

ビジネス・レーパー・モニター特別調査

六割超の企業が従業員を大学・大学院に派遣した実績あり

—約七社に「社は今後、増加させていきたい」と回答

JILPT調査・解析部が五月七日～六月四日にかけて実施した、二〇一五年第一四半期の業績実績等に関する「ビジネス・レーパー・モニター調査」(弊誌七月号P46参照)では、企業モニターに対する特別調査として、従業員のキャリア形成支援の実施状況や大学・大学院への派遣状況についても尋ねている。

それによると、これまでに従業員を大学・大学院に派遣した実績がある企業は六三・九%。「専門性を高めるため」や「次世代リーダーを育成するため」「イノベーションを促すため」「グローバル活躍人材を育成するため」といった理由で、従業員を大学・大学院に派遣してきた企業が多くなっている。また、今後の意向(人数見通し)については、一三・九%の企業が「増加させていく(いきたい)」とし、四七・二%の企業が「現状を維持する(したい)」などと回答した。今月号の人材特集に関連して、こうした調査結果の概要を紹介する。

なお、調査対象は、当機構の企業モニターである。大手企業に絞ってその傾向を把握するため、従業員規模が一〇〇人以上の三六社の有効回答を集計した。属性は、上場企業が八〇・六%。製造業と非製造業が半々である。

キャリア形成支援の実施状況

八割超が自己啓発支援制度を実施

従業員のキャリア形成を支援するため、実施しているものを尋ねると(複数回答)、最多は「自己啓発支援制度」で八三・三%にのぼった。次いで、多かった順に、「社外資格の取得支援制度」(七二・二%)、「キャリア面談(定期的)に今後のキャリア等の希望を自己申告させ面談を実施

申告させ面談を実施」(六九・四%)、「社内公募、FA制度」

講料、授業料等の金銭的援助」が一〇〇%で、これに「教育機関やセミナー・講座等の情報提供」(七〇・〇%)、「社内表彰の実施」(三六・七%)、「自己啓

発に係る就業時間上の配慮(柔軟な運用)」(二三・三%)、「教育訓練休暇の付与(有給・無給問わず)」および「その他」(ともに一〇・〇%)が続いた(平均選択数二・五個)。

これらのうち、「金銭的援助」を実施している企業(三〇社)に、さらにどういったものを対象にしているか尋ねると(複数回答)、最多は「通信講座の受講費用」で八三・三%にのぼった。次いで、「外部セミナー等への参加費用」と「資格・検定等の受検費用」がいずれも六六・七%、「大学・大学院等の授業料等費用」が二六・七%、「参考文献の購入費用」が一三・三%となった(平均選択数二・六個)。

従業員の大学・大学院への派遣状況

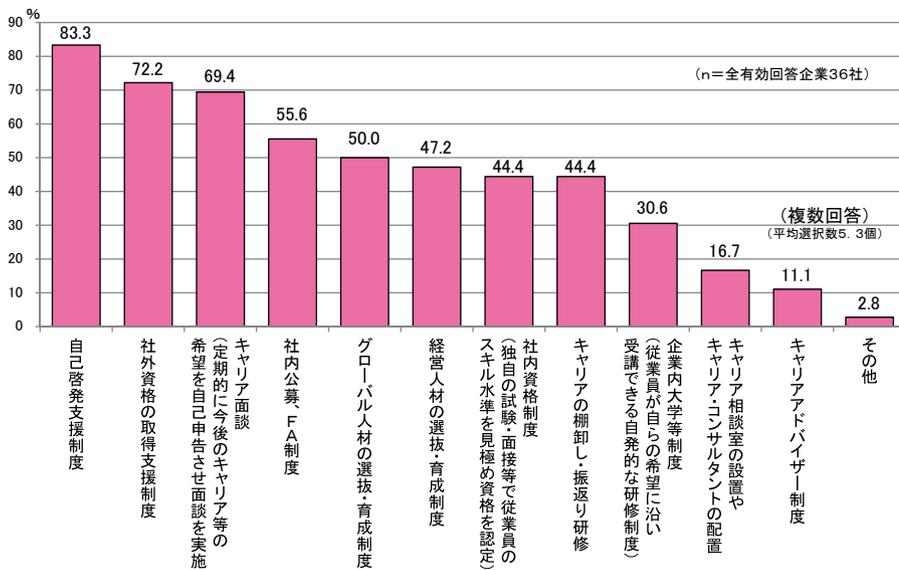
これまでに六割超が実績あり

これまでに従業員を大学・大学院に派遣した実績については、六三・九%(二三社)の企業が「ある」、三六・一%が「ない」と回答した。企業派遣の開始年は、平均で一九八三年頃となっている。

従業員を大学・大学院へ派遣した実績がある企業に、その目的を尋ねると(複数回答)、多かった順に「担当業

(五五・八%)、「グローバル人材の選抜・育成制度」(五〇・〇%)などとなっている(図表1)。

図表1 従業員のキャリア形成を支援するために実施しているもの



務の専門性(専門的な知識・技能)を高めるため」が八二・六%、「次世代リーダーを育成するため」が六九・六%、「最先端の講義等に触れ、イノベーションを促すため」と「グローバルに活躍できる人材を育成するため」がともに六五・二%、「担当業務に係わらず、幅広い知識等を習得させるため」が五二・二%、「社外での人脈形成を促すため」が四七・八%、「従業員のモチベーションをアップさせるため」が三〇・四%、「資格を取得させるため」が二三・〇%、「他の部門や業務に配置転換するため」が八・七%、「学歴を身につけさせるため」が四・三%、その他(自由記述で「共同研究のため」が八・七%となっている(平均選択数四・五個))。

また、大学・大学院へ派遣する従業員の選定基準については(複数回答)、「上長の推薦」(七八・三%)や「自身の希望」(七三・九%)、「業務内容(専門性)」(七三・九%)が七割を超え、これに「一定以上の勤続年数」(六〇・九%)、「一定以上の勤務評定」(四三・五%)、「一定以上の職位」(八・七%)、「その他」(自由記述で「永年勤続の意思」や「語学力」(八・七%)が続いている(平均選択数三・五個))。

自主通学の状況を把握している企業は約一四%

全有効回答企業(三六社)に対し、従業員が自主的に大学・大学院に通学することを奨励しているか尋ねると、「特段、奨励していない」が一〇〇%だった。また、従業員が自主的に大学・大学院に通学していることを「把握している」企業は一三・九%(五社)に

とどまり、このうち通学実績を人事上、考慮している企業は六割(全体ベースでは八・三%)だった。

現在の在籍数は平均五・七人

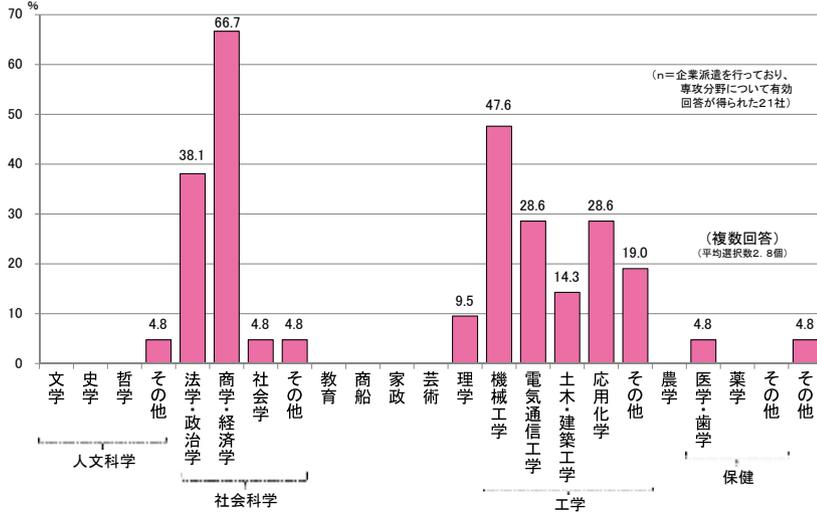
企業派遣あるいは自主通学により、従業員がこれまでに在籍したことがあるコース(「学士課程」「修士課程」「博士課程」「履修証明プログラム」「科目等履修(聴講生)」)「その他」の分類で(質問については、情報秘匿を除く企業二二社の集計で(複数回答)、多かつた順に、①「国内の大学院・修士課程」(六一・

九%)、②「海外の大学院・修士課程」(四七・六%)、③「国内の大学院・博士課程」(四二・九%)、④「海外の大学院・博士課程」(二三・八%)、⑤「国内の大学・その他」(一九・〇%)、⑥「国内」および「海外」の「大学院・その他」(ともに一四・三%)、⑦「国内」および「海外」の「大学院・科目等履修」(ともに九・五%)、⑧「国内」および「海外」の「大学院・履修証明プログラム」(「海外」における「大学・科目等履修(聴講生)」、「大学・その他」(いずれも四・八%) などとなった。

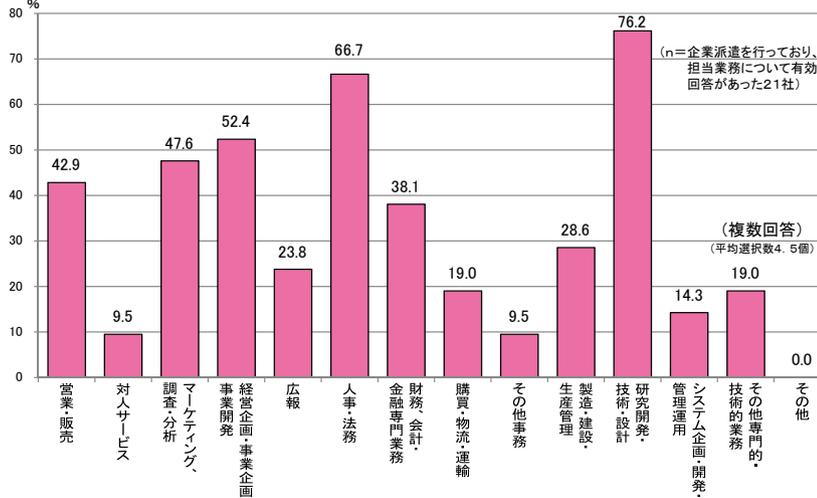
現在、大学・大学院に在籍している従業員数は平均五・七人で、過去五年間の延べ人数では平均一八・九人となっている。

これまでに従業員が在籍したことがある専攻分野を具体的に尋ねると(複数回答)、企業派遣(有効回答が得られた二二社の集計(複数回答)では多かった順に、「商学・経済学(経営学含む)」が六六・七%、「機械工学」が四七・六%、「法学・政治学」が三八・一%、「電気通信工学」と「応用化学」がともに二八・六%などとなっている(平均選択数二・八個)(図表2)。また、自主通学については、有効回答のあった三社すべてが「商学・経済学」をあげた。

図表2 企業派遣でこれまでに従業員が在籍したことがある専攻分野



図表3 大学・大学院に在籍したことがある従業員の担当業務



大学・大学院に派遣した実績のある従業員の担当業務として多かつたのは(複数回答)、有効回答が得られた二二社の集計で、多い順に「研究開発・技術・設計」(七六・二%)、「人事・法務」(六六・七%)、「経営企画・事業企画・事業開発」(五二・四%)、「マーケティング・調査・分析」(四七・六%)、「営業・販売」(四二・九%)などとなった(平均選択数四・五個)(図表3)。こうした傾

向は、今回の回答企業の半数を、製造業が占めていることにも関係していると思われる。

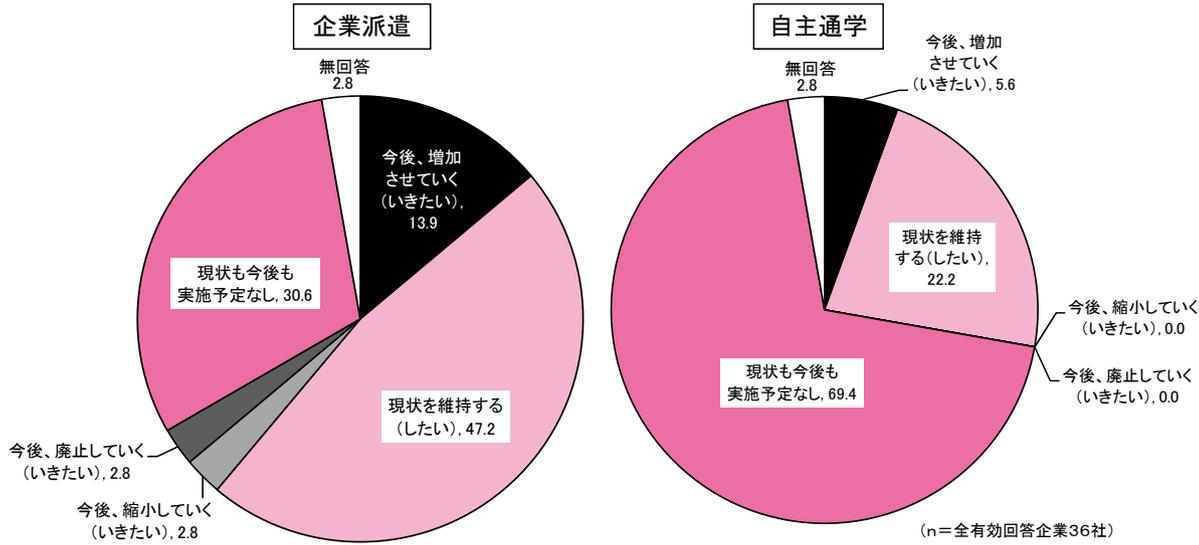
また、大学・大学院の受講中における、雇用・労働条件上の取り扱いについては

(複数回答)、企業派遣(同二三社の集計)で最多は、「通常と同じ(受講中は研修扱い、夜間・休日で通学等)」の六六・七%。これに「有給休暇扱い(休職含む)」が三三・三%、「その他(自由記述として「個別に対応」や「出向扱い)」が九五%、「無給休暇扱い(休職含む)」が四・八%で続く(平均選択数：一個)。

大学・大学院の受講に際して、配属・配置や業務内容に関する配慮を行っているか尋ねると、企業派遣(同二三社の集計)については四割超(四一・〇%)が「行っている」と回答する一方、「特段、行っていない」が六割弱(五九・一%)となった。

また、大学・大学院の修了を何らかの処遇に反映しているかについては、「反映している」企業が三割超(三

図表4 従業員の大学・大学院への企業派遣や自主通学の奨励に関する今後の意向



一・八%)で、「反映していない」が七割弱(六八・二%)だった。具体的にどういった処遇項目に反映しているかについては(複数回答)、多い順に「専

攻や本人希望に応じた部門・業務への配属(八五・七%)をはじめ、「その他(自由記述として「報償一時金を支給」や「処遇のベースとなる学歴を変更」)ともに二八・六%」、「昇格・昇給(一四・三%)となっている(平均選択数一・三個)。なお、「役職への登用(昇進)」や「昇給や手当支給等による賃金アップ」に反映している企業はみられなかった。

企業派遣は約一四%、自主通学は約六%が「今後、増加させていく」と回答

こうしたなか、従業員の大学・大学院への企業派遣や自主通学の奨励に関する今後の意向(人数見通し)は、どうなっているのだろうか。全有効回答企業(三六社)に尋ねると、企業派遣については一三・九%が「今後、増加させていく(いきたい)」と回答した。また、「現状を維持する(したい)」企業が四七・二%で、「現状も今後実施予定なし」が三〇・六%などとなった(図表4)。

これに対し、自主通学の奨励については、「現状も今後実施予定なし」が約七割(六九・四%)を占めたものの、「今後、増加させていく(いきたい)」企業も五・六%みられた。また、「現状を維持する(したい)」が二二・二%などとなっている。

キャリア形成支援上の課題

このほか、従業員のキャリア形成支援で、直面している課題等があるか尋

ねると、半数の企業(一八社)が「ある」と回答した。特定の対象についての課題のほか、キャリア形成と実際の職務配置等との関係性に係る悩みなどが多いようだ。

具体的にみると、「先端・先行分野でキャリアを形成した従業員の確保と形成支援(自動車)や「グローバル人材の人選と効果的な教育の実施」(機械)、「キャリア形成に意欲的な若手に対する支援(メンター制度等)」(機械)、「中高年齢層のキャリア形成支援」(印刷)、「役職定年制度の導入に伴う対象者への支援(道路貨物)」、「女性のキャリア形成」(警備)や「ダイバーシティの推進に伴うキャリア教育の多様化と、当該社員の受入部門の意識改革」(機械)といった記述がある。

また、「自己啓発等で学んだ知識・経験が活かせる職務・機会の不足」(素材)や「一人ひとりのキャリアプランを描いたうえで、のローテーション企画(化学)」、「専門業務の習熟とキャリアアローテーションの関係性」(人材ビジネス)などの回答もあった。

さらに、キャリア形成のあり方をめぐる一般的な課題等として、「キャリア開発に関する各種の取り組みを実施しているが、社員一人ひとりが自律し、自己決定していくという意識面にまだ課題がある」(電機)、「利用状況が低迷し、利用者も固定化している」(素材)、「キャリア形成支援は、費用対効果が分かり難い。また、機会を提供しても従業員側に、積極的に利用しようとする意気込みがない」(建設)などの指摘もみられた。

(調査・解析部 渡辺木綿子)