

# 第 1 部 総 論

## 第1章 調査の目的と概要

### 1. 本調査研究の背景と問題意識とねらい

#### (1) 変化する企業の教育訓練戦略

高付加価値型の経営体制を作り上げる。我が国企業の基本戦略であるが、そのためには、これまでも増して「高度な人材を開発し蓄積すること」が、したがって強力な教育訓練システムを構築することが必要になる。こうした経営課題に直面する企業は、いま「教育訓練は人材に対する投資である」との認識を強め、教育訓練戦略の再構築を進めつつある。

そのなかで企業が重視している点の一つは、「OJTをベースに社内で育成する」という自前主義を見直し、投資効率からみて必要な部分は社外の教育訓練機関を活用するという方針を強化することである。もう一つの点は能力開発の自己責任化である。終身雇用制と年功制を人事管理の基本方針としているときには、多くの社員（できれば全ての社員）が年功的に向上する処遇にみあって能力を高めることが必要になり、「社員に対して広く教育訓練機会を提供する」ことが重視された。しかし、いま企業は終身雇用制と年功制の再編を進めつつあり、それと並行して「社員に対して広く教育訓練機会を提供する」政策に代わって、教育投資の効率性を重視する観点から、教育訓練の「選択と集中」を進める方向に踏み出している。能力開発の自己責任化の背景には、こうした人事管理の基本思想の転換がある。

#### (2) 求められる個人の能力開発行動の改革

人材の買い手である企業の教育訓練戦略がこのように変化すれば、個人も、自らのエンプロイアビリティを高めるために、能力を開発する行動（能力開発行動）を変えていく必要がある。学校教育を終えた若者が良好な雇用機会を得られず、フリーターとして滞留するという現象は、変化する企業の教育訓練戦略に若者の能力開発行動（あるいは彼らの育成を担う教育訓練機関）が適応できていないために起きている現象ともいえるのである。

「就職してから会社が育成してくれる」に多くを期待できた時代には、個人は「会社あるいは職業のなかで求められる能力」について余り注意を払う必要がなかった。しかし、企業の教育訓練戦略が変わるなかで、個人は自らの責任でキャリアを考え、能力開発に努めることが求められているのである。

#### (3) 本研究のねらい

企業の教育訓練戦略と個人の能力開発行動がこのように変化すると、我が国の教育訓練を考えるうえで、学校、公共訓練機関、民間の教育訓練会社等によって企業外で提供される教育訓練のあり方が問題になり、本研究はこの点に焦点を当てている。つまり企業が教育訓練の外部化を進め、労働者個人が能力開発の自己責任化を求められるなかで、我が国の人材育成力を強化するには、企業外の教育訓練機能を強化する必要がある。それは企業と個人の教育訓練活動を支える社会的基盤を整備することでもあり、この点で政府の果たすべき役割は大きい。

政府がそのための効果的な政策を形成するには、まずは外部労働市場における教育訓練の現状を正しく把握しておくことが必要であるが、この分野の情報の蓄積は余りに貧弱である。そこで本研究プロジェクトは、外部労働市場における教育訓練の現状を教育訓練サービス市場の視点から明らかにすることを目的としており、そのために以下の作業方針を設定した。

- (1) 労働市場のなかで提供され需要されている教育訓練サービスの量と内容を明らかにする。
- (2) 労働市場における教育訓練サービス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。

## 2. 教育訓練サービス市場研究の視点

### (1) 教育訓練サービス市場をみる視点

このような問題意識と目的をもって行う本研究プロジェクトの理論的な枠組みを正しく理解するには、「教育訓練サービス市場とは何か」を明確にしておく必要がある。個人の職業能力を開発するために、学校は学生に対して職業教育を、学校を含めた諸機関は労働者等に対して職業訓練を提供しているが、ここで問題にしているのは後者の職業訓練であり、本報告書ではそれを教育訓練と呼んでいる。

労働者等が教育訓練サービスを受けるさいに、まず問題になることは「誰が教育訓練サービスに要する費用を負担し、教育訓練サービスの提供をどの機関から受けるのか」である。それを整理したのが**図表 1-1-1**である。費用負担者は一般企業（教育訓練サービスの提供を主要な事業目的としていない企業をここでは「一般企業」と呼ぶ）、公共部門及び個人から構成され、教育訓練サービスを提供する機関は公共部門（学校を除く）、学校（大学、専修学校等）及び民間機関（公益法人、経営者団体、民間企業等）から構成されており、後者をここでは「教育訓練プロバイダー」と呼称している。

**図表 1-1-1 教育訓練サービス市場をみる視点**

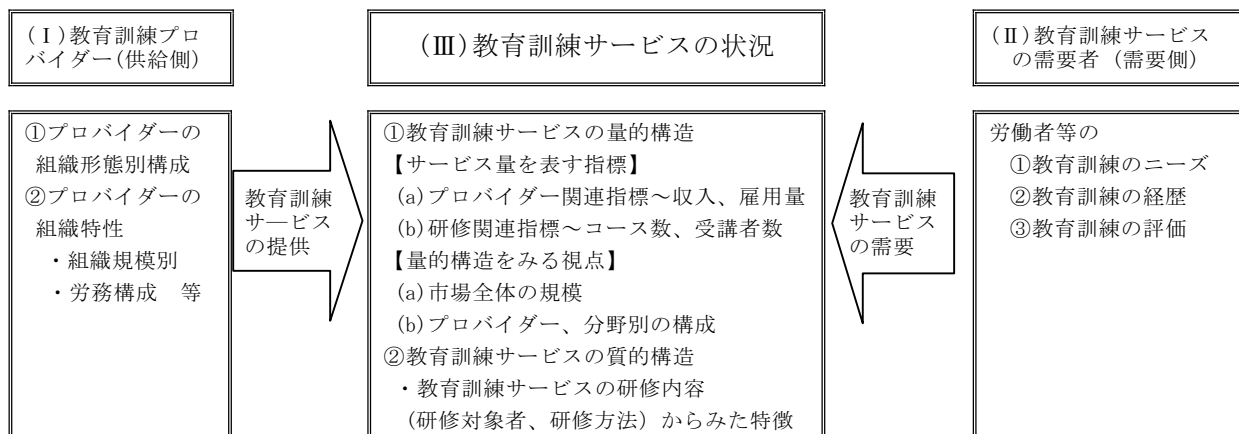
		教育訓練サービスを提供する機関(教育訓練プロバイダー)							
		公共部門			学校	民間			一般企業
		国	地方自治体	第3セクター	大学・大学院 短大・高専 専修学校・各種学校	(財団・社団・社会福祉 公益法人 法人等)	(商工会議所、商工会、 協同組合等) 経営者団体	(株式会社、有限会社等) 民間企業	
教育訓練費用の 負担者	企業								
	公共								
	個人								

こうしたプレイヤーの行動を通して教育訓練サービスが流通する場を広義の教育訓練サービス市場と呼ぶと、この市場には、費用負担者と教育訓練プロバイダーが同一の「自家消費型」の領域がある。それには費用負担者、教育訓練プロバイダーともに一般企業あるいは公共部門である場合があり、同図表の縦縞で示した部分がそれに当たる。この場合には、教育訓練サービスに関わる費用が費用負担者の分野から外部に流出しない（つまり、教育訓練サービスが取引されない）ことになるので、それを除外した教育訓練サービス市場を狭義の教育訓練サービス市場と呼ぶことにする。断りのない限り、教育訓練サービス市場とは狭義の教育訓練サービス市場を示している。

## (2) 教育訓練サービス市場の構造をみる視点

教育訓練サービス市場の構造をさらに詳細に把握するために、本研究プロジェクトでは、図表 1-1-1 に基づいて、**図表 1-1-2** に示した調査のためのフレームワークを設定している。すなわち教育訓練サービス市場の特徴は、①教育訓練サービスを提供する教育訓練プロバイダーからみた供給構造、②教育訓練サービスを需要する労働者等からみた需要構造、③市場を介して教育訓練プロバイダーによって提供され、労働者等によって需要された教育訓練サービスの構造の3分野に関わる変数群によって捉えることができる。

**図表 1-1-2 教育訓練サービス市場をみる視点**



まず①の供給構造の特徴については、教育訓練プロバイダーの組織形態別構成と、組織規模、正規教職員一人当たりの収入(年間収入を教職員数で除した値)、労務構成等の組織特性からみている。②の需要構造については、**図表 1-1-1**とはやや異なるアプローチをとっている。**図表 1-1-1**では、費用負担者の観点から需要構造を捉えているが、ここでは、教育訓練サービスを直接需要する労働者等個人に焦点を当てている。すなわち、労働者等がどのような教育訓練ニーズをもって、どのような教育訓練行動をとり、教育訓練の成果をどのように評価しているのかという観点から需要の特徴を見ている。したがって、ここには費用を自己

負担して教育訓練サービスを受けている労働者等とともに、会社等の費用負担で教育訓練サービスを受けている労働者等が含まれている。

最後の③の教育訓練サービスの構造の特徴については、教育訓練サービスの量と質の二つの面からみることができる。前者の量的な面については、教育訓練サービスの量は全体としてどの程度であるのか、そのプロバイダー別構成、研修分野別構成はどのようになっているのかの観点からみることとする。そのさい問題になることは教育訓練サービスの量をどのような尺度で測定するかであり、ここでは、プロバイダーの収入と雇用量、研修のコース数と受講者数の尺度を用いることとする。質的な面については、教育訓練サービスがどのような労働者等を対象にしているのか、どのような研修方法をとっているのか等の教育訓練サービス内容から捉えている。

### 3. 研究プロジェクトの構成と本調査の目的

#### (1) 「広義の教育訓練サービス市場」を明らかにする

本研究プロジェクトは、以上の教育訓練サービス市場を捉えるためのフレームワークに基づいて三つの分野から構成されている。

まず平成 15 年度に、既存の統計資料、調査資料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—）としてまとめている。そこでは、まず教育訓練サービス市場を分析するための枠組みを開発した。前出の**図表 1-1-1**と**図表 1-1-2**はその成果である。さらにその分析枠組みに基づいて、「広義の教育訓練サービス市場」の特徴を明らかにした。

#### (2) 教育訓練サービス市場の供給構造を明らかにする

以上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、既存の統計資料、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 年度には、教育訓練サービス市場の特性を供給側から詳しく捉えるために、2 回に分けて教育訓練プロバイダーを対象にする調査を行った。なお公共部門を対象とする調査が困難であったこと、一般企業は教育訓練サービスの提供を主要な事業目的としていないことから、この調査では、学校と民間教育訓練機関からなる教育訓練プロバイダーを対象としており（前出の**図表 1-1-1**の灰色で塗りつぶしてある分野）、それは狭義の教育訓練サービス市場にほぼ対応している。

第一次調査では、教育訓練プロバイダーの組織特性（**図表 1-1-2**の（I）に対応する）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な供給構造（同（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ー』（労働政策研究・研修機構、報告書 No.24 2005）としてまとめられている。

第二次調査は「教育訓練サービス市場の質的な供給構造」（同（Ⅲ）の②に対応）を明らかにするものであり、①どのような分野のコースが（コースの訓練内容）、②どのような労働者を対象に（年齢、職業、キャリア・レベルからみた訓練受講者の属性）、③どのような方法（コースの開講期間、開講頻度、受講料）で提供されているのかという観点から教育訓練プロバイダーの提供する研修コースを分析している。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ー教育訓練サービス市場の第二次調査ー』（労働政策研究・研修機構、報告書 No.43 2005）としてまとめられている。

### （3）本調査の目的とフレームワーク

以上の研究成果を踏まえ、本調査は、「教育訓練サービス市場の需要構造」（**図表 1-1-2**の（Ⅱ）に対応）を明らかにすることを目的とし、**図表 1-1-3**に示した個人の能力開発行動を捉えるためのフレームワークに基づいて設計されている。

すなわち、個人の能力開発行動は計画、実施、評価の三つの段階から構成されている。計画の段階では、「能力開発ニーズの背景」のもとで発生する「能力開発ニーズの内容」に基づいて計画が作成されるが、そのさいには二つの点が問題になる。第一は計画を実現するさい個人はどのような「能力開発行動の制約条件」のもとにあるかであり、それには個人が所有する資源（「個人資源」）の面からみた制約条件と、会社からどの程度支援を得ることができるのか（「会社のサポート」）の面からみた制約条件の二つがある。第二は、計画作成にあたり必要な情報がどの程度入手できるかであり、図表では、それを「能力開発の情報環境」としている。

このようにして作成された計画にしたがって個人は能力開発行動をとることになるが、ここでは、それを以下の観点から把握している。

①「現在」と「過去」の二つの時点の能力開発行動について

②資金あるいは時間からみた投下資源量とその分野別構成から、能力開発行動の全体（図表の「全体」に対応）を把握する

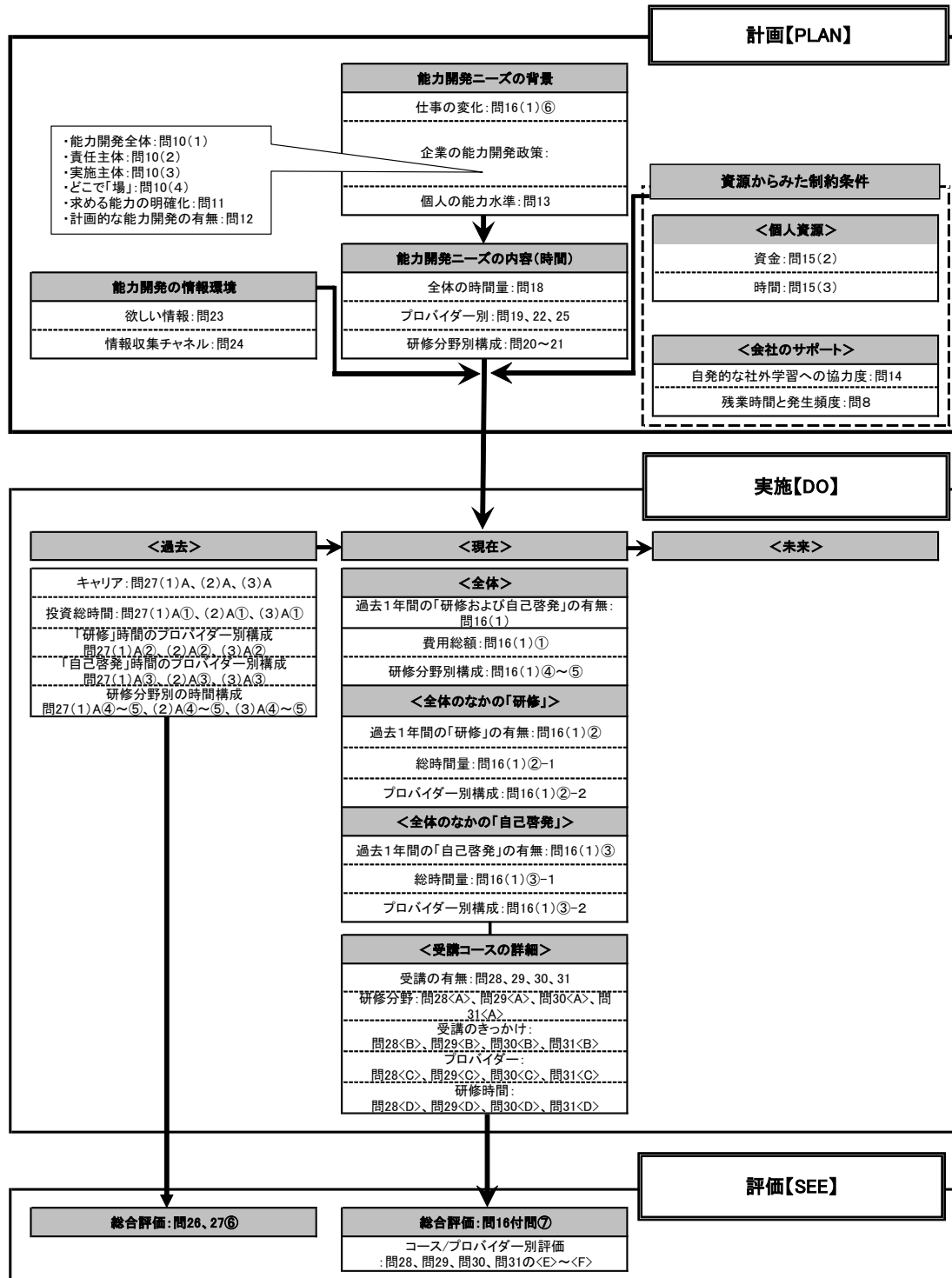
③以上の点を研修（「全体のなかの研修」）と自己啓発（「全体のなかの自己啓発」）に分けて把握する

④さらに現在については、個人が受講したコース特性を把握する（「受講コースの詳細」）

最後に、こうように展開された能力開発行動を、研修コースや教育訓練プロバイダーに対する個人の評価（「評価情報」）と、個人にとっての能力開発効果の評価の二つの面から評価する。

後述する個人を対象にしたアンケート調査は**図表 1-1-3**に示したフレームワークに基づいて設計しており、図表内に示してある設問番号は、正社員用のアンケート調査票の設問番号を例示したものである。

図表 1-1-3 個人の能力開発行動をみる視点



#### 4. 調査の概要と報告書の構成

労働市場全体の状況を把握できるデータを得る。雇用形態による需要構造の違い、つまり正社員、非正社員（パート、アルバイト）、自由業・自営業それぞれの需要構造の特徴を把握

する。以上の2点を重視して、本調査は、総務省統計局「就業構造基本調査」（平成14年度）から得られる年代別、男女別、就業形態別の就業者構成に基づき調査会社保有のモニターから無作為に抽出された個人を対象にアンケート法で実施されている。

調査の回答者は4,412人（有効回収率84.0%）であり、雇用形態別構成は正社員が67.3%、パート・アルバイト（以下では非正社員と呼ぶ）が20.1%、自由業・自営業が12.6%である。また主要な特徴は、性別には男性61.0%、女性38.9%、年齢別には20歳代が15.6%、30歳代が31.0%、40歳代が26.5%、50歳代が26.7%である。最終学歴別には、高校卒（34.4%）と大学・大学院卒（39.4%）が中心であり、それに専修・専門学校卒（12.6%）と短大・高専卒（10.8%）が次いでいる（第2部、第1章、5調査の方法 参照）。

本報告書は二つの部から構成されている。第2部では調査結果についての詳細な分析が行われている。この第1部では、第2章において、第2部で明らかにされた主要な点を整理し、それらの結果を踏まえて第3章で結論を提示している。



## 第2章 調査結果の概要

### 1 能力開発ニーズの背景と内容

#### 1.1 能力開発ニーズの背景

##### 1.1.1 勤務先の能力開発政策からみた背景

###### (1) 教育訓練の全般的方針

###### ①教育訓練対象者の方針

勤務先の教育訓練の基本方針について、正社員の労働者はどのように考えているのか。まず教育訓練の対象者に関する方針についてみると、社員等の全体的な底上げを重視しているとする底上げ教育派が7割近く（「底上げ教育を重視」22.2%+「どちらかと言えば重視」56.1%）にのぼり、それに比べて、優秀な社員等を選抜して教育することを重視しているとする選抜教育派は2割（「選抜教育を重視」4.2%+「どちらかと言えば重視」16.4%）にとどまる。勤務先特性（従業員規模等）との関連では、公務は民間企業に比べて底上げ教育を重視する傾向がみられる。

###### ②教育訓練の責任主体の方針

基本方針を「教育訓練は誰の責任か」の面からみると、社員等の教育訓練を行うのは勤務先の責任とする会社派が5割強（「会社等の責任」18.8%+「どちらかと言えば会社等の責任」36.8%）、社員等の責任とする社員派は4割強（「社員・職員個人の責任」11.1%+「どちらかと言えば社員・職員個人の責任」32.4%）である。こうした企業の方針に対する個人の認識は年齢によって異なり、高年齢者ほど会社派が多くなる。勤務先特性別には、民間企業に比べて公務部門で、民間企業のなかでは大手企業で会社派が多い。

###### (2) 教育訓練の実施体制

###### ①教育訓練の計画化の状況

実施体制でまず問題になるのは教育訓練の計画性である。「計画的に実施されているか」の設問に対して肯定的な回答（「そう思う」と「ややそう思う」の回答）をした労働者等は、OJTでは49.6%であるが、Off-JTでは32.9%にとどまる。こうした計画的な実施体制については、OJT、Off-JTにかかわらず、正社員が非正社員に比べて肯定的である。さらに正社員についてみると、Off-JTは民間企業より公務部門で、民間企業のなかでは大手企業ほど計画性があるとしている。非正社員では、若年者ほどOJT、Off-JTにかかわらず計画的に実施されているとしている。

###### ②Off-JTの実施主体と実施方法

つぎにOff-JTの実施状況を「教育を主導する主体は本社か事業部・事業所等のライン部門か」の実施体制の面からみると、本社主導型（「本社主導を重視」18.5%+「どちらかと言えば重視」31.9%）とライン部門主導型（「ライン部門主導を重視」10.5%+「どちらかと言えば重視」36.4%）が拮抗している。これを正社員の勤務先特性別にみると、公務部門は民間

企業に比べて本社主導型が多く、職種別には、事務職と営業・販売職は本社主導型、現業職はライン部門主導型が多い。

Off-JT の社内外での実施方法については、勤務先は社内訓練を重視しているとする社内派が 6 割強（「社内を重視」23.6%+「どちらかと言えば重視」41.1%）、社外機関を重視しているとする社外派が 3 割強（「社外を重視」7.2%+「どちらかと言えば重視」25.9%）の構成である。これを正社員の勤務先特性別にみると、民間企業より公務部門で、民間企業のなかでは大手企業で社内派が多くなる。

## 1. 1. 2 労働者等の能力からみた背景

### （1）能力レベルの自己評価

労働者等の能力開発行動は、「現在の能力水準はどの程度なのか」と「どのような能力が求められているのか」の二つの面から自己の能力を知ることから始まる。まず前者については、現在の能力レベルは勤務先・上司から求められている能力を 100 とすると 74.2 の水準にあるとしており、この水準については正社員、非正社員の違いはない。この点を正社員についてみると、高年齢者ほど能力レベルを高く自己評価している。

### （2）勤務先・上司が求める能力を知らせる仕組み

つぎに、労働者等は勤務先の求める能力を正しく認識しているのか。「会社等・上司が能力を十分に知らせているか」の設問に対して、肯定意見が 6 割（「そう思う」17.3%+「ややそう思う」41.5%）、否定意見が 4 割（「そう思わない」9.1%+「あまりそう思わない」31.0%）の構成であり、この点については正社員、非正社員による違いはない。さらに正社員についてみると職種によって異なり、営業・販売職は肯定的、事務職は否定的との特徴がある。

## 1. 1. 3 仕事の変化からみた背景

教育訓練が必要になる仕事上の理由として最も重視されている点は知識・能力の高度化（「そう思う」と「ややそう思う」の合計比率が 86.1%）であり、責任の高度化（同 77.9%）、仕事範囲の拡大（同 76.3%）、能率・成果の厳格化（同 65.5%）が続いている。雇用形態別には、いずれの仕事の変化についても、自由業・自営業、正社員、非正社員の順で重視されている。これを正社員についてみると、職種によって異なり、サービス職はすべての点を、専門・技術職は知識・能力の高度化を重視している。また自由業・自営業では業種による違いがみられ、医療・福祉業がすべての変化を重要な背景として重視している。

## 1. 2 能力開発ニーズの内容

### 1. 2. 1 時間面からみたニーズ

#### （1）全体時間からみたニーズ

それでは、労働者個人は以上のことを背景として、どのような能力開発ニーズを持ってい

るのか。この点を、研修や自己啓発のための時間をどの程度増やしたいと考えているのかという観点からみると、時間の増加派(49.8%：「増やしたい」17.2%+「やや増やしたい」32.2%)と現状維持派(同43.6%)が拮抗した構成であり、このニーズの強さは正社員、自由業・自営業、非正社員の順である。これを正社員についてみると、年齢別には、働き盛りの30歳代と40歳代で、企業規模別には大手企業で、職種別には営業・販売職でニーズが大きくなっている。非正社員では、若年層ほどニーズが大きい。自由業・自営業では、年齢別には若年層で、業種別には教育・学習支援業で大きい。

## (2) 教育訓練機関からみたニーズ構造

以上の時間からみたニーズの構造を、受講したい教育訓練機関と訓練分野の二つの面からみると、まず教育訓練機関別の構造は、「自学自習」に対するニーズが最も強く(「増やしたい」+「やや増やしたい」が52.2%)、これに「社外の教育訓練機関の講座・コース等」(同35.7%)、「社外組織の講座・コース等」(同30.7%)、「会社提供の講座・コース等」(同27.9%)の順で続く。これを雇用形態別にみると、正社員は「社外の教育訓練機関」と「社外組織」、自由業・自営業は「自学自習」を増やしたいとする傾向にある。

さらに正社員についてみると、年齢別には、若年ほど「自学自習」の増加を考えている。職種別には、専門・技術職が「社外の教育訓練機関」、「社外の組織」、「自学自習」、事務職が「社外の教育訓練機関」と「自学自習」の拡大に積極的である。非正社員では、若年ほど、どの教育訓練機関についても時間の増加に積極的である。自由業・自営業でも、若年ほど「会社等」「社外の教育訓練機関」「自学自習」の時間を増やそうとしている。さらに業種別には、医療・福祉が「会社等」、「社外の教育訓練機関」、「社外の組織」、教育・学習支援業が「自学自習」の増加に積極的である。

## (3) 訓練分野からみたニーズ構造

第二の訓練分野からみたニーズ構造については、増加派(「増やしたい」+「やや増やしたい」)の最も多い分野は専門知識・技術・技能研修(62.0%)とOA・コンピュータ研修(55.6%)であり、それ以外は語学研修(40.7%)、マネジメント研修(35.7%)、ビジネス基礎研修(24.5%)の順で続いている。雇用形態別にみると、正社員ほどマネジメント研修と専門知識・技術・技能研修を増やそうとする傾向にある。

さらに正社員についてみると、年齢別には、若年ほどビジネス基礎研修、専門知識・技術・技能研修、語学研修、OA・コンピュータ研修を、職種別には、専門・技術職が専門知識・技術・技能研修と語学研修を、事務職が語学研修とOA・コンピュータ研修を、営業・販売職がマネジメント研修を増やそうと考えている。同じように非正社員、自由業・自営業でも、若年ほど全般的に積極的である。さらに自由業・自営業については業種によってニーズの構造が異なり、建設業はビジネス基礎研修とマネジメント研修、教育・学習支援業は専門知識・技術・技能研修と語学研修、金融・保険・不動産業はOA・コンピュータ研修、医療・福祉は専門知識・技術・技能研修を増やす傾向にある。

訓練分野のニーズ構造をさらに資格取得に絞ってみると、増加派 52.5%、現状維持派 40.5%の構成であり、正社員と非正社員はほぼ水準にあるが、それに比べると自由業・自営業のニーズは小さい。これを正社員についてみると、年齢別には、若年ほどニーズが大きい。職種別には事務職と営業・販売職で大きく、現業職で小さい。同様に非正社員、自由業・自営業でも、若年ほど大きく、自由業・自営業は業種によって異なり、建設業が積極的、製造業が消極的である。

## 1. 2. 2 社外教育訓練機関に対するニーズ構造

### (1) 社外教育訓練機関全体について

つぎに社外教育訓練機関に対する受講ニーズの詳細を受講希望の観点からみると、公益法人（「利用したい」と「ある程度利用したい」の合計比率が 57.7%）が最も強く、民間教育訓練機関 53.6%、公共職業訓練機関 53.3%、経営者団体 49.1%、設備機器メーカ等 48.6% が 50%前後で続き、専修学校等（学校・各種学校） 45.3%、大学等（大学・大学院・短大・高等専門学校） 42.5%の学校機関に対するニーズが最も小さい。雇用形態別には、ほぼ全ての機関について正社員のニーズが非正社員、自由業・自営業を上回っているが、公共職業訓練機関に限って非正社員のニーズが大きい。

これを正社員についてみると、年齢別には、おおむね若年ほど民間教育訓練機関、専修学校等に対するニーズが、勤務先特性との関連では、おおむね大手企業ほど民間教育訓練機関、大学等に対するニーズが、公務部門では大学等に対するニーズが大きい。職種別には、事務職で公益法人、経営者団体、専修学校等、大学等、専門・技術職で大学等、現業職で公共職業訓練機関に対するニーズが大きい。非正社員については、若年ほど社外機関の利用に積極的であり、設備機器メーカ等、民間教育訓練機関、公益法人、専修学校等、大学等でその傾向がみられる。自由業・自営業では、若年ほど民間教育訓練機関、経営者団体、専修学校等に対するニーズが大きい。

### (2) 長期コースについて

こうした社外の教育訓練機関に対するニーズを、夜間大学院等を含めた長期教育訓練コースに絞ってみると、「受講したいか」に対する肯定意見は3割弱（「そう思う」7.5%と「ややそう思う」20.8%）と多くなく、こうした構造の雇用形態による違いは小さい。これを正社員についてみると、年齢別には 30 歳代の働き盛りで、職種別には、専門・技術職と事務職で強い。非正社員と自由業・自営業では、若年ほど受講ニーズが大きい。さらに自由業・自営業は業種によって異なり、金融・保険・不動産業、医療・福祉、教育・学習支援業でニーズが大きい。

## 2. 個人が活用できる能力開発資源

### 2. 1 個人が所有する資源

### **(1) 「金」からみた資源の状況**

自己啓発を行うには、「金」と「時間」の資源を必要とするが、個人はそれらをどの程度確保できるのか。まず「金」の面からみると、2004年の年収は平均426.8万円で、そのうち自己啓発のために使える金額（自己啓発予算額）は11万9,500円、年収に占める自己啓発予算額の比率（自己啓発予算比率）は2.80%である。雇用形態別には、自由業・自営業5.31%（20万2,000円）、非正社員4.86%（6万4,900円）、正社員2.32%（12万400円）の順である。

正社員の自己啓発予算比率をみると、年齢別には20歳代で、企業規模別には小企業で高い。職種別には、サービス職で高く、営業職と現業職で低い。非正社員では、20歳代が高い水準にある。自由業・自営業では業種による違いが大きく、同比率の大きい業種は教育・学習支援業ついで卸売・小売業であり、小さいのは金融・保険・不動産業と飲食店・宿泊業である。

### **(2) 「時間」からみた資源の状況**

つぎに「時間」についてみると、自己啓発のために使える時間（自己啓発可能時間）は平均115.8時間であり、雇用形態別には、自由業・自営業（145.5時間）、正社員（114.0時間）、非正社員（103.2時間）の順である。これを正社員についてみると、年齢別には若年ほど長く、職種別には、サービス職ついで事務職が長く、現業職が短い。非正社員、自由業・自営業についても若年ほど長い傾向があり、さらに自由業・自営業については、教育・学習支援業ついで金融・保険・不動産業で長く、飲食店・宿泊業で短い。

## **2. 2 勤務先から得られるサポート**

### **(1) 自発的な社外教育への勤務先の協力度**

勤務先の協力体制は個人が社外で自己啓発を行うための重要な資源の一つである。先輩・同僚（「協力的である」と「やや協力的である」の合計値が61.2%）が最も協力的であり、これに直属上司（同58.2%）、会社等（同56.1%）が続いており、いずれも6割前後の比率であるので、全体としては、かなりの程度協力を得ることができる状況にあるといえるだろう。これを雇用形態別にみると、非正社員に比べて正社員は全ての面で勤務先から協力を得られる体制のもとにある。さらに正社員についてみると、年齢別には高年齢者ほど勤務先が協力的、勤務先特性別には、民間企業に比べて公務部門が全ての面で勤務先が協力的としている。職種別には、専門・技術職と事務職が全ての面で勤務先の協力を高く評価しているのに対して、現業職は低く評価している。

### **(2) 残業の状況**

さらに、残業の状況は個人が自己啓発に配分できる時間を制約する。そこでまず平均残業時間をみると平均9.4時間であり、正社員のそれは非正社員を大きく上回る。これを正社員についてみると、大手企業ほど長く、職種別には、営業・販売職と現業職で長く、事務職で短い。

また突発的な残業が頻繁に発生すると社外で学ぶことが難しくなるので、事前に残業を予測ができるかどうかも問題になる。突発的な残業が全く発生しない者は 1.9%にとどまり、しかも、「ある程度ある」(40.7%)と「頻繁にある」(32.0%)を加えると 7 割以上になることから、突発的な残業が日常的に発生している状況にある。こうした頻度は非正社員に比べて正社員で多く、正社員については、職種によって異なり、営業・販売職で多く、事務職で少ない。

## 2. 3 情報資源

### (1) 個人にとって重要な情報資源

「金」と「時間」とともに重要な資源は「情報」である。社外機関を利用する場合に個人が重視する情報（「重視する」と「やや重視する」の合計比率）は、研修費用(89.5%)の情報、研修時間帯(89.2%)、研修時間数(88.3%)、利便性(83.7%)の時間面の情報、カリキュラム内容(81.4%)、取得資格・免許(85.5%)の研修内容に関する情報である。ついで費用補助(78.1%)、担当講師の質(77.3%)、コースの評判(71.5%)が重視され、それらに比べるとコースの定員(36.4%)を重視する回答は少ない。雇用形態別には、非正社員は費用補助、研修実績を、自由業・自営業は担当講師の質を重視する傾向にある。

これを正社員についてみると、若年ほど取得資格・免許、コースの評判、研修実績といった研修効果に関する情報、研修時間帯、研修時間数の研修時間に関わる情報、研修費用に関わる情報など多岐にわたる情報を重視している。職種別には、事務職ほどカリキュラム、担当講師の質、コースの評判、利用教材、利便性、研修時間帯、研修時間数といった多くの情報を重視する傾向にある。非正社員については、若年ほどカリキュラム、担当講師の質といった研修内容に関する情報、取得資格・免許、コースの評判といった研修成果に関する情報を重視している。自由業・自営業では、若年ほどカリキュラム、担当講師の質、研修時間数、取得資格・免許、研修実績、研修費用といった多様な情報を重視している。

### (2) 情報を収集する方法

こうした情報を収集するために最も重視されている方法はインターネット(55.0%)であり、社外の知人・友人(38.8%)、社外機関からの広告・ダイレクトメール(28.4%)、情報誌(24.5%)がこれに続く。それらに比べるとグループ会社等の情報(14.2%)、上司(14.6%)といった勤務先関連の方法は重視されていない。雇用形態別には、正社員は人事・教育部門等の情報を、自由業・自営業は社外の知人・友人、グループ会社等の情報を重視している。

これを正社員についてみると、年齢別には、若年ほどインターネット、情報誌、上司の方法を、高年齢者ほど社外機関の広告・ダイレクトメールを重視する傾向にあり、勤務先特性との関連では、公務部門は民間企業に比べて人事・教育部門等の情報と職場の先輩・同僚を、民間企業のなかでは、大手企業ほど人事・教育部門等の情報を重視している。非正社員については、若年ほどインターネットと情報誌を、高年齢者ほど社外機関の広告・ダイレクトメ

ール、グループ会社等の情報、職場の先輩・同僚を重視している。自由業・自営業では、高年齢者ほど社外機関の広告・ダイレクトメール、グループ会社等の情報を、若年ほどインターネットを重視する傾向にある。

### **3 投下資源量からみた「現在の」能力開発行動**

#### **3.1 「現在の」能力開発活動の状況**

##### **(1) 研修と自己啓発の実施状況**

それでは、労働者等個人は実際にどのような能力開発行動をとっているのか。過去1年間に研修（勤務先の指示によって行う Off-JT）あるいは自己啓発を行った、つまり何らかの形で能力開発活動を行った者は 43.4%であり、同比率は自由業・自営業(48.7%)と正社員(47.7%)で高く、非正社員(25.4%)で低い。これを正社員についてみると、勤務先規模別には大手企業ほど高く、職種別には、専門・技術職が高く、現業職が低い。自由業・自営業については、業種別には、医療・福祉と教育・学習支援業が高く、飲食店、宿泊業が低い。

#### **3.2 自己投資費用からみた「現在の」能力開発活動**

##### **(1) 研修・自己啓発の自己投資費用**

さらに、こうした能力開発行動の実態を個人が投下した資源の面からみてみると、過去1年間に能力開発活動(研修あるいは自己啓発)のために個人が自己負担した費用の総額は、能力開発活動を行っていない者も含めた全雇用・就業者（以下では全雇用・就業者ベースと呼ぶ）の平均で 33.1 千円であり、雇用形態別には、自由業・自営業 65.6 千円、正社員 33.0 千円、非正社員 12.6 千円になる。費用総額を正社員についてみると、職種別には、専門・技術職ついで事務職が多く、現業職が少ない。自由業・自営業については、年齢別には若年ほど多く、業種別には、医療・福祉と教育・学習支援業が多い。

##### **(2) 能力開発予算額に対する割合**

以上の自己負担費用を、能力開発のために使える予算額（前述の自己啓発予算額）に占める比率（投資割合）でみると平均 29.3%であり、雇用形態別には、自由業・自営業(34.7%)、正社員(29.3%)、非正社員(19.5%)の順番である。これを正社員についてみると、職種別には、専門・技術職ついで事務職が高い。自由業・自営業については、年齢別では若年ほど高く、業種別には製造業、医療・福祉、教育・学習支援業が高く、卸・小売業が低い。

##### **(3) 年収に対する割合**

さらに自己負担費用の年収に対する割合をみると平均 0.79%であり、雇用形態別には、自由業・自営業(1.78%)、非正社員(0.96%)、正社員(0.65%)の順である。同比率を正社員についてみると、年齢別では、40歳代を底にして20歳代と50歳代が高いU字カーブを描いており、職種別には、専門・技術職ついで事務職とサービス職が高く、現業職が低い。自由業・自営業については、年齢別には若年ほど高く、業種別には、教育・学習支援業ついで製造業

と医療・福祉が高く、飲食店・宿泊業が低い。

### 3. 3 投資時間からみた「現在の」能力開発活動

#### (1) 能力開発活動全体について

##### ① 研修・自己啓発のための全投資時間

つぎに能力開発行動を時間の面からみると、過去1年間に研修・自己啓発のために投資した時間は全雇用・就業者ベースで平均47.9時間である。なお、この時間数が後述の研修時間数と自己啓発時間数の合計と異なるのは、研修時間数と自己啓発時間数の両者を回答した場合について、両者を合計して研修・自己啓発の時間として計算しているからである。

つぎに雇用形態別には、自由業・自営業(79.8時間)、正社員(49.6時間)、非正社員(27.4時間)の順である。これを正社員についてみると、年齢別では、40歳代を底にして20歳代と50歳代が長いU字カーブを描いており、職種別には、専門・技術職が長く、現業職が短い。自由業・自営業については、業種別には、教育・学習支援業ついでサービス業と医療・福祉が長く、飲食店・宿泊業が短い。

##### ② 訓練分野からみた時間構造

こうした研修・自己啓発のための投資時間の訓練分野別構成は、専門知識・技術・技能が52.1%と多くを占め、残りはOA・コンピュータ知識(13.1%)、マネジメント(12.0%)、語学(8.4%)、ビジネス基礎知識(6.2%)である。雇用形態別には、自由業・自営業は専門知識・技術・技能が、正社員はマネジメントが多い。これを正社員についてみると、年齢別には、若年ほど専門知識・技術・技能とビジネス基礎知識、高年齢層ほどマネジメントが多い。職種別には、専門・技術職では専門知識・技術・技能、営業・販売職と現業職ではマネジメント、事務職ではOA・コンピュータ知識が多い。非正社員については、高年齢層ほど専門知識・技術・技能が多い。自由業・自営業については、医療・福祉業で専門知識・技術・技能が多い。

#### (2) 研修の場合

##### ① 研修のために投資した時間

以上の点を研修、自己啓発それぞれについてみると、まず前者については、過去1年間に研修のために投資した時間は全雇用・就業者ベースで平均18.2時間であり、雇用形態別には、自由業・自営業(25.4時間)、正社員(19.8時間)、非正社員(8.1時間)の順である。投資時間を正社員についてみると、年齢別には、20歳代と50歳代で多くなるU字型のカーブであり、企業規模別には、おおむね大手企業ほど長く、職種別には、専門・技術職ついでサービス職と営業販売職で長く、現業職で短い。非正社員については、ほぼ若年ほど長い。自由業・自営業については、教育・学習支援業、医療・福祉、金融・保険・不動産が長く、卸・小売業が短い。

##### ② 教育訓練プロバイダーからみた時間構造



こうした研修のための時間の教育訓練プロバイダー別構成は、会社・グループ会社が45.8%と多く、残りを社外教育訓練機関(30.9%)と設備機器メーカ等(14.6%)が占める。雇用形態別には、正社員と非正社員では会社・グループ会社、正社員で社外教育訓練機関、自由業・自営業では設備機器メーカ等が多い。これを正社員についてみると、勤務先規模別には、大手企業ほど会社・グループ会社、小企業ほど社外教育訓練機関と設備機器メーカ等が多い。年齢別には、若年ほど会社・グループ会社、高齢者ほど設備機器メーカ等が多くなり、職種別には、現業職で会社・グループ会社、専門・技術職で社外教育訓練機関が多い。非正社員については、若年ほど会社・グループ会社が多い。自由業・自営業については、年齢別には、若年ほど社外教育訓練機関が、業種別には、金融・保険・不動産、教育・学習支援業、医療・福祉業で会社・グループ会社が、サービス業で社外の教育訓練機関が、建設業で設備機器メーカ等が多い。

### **(3) 自己啓発の場合**

#### **①自己啓発のために投資した時間**

つぎに自己啓発についてみると、過去1年間に投資した時間は全雇用・就業者ベースで平均31.0時間であり、雇用形態別には、自由業・自営業(47.5時間)、正社員(30.9時間)、非正社員(20.9時間)の順である。これを正社員についてみると、企業規模別には、おおむね大手企業ほど長く、年齢別には、20歳代と50歳代で長くなるU字型のカーブであり、職種別には、専門・技術職が長く、現業職が短い。自由業・自営業については、教育・学習支援業ついでサービス業が長く、飲食店・宿泊業が短い。

#### **②自己啓発時間比率と時間投資比率**

以上の自己啓発時間の、研修と自己啓発を合わせた投資時間全体に占める比率(自己啓発時間比率)は63.1%であり、雇用形態別には、非正社員(70.9%)、自由業・自営業(65.7%)、正社員(61.1%)の順である。同比率を正社員についてみると、職種別には、事務職とサービス職が高く、営業・販売職が低い。自由業・自営業については、教育・学習支援業と卸売・小売業が高く、金融・保険・不動産業と医療・福祉が低い。

さらに、自己啓発時間を自己啓発に投資できる時間に対する割合(時間の投資比率)で見ると全雇用・就業者ベースの平均が28.4%であり、雇用形態別には、自由業・自営業(34.7%)、正社員(28.7%)、非正社員(21.2%)の順番である。この比率を正社員についてみると、職種別には、専門・技術職が高く、現業職が低い。自由業・自営業については、教育・学習支援業ついでサービス業が高い。

#### **③教育訓練プロバイダーからみた時間構造**

自己啓発時間の教育訓練プロバイダー別構成は自学自習が50.9%を占め、残りは社外教育訓練機関(20.8%)、会社・グループ会社(15.0%)、設備機器メーカ等(8.0%)であり、雇用形態別による違いは小さい。これを正社員についてみると、年齢別には若年ほど自学自習が多く、職種別には、専門・技術職で自学自習が、現業職で会社・グループ会社が、事務職で社外教

育訓練機関が多い。自由業・自営業については、教育・学習支援業で自学自習が多い。

#### ④資格取得のための時間の比率

研修と自己啓発を合わせた投資時間全体に占める資格取得のための時間の比率は平均25.9%であり、雇用形態別には、非正社員(40.3%)、正社員(35.9%)、自由業・自営業(31.2%)の順である。これを正社員についてみると、年齢別には若年ほど高く、職種別には、現業職が高く、営業・販売職とサービス職が低い。非正社員については、若年ほど高い。自由業・自営業については、建設業が高く、卸・小売業が低い。

### 3. 4 「現在の」能力開発活動の背景と活動

#### (1) 「現在の」能力開発活動を行う背景

「現在の」能力開発活動を行う仕事上の理由としては、知識・能力の高度化(「そう思う」+「やや思う」の合計86.1%)が最も多く、ついで責任の高度化(同77.9%)、仕事範囲の拡大(同76.3%)、能率・成果の厳格化(同65.5%)が続いている。雇用形態別には、すべての理由について自由業・自営業が多く、次いで正社員、非正社員の順が続いている。これを正社員についてみると、職種別には、サービス職で仕事範囲の拡大、責任の高度化、専門・技術職で知識・能力の高度化、営業・販売職で能率・成果の厳格化が多い。自由業・自営業については、すべての理由について医療・福祉業の指摘が多くなっている。

#### (2) 「現在の」能力開発活動の評価

##### ①全般的な評価

「現在の仕事にどの程度役立っているのか」の観点から、「現在の」能力開発活動の評価してもらおうと、「どちらともいえない」を超えて肯定的に評価している者は79.7%であり、雇用形態別には、自由業・自営業で評価が高く、次いで正社員、非正社員の順が続いている。これを正社員についてみると、職種別にはサービス職で高く、現業職で低い。自由業・自営業については、教育・学習支援業で評価が高く、卸・小売業で低い。

##### ②教育訓練方法別の評価

これまでの能力向上に対して、個々の教育訓練方法がどの程度貢献してきたと雇用労働者は考えているのか。能力向上全体を100%としたときの各方法の貢献度は、OJTが43.8%で最も大きく、ついで自己啓発(28.1%)、社内でのOff-JT(14.7%)、社外でのOff-JT(13.4%)が続き、OJT4割、Off-JT3割、自己啓発3割の構成である。こうした構成は雇用形態によって異なり、正社員はOJT4割、Off-JT3割、自己啓発3割、非正社員はOJT5割、Off-JT2割、自己啓発3割の構成である。

これを正社員についてみると、企業規模別には、大手企業ほどOff-JTが多い。年齢別には、若年ほどOJTと自己啓発、高年齢者ほどOff-JTが多く、職種別には、現業職でOJT、専門・技術職と営業販売職でOff-JT、事務職で自己啓発が多くなる。自由業・自営業については、建設業でOff-JT、製造業で自己啓発が多い。

## 4 受講した研修コースの特徴を明らかにする

### 4.1 社内講座

#### (1) 受講経験

さらにここでは、労働者などが受講した現在の研修コースの特徴を社内講座、社外講座、通信教育、自主的な勉強会・交流会に分けて明らかにしている。まず過去3年間に社内講座を受講した人は33.0%であり、この受講者比率は正社員(40.7%)、自由業・自営業(21.7%)、非正社員(14.1%)の順である。これを正社員についてみると、勤務先特性との関連では、民間企業より公務で、民間企業のなかでは大手規模で受講経験者が多く、職種別には、専門・技術職が多く、現業職で少ない。自由業・自営業では、金融・保険・不動産業が多く、建設業で少ない。

#### (2) 受講したコース分野

上記の受講者があげた代表的な研修コース(2,562コース)をみると、専門別研修(50.7%)が半分を占め、階層別研修(29.9%)、OA・コンピュータ(10.3%)がこれに続いている。専門別研修および階層別研修の内訳をみると、専門別研修では技術・技能研修(19.4%)ついで営業・販売研修(9.8%)が多く、階層別研修ではマネジメント研修(17.9%)ついでビジネス基礎研修(12.0%)が続いている。雇用形態別には、正社員ではマネジメント研修が、非正社員では営業・販売研修が、自由業・自営業では技術・技能研修が多い。

これを正社員についてみると、勤務先特性との関連では、大手企業ほど階層別研修が、小企業ほど専門別研修が、年齢別には、若年ほど営業・販売研修と技術・技能研修が、高年齢者ほど人事・労務研修が多い。職種別には、サービス職では専門別研修と技術・技能研修が、現業職では品質・安全研修が多い。非正社員については、若年ほど営業・販売研修が、高年齢者ほど技術・技能研修が多い。自由業・自営業については、高年齢者ほど専門別研修が、若年ほどビジネス基礎研修が多くなる。

#### (3) 受講のきっかけ

社内講座を受講するきっかけは、上司指示(76.7%)が圧倒的に多く、雇用形態別には、非正社員(88.7%)、正社員(77.3%)、自由業・自営業(61.4%)の順である。これを正社員についてみると、上司指示は現業職で最も多く、事務職と営業・販売職が続き、専門・技術職が最も少ない。

#### (4) 研修コースの主催組織

社内講座を主催している組織を正社員と非正社員についてみると、人事・教育部門(49.6%)が最も多く、所属部・事業部(17.3%)と親会社・グループ会社(12.9%)が続いている。雇用形態別には、非正社員に比べて正社員で人事・教育部門が多い。これを正社員についてみると、事務職は人事・教育部門、サービス職は所属課が多い。

#### (5) コースあたりの延べ研修時間

受講した社内講座のコースあたり延べ研修時間は平均23.8時間であり、正社員(24.8時間)、

自由業・自営業(21.2 時間)、非正社員(14.8 時間)の順である。これを雇用形態別にみると、正社員では若年ほど、非正社員では高年齢者ほど研修時間が長い。自由業・自営業では業種による違いが大きく、金融・保険・不動産業と卸売・小売業が長く、建設業が短い。

#### (6) コースの評価

正社員と非正社員の社内講座に対する評価は、「仕事の専門性を決めることができた」(35.4%)が最も多く、「責任ある仕事につくことができた」(12.9%)、「人脈が形成できた」(10.3%)が続いており、その他は1割にも満たない。雇用形態別には、正社員に比べて非正社員で「仕事の専門性を決めることができた」に対する評価が高い。これを正社員についてみると、企業規模別には小企業ほど、年齢別には高年齢者ほど、職種別にはサービス職で「仕事の専門性を決めることができた」の評価が高い。非正社員については、若年ほど「昇進・昇格ができた」が多い。

さらに「現在の仕事にどの程度役に立っているか」を総合的に評価してもらうと、肯定的な回答をした人が 80.3%に達している。これを雇用形態別にみると、自由業・自営業の評価が高く、正社員が低い。

## 4.2 社外講座

### (1) 受講経験

過去 3 年間に社外講座を受講した人は 31.9%であり、雇用形態別には、正社員(36.6%)と自由業・自営業(33.4%)はほぼ同水準であるが、非正社員(15.0%)の受講経験者は少ない。これを正社員についてみると、職種別には、受講経験者の多いのは専門・技術職ついで事務職であり、少ないのは現業職である。自由業・自営業では業種による違いが大きく、受講経験者の多いのはサービス業と金融・保険・不動産業であり、少ないのは製造業である。

### (2) 受講したコース分野

上記の受講者のあげた代表的な研修コース(1,992 コース)は、専門別研修(53.5%)が最も多く、階層別研修(16.1%)、OA・コンピュータ(15.5%)が続く構成であり、専門別研修の内訳をみると、技術・技能が 24.6%を占め、医療・看護・福祉(11.9%)が続く。雇用形態別には、正社員では階層別研修が、自由業・自営業では技術・技能研修が、非正社員では医療・看護・福祉研修が多い。

これを正社員についてみると、民間企業に比べて公務部門で専門別研修の経験者が少なく、年齢別には、高年齢者ほど OA・コンピュータ研修、マネジメント研修、人事・労務研修、品質・安全研修が、若年ほど専門別研修、技術・技能研修が多い。職種別には、専門・技術職で専門別研修、営業・販売職で営業・販売研修、専門・技術職と現業職で技術・技能研修が多い。非正社員については、高年齢者ほど専門別研修、医療・福祉研修が多く、特に 50 歳代以上でその傾向が顕著である。自由業・自営業については、建設業で専門別研修と技術・技能研修が、卸売・小売業では営業・販売研修と OA・コンピュータ研修が多い。

### **(3) 受講のきっかけ**

社外講座を受講するきっかけは上司指示が 46.8%にとどまり、雇用形態別にみると、正社員(52.3%)、自由業・自営業(32.6%)、非正社員(20.4%)の順である。これを正社員についてみると、年齢別には、若年ほど上司指示が多く、職種別には、現業職が多く、営業・販売職とサービス職がそれに続く。自由業・自営業については、年齢別には高年齢者ほど、業種別では卸売・小売業が多い。

### **(4) 研修コースの主催組織**

社外講座を主催している組織についてみると、最も多いのは民間教育訓練機関(30.2%)であり、これに公益法人(24.9%)と設備機器メーカー等(10.7%)を加えると全体の7割近くを占める。雇用形態別には、正社員は公益法人ついで設備機器メーカー等、非正社員は学校機関(とくに専修・各種学校)と公共訓練機関、自由業・自営業は経営者団体ついで設備機器メーカー等が多い点に特徴がある。これを正社員についてみると、勤務先特性との関連では、民間企業に比べて公務部門で公益法人と大学等が多く、民間企業のなかでは小企業ほど経営者団体が多い。職種別には、営業・販売職では民間教育訓練機関が、専門・技術職では公益法人が多い。非正社員については、高年齢者ほど経営者団体、公益法人、公共職業訓練機関が、若年ほど専修・各種学校と大学等が増加する。自由業・自営業については、年齢別には、高年齢者ほど経営者団体と大学等が多く、業種別には、金融・保険・不動産業では公益法人が、卸売・小売業では経営者団体が多い。

### **(5) コースあたりの延べ研修時間**

コースあたり延べ研修時間は平均 32.2 時間であり、雇用形態別には、非正社員(56.9 時間)、正社員(30.0 時間)、自由業・自営業(28.7 時間)の順である。これを正社員についてみると、職種別には、サービス職は長く、現業職は短い。非正社員については、若年ほど長い。自由業・自営業については、年齢別には高年齢者ほど長く、業種別には、金融・保険・不動産業が長く、卸売・小売業が短い。

### **(6) コースの評価**

正社員と非正社員の社内講座に対する評価は、「仕事の幅を広げることができた」(55.4%)が多く、これに「仕事の専門性を決めることができた」(35.6%)が続き、その他は1割にも満たない。雇用形態別には、正社員は「仕事の専門性を決めることができた」と「仕事の幅を広げることができた」を、非正社員は「将来の進路を考える機会になった」を高く評価している。これを正社員についてみると、職種別には、サービス職が「仕事の専門性を決めることができた」と「仕事の幅を広げることができた」を高く評価している。

さらに「現在の仕事にどの程度役に立っているか」を総合的に評価してもらくと、「どちらともいえない」を超えて、肯定的な回答をした人が 80.0%に達している。雇用形態別には、自由業・自営業の評価が高く、正社員、非正社員の順でこれに次いでいる。これを正社員についてみると、サービス職で高く、現業職で低い。非正社員については、高年齢者ほど評価

は高まる。自由業・自営業については、サービス業と建設業で高く、卸売・小売業、飲食店・宿泊業、金融・保険・不動産業で低い。

### 4.3 通信教育

#### (1) 受講経験

過去3年間に通信教育を受講した人は11.4%であり、雇用形態別には、正社員(14.3%)、自由業・自営業(6.9%)、非正社員(4.9%)の順である。これを正社員についてみると、企業規模別には大手企業ほど、年齢別には若年ほど多く、職種別には、事務職が多く、現業職で少ない。非正社員については、若年ほど多い。自由業・自営業については、製造業で多く、建設業と飲食店、宿泊業で少ない。

#### (2) 受講したコース分野

上記の受講者があげた代表的な研修コース(607コース)は、専門別研修(44.8%)が最も多く、階層別研修(16.8%)、OA・コンピュータ研修(10.2%)が次いでいる。さらに専門別研修のなかでは技術・技能研修(15.0%)が、階層別研修のなかではマネジメント研修(12.0%)が多い。雇用形態別には、非正社員で専門別研修と医療・看護・福祉研修が多くなっている。これを正社員についてみると、勤務先特性との関連では、民間企業に比べて公務部門では、語学研修とOA・コンピュータ研修が多く、専門別研修が少なく、民間企業のなかでは、大手企業ほど階層別研修とマネジメント研修が多くなる。年齢別には、高年齢者ほどOA・コンピュータ研修が、若年ほど営業・販売研修が多い。職種別には、営業・販売職では営業・販売研修が、現業職では技術・技能研修が、サービス職では医療・看護・福祉研修が多い。

#### (3) 受講のきっかけ

通信教育を受講するきっかけは上司指示が27.8%にとどまり、雇用形態別には、正社員(29.3%)、自由業・自営業(23.8%)、非正社員(16.3%)の順である。これを正社員についてみると、公務部門は民間企業より少なく、民間企業のなかでは大手企業ほど多くなる。職種別には、営業・販売職が多い。

#### (4) 研修コースの主催組織

通信教育の主催組織は、民間教育訓練機関(54.7%)が最も多く、それに次ぐ公益法人でも11.2%にとどまる。雇用形態別には、正社員は公益法人、非正社員は親会社・グループ会社と専修・各種学校、自由業・自営業は民間教育訓練機関が多い。これを正社員についてみると、民間企業に比べて公務部門で大学等が、年齢別には、若年ほど民間教育訓練機関が多い。職種別には、サービス職は社内が、事務職は民間教育訓練機関が多い。

#### (5) コースあたりの延べ研修時間

コースあたりの延べ研修期間は平均6.4ヶ月であり、雇用形態別には、非正社員8.1ヶ月、自由業・自営業7.3ヶ月、正社員6.1ヶ月の順である。これを正社員についてみると、専門・技術職は長く、現業職と営業・販売職は短い。

## (6) コースの評価

正社員と非正社員の通信教育に対する評価は、「仕事の幅を広げることができた」(50.6%)が最も高く、これに「仕事の専門性を決めることができた」(25.8%)、「将来の進路を考える機会になった」(10.8%)が続いており、その他は1割にも満たない。雇用形態別には、非正社員が「仕事の専門性を決めることができた」を高く評価している。これを正社員についてみると、民間企業に比べて公務部門は「希望する部門の仕事に就くことができた」を、民間企業のなかでは小企業ほど「将来の進路を考える機会になった」を評価している。年齢別には、若年ほど「仕事の専門性を決めることができた」、「将来の進路を考える機会になった」の評価が高く、職種別には、サービス職と営業・販売職は「仕事の専門性を決めることができた」を、事務職は「将来の進路を考える機会になった」を高く評価している。

さらに「現在の仕事にどの程度役に立っているか」を総合的に評価してもらくと、「どちらともいえない」を超えて肯定的な回答をした人が65.4%であり、雇用形態には、自由業・自営業と正社員の評価が高く、非正社員は低い。これを正社員についてみると、職種別では、サービス職が高く、現業職が低い。

## 4.4 勉強会・交流会

### (1) 受講経験

過去3年間に受講した社内外の自主的な勉強会・交流会を受講した人は24.9%であり、雇用形態別には、自由業・自営業(36.6%)、正社員(25.9%)、非正社員(14.2%)の順である。これを正社員についてみると、民間企業に比べて公務部門で多く、年齢別には高年齢層で多く、職種別には、専門・技術職で多く、現業職で少ない。自由業・自営業については、受講経験者は金融・保険・不動産業とサービス業で多く、飲食店・宿泊業で少ない。

### (2) 受講したコース分野

上記の受講者があげた代表的な勉強会・交流会(1,454 コース)は、専門別研修(53.2%)が過半数を超え、階層別研修(15.3%)、OA・コンピュータ研修(10.0%)の順が続いている。さらに専門別研修の内訳をみると、技術・技能研修(21.3%)が多く、これに医療・看護・福祉研修(14.4%)が続いている。雇用形態別には、自由業・自営業で専門別研修と技術・技能研修が多い。これを正社員についてみると、年齢別には、高年齢層ほど階層別研修、マネジメント研修、品質・安全研修が多く、職種別には、専門・技術職では専門別研修、技術・技能研修、医療・福祉研修が、営業・販売職では営業・販売研修が多い。非正社員について、高年齢者ほど語学研修が多い。自由業・自営業については、年齢別には、若年ほど語学研修が、高年齢者ほどOA・コンピュータ研修が増加する。業種別には、卸売・小売業では営業・販売研修が、建設業では技術・技能研修が多い。

### (3) 開催場所

受講した勉強会・交流会は社内、社外のどちらで行われたかをみると、社内35.9%、社外

62.1%であり、雇用形態別には、社内は非正社員で、社外は自由業・自営業が多い。これを正社員についてみると、年齢別には、高齢者ほど社外が多く、職種別には、社内は事務職、営業・販売職で、社外は専門・技術職、現業職が多い。自由業・自営業については、社内はサービス業が多く、社外は建設業が多い。

#### **(4) コースあたりの延べ研修時間**

勉強会・交流会の延べ研修時間は平均 20.6 時間であり、雇用形態別には、非正社員(28.5 時間)、自由業・自営業(22.6 時間)、正社員(18.7 時間)の順である。これを正社員についてみると、事務職が長く、現業職が短い。自由業・自営業については、建設業が長く、金融・保険・不動産業が短い。

#### **(5) コースの評価**

正社員と非正社員の勉強会・交流会に対する評価は、「仕事の幅を広げることができた」(55.6%)の評価が最も高く、「仕事の専門性を決めることができた」(32.6%)、「人脈が形成できた」(21.6%)が続いており、その他はごくわずかである。雇用形態別には、正社員は「仕事の幅を広げることができた」を、非正社員は「責任ある仕事につくことができた」と「将来の進路を考える機会になった」を高く評価している。これを正社員についてみると、現業職は「仕事の専門性を決めることができた」を、営業・販売職とサービス職は「仕事の幅を広げることができた」を高く評価している。非正社員については、若年ほど「昇進・昇格ができた」を評価しており、とくに 20 歳代でその傾向が顕著である。

さらに「現在の仕事にどの程度役に立っているか」を総合的に評価してもらうと、「どちらともいえない」を超えて肯定的な回答をした人が 82.5%であり、雇用形態による違いは小さい。これを正社員についてみると、サービス職、事務職、営業・販売職で高く、現業職で低い。自由業・自営業については、卸売・小売業とサービス業で高く、金融・保険・不動産業で低い。

## **5 能力開発経歴**

### **5.1 各年代の主な働き方**

ここでは 50 歳代の就業者 1,182 名（正社員 730 名、非正社員 246 名、自由業・自営業 206 名）に焦点をあて、20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代の各年代での能力開発活動の特徴を明らかにするが、その前に各年代でどのような働き方をしていたのかを、現在の雇用形態の観点から紹介しておく。

第一に、現在、正社員である者の約 8 割は年代に関わらず、正社員の働き方をしている。第二に、現在、非正社員である者は、20 歳代では約 7 割が正社員であったが、30 歳代では、正社員が 2 割強に低下し、学生・主婦が 4 割強を占めるようになる。さらに、40 歳代では、正社員は 30 歳代とほぼ同じであるが、学生・主婦が低下し、非正社員が 30 歳代の約 3 倍程



度に増加する。第三に、現在、自由業・自営業である者は、20歳代では、正社員が6割弱、自営業が2割強であるが、30歳代では、正社員が半数以下に低下し、自営業が2倍に増えている。さらに、40歳代では、正社員が30歳代から約10ポイント低下し、自営業が約15ポイント増加している。

## 5. 2 投資時間からみた能力開発活動

### (1) 能力開発活動のための全投資時間

各年代における研修・自己啓発に投資した時間を現在と比較すると、20歳代は現在と比較して「多かった」(「多かった」36.6%+「やや多かった」24.3%)が60.9%、30歳代は47.4%、40歳代は37.5%であり、若年時ほど能力開発活動に投資した時間は多く、とくに20歳代でその傾向が顕著である。これを現在の雇用形態別にみると、すべての雇用形態で全体傾向と同様の推移がみられるが、非正社員は年代を経るにつれて投資時間の減るスピードが速く、自由業・自営業は投資時間が安定的に推移している。これを正社員についてみると、勤務先規模によってパターンが異なり、①大手企業の者ほど、50歳代に比べて若い年代により多くの時間を投資し、②小企業ほど早い段階で50歳代と同水準の投資時間に低下するという特徴がみられる。

### (2) 自己啓発のために投資時間

つぎに自己啓発に限定して投資時間の推移をみると、20歳代は現在と比較して「多かった」(「多かった」24.1%+「やや多かった」21.7%)が45.8%、30歳代は「多かった」が34.2%、40歳代は28.3%になり、20歳代の投資時間がもっとも多い。これを雇用形態別にみると、すべての雇用形態で全体傾向と同様の特徴がみられるが、その傾向はとくに非正社員で顕著である。

## 5. 3 教育訓練プロバイダー別の時間構成

### (1) 研修の場合

研修のための時間の教育訓練プロバイダー別構成は、年齢を経るにつれて、会社・グループ会社が減少し、それ以外の教育訓練機関が増加する。こうした傾向はおおむね全ての雇用形態に当てはまるが、雇用者(正社員と非正社員)は50歳代で、自由業・自営業は30歳代で急減する点に特徴がある。これを正社員についてみると、職種別には、専門・技術職、事務職、営業・販売職が全体傾向と同様の動きを示しているのに対して、現職職は、会社・グループ会社が20歳代から40歳代まで同水準で推移した後、50歳代で急減するとの傾向がみられる。

### (2) 自己啓発の場合

自己啓発のための時間の教育訓練プロバイダー別構成は、40歳代までは、年代にかかわらず会社・グループ会社3割、社外教育訓練機関2割、自学自習4割であるが、50歳代になると、

会社・グループ会社が減り、社外教育訓練機関と自学自習が増え、2:3:4の割合になる。これを雇用形態別にみると、正社員は全体と同様の傾向であるが、非正社員と自由業・自営業は、会社・グループ会社が年齢とともに段階的に減少したのち、50歳代に大きく低下する。正社員についてみると、職種にかかわらず、おおむね安定的に推移してきた会社・グループ会社と自学自習が50歳代になり、前者は減少に、後者は増加に転ずる。

## 5. 4 教育訓練分野別の時間構成

### (1) 全体について

教育訓練分野別にみた研修・自己啓発に対する投資時間の構成は、20歳代から40歳代までの間に、専門知識・技術・技能研修とビジネス基礎研修が減り、マネジメント研修とO・A・コンピュータ研修が増加し、その後の40歳代から50歳代の間は安定的に推移するとの動きを示している。これを雇用形態別にみると、正社員と非正社員では、年齢とともに減少してきた専門知識・技術・技能研修が50歳代になると増加に転じ、正社員では、増加してきたマネジメント研修が50歳代になると減少に転じる。自由業・自営業は、年代に関わらず、専門知識・技術・技能研修が安定的に推移している。さらに正社員についてみると、専門知識・技術・技能研修は、営業・販売職と現業職では年齢とともに一貫して減少するが、専門・技術職、事務職、サービス職では50歳代になると増加に転じる。マネジメント研修は、現業職では比較的安定的に推移しているが、それ以外の職種では40歳までは増加し、50歳代に減少に転じる。

### (2) 資格取得のための研修・自己啓発の時間の比率

研修・自己啓発の総時間に占める資格取得の研修・自己啓発の時間の比率は、年齢とともに低下し、この傾向はすべての雇用形態で同じようにみられる。これを正社員についてみると、専門・技術職は年齢とともに一貫して低下するが、それ以外の職種は、40歳代まではほぼ同水準で推移し、50歳代になると急減する。

## 5. 5 能力開発活動の評価

各年代の能力開発活動が現在の仕事にどの程度役立っているのかについてみると、現在の能力開発に対する評価が最も高く、20歳代、30歳代、40歳代に対する評価には大きな違いがみられず、こうした評価の結果はいずれの雇用形態をみても変わらない。これを正社員についてみると、他の職種が全体傾向と類似しているのに対して、専門・技術職は年代間で評価の違いがみられない。

### 第3章 結論

#### 1. 現状の能力開発行動の特徴を確認する

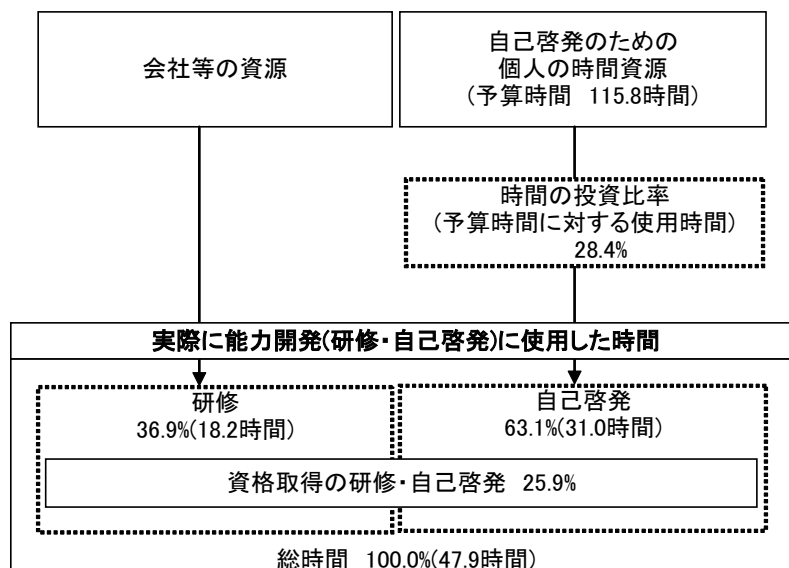
##### (1) 能力開発に投下されている時間と資金

###### ① 能力開発行動の全体像

これまで主要な調査結果を整理してきたが、それを踏まえると、個人の能力開発行動にどのような特徴がみえてくるのか。この点をまず、能力開発に投下された時間と資金の面からみてみたい。

時間から能力開発行動をみた図表 1-3-1 によると、就業者個人は能力開発のために年間 47.9 時間を投下しており、年間の総労働時間を 2 千時間とすると、労働時間のほぼ 2～3% にあたる時間を能力開発のために使っていることになる。

図表 1-3-1 時間からみた能力開発行動の構造



(注)

- ① (「自己啓発のための個人の時間資源」×「時間の投資比率」)の値が「自己啓発の時間」と一致しないのは、「自己啓発のための個人の時間資源」と「自己啓発の時間」はそれぞれの有効回答に基づいて計算し、「時間の投資比率」は「自己啓発のための個人の時間資源」と「自己啓発の時間」の両者が有効回答である場合に計算された値であるためである。
- ② 「研修の時間」と「自己啓発の時間」の合計値と「総時間」値が一致しないのは、「研修の時間」と「自己啓発の時間」はそれぞれの有効回答に基づいて計算し、「総時間」は「研修の時間」と「自己啓発の時間」の両者が有効回答である場合に計算された値であるためである。
- ③ 研修と自己啓発の総時間に占める比率は、総時間を計算するさいのデータに基づいて算出さ

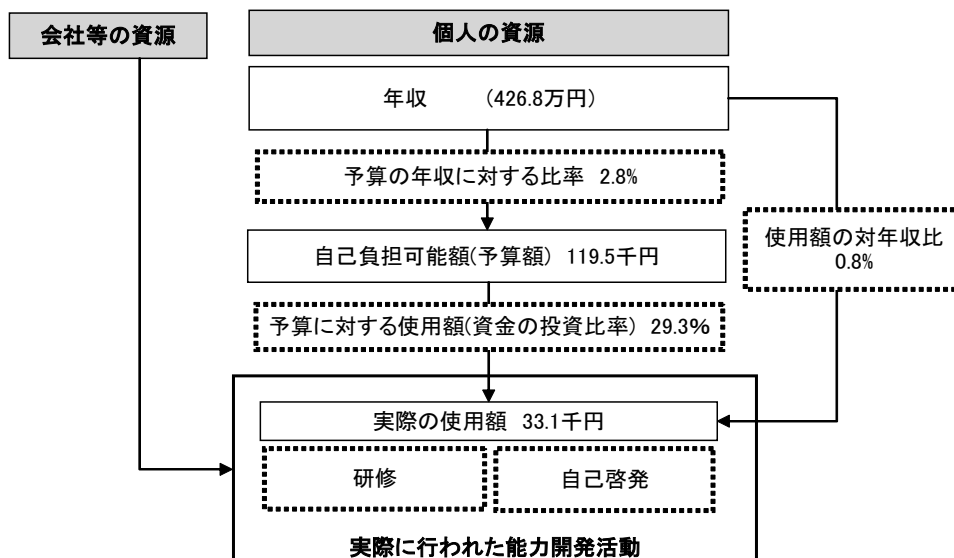
れている。

その内訳は、勤務先の支援のもとで行われる研修が 4 割弱(36.9%)、自己啓発が 6 割強(63.1%)の構成であり、また総時間のほぼ 1/4(25.9%)が資格取得のために使われている。

さらに自己啓発のために実際に費やされた時間は、個人が自己啓発に使用可能であるとする 115.8 時間(つまり時間面からみた予算)の約 3 割(28.4%)であり、自己啓発のために費やす時間にはかなりの余裕があるというのが現状である。さらに、個人の能力開発行動の経歴をみると、20 歳代の若い時期に研修・自己啓発に多くの時間を費やすが、世代を経るにしたがって時間数は確実に低下し、50 歳代になると再び増加に転じる U 字型のカーブを描いていることも明らかにされた。

同様に資金の面から能力開発行動の構造を整理すると、**図表 1-3-2** のようになる。

**図表 1-3-2 資金からみた能力開発行動の構造**



(注)

①(「自己負担可能額」×「資金の投資比率」)の値が「実際の使用額」と一致しないのは、「自己負担可能額」と「実際の使用額」はそれぞれの有効回答に基づいて計算し、「資金の投資比率」は「自己負担可能額」と「実際の使用額」の両者が有効回答である場合に計算された値であるためである。

②同様に「年収」と「自己負担可能額」はそれぞれの有効回答に基づいて計算し、「予算の年収に対する比率」は「年収」と「自己負担可能額」の両者が有効回答である場合に計算された値、「使用額の対年収比」は「年収」と「実際の使用額」の両者が有効回答である場合に計算された値である

図表内にある「予算額」は、自己啓発のための予算額として調査されている。しかし、勤務先の行う研修の自己負担分も、この予算のなかから支出されるだろう。また自己啓発についても、勤務先から資金的な援助を受ける場合があり、この予算は勤務先の援助を除いた自己負担分に対応して作成されるだろう。このように考えると、予算は自己啓発と研修にかかわらず、個人が自己負担する部分をカバーしていると考えるのが自然である。

以上の点を踏まえて同図表をみると、個人は年収の 2.8%(119.5 千円)を能力開発のための予算と考え、そのなかの年収の 0.8%にあたる 33.1 千円を能力開発のために実際に支出している。この支出額の予算額に占める比率(資金の投資比率)は 29.3%であり、この水準は前述した時間の投資比率とほぼ等しく、資金面からみても、個人はまだかなりの余裕を残しているといえそうである。

## ②雇用形態からみた特徴

こうした能力開発行動は、雇用形態によってどのように異なるのか。時間の面からみると(図表 1-3-3 を参照)、予算時間、実際の使用時間、時間の投資比率のいずれにおいても、自由業・自営業が雇用者(正社員と非正社員)を、また雇用者のなかでは正社員が非正社員を上まわる水準にある。さらに勤務先の指示による研修と自己啓発に費やした時間の構成(自己啓発時間比率)が異なり、非正社員は自己負担で(つまり自己啓発で)能力開発を行い、正社員は勤務先(つまり研修)に依存して能力開発を行い、自由業・自営業は両者の中間にあるという傾向がみられる。

図表 1-3-3 雇用形態別の資金と時間からみた能力開発行動の構造

	資金の面					時間の面						
	予算額		実際の使用額	資金の投資比率 (使用額の対予算比)	使用額の対年収比	自己啓発の 予算時間	時間の投資 比率《自己啓 発の場合》 (使用時間の 対予算比率)	実際の総 使用時間	研修の時 間	自己啓発 の時間	自己啓発 時間比率 (総時間に 占める自己 啓発時間 の割合)	
	金額	対年収 比										千円
千円	%	千円	%	%	時間	%	時間	時間	時間	%		
正社員	120.4	2.32	33.0	29.3	0.65	114.0	28.7	49.6	19.8	30.9	61.1	
非正社員	64.9	4.86	12.6	19.5	0.96	103.2	21.2	27.4	8.1	20.9	70.9	
自営業等	202.0	5.31	65.6	34.7	1.78	145.5	34.7	79.8	25.4	47.5	65.7	

(注)図表中の数値の計算方法については、図表 1-3-1 と図表 1-3-2 の(注)を参照のこと。

資金の面からみても、時間と同様に予算額、実際の使用額、資金の投資比率、使用額の対年収比のいずれについても自由業・自営業は雇用者に比べて能力開発に積極的である。雇用者のなかでは、正社員は非正社員に比べて実際の使用額、資金の投資比率のいずれにおいても上まわる水準にあり、より多くの資金を能力開発に投資していることが分かる。しかし、予算額と使用額の対年収比は逆の関係にあり、所得との関連で相対的にみると、非正社員は正社員以上に積極的に能力開発に自己投資しているといえるだろう。

このようにみてくると、自分の能力は自己責任で開発せざるを得ない自由業・自営業は能力開発への自己投資に積極的であり、それに比べると、企業の教育訓練に多くを頼ることができる正社員は自己投資に消極的である。さらに雇用者のなかでは、正社員は非正社員に比べて時間、資金の絶対量からみると多くの資源を自己投資しているが、所得のなかからどの程度の資金を能力開発の自己投資にまわしているのかの観点からみると、非正社員は正社員以上に能力開発に積極的に取り組んでいる。

### ③仕事特性からみた特徴

さらに前章(あるいは第2部)では、それぞれの雇用形態について勤務先特性として従業員規模等、キャリア特性として年齢、仕事特性として職種(あるいは業種)に注目して分析をしているが、全般的に勤務先特性の影響が小さいこと、年齢は若年ほど投資量が多い等予想される結果が多くみられることから、ここでは、正社員と自由業・自営業にみられる特徴を仕事特性の観点から主にみていきたい。

**図表 1-3-4** をみると、雇用者(ここでは正社員)では、専門・技術職は資金、時間の両面にわたって多くの資源を能力開発に投入する職種、それに対して現業職ついで営業・販売職は消極的な職種、サービス職と事務職はその中間に位置する職種という類型化ができる。自由業・自営業については、なんといっても教育・学習支援事業ついで医療・福祉が能力開発に積極的であり、それに比べると飲食店・宿泊業の消極さが目立っている。

**図表 1-3-4 個人の仕事特性と能力開発行動の構造**

		資金の面	時間の面
		使用額の対年収比	実際の使用時間
		%	時間
正社員 (職種の場合)	専門・技術職	◎	◎
	事務職	○	
	営業・販売職		
	サービス職	○	
	現業職	△	△
自営業等 (業種の場合)	建設業		
	製造業	○	
	卸売・小売業		
	金融・保険・不動産業		
	飲食店・宿泊業	△	△
	医療・福祉	○	○
	教育・学習支援業	◎	◎
	サービス業		○

(注)○は多いことを、◎は特に多いこと、△は少ないことを示している。

## (2) 能力開発のための資源の配分構造

### ① 訓練分野別の配分構造

それでは、個人は以上の能力開発資源を多様な研修コースにどのように配分(使用)しているのか。図表 1-3-5 をみると、時間からみた資源の訓練分野別配分構造は、専門研修 5 割、階層別研修 2 割、課題別研修(語学研修、OA・コンピュータ研修)2 割、その他 1 割の構成である。過去 3 年間に個人が受講した主要なコース数の構成もほぼこれに対応するので、こうした配分構造に間違いはないであろう。さらに主要なコース数の構成をみると、①社内講座は他の社外講座・通信教育・自主的勉強会交流会に比べて階層別研修を重視し、それ以外については、②社外講座と通信教育は課題別研修、自主的勉強会・交流会はその他を重視しており、これは、研修コースを提供する社内外の分業体制と研修方法別の分業体制の特徴をあらわしている。

図表 1-3-5 能力開発の訓練分野別構成

(単位:%)

	階層別研修全体	課題別研修		専門研修	語学	OA・コンピュータ	その他	
		ビジネスの基礎知識	マネジメント					
研修・自己啓発のための能力開発時間の構成	18.2	6.2	12.0	52.1	8.4	13.1	8.2	
(参考) 過去3年間に受講した主要コース数の構成	社内講座	29.9	12.0	17.9	50.7	3.0	10.3	5.9
	社外講座	16.1	5.4	10.7	53.5	5.0	15.5	9.1
	通信教育	16.8	6.4	10.4	44.8	13.8	10.2	13.5
	社内外の自主的勉強会・交流会	15.3	5.9	9.4	53.2	4.9	10.0	15.5

### ② 教育訓練プロバイダー別の配分構造

さらに教育訓練プロバイダー別の構成は研修と自己啓発で異なり(図表 1-3-6 を参照)、研修の場合には勤務先と社外プロバイダー(社外教育訓練機関と設備機器メーカー等をいい、以降「社外プロバイダー」という)が一对一の関係にあり、社外機関のウェイトがかなり大きい。自己啓発では、自学自習が中心になるが、社外機関にも約 3 割の時間が配分されている。

さらに同図表は研修あるいは自己啓発で活用される社外の教育訓練プロバイダーの構成を示している。このデータは、過去 3 年間に受講された主要なコースの構成であるので時間構成を必ずしも正確に表してはいないが、概況を知るには十分であろう。それによると、民間教育訓練機関と公益法人(あるいは公益法人と経営者団体を合わせた非営利の民間団体、以後、「民間の公的組織」と呼ぶ)が二大社外プロバイダーであり、それに比べると、学校(専修学校等と大学等)と公共職業訓練機関の比重は小さい。

しかも、そうした構造は雇用形態によって異なる。第一に、正社員は民間企業(設備機器メ

一カ等と民間教育訓練機関)に、非正社員と自由業・自営業はそれ以外の非営利の組織(図表 1-3-6 で公益法人、経営者団体、専修学校等、大学等、公共職業訓練機関、その他を合わせた機関をいい、以降「非営利の組織」という)に多くを依存する傾向がある。第二に、非営利の組織に注目すると、正社員は公益法人、非正社員は学校と公共職業訓練機関、自由業・自営業は経営者団体に依存する点に特徴がある。

図表 1-3-6 能力開発の教育訓練プロバイダー別構成

(単位:%)

	会社等	社外教育 訓練機関	設備機器 メーカー等	自学自習	その他
研修の時間構成	45.8	30.9	14.6	—	8.6
自己啓発の時間構成	15.0	20.8	8.0	50.9	5.4

↓

**社外プロバイダーの構成**  
(過去3年間に受講した主要な社外講座コース数の構成)

		設備機器 メーカー等	民間教育 訓練機関	公益法人	経営者団 体	専修学校 等	大学等	公共職業 訓練機関
全体 (%)		10.7	30.2	24.9	9.2	3.4	3.0	3.6
雇用・就 業形態	正社員	11.7	31.4	27.1	8.7	3.1	2.7	2.9
	非正社員	4.2	28.1	18.6	4.8	9.0	5.4	9.6
	自営業等	9.4	25.0	16.7	14.6	2.1	3.1	3.8

## 2 能力開発のニーズ構造を確認する

### (1) どの程度ニーズがあるのか

それでは、こうした能力開発行動の背景には、どのようなニーズがあるのか。時間からみたニーズの大きさをみると(図表 1-3-7 参照)、個人の半数程度(49.8%)が研修・自己啓発の時間を増やしたいと考えており、その程度は正社員、自由業・自営業、非正社員の順である。さらに仕事特性との関連では、正社員では営業・販売職で大きく、現業職で小さく、自由業・自営業では教育・学習支援業で大きい。

### (2) 研修分野別のニーズ構造

さらに、こうしたニーズの構造を研修分野別にみると(図表 1-3-7 を参照)、なんといっても専門能力を向上させるための専門研修を拡大したいというニーズが大きく、課題研修(語学研修と OA・コンピュータ研修、とくに OA・コンピュータ研修)がそれに続き、階層別研修に対するニーズが最も小さい、という構造になっている。それとともに資格取得のための研修ニーズもかなりあり、「増やしたい」とする個人は 52.5%である。それに比べると、夜間



大学等の長期訓練コースは受講に対する肯定的回答が28.5%にとどまるが、他の研修コースに比べて負担が大きいコースであることを考慮すると約3割という水準は決して低いものではない。

図表 1-3-7 研修・自己啓発ニーズの分野別構造【投下時間の見通し】

(「増やしたい」+「やや増やしたい」の比率 %)

		ニーズの大きさ	階層別研修		専門研修	語学	OA・コンピュータ	資格取得研修	長期教育訓練コース (夜間大学院等)
			ビジネスの基礎知識	マネジメント					
全体		49.8	24.5	35.7	62.0	40.7	55.6	52.5	28.5
雇用・就業形態	正社員	○		○	○			○	
	非正社員	△						○	
	自営業等								
正社員の場合 (職種)	専門・技術職				○	○			○
	事務職					○	○	○	○
	営業・販売職	○		○				○	
	サービス職								
	現業職	△		△	△	△	△	△	△

(注)「長期教育訓練コース」は、「受講したいか」の設問に対する「そう思う」「ややそう思う」の合計回答比率である。

雇用形態との関連でみると、マネジメント研修、専門研修、資格取得研修が他に比べて増加派が多いことからわかるように、全般的に正社員の研修拡大ニーズは大きいですが、それに比べると自由業・自営業のニーズは弱い。さらに正社員についてみると、全般的に現業職ついでサービス職のニーズは弱い。それに比べると専門・技術職、事務職、営業・販売職のホワイトカラー系の職種はニーズが強いが、そのなかでも職種によりニーズの構造は異なる。すなわち専門・技術職は専門研修、語学、長期教育訓練コース、事務職は語学、OA・コンピュータ研修、資格取得、長期教育訓練コース、営業・販売職はマネジメント研修、資格研修を重視する傾向が強い。

### (3) 教育訓練プロバイダー別のニーズ構造

さらにニーズの構造を教育訓練プロバイダー別にみると(図表 1-3-8 参照)、まずは自学自習でという意識が強く、さらに、それ以外については、勤務先が提供する研修以上に社外機関(社外の教育訓練機関と設備機器メーカ等)に対するニーズが大きい。ここでも全般的に正社員のニーズが大きいですが、正社員は社外プロバイダー(社外教育訓練機関と設備機器メーカ等)にニーズが向いているのに対して、自由業・自営業は自学自習を重視している。

さらに同図表の外部機関の詳細をみると、公益法人ついで民間教育訓練機関と公共職業訓

練機関に対するニーズが大きく、設備機器メーカー等と経営者団体がそれに次ぎ、それに対して学校（専修学校等、大学等）に対するニーズは小さい。このようにみても、民間企業（民間教育訓練機関、設備機器メーカー等）の提供する研修コースに対する個人のニーズはニーズ全体の一部であり、それと同等、あるいはそれを上まわる水準で非営利組織の提供する研修コースに対するニーズがあり、とくに民間の公的組織（公益法人、経営者団体）と公共職業訓練機関の存在が大きい。雇用形態との関連をみると、正社員が外部機関に対するニーズが一般的に大きい、そのなかにあつて非正社員と正社員現業職の公共職業訓練機関に対するニーズの大きさが注目される。

図表 1-3-8 研修・自己啓発ニーズの教育訓練プロバイダー別構造【投下時間の見通し】

（「増やしたい」＋「やや増やしたい」の比率 %）

会社等やグループ会社等	社外の教育訓練機関	設備機器メーカー等	自学自習
27.9	35.7	30.7	52.2

【外部機関の利用希望】

（「利用したい」＋「ある程度利用したい」の比率 %）

設備機器メーカー等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修学校等	大学等	公共職業訓練機関
48.6	53.6	57.7	49.1	45.3	42.5	53.3

### 3 能力開発行動の評価

#### （1）人材育成策全般を評価する

今回の調査は研修と自己啓発に焦点を当ててきたが、それらを実評価する前に、人材育成策全体のなかでのそれらの位置を確認しておく必要がある。これまでの能力向上に対する各人材育成策の貢献比率は、雇用者についてみると、OJT が4割(43.8%)、自己啓発が3割(28.1%)、Off-JT（つまり研修）が3割(28.1%)であると評価されている。このようにみると、個人は、研修と自己啓発の過去の能力開発に対する貢献度を全体の6割と高く評価しており、それらのあり方は能力開発に重要な役割を果たしている。さらにOff-JT（研修）のなかをみると、社内研修の貢献度(14.7%)と社外研修の貢献度(13.4%)がほぼ同等の水準にあり、社外研修の重要性が確認できる。また雇用形態別に貢献度の構成をみると、正社員がOJT4割、Off-JT3割、自己啓発3割、非正社員が同じく5割、2割、3割と評価していることか

ら、正社員に比べて非正社員は研修の機会が貧困であることが確認できる。

## (2) 研修・自己啓発を総合的に評価すると

それでは、個人は受講した研修・自己啓発をどのように評価しているのか。「現在の仕事にどの程度役立っているのか」の観点からみた総合評価は極めて肯定的であり、肯定的評価が79.6%に達する。雇用形態別にみると、自由業・自営業で評価が高く、次いで正社員、非正社員の順で続いている。正社員のなかではサービス職で評価が高く、事務職で低く、自由業・自営業のなかでは、教育・学習支援業で評価が高く、卸・小売業で低い。

それを研修方法別にみると（図表 1-3-9 の「総合的评价」欄を参照）、過去3年間に受講した自主的な勉強会・交流会、社内講座、社外講座のコースに対する評価はきわめて肯定的であり、とくに自主的な勉強会・交流会の評価は高い。それに比べる通信講座に対する評価は厳しい。こうした総合評価は、おおむね自由業・自営業が肯定的であり、それに非正社員、正社員の順で次ぐという構成である。さらに総合評価を仕事特性との関連でみると（図表 1-3-10 を参照）、正社員では、一般的にサービス職が肯定的に、現業職が消極的に評価している点が特徴的である。自由業・自営業については、サービス業が肯定的、金融・保険・不動産ついで飲食店・宿泊業が否定的な評価をしている。

図表 1-3-9 研修方法別にみた能力開発の役立った点と総合評価  
(過去3年間に受講した主要なコースについての評価)

	仕事の専門性を決めることができた	仕事の幅を広げることができた	責任ある仕事につくことができた	希望する部門の仕事につくことができた	転職・独立の準備ができた	将来の進路を考える機会になった	昇進・昇格ができた	人脈が形成できた	総合的评价(肯定的回答比率%) (注)
社内講座	35.4	55.2	12.9	2.2	1.5	4.9	4.9	10.3	80.3
社外講座	35.6	55.4	8.6	2.5	3.9	7.0	1.3	9.1	80.0
通信教育	25.8	50.6	6.2	3.0	4.2	10.8	3.4	3.5	65.4
自主的な勉強会・交流会	32.6	55.6	7.9	1.9	2.6	8.4	2.0	21.6	82.5

## (3) 研修は何に役に立ったのか

それでは研修は具体的に何に役に立っているのか。過去3年間に受講した主要コースの評価によると（図表 1-3-9）、一般的には、どの研修コースであっても、仕事の幅を広げる、ついで仕事の専門性を決めるという点で役に立ったと評価されている。これを研修方法別にみると、第一に、仕事の専門性を決める、仕事の幅を広げる、あるいは責任ある仕事につくという仕事の高度化に貢献するという点では、社内講座、社外講座、自主的な勉強会の評価は高いが、通信教育の評価は低い。第二に、将来のキャリアを考えるという点では、社内講座以外の社外から提供されることの多い研修コースが評価されており、とくに通信教育でその傾向

が強い。第三に、研修の重要な効果の一つである人脈作りについては、自主的な勉強会・交流会の役割の大きいことが分かる。

図表 1-3-10 仕事特性と総合評価

		社内講座	社外講座	通信教育	自主的な勉強会・交流会
正社員（職 の場合）	専門・技術職				
	事務職				○
	営業・販売職				○
	サービス職		○	○	○
	現業職		△	△	△
自営業等 の場合（業 種）	建設業		○		
	製造業				
	卸売・小売業		△		○
	金融・保険・不動産業		△		△
	飲食店・宿泊業		△		
	医療・福祉				
	教育・学習支援業				
	サービス業		○		○

#### 4 政策的課題を考える

##### （1）教育訓練サービス市場の重要性を再認識する

今回の調査で明らかにした以上の個人の能力開発行動をみると、教育訓練サービス市場を整備することの重要性を改めて認識できる。

人材育成に対する能力開発方法の貢献度をみると、確かに社内で提供される OJT が最も重要な役割を果たしている。しかし、教育訓練サービス市場に多くを依存する社外の Off-JT と自己啓発は、個人の能力向上をはかるうえで、OJT に社内の Off-JT を加えた内部労働市場型の教育訓練方法に匹敵する程度の貢献を果たしている。OJT 以外の能力開発方法に対する現在の資源配分構造は、この点をさらに明確にしてくれる。つまり、個人は能力開発に投入している全時間の約 6 割を自己啓発に配分しており、その水準は研修の約 4 割を大きくうわまわっている。さらに研修についても、投下された時間の半分が社外の教育訓練機関の提供するコースに使われている。

こうした社外で流通する教育訓練サービスの活用実態をみると、教育訓練サービス市場を整備することの重要性は明らかであろう。しかも、今回の調査で明らかにされた以上の点は、OJT を中心とする社内的な能力開発の重要性を高く評価してきたこれまでの常識を超えて、教育訓練サービス市場が重要な役割を果たしていることを示している。とくに雇用者と異なり社内的な能力開発に依存することの難しい自由業・自営業の非雇用型の就業者の能力開発

にとって、教育訓練サービス市場の存在はたいへん大きい。教育訓練サービス市場の強化は重要な政策課題なのである。

## **（２）求められる能力開発のための環境整備**

そうすると、どのような点を改善して機能の強化をはかるべきなのかが問題になり、そのためには、まず個人がとる「いまの」能力開発行動が、能力開発に投下される資源（資金と時間）の面からみて十分なのかを考えておく必要がある。それを正確に把握するには詳細な分析が必要になるが、少なくとも、現段階の分析結果からみても次の点が明らかになる。

個人が能力開発のために実際に投下している資源（時間と資金）は、投下可能な資源量（予算）の３割程度にとどまることを明らかにした。このことは、ニーズがあるにもかかわらず何らかの制約条件があって投下できないか、すでにニーズが満たされているのかのどちらかである。この点で参考になるのは、実際の投下資源の予算に対する割合（予算比率）の雇用形態間の違いに関する情報であり、雇用者に比べて自由業・自営業の予算比率が著しく高いこと、とくに能力開発面で有利な条件にあると考えられる正社員に比べても高いことを明らかにした。これについては二つの解釈が可能である。

まずは、勤務先から十分な教育訓練サービスの提供を受け、ニーズが満たされているので、正社員は自己裁量の範囲にある資源を投下する必要がない、という見方ができるだろう。しかし、能力開発活動を拡大したいとのニーズが正社員でもっとも強いという事実を踏まえると、勤務先の提供する教育訓練サービスでニーズが充足されているから予算比率が低いとは考えにくい。

そうすると、何らかの制約条件があって予算比率が低いと考えるのが自然であろう。この背景については詳細な分析が必要とされるが、主要な理由の一つとして、労働時間の裁量度の違いが考えられる。もともと正社員は自由業・自営業に比べて時間の裁量度が制約されているが、それに加えて彼ら（彼女ら）には、突発的な残業が常態化しているというもう一つの事情がある。このことは、正社員が労働時間を事前に予測できず、労働時間に対する裁量が抑制されざるをえないことを示している。これでは、自分の能力開発のために自己の資源を有効活用することが阻害されることになろう。

「いま」の能力開発活動に対する評価は、正社員に比べて自由業・自営業のほうが肯定的であることを明らかにしているが、こうした評価の違いには、自己の能力開発に資源を配分する裁量の違いを反映していると考えられる。そうすると、雇用者とくに正社員の能力開発を効果的にするには、正社員が自らの意思で自らの資源を有効に活用できるように勤務先の労働時間管理を改善する必要があり、それを促進するための政府の役割は大きい。

## **（３）求められる能力開発格差への対応**

さらに「いまの」能力開発行動の現状を、能力開発に投下される資源（資金と時間）の面からみると、就業者のなかに能力開発格差のあることが明らかになる。

まず雇用者については、正社員と非正社員の間に格差が存在することが明らかにされた。

年収比で見ると、予算額にしても、実際に使用された金額にしても、非正社員は正社員を上まわる水準にある。こうした事実をみると、非正社員は、正社員に劣らず能力開発に積極的に取り組んでいるといえるだろう。しかし、能力開発に投入される資金は少ない所得のなかから捻出されたものであり、そのため予算額、実際に投下される資源量（資金）は正社員に比べて劣ることになる。しかも、年収比が高いという上記の事実は、それだけ非正社員は正社員に比べて重い負担をおっていることを示している。しかも非正社員は、正社員のように、自己負担によって行う能力開発に加えて、勤務先の提供する能力開発に多くを期待することができず、いきおい、自己負担に依存せざるをえないのである。

雇用者以上に能力開発に積極的に取り組んでいる自由業・自営業も、勤務先の援助を期待できず、自己負担で能力開発に取り組まざるを得ないという点で非正社員と似た状況にある。そのため非正社員と自由業・自営業は、市場から教育訓練サービスを購入するにあたって、正社員に比べて民間の教育訓練機関を活用せず、安価に教育訓練サービスを購入できる経営者団体や学校の公的機関と公共職業訓練機関に多くを依存する行動をとっている。

さらに正社員のなかでも、能力開発格差が存在する。職種によって状況は多様であるが、他の職種に比べると、能力開発に投下される資源量が劣る、能力開発に対するニーズが弱い等のこれまで明らかにしてきた事実を踏まえると、現業職は能力開発活動が活発に行われているとはいえない職種である。しかし、現業職はいま問題になっている現場力の強化を支える層であることを考えると、彼ら（彼女ら）に対する能力開発体制の強化は重要な課題である。それでは、どうするのか。民間の教育訓練機関で提供することの難しい訓練内容であること、公共職業訓練機関に対する現業職のニーズが大きいことを踏まえると、公共訓練機関が提供する教育訓練サービスの充実をはかることが重要な政策的な課題になるだろう。

#### **（４）教育訓練プロバイダーの分業体制を考える**

最後に、教育訓練サービス市場を整備するための残された課題について説明しておきたい。それは、公的機関の教育訓練機能の強化と活用の促進である。これまで教育訓練というと、民間の教育訓練機関か公共の教育訓練機関かという観点から考えられてきたが、この公私の中間領域にある公的機関は教育訓練サービス市場のなかで重要な役割を果たしている。このことは、今回の調査のなかで繰り返し明らかにされてきた。公的機関の範疇には学校を始め多様な機関が含まれるが、とくに重要な存在は公益団体と経営者団体である。これらの組織は公的性格をもつため安価に教育訓練サービスを提供できるとともに、教育プロバイダーとして以下の点で有利な条件を備えている。

個々の企業等のニーズに直結した教育訓練サービスを提供するのであれば、企業内教育が最も効果的である。他方、企業あるいは業界を超えた広い範囲の共通的なニーズに対しては民間の教育訓練機関、学校、公共職業訓練機関が効果的である。それに対して両者の中間ある、特定の業界あるいは職種に共通する中範囲の共通性をもつニーズに対しては、特定職種、業界に対応して組織化されている公益法人や経営者団体の公的機関が教育訓練プロバイダー

として有利な位置を占めるのである。

こうしたことを踏まえると、教育訓練機能の官民分担の見直しを問題にするさいには、この公的機関を積極的に活用する視点をもつ必要がある。公的機関はいま以上に能力開発専門機関としての性格を強め、そのための機能強化をはかる。政府はそれを支援するための政策を重視する。教育訓練サービス市場を強化するうえで重要な視点であると考えている。

以上、いくつかの政策的な課題について述べてきたが。それらは、今回の調査の中間的な分析の結果を踏まえたものである。本プロジェクトでは、これから、より詳細な分析を行うことを計画しており、その分析結果に基づいて、さらに具体的な政策課題と方向を提示したいと考えている。