

能力開発

企業が能力開発に支出する費用が上昇の見込み——厚労省調査

TOPICS

1

厚生労働省が三月三十一日に発表した平成二五年度「能力開発基本調査」によると、企業が労働者一人当たりの教育訓練費としてOFF-JTや自己啓発支援に支出する費用は今後上昇の見込みであることが明らかとなった。

調査は、国内の企業・事業所と労働者の能力開発の実態を明らかにすることを目的に二〇一〇年度から毎年実施。企業の能力開発の方針を聞く「企業調査」、事業所の教育訓練の実施状況を見る「事業所調査」、労働者の教育訓練の実施状況を調べる「個人調査」で構成される。昨年一〇月一日の取り組み状況について、三六八四企業、五〇四八事業所、一万二二六人の回答をとりまとめた。

企業調査

企業が重視する教育訓練をみると、正社員では、「OJTを重視」（二〇・七%）、「OJTを重視するに近い」（五二・八%）をあわせた「OJT重視」の考え方は七三・五%（前回、七四・九%）となる。一方、「OFF-JTを重視するに近い」（一九・三%）、「OFF-JTを重視」（五・八%）をあわせた「OFF-JT重視」の考え方は二五・一%（前回、二三・三%）となる。正社員以外でも、「OJT重視」

の考え方は七七・二%（前回、七六・四%）、「OFF-JT重視」の考え方は一九・六%（前回、一九・五%）となり、企業がOJTを重視している様子がみてとれる。

能力開発の責任主体は企業に

企業の能力開発の考え方をみると、能力開発の責任主体は、正社員では、「企業主体で決定」（三三・三%）、「企業主体で決定に近い」（五一・七%）をあわせた「企業主体」の考え方が七五・〇%（前回、七五・三%）を占め、四社に三社は「企業主体」と考えているようだ。一方、「労働者個人主体で決定に近い」（二〇・三%）、「労働者個人で決定する」（四・〇%）をあわせた「労働者個人主体」の考え方は二四・三%（前回、二三・七%）となり、四社に三社は「労働者個人主体」とみているようだ。

正社員以外でも、「企業主体」の考え方は六一・二%（前回、六三・三%）。一方、「労働者個人主体」の考え方は三六・四%（前回、三三・一%）となり、企業主体の能力開発が半数以上を占める。

「選抜重視」より「全体重視」で

重視する教育訓練対象者の範囲をみると、正社員では、「労働者全体を重

視」（一九・八%）、「労働者全体を重視するに近い」（三八・二%）をあわせた「全体重視」の考え方は五八・〇%（前回、五七・〇%）となった。これに対し、「選抜した労働者を重視するに近い」（三四・二%）、「選抜した労働者を重視」（七・〇%）をあわせた「選抜重視」の考え方は四一・二%（前回、四一・八%）となっている。

正社員以外では、「全体重視」の考え方は五四・〇%（前回、五一・九%）、「選抜重視」は四三・三%（前回、四四・三%）となる。正社員、正社員以外にも、全体を底上げする「全体重視」の考え方が前回調査より少し増加している。

今後三年間の能力開発への支出は増加傾向に

次に、企業が支出した労働者一人当たりの教育訓練費をみる。過去三年間（二〇年度―二二年度）にOFF-JTに支出した費用は、「増加した」（二一・五%）、「増減なし」（三三・七%）、「減少した」（九・六%）となる。一方、今後三年間（二三年度―二五年度）に支出する費用は、「増加する」（三〇・四%）、「増減なし」（三五・二%）、「減少する」（二・八%）となる。過去三年間の実績と今後三年間の見通しを比べると、OFF-JTは今後三年間「増加する」と回答した企業割合（三〇・四%）は、

過去三年間「増加した」とする企業割合（二一・五%）を八・九ポイント上回る。

同様に、自己啓発支援に対する支出をみると、過去三年間は、「増加した」（一六・二%）、「増減なし」（二九・二%）、「減少した」（五・〇%）となる。一方、今後三年間は、「増加する」（二七・九%）、「増減なし」（二九・〇%）、「減少する」（一・〇%）となる。実績と見通しを比べると、自己啓発支援が今後三年間で「増加する」と回答した企業割合（二七・九%）は、過去三年間「増加した」とする企業割合（一六・二%）を一一・八ポイント上回る。

正社員以外でも、OFF-JT、自己啓発支援ともに、今後「増加する」と回答した企業割合が高くなっている。厚労省担当者は、「景気の回復傾向もあり、人材育成に力を入れ始めた企業の姿勢が、数値にあらわれたのではないか」とみている。

事業所調査

二二年度に正社員にOFF-JTを実施した事業所は六九・九%（前回、六九・七%）となった。産業別にみると、電気・ガス・熱供給・水道業（九四・八%）、金融業・保険業（九二・二%）で高く、生活関連サービス業、娯楽業（四六・〇%）で低くなる。規模別にみると、「一〇〇―二九九人」（七三・一%）、「三〇〇―九九九人」（八二・三%）、「二〇〇人以上」（八六・〇%）

と、企業規模が大きくなるほど、実施率が高くなる。

一方、正社員以外にOFF-JTを実施した事業所は三四・一%（前回、三四・七%）となり、正社員の半分程にとどまる。産業別では、金融業、保険業（五九・〇%）、複合サービス事業（五八・四%）で高く、生活関連サービス業、娯楽業（一八・三%）で低くなる。規模別では、正社員同様、規模が大きくなるほど、実施率が高くなるが、いずれの企業規模でも正社員より低くなる。

事業所の七割が人材育成に課題

能力開発や人材育成に関して「問題がある」と回答した事業所は七〇・七%ののぼり、前回（六八・七%）より二・〇ポイント増加した。

問題となる内容（複数回答）は、「指導する人材が不足している」（五一・五%）がもっとも多く、以下、「人材育成を行う時間がない」（四六・〇%）、「人材を育成しても辞めてしまう」（四〇・六%）、「鍛えがいのある人材が集まらない」（二八・三%）、「育成を行うための金銭的余裕がない」（二〇・七%）が続く。

三分の二の事業所が自己啓発を支援

正社員の自己啓発に対して「支援している」事業所は六六・二%（前回、六六・九%）となる。産業別にみると、金融業、保険業（九八・六%）、電気・ガス・熱供給・水道業（九六・三%）で高く、宿泊業、飲食サービス業（四八・一%）、教育、学習支援業（五六・三%）で低くなる。規模別では、一〇

〇―二九九人（六一・六%）、三〇〇―九九九人（七四・六%）、一〇〇〇人以上（八二・九%）と規模が大きくなるほど支援割合が高くなる。支援内容（複数回答）は、「受講料などの金銭的援助（八三・一%）」がもっとも多く、「教育訓練機関、通信教育等に関する情報提供」（五一・三%）、「社内での自主的な勉強会等に対する援助」（四〇・六%）が続く。

一方、正社員以外の自己啓発に対しては「支援している」事業所は四二・二%（前年、四一・三%）となる。産業別では、複合サービス事業（八六・六%）、金融業、保険業（八〇・〇%）で高く、教育、学習支援業（三〇・六%）で低くなる。支援内容（複数回答）は、正社員同様、「受講料などの金銭的援助」（七〇・三%）が最多となる。

事業所の三割が技能継承に課題を抱える

団塊の世代の退職などにより、技能継承に問題がある事業所は三〇・二%となり前回（二七・九%）より二・三ポイント増加している。産業別にみると、建設業（五六・二%）、製造業（四八・〇%）などで指摘割合が高くなる。

技能継承の問題に対して、取り組みを行っている事業所は八〇・〇%（前回、七七・九%）となる。その内容（複数回答）は、「退職者の中から必要な者を選抜して雇用延長、再雇用し、指導者として活用している」（六〇・四%）がもっとも多く、「中途採用を増やしている」（三二・九%）、「新規卒卒者の採用を増やしている」（二四・八%）、「技能継承のための特別な教育訓練により、

若手・中堅層に技能等伝承している」（二〇・三%）が続く。

個人調査

一・二年度にOFF-JTを受けた割合は、正社員で四四・九%（前回、三九・二%）、正社員以外では一八・九%（前回、一八・六%）となる。延べ受講時間は、正社員の最多が、「一〇―二〇時間未満」（二七・七%）（前回、二五・六%）、正社員以外は、「五時間未満」（四一・二%）（同三三・五%）が最多となる。

受講したOFF-JTの役立ち度をみると、正社員では「役に立った」が五一・三%、「どちらか」と役に立ったが四三・五%となり、肯定的意見が九四・八%と圧倒的多数を占めた。

正社員以外でも、「役に立った」が五七・七%、「どちらか」と役に立った」が三六・四%と肯定的意見が九四・一%に達した。

自己啓発する労働者は前回より減少

一・二年度に自己啓発をおこなった者は、正社員で四四・三%（前回四七・七%）、正社員以外では一七・三%（同二二・一%）となり、正社員、正社員以外ともに前回より減少している。自己啓発の延べ受講時間は、正社員で「一〇―三〇時間未満」（三四・八%）がもっとも多く、正社員以外でも同じく、「一〇―三〇時間未満」（二四・九%）が最多となる。

自己啓発の実施方法（複数回答）は、正社員では、「ラジオ、テレビ、専門書、

インターネットなどによる自学、自習」（四六・六%）がもっとも多く、「社内の自主的な勉強会、研究会への参加」（二九・五%）、「民間教育訓練機関の講習会、セミナーへの参加」（二三・四%）が続く。正社員以外でも、トップは「ラジオ、テレビ、専門書、インターネットなどによる自学、自習」（四四・五%）で、それ以下も、正社員と同様の傾向を示す。なお、費用補助を受けた者は、正社員では四六・八%と半分近くに達するものの、正社員以外では三二・〇%で、三人に一人の割合にとどまる。

自己啓発の課題は時間的余裕

一方、自己啓発に何らかの問題があるとする者は、正社員では七八・四%（前回、七九・四%）、正社員以外では六九・七%（同七二・七%）となる。その内容（複数回答）は、正社員では、「仕事がかたまって自己啓発の余裕がない」（五八・一%）がもっとも多く、「費用がかかりすぎる」（三三・二%）、「どのようなコースが自分のめざすキャリアに適切なかわからない」（一九・九%）が続く。一方、正社員以外では、「仕事がかたまって自己啓発の余裕がない」（三六・〇%）が最多で、以下は「家事・育児が忙しくて自己啓発の余裕がない」（三三・七%）、「費用がかかりすぎる」（三〇・一%）、「どのようなコースが自分のめざすキャリアに適切なかわからない」（一九・九%）となる。（調査・解析部）