

Company

SERIES 1: 日本型サービスのグローバル展開

製造現場が海外にシフトし、あらゆる産業がサービス化するなど、企業を取り巻く環境の変化は留まるところを知らない。今後も持続可能であるために必要なことは何か。独創的な取り組みを進める企業に学ぶ。

日本でつくられた仕組みを 世界共通にする

公文教育研究会

■事業内容／公文式教室のフランチャイズ展開 ■創立／1958年 ■教室数／(国内) 1万6600教室、(海外) 8400教室 ■指導者数／(国内) 1万4600人、(海外) 7900人

学習塾の海外進出の草分け、公文教育研究会。同社は、1974年、海外初となる公文式学習法（公文式）の教室をニューヨークに開設している。

「日本の教室で学んでいた生徒のご家庭から、赴任先でも学習を続けたいという要望をいただいたことがきっかけです」と、公文教育研究会経営企画室室長・井上勝之氏は語る。その後も、海外に住む日本人の要望にこたえる形で、日本人駐在員の子ども向けの教室を次々と開設。学習効果が表れるにつれ、現地の指導者による現地の子もたちを対象にした教室が増えていった。現在では、世界48の国と地域で教育事業を展開する。

同社が海外で成功した理由は何か。

1つは、同社の理念を具体化した「個人別学習」「自学自習」という学習法を、多くの人に使ってもらうため、指導方法や教材を標準化したことだ。公文式では、生徒は週2回通塾し、個人別の教材（プリント）を自分で解いて、指導者に採点してもらう。これを100点になるまで繰り返す。指導者は、プリントごとに設定された100点に到達するまでの独自の標準時間を目安に、生徒のやる気の部分を加味しながら、生徒の学力に「ちょうど」あう段階を見極める。教材は、生徒の学力に「ちょ



「現在、子どもから高齢者まで、400万を超える学習者が公文式を学んでいます」（井上氏）

うど」あうよう、そして自分で学習が進められるよう、細かいステップで構成されている。また、日本の学習指導要領に準拠した教材ではないため、海外展開にあたっては各国の教育課程にあわせて見直す必要がない。

2つ目の理由は、目的を「読み、書き、計算」といった基礎学力の養成に置き、公文式を家庭教育と位置づけたことだ。そのため、わが子の成長を願う多くの親の理解を得やすく、塾に通う文化のない国でも受け入れられた。

そして3つ目の理由が、「個人別学習」と「自学自習」に共感し、実践できる指導者の存在だ。同社では、すべての指導者に、講習会やゼミへの参加、教材研究などを義務付ける。また、世界中の指導者が集まり、指導法を学びあい、交流を図る機会も設けている。「公文式は、多くの人に学んでほしいという創業者の思いから生まれています。そのため、日本でのやり方を忠実に再現することで世界に広まったのだと思います」（井上氏）

真の成功要因は模倣できるのか？

公文式の海外展開の成功要因は3つと説明されました。しかしプリントや家庭教育という位置づけだけでなく模倣しやすく、類似した学習塾が生まれても不思議ではありません。公文式が独自性を保っている鍵は、「指導者の成長」ではないでしょうか。100点到達までの標準時間だけでなく、生徒の集中力や学習態度から「ちょうど」を注意深く見極める力。この「超アナログな」能力を、指導者は自分の生徒たちから、また、研修での他の指導者の事例から養っています。こうした学びをグローバルに促進していることが「簡単にまねできない秘密」なのでしょう。



前川佳一氏

京都大学経営管理大学院
特定准教授

Maegawa Yoshikazu_京都大学工学部卒業。三洋電機で技術・事業企画に従事したのち、ボストン大学MBA、神戸大学大学院経営学博士を経て現職。現在は、観光業や老舗を含むビジネスのイノベーションを研究している。

前川佳一氏による詳しい分析はリクルートワークス研究所ホームページ <http://www.works-i.com> の「機関紙Works」のページをご覧ください。