

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



平成26年4月22日

No. 14-084

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

愛媛の英会話スクールの現状と今後

～グローバル化の風を受け、伸張が見込まれる英会話スクール～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）では、愛媛の英会話スクールの現状と今後についてとりまとめましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、詳細は、2014年5月1日発行の「IRC Monthly」2014年5月号に掲載いたします。

記

【調査要旨】

- ・ 近年、新学習指導要領による小学校での英語必修化や、昇進・昇格の要件にTOEICスコアを加える企業が増えてきたことなどにより、幅広い層で英語に対する関心が高まっている。
- ・ 愛媛の英会話スクール向けのアンケートによると、約7割のスクールが2000年以降に開設している。また、生徒数100名未満のスクールが4割、年間売上高1,000万円未満のスクールが5割弱を占めており、比較的新しく、小規模な英会話スクールが多い。教室に通う生徒は、小学生以下が6割を占めている。
- ・ 「知人等からの口コミ（紹介）」が新規生徒の確保につながっているというスクールが8割強と圧倒的に多く、有効な生徒募集ツールとなっていることが分かる。また、6割の事業者が「質の高い講師の確保」を経営課題とした。
- ・ 3年前と比べた生徒数の増減数を尋ねたところ、「増加した」とした事業者が半数以上を占めた。また、3年後の増減見込みは6割強の事業者が「増加しそう」と回答しており、今後も生徒数の増加が見込まれる。
- ・ 今後の英会話スクール市場は明るいと考えている事業者が多いが、英語への関心の高まりとともに競争は激化し、英会話スクールを取り巻く環境は厳しくなることが予想される。選ばれるスクールになるためには、質の高い講師の確保と育成、生徒・保護者との信頼関係の構築、他とは違うサービスの提供による特色あるスクールづくりなど、“顧客満足”を第一に考えた取り組みが必要となっていくだろう。

以上

私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 **伊予銀行** 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514 TEL(089) 941-1141

はじめに

経済のボーダレス化や ICT 化の進展によって、「グローバル化」という言葉は、より身近なものとして社会に浸透し、企業のみならず一個人もこれを避けて通ることはできなくなっている。そして、経済や文化などあらゆる分野で国際的な交流が盛んになり、“世界共通語”として英語の役割がますます重視されている。

このような状況下、英語教育ビジネスの動向が注目される。そこで今回は、取材やアンケートを通して、愛媛における英会話スクールの実態や課題などについてとりまとめた。

1. 英会話スクールを取り巻く環境

受験者の8割強が小・中・高校生である実用英語技能検定の受験者数の推移を見てみると、近年までは減少が続いていたものの、2009年度に新学習指導要領の改訂が公表されて以降、わずかながら増加に転じている。

また、ビジネスパーソンの受験が多い TOEIC®テストでも、受験者数は増加している。特に11年度には、楽天やユニクロなどのグローバル企業が英語を社内公用語に採用したことや、昇進・昇格の要件に TOEIC スコアを加える企業が増えてきたことなどで、急激に増加したようだ。

これら2つの受験者数の推移からも、近年において幅広い層で英語に対する関心が高まっていることが分かる。

2. アンケート結果

愛媛県内の英会話スクールの現状や動向などを把握するため、アンケートを実施した。

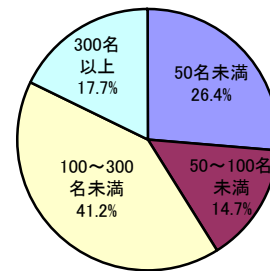
調査実施内容	
調査対象	愛媛県内の英会話スクール
調査方法	調査票を事業者に郵送
回収方法	郵送またはファックスにて回収
調査時期	2014年3月
回答状況	配布数 67先 有効回答数 35先 有効回答率 52.2%

(1) 比較的新しく、小規模な事業所が多い

開設年を尋ねたところ、回答事業者の約7割が2000年以降に開設していた。

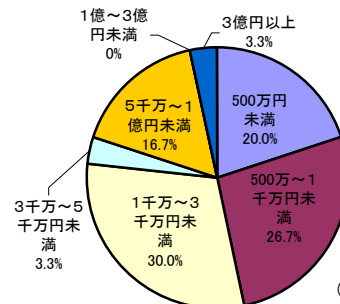
また、生徒数100名未満の事業者が全体の4割強を、昨年の年間売上高は1千万円未満の事業者が約半数を占めるなど、愛媛には比較的新しく、小規模な事業者が多いことが分かる(図表1、2)。

図表-1 生徒数



(n=34)

図表-2 昨年の年間売上高



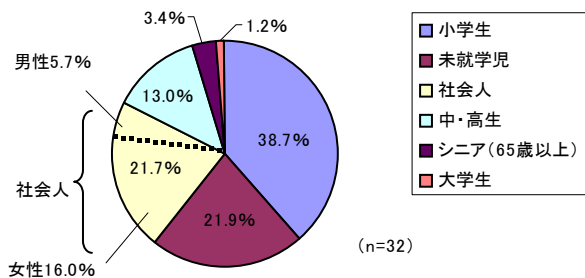
(n=30)

(2) 圧倒的に多い小学生以下の層

教室に通う生徒の属性別に集計したところ、「小学生」(38.7%)の割合が最も高く、「未就学児」(21.9%)が続く結果となった(図表-3)。取材でも、「新学習指導要領による英語の必修化により、英語学習を開始する年齢が低下傾向にある」といった声が聞かれた。

続く「社会人」(21.7%)の内訳をみると、男性よりも女性の割合が高くなっている。「平日の昼間に来ることが出来る主婦層向けのレッスンを取り入れている」という事業者も多いなど、ビジネスのためではなく、趣味・教養として英会話スクールに通う傾向がみられる。

図表-3 生徒の割合(属性別)

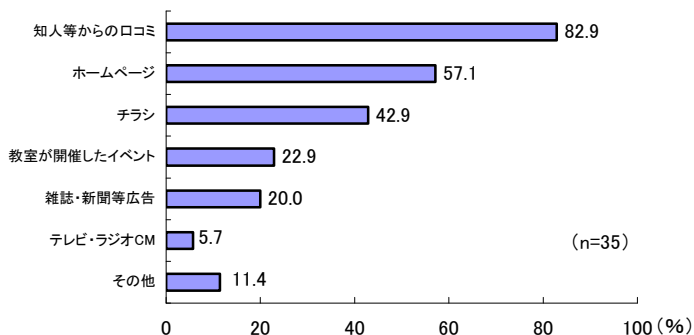


(3) 口コミ(紹介)は最大の生徒募集ツール

生徒が英会話スクールを知ったきっかけを尋ねたところ、「知人等からの口コミ(紹介)」が82.9%と最も多く、次いで「ホームページ」(57.1%)となった(図表-4)。

大手など、資金力のある事業者は、チラシや広告など様々な媒体を活用できるが、大半を占める比較的規模の小さな事業者では、口コミが最も有効かつ現実的な生徒募集ツールとなっているようだ。「通っている生徒の9割は口コミ(紹介)」という事業者があるなど、取材した事業者の多くで、口コミ(紹介)によって通い始めた生徒の割合が一番高かった。

図表-4 生徒が教室を知ったきっかけ(複数回答)



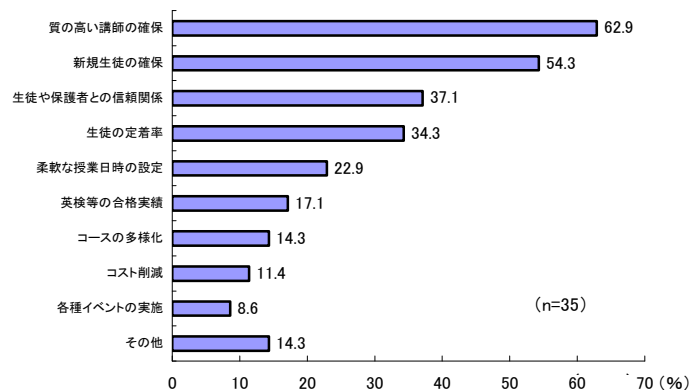
(4) 質の高い講師の確保が最大の経営課題

経営課題を尋ねたところ、「質の高い講師の確保」が62.9%と最も多く、次いで「新規生徒の確保」(54.3%)、「生徒や保護者との信頼関係」(37.1%)となった(図表-5)。「質の高い講師がいれば、新規の生徒も増え、定着率も上がる」という事業者が多く、「新規生徒の確保」

や「生徒の定着率向上」は講師次第とも言えそうだ。

また、「生徒や保護者との信頼関係の強化も、定着率向上につながる」との声もあり、事業運営において重要なポイントとなっているようだ。

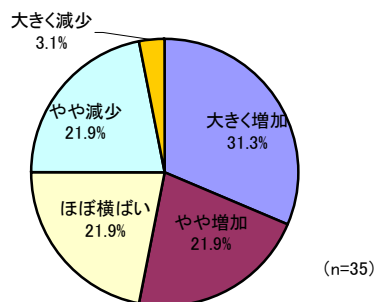
図表-5 経営課題(複数回答)



(5) 生徒数は増加が続く見込み

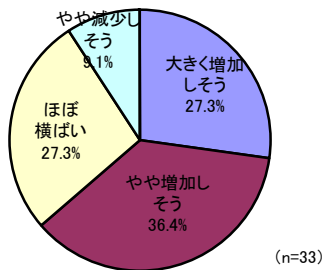
3年前と比べた生徒数の増減を尋ねたところ、「増加した」とした事業者が53.2%と半数以上を占めた(図表-6)。「大手英会話教室が経営破綻した際には、そのあおりで生徒数が激減したが、2年くらい前からじわじわと戻ってきている」との声があり、業界に対する悪いイメージが和らいできたことが要因の1つと考えられる。加えて、2011年度から小学校で英語が必修化されたことが、近年の生徒数の増加につながったとみる事業者も多かった。

図表-6 3年前と比べた生徒数の増減



また、3年後の生徒数の増減見込みを尋ねたところ、「増加しそう」とした事業者は63.7%を占めたが、「減少しそう」とした事業者は1割にも満たなかった。(図表-7)。

図表-7 3年後の生徒数の増減見通し



3. 選ばれる英会話スクールになるために

(1) 質の高い講師を“育てる”

英会話スクールに素晴らしいカリキュラムやノウハウがあっても、それを最大限生かせるか否かは、生徒に接する講師次第である。「新規生徒の確保」や「生徒の定着率向上」を図るには、“質の高い講師”の存在が欠かせない。“質の高い講師”の存在は、多くの事業者の強み・特徴であると同時に、その確保が最大の経営課題になっている。

今後も英会話スクールの増加が見込まれるなかで、どの事業者も“質の高い講師”を求めており、その確保は一層難しくなっていくことが予想される。そのため、“質の高い講師”を「育てていく」という視点も重要となるだろう。

(2) 生徒・保護者のニーズ対応を通して、信頼関係を構築する

「新規生徒の確保」や「生徒の定着率向上」を図るには、生徒・保護者と英会話スクールとの信頼関係の構築も欠かせない。ただ単に一方通行で“英語を教える”だけでは、信頼関係を構築することは難しいだろう。英会話スクールは、サービス業である。そこで重要となるのは、生徒一人ひとりのニーズを正確に把握し、しっかりと対応していくことである。学校で学んだ英語を実践す

る場としたり、TOEIC スコアなどを伸ばすための講座があったり、その他学校では出来ない多様な生徒のニーズに応じていくことが英会話スクールの使命ではないだろうか。このことが信頼関係の構築につながり、「新規生徒の確保」や「生徒の定着率向上」につながっていくものとする。

(3) 特色あるスクールづくりを進める

英語への関心の高まりは、参入事業者の増加による競争激化を招く可能性が高い。グローバル人材育成のために、政府が TOEFL®などの資格検定試験の受験を推奨していることなどから、今後は資格英語のニーズも高まっていくだろう。また、最近ではパソコンやタブレットなどを利用したオンラインでの英語教育ビジネスも広まるなど、顧客(生徒・保護者)の選択肢は確実に増加している。だからこそ、「顧客満足度を第一に、他とは違うサービスの提供を目指す」という考え方が重要となってくる。選ばれる英会話スクールとなるためには、ターゲット層を明確にしていくことも必要となろう。そして、ここでしかできない“良い体験”を多くの生徒に提供し、「楽しく、役に立つ」と感じてもらうためにも、競争力ある強み・特色を出し、磨きをかけていくことが大切であるとする。

おわりに

英語教育ビジネスは、2020年の東京オリンピック開催も追い風となり、今後も拡大していくことが予想される。取材では、「将来は明るい」と考えている事業者が多かった。しかし、英語への関心の高まりとともに、競争激化が進み、英会話スクールを取り巻く環境は厳しくなっていくだろう。

愛媛の英会話スクールは、小規模な事業者が多いものの、自らの強み・特色を伸ばし、地域に根ざした英会話スクールになることができれば、小さいながらも、“きらり”と光る存在となっていけるであろう。

(加藤 あすか)