

育脳寺子屋通信

Vol.5

料金後納

〒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

ゆうめーる

teaching → learning

これからは「学ぶ教育」

変わり続ける時代に 我々(塾)も変われるか？



黒板を使っての一斉授業・・・我々が当たり前に受けてきた教育法が日本に導入されたのは、明治維新の頃までさかのぼります。

これはプロイセンから持ちこまれた授業方法なのですが、当時この教育方法が導入された背景には「富国強兵」・「殖産興業」を目標とした日本政府のねらいがありました。

近代化を目指し、多くの工場を作る上で『**最低限の知識を持った、従順な国民を大量に作る**』ことが必要と考え、それにはこの黒板を使った一斉授業方式がぴったり！ということで導入されたという説が有力とされています。

時は流れる事、約 150 年。

時代は大きく変わりました。しかし、教育方法はと言えば 150 年前から大して変わっていないのです。ある教育学者によれば、現在も黒板を使った一斉授業方式をとっているのは日本と北朝鮮だけとのこと・・・(一一；)

これから時代はAIの時代へと突入していきます。**今ある仕事の半数はロボットに奪われ、現在の小学生たちが就職する頃には 65%の子たちは今ない職業に就くとも予想されています。**

間違いなく「最低限の知識を持った、従順な国民」では社会で生きていけない時代に突入するのです。

これに対しやっと文科省も重い腰を動かしたようで、2020年から大学入試が変わったり、先生が主役、生徒は受け身の授業から「アクティブラーニング」に変えていく方針を打ち出すなど、日本の教育は大きな方向転換をしようとしています。（育脳寺子屋MACは20年前からそう言い続けていますが・・・）

しかし、知り合いの高校の先生方に、「2020年の大学入試が変わりますが、高校はどのように動かれるのですか？」と質問したところ、「対策なんてまだまだ・・・頭が痛い・・・」と仰る先生が多くおられました。

今まで先生が主役、一方通行の授業をしていたのを急に「アクティブラーニング」に変え、入試の方法も変えるとなると、大変なのは現場！文科省の掲げる目標はどこまで実現されるのでしょうか？

そこで我々、私教育の役割とは？

京都の育脳寺子屋本部の近くは塾銀座で、多くの塾が建ち並びます。しかし、昔ながらの方針を打ち出している塾は苦しい展開をしているようです。

今の親世代が子供の頃、このあたりで幅を利かせていたある塾はもともと5教室ほどあった教室を1教室に集約。やはり生徒数が減っているようです。

その教室は「定期試験対策」「志望校合格対策講座」を謳う、いわば目先の点数を取る為の勉強、志望校に受かる為の対策・スキルをたたき込む方針です。一昔前はそれで人が殺到したのですが、同じ様な塾がどんどんでき、その方針に満足しないニーズも増えてきた時代背景もあり、先述のようになったのでしょう。

これからの塾の進むべき方向性は？今まで通り、学校の二番煎じで良いのでしょうか？

我々私教育は、私教育だからこそできることに特化すべきではないのでしょうか？

多くの先生方は、学校と同じことをしなければ不安感を持たれます。しかし、「学校でできない学びができる」という教室になれば、それは大きな武器なのでは？

今年1年、そしてこれからの「自塾の存在意義」を再度考え直さなければならない時期に来ているのではないのでしょうか？

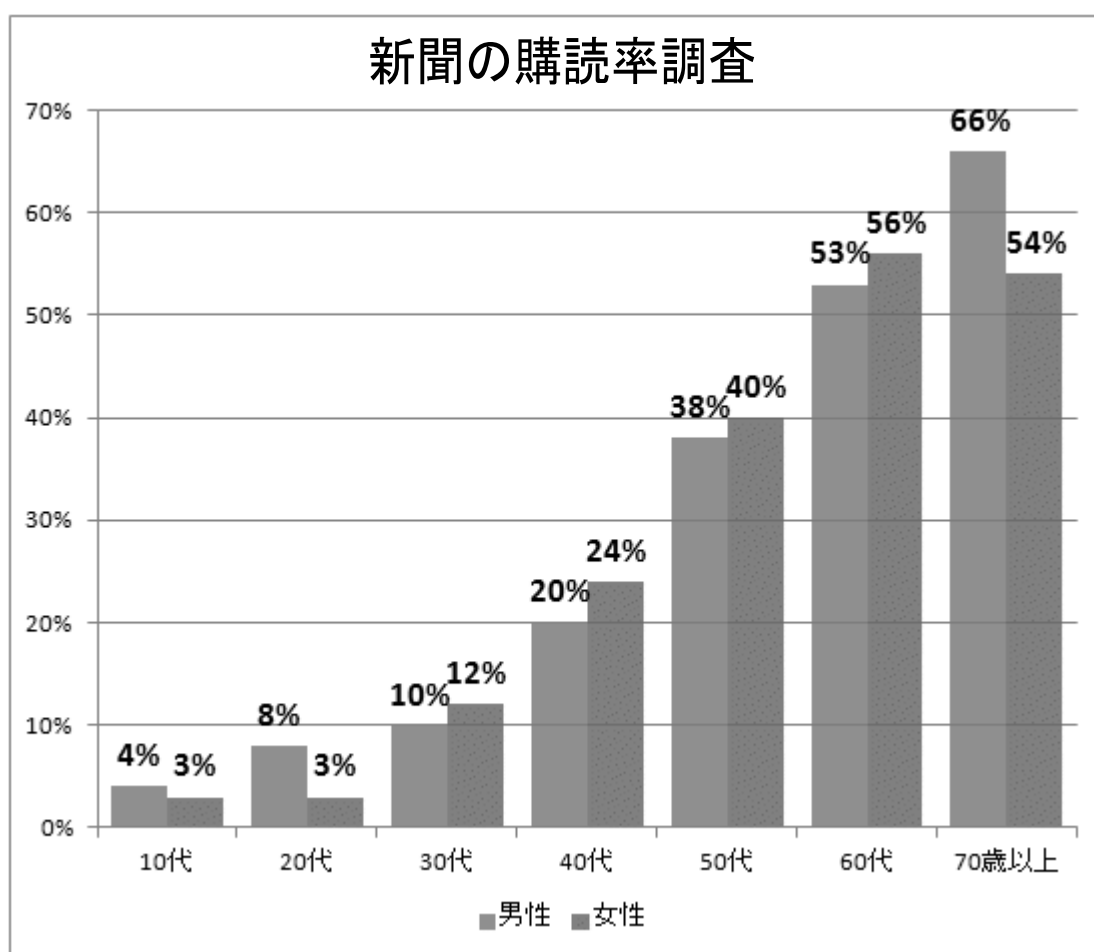
育脳寺子屋に加盟していることが存在意義だと思っていただけるよう、今年も頑張ります。

募集方法も時代に合わせる

この時期ですので、今年の募集活動についても考えてみたいと思います。

集客方法といえばまず思い浮かべるのが「新聞折り込み」ではありませんか？最近新聞折り込みはされましたか？もしされたとしたらあまり良い結果では無かったのでは・・・？

以下のデータをご覧ください。2015年度の国民生活時間調査（NHK放送文化研究所調べ）の新聞購読率です。



昔は通勤電車のお供であった新聞ですが、最近の通勤電車で新聞を小さく折りたたんで読む人を目にするのは少なくなった気がします。2005年頃まではそこまで新聞の購読率も下がっていなかったらしいのですが、それ以降はスマホやタブレットの普及で一気に新聞離れが進みます。

このデータを見ると、10～30代ではほとんど新聞を読んでいないというデータとなりま

した。40代でも4~5人に1人、50代以上になるとまだ高い数値になります。

今回は我々学習塾が新聞折り込みをすると、いったいどれくらいのチラシがこちらのターゲットとしている客層の手元に届いているのか？というシミュレーションをしてみたいと思います。

このシミュレーションは「新聞の実配部数」「ターゲット層の新聞購読率」「ターゲット層の子どものいる率」より算出します。(各機関の出した数字をもとにした、あくまでシミュレーションですので、確実な数字では無いことをご了承下さい)

・新聞の実配部数・・ひどい所では公表部数の50%ほど。

新聞の折り込みをする場合、エリアに分けて「このエリアは10,000部」など配布部数が公表されています。この部数に注目して欲しいのですが、これだけ新聞離れが進んでいるのに昔から配布部数ってあまり変わっていないと思いませんか？少しは公表部数が少なくなっているかもしれませんが、先述のデータほど減っている印象は受けません。

実は、「公表部数」と「実配部数」には大きな差があります。ひどいエリアでは公表部数の半分くらいしか配布されていないエリアもあるそうなのです。

なぜそのような事が起こるのか？それは実配部数で公表すれば「部数が減ったのなら広告料を下げろ」と言われ、ただでさえ新聞の購読料が減少しているのに、広告料まで下がるとほとんどの新聞販売店が潰れてしまいます。なので多くの販売店では実配部数と公表部数の間には大きな差があるのです。

・ターゲット層の新聞購読率・・ターゲット層の手元に届くのはだいたい10%ほど。

珠算塾・学習塾がターゲットとしているのは、幼児~中学生のいるご家庭です。だいたいこの年齢の子を持つ親御さんでいうと40代かと思われます。そして我が子をどこの塾に通わせるかの決定権を持つのはだいたい母親と考えると、ターゲットは「40代の女性」となります。ある全国紙の独自調査では全購読者数における40代の女性購読者の占める割合は10.4%とされています。

・子どものいる率・・総世帯の24.1% (40代に絞ると73.1%)

内閣府の2013年の調査結果によると、世帯総数に占める子どもがいる世帯の割合は24.1%であり、30年前の約半分にまで低下しています。40代で子供のいる率はというと、73.1%となっています。(年代別の率は最近のデータが見つからず、約10年前の数字なので、

今はさらに低くなっている可能性があります)

これまでのデータを元に、「生徒募集チラシを 10,000 部折込む」と考えた時、果たしてどれくらいのチラシがこちらのターゲットとする層の手元に届くのかを計算してみましょう。

$$10,000 \times 0.5 \times 0.104 \times 0.731 = 380.1 \text{ 枚}$$

折り込み部数 実配部数 40歳女性購読率 子どものいる率 届くチラシ数

と、なんとも恐ろしい数字がはじき出されてしまいました。だいたい 1 万部の折り込みならチラシ制作費は別で折込み料だけで 3 万円は超えます。3 万円使って 380 枚程しかターゲットの手元にチラシが届かないと考えると、お金を捨てているのと同じですね。

ある大手の学習塾 F C に加盟された先生と話す機会があったのですが、その方は開校時に 10 万部折り込みをして反響はたったの 1 件！しかも、それが入塾に繋がらなかったらしいのです。広告費 30 万円以上が水の泡です・・・。

これでもまだ、旧態依然とした折り込み募集を続けられますか？

今の時代にあった募集方法とは？

・ポスティング

やはり一番のオススメはポスティングです。今は印刷だけなら安く済ませられる時代になりましたので、こまめに地道に配布するのをお勧めします。(健康にもよいですよ！！)

足を使って歩いていると、小さな自転車や洗濯物で子供がいる家かどうか分かりますので、それをもとに配布します。ターゲット層の家にだけ配布するので無駄打ちが少なくなります。当然、配布した枚数に対しての反響率も上がりますよね！

育脳寺子屋の加盟塾さんも、最近では 500 部ほどで 5 名の入塾や、700 部ほどで 10 名近くの体験が入ったという声がありました。

住宅が多いエリアですと、大体 1~2 時間で 100 部程は配布できます。これを週に 2 度行えば週で 200 部、これをひと月 (4 週) 続ければ 800 部配布できます。先ほどの折込のこと

を考えれば約2回分、金額にすれば6万円相当の募集活動をしたことになります。

週に2度、1~2時間のポスティングをするだけでしょ？それほど難しい事ではないと思います。それを12ヶ月続ければ800×12=9,600枚！なんと1万部近くになります。

ちなみに9,600枚のチラシを折り込みでターゲットに届けようとするれば、年間約76万円の折り込み料になります。広告費に余裕のある教室は折り込みでも良いと思いますが・・(笑)

是非今年からはポスティング、始めてみて下さい。

・ポスティング業者

ポスティングを専門にしている業者もあるので、そこに頼むのもあります。しかし、業者に頼む場合はエリアや部数でいくらかと決まっている場合が多く、そこに「子供がいる家を選んで」などと条件がつくと配布額が大幅に高くなる可能性もあるので、事前に細かく見積もってもらう必要があります。ある加盟塾さんはこの方法で10名程集まりました。

・タウンプラス（郵便局のサービス）

戸建て住宅にはポスティングは有効ですが、マンションや集合住宅にはポスティングは困難です。そんな場合はタウンプラスがオススメです（これもある加盟塾さんに教えていただきました！）。指定したエリアのマンションなどに指定した枚数を配布してくれます。育脳寺子屋MACの本部は昨年この方法を試してみたところ、2名が入塾！550枚程の郵送で2名入塾なので高反響だったと言えます。詳しくは郵便局で聞いてみて下さいね！

さて、今年はどうのような募集方法にされますか？

今回の通信がきっかけで春の募集が成功した！という教室が増えることを期待しています。



昨年配布したタウンプラスの原稿