

教育業界の No.1 ブランドを多く輩出する“スプリックスの秘密”を初公開
新刊書籍『成し遂げる力 ニーズからすべてを始める 総合教育企業スプリックスの No.1 ブランド戦略』
2022年2月16日(水)発売

～ミドル層にフォーカスをあてた、25年以上のパーパス経営で教育業界の変革に挑む～

株式会社スプリックス（本部：東京都豊島区／代表取締役社長：常石博之）は、2022年2月16日（水）に、常石博之氏の初著書『成し遂げる力 ニーズからすべてを始める 総合教育企業スプリックスの No.1 ブランド戦略』をダイヤモンド社より出版いたします。

URL：<https://www.amazon.co.jp/dp/4478114986>

書籍出版の背景

新型コロナウイルスの拡大により、全国で学校の休校が相次ぐなど、子どもの学びの環境は大きく変わってきました。こうした激しい変化に加え、GIGA スクール構想により1人1台端末などの教育 ICT が当たり前になる中で、何を、どのように学ぶかを見直し、子どもたちとの向き合い方を改めて考えることが求められています。

スプリックスでは、森塾、湘南ゼミナール、自立学習 RED、そら塾、プログラミング能力検定、国際基礎学力検定 TOFAS を始めとして、学習塾、オンライン学習、検定など様々な視点での教育サービスを提供しており、タブレットや PC で利用できる CBT for school などは公教育での導入も進んでいます。

スプリックスは、これまで保護者と生徒のニーズを患直に受け止める文化を大切に、ミドル層の子どもたちに向き合ってきました。2018年に株式上場を果たしましたが、企業規模が大きくなり、ステークホルダーも増える中で、スプリックスの事業に対する想いや戦略をもっと社内外に伝えていかなければならない、という課題意識から書籍の出版を決めました。

本書は、子どもや保護者のニーズに真摯に向き合ってきたスプリックスのこれまでの軌跡とともに、数多く抱える No.1 ブランドを作っていくために大切にしている想いや知見を凝縮しています。2021年は世の中でも自社の存在価値を表す「パーパス」の問い直しが盛んになりましたが、今後は規定したパーパスを企業活動にブレイクダウンし、実践するフェーズに移っていくと予想されます。本書では、創業よりパーパス経営を続けるスプリックスの実例を多く掲載しています。本書を読んだ方が、教育業界やビジネス、社会全体についてどのように向き合い、変化していくかを改めて考え、パーパスを企業活動でどう実践するかの参考になっていくことを望んでいます。

書籍内容の紹介

株式上場後の2018年12月に社長に就任し、成長を牽引してきた、現社長の常石の視点で、スプリックスを読み解いていきます。スプリックスは、社名の由来にもなっている、『教育を通して世界中の人に人生の新たなステージ、「春」を届けたい』という想いを軸にした、パーパス経営を創業以来貫いています。また有名校への合格を目的にしがちな塾が多い中で、ミドル層の子どもたちにフォーカスし、教育業界の課題に挑み、No.1 ブランドを数多く輩出する中で、各サービスの裏側に隠された秘密が解き明かされています。さらに、真摯に向き合う対象は、子どもたちだけではなく、塾で教える講師にも向き合い、塾業界全体のイメージを変え、モチベーションを高めることにも努めています。「やる気よりもまず成績向上」「究極のマーケットイン思考」「グループ内でのカンパライゼーションの許容」など、教育業界だけでなく、様々なビジネスに通底する成功への戦略が散りばめられています。

実際の事業や子ども、保護者の反応に基づいた解説により、これからの教育業界とどのように向き合い、どのように考えていくべきなのかのエッセンスが詰まった一冊になっています。



書籍の構成

- 序章 激変した世界、激変するニーズ～対顧客への高いアンテナから新たなサービスが生まれる～
- 第1章 数十万人の声を捉える究極のマーケットイン思考
～「やる気よりも成績向上」見逃されてきたニーズを具現化する～
- 第2章 データの緻密な活用で向上するサービスと成果
～コミュニケーション力があれば誰でも講師になれる徹底したマニュアル～
- 第3章 トップブランドを量産する No.1 戦略
～多様化するニーズこそが事業成功の源～
- 第4章 現状維持は停滞、変化することを恐れない
～年間 4,000 以上の改善、その陰にある 40,000 以上の案～
- 終章 情熱を絶やさず真摯に向き合う ～子どもを、業界を、教育を変えていく～

本書に記載されている、「スプリックス流」パーパス経営を成し遂げるための秘密

・ミドル層の子どもたちがまずやるべきは「やればできる」の一回転目を回すこと

個別指導における最大の目標は、「自分もやればできるんだ」と思ってもらうこと。塾はもちろん学校でも、集団指導のスタイルの中で分からない子どもを置いてきぼりにし、学習計画さえ進めばいいという授業が長年続いていた。しかし、ミドル層の子どもたちがまず目指すべきは、授業が分かり、定期テストの点数が上がること。「やればできる」と気づいたあとの成長は想像を超え、その変化は勉強以外にも・・・？

・全ブランド No.1！？知られざる徹底的な No.1 戦略とは

スプリックスはすべてのブランドにおいて No.1 を目指している。その理由は、「No.1 を目指し、実現することの楽しさ」と「No.1 であること自体のブランド力」。しかし、すべての事業を No.1 にするのは至難の業。スプリックスはどのようにして、多くの No.1 ブランドを生み出してきたのか。その知られざる戦略とは・・・？

・マーケットイン思考で顧客ニーズに即対応！裏には年間 40,000 以上の改善案

保護者と生徒のニーズに真正面から向き合い、それに応える質の高いサービスを作るために、成績や定期テストのデータ分析、教材開発など、テクノロジー投資を続けてきたスプリックス。その改善は、「データや行動の分析」と「現場の声の反映」の2方向から行っていく。最速でニーズに応え、改善を積み重ねていくオペレーションで最も重要なこととは・・・？

・普通は避ける「グループ内でのカニバリゼーション」！あえて取り合うことで起きる化学変化は！？

グループ内で発生する“カニバリゼーション（企業内の近い分野のサービス同士が顧客の取り合いになってしまうこと）”は健全なこと、という考え方を持つ。例えば、AI を活用した「自立学習 RED」と個別指導塾「森塾」はカニバリゼーションが発生している。しかし、こうした考え方の根本には、個々の生徒に最適なサービスを提供するという強い思いがある。スプリックスが考えるカニバリゼーションを許容することのメリットとは・・・？

【書籍概要】

- ・名称 : 成し遂げる力 ニーズからすべてを始める 総合教育企業スプリックスの No.1 ブランド戦略
- ・出版社 : ダイヤモンド社
- ・発売日 : 2022 年 2 月 16 日(水)
- ・定価 : 1,540 円 (税込)
- ・著者 : 常石博之

【著者プロフィール】

**株式会社スプリックス 代表取締役社長
常石博之**

広島県出身。慶應義塾大学経済学部卒業。
1994年4月、株式会社三菱銀行(現株式会社三菱UFJ銀行)入行。
2004年3月、株式会社スプリックス取締役就任。
2007年12月、株式会社スプリックス取締役副社長就任。
2018年12月、株式会社スプリックス代表取締役社長就任(現任)。



【株式会社スプリックス 概要】

名称 : 株式会社スプリックス
本社 : 東京都豊島区西池袋 1-11-1 メトロポリタンプラザビル 12F
代表者 : 代表取締役社長 常石 博之
URL : <https://sprix.jp/>

本件に関する問い合わせ先

株式会社スプリックス
〒171-0021 東京都豊島区西池袋 1-11-1 メトロポリタンプラザビル 12F
TEL : 03-5927-1681 Mail : info@sprix.jp