

【保護者 300 人と学習塾 70 教室に聞いた「保護者と学習塾の意識調査」】
「コミュニケーションのデジタル化」を進めたいという共通認識がある一方で、
「学習塾選びの基準」や「連絡手段」の認識に乖離あり

株式会社 POPER（本社：東京都中央区、代表取締役 CEO：栗原慎吾）が提供する、スクール専用業務管理&コミュニケーションアプリ「Comiru（コムル）」は、学習塾に通う小・中校生の子どもの持つ保護者 300 人と、全国の学習塾 70 教室を対象に「保護者と学習塾の意識調査」を実施しました。

【調査サマリー】

■保護者と学習塾の意識に乖離あり！

①学習塾を知ったきっかけ

- ・保護者が重視していない「ブログ」の更新・掲載を学習塾は注力。
- ・また約 3 割の保護者が回答した「ネットの口コミ」を、学習塾はあまり重視していない。

②学習塾選びの基準

- ・保護者の 4 位「講師の授業方法」を学習塾ではあまり重視していない。
- ・全体を通して学習塾側は回答が 5 割を超える項目が多い一方で、保護者側の回答は 4 割以下と少なく、保護者はあまり吟味して学習塾を選んでいないのかもしれない。

③学習塾と保護者の連絡手段

- ・「メール」「LINE（※）」を希望する保護者が多く約 5 割が回答。
- ・一方、実際は約 7 割以上が「電話」で連絡を取っている。

④デジタル化するべき項目

- ・保護者の回答が 2 番目に多い「授業や学習の進捗管理」は、学習塾はあまり優先していない。
- ・日々の連絡に加えて、授業・学習の進捗管理もデジタル化することで、満足度を高められる可能性が高い。

⑤学習塾に期待する授業外のサポート

- ・学習塾は受験関連のサポートを上位に回答。
- ・一方、最も保護者が求めているのは「子どもの成績管理」だった。

■保護者と学習塾で共通認識あり！

①学習塾選びの基準

- ・「自宅・学校から近い」「講師や教室長とのコミュニケーションが取りやすい」はどちらも TOP3 入り。

②デジタル化するべき項目

- ・「相談連絡」や「お知らせ・通知」などコミュニケーションのデジタル化を進めていくべきだと感じている。

③退塾を検討した理由／想定される退塾理由

- ・1 位「成績不振」、2 位「保護者と講師のコミュニケーション」となり、保護者・学習塾で同じ結果に。

【調査背景】

4月を迎え、新学期が始まりました。来年の受験に向けて、塾を探し始める保護者も多いことでしょう。2022年入試は過去最多の受験数を記録し、今後も受験が盛り上がることが予測されています。保護者はどのような学習塾を求めているのでしょうか。またその希望に学習塾は答えられているのでしょうか。サービスを通し学習塾・保護者双方のサポートを行うComiruは、保護者と学習塾の意識の差を可視化するために「保護者と学習塾の意識調査」を実施しました。

下記、7つの項目で調査を行い、保護者と学習塾の意見をまとめています。

- ①学習塾を知ったきっかけ
- ②学習塾選びの基準
- ③学習塾と保護者の連絡手段
- ④デジタル化するべき項目
- ⑤退塾を検討した理由／想定される退塾理由
- ⑥学習塾に期待する授業外のサポート
- ⑦1ヶ月／年間でかけられる学習塾代

【調査対象】

調査の方法：WEB アンケート方式

調査主体：スクール専用業務管理&コミュニケーションアプリ「Comiru」

①保護者向けアンケート

調査の対象：学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者（N=300）

調査実施日：2022年4月12日～2022年4月15日

②学習塾向けアンケート

調査の対象：全国の学習塾経営者・教室長（N=70）

調査実施日：2022年4月19日～2022年5月12日

※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「Comiru 調べ」と明記をお願いいたします。

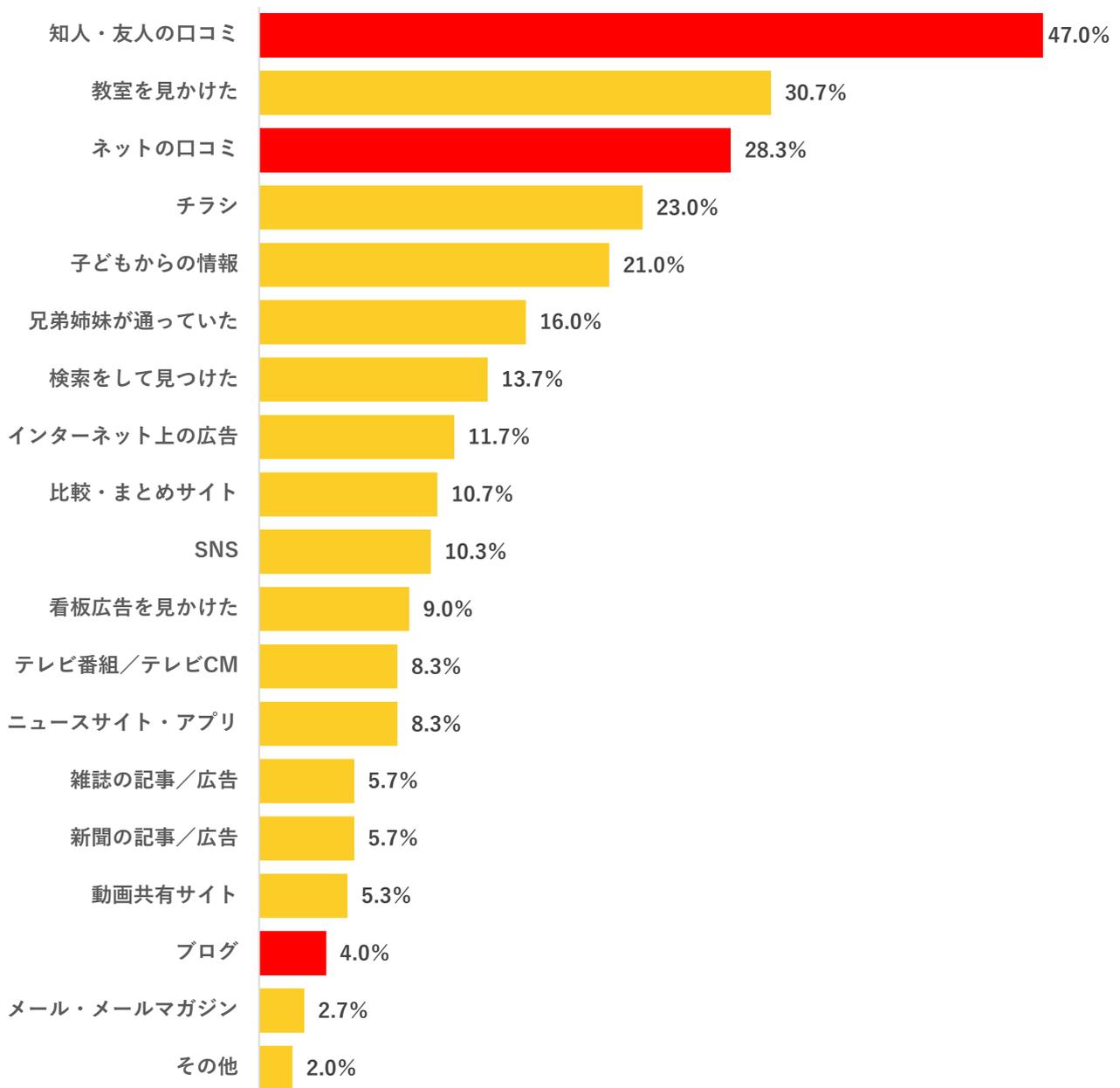
現在子どもが通っている学習塾を知ったきっかけ

1位「知人・友人の口コミ（47.0%）」・3位「ネットの口コミ（28.3%）」と入塾に「口コミ」の影響大

- ・1位と3位にランクインしたことから、学習塾を知るきっかけとして「口コミ」が保護者から重視されていることがわかった。
- ・一方で、雑誌や新聞の広告やブログ、メルマガなど、学習塾から発信する情報は効果が薄いことが浮き彫りになった。

図表1：現在子どもが通っている学習塾を知ったきっかけ

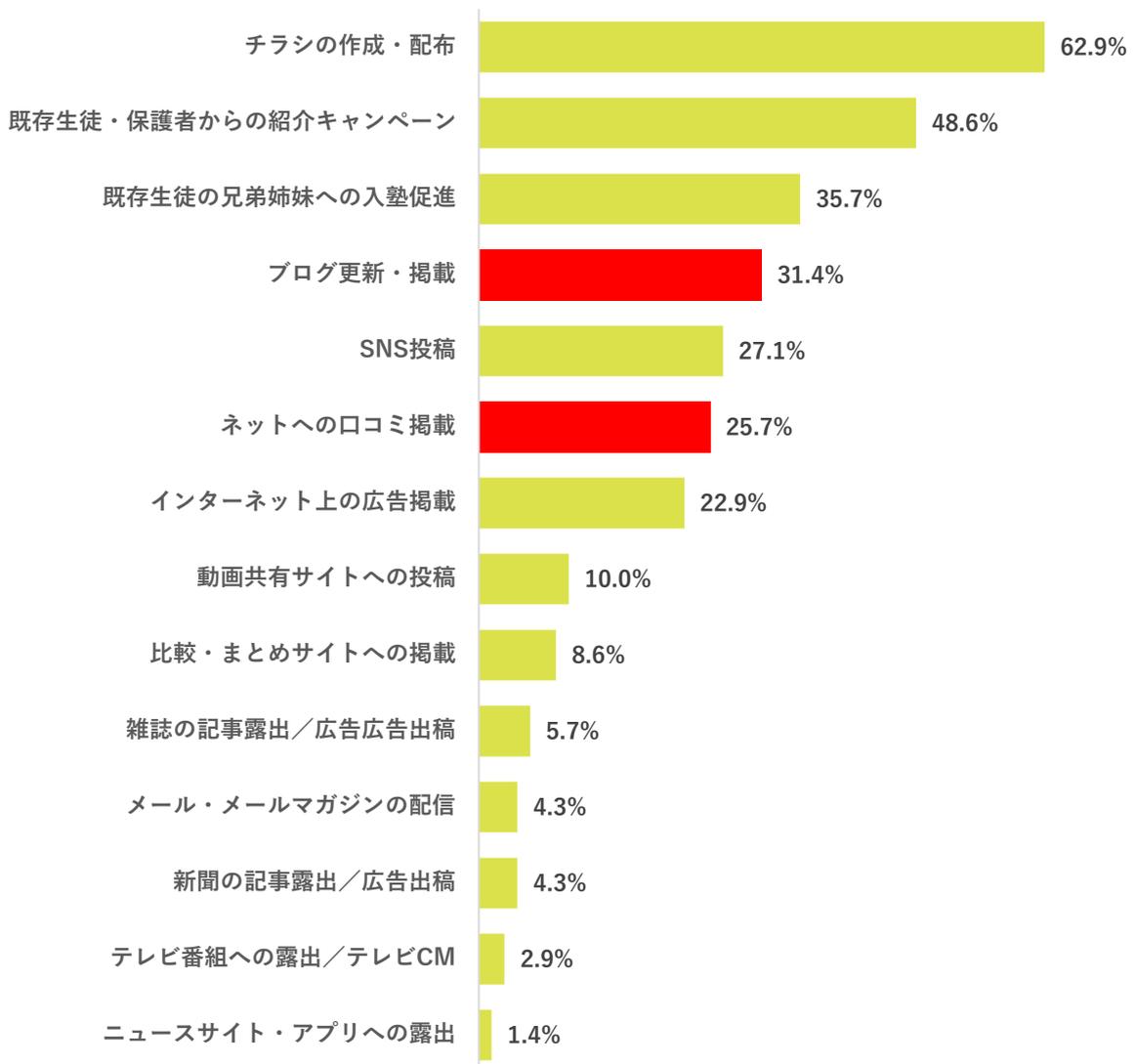
学習塾に通う小・中校生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）



学習塾が集客目的で力をいれている施策
「ブログ更新・掲載」が4位で3人に1人が注力
保護者が重視する「ネットへの口コミ掲載」は6位と低い結果に
保護者の意識と乖離あり

- ・保護者が重視していない「ブログ」の更新・掲載を、学習塾が注力していることがわかった。
- ・さらに約3割の保護者が学習塾を知るきっかけになったと回答した「ネットの口コミ」を、学習塾はあまり重視していないことが可視化された。
- ・学習塾は集客施策を見直し、より多くの保護者に自塾の情報を訴求するために、「ネット上への口コミ掲載」に注力するべきかもしれない。

図表 2：集客目的で力をいれている施策
 全国の学習塾の経営者・教室長（N=70・複数回答）



保護者が考える学習塾選びの基準

- 1位「自宅・学校から近い」、2位「子どもに合うカリキュラムがある」、
3位「講師や教室長とのコミュニケーションが取りやすい」**

- ・保護者には学習塾を選んだ基準を、学習塾には保護者が重視していると思う学習塾選びの基準を聞いた。
- ・保護者の1位・3位は学習塾も同様にTOP3入りだったが、保護者の4位にランクインしていた「講師の授業方法」を学習塾ではあまり重視していないと意識の差が生じた。
- ・全体を通して学習塾側は回答が5割を超える項目が多い一方で、保護者側の回答は4割以下と少なく、保護者はあまり吟味して学習塾を選んでいないのかもしれない。

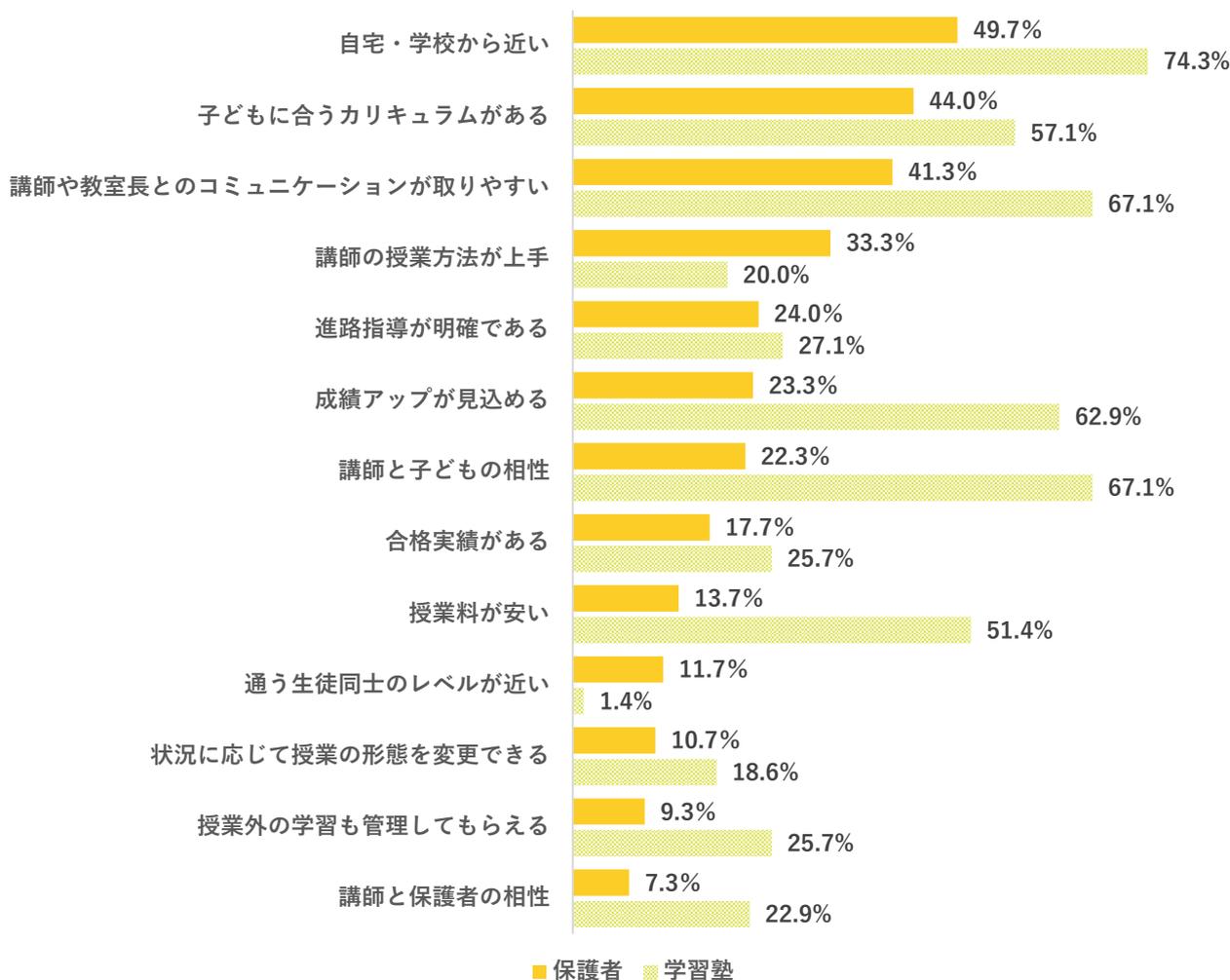
図表3：

現在子どもが通っている学習塾を選んだ基準

学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）

保護者が重視していると思う学習塾選びの基準

全国の学習塾の経営者・教室長（N=70・複数回答）



※保護者の回答が多い順にグラフ化

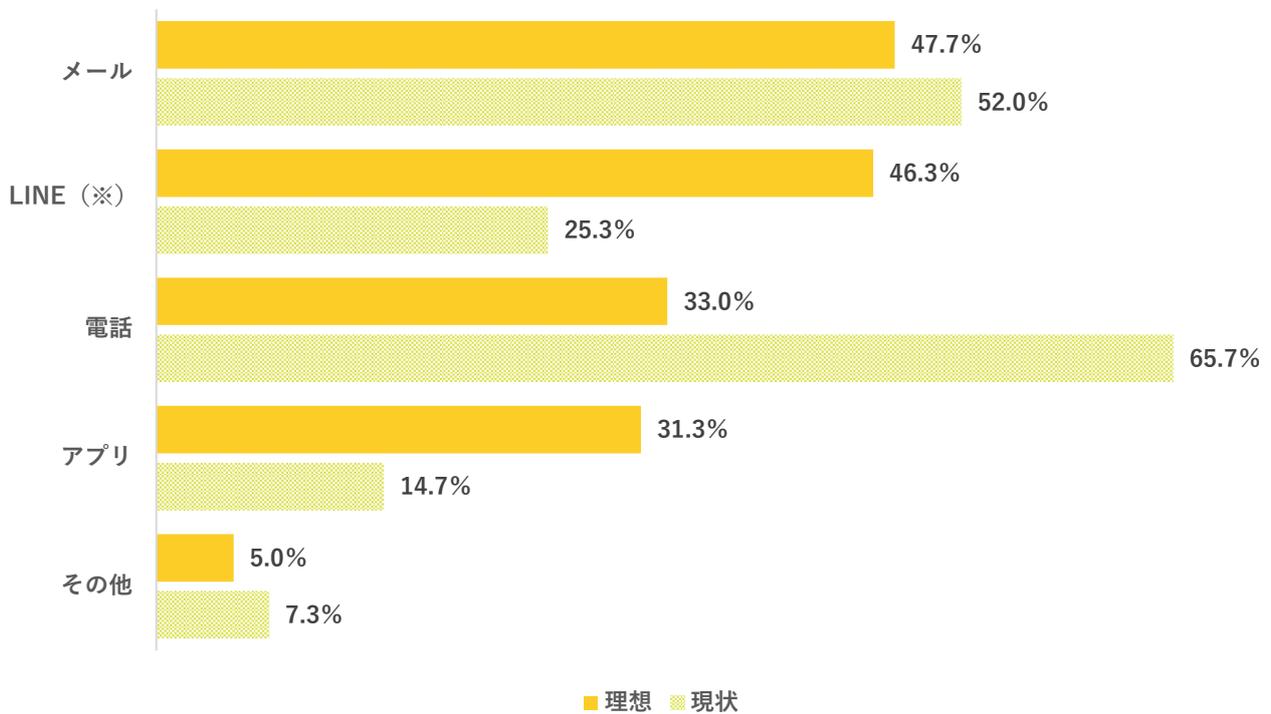
学習塾と保護者の連絡手段

「メール」「LINE（※）」を希望する保護者が多く約5割が回答
一方、実際は約7割以上が「電話」で連絡を取っている

- ・保護者に対し、「現実」と「理想」の2パターンで学習塾との連絡手段を聞いた。
- ・「メール」や「LINE（※）」に切り替えられておらず、未だに「電話」で連絡を取る学習塾は多い。
- ・保護者の要望に答えられていない学習塾が多いことがわかった。

図表4：現在子どもが通っている学習塾での連絡手段

学習塾に通う小・中校生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）



※LINE は、LINE 株式会社の商標または登録商標です

約4割の保護者が「相談連絡」「お知らせ・通知」のデジタル化を希望

学習塾も同様にコミュニケーション面のデジタル化を進める必要があると感じている

- ・「相談連絡」や「お知らせ・通知」など、コミュニケーション面のデジタル化を望む保護者が多い。
- ・同様にコミュニケーションのデジタル化を進めようとしている学習塾が多いこともわかった。
- ・一方で、保護者の回答が2番目に多い「授業や学習の進捗管理」は、学習塾側の優先度としては低い。
- ・日々の連絡に加えて、授業・学習の進捗管理もデジタル化することで、保護者の満足度を高められる可能性が高い。

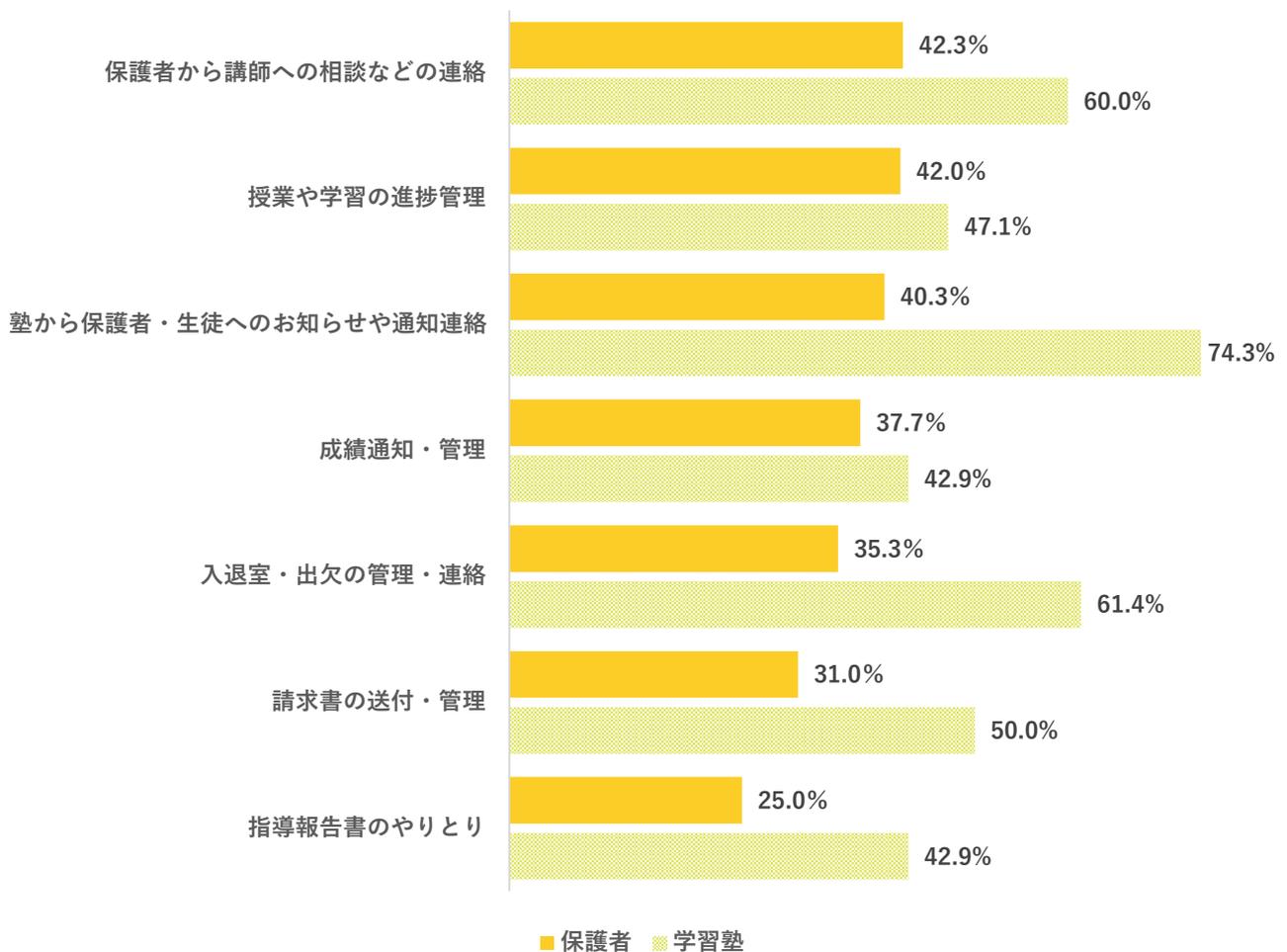
図表5：

現在子どもが通っている学習塾でデジタル化を進めてほしい項目

学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）

デジタル化を進める必要があると思う／進めている項目

全国の学習塾の経営者・教室長（N=70・複数回答）



※保護者の回答が多い順にグラフ化

退塾を検討した理由／想定される退塾理由は
1位「成績不振」、2位「保護者と講師のコミュニケーション」と
保護者・学習塾で同様の回答に

- ・保護者に対しては「退塾を検討した理由」を、学習塾に対しては「想定される保護者・生徒が退塾する理由」をそれぞれ聞いた。
- ・どちらも1位「成績不振」、2位「保護者と講師のコミュニケーション」となり、同じ結果になった。
- ・成績不振は想像できるが、コミュニケーションを理由に退塾を検討する保護者も多い。
学習塾は保護者と円滑なコミュニケーションをとれる体制を整えることが重要になりそうだ。

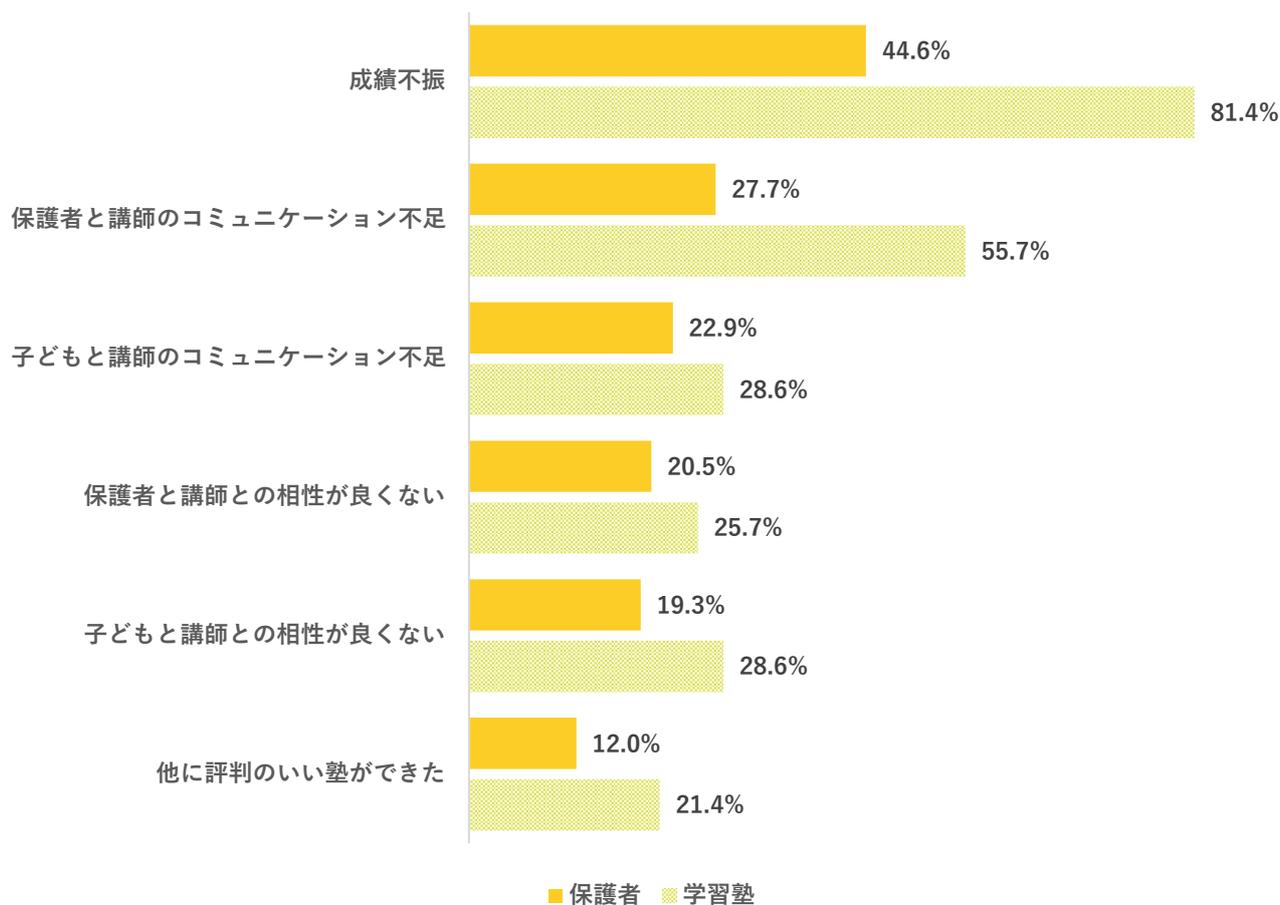
図表 6：

退塾を検討した理由

学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）

想定される保護者・生徒が退塾する理由

全国の学習塾の経営者・教室長（N=70・複数回答）



※保護者の回答が多い順にグラフ化

保護者が学習塾に期待する授業外のサポート
1位は「子どもの成績管理」で6割以上が回答
しかし学習塾は受験関連のサポートに注力

- ・学習塾が現在授業外で行っているサポートとして上位にランクインしたのは、1位「受験前の保護者の相談対応」、2位「進路相談、最新の入試情報」と受験関連のサポートだった。
- ・しかし保護者が求めているのは「子どもの成績管理」と、学習塾側の対応とややズレが生じた。
- ・日頃から子どもの成績について保護者とコミュニケーションをとり、安心させるようなサポートを行うことで、保護者の満足度を高めることができるかもしれない。

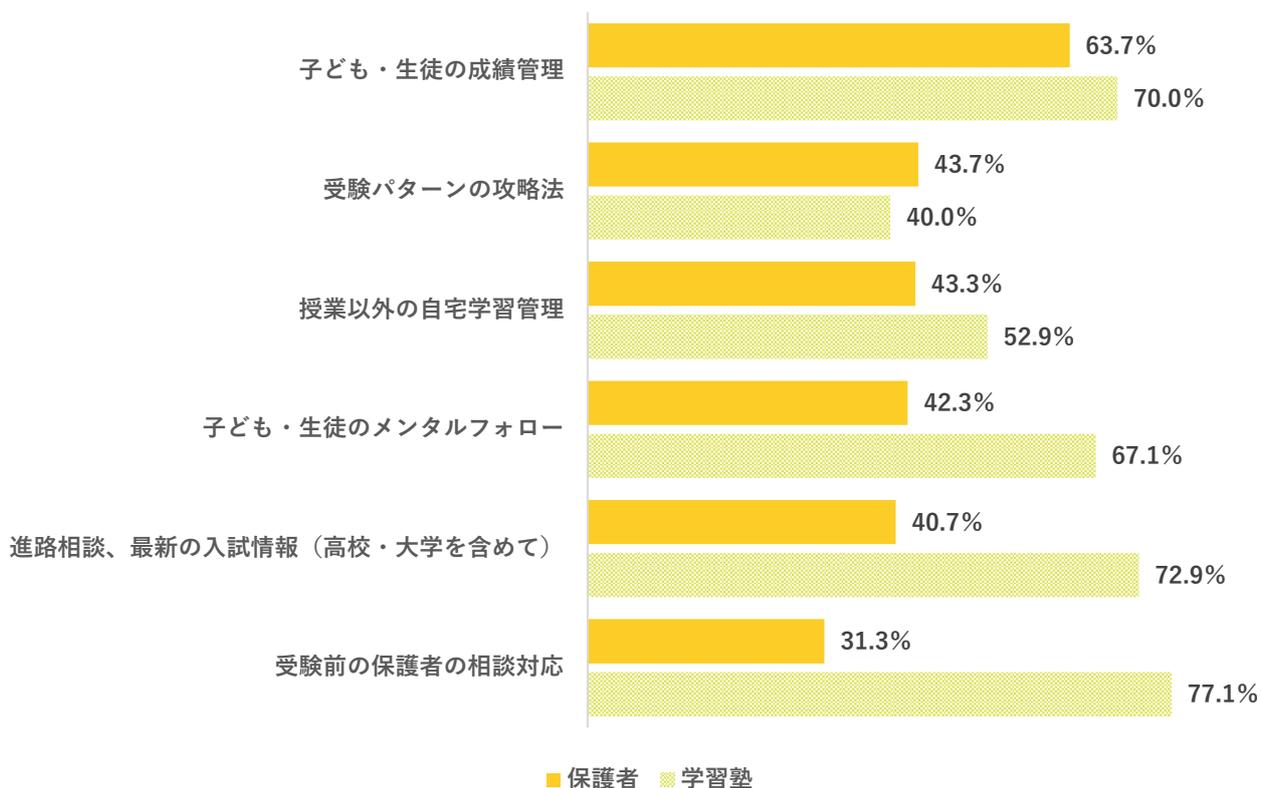
図表 7：

学習塾に期待する授業外のサポート

学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者（N=300・複数回答）

現在行っている授業外のサポート

全国の学習塾の経営者・教室長（N=70・複数回答）



※保護者の回答が多い順にグラフ化

保護者が学習塾に払える授業料の平均は約 2.3 万円/月
授業料や講習・合宿などを含めた年間トータル学習塾代は約 28 万円

図表 8 :

1 ヶ月で払える授業料 / 1 年間で払えるトータルの学習塾代
 学習塾に通う小・中学生の子どもを持つ保護者 (N=300・複数回答)

1 ヶ月で払える授業料 (授業のみ・平均)	1 年間で払えるトータルの学習塾代 (授業+講習+合宿など・平均)
約 23,000 円	約 280,000 円

考察

株式会社 POPER 代表取締役 CEO 栗原慎吾

※本件に関して取材・コメント可能

2007 年 明治大学経営学部卒業。新卒で住友スリーエムに入社。歯科用製品事業部に配属され 2010 年にはグローバルマーケティングアワードを獲得。2011 年に株式会社 opt に入社し、WEB コンサルを担当。2012 年より学習塾「S.T 進学教室」に共同経営者として参画し、経営から講師までを経験。当初 20 名に過ぎなかった生徒数を 60 名にまで増加させる。学習塾経営時代に感じた課題を解決するために、2015 年 1 月に株式会社 POPER を設立し、学習塾向けの業務支援 SaaS「Comiru」をリリース。同じく塾やスクールに特化したオンライン授業システム「Comiru Air」を 2020 年 8 月に正式リリース。

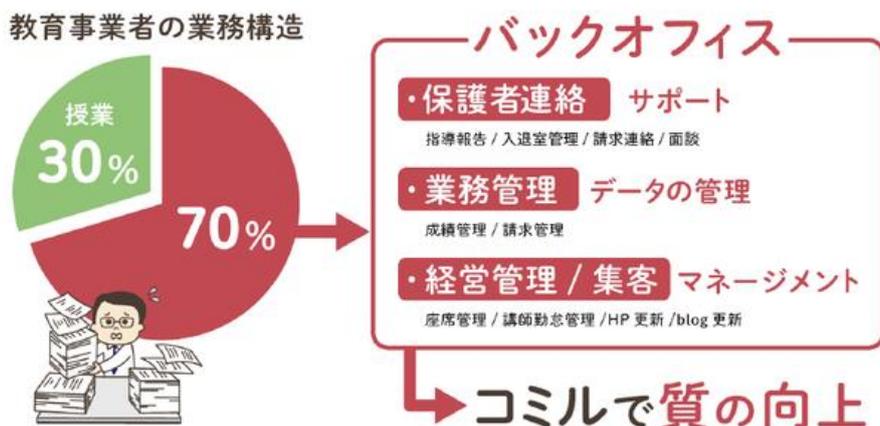


本調査では、学習塾と保護者の認識として共通している点、相違点が明らかになりました。保護者が入塾に際し、経営者と比べて口コミを重視している点や、講師の授業方法を重視している点から考えると、当たり前の話ですが授業の質を向上していく部分に生徒獲得のヒントがあると言えそうです。また、保護者とのコミュニケーション内容についても、理想はメールや LINE (※) である一方で、現実としては電話が多いという結果となりました。退塾理由の共通認識としてもコミュニケーションが双方からあげられ、デジタル化をしたい部分として上位であることを考えると、デジタル化したほうが良いことはわかっていながらも塾経営の運用を変えることが難しいという実態が読み解けます。Comiru をご活用いただき塾、保護者の希望を実現し、より子どもと向き合う時間を創出できれば幸いです。

(参考) Comiru・その他サービス

Comiru は、塾業界シェア No.1 を誇る、学習塾専用コミュニケーション&業務管理システムです。教育事業者の業務の約7割を占めると言われるバックオフィス業務の効率化や、Comiru 専用アプリと LINE (※) 連携などによる保護者とのコミュニケーション面強化に役立ちます。

※LINE は、LINE 株式会社の商標または登録商標です



また Comiru 以外にも、オンライン授業ツールの「ComiruAir」や、講師労務管理・講師向けのコミュニケーションツール「ComiruHR」の提供も開始。Comiru と併用することで、塾経営のさらなる生産性向上や生徒の学力向上を支援します。

Comiru&ComiruAirならシームレスに統合管理&運用

「授業」部分だけでなくオンラインでの塾運営を包括的に支援



Comiru サービスページ：<https://comiru.jp/>

ComiruAir サービスページ：<https://comiru.jp/air/index>

ComiruHR サービスページ：<https://contents.comiru.jp/feature/hr/>

【お問い合わせ】Comiru 広報事務局 (株式会社オンヨミ)

MAIL: comiru-pr@onyomi.jp / TEL: 050-5328-3998(櫻田)