

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

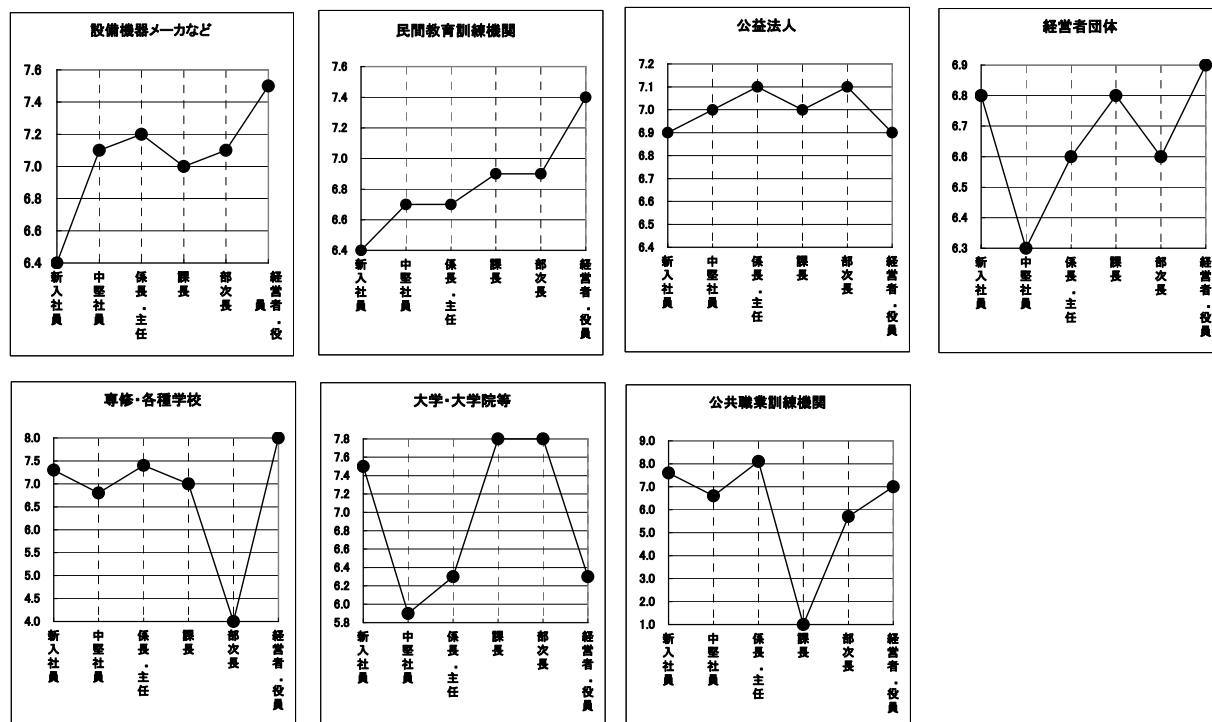
以上の点を雇用・就業形態別にみると、まず全体的に自営業・自由業の評価が肯定的である。これを教育訓練プロバイダー別にみると、正社員は設備機器メーカー等を、自由業・自営業は民間教育訓練機関、専修・各種学校、公共職業訓練機関を高く評価し、非正社員は公益法人、専修・各種学校、大学・大学院等、公共職業訓練機関を厳しく評価する傾向がある。

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長い、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と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こし、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。