

～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17回】

道場のホームページを作ろう (7)

SNSから誘導しよう

★ Google、TikTok、Instagram !

SNS で情報発信すると、写真や動画を投稿することで道場の雰囲気を感じ取ってもらったり、何度も目にすることで親近感が湧いたり (ザイアンスの接触効果)、道場の信頼度を向上させることに有効です。幼稚園児や小学校低学年に体験入門に来て欲しいのであれば、ターゲットはその子たちのママさんで、年齢層は 20 代から 30 代ということになります。この層が最も利用しているのが Instagram です。よって、少年部の道場生の集客には、Instagram が最も有効だということになります。

高校 3 年生の私の娘は、積極的に調べごとがあるとき、検索エンジンとして Google を使っています。普段は TikTok、Instagram、YouTube をながめていて、そこから情報を得ています。よって、10 代～30 代の女性層は、Google (Google マップを含む)、TikTok、Instagram、YouTube の 4 つを使っていると考えて良いでしょう (Google は検索エンジンで、SNS ではありませんが)。10 代は将来のママさん予備軍ですので、今すぐ、ではありませんが無視できません。道場生の集客には、この 4 つの対策をすればよさそうです。極端にしぼるなら、Google マップと Instagram の 2 択です。

★何を投稿すればいいの？

次に、SNS を始めるといってもどんな内容の記事を投稿すればよいのでしょうか？ それは、ターゲット層が読みたい、感動するような、そして、悩み事が解決されるような記事です。そのときに大事なのは、道場の理念をベースに統一感を出すことです。理念を盛り込んだ内容で投稿を続けて、他と差別化

し、独自性を強めていきます。

富士山の写真を投稿したり、在道場生の試合での活躍を投稿したり、館長が今日行ったラーメン屋を投稿したり、統一感の無い内容ですと、だんだんママさんは離れていってしまいます。子どもがすでに空手をやっているママさんなら、カリスマ先生が試合の投稿をしても、ラーメンの投稿をしても、先生のファンなので見続けてくれます。しかしながら、ここでいうママさんとは、空手を知らない、新規でサイトに訪れたママさんのことです。

★ SNS からホームページに誘導

次に、SNS で道場に興味を持ってもらったら、LINE やホームページに誘導します。SNS でセールスの話はしません。LINE はクローズドな空間、つまり、顧客とあなただけの会話ができます。他の不特定多数の人に読まれませんので、閉じられた空間で相手も安心して話ができます。ホームページも、「お問い合わせはこちら」からメールしてもらえれば、メールのやり取りですので、クローズド空間で話を進めることができます。電話もクローズドですので OK です。「お問い合わせはこちら」に、メールアドレスだけでなく、電話番号、FAX 番号も載せておきましょう。

★ SNS にもそれぞれ特色がある

私がよく閲覧している Facebook の利用者層は、40 代から 60 代です。私は 50 代後半なので、まさにドンピシャリです (この表現も昭和ですが)。Facebook に 20 代から 30 代のママさん向けに投稿しても誰も見てくれません。見ているのは、主に私

のような中高年層です。

私の大学生の息子は、X を最も利用しているそうです。日本で最も利用者が多い SNS は X ですので、X の対策をするのも良いと思います。

YouTube は 1 回作れば削除されることなく残り、黙ってずっと宣伝広告活動が続けてくれる優秀な営業マンです。また、一定の品質以上の動画であれば、最初から最後までしっかり観てもらえます。文字よりも動画の方が伝わりやすい、というデータもあります。

★ SNS だけに頼らない！

しかしながら、これらの SNS による集客も今後長くは続かないと言われています。SNS の種類はとても多く、消化しきれないほどの情報に私たちは毎日さらされています。よって、苦勞して作った SNS 広告も、しっかり見てもらえていないと考えた方がよいでしょう。このように SNS 広告は現在がピークで、これから下火になっていきます。しかしながら、まだまだ有効な方法ですので、現状では続けていくことが必要です。これからの時代は、AR、VR、AI による集客の時代が来ますが、次号で詳しくお話しします。

SNS 集客だけに頼るのではなく、ホームページ、アナログによる広告(チラシ)など、複数の媒体、ツールを組み合わせ、相乗効果を狙っていくのが正攻法です。どの方法にも得手不得手があるので、それらをうまく組み合わせて、お互いの足りないところを補い合えば、最大の効果を生み出していくことでしょう。

★ SNS を活用した集客方法

Instagram・X・Facebook・LINE・YouTube・TikTok などの SNS の役割は、ホームページに誘導



するということです。SNS では、アクセスした人とコミュニケーションが取れることと、拡散力が大きい点が魅力です。従来、チラシや名刺にホームページの URL (現在では QR コード) を印刷しておき、そこからホームページに入ってもらい、オフラインとオンラインを組み合わせる方法がとられてきました。そのチラシや名刺に、SNS が加わった(もしくは置き換わった)という感じです。SNS はそのような使い方をしていけばよいかと思います。SNS の強みをうまく利用して、あなたのホームページへのアクセス数を増やしていきましょう。

PROFILE

■渡辺貴斗 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 年に父の町道場を継ぎ、2006 年から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「全少の全国最多入賞者数」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。100 回以上続いた JKFan での連載「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づ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18回)

■野口芳宏著 『授業で鍛える』

★★★★★

“教育実践の名著”と誉れ高い野口先生の代表作を紹介します。今の子供たちは、体格は立派ですが、逆に心がひ弱になりました。子供は本来、鍛えられて伸びることへの潜在的願望があるので、過保護、過管理、過干渉をやめて、鍛える教育をしていきたいと思います。

まず、授業において音読した子に「下手ですね。話になりません」とできていないことをはっきり自覚させます。続けて「でも、まもなくすごく上手になります」のように話すと、その子は笑顔になります。さらに、「そのためには」と畳み掛け「、では止まる」。

では休む」など、やり方を具体的に説明していきます。そこで、もう一度音読させ、「上手くなったね、よかったね。おめでとう」と先生と一緒に、上達を喜び祝福します。つまり、まず褒めるのではなく、できていないことを自覚させ、その後で教師が、「不満」から「快感」へと、自信を持たせて終わるように導いていきます。著者は、やる気をなくしている子、できていない子を見つけた時は、「しめた！」と思うそうです。できるようになったときとの落差が大きいからです。野口先生には、「できるようになって自信に満ちた笑顔」が、初めから見えているのでしょうね。