在校生・保護者アンケート集計結果の分析

在校生・保護者のアンケート（以下、両者と略す）において、本校に入学した経緯や進学情報に関する調査の結果を以下に示す。

（１）「本校を知るきっかけの傾向」に関する回答

両者とも同様な傾向を示す。

①「学校の先生から聞いて」②「お子様、家族、親類などから聞いて」③「本校のホームページを見て」の項目が特に多い。残りの項目は、10%以下となるが本校の応募者数を増やすためには、必要と考える。その他に、「家族・親族が卒業生」とする回答があり、家族内でリピーターを増やすことや友人からの良好な口コミを伝えてもらえるような戦略を考える。

（２）「入学する前に、本校の学科に対し期待していたこと」に関する回答

両者とも同様な傾向を示す。

①「専門的な技能・技術習得」②「就職活動支援」③「資格取得」の項目が特に期待が大きい。

（３）「 入学前に、期待していたことに対する入学後の満足度」に関する回答

前述（２）の期待が大きかった３項目うち、すべてにおいて評価が良好である。しかし自由記載では、より資格取得を希望する意見がある。授業内容を工夫して資格取得を増やせば、授業に満足してもらうとともに、口コミを期待できる。

（４）「パンフレットやインターネットなどの使用頻度」に関する回答

「本校が作ったパンフレット」の使用頻度は低い結果となる。

（５）「本校の受験を決めた時期」に関する回答

7 月から 12 月の間では、大半の 64.5%を占めている。しかし、入学の 1 年以上前に決めている学生は、10.2%を占めているため、高校教諭への周知も考えると早めの行動がよいと考える。

（６）「最終的に受験を決めたのは、誰のアドバイスが一番のポイント」に関する回答

「学校の先生のアドバイス」「両親や家族、親類のアドバイス」の身近な人に影響力がある。

（７）「オープンキャンパスの参加状況」に関する回答

ほとんどの方が「参加した」とする回答である。参加した方の感想について、85.7%が「参考になった」である。

（８）「本校の受験を決めた最も重要なポイント」に関する回答

①「授業料が安い」②「就職の実績が高い」③「専門分野を深く学べ」の項目が高い。本校のセールスポイントが受験生に浸透して理解されていると考える。

（９）前記のアンケート結果から募集に関する方向性

項目	今後の方向性
広報内容や手段に関する事柄	・ホームページの見直し ・パンフレットの見直し ・高校教諭へのアピール強化（教諭の負荷にならない程度）
情報収集手段に関する事柄	・高校訪問開始時期の見直し
入学後の満足度に関する事柄	・カリキュラムの検討 ・資格取得支援の強化
本校の特色のＰＲに関する事柄	・オープンキャンパスの時期の見直し ・本校の強み（セールスポイント）の更なる周知