

CHAPTER  
03

「一生成長する力」で、  
人生100年時代を支えていく。

【価値創造報告】

一つひとつの活動をさらに練り上げ、磨きをかける。  
新たな挑戦に臆することなく前進する。  
それぞれのライフステージごとの理想の姿を叶えるべく、  
ベネッセグループは、新たな価値を創造しつづけています。

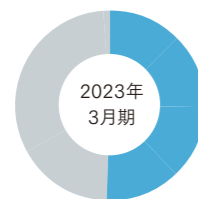
# At a Glance

志をもって、「人」に関わる社会課題に向き合い、お客さまの「Benesse=よく生きる」を支援する企業でありつづけるために。当社グループは、国内教育、グローバル教育、介護・保育、生活の分野で、人のライフステージに沿ったさまざまな社会課題の解決に取り組んでいます。

校外学習事業、学校向け教育事業、および大学・社会人事業を行っています。

## 国内教育

連結売上高構成比  
**50.8%**



### 校外学習事業

- ▶小学生から高校生を対象とした通信教育講座「進研ゼミ」や、東京個別指導学院、鉄緑会、英語教室「BE studio」等の塾・教室の運営。

#### 《主な事業会社》

- (株)ベネッセコーポレーション、
- (株)東京個別指導学院、(株)アップ、
- (株)東京教育研(鉄緑会)、
- (株)ベネッセビースタジオ

### 学校向け教育事業

- ▶高校生を対象とした大学入試模擬試験「進研模試」や、学習・進路指導教材「スタディーサポート」「進路マップ」、英語能力テスト「GTEC」、小・中学校のICT教育支援サービス「ミライシード」、学校教材としてのドリルやテストなどを提供。
- ▶クラウド型学習支援・校務支援サービス等の提供。

#### 《主な事業会社》

- (株)ベネッセコーポレーション、
- Classi(株)、
- (株)EDUCOM

### 大学・社会人事業

- ▶社会人向けオンライン教育プラットフォーム事業「Udemy」の運営
- ▶留学支援サービス事業
- ▶大学支援事業
- ▶キャリア形成支援サービス事業

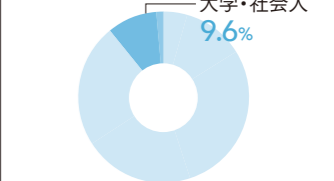
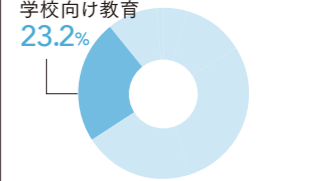
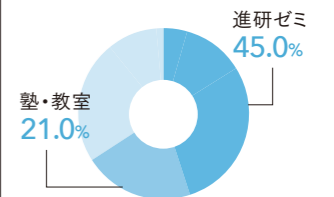
#### 《主な事業会社》

- (株)ベネッセコーポレーション、
- (株)進研アド、
- (株)ベネッセi-キャリア

#### ）主な取り扱い商品とサービス

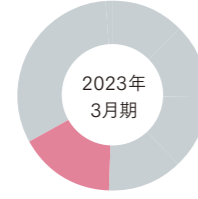


#### ）国内教育売上構成比



## Kids & Family

連結売上高構成比  
**16.5%**



幼児向け通信教育講座「こどもちゃれんじ」を中心に、日本、中国、台湾などで展開しています。

#### 【日本】

- ▶幼児向け通信教育講座「こどもちゃれんじ」「こどもちゃれんじEnglish」および関連事業の運営
- ▶雑誌の出版(妊娠・出産・育児雑誌「たまごクラブ」「ひよこクラブ」、生活情報誌「サンキュ!」、直販雑誌「いぬのきもち」「ねこのきもち」)
- ▶「たまひよShop」「たまひよの内祝い」などの通信販売事業

#### 【中国】

- ▶幼児向けを中心とした通信教育講座事業、及び教室事業の運営

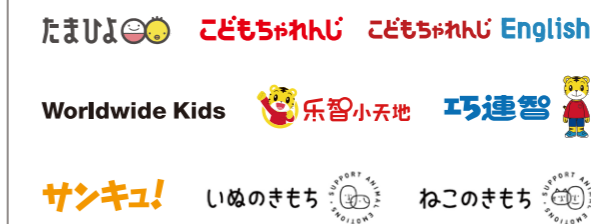
#### 【台湾】

- ▶幼児向けを中心とした通信教育講座事業の運営

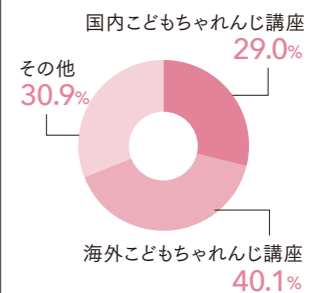
#### 《主な事業会社》

- (株)ベネッセコーポレーション、
- 倍楽生商貿(中国)有限公司

#### ）主な取り扱い商品とサービス

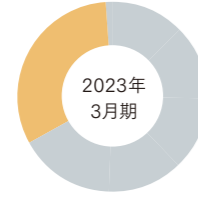


#### ）Kids & Family売上構成比



## 介護・保育

連結売上高構成比  
**32.2%**



入居介護サービス事業を中心に、在宅介護、配食、介護相談、看護師・介護士の人財紹介・派遣事業、保育園・学童の運営などを行っています。

#### ▶入居介護サービス事業:

- 高齢者向けホーム(「アリア」「くらら」「グラニー&グランダ」「まどか」「ボンセジュール」「ここち」合計6シリーズの高齢者向けホーム及びサービス付き高齢者向け住宅「リレ」)の運営

#### ▶在宅介護サービス事業

- ▶通所介護サービス事業・介護研修事業
- ▶保育園・学童運営事業
- ▶看護師・介護士の人財紹介及び派遣事業
- ▶配食サービス・介護食事業
- ▶介護相談窓口事業

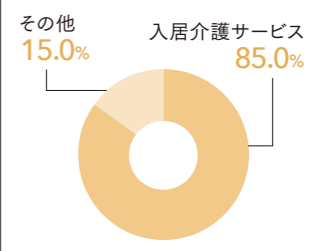
#### 《主な事業会社》

- (株)ベネッセスタイルケア、
- (株)ベネッセMCM、
- (株)ベネッセパレット、
- (株)ベネッセシニアサポート、
- (株)ハートメディカルケア

#### ）主な取り扱い商品とサービス



#### ）介護・保育売上構成比



## 国内教育事業



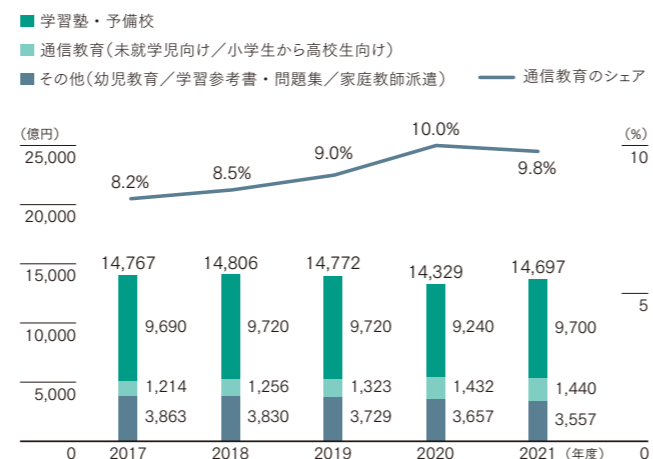
## Market

日本国内の年間出生数は1975年に200万人を割り込んでから減少を続けており、2022年には、80万人を切る水準となっております。今後も少子化は進行し、年間出生数は年平均1.0%程度減少することが見込まれています。

校外学習市場は、この少子化トレンドのなかでも近年横ばいで推移してきましたが、2020年度の市場規模は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で学習塾などの業績が落ち込みました。2021年度においては、コロナ禍における事業活動の継続や、オンラインの併用などによるサービス提供体制の確立などにより、1兆4,697億円と前年度比プラス成長で推移しました。\*

また、少子化により、いわゆる大学全入時代を迎え、入試形態も多様化するなか、子どもやその保護者の学習に対するニーズが多様化していること、さらに、新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に右記の従来の校外学習市場の調査ではつかみ切れていない新たなデジタル商品・サービスも登場しており、企業間の競争が激化しています。デジタル化の動きは学校活動においても同様であり、GIGAスクール構想を背景にその動きはますます加速しています。

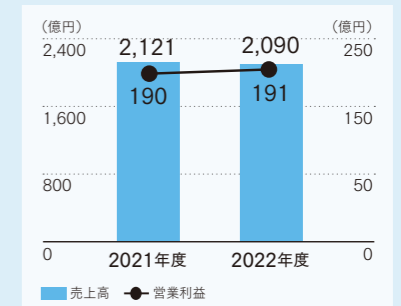
## 校外学習市場の推移



\*出所：株式会社矢野経済研究所「教育産業白書2022年版」をもとに当社算出、作成

## 2022年度概況

国内教育事業の売上高は、2,090億円と、前期比1.4%の減収となりました。減収の主な要因は、大学・社会人事業の受注増があったものの、「進研ゼミ」において延べ在籍数減少による減収があったことです。営業利益は、減収による減益があったものの、「進研ゼミ」における販売費の効率化や前期に実施した教科書改訂対応のための費用の剥落等の費用減により、191億円と、前期比0.4%の増益となりました。なお、2023年4月の国内通信教育講座「進研ゼミ」の会員数は160万人と、前年同月比14万人の減少となりました。



## 校外学習事業

## 事業の概況と今後の展望

子どもの学習意欲の喚起と  
多様な学びのニーズに応えるため  
商品・サービスを強化

常務執行役員  
ベネッセコーポレーション 校外学習カンパニー長  
成島 由美

校外学習カンパニーでは、通信教育事業や塾・教室事業を通して、子どもの学校外での学びを総合的に支援しています。

通信教育講座「進研ゼミ」は、160万人の会員の学習履歴や系統だった豊富なコンテンツ資産、約8,000人の赤ペン先生や約1,500人の高校別担任コーチなどの「人」による指導・サービス提供能力・基盤など、他社にない大きな強みを有しています。長年にわたる事業展開で培ってきたこの強みと、近年注力しているデジタルによる個別化への取り組みを掛け合わせ、会員個々の興味・関心や学習進度、学力レベルに応じた教材やプログラムを提供することで、会員の継続利用率を高め、延べ在籍数の維持・拡大を図っています。しかし、2022年度は、少子化の加速に加え、ニーズの多様化や学校教育の転換、子どもの学習意欲の低下により、年間の延べ在籍数は減少する結果となりました。

今後、進研ゼミ事業は、教材・サービスのさらなる強化をすることで、子どもの学習意欲を喚起するとともに、多様な学びのニーズに対応した商品・サービスの開発・提供をしていきます。

一方、塾・教室事業は通信教育事業や学校事業とは異なり、「リアルな場」で生徒に直接教育サービスをご提供する事業です。現在グループ会社5社を通じて、学習塾や英語教室の運営を行っています。



2022年度は年内入試拡大の影響を受け、高校生を中心に在籍者数は対前年で減少しました。校外学習市場では、中学受験ニーズが都市部を中心に高まっており、ベネッセでも2023年2月に中学受験専門教室である「進学館ルータス」を渋谷に開設しました。また、京都の公立高校受験や公立中高一貫校受験において高い合格実績を有する京都洛西予備校をグループインするなど、幅広い進学ニーズへの対応を進めています。

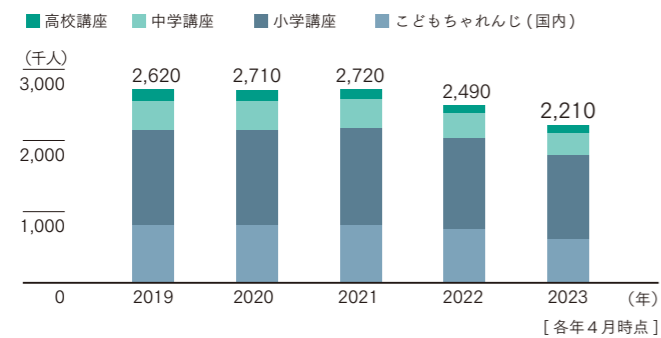
さらに、通信教育である「進研ゼミ」とリアルな場である「教室」の「OMO」(オンラインとオフラインの融合)により、ベネッセグループの校外学習のアセットを最大限活用し、新しい校外学習の形を模索してまいります。

国内教育事業

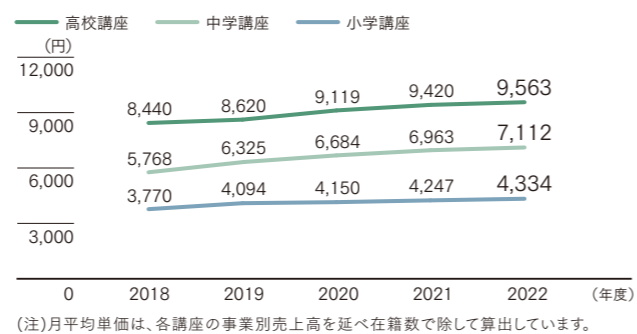
》 校外学習事業

関連する事業データ

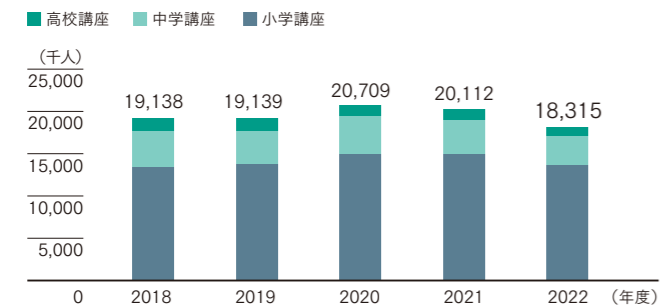
「進研ゼミ」「こどもちゃれんじ」4月会員数



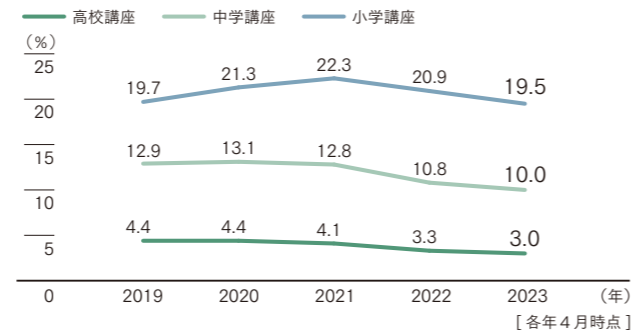
「進研ゼミ」1人当たりの月平均単価



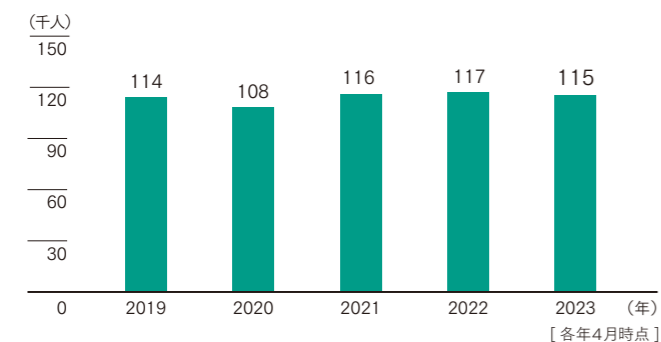
「進研ゼミ」延べ在籍数



「進研ゼミ」人口に占めるシェア



塾・教室 4月在籍数



》 学校向け教育事業

事業の概況と今後の展望

小中学校におけるGIGAスクール構想への対応と高校のニーズに合わせた商品強化により、公教育のパートナーとしてのポジションを維持・強化していく

執行役員  
ベネッセコーポレーション 学校カンパニー長  
田村 隆憲

学校向け教育事業においては、高校生を対象とした大学入試模擬試験「進研模試」や、学習・進路指導教材「スタディーサポート」「進路マップ」、英語能力テスト「GTEC」、小中学校のICT(情報通信技術)学習支援ソフト「ミライシード」、学校教材としてその他、ドリルやテスト等を、また、Classi(株)及び(株)EDUCOM(エデュコム)において、クラウド型学習支援・校務支援サービスを提供しており、「公教育の頼れるパートナー」

としてのポジションを維持・強化していくことを目標に据えています。デジタル化への取り組みを加速し、「カバー分野の広さ」「解決策の多様さ」「提案の速さ」の面で対応力を高め、学校・自治体が抱える個別の課題に応えることで事業の成長を目指しています。

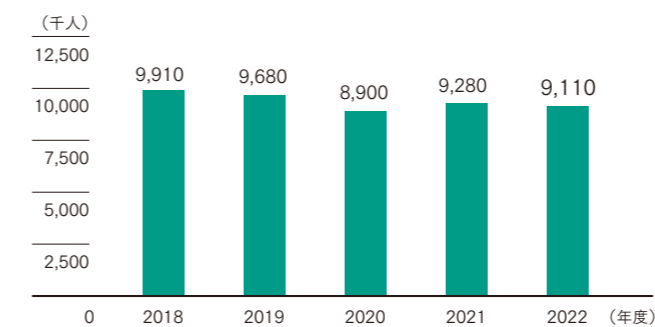
小中学校領域ではGIGAスクール構想によってPC・タブレットの導入が進むなか、2022年度もICT学習支援ソフト「ミライシード」の採用校数が引き続き拡大しました。

一方、日本全国の約9割の学校と取引のある高校領域では、少子化や年内入試の拡大により「進研模試」等のアセスメントの受験者数が減少傾向にあります。従来からの強みであるアセスメント事業に加え、進路が多様な生徒たちを抱える学校への商品を強化し、各校のニーズに合わせたサービスを提供していくことで、競争力を維持・強化していきます。

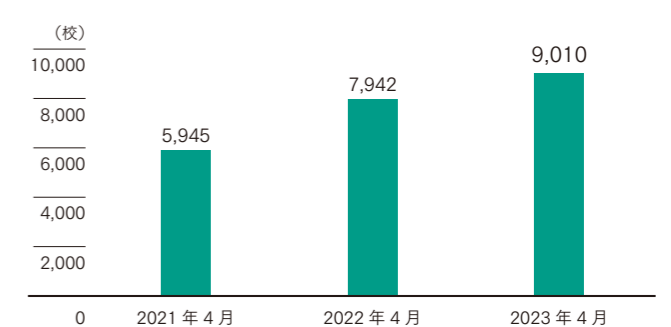


関連する事業データ

「進研模試」など延べ受験者数



「ミライシード」の採用校数



## 国内教育事業

## 》》 大学・社会人事業

## 事業の概況と今後の展望

## 企業と個人のリススキル支援とHR事業を一気通貫で提供する事業モデルの構築を目指す

常務執行役員  
ベネッセコーポレーション 大学・社会人カンパニー長  
山崎 昌樹

ベネッセグループでは、新領域を長期的な利益成長の牽引役と位置付け、拡大に力を入れています。中でも大学・社会人事業は最大の成長領域と位置付けています。

DXやGXの進展などの社会の大きな変化に伴い、世界的に仕事の在り方や求められるスキルが大きく変容しています。また、日本においては少子高齢化による労働力人口の減少や人生100年時代の到来もあり、「誰もが一生にわたり、学び・キャリアを構築できる社会づくり」への要請が高まっています。持続的な成長に向けた企業の人材投資・育成強化の動きの広がりや、政府の

リスキリングに対する投資の方針等が後押しし、日本におけるリスキリング市場は2030年に向けて大きく拡大していくと見込んでいます。

このような中、大学・社会人事業の売上高は2022年度の200億円から、2030年度には1,000億円まで拡大させようと考えています。ベネッセコーポレーションが日本での販売を手掛けている学習プラットフォーム「Udemy」は順調に拡大しており、現在日本での導入社数が1,300社超、利用者数が140万人超と、リスキリング事業を拡大していく上での強い顧客基盤となっています。「Udemy」を起点としながら、M&Aや他社との提携も進め、企業と個人のリススキル支援とマッチングを一気通貫で提供する事業モデルの構築を目指していきます。



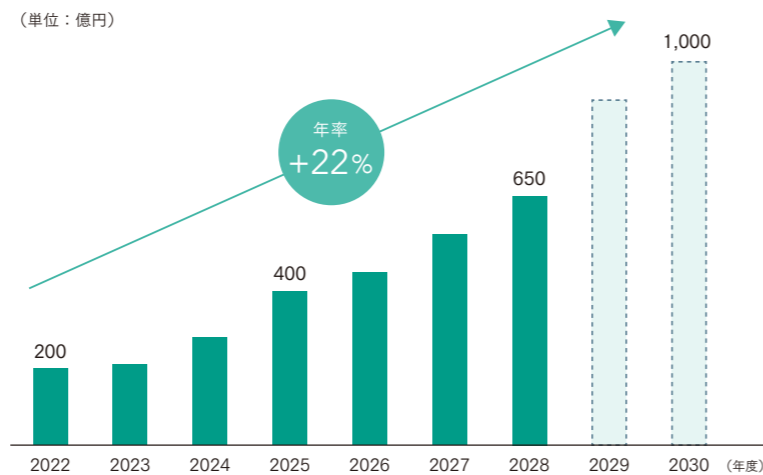
## 関連する事業データ

## 「Udemy」の国内顧客基盤



<sup>\*</sup>経産省の「人的資本経営の実現に向けた報告書～人材版伊藤レポート」の19社

## 大学・社会人事業の売上計画



## 特集 | 大学・社会人事業

## 「Udemy」を起点とした新たな成長への挑戦

## 》》 社会と人生を豊かに

人生100年時代の中、現在の日本は欧米諸国と比べて、「人生を豊かにする学び」が不足しています。大学生はもちろん、社会人になっても学び続けることができ、それぞれが思い描くキャリアや生き方を叶える機会が生まれる、今の世の中に求められているラーニング・カルチャーを根付かせたい。そんな想いで、大学・社会人領域にある社会構造課題の解決に真正面から向き合っていくため、当社は2022年4月に「大学・社会人カンパニー」を新設し、そのパーパスを「一生涯の学びを通して、社会と人生を豊かに」と定義しました。

## 》》 米国Udemy社との業務提携

「最新学習歴を誇れる社会」を実現するための取り組みの一つが「Udemy」です。当社は、2015年に世界最大級のオンライン教育プラットフォームを運営する米国Udemy社と事業提携。日本の社会人を対象に、世界水準の最先端スキルの提供を開始しました。「Udemy」は、世界中の「教えたい人(講師)」と「学びたい人(受講者)」をオンラインでつなぐサービス(以下、CtoC(個人間取引))で、スキマ時間にPCやスマートフォンなどからアクセスし、自分に必要な学習をすることができます。当社では、個人向けのプランの他、多岐にわたるビジネスに厳選した講座が受講できる法人向けサービス「Udemy Business」を展開しています。

## 》》 国内1,300社以上の企業で導入、140万人以上の利用者数

当社が国内展開する「Udemy」の強みは、CtoCならではのコンテンツの提供スピード、実務に直結する講座体系、そして種類の幅広さです。テクノロジーはもちろん、コーチングや1on1に関する講座、メンタルヘルスの講座など、ビジネスコミュニケーションから健康まで、あらゆる分野で最先端の情報を得ることができます。例えば生成型AIに関するカリキュラムは、海外で話題になっているときからすでに講座がありました。加えて常に新鮮な情報へとアップデートされており、一歩先を学べる機会を提供しつづけることができます。これは、コンテンツを自ら企画して発信するというCtoCならではの長特長でもあります。

2023年6月時点で、法人向けサービス「Udemy Business」は大手か

今、日本の「社会人」に必要なものは...

自律的にキャリアを拓く  
スキルの習得



リススキルを評価・推奨する  
組織風土の醸成

ラーニング・カルチャー＝誰もが主体的に学び続けられる文化

最新学習歴を誇れる社会へ

世界最大級のオンライン教育プラットフォーム

〈個人向け〉

udemy

〈団体・組織向け〉

udemy business

ら中小企業まで、国内1,300社超の企業様にご利用いただいております。個人向けサービスの「Udemy」と合わせて利用者は140万人を超えています。採択の理由の一つとしては、あらゆる業界の企業様が、DX人材の育成という共通課題を抱えているからと分析できます。また、コロナ禍以降オンラインによる研修方法を希望される場合が多く、柔軟な使い方ができる「Udemy」をお選びいただくことにつながっています。全国のどんな場所からも、高いクオリティのカリキュラムを学ぶことができるという「Udemy」の魅力の証でもあります。今後も業界や企業規模問わず、企業様にとってより使いやすい機能を整備することで、利用者様のニーズにお応えしてまいります。

### 》》》 「Udemy」から発展した自治体リスクリングネットワーク

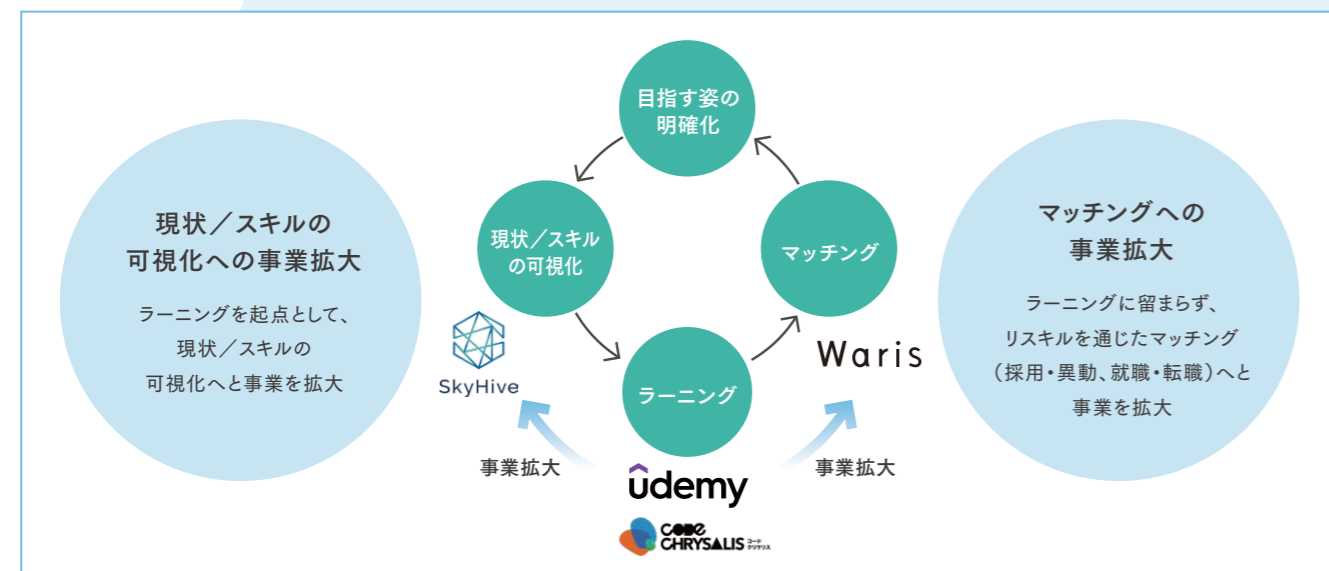
当社では、自治体様のリスクリングにも注目し、2023年5月「全国自治体リスクリングネットワーク」を設立しました。以前より自治体様にも「Udemy Business」を導入いただいていたが、その際に企業様とはまた異なる、自治体様ならではの課題が顕在化しました。それらへの対応策として、リスクリングにチャレンジする自治体様の知見やノウハウを共有し合うことができればという発想から始めたものです。

具体的な活動としては、リスクリングを行なっている自治体様の挑戦事例や成功事例などを自社発行の情報冊子で積極的に発信しています。また、著名人や専門家によるウェビナーを通じた情報提供や、自治体様同士のネットワーク強化に寄与する意見交換会なども実施しています。今後、このような取り組みはよりニーズが高まってくるでしょう。当社がその仕組みをご提供する架け橋となれればと考えています。

### 》》》 リスキル支援を一気通貫で提供することが可能に

大学・社会人事業として目指す姿は、「Udemy」によって企業・個人のラーニング部分を担い、リスキル支援を行うことで、企業や個人のニーズをマッチングしていくことです。これは企業 (To B) や個人 (To C) に限らず、行政 (To G) や学校 (To S) においても需要が伸びている分野であり、当社が蓄積してきた豊富なノウハウを活かすことで確実に応え得る事業です。さらに、現在は「Udemy」を中心としたラーニングを起点に、SkyHive社への

出資、Waris社のグループインを実現することで事業を拡大しています。SkyHive社は、世界最大級の労働市場情報のデータベースを保有する企業で、スキルの可視化の事業を担います。Waris社は、女性のリスクリングを通じたマッチング (採用・異動、就職・転職) へと事業を拡大させる重要なポイントとなる企業です。これにより、人的資本経営に必要なすべてのリスキル支援を一気通貫で提供可能となります。



### 》》》 理想的なラーニングカルチャーの先の可能性

2022年10月、政府がリスクリングに対して5年で1兆円の投資をすると表明しました。これは「Udemy」を起点とした当社の事業の追い風となることでしょう。大人の方々が学びたいと思った時に、気軽に、手軽に、しかも実践的で実用的な学びが手の届くところにある。そんな理想的なラーニングカルチャーを、私たちは

「Udemy」を通して、築き上げていきます。また、その先には、「Udemy」を通じて得られるデータを活かしたビジネスモデルも考えられます。どんな人が、どんな学びに関心を示し、実際にどう行動したか。そのデータから展開できる事業の可能性は計り知れないものがあると考えています。

## 「最新学習歴を誇れる社会」を叶えるために。

ベネッセコーポレーション  
社会人教育事業本部 本部長  
Udemy日本事業責任者  
飯田 智紀



### 》》》 ベネッセの底力を証明した「Udemy」の立ち上げ

「Udemy」はグローバルパートナーとの新規事業開発であり、一般的には多くの日系企業が苦戦しているビジネスモデルでもありました。もちろん私たちも「Udemy」の立ち上げまでには時間も労力もかかり、試行錯誤をしていた時期が1年弱ほどありました。当初は「Udemy」の国内展開を含めて13件ほどの新規事業プロジェクトに取り組んでいましたが、その中でも「Udemy」は手応えを感じ

たプロジェクトの一つです。その後、実際に多くの企業様や個人様に採択いただけるプラットフォームへと成長しました。結果的に、新しい連携によるイノベーションを可能にする能力、かつそれを新規事業で立ち上げられる能力がベネッセにあるということを立証できたと思います。

### 》》》 私たちは社会的な価値創造を担っていく企業

おかげさまで変革事業計画を発表して以来、多くの企業様からお問い合わせをいただいています。この度の変革事業計画によって、どういふビジョンをどう実現しているのかを示すことができたと思っています。今後、複数の企業様との連携が実現した場合には、ベネッセがどんな役割を担っていくかをさらに突き詰めて考えていきたいです。「Udemy」の場合は、コブランディングというスタイルで、ベネッセと「Udemy」を併記しています。時には黒子として、時には前に出てと、使い分けながら対応していくことが大事であると考えています。そういった

意味では「最新学習歴を誇れる社会」という理想が結実した時、それをベネッセの功績だと言われなくても良いと思っています。つまり、世の中の理想を実現するための下支え的存在や、社会全体のウェルビーイングの実現をサポートする役割を、私たちベネッセが担っていく。それも一つのベネッセの在り方ではないかとも思うのです。もちろん企業体ですから、社会的な価値創造を果たしつつ経済的な価値がついてくるのが理想です。



### 》》》 人的資本経営の実現をワンストップで支えていきたい

私たちは今、「最新学習歴を誇れる社会」を目指すために、学びのインフラを構築していこうと取り組んでいます。「Udemy」を起点に、大学・社会人事業の基盤をつくり、領域を次第に広げていく。これによって多くの企業様が抱える課題「人的資本経営の実現」についても、当社がワンストップでご支援できると考えています。これからの私たちにぜひご期待いただきたいです。



## Kids &amp; Family事業



## Market

## 日本

少子化の進行やコロナ禍を経て、子どもの教育に対する親のニーズは大きな変化を見せています。

従来、日本国内の幼児教育市場においては紙の教材が重視される傾向がありましたが、親世代の価値観・社会の変化とともに、タブレット学習を中心にデジタルツールを活用した教材の普及が進んでいます。また、女性の就業率や4年制大学卒比率の上昇を背景に幼児期の子どもへの学習ニーズは多様化、個別化し、英語教育やSTEAM等へのニーズも高まっています。

## 中国

中国においても、少子化が急速に進んでいます。2022年には年間出生数が6年連続で前年を下回り、1,000万人の大台を割り956万人と、直近のピークである2016年の1,786万人から約5割減少し、2023年もさらなる減少が見込まれています。

少子化の要因の一つとして、過大な教育費の負担が挙げられており、2021年7月に、義務教育段階における学生の宿題と校外教育の負担の軽減を目的とした「双减政策」が発表されました。

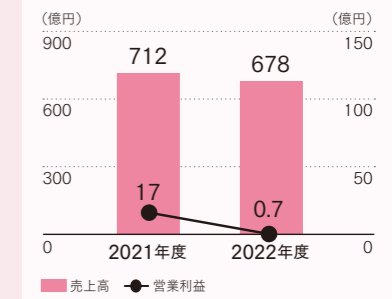
当政策には義務教育段階における塾などの教育事業者の規制が盛り込まれており、コロナ禍による外出規制による影響も合わせ、事業規模縮小や撤退が相次いでいます。

一方で消費者の教育熱は引き続き高く、幼児向けの素養教育などのニーズは維持されると想定されます。

これらの影響により、中国においても、幼児期の子どもへの教育ニーズは多様化、個別化するとともに大きな変化を見せています。

## 2022年度概況

Kids & Family事業の売上高は、678億円と、前期比4.7%の減収となりました。減収の主な要因は、円安による為替換算時のプラス影響があったものの、中国のゼロコロナ政策により事業活動を一時停止したこと等により中国の「こどもちゃれんじ」において延べ在籍数減少による減収があったこと、及び国内の「こどもちゃれんじ」において延べ在籍数減少による減収があったことです。営業利益は、国内教育事業との間で販売費の負担額の見直し等による増益があったものの、減収による減益等により、7千万円と、前期比95.9%の減益となりました。



## 事業の概況と今後の展望

## 多様化するニーズに対応し、LTV向上を目指します。

執行役員  
ベネッセコーポレーション Kids & Family カンパニー長  
西村 俊彦

Kids & Family事業は、子どもたちの発達段階に応じた生活習慣や知識の習得に役立つ通信教育講座「こどもちゃれんじ」を事業の柱としており、この事業を日本、中国、台湾で展開しています。

2022年度は、日本においては、加速する少子化、経済環境の変化、ニーズの多様化を受けて、延べ在籍数は減少した一方で、価格改定による1人当たり単価の上昇やコスト削減等により、

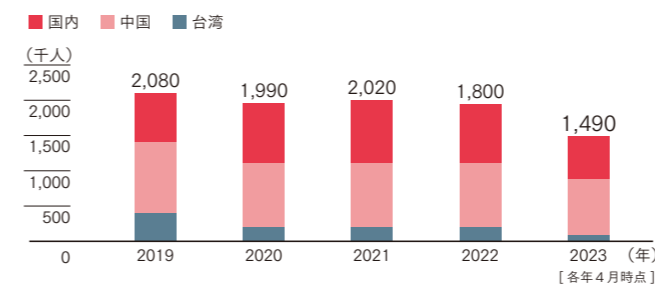
営業利益は増加しました。今後も顧客ロイヤリティの獲得による継続利用率向上を軸に、商品を価値・価格で複層化し、多様化するニーズに応えるとともに複数利用を促進し、少子化が進むなかでも成長を目指します。

中国においても、2022年度は、急激な少子化に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うロックダウンの影響を販売、配送などで受けたことにより、延べ在籍数が減少しましたが、足元は双减政策による競争環境の緩和も見られます。これらの環境変化を受けた幼児教育に対する顧客ニーズの多様化、個別化に対応する商品の進化とともに、素養教育である「こどもちゃれんじ」の会員数の回復とLTV(顧客生涯価値)の向上を目指してまいります。

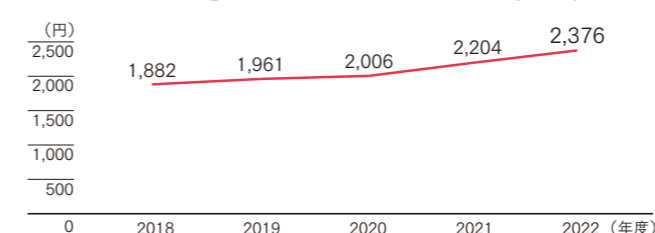


## 関連する事業データ

## 「こどもちゃれんじ」4月会員数

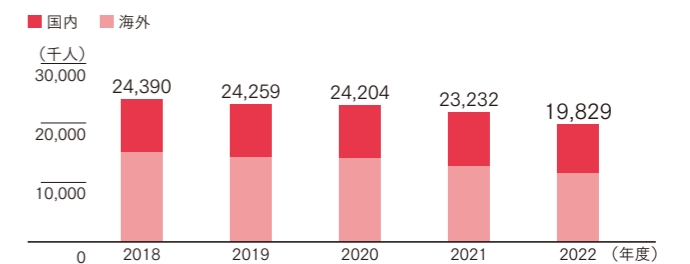


## 「こどもちゃれんじ」1人当たりの月平均単価(国内)

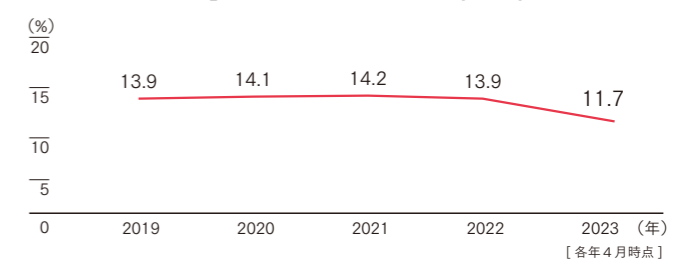


(注) 月平均単価は、講座の売上高を延べ在籍数で除して算出しています。

## 「こどもちゃれんじ」延べ在籍数



## 「こどもちゃれんじ」人口に占めるシェア(国内)



介護・保育事業



Market

日本国内では、高齢者人口の増加にともない介護ニーズが年々増加しています。政府は、介護問題の解決に向けて2000年に社会保険方式を採用した介護保険制度をスタートし、これ以降、国内の介護市場<sup>※1</sup>は急速に拡大してきました。

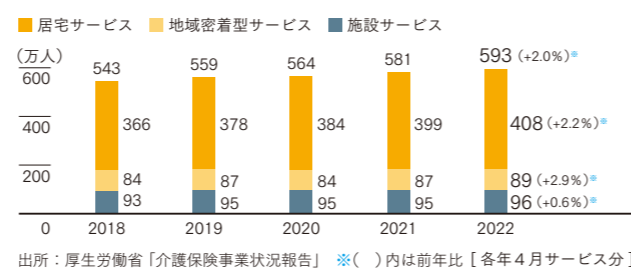
2020年度の介護給付費は、前年度比2.6%増加の10.2兆円、2022年4月時点の介護保険サービスの受給者数は、前年比2.0ポイント増加の593万人となりました。65歳以上の高齢者が全人口に占める割合<sup>※2</sup>は、2022年9月15日時点で前年比0.3ポイント増加の29.1%となっており、2040年には高齢化率が35.3%に達する見込みです。

少子高齢化や人生100年時代を迎えるなか、高齢者のQOL向上や介護サービスの担い手不足という社会課題の解決のため、介護業界にもデジタル技術を活用したサービスの質向上や効率化が求められています。

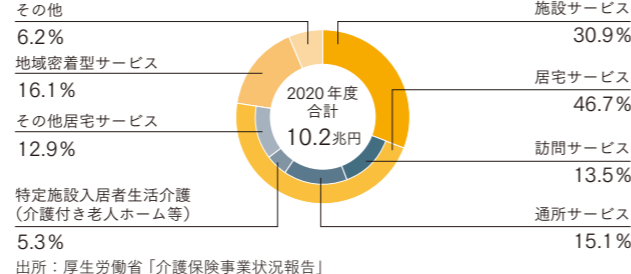
※1 出所：厚生労働省「介護保険事業状況報告」

※2 出所：総務省統計局「統計から見た我が国の高齢者（2022年9月15日現在）」

介護保険サービス受給者の推移

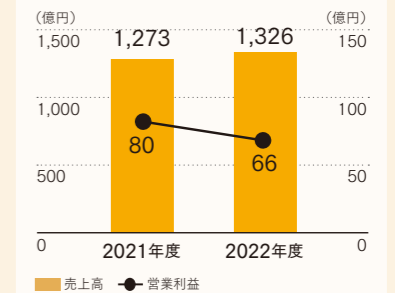


介護給付費内訳



2022年度概況

介護・保育事業の売上高は、1,326億円と、前期比4.2%の増収となりました。増収の主な要因は、高齢者向けホーム及び住宅数を前期比9ホーム拡大したこと、及び保育園・学童クラブを前期比6拠点拡大したことによる顧客増があったことです。営業利益は、天然資源価格等の高騰による光熱費、及び営業施策の強化に伴う販促費等の増加により、66億円と、前期比17.0%の減益となりました。



事業の概況と今後の展望

新型コロナウイルス影響からの回復と、周辺領域の拡大により、さらなる成長を目指します

取締役 兼 専務執行役員  
ベネッセスタイルケア 介護・保育カンパニー長  
滝山 真也

介護・保育事業では、施設介護事業を中心に、在宅介護、配食、介護相談、介護・医療の人財派遣・人財紹介、保育園・学童の運営等の事業を行っています。ご高齢者、そしてお子さま一人ひとりに深く寄りそう質の高いサービスを基本に、スタッフのノウハウを言語化した独自のメソッドや先進的なデジタル技術を活用し、介護・保育それぞれの領域において確かなポジションを確立しています。

2022年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で高価格帯

中心に高齢者向けホームの入居率が引き続き低下しました。足元は入居率の回復が最大の課題であり、新型コロナウイルスの経済・社会活動への影響が落ち着きを見せる中、ショートステイによる体験利用の拡大

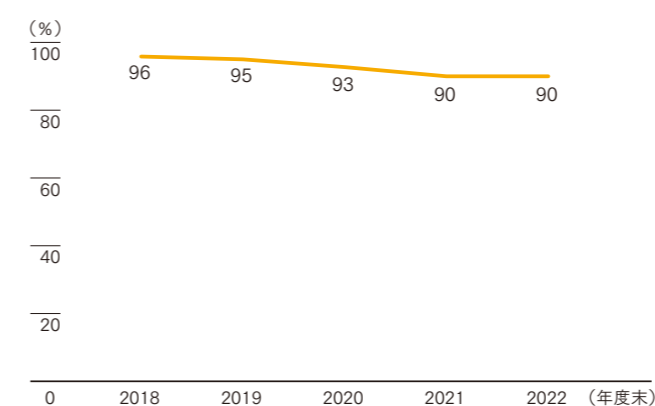


や、営業力強化等により、2024年度末までにコロナの影響を受ける前のレベルまで入居率を回復させることを目指しています。

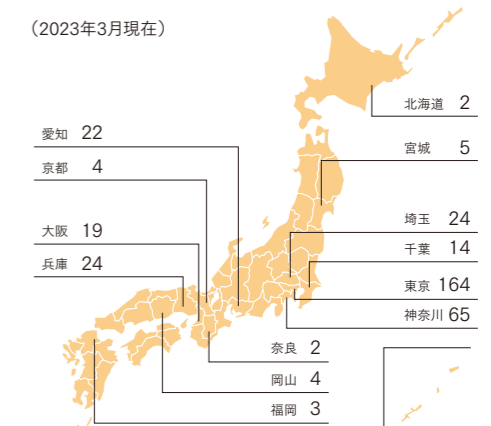
一方で、新たなエリア展開を含む戦略的なホーム数の拡大や、人的投資・DX推進等の介護の質向上への取り組みを、着々と進めています。また、今後は介護HRや介護食等、市場成長性が高く当社の強みが活かせる周辺領域の拡大にも注力し、さらなる成長を目指してまいります。

関連する事業データ

高齢者向けホーム入居率



ベネッセが展開するホーム分布

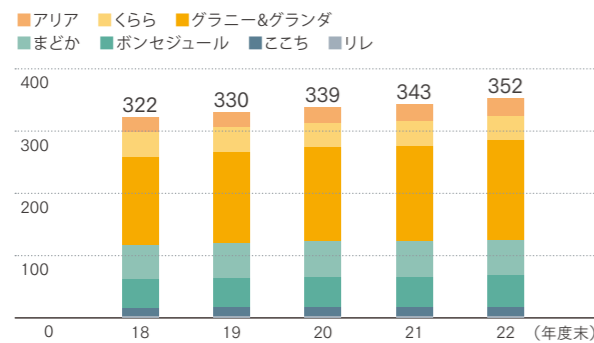




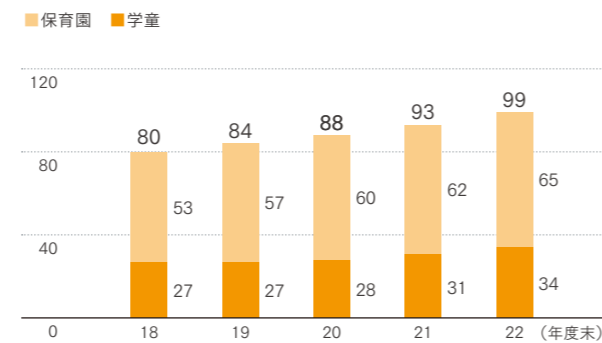
介護・保育事業

関連する事業データ

高齢者向けホームおよび住宅数



保育園および学童施設数



新たな成長への挑戦: 介護周辺事業の拡大

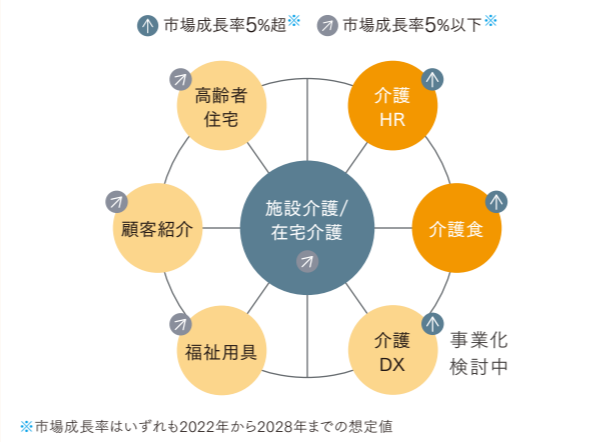
介護HR・介護食事業に注力

ベネッセグループでは、施設介護事業を軸としながら、介護に関連する多様な事業を展開しています。

高齢者人口が増加する中、介護に関わる人材需要が増加する一方で、労働力不足の深刻化が見込まれています。

このような中、求職者と介護事業者をマッチングする介護HRや労働力不足によりニーズが拡大する調理済介護食は市場成長性が高く、またベネッセの強みが活かせる分野と考えており、今後拡大をはかっていきます。

ベネッセグループの介護事業

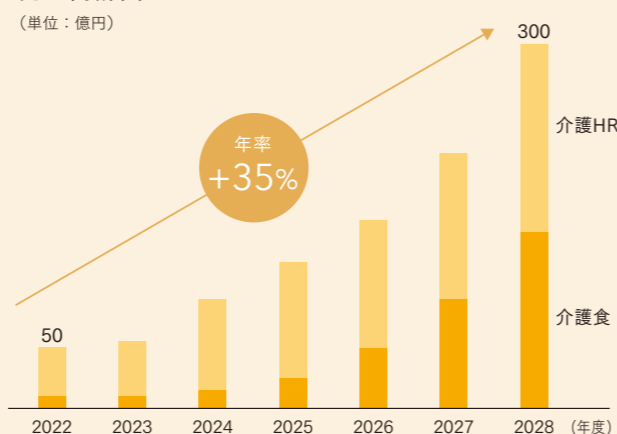


介護HR・介護食事業の市場成長性と戦略

|      | 市場成長性 (FY22⇒FY28)     | 現在の事業展開                                     | 当社の強み                               | 今後の拡大の方向性                                       |
|------|-----------------------|---|-------------------------------------|---|
| 介護HR | 年率 +5% <sup>※1</sup>  | ベネッセMCMで派遣事業、ハートメディカルケアで人材紹介、およびメディア事業を実施   | ▶施設事業で培った顧客への深い理解<br>▶既存介護HR事業で得た知見 | 既存事業の拡大に加え、就労者と雇用のより多様なニーズを満たすための新たなHR事業に取り組み予定 |
| 介護食  | 年率 +10% <sup>※2</sup> | ベネッセパレットで、在宅高齢者向け配食事業及びベネッセスタイルケアホームの介護食を提供 | ▶自社施設利用者への介護食提供で磨き上げた調理の技術力 (味・安全性) | 調理済介護食事業をBtoB形式で他社施設向けにも提供                      |

※1: 介護HR市場は、介護サービスを必要とする人員数をベースに算出  
 ※2: 調理済介護食市場は、介護食ニーズに加え現場調理から工場調理への移行分を加味して算出した想定値

売上高計画



施設介護事業: 介護の質向上への取り組み

ご入居者のQOLを高めるベネッセならではの介護DX

介護の匠「マジ神」人材の育成と、「マジ神AI」による介護の質向上

ベネッセスタイルケアでは、高齢者向けホームにおけるご入居者のQOL向上を目指し、介護の匠である「マジ神」の育成と、マジ神の知見・観点を教師データとする「マジ神AI」の開発を進めています。

マジ神とは社内資格制度の通称で、高い専門性と実践力を持つスタッフのことであり、これまでに延べ220名超が認定されています。

マジ神AIは、マジ神の気付きや行動を教師データとして開発しています。高い専門性と実践力を持つスタッフの無形のノウハウを教師データにすることで、ご入居者のQOL向上につながる要素を定量化。人とテクノロジーの融合により、経験の浅いスタッフでもマジ神に近い、質の高いケアを提供できるようになることを目指しています。

ベネッセ版センシングホームの拡大

2022年3月に第1号ベネッセ版センシングホームとして「グラダ 四谷」をオープンしました。また、既存ホームのセンシングホーム化を進め、魅力の向上を図っています。2023年度中に累計56拠点までセンシング導入ホームを増やす予定です。これらのホームでは、「睡眠センサー」や「排泄センサー」などの各種センサーを居室に設置し、センサーが収集した情報を集約してご入居者のお身体の状態を可視化。そのデータとマジ神のノウハウによって、QOL最重視のサービス品質を実現するAIソリューションの開発をさらに加速していきます。

介護人材を支え、増やす

「介護アンテナ」による介護知見の還元

ベネッセスタイルケアでは、自社の介護の質向上に取り組むことにとどまらず、培った知見を社会に還元することで、広く業界全体に貢献したいと考えています。

その一環として、全国の介護スタッフが必要とする情報を網羅的にお届けするためのポータルサイト「介護アンテナ」を運営しています。

「介護アンテナ」ではベネッセスタイルケアが28年間のホーム運営で培ったノウハウや知見をもとに、それまで社外秘だった介護技術などのノウハウやベネッセメソッドを無償公開。また、セミナー等の情報や介護スタッフからのニーズが高いアクティビティやレクリエーションの素材、高齢者の病気や薬に関する情報も提供しています。

登録者数は、2023年7月現在、約12万人規模まで拡大しています。

**ベネッセ版介護DXの特徴**

QOL最重視のサービス品質

- 認知症ケア
- 睡眠の質
- いつもと違う予兆の分析

人×テクノロジーによる、サービス基盤の圧倒的強化

介護の匠(マジ神)のノウハウ × 介護ノウハウを学習(マジ神AI) × 「マジ神AI」により、マジ神ではないスタッフの介護スキルが向上

介護事業28年のノウハウ、教育のベネッセを起点とする人材育成力



2022年3月にベネッセ版センシングホーム第1号として開設した「グラダ 四谷」

28年間で培った実践知の一部を無料で情報提供

介護アンテナ

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>介護技術</b><br>ベネッセの介護技術<br><b>介護技術ガイドライン</b><br>(動画あり)          | <b>お出かけスポット</b><br>車椅子でいける<br>人気スポット<br><b>バリアフリー情報</b> | <b>介護レク素材</b><br>介護レクリエーション<br>素材<br><b>5,000点以上</b>     |
| <b>ベネッセメソッド</b><br>ベネッセの介護の知見<br>各メソッドを無償公開<br><b>排泄ケア・認知症ケア</b> | <b>予防・災害対策</b><br>感染症予防対策<br>防災対応                       | <b>イラスト素材</b><br>無料・商用利用OKの<br><b>介護イラスト</b><br>1,000点以上 |

etc.