

1. 業界ヒアリング・アンケート

県内の学習塾の現状を把握するため、ヒアリングおよびアンケートを実施した。以下はその結果の概要である。

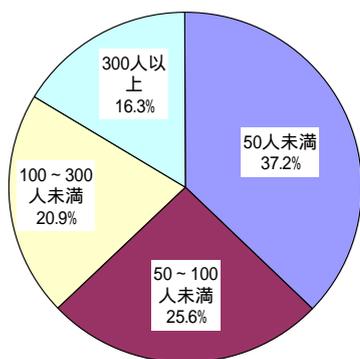
業界ヒアリング・アンケートの概要	
調査対象	愛媛県内の学習塾
調査方法	訪問および郵送
調査時期	2009年10～12月
回答先数	43先

(1) 塾生数、年間売上高と市場規模

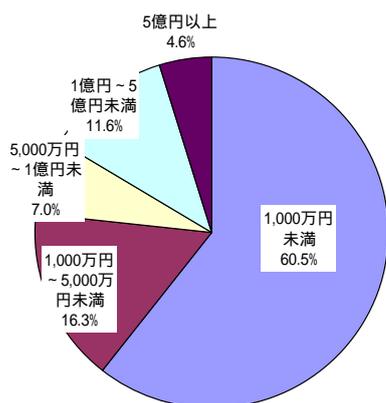
小学生から高校生までの塾生数と直近の年間売上高について尋ねたところ、塾生数は「50人未満」が37.2%で最も多く、次いで「50～100人未満」が25.6%となっており、塾生数が100人未満の学習塾が全体の約6割を占めている。年間売上高も「1,000万円未満」が60.5%と最も多く、県内の学習塾の大半が小規模塾であることがわかる。

なお、県内の市場規模を、業界ヒアリングやアンケート結果、学校基本調査などを基にIRCで推計したところ、100億円程度となった。

図表 1-1-1 塾生数 (n=43)



図表 1-1-2 直近の年間売上高 (n=43)

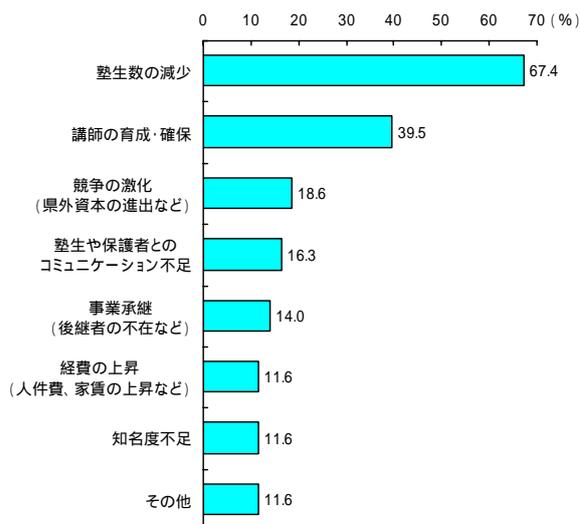


(2) 直面している経営上の課題・問題点

直面している経営上の課題・問題点について尋ねたところ、「塾生数の減少」が67.4%で最も多かった。次いで東・南予地域の中堅塾を中心に回答が多かった「講師の育成・確保」が39.5%、「競争の激化」が18.6%となった。

図表 1-2 直面している経営上の課題・問題点

(複数回答 n=43)



2. 保護者アンケート

保護者の学習塾に対するニーズなどを把握するため、小学生から高校生までの子どもを持つ保護者を対象に、インターネットアンケートを実施した。以下はその結果の概要である。

保護者アンケートの概要		
調査対象	全国の小学生から高校生までの子どもを持つ保護者	
調査方法	当社が運営するホームページを通じたインターネットによるアンケート	
調査時期	2009年12月～2010年1月	
回答者数	1,504名	
回答者住所	北海道・東北	180名 12.0%
	関東	476名 31.6%
	北陸・東海	194名 12.9%
	近畿	227名 15.1%
	中国	105名 7.0%
	四国(愛媛を除く)	33名 2.2%
	愛媛	163名 10.8%
	九州・沖縄	126名 8.4%

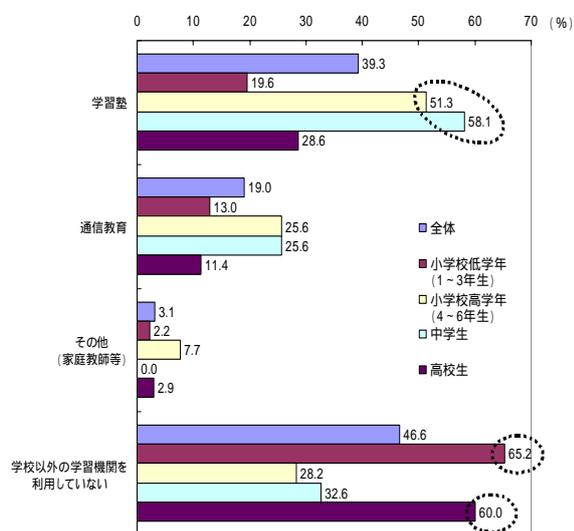
(1) 利用している学校以外の学習機関

子どもが学校以外の学習機関を利用しているか尋ねたところ、愛媛では「利用していない」との回答が46.6%で最も多く、次いで「学習塾」が39.3%、「通信教育」が19.0%となった。

学年別にみると、小学校低学年(1~3年生)と高校生の6割以上が「利用していない」と回答している一方で、小学校高学年(4~6年生)と中学生の5割以上が学習塾を利用していると回答している。

図表 2-1 利用している学校以外の学習機関

(「利用していない」以外は複数回答 愛媛 n=143)



(2) 現在の学習塾を選んだ主な理由

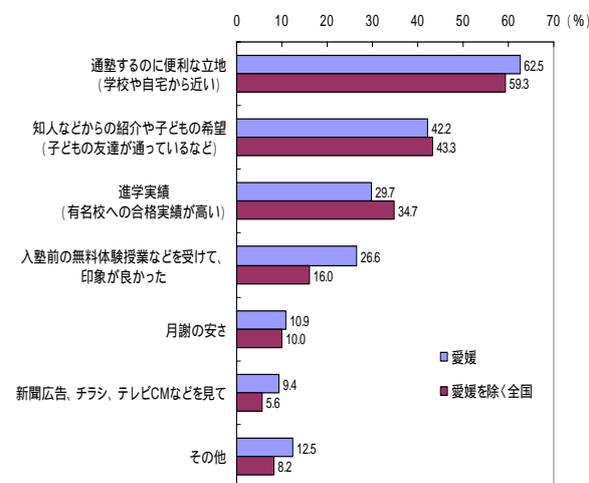
子どもが通塾している保護者に、現在の学習塾を選んだ主な理由を尋ねたところ、愛媛では「通塾するのに便利な立地」との回答が62.5%で最も多く、次いで「知人などからの紹介や子どもの希望」が42.2%、「進学実績」が29.7%となった。

塾関係者へのヒアリングにおいても、「大型教室を設置しても、通塾を検討している子どもの自宅や学校から遠ければ塾生は集まらない。現在は、30~40坪程度の教室を、児童・生徒数が多い学校の近くや交通の利便性が高い各市町の中心部に設置するようにしている」との声があった。また、「塾生の大半は、保護者間の口コミ情報が決定打となって入塾してくる」との声もあり、マスメディア

を通じた情報よりも口コミ情報に左右される業界であることが改めてわかる。

図表 2-2 現在の学習塾を選んだ主な理由

(複数回答 愛媛 n=64 愛媛を除く全国 n=499)



(3) 成績の向上以外に期待するサービス

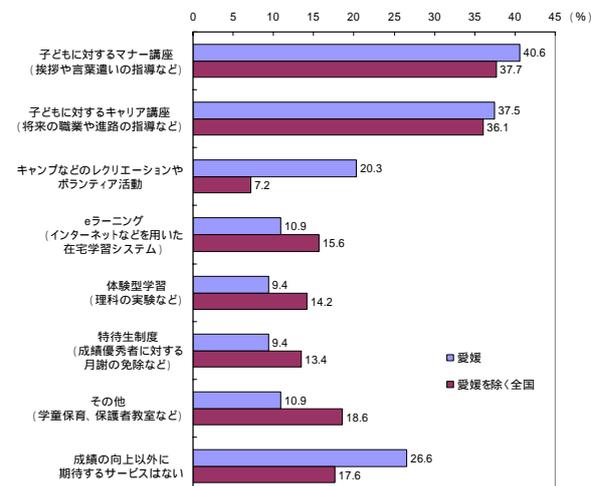
子どもが通塾している保護者に、学習塾に対して成績の向上以外に期待する(今後取り組んで欲しい)サービスを尋ねたところ、愛媛では挨拶や言葉遣いの指導といった「子どもに対するマナー講座」との回答が40.6%で最も多く、次いで将来の職業や進路の指導といった「子どもに対するキャリア講座」が37.5%となった。

学年別にみると、小・中学生の保護者を中心に、子どもに対するマナー講座やキャリア講座を望む回答が多くなっている。

図表 2-3 成績の向上以外に期待するサービス

(「成績の向上以外期待しない」以外は複数回答

愛媛 n=143 愛媛を除く全国 n=499)



(4) 『子ども手当』の使途

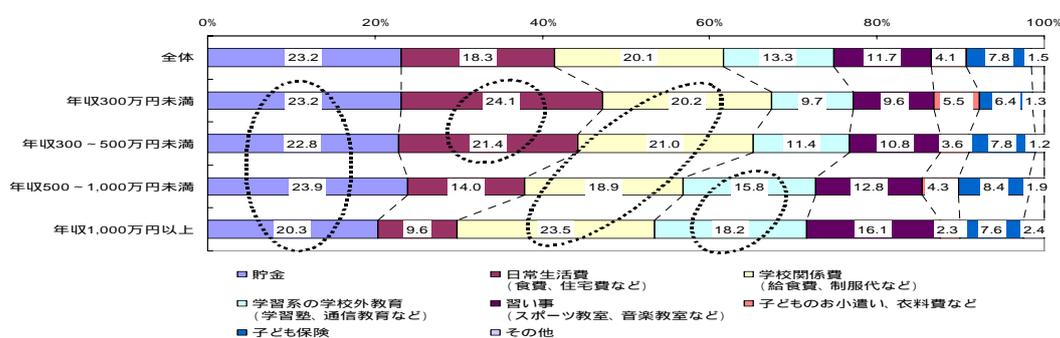
全国の小学生から中学生の子どもを持つ保護者に、2010年度から支給される『子ども手当』の使途を尋ねた。

その結果、『子ども手当』の使途として、「貯金」が23.2%で最も多く、次いで給食費や制服代といった「学校関係費」が20.1%となった。「貯金」と「学校関係費」以外の使途としては、年収が少ない世帯では食費や住宅費といった「日常生活費」に、年収が多い世帯では学習塾や通信教育といった

「学習系の学校外教育」に充てる傾向があった。

年収が多い世帯は、既に子どもを通塾させている場合が多く、『子ども手当』によって通塾率が大きく上昇することは考えにくい。受講科目の追加による1人当たりの月謝の上昇も限界があり、学習塾業界にとって、『子ども手当』はプラス要因ではあるものの、業界全体を大きく底上げする効果までは期待できないと考えられる。

図表 2-4 子ども手当の使途 (世帯年収別 全国 n=1,142)



(注) 子ども手当の使途を金額の多い順に最大3つ選択してもらい、1位=5点、2位=3点、3位=1点でポイント化して集計した。

3. 今後の方策

(1) 講師の育成強化

講師の育成強化のため、(社)全国学習塾協会が実施している学習塾講師検定制度を利用することも1つの方策である。

(2) 指導対象学年の拡大

中学生の通塾率は他の学年に比べて高く、今後、大きく上昇することは期待しにくい。塾生を確保するには、指導対象学年の拡大は欠かせず、特に小学校低学年の獲得が重要になると考えられる。

(3) 子育て支援事業の展開

A. マナー、キャリア講座の設置

保護者は、言葉遣いをはじめとするマナー教育や、将来の職業・進路について考えるキャリア教育を学習塾に期待するようになってきている。これらの講座を設けることが差別化の1つになるのではないだろうか。

B. 学童保育事業の展開

共働き世帯の増加に伴い、放課後などに子どもを預かってくれる学童保育(国では、放課後児童クラブという名称を用いている)の登録児童数は増加している。このような状況の中、首都圏の学習塾を中心に、宿題のサポートや夜間までの預かり時間といったサービスを強味として、学童保育事業を展開する動きがみられる。今後も学童保育を利用する児童は増加するとみられ、小学校低学年をはじめとする塾生の獲得につながる新たな市場として期待される。

4. おわりに

今後、県内の学習塾が子どもと保護者のニーズを的確につかみ、「子どもの教育を支える機関」としてさらに発展することを期待したい。