

カルチャーセンター

売上げは、減少が続いているが、景気回復に伴って減少幅は縮小している。一方、収益は、受講者数や講座数は増加しているが、事業所数の増加、受講期間の短縮や月当たりの受講日の減少などもあり、厳しい状況が続いている。

今後は、団塊の世代の退職によってマーケットの拡大が予想されている。そのため、この世代のニーズを捉え、また、多様化する要望にも応えた魅力ある講座を提供し、受講者の増加に取り組んでいる。

業界の概要

カルチャーセンターは、恒常的、かつ継続的に「教養の向上」、「趣味・けいこごと」など様々な分野にわたる学習講座を有料で提供する民営の事業所で、専従の職員及び固定した教室を有する施設(文化センター、文化教室を含む)を指す。全国の事業所は、平成5年調査と比較すると17.5%増となっている。(経済産業省『平成14年特定サービス産業実態調査報告書 カルチャーセンター編』)。これは、心の豊かさ、生きがいを求める生涯学習に対する需要の増加に加え、社会・経済活動の高度化に伴い、知識や技能を絶えず向上させるニーズが高まっていることから資格講座などの需要が増加していることなどによる。

事業所を企業系列別にみると、「新聞社」、「カルチャーセンター専業者」、「百貨店・量販店」、「放送局」などに分類される。このうち、事業所数では、「新聞社」、「カルチャーセンター専業者」が、売上高では、「新聞社」、「放送局」の占める割合が高い。

講座数規模別にみると、最も多いのは、「10以上49

講座」規模で、次いで「50以上99講座」規模となっており、この2つの階層で全体の5割近くを占めている。

講座数を内容別にみると、「趣味・けいこごと」が最も多く、次いで「体育・レクリエーション」となっている。延受講者数も、「趣味・けいこごと」が最も多く、全体の5割を占めている。

また、個人会員数を男女別、年代別にみると、50代以上の女性会員が圧倒的に多く、全体の約5割を占めている。一方、20～30歳代は非常に少なく、今後この世代をいかに取り込むかが会員数増のための大きな課題である。

大阪の地位

平成14年における大阪のカルチャーセンターは、事業所数39、従業者数7,344人、年間売上高56億7,200万円、受講者数156,919人、講座数13,240講座、延受講者数796,284人である（経済産業省『平成14年特定サービス産業実態調査報告書 カルチャーセンター編』）。全国シェアは、それぞれ5.6%、12.0%、9.5%、12.3%、9.6%、10.7%となっている。大阪の全国に占める地位は、年間売上高で2位、事業所数は4位である。

新規参入の動き

事業所数をみると、近年は増加傾向である。これは、固定客獲得を目的としてカルチャーセンター事業を行ってきた百貨店系列の事業所が減少する一方で、人気講座だけを扱うカルチャーセンターの新規参入がみられることによるものである。

数年前に開業した旅行会社系列の事業所は、他のカルチャーセンターとは異なるコンセプトで順調に業績

を伸ばしている。講座は、旅行の事前学習を内容とするものが主流であり、旅行と組み合わせた野外講座なども開講している。このほか、人気の高いクルーズに関する講座、富裕層をターゲットにした講座などの企画にも取り組んでおり、旅行会社の特性を活かして、他のカルチャーセンターとの差別化を図り、受講者の獲得に努めている。

売上げの減少幅は縮小

売上げは減少が続いているが、以前に比べて減少幅は縮小している。これは、景気が回復基調にあり、受講者数が増加したことによるものである。

受講料は、平均で1回当たり約2,000円であり、ここ数年変わっていない。これに加えて、受講者の要望により、月当たりの開講回数が少ない講座が増加しているほか、受講者が、受講料を抑えるために受講回数を減らす傾向もみられるため、一人当たりの単価が下がり、収益は厳しい状況にある。

人気講座へ受講者が集中

講座数は増加傾向にあり、最近の傾向をみると、健康に関連する講座の人气が高い。ヨガやウォーキングなどの講座は、若い女性に人气があり、キャンセル待ちの講座が多くなっており、フラダンスやバレエ、フラメンコなどのダンス系も同様である。また、仏教などの宗教や歴史、考古学などの教養講座も従来的人气を保っている。癒しを求める最近の世相を反映して、心理学やこころの講座などにも人气がある。この他、会員以外でも参加できる公開講座や野外講座も人气が高く好評である。とりわけ、公開講座では、大学との共催講座を開催するなど内容も充実し、講座数も増加している。

また、講師も重要な要素となっており、人気のある講師の講座はすぐに満席になる。

しかし、茶道、華道、書道などの講座が、「けいごと」に対する女性の意識の変化により、ここ数年低迷している。これは、古典芸能の分野も同様である。

今後も、これらの分野は厳しい状況が続くとみられるが、カルチャーセンターには、これら定番講座が不可欠であり、不採算を理由とする閉講も、運営母体としての新聞社や放送局のイメージダウンになるため、受講者数が少ないという理由で、閉講することは難しい。こうしたことも、収益状況を厳しいものにしていく。

また、語学講座も定員割れの厳しい状況が続いている。これは、専門の語学学校の普及により、多くの受講生が語学学校に移っているためである。

雇用は低調

雇用は、経費削減のために、正社員を減らしてパート、アルバイトに切り替える傾向が続いている。また、経費の大部分を占める講師謝礼についても、各センターとも減らす努力をしており、人件費の抑制に努めている。

行政、大学との競合

自治体など行政機関における生涯学習の推進により、生涯学習施設が設けられ、生涯学習講座が開講されている。これらの講座は受講料が安く、中には無料のものもあるなど、カルチャーセンターと競合している。また、最近では、大学が生涯学習講座や公開講座を社会人向けに開講し人気も高く、自治体同様に新たな競合相手となっている。一方、大学の施設を利用し、大学の講師に講義してもらうなど、大学と提携して講座

を開講しているセンターもあり、今後、自治体や大学と提携した講座を開講するなど、それぞれの役割分担を図り連携していくことが求められている。

受講生獲得への取組

受講者の増加を図るため、若い世代の取り込みはもとより、多様化している興味や要望、さらには、今流行しているものを捉えた講座の開講など、各センターとも講座内容の見直しに取り組んでいる。

あるカルチャーセンターでは、オリジナリティーに富んだ講座、企業の社員を講師に招いたり、企業を訪問したりするなど企業と提携した講座を開講することにより、他センターとの差別化を図っている。このほか、学習成果の発表の機会として、年1回発表会を開催しているセンターもある。講座内容や講師に対する要望にできるだけ応え、講座を継続して受講してもらえるように努め、講師についても定期的に見直し、やる気のある若い講師の採用なども試みている。

今後の見通し

景気回復にともなって、売上げの減少幅は今後とも縮小するとみられる。しかし、個人の興味や要望の多様化による講座内容の見直し、受講期間の短縮や月当たりの受講回数の減少などの問題があり、収益は厳しい状況が続くと予想されている。

一方、団塊の世代の退職によるマーケットの拡大が期待されており、これに対する取組が始まっている。この世代の女性は、すでにカルチャーセンターの受講者も多くいることから、男性に対するアプローチに重点が置かれており、男性向け講座を中心に、夫婦で受講する講座などが検討されている。そのため、この世代のニーズを的確に捉え、魅力ある講座を提供し、い

かにしてカルチャーセンターに目を向けさせるかが大きな課題となっている。しかし、この世代は、今までの高齢者とは異なる考え方を持っているともみられ、趣味や価値観も多様化している。また、余暇の楽しみ方も従来に比べ様々なものがある。このことから、団塊の世代の退職による受講者数の増加は見込めないという意見もあり、この世代が売上げの増加につながるかは不透明な状況である。

カルチャーセンターでは、世代、職業の異なる人が集まり、一緒に学ぶことに意義があるとされており、今後も、従来の講座に加えて、時代のニーズや多様化する要望に応えた講座の提供に努めたいとしている。

(富島 万佐子)

カルチャーセンターの売上高、受講生数、講座数及び従業者数の推移(全国)

	売上高(百万円)		受講生数(人)		講座数(講座)		従業者数(人)	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
平成13年	22,772	-3.1	4,155,675	0.0	353,772	2.9	1,275	0.1
14年	30,868	2.1	5,986,167	-4.6	550,577	-11.8	1,956	-4.6
15年	30,620	-0.8	6,071,805	1.4	557,878	1.3	2,052	4.9
16年	32,518	-0.3	6,313,892	2.3	618,372	2.3	2,298	11.0
17年1~3月	7,968	-0.7	1,573,565	3.7	156,163	2.8	2,329	8.2
4~6月	8,513	-0.3	1,642,934	1.6	159,145	1.2	2,372	5.0
7~9月	8,282	2.3	1,609,399	2.0	158,490	3.1	2,336	1.8

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」。

注：平成14年分、16年分は一部調査対象の追加等を行ったため、以前の数値と不連続が生じている。なお、伸び率はこれを調整したものである。

カルチャーセンターの概況(平成14年)

	事業所数(か所)	従業者数(人)	年間売上高(百万円)	受講者数(人)	講座数(講座)	延受講者数(人)
大阪府	39(5.6)	7,344(12.0)	5,672(9.5)	156,919(12.3)	13,240(9.6)	796,284(10.7)
東京都	80(11.5)	10,147(16.5)	13,761(22.9)	350,738(27.5)	20,508(13.8)	1,079,590(14.5)
愛知県	49(7.1)	4,822(7.9)	5,223(8.7)	86,148(6.7)	11,942(8.6)	400,247(5.4)
神奈川県	40(5.8)	3,641(5.9)	4,376(7.3)	63,425(5.0)	6,128(4.4)	326,064(4.4)
全国計	693	61,420	60,014	1,276,344	138,534	7,457,982

資料：経済産業省『平成14年 特定サービス産業実態調査報告書 カルチャーセンター編』より作成。

(注)内は対全国比(%)。