

課題研修 SNS テクニック① 講演録

■実施日時：令和 7 年 5 月 15 日（木）15:00～15:50

■開催形式：Zoom によるオンライン開催

■講師：株式会社 with fun 代表取締役 山田洋平 様

■テーマ：AO 入試登録開始直前！押さえておきたい SNS テクニック

■主催：公益社団法人東京都専修学校各種学校協会

本研修では、株式会社 with fun 代表取締役の山田洋平氏を講師に迎え、専門学校における SNS の効果的な活用方法について、豊富な実体験を交えて解説いただきました。

講演は、SNS を単なる“認知拡大のツール”とする従来の理解を再定義する内容から始まりました。山田氏は、SNS は「興味関心を高め、来校や出願の動機づけを担う“中間地点”」であるべきと強調しました。

学校側が SNS で発信する際は、「きちんと伝えたい」「真面目な情報を届けたい」と思えば思うほど、SNS の特性とズレてしまうため、注意が必要であると講師は指摘しました。

SNS は、そもそも高校生にとっては“暇つぶし”の場であり、学校選びのために意識的に使われているわけではないため、真面目で情報量の多い投稿は流されやすく、受け手に届きにくいという課題があります。

そのため、発信する内容は「学校が伝えたいこと」ではなく、「受け手が思わず目に留めてくれる形」に落とし込む工夫——たとえば、親しみやすいトーンや短時間でわかる動画形式などが重要であると述べられました。

しかし一方で、山田氏は「普段はなんとなく流し見している高校生も、進路選びのタイミングでは一度は SNS を確認する」とし、実は多くの受験生が資料請求や比較検討の中で学校の SNS を訪れている実態を強調しました。

その際に、アカウントが更新されていなかったり、内容が乏しかったりすると、「この学校はあまり力を入れていない」と判断され、選択肢から外れてしまう恐れがあるため、“見られていないようで見られている”SNS の存在を軽視せず、最低限の更新を継続することが信頼獲得の第一歩になると語られました。

SNS は「深い情報伝達」や「地域・年齢ターゲティング」が苦手である一方、無料かつ繰り返し接触を生む強みを持ちます。そのため、SNS 単体ではなく、Web 広告や

YouTube、LINE といった他メディアと役割を分担しながら活用する“クロスメディア戦略”の重要性が語られました。

具体的な投稿例として、学生インタビュー、授業風景、イベントダイジェスト動画などが紹介され、「数字を追わず、週 1 回以上の定期投稿を無理なく継続すること」が成功の鍵であると説かれました。アルゴリズムに一貫性を持たせるためにも、投稿内容の“統一感”が重視されました。

後半の質疑応答では、参加者から「フォロワー数や再生回数は重要か」「ストーリーや写真投稿の有効性」「バズを狙うべきか」など多数の実務的な質問が寄せられました。山田氏は、フォロワー数の増加は目的ではなく結果であり、むしろ“必要な人に届くこと”が優先されるべきであると回答。また、Instagram の写真投稿やハッシュタグは近年効果が低下しており、リール動画やショート動画への移行が望ましいとアドバイスされました。

SNS の苦手な点として、「一対一の対応しかできない」「深く伝えられない」「ターゲットがぶれやすい」などが挙げられましたが、それらを補う手段として、YouTube の長尺動画や X（旧 Twitter）での質問公開対応なども紹介され、より多角的な運用の必要性が共有されました。

最後に、SNS は担当者一人で成果を出すものではなく、職員・学生を巻き込んだ「チームとしての取り組み」が長期的な成果に繋がるとまとめられました。研修は参加者にとって即実践につながる多くの気づきと具体策を得る貴重な機会となりました。