

CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2022年1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.119 <自塾もコンセプトを磨く！>

前回、私は、この2年間、コロナ禍で消費活動が停滞し、家計に大きなダメージが起きていることを書きました。今回は、私たちの塾経営が、どういう風に対応したらよいかを考えたいと思います。

家計が苦しくなれば、私たち学習塾も、慎重に選ばれます。ということは、新しい塾のコンセプトが必要かもしれないということですし、今までのコンセプトをブラッシュアップしなければならないということです。

ということで、消費動向が変化しても、存在感を示し、選ばれる塾になるための道筋を考えたいと思います。

そのための第一歩は、「驚き」で存在感を出すということです。そのためにまず、顧客を知ることです。

驚きとは、どんな反応でしょうか。それは、自分が思ってもいなかったことが起こる時、自然と生まれる反応です。この驚きを与えるためには、顧客の期待を良い方向に裏切ることです。そのために、「顧客を知る」ことが大切です。顧客は自塾にどんなことを求めているのか。それを知って初めて顧客の期待を大きく上回ることが出来ます。つまり、期待を裏切ることができるのです。

「顧客を知る」ということを考えるとき、塾長の想いからスタートした塾は、自分の想い先行なので、顧客の真実を客観的に見ていないものです。前回も書いたように、現象を理解し、顧客の一般像から、皆さんの塾の周辺の人々の暮らしまで考えて、ぜひ、色々と類推して、顧客の真実に近づいてください。時代を意識して顧客像を理解してください。例えば、「こういう時代だからこそ、こういう塾にしたい、だから、こんな顧客に来てもらいたい」と明確にしてください。そうやって顧客の期待や想いをしっかりと理解してください。「数ある塾の中でうちの塾に来た理由は何だろうか」、「どういう期待を持って通ってくれているのだろうか」、それがはっきりと分からなければ、顧客を知ることはありません。

規模の大小にかかわらず、塾はどここの町にも何件かあります。数多くある塾の中で、自塾を選んでくれた顧客の期待をしっかりと受け止めることです。そして、その「しっかりと受け止める」ということをスタートラインにしない限りは、塾経営は成功しません。そして、受け止めるだけで終わるのではなく、日々、

塾のコンセプトを高めていき、「ここまでしてくれるのか」、「こんなことは、気付かなかったけど、こうやってやればいいんだ」というような驚きを顧客に与えていきます。顧客の期待を知って、その次に、それ以上のことをどうやって創っていくのか、つまり「どう裏切っていくか」ということを塾経営では常に考えてほしいのです。

ここで、改めて「想い」と「コンセプト」の違いを明確にしておきましょう。

例えば、「主体的で自主性のある子どもに育てたい。そういう教育をしたい」。これは、想いであってコンセプトではありません。これをコンセプトにするのに、例えば以下のように考えます。

主体的で自主的な人間にするために、塾では教科学習として何をどこまでやるのでしょうか。生徒の自学自習として何をどこまでやらせるのでしょうか。そして、そのバランスを具体的にどうするのでしょうか。

子どもを主体的にさせるための仕掛けは何でしょうか。前述の教科と自学自習のバランスもその一つです。また、主体性ある子どもたちにするためには子どものセルフ・エスティーム(自己重要感)を高めることが重要です。そのセルフ・エスティームを高める機会をどうやって学習塾は創るのでしょうか。例えば、必ず授業の中で最低一回は指名し、正解を言わせ、「できる」という実感を持たせる。これもその機会の一つです。

このような取り決めやオペレーションを具体的に作ります。想いをコンセプトにするとはこういうことです。コンセプトとは、「具体的に落とし込んだ行動が並んだものの総称」です。「具体的な行動に落とす」ということが、非常に重要なのです。

顧客の満足度を高めるために、「塾が具体的に何をしてくれるのか」という生徒・保護者の期待を、良い意味で裏切ってください。それが顧客にとって価値のあることなのです。

2022年度は、高校の学習指導要領も変わり、これで大きな改革は、全部揃いました。学習指導要領が改訂され、勉強内容も難しくなったのです。塾に生徒がやってくる機運は高まっています。ぜひ、時代にあったコンセプト・顧客が求めるコンセプトに仕上げてください。新しく作るのも、ブラッシュアップするのも良し！です。

【編集後記】

★問合せ多数につき映像化決定★ 2022年1月下旬販売開始
 「MBA20周年&中土井鉄信選集 記念セミナー」DVD 予約受付中！

中土井が20年間、あらゆる規模の学習塾をコンサルして蓄積したノウハウを一挙公開。塾経営の成功の秘訣を、2枚組・各収録時間120分以上のDVDにしました！

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.83

昨年12月22日、文科省から2021年度の「学校基本調査」の確定値が発表されました。ちょうど大学入学共通テストが終了したところですので、21年度の大学進学率について見ておきましょう。

右の表が、都道府県別の高等学校（全日制・定時制）と中等教育学校後期課程卒業者の大学学部進学率（四年制大学現役進学率）です。

進学率が最も高かったのは東京で67.2%、次が京都（65.5%）、その次が兵庫（60.2%）、4番目が神奈川（59.9%）、5番目が大阪（59.4%）。

逆に低かったのは、鹿児島（34.0%）、沖縄（37.3%）、山口（38.6%）、鳥取（38.7%）、宮崎（39.4%）の順。鹿児島は東京の約半分です。40%未満はこれに大分（39.8%）を加えた6県でした。

全国平均は52.9%。平均以上が12都府県、未満が35道府県ですから、上位12都府県が平均を引きずり上げている格好ですね。地域格差が顕著に現れていると言ってよからうと思います。

男女別も見ておきましょうか。

男の平均は54.3%。

高かったトップ5は京都（66.3%）、東京（65.3%）、大阪（62.6%）、神奈川（61.8%）、兵庫（60.4%）。

低かったボトム5は沖縄（36.3%）、鹿児島（36.9%）、鳥取（37.6%）、山口（38.7%）、宮崎（39.6%）。

女の平均は51.6%。

高かったトップ5は東京（69.1%）、京都（64.7%）、兵庫（59.9%）、神奈川（58.0%）、広島（57.9%）。

低かったのは鹿児島（31.1%）、大分（36.5%）、沖縄（38.3%）、山口（38.5%）、佐賀（39.1%）。

男女ともに高いのはすべて大都市を抱える都府県、低いのは大都市から遠く離れた地域でした。

ジェンダーギャップにも触れておきましょう。

男女の差がもっとも大きかったのは山梨です。もちろん男よりも女の方が低く、差は8.3パーセントポイント（以下ppt）。次が北海道（8.0ppt）、その次が福井（7.0ppt）、以下、埼玉（6.8ppt）、大分（6.6ppt）。

最も小さかった、というより男よりも女の方が高かったのは、順に徳島（女の方が5.1ppt高い）、東京（3.8ppt）、高知（2.7ppt）、鳥取（2.1ppt）、沖縄（2.0ppt）、熊本（1.1ppt）の6都県でした。平均は男のほうが女よりも2.7ppt高くなっていますから、ジェンダーギャップの解消にはまだまだ時間がかかりそうですね。

●大学学部進学率（四年制大学現役進学率）

都道府県	全体	男	女
全国平均	52.9%	54.3%	51.6%
北海道	44.0%	48.0%	40.0%
青森	43.3%	44.0%	42.5%
岩手	40.0%	40.4%	39.6%
宮城	46.8%	49.2%	44.4%
秋田	41.5%	42.9%	40.0%
山形	40.7%	41.5%	39.9%
福島	41.6%	42.9%	40.2%
茨城	50.4%	51.8%	48.9%
栃木	49.9%	51.9%	47.9%
群馬	50.1%	51.7%	48.4%
埼玉	56.7%	59.9%	53.1%
千葉	54.8%	57.1%	52.5%
東京	67.2%	65.3%	69.1%
神奈川	59.9%	61.8%	58.0%
新潟	44.9%	48.0%	41.9%
富山	47.5%	48.6%	46.5%
石川	51.7%	53.4%	49.9%
福井	53.9%	57.3%	50.3%
山梨	53.5%	57.4%	49.0%
長野	43.6%	44.3%	42.9%
岐阜	51.7%	53.9%	49.5%
静岡	50.2%	52.9%	47.2%
愛知	56.1%	57.9%	54.3%
三重	46.8%	49.0%	44.6%
滋賀	52.3%	55.1%	49.4%
京都	65.5%	66.3%	64.7%
大阪	59.4%	62.6%	56.1%
兵庫	60.2%	60.4%	59.9%
奈良	56.6%	59.1%	54.0%
和歌山	49.5%	51.1%	47.8%
鳥取	38.7%	37.6%	39.7%
島根	42.0%	43.0%	40.9%
岡山	49.5%	50.2%	48.7%
広島	58.4%	58.9%	57.9%
山口	38.6%	38.7%	38.5%
徳島	52.0%	49.4%	54.5%
香川	49.1%	50.6%	47.5%
愛媛	50.0%	50.5%	49.4%
高知	44.4%	43.1%	45.8%
福岡	48.6%	48.7%	48.4%
佐賀	40.4%	41.7%	39.1%
長崎	42.4%	42.7%	42.2%
熊本	41.9%	41.3%	42.4%
大分	39.8%	43.1%	36.5%
宮崎	39.4%	39.6%	39.3%
鹿児島	34.0%	36.9%	31.1%
沖縄	37.3%	36.3%	38.3%