

県内企業の人材育成の現状

県内企業は、経済が徐々に復調するに伴い社員の採用を進めているものの、現在の雇用情勢から依然として人手不足に直面している。そのため、現有社員の人材育成が不可欠となっているが、育成は容易ではないため、それが経営上の重要な問題点として認識されている。

百十四経済研究所では、人材育成の問題に直面する県内企業に、育成していくうえでの課題や施策等について、アンケート調査を実施したので、その結果を報告する。

調査結果のポイント

◆人材育成における課題

課題について、「指導者の不足(選択肢:指導する人・担当者が不足している)」が58%で最も多く、次いで「育成人材の離職(人材を育てても辞めてしまう)」が32%、「育成時間の不足(人材を育成する時間がない)」31%などであった(複数回答)。

◆人材育成のための施策

育成策について、「OJT(職場の上司や先輩が実務に則して育成)」が75%で最も多く、次いで「社内集合研修」25%、「外部研修の参加(合同企業説明会等への参加や派遣)」24%などであった(複数回答)。

◆人材育成の目的

目的について、県内企業は「生産性向上」が43%で最も多く、次いで「技術力向上」40%、「意欲の向上(モチベーションアップ)」31%、「顧客満足の向上」24%、「従業員の定着」23%などであった(複数回答)。

◆人材育成の効果

企業が実感している効果について、「スキルの向上(従業員のスキル水準が向上)」が53%で最も多く、次いで「生産性等向上(生産性や業務効率が向上)」31%と続くが、「効果なかった」も13%あった(複数回答)。

調査の概要

1. 調査期間:2023年9月5日～10月2日
 2. 調査対象:県内に本社または主工場を持つ主要企業435社
 3. 調査方法:郵送及びWebによるアンケート方式
 4. 有効回答率:66.4%(有効回答数289社)
 5. 回答企業の属性と構成
 - 製造業 41%(うち基礎素材型14%、加工組立型12%、生活関連型15%)
 - 非製造業 59%(うち建設業10%、卸売・小売業20%、運輸業6%、サービス業等23%)
- 注)四捨五入の関係で、本文及び図表において内訳と合計が必ずしも一致しない場合がある。

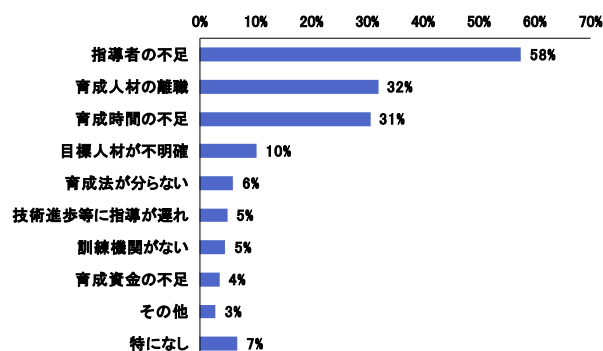
1. 人材育成の課題

「人材育成」に取り組む上で直面している具体的な課題を県内企業に尋ねた結果(複数回答)が、次の図表 1 である。

企業からの回答では、「指導者の不足(選択肢:指導する人・担当者が不足している)」が 58%で最も多く、次いで「育成人材の離職(人材を育てても辞めてしまう)」が 32%、「育成時間の不足(人材を育成する時間がない)」31%、「目標人材が不明確(育成する目標の人材が明確でない)」10%、「育成法が分らない(人材の育成方法が分らない、明確でない)」6%などとなっている。

特に上位にある「育成人材の離職」では、せっかく育てた人材が辞めていくため、企業にとっては大きな損失となっている。

図表 1 人材育成の課題



2. 人材育成の施策

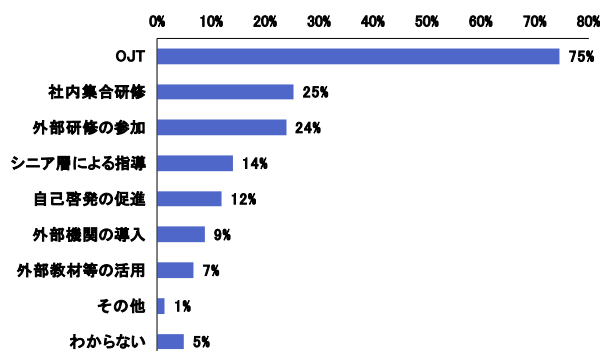
県内企業が人材育成において実施している施策を複数回答で尋ねた。

その結果は(図表 2)、「OJT(職場の上司や先輩が実務に則して育成)」が 75%で最も多く、次いで「社内集合研修」25%、「外部研修の参加(合同企業説明会等への参加や派遣)」24%、「シニア層による指導」14%、「自己啓発の促進」12%などとなった。

前項目「課題」と「施策」の関係をみると、「指導者の不足」を「課題」としている企業の 80%が OJT をしている(図表 3)。同様に「育成時間の不足」、「育成法が分らない」を課題としている企業も 7 割強が OJT をしている。

OJT は、上司・先輩が指導者となって業務指導を行う育成策である。人手不足の現場では、業務繁多の上司等がその役割を果たし、かつ業務中に時間を確保して指導するのは、実際的ではないと言える。加えて、事業環境は変化が目まぐるしく、それに応じた育成法が現場では分りにくくなっているようだ。

図表 2 人材の育成策



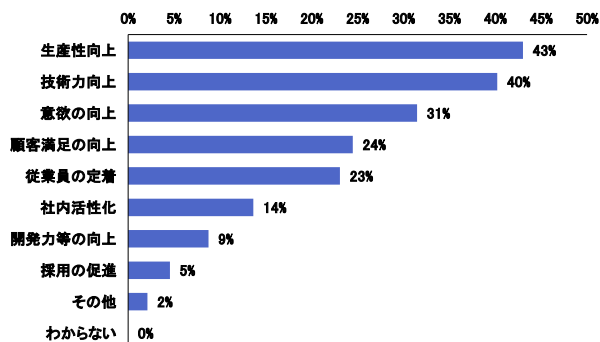
図表 3 課題と施策との関係

		施策				
		OJT	社内集合研修	外部研修の参加	シニア層による指導	自己啓発の促進
課題	指導者の不足	80%	24%	27%	15%	12%
	育成人材の離職	76%	20%	31%	19%	12%
	育成時間の不足	74%	22%	21%	16%	19%
	目標人材が不明確	71%	32%	14%	18%	21%
	育成法が分らない	76%	18%	12%	12%	18%

3. 人材育成の目的

人材育成の目的について尋ねたところ(複数回答)、県内企業は「生産性向上」が43%で最も多く、次いで「技術力向上」40%、「意欲の向上(モチベーションアップ)」31%、「顧客満足の上昇」24%、「従業員の定着」23%などとなっている(図表4)。

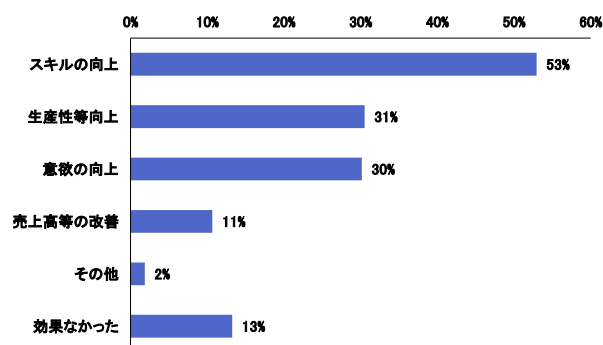
図表4 人材育成の目的



4. 人材育成策による効果

人材育成を行っている企業が、実感している効果について複数回答で尋ねた。その結果は(図表5)、「スキルの向上(従業員のスキル水準が向上した)」が53%で最も多く、次いで「生産性等向上(生産性や業務効率が向上した)」31%、「意欲の向上(従業員のモチベーションがアップした)」30%、「売上高等の改善(売上高改善、経費削減等があった)」11%と続くが、「効果なかった」も13%あった。

図表5 人材育成の効果



施策と効果との関係を見ると(図表6)、5割以上の企業がOJTなど上位5施策で「スキルが向上」したと回答している。社内集合研修は41%の企業が「意欲の向上」があったとしている。

ただ、「外部研修の参加」は12%の企業が、「OJT」は11%の企業が効果なかったとしている。

図表6 育成策と効果との関係

育成策	育成の効果				
	スキルの向上	生産性等向上	意欲の向上	売上高等の改善	効果なかった
OJT	59%	33%	29%	8%	11%
社内集合研修	54%	34%	41%	14%	7%
外部研修の参加	57%	30%	34%	13%	12%
シニア層による指導	51%	36%	33%	18%	10%
自己啓発の促進	56%	32%	26%	18%	6%

おわりに

今回の調査から、県内企業が経営上の問題と認識している「人材育成」の現状を把握することができた。

人手不足は生産年齢人口の減少から早急な解消が難しいため、その対応として現有社員の人材育成が必要かつ有効な方法であることは明らかである。その育成策について、例えばOJTは75%の企業が行っているが、指導者の不足や育成時間の不足などの課題があることなどに見られるように、今後見直し・改善を進めることが期待される。

以上