



佐々木瑞枝

武蔵野大学文学部・大学院教授、エコー
プランタン日本語教師養成講座講師、
日本語ジェンダー学会会長。日本語教育
の実践派として知られ、「外国語としての
日本語」(講談社)、「日本語教育の教室
から」(大修館)など著書多数。また文科
省検定中学国語教科書にも書き下ろし文
が掲載されている。ホームページ
<http://www.nihongonosekai.com/>

教師力アップのための ビジネス理論入門

第5回

日本語教師が最低限知っておいたほうがいいビジネスの用語や概念を、日本語教育場
面に当てはめて解説します。ビジネス理論を授業に応用して、教師力を磨きましょう。

文○佐々木瑞枝 イラスト○渡辺剛志

今月のテーマ マーケティング理論を日本語教育に応用する

日本語教育界にとっての マーケティングの根幹

日本語学校の経営者や留学生を受け
入れる入試担当者にとって、「マーケ
ティング」は経営の基本です。

マーケティングとは、売り上げを上
げる活動のすべてをいいますが、日本
語学校や大学にとっては、「授業料」
や「入試受験料」が売り上げのすべて
です。留学生に受験してもらうために、
どのように「営業」するのか、自分の
学校や大学をどこに売り込むのかの
「リサーチ」、そしてどんな広告媒体を
使って「販促・プロモーション」する
のか、受験していただく「留学生」へ
の「顧客サービス」など、すべてが含
まれます。

つまり、「留学生(お客様)」に日本
語教育という価値を提供して、授業料
や受験料(対価)をいただくすべての行
動が、マーケティングなのです。

しかし、留学生センターを抱える国
立大学などでは、黙っていても留学生
が入学してくれる「有名大学」も多く、
事務職員がマーケティング概念をほと
んど持っていないという現状もうかが
えます。

マーケティングの4Pとは 何を指すのでしょうか

マーケティングには四つの切り口が
あります。それらの用語を英語で書く
と、すべてがPで始まるので「4P」
といわれます。覚えやすいですね。

Product(製品)・・・売り物の商品・サー
ビス↓日本語学校や大学の授業内容や
課外活動

Price(価格)・・・値段・価格体系↓日本
語学校や大学の授業料や受験料

Promotion(販促)・・・広告などを含む広
い意味での売り方です↓ホームページ
や広告

Placement(流通)・・・販路↓日本語学校
や大学にはどの国からの留学生が来て
いるのか

皆さんが教えていらっしゃる日本語
学校を4Pで分析してみませんか。

NBとPB(ナショナルブランド とプライベートブランド)

あなたの教えている大学や学校の日
本語コースは、海外や日本国内でもよ
く知られていますか。全国的に有名な
メーカーのブランドをナショナル・ブ
ランド(NB)と呼びます。日本語教育

の場合は、大学や日本語学校の名前を
言うただけで、「ああ、その学校なら
知っています」と80%以上の人が言
ってくれば、その大学や学校は間違
いなくナショナルブランドです。魅力
的なNB(日本語のコース)を品揃え
(バラエティー豊かなコースを揃える)
することが、集客力アップにつながる
からです。

大手卸、大手小売チェーンが開発し
たブランドをプライベート・ブランド
(PB)と呼びます。日本語教育の場合
は独自のセミナーなどがそれに当たり
ます。流通業者がPBを開発するのは、
自社の顧客にあった商品(コース内容)
を開発し、独自性を出すことです。

毎月、『月刊日本語』にはたくさん
のセミナー案内が出ますね。今は夏休
みに開催されるセミナーがたくさん出
ています。これはほとんどばプライベ
ートブランドの商品(コース内容)で、
独自性のあるものが多いようです。皆
さんどんなセミナーが開催される
か、「プライベートブランド」の視点
で見ただけじゃありませんか。ここでは、
私も講師を担当するTOKYO未来教
育研究所の「夢科セミナー」を見てみ
ることにしましょう。

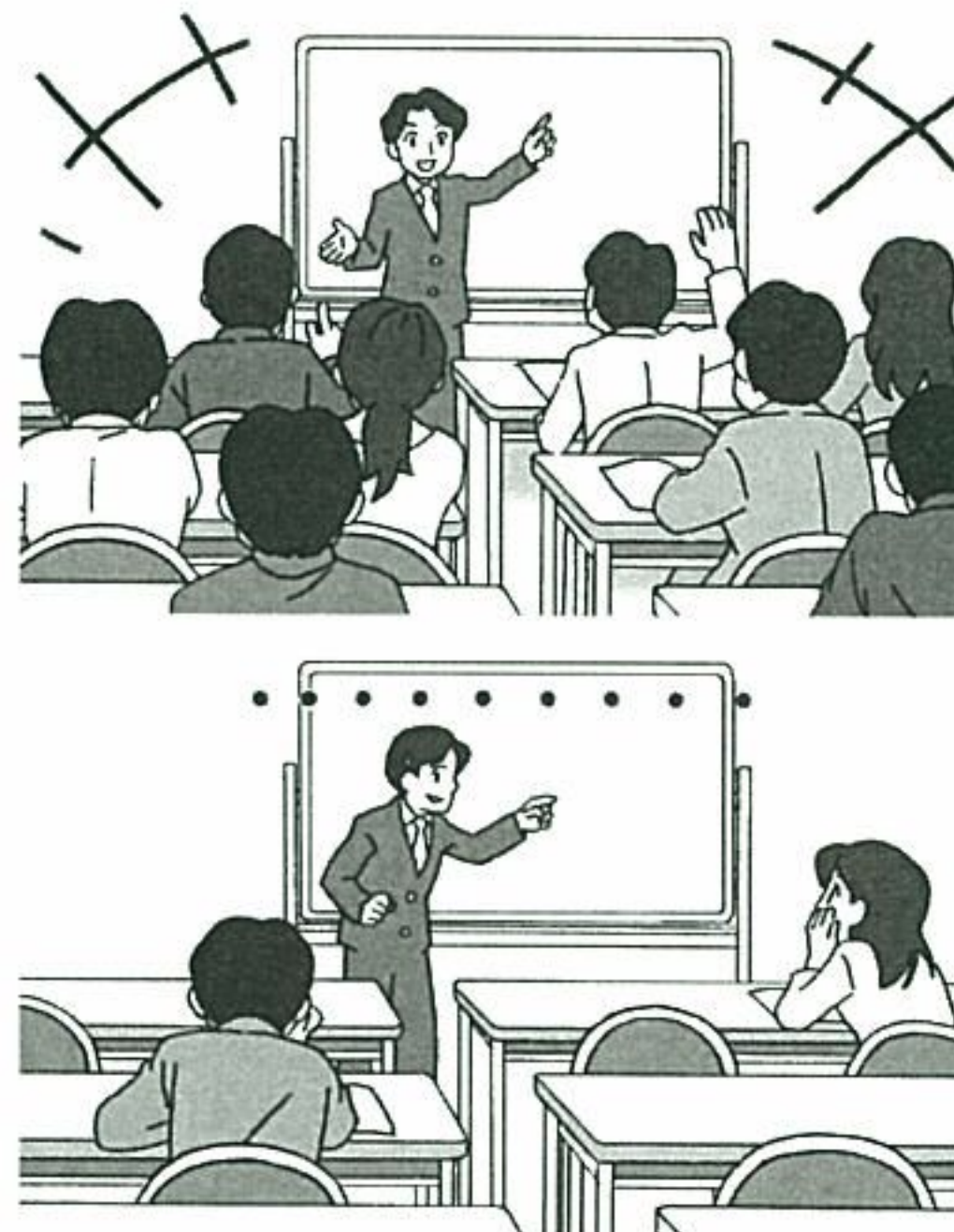
グループディスカッション

下のセミナー広告(月刊「日本語」7月号)を参考に、次の4つの点から分析してみましょう。マーケティングの力を実践的に付けるためには、自分自身が広告などを見て分析できる能力を持つことが必要です。これは大学や日本語学校を選ぶときにも同様の分析が必要です。

☑ 実践力重視

「夏季日本語教育集中セミナー」in 蓼科

主催 TOKYO未来教育研究所 日時 ①実践力を付ける日本語指導(3回開催): 8月1・2日、8・9日、10・11日、②「OPIを日本語授業にどう生かすか」: 8月12・13・14日、③「ビジネス日本語入門講座」: 8月14・15・16日、④「日本語教育能力検定試験対策」: 8月22・23日 内容 日本語教育の「実践力」向上を目指す講座。講師 ①佐々木瑞枝(武蔵野大学大学院教授)、②嶋田和子(イーストウエスト日本語学校副校長)③岡倉宏志(金沢工業大学客員准教授)④星野恵子(拓殖大学非常勤講師) 場所 長野県蓼科高原「TOKYO未来教育研究所」セミナーハウス 費用 ①④それぞれ8,000円、②③それぞれ1万6,000円(教材費を含む。宿泊費・食事代は含まず)詳細はホームページを参照 定員 ①④各7人、②③各15人 申込 E-mail 〆切 7月25日 問合せ 担当: 長谷川 MAL t_miraijp@yahoo.co.jp URL www11.plala.or.jp/t-mirai/



① この企画に独自性はありますか。

1. 実践力を付ける日本語指導、2. ビジネス日本語入門講座 3. OPIを日本語教育にどう生かすか。4. 日本語教育能力検定試験対策の独自性があるかどうかを判断する材料として、同様の講座と比べてみましょう。ここでは「ビジネス日本語」や「OPI」「検定試験対策」などのキーワードで調べるのもいいですね。

② この講師に習ってみたいと思いますか。

それぞれの先生について、ホームページやウェブサイトで、どのような講演や活動をされているか調べてみましょう。

1. 佐々木瑞枝先生(自分のことなので例に出したくはないのですが)
2. 嶋田和子先生(イーストウエスト日本語学校副校長)
3. 岡倉宏志先生(金沢工業大学客員教授)
4. 星野恵子先生(拓殖大学非常勤講師)

例えば、嶋田先生の名前とOPIを入れると、これまで嶋田先生がされた講義の様子などが検索できます。星野恵子先生はアルクの夏の検定試験対策のセミナーにも名前が出ていますね。

③ 費用は高いですか、安いですか、納得のいくものですか。

8,000円(1泊2日の場合)、1万6,000円(2泊3日の場合)

日本語学校や大学でも、授業料が安いと学生は目を引かれがちですが、しかし、有名な先生の授業は受けられずに非常勤の先生の授業ばかりだったり、クラス選択ができない、などの難点がある場合もあります。非常勤の先生が多いとどうしても、授業時間以外に先生に相談する時間がない、などのマイナス点もあります。セミナー比較でも同様に、先生と話せるのがセミナーだけの時間か、それ以外の相談する時間もあるのか、などもポイントになります。

④ 場所と人数はどうか、メリットとデメリットを話し合う。

顧客(この場合は日本語教育を勉強したい方)のニーズ・購買行動(どんなセミナーを受講したいか)は常に変化しています。昨年の計画がそのまま通用するとは限りません。

顧客の変化によって、主力チャンネルが移動していたり、商品(セミナー内容)の選択基準が変化したりするケースがあります。顧客の変化の有無と変化の方向を見極めることが、マーケティングのポイントです。皆さんも「マーケティングの視点」で広告を見比べてみてくださいね。