

～生徒数最多・全国入賞者数最多～ 驚異の道場経営・極意皆伝



道場経営の 成功法則

養正館館長
渡辺貴斗

【第1回】 まず初めに、道場生を増やそう！（その1）

道場生の減少は即、死活問題

沼津市本田町の空手道場養正館には、約380名（籍だけある人は除く）の道場生が通っており、現在も増え続けています。ひとつの道場としては、全国でも最多の部類に入ると自負します。

私は、空手指導が専業で、他には仕事を持っていませんので、道場生の減少は即、死活問題となります。専業ですので、24時間空手指導だけを考えることができます。よって、兼業で空手指導している先生方には負けられない、といつも自分を鼓舞しています。道場生の募集は、空手技術の研究、コーチングの研究と並んで、常に勉強し情報収集している私の最大の関心事のひとつとなっています。

養正館は、全少入賞者数8年連続全国最多を記録しましたが、それには「道場生が多い」ということも大きな要因となっています。全少入賞者数は道場生数にある程度比例する、と考えます。道場生が少ないと活気もでませんし、切磋琢磨もできません。「試合に出て勝ちたい」と頑張る親子が出現する確率も、道場生数に比例します。全少入賞者数が増えると、それがまた呼び水となって新規の入会者が増えます。

底の抜けたバケツ

一般的に、「道場生を増やす」ことは、「入門者をいかにして増やすか」のみに注目しがちですが、「辞めずに続けてもらう」ことにも注視していかなくてはなりません。道場生をいくら増やしても、どんどん辞めていってしまえば本末転倒です。底の抜けたバケツに、一所懸命、水を入れ続けるようなもの

です。「空手を辞めない」で続けてもらうにはどうしたらよいかという視点と、「入門者をいかにして増やすか」という二つの視点が常に意識されるべきであり、私がこれまでに試行錯誤してきた経緯と有効な方法について（失敗例も含め）、紹介してまいります。少しでも空手人口増に寄与できたらと考えます。

アナログのチラシはまだまだ有効

SNS（Social Networking Service；ウェブ上での社会的ネットワーク）を利用した宣伝・広告が全盛ですが、アナログによるチラシもまだまだ捨てたものではありません。配布方法はいろいろあります。

まずは、近隣のコンビニ、スーパーマーケット、花屋さんなどの店舗の掲示板などに、店長の許可を得て貼ってもらいます。もし、貼ってもらっても、1か月で外されて処分されていた、なんてことは日常茶飯事です。お店の都合で勝手に処分されても文句も言えず、他の道場のチラシ、少年野球のチラシなどに代わっていると心が折れますが、何度も繰り返しお願いに行きます。小さな箱を添付して、チラシを持ち帰れるようにするとベストですね。

幼稚園・学校に配布

次に、小学校、幼稚園、保育園に配布をお願いに行きます。笑顔でOKしてくれる校長、教頭、園長もいますが、「何しに来たんですか？」みたいに怪しまれる先生もいらっしゃいます。そのほうが普通です。「どこの馬の骨だ！」「シッ、シッ！」みたいに門前払いされると、数日間立ち直れません。し



かしながら、学校側の立場になって考えてみれば、不審者から園児・児童を守るためですので当然の対応ですね。

何度も通って、やっと配布できるように許可を下さった校長先生が、突然、新しい校長に代わり、また配布してくれなくなることもよくあります。そのときの校長（もしくは教頭）が実質、配布できるか決めているので、校長先生の裁量にかかっています。配布してもらえないと、両肩を落としてガックリすることになります。校長先生が任期3年くらいで交代になるので、それを待って、またお願いに行きます。校長が代わると配布OKになることが多いです。

学校での配布は、かなりストレスフルではありませんが、道場に一番来てもらいたい園児、児童にピンポイントで配布してもらえるので、チラシの反応は高確率です。配布はダメだけど学校掲示板に貼るだけなら、と妥協案を提示してくる校長先生もいらっしゃいます。

在園児の名前を出す

私立の幼稚園は菓子折りを受け取ってくださるこ

ともありますが、公立は絶対に受け取りませんので、菓子折りを持っていくとさらに怪しまれます。

ある私立の幼稚園に初めてご挨拶に行ったとき、5,000円くらいの大きな菓子折りを持参しました。教頭先生が対応してくださったのですが、「何ですか、それ？」と指をさされて、ものすごく睨まれて怖かったです。今思い出してもイヤな思い出です。菓子折りが、不審者の怪しさを助長していたのでしょう。でも、大きすぎなければ、菓子折りは持っていった方がよいと思います。「けんた君頑張っていますよ」みたいに園児の名前を出すと「けんた君、空手やっているんですかあ〜♪ あの子、本当にできてます？」みたいに急に笑顔になってお近づきになれます。犯罪者を見るような眼(?)が、明らかに警戒を解いた眼差しに代わり、こちらもホッとします。このように、在園児の名前を出すとハードルが下がりますので、おすすめです。

次号も、さらに現場の対応をお伝えしていきますのでお楽しみに。

PROFILE

■渡辺真斗 TAKATO WATANABE

1968年4月20日生まれ。7歳から研修会副会長・渡辺貞雄(父)に師事。2001年父の町道場を継ぎ、2006年コーチングを導入した指導法に切り替えると、2010年に全少優勝者を早々に輩出。その後、2014年7名、2015年7名、2017年9名など、1道場からの全国最多入賞数を少なくとも8年連続で記録する。1道場に380名の道場生が在籍し、道場経営でも全国一を誇る。8年以上続いた連載「ZENSHOに行こう」で、空手キッズの指導にコーチング理論を導入し体系付けた空手界の第一人者。東京大学大学院博士号を持つ異色の指導者でもある。



空手道場 養正館 / 静岡県沼津市本田町 11-12

ひと休み Column

子供への声掛けと道場経営に役立つ！
人生を変えるおススメ本！（第7回）

■横田伊佐男著『最強のコピーライティングバイブル』 ★★★★★

「道場生募集 無料体験実施中」みたいなチラシを作っても、ほとんど反応がありませんね。野球の野村監督の名言に「勝ちに不思議の勝ちあり、負けに不思議の負けなし」がありますが、負けるには必ず敗因があるということです。道場チラシを何とかしたいと思っているあなた、まずはこの本に目を通してみてください。

歴史的名著である4冊『ザ・コピーライティング』、『伝説のコピーライティング実践バイブル』、『ザ・マーケティング【基本篇】』、『実践篇』を1冊に凝縮したちょっと贅沢な1冊です。チラシ作成の最高レベルの考え方が、最低限の努力で身に付きます。

ステップ1『ザ・マーケティング』より「戦略を練る」を取り上げます。いったい誰に体験入門に来てほしいのか？ つまり、まずは、ターゲットを明確にします。そのターゲットに、道場が何を提供

できるのかを考えます。

ステップ2『ザ・コピーライティング』より、キャッチコピー最強35の型でグイッと惹きつける方法を紹介しています。キャッチコピーとは、短い文章の見出しのことです。実際に売れているコピーを紹介していますので、反応があるのは検証済みです。この型をそのまま使えば「刺さるコピー」が簡単に作れます。

ステップ3『伝説のコピーライティング実践バイブル』より、ボディコピーでさらに説得して、すぐに購買行動に移ってもらうテクニックを紹介しています。道場ですと、入会手続に相当します。養正館チラシはこの本を参考に作成しましたが、毎回一定数の反応があり、効果大です。