

学習塾は学費を高くしても ICT を導入すべきか

1250420 小川翔太郎

指導教員 小林豊

研究背景

近年教育現場において ICT が普及してきている。そこで本研究では、ICT の積極的導入が学習塾の顧客獲得に与える影響についてコンジョイント分析を実施し、学費を上げてでも ICT へ投資すべきなのか明らかにすることを狙う。

研究目的

本研究では、ウェブアンケートを通じたコンジョイント分析により、「新規参入塾は学費を高くしても ICT に力をいれることで、実績のある学習塾よりも顧客をより多く獲得できる」という仮説を検証する。

調査・分析方法

200 人を対象とするウェブアンケートを行い、2 水準 5 属性（実績の有無、授業料、授業形式、授業の雰囲気、ICT 利用の有無）を想定した選択ベースコンジョイント分析を行った。回答者には、大学受験を控えた子供の学費負担者の立場に仮想的に立ってもらい、2 つの提示された仮想的な塾のうち「どちらに子供を通わせたいか」を選ぶ選択問題を 12 問提示した。選択肢として提示する仮想的な塾には、32 通りのすべての可能なプロフィールから直交計画により選定した 8 つのプロフィールを用いた。コンジョイントシミュレーションを通して、実績のない新規参入塾が、ICT 導入によってどれだけマーケットシェアを増やすことができるか定量的に予測した。

分析結果

「実績：実績あり」の部分効用値が 0.801、「雰囲気：優しい」の効用が 0.395、「授業料：4 万円」の効用が 0.369、「ICT 利用：積極的」の効用が 0.334、「授業形式：個別指導」の効用が 0.193 となった。

考察・結論

仮説とは異なり、大学受験を控えた子供の学費負担者の立場にたってもらったときに、実績、雰囲気、授業料、ICT 利用の順で重要視しているという予測が得られた。この結果より、ICT 導入よりも実績を上げる方がはるかに多く顧客を集められることが示唆された。