

急激な対象人口減少に今から備えよう!!
学習塾・予備校・私立学校も「生産性の向上」を本気で目指そう!!

公益社団法人 日本外国特派員協会

2024年1月15日(月)

13:00～

開倫塾 塾長 林明夫

(一般社団法人栃木県生産性本部 会長)

Q：学習塾・予備校・私立学校の最大のRisk、課題は何ですか

A：(1)2021年の出生数が80万人台であったものが、2022年には77万人に、2023年は72万人になると予想されています。このままですと、2024年の出生数は60万人台に突入の可能性が高く、10年後、15年後の小学生・中学生数が激減



- (2)大半の学習塾・予備校・私立学校の経営が困難に陥ることが予想されます
(3)この10年・15年後の急激な小中高生数の激減が、学習塾・予備校・私立学校の最大のRisk、解決すべき課題と考えます

Q：どのように、この課題を解決したらよいと考えますか

- A：(1)あまり聞きなれないかもしれませんが、「生産性の向上に向けて」、「積小為大」(二宮尊徳の教え)、コツコツと、一步一步、努力を積み上げる。これ以外にありません
(2)「生産性」は、「投入量(INPUT)」を「分母」、「産出量(OUTPUT)」を「分子」とする、「分数」で「決定」されます
(3)「生産性」を向上させるためには、「分母」である「投入量(INPUT)」を適正化しつつ、「分子」である「産出量(OUTPUT)」を最大化・極大化することが求められます

Q：生産性の「分母」である「投入量(INPUT)」とは何ですか

- A：(1)①「人」「もの」「お金」などです
②学習塾・予備校でいえば、「人」とは「先生方」「事務スタッフ」「経営幹部」です。「もの」とは、教室や校舎やITを含む様々な設備です。「お金」とは、経営に必要な「資金」です
③特に「人」は最重要で、学習塾などで働く人々すべてのエンパワーメント「empowerment」、つまり、「能力強化」と大幅な「権限委譲」が、「生産性向上」のために欠かせません



- (2)①先生方の能力としては、「教える力」、つまり、「合格させる力」「学校成績を大幅にアップさせる力」「塾生の自覚を促し、やる気にさせる力」が第一に求められます

②先生方には「生徒募集」だけではなく、「退塾させない力」、次の学年に「継続力させる力」も求められます。目の前にいる生徒の数が減り、少なくなれば、生産性が低く、経営が成り立たないからです

③質の高い授業、つまり、わかりやすい授業は、塾の先生の絶対条件です。この、わかりやすく授業する力、つまり、「教える力」を身に着けるには、授業のデザイン図、設計図である「レッスンプラン」に基づいた授業が欠かせません



④ちなみに、塾の先生方が「わかりやすい授業」を目指し、授業の導入部の「教え方日本一」を目指す大会が、年2回開かれています。毎年5月最終日曜に開倫塾が栃木県足利市で開催の「全国模擬授業大会(今年は5月26日白鷗大学足利高校をお借りして第17回大会が開催されます)」と、毎年10月第3日曜日に野田塾様が主催する「全国模擬授業大会 in 名古屋」です。ご参加は自由ですので、是非、ご参加ください

(3)先生方や事務スタッフ、経営幹部の「ITスキル」の向上も欠かせません

(4)同時に、不要な報告費、書類作成の廃止を含む「事務合理化」も大事。時代はどんどん変化し続けますので、経営幹部には、「意思決定スピードの迅速化」は急務です

(5)①コロナ禍で流行した「ズームの会議」ばかりでは、十分なコミュニケーションがとれず、生産性が上がりません

②「対面」での先生同士、スタッフ同士のコミュニケーションの機会を、戦略的に増やすことも求められます

③ズームの打合せは便利かもしれませんが、対面でのミーティングは不可欠です。ズームの打ち合わせや会議ばかりでは「仲間意識」が減少し、さらには「危機意識」の共有化が不足、結果的には塾生減・売上減の加速の直接的な原因となっている、中規模、大規模の学習塾が多いように見受けられます



(6)生産性向上のために、毎週1回、毎月3～4回対面での会議、ミーティングの開催が急務です。

Q：学習塾・予備校・私立学校の「生産性向上」のために、分子「産出量(OUTPUT)」である「顧客価値の最大化」のために何をしたらよいとお考えですか

A：顧客価値を最大化するためのポイントは「6つ」あります

(1)第一番目は「生産量・顧客数の拡大」、それによる「売上・付加価値の増大」です

①このためには、何としても「第一志望校合格」「学校成績大幅アップ」「英検などの合格」が必須です

②まずは、「現在の塾生」について、入試や英検などは「合格率」、「学校成績(校内順位)アップ率」など、「アップ率」が欠かせません

③ただし、大幅な人口減少に備えるには、「断トツ NO1」の「合格者数の占有率」、「学校成績上位者の占有率」など、「同一市場内」での「占有率(シェア)」が欠かせません

(2)第二番目は、「新商品・新ビジネスモデルの開発(イノベーション)」です

①「教える」という「事業領域(事業ドメイン)」の中で、どのように「新しい商品・ビジネス

モデル」を「イノベーション」、つまり、色々なものを組み合わせ、まったく新しい教育サービスをつくり上げるかが、最大の取り組み課題となります

②面倒だから、昨年までと同じことを、今年も、来年も、5年後、10年後、15年後もやり続けられればよいと考えていると、対象人口が激減し続けますので、大津波のように、全て飲み込まれてしまいます

③では、どのように「新しい教育サービス」と取り組むか。目を皿のように、これからの世の中がどうなるのかを予測。様々なものを組み合わせ、「新しい教育サービス」に勇気をもって挑戦する以外ありません



○「イノベーション」とは、「ゼロからスタート」し、新しいものをつくり出すのですから、「創業」と同じですので、

「危険」がつきものです。イノベーションの最大の課題は、「顧客創出」、つまり、誰が、その最初のお客様になってくださるかです。イノベーションは、すべて、ゼロからの出発です。まずは、1名・2名・3名と、一人ずつお客様を増やす。そして、10名・20名・30名と、少しずつ、経営を軌道に乗せる以外にありません。顧客数増・売上増に向けての執念を継続させてはじめて、イノベーションは事業化が果たせます

(3)第三番目は、「製品品質・サービス品質の向上」です

①今、提供している「教育サービス」のすべてを、「ゼロベース」で見直し、「不具合」もつとえば「バラツキ」を探し出し、ていねいに一つずつ「改善」し続ける

②ここで役に立つのが、「創業の理念」や、「共有する価値観」である「企業理念」です

③「創業の理念」「企業理念」をもう一度「学び直す」。そして、一つ一つの「教育サービス」の「内容」や「プロセス」の「改善」に「役立てる」

○「創業の理念」や「企業理念」は、上から目線で「周知徹底」「浸透」させるのではなく、どんな小さなところからでもよいから、「活用」することが大事です。もっといえば、働く方々によく「理解」していただき、全員に「活用」していただくことです

(4)第四番目は、「新市場・サービス」「新しい顧客の開拓」です

①「小学生・中学生・高校生」以外にも「教育サービス」はないのか。よく考え、これから有望な「教育市場、教育サービス市場」「新しい顧客」を開拓することです

②飲食店、特に和食・中華などフードサービスの皆様には、「新市場」「新しい顧客」の開拓のために、「海外展開」に積極的に取り組んでいる企業が多く見られます。多くの「試行錯誤」を経て、少しずつ軌道に乗せている企業が山ほどあります。

③教育サービスの新しい市場としてどこがよいのか。これから、人口が10億人単位で増加が予測されている「アフリカ市場」は魅力的です。又、「インド」「バングラデシュ」「パキスタン」「インドネシア」など、人口が数千万人単位で増加することが予想されます。このように、日本発の「教育サービス」の需要がある地域は、よく探せば存在します

○サービス産業として海外への展開を希望する場合に、最も頼りになるのは、「JETRO」です。是非、JETROにご相談ください。海外展開という志を同じくするサービス産業の皆様との勉強会も、定期的開催されています。是非、ご参加ください

(5)第5番目は「顧客満足・リピート率の向上」です

- ①折角、塾生として来塾していただいても「こんなはずではなかった」と不満を感じさせて退塾する「退塾率」
- ②「講習会から次の学期への継続率」、「講習会から本科への継続率」、「次学年への継続率」、特に小学部から中学部への「継続率」や、中学から高校への「継続率」は重要です
- ③「顧客満足」を向上させ、「リピート率」を上昇させるために、「退塾率」と「継続率」を正確に把握して、一つ一つその原因を追求することが求められます

(6)第6番目が「ブランド価値」「イメージの向上」です

- ①「創立〇〇周年」や「新学年」「新学期」など、切り替えやすい「きっかけ」を「自分から創造」。「企業イメージ」を一新する
- ②「ロゴ」や「キャラクター」「チラシ」「入塾案内」「コース案内」「塾内のポスター」。同じ人が担当すると、マンネリになりやすいので、「自社の担当者」や「デザイン事務所の担当者」を変更するのも一案。お金があったら「看板」「照明」などを「一新」する
- ③「先生方の服装」なども、思い切って明るく一新するよう、協力を願う

○今までやっていなかった「教育イベント」を、毎月1～2回、確実に実施。「保護者」や「地域社会の皆様」にも積極的にPR。新聞や地域FM、CATVにも積極的に取材のご案内。その度に、「社会的な課題」について「アンケート調査」を実施。「アンケート結果」を先ほどの地域メディアを通して「地域の皆様と共有」すれば、必ず、「ブランド価値」「企業イメージ向上」と、優秀な人材の採用にも役立ちます

Q：最後に一言どうぞ

- A：(1)出生数が2022年、2023年と2年連続で70万人台が続き、学習塾・予備校・私立学校の対象人口が激減することは明白です
- (2)そこで、今後は、数十年かけて1000万人単位で外国出身の皆様を日本に迎え入れてご活躍いただくことも不可欠です
- (3)学習塾・予備校・私立学校の児童・生徒としてだけでなく、保護者、地域社会・ビジネスパートナー、更には、先生・スタッフとして、外国出身の皆様をお互い、相手の立場に立ち、尊敬し合いながら、どうお迎えし、どうコミュニケーションを取るか、ご一緒に考えて参りましょう

本年もどうかよろしくお願ひ申し上げます

林 明夫

2024年1月15日記

