

CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2023年7月21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 <https://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.137 <お値段以上の付加価値を創造する>

読者の皆様、夏期講習の集客状況は、どうでしょうか。在籍生の受講率・単価が、昨年よりも下がっている塾が多いとは思いますが、講習生の集客は、是が非でも成功させたいものです。8月末まで、気を抜かずに、臨戦態勢で臨んでください。

今回は、ちょっと気が早いのですが、9月以降や来年度のサービス設計のヒントになるテーマで書きます。

家計が苦しくなった今、ニトリではありませんが、「お値段以上」を実現することは、塾が選ばれる上で、非常に重要な要素になったと思います。特に、通常授業以外での学習指導で生徒や保護者の皆さんから「感謝」を得ることは、地域評価を高める点でも非常に重要です。今回は、子どもの態度変容を促す取り組みを通して、付加価値を創造するポイントを考えます。

最初に私たちが学習塾において実現すべきことを確認しておきましょう。大前提として何を実現しなければならないのか。それは「子どもたちの態度変容」です。態度変容は、子どもたちの心的・行動的な変化と言い換えてもいいでしょう。

- ① 塾に通って、家で勉強するようになった！
- ② 塾に通って、学校の勉強が分かるようになった！
- ③ 塾に通って、主体的に勉強するようになった！
- ④ 塾に通って、定期テストの点数・学校の成績が上がった！
- ⑤ 塾に通って、志望校に合格できた！

上記のような変化を実現するための手段が「授業」です。通常授業をしっかりと行うことで態度変容を実現していきます。しかし、授業だけでは足りない部分も出てくることは否めません。そこで、通常授業を補完する「補習」と「自習」が必要です。通常授業を「補完する」という意味において、これらは「付加価値」(＝通常授業以外のサービス)となります。こうした「通常授業・補習・自習」という学習指導を徹底し、子どもたちの態度を変容させるのが塾の大前提です。よって、授業以外のサービスを高めるポイントの一つは「補習」・「自習」という通常授業を補完する勉強に関することです。

ただし、勉強一辺倒では、塾に来る楽しみがなく、現代の子どもたちにとっては苦役になってしまう可能性が高くなってしまいます。そのため、「勉強」という本流を支えるイベント(学習イベント/娯楽イベント)の存在が授業以外で重要になります。学習イベント・娯楽イベントを創造し、授業とは違う角度・種類から子どもたちの勉強に対するモチベーションを高めること、ここが重要なことです。また、通塾に対するモチベ

ションも高めていくことです。もちろん、バランスが大切なのですが、小学生は娯楽イベント、中学生であれば、学習イベントに比重が置かれます。

「補習」・「自習」・「イベント」。授業以外のこれらのサービスが生徒を集める大きな力になります。

通常授業以外に、プラスアルファの「指導」を売るのが補習です。通常授業+補習で「成績向上」を保証します。指導には必ず「人」が介在しますので、自習よりも価値が高いと言えます。

さて、補習(＝プラスアルファの指導)で重要なのは、「集団の視点と個別の視点を創造する」ことです。

集団塾の場合、ここ数十年のトレンドは個別的な志向です。今までの集団オンリーを脱却し、個別のニーズを吸い上げて、個的に満足させる方向が今後も続きます。よって、集団授業においては、個別フォローや小集団の形式で無料の補習を行います。「個別補習」で、個々の弱点を埋めていくものが通常授業以外にあることをアピールするのです。

一方、個別指導塾の補習は、集団的要素を組み込んで競争力をつけていくようにするといいでしょう。通常授業の個別形態は1:1から1:4という形式が多いと思います。補習は、当然、通常授業とは違う形で行わなければなりませんから、1:6や、それ以上の小集団で実施し、この部分は無料補習とします。決して、通常授業と同じ形態で無料補習を実施してはいけません。その場合は当然、授業料が発生します。このメリハリをしっかりとつけ、通常授業と補習を明確に分けて行ってください。

このように、補習を使って、集団と個別の二つの要素を塾として表現するのが重要です。集団指導塾も、個別指導塾も「両方向シフト」であることを顧客に訴えていきましょう。

補習がプラスアルファの指導を売のに対し、「時間と空間」を売り物にするのが自習です。現代はひと昔前と価値観が随分と変わり、「時間と空間」を提供するだけでも、十分サービスとして成立します。曜日や時間帯によって制限はあるでしょうが、空き教室や空きブースを「自習室」として用意しておき、「面倒見の良さ」を演出します。

さて、自習にも種類があります。一つが「自由な自習」です。これは、来ても来なくても、どちらでもいい自習です。一般的に「自習」というと、これをイメージする人が多いでしょう。もう一つが「強制自習」です。生徒を指名して塾に呼び、自習することを強制するのです。「A君、君は、水曜日の5時に塾に来て、数学のプリントをやりなさい」といった具合です。生徒によっては学習内容や学習時間を細かく指示します。

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.137-2

そして、無料の強制自習にチューターをつけることです。チューターを配備すれば、学習の精度が上がりますし、「チューター付きの自習室で自分のペースで勉強することで、弱点補強と自立学習の姿勢を生み出します」という顧客へのアピールにもなります。

補習と自習では、他者の強制力(指導が多い)が強いので、補習のほうが価値的には高いのですが、子どもの側からすると、補習よりも自習のほうが受け入れやすいのです。通常授業で指導を受けて、さらに補習で指導を加えられるのは心理的に負担です。自習は、ある程度自分自身で学習内容やペースが選択でき、満足したら、終われるという気軽さがあります。どちらか一方ということではなく、補習と自習をバランス良く組み込んでいくといいでしょう。

最後にイベントですが、今回は、娯楽系(お楽しみ系)ではなく、学習イベントの考え方について考えてみましょう。

学習イベントは年間のテーマを決めて実行してください。他塾との差別化のために「子どもたちの何を育てたいのか」というテーマを明確にします。

【例：年間テーマとイベント】

- ・ 感じる力を育てる ⇒ 年間を通じた名作の読書
- ・ 表現する力を育てる
⇒ 読書感想文や作文を書く、それをみんなの前で発表する
- ・ 好奇心を育てる ⇒ 理科実験教室や自然観察
- ・ 社会力、人間力を育てる
⇒ 職業体験・インタビュー、昔の遊び体験

上記の例は主に小学生を対象にしていますが、中学生ならば、お勧めは自分のキャリアプランに関するイベントです。社会人のOBや大学生をイベントに招いたり、市販の本を参考に資料を作ったりして、さまざまな職業とそれに進むためにはどのような方法があるのかをイベントで考えていきます。中学生に、今の勉強がこの先どこにつながっているのかを意識させましょう。

9月以降や来年に向けて、小学生ならどんなテーマで、中学生ならどんなテーマでイベントを実施するのか今の段階から決めておくといいでしょう。最近、出前授業や実験教室を開催してくれる大学や高校もあり、施設の貸し出しをしている私立の学校もあります。積極的に活用してみてもいいでしょう。

【学習イベント例】

◇小学生

- ・ 体験学習 (通常授業/イベント学習/体験合宿/ボランティア)
- ・ 自己表現講座 (感想文発表会/文集づくり/新聞づくり)
- ・ 異文化体験講座 (ネイティブ授業/メール交流/農村体験)
- ・ 子ども博士講座 (研究発表会/補習指導体験)
- ・ 親子協働講座 (漢字道場/ボランティア/研究発表会)
- ・ 理科実験講座 (学習系)

◇中学生

- ・ 総合学習対応講座 (キャリアプラン・職業体験・高校/大学授業)
- ・ 試験対策・絶対評価対策講座
- ・ ネイティブリスニング講座
- ・ 情報提供講座 (高校入試・学校情報)
- ・ 勉強合宿

最後になりますが、授業以外のサービスを考えるときに大切な視点をお話しておきます。

私たち学習塾は顧客に何を売っているのでしょうか。「授業」と答える人は多いでしょう。確かにそれは間違いではありません。しかし、それだけでしょいか。授業が受けられればそれで顧客は満足なのでしょうか。答えはもちろん、否です。顧客が望んでいるのは、授業によって得られる効果です。その効果とは「学力向上」です。授業は学力向上の手段です。ですから、塾は授業を売っているとも言えますが、授業によって得られる「学力向上」も併せて売っているのです。実は、それだけではないことは、読者の皆さんならわかっているはずです。

全員が成績向上するわけではないし、成績が伸び続けるものでもない、ならば、どうするのか。学力を売るのではなく、「元気を売る」、「自信を売る」、「セルフイメージ向上を売る」方向に私たちの行動を変えるのです。学力向上は全員に保証できませんが、全員を元気にすることならできるはず。元気に楽しく生き活きている子どもたちを保護者に見せるのです。それは、生徒の「態度変容」を売るとしても良いのです。そういうコミュニケーションを全てに渡ってするのは。

学力向上も売るけれども、それだけでなく、生きる源泉となるものを売る塾。これから求められるのはこういう塾です。授業はもちろんのこと、今回取り上げた補習・自習・イベント(=コミュニケーション)を通じて、是非、生徒の「態度変容」を実現させてほしいと願っています。

【編集後記】

◆ 学習塾業界で最大級の会員数！貴塾の安定経営を毎月サポートします。◆ 中土井による毎月のオンラインコンサルが月 6,600 円から受けられます！

MBAの会員制度「MBAサクセスフォーラム～塾を成功に導く勉強ゼミ～」では、中土井による会員限定のオンライングループコンサルや勉強会を毎月開催。

その他、会員限定情報誌や音声データ等で、塾業界・教育業界の最新情報をもとに毎月、盛りだくさんのコンテンツをお届けします。

▶ 「MBAサクセスフォーラム」の詳細や、豪華入会特典はこちらから！▶ https://management-brain.com/members_join/

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.101

学習塾業界の景況、いま一つ振るわないようです。夏期講習の集客状況にしてもあまりよい話は聞こえてきません。子ども人口の減少とそれに伴う公立高校の定員割れ、さらに加えてこの物価高、「もう、塾はダメなんじゃ…」と極端なことをおっしゃる方さえ出てきています。

とはいえ、塾産業のあらゆる分野がなべて低調というわけではありません。

例えば、幼児と小学生、とくに低学年対象の分野などは地味ながら、この先、かなり有望なのではなからうかとわたしは推測しています。

以下のデータをご覧くださいませでしょうか。

子どもの学校外教育について、今後、増やしたいと思うか、減らしたいと思うか。

《教室学習費用》(単一回答形式)			
	増やしたい	変えたくない	減らしたい
未就学児	38.7%	54.8%	6.5%
小学生	37.1%	57.3%	5.6%
中高生	24.2%	64.7%	11.1%
大学生等	4.8%	77.8%	17.5%

ソニー生命保険(株)がこの1月、大学生以下の子どもがいる20歳以上の男女1,000名を対象に行った調査の結果です(「子どもの教育資金に関する調査2023」)。

中高生の子どもに対しては、塾を含めた教室学習費用を今後「増やしたい」と考えている保護者が24.2%しかいない一方、未就学児や小学生の保護者の4割近くは「増やしたい」と考えていることがわかります。

もちろん、この「小学生」の中には現在、これまでにないほどの活況を呈している中学受験の志願者も含まれていることでしょう。

それゆえ、「増やしたい」と考える保護者が多いのは当たり前のように思われるかもしれませんが、ご存じのように中学受験は極めて地域性の高い分野です。

数字を挙げておきますと、昨年度の全国の中1生に占める国立・私立中の1年生の比率は8.9%で、中学受験の盛んな地域といえる12.0%を超えたのは東京(26.7%)、神奈川(12.0%)、京都(14.7%)、奈良(15.2%)、広島(12.0%)、高知(20.9%)の6都府県だけでした。これに比率自体は低いものの、東京の私立への越境組が多い埼玉(5.5%)や千葉(7.2%)を加えても全部で8都府県だけでした(文科省「学校基本調査」/ここでは公立の中高一貫校は除外)。

したがって、こうした地域性の高い中学受験組を考慮に入れずともやはり、小学生の保護者の塾熱は高まってきているとみてよいのではないのでしょうか。

では、今後「増やしたい」と言っている費用の、実際の支出額はいくらいなのでしょう。

学校以外での教育の平均支出金額(月額)の合計

	未就学児	小学生
2018年	7,471円	15,456円
2019年	9,402円	17,877円
2020年	9,253円	17,748円
2021年	7,797円	14,760円
2022年	8,916円	15,394円
2023年	9,384円	17,712円

コロナ禍の影響もあると見えて凸凹はありますが、間違いなく年を追うごとに増えているようですね。

ただし、ソニー生命調査のこの支出額は「スポーツや芸術などの習い事」「家庭学習」「教室学習」の3つの「学校外の教育費支出」の合計です。

また、「学校外教育に支出していない」との回答も含めた未就学児、小学生それぞれ248人の平均支出額です。

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.101-2

そこで、ちょっと古くなりますが、われわれのビジネスに直結する「学習塾費」、とくに未就学児と小学校低学年児童の「学習塾費」(通塾のための交通費も含む)と、ついでに通塾率について、文科省の「子どもの学習費調査」から引いておきましょう。

学習塾への支出者平均支出額(千円/年額) …「下線」は最大値

	16年度	18年度	21年度
公立幼稚園 3歳	52	43	<u>87</u>
公立幼稚園 4歳	59	72	<u>92</u>
公立幼稚園 5歳	67	68	<u>78</u>
私立幼稚園 3歳	60	<u>115</u>	84
私立幼稚園 4歳	74	<u>133</u>	95
私立幼稚園 5歳	67	<u>118</u>	91
公立小学校 1年	82	67	<u>116</u>
公立小学校 2年	89	96	<u>111</u>
公立小学校 3年	94	104	<u>148</u>
私立小学校 1年	190	182	<u>259</u>
私立小学校 2年	167	181	<u>208</u>
私立小学校 3年	214	215	<u>288</u>

学習塾への支出率(通塾率)…「下線」は最大値

	16年度	18年度	21年度
公立幼稚園 3歳	9.0%	<u>9.2%</u>	9.0%
公立幼稚園 4歳	11.8%	<u>12.2%</u>	10.4%
公立幼稚園 5歳	12.3%	12.6%	<u>19.2%</u>
私立幼稚園 3歳	7.0%	<u>17.1%</u>	13.3%
私立幼稚園 4歳	15.5%	<u>24.4%</u>	19.1%
私立幼稚園 5歳	16.8%	25.0%	<u>25.1%</u>
公立小学校 1年	<u>31.0%</u>	26.8%	26.9%
公立小学校 2年	30.9%	<u>31.4%</u>	30.2%
公立小学校 3年	34.8%	<u>39.0%</u>	36.5%
私立小学校 1年	58.2%	62.7%	<u>66.4%</u>
私立小学校 2年	60.6%	<u>67.3%</u>	61.4%
私立小学校 3年	63.9%	<u>75.6%</u>	72.4%

実際に塾に通っている子どもたちの平均支出額についてみていくと、21年度の支出額がコロナ禍前の18年度よりも低かったのは私立幼稚園の3歳児、4歳児、5歳児だけ。他はすべて21年度が最大値になっています。低かった私立の幼稚園児にしても16年度に比べればかなり高くなっています。

また、通塾率についてみると、さすがにコロナ禍真最中の21年度時点で最も高くなっているのは公立幼稚園5歳、私立幼稚園5歳、私立小学校1年だけですが、それでも公立幼稚園4歳、公立小学校1年と2年を除けばすべて、16年度よりも21年度の通塾率が高くなっています。

これらの数値をみてもやはり、幼児・小学年児童の保護者たちの塾熱は高まってきていると判断してよいのではないのでしょうか。

繰り返しになりますが、塾業界の景況は目下、好調とは言えない時期に差し掛かっています。が、塾に関わるあらゆる分野がダメになっていくわけではありません。

ここでは盛んになりつつある幼児・小学校低学年児童分野の例を挙げましたが、これはおそらく近年顕著な「共働き世帯」の増加がもたらしたものでしょう。

社会は刻々と変化しています。この先、社会がどう変化するか、しっかりと目を凝らしながら、ご自身の塾の今後を考えていただきたいと思います。

PS・コンサルティング・システム
小林 弘典