

**CHUOH TRY+ANGLE**
知っ得通信2022年4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.122****<教育サービスという構造>**

春期講習、お疲れ様でした。新年度募集は、どうだったでしょうか。今年はおミクロン株の影響で、非常に問合せの出足が遅く、4月後半、5月連休明けまで、問い合わせがあると思います。ぜひ、1件1件丁寧に対応し、在籍生にしていきましょう。

さて、私が塾コンサルとして独立して20年以上が経ちました。2001年当時、経営コンサルタント言えば、MBA(経営学修士)ということもあり、MBAを取得するか!と思って調べてみると、MBAを取るのに、なんと2年間で400万円もかかり、しかも、その授業は英語だったのです。これは無理だと思って、あれこれ考え、社名にすれば一銭もかからないということに気づいて、MBA(マネジメント・ブレイン・アソシエイツ)という名刺を作って、21年が経ちました。これも、皆様のお蔭です。ここに改めて御礼申し上げます。ありがとうございました。

今回は、私が普通の塾コンサルと違う点があるとすれば、ここにあったのではないかと思っていることを書きます。私は、本質を理解したいと思って生きてきました。「教育はサービス業」だと、その当時、ワタミの社長であった渡邊美樹さんが言っていました。全くわかっていないなあと思っていたのです。教育は、単なるサービス業ではないのです。今回、新年度のスタートとして、このことについて書きたいと思います。

私がコンサルになって一番意識したのが、この教育サービスという仕事の本質です。簡単に言えば、「教育サービスとは、客商売で指導業」ということです。ちなみに、「指導業で客商売」の順ではありません。ここを押さえて、色々なことを考えて、学習塾で応用していけば、必ず成功すると思って指導をしてきました。

教育サービスは、サービス業ではないと私が発言を繰り返すのには、理由があります。それは、先にも触れたワタミの元社長である渡邊美樹氏が、学校はサービス業だと定義して、社会に随分と広がったからです。この渡邊氏の発言は、もう10数年以上も前のこととなりますが、渡邊氏の発言は、大きな影響力を持ちました。現にその影響で、塾経営者の中には、教育をサービス業だと思って、ホスピタリティーの向上だけを考えている方が数多くいました。

しかし、この渡邊氏の定義は、正確に言えば正しくありません。教育は、単なるサービス業ではないのです。教育は、「教育サービス業」という、サービス業としてはちょっと変わった領域を占めるものです。先にも言いましたが、「客商売」と「指導業」の2つの面を持っているのです。また、それは、2つの点でサービス業としては特殊なものです。

その一つは、指導性があるということです。サービス業では、基本的にお客様に対して、指導はしません。どんな注文にも快く応じる居酒屋が典型的なものです。「はい喜んで!」と注文を承る仕事です。それに対して、教育サービス業は、お客様に対して指導をし、スキルを身につけさせ、お客様の能力を高めることをする仕事です。ですから、その瞬間では、お客様に不愉快な思いをさせてしまうことがあるということになります。「君の勉強の仕方は違っているよ!」とか「もっと真剣に取り組まないと、君の目標は達成できないぞ!」と叱咤激励する場面もある仕事なのです。サービス業には、お客様を不愉快にさせる行為は前提にありませんが、教育サービス業には、あるのです。ここが一般のサービス業とは違うところです。

中土井鉄信の「地域一番の繁盛塾になるための最強法則」

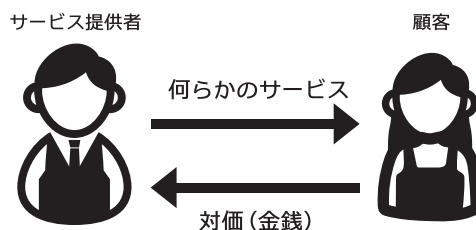
vol.122

そして、もう一つ特殊なことは、お客様が二重に存在するということです。サービス業は、基本的にサービス提供者とサービス受益者が、そのサービスを行なう場面にいて、そのサービスが実行し、サービスの対価を払って完結します。従業員が一生懸命サービスを提供し、技術が優れていれば、お客様は満足をし、またそのサービスを受けたいと思うのです。サービス業では、基本的に顧客の二重化は起こりません。

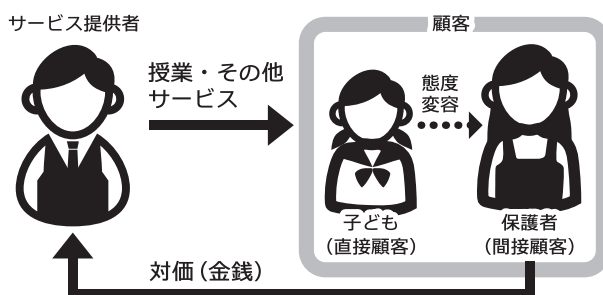
それに対して、教育サービス業では、サービス提供者(=教師)が、サービス受益者(=子ども)に対してサービス(指導)を提供しますが、そのサービスを評価するお客様は、そのサービスを直接受けた子どもと、その子どもを育てている保護者です。ここに顧客の二重性があります。そして重要なのは、教師がいくら一生懸命指導をしても、その指導を受ける子どもが、やる気になって、態度変容(子どもの姿勢が変化する、勉強が分かるようになる、能力が高まる等々)を起さない限り、保護者は評価してくれないということです。ここが、サービス業とは圧倒的に違うところです。ですから、一般のサービス業よりは、かなり難しい仕事なのです。

サービス業は、モノを通して行われる場合が多いですが、教育サービス業は、主に人的なサービスで、無形なサービスですから、子どもの態度変容を見せることが非常に重要になります。そして、サービス(指導)する教師の人的魅力が重要になります。なぜならば、指導性を発揮しなければならぬからです。指導をして不愉快になった生徒が、教師に反感しか抱かなければ、態度変容など起こらないからです。

◆通常のサービス業



◆教育サービス



教育サービス業である学習塾経営で成功するポイントは、今言った教育サービスとサービス業の違いを理解することです。

教育サービスは、指導業ですから、顧客に不愉快な思いをさせてしまう可能性があるということ、そして、顧客が二重化しているということ、この2点がサービス業としては特異な点なのです。この点をしっかり理解することです。

顧客が二重化しているということは、子どもの指導を行なうのは当然のこととして、子どもの保護者にもしっかり説明をする責任があるということです。学習塾に子どもを預け、その子どもの態度変容を期待するか実際に変化を実感して、保護者は、その学習塾を信任し、授業料を学習塾に支払うのです。つまり、学習塾の評価は、子どもとその保護者がするものです。この事実から学習塾は、逃げないようにすることです。学習塾は、ベクトルを子どもと保護者に向けて仕事をするということなのです。

教育サービス業である以上、学習塾は、顧客の評価をしっかりと受け止めて、自分の仕事に向かうことです。

【編集後記】

一般社団法人 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」今年も開催決定!

中土井が代表理事を務める日本教育コンサルタント協会 (JEC) の、学習塾経営者・教室責任者向けのセミナーです。全国で活躍中の学習塾コンサルタント陣が、貴塾がさらに飛躍するためのヒントをお伝えます。

5/29 (日) 東京 6/5 (日) 大阪

【参加費】一般参加…7,600円 (税込・昼食付)

▼詳しいご案内はこちらから▼

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

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.86

コロナ禍が始まって以来、外に出ることがずいぶん少なくなりました。もちろん週に1、2度、買い物などで外出することはあります。そんな折、なぜか目に入るのが若いママさんにダッコされた幼い赤ちゃんです。

数年前まで、小さな子どもを見ると、「この子たちは東日本大震災を知らない子どもたちなんだな」と思ったものでした。が、今は「この子たちはマスクのない生活を知らない子どもたちなんだな」と思うようになりました。一日も早く、日常が戻ってきてほしいものです。

余談はともかく、コロナ禍はわれわれ学習塾業界にも多くの変化をもたらしました。なかでもこの先、もっとも大きな影響を与えそうなのが「オンライン」の進化です。

このことに関しては、ほとんどの塾事業者が同じ見解をお持ちだろうと思います。とはいえ現状、オンラインに全力を傾けている塾事業者は意外に少ないのが実情とあっていいでしょう。

なぜでしょうか？

理由はわりと単純です。

塾事業者の多くが、オンラインでは保護者の支持を得られないと考えているからにほかなりません。

かつて触れたことのある（公社）全国学習塾協会調査の中に興味深い質問項目があります。

●保護者が希望する指導方法

指導方法	21年4・5月	21年8月	22年1月
対面授業	95.0%	83.6%	84.6%
オンライン授業	1.0%	2.3%	2.1%
分からない(その他)	4.0%	14.1%	13.3%

塾事業者に「保護者が希望する指導方法はなんだと思われませんか？」と尋ねた際の回答です。昨年の春の調査、夏の調査、今年の1月の調査、いずれも「オンライン」はごくごくわずかで、「対面授業」が圧倒的な割合を占めています。

塾事業者のこうした判断はおそらく間違っていない。

(株)CyberOwlが運営するテラコヤプラス by Amebaがこの2月18日～3月15日、小1生～小6生の子どものもつ保護者500人を対象に実施した調査の結果を見てみましょう。

●子どものオンライン授業で保護者が困っていることがあるか

ある	63.2%
いいえ	36.8%

●子どものオンライン授業で困ったこと

授業中の生活音の排除	38.9%
仕事との両立	19.7%
学習スペースの確保	18.7%
インターネット環境	12.0%
家事や子育てとの両立	8.5%
その他	2.2%

●子どものオンライン授業で不安・気になるところ

集中しているかどうか	31.3%
パソコンやタブレットが使えるか	20.1%
勉強を理解しているかどうか	11.6%
授業態度	10.0%
普段の学校生活	7.5%
授業内容	15.7%
教員の指導力	2.2%
その他	1.6%

これは多分、学校のオンライン授業に対する感想だろうと思いますが、保護者のウケはあまりよくありません。塾のオンラインに対しても似たようなものでしょう。かりに今、保護者に、オンライン塾と近くある対面塾とどちらを選びますかと聞けば、9割以上は間違いなく対面塾を選ぶでしょう。

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.86-2

だからこそ塾事業者はオンラインにさほど力を入れていないわけです。

しかし私は、そうした対面優位は早晚、それも極めて近い将来大きく崩れる、場合によってはあっという間にオンライン優位まで行くのではないかと思っています。

この春、小学校に入学したピカピカの1年生の生育環境のことを考えてみましょう。彼らはママにダッコされているときからスマホをオモチャに育ててきた子どもたちです。スマホやタブレットやPCの操作など、なんの苦も無く瞬く間に習得してしまう、いわばスマホネイティブ世代です。

注意したいのは、こうしたピカピカの1年生を始め2010年代、つまりいわゆる4G（第4世代の移動通信システム）が普及していく中で育った子どもたちの知識・情報の吸回路、学習回路が、アナログ世代のわれわれや半デジタル世代の保護者たちのそれと同じかどうかです。

テラコヤプラス by Ameba の調査にあった、もう1つの質問項目をご覧ください。

●子どもはオンラインに集中しているか

とてもよく集中している	16.4%
集中している	61.0%
あまり集中していない	21.0%
集中していない	1.6%

保護者の77.4%が、子どもたちは「集中している」と答えています。

5分、10分の動画でさえ集中して観ることのできないオトナに比べ、これはある意味、驚異といつてよいでしょう。

少々大袈裟に申し上げれば、今の小学生は、間違いなくわれわれとは別の人類です。

そうした子どもたちがすぐに中学生になり、高校生になっていきます。

新しく出現したものには不満はつきものです。

オンラインも同様で、数えあげればきりが無いほど不満は出てくることでしょう。

とはいえ、勉強する上で一番肝心の「集中」さえできるようなら、そうした不満はやがて解決していき、保護者にとっては送迎負担が軽減する、料金が安くなるなど、メリットの方だけが目に入ってくるものではないでしょうか。

皆さんにお勧めしたいのは、なにはともあれ試験的に、いますぐオンラインをスタートさせることです。

週1回は対面で、もう1回はオンラインで。そんな併用塾でも構いませんし、週2回対面、残り5日は毎日8時から30分間だけオンライン自習室でも構いません。

とにもかくにも、始めてみることです。重ねてお勧めしておきます。

PS・コンサルティング・システム
小林 弘典

CHUOH オンラインセミナー

2022年 5月12日 木

11:00 ▶ 12:00 参加費無料

定員 / 先着100名 お申込み期限 / 5月9日(月)

■セミナータイトル ※「TERRACE」の商品紹介を中心に説明します。

「今求められる学習塾の役割」 —夏から始める講座設計提案—

■お申し込み

QRコードまたはURLからお申し込み
フォームにアクセスしていただけます。



<https://forms.gle/2fR231F5hLL8PhYq7>