

# 最新の IT、CRM システムなどを活用して ユーザーの語学習得の成功を強力にサポート

ロゼッタストーン・ジャパン（株）  
代表取締役社長 塩濱 剛治氏

聞き手＝西村道子（本誌発行人）

世界でも最も早い時期にITを活用した語学学習プログラムを開発したロゼッタストーン。日本では2007年より本格的にB to C事業を開始。自社eコマースサイトを中心としながらリアルな店舗展開も進め、ユーザーの拡大を図ってきた。語学学習を多面的にサポートすることを通じてユーザーとのコミュニケーションを推進する同社の塩濱社長にお話を伺った。

## ITを活用して 理想的な語学学習環境を提供

——御社の沿革をお聞かせください。

塩濱：米国バージニア州にて、アントレプレナーのアレン・ストルスフスと、彼の義理の兄弟でコンピュータ科学博士のジョン・フェアフィールドが、1980年代にそれぞれドイツとフランスに留学することになったのがそもその始まりでした。彼らは事前にドイツ語、フランス語を既存の学習方法で勉強しましたが、現地ではそれがまったく役に立たず、大変苦労したそうです。帰国してから2人は、語学は現地でその国の言葉に直接触れて身に付けていくのが一番だと話し合いました。しかし、誰もが語学を学ぶために外国に行けるわけではありません。そこで2人は、ITを活用してそのような学習環境を提供したいと考えました。

1990年代に入ってCD-ROMやWindows

が誕生すると、これをいち早く活用して語学学習用のソフトウェアを開発、1992年に発売したのがロゼッタストーンの最初のバージョンです。映像と音声駆使して、子どもが親からひとつずつ言葉を学んでいくような環境が再現されています。インターネットの普及を受けて、2000年には、オンライン語学学習サービスも開始しました。

ジョンが大学教授だったこともあり、まず米国内の教育機関で採用され、さらに政府や官公庁、企業へと、当初はB to Bで導入が進んでいきました。2003年からはB to Cのeコマースを開始し、海外旅行者の目に留まるように空港に出店するなど、店舗展開も行っています。

その後、B to Cのビジネスが急成長し、グローバルでは70%以上、日本でも90%以上が個人ユーザーです。

——グローバルでの拠点数は？

塩濱：米国・バージニア州の本社の

ほか、ロンドン、東京、ソウルに拠点があります。グローバルの売上高の約20%が米国以外からで、その比率は年々増加しています。

## 十分説明をした上で 商品を販売

——日本法人設立の経緯は？

塩濱：eコマースを始めると世界各国から注文が入るようになり、やがてラテンアメリカやヨーロッパの国々に並んで、日本からの注文による売上高が10位以内にランクインするようになりました。これは拠点を構えてきちんとお客さまに対応すべきだということで、2006年に日本法人を設立。2007年11月にはeコマースサイトをオープンして、本格的な事業展開を開始しました。

店舗展開については、2008年9月に都内のショッピングモールに約15坪の直営店を構えたのが最初で、モール内での坪当たり売上高で1位を記録するなど出店当初から好評でした。現在では、丸善、紀伊國屋書店などの書店、ヨドバシカメラ、ビックカメラなどの家電店を中心に店舗展開を行っています。

またオンラインでは、自社eコマースサイトのほか、楽天とAmazonなどでも販売しています。

——チャネル別の売上比率は？

塩濱：“Direct to Consumer（DTC）”と呼んでいる自社のeコマースが全

体の半分以上を占めています。

DTCを中心に据えているのは、商品やサービスについて詳しく説明し、理解していただき、体験していただいた上で、納得してお買い求めいただきたいからです。ほかのチャネルについても、このプロセスを重要視しています。

ですから店舗の販売スタッフにも、販売スキルだけでなく、語学学習の経験のある人材を優先的に採用しています。例えばロゼッタストーンは、YFU国際交流財団を通じて語学留学をする高校生の事前学習ツールとして使っていた

っていますが、そういった経験を経た方が、販売スタッフとして勤務している例もあります。

——新規顧客開拓の方法は？

塩濱：オフラインではテレビCMや新聞・雑誌広告を、オンラインではSEM、SEO、バナー広告といったマーケティング施策を展開し、興味を持ってくださった方にWebサイトに来ていただくという方法が主体です。Webサイトには、さらに詳しい情報と、デモ画面を用意しています。

また、社会貢献活動として、サッカーの川島永嗣選手が発起人となって発足した「Global Athlete Project」

において、実力のあるアスリートが世界を舞台に活躍し続けることを応援するために、語学習得のサポートを行っています。また最近では、日本に來られる難民の方々を支援する団体とのコラボも検討しています。

## ネイティブスピーカーと 24時間いつでも会話できる

——商品のラインナップは？

塩濱：英語からラテン語まで30種類の言語に対応しています。英語を含む主要言語はレベル1から5まであり、フルパッケージの定価は税込み7万9,800円です。

レッスンは10～20時間かけてひとつのユニットが終わるようになっていますが、英語を含む24言語を対象としたTOTALe製品については、その区切りごとに、コーチと呼ばれるネイティブ・スピーカーとのオンラインでの会話によって、学習内容を実践できるようになっています。米国在住の何百名ものコーチが、予約制で対応しています。

英語についてはもうひとつ、ReFLEXというオンラインのプログラムがあります。これは、すぐに実用的な会話を学びたいという日本のお客さまのニーズに応じて、私どもが開発したものです。「投げかけられた言葉にすぐ反応できるように、英語の“反射神経”を鍛えましょう」というコンセプトを、そのままReFLEXというサービス名にしました。1回当たり約25分間のセッションを毎日続けるプログラムで、利用料金は1年間で税込み12万円です。

ReFLEXは3つのパートから構成されており、1つ目は日本人にとって聞き取りにくい発音を聞き分けるゲー



Takeji Shiohama

A.T. カーニー、アクセンチュアで戦略コンサルタントとして活躍後、アスクルでマーケティング・新規事業統括の執行役員、SAP ジャパンにてディレクターなどを歴任し、2007年3月、ロゼッタストーン・ジャパン（株）の代表取締役社長に就任。事業戦略立案、オンラインマーケティング、新規事業立ち上げなどの分野における幅広い経験を活かし、ロゼッタストーンの日本における事業展開の指揮を執る。兵庫県出身。大阪府立大学経済学部卒業。米国シカゴ大学経営学修士（MBA）取得。現在、英語以外の外国語として、イタリア語に挑戦中。