

「え？まだ授業受けてるの？」——。ふと目にした広告をしない塾なのに生徒数がうなぎ登りに増えている。人気で、人気お笑いコンビの「ノンスマイル」が訴えかける。理由にはマラソンのペースメーカーのようにつききりで管理してくれる点。武田塾から最新の塾トレンドを探った。

# 少子化なんの!! 塾業界のRIZAP



講師が受験生の学習状況を管理する（東京都文京区）

## 基本は自習

御茶ノ水駅から徒歩5分ほど、武田塾の教室に入ると、黙々と自習に取り組む十数人の生徒たちの姿。講師の熱血指導は聞こえてこない。教室全体が自習室のようだ。ここでは集団授業は一切行わない。個別にもほとんど教えず、あくまでも学習を「管理」するだけ。良質な市販の参考書

# 授業ない塾

がたぐさんあり「解説を読めば基本的に理解できる」というスタンスだ。志望する大学や学部ごとに合格に必要な参考書や問題集のリストと、取り組む順番やペースを記したフローチャートがある。それをもとに、学習コーチが週1回、2時間ほどかけてどれだけ勉強したかを聞き取る。1週間でもこれを1日何ページこなすか計画書を作る。ある生徒の英語の計画書はこんな感じだ。受験生におなじみ「英単語ターゲット」の単語を800個覚える。平日4日間をかけて1日200個ずつ暗記し、土日に800個を総復習。週明けに確認テストを実施する。コーチが採点し、8割以上正解できなかったら次の週も同じ内容を繰り返す。ポリシーは「できる」にこだわられ、「回

## 林尚弘塾長

## 異能マーケティング

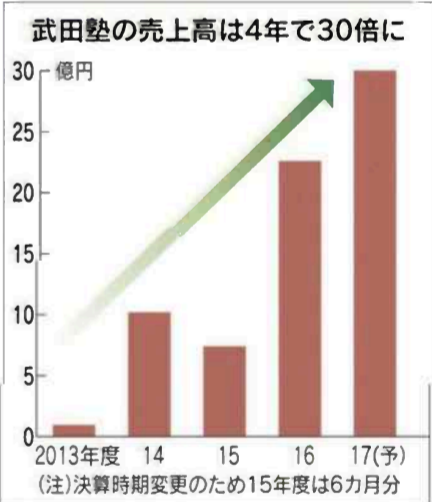
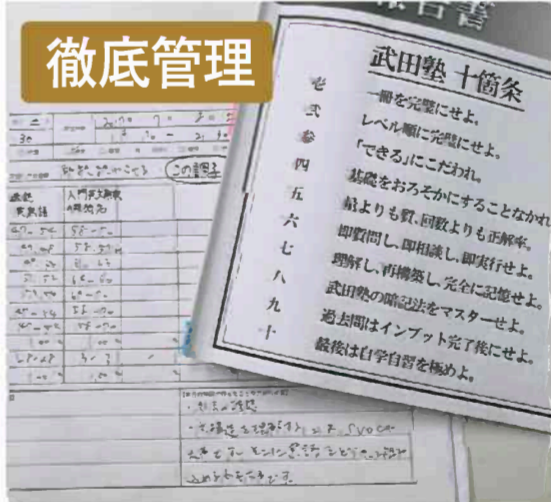


教よりも正解率」だ。不安な生徒には月3万4万円プラスで、管理が強い「義務自習」というコースがある。決められた時間に自習室にいないとコーチから電話がかかってくる。それでも来ないと保護者に連絡をとるといった徹底ぶり。生徒の平均単価は月6万5千7万円。決して安くはないが「自分1人で勉強するのは不安」という生徒の間で口コミで広がり、足元の生徒数は4000人この2年間で2・4倍に増加。今春は慶応・早稲田大や北海道大医学部など1455人の合格者を輩出した。管理してくれるとはいえない、自分で進んで勉強しなければならぬのは同じ。生徒に話を聞いた。東京都新宿区に住む

## 市販の参考書極める 習慣づけにコミット

## 自習 > スマホ > 個別 > 集団

塾・予備校に「第四の波」 学習塾は戦後日本の経済成長と歩みを共にしてきた。少子化にもかかわらず各家庭における教育費は増えており、市場は伸びている。全日本学習塾連絡会議の「学習塾百年の歴史」によると、学習塾が増え始めたのは1950年代後半。60年代にかけて私学入試への要望が高まり、65年には「乱塾時代」という言葉も生まれた。71〜74年の「第2次ベビーブーム」が、80年代に入り生徒数の増加に拍車をかけた。駿台予備学校、河合塾、代々木ゼミナールが全国展開を加速したのもその頃。予備校熱がマックスに達した。「第二の波」が訪れた。さらに成長した。01年に早稲田アカデミーが個別指導に参入するなど集団に強い塾も追いついた。「今でしょ!」で知られる林修先生を輩出したナガセの「東進衛星予備校」が00年代に急成長したのも、個別シフトの流れにある。有名講師の素質な講義を、子ども一人ひとりが自分の都合に合わせていつでもどこでも映像講義を視聴できるモデルが開いた。いまや東大現役進学者の約3人に1人が東進の授業を経験している。この1、2年で急速に押し寄せた「第三の波」がIT系だ。代表的なのがリクルートマーケティングパートナーズ（東京・中央）の「スタディサプリ」。カリスマ講師の授業動画などを月額980円から提供。スマートフォン（スマホ）片手に賢く安く学ぶスタイルが浸透する。スマホゲームで遊びながら学ぶ商品も6月に登場した。学研プラス（東京・品川）の参考書「APPIIS」で、8月中旬までに約4万8000部売れた。そして最新トレンドが「武田塾」だ。自主学习という点で、半世紀以上に前に公文教育研究会（大阪市）が生み出した「公文式」にも通じるような汎用性が高まれば「第四の波」となるかもしれない。（寺井浩介）



ど、勉強が習慣化できている」という。創業は2004年12月。きっかけは林尚弘塾長（32）自身の苦い体験だ。高校1年生から週3回学習塾に通ったが、現役で受験した3大学はすべて不合格。浪人時代も偏差値はなかなか伸びず、秋になっても偏差値は50程度だった。受験前の3カ月間は参考書を中心に家庭での学習に切り替えたところ、「学力が急激に伸び」、学習院大に進学した。経験から得たのは「予備校の授業を多く受けるより、問題集1冊を完璧にするほうが成績が伸びる」ということ。大学1年時に起業に思い至り、運営母体となるA・V・E（東京・文京）を設立しお茶の水に塾を開いた。1年目から模擬試験でE判定だった生徒が慶応大、早稲田大など難関校に合格。「これはいい」と確信し、3年ほど前から「授業をしない」を学習塾のスタンダードにした」と語る。この1、2年で急速に押し寄せた「第三の波」がIT系だ。代表的なのがリクルートマーケティングパートナーズ（東京・中央）の「スタディサプリ」。カリスマ講師の授業動画などを月額980円から提供。スマートフォン（スマホ）片手に賢く安く学ぶスタイルが浸透する。スマホゲームで遊びながら学ぶ商品も6月に登場した。学研プラス（東京・品川）の参考書「APPIIS」で、8月中旬までに約4万8000部売れた。そして最新トレンドが「武田塾」だ。自主学习という点で、半世紀以上に前に公文教育研究会（大阪市）が生み出した「公文式」にも通じるような汎用性が高まれば「第四の波」となるかもしれない。（寺井浩介）