

第2章 人材育成・教育訓練に関する情報公開の状況

1. 一般向け情報と募集・採用向け情報の公表状況

人材育成・教育訓練等の広報または情報の公表状況について、調査では、①もっぱら募集・採用のために使用する募集要項等の資料（以下、「募集採用のための人材育成資料・情報」と、②投資家、顧客や消費者を含めた広く一般を対象とした人材育成・教育訓練等の資料（以下、「一般向けの人材育成資料・情報」とに分けて、現状や対応方針についてたずねた。

まず、情報の公開状況についてみる（図表2-1）。

図表2-1 人材育成情報の公開状況（上場市場別）

上場市場						（%）		N
	募集採用のための人材育成情報と、一般向けの人材育成情報の両方とも広報等を行っている	一般向けの人材育成情報についてのみ広報等を行っている	募集採用のための人材育成情報についてのみ広報等を行っている	募集採用のための人材育成情報と、一般向けの人材育成情報の両方とも広報等を行っていない	無回答	合計		
第一部	38.3	1.9	47.1	10.7	1.9	100.0	206	
第二部	7.8	0.0	52.9	39.2	0.0	100.0	51	
マザーズ	16.7	0.0	45.8	29.2	8.3	100.0	24	
JASDAQ スタンダード	10.4	2.1	49.0	35.4	3.1	100.0	96	
JASDAQ グロース	10.0	0.0	40.0	50.0	0.0	100.0	10	
TOKYO PRO Market	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	100.0	3	
合計	25.4	1.5	47.7	23.1	2.3	100.0	390	
N	99	6	186	90	9	390		

最も多いのは、「募集採用のための人材育成資料・情報」のみを広報している企業であり、47.7%と、回答企業の半数近い。次いで、「募集採用のための人材育成資料・情報」と「一般向けの人材育成資料・情報」について両方とも広報を行っている企業が回答企業の4分の1にあたる25.4%である。いずれも広報していない企業が23.1%、「一般向けの人材育成資料・情報」についてのみ広報している企業が1.5%となっている。いずれも広報していない企業は、東証一部では1割程度であるが、二部、マザーズ、ジャスダック等では比率が高くなっている。

まとめると、「募集採用のための人材育成資料・情報」については回答企業の4社に3社（73.1%）が広報しているのに対し、「一般向けの人材育成資料・情報」について広報してい

るのは4社に1社程度（26.9%）である。

創業年、従業員規模、資本関係など会社の属性別の傾向をみる（図表2-2）。

創立後50年以上を経過している企業（1964年までに創業）では、募集採用向けの情報も一般向けの情報もいずれも広報している企業の比率が高く、1985～2004年に創業の企業で、どちらも広報していないという企業の比率が高い。

従業員規模では、1000人以上規模の大企業とそれ以下の規模の企業において、一般向けに人材育成情報を広報している比率に差がみられる。1000人以上規模では3割を超え、3000人以上の大企業では半数以上の企業が広報を実施している。

資本関係では、外国資本が入っている企業において一般向けに人材育成情報を広報している比率が高く（41.8%）、国内資本のみの企業における比率（19.4%）の倍以上となっている。

図表2-2 人材育成情報の公開状況（創業年、従業員規模、資本関係別）

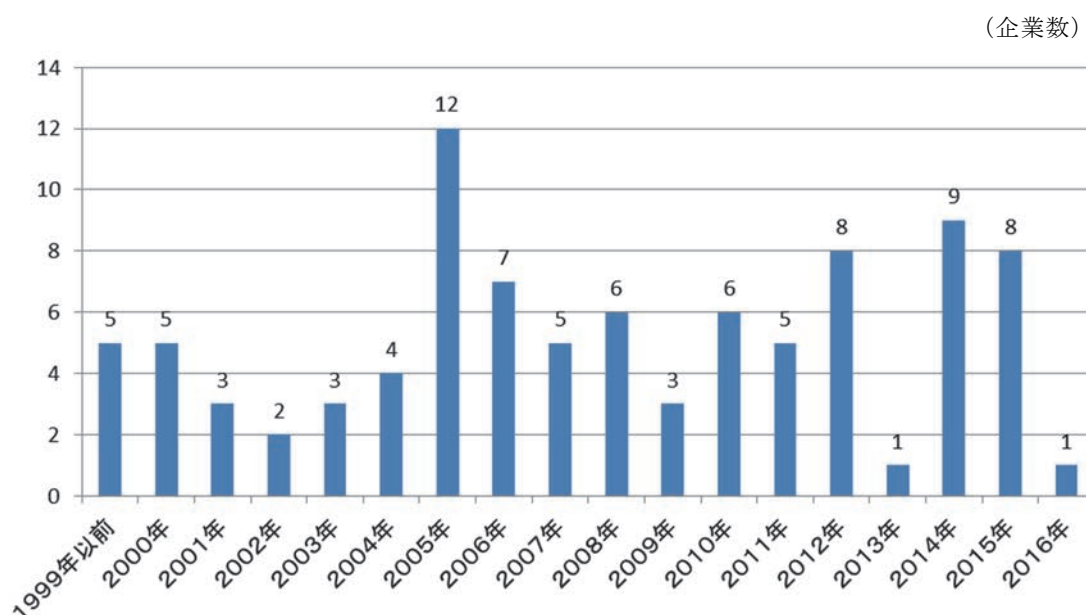
	募集採用のための人材育成資料・情報と、一般向けの人材育成資料・情報の両方とも広報等を行っている	一般向けの人材育成資料・情報についてのみ広報等を行っている	募集採用のための人材育成資料・情報についてのみ広報等を行っている	募集採用のための人材育成資料・情報と、一般向けの人材育成資料・情報の両方とも広報等を行っていない	無回答	全体	N
(%)							
【創業年】							
1944年以前	32.5	0.0	49.1	15.8	2.6	100.0	114
1945～54年	34.4	1.6	39.3	24.6	0.0	100.0	61
1955～64年	36.4	0.0	48.5	12.1	3.0	100.0	33
1965～74年	17.8	4.4	57.8	20.0	0.0	100.0	45
1975～84年	20.0	2.5	52.5	22.5	2.5	100.0	40
1985～94年	14.7	2.9	47.1	32.4	2.9	100.0	34
1995～2004年	7.5	0.0	45.0	45.0	2.5	100.0	40
2005年以降	29.4	5.9	35.3	23.5	5.9	100.0	17
【従業員規模】							
100人未満	4.8	0.0	36.5	54.0	4.8	100.0	63
100～500人未満	10.7	1.0	55.3	30.1	2.9	100.0	103
500～1000人未満	18.0	4.0	64.0	14.0	0.0	100.0	50
1000～2000人未満	34.0	3.8	41.5	15.1	5.7	100.0	53
2000～3000人未満	30.6	0.0	55.6	13.9	0.0	100.0	36
3000人以上	53.8	1.3	38.5	6.4	0.0	100.0	78
【資本関係】							
国内資本のみ	19.4	1.4	51.7	24.8	2.7	100.0	294
外国資本あり	41.8	1.3	38.0	17.7	1.3	100.0	79
全体	25.4	1.5	47.7	23.1	2.3	100.0	390

注：属性の無回答については掲載を省略した。

2. 情報公開の開始時期ときっかけ

「一般向けの人材育成資料・情報」について広報している企業（105社）に対して、広報等を開始した時期をたずねた。無回答（12社）を除く93社の広報開始時期は図表2-3のグラフのように分布しており、開始時期が集中しているのは2005年である。2005年は、1月にISOにおいて「ISO26000（社会的責任に関する国際規格）」に関する実質的な検討が始まり、日本経済団体連合会では、3月に「CSRインフォメーション」第1号を発行するなど、会員企業への啓発・情報提供を強化している²。企業不祥事への対応をめぐって、コンプライアンスに関する社会的議論が活発化した時期でもある。会社法の制定（2005年7月公布）などもあり、コンプライアンス強化とイメージアップへの取組の必要性を認識した企業が多かったのではないかと推察される。それ以降、年による増減はあるものの、最近2～3年も広報を開始する企業が増加傾向にあるとみられる。

図表2-3 一般向けの人材育成資料・情報の広報開始時期



注：無回答を除く93社

「一般向けの人材育成資料・情報」について広報している企業（105社）に対して、募集採用のための人材育成情報とは別に一般向けの情報の広報等を開始したきっかけをたずねた（3つまで選択、図表2-4）。

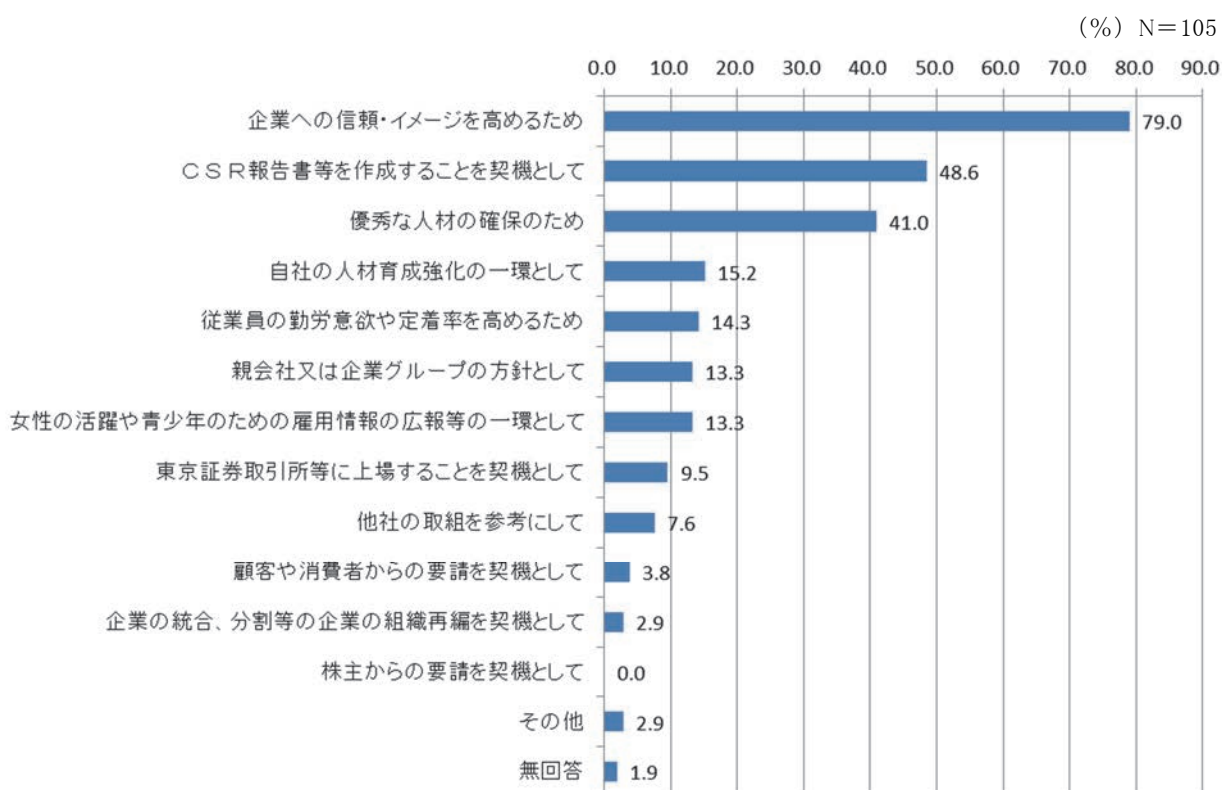
きっかけとして最も多かったのは、「企業への信頼・イメージを高めるため」であり、約8割（79.0%）の企業がこれをあげている。次いで「CSR報告書等を作成することを契機として」（48.6%）、「優秀な人材の確保のため」（41.0%）と続き、この3つが主なきっかけとな

² 資料出所：日本経済団体連合会ホームページ「経団連の企業倫理・CSRに係るこれまでの取り組み」

っている。具体的なきっかけとして半数近くの企業が CSR 報告書の作成をあげているが、前述のように、2005 年に広報を開始した企業が最も多く、この時期は会社法の制定（2005 年 7 月公布、2006 年 5 月施行）などに向けて企業が CSR に関する取組を強化した時期であったことから、このような機運がきっかけとなった企業が多いものと考えられる。

新規採用ではなく自社の従業員の「人材育成強化」や「勤労意欲や定着率を高める」とする回答、「女性の活躍に関する情報や青少年のための雇用情報の公表など人事関係の広報等の一環として」という回答は 1 割強の企業から得られた。2014～2015 年に広報等を開始した企業も比較的多いことから、この時期に機運が高まった女性の活躍推進や若者への企業情報公開などをめぐる動きを意識した企業も一定程度あるとみられる（「女性活躍推進法」（女性の職業生活における活躍の推進に関する法律）は 2015 年 8 月成立、「若者雇用促進法」（青少年の雇用の促進等に関する法律）は 2015 年 9 月成立）。

図表 2-4 一般向けの人材育成資料・情報の広報等をはじめたきっかけ（3 つまで回答）

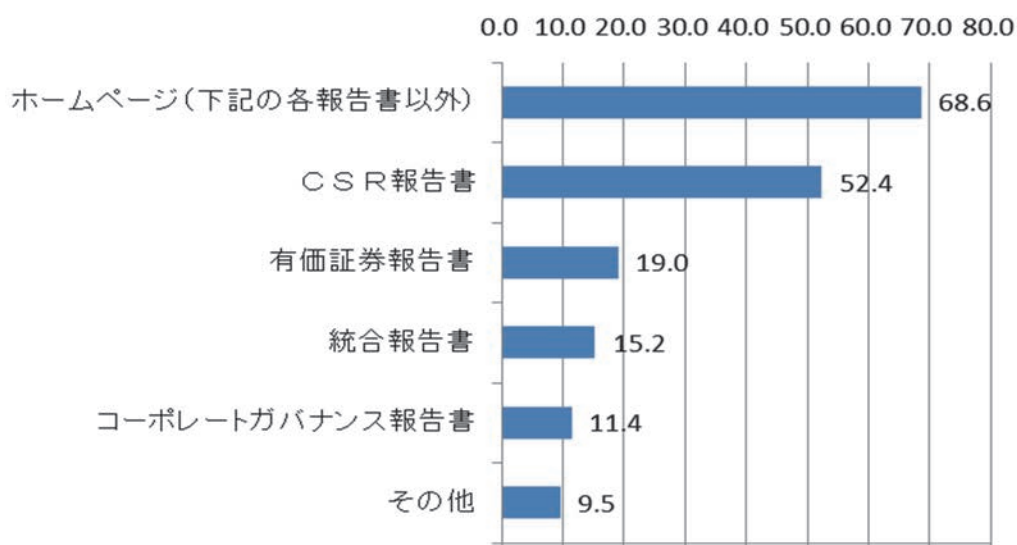


3. 広報等の方法・媒体と広報内容

一般向けの人材育成資料・情報を広報する方法や媒体としては、「ホームページ」を活用している企業が約 7 割（68.6%）と最も多く、次いで半数強（52.4%）の企業が CSR 報告書によるとしている（図表 2-5）。「その他」の内訳としては、「SNS」、「ポスター」、「株主総会説明用資料」、「ニュースや取材を通じた広報」、「自社学術誌」などがあげられている。

図表 2-5 一般向けの人材育成資料・情報の広報方法・媒体（複数回答）

（%）N=105



広報等の内容に関し、「一般向けの人材育成資料・情報」と「募集採用のための人材育成資料・情報」のそれぞれについて、「現在広報等を実施している項目」、「今後実施を検討している項目」をたずねた（図表 2-6）。

一般向け情報も募集採用向け情報も、現在広報されている比率が高い項目はほぼ共通している。高い項目から、「社内の人材育成・教育訓練の体系・実施体制」（一般 77.1%、募集採用 84.8%）、「人材育成方針・人材育成計画」（一般、募集採用ともに 75.2%）、「社内での OFF-JT について（各種研修プログラムの内容と受講人数など）」（一般 55.2%、募集採用 60.0%）、「OJT の進め方（若手従業員へのサポート体制の構築も含む）」（一般 44.8%、募集採用 60.0%）、「個々の従業員のキャリア形成、能力開発を重視した人事制度（キャリア形成に関する相談制度の実施など）」（一般 45.7%、募集採用 54.3%）、「自己啓発への支援（教育訓練休暇、外部教育訓練に関する情報提供、資格取得のための費用補助、教育訓練休暇の導入など）」（一般 40.0%、募集採用 57.1%）となっている。

各項目ともおおむね募集採用向け情報において現在広報している比率が高く、特に、「OJT の進め方」、「社外での OFF-JT について」、「職業能力の評価制度の導入及びそれに基づく職業能力・スキルの認定等」、「自己啓発への支援」などのスキルアップに関連する項目に関しては、募集採用向け情報で広報している比率が一般向け情報より 10%ポイント以上高い。逆に、「資格取得の実績」に関しては、一般向け情報のほうが募集採用向け情報より広報している比率が若干高く、自社の技術力を社外にアピールする指標等として情報発信されていることがうかがわれる。

なお、一般向け情報でも募集採用向け情報でも、「従業員一人当たりの人材育成・教育訓練への投資額（社内外での研修費用、自己啓発への助成額など）」を現在広報している企業はご

くわずかであるが（1.9%、2社）、「今後実施を検討」とする企業は6割強（一般61.0%、募集採用63.8%）ある。

図表2-6 広報等を行っている・実施を検討している内容

（%）N=105

	一般向けの 人材育成資料・情報		募集採用のための 人材育成資料・情報	
	現在、広報 等を実施	今後、実施 を検討	現在、広報 等を実施	今後、実施 を検討
①人材育成方針・人材育成計画	75.2	15.2	75.2	15.2
②社内の人材育成・教育訓練の体系・実施体制	77.1	18.1	84.8	9.5
③OJTの進め方（若手従業員へのサポート体制の構築も含む）	44.8	38.1	60.0	22.9
④社内でのOFF-JTについて（各種研修プログラムの内容と受講人数など）	55.2	32.4	60.0	24.8
⑤社外でのOFF-JTについて（各種研修プログラム（外部教育訓練機関での研修、国内・海外留学など）の内容と受講人数など）	32.4	45.7	46.7	35.2
⑥個々の従業員のキャリア形成、能力開発を重視した人事制度（キャリア形成に関する相談制度の実施など）	45.7	38.1	54.3	31.4
⑦職業能力の評価制度の導入及びそれに基づく職業能力・スキルの認定等	17.1	52.4	27.6	44.8
⑧自己啓発への支援（教育訓練休暇、外部教育訓練に関する情報提供、資格取得のための費用補助、教育訓練休暇の導入など）	40.0	34.3	57.1	27.6
⑨資格取得の実績	16.2	54.3	14.3	54.3
⑩非正社員の正社員への転換制度	8.6	59.0	17.1	51.4
⑪従業員一人当たりの人材育成・教育訓練への投資額（社内外での研修費用、自己啓発への助成額など）	1.9	61.0	1.9	63.8
⑫その他	3.8	18.1	1.9	20.0

4. 広報に期待した効果と得られた効果

「一般向けの人材育成資料・情報」の広報を行うに当たって、事前の準備段階で期待したこと、また、実際に広報を行ったことにより得られたと考えられる効果についてたずねた(図表2-7)。

まず、事前の期待についてみると、最も「期待した」企業が多かった点は、「企業のイメージを高める」であり、約9割(89.5%)の企業が「期待した」としている。次いで、「優秀な人材の確保を図る」(78.1%)、「顧客、取引先、消費者からの評価を高める」(74.3%)、「投資家による評価を高める」(69.5%)など、社外からの評価を高める効果を期待した企業が7~8割にのぼっている。これに対して、「従業員の勤労意欲や定着率を高める」(53.3%)、「会社全体の職業能力開発意識を高める」(43.8%)など、社内向けの効果への事前の期待は、社外向けの効果に対するほどの水準ではない。

一方、広報を行って得られたと考えられる効果についての評価をみると、相対的に高い項目は事前の期待と同じく、「企業イメージを高める」(39.0%)、「優秀な人材の確保」(34.3%)などであるが、「期待した」企業の比率と比べると、「効果があった」とする企業の比率は半分以下になっている。特に、投資家や顧客など社外のステークホルダーの評価を高めることに対する効果については実感することが難しいようである。これに比べて、職業能力開発意識など社内向けの効果に関しては、事前に「期待した」企業の比率は社外のステークホルダーの評価を高める効果に「期待した」企業より低い、「期待した」企業の中で「効果があった」とする企業の割合はむしろ高く、効果を実感しやすいことがうかがわれる。

図表2-7 広報等に対して事前に期待した効果と得られた効果への評価

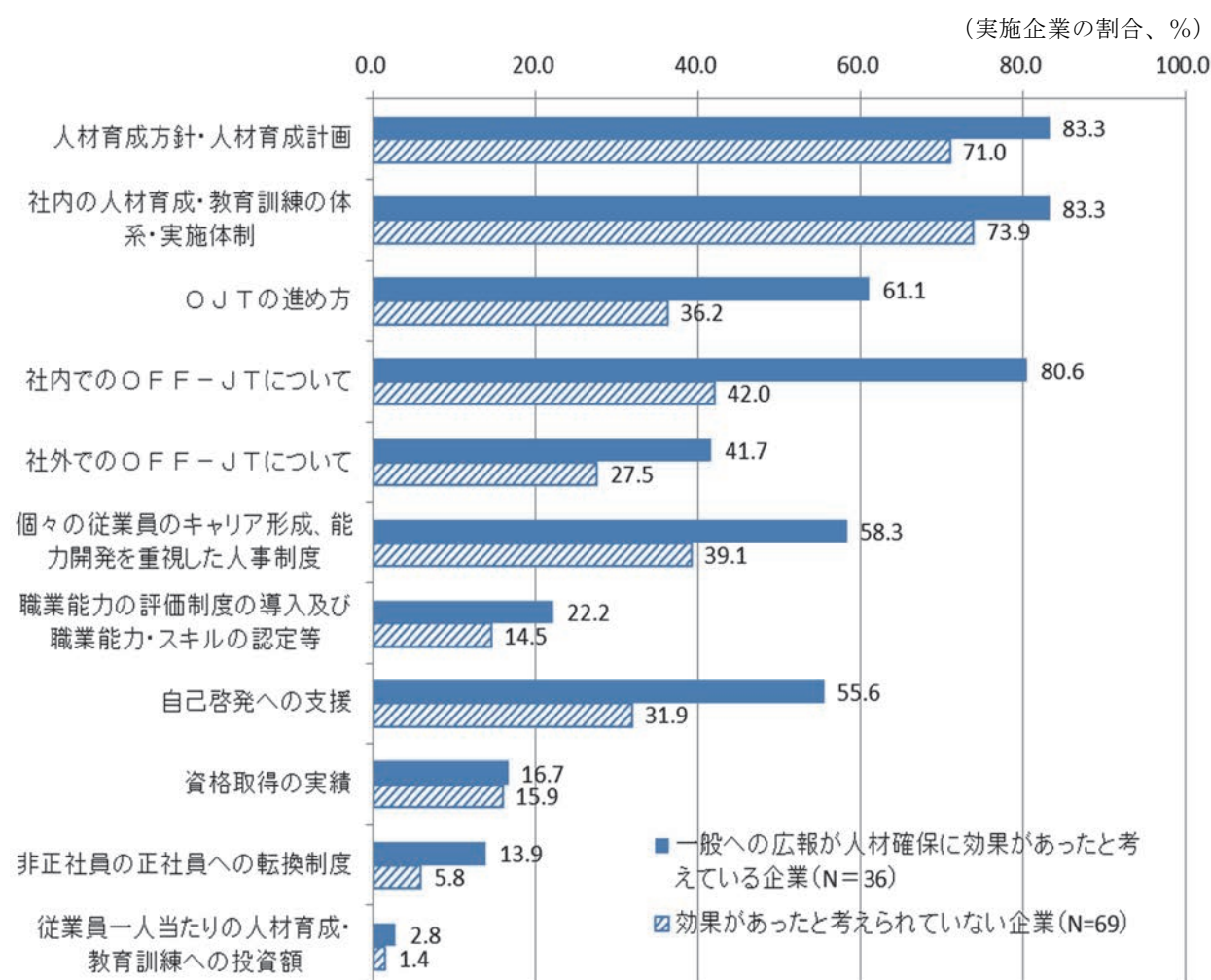
(%) N=105

	事前に期待した事項			広報等を行って得られた効果				「期待した」企業のうち「効果があった」とする割合	
	期待した	あまり期待しなかった	無回答	効果があった	ほとんど効果はない	効果は不明	無回答	(%)	(N)
①投資家による評価を高める	69.5	21.0	9.5	21.9	6.7	61.9	9.5	31.5	23/73
②顧客、取引先、消費者からの評価を高める	74.3	16.2	9.5	23.8	5.7	61.0	9.5	32.1	25/78
③企業のイメージを高める	89.5	5.7	4.8	39.0	0.0	56.2	4.8	43.6	41/94
④優秀な人材の確保を図る	78.1	17.1	4.8	34.3	2.9	58.1	4.8	43.9	36/82
⑤従業員の勤労意欲や定着率を高める	53.3	35.2	11.4	20.0	7.6	61.9	10.5	35.7	20/56
⑥会社全体の職業能力開発意識を高める	43.8	42.9	13.3	21.0	5.7	61.9	11.4	43.5	20/46

広報等によって得られた効果があったと考えている企業とそうでない企業との間では、取組状況に何らかの違いがみられるであろうか。サンプル数が小さいこともあり、十分な分析はできないが、効果があったとする企業数が一定数あり、企業にとって結果が比較の実感しやすいと考えられる「優秀な人材の確保を図る」という項目について、「効果があった」とする企業(36社)とそれ以外(「ほとんど効果はない」、「効果は不明」、「無回答」)の企業(69社)について、一般向け広報等を行っている内容に違いがあるかどうかを比較した。

図表 2-8 にみるように、いずれの項目についても、「人材確保に効果があった」とする企業群のほうで広報実施率が高く、特に、「社内での OFF-JT」、「OJT の進め方」、「個々の従業員のキャリア形成、職業能力開発を重視した人事制度」、「自己啓発への支援」等における実施率の差が大きい。職業能力開発の仕組みや支援について一般向けにも積極的な情報発信を行っている企業において、人材確保に対する手応えが感じられていることがうかがえる。

図表 2-8 人材確保への効果があったと考える企業／効果があったと考えていない企業別にみた一般向け広報等を行っている内容



注：項目の表記を一部省略しているが、詳細は図表 2-6 と同じ。「その他」は省略。

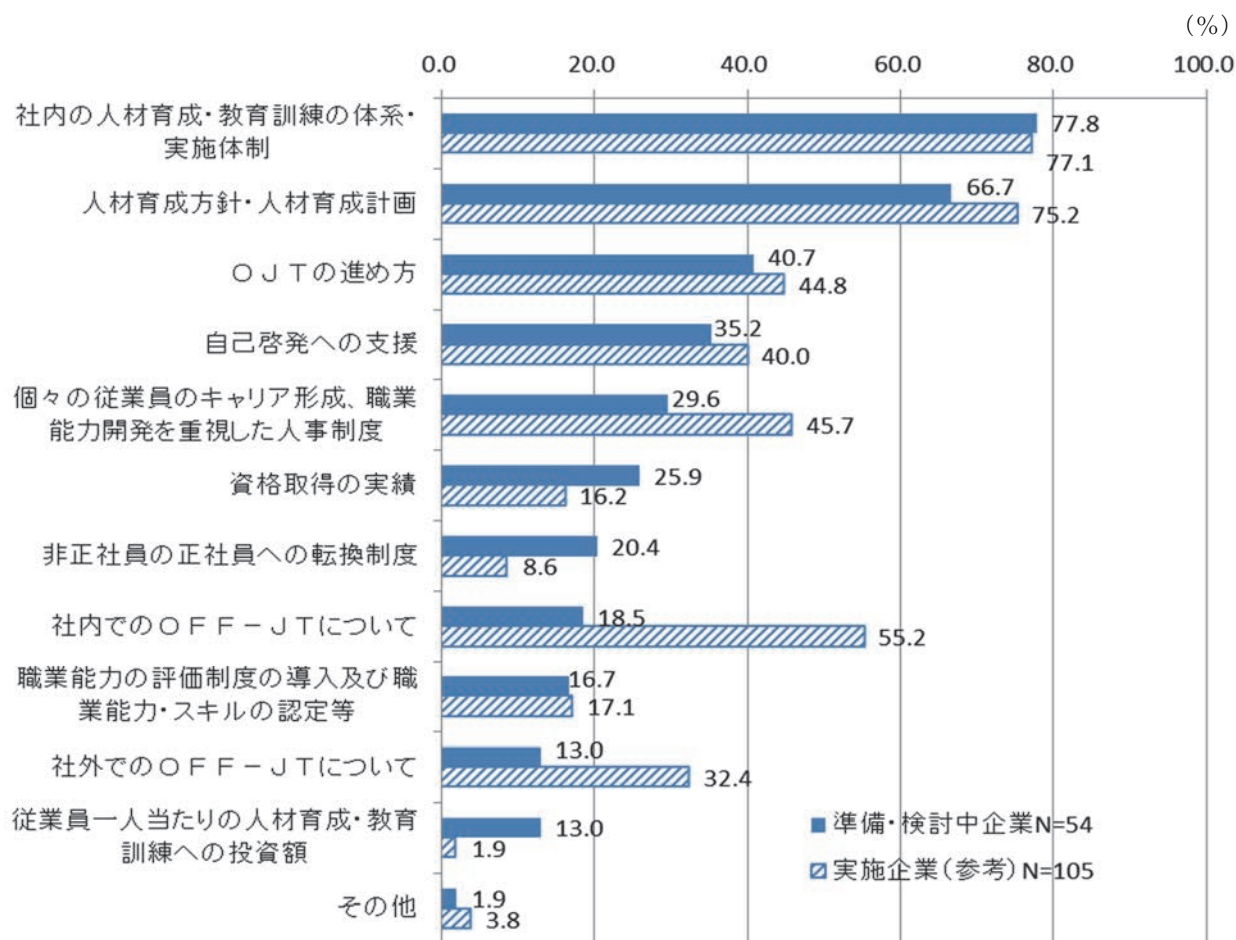
5. 一般向けに人材育成に関する資料・情報を広報していない企業の状況

一般向けの人材資料・情報を広報していない企業（285社）に対し、今後の予定をたずねたところ、「検討又は準備中である」が54社（18.9%）、「行う予定はない」が231社（81.1%）であった。

「検討又は準備中」の企業に対し、広報等を検討・準備している項目をたずねた（図表2-9）。最も高い項目は「社内の人材育成・教育訓練の体系・実施体制」であり、8割近く（77.8%）の企業があげており、これに「人材育成方針・人材育成計画」（66.7%）が続く。

実際に広報を行っている企業と比較すると、この2つの項目は、実施企業においても実施している率が高く、検討・準備中企業と実施企業との差が小さい。これに対して、社内外でのOFF-JTに関する情報は、実施企業では比較的多くの企業で広報されている項目であるが、未実施企業では検討・準備されている比率は低い。逆に、「非正規社員の正社員への転換制度」や「人材育成・教育訓練への投資額」については、検討・準備中の企業の割合に比べて、実際に広報している企業の割合がかなり低くなっている。

図表2-9 一般向け人材情報の広報について検討中・準備中の項目（複数回答）



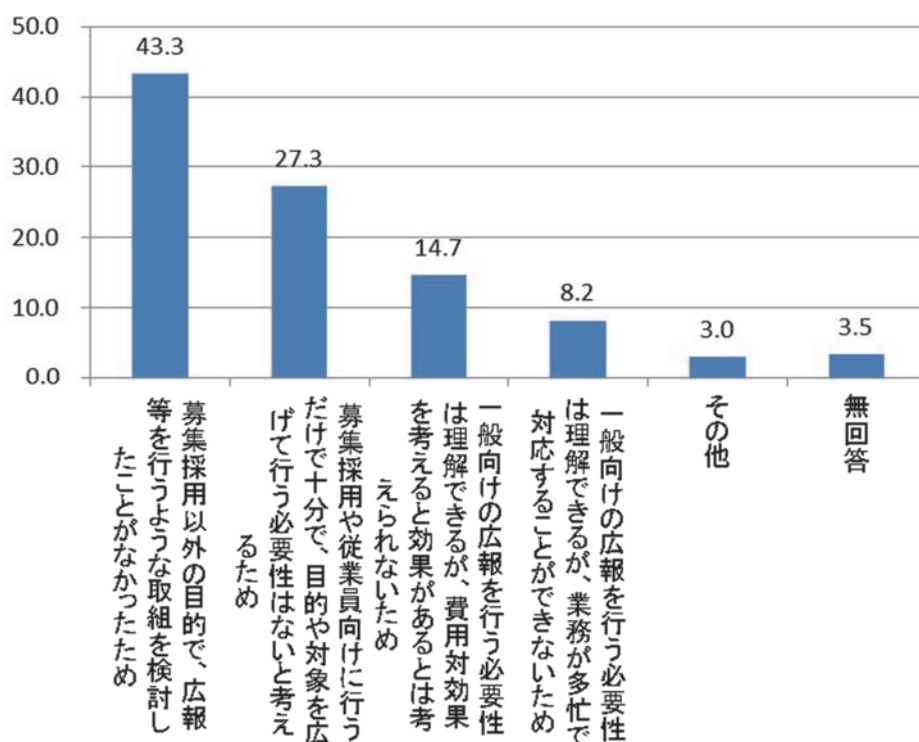
注：斜線のグラフはすでに広報を実施している企業の実施項目（数値については図表2-6を参照）。項目の表記を一部省略しているが、詳細は図表2-6と同じ。

一般向けの人材育成資料・情報を広報しておらず、今後も「行う予定はない」企業（231社）に対し、広報等を行わない理由をたずねた（図表2-10）。

最も多い回答は、「募集採用以外の目的で、広報等を行うような取組を検討したことがなかったため」（43.3%）であり、次いで「募集採用や従業員向けに行うだけで十分で、目的や対象を広げて行う必要性はないと考えるため」（27.3%）と、この2つで約7割となる。実施予定がない企業の多くにおいて、一般向けの広報を実施することに対する必要性が感じられていないようである。

図表2-10 一般向けの人材育成資料・情報による広報を行わない理由（1つ選択）

(%) N=231



6. 情報公開についての基本的スタンス

人材育成・教育訓練に関してばかりではなく、経営理念に基づいた社内の諸制度、制度運用の方針などについて一般への広報等を行っているかについてたずねた（図表2-11）。

回答企業全体についてみると、「法令や東京証券取引所の規則に定められた範囲で開示をしている」が4割強（44.4%）で最も多く、「幾つかの社内制度・方針については、広報等を行っている」が3割（30.3%）、「様々な社内制度・方針について幅広く広報等を行っている」という広報に積極的な企業が約1割（11.8%）となっている。

人材育成情報の公開状況別に、一般向け情報を広報している企業（105社）、募集採用向け情報のみ広報している企業（186社）、いずれも広報していない企業（90社）に分けて、情報

公開へのスタンスをみると、一般向け情報を広報している企業では、3社に1社(33.3%)が「様々な社内制度・方針について幅広く広報等を行っている」としており、情報公開・広報等への積極的姿勢が目立つ。募集採用向け情報のみ広報している企業では、半数強(54.3%)が「法令や東京証券取引所の規則に定められた範囲で開示をしている」としており、義務の範囲での広報にとどめる企業が多い。いずれの情報も広報していない企業でも、法令や規則の範囲で開示する企業が最も多いものの、2割(20.0%)が「そうした情報について、まったく広報・開示はしていない」と回答しており、情報開示度の低さが際立っている。

図表 2-1-1 情報公開についてのスタンス（人材育成情報の公開状況別）

	(%)			
	全体	一般向け の人材情 報を広報 している 企業	募集採用 向け情報 のみ広報 している 企業	いずれも 広報して いない 企業
法令や東京証券取引所の規則に定められた範囲で開示をしている	44.4	25.7	54.3	44.4
幾つかの社内制度・方針については、広報等を行っている	30.3	37.1	31.2	23.3
様々な社内制度・方針について幅広く広報等を行っている	11.8	33.3	3.8	4.4
そうした情報について、まったく広報・開示はしていない	7.2	0.0	3.8	20.0
わからない	5.6	3.8	5.4	7.8
無回答	0.8	0.0	1.6	0.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0
N	390	105	186	90