

# CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2008年1月20日発行 編集・発行：中央教育研究所(株) 〒732-0811 広島市南区段原2-15-5 <http://www.chuoh-kyouiku.co.jp/>



## 感情の論理 vol.11 「中小塾受難の年」

明けましておめでとうございます。いよいよ 2008 年が幕を開けました。今年は塾業界、特に中小塾にとっては昨年以上に激動の年になると予想しています。はっきり言えば「中小塾受難の年」ということです。

ご存知のように、5 年前に存続していた塾（事業所）の 36%が廃業しました。ところがそれを若干上回る数の教室が新たに開校しています。廃業した塾の多くは中小・個人塾と思われれます。新規開校の多くは大手塾の分校と F C 教室でしょう。この傾向は今年も一段と進むと予想されます。

つまり、周りに大資本の教室が今以上に増えるということですから、中小塾は資本力では敵いません。しかし、だからと言って「中身で勝負」の掛け声だけでは勝てるはずもありません。私は今、「向こう 5 年分の設備投資を今年のうちに」と主張しています。

商品の中身は買ってもらった後に理解されます。いくら「この肉まんは美味しいですよ」と声高に叫んでも、食べてみなければ本当の美味しさは分かりません。つまり、「中身」は顧客のリピートや口コミには必要ですが、「見込み客」の獲得には力を発揮しないのです。

「人の印象は見た目」が 80%と言われるように、塾も「大規模な校舎」「綺麗な教室」「充実した設備」「豪華なチラシ・ホームページ」はそれなりに威力を発揮するのです。（その費用対効果は別の問題です。）

中小・個人塾も最低限の設備投資は必要です。いえ、小さくとも大手塾に負けない器（うつわ）を提供しなければなりません。そこで初めて「中身で勝負」ができます。ぜひ、投資と経費を分けて考えてください。不必要な経費は削減しなければなりません。必要な投資まで削ると縮小再生産の道程に陥ります。

「最近、チラシの反応率が芳しくないの、チラシを作るのを辞めました」という塾がありますが、お勧めできません。チ

ラシを撒かない方が集客できるという理屈は成り立ちません。「反応率の高いチラシ」を作る方向で考えるべきです。

また、「うちは口コミと紹介だけで集まってくるので、開校以来チラシを撒いたことがない」という素晴らしい塾もありますが、チラシを撒いた方がより集客できるのは道理です。

新年度募集に向けて、本格的に準備を始めていなければならぬ時期です。しかし、多くの中小塾は受験直前という最多忙期と重なるため、どうしても新規募集活動が後回しになってしまいます。結果、去年と同じチラシ、案内、カリキュラムを継続することになります。すると、良くて「去年並み」の集客しか期待できません。（普通なら「ジリ貧」です。）

忙しい時期というのは重々承知の上で言うのですが、「チラシ」「ホームページ」「入塾案内」の 3 点セットを是非、見直ししてください。

「外から見て魅力的になっているかどうか。」

見込み客の獲得は、これからの塾にとって死活問題です。カリキュラム、教材も同様です。何の検証もなく「昨年と同じ」になりませんように。

特に、学校補習のカリキュラムで、教科書準拠の教材を使っている塾に対するニーズは急速に縮小しています。特に小学生部門は全国的に壊滅状態です。今、小学生部門で好調なのは「中学受験」「英会話」「スポーツクラブ」です。共通するのは、すべて「学校では対応していないこと」です。この傾向は中学生部門にも浸透しつつあります。何か、新しい付加価値を加えることが必要とされています。

繰り返しますが、今年は大転換期です。中小塾にとっては勝ち残りをかけたターニングポイントになります。多様な選択肢を市場に提供する意味からも、「あなた」の塾には是非とも勝ち残っていただく必要があります。今年一年の大活躍を期待しています。頑張ってください！

今月の気になるハナシ

## PISA型「読解力」

まずは前号のおさらいから。そもそもPISAとは何なのでしょう？

### 1. PISAって何？

OECD(経済協力開発機構)が実施している「生徒の学習到達度調査」のことです。英語表記は「Programme for international Student Assessment」です。この頭文字をとって、「ピサ」または「ピザ」と呼ばれます。15歳児を対象に、2000年から3年ごとに実施され、2006年の調査では、約40万人が参加しています。なお、PISA実施の目的は、義務教育で身につけた知識や技能を、実生活のさまざまな場面で直面する課題にどの程度「活用」できるかを評価することにあります。

### 2. PISA型「読解力」って？

PISAでは、「読解力」「数学的リテラシー」「科学的リテラシー」を主要3分野として調査します。つまり、PISA型「読解力」とは、PISAの「読解力」分野で求められている力を意味します。PISAでの「読解力」は、「自らの目標を達成し、自らの知識と可能性を発達させ、効果的に社会に参加するために、書かれたテキストを理解し、利用し、熟考する能力」と定義されています。

このためPISAの「読解力」の問題では、以下の3つの観点を設定しています。

1. 情報の取り出し…テキストの中の情報を取り出す力
2. 解釈…書かれた情報から推論して意味を理解する力
3. 熟考…書かれた情報を自らの知識や経験に位置づける力

そのためPISA型「読解力」とは、情報を処理したり、問題を解決していく力でもあるといえます。

### 3. 従来の「読解力」とどこがちがうの？

PISA型「読解力」は、日本語の辞書にあるような「文章を読んで意味を理解すること」とは少しちがっていて、広くて深い意味を持っています。従来の「読解力」といえば、主に文章から必要な情報取り出して解釈する力のことです。一方、PISA型「読解力」は、文章や図、グラフなど非常に広い範囲でのテキストを読み取り、さらに考えを深めたり

(熟考)、評価したりすること(判断力)までを含んでいるのが大きな特徴です。

またPISAが、実生活のさまざまな場面で直面する課題にどの程度活用できるかを評価していることから分かるように、PISA型「読解力」は、自分自身と社会との関係において、役に立つ活用できる能力でもあります。

### 4. 「表現力」も大事な力

PISAでは、出題の約4割を自由記述問題が占めていますが、日本は自由記述問題の無答率が、特に高いことが分かっています。これを受けて、文科省が作成した「読解力向上プログラム」では、「PISA型『読解力』の課題が、『読む力』とどまらず、『書く力』や、特に『考える力』と関連していることを示唆している」、「『考える力』を中核として、『読む力』『書く力』を総合的に高めていくことが必要である」以上2点から、【各学校で求められる改善の具体的な方向】について、つぎのような3つの重点目標を掲げています。

- A. テキスト理解・評価しながら『読む力』を高める取組みの充実
- B. テキストに基づいて自分の考えを『書く力』を高める取組みの充実
- C. さまざまな文章や資料を読む機会や、自分の意見を述べたり書いたりする機会の充実

つまり、「情報の取り出し」「解釈」「熟考・評価」というPISA型「読解力」に加えて、熟考したことを『表現する力』も重要視されています。実際、2007年4月に実施された「全国学力・学習状況調査」では、「B(活用)問題」で自由記述問題が多く盛り込まれていました。

PISA型「読解力」と熟考したことを「表現する力」は、今後ますます重視されそうです。

#### 雑感

現代のように、情報(さまざまなテキスト)があふれている社会では、必要な情報を取捨選択することは必須ですし、まわりに流されない自分の考え・価値観を持つことが当然とされています。そのためPISA型「読解力」のような能力は、小さい頃から養成していく事が大事です。

しかし、4に出てきた「表現力」も見逃せません。「超…」などは当たり前のように使われていますが、「KY」など新しいことばが生まれる時代ですから。