

## グローバルこどもちゃれんじ

ベネッセのノウハウを活かした幼児向け通信教育講座「こどもちゃれんじ」を軸に競争力のあるブランドのグローバル展開を推進しています。



12.8%  
564億円



### 事業の強み

- 国内外200万人を超える会員数と30年にわたる幼児向け教育事業のノウハウ
- 国内外で高い認知度・好感度を誇る「しまじろう」のブランド力
- 発達段階に応じた学びの提案力
- 妊娠・出産・育児関連事業の顧客基盤

### 社会変化

#### 機会

- 4年制大学卒の母親 / 共働き世帯の増加による子育て・教育意識の変化
- 早期からの英語教育意識の高まり
- 幼児教育の無償化の動向

#### リスク

- 日本の少子化加速、教育費投資の停滞
- デジタル化の進展による競争激化
- 中国の教育熱の加速

### 2020年度目標

売上高年平均成長率(CAGR) **10%**

- 国内および中国を中心とする海外で競争力の高い「こどもちゃれんじ」の会員数拡大に注力
- グローバルスタンダード商品とグローバルアライアンスで事業を拡大

## 2018年度の成果と2019年度の施策

しまじろうブランドの強みを活かし、  
国内外で幼児教育の新たな価値を創出

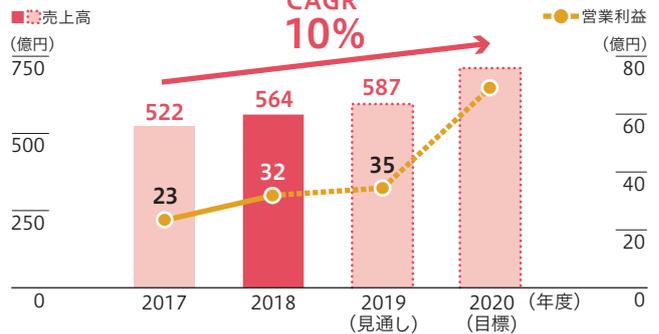
取締役 兼 上席執行役員 グローバルこどもちゃれんじカンパニー長 ベネッセコーポレーション取締役

岡田 晴奈



- 日本、海外ともに延べ在籍数増(対前期比+58万人)、加えて、中国での受講費改定のプラス影響などで増収増益を実現

## 売上高・営業利益



## 2018年度の成果

## 国内

- しまじろうブランドを活かし、顧客接点を拡大 (映画、YouTubeチャンネル、Amazonプライム・ビデオ、コンサートなど)

## 海外

- 中国では月齢版7-35カ月教材を全面リニューアル、4月会員数の伸び率、継続率が好調に推移
- インドネシアで「こどもちゃれんじ」を開講
- タイでのアニメ放映開始および商品化のライセンス契約を締結

## 2019年度の施策

- 他企業との協業でさらなる顧客接点の拡大

- 中国こどもちゃれんじの商品改訂スピードアップ
- 中国での巧虎(しまじろう)映画を制作委員会方式で制作・配給
- ECチャンネルの拡大

## TOPICS

## 「しまじろう」の活用で顧客接点を拡大

「こどもちゃれんじ」は2018年に30周年を迎えました。メインキャラクター「しまじろう」を活用し、幼児向け教育番組の放映やコンサートの開催、映画の上映、移動型プレイパーク、アプリの配信など、幅広く事業を展開しています。子どもの成長発達に合わせた多様な商品・サービスを提供することで、こどもちゃれんじ全体の認知向上と優良顧客の拡大を進めています。



JALとジェット機のラッピング、機内配布用玩具、グッズなどでコラボレーション



Amazon FreeTime Unlimitedで英語・知育アプリを配信

## TOPICS

## 国内外のニーズに合わせて商品を進化

中国でのこどもちゃれんじ事業はこれまでに中国に存在しなかった「幼児向け通信講座」市場を開拓、拠点数の拡大にとともに、大きく成長してきました。しかし、変化の激しい中国市場において、新たな保護者ニーズに合わせた商品の改訂が遅れ、近年そのペースが鈍化しています。そこで、事業の再成長を目指し、2019年4月に月齢版(7カ月～35カ月向け講座)の全面リニューアルを実施。4月会員数は対前年度で6.6%増、継続率は6.1%増と着実に成果を上げています。

また、国内においてもワーキングマザーの増加など市場変化を捉え、商品をリニューアルしています。