩(いがし あや)
経歴	映画監督。 東放学園映画専門学校在学時に制作した「溶ける」が国内各種映画祭で受賞し、第 70 回カンヌ国際映画祭シネフォウンダシオン部門正式出品。 初長編『真っ赤な星』で劇場デビュー。他監督作に、オムニバス映画「21世紀の女の子」(19)、ドラマ『荒ぶる季節の乙女どもよ。』(20)、マカロニえんぴつ『恋人ごっこ』MV など。2021 年 3 月より最新映画『NO CALL NO LIFE』が公開。
インタビュー構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自己紹介</li> <li>● 映画に興味をもったきっかけ</li> <li>● 専門学校を選んだ理由～</li> <li>● 専門学校の思い出や、専門学校の魅力について</li> <li>● 専門学校の魅力</li> <li>● 授業内容は</li> <li>● 卒業制作映画「溶ける」の思い出</li> <li>● 仕事をしていて専門学校時代の経験が活かされていること</li> <li>● 仕事のやりがい、苦労</li> <li>● 今後やりたいこと</li> <li>● ラストメッセージ ～この動画を視聴している皆さんへ～</li> </ul>

表 5-2 落合 宏理氏のインタビュー動画詳細

動画タイトル	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター 落合 宏理さん～
インタビュー対象者名	落合 宏理(おちあい ひろみち)
経歴	FACETASM(ファセッタズム)創業者、デザイナー。 文化服装学院を卒業後、テキスタイル会社ギルドワークにて 8 年間勤務。 2007 年に自身のブランドであるファセッタズム(FACETASM)を設立。 2013 年、第 31 回毎日ファッション大賞にて新人賞を受賞。2016 年、リオオリンピック閉会式「フラッグハンドオーバーセレモニー」の衣装製作を担当、第 3 回 LVMH Young Fashion Designer Prize にて日本人で初のファイナリストに選出、第 34 回 毎日ファッション大賞にて「大賞」を受賞。
インタビュー構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自己紹介</li> <li>● 「服飾デザインに興味をもったきっかけ、服飾デザインの専門学校に入った決め手は？」</li> <li>● 当時の学校の雰囲気</li> <li>● 専門学校の先生について</li> <li>● 専門学校時代での思い出深い授業</li> <li>● 専門学校に行ってよかったと思うこと</li> <li>● 専門学校の魅力とは</li> <li>● 卒業後の仕事について</li> <li>● 学校を卒業してからの初めての仕事について</li> <li>● 職場での専門学校生との繋がり</li> <li>● 独立したきっかけ</li> <li>● 独立して苦労したこと?</li> <li>● 仕事のやりがい</li> <li>● コレクションの魅力</li> <li>● 自分の中で大切にしていること(ファッションデザイナーとして)</li> <li>● ラストメッセージ～この動画を視聴している皆さんへ～</li> </ul>

表 5-3 高山 龍浩氏のインタビュー動画詳細

動画タイトル	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター 高山 龍浩さん～
インタビュー対象者名	高山 龍浩(たかやま たつひろ)
経歴	フランス料理店 ad hoc(アドック)オーナーシェフ。 辻調理師専門学校フランス校卒業後、フランス料理店「カランドリエ」(本町)、 リッツカールトン大阪メインダイニング「ラベ」(梅田)などを経て、2002年26 歳で「トゥールモンド」(肥後橋)をオープンする。2010年ミシュラン一つ星を 獲得。 2014年「トゥールモンド」をクローズし、同年店名を一新し「ad hoc アドック」 (中之島)として移転オープンする。2016年ミシュラン一つ星を獲得。 2019年G-20大阪サミットでの首脳夕食会ではカクテルフードを担当する。
インタビュー構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自己紹介</li> <li>● 調理師の専門学校に行きたいと思ったきっかけ</li> <li>● 専門学校に入って</li> <li>● 授業内容</li> <li>● まわりの学生たちの様子</li> <li>● 専門学校の先生について</li> <li>● フランス校について</li> <li>● 卒業後の仕事について(他店での修業、オーナーシェフとして独立)</li> <li>● 専門学校時代の経験で仕事に活かされていること</li> <li>● オーナーシェフとして独立した理由</li> <li>● オーナーシェフとしての苦労</li> <li>● 仕事のやりがいについて</li> <li>● オーナーシェフとしてのこだわりと今後について</li> <li>● ラストメッセージ～この動画を視聴している皆さんへ～</li> </ul>

## (2) 学校からの投稿動画

2021年7月及び12月に、全国の専修学校及び高等専修学校より動画の提供を募った。YouTubeに掲載する際は、カテゴリごとにコンテンツをまとめ、ユーザーの利便性を向上させるようにした。動画のテーマ別掲載数は以下のとおりである。(ただし一つの動画につき複数のカテゴリを持たせているため、今年度公開した動画は63点であるが表中の掲載数は公開した動画数より多くなる。)

表 5-4 カテゴリ別動画掲載状況一覧(2022年2月28日までの公開分)

掲載区分	掲載数
卒業生インタビュー	19本
在学生インタビュー	17本
専修学校生による卒業制作	2本
専修学校生活	18本
特色ある教育内容・カリキュラム	28本
コロナ禍での教育の工夫	2本
【新規設置】専修学校生制作動画	10本
【新規設置】職業実践専門課程における学習	3本

## 6. 事業効果の測定・検証

### 6.1 効果測定

#知る専事業の効果を測定・検証するため、ウェブサイト、記事・動画、Instagram、YouTube、メールマガジンについて、投稿数や閲覧数等の指標を計測した。

以下では、全メディアにおける昨年度からの変化量を確認したのち、メディアごとの指標を個別に確認する。

#### 6.1.1 昨年度からの変化量

全メディアにおける昨年度からの変化量は以下のとおりである。

表 6-1 全メディアにおける昨年度からの変化量

項目		2021/3/15 <sup>3</sup> 時点	2022/2/20 時点	変化量	変化率 <sup>4</sup>
サイト	ユーザー数	3,333	27,745	+24,412	732%
	ページビュー数	15,157	124,769	+109,612	723%
記事	件数	43	114 (2022/2/28 時点)	+71	165%
	掲載学校数	23	66 (2022/2/28 時点)	+43	187%
動画	件数	59	122 (2022/2/22 時点)	+63	107%
	掲載学校数	32	52 (2022/2/22 時点)	+20	63%
Instagram	投稿数	155 (2021/3/11 時点)	16,000 <sup>5</sup> (2022/2/21 時点)	+約 15,800	10,223%
YouTube	登録者数	38	125	+87	229%
	視聴数(総数)	2,269	28,717	+26448	1,166%
メールマガジン	登録者数	106	388 (2022/2/21 時点)	+282	266%

<sup>3</sup> サイト立ち上げ当初(2021年3月8日オープン、3月15日初年度事業終了)時点。

<sup>4</sup> 「(2022/2/20 時点の数値-2021/3/15 時点の数値)÷2021/3/15 時点の数値」にて算出。

<sup>5</sup> Instagram 公式サイトで確認できる投稿数は、1万件以上は1000件単位となる。

## 6.1.2 #知る専 ウェブサイト

### (1) 2021年度におけるページビュー数推移

ページビュー数は、「#知る専」ウェブサイトオープン時、ロゴマークコンテスト実施時に大きく増加している。

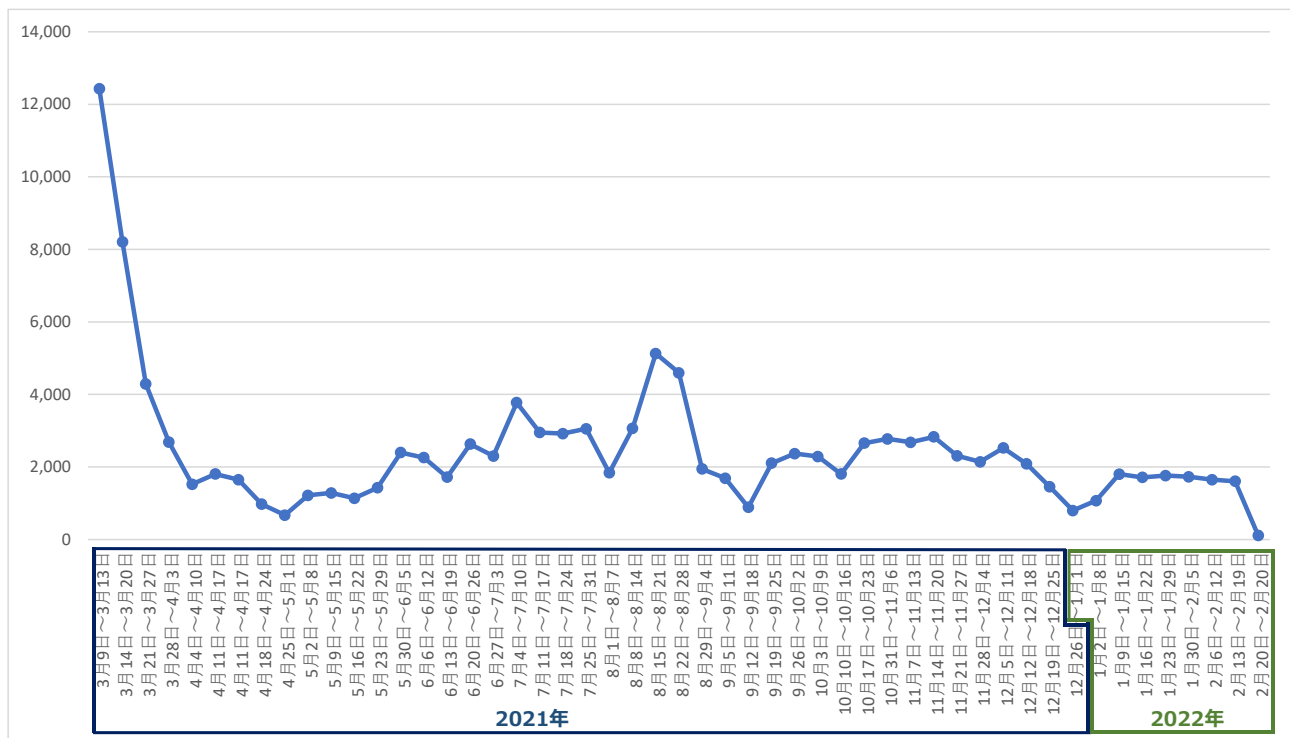


図 6-1 ページビュー数推移(週単位)<sup>6</sup>

<sup>6</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

「ページビュー数」とは、サイト内でページが閲覧された回数。ブラウザの「戻る」ボタンをクリックし再度同じページを表示した場合や、ページの再読み込みを行った場合も、1回としてカウントされる。( (出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.458)

## (2) ユーザー情報

ユーザーの年齢は、25～34歳(28.2%)、18～24歳(27.1%)の順に多い。性別は、女性(50.6%)が男性(49.4%)よりやや多い。ライフスタイル別のセッション数は、「エコ生活愛好者」「映画愛好家」「音楽愛好家」の順に多い。

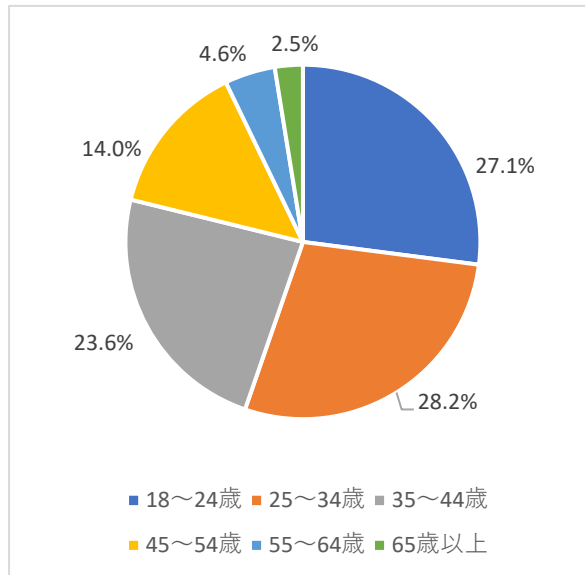


図 6-2 ユーザーの年齢<sup>7</sup>

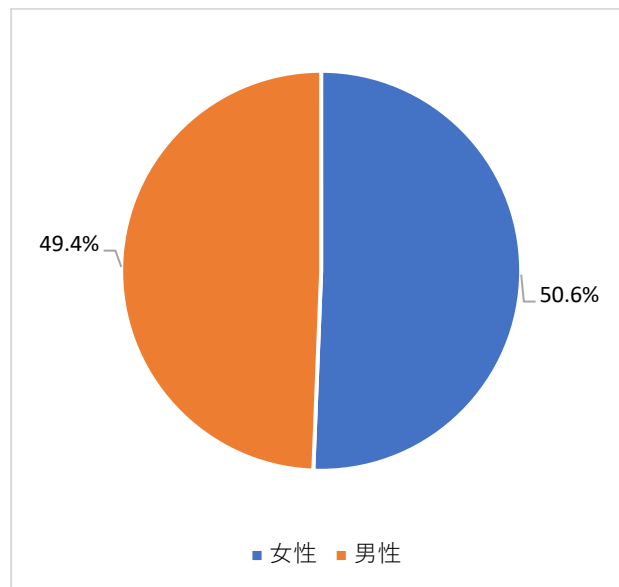


図 6-3 ユーザーの性別<sup>8</sup>

<sup>7</sup> データ取得期間は 2021/7/26～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

<sup>8</sup> データ取得期間は 2021/7/26～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。



表 6-2 ユーザーのライフスタイル<sup>9</sup>

アフィニティ カテゴリ	セッション数
ライフスタイルと趣味/エコ生活愛好者	6,139
メディアとエンタメ/映画愛好家	5,910
メディアとエンタメ/音楽愛好家	5,084
技術/新技術好き	4,791
ライフスタイルと趣味/アマチュア写真家	4,520
ライフスタイルと趣味/ファッション愛好家	4,417
買い物好き/高価な買い物	4,330
美容と健康 /美容の達人	4,314
買い物好き/価格重視	4,307
美容と健康 / 頻繁にサロンを訪問	4,249

### (3) 使用デバイス

使用デバイスは、パソコン(63.7%)、モバイル(34.8%)となっている。

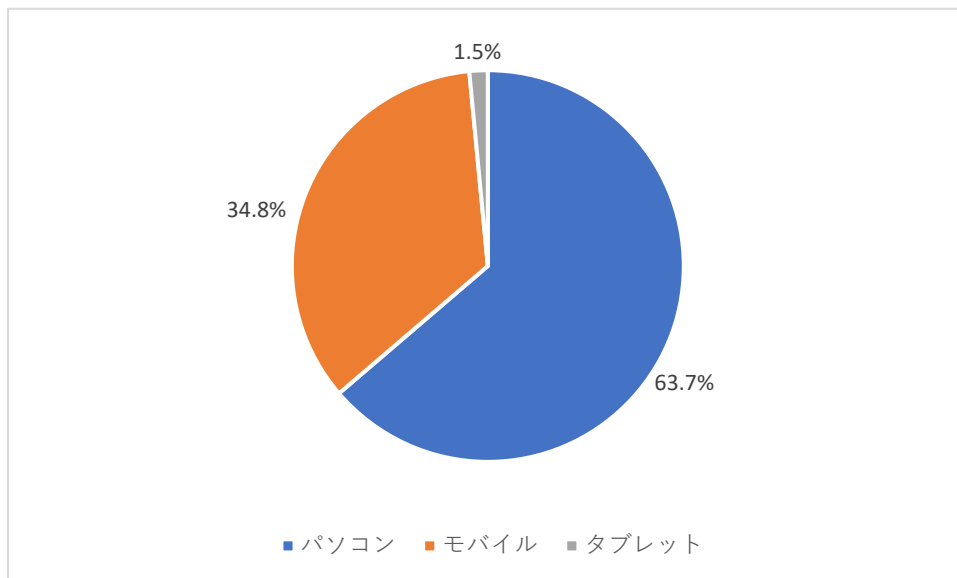


図 6-4 使用デバイス<sup>10</sup>

<sup>9</sup> データ取得期間は 2021/7/26～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

「アフィニティカテゴリ」とは、「ライフスタイルによる“大分類”」。(出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.46)

アフィニティカテゴリの英訳は、上記文献で紹介されているこちらのサイトを参照している(株式会社クリエイターズネクスト(2017)『【2017年最新版】Google Analytics で使われるインタレストカテゴリと日本語訳一覧』(2021年8月4日閲覧) <https://kobit.in/archives/9695>)

「セッション」はページ別の訪問数。ただし、「ページ A→ページ B→ページ A」のようにサイト内を移動した場合は1とカウントされる。(出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.458)

<sup>10</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

#### (4) アクセス曜日・時間帯(平均)

アクセス曜日・時間帯(平均)を見ると、月曜～金曜の 9 時～17 時頃のアクセスが多い。特に火曜日にアクセスが多いのは、隔週月曜の夕方～夜にかけてメールマガジンを配信していたことが一因ではないかと推測される。

表 6-3 アクセス曜日・時間帯(平均)<sup>11</sup>

時間帯	日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日
00	1.8	1.8	1.9	2.4	2.3	2.3	2.5
01	1.2	1.0	1.2	1.2	1.4	1.1	1.4
02	0.9	0.9	0.7	0.8	1.0	1.0	0.9
03	0.6	0.5	0.4	0.7	0.5	0.6	0.5
04	0.6	0.3	0.8	0.6	0.5	0.7	0.5
05	0.5	0.6	0.9	1.1	0.8	0.9	0.8
06	0.5	1.0	1.3	1.5	1.2	1.1	1.2
07	1.1	2.2	3.4	3.2	2.5	3.1	2.2
08	2.1	6.2	7.2	7.9	6.9	6.4	3.0
09	2.6	9.9	13.8	13.3	8.6	8.6	3.2
10	2.0	9.4	12.7	12.2	10.6	11.4	3.3
11	2.4	11.3	13.9	12.4	12.1	11.0	3.6
12	2.5	8.4	10.1	9.6	9.3	8.9	3.6
13	2.3	11.9	13.0	12.2	10.7	11.3	3.3
14	2.7	11.0	12.9	12.1	13.1	13.2	3.5
15	2.8	10.7	13.2	12.0	11.2	11.0	3.4
16	3.1	11.2	12.2	11.8	9.9	10.8	3.4
17	2.9	9.5	11.2	9.8	9.1	8.9	3.6
18	2.7	7.4	8.1	6.5	6.2	5.7	2.7
19	2.4	6.0	6.9	4.1	4.9	5.0	2.6
20	2.9	4.9	5.3	4.3	4.5	4.9	2.8
21	2.8	5.2	4.9	4.7	4.9	5.5	3.6
22	2.7	4.2	4.6	4.2	4.1	4.4	2.3
23	2.6	3.3	3.4	3.2	3.4	3.7	2.5

※アクセス数の多い曜日・時間帯に色付け。色が濃いほどアクセス数が多いことを示す。

<sup>11</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。  
日・火・水・木・金・土が 50 日間、月が 49 日間であったため、各曜日・時間帯の合計アクセス数をそれぞれの日数で割った平均値を用いている。

## (5) アクセス経路

アクセス経路は、自然検索(42.7%)とノーリファラー(39.9%)が多く、この2つの流入経路が大多数を占める。

他サイトからの流入における参照元サイトは、Twitter(3.2%)、Facebook(1.4%)の順に多い。

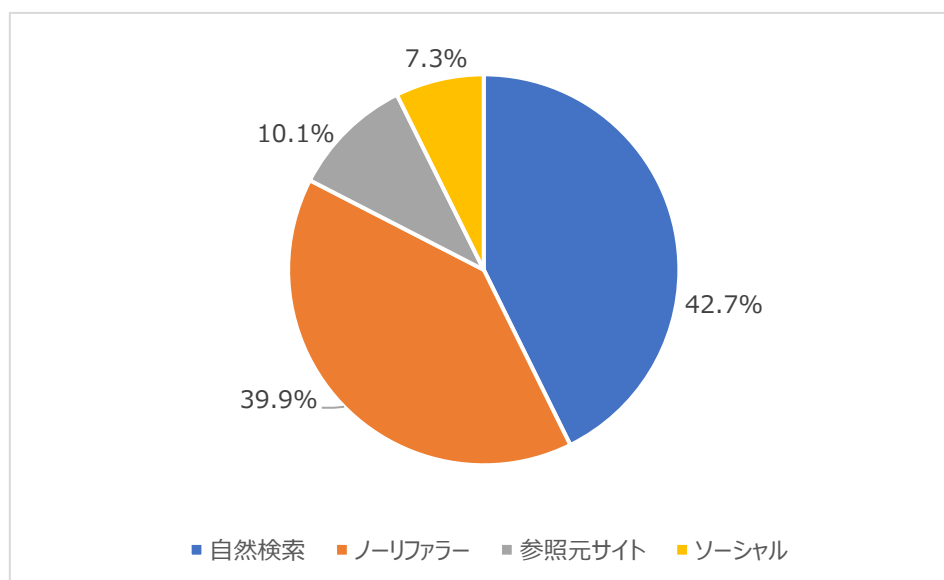


図 6-5 アクセス経路<sup>12</sup>

表 6-4 参照元サイト<sup>13</sup>

	参照元	割合
1	google / organic	27.3%
2	bing / organic	8.2%
3	yahoo / organic	6.6%
4	t.co / referral	3.2%
5	m.facebook.com / referral	1.4%
6	l.facebook.com / referral	0.9%
7	youtube.com / referral	0.9%
8	www23.sapporo-c.ed.jp / referral	0.7%
9	classroom.google.com / referral	0.6%
10	musashino-higashi.org / referral	0.6%

<sup>12</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。「ノーリファラー」はブックマーク経由などの直接流入、「自然検索」は広告以外の検索からの流入、「ソーシャル」はソーシャルメディアからの流入、「参照元サイト」は他サイトからの流入。(出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.67)

<sup>13</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

## (6) 検索ワード

検索ワードは「知る専」やそれを含むものが上位を占める。なお、「ロゴ」を含む検索ワードも上位に入っており、ロゴコンテンツに関心を持つユーザーのアクセス増加が推測される。

表 6-5 検索ワード<sup>14</sup>

	検索ワード	クリック数	表示回数
1	知る専	2,277	2,662
2	知る専門	645	869
3	知る専門 ロゴ	323	432
4	知る専 ロゴ	269	368
5	#知る専	152	189
6	しるせん	117	149
7	リハビリ 患者の気持ち	89	1,139
8	教育効果	81	797
9	専修学校 #知る専	71	98
10	教育効果測定	44	996
11	教育効果とは	39	388
12	教育 効果測定	31	674
13	専門学校とは	28	1,709
14	教育効果測定方法	25	644
15	高等専修学校 学費	25	364
16	意味のある作業	23	252
17	専門学校	22	6,166
18	専修学校 学費	21	156
19	意味のある作業とは	18	259
20	文部科学省 専門学校	17	1,143

<sup>14</sup> データ取得期間は 2021/3/30～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。なお、データが確認できるのは Google における検索のみ。

「クリック数」は Google からサイトへのリンクがクリックされた回数、「表示回数」はサイトへのリンクが Google で閲覧された回数。((出所)Search Console ヘルプ「表示回数、掲載順位、クリック数とは」(2021 年 7 月 1 日閲覧)  
<https://support.google.com/webmasters/answer/7042828?hl=ja>)

## (7) ランディングページと直帰率

ランディングページは、トップページ(8,707+7,408+3,290)、ロゴコンテストのお知らせページ「＃知る専」のロゴマーク募集を開始しました！(3,470)、「専修学校ってどんな学校？」(2,219)の順に多い。

ランディングページの上位 10 位のうち、直帰率が高いのは、「専門学校の記事が知りたい」(84.45%)、「専修学校ってどんな学校？」(80.58%)である。なお、セッション数・直帰率の高い「専修学校ってどんな学校？」は他ページと統合、直帰率の高い「専門学校の記事が知りたい」のページは改訂作業を行った。

表 6-6 ランディングページと直帰率<sup>15</sup>

	URL	ページタイトル	セッション	直帰率
1	/	専修学校 #知る専	8,707	54.79%
2	/	【文部科学省】専修学校 #知る専   専門学校や高等専修学校のまとめサイト	7,408	48.69%
3	/news/logo-contest/	「＃知る専」のロゴマーク募集を開始しました！   NEWS   専修学校 #知る専	3,470	73.57%
4	/	専門学校や高等専修学校の魅力を発信！   専修学校 #知る専	3,290	50.70%
5	/senshuu/	専修学校ってどんな学校？   専修学校 #知る専	2,219	80.58%
6	/senmon/	専門学校の記事が知りたい   専修学校 #知る専	1,132	84.45%
7	/logo-contest-a02/	「＃知る専」ロゴマークの受賞作品   専修学校 #知る専	811	79.65%
8	/supporter/	#知る専サポーター   専修学校 #知る専	658	73.56%
9	/logo-contest-a01/	「＃知る専」ロゴマークコンテストの受賞作品が決定しました！   専修学校 #知る専	617	16.86%
10	/mailmagazine/	メルマガ登録   専修学校 #知る専	569	45.34%

<sup>15</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

1・2・4位はともにトップページであるが、途中よりトップページのタイトル情報を変更したため、別のページとしてカウントされている。

「セッション」はページ別の訪問数。ただし、「ページ A→ページ B→ページ A」のようにサイト内を移動した場合は 1 とカウントされる。「直帰率」は、1 ページのみを閲覧しそのまま離脱してしまった訪問の割合。((出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.458,461)

## (8) ページビュー数・滞在時間・離脱率(全体)

ページビュー数は、トップページ(14,455+13,089+5,345)、ロゴコンテストのお知らせページ「「#知る専」のロゴマーク募集を開始しました！」(5,950)の順に多い。滞在時間は、特に短いページはない。離脱率は、ロゴコンテストのお知らせページ(66.15%)が比較的高い。

表 6-7 ページビュー数・滞在時間・離脱率(全体)<sup>16</sup>

ページ	ページタイトル	ページビュー数	平均ページ滞在時間	離脱率
1 /	【文部科学省】専修学校 #知る専   専門学校や高等専修学校のまとめサイト	14,455	0:01:31	34.99%
2 /	専修学校 #知る専	13,079	0:01:27	47.02%
3 /news/logo-contest/	「#知る専」のロゴマーク募集を開始しました！   NEWS   専修学校 #知る専	5,950	0:03:59	66.15%
4 /	専門学校や高等専修学校の魅力を発信！   専修学校 #知る専	5,345	0:01:38	42.00%
5 /movie/	学校ムービー   専修学校 #知る専	4,987	0:01:02	18.95%
6 /senshuu/	専修学校ってどんな学校？   専修学校 #知る専	4,778	0:01:20	47.32%
7 /topics/	学校記事   専修学校 #知る専	4,007	0:00:36	9.98%
8 /interview/	仕事記事   専修学校 #知る専	3,962	0:00:40	13.98%
9 /senmon/	専門学校の事が知りたい   専修学校 #知る専	3,017	0:02:28	50.48%
10 /about/	専修学校 #知る専とは   専修学校 #知る専	2,634	0:02:27	33.94%
11 /link/	全国の専修学校   専修学校 #知る専	2,216	0:01:12	28.79%
12 /supporter/	#知る専サポーター   専修学校 #知る専	2,063	0:01:45	43.82%
13 /logo-contest-a02/	「#知る専」ロゴマークの受賞作品   専修学校 #知る専	1,902	0:02:54	64.14%
14 /movie_graduate/	仕事ムービー   専修学校 #知る専	1,740	0:01:02	16.78%
15 /mailmagazine/	メルマガ登録   専修学校 #知る専	1,734	0:00:47	32.93%
16 /contact/	お問い合わせフォーム   専修学校 #知る専	1,580	0:01:52	31.27%
17 /contents/	#知る専のコンテンツ   専修学校 #知る専	1,439	0:01:37	27.03%
18 /logo-contest-a01/	「#知る専」ロゴマークコンテストの受賞作品が決定しました！   専修学校 #知る専	1,390	0:00:31	24.82%
19 /mypage/	マイページ   専修学校 #知る専	1,387	0:01:30	17.23%
20 /koto/	高等専修学校のこと知りたい   専修学校 #知る専	1,381	0:02:19	49.75%

<sup>16</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

1・2・4 位はともにトップページであるが、途中よりトップページのタイトル情報を変更したため、別のページとしてカウントされている。

「ページビュー数」とは、サイト内でページが閲覧された回数。ブラウザの「戻る」ボタンをクリックし再度同じページを表示した場合や、ページの再読み込みを行った場合も、1 回としてカウントされる。「離脱率」は、当該ページが最後の閲覧ページだった割合。((出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.458, 461)

## (9) 記事のページビュー数

ページビュー数の多い記事は、以下のとおりである。

- 【仕事記事】「母校で学んだことを、時代が変わろうと子ども達に伝えていく」(647)
- 【仕事記事】「母校は不登校であった経験と、高等専修学校での3年間の努力を活かせる職場」(615)
- 【学校記事】「一人一人、個性が違って当たり前。生きる力が育まれていく3年間」(512)

表 6-8 からは、ページビュー数の多寡と、記事を投稿した学校の分野等の関係は見られないが、記事が公開されてからどの程度の期間が経過したか、記事を投稿した学校自身による広報が行われているか等は影響を与えている可能性がある。

表 6-8 記事のページビュー数<sup>17</sup>

ページタイトル	ページビュー数	公開日
1 母校で学んだことを、時代が変わろうと子ども達に伝えていく   仕事記事   専修学校 #知る専	647	2021年6月4日
2 母校は不登校であった経験と、高等専修学校での3年間の努力を活かせる職場   仕事記事   専修学校 #知る専	615	2021年6月4日
3 一人一人、個性が違って当たり前。生きる力が育まれていく3年間   学校記事   専修学校 #知る専	512	2021年3月9日
4 たくさんの経験をするからこそ成長がある。失敗することを怖がらず挑戦してみてください。   仕事記事   専修学校 #知る専	391	2021年6月4日
5 学校紹介～和風会 多摩リハビリテーション学院専門学校～   学校記事   専修学校 #知る専	294	2021年3月9日
6 人知れず誰かのために欠かせない技術「分析化学」   学校記事   専修学校 #知る専	269	2021年6月22日
7 患者様の気持ちをリハビリで前向きに！笑顔と一緒に取り戻すパートナーでありたい   仕事記事   専修学校 #知る専	267	2021年3月9日
8 ベストを尽くせる動物看護師になりたいです。   仕事記事   専修学校 #知る専	225	2021年6月29日
9 経験を重ねながら日々積み上げてゆく憧れの“グランドスタッフ像”   仕事記事   専修学校 #知る専	205	2021年6月15日
10 患者さんの「さっばりした！ありがとう！」の言葉が次のやりがいにつながります。   仕事記事   専修学校 #知る専	202	2021年6月15日
11 ジムを立ち上げ。全て手さぐりで、やりがいばかりの毎日です。   仕事記事   専修学校 #知る専	197	2021年3月12日
12 「将来こうなりたい」というイメージに向かって学びと仕事を続けてきました。   仕事記事   専修学校 #知る専	196	2021年3月9日
13 2020年度在籍の在校生インタビュー   学校記事   専修学校 #知る専	191	2021年3月9日
14 “意味ある作業”を共に探す作業療法士の仕事に強い魅力を感じ、進路を選択   仕事記事   専修学校 #知る専	188	2021年3月9日
15 東予理美容専門学校   学校記事   専修学校 #知る専	178	2021年3月9日
16 繊細な心を持つ子どもたちに寄り添って   仕事記事   専修学校 #知る専	170	2021年3月9日
17 お客様の期待を超えるおもてなしを提供するやりがいがある。   仕事記事   専修学校 #知る専	157	2021年6月15日
18 卒業制作「ダ・ヴィンチの橋」プロジェクト in 大阪万博記念公園編   学校記事   専修学校 #知る専	153	2021年7月20日
19 国際化のビジネス人材の育成   学校記事   専修学校 #知る専	152	2021年3月9日
20 今後の夢は一日でも早く現場である海外で活躍することです。   仕事記事   専修学校 #知る専	146	2021年3月12日

<sup>17</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。SNS 等からの流入、事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

「ページビュー数」とは、サイト内でページが閲覧された回数。ブラウザの「戻る」ボタンをクリックし再度同じページを表示した場合や、ページの再読み込みを行った場合も、1回としてカウントされる。「離脱率」は、当該ページが最後の閲覧ページだった割合。((出所)小川卓(2021)『「やりたいこと」からパッと引ける Google アナリティクス分析・改善のすべてがわかる本 改訂版』ソーテック社, p.458, 461)

### 6.1.3 Twitter

エンゲージメントは大きい順に、#知る専応援サポーターが語る専門学校について(1,754)、#知る専 ロゴマークコンテストのロゴマーク募集の告知(804)である。

表 6-9 インプレッション・エンゲージメント数・エンゲージメント率<sup>18</sup>

	ツイート本文	ツイート日	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率
1	【近日公開！】#てい先生 にインタビュー！ #知る専応援サポーター が語る専門学校について てい先生に専門学校の魅力や今のお仕事についてお話を伺いました！ 専修学校 #知る専 shirusen.mext.go.jp ※感染対策を実施の上、撮影 pic.twitter.com/oa5fdK1Ycj	8月26日	23609	1754	7.4%
2	【本日からスタート！！】専修学校 #知る専」ロゴマークコンテスト 専修学校の魅力を発信するためのロゴマークを募集！！ 最優秀作はポータルサイト等で実際に使用します。詳細については以下をご参照ください。shirusen.mext.go.jp/news/logo-cont… ☆どうぞ奮ってご応募ください☆ pic.twitter.com/8PtyRBu30D	7月12日	22443	804	3.6%
3	公開！【#知る専インタビュー】北海道と中継！ 企業の方が語る専門学校卒業生について 北海道と文部科学省をリモートで繋いで企業の社長と対談 youtube.com/watch?v=se_Fho… 専修学校 #知る専 shirusen.mext.go.jp pic.twitter.com/6N4B40bnkV	8月25日	32869	614	1.9%
4	【動画配信！】#てい先生 にインタビュー！ #知る専応援サポーター が語る専門学校について てい先生に専門学校の魅力や今のお仕事についてお話を伺いました！ 動画はこちらをクリック youtube.com/watch?v=csV9LO… 専修学校 #知る専 shirusen.mext.go.jp ※感染対策を実施の上、撮影 pic.twitter.com/qlBPxb4hkf	11月29日	233849	611	0.3%
5	【近日公開！】北海道と中継！ 企業の方が語る #専門学校 の卒業生について 北海道と文部科学省をリモートで繋いで企業の社長と対談！ 専修学校 #知る専 shirusen.mext.go.jp pic.twitter.com/Wipz5OT9S8	7月8日	17782	315	1.8%
6	【「#知る専」ロゴマーク決定！】先日実施したロゴマークコンテストにご応募いただいた930点の作品の中から受賞作品を決定しました！ 受賞者のみなさん、おめでとうございます🎉 また、ご応募いただいた皆様、大変ありがとうございました🙏 受賞作品はこちらから！ shirusen.mext.go.jp/logo-contest-a…	10月29日	5496	223	4.1%
7	公開！【#知る専インタビュー】好きを仕事にしたら南極まで行ってしまった人々 約1万4千キロ離れた南極と文部科学省をリモートで繋いで対談！youtu.be/dnjGlmPWhkQ 専修学校 #知る専 shirusen.mext.go.jp pic.twitter.com/FgfeC6nJUv	8月23日	24298	213	0.9%
8	11月17日（水）、#知る専」ロゴマークコンテストの表彰式を行いました！当日は、未松文部科学大臣より文部科学大臣賞、優秀賞を受賞された9名に表彰状が授与されました。文部科学大臣賞を受賞した作品は、今後ロゴマークとして実際に使用します！ <詳しくはコチラ> mext.go.jp/b_menu/activit…	11月22日	14233	199	1.4%
9	11月17日（水）、#知る専」ロゴマークコンテストの表彰式を行いました。今回、その表彰式の様子を動画にまとめましたので、ぜひご覧ください！ なお、文部科学大臣賞を受賞した作品は、今後ロゴマークとして実際に使用します！ <動画はコチラ> youtube.com/watch?v=O5SsP0…	12月16日	12519	165	1.3%
10	【ロゴマーク最終候補決定】7月に公募した「#知る専」のロゴは、なんと930点ものご応募をいただきました。たくさんのご応募、ありがとうございました！ 🎉 審査会の結果、最終候補全10作品が決まり、WEB上に公開しましたので是非ご覧ください！ shirusen.mext.go.jp/logo-contest-a… pic.twitter.com/X8cj90lJei	10月3日	407	104	25.6%

<sup>18</sup> 「インプレッション」は、ユーザーが Twitter でツイートを見た回数。「エンゲージメント」は、ユーザーがツイートに反応(クリック、リツイート、返信、フォロー、いいね等)した回数。「エンゲージメント率」は、エンゲージメント数をインプレッションの合計数で割った数。(出所)Twitter アナリティクスページ)

データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/20。事務局によるアクセスも含む。



## 6.1.4 Instagram

「#知る専」投稿数は、継続的に増加している。1週間ごとの増加幅に大きな変動はない。

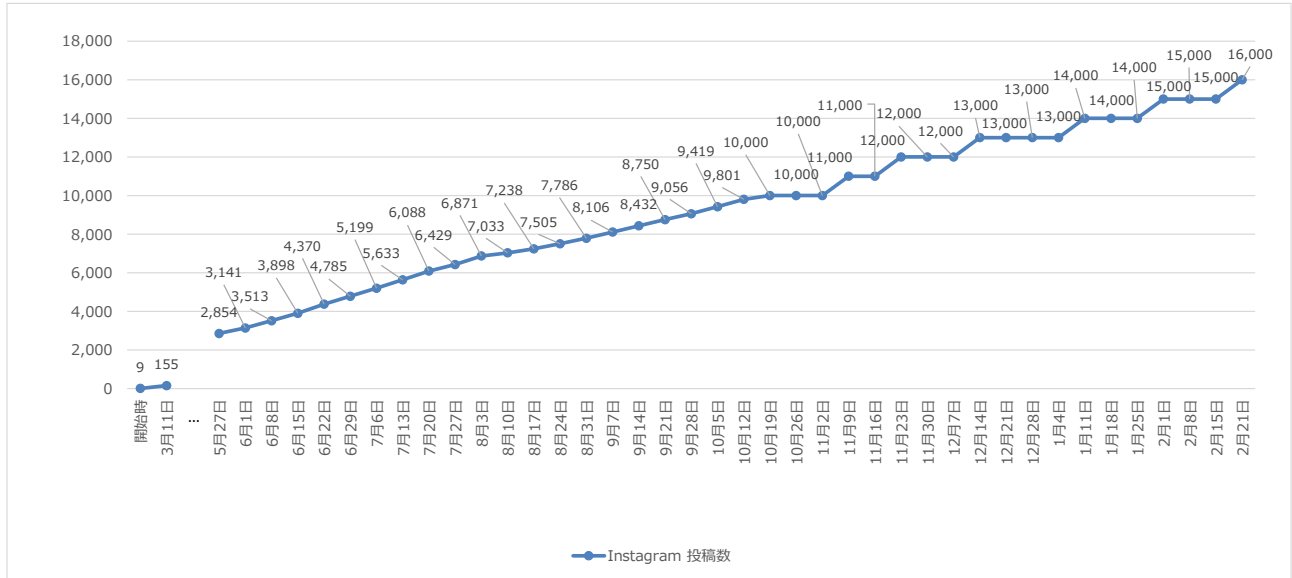


図 6-6 「#知る専」投稿数推移<sup>19</sup>

<sup>19</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/21。  
Instagram 公式サイトで確認できる投稿数は、1 万件以上は 1000 件単位となる。

## 6.1.5 YouTube

### (1) チャンネル登録者数推移

YouTubeチャンネル登録者数は、継続的に増加している。1週間ごとの増加幅に大きな変動はない。

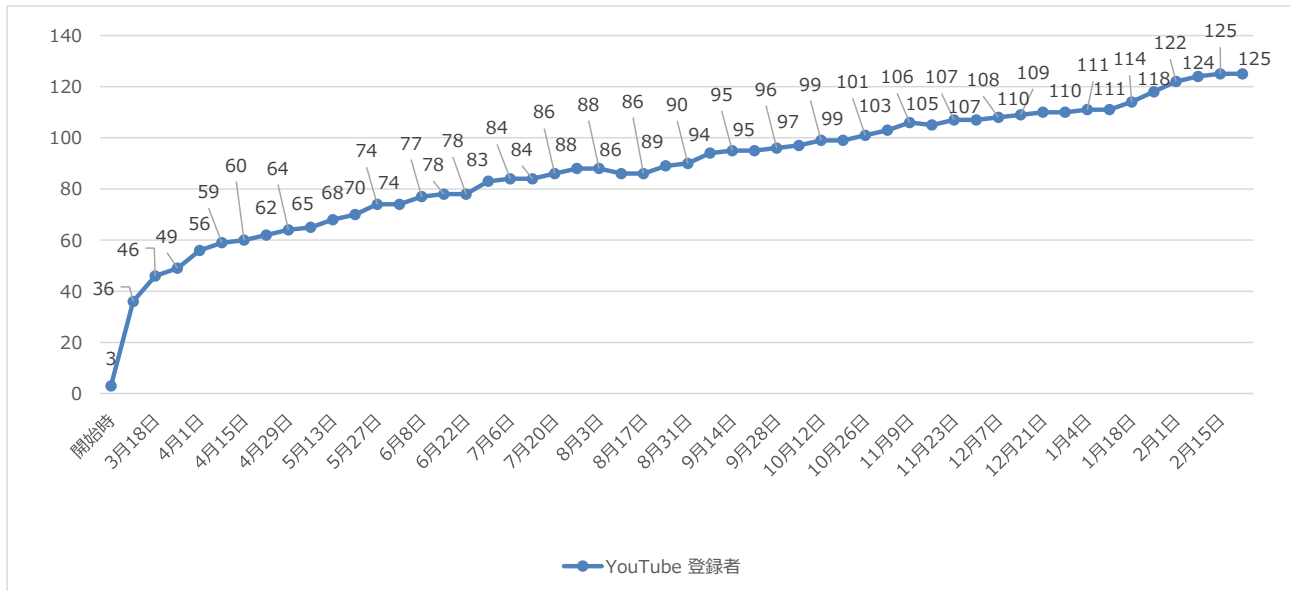


図 6-7 チャンネル登録者数推移<sup>20</sup>

### (2) 動画の視聴数(総数)

動画の視聴数(総数)は、継続的に増加している。9月頃から視聴数の増加幅が大きくなっているが、これは学校投稿動画やサポーター動画の追加が影響を及ぼしている可能性がある。

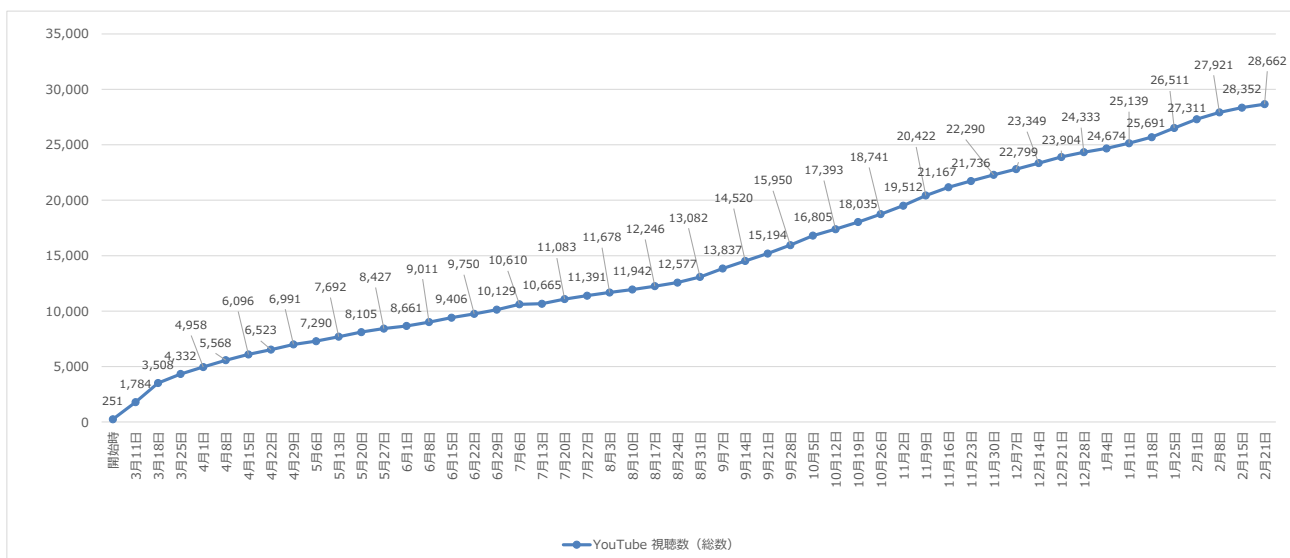


図 6-8 動画の視聴数(総数)<sup>21</sup>

<sup>20</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/19。

<sup>21</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2021/2/19。事務局によるアクセス、非公開動画へのアクセスも含む。

### (3) 各動画の視聴数

視聴数が多い動画は、以下のとおりである。

- 「専門学校の魅力満載～日本工学院専門学校ミュージックカレッジのライブ制作密着～」
- 「卒業生インタビュー(海上保安官)【専門学校日経ビジネス】」
- 「学校施設でのインターンシップ【武蔵野東高等専修学校】」

表 6-10 からは、視聴数の多寡と動画を投稿した学校の分野等との関係は見られない。

なお、視聴数には、動画が公開されてからどの程度の期間が経過したかが大きく影響を与える可能性がある。

表 6-10 各動画の視聴数<sup>22</sup>

	動画のタイトル	視聴回数	公開日
1	専門学校の魅力満載～日本工学院専門学校ミュージックカレッジのライブ制作密着～	3131	2021年3月8日
2	卒業生インタビュー(海上保安官)【専門学校日経ビジネス】	2249	2021年8月27日
3	学校施設でのインターンシップ【武蔵野東高等専修学校】	2226	2021年9月2日
4	在学生インタビュー【中日本航空専門学校】	1777	2021年3月12日
5	歯科衛生士をめざす在学生にインタビュー【インターナショナル岡山歯科衛生専門学校】	1130	2021年3月12日
6	看護を知ろうさい！～看護学生の1日に密着！(寮生編)【大阪労災看護専門学校】	1086	2021年10月1日
7	【先端技術】救急救命士養成学校におけるVRを活用した臨床実習カリキュラム開発、その教育効果についての実証実験【ジョリーグッド】	756	2021年3月12日
8	在学生インタビュー【専門学校 東京工科自動車大学校】	705	2021年3月12日
9	看護を知ろうさい！～看護学生の1日に密着！【大阪労災看護専門学校】	663	2021年3月8日
10	感謝が嬉しさにつながる介護福祉士【下関福祉専門学校】	618	2021年3月12日
11	将来の可能性が広がるハイブリッド教育！【東放学園高等専修学校】	599	2021年3月12日
12	作業療法学科を知ろう！～徳島医療福祉専門学校授業風景～【徳島医療福祉専門学校】	561	2021年9月2日
13	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター NATSUMIさん～	546	2021年3月2日
14	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター 落合 宏理さん～	484	2021年9月27日
15	グラフィックデザイン学科卒業生紹介 ～Webデザイナー編～【穴吹デザイン専門学校】	437	2021年3月12日
16	在学生から見た専門学校の魅力【東京プレーメン専門学校】	387	2021年3月8日
17	医療事務コース卒業生紹介 ～医療事務編～【専門学校徳島穴吹カレッジ】	328	2021年3月12日
18	京都発！調理師学校の予約が取れないレストラン【京都調理師専門学校】	321	2021年3月8日
19	専門学校の魅力について～知る専応援サポーター 井樫 彩さん～	301	2021年9月27日
20	理学療法学科 卒業生インタビュー【徳島医療福祉専門学校】	283	2021年9月2日

<sup>22</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/19。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

#### (4) 視聴経路

動画の視聴に至る経路としては、YouTube 内での検索(32.8%)が最も多く、外部からの流入(28.0%)がそれに続いている。外部からの流入の内訳としては、約半数が「#知る専」サイト(「mext.go.jp」のドメイン)からの流入である。

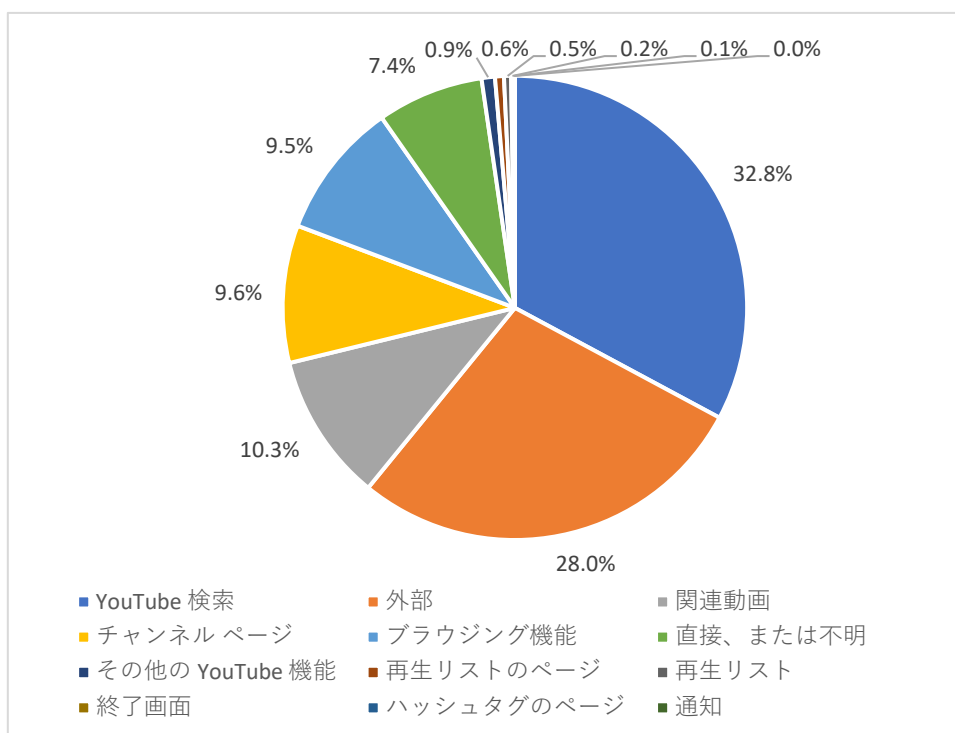


図 6-9 視聴経路<sup>23</sup>

表 6-11 外部サイトからの流入<sup>24</sup>

	外部サイト	視聴回数の割合
1	mext.go.jp	49.3%
2	Google Search	8.9%
3	Yahoo Search	2.9%
4	Twitter	2.7%
5	Facebook	2.6%
6	taiwa.ac.jp	1.2%
7	Gmail	0.8%
8	jp.co.yahoo.android.yjtop	0.6%
9	neec.ac.jp	0.6%
10	YouTube	0.6%

<sup>23</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/19。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

<sup>24</sup> データ取得期間は 2021/3/9～2022/2/19。事務局によるアクセス、非公開ページ等へのアクセスも含む。

## 6.1.6 メールマガジン

### (1) メールマガジン登録者数推移

メルマガ登録者数は、継続的に増加している。1週間ごとの増加幅に大きな変動はない。

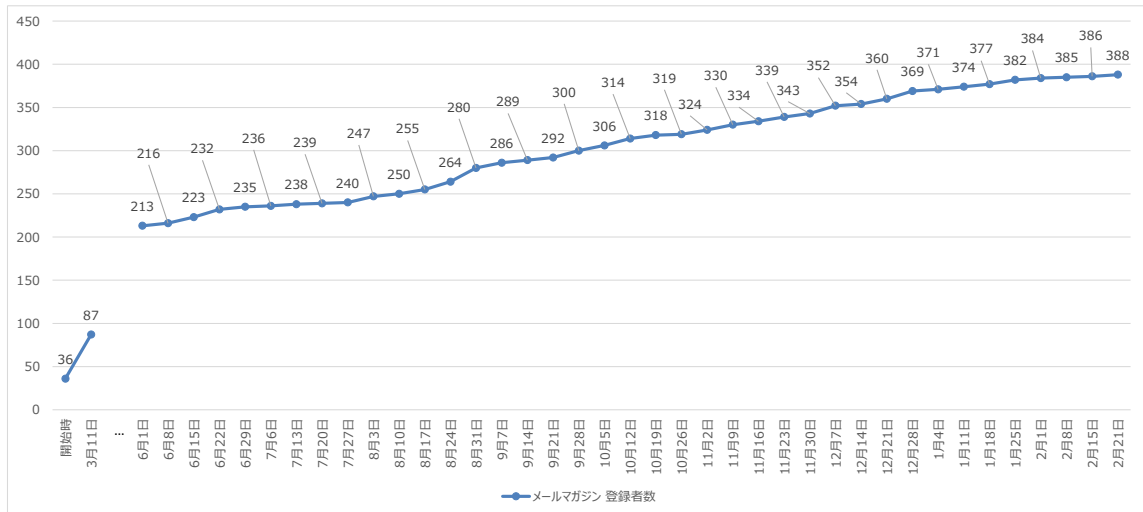


図 6-10 メールマガジン登録者数推移<sup>25</sup>

### (2) メールマガジン登録者の属性

メールマガジン登録者は、専修学校・法人が多数を占め、高校がそれに続いている。

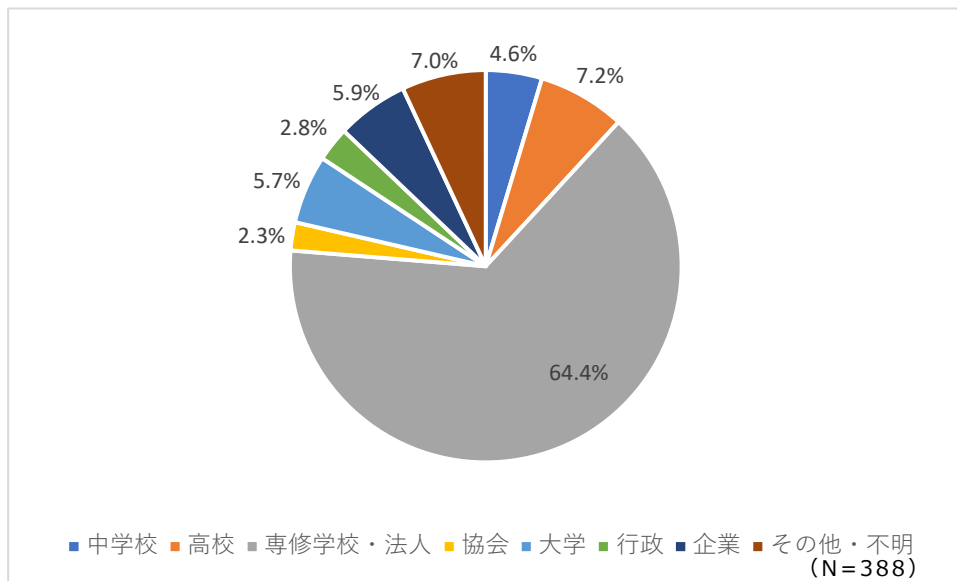


図 6-11 登録者の属性<sup>26</sup>

<sup>25</sup> データ取得期間は2021/3/9～2022/2/21。

<sup>26</sup> データは2022/2/21時点。

### 6.1.7 【参考】2021年度の主な実施事項一覧

2021年度の主な実施事項は以下のとおりである。下記の実施がアクセス数等に影響を与えている可能性がある。

表 6-12 2021年度の主な実施事項一覧

実施月	主な実施事項
6月	● 記事投稿再開
7月	● 第1回動画投稿受付 ● ロゴマークコンテスト募集開始
8月	● ロゴマークコンテスト審査員決定 ● 第1回投稿動画公開開始
9月	● ロゴコンテスト募集締切 ● 「#知る専応援サポーター」動画公開
10月	● ロゴマークコンテスト受賞作品公開 ● 「#知る専」ロゴマーク最終候補作品公開 ● ロゴマークコンテスト受賞作品発表
11月	● 「#知る専」ロゴマークコンテストの表彰式開催 ● 投稿動画の募集再開告知
12月	● 第2回動画投稿受付 ● 「専修学校 #知る専」公式ロゴマーク完成 ● ロゴマークコンテストの表彰式の様子(動画)を公開 ● 公式ロゴマークコンテストの表彰告知 ● サイトロゴ・各種 SNS のアイコン変更
1月	● 第2回投稿動画公開開始
2月	● サイトマップ公開

## 6.2 改善に向けたインタビュー調査、検討

#知る専事業の改善に向けた意見を聴取するため、専修学校 3 校及び有識者 3 名に対し、11～12 月にインタビュー調査を実施した。

### 6.2.1 調査項目

主な調査項目は以下のとおりである。

表 6-13 インタビュー調査項目

対象者の属性	主な調査項目
専修学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>● #知る専の認知経路</li> <li>● #知る専の活用方法(各校ウェブサイトとの連携等)</li> <li>● 教員・生徒・保護者・入学希望者等の反応</li> <li>● 記事・動画を掲載したことによる効果</li> <li>● 記事・動画投稿機能への要望</li> <li>● 記事・動画投稿時の負担</li> <li>● #知る専への要望</li> </ul>
有識者(広報関係者)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 次年度以降に向けた#知る専の改善案</li> <li>● 次年度のコンテスト案</li> </ul>
有識者(高等学校関係者)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高校における#知る専の認知経路</li> <li>● 高校における#知る専の利用可能性</li> <li>● 進路選択に際し、#知る専に掲載されているとよい情報</li> </ul>

### 6.2.2 【参考】ヒアリング結果詳細

インタビュー調査により得られた主な意見は以下のとおりである。

専修学校①
<p>【#知る専の認知経路】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 文部科学省及び三菱総合研究所からの連絡で知った。専修学校関連団体にて周知している。</li> </ul> <p>【#知る専の活用方法/教員・生徒・保護者・入学希望者等の反応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 学校 HP のお知らせ欄にて #知る専へのリンクを掲載。各種 SNS、ブログでもリンクを掲載。「#知る専」をつけて投稿。学校の YouTube 動画の終了画面での次の動画へのリンクの部分で、#知る専動画へリンクさせている。</li> <li>・ 閲覧者は定期的に入れ替わるため、学校 HP への情報アップや関係者へのお知らせは定期的を実施している。#知る専については何件かは反応があったが、大きな反応ではない。</li> </ul> <p>【記事・動画投稿時の負担】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 学校としては、生徒の様子を保護者や入学希望者に見ていただきたいという方針で、日常を伝える動画や画像を YouTube、Facebook に投稿している。一方、#知る専に出す動画は禁止事項が多く、難しい。</li> <li>・ 記事投稿は手軽になっており、更新頻度も上がっているのがよい印象。投稿時の制約が多いと投稿意欲が下がる。例えば、入試等の情報を含めなければ、学校紹介は構わないのではないか。記事や動画の調整に手間がかかるので、せめて学校紹介程度のメリットがないと取り組めない。</li> </ul> <p>【#知る専への要望】</p>

- ・ 世間の認知は専修学校＝専門学校であり、かつ、#知る専には専門学校の投稿が多いため、高等専修学校について知りたい中学生や保護者が見るサイトになっていない。結果として、高等専修学校の発信ツールとなっておらず、投稿のメリットを感じない。義務的に投稿している状況。
- ・ トップページからは高等専修学校の情報があるサイトと認識できないため、「中学校3年生の皆さん、保護者の方へ」のようなメッセージを示してほしい。また、過年度作成した広報ツールで整理した、高等専修学校の4つの特徴<sup>27</sup>をもっと目立たせ、その特徴に沿って動画を見せられるようにしてほしい。

## 専修学校②

### 【#知る専の活用方法】

- ・ 動画概要欄にはリンクを貼っているが、少し見つけづらく、ここから流入は多くはないだろう。
- ・ 体験入学では、QRコードで動画を案内している。(50名/回×20回(主に4-8月の日曜))
- ・ 新入生オリエンテーション(800名程度が参加)の休憩・入場のときに上映している。新入生のため話す友人もできていない状態ということもあり、食い入るように見ていた印象。その他、講師200名以上が出席する講師連絡会でも活用する等、再生回数以上の人数が視聴している。

### 【教員・生徒・保護者・入学希望者等の反応】

- ・ 教職員:文部科学省とのタイアップのため「オフィシャル感」があって評判がよい。
- ・ 在校生:自身の企画・参加したイベントが文部科学省のサイトで展開されるのは、生徒にとっても嬉しいようである。
- ・ 在校生の保護者:一番の関心事は子供の就職のため、良い評判も悪い評判も聞かない。
- ・ 高校生や高校の保護者は、近い将来が見えるという意味で反応が良かった。
- ・ 1年後の自分の姿を見れることは、学校を分かりやすく訴求できるため、効果的であった。

### 【記事・動画を掲載したことによる効果】

- ・ そもそも効果の把握が難しい(多様な広報を行っている中で、本動画の広報効果が取りにくい)

### 【記事・動画投稿機能への要望】

- ・ まず#知る専全体の認知度を上げてほしい。
- ・ YouTubeは「たどり着く場所」なので、そこまでの導線をどう引くかが課題である。
- ・ 上記の打開策の提案は以下のとおり。(但し、2つ目は当該学科ならでは)
  - 高校生 YouTuber、TikTokerに案件の提案
  - アーティストのライブ動画を展開する(各レコード会社がコロナ禍でルール化し始めているのでコストがかかってくる。)

### 【記事・動画投稿時の負担】(※昨年度は三菱総合研究所にて動画を制作)

- ・ 既存の動画をアップするのであれば、それほど負担感を感じないのではないかと。まずやってみて判断することになると思われる。

<sup>27</sup> 仕事に活かせる資格を取得できる、不登校経験があっても安心してリスタートできる、多様な個性を大事にしつつ自立を目指す、夢の実現をサポートする、の4点。(文部科学省「#知る専 高等専修学校のことが知りたい」(2022年2月5日閲覧) <https://shirusen.mext.go.jp/koto/>)



### 専修学校③

#### 【#知る専の認知経路】

- ・ 文部科学省からの連絡で知った。その情報を基に、専修学校団体の理事会にて周知を行ったため、本地域の専門学校での認知は高い。

#### 【#知る専の活用方法】

- ・ 学校 HP のお知らせ欄にて #知る専サイトへのリンクを掲載。各種 SNS、ブログ投稿を毎日実施しているが、投稿の際にはハッシュタグ「#知る専」をつけている。学校側も各種メディア展開をしているため、#知る専を保護者や高校生が見ているかどうかは切り分けできない。
- ・ 広報宣伝という観点では、#知る専は民間企業には勝てない。しかし、民間企業と同じ方向性を目指す必要はない。「文部科学省のサイト」という価値があり、それに自校が関わっていることが学校のブランディングにつながる。掲載後に、自校でそれを活用していくのが価値と考えている。
- ・ 専門学校版 3 つのポリシー<sup>28</sup>に 20 年度から取り組んでいる。その説明のために、文章に加えて、学校として 2 年間の教育ドキュメント動画を作成し、高校生に教育内容を公開している。動画は、いわば 3 つのポリシーの可視化という位置づけである。結果として、入学希望者が入学前に学校内容の理解を深めているため、入学者の質があがり、ミスマッチも減った。入学時のアンケートにおいても、向社会性や自己肯定感が高く、実際の授業での行動も積極的になった。
- ・ 情報公開の一つの手段として動画を位置づけている。専門学校は日常の動画、リアルな教育内容を教員が撮り、公開することができる。#知る専についても、広報ではなく教育情報の公開という位置づけで、推進できるとよい。大学にはできない形での教育情報の公開が、専門学校ならではの質保証・向上に役立つ。

#### 【記事・動画投稿時の負担】

- ・ 当該校では全教員がブログを書き、動画を撮影し、編集するため、動画作成・投稿の負担は大きい（専任の広報担当者はおらず、必要な時はプロのカメラマンが撮影する）。ただし、教育内容を見せることを前提とすることで、より計画的に教育活動が行われるようになり、教育内容もブラッシュアップできた。労力はかかるが労力以上の教育効果が出てきている。
- ・ #知る専向けに動画を作っているわけではないため、#知る専の基準に合わないことがある。一定の基準が必要で形式的に判断しなければならないのは分かるが、やや細かな指摘が入ることもある。形式面ではなく内容で判断してほしい。時間制限についても厳しい。学校側としては、動画の内容を重視すると、カットできる分量には限界があるため、#知る専への掲載を諦めて、学校側メディアのみでの展開とせざるを得ないこともある。
- ・ 情報発信の目的や利用方法で、基準を検討すべきである。当該校が関与している専修学校の動画サイトでは、現状、投稿動画の制限はない。学校が出しているのが公序良俗に反するものはないという判断をしているが、高校の先生からは評価が高い。本地域の都道府県立高校では、1 人 1 台のタブレット配布が実現したため、進路指導やキャリア教育にそれらの動画を活用してもらっており、次年度は各専門学校の専門分野に関する職業ガイダンス動画を制作する計画を立てている。

<sup>28</sup> ディプロマ・ポリシー、カリキュラム・ポリシー、アドミッション・ポリシーのこと。（大学改革支援・学位授与機構（2019）「3 つのポリシーの策定について」（2022 年 2 月 5 日閲覧）

[https://www.niad.ac.jp/media/006/201906/no6\\_1\\_1\\_dt5R1setsumeikai\\_policy.pdf](https://www.niad.ac.jp/media/006/201906/no6_1_1_dt5R1setsumeikai_policy.pdf)

#### 有識者①(広報関係者)

##### 【次年度以降に向けた#知る専の改善案-SNSについて】

- ・ SNS等の活用は網羅的にできている(省庁で行っているものとしてはかなり網羅的なケース)と思われるが、アカウントのフォロワーの増加が課題。
- ・ ハッシュタグも発想はよいし盛り上がっているが、投稿する/しない人の偏りが気になる。
- ・ SNSで無関心層に興味を持たせるのは相当難しいことは認識しておく必要がある。(無料で広報できると思われがちだが大きな誤り。企業でのSNS活用で成功しているケースでも、まずはSNSへの広告投下を行い、フォロワーを獲得することが第一手となる。)

##### 【次年度以降に向けた#知る専の改善案-広報の全体戦略】

- ・ もっとリーチしたいターゲットの関心ごとに寄り添うとよいのではないか。(勉強の悩み、部活での悩み等)
- ・ 【対中高生】#知る専は、「中高生の進路を忙しい学校生活の中で応援するプロジェクト」と再定義する等(ブランドは、無関心層には企業を主語にして発信しても響かない。(今回の場合、主語を「専修学校・専門学校」にしても刺さらない可能性がある))
- ・ 【対教員】教材・コンテンツを探索しているはずなので、進路について考える教材を制作するのも有効かもしれない。例えば、昨今社会が大きく変わっているにも関わらず、4大に入れるという潮流が変わっていない。「専門的な技術にこそ価値がある現代は、専門学校が有効」等のメッセージを発信できるようなコンテンツを制作する等が考えられる。教えるうちに、教員にもそのような意識が根付いてくることも期待される。
- ・ また、認知してもらってから理解の段階に行くまでには時間がかかることにも留意が必要。中高生は毎年広報対象が入れ替わるので、少なくとも中学校・高校の教員にはこのような意識をもってアプローチするのが有効と思われる。
- ・ 高校教員は専門学校に対する偏見があると考えられる。その偏見を取り払って進路指導してもらおう(パーセプションチェンジ)のは、一般的には広告では困難で、コミュニケーション戦略を立案した上でアプローチする必要がある。
- ・ 著名な方のキャリアをもっと大々的にアピールする等の事例を発信する方法は有効かもしれない。#知る専応援サポーターの枠組みを使って有効な手段を打てるとよい。
- ・ 専門学校側にとって、文部科学省のお墨付きは意味があるかもしれないが、生徒は関係ない可能性が高いため、ターゲットによってブランドイメージを変える必要がある。

##### 【次年度のコンテスト案】

- ・ 今年度のコンテストは一流の実務家から指導を受けられる機会となっていたのが大変よかった。
- ・ 次年度以降のコンテストも審査のプロセスでこのような仕掛けがあるとよいのではないか。

##### 【その他-ハッシュタグの巻き込み方】

- ・ 文部科学省のお墨付き感でもっと盛り上げていくと良いと思う。
- ・ SNSだから印刷費用もかからず、広告費もかからないと思われがちだが、紙の利用等、アクターに寄り添ったツールを積極的に使うことが重要。

## 有識者②(広報関係者)

### 【次年度以降に向けた#知る専の改善案-KGIの設定について】

- ・ #知る専プロジェクトを通して、どういう状態にしたいのか、明確なゴールはあるのか。
- ・ #知る専プロジェクトを通して実現したい状態(例えば一年後の姿)と数値目標を設定して公表すると良い。基本的な目標部分に共感できれば、民間事業者とのコラボレーション機会もあると思う。
- ・ 設定した目標を専門学校にも周知して、経営者層の共感を得ることが重要。「このプロジェクトに協力・参画しなければ」と経営層に思わせることが重要である。

### 【次年度以降に向けた#知る専の改善案-コンテンツについて】

- ・ 今の高校生は SNS 等で社会人や先輩の情報を得る機会も多く、基本的に情報は持っている。
- ・ また、大人が思う以上に進路を真面目に考えて悩んでいる。自分の将来について「やりがい」「安定性」「実現性」の3つの視点で悩んでおり、そこに関する情報を知りたがっている。「高校生時代にどんなことに悩んでいたか」という情報等は読んでもらえそうである。(在校生紹介や卒業生紹介で抜けがちな項目)
- ・ 悩む高校生に「伴走」することを目的にしたコンテンツがあると良いのではないかと。例えば、「高校時代に悩んだこと」「今のやりがい」「学校の楽しさ」について絞って、専門学校在校生の情報を集めてみてはどうか。

### 【次年度のコンテスト案】

- ・ Instagram はとても良いコンテンツだと思う。傾向的には、女子高生は Instagram、男子高生は YouTube を見ている。例えば「バナーコンテスト」と言っても、今の若者は応募しない。Instagram や YouTube を活用する方が応募は集まりやすいだろう。
- ・ 専門学校生からの応募をたくさん集めるためには、専門学校を巻き込むことが重要(学校が生徒を動員する形にする必要がある)。専門学校を巻き込むためには、「学校にとって広報になる」内容でなければならない。
- ・ 各学校にはいわゆる「オープンキャンパススタッフ」と言われる学生群がいる。彼らは意識も高く、やる気もあるので、彼らに取組みをしてもらえるような内容にすると良いのではないかと。
- ・ 例「専門学校生が考える各学校の魅力動画募集」
  - 応募された動画は審査を通ったものは「オープンキャンパス@#知る専」としてサイト上で閲覧できるようにし、学校側でも宣伝可能にする、再生が多かった学校にはこちらから取材に行く等であれば、学校もかなりやる気を出すだろう
- ・ 学生個人からの応募を確保するのであれば、賞金を出すか、履歴書に書けるような表彰、という部分でアピールしていくことになると思う。

### 有識者③(高等学校関係者)

#### 【高校における#知る専の利用可能性/進路選択に際し、#知る専に掲載されているとよい情報】

- ・ コンテンツの内容は素晴らしい。記事の種類もよく、職業に関する内容や働いている写真や映像もあり、高校生にも分かりやすい。
- ・ 生徒の閲覧方法(スマホ/PC、学校/自宅)は各校の進路指導の方法により異なる。いずれにせよ、進路指導の際の一つの材料としては大変有用なサイトである。

#### 【高校における#知る専の認知経路】

- ・ コンテンツが素晴らしい一方で、このサイトを生徒や保護者を認知させる方法が一番の課題である。サイトに辿り着ければ活用されるが、いまだに認知度が低い。
- ・ 高校生への認知は冊子経由でのアクセス、進路指導を通じた高校の先生からの口コミがある。
- ・ 高校生が専門学校を知る方法としては紙媒体が重要である。県内の専門学校が掲載された冊子等(専修学校団体発行)経由で専門学校について知り、オープンキャンパスや体験入学を行う。

#### 【その他-高等学校関連団体としての協力可能性について】

- ・ 高等学校関連団体としても認知を広げるために協力したい。
- ・ 当該団体では専門学校について知る機会がないため、専門学校の周知機会としたい。
- ・ 当該団体のサイトから#知る専へリンクを貼ることも可能である。
- ・ 県ごとに専修学校団体等が作成している県内の専門学校を紹介するガイドブックがあることが多い。ガイドブックは専門学校進学を希望する高校生に進路指導の一環で配布される。そのため、当該ガイドブックに#知る専の内容を広報するような記事の記載を依頼してはどうか。

## 7. 次年度への示唆・提案

---

今年度の実施事項(2～5章)及び事業効果の測定・検証(6章)を踏まえ、次年度事業に向けた示唆・提案を以下で述べる。

### (1) 「#知る専」が目指す方向性とターゲットについて

#### a. 「#知る専」が目指す方向性・ゴールの明確化と周知

- 「#知る専」は、「中高生が、専修学校を『認知』し、『興味』をもち、進路選択の『検討』につなげる」<sup>29</sup>ことを目的として運営されている。しかし、インタビュー調査においては、「広報という観点では民間企業には勝てない。広報ではなく教育情報の公開という位置づけで推進すべき」(専門学校③。適宜要約)、「#知る専プロジェクトを通して実現したい状態と数値目標を設定して公表すると良い。基本的な目標に共感できれば、民間企業との連携機会もあるのでは。また、設定した目標について専門学校の経営者層の共感を得、プロジェクトへの協力・参画意欲を持たせることが重要」(有識者②(広報関係者)。適宜要約)等の多様な意見が得られた(6.2.2)。
- ここから、現在の目的が学校が利点と考える方向性や実態に即していない可能性、ゴール設定が曖昧であるために各種ステークホルダーの協力を得にくい可能性が示唆された。そのため、「#知る専」が目指す方向性・ゴールを明確にするとともに、協力いただく学校や関係者への周知が重要と考えられる。

#### b. ターゲットへの到達戦略の再検討

- 上述のとおり、「#知る専」は、中高生を主なターゲットとして運営されている。しかし、現在のウェブサイトの主なユーザーは専修学校生や教員である可能性が高く(ユーザーの年齢は 25～34 歳、18～24 歳の順に多く(6.1.2(2)))<sup>30</sup>なっている。また、メールマガジン登録者は専修学校関係者が多く(6.1.6)、専修学校関係者向けコンテンツも一定程度閲覧されている。
- 一方、中高生は基本的に 3 年で各学校を卒業し、ターゲットが頻繁に入れ替わるため、継続的なアプローチが必要となる。また、インタビュー調査では、「高校生の認知を高めるには紙媒体か高校教員からの口コミが有効」(有識者③(高等学校関係者)。適宜要約)との意見が得られた。ウェブサイト経由のみで中高生への認知を高めることは困難であり、中高生の認知向上には各種のコストがかかると考えられる。
- したがって、「#知る専」の主たるターゲットは中高生としつつも、直接的に中高生へのアクセスを目指すのか、専修学校あるいは中高の教員経由での中高生への到達を目指すのかについて、再度検討することが考えられる。

---

<sup>29</sup> 文部科学省「専修学校 #知る専とは」(2022 年 2 月 22 日閲覧)<https://shirusen.mext.go.jp/about/>

<sup>30</sup> Google Analytics では、18 歳未満のデータは除外されているため、あくまでも推測に留まる(Google「ユーザー属性とインタレストカテゴリについて」(2022 年 2 月 22 日閲覧)  
<https://support.google.com/analytics/answer/2799357?hl=ja#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%A%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9>)

### c. ターゲットに合わせたコンテンツの再検討

- 現状、「#知る専」に掲載されている記事や動画は、学校紹介、授業紹介、在校生や卒業生の紹介(インタビュー含む)等が多い。しかし、インタビュー調査においては、「もっとリーチしたいターゲットの関心ごとに寄り添うとよいのでは」(有識者①(広報関係者)。適宜要約)、「悩む高校生に『伴走』することを目的にしたコンテンツがあると良いのではないか」(有識者②(広報関係者)。適宜要約)等の意見が得られ(6.2.2)、現在のコンテンツが必ずしも中高生のニーズを満たすものではない可能性が示唆された。
- また、動画の内容については、「在校生の様子を伝えることで、近い将来が見えるという意味で、高校生や保護者からの反応がよかった」(専修学校②。適宜要約)、「2年間の教育ドキュメント動画を制作した<sup>31</sup>ところ、入学希望者が入学前に学校に対する理解を深め、ミスマッチが減った」(専修学校③。適宜要約)との意見が得られ(6.2.2)、中高生をターゲットとする場合には、自身の数年後の姿が具体的にイメージできるような内容が有用である可能性も示唆された。また、「高校での進路指導やキャリア教育に専修学校の動画を活用してもらっている。次年度は各専門学校の詳細分野に関する職業ガイダンス動画を制作する予定」(専修学校③。適宜要約)との意見も得られ、高校等の授業において活用できるコンテンツが有用である可能性も示唆された。
- 以上を踏まえると、ターゲットを検討したのち、各ターゲットが求めるコンテンツについて、基礎調査を実施する等して、再度検討及び絞り込みを行うことが重要と考えられる。なお、基礎調査を実施する際は、ターゲットをひとつくりに捉えるのではなく、各ターゲットの状態(専修学校について認知する段階か、興味を持つ段階か、進路として検討する段階か等)により、求めるコンテンツが異なる可能性にも留意し、詳細な分析を行うことが重要と考えられる。

## (2) ウェブサイト及び各種 SNS の改善について

### a. 「#知る専」の認知度向上

- 昨年3月の事業開始時と比較すると、サイトのユーザー数やページビュー数は飛躍的に増加し(6.1.1)、自治体における専修学校担当の約8割、教育委員会の高校教育等担当の約7割に認知される<sup>32</sup>等、「#知る専」の認知は着実に広まっている。文部科学省経由での連絡依頼や会議の場等での周知により、一定の効果が得られていると考えられる。しかし、インタビュー調査で「このサイトを生徒や保護者に認知させる方法が一番の課題。サイトに辿り着けば活用されるが、いまだに認知度が低い」(有識者③(高等学校関係者)。適宜要約)との意見が得られたように(6.2.2)、ウェブサイトを含む「#知る専」の認知度向上を図ることは引き続き重要と考えられる。
- 認知度向上の方策の例としては、①SNSの活用促進、②インフルエンサーや著名な専修学校

<sup>31</sup> ただし、この動画は「#知る専」ではなく学校HPで公開している動画である。

<sup>32</sup> 別調査にて当社が実施した、都道府県4部署を対象としたアンケート調査によると、専修学校担当者の「#知る専」サイトの認知度は82.2%、高校教育及び人材育成担当の「#知る専」サイトの認知度は73.2%であった。((出所)株式会社三菱総合研究所(2022)「令和3年度文部科学省委託事業 効果的な職業教育のマネジメントのための実態調査事業 報告書」)

卒業生との連携、③高等学校関連団体や専修学校団体等との連携、④SEO、⑤記事や動画の閲覧数の多い学校との連携、⑥イベント実施、等が挙げられる。以下に具体案を例示する。

#### ①SNS の活用促進

- 「#知る専」公式 Twitter でのリツイートや相互フォローの実施

現在、「#知る専」公式 Twitter は、ツイートを行うのみで、他のアカウントのツイートのリツイートや、他のアカウントのフォローは行っていない。しかし、ユーザーにとって有用な情報(中高生をターゲットとするのであれば、進路選択等)を発信している信頼性の高いアカウント(政府機関等)や、「#知る専」に関するツイートをした学校のアカウントと相互フォローし、関連情報をリツイートし合うことで、これまでリーチできていなかったユーザーにも「#知る専」を認知してもらえる可能性がある。

- YouTube 動画の視聴促進

現在、YouTube 動画の視聴に至る経路としては、YouTube 内での検索、外部からの流入がともに約 3 割程度であり、外部からの流入の内訳としては、約半数が「#知る専」サイトからの流入である(6.1.5(4))。「#知る専」サイトに動画のリンクを掲載することは一定の効果があつた一方で、「#知る専」サイトを知らないユーザーにも動画を視聴してもらうには、YouTube 内部での視聴をより促進することが重要と考えられる(YouTube ショートの作成、視聴維持率が高く、再生時間の長い動画の作成、再生されやすい時間帯の投稿等<sup>33</sup>)。

#### ②インフルエンサーや著名な専修学校卒業生との連携

現在、「#知る専」の活動を応援する専修学校卒業生として、数名のサポーターに就任いただいている。各サポーターとの連携やそれぞれの SNS 等で「#知る専」について周知していただくよう依頼することも一案と考えられる。また、中高生をターゲットとする場合は、高校生 YouTuber や高校生 TikToker とコラボレーションすることも一案である(専修学校②)。

#### ③高等学校の進路関連団体や専修学校団体等との連携(高校生をターゲットとする場合)

高校生の認知経路としては、冊子や、進路指導における教員からの口コミが有力であるとの意見(有識者③(高等学校関係者))を踏まえ、高等学校の進路関連団体や、専修学校団体と連携し、口コミの促進や専修学校に関連する冊子への「#知る専」に関する情報の掲載等を行うことが一案である。

#### ④SEO

「#知る専」サイトが検索上位に表示されるようにするため、SEO を行うことが重要と考えられる。今年度は、メタ情報へのキーワードの追加、サイトマップの作成等を実施したが、今後は広告表示等の有料サービスの活用も視野に入れた対策を検討することが重要と考

<sup>33</sup> あるサイトでは、YouTube の再生回数を増やすポイントとして、① YouTube ショートでチャンネルの表示回数を増やす、②視聴維持率が高く、再生時間の長い動画を作る、③再生リストを作成する、④YouTube の SEO 対策をする(VSEO 対策)、⑤終了画面を設定する、⑥他のクリエイターとコラボレーションする、⑦再生されやすい時間帯に投稿する、⑧「高評価」と「コメント」を視聴者に依頼する、⑨クリックされやすいサムネイルを作る、⑩興味を引くタイトルをつける、を挙げている(Letro(2021)「【今すぐ試せる】YouTube の再生回数を増やす 10 のポイント」(2022 年 2 月 22 日閲覧) <https://service.aainc.co.jp/product/letrostudio/article/youtube-increaseviews>)。

えられる。

#### ⑤記事や動画の閲覧数の多い学校との連携

専修学校に対するインタビュー調査からは、記事や動画の閲覧数の多い学校は、学校のウェブサイトや SNS で独自に広報を行う等の工夫を行っていた。そのため、これらの学校と連携し、各学校に入学する生徒の出身中学校・高校等へのアプローチを行うことも一案である。

#### ⑥イベント実施

定常的なウェブサイト・SNS の運営だけでなく、イベントの開催等により、新規ユーザーの獲得を行うことも効果的である。今年度は、ロゴマークコンテストを実施したことで、「#知る専」ユーザーを増加させることができた(ロゴマークコンテスト実施時期にページビュー数が増加(6.1.2(1))、検索ワードに「ロゴ」を含むものが見られる(6.1.2(6))等)。今年度のロゴマークコンテストは、専修学校生や高校生に対して活躍の機会を提供できるイベントであったことから、専修学校団体や高校学校団体の協力を得られ、その結果として新規ユーザーの獲得につながったと考えられる。イベント開催を認知度向上につなげるためには、専修学校生や高校生に活躍の機会を提供できる等、ステークホルダーにとっても利点のある内容とすることが重要である。なお、コンテストについてインタビュー調査からは、「学校にとって広報になる内容とする(例「専門学校生が考える各学校の魅力動画募集」)」「学生個人からの応募確保のためには、賞金や、履歴書に書けるような表彰が重要では」「いずれも有識者②(広報関係者)。適宜要約」といった指摘が得られている。

### b. 定期的な「#知る専」ウェブサイト訪問の促進

- 昨年3月の事業開始時と比較すると、サイトのユーザー数やページビュー数は飛躍的に増加したものの(6.1.1)、定常的にユーザーにサイトを訪問してもらう仕組みが重要と考えられる<sup>34</sup>。定期的なウェブサイト訪問の促進の方策の例としては、①定期的なコンテンツの改善、②定期的なコンテンツの更新、③定期的な流入の促進、が挙げられる。以下に具体案を例示する。

#### ①定期的なコンテンツの改善

「#知る専」ウェブサイトにおいて、比較的不人気なページについて、内容や構成を改善することが重要と考えられる。今年度は、ランディングページの上位10位のうち、直帰率が高い「専門学校のことを知りたい」「専修学校ってどんな学校？」(表6-6)に加え、トップページ、「専修学校の魅力とは?」、「#知る専応援サポーター」のページを改修・削除した。ただし、サイトからの流出が必ずしも改善すべき課題とは言えない場合がある<sup>35</sup>ことに留意し、各ページの目的に沿った結果が得られていないページに絞って、改善を行うべきと考えられる。

<sup>34</sup> ただし、これはサイトの方向性及びターゲットにより、必ずしも目指さなくてもよい可能性がある。例えば、中高生が専修学校に興味を持ち、進路として検討することを目指す場合、「#知る専」サイトに何度も訪れることよりも、「#知る専」サイトをきっかけとして、各学校の情報を調べる等の活動に結びつくことが重要と考えられるためである。

<sup>35</sup> 例えば、学校ムービーや仕事ムービーのページは、動画のサムネイルをクリックするとYouTubeのページが開き、動画が再生される。その場合、これらのページの目的である「動画を視聴してもらう」ことは達成されているため、学校ムービーや仕事ムービーのページが閉じられ、YouTubeに流出したとしても、必ずしも課題であるとは言いきれない。



## ②定期的なコンテンツの更新

「#知る専」ウェブサイトにおいて、定期的に新しいコンテンツを追加することで、サイト訪問の継続を促すことが重要と考えられる。今年度は、6月以降、記事・動画、ロゴマークコンテンツに関するお知らせ等、ほぼ毎週何かしらの更新を実施(表 2-2 等)するとともに、記事投稿数が伸び悩んだ際は、コンテスト参加校や昨年度の記事投稿校等に呼びかける等して、記事投稿を促進した。なお、インタビュー調査においては、記事・動画の投稿について、「記事や動画の調整に手間がかかるので、せめて学校紹介程度のメリットがほしい」(専修学校①。適宜要約)、「形式面ではなく内容で判断してほしい。時間制限についても厳しい。情報発信の目的や利用方法で、基準を検討すべき」(専修学校③。適宜要約)といった意見が得られており、記事や動画の投稿規程の改訂が、投稿数の増加につながる可能性がある。

## ③定期的な流入の促進

「#知る専」ウェブサイト定期的に直接アクセスしてもらうだけでなく、定期的な流入を促すことが重要と考えられる。今年度は、年末年始等を除き、基本的に隔週でメールマガジンを配信(表 4-1)し、メールマガジン内に各種リンクを設定することで、メールマガジンからサイトへのアクセスを促した。結果として、メールマガジン配信後にアクセスが増加していると考えられる(6.1.2(4))ため、一定の効果があったと考えられる。次年度以降も、メールマガジンあるいはその他同様の仕組みにより、定期的な流入を促進することが重要と考えられる。

## c. 継続的な学校からの記事・動画投稿の実現

- 「#知る専」ウェブサイトは学校からの投稿型のウェブサイトとして企画された。学校から投稿された記事及び動画は、一定の基準を満たしたものだけを公開しており、記事及び動画の投稿受付から公開に至るまで、形式面・内容面の審査や、学校との調整(修正依頼、再提出されたものの確認等)に多くの人員及び時間を要した。例えば、記事については軽微な修正を含めるとほぼすべての原稿を修正しているため、平均して公開までに1週間程度を要しており、事務局及び学校の負担が大きい。また、今年度の記事及び動画の投稿学校数は約50校であり、投稿学校数は限定的な状況にある。
- 記事及び動画の投稿には一定の負担がかかっている状況にあり、過度な簡略化は避けるべきではあるが記事や動画の質の担保することを前提に、基準を再検討することが考えられる。また、投稿に協力いただける学校を増やすため、学校への周知や投稿依頼を引き続き実施していく必要がある。
- また、7.(1)では、「#知る専」の方向性・ゴールの明確化と周知、ターゲットへの到達戦略の再検討、ターゲットに合わせたコンテンツの再検討について述べたが、これらにより、掲載すべきコンテンツが定まることで、学校と具体的な共通認識を持つことができ、投稿数の増加や投稿後の調整コストの削減につながる可能性がある。

令和3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」報告書

---

2022年3月

株式会社三菱総合研究所  
キャリア・イノベーション本部

---