

# CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2020年3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.97 <まだ見ぬ顧客のニーズをカタチにする！>

新型コロナウイルスの影響で学校が休校になり、皆さんの塾も休校にするかどうか、迷っていたのではないかと思います。私の顧問先へのアドバイスは、基本的には、濃厚接触を避ける形で実施するという判断をしました。ただ、地域によって、罹患者が多く出ている地域は、3月3日から1週間は、休校にしたところもあります。今後も、地域の状況によって、判断をした方が良いと思います。基本的には、春期講習は実行する方向で準備をされるのが良いのではないかと考えています。

さて、今回は、2020年が、厳しくなることを踏まえて書きます。

かれこれ52年前に、社会学者のジャン・ボードリヤールが、「物の体系」という博士論文で、消費の本質について、こんなことを言っていました。「ニーズがあるからものを買うのではない。ものがあるからニーズが生まれて買うのだ」と。

この考え方は、今までの考え方を否定した、大胆な考えです。今までは、簡単に言えば、「必要があるから作る」という考えです。それを「新しい物があることを知れば、人間はその物を欲しくなるのだ」と消費の観点から経済を考えたのです。

思い出してください。アップルが考えたいくつかの商品を。私たちは、アップルのそれらの商品を前もって欲しかったのではありません。iPhoneを私たちは、最初から欲しかったのではないのです。スティーブ・ジョブズが、iPhoneを作って、それをみんなに見せたその瞬間から、そのiPhoneをなるものを欲しくなったのです。これが、消費の本質的なことなのです。

私もこの考えに大きな影響を受けた者の一人です。そして、その考え方が私の商品設計の発想の中にはあります。生徒が集まらない塾は、生徒や保護者に自分の思いや独自のものを提案していないのです。

以前、経営再建をした地方の老舗学習塾の事例を挙げましょう。その塾は、地域では、圧倒的な実績を誇る老舗の学習塾でした。しかし、県内大手学習塾の進出で生徒数にかげりが見え始め、私に依頼が来る頃には、赤字に転落し、ギリ貧状態になっていました。

私がコンサルを始める前のその塾の設計は、ライバルである大手塾と同じものでした。彼ら曰く「あそこと同じ設計をしているのに、なぜ集まらないのでしょうか」と。その答えは、いくつか考えられると思いますが、その時、私が言った答えは、「実績があの手学習塾より下であれば、大手学習塾と同じ設計にしている限り、集まりません。また、同じ設計かどうかは問題

ではなく、集めるための努力があの手学習塾以下であれば、集まりません。」

大手学習塾と同じ設計にしているから集まらないというのは、大手と比較検討の土俵が同じだからです。大手には、アンチが多数存在しますが、同じ設計であれば、そのアンチを吸収できない可能性があるのです。また、集めるための努力に差があって、集まらない場合もあるのです。集客行為の差、チラシの出来の差、チラシの頻度の差、校舎の看板、校舎の掲示、職員員の元気の差など、色々な差が結果を生んでいるのです。

私の目からは、この老舗学習塾は、集める努力(=仕掛け)が足りないのと、設計に根拠がないように映りました。大手の真似だけをしているようなものでした。色々な意味で自塾のロジックがないのです。そこで、設計提案をしたのですが、社長と経営幹部の半数は、今いる生徒や保護者に不満が出てないという理由で反対をしました。今思い返しても、この説得は大変でした。それでも何とか、新しい設計案が従来型の設計と多少妥協した折衷案にして受け入れられて、改革はスタートしたのですが、2年後には、過去最高の売上と利益を達成しました。

さて、どうして経営再建に成功したのか、ですが、今通っている生徒・保護者の情報も重要なのですが、それ以上に重要なことは、まだ通っていない生徒・保護者のニーズを想定することです。色々なロジックからそれらのニーズを想像=創造することなのです。この地域の教育における意識はどうか、この設計は、社会通念上どう評価されるのか、地域状況上この時間割はどうか、そういう議論をすることです。その上で、利便性と効果性と投資性を天秤にかけて、設計を決定していくことです。こういう議論をしっかり行い、自分の思いやまだ見ぬ生徒・保護者の思いを形にするのです。それが、コース設計です。

ニーズを形にするということは、生徒・保護者の行動や思いを予測するということなのです。小学生は、何時までに家に帰せば、保護者は評価するのか。部活動で、来られない時間帯にクラスやコマを設定していないか。この学年は、どのくらい勉強に時間をさけるのか。などなど、こんなことを想像=創造しながら、地域にコースの良さを発信していただく。

何を根拠に経営の基盤を作るのか、私たちに課せられた課題です。今いる顧客のニーズに応えることも大切ですが、まだ見ぬ顧客のニーズを喚起する設計を考えることも大切なことなのです。目の前にいる顧客のニーズを後追いばかりしているといつまで経っても二番煎じになってしまうかもしれません。また、自分の思いを吟味しないで、ほって置くと自閉してしまって、

地域にアピールする力がなくなってしまうかもしれません。ぜひ、自分の思いを吟味しながら、新しい顧客のニーズを形にしてください。

厳しい2020年を乗り越えていくためには、自塾の何かを見直してみてください。

【編集後記】  
**今年も予定通り開催！1泊2日の《学習塾経営革新会議》**  
 テーマは「どれか1つ地域No.1になる塾経営」

中土井鉄信による講演や参加者同士のグループワークなど、盛りだくさんの内容を通じ、時流に乗った貴塾のコンセプト(魅力)の決定と、成功経営計画づくりをサポートします。中土井をコンサルタント、アドバイザーとして、参加者全員で考え、討論する【実践的な内容】です。

◆MBA 学習塾経営革新会議 4月18日(土)～19日(日)

【参加費(両日昼食付)】一般参加 50,000円

※MBA 塾経営革新メンバーの方は特別価格でご案内します。

★詳しいご案内はこちら★

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

## 数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.61

全国一斉休校の影響を受けて、学習塾業界はとんでもないことになっていますね。

本稿を記しているのは3月10日(火)。一斉休校から1週間以上経っています。

現時点でも各地の塾の7割弱は、主に中小規模塾を中心に、営業を続けているようですが、とても普段通りというわけにはいきません。

とりわけ困るのが、この時期に最盛期を迎えているはずの新年度生の募集。このままでいけば、春期休暇明けに学校が再開されたとしても、新入塾生は例年の3分の2以下ということになるでしょう。

じゃあ、どうすれば…。

残念ながら、自信をもって「これが正解！」と言える答えは私にもありません。

とはいえ、こうした危機的状態の際には「原点」に帰るのが原則であろうとは思っています。

では、塾の募集の原点とは何か？

友人紹介	36.4%
建物看板	19.4%
折込チラシ	16.8%
兄弟姉妹	16.0%
ネット記事	10.7%

株式会社イード(東京都)が2017年秋に行った「現時点で通塾している小4～高3生の保護者」対象の調査の結果(n=570/上位5回答)です。「塾を知ったきっかけ」を尋ねています。「友人紹介」と「兄弟姉妹」を足すと52.4%。いわゆるクチコミが半数以上を占めています。

株式会社マックスヒルズ(大阪)が2019年春に5,937人を対象に行った調査でもこんな結果が出ています。

「学習塾に入塾(を検討)する際、きっかけになった情報はなにか」との問いに「紹介・クチコミ」と答えた人の割合		
20代	17.3%	1位は「Web」で50.0%
30代	35.0%	2位は「Web」で33.4%
40代	44.2%	2位は「Web」で20.0%

(この「Web」は主に学習塾の公式サイトを指す)

結論を言えば、塾の募集の原点は「クチコミ」であり、中高生に限れば全国平均で4割から5割、地方都市では、ほぼ8割がクチコミで集まってくる、と考えて間違いのないでしょう。

そう決めてかかれば、いま打つ手も決まってきます。

いかにクチコミを作り出すか！

やり方はいくつもあるでしょう。

一例ですが、私は、メールあるいはライン、フェイスブック、ツイッターその他SNS等を利用して、塾生・保護者に「情報発信」することをお勧めしたいと思っています。

自塾の宣伝広告をする必要はありません。

大事なのは「身近な情報」です。

いつどこに行けばマスクや消毒用アルコール類やトイレットペーパーが手に入るかとか、県内市内の感染者の数の変化とか、近隣の学校の動きとか、子どもたちや保護者たちの日々の生活にかかわる情報を、折りに触れて伝えていくのが有効だろうと思っています。

誰もがテレビにかじりついてニュースを見ているわけではありません。

また、テレビや新聞が報じない細かな、それでいてきわめて大事な情報もあります。

あの時、あの塾が、私の役に立つ情報を流してくれた…。

保護者や子どもたちがそう感じてくれたら、必ず明日につながるクチコミが発生します。

塾はもともと保護者や子どもの「不安」を解消するために生まれた産業です。

やれることから始めてみたらいかがでしょう。