

CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2021年11月19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.117

<売上アップを考える！>

2021年も残すところ、1か月半を切りました。来期に向けて、コース等の吟味をし、来期どうするかを考えださなければならない時期です。今回は、塾における「売上アップ」について考えてみます。

学習塾の場合、売上アップは生徒数増とほぼ同義に思えますが、実は、そうでもないのです。私が、年間の授業回数を42回にしていることに実は、その答えがあるのです。売上は、客数×客単価ですが、この客単価を上げる要素を考え、そこを改善すると、売上が上がるのです。つまり、年間42回の授業には、講習の時の受講回数が含まれないために、逆に講習の客単価が上がって売上アップがなされるのです。

例えば、2020年9月から私の指導を受けている塾では、2021年3月からコースを全面改訂して次のような結果が出ました。

	売上	販売費	営業利益
2019年	60,124,027円	62,335,349円	-2,211,322円
2020年	52,177,379円	68,933,070円	-16,755,691円
2021年	66,225,425円	64,586,771円	1,638,654円
作対比 (21/20)	126.9%	93.7%	18,394,345円

※3月～8月中間決算より
※営業利益の昨対比は、金額で表した。

年間のコース設計を変え、講習設計を変え、そして、提案を変えた結果、6か月で大きな変化が出たのです。多分、年間を通すと、16年間で、最高の売上になるということです。

行き詰まった塾にとって、大切なのは利益の確保ではありません。利益がいくら上がっても、微々たる利益では焼け石に水なのです。つまり、「利益＝売上－経費」

の公式をいくら考えても、行き詰まった塾の再生は無理なのです。この公式は塾が立て直ってから初めて威力を発揮するものです。それでは、何が重要なのか。

それは、お金を回すことです。お金が回っていれば何とかなのです。ということは、売上の増大がまずは先決なのです。入金と支払いの時期の格差を利用して、ぎりぎり自転車操業をしながら、経営を立て直していくしかないのです。

売上は、「顧客数×顧客単価」で決まります。よって売上を上げるには、

「A. 顧客を増やす」

「B. 顧客単価を上げる」

という二つのどちらかからスタートします。もちろん両方でできればそれだけスピーディーに売上は上がりますが、そうはなかなかいきません。

上記の事例の場合、年間のコース設計を変えて、生徒数を取りに行き、講習設計を変えて、売上を上げる両方を取りに行きました。その結果、生徒数の減少を抑えることが出来ました。

「A. 顧客を増やす」については、一般的に、絶対的な顧客の数だけでなく、顧客の購買頻度が上がっても売上は上がります。例えば、100円の商品を、30人の異なる顧客が買ってくれた場合と、10人の顧客がそれぞれ3回ずつ買ってくれた場合は、売上は同じ3,000円になります。売上の増加に「リピーター」は欠かせないわけですが、学習塾の場合、会員制サービスであるため「リピーター」という考えは基本的に成立しません。基本的に、月に一回だけ、同じ顧客が同じだけの金額を支払います（そういう意味では、他の商売に比べて非常に恵まれています）。純粋に顧客数の増加＝売上の増加となります。顧客数を増やすには、「新規生徒の獲得」と、そして見落としがちですが、「生徒の退塾を防ぐ」ことがポイントなのです。

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.117

次に、「B. 顧客単価を上げる」ということについてはどうでしょう。顧客単価を上げるには、

「1. 1点あたりの商品の価格を上げる」

「2. 商品の買上げ点数を増やす」

という二つの方法があります。しかし、一度決めた授業料を年度途中で上げるのはほとんど不可能ですから、学習塾の場合、「2. 商品の買上げ点数を増やす」、つまり受講科目や選択講座を取らせて、客単価を上げることになります。つまり、それは、回転率を上げるということです。例えば、時間帯の細分化とか通常授業を空白にして講習の期間を設定するということです。

左記の3原則はそれぞれが独立して存在するものではありません。学習塾の運営における「生徒集客の仕掛け」は、そのまま「在籍生の退塾防止策」にもなります。つまり、内部活性化、生徒・保護者とのコミュニケーションによって、全体的に向上していくものなのです。このあたりの手法はこれまでに何度も取り上げました。

今回は、来期に向けての点検のためのヒントになるように、売上について考えました。ぜひ、皆さん、来期、どういう塾にしていきたいのか。今から考えてください。

学習塾の売上を上げる原則は以下のようになります。

学習塾売上3原則

1. 新規生徒の獲得
2. 在籍生の退塾防止
3. 商品買上げ点数の増加

【編集後記】

★ MBA 創立 20 周年記念事業★
パターンオーダーチラシ注文受付中です！

デザインをパターン化することで、従来の弊社のチラシ作成・印刷の費用を 1/4 以下の価格でご提供しております。注文は最低 5,000 部からお受けします。ぜひ、この冬の集客に活用してください。

↓パターンオーダーチラシ特設サイトはこちらから↓
<https://management-brain.net/chirashi/>

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



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.81

学歴社会とか学校歴社会とかという言葉をよく耳にします。前者に関して言えば、学歴によって給料、ひいては生涯賃金が大きく変わってくることは、それが適切か否かは別として、この国では広く受け入れられているようです。

どのくらい違うのかを「ユースフル労働統計 2020」（独立行政法人労働政策研究・研修機構）で眺めてみましょう。以下は該当する学校を卒業してただちに就職し、60歳で退職するまでフルタイムの正社員を続けた場合（同一企業継続就業とは限らない）の生涯賃金で、退職金は含んでいません。2018年時点の推計で、単位は100万円です。

●生涯賃金（単位：百万円）

学歴	男性	女性
中学卒	199.3 百万円	145.4 百万円
高校卒	213.7 百万円	152.0 百万円
高専・短大卒	217.7 百万円	177.2 百万円
大学・大学院卒	272.1 百万円	215.7 百万円

男性の大卒・大学院修了と高卒とでは、高卒のほうが4年間も就労期間が長いにもかかわらず、生涯賃金は5,840万円も少ないことがわかります。女性の場合はさらに少なく、6,370万円もの開き――。

大卒・大学院修了の男性の生涯賃金は2億7,210万円、女性のそれは2億1,570万円。ここにこの国の、一日も早く払拭しなければならないジェンダーによる男女格差が出ていますが、その点については後日に譲るとして、では、同じ大卒でも出身大学によってどれだけの差が出るのか。今度は「学校歴」によってどれだけ差が出るのかを確認してみることにしましょう。

就職・転職のためのジョブマーケット・プラットフォーム「OpenWork」を運営するオープンワーク株式会社（東京都渋谷区）がこの春、「【年齢別】出身大学別年収ランキング」を発表しています。18年3月～21年1月に同社の「OpenWork」に登録のあった年収および出身大学データのうち、100件以上データのあった大学206校の出身者の、30歳時点の想定年収の上位30大学を

ランキングの形で並べたものです（大学院修了は除外）。ここではその30大学を25歳時点の年収順に並べ替え、25歳時点、35歳時点、45歳時点の想定年収を比較してみましょう。

●出身大学別・年齢別想定年収ランキング（単位：万円）

学校名	25歳時	35歳時	45歳時
東京大	505.3万円	945.2万円	1155.3万円
慶應大	478.3万円	852.8万円	1010.4万円
一橋大	475.0万円	900.6万円	1189.8万円
京都大	458.0万円	848.4万円	1092.5万円
国際基督教大	441.8万円	745.6万円	841.3万円
大阪大	440.2万円	761.6万円	991.0万円
早稲田大	437.8万円	767.9万円	949.6万円
名古屋工業大	427.8万円	712.5万円	839.3万円
東北大学	427.2万円	737.1万円	899.0万円
防衛大学校	427.1万円	685.7万円	1079.8万円
上智大	426.7万円	740.2万円	927.0万円
横浜国大	425.8万円	763.2万円	926.6万円
東京理科大	425.2万円	728.4万円	877.2万円
東京工業大	424.4万円	861.2万円	1053.7万円
神戸大	422.1万円	773.9万円	951.2万円
名古屋大	419.2万円	737.3万円	867.3万円
九州大	418.9万円	725.7万円	832.0万円
筑波大	415.2万円	720.5万円	927.5万円
北海道大	407.2万円	729.6万円	855.6万円
同志社大	405.3万円	697.0万円	848.6万円
中央大	404.7万円	681.8万円	830.4万円
明治大	402.8万円	673.1万円	807.6万円
電気通信大	400.3万円	698.9万円	842.0万円
青山学院大	400.1万円	666.2万円	825.8万円
大阪府立大	399.6万円	702.4万円	897.8万円
大阪市立大	394.9万円	697.8万円	852.0万円
横浜市立大	392.0万円	680.2万円	881.2万円
首都大学東京	388.7万円	717.7万円	825.9万円
京都工芸繊維大	385.6万円	674.4万円	756.4万円
東京薬科大	341.2万円	682.2万円	989.7万円

ランクインしているのは国立大学（大学校）16校、公立大学4校、私立大学10校。旧制7帝大と私立の人気校の早慶上理はすべて入っていますが、関関同立とGMARCHのうちいくつかは入っていません。

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.81

一つひとつ見ていくと、25歳時点で年収が高いトップ5は上から東大、慶應、一橋、京大、ICU（国際基督教大）。ICUはちょっと意外という気がします。一番高い東大と30位の東京薬科大とでは164万円もの差になっています。

35歳時点ではどうか。トップ5は東大、一橋、東工大、慶應、京大の順。25歳時点と比べると一橋が3位から2位に上昇、14位だった東工大が3位に入る代わりにICUが10位に後退しています。トップの東大と30位の青学とは279万円の差。

では、45歳時点では？ 25歳時点で3位だった一橋がトップに躍り出て、東大は2位に後退、3位は京大、4位はなんと防衛大学校、5位は東工大。一橋と30位の京都工芸繊維大との差は433万円。ずいぶん開いていますね。

ついでに25歳時点から45歳時点までの20年間に年収がどのくらいアップするかも見ておきましょう。

いちばんアップしているのは一橋で715万円も上がっています。次は防大の653万円、その次は東大の650万円、以下東京薬科大の649万円、京大の635万円と続きます。

逆にアップ額が小さいのは京都工芸繊維大の371万円、次がICUの400万円、その次が明治の405万円。かなり違うものですね。

言うまでもなく、おカネがすべてではありません。さらに言えばこれは現時点での想定年収であって、目まぐるしく変化するこれから先についてはどの大学がどういよう評価を受けるようになるのか、全く予測がつかえません。とはいえ、生徒さんたちの進学指導をする際には、出身大学によってこうした違いがあることをアタマの中に入れておいてほしいと思います。

PS・コンサルティング・システム

小林 弘典

対象学年
小・中・高
改訂・新刊多数!
最新版公開中

冬期講習用テキスト

ラインナップのご確認・ご注文はこちらから！















CHUOH ネットショップ
塾用教材の専門店



<https://www.shop-chuoh.com>