

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](mailto:4411@mtf.biglobe.ne.jp)

teaching → learning

これからは「学ぶ教育」

## 凄い！！

# 育脳寺子屋加盟2年目の春で 生徒数、何と50名突破！

その序章は、田中宛の下記のようなFAXから始まりました。

送付日:2014/02/21

送付枚数: 2枚(送付状含む)

送付先:育脳寺子屋MAC本部御中

田中様

### 連絡事項

いつもお世話になっております。

大変遅くなりましたが、3月分の注文書をご送付させていただきます。

私どもの教室は、現在募集活動中で、約20件の体験申し込みがありました。また、体験はこれからの方もたくさんおられます。

つきましては、教材の発注を追加させていただく可能性がありますので、発送は、25日以降でお願い出来れば幸いです。

いろいろと我儘を申しますが、どうぞよろしくお願ひ致します。

その後、3月1日にS先生から電話がかかってきました。

「今日、教材を取りに寄せていただくと言っていましたが、月曜日の分は何とか確保できていますので、追加注文は火曜日着の発送でお願いします。」

「分かりました、それでは追加の注文FAXくださいね。」

「先生、育脳寺子屋の生徒50名を超えます。」

「えっ、50名！」

「連日、体験授業です。一昨日は9名、昨日は7名の体験がありました、まだ来週も体験があります。既に入塾している生徒の弟や妹も続々入塾してきますし、大忙しです。」

「凄いことになっていますね。先生、この春の育脳寺子屋の研修会で講師をやっていただけませんか。ぜひとも、今回の先生の取り組みを加盟塾の皆さんと共有したいですね。私にも、指導していただけませんか(^o^)」

今春の育脳寺子屋の研修会の講師決定です！！

育脳寺子屋通信11号でも、お知らせしました

\*\*\*\*\*

**中小企業には、「続ける」しか勝てる方法はない。**

\*\*\*\*\*

**繰り返し、繰り返し、何度も、何度も、  
同じことを伝えて、ようやく、お客さんは頭の中に、  
情報をインプットしてくれるのです。**

**「続ける」のメリットは、次のようになります。**

**・信頼                      ・記憶                      ・親しみ**

そして、この3つのメリットは、  
絶対にお金では買えない**「付加価値」**だったりするんです。

希望的な「続ける」という行為を達成するためには、

**「先を読む」という“勇気”を持たなくてははいけません。**

**「続ける」という行為は、結果が出るのに時間がかかるんです。**

「続ける」という行為は、結果がどうなるか分からないから不安なんです。

しかしながら、そんなに時間はかからなかったのです。

なぜなら、育脳寺子屋の取り組みは、**レッドオーシャン**ではなく、

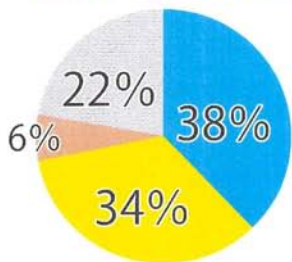
**競合相手のいないエメラルドオーシャン**だったからです。

勿論、今回の成果は、S先生の的を得た積極的な取り組みの結果であり、今春の生徒募集にむけた1月19日の育脳寺子屋西日本研修会にも出席されていたことから、忖度することが出来ます。

ところで、本部では、今春の生徒募集に先立ち、アンケートを実施しましたが、下記のような結果となりました。

## 育脳寺子屋アンケート集計結果報告

### ◆ この春には育脳寺子屋コースで何名の生徒を集める予定ですか？ また、その為どのような事をされる予定ですか？



目標人数	折り込み (部数)	ポスティング (部数)
5名以下	500 ~ 40,000 部	100 ~ 5,000 部
6~10名	1,000 ~ 30,000 部	50 ~ 12,000 部
11~15名	2,000 ~ 5,000 部	500~3,000 部
15名以上	1,000 ~ 40,000 部	500~20,000 部

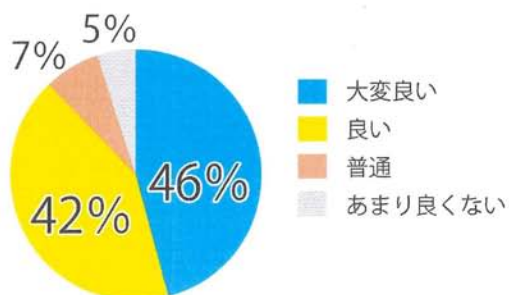
### ◆ 育脳寺子屋に加盟された理由は何ですか？ (複数回答可)

- |                   |         |                   |         |
|-------------------|---------|-------------------|---------|
| 1. 低予算で始められるから    | • • 32% | 5. 育脳に興味があったから    | • • 56% |
| 2. 教材が楽しそうだから     | • • 52% | 6. 小学生が集まりそうだったから | • • 28% |
| 3. 自学・自習の力を付けたいから | • • 67% | 7. その他            | • • 19% |
| 4. 知り合いから勧められたから  | • • 4%  |                   |         |

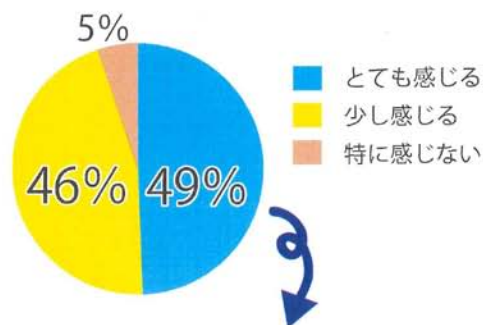
#### (その他を選んだ理由)

- わが子を公文に通わせていて、偏った勉強で納得できなかったから
- 自塾の中学生の学力を見ると、小学生からの学びが大切だと考えたため。
- 論語やそろばん等、様々な事に触れられる内容が魅力的だから。
- 本部の理念に共感できたから
- 授業見学をして感動したから
- 最近の教育に疑問を持っていたため
- 自分のやりたかったことに近かったから
- 「親」に対しての教育もしているから
- 教材の方向性に共感できたため

### ◆ 生徒の反応はどうですか？



### ◆ 生徒の変化は感じますか？



- 分からない時教えてもらうのを待っているだけだった子が、自分から質問するようになった。
- 学校で問題のある子の学習面、生活面が良くなってきているので、やりがいを感じる。
- 勉強が苦手なわが子の成長を見て、親御さんが大変喜ばれている。

なぜ、このようなアンケートを実施したのかと言いますと、加盟しただけで生徒が集まると思っている方も散見しますので、まず目標を持ってもらうことが必要かと考えたのです。

下記の「週刊ダイヤモンド」の記事をご覧ください。



城南コベッツは240教室のうち60教室が直営。講師の質向上に力を入れる。集合研修では生徒や親との面談の練習も行う(下)

### 本部の支援差は大きい 生徒が集まらず 閉鎖する教室も多い

師同士でペアを組み、互いに授業を行い、指導を受ける。「塾は講師が何よりも大切。教科指導の仕方だけでなく、宿題の出し方も大事。どうほめて、いかにやる気にさせるか。講師には熱意のある大学生が多いので、やり方を知れば、自然に生徒のために必死に頑張る」という。

個別指導塾の急展開を可能にしているのはFCシステムだ。一般的には、塾経営者(フラン

チャイジー)は加盟金と、売り上げに対する7~12%のロイヤルティ、広告分担金などを本部に支払う代わりに、集客や授業の進め方の研修、教材の提供、講師の教育など、塾経営のバックアップを受ける。

個別指導塾の多くは直営教室とFC教室を持つが、たいいていの塾はFCの展開が成長の源泉。直営教室は情報・ノウハウの蓄積、本部の人材育成、研修施設、地域の拠点としての意味合いを持つ。フランチャイジーとして教室を経営しようと考えた場合、本部選択の基準として、どういった点に着目すればいいのだろうか。

収支の面でいえば、例えば明光義塾の13年8月決算資料によると、FC教室の平均生徒数は62.7人。同社のモデル収支では生徒60人の場合の年間利益(入学金や広告費など特別な収支を除く利益ベース)は998万円となる。

しかし当然ながら、生徒が集まらなければ経営は成り立たない。不動産を賃借しているFC教室は、一般的に言って、生徒数が30人を超えなければ継続困難になる。ブランド力を含め、本部がそれぞれに持つ集客力は塾選択の大きな鍵になる。

本部の教育指導管理や経営支援体制がどこまでなされているのかはオーナーにとっても保護者にとっても重要だ。

この点、実態は差が大きい。塾経営のコンサルタントは、「中には、加盟金ビジネスとしか思えない企業もある。そういう企業では、フランチャイジー向けの研修や指導がほとんどなかったり、経営をサポートするはずのスーパーバイザー(SV)に塾経営のノウハウが

### 初期費用が多額になる

#### 3-5 フランチャイズの開校にかかる資金

	トライプラス	Dr.関塾	スクールIE	明光義塾	個太郎塾	京進スクールワン	城南コベッツ	Hero's
加盟金	315	300	210	315	157.5	157.5	157.5	126
工事・設備費	400	340	370	450	498.8	354.9	262.5	50
開業時広告宣伝費	250	90	250	200	47.3	136.5	210	55
開設時諸費用	83	240	102.5	0	15.8	42	45.2	21.7
研修費	0	20	0	0	23.6	21	26.3	45
保証金	0	30	50	0	0	0	0	50
合計	1,048	1,020	982.5	965	743	711.9	701.5	347.7
授業料ロイヤルティ	10%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
加盟金分割プラン	なし	なし	なし	なし	あり	あり	あり	あり

\*単位:万円。この他、テナント賃借の初期費用80万~150万円程度必要。消費税を5%で計算。工事費の明示のない塾は一律100万円程度で試算

なかったりする。集客策にしてもチラシ広告の提案だけでなく、生徒がほとんど集まらずに半年前後でつぶれていく教室が少なくない。加盟契約を結ぶ前に、本部に内緒で、既存のフランチャイジーの何人かに聞いて回ったほうがよい」と言う。

新規開校にかかる資金の多さに驚きます。

加盟金もさることながら、開業時の広告宣伝費、知名度があるにもかかわらず、育脳寺子屋とは桁違いの費用がかかっており、研修費用までとっているところもあります。

育脳寺子屋は開校時の費用においても、大手とは一線を画しており、授業内容においても他の追随を許すことはありません。

それは、アンケート結果の生徒の反応・生徒の変化の項目に出ています。

(ただし、わずかですが、あまり良くない、変化特に感じないという教室もあり)

私見ですが

あまり良くない・・・「育脳」の本質が理解できず、指導者の取り組み姿勢に問題があるのでは？

生徒の変化を特に感じない・・・感じないのではなく、生徒をよく見る事が出来ず、気づきがないのでは？

生徒のわずかな言動にも共感出来るようにしていただければ変わるはずです。

このように、良い結果が出ているのには、実は理由があります。

### 「育脳トライアルの役割」再考！！

未だに、教科書に準じた問題集にこだわっている教室の先生が多いのですが、特に低学年時には何が大切なのかが分かっていच्छゃらないのです。

子どもが伸びるために一番大切なモノは何か？

それは、**自己肯定感（一生の財産）**！

(日中米韓の高校生約 8000 人に実施した調査で、「自分はダメな人間だと思ふことがある」との質問に、「よくあてはまる」「まああてはまる」と答えた割合、日本では 83.7%)

では、どうやって育まれるモノ？

**愛されているという実感を持つこと**

**もう一つは、やれば出来るという自信を持つこと**

小学校へ入学する 6 歳からは、以降、一生続く『学びの基礎作り』の時期に入ります。

この時期の子どもにとって一番大切なことは、

「今まで知らなかったことを知る楽しさ」と「できた！ という喜び」を何度も味わうことにより、学習への**積極的な意欲(やる気)**を喚起させてやることです。

## やる気を引き出すパターンは

『やる気になる → やる → 出来るようになる』ではなく、

『やってみる → 出来る → やる気になる』が正しい順序です。



教科書に準じた問題ではなく、「分かった！出来た！」をたくさん実感させることの出来る「育脳トライアル」を初めとする「育脳教材」が必要とされる理由がここにあります。

そして、学習の喜びと達成感を何度も体感する子どもは、モチベーションが上がり、  
学びは楽しいと感じて高度なことへチャレンジする気持ちが生まれてくるのです。

MACでは、既に新中1の授業が始まっていますが、「育脳教材」による低学年からの指導により、自己肯定感が育まれていますので、大変スムーズに授業を進めることが出来ています。

今、生徒獲得のため、複数の〇〇教室を併設し、直接学習教室の生徒増にはつながらないが、とりあえず生徒をと、取り組まれている教室も多く見られますが、一番いいのは、学習教室の生徒増につながる取り組みをすることであるのは言を俟ちません。

S先生の教室も、2～3年もすれば、本部教室と同じように学年を絞った募集が出来るのは間違いないでしょう。

ところで、京都では、京進が今春より、小学生の非受験者（中学入試ではなく高校入試に視点を置く）を対象とした教室を立ち上げます。

生徒数の減少に向け、大手も黙って見ていることはないということです。

## 育脳寺子屋の加盟塾の先生には転職組も多いことですので、下記を参考に！！

### 10年後も食っていける人はどっち？（ある経営書より）

#### タイミングが悪いことに渋滞にはまってしまいました！

A. ずっとその道路で待ち続ける

先生はA, B どちらを選ばれますか？

B. 直ぐに脇道に入って近道を探す

その答えは **B** だそうです。

すなわち、リスクを恐れずチャレンジするので、稼ぐセンスがあるとのこと。

そして、次のように解説されています。

## ● リスクには常に可能性が秘められている

「リスク」という言葉を聞いて「悪くなる」「危険だ」というイメージを頭に思い描く人が多い。しかし、この言葉には、**同時に「状況が良くなるかもしれない」という可能性も秘められていることに気がついている人は少ない。**

これは、転職に話を置き換えると非常に分かりやすい。

例えば、40歳を過ぎて仕事を変えようとした人がいたとする。

「その年齢で転職するなんて、リスクが高いのではないか？」と思うかもしれないが、当の本人は、「このまま会社に居続けることの方が、給料も上がらないし、リストラされる可能性だってある」と思っているから、転職を全くリスクだとは感じないのである。

もちろん、転職後、職場になじめなかったり、給料が下がったりする恐れもある。しかし、転職先で実績を出して、今よりも給料が上がり、職場で居心地良く過ごせる可能性も、実は同じくらいの確率で秘められている。

このように「リスク」というのは、よくなる可能性もあれば、悪くなる可能性も同じくらいの確率で存在しているのだ。決して、常に「危険」だけを前提としている言葉ではないのである。

## ● 行動しない限り、今以上の成長はない

新しいことにチャレンジするとき「それはリスクだ」という人と「やってみよう」という人に分かれるのは、この「リスク」をどうとらえるかの違いにあると言える。

本項の渋滞をテーマにした問題も、実はこの「リスク」の捉え方に対しての、その人の考え方を見極める、重要なクエスチョンなのである。

渋滞にはまってしまった場合、迷子になったり、遠回りになってしまう恐れがあるので、余り動き回らない方がいいと思うかもしれない。

しかし、ビジネスの場合は、常に最善の策を見つけ出す努力をし続けなくてはならない。たとえそれが「迷子になる」「遠回りになる」というリスクを背負っていたとしても、近道を見つけて、時間が短縮される可能性があるのであれば、やはりその可能性に賭ける姿勢

が、「稼ぐ人」には必要なのである。

**変化することに対して「悪くなるかもしれない」というリスクばかり考えていては、この先10年、何もチャレンジせずに終わってしまう。**

それよりも「よくなるかもしれない」とポジティブに考えて、自分の力で状況を改善するというチャレンジ精神を発揮しなければ、今以上の成長はないのである。

先程の例に関して言うと、転職者の経歴を見る際は、リスクを背負ったチャレンジ精神のある転職なのか、守りに入って、現実から逃避した転職なのかを、冷静に見極めたいところである。

また、会社の戦略に大きな改善を迫られたときには、リスクを恐れて何もしないのではなく、あらゆる手段を模索して、最後まであきらめない姿勢を持たなくてはならない。

また、「就活」という書籍には

**「一番の近道は、遠回りすること」**

「仕事への取り組みは、常に不安とストレスを感じる仕事にチャレンジし、克服していくことで安心領域を広げることが肝要！」

「失敗したときに考えるべきは、

**『打率 10 割を達成できるはずがない』**

ということ」

「自分の仕事について『勉強する』という視点を持たなければならない」

—————> いわゆる“自主トレ”

「評価基準は、自分で決めるな」・・・(塾であれば、決めるのは生徒・保護者)

**「楽から得られる『至福』は、すぐになくなってしまう」**

『「仕事を楽しまう」というのは『仕事をやりきって、目標を達成して、充実感を味わおう』ということ』

これから、社会に出て行く若者向けに書かれていますが・・・

既に社会に出ている人にとっても、頷ける言葉では、特に新規事業に対するとき、絶対不可能な『打率 10 割』を考えている人が大変多いように感じます。

#### 補足説明

今回のような凄い成果をお知らせすると、周りから出てくる台詞は「地域性が違う！」。

でも、このS先生の教室、すぐ隣に全国展開しているK式算数教室があるのです。K式算数教室が、どこにもあるということは、どの地域においても「育脳寺子屋」の教室では多くの生徒を集客できると言うことです。