

育脳寺子屋通信

Vol.3

料金後納

ゆうめーる

〒616-8156 京都市右京区太秦西野町20

育脳寺子屋MAC

TEL 075-871-0374

FAX 075-882-377

URL <http://www.mac-terakoya.com>

e-mail 4411@mtf.biglobe.ne.jp

teaching → learning

これからは「学ぶ教育」

先生の考える「食べるのに 困らない職業」って何ですか??

(塾ってどうでしょう・・・?)



突然ですが、平成28年現在、日本にはいくつの職業があるかご存じですか?

厚生労働省の「日本標準職業分類」によれば、正解は**2,167種類**だそうです。

この数字は多いと感じますか? 少ないと感じますか?

遡ること約100年、大正9年の国勢調査で国民から申告された職業は約3万5,000種類ありました。しかし戦後の日本は多様性を切り捨て、職業を絞り込むことで急成長を遂げます。これが「高度経済成長」です。

大正時代から100年をかけて約15分の1まで減ってしまった現在の職業の中で、「食べるのに困らない職業」は何なのでしょう?

職業別の平均年収を調査している機関の調査結果によりますと、特殊な職業(スポーツ選手や議員など)を除くと一位はパイロット、二位は医者、三位は弁護士、と続くのだそうです。

その職業に就いたら、みんな高収入で安心!?

平均年収ランキングでも2位にあがった「医者」、激務ながらも高収入を約束されたイメージですが、実際の所はどうなのでしょう? 実は最近「ユニーク専門外来」と呼ばれるものが増えてい

るのだとか！いくつか紹介します。

東京医科歯科大学の川口先生は「息さわやか外来」という専門外来をしています。まず「口臭測定器」を使い、数字で口臭の有無を確認、原因を突き止め治療に当たります。

患者は中高年のサラリーマンが多いかと思いきや、臭いから「いじめ」になることを恐れる中学生くらいの子から、OLさんまで幅広いのだそうです。

スメルハラスメントという言葉もありますが、自分では気づきにくい「臭い」専門の外来ということで、年代を問わず多くの人が訪れているようです。

また別の専門外来には、2時間かけて県外から女子高生が治療に通います。その名も「バレエ専門外来」。

「レッスンのときに、痛みが出て、思うように踊れない」と話す女子高生は、若きバレエダンサー。これまで、地元の整形外科に通っていたが、あまり良くなならないためここまで通っているのだという。

バレエ専門外来の先生は、今まで2,000人以上のバレエダンサーを診てきた、バレエ治療の第一人者。豊富な専門知識で、症状を見抜き適切な処置を施します。

先生は「特にクラシックバレエはかなり特殊な症状が出る。普通の医者だったら、足の裏に、腱が、どんなのが、どういうふうにあるかとか知らないので、治してあげるのが難しい」と話した。

最後に紹介するのは「枕専門外来」を始めた女性医師。

この医師は20年ほど前、交通事故で首を負傷した際、整形外科医だった父親が、枕を調整してくれたところ、症状が改善した。

その体験をもとに、今では体の不調や不眠などの原因を枕に求め、枕を調整することで、改善を試みる外来を開設。すると、整形外科の患者だけでなく、不眠やいびきなど、さまざまな症状を訴える患者が駆け込んだ。

今では、予約が半年待ちになることもあるとか。「枕」という専門性を打ち出し、新しいマーケットを開拓し、収益にも大きく繋がりました。

紹介した以外にも、「肩こり外来」、「いびき外来」、「リゾートトラベル外来」「働く女性専門外来」などなど、なかなか耳にしない外来が多く出始めています。医師も、より専門性をアピールする時代になってきています。

医療ジャーナリスト・斎藤糧三さんは

「患者さんの悩みも、日々、細分化していますから、細分化されたお悩みを、ちゃんと解決できない医者というのはどんどん、淘汰されていくと思います。専門外来というところで手を挙げて、それを特化していくというのが、その患者さんのニーズを、満足度を上げる医者が唯一、生き残る方法なのかもしれませんね」

と話します。医者であっても、他と同じような一般的な治療をしていては集客できない時代に突入しているのです。

広がりが続ける弁護士の所得格差

平均年収3位に食い込んだ弁護士も所得の二極化が深刻です。なかなか仕事を得ることができない弁護士にいたっては、年収300万円以下、所得にすると100万円程度という数字も現実に出ているようです。

苦労して司法試験に合格したというのに、待っているのはなかなか仕事を得ることができない現実。就職先がまったく見つからない弁護士が多数と、メディアに取り上げられたこともありました。

こうしたことから、現在において、弁護士は必ずしも成功者と言い切ることはできず、その業界は決して気楽なものではありません。

もはや弁護士バッジだけでご飯を食べていくことはできない世の中となってきました。

今後なんら対策されることなく、この格差が広がっていく可能性は十分にありますので、弁護士としての本来的な能力だけでなく、今後は集客への技術も必要になってくるのではないのでしょうか。

これまでに挙げたように、平均年収が上位の職業内でもかなりの差があるのです。特に弁護士に関しては年収100～300万円の人もいた上で平均年収が1,200万円程度（平成25年時点）ということですから、業界としては「頑張れば成功できる」という夢のある業界ではありますが、「食べるのに困らない職業」とは言えなさそうです。

それでは、我々の塾業界は・・・？

・・・怖いところではありますが、様々な方面から塾業界の現状と今後について考えてみたいと思います。「塾業界＝少子化で衰退する」という論調があとを絶ちませんが、果たしてそうなのでしょうか？



(出典：教育産業白書 2015 年版 矢野経済研究所)

上記が学習塾（珠算塾も含む）・予備校業界について調査機関が 2015 年に出した市場規模の数字です。

業界全体の売り上げはほぼ横ばいながらも、微増しているというのが現状です。しかし、少子化の進行によって確実に市場の対象人口は減少を続けており、限られた顧客層を奪い合う形で、業績を伸長させる事業者とそれ以外の事業者において、明暗が分かれています。

また、高卒生の減少は、予備校市場に大きな影響を与えています。2015 年度も参入事業者間の業績に両極が見られ、これらが相殺される形となって、学習塾・予備校市場規模は横ばい基調になるものと予測されます。

そもそも、塾に通わせることができるのは「学歴の価値を感じており、かつ塾費用をねん出できる」家庭のみです。学力や学歴にまったく興味がなければ塾に行かせよう、とはならないですし、費用が用意できない家庭は残念ながら塾に通わせることはできません。では、実際にどれくらい顧客になる可能性がある方がいらっしゃるのでしょうか。簡単な推計をしてみましょう。

- ・全国の家帯は約 5000 万世帯
- ・学歴に興味がある親の割合を大学の進学率である 56.5%
- ・年収 600 万以上で塾に通わせられる
- ・未婚の子がいる世帯のうち、半分が就学児である
- ・一世帯当たりの子供人数は 1.69 人

と仮定すると、

5000 万世帯×56.5%（学歴に興味あり）×33.2%（600 万以上）×28.8%（未婚の子がいる世帯）×50%×1.69＝228 万人となります。（上記仮定は厚生労働省のデータ参照）

この結果から、塾業界は我々が思う以上に、極めて限られた市場で顧客を奪い合っていることがわかんと思います。また、サラリーマンの所得にも大きく揺さぶられる業界であることも意識しなければなりません。

ただし、一度顧客獲得が成功すると単価も高く、継続的に通ってくれる方が多いことから、いかに生徒を初期段階で獲得することが重要か、ということが言えます。

塾業界も「専門性」が必要では？

「親切丁寧、分かるまで教えます」「成績アップ間違いなし！」「定期テスト対策バッチリ」

2～3 月頃になると毎日のように、新聞に塾の折り込みが入るようになります。ただ、正直どのチラシも全く同じ！同業者が見ても違いが分かりません（笑）

この大量のチラシを前に、我が子を塾に入れようと考えているお母さんはどうするか・・・。結局「よく分からない」ので友だちが行っている塾に通わせるか、名前をよく知っている大手に落ち着きます。（小学生なら迷う事無く「学研」「くもん」でしょうか・・・）

大手は年商の約 3 割は広告費に充てているらしいのですが、地域密着の個人塾は同じ戦い方はできません。もし無理して同じ土俵で戦おうとしても、大手には資金力で勝てるはずありません。

ではどうしたらよいのか？

答えは先ほど紹介した「ユニーク専門外来」の考え方ではないでしょうか？

育脳寺子屋の本部教室（MAC 真成塾）は幼児～中学生を対象にした塾ですが、基本的には募集を「幼児～小 3」までと絞っています。なぜなら、生徒に自学自習の学習習慣を付けてあげたいと考えているためです。そして小学部に通った生徒のみ中学部に上げれるシステムにしています。

幼児～小 3 くらいまでなら、目の前の勉強もそこまで難しくないで塾での学習を「自学自習の学習習慣を身につける」ためのトレーニングに時間をかけられます。その間に自学自習の学習習慣が身につけば、勉強が難しくなる小 4 以降も「教えて貰ってないしわからない」ではなく、なんとか自分で考え、分からないところは辞書で調べ・・・と、受け身ではない能動的な学習ができます。

MAC 真成塾のある京都、太秦は学習塾の激戦区！「最近塾増えたなあ・・・」と思い、地図を片

手に自転車で調査した結果、当塾の 500m 四方にはなんと 32 の塾がありました・・・。

しかし、ありがたい事に現状MACでは生徒は定員オーバー、空き待ちの方も現在 3 名おられます。「ほとんど辞める子がいないため、いつご連絡できるか分かりませんが・・・」とお伝えしましたが、それでもお待ち頂けるとのこと。本当に、ありがたいです・・・。(現在 15 の小学校から生徒が通ってくれています)

塾激戦区の中、多くの生徒・保護者さんにご支持頂いている理由を客観的に考えると「他塾と違う土俵」で戦っているから、という理由に尽きると思います。そして、我が子の変化・成長を保護者が感じて下さっているのも、口コミ・紹介に繋がっているのです。

医者も税理士も塾の先生も、皆努力をしています。しかし、その中で二極化が進んでいる現状、その差は「努力の方向性」なのではないでしょうか？

「今でしょ！」で有名になった東進の林先生が、印象的な事を言ってらっしゃいました。

『努力は裏切らないという言葉聞いたことがあるが、僕は半分正解、半分不正解だと思う。正しくは、正しい場所（フィールド）で、正しい方向性で、正しい量なされた努力は裏切らない』

貴塾は何が売りですか？他塾ではなく、貴塾に通って貰うメリットは何ですか？

地域密着の個人塾の目指すべき方向性は、大手を含む多くの塾と違う方向なはずですが、結局は「あの塾もしているから」と、同じ事をしてしまいます。

個人商店が「何でも置いていますよ！」と言ったって、品揃えでイオンモールに勝てるわけがありません。しかし、コアなお客さんを引きつけて潰れない商店街の小さなお店ってありますよね？

我々、地域密着塾が目指すべき所はここではないでしょうか？

今一度、自塾の「専門性」を見つめ直し、何に特化しているのか、他塾と違う土俵で戦える武器は何なのか、を考えなければ「極めて限られた市場での顧客の奪い合い」に勝利することはできないのではないのでしょうか。

育脳寺子屋も当然のことながら、今は完成形だとは考えていません。より子供達の為に、より時代に即した指導をしていかなければと考えています。

他塾を気にしたり、目先の利益を考えるのではなく、自塾の目指すべきもの・進むべき方向性さえ間違わなければ、一定数の顧客は創造できると確信しています。貴塾も、他塾にはできない層の顧客を創造なさって下さいね！育脳トライアルがその手助けになれば幸いです（笑）