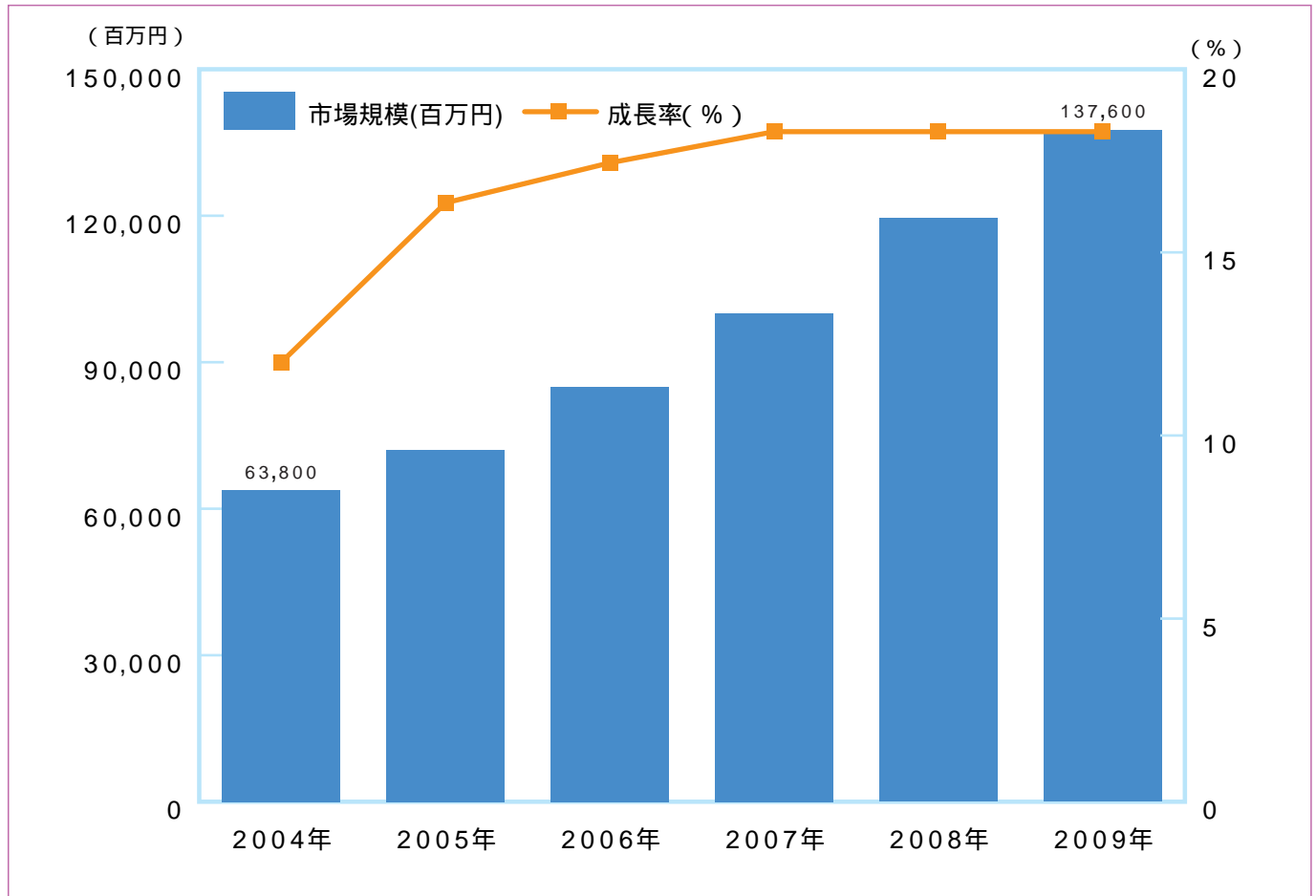


社員研修への活用で市場が広がる eラーニング 2009 年まで年間平均 16.6 % で成長し、1,376 億円に

図 1 国内企業向け eラーニング市場 2004 年～2009 年



自分のペースで学習できる本の良さと、先生と対話できる教室の良さを備えた、ユニークな特性を持つ教育テクノロジーとして注目されている eラーニング。すでに多くの企業が導入し、社員研修に利用している。

IDC Japan の調べによれば、何らかの社員研修制度があると回答した企業のうち、約 18 % の企業が eラーニングを利用していると回答した。しかし、導入しているのは従業員 1,000 人以上の大企業に多く、それ以下の中小企業では少ないのが

実際のところである。

その理由は、費用対効果の違いにあると考えられる。eラーニングの導入費用と対面による研修の費用を比較すると、受講者数の多い大企業のほうがメリットが大きいのは当然のことといえよう。

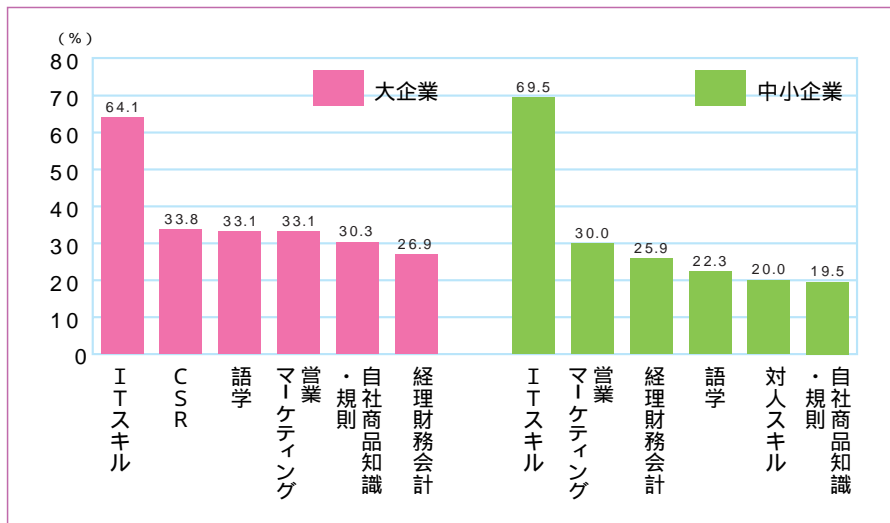
eラーニングの導入が進んでいる大企業であるが、仕組みを取り入れたものの利用度が高まらず、効果が期待どおりに上がらないという悩みもある。2005 年以降はこうしたユーザー企業の課題を解決するために、学習コンテンツベンダーおよ

び IT ベンダーが本格的な取り組みを始めると考えられる。

また、中小企業向けの安価な eラーニングサービスが普及する一方、大企業では人材育成政策に密着したラーニングソリューションの活用が進むことが市場拡大の要因になると見られる。

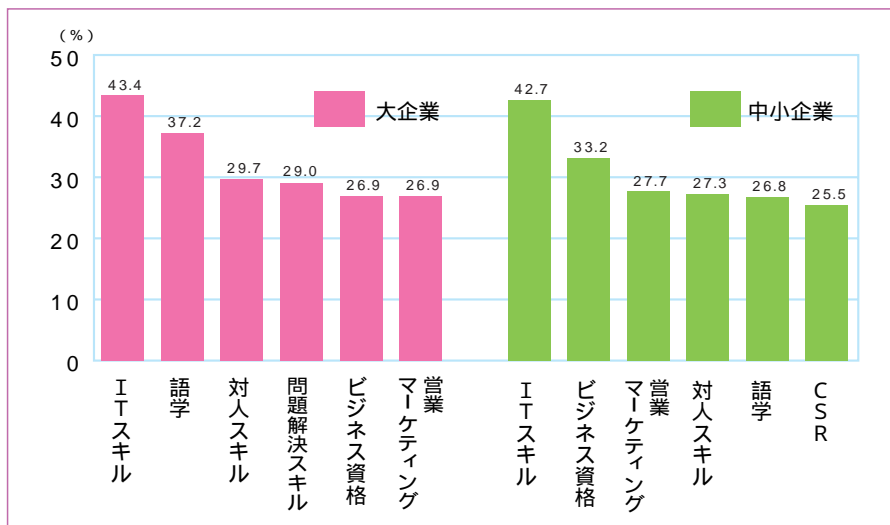
そのため、2004 年に 638 億円だった市場は、2009 年までに年間平均成長率 (CAGR : Compound Annual Growth Rate) 16.6 % で成長し、1,376 億円に達すると予測されている。

図2 現在利用されているコンテンツ(複数回答)



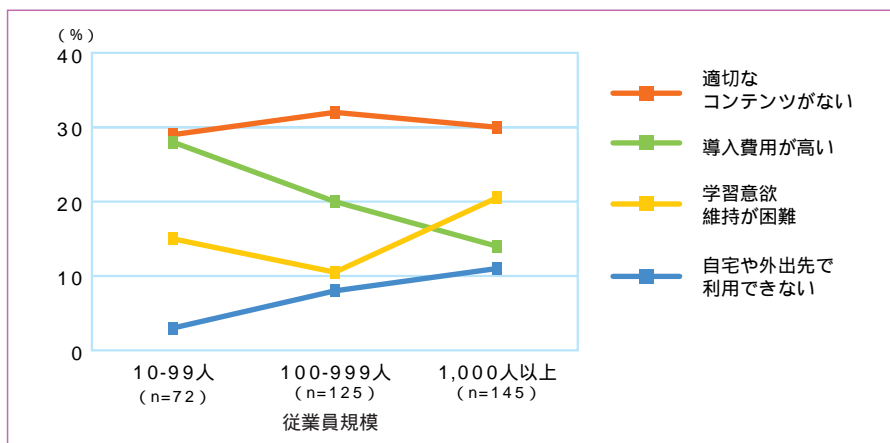
大企業、中小企業ともに、ITスキルの向上を目的とした活用が6割を超えてトップ。大企業で2番目に多いCSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)は、世相を反映したものと考えられる。

図3 今後利用を増やしたいコンテンツ(複数回答)



対人スキルや問題解決スキルは回答が1つでないだけに、eラーニングには馴染みにくいことが懸念されるが、従来とは異なる分野においても活用のニーズが高いことがうかがえる。

図4 導入時の最も重大な問題点



中小企業では費用が重視されていることがはっきりと表れている。適切なコンテンツがないことは、企業規模を問わず大きな問題である。

出所 IDC Japan,5/2005 /国内Eラーニング市場 2004年の分析と2005年~2009年の予測より



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp