



**富田賢**（とみた さとし）  
 株式会社ティーシーコンサルティング代表取締役社長。  
 事業提携による新規事業の立ち上げや売上アップを得意  
 としている。この約5年で120社以上の豊富な実績。ベン  
 チャーキャピタルにて上場経験も有する。慶應義塾大  
 学卒業。京都大学大学院経済学研究科修了。  
 会社サイト：<http://www.tcconsulting.co.jp/>

# 富田賢の 横比較の目線

vol.3

## 偏差値を徹底活用している予備校業界との横比較

今回は、予備校業界との横比較です！

今回で3回目となる「富田賢の横比較の目線」――。今回は、偏差値を徹底活用して事業展開する予備校業界との比較の目線で、ゴルフ業界の活性化策を考えます。私は中学受験、大学受験で、塾業界、予備校業界には本当にお世話になりました（笑）。

**受験業界で使われる偏差値は統計学の用語！**

皆さん、偏差値という言葉をご存知ですね。本来的には、偏差値は統計学の用語です。この言葉をネット検索（Wikipedia）で調べると、こうなります。

**偏差値** (Standard score) とは、ある数値が母集団の中でどれくらいの位置にいるかを表した無次元数。平均値が50、標準偏差が10となるように標本変数を規格化したものである。偏差値の利用価値が高いのは、母集団の数値の分布が正規分布に近い状態の時である。

そもそも偏差値とは、標準偏差

や共分散などと同じく統計学の用語であるわけですが、受験の世界では、生徒の学力のランクを表すだけでなく、志望校の入学難易度を表す指標としても使われています。しかし、受験業界で偏差値を使う時には、偏差値の数学的な求め方や正規分布曲線などを考えている人はいないでしょう。

受験生やその父兄も、偏差値のそもそもの意味を気にするわけではなく、学校のランクを計る指標として重視しているのです。

**偏差値を用いて目標設定をし、クラス分けや意欲付け！**

受験生は、模擬試験によって、自分の偏差値が全科目でいくつ、科目ごとにくいつつということ把握できます。

予備校や塾の業界では、偏差値50の人、60の人、70の人といったように、偏差値でおおよそのクラス分けをしたり、提供する講座の対象者を明示するので、受験生はそれらを見て、受講する科目を選択します。

そして、大学受験では、各大学の各学部・学科ごとに、入学難易

度や合格の可能性を偏差値で表し、そのような情報が、予備校が作成する冊子や受験雑誌に掲載されます。模擬試験では、偏差値によって合格の可能性が出てきます。

中学受験、高校受験も同様です。予備校や塾は、偏差値という用語を使うことで、生徒の学習意欲を高めるとともに、偏差値を高めることをあおり、入学難易度を偏差値という指標で明示しながら、自社の提供する講座をより多く受講してもらおうと必死です。

**予備校・塾業界では発展している企業が続出！**

大学受験の予備校業界では、代々木ゼミナール、駿台予備校、河合塾、東進ハイスクールなど、いくつもの巨大企業があります。通信教育でも、ベネッセコーポレーション（元の福武書店）やZ会などもあります。

また、中学受験の塾業界ではSAPIX、日能研、四谷大塚、栄光ゼミナールなど、多くの企業があり、業界からはいくつもの上場企業も輩出されています。

これらの予備校業界の発展分りは、日本社会の教育熱心さ、学歴志向などが背景にあるとは思いますが、予備校業界の巧みな偏差値を用いた事業展開による部分が大きいと私は考えています。

偏差値という明確な指標を提示して、それによって、顧客層である生徒や父兄の心理を大いに刺激しているのです。

**スコアという明確な指標があるゴルフ**

そこで、ゴルフ……。私はゴルフ

### ■ ゴルフ業界への提言 !!

#### スコアの表示を販売戦略に もっと活用しよう！

ゴルフ用品の選び方で、上達の進み方が変わってくることは、当然あります。たまに、初心者が上級者向けのアイアンを使用して苦労している姿を見かけますが、こういったことは、ゴルフ用品、特にクラブの商品説明や表示において、対象ゴルファーの目安となるスコアを記載すれば、解決するのではないのでしょうか？

ゴルフ用品業界の方は、アイアンであればキャビティ、フォージド、マッスルバックによって難易度が変わることをご存知かと思いますが、ゴルファーが皆、それらの違いを詳しく把握しているわけではありません。

ゴルファーは多様な好みを持っているので、多くのメーカー、ブランド、種類があったほうがよいのですが、だれでも簡単に商品選びができることはミスマッチを防ぐためにも重要です。その際、ゴルフの世界には、スコアという明示的な指標があるのだから、それを用品販売の際にもっと活用してはどうでしょうか。

ゴルフクラブを購入するとき、自分のレベルに最適なクラブはどれなのか？ それがわからずに無駄な買い物をしてしまい、上達せず、ゴルフが嫌いになってやめてしまう。このような負の連鎖を断ち切る必要があると思います。

受験業界の偏差値アップを促す戦略と同じように、スコアいくつを10打縮められるクラブとか、そのようなキャッチフレーズでの打ち出しをもっとすればよいと思います。そもそもゴルフは、スコアをいかに縮めるかということを競うスポーツなのであります。

ゴルフ用品の販売において、ゴルフの特性にもっと注目し、スコアの表示を重視した販売戦略を、予備校・塾業界の事例を参考にしながら検討すると、さらなる売上アップのための戦略が見つかると思います。

予備校と予備校業界はとも似ていると考えています。受験の世界には偏差値という指標があり、一方のゴルフにもスコアという明確な指標があるからです。

しかし、ゴルフ用品の販売の場面で、対象とするスコアが明示されている商品説明や広告は、ほとんどありません。本や雑誌のタイトル、キャッチフレーズには「100を切るための……」や「70台を出すための……」といった表現があるものの、ゴルフショップにゴルフ用品を買いに行った時には、対象スコア別の商

品構成はおろか、そのような説明を販売員から聞くこともありません。

アベレージ・ゴルファーやアスリート・ゴルファーという用語は用いられますが、これでは判然としませんよね。

ゴルフコンペの表彰式では、あなたも受験の模擬試験の発表みたいにスコアが読み上げられ、順位表が配布されて一喜一憂しているのに……。

このあたりのゴルファー心理を、販売に活かす工夫が必要でしょう。