

労働政策研究報告書 No. 43

サマリー 2005

JILPT : The Japan Institute for Labour Policy and Training

教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査

－教育訓練サービス市場の第二次調査－

労働政策研究・研修機構

教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査 －教育訓練サービス市場の第二次調査－

執筆担当者

今野浩一郎 学習院大学経済学部教授（労働政策研究・研修機構特別研究員）
田口 和雄 高千穂大学経営学部 助教授
大木 栄一 職業能力開発大学校 能力開発専門学科 助教授
稲川 文夫 職業能力開発大学校 能力開発研究センター 企画調整部 室長
藤波 美帆 学習院大学大学院博士後期課程（労働政策研究・研修機構臨時研究協力員）

研究会メンバー

今野浩一郎 学習院大学経済学部教授（労働政策研究・研修機構特別研究員）
田口 和雄 高千穂大学経営学部 助教授
大木 栄一 職業能力開発大学校 能力開発専門学科 助教授
稲川 文夫 職業能力開発大学校 能力開発研究センター 企画調整部 室長
堀辺 浩司 雇用・能力開発機構 生涯職業能力開発促進センター
管理部情報管理課 課長補佐
藤波 美帆 学習院大学大学院博士後期課程（労働政策研究・研修機構臨時研究協力員）
奥津 眞里 労働政策研究・研修機構 人材育成研究部門 統括研究員
木村 陽一 労働政策研究・研修機構 人材育成研究部門 主任研究員
横山 知子 労働政策研究・研修機構 人材育成研究部門 副主任研究員

オブザーバー

三上 明道 厚生労働省 職業能力開発局 総務課基盤整備室 室長
小泉 潤一 厚生労働省 職業能力開発局 総務課基盤整備室 室長補佐

研究期間

平成16年10月～平成17年8月

調査研究の目的、ねらい

厳しい国際競争を勝ち抜くために高付加価値型経営の実現を迫られているわが国企業にとって、「高度な能力をもつ人材を開発し蓄積すること」が、つまり強力な教育訓練システムを構築することが重要な経営課題になっている。また、労働者個人も、雇用就業環境の変化と企業が進める人事管理の転換の中で、自らの力で能力とキャリアを開発することが求められている。

このような状況のもとでは、企業と個人の能力開発活動を支える社会的基盤が整備される必要がある。政府がそのための政策を推進するには、労働市場のなかで教育訓練サービスがどのように提供され需要されているのか、つまり教育訓練サービスをめぐり形成されている市場（以下、「教育訓練サービス市場」という。）の状況を正しく把握しておくことが重要であろう。

このような問題意識をもって本研究プロジェクト「能力開発に関する労働市場の基盤整備のあり方に関する研究」（平成16年度～18年度の3ヵ年）を立ち上げ、教育訓練サービス市場の特性を明らかにするため以下の作業方針を定めた。

- (1) 労働市場で提供され需要されている教育訓練サービスの量と質（教育訓練サービス市場の状況）を明らかにする。
- (2) 教育訓練サービス市場の供給構造と需要構造を明らかにする。
- (3) 上記(1)と(2)の成果を踏まえて、教育訓練サービス市場の現状を評価し、政策上の課題を抽出する。

なお平成15年度には、本プロジェクトに先立ち、既存の統計調査資料¹を活用して教育訓練サービス市場の分析を行い、その結果をディスカッション・ペーパー（JILPT Discussion Paper Series 04-006, 2004年5月「能力開発に関する労働市場の基盤整備のあり方に関する研究」—職業能力開発のための教育訓練の整備状況—）としてとりまとめている。

ここでは、教育訓練サービス市場を分析するための枠組み(図表1参照)を開発し、それに基づいて(Ⅰ)供給側については、教育訓練プロバイダー²の組織数、組織形態別の構成、組織特性、(Ⅱ)需要側については、教育訓練サービスの需要者である政府と企業の費用負担の状況、(Ⅲ)教育訓練サービスの状況については、事業収入等からみたサービスの量的構造と研修期間等の研修内容からみたサービスの質的構造について明らかにしている。

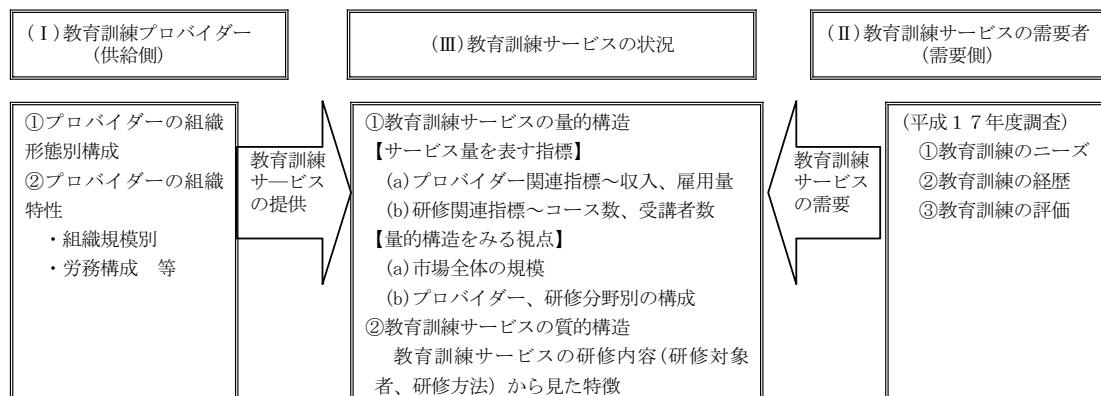
この研究によって教育訓練サービス市場の特性をある程度明らかにできたが、既存の統計調査・資料に基づく分析であるために、市場の特性を概括的に把握するにとどまった。そこで平成16年度の本プロジェクトでは、教育訓練サービス市場の特性を供給側

¹ 総務省統計局(2003)「平成13年 事業所・企業統計調査」、同(2003)「労働力調査」、厚生労働省統計情報部(2003)「平成14年 就労条件総合調査」、厚生労働省職業能力開発局(2002)「平成13年 能力開発基本調査」、同(2003)「平成14年 能力開発基本調査」、雇用・能力開発機構 生涯能力開発促進センターウェブサイト、日本労働オ研究機構(1996)「民間教育機関の組織と事業」（調査研究報告書 No.87）、同(1998)「企業内における教育訓練経歴と研修ニーズ」（調査研究報告書 No.108）

² 教育訓練を提供する機関を教育訓練プロバイダーという。本報告書では教育訓練プロバイダーを「大学等」「専修学校等」「民間企業」「公益法人」「経営者団体」「職業訓練法人等」の6つに大別している。「大学等」とは、大学、短期大学、高等専門学校を指す。「専修学校等」とは、専修学校、各種学校を指す。「民間企業」とは、株式会社、有限会社、合名会社、合資会社を指す。「公益法人」とは、財団法人、社団法人を指す。「経営者団体」とは、商工会議所、商工会、協同組合、商工組合を指す。「職業訓練法人等」には、職業訓練法人以外に中央または都道府県の職業能力開発協会及び任意団体を含む。

から詳しく捉えるために、2回に分けて調査を行った。

図表 1 教育訓練サービス市場をみる視点



すなわち第一次調査では、ディスカッション・ペーパーで開発された「教育訓練サービス市場をみる視点」(図表 1)に基づいて、教育訓練プロバイダーの組織特性(図表 1の(I))とともに、「どの教育訓練プロバイダーが、どの分野のサービスを、どの程度提供しているのか」からみた教育訓練サービス市場の量的構造(図表 1の(III)の①)を明らかにした。その成果は労働政策研究報告書『教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査－教育訓練サービス市場の第一次調査－』 No. 24 2005 (労働政策研究・研修機構)として発表した。

第二次調査は、第一次調査で主に扱った「教育訓練サービス市場の量的構造」を補完するとともに、「教育訓練サービス市場の質的構造」(図表 1の(III)の②)を明らかにするものであり、本報告はその成果をまとめたものである。具体的には、「どのような分野のコースが(コースの訓練内容)」、「どのような人を対象に(年齢、職業、職務階層からみた受講者の属性)」、「どのような方法で(コースの開講期間、開講頻度、受講料)提供されているのか」という観点から調査分析を進めた。

さらに、平成17年度は、教育訓練サービス市場の特質を需要側から捉えるために、個人を対象にした調査研究を進めている。その目的は、どのような人が、何のために(教育訓練ニーズ)、どのような内容の教育訓練サービスを需要し(教育訓練経歴)、その結果をどのように評価しているのか(教育訓練評価)という視点(図表 1の(II))から、教育訓練サービス市場の特性を明らかにすることにある。

調査結果の概要

1. 調査方法、実施期間、回収状況

(1) 調査方法及び調査項目

本調査は第一次調査で社会人(職業人)教育を実施していると回答した 1,939 組織を対象とし、調査票を郵送し返送してもらう方法を採用した。また調査項目は次のとおりである。

- ①経営形態(組織形態)、人員構成
- ②教育関連事業(講習会・セミナー、通信教育)のコース分野、1コースの研修時間、同一コースの年間開催回数、受講料、受講者層の特徴、年間延べ受講者数、個人負担の割合
- ③社会人を対象にした大学院教育(修士課程)の学科、修学年限、学生が負担する費用総額、主な社会人学生の特徴、総社会人学生数、企業から派遣されている社会人学生の割合

(2) 実施期間

調査票は平成17年11月上旬に送付し、12月中旬までに回収を行った。

(3) 回収状況

1,939 組織に郵送し、その有効回収数は 1,181 票で有効回収率は 60.9%である。

2. 「誰を」「いかに」からみた教育訓練サービス市場の構造—

(1) 教育訓練サービス市場の構造図を描く

1) 研修対象者からみた市場構造

本調査では、講習会・セミナー、通信教育、社会人対象の大学院教育の三つの教育訓練分野を扱っているが、そのなかで最も中心になる講習会・セミナーについて主に検討し、通信教育、社会人対象の大学院教育については簡単に触れる。

ア 講習会・セミナーの対象者

年齢、雇用就業形態、職務階層の三つの観点からみた受講者の特性の分析結果を図表 2 に示す。

「全体」の欄をみると、教育訓練プロバイダーが提供している研修コースは、年齢では 30 歳代から 40 歳代、職業では中小企業サラリーマンと自営業・自由業、職務階層では中堅社員レベルを中心に新入社員レベルから係長・主任レベルを主要な対象層として設計されていることがわかる。

以上の点を研修分野別にみると、階層別研修のうち新入社員研修は 20 歳代の若年層に、専門別研修としての経理・財務研修、人事労務研修、品質・安全研修は 50 歳代に対象層

を広げている点に特徴がある。雇用者³のなかでは中小企業サラリーマンを主対象としているので、この結果は、教育訓練プロバイダーが中小企業の労働者を対象に、**キャリア段階**に合わせて多様な研修コースを提供するという教育訓練サービス市場が形成されていることを示している。

図表2 講習会・セミナーの主な対象者の特徴

主要な受講者層(研修コースの対象者は誰か)	年齢からみた特徴	全体	階層別研修	専門別研修	資格取得研修	OA・コンピュータ研修	語学研修	趣味・教養研修	専門別研修											
									新入社員研修	マネジメント研修	マナー研修	営業・販売研修	技術・技能研修	医療・看護・福祉に係わる研修	経理・財務に係わる研修	人事・労務に係わる研修	品質・安全に係わる研修			
主要な受講者層(研修コースの対象者は誰か)	20歳代		○																	
	30歳代	◎		○	○	○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	40歳代	◎		○	○	○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	50歳代	○																		
	60歳代																			
	想定対象層なし							○	○											
	大企業サラリーマン																			
	中小企業サラリーマン	◎	○	○	○	○														
	公務員・団体職員																			
	自営業・自由業	○		○	○	○	○													
	パート・アルバイト																			
	主婦・学生																			
	離職者・無業者						○													
	想定対象層なし																			
	新入社員レベル			○																
新入社員レベル	○			○	○	○	○													
中堅社員レベル	◎			○	○	○	○													
係長・主任レベル	○			○	○	○	○													
課長レベル																				
部長・次長レベル																				
経営者・役員レベル																				
想定対象層なし																				

(注) 図表中の○印は主要な対象層を、◎印はその中でも特に多い対象層を示している。

図表中の「職務階層からみた特徴」において上段の「新入社員レベル」は入社後1年未満を、次段の「新入社員レベル」は入社後3年未満を指す。

さらに「どのような受講者を対象にする研修コースを設置するのか」は教育訓練プロバイダーによって異なる。その結果を図表3に示す。年齢構成についてみると、教育訓練プロバイダー間の違いは少ない。しかし、雇用職業形態と職務階層からみると、主要な対象層はプロバイダーによって大きく異なる。

³ ここでは、大企業サラリーマン、中小企業サラリーマン、公務員・団体職員の正社員・職員を表す。以下もこれらを雇用者と呼ぶ。

図表3 プロバイダーの提供する講習会・セミナーの主な対象者

		民間企	公益法	経営者団体	職業訓練法人等	専修学校等	大学等
主要な研修コースの対象者は誰か	年齢からみた特徴	20歳代	○	○	○	○	○
		30歳代	○	○	○	○	○
		40歳代	○	○	○	○	○
		50歳代	○	○	○	○	○
		60歳代			○		
		想定対象層なし					○
	雇用職業形態からみた特徴	大企業サラリーマン	○	○			
		中小企業サラリーマン	◎	◎	○	○	
		公務員・団体職員	○	○			
		自営業・自由業			○	○	
		パート・アルバイト					
		主婦、学生					○
		離職者、無業者					○
	想定対象層なし					○	
	職務階層からみた特徴	新入社員レベル(1年未満)				○	○
		新入社員レベル(3年未満)	○	○		○	○
		中堅社員レベル	◎	◎	○	○	○
		係長・主任レベル	○	○			
課長レベル							
部長・次長レベル							
経営者・役員レベル				○			
想定対象層なし					○		

(注)図表中の○印は主要な対象層を、◎印はそのなかでもとくに多い対象層を示している。

イ 通信教育の対象者

通信教育の受講者の場合には、コース分野を超えて以下の点に特徴がある。

- ① 年齢からみると、30歳代と40歳代を中心に、20歳代から40歳代を主対象
- ② 雇用職業形態からみると、民間企業の中小企業サラリーマンを中心
- ③ 職務階層からみると、中堅社員を中心に新人から係長・主任までを主対象

教育訓練プロバイダーからみた対象者の特徴については、雇用者を対象とする教育訓練を中心的に担っている4プロバイダー(民間企業、公益法人、経営者団体、職業訓練法人等)と学校法人(専修学校等、大学等)で異なる。

雇用職業形態と雇用者の職務階層の観点から分析結果を整理すると、学校法人については対象層を限定しない点に、それ以外の4プロバイダーについては以下の特徴がみられる。

- ① 雇用職業形態からみると、共通して中小企業サラリーマンを中心にしているが、民間企業は大企業サラリーマンに、公益法人は大企業サラリーマンと公務員・団体職員に、職業訓練法人等は自営業・自由業に対象範囲を拡大している。
- ② 職務階層からみると、全体的には中堅社員レベルを中心としているが、民間企業、公益法人、経営者団体は、対象層を係長・主任、管理職、経営者へと各々拡大している。

ウ 大学院教育の対象者

大学院教育の社会人（受講者）については、①年齢別には 30～40 歳代、②職業別には民間企業サラリーマンと公務員・団体職員が中心であるとの特徴がある。

2) 研修方法からみた市場構造

ア 講習会・セミナーの研修コース別にみた研修方法の特徴

研修方法については、「研修の時間と費用」と「研修コースの受講者数」の二つの観点から考察する。研修時間については、50 時間以上の長時間型コースには資格取得研修、技術・技能研修、医療・看護・福祉研修、OA・コンピュータ研修がある。それに対して 10 時間台の短時間コースには営業・販売研修、マナー研修、階層別研修(新入社員研修と管理能力養成のためのマネジメント研修)、人事労務研修、品質・安全研修がある。残る語学研修と経理・財務研修は中間タイプである。

研修時間の長短は受講料の多寡を決めており、おおむね長時間の研修コースほど受講料が高い。研修コース別にみると、1 時間当たり 1～2 千円前後が平均であるが、マネジメント研修、人事労務研修、品質・安全研修といった管理研修は 3～4 千円と高い。

「研修コースの受講者数」では、コースごとにみた年間延べ受講者数は 100 人前後が平均的である。資格取得研修、技術・技能研修、医療・看護・福祉研修、人事労務研修は 200 人前後の大規模コースであり、新入社員研修、マナー研修、OA・コンピュータ研修、語学研修は小規模コースである。コース一回当り受講者数)をみると、30 人前後が平均である。

イ 講習会・セミナーのプロバイダー別にみた研修方法の特徴

教育訓練プロバイダーを同様の観点から考察すると、就業者を主な受講者とする民間企業、公益法人、経営者団体、職業訓練法人等の研修方法の特徴を以下のように整理できる。

- ①時間当り受講料が高く、少人数研修コースを提供する民間企業
- ②時間当り受講料は安く、研修期間の長いコースを少人数研修で提供する職業訓練法人
- ③平均的な受講料で、大人数研修コースを提供する公益法人
- ④平均的な受講料で、研修期間の短いコースを少人数研修の方法で提供する経営者団体

ウ 通信教育の研修方法の特徴

通信教育の特徴を「研修の時間（開講期間）と費用」の面から考察し、コース別で見ると、半年の開講期間で受講料は 7.6 万円が平均像である。語学研修、階層別研修、専門別研修、資格取得研修の順に開講期間は長期化し、受講料と受講料単価(研修 1 ヶ月当り受講料)も高くなる。

プロバイダー別にみると、多くのプロバイダーは4～5ヶ月程度のコースを提供しているが、職業訓練法人等と専修学校等は約1年の長期コースを設定している。受講料は開講期間の長短によっては必ずしも決まらず、前者の4プロバイダーのなかでは大学が安いコース（受講料単価約3千円）を、民間企業と専門学校等が高いコース（受講料単価約16千円）を提供している。公益法人、経営者団体、職業訓練法人等は約8～9千円の中間にある。

エ 社会人教育の研修方法の特徴

大学院教育の教育方法は、2年間の教育期間で、教育費用は平均約200万円である。

3) 教育訓練サービス市場の全体構造

ア 研修対象者の特性からみる

このように「誰を対象にしたサービスか」、「どのような方法で提供されるサービスか」の二つの観点から教育訓練サービス市場の構造を、講習会・セミナー、通信教育、社会人大学院のそれぞれについて考察してきた。

ここでは、それらの結果を統合して、教育訓練サービス市場の全体構造を提示する。まず、研修対象者の観点から研修コースの位置づけをみると（図表4の「研修コースのポジション」を参照）、講習会・セミナーは主に中小企業サラリーマンを対象にしており、そのなかで①新入社員研修、マナー研修、②技術技能研修、資格取得研修、医療等研修、③品質・安全研修、営業販売研修、④人事労務研修、マネジメント研修、経理財務研修の四群の研修コースが雇用者の職務階層に対応して設定されている。それに加えてマネジメント研修、資格取得研修、営業・販売研修、経理・財務研修は自営業・自由業の分野にも対応している。通信教育は職業については中小企業サラリーマンに加えて大企業サラリーマンまで範囲を広げていること、職務階層については新入社員から係長・主任レベルを対象を集中していることに特徴がある。

つぎに、プロバイダーの位置づけをみると（図表4の「プロバイダーのポジション」を参照）、講習会・セミナーでは、公益法人与民間企業は中小企業サラリーマンの中堅社員レベルを中心にして新入社員レベルから係長・主任レベルの雇用者全体を主要な研修対象者とする位置にある。それに対して、職業訓練法人与経営者団体は中小企業サラリーマンの中堅社員レベルを中心としているものの、自営業・自由業に範囲を拡張する位置にある。通信教育は講習会・セミナーとほぼ類似しているが、経営者団体が中小企業の管理者、経営者を重要な対象層としている点が大きく異なる。社会人大学院は30～40歳代、民間企業サラリーマンと公務員・団体職員を主要な対象層としていることから、上位の職務階層の雇用者（つまり中堅社員レベル、係長・主任レベルと予想される）を対象としていると考えられる。

図表4 研修対象者からみた研修コースとプロバイダーのポジション

研修コースのポジション	対象者の職業			
	大企業 サラリーマン	中小企業 サラリーマン	公務員 団体職員	自営業 自由業
経営者 役員		講習会・セミナー		
管理職	通信教育		品質安全研修 営業販売研修 経理財務研修 人事労務研修 マネジメント研修	
係長 主任				資格取得研修 医療等研修 営業・販売研修 マネジメント研修
中堅社員				
新入社員 (3年未満)		マナー研修		
新入社員 (1年未満)		新入社員研修		

プロバイダーのポジション	対象者の職業			
	大企業 サラリーマン	中小企業 サラリーマン	公務員 団体職員	自営業 自由業
経営者 役員		講習会・セミナー		
管理職				
係長 主任	民間企業 公益法人	民間企業 公益法人	民間企業・公益法人	経営者団体 職業訓練法人 職業訓練法人等
中堅社員				
新入社員 (3年未満)				
新入社員 (1年未満)				

(注)「経理財務研修」については、管理職層が主対象でないで、枠の線を点線にしてある。

イ 研修方法の特性からみる

つぎに「どのような方法で提供されるサービスか」の観点からまとめると、教育訓練サービス市場の構造は図表5になる。

同図表の「研修コースのポジション」をみると、講習会・セミナーは、研修時間 70 時間以下、受講料 8 万円以下で提供されるサービスが中心となっている。主要なコースは ①資格取得研修、技術・技能研修、医療・看護・福祉研修 (高価格帯の長期コース)、②新入社員研修、マナー研修 (低価格帯の短期コース)、③マネジメント研修、品質・安全研修、人事労務研修 (とくにマネジメント研修は短期であるが相対的に価格の高いコース) である。大学院教育と通信教育は講習会・セミナー方式とは異なる位置にあり、前者は非常に高額(超高価格帯)で超長期のコースを提供する位置に、後者は超長期であるが中価格帯から高価格帯でサービスを提供する位置にある。

同様にプロバイダーの位置についてみると(図表5の「プロバイダーのポジション」を参照)、最も中心的な講習会・セミナー方式のサービスについては、プロバイダーは研修時間 151 時間以下、受講料 20 万円以下の範囲でサービスを提供しているが、主要プロバイダー(民間企業、公益法人、経営者団体、職業訓練法人等)に限定すると 100 時間以下、20 万円以下が対象範囲となる。

主要なプロバイダーについてみると、①高価格帯で長期コースを提供する専門学校等、中価格帯で中期コースの公益法人、低価格帯で短期コースの経営者団体と大学等、②中期コースを相対的に高い価格(高価格帯)で提供する民間企業、③長期コースを低価格(中価格帯)で提供する職業訓練法人等との特徴がみられる。

さらに社会人大学院は超高価格帯で超長期コースを提供する位置に、通信教育も超長期であるが、低価格帯(大学等)、中価格帯(公益法人、経営者団体)、高価格帯(民間企業、専修学校等、職業訓練法人等)の広い価格帯でサービスを提供するという位置にある。

図表5 研修方法からみた研修コースとプロバイダーのポジション

		研修延べ期間				
受講料水準		短期 (10-19時間)	中期 (27-33時間)	長期 (53-68時間)	超長期	
研修コースの ポジション	超高価格帯 (1,732千円)		講習会・セミナー		社会人大学院	大学院教育
	高価格帯 (60-74千円)	マネジメント研修	語学研修	資格取得研修 技術・技能研修 医療等研修	資格取得研修 専門研修	通信教育
	中価格帯 (31-46千円)	営業研修 品質・安全研修 人事労務研修		OA研修	随属別研修 語学研修	
	低価格帯 (17-27千円)	新入社員研修 マナー研修	経理・財務研修			
		短期 (13-20時間)	中期 (32-55時間)	長期 (101-151時間)	超長期	
プロバイダーの ポジション	超高価格帯 (1,732千円)		講習会・セミナー		社会人大学院	大学院教育
	高価格帯 (129-195千円)		民間企業	専門学校等	民間企業 専門学校等 職業訓練法人等	通信教育
	中価格帯 (35-57千円)		公益法人	職業訓練法人等	公益法人 経営者団体	
	低価格帯 (14-27千円)	経営者団体 大学等			大学等	

(2) 市場構造の計量的な把握

これまで「誰を対象にしたサービスか」、「どのような方法で提供されるサービスか」の二つの観点から講習会・セミナーと通信教育のコース分野別の特質について整理してきたが、各々のコース分野はどの程度の量の教育訓練サービスが提供されているのであろうか。サービス量を「延べ受講者数」と「研修時間」の積で算出される「延べ人・時(通信教育では、延べ人・月)」の指標でみたコース分野別の構成によると、市場構造には以下の特質がある。

- ① 講習会・セミナー、通信教育のいずれも専門別研修と資格取得研修が主要なコース分野である。

- ② 通信教育は、講習会・セミナーに比べて上記2分野に集中する傾向が顕著であるとともに、資格取得研修の比重が大きい。これに対して講習会・セミナーは、通信教育に比べてOA・コンピュータ研修の比重が大きい。
- ③ 重要な職業訓練分野である階層別研修によって提供される教育訓練サービス量は少ない。

(3)本調査の貢献と今後の課題

「誰を」対象に「どのような方法で」、「どのようなプロバイダーが」、「どのような研修コースを通して教育訓練サービスを提供しているのか」の観点から、教育訓練サービス市場の構造を明らかにしてきた。本調査研究の成果は、教育訓練サービス市場の研究に貴重な情報を提供するという点で大きな貢献であるが、それに加えて、教育訓練サービス市場を強化するための政策に必要な基礎的情報を提供するという点でも有益であると考えている。

たとえば、教育訓練サービス市場を強化するためには、「どの分野で教育訓練サービスが不足しているのか」を正確に把握することが不可欠である。いまの市場は中小企業で働く中堅クラスの労働者のための教育訓練サービスを主に提供し、大企業の労働者あるいは管理職のために提供される教育訓練サービスは多くない。こうした本調査研究が明らかにした事実は、「どの分野で教育訓練サービスが不足しているのか」を正確に把握するうえで貴重な情報を提供することになる。

あるいは、いま政府は「民間にできることは民間に」という規制緩和政策を推し進め、教育訓練の実施面においても民間の教育訓練プロバイダーを活用した委託訓練を実施しているが、その際には「どの研修分野については、どのプロバイダーに、どの程度の費用で委託するのか」が重要な問題になる。本調査研究で明らかにした各プロバイダーのサービス範囲と受講料についての事実発見は、委託研修体制を整備するうえで必要な「どのプロバイダーはどの分野が得意か」「教育訓練サービスを提供するにあたり、どのプロバイダーはどの程度の費用を必要としているのか」等の情報を提供することになる。

しかしながら、本調査研究には幾つかの限界があり、その最も重要な点は受講者に関する情報を教育訓練プロバイダーから得ていることである。したがって、教育訓練サービス需要者である個人が「なぜ、研修コースを受けているのか」「それによって、個人にとってどのような効果があったのか」等については明らかにできていない。この点については、個人を対象に進めている平成17年度の調査で明らかにできると考えている。

報告書の構成

第1部 総論－要約と結論－

第1章 調査の目的

- 1.調査の背景と問題意識
- 2.調査の範囲とねらい
- 3.調査の対象
- 4.本書の構成

第2章 講習会・セミナーの構造

- 1.研修コースを提供する教育訓練プロバイダーの特徴
- 2.研修時間と年間開講回数
- 3.想定している主要な受講者の特徴
- 4.受講者数と個人負担受講者の割合
- 5.主要な研修コースからみた教育訓練サービスの構造

第3章 通信教育の構造

- 1.研修コースを提供する教育訓練プロバイダーの特徴
- 2.開講期間と年間開講回数
- 3.想定している主要な受講者の特徴
- 4.受講者数と個人負担受講者の割合
- 5.主要な研修コースからみた教育訓練サービスの構造

第4章 社会人対象の大学院教育

- 1.社会人対象大学院の教育分野構成
- 2.社会人学生の特徴
- 3.社会人学生の費用負担とコースの収入

第5章 結論

- 1.教育訓練サービス市場をみる視点
- 2.「誰を」対象に教育訓練サービスは提供されているのか
- 3.研修方法からみた教育訓練サービスの特徴
- 4.通信教育と大学院社会人教育の特徴
- 5.結論－「誰を」「いかに」からみた教育訓練サービス市場の構造－
- 6.今後の課題

第2部 調査と分析

第1章 調査・分析の概要

- 1.調査の視点
- 2.調査の内容
- 3.第一次調査の分析結果概要

- 4.調査の方法
- 5.分析の進め方
- 6.調査回答組織

第2章 講習会・セミナーの構造

- 1.主要な研修コースの構成と研修コースを提供する教育訓練プロバイダーの特徴
- 2.研修時間と年間開講回数
- 3.受講料
- 4.想定している主要な受講者の特徴
- 5.主要な研修コースの受講者数と個人負担受講者の割合
- 6.主要な研修コースの時間からみた教育訓練サービスの構造

第3章 通信教育の構造

- 1.主要な研修コースの構成と研修コースを提供する教育訓練プロバイダーの特徴
- 2.開講期間と年間開講回数
- 3.受講料
- 4.想定している主要な受講者の特徴
- 5.主要な研修コースの受講者数と個人負担受講者の割合
- 6.主要な研修コースの開講期間からみた教育訓練サービスの構造

第4章 社会人を対象にした大学院教育の現状

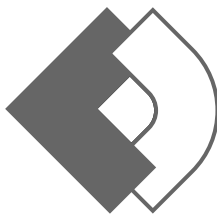
- 1.大学院の教育体制
- 2.社会人学生の特質
- 3.社会人学生の費用負担と収入

労働政策研究報告書 No.43 サマリー
教育訓練プロバイダーの組織と機能に関する調査
－教育訓練サービス市場の第二次調査－

発行年月日 2005年9月30日
編集・発行 独立行政法人 労働政策研究・研修機構
〒177-8502 東京都練馬区上石神井 4-8-23
(編集) 研究調整部研究調整課 TEL 03-5991-5102
(販売) 広報部成果普及課 TEL 03-5903-6263
FAX 03-5903-6115
印刷・製本 ヨシダ印刷株式会社

© 2005

*労働政策研究報告書全文はホームページで提供しております。(URL:<http://www.jil.go.jp/>)



The Japan Institute for Labour Policy and Training