

The logo features the word 'CHUOH' in a stylized font with a circular icon to its left. To the right, 'TRY+ANGLE' is written in large, bold, outlined letters, with a plus sign between 'TRY' and 'ANGLE'.

2024年2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

<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.144

＜私たちは、コミュニケーションの達人を目指そう！＞

皆さんは、ミツバチに情報交換の出来る言語能力のようなものがあることを知っていますか。ミツバチが、花園(蜜がある花畑)を発見すると、巣に戻って、8の字のダンスをして、その花園の方向とその花園が良い餌場なのかどうかを知らせるという情報交換です。

この8の字ダンスがミツバチの情報交換の言語なのですが、この言語、意志というか、情報の質も表すのです。情熱的に長時間踊ると、発見した花園が物凄く良いものだということを表し、あっさりとダンスをする時は、花園が大したことがないということを表すというのです。ここからが重要なのですが、そのダンスを見て、他のミツバチがその花園を見に行きます。そして、巣に戻ってきて、先ほどのダンスの審議をまた8の字ダンスで伝えるのです。物凄く良いと判断した場合は、情熱的に踊りますが、それほどでもないかと判断した場合は、あっさりとダンスを踊って、反対の意思表示をするのです。

つまり、ミツバチの情報交換は主観的な判断を客観的な判断が補う構造を持っているのです。それによって、正確な集合知が形成されているということです。人間のように、最初に言った誰かに忖度して、話を合わせるようなことはしません。なぜなら、ミツバチは同じ血縁関係の集団なので、誰に遠慮することも無いのです(全て女王バチの子どもなので)。

このミツバチの情報交換や集合知、人間社会で言

えば、社会知の共有ということになるのですが、この社会知を私たちは、上手く活用して、コミュニケーションの達人になることです。

教育的フィールドにおけるコミュニケーションとは、「新しい意味」を子どもたちに伝えていくことです。それは、客観的な情報を子どもたちの心に響くような表現にして、情熱的に伝えることです。そして、その情報の意味は、どんな時にも通じる真理でなければなりません。そのためには、客観的な事実に基づくことが、ベースになっていることが必要です。つまり、私たち教師が、どのくらい歴史を知り、世界を知り、人間を知り、自分を知り、他者を知るにかかわります。主観的な表現のもとに、客観的な事実がなければならないのです。

新しい意味を子どもたちと共有する時、子どもたちは、行動をする意味を知るのです。ぜひ、そういう意味で、社会知を活用し、新しい意味の伝道者になってほしいと思います。

また、子どもたちと良い関係を築くための前提として、共感的なコミュニケーションを取ることです。共感的なコミュニケーションは、大きく分けて2種類あります。情動的共感と論理的共感です。

1. 情動的共感(自他融合的共感)

相手の気持ちと同じ気持ちになること。相手の身に、目に、心になって、同じ気持ちになることから自他融合的なのです。これが俗にいう「共感」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.144-2

2. 論理的共感（自他分離的共感）

相手の苦しさや問題や課題を解決するために、客観的に話を聞き、アドバイスすること。客観的ということは、自他が離されていなければできないので、自他分離ということです。

この2つの共感は、どちらか一方を使えばよいというのではなく、相手の状況によって使い分けることです。この2種類の共感をうまく使って、生徒と

の関係性を築いてください。例えば、高校入試の前に不安になっている生徒に、突き放すのではなく、不安な気持ちに共感し(情動的共感)、そして、その不安な気持ちを解消するような具体的アドバイス(論理的共感)をするという具合に、この2つの共感を組み合わせて活用してください。

私たち学習塾の仕事の大半が、コミュニケーションです。ぜひ、コミュニケーションの達人を目指して、生徒と保護者の感情と向き合ってください。

【編集後記】

中土井の会員限定オンラインコンサルを毎月開催！
「MBA サクセスフォーラム」3月度会員募集

「MBAサクセスフォーラム～塾を育てる勉強ゼミ～」は、学習塾に特化したコンサルティングを行うMBAがこれまでに多数の塾で効果を発揮してきたノウハウ・情報・ツールをご提供する、会員制サービスです。

中土井によるオンラインコンサルのほか、学習塾に特化した経営情報誌や、教育そのものの知見を深め、塾長の経営力を上げる勉強会など、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。

■■\入会時にプレゼント！/■■■

最大10万8,000円相当の豪華入会特典つき！

「MBAサクセスフォーラム」の詳細・お申し込みはこちら

https://management-brain.com/members_join/

中土井主催《学習塾経営革新会議 2024》
4月20日・21日開催決定！

今年度のテーマ

2024年の塾経営を拡大する
～各塾の実践報告から塾経営の本質を探る～

「学習塾経営革新会議」は、貴塾の経営を強固にする、2日間の実践的な勉強会です。

MBA代表・中土井鉄信をコンサルタント、アドバイザーとして、講演やグループワークを通じて参加者全員で、考え、議論し、塾経営を見つめ直します。

★詳細とお申込みはこちらから★

<https://management-brain.net/mbaseminar/>

塾まるごとネット
Jukumaru 厳選
教室家具・備品
「教える×学ぶ」空間に
「安心+安全」を。

アクセスURL

<https://jukumarunet.net>

塾まるごとネット

検索



学習塾専用教材から教室備品や消耗品まで、教室運営の必需品がまるごと購入できます。

※当ショップをご利用いただくには、事前に会員登録が必要です。初めてご利用の方は、まずは新規会員登録をお願いします。

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.108

受験と募集の季節ですね。

学習塾にとってはどちらも全力投球の大仕事ですが、今回は後者について気づいたことをお話ししておきたいと思います。

2月6日に総務省が「家計調査」を公表しました。

2人以上の世帯の昨年10月～12月の「補習教育支出」の項を見ると「対前年実質増減率」はマイナス10.2%となっています。

前年の2022年同期はマイナス2.8%、前々年の21年はマイナス1.6%。

塾業界にコロナバブルが発生した20年はプラス9.8%でしたから、21年以降3年連続してマイナスが続いていることとなります。

しかも昨年末のマイナスがとくに大きくなれば、残念ながらこの春の募集もまた、塾業界全体としてはかなり厳しいことになると予測せざるを得ないのではないのでしょうか。

まずはそのことを念頭に募集にあたっていただきたいと思います。

募集に際して皆さんにお勧めしておきたいことが2つあります。1つは、ここ数年間の「月別入塾者数」の確認です。以下をご覧くださいませ。

年商200億円の上場塾・東京個別指導学院が公表しているデータから、18年、19年、21年～23年の年間入塾者の月別割合を算出してみました。コロナ禍のためほとんど春の募集を行えなかった20年は除いてあります。23年の12月入塾者数は未発表のため18年、19年、21年、22年の平均をとりました。

年によって多少の変動はありますが、ご覧のように月別入塾者の比率はほとんど変わっていません。

同社の場合は、2月～4月の3か月間で年間入塾者数の29.9%～33.5%(5年平均31.1%)を、3月、4月の2か月間で23.8%～26.7%(5年平均25.1%)を確保しています。

この例からもお分かりになるように通常、個々の塾の月別入塾率が年によって大きく変わるということはありません。

ということは、春に1人でも多くの入塾者を確保できれば、年間入塾者数も増えるということです。

厳しいのは間違いありませんので大変とは思いますが、イッキに年間広告費の半分以上をつぎ込むことになっても、この春は是非とも頑張ってくださいと思います。

(ただし、注意したいのは「誰でもいいから…」はできるだけ避けること。塾の指導方針に合わない保護者のお子さんはいずれ退塾し、悪評をまき散らすこととなりますので。)

月別入塾者数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
18年	4.0%	5.0%	14.3%	10.8%	4.7%	9.4%	21.3%	5.2%	5.7%	6.0%	6.0%	7.7%
19年	4.6%	6.0%	14.4%	10.7%	4.9%	9.1%	22.8%	5.1%	5.2%	4.7%	5.5%	7.1%
21年	5.1%	6.8%	15.1%	11.6%	4.9%	8.8%	19.5%	5.8%	4.3%	4.4%	6.2%	7.5%
22年	5.5%	6.0%	14.3%	10.8%	5.0%	9.5%	19.5%	6.0%	5.2%	4.9%	5.8%	7.6%
23年	5.1%	6.1%	15.0%	8.8%	5.1%	8.1%	21.9%	5.4%	5.4%	5.1%	5.5%	8.5%
平均	4.9%	6.0%	14.6%	10.5%	4.9%	9.0%	21.0%	5.5%	5.1%	5.0%	5.8%	7.7%

数字でみる学習塾経営・業界のトレンド vol.108-2

もう一つは、やはりここ数年間の3月末時点の「学年別塾生数」の確認です。

例えばよく「今年の中1生が少なくて困る、どうにかしたい」などおっしゃる方がおられます。

学年別塾生数

	推定通塾率	通塾者数	通塾者の学年別割合
小1生	10%	94,500	2.6%
小2生	12%	116,451	3.2%
小3生	15%	150,857	4.2%
小4生	18%	182,501	5.1%
小5生	25%	256,011	7.1%
小6生	40%	414,086	11.5%
中1生	40%	420,394	11.7%
中2生	50%	530,360	14.8%
中3生	60%	637,772	17.8%
高1生	20%	202,923	5.7%
高2生	25%	245,527	6.8%
高3生	35%	334,509	9.3%
計		3,585,892	100.0%

上の表は乱暴なことは承知の上で推計してみた来年度の全国の「通塾者数」と「通塾者の学年別割合」です。「推定通塾率」はいくつかの最新データを参考に、おおよそこのくらいだろうという数値をあてはめてあります。年間を通して通ってくる児童・生徒に限った場合ということに加え、来年度はかなり厳しいと思っていますので、多少低めに設定してあります。

「通塾者数」は原則として、「23年度学校基本調査」の学年別児童・生徒数を1学年上にスライドさせ、上記の「推定通塾率」を乗じて算出しました。総計約360万人。来年度の全国の小1生～高3生はおおよそ1,212万人ですから約3割が通塾する計算になります。

「通塾者の学年別割合」は全通塾者に占める学年別の児童・生徒の割合です。①小1生から高3生までを顧客対象に、②ごく平均的な商品を扱い、③集団・個別・自立の3部門を抱え、④大都市にも地方の小都市にも教室があり、⑤1万人以上の塾生を抱えている塾でしたら、ほぼこれに近い学年別塾生構成になるはずです。

が、もちろん、そんな塾などほとんど存在しません。かなりな大手で、全学年を顧客対象にしているようなところでもたいていの場合、学年別に見ればかなりデコボコしています。

さらに通常、そのデコボコのありようは毎年、違っているものです。

いわんや塾生数が1,000人以下の中規模以下の塾の場合、年によって大きく違っているのは当然でしょう。

そこで、まずはさきほど申し上げたここ数年の3月末時点の「学年別塾生数の確認」です。その上で、その平均よりも少ない学年や多い学年があったら、いたずらに不安に駆られることなく、まずは多い学年に的を絞って徹底的にアプローチしてみてください。

少ない学年はいくら頑張っても集まりが悪く、反対に多い学年はさほど苦労しないでも集まってくるものです。結果として、例年より全体としての塾生数が増えるという可能性も十分にあり得ます。

平時でしたらバランスを考えて動く必要があるかもしれませんが、非常時には非常時のやり方があります。この春はおそらくは非常時であり、なにはともあれ集められるところから集めるのが得策だろうと思われます。それを忘れないで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