

## 生涯学習意欲の高まりと民間カルチャー事業

産業調査部 研究員 渡辺 誠

### 〈要 旨〉

1. わが国では、急速な高齢化の進行や、中高年層の「心のゆとり」への志向、労働市場の変化を反映した若い女性や子育てを終えた主婦あるいは急速な技術の変化を反映した男性勤労者の職業学習への需要の高まり等を背景として、人々の「生涯学習」への関心が高まってきている。
2. 生涯学習は公的機関が圧倒的に多く、いわゆる「民間カルチャーセンター」によるものは講座数で全体の2割弱、受講者数では1割程度にすぎない。公的機関と民間機関の講座には競合分野もかなりあるが、両者の特徴を活かした棲み分けもできている。例えば中高年向けの趣味や地域住民の連帯を高めるもの、介護や母親教育などは公的機関が、ビジネス関連や資格獲得を目指す専門的なもの、趣味・スポーツでも高度な技術を要するものなどは民間機関が重点を置いているようである。
3. しかし、種々のアンケート結果等をみると、生涯学習に対する潜在需要は若者向けのスポーツや趣味でも高度技術を要するもの、中高年でも職業関連、学術教養や社会問題など、専門性が高くむしろ民間が得意とする分野で強い傾向があらわれている。民間カルチャーセンターには、①ニーズに対応した講座の開設、②細かな指導、③最新の設備、④夜間・休日の開講、⑤立地の良さ、といった優位性もあり生涯学習提供主体としての重要性は今後益々高まっていくものと思われる。
4. 民間カルチャーセンターは全国に約700ヶ所の事業所があり、受講者は約140万人に達しているが、企業規模が小さいため、①講師招聘料の上昇、②高水準のテナント料、③値上げしにくい受講料、といった業界固有の構造的な課題に、④公的機関との競合、⑤講座需要の多様化、等も加わり、現在のところ決して利益水準は高いとはいえない。
5. 今後生涯学習体制を整備する中で、民間カルチャーセンターの利益率を高めて魅力ある事業とするためには、講座内容を現在の「子育てを終えた主婦層」中心から、高度な内容を求める中高年男性、あるいは職業知識を求める若年層などの需要に応えるものへとシフトさせつつ、公的機関との差別化を一層図っていくことが重要となろう。

6. 民間カルチャー業界の市場規模（受講料ベース）は92年度で1,900億円程度と推計されるが、2000年度には標準モデルで3,700億円程度、上記の中高年男性や若年勤労者の取り込みに成功した場合には、4,300億円程度まで拡大することが予測される。
7. 今後は人々に「身近」で「多様」な学習機会を提供するために、公的機関と民間カルチャーセンターが講座の棲み分けを進め、大学などとの提携により共存関係を築くことが重要である。また今後、公的機能を補完する役割が期待される民間カルチャーセンター事業に対し、税制面、融資面等の支援策が実施されることも望まれる。

## 1. 注目される「生涯学習」

わが国の人々は諸外国と比較して一般的に教育熱心で、これに相応して教育産業はこれまで順調に成長してきた。

その中でも特に、エスカレートする受験戦争を背景とした学習塾業界の成長ぶりには目を見張るものがあるが、今後の人口構成の変化を展望すると、教育産業の中味は急速に変化していくものと思われる。すなわち、少子化の影響で今後学童人口が逡減するため、学習塾産業はこれまでのような急成長は期待できない状況となっている。

一方、急速に進行する高齢化に対応して、「会社人間」と呼ばれて生活の大部分を会社のために尽くしてきた中高年層の生活を充実するための、心のゆとりを深めることを目的とした教育機会が増大してきている。

さらに、労働者不足を背景に、子供を育てあげたあとの女性の職場復帰が必要となる中での職業上の技能の再学習、あるいは労働市場での転職者の増大や急速に進歩する技術への対応などが見込まれる中で、女性や若手勤労者の職業学習への需要も高まっている。

このように子供中心の学校教育だけでなく、対象を高齢者、女性、さらには勤労者まで広げた教育、すなわち「生涯教育（学習）」という概念が脚光を浴びつつある。

生涯学習の内容を広義に解釈すると、「ある人が自発的にかつ継続的に興味を持って時間を割く対象」全部を指すと考えることもできよう。すなわち、学習という言葉にイメージされる知的水準や技術水準の向上を求めるものばかりでなく、趣味の分野やスポーツなどすべてが生涯学習の範疇に含まれると考えられる。

総理府の「生涯学習に関する世論調査」（92年2月）によると、生涯学習または生涯教育という言葉聞いたことがあると答えた人の割合は64.5%と、前回調査（88年9月）の58.0%を上回っ

た。性別では男性が、年齢別では40歳、50歳の層で割合が高いのが特徴である。

また、この一年間で生涯学習を実際に行った人は47.6%と前回の40.1%から大幅に上昇している。

## 2. 積極化する政府の「生涯学習」振興策

政府もまた、年々生涯学習への関心を高めており、88年7月に文部省内に生涯学習局が設置され、90年6月には「生涯学習振興のための施策の推進体制等の整備に関する法律」が成立した。さらには、生涯学習審議会が設置され、92年7月に「今後の社会の動向に対応した生涯学習の振興方策について」の答申が文部大臣に提出された。その中では、今後人々が「生涯のいつでも自由に学習機会を選択して学ぶことができ、その成果が適切に評価される」ような生涯学習社会を目指すべきであるという指摘がなされている。

また、91年5月、通産省内に産業構造審議会生涯学習振興部会が設置され、92年9月「生涯学習社会及び生涯学習の振興方策の在り方について」の中間報告書がまとめられた。

この中では、望ましい生涯学習社会の姿と生涯学習社会建設に向けての方策について、以下の必要性を説いている。

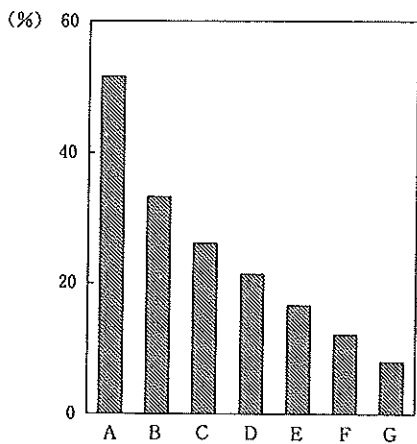
- ①「学ぶ場」や学んで得た能力を「生かす場」の整備
- ②成人男性は仕事、女性は家庭、高齢者は引退生活というようなこれまでの属性ごとの固定的な役割分担の解消
- ③産学官協同による国民に「身近」で「多様」な学習機会の提供

中間報告の中で目をひくのは、生涯学習の場を産学官が協同して提供する必要性を述べつつ、特に民間事業者による、創意工夫を活かした生涯学習の提供の必要性を強調している点である。

### 3. 高まる民間カルチャーセンターへの関心

先に挙げた総理府の調査によると、現在行われている生涯学習の方法については、「地域のサークル・グループ活動に参加する」ものが最も多く、これに「公民館などが行う講座や教室に通う」、「本やテレビ、ラジオの番組、ビデオなどを利用して、自分一人で学ぶ」など低コスト手段の人気の高い。一方、「カルチャーセンターなど民間の講座や教室に通う」も5人に1人が挙げており、民間カルチャーセンターへの関心度はかなり高いといえる。

図-1 してみたいと思う「生涯学習」の方法  
(複数回答)



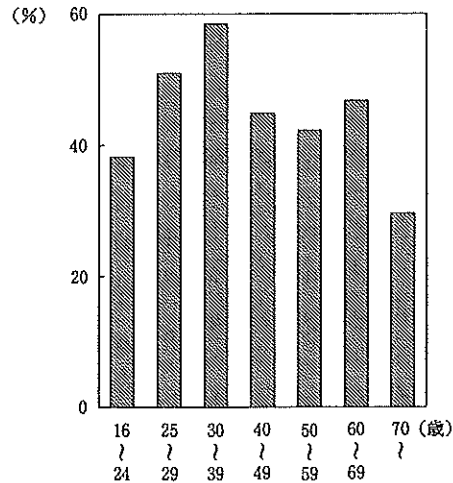
- (注) A: 地域のサークル・グループ活動に参加する  
 B: 公民館などが行う講座や教室に通う  
 C: 本やテレビ、ラジオの番組、ビデオなどを利用して、自分一人で学ぶ  
 D: カルチャーセンターなど民間の講座や教室に通う  
 E: 職場のサークル・グループ活動や研修会・講座などに参加する  
 F: 先生について、個人で学ぶ  
 G: 通信教育、放送大学を利用する

(資料) 総理府「生涯学習に関する世論調査」(92年2月調査)

また、例えば東京都武蔵野市が92年度に市民2,000名を対象に実施した「生涯学習に関する市民意識調査」(有効回収639)によると、年齢別の「希望する学習方法」は25歳以上ではどの世代でも「コミュニティセンターやカルチャーセンターなどの教室や講座などに継続的に参加」したいという人が多く、特に20歳代後半では50%強、

30歳代では60%弱に達している。

図-2 年齢別にみた「コミュニティセンターやカルチャーセンターなどの教室や講座などに継続的に参加」を希望する割合



(資料) 武蔵野市教育委員会「生涯学習に関する市民意識調査報告書」(92年度)

ただ、89年度になんらかの形で公的または民間講座を受講した人は、わが国人口の約13%にあたる1,570万人に達しているが、このうち民間の占める割合はわずか138万人(8.7%)にすぎず、わが国の生涯学習事業の大部分が公的機関によって運営されており、民間によるものはまだまだ少ないのが現状である。

### 4. 講座内容にみる官民比較

生涯学習の内容は多種多様であるが、その内容は官民別にどのような特徴をもっているのだろうか。

表-1は各種のパンフレットをもとに、現在東京地区で開講されている主な講座を分類、類型化したものである。

これによると、公的機関と民間機関には競合分野がかなりみられるが、それぞれの特徴を活かし、官民の棲み分けができていく分野もある。具体的には、短歌、俳句、史跡めぐりなど中高年対象の趣味、あるいはホームヘルパーや介護、母親教育、

健康管理やリハビリなどは公的機関が、語学、ビジネス、資格取得を目的とした専門的なもの、あるいはスポーツ、またはダンスなど趣味の中でも高度な技術を要するものなどは民間機関が重点を置いている分野であるといえよう。

民間カルチャーセンターでは、受講者の8割以上が女性ということもあって、講座・受講者の共に9割弱が趣味・稽古事、文化・教養、スポーツに関するものとなっている。しかし、これらの範疇に含まれるものの中でも、多様化するニーズに

表-1 主な生涯学習講座の類型

| 講座の類型   | 講座の具体例   | 主な対象層   | 主な提供機関           |        |    |    |      |      |                       |                       |
|---------|--|---|------------------|--------|----|----|------|------|-----------------------|-----------------------|
|         |  |   | 民間               | 公的     |    |    |      |      |                       |                       |
| OA      | パソコン、ワープロ  | ビジネス、OL、主婦  | ○                | ○      |    |    |      |      |                       |                       |
| 語学      | 英語(入門、一般・ビジネス会話、作文、翻訳、通訳等)<br>独語、仏語、ラテン語、スペイン語、中国語等<br>時事英語、日本語(外国人向け)<br>英語検定、TOEFL受験、TOEIC受験                     | ビジネス、OL、学生<br>ビジネス、OL<br>ビジネス、OL<br>ビジネス、OL   | ○<br>◎<br>◎<br>◎ | ○      |    |    |      |      |                       |                       |
| ビジネス    | 英文・和文タイプ、ペン字、作文<br>簿記・経理、秘書、スピーチ、速読、マナー<br>インテリアコーディネーター   | OL<br>OL、ビジネス<br>主婦、OL  | ◎<br>◎<br>◎      |        |    |    |      |      |                       |                       |
| 資格取得    | 会計士、税理士、不動産鑑定士、司法書士、宅建等<br>調理師、放送技術、看護婦、美容師  | ビジネスマン、学生<br>学生   | ◎<br>◎           |        |    |    |      |      |                       |                       |
| 趣味      | 絵画、版画、彫刻、書道、華道、茶道、写真、<br>各種ダンス、ピアノ、ギター、フラワーアート<br>短歌、俳句、川柳、詩吟、合唱、囲碁、将棋、麻雀<br>園芸、手芸、陶芸、着付け、編物、人形、刺しゅう<br>日本舞踊、民謡、邦楽 | <table style="border: none;"> <tr><td rowspan="5" style="font-size: 2em; vertical-align: middle;">}</td><td>ビジネスマン</td></tr> <tr><td>主婦</td></tr> <tr><td>OL</td></tr> <tr><td>中高年層</td></tr> <tr><td>中高年層</td></tr> </table> | }                | ビジネスマン | 主婦 | OL | 中高年層 | 中高年層 | ○<br>◎<br>○<br>○<br>○ | ○<br>○<br>◎<br>◎<br>○ |
| }       | ビジネスマン   |   |                  |        |    |    |      |      |                       |                       |
|         | 主婦   |   |                  |        |    |    |      |      |                       |                       |
|         | OL   |   |                  |        |    |    |      |      |                       |                       |
|         | 中高年層   |   |                  |        |    |    |      |      |                       |                       |
|         | 中高年層   |   |                  |        |    |    |      |      |                       |                       |
| 一般教養    | 文学、歴史、地理<br>法律(相続税、不動産税等)、経済、マーケティング   |   | ○<br>○           | ○<br>○ |    |    |      |      |                       |                       |
| 体験学習等   | 史跡めぐり、自然観察会、ハイキング等   | 中高年層、主婦   |                  | ◎      |    |    |      |      |                       |                       |
| ボランティア等 | ホームヘルパー養成、介護<br>手話、点訳  | 主婦<br>主婦、OL   | ○                | ◎<br>○ |    |    |      |      |                       |                       |
| スポーツ    | テニス、水泳、ゴルフ、スキー、エアロビクス、大極拳等<br>スキューバダイビング、バレエ、空手、釣り、乗馬等<br>気学、気功、カウンセリング、座禅、ヨーガ                                     | 若者層、ビジネスマン<br>"<br>主婦、中高年層  | ◎<br>◎<br>◎      | ○      |    |    |      |      |                       |                       |
| 母親教育    | 子育て、家庭学習、母親学級、育児、栄養  | 主婦  |                  | ◎      |    |    |      |      |                       |                       |
| 健康      | 健康全般(健康管理、成人病、更年期等)<br>ダイエット、リハビリ、東洋医学、禁煙、禁酒、環境衛生  | 主婦、中高年層<br>"  |                  | ◎<br>◎ |    |    |      |      |                       |                       |
| 家事関連    | 料理全般   | 主婦、OL、中高年層  | ○                | ○      |    |    |      |      |                       |                       |
| その他     | こどもコース(コンピュータ、音楽、珠算、体験学習等)<br>"<br>(囲碁、将棋、書道、体操、工作、科学等)  | 小中学生<br>"   | ◎                | ◎      |    |    |      |      |                       |                       |

(注) ・「主な提供機関」欄の「民間」は民間カルチャーセンター、「公的」は公的機関が主に提供している講座。  
・「◎」は当該機関が特に中心的に提供していると思われる講座

(資料) 各種資料をもとにニッセイ基礎研究所作成

対応するため、カラオケ、麻雀、奇術などに至るまで、大きなカルチャーセンターでは少なくとも100以上、多いところでは1,000近い講座を開設しており、広義の趣味に関する講座はほとんど全部揃っているといってもよい。

最近の特徴として、ワープロ・パソコン講座の人気の高まっている一方、かつては人気が高かった料理教室は、高級グルメコースや結婚準備コースは依然として人気があるが、一般的なものは落ち込んでいる。これは、惣菜等で冷凍や加工食品が数多く出回っているため、受講意欲が薄れてき

表-2 年齢別にみた潜在欲求の高い講座内容

| 年齢    | 講座内容                 |
|-------|----------------------|
| 16～24 | スポーツ・レジャー、趣味         |
| 25～29 | スポーツ・レジャー、趣味         |
| 30～39 | スポーツ・レジャー、学術・教養、職業関連 |
| 40～49 | 学術・教養、趣味             |
| 50～59 | 学術・教養、趣味             |
| 60～69 | 社会問題、学術・教養           |
| 70以上  | 社会問題                 |

(資料) 武蔵野市教育委員会「生涯学習に関する市民意識調査報告書」をもとにニッセイ基礎研究所作成

ていることが大きいと思われる。また、一時活況を呈していた英会話も受講者が減少しており、時代の流れによる人気講座の移り変わりはかなり激しいといえる。

また、上掲武蔵野市調査で参加希望と実際参加の格差の大きい、すなわち潜在欲求の高い教育内容を年代別にみると、20歳代まではスポーツ・レジャー、趣味が中心であるが、30歳代になると学術・教養、職業関係が増え、40歳代、50歳代では学術・教養や趣味、そして60歳以上では社会問題に関連するものなどが増えてくる。これらをもみても、若い世代の潜在欲求を満たすのはむしろ民間が重きを置いているプログラムであり、40歳代以上の学術・教養、あるいは60歳代以上の社会問題などは、民間あるいは大学などが担当するものであるといえる。

### 5. 民間カルチャーセンターの強み

以上のような官民別の講座内容をふまえて官民の特徴比較をすると、表-3のようになる。公的機関の最大の強みは何とんでも受講料が無料または少額ということであり、一方民間の強みは専

表-3 生涯学習講座の官民別特徴比較

|      |      | 民間機関                              | 公的機関               |
|------|------|-----------------------------------|--------------------|
| 施設概要 | 立地   | 駅前等に立地し利便性が高い                     | 公的施設(会館、公民館等)の立地場所 |
|      | 施設面積 | 総じて狭い                             | 総じて広い              |
|      | 設備機器 | 視聴覚、OA機器など充実                      | 民間に比較して充実度は低い      |
| 講座   | 講師   | 多彩な領域の専門家                         | 民間に比較して充実度は低い      |
|      | 受講料金 | ・1回当たり2,500円程度<br>・入会金を徴収するケースが多い | 無料または少額            |
|      | 講座種類 | ビジネス、実務、趣味等多彩                     | 日常生活関連のテーマが中心      |
|      | 講座内容 | 専門的、高度なものが多い                      | 平易なものが多い           |
|      | 開講日時 | 平日に加え、日曜、夜間、早朝等                   | 平日開催が大半            |
|      | 受講者層 | ビジネスマン、OL、中高年層                    | 主婦、中高年層            |
|      | その他  | 通信講座等                             |                    |

(資料) 各種資料をもとにニッセイ基礎研究所作成

門的で高度な講座を行うことができる点である。自治体等の公的機関では「多くの地域住民に還元する」といった趣旨や講師招聘料の限界から、高度な講座の開設は困難なケースが多いのが実情である。

また、公的機関は職員の勤務体制等の事情から平日の開校が大半で、休日の開校は少ないため、ビジネスマンやOLは受講しにくい。民間機関は夜間や早朝・休日にも開校しており、これらの層にとっては利用価値が高い。

また、今後の需要動向を展望すると、生涯学習市場において中心となっている参加者は現在女性であるが、今後は男性の参加が増大してくると思われる。この男性参加者の中核をなすのが、定年者等の“引退した男性”であり、この層は①比較的高学歴、②知識水準が高い、③受講料の高負担が可能、といった特徴をもつ。

また、若年層に関しては、今後わが国独特の生涯雇用制度が徐々に崩れて行くことが予想され、さらには目ざましい技術革新に遅れないために、本来は専門学校等の領域である資格取得や転職に役立つ講座の需要増も見込めよう。

女性に関しては、今後生産年齢人口が減少するため、女性労働力の必要性が高まることが予想され、OA 機器操作などをはじめとした職業訓練の講座の需要増が見込める。実際、若年層向けの月刊教育情報誌に掲載されている、東京主要私鉄沿線の各種学校数（事業所数）をみると、ワープロ・パソコン、CAD・トレース・製図、宅建・行政書士、カラーコーディネーターなど、かつての花嫁学校的なものとはかなり異なった、明らかに資格獲得あるいは職業教育といえるものが上位を占めていることが注目される。

そしてこのような新しい需要に対応できるのは、公的機関よりもむしろ専門学校やカルチャーセンターなどの民間機関であり、その中でも多様な講座を開設しているカルチャーセンターの役割が、今後ますますクローズアップされてくることが予

想できる。

表-4 受講者の需要動向

|    | 目的   | 年齢 | 場所 | 受講料 | レベル | 機関  |
|----|------|----|----|-----|-----|-----|
| 男性 | 余暇充実 | 高  | 郊外 | 高額可 | 高度  | 官 民 |
|    | 資格取得 | 若  | 都心 | 高額可 | 高度  | 民   |
| 女性 | 余暇充実 | 高  | 郊外 | 制限有 | 初歩～ | 官   |
|    | 資格取得 | 若  | 都心 | 高額可 | 高度  | 民   |

(資料) ニッセイ基礎研究所作成

民間カルチャーセンターの強みとしては、次のような点が挙げられよう。

- ①公的講座は講座の内容や講師が毎年同じであるなど変化に欠ける場合も多いが、民間は需要動向に対応した臨機応変な戦略を打ち立てることが可能である。
- ②公的施設の場合、予算等の制約により人気講座の増設には限界があるのに対し、民間は需要に合わせた増設も可能である。
- ③公的施設は総じて定員が多く細かい指導が困難なケースも多いのに対し、民間は少数精鋭による細かな指導ができる。
- ④最新の設備を備えている。
- ⑤それなりのステイタスやファッション性がある。
- ⑥公的施設は運営上の限界から、休日よりも平日に集中する傾向があるのに対し、民間では休日も開設可能である。
- ⑦特に大都市部の場合、駅ターミナルビル等に立地しており、公的施設に比較して通勤途上で立ち寄れるなど、交通の便の良さが強みである。

## 6. 民間カルチャーセンターの現状

わが国最初のカルチャーセンターは、1955年開業の「東京産経学園（現在の大手町産経学園）」であるが、現在の総合カルチャーセンターのはじまりは、74年開業の「朝日カルチャーセンター」といわれている。当業界は統計やデータが乏しく、全容を把握することは困難であるが、ここでは民間カルチャーセンターの現状についてみていくことにする。

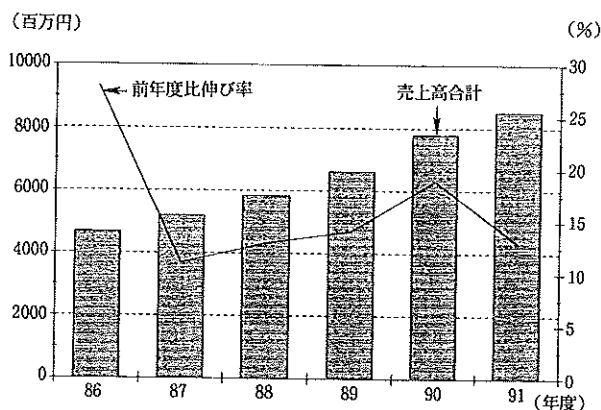
### (1) 企業の特徴

#### ① 小さい企業規模

民間カルチャーセンターの中で最大といわれる「NHK文化センター」でも年間売上高は50億円程度と、他産業大手と比較すると小規模である。ちなみに大手学習塾の年間売上は100億円程度である。

ただ上位企業群は伸び率には格差があるものの、ここ数年増収を続けている企業が多い。

図-3 主要カルチャーセンター<sup>(注)</sup>の売上推移



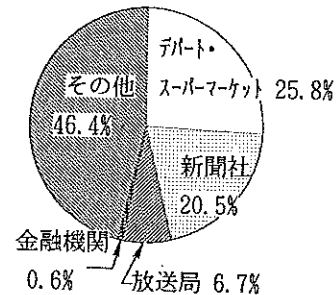
(注) NHK文化センターとよみうり・日本テレビ文化センターの合計  
(資料) 日経流通新聞「サービス業総合調査」をもとにニッセイ基礎研究所作成

#### ② 全体の半数近くを占める流通、マスコミ系

文部省調査によると、「民間における生涯学習事業所（カルチャーセンター等）」は90年10月現在で全国に691ヶ所あり、企業系列別にみると、

デパート・スーパー系が25.8%、新聞社系が20.5%を占めている。

図-4 民間生涯学習機関企業系列別事業所数の分布



(資料) 文部省「社会教育調査報告書」

#### ③ 民間施設は大都市圏に集中

事業所を都道府県別にみると、大都市圏への集中傾向が顕著にあらわれる。東京、神奈川、愛知の各52ヶ所に対して、徳島では2ヶ所、山梨、大分では各3ヶ所しかなく地域間格差は大きい。

表-5 都道府県別にみた民間生涯学習機関数

| 上位5位 |    | 下位5位 |   |
|------|----|------|---|
| 東京都  | 52 | 徳島県  | 2 |
| 神奈川県 | 52 | 大分県  | 3 |
| 愛知県  | 52 | 山梨県  | 3 |
| 兵庫県  | 45 | 山形県  | 5 |
| 北海道  | 40 | 宮崎県  | 5 |

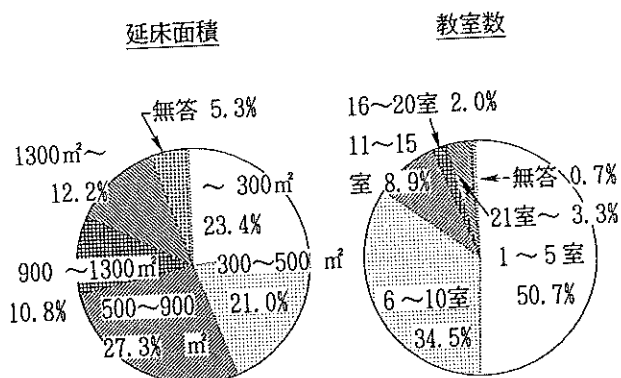
(注) 89年度実績  
(資料) 図-4に同じ

#### ④ 駅周辺で小規模、テナント入居が多い

多くの民間カルチャーセンターは、駅ターミナル近くのビルに入居するケースが多いが、このためテナントが多く、賃料の高さから公的施設と比較すると施設面積が狭いといったデメリットがある。

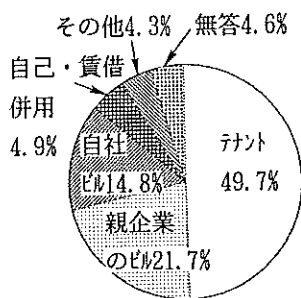


図-5 民間カルチャーセンターの延床面積、教室数の分布



(資料) 全国民間カルチャー事業協議会「民間カルチャー事業の実態調査」

図-6 民間カルチャーセンター施設所有形態の分布



(資料) 図-5に同じ

## (2) 採算状況

全国民間カルチャー事業協議会のアンケート調査結果による、東京のカルチャーセンターの平均像(事業所単位)は以下のようなものである。

|        |             |
|--------|-------------|
| ①延床面積  | 1033.7㎡     |
| ②事務職員数 | 17.3人       |
| うち正職員数 | 12.1人       |
| パート数   | 5.2人        |
| ③クラス数  | 240.6クラス    |
| ④受講者数  | 3749.5人     |
| ⑤受講料   | 1378.8円/60分 |

これらのデータをもとに月あたりの収支を試算し、損益分岐となる坪当たりテナント賃料を求めると約6万円となる。西新宿超高層ビルの賃貸料はバブル全盛期には約9万円、現在でも6万円程度といわれており、東京のカルチャーセンターの半数以上が駅ビル・駅前であることや、最寄り駅への所要時間が平均2.9分であることを考えると、東京都心部でカルチャー事業を採算に乗せることは容易ではないといえる。またこの試算においては、機器の償却費などの諸経費を除いていることを考えると、民間カルチャーセンターの経営は賃借料、人件費、講師招聘料の3大コストが収益を圧迫しており、予想以上に厳しいものと推測できる。

表-6 東京のカルチャーセンターの1事業所・月あたり収支例

|                |  |
|----------------|--|
| (収入)           |  |
| 受講料            | 1380円×2時間×4回×3750人=4140万円  |
| 入会金            | 5000円×3750人×1/4÷12ヶ月=39万円  |
| (支出)           |  |
| 人件費            | (正社員) 20万円×12人= 240万円<br>(7人/1) 1000円×8時間×5人×20日=80万円<br>計 320万円 |
| 講師料            | 1万円×2時間×240クラス×4回=1960万円   |
| 光熱水費           | 200円×1000㎡=20万円  |
| 損益分岐坪あたりテナント賃料 | $(4140+39-(320+1960+20))\div1000\times3.3 = 6.2$ 万円              |

(注) 事業所あたりの単純収支であり、本社経費等は含まない  
(資料) 全国民間カルチャー事業協議会資料等をもとにニッセイ基礎研究所作成

このように利益率がそれほど高くないカルチャー業界に異業種企業の参入が多いのは、前述のように何らかの企業系列に属しているものが多いことから、企業グループ内にカルチャーセンターを所有しているという宣伝効果(企業イメージの向上)に期待するところが大きいと思われる。中でも、マスコミ系は親企業の宣伝媒体を活用して、大々的なPRを行い成長している。

## 7. 民間カルチャーセンターが抱える課題

民間カルチャーセンターが抱える最大の課題としての「採算性の低さ」の具体的要因として次のようなものが考えられる。

### (1) 構造的課題

#### ① 高い講師招聘料

講座、さらには当該カルチャーセンターが盛況となるかどうかは講師に依存するところがかなり大きく、公的な講座との差別化をはかり、優秀な講師を招聘するために多大な経費を支出せざるを得ない。

#### ② 高いテナント賃料

バブル期に大都市圏で急上昇したテナント賃料は、現在ではかなり下落しているものの依然高水準であり、大きな収益圧迫要因である。

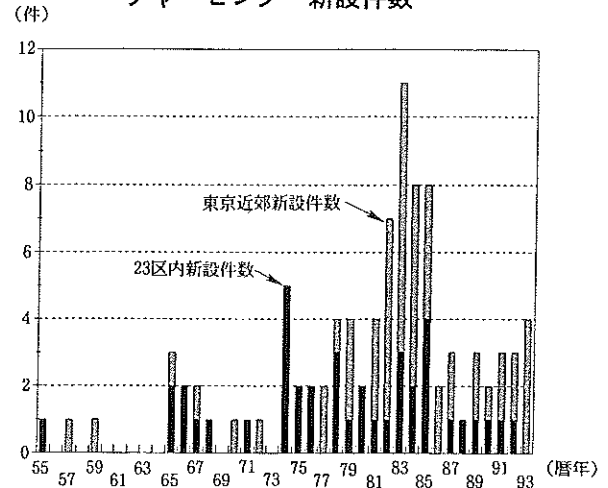
#### ③ 値上げしにくい受講料

専門学校などでは、受講者が資格取得できれば、投資分を将来回収できる見込みもあり、受講料を高く設定することが可能で、また毎日通学するような講座が多いため、収入基盤がある程度確立されている。一方カルチャーセンターは本来、1～2週間に1回程度の講義で、講座の成果が直接収入に結びつくことは少ないため、受講料を高く設定できないという事情がある。また、受講料が無料または少額の公的施設との競争力を確保するために、カルチャーセンターも極端に高い受講料設定ができないという面がある。

この結果、例えば単位面積当たり売上げでみると、かなり低い水準であることが予想される。よって、最近では新しい事業所を都心部で開設するのは困難であり、バブルが発生した86年頃から、東京23区とその周辺での事業所開設は極端に減少した。93年には東京周辺の教室開設が増加傾向にあるものの、現在のところ23区内での新設

はみられない。

図-7 東京23区及び周辺地域での民間カルチャーセンター新設件数



(注) 93年は5月現在の数値

(資料) 全国民間カルチャー事業協議会会員資料をもとにニッセイ基礎研究所作成

### (2) 公的機関との競合

カルチャーセンターにとって民間企業同士の競争はもちろんであるが、公的機関との競合問題もこれまで述べてきたように依然として無視できない。公的機関が提供する講座は何よりも「低コスト」であることが、受講者にとって魅力となっている。特に今後は地方公共団体が生涯教育を充実する方向を一層強めることが考えられるため、コストが少々高くとも参加者を誘引するだけの講座プログラム上の工夫が必要となり、対抗上有名講師を揃えたりすることは、コストアップにつながっていかざるを得ない。

### (3) 多様化する需要

需要の増加とともに「需要の多様化」も進んでいる。例えば一昔前だと、万葉集の講座はすぐに満員となった。しかし、現在ではこのような超人気講座はなくなりつつある。

つまり、新たな需要が少量多数の分散化されたものとなる可能性が高く、それぞれに合わせた投資が必要となるため、講座が多種多様なものに分散し、規模のメリットが出せず、利益率の向上に

つながらないという構造問題がある。

## 8. 望ましい事業の方向性

まず業界全体としては、「子育てを終えた主婦の暇つぶし」といったイメージを改善し、高度な内容を求める中高年男性や職業知識などを求める若年層を対象に含めて、民間事業の特色を生かした、主に公的施設との差別化を意識した経営政策をとることが重要であると考えられる。具体的には以下のような点に留意すべきであろう。

### (1) ソフト面の充実

- ①高齢化に対応した講座、今後の需要増が期待できる定年男性を対象とした比較的高度な講座
- ②今後、生涯学習を行いたいとする割合の高い30歳代の女性を対象とした講座
- ③「資格」ものに関心が高いことから、資格取得講座、転職に役立つような講座
- ④趣味のうちでも高度な技術・専門性を要求されるもの
- ⑤有名講師による「目玉講座」
- ⑥夜間・休日講座、通信講座等

### (2) ハード面の充実

- ①コンピュータやAV機器など、職業上の知識や技術を求める受講者のための最新機器の設置
- ②情報コーナー、図書館など関連施設の充実
- ③公的施設と一線を画したおしゃれな雰囲気

### (3) 宣伝の強化

総理府の「生涯学習に関する世論調査」によると、生涯学習を行う機会についての情報を得ているという者の割合はまだ少なく、宣伝対策を十分考える必要がある。特に生涯学習の新しいマーケットともいえる中高年男性や若年層など、各対象ご

とに的をしぼった宣伝が必要であろう。

### (4) 受講者のメンテナンスや意欲喚起

多くの受講者が現在受講している講座を引き続き受講したいと思っており、受講継続の勧奨や案内状の送付など、受講者のメンテナンスをしっかりと行う必要がある。

また、発表会や展示会などの実施により、受講結果が目に見える形とし、充実感を与える工夫も望まれる。

## 9. 民間カルチャーの市場規模

民間カルチャーセンターの今後の市場規模を予測する場合、需要増加分のうちどのくらいの割合が民間カルチャーセンターに流れるかが重要なポイントとなる。ここではいくつかのケースに分けて今後の市場規模を簡単に試算してみる。

民間カルチャーセンターに係わる市場としては、施設建設や印刷物など様々なものが考えられるが、ここでは市場の対象を受講料等にしぼって市場規模を算出することにする。算出にあたって、以下のような条件設定を行った。

#### ①〔入会金〕

入会金はほとんどのセンターで徴収しているが、ここでは現在の水準をもとに平均4,000円とする。また、有効期限を設けているところもあり、最近受講を始めた者の割合も高いので、毎年受講者の1/4が入会金を支払うこととする。当試算では入会金の水準は当面据え置くこととする。

#### ②〔月謝〕

カルチャーセンターに支払う月謝は、全国民間カルチャー事業協議会が92年度に実施したアンケート結果を参考にする。これによると39歳以下10,360円、40～59歳10,960円、

60歳以上 11,422円/月となっている。また、受講料の値上げ幅は年率5%と設定する。

③〔受講者数・受講者分布・参加率〕

89年度の受講者数 138万人をベースに、受講者の男女年齢別構成比は以下のように設定する。また、89年度から92年度にかけて受講者は毎年2%増加したものとする。

受講者の分布割合

(%)

|        | 男性 | 女性 | 合計  |
|--------|----|----|-----|
| ～39歳   | 3  | 28 | 31  |
| 40～59歳 | 6  | 30 | 36  |
| 60歳    | 9  | 24 | 33  |
| 合計     | 18 | 82 | 100 |

(資料) 各種資料をもとにニッセイ基礎研究所予想

今後の参加率(年間延べ受講者数/全人口)については、次の3通りを設定する。

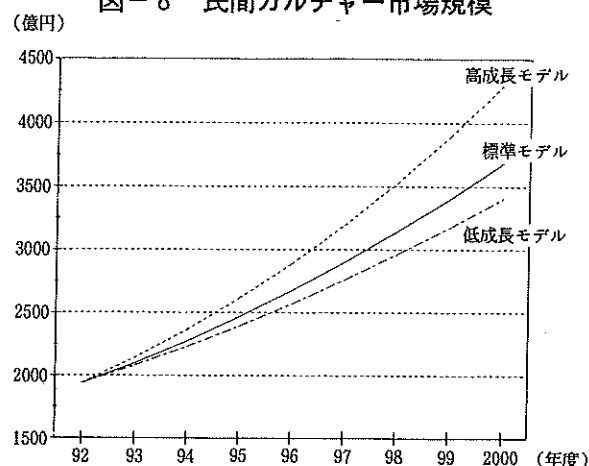
- (i) 低成長モデル —— 毎年1%上昇
- (ii) 標準モデル —— 毎年2%上昇
- (iii) 高成長モデル —— 毎年4%上昇

④〔今後の人口推移〕

日本の将来推計人口(厚生省人口問題研究所)をもとに試算。

以上の前提により市場規模を算出すると、92年度で1,935億円となり、2,000年度には標準的な場合で3,700億円程度まで拡大し、公的施設との差別化に成功するなどの理由で、需要が増加した場合には4,300億円程度まで拡大する可能性がある。

図-8 民間カルチャー市場規模



(資料) ニッセイ基礎研究所作成

10. 望まれる共存体制

このように、高齢化の進行、労働市場の変化、人々のライフスタイルの変化などを背景に、生涯学習の重要性がますます高まり、国や地方公共団体による振興策も活発化する中で、民間カルチャーセンターには公共機関にはない優位性が認められることから、今後は生涯学習の提供において、官と民の棲み分け、すなわち行政と民間事業が互いの長所を認め合った共存関係を築くことが重要となろう。

すなわち、公的施設では利益率の低いものや生活に密着したもの、あるいは地域住民の交流を深めるようなもの、趣味的講座の中でも入門的、初歩的な講座に、一方民間は付加価値が高く企業の独自性を発揮できるような、趣味的なものでも専門性の高いもの、スポーツ、レクリエーション講座、あるいは、専門性が高くむしろ市町村の行政区画上のボーダーをこえた方が参加人員が増え内容も充実するようなものに特化することにより、共に発展していくことが望まれる。

また、例えば厚生省が「アクティブ80ヘルスプラン」でフィットネスクラブに対する経営支援などを定めているように、民間カルチャーセンターについても、税制面や融資面の支援に加えて、民

間の行う講座などに対して公的施設を開放したり、あるいは受講者に対して一定の受講費補助を行うなど、民間センターを長期的に育成していく方針が早期に確立されることが望ましいと考える。