

2179 成学社

太田 明弘 (オオタ アキヒロ)

株式会社成学社社長

個別指導部門が計画を上回って伸長、新規開校を推進

◆上場5年で売上高は倍増

市場規模の推移として、学齢人口は20年以上前にピークを迎え、その後、減少を続けている。矢野経済研究所「教育産業市場に関する調査結果」によると、近年の学習塾関連の市場規模は9,500億~1兆円と推定されている。特に個別指導塾が市場に浸透し、2012年度は全体の42%を占める規模となっており、このまま50%まで拡大していくのは時間の問題であろう。

またタブレット端末等の普及によって、オンラインサービスが拡大している。すでに大学の講座を通じ、学生が自分たちの行う授業をYouTubeで公開している事例もあるが、こうした無料の映像授業がどこまで市場に浸透するかは未知数である。現在のところ、映像授業のビジネスモデルが成り立っているのは高校生向けであり、小・中学生向けの成功例はまだない。

当社では、代々木ゼミナールと連携し、代ゼミサテライン予備校を運営している。現在、高校生市場における映像授業は競合他社を合わせて7~8系統が展開されており、明らかに伸びている。

2014年3月期の連結業績として、売上高は100億32百万円(前期比3億43百万円増、計画比2億7百万円減)となり、上場してから5年でほぼ倍増させることができた。今後も、成長期にある子どもの教育を基本ドメインとした成長戦略を進め、小・中・高校生だけでなく保育分野も視野に入れていきたいと考えている。

営業利益は5億17百万円(前期比1億33百万円減、計画比1億43百万円減)、経常利益は5億10百万円(同1億39百万円減、同1億48百万円減)と、いずれも計画未達であった。その要因として、新規開校の設備投資や今後の事業拡大に向けた人員配置を先行して実施したこと、クラス指導部門の塾生数が想定以上に減少したことが挙げられる。また「個別指導学院フリーステップ」のフランチャイズ展開強化のために費用を投入したが、FC契約件数は計画を下回った。

セグメント別売上高として、教育関連事業98億9百万円(前期比3億66百万円増、計画比1億82百万円減)のうち、個別指導部門61億23百万円(同3億67百万円増、同1億6百万円増)は、クラス指導部門36億68百万円(同4百万円増、同2億95百万円減)の2倍近い規模に成長しつつある。個別指導では、全国レベルのどの競合他社にも負けない固有のノウハウと戦略的メソッドを有すると自負しており、全国展開にも十分対応できると考えている。

不動産賃貸事業は53百万円(前期比1百万円減、計画比1百万円減)、飲食事業は1億69百万円(同21百万円減、同23百万円減)となった。

ブランド別売上高として、クラス指導部門は、開成教育セミナー30億円(前期比27百万円減、計画比2億56百万円減)、エール進学教室1億37百万円(同10百万円減、同13百万円減)、京大セミナー3億87百万円(同32百万円減、同4百万円増)その他1億44百万円(同75百万円増、同28百万円減)となった。個別指導部門は、フリーステップ・ソフィア53億95百万円(同3億56百万円増、同1億59百万円増)、代ゼミサテライン予備校4億84百万円(同13百万円増、同42百万円減)、アイナック2億41百万円(同1百万円減、同11百万円減)、そ

の他 2 百万円(同 1 百万円減、同増減なし)となっている。

ブランドの数については、市場が縮小する中で、塾間の無駄な競争はなくしていくべきだと考えている。と同時に、今後も機会があれば M&A を行い、企業価値を高めていきたい。

費用の大まかな売上高比率は、人件費 50%、家賃 10~15%、広告宣伝費 6~8%となり、原価・販管費合計は 95 億 14 百万円(前期比 4 億 77 百万円増、計画比 63 百万円減)である。内訳は、人件費 51 億 83 百万円(4 億 4 百万円増、計画比 13 百万円減)、家賃 13 億 26 百万円(同 68 百万円増、同 29 百万円減)、広告宣伝費 5 億 56 百万円(同 33 百万円減、同 23 百万円減)、その他費用 24 億 47 百万円(同 37 百万円増、同 4 百万円増)となった。

人件費は、今後の事業拡大に向けた人員配置、フランチャイズ展開強化に向けた人員の増加等によって大幅に増加した。家賃は、ほぼ計画通りに教室展開を行ったものの、新規教室開校が期末に集中したため計画を下回った。広告宣伝費は、前期は創業 30 周年の広報活動を行ったが、当期は平常通りの水準で実施した。

◆近畿圏、首都圏を中心とした教室展開

グループ塾生数の推移として、2013 年 11 月時点で 2 万 5,481 人(前年同月は 2 万 5,515 人)、うちクラス指導部門は 1 万 592 人(同 1 万 1,118 人)、個別指導部門は 1 万 4,889 人(同 1 万 4,397 人)となっている。グループ塾生数 3 万人の達成を当面の目標としている。特に個別指導部門は、今後も高い成長率で推移していく見込みである。

教室展開の状況として、期末拠点数 214 カ所(前期は 202 カ所)の内訳は、大阪府 133 カ所(同 126 カ所)、滋賀県 28 カ所(同 27 カ所)、兵庫県 22 カ所(同 21 カ所)、京都府 16 カ所(同 16 カ所)、奈良 2 カ所(同 2 カ所)、東京都 13 カ所(同 10 カ所)となっている。なお、拠点数にはクラス指導と個別指導の併設教室が含まれている。

近畿圏では、市場ナンバーワンの学習塾になることを目指している。個別指導はテレビ広告に馴染む業態であるため、今期以降も積極的に行う。また、テレビ広告の効果をそのエリアで吸収できるだけの拠点数を確保していくことが、個別指導の基本的な方針である。特に近畿圏と東京都を中心に毎年 10~15 カ所の新規開校を行っていく。

貸借対照表について特に大きな変動はない。創業 30 周年を過ぎ、「堅実経営」「健全教育」「研究研鑽」をモットーにしていきたいと考えている。当社の企業ドメインは教育関連であり、したがって今後、介護分野などに進出することはない。教育を仕事とする企業として、健全な経理、堅実な経営を追求していく方針である。

◆今後も M&A を積極的に推進

2015 年 3 月期の連結業績予想は、売上高 105 億 84 百万円(前期比 5 億 51 百万円増)、営業利益 5 億 90 百万円(同 73 百万円増)、経常利益 5 億 68 百万円(同 58 百万円増)、当期純利益 3 億円(同 8 百万円減)を計画している。

セグメント別売上高計画については、教育関連事業 103 億 31 百万円(前期比 5 億 21 百万円増)のうち、クラス指導部門 37 億 80 百万円(同 1 億 11 百万円増)、個別指導部門 65 億 12 百万円(同 3 億 89 百万円増)を見込んでいる。引き続き個別指導が伸長し、クラス指導が縮小傾向にあることを時代の流れとして受け入れ、個別指導分野で圧倒的な強さを示していきたいと考えている。

教室展開については、年間 15 教室の新規開校を行うとともに、M&A も積極的に推進していく。ブランド名の浸透している近畿圏では、ドミナント戦略により更なる営業エリアの拡大を図る。新規開校のうち 3 割程度は首都圏で展開予定である。クラス指導部門は、募集期(夏季特別授業、新年度)に合わせた新規開校を実施する。個別指導部門は年間を通じて入塾できるため、時期を問わずに良好な物件があれば積極的に開校を進めていきたい。2015 年 3 月末には、拠点数 229 カ所、クラス指導 113 カ所、個別指導 185 カ所となる計画である。

株主還元策については、1株当たり年間配当金は、2014年3月期は9.20円、2015年3月期予想は9.50円を実施したいと考えている。配当については、長期にわたる安定基盤の確立に努めるとともに、持続的かつ安定的な配当を実施していく方針である。

中期成長戦略としては、連結売上高150億円の達成を目指している。今年の春より、小学生の滞在型アフタースクール「かいせい こどもスクール」を開始した。預かりと学びを融合した進学塾ならではのアフタースクール事業であり、小学生全学年を対象に、最長21時までお預かりし、しっかりとした教育を行いながら学習の基礎・基本を身につけさせ、共働きの家庭をサポートする。第1号教室として大阪府高石市に開校しているが、今後、主に既存教室に新たなブランドとして、年間3教室程度を開校していく方針である。

また、2016年3月期を目途に、フリーステップ300教室の展開を目指している。直営教室は近畿圏および首都圏でドミナント展開し、同時にフランチャイズ展開も強化していく。フランチャイズ教室は、近畿圏、首都圏を含め、太平洋ベルトの都市部に重点的に展開していく計画である。

◆ 質 疑 応 答 ◆

連結売上高目標150億円のうち、M&Aによる拡大はどの程度を想定しているか。

売上高目標150億円の中にM&Aを織り込んでいるわけではなく、直営の教室のみで達成可能と考えている。現在、具体的なM&A案件はないが、前向きに進めていきたいと考える。

5年後、10年後の業界環境の変化について、どのようにみているか伺いたい。

当社が2008年に上場してから、後続する同業他社は現れていない。これをみても、業界に追い風の吹く状況ではないことがわかる。しかし、教育というジャンルでニーズがなくなることはなく、時代に対応して企業間のタイアップがどうなっていくかが注目点といえる。

キーワードとして、第一に、映像が挙げられる。映像による系列化が進む可能性があり、東進、代ゼミ、河合塾、市進などでの映像によるグルーピングが進むことが予想される。第二に、ベネッセで紙ベースの業態が縮小しているように、新時代に対応した他の教育媒体が出現することも考えられる。第三は、やはり個別指導である。今後、映像で授業を見られる時代になったとしても、子どもたちのやる気をサポートする学習塾のニーズは存続していくと考える。

(平成26年6月3日・東京)

* 当日の説明会資料は以下のHPアドレスから見ることができます。

<http://www.kaisei-group.co.jp/corporate/irlibrary-tanshin>