

# お稽古・習い事市場に関する調査を実施（2016年）

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のお稽古・習い事市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年4月～6月
2. 調査対象:主要カルチャーセンター、主要フィットネスクラブ、主要通信教育事業者、その他習い事サービス提供事業者等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査

### <お稽古・習い事市場とは>

本調査におけるお稽古・習い事とは、先生(師匠・講師・コーチ)が一般消費者(大人・子供・幼児いずれも含む)に教えるお稽古・習い事で、民間事業者が運営する教室・スクール、公民館など公的施設で開催されるサークル・催し、講師個人宅で開かれるお稽古、通信教育やインターネットを介したeラーニングなどをさし、市場規模はレッスン受講者から支払われる受講料ベースで算出した。但し、資格取得やプロフェッショナル養成を目的とする専門学校等は含まない。

なお、対象分野は、スポーツ教室、日本文化教室(華道、茶道、書道、日本舞踊、囲碁、将棋、短歌、俳句、着付け)、外国語教室(英語、中国語、韓国語、フランス語、ドイツ語の通学・通信講座を対象とし、個人による外国語指導は除く)、アート教室(絵画・彫刻、写真、陶芸、手芸、フラワーアレンジメント、ガーデニング)、ダンス教室(バレエ、社交ダンス、ジャズダンス・ヒップホップ他)、音楽教室、料理教室、美容・健康(ネイルアート、アロマテラピー)、パソコン教室の9分野を対象とした。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2015年度のお稽古・習い事市場規模は前年度比0.3%減の1兆9,699億円

2015年度のお稽古・習い事市場規模は、受講料ベースで、前年度比0.3%減の1兆9,699億円であった。9分野の中で、子供向けが堅調な「スポーツ教室」、ビジネス需要や幼児・子供向け教室の受講者が増えている「外国語教室」、「料理教室」の3分野で前年度を上回った。

### ◆ インターネットの無料動画配信サービスを用いた、独学による習い事の経験者は約2割

本調査に関連して実施した消費者アンケート調査によると、インターネットの無料動画配信サービスを、教室等に通う代わりに複数回利用し、独学をした経験がある人は全体の19.2%となった。そのうち、独学で実施した習い事の種類は、「語学・外国語」が57.7%と過半以上を占めトップとなったが、次に「フィットネス・スポーツ」21.6%、「音楽(楽器・唄)」17.3%で続き、実際に体を動かしてコーチングを受ける要素の強いお稽古・習い事においても、無料動画配信サービスを見て学ぶことでも充分と考えるユーザー層が一定数は存在するという結果が得られた。

### ◆資料体裁

資料名:「お稽古・習い事サービス市場徹底調査 2016年版」  
 発刊日:2016年6月27日  
 体裁:A4判 425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/>)

(株)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](mailto: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

2015年度のお稽古・習い事市場規模は、受講料ベースで、前年度比0.3%減の1兆9,699億円であった。分野別に上位5位までをみると、「スポーツ教室」6,510億円(構成比33.0%)、「日本文化教室」(華道、茶道、書道、日本舞踊、囲碁、将棋、短歌、俳句、着付け)3,208億円(同16.3%)、「外国語教室」(通学・通信講座)3,100億円(同15.7%)、「アート教室」(絵画・彫刻、写真、陶芸、手芸、フラワーアレンジメント、ガーデニング)2,570億円(同13.0%)、「ダンス教室」(バレエ、社交ダンス、ジャズダンス・ヒップホップ他)2,220億円(同11.3%)となった。

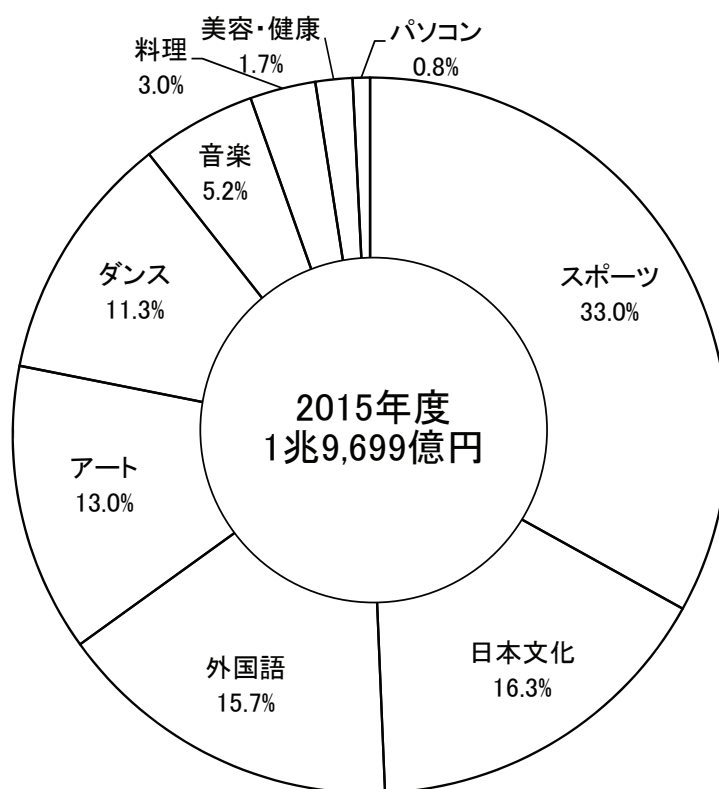
少子高齢化の進行による対象人口の減少もあり、多くの分野が前年度割れとなったが、「スポーツ教室」「外国語教室」「料理教室」は前年度を上回った。

「スポーツ教室」は、子供向けの教室が堅調に推移している。子供の運動能力低下を背景とした健康増進や、スポーツを通じて礼儀、協調性、社交性などを身につけることを目的とする保護者のニーズは底堅い状況にある。

「外国語教室」に関しては、グローバル化の影響によりビジネス需要が拡大していることや、幼児・子供向けでは、早期英語教育需要の高まりから受講者が増加基調にある。

「料理教室」は、縮小基調が続いていたが、男性の参加者が増加しているほか、インターネットの普及とスマートフォンの一般化により、多様な受講スタイルに変化してきている。SNS などロコミによる生徒集客事例も増えており、市場は微増に転じている。

図 1. 2015 年度のお稽古・習い事市場規模と分野別構成比



矢野経済研究所推計

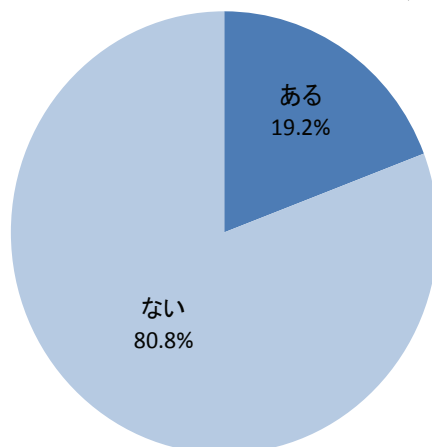
注 1. レッスン受講者から支払われる受講料(月謝・年会費など)ベース

注 2. 先生(師匠・講師・コーチなど)が一般消費者(大人・子供・幼児いずれも含む)に教えるお稽古・習い事をさし、資格取得やプロフェッショナル養成を目的とする専門学校等は含まない。

## 2. お稽古・習い事市場～消費者動向

本調査に関連し、2016年4月～5月に実施した消費者アンケート調査によると、首都圏や近畿圏、その他政令指定都市(熊本市を除く)に在住の20歳代～60歳代の男女で、現在お稽古・習い事を実施している人、あるいは過去1年以内に実施していた人、今後1年以内に実施予定の1,083名に対し、「インターネットの無料動画配信サービスを用いた独学によるお稽古・習い事の経験の有無」について尋ねたところ、教室等に通う代わりに複数回利用したことが「ある」と回答した人は19.2%と約2割の回答が得られた。

図2. 無料動画配信サービスを用いた独学による習い事の経験の有無

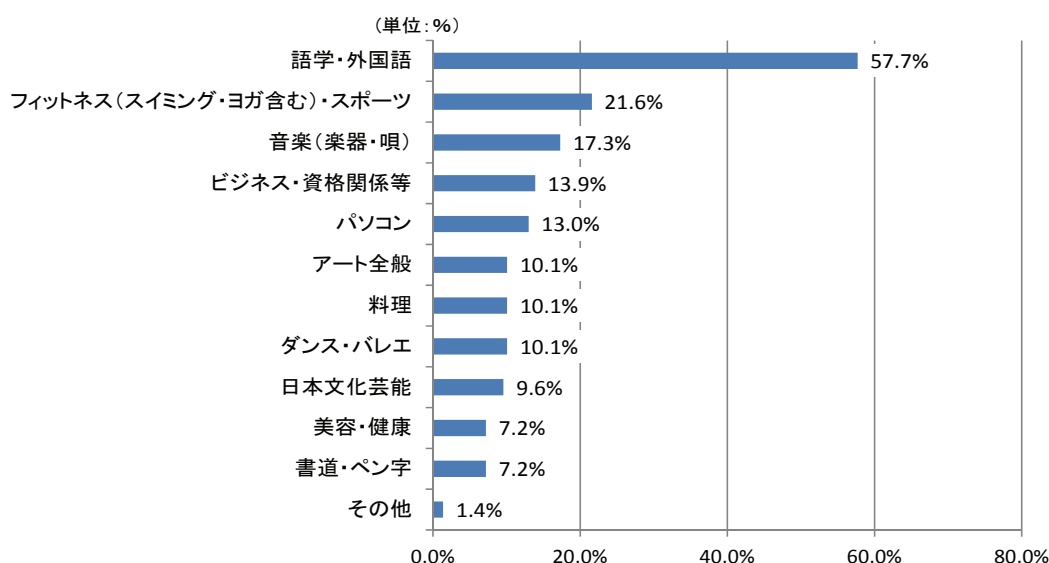


矢野経済研究所作成

注3. 調査期間;2016年4月～5月、集計対象;首都圏(東京・埼玉・千葉・神奈川)、近畿圏(大阪・京都・奈良・兵庫)、その他全国の政令指定都市(熊本市を除く)在住の20歳代～60歳代の男女で、お稽古・習い事を現在実施中、過去1年以内に実施していた、今後1年以内に実施予定の1,083名、調査方法;インターネットによるアンケート調査、単数回答

また、「ある」と回答した208人のうち、独学で実施した習い事の種別を尋ねたところ、「語学・外国語」が57.7%と過半数以上を占めトップであった。次いで「フィットネス・スポーツ」21.6%、「音楽(楽器・唄)」17.3%と続く。「フィットネス・スポーツ」「音楽(楽器・唄)」とも、実際に体を動かしてコーチングを受ける要素が強い習い事のジャンルであると考えられるが、動画を見て学ぶことでも充分と考えるユーザー層が一定数は存在するという結果が得られた。

図3. 無料動画配信サービスを用いた独学による習い事の種別

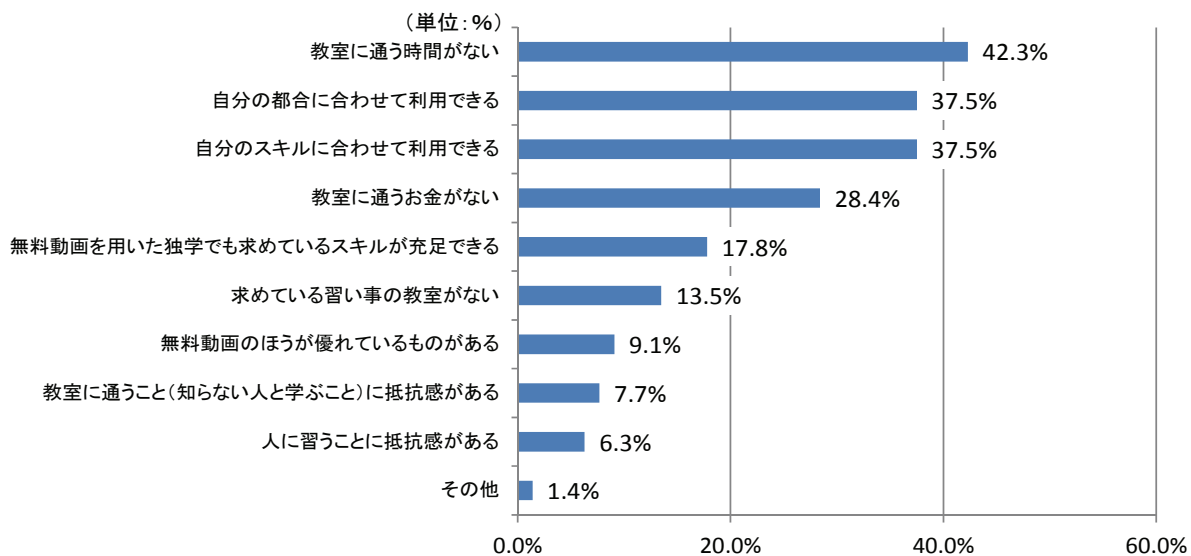


矢野経済研究所作成

注4. 調査期間;2016年4月～5月、集計対象;首都圏(東京・埼玉・千葉・神奈川)、近畿圏(大阪・京都・奈良・兵庫)、その他全国の政令指定都市(熊本市を除く)在住の20歳代～60歳代の男女で、お稽古・習い事を現在実施中、過去1年以内に実施していた、今後1年以内に実施予定の1,083名のうち、無料動画配信サービスを用いた独学によるお稽古・習い事の経験者208名、調査方法;インターネットによるアンケート調査、複数回答

さらに、無料動画配信サービスを用いた独学による「お稽古・習い事」の経験がある 208 人に、独学を選択した理由を尋ねたところ、「教室に通う時間がない」「自分の都合に合わせて利用できる」「自分のスキルに合わせて利用できる」がそれぞれ 4 割前後で上位を占めた。一方で、「無料動画による独学でも求めているスキルが充足できる」が 17.8%、「無料動画のほうが優れているものがある」が 9.1%と無料動画配信サービスの内容でも充分と考えるユーザーも存在し、教室で提供されるサービスでは、教室ならではの教える工夫が求められていることが伺える結果になったと考える。

図 4. 無料動画配信サービスを用いた独学による習い事を選んだ理由



矢野経済研究所作成

注 5. 調査期間;2016年4月～5月、集計対象;首都圏(東京・埼玉・千葉・神奈川)、近畿圏(大阪・京都・奈良・兵庫)、その他全国の政令指定都市(熊本市を除く)在住の20歳代～60歳代の男女で、お稽古・習い事を現在実施中、過去1年以内  
に実施していた、今後1年以内実施予定の1,083名のうち、無料動画配信サービスを用いた独学によるお稽古・習い事  
の経験者 208名、調査方法;インターネットによるアンケート調査、複数回答