

CHUOH TRY+ANGLE
 知っ得通信

2021年9月22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.115
 <小学生の態度変容を保護者に見せる！>

読者の皆さん、夏期講習お疲れ様でした。コロナ感染防止対策等で、気苦労の多い講習だったのではないのでしょうか。しかし、ここでゆっくりもしてられません。冬期講習が迫ってきています。ぜひ、この時期、立ち止まることのないように、しっかり準備をしてください。

さて、塾経営にとって、生徒の態度変容(=プロセス実績)を保護者の方に見せることは、非常に重要なことです。簡単に言えば、保護者の方に、塾運営の成果を見える化すること=具現化することは、非常に重要な私たちの仕事です。

定期テストの結果、あゆみや通知表の内申点、実力テストの偏差値など、学力が数字(数値)となって表れているものがその道具として用いられることは言うまでもありませんが、数字に表れるものだけが成長のパロメータではありません。塾に子どもを預けた成果や成長した証を、保護者へ何をもってアピールしていくか。それは、態度変容(=プロセス実績)をアピールすることです。

中学生でも高校生でもそうですが、特に、小学生の保護者の多くは、塾に通わせた結果として、家でも自主的に宿題以外の課題(例えば復習など)をやってくれるような学習習慣をつけて欲しいと望んでいるでしょうし、以前よりも机に向かう時間が増えた、本を読むようになった、など子どもの行動の変化が最も大きなアピールの一つとなるのではないのでしょうか。

ところが、これらの行動の変化は、テスト結果のように目に見える形として残りにくいものです。時間が経つと、当たり前になってきて、塾へ通わせている感動も希薄になってきます。そこで、今回は、塾生が授業中に書くノートに注目して考えてみましょう。

低学年の子どもには、ノートを上手に書けなかったり、集団塾であれば、黒板をきれいに写せなかったりする生徒が多いものです。

また、勉強することに慣れていない生徒は、「ページと問題番号なども筆写して、解答を書く」ということでさえ、出来ない場合も多いでしょう。そのような生徒には特に、こういうことをきっちりと指導していくことが学力向上の第一歩です。

では、ノート指導の結果を保護者に見せて、塾の成果をアピールするにはどうすればよいのでしょうか。

まず、あらかじめ塾に通い始めた時のノートをコピーします。これを忘れないことです。それは生徒ファイルや生徒カルテに挟んで保存しておきます。その後、授業を何回か受けた後、もう一度ノートをコピーする。この2枚を保護者面談の際に保護者にお見せします。(もちろん、入塾後のノートの方がきれいに書けていなければ、大変なことになってしまいますが。) こうすると、生徒の成長度合いが一目瞭然です。

次にノート指導のポイントを列記します。単に「きれいに書けよ。」「汚い、書き直し。」というだけでは、生徒も嫌気がさして逆効果になるところもありますから、これも態度変容のための生徒指導と受け止めて、おおらかに実行してください。

中土井が理事を務める(一社)日本教育コンサルタント協会(JEC)主催「JEC 学習塾経営セミナー」は、10月3日(日)品川で開催!

▼詳細&お申し込みはこちら▼

<https://kyoiku-saisei.com/JECseminar/>

各講座のテーマはこちら!

- 「冬期までにすべき社員・講師育成、ここがポイント」
- 「中3の高1継続は、ここがポイント」
- 「冬期講習までの集客活動は、ここがポイント」
- 「社内活性化で競争力を高めるのは、ここがポイント」
- 「WEB集客を最大化するには、ここがポイント」

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.115

- ① ノートの罫線は幅の大きなものを使わせ、行から字をはみ出させない。
- ② 日付・曜日・ページ番号を書かせる。
- ③ 線を引くときには定規を使わせる。
- ④ 問題の番号を上下（左右）でそろえて書かせる。
- ⑤ 問題と問題の間に1行分スペースを作る。
- ⑥ 算数・数学の計算問題は途中式を書かせる。
- ⑦ 丸つけは、赤のボールペンを使わせる。
- ⑧ 消しゴムは文字の書き間違えの訂正だけに使う。誤答はそのまま残す。
- ⑨ 算数のノートには筆算コーナーをページの右側にあらかじめ作っておく。
- ⑩ 解答の間違いを直す時は、「やり直し」と小タイトルを付ける。
- ⑪ 「やり直し」の正解は青のボールペンで丸をつける。
- ⑫ 個別指導の場合で、先生は生徒のノートに書きこまない。
- ⑬ 単元や、日付が変わるときには、新しいページに書かせる。
- ⑭ **きれいに書けたら、思いっきり褒める。**
(これが非常に重要!!)

生徒任せにしないで、しっかり書けるようになるまでは授業中に指示を出したり、生徒面談などで、個別に面倒をみたりする必要もあるかもしれません。人一倍、時間がかかる生徒がいるかもしれませんが、面倒臭いと言ってやりたがらない生徒もいるとは思いますが、粘り強く指導してください。


「ノートがきれいに書けるようになった。」というのは保護者への、大きなアピールポイントだと思います。「この塾に入れて良かった。」「やっぱりプロに任せて良かった。」「うちの子も、まんざらじゃないわね。」と保護者に思って頂くことがノート指導のポイントです。そのような、保護者の「感動」が、新たな口コミを生ませる要素にもなります。特にこの夏期講習から入塾した生徒への、この指導は大切です。コロナ禍の折、オンラインで授業を行っている場合でも、時々ノートを撮影するように指示をして、チェックをしてください。ノート指導は、貴塾のカラー作りに貢献するはずですが、入会説明の時や体験授業の時には、必ず学校のノートを持参させて、コピーを取っておくことをお勧めします。そして、入会1か月後面談で、before / afterの結果をアピールしましょう。

ELST®

English Listening & Speaking Testing

AI がスピーキングを
自動採点・評価・アドバイスする
英語 4 技能対策アプリ

問題をチェック
画面に表示される内容や面接官が話す英語を聞く



発話で解答
自由発話形式や音読形式など、問題にあわせて解答



AI が採点・評価
AI が良くできた点、改善点を詳細に評価し学習アドバイス



納得してから
本格導入!

無料体験 ID 配布キャンペーン実施中!

右の QR コード、または下記 URL からお申込みフォームへアクセスしてください。

<http://www.chuoh-kyouiku.com/elst/apply>



数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.79

「口コミ」の発生を誘導する方法についてお話しています。前回は誘導の仕方、言い換えれば口コミを生み出す働きかけ方法を、「なにを」「誰に対して」「どのように」の3つに分けて考えてみると申し上げ、第一の「なにを」に関して触れておきました。

繰り返しになりますが、「なにを」とは皆さんの塾を印象付ける材料となる「特徴」あるいは「特長」のことです。

「特徴」は「特別なしるし」ですから、同一市場内の競合塾には備わっていない「なにか」、また「特長」は「特別に長いもの」ですから、競合塾に備わっていたとしても、それに比べてはるかに優れた「なにか」でなければなりません。

まずは周囲の競合塾と自塾とをしっかりと比べてみてください。そのうえで、皆さんの塾の「特徴」あるいは「特長」を探し出してください。必ず1つくらいは見つかるはずです。

「なにを」が見つかったら、次は「誰に対して」です。

「誰」はさほど難しく考える必要はありません。あなたの塾の特徴や特長を地域の人々に伝える役割を担ってくれる身近なヒトたちとお考え下さい。

通常は、①現塾生、②現塾生の保護者（とくに母親）、③元塾生（とくに卒塾生）、④元塾生の保護者がこれに相当します。

また、ときに例外として⑤新聞、雑誌、TV、ラジオなどのマスメディアが、文字通りのメディア（媒体・媒介）として、これに加わってくれることもあります。信頼されているマスメディアの場合、とりわけ影響力＝伝達力が大きいので大事にしなければなりません。

問題は3つ目の「どのように」です。

せっかくよい材料（＝なにを）があっても口コミの広がっていかない塾は、率直に申し上げてこれが苦手、というより「ヘタ」といっても過言ではないようです。

「どのように」は言うまでもなく「誰に」、あるいは「なにを」によって変化するのが当然で、一様というわけにはいきません。

それこそ数えきれないくらいあるので、ここでは例を挙げるだけに留めておきましょう。

①「現塾生」に「学校成績を上げる塾」という特長を口コミで広げてほしい場合

定期テストのたびに生徒ごと、前回との比較を掲示する／大きく上昇した生徒や学年トップ5を表彰する（個人名を出したくない場合はハンドルネームでよい）

②「現塾生の保護者」に「学校成績を上げる塾」という特長を広げてほしい場合

塾報などで同様に上記を告知する／大きく上昇した生徒や学年トップの保護者に贈り物を届ける（ささいなものでよい）／しつこいくらい2者面談を繰り返して学校成績の重要性を強調する

③「元塾生」に例えば「夏期合宿」という特徴を広げてほしい場合

GW や長期休暇のさいに同窓会を開催し、部活などの後輩に合宿のメリットを伝えてもらうよう乞う

④「元塾生の保護者」に「面倒見のよさ」という特長を広げてほしい場合

卒塾後しばらく、年に数回は電話を入れて卒塾生の近況を聞く（「お子さんを大事に思っていますよ」というアピール）

⑤「マスメディア」に「素晴らしい合格実績」という特長を広げてほしい場合

入試報告会などのイベントを開催するさいにプレスリリースを流す（マスメディアもそれなりに入試現場の「さまざまな情報」を求めている。通常は「社会部教育担当」あて。担当者と懇意になったら常時、連絡が来る／呼び水として小さな広告を入れる手もある）

以上、簡単に口コミ発生誘導方法についてお話してきました。

大事なのは、常に口コミを意識しておくことと、少々どぎついイメージで発信することの2つだろうと思います。

ただし、そのためにはどうしても特徴と特長が必要です。たとえそれが今は小さなものであっても、自信をもって推し進めていけばいずれ大きな特徴、特長になっていきます。

頑張ってくださいと思います。

PS・コンサルティング・システム

小林 弘典