

企業向け研修サービス市場に関する調査結果 2015

-新人研修、マイナンバー制度関連研修に需要拡大-

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の企業向け研修サービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2015年4月～6月
2. 調査対象:研修サービス事業者、ユーザー企業・団体等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、ならびに電話・e-mail 等によるヒアリング、文献調査併用

<企業向け研修サービスとは>

本調査における企業向け研修サービスとは、企業向けに研修サービス事業として提供される外部事業者における研修・教育を対象とし、自社内における自社従業員への研修・教育は含めない。なお、研修サービス子会社による親会社またはグループ向けに実施される研修・教育サービスを含む。

研修・教育サービス内容としては、ビジネス関連（階層別研修、業務内容別研修、モチベーション関連等）、IT系知識・技術習得、語学習得や資格取得などがある。

【調査結果サマリー】

◆2014年度の企業向け研修サービス市場規模は前年度比1.5%増の4,860億円

2014年度の企業向け研修サービス市場規模は事業者売上高ベースで、前年度比1.5%増の4,860億円であった。景気の回復基調に伴い、大手企業のみならず、中堅・中小企業においても人材の採用意欲が活発化し、新人研修の需要があらゆる業種で増加した。また「マイナンバー制度」に関連した各種研修の需要も顕著であった。

◆中堅・中小企業に研修需要が拡大

企業向け研修サービスの主なユーザー企業は大手企業や団体であるが、2014年度においては中堅・中小企業に研修需要が拡大した。今後、中堅・中小企業は、企業向け研修サービス市場において着実に市場を支える新規顧客となりつつあるものと考えられる。

◆研修手段としてeラーニングの利用増

2014年度は多くの研修サービス事業者の提供するeラーニングが、利用社数・利用人数を増やし、好調であった。特にIT系の研修サービス事業者の提供するサービスにその傾向は顕著であった。

◆資料体裁

資料名：「企業向け研修サービス市場の実態と展望 2015」
発刊日：2015年6月30日
体裁：A4版595頁
定価：120,000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.市場概況と予測

2014年度の企業向け研修サービス市場規模は事業者売上高ベースで、前年度比1.5%増の4,860億円であった。

景気の回復基調に伴い、大手企業のみならず、中堅・中小規模の企業においても人材の採用意欲が活発化し、新人研修の需要があらゆる業種で増加した。

また、2014年度においては、2016年1月から運用が開始される「マイナンバー（社会保障・税番号）制度」に関連した各種研修の需要が顕著であった。新制度であることもあり、会社として社員のマイナンバーを新たに管理する必要から、人事、総務、システム部門等が対応に追われるなか、外部の研修サービスを利用する企業が急増した。

女性の活躍支援に関連した研修サービスについては前年度に引き続き好調であった。なかでも主要な研修需要であるマネジメント研修やモチベーション関連研修については大幅な伸びではなかったものの、概ね堅調であった。

一方、2011年度から2013年度にかけて、企業向け研修サービス市場の成長を支えてきたグローバル人材育成サービスに関しては、集客が堅調である研修サービス事業者が多いものの、成長率は鈍化した。その一方で、MBA関連のサービスの需要は前年度と同様に拡大している。

このほか、IT技術関連の研修、資格取得向けの研修、自己啓発関連の研修等は前年度比ではやや伸び悩んだ。

2015年度は引き続き、新人研修とマイナンバー制度関連の研修サービスが市場を牽引するものとみる。同年度の企業向け研修サービス市場規模は事業者売上高ベースで、前年度比2.1%増の4,960億円と拡大基調を予測する。

2.注目すべき動向

2-1. 中堅・中小企業に研修需要が拡大

企業向け研修サービスの主なユーザー企業は、比較的大手の企業や団体（概ね従業員数1,000名以上）であるが、2014年度においては中堅・中小企業にまで需要が拡大した。中堅・中小企業を中心に、月額費用を支払えば、当該企業に所属する従業員が受講し放題となる定額制のセミナーが利用社数を大幅に増加させるなど研修需要は好調であった。

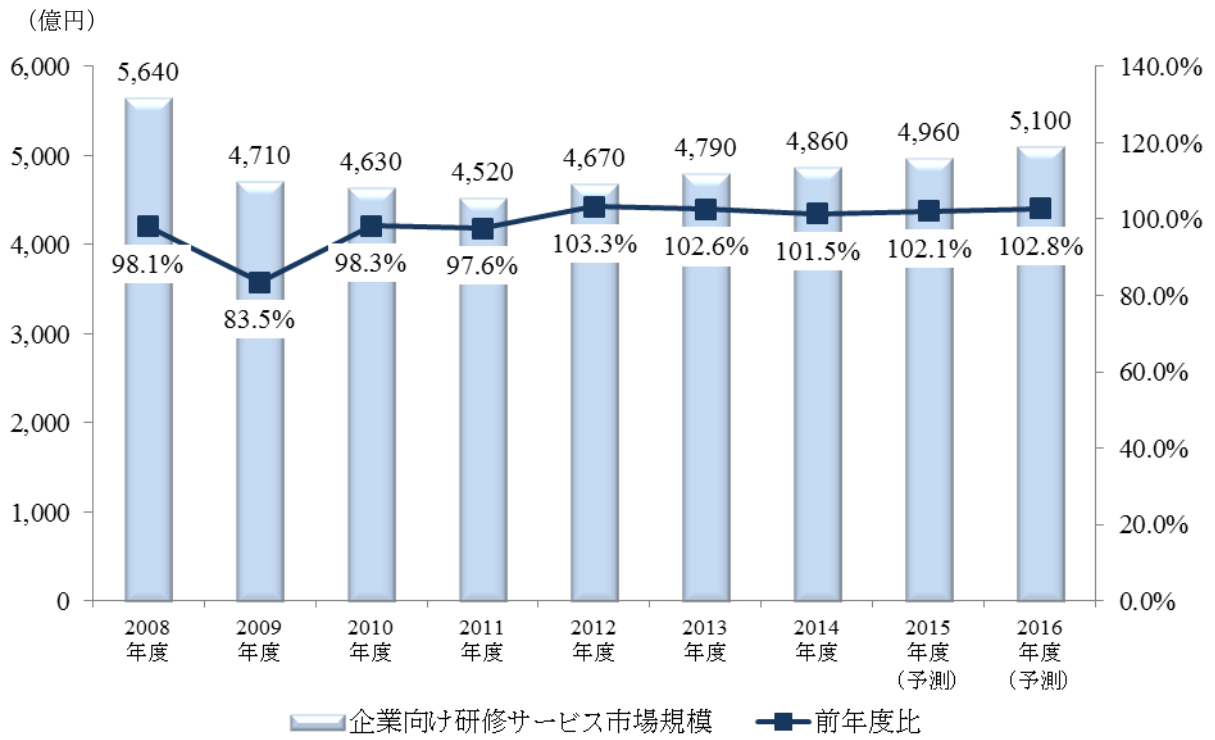
今後、中堅・中小企業は、企業向け研修サービス市場において着実に市場を支える新規顧客となりつつあるものと考えられる。

2-2. 研修手段としてeラーニングの利用増

2013年度においては、法人向けのeラーニングは、受講単価が大きく下落する傾向にあり、大手企業における利用も一巡したように見えたが、2014年度は多くの研修サービス事業者の提供するeラーニングが、利用社数・利用人数を増やし、好調であった。特にIT系の研修サービス事業者の提供するサービスにその傾向は顕著であった。

一方で、比較的低価格で利用できるeラーニングの需要が増えたことで、IT系研修サービス事業者の提供する単価のより高い集合研修、特に公開セミナー形式で実施する講座への参加率が低下する傾向もみられた。

図1. 企業向け研修サービス市場規模推移



矢野経済研究所推計

注1. 事業者売上高ベース
 注2. (予測)は予測値