

CHUOH TRY+ANGLE 知っ得通信

2018年8月21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.78 <動きを変えると結果が変わる！～夏期講習の状況から～>

読者の皆さん！今年の夏期講習の集客状況は、どうでしたか？

私どもマネジメント・ブレイン・アソシエイツ（MBA）の顧問先の状況は、大半が昨年並み、そして、昨年の秋以降顧問先になった塾は、昨年を大幅に超えました。

今年の成功の要因は、多店舗展開している顧問先は、先手を打ったかどうかと、リスティング広告等を効率よく使えたかどうかです。1校舎しかない顧問先は、友人紹介を徹底的に生徒・保護者に働きかけたかどうかです。

それでは今回は、昨年顧問先になった4つの塾のこの夏期講習の成果を報告します。

事例1：個別指導＋一部集団指導のA塾

A塾は、昨年の3月からスタートした3校舎（正しくは、1校舎は生徒数ゼロなので、2校舎と言っても良い）の個別を中心にして、一部集団指導もある塾です。

昨年の夏期講習も、売上では昨年対比194.8%でしたが、今年は、3校舎実質的に稼働をしているので、更に大幅に超え、昨年の120%以上になりました。一般生の集客に関しても好調で、最終的には、過去3年間で、一番多い集客数になるのではないのでしょうか。

成功の要因は、個別指導の設計を変え、間口を広げたことと、しっかりと提案を生徒と保護者にしたことです。

事例2：個別指導のB塾

B塾は、昨年の9月からスタートした2校舎の個別指導の塾です。2校舎とも非常に小さい教室で、貧相な店構えなので心配していましたが、新年度募集からこの夏の募集にかけて、動き出しました。また、14年間の歴史のある塾なので、それなりに運営はしっかりしていました。この夏期講習の在籍生の売上ですが、生徒数が昨対で92.4%でしたが、売上は、ほぼ昨年の水準となり、一般生の集客状況は、昨年が2校舎で3名だったのが、20名を超えて集まりました。夏期講習の集客のレコードだそうです。

成功の要因は、コース設計の変更で、心理的コストを低減したこと、チラシは大幅に変えて、問合せがしやすいようにしたことでしょうか。当然、入会特典等で、目立つようにしました。

事例3：FCチェーンのC塾

C塾は、昨年の3月からスタートしたFCチェーンの塾です。創業3年目で、昨年の在籍がギリ貧になってからの依頼でした。昨年の夏期講習も一昨年の310%を超え、今年も在籍生の売上は、昨年の170%を超え、一昨年対比では、

435%を超えました。一般生も10人集客が出来、昨年の16人には及びませんが、2年目の夏として大健闘です。

成功の要因は、塾長の面談力が向上したこと。チラシは昨年からFC本部のモノではなく、MBA流のチラシに変えたことがポイントです。また、FC本部の規格ものの無料体験をアレンジし、名称を変え夏期講習用に、アピールしたことです。

事例4：集団指導＋個別指導併設のD塾

D塾は、集団指導を中心にして個別指導も併設している1校舎の塾です。昨年の9月からスタートをしました。集団指導が中心なので、個別指導の方は、なかなか注力が出来ませんでした。昨年の冬期講習からしっかり提案をするようにし、講習に臨みました。また、個別指導の設計をすべて変えたので、心理的コストが低減されて、講習が取りやすくなりました。昨年の個別指導の夏期講習の売上げがまだ集計されていませんが（ここが大問題なのですが）、目標金額はクリアしているので、成功と言っても良い今年の夏期講習です。

今回は、4塾について、中間報告的に夏期講習の状況をお伝えしましたが、生徒や保護者に対して、心理的なコストをどう軽減していくようにするのか。そして、教務的な提案をどうしていくのか。ここが改善されると、業績は右肩上がりになってくように思います。皆さんも、冬期講習に向けて（ちょっと気が早いかもしれませんが）、考えてみてください。

【編集後記】

第2回MBAセミナー「人手不足からの塾革命」のお申込みを受付中！

塾業界で、ここ数年、経営者や現場の責任者を悩ませている「人手不足」。この問題に立ち向かう方法として「業態変換」、「媒体変更」の二つのアプローチ方法を提唱し、自立型個別指導教室の成功ポイント、人材獲得競争に勝つ方法などをお話します。

日程：■東京9月30日（日）

■大阪10月21日（日）

■福岡10月28日（日）

▽セミナー詳細・お申込みはコチラ▼

<https://management-brain.net/mbaseminar02/>

▽お問合せはコチラ▼

TEL 045-651-6922 Mail: mailadm@management-brain.co.jp

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.42

グループコミュニケーション支援サービス「らくらく連絡網」を運営する(株)イオレがこの5月、0歳から小学校6年生までの子どもを持つ親1,751名(男性387名、女性1,364名/同社の「らくらく連絡網」会員)を対象に「子どもの習い事に関するアンケート調査」を行なっています。興味深いところだけご紹介しましょう。

●現在の習い事

習い事をしている	78.9%
習い事をしていない	21.1%

お子さんたちが「習い事をしているかどうか」を尋ねたところ、1,751名の親の持つ、対象年齢の子ども3,439名中、2,715名が習い事をしていました。割合にして約8割の子どもが習い事をしていることになりますね。どんな習い事かというと…。

水泳	28.1%
サッカー	20.1%
英会話	14.6%
ピアノ	13.5%
学習塾	11.3%
野球	10.8%
書道(習字)	9.3%
公文	8.0%
体操	7.6%
ダンス	6.1%
その他	9.2%

トップ10は以上の習い事でした(複数回答/報告書では「習い事をしている子ども2,715名」を母集団に比率を割り出しているが、ここでは母集団を「すべての子ども3,439名」に変更して算出)。

われわれのビジネスとの関連でみると、0歳から6年生までの子ども100名中、英会話教室あるいは英語塾に通っている子どもが15人、学習塾に通っている子どもが11人、公文に通っている子どもが8人ということになります(学習塾と公文とを合わせると、塾に通っている子どもは19人強)。

●習い事を辞めた理由

子どもを持つ1,751名もの親がいれば当然、習い事を辞めた子どもを持つ親もいます。調査では「辞めた理由」も尋ねていますが、その質問に答えている親の数は1,537名。割合にして87.8%にのびります。では、辞めた理由は(複数回答)…。

子どもの意思	35.3%
他の習い事を始めるため	30.6%
子どものやる気が見られなくなったため	18.7%
月謝や備品などの費用が高いため	8.8%
引越など継続が難しくなったため	7.5%
習い事先の都合のため	7.3%
先生と合わなかったため	6.3%
他の生徒と合わなかったため	1.8%
その他	13.9%

子どもの意思が35.3%、子どものやる気の喪失が18.7%、合わせて54%。「他の習い事」も結局は「こっちよりこっちの方がいい」という子どもの気持ちメインでしょうから、これも合わせると88.6%。大半は「子どもがイヤになってしまった」というのが理由なのでしょうね。うなずける理由です。

ちなみに調査では「習い事が続いている理由」についても尋ねています。こちらは、1位が「子どもが楽しんでいるから」60.0%、2位が「子どものやる気が続いているから」49.6%、3位が「好きなこと・得意なことだから」41.6%という順でした。

●今後、取りませたい習い事

全ての親1,751名に「今後、新たに取りませたい習い事はあるか」と尋ねると、「ある」と答えた親は1,391名。79.4%にのびります。以下、取りませたい習い事を多い順に並べておきましょう(複数回答/母集団を「あると答えた親」から「すべての親」に変更して算出)。

英会話	24.5%
学習塾	22.6%
水泳	21.8%
書道(習字)	18.4%
ピアノ	12.9%
プログラミング	11.9%
そろばん	11.2%
ダンス	9.5%
公文	7.7%
サッカー	7.6%

トップが英会話、2番目が学習塾、3番目が水泳。ただし学習塾と公文とを合わせると30.3%でトップが入れ替わります。

さきに見たように「学習塾と公文」にはすでに19.3%の子どもが通っていますから、「通っている子ども」と「今後、通わせたい」とを合わせると約5割ということになります(正確に言えば、「通わせたい」の母集団は「親」ですが…)。

少子化が懸念される塾業界ですが、こう見てくると「塾」はそうそう捨てたものではありませんし、うまく英会話需要を誘引できればこの先もなんとかやっていけるようですね。

■参考資料

株式会社イオレ『子どもの習い事に関するアンケート調査』
http://www.eole.co.jp/news/release/news_post556/