

料金後納

ゆうメール

育脳寺子屋通信

〒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 075-882-3777

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

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

teaching → learning

これからは「学び」の教育

今月号の内容

※ 決めるときの判断基準は？

※ 「教わる」から「学ぶ」へ

先生は、例えば物事を進める際に、どのような判断基準で決め、行動に移されていますか？

私の場合は、昔何かで読んだ次のような話・・・・・・・・

ポーランドの大統領が国の先行きを決める重大な決定を行わなければならない事態に遭遇しました。A案かB案どちらかを選択しなければならないのです。ところがなかなか決めることが出来ません。思いあぐねてローマ法王に相談をしました。

ローマ法王は、A案、B案どちらがより困難を伴いますか？ と問われました。

大統領は、A案ですと答えました。

法王は、直ぐさま、A案にて取り組むように告げました。

その結果、ポーランドは、国の窮地を脱したというのです。

ところで、お陰様で育脳寺子屋の加盟教室が100教室になりました。

実は、この加盟教室を募集するのかもしれないかの判断の基準になったのが、上記の話なのです。

育脳トライアルに本格的に取り組んだのが、平成13年。

当初は、10数人の小学生しかいませんでしたが、徐々に生徒が増え始め、通塾エリアも広がり、2km圏外からも多くの生徒が集まるようになりました。

ところが、来てくれるのは嬉しいのですが、小学1年から入塾してくれると、その生徒の9年後のことまで思いを巡らさなければなりません。途中で辞めるわけにはいかないのですから・・・

(個々の生徒に向かい合っていない大手塾は、採算が合わなければすぐに撤退しますが)

さあ、どうする、生徒募集をストップするのか、存続させるのか

どちらが、困難を伴うのか？ 勿論、存続させる方です。

そこで、同じやるなら、法人組織にして、続行することにしました。

同時に、広範囲から生徒が来てくれているということは、M A Cの授業形態や授業内容において競合する塾がないのは明らかです。

この際、生徒が、「**自分で考え、決定し、行動する**」授業を、若いお母さん方にしてもらえれば、子供たちにとって一番良い教育環境になるとのことから、加盟教室の募集も視野に入れての法人化です。

そのためには、人探し・・・M A Cの授業をよく解っている人が望ましいのは言うまでもありません。

設立して1か月後に、O Bの田中が入社してくれました。

そこで、加盟教室募集、いわゆるフランチャイズの契約書作りから始めなければなりません。責任者は田中です。全くの門外漢なのに短期間に見事に作り上げました。

そこで、新聞に掲載しての募集に入るのですが、加盟金^{ゼロ}、開設費用^{ゼロ}が問題になり、経済産業省の外郭団体である広告審査機構の審査を受ける羽目になりました。

先行きは長い、でも辞める訳にはいきません・・・で、現在に至っています。

ビジネス書には、『**ビジネスの世界で、“簡単”という選択はあり得ないのである**』お金を手に入れるということ自体が、そもそもが”簡単“ではない以上、”簡単“な売上アップの手法に手を出しても、やはり儲からないのである。

このようなことから、**売り上げを作りたいと思ったときは、”簡単“な手法を選択するのではなく、常に”困難“な手法を選択した方が、確実である。**

と書かれています。

よくM A Cにも、他の塾のチラシがポスティングされています。これは、明らかに業者に委託されたものです。他塾に自塾のチラシを入れて生徒が来る？ てなことはあり得ないのに、業者任せでは、このような事態が起きるのです。

自らポスティングするのであれば、募集する該当学年がいるのかいないのかは、家の外からでも、自転車や洗濯物から判断することが出来ます。即ち、効率の良いチラシの配布になるのです。

私も、育脳トライアルに取り組んだ当初は、朝5時起きで、3日間ポスティングをしました。3日目は足が棒のようになり、かなりつった状態になりましたが・・・すぐに結果は出ませんで

した。しかし半年後に入塾した生徒もいました。

地元密着の塾であれば、尚更自分の足を使ってポスティングすべき。他人任せで、良い結果を望むのはいかなモノでしょう。

また、このビジネス書には、

「今の時代は、商品の性能そのものの優劣の差が無くなっているので、お客に対して商品の良さを理解してもらう“教育”をしていかなければ、すぐに優良顧客が流出してしまうのである。」

お客さんを“教育”していくためには、ダイレクトメールやニュースレターのような販促物が必要である。

これらの情報を伝達するツールを積極的に使っていかなければ、売り手側はお客さんを“教育”することが出来ないと思ってほしい。

「ニュースレターなんか作ったことがない」そういう人もいると思うが、そのような教育ツールがなければ、お客さんは商品を価格と性能でしか判断しなくなるので、どうしても資本力のある大きな会社の商品やサービスにお客さんを奪われることになってしまう。

中小企業が生き残るためには、このようなビジネスモデルを用いて、お客さんの考え方を育てていく仕組みを作らなければいけないのである。

お客さんとともに時間を過ごし、一緒になって成長していかなければ、お客さんは離れてしまうのである。

お客さんと一緒に成長していくためには、『共感』を得ることが大切であり、お客さんを育てるための『共育』が不可欠なのである。

『共育』の情報をニュースレターに書いて、お客さんを“教育”していく仕組みが出来れば、優良顧客に囲まれたビジネスモデルを実現することが出来るのである。」

と、書かれています。

上記の提言は、そのままぴったり学習塾の経営にも当てはまります。「お客」という言葉を、生徒やその保護者に、「商品」を『育脳教材』に置き換えて考えればよいのです。

MACでは、保護者の教育を「MACnews」や「育脳トライアル」1冊終了時に感想文を提出してもらうことによりしています。

当初は、感想文を提出してもらうことは考えていませんでした。育脳トライアルに取り組み、数年経過したときに育脳トライアル採用塾から声がかかり、セミナーを開くことになりました。

その時、その採用塾が全ての生徒に1冊終了ごとにコメントを書き入れ、保護者に返却してい

ることを知りました。

スゴイことをやっておられたのです。

でも、それを聞いた時、このようなことは継続してできない、どの子にも同じようなコメントになってしまい、書くことに窮するであろうと判断しました。

そこで私の取った方法は、全く**逆転の発想**で、保護者に書いてもらえばいいというものでした。早速、保護者向けの文書を作り、感想文の提出がない場合は、生徒は次の1冊をもらえないようにしました。

そして、新入生には、入塾時にお母さんと約束をしました。

「育脳トライアルが1冊終了しましたら、必ずお子さんと一緒に見直して、感想文を書いて提出してくださいね。

なぜこのようなことをお願いするのかと言いますと、お母さんが、お子さんのやっていることに関心を持っていただくことが、お子さんの持っている能力を大きく伸ばすからなんです。

見直しの際は、絶対に間違いを指摘しないでくださいね。また、お子さんの考えを問う問題も多々ありますので、なぜそのような答えになったのかをお子さんから教えてもらってくださいね。」

このように、最初に感想文の提出をするように約束していますので、もし提出の無い場合は約束違反ということで、その旨を生徒に告げることになります。

これも保護者への教育なのです。

「MACnews」も、受験に関することはあまり書きません。どちらかと言えば、保護者にとって耳の痛いことをズバリ書くことが多いのです。ところが、その結果、MACnewsをファイリングしていますとの声を多くの保護者から聞いています。

親子でトライアルも保護者にも取り組んでもらえれば、その良さが十分に伝わるであろうと考え作成しました。その結果、自分の子供の描く点描写に厳しいコメントを書いていた保護者が、その難しさに触れ、その後大きくコメントが変わりました。これも保護者に対する教育なのです。

ところで、育脳トライアル1冊終了時に保護者に感想文を書いてもらうことに、すごく抵抗される方が多いのです。書くか書かないかは、保護者が決めることです。なのに、先に先生が、保護者は書かないと決めつけています。感想文を書いてもらうことにより、育脳トライアルの良さがアピールでき、しかも通塾年数が大きく伸びるのに。

大手塾などには、多くの生徒が入塾しますが、多くの生徒が辞めているのです。MACの場合は、生徒が減るのは中3生の卒業によるものだけであり、それ以外の学年ではほとんど辞める生徒はいません。したがって、毎年卒業した中3生分の人数だけを補充すればいいのです。

一年間の体験授業実施!! この機会に、●●●の質の高さを実感してください!!

先着順!!

小6～中3 年間授業料 0円!!

必ず成績アップする、成功する5ミッション 公開中



他塾と比較してください!!
授業料一覧

詳しくはこちら>>>

小4・小5
6,300円



安心・安全な通塾のために

●●● E-Call システム

●●●はもう始めています。

これは、今春、大阪の大手学習塾がとった生徒募集の内容です。

小学生は、小3より募集していますが、小3については、授業料は1年間無料、また、中学生については、中1についても授業料は1年間無料と謳っています。

(夏期講習や冬期講習は無料ではありませんが、とても高い金額設定かも?)

このような戦略で、新規に6校を開校しました。

さて、その結果は?

何と、生徒が集まらず、前年度の人数から大幅にダウン、かなりの数の教室が閉校になったそうです。そして、多くの従業員も解雇されました。

なぜ、このような結果になったのでしょうか?

それは、小4～中3を対象にしている学習塾が多く、競合しているからです。

少し、ニュアンスを変えれば、多くの人が「やりたい仕事」や「楽しそうな仕事」というのは、参入障壁が低くなってしまい、簡単には儲からない仕事になってしまうのです。

したがって、新規のビジネスモデルを考える際は、自分の「やりたいこと」を考えるのではなく、多くの人が「やりたがらないこと」をベースにして考えなければならないのである。

「小さい子相手は、面倒くさい」と、多くの学習塾が敬遠しているからこそ、継続して取り組んでいけば、その地域でONLY 1の塾になるのです。

結論的には、成功するかしないかは、どれだけの思いで取り組んでいるのかにかかっています。

MACでは、書写教室も併設していますが、これは30年近く前に取り組みました。私と家内で2年間、家内だけで更に2年間毎月東京まで通いました。それがあからこそ、今があるので

す。
新しく事業に取り組む場合は、万難を排して取り組まなければ、モノになりません。
本部の授業をじかに見たいが、時間が、距離が というのは、私に言わせれば本当に真剣に取り組まれるのですか？ と訊きたいですね。

育脳寺子屋では他のフランチャイズの教室のように高額な加盟金や開設費用はいただいておりません。そこをじっくり考えていただきたいですね (-_-;)

教育

未来に何を伝えるのか

「教育あしたへ」連載2年を終えて

これからの社会は。そこで生きるとは。

その問いを出発点に、「教育あしたへ」は学力や震災、デジタル、お金、プレゼンテーションなど8回のシリーズを重ねてきた。連載を始めて2年。変化の流れは激しい。

先の見えない不安が広がる。かつてのような経済成長は望めない。

い。「就活」という名のイス取りゲームは相変わらず熱い。

ネットの世界を検索でき、誰もが発信する。教師が大勢に一齐に教え込む近代の学校が揺らいでいる。「教わる」から「学ぶ」へ。求められるのは正解のない問いを考へることだ。

変わらないこともある。それは教育が、一人ひとりの人間を育む営みであることだ。子どもたちは言葉を知り、人と出会い、つながり、生きていく。

先日の朝日新聞に掲載されていました。育脳寺子屋MACでは、10年以上前からTeachからLearnへを謳っています。果たして、どれだけの学校や塾が「教わる」から「学ぶ」への対応が出来るのでしょうか？

なお、育脳寺子屋の珠算ですが、保護者には、珠算塾の指導とは違い、算数・数学に威力を発揮するMAC式珠算メソッドで指導しますので、5、6級レベルで小数暗算が出来るようになることをアピールしてください。