

「全少」を日本一研究する指導者による提案

ZENSHOに 挑戦しよう！



養正館館長・渡辺貴斗 第29回



男の子と女の子 (その13)

女の子への実際の指導 3 (女の子はしっかり者)

★女の子はしっかり者

養正館では、道場に初めて来る人には、見学ではなく実際にみんなの中に入って体験入門してもらっています。見学だけですと、子どもさんが、「空手は難しそう」、「空手は怖そう」と感じて、初日で終わりにしてしまうことが多いからです。

お母さんへの説明が一通り終わった後、みんなの中に入って実際に稽古に参加してもらおうのですが、お母さんに抱きついて離れられない子はみんな男の子ばかりです。女の子はたいていお母さんから離れて一人で、みんなの中に入って稽古ができます。

女の子は一般的に、同年齢の男の子に比べて、しっかりしている（精神年齢が1～2歳高い）印象があります。たとえば年長の女の子は1～2年生の男の子と同じくらいに感じます（中学生になるころには、男女差はなくなります）。

また、長女と次女でも差があり、長女はさらにしっかりしている印象があります。おそらく長女は、お母さんからの大きな期待を感じながら育ってきたからでしょう。たとえば妹の面倒を見ることを期待されるなど（お母さんは妹にはなぜか甘い）、長女はお母さんの期待に応えようと日々頑張っているのです。

★燃え尽きる前に

「しっかりしてるねぇ」、「とってもいい子ですね」、「頭の良さそうなお子さんですね」、「一人で何でもできてえらいね」、のように女の子は褒められることも多く、そのような周りの大人からの期待に応え

ようします。本当はやりたくないことも、お母さんが「〇〇はこれ大好きだもんね、がんばってるもんね」のように声をかけられると、「イヤだ！やりたくない！」と否定しづらくなってしまいます。

女の子には、大好きなお母さんを悲しませたり、落胆させることは絶対にできないのです。自分からどんどん習い事を増やしてしまったり、友達と遊ぶ時間を削ってまでして勉強や習い事に一生懸命になり、いつかバーンアウト（燃え尽き症候群）してしまいます。

このような女の子に、プレッシャーを与える一番悪い声掛けは、「がんばっている〇〇がお母さんは大好き」のような言い方です。この声掛けは、「もしがんばらなかったらお母さんは〇〇のことが嫌い」の裏返しの意味になりますので、褒めているようで、脅しです。追い詰めないように、常に逃げ道を作ってあげ、本当の気持ちを聞き出せるような雰囲気作りが大切です。

★表情を読むのがうまい

このように、お母さんに全く口答えもせず、反抗もしない、とても良い子に見える女の子は実は要注意です。男の子のように、だだをこねたり、泣いたり、怒ったり、嫌がったりするのが、子どもの自然な姿です。子供はもともと、楽な方に流され、できればずっと遊んでいたいのが本音ですので、学校から帰って友達と遊びもせず、勉強や習い事に没頭しているように見えるのは、実は無理をしているのかもしれない。

女の子は人間関係を大切にしますので、相手の表情から気持ちを察するのがとてもうまく、言い換えると、常に親の顔色を伺い、親の気持ちを察しながら生きています。男の子は手がかかり、女の子はほとんど手がかからないのは、女の子は大人の表情から感情の変化を先読みし、トラブルが起きる（お母さんが機嫌を損ねる）前に、事前に対処しているからです。手がかからないからといって放置しておく、いつか爆発したり、ある日突然、燃え尽きて全てにおいてやる気をなくしてしまうのです。

★「イヤだ、やりたくない！」

最近では、習い事を毎日入れているのは普通、さらには1日に2～3個習い事をしているなど、全部で10個を超える習い事をしているお子さんも珍しくありません。

あるママさんに「なぜこんなにたくさん習わせているのですか？」とお聞きしたことがあります。「この子がこれもやりたい、あれもやりたいと言うのでどんどん増えていってしまったのです。我が家は、子どものやりたい、という気持ちを第一に尊重しています」と答えていました。「それでは少し減らしたらどうですか？」と提案したら、「一度始めたことを簡単に辞めさせるのは我々の主義ではありませんので」とのことでした。もっともらしく、その通りに思えますが、小学生低学年が10個以上

の習い事をしているというのは不自然ですし、本人は本当にすべての習い事に前向きに取り組んでいるのか疑問です。そこには、「やめたい」と言うと、お母さんに叱られる、お母さんを落胆させる、という気遣いがあるのかもしれませんがね。

"習い事は3つまで"などと家庭でルールを決め、習い事を1つ増やすときは1つ減らすなどしてもいいですね。どうしても習い事を増やす時は"本当に本人がやりたいのか"、"お母さんが勧めたから断れなかったのか"の部分を明らかにして、嫌なときは嫌と言える雰囲気作りが大事ですね。

このように女の子はしっかりしているという自分を演出し、良い子に見せようとしてつい頑張りすぎるのです。とてもしっかりした、手がかからない娘さんがいる家庭は、実は要注意なのです。

PROFILE

■渡辺貴斗 TAKATO WATANABE

1968年4月20日生まれ。7歳から父である館長から空手の手ほどきを受ける。先代の病気をきっかけに養正館を継ぐ。児童心理学や成功哲学を研究して子どもたちの「心をつくる」指導法に切り替え、2013年全少5名入賞、2014年・2015年と2年連続で7名入賞、2016年5名入賞させ全国最多入賞道場となる。道場経営でも、一道場で350名を超える大躍進を続ける。



日本空手道鴻志会空手道場養正館／静岡県沼津市本田町11-12



Column どうやって道場生350名に増やしたか？ その4

チラシ作成3

「マーケティング戦略1」

前号までに自分の得意分野を知ること、およびターゲットについて考えてきました。今号ではさらに戦略について考えます。

たとえば、自分が古武術に精通しているならば、一般男性をターゲットにするとよいでしょう。ただし、「一般男性」だけでなく、年齢、職業、既婚か未婚かまで、しばっていきます。具体的に「古武術に興味のある実在する知り合いの男性」で考えると想像しやすいでしょう。その男性は、53歳、既婚、道場まで車で10分の持家に在住、仕事で忙しくしているが古武術に興味がある、運動不足の解消をしたいと考えている、でも電話を掛けることに躊躇している、などです。

その人にどんなキャッチコピーを冠したチラシを見せたら連絡して来るか考えます。幅広い年齢層の数万人をターゲットにするのではなく、狭い層の数百人に確実に反応してもらえるコピーを考えます。ターゲットは狭くすれば狭くするほど反応は高まります。その層だけに訴

えかけるチラシを作ることができるからです。

さらに究極の方法は、道場に実際に在籍している最高の顧客（道場生A君）に向けたチラシを作るという方法です。A君は稽古に休まず来る、稽古態度も良い、保護者も道場に協力的で指導者に理解がある、友人を体験入門に大勢紹介してくれる、などです。このA君ママに向けたチラシを作ると、同じようなタイプのママたちが反応する、つまりこちらから来て欲しい顧客を選ぶという考え方です。

すぐれた戦略があれば、マーケティング（チラシを見た人が電話をかけてくるまで）は半分成功したといえます。そのあとのセールス（見学に来た人が入会するまで）は、また別問題です。セールスについては、後日、お話しします。

戦略とは、「ターゲット×提供価値」。誰に向けて書くのか？ そのターゲットは何を欲し、何に悩んでいるのか？ それが価値になるのかを問うことが戦略である。『最強のコピーライティングバイブル』横田伊佐男著より