

新入社員研修に関する調査報告書 (2021年)

eラーニング戦略研究所
eLearning Strategy Research Institute

株式会社デジタル・ナレッジ <https://www.digital-knowledge.co.jp/>

目 次

1. 調査概要	3
2. まとめ	5
3. 本調査結果のポイント	6
4. アンケート調査結果	10
5. 調査データ ～業種別クロス表～	37
6. 調査データ ～地域別クロス表～	63

1. 調査概要

調査概要

- 調査目的** : 2021年度の新入社員研修の実施状況を調査し、2018年に実施した同調査結果と比較することで傾向と課題を把握する
- 調査期間** : 2021年6月11日(金)~6月14日(月)
- 調査方法** : Webアンケート方式
- 調査地区** : 全国
- 調査対象** : 従業員数100名以上の企業で新入社員研修を実施している人事・研修担当者
- 有効回答** : 100

調査項目

1. 2021年度の新入社員研修の内容・開始時期・研修期間
2. 新入社員研修におけるeラーニングの利用状況
3. 新入社員研修における外部研修の利用状況
4. 近年の新入社員研修の変化
5. 研修効果を高めるために取り入れている手法
6. 2021年度に採用した新入社員数と昨年度との比較
7. 2021年度に採用した外国籍の新入社員数
8. 会社が求める人材像
9. 今年の新入社員の傾向
10. コロナ以降の新入社員研修の変化
11. 新入社員研修の課題

回答者属性

年代別内訳：20代 2%、30代 23%、40代 32%、50代 27%、60代以上 16%

地域内訳：北海道6%、東北3%、関東53%、中部8%、近畿20%、中国5%、四国2%、九州3%

業種内訳：製造30%、建設4%、金融・保険2%、情報通信8%、卸売・小売13%、サービス13%、不動産3%、医療・福祉5%、教育・学習支援5%、運輸・郵便8%、電気・ガス・水道1%、その他8%

企業規模内訳：従業員数100～299人 25%、300～499人 14%、500～999人 15%、1,000人以上 46%

2. まとめ

eラーニング戦略研究所は2021年6月、企業の人事・研修担当者を対象に今年度の新入社員研修に関する調査を実施し、2018年に実施した同調査結果との比較を行ないました。

その結果、新入社員研修に求められる教育内容が拡大していることが明らかとなりました。たとえば、今年の新入社員研修で「仕事の進め方」を取り扱った企業は75.8%でしたが、3年前より25.8ポイントも増加しています。そのほか「コンプライアンス」「企業理念・事業概要」「サービス・商品・業界の基礎知識」「ビジネスマナー」「情報セキュリティ」など、ほとんどの内容で実施率が大きく増加していました。

もう1つ、前回調査から大きな変化がみられたのは「eラーニング導入率」です。新入社員研修におけるeラーニング利用率は72%で、前回調査からほぼ倍増しました。コロナ対策として三密を避ける取り組みが求められるなか、オンライン研修の需要が高まり、基礎教育や研修後の確認テストなどにおけるeラーニング活用が進んでいます。新入社員研修で教えるべき内容が増加しているのは前述した通りですが、その対策の1つとしてもeラーニングが有効活用されているものと推察されます。

その一方で、新入社員研修に課題があると回答した人は92%に上りました。集合研修の中止やグループワークの機会減少により「実践的な研修ができない」「コミュニケーション不足」「新入社員のモチベーションが上がらない」といったさまざまな課題が浮き彫りとなっています。

近年の新入社員研修ではコミュニケーション力や主体性を伸ばす目的でグループワークが多用されたり、座学から実践的・能動的プログラムへのシフトが進む傾向がありましたが、その流れをコロナによってさえぎられた格好です。しかしながら、今後コロナ以前の生活に完全に戻ることは考えにくく、“オンラインで今ある課題を解決しひかりに集合研修と同等の成果を出すか”は多くの企業にとって重要な経営課題です。新入社員研修は会社や業務に慣れ、新しい人間関係を構築し、組織へのエンゲージメントを強化するという意味において他の研修より対面型教育が担う役割が大きいですが、その分オンラインで成果を出すことができれば企業の人材育成全体への波及効果も期待できるため、その動向が注目されます。

3. 本調査結果のポイント

■ 仕事の進め方、コンプライアンス、企業理念、商品知識、情報セキュリティ—— 3年前より研修内容が増加！入社前から研修しないと間に合わない？！

アンケートではまず2021年の新入社員研修の実施概況を尋ねた。

今年の新入社員研修で実施された内容は多い順に、「ビジネスマナー」「仕事の進め方」「社会人としての心構え」「コンプライアンス」「コミュニケーション」「情報セキュリティ」「企業理念・事業概要」「サービス・商品・業界に関する基礎知識」となった。

詳しくみると前回調査（2018年）と比べほとんどの内容で実施率が増加していることがわかった。たとえば、今年の新入社員研修で「仕事の進め方」を取り扱った企業は75.8%だったが、3年前より25.8ポイント増加している。そのほか増加が顕著だったのは、
「コンプライアンス」（43%→68.7%で25.7ポイント増）、
「企業理念・事業概要」（35%→60.6%で25.6ポイント増）、
「サービス・商品・業界に関する基礎知識」（30%→53.5%で23.5ポイント増）、
「ビジネスマナー」（60%→79.8%で19.8ポイント増）、
「情報セキュリティ」（44%→60.6%で16.6ポイント増）など。

また、入社後に研修を始める企業は減少し、入社前に新入社員研修をスタートさせる企業が増えていることも明らかとなった。業種や会社による違いはあるものの、1日～数日で済ませる新入社員研修は減少傾向にあり、1～2週間、あるいは1～3ヶ月かけて行う企業が多くなっている。

このことから社会が大きく変化し人材や顧客ニーズも多様化するなか、新入社員研修に求められる教育内容もまた拡大しており、入社前に一定の時間をかけて行う新入社員研修が主流となっている様子が読み取れる。

■ 「eラーニング導入率」3年前からほぼ倍増で72%！ サービス・小売・製造業などで高い導入率、新入社員研修における使い方とは。

増え続ける教育内容に対し、企業はどのように新人研修を実施しているのだろうか。
ここで注目すべきは「eラーニングの導入率」だ。

アンケートの結果、新入社員研修におけるeラーニングの利用率は72%で、前回調査（38%）の約1.9倍に増えた。「今後eラーニングを利用する予定」も合わせると89%に達し、ほとんどの企業の新人研修でeラーニングの活用が進んでいることがわかる。業種別にみると「サービス」「卸売・小売」「製造」「教育・学習支援」でのeラーニング導入率が高い。

背景にあるのは2020年から続く新型コロナウイルス感染拡大の影響だ。

「密集を避けて集合教育からeラーニングにシフト（卸売・小売）」
「コロナ感染防止のためオンライン研修を増やしています（製造）」
など、いまだ終わりの見えないコロナへの対応策として、これまで対面で行われていた新入社員研修がオンライン化された様子が読み取れる。一方、外部研修の利用率には大きな変化はみられなかった。

eラーニングは「新入社員研修のほとんど（サービス）」で使われているケースもあれば、ビジネスマナーやITリテラシー、社会人としての心構え、社内ルールといった普遍的な内容の基礎教育にも多く活用されている。入社前の事前教育にも適している。また、対面研修後、理解度を確認するためのテストや知識定着を目的にした課題提出などにも利用されている。

新入社員研修で教えるべき内容が多様化かつ増加しているのは前述した通りだが、その対策の1つとしてもeラーニングが有効活用されているものと推察される。

■ 8割が新入社員研修の変化を実感。「座学中心から実践的・能動的プログラムへのシフト」を目指すもコロナ禍で思うように実施できず。

新入社員研修は近年変化しているかという質問には80%が「はい」「どちらかといえばはい」と回答した。変化の内容としては、3年前の調査では「グループワークで主体的に発言する機会を多く作っている」「コミュニケーション能力を高める研修を心がけている」などが多かったが、今回はがらりと様相が変わり「eラーニング・Zoomなどオンライン研修が主体になった」が過半数を占めた。

企業が新入社員に求める人材像としては「主体性があり積極的」「コミュニケーション力に長けている」47%がもっとも多く、次いで「向上心があり意欲的」42%、「多様な人と協働できる」41%が続いた。

こうした人材を育成するため、各企業では従来の講義型研修に加えて「グループワーク」79.8%、「プレゼン・発表」71.7%、「ロールプレイング」52.5%、「現場実習」51.5%といった手法を取り入れており、座学中心からより実践的な内容や能動的プログラムへのシフトを目指しているが、実際には「コロナ禍以前に比べ、グループでのディスカッションや課題が減った（関東／サービス）」などその実施規模は縮小を余儀なくされているようだ。

なお、今年の新入社員の採用人数は「昨年と比べてほぼ同等程度」が55%と過半数を占めたものの、「昨年度より減少」が3年前の11%から35%に増えており、やや採用縮小傾向がみられた。

■ 「実践的な研修ができない」「コミュニケーション不足」「モチベーション低下」 92%が抱える新入社員研修の課題と今後の展望

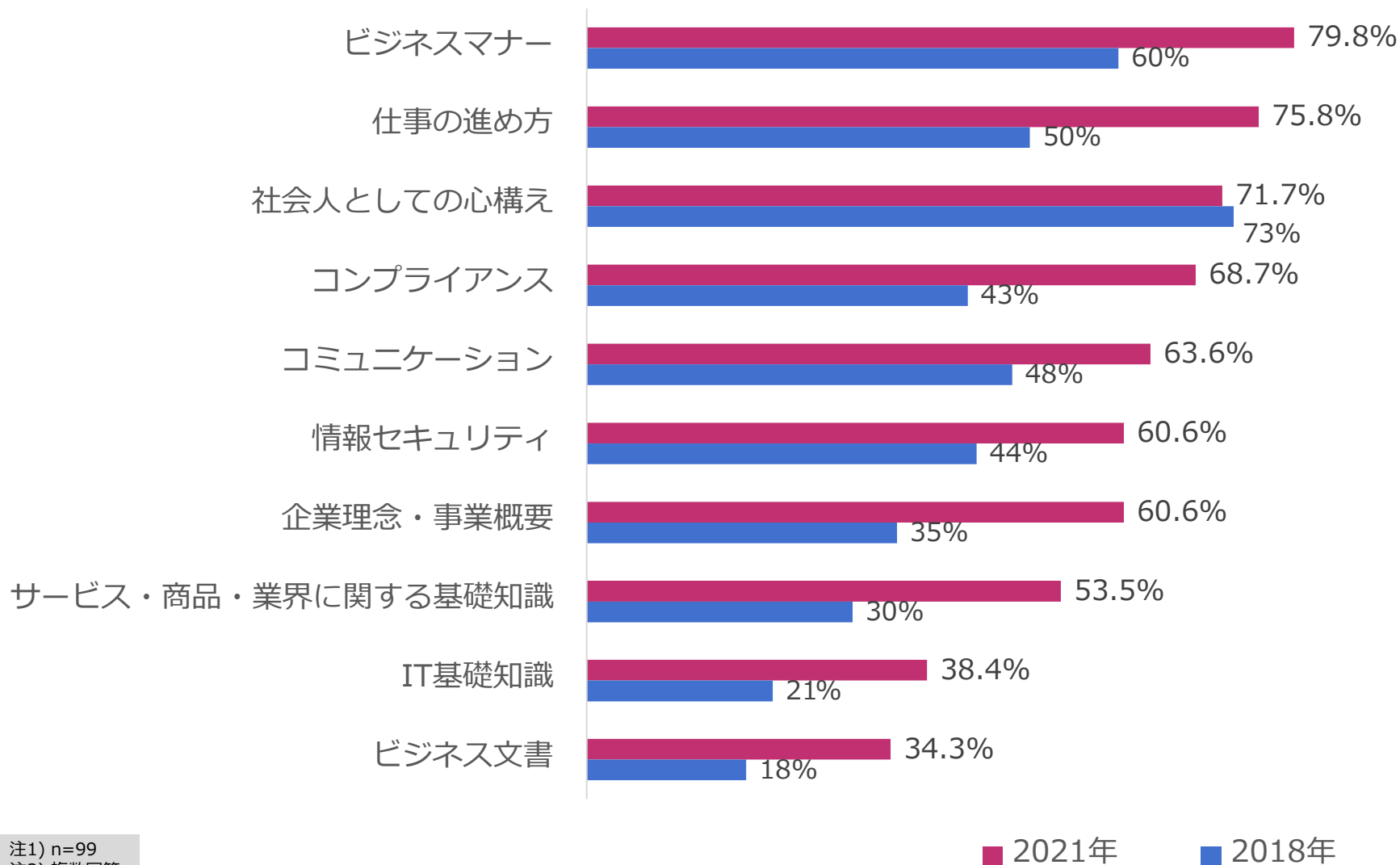
最後に、新入社員研修における課題を尋ねた。課題があると回答した人は92%で、
「なかなか実践的なことができない（その他）」
「対面研修の減少によるコミュニケーション不足（建設）」
「研修内容を何処まで理解したかわからない（製造）」
「リモートでは真剣度が薄いように感じるのだからモチベーションを持たせるか苦労している（製造）」
など対面研修が実施できないことに起因する内容が多くみられた。

前ページでも触れたように、近年の新入社員研修ではコミュニケーション力や主体性を伸ばすグループワークが多用されたり、座学から実践的な内容・能動的プログラムへのシフトが進む傾向があったが、その流れをコロナによってさえぎられた形になっている。

とはいえ、今後コロナ以前の生活に完全に戻ることは考えにくく、“オンラインでいかに集合研修と同等の成果を出すか”は企業にとって避けられない課題だ。逆にいえば、昨年から今年にかけてオンライン研修を実践し課題が出そろったことで、ここからは戦略転換とスピードを上げた対策が求められている。すでにZoomなどを活用してグループワークやディスカッションを実施する企業も出てきており、アンケートでも「ディスカッションがしづらいので今後はオンラインで上手くできるといい（卸売・小売）」
「対面研修なみに効率的な研修ができる方法を模索しています（製造）」
「グループで行う課題が減った分、新入社員間の結束力を高めるために違う方法でコミュニケーションを取れる機会を増やしたい（サービス）」など前向きな意見もみられた。

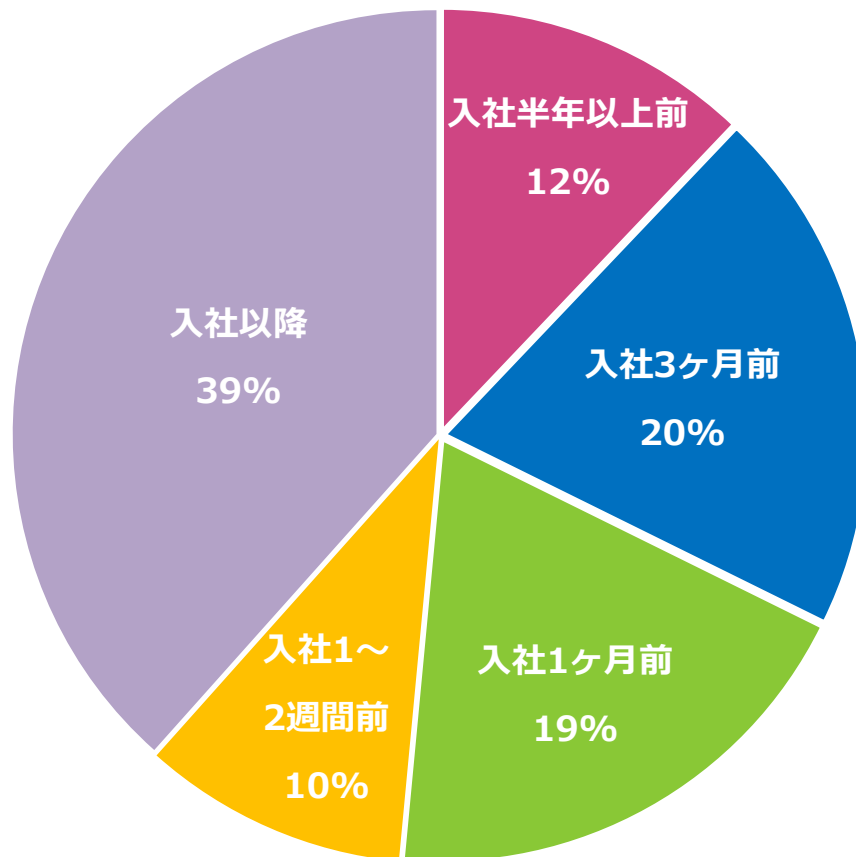
4. アンケート調査結果

1-1. 今年の新入社員研修で実施した内容についてお答えください。



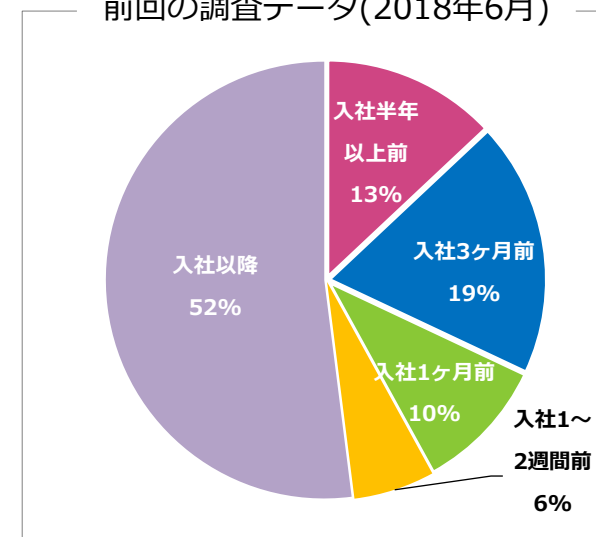
注1) n=99
注2) 複数回答

1-2. 今年の新入社員研修の開始時期はいつですか。

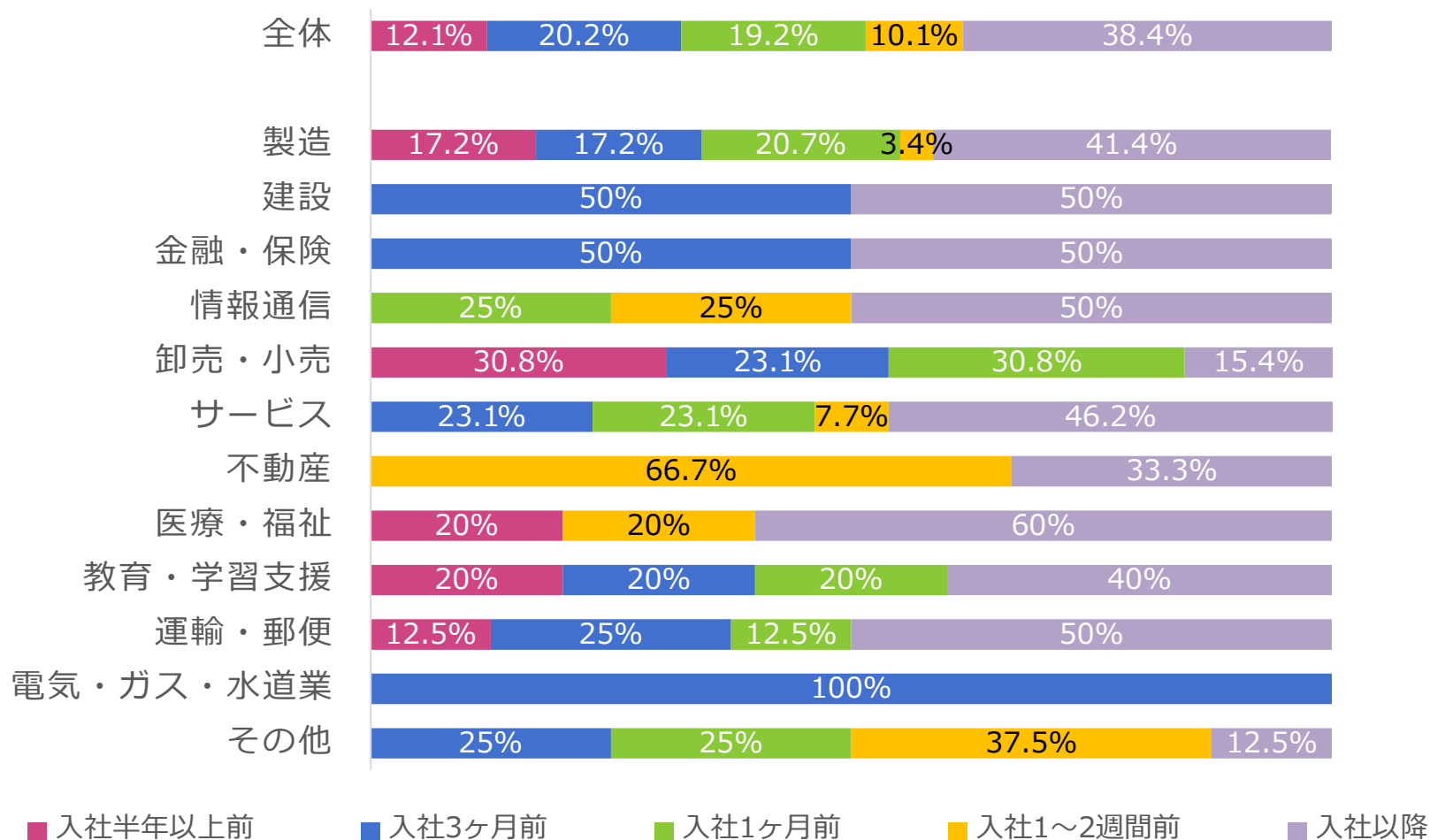


注1) n=99

前回の調査データ(2018年6月)

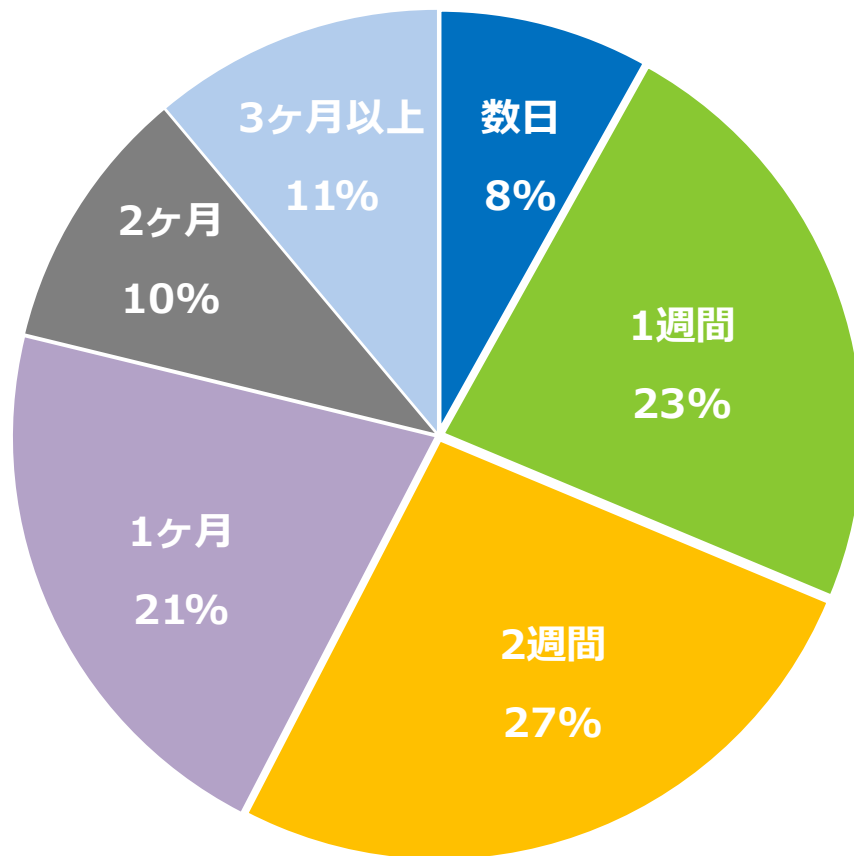


1-2. 今年の新入社員研修の開始時期はいつですか。

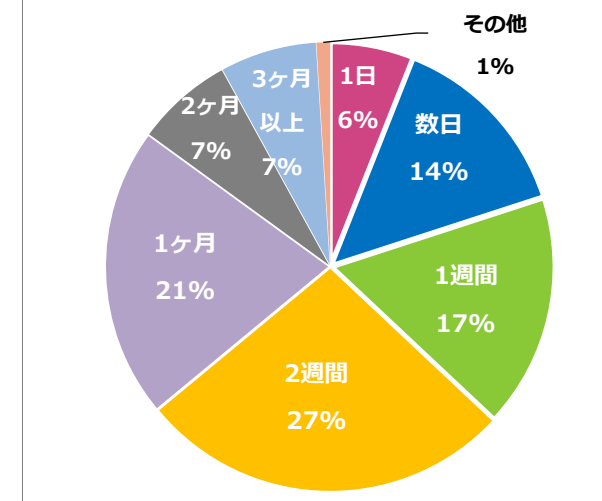


注1) n=99

1-3. 今年の新入社員研修の研修期間はどれくらいですか。

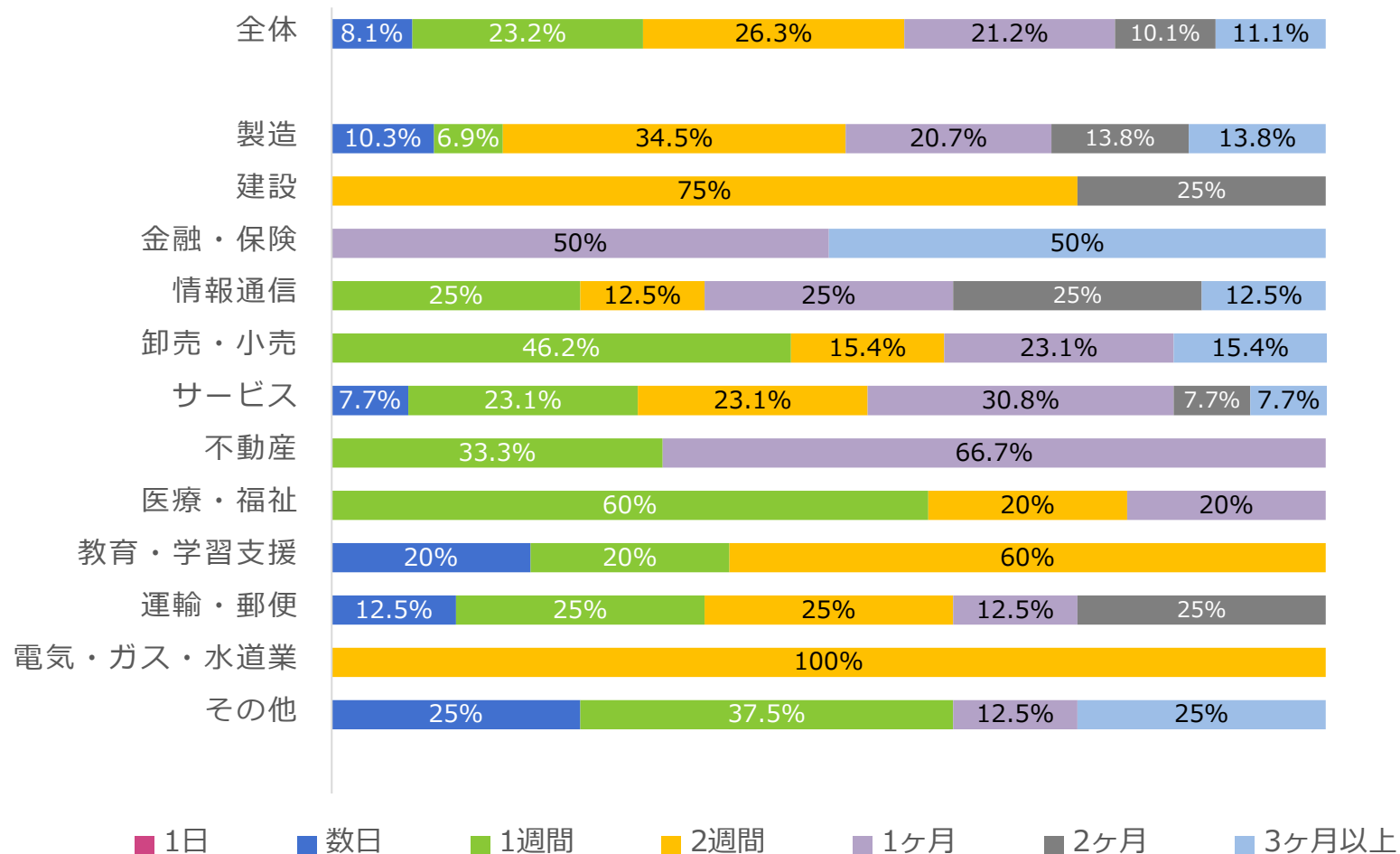


前回の調査データ(2018年6月)



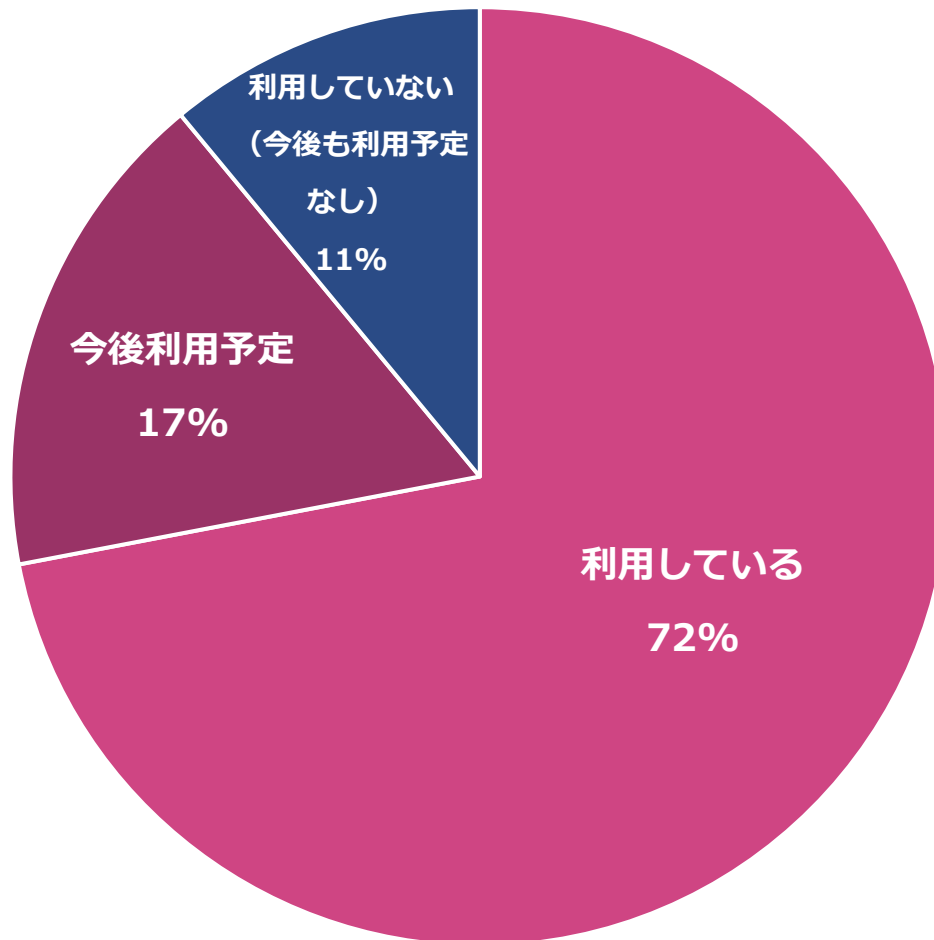
注1) n=99

1-3. 今年の新入社員研修の研修期間はどれくらいですか。

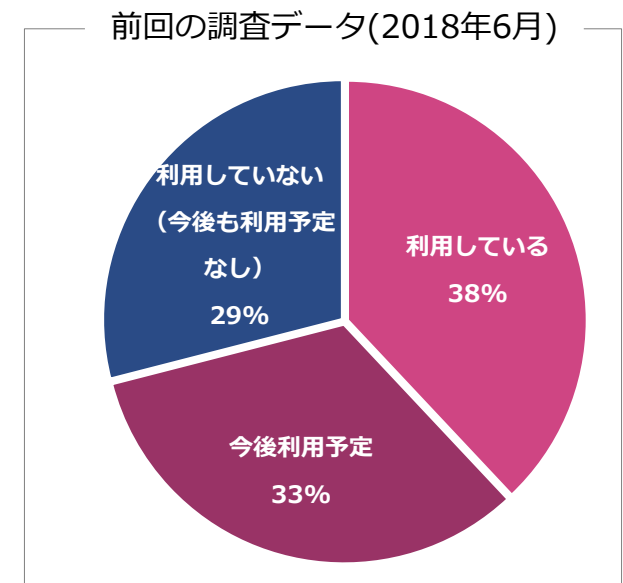


注1) n=99

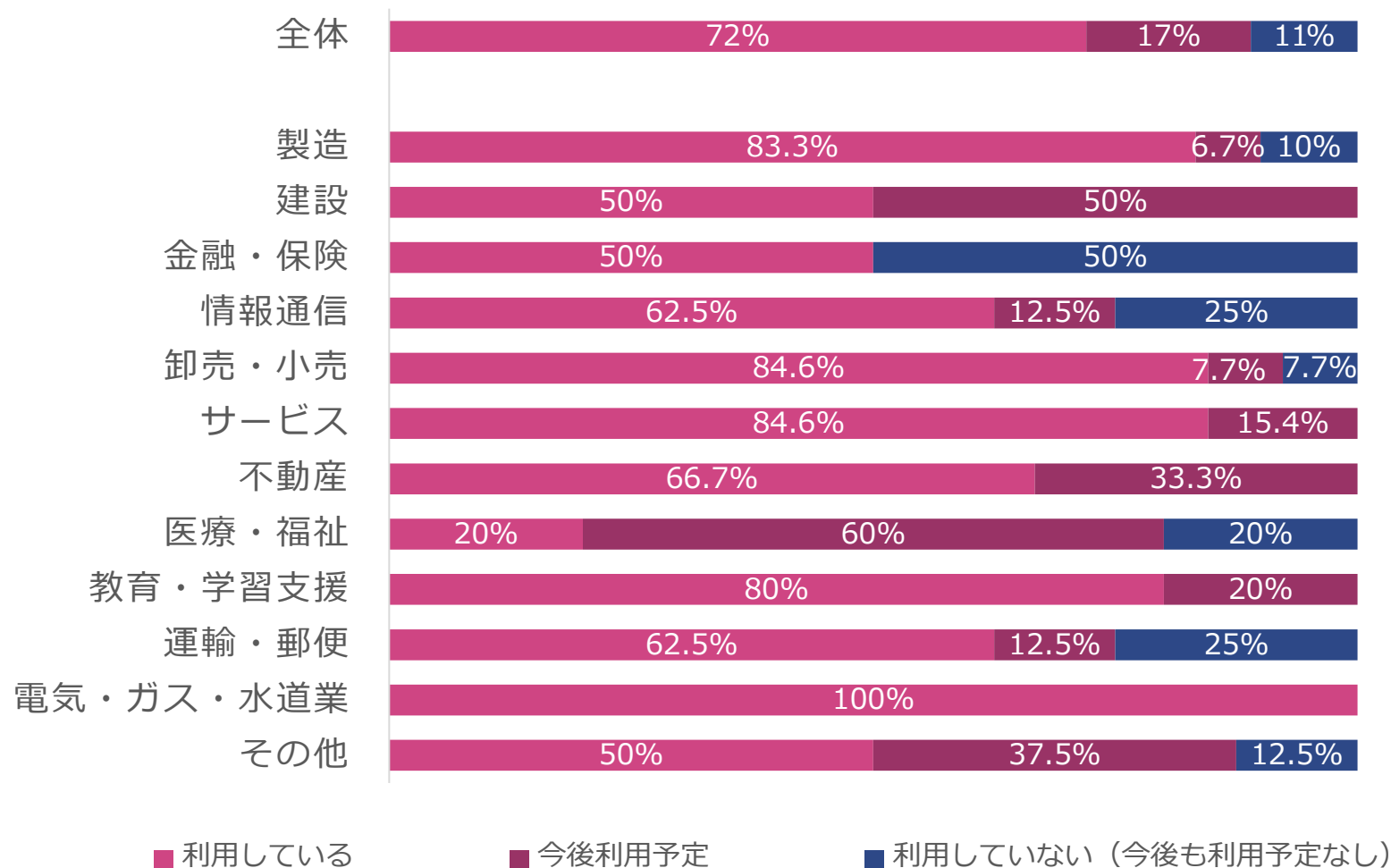
2. 新入社員研修にeラーニングを利用していますか。



注1) n=100



2. 新入社員研修にeラーニング研修を利用していますか。



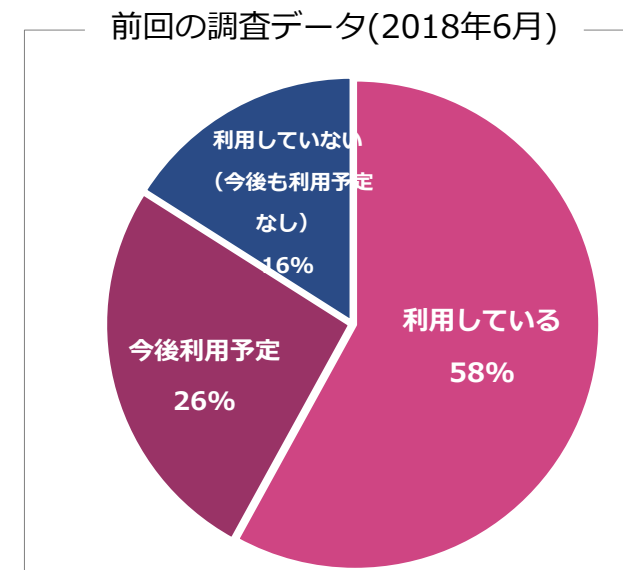
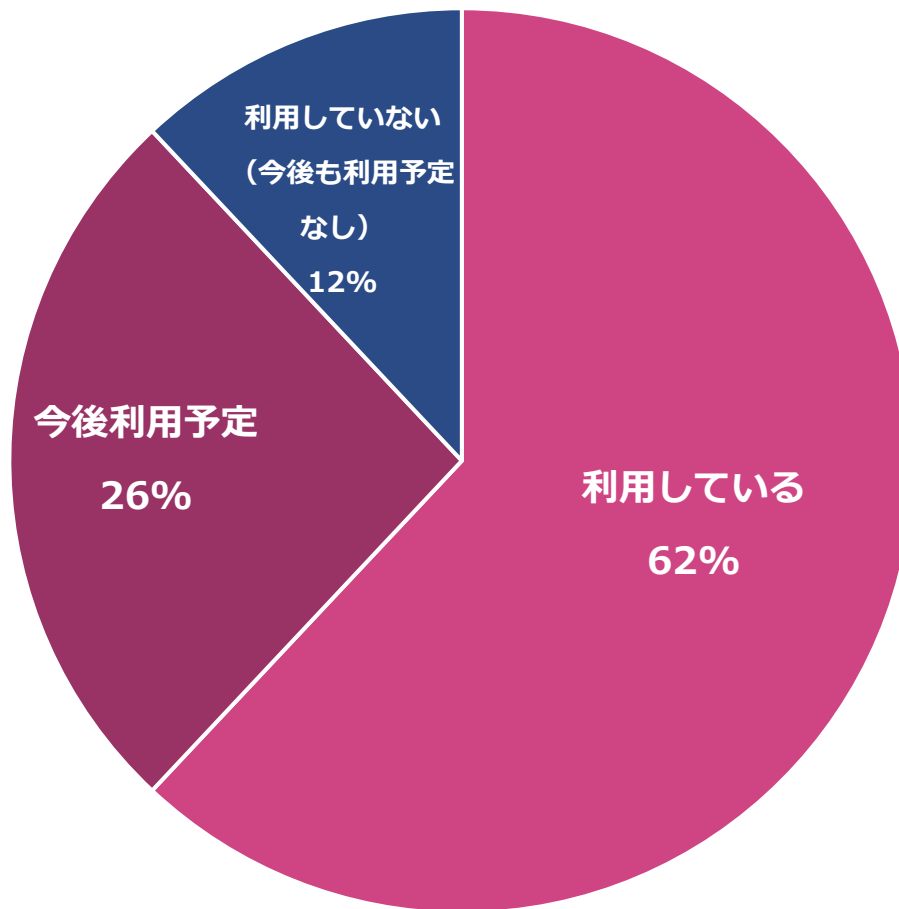
注1) n=100

2-1. 新入社員研修で利用しているeラーニング研修の詳細

- ・新型コロナウイルス感染防止のため、オンライン研修を増やしています。研修全体の半分程度がeラーニングであり、基礎知識を身に付ける内容の研修になっています（中国／製造）
- ・ほとんどの分野で利用し、コンプライアンスや情報セキュリティ教育などは適している（関東／卸売・小売）
- ・新入社員研修のほとんど（関東／サービス）
- ・新入社員全員を対象に、課題を2週間に1回提出（関東／卸売・小売）
- ・理解度の確認のため、研修中週2回程度実施している（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーを数日実施（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーはすべてeラーニングにしている（関東／運輸・郵便）
- ・ビジネスマナーなどどちらかというと普遍的な内容のもの（関東／サービス）
- ・ビジネスマナー コンプライアンス（関東／建設）
- ・全新入社員に適用しています。週2回程度、基礎的なビジネスマナーなどです（中部／製造）
- ・業務上の秘密があるので具体的には記載できないが、社会人としての心構え・会社知識の理解・ITリテラシーがメイン（関東／医療・福祉）
- ・専門詳細業務の知識確認についてeラーニングを月に1回開催（関東／製造）
- ・社内ルールの周知などに活用している（関東／情報通信）
- ・企業理念の教育をしています（近畿／サービス）
- ・自社、他社の教育システムを利用して月に1回程度、ビジネススキル、コンプライアンスなどについて学習させている（関東／製造）
- ・ハラスメントについて周知徹底するように3カ月に1回程度行っている（近畿／製造）
- ・週1で取り引きメーカーの商品基礎知識研修（近畿／卸売・小売）
- ・商品知識について主に行っている（北海道／卸売・小売）
- ・商品基礎知識（関東／製造）
- ・三日間、語学学習（関東／教育・学習支援）
- ・ビジネス英会話の取得（関東／その他）
- ・語学研修と検定対策（四国／教育・学習支援）
- ・月1で利用している（九州／教育・学習支援）
- ・月一での教育（関東／製造）
- ・年6回実施している（関東／製造）
- ・個別の指導計画（東北／運輸・郵便）
- ・コロナの影響でオンラインでの作業も増え、慣れていく必要もあるので（関東／その他）

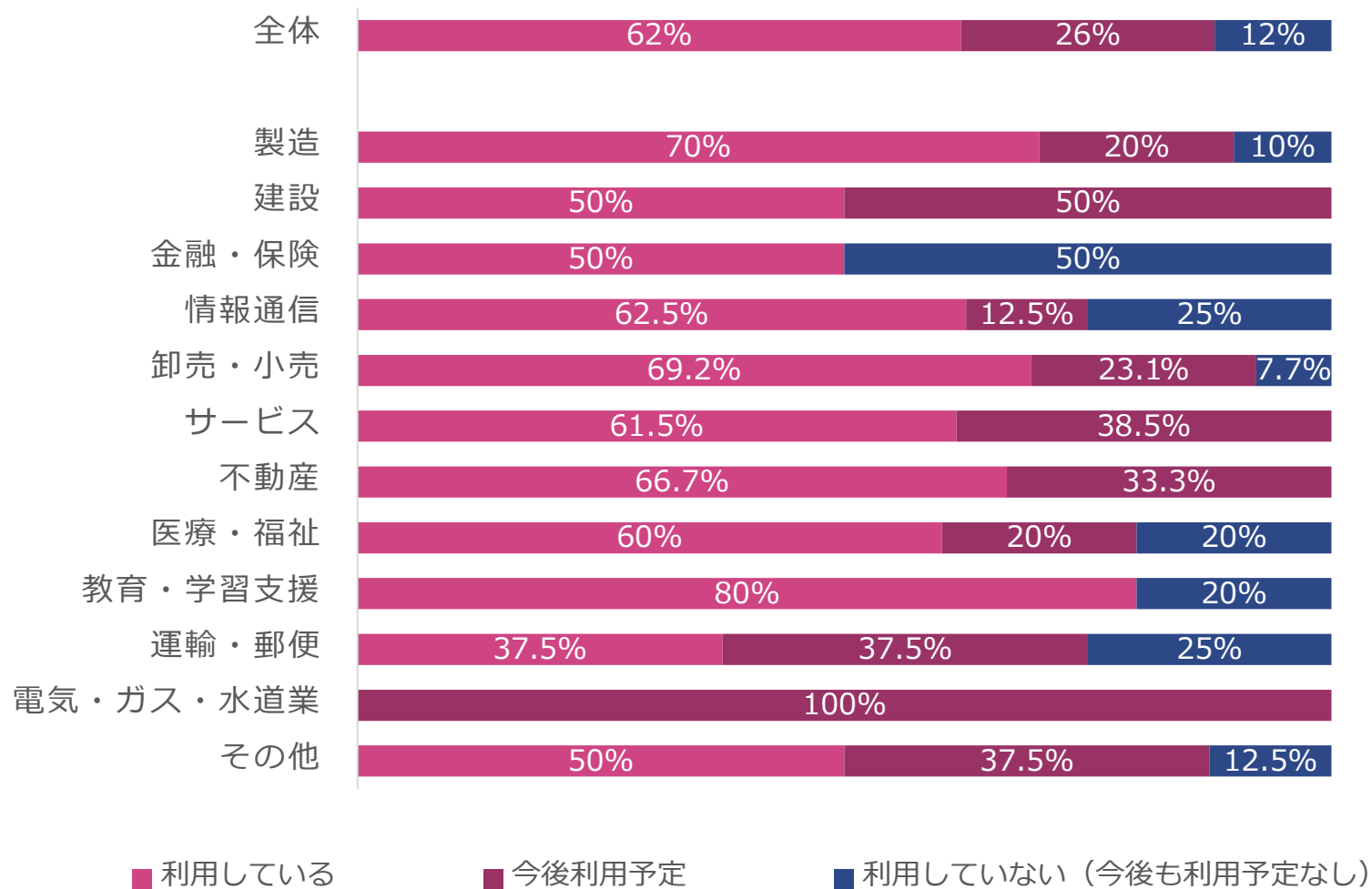
注1) n=72 前問で「利用している」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

3. 新入社員研修に外部研修を利用していますか。



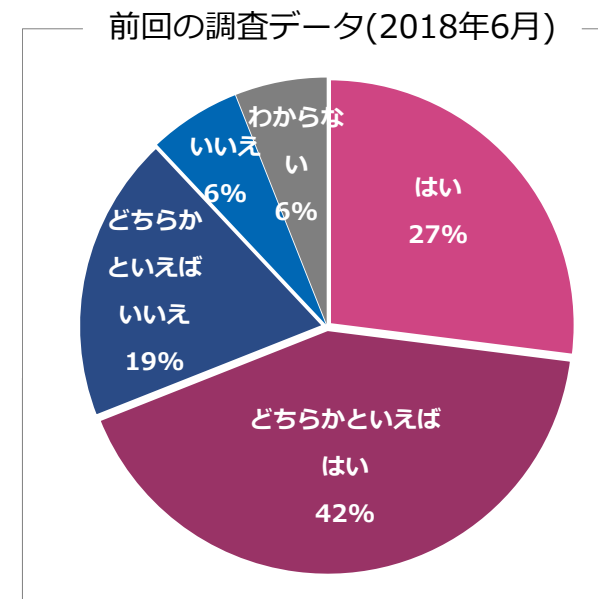
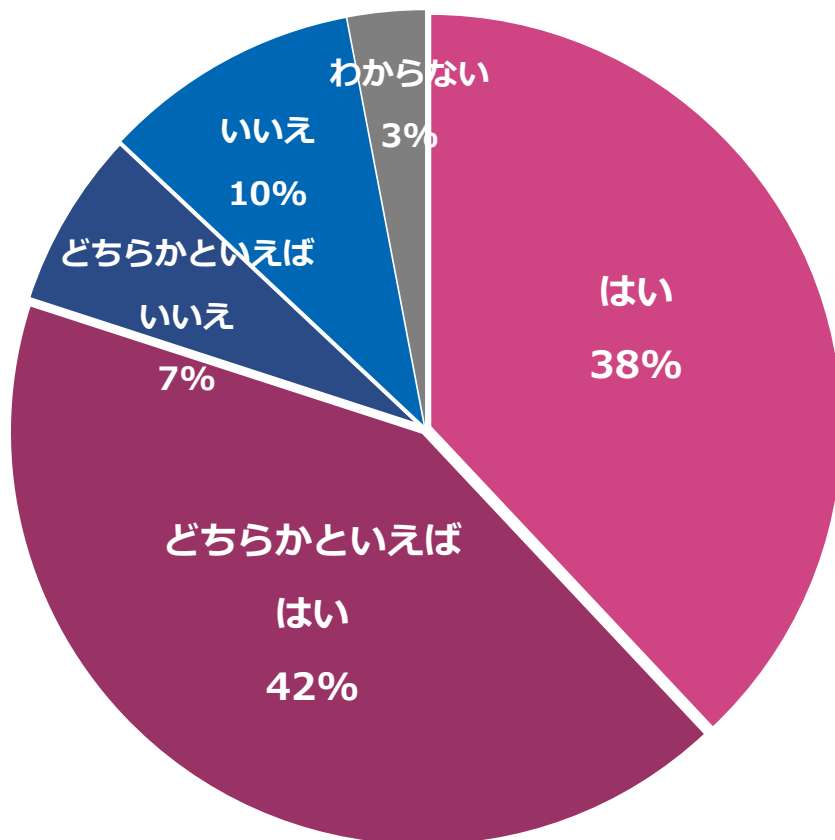
注1) n=100

3. 新入社員研修に外部研修を利用していますか。



注1) n=100

4. 新入社員研修は近年変化していると感じますか。



注1) n=100

4-1. 新入社員研修の変化の詳細

eラーニング・Zoomなどオンライン研修が主体に

51%

- ・密集を避けて集合教育からeラーニングに主体をシフト（関東／卸売・小売）
- ・eラーニングを増やしている（関東／サービス）
- ・e-Learningの活用（関東／情報通信）
- ・コロナ禍もあり、なかなかグループで対面にさせるのに難しくzoomなどを活用している（中国／サービス）
- ・ZOOMを使ったオンラインでのやり取りが増えてきている（関東／卸売・小売）
- ・オンラインが必須になった（近畿／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが主流になってきた（関東／製造）
- ・対面ではなく、オンライン研修が増えています（中国／製造）
- ・以前は集合研修が基本でしたが、昨年・本年はリモート研修も取り入れざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・オンライン化に合わせて進め方が変わった（関東／製造）
- ・新型コロナウイルスが蔓延した為テレワークによる研修を基本に小グループの対面研修をしている（関東／電気・ガス・水道）
- ・コロナ禍以前に比べ、グループでのディスカッションや課題が減った（関東／サービス）
- ・コロナ禍でグループ単位での実施をとりやめ（東北／運輸・郵便）

グループワークや実践的・能動的プログラム重視へ

10%

- ・座学が減り、より実践的な内容に変化（関東／製造）
- ・即戦力を意識した内容が多くなっている（関東／製造）
- ・実戦形式が増えた（中部／製造）
- ・能動的なプログラムを増やした（関東／建設）
- ・主体性のある研修（近畿／建設）
- ・より実践に重きを置いたもの（中国／建設）
- ・個人の能力を最大限引き出すグループワーク（中部／製造）
- ・グループワークとレクリエーションの比率を多くしている（近畿／医療・福祉）

注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

4 - 1. 新入社員研修の変化の詳細

コンプライアンス・セキュリティ対策の比率増

6%

- ・コンプライアンスの重要性が高まった（関東／教育・学習支援）
- ・コンプライアンスや情報管理等の比重が高まった（近畿／製造）
- ・仕事の研修ではなく基本的なマナーやコンプライアンスに重きにしている（近畿／不動産）
- ・パソコン利用が一般化したところから、セキュリティ研修により時間をかけるようになった（関東／サービス）

研修期間の変化

4%

- ・10年前は、入社後1週間で飛び込み営業を経験させていたが今は研修をさせて半年かけて一人前にする（関東／情報通信）
- ・時短化（中部／製造）
- ・時間が短くなった（北海道／医療・福祉）

新入社員自体の変化

4%

- ・よくできる（関東／製造）
- ・なかなか打ち解け合わない（近畿／製造）

研修内容の変化

14%

- ・教える内容の幅が広がった（関東／製造）
- ・社会の変化に合わせている（関東／製造）
- ・より社会人としての心構えを重視するようになった（北海道／金融・保険）
- ・コロナ対策について（北海道／医療・福祉）
- ・心のケアの重要性が増してきた（関東／情報通信）
- ・語学研修を増やした（四国／教育・学習支援）
- ・コミュニケーションを大事にしています（近畿／サービス）

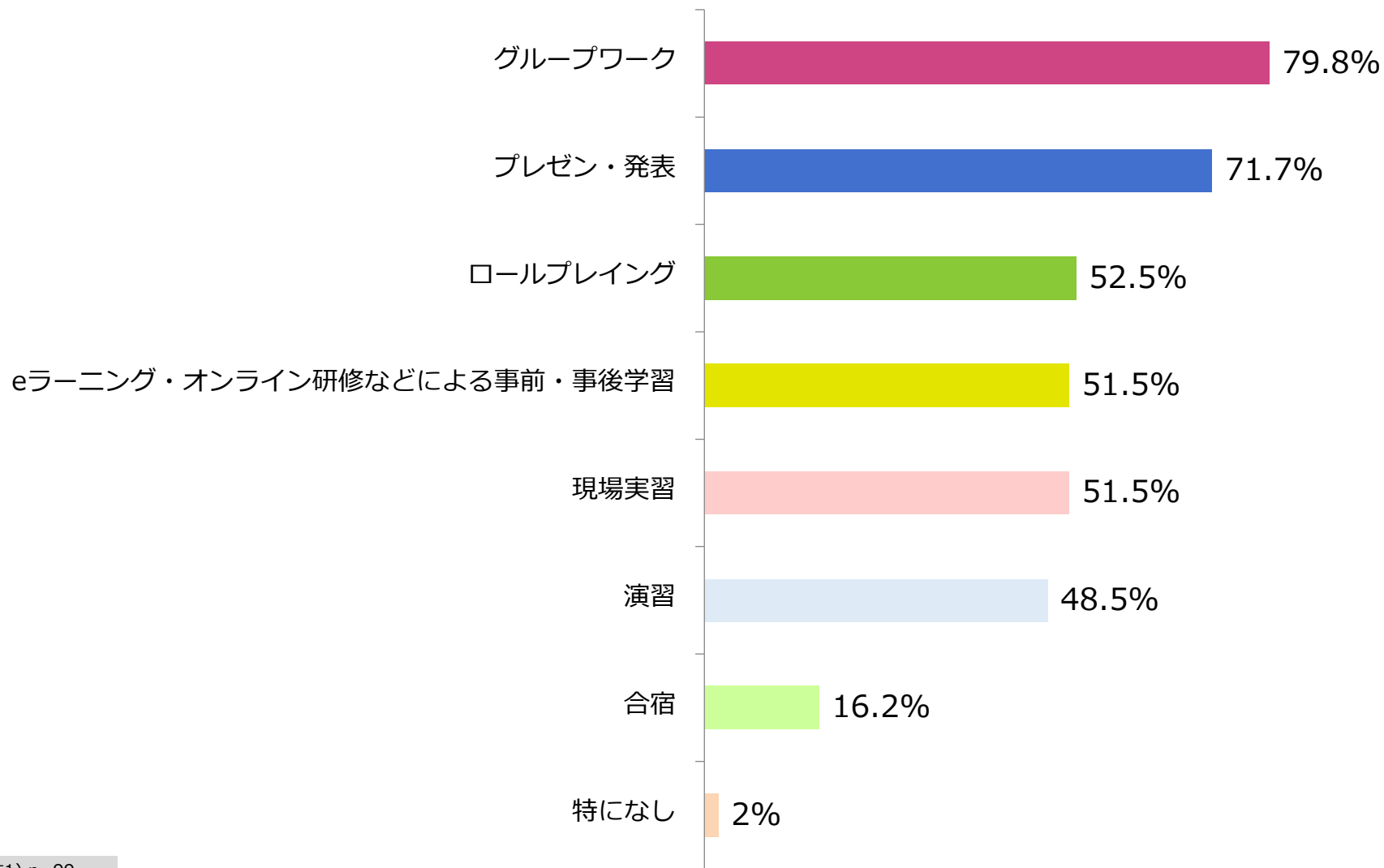
その他

11%

- ・コロナで新入社員が減った（関東／情報通信）
- ・安定志向になった（関東／運輸・郵便）

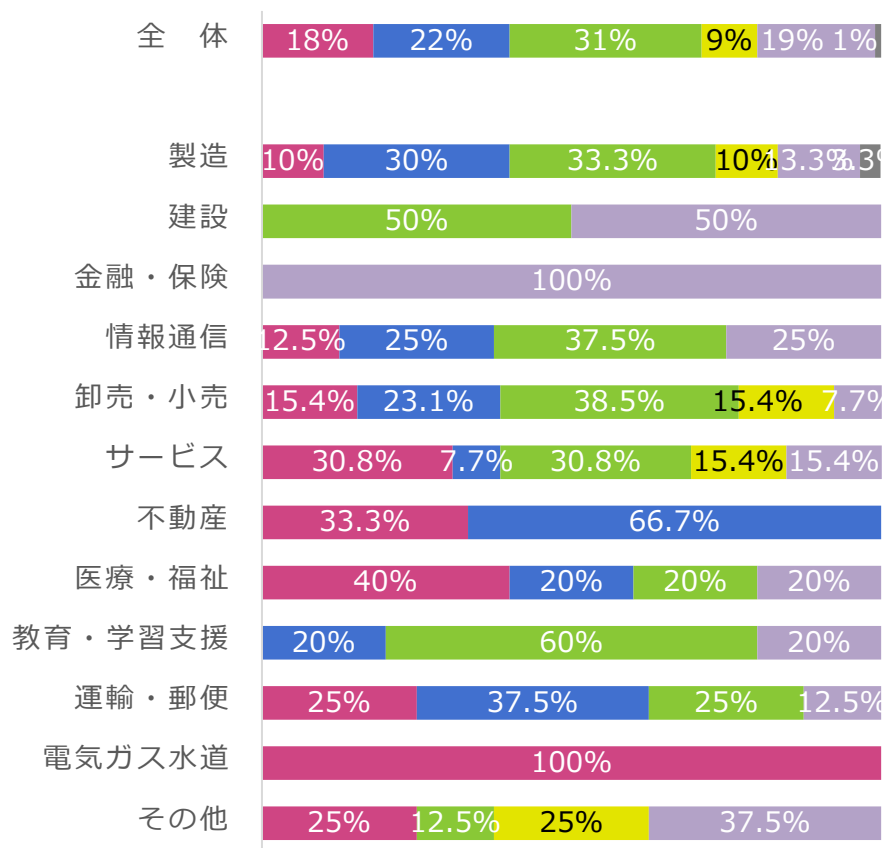
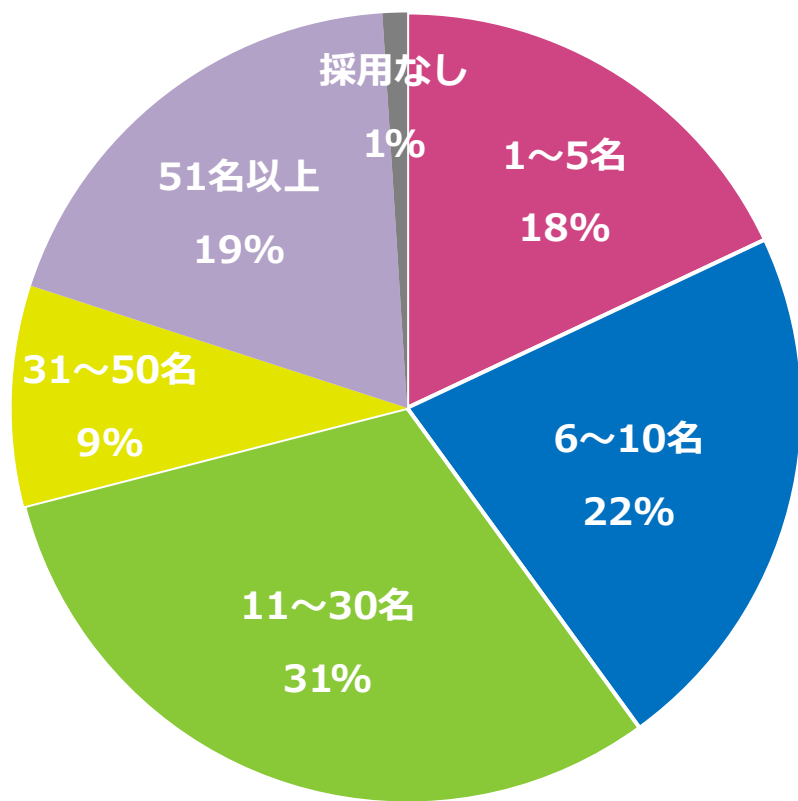
注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

5. 研修の効果を高めるために従来の講義スタイルに加え、実施している手法はありますか。



注1) n=99
注2) 複数回答

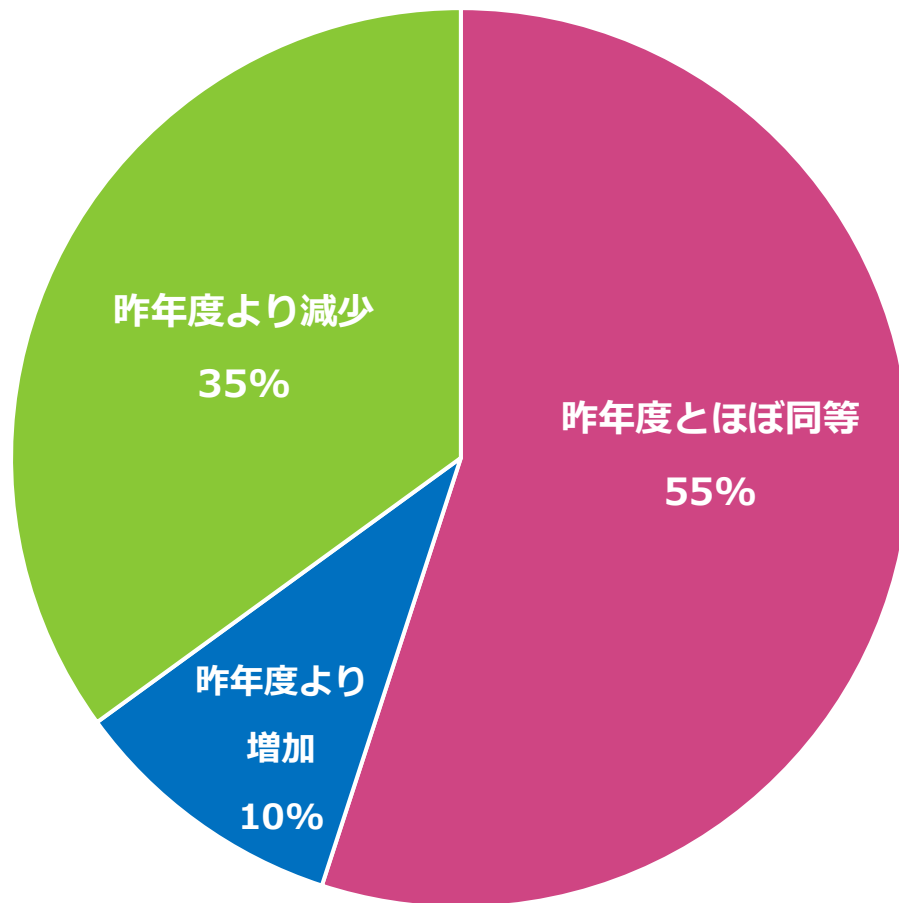
6-1. 2021年度に採用した新入社員は何名ですか。



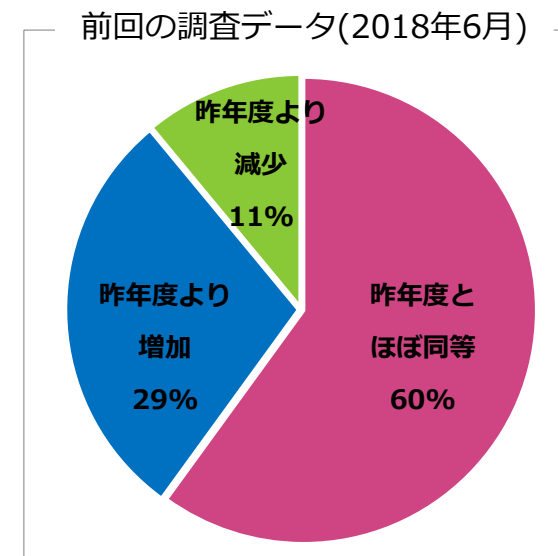
■ 1~5名 ■ 6~10名 ■ 11~30名 ■ 31~50名 ■ 51名以上 ■ 採用なし

注1) n=100

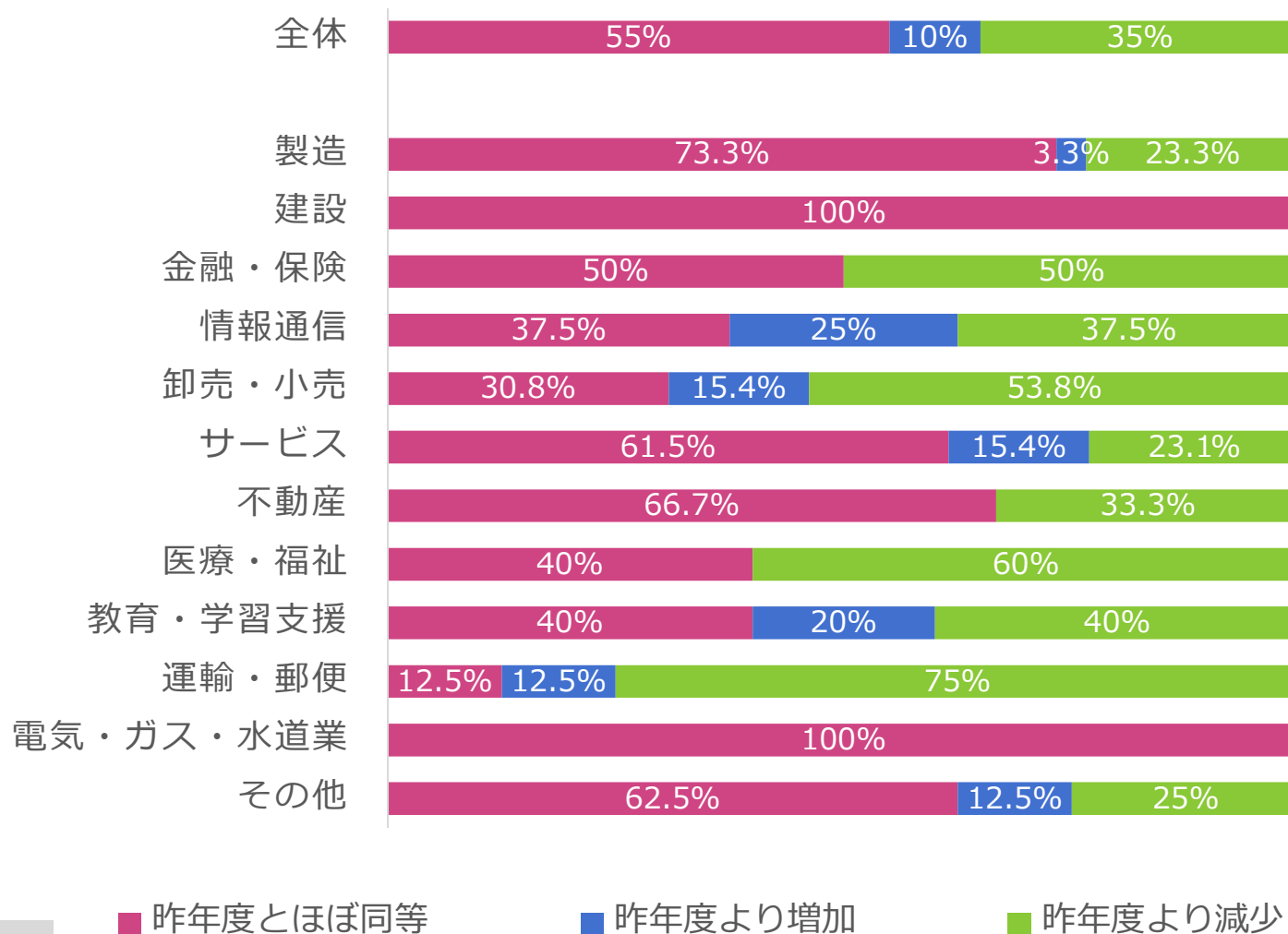
6-2. 2021年度に採用した新入社員の数は昨年と比べてどうですか。



注1) n=100

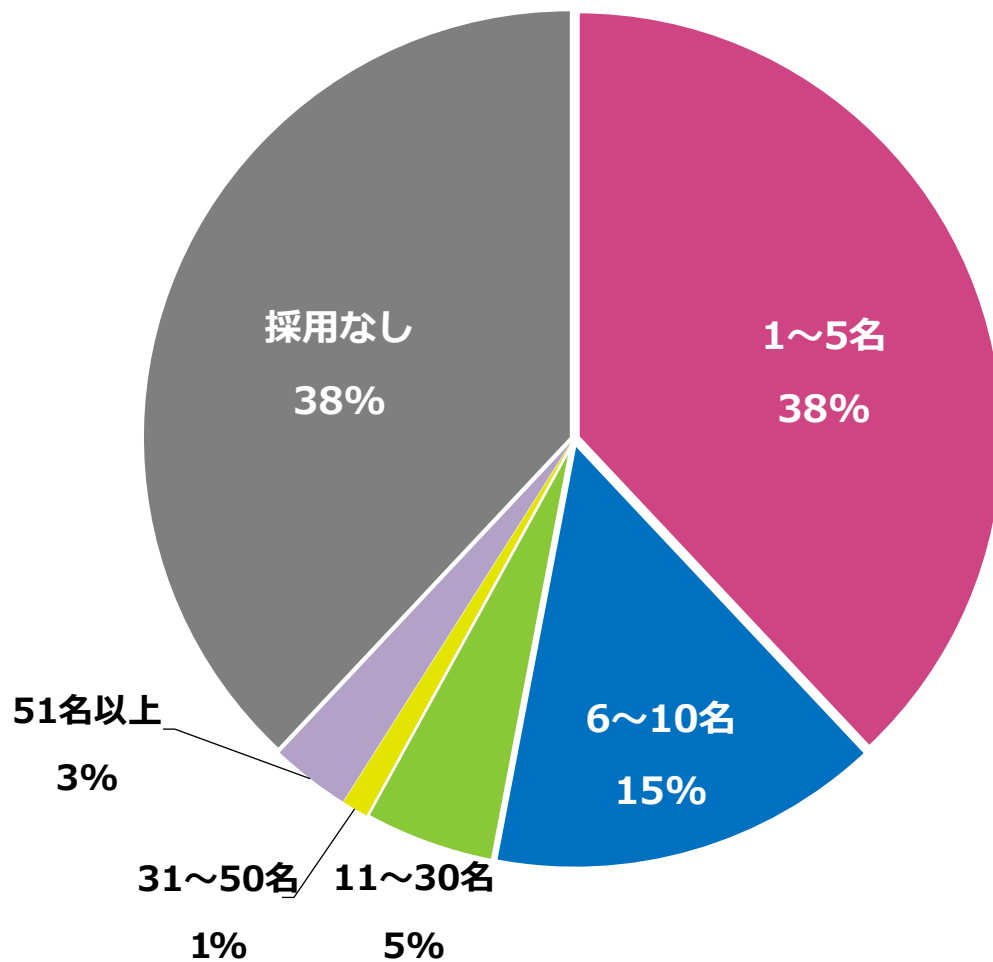


6-2. 2021年度に採用した新入社員の数は昨年と比べてどうですか。

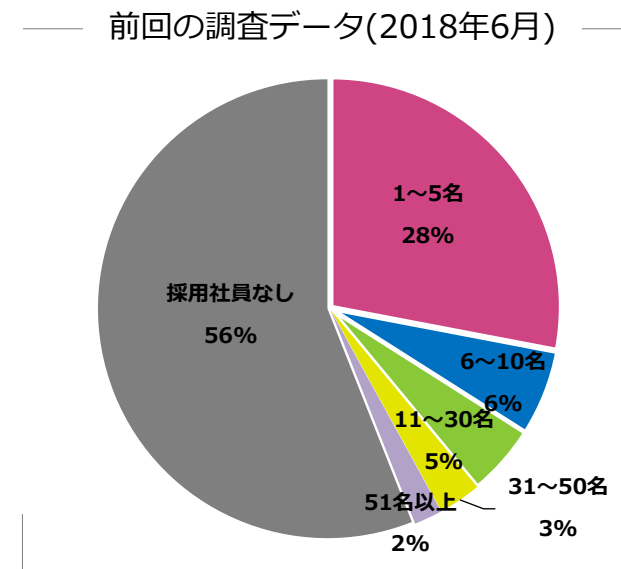


注1) n=100

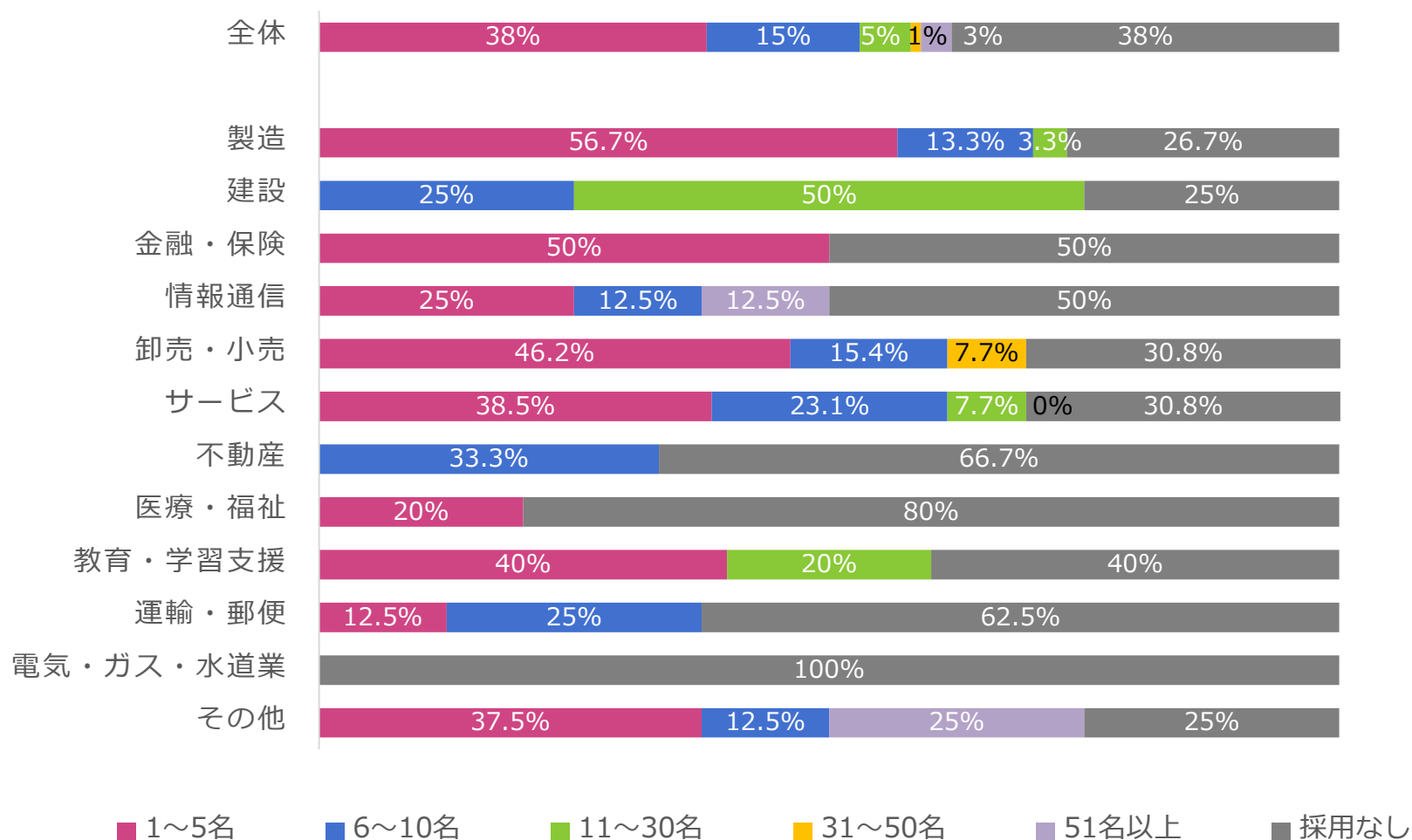
7. 2021年度に採用した新入社員に外国籍の新入社員は何名含まれますか。



注1) n=100

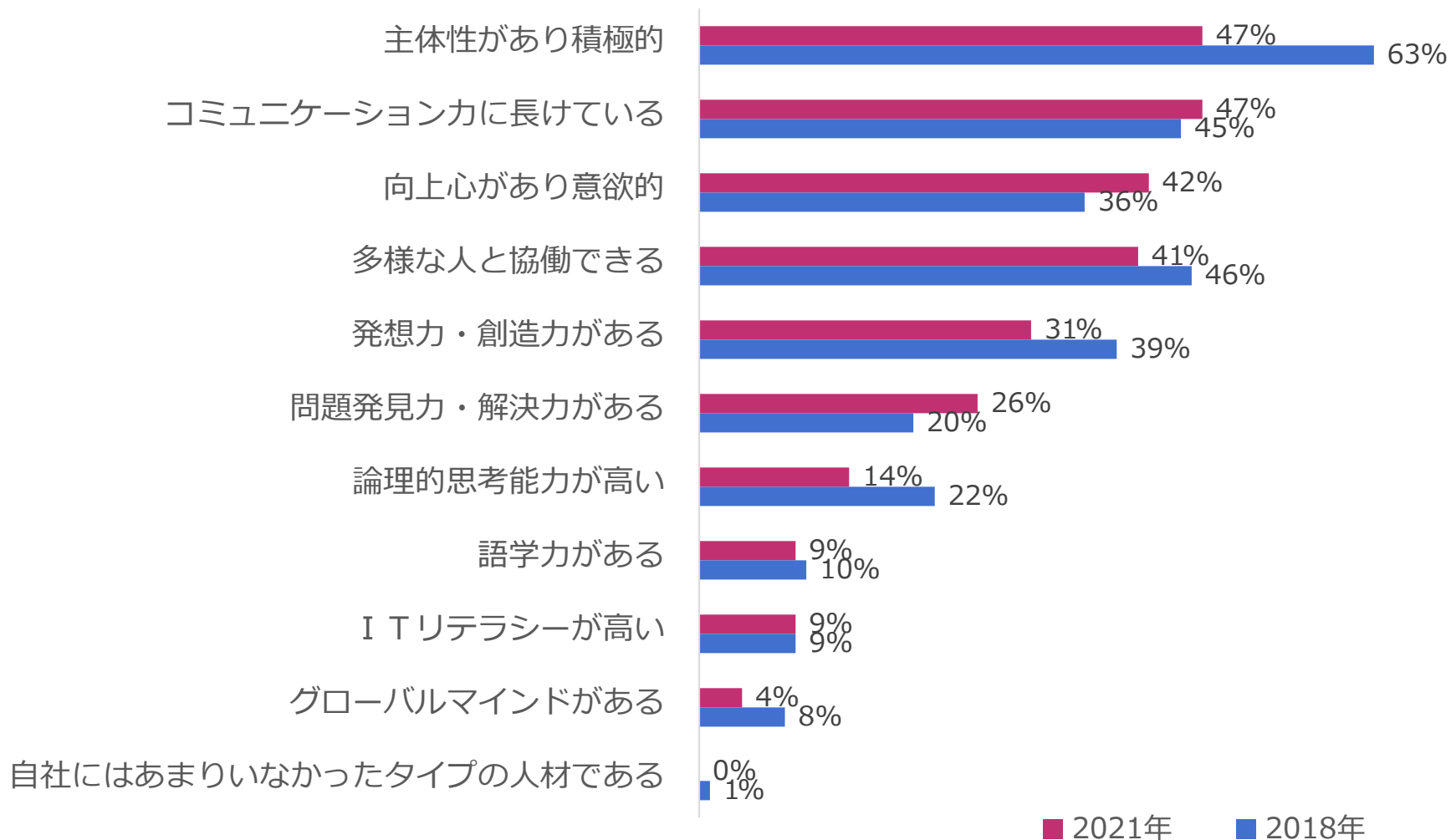


7. 2021年度に採用した新入社員に外国籍の新入社員は何名含まれますか。



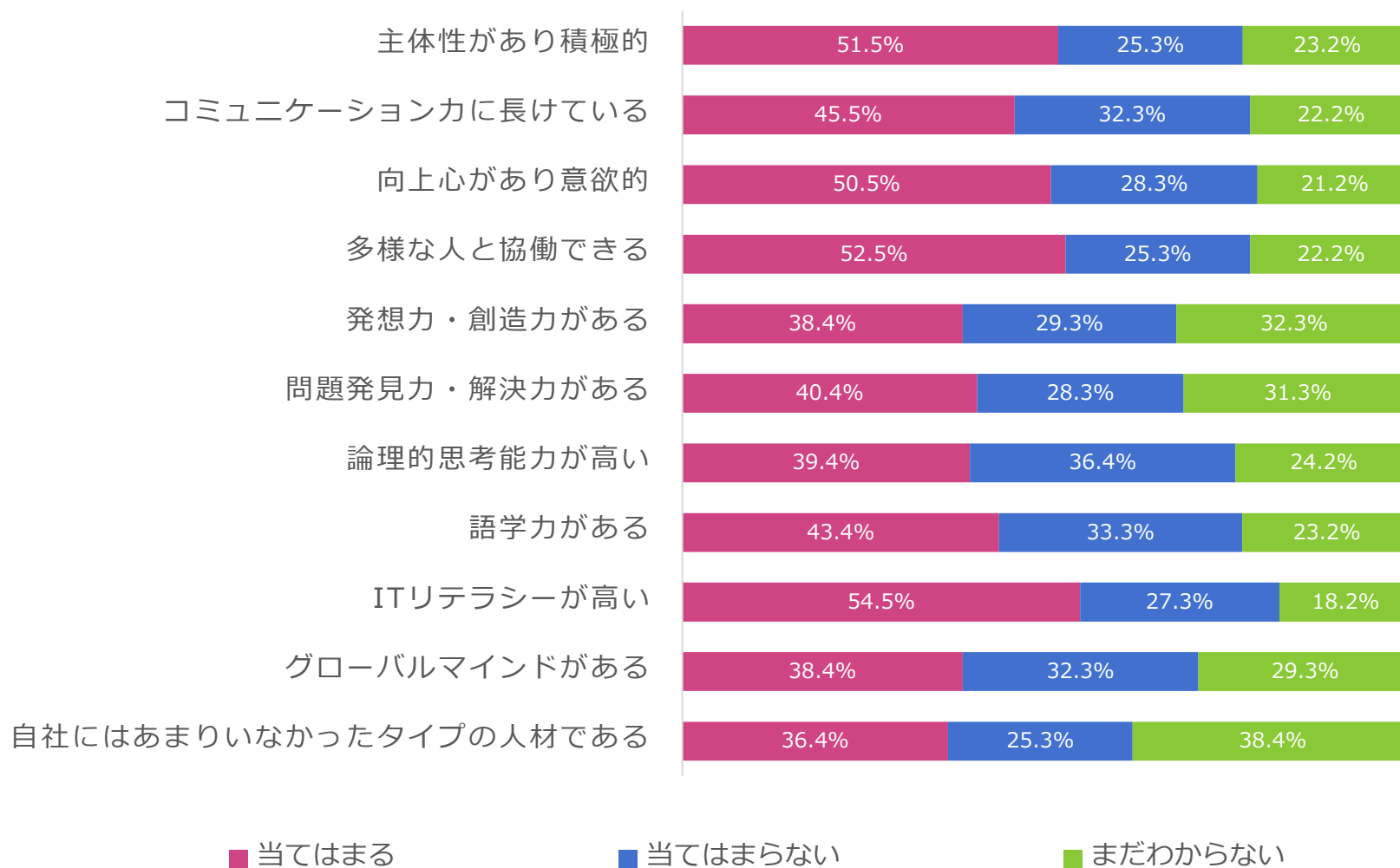
注1) n=100

8. あなたの会社が求める人材像についてとくに重視するものを3つお選びください。



注1) n=100
注2) 複数回答

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。



注1) n=99

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか。

eラーニング・オンライン研修の増加

44%

- ・オンラインが増えた（関東／製造）
- ・オンラインの導入（関東／サービス）
- ・オンライン中心（関東／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが増えた（中部／その他）
- ・リモートが増えた（四国／教育・学習支援）
- ・リモートを活用（近畿／製造）
- ・オンラインの活用（関東／建設）
- ・やはりオンラインの研修が増えた（近畿／卸売・小売）
- ・オンライン化が進んだ（関東／製造）
- ・オンライン化（関東／製造）
- ・eラーニング主体にシフトしている（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・対面での研修が理想ですが、一部リモート研修を導入せざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・リモート研修が増えた（関東／運輸・郵便）

集合研修・合宿・グループワークなどの中止

14%

- ・合宿を取りやめました（中部／金融・保険）
- ・対面ではやらなくなった（北海道／卸売・小売）
- ・集合研修を中止した（近畿／製造）
- ・グループで行う課題を減らした（関東／サービス）
- ・グループワークをへらす（東北／運輸・郵便）
- ・集合形式の中止（中部／サービス）
- ・集合型研修ができなくなった（関東／サービス）
- ・対面での研修がやりにくくなった（近畿／卸売・小売）
- ・合宿ができなくなった（近畿／医療・福祉）
- ・対面研修が大幅に減少しました（中国／製造）
- ・外部研修の中止（関東／製造）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか？

コロナ対策を実施

7%

- ・フェイスガードを必ず使う（関東／情報通信）
- ・衛生に注意するようになった（関東／その他）
- ・ソーシャルディスタンスをとっている（近畿／サービス）
- ・なるべく密にならないように短時間で集中してやるようにしている（関東／卸売・小売）

ストレス・不安が大きくなった

5%

- ・常に不安になっているイメージ（関東／運輸・郵便）
- ・オンラインによるストレスが問題（関東／情報通信）
- ・不安を取り除くのがとにかく大変なのでまずはコミュニケーションを多くとる事に時間を割いている（北海道／金融・保険）
- ・孤立しやすい（関東／サービス）

その他

7%

- ・主体性がある社員が伸びている（中部／製造）
- ・実りがあった（近畿／卸売・小売）
- ・簡素化（関東／その他）

特になし

23%

注1) n=100
注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

より効果的なオンライン研修・集合研修の在り方

18%

- ・なかなか実践的なことができない。（関東／その他）
- ・対面研修なみに効率的な研修ができる方法を模索しています（中国／製造）
- ・ディスカッションがしづらいので今後はオンラインで上手くできると思っている（関東／卸売・小売）
- ・具現化する能力を活かす、新たな取り組みを試す（中部／製造）
- ・集合研修をどう取り組んでいくか（関東／卸売・小売）
- ・リモート研修の効率化（関東／運輸・郵便）
- ・如何に参加型にするか（関東／建設）
- ・オンラインにしていくこと（近畿／卸売・小売）
- ・集合研修が減ったことでグループでの討論が難しい（関東／運輸・郵便）
- ・このような状態なのでなかなか人を集めて話すのは難しい（近畿／卸売・小売）
- ・リアルな体験ができないので実戦で使えるとは思えない（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・デジタル化で大丈夫なのだろうかということ（中国／サービス）
- ・本来は合宿に近い形で行う物であったがコロナ禍でそれがオンラインに集中してしまっていて実際のこなし度合いが不明瞭（北海道／金融・保険）

コミュニケーション不足

11%

- ・双方向のコミュニケーションが不足しがち（関東／製造）
- ・リモートになったのでコミュニケーションがはかりづらい（関東／情報通信）
- ・対面研修の減少によるコミュニケーション不足（関東／建設）
- ・対人コミュニケーションスキルの獲得が難しい（関東／製造）
- ・コミュニケーション（関東／製造）
- ・コミュニケーションが片寄っている（中部／サービス）
- ・コミュニケーションが不足する（九州／卸売・小売）
- ・孤立を避ける（関東／サービス）
- ・グループで行う課題が減った分、新入社員間の結束力を高めるために違う方法でコミュニケーションを取れる機会を増やしたい（関東／サービス）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

新入社員自体の変化

11%

- ・ここ数年、所謂「よい子」が多い印象です。要領はよいのですが、ピュアに人と触れ合って真剣に対峙するところがあまり見受けられません。従来はほぼ対面での研修でしたのでそのような点を改善させるという意味では有効でしたが、リモート研修では難しくなっています。コロナ終息後は従来のかたちに戻したいと考えます（中部／製造）
- ・新入社員の個性が把握しづらくなった（関東／製造）
- ・昔でいうところの根性や精神力が低くなっていると感じる（関東／サービス）
- ・社会が変わったのか面倒な人が多い（関東／その他）
- ・新卒よりも中途の方が良い（近畿／不動産）
- ・自主性がほぼ皆無。社会人としての心構えが出来ていないので指導が必要（北海道／卸売・小売）

研修の効果や理解度がわかりにくい

7%

- ・効果がわかりにくい（関東／製造）
- ・研修内容を何処まで理解したかわからない（関東／製造）
- ・理解度の把握（近畿／製造）
- ・効果測定（関東／サービス）

モチベーション低下

6%

- ・モチベーション向上（近畿／不動産）
- ・リモートで行っているが、真剣度が薄いように感じるのだからモチベーションを持たせるかに苦労している（近畿／製造）
- ・とにかく意欲向上に結び付けること（四国／教育・学習支援）

早期離職の防止

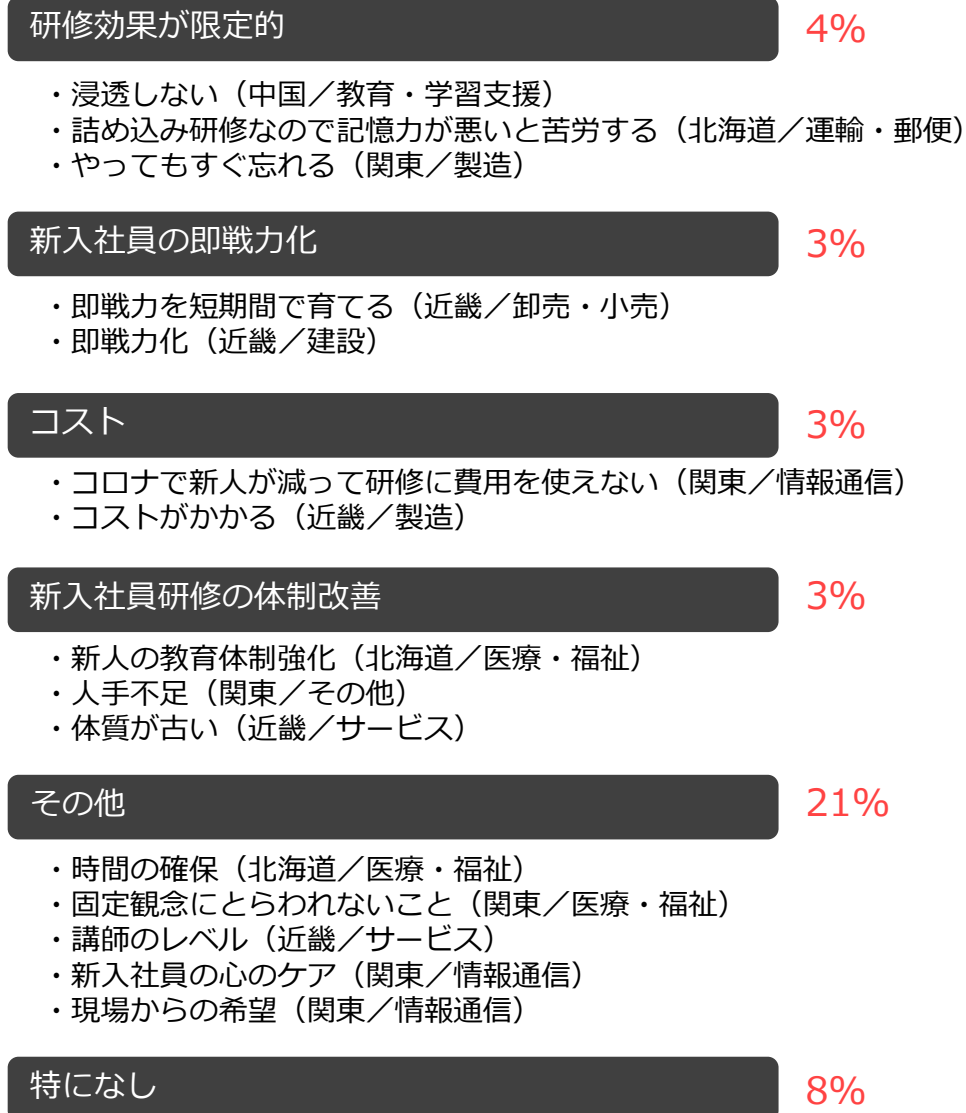
5%

- ・配属後のギャップ解消（中部／製造）
- ・長期的に会社に残ってくれるか（関東／運輸・郵便）
- ・すぐに辞めてしまわないようにしたい（関東／製造）
- ・採用で見抜く力（近畿／卸売・小売）
- ・業務の意義を理解してもらい定着率を向上させること（関東／電気・ガス・水道業）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。



注1) n=100
注2) 自由回答（一部抜粋）

5. 調査データ

～業種別クロス表～

1-1. 今年の新入社員研修で実施した内容についてお答えください。

	全 体	ビ ジ ネ ス マ ナ ー	仕 事 の 進 め 方	構 え 社 会 人 と し て の 心	コ ン プ ラ イ ア ン ス	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ	情 報 セ キ ュ リ テ ィ	事 業 概 要 ・ 企 業 理 念 ・	る 基 礎 知 識	商 品 ・ サ ー ビ ス ・ 業 界 に 関 す	I T 基 礎 知 識	ビ ジ ネ ス 文 書
全 体	99 100.0	79 79.8	75 75.8	71 71.7	68 68.7	63 63.6	60 60.6	60 60.6	53 53.5	38 38.4	34 34.3	
業 種 別	製造	29 100.0	25 86.2	21 72.4	19 65.5	20 69.0	19 65.5	18 62.1	18 62.1	16 55.2	11 37.9	9 31.0
	建設	4 100.0	4 100.0	3 75.0	3 75.0	4 100.0	3 75.0	4 100.0	2 50.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	2 100.0	1 50.0	1 50.0	2 100.0	- -	1 50.0	- -	1 50.0	- -	- -
	情報通信	8 100.0	7 87.5	5 62.5	7 87.5	6 75.0	5 62.5	5 62.5	6 75.0	5 62.5	5 62.5	5 62.5
	卸売・小売	13 100.0	10 76.9	9 69.2	9 69.2	8 61.5	9 69.2	8 61.5	10 76.9	6 46.2	4 30.8	5 38.5
	サービス	13 100.0	10 76.9	9 69.2	9 69.2	7 53.8	8 61.5	8 61.5	8 61.5	8 61.5	6 46.2	4 30.8
	不動産	3 100.0	3 100.0	2 66.7	3 100.0	2 66.7	1 33.3	2 66.7	1 33.3	1 33.3	2 66.7	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	3 60.0	5 100.0	5 100.0	4 80.0	5 100.0	3 60.0	5 100.0	4 80.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	3 60.0	4 80.0	4 80.0	4 80.0	3 60.0	2 40.0	2 40.0	3 60.0	3 60.0	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	5 62.5	7 87.5	5 62.5	5 62.5	4 50.0	5 62.5	4 50.0	3 37.5	2 25.0	1 12.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	1 100.0	1 100.0	- -	1 100.0	- -	1 100.0	1 100.0	- -	- 100.0
	その他	8 100.0	6 75.0	8 100.0	5 62.5	6 75.0	5 62.5	4 50.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0	3 37.5

1-2. 今年の新入社員研修の開始時期はいつですか。

	全 体	入 社 半 年 以 上 前	入 社 3 ヶ 月 前	入 社 1 ヶ 月 前	前 入 社 1 ヶ 月 以 降	入 社 以 降	
全 体	99 100.0	12 12.1	20 20.2	19 19.2	10 10.1	38 38.4	
業 種 別	製造	29 100.0	5 17.2	5 17.2	6 20.7	1 3.4	12 41.4
	建設	4 100.0	-	2 50.0	-	-	2 50.0
	金融・保険	2 100.0	-	1 50.0	-	-	1 50.0
	情報通信	8 100.0	-	-	2 25.0	2 25.0	4 50.0
	卸売・小売	13 100.0	4 30.8	3 23.1	4 30.8	-	2 15.4
	サービス	13 100.0	-	3 23.1	3 23.1	1 7.7	6 46.2
	不動産	3 100.0	-	-	-	2 66.7	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	-	-	1 20.0	3 60.0
	教育・学習支援	5 100.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	-	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	1 12.5	2 25.0	1 12.5	-	4 50.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-
	その他	8 100.0	-	2 25.0	2 25.0	3 37.5	1 12.5

1-3. 今年の新入社員の研修期間はどれくらいですか。

	全 体	1 日	数 日	1 週 間	2 週 間	1 ヶ 月	2 ヶ 月	3 ヶ 月 以 上	
全 体	99 100.0	- -	8 8.1	23 23.2	26 26.3	21 21.2	10 10.1	11 11.1	
業 種 別	製造	29 100.0	- -	3 10.3	2 6.9	10 34.5	6 20.7	4 13.8	4 13.8
	建設	4 100.0	- -	- -	- -	3 75.0	- -	1 25.0	- -
	金融・保険	2 100.0	- -	- -	- -	- -	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	- -	- -	2 25.0	1 12.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	- -	- -	6 46.2	2 15.4	3 23.1	- -	2 15.4
	サービス	13 100.0	- -	1 7.7	3 23.1	3 23.1	4 30.8	1 7.7	1 7.7
	不動産	3 100.0	- -	- -	1 33.3	- -	2 66.7	- -	- -
	医療・福祉	5 100.0	- -	- -	3 60.0	1 20.0	1 20.0	- -	- -
	教育・学習支援	5 100.0	- -	1 20.0	1 20.0	3 60.0	- -	- -	- -
	運輸・郵便	8 100.0	- -	1 12.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5	2 25.0	- -
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	- -	1 100.0	- -	- -	- -
	その他	8 100.0	- -	2 25.0	3 37.5	- -	1 12.5	- -	2 25.0

2. 新入社員研修にeラーニングを利用していますか。

	全 体	利 用 し て い る	今 後 利 用 予 定	定 な し 〜 利 用 し て い な い	
全 体	100 100.0	72 72.0	17 17.0	11 11.0	
業 種 別	製造	30 100.0	25 83.3	2 6.7	3 10.0
	建設	4 100.0	2 50.0	2 50.0	- -
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0
	卸売・小売	13 100.0	11 84.6	1 7.7	1 7.7
	サービス	13 100.0	11 84.6	2 15.4	- -
	不動産	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	3 60.0	1 20.0
	教育・学習支援	5 100.0	4 80.0	1 20.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5

2-1. 新入社員研修で利用しているeラーニング研修の詳細

- ・新型コロナウイルス感染防止のため、オンライン研修を増やしています。研修全体の半分程度がeラーニングであり、基礎知識を身に付ける内容の研修になっています（中国／製造）
- ・ほとんどの分野で利用し、コンプライアンスや情報セキュリティ教育などは適している（関東／卸売・小売）
- ・新入社員研修のほとんど（関東／サービス）
- ・新入社員全員を対象に、課題を2週間に1回提出（関東／卸売・小売）
- ・理解度の確認のため、研修中週2回程度実施している（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーを数日実施（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーはすべてeラーニングにしている（関東／運輸・郵便）
- ・ビジネスマナーなどどちらかというと普遍的な内容のもの（関東／サービス）
- ・ビジネスマナー コンプライアンス（関東／建設）
- ・全新入社員に適用しています。週2回程度、基礎的なビジネスマナーなどです（中部／製造）
- ・業務上の秘密があるので具体的には記載できないが、社会人としての心構え・会社知識の理解・ITリテラシーがメイン（関東／医療・福祉）
- ・専門詳細業務の知識確認についてeラーニングを月に1回開催（関東／製造）
- ・社内ルールの周知などに活用している（関東／情報通信）
- ・企業理念の教育をしています（近畿／サービス）
- ・自社、他社の教育システムを利用して月に1回程度、ビジネススキル、コンプライアンスなどについて学習させている（関東／製造）
- ・ハラスメントについて周知徹底するように3カ月に1回程度行っている（近畿／製造）
- ・週1で取り引きメーカーの商品基礎知識研修（近畿／卸売・小売）
- ・商品知識について主に行っている（北海道／卸売・小売）
- ・商品基礎知識（関東／製造）
- ・三日間、語学学習（関東／教育・学習支援）
- ・ビジネス英会話の取得（関東／その他）
- ・語学研修と検定対策（四国／教育・学習支援）
- ・月1で利用している（九州／教育・学習支援）
- ・月一での教育（関東／製造）
- ・年6回実施している（関東／製造）
- ・個別の指導計画（東北／運輸・郵便）
- ・コロナの影響でオンラインでの作業も増え、慣れていく必要もあるので（関東／その他）

注1) n=72 前問で「利用している」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

3. 新入社員研修に外部研修を利用していますか。

	全 体	利 用 し て い る	今 後 利 用 予 定	定 な し 〜 利 用 し て い な い	
全 体	100 100.0	62 62.0	26 26.0	12 12.0	
業 種 別	製造	30 100.0	21 70.0	6 20.0	3 10.0
	建設	4 100.0	2 50.0	2 50.0	- -
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0
	卸売・小売	13 100.0	9 69.2	3 23.1	1 7.7
	サービス	13 100.0	8 61.5	5 38.5	- -
	不動産	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -
	医療・福祉	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0
	教育・学習支援	5 100.0	4 80.0	- -	1 20.0
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	1 100.0	- -
	その他	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5

4. 新入社員研修は近年変化していると感じますか。

	全 体	は い	い ど え ち ば ら は か い と	え い ど え ち ば ら い か い と	い い え	わ か ら な い	
全 体	100 100.0	38 38.0	42 42.0	7 7.0	10 10.0	3 3.0	
業 種 別	製造	30 100.0	17 56.7	6 20.0	2 6.7	4 13.3	1 3.3
	建設	4 100.0	2 50.0	2 50.0	- -	- -	- -
	金融・保険	2 100.0	- -	2 100.0	- -	- -	- -
	情報通信	8 100.0	2 25.0	5 62.5	- -	- -	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	5 38.5	7 53.8	1 7.7	- -	- -
	サービス	13 100.0	3 23.1	7 53.8	1 7.7	2 15.4	- -
	不動産	3 100.0	2 66.7	- -	- -	1 33.3	- -
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	3 60.0	1 20.0	- -	- -
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	4 50.0	- -	- -	1 12.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	1 100.0	- -	- -	- -
	その他	8 100.0	1 12.5	4 50.0	1 12.5	2 25.0	- -

4-1. 新入社員研修の変化の詳細

eラーニング・Zoomなどオンライン研修が主体に

51%

- ・密集を避けて集合教育からeラーニングに主体をシフト（関東／卸売・小売）
- ・eラーニングを増やしている（関東／サービス）
- ・e-Learningの活用（関東／情報通信）
- ・コロナ禍もあり、なかなかグループで対面にさせるのに難しくzoomなどを活用している（中国／サービス）
- ・ZOOMを使ったオンラインでのやり取りが増えてきている（関東／卸売・小売）
- ・オンラインが必須になった（近畿／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが主流になってきた（関東／製造）
- ・対面ではなく、オンライン研修が増えています（中国／製造）
- ・座学 → グループワーク、合宿 → リモート（関東／製造）
- ・以前は集合研修が基本でしたが、昨年・本年はリモート研修も取り入れざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・オンライン化に合わせて進め方が変わった（関東／製造）
- ・新型コロナウイルスが蔓延した為テレワークによる研修を基本に小グループの対面研修をしている（関東／電気・ガス・水道）

グループワークや実践的・能動的プログラム重視へ

10%

- ・座学が減り、より実践的な内容に変化（関東／製造）
- ・即戦力を意識した内容が多くなっている（関東／製造）
- ・実戦形式が増えた（中部／製造）
- ・能動的なプログラムを増やした（関東／建設）
- ・主体性のある研修（近畿／建設）
- ・より実践に重きを置いたもの（中国／建設）
- ・個人の能力を最大限引き出すグループワーク（中部／製造）
- ・グループワークとレクリエーションの比率を多くしている（近畿／医療・福祉）

注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

4 - 1. 新入社員研修の変化の詳細

コンプライアンス・セキュリティ対策の比率増

6%

- ・コンプライアンスの重要性が高まった（関東／教育・学習支援）
- ・コンプライアンスや情報管理等の比重が高まった（近畿／製造）
- ・仕事の研修ではなく基本的なマナーやコンプライアンスに重きにしている（近畿／不動産）
- ・パソコン利用が一般化したところから、セキュリティ研修により時間をかけるようになった（関東／サービス）

研修期間の変化

4%

- ・10年前は、入社後1週間で飛び込み営業を経験させていたが今は研修をさせて半年かけて一人前にする（関東／情報通信）
- ・時短化（中部／製造）
- ・時間が短くなった（北海道／医療・福祉）

新入社員自体の変化

4%

- ・よくできる（関東／製造）
- ・なかなか打ち解け合わない（近畿／製造）

研修内容の変化

14%

- ・教える内容の幅が広がった（関東／製造）
- ・社会の変化に合わせている（関東／製造）
- ・より社会人としての心構えを重視するようになった（北海道／金融・保険）
- ・コロナ対策について（北海道／医療・福祉）
- ・心のケアの重要性が増してきた（関東／情報通信）
- ・語学研修を増やした（四国／教育・学習支援）
- ・コミュニケーションを大事にしています（近畿／サービス）

その他

11%

- ・コロナで新入社員が減った（関東／情報通信）
- ・安定志向になった（関東／運輸・郵便）

注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

5. 研修の効果を高めるために従来の講義スタイルに加え、実施している手法はありますか。

	全 体	グ ル ー プ ワ ー ク	プ レ ゼ ン ・ 発 表	ロ ー ル プ レ イ ン グ	る 事 前 ・ 事 後 学 習	ン ラ イ ン ニ ン グ ・ オ	現 場 実 習	演 習	合 宿	特 に な し
全 体	99 100.0	79 79.8	71 71.7	52 52.5	51 51.5	51 51.5	48 48.5	16 16.2	2 2.0	
業 種 別	製造	29 100.0	23 79.3	23 79.3	15 51.7	15 51.7	20 69.0	17 58.6	6 20.7	- -
	建設	4 100.0	4 100.0	4 100.0	3 75.0	2 50.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	- -
	金融・保険	2 100.0	2 100.0	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0	1 50.0	1 50.0	- -
	情報通信	8 100.0	6 75.0	6 75.0	2 25.0	4 50.0	1 12.5	4 50.0	- -	- -
	卸売・小売	13 100.0	8 61.5	8 61.5	10 76.9	7 53.8	7 53.8	4 30.8	2 15.4	- -
	サービス	13 100.0	10 76.9	9 69.2	8 61.5	8 61.5	7 53.8	5 38.5	1 7.7	- -
	不動産	3 100.0	3 100.0	3 100.0	1 33.3	1 33.3	2 66.7	3 100.0	1 33.3	- -
	医療・福祉	5 100.0	5 100.0	3 60.0	2 40.0	2 40.0	4 80.0	3 60.0	2 40.0	- -
	教育・学習支援	5 100.0	4 80.0	4 80.0	5 100.0	3 60.0	1 20.0	3 60.0	- -	- -
	運輸・郵便	8 100.0	6 75.0	3 37.5	2 25.0	5 62.5	4 50.0	3 37.5	1 12.5	1 12.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -
	その他	8 100.0	7 87.5	6 75.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5

6-1. 2021年度に採用した新入社員は何名ですか。

	全 体	1 〜 5 名	6 〜 1 0 名	1 1 〜 3 0 名	3 1 〜 5 0 名	5 1 名 以 上	採 用 な し	
全 体	100 100.0	18 18.0	22 22.0	31 31.0	9 9.0	19 19.0	1 1.0	
業 種 別	製造	30 100.0	3 10.0	9 30.0	10 33.3	3 10.0	4 13.3	1 3.3
	建設	4 100.0	- -	- -	2 50.0	- -	2 50.0	- -
	金融・保険	2 100.0	- -	- -	- -	- -	2 100.0	- -
	情報通信	8 100.0	1 12.5	2 25.0	3 37.5	- -	2 25.0	- -
	卸売・小売	13 100.0	2 15.4	3 23.1	5 38.5	2 15.4	1 7.7	- -
	サービス	13 100.0	4 30.8	1 7.7	4 30.8	2 15.4	2 15.4	- -
	不動産	3 100.0	1 33.3	2 66.7	- -	- -	- -	- -
	医療・福祉	5 100.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	- -	1 20.0	- -
	教育・学習支援	5 100.0	- -	1 20.0	3 60.0	- -	1 20.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	2 25.0	3 37.5	2 25.0	- -	1 12.5	- -
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -	- -
	その他	8 100.0	2 25.0	- -	1 12.5	2 25.0	3 37.5	- -

6-2. 2021年度に採用した新入社員の数は昨年と比べてどうですか。

		全 体	等 昨 年 度 と ほ ぼ 同	昨 年 度 よ り 増 加	昨 年 度 よ り 減 少
全 体		100 100.0	55 55.0	10 10.0	35 35.0
業 種 別	製造	30 100.0	22 73.3	1 3.3	7 23.3
	建設	4 100.0	4 100.0	- -	- -
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5
	卸売・小売	13 100.0	4 30.8	2 15.4	7 53.8
	サービス	13 100.0	8 61.5	2 15.4	3 23.1
	不動産	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	2 40.0	- -	3 60.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	1 20.0	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	1 12.5	1 12.5	6 75.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0

7. 2021年度に採用した新入社員に外国籍の新入社員は何名含まれますか。

	全 体	1 〜 5 名	6 〜 1 0 名	1 1 〜 3 0 名	3 1 〜 5 0 名	5 1 名 以 上	採 用 な し
全 体	100 100.0	38 38.0	15 15.0	5 5.0	1 1.0	3 3.0	38 38.0
業 種 別	製造	30 100.0	17 56.7	4 13.3	1 3.3	- -	8 26.7
	建設	4 100.0	- -	1 25.0	2 50.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	- -	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	2 25.0	1 12.5	- -	- 12.5	4 50.0
	卸売・小売	13 100.0	6 46.2	2 15.4	- -	1 7.7	4 30.8
	サービス	13 100.0	5 38.5	3 23.1	1 7.7	- -	4 30.8
	不動産	3 100.0	- -	1 33.3	- -	- -	2 66.7
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	- -	- -	- -	4 80.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	- -	1 20.0	- -	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	1 12.5	2 25.0	- -	- -	5 62.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	- -	- -	1 100.0
	その他	8 100.0	3 37.5	1 12.5	- -	- -	2 25.0

8. あなたの会社が求める人材像についてとくに重視するものを3つお選びください。

	全 体	的 主 体 性 が あ り 積 極	ン コ カ ミ に ユ 長 け て い シ る ヨ	的 向 上 心 が あ り 意 欲	き 多 る 様 な 人 と 協 働 で	あ 発 る 想 力 ・ 創 造 力 が	力 問 題 が あ る 見 力 ・ 解 決	高 論 理 的 思 考 能 力 が	語 学 力 が あ る	高 I T リ テ ラ シ ー が	ド グ が あ る バ ル マ イ ン	人 な 材 か た で あ る タ イ プ の い	自 社 に あ ま り の い
全 体	100 100.0	47 47.0	47 47.0	42 42.0	41 41.0	31 31.0	26 26.0	14 14.0	9 9.0	9 9.0	4 4.0	-	-
業 種 別	製造	30 100.0	16 53.3	10 33.3	13 43.3	12 40.0	7 23.3	10 33.3	2 6.7	1 3.3	3 10.0	2 6.7	-
	建設	4 100.0	2 50.0	2 50.0	3 75.0	4 100.0	1 25.0	-	-	-	-	-	-
	金融・保険	2 100.0	2 100.0	-	1 50.0	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	-	-
	情報通信	8 100.0	5 62.5	4 50.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5	-	-
	卸売・小売	13 100.0	6 46.2	8 61.5	5 38.5	6 46.2	8 61.5	4 30.8	-	-	-	-	-
	サービス	13 100.0	3 23.1	9 69.2	5 38.5	2 15.4	4 30.8	2 15.4	3 23.1	2 15.4	2 15.4	1 7.7	-
	不動産	3 100.0	-	1 33.3	2 66.7	-	-	1 33.3	1 33.3	-	1 33.3	1 33.3	-
	医療・福祉	5 100.0	3 60.0	2 40.0	3 60.0	3 60.0	2 40.0	2 40.0	-	-	-	-	-
	教育・学習支援	5 100.0	1 20.0	4 80.0	2 40.0	-	2 40.0	-	2 40.0	3 60.0	1 20.0	-	-
	運輸・郵便	8 100.0	5 62.5	4 50.0	4 50.0	4 50.0	3 37.5	2 25.0	1 12.5	-	-	-	-
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	-	-	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	-
	その他	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 62.5	5 25.0	1 12.5	2 25.0	3 37.5	2 25.0	1 12.5	-	-

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

主体性があり積極的

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	51 51.5	25 25.3	23 23.2
業 種 別	製造	29 100.0	17 58.6	8 27.6	4 13.8
	建設	4 100.0	3 75.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	5 38.5	5 38.5	3 23.1
	サービス	13 100.0	6 46.2	3 23.1	4 30.8
	不動産	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	2 40.0	- -	3 60.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	3 60.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	4 50.0	- -	4 50.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	1 100.0
	その他	8 100.0	5 62.5	3 37.5	- -

コミュニケーション力に長けている

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	45 45.5	32 32.3	22 22.2
業 種 別	製造	29 100.0	15 51.7	9 31.0	5 17.2
	建設	4 100.0	3 75.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	情報通信	8 100.0	- -	4 50.0	4 50.0
	卸売・小売	13 100.0	5 38.5	6 46.2	2 15.4
	サービス	13 100.0	4 30.8	5 38.5	4 30.8
	不動産	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	3 60.0	- -	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	3 60.0	2 40.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	6 75.0	- -	2 25.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	3 37.5	4 50.0	1 12.5

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

向上心があり意欲的

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	50 50.5	28 28.3	21 21.2
業 種 別	製造	29 100.0	13 44.8	10 34.5	6 20.7
	建設	4 100.0	2 50.0	- -	2 50.0
	金融・保険	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0
	情報通信	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	8 61.5	4 30.8	1 7.7
	サービス	13 100.0	7 53.8	2 15.4	4 30.8
	不動産	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	4 80.0	- -	1 20.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	3 60.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	4 50.0	1 12.5	3 37.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	3 37.5	4 50.0	1 12.5

多様な人と協働できる

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	52 52.5	25 25.3	22 22.2
業 種 別	製造	29 100.0	17 58.6	5 17.2	7 24.1
	建設	4 100.0	3 75.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	4 50.0	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	7 53.8	4 30.8	2 15.4
	サービス	13 100.0	5 38.5	4 30.8	4 30.8
	不動産	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7
	医療・福祉	5 100.0	5 100.0	- -	- -
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	4 50.0	4 50.0	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

発想力・創造力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	38 38.4	29 29.3	32 32.3
業 種 別	製造	29 100.0	12 41.4	8 27.6	9 31.0
	建設	4 100.0	3 75.0	-	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	-	-	2 100.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0
	卸売・小売	13 100.0	4 30.8	5 38.5	4 30.8
	サービス	13 100.0	6 46.2	4 30.8	3 23.1
	不動産	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	2 40.0	-	3 60.0
	教育・学習支援	5 100.0	3 60.0	2 40.0	-
	運輸・郵便	8 100.0	2 25.0	1 12.5	5 62.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	-	-	1 100.0
	その他	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5

問題発見力・解決力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	40 40.4	28 28.3	31 31.3
業 種 別	製造	29 100.0	10 34.5	10 34.5	9 31.0
	建設	4 100.0	3 75.0	-	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	-	1 50.0	1 50.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	4 50.0	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	8 61.5	2 15.4	3 23.1
	サービス	13 100.0	6 46.2	3 23.1	4 30.8
	不動産	3 100.0	1 33.3	-	2 66.7
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	運輸・郵便	8 100.0	2 25.0	1 12.5	5 62.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	-	-	1 100.0
	その他	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

論理的思考能力が高い

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	39 39.4	36 36.4	24 24.2
業 種 別	製造	29 100.0	11 37.9	11 37.9	7 24.1
	建設	4 100.0	3 75.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	3 23.1	8 61.5	2 15.4
	サービス	13 100.0	5 38.5	5 38.5	3 23.1
	不動産	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	3 60.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	- -	5 62.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	1 100.0
	その他	8 100.0	5 62.5	3 37.5	- -

語学力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	43 43.4	33 33.3	23 23.2
業 種 別	製造	29 100.0	17 58.6	7 24.1	5 17.2
	建設	4 100.0	2 50.0	- -	2 50.0
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	4 30.8	5 38.5	4 30.8
	サービス	13 100.0	4 30.8	5 38.5	4 30.8
	不動産	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	3 60.0	1 20.0
	教育・学習支援	5 100.0	3 60.0	2 40.0	- -
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

ITリテラシーが高い

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	54 54.5	27 27.3	18 18.2
業 種 別	製造	29 100.0	16 55.2	10 34.5	3 10.3
	建設	4 100.0	4 100.0	- -	- -
	金融・保険	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	情報通信	8 100.0	4 50.0	2 25.0	2 25.0
	卸売・小売	13 100.0	7 53.8	2 15.4	4 30.8
	サービス	13 100.0	4 30.8	6 46.2	3 23.1
	不動産	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0
	運輸・郵便	8 100.0	5 62.5	2 25.0	1 12.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	1 100.0	- -	- -
	その他	8 100.0	6 75.0	2 25.0	- -

グローバルマインドがある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	38 38.4	32 32.3	29 29.3
業 種 別	製造	29 100.0	13 44.8	9 31.0	7 24.1
	建設	4 100.0	3 75.0	- -	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	- -	- -	2 100.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	4 50.0	1 12.5
	卸売・小売	13 100.0	4 30.8	5 38.5	4 30.8
	サービス	13 100.0	4 30.8	4 30.8	5 38.5
	不動産	3 100.0	- -	2 66.7	1 33.3
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	1 100.0
	その他	8 100.0	6 75.0	2 25.0	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

自社にはあまりいなかったタイプの
人材である

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	36 36.4	25 25.3	38 38.4
業 種 別	製造	29 100.0	10 34.5	8 27.6	11 37.9
	建設	4 100.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0
	金融・保険	2 100.0	- -	- -	2 100.0
	情報通信	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5
	卸売・小売	13 100.0	6 46.2	3 23.1	4 30.8
	サービス	13 100.0	4 30.8	4 30.8	5 38.5
	不動産	3 100.0	- -	1 33.3	2 66.7
	医療・福祉	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0
	教育・学習支援	5 100.0	2 40.0	1 20.0	2 40.0
	運輸・郵便	8 100.0	2 25.0	2 25.0	4 50.0
	電気・ガス・水道業	1 100.0	- -	- -	1 100.0
	その他	8 100.0	6 75.0	1 12.5	1 12.5

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか。

eラーニング・オンライン研修の増加

44%

- ・オンラインが増えた（関東／製造）
- ・オンラインの導入（関東／サービス）
- ・オンライン中心（関東／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが増えた（中部／その他）
- ・リモートが増えた（四国／教育・学習支援）
- ・リモートを活用（近畿／製造）
- ・オンラインの活用（関東／建設）
- ・やはりオンラインの研修が増えた（近畿／卸売・小売）
- ・オンライン化が進んだ（関東／製造）
- ・オンライン化（関東／製造）
- ・eラーニング主体にシフトしている（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・対面での研修が理想ですが、一部リモート研修を導入せざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・リモート研修が増えた（関東／運輸・郵便）

集合研修・合宿・グループワークなどの中止

14%

- ・合宿を取りやめました（中部／金融・保険）
- ・対面ではやらなくなった（北海道／卸売・小売）
- ・集合研修を中止した（近畿／製造）
- ・グループで行う課題を減らした（関東／サービス）
- ・グループワークをへらす（東北／運輸・郵便）
- ・集合形式の中止（中部／サービス）
- ・集合型研修ができなくなった（関東／サービス）
- ・対面での研修がやりにくくなった（近畿／卸売・小売）
- ・合宿ができなくなった（近畿／医療・福祉）
- ・対面研修が大幅に減少しました（中国／製造）
- ・外部研修の中止（関東／製造）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか？

コロナ対策を実施

7%

- ・フェイスガードを必ず使う（関東／情報通信）
- ・衛生に注意するようになった（関東／その他）
- ・ソーシャルディスタンスをとっている（近畿／サービス）
- ・なるべく密にならないように短時間で集中してやるようにしている（関東／卸売・小売）

ストレス・不安が大きくなった

5%

- ・常に不安になっているイメージ（関東／運輸・郵便）
- ・オンラインによるストレスが問題（関東／情報通信）
- ・不安を取り除くのがとにかく大変なのでまずはコミュニケーションを多くとる事に時間を割いている（北海道／金融・保険）
- ・孤立しやすい（関東／サービス）

その他

7%

- ・主体性がある社員が伸びている（中部／製造）
- ・実りがあった（近畿／卸売・小売）
- ・簡素化（関東／その他）

特になし

23%

注1) n=100
注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

より効果的な集合研修とオンライン研修の在り方

18%

- ・なかなか実践的なことができない。（関東／その他）
- ・対面研修なみに効率的な研修ができる方法を模索しています（中国／製造）
- ・ディスカッションがしづらいので今後はオンラインで上手くできると思っている（関東／卸売・小売）
- ・具現化する能力を活かす、新たな取り組みを試す（中部／製造）
- ・集合研修をどう取り組んでいくか（関東／卸売・小売）
- ・リモート研修の効率化（関東／運輸・郵便）
- ・如何に参加型にするか（関東／建設）
- ・オンラインにしていくこと（近畿／卸売・小売）
- ・集合研修が減ったことでグループでの討論が難しい（関東／運輸・郵便）
- ・このような状態なのでなかなか人を集めて話すのは難しい（近畿／卸売・小売）
- ・リアルな体験ができないので実戦で使えるとは思えない（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・デジタル化で大丈夫なのだろうかということ（中国／サービス）
- ・本来は合宿に近い形で行う物であったがコロナ禍でそれがオンラインに集中してしまっていて実際のこなし度合いが不明瞭（北海道／金融・保険）

コミュニケーション不足

11%

- ・双方向のコミュニケーションが不足しがち（関東／製造）
- ・リモートになったのでコミュニケーションがはかりづらい（関東／情報通信）
- ・対面研修の減少によるコミュニケーション不足（関東／建設）
- ・対人コミュニケーションスキルの獲得が難しい（関東／製造）
- ・コミュニケーション（関東／製造）
- ・コミュニケーションが片寄っている（中部／サービス）
- ・コミュニケーションが不足する（九州／卸売・小売）
- ・孤立を避ける（関東／サービス）
- ・グループで行う課題が減った分、新入社員間の結束力を高めるために違う方法でコミュニケーションを取れる機会を増やしたい（関東／サービス）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

新入社員自体の変化

11%

- ・ここ数年、所謂「よい子」が多い印象です。要領はよいのですが、ピュアに人と触れ合っただけで真剣に対峙するというのがあまり見受けられません。従来はほぼ対面での研修でしたのでそのような点を改善させるという意味では有効でしたが、リモート研修では難しくなっています。コロナ終息後は従来のかたちに戻したいと考えます（中部／製造）
- ・新入社員の個性が把握しづらくなった（関東／製造）
- ・昔でいうところの根性や精神力が低くなっていると感じる（関東／サービス）
- ・社会が変わったのか面倒な人が多い（関東／その他）
- ・新卒よりも中途の方が良い（近畿／不動産）
- ・自主性がほぼ皆無。社会人としての心構えが出来ていないので指導が必要（北海道／卸売・小売）

研修の効果や理解度がわかりにくい

7%

- ・効果がわかりにくい（関東／製造）
- ・研修内容を何処まで理解したかわからない（関東／製造）
- ・理解度の把握（近畿／製造）
- ・効果測定（関東／サービス）

モチベーション低下

6%

- ・モチベーション向上（近畿／不動産）
- ・リモートで行っているが、真剣度が薄いように感じるのだからモチベーションを持たせるかに苦労している（近畿／製造）
- ・とにかく意欲向上に結び付けること（四国／教育・学習支援）

早期離職の防止

5%

- ・配属後のギャップ解消（中部／製造）
- ・長期的に会社に残ってくれるか（関東／運輸・郵便）
- ・すぐに辞めてしまわないようにしたい（関東／製造）
- ・採用で見抜く力（近畿／卸売・小売）
- ・業務の意義を理解してもらい定着率を向上させること（関東／電気・ガス・水道業）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

研修効果が限定的

4%

- ・浸透しない（中国／教育・学習支援）
- ・詰め込み研修なので記憶力が悪いと苦勞する（北海道／運輸・郵便）
- ・やってもすぐ忘れる（関東／製造）

新入社員の即戦力化

3%

- ・即戦力を短期間で育てる（近畿／卸売・小売）
- ・即戦力化（近畿／建設）

コスト

3%

- ・コロナで新人が減って研修に費用を使えない（関東／情報通信）
- ・コストがかかる（近畿／製造）

新入社員研修の体制改善

3%

- ・新人の教育体制強化（北海道／医療・福祉）
- ・人手不足（関東／その他）
- ・体質が古い（近畿／サービス）

その他

21%

- ・時間の確保（北海道／医療・福祉）
- ・固定観念にとらわれないこと（関東／医療・福祉）
- ・講師のレベル（近畿／サービス）
- ・新入社員の心のケア（関東／情報通信）
- ・現場からの希望（関東／情報通信）

特になし

8%

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

6. 調査データ

～地域別クロス表～

1-1. 今年の新入社員研修で実施した内容についてお答えください。

		全 体	ビ ジ ネ ス マ ナ ー	仕 事 の 進 め 方	え 社 会 人 と し て の 心 構	コ ン プ ラ イ ア ン ス	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ヨ ン	情 報 セ キ ュ リ テ ィ	企 業 理 念 ・ 事 業 概 要	界 に 関 す る 基 礎 知 識	サ ー ビ ス ・ 商 品 ・ 業	I T 基 礎 知 識	ビ ジ ネ ス 文 書
全 体		99 100.0	79 79.8	75 75.8	71 71.7	68 68.7	63 63.6	60 60.6	60 60.6	53 53.5	38 38.4	34 34.3	
地 域 別	北海道	6 100.0	4 66.7	6 100.0	4 66.7	4 66.7	2 33.3	3 50.0	4 66.7	4 66.7	1 16.7	2 33.3	
	東北	3 100.0	1 33.3	3 100.0	2 66.7	3 100.0	3 100.0	1 33.3	1 33.3	- -	- -	- -	
	関東	52 100.0	45 86.5	40 76.9	38 73.1	35 67.3	32 61.5	34 65.4	31 59.6	28 53.8	22 42.3	21 40.4	
	中部	8 100.0	7 87.5	6 75.0	5 62.5	5 62.5	5 62.5	4 50.0	4 50.0	6 75.0	3 37.5	3 37.5	
	近畿	20 100.0	17 85.0	12 60.0	15 75.0	15 75.0	14 70.0	12 60.0	14 70.0	11 55.0	8 40.0	5 25.0	
	中国	5 100.0	3 60.0	5 100.0	2 40.0	3 60.0	2 40.0	5 100.0	3 60.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0	
	四国	2 100.0	1 50.0	2 100.0	2 100.0	1 50.0	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0	- -	- -	
	九州	3 100.0	1 33.3	1 33.3	3 100.0	2 66.7	3 100.0	1 33.3	2 66.7	1 33.3	2 66.7	2 66.7	

1-2. 今年の新入社員研修の開始時期はいつですか。

		全 体	入 社 半 年 以 上 前	入 社 3 ヶ 月 前	入 社 1 ヶ 月 前	前 入 社 1 ヶ 月 以 降	入 社 以 降
全 体		99 100.0	12 12.1	20 20.2	19 19.2	10 10.1	38 38.4
地 域 別	北海道	6 100.0	1 16.7	1 16.7	- -	1 16.7	3 50.0
	東北	3 100.0	1 33.3	- -	- -	1 33.3	1 33.3
	関東	52 100.0	5 9.6	10 19.2	11 21.2	5 9.6	21 40.4
	中部	8 100.0	2 25.0	2 25.0	3 37.5	- -	1 12.5
	近畿	20 100.0	1 5.0	3 15.0	5 25.0	3 15.0	8 40.0
	中国	5 100.0	- -	2 40.0	- -	- -	3 60.0
	四国	2 100.0	1 50.0	- -	- -	- -	1 50.0
	九州	3 100.0	1 33.3	2 66.7	- -	- -	- -

1-3. 今年の新入社員の研修期間はどれくらいですか。

		全 体	1 日	数 日	1 週 間	2 週 間	1 ヶ 月	2 ヶ 月	3 ヶ 月 以 上
全 体		99 100.0	- -	8 8.1	23 23.2	26 26.3	21 21.2	10 10.1	11 11.1
地 域 別	北海道	6 100.0	- -	- -	3 50.0	- -	2 33.3	1 16.7	- -
	東北	3 100.0	- -	- -	2 66.7	1 33.3	- -	- -	- -
	関東	52 100.0	- -	2 3.8	7 13.5	12 23.1	15 28.8	7 13.5	9 17.3
	中部	8 100.0	- -	2 25.0	- -	5 62.5	- -	- -	1 12.5
	近畿	20 100.0	- -	2 10.0	9 45.0	5 25.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0
	中国	5 100.0	- -	- -	2 40.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	- -	1 50.0	- -	1 50.0	- -	- -	- -
	九州	3 100.0	- -	1 33.3	- -	1 33.3	1 33.3	- -	- -

2. 新入社員研修にeラーニングを利用していますか。

		全 体	利 用 し て い る	今 後 利 用 予 定	定 な し 〜 利 用 し て い な い
全 体		100 100.0	72 72.0	17 17.0	11 11.0
地 域 別	北海道	6 100.0	1 16.7	3 50.0	2 33.3
	東北	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -
	関東	53 100.0	43 81.1	5 9.4	5 9.4
	中部	8 100.0	7 87.5	1 12.5	- -
	近畿	20 100.0	14 70.0	3 15.0	3 15.0
	中国	5 100.0	1 20.0	4 80.0	- -
	四国	2 100.0	2 100.0	- -	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3

2-1. 新入社員研修で利用しているeラーニング研修の詳細

- ・新型コロナウイルス感染防止のため、オンライン研修を増やしています。研修全体の半分程度がeラーニングであり、基礎知識を身に付ける内容の研修になっています（中国／製造）
- ・ほとんどの分野で利用し、コンプライアンスや情報セキュリティ教育などは適している（関東／卸売・小売）
- ・新入社員研修のほとんど（関東／サービス）
- ・新入社員全員を対象に、課題を2週間に1回提出（関東／卸売・小売）
- ・理解度の確認のため、研修中週2回程度実施している（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーを数日実施（近畿／製造）
- ・ビジネスマナーはすべてeラーニングにしている（関東／運輸・郵便）
- ・ビジネスマナーなどどちらかというと普遍的な内容のもの（関東／サービス）
- ・ビジネスマナー コンプライアンス（関東／建設）
- ・全新入社員に適用しています。週2回程度、基礎的なビジネスマナーなどです（中部／製造）
- ・業務上の秘密があるので具体的には記載できないが、社会人としての心構え・会社知識の理解・ITリテラシーがメイン（関東／医療・福祉）
- ・専門詳細業務の知識確認についてeラーニングを月に1回開催（関東／製造）
- ・社内ルールの周知などに活用している（関東／情報通信）
- ・企業理念の教育をしています（近畿／サービス）
- ・自社、他社の教育システムを利用して月に1回程度、ビジネススキル、コンプライアンスなどについて学習させている（関東／製造）
- ・ハラスメントについて周知徹底するように3カ月に1回程度行っている（近畿／製造）
- ・週1で取り引きメーカーの商品基礎知識研修（近畿／卸売・小売）
- ・商品知識について主に行っている（北海道／卸売・小売）
- ・商品基礎知識（関東／製造）
- ・三日間、語学学習（関東／教育・学習支援）
- ・ビジネス英会話の取得（関東／その他）
- ・語学研修と検定対策（四国／教育・学習支援）
- ・月1で利用している（九州／教育・学習支援）
- ・月一での教育（関東／製造）
- ・年6回実施している（関東／製造）
- ・個別の指導計画（東北／運輸・郵便）
- ・コロナの影響でオンラインでの作業も増え、慣れていく必要もあるので（関東／その他）

注1) n=72 前問で「利用している」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

3. 新入社員研修に外部研修を利用していますか。

		全 体	利 用 し て い る	今 後 利 用 予 定	定 な し （ 利 用 し て い な い 予 い
全 体		100 100.0	62 62.0	26 26.0	12 12.0
地 域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	2 33.3	2 33.3
	東北	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -
	関東	53 100.0	32 60.4	16 30.2	5 9.4
	中部	8 100.0	5 62.5	1 12.5	2 25.0
	近畿	20 100.0	15 75.0	4 20.0	1 5.0
	中国	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	四国	2 100.0	2 100.0	- -	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3

4. 新入社員研修は近年変化していると感じますか。

		全 体	は い	え ど ば ち は ら い か と い	え ど ば ち い ら い か え と い	い い え	わ か ら な い
全 体		100 100.0	38 38.0	42 42.0	7 7.0	10 10.0	3 3.0
地 域 別	北海道	6 100.0	- -	5 83.3	- -	- -	1 16.7
	東北	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -	- -	- -
	関東	53 100.0	18 34.0	20 37.7	5 9.4	8 15.1	2 3.8
	中部	8 100.0	4 50.0	4 50.0	- -	- -	- -
	近畿	20 100.0	10 50.0	8 40.0	1 5.0	1 5.0	- -
	中国	5 100.0	1 20.0	3 60.0	- -	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0	- -	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -	- -	- -

4-1. 新入社員研修の変化の詳細

eラーニング・Zoomなどオンライン研修が主体に

51%

- ・密集を避けて集合教育からeラーニングに主体をシフト（関東／卸売・小売）
- ・eラーニングを増やしている（関東／サービス）
- ・e-Learningの活用（関東／情報通信）
- ・コロナ禍もあり、なかなかグループで対面にさせるのに難しくzoomなどを活用している（中国／サービス）
- ・ZOOMを使ったオンラインでのやり取りが増えてきている（関東／卸売・小売）
- ・オンラインが必須になった（近畿／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが主流になってきた（関東／製造）
- ・対面ではなく、オンライン研修が増えています（中国／製造）
- ・座学 → グループワーク、合宿 → リモート（関東／製造）
- ・以前は集合研修が基本でしたが、昨年・本年はリモート研修も取り入れざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・オンライン化に合わせて進め方が変わった（関東／製造）
- ・新型コロナウイルスが蔓延した為テレワークによる研修を基本に小グループの対面研修をしている（関東／電気・ガス・水道）

グループワークや実践的・能動的プログラム重視へ

10%

- ・座学が減り、より実践的な内容に変化（関東／製造）
- ・即戦力を意識した内容が多くなっている（関東／製造）
- ・実戦形式が増えた（中部／製造）
- ・能動的なプログラムを増やした（関東／建設）
- ・主体性のある研修（近畿／建設）
- ・より実践に重きを置いたもの（中国／建設）
- ・個人の能力を最大限引き出すグループワーク（中部／製造）
- ・グループワークとレクリエーションの比率を多くしている（近畿／医療・福祉）

注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

4-1. 新入社員研修の変化の詳細

コンプライアンス・セキュリティ対策の比率増

6%

- ・コンプライアンスの重要性が高まった（関東／教育・学習支援）
- ・コンプライアンスや情報管理等の比重が高まった（近畿／製造）
- ・仕事の研修ではなく基本的なマナーやコンプライアンスに重きにしている（近畿／不動産）
- ・パソコン利用が一般化したところから、セキュリティ研修により時間をかけるようになった（関東／サービス）

研修期間の変化

4%

- ・10年前は、入社後1週間で飛び込み営業を経験させていたが今は研修をさせて半年かけて一人前にする（関東／情報通信）
- ・時短化（中部／製造）
- ・時間が短くなった（北海道／医療・福祉）

新入社員自体の変化

4%

- ・よくできる（関東／製造）
- ・なかなか打ち解け合わない（近畿／製造）

研修内容の変化

14%

- ・教える内容の幅が広がった（関東／製造）
- ・社会の変化に合わせている（関東／製造）
- ・より社会人としての心構えを重視するようになった（北海道／金融・保険）
- ・コロナ対策について（北海道／医療・福祉）
- ・心のケアの重要性が増してきた（関東／情報通信）
- ・語学研修を増やした（四国／教育・学習支援）
- ・コミュニケーションを大事にしています（近畿／サービス）

その他

11%

- ・コロナで新入社員が減った（関東／情報通信）
- ・安定志向になった（関東／運輸・郵便）

注1) n=80 前問で「はい」「どちらかといえばはい」と答えた方のみ
注2) 回答から一部抜粋

5. 研修の効果を高めるために従来の講義スタイルに加え、実施している手法はありますか。

	全 体	グ ル ー プ ワ ー ク	プ レ ゼ ン ・ 発 表	ロ ー ル プ レ イ ン グ	る 事 前 ・ 事 後 学 習	ラ イ ン ・ 研 修 な ど に よ ン	e ラ ー ニ ン グ ・ オ ン 	現 場 実 習	演 習	合 宿	特 に な し
全 体	99 100.0	79 79.8	71 71.7	52 52.5	51 51.5	51 51.5	51 51.5	48 48.5	16 16.2	2 2.0	
地域別	北海道	6 100.0	3 50.0	4 66.7	4 66.7	1 16.7	4 66.7	4 66.7	1 16.7	1 16.7	
	東北	3 100.0	2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3	2 66.7	- -	- -	- -	
	関東	52 100.0	41 78.8	39 75.0	26 50.0	28 53.8	23 44.2	29 55.8	7 13.5	1 1.9	
	中部	8 100.0	8 100.0	5 62.5	4 50.0	5 62.5	6 75.0	1 12.5	2 25.0	- -	
	近畿	20 100.0	17 85.0	15 75.0	10 50.0	11 55.0	12 60.0	9 45.0	3 15.0	- -	
	中国	5 100.0	4 80.0	3 60.0	3 60.0	3 60.0	2 40.0	3 60.0	2 40.0	- -	
	四国	2 100.0	1 50.0	2 100.0	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0	- -	- -	
	九州	3 100.0	3 100.0	2 66.7	2 66.7	1 33.3	2 66.7	1 33.3	1 33.3	- -	

6-1. 2021年度に採用した新入社員は何名ですか。

		全 体	1 ～ 5 名	6 ～ 1 0 名	1 1 ～ 3 0 名	3 ～ 5 0 名	5 ～ 1 名 以 上	採 用 な し
全 体		100 100.0	18 18.0	22 22.0	31 31.0	9 9.0	19 19.0	1 1.0
地 域 別	北海道	6 100.0	3 50.0	1 16.7	1 16.7	- -	1 16.7	- -
	東北	3 100.0	1 33.3	1 33.3	- -	- -	1 33.3	- -
	関東	53 100.0	12 22.6	12 22.6	13 24.5	5 9.4	10 18.9	1 1.9
	中部	8 100.0	- -	- -	3 37.5	3 37.5	2 25.0	- -
	近畿	20 100.0	2 10.0	7 35.0	7 35.0	- -	4 20.0	- -
	中国	5 100.0	- -	1 20.0	3 60.0	1 20.0	- -	- -
	四国	2 100.0	- -	- -	1 50.0	- -	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	- -	- -	3 100.0	- -	- -	- -

6-2. 2021年度に採用した新入社員の数は昨年と比べてどうですか。

		全 体	等 昨 年 度 と ほ ぼ 同	昨 年 度 よ り 増 加	昨 年 度 よ り 減 少
全 体		100 100.0	55 55.0	10 10.0	35 35.0
地 域 別	北海道	6 100.0	1 16.7	- -	5 83.3
	東北	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	関東	53 100.0	28 52.8	8 15.1	17 32.1
	中部	8 100.0	5 62.5	- -	3 37.5
	近畿	20 100.0	16 80.0	- -	4 20.0
	中国	5 100.0	2 40.0	1 20.0	2 40.0
	四国	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0
	九州	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7

7. 2021年度に採用した新入社員に外国籍の新入社員は何名含まれますか。

		全 体	1 5 名	6 1 0 名	1 1 3 0 名	3 1 5 0 名	5 1 名 以 上	採 用 な し
全 体		100 100.0	38 38.0	15 15.0	5 5.0	1 1.0	3 3.0	38 38.0
地域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	- -	- -	- -	- -	4 66.7
	東北	3 100.0	- -	- -	- -	- -	1 33.3	2 66.7
	関東	53 100.0	21 39.6	9 17.0	2 3.8	1 1.9	2 3.8	18 34.0
	中部	8 100.0	4 50.0	2 25.0	1 12.5	- -	- -	1 12.5
	近畿	20 100.0	9 45.0	3 15.0	- -	- -	- -	8 40.0
	中国	5 100.0	- -	1 20.0	1 20.0	- -	- -	3 60.0
	四国	2 100.0	- -	- -	1 50.0	- -	- -	1 50.0
	九州	3 100.0	2 66.7	- -	- -	- -	- -	1 33.3

8. あなたの会社が求める人材像についてとくに重視するものを3つお選びください。

	全 体	主 体 性 が あ り 積 極 的	長 け て い る ケ ー シ ヨ ン カ に	向 上 心 が あ り 意 欲 的	多 様 な 人 と 協 働 で き る	発 想 力 ・ 創 造 力 が あ る	問 題 発 見 力 ・ 解 決 力 が あ る	論 理 的 思 考 能 力 が 高 い	語 学 力 が あ る	I T リ テ ラ シ ー が 高 い	グ ロ ー バ ル マ イ ン ド が あ る	自 社 に は あ ま り い な か つ	
全 体	100 100.0	47 47.0	47 47.0	42 42.0	41 41.0	31 31.0	26 26.0	14 14.0	9 9.0	9 9.0	4 4.0	- -	
地域別	北海道	6 100.0	6 100.0	3 50.0	3 50.0	4 66.7	2 33.3	- -	- -	- -	- -	- -	
	東北	3 100.0	1 33.3	3 100.0	- -	- -	2 66.7	2 66.7	- -	1 33.3	- -	- -	
	関東	53 100.0	25 47.2	21 39.6	20 37.7	20 37.7	14 26.4	17 32.1	11 20.8	5 9.4	2 3.8	1 1.9	- -
	中部	8 100.0	5 62.5	4 50.0	3 37.5	6 75.0	2 25.0	1 12.5	- -	- -	2 25.0	1 12.5	- -
	近畿	20 100.0	7 35.0	10 50.0	13 65.0	7 35.0	5 25.0	5 25.0	1 5.0	1 5.0	3 15.0	2 10.0	- -
	中国	5 100.0	3 60.0	4 80.0	2 40.0	2 40.0	3 60.0	- -	- -	- -	1 20.0	- -	- -
	四国	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0	- -	1 50.0	- -	1 50.0	1 50.0	1 50.0	- -	- -
	九州	3 100.0	- -	1 33.3	- -	2 66.7	2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3	- -	- -	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

主体性があり積極的

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	51 51.5	25 25.3	23 23.2
地 域 別	北海道	6 100.0	4 66.7	1 16.7	1 16.7
	東北	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7
	関東	52 100.0	29 55.8	13 25.0	10 19.2
	中部	8 100.0	2 25.0	4 50.0	2 25.0
	近畿	20 100.0	10 50.0	2 10.0	8 40.0
	中国	5 100.0	2 40.0	3 60.0	- -
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

コミュニケーション力に長けている

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	45 45.5	32 32.3	22 22.2
地 域 別	北海道	6 100.0	3 50.0	3 50.0	- -
	東北	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	関東	52 100.0	26 50.0	13 25.0	13 25.0
	中部	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5
	近畿	20 100.0	6 30.0	7 35.0	7 35.0
	中国	5 100.0	4 80.0	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

向上心があり意欲的

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	50 50.5	28 28.3	21 21.2
地 域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	3 50.0	1 16.7
	東北	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7
	関東	52 100.0	29 55.8	13 25.0	10 19.2
	中部	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5
	近畿	20 100.0	11 55.0	2 10.0	7 35.0
	中国	5 100.0	3 60.0	2 40.0	- -
	四国	2 100.0	- -	2 100.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

多様な人と協働できる

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	52 52.5	25 25.3	22 22.2
地 域 別	北海道	6 100.0	3 50.0	1 16.7	2 33.3
	東北	3 100.0	2 66.7	- -	1 33.3
	関東	52 100.0	28 53.8	13 25.0	11 21.2
	中部	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0
	近畿	20 100.0	10 50.0	5 25.0	5 25.0
	中国	5 100.0	4 80.0	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0
	九州	3 100.0	1 33.3	2 66.7	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

発想力・創造力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	38 38.4	29 29.3	32 32.3
地 域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	1 16.7	3 50.0
	東北	3 100.0	- -	1 33.3	2 66.7
	関東	52 100.0	26 50.0	13 25.0	13 25.0
	中部	8 100.0	2 25.0	4 50.0	2 25.0
	近畿	20 100.0	3 15.0	6 30.0	11 55.0
	中国	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

問題発見力・解決力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	40 40.4	28 28.3	31 31.3
地 域 別	北海道	6 100.0	3 50.0	1 16.7	2 33.3
	東北	3 100.0	- -	2 66.7	1 33.3
	関東	52 100.0	25 48.1	11 21.2	16 30.8
	中部	8 100.0	- -	5 62.5	3 37.5
	近畿	20 100.0	7 35.0	5 25.0	8 40.0
	中国	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

論理的思考能力が高い

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	39 39.4	36 36.4	24 24.2
地 域 別	北海道	6 100.0	4 66.7	- -	2 33.3
	東北	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3
	関東	52 100.0	22 42.3	18 34.6	12 23.1
	中部	8 100.0	4 50.0	3 37.5	1 12.5
	近畿	20 100.0	3 15.0	10 50.0	7 35.0
	中国	5 100.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

語学力がある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	43 43.4	33 33.3	23 23.2
地 域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	3 50.0	1 16.7
	東北	3 100.0	- -	1 33.3	2 66.7
	関東	52 100.0	24 46.2	15 28.8	13 25.0
	中部	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5
	近畿	20 100.0	7 35.0	7 35.0	6 30.0
	中国	5 100.0	4 80.0	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	1 50.0	1 50.0	- -
	九州	3 100.0	3 100.0	- -	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

ITリテラシーが高い

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	54 54.5	27 27.3	18 18.2
地 域 別	北海道	6 100.0	5 83.3	1 16.7	- -
	東北	3 100.0	- -	2 66.7	1 33.3
	関東	52 100.0	28 53.8	13 25.0	11 21.2
	中部	8 100.0	6 75.0	1 12.5	1 12.5
	近畿	20 100.0	9 45.0	7 35.0	4 20.0
	中国	5 100.0	4 80.0	1 20.0	- -
	四国	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

グローバルマインドがある

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	38 38.4	32 32.3	29 29.3
地 域 別	北海道	6 100.0	1 16.7	4 66.7	1 16.7
	東北	3 100.0	- -	1 33.3	2 66.7
	関東	52 100.0	23 44.2	14 26.9	15 28.8
	中部	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0
	近畿	20 100.0	6 30.0	7 35.0	7 35.0
	中国	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0
	四国	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

9. 前問の項目について今年の新入社員の傾向に近いものをお選びください。

自社にはあまりいなかったタイプの
人材である

		全 体	当てはま る	当てはま らない	まだわか らない
全 体		99 100.0	36 36.4	25 25.3	38 38.4
地 域 別	北海道	6 100.0	2 33.3	1 16.7	3 50.0
	東北	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7
	関東	52 100.0	16 30.8	15 28.8	21 40.4
	中部	8 100.0	3 37.5	3 37.5	2 25.0
	近畿	20 100.0	7 35.0	5 25.0	8 40.0
	中国	5 100.0	5 100.0	- -	- -
	四国	2 100.0	- -	- -	2 100.0
	九州	3 100.0	2 66.7	1 33.3	- -

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか。

eラーニング・オンライン研修の増加

44%

- ・オンラインが増えた（関東／製造）
- ・オンラインの導入（関東／サービス）
- ・オンライン中心（関東／卸売・小売）
- ・オンラインでの研修が増えている（北海道／卸売・小売）
- ・オンラインが増えた（中部／その他）
- ・リモートが増えた（四国／教育・学習支援）
- ・リモートを活用（近畿／製造）
- ・オンラインの活用（関東／建設）
- ・やはりオンラインの研修が増えた（近畿／卸売・小売）
- ・オンライン化が進んだ（関東／製造）
- ・オンライン化（関東／製造）
- ・eラーニング主体にシフトしている（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・対面での研修が理想ですが、一部リモート研修を導入せざるを得ない状況です（中部／製造）
- ・リモート研修が増えた（関東／運輸・郵便）

集合研修・合宿・グループワークなどの中止

14%

- ・合宿を取りやめました（中部／金融・保険）
- ・対面ではやらなくなった（北海道／卸売・小売）
- ・集合研修を中止した（近畿／製造）
- ・グループで行う課題を減らした（関東／サービス）
- ・グループワークをへらす（東北／運輸・郵便）
- ・集合形式の中止（中部／サービス）
- ・集合型研修ができなくなった（関東／サービス）
- ・対面での研修がやりにくくなった（近畿／卸売・小売）
- ・合宿ができなくなった（近畿／医療・福祉）
- ・対面研修が大幅に減少しました（中国／製造）
- ・外部研修の中止（関東／製造）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

10. コロナ以降、新入社員研修にはどのような変化がありましたか？

コロナ対策を実施

7%

- ・フェイスガードを必ず使う（関東／情報通信）
- ・衛生に注意するようになった（関東／その他）
- ・ソーシャルディスタンスをとっている（近畿／サービス）
- ・なるべく密にならないように短時間で集中してやるようにしている（関東／卸売・小売）

ストレス・不安が大きくなった

5%

- ・常に不安になっているイメージ（関東／運輸・郵便）
- ・オンラインによるストレスが問題（関東／情報通信）
- ・不安を取り除くのがとにかく大変なのでまずはコミュニケーションを多くとる事に時間を割いている（北海道／金融・保険）
- ・孤立しやすい（関東／サービス）

その他

7%

- ・主体性がある社員が伸びている（中部／製造）
- ・実りがあった（近畿／卸売・小売）
- ・簡素化（関東／その他）

特になし

23%

注1) n=100
注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

より効果的な集合研修とオンライン研修の在り方

18%

- ・なかなか実践的なことができない。（関東／その他）
- ・対面研修なみに効率的な研修ができる方法を模索しています（中国／製造）
- ・ディスカッションがしづらいので今後はオンラインで上手くできると思っている（関東／卸売・小売）
- ・具現化する能力を活かす、新たな取り組みを試す（中部／製造）
- ・集合研修をどう取り組んでいくか（関東／卸売・小売）
- ・リモート研修の効率化（関東／運輸・郵便）
- ・如何に参加型にするか（関東／建設）
- ・オンラインにしていくこと（近畿／卸売・小売）
- ・集合研修が減ったことでグループでの討論が難しい（関東／運輸・郵便）
- ・このような状態なのでなかなか人を集めて話すのは難しい（近畿／卸売・小売）
- ・リアルな体験ができないので実戦で使えるとは思えない（関東／卸売・小売）
- ・ウェブの活用（関東／その他）
- ・デジタル化で大丈夫なのだろうかということ（中国／サービス）
- ・本来は合宿に近い形で行う物であったがコロナ禍でそれがオンラインに集中してしまっていて実際のこなし度合いが不明瞭（北海道／金融・保険）

コミュニケーション不足

11%

- ・双方向のコミュニケーションが不足しがち（関東／製造）
- ・リモートになったのでコミュニケーションがはかりづらい（関東／情報通信）
- ・対面研修の減少によるコミュニケーション不足（関東／建設）
- ・対人コミュニケーションスキルの獲得が難しい（関東／製造）
- ・コミュニケーション（関東／製造）
- ・コミュニケーションが片寄っている（中部／サービス）
- ・コミュニケーションが不足する（九州／卸売・小売）
- ・孤立を避ける（関東／サービス）
- ・グループで行う課題が減った分、新入社員間の結束力を高めるために違う方法でコミュニケーションを取れる機会を増やしたい（関東／サービス）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

新入社員自体の変化

11%

- ・ここ数年、所謂「よい子」が多い印象です。要領はよいのですが、ピュアに人と触れ合っただけで真剣に対峙するところがあまり見受けられません。従来はほぼ対面での研修でしたのでそのような点を改善させるという意味では有効でしたが、リモート研修では難しくなっています。コロナ終息後は従来のかたちに戻したいと考えます（中部／製造）
- ・新入社員の個性が把握しづらくなった（関東／製造）
- ・昔でいうところの根性や精神力が低くなっていると感じる（関東／サービス）
- ・社会が変わったのか面倒な人が多い（関東／その他）
- ・新卒よりも中途の方が良い（近畿／不動産）
- ・自主性がほぼ皆無。社会人としての心構えが出来ていないので指導が必要（北海道／卸売・小売）

研修の効果や理解度がわかりにくい

7%

- ・効果がわかりにくい（関東／製造）
- ・研修内容を何処まで理解したかわからない（関東／製造）
- ・理解度の把握（近畿／製造）
- ・効果測定（関東／サービス）

モチベーション低下

6%

- ・モチベーション向上（近畿／不動産）
- ・リモートで行っているが、真剣度が薄いように感じるのだからモチベーションを持たせるかに苦労している（近畿／製造）
- ・とにかく意欲向上に結び付けること（四国／教育・学習支援）

早期離職の防止

5%

- ・配属後のギャップ解消（中部／製造）
- ・長期的に会社に残ってくれるか（関東／運輸・郵便）
- ・すぐに辞めてしまわないようにしたい（関東／製造）
- ・採用で見抜く力（近畿／卸売・小売）
- ・業務の意義を理解してもらい定着率を向上させること（関東／電気・ガス・水道業）

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

1.1. 新入社員研修にどのような課題をお持ちですか。今後の展望も含めお答えください。

研修効果が限定的

4%

- ・浸透しない（中国／教育・学習支援）
- ・詰め込み研修なので記憶力が悪いと苦勞する（北海道／運輸・郵便）
- ・やってもすぐ忘れる（関東／製造）

新入社員の即戦力化

3%

- ・即戦力を短期間で育てる（近畿／卸売・小売）
- ・即戦力化（近畿／建設）

コスト

3%

- ・コロナで新人が減って研修に費用を使えない（関東／情報通信）
- ・コストがかかる（近畿／製造）

新入社員研修の体制改善

3%

- ・新人の教育体制強化（北海道／医療・福祉）
- ・人手不足（関東／その他）
- ・体質が古い（近畿／サービス）

その他

21%

- ・時間の確保（北海道／医療・福祉）
- ・固定観念にとらわれないこと（関東／医療・福祉）
- ・講師のレベル（近畿／サービス）
- ・新入社員の心のケア（関東／情報通信）
- ・現場からの希望（関東／情報通信）

特になし

8%

注1) n=100

注2) 自由回答（一部抜粋）

新入社員研修に関する調査報告書（2021年）

デジタル・ナレッジ 調査

検索

2021年8月発行

発行：株式会社デジタル・ナレッジ「eラーニング戦略研究所」
〒110-0005 東京都台東区上野5丁目3番4号 eラーニング・ラボ 秋葉原

Tel. 03-5846-2131 / Fax. 03-5846-2132

（禁無断転載・転用・複写）

eラーニング戦略研究所
eLearning Strategy Research Institute
株式会社デジタル・ナレッジ <https://www.digital-knowledge.co.jp/>