



労働政策研究報告書 No. 80

2007

JILPT : The Japan Institute for Labour Policy and Training

教育訓練サービス市場の現状と課題

労働政策研究・研修機構

教育訓練サービス市場の現状と課題

独立行政法人 労働政策研究・研修機構

The Japan Institute for Labour Policy and Training

ま え が き

企業は「教育訓練は人材に対する投資である」の意識を強め、自前主義を見直し外部資源を活用する、能力開発の自己責任化を強める等の方向で教育訓練施策の再構築を進めつつある。企業がこのように変化すれば、個人も、自らのエンプロイヤビリティを高めるために能力開発行動を変えていく必要がある。「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が、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。

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、わが国の人材育成力を強化するには、学校、公共訓練機関、民間の教育訓練会社等(本調査研究では、教育訓練プロバイダーと呼称している)による企業外で提供される教育訓練のあり方が問題になる。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。

そうした観点から、本研究プロジェクト「職業能力開発に関する労働市場の基盤整備の在り方に関する研究」を立ち上げ、平成15年度は教育訓練サービス市場のとらえ方や概念を明らかにしてディスカッション・ペーパーとしてとりまとめた。平成16年度には教育訓練サービス市場に教育訓練プログラムを供給する教育訓練プロバイダー（教育訓練サービス提供機関）や教育訓練サービス内容について調査研究を行い、「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－」、「同一教育訓練サービス市場の第二次調査－」としてとりまとめた。また、平成17年度は、教育訓練サービス市場を構成するもう一つの柱である需要側を対象とした調査を行い、「教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究－個人の職業能力開発行動からみる－」としてとりまとめた。

本報告書は、教育訓練プロバイダーの組織パフォーマンスや、個人の能力開発投資行動の規定要因等の新たな視点を加えて、この一連の調査研究の成果をとりまとめたものであり、教育訓練サービス市場を強化するための戦略立案に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。

本報告書が、企業と個人の行う能力開発活動を支える社会的基盤を整備する上で、広く政策形成に係る議論に資することができれば幸いである。

2007年3月

独立行政法人 労働政策研究・研修機構
理事長 小 野 旭

執筆担当者（執筆順）

氏名	所属	執筆章
いまのこういちろう 今野浩一郎	労働政策研究・研修機構 特別研究員 学習院大学経済学部教授	第1部
ふじなみ みほ 藤波 美帆	労働政策研究・研修機構 アシスタントフェロー 学習院大学経済経営研究所 客員研究員	第2部、第4部第3章
いながわ ふみお 稲川 文夫	職業能力開発総合大学校能力開発研究センター企画調整部室長 (前 労働政策研究・研修機構 主任研究員)	第3部第1章
たぐち かずお 田口 和雄	高千穂大学経営学部 助教授	第3部第2章、第4部第2章
おおき えいいち 大木 栄一	職業能力開発総合大学校 能力開発専門学科 助教授	第4部第1章、第2章
よこやま ちかこ 横山 知子	労働政策研究・研修機構 副主任研究員	第4部第4章

「職業能力開発に関する労働市場の基盤整備の在り方に関する研究－職業能力開発のための教育訓練の整備状況－」に係る研究会委員

研究会メンバー

- 今野浩一郎 労働政策研究・研修機構特別研究員（学習院大学 経済学部 教授）
稲川 文夫 職業能力開発総合大学校 能力開発研究センター 企画調整部 室長
大木 栄一 職業能力開発総合大学校 能力開発専門学科 助教授
田口 和雄 高千穂大学経営学部 助教授
- 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
藤波 美帆 労働政策研究・研修機構 アシスタントフェロー
(学習院大学経済経営研究所 客員研究員)

目 次

第 1 部 総論

第 1 章 本調査研究のねらいと構成	1
第 2 章 教育訓練サービス市場の規模と構造	4
第 3 章 教育訓練プロバイダーの機能と事業戦略	7
第 4 章 個人の能力開発行動	12
第 5 章 結論～政策の課題～	29

第 2 部 教育訓練プロバイダー市場の規模と構造

第 1 章 教育訓練サービス市場の規模と構造をみるための方法	33
第 2 章 教育訓練サービス市場の規模と構造	38
第 3 章 まとめと今後の課題	51

第 3 部 教育訓練プロバイダーの教育訓練機能の特質と事業戦略

第 1 章 個人からみた教育訓練機能の特質	59
第 2 章 事業戦略の特質と組織パフォーマンス	82

第 4 部 個人と能力開発行動

第 1 章 個人の能力開発投資行動の特質と規定要因	115
第 2 章 個人のキャリアと能力形成	135
第 3 章 個人の能力開発投資行動の雇用・就業形態別特徴	167
第 4 章 無業者の能力開発行動（就業者との比較）	206

第 1 部 総 論

第1章 本調査研究のねらいと構成

1. 調査研究プロジェクトの背景とねらい

企業は「教育訓練は人材に対する投資である」の意識を強め、社内で計画し、実施する教育訓練を重視する自前主義を見直し外部資源を活用する、能力開発に対する社員の自己責任化を強める等の方向で教育訓練施策の再構築を進めつつある。企業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開発行動を変えていく必要がある。「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が、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。

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、わが国の人材育成力を強化するには、学校、公共訓練機関、民間の教育訓練会社等（本調査研究では、教育訓練プロバイダーと呼称している）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。そこで本調査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. 調査研究プロジェクトと報告書の概要

(1) 調査研究プロジェクトの概要

このようなねらいに沿って本調査研究プロジェクトでは、これまで以下の調査を行い、研究成果を発表してきた。

まず平成 15 年度には、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、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った。その成果はディスカッション・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—）としてまとめられている。

しかし、この研究は既存の統計資料、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とする調査を行った。第一次調査（「第一次プロバイダー調査」）では、教育訓練プロバイダーの組織特性とともに、「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供給構造を明らかにした。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－』（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（「第二次プロバイダー調査」）は「教育訓練サービス市場の質的な供給構造」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－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、報告書 No.43 2005）としてまとめられている。

以上の研究成果を踏まえ、さらに平成17年度には、「教育訓練サービス市場の需要構造」を明らかにすることを目的とし、個人の能力開発行動を捉えるために個人対象の調査（「個人調査」）を行った。ここでは、計画、実施、評価からなる個人の能力開発行動を、会社の指示による研修と自己啓発の2つを視野に入れて、とくに資金と時間からみた投下資源量の観点から分析している。その成果は、労働政策研究報告書『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究－個人の職業能力開発行動からみる－』（労働政策研究・研修機構、2006）としてまとめられている

（2）本報告書のねらいと構成

本報告書は、以上の成果を踏まえ、また、これまでの調査で入手したデータの再分析を通して、以下の点を明らかにすることを目的としている。

第一は、教育訓練サービス市場の規模と構造を把握することである。前述したように、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－）のなかで試みているが、既存の統計と調査資料に基づいていたため問題の多い推計であった。そこで第二部「教育訓練サービス市場の構造」のなかで、第一次プロバイダー調査で得たデータに基づいて復元作業を行い、市場の規模と構造の正確な把握を行っている。

第二は、教育訓練プロバイダーが教育訓練サービス市場で果たしている機能を2つの方法で把握することであり、この分析は第Ⅲ部で行われている。ひとつは、教育訓練サービスを必要とする個人から評価する方法、つまり受講した研修コースに対する個人の評価から教育訓

練プロバイダーを評価する方法であり、その分析は第1章で行われている。もうひとつは、教育訓練プロバイダーの組織、戦略と訓練パフォーマンスとの関係から把握する方法であり、その分析は第2章で行われている。これによって、どのような組織形態と経営戦略をもつ教育訓練プロバイダーが効果的な教育訓練サービスを提供しているかが明らかになる。

第三は個人の能力開発行動の特徴とその背景を把握することであり、第4部では、三つ視点から分析を行っている。第一は、個人の能力開発行動の特徴と背景を体系的に把握し（第1章）、それを踏まえたうえで、時間と費用からみた個人の能力開発投資行動を明らかにするための分析である（第3章）。第二は、こうした個人の能力開発行動をキャリアステージとの関係で動的に分析する（第2章）。以上の分析は就業・雇用者を対象にしているので、最後に問題になるのは無業者の能力開発行動であり、その特徴を就業・雇用者との比較で明らかにしているのが第4章である。

この第1部「総論」では、まず、第2部から第4部で行われている分析で明らかにされている主要な点を、第2部については第2章で、第3部については第3章で、第4部については第4章で整理し、それを踏まえて第5章で結論を提示している。

第2章 教育訓練サービス市場の規模と構造

1. 市場の捉え方

本プロジェクト研究では、教育訓練プロバイダーと企業、労働者等との間で、教育訓練サービスが取引される市場を「教育訓練サービス市場」と定義しているが、ここでは、第1次プロバイダー調査と第2次プロバイダー調査の結果に基づき、教育訓練プロバイダーが提供した教育訓練サービス量に着目して市場の規模と構造を測定している。なお教育訓練サービス量を測る指標として、教育訓練プロバイダーの教育訓練事業収入と、研修内容に関わる延べ受講者数、延べコース数、延べ時間数を使用した。

また教育訓練サービスには講習会・セミナーと通信教育の2つのサービス形態があるので、ここでは両者を合わせた市場全体、講習会・セミナーからみた市場、通信教育からみた市場の3つの観点から市場を捉えている。

2. 教育訓練プロバイダー数と構成の推定

市場の規模と構成を明らかにするために、まず教育訓練プロバイダーの数と構成を推定している。その結果をまとめたのが図表 1-1-1 である。

図表 1-1-1 教育訓練プロバイダーの数と構成からみた教育訓練サービス市場の規模

	市場全体 (%)		
	講習会・セミナー	通信教育	
全体(組織数)	15,105	14,757	1,338
民間企業	28.8	28.6	54.9
経営者団体	34.4	34.6	12.6
商工会議所	2.8	2.9	1.0
商工会	9.0	9.0	0.7
商工組合・事業協同組合	22.5	22.7	10.9
公益法人	14.9	15.1	13.8
職業訓練法人等	2.6	2.7	0.4
専修・各種学校	14.2	13.8	15.7
大学等	5.1	5.2	2.6
国立大学	0.3	0.3	0.2
公立大学	0.2	0.2	0.0
私立大学	2.7	2.8	1.7
短大	1.7	1.7	0.7
高専	0.2	0.2	0.0

それによると教育訓練プロバイダー総数は約 1.5 万組織であり、そのほとんど（14,757 組織、91.1%）が講習会・セミナーの形態で教育訓練サービスを提供し、通信教育を提供している教育訓練プロバイダーは全体の 1 割弱（1,335 組織、8.9%）にとどまる。

さらに教育訓練プロバイダーの組織形態別構成は、経営者団体（34.4%）と民間企業（28.8%）が3割前後で最も多く、これに公益法人（14.9%）、専修・各種学校（14.2%）が続き、職業訓練法人等（2.6%）と大学等（5.1%）が最も少ない。なお経営者団体の中心は商工組合・事業協同組合（22.5%）、大学等の中心は私立大学（2.7%）である。

これをサービス形態別にみると、講習会・セミナーを提供する教育訓練プロバイダーの構成は上記の全体構成とほぼ等しいが、通信教育の場合には、全体に比べて民間企業の存在が大きく、全体の54.9%を占めている。それに対して、経営者団体の存在が12.6%と小さくなっている点に特徴がある。

3. 市場の規模と構成

（1）市場規模

まず市場全体でみると（図表 1-1-2 を参照）、市場規模は教育訓練事業収入ベースで1兆3千8億円、延べ受講者数ベースで2,147万人、延べ開催コース数ベースで62万8千コースである。この市場規模を評価することは難しいが、1兆3千8億円（教育訓練事業収入ベース）の市場規模は、人材ビジネス産業のなかで最も大きな市場規模をもつ労働者派遣業が売上高ベースで2兆8,600億円（平成16年度、厚生労働省『労働者派遣事業報告（平成16年場）』による）であるので、その半分弱ということになる。また、わが国の就業者数が約6千万人であるので、受講者数ベースでみた2,147万人の市場規模は、1年の間に就業者の約3人に1人が講習会・セミナーあるいは通信教育に参加していることを示している。

さらに、市場規模をサービス形態別にみると、延べ受講者数では講習会・セミナーが約8割、通信教育が約2割、延べ開設コース数では同じく8割強と1割強の構成である。今回は売上（事業収入）ベースでは把握できていないが、このような結果を踏まえると、教育訓練サービス市場のサービス形態別構造は、講習会・セミナーが8～9割、通信教育が1～2割になっているといえよう。

図表 1-1-2 教育訓練事業収入からみた教育訓練サービス市場の規模

	事業収入(億円)	延べ受講者数(万人)	延べ開設コース数 (千コース)	延べ時間数
市場全体	13,008	2,147	628	—
講習会・セミナー	—	1,697	541	7,085 (億時間)
通信教育	—	408	73	11 (億ヶ月)

（2）教育訓練プロバイダーの組織形態からみた市場構造

つぎに教育訓練サービス市場の構造は、どの教育訓練プロバイダーが教育訓練サービスを

提供しているのかの観点からみて、どのような特徴をもっているのか。図表 1-1-3 は、市場をみるうえで最も代表的な指標と考えられる事業収入と延べ受講者の観点から市場構造の特徴をみたものである。

図表 1-1-3 教育訓練プロバイダーの組織形態からみた訓練サービス市場の規模

(%)

	教育訓練事業収入	延べ受講者数		
		全体	講習会・セミナー	通信教育
全体	100.0	100.0	100.0	100.0
民間企業	72.6	40.8	36.6	51.8
経営者団体	5.4	10.6	12.7	2.2
商工会議所	0.3	2.6	3.2	0.3
商工会	0.2	3.0	3.7	0.0
商工組合・事業協同組合	4.9	5.1	5.9	1.9
公益法人	10.8	34.4	40.0	13.2
職業訓練法人等	0.7	2.6	3.3	0.0
専修・各種学校	5.3	2.9	3.0	2.3
大学等	5.3	8.7	4.4	30.5
国立大学	0.1	0.1	0.2	0.0
公立大学	0.0	0.3	0.3	0.0
私立大学	5.0	7.4	2.8	30.2
短大	0.1	0.9	1.1	0.2
高専	0.0	0.0	0.0	0.0

それによると、事業収入ベースで見ると、民間企業が 72.6%と圧倒的なシェアをもち、それに次ぐ公益法人も 10.8%にとどまる。つぎに延べ受講者数ベースで見ると、全体では民間企業ついで公益法人が主要プロバイダーであり、両者を合わせると市場占有率が 75%を超え、それらに次ぐ経営者団体でも 10%程度の水準にとどまる。これをサービス形態別にみると、講習会・セミナーは全体とほぼ同じ構造であるが、公益法人が民間企業より大きなプロバイダーである点に特徴がある。つぎに通信教育の場合には、民間企業ついで大学（とくに私立大学）が主要プロバイダーであり、両者で市場占有率が 8 割を超え、それらに次ぐプロバイダーである公益法人でも 1 割強の水準にとどまる。

第3章 教育訓練プロバイダーの機能と事業戦略

1. 個人からみた教育訓練プロバイダーの機能

(1) 教育訓練機能の特質と評価

ここでは、教育訓練プロバイダーの機能を、受講した社外の講座・コース（「社外講座」）に対する個人の評価の面から明らかにする。用いるデータは「個人調査」における、個人が過去3年間に受講した1,992コースのデータである。

この1,992コースを提供する教育訓練プロバイダーの構成は、民間教育訓練機関（コース全体の30.2%）と公益法人（24.9%）が突出しており、設備機器メーカー等（10.7%）、経営者団体（9.2%）が続き、公共職業訓練機関、専修・各種学校、大学・大学院等はいずれも3%台にとどまる。これをコース内容との関連でみると、民間教育訓練機関は、ビジネスの基礎知識研修、マネジメント研修、営業・販売研修、経理・財務研修の事務・管理系の研修で、公益法人は、人事・労務研修とともに技術・技能研修、医療・看護・福祉研修、品質・安全研修のスキル研修が多い。さらに研修コースの平均時間をみると、設備機器メーカー等と経営者団体が短期コース（25時間未満）型、公益法人と民間教育訓練機関は中期コース（25～40時間未満）型、公共職業訓練機関、大学・大学院等、専修・各種学校が長期コース（40時間以上）型である。

(教育訓練プロバイダーの総合評価)

以上の社外講座を、現在の自身の仕事にどの程度役に立っているかの観点から、「大いに役立った（9点）」から「全く役立たなかった（1点）」までの9段階で評価すると、全体では6.8点であり、7点（「役に立った」の水準）弱の高い評価を受けている。プロバイダー別には、設備機器メーカー等7.1点、公益法人7.0点、公共職業訓練機関6.9点、民間教育訓練機関6.8点、経営者団体6.7点、専修・各種学校6.7点、大学・大学院6.6である。

(2) 個人属性別にみた評価

ア 雇用・就業形態別

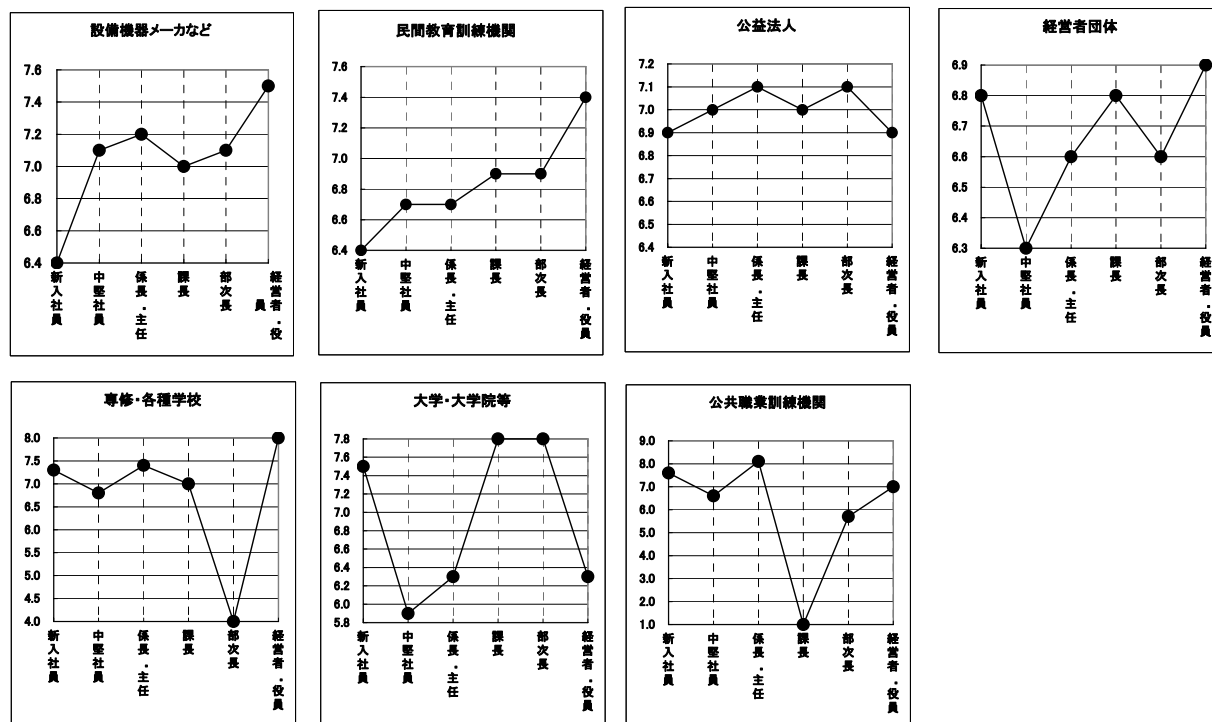
以上の点を雇用・就業形態別にみると、まず全体的に自営業・自由業の評価が肯定的である。これを教育訓練プロバイダー別にみると、正社員は設備機器メーカー等を、自由業・自営業は民間教育訓練機関、専修・各種学校、公共職業訓練機関を高く評価し、非正社員は公益法人、専修・各種学校、大学・大学院等、公共職業訓練機関を厳しく評価する傾向がある。

イ 職務階層（会社等での地位）別

雇用者（正社員）の職務階層別にみると、全体的には、新入社員（6.7点）から経営者・役員（7.1点）へと階層が上がるに伴い評価は肯定的になっている。これを教育訓練プロバイダー別にみると（**図表 1-1-4**を参照）、設備機器メーカー等と民間教育訓練機関は上位階

層者ほど高く評価する傾向がみられる。それ以外については、公益法人が職務階層に関わらず安定した評価を得ている。経営者団体は新入社員と経営者・役員で高く評価されるU字型、大学・大学院等は新入社員を除くと課長と部次長の管理職層で評価が高い逆U型の評価パターンである。

図表 1-1-4 職務階層別にみた教育訓練プロバイダーの評価（単位 点）



ウ 職種別

つぎに職種別にみると、全体的には、サービス職（7.2点）と専門・技術職（7.0点）の評価が高く、それ以外は事務職 6.7点、営業・販売職 6.7点、現業職 6.6点になっている。これを教育訓練プロバイダー別にみると、専門・技術職は公益法人、大学・大学院等、公共職業訓練機関を、営業・販売職は経営者団体を、サービス職は民間教育訓練機関と公益法人を、現業職は専修・各種学校を高く評価している。

2. 事業戦略と組織パフォーマンス

（1）ねらいと分析の枠組み

ここでは「第一次プロバイダー調査」のデータを用いて、第一に、教育訓練プロバイダーがどのような教育訓練の事業戦略を展開しているのか、第二に、それが組織パフォーマンスにどのような影響を与えるのかを明らかにする。なお、教育訓練プロバイダーが提供する教育訓練サービスには講習会・セミナーと通信教育の二つの形態があるが、ここでは講習会・セミナー（以下「教育訓練サービス」）に絞って分析を進めることにする。

この分析を行うには、まず事業戦略と組織パフォーマンスをどのように捉えるかを明確にする必要がある。まず事業戦略については以下の4つの面から捉えることができる。第一は全社戦略に関わる点である。多くの教育訓練プロバイダーは教育訓練事業を業務の一部として展開しているため、教育訓練事業にどの程度重点をおいた事業展開をしているのかに関わる戦略であり、それを教育訓練事業収入比率（全収入に占める教育訓練事業収入の割合）でみている。

第二の視点は、教育訓練事業において「誰（顧客）」を対象に「どのような分野」の教育訓練サービスを提供するのかに関わる事業分野戦略である。その特徴は顧客と研修分野のそれぞれについて、どの程度多様な顧客あるいは分野を対象にしているのかをみる「多角化度」と、どの顧客あるいは分野を重視しているのかをみる「重点度」からみることとする。なお、この多角化度と重点度を表す指標については第3部を参照してほしい。

第三の視点は、提供する教育訓練サービスの「商品特性」に関わる戦略である。ここでは、「コース当りの受講者数」によって、マस्पロ的な研修か、少人数に絞った研修かによってみている。最後の視点は、国や地方自治体等からの委託訓練事業をどう位置づけるのかに関わる委託訓練事業戦略であり、それを「委託訓練事業の多角化度」（教育訓練事業収入に占める委託訓練事業収入の割合）でみている。

つぎの組織パフォーマンスについては、事業の効率性、成長性、規模の三つの視点で捉えることにする。事業の効率性は研修コースに対する応募状況で、成長性は過去3年間の教育訓練事業収入の変化で、規模は年間延べ受講者数でみることとする。

（2）事業分野戦略の規定要因

まず教育訓練プロバイダーの事業分野戦略は何によって規定されているのか。顧客と研修分野のそれぞれについて、多角化度と重点度から算出された総合多角化度を被説明変数とする重回帰分析を行った結果、以下の点が明らかにされた。

第一に組織特性との関係では、民間企業、公益法人、専修学校等、職業訓練法人等は経営者団体に比べて多角化度が低く、特定の事業分野に絞って事業活動を展開している。第二に事業戦略を表現する他の変数との関連では、委託事業に依存している（委託事業収入比率の高い）組織ほど多角化が進んでいるが、全社戦略（教育訓練事業収入比率）、商品特性（コース当り受講者数）とは有意な関係にない。

（3）事業戦略の組織パフォーマンスに与える影響

ア 教育訓練事業の多角化度と組織パフォーマンス

（ア）全体

組織パフォーマンスの規定要因を明らかにするために、教育訓練プロバイダーの組織特性と事業戦略（全社戦略、事業分野戦略、商品特性戦略、委託訓練事業戦略）を説明変数とす

る重回帰分析を行った。

組織パフォーマンスとしての効率性（定員充足率）についてみると、経営特性との関連では、公益法人、専修学校等、大学等で効率性が高い。事業戦略との関連では、研修分野、顧客の多角化度が大きいほどパフォーマンスが低く、教育訓練事業収入比率（教育訓練事業の専業度）と委託訓練事業収入比率が高いほど向上する。

成長性についてみると、経営特性との関連では民間企業と大学等でパフォーマンスが高い。事業戦略との関連では、パフォーマンスは教育訓練事業収入比率、顧客の多角化度が大きいほど低く、コース当たり受講者数が多く、委託訓練事業収入比率が大きいほど高い。

事業規模（延べ受講者数）については、経営特性との関連では、パフォーマンスは公益法人で高く、民間企業で低い。事業戦略との関連では、パフォーマンスは、研修分野の多角化度が大きいほど低下し、教育訓練事業収入比率が大きく、コース当たり受講者数が多いほど向上する。

（イ）民間企業の場合

以上の点を民間企業に限ってみると、効率性（定員充足率）については、研修分野の多角化度、顧客の多角化度が大きいほど低下し、教育訓練事業収入比率が大きく、コース当たり受講者数が多いほど向上する。成長性については、教育訓練事業収入比率が大きいほど低く、研修分野の多角化度が高いほど向上する。最後の規模（延べ受講者数）については、研修分野の多角化度が大きいほど小さく、教育訓練事業収入比率と顧客の多角化度が大きく、コース当たり受講者数が多いほど大きくなる。

イ 教育訓練事業の重点度と組織パフォーマンス

（ア）全体

つぎに事業分野戦略として重点度を用いると、組織パフォーマンスの第一の指標である効率性（定員充足率）については、経営特性との関連では、公益法人のパフォーマンスが高い。事業戦略との関連では、研修分野を特定していない教育訓練プロバイダーに比べ、専門研修、資格取得研修、その他を重点分野とするほどパフォーマンスは低下する。これに対して、教育訓練事業収入比率が大きいほど、職種を特定していない教育訓練プロバイダーに比べ技術職・研究職、現業職、医療職・看護職・福祉職、その他職種を重点分野にするほど、委託訓練事業収入比率が大きいほどパフォーマンスは高くなる。

第2の成長性については、経営特性との関連では、民間企業と大学等でパフォーマンスが高い。事業戦略との関連では、教育訓練事業収入比率が大きいほどパフォーマンスは低下する。これに対して、マネジメント研修を重点分野にするほど、医療職・看護職・福祉職、その他職種を重点分野にするほど、コース当たり受講者数が多いほど、委託訓練事業収入比率が大きいほどパフォーマンスは向上する。

第3の規模（延べ受講者数）については、経営特性との関連では、民間企業と専修学校等

でパフォーマンスが低く、公益法人で高い。事業戦略との関連では、マネジメント研修を重点分野にするほど、技術職・研究職を重点分野にするほどパフォーマンスは低い。これに対して、教育訓練事業収入比率が大きいほど、教養・趣味研修を重点分野にしているほど、コース当たり受講者数が多いほどパフォーマンスは高い。

(イ) 民間企業の場合

以上の点を民間企業に限ってみると、効率性（定員充足率）のパフォーマンスは、資格取得研修、教養・趣味研修、その他研修を重点分野にしているほど低く、教育訓練事業収入比率が大きい、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている、コース当たり受講者数が多いほど高くなる。事業の成長性のパフォーマンスは、教育訓練事業収入比率が大きいほど低く、マネジメント研修、専門研修、資格取得研修を重点分野にするほど高い。最後の事業規模（延べ受講者数）のパフォーマンスは、語学研修を重点分野にする、管理職と事務職・営業職を重点分野にするほど低下し、教育訓練事業収入比率が大きい、コース当たり受講者数が多いほど向上する。

ウ まとめ

以上の点を踏まえると、全般的にみて、教育訓練プロバイダーのパフォーマンス（とくに主要な指標と考えられる効率性と成長性）は何に規定されていると考えられるのか。

まず効率性（定員充足度）についてみると、経営特性との関連では、多角化度を組み込んだ重回帰分析と重点度を組み込んだ重回帰分析に共通して公益法人のパフォーマンスの高さが目立っている。事業戦略との関連では、全社戦略では教育訓練事業の専門度（つまり教育訓練事業比率の高い）ほど、また、教育訓練の事業分野戦略では研修分野あるいは顧客の面で事業分野特化型（つまり、多角化をしない）ほどパフォーマンスが高いとの結果がでており、事業全体を教育訓練の特定分野に絞り込んでいるプロバイダーの効率性が高いといえるだろう。それとともに、委託研修に多くを依存する（委託訓練事業収入比率が高い）戦略をとることも効率性の向上につながる。

成長性についてみると、経営特性との関連では民間企業と大学等でパフォーマンスが高い。事業戦略との関連では、全社戦略では教育訓練専門型、教育訓練の事業分野戦略では特定分野特化型をとると成長性は低下する。それに対して、大規模型の（コース当たり受講者数が多い）研修コースを設置する、あるいは委託訓練依存型の体制をとると成長性につながる。

第4章 個人の能力開発行動

1. 個人の能力開発投資行動の特質と規定要因

(1) はじめに

企業の教育訓練戦略が変化すれば、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、能力を開発する行動を変えていく必要に迫られている。こうした問題意識を踏まえて、第一に、「時間」からみて個人が1年間にどの程度の資源を能力開発に投資し、それにはどのような特質があるのか、第二に、「どの分野にどの程度の資源を投資しているのか」という能力開発資源の配分にはどのような特質があるのか、第三に、就業者のなかで企業依存型の能力開発投資行動を採っている正社員を取り上げて、その投資行動が何によって規定されているのか、を明らかにする。

(2) 現状の能力開発投資行動の特質

ア 能力開発に投下されている時間と資金

(ア) 能力開発投資行動の全体像

就業者個人の能力開発投資行動を能力開発に投下された時間と資金の面からみてみよう。個人は能力開発のために年間50.9時間を投下しており、かりに年間総労働時間を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。その内訳は、勤務先の指示や支援のもとで行われる研修が4割弱(36.8%)、個人が自主的に行う自己啓発が6割強(63.2%)の構成である。

さらに自己啓発のために費やされた時間は、個人が自己啓発に使用可能とする115.6時間(つまり時間面からみた予算)の約3割(27.9%)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。さらに、個人の能力開発投資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。同様に、資金の面から能力開発投資行動を整理すると、個人は年収の2.70%(114.9千円)を能力開発のための予算と考え、そのなかの年収の0.8%(33.9千円)を能力開発のために支出している。この支出額の予算額に占める比率(資金の投資比率)は29.5%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、資金面からみてもかなりの余裕を残している。

(イ) 雇用・就業形態からみた特徴

雇用・就業形態によって能力開発投資行動はどのように異なるのか。時間の面からみると、自由業・自営業が最も能力開発に積極的であり、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雇用者(正社員と非正社員)を上まわる水準にある。さらに研修と自己啓発に費やした時間の構成が異なり、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。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。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。

このようにみえてくると、自分の能力は自己責任で開発せざるを得ない自営業・自由業は能力開発への自己投資に積極的であり、それに比べて、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ための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。

イ 能力開発資源の配分戦略

(ア) 訓練分野別の配分

それでは、個人は能力開発資源を多様な研修コースにどのように配分しているのか。時間からみた配分は、専門研修 5 割、階層別研修 2 割、課題別研修 2 割、その他 1 割の構成であり、また総時間のほぼ 1/4 (26.3%) が資格取得のために使われている。これを雇用・就業形態別にみると、自営業・自由業は専門研修、正社員は階層別研修に多く配分している。さらに今後については、専門研修ついで課題別研修を拡大したいというニーズが大きく、階層別研修のニーズが最も小さい。それとともに資格取得のための研修ニーズもかなりある。雇用・就業形態との関連では、全般的に正社員の研修拡大ニーズは大きく、自営業・自由業のニーズは弱い。

(イ) 教育訓練プロバイダー別の配分

教育訓練プロバイダー別の配分は研修と自己啓発で異なり、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）が一对一の関係にあり、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。さらに雇用・就業形態によって異なり、正社員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）がほぼ同等の配分比率にあるが、非正社員では勤務先、自営業・自由業では社外機関の比重が大きい。

他方、自己啓発の場合には、非正社員は勤務先の比重が小さく、自学自習が大きい点に特徴がある。さらに今後のニーズについては、まずは自学自習でという意識が強く、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ー等）に対するニーズが大きい。

(3) 能力開発投資行動の規定要因

ア 資源量（時間）の規定要因

(ア) 研修の場合

それでは、このような個人の能力開発投資行動は何によって規定されているのであろうか。正社員を対象にした重回帰分析によって、この点を明らかにする。まず、勤務先の指示・支援による「研修」については、実施主体が勤務先にあるので企業の側面から分析することにした。

まず過去1年間に「研修」のために使われた時間については、仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて、事務職や現業職で能力開発に投下される資源量が劣っている。これに対して、社内ランクの高い者ほど、言い換えれば、組織にとって責任ある仕事に就いている者ほど、能力開発に投入される資源量が多い。つぎに、企業の教育訓練政策の面からみると、能力開発の自己責任化を教育訓練政策に掲げていても、企業にとって必要な教育訓練投資を削減できないために、同政策が能力開発に投下される資源量の低下につながることはない。さらに教育訓練の収益性の面からみると、第一に、投資価値が高い高学歴者や若手社員で能力開発に投入される資源量が多くなっている。加えて、50歳代も多く投入されており、企業は個人が定年後の職業生活にスムーズに移行するための準備として多くの資源量を投入している。第二に、大企業ほど規模の経済性が働らくために、大手企業に勤務する者ほど多くの資源が投入されている。

(イ) 自己啓発」の場合

つぎに「自己啓発」については、過去1年間に使われた時間は、仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて事務職、営業職及び現業職が消極的である。これに対して、社内ランクの高い者（組織にとって責任ある仕事に就いている者）ほど積極的である。教育訓練政策の面からみると、能力開発の自己責任化の政策を採る企業に勤務している者であっても、自己啓発に積極的とは限らない。収益性の面からみると、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員、自己投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、あるいは、定年後の職業生活にスムーズに移行できるようにするための準備をしている50歳代の者ほど、自発的な能力開発行動に積極的である。最後に投入能力（資源制約）の面からみると、上司からのサポートがある者ほど積極的であるが、残業時間の長さ（時間制約）が自己啓発行動に影響を与えることはない。

(ウ) 能力開発（研修・自己啓発）ニーズについて

さらに能力開発（研修・自己啓発）に対するニーズの大きさを規定する要因については、以下の結果が得られた。

- ① OJTベースで能力とキャリアを開発してきた者は今後の能力開発に消極的である。
- ② 現在の仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて事務職が積極的である。
- ③ 今後のキャリアとの関連からみると、専門職志向の者に比べて、管理職志向あるいは

起業・家業を考えている者ほど積極的であるが、今後の働き方を「とくに考えていない」者あるいは働くことを辞めたいと考えている者ほど消極的である。

- ④ 勤務先の教育訓練政策の関連からみると、勤務先が能力開発の自己責任化を掲げている者ほど積極的である。
- ⑤ 収益性の面からみると、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員、自己投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、定年後のセカンドキャリアの準備をする50歳代が積極的である。
- ⑥ 支払い能力（資源制約）の面からみると、上司のサポートがある者ほど、残業時間の長い者ほど積極的である。

（エ）まとめ

以上の点を整理すると、個人（正社員）の能力投資開発行動の規定要因には以下のような特徴がある。

まずは「時間からみた投資量」については、第一に、責任にある仕事に就いている高ランク社員、投資を回収するための期間が十分ある若手社員、投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、定年後の職業生活にスムーズに移行するための準備をしている50歳代の社員ほど、勤務先から多くの資源が投入され、自発的な能力開発にも積極的である。第二に、事務職と現業職は勤務先からの投資が少ないだけでなく、自己投資も少ない。また、大手企業の者ほど勤務先から多くの資源を投入されているが、勤務先の規模と自発的な投資行動の間には関係がない。第三に、勤務先が能力開発の自己責任化を教育訓練政策に掲げているにもかかわらず、それが能力開発資源量の低下につながっていないために、同政策を採る企業に勤務している者が自発的な投資行動に積極的になるということではない。このように能力開発の自己責任化政策は個人の現状の行動に影響を及ぼしてはいないが、今後は勤務先の指示・支援による「研修」に反映される可能性があると考えて個人は行動しようとしている。第四に、投入能力（時間制約）の面からみると、残業時間の長短と自己投資との間に有意な関係があるわけではない。

イ 配分戦略の規定要因

（ア）社内外別資源配分の場合

まず、社内訓練と社外訓練にどのように資源を配分しているのか（社内外別資源配分）の規定要因についてみてみたい。まず研修（被説明変数は研修時間に占める社内資源を利用した訓練の構成比率）についてみると、教育訓練政策の面では、「能力開発は企業の責任」、「教育訓練は社内」を重視している企業に勤務している者、投資の収益性との関連では、投資を回収するための期間が十分にある社内ランクが低い者と規模の経済性を享受できる大手企業に勤務している者、仕事（職種）との関連では営業・販売職が社内訓練に多くの時間を配分している。

同様に自己啓発についてみると、自己啓発時間に占める社内機関を利用する比率（社内比

率)は、教育訓練政策との関連では、「教育訓練は企業の責任」、「教育訓練は社内で」を重視している企業に勤務しているほど大きくなる。教育訓練の収益性との関連では、男性や学歴が低い者ほど、投入能力(資源制約)との関連では、上司のサポートがある者ほど、自己啓発に使える時間に余裕のない者ほど、職種では営業・販売職で社内比率が大きくなる。

(イ) 訓練分野別配分の場合

研修と自己啓発に投入した時間全体に占める階層別研修、職能別研修、目的・課題別研修、資格取得のための研修の比率はどのようにして決まるのか。第一の階層別研修については、学歴が低い者ほど、社内ランクの高い社員ほど、会社等の求める能力と現在の能力とのギャップが大きい者ほど、職種については営業・販売職、現業職が、仕事の変化では責任が高まっている仕事、能率や成果が厳しく問われる仕事に就いている者ほど多くの資源(時間)を配分している。第二の職能別研修は、自己啓発の時間的余裕のない者ほど、社内ランクが低い社員ほど、仕事の変化では知識・能力が高度化している仕事、責任が高まっている仕事に就いている者ほど多くの資源(時間)を配分している。第三の目的・課題別研修には有意な要因がない。第四の資格取得研修は、教育訓練の規模の経済性を享受できない中小企業の者ほど、自己啓発の時間的余裕のある者ほど多くの資源(時間)を配分している。

2. 個人のキャリアと能力形成

(1) はじめに～分析のねらい～

企業の人事管理が変わるなかで、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。それでは、どのような能力開発行動をとることが、彼ら(彼女ら)の能力とキャリアの開発につながるのか。それを明らかにするには、長い期間をかけてキャリアを構築してきた個人がこれまでどのような能力開発投資を行ってきたのか、さらに、それが現状の能力にどの程度影響を与えているのかを分析することが必要であり、それがここでのねらいである。

分析にあたって最も問題になる点は、個人が長いキャリアのなかで行ってきた能力開発行動の変遷をいかに捉えるかである。「個人調査」では、就業者個人に過去の能力開発行動の特徴を回答してもらっている。そこで、そのデータを用いて50歳代の就業者のパネルデータを作成し分析をしている。また「個人調査」では、就業者個人が20歳代、30歳代、40歳代、50歳代のそれぞれの段階で、正社員、非正社員、自営業・自由業、その他のなかのどの就業・雇用形態を主にとっていたか聞いている。その結果に基づいて、彼ら(彼女ら)のキャリアを正社員一貫型(一貫して正社員であった場合)、非正社員一貫型(一貫して、あるいはほとんどの年代で非正社員であった場合)、自営業・自由業一貫型(一貫して、あるいはほとんどの年代で自営業・自由業であった場合)の三つに類型化して分析に活用している。なお、パネルデータとキャリア類型の作成方法の詳細については、第IV部第2章を参照してほしい。

(2) キャリアからみた能力開発行動の特質

ア 時間からみた能力開発投資行動

各年代における「研修」に投資した1年間の時間（研修時間）は平均すると20歳代40.0時間、30歳代32.7時間、40歳代29.3時間、現在の50歳代31.6時間と推定され、40歳代を底にして20歳代が最も多いというパターンになっている。これをキャリア類型別にみると、①正社員一貫型の研修時間は年代に関わらず非正社員一貫型に比べて長い、②両者とも上記の全体傾向と同じパターンをとっており、40歳代を底にして20歳代が多いというのは雇用者に共通したパターンである、③それに対して自営業一貫型は40歳代が最も多いパターンである。つぎに正社員一貫型について現在の社内ランク別にみると、①各年代共通して課長相当以上の高いポストにいる者ほど投資時間が長い、②課長相当以上は40歳代を底にしたU字型のパターンを示しているのに対し、係長・主任相当および一般職は30歳代までゆるやかに減少し、40歳代以降はほぼ同じ水準で推移する傾向にある。

同様に「自己啓発」に投資した1年間の時間（自己啓発時間）をみると、20歳代54.1時間、30歳代49.2時間、40歳代49.4時間、現在の50歳代52.0時間になり、20歳代が最も多く、30歳代から40歳代が底になるU字型のパターンを示している。これをキャリア類型別にみると、①年代にかかわらず自営業・自由業一貫型の自己啓発時間が最も多く、正社員一貫型がそれに次ぎ、非正社員一貫型が最も少ない、②正社員一貫型は40歳代、非正社員一貫型は30歳代を底にするU字型を示しており、30歳代から40歳代で自己啓発時間が少ないというのは雇用者の共通したパターンである、③それに対して自営業一貫型は40歳代が最も多いパターンである。さらに正社員一貫型を現在の社内ランク別にみると、①課長相当以上は他に比べて年代を共通して自己研修時間が多い、②課長相当以上は概ね高い水準で維持しているが、係長・主任相当と一般職は40歳代を底にしたU字型のパターンを示しており、管理職と非管理職の違いは40歳代の自己啓発にある。

イ 教育訓練プロバイダー別構成

研修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「会社等が提供する講座・コース等」（企業内）が減少する（つまり、社外のプロバイダーの利用が増加する）との特徴がある。これをキャリア類型別にみると、正社員一貫型と非正社員一貫型が上記の全体傾向と類似しているが、自営業・自由業一貫型等は年代による変化はない。

つぎに「自己啓発」については、40歳代までは年代に関わらず企業内約3割、社外（「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」と「社外の組織が提供する講座・コース等」）約3割、自学自習約4割であるが、50歳代になると、企業内が減り自学自習が増える。これをキャリア類型別にみると、正社員一貫型は上記の全体傾向と類似したパターンをとっている。

ウ 教育訓練分野別構成

投資時間の教育訓練分野構成には、年齢をととも減少するビジネス基礎研修、年齢とともに増加する OA・コンピュータ研修、40 歳代をピークにする逆 U 字型のパターンをとるマネジメント研修、40 歳代を底にする U 字型パターンの専門研修との特徴がみられる。これをキャリア類型別にみると、①自営業一貫型は年代に関わらず他に比べて専門研修が多い、②正社員は全体傾向と類似したパターンをとるとの特徴がある。

エ 資格取得時間の構成

投資時間全体に占める資格取得のための時間の比率(資格取得時間比率)は、20 歳代 31.1%、30 歳代 26.3%、40 歳代 23.6%、現在の 50 歳代 17.3%になり、年齢を経るにつれて減少する傾向にある。

オ 各年代の能力開発投資行動の評価

それでは、各年代の能力開発が現在の仕事にどの程度役立っているのか。個人の評価によると、現在(50 歳代)の評価がやや高いものの、20 歳代、30 歳代、40 歳代の評価に大きな差はみられない。キャリア類型別には、どの年代でも非正社員の評価が他に比べて消極的である。正社員一貫型を現在の社内ランク別にみると、一般職の評価が全体的に低く、とくに、その傾向は 20 歳代から 40 歳代で顕著である。

(3) 能力開発経歴と現在の能力開発行動

ア 能力開発時間の規定要因

これまで、時間からみた能力開発行動の経歴についてみてきたが、それは現在の個人の能力開発行動にどの程度影響を及ぼしているのか。研修と自己啓発のそれぞれについて重回帰分析を行っている。まず前者については、使用するデータは勤務先(つまり研修)に依存して投資行動を行っている 50 歳代の正社員で、正社員一貫型のキャリアをとってきた者である。分析により説明されるのは過去 1 年間の研修時間であり、分析結果によると、①30 歳代及び 40 歳代に研修に多くの資源を投入した者ほど現状でも多くの資源が投入している、②これに対して OJT をベースにキャリアを構築してきた者は、現在、研修に投入する資源が少ない。

つぎの「自己啓発」の重回帰分析では、説明される変数は過去 1 年間の自己啓発時間である。分析結果によると、①20 歳代に研修に多くの資源を投入した者ほど現在の自己啓発に積極的であるが、40 歳代に多くの資源が投入した者は消極的である、②OJT ベースでキャリアを構築してきた者は自己啓発に消極的である、③20 歳代及び 40 歳代で自己啓発に積極的に取り組んできた者は現在も積極的であり、とくに 40 歳代との関連が密接である、④転職経験がある者ほど、現在の自己啓発に積極的である。

イ 能力開発時間の配分の規定要因

(ア) 社内外別配分について

能力開発に投資する時間数が決まると、つぎに、その投資時間を「どの分野にどの程度投入するのか」の配分を決める必要がある。この配分には、「社内外の教育訓練機関が企画・実施する能力開発にどの程度を配分するのか」という社内外別配分と、「どの教育訓練分野にどの程度配分するのか」という教育訓練分野別配分の2つがある。

まず社内外別配分についてみるために、研修時間全体に占める社内資源を利用した訓練（社内研修）の構成比率を被説明変数として重回帰分析をすると、現在の社内外配分は、これまでの研修に対する投資量には規定されないが、40歳代で社内研修の多かった者ほど、現状でも社内研修に多くの資源が投入されている。

同様に自己啓発についてみると、自己啓発時間に占める社内利用の構成比率は、これまでの自己啓発に対する投資量には規定されていないが、40歳代で社内資源を利用した自己啓発を行ってきた者は現状でも同じような配分戦略をとっている。

(イ) 訓練分野別配分について

つぎに、訓練分野別配分の規定要因についてみてみよう。被説明変数は研修と自己啓発に投入した時間全体に占めるマネジメント研修、専門研修、目的・課題別研修の構成比率である。

まずマネジメント研修への配分は、これまでの投資量と各年代の配分戦略に規定されている。投資量に関しては、20歳代で積極的な投資行動を行った者（つまり、多くの時間を投資した者）ほど現在、マネジメント分野に多くの資源を投入している。これまでの配分戦略との関係では、20歳代と40歳代でマネジメント分野に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しており、とくに40歳代の配分戦略に大きく規定されている。

専門研修への配分戦略も、これまでの投資量と各年代の配分戦略に規定されている。投資量に関しては、30歳代で積極的な投資行動を行った者ほど現在、専門研修に多くの資源を投入している。これまでの配分戦略との関係では、20歳代と40歳代で専門研修に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しており、とくに、その傾向は40歳代で顕著である。

最後の目的・課題別研修への配分戦略はこれまでの投資量には規定されていないが、各年代の配分戦略には規定されている。つまり30歳代と40歳代で目的・課題別研修に多くを配分した者は現状でも同じような配分戦略を採用しており、とくに、その傾向は40歳代で顕著である。

(4) 能力開発投資行動と現在の能力の関係

それでは、現状の個人の能力はこれまでの能力開発行動にどの程度規定されているのか。ここでは、能力を現在勤務している会社等での地位（ランク）でみている。

第一に、これまでの投資量との関係を見ると、研修及び自己啓発の総投資量が多い者ほど高いランクにあり、とくに自己啓発よりも研修の影響が大きい。これに対して、OJTベースの投資量と社内ランクの間に有意な関係が見られない。

第二に、これまでの配分戦略との関係を見ると、社内外別配分に関しては、社内資源を活用してきた者ほど高いランクに位置づけられていない。つまり社外での能力開発に多くの資源を配分してきた者ほど高いランクにある。訓練分野別配分との関連では、マネジメント研修に多くの資源を配分してきた者ほど高いランクにあるが、専門研修への配分と社内ランクの間には有意な関係がみられない。

3. 個人の能力開発投資行動の雇用・就業形態別特徴

(1) はじめに～分析のねらいと枠組み～

ここでは、「金」と「時間」という資源からみた就業者の能力開発投資行動を①資源の予算量、②資源の投入量、③資源の活用度（予算量に占める投入量の割合）から捉え、それらが何によって規定されているかを明らかにする。また教育訓練には会社の指示による研修と個人が独自に行う自己啓発があるが、個人の裁量による能力開発行動の特質を明らかにするために自己啓発を分析対象にしている。さらに、能力開発行動が雇用・就業形態によって大きく異なるため、投資行動の背景にある構造を正社員、非正社員、自営業・自由業別にみることにする。

重回帰分析の被説明変数は、「金」の場合には①1年間に自己啓発のために使える金（自己啓発予算）、②実際に投資した自己啓発費用（自己啓発費用）、③自己啓発予算に占める自己啓発費用の割合（金の投資比率）であり、「時間」の場合には、①自己啓発のために使える年間の時間（自己啓発可能時間）、②1年間に実際に費やした自己啓発時間（自己啓発使用時間）、③自己啓発可能時間に占める自己啓発使用時間の割合（時間の投資比率）である。説明変数としては、能力開発ニーズの背景と内容、能力開発に関する情報、会社のサポートに関わる変数を用意している（詳細については、第IV部第3章を参照してほしい）。

(2) 正社員の能力開発投資行動の規定要因

重回帰分析の結果から特徴的な点を雇用形態別にまとめると以下のようになる。図表1-1-5は、正社員の投資予算と投下資源量について重回帰分析の結果を示したものである。

これみると、第一に、能力開発ニーズについては、①将来の働き方との関連では、「現在の仕事を続ける」と考えている人と比較して、「転職」あるいは「起業する・家業を継ぐ」と考えている人は金あるいは時間の投資予算と投下資源量が大きい。これは今後、現職とは異なる働き方を明確に意識している正社員ほど、教育訓練を計画し実施しており、その結果として、能力開発資源を豊富に準備し、積極的に活用していることを示している。②「研修や自己啓発」時間の拡大と社外の長期教育訓練コースへの参加のニーズが大きい正社員ほど投

資予算と投下資源量が大きい。

第二に、教育訓練を行うための余裕度の観点からみると、自己啓発の予算と可能時間の点で余裕のある正社員ほど投資予算、投資資源量が大きくなっている。それとともに時間の余裕度を規定する残業時間の影響が注目される。すなわち、残業時間が長い人ほど、時間からみた投資予算は減少するが、金からみた投資予算は増加し、金と時間の投下資源量は拡大しており、厳しい時間制約のもとで、能力開発に積極的に取り組んでいることが分かる。

第三に、会社の支援施策からの影響についてみると、会社の教育訓練方針と上司の協力度が個人の能力開発行動に影響を与えている。①自己啓発に対する上司の協力度が大きいほど、金と時間の投資予算と投下資源量は確実に増加し、上司からの支援が個人の能力開発の活性化につながる。②会社の教育訓練方針では、勤務先が「選抜型の教育を重視する」方針であると考えている人ほど、金の投資予算と投下資源量を増やしているが、時間の投資予算は少なくなり、③勤務先が「教育訓練の責任主体は会社」としているほど時間の投資予算は少なくなる。

最後に、コントロール変数の結果についてみると、高学歴者（大学・大学院卒者）ほど投資予算が大きく、能力開発に積極的である。業種との関連をみると、全般的にみて医療・福祉について教育・学習支援事業に働く正社員が能力開発に積極的である。さらに職種との関連では、営業・販売職が全般的に消極的な姿勢をとっている点が特徴的である。

図表 1-1-5 正社員の能力開発高度の規定要因

			投資予算		投下資源量		
			金	時間	金	時間	
コントロール変数	個人属性	性別	性別	(***)	**		
		学歴	専修・短大卒ダミー				(*)
			大学・大学院卒ダミー	*	***		
	キャリア特性		転職経験				
	企業の特性	企業規模	従業員数	(***)	*		
		業種	(業種)建設業ダミー				
			(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー				
			(業種)情報通信業ダミー				
			(業種)運輸業ダミー		**		
			(業種)卸・小売業ダミー			***	
			(業種)金融・保険・不動産業ダミー				***
			(業種)飲食・宿泊業ダミー				
			(業種)医療・福祉ダミー	***		***	***
			(業種)教育・学習支援業ダミー			***	***
	(業種)サービス業ダミー						
(業種)その他ダミー							
個人の職業特性	地位	会社での地位			*		
	職種	職種:事務職				(**)	
		職種:営業・販売職		(**)	(*)	(**)	
		職種:サービス職					
		職種:現業職		(**)			
職種:その他							
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル				***	
		今後の働き方:転職希望	***	*			
		今後の働き方:起業・家業を継ぐ	**	**	***	***	
		今後の働き方:特に考えていない	**		(*)		
		今後の働き方:その他	***		***		
		正社員への希望	-	-	-	-	
	内容	全体	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	*	***		
		資格	資格修得時間の今後の方針	*			
		社外の長期コース	社外の長期教育訓練コースへのニーズ		*		**
		分野別	「研修や自己啓発」時間の今後の方針:ビジネスの基礎知識	-	-		(*)
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:マネジメント	-	-		
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:専門的な知識・技術・技能	-	-		
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:語学	-		-				
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:コンピューターの知識	-	-		(**)			
余裕度	資金	昨年の年収	***				
		自己啓発予算	-	***	***	***	
	時間	自己啓発可能時間	***	-	***		
		残業時間	***	(***)	***	*	
会社の支援	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	***	(*)	*		
		教育訓練の責任主体は会社にある		(**)			
	その他	求める能力の伝達					
		計画的Off-JTの実施状況	*				
		社外での自己啓発への上司の協力度	***	**	*	**	
情報環境	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修費用	***					
教育訓練機関を利用する際に重視する情報:費用補助の有無							

(注) ① 表中の「-」は回帰分析のなかで非説明変数として使用していない変数である。

② ***, **, *はそれぞれ1%、5%、10%の水準で有意であることを、()はマイナスで有意であることを示している。

(3) 非正社員と自由・自営業の能力開発投資行動の特徴

以上の正社員と比較すると、非正社員と自由・自営業の能力開発行動にどのような特徴があるのか。三者の投資予算からみた能力開発行動の規定要因をまとめたのが**図表 1-1-6**である。これをみると、全般的に正社員との違いは少ない。そのなかにあつて非正社員について以下の点が注目される。第一に、「正社員への希望」をもつ人が金からみた投資予算を減らしていることであり、正社員になることが能力開発を行ううえでの目標にはなっていない。第二に、企業の教育訓練方針、上司の協力度と有意な関係にないことであり、非正社員は企業の教育訓練施策の枠外に置かれている。

つぎの**図表 1-1-7**の投下資源量の結果をみても、正社員との違いは少なく、自己啓発の資金的な予算と時間的な予算（可能時間）の面で余裕のあることが能力開発を促進する基本的な条件であることは雇用・就業形態にかかわらず共通する点である。そのなかで非正社員について注目される点は、第一に、正社員と同様に教育・学習支援事業で働く非正社員が能力開発に積極的であることであり、雇用形態にかかわらず、職業的特性が能力開発の積極性を引き出しているといえよう。第二に、「専門的な知識・技術・技能」に対する研修・自己啓発ニーズをもっている非正社員ほど投下資源量が小さいことである。最後の点は、ここでも、企業の教育訓練方針、上司の協力度とは有意な関係にないことである。とくに、労働者の能力開発にとって職場の管理職の役割が大きいことを考えると、非正社員の能力開発機会を豊富にするには、彼らを直接管理し、指導している管理職の行動の変革が求められる。

図表 1-1-6 雇用・就業形態別の能力開発行動（投資予算）の規定要因

			金			時間			
			正	非	自	生	非	自	
コントロール変数	個人属性	性別	性別	(***)			**	***	
		学歴	専修・短大卒ダミー				*	(**)	
	大学・大学院卒ダミー		*			***	***		
	キャリア特性		転職経験		-	-		-	-
	企業 の 特性	企業規模	従業員数	(***)			*		
		業種	(業種)建設業ダミー		***				(*)
			(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー						
			(業種)情報通信業ダミー						
			(業種)運輸業ダミー				**		
			(業種)卸・小売業ダミー						
			(業種)金融・保険・不動産業ダミー						
			(業種)飲食・宿泊業ダミー						(***)
			(業種)医療・福祉ダミー		***				
			(業種)教育・学習支援業ダミー						
	(業種)サービス業ダミー								
(業種)その他ダミー									
個人の 職業 特性	地位	会社での地位		-	-		-	-	
	職種	職種:事務職			-			-	
		職種:営業・販売職			-	(**)		-	
		職種:サービス職			-			-	
		職種:現業職		(***)	-	(**)		-	
職種:その他			(*)	-			-		
能力開発 ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル			-			-	
		今後の働き方:転職希望	***	-	-	*	-	-	
		今後の働き方:起業・家業を継ぐ	**	-	-	**	-	-	
		今後の働き方:特に考えていない	**	-	-		-	-	
		今後の働き方:その他	***	-	-		-	-	
		正社員への希望	-	(*)	-	-		-	
	内容	全体	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	*			***	***	*
		資格	資格修得時間の今後の方針	*				(**)	(*)
		社外の長期コース	社外の長期教育訓練コースへのニーズ		*		*	*	**
		分野別	「研修や自己啓発」時間の今後の方針:ビジネスの基礎知識	-	-	-	-	-	-
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:マネジメント	-	-	-	-	-	-
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:専門的な知識・技術・技能	-		-	-	-	-	-		
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:語学	-		-	-	-	-	-		
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:コンピューターの知識	-	-	-	-	-	-			
余裕度	資金	昨年の年収	***		***		(*)		
		自己啓発予算	-	-	-	***	***	***	
	時間	自己啓発可能時間	***		**	-			
		残業時間	***		-	(***)		-	
会社の 支援	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	***		-	(*)	-	-	
		教育訓練の責任主体は会社にある			-	(**)	-	-	
	その他	求める能力の伝達			-			-	
		計画的Off-JTの実施状況	*	*	-		(*)	-	
情報 環境	社外での自己啓発への上司の協力度	***		-	**		-		
	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修費用	***		(***)					
教育訓練機関を利用する際に重視する情報:費用補助の有無									

図表 1-1-7 雇用・就業形態別の能力開発行動（投下投資量）の規定要因

			金			時間				
			正	非	自	生	非	自		
コントロール変数	個人属性	性別	性別							
		学歴	専修・短大卒ダミー 大学・大学院卒ダミー		**		(*)			
	キャリア特性		転職経験		-	-		-	-	
	企業 の 特性	企業規模	従業員数						***	
		業種	(業種)建設業ダミー							
			(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー							
			(業種)情報通信業ダミー							
			(業種)運輸業ダミー							
			(業種)卸・小売業ダミー		***					
			(業種)金融・保険・不動産業ダミー					***		
			(業種)飲食・宿泊業ダミー							
			(業種)医療・福祉ダミー		***			***	*	
			(業種)教育・学習支援業ダミー		***	***		***	***	*
	(業種)サービス業ダミー								*	
(業種)その他ダミー										
個人の 職業 特性	地位	会社での地位	*	-	-		-	-		
	職種	職種:事務職			-	(**)	(*)	-		
		職種:営業・販売職		(*)	-	(**)	(*)	-		
		職種:サービス職			-			-		
		職種:現業職			-		(*)	-		
職種:その他				-		(***)	-			
能力開発 ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル			-	***	**	-		
		今後の働き方:転職希望		-	-		-	-		
		今後の働き方:起業・家業を継ぐ		***	-	-	***	-	-	
		今後の働き方:特に考えていない		(*)	-	-		-	-	
		今後の働き方:その他		***	-	-		-	-	
		正社員への希望		-		-	-		-	
	内容	全体	「研修や自己啓発」時間の今後の方針							
		資格	資格修得時間の今後の方針					(*)	(*)	
		社外の長期コース	社外の長期教育訓練コースへのニーズ			*	**			
		分野別	「研修や自己啓発」時間の今後の方針:ビジネスの基礎知識			(*)	(*)		*	
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:マネジメント										
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:専門的な知識・技術・技能				(*)			(**)			
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:語学										
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:コンピューターの知識					(**)					
余裕度	資金	昨年の年収								
		自己啓発予算		***	***	***	***	*		
	時間	自己啓発可能時間		***	***	**		***	***	
残業時間			***		-	*		-		
会社の 支援	教育訓練方針	選抜型の教育を重視		*	-			-		
		教育訓練の責任主体は会社にある			-			-		
	その他	求める能力の伝達			-		**	-		
		計画的Off-JTの実施状況			-		(*)	-		
社外での自己啓発への上司の協力度		*	-	-	**		-			
情報 環境	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修費用				**		*			
	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:費用補助の有無							*		

4. 無業者の能力開発行動の特徴

(1) はじめに～『地域調査』のねらいと概要

第1節から第3節で説明してきた個人の能力開発行動の分析は、雇用・就業者を対象にした「個人調査」に基づいたものである。最後に問題になることは無業者の能力開発行動である。無業者のなかには、失業、家庭の事情などで一時的に就業の場から外れている潜在的な雇用・就業者は少なくない。そうすると、教育訓練サービス市場の需要構造を知るうえでも、労働市場における教育訓練基盤整備のための政策を考えるにあたっては無業者の能力開発行動を把握しておく必要がある。

そこで調査研究プロジェクトでは、補足的に平成18年に特定地域に住む無業者と雇用・就業者を対象にした個人調査（以下「地域調査」という）を行っている。本節は、その調査結果に基づいて、雇用・就業者との比較を通して、無業者の能力開発行動の特徴を明らかにしている。

(2) 無業者の特徴

調査対象者は雇用・就業者310名、無業者90名であり、無業者の構成には以下の特徴がある。

- ① 個人属性～性別では女性（64.4%）中心であり、年齢別には、20歳台22.2%、30歳～40歳台44.4%、50歳台以上33.3%の構成である。
- ② 現在の活動状況～主婦（56.7%）が中心であり、特に職業を持たず在宅している者14.4%、学生13.3%、失業者12.2%が続き、家事労働と定年退職はほとんどいない。
- ③ 就業経験～就業経験者は81.1%である。年齢別にみると、学生等を含むために就業未経験者が多い20歳台を除くと、年代に関わらず9割前後の無業者が就業経験ありとしている。さらに就業時の雇用形態は正社員が約6割（58.9%）、正社員以外の雇用形態が3割強（パート・アルバイト21.9%、契約社員等8.2%、派遣社員2.7%の構成）、自営業が1割弱（6.8%）の構成である。
- ④ 今後の就業意向～無業者のうち就職を希望している者は43.3%であり、失業者でとくに多い（90.9%）。

(3) 能力開発をとりまく環境

ア 能力開発のための予算

無業者と雇用・就業者が研修や自己啓発に投下できる能力開発予算は図表1-1-8のようになる。資金からみた予算（自己啓発に使える年間費用。「自己啓発予算額」）は無業者13万7,700円、雇用・就業者10万4,400円であり、時間からみた予算（自己啓発に使える年間時間。「自己啓発可能時間」）は同じく116.6時間、90.7時間である。つまり無業者の能力開発予算は「お金」と「時間」に関わらず、雇用・就業者に比べて豊かであり、約3割上まわる

水準にある。

図表 1-1-8 能力開発予算

	能力開発予算(平均値)	
	「金」の予算 (自己啓発予算額) (千円)	「時間」の予算 (自己啓発可能時間) (時間)
無業者	137.7	116.6
雇用・就業者	104.4	90.7

イ その他の能力開発環境

無業者が研修を受講するには、家庭の協力がどの程度得られるのかに関わる家庭環境が問題になる。協力的である（「協力的である」＋「やや協力的である」の合計値）とした無業者が76.7%にのぼるので、家庭の協力が充分得られる家庭環境にあるといえるだろう。

もうひとつの重要な環境は、教育訓練を行うにあたって適切な情報を入手できるのかに関する情報環境である。雇用・就業者の場合には、インターネット（71.0%）、職場から（64.7%）、友人・知人（55.5%）が三大情報源である。それに対して無業者は職場に頼れないので、インターネット（61.1%）と友人・知人（62.2%）が主要な情報源になり、雇用・就業者と比べると知人・友人に依存する程度が大きい。

（４）能力開発の現状と今後

ア 「研修や自己啓発」の実施状況

それでは、無業者と雇用・就業者は過去1年間にどの程度「研修や自己啓発」を行っているのか。「研修や自己啓発」を行った無業者は13.3%であり、その割合は雇用・就業者（39.0%）を大きく下回る。

さらに過去3年間に無業者、雇用・就業者が受講した教育訓練コースの詳細をみると、教育訓練プロバイダーが提供する講座・コースに参加した無業者が17.8%、雇用・就業者が27.1%であり、同じく通信教育は8.9%、9.3%、勉強会・交流会は11.1%、25.2%である。無業者にとって通信教育は受講しやすいが、講座・コースと勉強会・交流会に参加する機会は雇用・就業者に比べて少ない。さらに、無業者が参加したコース分野の構成は、専門研修（それも医療・看護・福祉関連の研修）が中心であり、それに次ぐのが語学である。

イ 教育訓練に対するニーズ

上記したように無業者は、雇用・就業者に比べて「研修や自己啓発」を行っている者が少ないが、約6割（57.8%）が今後「研修や自己啓発」を行いたいとしており、彼ら（彼女ら）の能力開発意欲は高い。

さらに彼ら（彼女ら）の意向をコース特性別にみると、長期教育訓練コース（夜間大学院等）の受講を希望している無業者が4割弱（「そう思う」8.9%＋「ややそう思う」30.0%）にのぼり、雇用・就業者の25.5%を大きく上まわっている。さらに無業者のニーズを教育訓練プロバイダーとの関連で見ると、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%）の利用ニーズが最も大きく、「公共職業訓練機関」（55.6%）と「専修学校等」（54.4%）が続いている。

第5章 結論～政策の課題～

これまで、教育訓練サービス市場の規模と構造、教育訓練プロバイダーの経営戦略とパフォーマンスとの関係、個人の能力開発行動の特徴と背景についての分析結果について整理してきた。そこで明らかにされてきた点を踏まえると、教育訓練サービス市場と個人の能力開発行動を活性化させ、わが国の人材力を強化するための政策課題として何が考えられるのか。最後に、この点について整理しておきたい。

1. 教育訓練サービス市場調査の必要性

本プロジェクトでは「教育訓練サービス市場の規模と構造」を明らかにした。これまでのように人材開発の多くを企業に頼れない時代になりつつあることを前提にすると、労働市場における能力開発基盤の整備が重要になろう。そのための政策を考えるには、まずは、教育訓練サービス市場の実態を正確に把握することが不可欠であり、「教育訓練サービス市場の規模と構造」を知るための体系的な調査を継続して行うことが重要な政策的な課題になろう。

その調査が本プロジェクトを参考にして設計される場合には、以下の点を改善する必要がある。

- ① 本プロジェクトでは独自調査に基づいて教育訓練プロバイダーのデータベースを作成しているが、今後は、長期的に活用できるデータベースを体系的に整備することが必要である
- ② 本プロジェクトでは、公共部門を除外して市場の規模と構造を推定しているため、今後は、公共部門を含めた市場の把握が必要である。
- ③ 本プロジェクトでは、供給（教育訓練プロバイダー）の面から市場を把握しているが、需要側からの把握も必要になろう。そのさい企業と労働者個人が主要な調査対象になる。本研究プロジェクトでは、「個人調査」で個人の能力開発投資を調査しているため、そこで得られたデータの活用が今後の研究上の課題となる。

2. 求められる教育訓練プロバイダーの育成

教育訓練サービス市場を整備するには、教育訓練プロバイダーの教育訓練力を強化するための政策が課題になろう。

そのためには、まず教育訓練プロバイダーの構成をみる必要があり、「教育訓練サービス市場の規模と構造」の分析によって、民間の教育訓練機関と公益法人が二大プロバイダーであり、経営者組織がそれに次ぐ存在であることを明らかにした。さらに、昨年度までの報告書のなかでは、教育訓練サービスの面からみた各プロバイダーの特徴が報告されている。こうした点を踏まえて、教育訓練プロバイダーの機能強化を支援する政策が考えられる必要がある。とくに、これまで教育訓練プロバイダーとして注目されてこなかった公益法人と経営者

組織という公的組織の役割を見直し、それらを活用した教育訓練政策のあり方が検討されるべきであろう。

さらに、教育訓練プロバイダーの経営戦略とパフォーマンスとの関係の分析からは、プロバイダーが効率的で効果的な教育訓練サービスを提供するには、教育訓練を専業とし、特定の教育訓練分野に特化する戦略をとることが、経営の成長性を望むのであれば事業の多角化を指向する戦略をとることが必要であること、また、政府等からの委託研修を受注することがサービスの効率性と経営の成長性を同時に実現する早道であることを明らかにした。こうした分析結果は、教育訓練プロバイダーが戦略を作成するうえで活用する情報、あるいは、教育訓練プロバイダーの経営力と教育訓練力を強化するための政策を考えるための情報としては不十分な点が多い。しかし、教育訓練プロバイダーのベスト・プラクティスを検討するための第一歩となるし、これを踏まえて、ベスト・プラクティスの情報を整備し広く提供する政策が考えられていだろう。

3. 個人の能力開発を支援する政策

(1) 自営業・自由業を対象にした政策の整備の必要性

経済を活性化させる、雇用機会と新しい働き方を創出するという点から、労働者が自ら業を起し、企業などの組織から独立して働くことが重視されつつあり、また、そうした働き方を選択する労働者が増えてきている。そのためわが国の人材力を強化するためには、雇用者にとどまらず自営業・自由業に焦点を当てる必要があり、雇用者のみを対象にしてきた教育訓練政策も自営業・自由業にまで範囲を拡大する必要があるが出てきている。

こうした政策的な観点からみると、本プロジェクトが雇用者とともに自営業・自由業の能力開発行動にも焦点をあてていることは大きな意味があろう。分析のなかで明らかになった点の一つは、自営業・自由業が雇用者とは異なる能力開発行動の特性をもっていることである。まず驚くべきことは、自営業・自由業は雇用者以上に能力開発に熱心に取り組んでいることであり、自分のキャリアは自ら開発せざるをえない彼ら（彼女ら）にとって能力開発は雇用者以上に重要なかもしれない。それとともに教育訓練サービスを需要する形態が異なり、企業に依存できる雇用者と異なり、社外の教育訓練プロバイダーが提供するサービスに、それも経営者組織に多くを依存している点に特徴がある。

このような点を踏まえると、まずは「自営業・自由業のために」という視点から、つまり雇用者から自営業・自由業まで対象範囲を拡大することを前提に、既存の教育訓練政策をレビューしてみる必要があるだろう。さらに、自営業・自由業のための教育訓練サービスの供給体制を整備、強化するためには、経営者組織の活用が不可欠である。そのためには経営者組織自身が教育訓練力のある組織として強化される必要があり、教育訓練担当者の育成、カリキュラムや教材の開発などの面で、経営者組織を支援する政策的な意味は大きいといえるだろう。

（２）雇用者のための政策

ア 個人の能力開発行動を底上げするための政策

今回の分析結果をみると、雇用者についても幾つかの政策的課題が明らかになる。まず問題になることは、個人の能力開発行動を全体として活性化させるための政策である。

企業が「能力開発の自己責任化」政策を推進することが教育訓練の弱体化につながるものが心配されているが、今回の分析結果は、それが個人の能力開発投資の低下にはつながることはないだろうことを示している。それ以上に重要な点は、個人が能力開発に取り組める「働く環境」を整備することである。

能力開発に配分できる資金と時間の資源が多いほど、個人は能力開発に積極的に取り組むことが明らかにされている。これを踏まえると、個人の資金と時間の余裕を拡大することが政策的な課題になり、給付金等の政策は資金面から支援する政策といえるだろう。

さらに時間資源の余裕という面では、長時間労働とくに長い残業時間の存在が問題になろう。しかし、今回の分析で明らかにされたことは、残業時間の長いことが必ずしも個人の能力開発行動の低下につながらないということである。残業時間の長い個人は、能力開発にさける時間が少ないが、その制約のもとで工夫して能力開発に積極的に取り組んでいるのである。

今回の調査で明らかにされた、個人の能力開発を活性化されるための最も重要な環境は職場の「上司からの支援」である。個人は時間、資金にかかわらず、能力開発のために用意した資源を十分に活用していないという状況にあり、能力開発資源の少ないことが、個人の能力開発行動の活性化を阻害することにはなっていない。重要な点は、資源を有効に活用するための環境条件を整備することであり、そのポイントが「上司の支援」なのである。

そうなる問題は「上司の支援」をいかに改善するかであり、企業とくに人事部門には、そのための政策の充実、整備を望みたい。「上司の支援」の重要性を教育する、「上司の支援」を人事評価のなかに組み込むなどの方法が考えられるが、それとともに重要なことは、経営としての基本方針を明示し、「上司の支援」の実施状況を監査する仕組みを構築することである。優秀な人材を採用し、定着を図る。企業にとってもっとも重要な経営課題の一つであるが、それに対応するには、「その企業にはいると、豊富な能力開発が与えられる」という魅力を作りあげることが重要であり、「上司の支援」の充実はそのための基盤なのである。

イ 「空白の中年層」のための政策

つぎに、企業が行う研修、雇用者が自らの責任で行う自己啓発のいずれをみても、「教育訓練の空白」ともいえる雇用者群の存在が明らかになっている。雇用形態でいえば非正社員、職種でいえば事務職、現業職あるいは営業職などがそれに当るが、ここでは、もう一つの「教育訓練の空白」に注目したい。

今回の分析では、能力開発投資が若年層と 50 歳以上の高齢者層で多くなる U 字型のパターンを描いているということを繰り返し明らかにしてきた。このことは 30 歳代から 40 歳代

(とくに、40 歳代)が「教育訓練の空白」世代であることを示している。さらに詳細にみると、マネジメント能力を高めるための教育訓練は 30 歳代～40 歳代で多くなる逆U字型のパターンをとっている。しかし、専門的な知識・技術を高めるための教育訓練等がこの年代で「空白」になっているため、結果的に「教育訓練の空白」が生まれているのである。さらに、管理職と非管理職の能力開発経歴を比較すると、全般的に非管理職の能力開発が低調である点も明らかになっている。

このようなことが起こる背景には、つぎのような事情があろう。雇用者が想定するキャリア、あるいは企業が想定している雇用者のキャリアは、ホワイトカラーを中心にして管理的業務につながる単線的なキャリアである。そのため、ここでいう中年層に入るにともないマネジメント能力を高めるための教育訓練が増加し、専門的な知識・技術を高めるための専門研修が減少する。他方では、管理職へとつながる単線的なキャリア・パスは崩壊し、専門的な能力を生かして非管理職として生きていかざるをえないキャリアのホワイトカラーが増えているので、いきおい 30 歳代から 40 歳は全体として「教育訓練の空白」世代になるのである。

しかし自営業・自由業をみると、能力開発に投下される資源の最も多い世代がこの年代であり、しかも、どの年代であっても一貫して専門研修に多くの資源が配分されている。この点からみると、専門能力をもってキャリアを踏むことになる多くの雇用者にとっては、「空白の中年層」世代は、専門能力を磨くための教育訓練機会が欠如している世代なのである。労働者の働く期間は長期化し、20 歳代の若いときに集中的に教育された専門能力で最後まで働きつづけることは不可能に近い。したがって「空白の中年層」の世代で専門能力を磨き直し、40 歳代以降のキャリアの後半に備えることが重要であろう。

しかし、そのためには解決すべき課題は多い。この世代は現場の中核を担う、一番忙しい世代であろう。また企業の観点からすると、20 歳代の若い世代と比べると投資の効率性が低下する世代でもある。このような点を考慮すると、個人にしても会社にしても能力開発の拡大を進めにくい世代である。それにもかかわらず、60 歳代までの長い職業人生を考えると、専門能力を磨きなすべき世代でもあるので、それを支援するための政策、つまり、専門能力についてのリカレント訓練体制を整備する政策を考える必要がある。

第2部 教育訓練プロバイダー市場の規模と構造

第1章 教育訓練サービス市場の規模と構造をみるための方法

1. はじめに

本プロジェクト研究は、教育訓練サービスを提供している組織（本プロジェクトでは、これを「教育訓練プロバイダー」と定義している）と企業や労働者等との間で、教育訓練サービスが取引される市場（同、「教育訓練サービス市場」と定義）を体系的に捉えるための分析枠組みを整理し、教育訓練サービス市場の現状について調査した。分析枠組みは、①教育訓練サービスを提供する組織からみた供給構造、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構成されている。本章では、分野①の教育訓練プロバイダーに着目し、教育訓練サービス市場の規模と構造を明らかにする。

2. 教育訓練サービス市場の規模と構造をみるための変数

本プロジェクト研究では、平成15年度にまとめた「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—」（JILPT Discussion Paper Series 04-006, 2004年5月）（以下、『2004年度レポート』）で教育訓練サービス市場の規模と構造を明らかにしたが、これは教育訓練費用の主要な負担者である政府と企業の支出状況に関する既存の統計資料から推定したものであり、そこには次のような3つの問題点がある。1点目は、企業の教育訓練費用と政府の予算のみを使用しており、費用負担のもうひとつの主体である個人が除外されていること。2点目は、政府部門の支出については厚生労働省を把握したに止まり、地方自治体などのその他の政府部門における教育訓練費を把握できていないこと。3点目は、教育訓練プロバイダーの抽出を産業分類に基づいて行ったため、教育訓練プロバイダーを正確に把握できていないこと。

以上のような問題があったため、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（以下、1回目の調査を「第一次プロバイダー調査」、2回目の調査を「第二次プロバイダー調査」）を行い、その成果は、『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—』（労働政策研究・研修機構、報告書 No.24 2005）および『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、報告書 No.43 2005）にまとめられている。本章では、この調査結果をもとに、教育訓練サービス市場の規模と構造を明らかにする。

市場規模は、「教育訓練プロバイダーが提供し、社会人によって消費された教育訓練サービス量」によって測ることができる。そこで本章では「サービス量」を測る指標として、プロバイダーの①教育訓練事業収入と、研修内容に関わる②延べ受講者数、③延べコース数、

④延べ時間数の4変数を使用した。

3. 集計方法

(1) 教育訓練実施組織の母集団の決定手順

はじめに、市場規模を推定するときの基準となる教育訓練サービスを提供している全ての組織の数（以下、「教育訓練プロバイダー総数」とする）を算出する手順を説明したい。

第一次プロバイダー調査¹では、調査対象組織を選ぶにあたって、組織形態別に「実施推定組織」（計約28,000組織。表中Aの欄を参照のこと）を抽出した（図表2-1-1を参照）。実施推定組織とは、①教育訓練プロバイダーを構成している学校あるいは民間の組織（教育訓練サービスの提供を主要な事業目的としている民間の公益法人、経営者団体、職業訓練法人、株式会社、有限会社、合名会社、合資会社などを指す）であって、②既刊の各種団体名鑑、企業概要リスト、ガイドブック、インターネット等に掲載されている組織²のなかから選定された、社会人を対象とした教育訓練サービスを提供している組織および提供している可能性の高い組織である。このなかから、『2004年度レポート』³で把握した組織形態別の占有率を考慮して、「大学等：専修学校等：公益法人＋職業訓練法人等：経営者団体：民間企業＝15.7%：29.5%：19.9%：8.0%：27.0%」の構成比率となるように調査対象組織（表中のB欄を参照）を抽出し（計10,000組織）、3,483組織から回答を得た（表中のC欄を参照）。さらに、回答組織に占める「教育訓練を行っている」組織（以下、「教育訓練実施組織」とする。表中のE欄を参照のこと）の比率である「実施比率」（表中のF欄を参照）を計算した。

¹ 第一次プロバイダー調査は、株式会社、有限会社、合資会社、合名会社の「民間企業」、商工会議所、商工会、協同組合、商工組合の「経営者団体」、財団法人、社団法人の「公益法人」、「職業訓練法人」、「任意団体」、大学・大学院、短大、高専、専修・各種学校の「学校」からなる、公共職業訓練機関、一般企業以外の教育訓練サービスを提供する全ての組織形態を対象に郵送法で実施した。有効回収数3,493票で有効回収率は34.9%である。なお、同調査では、教育訓練サービスを提供している組織の正確なデータベースがないため、同サービスを提供していると考えられる上記組織を対象に行われており、調査回答組織には教育訓練サービスを提供していない組織も含まれている。そこで同調査では、回答組織全体を「調査回答組織」、そのなかの教育訓練サービスを実際に提供している組織を「教育訓練実施組織」と呼び、区別している。調査回答組織の概要を組織形態の面からみると、経営者団体〔商工会議所、商工会、協同組合・商工会〕(19.6%)、公益法人〔財団法人・社団法人〕(19.5%)、民間企業〔株式会社・有限会社・合名会社・合資会社〕(18.9%)、専修学校等〔専修学校・各種学校〕(19.6%)がそれぞれ約2割を占め、大学等〔大学・大学院、短大、高専〕(13.8%)と職業訓練法人等〔職業訓練法人、その他組織〕(8.3%)が1割前後で続く構成である。この調査回答組織のなかで教育訓練事業（同調査では、「社会人を対象とした学校教育以外の講習会・セミナー等の教育関連事業」と定義しているが、一部に教養・趣味のための教育も含まれているものの、ほぼ前述した労働者等を対象とする教育訓練に対応する事業である）を「実施」している組織（教育訓練実施組織）は55.5%で、その組織形態別構成は、公益法人(25.6%)と経営者団体(24.7%)がそれぞれ全体の4分の1を占め、民間企業(16.1%)、大学等(14.0%)、専修学校等(11.1%)、職業訓練法人等(8.3%)という構成である。また労務構成は、教職員数が平均119.2人で、その内部構成は正規職員比率50.9%、正規教員比率13.1%、非正規職員比率13.8%、非正規教員比率22.3%となっている。なお、『第一次調査』の詳細については、『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－』（労働政策研究・研修機構、報告書No.24 2005）を参照されたい。

² 詳しい抽出方法や条件については、『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－』（労働政策研究・研修機構、報告書No.24 2005）を参照されたい。

³ 『2004年度レポート』によると、教育訓練プロバイダーの総数は17,265で、そのなかから「公共部門」を除くと、総数は12,979である。

「実施推定組織数」にこの「実施比率」を乗じると、教育訓練実施組織の総数が推計できるが、それでは第一次プロバイダー調査の非回答組織（表中の G 欄を参照のこと）の実施率を考慮していないために正確な推定にはならない。そこで非回答組織である 6,517 組織に対し、再度、教育訓練を実施しているか否かについての追加調査を行った。追加調査の方法は下記の通りである。

＜追加調査の方法＞

- ア．調査期間 2005 年 12 月 14 日～12 月 21 日
- イ．調査方法と調査対象
- ① 電話による質問調査。
 - ② 第一次プロバイダー調査の対象であった 10,000 組織のうち、回答のなかった 6,517 組織を対象とした。
 - ③ 組織形態別の回収数を、調査対象組織数の 5%、もしくは 20 組織のいずれか大きい方に定めた。
 - ④ 第一次プロバイダー調査の有効回収率が 60%を超えている組織形態については、既存の回答数で十分復元に耐えうると判断し、追加調査の対象から除外した。
- ウ．調査内容
- ① 社会人を対象とした教育訓練事業の実施の有無
 - ② 私立大学のみ、「社会人を対象とした大学院教育の実施の有無」を追加設問とした

追加調査では、「回答組織」（表中の H 欄を参照）に占める教育訓練事業を実施している組織数の割合である「実施比率」⁴（表中の I 欄を参照）に「非回答組織」（表中の G 欄を参照）を乗ずることによって、非回答組織における「教育訓練実施組織」（表中の J 欄を参照）を算定した。このとき、「経営者団体」については、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の教育訓練実施組織数を上記の手順に従って計算し、その合計を教育訓練実施組織数として用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算した「教育訓練実施組織」を用いている。

その後、回答組織と非回答組織それぞれの「教育訓練実施組織」をもとに、「教育訓練プロバイダー総数」（表中の K 欄を参照）を推定した。以降の市場規模を推計する際には、この「教育訓練プロバイダー総数」を復元の基準として用いている。

⁴ 「職業訓練法人等」「国立大学」「公立大学」「高専」については、第一次プロバイダー調査での回収率が 60%を超えており、追加調査を実施しなかった組織形態は、教育訓練を実施している組織は、第一次プロバイダー調査に回答済みであると思われる。そこで、非回答組織における実施組織数は 0 とし、実施比率は 0.0%と考えた。

図表 2-1-1 教育訓練の実施推定施設数と教育訓練プロバイダー総数

(単位:組織)

	実施推定組織	調査対象組織	第1次プロバイダー調査で回答のあった組織				第1次プロバイダー調査で非回答の組織=追加調査対象組織				教育訓練プロバイダー総数
			回答組織	回答率(%)	教育訓練実施組織	実施比率(%)	非回答組織=調査対象	確認組織数		教育訓練実施組織(注2)	
								回答組織	実施比率(%) (注1)		
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
			C/B		E/C	B-C			G*I	((E+J)/B)*A	
民間企業	6,688	3,033	660	21.8	313	47.4	2,373	119	70.0	1,660	4,351
経営者団体	11,227	1,919	686	35.7	478	69.7	1,233	68	-	548	5,196
商工会議所	598	584	205	35.1	191	93.2	379	20	60.0	227	428
商工会	2,776	502	214	42.6	146	68.2	288	20	35.0	101	1,365
商工組合・事業協同組合	7,853	833	267	32.1	141	52.8	566	28	38.9	220	3,403
公益法人	4,237	1,614	682	42.3	497	72.9	932	47	38.6	360	2,250
職業訓練法人等(含:能開協会)	1,077	434	290	66.8	161	55.5	144	0	0.0	0	400
専修・各種学校	3,476	2,004	684	34.1	215	31.4	1,320	66	77.3	1,020	2,142
大学等	1,280	996	481	48.3	271	56.3	515	40	-	306	766
国立大学	87	80	50	62.5	37	74.0	30	0	0.0	0	40
公立大学	80	73	47	64.4	32	68.1	26	0	0.0	0	35
私立大学	542	347	146	42.1	89	61.0	201	20	85.0	171	406
短大	508	433	188	43.4	80	42.6	245	20	55.0	135	252
高専	63	63	50	79.4	33	66.0	13	0	0.0	0	33
全体	27,985	10,000	3,483	34.8	1,935	55.6	6,517	340	61.8	3,894	15,105

(注1) 「経営者団体」と「大学等」の実施比率は、調査対象組織に占める「注2」で述べる手順によって計算したそれぞれの実施組織数によって算定している。

(注2) 非回答組織における「経営者団体」の「実施組織数」(表中のJ欄を参照)は、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の実施組織数を「回収組織数」(表中のH欄を参照)と「実施比率」(表中のI欄を参照)に基づいて計算し、その合計を用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算している。

(注3) 「経営者団体」と「大学等」は、「注2」に記したように小分類で構成されているため、実施比率の算定は行わなかった。したがって表中では「-」と表記している。

(2) 教育訓練実施比率と占有率

図表 2-1-2 に整理をした、推定実施組織数に占める教育訓練プロバイダー総数の割合(以下、教育訓練実施比率。表中のY欄を参照)をみると、同比率が最も高いのは「民間企業」(65.1%)である。これに「専修・各種学校」(61.6%)、「大学等」(59.9%)、「公益法人」(53.1%)、「経営者団体」(46.3%)と続いている。同比率が最も低いのは「職業訓練法人等」で37.1%である。このとき注意しなくてはならない点は、職業訓練を専門に行っているはずの「職業訓練法人等」の実施比率は、本来であればほぼ100%でなくてはならないはずであるが、今回の結果では非常に低くなっていることである。これは、今回の分類でいう「職業訓練法人等」のなかには、職業訓練法人だけでなく、他の組織形態に含まれない組織も含めているためである。具体的には、NPO法人、労働組合、任意団体などである。続いて、組織形態の小分類についてみると、「経営者団体」のなかでは「商工会議所」(71.6%)の実施比率が7割程度で最も高く、「商工組合・事業協同組合」(43.3%)と「商工会」(49.2%)は実施比率が4~5割程度である。また、「大学等」のなかでは「私立大学」(74.9%)が7割程度で最も高く、「公立大学」(43.8%)が4割程度で最も低い。

次に、教育訓練プロバイダー総数全体に占める組織形態ごとの占有率（表中のZ欄を参照）を算定すると、同比率が最も高いのは「経営者団体」（34.4％）で全体の3割強を占めており、「民間企業」（28.8％）が3割弱で2番目に多い。これに「公益法人」が14.9％、「専修・各種学校」が14.2％が続いている。これに対して占有率が最も小さいのは「職業訓練法人等」（2.6％）であり、「大学等」（5.1％）が続いている。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかで占有率が最も大きいのは「商工組合・事業協同組合」（22.5％）で、反対に最も小さいのは「商工会議所」（2.8％）である。

図表 2-1-2 教育訓練の実施比率と占有率

（単位：組織）

	実施 推定 組織	教育訓練 プロバイ ダー 総数	実施 比率 (%)	実施組織 占有率 (%)
	A	K	Y	Z
			K/A	
民間企業	6,688	4,351	65.1	28.8
経営者団体	11,227	5,196	46.3	34.4
商工 会議所	598	428	71.6	2.8
商工会	2,776	1,365	49.2	9.0
商工組合・ 事業協同 組合	7,853	3,403	43.3	22.5
公益法人	4,237	2,250	53.1	14.9
職業訓練法人等 (含:能開協会)	1,077	400	37.1	2.6
専修・各種学校	3,476	2,142	61.6	14.2
大学等	1,280	766	59.9	5.1
国立大学	87	40	46.3	0.3
公立大学	80	35	43.8	0.2
私立大学	542	406	74.9	2.7
短大	508	252	49.6	1.7
高専	63	33	52.4	0.2
全体	27,985	15,105	54.0	100.0

第2章 教育訓練サービス市場の規模と構造

1. 教育訓練サービス市場全体の規模と構造

(1) 経営特性（事業収入）からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

ここからは教育訓練サービス市場の規模と構造をみていくことにするが、その際には、以下の手順を踏むことにする。市場で取引される教育訓練サービスの形態には、講習会・セミナー（学校教育を除き、懇親会・勉強会・研究会等を含む）と通信教育の2つの方法があるので、まず両者を合わせた市場全体を分析し、その後に研修と通信教育のそれぞれについて分析をする。

はじめに、プロバイダーの経営特性である教育訓練事業収入からみた市場全体の結果について、**図表 2-2-1** に整理をした。第一次プロバイダー調査で明らかにしたように、組織当たりの平均年間総収入(表中 c 欄を参照)は 11 億 6815.9 万円、そのなかの教育訓練事業収入(表中 L 欄を参照)は 6670.7 万円であり、組織当たりの年間総収入に占める教育訓練事業収入の割合(表中 d 欄を参照)は平均 5.7% である。なお、これら「組織当たり年間総収入」、「総収入に占める教育訓練事業収入の割合」、「組織当たり教育訓練事業収入」の値は、調査項目の「組織当たり年間総収入」、「総収入に占める教育訓練事業収入の割合」、「教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合」の全てについて回答した 1,666 組織を母数¹として計算している。

次に、事業収入からみた教育訓練サービス市場の規模を次の手順によって計算した。はじめに、「教育訓練プロバイダー総数」(K 欄) × 「組織当たり教育訓練事業収入」(L 欄)によって、組織形態ごとの「教育訓練事業収入からみた市場規模」(表中の M 欄を参照)を計算する。このとき、「経営者団体」については、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の「教育訓練事業収入からみた市場規模」を上記の手順に従って計算し、その合計を「教育訓練事業収入からみた市場規模」として用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算した「教育訓練事業収入からみた市場規模」を用いている。したがって、「経営者団体」と「大学等」の「組織当たり年間総収入」(c 欄)、「総収入に占める教育訓練事業収入の割合」(d 欄)、「組織当たり教育訓練事業収入」(L 欄)は該当する値がないため、表中は「-」と表記している（なお、以降の分析でも、これら2つの組織形態は同様に扱うこととする）。

その後、市場規模全体をみるために、組織形態別の「教育訓練事業収入からみた市場規模」(M 欄)の値を合計した。この結果、教育訓練事業収入からみた市場規模は 1 兆 3,008 億 4,378 万円であると推定される。

さらに、市場規模全体に占める各組織形態の「教育訓練事業収入からみた市場規模」(M

¹ このとき、講習会・セミナーまたは通信教育のいずれかのみを実施している場合には、実施していない研修コースの「総収入に占める教育訓練事業収入の割合」については 0%として計算している。

欄)の割合(以下、「占有率」とする。表中 O 欄を参照。)をみると、「民間企業」は全教育訓練サービスのうち過半数を超える 72.6%を提供している。2 番目に多いのは「公益法人」(10.8%)であり、これに「経営者団体」(5.4%)、「大学等」(5.3%)、「専修・各種学校」(5.3%)がほぼ同程度で続いている。したがって、民間企業は教育訓練サービス全体の 4 分の 3 を提供している大規模なプロバイダーであるといえる。逆に最も占有率が小さいのは「職業訓練法人等」(0.7%)である。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」では「商工組合・事業協同組合」が、「大学等」では「私立大学」がそれぞれ 5 %程度で最も高く、その他の組織の占有率は 1 %にも満たない水準である。

図表 2-2-1 教育訓練事業収入からみた市場規模

	教育訓練 プロバイ ダー 総数 (組織)	教育訓練事業収入				
		組織当たり 年間総収入 (万円)	総収入に占め る 教育関連事業 収入の割合 (%)	組織当たり 教育訓練事業 収入 (万円)	教育訓練事業 収入 からみた市場 規模 (万円)	占有率 (%)
		K	c	d	L	M
民間企業	4,351	50,006.3	43.4	21693.0	94,377,749	72.6
経営者団体	5,196	-	-	-	7,041,515	5.4
商工会議所	428	41,307.9	2.3	935.3	400,715	0.3
商工会	1,365	12,446.5	1.5	189.6	258,703	0.2
商工組合・事業協同組合	3,403	22,250.8	8.4	1875.3	6,382,098	4.9
公益法人	2,250	43,307.1	14.4	6218.7	13,990,562	10.8
職業訓練法人等 (含:能開協会)	400	7,791.5	27.2	2116.9	845,756	0.7
専修・各種学校	2,142	33,645.6	9.6	3235.4	6,930,722	5.3
大学等	766	-	-	-	6,898,074	5.3
国立大学	40	1,472,993.4	0.3	3782.4	152,193	0.1
公立大学	35	384,059.1	0.1	429.5	15,063	0.0
私立大学	406	994,378.4	1.6	16179.8	6,566,967	5.0
短大	252	81,425.3	0.8	628.6	158,373	0.1
高専	33	56,128.0	0.3	166.0	5,478	0.0
全体	15,105	116,815.9	5.7	6670.7	130,084,378	100.0

注1) 図表中「-」と表記しているのは該当するデータがない場合である。

注2) 図表中のK欄の値については、第1次プロバイダー調査結果をもとに推定しており、詳しくは前章(第1章)の「3. 集計方法(1)教育訓練実施組織の母集団の決定手順」を参照されたい。

注3) 図表中のc欄、d欄、L欄の値については、第1次プロバイダー調査結果をもとに算定している。詳しくは本章(第2章)の「1. 教育訓練サービスの規模と構造(1)経営特性(事業収入)からみた教育訓練サービス市場の規模と構造」内の第2段落を参照されたい。

注4) 図表中のM欄の値については、表中のK欄×L欄によって算出。ただし、「全体」は、M欄の「民間企業」「経営者団体」「公益法人」「職業訓練法人等」「専修・各種学校」「大学等」の合計値。詳しくは本章(第2章)の「1. 教育訓練サービスの規模と構造(1)経営特性(事業収入)からみた教育訓練サービス市場の規模と構造」内の第3段落及び第4段落を参照されたい。

(2) 研修コース特性からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

ア 延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

次の研修コース特性からみた市場の規模と構造については、はじめに延べ受講者数の面からみていくことにする。図表 2-2-2 は講習会・セミナーと通信教育を合わせた延べ受講者数²を整理したものであり、組織当たりの延べ受講者数(表中の P 欄を参照)は平均すると 1,780 人である。なお、「組織当たり延べ受講者数」の値は、調査項目である講習会・セミナーの「延べ受講者数」「開催した延べコース数」、および、通信教育の「延べ受講者数」「開催した延べコース数」の全てについて回答した 1,696 組織³を母数として計算している。

図表 2-2-2 研修コース特性からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

	教育訓練 プロバイ ダー 総数 (組織)	延べ受講者数			延べ開催コース数		
		組織当たり 延べ受講者数 (人)	延べ受講者数 からみた 市場規模 (千人)	占有率 (%)	組織当たり 延べコース数 (コース)	延べ開催 コース数から みた市場規模 (千コース)	占有率 (%)
		K	P	Q	R	S	T
		K*P		K*S			
民間企業	4,351	2,014.8	8,765.8	40.8	93.9	408.5	65.0
経営者団体	5,196	-	2,282.4	10.6	-	72.7	11.6
商工会議所	428	1,281.5	549.0	2.6	40.2	17.2	2.7
商工会	1,365	466.0	636.0	3.0	20.0	27.3	4.3
商工組合・事業 協同組合	3,403	322.4	1,097.4	5.1	8.3	28.2	4.5
公益法人	2,250	3,279.2	7,377.5	34.4	41.5	93.4	14.9
職業訓練法人等 (含:能開協会)	400	1,395.3	557.5	2.6	31.8	12.7	2.0
専修・各種学校	2,142	292.5	626.6	2.9	8.7	18.6	3.0
大学等	766	-	1,860.9	8.7	-	22.3	3.5
国立大学	40	667.7	26.9	0.1	20.4	0.8	0.1
公立大学	35	1,663.5	58.3	0.3	17.5	0.6	0.1
私立大学	406	3,909.7	1,586.9	7.4	41.3	16.8	2.7
短大	252	735.6	185.3	0.9	15.4	3.9	0.6
高専	33	105.5	3.5	0.0	6.2	0.2	0.0
全体	15,105	1,780.4	21,470.7	100.0	38.4	628.2	100.0

注) 図表中「-」と表記しているのは該当するデータがない場合である。

² 第一次プロバイダー調査でも同様の集計を行っているが、当時は母数から除外した以下に掲げるケースを今回は含めたため、値に若干の差異がみられる。しかしながら全体の傾向は大きくは変わっていない。<ケース1>講習会と通信教育それぞれの「開催した延べコース数」および「延べ受講者数」は全て回答しているが、講習会もしくは通信教育の他の関連質問が全て無回答だった場合。<ケース2>講習会・セミナーは「実施していない」と回答しているが、通信教育は「実施した」として、「1 コースあたりの開催した延べコース数」と「延べ受講者数」の全てに回答している場合。

³ このとき、講習会・セミナーまたは通信教育のいずれかのみを実施している場合には、実施していない研修コースの「延べ受講者数」「開催した延べコース数」はそれぞれ 0 人、0 コースとして計算している。

次に、延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模を次の手順によって計算した。はじめに、「教育訓練プロバイダー総数」(K 欄) × 「組織当たりの延べ受講者数」(P 欄) によって、組織形態ごとの「延べ受講者数からみた市場規模」(表中の Q 欄を参照) を計算する。その後、市場規模全体をみるために、組織形態別の「延べ受講者数からみた市場規模」(Q 欄) を合計した。この結果、延べ受講者数からみた市場規模はおよそ 2147.1 万人であると推計される。さらに、市場規模全体に占める各組織形態の「延べ受講者数からみた市場規模」(Q 欄) の割合(以下、「占有率」とする。表中の R 欄を参照。なお、表中で同比率が 0.0% となっているのは、小数点第二位を四捨五入した結果である)をみると、「民間企業」(40.8%) が 4 割を占めて最も多く、これに「公益法人」(34.4%)、「経営者団体」(10.6%) が続いている。したがって「民間企業」と「公益法人」が全体の 8 割近くの受講者を受け入れている二大プロバイダーである。これに対して、「職業訓練法人等」(2.6%)、「専修・各種学校」(2.9%)、「大学等」(8.7%) は、延べ受講者数からみると占有率の小さいプロバイダーである。また、組織形態の小分類別には、「経営者団体」のなかでは「商工組合・事業協同組合」(5.1%) で、「大学等」では「私立大学」(7.4%) で、それぞれ占有率が高い。

イ 延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

ひきつづき、前掲の図表 2-2-2 を用いて、延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造をみていく。組織当たりの延べ開催コース数(表中の S 欄を参照)は平均すると 38.4 コースである。なお、この「組織当たり延べ開催コース数」の値は、前項の「延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造」と同様に、調査項目である講習会・セミナーの「延べ受講者数」「開催した延べコース数」、および、通信教育の「延べ受講者数」「開催した延べコース数」の全てについて回答した 1,696 組織を母数として計算している。

続いて、延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模を、以下の手順によって推計する。はじめに、「教育訓練プロバイダー総数」(K 欄) × 「組織当たり延べ開催コース数」(S 欄) によって、組織形態ごとの「延べ開催コース数からみた市場規模」(表中の T 欄を参照) を計算する。その後、市場規模全体をみるために、組織形態別の「延べ開催コース数からみた市場規模」(T 欄) を合計した。その結果、延べコース数からみた市場規模は 62.8 万コースと推定される。

さらに、市場規模全体に占める各組織形態の「延べ開催コース数からみた市場規模」(T 欄) の割合(以下、「占有率」とする。表中の U 欄を参照。なお、表中で同比率が 0.0% となっているのは、小数点第二位を四捨五入した結果である。)をみると、「民間企業」は全教育訓練サービスのうち 65.0% を提供している。これに、「公益法人」(14.9%)、「経営者団体」(11.6%) がやや規模は小さくなるが続いている。つまり、「民間企業」が全体の 6 割を提供する最大のプロバイダーである。また、「経営者団体」と「公益法人」も 1 割強を占めており、「民間企業」、「経営者団体」、「公益法人」の三者で全体のほぼ 9 割のコースを提供している。これに

対して占有率が小さいのは、「職業訓練法人等」(2.0%)、「専修・各種学校」(3.0%)、「大学等」(3.5%)である。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかでは「商工組合・事業協同組合」(4.5%)と「商工会」(4.3%)で、「大学等」のなかでは「私立大学」(2.7%)で占有率が高くなっている。

なお、ここでは教育訓練の延べ時間数からの市場分析は行っていない。これは、講習会・セミナーと通信教育とでは教育訓練時間の性質が異なるため、両者を足し合わせた延べ時間の分析を行っても意味をなさないからである。

2. 研修方法別にみた教育訓練サービス市場の規模と構造

(1) 講習会・セミナーからみた教育訓練サービス市場の規模と構造

ア 講習会・セミナーの実施比率と占有率

これまでは教育訓練サービス市場全体の規模と構造についてみてきたが、ここからは研修方法別に教育訓練サービスの特徴を整理する。

研修方法には、講習会・セミナーと通信教育の2つがあるが、まず教育訓練サービス市場の規模が圧倒的に大きい講習会・セミナーに焦点をあてる。なお、今回の調査では研修方法別の教育訓練事業収入の調査はおこなっていないため、事業収入からみた市場規模の推定は実施しない(後述する通信教育についても同様である)。

はじめに、**図表 2-2-3**に整理をした、教育訓練プロバイダー総数に占める講習会・セミナーを実施している組織の割合(以下、講習会・セミナー実施比率。表中のy'欄を参照)をみてほしい。同比率は第一次プロバイダー調査において、教育訓練を実施した組織のうち「2004年度に講習会・セミナーを実施した」と回答した組織の割合であり、「講習会・セミナー実施プロバイダー総数」(表中のk'欄を参照)とは、「教育訓練プロバイダー総数」(表中K欄)に実施比率を乗じて算出している。

同比率が最も高いのは「大学等」で実施率は100%である。これに「公益法人」(99.0%)、「職業訓練法人等」(98.8%)、「経営者団体」(98.4%)、「民間企業」(97.1%)と続き、同比率が最も低い「専修・各種学校」でも94.9%と、いずれの組織においても高い実施率を有する。

次に、講習会・セミナー実施プロバイダー総数全体に占める組織形態ごとの占有率(表中のz'欄を参照)を算定すると、同比率が最も高いのは「経営者団体」(34.6%)で全体の3割強を占めており、「民間企業」(28.6%)が3割弱で2番目に多い。以下、「公益法人」が15.1%、「専修・各種学校」が13.8%で続いている。これに対して占有率が最も小さいのは「職業訓練法人等」(2.7%)で、「大学等」(5.2%)が続いている。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかで占有率が最も大きいのは「商工組合・事業協同組合」(22.7%)で、反対に最も小さいのは「商工会議所」(2.9%)である。「大学等」では、「私立大学」(2.8%)、「短大」(1.7%)の順に同比率が高い。

この後、講習会・セミナーの市場規模を推計する際には、この「講習会・セミナー実施プロバイダー総数」を復元の基準として用いている。

図表 2-2-3 講習会・セミナーの実施比率と占有率

	教育訓練プロバイダー総数(組織)	講習会・セミナー実施プロバイダー総数(組織)		
		講習会・セミナー実施プロバイダー総数(組織)	講習会・セミナー実施比率(%)	占有率(%)
		K	k'	y'
		$K * y'$		
民間企業	4,351	4,224	97.1	28.6
経営者団体	5,196	5,112	98.4	34.6
商工会議所	428	428	100.0	2.9
商工会	1,365	1,328	97.3	9.0
商工組合・事業協同組合	3,403	3,356	98.6	22.7
公益法人	2,250	2,227	99.0	15.1
職業訓練法人等(含:能開協会)	400	395	98.8	2.7
専修・各種学校	2,142	2,033	94.9	13.8
大学等	766	766	100.0	5.2
国立大学	40	40	100.0	0.3
公立大学	35	35	100.0	0.2
私立大学	406	406	100.0	2.8
短大	252	252	100.0	1.7
高専	33	33	100.0	0.2
全体	15,105	14,757	97.7	100.0

(注1)「経営者団体」と「大学等」の実施比率は、調査対象組織に占める「注2」で述べる手順によって計算したそれぞれの実施組織数によって算定している。

(注2)講習会・セミナー実施組織における「経営者団体」の「実施組織数」(表中のk'欄を参照)は、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の実施組織数を「教育訓練プロバイダー総数」(表中のK欄を参照)と「講習会・セミナー実施比率」(表中のy'欄を参照)に基づいて計算し、その合計を用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算している。

(注3)「経営者団体」と「大学等」は、「注2」に記したように小分類で構成されているため、実施比率は、「講習会・セミナー実施プロバイダー数」(表中k'欄) / 「教育訓練プロバイダー総数」(表中K欄)により算定している。

イ 延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

はじめに延べ受講者数の面からみてみよう。図表 2-2-4 は講習会・セミナーによる延べ受講者数を整理したものであり、1 組織当たりの延べ受講者数(表中の P 欄を参照)は平均すると 1,487 人である。なお、「組織当たり延べ受講者数」の値は、講習会・セミナーの「延べ受講者数」「開催した延べコース数」の全てについて回答した 1,702 組織を母数として算出している⁴。

次に、延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模を次の手順によって計算した。はじめに、「講習会・セミナー実施プロバイダー総数」(k' 欄) × 「組織当たりの延べ受講者数」(P 欄) によって、組織形態ごとの「延べ受講者数からみた市場規模」(表中の Q 欄を参照)を計算する。その後、市場規模全体をみるために、組織形態別の「延べ受講者数からみた市場規模」(Q 欄)を合計した。この結果、延べ受講者数からみた市場規模を推計すると、およそ 1,696.8 万人である。さらに、市場規模全体に占める各組織形態の「延べ受講者数からみた市場規模」(Q 欄)の割合(以下、「占有率」とする。表中の R 欄を参照。)をみると、「公益法人」(40.0%)が 4 割で最も占有率が高く、これに「民間企業」(36.6%)がほぼ同程度で続いている。これに対して、「大学等」(4.4%)、「職業訓練法人等」(3.3%)、「専修・各種学校」(3.0%)は延べ受講者数の少ないプロバイダーである。したがって、「公益法人」と「民間企業」の両方で全体の 7 割強の受講者に対して教育訓練を提供している。また組織形態の小分類別には、「経営者団体」のなかでは「商工組合・事業協同組合」(5.9%)が最も延べ受講者数が多く、「商工組合・事業協同組合」(3.7%)で少ない。「大学等」のなかでは、「私立大学」(2.8%)が多くを受け入れており、その他の組織は非常に小規模なプロバイダーである。

⁴ 第一次プロバイダー調査でも同様の集計を行っているが、当時は母数から除外した以下に掲げるケースを今回は母数に含めたため、値に若干の差異がみられる。しかしながら傾向は大きくは変わっていない。＜ケース 1＞講習会の「開催した延べコース数」および「延べ受講者数」は全て回答しているが、講習会の関連質問が全て無回答だった場合。

図表 2-2-4 研修方法からみた教育訓練サービス市場の規模と構造
(講習会・セミナー)

	講習会・ セミナー 実施プロ バイダー 総数 (組織)	延べ受講者数			延べ開催コース数			延べ時間数		
		組織当たり 延べ受講者 数 (人)	延べ受講者 数 からみた 市場規模 (千人)	占有率 (%)	組織当たり 延べコース数 (コース)	延べ開催 コース数から みた市場規 模 (千コース)	占有率 (%)	組織当たりの 1コース 延べ時間 (時間)	延べ時間数 からみた 市場規模 (千時間)	占有率 (%)
		K'	P	Q	R	S	T	U	V	W
			$K' * P$			$K' * S$			$K' * (V * S)$	
民間企業	4,224	1,469.9	6,209.3	36.6	78.8	332.7	61.5	445.6	626,270.5	88.4
経営者団体	5,112	-	2,158	12.7	-	70	12.9	-	14,087	2.0
商工会議所	428	1,253.7	537.1	3.2	39.7	17.0	3.1	61.7	449.3	0.1
商工会	1,328	469.5	623.4	3.7	20.2	26.8	4.9	27.5	975.8	0.1
商工組合・事 業協同組合	3,356	297.2	997.4	5.9	7.7	25.8	4.8	146.2	12,661.4	1.8
公益法人	2,227	3,048.2	6,789.2	40.0	40.1	89.3	16.5	276.7	55,018.7	7.8
職業訓練法人等 (含: 能開協会)	395	1,403.5	554.0	3.3	32.0	12.6	2.3	173.7	865.9	0.1
専修・各種学校	2,033	250.6	509.5	3.0	8.8	17.8	3.3	302.0	10,933.1	1.5
大学等	766	-	747.7	4.4	-	19.1	3.5	-	1,273.2	0.2
国立大学	40	659.4	26.5	0.2	20.4	0.8	0.2	33.4	1.1	0.0
公立大学	35	1,663.5	58.3	0.3	17.5	0.6	0.1	81.4	1.8	0.0
私立大学	406	1,179.9	478.9	2.8	33.5	13.6	2.5	214.5	1,183.2	0.2
短大	252	716.2	180.4	1.1	15.2	3.8	0.7	90.1	87.0	0.0
高専	33	105.5	3.5	0.0	6.2	0.2	0.0	19.9	0.1	0.0
全体	14,757	1,487.4	16,967.6	100.0	35.1	541.1	100.0	199.7	708,447.9	100.0

注) 図表中「-」と表記しているのは該当するデータがない場合である。

ウ 延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

ひきつづき、前掲の図表 2-2-4 を用いて、講習会・セミナーにおける延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造をみていく。組織当たりの延べ開催コース数(表中の S 欄を参照)は平均すると 35.1 コースである。なお、この「組織当たり延べ開催コース数」の値は、講習会・セミナーの「延べ受講者数」「開催した延べコース数」の全てについて回答した 1,702 組織を母数として算出している。

次に、これまでと同様の方法で「延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模」(表中の T 欄を参照)を推計すると、市場規模は 54.1 万コースとなる。さらに、市場全体に占める各組織形態の「延べ開催コース数からみた市場規模」(T 欄)の割合(以下、「占有率」とする。表中の U 欄を参照)をみると、「民間企業」は全教育訓練サービスのうち 6 割程度を占める 61.5%を提供しており、以下、「公益法人」(16.5%)、「経営者団体」(12.9%)の順で続いている。したがって、「民間企業」が最大のプロバイダーであり、これに次ぐ「公益法人」と「経営者団体」でもそれぞれ 1、2 割程度を占めているに過ぎない。これに対して占有率が最も小さいのは、「職業訓練法人等」(2.3%)であり、「専修・各種学校」(3.3%)、「大学等」(3.5%)も同比率が小さいプロバイダーである。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかでは「商工会」(4.9%)と「商工組合・事業協同組合」(4.8%)で、「大

学等」のなかでは「私立大学」(2.5%)で占有率が大きい。

エ 延べ時間からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

最後に、延べ時間からみた教育訓練サービス市場の規模と構造についてみていく(前掲の図表 2-2-4 を参照)。「1 コースの延べ時間」(表中の V 欄を参照)は平均すると 200 時間である。この値は、講習会・セミナーの「1 コースあたりの延べ研修時間」、「同じコースの年間開催件数」の全てについて回答している 5,724 コースを母数として計算している⁵。なお、ここでは推計をする際の元となる「1 コースの延べ時間」(V 欄)のデータに第二次プロバイダー調査の結果を使用しているが、同調査では、第一次プロバイダー調査で社会人を対象とした教育訓練を実施していると回答した 1,939 組織が実施している代表的な研修コースの特性について調査している。

これまでと同様の方法で「1 コースあたりの延べ時間からみた教育訓練サービス市場の規模」(表中の W 欄を参照)を推計すると、市場規模は 7084.5 億時間となる。さらに、市場全体に占める各組織形態の「延べ時間からみた市場規模」(W 欄)の割合(以下、「占有率」とする。表中の X 欄を参照)をみると、「民間企業」(88.4%)が全教育訓練サービスの約 9 割を提供しており、その他のプロバイダーは占有率が 2 番目に大きい「公益法人」(7.8%)でも 1 割にも満たない。

(2) 通信教育を提供している教育訓練サービス市場の規模

ア 通信教育の実施比率と占有率

通信教育による教育訓練サービス市場の規模と構造についてみていく前に、図表 2-2-5 に整理をした、教育訓練プロバイダー総数に占める通信教育を実施している組織の割合(以下、通信教育実施比率。表中の y' 欄を参照)をみてほしい。

同比率は第一次プロバイダー調査において、教育訓練を実施した組織のうち「2004 年度に通信教育を実施した」と回答した組織の割合であり、「通信教育実施プロバイダー総数」(表中の k' 欄を参照)は、「教育訓練プロバイダー総数」(表中 K 欄)に実施比率を乗じて算出している。

実施比率が最も高いのは「民間企業」の 16.9%である。これに「専修・各種学校」(9.8%)、「公益法人」(8.2%)が続き、その他の組織では同比率が 1 割にも満たない。

⁵ この値は第二次プロバイダー調査結果を用いた。同調査は、有効回収数 1,181 票で有効回収率は 60.9%であった。調査回答組織の組織形態別構成は、公益法人(27.3%)が 3 割強、経営者団体(24.6%)が 2 割強、大学等(17.1%)が 2 割強、民間企業(12.5%)が 1 割強、専修学校等(9.1%)、職業訓練法人等(9.4%)が 1 割強となっている。また平均的な労務構成をみると、正規の教職員が 98.8 人であり、その内訳は職員 52.9 人、講師・インストラクター・教員が 45.9 人である。なお、『第二次調査』の詳細については、『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、報告書 No.43 2005)を参照されたい。

図表 2-2-5 通信教育の実施比率と占有率

	教育訓練プロバイダー総数 (組織)	通信教育実施プロバイダー総数 (組織)		
		通信教育実施プロバイダー総数 (組織)	通信教育実施比率 (%)	占有率 (%)
		K	k'	y'
		$K * y'$		
民間企業	4,351	735	16.9	54.9
経営者団体	5,196	169	3.3	12.6
商工会議所	428	13	3.1	1.0
商工会	1,365	10	0.7	0.7
商工組合・事業協同組合	3,403	146	4.3	10.9
公益法人	2,250	184	8.2	13.8
職業訓練法人等 (含:能開協会)	400	5	1.2	0.4
専修・各種学校	2,142	210	9.8	15.7
大学等	766	34	4.5	2.6
国立大学	40	2	5.4	0.2
公立大学	35	0	0.0	0.0
私立大学	406	23	5.6	1.7
短大	252	10	3.8	0.7
高専	33	0	0.0	0.0
全体	15,105	1,338	8.9	100.0

(注1)「経営者団体」と「大学等」の実施比率は、調査対象組織に占める「注2」で述べる手順によって計算したそれぞれの実施組織数によって算定している。

(注2)通信教育実施組織における「経営者団体」の「実施組織数」(表中のk'欄を参照)は、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の実施組織数を「教育訓練プロバイダー総数」(表中のK欄を参照)と「講習会・セミナー実施比率」(表中のy'欄を参照)に基づいて計算し、その合計を用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算している。

(注3)「経営者団体」と「大学等」は、「注2」に記したように小分類で構成されているため、実施比率は、「通信教育実施プロバイダー数」(表中k'欄) / 「教育訓練プロバイダー総数」(表中K欄)により算定している。

次に、通信教育実施プロバイダー総数全体に占める組織形態ごとの占有率(表中のz'欄を参照)を算定すると、同比率が最も高いのは「民間企業」(54.9%)で全体の過半数を占めており、これに「専修・各種学校」(15.7%)、「公益法人」(13.8%)、「経営者団体」(12.6%)がそれぞれ1割強で続いている。これに対して占有率が最も小さいのは「職業訓練法人等」(0.4%)であった。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかで占有率が最も大きいのは「商工組合・事業協同組合」(10.9%)で、反対に最も小さいのは「商工会」(0.7%)である。「大学等」では、「私立大学」(1.7%)がその半数程度を占めており、他の組織は非常に占有率が小さい。

この後、通信教育の市場規模を推計する際には、この「通信教育実施プロバイダー総数」を復元の基準として用いている。

イ 延べ受講者数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

通信教育による教育訓練サービス市場の規模と構造については、**図表 2-2-6** を用いてみていくことにする。はじめに、延べ受講者数の面からみていこう。通信教育の「組織当たりの延べ受講者数」（表中の P 欄を参照）は平均すると 3,727 人である。この「組織当たり延べ受講者数」の値は、通信教育の「延べ受講者数」、「開催した延べコース数」両方について回答した 133 組織を母数として算出している⁶。

これまでと同様の方法で、「延べ受講者数からみた市場規模」（表中の Q 欄を参照）をみると、408.4 万人と推計される。さらに、市場全体に占める各組織形態の「延べ受講者数からみた市場規模」（Q 欄）の割合（以下、「占有率」とする。表中の R 欄を参照。）をみると、「民間企業」（51.8%）が最も占有率が高く、これに「大学等」（30.5%）、「公益法人」（13.2%）が続いている。これに対して、「職業訓練法人等」（0.0%）、「経営者団体」（2.2%）、「専修・各種学校」（2.3%）は占有率が非常に小さく、受け入れ受講者が少ないプロバイダーとなっている。また、占有率が高い「大学等」を組織形態の小分類別にみると、「私立大学」（30.2%）で占有率が特に大きく、「大学等」が受け入れている受講者のほとんどに教育訓練サービスを提供していることがわかる。「経営者団体」のなかでは「商工組合・事業協同組合」（1.9%）の占有率が大きい。

⁶ 第一次プロバイダー調査でも同様の集計を行っているが、当時は母数から除外した以下に掲げるケースを今回は母数に含めたため、値に若干の差異がみられるがその傾向は大きくは変わっていない。＜ケース 1＞通信教育の「開催した延べコース数」および「延べ受講者数」は全て回答しているが、通信教育の他の関連質問が全て無回答だった場合。

図表 2-2-6 研修方法からみた教育訓練サービス市場の規模と構造（通信教育）

	通信教育 実施プロ バイダー 総数 (組織)	延べ受講者数			延べ開催コース数			延べ時間数			
		組織当たり 延べ受講者数 (人)	延べ受講者数 からみた 市場規模 (千人)	占有率 (%)	組織当たり 延べコース数 (コース)	延べ開催 コース数から みた市場規模 (千コース)	占有率 (%)	組織当たりの 1コース 延べ時間 (ヶ月)	延べ時間数 からみた 市場規模 (千ヶ月)	占有率 (%)	
		k'	P	Q	R	S	T	U	V	W	X
				k'*P			k'*S			k'*(V*S)	
民間企業	735	2,877.3	2,115.5	51.8	85.5	62.8	85.5	23.2	1,070.3	96.9	
経営者団体	169	-	90.0	2.2	-	2.0	2.7	-	2.4	0.2	
商工会議所	13	799.4	10.6	0.3	10.0	0.1	0.2	17.4	0.0	0.0	
商工会	10	7.0	0.1	0.0	1.0	0.0	0.0	10.5	0.0	0.0	
商工組合・事業協同組合	146	542.2	79.3	1.9	12.7	1.9	2.5	8.6	2.3	0.2	
公益法人	184	2,932.5	541.0	13.2	20.2	3.7	5.1	26.9	18.5	1.7	
職業訓練法人等 (含: 能開協会)	5	234.5	1.1	0.0	9.0	0.0	0.1	25.1	0.0	0.0	
専修・各種学校	210	441.3	92.6	2.3	6.9	1.4	2.0	31.6	9.6	0.9	
大学等	34	-	1,243.7	30.5	-	3.4	4.7	-	4.1	0.4	
国立大学	2	154.5	0.3	0.0	1.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	
公立大学	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
私立大学	23	54,312.0	1,234.5	30.2	148.8	3.4	4.6	52.7	4.0	0.4	
短大	10	934.7	8.9	0.2	4.7	0.0	0.1	68.0	0.0	0.0	
高専	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
全体	1,338	3,726.6	4,084.0	100.0	44.3	73.5	100.0	26.6	1,104.8	100.0	

ウ 延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

引き続き、前掲の図表 2-2-6 を用いて、延べ開催コース数からみた市場の規模と構造をみていく。「組織当たりの延べ開催コース数」（表中の S 欄を参照）は、平均すると 44.3 コースである。なお、この「組織当たり延べ開催コース数」の値は、通信教育の「延べ受講者数」、「開催した延べコース数」の全てについて回答した 133 組織を母数として算出している。

これまでと同じ方法により、「延べ開催コース数からみた教育訓練サービス市場の規模」（表中の T 欄を参照）をみると、市場規模は 7.3 万コースと推計される。さらに、市場全体に占める各組織形態の「延べ開催コース数からみた市場規模」（T 欄）の割合（以下、「占有率」とする。表中の U 欄を参照）をみると、「民間企業」が 85.5%と圧倒的な割合を占め、延べ開催コース数からみた最大のプロバイダーである。それ以外の組織はいずれも占有率が 1 割未満であり、「公益法人」（5.1%）、「大学等」（4.7%）、「経営者団体」（2.7%）、「専修・各種学校」（2.0%）、「職業訓練法人等」（0.1%）となっている。また、組織形態の小分類別にみると、「経営者団体」のなかでは「商工組合・事業協同組合」（2.5%）で、「大学等」のなかでは「私立大学」（4.6%）で占有率が高く、その他の組織を大幅に上回っている。

エ 延べ時間からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

最後に、延べ時間からみた市場の規模と構造についてみていく（前掲図表 2-2-6 を参照）。

「1 コースの延べ時間」（表中の V 欄を参照）は平均すると 26.6 ヶ月である。この値は第二次プロバイダー調査において、通信教育の「1 コースあたりの延べ研修時間」、「同じコース

の年間開催件数」の全てについて回答している 271 コースを母数として計算している。なお、ここでは推計をする際の元となる「1 コースの延べ時間」(V 欄) のデータは第二次プロバイダー調査の結果を使用しているが、同調査では、第一次プロバイダー調査で社会人を対象とした教育訓練を実施していると回答した 1,939 組織が実施している代表的な通信教育コースの特性について調査している。

次に、これまでと同様の方法で「延べ時間からみた教育訓練サービス市場の規模」(表中の W 欄を参照) を推計すると、市場規模は 11.0 億ヶ月となる。また、市場全体に占める各組織形態の「延べ時間からみた市場規模」(W 欄) の割合(以下、「占有率」とする。表中の X 欄を参照) をみると、「民間企業」(96.9%) が全体の 9 割を超える時間を提供しており、他のプロバイダーが占める割合は非常に小さい。

第3章 まとめと今後の課題

1. 教育訓練サービス市場の規模と構造

第2章までにみてきた教育訓練サービス市場の規模と構造についての結果をまとめたものが図表2-3-1である。教育訓練プロバイダー総数は15,105組織で、その占有率は「経営者団体」が34.4%で最も多く、以下、「民間企業」が28.8%、「公益法人」が14.9%、「専修・各種学校」が14.2%でこれに続いている。占有率が最大の「経営者団体」をその小分類別にみると、「商工組合・事業協同組合」(22.5%)がそのほとんどを占めている。

市場規模全体についての推定結果はそれぞれ、教育訓練事業収入からみた市場規模は1兆3,008億万円、延べ受講者数からみた市場規模は2,147.1万人、延べ開催コース数からみた市場規模は62.8万コースである。このとき、組織形態別の占有率では、これら3つのいずれの面からみても、最も大きいのは「民間企業」、続いて「公益法人」、「経営者団体」という順番である。「民間企業」は教育訓練事業収入の占有率(72.6%)は2位の「公益法人」(10.8%)と比べ圧倒的に大きく、これは延べ開催コース数の占有率(「民間企業」65.0%、「公益法人」14.9%)でも同様である、しかし延べ受講者数(「民間企業」40.8%)では2番目に規模の大きい「公益法人」(34.4%)と比較してもそれほど多くない。つまり、1コースあたりの受講者が少なく、また受講者1人あたりの価格が高いと考えられる。「経営者団体」は教育訓練事業収入では占有率が5.4%と小さいものの、それに比べると「延べ受講者数」(同10.6%)と「延べ開催コース数」(同11.6%)はやや大きい。これは経営者団体の教育訓練サービスが安価で提供されているためと考えられる。

ひきつづき、講習会・セミナーについてみると、実施プロバイダー総数は14,757組織である。その占有率は、「経営者団体」が34.6%、以下、「民間企業」が28.6%、「公益法人」が15.1%、「専修・各種学校」が13.8%でこれに続いている。占有率が最大の「経営者団体」をその小分類別にみると、「商工組合・事業協同組合」(22.7%)がそのほとんどを占めている。市場規模をみると、延べ受講者数では1,696.8万人、延べ開催コース数では54.1万コース、延べ時間数では7084.5億時間と推計された。このとき、組織形態別の占有率をみると、延べ受講者数では「公益法人」(40.0%)が最も大きく、以下、「民間企業」(36.6%)、「経営者団体」(12.7%)の順になっているが、延べ開催コース数と延べ時間数では最大のプロバイダーは「民間企業」(延べ開催コース数61.5%、延べ時間数88.4%)であり、次いで「公益法人」(同16.5%、7.8%)、「経営者団体」(同12.9%、2.0%)となっている。つまり、「民間企業」は延べ開催コース数と延べ時間数が大きい割に、延べ受講者数が小さいことから、開催コース数が多く、コースの時間も長い、コースあたりの受講者が少ない様子が見えてくる。これに対して、「公益法人」は延べ開催コース数と延べ時間数が小さく、延べ受講者数が大きい。つまり、短時間での少ないコース数ながら、コースあたりの受講者が多いということである。

最後に、通信教育についてみると、実施プロバイダー総数は1,338組織であり、セミナー・

講座の実施組織数と比較するとだいぶ規模が小さくなる。その占有率をみると、最も高いのは「民間企業」(54.9%)で全体の過半数を占めており、これに「専修・各種学校」(15.7%)、「公益法人」(13.8%)、「経営者団体」(12.6%)が続いている。

市場規模をみると、延べ受講者数では408.4万人、延べコース数では7.3万コース、延べ時間数では11.0億ヶ月である。このときの組織形態別占有率をみると、延べ受講者数、延べ開催コース数、延べ時間数とも最大のプロバイダーは「民間企業」(51.8%、85.5%、96.9%)である。以下、延べ受講者数では次いで「専修・各種学校」(30.5%)、「公益法人」(13.2%)が、延べ開催コース数と延べ時間数では「公益法人」(5.1%、1.7%)、「専修・各種学校」(4.7%、0.4%)がそれぞれ続いている。特に延べ開催コース数と延べ時間数では他のプロバイダーと比較して「民間企業」が圧倒的に大きなプロバイダーであるが、それに比べると、延べ受講者数では「大学等」(特に「私立大学」30.2%)の占める割合が大きい。つまり、「大学等」は少数の短期間のコースを提供しているが、そこで受け入れている受講者数は多い。

図表 2-3-1 占有率からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

	教育訓練プロバイダー総数 (%/組織)	市場規模の全体			講習会・セミナー実施プロバイダー総数 (%/組織)	セミナー・講座における市場規模			通信教育実施プロバイダー総数 (%/組織)	通信教育における市場規模		
		教育訓練事業収入 (%/万円)	延べ受講者数 (%/千人)	延べ開催コース数 (%/千コース)		延べ受講者数 (%/千人)	延べ開催コース数 (%/千コース)	延べ時間数 (%/千時間)		延べ受講者数 (%/千人)	延べ開催コース数 (%/千コース)	延べ時間数 (%/千ヶ月)
民間企業	28.8	72.6	40.8	65.0	28.6	36.6	61.5	88.4	54.9	51.8	85.5	96.9
経営者団体	34.4	5.4	10.6	11.6	34.6	12.7	12.9	2.0	12.6	2.2	2.7	0.2
商工会議所	2.8	0.3	2.6	2.7	2.9	3.2	3.1	0.1	1.0	0.3	0.2	0.0
商工会	9.0	0.2	3.0	4.3	9.0	3.7	4.9	0.1	0.7	0.0	0.0	0.0
商工組合・ 事業協同組	22.5	4.9	5.1	4.5	22.7	5.9	4.8	1.8	10.9	1.9	2.5	0.2
公益法人	14.9	10.8	34.4	14.9	15.1	40.0	16.5	7.8	13.8	13.2	5.1	1.7
職業訓練法人等	2.6	0.7	2.6	2.0	2.7	3.3	2.3	0.1	0.4	0.0	0.1	0.0
専修・各種学校	14.2	5.3	2.9	3.0	13.8	3.0	3.3	1.5	15.7	2.3	2.0	0.9
大学等	5.1	5.3	8.7	3.5	5.2	4.4	3.5	0.2	2.6	30.5	4.7	0.4
国立大学	0.3	0.1	0.1	0.1	0.3	0.2	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0
公立大学	0.2	0.0	0.3	0.1	0.2	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
私立大学	2.7	5.0	7.4	2.7	2.8	2.8	2.5	0.2	1.7	30.2	4.6	0.4
短大	1.7	0.1	0.9	0.6	1.7	1.1	0.7	0.0	0.7	0.2	0.1	0.0
高専	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
全体	15,105	130,084,378	21,470.7	628.2	14,757.5	16,967.6	541.1	708,447.9	1,338.1	4,084.0	73.5	1,104.8

注) 図表中「0.0」と表記しているのは、小数点第2位で四捨五入した場合の値だが、「公立大学」および「私立大学」については、組織あたり延べ受講者数、組織あたり延べ開催コース数、1コースあたり延べ時間がそれぞれ0である。

2. 教育訓練サービス市場の規模と構造の『2004年度レポート』との比較

(1) 教育訓練プロバイダー総数による教育訓練サービス市場の規模と構造の比較

続いて、教育訓練サービス市場の規模と構成について、本プロジェクトの元となった『2004年度レポート』で把握した結果と、今回の推計した結果とを比較してみる。

はじめに、教育訓練プロバイダー総数についての比較を行う。図表 2-3-2 は、教育訓練プロバイダー数(『2004年度レポート』では「組織数」としている)からみた市場規模の構成をまとめたものである。その結果を比較すると、①今回の教育訓練プロバイダー総数が『2004

年度レポート』と比較して、およそ 1500 組織ほど多く、さらに『2004 年度レポート』では教育訓練プロバイダー数を実施の有無を問わずに業種分類等から推計しているため、実際にはこの差はさらに大きくなると考えられる。②今回の「経営者団体」「公益法人」の構成比が『2004 年度レポート』と比較して著しく大きい一方、「職業訓練法人等」「専修・各種学校」「大学等」が著しく小さい、という違いがみられた。上記①の点については、今回、市場規模の推計を行う際に使用した第一次プロバイダー調査の調査対象組織が、「専修・各種学校」と「大学等」以外では抽出範囲を拡大したことが挙げられる。

②に係わる組織構成が大きく変化した要因については、以下の 3 点が挙げられる。第一に、今回使用したデータの調査対象組織について、「専修・各種学校」と「大学等」は前回と対象組織数がほぼ同一であり、さらに「職業訓練法人等」は減少しているが、調査対象組織全体の数は増加したことにより、構成比では小さく表れていること。第二に、「経営者団体」と「公益法人」は調査対象組織が拡大しており、構成比では大きく表れていること。第三に、前回は教育訓練の実施の有無を問わずに産業分類だけで調査対象組織を選定したが、今回は教育訓練を実施している組織のみを調査対象としており、**図表 2-3-3** に示したように「調査回答組織における教育訓練実施組織の割合」(y' 欄を参照) が「経営者団体」と「公益法人」で他の組織形態と比べて高いこと。

図表 2-3-2 教育訓練プロバイダー数からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

	教育訓練プロバイダー数の構成	
	今回	2004年度 レポート
民間企業	28.8	27.0
経営者団体	34.4	7.9
公益法人	14.9	7.9
職業訓練法人等	2.6	12.0
専修・各種学校	14.2	31.6
大学等	5.1	13.6
(小計)	15,105	13,554

(注 1) 『2004 年度レポート』とは、本プロジェクトの成果として平成 15 年度にまとめた「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—」(JILPT Discussion Paper Series 04-006, 2004 年 5 月) を示している。

(注 2) 『2004 年度レポート』では職業訓練法人は公益法人に含まれているが、今回の集計では職業訓練法人等のなかにも含めてある。したがって、『2004 年度レポート』での「職業訓練法人等」の欄には、NPO 法人、任意団体、労働組合などが含まれている。

(注 3) 『2004 年度レポート』では公的訓練機関を含めて組織数の構成を求めていたため、本図表の構成比は公的訓練機関を除外して再計算した。

(注 4) 『2004 年度レポート』では、『事業所・企業統計』を用いて組織数を把握したが、同統計の表示形式が必ずしも今回の組織形態の分類とは一致しておらず、一部の組織形態では、組織数を重複して数えているものがある。たとえば、上記表中の「経営者団体」「公益法人」「商工会議所」はいずれも「民営」の「会社以外の法人」に含まれているため、組織数に重複が生じている。しかしながら、「全体」計算時には重複部分は省いている。

図表 2-3-3 調査回答組織に占める教育訓練実施組織の割合

	第1次プロバイダー調査で回答のあった組織		第1次プロバイダー調査で非回答の組織＝追加調査対象組織		調査回答組織における教育訓練実施組織の割合
	回答組織	教育訓練実施組織	回答組織	教育訓練実施組織	
	C	E	H	I'	
					$(E+I')/(C+H)$
民間企業	660	313	119	83	50.9
経営者団体	686	478	68	30	67.3
商工会議所	205	191	20	12	90.2
商工会	214	146	20	7	65.4
商工組合・事業協同組合	267	141	28	11	51.5
公益法人	682	497	47	18	70.7
職業訓練法人等(含:能開協会)	290	161	0	0	55.5
専修・各種学校	684	215	66	51	35.5
大学等	481	271	40	28	57.4
国立大学	50	37	0	0	74.0
公立大学	47	32	0	0	68.1
私立大学	146	89	20	17	63.9
短大	188	80	20	11	43.8
高専	50	33	0	0	66.0
全体	3,483	1,935	340	210	56.1

注1) 「経営者団体」と「大学等」の実施比率は、調査対象組織に占める注2で述べる手順によって計算したそれぞれの実施組織数によって算定している。

注2) 非回答組織における「経営者団体」の「実施組織数」(表中のJ欄を参照)は、小分類である「商工会議所」「商工会」「商工組合・事業協同組合」の実施組織数を「回収組織数」(表中のH欄を参照)と「実施比率」(表中のI欄を参照)に基づいて計算し、その合計を用いた。また、「国立大学」「公立大学」「私立大学」「短大」「高専」の小分類から構成されている「大学等」についても、同様の方法で計算している。

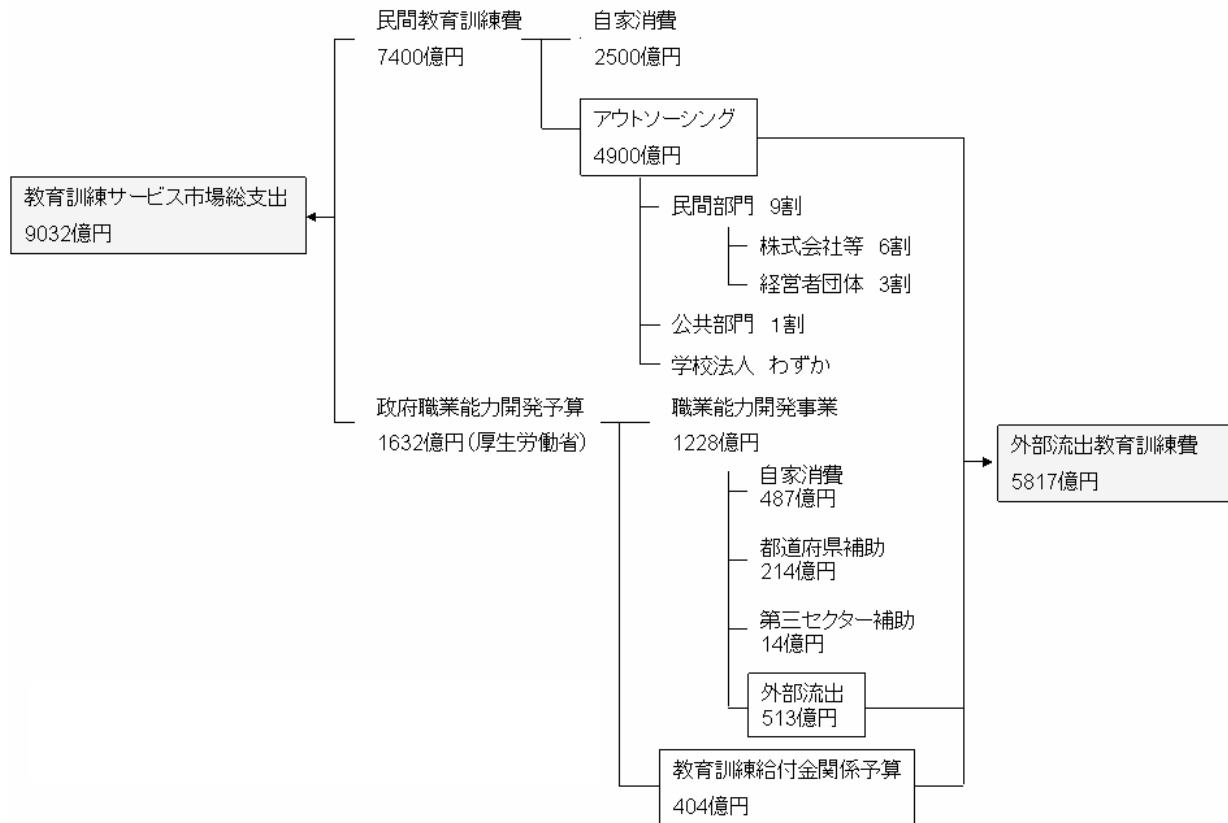
注3) 「経営者団体」と「大学等」は、(注2)に記したように小分類で構成されているため、実施比率の算定は行わなかった。したがって表中では「-」と表記している。

(2) 「金」からみた教育訓練サービス市場の規模と構造の比較

ア 『2004年度レポート』での「金」からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

続いて、教育訓練サービス市場についても『2004年度レポート』と今回の推計結果との比較を行うが、その前に、『2004年度レポート』のなかで、既存の統計資料や調査資料を活用し、「金」の面から教育訓練サービス市場の規模と構造を把握した結果について、図表 2-3-4 に整理した。教育訓練サービス市場を包括的に把握できる統計資料がないために、ここでは教育訓練費用の主要な負担者である政府と企業の支出状況からみている。厚生労働省『平成14年度 就労条件総合調査』を用いて2002年の企業の支出状況をみると、1年間にOFF-JTに支出された教育訓練費は7,400億円であり、そのうち34%が企業内で自家消費され、残る67%が外部の教育訓練プロバイダーに支出されている。したがって、教育訓練サービス市場に流出した分は4,900億円である。

図表 2-3-4 費用からみた教育訓練サービス市場の規模と構造



出所：労働政策研究・研修機構（2004）『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』より作成

次に、政府の支出状況については、厚生労働省の職業能力開発に係わる予算を活用して把握した。2003年度の予算総額は1,632億円であり、その内訳は職業能力開発事業が1,228億円、教育訓練給付金関係予算が404億円である。こうした予算のどの程度が教育訓練サービス市場に流出しているのを、職業能力開発事業予算1,228億円についてみると、国の機関が自家消費する費用が約4割の487億円、国から補助を受けて都道府県が使用する費用が2割弱の214億円、国から補助を受けて第三セクターが使用する費用が約1%の14億円である。したがって、国、都道府県および第三セクターを合計した公共部門（国公立の大学・大学院等を除く）が消費する費用は、職業能力開発事業予算の約6割の715億円であり、残る約4割の513億円が外部の教育訓練プロバイダーに支出される。なお、教育訓練給付金関係予算（404億円）は、雇用保険の被保険者が教育訓練を受講した際、その費用の一部を国が負担するため、全てが外部の教育訓練プロバイダーに流出する費用であると考えられる。

以上の企業と政府の費用支出状況から、教育訓練サービス市場の規模を明らかにできる。第一には、民間企業の教育訓練費用7,400億円と政府部門の総予算1,632億円を加えると、教育訓練サービスの総支出は9,032億円である。第二に、教育訓練給付金関係予算404億円と、職業能力開発事業予算のなかの公共部門以外が消費する部分513億円の合計を政府予算

のなかの外部流出分とすると、それに民間の教育訓練費のうち外部化された部分 4,900 億円を加えた 5,817 億円が、政府部門と民間企業から外部に流出した教育訓練費になり、これが教育訓練サービス市場の規模になる。

イ 「金」からみた教育訓練サービス市場の規模と構造の比較

次に、「金」からみた教育訓練サービス市場の規模と構造¹について、『2004 年度レポート』と今回の調査結果を比較してみたい（**図表 2-3-5**を参照）。なお、『2004 年度レポート』の規模と構造を計算するにあたっては、前項で述べたように、市場規模については、今回の集計では教育訓練プロバイダーが得た教育訓練事業収入から、『2004 年度レポート』では企業と政府の教育訓練費用の支出から推定している。したがって両者を比較するために以下のような方法を採用した。第一に、『2004 年度レポート』では教育訓練プロバイダーに公共部門を含めているのに対して、今回の調査では公共部門を含めていないという違いがある。したがって本図表では『2004 年度レポート』の結果について、公共を除外して各組織形態の占有率を計算している。このため、教育訓練費用は 4479 億円となり（**図表 2-3-5**の 2004 年度レポートの小計欄）、**図表 2-3-4**の外部流出教育訓練費（5817 億円）とは異なっている。第二に、今回の調査結果によって推計した教育訓練市場の規模では公的資金についても含まれており、組織形態ごとにその構成比も把握できているが、『2004 年度レポート』では公的資金の流れを組織形態ごとに把握できないため、**図表 2-3-5**の「小計」欄の下に別掲で政府予算からの外部流出費用と「小計」欄を合計したものを「全体」として記載しており、これが『2004 年度レポート』の教育訓練市場の規模となる。

その結果、今回の教育訓練事業収入からみた市場規模については、①『2004 年度レポート』と比較して、およそ 2 倍程度多いという違いがあった。また、組織形態別には、②今回の「民間企業」「公益法人」「専修・各種学校」「大学等」の規模が『2004 年度レポート』と比較して大きい。③それに対して、「経営者団体」「職業訓練法人等」が『2004 年度レポート』と比較して小さい、という違いがみられた。

①の市場規模が異なる背景として最も重要な点は、『2004 年度レポート』の市場規模の推定時には、個人からの支出を除き企業と国が支出した教育訓練費用のみを使用したためだと考えられる。

¹ 市場規模を把握するために、『2004 年度レポート』では教育訓練費用の主要な負担者である政府と企業の支出状況から、今回は教育訓練プロバイダーの教育訓練事業収入からそれぞれみている点に注意されたい。

図表 2-3-5 「金」からみた教育訓練サービス市場の規模と構造

	「金」からみた教育訓練市場規模の構成	
	今回 (%)	2004年度レポート (%)
民間企業	72.6	56.9
経営者団体	5.4	26.9
公益法人	10.8	5.4
職業訓練法人等	0.7	9.5
専修・各種学校	5.3	0.8
大学等	5.3	0.5
小計(単位:万円)		44,787,660
合計(単位:万円)	130,084,378	53,958,760

(注1) 『2004年度レポート』とは、本プロジェクトの成果として平成15年度にまとめた「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—」(JILPT Discussion Paper Series 04-006, 2004年5月)を示している。

(注2) 『2004年度レポート』では職業訓練法人は公益法人に含まれているが、今回の集計では職業訓練法人等のなかを含めてある。したがって、『2004年度レポート』での「職業訓練法人等」の欄には、NPO法人、任意団体、労働組合などが含まれている。

(注3) 市場規模については、今回の集計では教育訓練プロバイダーが得た教育訓練事業収入を、『2004年度レポート』では企業の教育訓練費用の支出から整理した。これは、『2004年度レポート』で把握した公的資金の流れが、今回分類している組織形態ごとに把握できないためである。したがって、全体欄の下に別掲(※)で「政府予算からの外部流出費用」を掲載し、それと「全体」を合計したものを新たに合計欄(※)に記載した。

(注4) 『2004年度レポート』では公的訓練機関を含めて組織数および教育訓練費用の構成を求めているので、図表の構成比は公的訓練機関を除外して計算されている。

(注5) 『2004年度レポート』では、『事業所・企業統計』を用いて組織数を把握したが、同統計の表示形式が必ずしも今回の組織形態の分類とは一致しておらず、一部の組織形態では、組織数を重複して数えているものがある。たとえば、上記表中の「経営者団体」「公益法人」「商工会議所」はいずれも「民営」の「会社以外の法人」に含まれているため、組織数に重複が生じている。しかしながら、「全体」計算時には重複部分は省いている。

続いて、②および③に係わる市場の組織形態別の構成が異なっている点について考えると、前項で述べたように今回の推計時と『2004年度レポート』での組織数の構成比が変化したことが一因として考えられる。また、『2004年度レポート』で明らかにした組織形態別の構成は、企業の教育訓練費用を、個人の教育訓練機関の利用割合で比例配分して算出したため、正確な市場構成を表しているわけではない。そのため今回の調査結果と比べて、たとえば、高価なコースを提供している「民間企業」は構成比が小さく現れており、これに対して安価なコースを提供している「経営者団体」は大きく現れていると考えられる。

(3) 今後の課題

これまでみてきたように、今回は教育訓練サービス市場の規模と構造について推定し、主要な特徴点を整理してきたが、今後、より正確な教育訓練サービス市場の規模と構成を把握するためには以下の点がポイントになる。

まず、教育訓練プロバイダーについてのデータベースの構築である。本プロジェクトでは、

教育訓練サービスを提供している組織の正確なデータベースがないために、同サービスを提供していると考えられる組織を対象に調査を行い、その結果から国内の教育訓練プロバイダー総数を推計し、教育訓練サービス市場の規模を推計するという段階的な手順を採っている。したがって、より正確な市場規模を把握するためには、母集団となる教育訓練プロバイダーのデータベースの構築が必要である。

次に、教育訓練プロバイダーのなかで公共部門を除外して調査を行っているが、同プロバイダーが提供しているサービスの役割は大きい。本プロジェクトでは、それを補足するために、労働政策研究報告書 No.53『我が国の職業能力開発の現状と今後の方向（プロジェクト研究「職業能力開発に関する労働市場の基盤整備の在り方に関する研究」-中間報告-）』（労働政策研究・研修機構，2006）の補論「公共職業訓練機関の供給構造」で、既存統計などを活用して公共部門のプロバイダーの特徴を分析しているが、より正確な市場規模の把握をするためには、この分野での詳細な調査が欠かせない。

さらに、教育訓練サービスを主要な事業目的としていない「一般企業」が行う従業員を対象とした教育訓練の規模は大きく、『2004年度レポート』の結果（前掲図表 2-3-4 を参照）によれば、OFF-JT に支出された教育訓練費のうちの 34%がこのために自家消費されている。したがって、広義の教育訓練サービス市場という観点から、これらについても把握する必要がある。

最後に、今回は教育訓練サービスを供給する側（教育訓練プロバイダー）から、教育訓練サービス市場の規模と構造を推計したが、今後、需要側からも、教育訓練に係わる費用の把握を行う必要がある。この点を補うために、本研究プロジェクトでは、個人を対象に「教育訓練のために使用した費用」について調査しているので、そこで得られたデータについて教育訓練サービス市場を分析するとの観点からいかに活用するかが課題となる。

今後、このような点を充実させたいうえで、教育訓練サービス市場についての包括的な調査が継続的に行われることが望ましい。

第 3 部 教育訓練プロバイダーの教育訓練機能の特質と事業戦略

第1章 個人からみた教育訓練機能の特質

1. はじめに

本研究プロジェクトでは、教育訓練サービスを必要とする労働者等からみた需要構造を明らかにすることを目的として、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5,200人を対象にアンケート調査を実施している。そして、その分析結果をJILPT労働政策研究報告書No.54/2006「教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—」としてまとめている。

調査の回答者は4,412人（有効回収率84.0%）で、そのうち、過去3年間に社外で行う講座・コース研修（以下、「社外講座」という）を受講したと回答した人は1,406人（31.9%）であった。そして、この1,406人に受講した代表的なコースについて最大3コースまで回答してもらった結果、受講したコース数は合計1,992コースであった。

本章では、当該調査データを用いて（1,992コースを分析対象としている）、過去3年の教育訓練の受講履歴から、コースごとに教育訓練プロバイダーのポジショニングと評価を行うことを目的とする。

具体的には、①個人が受講した研修コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーの研修コースがどれくらいの割合を占めているのか（受講割合）からみた教育訓練プロバイダーの特徴及びコース分野ごとに受講割合からみた教育訓練プロバイダーのポジショニング、②コースの平均時間からみた教育訓練プロバイダーと研修コースのポジショニング、③社外講座が現在の仕事に役立っている度合からみた教育訓練プロバイダーの評価及び研修コースごとの教育訓練プロバイダーの評価について明らかにすることとする。

2. 全体の特徴（N=1,992）

（1）受講割合からみた特徴

図表3-1-1に社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（全体 N=1,992）を示す。個人が受講した1,992コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーの研修コースが占める割合（受講割合）をみると、民間教育訓練機関が最も多く、コース全体の30.2%を占めている。以下、公益法人24.9%、設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業（以下、「設備機器メーカー等」という）10.7%、経営者団体9.2%で、公共職業訓練機関、専修・各種学校及び大学・大学院等はいずれも3%台の受講割合となっている。したがって、民間教育訓練機関、公益法人、設備機器メーカー等及び経営者団体の4つの教育訓練プロバイダーで全コースの75.0%を占めており、個人が行う能力開発に大きな役割を果たしている。中でも、民間教育訓練機関と公益法人の受講割合は突出しており、この2大プロバイダーが個人の能力開発に大きな役割を担っているといえる。

図表 3-1-1 社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（全体 N=1,992）

(単位:%)

コース	件数	教育訓練プロバイダー								無回答
		設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	その他	
【コース全体】	1,992	10.7	30.2	24.9	9.2	3.4	3.0	3.6	13.0	2.0
コース平均時間(H)	32.2	16.7	36.3	27.4	19.3	90.4	60.4	58.1	25.9	
総合評価指数	6.8	7.1	6.8	7.0	6.7	6.7	6.6	6.9	6.7	
①ビジネスの基礎知識	108(5.4)	6.5	46.3	13.0	16.7	2.8	2.8	1.9	7.4	2.7
コース平均時間(H)	15.1	12.9	17.7	18.1	7.6	26.3	13.0	25.0	7.0	
総合評価指数	6.9	7.5	7.0	6.8	7.1	7.3	6.7	7.0	6.1	
②マネジメント	213(10.7)	7.5	45.0	20.2	9.8	0.9	2.8	1.5	10.3	1.8
コース平均時間(H)	21.7	15.8	20.2	28.6	18.1	17.0	21.8	26.7	22.1	
総合評価指数	6.6	7.2	6.9	6.8	6.7	7.0	5.7	4.3	6.3	
③営業・販売	108(5.4)	12.0	43.5	14.8	14.8	0.0	0.0	1.0	13.9	0.0
コース平均時間(H)	17.4	12.2	18.8	16.8	23.7	—	—	12.0	12.7	
総合評価指数	6.6	6.5	6.9	6.3	6.5	—	—	7.0	6.5	
④技術・技能	490(24.6)	11.8	24.3	33.7	7.5	1.6	3.1	6.4	9.8	1.8
コース平均時間(H)	27.9	18.5	28.9	18.5	20.9	59.8	107.3	53.3	29.6	
総合評価指数	7.1	7.3	6.9	7.1	6.5	6.5	6.9	7.5	7.5	
⑤医療・看護・福祉	238(11.9)	8.8	18.5	42.0	2.9	5.9	4.6	3.4	12.6	1.2
コース平均時間(H)	49.2	8.9	66.5	49.4	16.0	112.8	40.6	95.5	22.0	
総合評価指数	7.1	7.0	6.9	7.2	7.3	6.8	7.6	6.6	6.8	
⑥経理・財務	92(4.6)	2.2	34.8	16.3	25.0	11.9	2.2	0.0	7.6	0.0
コース平均時間(H)	45.1	29.5	59.3	11.3	16.1	137.4	16.0	—	15.3	
総合評価指数	6.6	7.0	6.1	7.5	6.6	6.0	8.0	—	7.1	
⑦人事・労務	58(2.9)	3.4	32.7	39.7	8.6	1.7	0.0	1.7	12.1	0.0
コース平均時間(H)	26.3	9.5	23.7	20.5	18.0	100.0	—	306.0	12.0	
総合評価指数	6.9	6.0	6.8	6.9	7.0	8.0	—	6.0	7.7	
⑧品質・安全	79(4.0)	3.8	30.4	40.5	8.9	1.2	0.0	5.1	7.6	2.5
コース平均時間(H)	20.1	9.7	21.4	23.3	6.9	4.0	—	40.0	12.5	
総合評価指数	6.7	7.7	6.7	6.8	5.9	7.0	—	7.8	6.3	
⑨語学	100(5.0)	0.0	53.0	12.0	0.0	6.0	6.0	0.0	21.0	2.0
コース平均時間(H)	75.7	—	70.9	43.0	—	236.5	55.3	—	65.9	
総合評価指数	6.1	—	6.4	6.5	—	6.7	4.2	—	5.6	
⑩OA・コンピュータ	309(15.5)	29.4	24.6	9.1	10.7	3.9	1.3	6.5	12.6	1.9
コース平均時間(H)	27.2	19.1	36.5	22.9	16.9	45.6	19.0	55.9	20.6	
総合評価指数	6.9	6.9	6.9	7.1	6.8	7.4	7.5	6.7	6.5	
⑪その他	182(9.1)	0.5	21.9	24.7	8.8	5.5	6.6	1.1	30.8	0.0

(注1) 件数欄の()内の数値は、コース全体に占める割合(%)を示す。

(注2) 総合評価指数(役立っている度合い) = (「大いに役立った」とする件数) × 9 + …… + 「全く役に立たなかった」とする件数) × 1) ÷ (全件数 - 無回答件数)

次に、コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみると、民間教育訓練機関は、ビジネスの基礎知識研修(46.3%)、マネジメント研修(45.0%)、営業・販売研修(43.5%)、経理・財務研修(34.8%)及び語学研修(53.0%)で最も高い受講割合を占めており、これらの分野に強い教育訓練プロバイダーであるといえる。

一方、公益法人は、技術・技能研修(33.7%)、医療・看護・福祉研修(42.0%)、人事・労務研修(39.7%)及び品質・安全研修(40.5%)で、そして、設備機器メーカー等はOA・コンピュータ研修(29.4%)で受講割合が高く、強みを発揮している。

(2) コースの平均時間からみた特徴

個人が受講した1コース当たりの平均時間からみた教育訓練プロバイダーと研修コースの

特徴を図表 3-1-2（図表 3-1-1 に基づいて整理したもの）に示す。

図表 3-1-2 研修時間からみたプロバイダーと研修コースのポジション

	研修期間		
	短期 (25時間未満)	中期 (25～40時間未満)	長期 (40時間以上)
プロバイダーの	設備機器メーカー等(16.7)	公益法人(27.4)	公共職業訓練機関(58.1)
	経営者団体(19.3)	民間教育訓練機関(36.3)	大学・大学院等(60.4) 専修・各種学校(90.4)
研修コースの	ビジネスの基礎知識(15.1)	人事・労務(26.3)	経理・財務(45.1)
	営業・販売(17.4)	OA・コンピュータ(27.2)	医療・看護・福祉(49.2)
	品質・安全(20.1)	技術・技能(27.9)	語学(75.7)
	マネジメント(21.7)		

(注) 図表中の () 内の数値は 1 コース当たりの平均時間を示す。

個人の受講状況を見ると、設備機器メーカー等（1 コース当たりの平均時間：16.7 時間）及び経営者団体（同 19.3 時間）が実施している研修では短期間（25 時間未満）の研修を、公益法人（同 27.4 時間）と民間教育訓練機関（同 36.3 時間）が実施する研修では中期間（同 25～40 時間未満）の研修を、そして、公共職業訓練機関（同 58.1 時間）、大学・大学院等（同 60.4 時間）及び専修・各種学校（同 90.4 時間）が実施する研修では長期間（同 40 時間以上）の研修を受講している。

一方、コース別にみると、ビジネスの基礎知識研修（同 15.1 時間）、営業・販売研修（同 17.4 時間）、品質・安全研修（同 20.1 時間）及びマネジメント研修（同 21.7 時間）では、短期間の研修を受講している。また、人事・労務研修（同 26.3 時間）、OA・コンピュータ研修（同 27.2 時間）、技術・技能研修（同 27.9 時間）では中期間の研修を、そして、経理・財務研修（同 45.1 時間）、医療・看護・福祉研修（同 49.2 時間）及び語学研修（同 75.7 時間）では長期間の研修を受講している。

（3）総合評価

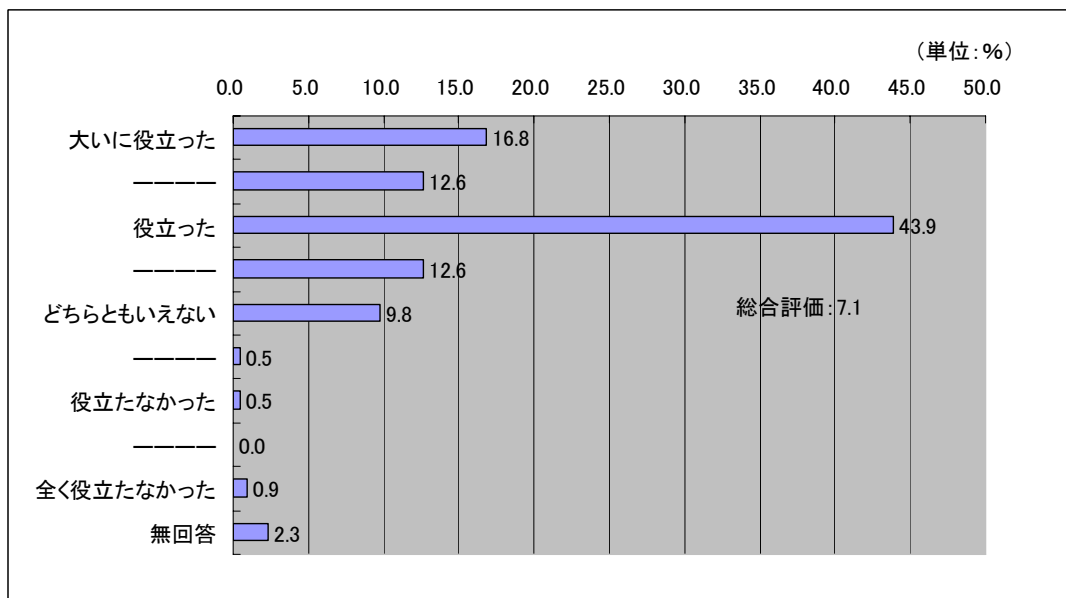
社外で行う講座・コース研修が、現在の自身の仕事にどの程度役に立っているかについて、「大いに役立った（評価指数：9）」から「全く役立たなかった（評価指数：1）」までの 9 段階で評価してもらった結果を総合評価指数（算定方法は図表の注参照）として図表 3-1-1 に示す。そして、設備機器メーカー等が行うコースの総合評価を図表 3-1-3 に示す。

設備機器メーカー等が実施する研修コースは、「役立った（評価指数：7）」とするものが 43.9% で最も多く、次いで「大いに役立った」が 16.8% である。そして、「役立った」より上位の評価項目に回答した件数は全体の 73.3% で、総合評価指数は 7.1 と全教育訓練プロバイ

ダーの中で最も高い評価を得ている。

これに続いて、公益法人（7.0）、公共職業訓練機関（6.9）、民間教育訓練機関（6.8）、経営者団体（6.7）、専修・各種学校（6.7）、大学・大学院（6.6）となっている。

図表 3-1-3 設備機器メーカー等が行うコースの総合評価 (N=214)



(注) 総合評価指数 (役に立っている度合い) = 「大いに役立った」とする件数 × 9 + …… + 「全く役に立たなかった」とする件数 × 1 ÷ (全件数 - 無回答件数)

次に、研修コースごとに教育訓練プロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はビジネスの基礎知識（7.5）、マネジメント研修（7.2）及び技術・技能研修（7.3）で高い評価を得ている。民間教育訓練機関は、マネジメント研修（6.9）、営業・販売研修（6.9）で、公益法人は技術・技能研修（7.1）、医療・看護・福祉研修（7.2）、経理・財務研修（7.5）及びOA・コンピュータ研修（7.1）で高い評価となっている。また、経営者団体はビジネスの基礎知識（7.1）、人事・労務研修（7.0）で評価が高い。

一方、コースの件数（受講割合）は幾分少ないが、専修・各種学校はOA・コンピュータ研修（7.4）で、大学・大学院等は医療・看護・福祉研修（7.6）で、そして、公共職業訓練機関は技術・技能研修（7.5）及び品質・安全研修（7.8）で高い評価を得ており、それぞれに得意とする研修コースを提供していることがうかがえる。

3. 雇用・就業形態別特徴

(1) 正社員の特徴 (N=1,537)

① 受講割合からみた特徴

図表 3-1-4 に社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（雇用・就業形態別）を、図表 3-1-5 に社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プ

ロバイダーの特徴（雇用・就業形態別）を示す。

図表 3-1-4 社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴
（雇用・就業形態別）

(単位:%)

項目	件数	教育訓練プロバイダー							無回答	
		設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関		その他
【コース全体】	1,992	10.7	30.2	24.9	9.2	3.4	3.0	3.6	13.0	2.0
コース平均時間(H)	32.2	16.7	36.3	27.4	19.3	90.4	60.4	58.1	25.9	
総合評価指数	6.8	7.1	6.8	7.0	6.7	6.7	6.6	6.9	6.7	
【正社員】	1,537	11.7	31.4	27.1	8.7	3.1	2.7	2.9	10.6	1.9
コース平均時間(H)	30.3	17.9	33.2	26.3	21.1	81.8	43.2	55.7	27.6	
総合評価指数	6.8	7.1	6.8	7.0	6.6	7.0	7.0	6.8	6.6	
【非正社員】	167	4.2	28.1	18.6	4.8	9.0	5.4	9.6	19.2	1.2
コース平均時間(H)	56.9	9.6	64.3	36.7	22.1	141.9	87.4	74.8	28.7	
総合評価指数	6.1	6.7	6.4	6.3	6.9	5.4	4.3	6.5	6.0	
【自由業・自営業】	288	9.4	25.0	16.7	14.6	2.1	3.1	3.8	22.2	3.1
コース平均時間(H)	28.7	11.3	39.3	32.3	13.1	35.7	115.5	45.3	19.4	
総合評価指数	7.2	6.7	7.1	7.1	6.9	8.0	7.0	8.1	7.3	

(注) 総合評価指数(役立っている度合い) = (「”大いに役立った”とする件数」×9 + 「”役に立たなかった”とする件数」×1) ÷ (全件数 - 無回答件数)

正社員が受講した 1,537 コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーの研修コースが占める割合(受講割合)をみると、民間教育訓練機関が最も多く、コース全体の 31.4% を占めている。以下、公益法人 27.1%、設備機器メーカー等 11.7%、経営者団体 8.7% で、これら 4 つの教育訓練プロバイダーで全体の約 8 割を占めている。一方、専修・各種学校、公共職業訓練機関及び大学・大学院等は 3% 前後の受講割合となっている。これらの状況は、1,992 コース全体の場合とほぼ同じ傾向にあり、正社員の能力開発にとっては、とりわけ、民間教育訓練機関と公益法人が大きな役割を果たしていることを示している。

次に、コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみると、民間教育訓練機関は、ビジネスの基礎知識研修(51.1%)、マネジメント研修(45.2%)、営業・販売研修(47.1%)、経理・財務研修(40.3%)及び語学研修(59.4%)で最も高い受講割合を占めており、これらの分野で強みを発揮している。

一方、公益法人は、技術・技能研修(37.7%)、医療・看護・福祉研修(43.1%)、人事・労務研修(41.5%)及び品質・安全研修(44.8%)で、そして、設備機器メーカー等は OA・コンピュータ研修(34.7%)で受講割合が高く、強みを発揮している。

図表 3-1-5 社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（雇用・就業形態別）

(単位:%)

雇用・就業形態	コース	件数	教育訓練プロバイダー								無回答
			設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	その他	
正社員	①ビジネスの基礎知識	90	5.6	51.1	13.3	15.6	3.3	3.3	2.2	3.3	2.2
	コース平均時間(H)	16.6	15.6	18.7	17.9	8.4	26.3	13.3	25.0	7.3	
	総合評価指数	6.8	7.6	6.8	6.7	7.5	7.3	6.7	7.0	4.3	
	②マネジメント	186	8.6	45.2	21.5	9.1	1.1	2.7	1.6	8.6	1.6
	コース平均時間(H)	22.0	15.8	19.6	30.0	19.6	17.0	16.6	26.7	25.0	
	総合評価指数	6.7	7.2	6.8	6.9	6.7	7.0	5.4	4.3	6.3	
	③営業・販売	85	9.4	47.1	16.5	11.8	0.0	0.0	0.0	15.3	0.0
	コース平均時間(H)	18.5	17.0	19.0	16.7	26.4	—	—	—	13.9	
	総合評価指数	6.6	6.1	6.9	6.2	6.4	—	—	—	6.5	
	④技術・技能	366	12.3	24.3	37.7	8.5	1.6	2.7	6.3	5.5	1.1
	コース平均時間(H)	27.1	19.8	30.3	19.1	20.0	59.8	22.9	55.9	53.4	
	役立っている度合い	7.0	7.6	6.9	7.0	6.5	7.2	6.8	7.2	7.1	
	⑤医療・看護・福祉	167	10.8	15.6	43.1	3.6	4.2	4.2	3.0	14.4	1.1
	コース平均時間(H)	46.2	9.4	64.6	46.1	13.7	171.6	58.7	76.8	15.1	
総合評価指数	7.2	7.1	7.2	7.4	7.0	6.9	8.0	7.2	6.9		
⑥経理・財務	67	1.5	40.3	19.4	20.9	10.4	3.0	0.0	4.5	0.0	
コース平均時間(H)	42.6	54.0	55.4	12.2	15.8	125.9	16.0	—	4.0		
総合評価指数	6.7	7.0	6.4	7.2	6.4	6.7	8.0	—	7.3		
⑦人事・労務	53	1.9	34.0	41.5	7.5	1.9	0.0	0.0	13.2	0.0	
コース平均時間(H)	22.1	4.0	24.7	20.4	21.5	100.0	—	—	12.0		
総合評価指数	7.1	6.0	6.8	7.0	7.5	8.0	—	—	7.7		
⑧品質・安全	67	4.5	31.3	44.8	6.0	0.0	0.0	3.0	7.4	3.0	
コース平均時間(H)	21.2	9.7	22.9	24.7	7.5	—	—	16.0	13.8		
総合評価指数	6.8	7.7	6.8	7.1	5.8	—	—	6.5	6.4		
⑨語学	69	0.0	59.4	10.1	0.0	4.3	2.9	0.0	20.3	2.9	
コース平均時間(H)	64.6	—	63.7	39.4	—	115.0	90.0	—	65.1		
総合評価指数	6.2	—	6.3	7.0	—	7.0	5.5	—	5.6		
⑩OA・コンピュータ	239	34.7	25.1	10.5	8.4	4.6	1.7	4.2	9.2	1.7	
コース平均時間(H)	26.2	19.5	31.4	23.8	19.3	47.5	19.0	63.5	19.5		
総合評価指数	6.9	6.9	6.8	6.9	6.7	7.6	7.5	6.6	6.8		
非正社員	④技術・技能	25	0.0	40.0	16.0	0.0	4.0	8.0	8.0	24.0	0.0
	コース平均時間(H)	38.3	—	38.9	4.5	—	20.0	214.5	8.0	14.3	
	総合評価指数	6.5	—	6.6	7.0	—	1.0	6.0	8.0	6.8	
	⑤医療・看護・福祉	48	4.2	29.2	39.6	0	10.4	2.1	6.2	8.3	0.0
	コース平均時間(H)	67.8	4.0	80.1	58.5	—	63.5	2.0	126.7	68.0	
	総合評価指数	6.2	6.0	6.3	6.3	—	6.0	6.0	5.7	6.5	
⑩OA・コンピュータ	30	10.0	23.3	3.3	10.0	3.3	0.0	26.7	20.0	3.3	
コース平均時間(H)	37.7	14.0	53.9	10.0	14.0	25.0	—	57.7	26.0		
総合評価指数	6.5	7.3	7.1	9.0	6.3	5.0	—	6.0	5.7		
自由業・自営業	②マネジメント	21	0.0	57.1	0.0	19.0	0.0	4.8	0.0	14.3	4.8
	コース平均時間(H)	20.1	—	25	—	9.7	—	48.0	—	9.0	
	総合評価指数	7.4	—	7.5	—	7.0	—	7.0	—	7.0	
	④技術・技能	99	13.1	20.2	23.2	6.1	1.0	3.0	6.1	22.2	5.1
	コース平均時間(H)	27.5	13.6	18.3	17.3	25.2	100.0	380.0	58.7	12.2	
	総合評価指数	7.4	6.5	7.2	7.3	7.2	8.0	8.5	8.3	8.0	
	⑤医療・看護・福祉	23	4.3	17.4	39.1	4.3	8.7	13.0	0.0	8.7	4.3
	コース平均時間(H)	34.0	8.0	30.8	59.7	30.0	6.0	11.3	—	9.0	
総合評価指数	7.5	7.0	7.3	7.4	9.0	8.0	7.3	—	7.0		
⑩OA・コンピュータ	40	12.5	22.5	5.0	25.0	0.0	0.0	5.0	27.5	2.5	
コース平均時間(H)	25.2	15.0	57.2	12.0	13.4	—	—	11.5	19.9		
総合評価指数	7.0	6.4	7.3	9.0	7.2	—	—	9.0	6.4		

(注1) 件数が20未満のコースは分析の対象から除いている。

(注2) 総合評価指数(役立っている度合い) = (「大いに役立った」とする件数) × 9 + …… + (「全く役に立たなかった」とする件数) × 1 ÷ (全件数 - 無回答件数)

②コースの平均時間からみた特徴

正社員が受講した1コース当たりの平均時間は30.3時間である。これを教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（同17.9時間）と経営者団体（同21.1時間）が実施する研修では短期間の研修を、公益法人（同26.3時間）と民間教育訓練機関（同33.2時間）が実施する研修では中期間の研修を受講し、そして、大学・大学院等（同43.2時間）、公共職業訓練機関（同55.7時間）及び専修・各種学校（同81.8時間）が実施する研修では長期間の研修を受講している。

コース別にみると、ビジネスの基礎知識研修（同16.6時間）、営業・販売研修（18.5時間）、品質・安全研修（同21.2時間）、マネジメント研修（同22.0時間）、人事・労務研修（同22.1時間）では短期間の研修を受講している。一方、OA・コンピュータ研修（同26.2時間）、技術・技能研修（同27.1時間）では中期間の研修を、経理・財務研修（同42.6時間）、医療・看護・福祉研修（同46.2時間）及び語学研修（同64.6時間）では長期間の研修を受講している。

③総合評価

正社員が受講した1,537コースの総合評価指数は6.8で、役立った（同指数：7）と同程度の水準にある。教育訓練プロバイダーごとにみると設備機器メーカー等（7.1）、公益法人（7.0）、専修・各種学校（7.0）及び大学・大学院等（7.0）で高い評価となっており、以下、民間教育訓練機関（6.8）、公共職業訓練機関（6.8）、経営者団体（6.6）である。

次に、研修コースごとに教育訓練プロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はビジネスの基礎知識研修（7.6）、マネジメント研修（7.2）及び技術・技能研修（7.6）で評価が高い。民間教育訓練機関は営業・販売研修（6.9）で、公益法人は医療・看護・福祉研修（7.4）、経理・財務研修（7.2）、品質・安全研修（7.1）及び語学研修（7.0）で、経営者団体はビジネスの基礎知識研修（7.5）で高い評価を得ている。

一方、受講割合は小さいものの専修・各種学校はOA・コンピュータ研修（7.6）で、大学・大学院等は医療・看護・福祉研修（8.0）で、そして、公共職業訓練機関は技術・技能研修（7.2）で高い評価となっている。

（2）非正社員の特徴（N=167）

①受講割合からみた特徴

非正社員が受講した167コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーが実施する研修コースの受講割合をみると、民間教育訓練機関28.1%、公益法人18.6%、公共職業訓練機関9.6%、専修・各種学校9.0%で、設備機器メーカー等、経営者団体及び大学・大学院等は4~5%台の受講割合を占めている（**図表3-1-4**参照）。

正社員に比べて民間教育訓練機関と公益法人の占める割合が減少して、代わりに公共職業

訓練機関と専修・各種学校の割合が大きくなっていることが特徴的である。

したがって、非正社員の能力開発にとっては、民間教育訓練機関や公益法人の他に公共職業訓練機関と専修・各種学校も大きな役割を担っているといえる。

コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみると、民間教育訓練機関は技能・技術（40.0%）で、公益法人は医療・看護・福祉研修（39.6%）で、そして、公共職業訓練機関はOA・コンピュータ研修（26.7%）で最も高い受講割合を占めており、当該分野で重要な機能を果たしている教育訓練プロバイダーであるといえる（図表3-1-5参照）。

②コースの平均時間からみた特徴

非正社員が受講した1コース当たりの平均時間は56.9時間で、正社員（30.3時間）や自由業・自営業（28.7時間）の約2倍の時間である。これを教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（同9.6時間）と経営者団体（同22.1時間）が実施する研修では短期間の研修を、公益法人（同36.7時間）が実施する研修では中期間の研修を受講し、そして、民間教育訓練機関（64.3時間）、公共職業訓練機関（同74.8時間）、大学・大学院等（同87.4時間）及び専修・各種学校（同141.9時間）が実施する研修では長期間の研修を受講している。とりわけ、設備機器メーカー等のコースは大変に短く、反対に専修・各種学校のコースは非常に長いのが特徴的である。

コース別にみると、OA・コンピュータ研修（同37.7時間）、技術・技能研修（同38.3時間）、医療・看護・福祉研修（同67.8時間）で、正社員と比べると比較的長い研修を受講している。

③総合評価

非正社員が受講した167コースの総合評価指数は6.1で、どちらともいえない（同指数：5）と役立った（同指数：7）との中間の水準である。この値は、正社員（6.8）、自由業・自営業（7.2）と比べると非常に低い評価となっている。教育訓練プロバイダーごとにみると経営者団体（6.9）、設備機器メーカー等（6.7）及び公共職業訓練機関（6.5）で比較的高い評価となっている。以下、民間教育訓練機関（6.4）、公益法人（6.3）、専修・各種学校（5.4）、大学・大学院等（4.3）である。

研修コース別にみると、民間教育訓練機関が実施するOA・コンピュータ研修（7.1）と技術・技能研修（6.6）が高い評価を得ている。

（3）自由業・自営業の特徴（N=288）

①受講割合からみた特徴

自由業・自営業が受講した288コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーが実施

する研修コースの受講割合をみると、民間教育訓練機関 25.0%、公益法人 16.7%、経営者団体 14.6%、設備機器メーカー等 9.4%である。そして、専修・各種学校、大学・大学院等及び公共職業訓練機関は2～3%台である（図表 3-1-4 参照）。

自由業・自営業は、正社員や非正社員に比べて民間教育訓練機関、公益法人が占める割合は小さく、代わりに経営者団体の占める割合が大きいのが特徴である。

したがって、自由業・自営業の能力開発では、会員企業や会員・組合員を対象に研修コースを提供している経営者団体が重要な役割を担っているといえる。

コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみると、民間教育訓練機関はマネジメント研修（57.1%）で、公益法人は技術・技能研修（23.2%）と医療・看護・福祉研修（39.1%）で、そして、経営者団体はOA・コンピュータ研修（25.0%）で最も高い受講割合を占めており、当該分野で強みを発揮している（図表 3-1-5 参照）。

②コースの平均時間からみた特徴

自由業・自営業が受講した1コース当たりの平均時間は28.7時間である。これを教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（同 11.3 時間）と経営者団体（同 13.1 時間）が実施する研修では短期間の研修を、公益法人（同 32.3 時間）、専修・各種学校（同 35.7 時間）及び民間教育訓練機関（同 39.3 時間）が実施する研修では中期間の研修を受講し、そして、公共職業訓練機関（同 45.3 時間）、大学・大学院等（同 115.5 時間）が実施する研修では長期間の研修を受講している。とりわけ、大学・大学院等のコースは長期間で突出している。

コース別にみると、マネジメント研修（同 20.1 時間）では短期間の研修を、OA・コンピュータ研修（同 25.2 時間）、技術・技能研修（同 27.5 時間）、医療・看護・福祉研修（同 34.0 時間）では中期間の研修を受講している。

③総合評価

自由業・自営業が受講した288コースの総合評価指数は7.2で、高い評価となっている。教育訓練プロバイダーごとにみると、民間教育訓練機関（7.1）、公益法人（7.1）、経営者団体（6.9）、設備機器メーカー等（6.7）である。一方、コースの件数（受講割合）は幾分少ないものの、公共職業訓練機関（8.1）と専修・各種学校（8.0）は非常に高い評価を得ている。

次に、研修コースごとに教育訓練プロバイダーの総合評価指数みると、民間教育訓練機関はマネジメント研修（7.5）とOA・コンピュータ研修（7.3）で高い評価を得ている。また、公益法人は技術・技能研修（7.3）と医療・看護・福祉研修（7.4）で、経営者団体はOA・コンピュータ研修（7.2）で評価が高い。

一方、件数は少ないが、公共職業訓練機関は技術・技能研修（8.3）で高く評価されており、当該分野で強みを発揮している。

4. 職務階層（会社等での地位）別特徴（N=1,537）

（1）受講割合からみた特徴

図表 3-1-6 に社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職務階層別）を、図表 3-1-7 に社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職務階層別）を示す。

図表 3-1-6 社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴
（職務階層別）

項目	件数	教育訓練プロバイダー								無回答
		設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	その他	
【全体】	1,537	11.7	31.4	27.1	8.7	3.1	2.7	2.9	10.6	1.9
コース平均時間(H)	30.3	17.9	33.2	26.3	21.1	81.8	43.2	55.7	27.6	
総合評価指数	6.8	7.1	6.8	7.0	6.6	7.0	7.0	6.8	6.6	
【新入社員】	264	10.6	28.0	27.0	10.2	3.8	2.3	3.0	11.7	3.4
コース平均時間(H)	33.9	11.9	38.4	17.7	17.1	195.8	13.3	133.2	22.2	
総合評価指数	6.7	6.4	6.4	6.9	6.8	7.3	7.5	7.6	6.1	
【中堅社員】	373	11.0	29.2	26.0	9.4	4.8	1.9	5.6	11.3	0.8
コース平均時間(H)	34.5	24.8	36.9	35.1	30.1	51.0	46.9	43.3	27.5	
総合評価指数	6.7	7.1	6.7	7.0	6.3	6.8	5.9	6.6	6.3	
【係長・主任】	407	12.8	30.9	31.2	6.4	2.5	2.2	1.7	9.8	2.5
コース平均時間(H)	28.3	17.7	29.7	27.7	20.6	57.3	24.5	32.7	37.5	
総合評価指数	7.0	7.2	6.7	7.1	6.6	7.4	6.3	8.1	7.0	
【課長】	207	11.1	37.2	26.6	8.7	1.4	2.9	0.5	10.1	1.4
コース平均時間(H)	29.3	21.5	32.6	22.2	15.6	18.0	119.2	40.0	31.3	
総合評価指数	6.9	7.0	6.9	7.0	6.8	7.0	7.8	1.0	6.7	
【部長・次長】	138	13.8	42.0	22.5	5.8	1.4	5.8	2.2	5.8	0.7
コース平均時間(H)	24.7	12.7	27.4	24.8	13.3	90.0	41.4	15.3	16.1	
総合評価指数	6.9	7.1	6.9	7.1	6.6	4.0	7.8	5.7	7.0	
【経営者・役員】	100	14.0	29.0	23.0	14.0	1.0	3.0	2.0	11.0	3.0
コース平均時間(H)	26.6	14.5	26.0	25.9	19.9	50.0	17.3	42.5	27.7	
総合評価指数	7.1	7.5	7.4	6.9	6.9	8.0	6.3	6.0	7.0	
【その他】	48	6.3	18.8	27.1	10.4	6.3	4.2	4.2	20.8	2.1
コース平均時間(H)	25.8	8.0	62.1	15.4	15.2	16.0	14.0	37.5	15.0	
総合評価指数	7.0	6.7	7.2	7.0	6.8	6.7	7.0	7.0	7.1	

図表 3-1-7 社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職務階層別）

(単位:%)

職務階層	コース	件数	教育訓練プロバイダー							無回答	
			設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関		その他
新入社員	①ビジネスの基礎知識	32	3.1	43.8	9.4	28.1	0.0	3.1	0.0	9.4	3.1
	コース平均時間(H)	14.7	10.0	22.4	2.7	9.4	—	16.0	—	7.3	
	総合評価指数	6.6	7.0	6.7	7.0	7.0	—	7.0	—	4.3	
	④技術・技能	61	8.2	32.8	39.3	4.9	1.6	1.6	6.6	3.3	1.6
	コース平均時間(H)	35.8	17.6	38.7	13.7	24.6	96.0	30.0	182.0	26.0	
	総合評価指数	6.9	8.2	6.2	7.1	7.3	9.0	5.0	8.3	6.0	
	⑤医療・看護・福祉	51	11.8	9.8	49.0	3.9	3.9	3.9	2.0	13.7	2.0
	コース平均時間(H)	42.4	6.5	66.0	22.5	14.0	505.5	6.0	8.0	18.4	
	総合評価指数	6.9	6.7	6.8	6.9	7.0	6.0	8.5	8.0	6.6	
	⑩OA・コンピュータ	42	35.7	21.4	4.8	16.7	4.8	4.8	4.8	4.8	2.4
コース平均時間(H)	29.7	12.5	41.9	9.5	20.3	53.0	11.0	160.0	22.5		
総合評価指数	6.2	5.8	5.9	4.0	6.3	8.0	8.0	6.5	7.5		
中堅社員	②マネジメント	23	21.7	21.7	39.1	4.3	0.0	4.3	0.0	8.7	
	コース平均時間(H)	12.5	10.0	13.8	14.8	8.0	—	3.0	—	13.0	
	総合評価指数	6.9	7.6	7.3	6.7	8.0	—	2.0	—	5.5	
	④技術・技能	106	10.4	29.2	31.1	10.4	1.9	0.9	9.4	5.7	0.9
	コース平均時間(H)	23.5	19.1	22.7	26.7	19.9	10.5	24.0	28.7	21.7	
	総合評価指数	6.8	7.4	7.2	6.7	5.7	7.5	9.0	6.8	6.0	
	⑤医療・看護・福祉	50	14.0	16.0	42.0	2.0	6.0	4.0	8.0	8.0	0.0
	コース平均時間(H)	60.9	10.3	52.1	73.4	16.0	59.3	119.0	94.0	19.5	
	総合評価指数	7.4	7.4	6.6	7.8	7.0	7.7	7.0	7.0	6.5	
	⑨語学	20	0.0	55.0	5.0	0.0	5.0	0.0	0.0	30.0	5.0
コース平均時間(H)	46.2	—	54.4	30.0	—	15.0	—	—	45.3		
総合評価指数	6.5	—	6.4	6.0	—	9.0	—	—	6.0		
⑩OA・コンピュータ	68	19.1	30.9	11.8	7.4	5.9	1.5	7.4	14.7	1.5	
コース平均時間(H)	32.0	47.7	34.0	19.5	21.0	40.0	48.0	42.0	13.3		
総合評価指数	6.8	6.9	7.0	7.0	7.4	7.5	5.0	6.4	6.2		
係長・主任	①ビジネスの基礎知識	24	0.0	54.2	16.7	4.2	12.5	4.2	4.2	0.0	4.2
	コース平均時間(H)	20.4	—	13.4	40.5	8.0	26.3	16.0	30.0	—	
	総合評価指数	7.3	—	7.2	6.5	9.0	7.3	7.0	9.0	—	
	②マネジメント	51	0.0	49.0	25.5	7.8	0.0	3.9	2.0	9.8	2.0
	コース平均時間(H)	30.2	—	19.7	60.8	19.8	—	22.0	30.0	17.4	
	総合評価指数	6.6	—	6.9	6.8	5.0	—	6.0	5.0	5.8	
	③営業・販売	20	0.0	50.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	コース平均時間(H)	24.5	—	31.5	10.8	41.5	—	—	—	12.3	
	総合評価指数	6.6	—	7.0	5.3	5.0	—	—	—	7.5	
	④技術・技能	110	18.2	16.4	41.8	7.3	0.9	3.6	3.6	7.3	0.9
コース平均時間(H)	28.8	17.3	41.4	18.1	18.0	42.0	22.7	37.3	101.8		
総合評価指数	7.3	7.7	6.6	7.3	7.4	8.0	6.3	8.5	7.8		
⑤医療・看護・福祉	26	15.4	23.1	34.6	0.0	3.8	0.0	0.0	19.2	3.8	
コース平均時間(H)	39.7	12.0	73.3	49.9	—	10.0	—	—	14.8		
総合評価指数	7.3	7.0	7.6	7.6	—	6.0	—	—	7.0		
⑩OA・コンピュータ	59	45.8	23.7	10.2	6.8	5.1	0.0	1.7	6.8	0.0	
コース平均時間(H)	21.0	17.5	23.1	13.8	23.3	68.7	—	20.0	10.5		
総合評価指数	7.0	6.8	6.5	8.0	6.8	8.0	—	9.0	7.0		
課長	②マネジメント	43	7.0	55.8	4.7	11.6	4.7	2.3	2.3	9.3	2.3
	コース平均時間(H)	22.7	28.3	21.0	9.5	15.2	17.0	4.0	40.0	48.2	
	総合評価指数	6.2	7.7	6.6	7.5	6.2	7.0	7.0	1.0	7.7	
	④技術・技能	41	17.1	22.0	46.3	12.2	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0
	コース平均時間(H)	21.0	28.8	23.4	16.1	24.5	—	25.0	—	—	
	総合評価指数	7.1	7.0	7.1	6.9	7.2	—	8.0	—	—	
⑩OA・コンピュータ	21	42.9	23.8	19.0	9.5	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	
コース平均時間(H)	24.0	12.7	49.6	23.5	4.0	20.0	—	—	—		
総合評価指数	6.4	6.4	6.4	6.5	6.0	7.0	—	—	—		
部長・次長	②マネジメント	32	15.6	50.0	18.8	9.4	0.0	0.0	0.0	6.2	0.0
	コース平均時間(H)	18.4	18.8	22.0	12.3	10.3	—	—	—	19.0	
	総合評価指数	6.5	7.0	6.8	6.5	6	—	—	—	7.0	
	④技術・技能	21	9.5	23.8	23.8	0.0	4.8	9.5	14.3	14.3	0.0
コース平均時間(H)	23.3	28.0	15.8	12.5	—	150.0	19	15.3	15.3		
総合評価指数	7.1	8.0	7.6	7.6	—	3.0	7	5.7	7.7		
経営者・役員	②マネジメント	22	9.1	36.4	22.7	18.2	0.0	4.5	0.0	4.5	4.5
	コース平均時間(H)	21.8	8.5	21.5	16.0	35.0	—	32.0	—	16.0	
	総合評価指数	7.2	7.0	7.4	6.6	8.2	—	6.0	—	7.0	
	⑩OA・コンピュータ	21	42.9	23.8	0.0	4.8	0.0	0.0	9.5	14.3	4.8
コース平均時間(H)	22.5	15.6	15.6	—	3.0	—	—	42.5	48.7		
総合評価指数	7.3	7.6	7.2	—	6.0	—	—	6.0	8.3		

(注1) 件数が20未満のコースは分析の対象から除いている。

(注2) 総合評価指数(役立つしている割合) = (「大いに役立つ」とする件数) × 9 + 「中程度に役立つ」とする件数 × 5 + 「役に立たない」とする件数 × 1 ÷ (全件数 - 無回答件数)

新入社員が受講した 264 コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーの研修コースが占める割合（受講割合）をみると、民間教育訓練機関が最も多く、コース全体の 28.0% を占めている。次いで、公益法人 27.0%、設備機器メーカー等 10.6%、経営者団体 10.2% で、これら以外の教育訓練プロバイダーの研修コースの受講割合は 2~3% 台である。

とりわけ、民間教育訓練機関と公益法人の受講割合の合計は 55.0% で、この 2 つのプロバイダーが彼等の能力開発に大きな役割を担っているといえる。

他の職務階層について民間教育訓練機関と公益法人の受講割合の合計をみると、中堅社員（55.2%）、係長・主任（62.1%）、課長（63.8%）、部長・次長（64.5%）、経営者・役員（52.0%）で、いずれも 5 割以上を占めており、新入社員の場合と同じことがいえる。

さらに職務階層別に受講割合をみると、民間教育訓練機関と公益法人が 2 大プロバイダーであることには変わりがないが、課長及び部長・次長は民間教育訓練機関が実施する研修コースをより重視しており、経営者・役員はこの 2 大プロバイダーに加えて経営者団体と設備機器メーカー等が実施する研修コースも重視している。

次に、コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみてみる。

新入社員の特徵

新入社員は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（35.7%）、民間教育訓練機関のビジネスの基礎知識研修（43.8%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（39.3%）及び医療・看護・福祉研修（49.0%）で受講割合が最も高い。

中堅社員の特徵

中堅社員は、民間教育訓練機関の語学研修（55.0%）と OA・コンピュータ研修（30.9%）、公益法人のマネジメント研修（39.1%）、技術・技能研修（31.1%）、医療・看護・福祉研修（42.0%）で受講割合が最も高い。

係長・主任の特徵

係長・主任は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（45.8%）、民間教育訓練機関のビジネスの基礎知識研修（54.2%）、マネジメント研修（49.0%）及び営業・販売研修（50.0%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（41.8%）、医療・看護・福祉研修（34.6%）で受講割合が最も高い。

課長の特徵

課長は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（42.9%）、民間教育訓練機関のマネジメント研修（55.8%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（46.3%）で受講割合が最も高い。

部長・次長の特徵

部長・次長は、民間教育訓練機関のマネジメント研修（50.0%）と技術・技能研修（23.8%）、公益法人の技術・技能研修（23.8%）で受講割合が最も高い。

経営者・役員の特徴

経営者・役員は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（42.9%）、民間教育訓練機関のマネジメント研修（36.4%）で受講割合が最も高い。

職務階層全体でみると、設備機器メーカー等は OA・コンピュータ研修で、民間教育訓練機関はビジネスの基礎知識研修、マネジメント研修で、そして、公益法人は技術・技能研修、医療・看護・福祉研修で受講割合が高く、強みを発揮している教育訓練プロバイダーであるといえる。

（２）コースの平均時間からみた特徴

受講した 1 コース当たりの平均時間は、中堅社員が最も長く 34.5 時間である。以下、新入社員（33.9 時間）、課長（29.3 時間）、係長・主任（28.3 時間）、経営者・役員（26.6 時間）、部長・次長（24.7 時間）である。新入社員と中堅社員は、係長・主任、課長、部長・次長及び経営者・役員に比べて幾分長時間のコースを受講している。

教育訓練プロバイダー別及び研修コース別にみた特徴は、以下のとおりである。

新入社員の特徵

新入社員は、設備機器メーカー等（11.9 時間）、大学・大学院等（13.3 時間）、経営者団体（17.1 時間）及び公益法人（17.7 時間）が実施する研修コースでは短期間（25 時間未満）の研修を、民間教育訓練機関（38.4 時間）が実施する研修コースでは中期間（25～40 時間未満）の研修を、そして、公共職業訓練機関（133.2 時間）及び専修・各種学校（195.8 時間）の研修コースでは長期間（40 時間以上）の研修を受講している。とりわけ、公共職業訓練機関と専修・各種学校の研修コースは期間の長さで突出している。

一方、研修コース別にみると、ビジネスの基礎知識研修（14.7 時間）では短期間のものを、OA・コンピュータ研修（29.7 時間）、技術・技能研修（35.8 時間）では中期間のものを、そして、医療・看護・福祉研修（42.4 時間）では長期間のコースを受講している。

中堅社員の特徴

中堅社員は、設備機器メーカー等（24.8 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、経営者団体（30.1 時間）、公益法人（35.1 時間）及び民間教育訓練機関（36.9 時間）が実施する研修コースでは中期間の研修を、そして、公共職業訓練機関（43.3 時間）、大学・大学院等（46.9 時間）及び専修・各種学校（51.0 時間）の研修コースでは長期間のものを受講している。

一方、研修コース別にみると、マネジメント研修（12.5 時間）と技術・技能研修（23.5 時間）では短期間のコースを、OA・コンピュータ研修（32.0 時間）では中期間のコースを、そして、語学研修（46.2 時間）と医療・看護・福祉研修（60.9 時間）では長期間のコースを受講している。

係長・主任の特徴

係長・主任は、設備機器メーカー等（17.7 時間）、経営者団体（20.6 時間）及び大学・大学院等（24.5 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、公益法人（27.7 時間）、民間教育訓練機関（29.7 時間）及び公共職業訓練機関（32.7 時間）が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、専修・各種学校（57.3 時間）の研修コースでは長期間のものを受講している。

一方、研修コース別にみると、ビジネスの基礎知識研修（20.4 時間）、OA・コンピュータ研修（21.0 時間）及び営業・販売研修（24.5 時間）では短期間のコースを、技術・技能研修（28.8 時間）、マネジメント研修（30.2 時間）及び医療・看護・福祉研修（39.7 時間）では中期間のコースを受講している。

課長の特徴

課長は、経営者団体（15.6 時間）、設備機器メーカー等（21.5 時間）及び公益法人（22.2 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、民間教育訓練機関（32.6 時間）が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、大学・大学院等（119.2 時間）の研修コースでは長期間のものを受講している。とりわけ、大学・大学院等の研修コースは期間の長さで突出している。一方、研修コース別にみると、技術・技能研修（21.0 時間）、マネジメント研修（22.7 時間）及び OA・コンピュータ研修（24.0 時間）で短期間のコースを受講している。

部長・次長の特徴

部長・次長は、設備機器メーカー等（12.7 時間）、経営者団体（13.3 時間）及び公益法人（24.8 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、民間教育訓練機関（27.4 時間）が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、大学・大学院等（41.4 時間）の研修コースでは長期間のものを受講している。

一方、研修コース別にみると、マネジメント研修（18.4 時間）及び技術・技能研修（23.3 時間）で短期間のコースを受講している。

経営者・役員の特徴

経営者・役員は、設備機器メーカー等（14.5 時間）及び経営者団体（19.9 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、そして、公益法人（25.9 時間）、民間教育訓練機関（26.0 時間）が実施する研修コースでは中期間のものを受講している。

一方、研修コース別にみると、マネジメント研修（21.8 時間）及び OA・コンピュータ研修（22.5 時間）で短期間のコースを受講している。

（3）総合評価

新入社員の評価

新入社員が受講した 264 コースの総合評価指数は 6.7 で、役立った（同指数：7）に近い水準にある。教育訓練プロバイダーごとにみると、公益法人（6.9）、経営者団体（6.8）の評価

が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、公共職業訓練機関（7.6）と大学・大学院等（7.5）を非常に高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、公益法人は技術・技能研修（7.1）、医療・看護・福祉研修（6.9）で、経営者団体はビジネスの基礎知識研修（7.0）で高い評価を得ている。一方、件数（受講割合）は少ないが、設備機器メーカー等の技術・技能研修（8.2）を高く評価している。

中堅社員の評価

中堅社員が受講した 373 コースの総合評価指数は 6.7 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.1）と公益法人（7.0）の評価が高い。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はマネジメント研修（7.6）及び技術・技能研修（7.4）で高い評価を得ている。一方、民間教育訓練機関は技術・技能研修（7.2）、OA・コンピュータ研修（7.0）で、公益法人は医療・看護・福祉研修（7.8）で高い評価を得ている。

係長・主任の評価

係長・主任が受講した 407 コースの総合評価指数は 7.0 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.2）と公益法人（7.1）の評価が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、公共職業訓練機関（8.1）と専修・各種学校（7.4）を非常に高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等は技術・技能研修（7.7）で高い評価を得ている。一方、民間教育訓練機関はビジネスの基礎知識研修（7.2）、マネジメント研修（6.9）、営業・販売研修（7.0）及び医療・看護・福祉研修（7.6）で、そして、公益法人は技術・技能研修（7.3）、医療・看護・福祉研修（7.6）及び OA・コンピュータ研修（8.0）で高い評価を得ている。

課長の評価

課長が受講した 207 コースの総合評価指数は 6.9 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.0）、公益法人（7.0）、民間教育訓練機関（6.9）の評価が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、大学・大学院等（7.8）を非常に高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、経営者団体が実施する技術・技能研修（7.2）を高く評価している。

部長・次長の評価

部長・次長が受講した 138 コースの総合評価指数は 6.9 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.1）、公益法人（7.1）及び民間教育訓練機関（6.9）の評価が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、大学・大学院等（7.8）を非常に高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はマネジメ

ント研修（7.0）で、民間教育訓練機関と公益法人は技術・技能研修（7.6）で高い評価を得ている。

経営者・役員の評価

経営者・役員が受講した100コースの総合評価指数は7.1である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.5）と民間教育訓練機関（7.4）を高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はOA・コンピュータ研修（7.6）で、民間教育訓練機関はマネジメント研修（7.4）で高い評価を得ている。

5. 職種別特徴（N=1,537）

（1）受講割合からみた特徴

図表3-1-8に社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職種別）を、図表3-1-9に社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職種別）を示す。

図表3-1-8 社外で行う講座・コースの受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職種別）

（単位：％）

項目	全体	教育訓練プロバイダー								無回答
		設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	その他	
【専門・技術職】	659	14.4	28.4	30.7	5.3	2.7	2.9	2.9	10.6	2.1
コース平均時間(H)	30.3	16.9	36.2	24.7	18.2	60.1	35.6	64.2	34.4	
総合評価指数	7.0	7.2	6.9	7.2	6.2	6.8	7.4	7.4	6.8	
【事務職】	424	10.4	32.8	25.7	10.6	3.5	3.1	2.8	9.9	1.2
コース平均時間(H)	34.0	24.1	36.2	25.2	30.2	142.2	40.8	33.8	22.3	
総合評価指数	6.7	7.1	6.7	6.7	6.8	6.6	6.4	5.7	6.8	
【営業・販売職】	221	11.3	40.3	19.5	12.2	1.8	2.7	1.4	9.0	1.8
コース平均時間(H)	24.6	14.6	25.4	23.7	12.1	16.8	78.3	107.3	25.8	
総合評価指数	6.7	7.0	6.7	6.7	7.0	6.5	6.7	7.0	6.0	
【サービス職】	73	12.3	32.9	15.1	13.7	9.6	0.0	1.4	11.0	4.1
コース平均時間(H)	37.9	13.1	34.1	103.0	19.0	34.0	—	16.0	17.1	
総合評価指数	7.2	7.1	7.3	7.2	6.7	8.4	—	5.0	6.8	
【現業職】	88	4.5	33.0	28.4	12.5	1.1	0.0	8.0	10.2	2.3
コース平均時間(H)	23.4	11.0	25.3	23.4	12.3	96.0	—	17.3	34.3	
総合評価指数	6.6	7.5	6.6	6.7	6.6	9.0	—	7.1	4.7	

図表 3-1-9 社外で行う講座・コースのコース別受講状況及び教育訓練プロバイダーの特徴（職種別）

(単位:%)

職種	コース	件数	教育訓練プロバイダー								無回答
			設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	その他	
専門・技術職	①ビジネスの基礎知識	24	4.2	58.3	4.2	16.6	4.2	4.2	4.2	4.2	0.0
	コース平均時間(H)	14.3	10.0	17.0	2.0	6.0	16.0	16.0	30.0	7.0	
	総合評価指数	6.4	8.0	6.2	7.0	6.0	7.0	7.0	9.0	4.0	
	②マネジメント	63	9.5	46.0	27.0	6.3	0.0	1.6	0.0	7.9	1.6
	コース平均時間(H)	34.1	20.8	20.9	46.5	22.0	--	20.0	--	44.2	
	総合評価指数	7.0	7.3	6.9	7.1	6.5	--	6.0	--	6.4	
	④技術・技能	247	15.4	24.7	38.9	5.7	1.2	2.4	5.3	4.8	1.6
	コース平均時間(H)	30.2	20.7	35.3	21.1	21.7	80.6	23.0	67.5	72.8	
	総合評価指数	7.1	7.5	6.8	7.1	6.0	6.3	7.2	7.5	7.8	
	⑤医療・看護・福祉	113	12.4	11.5	45.1	1.8	2.7	4.4	2.7	17.6	1.8
コース平均時間(H)	25.7	9.1	44.0	28.3	9.0	8.0	31.2	77.3	14.6		
総合評価指数	7.5	7.1	8.2	7.6	7.0	6.0	8.0	8.0	7.0		
⑧品質・安全	29	6.9	31.0	44.8	3.4	0.0	0.0	6.9	3.4	3.4	
コース平均時間(H)	17.5	13.0	22.1	14.6	8.0	--	--	16.0	24.0		
総合評価指数	6.7	8.0	6.6	6.9	4.0	--	--	6.0	9.0		
⑨語学	29	0.0	72.4	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	17.2	3.4	
コース平均時間(H)	72.1	--	64.6	--	--	157.5	--	--	82.4		
総合評価指数	6.2	--	6.2	--	--	8.0	--	--	4.6		
⑩OA・コンピュータ	85	38.8	27.1	9.4	4.7	7.1	3.5	0.0	7.1	2.3	
コース平均時間(H)	22.9	16.7	27.0	30.5	18.0	38.0	23.0	--	19.0		
総合評価指数	7.0	6.6	6.9	8.1	6.5	7.5	7.6	--			
事務職	①ビジネスの基礎知識	35	5.7	42.9	25.7	14.3	2.8	5.7	2.8	0.0	0.0
	コース平均時間(H)	18.7	21.0	22.0	20.0	10.0	7.0	12.0	20.0	--	
	総合評価指数	7.1	8.0	7.3	6.7	7.8	6.0	6.5	5.0	--	
	②マネジメント	52	9.6	36.5	28.8	3.8	0.0	5.8	5.8	7.7	1.9
	コース平均時間(H)	16.9	12.6	15.0	17.4	17.0	--	19.7	26.7	19.0	
	総合評価指数	6.4	7.0	6.6	6.6	6.0	--	4.7	4.3	6.8	
	④技術・技能	23	4.3	26.1	39.1	13.0	0.0	0.0	4.3	13.0	0.0
	コース平均時間(H)	22.0	36.0	17.7	18.6	33.0	--	--	20.0	29.3	
	総合評価指数	6.9	6.0	7.3	6.8	7.7	--	--	5.0	5.7	
	⑥経理・財務	47	2.1	40.4	21.3	19.1	10.6	2.1	0.0	4.3	0.0
コース平均時間(H)	43.9	54.0	63.5	13.8	12.3	106.2	12.0	--	4.5		
総合評価指数	6.9	7.0	7.1	7.3	6.4	6.6	7.0	--	7.0		
⑦人事・労務	42	0.0	33.3	47.6	2.4	2.4	0.0	0.0	14.3	0.0	
コース平均時間(H)	22.9	--	26.8	20.3	4.0	100.0	--	--	12.7		
総合評価指数	7.0	--	6.9	7.0	7.0	8.0	--	--	7.5		
⑨語学	21	0.0	57.1	19.0	0.0	0.0	4.8	0.0	14.3	4.8	
コース平均時間(H)	55.4	--	66.1	26.0	--	--	60.0	--	55.3		
総合評価指数	6.0	--	6.4	4.8	--	--	5.0	--	5.3		
⑩OA・コンピュータ	96	36.5	21.9	10.4	14.6	3.1	0.0	6.3	5.2	2.1	
コース平均時間(H)	25.7	24.7	28.9	22.6	18.7	68.0	--	25.5	16.0		
総合評価指数	6.9	7.1	6.9	6.4	6.6	7.0	--	7.0	7.6		
営業・販売職	②マネジメント	33	9.1	45.5	9.1	18.2	6.0	3.0	0.0	6.0	3.0
	コース平均時間(H)	15.4	12.3	20.0	7.3	12.5	17.0	4.0	--	15.0	
	総合評価指数	6.8	7.0	6.6	7.0	7.2	7.0	7.0	--	6.0	
	③営業・販売	50	12.0	54.0	18.0	10.0	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0
	コース平均時間(H)	17.4	20.8	19.2	15.7	8.0	--	--	--	18.0	
総合評価指数	6.7	6.3	7.0	6.0	6.4	--	--	--	6.7		
④技術・技能	35	14.3	25.7	31.4	14.3	2.9	5.7	2.9	2.9	0.0	
コース平均時間(H)	15.6	16.6	17.1	16.0	14.8	3.0	20.0	10.0	8.0		
総合評価指数	6.5	8.6	6.3	6.3	6.8	7.0	5.5	7.0	1.0		
⑩OA・コンピュータ	30	26.7	26.7	16.7	3.3	0.0	3.3	6.6	16.7	0.0	
コース平均時間(H)	37.7	12.0	56.3	22.4	20.0	--	6.0	156.0	26.8		
総合評価指数	6.2	6.4	5.6	6.6	7.0	--	7.0	7.0	5.8		
現業職	④技術・技能	32	0.0	12.5	40.6	21.9	3.1	0.0	15.6	6.3	0.0
	コース平均時間(H)	17.9	--	20.8	13.4	13.9	96.0	--	16.2	19.0	
	総合評価指数	7.2	--	7.5	7.4	6.6	9.0	--	7.0	6.5	

(注1) 件数が20未満のコースは分析の対象から除いている。

(注2) 総合評価指数(役立つ程度) = (「大いに役立つ」とする件数) × 9 + + (「全く役に立たなかった」とする件数) × 1 ÷ (全件数 - 無回答件数)

専門・技術職が受講した 659 コースについて、それぞれの教育訓練プロバイダーの研修コースが占める割合（受講割合）をみると、公益法人が最も多く、コース全体の 30.7%を占めている。次いで、民間教育訓練機関（28.4%）、設備機器メーカー等（14.4%）、経営者団体（5.3%）となっており、専修・各種学校、大学・大学院等及び公共職業訓練機関は、いずれも 3%弱の受講割合である。とりわけ、公益法人と民間教育訓練機関の受講割合の合計は 59.1%で、この 2つのプロバイダーが彼等の能力開発に大きな役割を果たしている。このことは、事務職（58.5%）、営業・販売職（59.8%）、サービス職（48.0%）及び現業職（61.4%）についても同じことがいえる。

一方、民間教育訓練機関と公益法人が 2大プロバイダーであることには変わりがないものの、営業・販売職とサービス職は民間教育訓練機関の研修コースをより重視している。

また、サービス職は経営者団体と設備機器メーカー等の研修コースについても高い受講割合を占めている。

次に、コース分野ごとに受講割合の観点から教育訓練プロバイダーのポジションをみてる。

専門・技術職の特徴

専門・技術職は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（38.8%）、民間教育訓練機関のビジネスの基礎知識研修（58.3%）、マネジメント研修（46.0%）及び語学研修（72.4%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（38.9%）、医療・看護・福祉研修（45.1%）、品質・安全研修（44.8%）で受講割合が最も高い。

事務職の特徴

事務職は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（36.5%）、民間教育訓練機関のビジネスの基礎知識研修（42.9%）、マネジメント研修（36.5%）、経理・財務研修（40.4%）及び語学研修（57.1%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（39.1%）、人事・労務研修（47.6%）で受講割合が最も高い。

営業・販売職の特徴

営業・販売職は、設備機器メーカー等の OA・コンピュータ研修（26.7%）、民間教育訓練機関のマネジメント研修（45.5%）、営業・販売研修（54.0%）及び OA・コンピュータ研修（26.7%）で、そして、公益法人の技術・技能研修（31.4%）で受講割合が最も高い。

現業職の特徴

現業職は、公益法人の技術・技能研修（40.6%）で最も高い受講割合を占めている。

職種全体でみると、設備機器メーカー等は OA・コンピュータ研修で、民間教育訓練機関はビジネスの基礎知識研修、マネジメント研修及び語学研修で、そして、公益法人は技術・技能研修で受講割合が高く、強みを発揮している教育訓練プロバイダーであるといえる。

(2) コースの平均時間からみた特徴

受講した1コース当たりの平均時間は、サービス職が最も長く37.9時間である。以下、事務職(34.0時間)、専門・技術職(30.3時間)、営業・販売職(24.6時間)、現業職(23.4時間)である。現業職と営業・販売職は25時間未満の短期間の研修を、その他の職種の者は30時間以上の比較的長い研修を受講している。

教育訓練プロバイダー別及び研修コース別にみた特徴は、以下のとおりである。

専門・技術職の特徴

専門・技術職は、設備機器メーカー等(16.9時間)、経営者団体(18.2時間)及び公益法人(24.7時間)が実施する研修コースでは短期間(25時間未満)の研修を、大学・大学院等(35.6時間)及び民間教育訓練機関(36.2時間)が実施する研修コースでは中期間(25～40時間未満)の研修を、そして、専修・各種学校(60.1時間)及び公共職業訓練機関(64.2時間)の研修コースでは長期間(40時間以上)の研修を受講している。

一方、研修コース別にみると、ビジネスの基礎知識研修(14.3時間)、品質・安全研修(17.5時間)及びOA・コンピュータ研修(22.9時間)では短期間のものを、医療・看護・福祉研修(25.7時間)、技術・技能研修(30.2時間)及びマネジメント研修(34.1時間)では中期間のものを、そして、語学研修(72.1時間)では長期間のコースを受講している。

事務職の特徴

事務職は、設備機器メーカー等(24.1時間)が実施する研修コースでは短期間のものを、公益法人(25.2時間)、経営者団体(30.2時間)、公共職業訓練機関(33.8時間)及び民間教育訓練機関(36.2時間)が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、大学・大学院等(40.8時間)、専修・各種学校(142.2時間)の研修コースでは長期間のものを受講している。とりわけ、専修・各種学校の研修コースが長期間で突出している。

一方、研修コース別にみると、マネジメント研修(16.9時間)、ビジネスの基礎知識研修(18.7時間)、技術・技能研修(22.0時間)及び人事・労務研修(22.9時間)では短期間のものを、OA・コンピュータ研修(25.7時間)では中期間のものを、そして、経理・財務研修(43.9時間)及び語学研修(55.4時間)では長期間のコースを受講している。

営業・販売職の特徴

営業・販売職は、経営者団体(12.1時間)、設備機器メーカー等(14.6時間)及び公益法人(23.7時間)が実施する研修コースでは短期間のものを、民間教育訓練機関(25.4時間)が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、大学・大学院等(78.3時間)の研修コースでは長期間のものを受講している。

一方、研修コース別にみると、マネジメント研修(15.4時間)、技術・技能研修(15.6時間)及び営業・販売研修(17.4時間)では短期間のものを、そして、OA・コンピュータ研修(37.7時間)では中期間のコースを受講している。

サービス職の特徴

サービス職は、設備機器メーカー等（13.1 時間）及び経営者団体（19.0 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、専修・各種学校（34.0 時間）、民間教育訓練機関（34.1 時間）が実施する研修コースでは中期間のものを、そして、公益法人（103.0 時間）の研修コースでは長期間のものを受講している。とりわけ、公益法人の研修コースが期間の長さで突出している。

現業職の特徴

現業職は、設備機器メーカー等（11.0 時間）、経営者団体（12.3 時間）、公共職業訓練機関（17.3 時間）及び公益法人（23.4 時間）が実施する研修コースでは短期間のものを、そして、民間教育訓練機関（25.3 時間）が実施する研修コースでは中期間のコースを受講している。

（3）総合評価

専門・技術職の評価

専門・技術職が受講した 659 コースの総合評価指数は 7.0 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.2）、公益法人（7.2）、民間教育訓練機関（6.9）の評価が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、大学・大学院等（7.4）と公共職業訓練機関（7.4）を高く評価している。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等はマネジメント研修（7.3）及び技術・技能研修（7.5）で、民間教育訓練機関は医療・看護・福祉研修（8.2）で評価が高い。一方、公益法人は医療・看護・福祉研修（7.6）、品質・安全研修（6.9）及び OA・コンピュータ研修（8.1）で高い評価を得ている。また、件数（受講割合）は少ないが、大学・大学院等は医療・看護・福祉研修（8.0）で、公共職業訓練機関は技術・技能研修（7.5）で高い評価を得ている。

事務職の評価

事務職が受講した 424 コースの総合評価指数は 6.7 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.1）、経営者団体（6.8）の評価が高い。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、設備機器メーカー等は OA・コンピュータ研修（7.1）で、民間教育訓練機関はビジネスの基礎知識研修（7.3）、技術・技能研修（7.3）で、そして、公益法人は経理・財務研修（7.3）、人事・労務研修（7.0）で高い評価を得ている。一方、件数（受講割合）は少ないが、経営者団体のビジネスの基礎知識研修（7.8）が高い評価を得ている。

営業・販売職の評価

営業・販売職が受講した 221 コースの総合評価指数は 6.7 である。教育訓練プロバイダーごとにみると、設備機器メーカー等（7.0）と経営者団体（7.0）の評価が高い。

研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、民間教育訓練機関は営業・販売

研修（7.0）で、経営者団体はマネジメント研修（7.2）で評価が高い。

また、件数（受講割合）は少ないが、設備機器メーカー等は技術・技能研修（8.6）で評価が高い。

サービス職の評価

サービス職が受講した73コースの総合評価指数は7.2である。教育訓練プロバイダーごとにみると、民間教育訓練機関（7.3）、公益法人（7.2）及び設備機器メーカー等（7.1）の評価が高い。また、件数（受講割合）は少ないが、専修・各種学校（8.4）の評価が高い。なお、いずれのコースとも件数が20未満のため、研修コースごとの評価は省略している。

現業職の評価

現業職が受講した88コースの総合評価指数は6.6で、全職種の中で一番低い評価である。教育訓練プロバイダーごとにみると、公益法人（6.7）、民間教育訓練機関（6.6）、経営者団体（6.6）となっている。件数（受講割合）は少ないが、公共職業訓練機関（7.1）が高い評価を得ている。研修コースごとのプロバイダーの総合評価指数をみると、公益法人が実施する技術・技能研修（7.4）を高く評価している。

6. まとめ

本章では、受講割合と総合評価指数（仕事に役立った度合）を指標として、個人が受講したコースを通して各教育訓練プロバイダーのポジションを論じてきた。

ここでは、これまでの論点に基づいてコース分野別に教育訓練プロバイダーの特徴を整理した**図表 3-1-10**を用いてプロバイダーのポジションについて要約する。

受講割合の観点からコース全体をみると、個人の能力開発に対して民間教育訓練機関と公益法人が主要なプロバイダーとして機能している。コース分野別にみると、前者は「ビジネスの基礎知識研修」、「マネジメント研修」、「営業・販売研修」、「語学研修」等で強みを発揮し、後者は「技術・技能研修」、「医療・看護・福祉研修」、「品質・安全研修」等で強みを発揮している。そして、設備機器メーカー等は「OA・コンピュータ研修」を得意としている。

一方、総合評価指数の観点からみると、民間教育訓練機関は「ビジネスの基礎知識研修」、「マネジメント研修」、「営業・販売研修」等で、公益法人は「技術・技能研修」、「医療・看護・福祉研修」、「品質・安全研修」等で、設備機器メーカー等は「マネジメント研修」、「技術・技能研修」等で高く評価されている。また、受講割合は小さいものの経営者団体は「ビジネスの基礎知識研修」で、専修・各種学校は「OA・コンピュータ研修」で、大学・大学院等は「医療・看護・福祉研修」で、そして、公共職業訓練機関は「技術・技能研修」で高い評価を得ている。

雇用・就業形態別にみると、正社員の場合はコース全体でみた場合と同様の傾向を示しているが、非正社員の能力開発に対して、民間教育訓練機関は「技術・技能研修」で、公益法人は「医療・看護・福祉研修」で、そして、公共職業訓練機関は「OA・コンピュータ研修」

で強みを発揮している。また、自由業・自営業に対しては、民間教育訓練機関の「マネジメント研修」、公益法人の「技術・技能研修」、「医療・看護・福祉研修」及び経営者団体の「OA・コンピュータ研修」が大きな役割を果たしている。加えて、自由業・自営業は、受講割合は小さいが公共職業訓練機関の「技術・技能研修」を高く評価している。

次に職務階層別、職種別にみると、設備機器メーカー等の「OA・コンピュータ研修」は中堅社員、部長・次長を除く全ての階層で、そして、現業職を除く全ての職種で強みを発揮し、経営者・役員や事務職から高い評価を得ている。

公益法人の場合は、「技術・技能研修」と「医療・看護・福祉研修」で強みを発揮しており、とりわけ、「技術・技能研修」は経営者・役員を除く全ての階層と全ての職種で強みを発揮し、高く評価されている。

一方、民間教育訓練機関の場合は、「ビジネスの基礎知識研修」と「マネジメント研修」は複数の階層や職種で強みを発揮しているが、階層ごと、職種ごとに強みを発揮しているコース分野が異なっており、多様なコース分野で多様な対象層をカバーしている。

なお、受講割合は小さいものの、経営者団体の「ビジネスの基礎知識研修」は新入社員と事務職で、「技術・技能研修」は課長層で、そして、「マネジメント研修」は営業・販売職で高く評価されている。また、専門・技術職は、大学・大学院等の「医療・看護・福祉研修」と公共職業訓練機関の「技術・技能研修」を高く評価している。

以上、受講割合と総合評価指数の観点からみると、各教育訓練プロバイダーはそれぞれの特徴を活かした強みがあり、得意とするコース分野で個人の能力開発に機能している実態がうかがえる。しかし、受講割合からみたプロバイダーのポジションと総合評価指数からみたプロバイダーのポジションが異なるコース分野が明らかになっている。

今後、教育訓練サービス市場を利用した個人の能力開発を一層効果的なものにするためには、次のことを考慮する必要がある。

- ① 受講割合は高いが総合評価が低いコース分野については、利用者側の訓練ニーズを的確に把握し、訓練内容に生かしたサービスの提供がプロバイダー側に求められ、この面での機能強化を図る必要があるといえる。
- ② 一方、受講割合は小さいが総合評価の高いコース分野については、利用者側に教育訓練サービス市場に関する情報が広く、かつ正確に伝わっていない、あるいは利用者がかみきれていない状況にあるといえる。

とりわけ、会社や組織からの情報提供の機会が少ない非正社員や自由業・自営業の対象層が容易に必要な情報にアクセスでき、自分の能力開発に適したコース選択ができる支援システムの整備が必要であるといえる。

図表 3-1-10 コース分野別にみた教育訓練プロバイダーの特徴

	評価の視点	教育訓練プロバイダー							
		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・各種学校	大学・大学院等	公共職業訓練機関	
全体	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、マネジメント、営業・販売、経理・財務、語学	技術・技能、医療・看護・福祉、人事・労務、品質・安全					
	総合評価	ビジネスの基礎、マネジメント、技術・技能	マネジメント、営業・販売	技術・技能、医療・看護・福祉、経理・財務、OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、人事・労務	OA・コンピュータ	医療・看護・福祉	技術・技能、品質・安全	
雇用・就業形態別	正社員	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、マネジメント、営業・販売、経理・財務、語学	技術・技能、医療・看護・福祉、人事・労務、品質・安全				
		総合評価	ビジネスの基礎、マネジメント、技術・技能	営業・販売	技術・技能、医療・看護・福祉、経理・財務、品質・安全、語学	ビジネスの基礎	OA・コンピュータ	医療・看護・福祉	技術・技能
	非正社員	受講割合		技術・技能	医療・看護・福祉				OA・コンピュータ
		総合評価		OA・コンピュータ、技術・技能					
自由営業	受講割合		マネジメント	技術・技能、医療・看護・福祉	OA・コンピュータ				
	総合評価		マネジメント、OA・コンピュータ	技術・技能、医療・看護・福祉	OA・コンピュータ			技術・技能	
正社員（職務階層別）	新入社員	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎	技術・技能、医療・看護・福祉				
		総合評価	技術・技能		技術・技能、医療・看護・福祉	ビジネスの基礎			
	中堅社員	受講割合		語学、OA・コンピュータ	マネジメント、技術・技能、医療・看護・福祉				
		総合評価	マネジメント、技術・技能	技術・技能、OA・コンピュータ	医療・看護・福祉				
	係長・主任	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、マネジメント、営業・販売	技術・技能、医療・看護・福祉				
		総合評価	技術・技能	ビジネスの基礎、マネジメント、営業・販売、医療・看護・福祉	技術・技能、医療・看護・福祉、OA・コンピュータ				
	課長	受講割合	OA・コンピュータ	マネジメント	技術・技能				
		総合評価				技術・技能			
	部長	受講割合		マネジメント、技術・技能	技術・技能				
		総合評価	マネジメント	技術・技能	技術・技能				
経営役員	受講割合	OA・コンピュータ	マネジメント						
	総合評価	OA・コンピュータ	マネジメント						
正社員（職種別）	専門技術職	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、マネジメント、語学	技術・技能、医療・看護・福祉、品質・安全				
		総合評価	マネジメント、技術・技能	医療・看護・福祉、品質・安全、OA・コンピュータ			医療・看護・福祉	技術・技能	
	事務職	受講割合	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、マネジメント、経理・財務、語学	技術・技能、人事・労務				
		総合評価	OA・コンピュータ	ビジネスの基礎、技術・技能	経理・財務、人事・労務	ビジネスの基礎、			
	営業販売職	受講割合	OA・コンピュータ	マネジメント、営業・販売、OA・コンピュータ	技術・技能				
総合評価		技術・技能	営業・販売		マネジメント				
現業職	受講割合			技術・技能					
	総合評価			技術・技能					

(注1) 受講割合の欄は、受講割合の一番高いコース分野を示す。

(注2) 総合評価の欄は、総合評価指数が7.0以上、あるいは平均値よりかなり高い上位2つのコース分野を示す(但し、件数5件以下は除く)。

第2章 事業戦略の特質と組織パフォーマンス

1. はじめに

高付加価値型の経営体制を作り上げるわが国企業の経営戦略のもと、教育投資の効率性を高くするために、教育訓練の外部化を進め、個人（労働者）に能力開発の自己責任化を求める企業の動きがみられている。こうした教育訓練サービスの利用者を取り巻く環境が変わりつつあるなか、個人（労働者）の能力開発に対する教育訓練プロバイダーの役割が今後、大きくなることが予想される。そうすると、教育訓練プロバイダーは教育訓練機能の強化をはかることが求められるが、そのためには、まず教育訓練プロバイダーが現在、提供している教育訓練サービスが企業や個人のニーズにあっているかどうかを確認することが必要になる。

そこで本章は、労働政策研究・研修機構が教育訓練プロバイダーを対象に行った調査結果¹をもとに、教育訓練プロバイダーが取り組んでいる教育訓練サービス事業（以下「教育訓練事業」）の概況を明らかにしたうえで、教育訓練プロバイダーが展開している教育訓練事業が、第一にどのような事業戦略のもとで展開され（事業戦略の特質）、第二にその組織パフォーマンスがどのような状況（事業戦略と組織パフォーマンスの関係）にあるのかを明らかにする。なお、教育訓練プロバイダーが提供している教育訓練サービスには講習会・セミナーや通信教育などがあるが、本章では講習会・セミナー（以下「教育訓練サービス」）に絞って分析を進めることにする。

2. 組織形態別にみた教育訓練事業の概況とその特徴

（1）教育訓練事業等の概況

ア 国または地方自治体からの委託訓練の実施状況

教育訓練プロバイダーの中で、国または地方自治体からの委託訓練を実施しているプロバイダーはどのくらいあるのか。図表 3-2-1 をみると、委託訓練を実施している教育訓練プロバイダー（「はい」の回答）は 24.1%にとどまる。一方、実施していない教育訓練プロバイダー（「いいえ」の回答）は 66.6%にのぼり、委託訓練を実施している教育訓練プロバイダーは少ない状況にある。こうした委託訓練の実施率を組織形態別にみると、専修学校等で 47.4%と多く、職業訓練法人等の 40.4%、民間企業の 36.4%がそれに続いている。それに対し、大学等の実施率は 7.4%と 1 割を下回る低い水準にあり、経営者団体も 12.8%と少ない。

¹ 結果の詳細は労働政策研究・研修機構（2005）『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－』を参照のこと。なお、同報告書は、平成 16 年度に実施した「教育訓練サービス市場の供給構造」に関する調査の結果をまとめており、教育訓練サービス市場全体の状況を把握し、教育訓練プロバイダー別の特徴を明らかにするために、民間企業、公益法人、経営者団体、専修学校等、大学等、職業訓練法人等を対象にしている点に特徴がある。アンケート調査の回答者の構成は、民間企業 16.1%、公益法人 25.6%、経営者団体 24.7%、専修学校等 11.1%、大学等 14.0%、職業訓練法人等 8.3%である。

図表 3-2-1 国、地方自治体からの委託訓練の実施状況

(単位: %)

組織形態別にみた		件数	はい	いいえ	無回答
	【全体】		1,939	24.1	66.6
【組織形態別】					
民間企業		313	36.4	50.5	13.1
公益法人		497	20.9	74.8	4.2
経営者団体		478	12.8	74.7	12.6
専修学校等		215	47.4	42.3	10.2
大学等		271	7.4	88.9	3.7
職業訓練法人等		161	40.4	44.1	15.5

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.35 より抜粋。

イ 教育訓練事業等の収入状況

教育訓練プロバイダーの教育訓練事業等の収入状況をまとめた図表 3-2-2 みると、総収入に占める教育訓練事業収入の割合は平均 5.7% (教育訓練事業収入は平均 6,670.7 万円)、教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合は平均 7.2% (委託訓練収入は平均 478.4 万円) である。

図表 3-2-2 教育訓練事業等の収入状況 (N=1,571)

年間総収入 (万円)	教育訓練事業		委託訓練	
	総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (%)	教育訓練事業収入 (万円)	教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合 (%)	委託訓練事業収入 (万円)
(a)	(b)	(c)=(a)*(b)	(d)	(e)=(c)*(d)
116,815.9	5.7	6,670.7	7.2	478.4

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.35 より抜粋。

組織形態別にこうした収入状況をみると、まず職業訓練法人等が注目され、総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (27.2%) と教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合 (36.2%) がそれぞれ高い。この他に民間企業と公益法人で総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (同 43.4%、同 14.4%) が、専修学校等で教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合が 26.7% と大きい (図表 3-2-3)。

一方、経営者団体は、総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (3.6%) と教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合 (2.4%) とともに他の組織形態に比べて低い水準である。また、大学等では総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (0.9%) が非常に小さい。

図表 3-2-3 教育訓練事業等の収入状況

組織形態別にみた		件数	年間総収入 (万円)	収入割合 (%)	
				総収入に占める教育訓練事業収入の割合 (%)	教育訓練事業収入に占める委託訓練収入の割合 (%)
	【全体】	1,571	116,815.9	5.7	7.2
	【組織形態別】				
	民間企業	245	50,006.3	43.4	4.6
	公益法人	433	43,307.1	14.4	6.5
	経営者団体	371	27,229.5	3.6	2.4
	専修学校等	173	33,645.6	9.6	26.7
	大学等	228	594,950.1	0.9	6.4
	職業訓練法人等	121	7,791.5	27.2	36.2

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.36 より抜粋。

ウ 教育訓練事業収入の成長性～3年前との比較

前述したように、現在の教育訓練事業収入は平均 6,670.7 万円であるが、この3年間で教育訓練事業収入はどの程度増減したのであるだろうか。3年前の教育訓練事業収入を「100」とした場合の現在の教育訓練事業収入（指数）の平均は 111.0 であり、3年前に比べて教育訓練事業収入は1割強増えたことになる（図表 3-2-4）。その内訳は「現状維持」のプロバイダーが4割弱（36.4%）、「減少」したプロバイダーと「増加」したプロバイダーがそれぞれ3割強（同 31.9%、同 31.7%）であり、組織によって教育訓練事業収入の状況に差がみられる。

こうした傾向を組織形態との関係でみると、教育訓練事業収入の伸びは大学等（127.1）で最も大きく、民間企業（118.6）がこれに続く。それに比べ、公益法人（106.4）と経営者団体（103.9）の伸びは小さく、専修学校等（110.0）と職業訓練法人等（108.2）がその中間である。

図表 3-2-4 3年前に比べた教育訓練事業収入の伸び

		(単位:%)					
組織形態別にみた		件数	平均(指数)	標準偏差	増加	現状維持	減少
			【全体】	1,939	111.0	51.8	31.7
	【組織形態別】						
	民間企業	313	118.6	68.8	30.6	42.9	26.5
	公益法人	497	106.4	45.5	32.6	29.8	37.6
	経営者団体	478	103.9	34.6	23.9	43.0	33.0
	専修学校等	215	110.0	49.9	32.8	35.8	31.4
	大学等	271	127.1	58.0	46.9	33.6	19.5
	職業訓練法人等	161	108.2	52.2	26.7	36.2	37.1

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.38 より抜粋。

エ 提供する教育訓練サービスの主な利用者

教育訓練事業の受講者の主な職種については「職種に特徴はない」とするプロバイダーが33.6%を占めて最も多い。受講者の職種に特徴がみられる残りの2/3の中では「技術職・研究職」(12.6%)、「事務職・営業職」(10.9%)、「現業職」(10.2%)の各職種が多く、「医療職・看護職・福祉職」(5.7%)、「管理職」(7.4%)が少ないという特徴がみられる(図表3-2-5)。

こうした利用者の特徴は組織形態によって差がみられる。まず、注目すべきプロバイダーは大学等と専修学校等で、両組織とも「職種に特徴はない」とする回答が多く(同59.0%、同44.7%)、特に公開講座が実施されている大学等で、その回答が6割近くにのぼっている。一方、それとは対照的な傾向を示しているのは経営者団体、公益法人、職業訓練法人等で、経営者団体は「事務職・営業職」(17.4%)が、公益法人は「技術職・研究職」(26.0%)が、職業訓練法人等は「現業職」(23.6%)がそれぞれ多い。いずれのプロバイダーも特定分野を対象とした会員制度等をとっているため、受講者の主な職種に特徴がみられることがうかがえる。

図表 3-2-5 受講者の主な職種

		(単位:%)								
		件数	管理職	事務職・ 営業職	技術職・ 研究職	現業職	医療職・ 看護職・ 福祉職	その他	職種に 特徴は ない	無回答
組織 形態 特徴 別に みた	【全体】	1,939	7.4	10.9	12.6	10.2	5.7	6.9	33.6	12.7
	【組織形態別】									
	民間企業	313	11.5	16.0	10.9	5.1	3.5	4.2	34.5	14.4
	公益法人	497	8.2	6.0	26.0	17.1	11.1	4.0	20.7	6.8
	経営者団体	478	12.6	17.4	5.9	10.3	0.6	5.2	30.8	17.4
	専修学校等	215	0.0	9.8	8.4	3.7	9.8	14.0	44.7	9.8
	大学等	271	0.7	3.7	2.6	0.4	7.0	14.8	59.0	11.8
	職業訓練法人等	161	2.5	9.9	18.0	23.6	0.6	3.7	23.0	18.6

出所) 労働政策研究・研修機構(2005)『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－』p.40より抜粋。

(2) 講習会・セミナー事業の概況

ア 講習会・セミナー事業の開設状況

教育訓練プロバイダーは、主に通学型の講習会・セミナーと通信教育の2つの方法で教育訓練サービスを提供しているが、それぞれの方法を通して、「どの程度の規模」の、「どのような内容」の教育訓練サービスが、「どのようなプロバイダー」によって提供されているのか。教育訓練サービス市場の構造を知るうえで重要な点である。

そこで、本章では通学型の講習会・セミナーに注目すると、教育訓練プロバイダーの中で「昨年度、講習会・セミナー(懇談会、勉強会、研究会を含む)を開設した」プロバイダーは98.3%にのぼり、ほとんどのプロバイダーで講習会・セミナーが実施されている。また、こうした通学方式は組織形態別に大きな差はみられない(図表3-2-6)。

図表 3-2-6 講習会・セミナーの開設状況

(単位: %)

		件数	はい	いいえ	無回答
【全体】		1,939	98.3	1.7	0.0
組織形態別に	【組織形態別】				
	民間企業	313	97.1	2.9	0.0
	公益法人	497	99.0	1.0	0.0
	経営者団体	478	98.7	1.3	0.0
	専修学校等	215	94.9	5.1	0.0
	大学等	271	100.0	0.0	0.0
	職業訓練法人等	161	98.8	1.2	0.0

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.42 より抜粋。

イ 教育訓練サービスの構造：各コースの構成割合

昨年度、講習会・セミナーを開設したプロバイダーについて、昨年度の延べ受講者数の合計を 100 とした場合の各コースの内訳を尋ねた。その結果は図表 3-2-7 に示したように、「専門知識を修得する研修（営業研修、技術研修、マナー研修等）」が 35.2%で最も多く、次いで、「資格取得を主目的とする研修」（20.0%）、「OA・コンピュータ研修」（14.7%）がこれに続いており、仕事に直接的に役立つような研修を開設するプロバイダーが多い。それに対して「語学研修」（2.3%）、「新入社員研修」（3.3%）は最も少なく、「マネジメント研修」（9.0%）と「教養・趣味研修」（11.3%）がそれらの中間にあるコースである。

図表 3-2-7 講習会・セミナーの各コースの構成割合（平均値）

(単位: %)

		件数	新入社員研修	マネジメント研修	専門知識を修得する研修	語学研修	OA・コンピュータ研修	資格取得を主目的とする研修	教養・趣味研修	その他
【全体】		1,906	3.3	9.0	35.2	2.3	14.7	20.0	11.3	3.9
組織形態別に	【組織形態別】									
	民間企業	304	6.4	13.2	26.6	4.4	16.1	26.0	4.0	3.1
	公益法人	492	3.3	10.7	46.8	1.5	5.9	22.1	3.8	5.1
	経営者団体	472	4.5	12.7	41.4	0.5	19.5	12.7	4.1	4.6
	専修学校等	204	0.9	1.6	28.7	1.2	23.2	27.4	15.5	1.3
	大学等	271	0.4	1.5	21.1	6.6	8.0	10.0	48.4	4.1
	職業訓練法人等	159	2.1	6.9	27.7	0.7	25.2	30.5	3.3	2.4

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.43 より抜粋。

ウ 教育訓練サービスの規模：開催した延べコース数

講習会・セミナーによる教育訓練サービスの規模を、ここではコース数と受講者数の二つの面から把握している。講習会・セミナー開設しているプロバイダーが開催した年間延べコース数は「10 コース以下」が 42.6%で最も多く、次いで「10～29 コース」が 24.4%でこれに続いており、「100 コース以上」も 6.7%を占め、バラツキは大きくなっている。なお、平均すると 36.3 コースになる（図表 3-2-8）。

図表 3-2-8 開催した延べコース数（講習会・セミナー）（平均値）

(単位:%)

		件数	3コース以下	4～9コース	10～29コース	30～99コース	100コース以上	無回答	平均	標準偏差
【全体】		1,906	21.4	21.2	24.4	16.3	6.7	10.0	36.3	120.1
組織形態別に みた特徴	【組織形態別】									
	民間企業	304	13.8	14.1	23.0	17.8	13.5	17.8	80.3	259.2
	公益法人	492	16.5	20.5	24.8	21.3	9.1	7.7	43.5	110.3
	経営者団体	472	20.8	24.4	28.6	16.7	4.2	5.3	24.5	41.3
	専修学校等	204	38.7	22.1	13.7	3.9	1.0	20.6	8.7	16.2
	大学等	271	26.9	25.1	26.6	13.7	3.7	4.1	21.0	39.4
職業訓練法人等	159	22.0	19.5	23.3	16.4	5.7	13.2	32.0	63.2	

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.46 より抜粋。

エ 教育訓練サービスの規模：延べ受講者数

つぎに、年間延べ受講者数は平均 1,517.1 名で、組織形態別にみると、公益法人が 3,034.0 名で最も多く、次いで民間企業 (1,699.3 名)、職業訓練法人等 (1,393.5 名) がこれに続いており、専修学校等 (249.2 名) が最も少ない (図表 3-2-9)。

図表 3-2-9 開催した延べコース数（講習会・セミナー）（平均値）

(単位:%)

		件数	29人以下	30～99人	100～299人	300～999人	1,000～2,999人	3,000人以上	無回答	平均(人)	標準偏差
【全体】		1,906	5.0	14.2	21.3	24.6	15.5	9.4	10.1	1,517.1	4,568.8
組織形態別に みた特徴	【組織形態別】										
	民間企業	304	6.3	9.5	21.4	18.8	15.8	10.5	17.8	1,699.3	4,816.6
	公益法人	492	2.0	6.5	14.2	25.4	22.0	22.2	7.7	3,034.0	7,051.5
	経営者団体	472	3.8	15.7	25.8	31.6	14.4	3.6	5.1	741.4	1,543.0
	専修学校等	204	12.3	31.9	21.1	9.8	3.4	1.0	20.6	249.2	567.4
	大学等	271	4.8	13.3	25.5	31.7	15.1	4.1	5.5	887.0	1,852.7
職業訓練法人等	159	6.3	22.0	23.3	17.6	13.8	5.0	11.9	1,393.5	5,224.5	

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.46 より抜粋。

オ 応募状況

各研修コースの応募状況についてみると、全てのコースで定員を下回っており、応募状況は厳しいものの、その中でも「専門知識を修得する研修」は定員を上回っている比率が 1 割を超え、最も健闘している研修コースである。それに対して、応募状況の最も厳しいコースは「語学研修」であり、「資格取得研修」がそれに次いでいる (図表 3-2-10)。このようにコース別の応募状況の厳しさを、前述のコース数のコース別割合で加重平均すると応募状況の総合的な厳しさを表す指数 (以下「応募状況指数」) を作成することができる。この応募状況指数を組織形態別にみると、専修学校等と職業訓練法人等で応募状況は厳しく、大学等がそれに次いでいる。それに対して比較的健闘しているプロバイダーが公益法人であり、経営者団体と民間企業が次いでいる (図表 3-2-11)。

図表 3-2-10 講習会・セミナーの各コースの応募状況（N=1,906）

	(単位:%)							応募状況 指数
	定員を大 幅に上 回った	定員をや や上回っ た	定員と同 じ程度	定員をや や下回っ た	定員を大 幅に下 回った	開設して いない	無回答	
新入社員研修	0.7	2.9	8.0	5.8	2.3	77.0	3.3	-0.31
マネジメント研修	0.8	3.1	11.5	7.8	2.2	70.4	4.2	-0.29
専門知識を修得する研修	2.0	8.4	23.4	15.2	4.4	37.4	9.2	-0.21
語学研修	0.3	1.0	1.8	2.2	1.1	91.0	2.6	-0.45
OA・コンピュータ研修	1.5	4.8	12.2	11.4	3.3	62.3	4.5	-0.31
資格取得を主目的とする研修	1.5	4.5	11.8	13.7	3.4	58.4	6.7	-0.37
教養・趣味研修	0.7	3.4	6.0	6.6	2.0	76.8	4.5	-0.31

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.48 より抜粋。

図表 3-2-11 各研修コースの応募状況（応募状況指数）

		件数	新入社員 研修	マネジメ ント研修	専門知識 を修得す る研修	語学研修	OA・コン ピュータ 研修	資格取得 を主目的 とする研 修	教養・趣 味研修	総合
【全体】		1,906	-1.02	-2.62	-7.53	-1.04	-4.50	-7.39	-3.56	-27.66
組織形 態別	【組織形態別】									
	民間企業	304	-1.46	-0.94	-3.25	-1.88	-7.96	-12.41	-0.89	-28.79
	公益法人	492	-1.38	-3.03	-5.80	-0.73	-0.59	-9.02	-0.57	-21.11
	経営者団体	472	-1.16	-4.60	-10.35	0.04	-4.50	-3.70	-1.08	-25.35
	専修学校等	204	0.00	0.00	-11.16	-0.50	-5.51	-14.54	-6.37	-38.09
	大学等	271	-0.08	-0.46	-5.94	-4.24	-4.10	-1.23	-17.45	-33.50
	職業訓練法人等	159	-1.15	-3.53	-10.10	-0.07	-12.42	-11.26	-1.15	-39.69

出所) 労働政策研究・研修機構 (2005) 『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－』 p.49 より抜粋。

3. 事業戦略と組織パフォーマンスの捉え方

一言で「事業戦略」といっても多様な視点があり、その中でどのような事業戦略をとるかは、教育訓練プロバイダーによって異なる。そこで、本章は図表 3-2-12 に示している 3 つの視点に注目して、教育訓練プロバイダーの事業戦略を捉えることにする。

第 1 の視点は全社戦略の視点で、教育訓練プロバイダーは教育訓練事業を事業全体の中でどう位置づけているかである。つまり、教育訓練事業を主要な事業の柱としているのか、あるいは他の事業と兼業で展開しているかである。こうした教育訓練事業の専門度を第 1 の視点として取り上げる。

第 2 の視点は教育訓練事業の個別戦略に関する視点である。全社戦略（教育訓練事業の専門度）が決まるとつぎに問題になるのは、どのような教育訓練サービスを提供するかである。つまり、「誰（顧客）」を対象に、どのような「研修分野」の教育訓練サービスを、「どのような形態」提供するかであり、「顧客」と「研修分野」については事業分野に、後者の「どのような形態」については商品特性にそれぞれ関わる戦略である。事業戦略の中核を担う、「誰（顧客）」を対象にした「研修コース（研修分野）」にかかわる事業分野戦略については、さらに 2 つの点に注意する必要がある。第 1 の点は「多角化度」であり、顧客を特定せず、多様な

研修分野の教育訓練サービスを提供するのか、特定の顧客に絞った研修分野の教育訓練サービスを提供するのかを決めなければならない。このようにターゲットとする顧客や研修分野の基本構成をどのように考えるかについての「多角化度」を第1の点として取り上げる。事業分野戦略の多角化度が決まるとなると、つぎに確認しなければならないのは、どの顧客、どの研修分野に重点を置いているのかである。このようにターゲットとする顧客や研修分野の「重点度」が第2の点である。

教育訓練事業の戦略に関するもう1つ視点である「商品特性」に関わる戦略については、上記の教育訓練サービスの各教育訓練サービスの「定員数」をどの程度にするかである。多くの受講者を確保するのであれば、定員数を大きくする必要があるし、少人数に絞った教育訓練サービスを提供するのであれば、定員数を少なくしなければならない。こうした「商品特性」に関わる戦略を教育訓練事業の戦略の1つとして取り上げる。

このようにして展開する教育訓練事業であるが、この他にも国や地方自治体等から委託されて行う委託訓練事業をどう位置づけるかという問題がある。委託訓練事業を教育訓練事業の主要な柱とするか、あるいは同事業を補完的なものにするかという「委託訓練事業の專業度」を取り上げる。

一方、組織パフォーマンスについても多様な視点があり、その中から本章では教育訓練プロバイダーがとる事業戦略がどの程度機能しているかを捉える指標として、教育訓練サービスの「定員充足率」、教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数の3つを取り上げることにする。

図表 3-2-12 事業戦略の捉え方

事業戦略のタイプ			内容
全社戦略			教育訓練事業の專業度
個別戦略	事業分野戦略	多角化度	研修分野の多角化度 顧客の多角化度
		重点度	研修分野の重点度 顧客の重点度
	商品特性		1コース数当たり受講者数
	委託訓練事業		

4. 事業戦略の特質～事業分野戦略の規定要因

まず本章の第1の目的である教育訓練プロバイダーの事業戦略は何によって規定されているのか。この点については、事業戦略の中核を担う事業分野戦略を取り上げ、組織特性、全社戦略、商品特性に関わる戦略、委託訓練事業との関係について重回帰分析を利用して明らかにしたいと思う。分析により説明されるのは、事業分野戦略の総合多角化度²である。説明

² 「事業分野戦略総合多角化度」は「研修分野の多角化度」と「顧客の多角化度」の合計により算出。「研修分野の多角化度」と「顧客の多角化度」の算出方法は次の通りである。「研修分野の多角化度」は昨年度の講習

する変数は、全社戦略については「教育訓練事業収入比率」を用いて、商品特性については「1コース当たりの受講者数」を、さらに委託訓練事業については、「委託訓練事業収入比率」をそれぞれ採用した³。

図表 3-2-13 はその分析の結果であるが、説明変数が事業分野戦略の総合多角化度にどの程度影響を与えているのかは回帰係数（標準化係数）により判断される。例えば、1コース当たり延べ受講者数の回帰係数（標準化係数）は、1コース当たり延べ受講者数以外の変数が一定の場合、受講者数が1人増えたときに事業分野戦略総合多角化度がどの程度変動するかを表している。また、t値は被説明変数と説明変数との間に関係があるとみなしていいかを検証するために用いられる指標である。

図表 3-2-13 事業戦略総合多角化度の決定要因（重回帰分析）

		事業分野戦略総合多角化度	
		標準化係数	t値
組織特性	(組織形態ダミー)		
	民間企業	0.147 ***	4.276
	公益法人	0.327 ***	9.684
	専修学校等	0.142 ***	4.737
	大学等	-0.015	-0.477
	職業訓練法人等	0.142 ***	4.583
	教育訓練事業収入	-0.030	-1.103
全社戦略	教育訓練事業収入比率	-0.047	-1.448
教育訓練事業戦略(研修品質)	1コース当たり受講者数	-0.011	-0.400
委託訓練事業	委託訓練収入比率	-0.065 **	-2.379
F値		14.739 ***	
調整済みR ²		0.084	
N		1,344	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミーは「経営者団体」が基準。

同図表をみると、事業分野総合多角化度に影響を与えているのは、「民間企業」「公益法人」「専修学校等」「職業訓練法人等」「委託訓練事業収入比率」である。このうち、委託訓練事業収入比率については、標準化係数が負の値であることから、委託訓練事業収入比率の高い教育訓練プロバイダーほど事業分野の総合多角化度を高くしている傾向にある。これに対して、民間企業、公益法人、専修学校等、職業訓練法人等は正の値を示していることから、こ

会・セミナーの延べ受講者数の研修分野別構成比率もとに標準偏差を用いている。なお、研修分野の多角化度の捉え方について、例えば、1つの分野等を「100」、他の分野等を「0」とした場合、標準偏差の数値が高いが、「研修分野の多角化度」の視点から捉えると、この場合「特定の分野等に集中している」ことを意味しており、多角化度は「低い」と解釈することになる。したがって、「研修分野の多角化度」は値が小さいほどそれぞれの多角化度を高めていることを、一方、値が大きいほど多角化度を低めていることをそれぞれ示している。また、「顧客の多角化度」については研修分野の多角化度の捉え方（値が小さいほど多角化度は高い）と一致させるため、「研修分野の多角化度」の平均値（28.0）と標準偏差（7.3）を参考にして、教育訓練事業を受講する在職者の主な職種「職種に特徴はない」を「20（≒28.0-7.3）」、それ以外を「35（≒28.0+7.3）」とした。したがって「事業分野戦略総合多角化度」は値が小さいほど多角化度を高めていることを、一方、値が大きいほど多角化度を低めていることをそれぞれ示している。

³ 説明変数のうち、組織形態以外の教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は実数値をそのまま説明変数として使用し、組織形態はダミー変数を用いて変数名として示されている事柄に該当する場合に「1」、そうでない場合を「0」とした。

これらの教育訓練プロバイダーは事業分野の総合多角化度を低く、つまり特定の事業分野に絞って事業活動を展開していることが伺える。

5. 事業戦略の組織パフォーマンス

(1) 事業分野戦略の組織パフォーマンスの規定要因①～多角化度の場合

ア 教育訓練プロバイダー全体

(ア) 全体の状況

本章の第2の目的である組織パフォーマンスについては、組織パフォーマンスと教育訓練プロバイダーの組織特性、事業戦略との関係について重回帰分析を行った。なお、分析に際して事業戦略を構成する事業分野戦略については、「多角化度」と「重点度」を別々に投入して分析することにする。

まず事業分野戦略の多角化度を投入した場合の組織パフォーマンスの規定要因をみる。説明する変数は、教育訓練プロバイダーの組織特性から①組織形態、②教育訓練事業収入の2変数、事業戦略から①全社戦略（教育関連事業収入比率）、②事業分野戦略の多角化度（研修分野、顧客）、商品特性（1コース当たり受講者数）、③委託訓練事業の専門度（委託訓練事業収入比率）の3変数を⁴、説明される変数（組織パフォーマンス）は事業の効率性、成長性、規模の3つの視点からとらえた定員充足率、教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数の3変数をそれぞれ取り上げる⁵。

教育訓練プロバイダー全体の重回帰分析結果を示す図表3-2-14をみると、第一に定員充足率に影響を与えている（統計的に有意）のは、「公益法人」「専修学校等」「大学等」「教育訓練事業収入比率」「研修分野」「顧客」「委託訓練事業収入比率」である。このうち、研修分野、顧客の2変数については、標準化係数が負の値であることから、研修分野、および顧客の多角化度が高い教育訓練プロバイダーほど定員充足率は低くなっている。これに対して、公益法人、専修学校等、大学等、教育訓練事業収入比率、委託訓練事業収入比率は正の値を示していることから、経営者団体に比べ公益法人、専修学校等、大学等の各教育訓練プロバイダー、そして教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど定員充足率が高い。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「民間企業」「大学等」「教育訓練事業収入比率」「顧客」「1コース当たり受講者数」「委託訓練事業収入比率」である。このうち、

⁴ 説明変数のうち、組織形態、教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は注3と同じ方法を、事業分野戦略の研修分野の多角化度と事業分野戦略の顧客の多角化度は注2と同じ方法をそれぞれ採用した。

⁵ 被説明変数のうち、定員充足率は「昨年度の講習会・セミナーの延べ受講者数の研修分野別構成比率×研修分野別の応募状況指数」で算出。なお、研修分野別の応募状況指数は「定員を大幅に上回った」5点、「定員をやや上回った」4点、「定員と同じ程度」3点、「定員をやや下回った」2点、「定員を大幅に下回った」1点とし、その総和を（「回答数」－「開設していない」－「無回答」）で除して算出した。教育訓練事業の成長性（3年前と比べた教育関連事業収入の伸び）と年間延べ受講者数は実数値をそのまま説明変数として使用した。

教育訓練事業収入比率、顧客の2変数については、標準化係数が負の値であることから、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、顧客の多角化度が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は低い。これに対して、民間企業、大学等、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は正の値を示していることから、民間企業、大学等、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は高くなっている。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「民間企業」「公益法人」「教育訓練事業収入比率」「研修分野」「1コース当たり受講者数」である。このうち民間企業、研修分野の2変数については、負で有意であることから、経営者団体に比べ民間企業、研修分野の多角化度が高い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数は少ない状況にある。これに対して、公益法人、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は正で有意であることから、公益法人、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-14 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（教育訓練プロバイダー全体・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	(組織形態ダミー)							
	民間企業	0.005	0.147	0.153 ***	3.452	-0.056 *	-1.668	
	公益法人	0.116 ***	3.214	0.004	0.078	0.152 ***	4.504	
	専修学校等	0.072 **	2.248	0.030	0.768	-0.043	-1.457	
	大学等	0.098 ***	2.973	0.104 ***	2.711	0.007	0.241	
	職業訓練法人等	0.014	0.440	0.033	0.840	-0.041	-1.380	
全社戦略	教育訓練事業収入	0.029	1.037	—	—	—	—	
	教育訓練事業収入比率	0.071 **	2.138	-0.110 ***	-2.951	0.255 ***	8.476	
教育訓練事業戦略	事業分野戦略 (多角化度)	-0.078 ***	-2.770	0.049	1.468	-0.057 **	-2.151	
	顧客	-0.123 ***	-4.341	-0.062 *	-1.848	0.041	1.550	
委託訓練事業	商品特性	1コース当たり受講者数	-0.032	-1.182	0.127 ***	3.958	0.223 ***	8.808
	委託訓練事業収入比率	0.069 **	2.435	0.076 **	2.265	0.011	0.430	
F値		5.219 ***		5.077 ***		24.822 ***		
調整済みR ²		0.033		0.041		0.149		
N		1,344		966		1,357		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミー：「経営者団体」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(イ) 委託訓練事業を実施していないプロバイダーの状況

こうした組織パフォーマンスは、委託訓練事業を受けている教育訓練プロバイダーと受けていないプロバイダーによってどのような差があるのだろうか。委託訓練事業を受けるか否かは教育訓練プロバイダーの事業収入に大きな影響を与える。つまり、委託訓練事業を受けることは教育訓練プロバイダーにとって安定的な収入を見込める一方、委託元との委託契約が終了してしまうと収入がなくなる。とりわけ、総収入や教育訓練事業収入の委託訓練事業収入に依存している割合が大きい教育訓練プロバイダーほどその影響は大きい。委託訓練事業を受けるか否かは教育訓練プロバイダーの事業戦略に大きな影響を与えることが予想され、両者の組織パフォーマンスにどのような差が現れているかを確認する必要がある。

まず委託訓練事業を受けていない教育訓練プロバイダーの組織パフォーマンスをみることにする。重回帰分析結果を示す**図表 3-2-15** をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは、「大学等」「職業訓練法人等」「研修分野」「顧客」である。このうち、研修分野、顧客の2変数については、標準化係数が負の値であることから、研修分野、および顧客の多角化度が高い教育訓練プロバイダーほど定員充足率は低くなっている。これに対して、大学等、職業訓練法人等は正の値を示していることから、経営者団体に比べ大学等、職業訓練法人等の定員充足率は高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、「民間企業」「大学等」が正で有意であり、経営者団体に比べ民間企業、大学等の教育訓練事業の成長性は高い状況にある。

第三に年間延べ受講者数では、「公益法人」「職業訓練法人等」「教育訓練事業収入比率」「1コース当たり受講者数」である。このうち職業訓練法人等は負で有意であることから、経営者団体に比べて年間延べ受講者数は少ない。これに対して、公益法人、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、経営者団体に比べて公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-15 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施教育訓練プロバイダー・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	(組織形態ダミー)						
	民間企業	0.032	0.817	0.102 **	2.043	-0.040	-1.101
	公益法人	0.092	2.251	-0.038	-0.710	0.171 ***	4.497
	専修学校等	0.045	1.295	-0.016	-0.364	-0.033	-1.011
	大学等	0.115 ***	2.944	0.151 ***	3.127	0.008	0.229
	職業訓練法人等	0.069 *	1.928	-0.027	-0.595	-0.088 ***	-2.667
教育訓練事業収入	0.034	1.032	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.022	0.575	-0.060	-1.339	0.256 ***	7.486
教育訓練事業戦略	事業分野戦略 (多角化度)						
	研修分野	-0.067 **	-1.992	0.061	1.493	-0.037	-1.175
	顧客	-0.140 ***	-4.138	-0.054	-1.300	0.041	1.317
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.028	-0.865	0.013	0.331	0.202 ***	6.846
F値		3.211 ***		3.124 ***		20.692 ***	
調整済みR ²		0.022		0.028		0.152	
N		984		658		993	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミー：「経営者団体」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(ウ) 委託訓練事業を実施しているプロバイダーの状況

委託訓練事業を受けている教育訓練プロバイダーの重回帰分析結果を示す**図表 3-2-16** をみると、第一に定員充足率をみると、「公益法人」「教育訓練事業収入比率」が正で有意である。つまり、経営者団体に比べ公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーの定員充足率は高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「民間企業」「教育訓練事業収入比率」「顧客」「1コース当たり受講者数」である。このうち教育訓練事業収入比率は負で有意

であることから、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は低くなっている。これに対して、民間企業、顧客、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、民間企業、顧客の多角化度が高い教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は高い。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは「公益法人」「教育訓練事業収入比率」「1コース当たり受講者数」「委託訓練事業収入比率」である。このうち委託訓練事業収入比率は負で有意であることから、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数は少ない。これに対して公益法人、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、経営者団体に比べ公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-16 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施教育訓練プロバイダー・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	(組織形態ダミー)							
	民間企業	-0.055	-0.640	0.219 **	2.427	-0.092	-1.156	
	公益法人	0.181 **	2.281	0.062	0.760	0.133 *	1.794	
	専修学校等	0.093	1.234	0.090	1.135	-0.062	-0.884	
	大学等	0.023	0.388	0.031	0.525	0.005	0.085	
	職業訓練法人等	-0.084	-1.139	0.112	1.448	-0.021	-0.308	
全社戦略	教育訓練事業収入	0.025	0.464	—	—	—	—	
	教育訓練事業収入比率	0.132 **	2.135	-0.172 ***	-2.660	0.228 ***	3.987	
教育訓練事業戦略	事業分野戦略							
	(多角化度)	研修分野	-0.083	-1.520	0.032	0.564	-0.058	-1.145
	顧客	0.083	1.574	0.099 *	1.796	-0.035	-0.722	
委託訓練事業	商品特性	1コース当たり受講者数	-0.040	-0.771	0.319 ***	5.764	0.299 ***	6.116
	委託訓練事業収入比率	0.047	0.887	-0.033	-0.604	-0.086 *	-1.779	
F値		2.836 ***		4.815 ***		8.489 ***		
調整済みR ²		0.053		0.111		0.171		
N		360		308		364		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミー：「経営者団体」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

イ 民間企業

(ア) 全体の状況

以上では、教育訓練プロバイダー全体における組織パフォーマンスをみたが、組織形態別にみると組織パフォーマンスにはどのような違いがあるのだろうか。そこで、民間企業と公的機関（公益法人、経営者団体、職業訓練法人等）の2形態を取り上げ、これまでと同じ方法で重回帰分析を行った。

図表 3-2-17 は民間企業を対象にした重回帰分析の結果を示している。第一に定員充足率に統計的に有意な影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「研修分野」「顧客」「1コース当たり受講者数」である。このうち、研修分野、顧客の2変数は負で有意であることから、研修分野の多角化度が高い民間企業、および顧客の多角化度が高い民間企業ほど定員充足率は低い状況にある。これに対して、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数は

正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、1 コース当たり受講者数が多い民間企業ほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「研修分野」で、教育訓練事業収入比率は負で、研修分野は正でそれぞれ有意である。つまり、教育訓練事業収入比率が高い民間企業ほど成長性が低くなっているのに対し、研修分野の多角化度が高い民間企業ほど成長性が高い。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「研修分野」「顧客」「1 コース当たり受講者数」である。このうち研修分野は負で有意であることから、研修分野の多角化度が高い民間企業ほど年間延べ受講者数は少ない状況にある。これに対して、教育訓練事業収入比率、顧客、1 コース当たり受講者数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、顧客の多角化度が高い民間企業、1 コース当たり受講者数が多い民間企業ほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-17 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス（民間企業全体・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	教育訓練事業収入	0.094	1.352	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.195 ***	2.783	-0.190 **	-2.511	0.160 **	2.377
教育訓練事業戦略	事業分野戦略（多角化度）						
	研修分野	-0.169 **	-2.427	0.230 ***	3.016	-0.166 **	-2.440
	顧客	-0.174 **	-2.457	0.014	0.174	0.142 **	2.051
	商品特性						
	1コース当たり受講者数	0.165 **	2.375	-0.037	-0.478	0.294 ***	4.348
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.036	0.507	-0.012	-0.156	-0.042	-0.607
F値		4.935 ***		2.981 **		6.822 ***	
調整済みR ²		0.111		0.055		0.129	
N		191		170		197	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

（イ）委託訓練事業を実施していない民間企業の状況

委託訓練事業を受けていない民間企業の重回帰分析結果を示す図表 3-2-18 をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは「顧客」で、負で有意である。つまり、顧客の多角化度が高い民間企業ほど定員充足率は低い状況にある。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、回帰式全体の当てはまりの良さを検証するために用いる F 値が統計的に有意でないことから、この結果は予測に役立たない可能性がある。さらに、被説明変数との間に統計的に有意な結果を現す変数が1つもないことから、分析に用いた変数の中には教育訓練事業の成長性に影響を与える変数はない。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「研修分野」「顧客」「1 コース当たり受講者数」である。このうち研修分野は負で有意であることから、研修分野の多角化度が高い民間企業ほど受講者数は少ない状況にある。これに対して、教育訓練事業収入比率、顧客、1 コース当たり受講者数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、顧客の多角化度が高い民間企業、1 コース当たり受講者数が多い民間企業ほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-18 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施民間企業・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.104	1.061	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.068	0.690	-0.177	-1.611	0.161 **	2.518	
教育訓練 事業戦略	事業分野戦略 （多角化度）	研修分野	-0.143	-1.472	0.174	1.619	-0.130 **	-2.023
	顧客		-0.281 ***	-2.890	-0.002	-0.021	0.113 *	1.757
商品特性	1コース当たり受講者数	0.148	1.539	0.012	0.108	0.711 ***	11.138	
F値		2.972 **		1.188		37.787 ***		
調整済みR ²		0.089		0.008		0.584		
N		102		91		106		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

（ウ）委託訓練事業を実施している民間企業の状況

委託訓練事業を受けている民間企業の重回帰分析結果を示す図表 3-2-19 をみると、第一に定員充足率では「教育訓練事業収入比率」「1コース当たり受講者数」が正で有意である。つまり、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、1コース当たり受講者数が多い民間企業ほど定員充足率が高い状況にある。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「研修分野」である。このうち教育訓練事業収入比率は負で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業ほど教育訓練事業の成長性が低くなっている。これに対して、研修分野は正で有意であることから、研修分野の多角化度が高い民間企業ほど教育訓練事業の成長性が高い状況にある。

第三に年間延べ受講者数をみるとF値が統計的に有意でないことから、この結果は予測に役立たない可能性がある。さらに、被説明変数との間に統計的に有意な結果を現す変数が1つもないことから、分析に用いた変数の中には年間延べ受講者数に影響を与える変数はない。

図表 3-2-19 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施民間企業・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.134	1.303	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.326 ***	3.249	-0.201 *	-1.833	0.135	1.254	
教育訓練 事業戦略	事業分野戦略 （多角化度）	研修分野	-0.161	-1.537	0.310 ***	2.713	-0.092	-0.831
	顧客		0.039	0.385	0.032	0.275	-0.133	-1.205
商品特性	1コース当たり受講者数	0.186 *	1.835	-0.059	-0.529	0.123	1.129	
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.043	0.418	-0.129	-1.147	-0.044	-0.406	
F値		3.626 ***		2.494 **		0.921		
調整済みR ²		0.152		0.087		-0.004		
N		89		79		91		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

ウ 公的機関

(ア) 全体の状況

最後に公的機関の組織パフォーマンスをみることにする⁶。図表 3-2-20 は重回帰分析結果である。第一に定員充足率をみると、統計的に有意な影響を与えているのは「顧客」「1 コース当たり受講者数」で、しかも正で有意であることから、顧客の多角化度が高い公的機関、1 コース当たり受講者数が多い公的機関ほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、「1 コース当たり受講者数」が統計的に正で有意であることから、1 コース当たり受講者数が多い公的機関ほど教育訓練事業の成長性が高くなっている。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「1 コース当たり受講者数」で正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、1 コース当たり受講者数が多い公的機関ほど年間延べ受講者数が多い。

図表 3-2-20 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス（公的機関全体・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.035	0.937	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.055	1.461	-0.058	-1.419	0.277 ***	8.400	
教育訓練 事業戦略	事業分野戦略 (多角化度)	研修分野	-0.032	-0.907	0.005	0.115	-0.016	-0.490
	顧客	0.144 ***	4.128	0.051	1.224	-0.023	-0.685	
	商品特性	1コース当たり受講者数	-0.050	-1.443	0.194 ***	4.751	0.235 ***	7.170
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.101 ***	2.889	0.077	1.867	0.007	0.197	
F値		5.568 ***		5.682 ***		26.460 ***		
調整済みR ²		0.032		0.038		0.134		
N		818		590		824		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(イ) 委託訓練事業を実施していない公的機関の状況

委託訓練事業を受けていない公的機関の重回帰分析結果を示す図表 3-2-21 をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは「顧客」で、しかも正で有意であることから、顧客の多角化度が高い公的機関ほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、F 値が統計的に有意でなく、しかも被説明変数との間に統計的に有意な変数もない。

第三に年間延べ受講者数をみると、「教育訓練事業収入比率」と「1 コース当たり受講者数」が統計的に有意な影響を与えており、しかも各変数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、1 コース当たり受講者数が多い公的機関ほど年間延べ受講者数が多い。

⁶ 公的機関については公益法人、経営者団体、職業訓練法人等の3つの形態から構成している。

図表 3-2-21 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施公的機関・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.017	0.391	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.062	1.397	-0.018	-0.367	0.261 ***	6.894	
教育訓練 事業戦略	事業分野戦略 （多角化度）	研修分野	-0.013	-0.315	0.002	0.032	0.034	0.888
	顧客	顧客	0.131 ***	3.263	0.005	0.101	-0.028	-0.757
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.045	-1.125	0.013	0.272	0.208 ***	5.552	
F値		3.276 ***		0.050		22.583 ***		
調整済みR ²		0.018		-0.009		0.120		
N		632		438		637		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

（ウ）委託訓練事業を実施している公的機関の状況

委託訓練事業を受けている公的機関の重回帰分析結果を示す図表 3-2-22 をみると、第一に定員充足率ではF値が統計的に有意でないことから、この結果は予測が役立たない可能性がある。しかし、被説明変数との間では「顧客」が統計的に正で有意であり、顧客の多角化度が高い公的機関ほど定員充足率が高い状況にある。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、「顧客」と「1コース当たり受講者数」が統計的に正で有意であり、顧客の多角化度が高い公的機関、1コース当たり受講者数が多い公的機関ほど教育訓練事業の成長性が高くなっている。

第三に年間延べ受講者数をみると、「教育訓練事業収入比率」「1コース当たり受講者数」が統計的に有意な影響を与えており、しかも正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、1コース当たり受講者数が多い公的機関ほど年間延べ受講者数が多い。

図表 3-2-22 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施公的機関・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.066	0.862	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.019	0.252	-0.101	-1.409	0.264 ***	3.926	
教育訓練 事業戦略	事業分野戦略 （多角化度）	研修分野	-0.086	-1.148	0.004	0.050	-0.055	-0.796
	顧客	顧客	0.182 **	2.450	0.126 *	1.727	0.004	0.061
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.061	-0.820	0.509 ***	7.060	0.341 ***	5.013	
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.100	1.333	-0.081	-1.126	-0.102	-1.487	
F値		1.572		11.098 ***		8.492 ***		
調整済みR ²		0.018		0.251		0.168		
N		186		152		187		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

（2）事業分野戦略の組織パフォーマンスの規定要因②～重点度の場合

ア 教育訓練プロバイダー全体

（ア）全体の状況

つぎに、事業分野戦略の重点度を投入した場合の組織パフォーマンスの規定要因を明らかにする。説明する変数は、教育訓練プロバイダーの組織特性から組織形態、教育訓練事業収

入の2変数、事業戦略から全社戦略（教育訓練事業収入比率）、事業分野戦略の重点度（研修分野、顧客）、商品特性（1コース当たり受講者数）、委託訓練事業の專業度（委託訓練事業収入比率）の4変数を取り上げ⁷、説明される変数（組織パフォーマンス）は事業分野戦略の多角化度と同じ定員充足率、教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数の3変数を用いている⁸。

図表3-2-23は教育訓練プロバイダー全体の重回帰分析の結果である。第一に定員充足率をみると、「公益法人」「教育訓練事業収入比率」「専門研修」「資格取得研修」「その他の研修」「技術職・研究職」「現業職」「医療職・看護職・福祉職」「その他の職種」「委託訓練事業収入比率」である。このうち専門研修、資格取得研修、その他の研修の3変数は負で有意であることから、研修分野を特定していない（研修分野に特徴がない）教育訓練プロバイダーに比べ、専門研修、資格取得研修、その他の研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど定員充足率は低くなっている。これに対して、公益法人、教育訓練事業収入比率、技術職・研究職、現業職、医療職・看護職・福祉職、その他の職種、委託訓練事業収入比率は正で有意であることから、経営者団体に比べ公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、職種を特定していない（職種に特徴はない）教育訓練プロバイダーに比べ、技術職・研究職、現業職、医療職・看護職・福祉職、あるいはその他の職種を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「民間企業」「大学等」「教育訓練事業収入比率」「マネジメント研修」「医療職・看護職・福祉職」「その他の職種」「1コース当たり受講者数」「委託訓練事業収入比率」である。このうち教育訓練事業収入比率は負で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は低い。これに対して、民間企業、大学等、マネジメント研修、医療職・看護職・福祉職、その他の職種、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は正で有意であることから、経営者団体に比べて民間企業、大学等、研修分野を特定していない教育訓練プロバイダーに比べてマネジメント研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、職種を特定していない教育訓練プロバイダーに比べ医療職・看護職・福祉職とその他の職種を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は高くなっている。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「民間企業」「公益法人」「専修学校等」「教育訓練事業収入比率」「マネジメント研修」「教養・趣味研修」「技術職・研究職」「1コ

⁷ 説明変数のうち、組織形態、教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数、委託訓練事業収入比率は注3と同じ方法を採用した。事業分野戦略の研修分野の重点度と事業分野戦略の顧客の重点度はダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合「1」に、そうでない場合を「0」とした。

⁸ 注5と同じ方法を採用した。

ース当たり受講者数」である。このうち民間企業、専修学校等、マネジメント研修、技術職・研究職は、負で有意であることから、経営者団体に比べ民間企業、専修学校等、研修分野を特定していない教育訓練プロバイダーに比べてマネジメント研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、職種を特定していない教育訓練プロバイダーに比べて技術職・研究職を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数は少ない。これに対して、公益法人、教育訓練事業収入比率、教養・趣味研修、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、教養・趣味研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数が多い。

図表 3-2-23 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（教育訓練プロバイダー全体・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	(組織形態ダミー)						
	民間企業	-0.007	-0.200	0.145 ***	3.245	-0.057 *	-1.697
	公益法人	0.109 ***	3.006	-0.006	-0.138	0.162 ***	4.621
	専修学校等	0.036	1.142	0.020	0.513	-0.071 **	-2.329
	大学等	0.046	1.301	0.077 **	1.839	-0.050	-1.483
	職業訓練法人等	0.013	0.420	0.033	0.844	-0.038	-1.258
	教育訓練事業収入	0.035	1.323	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.082 **	2.519	-0.097 **	-2.562	0.264 ***	8.636
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修	0.038	1.471	-0.013	-0.416	0.005	0.215
	マネジメント研修	0.017	0.625	0.078 **	2.258	-0.061 **	-2.253
	専門研修	-0.063 **	-2.057	0.038	1.008	-0.040	-1.370
	語学研修	-0.018	-0.669	-0.010	-0.311	-0.034	-1.339
	OA・コンピュータ研修	0.005	0.185	0.003	0.092	-0.028	-0.991
	資格取得研修	-0.131 ***	-4.274	0.005	0.120	-0.031	-1.062
	教養・趣味研修	0.009	0.287	0.039	1.094	0.066 **	2.204
	その他の研修	-0.230 ***	-8.609	0.032	1.000	-0.019	-0.719
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.039	1.310	-0.005	-0.145	-0.011	-0.389
	事務職・営業職	0.026	0.902	0.029	0.793	-0.022	-0.766
	技術職・研究職	0.076 **	2.440	0.012	0.318	-0.085 ***	-2.851
	現業職	0.054 *	1.721	0.022	0.572	-0.035	-1.146
	医療職・看護職・福祉職	0.161 ***	5.557	0.099 ***	2.788	-0.009	-0.318
	その他の職種	0.050 *	1.792	0.081 **	2.400	0.040	1.514
	商品特性	1コース当たり受講者数	-0.034	-1.304	0.129 ***	4.050	0.219 ***
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.062 **	2.193	0.069 **	1.982	0.005	0.173
F値		7.380 ***		3.073 ***		12.442 ***	
調整済みR ²		0.099		0.045		0.157	
N		1,344		966		1,356	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミーは「経営者団体」、研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(イ) 委託訓練事業を実施していないプロバイダーの状況

図表 3-2-24 は委託訓練事業を受けていない教育訓練プロバイダーの重回帰分析の結果である。第一に定員充足率に影響を与えているのは、「公益法人」「大学等」「職業訓練法人等」「専門研修」「資格取得研修」「その他の研修」「技術職・研究職」「医療職・看護職・福祉職」「その他の職種」である。このうち専門研修、資格取得研修、その他の研修の研修分野にかかわる3変数は負で有意であることから、専門研修、資格取得研修、あるいはその他の研修

分野を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど定員充足率は低い。これに対して、公益法人、大学等、職業訓練法人等、技術職・研究職、医療職・看護職・福祉職、その他の職種は正で有意であることから、公益法人、大学等、職業訓練法人等、技術職・研究職、医療職・看護職・福祉職、その他の職種を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、「民間企業」「大学等」「マネジメント研修」「その他の職種」が正で有意である。つまり、民間企業、大学等、マネジメント研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど、その他の職種を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は高い。

図表 3-2-24 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施教育訓練プロバイダー・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	(組織形態ダミー)						
	民間企業	0.021	0.533	0.093 *	1.830	-0.034	-0.940
	公益法人	0.098 **	2.335	-0.017	-0.302	0.181 ***	4.579
	専修学校等	0.012	0.340	-0.015	-0.347	-0.051	-1.533
	大学等	0.072 *	1.693	0.134 **	2.544	-0.035	-0.868
	職業訓練法人等	0.064 *	1.835	-0.023	-0.498	-0.086 **	-2.598
教育訓練事業収入	0.034	1.054	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.039	1.020	-0.045	-0.976	0.251 ***	7.072
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修	0.043	1.368	-0.010	-0.268	0.004	0.152
	マネジメント研修	0.019	0.575	0.140 ***	3.285	-0.068 **	-2.126
	専門研修	-0.066 *	-1.798	0.057	1.245	-0.015	-0.431
	語学研修	-0.025	-0.783	-0.014	-0.362	-0.028	-0.948
	OA・コンピュータ研修	0.020	0.625	0.002	0.058	-0.017	-0.558
	資格取得研修	-0.097 **	-2.570	-0.015	-0.307	0.002	0.049
	教養・趣味研修	-0.005	-0.144	0.030	0.659	0.092 **	2.573
	その他の研修	-0.221 ***	-6.954	0.002	0.057	0.005	0.154
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.045	1.248	-0.026	-0.560	0.025	0.734
	事務職・営業職	0.053	1.519	0.041	0.892	-0.009	-0.284
	技術職・研究職	0.102 ***	2.681	-0.008	-0.172	-0.074 **	-2.073
	現業職	0.061	1.574	0.027	0.535	0.000	0.011
	医療職・看護職・福祉職	0.124 ***	3.606	0.020	0.478	-0.031	-0.945
その他の職種	0.076 **	2.293	0.108 ***	2.606	-0.002	-0.068	
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.029	-0.914	0.018	0.455	0.199 ***	6.737
F値		4.251 ***		2.242 ***		9.831 ***	
調整済みR ²		0.068		0.038		0.157	
N		984		658		993	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミーは「経営者団体」、研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「公益法人」「職業訓練法人等」「教育訓練事業収入比率」「マネジメント研修」「教養・趣味研修」「技術職・研究職」「1コース当たり受講者数」である。このうち職業訓練法人等、マネジメント研修、技術職・研究職は負で有意であることから、職業訓練法人等は経営者団体に比べて、マネジメント研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダーは研修分野を特定していないプロバイダーに比べて、技術職・研究職を重点分野にしている教育訓練プロバイダーは職種を特定していないプロバイダーに比べて、年間延べ受講者数は少なくなっている。これに対して、公益法人、教育訓練事

業収入比率、教養・趣味研修、1 コース当たり受講者数は正で有意であることから、公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、教養・趣味研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、1 コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数は多い。

(ウ) 委託訓練事業を実施しているプロバイダーの状況

委託訓練事業を受けている教育訓練プロバイダーの重回帰分析結果を示す図表 3-2-25 をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは「公益法人」「教育訓練事業収入比率」「資格取得研修」「その他の研修」「医療職・看護職・福祉職」である。このうち資格取得研修、その他の研修は負で有意であることから、資格取得研修とその他の研修を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど定員充足率は低い。これに対して、公益法人、教育訓練事業収入比率、医療職・看護職・福祉職が正で有意である。つまり、公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている教育訓練プロバイダーほど定員充足率は高くなっている。

図表 3-2-25 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施教育訓練プロバイダー・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	(組織形態ダミー)						
	民間企業	-0.031	-0.378	0.187 **	1.994	-0.114	-1.393
	公益法人	0.141 *	1.811	-0.015	-0.179	0.129 *	1.677
	専修学校等	0.084	1.152	0.056	0.675	-0.113	-1.568
	大学等	-0.008	-0.130	0.007	0.118	-0.060	-1.059
	職業訓練法人等	-0.046	-0.637	0.086	1.070	-0.028	-0.394
全社戦略	教育訓練事業収入	0.050	0.987	—	—	—	—
	教育訓練事業収入比率	0.117 **	1.974	-0.145 **	-2.192	0.246 ***	4.265
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修						
	マネジメント研修	0.017	0.342	-0.001	-0.018	-0.064	-1.293
	専門研修	-0.041	-0.721	-0.015	-0.230	-0.061	-1.094
	語学研修	-0.007	-0.140	-0.013	-0.244	-0.068	-1.397
	OA・コンピュータ研修	-0.008	-0.144	-0.006	-0.086	-0.051	-0.904
	資格取得研修	-0.186 ***	-3.440	0.027	0.439	-0.030	-0.554
	教養・趣味研修	0.083	1.571	0.055	0.972	0.050	0.958
	その他の研修	-0.261 ***	-5.217	0.056	0.995	-0.042	-0.848
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.052	0.992	0.024	0.395	-0.050	-0.961
	事務職・営業職	-0.038	-0.719	0.028	0.476	-0.034	-0.651
	技術職・研究職	0.021	0.378	0.050	0.836	-0.090 *	-1.678
	現業職	0.027	0.487	0.034	0.545	-0.081	-1.491
	医療職・看護職・福祉職	0.232 ***	4.094	0.208 ***	3.189	-0.020	-0.354
	その他の職種	-0.019	-0.371	0.082	1.409	0.097 *	1.876
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.058	-1.169	0.327 ***	5.903	0.296 ***	6.072
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.062	1.216	-0.023	-0.404	-0.114 **	-2.288
F値		4.401 ***		2.788 ***		4.797 ***	
調整済みR ²		0.172		0.109		0.180	
N		360		308		364	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 組織形態ダミーは「経営者団体」、研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「民間企業」「教育訓練事業収入比

率」「医療職・看護職・福祉職」「1コース当たり受講者数」である。このうち教育訓練事業収入比率は負で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性は低い。これに対して、民間企業、医療職・看護職・福祉職、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、民間企業、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど教育訓練事業の成長性が高くなっている。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは「公益法人」「教育訓練事業収入比率」「技術職・研究職」「その他の職種」「1コース当たり受講者数」「委託訓練事業収入比率」である。このうち技術職・研究職、委託訓練事業収入比率は負で有意であることから、技術職・研究職を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数は少なくなっている。これに対して公益法人、教育訓練事業収入比率、その他の職種、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、公益法人、教育訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダー、その他の職種を重点分野にしている教育訓練プロバイダー、1コース当たり受講者数が多い教育訓練プロバイダーほど年間延べ受講者数が多くなっている。

イ 民間企業

(ア) 全体の状況

以上では、教育訓練プロバイダー全体における組織パフォーマンスをみたが、組織形態別にみると組織パフォーマンスはどのような違いがあるのだろうか。そこで、民間企業と公的機関（経営者団体と職業訓練法人等）の2形態を取り上げ、教育訓練プロバイダー全体の分析枠組みで重回帰分析を行った。

民間企業全体の重回帰分析結果を示す**図表 3-2-26**をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入」「教育訓練事業収入比率」「資格取得研修」「教養・趣味研修」「その他の研修」「医療職・看護職・福祉職を重点分野」「1コース当たり受講者数」である。このうち、資格取得研修、教養・趣味研修、その他の研修は負で有意であることから、研修分野を特定していない民間企業に比べ資格取得研修、教養・趣味研修、あるいはその他の研修を重点分野にしている民間企業ほど定員充足率は低い状況にある。これに対して、教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、医療職・看護職・福祉職、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、教育訓練事業収入が大きい民間企業、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている民間企業、1コース当たり受講者数が多い民間企業ほど定員充足率が高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「マネジメント研修」「専門研修」「資格取得研修」で、教育訓練事業収入比率は負で、マネジメント研修、専門研修、資格取得研修は正でそれぞれ有意である。つまり、教育訓練事業収入比率が

高い民間企業ほど成長性が低くなっているのに対し、研修分野を特定していない民間企業に比べ、マネジメント研修、専門研修、あるいは資格取得研修を重点分野にしている民間企業ほど成長性は高い。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「語学研修」「管理職」「事務職・営業職」「1 コース当たり受講者数」である。このうち語学研修、管理職、事務職・営業職は負で有意であることから、語学研修を重点分野にしている民間企業、管理職、あるいは事務職・営業職を重点分野にしている民間企業ほど年間延べ受講者は少ない。これに対して、教育訓練事業収入比率、1 コース当たり受講者数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、1 コース当たり受講者数が多い民間企業ほど年間延べ受講者数が多い。

図表 3-2-26 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス（民間企業全体・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	教育訓練事業収入	0.144 **	2.210	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.189 ***	2.841	-0.194 **	-2.472	0.183 **	2.573
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修	0.090	1.387	-0.027	-0.346	-0.029	-0.416
	マネジメント研修	0.089	1.295	0.269 ***	3.232	-0.075	-0.995
	専門研修	-0.021	-0.292	0.236 ***	2.659	-0.108	-1.346
	語学研修	-0.023	-0.345	-0.021	-0.263	-0.122 *	-1.699
	OA・コンピュータ研修	-0.000	-0.003	0.052	0.565	-0.131	-1.573
	資格取得研修	-0.344 ***	-4.572	0.166 **	1.866	-0.115	-1.411
	教養・趣味研修	-0.128 **	-1.985	-0.003	-0.040	-0.069	-0.985
	その他の研修	-0.229 ***	-3.464	-0.005	-0.070	-0.075	-1.049
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.105	1.341	-0.130	-1.364	-0.169 *	-1.952
	事務職・営業職	-0.003	-0.034	-0.052	-0.586	-0.150 *	-1.856
	技術職・研究職	0.109	1.523	-0.003	-0.040	-0.061	-0.789
	現業職	0.023	0.331	-0.107	-1.333	-0.092	-1.238
医療職・看護職・福祉職	0.119 **	1.744	0.002	0.027	-0.088	-1.169	
その他の職種	-0.025	-0.364	-0.097	-1.212	-0.000	-0.001	
商品特性	1コース当たり受講者数	0.140 **	2.174	-0.036	-0.466	0.297 ***	4.242
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.055	0.752	0.043	0.497	-0.064	-0.807
F値		4.479 ***		1.556 *		2.058 **	
調整済みR ²		0.248		0.053		0.084	
N		191		170		197	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(イ) 委託訓練事業を実施していない民間企業の状況

委託訓練事業を受けていない民間企業の重回帰分析結果を示す図表 3-2-27 をみると、第一に定員充足率に影響を与えているのは「資格取得研修」「教養・趣味研修」「その他の研修」「管理職」「技術職・研究職」「1 コース当たり受講者数」で、管理職、技術職・研究職、1 コース当たり受講者数は正で、資格取得研修、教養・趣味研修、その他の研修は負でそれぞれ有意である。つまり、資格取得研修、教養・趣味研修、あるいはその他の研修を重点分野としている民間企業ほど定員充足率は低く、管理職、あるいは技術職・研究職を重点分野にしている民間企業、1 コース当たり受講者数が多い民間企業ほど定員充足率は高い。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、F 値が統計的に有意でないことから、この結果は

予測に役立たない可能性がある。そのことを念頭に被説明変数と説明変数の関係をみると、マネジメント研修が正で有意である。つまり、マネジメント研修を重点分野にしている民間企業ほど教育訓練事業の成長性は高い状況にある。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「管理職」「現業職」「1コース当たり受講者数」である。このうち管理職、現業職は負で有意であることから、管理職、あるいは現業職を重点分野にしている民間企業ほど年間延べ受講者数は少ない。これに対して、教育訓練事業収入比率、1コース当たり受講者数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、1コース当たり受講者数が多い民間企業ほど年間延べ受講者数が多い状況にある。

図表 3-2-27 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施民間企業・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数			
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値		
組織特性	教育訓練事業収入	0.132	1.437	—	—	—	—		
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.128	1.310	-0.180	-1.473	0.191 ***	2.700		
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)								
	事業分野戦略 (重点度)	新入社員研修	0.125	1.345	-0.062	-0.544	-0.023	-0.344	
		マネジメント研修	0.074	0.767	0.379 ***	3.218	-0.090	-1.266	
		専門研修	-0.046	-0.439	0.101	0.800	-0.056	-0.734	
		語学研修	-0.011	-0.112	-0.079	-0.697	-0.108	-1.559	
		OA・コンピュータ研修	0.137	1.466	0.002	0.021	-0.075	-1.101	
		資格取得研修	-0.318 ***	-2.831	-0.052	-0.397	-0.113	-1.399	
		教養・趣味研修	-0.175 *	-1.899	-0.025	-0.230	-0.063	-0.938	
		その他の研修	-0.218 **	-2.374	-0.021	-0.194	-0.050	-0.749	
		(顧客ダミー)							
		管理職	0.231 *	1.952	-0.224	-1.563	-0.148 *	-1.681	
	事務職・営業職	0.086	0.785	-0.038	-0.279	-0.120	-1.474		
	技術職・研究職	0.176 *	1.684	0.020	0.161	-0.025	-0.332		
	現業職	0.064	0.625	-0.087	-0.730	-0.151 **	-2.039		
	医療職・看護職・福祉職	0.085	0.879	-0.181	-1.464	-0.081	-1.120		
その他の職種	0.059	0.602	-0.096	-0.808	0.074	1.047			
商品特性	1コース当たり受講者数	0.185 **	2.063	-0.017	-0.159	0.729 ***	11.122		
F値		2.740 ***		1.133		9.739 ***			
調整済みR ²		0.227		0.023		0.571			
N		101		89		105			

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

(ウ) 委託訓練事業を実施している民間企業の状況

図表 3-2-28 は委託訓練事業を受けている民間企業の重回帰分析の結果である。第一に定員充足率に影響を与えているのは「教育訓練事業収入」「教育訓練事業収入比率」「資格取得研修」「その他の研修」「医療職・看護職・福祉職」である。このうち資格取得研修とその他の研修の2変数は負で有意であることから、資格取得研修、あるいはその他の研修を重点分野にしている民間企業ほど定員充足率が低くなっている。これに対し、教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、医療職・看護職・福祉職は正で有意である。つまり、教育訓練事業収入が大きい民間企業、教育訓練事業収入比率が高い民間企業、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている民間企業ほど定員充足率が高い。

第二に教育訓練事業の成長性に影響を与えているのは、「教育訓練事業収入比率」「専門研

修」「資格取得研修」「医療職・看護職・福祉職」で、専門研修、資格取得研修、医療職・看護職・福祉職は正で、教育訓練事業収入比率は負でそれぞれ有意である。つまり、専門研修、あるいは資格取得研修を重点分野にしている民間企業、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている民間企業ほど定員充足率が高くなっているのに対し、教育訓練事業収入比率が高い民間企業ほど教育訓練事業の成長性は低い。

第三に年間延べ受講者数をみるとF値が統計的に有意でないことから、この結果は予測に役立たない可能性がある。さらに、被説明変数との間に統計的に有意な結果を現す変数が1つもないことから、分析に用いた変数の中には年間延べ受講者数に影響を与える変数はない。

図表 3-2-28 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施民間企業・重回帰分析）

		定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数		
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	
組織特性	教育訓練事業収入	0.213 **	2.143	—	—	—	—	
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.241 **	2.292	-0.209 *	-1.758	0.164	1.311	
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)							
	事業分野戦略 (重点度)	新入社員研修						
		マネジメント研修	0.128	1.260	0.047	0.407	-0.057	-0.473
		専門研修	-0.020	-0.171	0.332 **	2.488	-0.100	-0.724
		語学研修	-0.008	-0.081	0.035	0.312	-0.066	-0.564
		OA・コンピュータ研修	-0.053	-0.457	0.162	1.169	-0.089	-0.634
		資格取得研修	-0.326 ***	-2.709	0.364 ***	2.783	-0.045	-0.315
		教養・趣味研修						
		その他の研修	-0.224 **	-2.236	0.025	0.220	-0.058	-0.487
	(顧客ダミー)							
	管理職	-0.024	-0.224	-0.043	-0.347	-0.085	-0.652	
	事務職・営業職	-0.111	-0.999	0.021	0.162	-0.126	-0.962	
	技術職・研究職	0.092	0.853	0.055	0.443	-0.046	-0.352	
	現業職	-0.046	-0.478			-0.059	-0.512	
医療職・看護職・福祉職	0.178 *	1.691	0.208 *	1.749	-0.051	-0.404		
その他の職種	-0.093	-0.889	-0.114	-1.018	-0.078	-0.624		
商品特性	1コース当たり受講者数	0.113	1.156	-0.065	-0.585	0.119	1.014	
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.172	1.541	0.011	0.086	-0.046	-0.350	
F値		2.725 ***		1.866 **		0.330		
調整済みR ²		0.239		0.135		-0.126		
N		87		77		89		

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

ウ 公的機関

(ア) 全体の状況

図表 3-2-29 は公的機関の重回帰分析結果である⁹。第一に定員充足率をみると、統計的に有意な影響を与えているのは「教育訓練事業収入比率」「資格取得研修」「教養・趣味研修」「その他の研修」「事務職・営業職」「技術職・研究職」「現業職」「医療職・看護職・福祉職」「委託訓練事業収入比率」である。このうち資格取得研修、その他の研修は負で有意であることから、研修分野を特定していない公的機関に比べ、資格取得研修、あるいはその他の研修を重点分野にしている公的機関ほど定員充足率は低い。これに対して、教育訓練事業収入比率、教養・趣味研修、事務職・営業職、技術職・研究職、現業職、医療職・看護職・福祉

⁹ 公的機関の構成は注6と同じ方法を採用した。

職、および委託訓練事業収入比率の各変数は正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、研修分野を特定していない公的機関に比べ、教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、職種を特定していない公的機関に比べ、事務職・営業職、技術職・研究職、現業職、あるいは医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている公的機関、委託訓練事業収入比率が高い公的機関ほど定員充足率は高くなっている。

第二に教育訓練事業の成長性をみると「教養・趣味研修」「医療職・看護職・福祉職」「1コース当たり延べ受講者数」が統計的に正で有意であり、研修分野を特定していない公的機関に比べ、教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、職種を特定していない公的機関に比べ、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている公的機関、1コース当たり延べ受講者数が多い公的機関ほど教育訓練事業の成長性は高い。

第三に年間延べ受講者数に影響を与えているのは「教育訓練事業収入比率」「教養・趣味研修」「その他の職種」「1コース当たり受講者数」で、しかも正で有意であることから、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、研修分野を特定していない公的機関に比べ教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、職種を特定していない公的機関に比べその他の職種を重点分野にしている公的機関、1コース当たり受講者数が多い公的機関ほど年間延べ受講者数が多くなっている。

図表 3-2-29 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス（公的機関全体・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	教育訓練事業収入	0.036	1.006	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.066 *	1.757	-0.042	-1.012	0.292 ***	8.687
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修						
	マネジメント研修	0.011	0.311	0.005	0.124	-0.050	-1.455
	専門研修	-0.024	-0.627	0.006	0.135	-0.005	-0.144
	語学研修	-0.010	-0.308	-0.026	-0.651	-0.027	-0.845
	OA・コンピュータ研修	-0.004	-0.106	0.037	0.862	-0.026	-0.787
	資格取得研修	-0.082 **	-2.095	-0.046	-0.940	-0.012	-0.312
	教養・趣味研修	0.064 *	1.916	0.074 *	1.774	0.172 ***	5.256
	その他の研修	-0.231 ***	-6.871	0.058	1.425	0.006	0.191
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.034	0.890	0.056	1.189	0.021	0.558
	事務職・営業職	0.064 *	1.677	0.031	0.643	-0.001	-0.037
	技術職・研究職	0.130 ***	3.250	0.029	0.576	-0.045	-1.171
現業職	0.094 **	2.228	0.070	1.303	-0.017	-0.422	
医療職・看護職・福祉職	0.230 ***	6.268	0.141 ***	3.036	0.039	1.087	
その他の職種	0.007	0.208	0.041	0.965	0.056 *	1.655	
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.053	-1.590	0.202 ***	4.939	0.235 ***	7.277
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.080 **	2.319	0.050	1.187	-0.009	-0.279
F値		7.559 ***		2.835 ***		11.165 ***	
調整済みR ²		0.120		0.047		0.165	
N		818		590		824	

注 1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注 2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注 3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

注 4. 「研修分野ダミー（新入社員研修）」は該当データがないため分析から除外している。

(イ) 委託訓練事業を実施していない公的機関の状況

図表 3-2-30 は委託訓練事業を受けていない公的機関の重回帰分析の結果である。第一に定

員充足率をみると、「教養・趣味研修」「その他の研修」「事務職・営業職」「技術職・研究職」「現業職」「医療職・看護職・福祉職」が統計的に有意な影響を与えており、教養・趣味研修、事務職・営業職、技術職・研究職、現業職、医療職・看護職・福祉職は正で、その他の研修は負でそれぞれ有意である。つまり、教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、事務職・営業職、技術職・研究職、現業職、あるいは医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている公的機関ほど定員充足率は高く、その他の研修を重点分野にしている公的機関ほど定員充足率は低い。

第二に教育訓練事業の成長性をみるとF値が統計的に有意ではなく、しかも被説明変数との間にも統計的に有意な変数はみられない。

第三に年間延べ受講者数をみると、「教育訓練事業収入比率」「教養・趣味研修」「1コース当たり受講者数」が統計的に正の有意な影響を与えており、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、1コース当たり受講者数が多い公的機関ほど受講者数が多くなっている。

図表 3-2-30 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業未実施公的機関・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	教育訓練事業収入	0.019	0.434	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.068	1.517	-0.007	-0.129	0.253 ***	6.578
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新入社員研修						
	マネジメント研修	0.024	0.583	0.026	0.492	-0.046	-1.185
	専門研修	-0.010	-0.222	0.065	1.134	0.033	0.787
	語学研修	-0.018	-0.479	-0.027	-0.558	-0.017	-0.464
	OA・コンピュータ研修	0.027	0.683	-0.001	-0.012	-0.015	-0.413
	資格取得研修	-0.071	-1.506	-0.030	-0.502	0.064	1.450
	教養・趣味研修	0.065 *	1.671	-0.007	-0.147	0.231 ***	6.238
	その他の研修	-0.222 ***	-5.648	0.018	0.364	0.045	1.205
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.021	0.476	0.016	0.265	0.056	1.310
	事務職・営業職	0.080 *	1.785	0.021	0.346	0.006	0.134
	技術職・研究職	0.152 ***	3.223	-0.055	-0.867	-0.023	-0.510
現業職	0.102 **	2.021	0.016	0.245	0.011	0.228	
医療職・看護職・福祉職	0.149 ***	3.543	0.051	0.943	0.016	0.415	
その他の職種	0.015	0.356	-0.020	-0.385	-0.050	-1.291	
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.043	-1.113	0.018	0.358	0.207 ***	5.640
F値		4.371 ***		0.472		9.527 ***	
調整済みR ²		0.079		-0.018		0.167	
N		632		438		637	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

注4. 「研修分野ダミー（新入社員研修）」は該当データがないため分析から除外している。

(ウ) 委託訓練事業を実施している公的機関の状況

委託訓練事業を受けている公的機関の重回帰分析結果を示す図表 3-2-31 をみると、第一に定員充足率では「その他の研修」「医療職・看護職・福祉職」が統計的に有意であり、医療職・看護職・福祉職は正で、その他の研修は負でそれぞれ有意である。つまり、医療職・看護職・福祉職を重点分野にしている公的機関ほど定員充足率は高く、その他の研修を重点分野にし

ている公的機関ほど定員充足率は低い。

第二に教育訓練事業の成長性をみると、「教養・趣味研修」「その他の研修」「技術職・研究職」「医療職・看護職・福祉職」「その他の職種」「1コース当たり延べ受講者数」が統計的に正で有意であり、研修分野を特定していない公的機関に比べ、教養・趣味研修、あるいはその他の研修を重点分野にしている公的機関、職種を特定していない公的機関に比べ、技術職・研究職、医療職・看護職・福祉職、あるいはその他の職種を重点分野にしている公的機関、1コース当たり延べ受講者数が多い公的機関ほど教育訓練事業の成長性は高い。

第三に年間延べ受講者数をみると、「教育訓練事業収入比率」「教養・趣味研修」「その他の職種」「1コース当たり受講者数」「委託訓練事業収入比率」が統計的に有利であり、教育訓練事業収入比率、教養・趣味研修、その他の職種、1コース当たり受講者数は正で、委託訓練事業収入比率は負でそれぞれ有意である。つまり、教育訓練事業収入比率が高い公的機関、教養・趣味研修を重点分野にしている公的機関、その他の職種を重点分野にしている公的機関、1コース当たり受講者数が高い公的機関ほど年間延べ受講者数は多く、逆に委託訓練事業収入比率が高い公的機関ほど受講者数は少なくなっている。

図表 3-2-31 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンス
（委託訓練事業実施公的機関・重回帰分析）

組織特性	教育訓練事業収入	定員充足率		教育訓練事業の成長性		年間延べ受講者数	
		標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
組織特性	教育訓練事業収入	0.072	0.969	—	—	—	—
全社戦略	教育訓練事業収入比率	0.051	0.701	-0.108	-1.453	0.291 ***	4.220
教育訓練事業戦略	(研修分野ダミー)						
	新人社員研修						
	マネジメント研修	-0.022	-0.322	-0.054	-0.733	-0.069	-1.009
	専門研修	-0.051	-0.626	-0.116	-1.347	0.003	0.036
	語学研修	0.005	0.076	-0.031	-0.444	-0.068	-1.026
	O.A・コンピュータ研修	-0.051	-0.699	0.068	0.908	-0.061	-0.858
	資格取得研修	-0.106	-1.419	-0.021	-0.275	-0.067	-0.907
	教養・趣味研修	0.052	0.747	0.176 **	2.476	0.147 **	2.160
	その他の研修	-0.266 ***	-3.882	0.125 *	1.772	-0.029	-0.426
	(顧客ダミー)						
	管理職	0.107	1.480	0.120	1.589	-0.005	-0.066
	事務職・営業職	0.014	0.182	0.019	0.237	0.004	0.047
	技術職・研究職	0.066	0.828	0.164 **	2.011	-0.073	-0.932
	現業職	0.061	0.758	0.105	1.257	-0.055	-0.695
医療職・看護職・福祉職	0.395 ***	4.874	0.259 ***	3.028	0.020	0.255	
その他の職種	-0.021	-0.283	0.146 **	1.999	0.191 ***	2.685	
商品特性	1コース当たり受講者数	-0.085	-1.255	0.535 ***	7.614	0.331 ***	4.945
委託訓練事業	委託訓練事業収入比率	0.103	1.424	-0.098	-1.329	-0.145 **	-2.072
F値		3.461 ***		4.976 ***		3.996 ***	
調整済みR ²		0.184		0.296		0.205	
N		186		151		187	

注1. ***：1%水準有意、**：5%水準有意、*：10%水準有意

注2. 研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

注4. 「研修分野ダミー（新人社員研修）」は該当データがないため分析から除外している。

6. おわりに～事業戦略の特質と組織パフォーマンスを整理する

(1) 教育訓練プロバイダーがとる事業分野戦略の特徴

これまでの「教育訓練プロバイダーの事業戦略の特質（教育訓練プロバイダーがとる事業分野戦略の規定要因）」と「教育訓練プロバイダーの組織パフォーマンス（組織パフォーマンス

スの規定要因)」の分析の特徴を整理することにする。

まず「教育訓練プロバイダーがとる事業分野戦略の規定要因」の特徴については、次の点をあげることができる。第一に教育訓練事業収入、教育訓練事業収入比率、1 コース当たり受講者数といった教育訓練事業に関わる変数は今回の分析では何ら影響を与えていない。

しかしながら、第二に大学等を除く組織形態、委託訓練事業収入比率は事業分野戦略に影響を与えており、前者は正の相関、後者は負の相関がみられる。その結果、民間企業、公益法人、専修学校、職業訓練法人等は経営者団体に比べ教育訓練事業を特定の事業分野に集中する戦略をとる傾向を、委託訓練事業収入比率が高い教育訓練プロバイダーほど事業分野の多角化を進める戦略をそれぞれとる傾向にある。前者については限られた経営資源をもとに収益をあげるには、プロバイダーの得意分野に事業を集中させる方が効果的であり、また後者については委託元のニーズに合わせた教育訓練サービスを提供するため、委託事業依存型の体制をとるプロバイダーの事業分野が多角化することが考えられる。

(2) 組織パフォーマンスの特徴

ア 事業分野戦略の多角化度と組織パフォーマンス

つぎに「組織パフォーマンスの規定要因」の特徴については、次の点をあげることができる¹⁰。

図表 3-2-32 は教育訓練事業の「多角化度」と組織パフォーマンスの特徴を整理したものである。第一に教育訓練事業収入比率との関係についてみると、教育訓練プロバイダー全体では定員充足率と年間総受講者数は正の相関、教育訓練事業の成長性は負の相関がそれぞれみられる。教育訓練事業収入比率が高いプロバイダーは定員充足率、年間延べ受講者数が大きくなるのに対し、教育訓練事業の成長性は低くなる傾向にある。限られた経営資源を教育訓練事業に集中させていることが事業の効率性の向上と規模の拡大につながっていると思われる。そこで、民間企業と公的機関を例に組織形態別の特徴をみると、こうした傾向は民間企業でもみられるのに対し、公的機関では年間総受講者数が正の相関、つまり教育訓練事業収入比率が高くなるほど年間延べ受講者数が多くなっている。

第二に事業分野戦略における研修分野の多角化度との関係では、まず教育訓練プロバイダー全体をみると定員充足率と年間総受講者数で負の相関がみられ、研修分野の多角化を進めているプロバイダーは定員充足率、年間延べ受講者数が少ない状況にある。事業分野の多角化は経営資源を分散させることから、組織パフォーマンスの向上に貢献していないことがうかがえる。このような結果は民間企業でもみられ、これ加えて成長性との間に正の関係が生じている。これに対して、公的機関では有意な関係がみられず、研修分野の多角化度が組織パフォーマンスに何ら影響を与えていない。

¹⁰ 本節では、組織形態間の組織パフォーマンスの比較をするため、組織特性は分析の対象外とする。

第三に事業分野戦略における顧客の多角化度との関係をみると、教育訓練プロバイダー全体では定員充足率と教育訓練事業の成長性との間に負の相関がみられ、顧客の多角化を進めているプロバイダーほど定員充足率、教育訓練事業の成長性が低くなっている。多岐にわたる顧客を対象にしているため、教育訓練事業の効率性が低下し、成長性を悪くさせていることが考えられる。民間企業では定員充足率との間に負の相関、年間延べ受講者数との間には正の相関がみられるのに対し、公的機関では定員充足率との間に正の相関がみられている。

第4に1コース当たり受講者数との関係で教育訓練プロバイダー全体をみると、教育訓練事業の成長性と年間延べ受講者数との間に正の相関がみられ、1コース当たり受講者数が多い教育訓練サービスを提供しているプロバイダーほど教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数が大きくなっている。マスプロ的な研修を提供していることが事業規模の拡大につながり、さらに成長性を高めていることがうかがえる。こうした結果は公的機関でもみられるのに対し、民間企業では定員充足率と年間延べ受講者数との間に正の相関がみられる。

図表 3-2-32 事業分野戦略（多角化度）の組織パフォーマンスの重回帰分析結果の整理

パフォーマンス指標			プロバイダー合計			民間企業			公的機関		
			定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数	定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数	定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数
プロバイダー全体	組織特性	組織形態ダミー(民間企業)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(専修学校等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(大学等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
	教育訓練事業戦略	教育訓練事業収入	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		教育訓練事業収入比率	○	●	○	○	●	○	○	○	○
		事業分野戦略(多角化度)	●	●	●	●	○	●	○	○	○
		顧客	●	●	○	●	○	○	○	○	○
		商品特性	○	○	○	○	○	○	○	○	○
委託訓練事業未実施プロバイダー	組織特性	委託訓練収入	○	○	○	—	—	—	○	—	—
		委託訓練収入比率	○	○	○	—	—	—	○	—	○
		組織形態ダミー(民間企業)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(専修学校等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
	教育訓練事業戦略	組織形態ダミー(大学等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	○	○	●	—	—	—	—	—	—
		教育訓練事業収入	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		教育訓練事業収入比率	—	—	○	—	—	○	—	—	○
		事業分野戦略(多角化度)	●	●	○	●	○	○	○	○	○
委託訓練事業実施プロバイダー	組織特性	顧客	●	●	○	●	○	○	○	○	○
		商品特性	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		委託訓練収入	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		委託訓練収入比率	—	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(民間企業)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
	教育訓練事業戦略	組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(専修学校等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(大学等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	○	○	○	—	—	—	—	—	—
		教育訓練事業収入	—	—	—	—	—	—	—	—	—
教育訓練事業戦略	教育訓練事業収入比率	○	●	○	○	●	○	○	○	○	
	事業分野戦略(多角化度)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	顧客	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	商品特性	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	委託訓練収入	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

注1. 組織形態ダミー：「経営者団体」が基準。

注2. 「○」は正の影響を、「●」は負の影響をそれぞれ示している（有意水準<.10）。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

第5に委託訓練事業収入比率との関係についてみると、教育訓練プロバイダー全体では定員充足率と教育訓練事業の成長性との間に正の相関がみられ、委託訓練事業収入比率が高いプロバイダーほど定員充足率、教育訓練事業の成長性が大きくなっている。委託事業は顧客

のニーズと規模がはっきりしているため、組織パフォーマンスの向上に貢献していると思われる。組織形態別の特徴をみると民間企業では委託訓練事業収入比率が組織パフォーマンスに何ら影響を与えていないのに対し、公的機関では定員充足率との間に正の相関がみられている。

イ 事業分野戦略の重点度と組織パフォーマンス

つぎに「教育訓練事業の重点度」と組織パフォーマンスの特徴については、次の点をあげることができる。図表 3-2-33 をみると、第一に教育訓練事業収入比率との関係で教育訓練プロバイダー全体をみると定員充足率と年間総受講者数は正の相関、教育訓練事業の成長性は負の相関がみられ、教育訓練事業収入比率が高いプロバイダーは定員充足率、年間延べ受講者数が大きくなるのに対し、教育訓練事業の成長性は低くなる傾向にある。民間企業と公的機関の特徴をみると、民間企業は教育訓練プロバイダーと同じ傾向がみられるのに対し、公的機関は年間総受講者数で正の相関がみられている。

第二に事業分野戦略における研修分野の重点度との関係を整理すると、まず教育訓練プロバイダー全体をみると、①マネジメント研修では教育訓練事業の成長性との間に正の相関、年間延べ受講者数の間に負の相関、②専門研修、資格取得研修、その他の研修では定員充足率との間に負の相関、③趣味・教養研修では年間延べ受講者数との間に正の相関、の3つの特徴がみられる。ビジネスに関わる研修分野は市場変化のスピードが早く、顧客ニーズがタイにわたっているため、組織パフォーマンスを低くさせていることがうかがえる。こうした傾向は民間企業と公的機関で異なり、民間企業では、①マネジメント研修と専門研修で教育訓練事業の成長性との間に正の相関、②語学研修で年間延べ受講者数との間に負の相関、③資格取得研修で定員充足率との間に負の相関、教育訓練事業の成長性との間に正の相関、④教養・趣味研修、その他の研修で定員充足率との間に負の相関、の4つの特徴がみられる。それに対し、公的機関では①資格取得研修とその他の研修で定員充足率との間に負の相関、②教養・趣味研修で定員充足率、教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数との間に正の相関、の2つの特徴がみられる。

第三に事業分野戦略における顧客の重点度との関係を整理すると、まず教育訓練プロバイダー全体をみると、①技術職・研究職で定員充足率との間に正の相関、年間延べ受講者数の間に負の相関、②医療職・看護職・福祉職、その他の職種で定員充足率と教育訓練事業の成長性との間に正の相関、③現業職で定員充足率との間に正の相関、の3つの特徴がみられる。顧客を絞った研修を提供していることが効率性の向上につながっていることがうかがえる。また民間企業と公的機関の特徴を整理すると、民間企業では①管理職と事務職・営業職で年間延べ受講者数との間に負の相関、②医療職・看護職・福祉職で定員充足率との間に正の相関、の2つの特徴がみられる。公的機関では①事務職・営業職、技術職・研究職、現業職で定員充足率との間に正の相関、②医療職・看護職・福祉職で定員充足率と教育訓練事業の成

長性との間に正の相関、③その他の職種で年間延べ受講者数との間に正の相関、の3つの特徴がみられる。

図表 3-2-33 事業分野戦略（重点度）の組織パフォーマンスの重回帰分析結果の整理

			プロバイダー合計			民間企業			公的機関			
パフォーマンス指標			定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数	定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数	定員充足率	教育訓練事業の成長性	年間延べ受講者数	
プロバイダー全体	組織特性	組織形態ダミー(民間企業)	○	○	●	—	—	—	—	—	—	
		組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—	—	
		組織形態ダミー(専修学校等)	—	—	●	—	—	—	—	—	—	
		組織形態ダミー(大学等)	—	○	—	—	—	—	—	—	—	
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	全社戦略	教育訓練事業収入	—	—	—	○	—	—	—	○	—	
		教育訓練事業収入比率	○	●	○	○	●	○	○	—	○	
	教育訓練事業戦略	事業分野戦略(重点度)	研修分野ダミー(新入社員研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	—
			研修分野ダミー(マネジメント研修)	—	○	●	—	○	—	—	—	—
			研修分野ダミー(専門研修)	●	—	—	—	○	—	—	—	—
			研修分野ダミー(語学研修)	—	—	—	—	—	●	—	—	—
			研修分野ダミー(OA・コンピュータ研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	—
			研修分野ダミー(資格取得研修)	●	—	—	●	○	—	●	—	—
			研修分野ダミー(教養・趣味研修)	—	—	○	●	—	—	○	—	○
			研修分野ダミー(その他)	●	—	—	●	—	—	●	—	—
			顧客(管理職)	—	—	—	—	—	●	—	—	—
			顧客(事務職・営業職)	—	—	—	—	—	●	—	○	—
			顧客(技術職・研究職)	○	—	●	—	—	—	○	—	—
			顧客(現業職)	○	—	—	—	—	—	○	—	—
			顧客(医療職・看護職・福祉職)	○	—	—	—	—	—	○	—	○
顧客(その他)	○	○	—	—	—	—	—	—	○			
商品特性	11コース当たり受講者数	—	○	○	○	—	○	—	○	○		
委託訓練事業	委託訓練収入比率	○	○	—	—	—	—	○	—	—		
委託訓練事業未実施プロバイダー	組織特性	組織形態ダミー(民間企業)	○	○	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(専修学校等)	—	—	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(大学等)	○	○	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	○	—	●	—	—	—	—	—		
	全社戦略	教育訓練事業収入	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
		教育訓練事業収入比率	—	—	○	—	—	○	—	—	○	
	教育訓練事業戦略	事業分野戦略(重点度)	研修分野ダミー(新入社員研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(マネジメント研修)	—	○	●	—	○	—	—	—	
			研修分野ダミー(専門研修)	●	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(語学研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(OA・コンピュータ研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(資格取得研修)	●	—	—	●	—	—	○	—	
			研修分野ダミー(教養・趣味研修)	—	—	○	●	—	—	○	—	
			研修分野ダミー(その他)	●	—	—	●	—	—	○	—	
			顧客(管理職)	—	—	—	—	—	○	—	—	
			顧客(事務職・営業職)	—	—	—	—	—	—	○	—	
			顧客(技術職・研究職)	○	—	●	—	○	—	○	—	
			顧客(現業職)	—	—	—	—	—	●	—	○	
			顧客(医療職・看護職・福祉職)	○	—	—	—	—	—	○	—	
顧客(その他)	○	○	—	—	—	—	—	○				
商品特性	11コース当たり受講者数	—	○	○	○	—	○	—	○			
委託訓練事業	委託訓練収入比率	—	—	—	—	—	—	—	—			
委託訓練事業実施プロバイダー	組織特性	組織形態ダミー(民間企業)	○	○	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(公益法人)	○	○	○	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(専修学校等)	—	—	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(大学等)	—	—	—	—	—	—	—	—		
		組織形態ダミー(職業訓練法人等)	○	—	—	—	—	—	—	—		
	全社戦略	教育訓練事業収入	—	—	—	○	—	—	—	—		
		教育訓練事業収入比率	○	●	○	○	●	—	—	—		
	教育訓練事業戦略	事業分野戦略(重点度)	研修分野ダミー(新入社員研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(マネジメント研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(専門研修)	—	—	—	—	○	—	—	—	
			研修分野ダミー(語学研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(OA・コンピュータ研修)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			研修分野ダミー(資格取得研修)	●	—	—	●	○	—	—	—	
			研修分野ダミー(教養・趣味研修)	—	—	—	—	—	—	—	○	
			研修分野ダミー(その他)	●	—	—	●	—	—	○	—	
			顧客(管理職)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			顧客(事務職・営業職)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			顧客(技術職・研究職)	—	—	●	—	—	—	○	—	
			顧客(現業職)	—	—	—	—	—	—	—	—	
			顧客(医療職・看護職・福祉職)	○	○	—	○	○	—	○	—	
顧客(その他)	○	○	—	○	—	—	○	—				
商品特性	11コース当たり受講者数	—	○	○	—	—	—	○	○			
委託訓練事業	委託訓練収入比率	—	—	●	—	—	—	—	○			

注1. 組織形態ダミーは「経営者団体」、研修分野ダミーは「分野に特徴はない」、顧客ダミーは「職種に特徴はない」が基準。

注2. 「○」は正の影響を、「●」は負の影響をそれぞれ示している(有意水準<.10)。

注3. 「—」は重回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

第4に1コース当たり受講者数との関係で教育訓練プロバイダー全体をみると、教育訓練事業の成長性と年間延べ受講者数との間に正の相関がみられ、1コース当たり受講者数が多い教育訓練サービスを提供しているプロバイダーほど教育訓練事業の成長性、年間延べ受講者数が大きくなっている。大規模型の研修を提供していることが事業規模の拡大につながり、さらに成長性を高めていることがうかがえる。組織形態別の特徴を整理すると民間企業で定員充足率と年間延べ受講者数との間に正の相関がみられるのに対し、公的機関では教育訓練事業の成長性と年間延べ受講者数との間に正の相関がみられる。

第5に委託訓練事業収入比率との関係についてみると、教育訓練プロバイダー全体では充足率と教育訓練事業の成長性との間に正の相関がみられ、委託訓練事業収入比率が高いプロバイダーほど充足率、教育訓練事業の成長性が大きくなっている。委託事業は顧客のニーズと規模がはっきりしているため、プロバイダーにとっては安定的なパフォーマンスが見込まれると考えられる。組織形態別の特徴をみると民間企業では委託訓練事業収入比率が組織パフォーマンスに何ら影響を与えていないのに対し、公的機関では定員充足率との間に正の相関がみられている。

以上のことから、教育訓練プロバイダーのパフォーマンスの規定要因を整理すると、効率性（定員充足率）については、組織特性との関連では公益法人のパフォーマンスが際だっている。また事業戦略との関連では、全社戦略では①教育訓練事業の専門度（教育訓練事業比率）を高めるほど、②教育訓練の事業分野戦略では研修分野、または顧客の面で多角化しない（つまり、分野を特化する）ほどパフォーマンスが高い。限られた経営資源を特定の分野に特化して教育訓練サービスを提供していることが結果（パフォーマンス）につながっていると思われる。さらに③委託訓練事業に依存する（委託訓練事業収入比率を高める）戦略をとることも効率性を高めることにつながっている。これは顧客のニーズと規模がはっきりしているため、安定的なパフォーマンス（効率性）が見込まれるからであろう。

つぎに成長性についてみると、①組織特性では民間企業と大学等のパフォーマンスが高い、②事業戦略との関連では、教育訓練事業専門型の戦略、教育訓練の事業分野戦略では特定分野型戦略をとる成長性は低くなる。それに対して、③コストパフォーマンスの高いマスプロ型の（コース当たりの受講者数が多い）研修を重視し、安定的なパフォーマンスが見込める委託訓練事業依存型の体制をとると成長性の向上につながるということが明らかになった。

今回の分析では、教育訓練プロバイダーの組織パフォーマンスの規定要因を供給サイド（教育訓練プロバイダー）から明らかにした。しかしながら、教育訓練サービスの利用者を取り巻く環境が変わりつつある中で、プロバイダーが提供した教育訓練サービスが利用者のニーズにどの程度一致しているかどうかは明らかにされていない。そのためには、需要サイド（利用者）からみた組織パフォーマンスを分析すること必要であり、今後の主要な課題である。

第4部 個人と能力開発行動

第1章 個人の能力開発投資行動の特質と規定要因

1. はじめに～変化する企業の教育訓練戦略

市場環境の変化のなかで投資活動のリスクが大きくなってきているがために、企業は教育訓練の戦略を大きく変えようとしている。その変化は、「従業員に対して広く教育訓練機会を提供する」平等主義的な教育投資から教育投資の効果や成果を厳しく問う方向に教育訓練を確実に変化させつつある。その変化は2つあり、1つは、投資効果が望める人材に集中的に教育投資をするという意味で戦略化・重点化の傾向を強めつつある。もう1つは、選択型研修に代表されるように、「やる気のある従業員が訓練を受ける」という意味で自己責任化の傾向を強めつつある。

著者も参加した職業能力開発総合大学校能力開発研究センター（2002）『企業内教育訓練の再編と研修技法』（調査研究報告書 NO.114）によれば、企業は支払い能力（教育予算の制約）が厳しくなるなかで、階層別研修で大きな見直しを進めている。その見直しのポイントは2つある。1つは受講対象者の変更であり、全員が一律に受講するのではなく、選抜された者が受講するようになったことである。2つ目は従業員に自分のキャリアを考えさせる要素が研修内容に加わるようになったことである。

このように企業の教育訓練戦略が変化すれば、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、能力を開発する行動を変えていく必要に迫られている。こうした問題意識を踏まえて、第一に、「時間」からみて個人が1年間にどの程度の能力開発への投資を行い、それにはどのような特質があるのか、第二に、「どの分野にどの程度の資源を投資しているのか」という能力開発資源の配分にはどのような特質があるのか、第三に、就業者のなかで勤務先（組織）依存型の能力開発投資行動を採っている正社員を取り上げて、その投資行動が何によって規定されているのか、を明らかにする。最後に、今後、個人（正社員）自らの責任でキャリアを考え、能力開発に努めていくためにはどのような社会的基盤を整備していく必要があるのかを提示し、まとめとする。

2. 現状の能力開発投資行動の特質¹

（1）能力開発に投下されている時間と資金

ア 能力開発投資行動の全体像

就業者個人の能力開発投資行動にどのような特質があるのか。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よう。

時間と資金から能力開発投資行動をみた図表 4-1-1 によると、就業者個人は能力開発のために年間 50.9 時間を投下しており、かりに年間の総労働時間を 2 千時間とすると、労働時間

¹ 2.は労働政策研究・研修機構（2006）『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究』（労働政策研究報告書 NO.54）の第1部を加筆・修正したものである。

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。その内訳は、「勤務先の指示や支援のもとで行われる研修」が 4 割弱 (36.8%)、「個人が自主的に行う自己啓発」が 6 割強 (63.2%) の構成である。

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 115.6 時間 (つまり時間面からみた予算) の約 3 割 (27.9%) 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、個人の能力開発投資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、その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特質の 1 つである (労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究』(労働政策研究報告書 NO.54) の第 2 部第 6 章を参照)。

図表 4-1-1 雇用・就業形態別の資金と時間からみた能力開発投資行動と能力開発ニーズの構造

有効数 (名)	資金の面							時間の面						
	年収	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 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)	ニー ズの 大き さ(投 下時 間の 見通 し)	
		金額	対年 収比											千円
	万円	千円	%	千円	%	%	時間	%	時間	時間	時間	%	%	
正社員	2527	518.4	117.5	2.27	34.5	29.4	0.67	114.6	28.4	53.1	20.6	32.5	61.3	56.2
非正社員	726	131.7	62.9	4.78	12.9	20.5	0.98	99.5	20.0	27.4	7.5	19.9	72.5	42.6
自営業等	455	382.6	183.9	4.81	64.4	35.0	1.68	146.8	34.1	76.6	26.5	50.1	65.4	46.4
合計	3708	426.0	114.9	2.70	33.9	29.5	0.80	115.6	27.9	50.9	18.7	32.2	63.2	52.3

(注 1) 年収、予算金額、実際の使用額、自己啓発の予算時間、実際の使用時間 (研修)、実際の使用時間 (自己啓発) のすべてに回答した者を対象としている

(注 2) ニーズの大きさは「増やしたい」+「やや増やしたい」の比率

同様に、資金の面から能力開発投資行動の構造を整理すると、前掲図表 4-1-1 のようになる。同図表内にある「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 2.70% (114.9 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 33.9 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 29.5% 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、個人はまだ半分ほどの余裕を残しているといえそうである。

こうした行動の背景には、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、個人の半数程度（52.3%）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。

イ 雇用・就業形態からみた特徴

雇用・就業形態によって能力開発投資行動はどのように異なるのか。時間の面からみると（前掲図表 4-1-1 を参照）、自由業・自営業が最も能力開発に積極的であり、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雇用者（正社員と非正社員）を上まわる水準にある。さらに研修と自己啓発に費やした時間の構成が異なり、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。

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わかる。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、それに比べて、企業の教育訓練に多くを頼ることができる正社員は消極的である。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。

（２）能力開発のための資源の配分戦略

ア 訓練分野別の配分戦略

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 4-1-2 をみると、時間からみた資源の訓練分野別配分戦略は、専門研修 5 割、階層別研修 2 割、課題別研修（語学研修、コンピュータ研修など）2 割、その他 1 割の構成である。また、総時間のほぼ 1/4（26.3%）が資格取得のために使われている。こうした訓練分野別の配分戦略は、雇用・就業形態に関わらず、類似の傾向を占めているが、自由・自営業は専門研修、正社員は階層別研修に多く配分している。

図表 4-1-2 能力開発の訓練分野別構成

(単位:%)

	有効数 (名)	階層別 研修全体	階層別研修		専門研 修	課題別 研修全体	課題別研修		その他	有効数 (名)	資格取 得研修
			ビジネスの基 礎知識	マネジ メント			語学	OA・コ ンピ ュー タ			
正社員	1193	19.7	5.8	13.9	51.6	22.2	8.8	13.4	6.5	1228	27.5
非正社員	171	13.4	8.0	5.4	48.6	24.1	10.7	13.4	13.9	189	28.7
自営業等	211	13.3	5.3	7.9	57.0	17.5	7.0	10.4	12.2	224	17.8
合計	1575	18.1	6.0	12.1	52.0	21.8	8.8	13.0	8.1	1641	26.3

さらに、今後の訓練分野別配分戦略についてみると（図表 4-1-3 を参照）、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。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 54.4% 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 29.9% 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。

雇用・就業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、それに比べると自由業・自営業のニーズは弱い。

図表 4-1-3 研修・自己啓発ニーズの分野別構造【投下時間の見通し】

(単位:%)

	有効数 (名)	階層別研修		専門研 修	課題別研修		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		語学	OA・コ ンピ ュー タ		
正社員	2527	25.8	43.6	68.4	45.0	56.9	56.9	31.0
非正社員	726	27.5	20.7	54.5	40.2	59.0	52.6	24.7
自営業等	455	19.6	29.2	59.1	35.6	54.7	43.5	32.3
合計	3708	25.4	37.4	64.6	42.9	57.0	54.4	29.9

(注1) 比率は「増やしたい」+「やや増やしたい」の比率

(注2) 「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

イ 教育訓練プロバイダー別の配分戦略

さらに、教育訓練プロバイダー別の配分は研修と自己啓発で異なり（図表 4-1-4 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）がほぼ同等の配分比率にあり、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。

図表 4-1-4 能力開発投資行動の教育訓練プロバイダー別構成

(単位:%)

	有効数 (名)	研修の時間構成					有効数 (名)	自己啓発の時間構成					
		会社等	社外の 組織や 機関	社外教育 訓練 機関	設備機器 メーカー 等	その他		会社等	社外の 組織や 機関	社外教育 訓練 機関	設備機器 メーカー 等	自学自 習	その他
正社員	951	46.9	47.1	31.9	15.2	6.0	959	16.1	29.1	20.4	8.7	51.1	3.6
非正社員	98	53.2	33.3	25.2	8.1	13.4	136	7.8	26.9	19.2	7.6	55.6	9.7
自営業等	162	37.8	46.2	29.6	16.5	16.0	174	16.5	26.3	19.1	7.2	48.4	8.8
合計	1211	46.2	45.9	31.1	14.8	8.0	1269	15.3	28.5	20.1	8.4	51.3	5.0

しかも、研修の場合には、そうした戦略は雇用・就業形態によって大きく異なる。正社員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）がほぼ同等の配分比率にあるが、非正社員では、勤務先、自由業・自営業では社外機関のウェイトが大きくなっている。他方、自己啓発の場合には、非正社員で勤務先のウェイトが非常に小さくなっている。正社員と比較して、勤務先からの自己啓発への支援が少ないことと関係があるのかもしれない。

図表 4-1-5 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】

(単位:%)

	有効数 (名)	会社等や グループ 会社等	社外組織・機関		自学自習
			社外の教育 訓練機関	設備機器 メーカー 等	
正社員	2527	28.3	41.4	35.1	55.9
非正社員	726	26.2	29.9	26.4	47.2
自営業等	455	20.0	30.1	25.5	59.8
合計	3708	26.9	37.7	32.2	54.7

(注) 比率は「増やしたい」+「やや増やしたい」の合計回答比率

さらに、今後のニーズを教育訓練プロバイダー別にみると（図表 4-1-5 を参照）、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ー等）に対するニーズが大きい。訓練分野別の今後のニーズと同様に、全般的に正社員のニーズが大きい。正社員は社外機関（社外教育訓練機関と設備機器メーカー等）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。

3. 能力開発投資行動の枠組みと規定要因

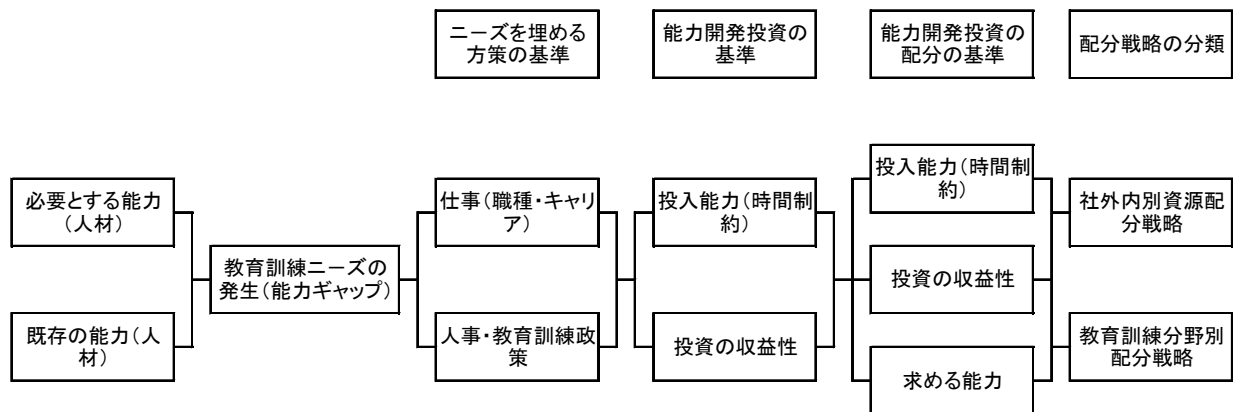
(1) 能力開発投資行動を捉える枠組み

前節までは時間と資金の面から、個人が「現状で、どの程度の能力開発投資行動をしてい

るのか」、それにはどのような特質があるのかを明らかにしてきたが、では、個人の能力開発投資行動は何によって規定されているのであろうか。この節では、この点について、「時間」の面から検討していこう。その場合、勤務先の指示・支援による「研修」と個人が自発的に行う「自己啓発」では能力開発投資行動の主体が異なるため、それぞれについて、投資行動を捉える枠組みを提示しよう。

まず、勤務先の指示・支援による研修については意思決定を行う主体が企業（勤務先）であるため、主体である企業が行う教育訓練投資行動の面から考えてみよう。図表 4-1-6 はそれを整理している。企業が行う教育訓練の目的は、「企業が求める能力と従業員が持っている能力の乖離を埋める」ことであり、この乖離（人材（能力）ギャップ）を教育訓練ニーズと呼んでいる。そして、このニーズを埋める場合に、企業は「どのような仕事（職種）やキャリアにどのようなニーズがあるのか」と「どのような教育訓練方針（政策）のもとで、どの程度計画的に教育訓練が行うことができるのか」の2つの点を考慮し、ニーズを埋める方策を立てる。

図表 4-1-6 時間の面からみる能力開発投資行動・配分戦略の枠組み



その後、立てられた方針に沿って、企業は「収益性」（採算性）と「企業の投入能力（資源制約）」を判断基準として、どの程度の教育訓練投資を行うのかの意思決定を行う。収益性（採算性）は、「誰を」（受講対象者の特性）、「どの程度の規模で」（受講対象者の人数）、「誰が」（教育訓練の実施主体：指導者と指導体制）、「どのような内容を」（教育訓練内容）、「どのように」（教育訓練方法）訓練するかに関わる「いかに教育訓練するのか」の管理活動に規定される。そのなかでも、とくに、対象者の属性によって収益性が異なるという理由から「誰を」、対象者の人数によって規模の経済性に影響を及ぼし、収益性が変化するという理由から「どの程度の規模で」訓練するかが収益性を決める最も重要な判断基準となると考えられる。

つぎに、個人が自発的に行う「自己啓発」について考えてみよう。考えられる枠組みは前掲図表 4-1-6 の枠組みを個人の視点から考えたものである。個人が自発的に行う能力開発の目的は、「個人が持っている能力と勤務先や上司が求める能力の乖離を埋める」ことであり、こ

の乖離（人材（能力）ギャップ）が大きい者ほど、このギャップを埋める行動を起こす可能性が高いと考えられる。そして、このギャップを埋める場合には、①どのような仕事や役職位（キャリア）に就いているのか、②勤務先がどのような教育訓練方針（政策）を採っているのか、の2つを考慮しながらギャップを埋める方策を立てる。

その後、立てられた方策に沿って、個人は「収益性（採算性）」と「投入能力（時間制約）」を判断基準に投資量的意思決定を行う。「収益性（採算性）」は、どのような特性（学歴や年齢などの個人属性やこれまでの経験）を持っているのか、「投入能力（時間制約）」は、個人がどの程度の時間を能力開発に投入することができるのか、と会社や上司からどの程度のサポートを受けることができるのかに、規定される。

（２）能力開発投資行動の規定要因

ア 「研修」時間の規定要因

それでは、上記のような枠組みに沿って現実の能力開発投資行動は決められているのだろうか。重回帰分析を利用し、この点を明らかにしよう。なお、勤務先の指示・支援による「研修」に関しては、「研修」を受けるのは個人であり、「研修」の受講に、個人の意思も反映されないわけではないが、「研修」の主体は勤務先である企業にあるので、「研修」の規定要因に関しては、主体である企業の側面から分析することにした。使用するデータは勤務先（組織）に依存して能力開発投資行動を行っている正社員のデータを取り上げる。その理由は「研修」及び「自己啓発」の両方を分析の対象にしたいからである。なお、これ以降の分析はすべて正社員を対象にしたデータで分析を行う。

分析により説明されるのは過去1年間に「研修」のために使われた時間である。説明する変数は、枠組みで考えられた変数をそのまま利用することができないため、「どのような仕事（職種）やキャリアにどのようなニーズがあるのか」に関しては、従事している職種と会社等の社内ランクを用いた。「どのような教育訓練方針（政策）のもとで、どの程度計画的に教育訓練を行えているのか」に関しては、①誰が能力開発の責任を持つのかという「能力開発責任主体」（企業の責任か従業員個人の責任か）の政策と②会社や上司は「どの程度、仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練を計画的に行っているのか」、を採用した。また、投資量決定の具体的な判断基準として考えられる「収益性」に関しては、「誰を」（対象者の収益性）については、個人の性別、年齢、勤続年数、学歴を、「どの程度の規模で」（教育訓練の規模の経済性）については勤務先の従業員数を用いた²。

² 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」（「中学校卒」を1点、「高校卒」を2点、「専修・専門学校卒」及び「短大・高専卒」を3点、「大学・大学院卒」を4点）、「会社等全体の従業員」（「30人未満」を1点、「30～100人未満」を2点、「100～300人未満」を3点、「300～1,000人未満」を4点、「1,000人以上」及び「公務」を5点）、「社内ランク」（「一般職Ⅴ」を1点、「一般職Ⅳ」を2点、「一般職Ⅲ」を3点、「一般職Ⅱ」を4点、「一般職Ⅰ」を5点、「係長・主任相当Ⅱ」を6点、「係長・主任相当Ⅰ」を7点、「課長相当」を8点、「次長相当」を9点、「部長相当」を10点、「経営者・役員クラス」を11点）、「能力開発の責任主体の方針」（「従業員に教育訓練を行うのは社員・職員個人の責任にある」

図表 4-1-7 時間からみた能力開発（研修・自己啓発）投資行動の規定要因（重回帰分析）

	過去一年間の「研修」時間 (2,598名)		過去一年間の「自己啓発」 時間(2,493名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	-0.0120	-0.5456	0.0057	0.2489
年齢	-0.3320	-1.6742 ※	-0.1240	-0.6141
年齢の2乗	0.3324	1.6772 ※	0.1046	0.5186
勤続年数	-0.2112	-2.6377 ***	-0.2304	-2.8703 ***
勤続年数の2乗	0.1731	2.1895 ***	0.1829	2.3114 ***
最終学歴	0.0667	3.1167 ***	0.1082	4.9702 ***
業種ダミー(公務は1、民間は0)	0.0162	0.7426	0.0058	0.2597
社内ランク	0.0830	3.2801 ***	0.0594	2.2883 ***
会社等全体の従業員数	0.0584	2.4992 ***	0.0465	1.9558 ※
(職種ダミー)				
事務職	-0.0699	-3.1190 ***	-0.0388	-1.6968 ※
営業・販売職	-0.0302	-1.3974	-0.0643	-2.9176 ***
サービス職	-0.0148	-0.7331	-0.0177	-0.8581
生産・運輸・建設等の現業職	-0.0357	-1.6585 ※	-0.0389	-1.7630 ※
その他	-0.0039	-0.1930	-0.0259	-1.2697
能力開発責任主体の方針(教育訓練は個人の責任一企業の責任)	0.0052	0.2527	-0.0314	-1.5516
会社等・上司が仕事を離れて行う教育訓練の計画的な実施状況	0.1110	5.3934 ***		
1週間当たりの残業時間			0.0011	0.0523
会社等から求められている能力に対する現在のレベル			0.1097	5.3255 ***
上司からの社外での自己啓発に対する協力度			0.0868	4.2918 ***
F値	7.032	***	7.775	***
調整済みR2乗	0.04		0.05	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、※は10%水準有意

図表 4-1-7 から明らかなように、能力開発投資行動（「研修」）は「①仕事（職種）や②キャリア（社内ランク）」、「訓練（Off-JT）の計画性」、教育訓練の収益性に関する「①個人の年齢・勤続年数・学歴、②勤務先の従業員数」に規定されていることがわかる。まず、最初に、仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて、事務職や現業職で能力開発に投下される資源量が劣っている。これに対して、社内ランクの高い者ほど、言い換えれば、組織にとって責任ある仕事に就いている者ほど、能力開発に投入される資源量が多くなっている。

つぎに、企業の教育訓練政策の関連に面からみると、能力開発の自己責任化を教育訓練政策の掲げている、それが直接的に能力開発に投下される資源量の低下にはつながっていないということである。能力開発の自己責任化を採る企業であっても、企業にとって必要な教育訓練投資を疎かにすることができないのであろう。

を1点、「どちらかと言えば従業員に教育訓練を行うのは社員・職員個人の責任にあるに近い」を2点、「どちらかと言えば教育訓練に責任を持つのは企業であるに近い」を3点、「教育訓練に責任を持つのは企業である」を4点、「会社等・上司が仕事を離れて行う教育訓練の計画的な実施状況」（「そう思う」を4点、「ややそう思う」を3点、「あまりそう思わない」を2点、「そう思わない」を1点）については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

さらに、収益性の面からみると、第一に、投資価値が高い高学歴者や若手社員で能力開発に投入される資源量が多くなっている。加えて、50歳代も多く投入されており、企業としては定年後の職業生活に個人がスムーズ移行できるようにするための準備として多くの資源量を投入しているのではないかと推測できる。第二に、企業規模に関わらず、期待している効果は同じであることを前提にすると、教育訓練対象人数が多い大企業ほど規模の経済性が働き、少ない投資で済んでいるために、大手企業に勤務する者ほど、多くの能力開発の資源が投入されている。

イ 「自己啓発」時間の規定要因

つぎに、個人が自発的に行う能力開発投資行動（「自己啓発」）についても重回帰分析を利用し、規定要因を明らかにしよう。分析により説明されるのは過去1年間に「自己啓発」のために使われた時間である。説明する変数は、枠組みで考えられた変数をそのまま利用することができないため、「どのような仕事（職種）やキャリアにどのようなニーズがあるのか」に関しては、職種と会社等の社内ランクを用いた。「どのような教育訓練方針（政策）を採っているのか」に関しては、誰が能力開発の責任を持つのかという「能力開発責任主体」（企業の責任か従業員個人の責任か）の政策、を採用した。また、投資量決定の具体的な判断基準として考えられる「収益性（採算性）」に関しては、「誰を」（対象者の収益性）については、個人属性として個人の性別、年齢、勤続年数、学歴、これまでの経験としては転職経験を、「投入能力（時間制約）」については、1週間当たりの残業時間及び上司からの社外での自己啓発を行う場合のサポートの状況を用いた³。

前掲図表 4-1-7 から明らかなように、個人が自発的に行う能力開発投資行動は、「能力ギャップの大きさ」、「仕事（職種）やキャリア（社内ランク）」、能力開発投資行動の「収益性」に関する「個人の勤続年数や学歴」、投入能力（時間制約）については、「上司からの社外での自己啓発を行う場合のサポート」に規定されていることがわかる。

まず、最初に、仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて、事務職、営業職及び生産・運輸・建設等の現業職で自発的な能力開発投資行動に消極的である。これに対して、社内ランクの高い者ほど、言い換えれば、組織にとって責任ある仕事に就いている者ほど、勤務先からの能力開発に投入される資源量が多いだけでなく、自発的な投資行動にも積極的である。

つぎに、教育訓練政策の関連に面からみると、勤務先が能力開発の自己責任化を教育訓練

³ 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「会社等から求められている能力に対する現在のレベル」、「1週間当たりの残業時間」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「能力開発の責任主体の方針」、「上司からの社外での自己啓発に対する協力度」（「協力的である」を4点、「やや協力的である」を3点、「あまり協力的ではない」を2点、「協力的ではない」を1点）については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

政策の掲げていても、それが直接的に能力開発に投下される資源量の低下にはつながってはいないために、能力開発の自己責任化を採る企業に勤務している者であっても、個人の自発的な投資行動が積極的とは限らない。

収益性の面からみると、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員、自己投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、あるいは、定年後の職業生活にスムーズに移行できるようにするための準備をしている50歳代の者ほど、自発的な投資行動に積極的である。

最後に、投入能力（時間制約）の面からみると、第一に、上司からの社外での自己啓発を行う場合のサポートがある者ほど投資行動が積極的であるが、第二に、制約条件の代表的な条件である残業時間の長さについてみると、残業時間の長短と行動との間に優位な関係があるわけでない。それは、能力ギャップが小さい者（上司や会社等から優秀な者としてみなされている者）ほど積極的に自主的な投資行動を行っていることから明らかなように、長期的な視点からみると、優秀な者ほど仕事量が多く、残業時間が長くなる傾向にあるからであろう。

（3）能力開発（研修・自己啓発）ニーズの規定要因

さらに、能力開発（研修・自己啓発）のニーズが何によって規定されているのかについても重回帰分析を利用し、規定要因を明らかにしよう。能力開発ニーズは現状の能力開発投資行動を捉える枠組みに加え、「これまでどのような教育訓練方法でキャリアを構築してきたのか」と「今後、どのような仕事やキャリアに就きたいのか」、で捉えることができる。

分析により説明されるのは「研修と自己啓発」の時間を今後、どの程度増減したいのかということである。説明する変数は、現状の能力開発投資行動を捉える枠組みで利用された変数に「これまでどのような教育訓練方法でキャリアを構築してきたのか」に関しては、これまで自分自身の能力を高める上で、貢献してきた教育訓練方法（「仕事をしながら、上司や先輩から受ける教育訓練（OJT）比率」）を用いた。他方、「今後、どのような仕事やキャリアに就きたいのか」に関しては、今後、どのような働き方（管理職志向、専門職志向、起業・家業を継ぐ、考えていない・働くことを辞めたいなど）をしたいかを採用した⁴。

上記のような枠組みで整理されたのが**図表 4-1-8**である。同**図表**によれば、今後の個人の能力開発投資行動は、「これまでの教育訓練方法」、「現状の仕事（職種）やキャリア（社内ランク）」、「今後のキャリア」、能力開発投資行動の収益性に関する「個人の勤続年数や学歴」、投入能力（時間制約）については、「投入できる時間数」、「上司からの社外での自己啓発を行

⁴ 被説明変数については、「増やしたい」を5点、「やや増やしたい」を4点、「現状維持」を3点、「やや減らしたい」を2点、「減らしたい」を1点として得点化して被説明変数とした。他方、説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「会社等から求められている能力に対する現在のレベル」、「1週間当たりの残業時間」、「これまでの能力を高めるための教育訓練方法（OJT比率）」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「能力開発の責任主体の方針」、「上司からの社外での自己啓発に対する協力度」については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

う場合のサポート」に規定されていることがわかる。

第一に、これまでの教育訓練方法についてみると、これまで自分自身の能力を「仕事をしながら、上司や先輩から受ける教育訓練（OJT）」をベースにキャリアを構築してきた者は、今後の「研修や自己啓発」をベースにした投資行動に消極的である。

第二に、現在の仕事（職種）の面からみると、専門・技術職に比べて、事務職は今後の能力開発投資行動に積極的である。それは現在の投資行動に消極的であることへの裏返しでもあると考えられる。他方、現在の投資行動に消極的な現業職は今後の投資行動についても同じように消極的である。

図表 4-1-8 「研修・自己啓発」時間の今後の方針の規定要因（重回帰分析）

	「研修・自己啓発」時間の今後の方針(2,500名)	
	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	-0.0492	-2.2580 **
年齢	0.9320	4.7692 ***
年齢の2乗	-0.9978	-5.1861 ***
勤続年数	-0.2926	-3.6981 ***
勤続年数の2乗	0.2486	3.3257 ***
最終学歴	0.1578	7.5735 ***
業種ダミー(公務は1、民間は0)	-0.0189	-0.9070
社内ランク	0.0301	1.1789
会社等全体の従業員数 (職種ダミー)	0.0693	3.0672 ***
事務職	0.0720	3.2887 ***
営業・販売職	0.0218	1.0402
サービス職	0.0031	0.1588
生産・運輸・建設等の現業職	-0.0356	-1.7122 *
その他	0.0192	1.0053
転職経験の有無	-0.0081	-0.3268
能力開発責任主体の方針(教育訓練は個人の責任—企業の責任)	-0.0477	-2.5201 **
1週間当たりの残業時間	0.0841	4.1598 ***
会社等から求められている能力に対する現在のレベル	-0.0141	-0.7305
上司からの社外での自己啓発に対する協力度	0.0327	1.7286 *
これまでの能力を高めるための教育訓練方法(OJT比率)	-0.0614	-3.2465 ***
(今後のキャリアダミー)		
管理職志向	0.0579	2.6091 ***
起業・家業志向	0.0975	5.0249 ***
考えていない・働くことをやめたい	-0.1649	-7.9543 ***
その他	-0.1247	-6.5324 ***
F値	22.22	***
調整済みR2乗	0.17	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) 今後のキャリアダミーの基準は専門職志向

(注3) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

第三に、今後のキャリアとの関連からみると、専門職志向を持っている者に比べて、管理

職志向を持っている者あるいは起業・家業を継ぐことを考えている者ほど、今後の能力開発投資行動に積極的であるが、これに対して、今後の働き方を「とくに考えていない」者あるいは働くことを辞めたいと考えている者ほど、今後の投資行動が消極的である。

第四に、勤務先の教育訓練政策の関連からみると、勤務先が能力開発の自己責任化を教育訓練政策に掲げている者ほど、今後の能力開発投資行動に積極的である。能力開発の自己責任化については、現状では、個人の投資行動に直接的に影響を及ぼしてはいないが、今後は、こうした影響が勤務先の指示による「研修」に反映される可能性があると考えて個人は投資行動しようと考えているのであろう。

第五に、収益性の面からみると、現状の能力開発投資行動と同様に、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員と自己投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、定年後の職業生活にスムーズに移行できるようにするための準備をしている50歳代の者で、今後の投資行動に積極的である。

最後に、支払い能力（資源制約）の面からみると、第一に、上司からの社外での自己啓発を行う場合のサポートがある者ほど、第二に、制約条件の代表的な変数である残業時間の長さについてみると、残業時間が長い者ほど、今後の投資行動に積極的である。長期的な視点でみると、優秀な者ほど、仕事量が多く、残業時間が長くなる傾向にあるからであろう。

4. 能力開発投資行動の配分戦略の枠組みと規定要因

(1) 能力開発投資行動の配分を捉える枠組み

投資する時間が決定した後、勤務先の指示・支援による「研修」の主体である企業は「投入能力（時間制約）」を考慮しながら、「収益性（採算性）」と「求める能力（企業特殊能力と一般能力）」を配分基準として、その投資時間を、「どの分野にどの程度の資源を投入するか」からなる基本計画（能力開発資源の配分戦略）を作成する。その配分戦略は前述したように、「社内外教育訓練機関が企画・実施する能力開発に、どの程度の時間を配分するのか」という社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略と、「どの教育訓練分野にどの程度の時間を配分するのか」という教育訓練分野別配分戦略の2つの戦略から構成されている。このような枠組みは個人が自発的に行う「自己啓発」についても同様に当てはまる。

配分基準である収益性は、投資時間の決定と同様に、「誰を」（受講対象者の特性）、「どの程度の規模で」（受講対象者の人数）、「誰が」（教育訓練の実施主体：指導者と指導体制）、「どのような内容を」（教育訓練内容）、「どのように」（教育訓練方法）訓練するかに関わる「いかに教育訓練するのか」の管理活動に規定されるが、最も重要な基準は「誰を」と「どの程度の規模で」の2つの指標である。同様な枠組みで「自己啓発」について考えると、「どのような特性（学歴や年齢などの個人属性やこれまでの経験）を持っているのか」が重要な指標になる。

他方、求める能力は、時間負担の面から考えると大きく企業特殊能力と一般能力に分かれ

る。一般能力を修得するための訓練時間は、通常、従業員個人が負担する割合が高くなる反面、これに対して、企業特殊能力を修得するための訓練時間は、従業員にとって訓練を受けるメリットが少ないので、訓練時間を負担する誘因は少ないと考えられる。それゆえ、従業員に訓練を受けさせるためには、企業がある程度の時間を負担しなければならない。さらに、仕事の変化により求められる能力は大きく変わる可能性が高いため、その点を考慮して企業も個人も能力開発投資行動を行う必要がある。

（２）能力開発資源の配分戦略の規定要因

ア 社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略の規定要因

研修時間の規定要因

まず、社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略の規定要因について、「研修（勤務先の企業等の視点から分析を行う）」と「自己啓発」のそれぞれについて検討していこう。投資時間の規定要因と同じように、重回帰分析を利用し、この点を明らかにしよう。分析により説明されるのは「研修」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率である。説明する変数は、投資（研修）時間の規定要因で用いられた変数を基準しながら、配分の具体的な判断基準として考えられる「収益性」に関しては、どの程度の教育訓練投資価値があるかを示す指標としての個人の特性（性別、年齢、勤続年数、学歴）と投資規模の経済性を表す対象者の人数を、「求める能力（企業特殊能力と一般能力）」については、企業特殊能力と一般能力を直接表す指標がないので、職種と社内ランクを代理指数として用いた⁵。

図表 4-1-9 から明らかのように、社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略は、「訓練政策（能力開発を「企業の責任」で、教育訓練の実施方法では「社内」を重視している企業）」、「教育訓練の収益性（規模の経済性：対象者の人数）」と「仕事（職種）や求める能力（社内ランク）」に規定されていることがわかる。

したがって、能力開発を企業の責任のもとで、社内訓練を重視している企業に勤務している者、勤務先が訓練投資を回収するための期間が十分にある社内ランクが低い若手社員、職種では営業・販売職、訓練に規模の経済性を享受できる大手企業に勤務している者ほど、能力開発の資源が社内に多く配分されている。

⁵ 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「能力開発の責任主体の方針」、「教育訓練の実施方法（社外―社内）」（「社内で行う教育訓練を重視している」を４点、「どちらかといえば社内で行う教育訓練を重視しているに近い」を３点、「どちらかといえば社外の機関が行う教育訓練を重視しているに近い」を２点、「社外の機関が行う教育訓練を重視している」を１点）については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に１、そうでない場合に０とした。

図表 4-1-9 能力開発投資行動の教育訓練プロバイダー別戦略（重回帰分析）

	研修				自己啓発			
	社内比率(984名)		社内比率(933名)		社外比率(933名)		自学自習比率(933名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	-0.0220	-0.6616	0.0968	2.6778 ***	-0.1109	-2.9856 ***	0.0248	0.6770
年齢	-0.0729	-0.2252	-0.0419	-0.1165	-0.2991	-0.8093	0.2282	0.6264
年齢の2乗	-0.0493	-0.1513	-0.0575	-0.1631	0.3309	0.9144	-0.2079	-0.5827
勤続年数	0.2082	1.5642	0.3951	2.6443	0.0731	0.4762	-0.3289	-2.1740 **
勤続年数の2乗	-0.1152	-0.8625	-0.2170	-1.5281 ***	-0.1098	-0.7523	0.2586	1.7979 *
最終学歴	0.0261	0.7835	-0.0720	-2.0305	0.0563	1.5465	0.0042	0.1175
業種ダミー(公務は1、民間は0)	-0.0190	-0.5699	-0.0940	-2.7004 ***	0.0591	1.6532 *	0.0093	0.2647
社内ランク	-0.0764	-1.9036 *	-0.0807	-1.8791 ***	0.0863	1.9566 *	0.0070	0.1605
会社等全体の従業員数 (職種ダミー)	0.1783	4.9730 ***	0.0475	1.2106 *	-0.0147	-0.3636	-0.0259	-0.6515
事務職	0.0315	0.9600	-0.0051	-0.1457	0.0534	1.4950	-0.0607	-1.7252 *
営業・販売職	0.0837	2.5562 ***	0.0565	1.6521 *	-0.0200	-0.5679	-0.0378	-1.0922
サービス職	0.0132	0.4287	0.0495	1.5227	0.0189	0.5661	-0.0383	-1.1635
生産・運輸・建設等の現業職	0.0464	1.4321	-0.0120	-0.3517	0.0280	0.7961	0.0012	0.0333
その他	0.0090	0.2923	0.0002	0.0049	-0.0559	-1.6776 *	0.0045	0.1366
能力開発責任主体の方針(教育訓練は個人の責任—企業の責任)	0.0933	3.0834 ***	0.0878	2.6818 ***	0.0349	1.0373	-0.1114	-3.3610 ***
教育訓練の実施方法(社外—社内)	0.2436	7.9361 ***	0.0631	1.9320 *	-0.1007	-3.0038 ***	0.0588	1.7789 *
転職経験の有無			0.0494	1.1265	0.0227	0.5037	-0.0470	-1.0596
会社等から求められている能力に対する現在のレベル			-0.0129	-0.3870	-0.0827	-2.4194 ***	0.0811	2.4064 ***
上司からの社外での自己啓発に対する協力度			0.1672	5.1649 ***	0.0202	0.6083	-0.1093	-3.3351 ***
自己啓発に使える時間			-0.1252	-3.8775 ***	-0.0950	-2.8638 ***	0.1772	5.4206
F値	10.77	***	5.606	***	2.930	***	4.340	***
調整済みR2乗	0.14		0.09		0.04		0.07	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

自己啓発時間の規定要因

つぎに、自己啓発についてみてみよう。分析により説明されるのは「自己啓発」時間全体に占める社内利用の構成比率、社外利用の構成比率、自学自習比率である。説明する変数は、「研修」の社内外別配分戦略を基本に、投入能力（時間制約）については、自己啓発に使える時間、収益性については、個人の特性の指標である「転職経験」と会社・上司からのサポートの程度、「求める能力」については、会社等から求められている能力に対する現在のレベルを追加した⁶。

前掲図表 4-1-9 から明らかなように、第一に、社内（勤務先）を利用した自己啓発は勤務先の訓練政策（「企業の責任」で、教育訓練の実施方法では「社内」を重視している企業に勤務している者）、教育訓練の収益性（対象者の属性や上司からのサポートの程度）、投入能力（時間制約）、仕事（職種）と求める能力（社内ランク）に規定されている。投入能力については自己啓発に使える時間に余裕のない者ほど、収益性については訓練対象者が男性や学歴

⁶ 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「会社等から求められている能力に対する現在のレベル」、「自己啓発に使える時間」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「能力開発の責任主体の方針」、「教育訓練の実施方法（社外—社内）」、「上司からの社外での自己啓発に対する協力度」については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合に0とした。

が低い者ほど、上司からの自己啓発に関するサポートがある者ほど、求める能力については社内ランクが低い若手社員、職種では営業・販売職で社内を利用した自己啓発に資源を多く配分している。

第二に、社外（外部の教育訓練プロバイダー）を利用した自己啓発は勤務先の訓練政策（教育訓練の実施方法では「社外」を重視している企業に勤務している者）、教育訓練の収益性（対象者の属性）、投入能力（時間制約）、求める能力（社内ランク）に規定されている。投入能力については自己啓発に使える時間に余裕のない者ほど、収益性については訓練対象者が女性、求める能力については、社内ランクが高い者あるいは会社等・上司から求められている能力と現在の能力レベルのギャップが大きい者ほど、社外を利用した自己啓発に資源を多く配分している。

第三に、自学自習を利用した自己啓発は勤務先の訓練政策（「個人の責任」で、教育訓練の実施方法を「社内」を重視している企業に勤務している者）、教育訓練の収益性、投入能力（時間制約）、仕事（職種）と求める能力に規定されている。投入能力については自己啓発に使える時間に余裕がある者ほど、収益性については上司からの自己啓発に関するサポートがない者ほど、求める能力については、会社等・上司から求められている能力と現在の能力レベルのギャップが小さい者ほど、自学自習を利用した自己啓発に資源を多く配分している。

イ 訓練分野別資源配分戦略の規定要因

つぎに、訓練分野別資源配分戦略の規定要因についてみてみよう（図表 4-1-10 を参照）。分析により説明されるのは「研修」及び「自己啓発」に投入した時間全体に占める階層別研修の構成比率、専門研修の構成比率、目的・課題別研修の構成比率、資格取得のための研修の比率である。説明する変数は社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略で使われた変数を基本にしつつ、企業の訓練政策の変数を削除し、「求められる」能力については、仕事の変化に伴い求められる能力が変化する可能性が高いため、仕事の変化に関する変数を追加した⁷。

図表 4-1-10 から明らかなように、第一に、階層別研修は教育訓練の収益性（対象者の属性）、仕事（職種）と求める能力（社内ランク）、仕事の変化に規定されている。収益性については訓練対象者については学歴が低い者ほど、求める能力については社内ランクが高い社員、会社等・上司から求められている能力と現在の能力レベルのギャップが大きい者ほど、職種に

⁷ 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「会社等から求められている能力に対する現在のレベル」、「自己啓発に使える時間」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「仕事の範囲が広がっているから」（「そう思う」を4点、「ややそう思う」を3点、「あまりそう思わない」を2点、「そう思わない」を1点）、「仕事に必要な知識や能力が高度化しているから」（「そう思う」を4点、「ややそう思う」を3点、「あまりそう思わない」を2点、「そう思わない」を1点）、「仕事で求められる責任が高まっているから」（「そう思う」を4点、「ややそう思う」を3点、「あまりそう思わない」を2点、「そう思わない」を1点）、「仕事の能率や成果が厳しく問われているから」（「そう思う」を4点、「ややそう思う」を3点、「あまりそう思わない」を2点、「そう思わない」を1点）については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

関しては営業・販売職あるいは現業職、仕事の変化では求められる責任が高まっている、仕事の能率や成果が厳しく問われる仕事に就いている者、階層別研修に資源（時間）を多く配分している。

第二に、専門研修は投入能力（時間制約）、仕事（職種）と求める能力（社内ランク）、仕事の変化に規定されている。投入能力については自己啓発に使える時間に余裕のない者ほど、求める能力については社内ランクが低い若手社員、仕事の変化では必要な知識や能力が高度化している、求められる責任が高まっている仕事に就いている者ほど、専門研修に資源（時間）を多く配分している。

第三に、目的・課題別研修は投入能力（時間制約）、仕事（職種）、求める能力や仕事の変化に規定されない。

第四に、資格取得のための研修は教育訓練の収益性（対象者の勤務先の属性）と投入能力（時間制約）に規定されるが、求める能力や仕事の変化には規定されない。公的資格が求める能力を代替したり、仕事の変化を反映しているとは限らないからであろう。訓練に規模の経済性を享受できない中小企業に勤務している者ほど、自己啓発に使える時間に余裕のある者ほど、資格取得のための研修に資源（時間）を多く配分している。

図表 4-1-10 能力開発投資行動の訓練分野別戦略（重回帰分析）

	階層別研修(1,168名)		専門研修(1,168名)		目的・課題別研修(1,168名)		資格取得のための研修(1,199名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	0.0294	0.9394	0.0361	1.1275	-0.0755	-2.2853 **	0.0772	2.4151 **
年齢	0.0524	0.1758	0.0625	0.2052	-0.0668	-0.2128	-0.0625	-0.2059
年齢の2乗	-0.0794	-0.2664	-0.1068	-0.3508	0.1186	0.3781	-0.0800	-0.2634
勤続年数	0.2093	1.7100 *	-0.1825	-1.4581	0.0181	0.1404	-0.1399	-1.1197
勤続年数の2乗	-0.1687	-1.3834	0.1573	1.2618	-0.0144	-0.1121	0.1221	0.9801
最終学歴	-0.0726	-2.3532 **	-0.0131	-0.4152	0.0484	1.4879	-0.0520	-1.6609
業種ダミー(公務は1、民間は0)	-0.0164	-0.5279	-0.0056	-0.1777	-0.0026	-0.0810	-0.1044	-3.3142 ***
社内ランク	0.2219	5.8415 ***	-0.1354	-3.4853 ***	-0.0182	-0.4539	-0.0230	-0.5969
会社等全体の従業員数 (職種ダミー)	0.0525	1.5927	-0.0518	-1.5370	0.0347	0.9989	-0.0794	-2.3676 **
事務職	0.0342	1.1080	-0.0791	-2.5059	0.0078	0.2407	0.0243	0.7722
営業・販売職	0.1165	3.8240 ***	-0.0909	-2.9192 ***	-0.0147	-0.4565	-0.0504	-1.6218
サービス職	0.0138	0.4799	-0.0324	-1.1065	-0.0035	-0.1164	-0.0276	-0.9420
生産・運輸・建設等の現業職	0.0533	1.7791 *	-0.0436	-1.4238	0.0132	0.4179	0.0174	0.5692
その他	0.0013	0.0453	-0.0060	-0.2063	-0.0533	-1.7775 *	-0.0296	-1.0206
会社等から求められている能力に対する現在のレベル	-0.0648	-2.2136 **	-0.0118	-0.3932	0.0279	0.9056	-0.0456	-1.5304
自己啓発に使える時間	-0.0207	-0.7309	-0.0575	-1.9868 **	0.0381	1.2761	0.0678	2.3514 **
仕事の範囲が広がっているから	-0.0151	-0.4566	-0.0139	-0.4120	0.0479	1.3730	0.0305	0.9112
仕事に必要な知識や能力が高度化しているから	-0.1245	-3.5774 ***	0.1809	5.0839 ***	-0.0129	-0.3521	0.0162	0.4593
仕事で求められる責任が高まっているから	0.1307	3.6704 ***	0.0682	1.8725 *	-0.1211	-3.2274 ***	0.0048	0.1312
仕事の能率や成果が厳しく問われているから	0.0925	2.7791 ***	-0.0629	-1.8488 *	-0.0332	-0.9476	-0.0046	-0.1344
F値	8.630	***	5.757	***	2.083	***	4.588	***
調整済みR2乗	0.13		0.08		0.02		0.06	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

5. おわりに～個人の能力開発投資行動を推進するための基盤整備にむけて

(1) 時間からみた個人の能力開発投資行動の特質

これまでの分析を通して、個人の能力開発投資行動の特質として、以下の点をあげることができる。第一に、就業者個人は能力開発のために年間 50.9 時間を投下しており、かりに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。その内訳は、「勤務先の指示や支援のもとで行われる研修」が 4 割弱 (36.8%)、「個人が自主的に行う自己啓発」が 6 割強 (63.2%) の構成である。

第二に、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 115.6 時間 (つまり時間面からみた予算) の約 3 割 (27.9%) 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。

第三に、雇用・就業形態別にみると、自由業・自営業が最も能力開発に積極的であり、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雇用者 (正社員と非正社員) を上まわる水準にある。さらに研修と自己啓発に費やした時間の構成が異なり、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。

(2) 個人の能力開発投資行動の規定要因 (現状と今後)

つぎに、就業者のなかで企業 (組織) 依存型の能力開発投資行動を採っている正社員を取り上げて、その投資行動が何によって規定されているのかについてみると、以下のようなことになる。

第一に、個人 (正社員) の能力開発投資行動は、仕事 (職種) やキャリア (社内ランク)、教育訓練の収益性に関わる個人の特性に規定されている。組織にとって責任にある仕事に就いている社内ランクが高い者、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員、自己投資に見合う報酬を得ることができる高学歴者、定年後の職業生活にスムーズに移行できるようにするための準備をしている 50 歳代の者ほど、勤務先から多くの能力開発資源を投入されていると同時に、自発的な能力開発投資行動にも積極的である。加えて、今後の能力開発ニーズも高くなっている。

第二に、事務職と現業職は勤務先からの能力開発資源投資が少ないだけでなく、自己投資も少なく、現業職は今後のニーズも低くなっている。他方、事務職は現在の能力開発投資量の少なさを補うために今後の能力開発投資行動には積極的である。また、大手企業に勤務している者ほど、勤務先から多くの能力開発資源を投入されているが、勤務先の規模と自発的な能力開発投資行動の間には関係がない。

第三に、勤務先が能力開発の自己責任化を教育訓練政策に掲げていても、それが直接的に能力開発に投下される資源量の低下にはつながってはいないために、能力開発の自己責任化を採る企業に勤務している者であっても、個人の自発的な能力開発投資行動が積極的ではな

い。しかしながら、今後の能力開発投資行動（研修・自己啓発）には積極的である。能力開発の自己責任化については、現状では、個人の行動に直接的に影響を及ぼしてはいないが、今後は、こうした影響が勤務先の指示・支援による「研修」に反映される可能性があると考えて個人は行動しようと考えているのであろう。

第四に、「投入能力（時間制約）」の面からみると、残業時間の長短と自己投資との間に優位な関係があるわけでない。それは、能力ギャップが小さい者（上司や会社等から優秀な者としてみなされている者）ほど、積極的に自主的な能力開発行動を行っていることから明らかのように、長期的な視点からみると、優秀な者ほど、仕事量が多く、残業時間が長くなる傾向にあるからであろう。こうしたことは、残業時間が長い者ほど、今後の能力開発投資行動に積極的ことから明らかである。

（３）個人の能力投資開発行動の配分戦略の特質と規定要因

ア 社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略

さらに、個人が「どの分野にどの程度の資源を投資しているのか」という能力開発資源の配分にはどのような特質があり、その配分戦略（正社員を対象）は何によって規定されているのかについてみると、以下のようなようになる。

第一に、教育訓練プロバイダー別の配分は研修と自己啓発で異なり、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）がほぼ同等の配分比率にあり、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。

第二に、研修の場合には、そうした戦略は雇用・就業形態によって大きく異なる。正社員は勤務先と社外プロバイダー）がほぼ同等の配分比率にあるが、非正社員では、勤務先、自由業・自営業では社外機関のウェイトが大きくなっている。他方、自己啓発の場合には、非正社員で勤務先のウェイトが非常に小さくなっている。正社員と比較して、勤務先からの自己啓発への支援が少ないことと関係があるのかもしれない。

第三に、社内プロバイダーの利用の決定は勤務先の訓練政策、仕事（職種）や求める能力、教育訓練の収益性に規定されている。企業の責任で教育訓練の実施方法の方針を社内で行うことを重視している企業に勤務している者、自己投資を回収するための期間が十分ある若手社員、職種では営業・販売職ほど、社内で、勤務先から多くの能力開発資源を投入されると同時に、自発的な能力開発投資行動も社内の資源を利用している。また、大手企業に勤務している者ほど、社内で、勤務先から多くの能力開発資源を投入されているが、自己投資に関しては特定のプロバイダーを利用しているわけではない。

第四に、個人の責任で教育訓練を実施することを重視している企業に勤務している者、自己啓発に使える時間に余裕がある者ほど、上司からの自己啓発に関するサポートがない者ほど、会社等・上司から求められている能力と現在の能力レベルのギャップが小さい者ほど、

自学自習を利用した自己啓発に資源を多く配分している。

イ 訓練分野別資源配分戦略

第一に、訓練分野別配分戦略は、専門研修 5 割、階層別研修 2 割、課題別研修（語学研修、コンピュータ研修など）2 割、その他 1 割の構成である。また、総時間のほぼ 1/4（26.3%）が資格取得のために使われている。こうした訓練分野別の配分戦略は、雇用・就業形態に関わらず、類似の傾向を占めているが、自由・自営業は専門研修、正社員は階層別研修に多く配分している。

第二に、学歴が低い者、社内ランクが高い社員、会社等・上司から求められている能力と現在の能力レベルのギャップが大きい者、営業・販売職あるいは現業職、仕事の変化では求められる責任が高まっている、仕事の能率や成果が厳しく問われる仕事に就いている者ほど、階層別研修に資源（時間）を多く配分している。

第三に、自己啓発に使える時間に余裕のない者ほど、求める能力については社内ランクが低い若手社員、仕事の変化では必要な知識や能力が高度化している、求められる責任が高まっている仕事に就いている者ほど、職能別研修に資源（時間）を多く配分している。

第四に、目的・課題別研修は投入能力（時間制約）、仕事（職種）、求める能力や仕事の変化に規定されない。また、資格取得のための研修は教育訓練の収益性（対象者の勤務先の属性）と投入能力（時間制約）に規定されるが、求める能力や仕事の変化には規定されない。公的資格が求める能力を代替したり、仕事の変化を反映しているとは限らないからであろう。訓練に規模の経済性を享受できない中小企業に勤務している者ほど、自己啓発に使える時間に余裕のある者ほど、資格取得のための研修に資源（時間）を多く配分している。

（４）個人の能力開発投資行動を推進するための基盤整備にむけて

これまで明らかにしてきたように、個人の能力開発投資行動には雇用・就業形態別に大きな特徴が見られる。時間の面からみて、自由業・自営業が最も能力開発に積極的であり、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雇用者（正社員と非正社員）を上まわる水準にある。さらに研修と自己啓発に費やした時間の構成が異なり、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。したがって、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、自己負担に依存せざるを得ない非正社員をどのように社会的にサポートしていくかが重要な政策課題であり、教育訓練プロバイダーの整備もその 1 つであると考えられる。また、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。

他方、正社員についても大きな課題がある。正社員にとって能力開発の多くを依存している企業が教育訓練戦略を変更したいと考えているからである。したがって、これからは、企

業の教育訓練戦略の変化に伴い、個人（正社員）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、能力を開発する行動を変えていく必要に迫られている。今後、こうした新しい行動を推進していくためには、以下のような点を整備していくことが必要である。

第一に、企業が従業員に能力開発やキャリア開発の自己責任化を求めるのであれば、企業はキャリアを自分で設計し、実現する従業員を支援する仕組みを整備する必要がある。とくに、企業と従業員個人を結びつける役割（キャリア形成の仕組み）を職場の上司にあまりにも多く依存している現状を改善する必要がある。上司は現在の職場で必要とされる能力向上には積極的であるが、従業員個人の長期のキャリアを考えてうえでのキャリア開発には積極的にならない恐れがある。そのため、職場（上司）だけでなく、企業のキャリア開発支援機能の強化が不可欠である。

第二に、個人（正社員）は、これまでの「職業能力」は会社が育成してくれるというような時代から自らで能力開発を展開していく必要に迫られており、そのためには、まず、「自分の能力を知る」ことが重要になってきている。そして、それをうけて、不足している能力を獲得するための場の整備や情報の提供等の能力開発に関係する様々な社会的なインフラの整備を進めていくことが必要である。

第2章 個人のキャリアと能力形成

1. はじめに～変わる企業と個人の関係

近年、大企業の管理職を中心に導入が図られつつある年俸制の基本的な考え方は、年単位で成果と賃金を決裁するという点にあり、給与の面における個人と企業の間で成立していた長期の貸し借りをやめる動きである。こうした個人と企業の間で成立していた長期の貸し借りは、企業経営が長期にわたって安定していることを前提にしている。高度経済成長期であれば、確かに、そうした条件は成立しやすい。しかし、日本の経済及び日本企業の成長力は確実に低下しており、その下で企業も個人も「経営は長期に安定している」という前提を信じているわけにはいかなくなっている。そうすると、従来型の年功的な給与決定の仕組みは構造的に変化せざるをえないことになる。

こうした改革が進むとなると、将来性を含めた能力という曖昧な評価尺度を用いてきたがゆえに成立してきた年功をベースに、管理職へとつながる単線的なキャリアが成立しなくなる。それに代わって、「どのような仕事ができるのか」が重要な評価指標になってくるし、従業員個々人の得意分野のなかでキャリアを伸ばしていくようになる。このことは従業員のキャリアが多様化していることを意味する。

個人（従業員）のキャリアが多様化すると、企業が「あるべきキャリアの方向」を示すことも、また管理職ポスト不足のなかで、管理職へとつながるキャリアを保障することの両方ともに難しくなる。したがって、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、能力を開発する行動を変えていく必要に迫られる。今後、個人がこうした「自己責任」型の能力開発投資行動をしていくためには、これまでの投資行動を評価し、つぎの能力開発やキャリア開発につなげていく仕組みを自分自身で構築しなければならない。

こうした問題意識を踏まえて、第一に、「時間」からみて個人がこれまでどの程度の能力開発への投資を行い、それにはどのような特質があるのか、第二に、「これまでどの分野にどの程度の資源を投資しているのか」という能力開発資源の配分にはどのような特質があるのか、第三に、就業者のなかで勤務先（組織）依存型の能力開発投資行動を行っている正社員を取り上げて、これまでの投資行動（能力開発経歴）が現在の投資行動や現状の能力にどの程度影響を与えているのか、を明らかにする。最後に、今後、個人（正社員）自らの責任でキャリアを考え、能力開発に努めていくためにはどのようなことが必要になってくるのかを提示し、まとめとする。

2. データセット～能力開発投資行動に費やした時間の推計

（1）データセットの概況

個人と企業（組織）との関係が変化していくなかで、今後の個人の能力開発やキャリア開発を考えていくためには、個人のこれまでの能力開発やキャリア開発がどのように展開され

てきたのかを明らかにする必要がある。具体的には、各年代（20 歳代、30 歳代、40 歳、50 歳代）のキャリアと能力開発投資行動との関係を明らかにしなければならない。そのためには、職業キャリアの後期に位置づけられる 50 歳代の個人を取り上げることが最適である。ただし、今回の調査では、各年代の能力開発の投資量を直接、回答者に回答してもらっていないため、以下の手順で、各年代の投資量を推計した。

各年代の「研修」に費やした時間（以下「研修投資時間」と「自己啓発」に費やした時間（以下「自己啓発投資時間」）のデータセットの手順は、大きく①基準投資時間の作成、②年代別係数の作成、③年代別投資時間の推計の 3 つの手順に分かれる（図表 4-2-1 を参照）。

図表 4-2-1 データセットの作業手順の概要

<手順 1> 基準投資時間の作成
<手順 2> 年代別の係数の作成
<手順 3> 年代別の投資時間の推計

第一の「基準投資時間の作成」については、本章の主要な目的が現在 50 歳代の就業者が各年代に費やした研修投資時間と自己啓発投資時間とその配分構造を明らかにすることであり、就業者を対象に行ったアンケート調査（以下、「個人調査」）では、過去 1 年間に研修や自己啓発に費やした時間、および過去 3 年間の講座・コースの受講経歴を設問している。しかしながら、個人調査では現在 30 歳代以上の回答者に対して、過去の各年代の能力開発活動に費やした時間を設問していないため、本章の分析対象者である 50 歳代の回答者については、40 歳代、30 歳代、20 歳代の能力開発活動に費やした時間に関するデータがない状況にあり、本章の目的を明らかにするには、個人調査で設問した能力開発活動に費やした時間を用いて各年代の時間を推計する必要がある。そこで、各年代の時間を推計するための基準となる投資時間を第一のデータセットの作業として行った。

第二の「年代別係数の作成」については、能力開発活動に費やした時間は年代（あるいは年齢）によって異なる。それは能力開発活動を行う必要性の程度をはじめとして、能力開発活動に費やす時間の確保の難易度など様々な要因が絡む。個人調査では、こうした要因を総合的に勘案して、年代ごとに平均して能力開発活動に費やす時間の大きさを現在と比較した 5 段階評価で行っている¹。そこで、この結果を各年代の係数として活用し、年代別の投資時間を推計することとした。ただし、ここで注意しなければならないことは、大きさの重みが年代ごとにおける回答者の状況によって異なることが考えられる点である。働き方を例にみると、各年代とも「ほぼ同じ」とした回答者の正社員の働き方をしていた 40 歳代の「ほぼ同じ」

¹ アンケート票では「各年代を平均して『研修や自己啓発』に費やした時間は現在と比較して、どの程度でしたか。」と設問し、「1. 多かった」「2. やや多かった」「3. ほぼ同じ」「4. やや少なかった」「5. 少なかった」の選択肢を用意して回答してもらった。

と、非正社員であった 20 歳代の「ほぼ同じ」の重みは異なることが考えられる。そこで、働き方をもとに作成した就業者のキャリア形成パターンごとに能力開発活動に費やした時間の大きさの重みの違いを係数に反映する第二のデータセット作業を行った。

以上の手順 1、手順 2 で作成した基準投資時間と年代別係数をもとに年代別投資時間を作成した。これが第三のデータセット作業である。

(2) 基準投資時間の作成

基準投資時間の作成については、大きく「使用するデータの確認」と「データの作業」の 2 つの作業に分かれる。第一について、使用するデータは前述したように「個人調査」の過去 1 年間に研修や自己啓発に費やした時間、および過去 3 年間の講座・コースの受講経歴であるが、前者の過去 1 年間に研修や自己啓発に費やした時間については、研修および自己啓発に費やした時間の実績を回答しているのに対して、後者の過去 3 年間の講座・コースの受講経歴については「代表的」なコースの受講状況を回答している。そこで、過去 1 年間に研修や自己啓発に費やした時間の実績を最優先に、過去 1 年間に研修や自己啓発を行っていない回答者は過去 3 年間の講座・コースの受講経歴のデータをそれぞれ用いた。しかしながら、過去 1 年間に研修や自己啓発、および過去 3 年間の講座・コースのいずれも行っていない回答者は、過去 3 年間の講座・コースの受講経歴の就業形態別の平均データを使用することにした。全体の平均データではなく、就業形態別にするのは、就業形態による差を反映するためである。なお、**図表 4-2-2** は、以上の使用するデータを整理したものである。

図表 4-2-2 使用するデータの一覧表

		過去 3 年間の講座・コースの受講状況	
		受講あり	受講なし
過去 1 年間の「研修や自己啓発」の実施状況	実施あり	過去 1 年間の研修や自己啓発に費やした時間	過去 1 年間の研修や自己啓発に費やした時間
	実施なし	過去 3 年間の講座・コースの年平均時間	過去 3 年間の講座・コースの就業形態別年平均時間

基準投資時間の作成の第二の作業である「データの変換作業」は、過去 3 年間の講座・コースの受講経歴データを年平均の「研修や自己啓発に費やした時間（以下「研修・自己啓発投資時間）」と「自己啓発投資時間」に変換する作業であり、その手順は**図表 4-2-3**で行った。

以上の作業によって基準投資時間を作成した。

図表 4-2-3 過去3年間の講座・コースの受講経歴データの「年平均データ」への変換作業

<作業1> 通信教育の研修期間を「10時間/月」として研修時間に変換。
 <作業2> 「受講の経緯」をもとに各研修時間を「会社指示→研修」「自主参加→自己啓発」に振り分ける。ただし、「自主的な勉強会・研究会」は「自己啓発」に換算。
 <作業3> 社内研修、社外研修、通信教育、自主的な勉強会・勉強会の受講時間の総和から「年平均」を算出。

(3) 年代別の係数の作成

年代別係数の作成の作業は、大きく「キャリア形成パターンの作成」と「キャリア形成パターン別係数の作成」の2つの作業に分かれる。第一の作業について、個人調査では、年代ごとに主な働き方を設問している。そこで、①正社員、②非正社員、③自営業・自由業、④その他の働き方の4項目をもとに回答者のキャリア形成パターンを作成した。理論上は20歳代、30歳代、40歳代、そして現在の50歳代の主な働き方(4項目)であるから、256パターン(=4⁴)が考えられるが、実際に計算したところ、91パターンとなった(図表4-2-4を参照)

図表 4-2-4 回答者のキャリア形成パターン

No.	キャリアパターン	度数	パーセント	No.	キャリアパターン	度数	パーセント	No.	キャリアパターン	度数	パーセント
1	正-正-正-正	551	46.6	32	正-他-自-正	1	0.1	63	自-他-正-正	1	0.1
2	正-正-正-非	47	4.0	33	正-他-自-自	6	0.5	64	自-他-正-非	1	0.1
3	正-正-自-自	27	2.3	34	正-他-他-正	6	0.5	65	自-他-非-非	1	0.1
4	正-正-非-正	1	0.1	35	正-他-他-非	25	2.1	66	自-他-他-正	1	0.1
5	正-正-非-非	3	0.3	36	正-他-他-自	3	0.3	67	自-他-他-非	1	0.1
6	正-自-正-正	1	0.1	37	非-正-正-正	6	0.5	68	他-正-正-正	13	1.1
7	正-正-自-非	4	0.3	38	非-正-正-非	1	0.1	69	他-非-正-非	1	0.1
8	正-正-自-自	20	1.7	39	非-正-正-自	1	0.1	70	他-非-正-自	1	0.1
9	正-正-他-正	2	0.2	40	非-正-自-正	1	0.1	71	他-非-自-正	1	0.1
10	正-正-他-非	3	0.3	41	非-正-非-自	1	0.1	72	他-非-自-自	1	0.1
11	正-非-正-正	9	0.8	42	非-非-正-正	3	0.3	73	他-非-正-正	3	0.3
12	正-非-正-自	1	0.1	43	非-非-非-正	2	0.2	74	他-非-非-正	1	0.1
13	正-非-正-非	11	0.9	44	非-非-非-非	6	0.5	75	他-非-非-非	4	0.3
14	正-非-非-非	22	1.9	45	非-非-自-自	1	0.1	76	他-非-非-自	1	0.1
15	正-非-非-自	3	0.3	46	非-自-自-自	3	0.3	77	他-非-自-自	1	0.1
16	正-非-自-自	3	0.3	47	非-他-正-正	1	0.1	78	他-非-他-非	3	0.3
17	正-非-他-非	1	0.1	48	非-他-非-正	1	0.1	79	他-自-正-正	1	0.1
18	正-非-他-自	1	0.1	49	非-他-非-非	3	0.3	80	他-自-自-正	2	0.2
19	正-自-正-正	3	0.3	50	非-他-他-正	2	0.2	81	他-自-自-自	17	1.4
20	正-自-正-非	1	0.1	51	非-他-他-非	1	0.1	82	他-他-正-正	3	0.3
21	正-自-非-自	1	0.1	52	非-他-他-自	2	0.2	83	他-他-正-非	1	0.1
22	正-自-非-非	3	0.3	53	自-正-正-正	8	0.7	84	他-他-非-正	5	0.4
23	正-自-自-正	4	0.3	54	自-正-自-正	1	0.1	85	他-他-非-非	9	0.8
24	正-自-自-非	2	0.2	55	自-非-非-正	1	0.1	86	他-他-非-自	1	0.1
25	正-自-自-自	44	3.7	56	自-自-正-正	4	0.3	87	他-他-自-正	1	0.1
26	正-他-正-正	18	1.5	57	自-自-正-自	1	0.1	88	他-他-自-自	5	0.4
27	正-他-正-非	3	0.3	58	自-自-非-非	2	0.2	89	他-他-他-正	9	0.8
28	正-他-正-自	1	0.1	59	自-自-自-正	8	0.7	90	他-他-他-非	2	0.2
29	正-他-非-正	8	0.7	60	自-自-自-非	5	0.4	91	他-他-他-自	1	0.1
30	正-他-非-非	41	3.5	61	自-自-自-自	47	4.0		不明	93	7.9
31	正-他-非-自	4	0.3	62	自-自-他-正	1	0.1		合計	1182	100.0

(注)「正」は正社員、「非」は非正社員、「自」は自営業・自由業、「他」はその他の働き方を示す。

なお、本章ではこれらの中から図表4-2-5に示す16のキャリア形成パターンに取り上げてデータセットの作業を行うことにした。

図表 4-2-5 代表的なキャリアの概要

- 「正社員一貫型」：No.1 「正-正-正-正」
- 「非正社員一貫型等」：No.5 「正-正-非-非」、No.13 「正-非-非-正」、No.14 「正-非-非-非」、No.22 「正-自-非-非」、No.30 「正-他-非-非」、No.44 「非-非-非-非」、No.49 「非-他-非-非」、No.58 「自-自-非-非」、No.75 「他-非-非-非」、No.78 「他-非-他-非」、No.85 「他-他-非-非」
- 「自営業・自由業一貫型等」：No.25 「正-自-自-自」、No.46 「非-自-自-自」、No.61 「自-自-自-自」、No.81 「他-自-自-自」

年代別係数の作成の第二の作業である「キャリア形成パターン別係数の作成」は、前の作業「キャリア形成パターンの作成」で計算した現在 50 歳代のキャリア形成パターンから 16 パターンに注目して、各パターンの年代別係数を作成する作業であるが、その手順は大きく「年代別基準指数の作成」、「年代別基準係数の作成」、そして「年代別係数の作成」に分かれる。

第一の作業である「年代別基準指数の作成」は就業形態別の研修・自己啓発投資時間、および自己啓発投資時間の各平均値を用いて年代ごとの「ほぼ同じ」の重み（年代別基準指数）を作成した。基準指数は 50 歳代の平均値を「1」とした場合の各年代の値である。図表 4-2-6 は、キャリア形成パターン No.1 「正-正-正-正（以下「正社員一貫型）」における研修・自己啓発時間の年代別基準指数の算出方法と結果である。

図表 4-2-6 「年代別基準指数」の作成手順の概要

<例> 「正社員一貫型」のケース

【研修・自己啓発時間の平均値】

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
平均値	82.2	78.7	72.2	82.5
(標準偏差)	(119.9)	(99.8)	(88.3)	(124.3)

【式】年代別基準指数 = 年代別平均値 / 50 歳代平均値 × 100

【算出結果】

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
基準指数(ほぼ同じ)	0.997	0.955	0.876	1.000

なお、この手順にしたがって正社員一貫型はさらに自己啓発時間の年代別基準指数を、正社員一貫型以外の 15 パターンについては、研修・自己啓発時間、自己啓発時間の年代別基準指数をそれぞれ作成した。

つぎの作業である年代別基準係数の作成作業は、年代ごとに研修・自己啓発投資時間、お

よび自己啓発投資時間の平均値と変動係数を用いて、「ほぼ同じ」を除く 5 段階評価の選択肢の基準係数を算出した。つまり、「ほぼ同じ」を「1」とした場合の、各選択肢の指数である。変動係数とは、集団のばらつきを見るために用いられる指標である。図表 4-2-7 は正社員一貫型における研修・自己啓発時間の年代別基準係数の算出方法と結果で、「平均値／標準偏差」によって算出される。なお、この手順にしたがって正社員一貫型については、さらに自己啓発時間の年代別基準係数を、正社員一貫型以外の 15 パターンについては研修・自己啓発時間と自己啓発時間の年代別基準係数をそれぞれ作成した。

図表 4-2-7 「年代別基準係数」の作成手順の概要

<例>「正社員一貫型」のケース

【自己啓発・研修時間の平均値と変動係数】

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
平均値	82.2	78.7	72.2	82.5
(標準偏差)	(119.9)	(99.8)	(88.3)	(124.3)
変動係数	68.6	78.9	81.8	66.3

【式】年代別変動係数 = (年代別平均値 ± 年代別変動係数) / 年代別平均値

「多かった」 = (年代別平均値 + 年代別変動係数 / 2) / 年代別平均値

「やや多かった」 = (年代別平均値 + 年代別変動係数 / 4) / 年代別平均値

「やや少なかった」 = (年代別平均値 - 年代別変動係数 / 4) / 年代別平均値

「少なかった」 = (年代別平均値 - 年代別変動係数 / 2) / 年代別平均値

【算出結果】

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
多かった	1.417	1.501	1.566	
やや多かった	1.209	1.250	1.283	
ほぼ同じ	1.000	1.000	1.000	
やや少なかった	0.791	0.750	0.717	
少なかった	0.583	0.499	0.434	

以上の「年代別基準指数」と「年代別基準係数」をもとに第三の作業である「年代別係数の作成」をキャリア形成パターン 16 パターンごとに研修・自己啓発投資時間、および自己啓発投資時間について行った。なお、この手順にしたがって正社員一貫型については、さらに自己啓発時間の年代別基準係数を、正社員一貫型以外の 15 パターンについては研修・自己啓発時間と自己啓発時間の年代別基準係数をそれぞれ作成した。図表 4-2-8 は正社員一貫型の自己啓発・研修時間における年代別係数の算出方法と結果である。

図表 4-2-8 「年代別係数」の作成手順の概要

＜例＞「正社員一貫型」の研修・自己啓発時間のケース

【式】年代別係数＝年代別基準指数×年代別基準係数

【算出結果】

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
多かった	1.413	1.433	1.371	
やや多かった	1.205	1.194	1.124	
ほぼ同じ	0.997	0.955	0.876	
やや少なかった	0.789	0.716	0.628	
少なかった	0.581	0.476	0.380	

(4) 年代別投資時間の推計

最後の作業である年代別投資時間の推計作業では、研修・自己啓発投資時間、および自己啓発投資時間の基準投資時間と年代別係数を用いてキャリア形成パターンごと、年代別の研修・自己啓発投資時間、および自己啓発投資時間を作成し、さらにこれらを用いて研修投資時間（研修・自己啓発投資時間－自己啓発投資時間）を算出した。

以上の16のキャリア形成パターンごとに作成した個人のパネルデータを用いて、次節で個人のキャリアから教育訓練経歴の特質を分析するが、分析に際してはこれらのパターンを整理した「正社員一貫型」「非正社員一貫型等」「自営業・自由業一貫型等」で行うことにする（前掲図表 4-2-5 を参照）。

3. 個人のキャリアからみた能力開発経歴の特質

(1) 投資時間からみた能力開発投資行動

ア 「研修」のために投資した時間

各年代における「研修」に投資した1年間の平均時間をみると（図表 4-2-9 を参照）、20歳代 40.0 時間、30歳代 32.7 時間、40歳代 29.3 時間、現在の50歳代 31.6 時間になり、20歳代が最も能力開発活動に投資した時間が多く、30歳代以降は30時間前後で推移している。

こうした研修のために投資した時間の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に正社員一貫型と非正社員一貫型等は共通して20歳代が研修に費やした時間が長い。第二に、正社員一貫型と非正社員一貫型等は30歳代以降、自営業一貫型等は40歳代以降40歳代おおむね同じ水準で推移している。

正社員一貫型の特徴を現在の勤務先の従業員規模別にみると、第一に100人未満の小規模企業および100人以上1,000人未満の中規模企業では、40歳代を底にV字型の投資時間の構成であるのに対し、1,000人以上の大規模企業では、年代を減るにつれて投資時間が減り、40歳代以降は同じ水準で推移している。また、現在の職種別にみると、第一に専門・技術職

は 20 歳代が最も高く、30 歳代以降は 30% 台の水準を推移しているのに対し、営業・販売職、サービス職は年齢を経るにつれて緩やかに投資時間が減っており、事務職、現業職は 40 歳代を底にした V 字型の推移をしている。さらに、現在の社内ランク別には、第一に各年代に共通して課長相当以上の高いポストにいる者ほど投資時間が長い。第二に、課長相当以上の投資時間は 40 歳代を底にした V 字型の推移をしているのに対し、係長・主任相当および一般職の投資時間は 30 歳代までゆるやかに減少し、40 歳代以降はほぼ同じ水準で推移する傾向にある。

なお、以下では有効回答数の少ない、非正社員一貫型等の従業員規模別及び職種別分析、自営業・自由業一貫型等の従業員規模別分析は行わないこととする。

図表 4-2-9 研修に費やした年代別の時間

		20歳代		30歳代		40歳代		現在(50歳代)	
		平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数
【全体】		40.0	538	32.7	537	29.3	572	31.6	695
キャリア別の 特徴	【キャリア別形成パターン別】								
	正社員一貫型	41.8	467	35.3	438	30.5	434	33.6	525
	非正社員一貫型等 自営業・自由業一貫型等	28.1 —	71 —	22.9 20.1	42 57	17.9 35.5	80 58	20.6 32.5	102 68
正社員一貫型 の特徴	【現在の勤務先の従業員規模別】								
	100人未満	32.3	150	28.1	140	23.9	141	26.7	168
	100人以上1,000人未満	50.8	109	35.4	103	27.7	101	35.4	124
	1,000人以上	44.1	200	40.7	188	37.2	185	37.2	221
	【現在の職種別】								
	専門・技術職	47.6	166	36.8	154	31.2	151	34.2	186
	営業・販売職、サービス職	44.9	97	38.5	91	36.6	91	35.6	109
	事務職、現業職	36.2	179	33.3	169	27.4	168	32.2	199
	その他の職種	26.1	21	22.7	20	23.0	20	23.3	26
	【現在の社内ランク別】								
課長相当以上	49.9	236	41.4	222	35.9	221	40.2	269	
係長・主任相当	32.1	123	27.2	114	23.0	111	24.5	137	
一般職	32.2	88	28.6	85	24.8	84	25.6	94	

(注) 20 歳代における自営業・自由業一貫型等の「研修や自己啓発に費やした時間」のデータは、件数が少ないため集計の対象外とした。

イ 「自己啓発」のために投資した時間

各年代における「自己啓発」に投資した 1 年間の平均時間をみると(図表 4-2-10 を参照)、20 歳代 54.1 時間、30 歳代 49.2 時間、40 歳代 49.4 時間、現在の 50 歳代 52.0 時間になり、20 歳代が最も自己啓発に投資した時間が多いものの、年代を通して 50 時間前後の水準で推移している。

こうした自己啓発時間の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に非正社員は他のキャリア形成パターンと比べて各年代の自己啓発時間が少ない。第二に正社員は各年代に共通して自己啓発時間比率が 50 時間前後で推移しているのに対して、非正社員は 30 歳代を底にした V 字型の、自営業・自由業一貫型等は 40 歳代を頂点にした山型の推移となっている。

正社員一貫型の特徴を現在の勤務先の従業員規模別にみると、年代を共通して 100 人未満の小規模企業は 40 時間の間で、1,000 人以上の大手企業は 50 時間の間でそれぞれ推移しているのに対し、100 人以上 1,000 人未満の中規模企業は 40 歳代を底に V 字型の推移となって

いる。また現在の職種別にみると、年代を通じて専門・技術職は 50 時間の間で、事務職・現業職は 40 時間の間でそれぞれ推移しているのに対し、営業・販売職・サービス職は 40 歳代まで年齢を経るにつれて減少したのに、50 歳代になると増えている。さらに、現在の社内ランク別には、第一に課長相当以上は他のランクに比べて年代を共通して自己研修時間が多い。第二に課長相当以上は 20 歳代が最も多く、30 歳代以降はおおむね同じ水準で推移しているのに対し、係長・主任相当と一般職は 40 歳代を底にした V 字型の推移をしている。

図表 4-2-10 自己啓発に費やした年代別の時間

	20歳代		30歳代		40歳代		現在(50歳代)		
	平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数	平均値 (時間)	有効数	
【全体】	54.1	550	49.2	555	49.4	587	52.0	689	
キャリア別の 特徴	【キャリア別形成パターン別】								
	正社員一貫型	54.7	477	51.1	450	48.3	442	52.0	520
	非正社員一貫型等	49.8	73	15.2	44	32.6	84	46.0	102
	自営業・自由業一貫型等	—	—	59.5	61	81.1	61	61.5	67
正社員一貫型 の特徴	【現在の勤務先の従業員規模別】								
	100人未満	48.8	153	45.9	145	41.8	144	46.5	165
	100人以上1,000人未満	61.3	112	50.4	105	44.6	103	58.5	125
	1,000人以上	55.7	204	55.7	193	55.8	188	52.2	219
	【現在の職種別】								
	専門・技術職	59.8	170	58.0	160	53.2	155	55.9	183
	営業・販売職、サービス職	58.0	98	49.8	92	49.2	93	55.3	109
	事務職、現業職	45.3	182	43.4	173	40.9	169	45.9	198
	その他の職種	81.6	23	72.5	21	71.0	21	54.1	25
	【現在の社内ランク別】								
課長相当以上	62.5	241	56.9	227	57.1	224	57.2	266	
係長・主任相当	50.7	125	49.4	116	42.8	113	48.6	135	
一般職	38.3	90	37.0	88	31.7	86	38.5	96	

(注) 20 歳代における自営業・自由業一貫型等の「研修や自己啓発に費やした時間」のデータは、件数が少ないため集計の対象外とした。

(2) 各年代の能力開発投資行動のために利用した教育訓練プロバイダー

ア 「研修」のために使った教育訓練プロバイダー

研修のために使った教育訓練プロバイダーの構成比は、年齢を経るにつれて「会社等が提供する講座・コース等」の利用割合が減るのに対して、「社外の組織が提供する講座・コース等」の利用割合が多くなる傾向にある(図表 4-2-11 を参照)。

こうした研修のために使った教育訓練プロバイダーの構成比の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に正社員一貫型と非正社員一貫型等では「会社等が提供する講座・コース等」の利用割合が年齢を経るにつれて減っており、とくにこうした傾向は非正社員一貫型等で顕著にみられる。それに対して自営業・自由業一貫型等は各年代を共通して 3 割台の水準で推移している。第二に正社員一貫型では「社外の組織が提供する講座・コース等」の利用割合が、非正社員一貫型等では「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の利用割合が年齢を経るにつれてそれぞれ多くなる。それに対して自営業・自由業一貫型等では「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の利用割合が 30 歳代までの 3 割台から 40 歳代以降の 2 割台へと減少する。

正社員一貫型の特徴を現在の勤務先の従業員規模別との関連でみると、第一に規模に関わ

らず「会社等が提供する講座・コース等」の割合が年齢を経るにつれておおむね減っているのに対し、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の割合は年代に関わらずほぼ同じ水準で推移している。第二に100人未満の小規模企業および100人以上1,000人未満の中規模企業では、「社外の組織が提供する講座・コース等」の割合が年代を経るにつれて増えており、とりわけ中規模企業では顕著な傾向にある。また現在の職種別にみると、第一に職種に関わらず「会社等が提供する講座・コース等」の利用割合は年齢を経るにつれて減る傾向にある。第二に営業・販売職・サービス職では年齢を経るにつれて、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」と「社外の組織が提供する講座・コース等」の利用割合が増えるのに対して、事務職・現業職では20歳代から40歳代まで「社外の組織が提供する講座・コース等」の利用割合が1割前後で推移したのち、50歳代になると2割弱に増えている。さらに現在のランクとの関係でみると、第一に課長相当以上では「会社等が提供する講座・コース等」の利用割合が年齢を経るにつれて減り、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」と「社外の組織が提供する講座・コース等」の利用割合が増えるのに対して、一般職では各年代を共通しておおむね同じ構成で推移している。

イ 「自己啓発」のために使った教育訓練プロバイダー

自己啓発のために使った教育訓練プロバイダーの構成比は、40歳代までは各年代に関わらず「会社等が提供する講座・コース等」が約3割、社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」が約2割、「社外の組織が提供する講座・コース等」が1割弱、「自学自習」が約4割という構成であるが、50歳代では「会社等が提供する講座・コース等」の利用割合が減り、「自学自習」の利用割合が増え、同1割強、同2割強、同1割、同5割弱の構成となる（図表4-2-12を参照）。

こうした自己啓発のために使った教育訓練プロバイダーの推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に正社員一貫型では「会社等が提供する講座・コース等」の割合が年齢を経るにつれて減るのに対し、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」は年代に関わらず2割前後の水準で推移している。また、「自学自習」の割合は40歳代まで4割弱で推移しているが、50歳代になると5割弱に増える。第二に非正社員一貫型等と自営業・自由業一貫型等では「会社等が提供する講座・コース等」の割合が30歳代を頂点とする山型の推移をしている。第三に非正社員一貫型等では「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の割合が30歳代を底とするV字型の推移をしているのに対し、「自学自習」の割合は5割前後の水準で推移している。第四に自営業・自由業一貫型等では「自学自習」の割合は年齢を経るにつれて減っている。

正社員一貫型の特徴に関して現在の勤務先の従業員規模別にみると、第一に100人未満の規模では「会社等が提供する講座・コース等」の割合が年齢を経るにつれて減少傾向にあるのに対し、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の割合は増え、「自学自由」の利

図表 4-2-11 年代別にみた研修のために使った時間の教育訓練プロバイダー別構成比

キャリア別 の特徴	(%)																			
	20歳代				30歳代				40歳代				現在(50歳代)							
	会社等 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 教育訓 練機関 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 組織が 提供する 講座・ コース 等	有効数	会社等 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 教育訓 練機関 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 組織が 提供する 講座・ コース 等	有効数	会社等 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 教育訓 練機関 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 組織が 提供する 講座・ コース 等	有効数	会社等 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 教育訓 練機関 が提供 する講 座・コー ス等	社外の 組織が 提供する 講座・ コース 等	有効数				
	59.7	24.7	10.0	5.6	57.3	54.9	28.5	10.5	6.1	54.1	51.8	27.9	13.2	7.1	54.7	43.4	28.3	17.1	11.2	25.5
	【全体】																			
	【キャリア別形成パターン別】																			
正社員一貫型	60.9	24.7	9.9	4.5	47.6	56.5	28.3	10.6	4.6	47.5	53.2	28.3	13.0	5.4	45.9	45.0	27.9	17.6	9.5	21.9
非正社員一貫型等	64.6	18.8	12.0	4.6	61	56.3	24.2	4.2	15.3	19	54.7	26.3	9.0	10.0	42	30.0	38.7	11.3	20.0	15
自営業・自由業一貫型等	35.3	34.3	8.5	21.9	36	38.2	32.4	11.9	17.6	47	34.8	25.2	19.0	21.1	46	36.1	25.7	15.1	23.1	21
	【現在の勤務先の従業員規模別】																			
100人未満	50.3	31.0	13.0	5.8	135	43.1	35.9	15.9	5.2	132	38.0	35.2	21.1	5.7	122	29.2	37.5	21.1	12.3	51
100人以上1,000人未満	55.2	27.7	12.4	4.7	114	54.7	27.7	13.2	4.4	115	54.9	27.1	13.1	4.9	109	35.6	30.5	28.0	5.9	47
1,000人以上	70.4	19.5	6.3	3.8	218	65.4	24.2	5.8	4.6	218	60.5	25.3	8.4	5.8	218	56.4	20.8	12.5	10.2	113
	【現在の職種別】																			
専門・技術職	59.4	22.6	11.9	6.1	173	52.6	28.5	13.2	5.6	165	47.8	29.8	16.0	6.5	164	46.3	27.3	16.0	10.4	87
営業・販売職、サービス職	64.7	25.2	8.6	1.5	99	62.3	25.8	10.2	1.7	104	57.9	26.2	12.8	3.0	97	45.4	31.9	16.4	6.3	42
事務職、現業職	63.1	24.4	9.2	3.3	172	59.4	28.1	8.7	3.8	172	57.7	26.2	11.6	4.6	167	48.3	25.2	17.4	9.1	74
その他の職種	49.4	33.1	4.4	13.0	27	45.2	34.5	5.7	14.6	28	45.4	36.1	4.8	13.7	27	15.8	30.4	37.7	16.2	13
	【現在の社内ランク別】																			
課長相当以上	58.5	26.2	10.5	4.7	253	54.2	29.4	12.4	4.1	252	49.2	30.2	15.3	5.3	242	37.0	31.5	21.0	10.5	120
係長・主任相当	67.8	21.4	7.2	3.6	128	60.3	28.9	6.9	3.8	132	57.9	28.5	8.9	4.7	128	59.5	20.7	14.7	5.0	63
一般職	60.1	24.2	11.3	4.5	76	60.6	21.6	10.5	7.3	73	58.6	23.0	11.4	6.9	72	42.9	23.5	16.5	17.1	24

図表 4-2-12 年代別にみた自己啓発のために使った時間の教育訓練プログラム別構成比

キャリア別の特徴	20歳代												30歳代					40歳代					現在(50歳代)				
	会社等が提供する講座・コース等	社外の組織が提供する講座・コース等	自学自習	その他	有効数	会社等が提供する講座・コース等	社外の組織が提供する講座・コース等	自学自習	その他	有効数	会社等が提供する講座・コース等	社外の組織が提供する講座・コース等	自学自習	その他	有効数	会社等が提供する講座・コース等	社外の組織が提供する講座・コース等	自学自習	その他	有効数	会社等が提供する講座・コース等	社外の組織が提供する講座・コース等	自学自習	その他	有効数		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	
【全体】	31.3	18.2	6.6	41.0	2.8	576	31.8	19.2	6.5	39.9	2.7	547	28.9	19.3	8.3	40.3	3.3	571	15.2	22.2	9.9	48.1	4.6	277			
【キャリア別の特徴】																											
正社員一貫型	33.5	17.8	7.0	39.6	2.1	471	32.4	20.0	7.0	38.7	1.9	476	30.3	19.7	9.1	39.1	1.9	469	16.1	22.4	10.3	49.0	2.2	226			
非正社員一貫型等	25.8	18.5	6.3	44.9	4.6	65	27.4	9.4	1.4	50.3	11.5	23	19.9	16.4	3.6	47.1	13.0	54	7.1	29.0	4.0	51.3	8.8	24			
自営業・自由業一貫型等	15.0	23.1	2.0	51.4	8.5	40	27.1	16.0	3.5	47.3	6.2	48	24.9	18.8	6.4	43.8	6.2	48	15.3	14.1	11.1	38.4	21.1	27			
【現在の勤務先の従業員規模別】																											
100人未満	25.8	20.8	9.7	42.3	1.4	131	23.2	26.1	8.7	40.2	1.9	135	19.5	26.1	9.8	42.6	1.9	134	7.4	27.3	10.2	52.6	2.5	52			
100人以上1,000人未満	31.0	16.9	9.2	40.1	2.8	116	29.0	17.2	8.9	42.7	2.2	116	29.5	17.6	9.3	41.8	1.7	111	15.1	16.4	16.9	50.2	1.4	50			
1,000人以上	39.8	17.1	4.4	36.4	2.3	213	40.5	18.1	5.0	34.7	1.8	215	37.1	17.4	8.7	34.8	2.0	214	20.0	20.7	8.1	48.6	2.6	115			
【現在の職種別】																											
専門・技術職	28.7	16.9	7.2	45.5	1.7	172	28.5	20.4	7.5	41.5	2.0	173	25.1	20.1	11.6	40.7	2.5	171	15.0	21.5	12.1	49.1	2.3	92			
営業・販売職、サービス職	40.4	18.3	8.3	32.2	0.8	98	37.5	19.5	7.0	35.8	0.1	102	35.4	17.9	9.1	36.6	1.0	100	16.7	16.8	15.3	51.2	0.0	45			
事務職、現業職	36.7	16.6	6.2	37.9	2.6	169	35.9	18.6	6.5	36.9	2.1	170	34.4	19.4	7.0	37.4	1.8	168	18.1	27.4	5.4	45.8	3.2	74			
その他の職種	22.1	25.9	5.5	41.1	5.4	28	21.7	23.3	5.4	42.3	7.3	26	21.9	24.4	5.6	45.9	2.2	27	12.7	9.2	10.4	63.8	3.8	13			
【現在の社内ランク別】																											
課長相当以上	31.3	18.1	7.8	41.6	1.2	249	28.2	22.3	7.6	40.8	1.2	251	25.9	22.0	9.6	41.4	1.0	249	13.4	22.3	12.5	48.7	3.0	130			
係長・主任相当	39.0	17.0	5.3	36.3	2.4	127	38.9	19.0	5.1	35.4	1.6	128	35.7	18.4	8.1	35.9	1.9	127	21.1	14.6	8.0	56.1	0.2	62			
一般職	35.5	16.0	7.4	38.5	2.6	77	37.3	13.6	8.5	37.0	3.5	79	37.4	16.3	8.1	34.4	3.8	74	12.3	41.4	9.3	35.2	1.8	22			

用割合は40歳代までほぼ同じで推移して、50歳代になると割合が増える。第二に100人以上1,000人未満の中規模企業と1,000人以上の大手企業では、「会社等が提供する講座・コース等」割合は40歳代までほぼ同じで推移して、50歳代になると減るのに対して、「自学自習」の割合は40歳代までほぼ同じで推移して、50歳代になると増える傾向にある。また、「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」は年代に関わらずおおむね2割弱の水準で推移している。さらに現在の職種別にみると、第一に職種に共通して「会社等が提供する講座・コース等」の割合が減少傾向にあり、しかも50歳代になるとその傾向は顕著になるのに対して、「自学自習」の割合は40歳代までほぼ同じで推移して、50歳代になると増加する。第二に「社外の教育訓練機関が提供する講座・コース等」の割合について専門・技術職と事務職・現業職では年齢を経るにつれて大きくなるのに対し、営業・販売職・サービス職では各年代をほぼ同じ水準で推移している。

（3）各年代の投資時間からみた教育訓練分野

投資時間からみた教育訓練分野の構成比は、年齢を経るにつれて「ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識」の割合が減り、「OA・コンピュータの知識」の割合が多くなる傾向にある。また、40歳代を中心に「マネジメント（管理・監督能力を高める内容等）」は山型の「仕事に必要な専門知識・技術・技能」はV字型の推移をしている。なお「語学」に関しては、年代に関わらず配分割合はほぼ同じである（図表4-2-13を参照）。

この配分割合の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一にキャリアに関わらず「仕事に必要な専門知識・技術・技能」の配分割合は40歳代を底とするV字型の推移をしている。第二に正社員一貫型では、年齢を経るにつれて「ビジネスの基礎知識」の割合が増えるのに対し、「OA・コンピュータ」の割合は増える。第三に非正社員一貫型等では「ビジネスマナーの基礎知識」が40歳代まで1割台で推移し、50歳代になると減少するのに対し、「OA・コンピュータ」の割合は1割前後の水準で推移している。第四に自営業・自由業一貫型等では、「ビジネスの基礎知識」「マネジメント」「語学」は各年代を通じておおむね1割未満で推移している。

正社員一貫型の特徴について現在の勤務先の従業員規模別にみると、第一に規模に関わらず年齢を経るにつれて「ビジネスマナーの基礎知識」の割合は減り、「OA・コンピュータ」の割合はおおむね増える傾向であるのに対し、「マネジメント」の割合は40歳代を頂点とする山型の推移をしている。第二に100人以上1,000人未満の規模では、年齢を経るにつれて「仕事に必要な専門知識・技術・技能」の割合が減る傾向にある。また、現在の職種別にみると、職種に関わらず年齢を経るにつれて「ビジネスマナーの基礎知識」の割合は減少傾向、「OA・コンピュータ」の割合はおおむね増加傾向となり、「マネジメント」の割合は40歳代を頂点とする山型の推移をしている。第二に専門・技術職では、各年代を通じて「仕事に必要な専門知識・技術・技能」の割合が他の職種と比べて高い水準にある。さらに現在の社内ランク

図表 4-2-13 年代別にみた「研修と自己啓発」のための時間の分野別構成

キャリア別の特徴	20歳代												30歳代						40歳代						現在(50歳代)					
	ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識	マネジメント(管理能力を高める内容等)	仕事に必要な専門的知識・技術・技能	語学	OA・コンピュータの知識	その他	有効数	ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識	マネジメント(管理能力を高める内容等)	仕事に必要な専門的知識・技術・技能	語学	OA・コンピュータの知識	その他	有効数	ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識	マネジメント(管理能力を高める内容等)	仕事に必要な専門的知識・技術・技能	語学	OA・コンピュータの知識	その他	有効数	ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識	マネジメント(管理能力を高める内容等)	仕事に必要な専門的知識・技術・技能	語学	OA・コンピュータの知識	その他	有効数		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(人)	
	15.9	8.3	56.5	6.7	8.8	3.8	600	11.4	15.6	53.0	6.4	10.0	3.6	564	9.1	20.9	44.7	5.6	14.7	4.9	581	4.9	15.7	48.2	7.0	16.0	8.2	325		
【キャリア別形成パターン別】																														
正社員一貫型	16.5	9.5	55.7	7.1	8.9	2.4	488	11.9	16.8	51.9	6.4	10.2	2.7	490	8.7	24.3	43.5	5.3	14.8	3.4	479	4.9	17.7	46.2	7.3	17.6	6.3	267		
非正社員一貫型等	17.3	3.0	55.7	5.4	8.8	9.7	71	11.7	7.5	48.3	10.4	7.1	15.0	24	14.8	3.4	44.7	9.6	14.5	13.0	53	4.8	9.0	52.1	4.5	11.0	18.6	29		
自営業・自由業一貫型等	6.0	3.8	67.6	4.6	7.8	10.2	41	6.4	7.2	65.6	4.3	9.7	6.8	50	7.0	7.4	56.7	4.4	14.1	10.2	49	4.3	3.8	63.0	7.1	6.6	15.1	29		
【現在の勤務先の従業員規模別】																														
100人未満	15.6	7.4	61.1	5.2	9.1	1.6	143	11.3	15.9	55.7	5.0	10.0	2.1	141	7.6	22.9	43.6	4.8	18.0	3.1	139	5.0	14.7	49.6	5.0	17.7	8.0	66		
100人以上1,000人未満	17.6	12.4	48.8	8.0	9.8	3.3	118	12.4	19.6	45.4	7.7	10.4	4.5	119	8.8	23.8	43.4	7.0	12.8	4.1	112	5.0	19.6	42.8	11.3	15.8	5.5	56		
1,000人以上	16.8	9.3	55.8	7.1	8.4	2.6	218	12.2	15.9	53.3	6.1	10.3	2.2	221	9.3	25.2	43.9	4.4	13.7	3.4	218	5.0	18.5	45.2	6.6	18.4	6.3	136		
【現在の職種別】																														
専門・技術職	9.3	6.4	63.4	8.2	9.6	3.1	176	7.3	12.4	59.1	7.9	11.1	2.3	173	5.3	20.6	48.1	7.3	15.3	2.4	170	2.2	13.6	51.7	9.1	17.9	5.5	107		
営業・販売職・サービス職	23.9	12.3	49.7	7.1	7.0	0.0	102	14.9	22.1	48.0	5.8	7.3	1.9	106	10.9	31.4	38.1	5.4	11.9	2.4	100	10.1	23.2	34.6	7.2	19.3	5.6	52		
事務職・現業職	20.6	9.0	52.7	5.8	9.4	2.4	178	15.5	18.5	47.6	5.3	10.7	2.4	177	10.9	22.9	42.3	3.4	16.4	4.0	176	5.4	19.1	45.5	5.3	18.2	6.6	92		
その他の職種	9.6	21.9	45.2	8.5	7.4	7.4	27	6.6	17.1	47.0	8.3	10.4	10.7	28	7.6	29.6	38.5	5.6	12.7	6.1	28	2.3	20.8	45.0	6.5	9.2	16.2	13		
【現在の社内ランク別】																														
課長相当以上	18.1	10.2	50.8	9.9	8.5	2.5	259	11.6	21.0	47.1	7.5	9.9	2.9	261	8.8	29.9	38.6	6.6	13.2	2.9	254	6.7	22.7	41.3	7.5	15.1	6.7	147		
係長・主任相当	15.7	9.9	60.5	3.0	9.5	1.5	128	12.0	14.3	57.1	3.2	11.1	2.2	131	8.4	23.2	48.1	3.8	14.6	1.9	129	2.8	16.3	49.2	5.4	21.9	4.4	78		
一般職	16.0	7.0	58.3	4.9	10.6	3.2	81	14.0	10.3	53.4	8.6	11.5	2.2	81	10.4	11.8	47.8	4.1	20.4	5.5	78	4.3	2.1	49.8	10.5	23.9	9.3	28		

別には、ランクの高さに関わらず年齢を経るにつれて「ビジネスマナーの基礎知識」の割合は減少、「OA・コンピュータ」の割合はおおむね増加、「マネジメント」の割合は40歳代を頂点とする山型の推移をそれぞれしている。

(4) 各年代の投資時間全体に占める資格取得のための時間の比率

投資時間全体に占める資格取得のための時間の比率（以下「資格取得時間比率」）は、20歳代31.1%、30歳代26.3%、40歳代23.6%、現在の50歳代17.3%になり、年齢を経るにつれて資格取得時間比率は減少傾向にある（図表4-2-14を参照）。キャリア形成パターン別にみると、年齢を経るにつれて資格取得時間比率の減少する傾向は正社員一貫型と自営業・自由業一貫型等でみられるのに対し、非正社員一貫型等では30歳代を底とするV字型の推移をしている。

正社員一貫型の特徴を現在の勤務先の従業員規模別、現在の職種別及び現在の社内ランク別にみると、規模の大きさ、職種、ランクの高さに関わらず年齢を経るにつれて投資時間比率は小さくなり、その傾向は100人未満の小規模企業、営業・販売職・サービス職で著しい。

図表4-2-14 年代別にみた「研修や自己啓発」のために使った資格取得時間比率

	20歳代		30歳代		40歳代		現在(50歳代)		
	平均値 (%)	有効数	平均値 (%)	有効数	平均値 (%)	有効数	平均値 (%)	有効数	
【全体】	31.1	646	26.3	603	23.6	623	17.3	345	
キャリア別の特徴	【キャリア別形成パターン別】								
	正社員一貫型	31.4	517	28.0	502	25.5	478	16.0	282
	非正社員一貫型等	32.4	79	13.5	40	18.6	84	30.9	32
	自営業・自由業一貫型等	26.9	50	21.5	61	16.1	61	15.1	31
正社員一貫型の特徴	【現在の勤務先の従業員規模別】								
	100人未満	35.7	161	34.3	157	30.5	150	18.3	73
	100人以上1,000人未満	29.8	122	26.8	116	24.3	112	16.3	59
	1,000人以上	28.4	222	23.6	216	22.4	203	14.0	140
	【現在の職種別】								
	専門・技術職	33.1	182	29.2	177	26.7	172	17.1	112
	営業・販売職、サービス職	28.2	110	28.4	106	25.3	96	11.4	57
	事務職、現業職	31.7	190	26.6	185	26.2	177	18.4	95
	その他の職種	28.3	29	26.8	28	17.8	27	5.6	15
	【現在の社内ランク別】								
課長相当以上	29.1	267	26.6	264	24.3	251	14.5	155	
係長・主任相当	32.8	134	31.7	129	29.1	125	18.9	79	
一般職	36.1	94	27.1	89	24.4	83	16.8	32	

(5) 各年代の能力開発投資行動の評価

各年代の能力開発投資行動が現在の仕事にどの程度役立っているのかを整理した図表4-2-15をみると、現在の投資行動の評価がやや高いものの、20歳代、30歳代及び40歳代の投資行動の評価との間に大きな差はみられない。こうした投資行動の評価の推移をキャリア形成パターン別にみると、正社員一貫型では現在を含め各年代の評価に差はみられない。これに対して、非正社員一貫型等では30歳代と現在の評価の間に、自営業・自由業一貫型等では30歳代と20歳代及び現在の評価の間に差はみられる。

正社員一貫型の特徴を従業員規模別にみると、100人未満の小規模企業で30歳代と現在の

評価の間に差がみられる。これに対して、100人以上1,000人未満の中規模企業および1,000人以上の大規模企業では現在を含め各年代の評価に差はみられない。職種別にみると、営業・販売職・サービス職で20歳代と現在の評価の間に差がみられる。さらに現在の社内ランク別には係長・主任相当以上の管理・監督職ではランクに関わらず現在を含めて各年代の評価に差はみられないものの、一般職では現在の評価が他の年代に比べて高くなっている。

図表 4-2-15 年代別にみた実施した「研修・自己啓発」の現在の仕事への貢献度（指数化）

		20歳代		30歳代		40歳代		現在(50歳代)	
		平均値	有効数	平均値	有効数	平均値	有効数	平均値	有効数
【全体】		6.4	695	6.4	641	6.4	725	6.7	345
キャリア別の 特徴	【キャリア別形成パターン別】								
	正社員一貫型	6.4	551	6.4	535	6.5	551	6.7	282
	非正社員一貫型等 自営業・自由業一貫型等	5.7 7.0	91 53	5.0 6.4	39 67	5.9 6.5	104 70	6.5 7.0	32 31
正社員一貫型 の特徴	【現在の勤務先の従業員規模別】								
	100人未満	6.5	176	6.4	166	6.5	176	7.0	73
	100人以上1,000人未満	6.4	131	6.5	128	6.5	131	6.5	59
	1,000人以上	6.5	230	6.5	228	6.5	230	6.7	140
	【現在の職種別】								
	専門・技術職	6.7	193	6.7	189	6.7	193	6.7	112
	営業・販売職、サービス職	6.3	114	6.4	113	6.5	114	6.8	57
	事務職、現業職	6.2	209	6.2	198	6.3	209	6.6	95
	その他の職種	6.9	29	6.8	29	6.4	29	7.5	15
	【現在の社内ランク別】								
	課長相当以上	6.6	281	6.6	274	6.7	281	6.8	155
	係長・主任相当	6.5	143	6.6	140	6.5	143	6.5	79
	一般職	5.7	100	5.8	99	5.7	100	6.6	32

(注) 指数化 = 「大いに役立った」×9 + … + 「全く役に立たなかった」×1 を「有効数－無回答」で除した値。

4. 能力開発経歴と能力開発投資行動の規定要因

(1) 能力開発経歴と投資行動を捉える枠組み

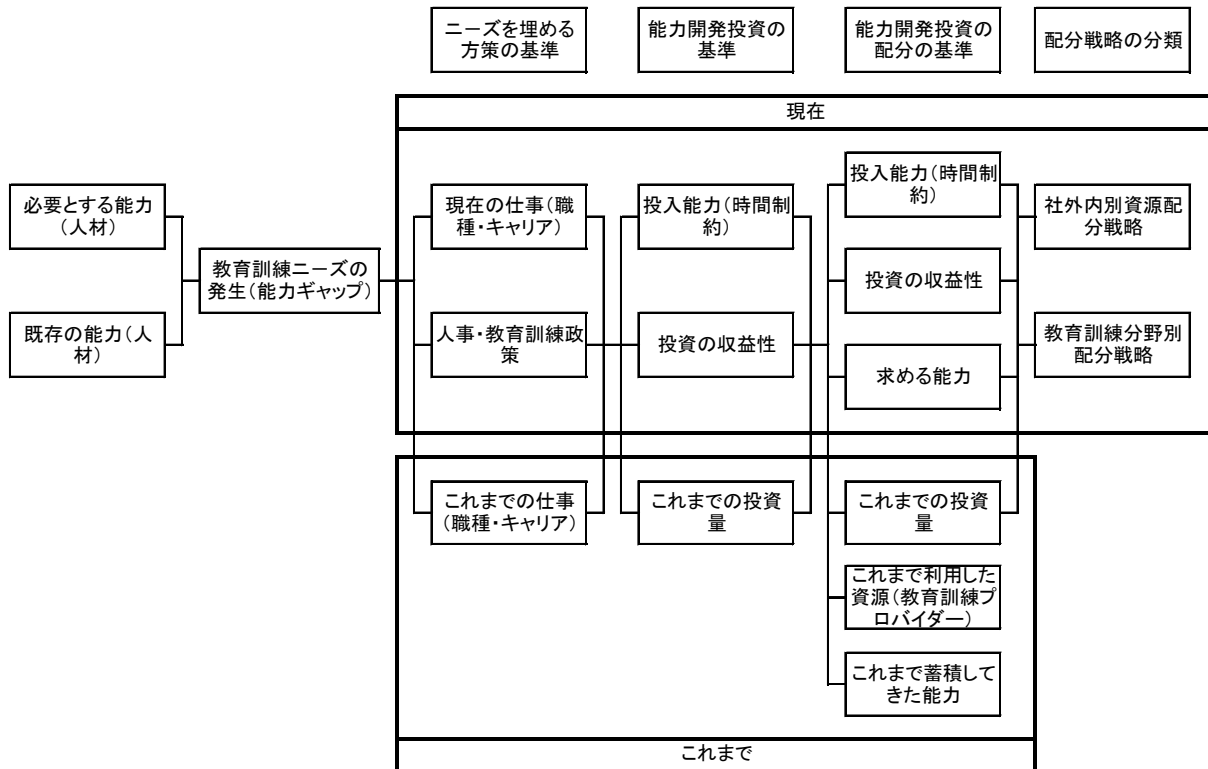
前節までは時間の面から、どのようなキャリアを構築してきた個人が「これまで、どの程度の能力開発投資行動をしているのか」、それにはどのような特質があるのかを明らかにしてきたが、では、個人のこれまでの能力開発投資行動は現在の個人の投資行動にどの程度影響を及ぼしているのだろうか。この節では、この点について、正社員として、職業キャリアを構築してきた個人を取り上げて、「時間」の面から検討していこう。その場合、勤務先の指示・支援による「研修」と個人が自発的に行う「自己啓発」では投資行動の主体が異なるため、それぞれについて、行動を捉える枠組みを提示しよう。

まず、勤務先の指示・支援による研修については意思決定を行う主体が企業（勤務先）であるため、主体である企業が行う教育訓練投資行動の面から考えてみよう。図表 4-2-16 はそれを整理している。企業が行う教育訓練の目的は、「企業が求める能力と従業員が持っている能力の乖離を埋める」ことであり、この乖離（人材（能力）ギャップ）を教育訓練ニーズと呼んでいる。そして、このニーズを埋める場合に、企業は「どのような仕事（職種）やキャリアにどのようなニーズがあるのか」「どのような教育訓練方針（政策）のもとで、どの程度計画的に教育訓練が行うことができるのか」という現状に加え、「投資対象者がこれまでどのような仕事やキャリアを積んできたのか」という個人の経歴の2つの点を考慮し、ニーズを

埋める方策を立てる。

その後、立てられた方針に沿って、企業は①現状の「収益性」(採算性)と「企業の投入能力(時間制約)」と②「これまでの投資量」を判断基準として、どの程度の教育訓練投資を行うのかの意思決定を行う。収益性(採算性)は、「誰を」(受講対象者の特性)、「どの程度の規模で」(受講対象者の人数)、「誰が」(教育訓練の実施主体:指導者と指導体制)、「どのような内容を」(教育訓練内容)、「どのように」(教育訓練方法)訓練するかに関わる「いかに教育訓練するのか」の管理活動に規定される。そのなかでも、とくに、対象者の属性によって収益性が異なるという理由から「誰を」、対象者の人数によって規模の経済性に影響を及ぼし、収益性が変化するという理由から「どの程度の規模で」訓練するかが収益性を決める最も重要な判断基準となると考えられる。

図表 4-2-16 時間の面からみる能力開発投資行動・配分戦略の枠組み



つぎに、個人が自発的に行う「自己啓発」について考えてみよう。考えられる枠組みは前掲図表 4-2-16 の枠組みを個人の視点から考えたものである。個人が自発的に行う能力開発の目的は、「個人が持っている能力と勤務先や上司が求める能力の乖離を埋める」ことであり、この乖離(人材(能力)ギャップ)が大きい者ほど、このギャップを埋める行動を起こす可能性が高いと考えられる。そして、このギャップを埋める場合には、現在、①どのような仕事や役職位(キャリア)に就いているのか、②勤務先がどのような教育訓練方針(政策)を採っているのか、の2つと「これまでどのような仕事やキャリアを積んできたのか」を考慮し

ながらギャップを埋める方策を立てる。

その後、立てられた方策に沿って、個人は現在の①「収益性（採算性）」と②「投入能力（時間制約）」の2つと「これまでの投資量」を判断基準に投資量の意味決定を行う。「収益性（採算性）」は、どのような特性（学歴や年齢などの個人属性やこれまでの経験）を持っているのか、「投入能力（時間制約）」は、個人がどの程度の時間を能力開発に投入することができるのか、と会社や上司からどの程度のサポートを受けることができるのかに、規定される。

（2）能力開発経歴と能力開発投資行動の規定要因

ア 「研修」時間の規定要因

それでは、個人のこれまでの能力開発投資行動は現在の投資行動にどの程度影響を及ぼしているのでしょうか。重回帰分析を利用し、この点を明らかにしよう。なお、勤務先の指示・支援による「研修」に関しては、「研修」を受けるのは個人であり、「研修」の受講に、個人の意思も反映されないわけではないが、「研修」の主体は勤務先である企業にあるので、「研修」の規定要因に関しては、主体である企業の側面から分析することにしたい。使用するデータは組織（つまり「研修」）に依存して投資行動を行ってきた50歳代の正社員で、職業キャリアを一貫して正社員として歩んできた者のデータを取り上げる。取り上げた理由は2つあり、1つは「研修」及び「自己啓発」の両方を分析の対象にしたいからであり、もう1つは、前節より明らかにされたようにキャリア（「正社員」、「非正社員」、「自営業・自由業」）により能力開発の投資量が大きく異なるからである。なお、これ以降の分析はすべて現在、正社員で、かつ、職業キャリアを一貫して正社員として歩んできた者を対象にしたデータ（「50歳代正社員一貫型データ」と呼ぶ）で分析を行う。

分析により説明されるのは過去1年間に「研修」のために使われた時間である。説明する変数は、現在の状況を表す変数に関しては、前章（個人の能力開発投資行動の特質と規定要因）で規定要因の変数として関係があることが明らかにされた、①従事している職種、②会社等の社内ランク、③個人の性別・年齢・勤続年数・学歴、④勤務先の業種・従業員数を用いた。これに対して、「投資対象者がこれまでどのような仕事やキャリアを積んできたのか」という個人の経歴に関しては転職の有無を用いた。他方、これまでの投資量は①仕事をしながら、上司や先輩から受ける教育訓練（OJT：On-the-Job Training）と②「研修」（Off-JT：Off-the-Job Training）及び「自己啓発」の合計であるため、「研修」及び「自己啓発」に関しては、各年代（20歳代、30歳代、40歳代）における投入時間数を、さらに、OJTについては、各年代における投資量の変数がないため、これまで自分自身の能力を高める上でOJTがどの程度貢献しているのかの比率を代理変数として用いた²。

² 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「各年代（20歳代、30歳代、40歳代）ごとの研修の時間」、「各年代ごとの自己啓発の時間」、「これまでの能力を高めるための教育訓練方法（OJT比率）」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」（「中学校卒」を1点、「高校卒」を2点、「専修・専門学校卒」及び「短大・高専卒」を3点、「大学・大学院卒」を4点）、「会社等全体の従業員」（「30人未満」を1点、「30～100

図表 4-2-17 から明らかなように、現状の規定要因をコントロールしてみると、これまでの投資量に規定されているが、これまでのキャリアには規定されていないことがわかる。ただし、これまでの投資量の規定要因は教育訓練の方法により大きく異なっている。

図表 4-2-17 時間からみた個人の能力開発経歴と能力開発
(研修・自己啓発) 投資行動の規定要因 (重回帰分析)

	過去一年間の「研修」時間 (389名)		過去一年間の「自己啓発」時間 (389名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	-0.0169	-0.6909	-0.0315	-1.2147
最終学歴	0.0134	0.5245	0.0504	1.8686 ※
業種ダミー(公務は1、民間は0)	0.0082	0.3356	-0.0422	-1.6431
会社等全体の従業員数	0.0524	1.9397 ※	0.0753	2.6364 ※※※
勤続年数	-0.0029	-0.0936	0.0502	1.5363
社内ランク (職種ダミー)	0.0394	1.5354	0.0117	0.4309
事務職	0.0421	1.6284	-0.0050	-0.1835
営業・販売職	0.0081	0.3266	-0.0103	-0.3942
サービス職	-0.0450	-1.9836 ※※	-0.0422	-1.7588 ※
生産・運輸・建設等の現業職	-0.0097	-0.3829	0.0077	0.2890
その他	-0.0082	-0.3623	-0.0309	-1.2829
転職経験の有無	-0.0062	-0.2057	0.0670	2.0950 ※※
20歳代の研修の時間	-0.0795	-1.1164	0.1876	2.4900 ※※
20歳代の自己啓発の時間	-0.1055	-1.0917	0.1784	1.7443 ※
30歳代の研修の時間	0.2172	2.8240 ※※※	-0.0294	-0.3611
30歳代の自己啓発の時間	0.0830	0.7715	0.1118	0.9826
40歳代の研修の時間	0.7464	16.273 ※※※	-0.1069	-2.2031 ※※
40歳代の自己啓発の時間	0.0493	0.6566	0.5812	7.3175 ※※※
これまでの能力を高めるための教育訓練方法(OJT比率)	-0.0821	-3.6861 ※※※	-0.0604	-2.5608 ※※
F値	95.03	※※※	82.83	※※※
調整済みR2乗	0.82		0.80	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ※※※は1%水準有意、※※は5%水準有意、※は10%水準有意

第一に、これまでの投資量を「研修」の面からみると、中期キャリアに該当する30歳代及び40歳代で勤務先(組織)から多くの能力開発(「研修」)の資源が投入されてきた者は現状でも多くの能力開発の資源が投入されている。

第二に、これに対して、上司や先輩から受ける教育訓練(OJT)をベースにキャリアを構築してきた者は、勤務先からの研修を用いた能力開発の資源の投入が少なくなっている。

第三に、「自己啓発」の面からみると、これまでの自己啓発への投資量の蓄積と現在の教育

人未満」を2点、「100~300人未満」を3点、「300~1,000人未満」を4点、「1,000人以上」及び「公務」を5点)、「社内ランク」(「一般職V」を1点、「一般職IV」を2点、「一般職III」を3点、「一般職II」を4点、「一般職I」を5点、「係長・主任相当II」を6点、「係長・主任相当I」を7点、「課長相当」を8点、「次長相当」を9点、「部長相当」を10点、「経営者・役員クラス」を11点)、については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

訓練（研修）投資行動の間には関係が見られない。企業は個人に対して研修を用いた能力開発の資源の投入に際しては、これまでの個人の自主的な投資行動を考慮して投資行動を行っているわけではないことが伺える。

イ 「自己啓発」時間の規定要因

つぎに、個人が自発的に行う能力開発投資行動（「自己啓発」）についても重回帰分析を利用し、規定要因を明らかにしよう。分析により説明されるのは過去1年間に「自己啓発」のために使われた時間である。説明する変数は、「研修」と同じ変数である³。前掲図表4-2-17から明らかなように、現状の規定要因をコントロールしてみると、これまでの投資量とこれまでのキャリアに規定されているが、それは「研修」と同様に、教育訓練方法により大きく異なっている。第一に、これまでの投資量を「研修」の面からみると、職業キャリアの初期段階である20歳代で勤務先（組織）から多くの能力開発（「研修」）の資源が投入された者は現在の自発的な投資行動に積極的である。これに対して、40歳代で勤務先（組織）から多くの能力開発（「研修」）の資源が投入された者は現在の自発的な投資行動に消極的である。

第二に、これに対して、上司や先輩から受ける教育訓練（OJT）をベースにキャリアを構築してきた者は、現状では「研修」と同様に、現在の自発的な投資行動に消極的である。OJTをベースにキャリアを構築してきた者は、勤務先からの研修をベースにした能力開発投資だけでなく、自主的な投資行動にも消極的であることがわかる。

第三に、「自己啓発」の面からみると、20歳代及び40歳代で自主的な投資行動に積極的な者は、現在の行動に積極的であり、とくに、40歳代の行動と現在の行動との間には密接な関係が見られる。それは、40歳代で勤務先（組織）から多くの能力開発（「研修」）の資源が投入されなかったこと関係があるのかもしれない。

以上のことをまとめると、現在の自発的な能力開発投資行動は職業キャリアの初期段階である20歳代及び1つ前の年代（40歳代）の「研修」及び「自己啓発」の投資量に大きな影響を受けるということである。

最後に、これまでの職業キャリアとの関係でみると、転職経験がある者ほど、現在の自主的な投資行動に積極的である。転職により勤務先の企業から多くの能力開発（「研修」）の資源の投入を受ける機会を逃してきたのかもしれないためであろう。

5. 能力開発経歴と能力開発投資行動の配分戦略

（1）能力開発経歴と能力開発投資行動の配分を捉える枠組み

投資する時間が決定した後、勤務先の指示・支援による「研修」の主体である企業は、①「これまでの投資量」と②「現在投入できる能力（現在の時間制約）」を考慮しながら、現在

³ 注2と同じ方法を採用した。

の①「収益性（採算性）」と②「求める能力（企業特殊能力と一般能力）」、これまで①「利用した資源（教育訓練プロバイダー）」と②「蓄積してきた能力」、を配分基準として、その投資時間を、「どの分野にどの程度の資源を投入するのか」からなる基本計画（能力開発資源の配分戦略）を作成する。その配分戦略は前述したように、「社内外教育訓練機関が企画・実施する能力開発に、どの程度の時間を配分するのか」という社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略と、「どの教育訓練分野にどの程度の時間を配分するのか」という教育訓練分野別配分戦略の2つの戦略から構成されている。このような枠組みは個人が自発的に行う「自己啓発」についても同様に当てはまる。

配分基準である収益性は、投資時間の決定と同様に、「誰を」（受講対象者の特性）、「どの程度の規模で」（受講対象者の人数）、「誰が」（教育訓練の実施主体：指導者と指導体制）、「どのような内容を」（教育訓練内容）、「どのように」（教育訓練方法）訓練するかに関わる「いかに教育訓練するのか」の管理活動に規定されるが、最も重要な基準は「誰を」と「どの程度の規模で」の2つの指標である。同様な枠組みで「自己啓発」について考えると、「どのような特性（学歴や年齢などの個人属性やこれまでの経験）を持っているのか」が重要な指標になる。

他方、「求める能力」は、時間負担の面から考えると大きく企業特殊能力と一般能力に分かれる。一般能力を修得するための訓練時間は、通常、従業員個人が負担する割合が高くなる反面、これに対して、企業特殊能力を修得するための訓練時間は、従業員にとって訓練を受けるメリットが少ないので、訓練時間を負担する誘因は少ないと考えられる。それゆえ、従業員に訓練を受けさせるためには、企業がある程度の時間を負担しなければならない。さらに、仕事の変化により求められる能力は大きく変わる可能性が高いため、その点を考慮して企業も個人も能力開発投資行動を行う必要がある。

（2）能力開発経歴と能力開発資源の配分戦略の規定要因

ア 社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略の規定要因

（ア）研修時間の規定要因

まず、社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略の規定要因について、「研修（勤務先の企業等の視点から分析を行う）」と「自己啓発」のそれぞれについて検討していこう。投資時間の規定要因と同じように、重回帰分析を利用し、この点を明らかにしよう。分析により説明されるの「研修」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率である。説明する変数は、投資（研修）時間の規定要因で用いられた変数を基準しながら、各年代（20歳代、30歳代、40歳代）における「研修」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率を追加した⁴。

⁴ 説明変数のうち、説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「各年代（20歳代、30歳代、40歳代）ごとの研修の時間」、「各年代ごとの「研修」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率」は実数値をそのまま説

図表 4-2-18 能力開発経歴と能力開発投資行動の教育訓練プロバイダー別戦略
(重回帰分析)

	研修		自己啓発					
	社内比率(134名)		社内比率(160名)		社外比率(160名)		自学自習比率(160名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	-0.0049	-0.0544	0.1978	2.4685 ***	-0.1597	-1.8592 *	0.0393	0.4522
最終学歴	0.0165	0.1804	0.0244	0.3132	0.0125	0.1503	-0.0065	-0.0783
業種ダミー(公務は1、民間は0)	-0.0212	-0.2302	-0.0013	-0.0167	0.0057	0.0672	-0.0153	-0.1765
会社等全体の従業員数	0.0782	0.7492	-0.0581	-0.6064	0.0893	0.9297	-0.0823	-0.8411
勤続年数	0.0260	0.2194	0.2026	1.9374 *	0.0070	0.0619	-0.0601	-0.5400
社内ランク (職種ダミー)	-0.0954	-0.9629	-0.1517	-1.7654 *	0.2098	2.2669 ***	-0.1194	-1.2950
事務職	0.0466	0.4999	0.0156	0.1900	-0.0806	-0.9202	0.0421	0.4630
営業・販売職	-0.0445	-0.4964	-0.1063	-1.3157	-0.0067	-0.0804	0.0840	0.9909
サービス職	-0.0151	-0.1760	-0.0184	-0.2429	-0.1209	-1.5102	0.1207	1.4691
生産・運輸・建設等の現業職	0.0347	0.3921	-0.0162	-0.2123	-0.0801	-0.9826	0.0681	0.8276
その他	-0.1266	-1.4636	-0.0318	-0.4092	-0.1181	-1.4236	0.1357	1.6367
転職経験の有無	-0.0376	-0.3352	0.0799	0.8079	0.0931	0.8765	-0.0731	-0.6944
教育訓練の実施方法(社外-社内)	-0.1983	-2.3866 ***						
20歳代の研修の時間	0.1444	0.5678						
30歳代の研修の時間	-0.4495	-1.3765						
40歳代の研修の時間	0.1960	0.9911						
20歳代の研修の時間に占める社内比率	0.1328	0.8692						
20歳代の研修の時間に占める社内比率	-0.1660	-0.8372						
30歳代の研修の時間に占める社内比率	0.4223	2.8239 ***						
20歳代の自己啓発の時間			0.0871	0.2585	0.5294	1.4718	-0.5354	-1.4733
30歳代の自己啓発の時間			-0.1480	-0.4030	-0.4551	-1.1442	0.5015	1.2610
40歳代の自己啓発の時間			0.0793	0.3518	-0.2537	-1.0534	0.1653	0.6978
20歳代の自己啓発の時間に占める社内比率			0.0954	0.8551				
30歳代の自己啓発の時間に占める社内比率			0.1990	1.5784				
40歳代の自己啓発の時間に占める社内比率			0.2755	2.5818 ***				
20歳代の自己啓発の時間に占める社外比率					0.2247	1.6665 *		
30歳代の自己啓発の時間に占める社外比率					-0.2859	-2.0002 ***		
40歳代の自己啓発の時間に占める社外比率					0.3558	3.5358 ***		
20歳代の自己啓発の時間に占める自学自習比率							0.1161	0.8171
30歳代の自己啓発の時間に占める自学自習比率							-0.0390	-0.2684
40歳代の自己啓発の時間に占める自学自習比率							0.2844	2.3658 **
F値	2.740	***	3.632	***	2.132	***	2.064	***
調整済みR2乗	0.20		0.23		0.11		0.11	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

図表 4-2-18 から明らかなように、現状の規定要因をコントロールしてみると、現在の社内外(教育訓練プロバイダー)別資源配分戦略は、これまでの投資(研修)量には規定されていないが、1つの前の年代の配分戦略には規定されていることがわかる。40歳代で勤務先(組織)から社内資源を利用して能力開発(「研修」)の資源が投入されてきた者は現状でも

明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」、「教育訓練の実施方法(社外-社内)」、「社内で行う教育訓練を重視している」を4点、「どちらかといえば社内で行う教育訓練を重視しているに近い」を3点、「どちらかといえば社外の機関が行う教育訓練を重視しているに近い」を2点、「社外の機関が行う教育訓練を重視している」を1点)については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

社内資源を利用した能力開発の資源が投入されている。

(イ) 自己啓発時間の規定要因

つぎに、自己啓発についてみてみよう。分析により説明されるの「自己啓発」時間全体に占める社内利用の構成比率、社外利用の構成比率、自学自習の構成比率である。説明する変数は、自己啓発時間の規定要因で用いられた変数を基準しながら、各年代（20歳代、30歳代、40歳代）における「自己啓発」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率、社外利用の構成比率、自学自習の構成比率を追加した⁵。

前掲図表 4-2-18 から明らかなように、第一に、社内（勤務先）を利用した自主的な能力開発投資行動は「研修」の配分戦略と同様に、これまでの投資（自己啓発）量には規定されていないが、1つの前の年代の配分戦略には規定されていることがわかる。40歳代で社内資源を利用した自主的な投資行動を行ってきた者は現状でも同じような配分戦略を採用している。

第二に、社外（外部の教育訓練プロバイダー）を利用した自主的な投資行動はこれまでの投資（自己啓発）量には規定されていないが、各年代の配分戦略には規定されていることがわかる。職業キャリアの初期段階である20歳代と40歳代で社外資源を利用した自主的な投資行動を行ってきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しているが、とくに、その傾向は40歳代の配分戦略に大きく規定されている。これに対して、30歳代で社外資源を利用した自主的な投資行動を行ってきた者は現状では社外資源を利用した投資行動に消極的である。

第三に、自学自習を利用した自主的な投資行動は社内資源を活用した配分戦略と同様に、これまでの投資（自己啓発）量には規定されないが、1つの前の年代（40歳代）の配分戦略には規定されていることがわかる。40歳代で自学自習を利用した自主的な行動を行ってきた者は現状でも同じような配分戦略を採用している。

以上のことをまとめると、自主的な能力開発投資行動の配分はこれまでの投資量とは関係がないが、各年代の配分戦略とは関係はあり、とくに、1つの前の年代（40歳代）での配分戦略が現状の配分戦略に大きな影響を及ぼしており、現状の配分戦略と1つの前の年代の配分戦略は類似した傾向を示している。

イ 訓練分野別資源配分戦略の規定要因

つぎに、訓練分野別資源配分戦略の規定要因についてみてみよう。分析により説明されるのは「研修及び自己啓発」に投入した時間全体に占めるマネジメント研修（マナー研修を除く）の構成比率、専門研修の構成比率、目的・課題別（語学研修とOA研修）の構成比率で

⁵ 説明変数のうち、説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「各年代ごとの自己啓発の時間」、「各年代ごとの「自己啓発」時間全体に占める社内利用の構成比率、社外利用の構成比率、自学自習比率」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

ある。説明する変数は社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略で使われた変数を基本にしつつ、各年代（20 歳代、30 歳代、40 歳代）における「研修・自己啓発」の投資量と各年代における「研修及び自己啓発」時間全体に占めるそれぞれの訓練分野の構成比率に関する変数を追加した⁶。

図表 4-2-19 から明らかなように、マネジメント研修への配分戦略はこれまでの投資（研修と自己啓発）量と各年代の配分戦略には規定されていることがわかる。投資量に関しては、20 歳代で積極的な能力開発投資行動を行った者ほど現在、マネジメントの分野に多くの能力開発の資源を投入している。これに対して、30 歳代で積極的な投資行動を行った者は現在、上記とは対照的な配分行動をとっている。他方、これまでの配分戦略との関係では、職業キャリアの初期段階である 20 歳代と 40 歳代でマネジメントの分野に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しているが、とくに、その傾向は 40 歳代の配分戦略に大きく規定されている。

第二に、専門研修への配分戦略はマネジメント研修と同様にこれまでの投資（研修と自己啓発）量と各年代の配分戦略には規定されていることがわかる。投資量に関しては、30 歳代で積極的な投資行動を行った者ほど現在、専門研修に多くの能力開発の資源を投入している。これに対して、20 歳代で積極的な投資行動を行った者は現在、上記とは対照的な配分行動をとっている。他方、これまでの配分戦略との関係では、マネジメント研修と同様に、職業キャリアの初期段階である 20 歳代と 40 歳代で専門研修に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しているが、とくに、その傾向は 40 歳代の配分戦略に大きく規定されている。

第三に、目的・課題別研修への配分戦略はこれまでの投資（研修と自己啓発）量には規定されていないが、各年代の配分戦略には規定されていることがわかる。30 歳代と 40 歳代で目的・課題別の分野に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用しているが、とくに、その傾向は 40 歳代の配分戦略に大きく規定されている。

以上のことをまとめると、投資量の観点からみると、マネジメント研修（マナー研修を除く）と専門研修は対照的な関係にあり、20 歳代と 30 歳代の投資量が現在の配分戦略に大きな影響を与えている。他方、配分戦略の観点からみると、職業キャリアの初期段階である 20 歳代と 40 歳代でマネジメント研修に多くを配分してきた者は現状でもマネジメント研修に、これに対して、専門研修に多くを配分してきた者は現状でも専門研修に多くを配分しており、とくに、その傾向は 40 歳代の配分戦略に大きく規定されている。

⁶ 説明変数のうち、「年齢」、「勤続年数」、「各年代ごとの研修の時間+各年代ごとの自己啓発の時間の合計時間」、「各年代の「研修・自己啓発」時間全体に占める「マネジメント研修」の構成比率、「専門研修」の構成比率、「語学とOA研修（目的・課題別研修）」の構成比率は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に 1、そうでない場合を 0 とした。

図表 4-2-19 能力開発経歴と能力開発投資行動の訓練分野別戦略（重回帰分析）

	マネジメント研修(211名)		専門研修(211名)		目的・課題別研修(211名)	
	標準化係数	t値	標準化係数	t値	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	0.0147	0.2250	0.0607	0.9191	-0.1694	-2.7757 ***
最終学歴	0.0765	1.1275	-0.0052	-0.0791	-0.0378	-0.6048
業種ダミー(公務は1、民間は0)	0.0928	1.3657	-0.1209	-1.7702 *	0.0223	0.3540
会社等全体の従業員数	-0.0393	-0.5343	0.0113	0.1552	0.1056	1.5353
勤続年数	-0.0005	-0.0061	0.0573	0.6711	0.0014	0.0175
社内ランク (職種ダミー)	0.1058	1.3811	0.0288	0.3859	-0.0076	-0.1106
事務職	0.0216	0.3146	0.0092	0.1340	0.0020	0.0316
営業・販売職	0.0632	0.9339	-0.1920	-2.8573 ***	0.0798	1.2723
サービス職	0.0413	0.6715	0.0274	0.4402	-0.0685	-1.1948
生産・運輸・建設等の現業職	0.0877	1.3654	0.0300	0.4673	-0.0784	-1.3084
その他	-0.1159	-1.8041 *	0.0076	0.1180	-0.0265	-0.4424
転職経験の有無	-0.1251	-1.4506	0.0308	0.3599	0.1307	1.6312
20歳代の「研修の時間と自己啓発の時間」	0.6459	2.0862 ***	-0.5426	-1.7423 *	0.1924	0.6622
30歳代の「研修の時間と自己啓発の時間」	-0.7126	-2.3337 ***	0.6002	1.9402 *	-0.4666	-1.6157
40歳代の「研修の時間と自己啓発の時間」	0.0435	0.2429	-0.1306	-0.7307	0.2628	1.5573
20歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占めるマネジメント研修比率	0.1654	2.0890 ***				
30歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占めるマネジメント研修比率	0.0269	0.2876				
40歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占めるマネジメント研修比率	0.4046	5.2885 ***				
20歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める専門研修比率			0.2078	2.2032 ***		
30歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める専門研修比率			0.0884	0.8338		
40歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める専門研修比率			0.3116	3.9498 ***		
20歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める課題別研修比率					-0.0565	-0.6750
30歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める課題別研修比率					0.2373	2.6368 ***
40歳代の「研修時間と自己啓発時間」に占める課題別研修比率					0.4655	6.4317 ***
F値	5.442	***	5.413	***	7.771	***
調整済みR2乗	0.28		0.27		0.37	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) マネジメント研修にはマナー研修は含まない

(注3) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

6. 能力開発投資行動と能力の規定要因

(1) 職業能力の把握の枠組み

前節では、個人のこれまでの能力開発投資行動が現在の投資行動にどの程度影響を及ぼしているのかを明らかにした。最後に、現状の個人の能力はこれまでの投資行動にどの程度規定されているのであろうか。この点について検討していこう。個人の職業能力は、①現在の「勤務先の教育訓練の方針と機会」、②これまでの「個人の仕事の経験やキャリア」と「個人の能力開発投資行動により蓄積させた知識・能力」によって規定される。ただし、現状の能力の規定要因を明らかにするに際して、注意すべきことは、「現在」と「これまでの」の要因は均等ではなく、個人が職業キャリアのどの段階に位置づけられているのかによって大きく異なる。職業キャリアの初期段階に位置づけられる若手社員であれば、現在、より多くの知識・能力を蓄積するためのキャリア段階に位置づけられており、「これまで」よりも「現在の」要因が大きく左右する可能性が高い。これに対して、50歳代のような後期キャリアに位置

づけられるベテラン社員であれば、これまで蓄積してきた知識・能力を発揮する期間であるため「現在」よりも「これまで」の要因が大きく左右するだろう。

前者の勤務先の教育訓練の方針は、教育訓練機会を従業員に広く平等的に保障する「底上げ教育」を重視する企業と、特定の対象者に訓練機会を集中する「選抜教育」を重視する企業に大きく分けられる。他方、教育訓練の機会は教育訓練の方法により大きく3つに分かれる。1つは、OJTの機会である。2つはOFF-JT（研修）と呼ばれる訓練の機会である。3つは書籍を読む、通信教育を受講するなどの方法で、上司等の直接の指導を受けずに自分一人で勉強する「自己啓発」で、その自己啓発に対する勤務先（上司を含む）からの「金銭」、「時間」、「情報」等の支援の機会である。

後者の「これまでの個人の仕事の経験やキャリア」は、①これまでにどのような就業形態で、どのような仕事を経験してきたのかと②これまでどのようなキャリアを積んできたのか、に分かれる。他方、「これまでの個人の能力開発投資行動により蓄積させた知識・能力」は、第一に、学校教育でどの程度の教育を受け、どのような知識・技術・技能を修得してきたのかと、第二に、学校卒業後、これまでにどの程度の能力開発の資源を投入し、投入に際して、どのような教育訓練プロバイダーを利用し、どのような知識・技術・技能を修得するために資源を配分してきたのかに分かれる。また、これまでの投資量は「現在の勤務先の教育訓練の機会」と同様に、①OJT、②OFF-JT（研修）、③自己啓発の3つの合計の値である。

（2）能力開発経歴と現状の能力の規定要因

上記のような枠組みに沿って、現状の個人の能力はこれまでの能力開発投資行動にどの程度規定されているのであろうか。重回帰分析を利用し、この点について検討していこう。分析で利用されるデータはこれまでと同じように「50歳代正社員一貫型のデータ」である。

分析により説明されるのは現在勤務している会社等での「地位（社内ランク）」である。説明する変数は、現在の状況を表す変数に関しては、分析対象者が後期職業キャリアに位置づけられる50歳代の正社員であるため、最低限、考慮しなければならない前章（個人の能力開発投資行動の特質と規定要因）で規定要因の変数として関係があることが明らかにされた①従事している職種、②個人の性別・年齢・勤続年数、③勤務先の業種・従業員数を用いた。

これに対して、これまでの状況を表す変数に関しては、「これまでどのような仕事やキャリアを積んできたのか」という個人の経歴に関しては転職の有無を用いた。他方、「これまでの個人の能力開発投資行動により蓄積された知識・能力」については、これまでの投資量は①「OJT」、「Off-JT」（研修）及び「自己啓発」の合計であるため、「研修」及び「自己啓発」に関しては、各年代（20歳代、30歳代、40歳代）における投入時間数を、さらに、OJTについては、各年代における投資量の変数がないため、これまで自分自身の能力を高める上でOJTがどの程度貢献しているのかの比率を代理変数として、また、「研修」と「自己啓発」の投資量の配分については、これまで自分自身の能力を高める上で研修（社内と社外の合計）

がどの程度貢献しているのかの比率を代理変数として用いた。

個人のこれまでの配分戦略については、①社内外（教育訓練プロバイダー）別配分戦略に関しては、各年代（20歳代、30歳代、40歳代）における「研修」時間全体に占める社内利用の構成比率及び各年代における「自己啓発」時間全体に占める社内利用の構成比率の合計を、②訓練分野別配分戦略に関しては、各年代における「研修」及び「自己啓発」時間全体に占めるマネジメント研修（マナー研修を除く）の構成比率の合計を用いた。さらに、「学校教育でどの程度の教育を受け、どのような知識・技術・技能を修得してきたのか」については、学歴を用いた⁷。

図表 4-2-20 から明らかなように、現状の規定要因をコントロールしてみると、これまでの投資量と配分戦略、つまり、個人の能力開発投資行動、くわえて、これまでのキャリアに規定されているとがわかる。

第一に、これまでの投資量との関係を見ると、「研修」及び「自己啓発」の総投資量が多い者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられており、とくに、「自己啓発」よりも「研修」の影響が大きい。勤務先から研修をベースにした能力開発の資源を投入された者ほど、現状で高い能力を保有しているということになる。これに対して、OJT ベースの投資量と社内ランクの間に有意な関係が見られない。

第二に、これまでの配分戦略との関係を見ると、社内外（教育訓練プロバイダー）別配分戦略に関しては、社内資源を活用してきた者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられていない。職場や会社を離れて、様々な分野の人々が集まり場で学習をすることが社内で共有されていない知識・技術・技能を修得することに加え、人脈の形成に役立ち、それが個人の成果や能力向上に大きく貢献したのだろう。

第三に、訓練分野別戦略に関しては、マネジメント研修に多くの投資時間を配分してきた者ほど、高いランクに位置づけられているが。多くの日本の企業で活用されている社内ランクは職能資格制度をベースにした職能資格ランクである。この職能資格ランク（等級）は仕事内容（求める能力）の異なる従業員を共通に評価し、作成されている。そして、この資格ランク（等級）基準をベースに人事評価が行われて、その結果に対応する資格に従業員は格

⁷ 被説明変数については、「一般職Ⅴ」を1点、「一般職Ⅳ」を2点、「一般職Ⅲ」を3点、「一般職Ⅱ」を4点、「一般職Ⅰ」を5点、「係長・主任相当Ⅱ」を6点、「係長・主任相当Ⅰ」を7点、「課長相当」を8点、「次長相当」を9点、「部長相当」を10点、「経営者・役員クラス」を11点として得点化して被説明変数とした。他方、説明変数のうち「年齢」、「勤続年数」、「これまで投入した時間（各年代（20歳代、30歳代、40歳代）の研修の時間の合計＋各年代の自己啓発の時間の合計時間）」、「社内資源活用比率」（「各年代の「研修」時間全体に占める社内資源を利用した訓練の構成比率の合計」＋「各年代の「自己啓発」時間全体に占める社内利用の構成比率の合計」）、「マネジメント研修比率」（「各年代の「研修・自己啓発」時間全体に占めるマネジメント研修の構成比率の合計」）、「専門研修比率」（「各年代の「研修・自己啓発」時間全体に占める専門研修の構成比率の合計」）、「専門研修比率」、「これまでの能力を高めるための教育訓練方法（OJT比率）」、「これまでの能力を高めるための教育訓練方法（研修比率）（社内研修比率＋社外研修比率）」は実数値をそのまま説明変数として使用し、「最終学歴」、「会社等全体の従業員」、「社内ランク」については、得点化して説明変数とした。これら以外の変数は、すべてダミー変数であり、変数名として示されている事柄に該当する場合に1、そうでない場合を0とした。

付けされている。さらに、資格ランク（等級）ごとにそのランク（等級）に必要な職能資格要件が異なっており、上位ランク（たとえば、管理職）になると、下位ランク（たとえば、一般職）と異なり、計画力、指導力、折衝力や部下育成等のマネジメントに関係する能力が多く必要になるように設計されている（より詳しくは、日本労働研究機構（2001）『産業分野別高齢者活用モデルの総合的・実証的研究—中高年ホワイトカラーの能力評価に係る研究（能力評価と資格制度）』及び今野浩一郎・大木栄一・畑井治文（2003）『能力・仕事基準の人事・賃金改革～職能資格制度の現在と未来』社会経済生産性本部生産性労働情報センターを参照）。

図表 4-2-20 能力開発経歴と現在の能力水準（重回帰分析）

	社内ランク(340名)	
	標準化係数	t値
性別ダミー(男性1、女性0)	0.2027	4.2036 ***
最終学歴	0.2369	4.6574 ***
業種ダミー(公務は1、民間は0)	-0.0683	-1.2818
会社等全体の従業員数	-0.1756	-2.9201 ***
勤続年数	-0.0381	-0.5372
(職種ダミー)		
事務職	0.0952	1.7933 *
営業・販売職	0.1267	2.4282 ***
サービス職	-0.0288	-0.5886
生産・運輸・建設等の現業職	-0.1178	-2.2906 ***
その他	0.0921	1.8992 *
転職経験の有無	-0.1431	-2.1743 ***
各年代ごとの「研修の時間」と「自己啓発の時間」の合計	0.0815	1.7258 *
これまでの能力を高めるための教育訓練方法(OJT比率)	-0.0438	-0.8399
これまでの能力を高めるための教育訓練方法(研修比率)	0.0911	1.8042 *
各年代ごとの「研修時間」及び「自己啓発」に占める社内比率の合計	-0.0872	-1.6595 *
各年代ごとの「研修時間と自己啓発時間」に占めるマネジメント研修比率の合計	0.1497	2.7705 ***
各年代ごとの「研修時間と自己啓発時間」に占める専門研修比率の合計	-0.0343	-0.6318
F値	9.387	***
調整済みR2乗	0.30	

(注1) 職種ダミーの基準は専門・技術職

(注2) ***は1%水準有意、**は5%水準有意、*は10%水準有意

また、マネジメント研修への配分には、「勤務先が個人に対して行うマネジメント研修」と「個人自らが費用を負担して行う自己啓発のなかでのマネジメント研修」への配分の2つに分かれるが、今回の分析に用いたマネジメント研修は両方の合計である。ちなみに、前者については、ある社内ランク（多くの日本企業では職能資格制度が導入されているため、職能ランクと呼ばれている）に到達した社員全員に対して行われ、対象者全員が受講しなければならぬ。一般的には、一般職ランクのなかの上位ランク、係長・主任クラスのなかの下位ランクか上位ランク（企業により異なる）、課長クラスのなかの下位ランクに到達した社員全員が対象で、必ず、全員が受講しなければならない。他方、後者については、マネジメント研修に多くの時間を配分するか否かは、あくまでも、個人の能力開発投

資行動の意思決定に基づいて行われることになる（マネジメント研修の詳細に関しては、日本労働研究機構（1996）『企業内教育の現状と課題』（資料シリーズ NO.59）及び日本労働研究機構（2000）『技術者教育の現状と課題』（資料シリーズ NO.104）を参照）。

したがって、これまでマネジメント研修に多くの投資時間を配分してきた者ほど、マネジメント能力が向上し、その結果、高いランクに位置づけられているのではないかと推測される。他方、専門研修への配分と社内ランクとの間には有意な関係がみられない。

第四に、これまでのキャリアとの関係でみると、転職していない者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられている。勤務先から研修をベースにした能力開発の資源を多く投入されたためであろう。

7. おわりに～「自己責任」型の能力開発投資行動を展開していくためには

（1）個人のキャリアからみた能力開発経歴の特質

これまでの分析を通して、どのようなキャリアを構築してきた個人が「これまで、どの程度の能力開発投資行動をしているのか」、それにはどのような特質があるのかを明らかにしてきたが、それをまとめると以下ようになる。

第一に、勤務先の指示や支援のもとで行われる研修に費やされた時間の推移は、20 歳代 40.0 時間、30 歳代 32.7 時間、40 歳代 29.3 時間、現在の 50 歳代 31.6 時間になり、20 歳代が最も能力開発活動に投資した時間が多く、30 歳代以降は 30 時間前後で推移している。

第二に、こうした研修のために費やされた時間の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に正社員一貫型と非正社員一貫型等は共通して 20 歳代が長く、第二に、正社員一貫型と非正社員一貫型等は 30 歳代以降、自営業一貫型等は 40 歳以降、概ね、同じ水準で推移している。

第三に、自己啓発のために実際に費やされた時間の推移は、20 歳代 54.1 時間、30 歳代 49.2 時間、40 歳代 49.4 時間、現在の 50 歳代 52.0 時間になり、研修と同様に 20 歳代が最も自己啓発に投資した時間が多。また自己啓発時間比率の推移をみると、20 歳代 58.2%、30 歳代 57.9%、40 歳代 60.2%、現在の 50 歳代 62.7%と 60%前後の水準で推移しており、その中では現在の 50 歳代の比率が最も高い水準にある。

第四に、こうした自己啓発時間比率の推移をキャリア形成パターン別にみると、第一に正社員は各年代に共通して自己啓発時間比率が 60%前後で推移しているのに対して、非正社員は 30 歳代を底にした、自営業・自由業一貫型等は 40 歳代を底にした V 字型の推移となっている。第二に非正社員は他の雇用形態と比べて、30 歳代を除いた各年代の自己啓発時間比率が大きい。

（2）能力開発経歴と能力開発投資行動の規定要因

つぎに、個人のこれまでの投資行動（能力開発経歴）が現在の投資行動にどの程度影響を及ぼしているのかについてみると、以下ようになる。

第一に、中期キャリアに該当する 30 歳代及び 40 歳代で企業（組織）から多くの能力開発（「研修」）の資源が投入されてきた者は現状でも多くの能力開発（「研修」）の資源が投入されている。これに対して、これまでの自己啓発への投資量の蓄積と現在の教育訓練（研修）投資行動の間には関係が見られない。

第二に、現在の自発的な能力開発投資行動は職業キャリアの初期段階にある 20 歳代及び 1 つ前の年代（40 歳代）の「研修」及び「自己啓発」の投資量に大きな影響を受ける。

第三に、上司や先輩から受ける教育訓練（OJT）をベースにキャリアを構築してきた者は、現在の勤務先からの研修を用いた能力開発の資源の投入が少ないだけでなく、自発的な投資行動に消極的である。

最後に、これまでの職業キャリアとの関係でみると、転職経験がある者ほど、現在の自主的な投資行動に積極的である。転職により勤務先の企業から多くの能力開発（「研修」）の資源の投入を受ける機会を逃してきたのかもしれないためであろう。

（3）能力開発経歴と能力開発投資行動の配分戦略

ア 社内外（教育訓練プロバイダー）別資源配分戦略

さらに、どのようなキャリアを構築してきた個人が「これまで、どの分野にどの程度の資源を投資してきたのか」、それにはどのような特質があり、これまでの配分戦略が現状の配分戦略にどの程度影響を及ぼしているのかを明らかにしてきたが、それをまとめると以下のようになる。

第一に、教育訓練プロバイダー別の配分の推移は研修と自己啓発で異なり、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）の関係が年齢を経るにつれて、社外機関のウェイトが大きくなる。他方、自己啓発では、40 歳代までは年齢に関わらず、社内が約 3 割、社外が約 3 割、自学自習が約 4 割であるが、職業キャリアの後期に当たる 50 歳代になると、社内が減り、自学自習に時間が多く配分される。

第二に、研修の場合には、そうした戦略の推移は雇用・就業形態によって異なる。正社員一貫型と非正社員一貫型等は社内のウェイトが年齢を経るにつれて減っており、とくにこうした傾向は非正社員で顕著に見られる。これに対して自営業・自由業一貫型等は各年代を共通して 3 割台の水準で推移している。

他方、自己啓発の場合には、社内のウェイトは正社員一貫型では年齢を経るにつれて減るのに対し、非正社員一貫型等と自営業・自由業一貫型等では 30 歳代を頂点とする山型の推移をしている。自学自習は正社員一貫型では 40 歳代まで 4 割弱で推移しているが、50 歳代になると 5 割弱に増える。また、非正社員一貫型等では年齢に関係なく 5 割前後の水準で推移している。これに対して、自営業・自由業一貫型等では年齢を経るにつれてウェイトが減っている。

第三に、研修における社内プロバイダーの利用の決定はこれまでの投資（研修）量には規

定されていないが、1つの前の年代（40歳代）の配分戦略には規定されている。40歳代で企業（組織）から社内資源を利用して能力開発（「研修」）の資源が投入されてきた者は現状でも社内資源を利用した能力開発の資源が投入されている。

第四に、自主的な投資行動の配分はこれまでの投資量（「自己啓発」）とは関係がないが、各年代の配分戦略とは関係はあり、とくに、1つの前の年代（40歳代）での配分戦略が現状の配分戦略に大きな影響を及ぼしており、現状の配分戦略と1つの前の年代の配分戦略は類似した傾向を示している。

イ 訓練分野別資源配分戦略

第一に、訓練分野別配分戦略の推移は年齢を経るにつれて「ビジネスマナー等のビジネスの基礎知識」のウェイトが少なくなる反面、「OA・コンピュータの知識」が多くなる傾向にある。また、40歳代を中心に「マネジメント（管理・監督能力を高める内容等）」は山型の専門研修はV字型の推移をしている。「語学」に関しては、年代に関わらず配分割合はほぼ同じである。

第二に、こうした訓練分野別の配分戦略の推移は、雇用・就業形態に関わらず、類似の傾向を占めているが、各年代で自由・自営業は専門研修、正社員は階層別研修（マネジメント研修とマナー研修）に多く配分している。

第三に、投資量の観点からみると、マネジメント研修（マナー研修を除く）と専門研修は対照的な関係にあり、20歳代と30歳代の投資量が現在の配分戦略に大きな影響を与えている。20歳代で積極的な投資行動を行った者ほど現在、マネジメント研修に、これに対して、消極的な投資行動を行った者ほど、専門研修に多くの能力開発の資源を投入している。また、30歳代では上記とは対照的な結果になっている。

第四に、配分戦略の観点からみると、職業キャリアの初期段階である20歳代と40歳代でマネジメント研修に多くを配分してきた者は現状でもマネジメント研修に、これに対して、専門研修に多くを配分してきた者は現状でも専門研修に多くを配分しており、とくに、その傾向は40歳代の配分戦略に大きく規定されている。また、30歳代と40歳代で目的・課題別研修に多くを配分してきた者は現状でも同じような配分戦略を採用している。

（4）能力開発経歴と現状の能力の規定要因

現状の個人の能力がこれまでの投資行動にどの程度規定されているのかについてみると、以下のようなになる。

第一に、これまでの投資量との関係を見ると、「研修」及び「自己啓発」の総投資量が多い者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられており、とくに、「自己啓発」よりも「研修」の影響が大きい。これに対して、OJTベースの投資量と社内ランクの間に有意な関係が見られない。

第二に、これまでの配分戦略との関係を見ると、社内外（教育訓練プロバイダー）別配分戦略に関しては、社内資源を活用してきた者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられていない。職場や会社を離れて、様々な分野の人々が集まり場で学習をすることが社内で共有されていない知識・技術・技能を修得することに加え、人脈の形成に役立ち、それが個人の成果や能力向上に大きく貢献したのだろう。他方、訓練分野別戦略に関しては、マネジメント分野に多くの投資時間を配分してきた者ほど、高いランクに位置づけられている。

第三に、これまでのキャリアとの関係でみると、転職していない者ほど、社内ランクで高いランクに位置づけられている。勤務先から研修をベースにした能力開発の資源を多く投入されたためであろう。

（５）「自己責任」型の能力開発投資行動を展開していくためには

以上、明らかにしてきたように、これまでの個人の投資行動には雇用・就業形態別に大きな特徴が見られる。雇用者（正社員と非正社員）は職業キャリアの初期段階に投資量が多く、年齢を経るにつれて、投資量が減り、後期キャリアで再び投資量が増えるという傾向が見られる。他方、雇用者と異なり、自己責任で能力開発投資行動を行っている自由業・自営業は職業キャリアの最盛期である 40 歳代に投資量のピークが来ている。

したがって、今後、自己責任型の投資行動を採らざるを得ない雇用者（とくに、正社員）は自由業・自営業がとっている投資行動を参考にしながら、職業キャリアの最盛期である 40 歳代により多くの能力開発投資をする必要がある。とくに、40 歳代は所属している組織からの教育訓練投資が最も少なくなっており、それを補うためにも自己投資を増やす必要がある。

さらに、職業生活の長期化（65 歳まで働くことに向けて）あるいは終身雇用制度の緩和が進むなかで、個人（とくに、正社員）が他社に移動するかもしれない確率が大きくなることを考えあわせると、社内的な観点にとどまらず社会的な観点（あるいは市場の観点）から「自分の能力を知る」ことも重要になってくる。個人は自らの職務経験やキャリアの中で達成された実績、開発してきた能力を明確に把握・整理し、市場に対して、簡潔に表現するための能力を身につけていることも必要になってきており、こうした能力を個人に習得させるための社会的な支援（キャリア形成への支援）も必要になってこよう。

※第 1 節と第 3 節～第 7 節は大木、第 2 節と第 3 節は田口が担当した。

第3章 個人の能力開発の投資行動の雇用・就業形態別特徴

1. はじめに

本章では、就業者の能力開発の実施に係わる資源としての金と時間という2つ視点から、①予算量、②投入量、③活用の程度（予算量に占める投入量の割合）それぞれの規定要因を探る。また、雇用・就業形態によって能力開発行動が大きく異なるため、本稿では雇用・就業形態別（正社員、非正社員、自営・自由業）に扱う。

そこで本章では、まず次節で、個人の能力開発行動が異なっている現状について、労働政策研究・研修機構（2006）『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』¹（以下、『個人調査』）の結果を整理し、その特徴を明らかにする。つづいて、3節では、個人の能力開発資源行動を決定するための枠組みと分析に使用する変数の整理を行う。4節から6節では、雇用・就業形態別の能力開発資源行動の規定要因を明らかにし、最後に7節でその特徴をまとめている。

2. 雇用・就業形態別にみた能力開発行動の特徴

（1）個人が活用・投資する能力開発の「金」と「時間」

ア 個人が活用する能力開発の「金」

正社員、非正社員、自営・自由業の能力開発行動は大きく異なり、そうした違いについて、『個人調査』の結果を用いてみていく。

まず三者の能力開発行動について、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かどうかでみる。何らかの形で能力開発活動を行った者は就業者全体では43.4%であり、同比率は自営・自由業（48.7%）と正社員（47.7%）で高く、非正社員（25.4%）で低くなっている（図表4-3-1を参照）。

図表4-3-1 過去1年間における研修や自己啓発の実施状況

		(単位:%)			
		TOTAL	はい	いいえ	無回答
【全体】		4,412	43.4	55.0	1.7
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,973	47.7	50.9	1.4
	非正社員	885	25.4	72.0	2.6
	自由業・自営業	554	48.7	50.0	1.3

出所) 労働政策研究・研修機構（2006）『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p93より抜粋

¹ 同報告書は、平成17年度に実施した「教育訓練サービス市場の需要構造」に関する調査の結果をまとめている。労働市場全体の状況を把握し、雇用・就業形態別の特徴を明らかにするために、正社員、非正社員、自営業・自由業を対象にしている点に特徴があり、アンケート調査の回答者の構成は正社員67.3%、非正社員(パート・アルバイト)20.1%、自営業・自由業12.6%である。

個人が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、就業者全体では 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。同比率を雇用・就業形態別にみると、自営・自由業が 5.31%（20 万 2,000 円）、非正社員は 4.86%（6 万 4,900 円）、正社員は 2.32%（12 万 400 円）である（**図表 4-3-2**を参照）。

図表 4-3-2 年収と自己啓発予算額

	有効 回答数	昨年の年収 (万円)	自己啓発 予算額 (千円)	自己啓発 予算比率 (%)	
		(a)	(b)	(c)	
【全体】	3,945	426.8	119.5	2.80	
雇用・就業形態別 の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,690	519.2	120.4	2.32
	非正社員	771	133.3	64.9	4.86
	自由業・自営業	484	380.7	202.0	5.31

注1：数値は、昨年の年収と自己啓発予算額の両方を回答した者を母数としている。

注2：「自己啓発予算比率」(c) = 「自己啓発予算額」(b) / 「昨年の年収」(a)

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究
— 個人の職業能力開発行動からみる —』、p78 より抜粋

このうち個人が過去 1 年間に能力開発活動（研修あるいは自己啓発）のために負担した費用総額を**図表 4-3-3**でみると、能力開発活動を行っていない者も含めた全就業者では平均で 33.1 千円であり、自営・自由業は 65.6 千円で最も高く、正社員は 33.0 千円、非正社員は 12.6 千円である。つぎに、実際に能力開発行動を行ったものについて、**図表 4-3-4**に整理してある自己負担費用の投資割合（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）でみると、就業者の平均は 29.3%であり、雇用・就業形態別には自営・自由業は 34.7%、正社員は 29.3%、非正社員は 19.5%である。また、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、自営・自由業は 1.78%、非正社員は 0.96%、正社員は 0.65%である。

以上のことから、「金」の面からみると、自営・自由業は他の雇用・就業形態と比べて使用額、投資比率のいずれにおいても上回る水準にあり、より多くの資金を能力開発に投資していることがわかる。これに次いで使用額、投資比率ともに多いのは正社員であり、非正社員を上回る水準にある。しかしながら両者を比較すると、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。

図表 4-3-3 過去 1 年間に研修や自己啓発のために使った費用

		有効回答数	平均値 (千円)	標準偏差
【全 体】		4,294	33.1	103.8
雇用・就 業形態 別の特 徴	【雇用・就業形態】 正社員	2,899	33.0	102.9
	非正社員	851	12.6	49.5
	自由業・自営業	544	65.6	152.0

注) 費用額の算定に当たっては、「研修や自己啓発」を行っていない者は 0 円として計算している。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p96 より抜粋

図表 4-3-4 過去 1 年間に研修や自己啓発のために使った費用

		有効回答数	使える金額	使った金額	投資率 (費用)
			平均値 (千円)	平均値 (千円)	平均値(%)
【全 体】		3,960	120.5	35.3	29.3
雇用・就 業形態 別の特 徴	【雇用・就業形態】 正社員	2,700	120.2	35.2	29.3
	非正社員	762	70.0	13.6	19.5
	自由業・自営業	498	199.2	69.2	34.7

注 1) 投資率 (費用) = 使った金額 / 使える金額 * 100

注 2) 投資比率を計算するために、「使えるお金」と「使ったお金」の両方に回答のあったデータのみを用いているので、図表 4-3-2 の「使えるお金」と図表 4-3-3 の「使ったお金」の額とは一致しない。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p97 より抜粋

イ 個人が活用する能力開発の「時間」

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、自営・自由業は 145.5 時間、正社員は 114.0 時間、非正社員は 103.2 時間である（図表 4-3-5 を参照）。このうち過去 1 年間に研修あるいは自己啓発のために投資した時間は全就業者で平均 47.9 時間であり、自営・自由業が 70.8 時間と非常に長い。正社員は 49.6 時間、非正社員は 27.4 時間である（図表 4-3-6 を参照）。

図表 4-3-5 自己啓発可能時間

		有効 回答数	自己啓発 可能時間 (時間)
【全 体】		3,945	115.8
雇用・就 業形態 別の特 徴	【雇用・就業形態】 正社員	2,696	114.0
	非正社員	761	103.2
	自由業・自営業	488	145.5

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p110 より抜粋

図表 4-3-6 を用いて、過去 1 年間に能力開発のために使った時間の構成をみると、研修は全就業者では平均 17.7 時間であり、雇用・就業形態別には、自営・自由業は 24.3 時間、正社員は 19.3 時間、非正社員は 8.0 時間である。自己啓発は全就業者で平均 30.2 時間、自営・自由業は 46.5 時間、正社員は 30.3 時間、非正社員は 19.4 時間である。以上の、研修と自己啓発を合わせた投資時間全体に占める自己啓発時間の比率（自己啓発時間比率）は全就業者では 63.1%、非正社員では 70.9%、自営・自由業では 65.7%、正社員では 61.1%となっており、非正社員が他の雇用・就業形態と比較して能力開発の場を自己啓発に頼っている様子がうかがえる。

図表 4-3-6 過去 1 年間に研修や自己啓発のために使った時間

		有効回答数	研修	自己啓発	合計	自己啓発比率
			平均値 (時間)	平均値 (時間)	平均値 (時間)	平均値(%)
【全 体】		4,177	17.7	30.2	47.9	63.1
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】					
	正社員	2,811	19.3	30.3	49.6	61.1
	非正社員	838	8.0	19.4	27.4	70.9
	自由業・自営業	528	24.3	46.5	70.8	65.7

注 1) 研修時間数と自己啓発時間数の合計を計算するため、両者を回答した場合のみを母数としている。

注 2) 自己啓発比率 = 自己啓発に投資した時間 / 研修・自己啓発に投資した時間 * 100

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p110 より抜粋

さらに、自己啓発に投資できる時間に対する自己啓発時間の割合（時間の投資比率）は全就業者 28.4%、自営・自由業は 34.7%、正社員は 28.7%、非正社員は 21.2%である（図表 4-3-7 を参照）。

図表 4-3-7 自己啓発可能時間に占める投資した時間

		有効回答数	使える時間	使った時間	投資率
			平均値 (時間)	平均値 (時間)	平均値(%)
【全 体】		3,857	115.6	32.8	28.4
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,635	113.9	32.7	28.7
	非正社員	746	102.7	21.8	21.2
	自由業・自営業	476	144.7	50.2	34.7

注 1) 投資率を計算するため、自己啓発可能時間と自己啓発時間数の両者を回答した場合のみを母数としている。したがって、図表 4-3-5 「自己啓発可能時間」および図表 4-3-6 「使った時間」の値とは異なっている。

注 2) 投資率（時間） = 使った時間 / 使える時間 * 100

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p106 より抜粋

こうしたことから、時間の面からみると、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、自営・自由業が最も高い水準にあり、次いで正社員が非正社員を上回る水準にある。

正社員と非正社員とを比較すると、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うという傾向がみられる。したがって「金」と「時間」からみた場合、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という観点からみると、非正社員の方が正社員以上に能力開発に積極的に取り組んでいる様子が見えてくる。

（２）勤務先から得られるサポート

ア 勤務先の支援

このような学習環境の中で、自営・自由業以外の雇用者（正社員と非正社員）は実際にどのようなサポートを勤務先から得ているのだろうか。

まず、勤務先の支援についてであるが、会社や職場等で行われる主な教育訓練には、「仕事を離れて行う教育訓練（Off-JT）」と「仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練（OJT）」の２つのタイプがあるが、これらはどの程度「計画的」に行われているのかを計画実施指数²を用いてみてみよう（図表 4-3-8 を参照）。「仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練」は正社員で 2.19 に対し、非正社員は 1.87 である。「仕事を離れて行う教育訓練」は正社員が 2.49 に対して、非正社員は 2.34 である。このことから、正社員は非正社員に比べて、勤務先から計画的な教育訓練が提供されていることがわかる。また、個人が社外で自己啓発を行うことに対して、①会社等³の勤務先、②直属の上司、③職場の同僚が、それぞれどの程度協力的であるかを、協力度指数⁴でみると、正社員は会社等が 2.71、直属上司が 2.76、職場の先輩や同僚が 2.79 に対して、非正社員は会社等が 2.30、直属上司が 2.37、職場の先輩や同僚が 2.48 となっており、能力開発に関する会社等、直属上司、先輩・同僚による協力が正社員は非正社員よりも得られやすい体制のもとにある。

² 計画実施指数とは、①仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練と②仕事を離れて行う教育訓練について、それぞれ計画的に会社や上司等が行われているかについて、「そう思う」を 4 点、「ややそう思う」を 3 点、「あまりそう思わない」を 2 点、「そう思わない」を 1 点とし、その合計を（母数－無回答）で除した値である。この値が大きいほど、教育訓練が計画的に行われていることを示している。

³ 今回の調査対象業種は、公務、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、卸・小売業、金融・保険・不動産業、飲食・宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業、その他の計 13 業種のため、これらの総称として「会社等」を用いることとする。

⁴ 協力度指数とは、個人が社外で自己啓発を行うことに対して、①会社等の勤務先、②直属の上司、③職場の同僚が、それぞれどの程度協力的であるかを、「協力的である」を 4 点、「やや協力的である」を 3 点、「あまり協力的でない」を 2 点、「協力的でない」を 1 点とし、その合計を（母数－無回答）で除した値である。この値が大きいほど、協力的であることを示している。

図表 4-3-8 計画的な教育訓練の実施状況と社外での自己啓発に対する協力度

	TOTAL	計画的な教育訓練の実施状況 (計画実施指数)		社外での自己啓発に対する協力度 (協力度指数)		
		仕事を離れて行う教育訓練	仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練	会社等	上司	職場の先輩や同僚
【全体】	3,858	2.12	2.46	2.63	2.67	2.72
雇用・就業形態別の特徴						
【雇用・就業形態】 正社員	2,973	2.19	2.49	2.71	2.76	2.79
非正社員	885	1.87	2.34	2.30	2.37	2.48

注1) 能力伝達度指数 = (「そう思う」×4点 + 「ややそう思う」×3点 + 「あまりそう思わない」×2点 + 「そう思わない」×1点) / (母数 - 無回答)。なお、値が大きいほど、教育訓練が「計画的」に行われていることを示す。

注2) 協力度指数 = (「協力的である」×4点 + 「やや協力的である」×3点 + 「あまり協力的ではない」×2点 + 「協力的ではない」×1点) / (母数 - 無回答)。なお、値が大きいほど、協力的であることを示す。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p57. p83 より抜粋

イ 残業の状況

つづいて残業の状況についてみる。これは、①残業時間は、個人が自己啓発に配分できる時間を制約する、②突発的な残業の発生は、社外学習の受講機会等を制約することになると考えられるためである。図表 4-3-9 に整理してある残業の状況についてみると、残業していると回答した者は正社員が 70.2% に対して非正社員では 29.7% と低く、さらに 1 週間当たりの残業時間は、正社員が 9.9 時間に対して非正社員は 5.2 時間となっている。つまり、正社員は非正社員と比較すると残業している者の割合が非常に多く、さらに残業時間も非正社員を大きく上回っている。また、突発的な残業の発生について、突発残業発生指数⁵を用いてみると、正社員 3.07 に対して、非正社員と 2.91 となっており、突発的な残業の頻度は非正社員に比べて正社員で多くなっている。

⁵ 突発残業発生指数とは、通常残業している人に対して、突発的な残業がどの程度の頻度であるのかについて、「頻繁にある」を 4 点、「ある程度ある」を 3 点、「あまりない」を 2 点、「全くない」を 1 点として、その合計を (母数 - 無回答) で除した値である。この値が大きいほど、突発的な残業があることを示している。

図表 4-3-9 残業時間と突発的な残業の頻度

	TOTAL	残業実施率 (%)	残業の実施状況				
			有効回答数	1週間当たりの残業時間 (時間)	有効回答数	突発残業発生指数	
【全体】	3,858	60.9	2,248	9.4	2,306	3.05	
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】						
	正社員	2,973	70.2	1,999	9.9	2,047	3.07
	非正社員	885	29.7	249	5.2	259	2.91

注1) 残業実施率は「残業している」の値。

注2) 突発残業発生指数 = (「頻繁にある」×4点 + 「ある程度ある」×3点 + 「あまりない」×2点 + 「全くない」×1点) / (母数 - 無回答)。なお、値が大きいほど、突発的な残業が発生していることを示す。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p85 より抜粋

(3) 受講コース別能力開発活動

ア 社内講座

雇用・就業形態別にみた能力開発の内容について、「社内講座」、「社外講座」、「通信教育」、自主的な「勉強会・交流会」の4つをみる。まず過去3年間に「社内講座」を受講した人は33.0%であり、正社員 40.7%、自営・自由業 21.7%、非正社員 14.1%である(図表 4-3-10を参照)。受講したきっかけは、上司の指示によるもの(76.7%)が圧倒的に多く、特に非正社員は88.7%、正社員は77.3%となっている(図表 4-3-11を参照)。主催している組織をみると(自営・自由業は除く)、正社員は人事・教育部門(51.0%)と他の事業部(5.7%)で、非正社員は所属している部・事業部(23.7%)、所属している課(10.7%)、親会社・グループ会社等(16.9%)でそれぞれ多く、正社員に比べて非正社員は所属している部門での社内研修の受講が主であるといえよう(図表 4-3-12を参照)。前掲の図表 4-3-10をみると、受講したコース当たり延べ研修時間は平均 23.8 時間であり、正社員の 24.8 時間に対して、非正社員は 14.8 時間と短い。

図表 4-3-10 社内講座①

	TOTAL	受講の有無			
		ある	ない	無回答	
【全体】	4412	33.0	64.6	2.4	
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,973	40.7	57.2	2.1
	非正社員	885	14.1	82.3	3.6
	自由業・自営業	554	21.7	75.8	2.5

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p121 より抜粋

図表 4-3-11 社内講座②

	TOTAL	会社・上司等の指示による			コースあたりの延べ研修時間	
		はい	いいえ	無回答	平均(時間)	
【全体】	2562	76.7	21.8	1.5	23.8	
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】					
	正社員	2,162	77.3	21.2	1.5	24.8
	非正社員	177	88.7	9.0	2.3	14.8
	自由業・自営業	223	61.4	37.7	0.9	21.2

注) 社内講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p126、p130 より抜粋

図表 4-3-12 社内講座③

	TOTAL	開催組織						無回答	
		人事・教育部門	所属している部・事業部	所属している課	他の部・事業部	親会社・グループ会社等	その他		
【全体】	2339	49.6	17.3	4.1	5.3	12.9	8.9	1.8	
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】								
	正社員	2,162	51.0	16.7	3.6	5.7	12.5	8.6	1.8
	非正社員	177	32.8	23.7	10.7	0.6	16.9	12.4	2.8
	自由業・自営業	0							

注 1) 社内講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

注 2) 主催した組織は、正社員と非正社員のみに質問している

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p128 より抜粋

イ 社外講座

過去3年間に「社外講座」を受講した人は31.9%であり、正社員(36.6%)と自営・自由業(33.4%)の受講率が3割を超えているのに対して、非正社員(15.0%)は1割強に止まっている(図表4-3-13を参照)。受講するきっかけは上司の指示のよるものが46.8%であり、正社員は52.3%と非常に高いのに対して、自営・自由業は32.6%、非正社員は20.4%と低い(図表4-3-14を参照)。主催している組織について、図表4-3-15をみると、就業者全体で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・就業形態別にみると、正社員は設備機器メーカー等、民間教育訓練機関、公益法人で、非正社員は学校機関(専修・各種学校、大学等)と公共訓練機関で、自営・自由業は経営者団体で多い点に特徴がある。コースあたり延べ研修時間は全体平均32.2時間であり、非正社員が56.9時間に対して、正社員は30.0時間、自営・自由業は28.7時間となっている(前掲の図表4-3-14を参照)。

図表 4-3-13 社外講座①

		TOTAL	ある	ない	無回答
【全体】		4412	31.9	64.3	3.9
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,973	36.6	60.5	2.9
	非正社員	885	15.0	77.7	7.2
	自由業・自営業	554	33.4	62.8	3.8

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p136 より抜粋

図表 4-3-14 社外講座②

		TOTAL	会社・上司等の指示による			コースあたりの延べ研修時間
			はい	いいえ	無回答	平均(時間)
【全体】		1,992	46.8	51.4	1.8	32.2
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】					
	正社員	1,537	52.3	45.7	2.0	30.3
	非正社員	167	20.4	77.8	1.8	56.9
	自由業・自営業	288	32.6	66.7	0.7	28.7

注) 社外講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p141、p143 より抜粋

図表 4-3-15 社外講座③

		TOTAL	開催組織								
			設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修学校・各種学校	大学・大学院・短大・高等専門学校	公共職業訓練機関	その他	無回答
【全体】		1,992	10.7	30.2	24.9	9.2	3.4	3.0	3.6	13.0	2.0
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】										
	正社員	1,537	11.7	31.4	27.1	8.7	3.1	2.7	2.9	10.6	1.9
	非正社員	167	4.2	28.1	18.6	4.8	9.0	5.4	9.6	19.2	1.2
	自由業・自営業	288	9.4	25.0	16.7	14.6	2.1	3.1	3.8	22.2	3.1

注) 社外講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p143 より抜粋

ウ 通信教育

図表 4-3-16 をみると、過去 3 年間に「通信教育」を受講した就業者は 11.4%であり、正社員は 14.3%、自営・自由業は 6.9%、非正社員は 4.9%である。受講したきっかけは、上司の指示によるものが 27.8%であり、正社員で 29.3%と高く、非正社員で 16.3%と低い(図表 4-3-17 参照)。図表 4-3-18 に主催組織を整理したが、これによると民間教育訓練機関(54.7%)が最も多く、次いで公益法人(11.2%)となっている。雇用・就業形態別にみると、正社員は

社内、民間教育訓練機関、公益法人、大学等で、非正社員は親会社・グループ会社と専修・各種学校で、自営・自由業は民間教育訓練機関、経営者団体、公共職業訓練機関が多い。1コース当たりの延べ研修期間は就業者全体では平均6.4ヶ月であり、雇用・就業形態別には非正社員が8.1ヶ月で最も長く、正社員が6.1ヶ月と短い（前掲の図表4-3-17を参照）。

図表 4-3-16 通信教育①

		TOTAL	ある	ない	無回答
【全体】		4412	11.4	84.8	3.8
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,973	14.3	82.9	2.8
	非正社員	885	4.9	87.7	7.5
	自由業・自営業	554	6.9	89.9	3.2

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p152 より抜粋

図表 4-3-17 通信教育②

		TOTAL	会社・上司等の指示による			コースあたりの延べ研修時間
			はい	いいえ	無回答	平均(ヶ月)
【全体】		607	27.8	70.0	2.1	6.4
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】					
	正社員	516	29.3	68.8	1.9	6.1
	非正社員	49	16.3	79.6	4.1	8.1
	自由業・自営業	42	23.8	73.8	2.4	7.3

注) 社外講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p155、p158 より抜粋

図表 4-3-18 通信教育③

		TOTAL	開催組織								無回答	
			社内	親会社・グループ会社	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修学校・各種学校	大学・大学院・短大・高等専門	公共職業訓練機関		その他
【全体】		607	9.6	5.3	54.7	11.2	1.8	5.3	4.6	1.0	4.3	2.3
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】											
	正社員	516	10.3	4.5	55.2	12.0	1.6	4.7	5.0	0.4	3.9	2.5
	非正社員	49	6.1	14.3	46.9	8.2	2.0	12.2	2.0	2.0	6.1	0.0
	自由業・自営業	42	4.8	4.8	57.1	4.8	4.8	4.8	2.4	7.1	7.1	2.4

注) 社外講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p157 より抜粋

エ 勉強会・交流会

過去3年間に受講した社内外の自主的な「勉強会・交流会」を受講した就業者は24.9%で

あり、雇用・就業形態別には、自営・自由業が 36.6%と最も高く、正社員が 25.9%、非正社員が 14.2%で続いている（図表 4-3-19 を参照）。開催場所をみると、「社外」が 62.1%で最も多い。特に非正社員は社内で、自営・自由業は社外で多い傾向がある。延べ研修時間は就業者では平均 20.6 時間であり、雇用・就業形態別には、非正社員が 28.5 時間で最も長く、最も短いのは正社員で 18.7 時間であった。（図表 4-3-20 を参照）。

図表 4-3-19 勉強会・交流会①

		TOTAL	ある	ない	無回答
【全体】		4412	24.9	72.9	2.1
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】				
	正社員	2,973	25.9	72.3	1.8
	非正社員	885	14.2	82.4	3.4
	自由業・自営業	554	36.6	61.6	1.8

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p163 より抜粋

図表 4-3-20 勉強会・交流会②

		TOTAL	開催組織			コースあたりの延べ研修時間
			社内	社外	無回答	平均(時間)
【全体】		1454	35.9	62.1	2.0	20.6
雇用・就業形態別の特徴	【雇用・就業形態】					
	正社員	1,004	38.7	59.5	1.8	18.7
	非正社員	169	42.0	56.2	1.8	28.5
	自由業・自営業	281	22.1	75.1	2.8	22.6

注) 社外講座を受講したと回答した人のみを母数とする。

出所) 労働政策研究・研修機構 (2006) 『教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究—個人の職業能力開発行動からみる—』、p168、170 より抜粋

以上のことから、自営・自由業は正社員に次いで教育訓練機会が多い様子が見えてくる。また、正社員と非正社員とを比べると、全体的に能力開発活動への参加は正社員が積極的であるが、能力開発に参加する非正社員の行動は非常に特徴的である。具体的には、非正社員は「社内講座」に関しては受け身的（上司の指示）に行っており、受講者の研修時間も正社員の 6 割強に止まっている。ところが、「社外講座」、「通信教育」、自主的な「勉強会・交流会」については、非正社員の受講者は正社員と比較すると主体的に参加しており、研修時間（受講期間）も正社員よりかなり長くなっているのである。これは、社内講座は正社員を対象としているものが多く非正社員は受講の機会が少ないため、代わりにその他の講座・コースを非正社員が積極的に活用していると考えられる。また、非正社員が利用する外部教育訓練機関は、学校機関、公共訓練機関が主となっている。

3. 能力開発投資行動の規定要因分析のためのフレームと変数

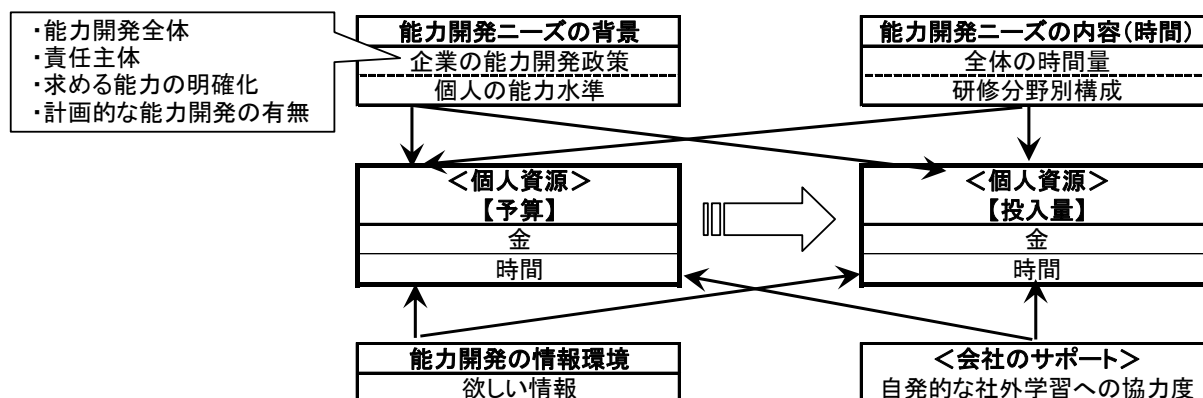
(1) 能力開発投資行動の規定要因分析のためのフレーム

能力開発には、仕事をしながら上司や先輩から受ける教育訓練（以下、OJT）と仕事から離れて受ける教育訓練（以下、Off-JT）の2つがある。さらに Off-JT は、会社等や上司からの指示によって受ける教育訓練（以下、研修）と、自発的に行う教育訓練（以下、自己啓発）に分けられるが、特に自己啓発に着目した。これは、前項でみて来た様に、研修については、会社の方針による影響が強く、個人の教育訓練方針の影響を受けにくいと考えられるからである。

個人の能力開発行動のための資源の決定には、①能力開発ニーズの背景、②能力開発の内容に対するニーズ、さらに計画実現の際の制約条件となる③会社のサポート（人事政策や上司・同僚の協力など、会社からどの程度支援を得られるか）、④能力開発を行うための情報環境の影響を受けると考えられる（図表 4-3-21 を参照）。

以下では、このフレームに沿って雇用・就業形態別に分析を行う。

図表 4-3-21 個人の資源量をみるためのフレームワーク



(2) 金と時間からみた資源に関わる変数

分析により説明される変数（被説明変数）としては、図表 4-3-22 に整理したように、まず「金」の場合、①個人の資源量にかかわる変数には、「1年間に自己啓発のために使える金（以下、自己啓発予算）」を、②その投下量には、「実際に投資した自己啓発費用（以下、自己啓発費用）」を、③その活用程度には、「自己啓発予算に占める自己啓発費用の割合（以下、金の投資比率）」を、それぞれ変数として用いた。なお、実際に使用した金額については、主な使途は自己啓発であるが、一部研修に使用した費用も含まれている。

つづいて「時間」については、①個人の資源量にかかわる変数としては、「自己啓発のために使える年間の時間（以下、自己啓発可能時間）」を、②その投下量には、「1年間に実際に費やした自己啓発時間（以下、自己啓発使用時間）」を、③活用の程度には、「自己啓発可能時間に占める自己啓発使用時間の割合（以下、時間の投資比率）」を変数として用いた。

(3) 金からみた資源の規定要因

金からみた資源を説明する変数（説明変数）として、「個人の資源量をみるフレームワーク」（前掲の図表 4-3-21 を参照）をもとに、次の変数を用意した。

図表 4-3-22 資源量・投下量・活用度をみるための変数

量と活用度(被説明変数)										
金 時間	資源量		投下量	活用度						
	自己啓発予算 自己啓発可能時間		自己啓発費用 自己啓発使用時間	金の投資比率 時間の投資比率						
決定要因(説明変数)										
金	資源量			投下量・活用度						
		正	非 自		正	非 自				
個人属性	性別	○	○	○	性別	○	○	○		
	学歴	○	○	○	学歴	○	○	○		
	転職経験	○	○	○	転職経験	○	○	○		
	昨年の年収	○	○	○	昨年の年収	○	○	○		
	自己啓発可能時間	○	○	○	自己啓発予算	○	○	○		
	業種	○	○	○	自己啓発可能時間	○	○	○		
	従業員数	○	○	○	業種	○	○	○		
	会社での地位	○	○	○	従業員数	○	○	○		
	働き方	○	○	○	会社での地位	○	○	○		
	開業年数	○	○	○	働き方	○	○	○		
	設立形態	○	○	○	開業年数	○	○	○		
	職種	○	○	○	設立形態	○	○	○		
残業時間	○	○	○	職種	○	○	○			
残業時間	○	○	○	残業時間	○	○	○			
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	○	○	○	求められている能力に対する現在のレベル	○	○	○	
		今後の働き方	○	○	○	今後の働き方	○	○	○	
		正社員への希望	○	○	○	正社員への希望	○	○	○	
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	○	○	○	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	○	○	○	
		資格修得時間の今後の方針	○	○	○	資格修得時間の今後の方針	○	○	○	
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	○	○	○	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	○	○	○	
	サポート	教育訓練	「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針	○	○	○	「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針	○	○	○
			選抜型の教育を重視	○	○	○	選抜型の教育を重視	○	○	○
			教育訓練の責任主体は会社にある	○	○	○	教育訓練の責任主体は会社にある	○	○	○
		その他	求める能力の伝達	○	○	○	求める能力の伝達	○	○	○
			計画的Off-JTの実施状況	○	○	○	計画的Off-JTの実施状況	○	○	○
			社外での自己啓発への上司の協力度	○	○	○	社外での自己啓発への上司の協力度	○	○	○
情報環境	教育訓練機関を利用する際に重視する情報(研修費用、費用補助の有無)	○	○	○	教育訓練機関を利用する際に重視する情報(研修費用、費用補助の有無)	○	○	○		
時間	個人属性	性別	○	○	○	性別	○	○	○	
		学歴	○	○	○	学歴	○	○	○	
		転職経験	○	○	○	転職経験	○	○	○	
		昨年の年収	○	○	○	昨年の年収	○	○	○	
		自己啓発予算	○	○	○	自己啓発予算	○	○	○	
		業種	○	○	○	自己啓発可能時間	○	○	○	
		従業員数	○	○	○	業種	○	○	○	
		会社での地位	○	○	○	従業員数	○	○	○	
		働き方	○	○	○	会社での地位	○	○	○	
		開業年数	○	○	○	働き方	○	○	○	
		設立形態	○	○	○	開業年数	○	○	○	
		職種	○	○	○	設立形態	○	○	○	
残業時間	○	○	○	職種	○	○	○			
残業時間	○	○	○	残業時間	○	○	○			
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	○	○	○	求められている能力に対する現在のレベル	○	○	○	
		今後の働き方	○	○	○	今後の働き方	○	○	○	
		正社員への希望	○	○	○	正社員への希望	○	○	○	
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	○	○	○	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	○	○	○	
		資格修得時間の今後の方針	○	○	○	資格修得時間の今後の方針	○	○	○	
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	○	○	○	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	○	○	○	
	サポート	教育訓練	「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針	○	○	○	「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針	○	○	○
			選抜型の教育を重視	○	○	○	選抜型の教育を重視	○	○	○
			教育訓練の責任主体は会社にある	○	○	○	教育訓練の責任主体は会社にある	○	○	○
		その他	求める能力の伝達	○	○	○	求める能力の伝達	○	○	○
			計画的Off-JTの実施状況	○	○	○	計画的Off-JTの実施状況	○	○	○
			社外での自己啓発への上司の協力度	○	○	○	社外での自己啓発への上司の協力度	○	○	○
情報環境	教育訓練機関を利用する際に重視する情報(研修の時間帯、研修の時間数や期間)	○	○	○	教育訓練機関を利用する際に重視する情報(研修の時間帯、研修の時間数や期間)	○	○	○		

ア 正社員について

(ア) 自己啓発予算の規定要因

自己啓発予算の説明変数として、正社員の分析には以下を用いる（図表 4-3-2 を参照）。

能力開発ニーズの背景からは、①求められている能力に対する現在のレベル⁶、②今後の働き方⁷の 2 変数、能力開発の内容に対するニーズからは、①「研修や自己啓発」の時間の今後の方針⁸、②資格修得時間の今後の方針⁹、③社外の長期教育訓練コースへのニーズ¹⁰の 3 変数、会社のサポートからは、①選抜型の教育を重視¹¹、②教育訓練の責任主体は会社にある¹²、③会社等が求める能力を個人に知らせているか¹³（以下、求める能力の伝達）、④計画的 Off-JT の実施状況¹⁴、⑤社外での自己啓発への上司の協力度¹⁵の 5 変数、情報環境からは、①教育訓練機関を利用する際に重視する研修費用の情報¹⁶、②教育訓練機関を利用する際に重視する費用補助の有無の情報¹⁷の 2 変数である。さらに、個人属性として、①性別¹⁸、②学歴¹⁹、③転職経験²⁰、④年収、⑤「自己啓発」に使える時間、⑥業種²¹、⑦従業員数、⑧会社での地位

⁶ 会社等や上司から求められている能力を 100 とした場合に、回答者個人が現在どの程度のレベルにあるかを指数で回答してもらった値である。したがって、回答者が「現在の自身の能力が会社等から求められている能力よりも高い」と考えている場合には、この指数は 100 を超える値をとることもある。

⁷ 今後の働き方への希望については、転職、起業・家業を継ぐ、特に考えていない、その他、の 4 つのダミー変数を用い、対象グループには「現在の企業に勤め続ける」を用いた。

⁸ 今後、研修や自己啓発のための時間をどの程度増やしたいと思うかについて「増やしたい」から「減らしたい」まで 5 段階でたずね、それぞれを 5 点～1 点とした。

⁹ 今後、資格取得のための時間をどの程度増やしたいと考えているかを、「増やしたい」から「減らしたい」までを 5 段階でたずね、それぞれ 5 点～1 点とした。

¹⁰ 今後、夜間大学院等の社外での長期教育訓練コースの受講を規模しているかについて、「そう思う」から「そう思わない」まで 4 段階でたずね、それぞれ 4 点～1 点とした。

¹¹ 「優秀な社員・職員を選抜していくような教育訓練を重視している (A)」と「社員・職員全体の底上げをするような教育訓練を重視している (B)」とを比較し、教育訓練全体についての会社等の方針がどちらに近いかをたずね、を「A である」を 4 点、「どちらかといえば A に近い」を 3 点、「どちらかといえば B に近い」を 2 点、「B である」を 1 点とした。

¹² 「社員・職員の教育訓練を行うのは会社等の責任としている (A)」と「教育訓練に責任を持つのは、社員・職員個人としている (B)」を比較し、教育訓練全体についての会社等の方針がどちらに近いかをたずね、「A である」を 4 点、「どちらかといえば A に近い」を 3 点、「どちらかといえば B に近い」を 2 点、「B である」を 1 点とした。

¹³ 会社等・上司は、回答者個人に求める能力を十分に知らせていると思うかについて、「そう思う」から「そう思わない」まで 4 段階で回答してもらい、それぞれに 4 点～1 点を与えた。

¹⁴ 会社等や上司は、仕事を離れて受ける教育訓練を計画的に行っているかについて、「そう思う」から「そう思わない」まで 4 段階でたずね、それぞれを 4 点～1 点とした。

¹⁵ 回答者個人が社外で自己啓発を行うことについて、上司はどの程度協力的かについて「協力的である」から「協力的ではない」まで 4 段階で回答してもらい、それぞれに 4 点～1 点を与えた。

¹⁶ 仮に社外の教育訓練機関を利用する場合、研修費用に関する情報をどの程度重視するかを、「重視する」から「重視しない」までの 4 段階でたずね、それぞれ 4 点～1 点とした。

¹⁷ 仮に社外の教育訓練機関を利用する場合、費用補助の有無に関する情報をどの程度重視するかを、「重視する」から「重視しない」までの 4 段階でたずね、それぞれ 4 点～1 点とした。

¹⁸ 性別については、男性をダミー変数とした。

¹⁹ 学歴については、専修・短大卒、大学・大学院卒の 2 つのダミー変数を用いた。対象グループには中・高・高専卒を用いた。

²⁰ 転職経験については、転職経験有りをダミー変数とした。対象グループには転職経験無しを用いた。

²¹ 業種については、建設業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、卸・小売業、金融・保険・不動産業、飲食・宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業、その他の 11 のダミー変数を用いた。対象グループは製造業を用いた。なお、公務は分析から除外している。

22、⑨職種²³、⑩残業時間の10変数を用意した。

(イ) 自己啓発費用、金の投資比率の規定要因

つづいて、自己啓発費用を説明する変数として、上記の資源量で用いた説明変数のほか、能力開発の内容に対するニーズとして、「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針²⁴を、個人属性として、「自己啓発」に使えるお金をそれぞれ追加した。金の投資比率についても同様とした。

イ 非正社員について

非正社員の自己啓発予算の説明変数は、正社員と基本的には同様であるが、一部異なるため、それについて補足しておく。まず、能力開発ニーズである「今後の働き方」の代わりに、正社員への希望の有無をダミー変数とした。また、会社のサポートについては、企業の教育訓練方針である「選抜型の教育を重視」と「教育訓練の責任主体は企業である」については、非正社員には直接関係のない項目であるため除いた。これは、自己啓発費用および金の投資比率の説明変数においても同様である。

個人属性には、正社員の分析で用いる「転職経験の有無」、「会社での地位」の2変数にかわり、「現在の働き方²⁵」を変数として採用した。

ウ 自営・自由業について

自営・自由業の自己啓発予算の説明変数は、能力開発ニーズの背景と会社のサポートに関わるデータがないため、変数から除外した。個人属性では、正社員では影響があると考えられた転職経験、会社での地位、職種、残業時間を除き、代わりに、会社の設立形態²⁶と開業年数を変数に加えた。これらは、自己啓発費用、金の投資比率それぞれの分析でも同様である。

(4) 時間からみた資源の規定要因

時間からみた資源を説明する変数（説明変数）としては、「個人の資源量をみるフレーム

²² 「会社での地位」は一般職（高卒初任格付け）レベルから経営者・役員レベルまでを11ランクにわけ、そのランクを数量データとして採用した。個人属性に「勤続年数」があったが、「会社での地位」と相関が高かったため、不採用としている。

²³ 職種については、事務職、営業・販売職、サービス職、現業職、その他の5つのダミー変数を用いた。対象グループには専門・技術職を用いた。

²⁴ 今後研修や自己啓発を行う場合、ビジネスの基礎知識、マネジメント、専門知識・技術・技能、語学、コンピューターの知識の5つの分野それぞれについて、どの程度時間を増やしたいと考えているかを「増やしたい」から「減らしたい」までの5段階でたずね、それぞれに5点～1点を与えた。

²⁵ 現在の働き方については、契約社員、準社員、嘱託社員、アルバイト、その他、の5つのダミー変数を用い、対象グループは「パートタイマー」とした。

²⁶ 会社の設立形態については、家業を引き継いだ、親会社からの分離独立、その他の設立形態の3つのダミー変数を用い、対象グループは「独立開業した」とした。

ワーク」(前掲の図表 4-3-21 を参照) をもとに、次の変数を用意した。

ア 正社員について

(ア) 自己啓発可能時間の規定要因

自己啓発可能時間の説明変数として、正社員の分析には以下を用いる(図表 4-3-2 を参照)。

おおむね自己啓発予算の分析と同様のものを用いるが、情報環境では、金に関連した情報に代わり時間に関連した情報として、①教育訓練機関を利用する際に重視する研修の時間帯の情報²⁷、②教育訓練機関を利用する際に重視する研修の時間数や期間の情報²⁸の2変数を用意する。また、個人属性として、「自己啓発」に使えるお金を追加した。

(イ) 自己啓発使用時間、時間の投資比率の規定要因

つぎに、自己啓発使用時間を説明する変数として、上記の資源量で用いた説明変数のほか、能力開発の内容に対するニーズとして、「研修や自己啓発」時間における分野別の今後の方針を、個人属性として、「自己啓発」に使える時間をそれぞれ追加した。時間の投資比率についても同様である。

イ 非正社員について

非正社員の自己啓発可能時間、自己啓発使用時間、時間の投資比率の説明変数については、基本的には正社員と同様であり、一部異なる変数としては、非正社員の金からみた資源の説明変数に準じている。

ウ 自営・自由業について

自営・自由業の自己啓発可能時間、自己啓発使用時間、時間の投資比率の説明変数は、基本的には正社員と同様であり、一部異なる変数としては、自営・自由業における金からみた資源の説明変数に準じている。

4. 正社員の能力開発投資行動の規定要因

(1) 金からみた資源の規定要因

ア 自己啓発予算

正社員の自己啓発予算は何によって規定されるのだろうか。図表 4-3-23 が重回帰分析の結果である。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、以下の7変数である。まず能力開発ニーズの背景では、「転職希望」、「起業・家業を継ぐ」、「今後の働き方は特に考え

²⁷ 仮に社外の教育訓練機関を利用する場合、研修の時間帯に関する情報をどの程度重視するかを、「重視する」から「重視しない」までの4段階でたずね、それぞれ4点～1点とした。

²⁸ 仮に社外の教育訓練機関を利用する場合、研修の時間数や期間に関する情報をどの程度重視するかを、「重視する」から「重視しない」までの4段階でたずね、それぞれ4点～1点とした。

ていない」、「その他（今後の働き方）」、会社のサポートでは「選抜型の教育を重視」、「社外での自己啓発への上司の協力度」、情報環境では、「研修費用」である。これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発の内容に対するニーズでは「研修や自己啓発」の時間の今後の方針」、「資格修得時間の今後の方針」、会社のサポートでは「計画的 Off-JT の実施状況」の3変数が有意である。

図表 4-3-23 自己啓発予算の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	-0.092	-3.525	***	
	専修・短大卒ダミー	-0.026	-1.076		
	大学・大学院卒ダミー	0.044	1.690	*	
	転職経験有りダミー	0.020	0.890		
	昨年の年収	0.325	11.919	***	
	自己啓発可能時間	0.240	11.684	***	
	(業種)建設業ダミー	0.007	0.295		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.027	-1.288		
	(業種)情報通信業ダミー	0.014	0.625		
	(業種)運輸業ダミー	0.000	0.022		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.033	1.364		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.025	1.052		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.009	0.421		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.060	2.464	***	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.023	1.035		
	(業種)サービス業ダミー	0.026	1.052		
	(業種)その他ダミー	0.021	0.944		
	従業員数	-0.078	-3.219	***	
	会社での地位	-0.021	-0.851		
	(職種)事務職ダミー	0.019	0.748		
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.033	-1.346		
	(職種)サービス職ダミー	0.029	1.283		
	(職種)現業職ダミー	0.031	1.272		
(職種)その他ダミー	0.028	1.319			
残業時間	0.055	2.499	***		
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	-0.003	-0.140	
		(今後の働き方)転職希望ダミー	0.065	2.946	***
		(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.046	2.168	**
		(今後の働き方)特に考えていないダミー	0.046	2.044	**
		(今後の働き方)その他ダミー	0.058	2.810	***
内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.040	1.567	*	
	資格修得時間の今後の方針	0.040	1.563	*	
	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.021	0.939		
会社のサポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	0.054	2.684	***
		教育訓練の責任主体は会社にある	-0.002	-0.088	
	その他	求める能力の伝達	0.031	1.345	
		計画的Off-JTの実施状況	0.039	1.659	*
情報環境		社外での自己啓発への上司の協力度	0.062	2.792	***
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	-0.066	-2.599	***
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.015	-0.612	
		サンプル数	2075		
		調整済みR ²	0.195		
		F値	13.586	***	

注) ***1%有意、**5%有意、*10%有意

個人属性では、5%水準でみると、「性別」、「昨年の年収」、「自己啓発可能時間」、「医療・福祉」、「従業員数」、「残業時間」の6変数で有意である。10%有意に水準を落とすと、さらに「大学・大学院卒」が加わる。

このうち、情報環境の「研修費用」、個人属性の「性別」「従業員数」では負の影響がみられることから、教育訓練機関を利用する際に研修費用に関する情報を重視する人ほど、男性であるほど、従業員規模が大きくなるほど、自己啓発予算は減少している。これに対して、

個人属性の「昨年の年収」、「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、昨年の年収が高い人ほど、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、自己啓発予算が大きくなる傾向にある。

イ 自己啓発費用

続いて、正社員の自己啓発費用の規定要因をみる。図表 4-3-24 は自己啓発費用の変化についての重回帰分析結果である。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発ニーズの背景である「起業・家業を継ぐ」「その他（今後の働き方）」の2変数である。これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発ニーズの背景である「今後の働き方は

図表 4-3-24 自己啓発費用の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	-0.016	-0.595		
	専修・短大卒ダミー	-0.020	-0.804		
	大学・大学院卒ダミー	0.017	0.634		
	転職経験有りダミー	0.005	0.225		
	昨年の年収	0.000	-0.015		
	自己啓発予算	0.321	13.974 ***		
	自己啓発可能時間	0.084	3.846 ***		
	(業種)建設業ダミー	0.009	0.376		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.019	0.895		
	(業種)情報通信業ダミー	0.024	1.043		
	(業種)運輸業ダミー	0.010	0.423		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.081	3.261 ***		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.022	0.910		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.024	1.133		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.082	3.248 ***		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.089	3.948 ***		
	(業種)サービス業ダミー	0.002	0.096		
	(業種)その他ダミー	-0.015	-0.649		
	従業員数	-0.028	-1.138		
	会社での地位	0.043	1.736 *		
	(職種)事務職ダミー	-0.003	-0.125		
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.040	-1.560 *		
	(職種)サービス職ダミー	0.001	0.055		
(職種)現業職ダミー	0.004	0.149			
(職種)その他ダミー	0.030	1.376			
残業時間	0.064	2.802 ***			
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	-0.002	-0.111	
		(今後の働き方)転職希望ダミー	0.023	0.986	
		(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.063	2.886 ***	
		(今後の働き方)特に考えていないダミー	-0.034	-1.466 *	
		(今後の働き方)その他ダミー	0.057	2.635 ***	
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.027	0.972	
		資格取得時間の今後の方針	-0.032	-1.127	
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.032	1.361	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	-0.020	-0.740	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	-0.020	-0.711	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	-0.032	-1.146			
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	0.025	1.009			
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	0.011	0.443			
サポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	0.037	1.785 *	
		教育訓練の責任主体は会社にある	-0.014	-0.609	
	その他	求める能力の伝達	-0.017	-0.720	
		計画的Off-JTの実施状況	0.023	0.970	
情報環境	社外での自己啓発への上司の協力度	0.043	1.850 *		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	-0.017	-0.639		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	0.000	0.000		
		サンプル数	1985		
		調整済みR ²	0.185		
		F値	10.765	***	

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

特に考えていない」、会社のサポートである「選抜型の教育を重視」、「社外での自己啓発への上司の協力度」の3変数で有意である。

個人属性では、5%水準でみると、「自己啓発予算」、「自己啓発可能時間」、「卸・小売業」、「医療・福祉」、「教育・学習支援業」、「残業時間」の6変数で有意となる。これを10%有意にまで水準を落とすと、「会社での地位」、「営業・販売職」で有意となる。

このうち、個人属性の「営業・販売職」では負の影響がみられることから、専門職よりも営業・販売職では自己啓発費用は減少している。一方、個人属性の「自己啓発予算」で正の影響が大きく、自己啓発に使える金を多く確保している人ほど、実際に自己啓発に使用した費用が高くなる傾向にある。

ウ 金の投資比率

最後に、正社員の金の投資比率の規定要因をみる。図表 4-3-25 は自己啓発費用の変化についての重回帰分析の結果である。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発ニーズの背景である「求められている能力に対する現在のレベル」「今後の働き方は特に考えていない」の2変数である。これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発ニーズの背景である「起業・家業を継ぐ」、今後の働き方の内容である「研修や自己啓発」の時間の今後の方針、「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、会社のサポートである「教育訓練の責任主体は会社にある」で有意となる

個人属性では、5%水準でみると、「自己啓発予算」、「自己啓発可能時間」、「医療・福祉」、「教育・学習支援業」で有意である。10%水準では「卸・小売業」、「残業時間」で有意となる。このうち、個人属性の「自己啓発予算」では負の影響がみられることから、自己啓発に使える金を多く確保している人ほど、金の投資比率は減少する。

(2) 時間からみた資源の規定要因

ア 自己啓発可能時間

ここでは、時間からみた資源についての規定要因をみる。はじめに、図表 4-3-26 に正社員の自己啓発可能時間の重回帰分析の結果をまとめた。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、以下の4変数である。能力開発ニーズの背景である「起業・家業を継ぐ」、能力開発の内容に対するニーズである「研修や自己啓発」の時間の今後の方針、会社のサポートである「教育訓練の責任主体は会社にある」、「社外での自己啓発への上司の協力度」である。これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発ニーズの背景では「転職希望」、能力開発の内容に対するニーズでは「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、会社のサポートでは「選抜型の教育を重視」の3変数が有意である。

図表 4-3-25 金の投資比率の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	-0.030	-0.965	
	専修・短大卒ダミー	-0.011	-0.373	
	大学・大学院卒ダミー	0.031	0.991	
	転職経験有りダミー	0.020	0.779	
	昨年の年収	-0.027	-0.796	
	自己啓発予算	-0.067	-2.584 ***	
	自己啓発可能時間	0.076	3.099 ***	
	(業種)建設業ダミー	0.030	1.144	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.009	0.365	
	(業種)情報通信業ダミー	0.038	1.423	
	(業種)運輸業ダミー	0.009	0.334	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.045	1.611 *	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.014	0.522	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.008	0.313	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.122	4.215 ***	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.087	3.359 ***	
	(業種)サービス業ダミー	-0.018	-0.636	
	(業種)その他ダミー	0.005	0.194	
	従業員数	0.019	0.675	
	会社での地位	0.026	0.917	
	(職種)事務職ダミー	-0.003	-0.108	
	(職種)営業・販売職ダミー	0.004	0.129	
	(職種)サービス職ダミー	0.028	1.058	
(職種)現業職ダミー	0.009	0.321		
(職種)その他ダミー	-0.010	-0.392		
残業時間	0.045	1.723 *		
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	0.073	2.951 ***
		(今後の働き方)転職希望ダミー	0.036	1.364
		(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.036	1.473 *
		(今後の働き方)特に考えていないダミー	-0.057	-2.145 **
		(今後の働き方)その他ダミー	-0.001	-0.040
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	-0.052	-1.682 *
		資格取得時間の今後の方針	0.011	0.369
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.046	1.753 *
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	-0.040	-1.360
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	0.003	0.096
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.042	1.364		
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.018	-0.639		
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.020	-0.726		
会社のサポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	-0.008	-0.322
		教育訓練の責任主体は会社にある	-0.047	-1.840 *
	その他	求める能力の伝達	0.027	1.020
		計画的Off-JTの実施状況	0.028	1.021
情報環境		社外での自己啓発への上司の協力度	0.026	1.011
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	0.009	0.300
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.018	-0.619
		サンプル数	1795	
		調整済みR ²	0.035	
		F値	2.421	***

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

個人属性では、5%水準でみると、「性別」、「大学・大学院卒」、「自己啓発予算」、「運輸業」、「営業・販売職」、「現業職」、「残業時間」の7変数で有意である。10%有意に水準を落とすと、さらに「従業員数」が加わる。

このうち、個人属性の「営業・販売職」、「現業職」、「残業時間」、会社のサポートである「選抜型の教育を重視」「教育訓練の責任主体は会社にある」では負の影響がみられることから、営業販売職または現業職に従事している人ほど、残業時間が長い人ほど、会社が選抜型の教育を重視しているほど、企業が教育訓練の責任主体は会社だとしているほど、自己啓発可能時間は減少している。これに対して、個人属性の「自己啓発予算」、能力開発ニーズの「「研修や自己啓発」の時間の今後の方針」で正の影響が大きく、自己啓発に使える金を多く確保

する人ほど、研修や自己啓発の時間を今後増やしたいと考えている人ほど、自己啓発可能時間が長くなる傾向にある。

図表 4-3-26 自己啓発可能時間の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	0.058	2.129	**	
	専修・短大卒ダミー	-0.001	-0.049		
	大学・大学院卒ダミー	0.076	2.780	***	
	転職経験有りダミー	-0.012	-0.530		
	昨年の年収	-0.031	-1.067		
	自己啓発予算	0.261	11.658	***	
	(業種)建設業ダミー	0.023	0.986		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.006	-0.270		
	(業種)情報通信業ダミー	0.012	0.523		
	(業種)運輸業ダミー	0.045	1.965	**	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.010	0.410		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.015	0.630		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.010	-0.461		
	(業種)医療・福祉ダミー	-0.004	-0.154		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.024	1.049		
	(業種)サービス業ダミー	0.029	1.131		
	(業種)その他ダミー	0.002	0.070		
	従業員数	0.039	1.561	*	
	会社での地位	-0.003	-0.112		
	(職種)事務職ダミー	0.002	0.075		
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.051	-1.981	**	
	(職種)サービス職ダミー	0.010	0.413		
	(職種)現業職ダミー	-0.056	-2.210	**	
	(職種)その他ダミー	-0.024	-1.098		
	残業時間	-0.060	-2.614	***	
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	0.026	1.188	
		(今後の働き方)転職希望ダミー	0.038	1.651	*
		(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.047	2.150	**
		(今後の働き方)特に考えていないダミー	0.007	0.311	
		(今後の働き方)その他ダミー	0.005	0.209	
内容	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	0.097	3.617	***	
	資格修得時間の今後の方針	-0.010	-0.373		
	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.036	1.520	*	
会社のサポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	-0.031	-1.477	*
		教育訓練の責任主体は会社にある	-0.052	-2.327	**
	その他	求める能力の伝達	-0.025	-1.057	
		計画的Off-JTの実施状況	0.013	0.519	
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	0.044	1.271		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	-0.036	-1.037		
		サンプル数	2076		
		調整済みR ²	0.121		
		F値	8.148	***	

イ 自己啓発使用時間

続いて、正社員の自己啓発可能時間の規定要因をみる（図表 4-3-27 を参照）。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発ニーズの背景である「求められている能力に対する現在のレベル」、「起業・家業を継ぐ」、能力開発の内容に対するニーズである「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）コンピューターの知識」、会社のサポートである「社外での自己啓発への上司の協力度」の5変数である。これを10%水準にまで下げると、研修ニーズの内容である「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）ビジネスの基礎知識」で有意である。個人属性では、5%水準でみると、「自己啓発可能時間」、「金融・保険・不動産業」、「医療・福祉」、「教育・学習支

援業」、「事務職」、「営業・販売職」の6変数で有意である。これを10%有意とすると、「専修・短大卒」、「残業時間」でも有意となる。

このうち、能力開発の内容に対するニーズである「(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針) ビジネスの基礎知識」、「(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針) コンピューターの知識」、個人属性では、「専修・短大卒」、「事務職」、「営業・販売職」では負の影響がみられる。他方、個人属性の「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、実際に自己啓発に費やした時間が長くなる傾向にある。

図表 4-3-27 自己啓発使用時間の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定
個人属性		性別ダミー	-0.034	-1.347
		専修・短大卒ダミー	-0.035	-1.485 *
		大学・大学院卒ダミー	0.030	1.173
		転職経験有りダミー	-0.007	-0.331
		昨年の年収	0.014	0.512
		自己啓発予算	-0.015	-0.696
		自己啓発可能時間	0.462	22.316 ***
		(業種)建設業ダミー	-0.010	-0.443
		(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.015	0.766
		(業種)情報通信業ダミー	0.030	1.362
		(業種)運輸業ダミー	-0.014	-0.635
		(業種)卸・小売業ダミー	0.018	0.773
		(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.077	3.365 ***
		(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.026	1.316
		(業種)医療・福祉ダミー	0.077	3.200 ***
		(業種)教育・学習支援業ダミー	0.085	3.998 ***
		(業種)サービス業ダミー	0.007	0.299
		(業種)その他ダミー	0.022	1.009
		従業員数	0.003	0.121
		会社での地位	0.015	0.654
		(職種)事務職ダミー	-0.051	-2.100 **
		(職種)営業・販売職ダミー	-0.048	-1.971 **
		(職種)サービス職ダミー	-0.023	-1.059
	(職種)現業職ダミー	-0.006	-0.258	
	(職種)その他ダミー	-0.008	-0.369	
	残業時間	0.033	1.502 *	
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	0.074	3.619 ***
		(今後の働き方)転職希望ダミー	0.029	1.352
		(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.058	2.822 ***
		(今後の働き方)特に考えていないダミー	-0.026	-1.164
	内容	(今後の働き方)その他ダミー	-0.019	-0.928
		「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	-0.026	-0.956
		資格修得時間の今後の方針	0.005	0.206
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.052	2.363 **
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	-0.044	-1.757 *	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	0.001	0.025	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.016	0.603	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	0.008	0.318	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.054	-2.264 **	
会社のサポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	0.017	0.877
		教育訓練の責任主体は会社にある	0.002	0.099
	その他	求める能力の伝達	0.021	0.933
		計画的Off-JTの実施状況	0.006	0.280
情報環境	社外での自己啓発への上司の協力度		0.048	2.199 **
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯		0.039	1.225
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間		-0.028	-0.889
		サンプル数	1970	
		調整済みR ²	0.276	
		F値	17.352	***

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

ウ 時間の投資比率

最後に、正社員の時間の投資比率の規定要因をみる（図表 4-3-28 を参照）。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発ニーズの背景である「求められている能力に対する現在のレベル」、能力開発の内容に対するニーズである「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）専門的な知識・技術・技能」、会社のサポートである「教育訓練の責任主体は会社にある」、「求める能力の伝達」、「社外での自己啓発への上司の協力度」の6変数である。これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発の内容に対するニーズである「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）コンピューターの知識」で有意となる

図表 4-3-28 時間の投資比率の規定要因<正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	-0.044	-1.440 *		
	専修・短大卒ダミー	0.013	0.443		
	大学・大学院卒ダミー	0.069	2.208 **		
	転職経験有りダミー	-0.008	-0.298		
	昨年の年収	0.008	0.235		
	自己啓発予算	-0.010	-0.398		
	自己啓発可能時間	-0.031	-1.240		
	(業種)建設業ダミー	0.020	0.768		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.010	0.427		
	(業種)情報通信業ダミー	0.030	1.144		
	(業種)運輸業ダミー	0.003	0.122		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.000	-0.011		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.034	1.240		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.009	0.381		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.103	3.544 ***		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.047	1.820 *		
	(業種)サービス業ダミー	-0.007	-0.226		
	(業種)その他ダミー	-0.004	-0.169		
	従業員数	0.004	0.133		
	会社での地位	0.024	0.836		
	(職種)事務職ダミー	-0.061	-2.081 **		
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.051	-1.743 *		
	(職種)サービス職ダミー	-0.012	-0.445		
	(職種)現業職ダミー	-0.036	-1.272		
	(職種)その他ダミー	-0.025	-1.018		
	残業時間	0.040	1.527 *		
	能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	0.069	2.782 ***
			(今後の働き方)転職希望ダミー	0.007	0.254
			(今後の働き方)起業・家業を継ぐダミー	0.026	1.033
			(今後の働き方)特に考えていないダミー	0.000	0.003
			(今後の働き方)その他ダミー	-0.010	-0.398
		内容	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	-0.045	-1.455
資格修得時間の今後の方針			-0.001	-0.044	
社外の長期教育訓練コースへのニーズ			0.046	1.745 **	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識			-0.023	-0.773	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント			-0.036	-1.151	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.080	2.635 ***			
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.011	-0.403			
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.050	-1.790 *			
会社のサポート	教育訓練方針	-0.003	-0.129		
	教育訓練の責任主体は会社にある	-0.049	-1.924 **		
	求める能力の伝達	0.057	2.123 **		
	その他	0.015	0.534		
情報環境	計画的Off-JTの実施状況	0.052	1.991 **		
	社外での自己啓発への上司の協力度	-0.018	-0.471		
		0.030	0.805		
		1801			
		調整済みR ²	0.036		
		F値	2.462	***	

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

個人属性では、5%水準でみると、「大学・大学院卒」、「医療・福祉」、「事務職」で、10%水準でみると「性別」、「教育・学習支援業」、「営業・販売職」「残業時間」で有意である。

このうち、個人属性の「事務職」、「営業・販売職」、会社のサポートである「教育訓練の責任主体は会社にある」では負の影響がみられる。これに対して、個人属性の「医療・福祉」、能力開発ニーズの背景の「求められている能力に対する現在のレベル」、能力開発の内容に対するニーズの「(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針) 専門的な知識・技術・技能」で正の影響が大きく、求められている現在の能力レベルが高いほど、専門的な知識等の分野を増やしたいと考えているほど、時間の投資比率が大きくなる傾向にある。

5. 非正社員の能力開発投資行動の規定要因

(1) 金からみた資源の規定要因

ア 自己啓発予算

非正社員の自己啓発予算の規定要因を、図表 4-3-29 に整理した重回帰分析の結果からみる。5%水準でみると、個人属性の「自己啓発可能時間」「建設業」「現業職」の2変数で有意であ

図表 4-3-29 自己啓発予算の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	-0.017	-0.304	
	専修・短大卒ダミー	-0.025	-0.592	
	大学・大学院卒ダミー	0.019	0.429	
	昨年の年収	0.053	1.236	
	自己啓発可能時間	0.321	7.696 ***	
	(業種)建設業ダミー	0.131	2.919 ***	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.020	-0.503	
	(業種)情報通信業ダミー	0.025	0.588	
	(業種)運輸業ダミー	0.056	1.160	
	(業種)卸・小売業ダミー	-0.048	-0.706	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	-0.024	-0.527	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.041	-0.784	
	(業種)医療・福祉ダミー	-0.078	-1.315	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	-0.005	-0.088	
	(業種)サービス業ダミー	-0.049	-0.683	
	(業種)その他ダミー	-0.045	-0.849	
	従業員数	-0.019	-0.481	
	(働き方)契約社員ダミー	0.047	1.204	
	(働き方)準社員ダミー	-0.005	-0.124	
	(働き方)嘱託社員ダミー	0.008	0.214	
	(働き方)アルバイトダミー	0.083	1.723 *	
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	-0.015	-0.376	
	(職種)事務職ダミー	-0.041	-0.712	
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.063	-1.001	
	(職種)サービス職ダミー	-0.092	-1.413	
	(職種)現業職ダミー	-0.164	-2.507 ***	
	(職種)その他ダミー	-0.083	-1.628 *	
残業時間	0.013	0.308		
能力開発ニーズ	背景			
	求められている能力に対する現在のレベル (非正社員の今後の働き方)正社員を希望ダミー	0.054	1.370	
	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	-0.071	-1.672 *	
	内容			
資格修得時間の今後の方針	0.001	0.020		
社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.060	1.157		
	0.081	1.753 *		
会社のサポート	求める能力の伝達	-0.023	-0.525	
	計画的Off-JTの実施状況	0.084	1.868 *	
	社外での自己啓発への上司の協力度	-0.004	-0.083	
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	-0.004	-0.074	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.041	-0.816	
		サンプル数	603	
		調整済みR ²	0.147	
		F値	3.731	***

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

る。10%水準では、個人属性の「アルバイト」「その他の職種」、能力開発ニーズの背景である「(非正社員の今後の働き方) 正社員を希望」、能力開発の内容に対するニーズである「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、会社のサポートである「計画的 Off-JT の実施状況」の5変数で有意である。

このうち、「(非正社員の今後の働き方) 正社員を希望」、「現業職」では負の影響がみられることから、今後の働き方として正社員を希望する人ほど、職種が現業職の人ほど、自己啓発予算は減少している。これに対して、「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、自己啓発予算が大きくなる傾向にある。

図表 4-3-30 自己啓発費用の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	-0.074	-1.316		
	専修・短大卒ダミー	0.011	0.253		
	大学・大学院卒ダミー	0.096	2.069 **		
	昨年の年収	-0.006	-0.145		
	自己啓発予算	0.246	5.604 ***		
	自己啓発可能時間	0.184	4.069 ***		
	(業種)建設業ダミー	-0.036	-0.753		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.006	-0.154		
	(業種)情報通信業ダミー	0.017	0.384		
	(業種)運輸業ダミー	0.021	0.414		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.036	0.517		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.000	-0.004		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.016	-0.288		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.049	0.802		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.163	3.062 ***		
	(業種)サービス業ダミー	0.029	0.393		
	(業種)その他ダミー	0.009	0.174		
	従業員数	0.000	-0.011		
	(働き方)契約社員ダミー	-0.019	-0.474		
	(働き方)準社員ダミー	0.003	0.073		
	(働き方)嘱託社員ダミー	-0.005	-0.128		
	(働き方)アルバイトダミー	-0.018	-0.364		
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	-0.056	-1.334		
	(職種)事務職ダミー	-0.046	-0.761		
	(職種)営業・販売職ダミー	0.000	-0.005		
	(職種)サービス職ダミー	-0.020	-0.286		
	(職種)現業職ダミー	-0.015	-0.216		
(職種)その他ダミー	0.009	0.163			
残業時間	0.023	0.525			
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル (非正社員の今後の働き方)正社員を希望ダミー	-0.047 0.010	-1.141 0.223	
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.037	0.682	
		資格修得時間の今後の方針	-0.009	-0.151	
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.022	0.455	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	0.020	0.289	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	0.068	1.053	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	-0.095	-1.536 *	
会社のサポート	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.005	-0.088		
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.029	-0.500		
	求める能力の伝達	-0.062	-1.378		
情報環境	計画的Off-JTの実施状況	-0.020	-0.419		
	社外での自己啓発への上司の協力度	-0.029	-0.643		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	0.011	0.203		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	0.070	1.325		
		サンプル数	571		
		調整済みR ²	0.132		
		F値	2.976	***	

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

イ 自己啓発費用

続いて、非正社員の自己啓発費用の規定要因をみる（**図表 4-3-24** を参照）。5%水準でみると、個人属性では「大学・大学院卒」、「自己啓発予算」、「自己啓発可能時間」、「教育・学習支援業」の4変数で有意である。10%水準は、能力開発の内容に対するニーズである「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）専門的な知識・技術・技能」で有意である。

このうち、「（今後の方針）専門的な知識・技術・技能」では負の影響がみられることから、専門的な知識等のための研修や自己啓発時間を増やそうとするほど、自己啓発費用は減少している。これに対して、「自己啓発予算」、「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、自己啓発に使える金と時間を多く確保している人ほど、自己啓発費用が高くなる傾向にある。

ウ 金の投資比率

図表 4-3-31 は非正社員の自己啓発費用の変化についての重回帰分析結果である。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発の内容に対するニーズである「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）コンピューターの知識」であり、これを10%有意にまで水準を落としてみると、能力開発の内容に対するニーズである「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）ビジネスの基礎知識」、会社のサポートである「社外での自己啓発への上司の協力度」の2変数が有意である。

個人属性では、5%水準でみると、「大学・大学院卒」、「自己啓発可能時間」、「事務職」、「サービス職」、「その他の職種」で、10%水準でみると、「性別」「自己啓発予算」「その他の働き方」、「現業職」で有意となる。

個人属性の「自己啓発可能時間」で特に正の影響が大きく、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、金の投資比率が大きくなる傾向にある。他方、「自己啓発に使えるお金」については負の影響がみられることから、自己啓発に使えるお金が多い人ほど、金の投資比率は小さい傾向にある。

図表 4-3-31 金の投資比率の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	-0.124	-1.848	*
	専修・短大卒ダミー	0.003	0.057	
	大学・大学院卒ダミー	0.145	2.599	***
	去年の年収	0.032	0.584	
	自己啓発予算	-0.090	-1.739	*
	自己啓発可能時間	0.341	6.512	***
	(業種)建設業ダミー	-0.024	-0.426	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.037	-0.770	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.007	-0.140	
	(業種)運輸業ダミー	-0.027	-0.435	
	(業種)卸・小売業ダミー	-0.054	-0.620	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	-0.033	-0.584	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.032	-0.500	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.034	0.448	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.012	0.185	
	(業種)サービス業ダミー	-0.026	-0.292	
	(業種)その他ダミー	-0.049	-0.748	
	従業員数	-0.029	-0.581	
	(働き方)契約社員ダミー	-0.013	-0.265	
	(働き方)準社員ダミー	-0.037	-0.718	
	(働き方)嘱託社員ダミー	0.007	0.142	
	(働き方)アルバイトダミー	-0.034	-0.560	
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	-0.072	-1.447	*
	(職種)事務職ダミー	-0.150	-2.132	**
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.096	-1.254	
	(職種)サービス職ダミー	-0.160	-2.064	**
	(職種)現業職ダミー	-0.142	-1.833	*
(職種)その他ダミー	-0.159	-2.607	***	
残業時間	0.020	0.395		
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル (非正社員の今後の働き方)正社員を希望ダミー	-0.032	-0.664
	内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.010	0.192
		資格修得時間の今後の方針	-0.052	-0.822
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.030	0.442
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	0.068	1.213
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	0.117	1.536
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.037	-0.514
会社のサポート	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.030	0.415	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.053	-0.839	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.160	-2.410	
情報環境	求める能力の伝達	0.009	0.175	
	計画的Off-JTの実施状況	-0.047	-0.847	
	社外での自己啓発への上司の協力度	0.083	1.552	
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	-0.011	-0.172
		(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	0.037	0.622
		サンプル数	437	
		調整済みR ²	0.103	
		F値	2.141	***

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

(2) 時間からみた資源の規定要因

ア 自己啓発可能時間

つぎに、非正社員の時間からみた資源についての規定要因をみる。はじめに、図表 4-3-32 に自己啓発可能時間の重回帰分析の結果をまとめた。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発の内容に対するニーズである「「研修や自己啓発」の時間の今後の方針」、「資格修得時間の今後の方針」の2変数で、10%水準では、「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」、会社のサポートである「計画的 Off-JT の実施状況」で有意である。

個人属性では、5%水準でみると、「性別」、「大学・大学院卒」、「自己啓発予算」が、10%水準では、「専修・短大卒」、「去年の年収」、「契約社員」「準社員」で有意である。

特に、「性別」、「大学・大学院卒」、「自己啓発予算」、「「研修や自己啓発」の時間の今後の方針」で正の影響が大きく、男性であるほど、大卒であるほど、自己啓発に使える金を多く確保するほど、研修や自己啓発の時間を今後増やしたいと考えている人ほど、自己啓発可能

時間が長くなる傾向にある。

図表 4-3-32 自己啓発可能時間の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	0.241	4.691	***	
	専修・短大卒ダミー	0.063	1.572	*	
	大学・大学院卒ダミー	0.152	3.585	***	
	昨年の年収	-0.071	-1.729	*	
	「自己啓発」に使える金	0.297	7.708	***	
	(業種)建設業ダミー	-0.038	-0.882		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.014	-0.377		
	(業種)情報通信業ダミー	-0.017	-0.416		
	(業種)運輸業ダミー	-0.002	-0.033		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.084	1.287		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.018	0.404		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.033	0.649		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.068	1.202		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.056	1.130		
	(業種)サービス業ダミー	0.039	0.568		
	(業種)その他ダミー	0.012	0.228		
	従業員数	0.035	0.918		
	(働き方)契約社員ダミー	-0.059	-1.557	*	
	(働き方)準社員ダミー	0.067	1.655	*	
	(働き方)嘱託社員ダミー	-0.027	-0.735		
	(働き方)アルバイトダミー	-0.052	-1.135		
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	0.004	0.104		
	(職種)事務職ダミー	-0.001	-0.024		
	(職種)営業・販売職ダミー	0.006	0.097		
	(職種)サービス職ダミー	0.051	0.814		
	(職種)現業職ダミー	0.008	0.119		
	(職種)その他ダミー	0.061	1.224		
	残業時間	-0.042	-1.045		
	能力開発	背景	0.013	0.348	
		内容	-0.037	-0.898	
「研修や自己啓発」の時間の今後の方針		0.168	3.512	***	
資格修得時間の今後の方針		-0.102	-2.077	**	
会社のサポート	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.082	1.840	*	
	求める能力の伝達	-0.017	-0.415		
	計画的Off-JTの実施状況	-0.077	-1.770	*	
情報環境	社外での自己啓発への上司の協力度	0.044	1.074		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	0.042	0.621		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	-0.027	-0.398		
	サンプル数	599			
	調整済みR ²	0.215			
	F値	5.314		***	

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

イ 自己啓発使用時間

続いて、非正社員の自己啓発可能時間の規定要因をみる（図表 4-3-33 を参照）。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、能力開発ニーズの背景である「求められている能力に対する現在のレベル」、能力開発の内容に対するニーズである（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）専門的な知識・技術・技能」、会社のサポートである「求める能力の伝達」であり、10%水準では、能力開発の内容に対するニーズである「資格修得時間の今後の方針」、会社のサポートである「計画的 Off-JT の実施状況」、情報環境である「研修の時間帯」でそれぞれ有意である。

個人属性では、5%水準でみると、「自己啓発可能時間」、「教育・学習支援業」、「その他の職種」が、10%水準では、「自己啓発予算」、「医療・福祉」、「その他の働き方」、「事務職」、「営業・販売職」「現業職」が有意である。特に「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、自己啓発使用時間が長い傾向にある。

図表 4-3-33 自己啓発使用時間の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	0.034	0.648	
	専修・短大卒ダミー	-0.029	-0.738	
	大学・大学院卒ダミー	0.016	0.377	
	過去の年収	-0.043	-1.039	
	自己啓発予算	0.062	1.530 *	
	自己啓発可能時間	0.444	10.694 ***	
	(業種)建設業ダミー	0.034	0.789	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.020	0.535	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.002	-0.059	
	(業種)運輸業ダミー	0.012	0.266	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.061	0.952	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.018	0.407	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.051	1.040	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.085	1.514 *	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.142	2.924 ***	
	(業種)サービス業ダミー	0.054	0.792	
	(業種)その他ダミー	0.071	1.423	
	従業員数	0.037	0.977	
	(働き方)契約社員ダミー	-0.025	-0.668	
	(働き方)準社員ダミー	0.043	1.069	
	(働き方)嘱託社員ダミー	-0.013	-0.362	
	(働き方)アルバイトダミー	-0.040	-0.884	
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	-0.073	-1.888 *	
	(職種)事務職ダミー	-0.085	-1.528 *	
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.109	-1.811 *	
	(職種)サービス職ダミー	-0.016	-0.253	
	(職種)現業職ダミー	-0.094	-1.495 *	
	(職種)その他ダミー	-0.122	-2.477 ***	
	残業時間	0.042	1.040	
	能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル	0.075
内容		(非正社員の今後の働き方)正社員を希望ダミー	-0.009	-0.212
		「研修や自己啓発」時間の今後の方針	0.051	1.022
		資格修得時間の今後の方針	-0.093	-1.766 *
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	-0.006	-0.137
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	0.009	0.152
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	0.018	0.304
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	-0.110	-1.976 **
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	0.070	1.370
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.022	-0.432
会社のサポート	求める能力の伝達	0.094	2.268 **	
	計画的Off-JTの実施状況	-0.079	-1.852 *	
	社外での自己啓発への上司の協力度	-0.008	-0.184	
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	0.126	1.881 *	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の回数や期間	-0.097	-1.450	
		サンプル数	569	
		調整済みR ²	0.272	
		F値	5.815	***

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

最後に、非正社員の時間の投資比率の規定要因をみる（図表 4-3-34 を参照）が、F 値が統計的に有意ではないことから、求めた回帰式は役に立たない可能性が大きい。

図表 4-3-34 時間の投資比率の規定要因<非正社員>

		回帰係数	t値	検定	
個人属性	性別ダミー	0.055	0.765		
	専修・短大卒ダミー	0.047	0.870		
	大学・大学院卒ダミー	0.003	0.048		
	過去の年収	-0.001	-0.014		
	自己啓発予算	0.041	0.756		
	自己啓発可能時間	-0.042	-0.767		
	(業種)建設業ダミー	0.006	0.094		
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.003	0.051		
	(業種)情報通信業ダミー	-0.012	-0.214		
	(業種)運輸業ダミー	0.023	0.362		
	(業種)卸・小売業ダミー	0.025	0.275		
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	-0.019	-0.320		
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.036	0.529		
	(業種)医療・福祉ダミー	0.100	1.263		
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.027	0.390		
	(業種)サービス業ダミー	0.021	0.233		
	(業種)その他ダミー	0.030	0.439		
	従業員数	0.142	2.730 ***		
	(働き方)契約社員ダミー	-0.046	-0.886		
	(働き方)準社員ダミー	-0.009	-0.165		
	(働き方)嘱託社員ダミー	-0.015	-0.295		
	(働き方)アルバイトダミー	-0.051	-0.796		
	(働き方)非正規その他の働き方ダミー	-0.023	-0.441		
	(職種)事務職ダミー	-0.074	-0.995		
	(職種)営業・販売職ダミー	-0.110	-1.367		
	(職種)サービス職ダミー	-0.102	-1.243		
	(職種)現業職ダミー	-0.063	-0.770		
(職種)その他ダミー	-0.081	-1.249			
残業時間	-0.030	-0.550			
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル (非正社員の今後の働き方)正社員を希望ダミー	-0.039 -0.052	-0.753 -0.937	
	内容	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	0.099	1.518 *	
		資格取得時間の今後の方針	0.054	0.781	
		社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.055	0.926	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	-0.014	-0.170	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	-0.035	-0.464	
		(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.051	0.698	
会社のサポート	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	-0.015	-0.229		
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.115	-1.694 *		
	求める能力の伝達	0.047	0.846		
情報環境	計画的Off-JTの実施状況	0.030	0.511		
	社外での自己啓発への上司の協力度	0.039	0.692		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	0.031	0.381		
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	-0.013	-0.157		
	サンプル数	442			
	調整済みR ²	-0.15			
	F値	0.853			

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

6. 自営・自由業の能力開発投資行動の規定要因

(1) 金からみた資源の規定要因

ア 自己啓発予算

最後に、自営・自由業の資源の規定要因についてみていく。まず自己啓発予算の規定要因を、図表 4-3-35 に整理した重回帰分析結果でみる。5%水準では情報環境である「研修費用」で有意である。個人属性では、5%水準でみると、「過去の年収」、「自己啓発可能時間」で、10%水準では「(設立形態) その他の設立形態」で有意である。

このうち、「研修費用」では負の影響がみられることから、教育訓練機関を利用する際に研修費用の情報を重視するほど、自己啓発予算は減少する。

図表 4-3-35 自己啓発予算の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	-0.066	-1.145	
	専修・短大卒ダミー	0.047	0.820	
	大学・大学院卒ダミー	-0.030	-0.525	
	昨年の年収	0.194	3.749	***
	自己啓発可能時間	0.219	4.441	***
	(業種)建設業ダミー	0.021	0.256	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.005	-0.100	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.023	-0.378	
	(業種)運輸業ダミー	-0.012	-0.233	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.030	0.315	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	-0.051	-0.758	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.000	0.002	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.018	0.276	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.015	0.158	
	(業種)サービス業ダミー	0.019	0.174	
	(業種)その他ダミー	-0.007	-0.078	
	従業員数	0.036	0.743	
	開業年数	-0.007	-0.131	
	(設立形態)家業引継ダミー	0.039	0.730	
	(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.045	-0.931	
(設立形態)その他の設立形態ダミー	0.074	1.482	*	
能力開発のニーズ	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.044	0.788	
	資格修得時間の今後の方針	0.029	0.502	
	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	0.073	1.296	
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	-0.146	-2.447	***
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.071	-1.217	
サンプル数		425		
調整済みR ²		0.100		
F値		2.811		***

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

イ 自己啓発費用

続いて、自営・自由業の自己啓発費用の規定要因をみる（図表 4-3-36 を参照）。5%水準では、情報環境である「研修費用」で、10%水準では、能力開発の内容に対するニーズである「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）ビジネスの基礎知識」で有意である。個人属性では、5%水準でみると、「自己啓発予算」、「自己啓発可能時間」の2変数で有意である。

このうち、「（「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針）ビジネスの基礎知識」では負の影響がみられることから、ビジネスの基礎知識等のための研修や自己啓発時間を増やそうとするほど、自己啓発費用は減少する。これに対して、「自己啓発予算」で正の影響が大きく、自己啓発に使える金を多く確保している人ほど、自己啓発費用が高くなる傾向にある。

図表 4-3-37 は投資比率の重回帰分析の結果である。F 値が統計的に有意ではないことから、求めた回帰式は役に立たない可能性が大きく、5%水準では統計的に有意な変数はなかった。

図表 4-3-36 自己啓発費用の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	-0.054	-0.939	
	専修・短大卒ダミー	-0.007	-0.126	
	大学・大学院卒ダミー	0.006	0.100	
	昨年の年収	0.070	1.308	
	自己啓発予算	0.335	6.782 ***	
	自己啓発可能時間	0.103	2.103 **	
	(業種)建設業ダミー	-0.104	-1.303	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.010	-0.189	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.042	-0.713	
	(業種)運輸業ダミー	-0.042	-0.851	
	(業種)卸・小売業ダミー	-0.101	-1.141	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	-0.054	-0.844	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.099	-1.387	
	(業種)医療・福祉ダミー	-0.002	-0.031	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	-0.033	-0.355	
	(業種)サービス業ダミー	-0.109	-1.042	
	(業種)その他ダミー	0.012	0.149	
	従業員数	0.011	0.216	
	開業年数	-0.017	-0.325	
	(設立形態)家業引継ダミー	-0.031	-0.587	
	(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.036	-0.740	
	(設立形態)その他の設立形態ダミー	-0.060	-1.212	
	の能力開 発内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.040	0.632
資格修得時間の今後の方針		-0.035	-0.586	
社外の長期教育訓練コースへのニーズ		0.099	1.773 *	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識		-0.096	-1.469 *	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント		0.067	0.966	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能		0.076	1.246	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学		0.008	0.134	
情報環境	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.048	-0.866	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	0.117	1.951 **	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.078	-1.344	
	サンプル数	394		
	調整済みR ²	0.200		
	F値	4.071		***

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

図表 4-3-37 金の投資比率の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	0.035	0.517	
	専修・短大卒ダミー	0.136	1.918 *	
	大学・大学院卒ダミー	0.052	0.761	
	昨年の年収	-0.033	-0.519	
	自己啓発予算	-0.087	-1.490 *	
	自己啓発可能時間	0.042	0.729	
	(業種)建設業ダミー	0.010	0.097	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.004	-0.054	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.001	-0.017	
	(業種)運輸業ダミー	-0.030	-0.494	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.025	0.215	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.117	1.380	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.054	-0.608	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.040	0.467	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.076	0.613	
	(業種)サービス業ダミー	0.103	0.727	
	(業種)その他ダミー	0.068	0.636	
	従業員数	0.008	0.145	
	開業年数	0.007	0.115	
	(設立形態)家業引継ダミー	-0.063	-1.026	
	(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.018	-0.315	
	(設立形態)その他の設立形態ダミー	-0.062	-1.043	
	の能力開 発内容	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	-0.010	-0.131
資格修得時間の今後の方針		0.091	1.297	
社外の長期教育訓練コースへのニーズ		0.125	1.903 *	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識		-0.048	-0.611	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント		0.101	1.228	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能		-0.016	-0.218	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学		-0.023	-0.339	
情報環境	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	-0.120	-1.839 *	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修費用	0.072	1.025	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)費用補助の有無	-0.066	-0.970	
	サンプル数	346		
	調整済みR ²	0.009		
	F値	1.098		

注) *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

(2) 時間からみた資源の規定要因

ア 自己啓発可能時間

つぎに、自営・自由業における時間からみた資源の規定要因をみる。はじめに、**図表 4-3-38**に自己啓発可能時間の重回帰分析の結果をまとめた。5%水準で統計的に有意な結果があらわれているのは、「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」であり、10%水準では、「研修や自己啓発」の時間の今後の方針、「資格修得時間の今後の方針」で有意となる。

個人属性では、5%水準でみると、「専修・短大卒」、「自己啓発予算」、「飲食・宿泊業」、「(設立形態)家業を引継いだ」で、10%水準にすると、「建設業」で有意である。

特に、「自己啓発予算」、「社外の長期教育訓練コースへのニーズ」で正の影響が大きく、自己啓発に使える金を多く確保するほど、社外での大学院教育等の長期の教育訓練コースの受講を増やしたいと考えているほど、自己啓発可能時間が長くなる傾向にある。

図表 4-3-38 自己啓発可能時間の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	0.014	0.253	
	専修・短大卒ダミー	-0.109	-1.939 **	
	大学・大学院卒ダミー	0.057	1.005	
	昨年の年収	-0.068	-1.300	
	「自己啓発」に使える金	0.212	4.433 ***	
	(業種)建設業ダミー	-0.146	-1.802 *	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.008	-0.151	
	(業種)情報通信業ダミー	-0.068	-1.159	
	(業種)運輸業ダミー	-0.013	-0.263	
	(業種)卸・小売業ダミー	-0.127	-1.377	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.013	0.198	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.186	-2.469 ***	
	(業種)医療・福祉ダミー	-0.075	-1.175	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	-0.001	-0.008	
	(業種)サービス業ダミー	-0.075	-0.705	
	(業種)その他ダミー	-0.073	-0.870	
	従業員数	0.048	1.005	
	開業年数	-0.027	-0.539	
	(設立形態)家業引継ぎダミー	-0.114	-2.188 **	
	(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.051	-1.074	
	(設立形態)その他の設立形態ダミー	-0.026	-0.536	
	能力開発のニーズ	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.092	1.661 *
資格修得時間の今後の方針		-0.091	-1.586 *	
社外の長期教育訓練コースへのニーズ		0.133	2.416 **	
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	-0.111	-1.373	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	0.111	1.410	
サンプル数		424		
調整済みR ²		0.123		
F値		3.274 ***		

注) ***1%有意、**5%有意、*10%有意

イ 自己啓発使用時間

続いて、自営・自由業の自己啓発可能時間の規定要因をみる (**図表 4-3-39**を参照)。5%水準でみると、個人属性の「自己啓発可能時間」、「従業員数」で、10%水準でみると「教育・学習支援業」「サービス業」で、能力開発の内容に対するニーズでは、「資格修得時間の今後の方針」、「(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識」、情報環境である「研修の時間数や期間」で有意である。

特に「自己啓発可能時間」で正の影響が大きく、自己啓発に使える時間を多く確保している人ほど、自己啓発使用時間が長い傾向にある。

図表 4-3-39 時間の投資比率の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	0.008	0.149	
	専修・短大卒ダミー	0.025	0.487	
	大学・大学院卒ダミー	0.053	1.020	
	昨年の年収	0.020	0.405	
	自己啓発予算	-0.007	-0.165	
	自己啓発可能時間	0.549	12.175 ***	
	(業種)建設業ダミー	0.104	1.406	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	0.012	0.255	
	(業種)情報通信業ダミー	0.035	0.650	
	(業種)運輸業ダミー	-0.018	-0.391	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.072	0.870	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.011	0.181	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	0.064	0.959	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.025	0.423	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.162	1.920 *	
	(業種)サービス業ダミー	0.145	1.479 *	
	(業種)その他ダミー	0.107	1.442	
	従業員数	0.151	3.472 ***	
	開業年数	0.010	0.212	
	(設立形態)家業引継ダミー	0.011	0.231	
(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.041	-0.937		
(設立形態)その他の設立形態ダミー	-0.057	-1.249		
の能力開発	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.001	0.010	
	資格修得時間の今後の方針	-0.097	-1.761 *	
	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	-0.052	-1.015	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	0.090	1.509 *	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	-0.070	-1.107	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.051	0.916	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	0.014	0.264	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	0.020	0.390		
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	-0.025	-0.338	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	0.106	1.471 *	
サンプル数		387		
調整済みR ²		0.342		
F値		7.274 ***		

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

図表 4-3-40 時間の投資比率の規定要因<自営・自由業>

		回帰係数	t値	検定
個人属性	性別ダミー	0.030	0.433	
	専修・短大卒ダミー	0.024	0.332	
	大学・大学院卒ダミー	-0.027	-0.379	
	昨年の年収	0.021	0.319	
	「自己啓発」に使える金	-0.036	-0.602	
	自己啓発可能時間	-0.016	-0.268	
	(業種)建設業ダミー	0.182	1.653 *	
	(業種)電気・ガス・熱供給・水道業ダミー	-0.012	-0.172	
	(業種)情報通信業ダミー	0.007	0.089	
	(業種)運輸業ダミー	0.000	0.007	
	(業種)卸・小売業ダミー	0.049	0.406	
	(業種)金融・保険・不動産業ダミー	0.008	0.095	
	(業種)飲食・宿泊業ダミー	-0.031	-0.333	
	(業種)医療・福祉ダミー	0.010	0.113	
	(業種)教育・学習支援業ダミー	0.081	0.619	
	(業種)サービス業ダミー	0.055	0.362	
	(業種)その他ダミー	0.159	1.455 *	
	従業員数	0.045	0.765	
	開業年数	-0.042	-0.672	
	(設立形態)家業引継ダミー	-0.037	-0.586	
(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-0.042	-0.720		
(設立形態)その他の設立形態ダミー	-0.061	-0.986		
の能力開発	「研修や自己啓発」の時間の今後の方針	0.018	0.238	
	資格修得時間の今後の方針	0.113	1.568 *	
	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	-0.091	-1.352	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)ビジネスの基礎知識	-0.002	-0.023	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)マネジメント	-0.110	-1.360	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)専門的な知識・技術・技能	0.081	1.113	
	(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)語学	0.004	0.065	
(「研修や自己啓発」時間の分野別による今後の方針)コンピューターの知識	0.003	0.045		
情報環境	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間帯	0.031	0.322	
	(教育訓練機関を利用する際に重視する情報)研修の時間数や期間	0.060	0.635	
サンプル数		339		
調整済みR ²		-0.017		
F値		0.825		

注) *** 1%有意、** 5%有意、* 10%有意

最後に、非正社員の時間の投資比率の規定要因をみる（**図表 4-3-40** を参照）が、F 値が統計的に有意ではないことから、求めた回帰式は役に立たない可能性が大きい。

7. 結論

こうした分析の結果を踏まえると、金と時間の資源量、投入量、活用度を決定する背景に、いくつかの特徴がみられる。**図表 4-3-41** は、雇用・就業形態別に資源量とその投入量、活用度の規定要因を示した分析結果一覧である。これをもとに、これまでの分析結果から特徴的な点を雇用・就業形態別にまとめておこう。

正社員については、第一に、能力開発ニーズの背景とニーズの内容では、次のような特徴が見られた。①将来の働き方について「現在の仕事を続ける」と考えている人よりも、「起業する・家業を継ぐ」といったことを考えている人ほど金と時間の資源量、投下量が多く、金の投資比率も高くなる傾向に対して、「特に考えていない」人は、金について資源量は多いものの、投下量は少なく、活用度も低い。これは今後の働き方を明確に意図している場合、教育訓練方針を具体的に計画しやすく、その結果教育訓練の機会が増え、資源の活用が進むためであろう。②また、現在の能力レベルが高いと考えているほど、時間の投下量が多く、金と時間の活用度が高い。能力の高い人は、さらにレベルの高い仕事や自身が興味のある仕事に就ける可能性も高く、その結果、仕事上で新たな能力開発が必要になったり、もともと学習意欲が高いため、自分自身で新しい課題を見つけ出したりして、効率的に能力開発を行っているであろう。③能力開発分野別によるニーズは、時間への影響が強く、特に「専門的な知識・技術・技能」の習得に傾注する人ほど、時間の活用度が高い。これに対して IT やビジネスの基礎知識は時間の活用度に対してマイナスの傾向みられる。汎用的な実務知識よりも、仕事に直接必要な固有知識・技術・技能の能力開発のニーズが時間からみた教育訓練投資に影響を与えているといえよう。

第二に、会社のサポート状況の影響をみる。このなかでは特に、会社の教育訓練方針と上司の協力度が個人の能力開発行動に影響を与えるようである。①社外の自己啓発に対する上司の協力度が高いほど、金と時間の資源量および投下量が増加するとともに、時間では活用度が向上することを示していることから、上司のサポートがあることがスムーズな能力開発の実施につながるであろう。会社の教育訓練方針では、②勤務先が「選抜型の教育を重視する」方針であると考えているほど、金の資源量と投下量は増えるが、時間の資源量は少なくなり、③勤務先が「教育訓練の責任主体は会社」としているほど、時間の資源量は少なく、金と時間それぞれの活用度も小さくなる。会社が教育訓練の責任を負う場合は、個人は自己啓発に多くの資源を割かず、その活用程度も低くなると考えられる。また、選抜教育を重視している場合は、その選抜に残るために（あるいは選抜から外れた場合はそれを補うために）教育訓練投資を行うと考えられるため、金の資源量と投資量は多くなるが、活用度には優位な傾向が出ていないことから必ずしも効果的に活用しているとはいえないようである。

第三に、個人属性の影響もみられる。たとえば、残業時間は個人が能力開発に配分できる時間を制約することになると考えられ、調査結果からも残業が多いほど時間の資源量は減少することがわかった。しかしながら、残業が多いことが能力開発のための実際の投下量や活用度にマイナスの影響を与えないとはいえず、むしろ残業時間が長いほど、時間の投下量と活用度は大きくなるという結果がでた。さらに金に関しては、残業時間が長いほど、多くの資源量を確保し、その多くを投下し、その結果活用度が高い。このことから、能力開発を行う際には、時間的に余裕があることは望ましいに違いないが、残業の多い人が能力開発を行わないということにはならないようである。残業が多く“忙しい人”の中には、業務量の多さに追われて時間を取れない人もいるだろうが、多くは、忙しい時間をやりくりして少ない時間ながらも能力開発のための時間を確保し、金と合わせて効率的に活用していると考えられる。

非正社員については、第一に、能力開発ニーズの背景とニーズの内容では、次のような特徴がみられる。①今後の働き方として正社員を希望している人ほど金の資源量は減少し、投下量や活用度に有意な影響はみられない。②自己啓発等の時間を今後増やしたいと考えるほど、時間の資源量は増え、活用度も高まる。③社外の長期コースへのニーズが高いほど、金と時間の資源量にプラスの影響を与える。④資格取得のための時間を今後増やしたいと考えるほど、時間の資源量と投下量にはマイナスの影響を与える。⑤研修分野では、ビジネスの基礎知識を増やしたいと考えるほど、金の活用度は高まるが、IT関連を増やしたいと考えるほど、金と時間の活用度にはマイナスの影響がみられる。また、専門的な知識等を増やしたいと考えるほど、金の投下量は増える。第二に、会社のサポート状況の影響をみると、①計画的Off-JTを実施しているほど、金の資源量が多いものの、時間では資源量と投下量にマイナスの影響を与えている。②社外での自己啓発に対する上司の協力度が高いほど、金の活用度は高まる。第三に、個人属性の影響をみると、①自己啓発可能時間が長いほど、金からみた資源量と投下量は増加するが、活用度ではマイナスの影響を与えている。②自己啓発予算が高いほど、金からみた投下量と活用度が、時間からみた資源量と投下量がそれぞれ大きくなる。③事務職、サービス職、現業職では、専門職と比べて金の活用度が小さい。こうしたことから、能力開発ニーズや会社のサポートが金と時間の資源の活用程度に影響を与えることは少ないようである。非正社員のなかでも専門職や医療・福祉、学習支援サービス業等で働く人は、金と時間両方で資源量も投下量も多く、活用度も高いことから、自己啓発に積極的取り組んでいる様子がうかがえる。しかしながら、職種や業種によらず非正社員全体を通して、上司の協力が大きいほど金の投資効率があがることから、職場の理解や協力によって資源量や投資量の大小によらず効率的な能力開発が進められるのであろう。

最後に、自営・自由業についてみる。なお、金と時間の活用度は求めた重回帰式が有意でないために分析から除外し、投資量と資源量についてのみ整理する。第一に、能力開発ニーズの影響は、金については、資源量には有意には働かず、投下量に影響を与える。具体的に

は、①社外の長期コースの受講を希望するほど、金の投下量は増加するのに対して、②ビジネスの基礎知識分野の時間を増やそうとすると、金の投下量が減少し、さらに時間の資源投下量を増加させる影響をもつ。③資格取得のための時間を増やしたいと考えるほど、時間からみた資源量と投下量は小さくなる。第二に、①情報環境については、研修費用の情報を重視するほど金からみた資源量は減少するが、投下量は増える傾向があり、②研修の時間数や期間を重視すると、時間からみた投下量が増加する。第三に、個人属性では、①自己啓発可能時間が長いほど、金と時間の資源投下量が増加している。②家業を引き継いだ人ほど、時間の資源量は短い。したがって、上記の点から、自営・自由業は、仕事上より専門的な知識等が求められる人は、そのために自己啓発には費用をかけている一方で、ビジネスの基礎知識が必要な人は、時間の資源投下量を多くすることで対応しているためだと考えられる。また、他の雇用・就業形態と比べて、金と時間の資源を使う場合、情報を活用している様子がうかがえる。

以上のことから、金と時間の資源量と活用の規定要因として、正社員では、①個人の今後の働き方に対する希望をもつことで、多くの金銭的な資源を効果的に活用でき、②会社のサポート、特に上司や職場の協力があるほど、多くの金と時間を確保し、それを効率的に活用度できる。③特に、求められている能力に対する現在のレベルが高い人ほど、金と時間の活用度が高い。非正社員では、①上司のサポートがあるほど金の投資効率が、②自己啓発等の時間を今後増やしたいと考えるほど時間の投資効率があがる。自営・自由業では、①社外の長期コースへの訓練ニーズが時間の投資量と金の投下量を増やし、金と時間の情報によってその投下量が決定される。

今回の分析では、主に正社員の金と時間からみた資源についての規定要因が明らかになり、その他の雇用・就業形態については、正社員とは異なる能力開発ニーズやその他の条件によって規定されると推測される。したがって、この点を補うために、今後は他の雇用・就業形態についても、能力開発行動の背景をより深く探るとともに、関連したデータを収集し、資源量とその活用程度の規定要因を分析することが課題である。

図表 4-3-41 資源量と活用度の規定要因

		金	資源量			投下量			活用度		
			正	非	自	正	非	自	正	非	自
個人属性	性別	(***)								(*)	
	専修・短大卒タミ										
	大学・大学院卒タミ	*				**				***	
	転職経験		-	-			-	-			-
	昨年の年収	***		***							
	自己啓発予算	-	-	-	***	***	***	(***)	(*)		
	自己啓発可能時間	***	***	***	***	***	**	***	***		
	業種:建設業タミ		***								
	業種:電気・ガス・熱供給・水道業タミ										
	業種:情報通信業タミ										
	業種:運輸業タミ										
	業種:卸・小売業タミ				***				*		
	業種:金融・保険・不動産業タミ										
	業種:飲食・宿泊業タミ										
	業種:医療・福祉タミ	***				***			***		
	業種:教育・学習支援業タミ					***	***		***		
	業種:サービス業タミ										
	業種:その他タミ										
	従業員数	(***)									
	会社での地位		-	-	*	-	-				-
	働き方:契約社員	-	-	-	-	-	-				
	働き方:準社員	-	-	-	-	-	-				
	働き方:嘱託社員	-	-	-	-	-	-				
	働き方:アルバイト	-	*	-	-	-	-				
	働き方:非正規その他の働き方	-	-	-	-	-	-				(*)
	開業年数	-	-	-	-	-	-				
	(設立形態)家業引継タミ	-	-	-	-	-	-				
	(設立形態)親会社からの分離独立タミ	-	-	-	-	-	-				
	(設立形態)その他の設立形態タミ	-	-	*	-	-	-				
	職種:事務職										(**)
職種:営業・販売職				(*)							
職種:サービス職										(**)	
職種:現業職		(***)								(*)	
職種:その他		(*)								(***)	
残業時間	***		-	***		-	*				
能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル		-		-		***			
		今後の働き方:転職希望	***	-	-		-	-			
		今後の働き方:起業・家業を継ぐ	**	-	-	***	-	-	*		
		今後の働き方:特に考えていない	**	-	-	(*)	-	-	(**)		
		今後の働き方:その他	***	-	-	***	-	-			
	正社員への希望	-	(*)	-	-	-	-				
	内容	全体	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	*					(*)		
		資格	資格修得時間の今後の方針	*							
		社外の長期コース	社外の長期教育訓練コースへのニーズ		*				*	*	
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:ビジネスの基礎知識	-	-	-			(*)	*	
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:マネジメント	-	-	-					
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:専門的な知識・技術・技能	-	-	-		(*)			
			「研修や自己啓発」時間の今後の方針:語学	-	-	-					
		「研修や自己啓発」時間の今後の方針:コンピューターの知識	-	-	-					(**)	
		会社のサポート	教育訓練方針	選抜型の教育を重視	***		-	*		-	
教育訓練の責任主体は会社にある						-			(*)		
その他	求める能力の伝達				-						
情報環境	計画的Off-JTの実施状況	*	*	-							
	社外での自己啓発への上司の協力度	***		-	*			*			
	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修費用	(***)		(***)			**				
	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:費用補助の有無										

時間		資源量			投下量			活用度		
		正	非	自	正	非	自	正	非	自
個人属性	性別	**	***							(*)
	専修・短大卒ダミー		*	(**)	(*)					
	大学・大学院卒ダミー	***	***							**
	転職経験		-	-						
	昨年の年収		(*)							
	自己啓発予算	***	***	***			*			
	自己啓発可能時間	-	-	-	***	***	***			
	業種:建設業ダミー			(*)						
	業種:電気・ガス・熱供給・水道業ダミー									
	業種:情報通信業ダミー									
	業種:運輸業ダミー	**								
	業種:卸・小売業ダミー									
	業種:金融・保険・不動産業ダミー				***					
	業種:飲食・宿泊業ダミー			(***)						
	業種:医療・福祉ダミー				***	*		***		
	業種:教育・学習支援業ダミー				***	***	*	*		
	業種:サービス業ダミー						*			
	業種:その他ダミー									
	従業員数	*					***			
	会社での地位		-	-			-	-		
	働き方:契約社員	-	(*)	-	-	-	-	-		
	働き方:準社員	-	*	-	-	-	-	-		
	働き方:嘱託社員	-	-	-	-	-	-	-		
	働き方:アルバイト	-	-	-	-	-	-	-		
	働き方:非正規その他の働き方	-	-	-	-	(*)	-	-		
	開業年数	-	-	-	-	-	-	-		
	(設立形態)家業引継ダミー	-	-	(**)	-	-	-	-		
	(設立形態)親会社からの分離独立ダミー	-	-	-	-	-	-	-		
	(設立形態)その他の設立形態ダミー	-	-	-	-	-	-	-		
	職種:事務職			-	(**)	(*)	-	(**)		
	職種:営業・販売職	(**)		-	(**)	(*)	-	(*)		
	職種:サービス職			-			-	-		
	職種:現業職	(**)		-		(*)	-	-		
	職種:その他			-		(***)	-	-		
	残業時間	(***)		-	*		-	*		
	能力開発ニーズ	背景	求められている能力に対する現在のレベル		-	-	***	**	-	***
			今後の働き方:転職希望	*	-	-	-	-	-	-
			今後の働き方:起業・家業を継ぐ	**	-	-	***	-	-	-
			今後の働き方:特に考えていない		-	-	-	-	-	-
			今後の働き方:その他		-	-	-	-	-	-
			正社員への希望	-	-	-	-	-	-	-
		内容	全体	「研修や自己啓発」時間の今後の方針	***	***	*			
			資格	資格修得時間の今後の方針		(**)	(*)		(*)	(*)
			社外の長期コース	社外の長期教育訓練コースへのニーズ	*	*	**	**		**
			分野別	「研修や自己啓発」時間の今後の方針:ビジネスの基礎知識	-	-	-	(*)		*
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:マネジメント				-	-	-				
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:専門的な知識・技術・技能				-	-	-		(**)	***	
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:語学				-	-	-				
「研修や自己啓発」時間の今後の方針:コンピューターの知識			-	-	-	(**)		(*)		
サポート			教育訓練方針	選抜型の教育を重視	(*)	-	-		-	
	教育訓練の責任主体は会社にある	(**)		-	-		-	(**)		
	その他	求める能力の伝達			-		**	**		
		計画的Off-JTの実施状況		(*)	-		(*)	-		
		社外での自己啓発への上司の協力度	**		-	**		**		
情報環境	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修の時間帯					*				
	教育訓練機関を利用する際に重視する情報:研修の時間数や期間						*			

注1) 表中の「-」は回帰分析の際に被説明変数として使用しなかった変数である。

注2) ***1%有意、**5%有意、*10%有意を示す。()はマイナスで有意であることを表す。

第4章 無業者の能力開発行動（就業者との比較）

1. 調査・分析の概要

（1）調査の趣旨と目的

本章は、全国個人調査（平成17年9月実施）の調査結果¹を補完するために、平成18年1月に実施した地域限定の個人調査（以下「地域調査」という）の結果を取りまとめたものである。

地域調査は、調査対象者の居住地を限定して、「無業者」と「就業者」（正社員、非正社員、自営業・自由業）の能力開発行動を比較・分析することで、わが国における無業者の職業能力開発の現状と課題について明らかにすることを目的とする。

（2）調査概要

ア 調査対象地域

調査地域については、ランダムロケーション法を用いた。住宅地域、商業地域及び工業地域が混在するごく一般的な居住地域で、鉄道をはじめとする公共交通機関や道路網の利便性をもち、教育訓練受講が比較的容易と思われる地域であり、訪問調査が容易である東京都を選定した。

さらに、市区町村の中では、平均的な人口と面積を有する中野区を選定した。また、訪問調査件数を確保するために、隣接する杉並区も調査対象地域として選定した。

イ 調査方法

調査票については、平成17年9月に実施した全国規模の個人調査で使用した3種の調査票と同一の形式で、無業者用を新たに作成した。訪問調査（留置き法）を用いて調査を実施した。

ウ 調査の実施時期と回収状況

2006年1月16日から1月31日にかけて訪問・回収を実施し、**図表4-4-1**のとおり400件が回収された。

エ 調査対象者

調査対象者の選定にはクォーターサンプリング法を用いた。就業形態により、無業者、正社員、非正社員、自営業・自由業者の4グループとし、年代別にカテゴリーを分けた。

¹ 教育訓練サービス市場の需要構造に関する調査研究 労働政策研究報告書 No54

各カテゴリーに対する調査件数は、総務省統計局「国勢調査」（2000年度）等²の調査結果から、年代別、男女別、就業形態別割合により算定した。実際の調査対象者は、調査対象地域の居住者から属性別に無作為に抽出した。

図表 4-4-1 調査対象者属性別件数

	20～29才		30～49才		50～59才		計		合計
	男	女	男	女	男	女	男	女	
無業者	10	10	12	28	10	20	32	58	90
就業者合計	30	30	80	80	42	48	152	158	310
正社員	20	20	52	48	22	18	94	86	180
非正社員	10	10	18	22	10	20	38	52	90
自営業・自由業	0	0	10	10	10	10	20	20	40
男女別計	40	40	92	108	52	68	184	216	400
合計	80		200		120		400		

オ 主な調査項目

主に次の項目について調査した。

- ①性別、年齢、最終学歴
- ②現在の状況
- ③勤務していた当時の勤続年数、職種、転職経験等
- ④現在、研修や自己啓発に使える時間・お金等
- ⑤過去3年間の社外、社内、通信教育、eラーニング、勉強会・交流会の受講状況

調査票は、別添 2「職業を持っていない方」用のとおりである（その他の調査票は「労働政策報告書 No.54 2006」を参照）。

2. 無業者の状況

本節では、現在無業である者の状況（現状、過去の就業経験、勤続年数等）について明らかにする。

2-1 現在の状況

無業者 90 名（男性 32 名、女性 58 名）の現在の状況を図表 4-4-2 に示す。

無業者の現状は、主婦 56.7%、特に職業を持たず在宅している者 14.4%、学生 13.3%、失業中の者 12.2%、家事労働 2.2%、定年退職 1.1%の順で、年齢別にみると 30 歳代以降では 6 割強が主婦である。

性別でみると女性は主婦 87.9%が多く、男性では職業を持たず在宅及び失業中と学生が共に 3 割強（合計で 7 割強）で、学生が 3 割弱で大部分を占める。

² 中野区統計書（2004年）、中野区の人口と世帯（平成12年度国勢調査）、杉並区国勢調査特別集計分析報告書（平成17年3月）、中野区HP、杉並区HP。

図表 4-4-2 無業者の現状 (n=90)

現在の状況		TOTAL	主婦	学生	定年退職者	家事労働	特に職業は持たず在宅	失業中	その他	無回答
無業者		90	56.7	13.3	1.1	2.2	14.4	12.2	0.0	0.0
年齢	20代	20	20.0	60.0	0.0	5.0	15.0	0.0	0.0	0.0
	30代	23	73.9	0.0	0.0	0.0	17.4	8.7	0.0	0.0
	40代	17	64.7	0.0	0.0	0.0	11.8	23.5	0.0	0.0
	50以上	30	63.3	0.0	3.3	3.3	13.3	16.7	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別	男性	32	0.0	28.1	3.1	0.0	34.4	34.4	0.0	0.0
	女性	58	87.9	5.2	0.0	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

最終学歴別（図表 4-4-3）には中学校・高校卒 36.7%、専修・専門学校卒 15.6%、短大・高専卒 20.0%。大学・大学院卒 26.7%であり、40歳代以上の年齢で高校卒が多くなっている。

全体的な無業者のイメージは、女性は30歳代以上で主婦、男性は無業在宅者、失業者、学生がそれぞれ3割程度である。

図表 4-4-3 最終学歴 (n=90)

最終学歴		TOTAL	中学校卒	高校卒	専修・専門学校卒	短大・高専卒	大学・大学院卒	無回答
無業者		90	1.1	36.7	15.6	20.0	26.7	0.0
年齢	20代	20	0.0	60.0	15.0	15.0	10.0	0.0
	30代	23	0.0	26.1	21.7	17.4	34.8	0.0
	40代	17	0.0	35.3	11.8	23.5	29.4	0.0
	50以上	30	3.3	30.0	13.3	23.3	30.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

2-2 就業経験

(1) 就業経験

就業経験のある者（図表 4-4-4）は全体の81.1%であり、年齢別にみると30歳代以降は多くが（88%超）就業経験を有している。20歳代で就業経験が少ない者が多いが、学生が「就業経験無し」と回答しているためである。無業者で主婦が現状の者の大半（90.2%）に就業経験がある。

就業経験者（73名）の就業職種（転職経験を含めて直近で就業した職種）（図表 4-2-4）は、事務職が27.4%と最も多く、次いでサービス職23.3%、専門技術職と営業・販売職20.5%と続き、現業職が4.1%と最も少ない。

現在主婦（48名）である者の就業職種は、事務職34.8%、サービス職21.7%、営業・販売職17.4%の順である。

図表 4-4-4 就業経験の有無 (n=90)

就業経験		TOTAL	有	無	無回答
無業者		90	81.1	18.9	0.0
年齢	20代	20	45.0	55.0	0.0
	30代	23	95.7	4.3	0.0
	40代	17	88.2	11.8	0.0
	50以上	30	90.0	10.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0
現状	主婦	51	90.2	9.8	0.0
	学生	12	25.0	75.0	0.0
	定年退職者	1	100.0	0.0	0.0
	家事労働	2	100.0	0.0	0.0
	特に職は持たず在宅	13	76.9	23.1	0.0
	失業中	11	100.0	0.0	0.0
	その他	0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0

図表 4-4-5 就業職種 (n=73)

職種		TOTAL	専門・技術職	事務職	営業・販売職	サービス職	生産・運輸・建設等の現業職	その他	無回答
無業者		73	20.5	27.4	20.5	23.3	4.1	4.1	0.0
現状	主婦	46	19.6	34.8	17.4	21.7	0.0	6.5	0.0
	学生	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	定年退職者	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家事労働	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	特に職は持たず在宅	10	10.0	10.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	失業中	11	27.3	9.1	36.4	18.2	9.1	0.0	0.0
	その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(2) 就業開始年齢

就業経験があって現在無業の者の就業開始年齢(図表 4-4-6)は、多い順から 19 歳以下 26.0%、20 歳 21.9%、22 歳 13.7%、30~34 歳 9.6%となっている。高校卒業、短大等卒業、大学卒業後の年齢と一致すると共に、30~34 歳の増加は、子育て終了後の職場復帰(いわゆる M 字曲線)がみられる。

図表 4-4-6 就業開始年齢 (n=73)

就業していた時の就業開始年齢	TOTAL	19歳以下	20歳	21歳	22歳	23歳	24歳	25歳	26歳	27歳	28歳	29歳	30~34歳	35~39歳	40~44歳	45~49歳	50~54歳	55~59歳	60歳以上	無回答	平均	
無業者	73	26.0	21.9	6.8	13.7	4.1	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	2.7	9.6	2.7	1.4	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	23.7	
年齢	20代	9	55.6	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	19.2
	30代	22	18.2	27.3	4.5	13.6	9.1	0.0	0.0	4.5	4.5	4.5	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.7
	40代	15	20.0	20.0	6.7	13.3	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24.7
	50以上	27	25.9	22.2	3.7	14.8	0.0	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7	7.4	3.7	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	25.4
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別	男性	22	27.3	18.2	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	9.1	13.6	9.1	4.5	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	27.5
	女性	51	25.5	23.5	9.8	17.6	5.9	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	7.8	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(3) 退職年齢と退職理由

就業経験者（73名）の退職年齢（図表4-4-7）は30～34歳で11%と多いが、退職年齢に大きな特徴はない。

図表4-4-7 退職年齢（n=73）

就業していた時の退職年齢	TOTAL	19歳以下	20歳	21歳	22歳	23歳	24歳	25歳	26歳	27歳	28歳	29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60歳以上	無回答	平均
無業者	73	1.4	4.1	5.5	5.5	8.2	8.2	4.1	5.5	2.7	6.8	8.2	11.0	4.1	5.5	6.8	8.2	4.1	0.0	0.0	31.8
年齢																					
20代	9	11.1	33.3	33.3	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.9
30代	22	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	9.1	9.1	9.1	4.5	4.5	22.7	31.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.0
40代	15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	6.7	0.0	13.3	6.7	6.7	20.0	20.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	34.6
50以上	27	0.0	0.0	3.7	11.1	11.1	7.4	3.7	3.7	3.7	7.4	0.0	0.0	0.0	3.7	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	36.8
無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別																					
男性	22	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	18.2	4.5	13.6	22.7	18.2	9.1	0.0	0.0	41.4
女性	51	0.0	5.9	5.9	7.8	11.8	11.8	5.9	7.8	3.9	9.8	9.8	7.8	3.9	2.0	0.0	3.9	2.0	0.0	0.0	27.6
無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

退職理由（図表4-4-8）は、回答者の多くが主婦（63.0%）であり、その理由は事業主都合1割未満をはるかに超えて自己都合が9割弱である。年齢別に見ると、50歳代以上の事業主都合の割合（11.1%）が他年代に比べて若干多くなっている。

図表4-4-8 退職理由（n=73）

退職した理由	TOTAL	自己都合	事業主都合	その他	無回答
無業者	73	86.3	6.8	6.8	0.0
年齢					
20代	9	77.8	0.0	22.2	0.0
30代	22	95.5	4.5	0.0	0.0
40代	15	93.3	6.7	0.0	0.0
50以上	27	77.8	11.1	11.1	0.0
無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
職種					
専門・技術職	15	66.7	13.3	20.0	0.0
事務職	20	90.0	5.0	5.0	0.0
営業・販売職	15	93.3	6.7	0.0	0.0
サービス職	17	94.1	0.0	5.9	0.0
生産・運輸等の現業職	3	66.7	33.3	0.0	0.0
その他	3	100.0	0.0	0.0	0.0
無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
現状					
主婦	46	89.1	2.2	8.7	0.0
学生	3	66.7	0.0	33.3	0.0
定年退職者	1	100.0	0.0	0.0	0.0
家事労働	2	100.0	0.0	0.0	0.0
特に職は持たず在宅	10	100.0	0.0	0.0	0.0
失業中	11	63.6	36.4	0.0	0.0
その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0

(4) 就業時の就業形態と勤続年数

就業経験のある者（73名）の就業時の雇用形態（図表4-4-9）は、正社員58.9%、パート・アルバイト21.9%、契約社員等8.2%となっており、派遣社員が2.7%と最も少ない。

年代別はどの年代でも雇用形態と同傾向であるが、職種別にみるとサービス職でパート・

アルバイト 41.2%が正社員 35.3%より多い。

図表 4-4-9 就業形態 (n=73)

就業していたときの雇用形態		TOTAL	正社員	契約社員・準社員・嘱託社員	パートタイマー・アルバイト	派遣社員	自営業(家族従事者)・自由業	その他	無回答
無業者		73	58.9	8.2	21.9	2.7	6.8	1.4	0.0
年齢	20代	9	22.2	11.1	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	22	63.6	4.5	22.7	4.5	0.0	4.5	0.0
	40代	15	60.0	20.0	13.3	6.7	0.0	0.0	0.0
	50以上	27	66.7	3.7	11.1	0.0	18.5	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職種	専門・技術職	15	73.3	13.3	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0
	事務職	20	80.0	0.0	10.0	5.0	5.0	0.0	0.0
	営業・販売職	15	60.0	6.7	26.7	6.7	0.0	0.0	0.0
	サービス職	17	35.3	11.8	41.2	0.0	11.8	0.0	0.0
	生産・運輸等の現業職	3	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(5) 勤続年数

就業時の勤続年数(図表 4-4-10)は、5~10年未満 26.0%、3~5年未満 20.5%、1~3年未満 27.4%と10年未満の勤続年数が全体の8割弱を占め、勤続年数の平均は8年である。現状が主婦である勤続年数が同傾向であり、M字曲線の前半(出産を期に退職)を裏付けている。

図表 4-4-10 勤続年数 (n=73)

勤続年数		TOTAL	1年未満	1~3年未満	3~5年未満	5~10年未満	10~20年未満	20~30年未満	30年以上	無回答	平均
無業者		73	0.0	27.4	20.5	26.0	13.7	6.8	5.5	0.0	8.1
年齢	20代	9	0.0	77.8	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9
	30代	22	0.0	22.7	22.7	40.9	13.6	0.0	0.0	0.0	5.5
	40代	15	0.0	6.7	13.3	40.0	26.7	13.3	0.0	0.0	9.9
	50以上	27	0.0	25.9	22.2	14.8	11.1	11.1	14.8	0.0	11.3
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職種	専門・技術職	15	0.0	13.3	26.7	46.7	0.0	6.7	6.7	0.0	8.4
	事務職	20	0.0	30.0	20.0	20.0	20.0	0.0	10.0	0.0	8.5
	営業・販売職	15	0.0	33.3	26.7	20.0	13.3	0.0	6.7	0.0	7.1
	サービス職	17	0.0	35.3	11.8	17.6	23.5	11.8	0.0	0.0	7.8
	生産・運輸等の現業職	3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	8.7
	その他	3	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	10.3
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
現状	主婦	46	0.0	26.1	21.7	34.8	15.2	2.2	0.0	0.0	5.9
	学生	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
	定年退職者	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	35.0
	家事労働	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5
	特に職は持たず在宅	10	0.0	40.0	30.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	7.1
	失業中	11	0.0	9.1	9.1	18.2	18.2	18.2	27.3	0.0	17.9
	その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

2-3 転職経験

就業経験者（73名）のうち、転職経験のある者（図表4-4-11）は5割弱で、年齢別にも大きな変化はない。現状で主婦の場合、転職経験が無い者が5割を超えている（56.5%）ので、一社のみ経験で退職している場合が過半数を占めている。

図表 4-4-11 転職経験（n=73）

転職経験		TOTAL	ある	ない	無回答
無業者		73	45.2	46.6	8.2
年齢	20代	9	22.2	55.6	22.2
	30代	22	45.5	40.9	13.6
	40代	15	66.7	26.7	6.7
	50以上	27	40.7	59.3	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0
現状	主婦	46	37.0	56.5	6.5
	学生	3	0.0	66.7	33.3
	定年退職者	1	0.0	100.0	0.0
	家事労働	2	50.0	0.0	50.0
	特に職は持たず在宅	10	80.0	20.0	0.0
	失業中	11	63.6	27.3	9.1
	その他	0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0

転職回数（図表4-4-12）は、全体では1回13.7%、2回12.3%の順で、3回以上は少数派である。職種等での分析は母数が少ないため省略する。

図表 4-4-12 転職回数（n=73）

転職回数		TOTAL	1回	2回	3回	4回	5回～9回	10回以上	無回答
無業者		73	13.7	12.3	5.5	2.7	2.7	4.1	58.9
年齢	20代	9	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	77.8
	30代	22	13.6	18.2	4.5	4.5	4.5	0.0	54.5
	40代	15	20.0	13.3	20.0	0.0	6.7	0.0	40.0
	50以上	27	14.8	7.4	0.0	0.0	0.0	11.1	66.7
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職種	専門・技術職	15	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	13.3	60.0
	事務職	20	5.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	75.0
	営業・販売職	15	13.3	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	53.3
	サービス職	17	17.6	23.5	0.0	5.9	0.0	0.0	52.9
	生産・運輸等の現業職	3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3
	その他	3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
現状	主婦	46	15.2	15.2	2.2	0.0	0.0	0.0	67.4
	学生	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	定年退職者	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	家事労働	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	特に職は持たず在宅	10	0.0	10.0	10.0	20.0	10.0	20.0	30.0
	失業中	11	18.2	9.1	18.2	0.0	9.1	9.1	36.4
	その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3. 無業者の能力開発をとりまく環境

本節では、無業者が「研修や自己啓発」を行う場合のお金や時間的余裕、家庭の協力度、情報収集方法等から、無業者の能力開発の環境を明らかにする。

3-1 「研修や自己啓発」のために使える「お金」と「時間」

(1) 「お金」からみると

無業者（90名）が自己啓発を行うにあたり、「お金」の面を確認すると、そのうち1年間に「自己啓発」のために使えるお金（以下、「自己啓発予算額」という）の平均は13万7,700円である（**図表 4-4-13**を参照）。詳細をみると、「10万円以上30万円未満」が4割強（43.3%）を占めて最も多く、これに「3万円未満」（17.7%）、「5万円以上10万円未満」（12.2%）、「30万円以上50万円未満」（10.0%）、「3万円以上5万円未満」（5.6%）が続いている。また、「0円」は4.4%で、1割に満たない。

これに対して、就業者の自己啓発予算額は「10万円以上30万円未満」が4割弱（37.1%）を占めて最も多く、これに「5万円以上10万円未満」が（19.7%）、「3万円未満」（12.2%）、「30万円以上50万円未満」（7.4%）、「3万円以上5万円未満」（6.1%）が続き、「0円」は12.6%となっている。

金額帯でみると、無業者も就業者も「10万円以上30万円未満」が4割前後で最も多い。予算を計上できない「0円」については、就業者は1割を上回る（12.6%）が、無業者4.4%ときわめて低く、無業者は9割を超えるものが自己啓発のための予算を計上できるとしている。

予算額の平均は無業者（13万7,700円）が就業者（10万4,400円）を3万円以上も上回っており、無業者のほうが費用の面で就業者より余裕があるといえる。

図表 4-4-13 自己啓発のために使える「お金」（概要・n=400）

		(%)	
		無業者(n=90)	就業者(n=310)
「自己啓発」に使えるお金 (自己啓発予算額)	平均(千円)	137.7	104.4
	0円	4.4	12.6
	3万円未満	17.7	12.2
	3万円以上5万円未満	5.6	6.1
	5万円以上10万円未満	12.2	19.7
	10万円以上30万円未満	43.3	37.1
	30万円以上50万円未満	10.0	7.4
	50万円以上	3.3	2.6
	無回答	3.3	2.5

(2) 「時間」からみると

無業者（90名）が「自己啓発」のために使える時間（以下、「自己啓発可能時間」という）は平均116.6時間で、自己啓発可能時間の内部構成は、「80時間超～160時間以内」（57.7%）が最も多く、これに「40時間超～80時間以内」（18.9%）、「160時間超～480時間以内」（10.0%）、

それ以下の時間帯ではそれぞれ1%強である。これに対し、自己啓発のために使える時間のない（「0時間」）者は4.4%である。

先に算出した自己啓発予算額（自己啓発のために使えるお金）をこれで除した「時間当たりの自己啓発予算額」（以下、「時間当たり予算額」という）は平均1,200円である（図表4-4-14を参照）。

図表 4-4-14 自己啓発のために使える「時間」（概要・n=400）

		(%)	
		無業者(n=90)	就業者(n=310)
「自己啓発」に使えるお金 (自己啓発予算額)	平均(千円) (a)	137.7	104.4
	平均(時間) (b)	116.6	90.7
「自己啓発」に使える時間 (自己啓発可能時間)	0時間	4.4	12.6
	8時間以内	1.1	4.5
	8時間超24時間以内	1.1	13.8
	24時間超40時間以内	1.1	9.0
	40時間超80時間以内	18.9	22.2
	80時間超160時間以内	57.7	20.0
	160時間超480時間以内	10.0	14.2
	480時間超	2.2	1.3
	無回答	3.3	2.2
時間当たり予算額	平均(千円) (c)	1.2	1.2

就業者(310名)「自己啓発可能時間」は平均90.7時間で、「時間当たり予算額」は平均1,200円である。つぎに自己啓発可能時間の内部構成は、「40時間超～80時間以内」(22.2%)が最も多く、これに「80時間超～160時間以内」(20.0%)、「160時間超～480時間以内」(14.2%)、「8時間超～24時間以内」(13.8%)がこれに続く。また、自己啓発のために使える時間のない（「0時間」）者は1割強(12.6%)にのぼる。

時間帯でみると、無業者は「80時間超～160時間以内」(57.7%)が、就業者は「40時間超～80時間以内」(22.2%)が最も多い。平均時間をみると無業者(116.6時間)のほうが就業者(90.7時間)よりも長く、時間の面でも、無業者のほうが就業者より余裕がある。しかしながら、時間当たり予算額は平均1,200円で同額である。

3-2 周囲の理解と協力

ここでは、無業者が研修を受講するにあたり、家庭での協力は得られるのかについてみる。研修を受ける場合の協力度（「協力的である」＋「やや協力的である」の合計値）は76.7%であり、家庭の協力は充分得られている（図表4-4-15参照）。

図表 4-4-15 家庭の協力度 (n=90)

	TOTAL	協力的である	やや協力的である	あまり協力的でない	協力的ではない	無回答
家庭の協力度	90	37.8	38.9	14.4	5.6	3.3

就業者（自由業・自営業者を除く正社員 180 名及び非正社員 90 名）について、社外で自己啓発を行うことに対する「協力度」をみると（図表 4-4-16）、全体としては、協力度（「協力的である」＋「やや協力的である」の合計値）は 57.8%で、6 割弱である。就業者が社外で自己啓発を行うことに対して勤務先は概ね協力的であるといえる。

図表 4-4-16 社外での自己啓発に対する協力度 (n=270)

社外での自己啓発に対する協力度	TOTAL	協力的である	やや協力的である	あまり協力的でない	協力的ではない	無回答
全体	270	25.1	32.7	29.2	12.7	0.3
会社等	270	25.2	31.5	30.0	13.3	0.0
上司	270	24.1	31.5	30.7	13.3	0.4
先輩	270	25.9	35.2	27.0	11.5	0.4

無業者も就業者もとりまく環境は異なるが、就業者は無業者に比べて若干協力度が低いものの能力開発への協力は得られる状況にある。また、前述の「研修や自己啓発」に費やす時間やお金についても、時間当たり予算額でみると同額（1,200 円）と同額であり（図表 4-3-2 を参照）、能力開発を行う環境に大差はみられない。

3-3 情報環境

ここでは、無業者が「研修や自己啓発」を行うにあたり、どのような能力開発情報を入手したいか、また、どのような情報収集方法を利用しているかをみる。

(1) 社外機関を利用する場合に重視する情報

社外の教育訓練機関を利用する場合の重視する情報について、図表 4-4-17 の「重視する」と「やや重視する」の合計比率に注目すると、様々な情報が重視されている。

無業者（90 名）については、12 項目のうち「重視する」項目は、「研修費用」（74.4%）、「研修の時間帯」（65.6%）、「研修の時間数や期間」（62.2%）、「立地・交通の利便性」（53.3%）、「得られる資格や免許」（55.6%）の 5 項目に加え、「カリキュラム」（43.3%）と「費用補助の有無」（42.2%）の 2 項目も「重視する」と考えている。それ以外の項目は「ある程度重視する」が主となっている。

就業者（310 名）については、12 項目のうち「重視する」項目は、「研修の時間帯」（66.1%）、「研修費用」（60.3%）、「研修の時間数や期間」（56.1%）、「立地・交通の利便性」（54.2%）、

「得られる資格や免許」(55.5%)の5項目である。

無業者(7項目)は就業者(5項目)に比べ「重視する」項目が多く、受講条件に厳しいと受け取れるが、受講に熱心に取り組む姿勢の現れとも理解できる。つまり、通所条件が整い「得られる資格や免許」や「カリキュラム」が明確であるとともに、費用の補助が得られれば、無業者も積極的に教育訓練機関を利用する意志があると考えられる。

図表 4-4-17 教育訓練機関を利用する際に重視する情報(複数回答)(n=400)

(%)							
番号	重視する項目	TO TAL	重視する	ある程度重視する	あまり重視しない	重視しない	無回答
1	カリキュラム						
	全体	400	38.8	49.0	10.0	2.0	0.3
	無業者	90	43.3	42.2	12.2	1.1	1.1
2	得られる資格や免許						
	全体	400	57.5	32.3	8.3	1.8	0.3
	無業者	90	55.6	31.1	11.1	1.1	1.1
3	担当する講師・インストラクターの質						
	全体	400	33.0	49.3	16.0	1.5	0.3
	無業者	90	37.8	47.8	13.3	0.0	1.1
4	コースの評判						
	全体	400	26.3	54.0	18.3	1.3	0.3
	無業者	90	33.3	47.8	17.8	0.0	1.1
5	利用する教材						
	全体	400	19.5	49.0	29.3	1.8	0.5
	無業者	90	31.1	43.3	22.2	1.1	2.2
6	立地・交通の利便性						
	全体	400	54.0	36.0	8.5	1.3	0.3
	無業者	90	53.3	34.4	11.1	0.0	1.1
7	研修の時間帯						
	全体	400	66.0	28.3	4.5	1.0	0.3
	無業者	90	65.6	25.6	6.7	1.1	1.1
8	研修の時間数や期間						
	全体	400	57.5	34.5	6.5	1.3	0.3
	無業者	90	62.2	32.2	4.4	0.0	1.1
9	研修費用						
	全体	400	63.5	28.8	6.3	1.3	0.3
	無業者	90	74.4	20.0	4.4	0.0	1.1
10	費用補助の有無						
	全体	400	42.8	37.0	18.3	1.8	0.3
	無業者	90	42.2	37.8	18.9	0.0	1.1
11	コースの定員						
	全体	400	10.3	36.0	46.8	6.8	0.3
	無業者	90	11.1	42.2	41.1	4.4	1.1
12	修了率・資格取得状況・就職率等の実績						
	全体	400	31.8	45.3	18.8	4.0	0.3
	無業者	90	38.9	36.7	23.3	0.0	1.1
	就業者	310	29.7	47.7	17.4	5.2	0.0

(2) 情報収集方法

教育訓練を受講するにあたり、情報を収集する際に最も重視する方法(図表 4-4-18 を参照)は、全体(400名)としては「インターネットの情報検索」(68.8%)といったパソコンを使った方法であり、「社外の知人・友人」(57.0%)、「教育訓練やキャリアアップに関する情報誌」(28.5%)、「社外の教育訓練機関からのダイレクトメール」(27.8%)がこれに続く。

図表 4-4-18 情報収集方法(複数回答) (n=400)

	TOTAL	インターネット	社外教育訓練機関の広告・DM	情報誌	社外知人友人	職場全体	人事部門等	グループ会社等	職場の上	職場の先輩・同僚	その他	無回答
全体	400	68.8	27.8	28.5	57.0	52.1	11.5	7.8	13.5	19.3	1.3	0.8
無業者	90	61.1	26.7	33.3	62.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	2.2
就業者	310	71.0	28.0	27.1	55.5	64.7	11.5	10.9	17.4	24.9	0.6	0.3

無業者は勤務先からの情報はないので、「インターネットの情報検索」(61.1%)と「社外の知人・友人」(62.2%)が二大情報源である。無業者に対して情報提供をするための情報インフラ整備が望まれる。

4. 無業者の現在の能力開発行動

お金、時間、協力度、情報源といった資源を持つ無業者は、実際に研修を受講する上でどのようなニーズをもっているのか。本節では、過去1年間の能力開発駆動をとおして、無業者の現在の能力開発ニーズについて、「研修や自己啓発」の分野と「研修」を提供する教育訓練機関の利用意向からこれらを明らかにする。

4-1 過去1年間の研修や自己啓発の実施状況と今後の意向

過去1年間における「研修や自己啓発」の実施状況を図表 4-4-19 に示す。「研修や自己啓発」を行った無業者は1割強(13.3%)で、9割弱は行っていない。就業者では4割強が「研修や自己啓発」を行っている。

図表 4-4-19 研修や自己啓発の実施状況 (n=400)

	TOTAL	はい	いいえ	無回答
全体	400	33.3	66.8	0.0
無業者	90	13.3	86.7	0.0
就業者	310	39.0	61.0	0.0

無業者の今後の研修や自己啓発に対する実施意向を図表 4-4-20 に示す。過去1年間に研修や自己啓発を行った者(12名)のうち、今後も実施すると回答したのは11名である。しかし、過去1年間に研修や自己啓発を行わなかった者(78名)のうち、今後も実施すると回

答したのは5割を超える(41名)。このことから、無業者の半数は今後研修や自己啓発を行う意志のあることが明らかとなった。

図表 4-4-20 無業者の今後の研修や自己啓発に対する実施意向 (n=90)

	(%)			
	TOTAL	はい	いいえ	無回答
無業者合計	90	57.8	42.2	0.0
過去1年間に「研修や自己啓発」を行ったもの	12	91.7	8.3	0.0
過去1年間に「研修や自己啓発」を行わなかったもの	78	52.6	47.4	0.0

今後就職を希望している者の過去1年間の教育訓練受講状況をみると(図表 4-4-21を参照)、「現在受講している」と「過去1年間に受講した」を併せても1割強が受講しただけで、8割強が教育訓練を受講していない。就職を希望しているにも係わらず、就職のための教育訓練を特に受けていないことが明らかとなった。

図表 4-4-21 就職のための教育訓練の受講の有無 (n=39)

	(%)				
	TOTAL	現在、就業のために教育訓練を受講している	過去一年間の間に、就業のために教育訓練を受講した	いいえ	無回答
就職希望者	39	5.1	10.3	84.6	0.0

4-2 社外の教育訓練機関が提供する研修コース等

(1) 長期教育訓練コースの受講ニーズ

夜間大学院等を含めた社外の長期の教育訓練コースに対する回答者全体(400名)の回答結果、図表 4-4-22に示す。

無業者については、肯定意見が4割弱(「そう思う」8.9%+「ややそう思う」30.0%)で、残る6割が否定意見(「そう思わない」23.3%+「あまりそう思わない」36.7%)である。就業者についても、7割強は否定意見(「そう思わない」35.2%+「あまりそう思わない」38.4%)

図表 4-4-22 長期の教育訓練コースの受講ニーズ (n=400)

	(%)					
	TOTAL	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	無回答
全体	400	6.0	22.5	38.0	32.5	1.0
無業者	90	8.9	30.0	36.7	23.3	1.1
就業者全体	310	5.2	20.3	38.4	35.2	2.7

である。無業者、就業者ともに肯定意見は3割から4割の間で、長期教育訓練コースの受講ニーズはそれほど高くない。

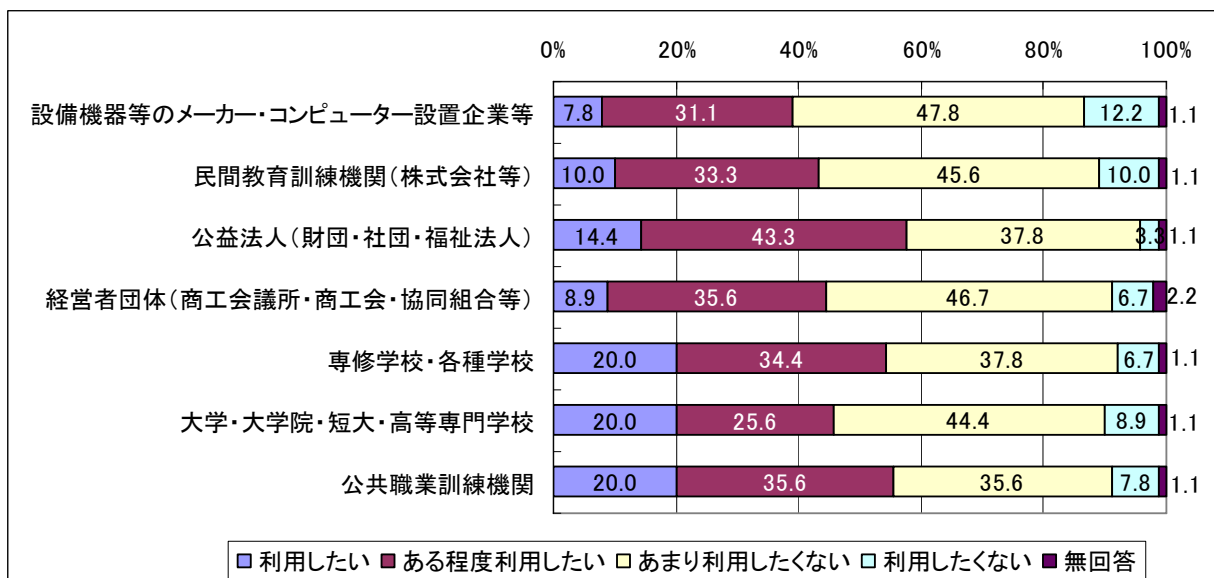
(2) 社外の教育訓練機関が提供する講座やコース等の利用ニーズ

社外教育訓練機関が提供する講座やコースの利用ニーズについての無業者の回答結果を図表 4-4-23 に示す。「利用したい」と「ある程度利用したい」の合計比率をみると、

「公益法人」(57.7%) の利用ニーズが最も高く、「公共職業訓練機関」(55.6%) と「専修学校等」(54.4%) がこれに続いている。

無業者については「公益法人」のニーズが最も高く、「公共職業訓練機関」がこれに続く。就業者についても「公益法人」のニーズは高いので、全体として「公共職業訓練機関」を含め公的な教育訓練機関の活用を希望していることは明らかである。

図表 4-4-23 社外の教育訓練機関が提供する訓練コースへのニーズ（無業者）(n=90)



5. 無業者の過去の能力開発行動

本節では、過去3年間の研修等の受講状況から、無業者の能力開発行動を明らかにする。

(1) 社外講座

過去3年間に社外で行う講座・コース(同、「社外講座」とする)を受講した無業者は17.8%(16名)で、受講率は2割弱と低い(図表 4-4-24 参照)。就業者も3割弱(27.1%)であり、受講機会が多いとはいえない。

図表 4-4-24 【社外講座】受講の有無 (n=400)

	TOTAL	ある	ない	無回答
全 体	400	25.0	74.7	0.3
無業者	90	17.8	82.2	0.0
就業者	310	27.1	72.6	0.3

(2) 通信教育

過去3年間に通信教育を受講した無業者では8.9%（8名）で、就業者では9.3%とともに1割に満たない（図表 4-4-25 参照）。無業・就業に関わりなく、通信教育はあまり活用されていない。

図表 4-4-25 【通信教育】受講の有無 (n=400)

	TOTAL	ある	ない	無回答
全 体	400	9.3	90.5	0.3
無業者	90	8.9	91.1	0.0
就業者	310	9.3	90.3	0.2

(3) 勉強会・交流会

過去3年間に勉強会・交流会を受講した無業者は11.1%（10名）で、1割強に過ぎない（図表 4-4-26 参照）。就業者も2割強（22.0%）であり、勉強会・交流会もあまり活用されていない。

図表 4-4-26 【勉強会・交流会】受講の有無 (n=400)

	TOTAL	ある	ない	無回答
全 体	400	22.0	78.0	0.0
無業者	90	11.1	88.9	0.0
就業者	310	25.2	74.8	0.0

(4) コース分野と教育訓練機関

過去3年間に無業者が受講した社外講座、通信教育、勉強会・交流会について、無業者が主に受講した研修コース分野と、それらの研修コースを提供する教育訓練機関を図表 4-4-27 と図表 4-4-28 に示す。過去3年間に無業者が受講した社外講座は延べ18コース、通信教育は延べ9コース、勉強会・交流会は延べ11コースであった。

図表 4-4-27 「研修や自己啓発」のコース分野

		(%)															
		延べコース数	階層別研修全体	ビジネスの基礎知識	マネジメント	専門研修全体	営業・販売	技術・技能	医療・看護・福祉	経理・財務	人事・労務	品質・安全	語学	OA・コンピュータ	その他	無回答	研修期間
過去3年間	全体	38	0.0	0.0	0.0	44.7	2.7	10.5	31.6	0.0	0.0	0.0	29.0	7.9	18.4	0.0	
	講座・コース	18	0.0	0.0	0.0	38.9	5.6	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	27.8	11.1	22.2	0.0	48.3 時間
	通信教育	9	0.0	0.0	0.0	44.4	0.0	11.1	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	11.1	11.1	0.0	9.1 ヶ月
	勉強会交流会	11	0.0	0.0	0.0	54.5	0.0	9.1	45.5	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	18.2	0.0	9.2 時間

図表 4-4-28 「研修や自己啓発」を提供する教育訓練機関

		(%)									
		延べコース数	設備機器等のメーカー・コンピュータ導入企業等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修学校・各種学校	大学・高等専門学校・短大	公共職業訓練機関	その他	無回答
過去3年間	全体	38	0.0	34.2	5.3	2.7	0.0	15.8	5.3	36.8	0.0
	講座・コース	18	0.0	50.0	0.0	5.6	0.0	11.1	0.0	33.3	0.0
	通信教育	9	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	22.2	11.1	22.2	0.0
	勉強会・交流会	11	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	18.2	9.1	54.5	0.0

6. 無業者の今後の能力開発

これまで、無業者と就業者を比較しながら、無業者の能力開発行動のこれまでの特徴を明らかにしてきた。最後に、無業者の今後の働き方と能力開発の課題を明らかにする。

(1) 就業希望と今後の働き方

現在無業である者のうち、今後就職を希望している者は43.3%であり、希望していない者は56.7%で6割弱が就職を希望していない(図表4-4-29を参照)。

年齢別には30歳代と50歳代以上で希望しない者が過半数を超えている。現状をみると、「失業者」(90.9%)が最も高く、「家事労働」(50.0%)と「特に職業は持たず在宅」(46.2%)が5割程度で続いている。「主婦」は27.5%と就業への意欲は決して高くはない。

図表 4-4-29 就業希望 (n=90)

		(%)			
		TOTAL	はい	いいえ	無回答
無業者		90	43.3	56.7	0.0
年齢	20代	20	65.0	35.0	0.0
	30代	23	30.4	69.6	0.0
	40代	17	58.8	41.2	0.0
	50以上	30	30.0	70.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0
現状	主婦	51	27.5	72.5	0.0
	学生	12	66.7	33.3	0.0
	定年退職者	1	0.0	100.0	0.0
	家事労働	2	50.0	50.0	0.0
	特に職は持たず在宅	13	46.2	53.8	0.0
	失業中	11	90.9	9.1	0.0
	その他	0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0

さらに、今後就職を希望している者がどの様に働きたいと考えているかを図表 4-4-30 に示す。

全体としては、「専門職として働きたい」33.3%と「地位や職種にかかわらず働きたい」33.3%多く、全体の7割弱を占める。「自分で事業を起こしたい」が17.9%で、「特に考えていない」が就職したいと考えている者もいる。

図表 4-4-30 今後の働き方 (n=39)

		(%)									
		TOTAL	就職して管理職として働きたい	就職して専門職として働きたい	地位や職種にかかわらず就職したい	自分で事業を起こしたい	家業を継ぎたい	特に考えていない	働きたくない	その他	無回答
就業希望者		39	2.6	33.3	33.3	17.9	0.0	10.3	0.0	2.6	0.0
年齢	20代	13	7.7	69.2	7.7	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0
	30代	7	0.0	0.0	71.4	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40代	10	0.0	20.0	50.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	50以上	9	0.0	22.2	22.2	33.3	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
今後	就職・起業・家業	27	3.7	48.1	48.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	特に考えていない	7	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	働きたくない	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
現状	主婦	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	学生	14	0.0	28.6	42.9	14.3	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0
	定年退職者	8	12.5	62.5	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0
	家事労働	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	特に職は持たず在宅	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	失業中	6	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	その他	10	0.0	10.0	50.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(2) 今後の能力開発の方針

調査対象の無業者は、今後、「研修や自己啓発」どのように考えているのかを図表 4-4-31 (コース分野) と図表 4-6-4 (教育訓練機関) にまとめた。

コース分野では、今後は「語学」を増やしたいと考えていて、「長期コース」へのニーズは無いが、「資格取得」への意欲は充分である。

図表 4-4-31 「研修や自己啓発」のコース分野

	階層別研修全体	専門研修全体		語学	OA・コンピュータ	資格取得	夜間大学院等の長期コース
		ビジネスの基礎知識	マネジメント				
今後の方針	△	△	△	◎	○	◎	×

◎増やしたい) ○やや増やしたい △現状維持 ×あまり利用したくない³

教育訓練機関については、今後は「公益法人」や「公共職業訓練機関」の利用への意欲がみられる(図表 4-4-32 を参照)。また、「自学自習」も大いに活用したいという結果をみると、調査対象者である無業者は自らの能力開発への関心が高いといえる。

図表 4-4-32 「研修や自己啓発」を提供する教育訓練機関

	設備機器等のメーカー・導入企業等	民間教育訓練機関	公益法人	経営者団体	専修学校・各種学校	大学・高等専門学校・短大	公共職業訓練機関	自学自習
今後の方針	△	○	◎	○	◎	○	◎	◎

◎増やしたい) ○やや増やしたい △現状維持⁴

³ ◎増やしたい(「増やしたい+やや増やしたい」が65%以上)、○やや増やしたい(「増やしたい+やや増やしたい」が50%以上65%未満)、△現状維持(「増やしたい+やや増やしたい」が25%以上50%未満)。「コース分野」は過去1年間に「研修や自己啓発」を行った無業者への調査項目であるが、「夜間大学等の長期コース」は無業者全員への調査項目である。この母数の違いを考慮して、「夜間大学等の長期コース」については「増やしたい+やや増やしたい」が30%未満を「あまり利用したくない」とした。

⁴ ◎増やしたい(「増やしたい+やや増やしたい」が50%以上)、○やや増やしたい(「増やしたい+やや増やしたい」が40%以上50%未満)、△現状維持(「増やしたい+やや増やしたい」が40%未満)

(3) 今後の能力開発のあり方

今回の調査において対象とした無業者 90 名については、就職希望者は 4 割強で半数を下回り（**図表 4-4-29** を参照）、たとえ就業を希望していても、今後の働き方については具体的に考えていない者も 1 割強いる（**図表 4-4-30** を参照）。また、就業のための教育訓練は殆んど活用されていない（**図表 4-4-21** を参照）。無業者の就業への意欲は極めて低い状況にある。

しかしながら、無業者が「研修や自己啓発」に使える金額は平均 13 万 7,700 円で（**図表 4-4-13** を参照）、就業者平均を 3 万円以上も上回っている。また、「研修や自己啓発」に使える時間は平均 116.6 時間であり（**図表 4-4-14** を参照）、就業者よりも余裕がある。このように、無業者は費用の面でも、時間の面でも余裕があり、また、家庭の協力も充分得られる環境にあり（**図表 4-4-15** を参照）、研修を受ける基盤は充分にある。

無業者が研修を受ける場合には、「研修の時間帯」、「研修費用」、「研修の時間数や期間」、「立地・交通の利便性」、「得られる資格や免許」の 5 項目に加え、「カリキュラム」と「費用補助の有無」の 2 項目を「重視する」と考えている（**図表 4-4-17** を参照）。つまり、通所条件が整い「得られる資格や免許」や「カリキュラム」が明確であるとともに、費用の補助が得られれば、無業者も積極的に能力開発する意志があると考えられる。その積極性を活かすためには、助成金制度など費用の補助を充実させるとともに、費用補助に関わる情報を判りやすく無業者に提供することが必要である。

無業者は勤務先からの情報はないので、「インターネットの情報検索」（61.1%）と「社外の知人・友人」（62.2%）が二大情報源であり、情報源は限られている（**図表 4-4-18** を参照）。よって、無業者に対して情報提供をするためのインフラ整備が望まれる。

教育訓練分野については「語学」や「資格取得」への意欲は明らかであるので、訓練内容や取得できる資格等の情報を正確かつ容易に入手できる体制の整備が望まれる。

教育訓練機関については、公益法人や公共職業訓練機関といった公的機関へのニーズが高いことを考慮して、無業者が公的機関の研修内容や助成金制度といった費用補助等に関わる情報を容易に利用できる環境を整備する必要がある。

確かに、就業希望の割合は低い（**図表 4-4-29** を参照）が、今後の働き方として「専門職として働きたい」や「地位や職種にかかわらず働きたい」など、明確な目標を持っている者もいる（**図表 4-4-30** を参照）。無業者は概ね能力開発を行うための資源（お金・時間・協力度・情報源）を持ち合わせており、ここに教育訓練や就職に関わる的確な情報を提供すれば、個人の能力を高め就業に結びつく可能性は高い。

今後、就業意欲のある無業者に対してはより適切な支援を行うとともに、就業意欲にかけ無業者に対しては受講意欲を高める対策を講ずることが重要である。無業者を就業に結びつけることが労働力確保の上でも重要であり、情報インフラ整備を含め、無業者を支援するための速やかな対応が望まれる。

労働政策研究報告書 No. 80

教育訓練サービス市場の現状と課題

発行年月日 2007年3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:03-5991-5104

(販売) 広報部成果普及課 TEL:03-5903-6263

FAX:03-5903-6115

印刷・製本 有限会社 太平印刷

©2007

* 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/>)