

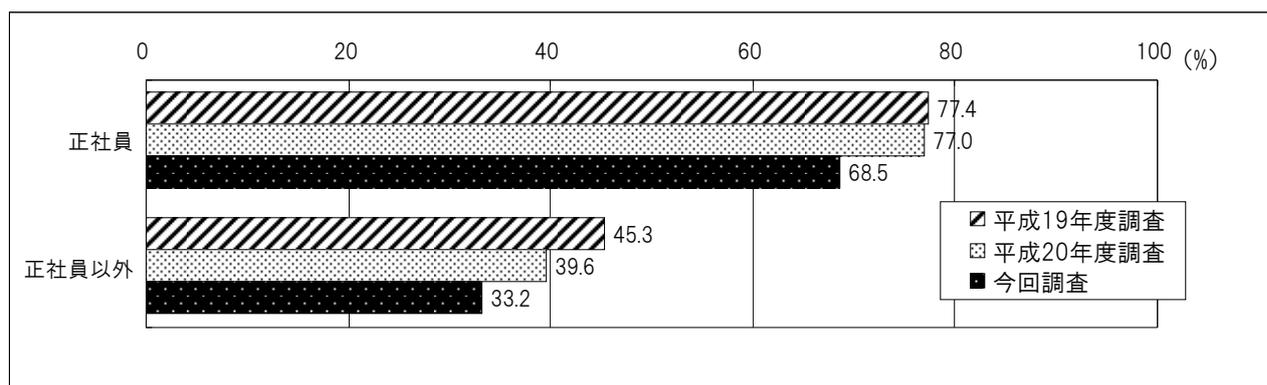
主な調査結果

1 平成20年度1年間の正社員に対する教育訓練の取組みをみると、OFF-JT実施率は前年度の77.0%から68.5%へ、計画的OJT実施率は前年度の59.6%から57.2%へ、自己啓発支援は前年度の79.6%から66.5%へとそれぞれ低下した。
また、OFF-JT や自己啓発支援に支出した費用の労働者一人当たり平均額も減少した。

正社員に対して、平成20年度にOFF-JTを実施した事業所割合は68.5%(前回¹77.0%)となっている。業種別にみると、電気・ガス・熱供給・水道業(89.4%)、金融業、保険業(87.6%)、学術研究、専門・技術サービス業(82.9%)などで高く、生活関連サービス業、娯楽業(54.6%)、宿泊業、飲食サービス業(57.3%)、教育、学習支援業(59.5%)などで低くなっている。企業規模別にみると、100人以上の企業において7割台となり、1,000人以上の企業において8割台半ばとなっている。

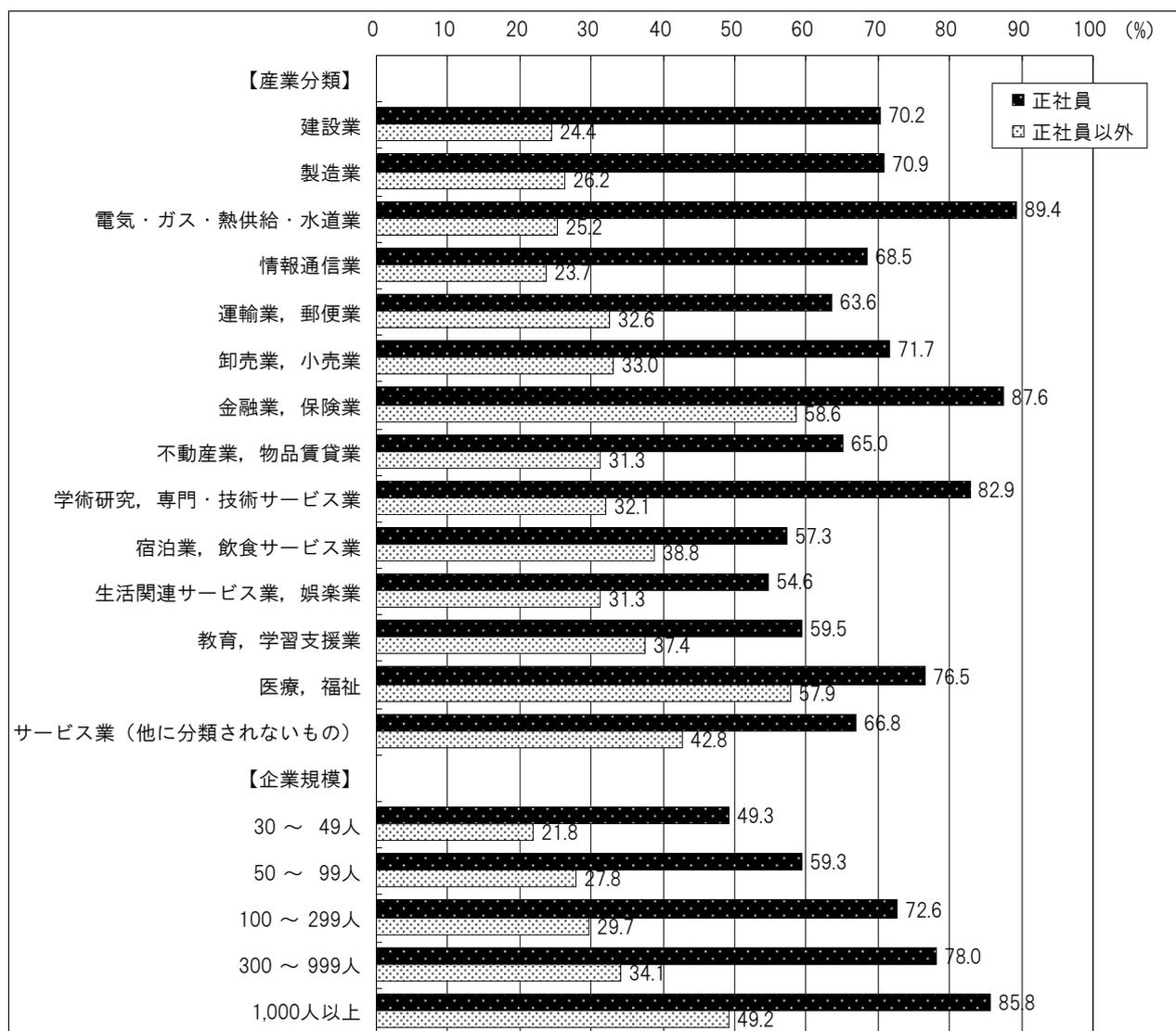
一方、正社員以外に対してOFF-JTを実施した事業所割合は33.2%(前回39.6%)であり、正社員に比べると低い水準にとどまっている。業種別にみると、金融業、保険業(58.6%)、医療、福祉(57.9%)で高く、情報通信業(23.7%)、建設業(24.4%)、電気・ガス・熱供給・水道業(25.2%)などで低くなっている。規模が大きくなるほど実施率は高くなる傾向は伺える。

図1 OFF-JTを実施した事業所(総数)



¹ 今回調査から、正社員、正社員以外の労働者のどちらかが在籍していない事業所について一部の設問を省略できるよう措置したところであり、接続性の観点から平成19年度調査及び平成20年度調査の値を一部再集計した。

図2 OFF-JTを実施した事業所（産業・規模別）



正社員に対して、平成20年度に計画的なOJTを実施した事業所割合は57.2%（前回59.6%）となっている。業種別にみると、金融業、保険業（86.4%）や電気・ガス・熱供給・水道業（85.6%）などで高く、生活関連サービス業、娯楽業（45.1%）、教育、学習支援業（46.8%）などで低くなっている。企業規模別にみると、100人以上の企業において6割台となり、1,000人以上の企業においては8割弱となっている。

一方、正社員以外に対して計画的なOJTを実施した事業所は28.3%（前回26.9%）であり、正社員に比べると低い水準にとどまっている。業種別にみると、医療、福祉（48.2%）、金融業、保険業（44.0%）、宿泊業、飲食サービス業（41.0%）で高く、建設業（12.4%）、情報通信業（13.0%）などで低くなっている。

図3 計画的なOJTを実施した事業所（総数）

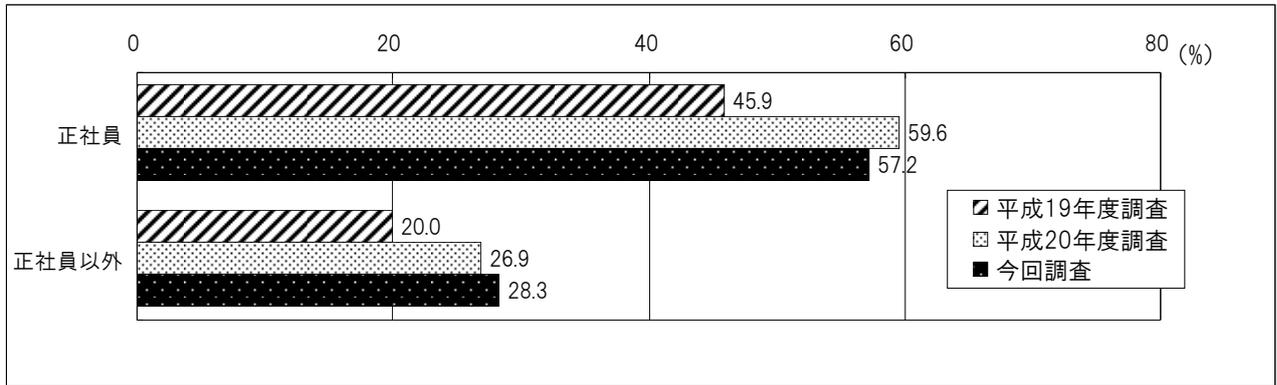
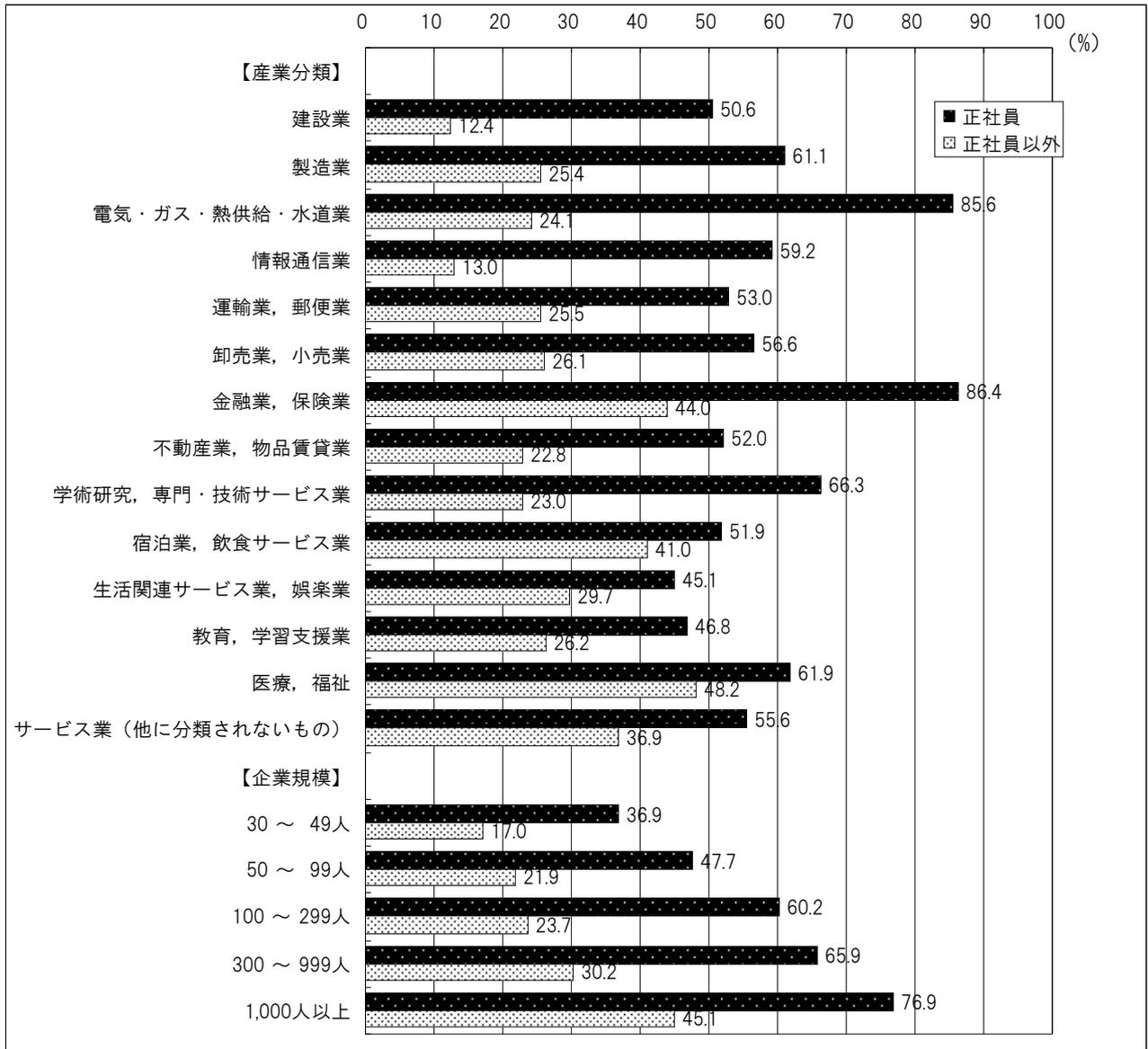


図4 計画的なOJTを実施した事業所（産業・規模別）



正社員の自己啓発に対して「支援を行っている」事業所割合は66.5%（前回79.6%）となっている。業種別にみると、電気・ガス・熱供給・水道業（97.4%）、金融業、保険業（95.1%）が高く、宿泊業、飲食サービス業（49.1%）、生活関連サービス業、娯楽業（53.7%）などで低くなっている。

一方、正社員以外の自己啓発に対して「支援を行っている」事業所は41.3%（前回53.8%）となっている。業種別にみると、医療、福祉（74.6%）と金融業、保険業（65.2%）などで高く、宿泊業、飲食サービス業（27.3%）、製造業（34.0%）などで低い。

企業規模別にみると、規模が大きくなるほど自己啓発への支援を行っている割合は高くなる傾向にある。

図5 労働者に対する自己啓発への支援を行っている事業所（総数）

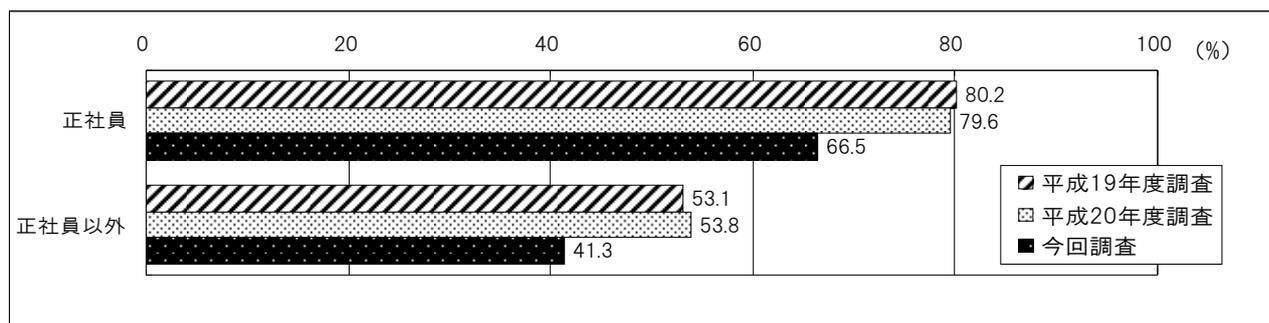
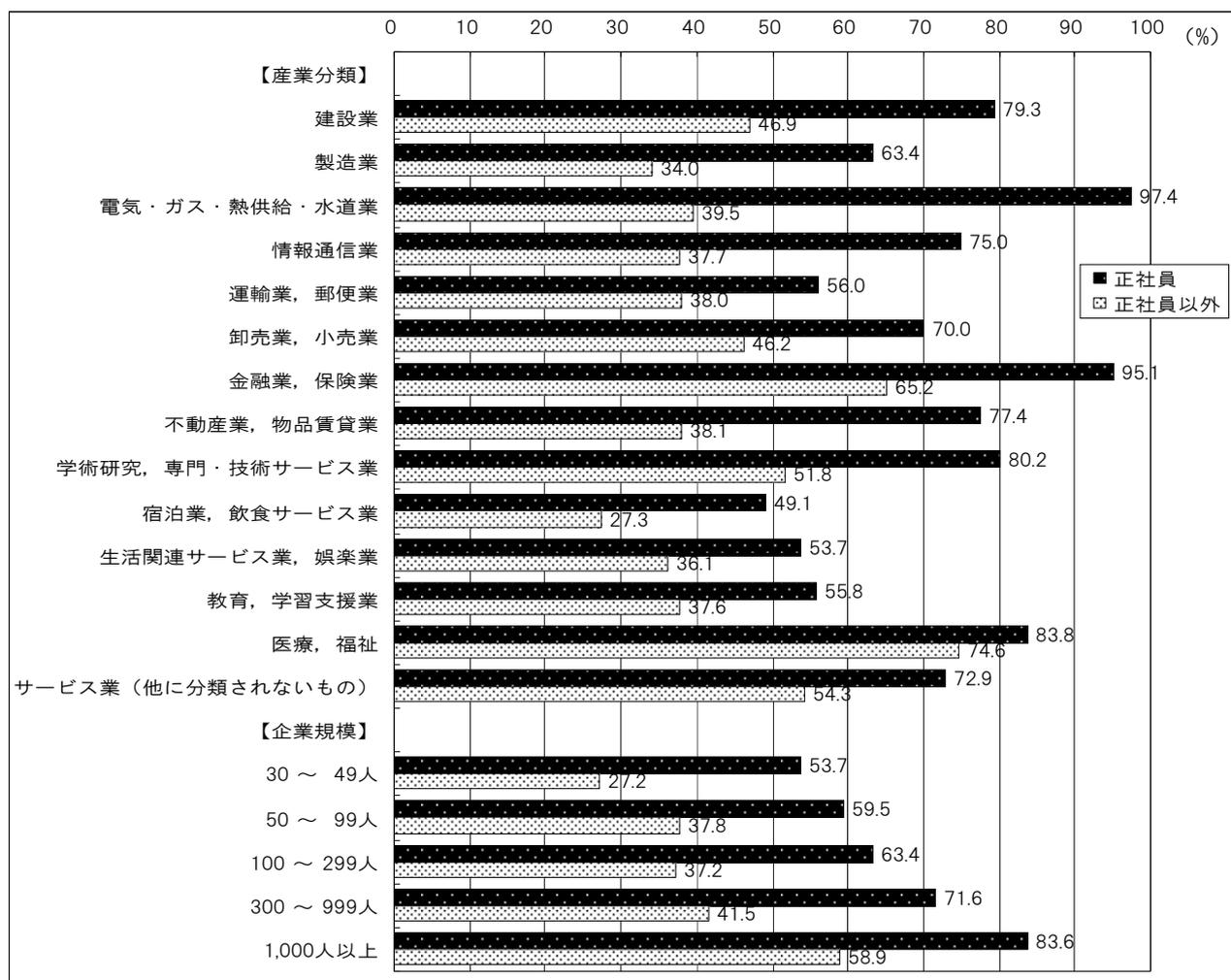


図6 労働者に対する自己啓発への支援を行っている事業所（産業・規模別）



また、教育訓練に支出した費用の労働者一人当たり平均額(費用を支出している企業の平均額、以下同様)も、OFF-JTは1.3万円²(平成20年度調査(以下「前回」という。)²2.5万円)、自己啓発支援は0.4万円(前回0.8万円)と減少した。

図7 OFF-JTに支出した費用の労働者一人当たり平均額

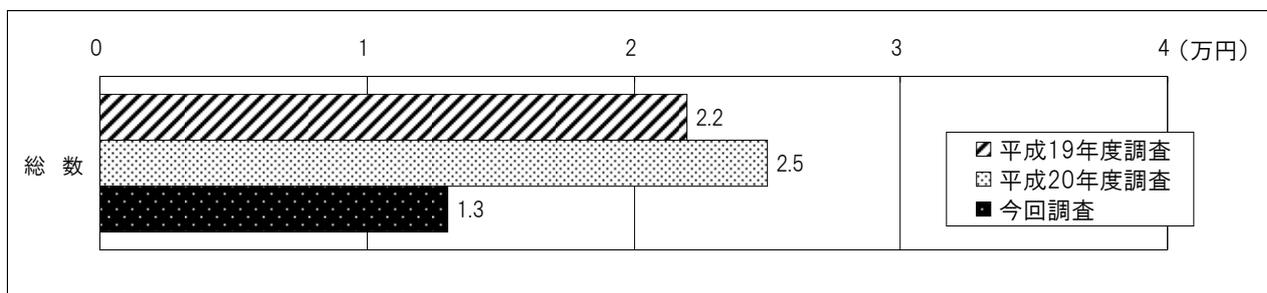
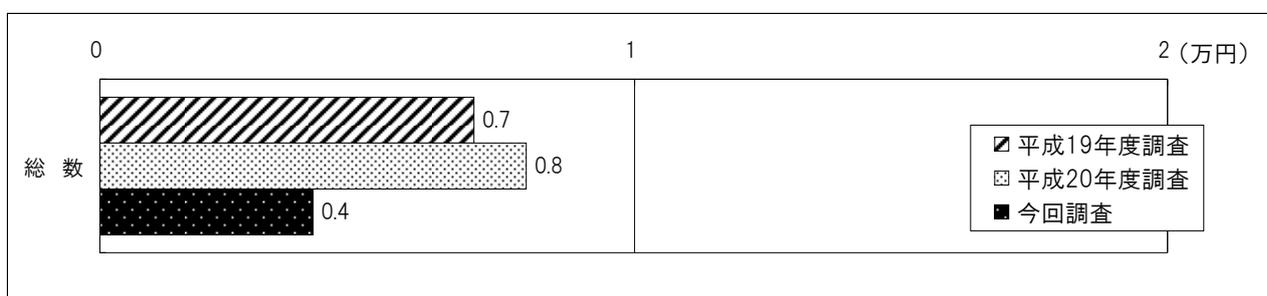


図8 自己啓発支援に支出した費用の労働者一人当たり平均額



²平成20年度調査以前は、調査対象を「本社の常用労働者が30人以上の民営企業」としており、今回調査から「常用労働者30人以上の民営企業」に拡大したところである。時系列で比較する観点からここでは、「本社規模30人以上」を示している。

2 正社員に対する教育訓練の方針をみると、労働者を選抜して能力を高めるよりも労働者全体の能力を高めることを重視している企業が前年度よりも増加し半数に近づいた。また、訓練の方法としては、OJT よりも OFF-JT を重視している企業が増加し3割に近づいた。

<「選抜重視」か「全体重視」か>

正社員に対する教育方針については、「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は49.5%(前回40.4%)であり、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は50.6%(前回59.5%)である。

一方、正社員以外に対する教育方針については、「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は46.7%(前回46.0%)であり、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は53.2%(前回54.1%)である。

前回と比べると、正社員では「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業が増加し、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近い企業の割合に近づいている。

図9 重視する教育訓練対象の範囲（正社員）

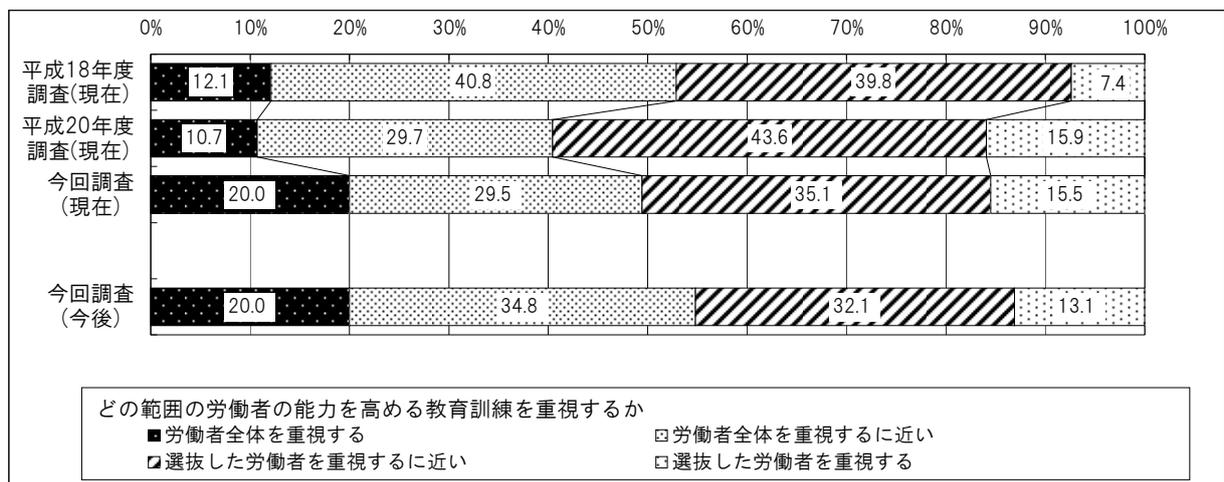
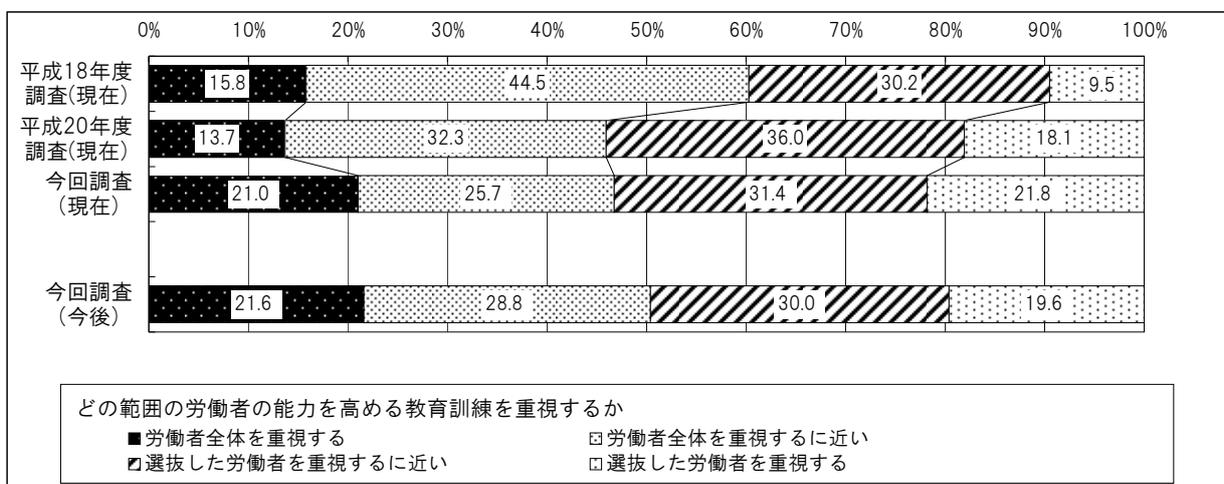


図10 重視する教育訓練対象の範囲（正社員以外）



<「OJT」か「OFF-JT」か>

正社員に対する教育訓練の方法については、「OJT」を重視する又はそれに近いとする企業割合は70.8%(前回74.4%)であり、「OFF-JT」を重視する又はそれに近いとする企業割合は29.2%(前回25.6%)である。

一方、正社員以外に対する教育訓練の方法においては、「OJT」を重視する又はそれに近いとする企業割合が78.2%(前回80.0%)である。

前回と比べると、「OFF-JT」を重視する又はそれに近いとする企業は、正社員についてはやや増加しているが、正社員以外についてはほぼ横ばいとなっている。

図11 重視する教育訓練（正社員）

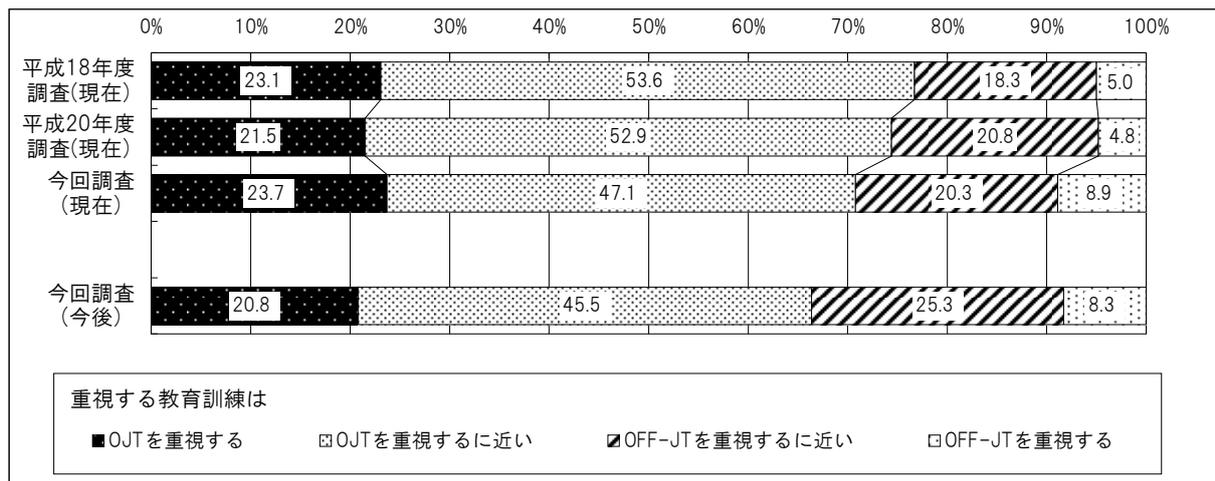
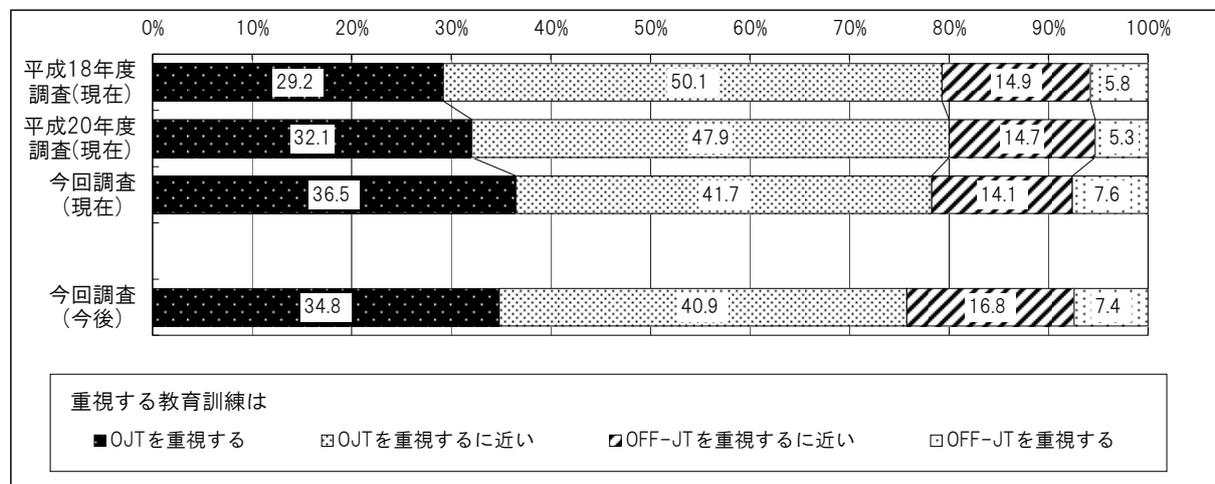


図12 重視する教育訓練（正社員以外）

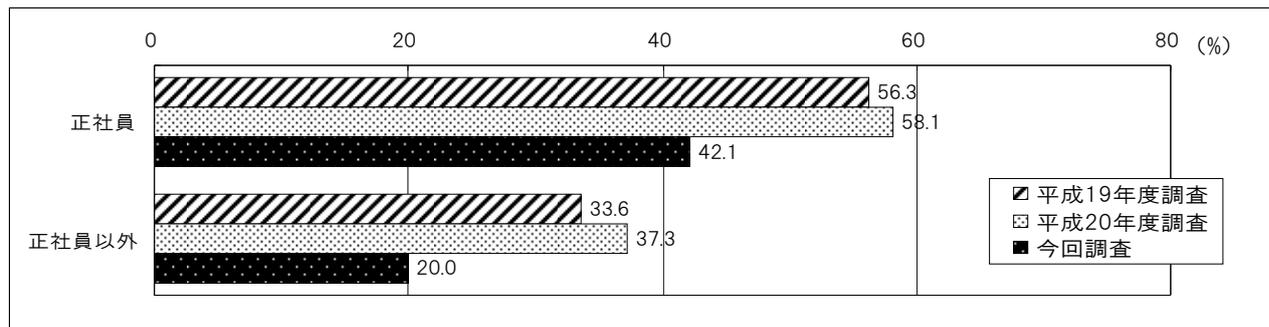


3 自己啓発を行った者の割合は正社員では42.1%、正社員以外では20.0%と、ともに前年度を下回った。自己啓発における問題は、「仕事が忙しくて自己啓発の余裕がない」、「費用がかかりすぎる」の割合が高い。正社員以外では、「家事・育児が忙しくて自己啓発の余裕がない」を挙げる者も多い。

< 自己啓発の実施状況 >

平成20年度に自己啓発を行った者は、正社員では42.1%(前回58.1%)、正社員以外では20.0%(前回37.3%)となっており、正社員、正社員以外ともに、自己啓発を行った者の割合は昨年度に比べて、低くなっている。

図13 自己啓発を行った労働者



<自己啓発上の問題等>

自己啓発に問題があるとした労働者は、正社員では8割(80.8%(前回 77.1%))、正社員以外では7割強(74.5%(前回 70.1%))。

自己啓発における問題として、正社員、正社員以外ともに「仕事が忙しくて自己啓発の余裕がない」(55.8%、36.5%)を挙げる割合が最も高くなっている。

正社員に比べ、非正社員が問題とする割合が高いのは、「家事・育児が忙しくて自己啓発の余裕がない」、「自分の目指すべきキャリアがわからない」、「コース等の情報が得にくい」、「適当な教育訓練機関が見つからない」、「どのようなコースが自分の目指すキャリアに適切なのかわからない」であった。

図14 自己啓発に問題があるとした労働者

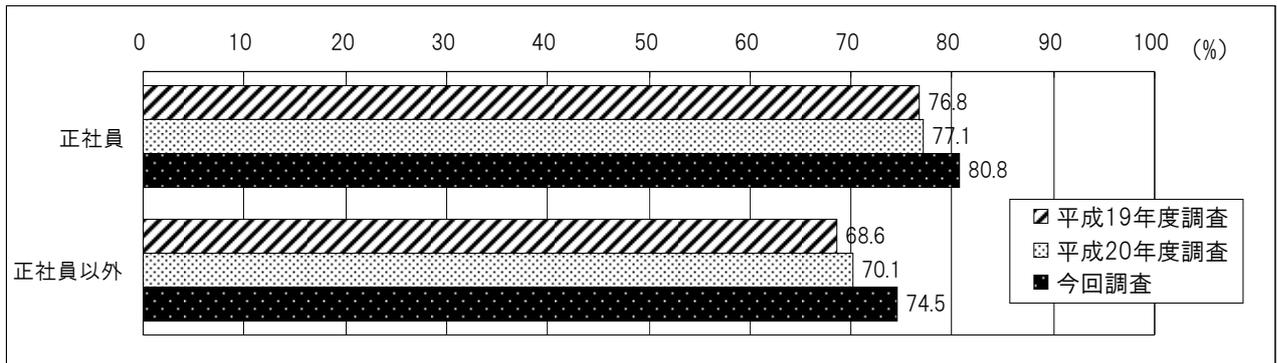
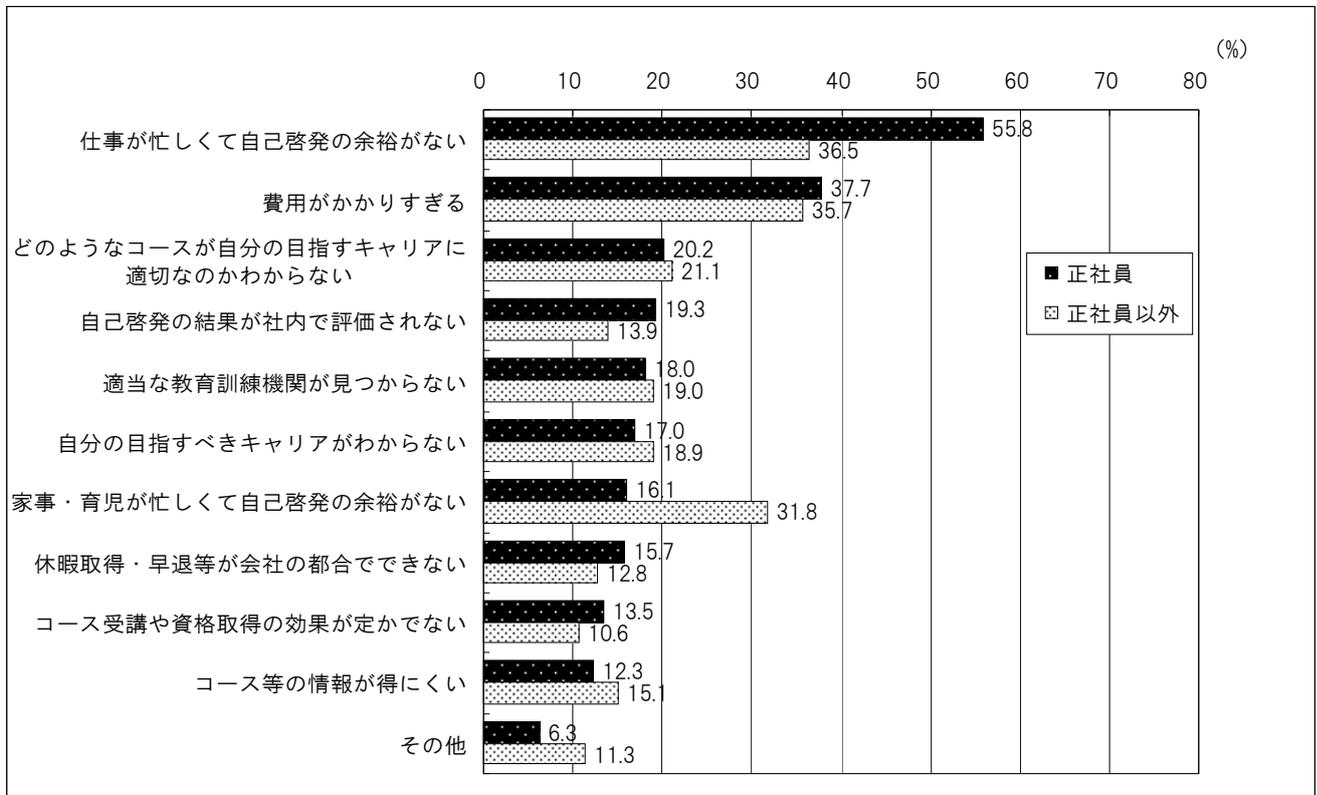


図15 自己啓発に問題があるとした労働者の問題点（複数回答）



4 労働者が希望している職業人生の実現に向けた職業能力開発の方法をみると、正社員では、「自発的な能力向上のための取組みを行うことが必要」が47.2%と最も高い。

希望している職業人生の実現に向けた職業能力開発の方法をみると、正社員では、「自発的な能力向上のための取組みを行うことが必要」(47.2%)が最も高い。一方、正社員以外でも同様に、「自発的な能力向上のための取組みを行うことが必要」(26.7%)が最も高いが、全体に占める割合が低い分「通常の訓練をこなしていくことで必要な能力が身につく」(22.3%)等其他の項目を挙げる者の割合が正社員に比べて高くなっている。

図16 希望している職業人生の実現に向けた職業能力開発の方法

