

企業プロフィール

マニュアルNo. 8 ターゲット顧客視点での
商品・サービス革新による付加価値向上・コストダウン

- 会社名 : 株式会社明光ネットワークジャパン
- URL : <http://www.meikonet.co.jp/>
- 業種・業務内容 : 教育・個別指導塾(明光義塾)などの経営
- 本社所在地 : 東京都新宿区西新宿7丁目20番1号
- 従業員数 : 411名(2010年8月31日現在)

取り組み背景

当社の創業時は、ほとんどの進学塾が生徒の合格実績で競争しており、一握りの成績上位者を取り合っているような厳しい状況であった。

取り組み目的

競争の激しい市場ではなく、ニッチな市場で客数(生徒数)を獲得するためのサービスを開発し、事業を拡大させることを目的としている。

取り組み概要

競争の激しい「成績上位の生徒」ではなく、ボリュームゾーンである成績中位の生徒にターゲットを変更し、「個別指導」という独自の指導方式を採用し、生徒数を増加させた。また、小規模の教室を数多く展開することで、生徒の通塾利便性を高めるなど、ターゲットに合ったサービスを展開している。

取り組み内容

1. 競争が激しい「成績上位生徒層」ではなく、規模が大きい「成績中位生徒層」にターゲットを変更した。

理由

- 成績中位層を対象とすれば全国どこにでも教室展開が可能になると考えた。
 - 生徒の合格実績で競うより、わからない生徒をわかるようにさせる、やる気のない生徒をやる気にさせることのほうが社会貢献度が高いのではないかと考えた。
 - 補習に関する多教室展開のノウハウはどこにもなかったので、それらをフランチャイズ方式にて展開できるようにした。
2. 地域によって温度差のある受験指導ではなく、地域を限定せず大きなニーズが見込める補習指導に切り替え、全国展開をめざした。
 3. ターゲットに合わせた、独自の指導方式を採用した。
 - 「個別指導」という、生徒を個別に指導する方式を採用した。
生徒の学力と個性に合わせて学習プログラムを作成し、個別に指導をすることにより、生徒のニーズに合った教育サービスを提供した。
 - 勉強を教え込むのではなく、ヒントを与えて考えさせる「自立学習」をめざした。
 - 科目・曜日・時間帯などは、自由選択とした。
 4. 塾に通う生徒の利便性を高めるために、一つ一つの教室(塾の施設)のスペースを小規模化し、多くの教室を展開した。
 5. 教室を小規模にすることにより、人件費や家賃などの固定費を削減し、月謝や入会金を引き下げた。これにより、フランチャイズに加盟する教室オーナーの初期投資額が抑えられ、教室数が大幅に拡大した。

<授業(個別指導)の風景>



成果

- 教室数は直営210カ所、フランチャイズ1,709カ所となった。
- 生徒数は14万923人となり、個別指導シェア全国No.1を実現している(2010年11月30日現在)。