

# これから の時代をどう生き抜くか

## 秋のウイングネットセミナー

### オンライン指導の可能性と 新学習指導要領対応サービス



花咲スクール・大坪智幸 塾長

る)、練習問題の不明点を質問させることで半ば強制的にコミュニケーションを図ったという。大坪智幸塾長は、「すでに信頼関係を築けている生徒たちであれば、自宅受講とオンラインによる質問の組み合わせで、何ら問題ないと確信しました。学校の課題にパンク寸前だった生徒にも寄り添い、一人ひとりの性格や向き・不向きも考慮しつつ対応したことが、保護者様から高評価を得た理由だと思います。結果的に、退塾者も月謝へのクレームもゼロでした」

さらに、GIGAスクール構想の進展状況やコロナの感染状況によつては、「オンライン併用型が塾の本流になる日は近い」と予測する。「講義動画配信や同時双方向授業、自立学習用アプリ配信、オンライン自習室

「消費者の目的に適合した新しい形態として、オンライン併用塾が誕生する可能性は大きいと思います。ただし、生徒の年齢や学力、目的意識の程度にもよりますが、オンラインだけでは難しく、最低でも週1回の通塾が必要ではないでしょうか」

確かに、オンライン指導は先生の熱意が伝わりにくく、保護者の不安の声も少なくない。こうした不安の実態を突き止めることが極めて重要で、ゴールが見え

「アリオジャパンの調査レポートによると、コロナ禍における保護者の80・2%が『学習の遅れに不安』と答え、学習に対する意識の高まりを見せました。しかし、オンライン授業の満足度に関する保護者アンケート結果(出典/アバストンフトウェア)では、日本はわずか24%足らずで12カ国中最下位でした。日本は変革を迫られています。オンライン指導はまだまだ伸びしろがあると受け止めて、民間教育が先陣を切って日本の教育に定着させていくことに期待しています」



(株)ウイングネット・荻原俊平 社長

前述の2塾について、小林氏はこう分析する。

「共通点は、教師が生徒一人ひとりに丁寧に接し、モチベーションの維持に注力していること、信頼関係が成立していること、保護者の声を傾聴し、適切な情報提供を行っていることが挙げられます。裏を返せば、オンライン指導は、常時授業参観状態」ですから、言葉遣いなど些細な点も顕著に透けて見えることを意識しなければなりません」

続いて登壇した(株)サイタコーディネーションの代表取締役であり教育学博士の江藤真規氏は、「今こそ、保護者が納得するオンライン指導を構築するべき」と話す。

LINEなどの連絡ツールも含めて、自塾で使いやすいものを組み合わせ、配信ノウハウや指導スキルを磨き続けていくべきだと思います」



(株)学研塾ホールディングス・(株)市進ホールディングスの会長である下屋俊裕 氏

10月4日(日)、「ウイングネットセミナー」がリアルタイム配信によって開催された。第1部はゲストコメンテーターを招き、オンライン指導を成功させた加盟塾の事例研究を実施。第2部は(株)学研塾ホールディングス・(株)市進ホールディングス下屋俊裕代表取締役会長が、「これからの時代をどう生き抜くか」をテーマに講演した。また第3部では、今後リリース予定の新学習指導要領に対応したサービスの提案が行われた。

PS・コンサルティング・システムの小林弘典代表は、「特定サービス産業動態統計調査」に基づき、コロナ禍における学習塾の売上高の落ち込みを次の数値で示した。「上場塾11社の4月〜6月期の決算状況は、売上げが昨年比マイナス11・9%です。さらに、上場塾6社の3月〜5月期を見るとマイナス18・6%で、約2割もの減少となっています」こうして業界全体が大打撃を受けた



PS・コンサルティング・システム 小林弘典 代表

一方で、絶好調な塾もあると小林氏は指摘する。「生徒数が約1・5倍になった塾が2・0%、売上げが約1・5倍に増加した塾は3・2%にのびります。全国学習塾協会の4月中旬の調査によると、オンライン指導を『実施中もしくは実施予定』と75%が回答していますから、いかに適切な指導を行ったかによって、マイナスに転じた塾とプラスに転じた塾の明暗が分かれたといえます」

一方、花咲スクール本部校は、Zoomを導入するタイミングが比較的遅かった。しかし、「ウイングネット」受講生には必ず1日1授業を受講してもらい(例題解説のみでもOKとす

第1部——加盟塾事例研究  
コロナ禍で生徒数・売上高を伸ばした新指導形態の可能性  
補助ツールにZoom活用  
退塾者&月謝クレームゼロ

千葉県を中心に直営4教室、FC3教室を展開するTASUKE塾の崎山正樹塾長は、「緊急事態宣言解除直後から入会希望者が増加しました。入塾面談は50件弱で、新規校舎オープンのような勢いでした」と振り返る。コロナ以前から徹底的に「ウイングネット」を活用した個別と自立型指導を積み重ねてきたことにより、映像授業の良さが保護者に浸透してきて違和感なく受け入れられたこと、またいち早く配信授業に切り替えたことが成功の秘訣だと崎山氏は分析する。



TASUKE 塾・崎山正樹 塾長

不安に寄り添う姿勢が  
オンライン指導に不可欠



サイタコーディネーション代表で教育学博士の江藤真規氏

「まず、オンライン指導による出席管理の労力を軽減するため、科目と時間を統一し、授業回数は普段の2倍以上設けました。さらに、オンライン指導で点数を上げさせるためにはテスト結果の伝え方を工夫しました。単元テストの結果は保護者のLINEに直接連絡し、合格したら喜びを伝え、不合格なら面談をアピールして、保護者の目を学習結果に集中させました。また、5月には独自の定期テストを実施し、採点結果は丁寧なコメント付きで保護者宛てに返却しました」

これらの工夫が功を奏し、ある高校生の生徒は5月の時点で数Iの8割を終えるなど、先取り学習にもつながったという。

一方、個別最適化学習塾「Dreaven」は3月27日に新規開校し、その2週間後に、オンライン指導の開始に踏み切った。

**保護者とLINEで  
活発にコミュニケーション**

江藤氏は、保護者との関係性を構築した成功例として、新・個別指導塾「PASSFIND」(茨城県)と(株)俊英

館個人最適化学習塾「Dreaven」(東京都)を紹介した。

新・個別指導塾「PASSFIND」の藤代恭平代表は、

「まず、オンライン指導による出席管理の労力を軽減するため、科目と時間を統一し、授業回数は普段の2倍以上設けました。さらに、オンライン指導で点数を上げさせるためにはテスト結果の伝え方を工夫しました。単元テストの結果は保護者のLINEに直接連絡し、合格したら喜びを伝え、不合格なら面談をアピールして、保護者の目を学習結果に集中させました。また、5月には独自の定期テストを実施し、採点結果は丁寧なコメント付きで保護者宛てに返却しました」

これらの工夫が功を奏し、ある高校生の生徒は5月の時点で数Iの8割を終えるなど、先取り学習にもつながったという。

一方、個別最適化学習塾「Dreaven」は3月27日に新規開校し、その2週間後に、オンライン指導の開始に踏み切った。



新・個別指導塾 PASSFIND 藤代恭平 代表

定試験を利用した入試を実施する大・学・学部は大幅に増加し、英語重視の傾向が続いています」

実際、ウイングネットの夏の推薦対策講座の受講生数は、昨年比2・44倍に伸びたことを下屋氏は明かした。「2040年までの階層別人口動態を見ると、少子化と働き手の減少は同時進行です。働き手の減少をカバーするためには、AIやロボットとの協力関係がより重要となります。例えば、チャットボットで問い合わせ対応の効率化やコスト削減を図るなど、業務システムの簡略化、社内業務効率化と社員満足度の向上など、各塾が対応を求められる局面にあるといえます」

**第3部——新サービスの提案**

**大学入試の対応法と新学習指導要領対策**

**高2早期受験生と  
小学生英語強化・  
中学生映像全面改訂**

第3部では、小中高の新指導要領に対応したサービスについて、今後リリース予定の試みが紹介された。

大学入試は大前提として、コロナの影響や入試問題の難化、首都圏私立大定員の厳格化により、地元志向や安全志向から共通テストの利用者が増加している現状がある。指定校推薦や公募推薦のために、高校の内申活用者の増加も顕著だ。

そこで重要なのは、高2の冬から生



個人最適化学習塾 Dreaven 都丸亜絵莉 教室長

た。都丸亜絵莉教室長は、

「休み時間にもZoomをつないだまま私が一人で雑談を繰り返して、学習以外の刺激を提供することにエネルギーを使いました。生徒は聞いても聞かなくても自由としましたが、私自身がまず自己開示することで、信頼関係を築ききっかけになったと思います。また、保護者との連絡もLINEを活用しま

**第2部——講演**

(株)学研塾HD・(株)市進HD

**下屋俊裕 代表取締役会長**

**ポストコロナ時代の  
オンライン指導と大学入試**

コロナ禍において全国の学習塾は試行錯誤を重ね、生徒と保護者に寄り添

うオンライン指導の形態を模索してきた。

市進学院では4月・5月の臨時対応として、「ウイングネット」の各イントロ授業を20分間取り取って配信。これが非常に好評を得て、総視聴者数は5万人を超えた。

英語については「ELST」を導入。小学生英語は中学英語を見越して、教材・授業・家庭学習のトライアングルで楽しい・使える・わかる・できる学習を提供する。中学生英語は教科書100%準拠で4技能を繰り返し学習させて、定期テスト対策を強化し、内申点アップを目指す。さらに来年の中学教科書改訂に向け、全教科書準拠映像を撮り直し、定期テスト対策を充実させる。

最後に、(株)ウイングネットの荻原俊平社長は、新時代に向けたAR、VR、SNSの取り組みについて展望を述べた。

「イベント化しやすい質の高いAR体験や、オープンキャンパス・職業体験などのVR体験は、集客効果が期待できます。またこの冬、LINE公式アカウントをリニューアルして、集客や受講促進をより一層サポートします。デジタル時代が加速する中で、今をチャンスと捉え、子どもたちの未来のために新しいチャレンジを繰り返していきたくと考えています。生徒が目も手も頭も心も使って全身で動く授業、人間の心理に則った教育サービスを提供し、新指導要領にもコロナにも負けずに勝ち抜く塾づくりを応援してまいります」