****効果的な講師募集

**塾において講師のマネジメントは極めて重要な業務です**。どれだけ生徒が集まってくれても講師がいなければ授業が成立しません。では、講師を多く抱えればいいかと言うと、それも行き過ぎると上手くいきません。授業の数よりも講師の人数が多すぎると、講師に充分仕事を配分することが出来ず、講師は希望する給料額を手にすることが出来ません。その結果、もっと稼げるアルバイトへと講師は流れて行き、結局講師不足となってしまいます。

**塾、特に個別指導においては年始に計画を立て、その計画に出来るだけ沿った形で1年間の運営を行うことが非常に重要です**。50人の生徒の授業を成立させるために必要な講師数と、80人の生徒の授業を成立させるために必要な講師数は大きく異なります。

**個別指導塾を成功させる大きな鍵は講師を戦力化し、それをマネジメントすることです**。その為の第一歩として講師数をいかに計画通りに安定させるかが重要なのです。講師数の安定のためには、入り口の部分としての採用活動をいかに上手に行い、出口の部分としての退職をいかに少なくさせるか、この2点の戦術を強化する必要があります。

今回は講師募集についてお話していきます。個別指導塾や、チューターを採用している自立型指導の塾をイメージして書いていきますが、一斉指導であってもアルバイトの講師を使って運営されている場合は、ご参考いただける部分が多いかと思います。人事の判断や、人材の見極めについては、なかなか絶対的な方程式はありません。本誌ではあくまでも私が考える原則をお伝えしようと思いますが、地域によって、また塾の目指す方向によって、人事の判断や人材の評価についての原則は当然異なってきますので、状況に合わない部分は笑って読み飛ばしていただければ幸いです。

**目次 （効果的な講師募集）**

【１】 講師数をマネジメントする （2ページ）

【２】 講師受信簿を活用する （5ページ）

【３】 講師に求める要素 （7ページ）

【４】 講師の友だちを紹介してもらう （8ページ）

【５】 卒塾生のリクルート （10ページ）

【６】 大学の校門前でのチラシ配布 （12ページ）

【７】 ＨＰでの講師募集 （15ページ）

【８】 主婦講師やシルバー講師の活用 （16ページ）

【９】 講師受信・講師採用面接の方法 （18ページ）

付記 WEEK LETTERで使っている言葉の定義 （20ページ）

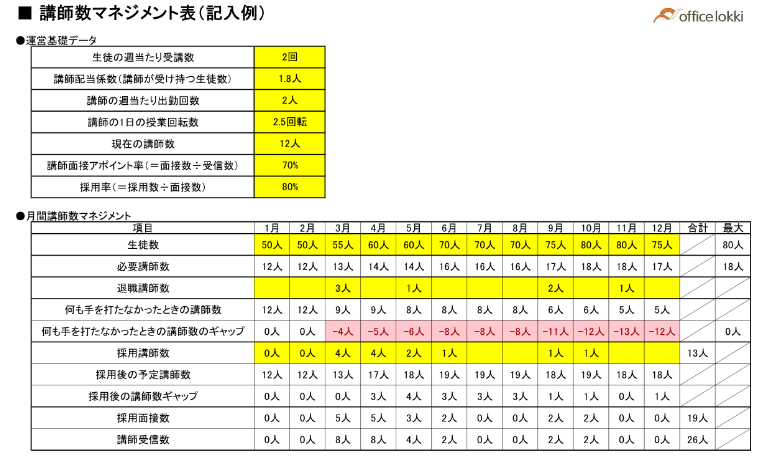
**【１】講師数をマネジメントする**

『いい先生が来てくれないかな…』全国の塾に共通のお悩みかと思います。『以前と比べると講師の応募数が減った』『10年前に比べるとすごく大学生の質が下がった。以前であれば〇〇大学の学生であれば安心して授業を任せることができたのに、今は数学の簡単な問題も出来ない』『最近の連中は仕事は適当なのに、何かと権利ばかり主張して…』塾長先生や校舎長の先生の愚痴が聞こえてきそうです（笑）

本誌を読み終えた後、塾長先生や校舎長の先生のお悩みを少しでも軽くすることができるよう、頑張って書いていきます。まずは講師数のマネジメントのお話からです。貴塾では講師数をマネジメントしておられますか？ **マネジメントとは、極めてざっくり言うと『事前に計画を立てて、現実をその計画に近づけること』です**。個別指導の運営には緻密な段取りが求められます。その中でも講師の手配については、特に綿密に準備をしておかないと、例えば生徒が数名増えただけで授業が回らなくなったり、または増コマをしたいと生徒から希望が出ているのにその講師が見つからなかったりと、生徒数増加の大きなボトルネックになってしまいます。**マネジメントの対義語は『場当たり的な運営』です**。もし貴塾の講師管理が『場当たり的』になっているとしたら、まずは講師数のマネジメントを行うところからスタートされてはいかがでしょうか。

**講師数のマネジメントとは生徒数目標を設定し、その為には何人の講師数が必要なのかを見積もり、その計画に沿って運営していけるよう段取りを組んでいくことです**。『未来の講師数なんて読めない。そんな不確実なことを決めても仕方がない』と思われる方もおられるかと思います。もちろん生徒が何コマ受講するか、講師が週何回仕事に入れるか、夕方から授業に入れるのか、それとも夜の遅い時間からしか無理なのか、など多くの不確実な要素があります。ただ、『不確実な要素があるから計画を立てない』のではなく、**『多くの不確実な要素があるからこそ計画を立て、計画と結果のギャップを修正していく』ことが重要なのです**。

添付資料でお送りした講師数マネジメント表は、1年間の運営の中で講師がいつ何人不足し、それを充足するにはいつ何人の採用をすればいいのか、そして講師の応募を何件受ければいいのかが可視化できるように作ったものです。

**《添付資料：講師数マネジメント表（エクセルファイル）》**

添付資料の使い方をご説明します。まずは運営基礎データを入力します。**講師の週あたり出勤回数や、****1日の授業回転数などは、できるだけ現状に合わせた値を入力してください**。もちろん講師によって出勤回数に散らばりがあったり、曜日によって授業回転数が異なったりといった状況があるかと思いますが、そのあたりは平均しての値で考えてください。

講師面接アポイント率は、電話やＨＰ、紹介など様々なルートを通じての受信総数における、面接や説明会など実際に校舎に来てもらってゆっくり話が出来た人の割合です。採用率は面接や説明会などを行った人数における採用者の割合です。採用したけれど、先方から辞退されたような場合も採用者から省いてください。

そして1年間の目標数字を入力していきます。ここでの資料では1月～12月を1年間としていますが、**期首や期末の月は自由に設定してください**。目標については様々な価値観があり、『目標はやや高すぎるくらいのほうがいい』『現状より少し高いくらいがいい』それぞれのお考えがあることかと思いますが、ここで生徒数の予想が現実と大きく外れると、そこから算出される必要な講師数も大きく狂ってしまいます。**あまり現実から大きく離れすぎず、かつ今年度の目標としてしっかり追っていける適切な目標数値を考えることがポイントです**。

必要講師数は、運営基礎データから自動計算できるよう関数を組んでおります。ざっくり申し上げて、**生徒:講師=1:2であれば、生徒数の約1/4の講師数が、また生徒数:講師数=1:3であれば、生徒数の約1/5の講師数が必要になります**。生徒:講師の比率はパンフレットに掲載している比率の数字ではなく実態の数字で考えてください。例えばパンフレットでは生徒:講師=1:3と掲載していても、実態として生徒:講師=1:2に近い運営をされているのであれば生徒数の1/4くらいの講師数が必要になります。この数値を下回ると、講師が欠勤する際の代行手配に苦労するなど、普段は上手く回っていても何か1つアクシデントがあると対応に苦慮します。その対応に時間を取られ、本来の生産性の高い業務が出来ずに校舎の生産性が下がってきかねない状況、黄信号レベルです。

ちなみに**生徒:講師=1:2のモデルで講師数が生徒数の1/5を下回ったり、生徒:講師=1:3のモデルで講師数が生徒数の1/6を下回ったりすると、かなりまずい状況であると言えます**。ルーチンの授業で講師が足りず校舎長が授業に入ったり、座席はあるのに講師がいなくて生徒募集が出来なかったりという状況に陥ります。赤信号レベル、至急の改善が必要であると言えるレベルです。

**必要な講師数**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **モデル** | **目標** | **これ以下は極めて危険** |
| **生徒:講師=1:2** | **1/4** | **1/5** |
| **生徒:講師=1:3** | **1/5** | **1/6** |

そして退職講師の数を計画します。『退職者の数を計画する』とは言葉にすると何とも変な感じがします。ただ、もしこれまで年度途中での退職があったとするなら、今年度それがぴたっと止まって0になるとは考えにくい。これまでの状況をもとに少しシビアに入力してください。

**退職講師者を現在の講師数から引いた数が『何も手を打たなかったときの講師数』です**。これは『これから講師募集に対して何も手を打たない』、または『手を打ったが全て作戦が外れた』といった場合の最悪のシミュレーションです。必要講師数と『何も手を打たなかったときの講師数』とのギャップが月ごとに自動計算されるよう関数を組んでいます。ギャップはその数字がマイナスになると（つまり講師が足りていない状況です）赤くなるよう条件書式を設定しております。

退職する講師がいることを踏まえると、もし何も手を打たなければ数ヵ月後には大変な状況になることを感じていただけると思います。添付資料の記入例では『現在12人在籍している講師の中で春に大学を卒業する講師が3人。例年、各学期で1人くらい辞めてしまう。夏期講習明けには大学の後期の時間割が忙しくなったなどの理由で2人くらい退職者が出る』そんな設定で数字を入れています。もしこのまま講師が増えないと11月には講師は5人になってしまいます。生徒:講師=1:2のモデルだと、塾長先生や校舎長の先生がフルに授業に入ったとしても5人の講師では40人くらいが限界でしょう。**講師数をマネジメントしないと極めて深刻な未来が待ち構えているのです**。

『何も手を打たなかったときの講師ギャップ』の最大値は11月の13人です。つまり11月までに13人の講師をデビューさせないと、講師不足が生じてしまうことが分かりました。



この講師数ギャップに対応すべく講師の採用計画を組んでいきます。ただ、前述の通り、例えば7月に大きくギャップが広がったからといって、そこで講師を集めようと思ってもなかなか上手くいきません。そのタイミングは大学の前期試験もあり、大学生からの応募は大きくは期待できません。講師募集の計画において重要なことは、**1年を見据えて一番講師が必要な時期と人数を見定め、一番講師を募集しやすい時期に年間のピーク数を見据えて採用することです**。

そこで、例えばこんな作戦を立てました。『3月に卒塾生を採用し、4月～5月は大学校門前配布で募集する。残りの時期は講師の友人紹介と大学の後期が始まる9月に再び校門配布を行う』といった施策を講じます。その作戦を踏まえ数字を入力します。採用後の予定講師数と採用後のギャップは自動計算されるように作っています。

ギャップを見ると、1学期にプラスのギャップが出ています。つまり実際の仕事の量よりも講師数の方が多く、講師が少し余っている状況です。**生徒数のピークが予想される夏から秋にかけて、講師採用が難しいことを踏まえ、春の段階で多い人数を採用しようとしているので、どうしても夏まではプラスのギャップが出てしまいます**。このプラスのギャップへの対応としては、**講師にワークシェアリングのお願いをする**ことと**、増コマの提案を行い、生徒1人あたりの授業コマ数を増加してもらう**ことがお勧めです。**1年を通じて見渡したときに『採用後の講師数ギャップ』がマイナスにならないように、採用計画を組んでいってください**。

**採用面接数と講師受信数は、採用講師数から、講師面接アポイント率と採用率の割合を割り戻して自動計算しています**。記入例では講師面接アポイント率が70%、採用率が80%の前提で、例えば4月の採用講師数を4人と計画したとき、4人÷70%÷80%＝8人（小数点以下切り上げ）の受信が必要であることが分かります。4月の大きな施策は大学前の校門配布でした。つまり8人の受信を得られるようなチラシ作りはどうすればいいかを考えていくことで**ストーリーが一貫し、大きな目標と目の前の業務が繋がっていくのです**。ぜひ**1年を見据えた講師数のマネジメントに挑戦されてみてください**。きっとこれまでとは違った視点での講師募集のアイデアが広がってくると思います。

**【２】講師受信簿を活用する**

前章で1年間を見据えた講師数の計画を組みました。次のステップは講師採用の状況を記録していき、うまく計画通りに進まないところを改善していくことです、『講師数のマネジメント』の視点で考えると、講師採用だけではなく、講師退職の状況の記録も必要になるのですが、それはまた別の機会に改めてお話します。



講師受信の記録が不安定であると次のようなデメリットが出てきます。1つは**ヒューマンエラーやイージーエラーが起こりやすい**ことです。手帳やノートに情報を書いたり、付箋を使ったりなどバラバラの方法で情報を記録していると、情報が散らばってしまいます。人間の記憶には限界があるので、つい忘れてしまったり、対応が遅れてしまったりといったヒューマンエラーやイージーエラーが生じやすくなります。

昨今、塾のアルバイトに対する大学生の警戒心が強まっています。**『子どもに勉強は教えてみたいけれど、ブラックバイトだけは絶対に嫌だ！』これが大学生の本音ではないでしょうか**。記録が不安定なことで起こる**イージーエラーから、大学生が不安を感じ応募辞退となってしまっては、非常にもったいない**。記録を安定させることで、そういった初歩的なエラーをより防止することが出来ます。

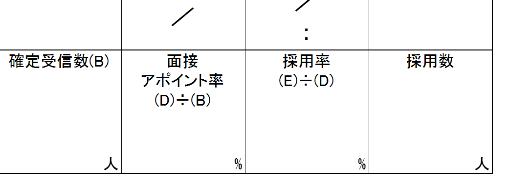
記録が不安定であることのデメリットの2つ目は、**集計に時間がかかってしまう**ことです。**講師受信のデータは1カ月単位で受信数、面接数、採用数などを集計し、戦術の向上を図るとともに、月ごとの数字の動きを掴み次年度にそれを活かすことが重要です**。その際に基礎データが分散してしまっていては、集計に時間がかかるだけではなく、集計の際に漏れが出てしまうことにも繋がります。ぜひ**記録を安定させる、つまり記録の方法のルールを決め、そのルールに則って記録を書くことを習慣化されてください**。

添付にて講師受信管理表をお送りしております。講師受信管理表には講師受信簿と講師受信集計シートの2つのシートが入っています。簡単に使い方をご説明いたしますので、細かい部分は貴塾の状況に合わせてカスタマイズをしてください。

**《添付資料：講師受信管理表-講師受信簿（エクセルファイル）》**

まずは講師受信簿です。右側の欄は受信後の対応の進捗状況の記録用に使います。情報受信（Ａ）は、例えば講師から『大学のゼミの友達が塾でアルバイトをしたいって言ってます』といったような情報があった場合、その日付を書きます。**情報受信（Ａ）は、まだ先方から能動的なアプローチがない段階の情報です**。それに対し、**確定受信（Ｂ）は電話をかけてきた、ＨＰから応募があったなど先方から能動的なアプローチがあった日付を記入します**。（Ａ）を飛ばして（Ｂ）から始まるようなケースもあります。

**面接アポ（Ｃ）は応募者に対して面接の約束をしたときに、その面接の予定日時を書きます**。例えば4月20日に電話がかかってきて、4月25日の15:00に面接の約束をした場合、（Ｃ）の欄には4/25、15:00と記入します。そして**その面接が実行されたら、面接実施（Ｄ）の欄にその日時を記入してください**。**採用および初期研修もその日付を書いておくことで、応募者それぞれが採用のステップのどこで止まっているかが一目瞭然になります**。

講師受信簿はA3の用紙で打ち出せるよう設定しております。**バインダーファイルなどにとめておき、電話機の近くに置いておくことで突然の電話にも対応でき、スムーズな印象を応募者に与えることが出来るでしょう**。1枚のシートには10件の情報が掲載できるように作ってあります**。1枚ごとに状況を集計し課題の抽出などにお役立てください**。

そして、**1ヵ月ごとに集計をかけていきます**。**講師受信簿を1枚ごと（10件ごと）に集計する目的は小さな戦術の改善です**。アポイント率が低いのであれば受信時の対応の改善をすべきですし、採用率が低く、こちらは採用を伝えているのに先方から辞退があるようであれば、面談の方法を改善すべきです（もちろん採用するかどうかは貴塾の判断ですので、応募者の状況によって採用率は変動します）。それに対して、**1ヵ月ごとに集計をする目的は、1年を通じて状況を月ごとに分析し、課題を来年に活かすためです**。別シートとして講師受信集計シートをお送りしております。

**《添付資料：講師受信管理表-講師受信集計シート（エクセルファイル）》**

1ヵ月ごとに受信のルート（電話なのかＨＰなのか…etc）と確定受信数、面接数、採用数およびそれぞれの率を集計し、講師募集における貴塾の強みや弱みの分析に役立ててください。

**【３】講師に求める要素**

講師募集のマネジメントの枠組みについて述べてきました。次のステップとして、どのような人に講師になってもらいたいのか、『講師に求める要素』を考えていきましょう。『講師に求める要素』が定まっていないと『面接で何を聞いたらいいのか分からない』または『チラシや求人誌にどのような文言を書いたらいいか分からない』ということになってしまいます。**講師に求める要素がはっきりすることで、どんな人に来てほしいかというターゲットや、どのようにそういった人を集めるのかといった募集戦術も決まってきます**。講師募集においてもマーケティングの思考が大事なのです。

私が考える『講師に求める要素』は大きく3つです。この3つの要旨は、一斉指導、個別指導、自立型指導のいずれの指導形態においても、塾で子どもと関わる仕事をするスタッフ皆に求められる重要な部分です。前職においても私はこの3点を特に意識して面接を行っていました。

その3点とは『**素直で、元気で、子ども好き**』です。過去を振り返ってもこの3つが揃う人は講師として大活躍してくれましたし、反対に生徒から高い支持を貰えなかった講師は、この中の要素が欠けていたように思います。**仮に塾の経験者であっても、また学歴が高くても、この3つの要素の中で塾長先生や校舎長の先生が不安な点を感じる場合は、慎重に採用を判断した方が良いでしょう**。

『素直で、元気で、子ども好き』に加えて、個別指導の講師や自立型指導のチューターは以下の5つの中のどれかに当てはまれば、その部分がその講師の武器になります。

**１、頭の良さ（かしこ君タイプ）**

**２、人を巻き込む力（いいやつ君タイプ）**

**３、ルックス（おしゃれ君タイプ）**

**４、おせっかい（おっかさんタイプ）**

**５、体育会系（きんに君タイプ）**

また**一斉指導であれば、『素直で、元気で、子ども好き』に加えて、『人前でおじけない堂々さ』があれば大丈夫です**。

塾の仕事と言うと、『頭の良さ』や『学歴』が必要条件のようにお感じの先生が多いことと思います。ただ、**生徒が集まっている個別指導塾に在籍している講師の大学名を聞くと、半数以上が一流大学と言える大学ではない大学の学生さんだったりします**（すみません、表現がまどろっこしいですね、要は二流大学ってことです（笑）） 私の現場時代を振り返っても、偏差値45未満の大学に通っている大学生が生徒から大人気を得てトップ講師になったようなケースは沢山あります。

誤解がないように書きますが、一流大学の学生がダメだというわけではありません。大学受験に向けての映像授業のチューターなどはやはり質問にある程度答えられる学力が必要です。ただ、個別指導であれば少々頭が悪くても（失礼！）配当で何とかなるのです。一斉指導であっても、事前に予習をして模擬授業などでカバーできれば何とかなるのです。お伝えしたいのは**塾長先生や校舎長の先生の頭の中で無意識に『〇〇大学以上の学生でなければだめだ』という思いが、講師を集めるボトルネックになっている可能性があるということです**。

もちろん、これまで採用していなかった層の学生を採用する場合、研修やツールの改善といった仕組みの整備が必要です。**採用する学生の質が今までと変わったのに、中の運営が以前のままであれば、何らかのエラーが起こるでしょう**。しかし、**ターゲットを今までと変えずに講師を募集して『講師が集まらない』と悩むよりは、ターゲットを少しずらして講師を集め、そのうえでその講師が活躍できるよう仕組を整えていく方がよりゴールに早く辿り着けるように思います**。もし、講師募集に苦労されているのであれば、講師に求める要素や条件を今一度、見直されてみてはいかがかと思います。

**【４】講師の友だちを紹介してもらう**

ここからは講師の受信誘引の作戦を見ていきます。どのように問い合わせをしてもらうのか。まずは1つ目の作戦、友人紹介です。

第2章でも書いた通り、**大学生が塾のアルバイトに対して抱く不安感が年々高まっています**。そんな逆光の中、大学生に問い合わせをしてもらうためには**『いかに安心感を伝えるか』ということが非常に重要になります**。**安心感を最も抱くことが出来るのは、身近な知人の口コミです**。どれだけきれいな募集チラシやＨＰを作ろうと、それは塾がＰＲ用に自分で書いたものであることを、大学生はみんな分かっています。**どんな広告戦術も実際にそこにいる人の声には勝てません**。

後の章で、大学の校門前でのチラシ配布やＨＰなどの戦術を述べますが、こうした広告の戦術に加え、実際働いている講師の口コミがあって受信が増えていきます。つまり、**講師募集の1丁目1番地は、講師にいい口コミを広げてもらい、友人を紹介してもらうこと**、これに尽きるのです。裏返して言うと、**今いる講師の満足度を上げることなく、講師の募集を行ったとしても上手くいかないということです**。

**講師の満足とは一言で言うと、講師が塾で働いている時間を『面白い！』と思っているかどうかです**。『いや、別にアルバイトとして来ているんだから面白いかどうかは関係ないんじゃないか』というのは大人の論理です。大学生講師はまだ大学生なんです。『自分の貴重な青春の時間を友だちと遊ぼうか、サークルに打ち込もうか、それともバイトを頑張ろうか』こんな発想で考えている人が大半ではないでしょうか。講師に『面白い！』と感じてもらわないと、紹介は生まれません。講師が『塾の仕事は面白くない。お金のためだと割り切ってやっている』となってしまうと、どれだけチラシを用意したり、紹介のお礼金を高額に設定したりしても、紹介は起こらないでしょう。

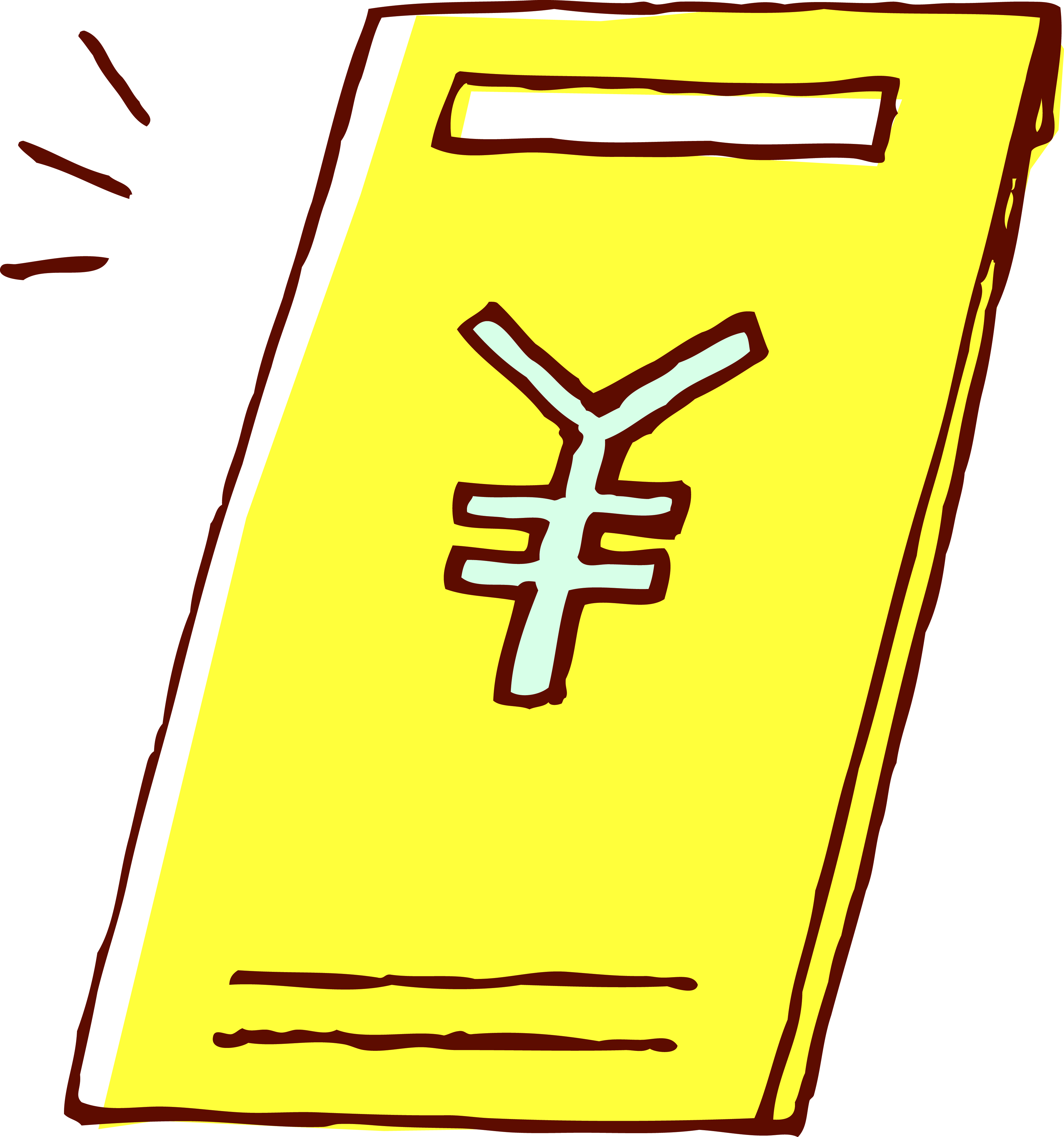
**講師が『面白い！』と感じる要素は『仲間との人間関係』と『生徒からのありがとう』です**。詳しくはまた別のWEEK LETTERで詳しく書きますが、新しい講師を紹介してもらうためには、こういった観点でまず今の講師と向き合うことが大切です。ぜひ**講師たちが『塾のバイト、すごく面白い！』と周りの人に言わざるを得ないような、ワクワクする職場環境の整備に力を入れてください**。ワクワクする職場環境が整備できれば、紹介は自然に生まれてきます。『友人紹介の案内を作ったけど全然うちの講師は友だちを紹介してくれない…』という状況がもしあるとするなら、それは紹介制度の問題ではなく、普段の講師の満足度の問題と捉え、その改善に尽力することが大切なのです。

そのうえで、友人紹介の戦術上の工夫として2点ご紹介します。

**友人紹介の工夫**

**１、紹介キャンペーンを設け、お礼金を高額にする**

**２、小さなアルバイトの紹介から始める**

紹介のお礼金の金額の設定についてお話します。多くの塾で紹介のインセンティブとして、紹介してくれた講師と、紹介を受けて入ってくる講師に、それぞれお礼金や採用祝い金などを支給されていることと思います。**講師受信が欲しい時期に、お礼金や採用祝い金の金額を普段よりも高く設定することで、受信増が期待できます**。『紹介キャンペーン』など名称をつけ、2週間程度のキャンペーンをするといいでしょう。もちろん、前述の通り、在籍講師が『面白い！』と感じてくれていることが大前提です。その前提が固まっていない中で金額を上げると『この塾はお金で釣ろうとしているな…』とかえって裏目に出かねませんので注意が必要です。

春は卒塾生や大学校門前のチラシ配布で、ある程度受信が期待できると思いますが、やはり講師不足で頭を悩ませるのは、夏期講習前や冬期講習前のタイミングではないでしょうか。**講習前の講師供給の作戦として、友人紹介のお礼金の金額UP作戦をぜひご活用ください**。ただ、夏期講習直前は前期試験がある大学が多く、さすがに**大学の試験中は友人紹介どころではなくなります。大学生がそこまで忙しくなる前に策を講じたいものです**。

受信が欲しいときは思い切ったお礼金設定をしてもいいと思います。求人誌に広告を出すと枠の大きさや掲載期間によっても異なりますが、5～10万円くらいが必要になってきます。仮に10万円の広告宣伝費を払ったからといって成果が保障されているものではなく、状況によっては『10万円を払ったのに1人も採用できなかった』ということも考えられます。

その点、**お礼金は、確実に講師が採用されてから支給されるので、無駄打ちになりません**。例えば3人の講師採用を希望して求人誌に10万円を払うなら、お礼金を3万円にして講師紹介を促したほうが、より高いコストパフォーマンスであると言えるでしょう。

お礼金や採用祝い金はその支給時期も大事なポイントです。**採用後にすぐにお金を渡すのではなく、採用後3ヶ月、または個別指導30コマ終了時などの基準を設けて、ある程度、塾の仕事が定着した段階で支給されるといいでしょう**。

もう1点、**『小さなアルバイト』から紹介を求める**のもお勧めです。講師に『誰か友だちがいないか』と相談したとき、講師は『塾で働けそうで、今バイトをしていない友だち』を頭の中で探すことでしょう。塾は単発のアルバイトではないので『今すでにアルバイトをしている友だちは誘っても無理だろう』と、頭の中のリストから外されてしまいます。そこで小さな1日バイトの紹介を願うのです。模試の監督でもいいでしょうし、採点や、大掃除、後述する大学の校門前でのチラシ配布などでもＯＫです。**塾長先生や校舎長の先生と何せ1回会うことが重要なのです**。1回会って連絡先を教えてもらえれば、直接のやり取りが出来ます。そのやり取りの中で、塾長先生や校舎長の先生の人柄が伝わって『今居酒屋でアルバイトしているけど、本当はあまり楽しくなくて…、今のアルバイトを辞めて塾でやってみようかな。。。』という気持ちが芽生えるかもしれません。



心理学で言うところの『**フットインザドア**』。これは『セールスマンがドアに足を入れることが出来れば勝ち』というところから来ている言葉で、『**小さなお願いを聞いてもらえれば次のお願いも受け入れてもらいやすくなる**』というものです。いきなり大きなお願い（友だちを講師のアルバイトとして紹介してほしい）ではなく、まずは小さなお願い（友だちを今週の日曜日の模試監督のアルバイトに紹介してほしい）から試されてみてはいかがでしょうか。

**【５】卒塾生のリクルート**

**卒塾生を採用するメリット**

**１、その子がどんな子なのか分かっている。**

**２、その塾がどんな塾なのか、卒塾生の側も分かっている。**

**３、人間関係が出来ているので、お願いを聞いてもらいやすい。**

貴塾を卒塾した大学生を採用することはこういったメリットがあります。特に人間関係が出来ている点が、非常に大きいところです。塾運営の中でどうしても無理なお願いを講師に聞いてもらわないといけないような場面があります。ちょっと他の講師にはお願いしにくいなというとき、既に人間関係が出来ている卒塾生であれば『ごめん、今度チャーシュー麺おごるから、助けて！』と気軽にお願いをしやすいことでしょう。無論、人間関係を悪用してその講師に無茶なリクエストをすることはあってはいけませんが、**気心が知れたスタッフが校舎に在籍してくれていることは塾長先生や校舎長の先生にとって、大きなゆとりと安心に繋がるでしょう**。

反対に卒塾生のリクルートのデメリットやリスクもあります。

**卒塾生を採用するデメリットやリスク**

**１、これまでの『先生と生徒の関係』を引きずり、甘えが出る。**

**２、リクルート組があまり幅を効かせ過ぎると、外部組が疎外感を感じる。**

日常会話の際に、生徒に敬語を使わせているかどうかは、塾によって方針が様々かと思いますが、ため口で会話されている塾がおそらく多いのではないでしょうか。生徒と講師という関係であればそれでもいいのですが、採用されてからはそういうわけにはいきません。**敬語の使い方を含め、仕事をするにあたってのルールやマナーを教えていかなければいけません**。外部から採用された人は当然のようにすぐ出来る『挨拶や時間を守る』といった基本的なルールやマナーが、卒塾生の場合は定着まで時間がかかることがあります。大学生になったとはいえまだ18歳の子どもですし、先月まで生徒として無邪気に行動していたわけですから、なかなか頭では分かっても、過去の行動に引きずられてしまいがちです。

しかし、この点は初期の段階できちんと説明し、ルールやマナー違反があるようであれば、その都度指導をすることが重要です。ある意味、躾と同じですから、ルールやマナー違反があるにも関わらず、それを放置しておくと、後になればなるほどその修正が難しくなります。たかが言葉遣い、されど言葉遣いです。たかが5分の遅刻、されど5分の遅刻です。**小さなほころびを見過ごすことで規範はゆっくりと、確実に崩れていきます**。**卒塾生をリクルートする場合、そのスタートとなる春は神経質なくらいにルールやマナーの徹底に意識を向けるべきです**。

デメリットでもう1点。メリットで書いたように、卒塾生のリクルート組はすでにその塾の塾長先生や校舎長の先生、先輩の講師たちと人間関係が出来ているので、かわいがってもらいやすく、外部から採用された外部組よりも早く雰囲気になじみやすいでしょう。リクルート組がそのメリットを活かし、ムードメーカーとして外部組の緊張をほぐしてくれることは大歓迎なのですが、**程度を超えてリクルート組が盛り上がりすぎるのは危険です**。リクルート組が、外部組からするとよく分からないような、自分たちの身内話で盛り上がり、まるで自分たちがであるような態度を取ってしまうと、外部組は疎外感を感じます。



前職でこんなことがありました。リクルート組のA講師が飲み会を企画していました。『塾の講師皆で集まって今週末飲もう！』企画そのものは悪くありません。ただ、私が気になったのは誰を誘っているかです。その講師に聞くと、リクルート組は全員参加するけど、外部組は半分も来ないとのこと。外部組の中の1人、B子さんには声すらかかっていませんでした。まだLINEもなかった頃の話です。私は彼に、こんな話をしました。

『誰も友達がいないアウェイな環境の中、アルバイトを頑張ってくれているB子さんの気持ちを考えてごらん。講師みんなで飲みに行って、自分は声すらかかっていないことが後になって分かったら、B子さんはどう感じるだろうか。もうみんな高校を卒業して大人だから、そんなことで直接は文句を言ったりはしないだろう。B子さんも大人の対応をしてくれると思う。でも、もし君が彼女の立場だったら、そんな状況で、この塾で前向きに働こうという気持ちは起こるかい？』

A講師は他の講師仲間からも人気がある優しい青年です。何も悪気があってB子さんをのけ者にしたわけではないのです。ただ、自分の軽い行動が相手にとってどんな感情を抱かせるかについては、18歳の彼は思いが至らなかった。でも、これも致し方ありません。だってまだ18歳なんですから。大人であれば、こういった最低限判断できるようなことも、まだ18歳の彼らは充分に判断できません。**講師であるからといって大人扱いし過ぎず（もちろん生徒の前では思いっきり大人扱いしなければいけませんが）、18歳の彼らはまだ社会的な躾の対象であると捉え、彼らの言動には常に注意を払っておくことが、結局彼らと中長期的に良い関係を構築するためには必要なことなのです**。

ここまで書いたように、卒塾生をリクルートすることにはメリットもデメリットもあるのですが、双方を比較しても、やはりメリットの方が大きいと思います。ただ、デメリットとして挙げた点が現実化しないように、初期の躾をしっかり行い、上手に戦力化してあげてください。



卒塾生のリクルートで注意すべきはタイミングです。**大学の合格が決まったらすぐに声をかけること**。これに尽きます。卒塾生の中には、自分が塾でアルバイトできるなんて思っていない人も少なくないでしょう。塾の方からすぐに声をかけてあげないと『他のアルバイトがもう既に決まってしまって…、もう少し早く言ってくれてたら良かったのに…』いうことにもなりかねません。

卒塾生にリクルートをしたけれど、満足がいく返事が貰えない場合は何らかの不満を持ったまま卒塾に至った可能性があります。もちろん、口では『私は教えることに自信がありません』などといった理由を言ってくれるでしょう。しかし、塾に本当に満足していて、その塾からアルバイトの誘いを受ければ、多少は関心を持つものです。『教えることには自信がないんですけど、私にも出来ますか。』こういった返答になっていくはずです。**卒塾生に声をかけるものの、その多くにふられてしまう場合は、塾運営そのものをもう一度見直し、生徒にとってのサービスが低下していないかを振り返ることが大切ではないかと思います**。

**【６】大学の校門前でのチラシ配布**

**大学生を採用する場合、そのメインターゲットは大学1年生ということになるでしょう**。ついこの前まで自分も受験勉強をしていたので、受験制度により詳しく、より受験生の気持ちに寄り添えることでしょう。また大学卒業までの期間を考えても、大学1年生を1人採用するのは、例えば大学3年生を2～3人分採用するくらいの価値があります。

大学1年生の集め方としては、入学式後、彼らがアルバイトを探す時期に、大学の校門前で募集チラシを撒くことがお勧めです。私も前職でよくこれをやっていましたが、大きく効果がありました。チラシ配布の注意点は4点です。

**大学の校門前でのチラシ配布の注意点**

**１、時間割を調べて大学1年生の必須授業が多いところを狙う。**

**２、大学生に配ってもらう。**

**３、お菓子をつける。**

**４、チラシには安心を感じてもらえるキャッチや顔写真をつける。**

チラシの配布は魚釣りと同じです。魚がいないところに釣り糸を垂らしても魚は釣れません。**講師に協力してもらい、事前に時間割をチェックしたうえで配布日時を計画してください**。**また雨天の場合は日を変えたほうがいいでしょう**。受け取ってもらえる数がずいぶん異なってきます。

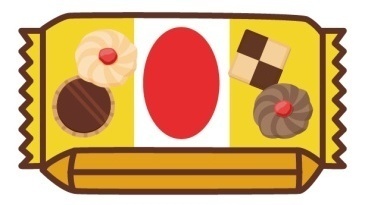
チラシは受け取ってもらえなければ意味がありません。**チラシを受け取ってもらうために1番重要なこと、それは塾長先生や校舎長の先生が配らないことです**。若さが自慢の塾長先生や校舎長の先生も、大学の校門前に立つと、残念ながら立派なオジサン、オバサンです（失礼！）新学期の大学校門付近はサークルの勧誘で学生がずらっと道に沿って立ちます。そんな中、ネクタイを締めたオジサン（何度もすみません！）が1人いると非常に目立ってしまい、大学生に警戒心を与えてしまいます。**大学生に気軽にチラシを受け取ってもらうためには、大学生にチラシを配ってもらうのが効果的です**。

配布する大学に通っている大学生講師に配布アルバイトをお願いするといいでしょう。ただ『講師の在籍大学がいくつかに分散していて、その大学に通っている講師が1人しかいなく、授業が忙しいので配布アルバイトどころではない』こういった状況も考えられます。その場合は友だちを紹介してもらってください。

**配布のアルバイトは何も講師ではなくてもいいのです**。第4章で書いたとおり、チラシ配布のアルバイトをしてもらった学生と連絡を取っているうちに講師になるかもしれません。考え方を変えれば、**チラシ撒きのアルバイトとして集まってくれた大学生は、見込みの講師候補とも言えるのです**。チラシを撒いてもらう大学生は、ある程度ルックスが良くて爽やかで友だちから人気のある学生さん（ちょっと欲張りすぎですが。笑）が最適ですので、そのあたりの条件も講師に伝えて、友だちを紹介してもらうと良いでしょう。

もし、どうしても大学生の配布スタッフが見つからず、塾長先生や校舎長の先生、社員さんなどが配布にあたる場合でも、**スーツ姿ではなく、カジュアルな服装で配ったほうが受け取ってもらえる数が増えることと思います**。

次に、配布するチラシですが、チラシだけを配ってもなかなか受け取ってもらえないでしょう。先ほども書きましたが、春はサークルが部員の勧誘のためにビラを配っています。大きな総合大学では、新入生が手を前に出し、その手の上に先輩たちがサークル紹介のビラをどんどん積んでいく…そんな光景が繰り広げられていることでしょう。普通に紙を1枚配っただけではその大量のビラに埋没してしまいます。

そこで活躍するのが『お菓子』です。高いものではなく、1個10円くらいの安いもので充分です。**チラシをA4サイズで作成しそれを2つ折りして、お菓子と一緒にA5サイズのOPP袋（透明封筒）に入れて配布物を作ります**。前職では、商品名を書くことは避けますが、『田舎のお母さん』みたいな名前の有名なクッキーをよく使っていました（笑）

配るときもお菓子を前面にして『おはようございまーす！ カン●リーマ●ム持って来たよ～!! 休み時間にでも食べてね～♪』と大声で叫びながら配りました（お菓子名、ばれちゃいましたね（笑））。塾名を言ったり、講師募集ですと言ったりはしませんでしたが、この方法が一番受け取ってもらえました。

最後に、チラシの作り方です。休み時間にお菓子を食べて、ふとOPP袋に残った紙を見ると、講師募集と書いてある。友達と『塾の先生のアルバイトっていいかもね～ でも勉強そんなに自信ないし私たちには無理かなぁ…』なんて話したりしている。そんな場面を想定し、そういった学生にどのように電話をしてもらうのかを考えてチラシの文言やデザインを作ることが大切です。

単純に『塾講師募集』『個別指導講師募集』では、『私たちには無理かなぁ…』の壁を越えられません。**チラシを作るうえで重要なことは安心感を持ってもらえるようなキャッチコピーを大きく書くことです**。

大学生が安心できる要素は、第4章で書いた、講師が『面白い！』と感じる要素と同じ、『**仲間との人間関係**』と『**生徒からのありがとう**』です。この2つの要素が伝わるようなキャッチコピーをぜひ考えてください。

**キャッチコピーの例**

**『先生ありがとう！その言葉が財産です。』**

**『私なんかには絶対無理だと思った。でも頑張った。生徒も頑張った。塾講師、やってよかった。』**

**『仲間とともに子どもたちを応援する、そんな青春いかがですか？』**

**『今日大学を卒業します。たくさんの笑顔に囲まれて、○○塾は私にとってのサークルでした。』**

**『褒めたり、叱ったり、悔しがったり、喜んだり… 塾講師、私も成長できた4年間でした！』**

すみません、私、コピーライティングのセンスないんで、こんなもんで勘弁してください（笑）雰囲気は分かっていただけたかと思います。ぜひ貴塾の若い大学生講師も巻き込んで、素敵なキャッチコピーをひねり出されてください。

そして、そのキャッチコピーに合うような写真を大きく掲載します。**写真は校舎の雰囲気が分かるものが一番良いでしょう**。ただプライバシーの問題もありますから、生徒の顔はぼやかして使う必要があります（もちろん、生徒や保護者に許可を貰ってぼかしを入れずに使えればベストですが）。写真にぼかしを入れるフリーソフトはネットに沢山ありますので、ぜひご活用ください。



校舎の様子の写真掲載が厳しいようであれば、モデルさんの写真を使うという手もあります。これもネット上に著作権フリーの写真を無料でダウンロードできるサイトがありますのでご活用ください。私は『写真AC』という商用フリーのサイトを使っています（『写真AC』と検索すると出てきます）。WEEK LETTERで使っている写真やイラストも、このサイトでお世話になっているものです。

キャッチコピーと写真に加えて、後は塾の電話番号、地図、時給が書かれていれば一旦ＯＫです。チラシ作成にあたっては、**ついついあれもこれも書いたほうが良いような気がして、文字情報が多くなりがちですが、文字数は増えれば増えるほど読み手は読んでくれなくなります**。生徒募集のチラシと基本的な考え方は同じですが、**チラシの目的は受信数を増やすこと、ただそれだけです**。細かい説明は、受信を頂いた後、面接の際に行えばいいのです。『受信が起こるには何をどのように伝えればいいのか』にフォーカスし、出来るだけ情報を少なく、そしてその少ない情報を分かりやすく伝えることに力を注いでください。

**【７】ＨＰでの講師募集**

ここのところ、ネットでの求人の応募が増えてきています。テレビでもネットでの求人サイトのＣＭをよく見るようになりました。

ネット上での求人についてポイントを1点お伝えします。ネットの求人サイトでは求職者からアクションがあった場合、メールなどで連絡が入ります。ポイントは、**アプローチがあったら直ちに電話をかけることです**。**メールでの返信ではダメです**。**ネットでの求人は気軽にエントリーできる反面、エントリーのハードルが低すぎて、同時に何社にもエントリーが出来てしまいます**。以前は、アルバイトのエントリー方法は履歴書送付か電話をかけることでした。どちらも、それなりにエネルギーがいることなので、一気に何社も電話をするような形ではなく、まず2～3社問い合わせてみて、面接を受け、それがダメだったら次を…という行動を多くの求職者が取っていたように思います。

それが、ネットになりクリック1つで全て済んでしまうので、何社も同時にアプローチしやすい環境になりました。私も、前職時代、ネット経由で問い合わせがあった応募者に対し、2日後くらいにお電話をしたら『え？どちらの塾でしたっけ？』みたいな反応をされたことがありました。『君がエントリーしたんやろー！』と、思わずずっこけそうになったことを記憶しております。（笑）

ＨＰがらみでもう1点お話をすると、貴塾のＨＰ全体からワクワク感は伝わりますか？ ＨＰの最も大きな目的は生徒募集です。ターゲットとする生徒や保護者が貴塾のＨＰを見て『塾に問い合わせてみよう』と思うかどうかが、非常に重要です。ただ、**生徒や保護者に加えて、アルバイトの応募をしようと思っている大学生も、貴塾のＨＰを見ています**。**求人チラシや求人誌、またはネットの求人サイトにどれだけワクワクすることが書かれていても、貴塾のＨＰを見たときに違和感を持ってしまうと、二の足を踏むことが充分考えられます**。

例えば、歯医者さんのＨＰをいくつかご覧になってみてください。ハイセンスで洗練されているＨＰと、少し古めかしいデザインの垢抜けないＨＰにくっきり二分されています。もしあなたが大学生の頃に戻って、どちらかの歯医者さんでアルバイトをしようと思ったらどちらの歯医者さんにエントリーされますか？ 生徒や保護者は塾のＨＰが多少古めかしくても、それ以上に地域の口コミなどを通じて情報を得る手段があります。しかし、**大学生はどの塾がどんな実態なのかといった情報を得る手がかりをほぼ持っていませんので、ＨＰを通じて感じる印象が非常に重要になるのです**。

もし、貴塾が『ＨＰを作り変えないといけないな…』と思いながら、タイミングを逸してしまっているような状況であれば、講師募集の観点も踏まえて、ＨＰの改定に予算を組まれてはいかがでしょうか。

**【８】主婦講師やシルバー講師の活用**

『大学生を講師として採用する』というモデルでここまでのお話を書いてきました。ただ地域によって、近隣に大学がないような場合は、大学生を集めるのも、ひと苦労です。**大学生を講師として採用するのが困難な場合は、主婦の方やシルバーの方を講師として活躍してもらうような運営モデルを組むことが有効です**。この章では主婦やシルバーの方を講師として戦力化する際の注意点とその募集方法について述べていきます。

大学生の講師を主体として校舎を運営するモデルを大学生モデル、大学生に加えて主婦やシルバーの方を講師として戦力化するモデルを主婦モデルとして以下、説明していきます。主婦モデルの大きな懸念は『大学生』と『主婦・シルバーの方』で異なる2つの価値観が生じてしまうことです。講師全員を主婦やシルバーの方で構成出来ればいいのですが、主婦の方は夜遅い授業を受け持ちにくいといったハードルもありますので、実際は大学生と主婦・シルバーの方の混合チームとなることが多いでしょう。そうなると大学生と主婦やシルバーそれぞれの考え方の違いからお互いがストレスを感じるリスクが生じます。

**大学生は言ってみれば、仕事のうえではアマチュアです**。大学生モデルでは、大学生がアマチュアであることを受け止めて、その中で彼らの前向きな気持ちを引き出し、指導にあたってもらいます。大学生講師で処理できない課題は塾長先生や校舎長の先生が対応します。しかし、アマチュアですので、仕事への意識も様々であり、大人から見たら『どうなの？』と感じるような部分も多くあります。**主婦やシルバーの方で、アルバイト・パートとはいえ、与えられた仕事はきっちりこなしたいと思っている人からすると、その『アマチュア感』にストレスがたまる**。で、つい感情的に注意をしたりすると、精神的に対立してしまい…といったケースが想定されます。

ただ、大学生には大学生の良さもあり、彼らは仕事に対して『面白い！』と感じれば、サークルのように自分たちの青春をかけて授業や校舎の運営に取り組んでくれます。これは主婦やシルバーの講師には期待しにくいところです。**『主婦やシルバーの講師はプロ意識を持って授業にはあたるものの、他の講師の事に無関心だ』というような感情を大学生講師が持ってしまうと、反対に大学生のほうにストレスがたまってしまう**こともあるでしょう。

解決として、**主婦モデルで運営するときは、大学生モデルで回すとき以上に授業の仕組みとホウレンソウの仕組みをきっちり構築し、その仕組みに従った運営に取り組むべきです**。大学生モデルであれば、講師を巻き込みながら、状況に応じて仕組みを強化したり少し緩めたりしながら運営すると上手くいきます。例えば『授業前20分前にはスタンバイしようね』とガイドラインを決めても、大学の試験前などはなかなかそれを守れないときがあるでしょう。反対に、夏休みや冬休みなど暇なときはもっと早めに来ることが出来るなど、大学生モデルでは状況に合わせてある程度フレキシブルに対応しながら運営していくスタイルをお勧めします。ルールをあまりに厳格に適用しすぎると、窮屈になりすぎて、かえって大学生が塾にロイヤリティを感じにくい側面があるでしょう**。大学生モデルでは、大学生の『アマチュア感』に付き合ってあげて、ゆっくり彼らを育ててあげることが重要なのです**。

しかし、主婦モデルで運営するときは、**窮屈なくらいにルールを設定し、それをしっかり皆で守るよう徹底することが大事です**。**そうすることによって価値観の違う2つのグループが両立できるのです**。大学生と主婦やシルバー、どちらかが主でどちらかが従というわけではありません。**講師として塾運営に関わってもらえる人みんなが、塾に高いロイヤリティを持ってもらえるよう、配慮することが大切なのです**。



主婦やシルバーの講師の募集は、地域の求人誌やハローワークといった媒体の活用がお勧めです。最近では主婦の方もネットを利用されていることが多いので、ネットでの求人サイトも活用されると良いでしょう。ただ、主婦の方は、『自分には塾なんて無理』という気持ちを持っている人が多いでしょうから、**『主婦の方にぜひ来てほしいと思っています！』というメッセージを何らかの形で出すべきです**。

もう1つ、**主婦の方を講師として活用する作戦としてお勧めなのは、卒塾生のお母さんをリクルートすることです**。塾長先生や校舎長の先生は、三者面談などで保護者の方とお会いされていますので、お母さんの考え方や人柄について、既に情報をお持ちです。その中には素晴らしい教育観、素晴らしいお人柄と感じられるお母さんがおられるのではないでしょうか。生徒が卒塾するタイミングで、そういった素晴らしいお母さんに声をかけるのです。過去の卒塾者のお母さんに声をかけても良いかもしれません。**先方も『塾にお世話になって、高校や大学に合格できた』という気持ちをお持ちでしょうから、塾に高いロイヤリティを持って、仕事をしてもらえると思います**。また**お子さんも高校や大学に合格した後なので、子育てがひと段落つき、時間的にも少し余裕があることでしょう**。もしそういった方がおられたら、ひと声かけてみられるのも悪くないでしょう。

1点だけ注意としては、卒塾生のお母さんが講師になると、元生徒のお母さんだった人に塾のバックヤードを見られることになります。『保護者面談ではスマートなことを伝えていても、実態としてはバタバタで全然出来ていない。そんな状況を見られると信頼を失いかねない』そんな風にお感じの塾長先生や校舎長の先生もおられるかもしれません。ただ、ものは考えようです。**定期的に卒塾生のお母さんがスタッフで入ってくるとなれば、いい加減な対応をすると数年後にばれてしまうのです**。**この構造を良い意味で受け止め、日々の運営をしっかりやるためのチェック機能として捉えるのも悪くないのではないでしょうか**。

**【９】講師受信・講師採用面接の方法**

『アルバイトをしたいんですけど』と掛かってきた電話の対応の方法や、講師採用面接の方法については別のWEEK LETTERでゆっくりお話します。

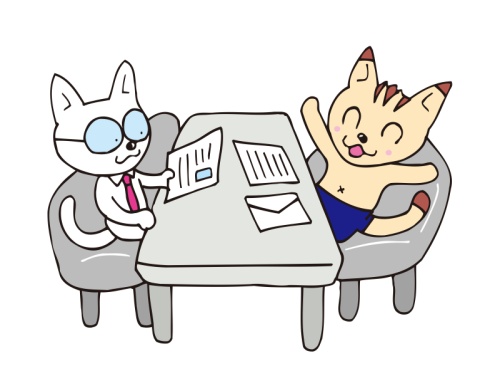
本誌の最終章として、ここでは簡単に講師受信や講師採用面接のポイントに触れておきます。講師受信対応・講師採用面接の一番のポイントはその目的をずらさないことです。受信対応の目的は、面接のアポを取ることではありません。それは目的ではなく作業です。面接のアポをとるという作業を通じて何をするかが大事なのです。

また、面接の目的は、講師としてふさわしいかどうかを見極めることだけではありません。それは面接の目的の一部です。『講師としてふさわしくない』ということが後になって分かれば、その段階で授業から外れてもらえばいいだけです。面接にはもっと大きな目的があります。

**講師受信対応・講師採用面接の大きな目的**

**１、塾講師という仕事にワクワクしてもらうこと。**

**２、1週間の中で多い回数、アルバイトに入ってもらうこと。**

**３、友だちを紹介してもらうこと。**

**講師受信対応・講師採用面接の最も大きな目的は『塾講師という仕事にワクワクしてもらうこと』です**。『はたして自分にも講師が出来るかな』『万が一、ブラックな塾だったらどうしよう』と不安になりがちな応募者に対し、ワクワクした感情を持ってもらい、『早く授業をやってみたい！』と感じてもらうこと、これが講師受信対応や講師採用面接の一番大きな目的なのです。

2点目の**週の出勤回数を増やすということも講師受信対応や講師受信面接の大きな目的です**。貴塾において、生徒から人気があり、生徒の成績に貢献できる講師は、週2～3回程度仕事に入っている講師ではないでしょうか。週1回の勤務だと、授業になかなか気持ちが乗りにくく、能動的な姿勢を継続するのが困難になりがちです。また講師同士の仲間の輪にもなかなか入っていけず、結果として、早期での退職に繋がることが多いでしょう。仮に6日分の講師が必要だとして、週2回入れる講師が3人いるより、週3回入れる講師が2人いるほうが、全体としての生産性は上がります。

ただ、応募者は不安なので、仮にそんなに忙しくなかったとしても『暇ですよ』とはなかなか言わないでしょう。そう言ってしまって、ガンガン不本意にシフトを組まれるのは怖いからです。**面接の中で、塾長先生や校舎長の先生の考え方や人間性に触れて『ここで頑張ってみようかな！』と思うことで週あたりの出勤回数は増えてくる**のだと思います。

3点目は友人紹介です。**採用面接は口コミを作りやすいタイミングです**。採用後何ヶ月も経っている講師にとって、塾の授業はもう既に生活の中のルーチンです。人はルーチンになってしまったことを、わざわざ他人に喋りません。他人に喋るのは、ルーチンと違うこと、初めてやったこと、期待以上のことが起こったこと、こういったことではないでしょうか。そういう意味で**応募者の期待を裏切る面接をすることは（もちろん、いい意味で裏切ってくださいね）口コミに繋がる大チャンスなのです**。

『昨日、○○塾のアルバイトの面接に行ってきたけど、すごかったよ！塾長の●●先生ってね…』なんて会話が翌日の大学で繰り広げられるような面接を行うことで、その友だちからの応募も大きく期待できます。こういった点を意識されて取り組まれると、ずいぶん成果が変わってくることと思います。ぜひ頑張ってください！

今回は『効果的な講師募集』として、講師採用のマネジメントと、講師受信をどのように作っていくのかをお話しました。講師採用の後半戦、受信の対応と面接、そして初期研修についてはまた改めて書いていきたいと思います。

末文になりましたが、貴塾のますますのご発展をお祈り申し上げます。

長文にお付き合いいただき、ありがとうございました！

****

**付記 WEEK LETTERで使っている言葉の定義**

【指導スタイルについて】

◆一斉指導…同学年の生徒に講義形式で指導するスタイルの総称です。

◆個別指導…無学年式で講師が生徒に対し1対1～1対3程度で個別指導を行うスタイルの総称です。

◆自立型指導…映像授業やICTシステムを活用したスタイルの総称です。

【営業構造について】

◆受信…電話や来訪での問い合わせ、生徒伝いの友人の情報など、入会の可能性のある人の塾へのアクセスを指します。実際にアクセスがあったものを確定受信、塾を探している人がいるという情報があった場合を情報受信と呼びます。

◆アポイント…受信を受けた生徒や保護者に、面談や入会テスト予約などのアポイントを頂くことを指します。

◆アポイント率…受信数（確定受信数）における面談実施数の割合を指します。

◆クロージング率…面談実施数における入会数の割合を指します。入会数には講習会のみの参加者は含みません。

◆退会…生徒が辞めることを指します。一定期間の休み（休会）も含みます。中3や高3が既定の時期に卒塾することは含みません。講習生の通常授業への非継続は退会に含めません。

◆退会率…一定期間の在籍生徒数における退会者数の割合を指します。

◆講習生…各講習のみ参加する生徒を指します。

◆講習生継続率…講習生における講習終了後、継続して入会した生徒の割合を指します。

◆高1継続率…中3の人数（高校受験をした人数）における高1の6月の人数の割合をさします。高校になって新規に入会した生徒は高1人数に含みません。中3のときに在籍していた生徒の何割が高1に継続したかを見る指標として使います。

【組織について】

◆塾長…経営者を指します。

◆マネージャー…複数の校舎長を束ねる管理職を指します。自身が校舎長も兼ねているプレイングマネージャーもマネージャーに含みます。

◆校舎長…ブランチの校舎が複数ある場合の校舎責任者を指します。

◆講師…個別指導や一斉指導で授業を行う（原則として非常勤の）講師を指します。

◆チューター…授業受け持つことはなく生徒面談等を通じて生徒のフォローを行うスタッフを指します。

◆事務スタッフ…総務業務を行うスタッフを指します。

【業務について】

◆オペレーション…塾における業務を指します。

◆授業…一斉指導・個別指導における授業に加え、自立型指導では映像授業やICTシステムを使って生徒が塾で勉強する時間も授業とします。

◆宿題…締め切りとやることを明確にし、家庭学習として与える勉強を指します。

◆チェックテスト…塾の授業において毎回またはそれに近い頻度で行う前回の学習内容の定着を図る為のテストです。

◆月例テスト…塾の授業において月に1回程度行う、直近で学習した単元の定着を図る為のテストです。

◆模試…数か月に一度行う、これまで学習した総合的な学力を図る為のテスト。業者の模試に加えて塾で独自に作成した問題を解かせる、過去問を解かせるなども模試に含めます。

◆入会テスト…入会希望者に対し、既定の学力に達しているかどうかを図る為のテストです。

◆生徒面談…校舎長または代理と生徒が授業以外で話し合うことを指します。

◆保護者面談…校舎長または代理と保護者が事前のアポイントの上で話し合うことを指します。

◆三者面談…校舎長または代理と生徒と保護者の三者が事前のアポイントの上で話し合うことを指します。

◆講師面談…校舎長または代理と講師またはチューターまたは事務スタッフが事前のアポイントの上で話し合うことを指します。

◆入会面談…入会希望者に対し、三者または二者で話し合うことを指します。

◆面接…社員またはパート・アルバイトとして入社を希望する人と話し合うことを指します。

WEEK LETTERに関するご質問、ご意見などは

contact@office-lokki.com

までお送りください。