



マイナビ進学総合研究所

オープンキャンパス実態調査

I. イベント参加のべ総数 (推計)	P.3	最も参考になった情報	P.31
イベント参加のべ総数 (推計)	P.4	イベントで知りたい／事前に調べた／参考になった 情報	P.32
イベント参加のべ総数 (推計) のバブルチャート	P.10	イベント同伴者	P.33
イベント参加のべ総数 (推計) まとめ	P.11	【大学・短期大学】オープンキャンパス参加の実態まとめ	P.35
II. オープンキャンパス参加の実態	P.12	IV. 【専門学校】オープンキャンパス参加の実態	P.36
調査概要	P.13	イベント認知のきっかけ (情報媒体)	P.37
調査結果TOPICS (最も多い回答のサマリー)	P.14	イベント参加のきっかけ	P.38
III. 【大学・短期大学】オープンキャンパス参加の実態	P.15	事前申込の有無	P.40
イベント認知のきっかけ (情報媒体)	P.16	事前申込の経路	P.41
イベント参加のきっかけ	P.17	イベント参加のきっかけとなったプログラム	P.42
事前申込の有無	P.19	最もイベント参加のきっかけとなったプログラム	P.43
事前申込の経路	P.20	実際に参加したプログラム	P.44
イベント参加のきっかけとなったプログラム	P.21	志望度が上がったプログラム	P.45
最もイベント参加のきっかけとなったプログラム	P.22	志望度が下がったプログラム	P.46
実際に参加したプログラム	P.23	イベント参加きっかけ／実際に参加／志望度が上がった／志望度が下がったプログラム	P.47
志望度が上がったプログラム	P.24	志望度が上がった／下がったプログラム 志望度が上がった／下がった人の回答	P.48
志望度が下がったプログラム	P.25	志望度が上がった要因／志望度が下がった要因	P.49
イベント参加きっかけ／実際に参加／志望度が上がった／志望度が下がったプログラム	P.26	オープンキャンパスで知りたい・チェックしたい情報	P.50
志望度が上がった／下がったプログラム 志望度が上がった／下がった人の回答	P.27	参加前に調べた内容	P.51
志望度が上がった要因／志望度が下がった要因	P.28	最も参考になった情報	P.52
オープンキャンパスで知りたい・チェックしたい情報	P.29	イベントで知りたい／事前に調べた／参考になった 情報	P.53
参加前に調べた内容	P.30	イベント同伴者	P.54
		【専門学校】オープンキャンパス参加の実態まとめ	P.56



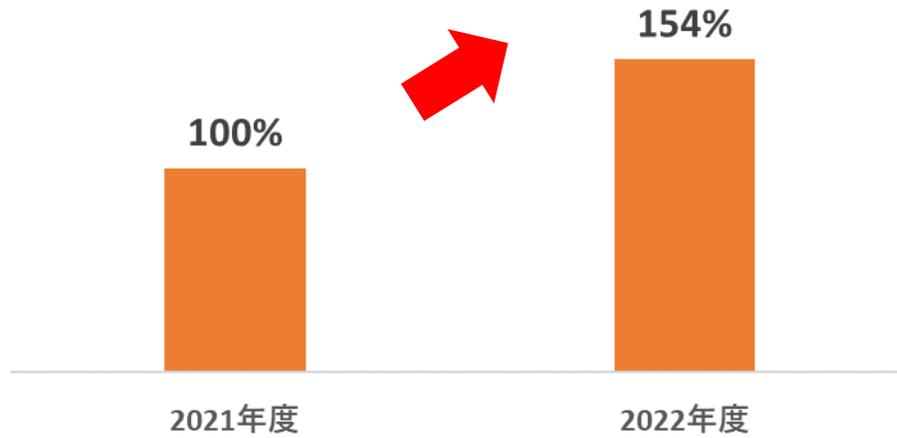
1. イベント参加のべ総数（推計）

<推計方法>

- ・ イベント参加のべ総数 = 全国全日制本科高校生数 × イベント参加割合 × 平均参加校数 として推計した。
- ・ 全国高校生数は文部科学省「学校基本調査」の数値を用いた。
- ・ イベント参加割合及び平均参加校数は、「マイナビ進学会員定期調査」※の結果を用いた。
※2019年9月、2021年11月、2022年9月実施の調査データを用いた。
- ・ コロナ前（2019年度）または昨年度（2021年度）のイベント参加のべ総数推計値を100%とし、2022年度推計値の対比割合を、大学及び短大、専門学校※とそれぞれに示す。
※大学、短大、専門学校の進学先構成比率は2019年度以降同程度と仮定している。
- ・ 「各市場の参加のべ総数」（P.10）は大学、短大、専門学校の2021年度の進学率を乗じて推計した。

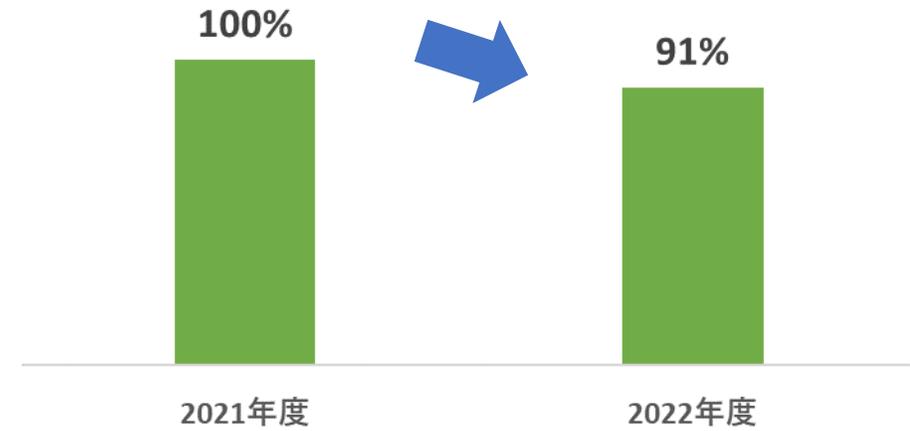
「大学及び短大」の「リアル形式」イベント；参加のべ総数昨対比（推計）

1・2年生の参加のべ総数



- ・ 全国1・2年数 減↓ (194万人→192万人)
- ・ 全国参加割合 増↑ (46.7%→62.4%)
- ・ 平均参加校数 増↑ (2.2校→2.5校)

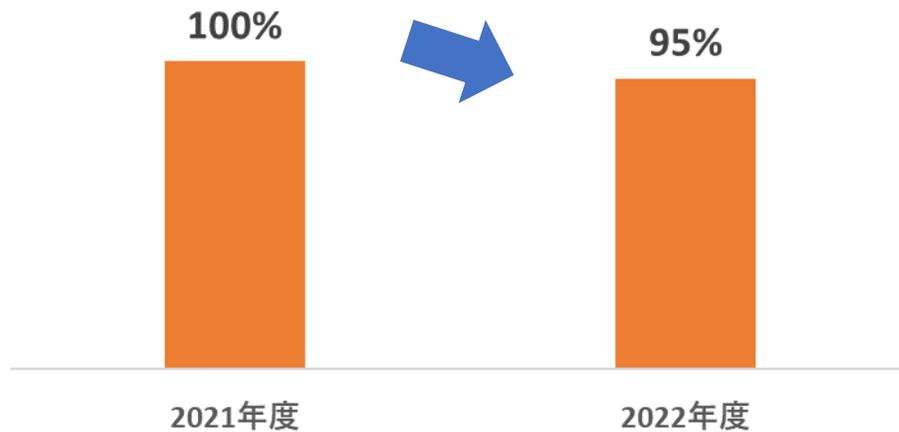
3年生の参加のべ総数



- ・ 全国3年生数 減↓ (98万人→95万人)
- ・ 全国参加割合 増↑ (79.1%→80.9%)
- ・ 平均参加校数 減↓ (3.1校→2.8校)

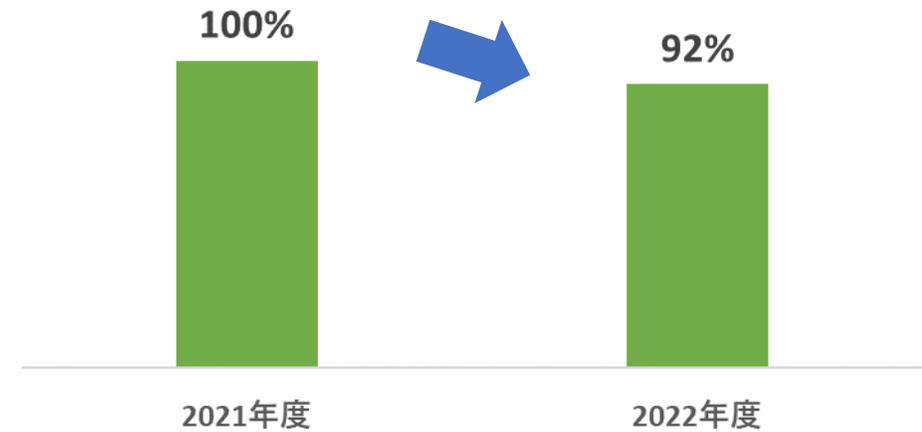
「大学及び短大」の「オンライン形式」イベント；参加のべ総数昨対比（推計）

1・2年生の参加のべ総数



- ・ 全国1・2年数 減↓ (194万人→192万人)
- ・ 全国参加割合 減↓ (40.3%→38.6%)
- ・ 平均参加校数 同→ (2.2校→2.2校)

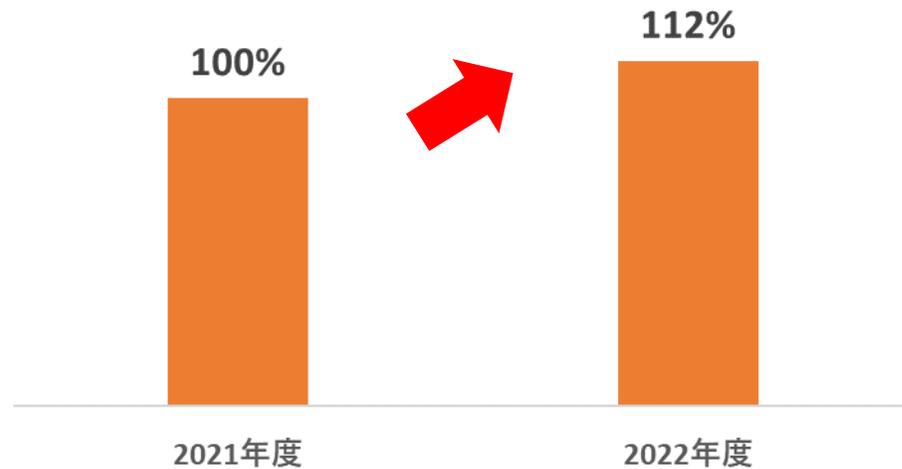
3年生の参加のべ総数



- ・ 全国3年生数 減↓ (98万人→95万人)
- ・ 全国参加割合 減↓ (59.3%→55.0%)
- ・ 平均参加校数 同→ (2.2校→2.2校)

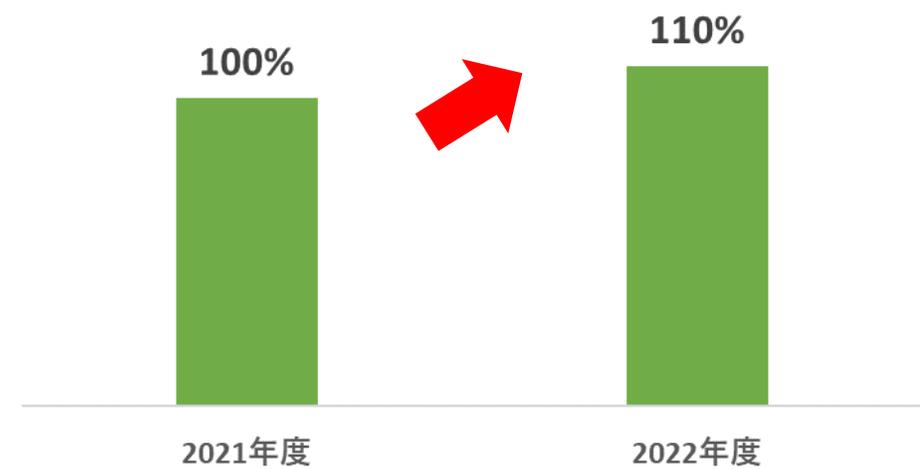
「専門学校」の「リアル形式」イベント；参加のべ総数昨対比（推計）

1・2年生の参加のべ総数



- ・ 全国1・2年数 **減↓** (194万人→192万人)
- ・ 全国参加割合 **増↑** (48.9%→57.1%)
- ・ 平均参加校数 **同→** (2.1校→2.1校)

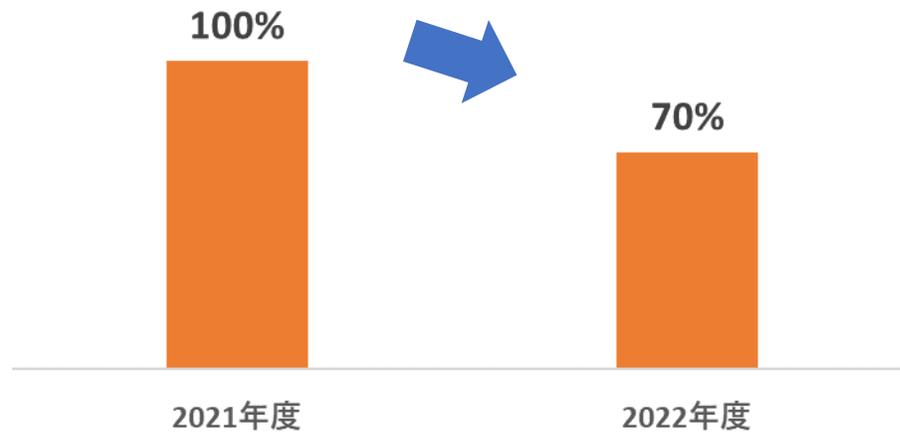
3年生の参加のべ総数



- ・ 全国3年生数 **減↓** (98万人→95万人)
- ・ 全国参加割合 **増↑** (92.5%→93.9%)
- ・ 平均参加校数 **増↑** (2.7校→3.0校)

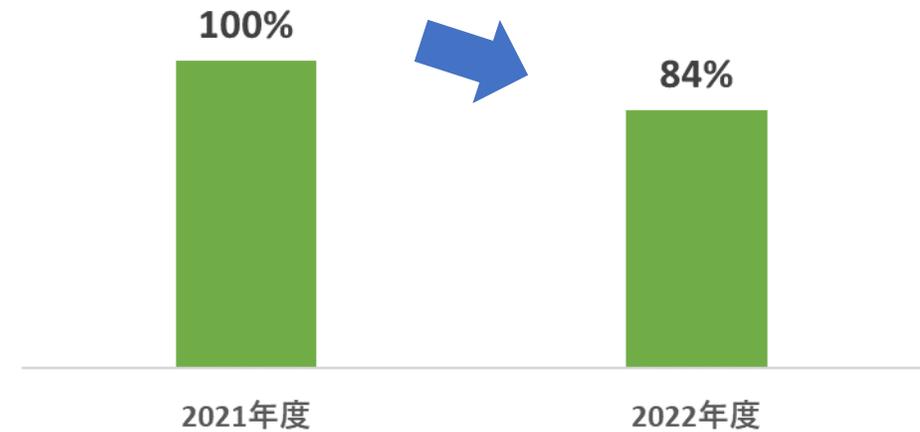
「専門学校」の「オンライン形式」イベント；参加のべ総数昨対比（推計）

1・2年生の参加のべ総数



- ・ 全国1・2年数 減↓ (194万人→192万人)
- ・ 全国参加割合 減↓ (34.4%→27.1%)
- ・ 平均参加校数 減↓ (2.1校→1.9校)

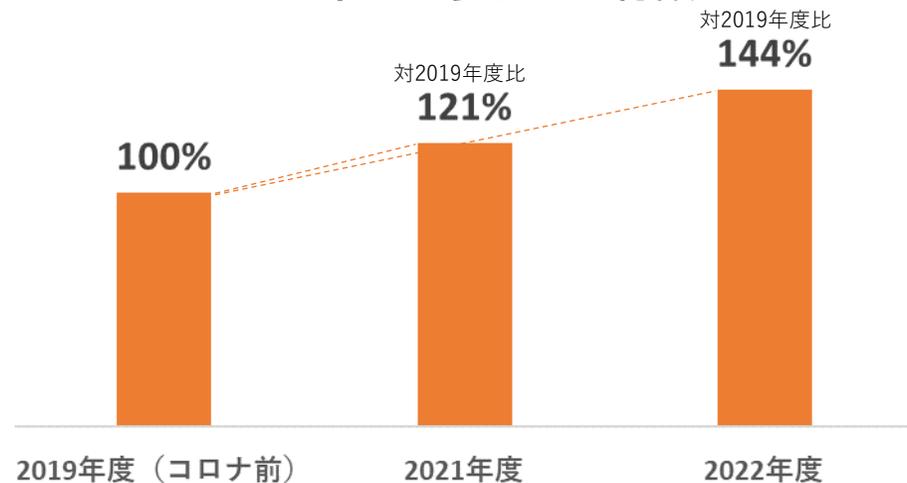
3年生の参加のべ総数



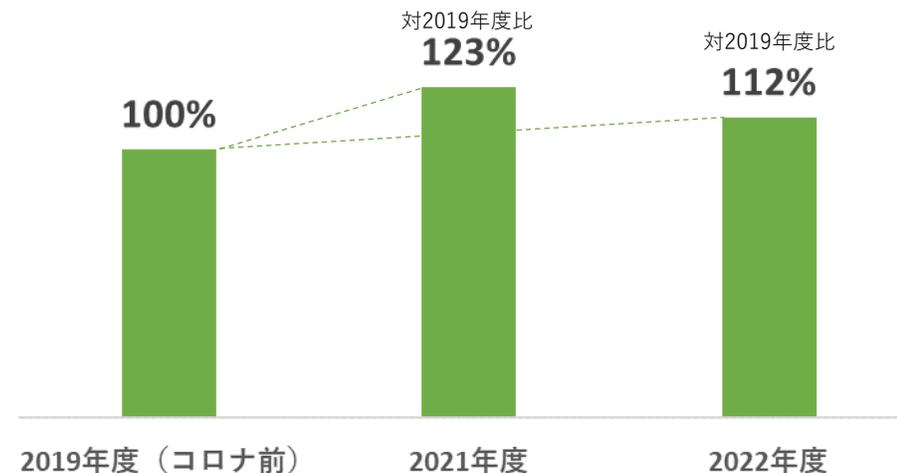
- ・ 全国3年生数 減↓ (98万人→95万人)
- ・ 全国参加割合 減↓ (60.2%→46.3%)
- ・ 平均参加校数 増↑ (1.7校→1.9校)

参加のべ総数 コロナ前対比（推計） ※大学／短大／専門、リアル／オンライン問わず

1・2年生の参加のべ総数



3年生の参加のべ総数



	対コロナ前	コロナ前	2021年度	2022年度
・全国1・2年数	減↓減↓	(205万人)	→194万人	→192万人)
・全国参加割合	減↓減↓	(66.3%)	→56.1%	→65.4%)
・平均参加校数	増↑増↑	(2.2校)	→3.4校	→3.5校)

リアルのみ

リアル+オンライン

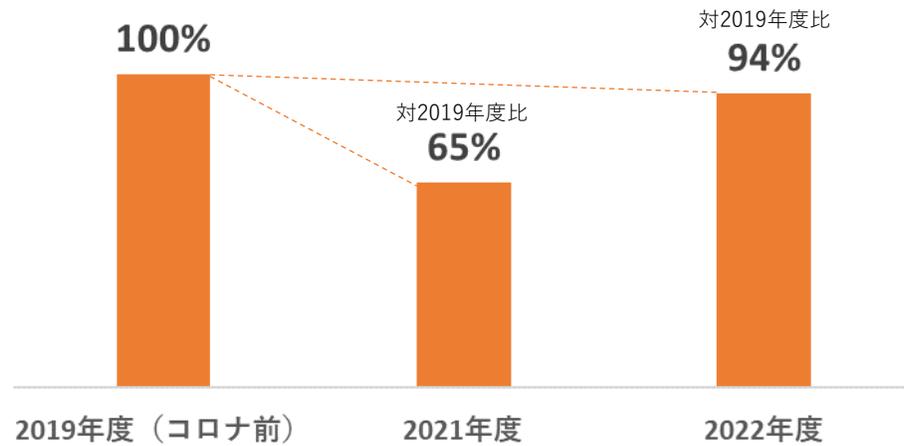
	対コロナ前	コロナ前	2021年度	2022年度
・全国3年生数	減↓減↓	(103万人)	→98万人	→95万人)
・全国参加割合	増↑増↑	(78.9%)	→85.2%	→86.3%)
・平均参加校数	増↑増↑	(3.6校)	→4.3校	→4.0校)

リアルのみ

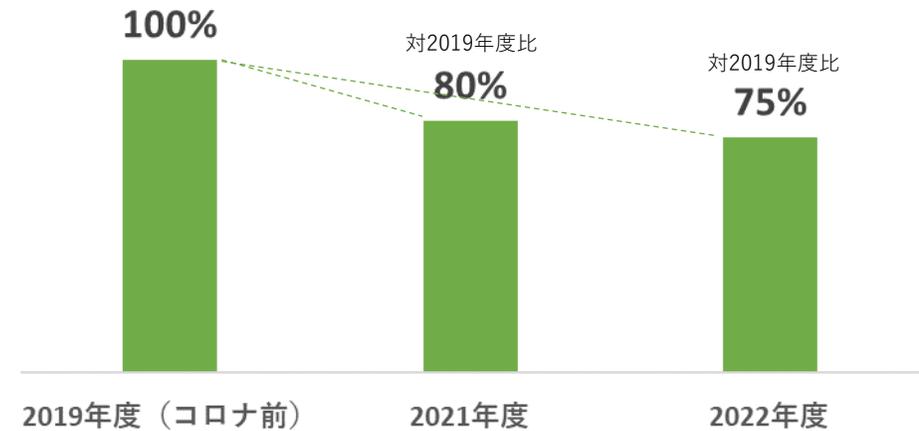
リアル+オンライン

「リアル形式」参加のべ総数 コロナ前対比（推計） ※大学／短大／専門問わず

1・2年生の参加のべ総数



3年生の参加のべ総数



	対コロナ前	コロナ前	2021年度	2022年度
・ 全国1・2年数	減↓減↓	(205万人)	→194万人	→192万人)
・ 全国参加割合	減↓減↓	(66.3%)	→46.6%	→60.5%)
・ 平均参加校数	同→増↑	(2.2校)	→2.2校	→2.5校)

リアルのみ

	対コロナ前	コロナ前	2021年度	2022年度
・ 全国3年生数	減↓減↓	(103万人)	→98万人	→95万人)
・ 全国参加割合	増↑増↑	(78.9%)	→80.2%	→81.7%)
・ 平均参加校数	減↓減↓	(3.6校)	→3.0校	→2.8校)

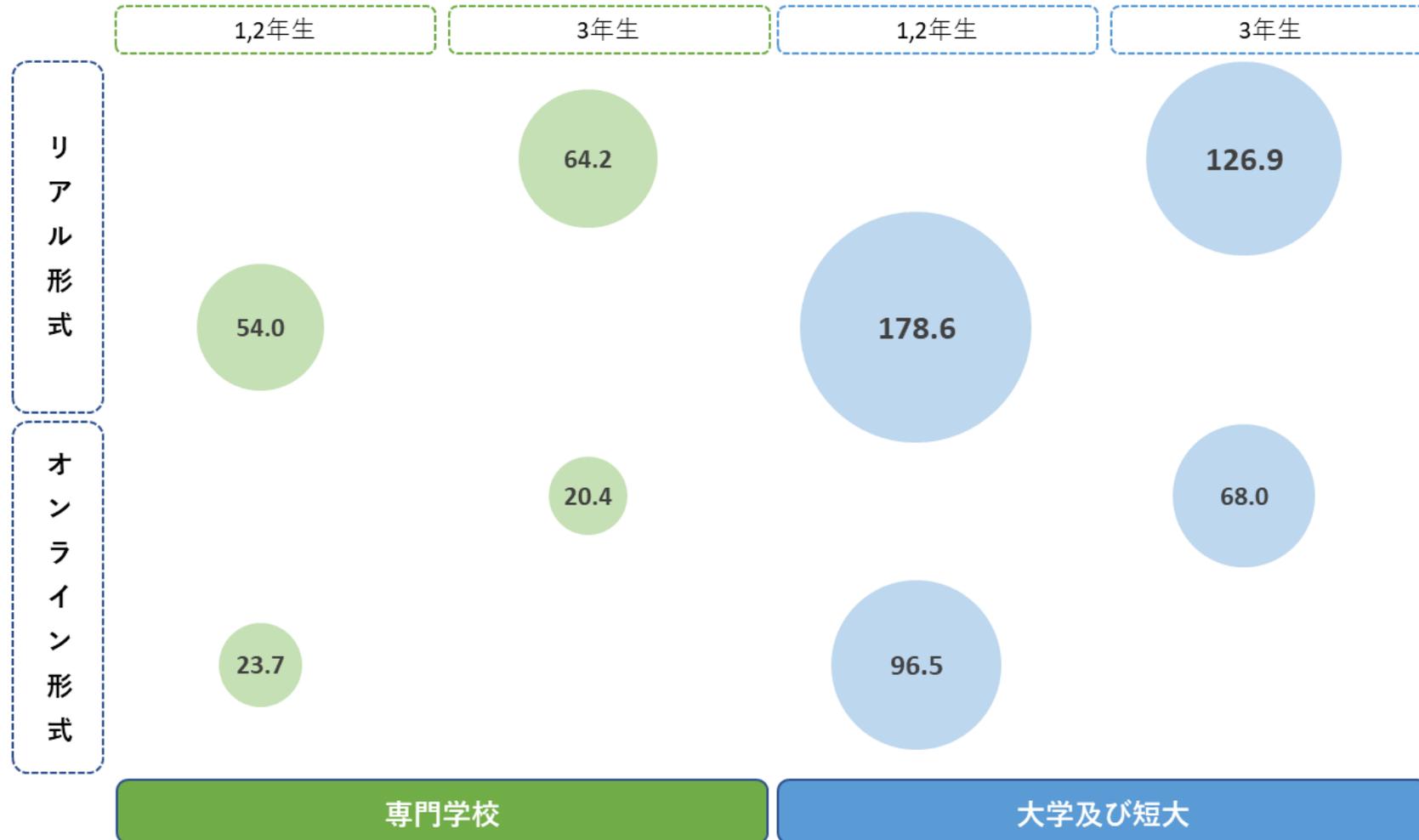
リアルのみ

イベント参加のべ総数（推計）のバブルチャート

バブルの面積＝イベント参加のべ総数の大きさ
チャートは2022年9月時点の推計

【参考】各市場の全国イベント参加のべ総数（推計）

（単位：万件）



「リアル形式」復調の兆しあり。「選ばれるイベント」の構築を。 「オンライン形式」は更なる創意工夫が必須。

- 希望進学先区分を問わず全体として見ると、コロナ前と比較して「リアル形式」のみの参加のべ総数は減少している。（P.9）
- ただし、コロナ以降「オンライン形式」が実施されるようになったため、「リアル」「オンライン」両方を合わせると、参加のべ総数はコロナ前と比較して増えている。（P.8）
- すなわち、現時点では各学校は「オンライン形式」でも参加数を獲得し、「リアル形式」の減少分（コロナ前と比較した際の減少分）を補うことが必須であると言える。
- ただし、直近の傾向を見ると、「リアル形式」の「参加割合」は復調傾向ではある。（P.4,6）
1,2年生の「参加割合」はコロナ前水準まで戻りつつあり、3年生の「参加割合」はむしろコロナ前を上回る。（P.9）
加えて「参加校数」がコロナ前水準に戻る・または上回れば、「リアル形式」市場は完全にコロナ前水準に戻ることになる。
- すなわち、「リアル形式」市場では「数少ない参加校数（特に3年生）」（P.9）の中で「選ばれるイベント」を構築することが重要な戦略となる。イベント内容の強化、広報の強化が重要となる。
- 同時に、「オンライン形式」市場は頭打ち・または縮小することも考えられる。
現に、直近の傾向を見ると「参加割合」は減り、「参加校数」も伸び悩んでいる。（P.5,7）
「オンライン形式」から得られる情報や体感に、満足できない・限界を感じる高校生が多いと推測される。
- 時間や空間に制限されない強みを活かしつつ、更に創意工夫に富んだ新たな「オンライン形式」を企画できれば、デジタルネイティブ世代の「オンライン形式」市場のパイを獲得する可能性は、十分にあると考えられる。



II. オープンキャンパス参加の実態

2022年8月30日～9月1日実施の調査より

調査概要

- 調査名 : オープンキャンパスに関する実態調査
- 調査主体 : 株式会社マイナビ
- 調査方法 : スマートフォンリサーチ
- 調査回収期間 : 2022年8月30日～2022年9月1日
- 調査対象者 : 外部パネル（全国15～18歳）
- 有効回答者数 : 1,595名（自身が直近で参加したオープンキャンパスが
 - ・・・ オフライン（リアル）形式である、大学・短大進学志望の高校1・2年生 200名、高校3年生 200名
 - ・・・ オフライン（リアル）形式である、専門学校 進学志望の高校1・2年生 200名、高校3年生 200名
 - ・・・ オンライン（Web）形式である、大学・短大進学志望の高校1・2年生 200名、高校3年生 200名
 - ・・・ オンライン（Web）形式である、専門学校 進学志望の高校1・2年生 200名、高校3年生 195名

※各設問は、「自身が直近で参加したオープンキャンパス」について回答を得た。

（例）Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに、参加したきっかけについて、当てはまるものを全てお知らせください。

→直近で参加したオープンキャンパスがリアル形式である人は、そのリアル形式イベントに参加したきっかけを回答。

直近で参加したオープンキャンパスがオンライン形式である人は、そのオンライン形式イベントに参加したきっかけを回答。

調査結果TOPICS（最も多い回答のサマリー）

	大学・短大		専門学校	
イベント認知の経路	約3割が学校公式WEBページ	P.16	2~3割が学校公式WEBページ	P.37
参加したきっかけ	約7割が自らの意志で参加	P.17	約7割が自らの意志で参加	P.38
事前の申込	基本的に行っている	P.19	基本的に行っている	P.40
事前の申込経路	7~8割が学校公式WEBページ	P.20	約6割が学校公式WEBページ	P.41
参加のきっかけになったプログラム	3~4割が学部説明。3年生は入試説明も。 きっかけになったプログラムは平均1.7個。	P.21	約3割が全体説明。リアル形式では模擬授業（実習）も。 きっかけになったプログラムは平均1.5個。	P.42
実際に参加したプログラム	約5割が全体説明および学部説明。3年生は入試説明も。 平均参加プログラム数は2.8個。	P.23	約5割が全体説明。リアル形式では模擬授業（実習）も。 平均参加プログラム数は2.8個。	P.44
志望度が上がったプログラム	約2割が学部説明と回答。 志望度が上がったプログラムは平均1.1個。	P.24	リアル形式では約3割が模擬授業（実習）と回答。 志望度が上がったプログラムは平均1.1個。	P.45
志望度が下がったプログラム	8~9割が特になし	P.25	約8割が特になし	P.46
知りたかった情報	約6割が学べる内容	P.29	約5割が学べる内容。3年生は学費も。	P.50
参加前に調べた情報	約6割が学べる内容。3年生は入試方法も。 平均約4項目を調べている。	P.30	約6割が学べる内容。3年生は入試方法と学費も。 平均約4.5項目を調べている。	P.51
最も参考になった情報	約4割が学べる内容	P.31	約3割が学べる内容	P.52
同伴者	3~4割が母親と	P.33	3年生は3~4割が母親と、1,2年生は3~4割が友達と	P.54



Ⅲ.【大学・短期大学】 オープンキャンパス参加の実態

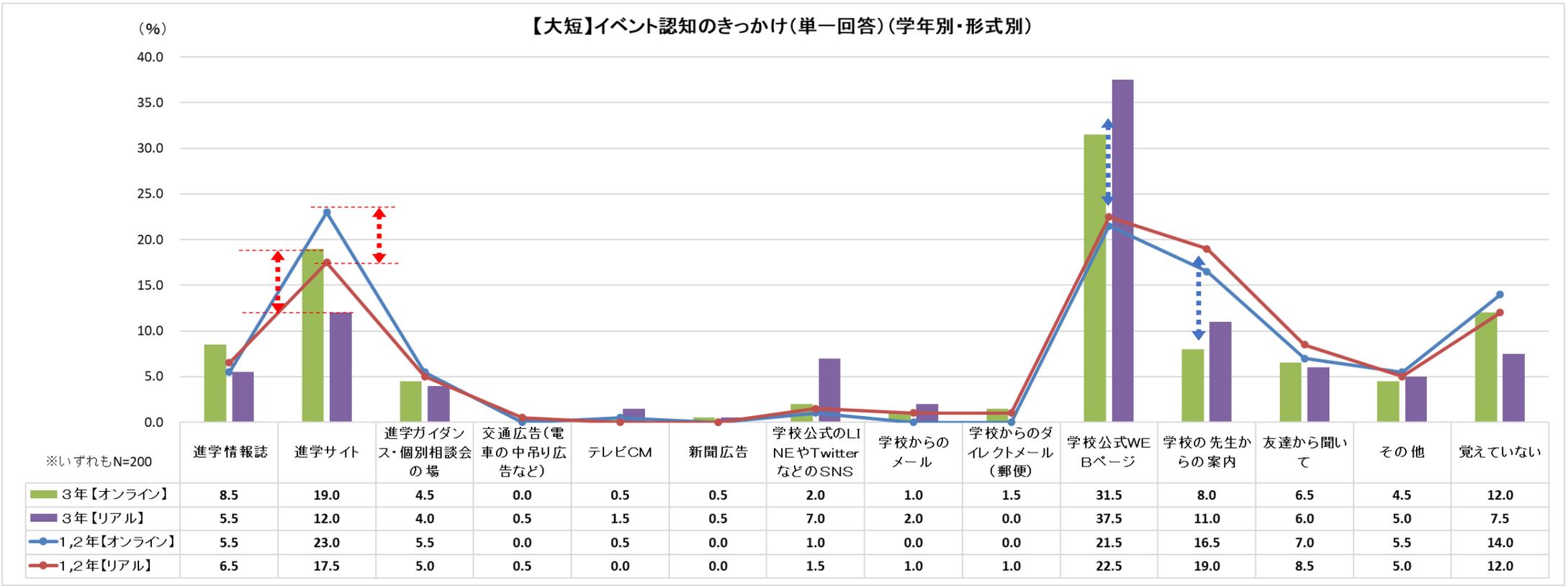
2022年8月30日～9月1日実施の調査より

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントを最初に知った情報媒体をお知らせください。

全体として「進学サイト」「学校公式WEBページ」の回答割合が高い。

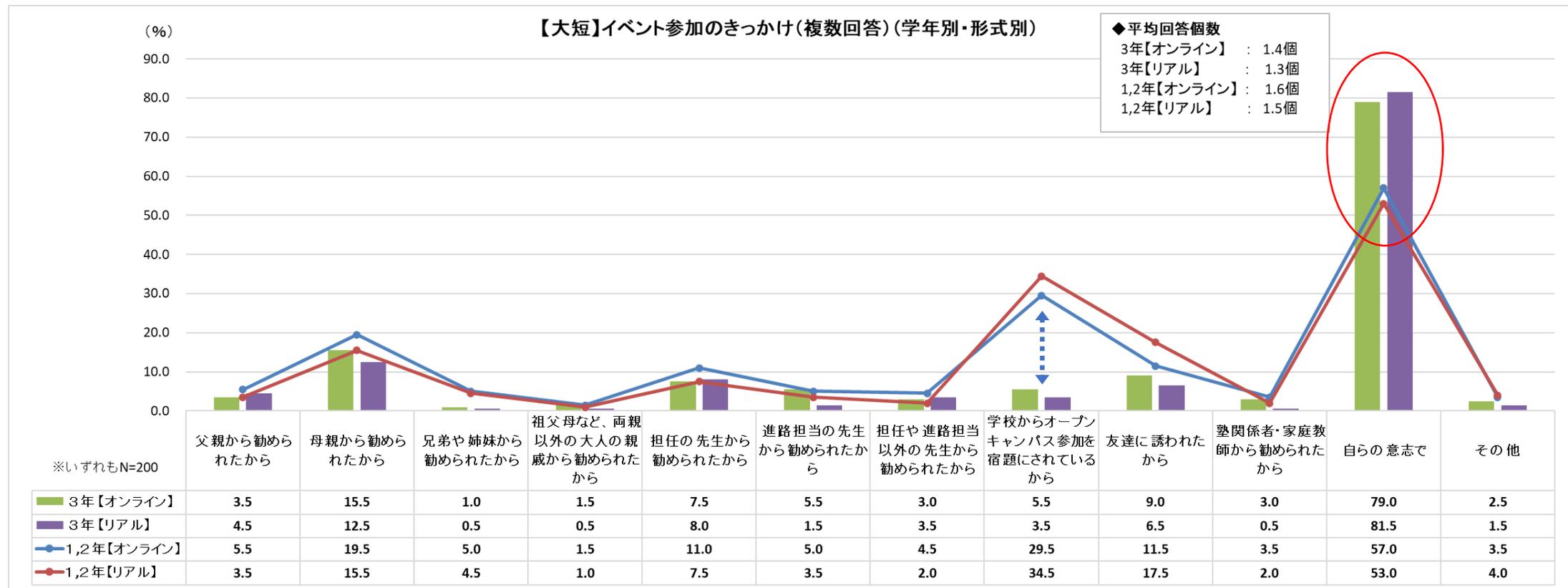
「進学サイト」はリアルよりオンラインの参加者で回答割合が高い。

「学校公式WEBページ」は1,2年よりも3年が、「学校の先生から」は3年よりも1,2年の回答が多い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに、参加したきっかけについて、当てはまるものを全てお知らせください。

イベントには、基本的に**自らの意志**で参加している。**(特に3年生は突出)**
 ただし、**1,2年生**は次点として**宿題**での参加が多い。**(一方、3年生はかなり少ない)**

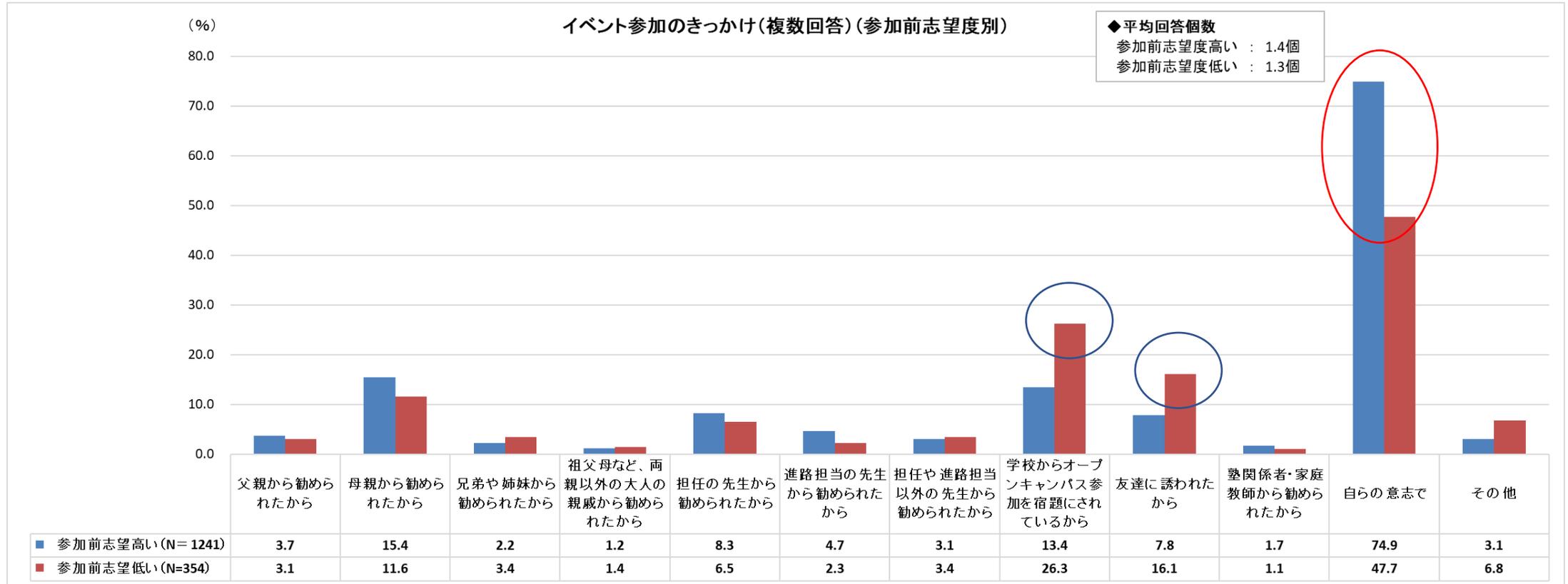


主体的に参加している3年生には、求める情報に対するアンサー提供を。
 受動的に参加している1,2年生には、プッシュ型のイベント内容を。

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに、参加したきっかけについて、当てはまるものを全てお知らせください。(志望度別)

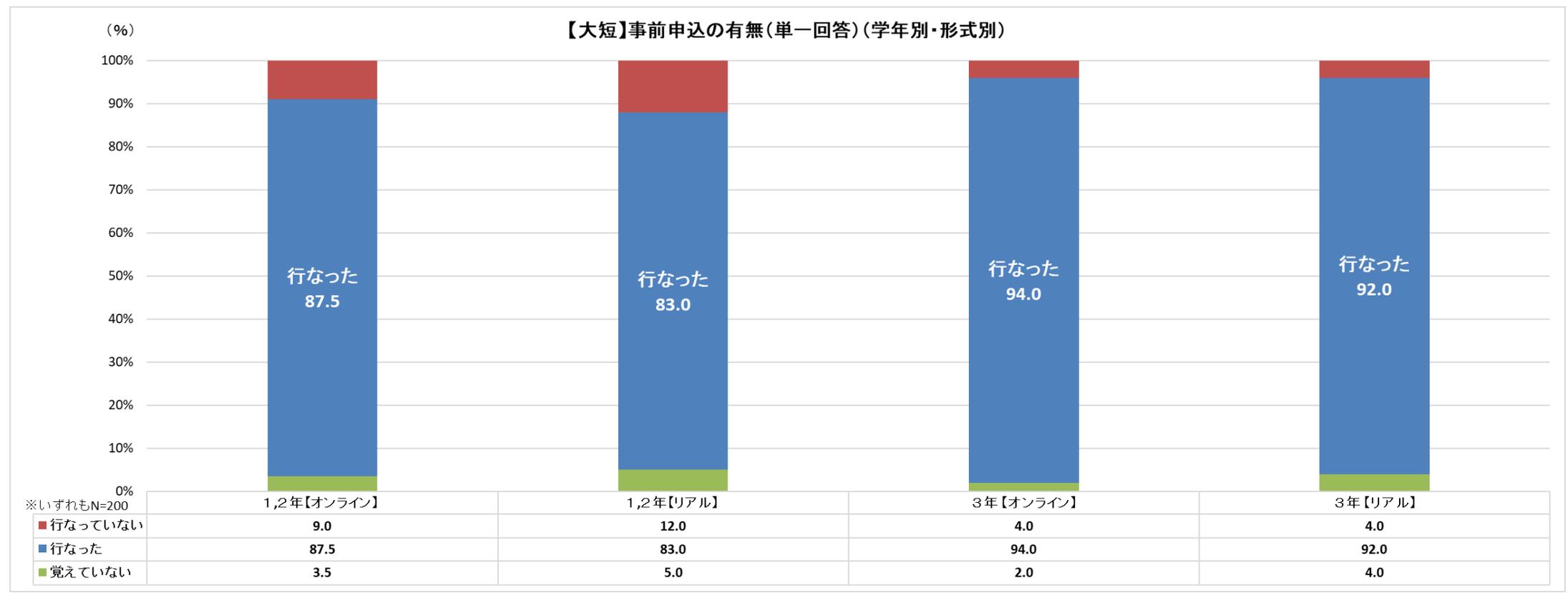
「参加前志望度が高い」層は当然「**自らの意志で**」の回答が多い。

「友達に誘われて」「宿題」がきっかけという回答は、「参加前志望度が低い」層が多い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加する際、事前申し込みは行ないましたか。

事前の申し込みは、学年・イベント形式を問わず
ほとんど行なっているのが実情。

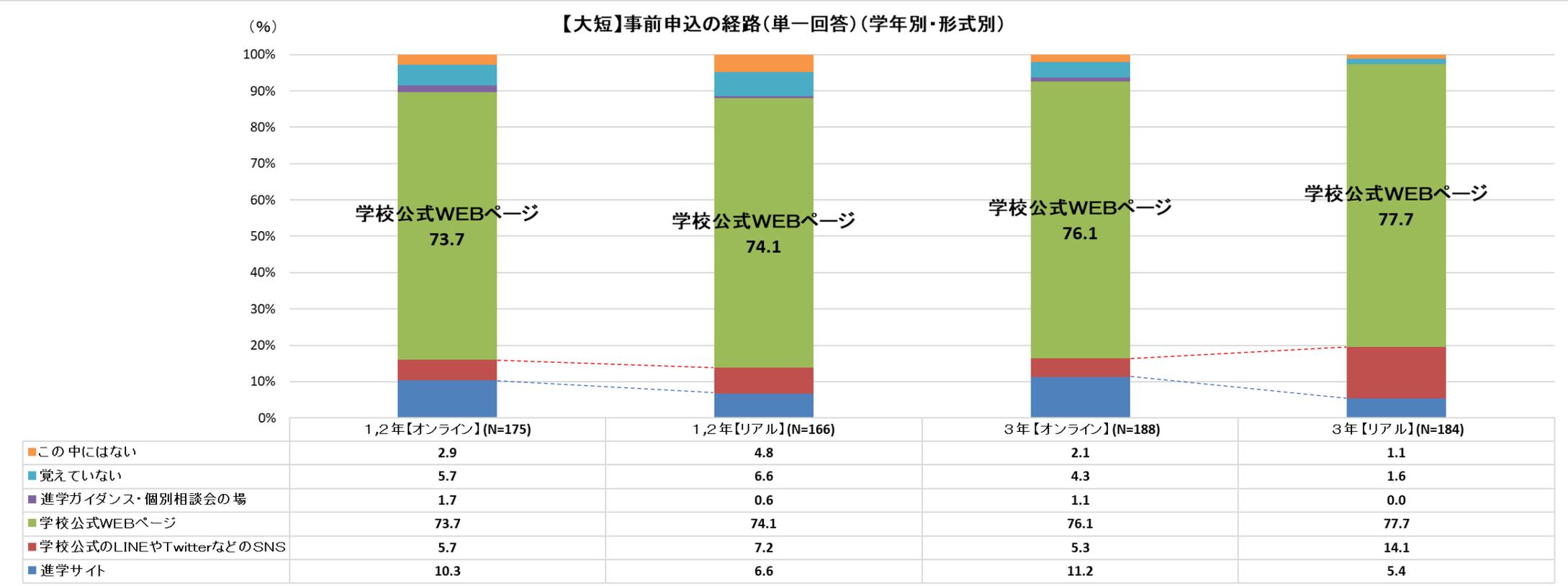


Q.事前申し込みは、何で行ないましたか。

全体的に「学校公式WEB」経由の申込みが7割強を占める。

学年を問わず、「学校公式SNS」はオンラインよりもリアル参加者の回答割合が高い。

学年を問わず、「進学サイト」はリアルよりもオンライン参加者の回答割合が高い。

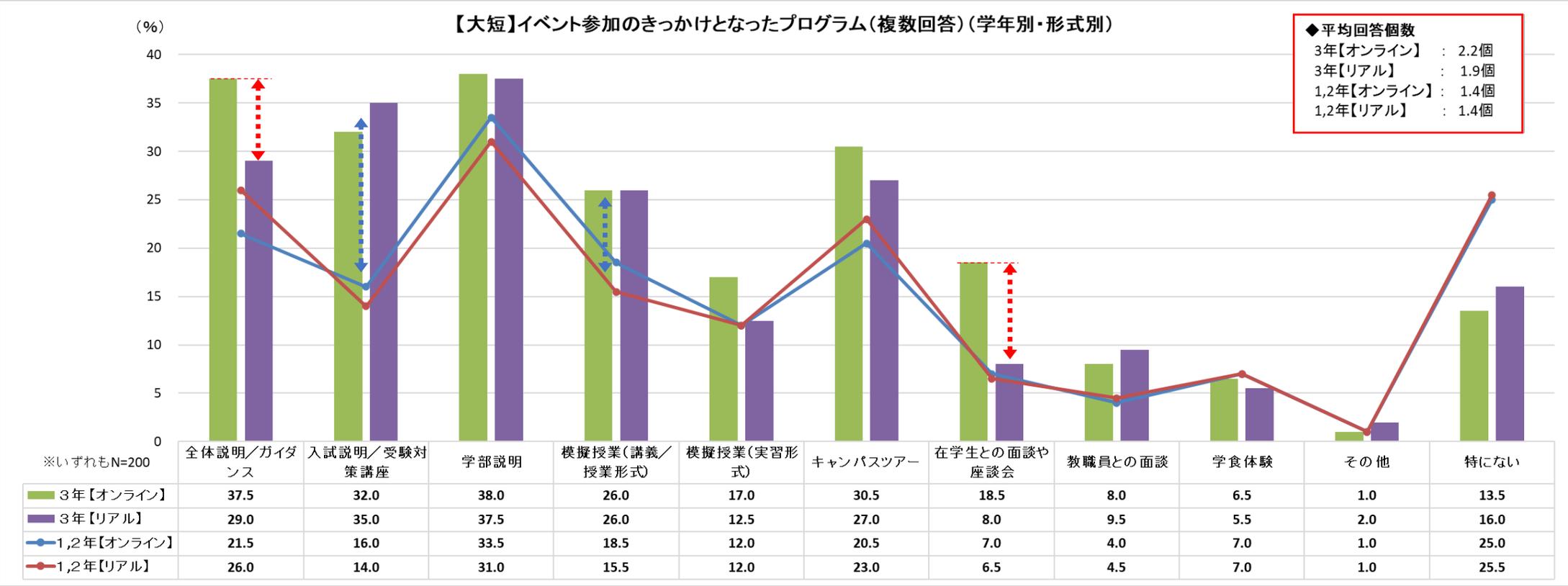


Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加しようと思うきっかけとなったプログラムをお知らせください。

全体として「全体説明」「学部説明」「キャンパスツアー」が多い。

オンラインの参加者で特に回答割合が多いのは「全体説明」「在学生面談」（ただし差が顕著なのは3年のみ）

「入試説明」「模擬授業」は1,2年より3年の回答割合が高い。



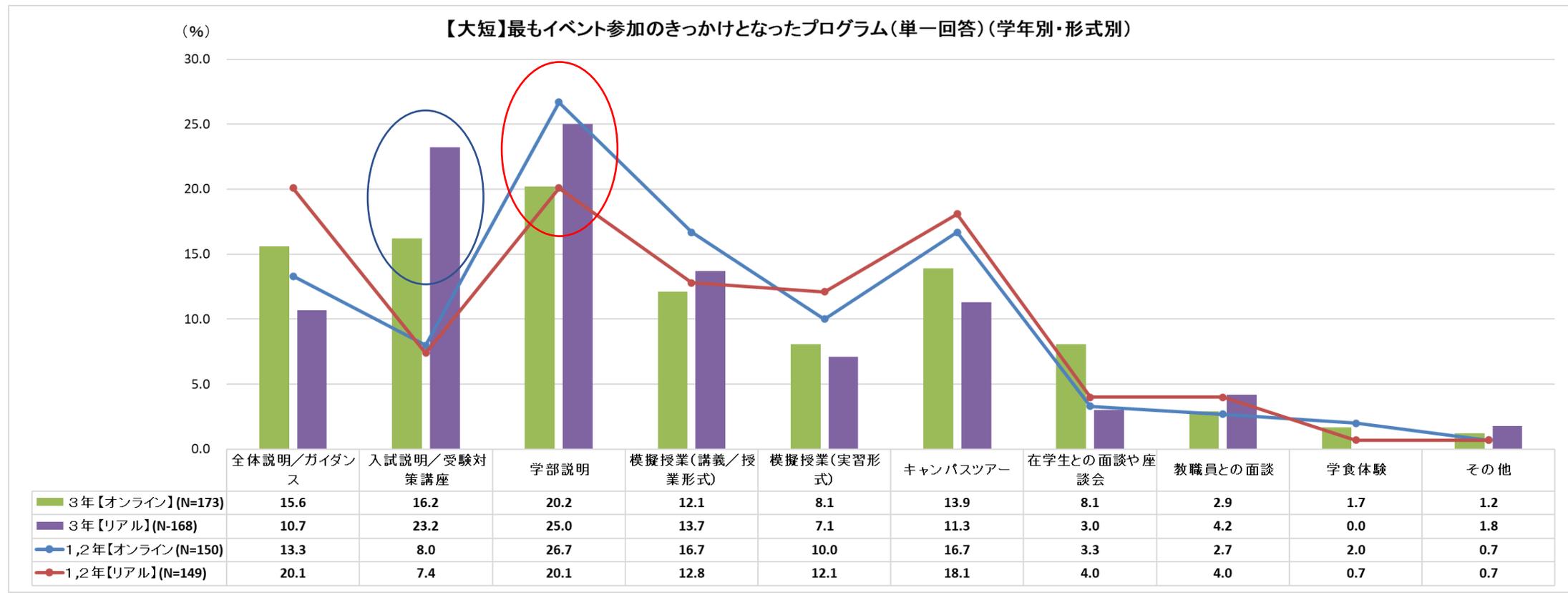
きっかけとなるプログラムは1,2個程度。学年・形式に合わせて最も適切なプッシュ内容を。

Q.最もオープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加しようと思うきっかけとなったプログラムをお知らせください。

学年・形式問わずトップ回答は「学部説明」。

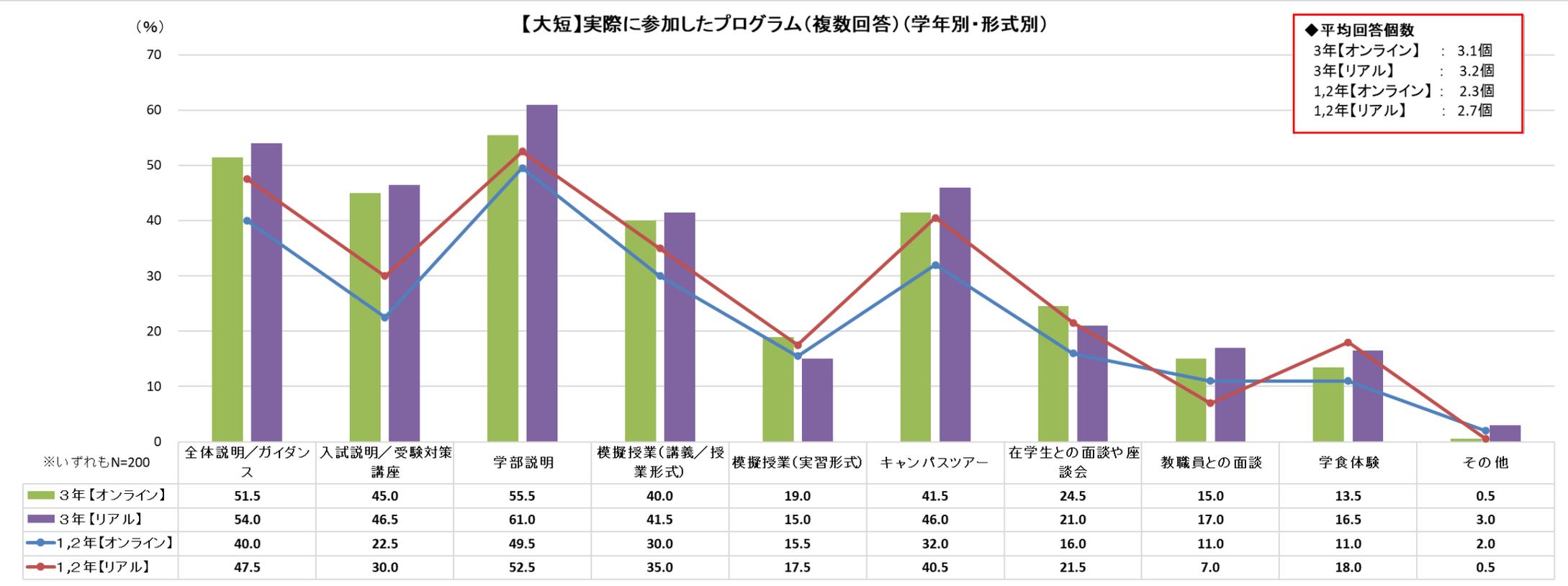
3年生は形式問わず「入試説明」が2番目に高い回答割合。

1,2年生（リアル）は「学部説明」と「全体説明」が同率1位、「キャンパスツアー」が2位。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに実際に参加したプログラムをお知らせください。

全体として「全体説明」「入試説明」「学部説明」「模擬授業（講義）」「キャンパスツアー」の回答割合が高い。
 学年・形式によって回答傾向に大きな差は見られない。
 平均参加プログラム数はおよそ2,3個。

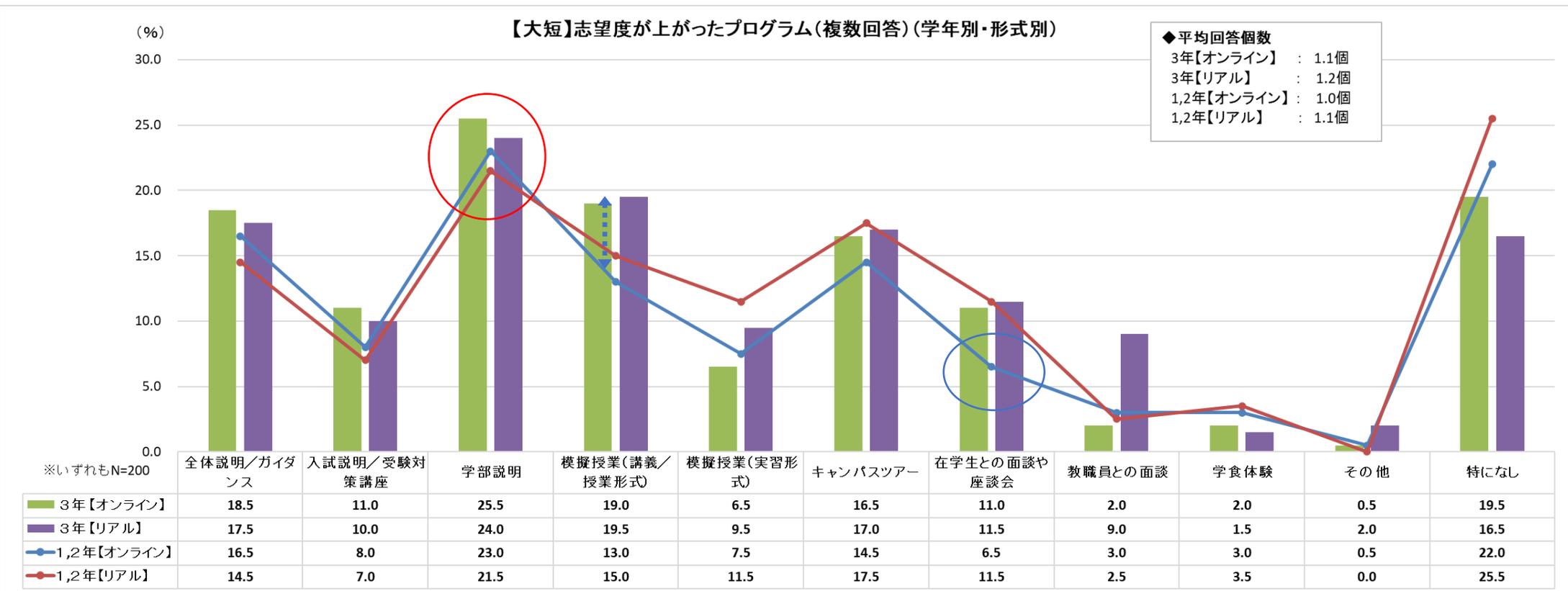


Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加することで、その学校の志望度が上がったプログラムをお知らせください。

学年・形式を問わず「学部説明」の回答割合が高い。

全体的に「全体説明」「模擬授業（講義）」「キャンパスツアー」も概ね回答割合が高い。

「模擬授業（講義）」は1,2年の回答割合が3年よりも低く、「座談会」は1,2年（オンライン）が唯一低い。

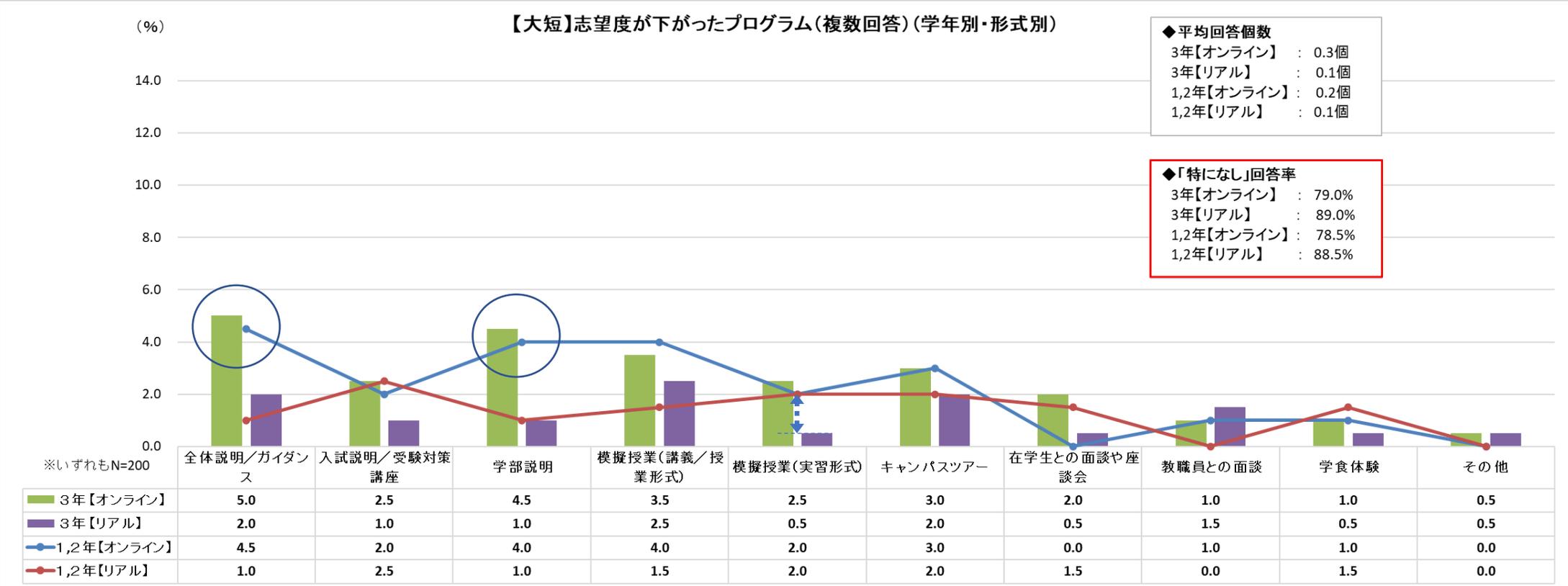


学部説明は学年、形式を問わず特に力を入れるべき。
 1,2年向けのオンライン座談会は創意工夫が必要か。

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加することで、その学校の志望度が下がったプログラムをお知らせください。

「特になし」の回答が8~9割。

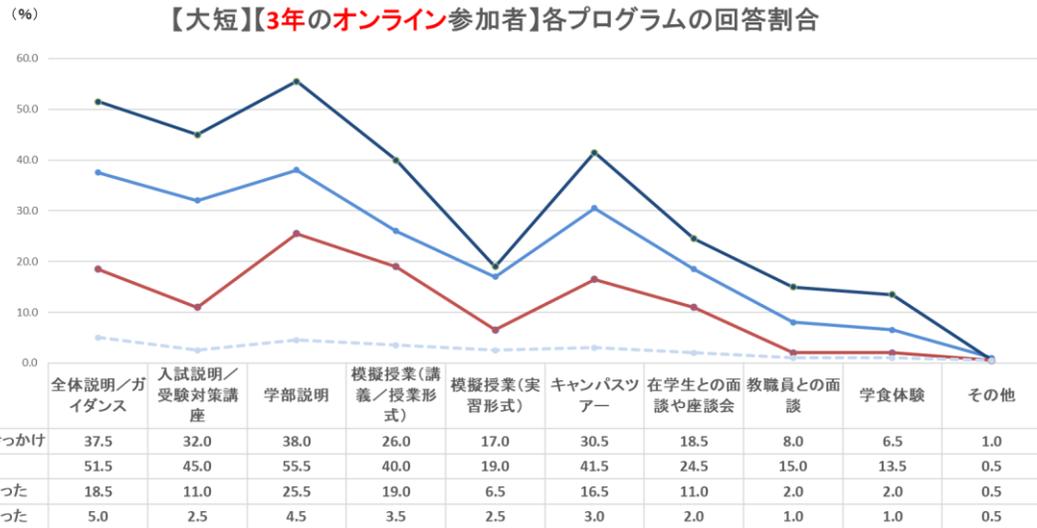
「全体説明」「学部説明」はオンラインだと回答割合が高くなる傾向。
 「模擬授業（実習形式）」は3年よりも1,2年で回答割合が高くなる傾向。



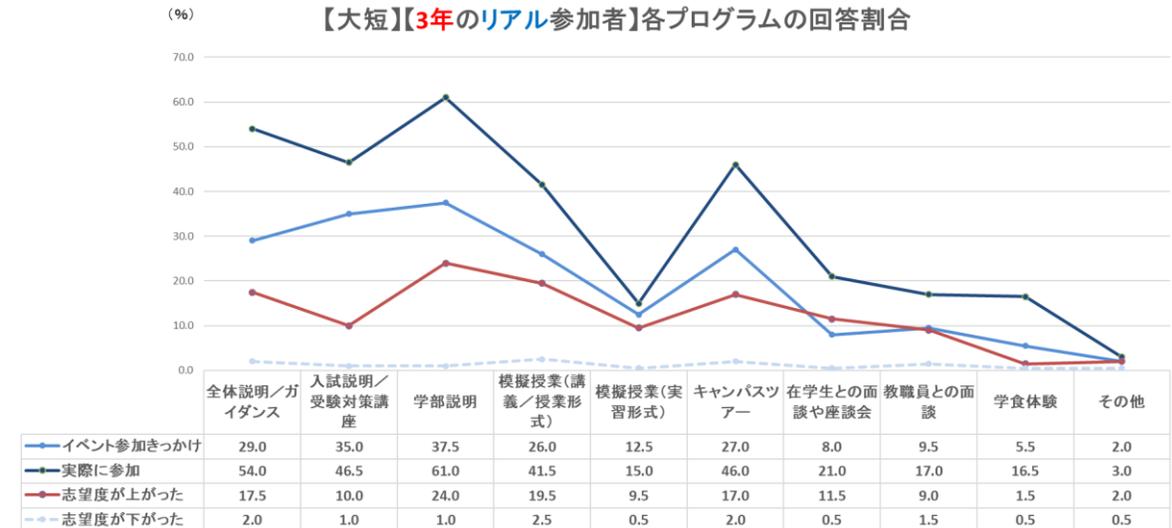
特に説明中心のコンテンツは、オンラインでは創意工夫が必要。

実習形式の動的なコンテンツでも、低学年向けにはわかりやすくするなどの工夫が必要か。

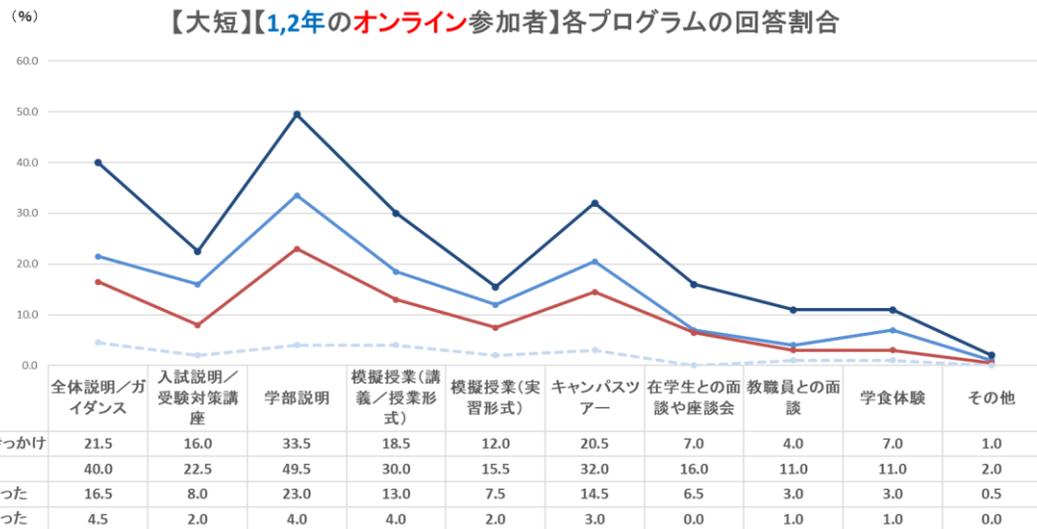
【大短】【3年のオンライン参加者】各プログラムの回答割合



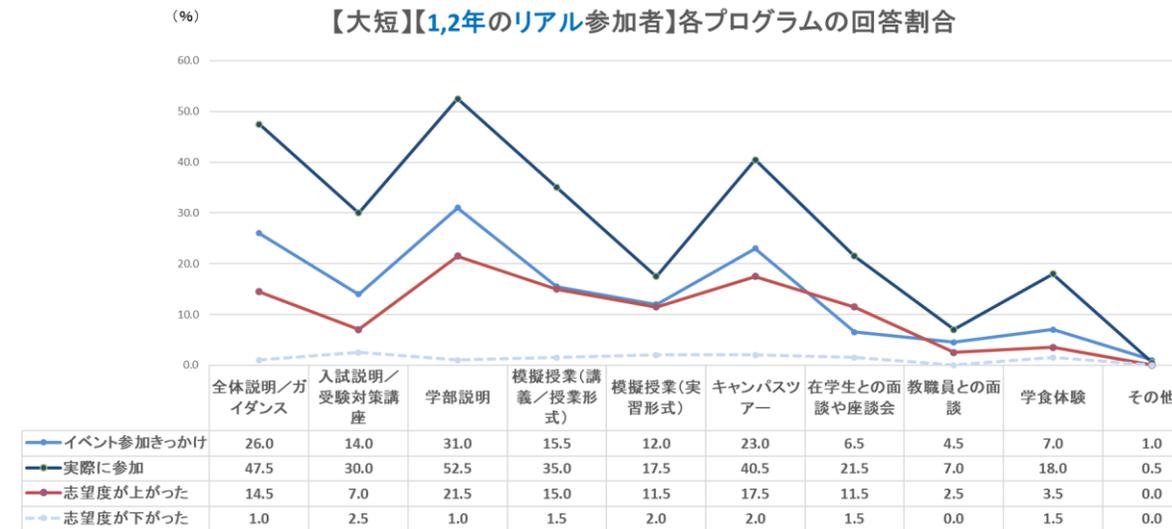
【大短】【3年のリアル参加者】各プログラムの回答割合



【大短】【1,2年のオンライン参加者】各プログラムの回答割合



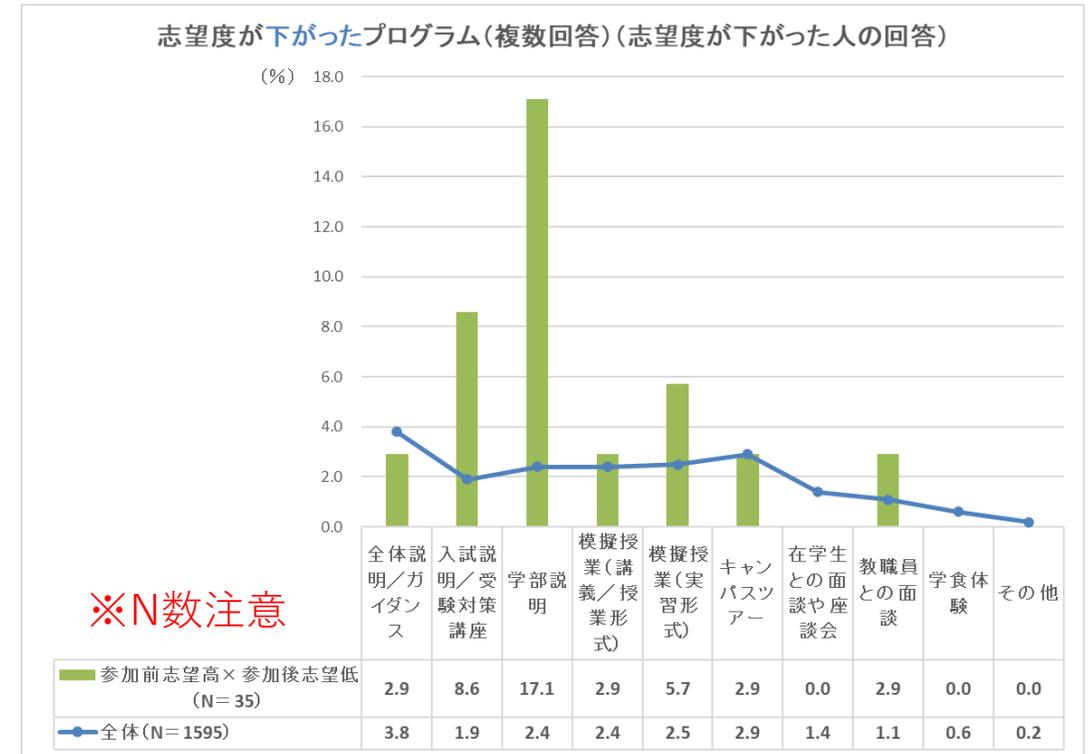
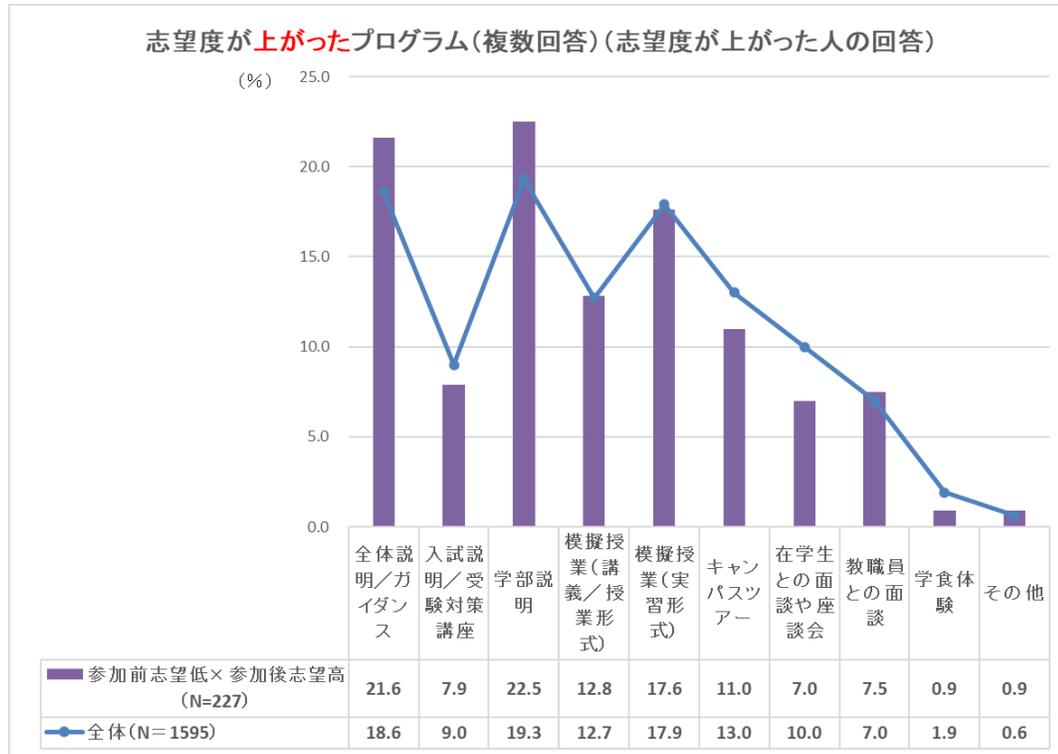
【大短】【1,2年のリアル参加者】各プログラムの回答割合



志望度が低かった人が参加後に志望度が上がった要因は、全体傾向と概ね差が見られない。

(「全体説明」「学部説明」「模擬授業(実習)」の割合が高い。)

一方、志望度が高かった人が、参加後に志望度が下がる要因は、「入試説明」「学部説明」「模擬授業(実習)」と考えられる。



Q.志望度が上がった／下がったプログラムの中で、その要因があればお知らせください。

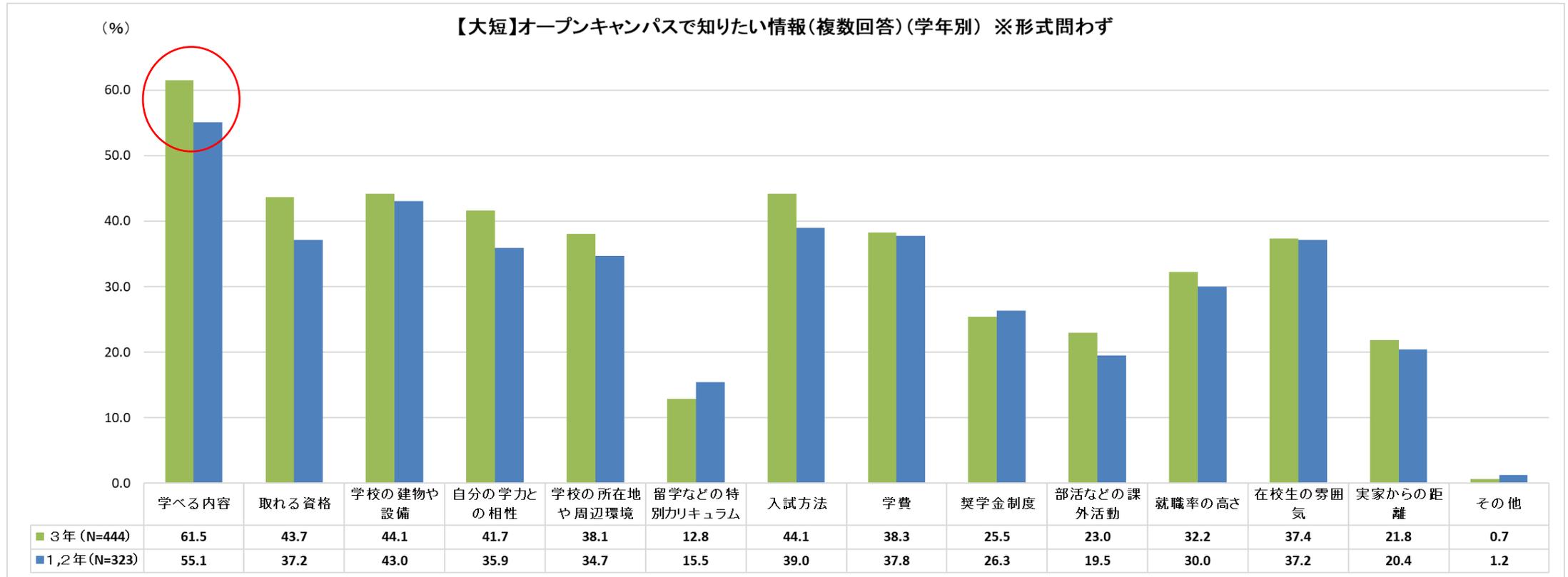
志望度が上がった要因

- 教職員との面談の際、その内容も当然きっかけにもなったが、それ以上に如何なる質疑にも丁寧に応答していただき雰囲気が良いと感じたから。
- 濃い学びができたから。そこの大学に入学する意義を見出すことができたから。大学に入学しても自分自身がまだ伸びる可能性を感じたから。
- 学校全体で向かっている方針や様々な取り組みが、ただ学ぶ場所以上に価値があるように感じた。
- 綺麗な学校で実際に行きたいと思った。在学生にキャンパス案内していただいたのですが優しい方でいいなと強く思った。
- これまで高校で学んできた事柄を実際に社会で使われている使用例を学べた事。
- 先生の話し方が面白く、この人の下で学べたら楽しいと感じたこと。
- より具体的な情報を知れたことで入学後のビジョンが明確になったこと。

志望度が下がった要因

- 在学生の出身高校がハイレベルなところばかりで、自分も目指して入れるのか不安になった。
- 入試に苦手な小論文があり、危機感を感じた。
- キャンパスツアーなのに廊下を歩いてドアに貼られた部屋の内容を見ただけ。
- 想像よりつまらなかったから。
- 先生の対応が悪かった。
- 難しくて眠くなった。
- 本当に自分がやりたいことと実際に学べるものが違ったから。
- 学校のカリキュラムが合わなかったから。
- 具体的な就職先の欄を見たところ、興味のある分野への就職実績に乏しかったことも気になった。
- 大学の就職サポートの説明において、地元への就職がほとんどであることを知ったこと、就職者の職種の割合を明らかにしていなかったこと。

「学べる内容」が回答割合1位。
 学年による大きな違いは見られない。



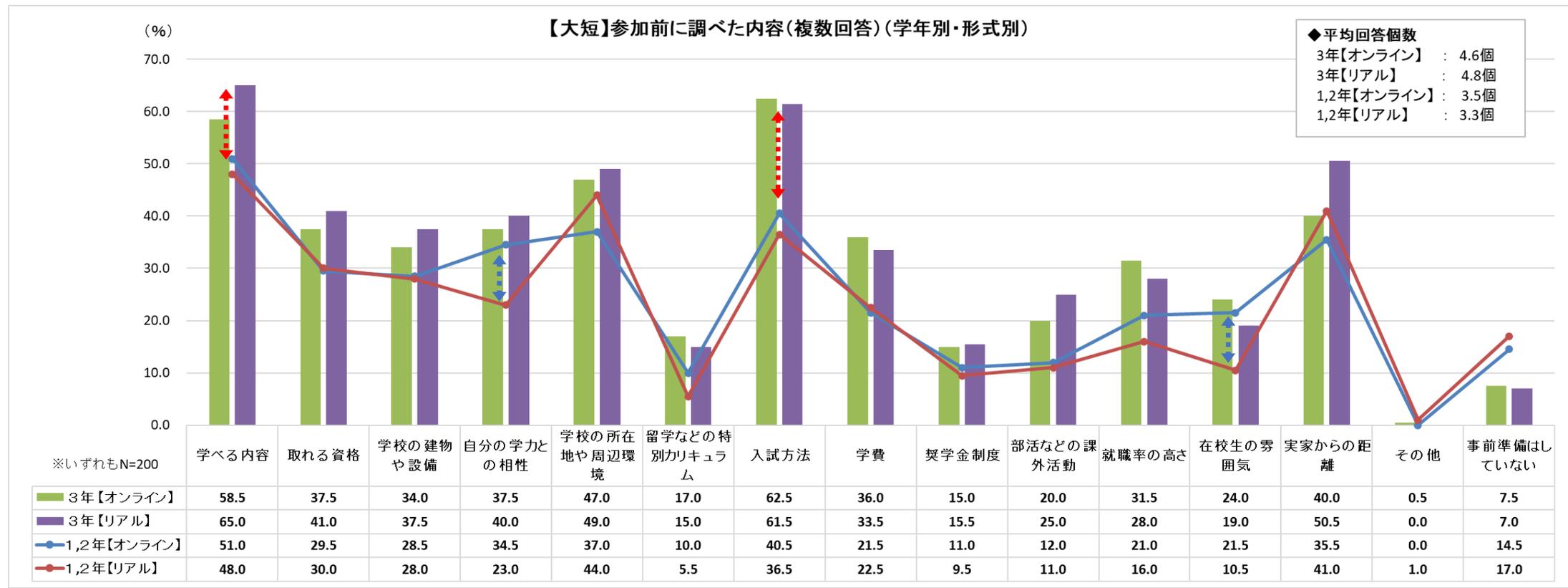
*1 2022年5月マイナビ進学会員モニター調査 (N=996) より。
 調査時の第一希望進路を「大学」または「短期大学」とした回答者の回答を抽出

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントの参加前に調べた内容をお知らせください。

全体として「学べる内容」「所在地」「入試方法」「実家からの距離」が多い。

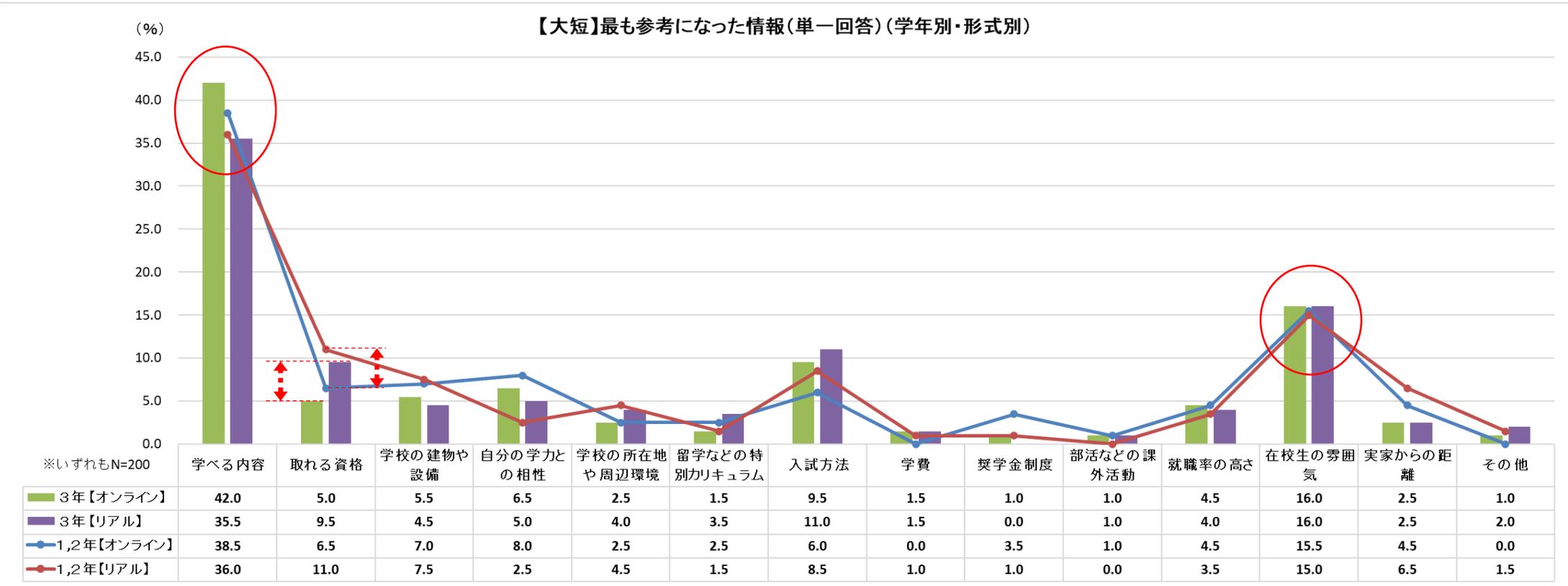
「学べる内容」「入試方法」は1,2年より3年の回答割合が高い。

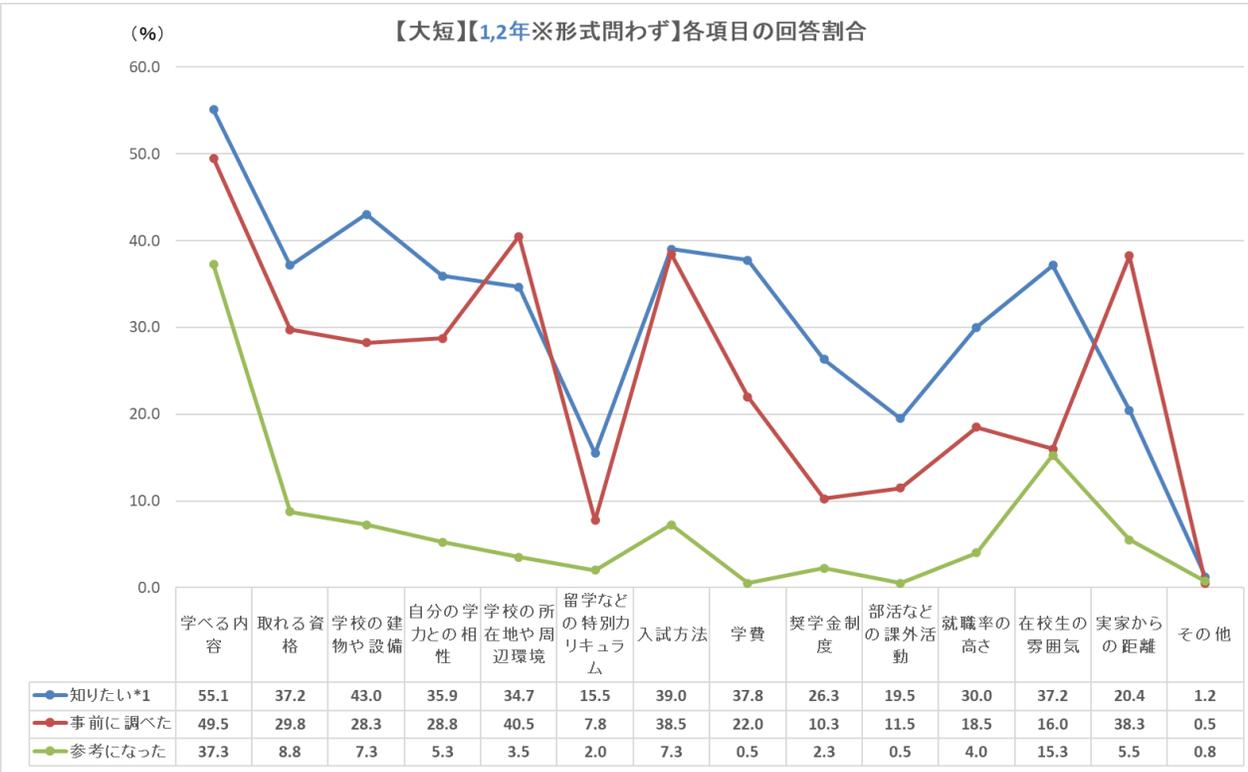
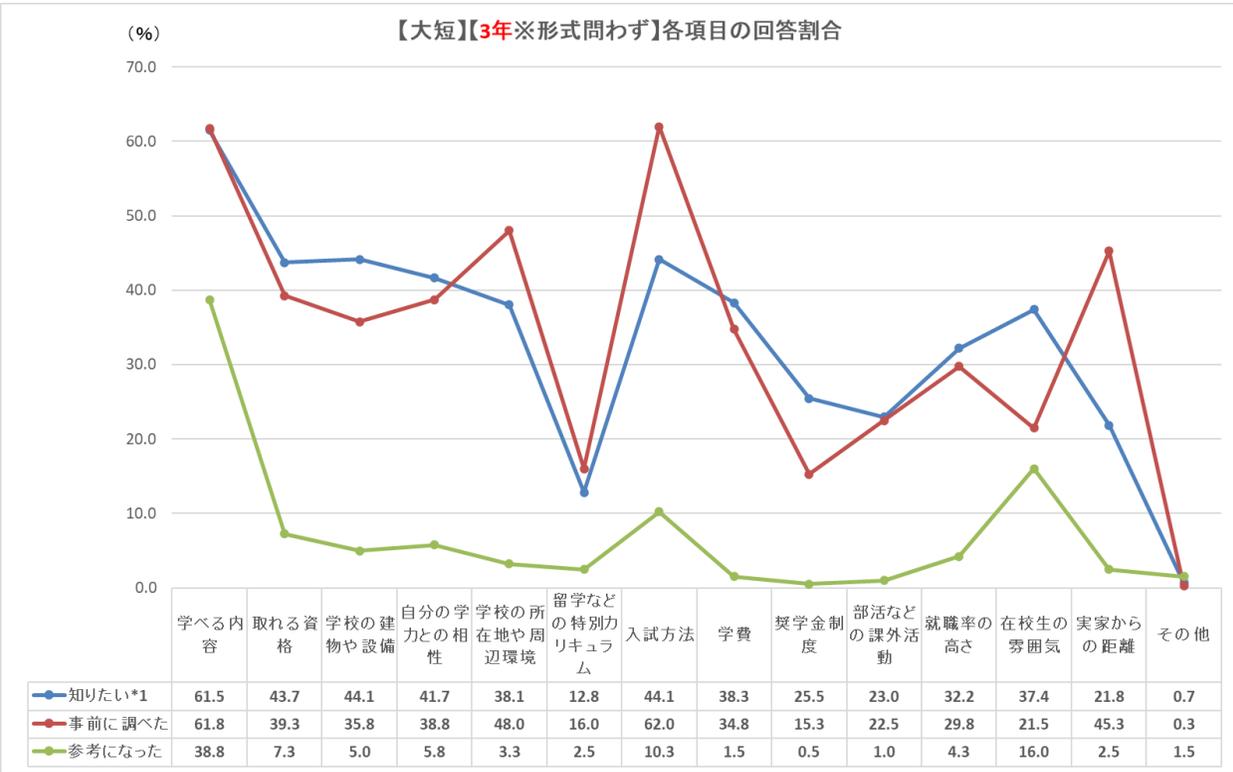
「学力との相性」「在校生の雰囲気」は1,2年回答で特にリアルよりオンラインの参加者の回答割合が高い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントで、最も進路選択の参考になった情報をお知らせください。

学年形式問わず、回答割合1位「**学べる内容**」、2位「**在校生の雰囲気**」。
 「**取れる資格**」はオンラインよりも**リアルの参加者**の回答割合が高い。
 他の項目では回答割合の大きな差は特に見られない。

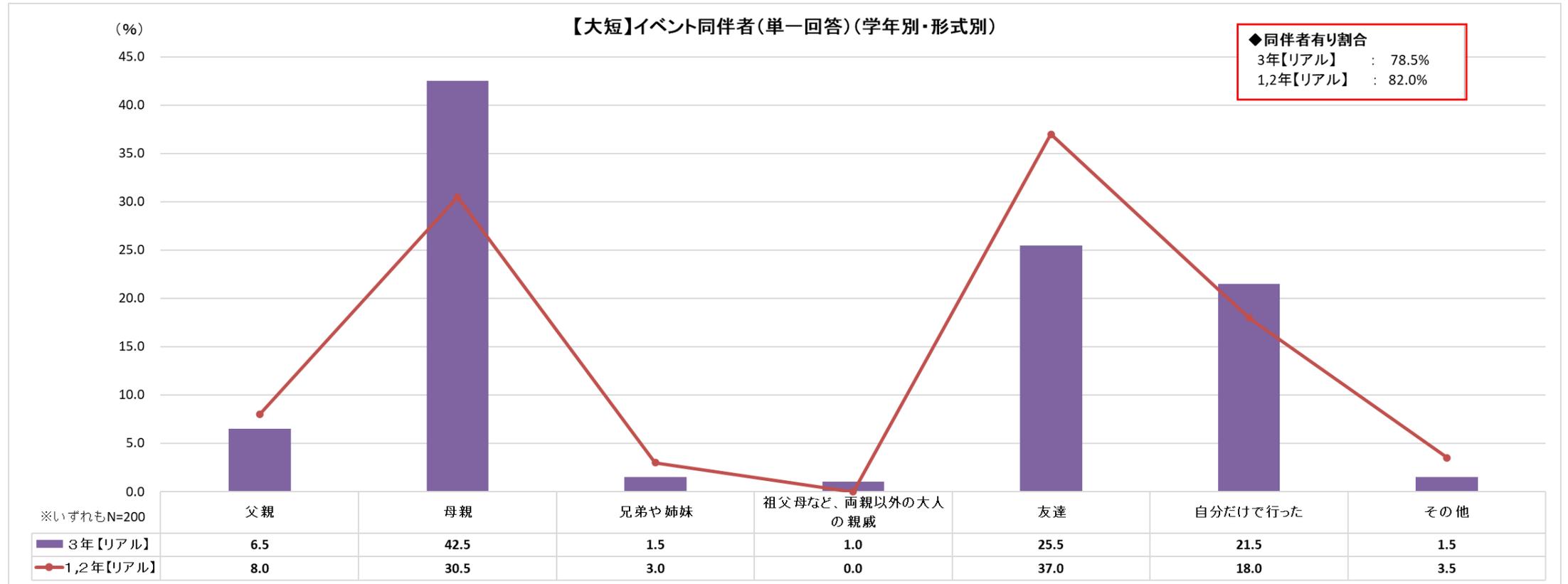




*1 2022年5月マイナビ進学会員モニター調査 (N=996) より。
調査時の第一希望進路を「大学」または「短期大学」とした回答者の回答を抽出

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントには誰と一緒に行きましたか。

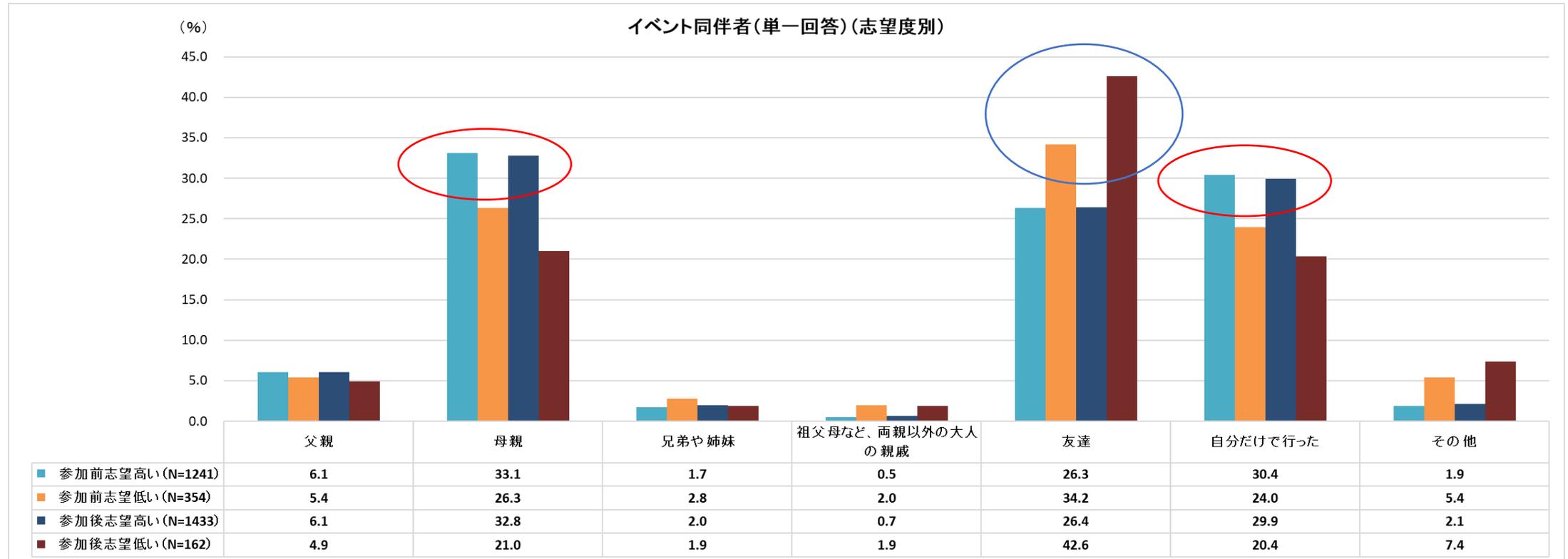
3年は「母親」「友達」「自分だけで」、
1,2年は「友達」「母親」「自分だけで」という順序の回答割合となった。
全体から「自分だけで」を除くと、**同伴者有り割合は3年=78.5%、1,2年=82.0%**



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントには誰と一緒に行きましたか。

全体として「母親」「友達」「自分だけ」の回答が多い。

「母親」「自分だけ」の回答は志望度が高い群に多く、「友達」の回答は志望度が低い層に多い。



特に友達同士で来ている組にはプッシュ型のイベント内容を。

学部説明がイベントにおける最重要コンテンツ。 告知の強化とともに、説明担当者への教育・研修も徹底を。

- オンライン形式の参加割合は昨年度と比べて低下気味だが、リアル形式の参加割合は1,2年で約6割、3年で約8割と高い。(P.4,5)
- 「学部説明」は「参加のきっかけ／実際に参加した／志望度が上がった」プログラムのいずれでも、他の項目と比べて回答割合が高い。(P.26) 高校生は「学べる内容」を重視する*ため、自分が学びたい内容と学校で学べる内容にギャップがないか、入念にチェックしている様子が伺える。
- 志望度が上がった要因の共通項として、「理解度が深まった」「説明してくれた人が丁寧」という内容が伺える (P.28) 学内の説明担当者へ事前に教育・研修を行うことの重要性がわかる。
- 一方、志望度が上がったプログラムは平均1.1個。また、「学部説明」で志望度が上がったという回答も2割台に留まる。(P.24) 「学部説明」の更なるブラッシュアップ (例えば参加者限定の情報を提供するなど) や、「学部説明」以外のコンテンツの特異化・開発などが、他校との差別化に繋がる余地が十分にあると言えそうだ。
- 逆に、志望度が下がったプログラムは「特にない」が8~9割。(P.25) 極端だが、参加さえしてもらえば『“不可”はほとんどなく、立地と学べる内容を確認められればOK。キャンパスや人の雰囲気良ければ加点。』となるケースが多いとも考えられる。
- 上記を鑑みると、「イベント内容を充実させ、参加者満足度を上げる」と「イベント告知に重点を置き、とにかく参加させる」とでどちらに重きを置くかは、学校ごとに投下資源と予想成果を十分に検討したいところだ。 高校生のリアル形式イベント参加平均校数は2~3校 (P.4)、平均参加プログラム数も2~3個/校 (P.23) と決して多くないことも、改めて念頭に置いておきたい。



IV. 【専門学校】

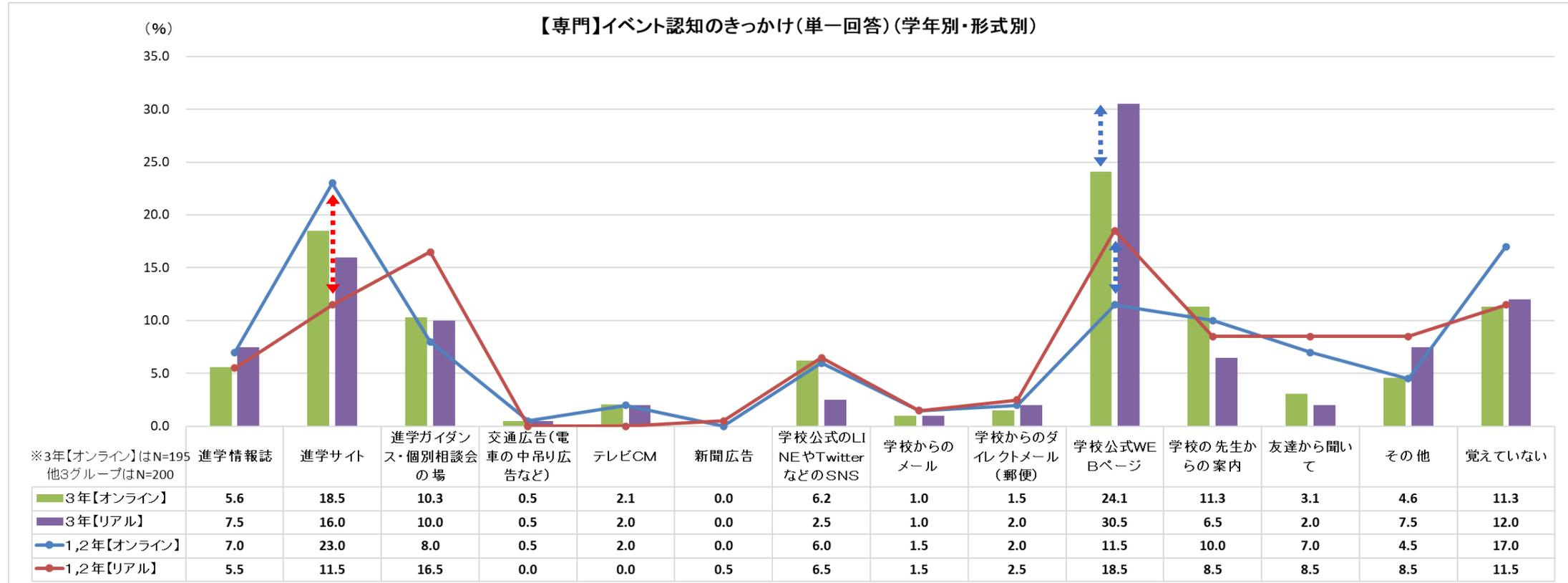
オープンキャンパス参加の実態

2022年8月30日～9月1日実施の調査より

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントを最初に知った情報媒体をお知らせください。

全体として「進学サイト」「学校公式WEBページ」「ガイダンス」の回答割合が高い。

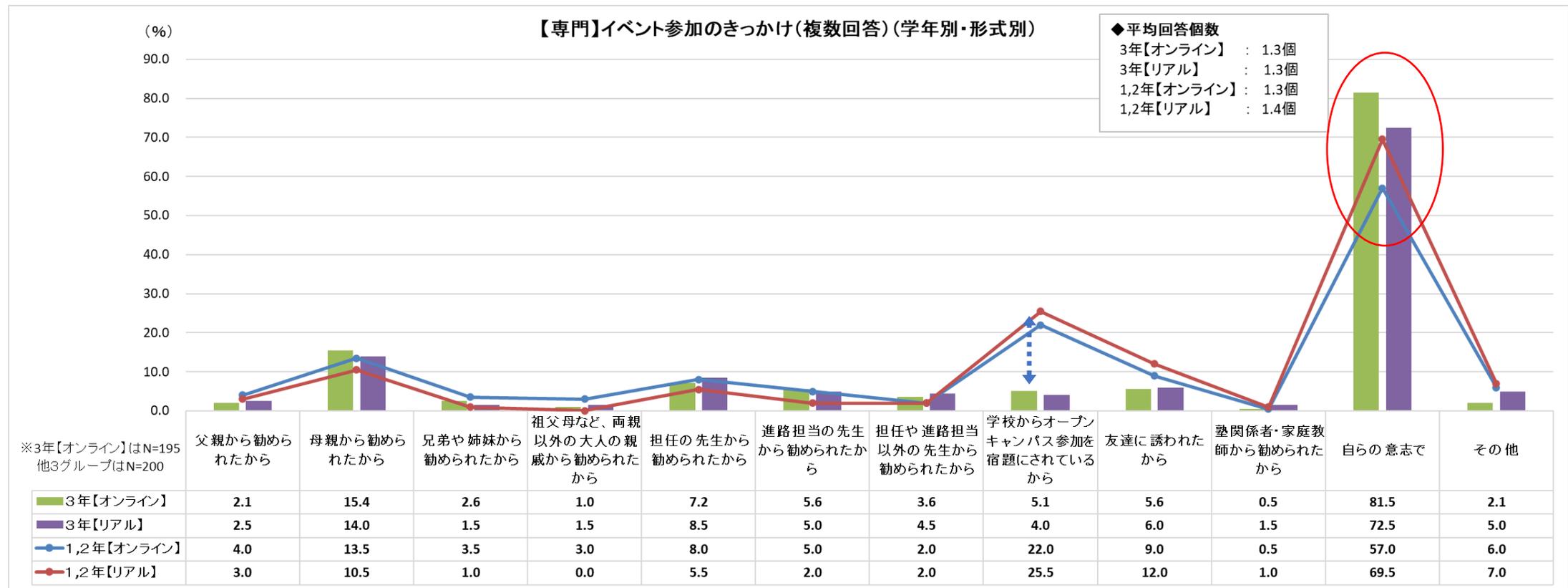
「進学サイト」は1,2年ではリアルよりもオンラインの参加者で回答割合が非常に高い
 「学校公式WEBページ」は1,2年、3年いずれもオンラインよりリアルの参加者の回答割合が高い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに、参加したきっかけについて、当てはまるものを全てお知らせください。

イベントには、基本的に**自らの意志**で参加している。

ただし、**1,2年生**は次点として**宿題**での参加が多い。（一方、**3年生**はかなり少ない）



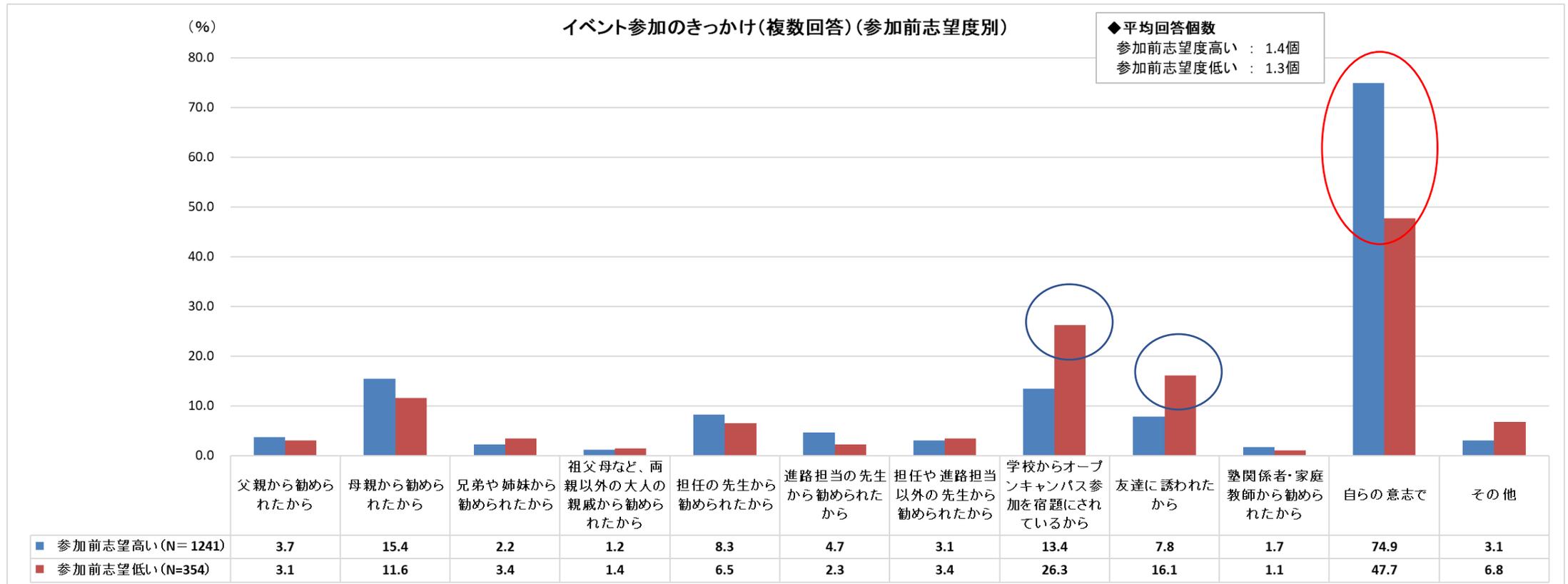
主体的に参加している3年生には、求める情報に対するアンサー提供を。

受動的に参加している1,2年生には、プッシュ型のイベント内容を。

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに、参加したきっかけについて、当てはまるものを全てお知らせください。(志望度別) (※再掲)

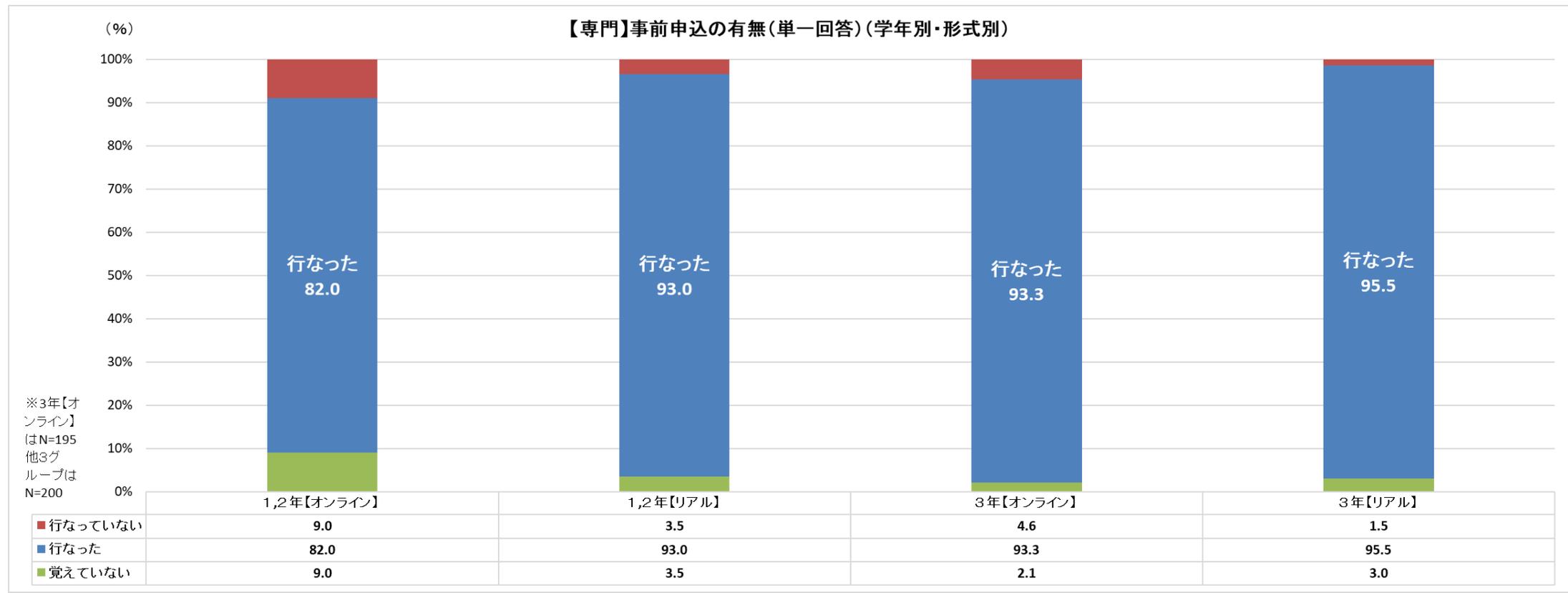
「参加前志望度が高い」層は当然「**自らの意志で**」の回答が多い。

「友達に誘われて」「宿題」がきっかけという回答は、「参加前志望度が低い」層が多い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加する際、事前申し込みは行ないましたか。

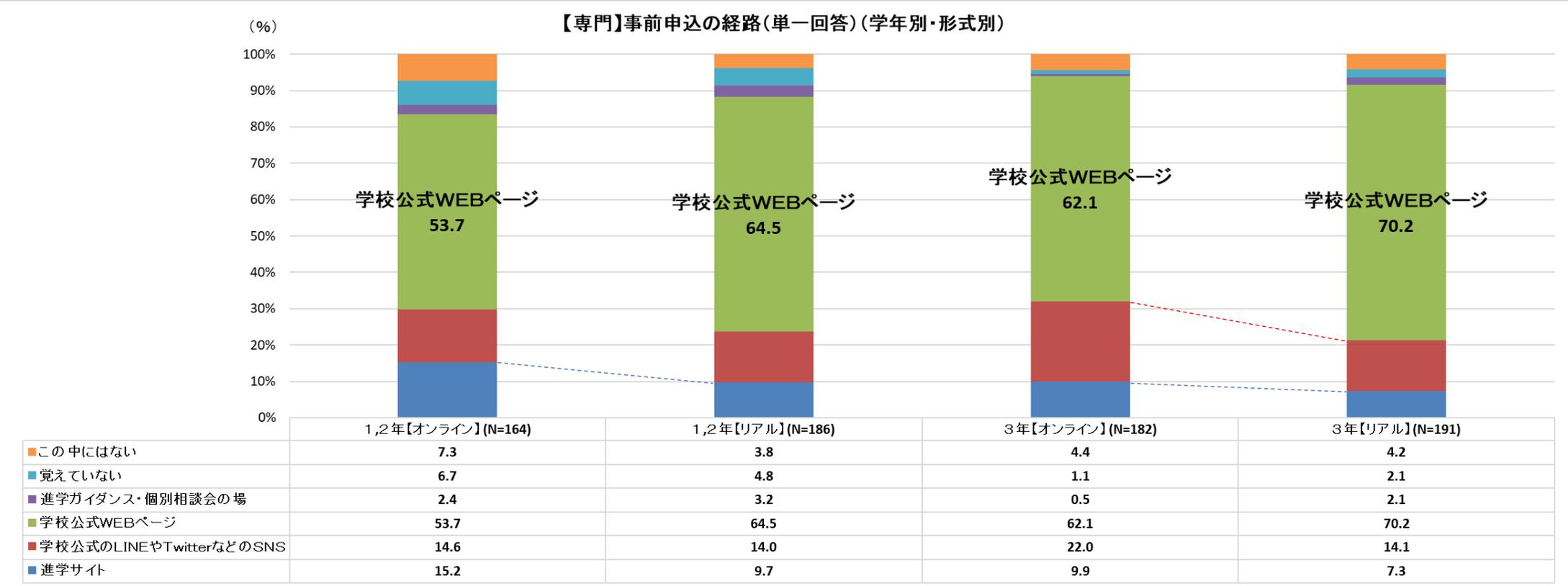
事前の申し込みは、学年・イベント形式を問わず
ほとんど行なっているのが実情。



Q.事前申し込みは、何で行ないましたか。

全体的に「学校公式WEB」経由の申込みが約6割を占める。

3年では「学校公式SNS」はリアルよりもオンラインの参加者の回答割合が高い。
 学年を問わず、「進学サイト」はリアルよりもオンラインの参加者の回答割合が高い。

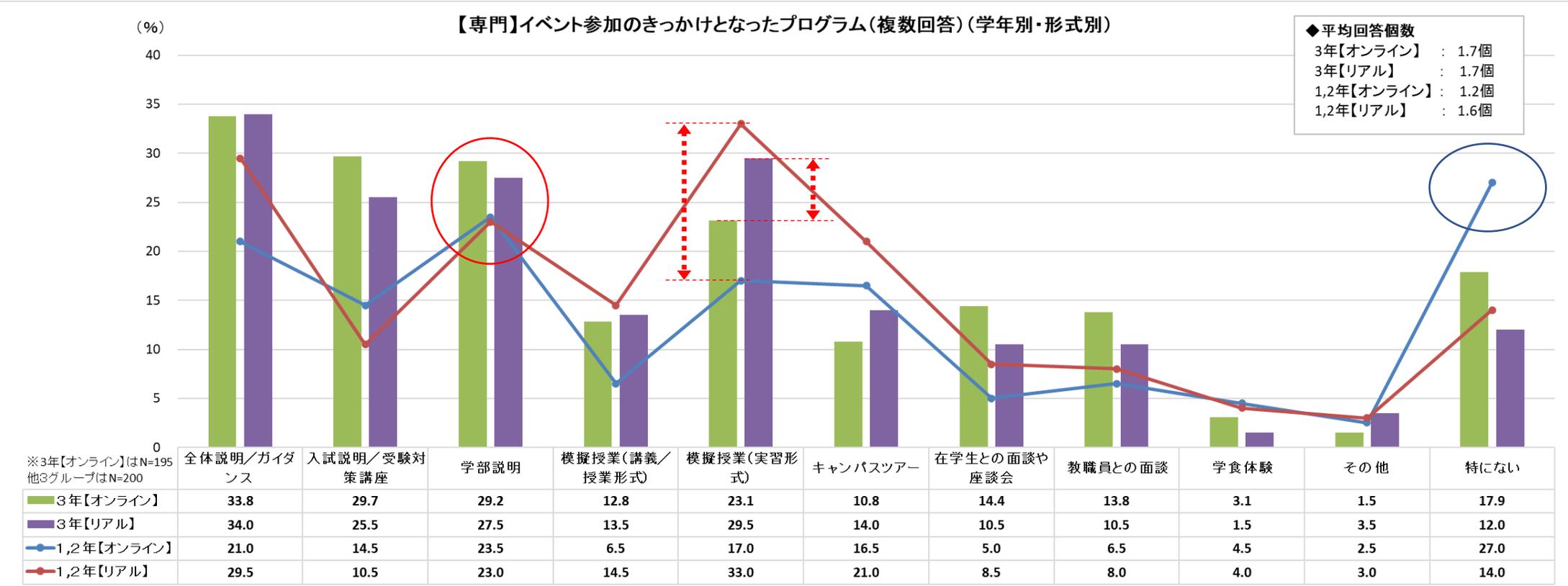


Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加しようと思うきっかけとなったプログラムをお知らせください。

「学部説明」は学年・形式問わず回答割合が高い。

「模擬授業」はオンラインよりもリアル参加者の回答割合が高い。

1,2年のオンライン参加者は参加のきっかけのプログラムが「特にない」ケースが3割弱。



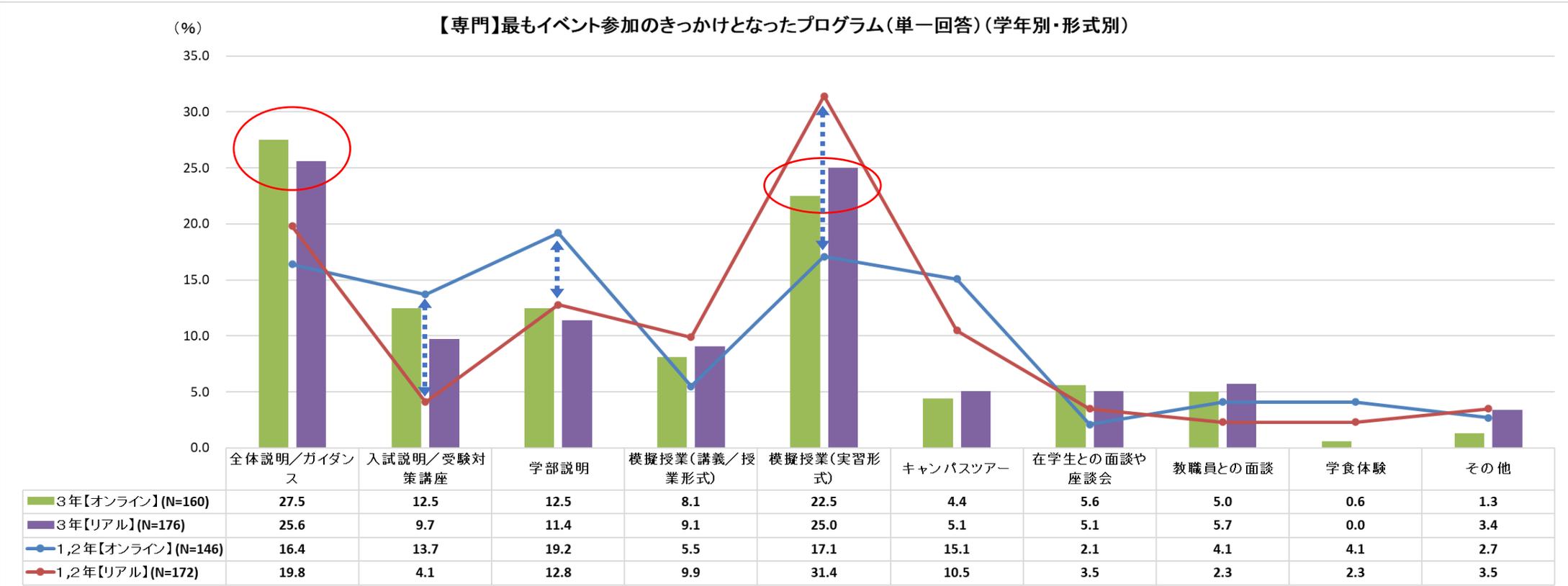
➡ きっかけとなるプログラムは1,2個程度。学年・形式に合わせて最も適切なプッシュ内容を。

Q.最もオープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加しようと思うきっかけとなったプログラムをお知らせください。

1,2年はリアルとオンラインで顕著に回答割合が違う項目が複数ある。

「入試説明」「学部説明」はオンライン、「模擬授業（実習）」はリアルで回答割合が高い。

3年生は「全体説明」「模擬授業（実習）」が形式問わず回答割合が高い。



特に1,2年生はリアル・オンライン形式別に参加目的をわけている。

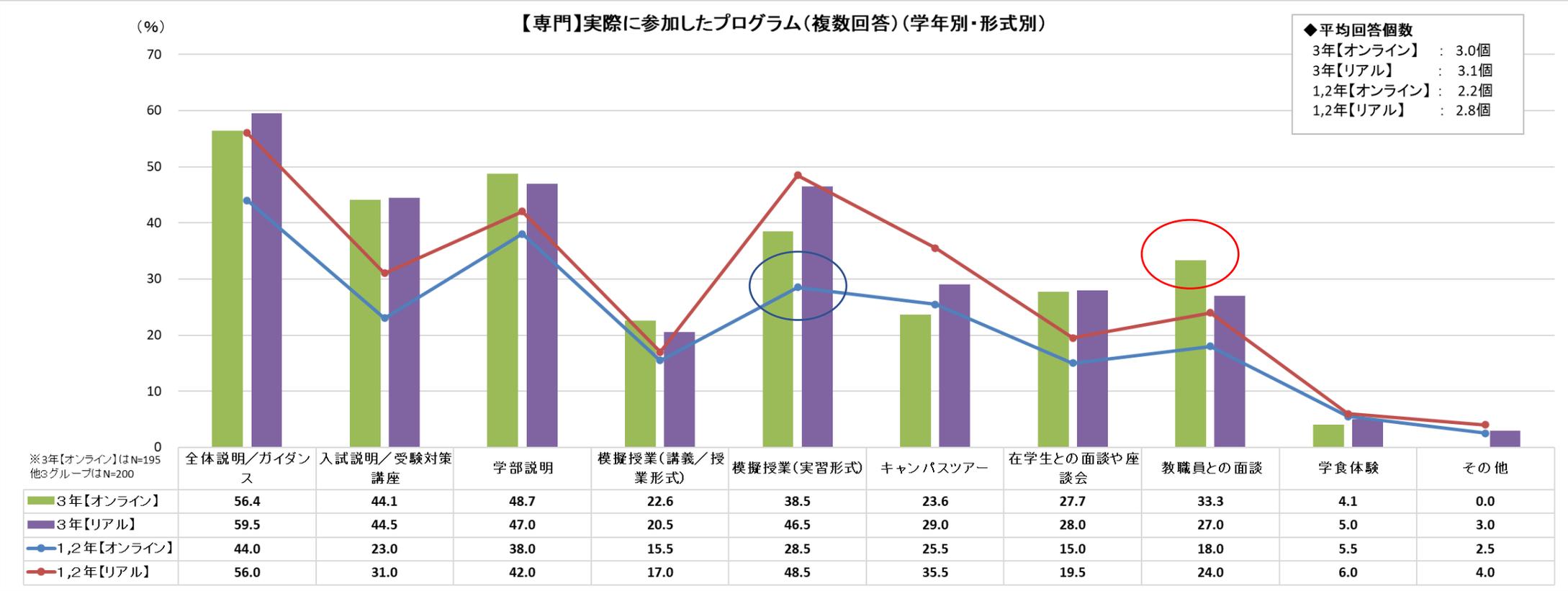
形式に見合った内容、宣伝がより効果的に刺さると考えられる。

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに実際に参加したプログラムをお知らせください。

全体として「全体説明」「入試説明」「学部説明」「模擬授業（実習）」の回答割合が高い。

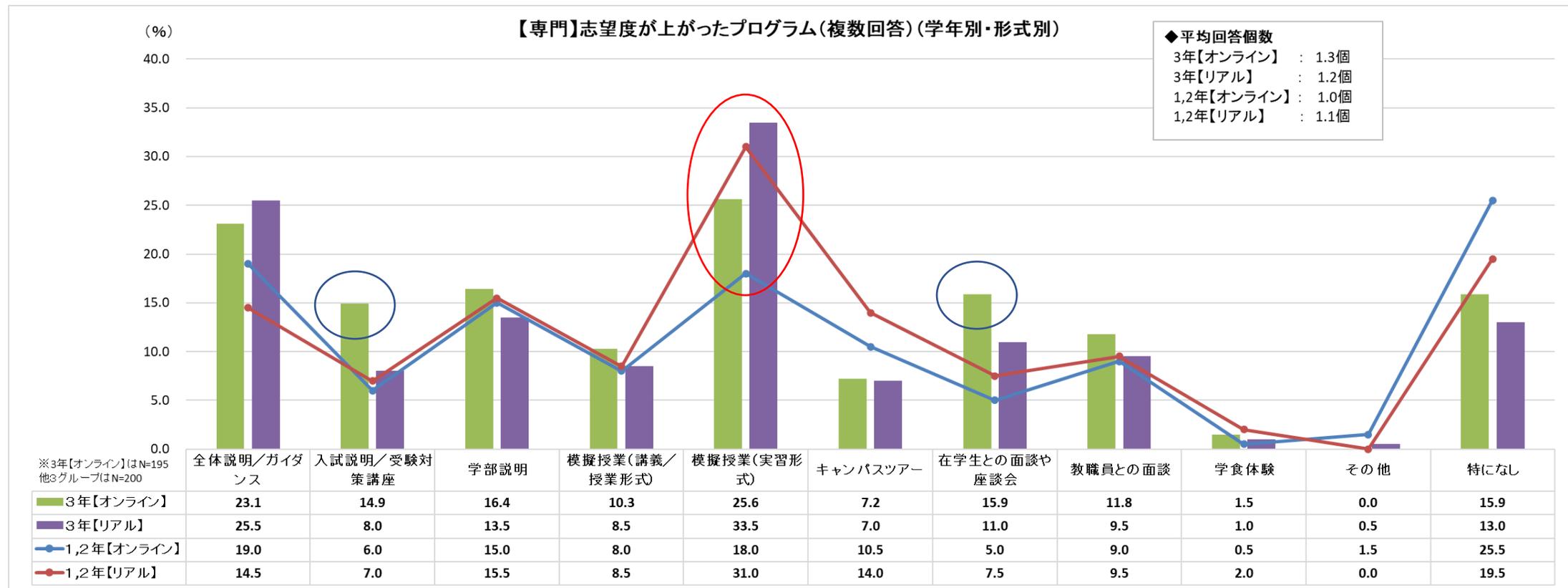
学年・形式によって回答傾向に大きな差は概ね見られないが、

「模擬授業（実習）」は1,2年のオンライン参加者の回答割合が低く、「教職員面談」は3年のオンライン参加者の回答割合が高い。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加することで、その学校の志望度が上がったプログラムをお知らせください。

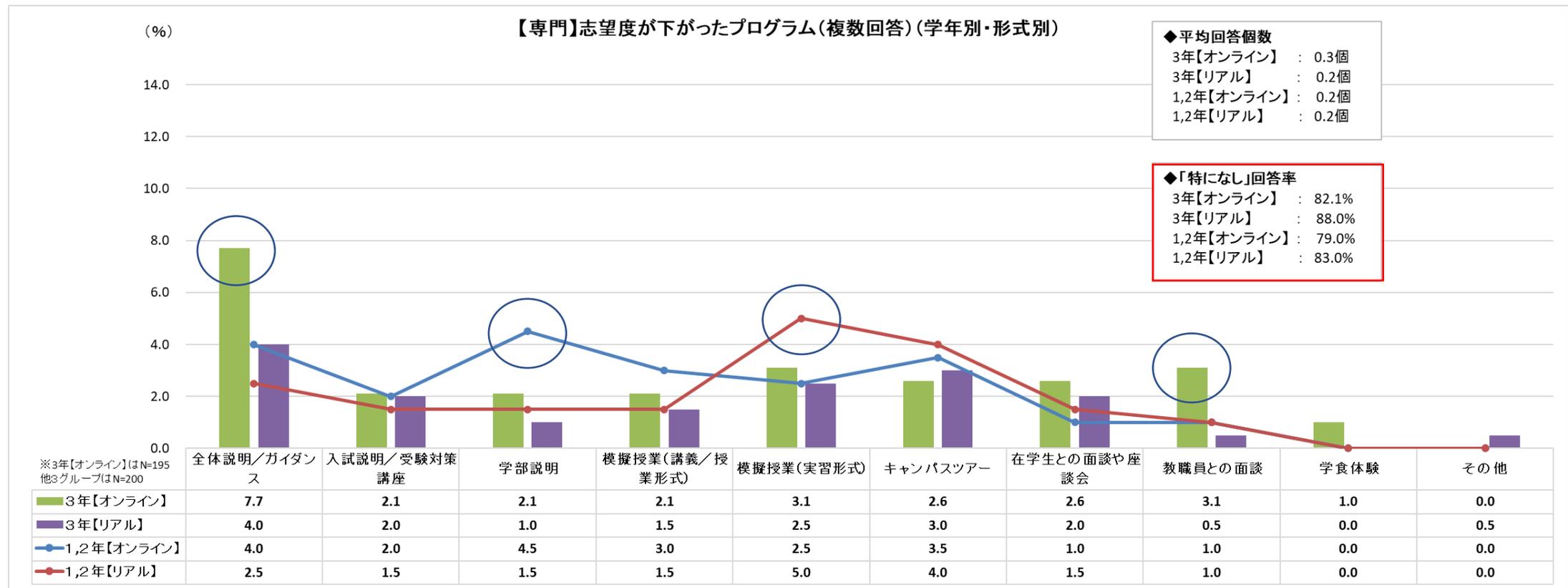
学年・形式を問わず「**模擬授業（実習）**」の回答割合が高い。
 全体的に「全体説明」「学部説明」も概ね回答割合が高い。
 「入試説明」「座談会」は**3年（オンライン）**が比較的高い回答割合。



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントに参加することで、その学校の志望度が下がったプログラムをお知らせください。

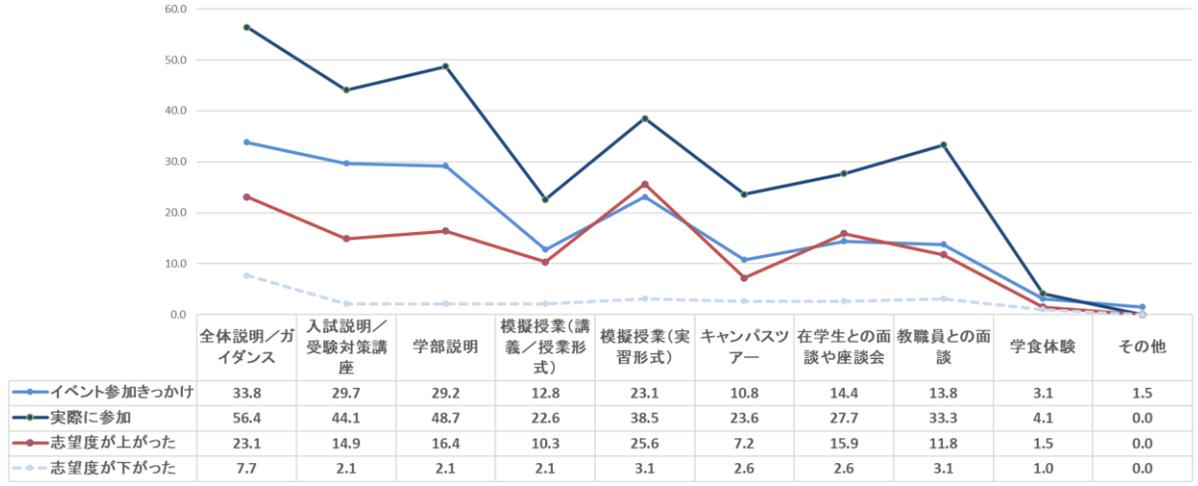
「特になし」の回答が約8割。

「全体説明」「教職員面談」は3年（オンライン）が、「学部説明」は1,2年（オンライン）が、「模擬授業（実習）」は1,2年（リアル）が比較的回答割合が高くなる傾向。

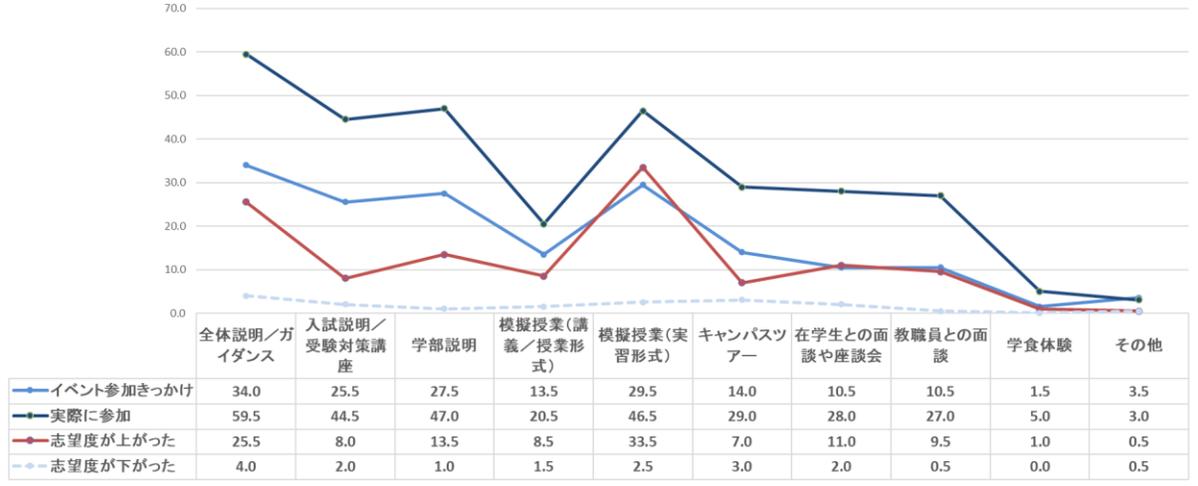


イベント参加きっかけ／実際に参加／志望度が上がった／志望度が下がった プログラム

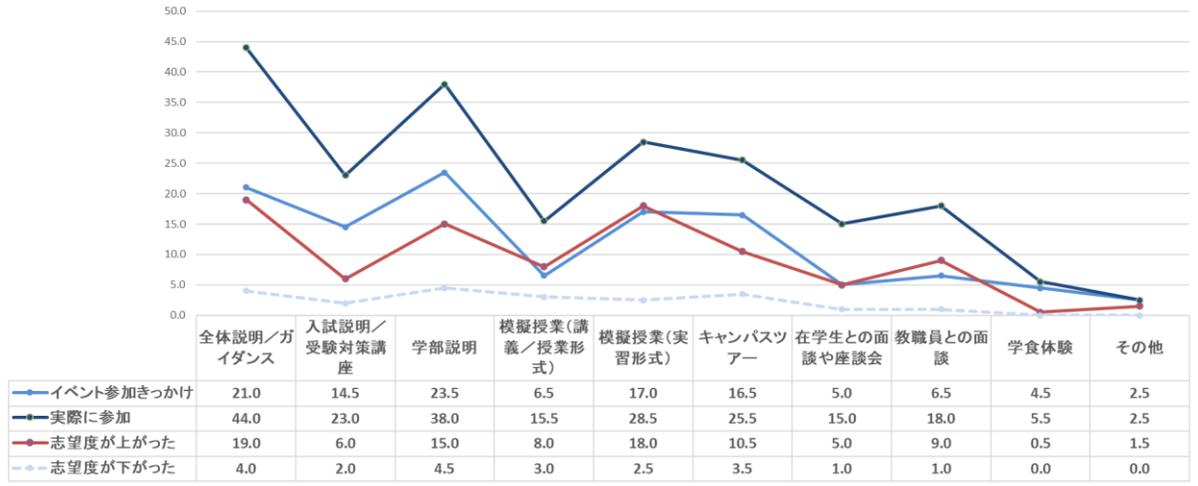
【専門】【3年のオンライン参加者】各プログラムの回答割合



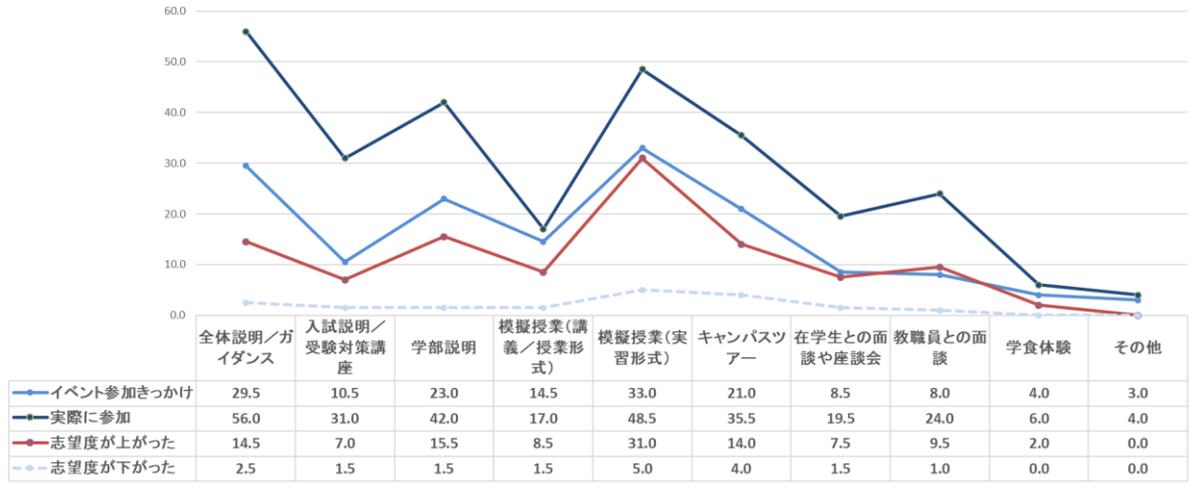
【専門】【3年のリアル参加者】各プログラムの回答割合



【専門】【1,2年のオンライン参加者】各プログラムの回答割合



【専門】【1,2年のリアル参加者】各プログラムの回答割合

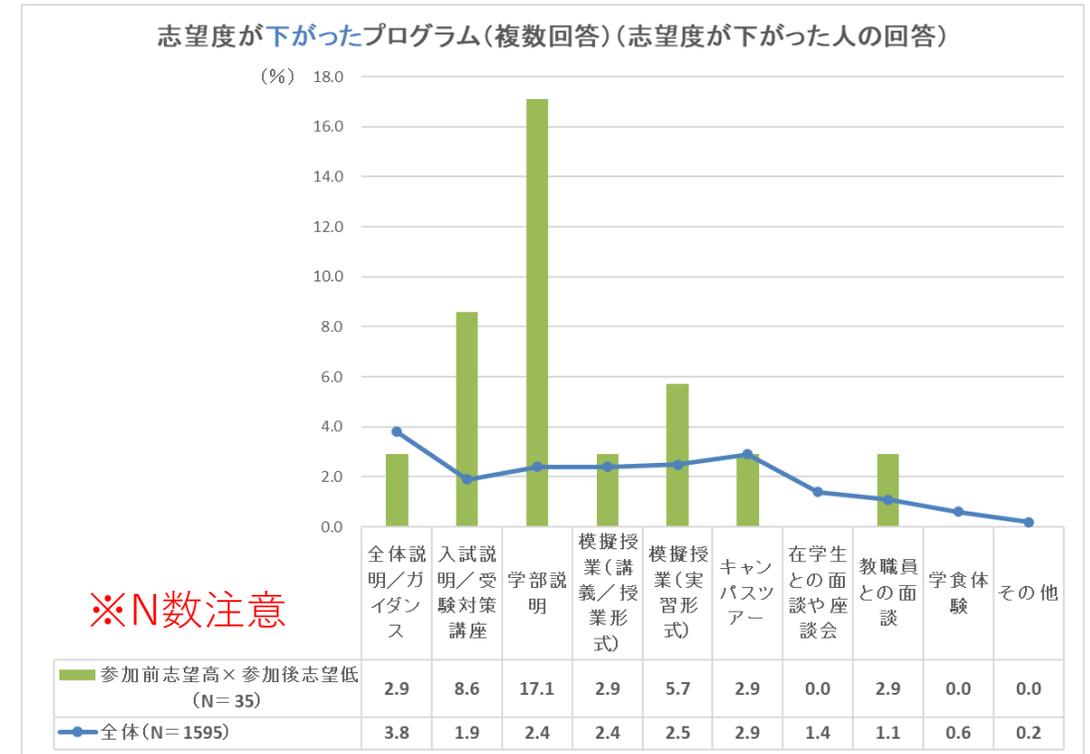
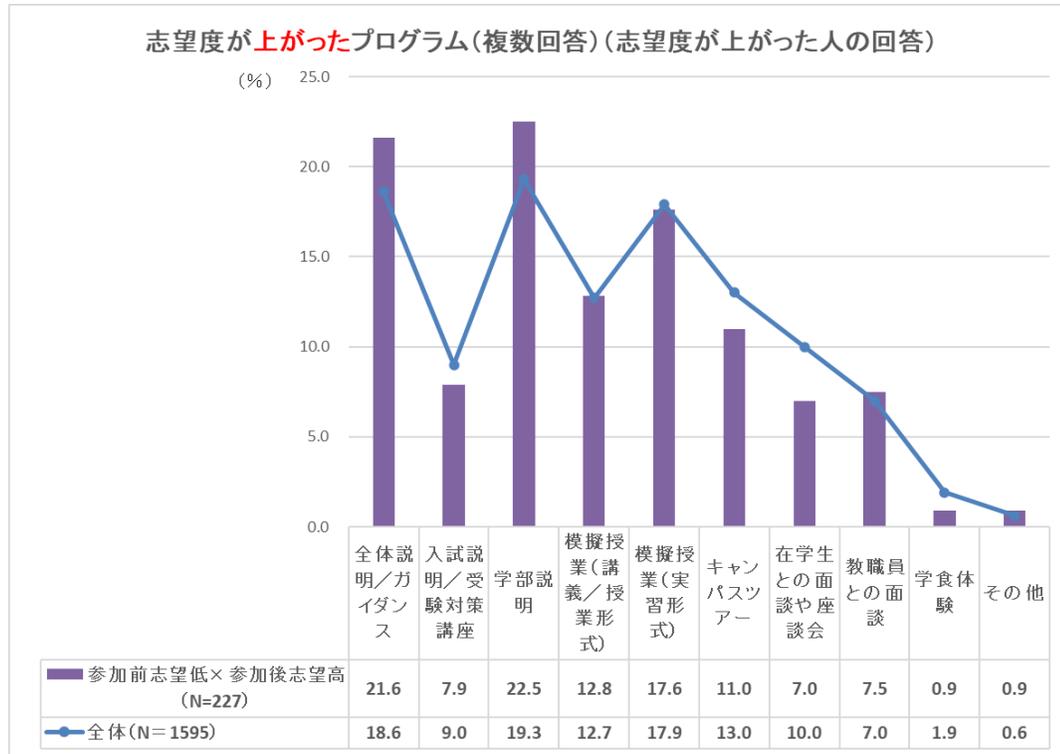


志望度が上がった／下がったプログラム 志望度が上がった／下がった人の回答（※再掲）

志望度が低かった人が参加後に志望度が上がった要因は、全体傾向と概ね差が見られない。

（「全体説明」「学部説明」「模擬授業（実習）」の割合が高い。）

一方、志望度が高かった人が、参加後に志望度が下がる要因は、「入試説明」「学部説明」「模擬授業（実習）」と考えられる。



Q.志望度が上がった／下がったプログラムの中で、その要因があればお知らせください。

志望度が上がった要因

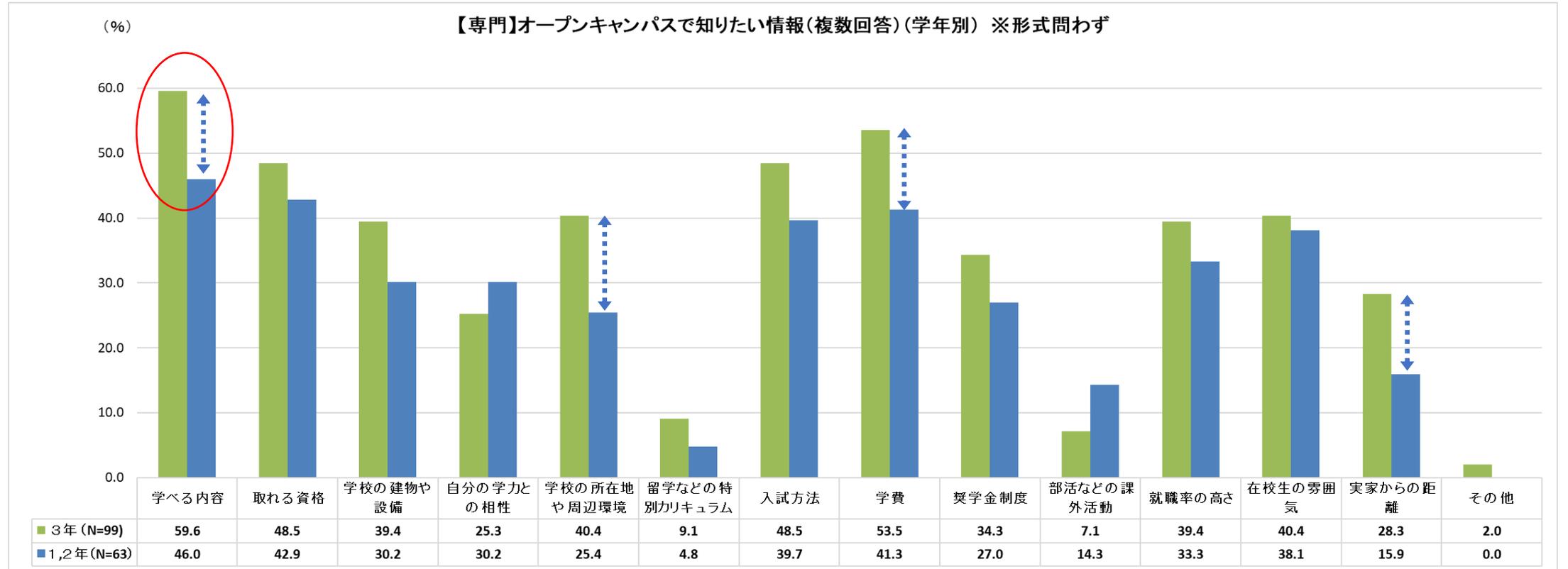
- やってみて、この職業につけば幸せだなって思ったから。また、先輩と共にやらせてもらった時に自分との差を見せつけられて、ここで学べばこんなに上手くなるんだと感じたから。
- 実際に何が学べるのか、将来どんなふうになるのかなどを具体的に知ることができ、面白そうだ、と興味がさらに湧いたから。
- 実習がとても楽しく、先輩方や先生方がなんでも優しく教えてくれたし話しかけてくれたため。
- 業界の方から直接指導していただけることや、活躍する卒業生の話聞いて志望度が上がった。
- 入試方法を具体的に知ることができ安心した。この学校でしか学べない内容があったから。
- とても丁寧に優しく対応していただけたから、入学後も安心できると思った。
- 実際に経験してやってみないと、やっていけそうと感じたから。

志望度が下がった要因

- 聞いていて自分には合うものだと思うけど、学費やカリキュラムが合わなかったりしたから。
- 自分の通っている学校にある製菓の設備とほとんど変わらない。資格とかを取れる訳では無い。
- 学校の良さがあまり伝わって来なかったから。
- 教えてくれた先生の印象が悪かった。
- 他学科よりも説明の内容が薄かった。
- 自分の学力では無理だと思った。
- ハードスケジュール。
- 施設が古かった。
- 治安の悪さ。
- 雰囲気。

「学べる内容」が学年を問わず、回答割合1位。

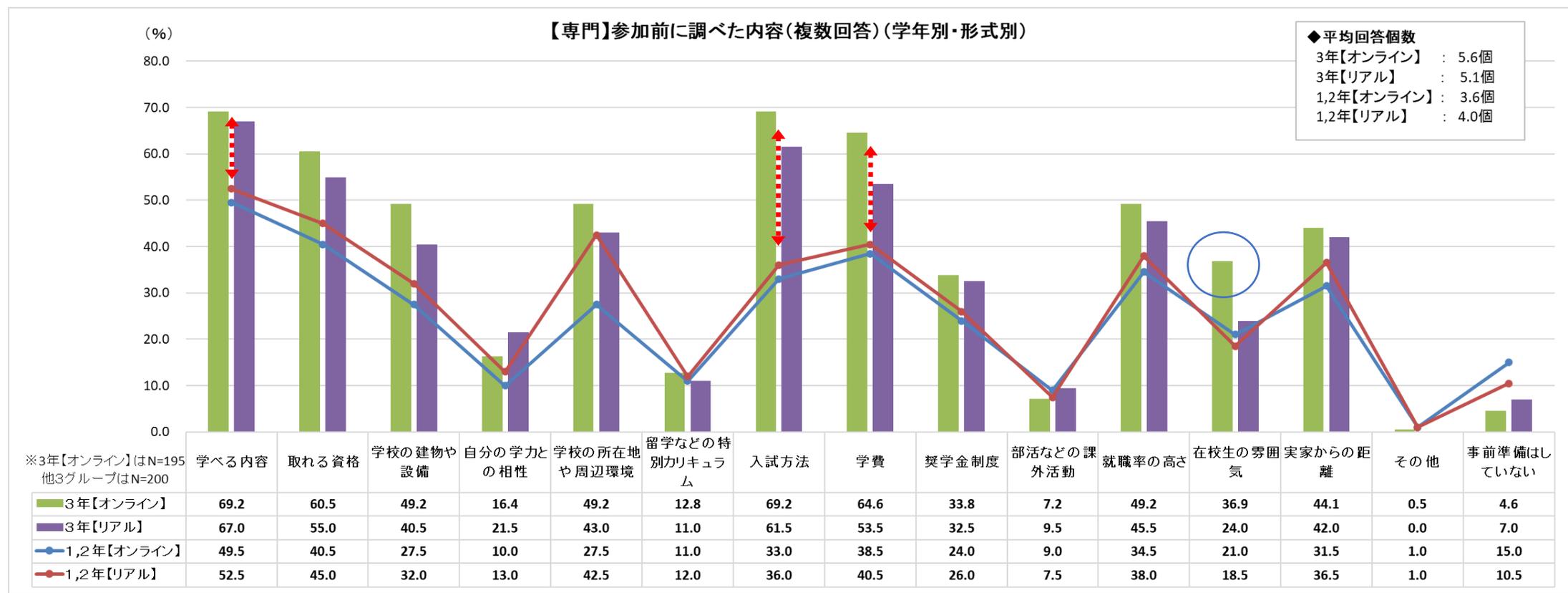
「学べる内容」「所在地」「学費」「実家からの距離」は学年による回答割合の差が大きい。



*1 2022年5月マイナビ進学会員モニター調査（N=996）より。
調査時の第一希望進路を「専門学校」とした回答者の回答を抽出

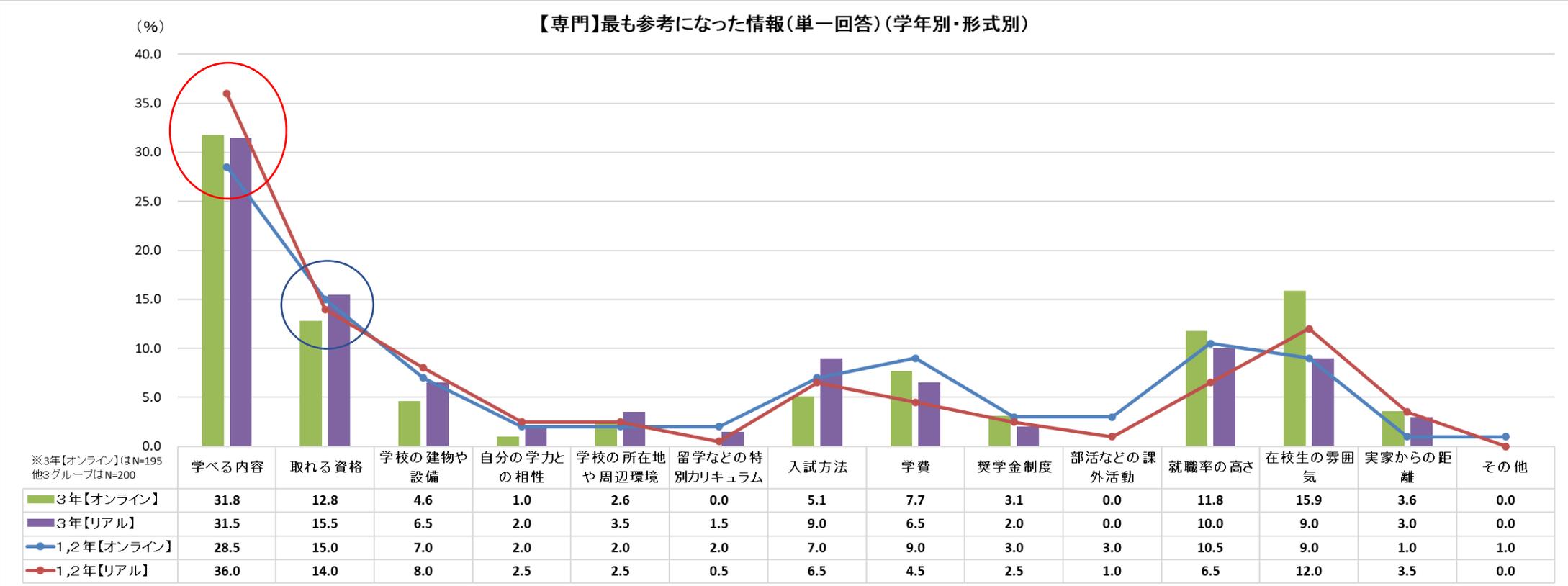
Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントの参加前に調べた内容をお知らせください。

全体として「学べる内容」「取れる資格」「入試方法」「学費」が多い。
 特に「学べる内容」「入試方法」「学費」は1,2年より3年の回答割合が高い。
 「在校生の雰囲気」は3年のオンラインの参加者が特に回答割合が高い。

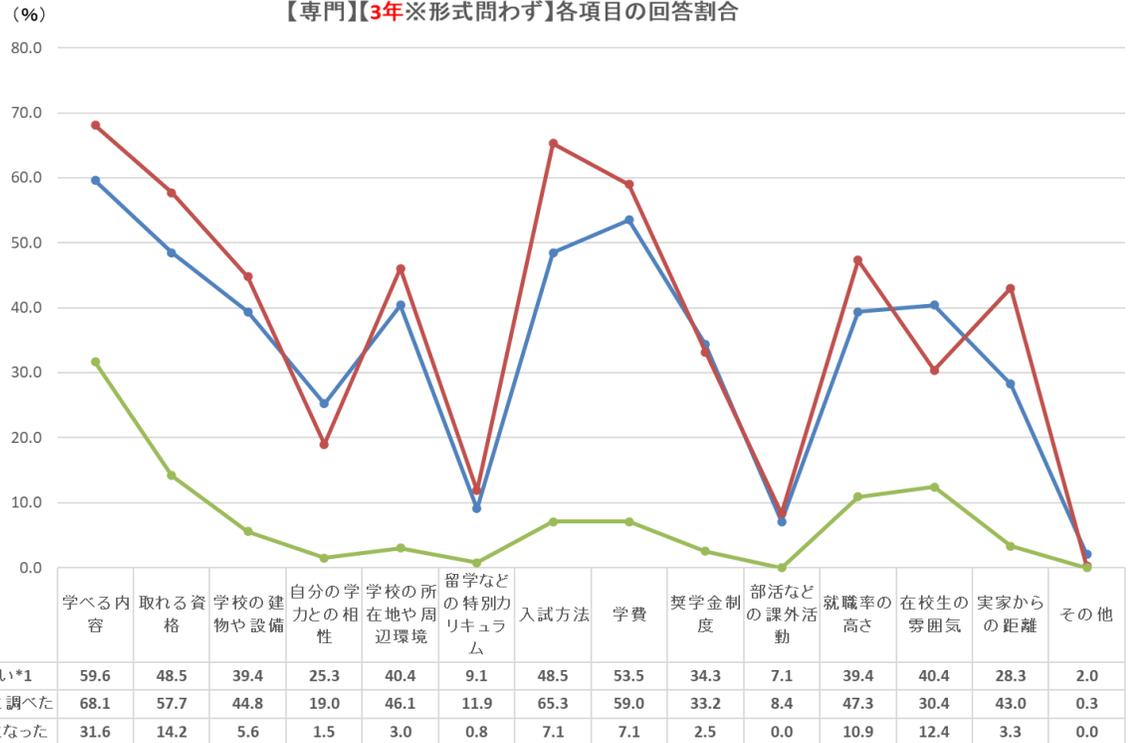


Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントで、最も進路選択の参考になった情報をお知らせください。

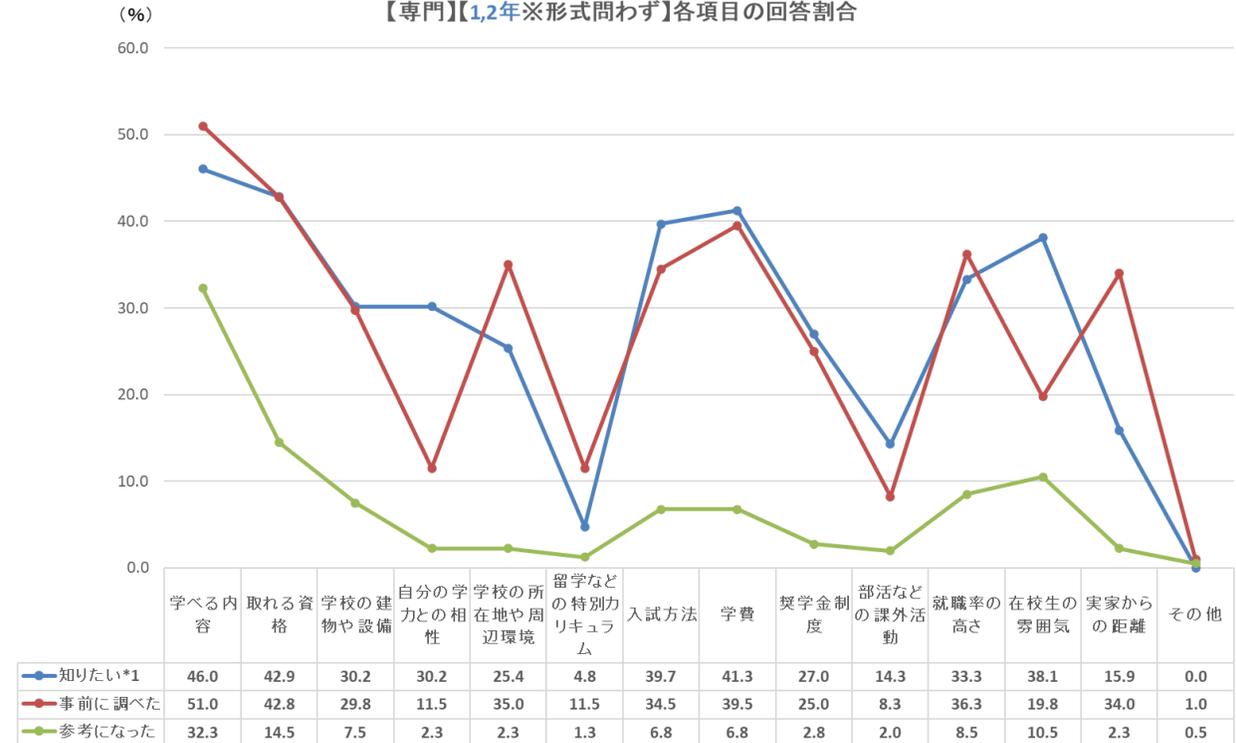
学年形式問わず、回答割合1位「**学べる内容**」。
 3年（オンライン）以外の回答割合2位は「**取れる資格**」。
 他の項目では回答割合の大きな差は特に見られない。



【専門】【3年※形式問わず】各項目の回答割合



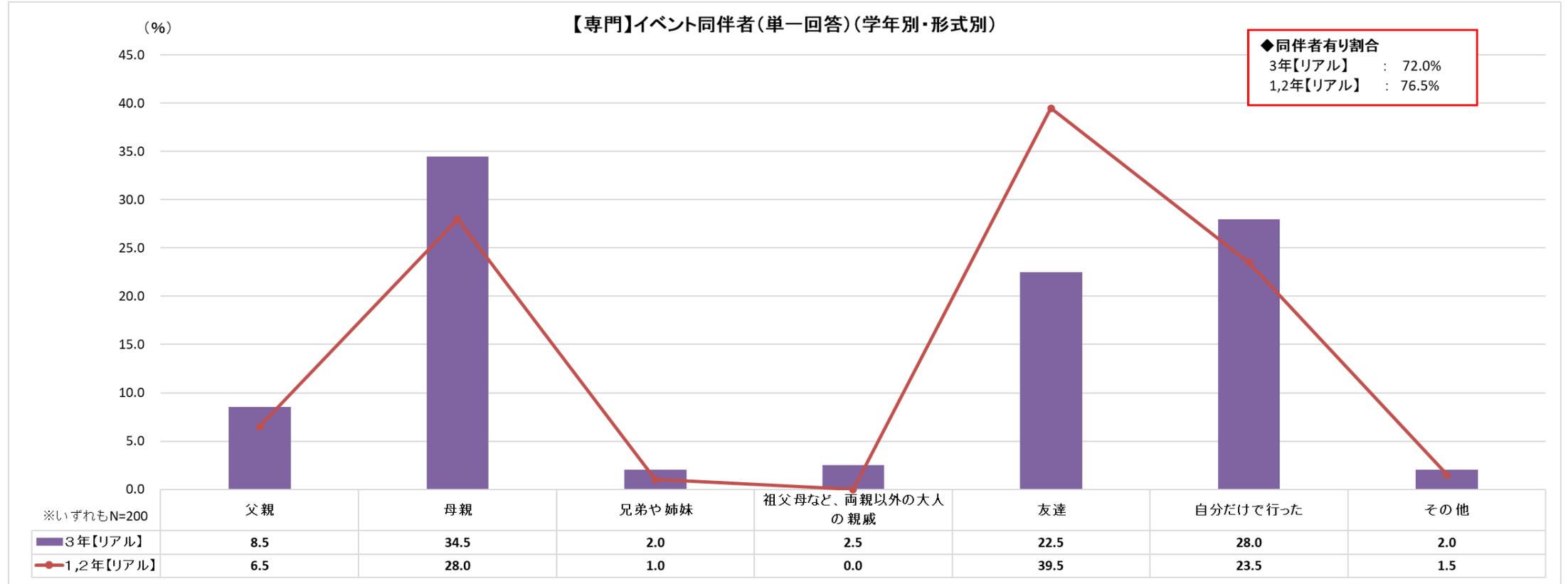
【専門】【1,2年※形式問わず】各項目の回答割合



*1 2022年5月マイナビ進学会員モニター調査 (N=996) より。
調査時の第一希望進路を「専門学校」とした回答者の回答を抽出

Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントには誰と一緒に行きましたか。

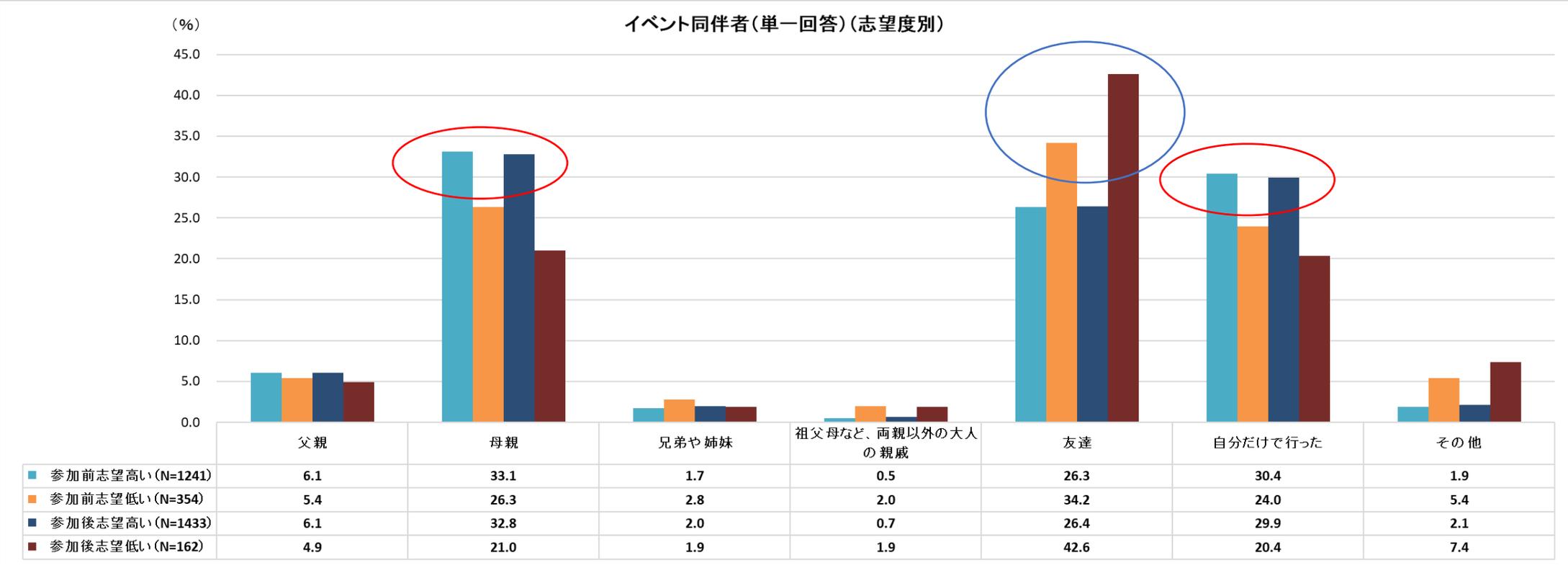
3年は「母親」「自分だけで」「友達」、
1,2年は「友達」「母親」「自分だけで」という順序の回答割合となった。
全体から「自分だけで」を除くと、**同伴者有り割合は3年=72.0%、1,2年=76.5%**



Q.オープンキャンパス・学校見学会などのイベントには誰と一緒に行きましたか。(※再掲)

全体として「母親」「友達」「自分だけ」の回答が多い。

「母親」「自分だけ」の回答は志望度が高い群に多く、「友達」の回答は志望度が低い層に多い



➡ 特に友達同士で来ている組にはプッシュ型のイベント内容を。

参加者の不安解消・将来イメージの具体化がイベントにおける最重要目標。 学力面、経済面、学生生活、就職などあらゆる面で丁寧な説明を。

- オンライン形式の参加割合は昨年度と比べて低下気味だが、リアル形式の参加割合は1,2年で約6割、3年で約9割と高い。(P.6,7)
- 「模擬授業(実習)」は「志望度が上がった」プログラムで他の項目と比べて回答割合が高い。(P.45) 資格や就職と直結する専門学校だからこそ、具体的な実習を通して在学中の学びや将来をイメージでき、志望度上昇につながる様子が伺える。
- 志望度が上がった要因の共通項として、「理解度が深まった」「自分にもできそうという安心感」「説明してくれた人が丁寧」という内容が伺える。(P.49) 丁寧な説明や質疑応答で参加者の不安を解消し、具体的なイメージを持ってもらうことの重要性がわかる。
- ただし「参加のきっかけ」となるプログラムは「模擬授業(実習)」だけではない。「全体説明」「学部説明」も回答割合が高く、3年生は「入試説明」も参加のきっかけとなる。(P.42) 万遍なくコンテンツを告知し参加者数を集め、「模擬授業(実習)」で特に魅力を訴求させることが黄金法則と言えそうだ。
- 加えて、3年生は「入試」「学費」も気にしている。(P.53) 学力面や金銭面という現実的な問題の不安を解消することも重要と言える。
- 一方、志望度が上がったプログラムは平均1.1個。(P.45) 「模擬授業(実習)」以外のコンテンツの特異化・開発などが、他校との差別化に繋がる余地が十分にあると言えそうだ。
- 逆に、志望度が下がったプログラムは「特にない」が約8割。(P.46) 極端だが、参加さえしてもらえば『職としての魅力、自分の学力面、経済面など具体的な問題が大抵クリアになる』ケースが多いとも考えられる。
- 上記を鑑みると、「イベント内容を充実させ、参加者満足度を上げる」と「イベント告知に重点を置き、とにかく参加させる」とでどちらに重きを置くかは、学校ごとに投下資源と予想成果を十分に検討したいところだ。 高校生のリアル形式イベント参加平均校数は2~3校(P.6)、平均参加プログラム数も2~3個/校(P.44)と決して多くないことも、改めて念頭に置いておきたい。



マイナビ進学総合研究所

本データを出版・印刷物、WEBサイト等へデータを転載する際には、「※調査名」（マイナビ進学総合研究所調べ）と明記ください。

資料に関するご質問等に関しては下記までご連絡ください。

株式会社マイナビ 未来応援事業本部 教育支援統括本部 マイナビ進学総合研究所

E-mail : ms-souken@mynavi.jp

URL: <https://souken.shingaku.mynavi.jp>