



2023年3月期 第2四半期 決算説明会

2022年11月9日
株式会社ベネッセホールディングス

本資料に記載されている当社の業績見通し、計画、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しです。これらは現時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断したものであり、リスクや不確実性を含んでいます。従いまして、これらの業績見通しのみを依拠して投資判断を下されることは、お控えいただきますようお願いいたします。

2023年3月期 第2四半期 業績概要 および 通期見通し

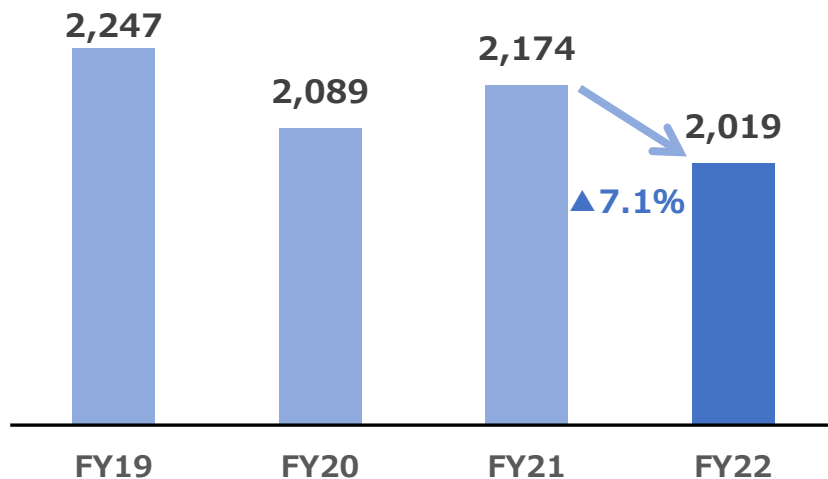
株式会社ベネッセホールディングス
常務執行役員 CFO 兼 財務・経理本部長
坪井 伸介

上期の決算について

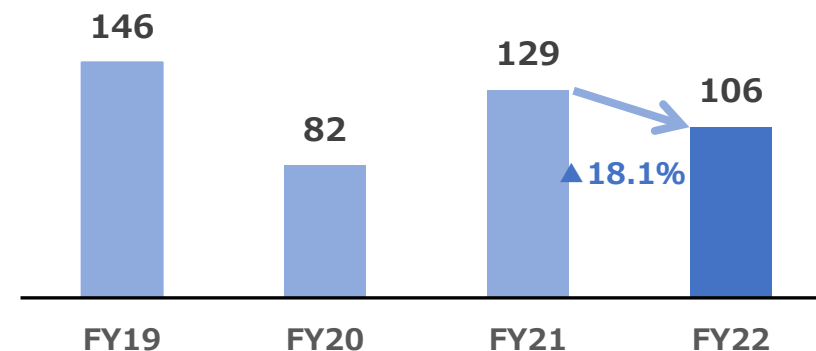
ベルリッツ事業剥落、中国ロックダウン影響等から 減収減益

単位：億円

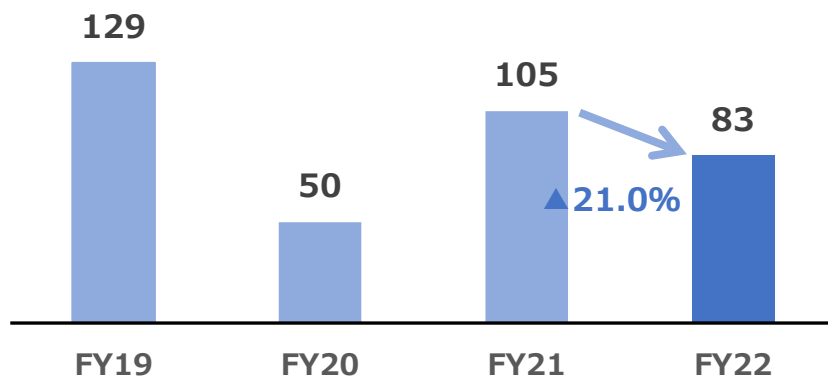
売上高



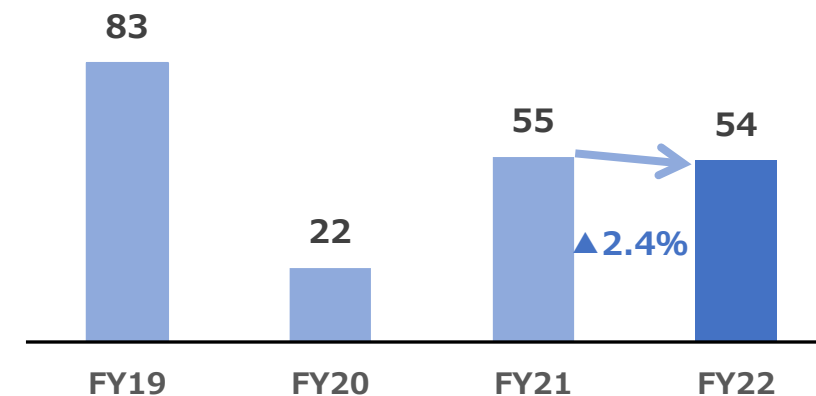
営業利益



経常利益



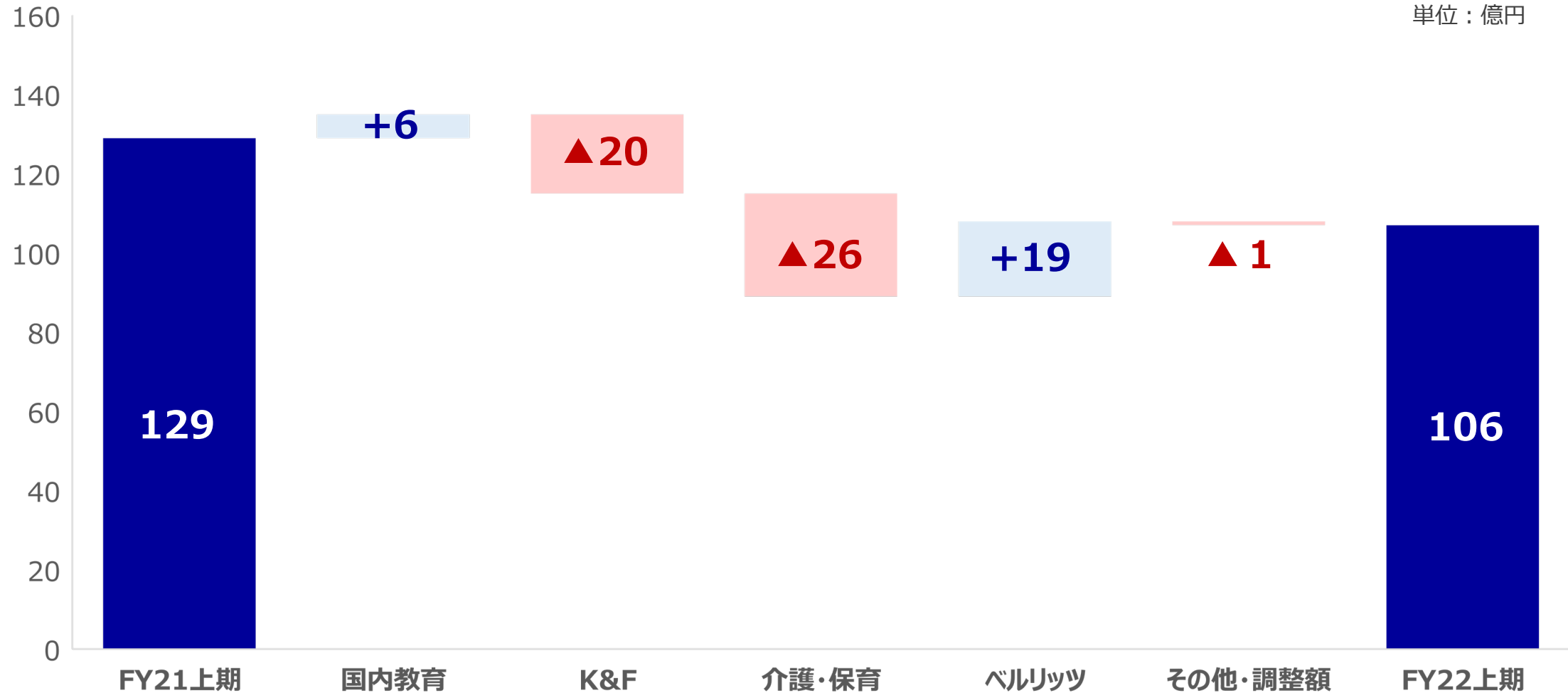
純利益 ※



※ 純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

FY22上期 事業別営業利益（対前年）

新型コロナウイルスの影響等によるK&F事業と介護・保育事業の減益を国内教育事業の増益、ベルリッツ売却による増益効果でカバーできず



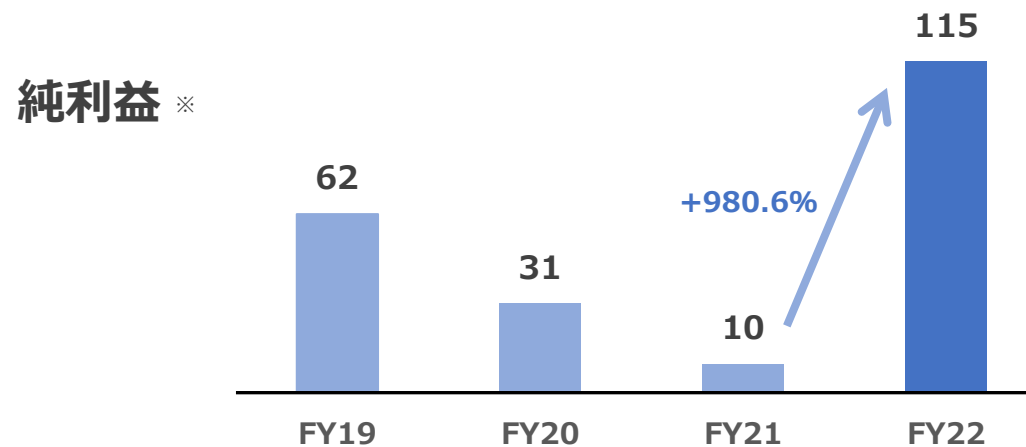
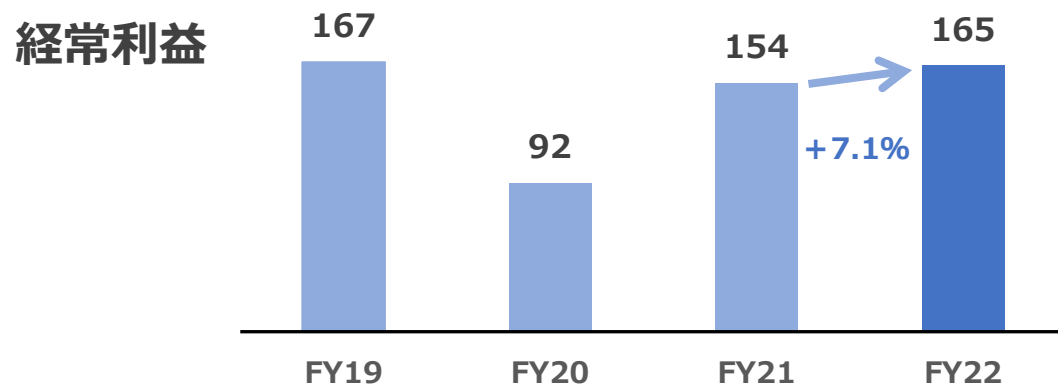
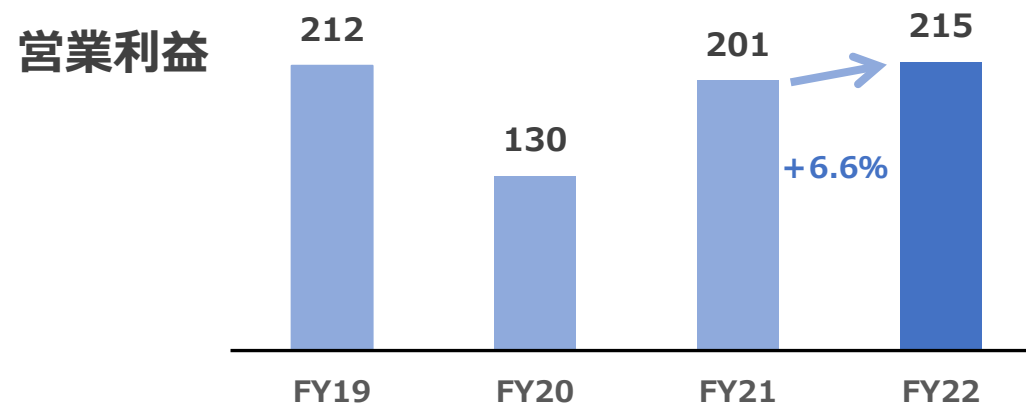
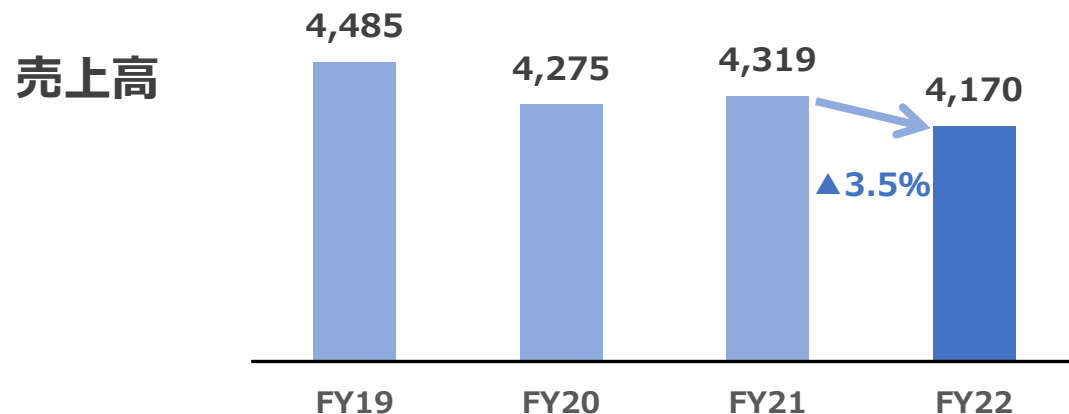
通期業績見通しについて

FY22通期見通し ハイライト（対前年）

期初予想は下方修正ながら、通期では営業利益は増益維持を見込む

当期純利益は、ベルリッツ売却に伴う関係会社株式売却損の剥落により大幅に改善

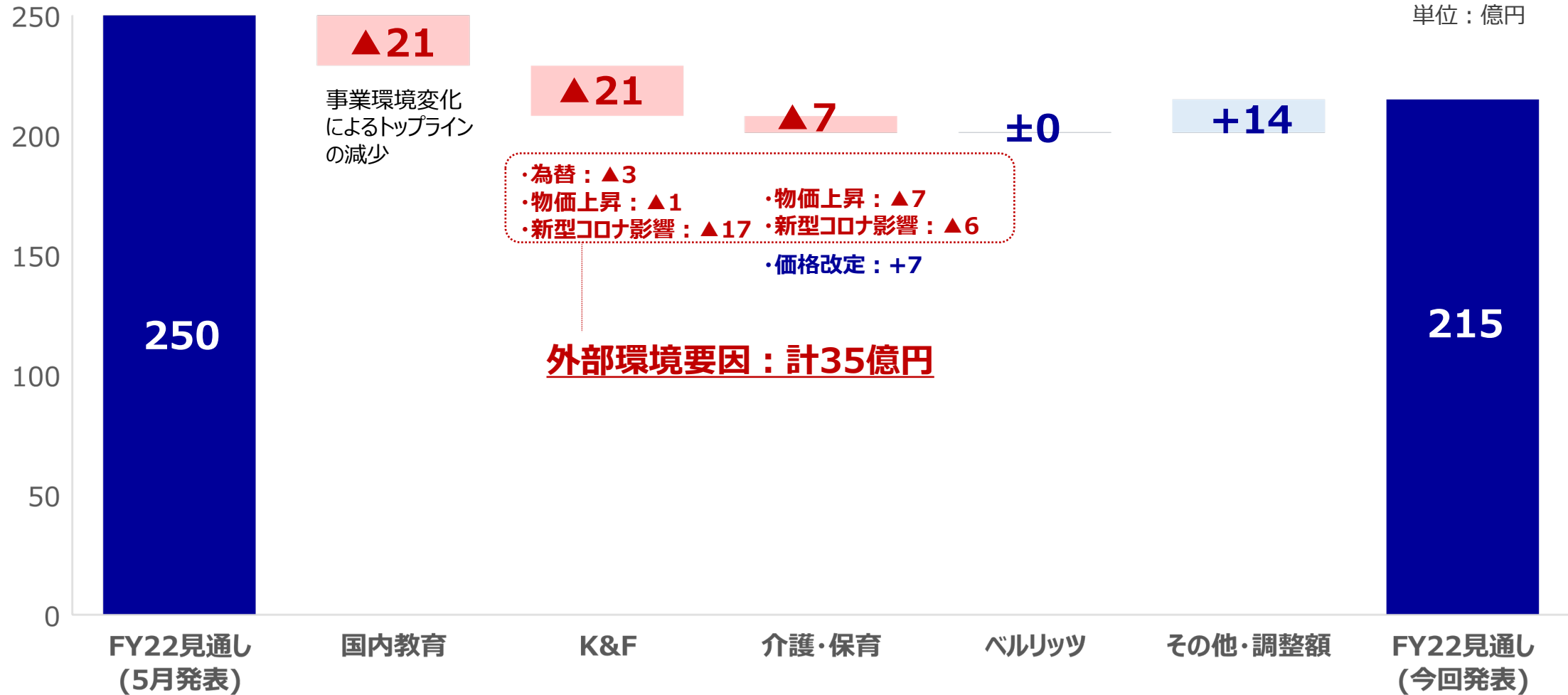
単位：億円



※ 純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

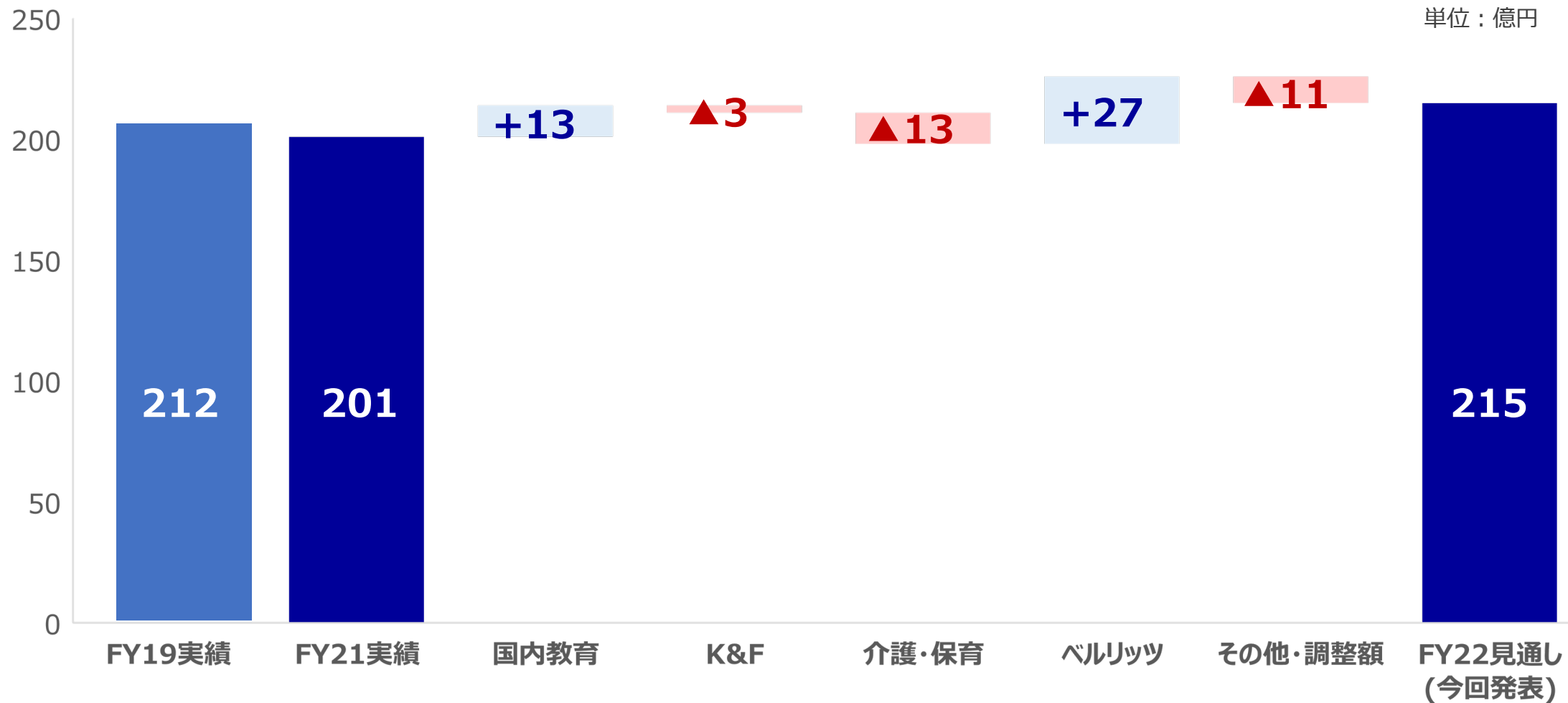
FY22通期見通し 営業利益（対5月発表見通し）

コロナ影響、物価上昇、為替の円安など一時的要因が大きい
国内教育の事業環境変化による増益幅鈍化も影響



FY22通期見通し 営業利益（対前年）

K&Fおよび介護事業の減益幅は上期に比べ縮小へ
国内教育事業の増益とベルリッツの営業赤字剥落でFY19を超える営業利益水準を見込む



戦略の進捗

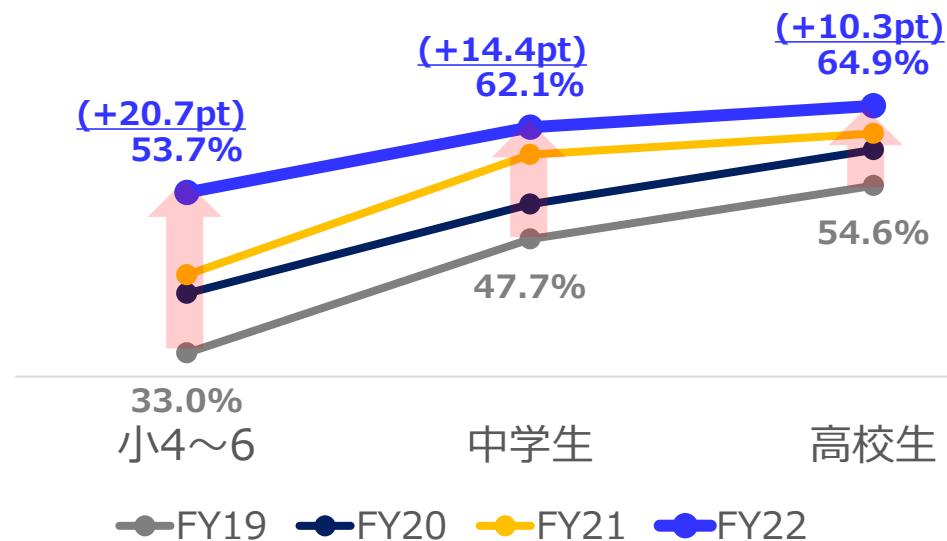
株式会社ベネッセホールディングス
代表取締役社長 CEO
小林 仁

- **FY22については、外部要因の影響が大きく、業績見通しを修正
(営業利益：250億円→215億円)**
⇒修正の理由は、新型コロナウイルスの影響、物価上昇、円安等の外部環境要因と、教育事業の事業環境変化による影響拡大
- **国内教育事業は、教育の変化の中でいくつかのアラームがたっており、早期に対応策をとる**
- **一方で大学・社会人領域では確実に事業が伸びており、十分な機会点を見出すことができていることから、さらに強化を進める**

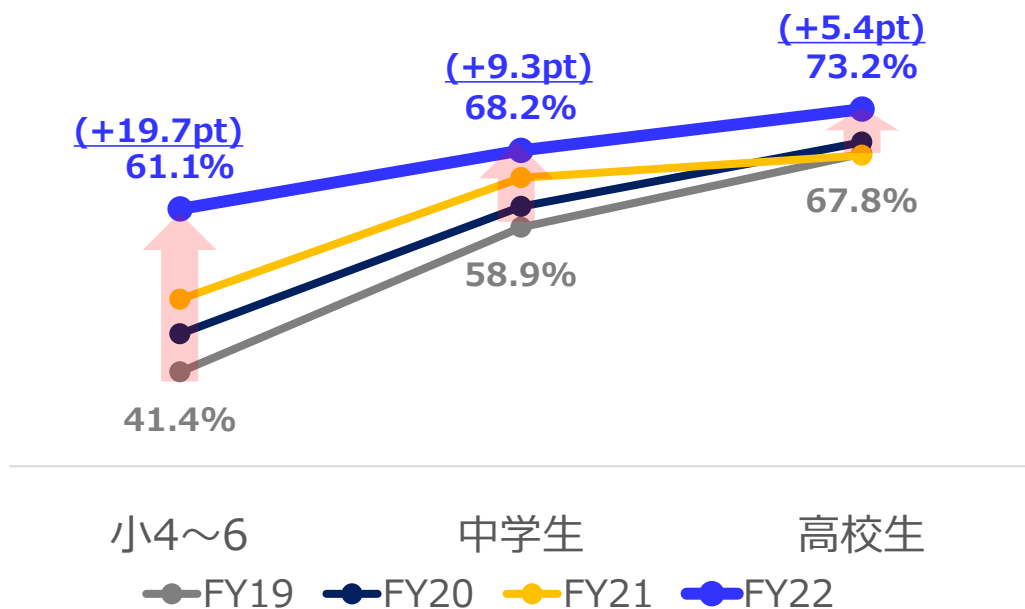
コロナによる生活変化や、学校教育のあり方が模索される中で、子どもの学習意欲低下

「勉強しようという気持ちがわからない」子どもの割合

() = FY19比 ※「とてもあてはまる+まああてはまる」の%。



「上手な勉強の仕方がわからない」子どもの割合



脅威

■ 学習意欲の低下は校外学習中心に影響

- ・進研ゼミの入会・継続意向に影響
- ・『ゼミ』退会後に通塾せず「何もしない」層が増加

「ベネッセ独自調査」
(前年比 高校生 +4.4%、中学生 +7.4%、小学生 +1.4%)

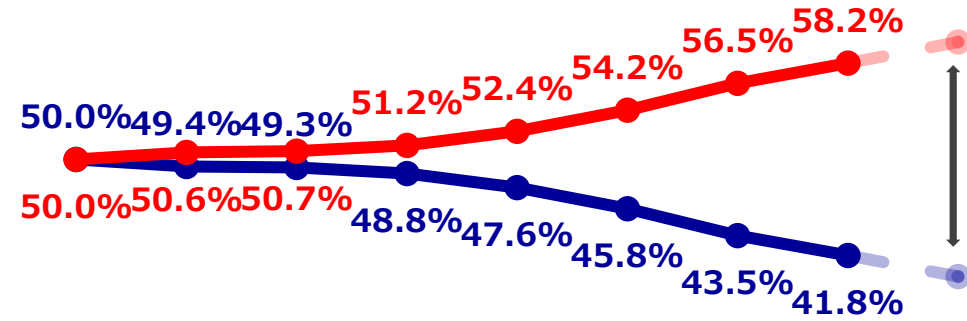
機会

- 「子どもの学習意欲を引き出してほしい」保護者のニーズ拡大
- 教科学習だけでなく、多様な学びの拡大

<環境変化②> 大学受験における年内入試拡大

年内入試拡大により、従来の一般入試対策に向けた顧客ニーズが減少

私立大学 入試方式別の入学割合



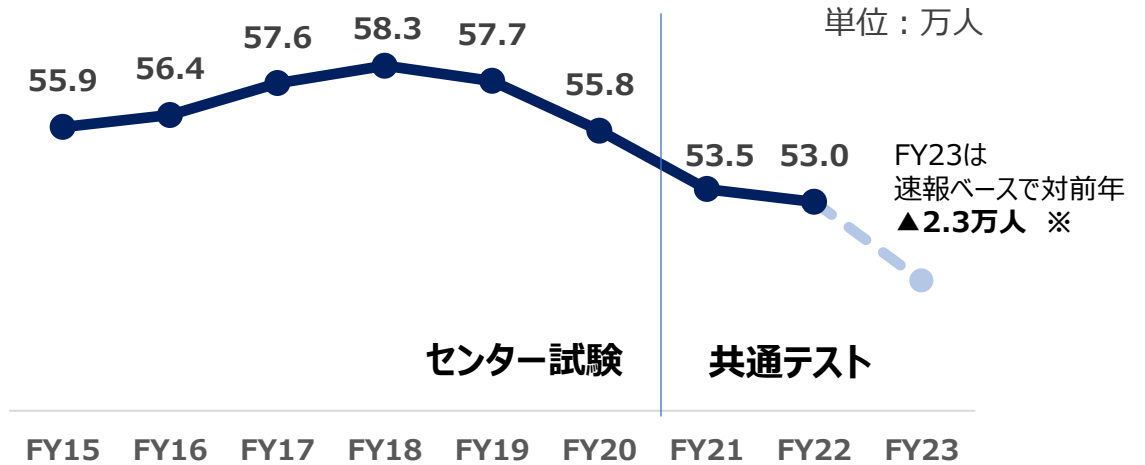
※文科省「国公立大学・短期大学入学者選抜実施状況」より。FY23は当社予測。

FY15 FY16 FY17 FY18 FY19 FY20 FY21 FY22 FY23予測

● 一般入試 ● 年内入試 (学校推薦・総合型の合計)

■ 私立大の入学者のうち半数以上が年内入試

大学入試センター試験・大学入学共通テストの志願者数



※FY23の最終受付日17時時点の志願者数は47.9万人 (前年最終日同時刻50.2万人)
※(出所)独立行政法人大学入試センター

■ 受験生が共通テストを避ける傾向

脅威

■ 一般入試対策ニーズの減少

- ・共通テスト対策の模試受験者数
- ・高3の塾利用者数

機会

■ 拡大するニーズへの対応

- ・自分に合った進路選択
- ・進路が多様な学校における基礎学力や学習力の支援

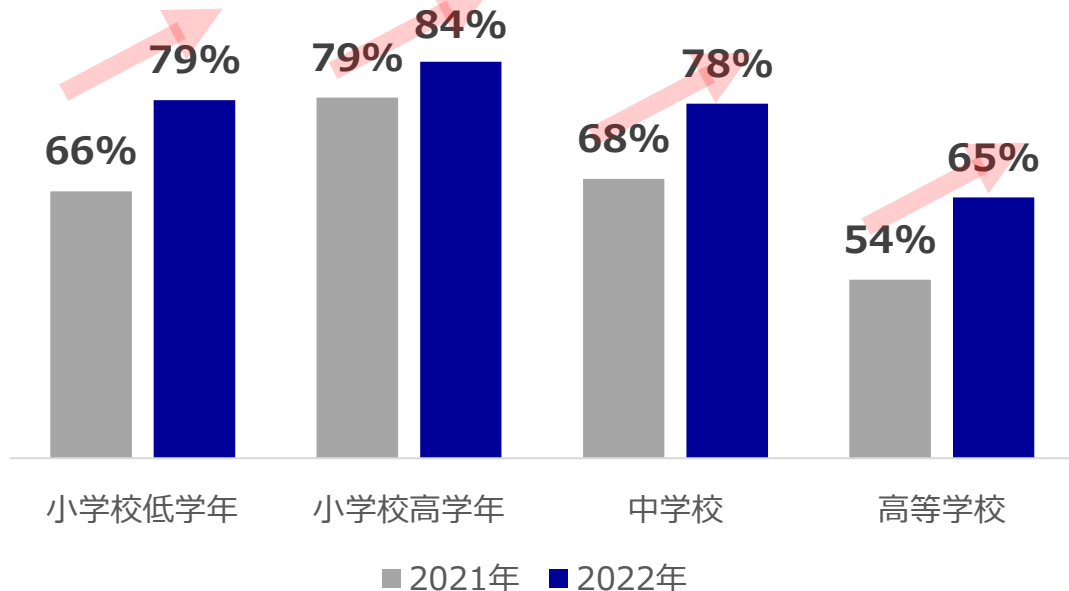
<環境変化③> GIGAスクール構想の進展

※（出典）ベネッセ教育総合研究所「小中学校・高等学校の学習指導に関する調査2021・2022」より。
 ※学校の教員による回答。
 ※「半分以上の授業で活用する比率（%）」は「毎回の授業」+「7～8割程度の授業」+「半分程度の授業」の合計（%）。

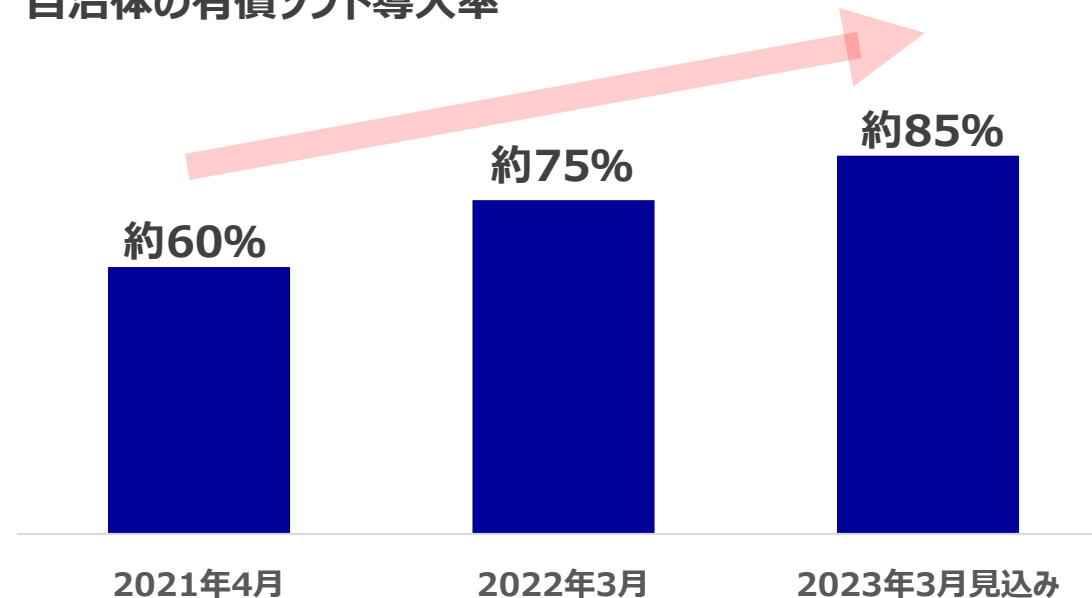


一人一台端末が普及し、学校でのデジタル活用が進む（学校-家庭の垣根も低くなっている）

授業で「教員」がICT機器を活用する頻度 ※
 （数値は、半分以上の授業で活用する割合）



自治体の有償ソフト導入率



■ 小学校を中心に、学校でのデジタル活用が進んだ

■ 自治体で有償ソフト導入は85%まで進む
 ■ FY25に自治体が一人生端末のリプレースを予定

脅威

■ 学校-家庭の垣根がさらに低くなることで
 進研ゼミや塾教室の優位性が
 低下する恐れ

機会

■ リプレース時の有償ソフトシェア拡大
 ■ 学校事業とゼミ事業の連携強化による
 新たな事業モデル構築

国内教育：「進研ゼミ」の現状を踏まえた打ち手

VR学習、Nintendo Switch™とのタイアップなど”子どもの学習意欲を引き出す”新サービスを開始

課題

受験競争倍率の低下やコロナ禍の長期化等を受け、子どもの学習意欲の低下

⇒「進研ゼミ」在籍数は対前年で減少（10月は小・中・高ゼミで対前年▲8.8%）
 計画に対しては、中学・高校講座は計画通りだが、小学講座は新規・継続ともに計画を下回る

打ち手

子どもたちがワクワクし、学ぶ気持ちが目覚める学習サービスの提供

データを活かした人のサポート

一人ひとりの学習データを元に、“まなびアドバイザー”が学びの伴走をする、最先端の学習サポート。



チャレンジ サポート電話

VRを用いた”これまでにない学び”

最新のデジタル技術を生かし、子どもたちがワクワクし、学びに没入する教材の開発。



ハイリム学習 study VR
 小6（中学準備講座）より提供開始

Nintendo Switchとのタイアップ

ゲームでひとりで/友達と楽しく学べる

進研ゼミ 得点力アップシリーズ for Nintendo Switch

ひとりで学ぶ

みんなで学ぶ



新小5～新中1の進研ゼミ会員限定

進化している進研ゼミの価値に触れていただく「体験型マーケティング」で効果を確認



【高校講座の事例】

- 進研ゼミの講座価値に触れていただくために本格的な体験教材を送付
- ⇒ 体験教材を送付すると販売効率が良化（新規一人あたり獲得コストが4割減）

より検討者が増える進級タイミングに向けて
規模・質ともに
体験型マーケティングをさらに強化

国内教育：学校事業

高校事業：年内入試に対応した進路支援商品の開発

小・中学校事業：FY25のGIGA端末のリプレイスを見据えたミライシードの商品力強化

高校事業

環境変化と影響

- 年内入試拡大の影響を受け高校3年生を中心に進研模試の受験者が減少
 上期累計受験者数 対前年▲1.5%

打ち手

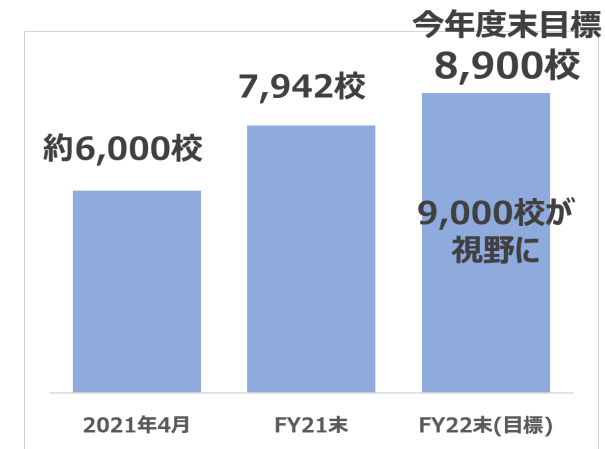
- 年内入試対応商品の開発・強化
 「進路達成プログラム」や「志望理由書・自己PR対策パック」等の進路支援コンテンツを強化



小・中学校事業

環境変化と影響

- GIGAスクール構想の進展に伴いミライシードは順調に成長



打ち手

- 端末リプレイスを見据えたミライシードの商品強化
 授業支援機能強化、アクセシブル対応等

国内教育：塾・教室

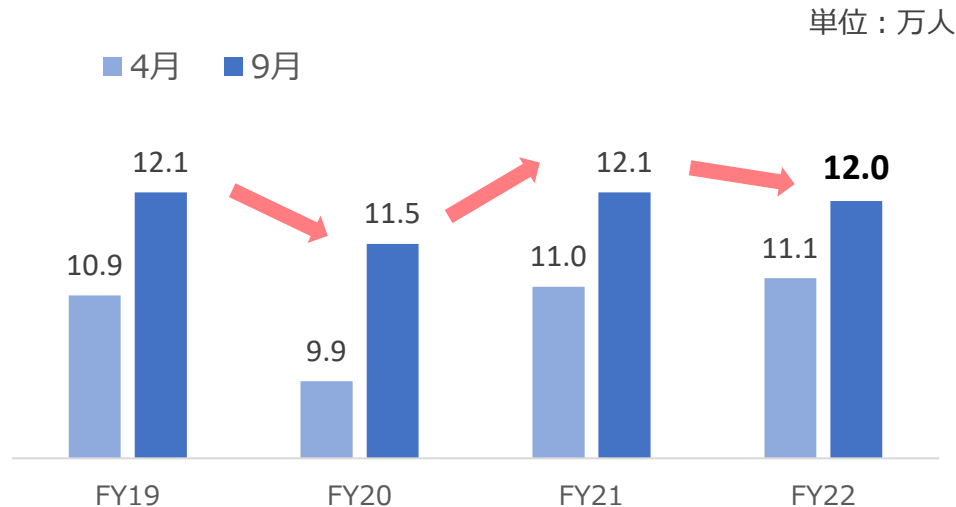
年内入試拡大等の影響により、TKG・アップは高校生中心に苦戦
年内入試の指導強化や中学受験対応を拡大、在籍構造を改革

足元の状況

■ 9月在籍数

- ・鉄緑会：前年度を上回り順調
- ・TKG・アップ・お茶ゼミ：高校生中心に苦戦

【塾・教室の在籍数の推移】



※在籍数：東京個別指導学院、アップ、鉄緑会、お茶の水ゼミナール、ベネッセベーススタジオ（FC除く）の合計

打ち手

■ 打ち手

TKG・アップの再成長を目指した在籍構造改革

- ・成長領域（中学受験・年内入試対応等）での事業拡大
- ・首都圏 難関大受験強化によるアップ（旧お茶ゼミ）再成長

■ 進捗

アップの首都圏中学受験 進出（進学館ルートス）

- ・2023年2月渋谷に開校
- ・中学受験専門塾
- ・少人数集団×個別指導

進学館 $\sqrt{+}$

アップとお茶ゼミの統合（お茶ゼミルートス）

- ・2022年度内に統合予定
- ・難関大受験 理系強化

お茶ゼミ $\sqrt{+}$

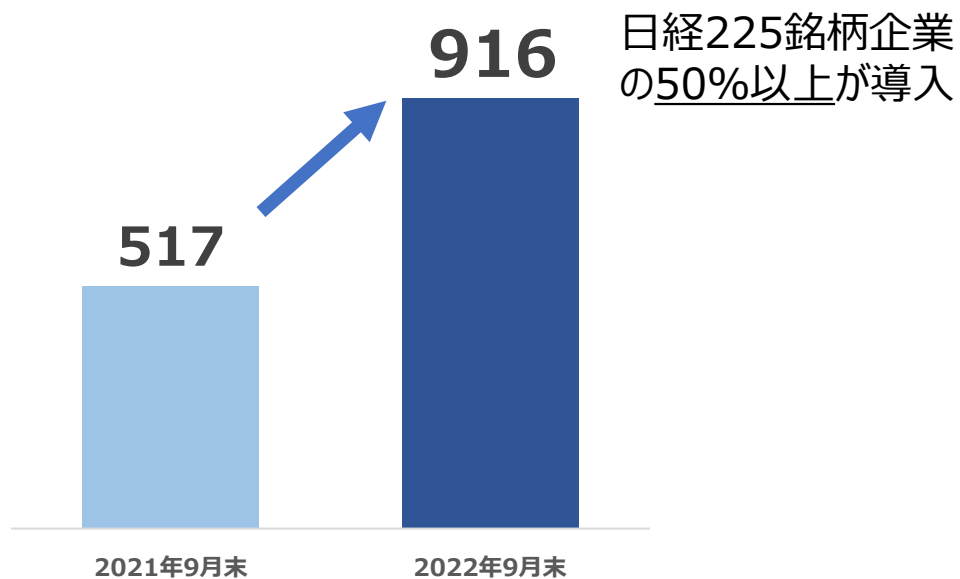
リスキング（DX、IT人材育成）ニーズの高まりと年内入試の増加を機会点に順調に進捗

Udemyの導入状況

Udemy Businessが好調

導入社数

対前年同期比+77%



日経225銘柄企業の
の50%以上が導入

(注：累計社数ではなく、契約継続のアクティブな社数)

入学前教育について（進研アド）

入学前教育ニーズの増加

・全国の大学・短大**368学科**で**13,731名**が活用
※2022年9月



大学・短期大学向け 入学前・導入教育
学問サキドリプログラム

コロナ影響からの回復には時間を要すが、足元の市場環境は好転

環境変化

■ ロックダウンのマイナス影響

3月末～5月末は、ゼロコロナ政策によるロックダウンにより
営業停止、配達遅延等、在籍にマイナス影響

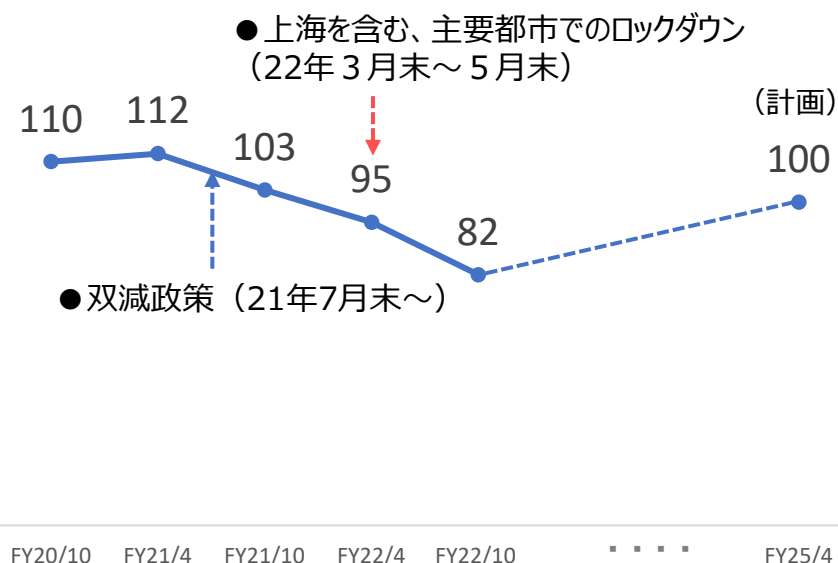
■ 教育に対する底堅いニーズ、競争環境の緩和により 足元の市場環境は好転

政策変更（双減政策）後は競合は事業縮小傾向も、
引き続き消費者の教育投資意向は高い

- ⇒ - 成都・大連などのロックダウン、北京等での行動制限がある中、
9月新規会員数は対前年プラスに（対FY21+13.3%）
- 競合の影響を受けていた**プレスクールの継続率が回復**

＜中国会員数＞

単位：万人



打ち手

- ・新規販売手法の開発（推薦官販売、Tik-Tokなど新デジタルプラットフォームでのEC販売）
- ・思考力領域での商品強化
- ・1to1コミュニケーション施策による継続強化

新型コロナウイルスの影響で低下した入居率の早期回復と、物価高騰への対応

環境変化と影響

- **新型コロナウイルス第7波の影響で、8月以降入居率は当初計画を下回って推移**

(9月入居率：90%)

※新型コロナウイルスの落ち着きにより、足元の見学数は増加（10月既存ホームの見学数は対FY19+25%）

- **光熱費の高騰により、コストが想定を上回る**



下期の打ち手

- **体験ショートステイからの入居拡大**
ショートステイ利用者数は過去最高
体験ショートステイキャンペーンにより長期契約につなげる
- **効果的な価格戦略**
ハイエンドホーム（アリアと高額グランダ）で
10月から年齢別入居金を導入
91歳以上の方の入居金引き下げ
- **物価高騰に対応した入居介護の価格改定（12月～）**
新規のお客様だけでなく、既存のお客様の利用料も
価格改定することで、物価高騰の影響を吸収

日本の教育において、特に留意すべき大きな変化

- ①義務教育：FY25にGIGA端末リプレイスを迎え、自治体単位で教育環境が大きく変化
- ②高大接続：年内入試が拡大し、高校で学ぶ内容や学び方、学びの動機づけが大きく変化

各事業だけでなく、国内教育横断で戦略を強化

【義務教育領域】

学校-校外の垣根を越えた
新たな事業モデルづくり

【高大接続領域】

年内入試に対応した
新たな事業モデルづくり

【地域戦略】

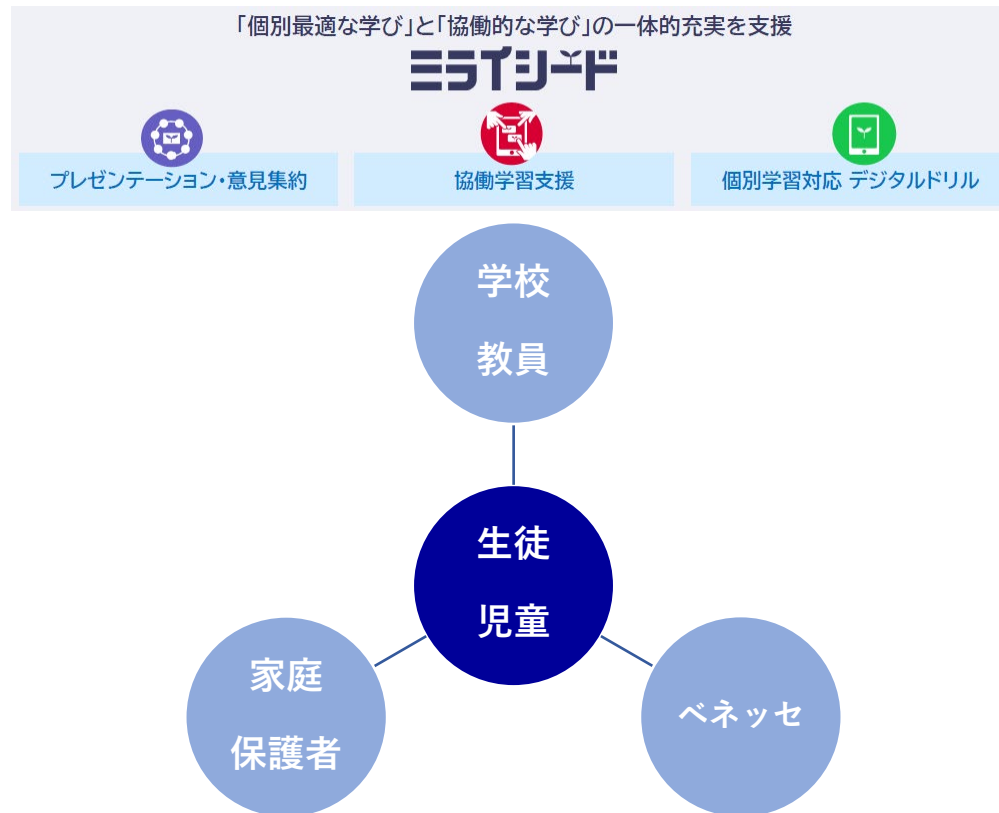
教育格差を解消する
地域支援モデルづくり

社長直下に経営変革推進本部を新設

さいたま市と民間4社が連携し、地域の教育を支援 (さいたま市スマートスクールプロジェクト:略称“SSSP”)



2022年10月31日 SSPP調印式の様子
左：さいたま市教育委員会 教育長 細田真由美氏
右：当社社長 小林仁



ミライシードの学習ログデータ（学習履歴・学習状況）を分析・活用し、生徒1人ひとりに寄り添った効果的な学習内容の実現へ

**22年度は
1株当たり60円の配当予定に変更なし
前期比10円増配**

“サステナブルな社会”“サステナブルな成長”の実現に向け 全てのステージで「人」に関わる社会課題の解決に貢献していく企業グループへ

幼児～高校生



- “学力”に加え“進路”“多様な学び”も
- “生徒”に加え“先生や授業”の支援も

大学・社会人



- 学びの目的は“大学入学”から“就職”
や“時代にあった働く力の育成”へ

シニア



- “入居者の幸せ”はもちろん
“介護の担い手育成や環境向上”も

**事業環境の変化を踏まえ
変革事業計画を策定し5月に発表予定**

