


「2022年度 教育研修の実態と課題」 に関するアンケート

株式会社ジェイック  JAIC

はじめに

今年度は、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の発令が続いた昨年度と変わり、

3年ぶりに宣言等が出ない状態での年度がスタートしました。

その中で、各社が2022年度の教育研修をどのように考えているのか、アンケート調査を実施しました。

各社の動向をぜひご覧ください。

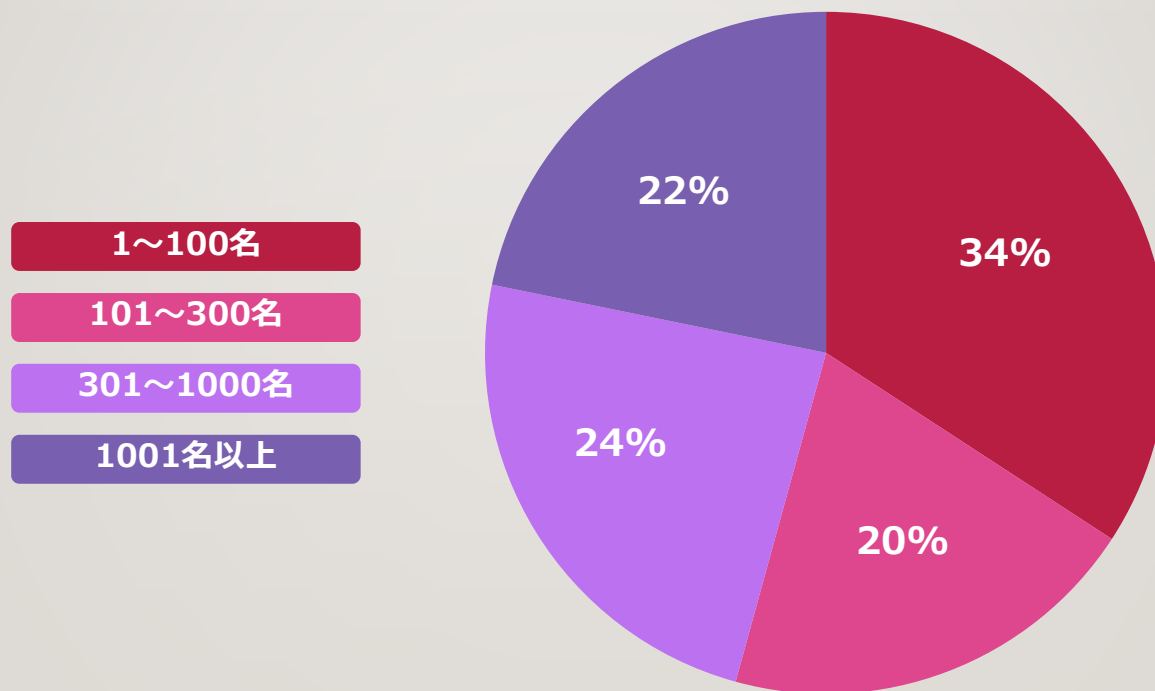
調査概要

- 調査概要 : 2022年度 教育研修の実態と課題に関するアンケート
- 調査期間 : 2022年3月25日～2022年4月27日
- 調査方法 : Webアンケート
- 調査対象 : 上場および非上場企業の人事責任者・担当者
- 提出数 : 有効回答234件 ※企業規模 : 1000名以上 (69件) / 301～1000名 (59件) / 300名以下 (106件)
- 実施機関 : 株式会社ジェイック
- 調査結果の引用 : 利用の際は (ジェイック調べ) と表記ください

調査項目

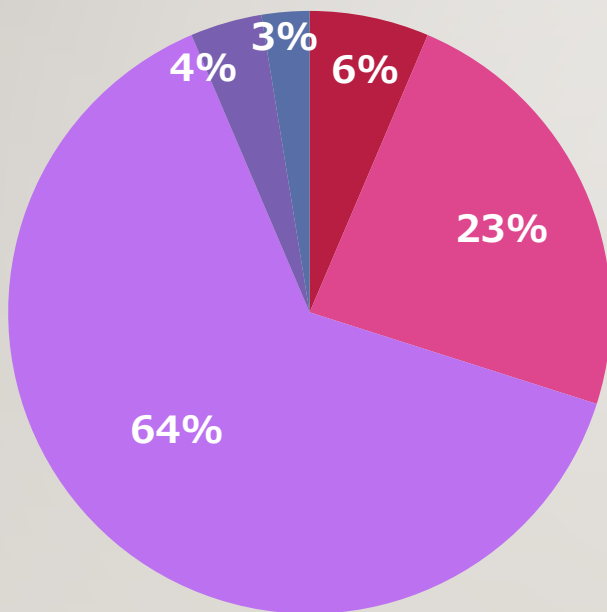
No.	回答形式	必須／任意	設問
1	単一	必須	貴社の、教育研修の対象となる従業員数をお答えください
2	単一	必須	2022年度の社員研修の実施数（予定含む）は、2021年度と比べてどう変化する予定ですか。最も当てはまるものをお選びください
3	記述	任意	質問2で選んだ回答について、それはなぜですか。理由を簡単にお聞かせください
4	複数	必須	2022年度に実施する（予定含む）社員研修として、当てはまるものをすべてお選びください
5	複数	必須	2022年度の社員研修において、注力したいと考えているものはどれですか。当てはまるものをすべてお選びください
6	複数	必須	2022年度以降、注力したいと考えている研修テーマはありますか。当てはまるものをすべてお選びください
7	複数	必須	2022年度に実施する（予定含む）社員研修の実施方法として、当てはまるものをすべてお選びください（検討中も含む）
8	単一	必須	2022年度の研修予算について、年間で一人当たりにかかる費用として最も近いものをお選びください
9	単一	必須	2022年度の「一人当たりの研修予算」は、2021年度と比べてどう変化する予定ですか。最も当てはまるものをお選びください
10	記述	任意	質問9で選んだ回答について、それはなぜですか。理由を簡単にお聞かせください
11	複数	必須	社員研修を実施・運営する上で、課題となっていることはなんですか。当てはまるものをすべてお選びください
12	記述	任意	コロナ禍で社員研修にどのような変化がありましたか。差し支えない範囲でお聞かせください
13	記述	任意	コロナ禍での社員研修・人材育成で生じている課題はありますか。差し支えない範囲でお聞かせください

Q1.貴社の、教育研修の対象となる従業員数をお答えください



Q2.2022年度の社員研修の実施数（予定含む）は、2021年度と比べてどう変化する予定ですか

全体



大幅に増加の見込み

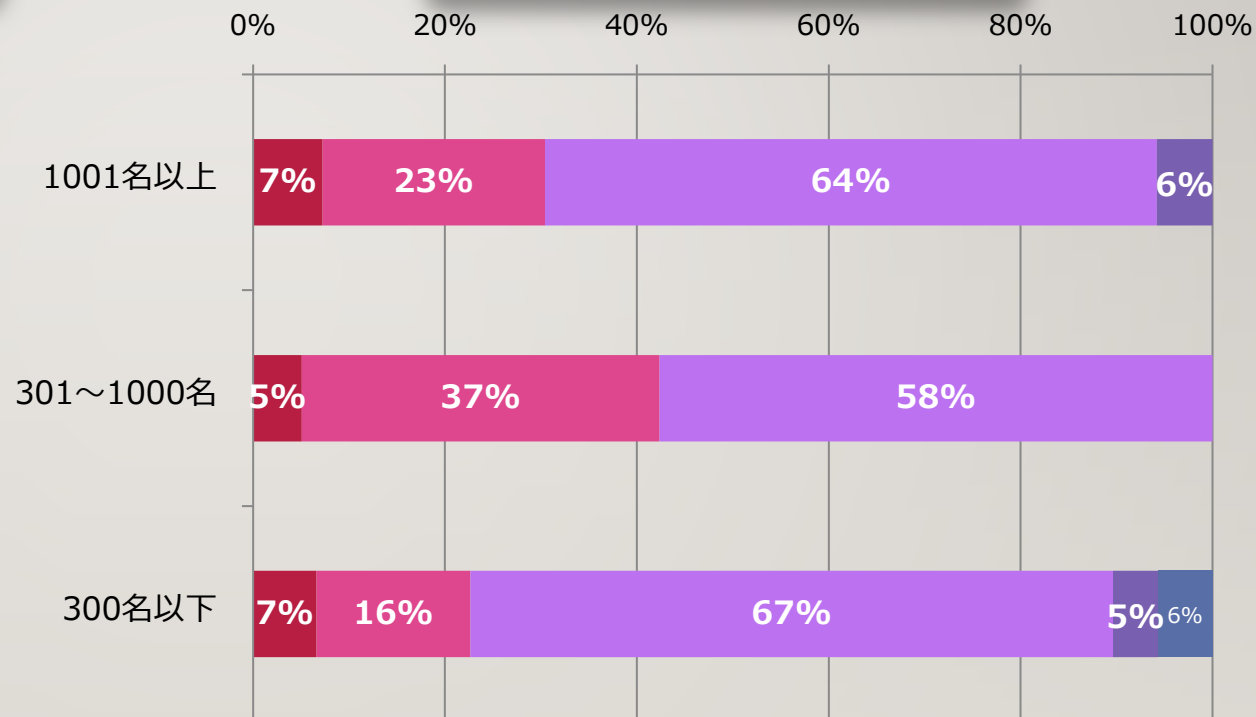
やや増加の見込み

変わらない

やや減少の見込み

大幅に減少の見込み

規模別



- ✓ 前年度に比べて増加を見込む企業が29%に対して、減少を見込む企業は7%と、増加見込の企業が多数。
- ✓ コロナ禍で自粛していた集合研修を再開する意向の企業が多いと考えられる。

Q3.質問2で選んだ回答について、それはなぜですか 理由を簡単にお聞かせください

<1001名以上>

- コロナが落ち着くと思うから
- コロナ禍で減少気味だったところを、対面含め復活させるものもあるため
- 会社、組織で最低限のものは用意するが、あとは予算と個人の裁量のため
- 学び続けることを人事制度の評価軸として導入予定。それを会社として支援するため
- 管理職と女性リーダー向けを加えたかった
- 経営統合があったため
- 研修開催回数は従来どおり、研修開催日程は以下2つの理由で増加させる。①オンライン対応のため②研修プログラムを増やすため
- 研修強化の方向はあるものの、対象人数自体は変化がない
- HRに費やす人的資源の変化が見込めない
- 改廃を含む見直しの結果

<301~1000名>

- オンライン併用で既存研修を実施するため
- コロナが落ち着いてきたことにより対面での研修が実施できそうだから
- コロナ禍で研修回数自体が減っていた事もあり、コロナ前の水準やそこまでいかなくとも増やさなければいけないと感じております
- コンプライアンスやハラスメント研修を追加するため
- マネジメント層が、何かを変えることを嫌がるため
- 教育体系が決まっていて、OJT時間を十分確保していただくべく、総量規制をしているから
- 教育等の実施対象者が増えるため（前年度に実施できていない研修があるため）
- 経営方針に基づき新しい研修を企画しているため
- 社員教育に対する方針が明確に定まっていなかったため

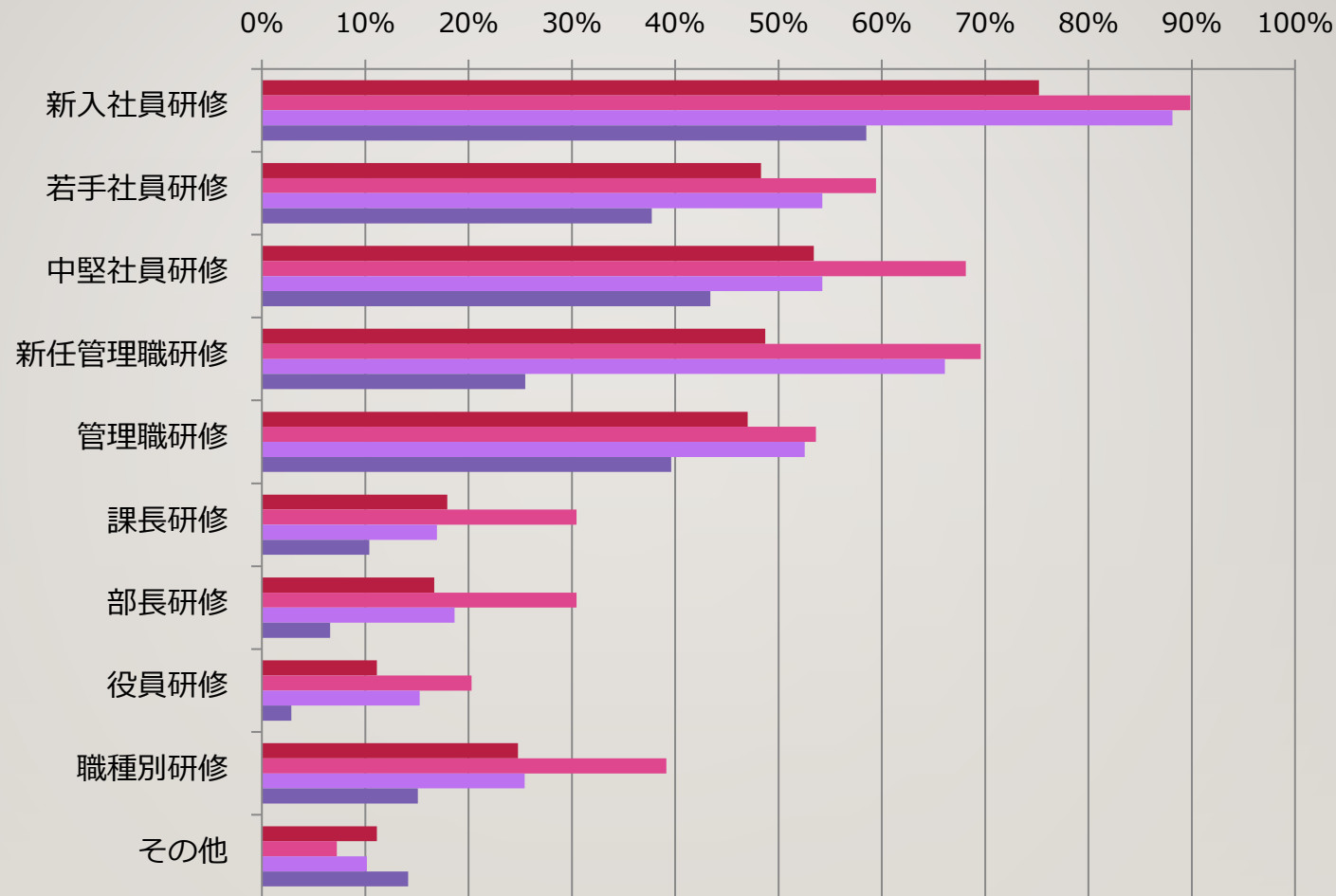
<300名以下>

- 2021年度と同じe-ラーニングを実施する予定のため
- HRチームとしての業務が安定してきており、教育に対する企画や実施に時間が割けるようになった
- ある程度今までの研修が効果が出ており、急な予算の増額は難しいので現状維持の予定
- コロナ対策で中止していたが先期より解除したから
- まん延防止措置が解除され、集合研修が可能になると見込まれるため
- 教育予算を増やした
- 研修の量が足りていないから
- 研修全体の見直しを行なうため、現時点では現状維持とするため
- 研修体制の整備ができたため
- 在宅勤務など、勤務体系に変化があったため

Q4. 2022年度に実施する（予定含む）社員研修として、当てはまるものをすべてお選びください

全体×規模別

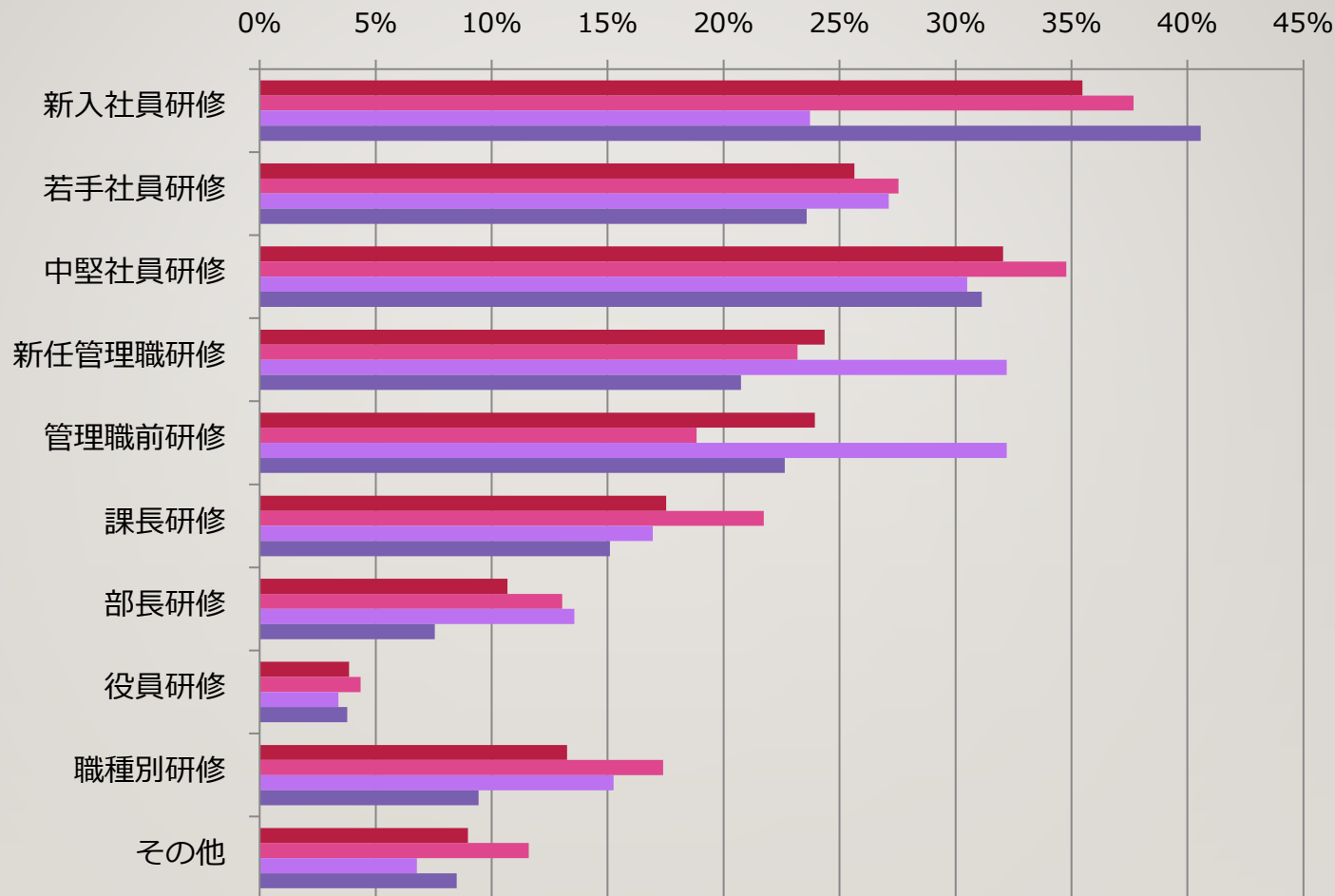
- 全体
- 1001名以上
- 301~1000名
- 300名以下



- ✓ 全体的に規模が大きくなるほど、階層研修が充実する傾向
- ✓ 採用有無で差が生じる新入社員研修以外を除いて、とくに差が大きいのが「新任管理職研修」の実施有無

Q5. 2022年度の社員研修において、注力したいと考えているものはどれですか

全体×規模別



✓ 300名以下企業と1001名以上の企業は「新入社員研修」「中堅社員研修」に注力と答えたのに対して、301~1000名企業は「管理職前研修」「新任管理職研修」に注力する傾向が強い

Q6. 2022年度以降、注力したいと考えている研修テーマはありますか

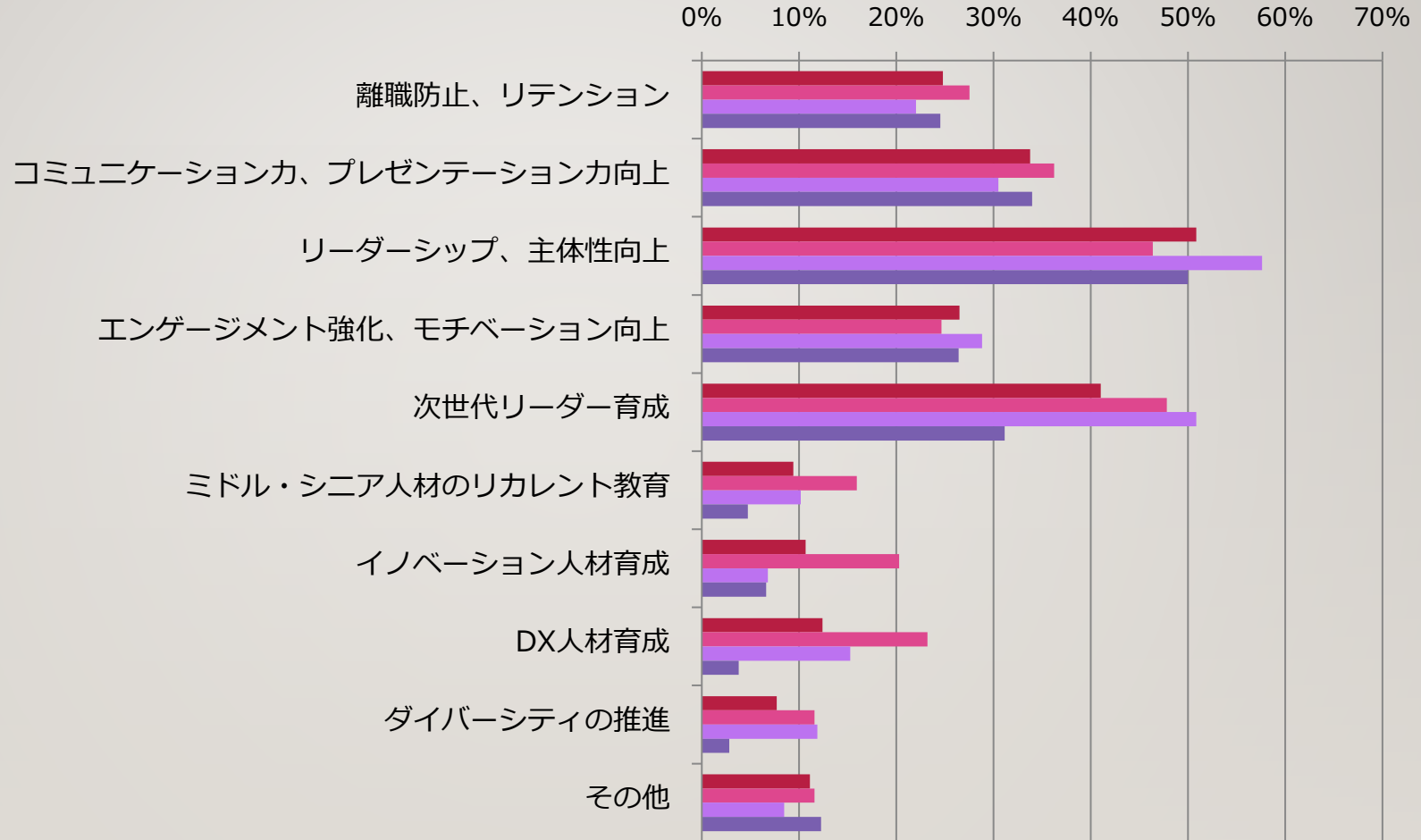
全体×規模別

全体

1001名以上

301~1000名

300名以下



- ✓ 全体的に注力する研修テーマは、1位「リーダーシップ、主体性向上」、2位「次世代リーダー育成」、3位「コミュニケーション力・プレゼンテーション力向上」

Q7. 2022年度に実施する（予定含む）社員研修の実施方法として、 当てはまるものをすべてお選びください（検討中も含む）

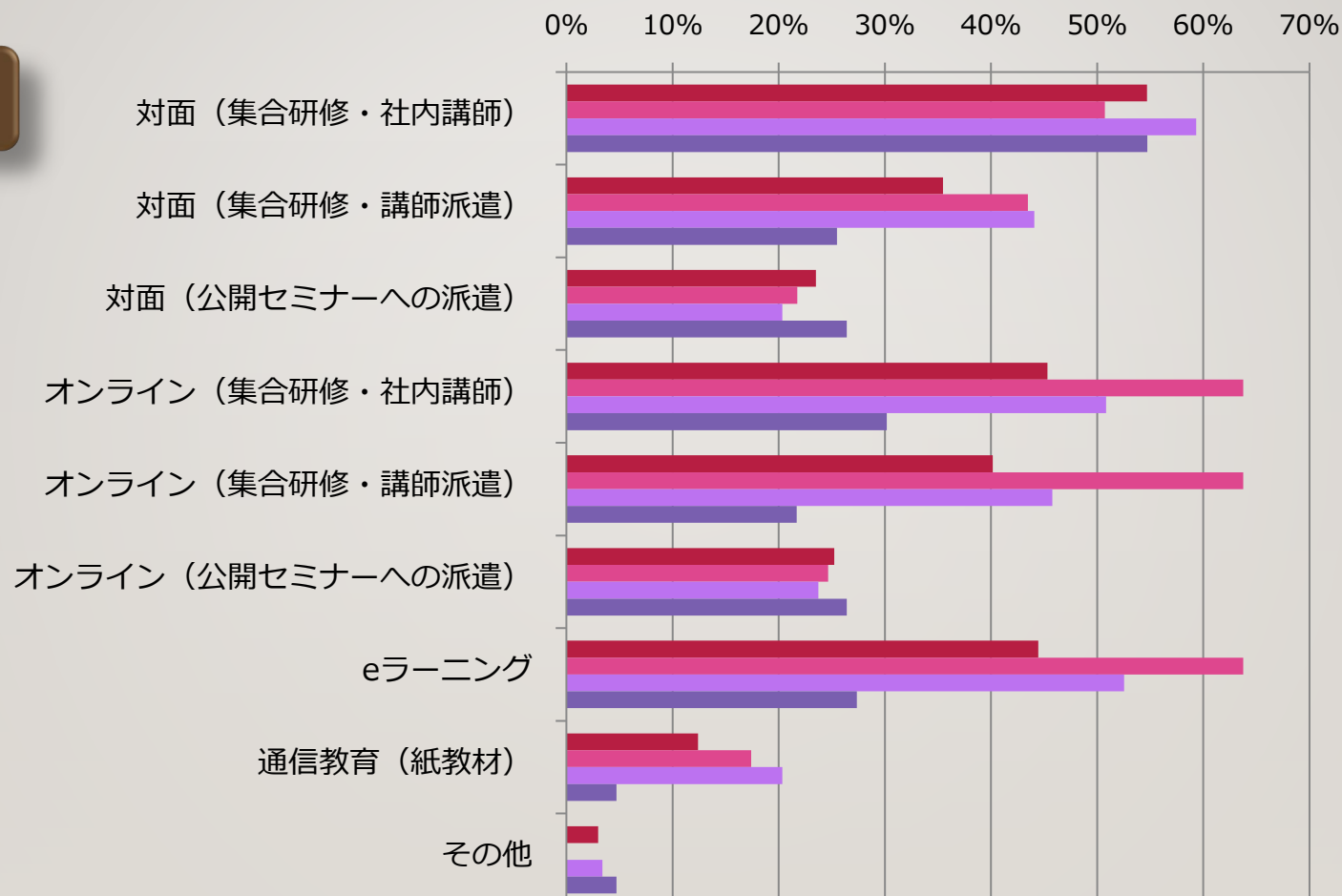
全体×規模別

全体

1001名以上

301~1000名

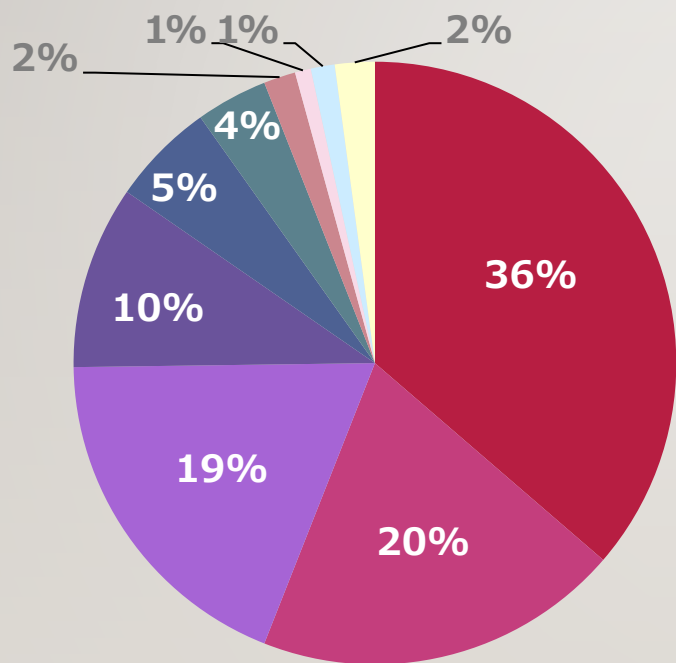
300名以下



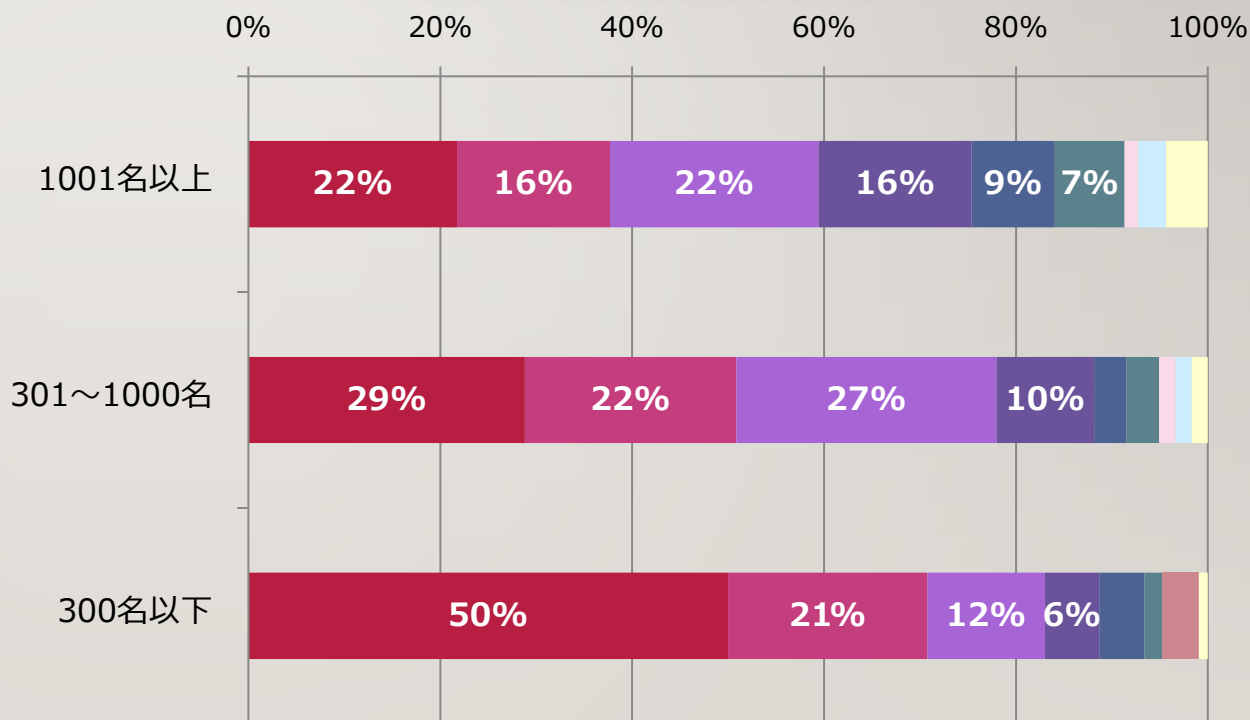
✓ 規模の増加につれて、オンライン研修（集合研修）や eラーニングなどのweb利用型の教育を
2022年度も実施していく傾向が顕著

Q8. 2022年度の研修予算について、年間で一人当たりにかかる費用として最も近いものをお選びください

全体



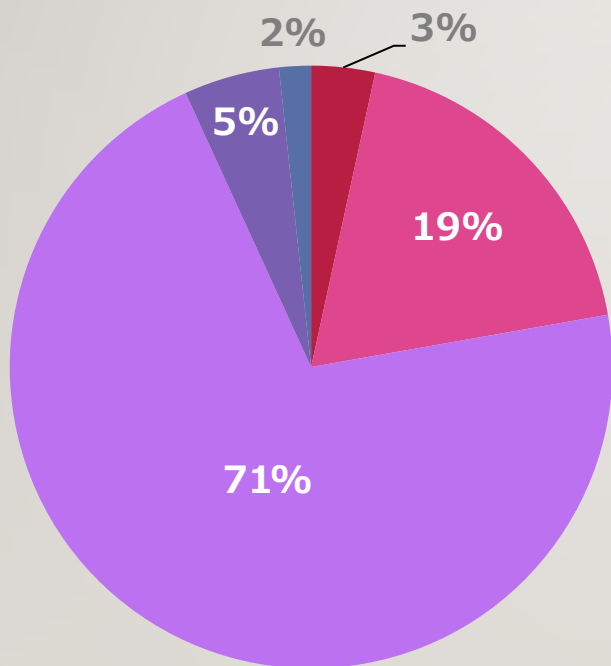
規模別



- ✓ 従業員1人当たりの研修費用は年間1人3万円未満が最多で36%
- ✓ 規模が小さな企業ほど1人当たりの研修費用が少なくなる傾向

Q9. 2022年度の「一人当たりの研修予算」は、2021年度と比べてどう変化する予定ですか

全体



大幅に増加の見込み

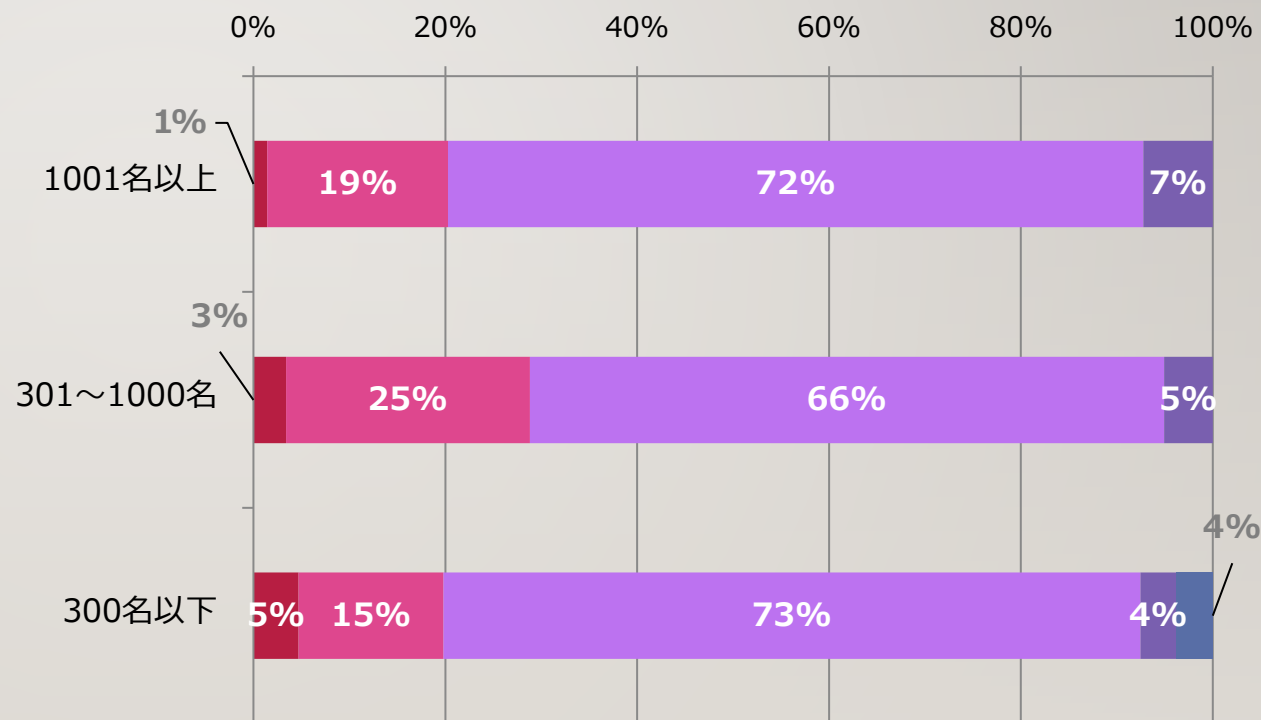
やや増加の見込み

変わらない

やや減少の見込み

大幅に減少の見込み

規模別



✓ Q2の研修回数の増加傾向を反映して、1人当たり研修予算は増加を見込む企業が22%に対して、減少を見込む企業が7%という傾向。とくに301~1000名の中堅企業で増加見込の企業比率が大きい

Q10.質問9で選んだ回答について、それはなぜですか 理由を簡単にお聞かせください

<1001名以上>

- もともと大きな予算をとってないから
- 2021年度はコロナ影響もありほぼ実施できていないため
- 教育に充てる予算が十分確保できないため
- オンライン研修を増やした
- 税制変更への対応
- 利益確保が優先的に必要なため
- もっと増やしたいが、業績的に難しいため
- 受講対象者が当初予定よりも減少。結果、一人あたりの単価がアップする見込みのため
- 人的資本経営への投資に対する社会評価が明確になり、経営方針における人材育成のウエートは上がる。会社の従業員に対するニーズも、自律的・創造的・自主行動的な人材に対するニーズが高まっていくため、研修の内容も高度になっていく、と予想する

<301~1000名>

- 初めて若手研修を外部に委託して実施することが決まっているから
- 内容および受講人員数に変化なし
- 昨年、ほぼ研修費用を使用していないので
- 特に増加させる必要がないから
- 予算が変わらないから
- 教育体系に基づく総量規制があるから
- 一人当たりの単価としては、ほぼ変わらないので
- 昨年とほぼ同じ内容なので
- リモート研修の比率上昇のため
- 研修実施数が増えるため
- 経営層が人材育成に対して予算を取ることを良しとしない。一方で、退職者の補充に際しての採用コストも圧縮させる方向性あり、全体として既存社員の人材育成<新入社員の育成となる。新入社員の教育は部門に任されているので、教育コストとしては載ってこない

<300名以下>

- 在籍数が新入社員を除き、大差ないので
- 2022年度のミッションとして設定しているから
- 研修効果が期待できるため
- 研修全体の見直しを行なうため、現時点では現状維持とするため
- 2021年度と同じ研修を実施予定のため
- 予算削減
- まん延防止措置が解除され、集合研修が可能になると見込まれるため
- ある程度今までの研修が効果が出ており、急な予算の増額は難しいので現状維持の予定
- 業績が上向いている
- COVIDからの回復期で予算が減少のため
- 新たな教育研修制度の導入
- 委託先（グループ内）と定額の契約なので

Q11.社員研修を実施・運営する上で、課題となっていることはなんですか 当てはまるものをすべてお選びください

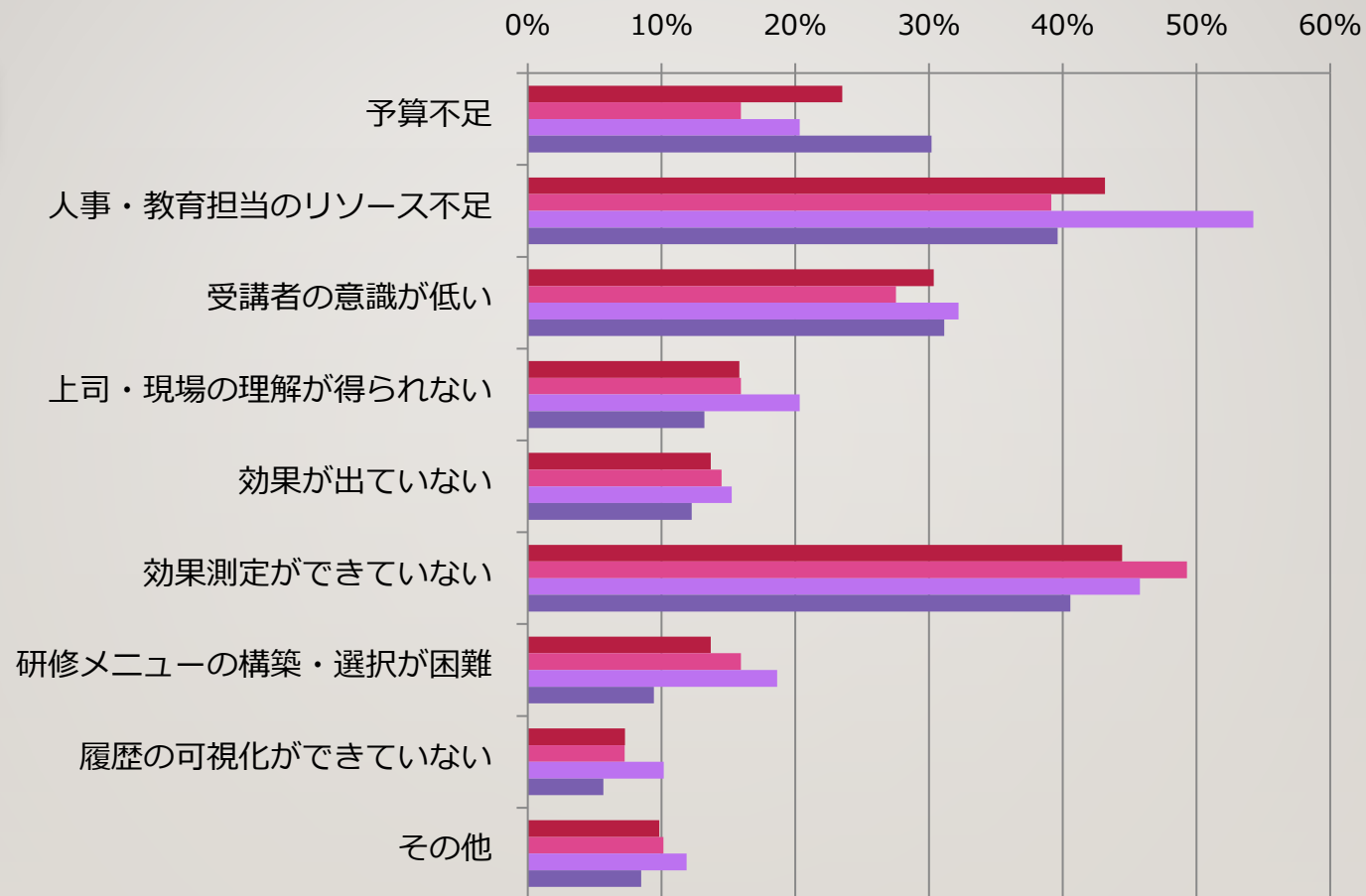
全体×規模別

全体

1001名以上

301~1000名

300名以下



- ✓ 全体的には「効果測定ができていない」という課題が1位となり、共通の悩みとしてあげられる
- ✓ 一方で、301~1000名企業では「人事・教育担当のリソース不足」が1位となり、企業規模に伴って増加する組織やHRの課題に社内リソースが追いついていないことを想起させる結果となった

Q12.コロナ禍で社員研修にどのような変化がありましたか 差し支えない範囲でお聞かせください

<1001名以上>

- 集合研修を自粛
- e-learningが増加した
- ほとんどオンライン研修になった
- どちらかというとな積極的に受けにくくなった認識。対面が中心だったためと推察
- 研修開催にあたりいくつか目的を設定しているが、オンライン開催でも目的は「ほぼ」達成できることが分かった。受講者の立場では、研修=久々の同期飲み会、のような位置付けでありモチベーションであったが、それがオンラインでは成し遂げられないため、熱量が今一つ上がっていない感じがある
- コミュニケーションの仕方が変わった
- 集合研修ができず、やむを得ず、延期・中止した研修があった。オンライン研修で代用できるものは実施したが、効果的には対面研修に比して劣るとの評価をしている。e-learningメニューも導入したが、既存サービスであるため、実務との整合性がズレている様に感じる

<301~1000名>

- 講師派遣が減少
- リアルでの集合研修が難しくなった
- 研修時間の短縮
- オンライン研修の実施割合が増加
- 研修が殆ど行われない
- 対面形式で行いたいものについては実施時期を後ろ倒しで検討せざるをえない
- 2021年1月に、現在のwe-bexシステムとなり、オンライン方式、オンデマンド方式、ハイブリッド方式等、色々な形で研修が出来るようになった
- 対面重視から、やむなくリモートに切り替えたが、費用・時間等の削減効果は大きかった。集合と遜色ない内容で開催できたが、内容によっては集合の方が効果が大きいものもあり、その見極めの機会を得られた
- オンラインに切り替えることができる研修は切り替えたが、受講者同士や講師とのコミュニケーションが必要な研修は延期したり、プログラムを変更して少人数制にするなど内容を見直した

<300名以下>

- オンライン研修が増加した
- 対面ではなくeラーニングでの実施が容易になった
- WEBセミナーへのシフトが進んだ
- 常時マスクを着けて実施しているため、声が聞こえずらく、また、間隔を空けての研修になるため、一体感が少なくなっている
- 社外研修の契約打ち切りなど、最小限の教育にとどめている
- 直接にかがかったわけではないが、コロナ期間中に集合の研修をすること自体の不信感があったのではないかと感じる
- オンライン研修については最初は効果が不安だったが、効果が上がっている。eラーニング受講も本格導入した事も大きな変化
- 元々リモートワークを推奨している会社でしたので、オンライン開催の研修も多くそれほど変化はない。ただ、一部の実地研修は緊急事態宣言等で延期せざるをえず、実施できていないものがある

Q13.コロナ禍での社員研修・人材育成で生じている課題はありますか 差し支えない範囲でお聞かせください

<1001名以上>

- 受講生の反応が見づらくなった
- 研修者間のコミュニケーションが難しい
- 個人の要望や欲求を把握しづらくなった
- 対面で実施できないことで、大人数に同じ内容・テンションの研修を同時に行うことができなかつたり、準備に今まで以上に時間を取られることなど
- オンラインの場合、対面実施より取り組み姿勢が低下しているのではないか。対面ではできた、研修の仲間がオンラインではできず、他部門交流や互いの切磋琢磨ができない
- 対面、オンライン、それぞれの良さを活かすべきだが、今のところ、そのような配慮はできていない
- コロナ禍と言う意味では、対面研修ができない点が、従業員同士の横のコミュニケーションによる研修効果に影響を及ぼしている。又、社会的価値の変化に対応する企業側のニーズとして、新たな研修テーマと研修メニューの必要性を感じている。

<301~1000名>

- コスト対効果が計れない
- モチベーションの維持・向上
- 職種別実技研修がやや消化不良
- 対面する時間が減少し、コミュニケーションが不足
- 集合研修で参加者同士が議論する機会が減った
- リモートでの開催が多くなり、研修当日の臨機応変な対応が難しくなった
- コロナ対応などを優先し、社員教育は後回しになりがち
- リモート偏重だとコミュニケーション・エンゲージメント面で物足りない
- 対面の研修の方が効果が高い、社員交流等の副次的ができにくい
- オンラインの場合、受講環境の整備にも問題がある。また対面式で実施するのに比べると、受講者の仲が深めにくかつたり、研修に同席して把握するのが難しいような気がする

<300名以下>

- 講師と社員との距離感が出てしまっている
- 研修全体の見直しを行なうため、取捨選択できる情報が不足している
- オンラインで、受講者の反応が見えにくい
- 組織横断的に顔を突き合わせて話す機会がなくなっている
- 社内の様々なディスコミュニケーション
- 研修効果がわかりにくいという状態です
- 研修に対する役員や現場の意識の低さをどう変えるかが課題
- 実地研修が延期になったことによる社員交流の減少が課題となっている。オンラインの方がセッティングしやすい、居住地域を問わず参加できる、欠席者に録画配信できるなどメリットも多く、研修のオンライン開催自体はポジティブに捉えている

終わりに

2022年度は過去2年間で実施を控えていた社員研修の実施を計画する企業が多く、**研修の実施数や社員1人当たりにかかる教育コストは、前年対比で増加傾向**となっています。また、過去2年間で急激に浸透したオンライン研修やeラーニングは規模の大きな企業では、2022年度も継続していく傾向が見て取れます。

コメントを見ると、**コロナ禍における社員研修・人材育成の課題として、オンライン化したことによる「コミュニケーションの不足」「受講意欲が見えない/低下している」**をあげる企業が多く、2022年度の大きな流れとしては、対面研修の再開による上記課題点の解消に向けた動きが加速すると思われます。

同時に、中長期的には中堅・大手企業を中心に**「対面研修・オンライン研修・eラーニング、それぞれの良さを組み合わせる」**ことで研修の効果性を高める、育成リソースの不足を解消しようとする動きが増えると予測します。

株式会社ジェイック [TYO:7073]

→ ご相談はこちらから ←

ジェイックは、「学ぶ楽しさ」「働く幸せ」「成長する喜び」に満ちあふれた社会を実現する、というビジョンを掲げ、教育支援サービス、採用支援サービスを提供しております。

社員研修領域では、「4：2：4の法則」に基づいて行動変容を実現するための教育研修にこだわり、新入社員～若手社員の主体性やリーダーシップ向上、また、管理職のヒューマンスキル（信頼関係やチームビルディング、人材育成力）等の向上に強みを持っています。

また、採用支援領域では、新卒のダイレクトリクルーティング「FutureFinder[®]」や大学連携の新卒紹介「新卒カレッジ[®]」、若手採用サービス「就職カレッジ[®]」を提供しています。

各種サービスに興味がありましたら、お気軽にお問い合わせください。なお、各種サービスは次ページで紹介する「HRドクター」でも確認、資料をダウンロードいただけます。

HRドクター

JAICの提供する「採用×教育」の情報提供サイトです。新人から若手、リーダー育成、マネジメント、採用のポイント、また、オンライン採用やオンライン研修のポイントやツール紹介まで150本を超えるお役立ち記事をご覧ください。また、140点を超える各種ホワイトペーパーやフォーマット等も無料でダウンロードできますので、お気軽にご覧ください。



<https://www.hr-doctor.com/>