ユビタス（YUBITAS）

ゆび一本で、ぴたっと学ぶ。

学宝社が提案する中学生向けスコアアタック型学習アプリ「ユビタス」は、60年間培ってきた「現場で回る使いやすさ」の思想を、家庭のスマートフォンに移植する戦略的プロジェクトです。出版事業（学校採択）を維持しながら、家庭課金（サブスクリプション）による第2の収益柱を構築します。本プレゼンテーションでは、役員の皆様に「なぜ今なのか」「なぜこの設計なのか」を、論理的かつ体系的にご説明いたします。

本日のプレゼンテーション構成

01

理念と存在意義

学宝社の「共に豊かな教育をめざす」という理念を、デジタル時代にどう実現するか

02

60年の成功要因

「現場で回る使いやすさ」という勝ち筋を、なぜデジタルに移植すべきか

03

環境変化への対応

教育現場が「紙の教室」から「デジタルの日常」へ拡大した背景

04

ターゲット戦略

低学力〜中位層に焦点を当てた理由と、その市場性

05

GEL全体設計

認知から継続・収益・波及までを体系化したGakuho Edu Loopの全体像

06

各フェーズ詳細

Trial、Trust、Share、Pay、Advocateの具体的実装と狙い

07

実行計画

Phase1〜4のロードマップと成功指標

理念：「共に豊かな教育をめざす」

学宝社は"共に"を増やす会社である

学宝社の理念「共に豊かな教育をめざす」は、単なるスローガンではありません。これは、学宝社・先生・生徒・保護者が「手と手を取り合う」状態を増やすという、具体的な行動指針です。

教育の価値は、もはや学校の中だけで完結しない時代を迎えています。家庭での学習時間、デジタル端末との付き合い方、保護者の関与の仕方——これらすべてが、子どもたちの成長に影響を与えています。

デジタルは"共に"を広げる接点

ユビタスは、この「共に」を学校の外にも広げるための、最初の接点となるアプリケーションです。スマートフォンという日常的なデバイスを通じて、学宝社の教育理念を家庭にまで届けます。

学校で培った信頼を、家庭での学習習慣へとつなげる。保護者が子どもの成長を実感できる仕組みを提供する。そして、その成果が再び学校現場での信頼強化につながる——これが、デジタル時代における学宝社の「共に」の実現です。

60年生き続けた理由

「現場で回る使いやすさ」の徹底

現場密着

使いやすさ・実際に回る設計を最優先。教材は理想論ではなく、現場の先生が実際に使える形でなければ意味がありません。

信頼の蓄積

品質の高さと一貫した編集思想により、長年にわたり教育現場からの信頼を獲得してきました。

商流の確立

学校採択という安定的な販路を構築し、持続可能な事業基盤を確立しました。

学宝社が60年間選ばれ続けてきた理由は、理念や歴史の重みだけではありません。最も重要なのは、**「現場で回る使いやすさ」を徹底的に追求してきた**という事実です。

どれほど優れた教材理論も、現場の先生が使いこなせなければ意味がありません。どれほど美しい編集デザインも、生徒の学習が進まなければ価値がありません。学宝社は常に「実際に回るかどうか」を判断基準の最上位に置いてきました。

デジタル時代においても、この勝ち筋は変わりません。ユビタスは、学宝社が培ってきた「現場で回る」設計思想を、スマートフォンという新しい「現場」に適用します。日常的に触れる端末で、実際に学習が回り続ける体験——これが、ユビタスの設計の核心です。

環境変化：学校の外へ

現場は"紙の教室"から"デジタルの日常"へ広がった

学校のデジタル化

GIGAスクール構想により、一人一台端末が実現しました。デジタル端末は教室で当たり前の存在になりつつあります。

- タブレット・PCの配布完了
- デジタル教材の活用増加
- ICT活用授業の日常化

家庭のスマホ普及

中学生のスマートフォン所有率は約80%に達しています。家庭におけるスマホは、短時間・高頻度の体験が強く定着する日常端末です。

- スキマ時間の活用が可能
- 通知による継続促進
- 友人とのつながり形成

学校外接点の重要性

教育の現場は学校の中だけではなくなりました。家庭のスマホ時間の中に学宝社が入り込める接点を持つことが、これからの土台となります。

- 学習時間の分散化
- 保護者関与の変化
- 継続的接触の可能性

学宝社がこれまで強みとしてきた「学校現場」という接点は、今も重要な基盤です。しかし、生徒の学習時間は学校だけで完結しません。家庭でのスキマ時間、通学中の移動時間、休日の自主学習——これらすべてが、デジタル端末とともに過ごされる時代になりました。

ユビタスは、この「学校外の接点」に学宝社が進出するための戦略的ツールです。出版事業で培った信頼を維持しながら、デジタルの日常に入り込むことで、学宝社と生徒・保護者との接触頻度を飛躍的に高めることができます。

ターゲット戦略

主戦場は"低学力〜中位層"

なぜ低〜中位層なのか

高学力層は既に塾・家庭教師・進学系アプリなど、明確な課金先を持っています。市場は既にレッドオーシャンです。

一方、低〜中位層は「学習の摩擦」が最大の障壁となっており、適切な設計次第で大きく伸びる余地があります。この層へのアプローチこそが、学宝社の強みを活かせる領域です。

「勉強しない」を「ゲームしろ！」に

低〜中位層の最大の課題は、学習の開始障壁の高さです。「勉強しなさい」という指示は、彼らにとって苦痛を意味します。

ユビタスは、この心理的障壁を「ゲーム感覚」で突破します。短時間×反復×達成感という設計により、「勉強」を「楽しい挑戦」に変換します。入口を"楽しい"に置くことで、学習が自然に回り始めます。

伸びしろの大きさ

低〜中位層は、適切な学習習慣が身につけば、成績向上の伸びしろが最も大きい層です。小さな成功体験の積み重ねが、自己効力感を高め、継続的な学習意欲につながります。

この層が「できる」を実感し始めると、保護者の満足度も高まり、口コミによる拡散効果も期待できます。

ユビタスは「上位のための学習アプリ」ではありません。苦手層が"回る"ための設計を中心に据えた、学宝社らしいアプローチです。競合他社が高学力層の争奪戦を繰り広げる中、学宝社は「学習の摩擦を減らす」という本質的な価値提供で、新しい市場を開拓します。

GEL（Gakuho Edu Loop）

認知から継続・収益・波及までを設計する全体フレームワーク

Gakuho Edu Loop（GEL）は、ユビタスの成功を「接点→習慣→信頼→波及」という連続的なループで設計する、学宝社独自のフレームワークです。単なるアプリ開発ではなく、**「どう広がり、どう続き、どう事業に接続するか」**を最初から型で設計します。

Awareness（認知）

パブリシティ、口コミ、学校経由など、複数チャネルからの認知獲得

Trial（試用）

「できたが見える」入口設計で、楽しい初回体験を提供

Advocate（推奨）

親↔子↔先生の三方向で、信頼を広げ学校採択も強化

Trust（信頼）

AI診断とGSSで「今がわかる」「次がわかる」納得を作る

Pay（課金）

サブスクで「伸びる仕組み」に継続的に課金してもらう

Share/Invite（共有）

ランキングWebとSNSシェアで、継続と拡散を同時に促進

このGELフレームワークにより、役員判断を"感覚"ではなく"ループ"で揃えることができます。各フェーズの成功指標を明確にし、データドリブンな意思決定を可能にします。学宝社が60年間培ってきた「現場で回る」という強みを、デジタルのループ設計に移植することで、持続可能な事業モデルを構築します。

Trial（入口＝楽しい）

「できたが見える」達成の可視化

入口設計の哲学

勉強が嫌い（苦手）だからこそ、入口は「楽しい」でなければなりません。他人との競争ではなく**「自分更新」**が基本——これが、低〜中位層に最も効くアプローチです。

短時間でも"伸びた感"が得られる設計により、学習の開始障壁を最小化します。楽しい入口がなければ、そもそも学習は始まりません。

実装済み機能

- 5教科完全対応

  国語・社会・数学・理科・英語の全教科に対応し、バランスの取れた学習を実現

- 1セッション10問構成

  集中力が続く短時間設計。制限時間は5/10/30/60秒から選択可能で、自分のペースで挑戦できる

- スコア計算システム

  時間ボーナス×難易度ボーナスで公平に評価。速く解くほど、難しい問題ほど高得点

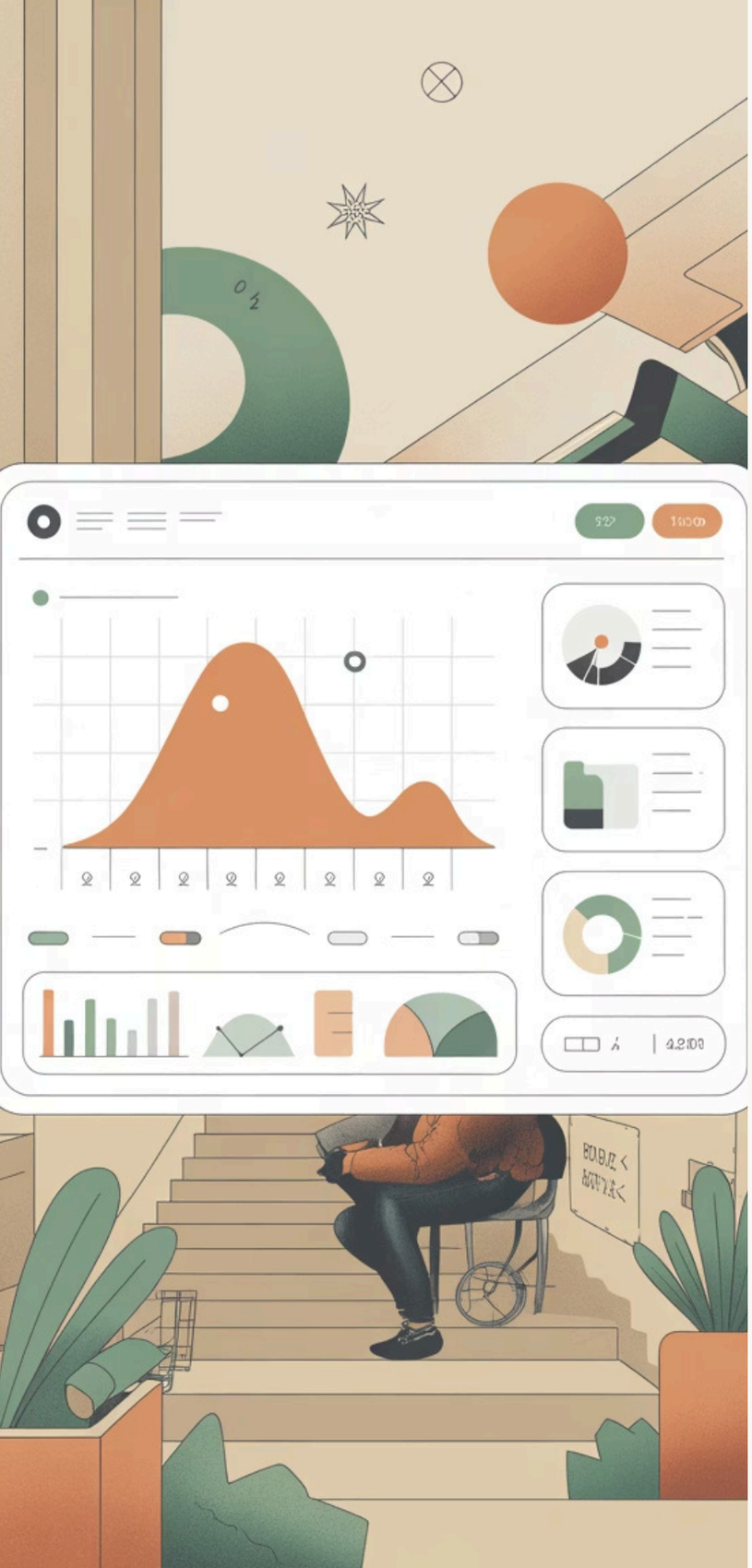
- グレード表示（S/A/B/C/D）

  達成感を視覚的に演出。Sランクを目指す「もう一回」が生まれる設計

- 触覚フィードバック

  正解時のバイブレーションで、身体感覚レベルでの達成感を強化

ユビタスの入口設計は、「勉強しなさい」という指示を「ゲームしろ！」に変換します。スキマ時間に開いて、10問だけやって、スコアが上がる——この小さな成功体験の積み重ねが、継続的な学習習慣の土台となります。



Trust（信頼の主役＝AI診断）

「自分の今」がわかるから、信頼して続けられる

1 現在地の可視化

偏差値風の目安（GSS：後述）により、「今の自分がどのレベルにいるか」が明確になります。この「納得」が、継続の動機づけとなります。

2 強み・弱みの言語化

AI診断は、単に点数を表示するだけではありません。教科別の強みと弱みを具体的に言語化し、「何ができて、何が課題か」を明確にします。

3 伸びる道筋の提示

弱みは出題ループで潰せる——具体的な学習アドバイスにより、「次に何をすべきか」が見えます。この「伸びる道筋」が、学習の継続を支えます。

実装済み技術基盤

- **OpenAI GPT-4o-mini**による高度な講評生成
- **教科別分析**で詳細な強み・弱みを抽出
- **具体的な学習アドバイス**で次のアクションを提示
- **セキュリティ対策完備**（APIキーはサーバー側で保持）

信頼の本質

信頼は"ブランド"だけで生まれません。「今がわかる」「次がわかる」「伸びたがわかる」——この三つが揃って初めて、ユーザーは継続する理由を持ちます。

AI診断は、学宝社の教材知見とテクノロジーを融合させた、ユビタス最大の差別化要素です。

GSS（学宝到達度スコア）

自社問題に対する"到達度の物差し"

GSSとは何か

GSS（Gakuho Standard Score）は、学校の偏差値とは異なる、アプリ内到達度の目安です。学宝社が作成した問題群を基準とした統一尺度で、ユーザーの現在地を評価します。

「偏差値50」のような外部指標ではなく、「学宝社の問題に対して、どこまで到達しているか」を示す内部指標です。

なぜGSSが必要か

学習の継続には「成長が見える」ことが不可欠です。単なる正答率や点数だけでは、自分の立ち位置が分かりません。

GSSという"物差し"があるからこそ、「前回よりGSSが5ポイント上がった」「数学のGSSが50を超えた」といった、具体的な成長実感が得られます。

総合GSS + 教科別GSS

ユビタスでは、全教科を統合した**総合GSS（看板指標）**と、各教科の**教科別GSS（内訳）**の両方を提供します。

「総合では伸びているが、数学だけ弱い」といった気づきが、効果的な学習計画につながります。

実装予定（Phase2）

アルゴリズム設計

問題難易度と正答率を組み合わせ、統計的に妥当なGSSを算出します。

推移グラフ表示

過去の回答履歴を加味し、GSSの変化を視覚的にグラフで提示します。

AI診断への統合

AI診断コメントにGSSを組み込み、「あなたのGSSは〇〇です」と具体的に伝えます。

GSSは、AI診断の根拠となる重要な指標です。「なんとなく伸びた気がする」ではなく、「GSSが確実に上がっている」という客観的な証拠が、ユーザーと保護者の双方に納得感を与えます。

がくまる＝相棒

診断コメントで自己効力感を上げる人格設計

相棒トーンの重要性

低〜中位層に必要なのは、厳しい「指導」よりも温かい「できる気」です。がくまるは、学宝社の安心感を体現する相棒キャラクターとして、ユーザーに寄り添います。

"応援・攻略"口調で前向きな継続を作り出します。「君ならできる！」「次はこうしてみよう！」といった、友達のような語りかけが、自己効力感を高めます。

実装済み機能

- ホーム画面・結果画面にがくまるキャラクター表示
- AI診断は「がくまるの友達」という設定で生成
- 中学生向けカジュアル敬語（「〜だね」「〜だよ」）を採用
- 失敗時も「次は頑張ろう！」と励ます設計

将来の拡張性

現在は「相棒モード」が基本ですが、Phase3以降では**「相棒／コーチ」切替機能**も検討しています。ユーザーの成長段階や好みに応じて、トーンを調整できる柔軟性を持たせます。

しかし、低〜中位層向けには、まず相棒としての親しみやすさが最優先です。

💡 自己効力感の重要性

教育心理学の研究では、学習の継続において「自分はできる」という感覚（自己効力感）が最も重要な要素の一つとされています。がくまるは、この自己効力感を高めるための重要な装置です。伸びる子は、最初に"できる気"が上がります。がくまるは学宝社らしい安心感を、やさしい伴走として体験に落とし込みます。

Share/Invite（ランキングWeb）

継続装置としてのソーシャル機能

ランキングWebの本質的な目的

ランキングWebは、単なる「競争を煽る機能」ではありません。その本質は**「戻ってくる理由」**を作ることにあります。目的は競争ではなく、継続——接触回数を増やし、学習時間を積み上げる継続装置です。

参加は任意

ランキング表示は強制ではなく、ユーザーが自分の立ち位置を確認したいときに見るツールです。

接触頻度の向上

「今週のランキングはどうなった？」「友達は何位かな？」——こうした小さな好奇心が、アプリを開く理由になります。

副次効果：認知拡大

SNSシェア機能により、学校外での認知も自然に広がります。

実装済み機能

- **週間/月間/累計ランキング**の切替表示
- **ニックネーム表示**で匿名性を確保
- **結果画像生成＋SNSシェア**（LINE/X/Instagram対応）
- **招待用QRコード**で友達を簡単に招待
- **不正対策**（レート制限・スコア妥当性チェック）

ランキングは"勝たせる"ためではなく、**"続けさせる"**ためにあります。接触が増えるほど、弱点ループと達成可視化が回り、結果として学習時間が自然に増加します。これがGELにおける「Share/Invite」フェーズの本質です。

Pay（家庭課金＝サブスク一本）

「伸びる仕組み」に継続的に課金してもらう

サブスクリプション一本化の理由

ユビタスの家庭課金モデルは、**サブスクリプション一本化**です。単発の問題集販売やコイン課金ではなく、月額制の継続課金を選択しました。

なぜなら、ユビタスが売るのは「問題」ではなく**「診断×弱点ループ×達成可視化」という"伸びる仕組み"**だからです。この仕組みは、継続的に使うことで初めて価値を発揮します。

継続学習と継続収益が一致する——これが、サブスクモデルの最大の利点です。ユーザーが伸び続ける限り、収益も安定します。

980円

想定月額料金（下限）

1,480円

想定月額料金（上限）

競合価格帯（参考）

- スタディサプリ：2,178円/月
- 進研ゼミ中学講座：6,990円/月〜
- Z会：8,000円/月〜

ユビタスは**手軽な価格帯**で、低〜中位層が気軽に始められる設定を目指します。

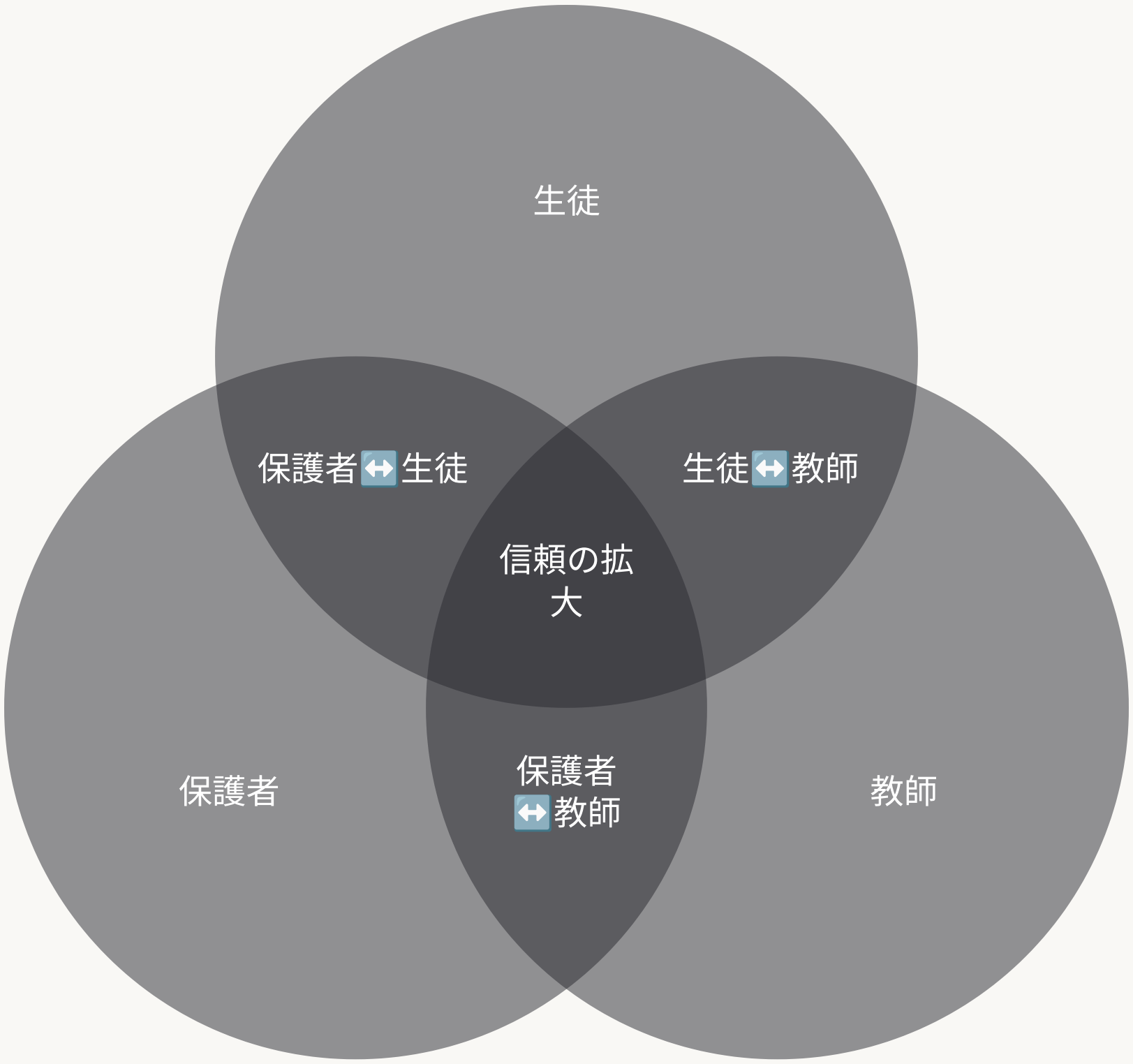
無料枠と有料枠の設計

無料枠	有料枠
1日10問まで無料でプレイ可能。基本的なスコア表示とグレード表示も利用できます。まずは体験してもらうことが重要です。	無制限プレイ＋詳細AI診断＋GSS表示＋弱点克服ループ＋ランキング上位表示など、"伸びる仕組み"のフル機能を提供します。

出版事業（学校採択）は維持しつつ、家庭課金で**第2の収益柱**を構築します。学校と家庭の両方で学宝社と接する——この状態が、長期的なブランド強化につながります。

Advocate（三方向推奨）

親↔子↔先生で信頼を広げる



親→子（パブリシティ起点）

保護者への認知拡大が、導入摩擦を大きく下げます。メディア掲載、口コミ、SNS、学校経由など、複数チャネルで保護者にリーチします。「学宝社の新しいアプリがあるらしい」という情報が、家庭での導入を後押しします。

子→親（成果の可視化）

「GSSが10ポイント上がった！」「数学のランキングで5位になった！」——子どもの成果が可視化されることで、保護者の納得感が生まれます。目に見える成長が、継続課金の動機づけになります。

親→先生（信頼の波及）

「うちの子、ユビタスで勉強するようになりました」——こうした保護者の声が、学校の先生に届きます。家庭での学習効果が実証されることで、学校採択（出版事業）への信頼も強化されます。

推奨は**三方向（親↔子↔先生）**で広がります。まず親の認知から入り、子どもの成果が親を納得させ、親が先生に伝える——この循環が、学宝社の信頼を多層的に強化します。出版事業とデジタル事業が相互に補強し合う、理想的なシナジーが生まれます。

Phase1 成功条件

習慣化で成否を判定する

Phase1の最重要指標：習慣化接触率

Phase1（2025年1〜3月）では、厳密な追跡や大規模マーケティングではなく、**「習慣化するかどうか」**を最重要指標とします。どれほど優れた機能があっても、継続されなければ意味がありません。

30%

目標習慣化率

アクティブユーザーのうち、直近7日で「10問以上回答×3回以上」を達成した割合

3分

平均セッション時間

1回あたりの平均利用時間。短時間でも密度の濃い体験を目指す

90%

AI診断表示率

クイズ完了者のうち、AI診断画面を表示した割合

10%

シェア実行率

結果画面到達者のうち、SNSシェアを実行した割合

最小検証：導入経路の把握

Phase1では、ユーザーがどこからユビタスを知ったかを把握するため、**1問アンケート（任意・匿名）**を実施します。

> **Q. このアプリ、どこで知った？**
>
> 1. 親・家族
> 2. 先生・学校
> 3. 友達
> 4. SNS
> 5. 検索（Web）
> 6. その他

この簡易な質問により、どの経路が最も効果的かを把握し、Phase2以降のマーケティング戦略に反映します。

Go/NoGo判定基準

Phase1終了時（2025年3月末）に、以下の基準でPhase2への移行を判断します：

- **習慣化接触率30%以上**：継続的な学習習慣が形成されている証拠
- **平均セッション時間3分以上**：適切な体験密度が確保されている
- **AI診断表示率90%以上**：信頼構築の核心機能が使われている

これらの指標が達成されれば、ユビタスの基本設計が成功していると判断し、Phase2（機能拡充）へ進みます。

ロードマップ

2026年度本格展開に向けた段階的実行計画

1 Phase1：検証期

2025年1月〜3月

- サンプルアプリ完成（実装済み）
- 社内テスト運用開始
- 習慣化指標の計測開始
- Edge Function（AI診断・スコア登録）稼働
- 限定ユーザー招待（100名程度）
- 1問アンケート実施

2 Phase2：機能拡充

2025年4月〜6月

- GSS機能の設計・実装
- 問題数拡充（50問→500問）
- 習慣化計測ダッシュボード構築
- 弱点克服ループの強化
- 保護者向け進捗確認機能（簡易版）
- ベータテスター拡大（500名程度）

3 Phase3：収益化準備

2025年7月〜9月

- 課金基盤構築（App Store / Google Play）
- 無料/有料の機能分離
- 保護者向け進捗確認機能（完全版）
- 問題数さらに拡充（500問→2,000問）
- ランキングWeb正式公開
- クローズドβテスト（2,000名程度）

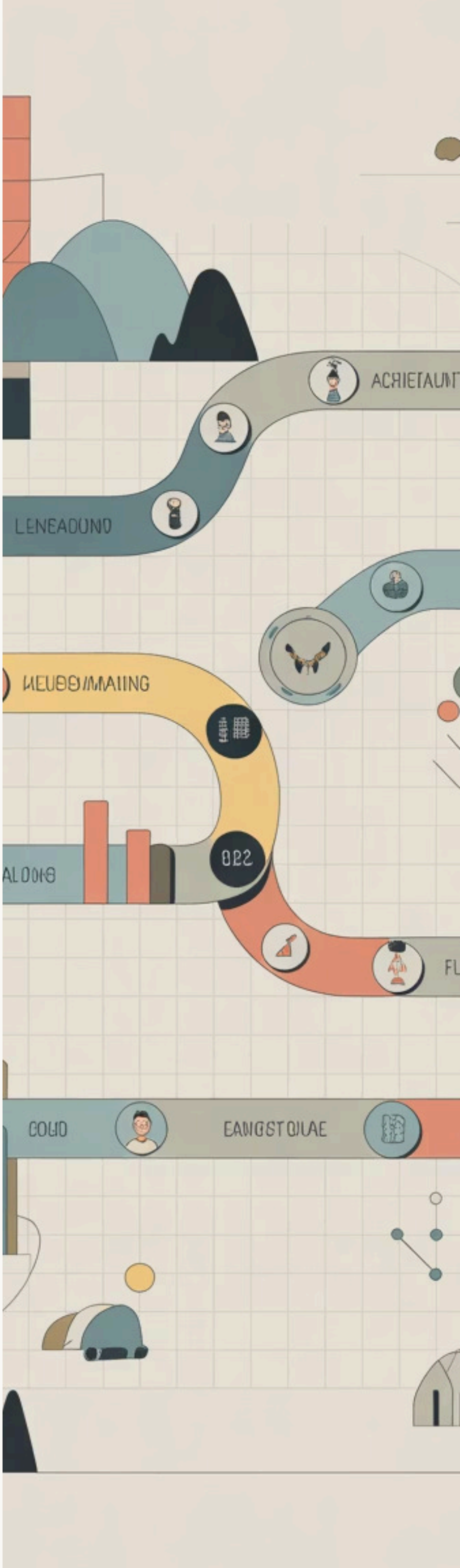
4 Phase4：本格展開

2025年10月〜2026年3月

- 正式リリース（App Store / Google Play）
- マーケティング本格開始（パブリシティ・SNS広告）
- 学校導入トライアル（提携校募集）
- 問題数の継続的拡充
- 機能改善の継続
- 2026年度本格展開準備

📊 段階的投資判断の重要性

このロードマップの最大の特徴は、**各Phaseの終了時に投資判断を行う**点です。Phase1で習慣化が確認できなければ、Phase2への投資を見送る選択肢もあります。逆に、想定以上の成果が出れば、投資を加速させることも可能です。リスクを最小化しながら、データに基づいた意思決定を行います。



技術基盤

既に動く、安心できる設計

技術スタック

React Native + Expo

iOS/Android同時開発が可能な、業界標準のクロスプラットフォームフレームワーク。開発効率が高く、保守性も優れています。

Supabase

データベース・認証基盤として、セキュアで高速なバックエンドを提供。Edge Functionにより、サーバーレスでAI診断を実行できます。

OpenAI GPT-4o-mini

AI診断の心臓部。コストパフォーマンスに優れ、中学生向けの適切な講評を生成できます。

EAS Build

アプリ配布基盤。TestFlightやGoogle Playへの配布が簡単に行えます。

セキュリティ対策

- **APIキーの適切な管理**：サーバー側で保持し、端末に露出しない設計
- **スコア登録の不正対策**：レート制限・妥当性チェックで不正スコアを防止
- **個人情報の最小化**：ニックネームのみで利用可能、メール不要
- **COPPA準拠設計**：児童オンラインプライバシー保護法に準拠

運用体制

問題管理は**学宝社専用ダッシュボード**で完結します。問題の追加・修正・難易度調整などが、管理画面から簡単に行えます。

アプリ更新は**OTA（Over-The-Air）配信**で即時反映可能。アプリストアの審査を待たずに、バグ修正や機能改善を迅速に展開できます。

> ### 既に動くものがある
>
> 技術的には、既に動作するプロトタイプが完成しています。5教科対応、10問クイズ、スコア計算、AI診断、ランキングWeb、SNSシェア——Phase1に必要な機能はすべて実装済みです。
>
> セキュリティとプライバシーは、中学生向けサービスとして十分に配慮した設計になっています。技術面でのリスクは最小化されており、あとは「習慣化するか」を検証するフェーズです。

付録：導入経路調査

1問アンケートで最小検証

なぜ導入経路を把握するのか

Phase1では大規模な追跡システムではなく、**最小限の検証**で効果を測ります。どの経路からユーザーが流入しているかを把握することで、Phase2以降のマーケティング戦略を最適化できます。

1問だけの任意アンケートなので、ユーザーの負担を最小限に抑えながら、重要なインサイトを得ることができます。

実施タイミング

初回クイズ完了後、結果画面の下部に**「このアプリ、どこで知った？」**という1問アンケートを表示します。回答は任意で、スキップも可能です。

質問内容

Q. このアプリ、どこで知った？

1. 親・家族
2. 先生・学校
3. 友達
4. SNS（X、Instagram、TikTokなど）
5. 検索（Google、Yahoo!など）
6. その他

期待される洞察

親経由が多い場合

保護者向けパブリシティ（メディア掲載、SNS発信）を強化すべき

友達経由が多い場合

SNSシェア機能と招待インセンティブを強化すべき

先生・学校経由が多い場合

学校導入トライアルを早期に開始すべき

検索経由が多い場合

SEO対策とWebサイト改善を優先すべき

この簡易な調査により、限られた予算とリソースを最も効果的な施策に集中投下できます。

まとめ

60年の強みを、スマホの日常へ

学宝社の未来

学宝社が60年間続いてきた理由——それは、**「現場で回る使いやすさ」**を徹底的に追求してきたからです。この強みを、デジタル時代の新しい現場、すなわち「スマートフォンの日常」に移植します。

入口は達成感

短時間×反復×達成感で、「勉強しない」を「ゲームしろ！」に変換。楽しい入口が、学習の開始障壁を突破します。

信頼の主役はAI診断（GSS）

「今がわかる」「次がわかる」「伸びたがわかる」——AI診断とGSSが、継続の動機づけを作ります。

継続は弱点ループとランキングWeb

接触頻度を上げ、学習時間を積み上げる継続装置。"勝たせる"のではなく、"続けさせる"設計です。

収益は家庭サブスクでつなぐ

「伸びる仕組み」に継続的に課金してもらう。出版事業を維持しつつ、第2の収益柱を構築します。

ユビタスは、学宝社の次の60年を作る試金石です

技術的には既に動くものがあります。あとは「習慣化するか」を検証し、段階的に投資判断を行うだけです。Phase1で小さく始め、成果を見ながら大きく育てる——リスクを最小化しながら、学宝社の新しい可能性を切り拓きます。

Phase1承認へ　質疑応答