

## 第10章 肥大する教育産業

講師 森下一期(教育学部 助教授)

### はじめに

臨教審の第二次答申は、生涯学習体系への移行を基本方向として打ち出した。その中で、民間の活力の活用が謳われている。第三次答申の教育費・教育財政の在り方の項では、官・民の新しい役割分担と協力体制を説き、「現在、教育・研究、文化・スポーツの広範な分野にみられる民間教育産業や民間教育・研究団体等の自主的、創造的な活動を積極的に評価し、これを助長するような方向」を強調している。民間の活力の活用は行政改革の柱となっているが、教育改革においても例外でないことを示している。では、臨教審の依拠している民間の教育産業はどう展開されているのだろうか。教育産業の実態を見ることによって、臨教審の構想する教育改革の一端を知ることができるだろう。また、現代の教育を考える一つの資料となるだろう。なお、昭和55年東洋経済新報社刊の新産業シリーズ『教育産業』(中山裕登著)は副題に「教育の産業化はタブーなのか」とつけており、未だ「教育産業」という言葉に世間のこだわりがあることをうかがわせている。しかし、現在は臨教審も公に使っている。今後、何のこだわりもなく使われていくのだろうか。

### 第1節 教育産業

わが国で教育産業が注目されるようになったのは、昭和43、44年頃からだったと言われている(このころアメリカの経済学者フリッツ・マハループ F. Machlup の知識産業論が『知識産業』の表題で紹介されたことが引金になっているという)。大手電気メーカーをはじめとして多くの企業が教育市場への進出の動きを見せた。その時期の特徴は、テープレコーダーやテレビに加えて、新商品の

VTRやLL装置、更にはコンピュータ応用の機器類の普及と開発にあった。即ち、ハードウェアに目が向けられていた。しかし、アメリカにおいてもこの様な機器の生産を狙った教育産業は、1960年代末に撤退したという。日本においても、昭和40年代末には後退のうきめにあった。特に、コンピュータ支援の教育機器であるCAI（コンピュータ・アシステッド・インストラクション）に大きな期待がよせられていたが、規模の大きさと、それに必要とされる莫大な費用、そしてその機器を動かすソフトウェアの不足が、実用化への道をはばみ、実験段階にとどめてしまった。

しかし、国民の教育の要求はこの間にも拡大を続けてきた。その背景については様々に考えられる。科学技術の進歩に対応できる知識と技術を身につけたいという要求もある。余暇を充実させたいという要求もあろう。また、子どもたちに、学歴社会の中を生き抜いていくためのパスポートを取得させたいという親の願いもある。他方、社会や産業も、急激に進展するME化、情報化あるいは高齢化社会に対応するための教育への要求を強めている。それには新たな労働力に対する要求もあり、現職の労働者に対するものもある。これらの要求の多くが、その実現を公教育に求めるが、貧困な教育予算等により、求めたものがそのまま得られないときには、塾のような公教育を補完する場に求める。また、従来の公教育では対応できない多様な要求は、私的な場に吸収されていく。そこに教育市場として、民間産業が活躍する場が形成される。

産業界は教育産業の開拓に余念がなく、そのための基礎的なデータの集計にも怠りが無い。日本長期信用銀行は表10・1のような教育サービス産業の市場規模を推計している。それによると昭和59（1984）年で総額27兆円にのぼり、名目国民所得の11.0%にあたるという。昭和45年との比較では市場規模は6.3倍になっており、国民所得の伸びの3.9倍を大きく上回っている。中でも、家計における補習教育や月謝、公財政、学校法人等の学校外教育、企業の学校外教育がそれぞれ10倍近くにもなっている。この様な学校外部部門の伸びが、それだけ教育の産業化が進んでいることを示しており、企業の着目するところである。

表10・1 教育サービス産業の市場規模

(億円)

	昭和45年	50年	53年	56年	59年
家計					
学校内(授業料等)	6,500	14,300	22,900	30,000	37,400
学校外 { 補習教育	800	2,300	4,300	6,600	9,500
月謝	2,000	5,400	9,000	12,000	16,200
公財政, 学校法人等					
校内教育	32,400	88,100	126,100	159,200	194,300
学外教育	700	1,800	3,700	5,300	9,100
企業					
学外教育	300	1,200	1,400	1,800	3,000
学校内教育 計	38,900	102,400	149,000	189,200	231,700
学校外教育 計	3,800	10,700	18,400	25,700	37,800
合計 (B)	42,700	113,100	167,400	214,900	269,500
国民所得 (A)	608,800	1,231,800	1,668,500	2,030,800	2,397,600
(B)/(A)	7.0%	9.2%	10.0%	10.6%	11.0%

長銀調査月報「教育サービス産業の多彩な展開」第204号  
日経流通新聞『新・教育ビジネス』による。

ところで教育産業とはなにかというと、明確な規定はなされていない。わが国の標準産業分類にも教育産業という分類は存在しない。学校教育まで含めて広くとらえる考え方と、民間主体のものにしばる考えとがあるが、ここでは後者をとって、限定してみた方が問題が浮き彫りになるだろう。そこでは、一般に正規の学校教育以外の民間企業主体による教育に関する財ないしはサービスの提供活動の集合ととらえられている。その取り扱われる範囲と規模は図10・1のように多岐にわたり、市場規模は表10・2の様に推計されている。

ところで、「保護者が支出した教育費調査」(文部省)によると、家庭教育費が調査され始めた昭和52年と昭和59年の比較では、中学生一人当りの費用は学校教育費で、1.4倍(昭和59年98,973円)である。それに対し、家庭教育費の方は、この間に2.0倍(同83,768円)となり、その中でも家庭教師・学習塾が2.4倍にもなっている。学習塾等への出費が大幅に増加していることがわかる。まず、学習塾の実態からみていこう。

教育活動

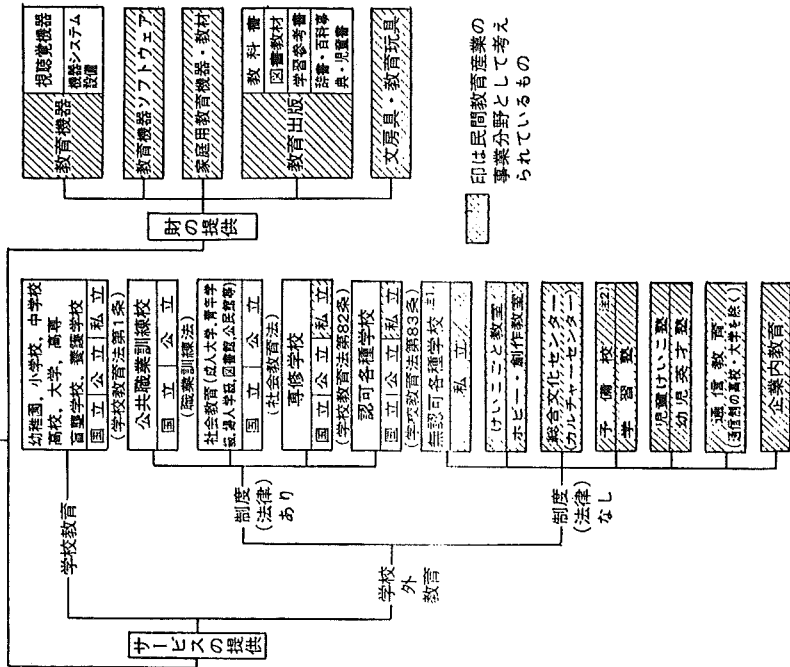


図0・1 教育活動の種類

中山裕登『教育産業』東洋経済新報社による。

表10・2 昭和156年の教育産業市場

教育ソフトウェア(教育サービス)	204,500億円
●学校教育、教育行政費	167,000
●補習、進学塾	6,000
●企業教育	4,000
●資格取得教育	6,000
●カルチャークラス	20,000
●スポーツ教室	1,500
教育ハードウェア(機器、資材)	26,400
●情報媒体	
教科書	700
図書、教材	4,000
●耐久財	
教育用施設	3,000
機器、備品	10,500
視聴覚機器	2,000
個人用機器	1,500
楽器	5,000
教育がん具	1,000
学校家具	1,000
●消費財	
文房具	4,000
衣料、雑貨	4,200
総合計	225,000億円

立山学『教育市場競争激戦』 祐植書房による。

## 第2節 学 習 塾

「乱塾時代」と言われるほど、学習塾が普及し、子どもたちの塾がよいは日常化している。公正取引委員会の消費者モニターアンケート調査によると（「教育産業に関する調査——学習塾産業を中心に——」昭和61年2月）小学生で25.4%、中学生は50.2%が塾に通っている。東京、名古屋、大阪を対象とした東海銀行の調査（昭和61年3月）では、小学生37.0%、中学生65.5%になっているという。先の公正取引委員会の推計によると、通塾生は小学生で約280万人、中学生約300万人にのぼる。塾は「第二の学校」とも言える様相を呈している。そこには「学校と塾の教育の二重構造」が現れている。「学習塾に関する総合的調査研究」（結城忠・佐藤全・橋迫和幸共著『学習塾』昭和62年7月）では、塾、学校教員、親、子どもの意識調査を行い、塾の存在理由が一般に承認され、場合によっては積極的に評価されているとしている。進学塾に限らず、勉強については学校よりも塾に期待している親が少なくないという。しかし、子どもも親もいわゆる「塾の学校化」には強く反対しており、学校との関係では、塾はトータルにはあくまで二次的な存在とみなされているという。

そのような学習塾は全国で10万とも言われているが、形態としてはテスト中心の塾と授業中心の塾に分けられる。前者は日曜日や休日などに有名私立中・高の入学試験を模してテストをするのであって、補習授業などは行わない。有名校への合格実績も高いことから、生徒は広い地域から集まる。代表的な塾として「四谷大塚進学教室」（東京・中野）などがある。後者は、学校が終わった後に生徒が通うことから地域に密着していて、指導の内容など生徒が通学している学校との関連が強いものが多い。この授業を中心とした塾は、その内容によってつぎのように分けられる。①進学塾——受験指導中心で、学校の授業内容とは関連しない。②補習塾——学校の授業の補習を目的とする。③総合塾——進学コースと補習コースを併置している。④遅進児塾——学習に遅れた生徒の救済をはかる。その他、特定の教科を教える単科塾、早期の才能開発を謳う英才塾などがある。

塾は私的な教育施設として、その設置も経営もそれぞれの自由に任せられて

いる。教育の内容や運営についての法的な規制はなく、監督官庁も存在しない。そして、ユーザーとしての親や子どもは、選択の自由を持っている。そこから、塾の側では同業者との自由競争の原理が働き、いわゆる消費者の獲得のために様々な努力がなされることになる。教育内容について親や子どもの教育要求に合致するような良質の教育サービスを提供しようとするだろうが、設置形態や方法にも多様なものが現れる。フランチャイズ方式も既に定着している。

全国フランチャイズ方式の大手塾として代表的な公文教育研究会は、29,500教室、生徒数1,338,000人、学習研究会は、3,500教室、生徒数39,000人に拡大している。これらの塾の特性として、①規格化した教材を作成し、それに基づいて指導できるようにしたこと、②指導者の多くに主婦をあてたこと、③自宅を使用するなど、少ない資金で教室開設ができることなどがあげられる。

また、一般企業が塾産業にも関心を持ち、参入しつつあることも注目されている。首都圏で30数教施設を持つ「国立学院予備校」は、新京成電鉄などの電鉄会社や生保会社などと提携し、教室を開設している。他に、不動産業のニチモと東大セミナー、日本信販と明生学院の提携が知られている。

しかしながら、塾業界は、小中学生の減少の中で、過当競争の気配もみられ、危機を乗り切るための様々な取り組みが始まっている。海外進出、帰国子女を対象とする、全寮制、ニューメディアを使つての在宅方式等々多彩である。

この様に拡大し、先の意識調査にあるように、塾が親や子どもから認知されているような状況であるとしても、それが正常だとは言えないであろう。この様な教育の実態こそが、現状の学歴社会、学校教育の問題性を示しているといえる。

なお、通信添削による学習指導も驚くほど拡大していることを見ておこう。福武書店は「進研ゼミ」の名で、高校生から中学生、浪人、小学生と対象を広げて、昨年で、会員数約90万人を数えた。ダイレクトメールによる積極的な宣伝やブームに乗った結果といわれる。

### 第3節 多彩な教育サービス産業

教育サービス産業は塾に限らず、図10・1に見られるように多様に存在する。それらの紹介で単行本ができるくらいだから、個々に触れていたら紙数が足りなくなる。特徴的なことをみていこう。

予備校は、受験データを集約し、提供することによる効果的な受験指導をめざしている。共通一次試験を実施する大学入試センターが結果を公表していないので、その自己採点結果の集計を代々木ゼミや河合塾などの大手の予備校が行い、合格のガイドラインなどを示して受験生の判断材料を提供してきた。複数受験が実施されたこの3月の大学入試においては、各国公立大学が二次試験の受験者数の予測にこれらの予備校のデータを利用せざるを得なかったといわれている。関係者は情報ネットワーク作りが大手予備校間の競争の勝負を決めるともいっている。

昭和50年の学校教育法の一部改正によって制度化された、職業もしくは实际生活に必要な能力を育成し、または教養の向上を図ることを目的とした専修学校が急速に発展している。創設以来10年間で、学校数で3.4倍、生徒数は4.1倍となっている。技術革新の進展に素早く対応できること、資格の取得や技能・技術の習得に重点をおいていることなどが、中等教育後の教育機関として就学者の要求に合致しているのであろう。

カルチャーセンターも多種多様な広がりを見せている。文部省の実態調査によると、この10年間に教室で4.4倍、受講者は2.5倍になっているという。その教室や学級は41,000余、受講者数は年間で136万人と報道されている（朝日新聞昭和62年7月8日）。主催者が多い業種が、デパート、新聞社、放送局、銀行の順に続くというのだから、まさに教育市場として目されている感をうける。

次に、企業が行う教育にも大きな変化が現れている。企業内教育は、戦後職場の中で行う訓練が中心とされてきた（もちろん、教育施設や社外で行う訓練も並行してなされてきたが）。その重要性は薄れていないが、外部に委託するものも増えてきた。社員のマナー教育もその一つである。また、経営幹部教育、国際ビジネスマン養成などの研修が委託されており、社長の研修までも現れて

いる。技術革新や定年制延長に対応するための新たな企業内教育のあり方も模索されているようである。

#### 第4節 教室産業

教育材の分野を見てみよう。「保護者が支出した教育費調査」を見ると、学校教育費でも一年間の支出は児童・生徒一人当たりかなりの額にのぼる。昭和59年で、小学生49,431円、中学生98,973円である（学校給食費は入っていない）。決して少ない額ではない。その中の学用品・実験実習材料費は、それぞれ15,979円、25,399円だが、多くの教材・教具の購入に当てられている。以下、毎日新聞編の『教室産業』（昭和56年3月）によりながら、教材の実態を見ていこう。

まず、小学校に上がるときに驚くのは算数セットのこまごましたおはじきや立方体、カード、数え棒の一つ一つに名前を書くことだろう。あるメーカーのものは15種類549個詰め込んであったという。それが千円前後で、しかも授業ではほんの少ししか使われないという。更に名前を書いているので下の子に譲れないといったこともある。理科教材のセットも何とも味気ないものである。「あさがおセット」は、プラスチックの植木鉢、支柱、名前をかく札、タネ、土、追肥等と、全てがそろえられている。画一化されたものを子どもたちは観察することになる。理科関係だけで、50点にのぼるといふ。図工科関係の工作セットも早くから作られている。ノコギリを使わないでもすみ、組み立てて、飾りをつければ終わりという簡便なものが多い。素材に手や道具を使ってはたらきかけ、モノの性質や自然の法則性を知り、また、自分の求めるものを作りだしていく中で、感性を磨き、技を身につけていくことを目指す工作教育の教材としては余りに手軽に過ぎるといえる。確かに教師の教材準備は大変である。しかしこの様にちやちな、画一的なセットでよいのかと疑問を持たざるをえない。国によっては、工作に使う一定の大きさに製材した材料を供給する教材センターを設置しているところもある。ところが、わが国では学習指導要領で内容を規定しながら、教材供給の手段になんの手も打っていない。そのことが、



教材業者が活躍する場を作り出しているといえる。また、学習する期間がわずかなのに、鍵盤ハーモニカとか算盤、習字用具などの高価な教具を個人持ちさせることの問題も指摘されている。

教育材の提供として、市販テストも注目される。文部省の先の調査では、テスト、ドリルなどの学校教育費の中の図書費は、昭和59年で、小学生4,377円、中学生6,549円となっている。昭和54年で教科書の売上478億円に対し、図書教材は700億円。その60%が教科書に準拠した教材だという。教科書にはそっていても、どこでも同じ既成の問題ではかられるとしたら、教師の教える中味も一層画一化するし、子どもも授業の中で学び、評価されるのではなく、外側の物差しで計られることになってしまう。いわゆる偏差値体制は、日常の学習の中にも深く入り込んでいるということであろう。

## 第5節 情報化社会に対応して

第2節でもふれたように、教育産業が注目し、新しく切り開こうとしているのが、コンピュータを使つてのネットワーク作りである。

既にパソコンネットワークを基盤にした在宅学習塾を始めているところもある。日本教育システム（本社東京武蔵野市）は電話回線でホストコンピュータと家庭のパソコンをつなぎ、生徒の進捗、成績に応じた教材を送る。生徒は自分の好きな時間に教材をパソコンの画面上に呼び出して学習するのだという。旺文社は電通、東芝と共同してすすめている。

中でも注目を集めているのが、発売以来4年で800万台を販売した任天堂のファミリーコンピュータを活用しようという計画である。ミサワホームが昭和61年1月に設立したイマジニア（本社東京）が中心となり、小学館、ブラザー工業、ブラザー販売、日本電気、公文教育研究会等の異業種大手企業が教材開発やネットワーク作りに参加して進めている。まず、日本電気のパソコンを使ったCAI教室を始め、各教室のパソコンとイマジニアのホストコンピュータをつなぎ、そこを中継点として各家庭のファミコンをネットワーク化する計画という。キーボードのないファミコンを端末に使う方法の開発に時間をかけてきた

というが、電卓程度のキー数で扱えるようにしたものによる装置で、今年の11月から500台のファミコンをつないでの実験に入ると言う。この実験では野村証券の株価情報を流すが、それが順調にいけば、教育ソフトもすぐ扱うことができ、数十万のネットワークを作ることも遠いことではないという。

コンピュータ支援の教育システムは、パーソナルコンピュータの出現と普及によって、昭和40年代以降、実験的な段階を出なかったものが、実用化へ大きく踏み出すに至った。この分野は、教材としての教育機器の開発、販売と、教育サービスとしてのソフトの供給を並行して行うところであり、それぞれ価格、数量も多く見込まれるので各種の企業が参入をねらっている。

### おわりに

教育産業は今後ますます肥大化していく傾向がみられるが、立ち止まって考えなければならぬ問題も多い。一つには、教育産業が成立するのは、公教育の貧困な財政、つまり教育政策の結果というとらえ方もできる。その様な教育政策の是非が検討されなければならないだろう。また、教育において私企業が活動する根拠として、いわゆるユーザーの要求があるということが前面に出される。しかし、教育要求が形成されるメカニズムについても検討されなければならない。外的な要因から作り出されているものも多いのではないか。更に、教育とは何かを追究する中で、教育産業というものを考える必要がある。教育は人間としての発達を図るものであり、次の世代を担うものを育てる社会的な営みであるにとらえたとしたら、利潤を追究する産業活動と整合するの否かといった問題も出てくる。他にも多くの問題があるだろうが、教育を受けるものも、働きかけるものも、問い続けなければならないだろう。

### 〔参考文献〕

毎日新聞社編『教室産業』毎日新聞社 昭和56年3月

日経流通新聞社編『新・教育ビジネス』日経流通新聞社 昭和61年3月