

# 学習塾ならではの強みを生かした学童保育への挑戦！

株式会社共進舎（茨城県）

北茨城市を本拠地に、県北地区に多店舗展開する学習塾を経営する事業者。

## 1. 相談のきっかけ

取締役の後継者である山形芙美氏から、新事業である放課後児童クラブ『kusukusu』が、思うように生徒が集まらず、採算ベースに乗せられないとの悩みを抱えていた。

そこで相談者は、新事業の進め方に関して当拠点での相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

○自らも学童の保護者である当拠点のSCOが、顧客目線を持ちながら客観的な視点で事業者の課題を整理。

○その際、相談者の問題点として、学習+保育の融合したサービスを提供するなどの強みを有するものの、相談者自身が客観的にその強みを十分には理解できていないことがあった。

○その結果、効果的な強みの発信に結び付いていないため、具体的には、教室レイアウトやカリキュラムの工夫による顧客訴求力の向上が課題であった。

## 3. 解決策の提案

○まずは、事業者の強みを見直すよう助言。それを生かした保護者に対する自社事業のイメージアップ作戦として、学習を重視する学童保育であることを強烈にPRし宣伝効果を楽しむよう、教室レイアウトの変更、カリキュラムのブラッシュアップを図ることを助言。特に、子供たちに楽しんでもらいながら学習を進めてもらうようなコンセプトでのカリキュラムに絞り込んで強化するよう助言。

○また、レクリエーションイベント企画を利用した認知度向上・集客増の方法を提案。

## 4. 成果

○学習と保育の融合した商品サービスが実現できるようなカリキュラム・サービス内容をより明確にすることができた。具体的には、

・今日は図書館、明日は公園といった、子供を飽きさせない工夫の実施

・おやつやお弁当づくりまで行うなどの「食育」や、「英語学習」の視点も取り入れた、教育ニーズ・家庭の事情に則したコンテンツの導入・強化。

・習い事の送り迎えまで行うといった、きめ細やかなサービスなどを展開するに至った。

○また、プロモーションに関する助言により、送迎や食育など、競合他社が商品サービスの中で採り入れていない、本事業者の隠れた魅力も効果的にPRできるようになった。その効果もあり、認知度も向上し、生徒数も徐々に増えてきた。

○もとより教育・子育てに対する情熱を持っていた相談者だが、成果や目標が見えたことで、やる気に拍車がかかり、さらなる成長が期待される。今後の課題としては、効率的な事業運営に向けた運営管理の標準化に向けた取組があり、現在も当拠点で継続した伴走支援を実施している。

《子供たちの学習の様子》



《教室での学習の様子》

