

MBAへの進学を決意

図表1

MBA 取得の理由（複数回答）	合計		卒業生	在学生	受験生
	選択人数	選択割合	選択人数	選択人数	選択人数
仕事経験を理論的に整理	52	24.00%	25	23	4
仕事をする上で有利	33	15.20%	12	20	1
転職や独立開業	27	12.40%	18	7	2
その他	25	11.50%	22	1	2
チャレンジ	21	9.70%	14	5	2
自分を変えたい	12	5.50%	9	2	1
職場が自分を指名	9	4.10%	4	5	0
人間関係やネットワーク	8	3.70%	8	0	0
特定の仕事部門への配置転換	7	3.20%	6	1	0
特定の知識を身につける	7	3.20%	7	0	0
大学生の頃から	6	2.80%	6	0	0
無回答	5	2.30%	4	0	1
国家資格試験等の優遇措置（受験科目の一部免除等）	1	0.50%	0	1	0
勧めや誘い	1	0.50%	1	0	0
仕事がつまらなかった	1	0.50%	1	0	0
昇給	1	0.50%	0	1	0
職場に MBA をもっている人が多かった	1	0.50%	1	0	0
差を付けるため	0	0.00%	0	0	0
昇進	0	0.00%	0	0	0
大学等の研究者	0	0.00%	0	0	0
合計	217	100.00%	138	66	13

出所：清水隆介・樋口美雄「我が国の労働市場におけるMBA教育の価値」（財務省財務総合研究所「ファイナンシャル・レビュー」通巻第92号 2008年12月）

図表2

MBA卒業直後の仕事の満足度（平均値）

グループ		進学直前	卒業直後	人数	卒業直前と卒業直後の数値差が有意であるか（t検定）
全体（MBA取得者）		3.33	3.66	112	有意**
海外MBA取得者		3.33	3.63	89	有意**
国内MBA取得者		3.35	3.78	23	有意*
社費	社費全体	3.51	3.68	57	有意でない
	社費転職	3.80	3.70	20	有意でない
	社費転職（出身企業戻り後転職者）	3.83	3.67	12	有意でない
	社費非転職	3.35	3.68	37	有意*
私費		3.15	3.64	55	有意**

**：10%水準，*：5%水準（片側検定）

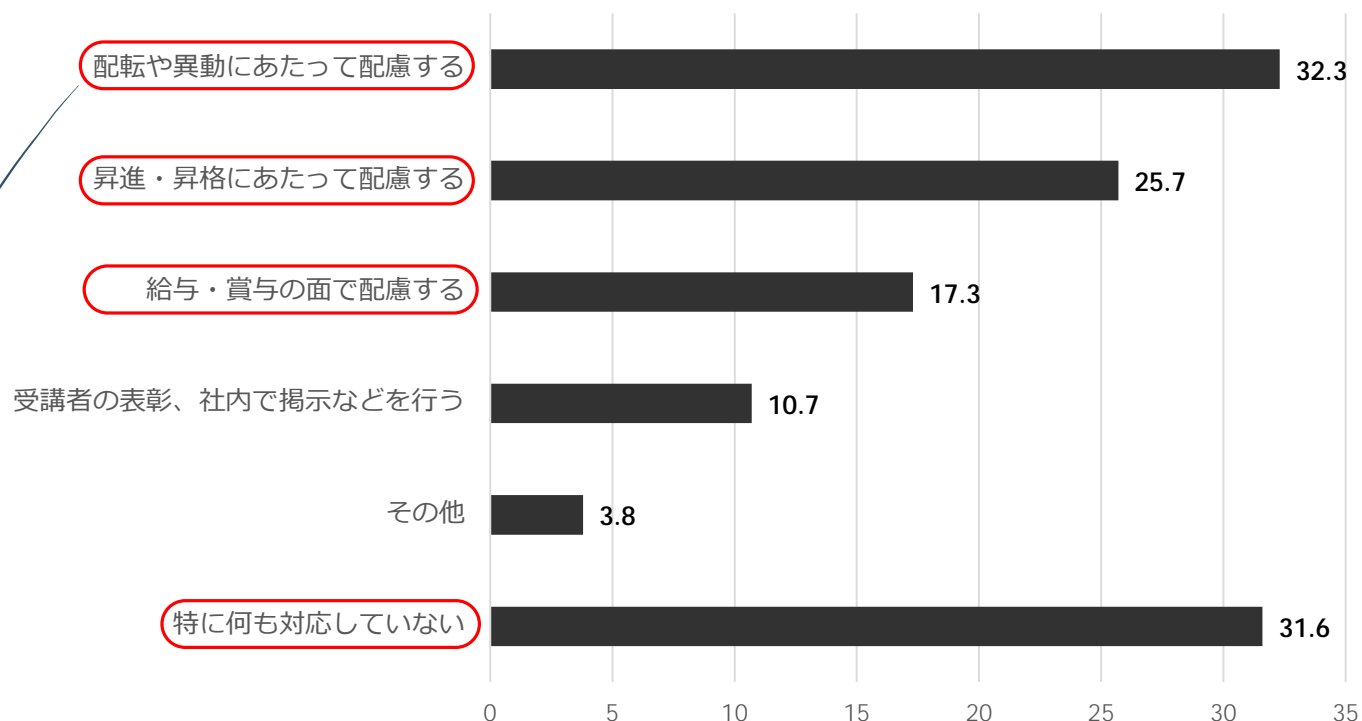
出所：清水隆介・樋口美雄「我が国の労働市場におけるMBA教育の価値」（財務省財務総合研究所「ファイナンシャル・レビュー」通巻第92号 2008年12月）

図表3

リカレント教育を受けた従業員に対する企業の対応

- 大学等での受講を支援している企業において、受講した従業員にどのような人事管理上の対応を行っているについて、最も多かった回答は、「配転や異動にあたって配慮する」が3割強。次いで、「昇進・昇格にあたって配慮する」が3割弱である。
- 一方で、「特に何も対応していない」という企業も3割存在する。

受講後の人事管理上の扱い（複数回答、単位：％）



注：従業員が大学院、大学、専修学校・各種学校等の民間の教育機関での受講に対し、支援等を行っているかについての質問に、「業務命令で受講させている事例がある」または「業務命令の受講はないが、会社として支援」と回答した393社を集計の対象としている。

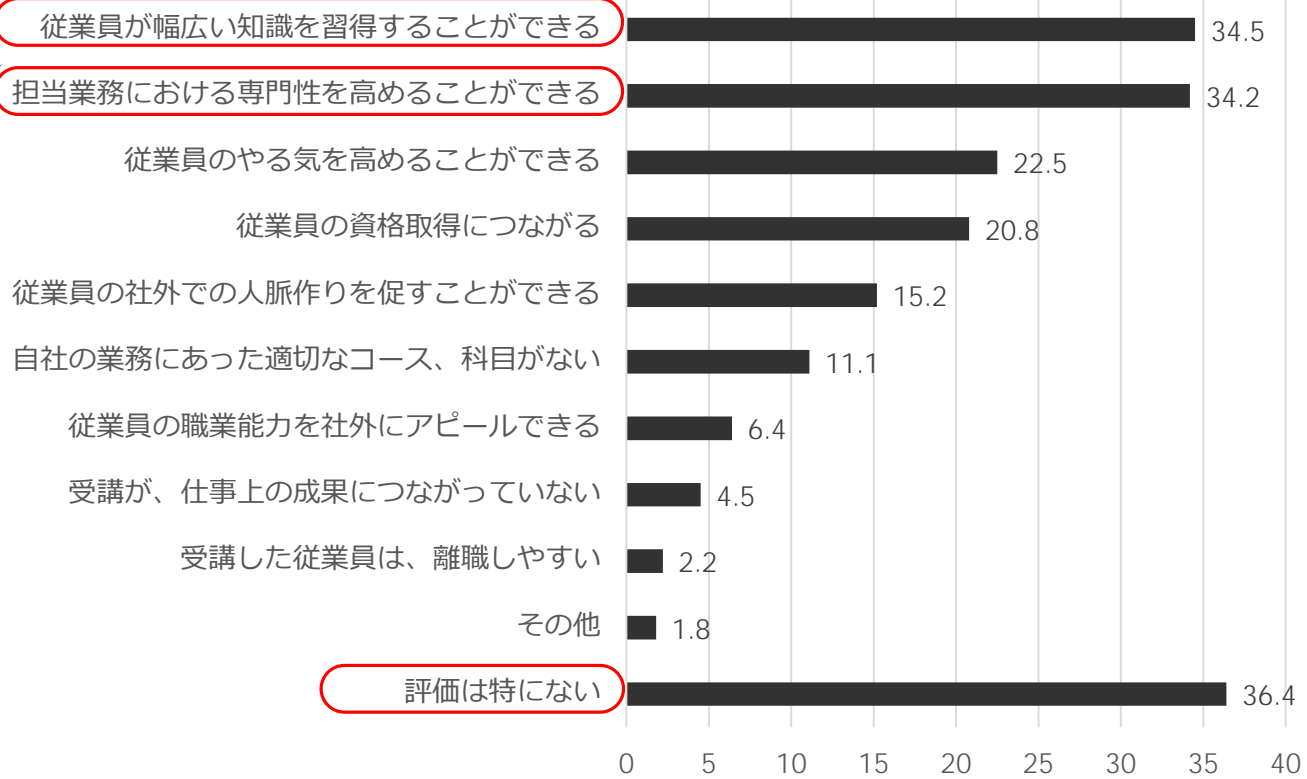
（出典）労働政策研究・研修機構調査「企業における資格検定等の活用、大学院・大学等の受講支援に関する調査」（2015年）

従業員のリカレント教育に対する企業の評価

図表4

- 大学等での従業員の受講に支援を行わない企業も含めて回答した全企業（1475社）について、何らかの評価として最も多くの企業が挙げたのは、「従業員が幅広い知識を習得することができる」、「担当業務における専門性を高めることができる」が3割強で、次いで「従業員のやる気を高めることができる」と続く。
- 一方、4割弱の企業は「評価は特にない」と回答した。

大学院、大学、専修学校・各種学校等で従業員が受講することに対する評価（複数回答、単位：%）



図表5

企業規模別の配置転換の実施状況

- 企業の配置転換の実施状況について、2013年から過去5年間に配置転換を行った企業の割合は、7割強。そのうち、6割強は、「職種変更を伴うことがあった」としている。
- 企業規模が大きいほど配置転換の実施企業割合が大きく、大企業ほど社内異動においても、労働者は未経験業務に従事している。

過去5年間にける配置転換の実施状況（単位：％）

企業規模	計	29人 以下	30～ 99人	100～ 299人	300～ 499人	500～ 999人	1,000人 以上
行った	74.2 (100.0)	51.2 (100.0)	61.2 (100.0)	79.0 (100.0)	84.7 (100.0)	89.4 (100.0)	95.1 (100.0)
職種変更を伴うことがあった	65.1	52.4	56.6	62.0	74.4	69.9	76.6
職種変更を伴うことはなかった	32.9	47.6	40.3	36.6	24.6	29.2	22.5
行っていない	24.4	48.8	37.2	19.2	14.7	10.0	4.9

（注1）この調査における配置転換は、労働者を企業内における他の職務や組織、事業所に異動させることを指す。

（注2）この調査における職種とは、「専門・技術職」、「研究・開発職」、「管理職」、「事務職」、「営業職」、「販売・サービス職」、「生産労務職」、「生産以外の労務職（運輸・通信、保安、機械運転、建設労務等）」、「その他」を指す。

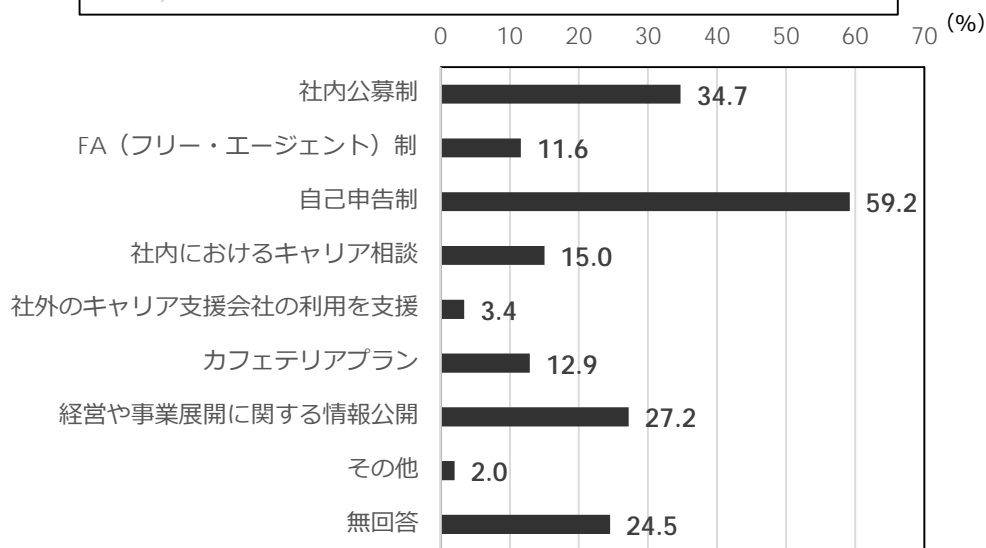
（注3）2013年2月1日時点での回答。

図表6

社内公募制の導入

- 従業員の自発性や自主選択を尊重する施策の導入状況を見ると、集計企業全体（147社）で、「自己申告制」に次いで、「社内公募制」が多くなっている。
- 社内公募制度導入企業における制度の導入時期は、2000年以降、積極的に導入された。

従業員の自発性や自主選択を尊重する施策の導入状況
(複数回答、単位：%)



社内公募制の導入時期 (単位：%)

導入年	割合	社数
1989年以前	5.9%	(3社)
1990～1994年	9.8%	(5社)
1995～1999年	11.8%	(6社)
2000～2006年	70.6%	(36社)
2000年	15.7%	(8社)
2001年	5.9%	(3社)
2002年	13.7%	(7社)
2003年	7.8%	(4社)
2004年	13.7%	(7社)
2005年	7.8%	(4社)
2006年	5.9%	(3社)
無回答	2.0%	(1社)

- (注1) 「社内公募制」とは、会社が必要とするポストの要件をあらかじめ社内に公開し、応募してきた者の中から人材を選抜する仕組み。
- (注2) 「FA制」とは、従業員が自らの経歴や能力、希望する職種や職務を登録して売り込み、その情報を見て、受入れを希望する部門がその社員と面接し、選抜する仕組み。
- (注3) 「自己申告制」とは、従業員の配置計画の参考資料として、従業員に異動希望を申告させる制度。
- (注4) 「カフェテリアプラン」とは、会社が従業員に対し福利厚生をメニューとして示し、従業員が個々のニーズに応じ選択する仕組み。

(注) 社内公募制を導入している企業 (51社) における状況

図表7

「多様な正社員」の導入状況

- 企業アンケートの調査によると、約5割の企業が「多様な正社員」の雇用区分を導入しており、そのうち、
職種限定の区分：約9割 勤務地限定の区分：約4割 労働時間限定の区分：約1割
の企業が導入している。
- 職種、勤務地、労働時間といった要素を複数組み合わせている区分も見られる（職種限定かつ勤務地限定の正社員など）。

	企業数	雇用区分数	従業員数（人）
全体	1,987 (100.0%)	3,245 (100.0%)	1,576,996 (100.0%)
多様な正社員	1,031 (51.9%)	1,547 (47.7%)	519,152 (32.9%)
職種限定あり	878 (85.2%)	1,314	442,020
勤務地限定あり	382 (37.1%)	505	140,191
労働時間限定あり	146 (14.2%)	200	53,148
いわゆる正社員	1,379 (69.4%)	1,602 (49.4%)	1,011,952 (64.2%)

（出典）厚生労働省「『多様な形態による正社員』に関する研究会報告書」（平成24年3月29日公表）より