

# 育脳寺子屋本部教室（M A C 真成塾）より 募集に関して

育脳寺子屋本部教室の募集状況です。

2014 年度 募集状況（5 月末現在） 募集対象：**幼児・小 1 ～小 3 のみ**

| 1 月 | 2 月 | 3 月 | 4 月 | 5 月 | 6 月 | 7 月 | 8 月 | 9 月 | 10 月 | 11 月 | 12 月 | 計  |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|----|
| 1   |     | 4   | 16  | 1   |     |     |     |     |      |      |      | 22 |

集客方法：2 月に新聞折り込み **8,700 部**（京都新聞） その後定期的にポスティング約 **2,500 部**

※ M A C 真成塾では基本的に募集は幼児～小 3 としています。

中学部はありますが、M A C 真成塾の小学部に通っていた生徒のみ 入学でき、  
中学部からの募集はしていません。

## ◆ 「小学 1 年になったら入れようと決めているのですが、いつから入塾できますか？」

今年は 4 月の段階で新小 1 が 11 名入塾しました。うち 2 名は 1 月頃に「うちの子は新 1 年生なのですが、いつから入塾できますか？ 1 年生になったら入れようと決めているのですが」という内容の問い合わせを頂きました。昨年秋のチラシを取っておかれて電話を下されたそうです。本部教室が計画的な広告活動をするようになって 3 年目。その成果もあり年々他塾との違いが地域に浸透してきたように感じます。「今、生徒に入って欲しいからチラシをうつ」のではなく、長期的戦略としてチラシを考えれば、より効果が期待できます。

加盟塾の先生で「折り込みをしたが、反響がなかった」「ポスティングを続けているが問い合わせがない」と言って、その後の募集を辞めてしまう方がいらっしゃいます。これはとてももったいないことです。チラシを同じ部数を配ったとしても一年目より二年目、二年目より三年目の方が反響率は上がります。それだけ続けることに意味があるのです。

※本部教室は一時期口コミだけで定員がいっぱいになっていたのに、一切チラシを配布していませんでした。すると、後ほど分かった事なのですが「あそこはチラシを入れていないから募集していないらしいよ」という噂がたっていたのです。久々のチラシを配った時、最初に問い合わせを下された保護者さんが教えて下さいました。

## ◆ 学研さん、公文さんからの転塾も目立ちます

4 月に体験を受けた方で「現在公文に通っています」という方がいました。聞けば「とりあえずこの歳なら公文かなと思って通わせていますが、どうなのかなあ～と感じることも多く、チラシを拝見して面白そうなので体験を受けに来ました。」とのことでした。結果、体験後すぐに入塾を決められ公文さんを退会されました。さらに、一緒に公文さんに通っていた友達 2 人も一緒に入塾して下さいました。

『非受験で幼児～小学生の塾』と考えると、迷うことなく「学研さん」「公文さん」となってしまいます。それだけお金を使った宣伝をされていますので仕方ありません。しかし、そこに通わせている親御さんの全てが満足しているわけではなく、他に良い所があれば移りたい。ただ、他に思いつく所が無い、という方が結構いらっしゃるようです。加盟塾の入塾者さんもそのケースが多いようです。

## ◆ 幼児の入塾が増加傾向

このところ本部教室、加盟塾共に幼児さんの入塾が増えてきています。実は本部では、チラシでは小学1年生からしか募集していません。それなのに問い合わせが頻繁にあります。（今は年少～年長まで生徒がいます）お受験の教室なら週1回50分で2万円程の月謝を取る教室もあります。それから考えると育脳寺子屋の月謝（¥5,400）はかなり魅力的なのではないでしょうか？

売上の事を考えるとどうしても単価の高い「中学生」「高校生」と考えがちですが、幼児から中学（高校）までずっと通ってもらうことを考えると、単価は関係ありません。また中学生・高校生はどの塾も取りあい状態ですが、幼児・小学生は単価が安く手がかかるのでどの塾も敬遠しがちです。それなら、他塾の敬遠（苦手と）している幼児・小学生から集めれば、他塾と生徒を取りあう必要がありません。結果、塾の安定経営に繋がるのです。

# 貴塾の募集方法、見直してみませんか？？

## ◆ 「新聞折り込み」より「ポスティング」なのはなぜ？？

チラシの配布方法といえば、やはり「新聞折り込み」が一番に思いつきますが、今の時代は新聞の購読率が低下し、実配部数が減っているのので、高い費用対効果は期待できません。その点ポスティングは自分の足を使って、子どもがいそうな家庭に配布することができるのでロスが少なくなります。当然折り込みよりも配布部数に対する反響率は上がります。しかし、最近のマンションなどはポスティング不可なところがほとんどですので、対マンションと考えると折り込みは活用できます。

## ◆ 「ポスティング」をしていると見えてくるものがある

本部教室では同じ家に年間3～4回はポスティングします。そうしていると、自然と子どもがいる家庭の多いエリアが把握できてきます。またそれを2年、3年と続けていると大人の自転車しかなかった家に三輪車が置かれていたり、三輪車のあった家に小さな自転車が置かれていたり・・・という変化も見えてきます。

数年前、本部教室の近くに20区画程の分譲地ができました。ほとんどの家には小さい自転車がなかったので、重点的にポスティングを繰り返していたところ1人入塾してくれ、その後友達が2人入ってくれました。自分の目で見てポスティングを続けていたから出た成果です。自分の目と足を使わず、折り込み任せだとこの結果には繋がりませんでした。

## ◆ 今は入塾対象ではない「予備軍」にもしっかりアピール

先述のように、本部教室では大々的に幼児は募集していません（チラシにも小1から募集としています）。しかし、三輪車が置いてあるような家にはポスティングしています。今の生徒さんだけではなく、将来の生徒さんになる可能性があるからです。結果、今年は2名の年長さんが「1年生になったら入塾」という予約をして下さり、入塾へと繋がりました。

## ◆ どのような内容のチラシでもポスティングを続けたら反響は期待できるのか？

では、どのような内容のチラシでも継続的に配り続ければ反響は取れるのか？というところではありません。塾のチラシを思い浮かべると「〇〇高校〇名合格！」「分かるまで、懇切丁寧に！」「夏季講習！冬期講習！」「入塾キャンペーン！今入塾すると一ヶ月分月謝無料！」etc・・・正直、どこのチラシも差が無い！ほぼ内容が一緒で違うのは塾名部分くらいです（笑）これではあまり反響は期待できません。ある大手F Cに加盟されていて、その後育脳寺子屋に加盟された先生は「大手F Cの本部チラシは10万部撒いて反響1件だけでした。しかも入塾には至りませんでした・・・」とおっしゃっていました。別の先生は「通常コースの塾チラシは反応ゼロなのに、育脳寺子屋のチラシは毎回反響があるんです」とおっしゃっていました。（この教室は加盟されて間もないですが、もう寺子屋生が10名に達します）

## ◆ 自塾の「存在意義」について

多くの学習塾ではニーズがあるからそれに合ったコースを用意して宣伝します。しかし、他塾も同じようなコースを用意し、同じ様な内容を宣伝しているから選ぶ側からしたら何を基準に、どこを選んで良いか分からない・・・結果、名前を知っている＝安心な気がする。で、大手へ。となってしまいます。

今の時代、中小企業に必要なのは、

**ニーズのあるものを提供していく** = 競合他社が多く、価格競争に陥りやすい市場 ではなく、

**新しいニーズを作り出し、提案していく** = 賛同する絶対数は少ないかもしれないが、競合他社がいないので結果競争にならない市場

ではないでしょうか？ビジネス雑誌では前者を「**レッドオーシャン**」、後者を「**ブルーオーシャン**」と呼んでいます。

親御さんは「わが子の成績を上げたい」という気持ちで塾に通わせているでしょう。だから学習塾に通う学年は勉強が難しくなってくる小学校5年生以上が多いのです。

しかし育脳寺子屋の理念・授業スタイルは「目先の成績を追う」のではなく、「**自ら考え、行動できる社会に出てから活躍できる人を育てる**」という、もっと先を考えた取り組みです。勉強を教えるのではなく、勉強を通して物事の見え方や、分からない事に直面した時にどのように行動するか ということに身に付けさせるのです。

学習塾で目先の成績ではなく、もっと先を考えた取り組みをする（とは言え、当然その取り組みは結果的に成績に反映されてくるのですが）のは新しい価値観です。しかし、その新しい価値観を提案し続けていけば、そのうち「予約をしてでも入りたい」という方と巡り会えます。そして実際に通って頂き、内容に満足して頂ければ口コミ・紹介で広まってゆくのです。現に加盟教室でも初めの数名はチラシの反響で入塾したものの、後はほぼ口コミ・紹介で生徒数20名を超えた教室がございます。また口コミ・紹介の場合、内容を良く理解下さっている方が同じ考えの方を連れてきて下さるので、ミスマッチで辞められる事になりにくく、退塾率の低下につながります。

そのような流れになれば明確な「他塾との差別化」ができます。貴塾でも新しい価値観の提案をし続けて下さい。成功する秘訣は、これだ！と思い、始めた事を「途中でやめないこと」です。挑戦し続けている間は「失敗」ではありません。諦めて辞めた時点で「失敗」に変わります。