

eラーニング市場に関する調査結果 2015

— 大手教育事業者の学習サービスが市場規模拡大を牽引 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の要綱にて国内eラーニング市場について調査を実施した。

1. 調査期間：2015年1月～3月
2. 調査対象：eラーニングシステム開発・構築・販売事業者、eラーニングコンテンツ開発・製作・販売事業者、eラーニングを介した研修や講義を提供・運営する事業者（学習塾、語学学校、研修事業者等）、学習ソフトウェア開発・製作・販売事業者等
3. 調査方法：当社専門研究員による面接取材及び、電話・FAX・電子メールによるヒアリング、文献調査併用

<本調査におけるeラーニング市場とは>

本調査におけるeラーニング市場とはインターネット等のネットワークを利用した学習形態を対象とし、ゲーム機やパソコン向けソフトウェアを利用したものを除く。また学習コンテンツとしては、ビジネス、教科学習、語学、IT技術、資格取得、教養・雑学など幅広いジャンルを含む。

【調査結果サマリー】

◆2014年度の国内eラーニング市場規模は前年度比120.8%の1,665億円と拡大の見込

2014年度の国内eラーニング市場規模は、前年度比120.8%の1,665億円と拡大を見込む。法人向けのB to B市場が微増推移となる一方、個人向けのB to C市場が大きく伸長し市場拡大を牽引した。2015年度は、引き続きB to C市場におけるサービスの増加が予想されるが、無料ないし低価格で提供されるサービスが中心となることが想定され、市場規模は微増推移になるものと予測する。

◆B to B市場は堅調推移、B to C市場は大きく市場規模を拡大

B to B市場は、2013年度以降、大手ユーザー企業を中心にeラーニングへの投資も復調基調にあり、2014年度の市場規模は前年度比101.2%の575億円と堅調推移が見込まれる。一方、B to C市場は、通信教育、学習塾などの大手教育事業者による情報通信技術を使用した学習コースの導入により、同年度の市場規模は前年度比134.6%の1,090億円と大幅な拡大が見込まれる。

◆資料体裁

資料名：「eラーニング／映像教育ビジネスレポート2015」
 発刊日：2015年3月24日
 体裁：A4判479頁
 定価：150,000円（税別）

◆株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL：03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況と将来予測

2014年度国内eラーニングの市場規模は、前年度比120.8%の1,665億円の拡大を見込む。内訳は法人向け(企業・団体内個人を含む)のB to B市場規模が同101.2%の575億円、個人向けのB to C市場規模が同134.6%の1,090億円であり、大手教育事業者のサービス導入によってB to C市場が大きく伸長し、市場規模拡大を牽引した。

2015年度のeラーニングの市場規模は前年度比100.6%の1,675億円の堅調推移を予測する。同年度も引き続きB to C市場において導入サービスの増加が予想されるが、無料ないし低価格で提供されるサービスが中心となり、市場規模は微増に留まるものと予測する。

1-1. B to B(法人向け)市場

2014年度のB to B市場規模は前年度比101.2%の575億円と堅調推移を見込む。当該市場は、2013年度以降、大手ユーザー企業を中心にeラーニングに対する投資も復調基調にあり上向きに転じている。特に2014年度は、Windows Server 2003のサポート終了を要因とするLMS(ラーニング・マネジメント・システム)^{*}の切替・更新案件が活発化し、LMS事業者間での激しい競合状況が見られている。また、モバイル端末を利用したeラーニング等の活用によって、eラーニングの利便性が向上しており、多店舗・多拠点展開事業者や中堅規模企業におけるeラーニング需要を活発化させている。

ただ、こうしたeラーニングに対する活発な需要の一方で、LMSについては導入型からクラウド型へのシフトに伴う単価の下落や事業者間の競合激化による低価格化、また学習コンテンツについてはユーザー企業における内製化が進行しており、2015年度の市場規模は、横ばいないし微増基調になるものと予測する。

^{*}LMS(ラーニング・マネジメント・システム)とは法人向け(もしくは企業・団体内個人)を対象とした研修・教育サービスを支援する、受講管理、教材管理、人材管理等を行うシステムをさす。

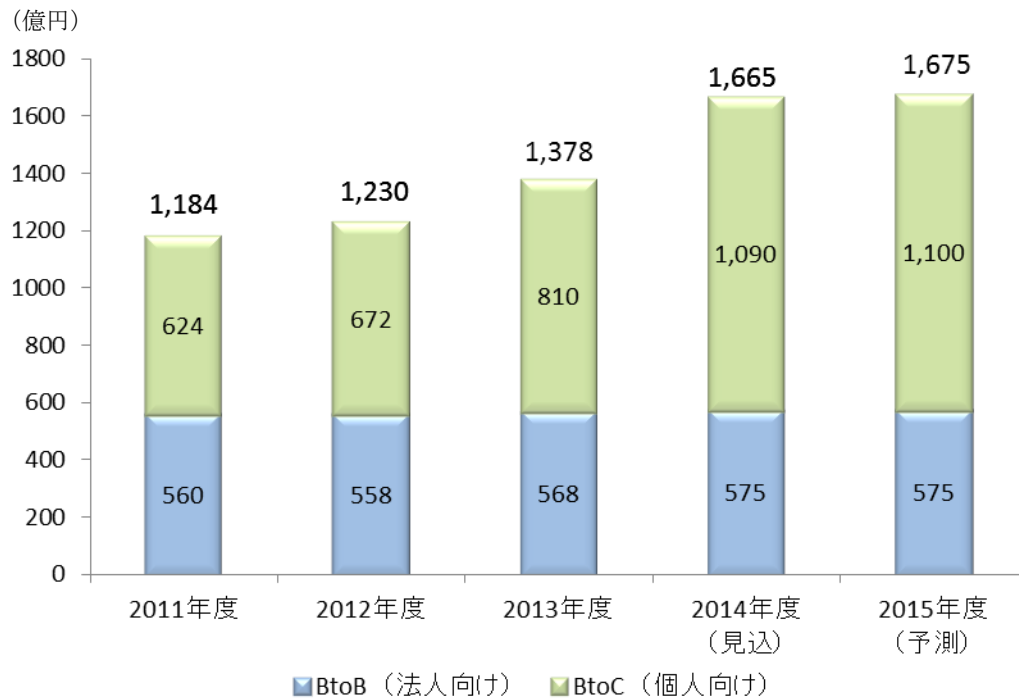
1-2. B to C(個人向け)市場

2014年度のB to C市場規模は前年度比134.6%の1,090億円と大幅な拡大が見込まれる。その主因は、通信教育、学習塾などの大手教育事業者による情報通信技術を活用した学習コースの導入が進行したことにある。特に大手通信教育事業者における学習専用タブレット端末を利用した学習コースが市場規模拡大に大きく貢献した。一方で、同学習コースは2014年度年初においては、市場規模の見込値以上に当該市場を拡大させるものと期待されたが、提供事業者において発生したトラブルによって、新規営業等を自粛したことから当初の想定どおりには至らなかったものと考えられる。

また、スマートフォン、タブレット端末の急速な普及や、情報通信技術の向上によって、個人向けのeラーニング市場に参入する事業者は増加しており、提供サービスも拡大している。しかしながら、インターネット上には、無数の無料コンテンツが氾濫しており、これらとの差別化や比較的単価で提供されるeラーニングの学習サービスに対し収益性をどこに求めるか等、参入事業者側の課題も散見される。

今後も個人向けのeラーニングはサービスの増加が予想されるが、無料ないし低価格で提供されるサービスが中心となり、2015年度の市場規模は微増で推移すると予測する。

図 1. eラーニング市場規模推移



矢野経済研究所推計

注 1. 提供事業者売上高ベース

注 2. (見込)は見込値、(予測)は予測値

注 3. B to C(個人向け)の市場規模は過去に遡って数値の見直しを行った。