

# 令和6年度\_地域みらい留学事業説明会

(補足資料 10月20日)

☑元々想定していなかった学校に興味を持つ生徒が多い。

### 対面参加生徒の声(抜粋)

☑ある程度話を聞いてみたい高校は絞って参加したのですが、実際予約していない高校に声を掛けてもらい話を伺いました。案外、交通の便もよかったり、学校がのどかで過ごしやすそうだったり、参考になりました。4校も回ると比較しやすいなとも思い、合同相談会は凄く良かったです。

☑ノーマークの学校に声をかけられ話を聞き良い学校だったり、興味があった学校の対応が悪くて合わないと思いやめたりと気づきが沢山で楽しかった！

☑まったく考えていた学校とは違う関係者の方にお声をかけて頂き、話を聞いてみたら印象に残ったりと、色々な所に話を聞いてみるものだなと思いました。

☑対面での直接相談が一日で何校もできるのはとてもありがたいです。迷っていた志望校選択もこの会に参加したことで第一志望を決めることができました。

☑聞くつもりがなかった学校に声を掛けてもらって、話を聞いてみると、娘のやりたいコトができそうな特色のある学校でした！ 出会いなのか、引き寄せたのか・・・全国の高校が集まっている場があると、こうゆう出会いもあるんだなーと感じました。

# 令和6年度合説（オンライン・対面）参加者数について

☑7月のマイナス傾向を受けて、告知・合説を追加。

→合説予約者数（ユニーク数）は**対前年110%で推移**。

※10月12日まで

	2022年	2023年	対前年	対前年
合説予約者数 （ユニーク数）	1870	<b>2051</b>	<b>+181</b>	<b>110%</b>

## 2023年速報値

日程	予約者数 （延べ数）
第1回：6月10,11日	872人
第2回：7月22,23日	520人
第3回：8月26,27日	425人
第4回：9月23,24日（東京対面）	928人
第5回：10月15日	
第6回：10月28日（追加）	
平日夜：9～10月 テーマ別15回（追加）	

○学年別割合（中1-3の合計を100とした場合）

	6月	7月	8月	9月
中1	3.3%	3.8%	3.6%	4.0%
中2	15.5%	14.2%	25.6%	26.9%
中3	81.2%	82.0%	70.8%	69.1%

① **対面合説を起点**に多くの中学生との接点を作る

② **進路検討者の多い6・7月から対面を実施する**

③ **参加者実績の多い平日合説の機会を増やす**

## 留学生数・マッチングの向上のため、3つの観点で強化予定

### 【対象】

#### ①ターゲットの 拡大

☑現在の留学生で多い「成長・変化意欲が顕在化している層」に加え、**まだ意欲が「顕在化していない」層にも**魅力が伝わるようにキャッチコピー等を見直しての広報の実施。

### 【接点】

#### ②接点数の増加

☑チラシ（70万枚に枚数増加予定）・WEB広告の強化

☑**新しい接点の開発**

保護者/マスメディア/SNS/塾からの認知作り

### 【マッチング】

#### ③留学実現率の 向上

☑**イベント設定の最適化**

・ **対面合説の早期化/増加（1→3回）/平日合説の追加**

・ **不安払拭イベントの実施（体験談/住居等）**

☑WEBサイトの改善（学校検索機能の改善/会員登録ステップの改善等）

☑架電等での個別フォロー

## (参考) 令和5年度告知実績 (チラシ配布)

### チラシ (2023年)

☑来期は5月に70万枚程度、関西圏も多く配布予定

時期	枚数	対象
5月上旬	550,000	関東関西中心＋地方中核都市の中3生向け
9月上旬 (追加施策) ※来期はなし想定	680,000	関東関西中心＋地方中核都市の中3生向け

### WEB広告

- ☑バナー広告 (Facebook (親) / インスタ (子)) → 主に合説参加のご案内広告  
☑検索広告 (google/yahoo) → 「地域みらい留学」 「地域留学」 等検索時の広告

表示回数	クリック数	会員登録
8,646,884	61,525	1,628

### 架電

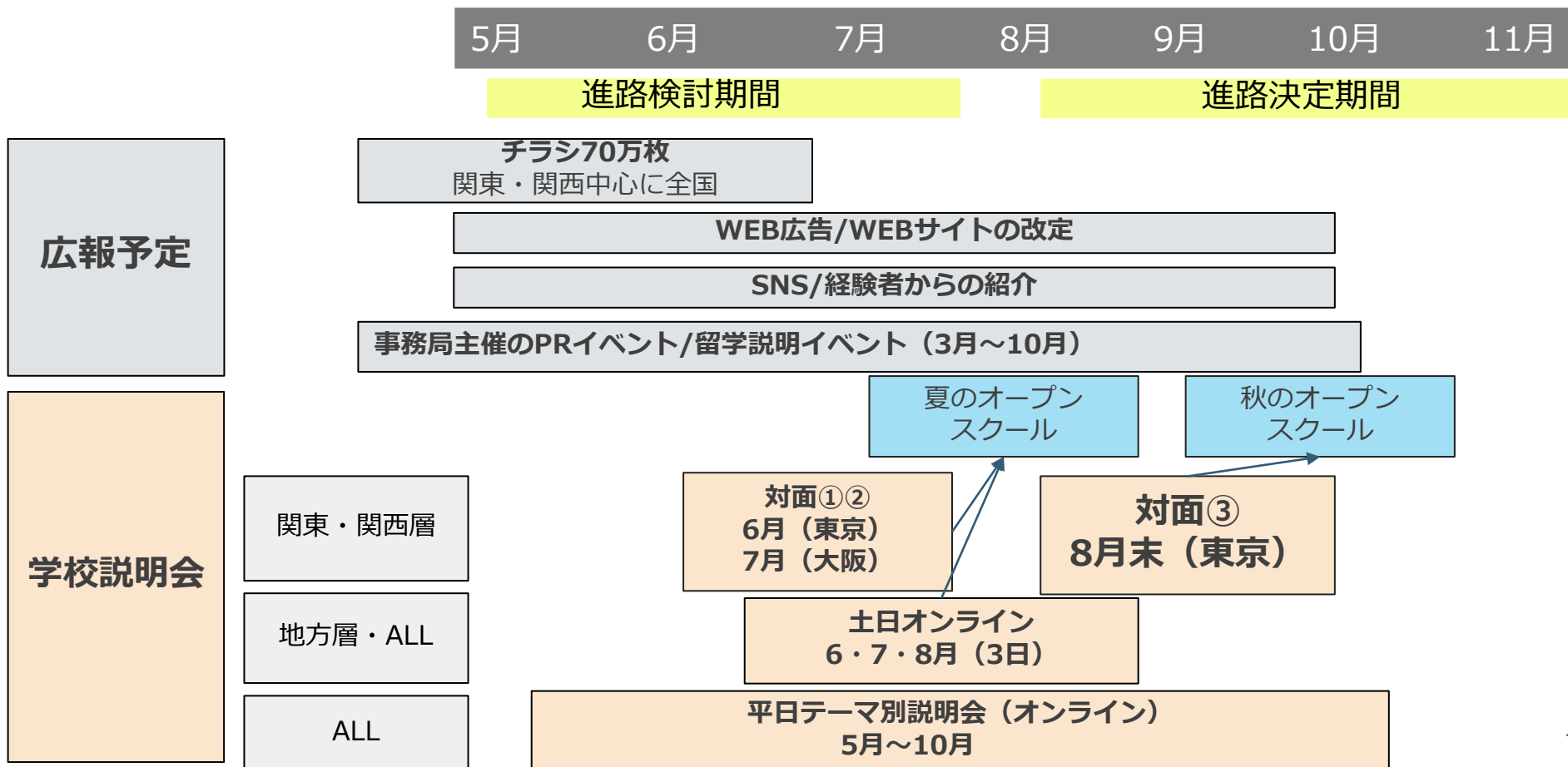
対象	件数	架電目的
中学校	約3,800校	9月中旬実施。チラシ配布依頼
会員登録者	約1,500件	8月中旬～9月末まで実施。合説未参加者への合説参加促進

### ダイレクトメール

対象	件数	目的
会員登録者	約2,000件	8月上旬に実施。合説参加促進

## 「検討者の多い6・7月」と「進路決定期/中2生接点にもなる8月末」の2つの山を作る。

- ☑ **対面合説を1回→最大3回に増加**（ただし、2回目以降は有料・希望制）
- ☑ 進路検討者の多い**6・7月から対面を実施**し、夏のオープンスクールにつなげる
- ☑ 進路決定者が増え、新規検討者もいる**8月末にも対面を実施**し、秋のオープンスクールにつなげる
- ☑ 参加者の多い**平日のテーマ別合説の比率を増加**（各校月1回程度）



# 昨年度からの変更点

参画費内での登壇可能数は変わらず、土日を減らし、平日を増加（対面は各校ごとに追加）

		令和5年度	令和6年度
地域みらい留学合同募集説明会・相談会	対面	東京1回	東京2回、大阪1回 （登録料は1回分を含む。 追加は別途有料）
	オンライン	・土日 計6日間 （6/10-11,7/22-23,8/26-27） ・平日14日（9月-10月）	・土または日 計3日間 ・平日96日（5月-10月） ※平日は1校当たり月1回程度想定
	zoomアカウント	有料プラン	対象外（各校申込） 背景：各校での契約の増加、個別相談会は30分でZOOM無料版40分の範囲内
WEBサイト・会員登録 ダッシュボード機能		ネット予約可能 参加者の一元管理が可能	ネット予約可能 参加者の一元管理が可能
ガイドブック（冊子）		全76ページ・ダウンロード 版及び製本配布	検討中
WEB広告・チラシ配布・ 中学校向け架電			強化
研修・交流会		年5回	年3～5回予定



対面合説を年3回実施

- ・ 10月末×切の参画仮申し込み書にて申し込みください。
- ・ 1回分は参画費に含むが、2回目以降は有料。
- ・ ただし、最少催行数を設定し、満たない場合は実施なしとします。
- ・ 参加者が多い6月を中心にしたご参加を推奨しますが、学校都合で別の日程でも可能。

日程	開催場所	最少催行数
6月29日（土）30日（日）	@東京 流通センター	60校
7月20日（土）21（日）	@大阪 未定	40校
8月24日（土）25日（日）	@東京 オリンピックセンター（代々木）	60校

■2回目以降の費用

1回追加    税別250,000円    税込275,000円

2回追加    税別450,000円    税込495,000円    （2回追加の場合は55,000円割引）

※費用に含むもの：2023年のオリンピックセンターと同様  
会場費・備品費用・参加者募集のための広告費用・当日の運営費用

※費用に含まないもの：各校参加者の交通費・宿泊費

※追加金額は2024年度テスト的に実施する金額のため、2025年度以降実施する場合は変更となる可能性があります。

# 対面合説参加時期・回数（事務局推奨パターン）

- ☑進路検討が多く中3生の参加が多い6・7月の合説を軸に活用。
- ☑夏以降の検討層・次年度に向けた2年生との接点で8月も活用。

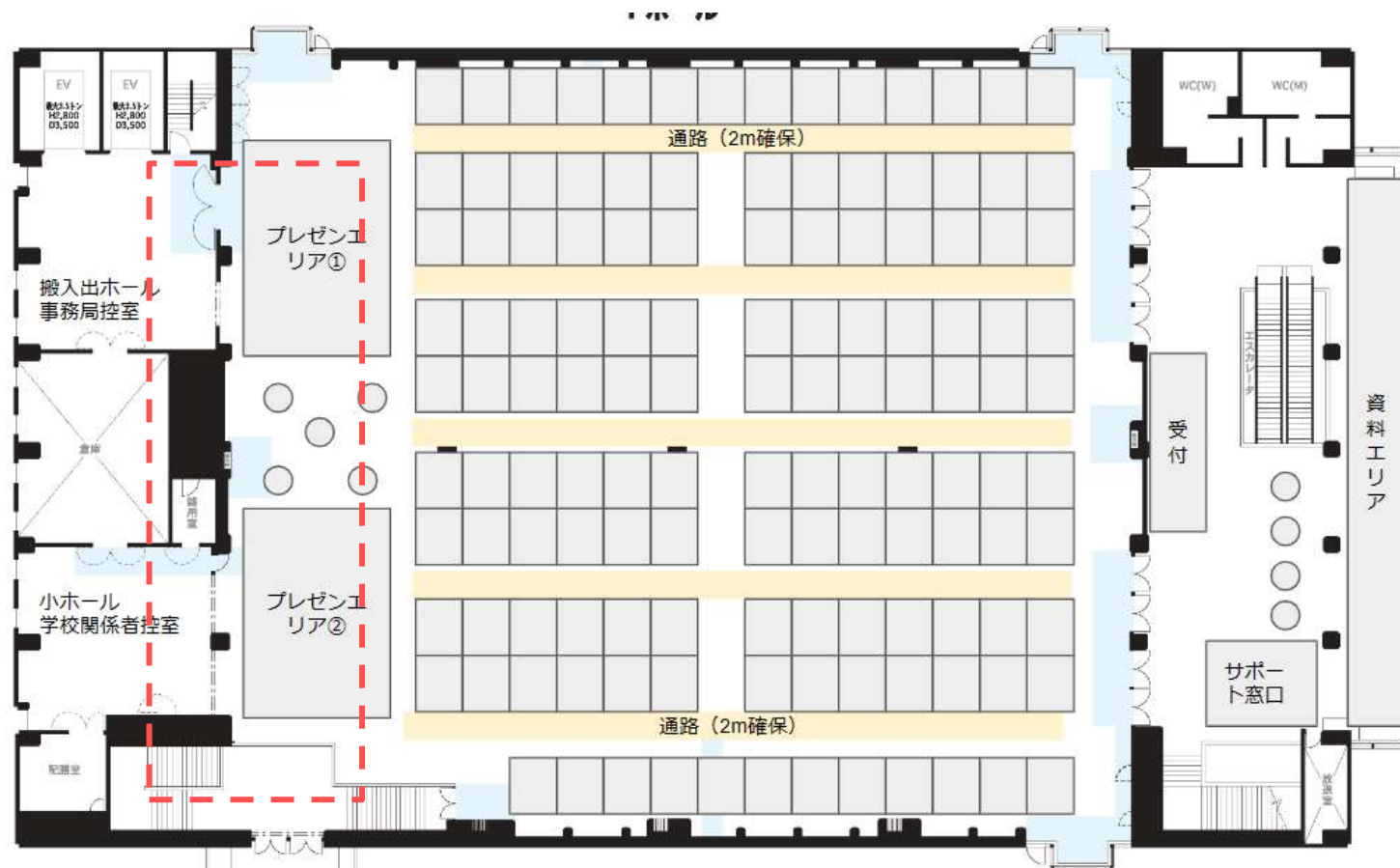
## 開催時期別の特長

	参加想定人数 ※変動の可能性あり	参加学年割合予測 ※昨年実績より	想定効果
6月 東京開催	500～600組  ※2019年実績623組	中2生15% 中3生81%	☑進路を検討するタイミングの中3生との接点 ☑学校を絞る前の生徒との接点 ☑夏のオープンスクールにつなげる
7月 大阪開催	200～300組  ※2019年実績315組	中2生14% 中3生82%	上記に加え、 ☑関西圏の生徒との直接接点
8月 東京開催	400～500組  ※2023年実績490組	中2生25% 中3生70%	☑夏以降に進路検討し始めた中3生との接点 ☑中3生の迷っている層/6・7月に参加できなかった層との接点 ☑秋のオープンスクールにつなげる ☑次年度に向けた中2生との接点

## (参考) 令和6年度対面合説 (仮案)

あくまでも仮のイメージです

- ☑プレゼンブースの設置 (学校紹介ピッチ/卒業生・保護者トークセッション/事務局オリエンテーション等実施)
- ☑コンシェルジュデスク (個別相談や学校選びのアドバイス)
- ☑スタンプラリー (複数校まわる仕組み)



募集生徒数×10の個別接点数から逆算して設定を推奨。

個別相談接点数（対面接点・個別相談）→「出願数」までの平均遷移率は10%



8名留学生募集の場合：80名の個別相談接点が必要。

※対面合説1回（2日間）での平均ブース来訪数13（9月対面合説実績）

#### ケース① 平均的な接点数の学校の場合（推奨）

「オンラインの個別相談接点：約41名」＋「対面合説3回：約39人接点」で80名接点の実現。  
→対面3回（13名×3回）を推奨

#### ケース② オンラインで個別接点が多い学校の場合

「オンラインの個別相談接点：約54名」＋「対面合説2回：約26人接点」で80名接点の実現。  
→対面2回参加（13名×2回）を推奨。

#### ケース③ 9月対面での接点が多い（40組）の学校の場合

「オンラインの個別相談接点：約40名」＋「対面合説1回：約40人接点」で80名接点の実現。  
→対面1回（40名）参加で達成。

## (資料) 合説費用内訳

☑追加の合説費用の用途内訳（想定）

**【広報費用】参加生徒募集費用（WEB広告・チラシ・架電）：61%**

※参考：合説参加者1人をWEB広告で集める際の費用：約16,000円(7月実績例)で参加者を集めるための広報費用の比率が大きい。

**【運営費用】会場費・備品・人件費：39%**

比率

