業界の構造変化、社会課題の解決に貢献
BtoCマーケットの引き合い強まる
すららネット 湯野川孝彦代表取締役社長に聞く

上場1年銘柄に注目

すららネット（3998・東マ）はオンライン学習教材「すらら」の開発・販売会社。「すらら」は理解度の低い学生でも理解しやすい対話形式の教材。主に学校や学習塾に提供している。

12月18日に新規上場から1年を迎える。これまでの歩みを振り返るとともに今後の展望について湯野川孝彦代表取締役社長に聞いた。

――上場1年を振り返って。

「採用面で好影響があった。『教育×IT』とユニークな業態でありながら海外にも進出済みなど、もともと注目を集めやすい要素はあったが、さらに〝上場企業〟となったことで優秀な人材をより採用しやすくなった。また、学校・学習塾以外のBtoC向け販売においては、当社の上場が『すらら』を知るきっかけとなるなど、認知度向上の効果も見られた」

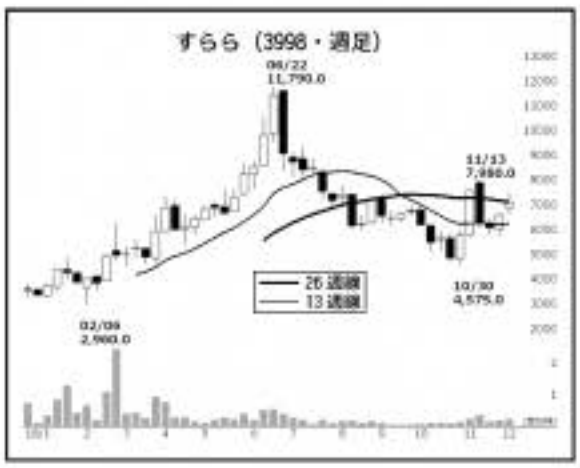
――事業環境について教えてください。

「最近は〝Education（教育）〟と〝Technology（テクノロジー）〟を組み合わせた『EdTech（エドテック）』が盛り上がりを見せている。政府の後押しもあって、学校ではタブレットやWi-Fi環境などハード面の整備が進展。次はソフトウエアに焦点が当てられるとみられ、学力向上成果に強い『すらら』の活躍余地が広がっている」

「少子化傾向の中でも、学習塾業界における個別指導のニーズは依然として高い。一方で、人手不足による人件費の高騰や就労環境の観点などから従来型のアルバイト講師の雇用が難しくなっている。また、最近は学校にも学習塾のような個別指導の強化が求められるようになってきた。少人数学級・学力別クラス編成などの案も検討されているが、人材やコスト面の問題を考慮すれば、いずれもエドテックの活用が必至。当社はこうした学校・学習塾業界の変革を推進するポジションにある」

――足元の業績や事業の進捗（しんちょく）をお聞かせください。

「今12月期の業績は売上高9億8000万円（前期比24・2%増）、営業利益1億5600万円（同30%増）を計画している。これに対し、第3四半期（3Q、1～9月）は売上高6億8200万円（前年同期比28・5%増）、営業利益1億5000万円（同60・6%増）となった。事業環境の追い風もあり、各セグメントで好調な推移を維持している。中でも、Webマーケティングの活用によりBtoC向け販売が伸びている。従来のデジタル教材は学校の授業を補完する形が多いが、『すらら』は学校に通っていない子どもにも理解できるよう作られている。発達障害・学習障害、不登校など悩みを抱える層の利用が増えてきた」



「同時に、放課後などデイサービスなどの施設への導入も増加。このほか地域のフィットネスクラブや民間の学童保育施設など、塾や学校とは異なる組織による教育の提供が広がってきた。社会課題や教育多様化の進展を見据えながら、新規マーケットの開拓を進めている」

――現在、注力している取り組みを教えてください。

「『すらら』は国語・数学（算数）・英語の3教科が対象だが、現在、理科・社会の教材を製作中。2020年春のリリースを目指す。また、海外展開にも注力。しばらくは国内向けの伸びが続くが、その先は海外事業が当社の成長力となる。今はまだ赤字だが、ID数は着実に伸びている。現在活動しているインド、インドネシア、スリランカだけでも3億5000万～6000万人の潜在ユーザーがいる。ITを活用している当社からこそ、ローカル価格に合わせた展開が可能」

――最後に投資家の皆さまへ一言お願いします。

「CSR（企業の社会的責任）活動などとは異なり、本業そのもので社会に貢献する企業。当社のサービスで各国の子どもたちの学力の底上げができれば、それは世界にとって必ず良いことにつながると考えている。こうしたビジョンをぜひ共有していただければと思う」

企業名	すららネット
事業概要	eラーニングによる教育サービスの提供および運用コンサルティング、マーケティングプロモーションおよびホームページの運営
上場日	2017/12/18
初値	4345円