



eisu group 山本 千秋 代表

経済が低迷し、少子化が進行する厳しい社会情勢の中、私塾が企業として成長していくためには何が必要か。言い換えれば、私塾の「営業」とは何かにあるべきか。それは各社・各塾において最優先の課題であるはずだが、その解は決して一様ではない。今回、eisu groupの山本代表にeisuの現況や方向性についてお話しただく中で、代表がこだわっておられたこともまた、私塾にとっての「営業」のあり方であった。

ブランド力向上のために
粘り強く改善を
進めていく

――まずは今年のeisu groupの現況について教えてください。

高校部はここ数年、毎年ほぼ一〇%のペースで堅調な成長を続けています。これは内部在籍生の成績を上げ、合格実績を上げるという基本はもちろんのこと、組織的な説明会による保護者への積極的な働きか

「心」によって「心」を動かす――それが私塾の目指すべき「営業」

け、そして内部満足から外部集客につなげる「インサイドアウト」の流れがオペレーションとして定着しているからでしょう。昨年からは「東大現役合格プロジェクト」に代表される、生徒のモチベーションと向学心を重視するスタンスが、市場の評価を確実に得てきていることもあると思います。

また昨年11月に、東進衛星予備校／東進中学NETを中心コンテンツに据えた新しいタイプの校舎「eisu名駅西口校」を開校しましたが、本年はまず



今年9月に開校した竹橋ハレスサイドビル校



今年10月に開校した千種駅東口校

都千代田区一ツ橋1-1-1、毎日新聞本社ビル二階に「eisu竹橋パレスサイドビル校」、そして10月に名古屋市の交通の要所で市内随一の文教地区・千種に「eisu千種駅東口校」を開校しました。既存校の勢いに新しい力が加わることを期待しています。

一方三重県内の小中部では、昨年あたりから上向きの兆候が感じられはじめ、今年の夏期講習では全体で対昨年比一〇五%を達成しました。〇(ゼロ)円講習など

の価格競争に乗ることなく、対価を超えた価値の提供をテーマに適正価格での講習を維持してきましたが、その甲斐が見られる結果です。内部生の参加率は九五%、外部生の継続も平均五五%を上回り、運営面においても安定したところが出てきています。

ただいろいろと課題も残っており、特に校舎間・地域間の格差が大きいというのが一番の問題となつています。もちろん校舎・地域固有の事情というのはあるでしょう。しかし成

功している校舎だって当然そこ固有の事情というのはあるはずで、この点は言い訳にはできない。成功したケースを積極的に真似て、自校舎の成長に活かす。全員がその基本に徹すれば、社会全体としても

と上を目指せると思っています。――昨年度から本格導入した「ハイブリッド指導システム」や、イベントを通じたブランディング戦略の効果が出始めているということもあるのでしょうか？

そうですね。「ハイブリッド指導システム」は継続的な広報活動の成果もあってeisuのブランドイメージの二環として定着してきていると思います。イベントも同様で、二〇年以上の歴史を誇る「英語スピーチコンテスト」「えいすう文芸大賞」をはじめ「三重県ユース(U-15)サッカー選手権大会「eisu杯」、今年第4回目を迎えた「eisuオープンスクール」は、すでに地域から広範な支持をいただいていますし、昨年eisu倶楽部湯の山で開催した「算数MAX特別授業&公開父母セミナー」は、今年度から「脳トレプレミアムクラブ」(年四回)と名称を変

「全国小・中学生学力カップ 2012」
(後援:毎日新聞社/朝日新聞社)のポスター



社員の粘り強い努力が eisuの成長を支えている

え、恒例の行事として定着しました。
「分数はかせ」や各種セミナー・説明会も含め、これらのイベントはeisuのブランド構築の重要な柱として、お客様をeisuに惹きつける大きな営業上の力になっていると思います。
——ブランド構築と云えば、広報物についても対談形式の記事を掲載するなど、昨年より徐々に変化が見られるよ

え、恒例の行事として定着しました。
「分数はかせ」や各種セミナー・説明会も含め、これらのイベントはeisuのブランド構築の重要な柱として、お客様をeisuに惹きつける大きな営業上の力になっていると思います。
——ブランド構築と云えば、広報物についても対談形式の記事を掲載するなど、昨年より徐々に変化が見られるよ

女子レスリング世界選手権9連覇、アテネ・北京オリンピック金メダリスト 吉田沙保里選手とeisuの東進COO 伊藤氏の対談を掲載した11年9月25日発行の『MONTHLY eisu』▼



え、恒例の行事として定着しました。
「分数はかせ」や各種セミナー・説明会も含め、これらのイベントはeisuのブランド構築の重要な柱として、お客様をeisuに惹きつける大きな営業上の力になっていると思います。
——ブランド構築と云えば、広報物についても対談形式の記事を掲載するなど、昨年より徐々に変化が見られるよ

うに思います。
eisuでは、広報物においてつねに「品位」と「顧客目線」を追求するよう強調しております。我々もまた私企業である以上、自分たちが売りたい商品・サービスを前面に出したいのは当然のことです。
しかし教育を生業にする以上、そこに品位がなければいけません。さらにお客様がeisuのコンテンツに興味を持ち、詳しく知りたいと思つたとき、正確な情報を提供し、迷いなく目的地に誘導する、顧客目線に立った広報物制作も重視しています。
そこで昨年より、パズル道場の開発者 山下善徳先生を皮切りに、東京・京大に現役合格した元eisu生たち、そしてアテネ・北京オリンピック女子レスリング金メダリスト 吉田沙保里選手など、優れたキョウクターを持つ方々にご登場いただく対談形式の記事制作に力を入れ、単

なる営利チラシとも意見広告とも違う、知的に充実した紙面を作るよう心がけています。
またeisuのウェブサイトも今秋完全にリニューアルしました。生きた情報を即時発信することも、お客様が興味を持たれたコンテンツがあれば、それをスムーズに次のアクションに誘導し、問い合わせまで結び付ける、分かりやすいウェブサイトづくりにも取り組んでいます。

「全国小・中学生 学力カップ2012」に 向けて

——今年第一回目の「全国小・中学生学力カップ2011」が開催されました。二万名以上の参加者を集め大成功だったと聞いています。
これもひとえに全国の塾様のご協力の賜物であり、感謝申し上げます。
です。「全国小・中学生学力カップ2011」は、今年6月19日に全国で一四五の塾様、三五の会場で開催され、小四・中三、全六学年で二万二、一八三名のご参加をいただきました。子どもたちから

「来年もチャレンジしたい!」「もっといい点をとれるようにアタマを鍛えたい!」など、お手紙・メール・お電話などで様々な感想をいただきました。子どもたちはこのテストを大いに楽しんでくれたようで、本当に嬉しく思っています。中でも7月10日に帝国ホテルで行われた金賞受賞者表彰式は圧巻でした。五六名に及ぶ成績優秀な生徒さんたち、そこにご家族・先生方が加わり総勢二〇〇名以上、日本全国各地からお集まりいただき、感動的な素晴らしい式となりました。この感動こそ、最高の報いですね。

「この成功を受け、第二回目の「全国小・中学生学力カップ2012」の案内がすでに開始していると聞いています。
その通りです。第二回目には当たる「全国小・中学生学力カップ2012」は、12年4月9日(月)より生徒さんの参加申込受付を開始し、12年6月10日(日)に開催されます。金賞受賞者表彰式は同年7月15日(日)、今年と同じ帝国ホテル場所は孔雀南の間で行います。12年は毎日新聞社に加え朝日新聞社も趣旨にご賛同くださり、ご後援をいただくことが決定しています。生徒用パンフレットとポスターもすでに完

学力カップの塾エントリーはすでに始まっている。お問合せや参加申込は、全国小・中学生学力カップ運営委員会事務局まで。
TEL.03-3235-0553
(月曜～土曜 11:00～17:00)
学力カップウェブサイト
<http://www.gk-cup.jp/>

様の新たな営業機会として、もご利用いただきたいです。ね。塾様の参加エントリーは今年9月よりすでに始まっています。
ぜひお気軽に学力カップ運営委員会事務局にお問合せいただきたいと思います。

「真・善・美」と呼べる 何かを共有したい

——山本代表は第三回エイズウィーク (11年9月7日、帝国ホテル) においても、私塾にとつての「営業力」のあり方について力説しておられました。最後に、私塾にとつての「営業力」とはどうあるべきか、代表のお考えをお聞かせください。
当然のことですが、数値など形になつて現れる結果に対して執拗にこだわることは、これは大切ですが、無難にまとまればそれでいい、という考えでは成長は見込めません。もう一歩高みに行くために、徹底的に粘つこく結果を追求すること、この姿勢

が絶対に必要です。
しかしこれと同時に、営業に臨む上での心のあり方も重要だと考えます。というのも、営業とは結局、自分たちの心によつてお客様の心を動かすことだからです。心に嘘があつては、人の心は動かせません。またいかに美辞麗句を並べても、そこに利己心しか見えてこないようであれば、やはり人の心は動きません。
お客様は、私たちの言葉や態度を通じて、私たちの心を見極めようとしています。この人を本当に信頼しているのかどうか。そこに利己心だけが見えるようなら、お客様は絶対に受け入れられません。たとえ不器用であっても、そこにお客様を思う気持ち、お客様にとつてプラスになることを真剣に追求しようとしている姿勢がなくてはならないのです。精神的に聞えるかもしれませんが、お客様と私たちの間で、「真・善・美」と表現できるような何か共有されること、営業を成功させる必須条件です。

そこで社員には、eisuの提供するサービスの価値を研究し、しっかりと自分の中に落とし込んでから営業に赴くよう強調しています。自分でいいと信じられるものなら、自然とお客様を動かす力も高まる。実際



今年7月10日、金賞受賞者表彰式の記念撮影
日本全国から成績優秀な子どもたちが大勢集まった