

## 学生募集の羅針盤スペシャルテキスト

### 広報担当者のノウハウ不足対策

学校広報は学校経営の根幹を担う重要な存在です

\*本テキストで紹介している対応策のメリット・デメリットの内容は全て個人的見解のため、立場により意見が異なる事も考えられます。

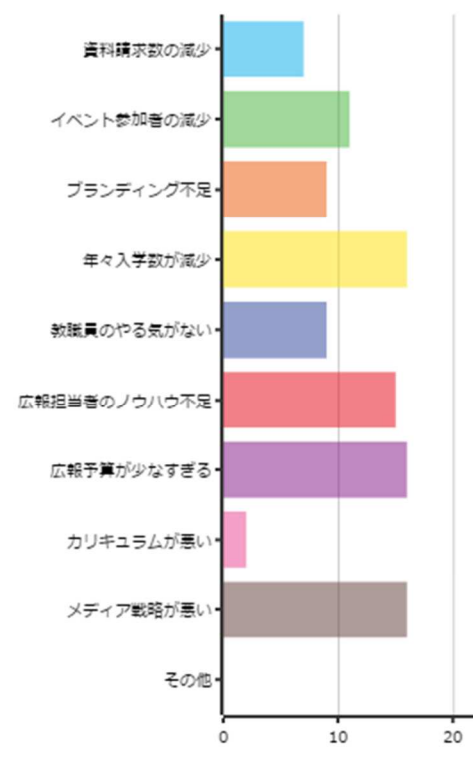
SEM アドバイザー 亀田泰史

## はじめに

### 学校が抱える問題点アンケート

#### 投票結果

(棒グラフ | 横棒グラフ)



当方の運営サイトで学校の皆さんに協力頂いているものに「学校が抱えるアンケート」(<http://gakubo.com/gakkou-mondaiten-questionnaire/>)がありますが、まだアンケート総数は少ないものの広報担当者のノウハウ不足というのは、相対的に問題点として考えている方が多いようです。

学校広報のノウハウが不足しているという事は広報媒体が多様化する現在においては、かなり厳しい戦いを強いられることになるのは間違いなく、早急にテコ入れをしなければ、打てるべき戦略さえも打てなくなってしまう事になります。

以前のような紙媒体主体の時代では広告代理店が持ってくる媒体で興味があるものに出稿すれば良かった時代もありましたが、今はソーシャルメディアをはじめとして学校が自身で判断し、運用をしなければいけないものが増えています。無料のソーシャルツールなどは開始するための敷居は低いものの、通常はネット上の情報や書籍などを利用して独学で学ぶ事になります。そのため、時間や学ぶ姿勢、得意・不得意などが如実に関係してくるため、結果として学校ごとの広報担当者のノウハウの差というものが広がっていると言えます。特に古くから広報に関わっている世代の場合、ネット時代の媒体になかなかなじめないという方もいるでしょう。

しかし、学生数が急激に減少している現在、そんな事は言っていられず、何らかの対策を取らなければ学校の死活問題となってしまいます。本テキストでは広報担当者のノウハウ不足について対応策を紹介したいと思います。

## 目次

はじめに .....	2
対応策 1. 広報担当者を広報に役立つセミナーにとにかく参加させる .....	4
対応策 2. 一般的な学校コンサルタントに依頼する .....	5
対応策 3. 学校広報に詳しい人材を採用する .....	8
対応策 4. 担当者を変える .....	9
対応策 5. 学校にいながらにして広報担当者を育成する .....	11
広報担当者のノウハウ不足がもたらす状況 .....	13
おわりに .....	14
サポートのご案内 .....	15
無料会員で貴校 WEB サイトの改善をしませんか? .....	16

## 対応策 1. 広報担当者を学校広報セミナーに積極的に参加させる

最も手頃な対応策は自校広報担当者が弱い部分を補うために必要な学校広報セミナーに積極的に参加させるという方法です。参加する事で講演者のノウハウを短時間で学ぶことができます。

### <セミナーのメリット例>

- ・短時間で知識の足りない領域のノウハウを補う事が出来る。
- ・不足しているノウハウ部分のみに焦点をあててピンポイントで学ぶ事が出来る。
- ・場合によっては他校の広報担当者との情報共有が出来る。

### <セミナーのデメリット例>

- ・広報担当者のやる気次第でセミナー参加の効果が著しく変わってしまう。
- ・参加するだけで満足してしまう方が少なくない。
- ・セミナーで学んでも諸事情により自校ですぐに活用できるとは限らない。
- ・セミナー参加の時間帯は学内にいる事が出来ないため、広報メンバーが少ない場合には業務が滞る。
- ・参加希望のテーマのセミナーがいつやるか分からない。近くのエリアでやるかも分からない。

ここで欠かせない視点が無料、有料セミナーのいずれに参加するかと言う事です。私自身無料セミナーも行いましたが、開催側としては当然ながら無料セミナーと有料セミナーではその中身に差をつけざるを得ません。無料セミナーでももちろん中身の濃いものを行うとは思いますが、それでもサービスの肝となるような部分については細かくは紹介しないのが一般的です。私自身が参加したセミナーでは半分程度がサービス紹介というものもありました。悪い事は言いませんが、セミナーについては有料セミナーに参加される事を強くお勧め致します。充実度が全く違いますし、そもそも無料と有料では参加側の意識や姿勢も変わってくるため効果も変わってきます。

## 対応策2. 一般的な学校コンサルタントに依頼する

広報予算にまだ余裕があるのであれば学校コンサルタントに依頼するのが最もはやいでしょう。広報担当者が育つにはかなり時間がかかります。セミナーなどは部分的に補強できるとはいえ、そもそも希望のテーマのセミナーがいつ開催されるか分かりませんし、さらに言えば参加可能なエリアで実施されるかも分かりません。

その点、一般的なコンサルタントの場合、月に数回など学校を訪問してノウハウを細かく指導してくれますのですぐに改善アクションに取り掛かれます。

### <一般的な学校コンサルタントのメリット例>

- 学校コンサルタントが長い年月をかけて体得したノウハウを学生募集に活用できる。
- 貴校に訪問して様々なアドバイスを現状を見た上でしてくれるため、幅広く広報まわりを改善できる。
- 学校コンサルタントの登場により教職員が一致団結し一気に意識が変わる事がある（共通の敵のような概念）。

### <一般的な学校コンサルタントのデメリット例>

- 報酬が月額数十万円程度かかる事が一般的である。
- 改革の妨げになる場合には広報人事などに口を出す事もあるため、役職についている方などでも安心ではない。
- それまでの業務内容と大きく変わる事も想定され、導入時のストレスが大きくなる可能性が高い。
- 基本的に否定から入るため精神的にストレスを抱える事もある（改善のために厳しい事を言われる覚悟が必要）。
- 有名・高額なコンサルタントであっても必ずしも結果が出るとは限らない（相性の問題もあり）。
- 諸刃の剣である事は間違いない（場合によっては学内がバラバラになる可能性もあり）。

学校コンサルタントが自校に入った経験のある方はあまりいないと思いますので想定される事を少し補足として追記しておきます。

学校コンサルタントは依頼された学校の募集状況を改善するためにアドバイスをしますが、たいていは学校にとっては厳しく、また時には劇薬と感じられるような決断をしなくてはなりません。

そのため、教職員の一部から不平不満が出てきたり、しぶしぶ従ったりという事も珍しくありません。コンサルタントを共通の敵（本当は味方なのですが、自分達の業務をかき乱すものとみなす）として認識するため、それまではそれほど仲が良くなかった教職員同士が一致団結する事に繋がる事も珍しくありません。この点はコンサルタントとしては嫌われるものの学校にとっては良い傾向と言えます。

また、学生募集を改善するためにはコンサルタントは人事にも口を出さざると得ないケースもあります。広報責任者など広報について決定権のある方が改善への障害となっている場合には、その職について経営者に口を出す事もあるという事です。あくまで改革を進めるために考えられる最善の行動をしなくてはならないためです。

誤解してはいけないのはコンサルタントが入れば必ず改善するというわけでもない事です。教職員の協力がどこまで得られるか、そしてスピーディーに改善アクションを実施してくれるか、意識改革が行われるかなど様々に課題が出てきます。コンサルタント一人では結果は出せません。コンサルタントのアドバイスをきちんと実行してくれるかどうか重要になってきます。

経験上、コンサルタント導入初期はコンサルタントへの信頼感がまだ全体には生まれてないため、教職員にストレスがたまりやすくなります。信頼していない方の指示に従うため、ストレスがたまってもおかしくないのです。しかし、時間の経過とともに目に見えて広報に関わる様々な部分（イベント、制作物、その他）に改善傾向が見えてくると、やりがいを感じ、積極的に動けるようになります。そこまで努力できるかがコンサルタント導入へのカギとなるでしょう。

もちろん、学校コンサルタントとの契約内容はケースバイケースですので、例えば制作物（学校案内等）などワンポイントで依頼する事も可能です。その場合には月額報酬額も通常よりは抑えられると思いますし、必ずしも通年契約である必要もありません。

時として、ポイントごとに異なるコンサルタントに依頼するという事も出来ますが、あまりに多くのコンサルタントに同時に依頼すると混乱の元となりますので注意が必要です（但し、提携関係にあるコンサルタントに依頼するのであれば、この限りではありません）。

なお、学校コンサルタントによって得意分野・不得意分野（特化してはないという事）などもありますので、どこを改善したいかを明確にしてから誰に依頼するかを検討すると良いと思います。

### 対応策3. 学校広報に詳しい人材を採用する

月額数十万のコンサルタントを雇うのではなく自校教職員として学校広報に詳しい人材を採用するという手があります。

#### <採用のメリット例>

- ・学校の報酬規定内で働いてもらう事ができるため予算が組みやすい。
- ・常時いるため、それまでの広報担当者にノウハウを教えてくれる。広報全体の底上げが可能。
- ・広報のみならず、業務の幅はかなり広い。

#### <採用のデメリット例>

- ・ノウハウを持っていても「新入職員」という意識を持たれる事もあり、実力を発揮させてもらうのに時間がかかる場合がある。
- ・広報の決定権を即座にもらえるわけではなく、どこまで活躍できるかは学校の考え次第である。
- ・良い人材が見つかるかそもそも疑問である。給与が安い場合にはかなりその可能性は低い。
- ・面接時の話と違い、それほどの実力はなかったとしても、即座に解雇などはしにくい。
- ・人件費が長い目で見て負担になってくる。
- ・有能な方は学校の質が低い場合、常に退職される可能性がついて回る。

私自身も経験がありますが、広報経験に関わらず新入職員という意識を既存の教職員がもつため、ノウハウを発揮“させてもらえるまでに”時間がかかる事があります。入職してすぐの方の意見を広報の重要な決定では用いてもらえない事も多く、学校にとっての機会損失を生む可能性も否定できません。また、自校の教職員と言う事もあり、中小規模の学校では広報以外の業務も兼任させる事も多く、せっかくのノウハウを出せずに終わってしまう事もあります。加えて有能な方は安い報酬ではそもそも入職しない可能性があり、その点でもどこまで譲歩できるかが重要になってきます。



## 対応策4. 担当者を変える

コストをかけずに新たな視点での広報を可能にするための方法として現在の広報担当者はずし、新たに学内から広報担当者を任命するという方法があります。そもそも広報に向いていない方を担当にしていた場合などは担当者を変える事で効果が上がる事があります。

### <担当者を変える事のメリット例>

- ・学校を知っている人材による新たな視点での広報活動が可能になる。
- ・広報アイデアを胸に秘めている方を見つける事が可能である。
- ・それまでの当たり前の広報から脱する事が可能である。

### <担当者を変える事のデメリット例>

- ・そもそも代わりとなる（やってくれる）人材がない可能性がある。
- ・広報担当未経験の為覚えるまでに時間がかかる。
- ・新たな視点が生まれるかは未知数である。
- ・それまでの担当者を引き継ぎのために広報に当分は置かざるを得ないため、場合によっては何も変わらない事も考えられる。
- ・アイデアがあるようで部分的なアイデアしかない事もある。
- ・新しい広報担当のため教職員間の取りまとめをどこまで出来るか不透明である。

学校によって広報担当者の決め方はまちまちですが、中小規模校の場合、前任者が退職したからという理由でそれほど経験がない方を後任にせざるを得ない事もあります。学生が集まっている時代であればそれでも何とか回す事は出来るのですが、現在のように様々な広報経験やノウハウがないと戦略的に厳しい場合にはそのような選び方の広報担当では勝ち抜き事が出来ません。現担当よりも向いている人材がいれば積極的に広報にすべきです。間違えても他の業務との兼任をさせないようにしましょう。効果が下がるだけです。

なお、現在の広報事情に照らし合わせると「今」学校広報担当に向いている方は以下のような資質のある方と考えられます。

- 土日祝の勤務でも嫌がらない方（サラリーマンのように時間での拘束に拘らない方）
- 他の方との業務内容の不公平感を我慢できる方
- 全イベントに関わる意識のある方（休み優先ではなくイベント優先に出来る方）
- 様々なものへの興味を持てる方（引き出しが広い方）
- 常に勉強する姿勢のある方
- 業務時間外も常にアンテナを張っていないと分からない事を理解している方
- 常識がありフラットな判断が出来る方
- 冷静な判断、対応が出来る方（ソーシャルメディア運用などでは特に）
- コミュニケーション能力に秀でている方（常日頃の人間関係構築に寄与）
- 卒業生、在学生、教職員から好かれている方（敵を作りにくい方）
- 初めての方ともすぐに打ち解けられる方
- 企画力、実行力、スピードがある方
- データ分析スキルがある方（アクセス解析の分析等）
- 新たなツールへの興味を持てる方
- 対象者層が使用するメディアに詳しい方
- 競合校の研究も行える方

ややブラック企業のような事を書いていると思われる方もいるかもしれませんが、学校広報はどうしても土日祝の出勤も多くなり、他の教職員に比べて不公平に感じる事も出てきます。そういう事が広報ならば当然と思える方が向いていると言えるでしょう。どうしても決まった時間内だけの業務に留まらない事も出てきます。

## 対応策5. 学校にいながらにして広報担当者を育成する

手前味噌となりますが、当方のサービスがこれにあたります。営業目的のみでこの対応策を書くわけではありませんので、「営業目的のテキストか？」と思わずに下記もお読み頂ければ幸いです。新たな広報テコ入れの手法として覚えておくべき方法だと自負しています。

### <当サービスのメリット例> \*基本サポートプランの場合

- ・当方との契約終了後も広報担当者にノウハウが残るため、その後の努力次第で昇華させる事が可能である。
- ・通常のコンサルティング契約に比べかなり安価にノウハウを学ぶことが出来る。
- ・月単位で解約可能であり、年単位などの契約期間がないため安心である。
- ・平日は日々学校 Web サイトを巡回するため一般的なコンサルタントよりも学校の細かい動きを把握可能である。
- ・時間を選ばないメールでのアドバイスのため、対応などは都合の良い時に実施可能である。

### <当サービスのデメリット例>

- ・メールでのサポートのため担当者が動かなければ何もならない。
- ・他の教職員への改善アクションの説得は広報担当者が行わないといけない。
- ・ミーティングなどはないため顔を合わせてのアドバイスが原則として受けられない。

当方は予算のない学校にサービスを提供するため、通常のコンサルタントに近い満足度でありながら安価に提供できる形態を構築しました。訪問コンサルを省略し、Web の定期巡回による問題点・改善点のアドバイス等メールサポートを基本としてはおりますが、基本サポートプランでは追加テキスト(\*)の配布も年平均4回あるなど、学生募集ノウハウなど広報に必要な知識も定期的にお届けしています(追加テキストは気まぐれサポートの一つとして行っているため、配布を約束するものではありませんが、過去実績として毎年複数冊テキストの配布を行っています)。

補足として、学校広報担当者をメールサポートで行うようになった経緯を話しますと、私自身、広報として誰かに相談したい事があっても、中小規模の学校ではそもそも担当がおらず、相談できない事もありました。そういう経験もあり、広報担当者の外部にいる相談相手という位置づけを安価で提供できないかと考えて今のメールサポートというコンサルタントには珍しい形態のサービスを始めました。

元より、コンサルタントは現場にいてこそという考えがない事ありませんが、私は複数の教育現場で学校に関わる業務を様々な経験している事もあり、ある程度は現場に行かなくても話を聞くだけで判断できると考えています。学校はだいたいどこでも似たような問題を抱えているというのが経験的に分かっているためです。但し、ご担当者からの状況連絡などは適宜して頂く必要があります。

現場に行く事に比べれば現状把握について弱くなるのは間違いありませんが、安価にコンサルタントのアドバイスを受ける事が出来るようにするのが主目的ですので、その点はご了承頂く事になります。

契約実績として全国レベルの大きなグループ校から個人経営レベルのスクールまでサポートしてきましたが、契約期間の取り決めがないにも関わらず、5年以上継続契約の学校が大多数という結果になっています。一般的な学校コンサルタントは Web を日々チェックする事は通常行いませんので、そういう細かい点の満足度があるのだと思います。

当方のメールサポートにつきましては本テキスト最終ページにて無料会員プランを紹介していますのでお気軽にお申込み下さい。当方ではコンサルタントでは珍しい無料の体験プランを設けています。また皆様が心配するような体験後の営業行為などは一切行いませんのでご安心下さい。

## 広報担当者のノウハウ不足がもたらす考えられる未来

現在、広報担当者のノウハウ不足を実感している学校は少なくない状況です。そのような状況を放置しておくような事が起きうるか、その可能性について紹介したいと思います。なお、下記はこの状態が悪化した結果起こりうる事として書いていますので、全ての学校に当てはまるわけではありません。

- 広報担当の言う事を聞いても結果が出ないため様々な部署が勝手な広報戦略を実行し始める。
- 新規の戦略を立てて実行するノウハウがないため毎年学生数が減少していく。
- 広報担当者への信頼感が薄れ、イベントなどでの歯車がかみ合わなくなる。
- イベントに口出ししようにも、信頼してもらえないため、中身の精査もないまま実施される。
- イベントの効果が上がらないため、教員のモチベーションが下がり、内容も小手先のものに終始してしまう。
- 外注先から新企画の提案をされても、ノウハウがないため理解しきれない。
- 最新の施策は主に外注任せになり、無駄なコストがかかるようになる。
- 外注先からの提案の良し悪しが判断できないため、言われるままになってしまう（見積もりなども含む）。
- 予算の減少と共に外注業者は離れていくが、その段階でも広報担当者には何のノウハウも残っておらず、手の打ちようがなくなる。
- 何の方策も打てずに学生数が減少していき、教職員全体のモチベーションが下がっていく。
- モチベーションが下がった結果、やる気のある教職員が次の職場を求め退職していく。

広報担当者のノウハウ不足は結果として学生数の継続的な減少を招く結果となり、その結果全体のやる気ダウン、そして人材の流出へとつながる事となります。もちろん、広報担当だけの問題ではなく、それらを統括する責任者の問題でもあるのですが、少なくとも広報担当者にはノウハウがあれば、学生の目減りスピードを緩やかにできるなどプラスの効果があるのは間違いありません。

## おわりに

広報担当者のスキル不足は学生確保の難易度が上がっている現在、死活問題と言えます。特に中小規模校の場合、そもそも広報担当者が一人しかいないケースもあり、他の方がカバーできないという事も少なくありません。

現在のように様々な広報ツールがある時代には、それらを上手に使いこなせるかと言う事はとても重要な事であると言えます。

しかし、そうは言っても新規に詳しい人材を雇う事は多くの学校ではできない事だと思います。新規に雇う予算があれば、それこそ広報予算にまわしたい所でしょう。

本テキストでは一部当方のサービスの紹介も致しましたが、広報担当者のノウハウが不足している場合にそれを補う方法としていくつかご紹介させて頂きました。

どの方法も一長一短ではありますが、少なくともこのまま放置して何らの手立ても講じないのであれば、学生数の減少は止まるどころかさらに勢いを増して進んでいくかもしれません。

コンサルタントを雇うにしましても、セミナーに参加するにしましても、少なくとも新たなノウハウが広報担当者につく事になります。そうする事で今までは見えてこなかった新しい視点や施策なども見えてくるかもしれません。何も行動に移さなければ今と何も変わらずに時だけが過ぎていく事になるでしょう。広報担当者のノウハウが不足していると自覚しているのであれば、すぐにでも何らかの対策を取られる事を強くお勧め致します。そして、ご縁があれば当方のサービスを体験できる無料会員プランをご検討下さい。

## サポートのご案内

当方では学生募集改善のためのサポート（主に Web サイトの改善）を行っております。詳細は運営サイト「学生募集の羅針盤」をご覧ください。

★学生募集の羅針盤・・・ <http://gakubo.com/>

- 当サービスのポイント 10 <http://gakubo.com/service/point10/>
- 基本サポートプラン <http://gakubo.com/service/basic-support-plan/>
- 会員プラン <http://gakubo.com/service/kaiin-plan/>
- カフェ研修 <http://gakubo.com/service/cafe-kensyu/>
- ワンタイムサポート <http://gakubo.com/service/one-time-support/>
- ASUBO セミナー <http://gakubo.com/service/asubo/>

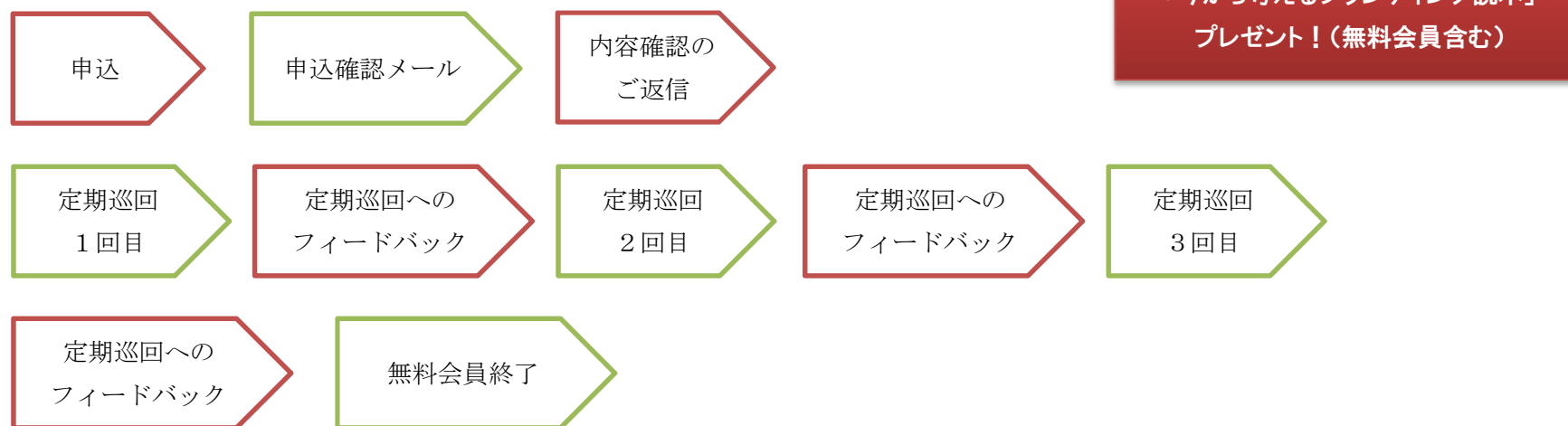
★Facebook ページ「学生募集の羅針盤ニュース」・・・ <https://www.facebook.com/gakuseibosyu/>

★お問い合わせ・・・ <http://gakubo.com/toiawase-ssl/>

## 無料会員で貴校 Web サイトの改善をしませんか？

当方のメイン業務である定期巡回サポートにおきましてコンサルタントでは珍しい無料会員（お試しプラン）を用意しております。無料会員とは定期巡回を最大で3回無料で受けられるというものです。終了後の営業活動などありませんので、もし貴校 Web サイトの問題点や改善点についてアドバイスを受けたい場合には是非お申込み下さい。もちろん終了後のコンサルティングのご相談も随時受付しています。

### ★無料会員の流れ（以下赤枠が貴校、緑枠が当方）



#### <注>

- ・定期巡回では耳の痛い事を正直にお伝えしますので真摯に受け止める事が出来る学校様のみでお願いいたします。
- ・フィードバックがない場合にはその時点で無料会員は終了となります。

★詳細は「無料会員プランのご案内」ページでご確認下さい。 <http://gakubo.com/service/free-kaiin-plan/>