

経済産業省 御中

令和3年度産業経済研究委託事業(「イノベーション 創出」のためのリカレント教育に関する調査)

報告書

MRI 三菱総合研究所

2022年2月

セーフティ&インダストリー本部
キャリア・イノベーション本部

目次

1. 調査概要	1
1.1 本調査の背景と目的	1
1.2 本調査の実施内容	1
1.2.1 イノベーション創出を目指す企業のリカレント教育に関する実態調査	1
1.2.2 リカレント教育を提供する場としての大学等の実態調査	2
1.2.3 調査結果のとりまとめ	2
2. イノベーション創出を目指す企業のリカレント教育に関する実態調査	3
2.1 調査目的	3
2.2 調査対象	3
2.2.1 アンケート調査	3
2.2.2 インタビュー調査	3
2.3 調査方法	4
2.3.1 アンケート調査	4
2.3.2 インタビュー調査	8
2.4 調査結果	9
2.4.1 アンケート調査	9
2.4.2 インタビュー調査	56
3. リカレント教育を提供する場としての大学等の実態調査	63
3.1 調査目的	63
3.2 調査対象	63
3.3 調査方法	63
3.4 調査結果	65
3.4.1 大学におけるリカレント教育プログラムの概要	65
3.4.2 大学のリカレント教育の設計・運営について	66
3.4.3 国、企業への要望	67
4. 調査結果のまとめ	68
4.1 リカレント教育の産業界での活用に向けた方策	68
4.1.1 リカレント教育の必要性を認識しつつも実施に至らない企業へのアプローチ ...	68
4.1.2 リカレント教育の促進に取り組む企業へのインセンティブ設計	68
4.1.3 リカレント教育に関する情報発信のためのポータルサイト構築	69
4.2 リカレント教育を提供する大学に期待される取組	70

4.2.1 産業界のニーズを呼び込む工夫	70
4.2.2 情報発信の工夫	71
4.2.3 リカレント実施体制の工夫	71

図 目次

図 2-1 回答者の所属部署.....	12
図 2-2 回答企業の本社所在地(左:都道府県別、右:地域区分別)	12
図 2-3 回答企業の業種(左:業種別、右:製造業／非製造業別)	13
図 2-4 回答企業の従業員規模	13
図 2-5 回答企業の設立年.....	14
図 2-6 リカレント教育の実施有無.....	14
図 2-7 リカレント教育の実施有無(従業員規模別).....	15
図 2-8 リカレント教育の実施有無、行っている目的(複数回答)	15
図 2-9 リカレント教育を行っている目的(設立年別)	16
図 2-10 リカレント教育を実施していない理由(複数回答).....	17
図 2-11 従業員に必要な知識・スキル(複数回答).....	18
図 2-12 従業員に必要な知識・スキル(量子技術分野×従業員規模)	18
図 2-13 従業員に必要な知識・スキル(量子技術分野×業種)	18
図 2-14 従業員に必要な知識・スキル(職種・職位別)	19
図 2-15 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備有無	20
図 2-16 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備有無(従業員規模別)	20
図 2-17 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況(複数回答).....	21
図 2-18 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況(従業員規模別)	22
図 2-19 リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の有無(複数回答)	23
図 2-20 リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の有無(従業員規模別)	23
図 2-21 リカレント教育に関する公的支援の認知・活用状況(複数回答).....	24
図 2-22 リカレント教育推進に際しての課題(複数回答)	25
図 2-23 リカレント教育推進に際しての課題(従業員規模別)	26
図 2-24 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無.....	26
図 2-25 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別).....	27
図 2-26 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別).....	27
図 2-27 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)	27
図 2-28 デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答).....	28
図 2-29 デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)	29
図 2-30 デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答).....	30
図 2-31 デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)	31
図 2-32 デジタル分野のリカレント教育を実施していない理由(複数回答).....	32
図 2-33 量子技術分野のリカレント教育の実施・関心有無.....	32
図 2-34 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)	33
図 2-35 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)	33
図 2-36 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別).....	34

図 2-37 量子技術分野のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)	34
図 2-38 量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)	35
図 2-39 量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)	36
図 2-40 量子技術分野のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)	37
図 2-41 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心有無	37
図 2-42 カーボンニュートラル分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)	38
図 2-43 カーボンニュートラル分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)	38
図 2-44 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)	39
図 2-45 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)	40
図 2-46 カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)	41
図 2-47 カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)	42
図 2-48 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)	43
図 2-49 脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の実施・関心有無	43
図 2-50 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)	44
図 2-51 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)	44
図 2-52 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)	45
図 2-53 脱炭素経営分野のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)	45
図 2-54 脱炭素経営分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)	46
図 2-55 脱炭素経営分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)	47
図 2-56 脱炭素経営分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)	48
図 2-57 脱炭素経営に関する知識のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)	49
図 2-58 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無	49
図 2-59 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)	50
図 2-60 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)	50
図 2-61 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(地域別)	51
図 2-62 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(業種別)	51
図 2-63 大学(院)におけるリカレント教育を実施していない・関心がない理由(複数回答)	52
図 2-64 大学(院)におけるリカレント教育実施の効果	52
図 2-65 大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法(複数回答)	53
図 2-66 大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法(大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無別)	54
図 2-67 大学(院)による提供を求めるリカレント教育(複数回答)	55
図 2-68 大学(院)による提供を求めるリカレント教育(大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無別)	55
図 2-69 リカレント教育に関する政府への要望(複数回答)	56

表 目次

表 2-1 インタビュー調査対象.....	3
表 2-2 設問構成.....	4
表 2-3 業種区分.....	6
表 2-4 地域区分.....	7
表 2-5 職種区分.....	7
表 2-6 日本標準職業分類(大分類)	7
表 3-1 インタビュー調査対象.....	63

略称の一覧

本報告書では、以下のとおり略称の統一を図る。

略称

本報告書での表記	正式名称・意味など
MBA	経営学修士
CN	カーボンニュートラル

1. 調査概要

1.1 本調査の背景と目的

人生 100 年時代や Society 5.0 の到来による社会変化、目下生じている DX 等への対応やカーボンニュートラル(以下「CN」という。)の実現に向けた産業構造の変革、コロナ禍によるニューノーマル時代への対応等、近年、企業や個人にとって、時代の変化に即したリカレント教育の重要性が一層高まっている。

リカレント教育は、個人が豊かな人生を歩むために不可欠であるのと同時に、企業にとっても、前述した社会の変化に伴う企業戦略や事業構造の転換への対応のため、社員のリカレントを促すことは重要である。科学技術・イノベーション基本計画(令和3年3月26日閣議決定)においても、リカレント教育の重要性が指摘されている。しかしながら、現状では、企業が社員のリカレントに対する支援に消極的であることや、大学経営において、リカレント教育の位置付けが必ずしも明らかになっていないといった課題もある。また、リカレント教育の推進には、企業において、社員のリカレントが積極的に推奨・支援されるとともに、最先端の知の担い手たる大学等が提供する質の高い教育が、社会人にとって活用しやすい形で提供されていることが重要であるとの指摘がある¹。

リカレント教育については、その趣旨に応じ、①生活の糧を得るため、②更なる社会参画のため、③知的満足(文化・教養)のためという三つの類型に概念整理されている²。本調査では、「②更なる社会参画のため」のリカレント教育に着目する。大学等で実施される比較的高度なリカレント教育、いわば「イノベーション創出のためのリカレント教育」³に焦点を当て、従業員のリカレントを促進する企業に対する支援方策等を検討するとともに、大学等が提供するリカレント教育に対する産業界のニーズ及び大学等に期待される取組等を把握することを目的とする。

1.2 本調査の実施内容

本調査では、企業側のリカレント教育の実施状況、大学等が提供するリカレント教育に対する産業界のニーズを把握するためのアンケート調査及びインタビュー調査、企業に対するリカレント教育を実施する大学に対するインタビュー調査により実施する。

1.2.1 イノベーション創出を目指す企業のリカレント教育に関する実態調査

従業員のリカレントを促進する企業に対する支援方策等を検討するとともに、大学等が提供するリカレント教育に対する産業界のニーズを把握するため、主に大企業を対象とした調査を実施した。調査結

¹ 産学イノベーション人材循環育成研究会

<<https://www.meti.go.jp/policy/innovation/corp/sangakuinnovationjinzaikunikanikuseikenkyuukai.html>>

² 「新たな社会で活躍する人材育成について(主にリカレント教育)」

<<https://www8.cao.go.jp/cstp/gaiyo/yusikisha/20201001/siryo2-1-1.pdf>>

³ 特に、デジタル・CN・量子等といった今後の産業界に変革をもたらす分野において、実践的スキルを持った「イノベーションを支える人材」や、急速な社会変化に対応できる課題解決力や複数の専門性を持った「イノベーションを起こす人材」の育成を目的としたリカレント教育を指す。

果については、イノベーション創出のためのリカレント教育及び社員への支援を積極的に行っている企業をベストプラクティスとして抽出し、事例集として取りまとめた。

1.2.2 リカレント教育を提供する場としての大学等の実態調査

先行調査において、大学におけるリカレント教育の提供に関し、社会人向けの教育プログラムが体系的に公表されていない、学びたい分野のプログラムが社会人向けには開設されていない、社会人が受けられる時間に実施されていない等の課題が明らかになっている。

既存の国内外の先行研究や関連する文献調査等を参照し、産業界や地域社会のニーズを把握しながら「更なる社会参画のためのリカレント教育」を積極的に提供している大学を抽出し、同大学へのインタビュー調査を実施し、事例集として取りまとめた。

1.2.3 調査結果のとりまとめ

企業へのアンケート調査及びインタビュー調査から、従業員のリカレントを促進する企業に対する支援方策等を検討した。また、大学においてリカレント教育の提供を促進するための方策についても整理した。

2. イノベーション創出を目指す企業のリカレント教育に関する実態調査

2.1 調査目的

「イノベーション創出のためのリカレント教育」では、企業が大学と連携しながら、先進的・融合的な領域において、大学等での教育プログラム等を開発・活用することが重要であると考えられる。また、企業の中には、事業戦略・計画や従業員のキャリアプランにリカレント教育を組み込み、新事業への展開や将来の経営者育成につなげている事例も見られる。

そこで本調査では、大学等における「イノベーション創出のためのリカレント教育」の領域を中心に、企業におけるリカレント教育の実態を教育内容別に把握することを目的とした。

2.2 調査対象

2.2.1 アンケート調査

アンケート調査対象は、東証全上場企業(3,749 社)の人事部門(人材育成)担当者とした。

2.2.2 インタビュー調査

インタビュー調査対象は、アンケート調査回答企業及びリカレント教育に積極的に取り組んでいる企業から抽出した。対象企業は以下のとおりである。

表 2-1 インタビュー調査対象

企業名
味の素株式会社
AGC 株式会社
SCSK 株式会社
コニカミノルタ株式会社
サイボウズ株式会社
三協立山株式会社
SOMPO ホールディングス株式会社
大日本住友製薬株式会社 ※2022 年4月1日より住友ファーマ株式 会社に社名変更
富士通株式会社
三井住友海上火災保険株式会社
三井不動産株式会社
三菱地所株式会社
三菱商事株式会社
株式会社メルカリ

(社名五十音順)

2.3 調査方法

2.3.1 アンケート調査

(1) 実施概要

- 実施方法
 - 専用ウェブサイト開設による回答入力方式(回答選択+自由記述)。
 - 対象者に専用ウェブサイトの URL とパスワードを郵送して依頼し、URL にアクセスして回答を入力する。
 - 回答は【2021 年 10 月 1 日時点の状況】とした。
- 実施期間
 - 2021 年 10 月 21 日(木)～12 月 9 日(木)
- 回収実績
 - 382 件/3,749 社(10.2%)※回答が完了していない企業も含む

(2) 設問項目構成

アンケートの設問構成は以下のとおりである。企業主導によるリカレント教育の実施状況、特に特定分野(デジタル分野、量子技術分野、カーボンニュートラル分野、脱炭素経営分野)や大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心状況等に関する設問とした。

表 2-2 設問構成

大項目		中項目
A	基本情報	回答者の所属部署
		回答企業の本社所在地(都道府県)
		回答企業の業種内訳
		回答企業の従業員規模
		回答企業の設立年
B	リカレント教育の実施有無、推進方針、課題	リカレント教育の実施有無、行っている目的
		リカレント教育を実施していない理由
		従業員に必要な知識・スキル
		リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況
		リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の有無
		リカレント教育に関する公的支援の認知・活用状況
		リカレント教育推進に際しての課題
		リカレント教育推進に際しての課題(自由記述、任意回答)
C-1	デジタル分野の	デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無

大項目		中項目
	リカレント教育の実施・関心状況	デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)
		デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)
		デジタル分野のリカレント教育を実施していない理由
C-2	量子技術分野のリカレント教育の実施・関心状況	量子技術分野のリカレント教育の実施・関心有無
		量子技術分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)
		量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)
		量子技術分野のリカレント教育を実施していない理由
C-3	カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心状況	カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心有無
		カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)
		カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)
		カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育を実施していない理由
C-4	脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の実施・関心状況	脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の実施・関心有無
		脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)
		脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)
		脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育を実施していない理由
D	大学(院)におけるリカレント教育(プログラム)受講状況	大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無
		大学(院)におけるリカレント教育を実施していない・関心がない理由
		大学(院)におけるリカレント教育実施により感じられる効果
		大学(院)におけるリカレント教育実施を受講することで「感じている効果」または「効果を感じていない理由」(自由記述、任意回答)
		大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法
		大学(院)による提供を求めるリカレント教育
E	リカレント教育に対するご意見	リカレント教育に関する政府への要望
		リカレント教育に関する政府への要望(自由記述、任意回答)

(3) リカレント教育の定義

リカレント教育が指す範囲は様々であるが、本アンケート調査では企業が推進するリカレント教育を調査対象とし、具体的には以下の定義とした。

- 業務内外を問わず、企業主導による従業員の新たな知の取り込みや学び直しを指し、企業におけるイノベーションの創出や更なる成長を目指すもの。
- 企業による費用負担の有無等は問わないが、企業として受講を推進しているもの。
- 従業員個人の意思のみで行っているものは含まない。（企業が推進するリカレント教育を希望者のみが受講しているものは含む。）

(4) 属性

クロス集計等における属性は次のとおり設定している。

1) 業種

企業活動基本調査(2020 年)に準ずるものとし、以下のように区分している。なお、クロス集計では業種区分を製造業と非製造業に大別した。

表 2-3 業種区分

業種区分	製造業/非製造業
食料品	製造業
繊維製品、紙・パルプ	
化学、医薬品	
鉄鋼、非鉄金属、金属製品	
機械、電気機器、精密機器	
輸送用機器	
その他製造業	
農業、林業	非製造業
漁業	
鉱業、採石業、砂利採取業	
建設業	
電気・ガス業	
陸運・海運・空運業、倉庫・輸送関連業	
情報通信業	
卸売・小売業	
銀行・証券・保険業、その他金融業	
不動産業	
学術研究、専門・技術サービス業	
宿泊業、飲食サービス業	
生活関連サービス業、娯楽業	
教育、学習支援業	
医療、福祉	

業種区分	製造業/非製造業
複合サービス事業	
サービス業(他に分類されないもの)	
その他	

2) 地域

本社所在地(都道府県)を以下のように区分している。

表 2-4 地域区分

地域区分	定義
東京都	—
その他大都市圏	関東圏(神奈川県・埼玉県・千葉県)、近畿圏(大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・和歌山県)、中京圏(愛知県・岐阜県・三重県)
その他地域	東京都、その他大都市圏以外の都道府県

3) 職種

日本標準職業分類に準ずるものとし、以下のように区分している。

表 2-5 職種区分

本調査における職種区分	定義
経営層	【A】の職業に該当する方のうち、会社の経営者・役員など、組織に対し経営責任をもつ方
管理的職業従事者	【A】の職業に該当する方のうち、管理的公務員、課長・部長等の管理業務従事者等(※「経営層」に該当する方は除く。)
専門的・技術的職業従事者	【B】の職業に該当する方(研究者、技術者、意思、弁護士、税理士等の専門的職業従事者等)
事務従事者	【C】の職業に該当する方(一般事務、会計事務、営業・販売事務従事者等)
その他	【D～L】の職業に該当する方

表 2-6 日本標準職業分類(大分類)

【A】管理的職業従事者	【B】専門的・技術的職業従事者	【C】事務従事者
【D】販売従事者	【E】サービス職業従事者	【F】保安職業従事者
【G】農林漁業従事者	【H】生産工程従事者	【I】輸送・機械運転従事者
【J】建設・採掘従事者	【K】運搬・清掃・包装等従事者	【L】分類不能の職業

2.3.2 インタビュー調査

調査対象企業に対して、1 時間程度のオンラインインタビュー調査を実施した。調査項目は以下のとおりである。なお、2.4.2 に調査結果を示すとともに、イノベーション創出のためのリカレント教育及び従業員への支援を積極的に行っている企業をベストプラクティスとして抽出し、事例集を作成した。

- 人材に関する課題とリカレント教育(リスキリング)の状況
 - 将来的な業務の方向性、その際従業員に必要となるスキル、能力、専門性等
 - 人材の育成・確保に向けた戦略(経営方針、人事施策等)の策定状況、リカレント教育の位置づけ
 - リカレント教育に対する社内制度の状況及び評価・成果
 - その他の人材施策
- 大学・大学院(以下「大学等」)によるリカレント教育
 - 大学等によるリカレント教育の実施状況及びその理由
 - 大学等によるリカレント教育を利用したい分野、対象従業員
 - MOOC の活用状況、利用意向
- リカレント教育と企業イメージ向上との関係性
- 国、教育機関等への要望

2.4 調査結果

2.4.1 アンケート調査

(1) アンケート調査結果(概要)

1) 企業におけるリカレント教育の実施有無、推進方針、課題

a. リカレント教育を実施している回答企業は 6 割程度

企業主導のリカレント教育を行っている企業は、回答企業の 6 割程度である。

b. リカレント教育を実施していなくても「必要性」は認識している企業が多い

リカレント教育を実施していない理由としては、「必要性を認識しているが他に優先すべき事項があるため」との回答が 4 割程度と最も多く挙がっており、リカレント教育の必要性に気付いてはいるが、企業としてリカレント教育を推進するまで至っていない様子がうかがえる。

c. 「事業構造の転換のため」にリカレント教育に取り組む企業は少ない

回答企業がリカレント教育を推進する目的としては「若手人材の育成のため」が 5 割程度と最も多い。一方、「企業全体の事業構造の転換のため」「従業員の職種転換/配置転換のため」は 1 割程度前後にとどまっている。

d. 「デジタル」に加え、「カーボンニュートラル」「デザイン思考」分野のスキルへのニーズは高い

回答企業が従業員に求める知識・スキルとして、9 割弱の回答企業がデジタル分野の知識・スキルを挙げており、またカーボンニュートラル分野やデザイン思考も 7 割以上の回答企業で挙げられている。

e. リカレント教育を受けた従業員に対する「処遇への配慮」はあまり行われていない

リカレント教育を受けた従業員に対して「特に処遇への配慮を行っていない」企業は 6 割程度を占める。従業員に対してリカレント教育のインセンティブを付与する方法としては、「学習内容を活かせる人事配置の実施(昇格を除く)」「一時金の支給」が比較的多い。また、社内支援制度の内容としては「教育プログラム受講への経済的な補助」が最も多く、次いで「教育プログラムの情報の提供」が多い。

f. リカレント教育に関する公的支援の認知・活用は限定的

リカレント教育に関する公的支援を知らない回答企業は 4 割程度、また公的支援策を知っているが活用していない企業も 4 割程度を占めており、リカレント教育に関する公的支援の認知・活用は限定的であると考えられる。

g. リカレント教育プログラムの情報収集に課題あり

リカレント教育推進に際しての課題では、「適切な教育プログラムが見つからない」が最も多く、次いで「リカレント教育の予算が不足している」が多い。

2) 分野別のリカレント教育の実施・関心状況

a. 「デジタル分野」のリカレント教育を実施する企業は 3 割強、「量子技術分野」は少数

「デジタル分野」のリカレント教育を実施(予定)と回答した企業は 3 割強であり、関心がある層は 5 割程度を占める。一方、「量子技術分野」は実施中(実施予定)と回答した企業の割合は 1 割弱のみ、関心がある層も 2 割弱にとどまる。

b. 「カーボンニュートラル関連分野」のリカレント教育への関心層は 5 割程度

「カーボンニュートラル分野」のリカレント教育を実施中(実施予定)と回答した企業の割合は 1 割強であり、関心がある層が 5 割程度を占める。また、「脱炭素経営に関する知識」のリカレント教育を実施(予定)の企業も 1 割強、関心がある層は 5 割強である。

c. 「民間企業」が提供するプログラムのニーズが高く、「大学」への需要は限定的

関心のあるリカレント教育の内容については、どの分野でも「民間企業が提供するプログラム」が最も多く挙げられている一方、大学(院)が提供するリカレント教育への需要は相対的に低い。

d. デジタル以外の分野でリカレント教育を実施しない理由は「必要性を感じないため」が最多

リカレント教育を実施していない理由を分野別に見ると、デジタル分野では「必要性を認識しているが優先すべき事項があるため」が最多である一方、その他の分野(量子技術、カーボンニュートラル、脱炭素経営)では「必要性を感じないため」が上位に挙げられている。

3) 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心状況

a. 大学(院)におけるリカレント教育を実施する回答企業はわずか 2 割

大学(院)におけるリカレント教育を実施(予定)しているのは回答企業の 2 割程度、関心がある層まで含めると 5 割強程度である一方、残り 5 割程度の企業は「実施しておらず、関心もない」と回答している。

b. 大学(院)におけるリカレント教育の情報収集方法は「大学(院)の公式情報から」が最多

大学(院)のリカレント教育に関する情報収集の方法としては、「大学(院)の公式情報(ウェブサイト・SNS 等)から」との回答が最多であり、次いで「人事や能力開発に関連する媒体から」、「大学(院)からの直接アプローチ」の順である。一方、3 割の企業は「特に収集していない」と回答している。

c. 大学(院)のリカレント教育に対して「提供形態」「内容」の両面にニーズあり

大学(院)におけるリカレント教育へのニーズとしては、「オンラインプログラムの充実」が最も多く、次いで「業務に直ちに生かせる実践的なプログラム」「社会人に配慮した時期・曜日・時間帯での授業の開講」が多い。社会人に配慮した受講日時、場所や実践的な内容への高いニーズがうかがえる。

4) リカレント教育に対する政府への要望は「財政支援」と「情報発信」

リカレント教育に対する政府への要望については、財政支援及び教育プログラム等に関する情報発信のニーズが高い。

(2) アンケート調査結果

1) 基本情報

a. 回答者の所属部署

回答者の所属部署は、9割程度が人事部門（または人事担当）である。

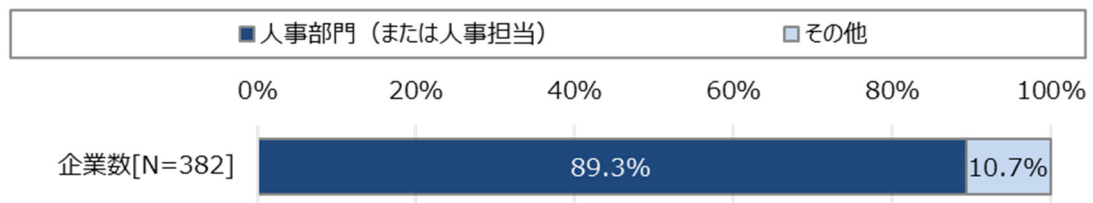


図 2-1 回答者の所属部署

b. 本社所在地

回答企業の本社所在地は、「東京都」が半数程度を占める。

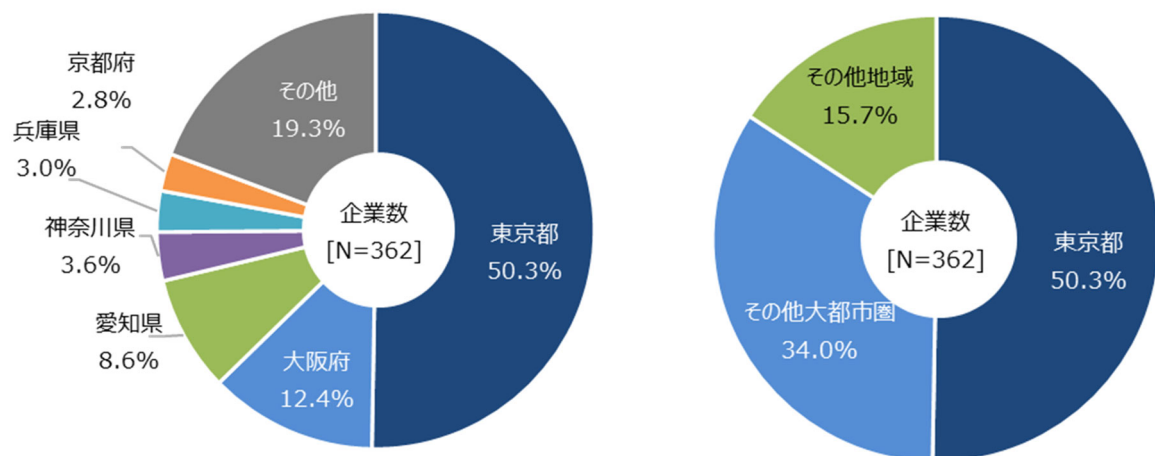


図 2-2 回答企業の本社所在地(左:都道府県別、右:地域区分別)⁴

⁴ 無回答企業は集計に含めずに分析を行った。(以下、同様)

c. 業種

業種別には、「卸売・小売業」(17.2%)、「情報通信業」(9.6%)、「機械、電気機器、精密機器」(9.0%)の順に多い。

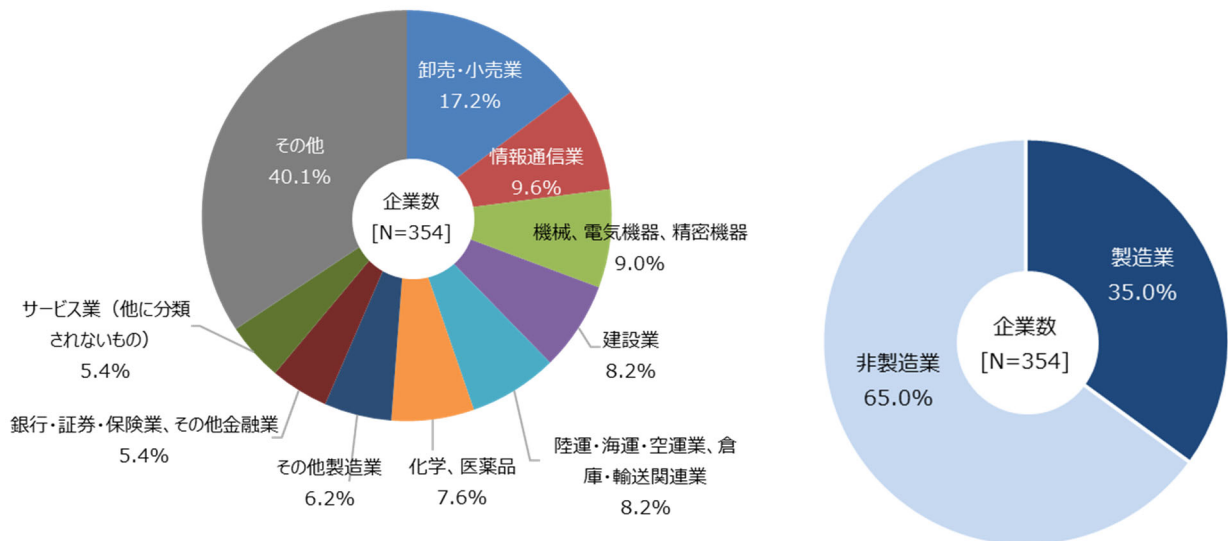


図 2-3 回答企業の業種(左:業種別、右:製造業／非製造業別)

d. 従業員規模

回答企業の従業員規模は、半数以上の企業において従業員数が1,000名以上である。

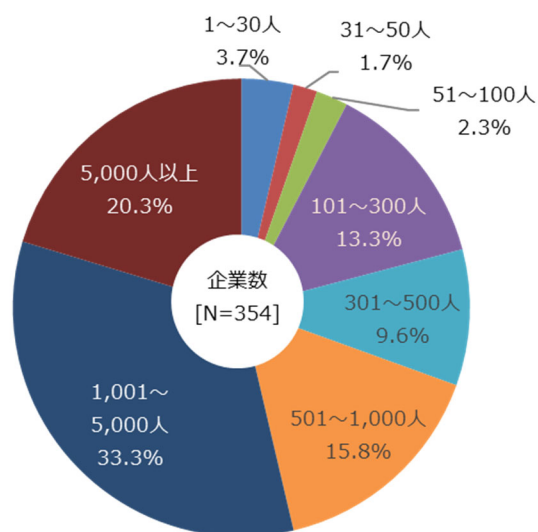


図 2-4 回答企業の従業員規模

e. 設立年

回答企業の設立年では、「1949 年以前」に設立された企業が半数程度を占めている。

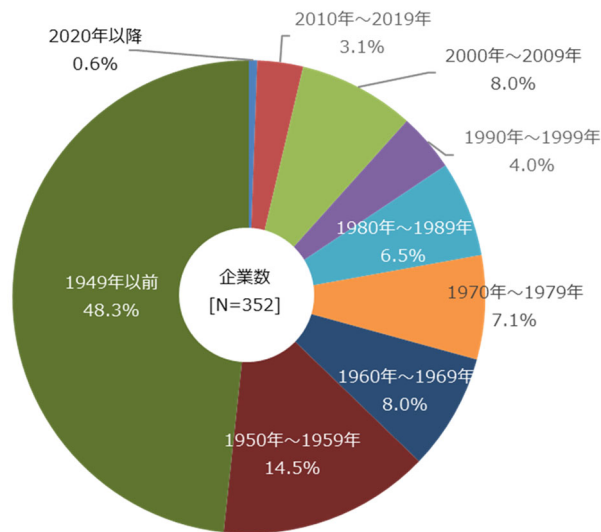


図 2-5 回答企業の設立年

2) 企業におけるリカレント教育の実施有無、推進方針、課題

a. リカレント教育の実施有無

企業主導におけるリカレント教育の実施状況では、回答企業のうち 6 割程度がリカレント教育を実施している。

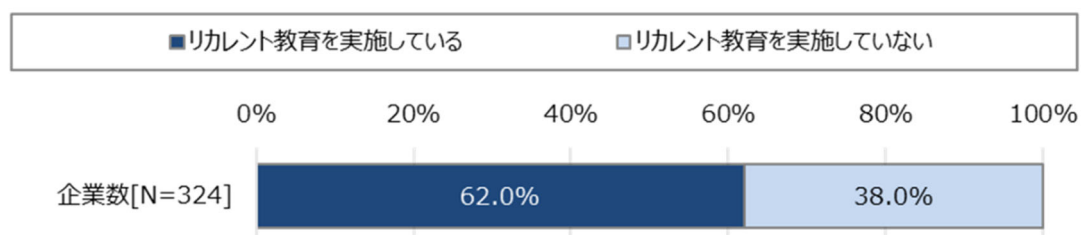


図 2-6 リカレント教育の実施有無

リカレント教育の実施状況を従業員規模別に見ると、従業員数が多い企業においてリカレント教育の実施が進んでいる。

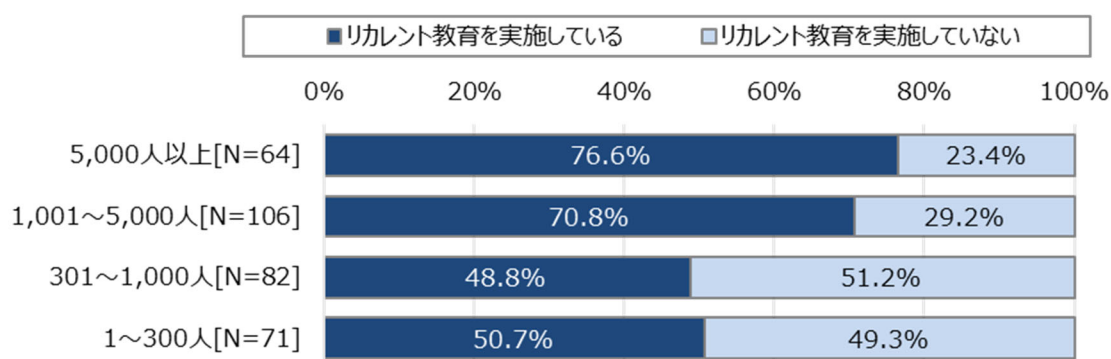


図 2-7 リカレント教育の実施有無(従業員規模別)

b. リカレント教育を行っている目的

企業がリカレント教育を行う目的としては、「若手人材の育成のため」(44.8%)が最も多い。次いで「生産性や業績の向上のため」(31.5%)、「経営層(候補)の育成のため」(28.7%)、「中高年のリスキリング(知識やスキルのアップデート)のため」(24.4%)が挙がっており、人材育成の目的が高い傾向が見られる。

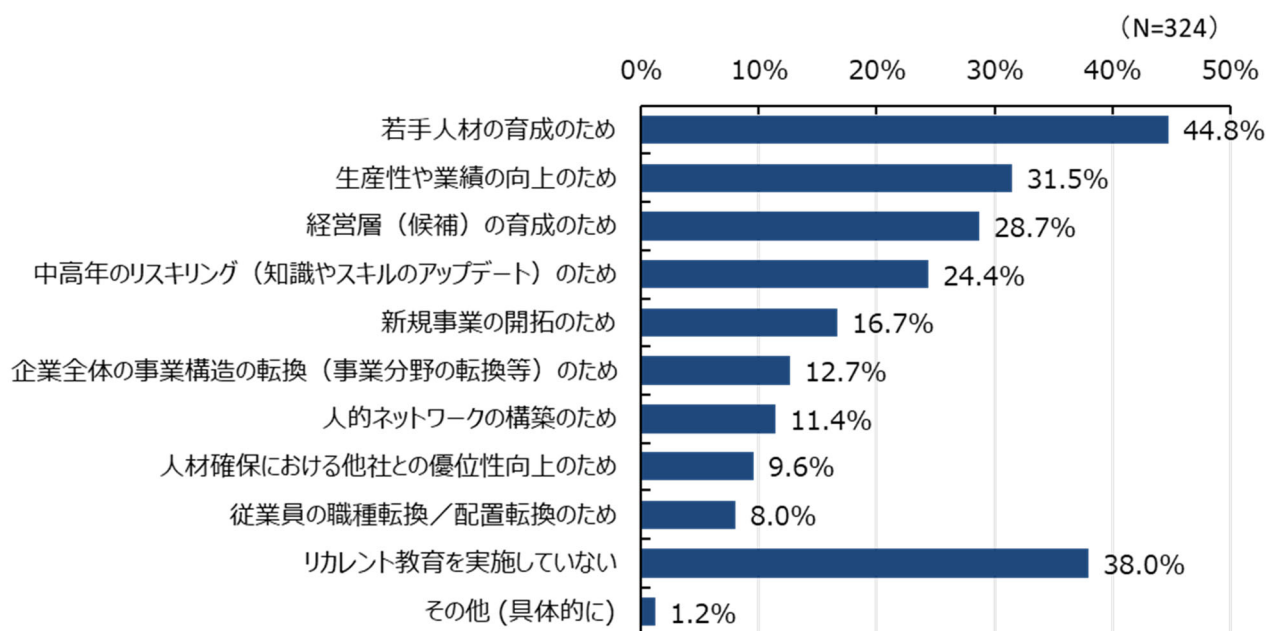


図 2-8 リカレント教育の実施有無、行っている目的(複数回答)

「経営層(候補)の育成のため」との回答は、設立年数が長い企業で高い傾向が見られる。

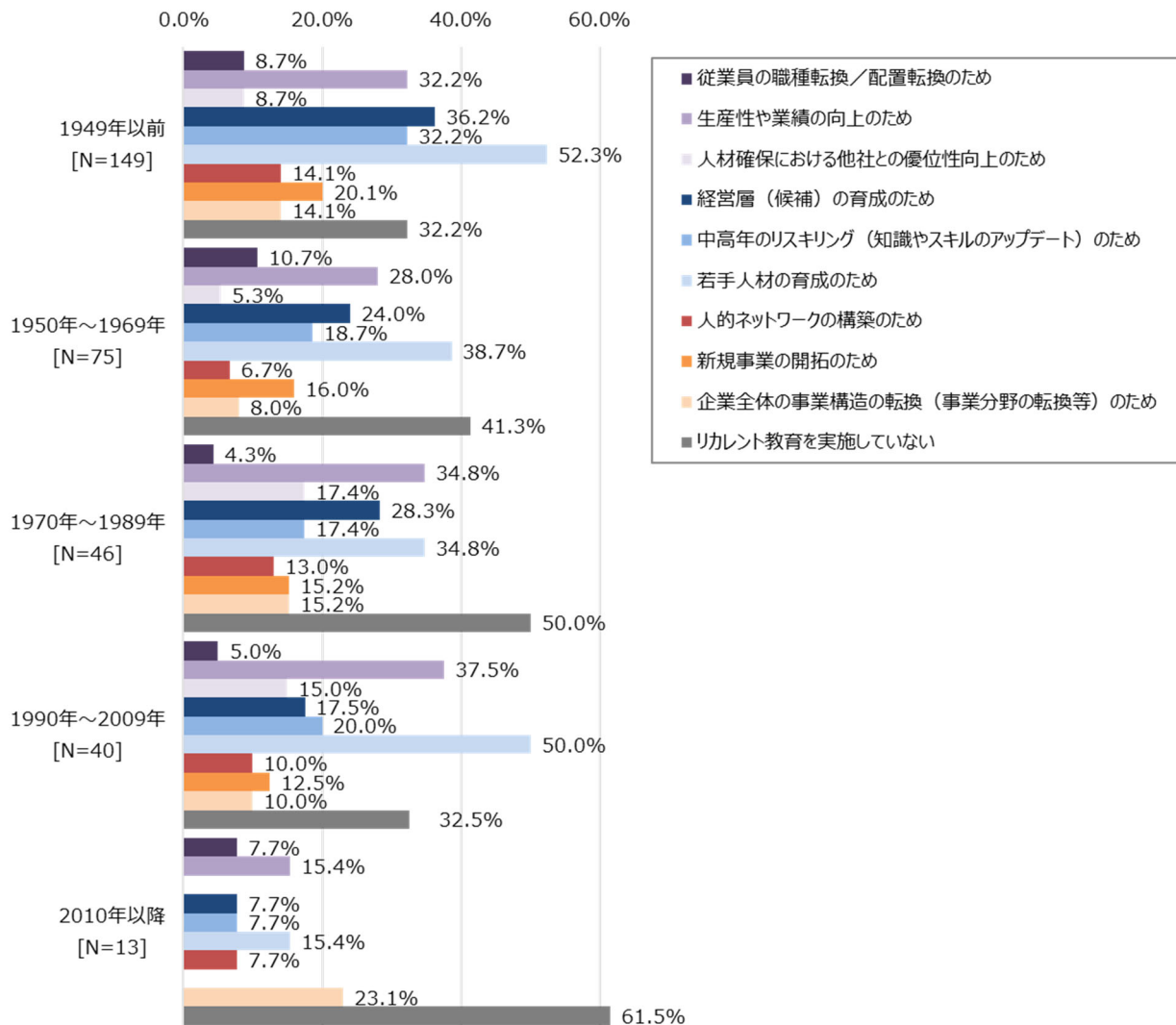


図 2-9 リカレント教育を行っている目的(設立年別)

c. リカレント教育を実施していない理由

回答企業がリカレント教育を実施していない理由としては、「必要性を認識しているが他に優先すべき事項があるため」(36.9%)が最も多く、リカレント教育の重要性に気付いてはいるが、企業としてリカレント教育の取組まで至っていない様子が見えてくる。次いで「学び直しを実施するか否かは従業員に任せているため」(21.3%)、「従業員の業務の調整が困難なため」(19.7%)が挙げられている。

なお、「必要性を感じないため」と回答した企業は1割程度、「特に理由はない」も2割程度見られる。

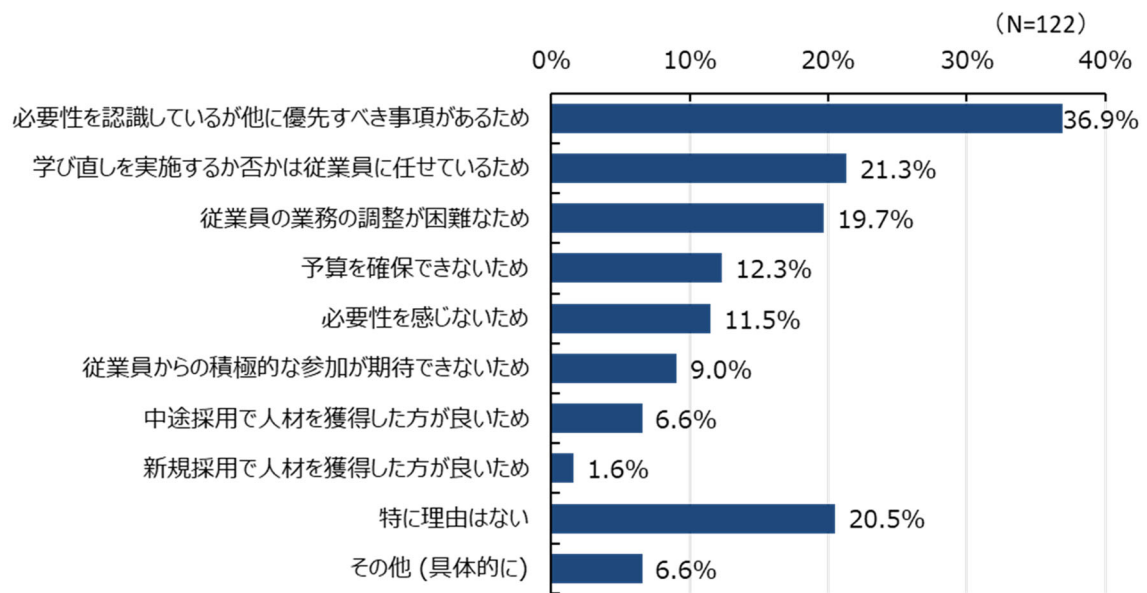


図 2-10 リカレント教育を実施していない理由(複数回答)

d. 従業員に求める知識・スキル

回答企業が従業員に求める知識・スキルとしては、「マネジメント」(94.6%)、「ソフトスキル」(92.4%)が多く挙がっており、業種によらない知識・スキルのニーズが高い。また、「デジタル分野の基礎的知識」(89.9%)、「デジタル分野の専門知識」(87.4%)といったデジタル分野の知識・スキルのニーズも高くなっている。「量子技術分野の知識」(50.4%)については割合が下がるものの、カーボンニュートラルやデザイン思考についても 7 割以上の企業が従業員に求める知識・スキルとして挙げており、リカレント教育の実施有無にかかわらず、これらの分野へのニーズ自体は高いことがうかがえる。

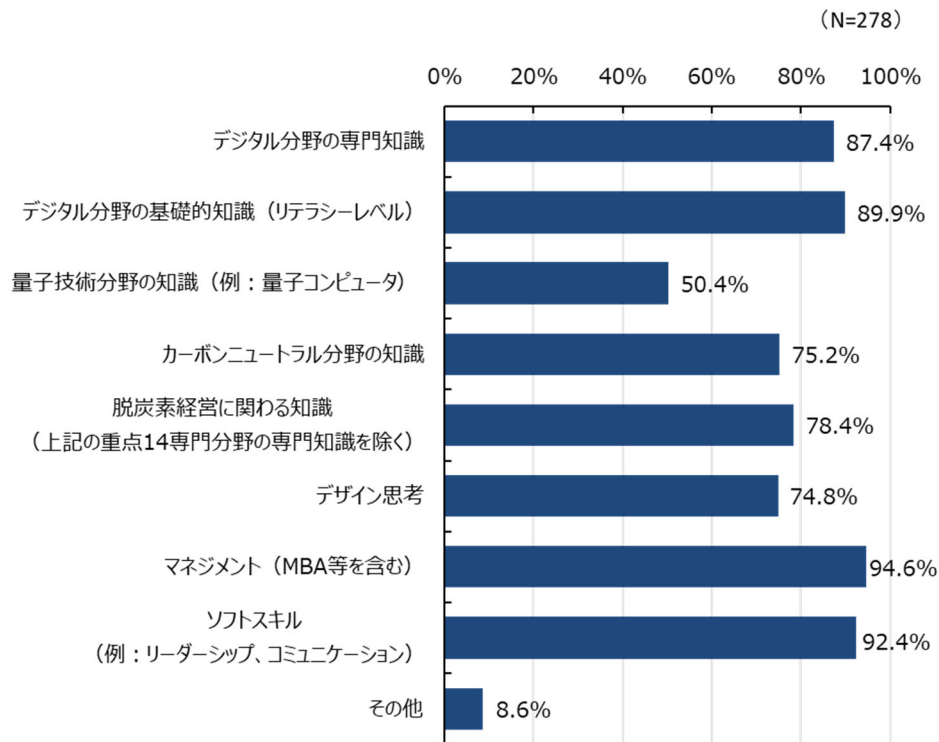


図 2-11 従業員に必要な知識・スキル(複数回答)

従業員に求める知識・スキルとして「量子技術分野の知識」を回答した企業を従業員規模別に見ると、従業員数が「1,001～5,000 人」である企業が最も多く、35.7%であった。

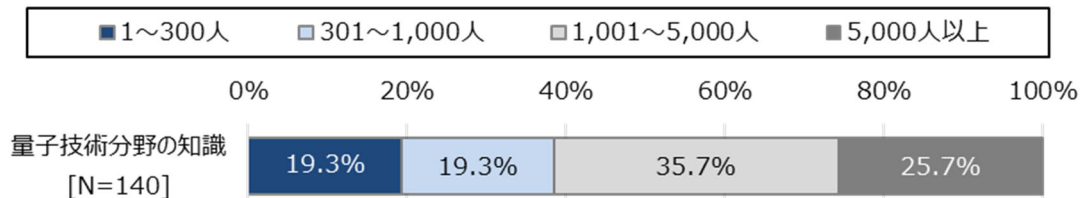


図 2-12 従業員に必要な知識・スキル(量子技術分野×従業員規模)

また、「量子技術分野」を回答した企業を製造業・非製造業別に見ると、非製造業が6割程度、製造業が4割程度であった。

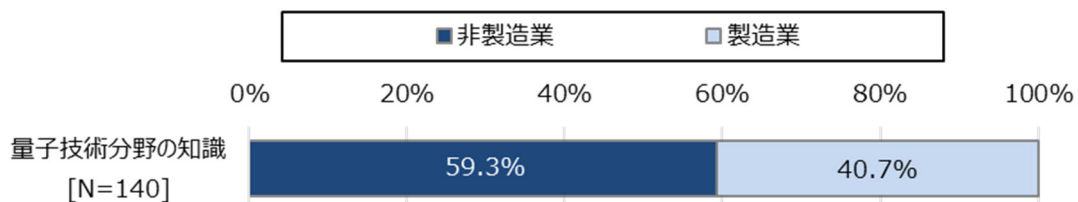


図 2-13 従業員に必要な知識・スキル(量子技術分野×業種)

回答企業が従業員に求める知識・スキルを職種・職位別に見ると、デジタル分野では「デジタル分野の基礎的知識」は職階によらず必要との認識が高い一方、「デジタル分野の専門知識」は専門的・技術的職業従事者においてニーズが高い。

「量子技術分野の知識」は、専門的・技術的職業従事者のニーズが突出している。

「カーボンニュートラル分野の知識」については経営層、管理的職業従事者、専門的・技術的職業従事者の職階で同程度の高いニーズがあるが、「脱炭素経営に関わる知識」は経営層のニーズが高くなっている。

「ソフトスキル」「デザイン思考」については職階によるニーズの差は大きくないが、「マネジメント」は経営層、管理的職業従事者で高いニーズが見られる。

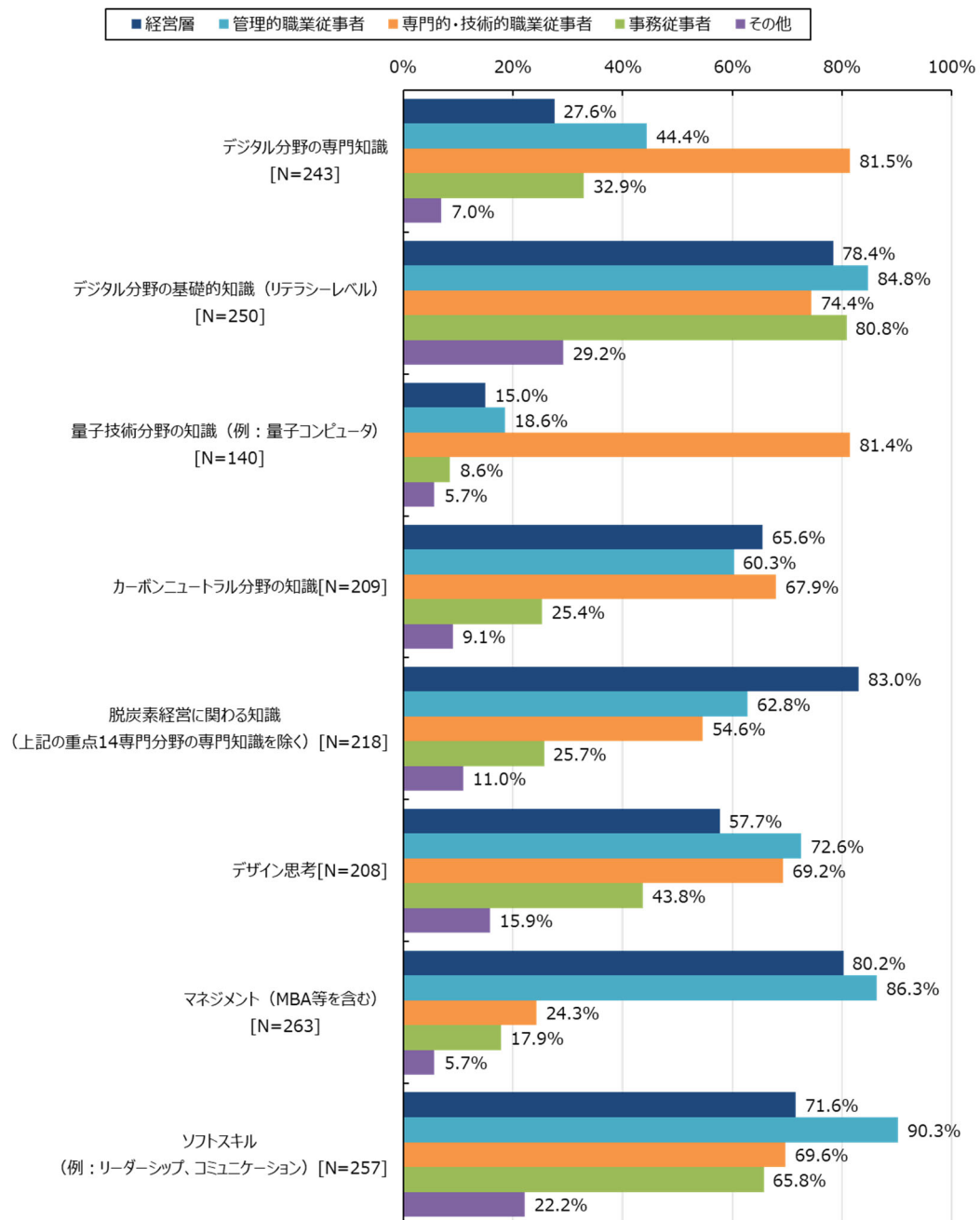


図 2-14 従業員に必要な知識・スキル(職種・職位別)

e. リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況

リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度を整備していると回答した企業は、7 割程度である。

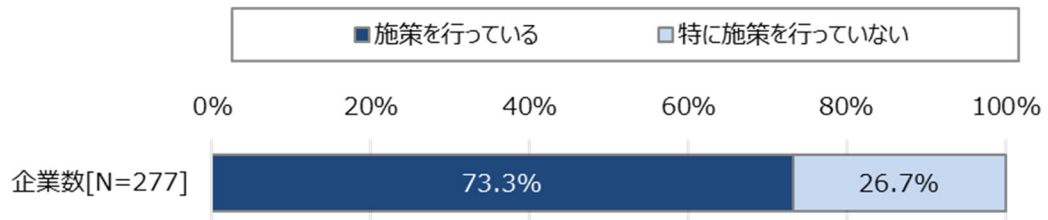


図 2-15 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備有無

従業員規模別に見ると、従業員数が多い企業においてリカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備が進んでいる。

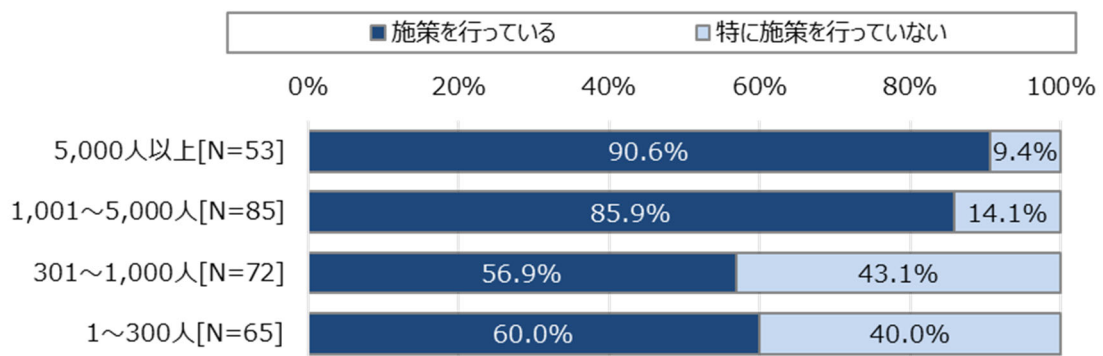


図 2-16 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備有無(従業員規模別)

リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の内容について見ると、「教育プログラム受講への経済的な補助」(46.2%)が最も多く、次いで「教育プログラムの情報の提供」(35.4%)が多い。

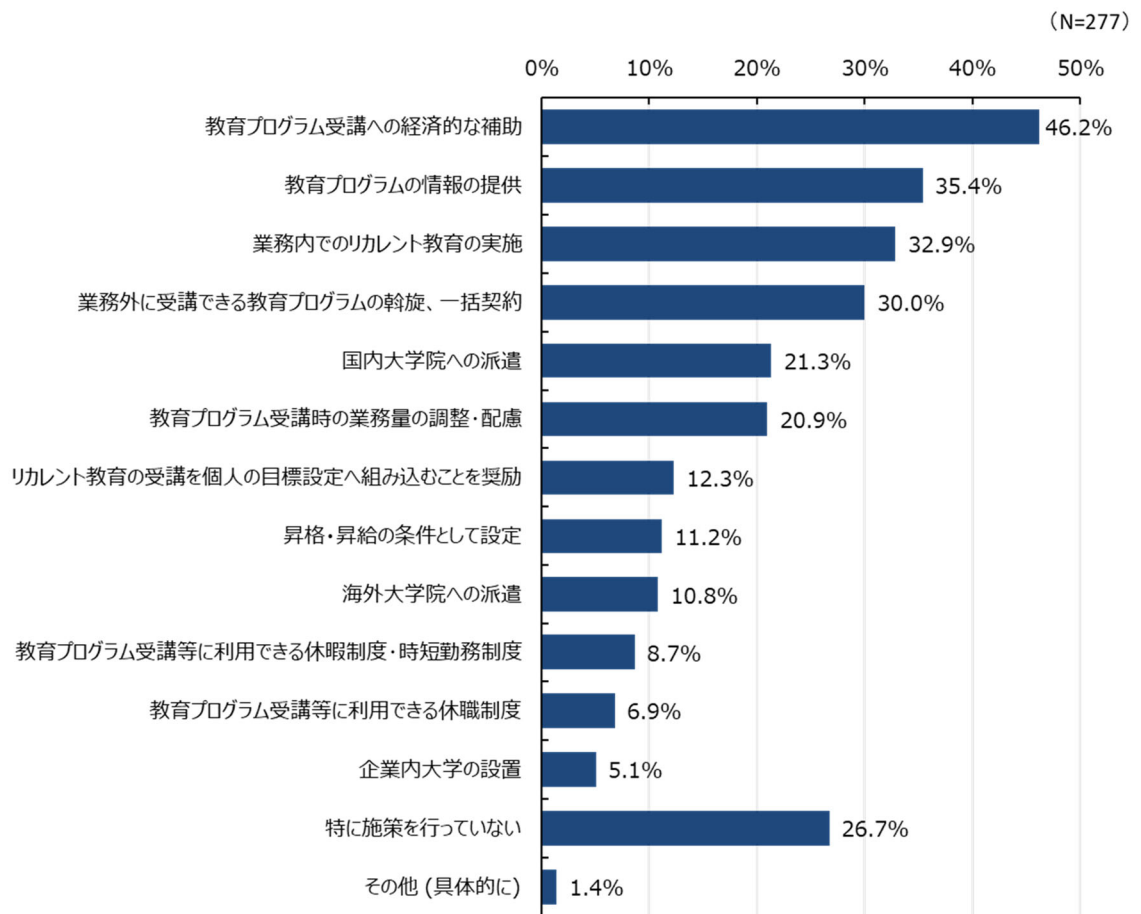


図 2-17 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況(複数回答)

従業員規模別にリカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況について見ると、一般的に従業員規模が大きい企業で整備が進んでいる傾向が見られる。「教育プログラム受講等に利用できる休暇制度・時短勤務制度」については従業員規模による差は見られない。

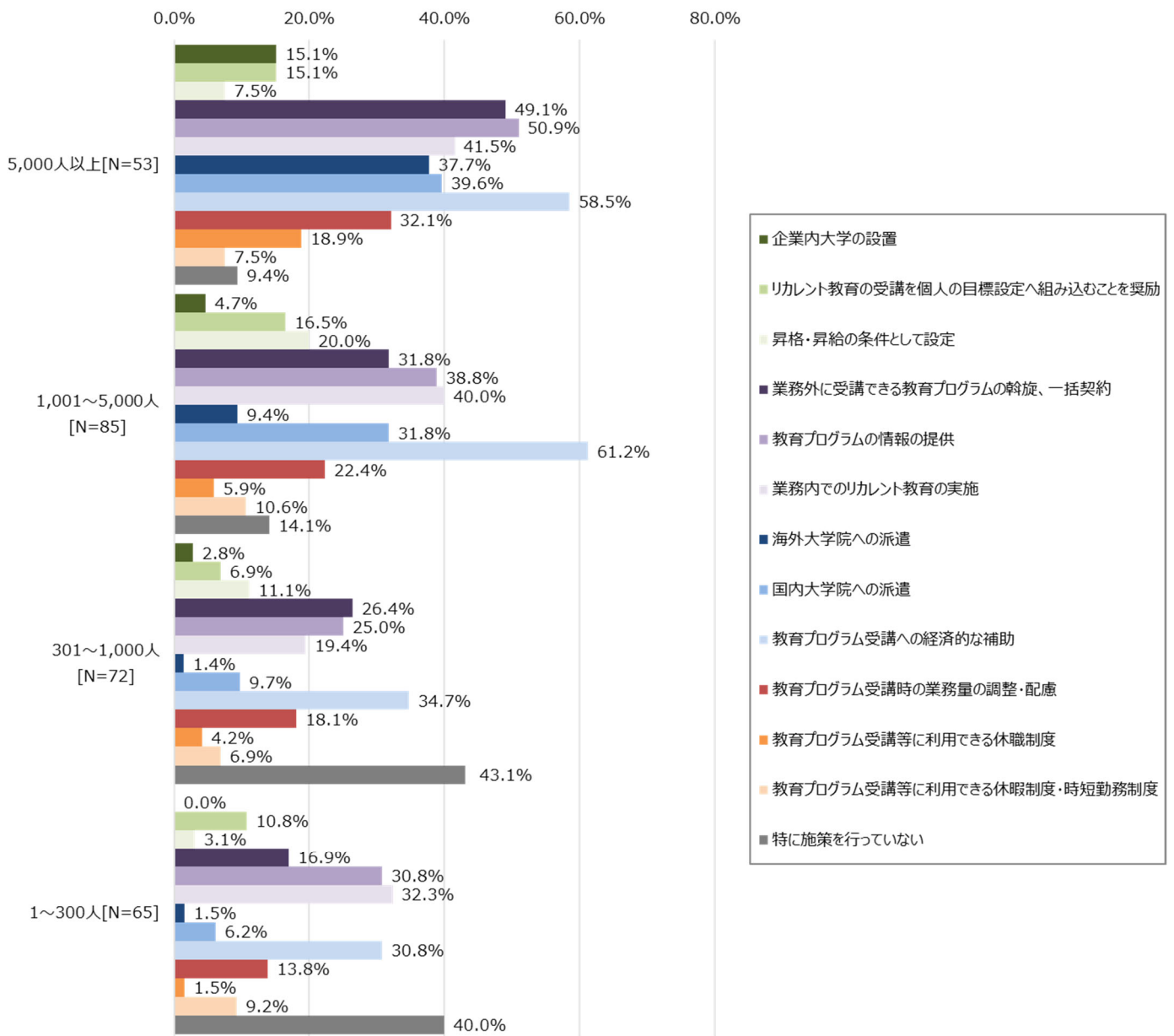


図 2-18 リカレント教育を支援・促進するための社内支援制度の整備状況(従業員規模別)

f. リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与

リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の状況では、6割程度の企業が「特に処遇への配慮を行っていない」と回答している。インセンティブ付与の方法としては、「学習内容を活かせる人事配置の実施(昇格を除く)」(15.9%)との回答が最も多く、次いで「一時金の支給」(15.2%)となっている。

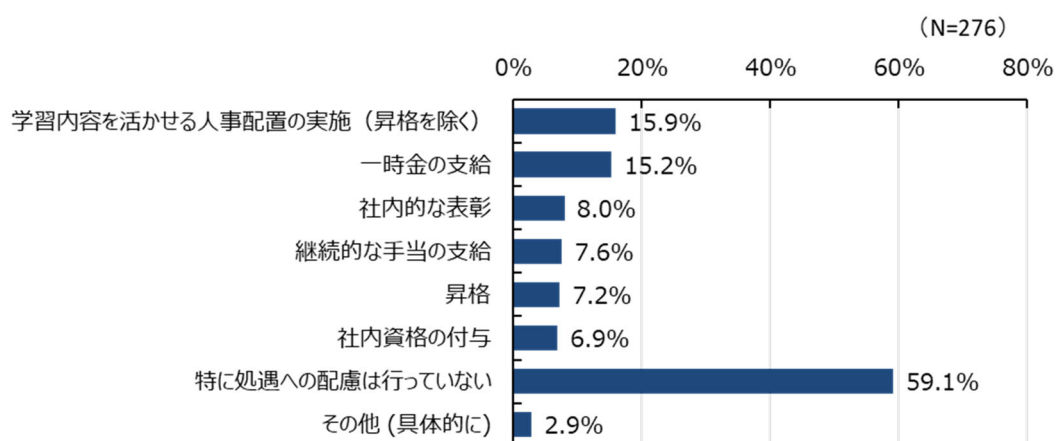


図 2-19 リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の有無(複数回答)

従業員規模別に見ると、「学習内容を活かせる人事配置の実施(昇格を除く)」「社内的な表彰」を実施している企業の割合が、従業員規模が大きい企業において高い傾向がある。

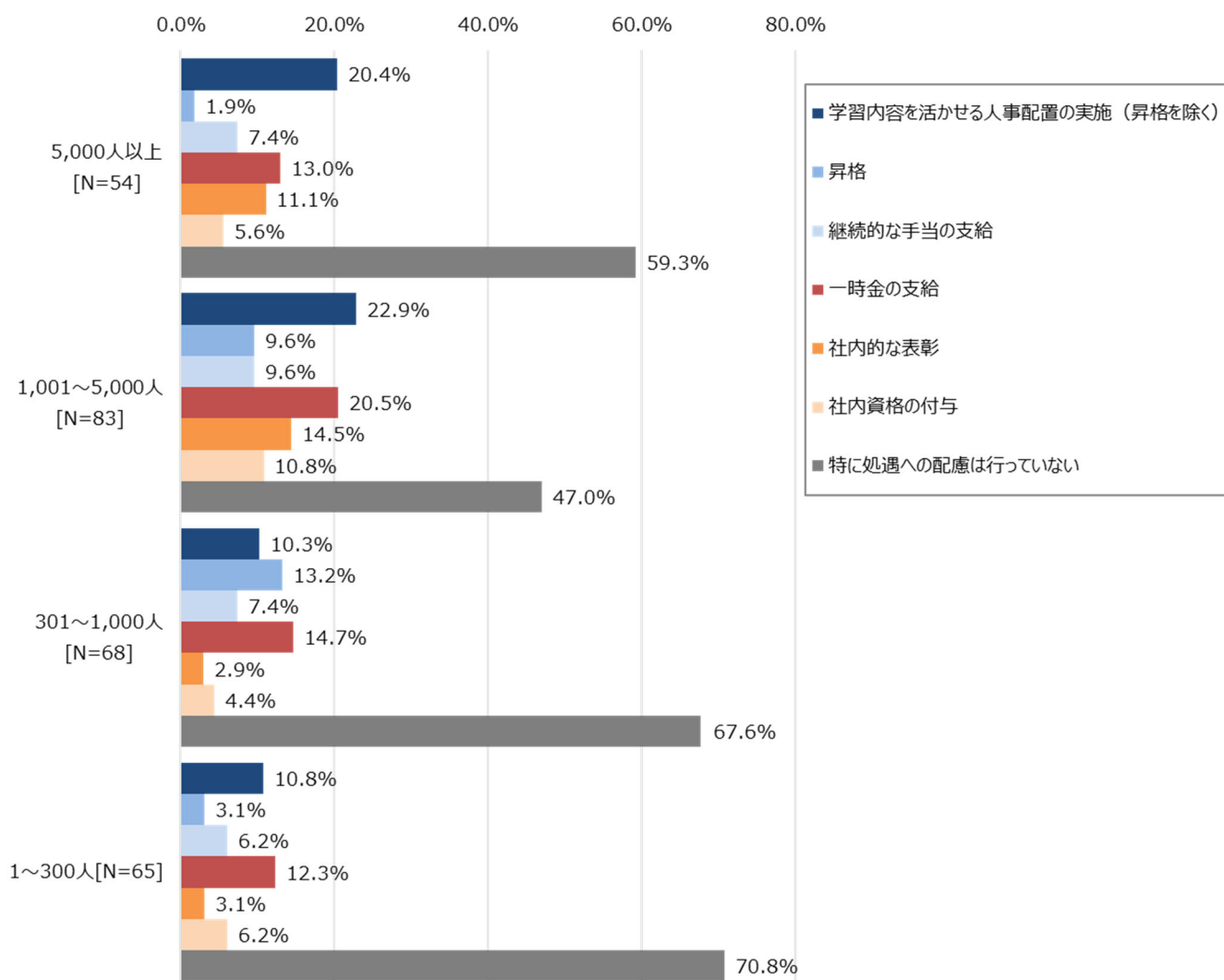


図 2-20 リカレント教育を受けた従業員に対する処遇・インセンティブ付与の有無(従業員規模別)

g. リカレント教育に関する公的支援の認知・活用状況

リカレント教育に関する公的支援の認知・活用状況では、「公的支援策を知らない」回答企業が 4 割程度を占めており、公的支援の認知があまり進んでいない様子がうかがえる。また、「公的支援策を知っているが、活用していない」回答企業も 4 割程度であり、企業によるリカレント教育に関する公的支援の活用が進んでいない。

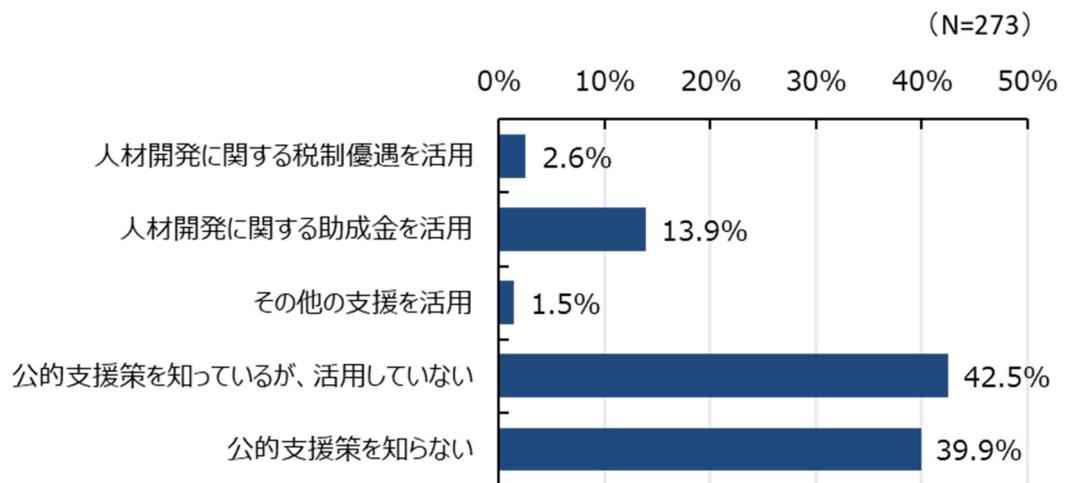


図 2-21 リカレント教育に関する公的支援の認知・活用状況(複数回答)

(※1)「人材開発に関する税制優遇」の例：経済産業省「人材確保等促進税制」

(※2)「人材開発に関する助成金」の例：厚生労働省「人材開発支援助成金」、厚生労働省「『教育訓練給付制度』の利用促進(雇用保険)」、東京都「オンラインスキルアップ助成金」

h. リカレント教育推進に際しての課題

リカレント教育推進に際しての課題としては、「適切な教育プログラムが見つからない」(26.1%)との回答が最も多く、次いで「リカレント教育の予算が不足している」(25.4%)が多くなっている。一方で、「特に課題はない」と回答した企業は3割程度を占める。

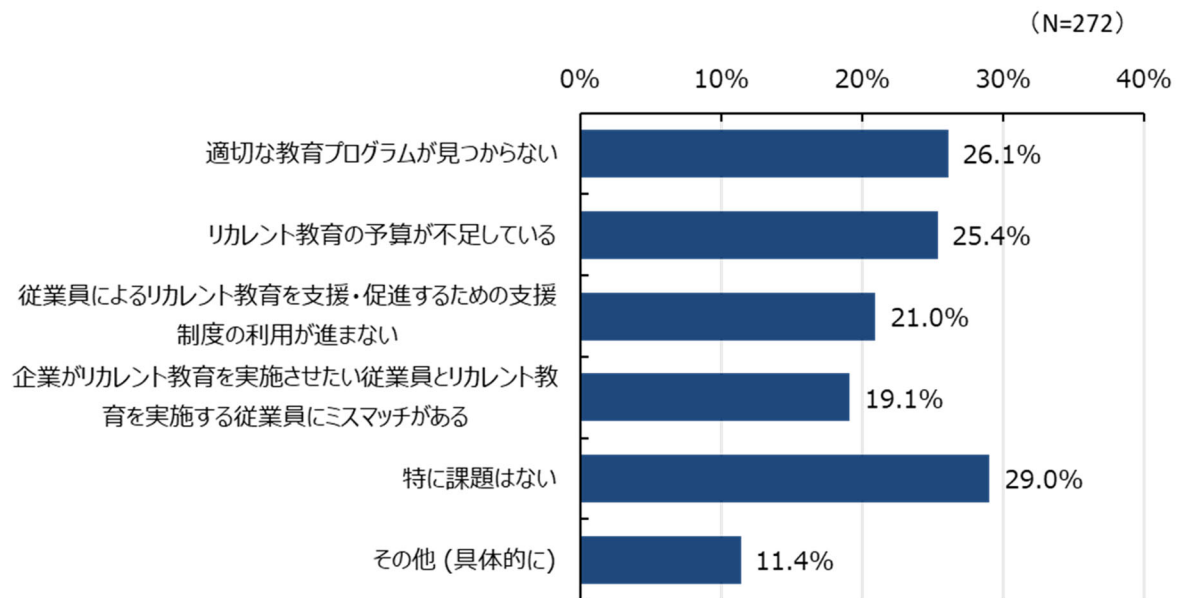


図 2-22 リカレント教育推進に際しての課題(複数回答)

従業員規模別に見た場合の傾向は見られないが、従業員数が5,000名以上の回答企業、300名以下の回答企業では「適切な教育プログラムが見つからない」が最も多い。

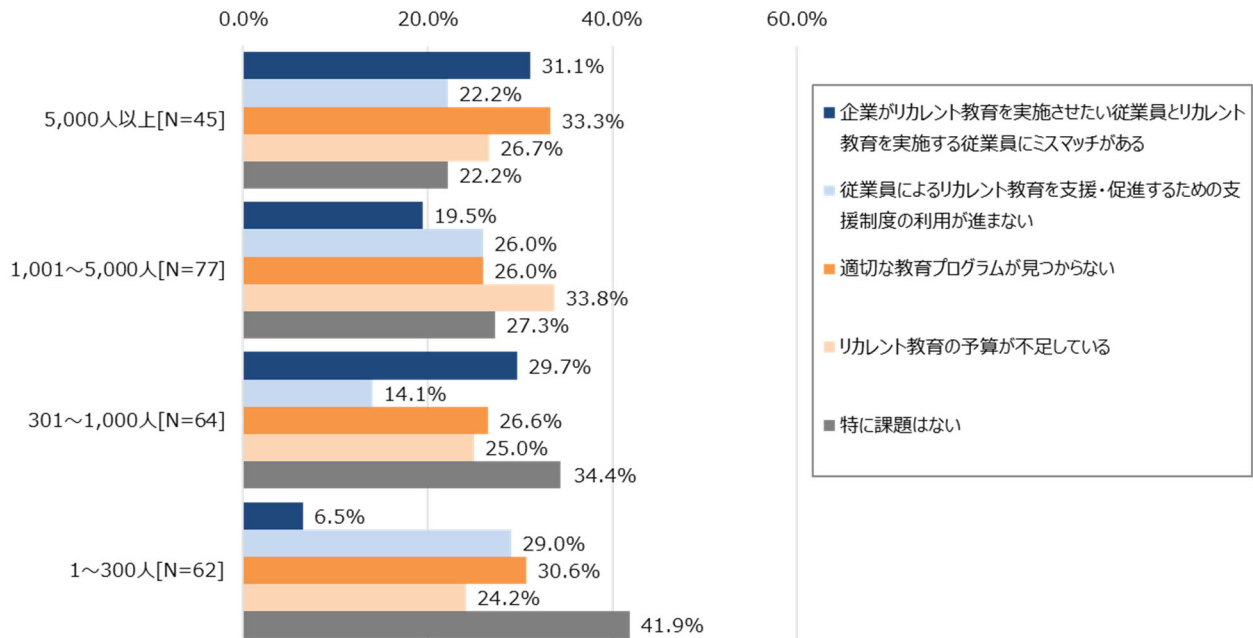


図 2-23 リカレント教育推進に際しての課題(従業員規模別)

3) デジタル分野のリカレント教育の実施・関心状況

a. デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無

デジタル分野のリカレント教育を実施(予定)の企業は 34.2%であり、関心がある層(47.2%)まで含めると 81.4%である。

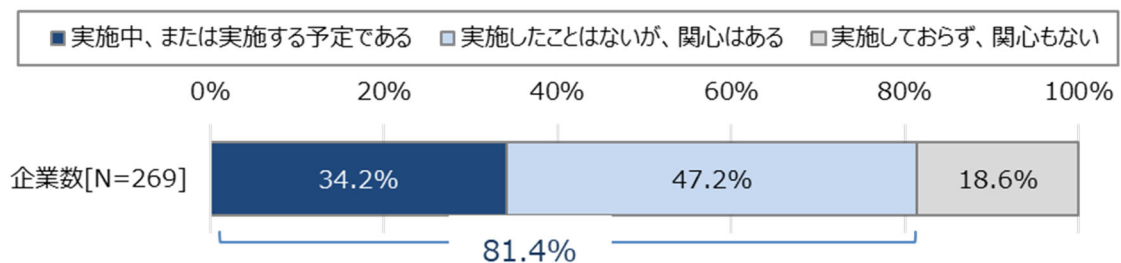


図 2-24 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無

デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無を従業員規模別に見ると、従業員規模が大きい企業において実施中(実施予定)との回答割合が高く、関心層も多い傾向が見られる。

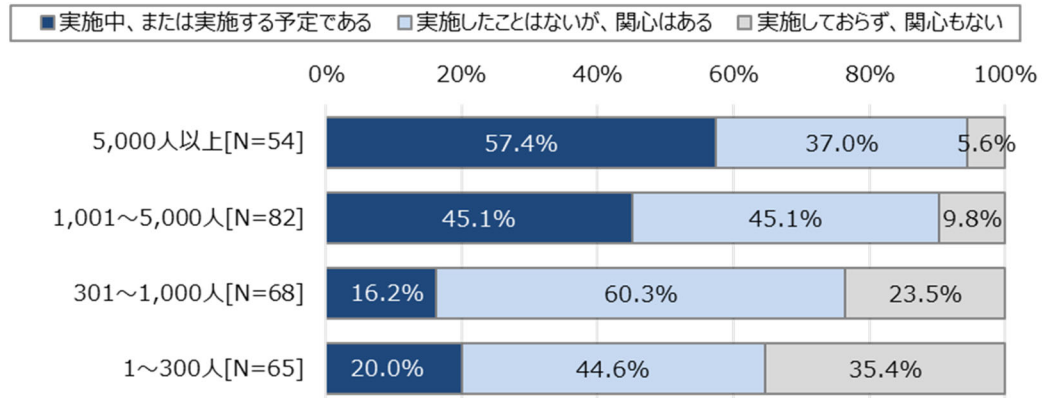


図 2-25 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)

なお、設立年数別や業種別(製造業、非製造業)では、回答の傾向に大きな差は見られない。

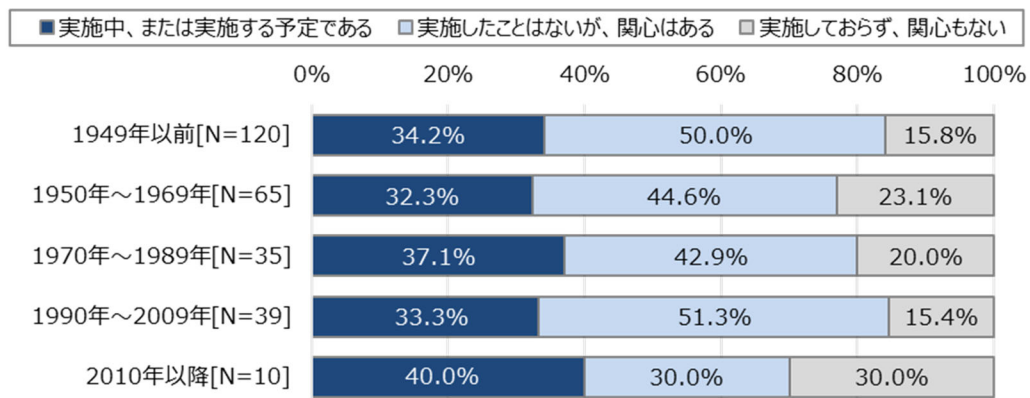


図 2-26 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)

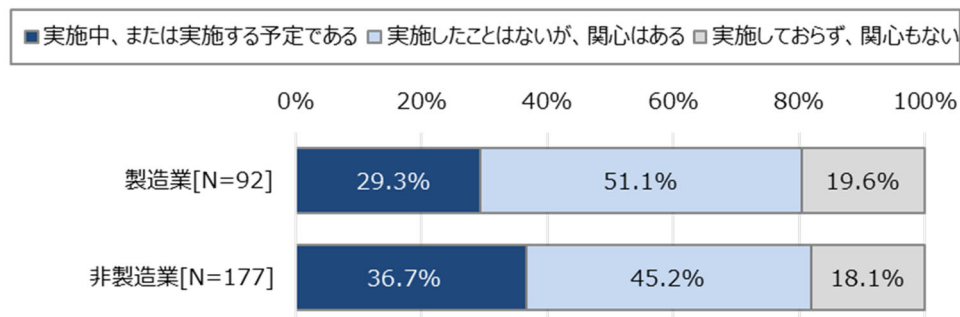


図 2-27 デジタル分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)

b. デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定

デジタル分野のリカレント教育を実施(予定)の企業の受講状況としては、「民間企業が提供する教育プログラム」(68.2%)の活用が最も多く、次いで「社内講師による社内研修」(56.8%)が多い。

なお、デジタル分野のリカレント教育における大学(院)の活用状況に着目すると、活用方法としては「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(22.7%)が最多である。次いで、「社外講師(大学教員)による社内研修」(18.2%)、「大学(院)の正規課程」(15.9%)、「大学(院)が提供するその他の非正規課程」(11.4%)、「大学が出資する株式会社の教育プログラム」(8.0%)の順になっている。

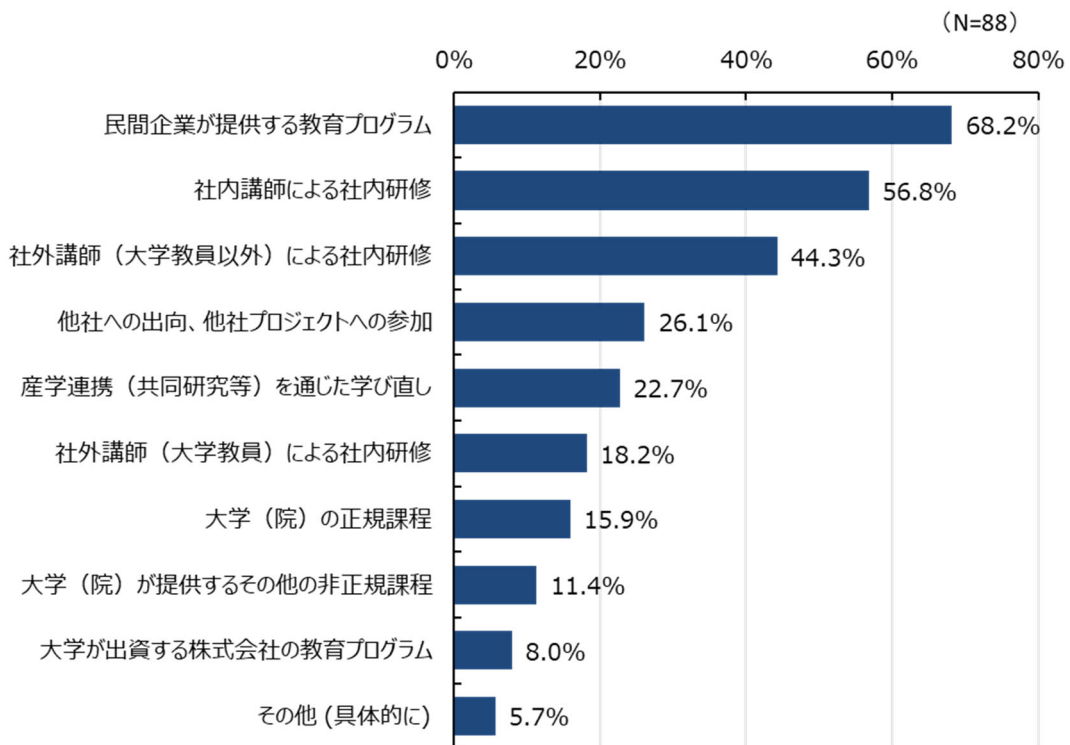


図 2-28 デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)

職種・職位別に見ると、「社内講師による社内研修」「社外講師(大学教員以外)による社内研修」「民間企業が提供する教育プログラム」については、「管理的職業従事者」「専門的・技術的職業従事者」「事務従事者」が主な対象となっている様子がうかがえる。また、「他社への出向、他社プロジェクトへの参加」「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」「大学(院)の正規課程」については、「専門的・技術的職業従事者」による受講が高い傾向が見られる。

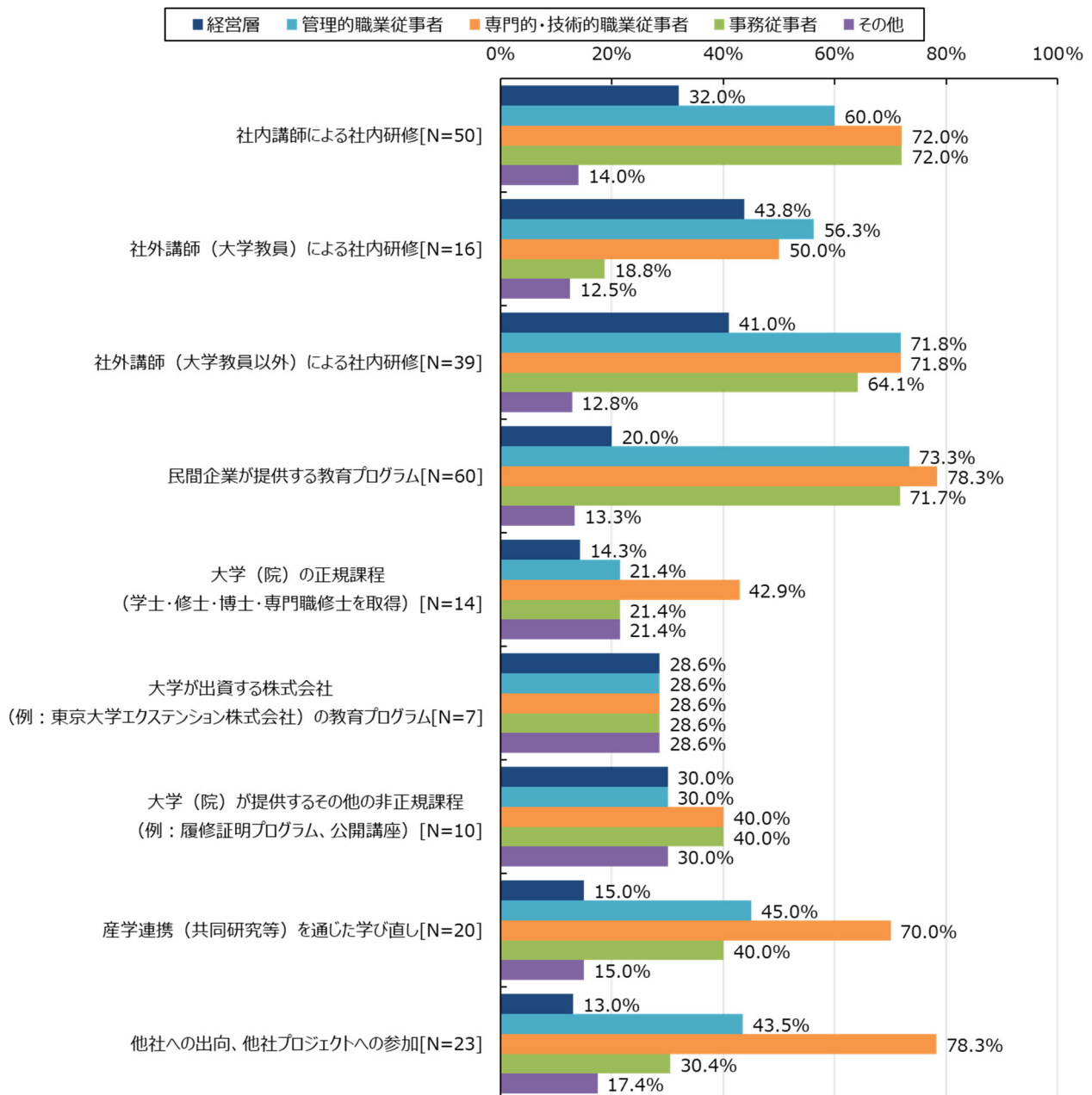


図 2-29 デジタル分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)

c. デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容

デジタル分野のリカレント教育について「実施したことはないが、関心はある」企業が関心を有している提供形態は、「民間企業が提供する教育プログラム」(72.6%)との回答が最も多く、次いで「社外講師(大学教員以外)による社内研修」(63.7%)であり、実施(予定)の企業とあまり傾向の差はみられない。

また、大学(院)が提供するリカレント教育の中では、「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(33.9%)に対する関心が最も高く、次いで高い回答は「大学(院)の正規課程」(28.2%)、「大学(院)が提供するその他の非正規課程」(25.0%)、「大学が出資する株式会社の教育プログラム」(22.6%)である。

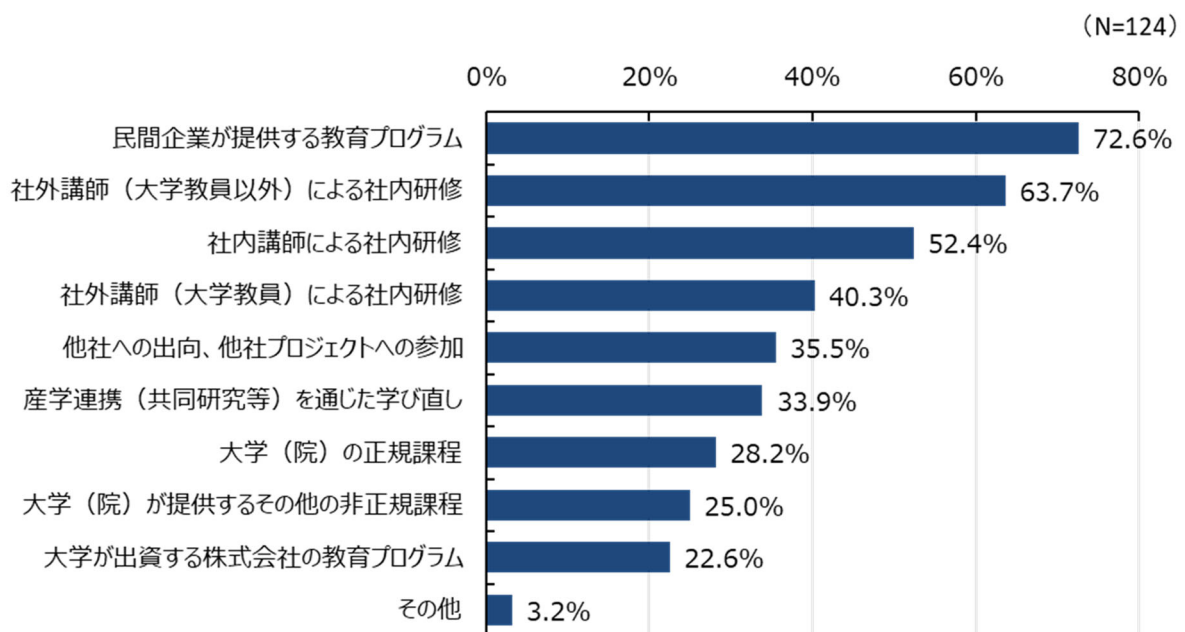


図 2-30 デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)

デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容を職種・職位別に見ると、大学(院)が提供するリカレント教育(「大学(院)の正規課程」「大学が出資する株式会社の教育プログラム」「大学(院)が提供するその他非正規課程」「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し)」については、専門的・技術的職業従事者による受講に対する関心が高い。

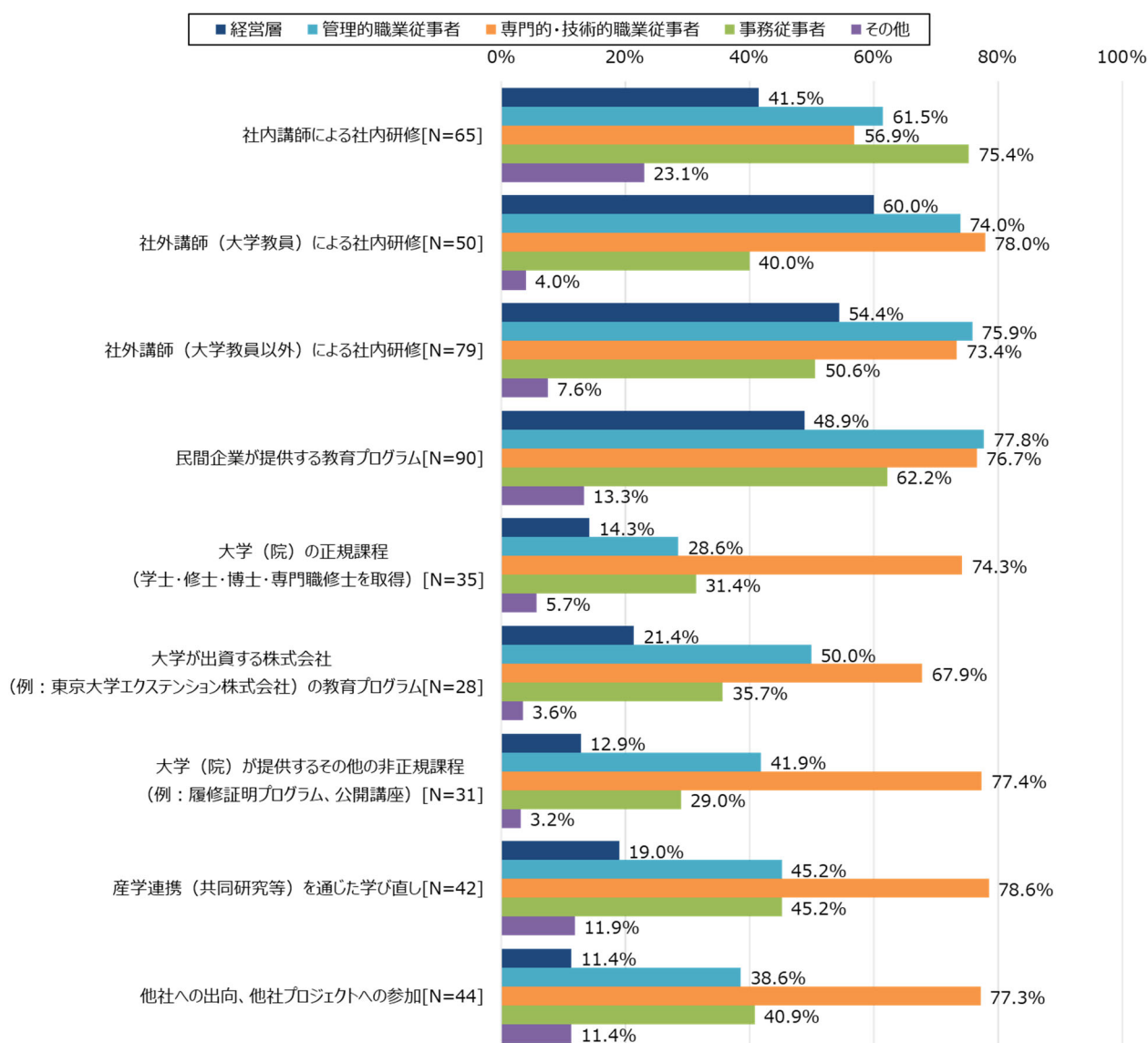


図 2-31 デジタル分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)

d. デジタル分野のリカレント教育を実施していない理由

デジタル分野のリカレント教育を実施していない理由については、「必要性を認識しているが他に優先すべき事項があるため」(28.0%)との回答が最も多く、次いで「学び直しを実施するか否かは従業員に任せているため」(24.0%)である。2.4.1(2)2)c(リカレント教育自体を実施していない理由)の結果と比較すると類似の傾向であることから、デジタル分野固有の要因は確認できなかった。

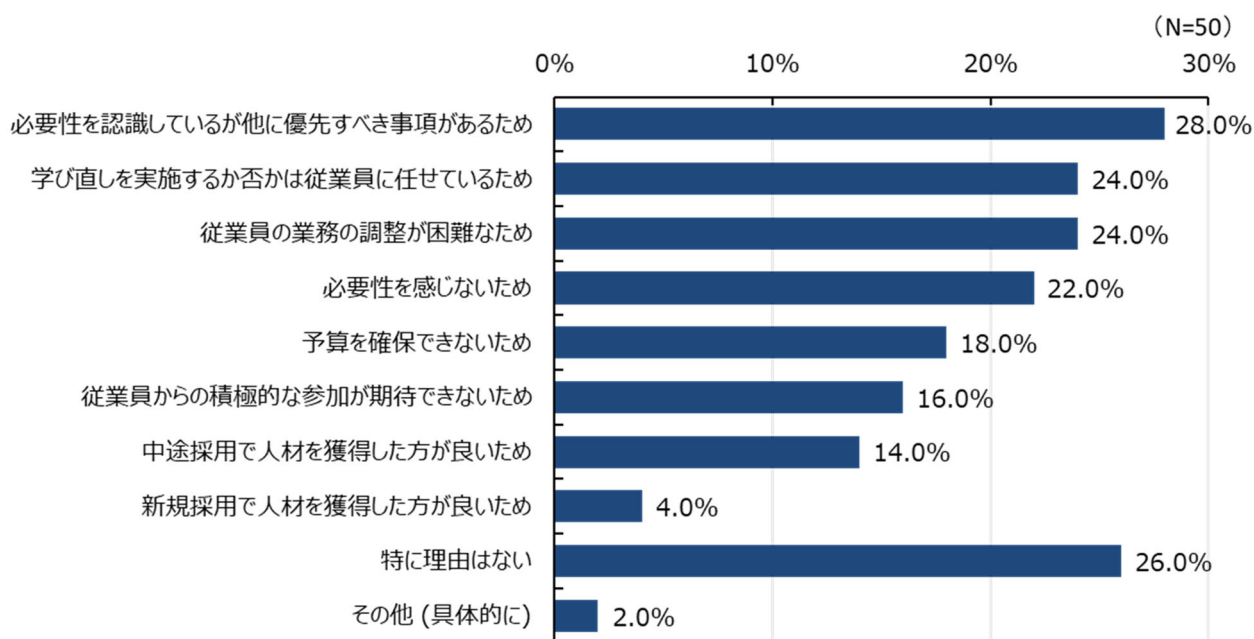


図 2-32 デジタル分野のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)

4) 量子技術分野のリカレント教育の実施・関心状況

a. 量子技術分野のリカレント教育の実施・関心有無

量子技術分野のリカレント教育を実施中(実施予定)と回答した企業の割合は 5.9%のみであり、関心がある層(18.8%)まで含めても 24.7%にとどまる。

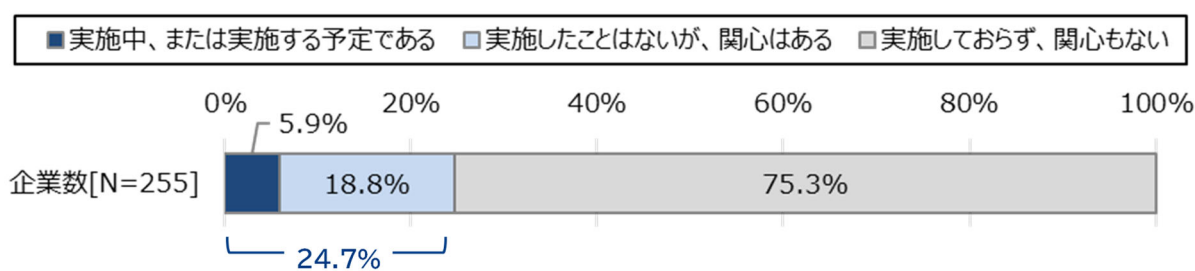


図 2-33 量子技術分野のリカレント教育の実施・関心有無

量子技術分野のリカレント教育の実施・関心有無を従業員規模別に見ると、従業員規模が大きい企業で関心が高くなっている。

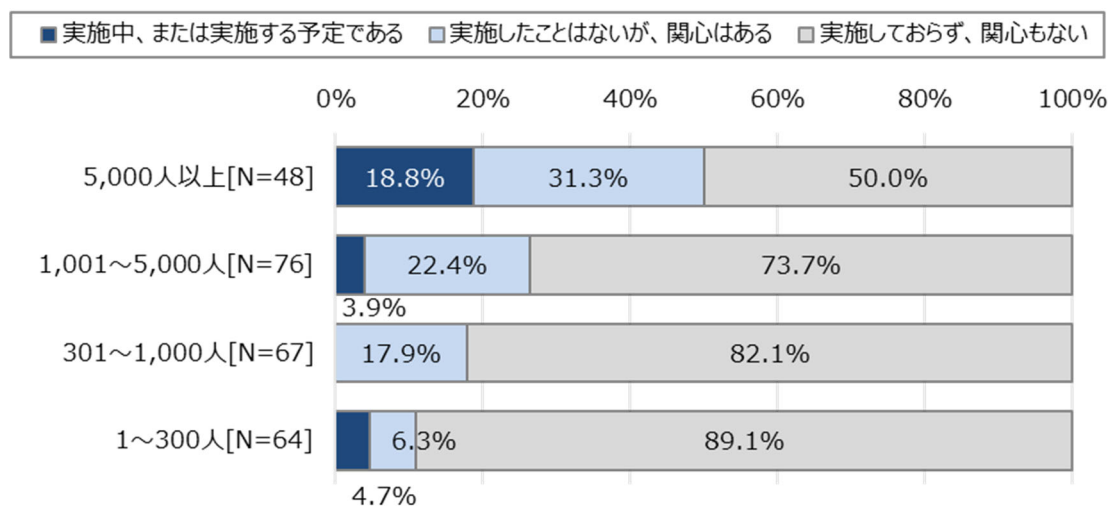


図 2-34 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)

設立年別に見ると、設立年が 2010 年以降および古い企業において実施中(実施予定)・関心が高い傾向である。⁵

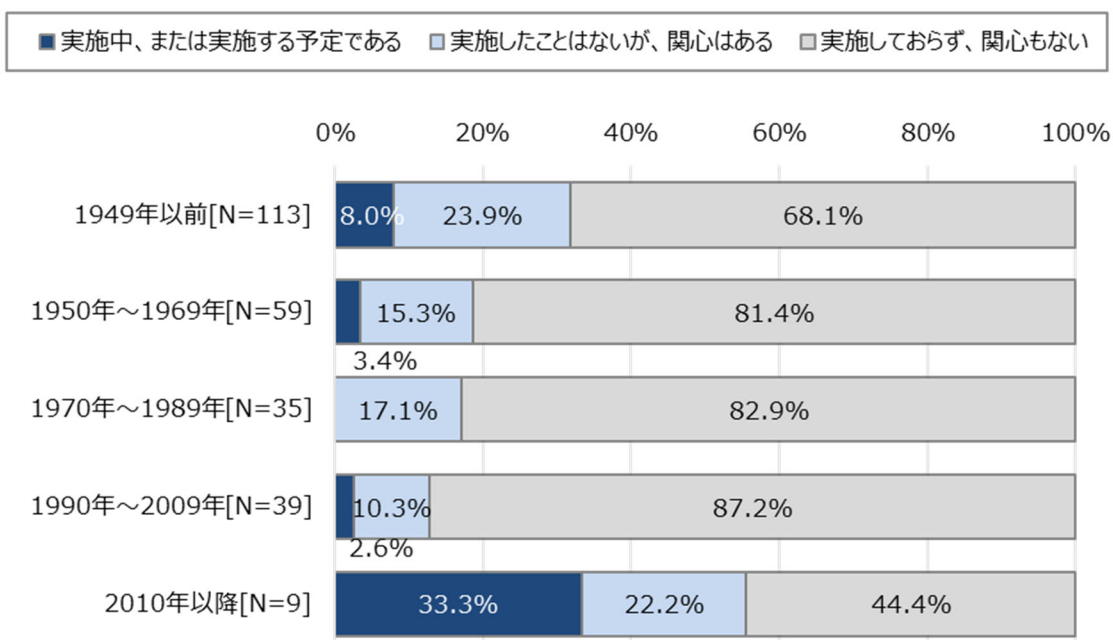


図 2-35 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)

⁵ ただし、2010 年以降に設立された企業の回答数は非常に少ないため留意が必要。

業種別（製造業、非製造業）に見ると、製造業において、実施中（実施予定）との回答が多くなっている。一方で、「実施したことがないが関心はある」との回答については業種による傾向の差は見られない。

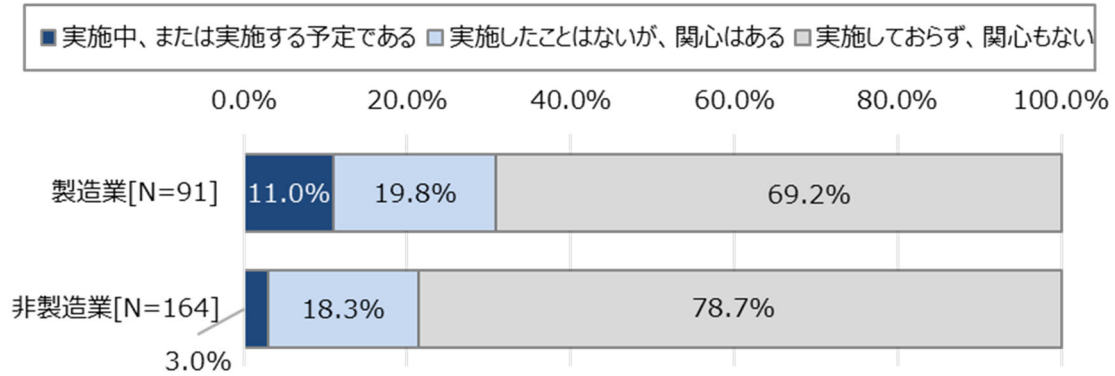


図 2-36 量子分野のリカレント教育の実施・関心有無（業種別）

b. 量子技術分野のリカレント教育の受講状況・予定

量子技術分野のリカレント教育を実施（予定）の回答企業が非常に少ない点に留意が必要であるが、受講方法としては「社内講師による研修」が最多である。

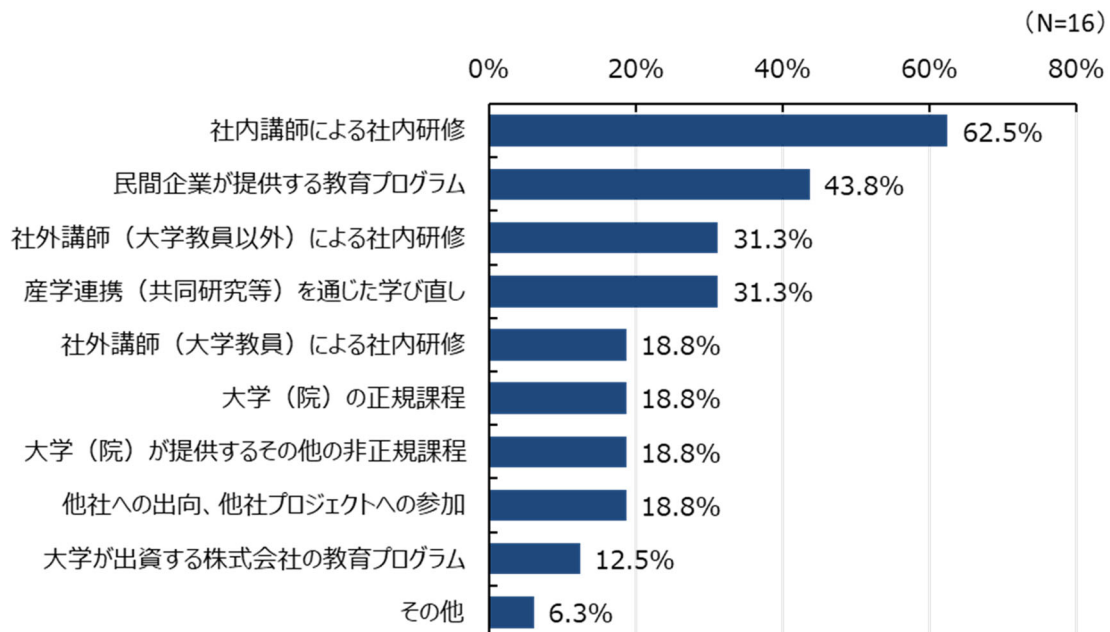


図 2-37 量子技術分野のリカレント教育の受講状況・予定（複数回答）

c. 量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容

量子技術分野のリカレント教育について「実施したことはないが、関心はある」企業が関心を有している提供形態は、「民間企業が提供する教育プログラム」(50.0%)が最も多く、次いで「社外講師(大学教員以外)による社内研修」(43.8%)である。

また、大学(院)が提供するリカレント教育の中では、「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(27.1%)に対する関心が最も高く、次いで「大学(院)の正規課程」(20.8%)、「大学が出資する株式会社の教育プログラム」(20.8%)である。

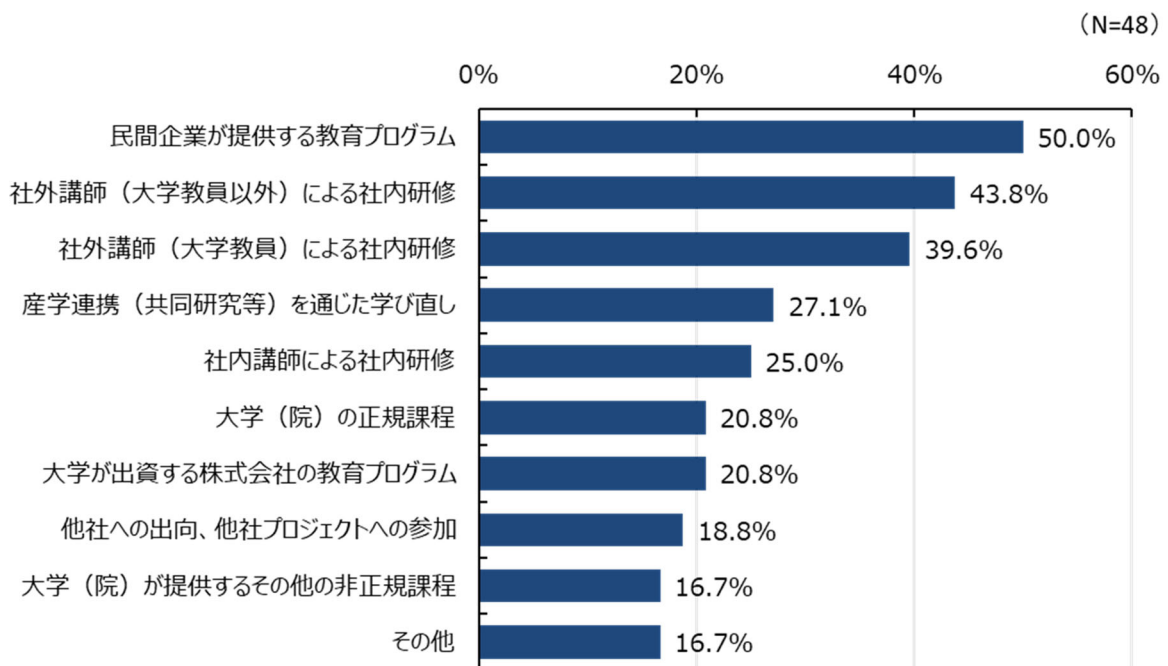


図 2-38 量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)

量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容を職種・職位別に見ると、全般的に「専門的・技術的職業従事者」による受講に対する関心が高い。

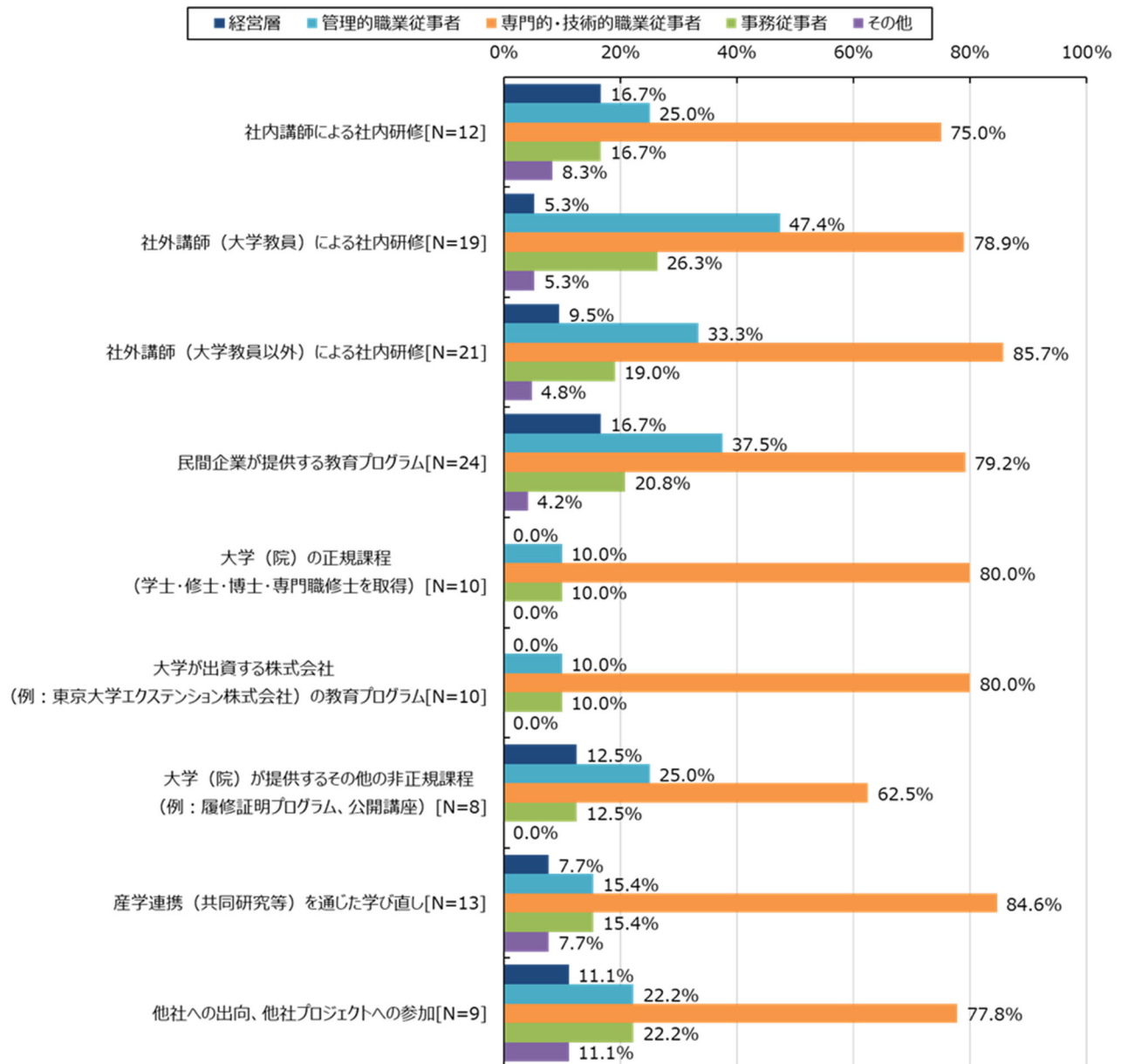


図 2-39 量子技術分野において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)

d. 量子技術分野のリカレント教育を実施していない理由

量子技術分野のリカレント教育を実施していない理由としては、「必要性を感じない」との回答が6割程度と非常に多く、量子技術のリカレント教育に対する需要が限定的である様子がうかがえる。

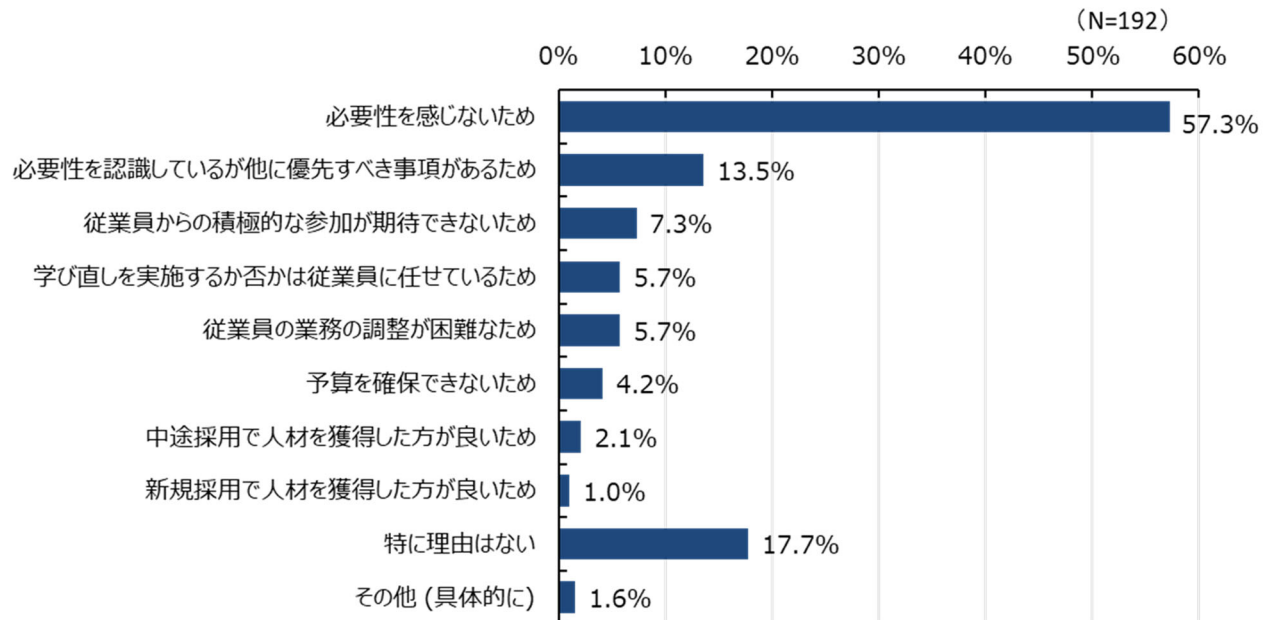


図 2-40 量子技術分野のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)

5) カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心状況

a. カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心有無

カーボンニュートラル分野のリカレント教育を実施中(実施予定)と回答した企業の割合は13.9%であり、関心がある層(52.6%)まで含めると66.5%である。

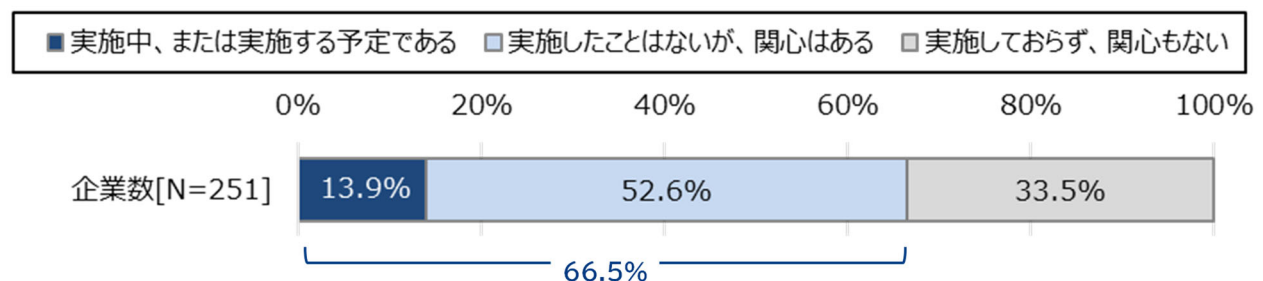


図 2-41 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の実施・関心有無

カーボンニュートラル分野のリカレント教育の実施・関心有無を従業員規模別に見ると、従業員規模が大きい企業において実施中(実施予定)及び関心が高い。

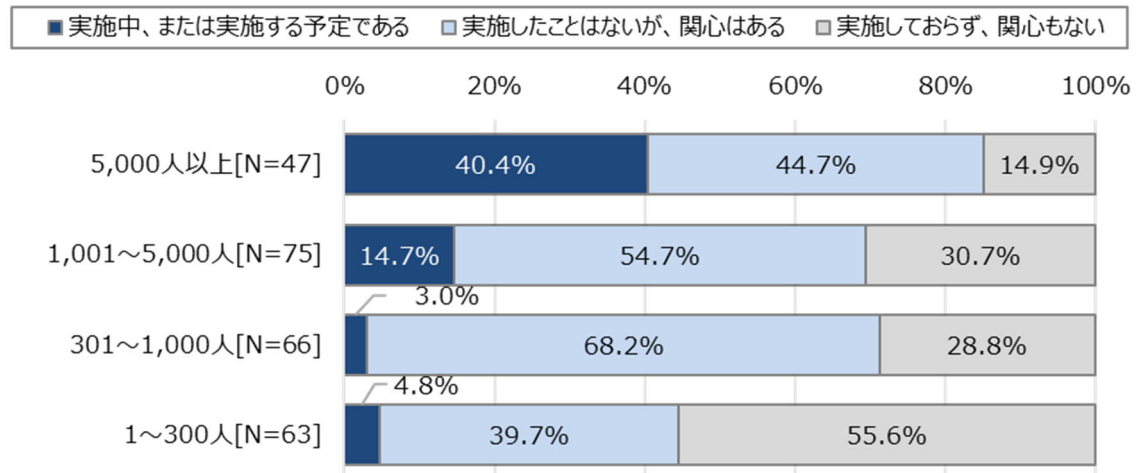


図 2-42 カーボンニュートラル分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)

業種別(製造業、非製造業)に見ると、製造業の方が実施中(実施予定)との回答が多く、関心層も多い。

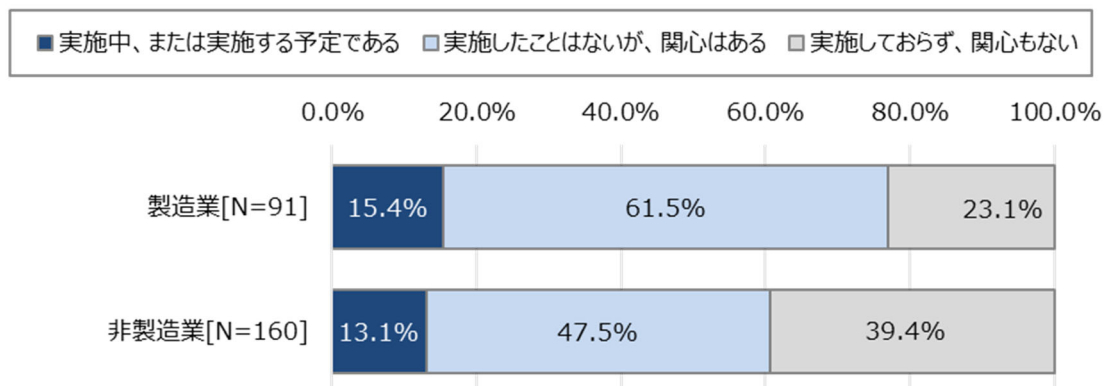


図 2-43 カーボンニュートラル分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)

b. カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定

カーボンニュートラル分野のリカレント教育を実施(予定)の企業の受講状況としては、「社内講師による社内研修」(64.9%)の活用が最も多く、社内で内製している様子がうかがえる。次いで、「民間企業が提供するプログラム」(43.2%)が多い。

また、カーボンニュートラル分野のリカレント教育における大学(院)の活用状況に着目すると、活用方法としては「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(24.3%)が最多であり、次いで「大学(院)の正規課程」(16.2%)、「大学(院)が提供するその他の非正規課程」(8.1%)、「大学が出資する株式会社の教育プログラム」(5.4%)の順になっている。

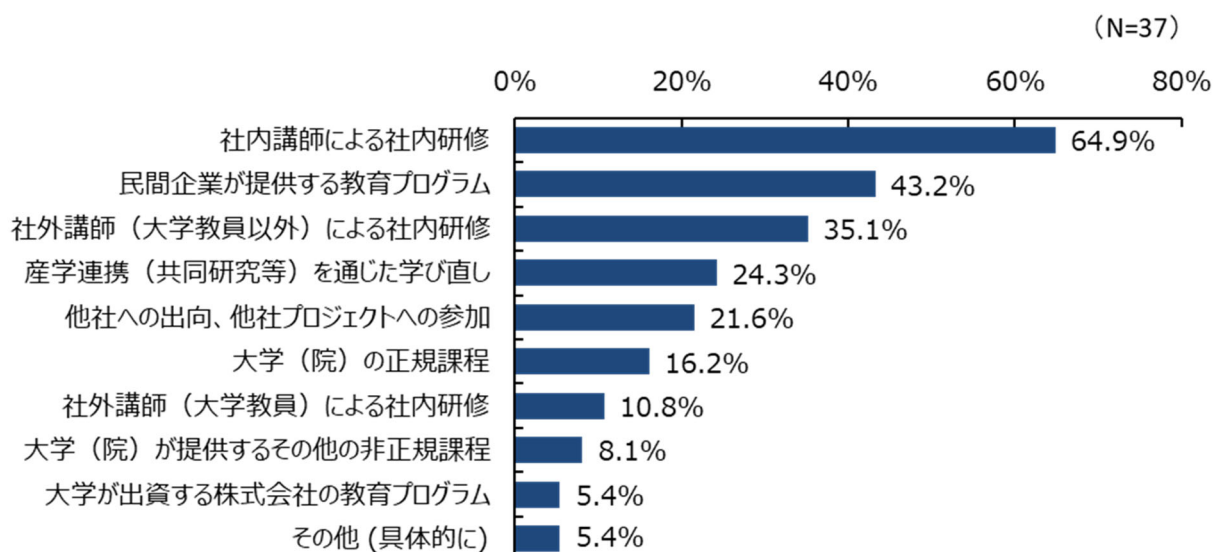


図 2-44 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)

職種・職位別に見ると、「社内講師による社内研修」「社外講師(大学教員以外)による社内研修」「民間企業が提供する教育プログラム」については、「管理的職業従事者」が主な対象となっている。

また、「他社への出向、他社プロジェクトへの参加」「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」「大学(院)の正規課程」については、デジタル分野と同様に、「専門的・技術的職業従事者」による受講が高い傾向が見られる。

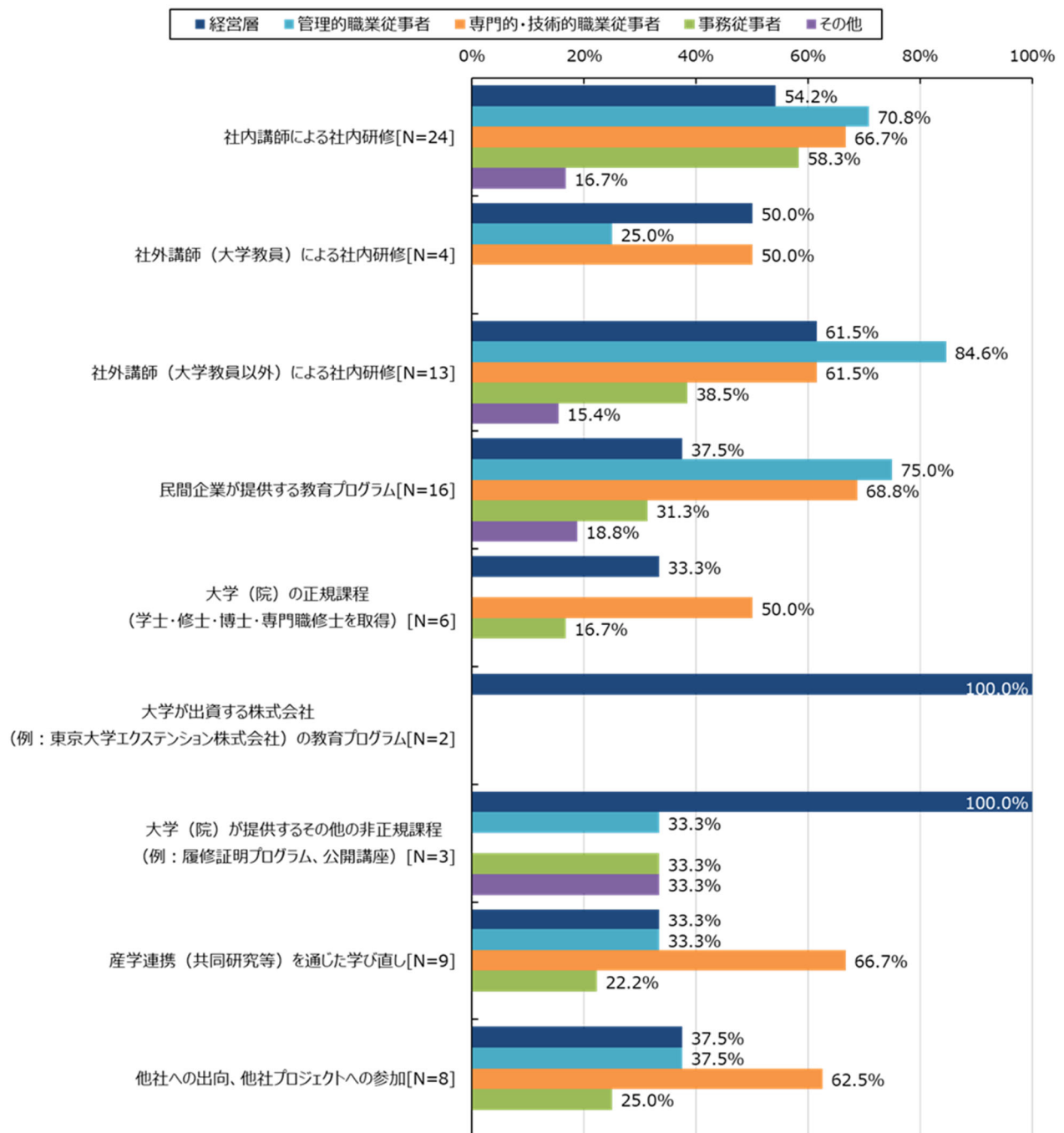


図 2-45 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)

c. カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容

カーボンニュートラル分野のリカレント教育について「実施したことはないが、関心はある」企業が関心を有している提供形態は、「民間企業が提供する教育プログラム」(65.4%)が最も多く、次いで「社外講師(大学教員以外)による社内研修」(54.9%)である。カーボンニュートラル分野のリカレント教育を実施(予定)の企業と比較すると、より民間企業の活用に対して関心が高いことが示唆される。

また、大学(院)が提供するリカレント教育の中では、「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(26.3%)に対する関心が最も高く、次いで「大学(院)の正規課程」(13.5%)、「大学が出資する株式会社の教育プログラム」(12.8%)である。

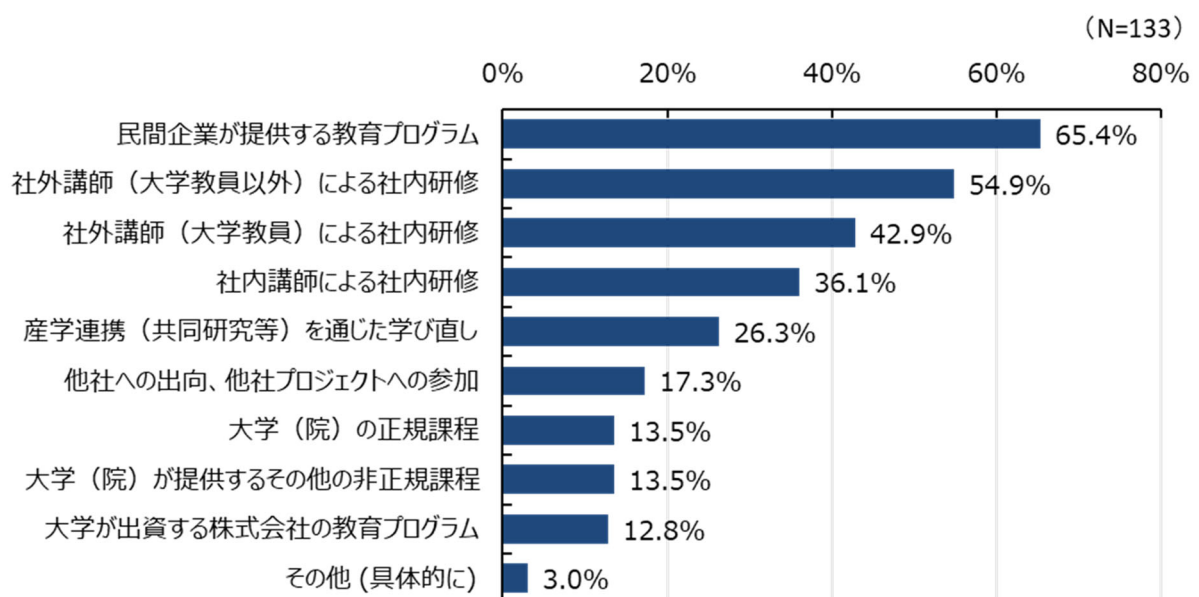


図 2-46 カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)

カーボンニュートラル分野において関心のあるリカレント教育の内容を職種・職位別に見ると、社内研修や「民間企業が提供するプログラム」については、「管理的職業従事者」による受講への関心が高い。一方で、大学(院)が提供するリカレント教育(「大学(院)の正規課程」「大学が出資する株式会社の教育プログラム」「大学(院)が提供するその他非正規課程」「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」)については、「専門的・技術的職業従事者」による受講に対して高い関心が見られる。

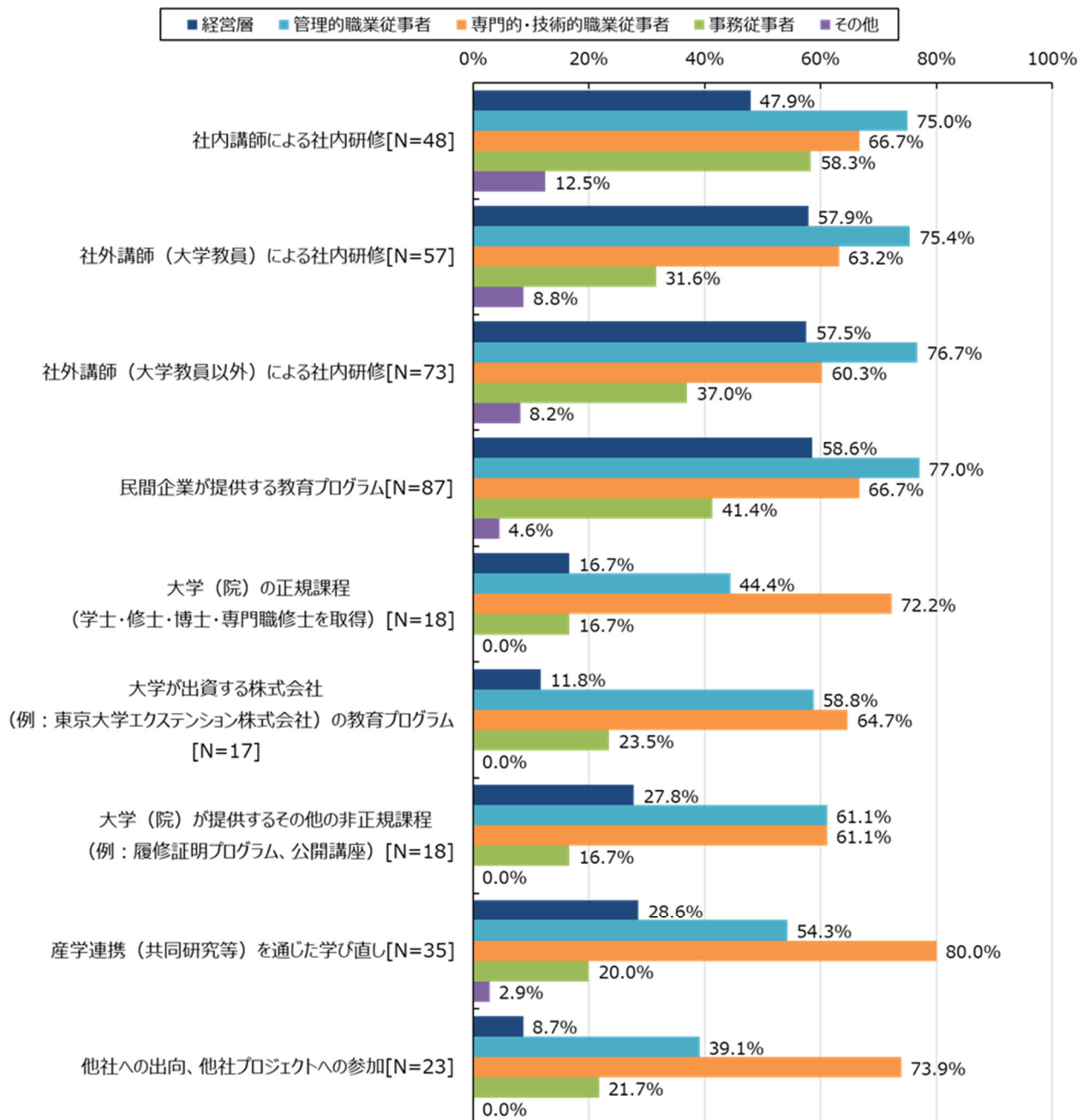


図 2-47 カーボンニュートラル分野(専門知識)において関心のあるリカレント教育の内容(職種・職位別)

d. カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育を実施していない理由

カーボンニュートラル分野のリカレント教育を実施していない理由については、「必要性を感じないため」が最も多く、回答企業の4割程度を占めている。

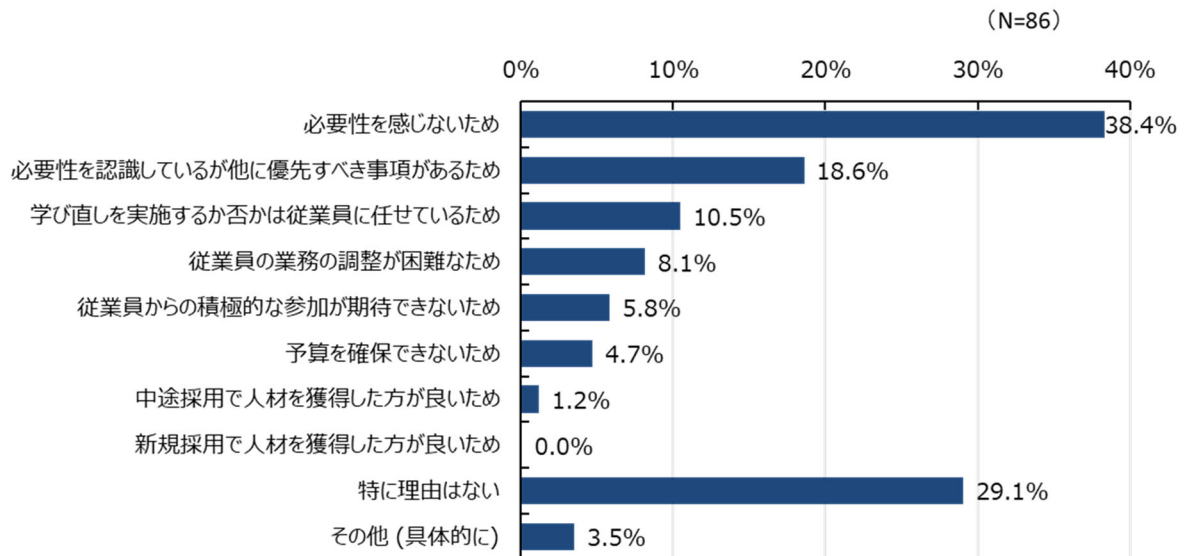


図 2-48 カーボンニュートラル分野(専門知識)のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)

6) 脱炭素経営に関する知識(カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の実施・関心状況

a. 脱炭素経営に関する知識のリカレント教育の実施・関心有無

脱炭素経営に関する知識のリカレント教育を実施(予定)の企業は15.4%であり、関心がある層(53.4%)まで含めると68.8%である。

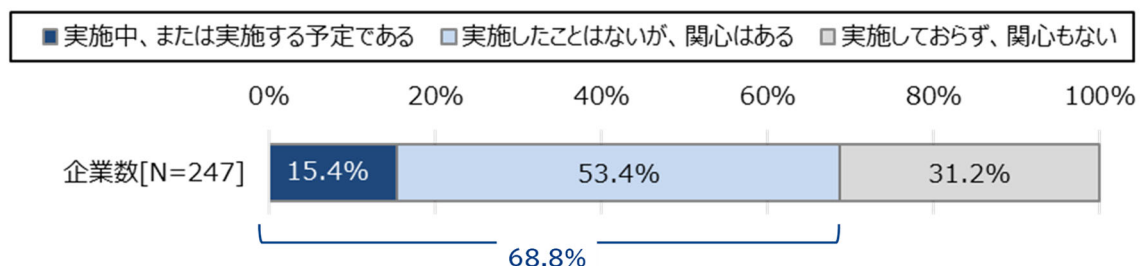


図 2-49 脱炭素経営に関する知識(上記カーボンニュートラル分野の専門知識を除く)のリカレント教育の実施・関心有無

脱炭素経営に関する知識のリカレント教育の実施・関心有無を従業員規模別に見ると、従業員規模が大きい企業で実施(予定)・関心が高い。

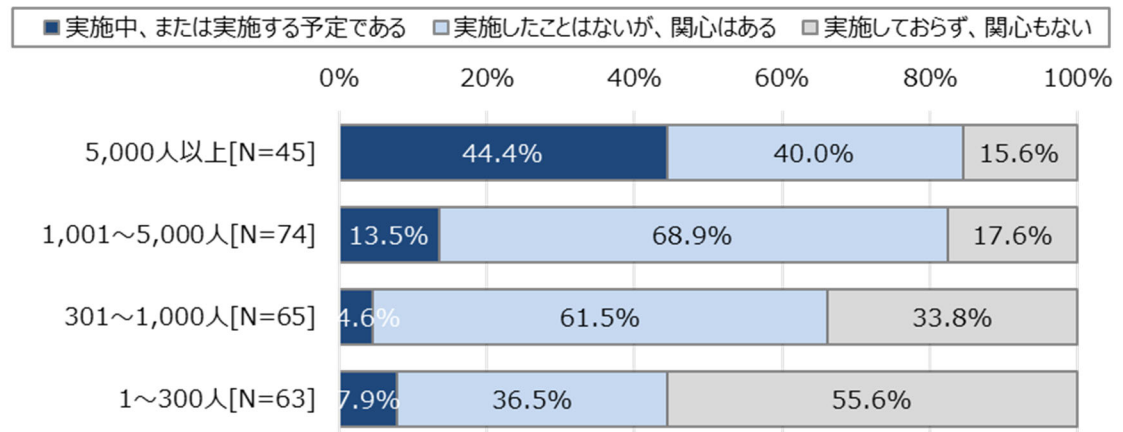


図 2-50 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)

設立年別では、あまりはっきりとした傾向は見られないが、設立年が 2010 年以降および古い企業において実施中(実施予定)・関心が比較的高い。また、業種別(製造業、非製造業)で見ると、製造業の方が実施中(実施予定)あるいは関心が高いと回答している。

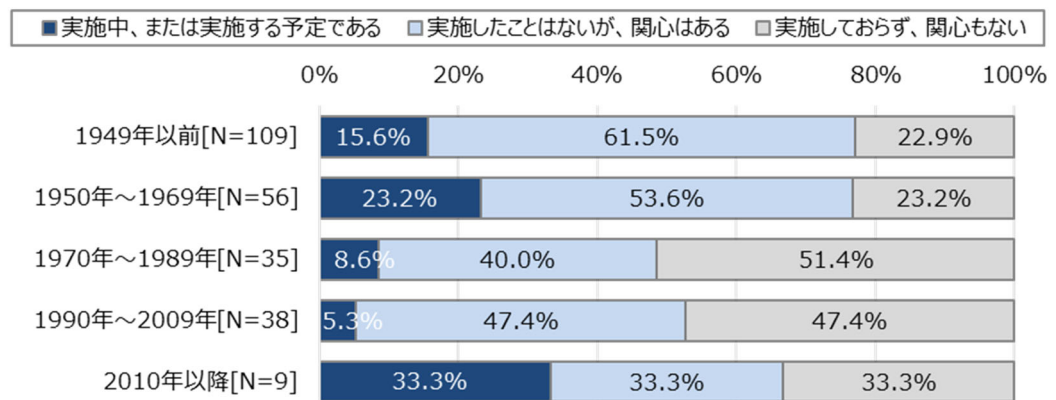


図 2-51 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)

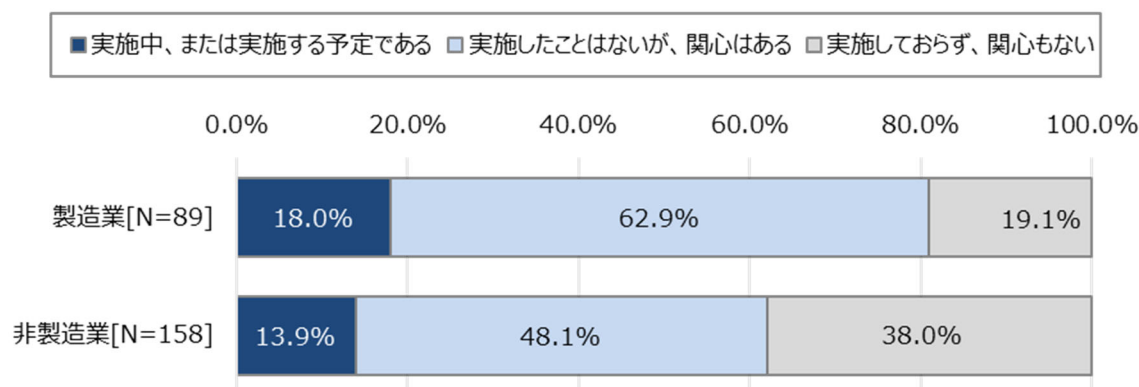


図 2-52 脱炭素経営分野のリカレント教育の実施・関心有無(業種別)

b. 脱炭素経営に関する知識のリカレント教育の受講状況・予定

脱炭素経営に関する知識のリカレント教育を実施(予定)の企業の受講状況としては、「社内講師による社内研修」(69.2%)の活用が最も多く、中心的な方法であることが示唆される。次いで、「社外講師(大学教員以外)による社内研修」(35.9%)が挙げられている。

また、脱炭素経営に関する知識のリカレント教育における大学(院)の活用状況に着目すると、活用方法としては「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(23.1%)が最多である。

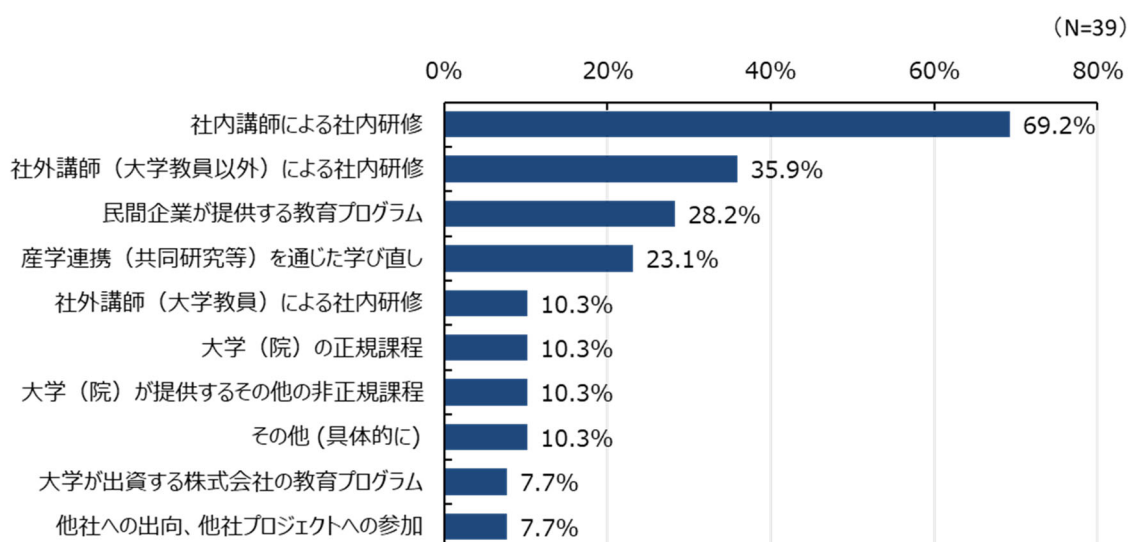


図 2-53 脱炭素経営分野のリカレント教育の受講状況・予定(複数回答)

職種・職位別に見ると、「社外講師(大学教員)による社内研修」「大学(院)の正規課程」「大学が出資する株式会社」「大学(院)が提供するその他の非正規課程」「他社への出向、他社プロジェクトへの参加」について、「経営層」による受講が高い傾向にある。他分野の結果⁶と比較して、脱炭素経営に関するリカレント教育は経営層において進められている状況が示唆される。また、「社内講師による社内研修」「社外講師(大学教員以外)による社内研修」「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」については、「管理的職業従事者」が中心的な受講者となっている様子がうかがえる。

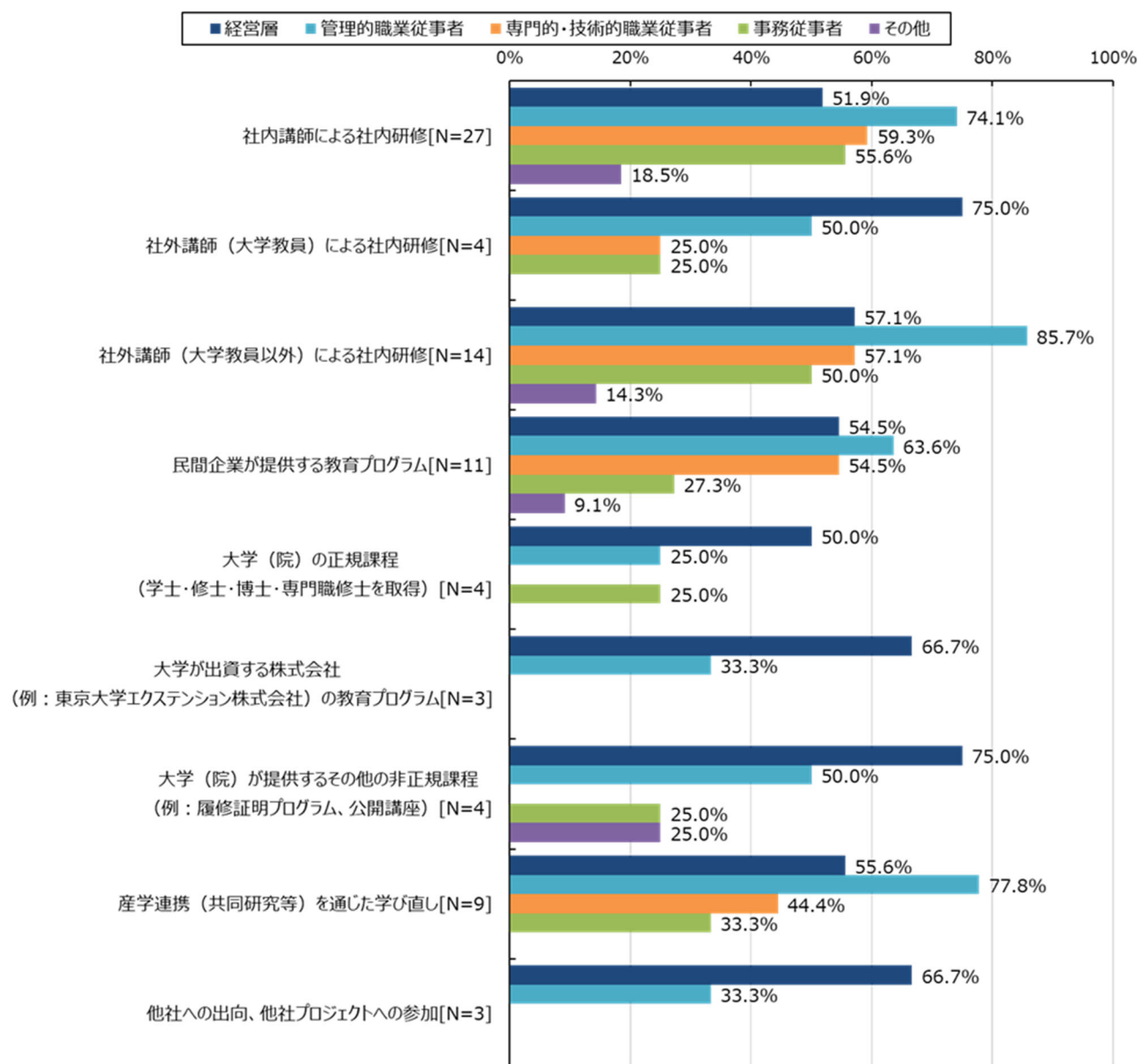


図 2-54 脱炭素経営分野のリカレント教育の受講状況・予定(職種・職位別)

⁶ 「他分野の結果」とは、本調査におけるデジタル分野、量子技術分野、カーボンニュートラル分野の実施・関心状況の結果を指す。

c. 脱炭素経営に関する知識において関心のあるリカレント教育の内容

脱炭素経営分野のリカレント教育について「実施したことはないが、関心はある」企業が関心を有している提供形態は、「民間企業が提供する教育プログラム」(61.7%)が最も多く、次いで「社外講師(大学教員以外)による社内研修」(60.9%)である。実施(予定)の企業と比較すると、より民間企業を活用することに対する関心が高いことが示唆される。

また、大学(院)が提供するリカレント教育の中では、「産学連携(共同研究等)を通じた学び直し」(24.8%)に対する関心が最も高く、次いで「大学(院)が提供するその他の非正規課程」(16.5%)が多い。

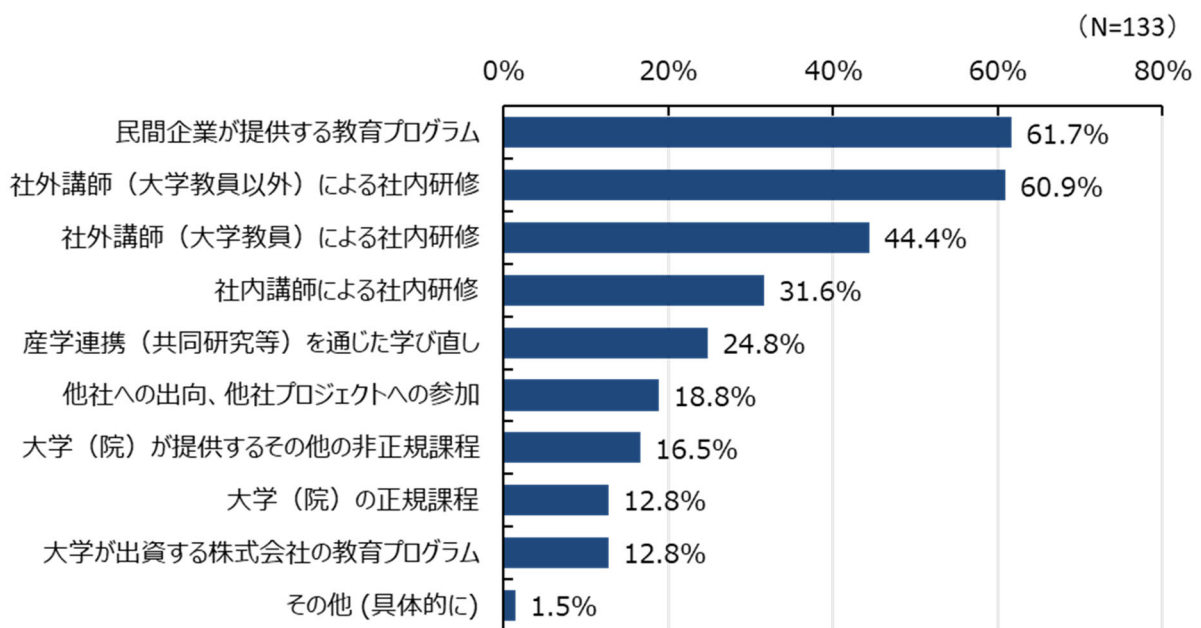


図 2-55 脱炭素経営分野において関心のあるリカレント教育の内容(複数回答)

脱炭素経営分野において関心のあるリカレント教育の内容を職種・職位別に見ると、「社内講師による社内研修」については、あまり職種・職位によらず高い関心がうかがえる。また、「社外講師（大学教員）による社内研修」「社外講師（大学教員以外）による社内研修」「民間企業が提供するプログラム」の受講対象としては、「管理的職業従事者」が最も関心が高い。大学（院）が提供するリカレント教育（「大学（院）の正規課程」「大学が出資する株式会社の教育プログラム」「大学（院）が提供するその他非正規課程」「産学連携（共同研究等）を通じた学び直し」）及び「他社への出向、他社プロジェクトへの参加」については、「専門的・技術的職業従事者」による受講に対して高い関心が見られる。

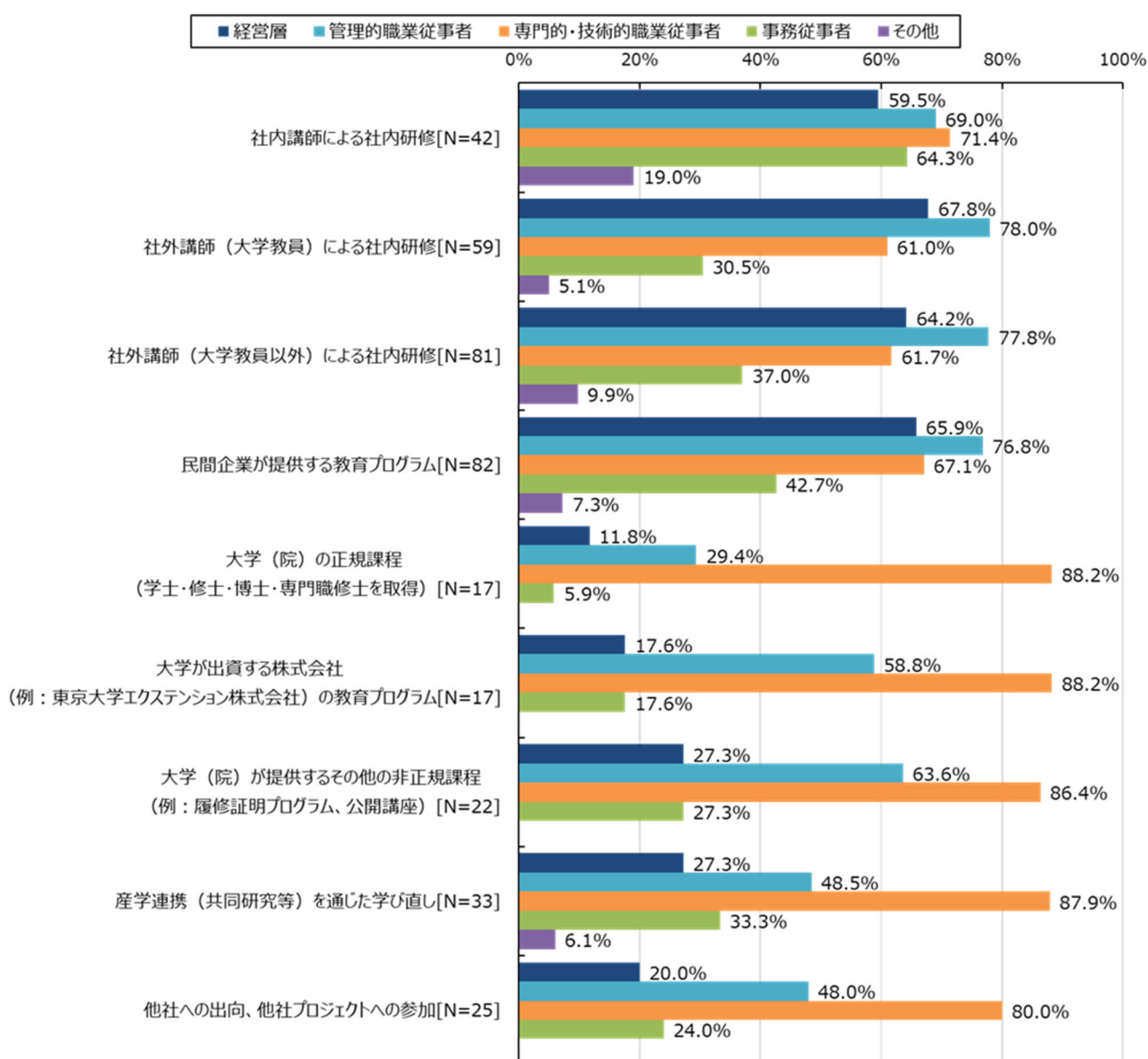


図 2-56 脱炭素経営分野において関心のあるリカレント教育の内容（職種・職位別）

d. 脱炭素経営に関する知識のリカレント教育を実施していない理由

カーボンニュートラル分野のリカレント教育を実施していない理由については、「必要性を感じないため」が最も多く、回答企業の4割程度も占めている。

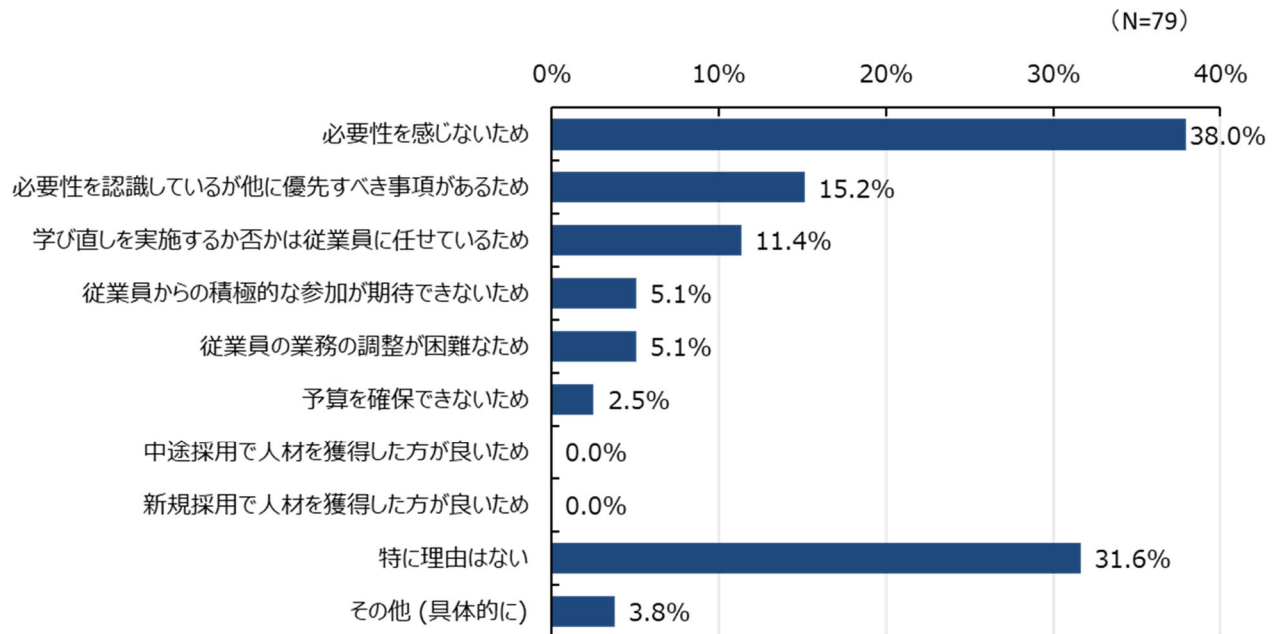


図 2-57 脱炭素経営に関する知識のリカレント教育を実施していない理由(複数回答)

7) 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心状況

a. 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無

大学(院)におけるリカレント教育を実施中(実施予定)と回答した企業の割合は20.0%であり、関心がある層(35.1%)まで含めると55.1%であるが、44.9%の企業は「実施しておらず、関心もない」と回答している。

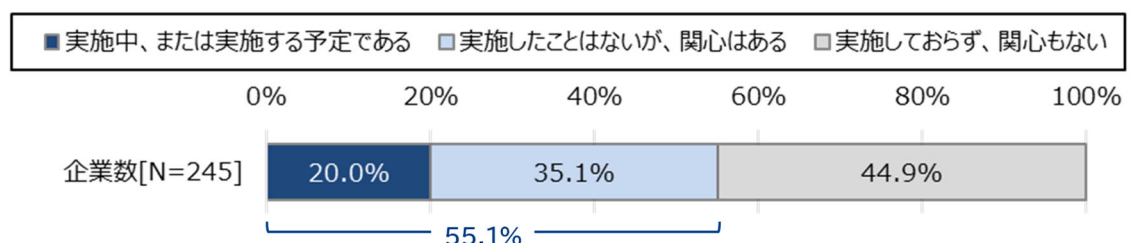


図 2-58 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無

大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無を従業員規模別に見ると、従業員規模が大きい企業で実施中(実施予定)・関心が高いとの回答が多い。

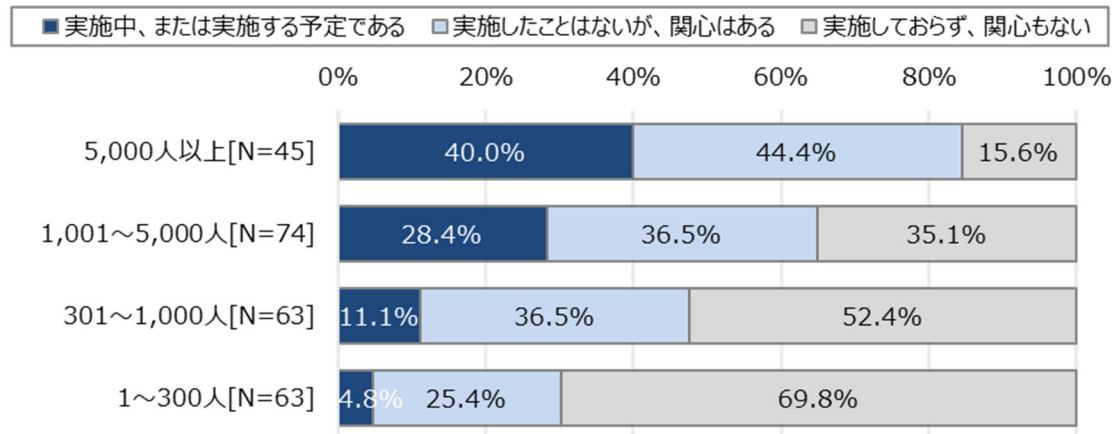


図 2-59 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(従業員規模別)

設立年別や企業の本社所在地域別では、あまり傾向が見られなかった。一方で、業種別(製造業、非製造業)を見ると、製造業において実施中(実施予定)あるいは関心が高くなっている。

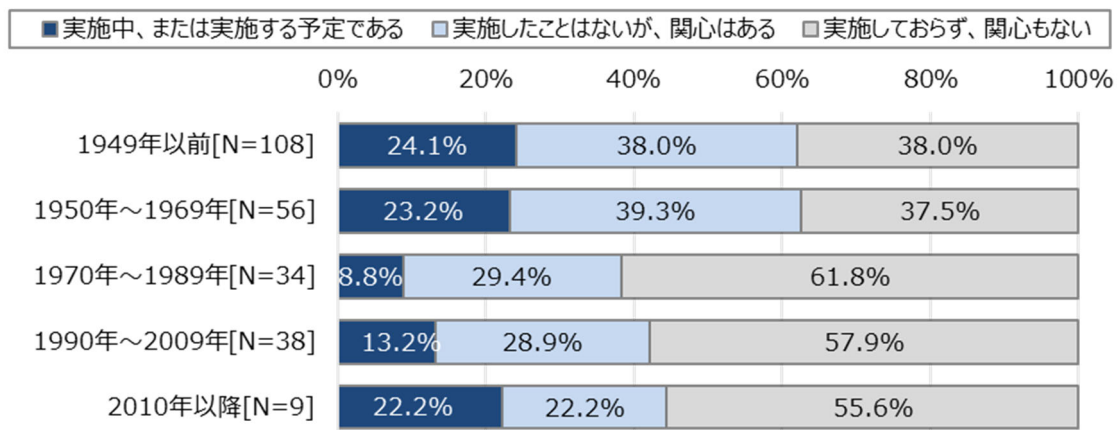


図 2-60 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(設立年別)

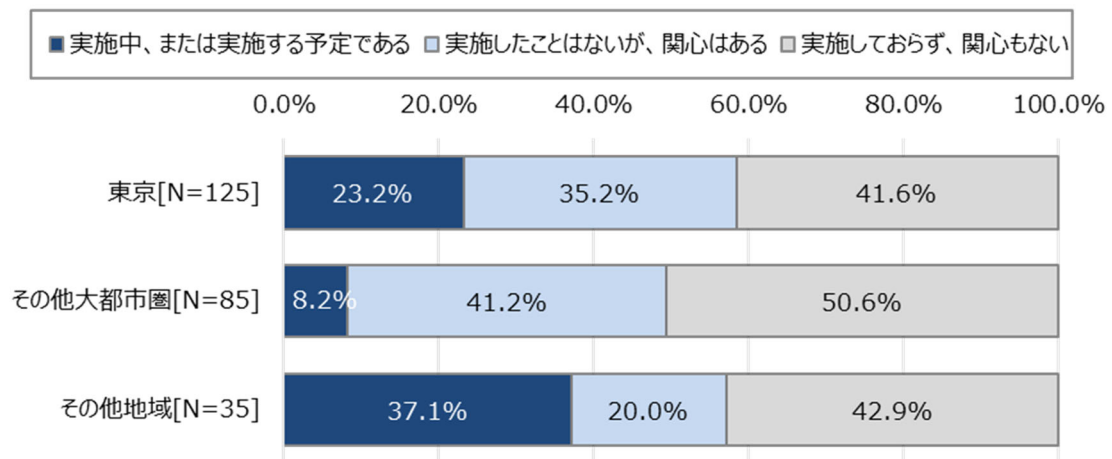


図 2-61 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(地域別)

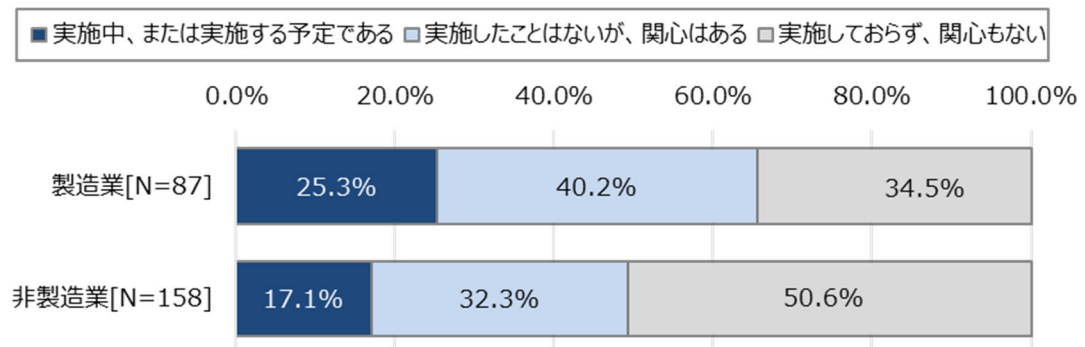


図 2-62 大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無(業種別)

b. 大学(院)におけるリカレント教育を実施していない・関心がない理由

大学(院)におけるリカレント教育を実施していない理由については、「教育プログラム等に関する情報が不足しているため」(40.0%)が最も多く、次いで、「従業員の関心が低い/希望がないため」(35.0%)及び「業務に支障を与える可能性があるため」(35.0%)が多い。回答数が非常に少ない点に留意が必要だが、企業が情報を十分に収集できていないこと、業務とリカレント教育との両立が困難なことが大学(院)活用のハードルとなっている可能性がある。

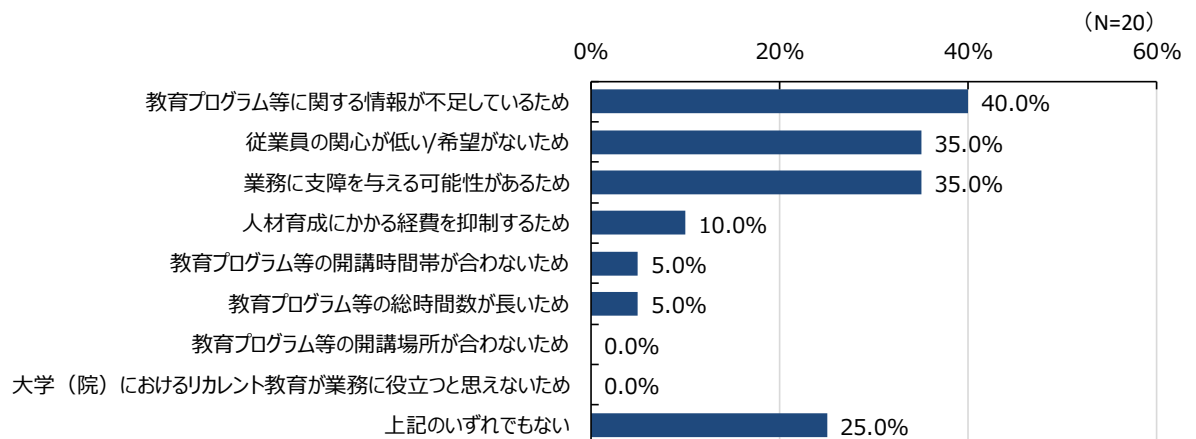


図 2-63 大学(院)におけるリカレント教育を実施していない・関心がない理由(複数回答)

c. 大学(院)におけるリカレント教育実施の効果

大学(院)におけるリカレント教育実施の効果について、回答企業の 83.0%が「人事担当として、効果を感じている」。

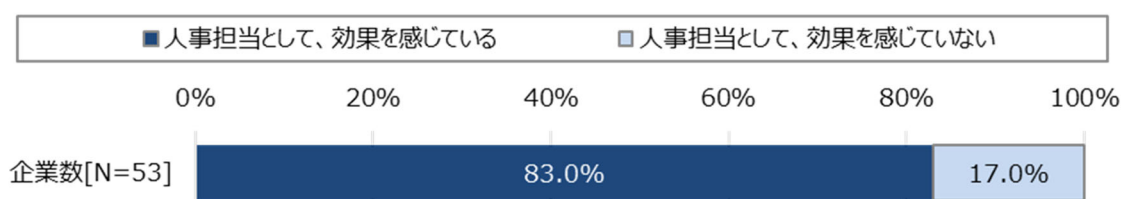


図 2-64 大学(院)におけるリカレント教育実施の効果

d. 大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法

大学(院)のリカレント教育に関する情報収集の方法としては、「大学(院)の公式情報(ウェブサイト・SNS等)から」(29.5%)が最多であり、次いで「人事や能力開発に関連する媒体から」(25.5%)、「大学(院)からの直接アプローチ」(24.8%)である。一方、3割の企業は「特に収集していない」と回答している。

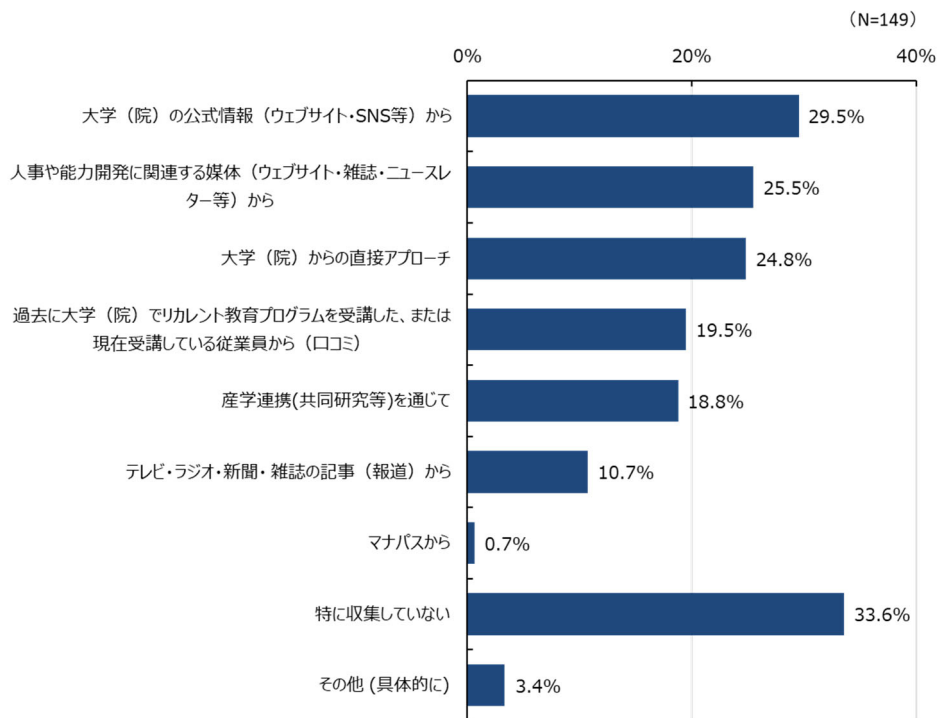


図 2-65 大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法(複数回答)

(注)マナパス:大学等における学び直し 講座情報や学び直し支援制度情報を 発信する社会人のためのポータルサイト

なお、大学(院)におけるリカレント教育を実施(予定)の企業では、実施していない企業よりも積極的に情報収集が行われている。実施(予定)企業における情報収集の方法としては、「大学(院)からの直接アプローチ」(49.0%)、「大学(院)の公式情報(ウェブサイト・SNS等)から」(42.9%)、「過去に大学(院)でリカレント教育プログラムを受講した、または現在受講している従業員から(口コミ)」(40.8%)が上位に挙がっている。

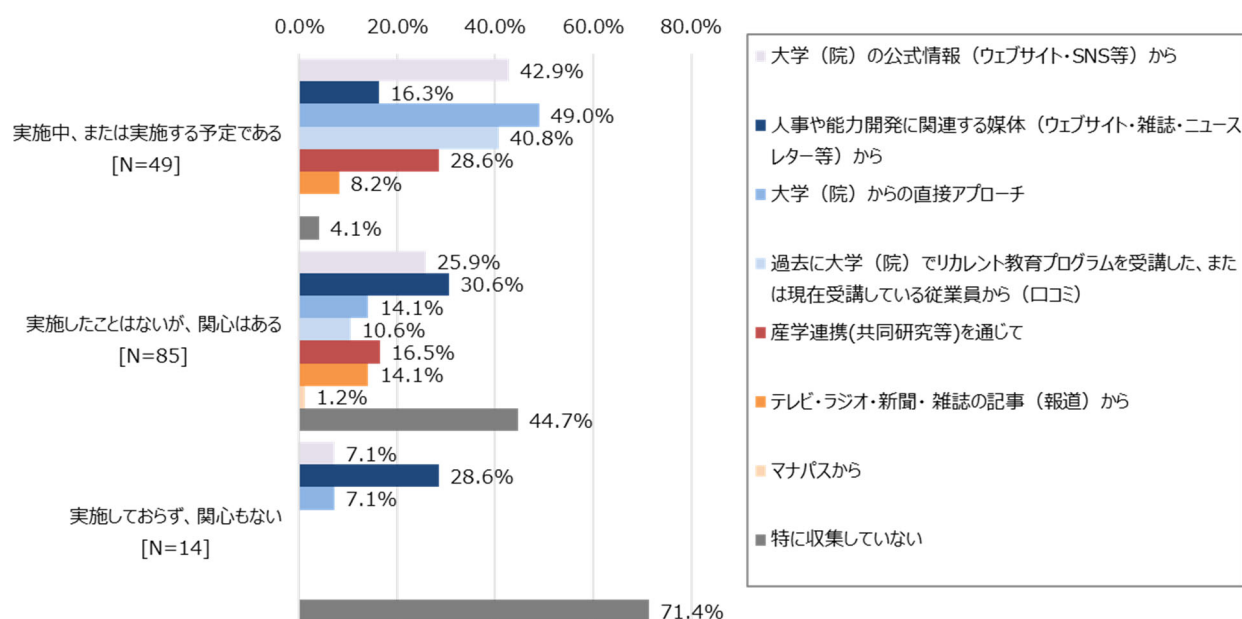


図 2-66 大学(院)におけるリカレント教育に関する情報収集の方法(大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無別)

(注)マナパス:大学等における学び直し 講座情報や学び直し支援制度情報を 発信する社会人のためのポータルサイト

e. 大学(院)による提供を求めるリカレント教育

大学(院)による提供を求めるリカレント教育では、「オンラインプログラムの充実」(49.8%)が最も多く、次いで「社会人に配慮した時期・曜日・時間帯での授業の開講」(49.4%)である。社会人が受講しやすい日時、場所に配慮したりリカレント教育の提供が求められている様子がうかがえる。

また、「業務に直ちに生かせる実践的なプログラム」(47.7%)も上位に挙げられており、実践的な内容へのニーズが高いことが示唆される。

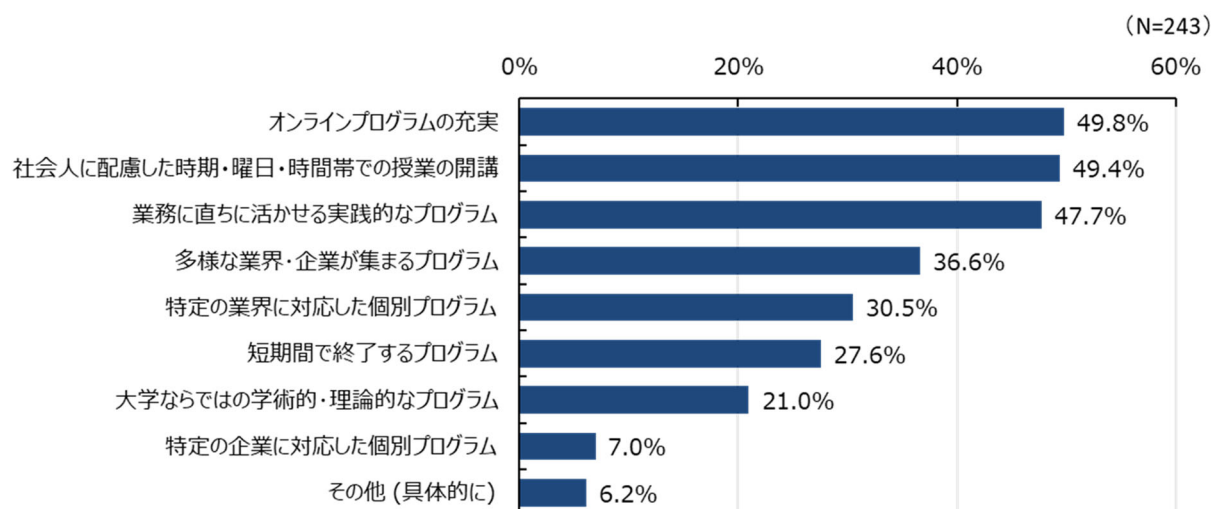


図 2-67 大学(院)による提供を求めるリカレント教育(複数回答)

特に大学(院)のリカレント教育を実施中(実施予定)/関心がある企業では、「大学ならではの学術的・理論的なプログラム」「多様な業界・企業が集まるプログラム」に対するニーズが高い傾向が見られる。

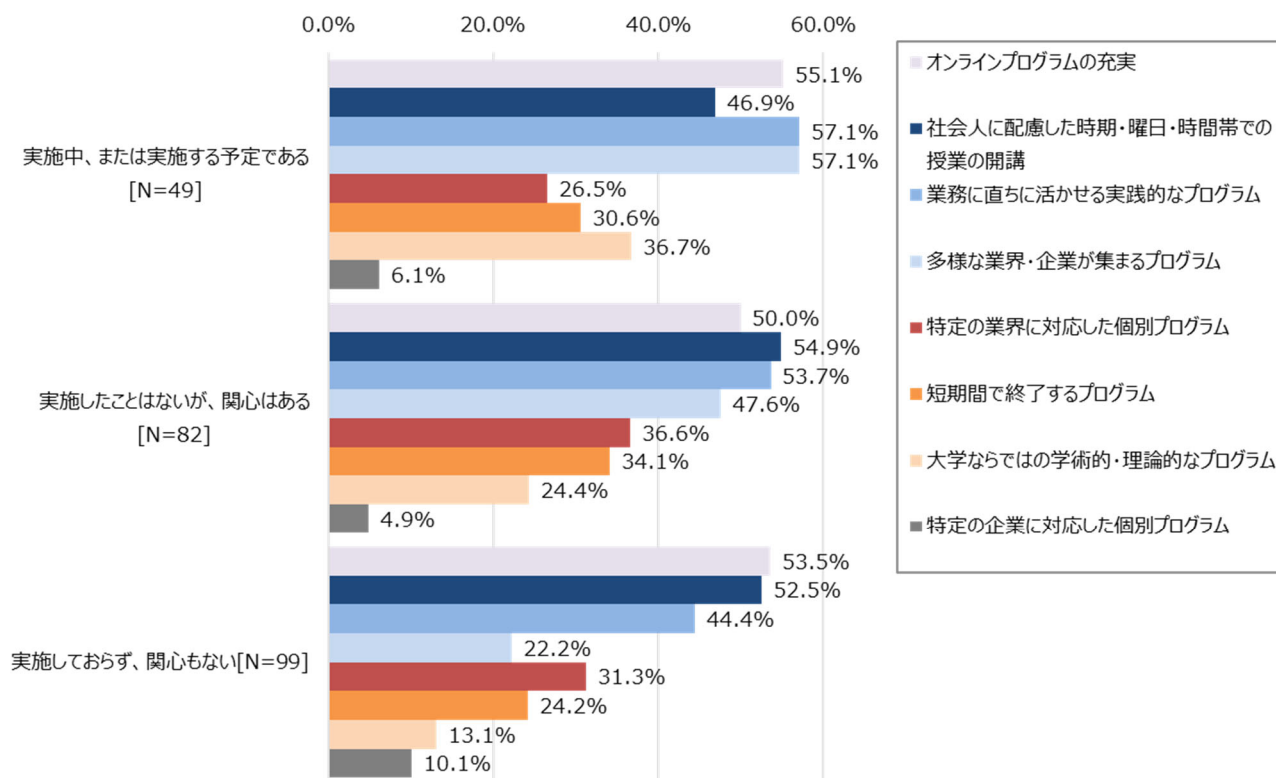


図 2-68 大学(院)による提供を求めるリカレント教育(大学(院)におけるリカレント教育の実施・関心有無別)

8) リカレント教育に関する政府への要望

リカレント教育に対する政府への要望については、財政支援及び教育プログラム等に関する情報発信のニーズが高い。

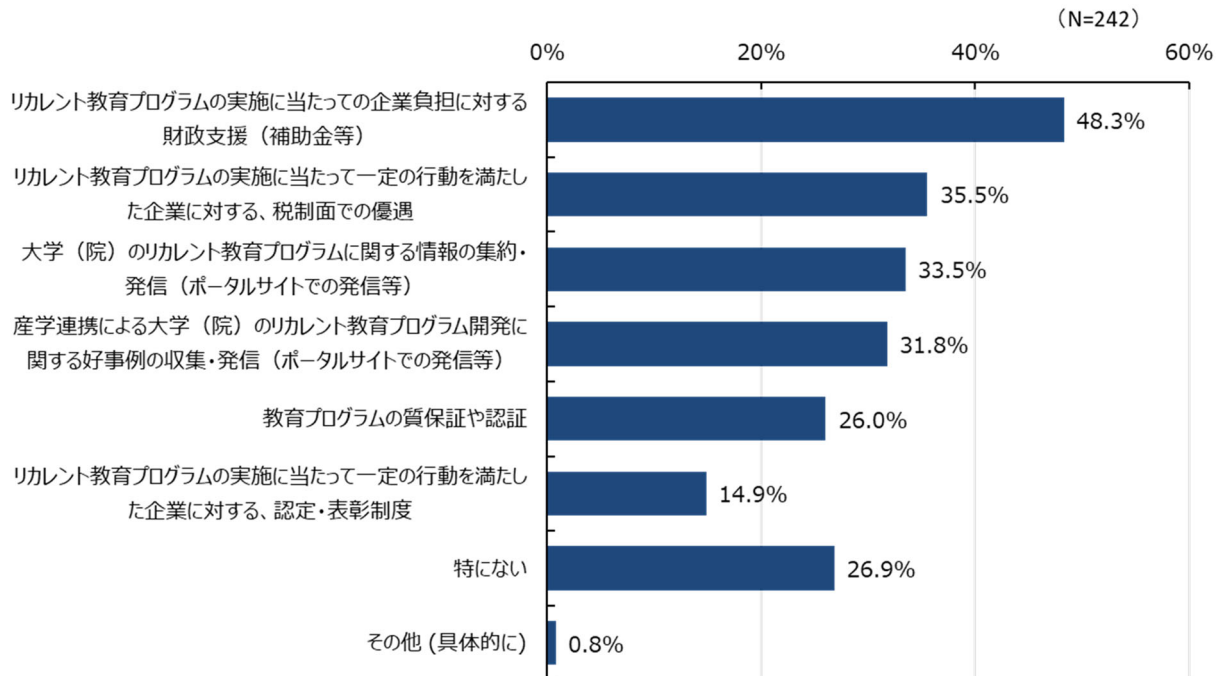


図 2-69 リカレント教育に関する政府への要望(複数回答)

2.4.2 インタビュー調査

以下では、企業へのインタビュー調査結果をもとに、企業の従業員に対するリカレント教育の実施状況や、大学が提供する(あるいは大学と連携した)リカレント教育の実施状況についての調査結果をまとめる。

(1) 人材に関する課題とリカレント教育(リスキリング)の状況

1) 企業が求めるスキルとリカレント教育の実施状況

a. 事業転換の必要性から、企画力や課題解決力を持ったデジタル人材の育成を推進

事業転換や新規事業開発、意思決定の高度化・高速化、業務改善等を目的として、デジタル人材育成を中期経営計画に基づき推進している企業がほとんどであった。求める人材像としては、新規事業開発や顧客やパートナーへの事業提案ができる人材、企画提案力、課題発見力、実現力、活用力等を持ったデジタル人材であり、IT 企業では、より高度なビジネスパートナーとして変革するために、新たな技術に対応したマルチスキル人材の育成、新たなビジネスについて顧客へ提案できる人材の育成を目指している例があった。具体的な学習内容としては、デザイン思考、アジャイル、データサイエンス(AI、ビックデータ)、DX、デジタルマーケティング等が挙げられた。デジタル人材の育成に取り組む企業は、数百名

～数千名規模の企業が多く、基礎レベルの教育については全従業員に展開し、企画に関する教育は管理職や企画部門に展開している例が多い。また、学びと認定のサイクルを回すことを意図して階層別の認定制度や研修プログラムを準備する企業もあった。なお、専門的な人材は教育により育成する企業と、中途採用にて確保する企業、併用する企業に分かれていた。なお、教育プログラムについては、大学等や社内の研究所等と連携することで高度化を図る、業務改善等の実課題を対象として解決を図る、専門人材をデータサイエンス系の大学院に派遣する等の例があった。なお、デジタル人材の獲得は新卒採用、中途採用ともに業種を超えて獲得競争が激化しており、大学との関係強化を図り新卒採用での獲得に努めているとの意見もあった。また、デジタル人材の育成と並行して、デジタルの業務活用に関するインタビュー記事の公開、外部講師によるセミナーの開催、最先端のデジタル技術を活用する機会の提供、デジタルの専門家の現場での指導・支援等により、デジタル化の動きを加速させている企業があった。

b. 経営人材及びグローバル化に対応した人材を育成

将来の経営幹部候補となる従業員向けの育成制度を整備している例が複数あり、内容は海外への短期派遣や出向等、グローバルな育成機会とキャリアパスが含まれていた。事業の海外展開や働き方の多様化に伴い、ダイバーシティが高い環境下でも活躍できる、語学力を持つ人材が必要との意見があった。また、多様な人材やプロフェッショナルな専門職の適切なマネジメント、部下の育成ができる管理職が必要との意見があった。

教育内容としては、若手従業員を対象とした M&A やファイナンスの実務に関する研修、海外大学を活用したデザイン思考習得のための研修、主に管理職層を対象とした海外のビジネススクールのプログラムを提供する研修を実施していた。また、語学に関する研修に加え、留学、OJT の機会として海外駐在を取り入れていた。上位の職種ほど、社内研修での育成は困難なため、外部の教育機関への派遣による教育が必要との意見もあった。

c. グリーン分野については一部企業が教育を開始、量子分野は検討段階

グリーン(カーボンニュートラルに関する技術、脱炭素経営)分野に関してリカレント教育を行う企業が複数あった。具体的には、グリーン分野に関する基礎的な研修の全従業員への実施、グリーン分野を学べる大学の短期講座への派遣、新規事業開発や事業転換に向けてグリーン分野とデジタル分野を融合させたプログラムを開発した例があった。

一方、量子分野に関しては、産学連携や情報収集、セミナー等を実施している企業は少数存在したが、教育プログラムを実施している企業はなかった。

2) リカレント教育に対する社内制度の状況

a. 希望者・選抜者向け研修や自己研鑽への支援の充実

従業員個人の学ぶ意欲を重視して企業主導で実施する研修受講の裁量を認めたり、社員自らが業務に関係する事項を業務時間外に自己研鑽として学ぶ場合の働き方や経費面の支援を行ったりしている企業が複数あった。大学等の外部の研修機関に意欲ある希望者や選抜者を派遣することにより、スキ

ルや知識の習得だけでなく、考え方や価値観への刺激も得られるため、高い効果が得られるとする企業もあった。

b. リカレント教育に利用可能な時短勤務や再雇用制度の整備、兼務辞令の発出

大学院やビジネススクール進学を目的とした時短勤務や退職後の再雇用制度の利用を認めている企業があった。

また、大学等外部の研修機関に比較的長期(1～2年)派遣する従業員については、会社として業務としての位置づけのメッセージを明確化するために、兼務辞令を発令している企業があった。

c. 博士課程への進学を推進・支援

研究開発職を中心に業務として博士号の取得を推進している企業が複数あった。また、博士課程への進学を支援するため、公募制を取り入れて現在の担当業務に関わらず学費を支援し、業務時間を調整する企業があった。

d. 教育ポータルを設置により、自主的な学びを推進

研修や外部派遣に関する情報を一元化したポータルサイトを設置している企業が複数あった。外部派遣の体験談の掲載、経営からのメッセージ、受講すべき研修のリコメンド、外部のMOOCとの連携等、活用が促進されるような工夫がなされていた。会社として外部のMOOC等と契約し、従業員が自由にコンテンツを利用できるようにしたところ、自主的にデジタル分野等について学ぶ従業員が増えたとする企業もあった。

3) リカレント教育の評価・成果

a. リカレント教育の受講自体への評価やそれに基づく異動は少数

リカレント教育の受講については特段評価に反映しないとする企業がある一方で、人事考課や目標設定の際に位置付けている企業もあった。リカレント教育の受講に短期的な成果は求めている企業が多く、受講後の効果検証を行っていない例が多かった。一方で、自己研鑽で学んだことが社内公募による人事異動の際に評価されることがあるという企業もあった。

b. デジタル人材育成後、業務改善や新規事業開発が進展

デジタル人材育成に関する研修だけの効果とは明確に言えないものの、具体的な業務の改善や新規事業開発に当該人材が取り組んだという事例があった。なお、研修受講後に当該研修の講師を担わせている事例や所属部署内でデジタル推進に関してリーダーとしての役割を与えている事例もあった。

c. 教育と配置転換を組み合わせることで確実なスキル習得を目指す企業も存在

事業転換を目的としてデジタルに関するリカレント教育を実施している場合においても、教育後に配置転換をする例は少なく、現所属先にて習得したスキルを活用することが求められている例が大半で

あった。この理由として、多くの業務でデジタル化が求められているため、部署内でスキルを活用することが優先されること、各部署においてデジタル化への対応必要性が高い層が自発的あるいは選抜されてデジタル研修を受けていることなどが挙げられる。一方で、座学と OJT を組み合わせた教育プログラムを持つ企業、社内に認定制度がある企業等では、配置転換により OJT を通じたスキル習得が目指されていた。

4) その他の人事施策

a. “ジョブ型雇用制度”等により自律的なキャリア構築とそのための学び直しを促進

職務のミッションを公開し、当該職務に就くために必要な能力に関する研修受講や自己研鑽を促している企業が複数あった。キャリア構築のためのプログラムを実施する企業やキャリアアドバイザーや上司との対話を充実させる企業、主体的なキャリア選択を可能とするため、会社主導の人事異動を実施せず、社内公募制を採用する企業も複数あった。

b. イノベーションを促進する人材育成のための組織文化の改革

イノベーションを促進する人材の育成と活躍のために、研修や採用といった人事制度を変えるだけでなく、組織文化の改革が必要との意見が複数あった。具体的には、若手従業員による新規事業の検討機会を提供、有志による学びの場の設置、就業時間の一部を担当職務外の業務に充てる仕組みの導入、他部署や外部との共創を人事考課の目標に位置付ける等の仕組みを取れ入っていた。

c. 人的資本経営や人的資本情報の開示を推進

人材への投資を中期経営計画上の基本戦略と位置付け、事業戦略と人事戦略を連動させ、事業成長の加速を目指す企業があった。戦略に基づき採用、教育、評価、報酬等を一元的に見直し、人的資本経営を推進している。また、人的資本の情報開示に関するガイドライン(ISO30414)に基づき、人材開発と育成の総コストや一人当たり研修時間を公表している企業もあった。

(2) 大学・大学院(以下「大学等」)によるリカレント教育

1) 大学等におけるリカレント教育の実施状況及びその目的

a. 大学等との連携により独自の教育プログラムを設計・実施

デジタルビジネスやデータサイエンスの領域で、企業が大学と個別に連携し、自社専用の教育プログラムを開発、実施している例⁷があった。デジタル分野は専門性が高く、また技術の移り変わりも早いた

⁷ 三井住友海上火災保険株式会社では、東洋大学情報連携学部と提携し、デジタル事業創造人材やデータサイエンティストを育成する研修や、京都先端科学大学と提携し、ドローンや IoT センサーを用いてデータ取得から活用までの知識を習得する研修を実施。(三井住友海上火災保険株式会社ホームページより <https://www.ms-ad-hd.com/ja/group/innovation/hr.html>) (最終閲覧日:2022 年2月 17 日)

め、大学と連携して実施しているとのことだった。

b. 大学等における正規課程や正規課程以外に開講されるプログラムの活用

大学等が実施する、業務に関係が深い社会人向けのプログラムや、修士課程や博士課程に対して、年数名程度の従業員を派遣している企業が複数あった。社会人向けのプログラムでは、特に技術系の分野を中心に業務に直結する分野の短期講座を受講させる例、デジタル分野の講座に派遣する例、MBA を学べるコースに派遣する例が多かった。また、将来的な事業への貢献やイノベーション創出を期待し、大学等ならではのリベラルアーツ等の講座に従業員を派遣している例もあった。この場合、学習する内容だけでなく他の企業からの参加者との双方向での議論も重視されていた。

修士課程や博士課程については、MBA を学べる国内大学や海外大学等に社員を派遣する企業が複数あった。業務に関連する分野に対する従業員の進学を支援する企業や、業務に直接の関連がなくても企業にとって有益な分野であれば幅広く認める企業があった。

支援の在り方については、学ぶ内容と業務との関連性に鑑みて、受講に要する費用や時間を会社負担とするか、業務時間に含めるか、時短勤務とするか等を個々の事例に応じて判断している企業があった。また、従業員の自己判断での大学院進学については従業員の自発性に任せたり、申請の上、認めたりしているとの企業が複数あった。

c. 産学連携や共同研究を通じた人材の育成

特に研究開発の分野で、産学連携や共同研究を通じた企業側の人材育成をしている企業も複数あった。産学連携や共同研究については、当該分野の卒業生の採用につながることを評価する企業も複数あった。さらに、産学連携の一環として、社会人向けの博士課程コースへの派遣をしている例があった。

2) MOOC の活用状況、利用意向

a. コロナ下での MOOC 等を評価する一方、リアル実施に期待の声も

企業内において、MOOC 等のコンテンツを紹介したり、会社として外部の MOOC 等と契約し従業員が自由にコンテンツを利用できるようにしたり、オンラインで受講できる大学等の講座の案内をしている例があった。また、従業員の個人利用も増えており、オンライン化したことにより自己研鑽がしやすくなったとの意見もあった。一方、社外研修やリカレント教育には、他企業の参加者とのネットワーク構築、交流や協働、多様な価値観の認識を期待するため、そのような機会が限られるオンラインではなく、対面での研修機会が重要との意見も複数あった。

(3) 国、教育機関等への要望

1) 国への要望

a. 質の高い教育プログラムを手軽に受けられる仕組みに期待

専門的な内容を学べる講座や、社外の人材との交流が可能な講座など、質の高いプログラムを手軽に受けられるようにならないか、との意見があった。大学が実施するこうした講座には費用の高いものも多いため、低費用の講座の提供や、受講料に対する財政支援があればより多くの従業員の講座受講が可能となる、の意見があった。

b. 質の高い教育プログラムに関する情報公開を期待

「どのプログラムが質の高い講座なのかわからない」「プログラムの対象者や過去の参加者がわからない」「教育プログラムの評価は受講した従業員の口コミによる」「1 名派遣して当該プログラムの質を確認してみる」「各大学のサイトで内容を確認し、担当者と話を決めていく」等の例があり、質の高い教育プログラムの情報の集約を求める意見が複数あった。

特にデジタル人材育成に関するプログラムは、スキル標準等を活用したレベルの明記を求める意見もあった。また、そもそもデジタル分野、データサイエンス分野の人材は、質・量ともに不足しており、当該分野の学科の充実が必要との意見があった。また、同分野については、海外大学の卒業者の方が国内大学の卒業者よりも優れており、底上げも求めたいとの意見があった。

c. リカレント教育を推進する企業の認証制度への期待と課題

新卒採用、中途採用を問わず、人事制度や教育制度に関心を持つ志願者は多いため、教育制度の充実によりポータブルスキルが身に付くことのアピールは採用において強みになるとの意見が複数あった。

そのため、リカレント教育を推進する企業への認証制度は企業イメージの向上や採用活動への好影響につながるとして期待する意見が複数あった。一方で、リカレント教育の実態を表すよう指標化するのは困難ではないか、各企業により取組内容や認証制度への期待が異なるため、認証制度の実現は難しいのではないかと意見もあった。

さらに、企業の支援制度の有無によらず自律的に学ぶ志向を有する従業員を採用したいが、認証制度がそれを促進することができるかは課題ではないかと意見もあった。

d. 人材流動や技術移転の促進と合わせて企業の競争力が維持できる仕組みが必要

リカレント教育は、企業としての競争力を高めていくための方策であり、より有効なものとするためには、人材流動や技術移転（企業の買収や協業を含む）の促進と合わせて実施していく必要がある。競争力強化の観点から海外では既に実施されているが、国内でもこれらの取組が必要であるとの意見があった。

2) 教育機関等への要望

a. 高度な専門知識の習得を期待

ジェネラリスト育成や一定程度の知識を身に付ける研修は社内講師や民間研修機関が活用できるが、高度な専門人材の育成は困難であるため、大学等には専門性の高い最先端のプログラムを提供してほしいとの意見があった。

b. 社外との交流や協働の獲得を期待

また、大学等でのリカレント教育には 2.4.2(2)2)a に示したように、他企業の参加者とのネットワーク構築、交流や協働、多様な価値観や組織文化の認識を期待するとの意見があった。そのためにも、一方的な講義ではなく、他の参加者との双方向の議論や交流を重視したプログラム構成を求める意見があった。

c. 夜間や週末等、業務と両立できるプログラムを期待

業務をしながら学ぶことで業務と教育内容の往還により教育効果も大きくなるため、働きながら夜間や週末に学べるプログラムを提供してほしいという意見があった。

d. 理論や方法だけでなく、ビジネスでの課題の解決に向けた実践力の習得を期待

必ずしも大学等に求めるべきことではないが、専門的な技術に関する理論や分析手法だけでなく、ビジネスでの課題解決に向けた実践力が身に付けられるプログラムを提供してほしいとの意見があった。

3. リカレント教育を提供する場としての大学等の実態調査

3.1 調査目的

「イノベーション創出のためのリカレント教育」の推進に向けて、大学は、最先端の知の担い手として、社会人に対して活用しやすい形で、質の高い教育を提供することが求められている。

しかしながら、先行調査において、大学が社会人に対して提供するリカレント教育に関しては、教育プログラムが体系的に公表されていない、学びたい分野のプログラムが開設されていない、受けられる時間に実施されていない等の課題が明らかになっている。

そこで、既存の国内外の先行研究や関連する文献調査等を参照し、産業界や地域社会のニーズを把握しながら「更なる社会参画のためのリカレント教育」を積極的に提供している大学及び大学関連企業を抽出し、大学が提供するリカレント教育の実態を把握することを目的とした。

3.2 調査対象

インタビュー調査対象は、アンケート調査回答企業及びリカレント教育に積極的に取り組んでいる大学関連企業から抽出した。対象企業は以下のとおりである。

表 3-1 インタビュー調査対象

大学名
大阪大学
京大オリジナル
金沢工業大学
信州大学
東大エクステンション
富山大学
中村学園大学
北陸先端科学技術大学院大学
早稲田大学

(大学名五十音順)

3.3 調査方法

調査対象大学に対して、1 時間程度のオンラインインタビュー調査を実施した。調査項目は以下のとおりである。なお、3.4 に調査結果を示すとともに、イノベーション創出のためのリカレント教育を提供する大学をベストプラクティスとして抽出し、事例集を作成した。

- 大学におけるリカレント教育プログラムの概要、実施体制
 - 正規課程で学ぶ社会人の状況(人数、企業派遣/自費、修士/博士課程の別等)
 - 社会人向けに提供するプログラムの概要(対象者層、期間、学費、受講者数、内容、実施方法等)

- 共同研究の場において、企業従業員へのリカレント教育の実施有無
- MOOC 等のデジタルコンテンツを活用の状況
- リカレント教育の学内活動における位置づけ(リカレント教育の設計・運営の担当組織・専門人材の有無、人数等)
- 大学のリカレント教育の設計・運営について
 - リカレント教育に対する産業界や地域社会のニーズ把握の状況
 - 潜在的受講者層・企業へのアプローチの工夫
 - 社会人が受講しやすくなるための工夫
 - リカレント教育実施が企業・大学にもたらした効果
 - リカレント教育受講者や受講者の所属企業へのフォローの状況
- 大学等によるリカレント教育の自走化や自走化に向けた課題・展望
- 国、企業への要望

3.4 調査結果

以下では、大学へのインタビュー調査結果をもとに、大学が提供する、あるいは大学と企業が連携したリカレント教育の実施状況や課題について調査を行った結果をまとめる。

3.4.1 大学におけるリカレント教育プログラムの概要

本調査の対象大学が提供するリカレント教育は、大学の研究成果の社会実装を目指すケース、地域貢献を目的に行っているケース、教育だけでなく産学連携に発展させているケース、オンライン・オンデマンドで提供するケースが見られた。

(1) 研究成果の社会実装を目的としたリカレント教育の実施

本調査の対象大学では、いずれも、大学の研究成果(知)を企業のビジネスや社会に実装するためにリカレント教育を実施していた。社会的な需要の多さから、地域によらず、ほとんどの調査対象大学においてデータサイエンスを扱っていた。

最新技術分野(AIやIoT)にビジネスの視点を混ぜ、領域を超えた価値創造をリードできる人材育成を目指すケースや、社会の要請の高い分野に対する大学ならではの最先端・専門性の高い講義を提供するもの(医薬、ナノサイエンス、知的財産法、バイオDX、健康経営、インクルーシブデザイン等)、特定の技術分野を対象とした講習会形式の社員研修での提供等、高度な専門性や実践的な内容を織り交ぜた教育が実施されていた。

(2) 地域貢献を目的としたリカレント教育の実施

地域産業のニーズ、あるいは自治体からの要請を受けて、地域への貢献を目的としたリカレント教育を提供する大学の事例も見られた。

扱う分野はデータサイエンスや食、観光、金属熱処理等、地域産業のニーズを踏まえて構成されていた。

(3) 教育だけでなく産学連携に発展させる取組

多くの大学において、リカレント教育の提供にとどまらず、産学連携に発展させている事例が多く見られた。

リカレント教育のプログラムの講義で、教員が最新の研究成果を紹介すること等を通じて、企業との共同研究や包括提携に発展させているケースや、博士号取得を通じたリカレント教育を推進する中で企業との連携強化を図るケース、共同研究契約の形で、OJTを通じて企業の従業員が課題を解決する取組を支援する事例等が見られた。

(4) オンライン・オンデマンドでの教育の提供

コロナ禍で対面での講義ができなくなったことから、対象大学全てで、オンラインあるいはオンデマンドでの教育を提供していた。対面からデジタルコンテンツの導入・活用に切り替えたことで、受講者層が

拡大し、より多くの受講者層の獲得につながった事例もあった。また、入門レベルはオンデマンド配信、高難度のものはリアルタイム配信とするなど、配信方法を使い分けている事例も見られた。また、大学側が平日夜間や土日の時間にオンライン授業を設けることにより、受講生がいつでもどこからでも学習ができるような工夫を行っていた。

加えて、一部の大学では、JMOOC が当該大学のリカレント教育プログラムの入り口・宣伝の場になるとの意見があった。大学が提供するリカレント教育の受講者の中には、JMOOCでの受講を通じて大学のリカレント教育プログラムを知り、申込みに至るケースがあった、とのことである。

(5) 大学の外に子会社等を設立

2017年に指定国立大学法人による大学の研究成果を活用したコンサルティングや研修・講習等を実施する会社への出資が可能となった。このことに伴い、幾つかの指定国立大学法人では、大学の収益化の柱として、社会の要請が高い分野の社会人教育プログラムを(あるいは、教育プログラムも)手がける企業を立ち上げていた。

3.4.2 大学のリカレント教育の設計・運営について

(1) リカレント教育の収益化及び実施のための全学での体制に課題

リカレント教育を(あるいはリカレント教育も)行う子会社として株式会社または社団法人を設立している場合、リカレント教育による黒字化が比較的しやすくなる傾向が見られた。また、子会社を持たない大学の中にも、企業の経営層に直接働きかけ、企業研修の実施に至ったケースもあり、リカレント教育による収益化の見通しが立ちつつある事例も見られた。

しかしながら、本調査対象大学の多くは現在、政府や自治体からの支援を受けて個人向けのリカレント教育を実施しており、現状の延長線上では、収益の見込みが立ちにくいとの意見も寄せられた。その要因としては、大学でのリカレント教育が教員・学部単位で個別に実施され、全学での状況が把握されていないこと、現状ではリカレント教育の対価(報酬等)が提供できないため、一部の熱意のある教員に頼らざるを得ないこと、企業ニーズの把握や、教育プログラムの設計を教員と調整できるスタッフが十分に配置されていないこと、等が意見として挙がっていた。

(2) 潜在的受講者層・企業へのアプローチは試行錯誤

リカレント教育を潜在的な受講者層に届けることについては、各大学で試行錯誤の状況である。本調査では、多くの代理店を通じて広報を積極的に行い、新規の受講者の獲得につなげようとしている事例が見られた。また、教育プログラムの中で複数のコースを提供している場合に、どのようなプログラムを受講すれば良いかについて、オンラインで個別相談を行う場を提供している事例も見られた。

企業へのアプローチについては、既存の受講者や既に付き合いのある企業のネットワークを活用している事例が多く見られた。例えば、既存の受講者を介して、所属する人事部にアプローチするケース、産学連携実績のある企業に対して、リカレント教育の受講についても売り込むケース等が本調査で把握された。また、中には、受講者に対するアンケートや面談など、きめ細やかなフォローにより次回以降の教育プログラムに反映させたり、教員にも働きかけて教育コンテンツを見直したりする大学もあった。

(3) リカレント教育実施は企業・大学双方にポジティブな効果をもたらす

リカレント教育の実施を契機に、産学連携等、企業との継続的な関係構築に至るケースが見られた。

大学が実施するリカレント教育の主な副次的効果としては、産学連携が挙げられる。例えば、リカレント教育の受講後に、受講者の所属企業との包括提携に至るケースや、受講者同士あるいは複数の受講企業と大学による産学連携に至るケース等である。幾つかの大学では、リカレント教育が産学連携との親和性が高いことを認識し、リカレント教育プログラムに、初めから企業間あるいは産学での交流の場を含めるメニューを加えていた。

加えて、リカレント教育は、教員にとっても視野が広がるといった効果が報告された。例えば、リカレント教育の受講生(社会人)を通じて、教員自身が社会で求められていることを把握したり、教員自身が取り組む研究と社会との接点を見出したりする効果が得られる、とのことであった。

3.4.3 国、企業への要望

我が国の問題として、日本の企業従業員に対するリカレント教育への関心の低さが指摘された。企業従業員は各自の知的好奇心で学び続けることが重要であるが、現状では、就職後企業従業員は学ぶことを止めているのではないかと、この指摘である。

また、現状のリカレント教育では、個人向け施策(例えば、失業者の再就職や非正規社員の正規社員への転換等)が中心となっているとの指摘もあった。今後は企業自らが、自社の従業員のリカレント教育に対して自発的に取り組むことを可能とするための施策を講じる必要がある、とのことである。

加えて、リカレント教育プログラムは内容相応に受講料も高い設定になるため、資金的余裕がない地場産業を担う企業、従業員規模の小さい企業への経済的な支援が必要との意見も寄せられた。

4. 調査結果のまとめ

以下では、企業へのアンケート及び企業及び大学へのインタビュー調査結果から、リカレント教育の産業界での活用に向けた方策と、リカレント教育を提供する大学に期待される取組についてまとめる。

4.1 リカレント教育の産業界での活用に向けた方策

4.1.1 リカレント教育の必要性を認識しつつも実施に至らない企業へのアプローチ

必要性を認識しつつもリカレント教育を実施していない企業に対して、リカレント教育の実施を促すことが考えられる。

本調査で実施した企業へのアンケート調査から、企業主導のリカレント教育を行っている企業は、回答企業の 6 割程度であったが、実施していない企業のうち 4 割は、リカレント教育の必要性を認識していた。

取組の方策としては、既存の公的支援策の認知度を上げ活用を促すこと、大学等のリカレント教育に関する情報発信を行うこと、特定分野に対するリカレント教育実施支援を行うこと、企業に対するインセンティブ付与(4.1.2 で取り扱う)を行うこと等が考えられる。

既存の公的支援策については、本アンケート調査回答企業の約 8 割が、公的支援策を知らないか、活用していないとのことであった。そのため、例えば、企業が利用可能な人材開発支援助成金や個人が活用できる教育訓練給付金等、既存施策の認知・活用を企業に促すことも重要であると考えられる。

リカレント教育推進に際しての課題については、アンケート回答企業の 3 割弱が「適切なプログラムが見つからない」と回答していることから、リカレント教育プログラム実施者の情報発信と併せて、適切なプログラムの検索を可能とするポータルサイトの構築を促進することが望ましい(情報発信の方法については、4.1.3 で述べる)。

特定分野に対するリカレント教育実施支援については、本アンケート調査では、企業のニーズがある分野として、デジタル関連、カーボンニュートラル・脱炭素経営、デザイン思考が挙がっていた。これらの分野や政府として特に推進が必要と考える分野に対して助成金による支援を行うことも考えられる。

4.1.2 リカレント教育の促進に取り組む企業へのインセンティブ設計

企業に対するインセンティブ設計も重要であると考えられる。

本調査で実施した企業へのアンケート調査から、「事業構造の転換のため」あるいは「従業員の職種転換/配置転換のため」にリカレント教育に取り組む企業はそれぞれ 1 割前後にとどまっていた。加えて、リカレント教育を受けた従業員に対する「処遇への配慮」は過半の企業で行っていない状況であった。

すなわち、リカレント教育自体は実施していても、それを事業戦略と結びつけたり、従業員に積極的な動機付けを与えるように克つようできている企業は少数であると考えられる。

そこで、本調査のような企業・大学のリカレント教育の好事例を収集し、企業に対する積極的な情報発信を行うことに加え、既存の分野別優良企業選定において人的投資の一環としてのリカレント教育の実施状況を可視化する仕組みを導入する等、企業のリカレント教育の取組が内外のステークホルダー

から評価される仕組みを検討することが考えられる。また、政府において現在検討が進められている、人的資本に関する情報開示指針等において、従業員のリカレント教育に関する要素を追加すること等が考えられる。

4.1.3 リカレント教育に関する情報発信のためのポータルサイト構築

アンケート回答企業の 3 割弱が、リカレント教育推進に際しての課題として「適切なプログラムが見つからない」と回答していた。また、分野別（デジタル、カーボンニュートラル・脱炭素経営、デザイン思考）において、回答企業は民間企業が提供する教育プログラムを主に利用しており、大学に対するニーズは高くないことも明らかになった。

そこで、大学や民間企業が提供する教育プログラムの検索を可能とする、リカレント教育のポータルサイト構築と利活用促進が有効であると考えられる。

例えば、文部科学省は社会人の大学等での学びを支援するポータルサイト（マナパス：<https://manapass.jp/>）を提供しており、DX 分野では、経済産業省が、「巣ごもり DX ステップ講座情報ナビ」https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/sugomori/において、デジタルスキルを学ぶことができるオンライン講座の情報提供を行っている。大学も民間企業も含めて、多様な主体が提供する様々な分野の教育プログラムの検索やプログラムの内容を確認することができる、産学横断的なポータルサイトが構築され、利活用されていくことも望ましい。

4.2 リカレント教育を提供する大学に期待される取組

4.2.1 産業界のニーズを呼び込む工夫

本調査で実施した企業へのアンケート調査から、大学は、リカレント教育を行う場として企業からあまり認知されていないことが明らかとなった。大学には、産業界のニーズを呼び込む工夫が必要である。

大学(院)におけるリカレント教育を実施せず関心もない企業は 5 割弱にのぼり、大学(院)におけるリカレント教育を実施している企業はわずか 2 割であった。また、企業においてニーズの高い分野(デジタル、カーボンニュートラル・脱炭素経営、デザイン思考)においても、民間企業が提供するプログラムの方にニーズがある。

一方で、大学(院)におけるリカレント教育実施を実施した企業は、その多くが「(企業の人事担当として)効果を感じている」と回答していた。大学は、産業界のニーズを捉え企業に積極的にアプローチすることで、リカレント教育の受け皿となる余地は十分にあると考えられる。

より多くの企業従業員に対してリカレント教育の受講を促すため、大学は、下記のとおり、社会人が受講しやすい形式での教育機会の提供を行うことと併せて、企業従業員が求める教育プログラムの内容面での工夫も求められる。

なお本調査では、大学側から、産業界が求めるニーズを把握しづらいとの意見も寄せられているため、産業界側からもニーズを提示することが望ましい。例えば、業界ごとに必要なスキル標準を策定するなどの取組も有効であると考えられる。

(1) 社会人が受講しやすい形式でのリカレント教育の提供

本調査の企業インタビューの結果からは、大学に対する要望として、オンラインプログラムの充実や、社会人に配慮した時間帯の授業開講が挙がっており、リカレント教育提供参加への時間、距離等のハードルを下げるのが有効である。

大学が取り得る方策としては、低費用、短期集中型でのベーシックコースを提供し、より多くの企業従業員の参加を促すことや、JMOOC による講座提供による参加の物理的ハードルを下げるのが挙げられる。加えて、従業員の日常業務に影響しない時間帯、例えば土日、早朝、深夜に開講することも有効である。

(2) 企業が必要とする教育プログラムの内容の工夫

企業が必要とする教育プログラムを設計する等、内容面において工夫をすることも大学に期待される取組である。

本調査で実施した企業へのアンケート調査からは、企業から大学に対する要望として、業務に直ちに生かせる実践的なプログラムの提供等が挙がっていた。加えて、大学(院)のリカレント教育に実施・関心がある企業からは「大学ならではの学術的・理論的なプログラム」や「多様な業界・企業が集まるプログラム」に比較的高いニーズがあった。大学は、このような企業のニーズに応える教育プログラムを設計することが有効であると考えられる。

4.2.2 情報発信の工夫

企業による大学のリカレント教育の活用機会を増やすには、大学側からの積極的な情報発信ももちろん重要であるが、大学が提供する教育プログラムを見つけやすくするための工夫も必要である。

本アンケート調査の回答企業の約 3 割は、大学(院)のリカレント教育に関して「特に収集していない」と回答しており、企業による「マナパス」の利活用実績もほぼ確認できなかった。

先の 4.1.3 で述べた通り、大学や民間企業が提供する教育プログラムの検索を可能とする、産学横断的なリカレント教育のポータルサイト構築と利活用を促進することで、企業の目に触れる機会を増やす方策も有効であると考えられる。

4.2.3 リカレント実施体制の工夫

(5)(1)で触れた通り、本調査対象大学からは、現状の延長線上では収益の見込みが立ちにくいとの意見も寄せられた。その要因として、リカレント教育に関する全学での状況が把握されていないこと、リカレント教育に関して、企業ニーズの把握、教育プログラムの設計を教員と調整できるスタッフが十分に配置されていないことが挙がっていた。また、収益の見込みが立たないため、リカレント教育の対価(報酬等)が提供できず、一部の熱意のある教員に頼らざるを得ない状況となっていた。

これらの課題への対応策として、本調査では、収益化のめどを立てた上でリカレント教育を(あるいは教育も)行う子会社の設立や、単発のリカレント教育にとどまらない企業との関係構築、JMOOCを活用したリカレント教育への呼び込み等の工夫を行っている事例が確認されており、これらの取組が参考になると考えられる。

2022 年 4 月からは、従来指定国立大学法人にしか認められていなかった、大学の研究成果を活用したコンサルティングや研修・講習等を実施する会社への出資が全ての国立大学法人に拡大されることとなっており、今後は、子会社設立によるリカレント教育の提供が広がることも期待される。

また、単発のリカレント教育にとどまらない企業との関係構築は、本調査の対象大学の多くも着目していた。単発のリカレント教育では収益化が見込めない場合でも、産学連携や個別企業向けにアレンジした研修プログラムの提供により、大学としての収益源にしていくことも有効であると考えられる。

さらに、本調査で作成した事例集も含めて、大学の個々の取組を好事例として、他の大学にも共有し横展開していくことも重要であると考えられる。

令和3年度産業経済研究委託事業(「イノベーション創出」のためのリカレント教育に関する調査) 報告書

2022 年 2 月

株式会社三菱総合研究所
セーフティ&インダストリー本部
キャリア・イノベーション本部
