

# CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2015年11月20日発行 編集・発行：中央教育研究所(株) 〒730-0013 広島市中区八丁堀15-6 <http://www.chuoh-kyouiku.co.jp/>



中土井鉄信の「地域一番の繁盛塾になるための最強法則」 vol.45

## ＜冬期講習の仕掛けを考える！＞

読者の皆さん、冬期講習の在籍生の動員は順調ですか？

私どもの顧問先では、11月21日を在籍生の冬期講習の締切にしているところが多いので、ちょうど、今が正念場というところでしょうか。

さて、今回は、在籍生の動員後の一般生の集客に関して書きたいと思います。題して「冬期講習の仕掛けを考える」です。

冬期講習で、集客目標を確実に達成するには、まず設計をしっかりと考えることです。そんなこと、「今頃言われたって、もう遅いでしょ」ということですが、取えて、ちょっと触れておきます。

今年のカレンダーでは、おそらく学校の終了日が、24日から25日になるところが多いでしょうから（一部22日に終了というところもあるようですが）、学校の終了日にかからないように冬期講習の日程をスタートさせることが、一般生の集客には大切な点です。

ですから、チラシの日程の表現には、その辺を注意して表現してみてください。また、1月は、7日か8日から学校が始まるころが多いと思いますので、それまでに冬期講習を終えるような広告表現を使ってみてください。

それでは、次は一般生（講習生）が参加しやすいような仕掛けを考えます。

例えば、25日から冬期講習がスタートするのであれば、その前の24日や22日は、フォローデイ（補習的な時間）を設定して、「初めての方も安心！講習の前に、勉強の仕方がわかるフォローデイを設けています！」というようなキャッチで、参加しやすい雰囲気演出するようにしてください。これは、講習が終わる時も同じように設けておくとよいかもしれません。「講習が無駄にならないフォローデイがあります！」のような表現をするとよいでしょう。

次に、集客計画ですが、「いつから冬期講習のチラシを撒く

か」、「友人紹介キャンペーンはいつからいつまで行るか」、「紹介してくれた場合の謝礼をどうするか」、さらに、「一般生との接点作り」、「どんなイベントを行うか」など、11月後半から12月に、どんな集客活動をどれだけするか考えてください。

例えば、友人紹介キャンペーンの謝礼ですが、私どもが主宰する学習塾「学習スタジオ クロスロード」では、現物支給で「お米 3kg」を教室で直接プレゼントしようと考えています。ちょっと洒落の部分があります。私どもの学習塾はともかく、図書券やクオカードを3,000円分お渡しするとか、紹介を受けた生徒には、図書券やクオカードを1,000円分お渡しするとか、ぜひ、魅力あるものを考えてください。

最後に、冬期講習の入り口設定をしっかりと考えてください。集団指導の塾は、無料講習が入り口設定になるかもしれませんが、個別指導の塾は、受講コマ数を押さえた講座が、入り口設定になるかもしれません。わたしたちMBAでは、入門講座と称して、小学生は、算数2コマ・国語2コマの計4コマの講座を設定し、その費用も打ち出しています。さらに、入塾手続きを済ませば、その入門講座の費用を無料にするというような入り口設定を考えています。他にも色々なものが考えられます。ぜひ、講習参加の追い風となるような入り口設定を考えてみてください。

冬期講習の一般生集客は、来年の4月の在籍を占う大切な業務です。冬期講習でしっかり集客できるように、綿密な計画を立てて取り組んでください。

### 【編集後記】

MBAでは、2016年度の貴塾のコース設計と集客を支援するお得なコンサルテーションを実施しております。コース設計とは、顧客が通塾を吟味する際の視点「利便性」、「効果性」、「投資性」の高い塾のサービスの仕組みを作ることです。興味、関心をもたれた方は、是非、MBA(マネジメント・ブレイン・アソシエイツ)にお問合せください。

TEL 045-651-6922

メール [mailadm@management-brain.co.jp](mailto:mailadm@management-brain.co.jp)

# 数字でみる学習塾経営・業界のトレンド Vol.9-1

7月号、8月号でこの春の、正確に言えば3月以降6月までの学習塾業界の集客状況は、例年以上にうまくいっているのではないかと申し上げました。

経産省「特定サービス産業動態統計調査」を基に算出した、全国の中規模以上の塾の1教場当たりの受講生数が、3月と4月は4年振りに、5月と6月は2004年の調査開始以降初めて、前年同月を上回っていたからです。

11月10日に同省から発表された9月分の速報によると、この勢いはまだ続いているようです。

ここ3年の前年同月比を一覧にしてみましょう(いずれも月末時点)。

年月	2013年	2014年	2015年
1月	98.02%	97.37%	97.15%
2月	99.32%	96.32%	99.44%
3月	96.35%	96.06%	101.71%
4月	95.86%	97.75%	102.28%
5月	96.58%	97.84%	101.01%
6月	97.10%	97.07%	101.85%
7月	97.14%	97.23%	102.62%
8月	96.56%	97.09%	102.69%
9月	96.73%	98.30%	102.00%
10月	96.54%	98.33%	-
11月	96.63%	98.19%	-
12月	96.94%	98.56%	-

ご覧のようにこの7月、8月、9月も100%を上回っています。勢いが衰えていない証拠といってよいでしょう。

15年分だけですが、受講者の実数も挙げておきましょう。

年月	2015年	年月	2015年
1月	111.97	6月	99.99
2月	103.24	7月	104.86
3月	95.96	8月	110.47
4月	97.51	9月	110.50
5月	98.42	10月	-

受講者の数は、一般的には3月が最少、12月ないし1月にピークが来るのが普通ですので、今年は間違いなく110人を超

えたまま終わることになると思われます。

ところで、さきに触れたようにこの数値は、経産省が2004年1月以降毎月、全国の塾の教場1万か所を対象に行っている調査を基に算出したものです。

ただし、注意しなければならないのは、この1万か所は「中規模以上の塾」の「本部教場と分教場」であり、「中規模未満の塾」すなわち「小規模塾」の教場については含まれていないということです。

では、ここに含まれていない、「小規模塾」の教場の1教場当たりの受講生数はどうなっているのでしょうか。

全国でどのくらいの数の子ども(小中高校生)が塾に通っているか、ご存知でしょうか。

小学生数 654万人 × 通塾率 25.0% = 163万人  
 中学生数 348万人 × 通塾率 48.0% = 167万人  
 高校生数 333万人 × 通塾率 20.0% = 67万人  
 通塾者合計: 397万人

大雑把な計算ですが、おそらくこんなものでしょう(小中高校生数は今年の文科省「学校基本調査」から)。

中規模以上の塾の教場1万か所の平均受講者数が111人だとすると、それだけで111万人。

397万人から111万人を引いた、残り286万人が小規模塾に通っていることになります。

言うまでもなく、この286万人を教場数で除した数が小規模塾の教場平均です。

14年の経産省「経済センサス基礎調査」(14年7月1日現在)によれば、全国の塾の事業所数(=教場数)は、5万3,814か所。

ここから1万か所を除くと残りは約4万3,000か所。

これが小規模塾の教場数ですので、286万人を4万3,000で割ると66.5人。

答えは66.5人ということになります。

中規模以上の塾の1教場当たりの受講生数111人に対して、小規模塾の1教場当たりの受講生数は66.5人。

あまりにも大きな差ですが、この違いは一体、どこから来るのでしょうか。

# 数字でみる学習塾経営・業界のトレンド Vol.9-2

まず立地的な問題を申し上げておきますと、小規模塾の多くは子ども人口の少ない地方の小都市や町村に多く、中規模以上の塾は大都市や県庁所在地に多くありますので、確かにそれだけでも差が出るのはやむを得ないことでしょう。

また、小規模塾の経営者の多くがいわゆる職人タイプの教職現場大好き人間であり、さほど規模の拡大を求めていることも影響していると思われます。

が、そうしたことを十二分に考慮しても、ここまでの「差」の出現は説明しがたいと言ってもよいのではないのでしょうか。

ましてや、小規模塾のすべてが人口の少ないところにあるわけではなく、さらに小規模塾経営者のすべてが職人タイプというわけでもないことを考え合わせれば、なおさら説明は難しくなってきました。

ならば、なぜ？

憎まれっ子になるのを恐れずに申し上げますと、わたしは、大きくしようと願いつつも大きくなれない小規模塾には、塾のいわば「風土」の点で大きな欠陥があるのではと思っています（規模を広げたくないという方もたくさん存じ上げています。そうした方々は別ですので念のため）。

コンサルティングという仕事の関係上、「上から目線」のもの言いをご容赦願いたいと存じますが、わたしには、こうした小規模塾の多くが塾として、社会人の集団として、また接客業に携わるオトナの集まりとして、「当たり前のこと」を「当たり前」に行っていないという印象をぬぐい去ることができません。

たとえば、教室がキレイに清掃されているかという...？  
入退出時に子どもたちと挨拶を交わしているかという...？  
子どもたちの成績を把握（定期テストの成績把握）しているかという...？

従業員の勤怠に問題がないかという...？

ビジネスの基本が「凡事徹底」であることは皆さんもよくご存じのはずです。

ボツボツ来春の集客に向けた準備が始まります。

受講生の数に不満がある教場の責任者の皆さんには、塾というビジネスにとってはなにが「凡事」なのか、それを「徹底する」とはどういうことなのかを周囲の方々とよくよく話し合い、がんばるべきベクトルの方向を再確認していただきたいと思っています。

PS・コンサルティング・システム 小林 弘典

## 日本で一番売れている英会話教材を学習塾用にカスタマイズ

**EVERYDAY English**  
エブリデイ イングリッシュ

**中学英語 準備講座**

**学習塾だからこそできる小学生英語指導**



- 自宅でも教室でも学習可能。
- ゲーム感覚で楽しみながら、何度でも学習できる。専用タブレットのみでご利用頂けます。

<p><b>今まであった小学生向けの英語指導とはココが違う!</b></p>	<p><b>学習塾経営のプラスになるコンテンツはココが重要!</b></p>	<p><b>生徒・保護者の英語学習に対する本当のニーズとは?</b></p>
<p>日本で一番売れている英会話教材を中学英語学習指導要領に対応。</p>	<p>学習塾は長期能力育成型モデルより短期集中対策型指導が得意。</p>	<p>生徒は自分のペースで楽しく学習を進めることが一番大切。</p>
<p>アプリによるデータ供給型だから小学英語必修化でも即対応可能。</p>	<p>小学英語は授業料が安いのでランニングコストは低いことが絶対条件。</p>	<p>結局、保護者の一番のニーズは「中学校で100点が取れるかどうか」</p>

**小学校4年生から始めて中学校の定期テスト満点を目指す。**