



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

地域みらい留学オンライン説明会 攻略書

2025年7月17日

一般財団法人 地域・教育魅力化プラットフォーム

地域みらい留学事業部

この資料の内容を実践すると・・・



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

テーマ別説明会とFES inオンラインで 個別説明会の予約を増やす“ポイント”が分かる。

-こんな学校・自治体の皆様へ-

- ・ 個別説明会設定したけど、人が来ない
- ・ 県内募集のプレゼンを使いまわしている
- ・ 資料を改善したいけど手が付けられない。

-得られること-

- ・ 成果が出ている学校の具体的事例
- ・ 効果的なプレゼンのポイント
- ・ 個別説明会の予約人数増加に向けたポイント

1. 分析内容と資料活用法 ・・・ P 3～5
分析 資料活用法
2. 効果的なプレゼンの3要素 ・・・ P 6～14
①誰に何を伝えるか？ ②魅力＋具体性＋実績 ③行動を引き出す 具体的な学校の事例
3. 資料作成NG集8選＆チェックリスト ・・・ P 15～18
やってはいけない8選/改善するためのチェックリスト
4. 個別説明会について ・・・ P 19～20
考えるべきポイント3選/具体的な学校の事例
5. アフターフォローについて ・・・ P 21～22
コピーするだけ！必ず送るメール文のテンプレート



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

分析内容と資料活用について

調査対象 : FESinオンライン(7月5日～6日)

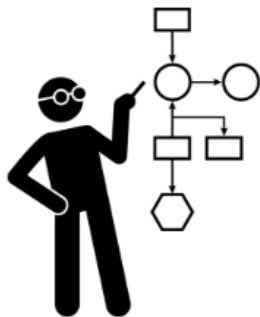
作成目的 : 資料作成や個別説明会のポイントをわかりやすくまとめることで。
各校の魅力が伝わり、**個別説明会の予約人数の最大化**につなげるため。

調査・分析方法 : 分析対象校すべてのプレゼンと個別説明会を比較し、傾向をまとめる。
①効果的なプレゼンについて
②個別説明会の有無や告知方法の傾向
③個別説明会の傾向について

分析対象校 : FES inオンラインの個別説明会に予約が7名以上の高校
: FES inオンラインの個別説明会の予約が0名の高校

本資料はこう使ってほしい・・・！

①



魅力の再整理

どんな中学生に何が【1番】刺さるのか？
改めて中学生目線で！

②



プレゼン資料の再確認

NG集とプレゼン3要素を見たうえで
必要であればプレゼンの修正を！

③



個別説明会の告知見直し

参加してもらうための魅力は何か？
参加者目線で！

教員・自治体職員・コーディネーターなど関係者全員で
「良いプレゼン」や「良い告知」について、目線を合わせ、改善する。



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

効果的なプレゼンの3要素

①



誰に何を伝える？

どんな中学生に何が【1番】刺さるのか？
改めて中学生目線で！

②



魅力＋中身＋根拠(実績)

魅力が「伝わる」ために話す3つの要素

③



行動を引き出す

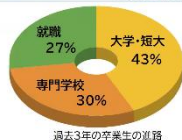
個別説明会に参加してもらうために
考えるべきことは？

個別説明会への予約数の多い学校は、誰に何を伝えるか？が明確！

徳島県立海部高等学校

科目も進路も多様な普通科

- 幅広い進路に対応！
 - ・「大学・短大」「専門学校」「就職」は、約1/3ずつ
 - ・進学から就職への希望変更も可能
 - ・医療・看護系の専門学校への進学も可能
- 選択科目が豊富！
 - ・自分の興味や進路に合わせた科目選択が可能
- 定員60名(昨年度)



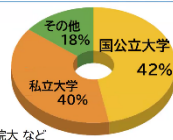
過去3年の卒業生の進路

こんなあなたにおすすめ

「進路はゆっくり考えたい。」
「理系にも文系にも興味がある。」
「部活をおもいっきりがんばりたい。」

大学進学を目指すなら数理科学科

- 国公立大学進学に対応したカリキュラム
 - ・文系理系のどちらにも進学可能
 - ・大学の学びを体験「高大連携講座」
 - ・「駿台サテネット」など学習サポートが充実
- 近年の主な進学実績
 - 国際教養大、宇都宮大、名古屋大、横浜国立大、静岡大、広島大、岡山大、大阪府立大、徳島大、青山学院大、中央大、立命館大、同志社大、関西学院大 など
- 定員30名(昨年度)



過去3年の卒業生の進路

こんなあなたにおすすめ

「国公立大学に進学したい。」
「4年制の大学へ進学したい。」
「将来、技術者や研究者になりたい。」

- 誰に何を伝えるか？ -

誰に：スライド記載のとおり

何を：学科ごとの特徴をシンプルに伝える

茨城県立大子清流高等学校

全国募集生(通学困難地域)の内訳

出身都道府県

千葉	1名	東京	4名	埼玉	3名
神奈川	2名	茨城	2名	合計	12名
男子	9名	女子	3名		

特色ある学び

課題研究

2・3年次行われる課題研究では、大子町の特産品を生かした製品の開発や授業での学びを活かした研究に取り組む。



地元特産品「こんにゃく」の精製から加工・販売までを一貫して行う6次産業化の模索



水産物観音崎型「一家の伝統を学ぶ」

- 誰に何を伝えるか？ -

誰に：関東の生徒の中学生

何を：専門性の高い学びを
比較的地元と近い場所で受け取れる

誰に何を伝えるか？を考える問い集

「誰」を考える問い 「○○」を埋める

- ・ ○○したい中学生に魅力的
- ・ ○○が好きな中学生に魅力的
- ・ ○○に住んでいる中学生に魅力的
- ・ ○○が夢の中学生に魅力的
- ・ ○○な状態の中学生に魅力的



「何」を考える問い(例)

- ・ ○○な中学生がこだわるポイントは？
- ・ ○○な中学生におすすめな理由は？
- ・ ○○な中学生が魅力だと思う授業は？
- ・ ○○な中学生が魅力だと思う環境は？
- ・ ○○な中学生はどんな3年間を送るのか？

プレゼンの3要素その2【魅力＋具体的な中身＋根拠】

個別説明会の予約数の多い学校は、**魅力＋具体的な中身＋根拠(実績)**で伝える

上記3点(順番は問わない)をシンプルに伝えることが効果的な傾向があります。

(例)広島県立加計高等学校 国際交流

根拠(実績)



中身



魅力



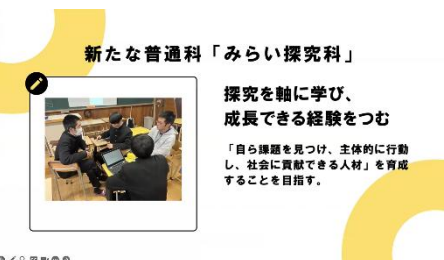
魅力：国際交流

根拠：3校姉妹校がある

中身：交流の様子。

(例)宮崎県立飯野高校 探究学習

魅力



中身



実績



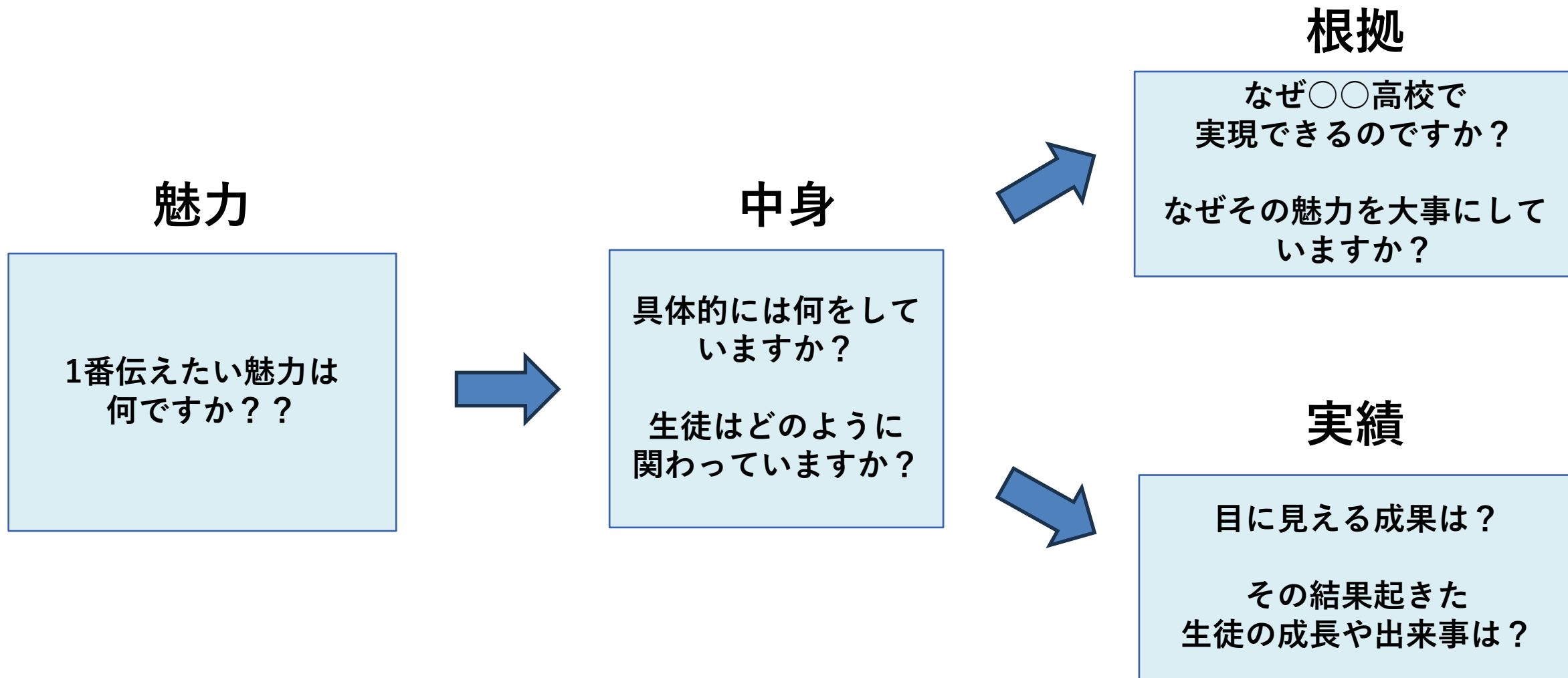
魅力：みらい探究科

中身：Quest Lab

超探究の日

実績：生徒の活躍

魅力＋具体的な中身＋根拠(実績)のつくりかた



個別説明会の予約数が多い学校は、個別説明会へ動かすための プレゼンになっている

北海道大空高等学校



- 1ポイント解説 -

プレゼンでは「ないもの5選」を伝えたい
うで、このあと個別説明会で「あるもの」
を話すという流れで思わず聞いてみたくな
る気持ちを形成。

広島県立大崎海星高等学校



- 1ポイント解説 -

生徒自身が大崎海星高校に入学を決めるま
でのリアルだけを3分間伝えきったうえで、
具体的な学校の話時間を時間別でテーマを変
えて話すという流れで繰り返し参加したくな
るような工夫をしている。

個別説明会へ動かすための考え方

プレゼンと個別説明会で伝えることを明確に分ける

【3分間のプレゼン】

個別説明会

時間

2分30秒

30秒

各校で設定(基本30分)

概要

プレゼンで伝えること

告知

個別説明会

内容

〇〇を伝える。

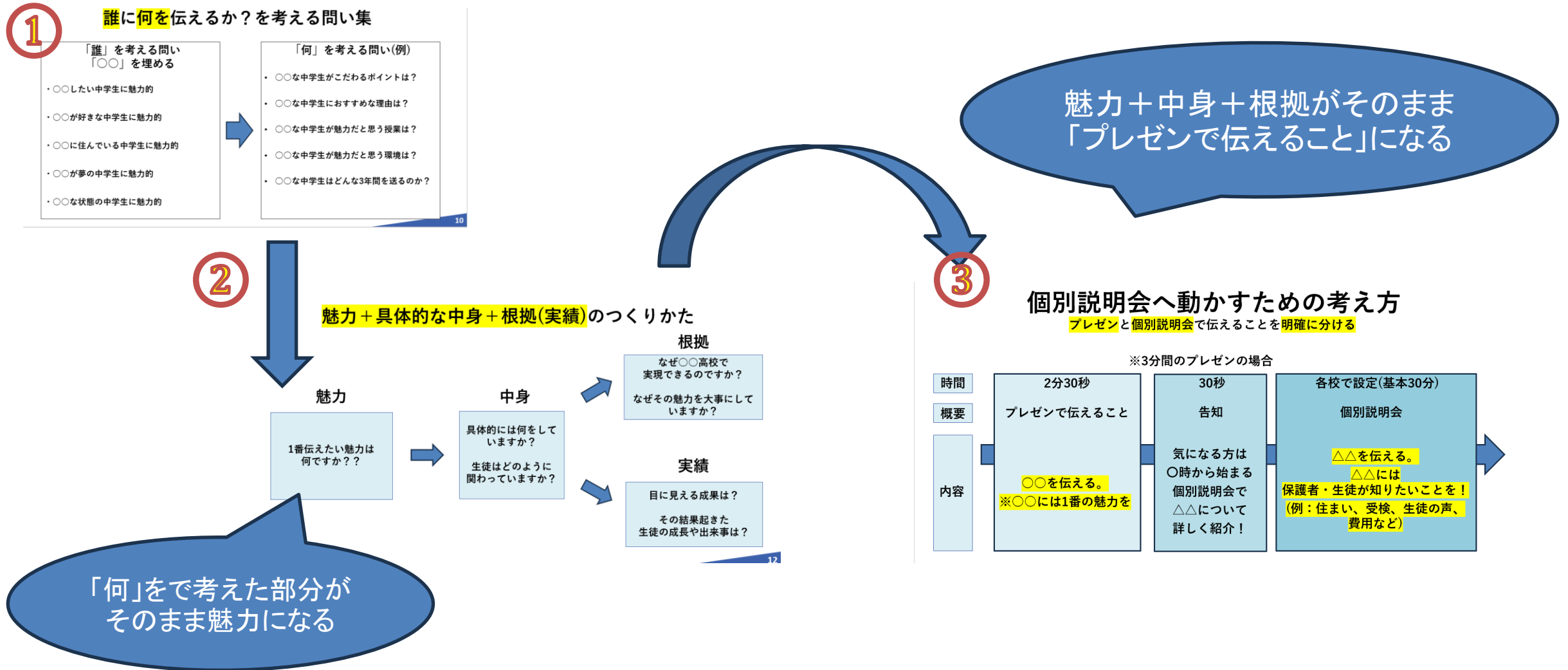
※〇〇には1番の魅力を

気になる方は
〇時から始まる
個別説明会で
△△について
詳しく紹介！

△△を伝える。

△△には
保護者・生徒が知りたいことを！
(例：住まい、受検、生徒の声、
費用など)

①②③の順番でプレゼンを設計する。





地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

資料作成NG集 & チェックリスト

1. 「アレもコレも伝えたい」で詰め込みすぎてしまう

→【問題】結果的に情報が多すぎて、何も印象に残らないプレゼンになる。

※【改善】👉 伝えたい要素を2つ以下に絞り、軸を明確にできている。✓

👉 伝える順番にストーリー性を持たせ、見た人が記憶しやすい構成になっている。✓

👉 話さなかった内容は「個別説明会で詳しく話せる」として後の導線に活用できている。✓

2. パンフレットの読み上げ・説明になってしまっている。

→【問題】保護者や生徒は「今ここでしか聞けない話」を求めている。

※【改善】👉 「現場の声」「生徒の変化」など、現場感のあるになっている。✓

👉 教職員だけでなく生徒や卒業生の視点も混ぜる。✓

3. どの学校でも言えることしか言っていない

→【問題】「自然が豊か」「生徒が優しい」など、汎用的な言葉ばかりでは、印象に残らない。

※【改善】👉 他校と「どう違うのか」「どこが独自ののか」を言語化している。✓

👉 「NG：自然が豊か⇔OK：その自然で〇〇が学べる」など、具体化して差別化している。✓

👉 県内での比較ではなく、全国範囲での差別化になっている。(県内唯一は差別化にならない) ✓

4. “魅力”が学校視点（＝送り手視点）のままで終わっている。

→【問題】“魅力”が「制服がかわいい」「部活が強い」など一方的で、聞き手の関心や感情に寄り添えていない。

✖【改善】👉 ウリは「生徒にとってどうプラスになるか」という受け手視点に変換して語る。✔

👉 「寮が新築→初めての一人暮らしでも安心できる環境」など、参加者視点のメリットで表現。✔

5. 「何が変わるのか」が語られていない

→【問題】学校での3年間を通じて、どんな成長や変化があるのかが描かれていない。

✖【改善】👉 「入学時はこんな生徒が、卒業時にはこう変わる」ストーリーや生徒の成長事例を紹介する。✔

👉 カリキュラムや学校生活が「どんな力を育てるのか」に繋がるように説明する。✔

6. 「いい話」はしているが、“誰にとって”なのかが不明確

→【問題】どんなタイプの中学生にとってフィットするのかが見えないと、選びようがない。

✖【改善】👉 「こんな子におすすめ」「こういう生徒が活躍している」といったタグ付けや対象明示を入れる。✔

7. 具体性に欠けるストーリーやエピソードしか出てこない

→ 「生徒の挑戦」などの表現も、何にどんなふうに挑戦したのかが見えなければ心に残らない。

※【改善】👉 挑戦の**内容・背景・結果**をストーリーとして語る（Before→Action→After）。✅

👉 生徒の顔が見える写真・作品・映像などを活用し、具体性を視覚にも訴える。✅

8. 生徒のリアルな声が聞こえない

→ 受け手は「その学校での日常のリアル」を知りたいため、第三者視点のエピソードが少ないと説得力が薄れる。

※【改善】👉 **生徒が出れない場合**でも、**動画**や**スライド**で“**生徒の顔**”を見せる。✅

👉 生徒の語りは**台本感を抑え**、「**自分の言葉**」で話せるよう事前練習をしている。✅



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

個別説明会について

- 個別説明会の予約が多い学校の特徴 -

① 聴ける内容を明確に告知

①の例：佐賀県立唐津青翔高校



- 1ポイント解説 -

参加者の興味に合わせて聞きたいことを選べる設計。告知段階から何が分かるか明確でメニューが提示されることで目的意識をもって参加しやすい。

② 複数回開催

②の例：島根県立隠岐島前高校



- 1ポイント解説 -

当日だけではなく、複数回の開催をすることで、別の学校と開催時間がバッティングしても、取りこぼすことがない。また、各回でテーマが異なり、リピート参加が増えることで深い関係値が築ける。



地域・教育魅力化
プラットフォーム
Platform for Sustainable Education and Community

アフターフォローについて

参加者への個別連絡は必須。

テンプレート文章を参考に、オープンスクールなど次の機会へ動かすことを意識。

〇〇様

〇〇高校の〇〇です。

本日はオンラインの説明会にお越しくださり有難うございます。

〇〇様が〇〇の点で興味を持っていただき、
ご質問くださったのが印象的です。

また本日聞けなかったことがあればお気軽にご連絡ください。

ぜひ本校としても〇〇様にまたお会いできたらと思っており、
会の中でご紹介した〇月〇日のオープンスクールに
ご参加いただきたいのですが、ご予約いかがでしょうか？

〇〇の体験もあり、〇〇様には、満足いただけるかと思います。

ご予約についてお返事くださると幸いです。

今後とも何卒よろしくお願いいたします。

ポイント①
一斉メールせずに
宛名を記載

ポイント②
やり取りの中で
印象的なエピソードを
入れる

ポイント③
次の案内が必須。
ウェルカム感と中学生視点で
お勧めできる根拠を伝える