

ポストコロナ時代の企業研修に関する調査報告書 ～社員側・企業側から見た課題と今後求められる研修のあり方～

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

調査概要 P.3

サマリ

- | | | |
|------------------------------|-------|------------|
| 1. コロナ3年目の研修の実態 | | P.4 |
| 2. 社員と企業の研修満足度 | | P.5 |
| 3. オンライン研修・ハイブリッドラーニングの課題と今後 | | P.6 |

調査結果

- | | | |
|-------------------|-------|-------------|
| 1. コロナ3年目の研修の実態 | | P.7 |
| 2. 社員から見た研修の効果と課題 | | P.16 |
| 3. 企業から見た研修の効果と課題 | | P.27 |
| 4. 今後求められる研修のあり方 | | P.38 |

調査概要

調査目的	コロナ3年目に入った現在の企業研修の実態を把握するとともに、社員側・企業側の意見の共通点または相違点から課題と今後の展望を探る
調査手法	アンケート専門サイトを用いたWebアンケート調査
調査時期	【社員側調査】 2022年6月2日～6月3日 【企業側調査】 2022年6月2日～6月6日
調査対象者	【社員側調査】 研修がある会社で教育を受けている会社員 ※3年以上同会社で勤務 ※従業員規模：従業員101名以上／業種は以下 <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px 0;"> 製造、建設、金融・保険、情報通信、卸売・小売、宿泊・飲食、サービス、不動産、医療・福祉、教育・学習支援、 運輸・郵便、農業・林業、電気・ガス・水道業、その他 </div> 【企業側調査】 人事部の人材教育・育成業務担当者 ※社員研修を実施している企業で研修を担当している人 ※コロナ前後の研修実施状況について把握している人 ※従業員規模：従業員101名以上／業種は以下 <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px 0;"> 製造、建設、金融・保険、情報通信、卸売・小売、宿泊・飲食、サービス、不動産、医療・福祉、教育・学習支援、 運輸・郵便、農業・林業、電気・ガス・水道業、その他 </div>
有効回答数	【社員側調査】 100名／ 【企業側調査】 100名
実施主体	eラーニング戦略研究所

- ✓ 社員の**85%**が「**オンライン研修のみ**」「**オンライン研修と集合研修を併用したハイブリッドラーニング**」を受講。
- ✓ ハイブリッドラーニングのうち「**オンライン研修の実施比率 = 7割以上**」が**66.6%**。企業研修におけるハイブリッドラーニングは**集合 < オンライン**。
- ✓ 企業は①**知識教育か実践教育か** ②**研修規模が大きいか小さいか**
③**基本はオンライン、初回のみor重要な研修のみ集合**などの基準で**集合研修とオンライン研修を使い分けている**。
- ✓ コロナ禍で「**集合研修が減った・なくなった**」**94.4%**「**オンライン研修が増えた**」**84.3%**と研修のオンライン化が鮮明に。

- ✓ 研修満足度は**ハイブリッドラーニング（社員70.8%、企業71.2%）**、**オンライン研修（社員70.4%、企業85.7%）**が集合研修の満足度（社員40%、企業50%）を大きく上回る結果に。
- ✓ 社員の満足度を高めている最大の要素は「**時間・場所の制約がない**」。企業側では「**目的にあった使い分けが可能**」「**受講者増とコスト削減を両立できる**」点などが評価されている。
- ✓ 「**今後もハイブリッドラーニングを継続したい**」社員は92.7%、**企業は96.9%**と極めて高い。社員側では今より**やや集合研修を増やしたハイブリッドラーニング**が求められている。

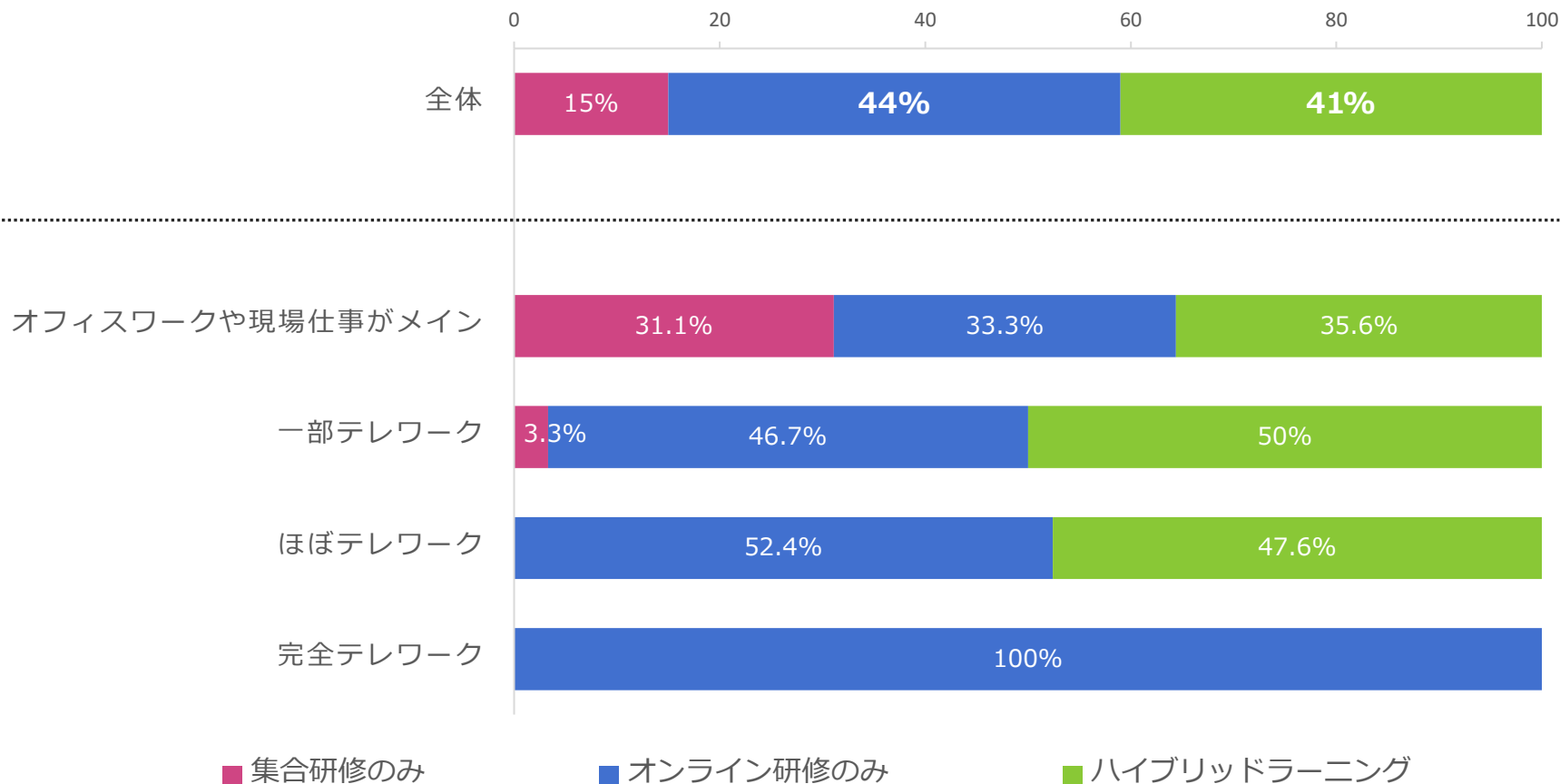
- ☑ オンライン研修・ハイブリッドラーニングの課題は社員側・企業側ともに、
「円滑なコミュニケーションが難しい」「取組状況が見えない・ちゃんと理解できたか不安」「集合研修に比べて効果が限定的」。
- ☑ 双方向で活発な意見交換ができるなど、**より集合研修の感覚に近いオンライン研修の仕組み、リアルとの境目をなくしオンライン研修の効果を高める取り組み**が求められている。
- ☑ 今後の研修のあり方としては、**社員の自律的な学びを支援する仕組みや本質的な研修改善**が求められている。

アンケート調査結果

1. コロナ3年目の研修の実態

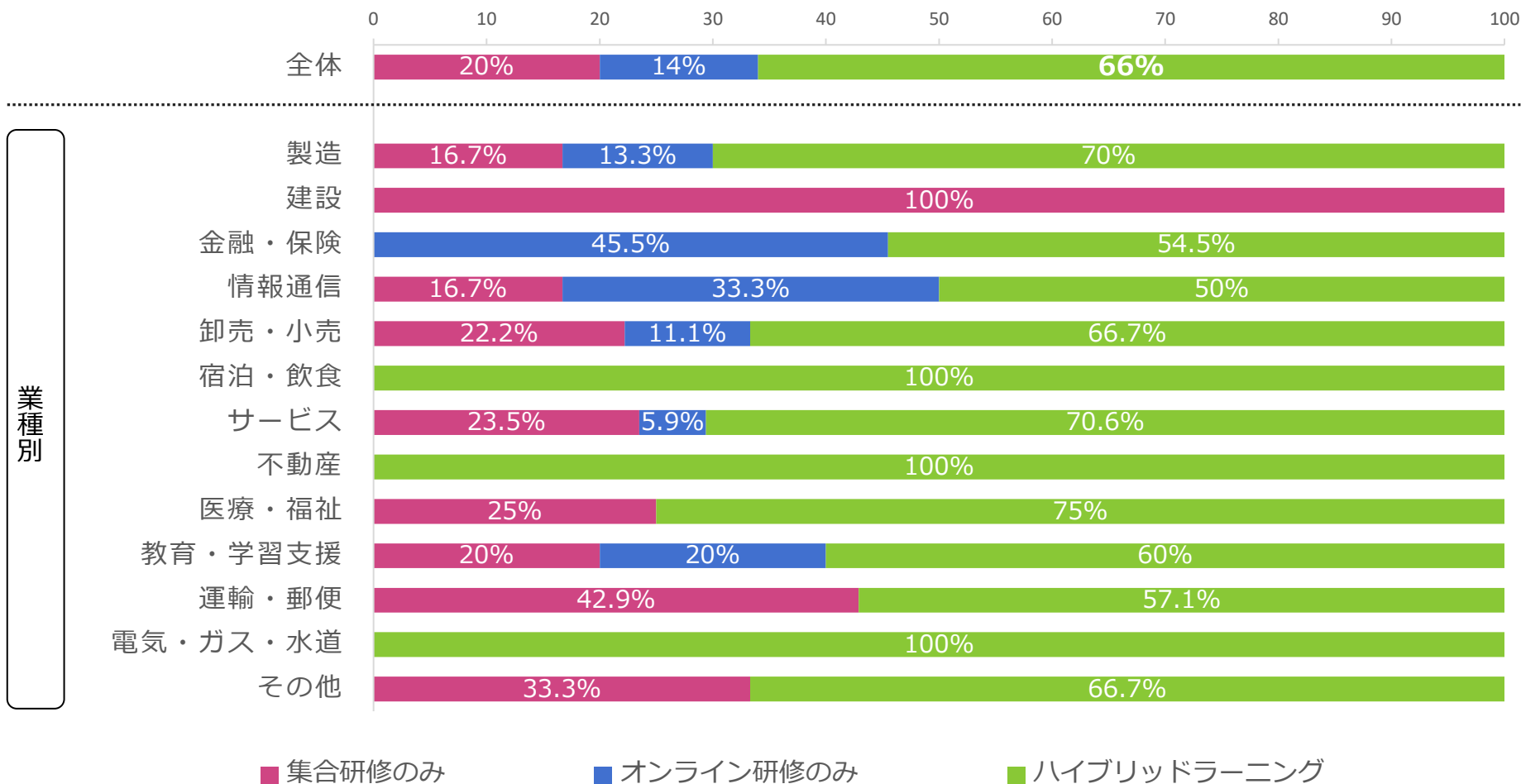
社員が受けている研修は「オンライン研修」と「ハイブリッドラーニング」がほぼ二分（あわせて85%）。社員のテレワーク度合いが進むほどオンライン研修の活用が進む傾向。

社員の働き方別



Q：あなたは最近どのようなスタイルの社内研修を受講していますか？もっとも近いものを1つお選びください。(n=100)

一方、企業側が実施している研修は「ハイブリッドラーニング」が多数。
「オンライン研修のみ」の企業も金融・保険の約2.2社に1社、情報通信の約3社に1社という結果に。



Q：あなたの会社では最近どのようなスタイルの社内研修を実施していますか？もっとも近いものを1つお選びください。(n=100)

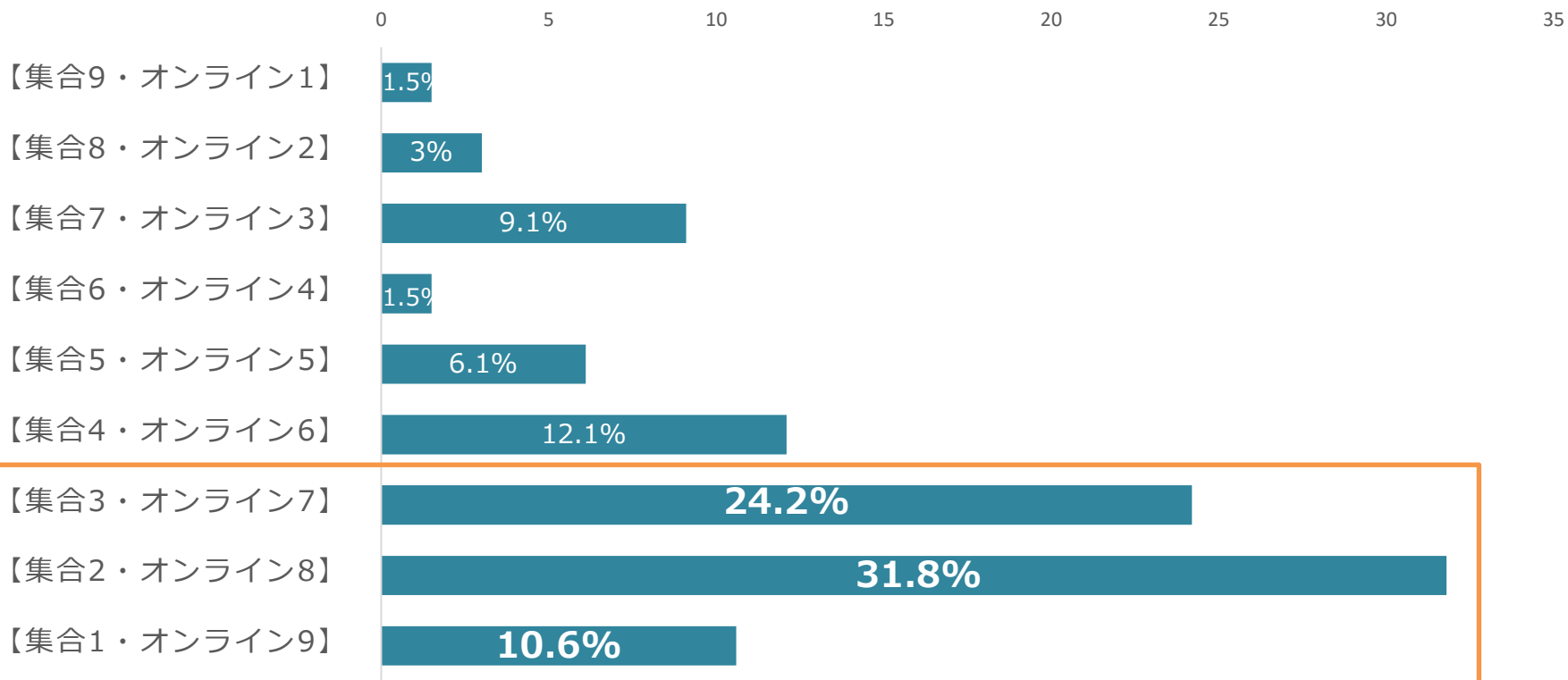
「知識教育か実践教育か」あるいは「研修規模は大きい小さいか」によって集合とオンラインを使い分けている企業が過半数。「基本的にはオンラインで初回のみ/重要な研修のみ対面」も少なくない。

<p>27%</p> <p>知識教育or実践</p> <p>座学か実技か アウトプット・ グループワークの有無</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実技研修は集合、座学研修はオンライン（電気・ガス・水道業） ・接遇関係は対面、知識系はオンライン（サービス） ・アウトプットが必要なものは対面、インプットのみはオンライン（サービス） ・基本はオンラインだが、プレゼンや営業マナーなど実践を伴うものは一部集合（情報通信） ・グループワークが発生する研修は集合、個人のスキル習得等はオンライン（製造） ・伝えることがメインの教育と討議のある研修を切り分ける（製造）
<p>27%</p> <p>研修規模</p> <p>受講者が多いか少ないか 対象は全国か拠点のみか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模なものは集合研修、大規模なものはオンライン（製造） ・受講者人数が多い、又は受講者が全国に点在する研修はオンライン（情報通信） ・単一拠点で完結する研修は集合、複数拠点が対象となる研修はオンライン（運輸・郵便） ・全国的な人員を対象とする場合はオンライン、各支社・営業所の場合は集合が多い（製造） ・東京以外の事業所はオンライン参加することで感染対策して受講できた（製造） ・国内の対象者は集合がメイン、海外実施又は海外の対象者に実施する場合はオンライン（金融・保険）
<p>15%</p> <p>基本はオンライン</p> <p>初回のみ対面 重要な研修のみ集合</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・重要な研修のみ集合にし、あとはほぼオンライン研修（サービス） ・なるべくオンライン。人数や講師の都合によりできないなら集合（金融・保険） ・全体としてはオンラインである（卸売・小売） ・初めての研修では集合研修を主に行い、次回以降はオンラインが多い（医療・福祉） ・新人～若年層は集合とオンラインの併用、業務内容に関する研修は基本的にオンラインのみ（その他）

※次点は「新型コロナウイルスの感染状況に応じて集合研修とオンライン研修を使い分けている」

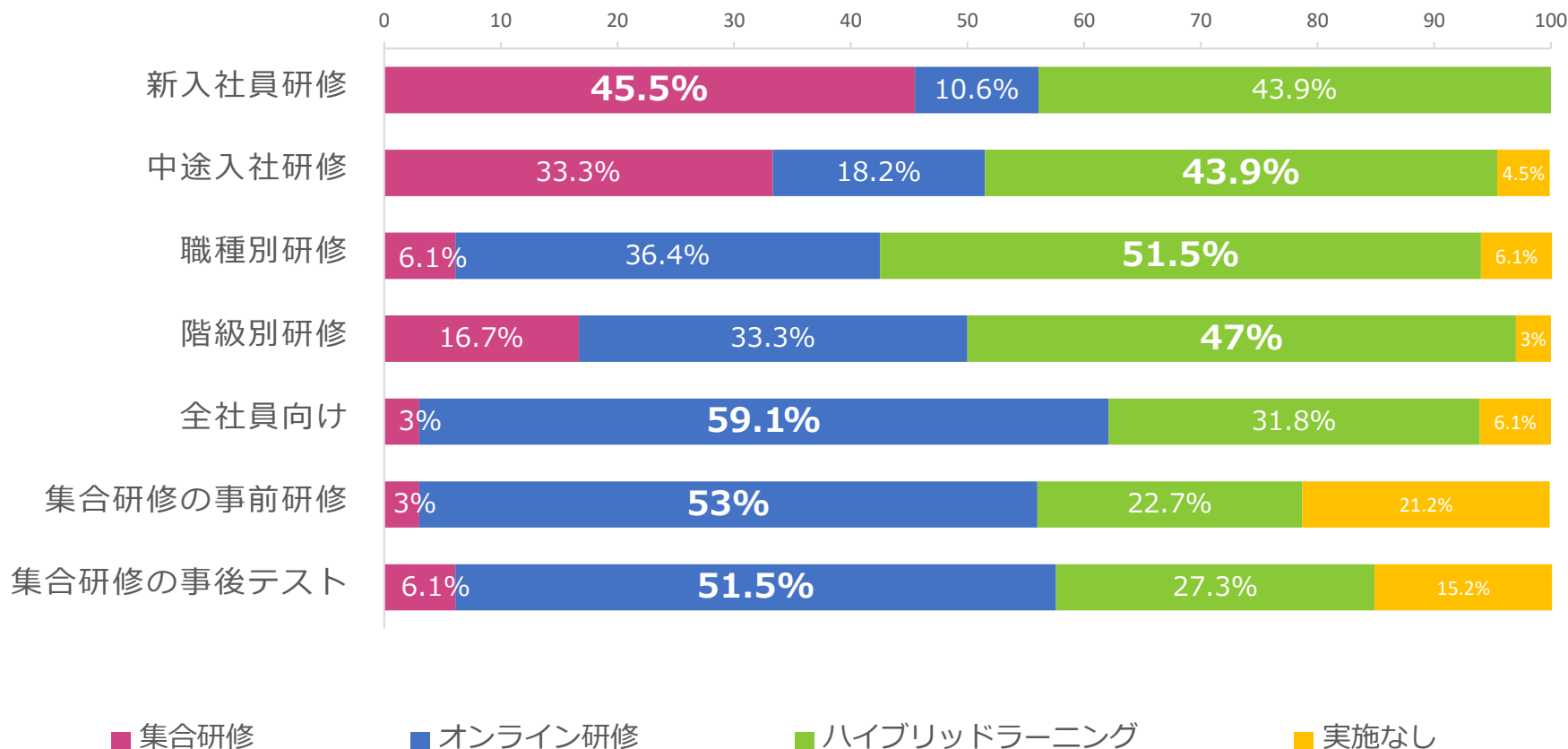
Q：ハイブリッドラーニングを実施中の企業の担当者にお聞きします。集合研修とオンライン研修をどのように使い分けていますか。(n=66)

オンライン研修の実施比率7割以上が66.6%。
企業研修におけるハイブリッドラーニングとは、オンライン研修が占める割合が大きいといえる。



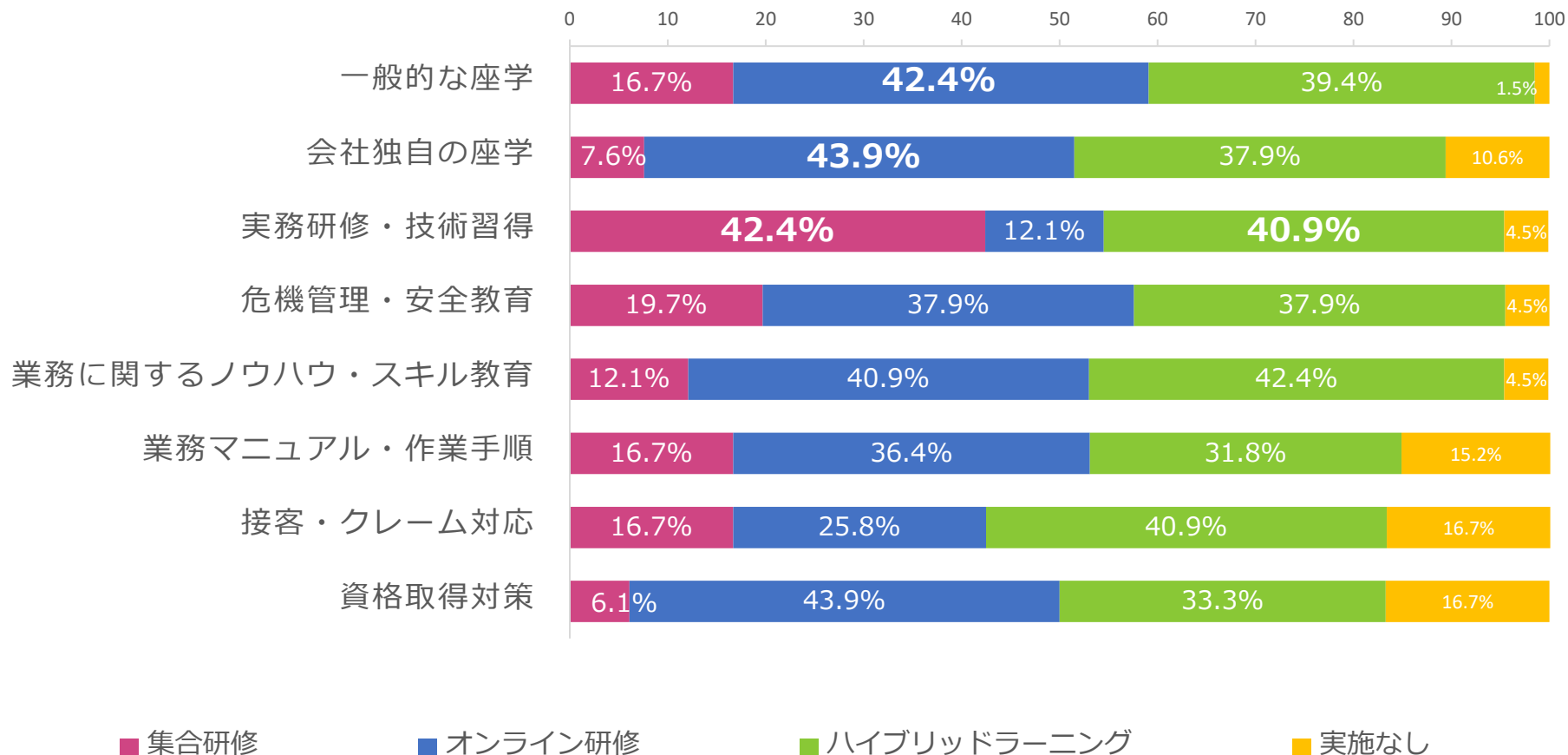
Q：研修全体を10とした場合、集合研修とオンライン研修のおおよその実施比率をお答え下さい。(n=66)

「新入社員研修」は対面型が多く、「全社員向け教育」「集合研修の事前教育・事後テスト」はオンラインがメイン。P.10で明らかになった使い分け理論に沿った内容となっている。



Q：次の教育研修を主にどのように実施していますか。「集合研修」「オンライン研修」「ハイブリッドラーニング」「この研修は実施していない」のいずれかでお答えください。(n=66)

「実務研修・技術習得」は集合が多いがハイブリッドラーニングも同じくらい使われている。その他はオンライン・ハイブリッドラーニングが6~8割。あらゆる教育がオンライン化されていることがうかがえる。



Q：次の教育研修をどのように実施していますか。「集合研修のみ」「オンライン研修のみ」「ハイブリッドラーニング」「この研修は実施していない」のいずれかでお答えください。(n=66)

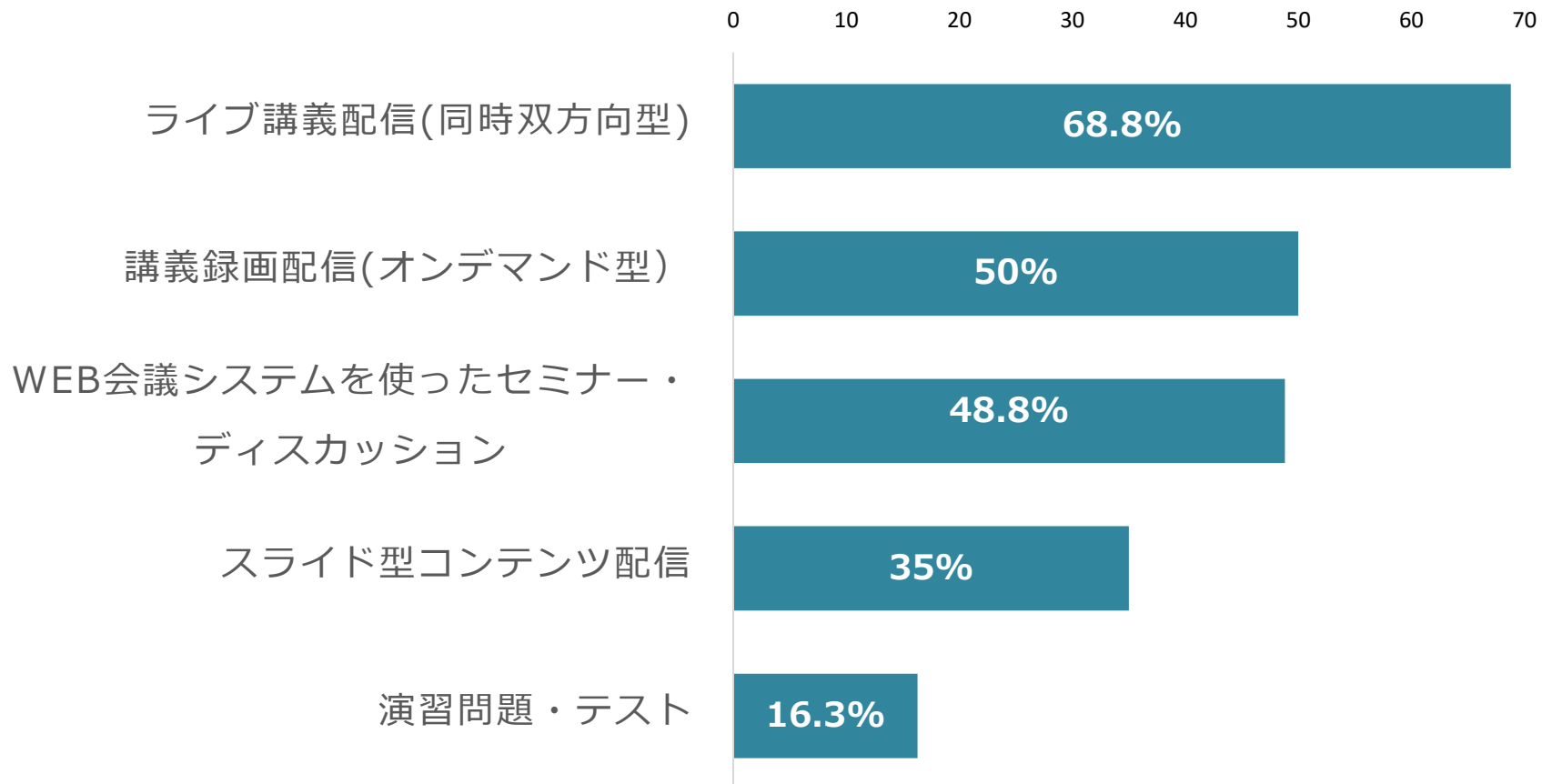
コロナ感染拡大によって研修に変化を余儀なくされた企業は83%。コロナ禍において従来の対面型教育の実施が著しく制限され、急激なオンライン化が進んだことがうかがえる。



集合研修が減った	83.1%
” なくなった	13.3%
オンライン研修が増えた	84.3%

Q：新型コロナウイルス感染拡大を機に研修スタイルに変化はありましたか？ (n=100)

対面研修の代替えになり得る「双方向型ライブ配信」「WEB会議システムを使ったディスカッション」、座学部分をオンライン化した「オンデマンド配信」「スライド型コンテンツ」などが実施されている。

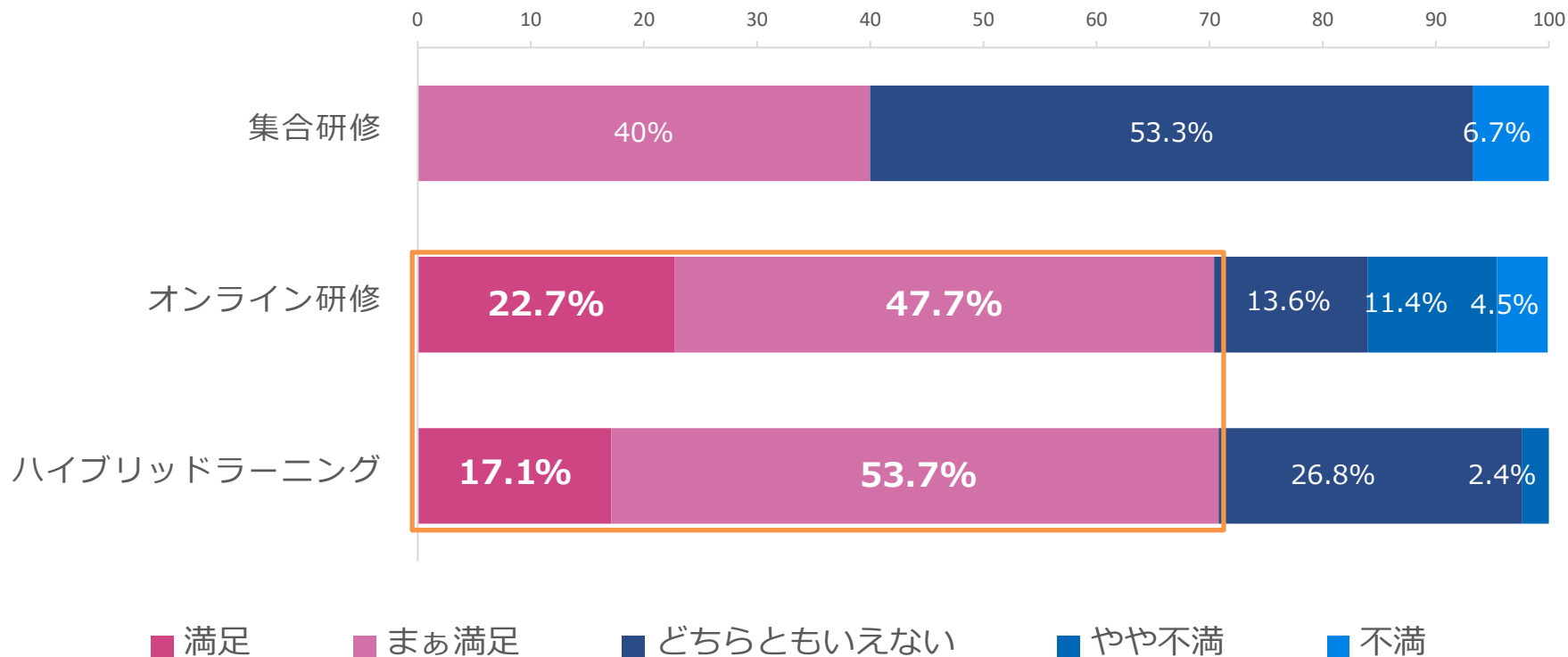


Q：オンライン研修はどのような形式で実施していますか？（複数選択可）（n=80）

アンケート調査結果

2. 社員から見た研修の効果と課題

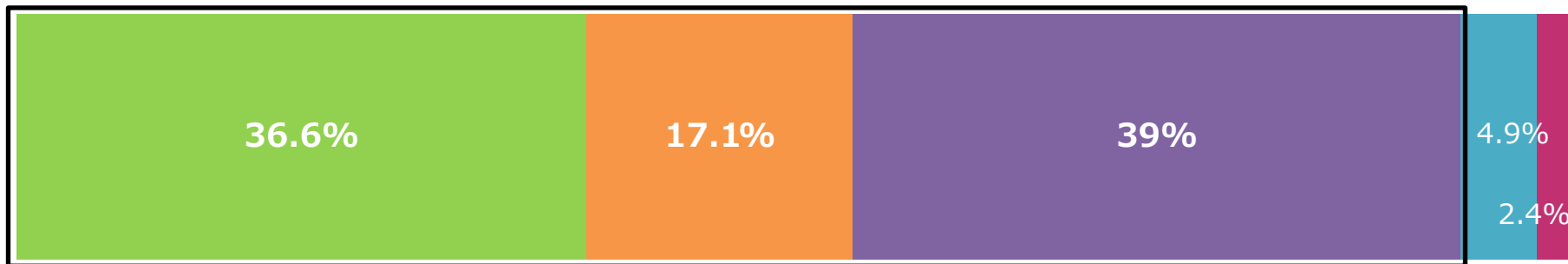
オンライン研修・ハイブリッドラーニングの満足度は約70%。集合研修の満足度を大きく上回っている。
オンライン研修・ハイブリッドラーニングを受講している社員は概ね満足している人が多い。



Q：現在受講している集合研修、オンライン研修、ハイブリッドラーニングの満足度をお答えください。（n=100）

「今後もハイブリッドラーニングを受講したい」社員は92.7%。
 比重としてはやや集合研修を増やしたハイブリッドラーニングが求められている。

※現在ハイブリッドラーニング受講中の方対象



- これまで通りのハイブリッドラーニング
- ややオンラインを増やしたハイブリッドラーニング
- やや集合を増やしたハイブリッドラーニング
- オンライン研修のみ
- 集合研修のみ

92.7%

Q: 今後どんなスタイルで社内研修を受講したいですか? もっとも近いものを1つお選びください。(n=41)

社員から見たハイブリッドラーニングのメリット1位は「時間・場所の制約がない」。「内容に応じて使い分けられる効率性」「感染防止対策としても有効」な点も評価されている。

51%

時間・場所の 制約がない

時間を有効活用
移動コストも削減

- ・自宅で行える（建設／ほぼテレワーク）
- ・自分のペースでいつでもできる（製造／オフィスワーク・現場仕事）
- ・移動に伴う時間と費用の削減（サービス／オフィスワーク・現場仕事）
- ・早朝、残業時間でも自宅から参加できるから参加しやすくなった（製造／一部テレワーク）
- ・出社が必ずしも必要ないときに時間を有効活用できる（製造／一部テレワーク）
- ・時間の無駄が少なく計画通りに実施できる（情報通信／ほぼテレワーク）
- ・業務の都合上集まらなくてよいのは助かります（建設／ほぼテレワーク）

15%

効率的

内容に適した研修
柔軟な使い分け

- ・内容に応じた研修を実施できる（製造／一部テレワーク）
- ・講座による使い分け（建設／一部テレワーク）
- ・柔軟な対応ができる（不動産／一部テレワーク）
- ・責任者が出られない時でも行える（製造／オフィスワーク・現場仕事）
- ・集合研修とオンライン研修のイイところ取り（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事）

15%

コロナ対策

- ・コロナの状況に左右されない（教育・学習支援／オフィスワーク・現場仕事）
- ・感染防止対策（製造／一部テレワーク）

7%

参加しやすい

- ・対面がないから楽（製造／一部テレワーク）
- ・気楽な雰囲気を受講できる（卸売・小売／オフィスワーク・現場仕事）

※次点は「多くの人が参加できる」

Q：ハイブリッドラーニングのメリットや効果は何だと思いますか。（n=41）

一方、ハイブリッドラーニングの課題TOP3は「リアルなコミュニケーションが難しい」「集合とオンラインの効果の差」「ちゃんと理解できたか不安」。ほぼオンライン部分の課題となっている。

<p>27%</p> <p>リアルな コミュニケーション が難しい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションが取りにくい（サービス／ほぼテレワーク） ・受講生間の意見交換が難しい（情報通信／ほぼテレワーク） ・質問しにくい（製造／一部テレワーク） ・一方的な講義になってしまう（金融・保険／一部テレワーク） ・表情が見えない（オフィスワーク・現場仕事） ・顔が見えないので応用が利かない（卸売・小売／オフィスワーク・現場仕事） ・オンラインでは雰囲気伝わらない（建設／オフィスワーク・現場仕事）
<p>17%</p> <p>集合とオンライン の効果の差</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・集合に比べ効果が薄い（金融・保険／ほぼテレワーク） ・集合した人とオンラインの人の差が開く（サービス／一部テレワーク） ・オンラインだけだとあまり身につかない部分がある（製造／ほぼテレワーク） ・内容によっては理解しにくい場合がある（サービス／オフィスワーク・現場仕事）
<p>15%</p> <p>ちゃんと理解 できたか不安</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・個々の習得状況が確認しにくい（製造／一部テレワーク） ・理解度の確認が難しい（製造／オフィスワーク・現場仕事） ・全体研修をパソコンで聞いていると機械的な感じで進んでいくのでちゃんと学習できたか少し不安（製造／オフィスワーク・現場仕事）
<p>12%</p> <p>実践に不向き</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実務が伴う場合はオンラインが不可となる（建設／ほぼテレワーク） ・実践にすぐ移れないことがある（製造／オフィスワーク・現場仕事） ・グループワークや演習がしづらい（教育・学習支援／オフィスワーク・現場仕事）

※次点は「特になし」

Q：ハイブリッドラーニングの課題は何だと思えますか。（n=41）

オンライン研修を受講している人のうち「今後もオンライン研修のみ受講したい」は56.8%。
オンラインメインのハイブリッドラーニングも含めると90.9%と高い。

※現在オンライン研修のみを受講中の方対象



- これまで通りオンライン研修のみ
- オンラインメインのハイブリッドラーニング
- 集合を取り入れオンラインを減らしたハイブリッドラーニング
- 集合研修のみ

90.9%

Q：今後どんなスタイルで社内研修を受講したいですか？もっとも近いものを1つお選びください。（n=44）

ハイブリッドラーニングと同様、「時間・場所の制約がない」が圧倒的多数で1位に。
自宅で研修を受けられ時間を有効活用できる点が高く評価されている。

61%

時間・場所の 制約がない

移動しなくて済む
時間・費用の無駄をカット

- ・時間が自由（情報通信／完全テレワーク）
- ・通勤、移動の必要がない（情報通信／ほぼテレワーク）
- ・予定をつけやすい、遠方の講習会でも参加しやすい（製造／一部テレワーク）
- ・子育てがあるがオンラインだと在宅からフルで参加できる（情報通信／ほぼテレワーク）
- ・会議室への移動もなくアンケートや理解度チェックもPCから可能（製造／一部テレワーク）
- ・場所と時間を選ばず受講できる（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事）
- ・どこにいても研修が受けられる（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事）
- ・出張にかかる時間や旅費がカットできる（製造／オフィスワーク・現場仕事）
- ・集合研修にかかる宿泊費や交通費の予算削減と、移動時間の無駄が無くなる（北海道内各地から札幌へなど）（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事）

14%

仕事に支障がない

- ・仕事に影響なく研修が受けられる（その他／一部テレワーク）
- ・日常業務の支障になることが少ない。空いた時間で自由に時間が融通できる。何度も受講可能（サービス／一部テレワーク）
- ・手軽に参加できる（運輸・郵便／一部テレワーク）

14%

効率的で有効

- ・自分で調べたり学習するよりも効率的（製造／ほぼテレワーク）
- ・新しい技術に知見を得ることができる（情報通信／ほぼテレワーク）
- ・知識としては有効（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事）

※次点は「感染リスクを減らせる」

Q：オンライン研修のみを受講するメリットや効果は何だと思えますか。（n=44）

一方、課題は「質問ができない・意思疎通が難しい」「集中できない・ながら受講をしてしまう」等。オンラインに特化した内容や研修設計になっているためか、「課題はない」と答えた人も約5人に1人。

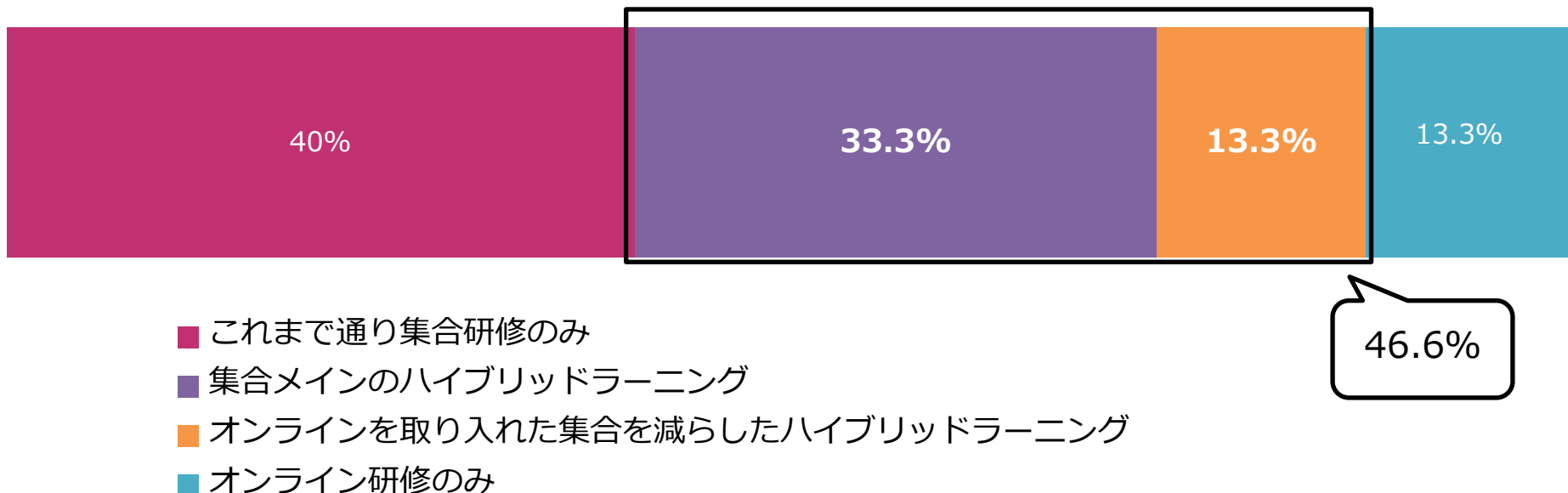
<p>30%</p> <p>円滑な コミュニケーション が難しい</p> <p>質問しづらい 意思疎通ができない</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・意思疎通の難しさ（卸売・小売／一部テレワーク） ・親睦がはかれない（製造／一部テレワーク） ・参加者間のコミュニケーションが取れない（製造／一部テレワーク） ・その場で質問ができない（情報通信／ほぼテレワーク） ・わからないことがあったときのフォローが受けにくい（情報通信／ほぼテレワーク） ・質疑応答などの通信・会話のスムーズさが欠ける。講師のトークスキルが通信に向いていない（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事）
<p>23%</p> <p>課題はない</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特に大きな問題はなし（製造／一部テレワーク） ・メリット以外ない（製造／オフィスワーク・現場仕事）
<p>14%</p> <p>集中できない ながら受講</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・在宅受講で集中力が散漫になりやすい（製造／ほぼテレワーク） ・真面目に取り組んでいなくても分かりにくい（サービス／ほぼテレワーク） ・サボっていてもばれない（金融・保険／オフィスワーク・現場仕事） ・ながら受講している人がいる（建設／オフィスワーク・現場仕事）
<p>9%</p> <p>研修品質の低下</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・研修が組み易くなったのでくだらない内容の研修が気軽に組まれる（製造／オフィスワーク・現場仕事） ・研修内容が浅くなる（その他／一部テレワーク）

※次点は「今の通信環境(5G)ではディスカッションが必要な研修がやりにくい」

Q：オンライン研修のみを受講する場合の課題は何だと思いますか。（n=44）

「今後も集合研修のみ受講したい」は40%。「ハイブリッドラーニングを受講したい」46.6%が上回った。
社員にはハイブリッドラーニングのニーズの方が高い。

※現在集合研修のみを受講中の方対象



Q：今後どんなスタイルで社内研修を受講したいですか？もっとも近いものを1つお選びください。（n=15）

集合研修のみを受講するメリットTOP3は
「たくさんの人と直接意見交換ができる」「わかりやすく集中できる」「業務上の気付きを得られる」。

<p>33%</p> <p>意見交換が 直接できる</p> <p>人間関係・雰囲気作り</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・たくさんの方の意見が聞ける（その他／オフィスワーク・現場仕事） ・共に受講している人たちと直接意見交換できる（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事） ・現場の風通しを良くする（製造／オフィスワーク・現場仕事） ・臨場感の有無は大きいし質疑のタイミングがとらえやすい（農業・林業／オフィスワーク・現場仕事）
<p>33%</p> <p>わかりやすい 集中できる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・講師が目の前の方が判りやすい（製造／オフィスワーク・現場仕事） ・実際にするのでわかりやすい（サービス／オフィスワーク・現場仕事） ・集中して学ぶことができる（製造／オフィスワーク・現場仕事）
<p>20%</p> <p>業務上の気付きを 得られる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・業務上の気付きが増える（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事） ・初心にかえり基礎を思い出す。緊急時の対応など（その他／オフィスワーク・現場仕事） ・何が原因で起こったものなのかドライブレコーダー、適性診断などで分析できる。また従業員の反省改善にもつながる（運輸・郵便／オフィスワーク・現場仕事）

※次点は「一度にたくさん受けることができる」

Q：集合研修のみを受講するメリットや効果は何だと思えますか。（n=15）

集合研修のみを受講する場合の課題1位は、意外にも「業務に活かされていない」。スケジュールを調整しわざわざ集まって受ける研修に意味がないと感じている社員も少なくないようだ。

33%

**業務に
活かされていない**
研修効果が不明

- ・研修内容を業務に活かさないことがある（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事）
- ・現場で生かされていない（製造／オフィスワーク・現場仕事）
- ・効果が判断できない（製造／オフィスワーク・現場仕事）
- ・真摯に自分の弱点や問題点を認めて仕事に生かす社員が少ない（運輸・郵便／オフィスワーク・現場仕事）

27%

時間・場所の制約

- ・会場に行くのに時間がかかる（その他／オフィスワーク・現場仕事）
- ・時間の都合のつく人しか来れない（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事）

27%

**感染症対策
としては不十分**

- ・集団感染（卸売・小売／オフィスワーク・現場仕事）
- ・感染対策（医療・福祉／オフィスワーク・現場仕事）

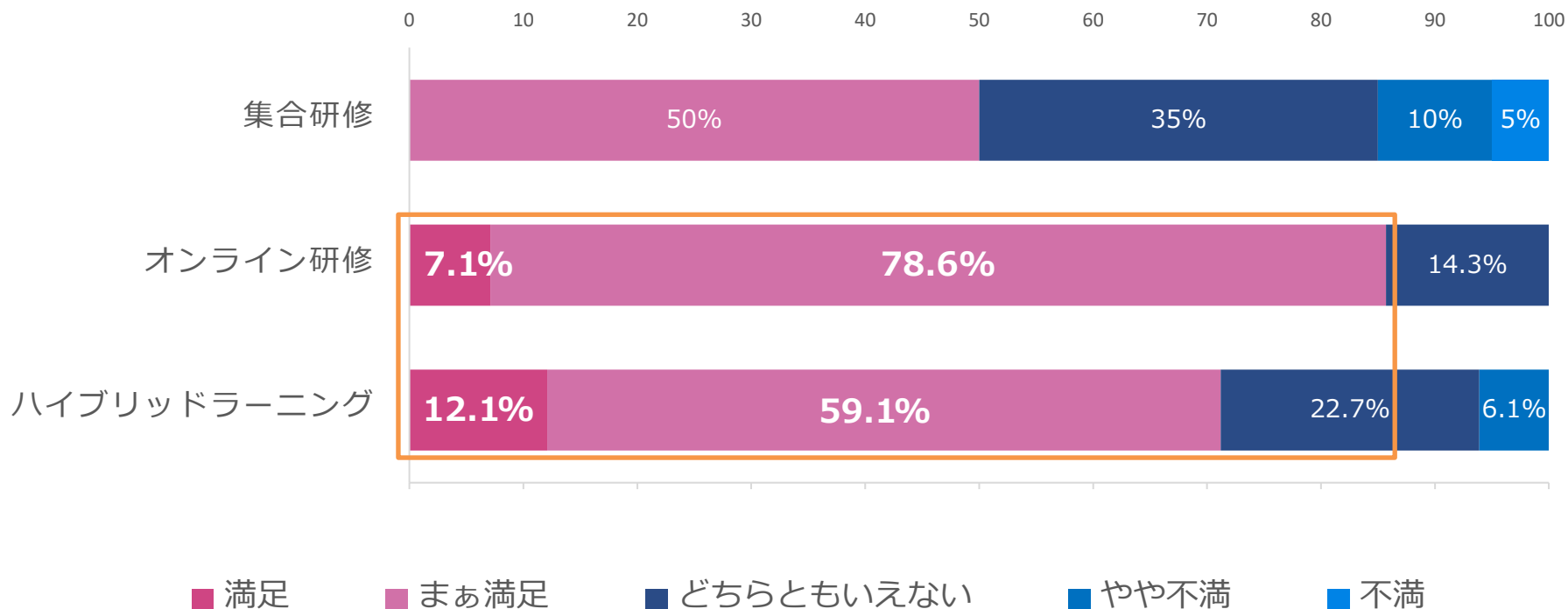
※次点は「とくにない」

Q：集合研修のみを受講する場合の課題は何だと思えますか。（n=15）

アンケート調査結果

3. 企業から見た研修の効果と課題

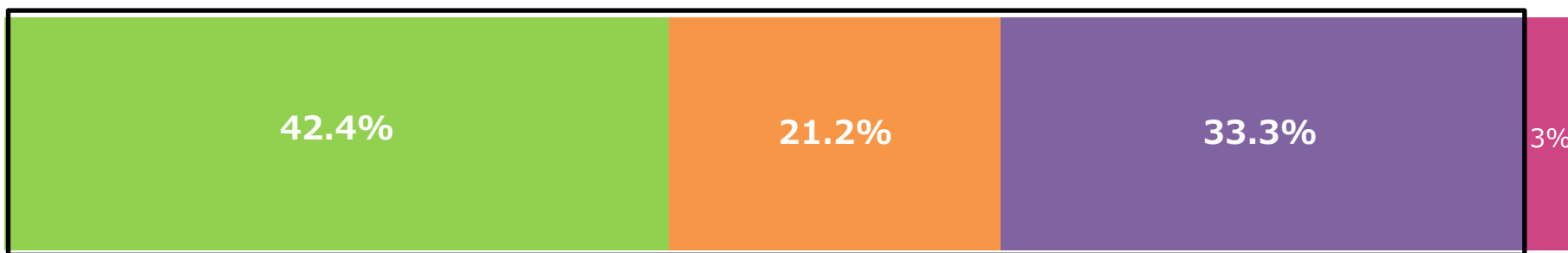
企業側もオンライン研修・ハイブリッドラーニングの満足度が高い。
とくにオンライン研修の満足度は85.7%。



Q：現在の集合研修、オンライン研修、ハイブリッドラーニングの満足度をお答えください。（n=100）

ハイブリッドラーニングを継続したい企業は96.9%。
現行のハイブリッドラーニングをこのまま続けたい担当者が多い。

※ハイブリッドラーニングを実施している方対象



- ハイブリッドラーニングをこのまま継続
- ハイブリッドラーニングを継続するがややオンラインの比率を高める
- ハイブリッドラーニングを継続するがやや集合の比率を高める
- オンライン研修のみにシフト
- 集合研修のみにシフト

96.9%

Q：今後、御社の社内研修はどのようになっていきそうですか。会社の方針がわかる場合はそれを、不明な場合は個人的なお考えに近いものを1つお答えください。（1つ選択）（n=66）

企業が考えるハイブリッドラーニングのメリットTOP3は
「目的にあった使い分けが可能」「時間・場所の制約がない」「受講者増とコスト削減を両立できる」

<p>24%</p> <p>研修目的にあった 使い分けが可能</p> <p>効率的で柔軟な研修運用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・目的の違いにより使い分けができる（製造） ・研修の目的（話し合いがメインなのか講義がメインなのか）によって使い分けられる(製造) ・時と場に応じた内容にできる（教育・学習支援） ・研修の段階別に研修を分けられる（サービス） ・効率的に実施することができる（金融・保険） ・全社員対象の研修がオンラインでも可能である事が分かった（製造） ・集合研修で意識改革を促し、オンラインで継続しやすい（運輸・郵便） ・映像講義は何度でも見返すことができ、自身の習熟度に合わせた課題の進捗が可能(その他) ・オンラインで全体像を飲み込む作業を行い、その後実務研修を行う事でより実践的な復習が出来る（その他）
<p>23%</p> <p>時間・場所の 制約がない</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・時間の制限や移動がないので便利（金融・保険） ・時間の工数削減にもつながる（サービス） ・社員の好きな時間に実施できる（サービス） ・移動時間がかからない（製造） ・オンラインは移動レスになった（電気・ガス・水道）
<p>18%</p> <p>受講者増と コスト削減を 両立できる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・簡単に実施しやすく大人数での参加が可能（製造） ・遠方の社員も受講が可能となった（製造） ・地方の受講者が増えた（情報通信） ・時短勤務者も参加しやすい（サービス） ・コスト削減。対象者を増やすことが容易（金融・保険） ・遠隔地の従業員の出張旅費を圧縮できる（運輸・郵便）

»次点は「コロナ対策になる」

Q：ハイブリッドラーニングのメリットや効果は何だと思えますか。（n=66）

一方、ハイブリッドラーニングの課題TOP3は「理解度・取組状況が見えづらい」「円滑なコミュニケーションが難しい」「対面に比べて効果が限定的」。順位は違うものの、社員側の課題感と同じである。

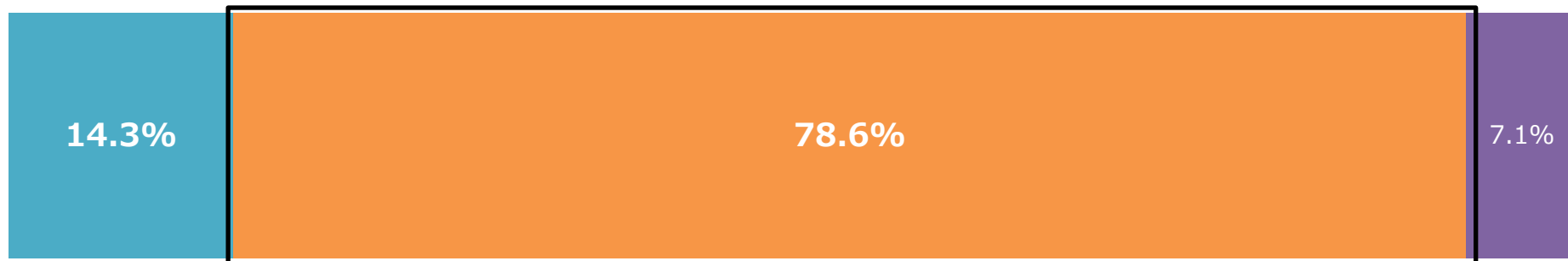
<p>21%</p> <p>理解度・ 取組み状況が 見えづらい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインの場合、受講者のリアクションや理解度が分かりにくい（情報通信） ・参加者の取組状況が見え難い（金融・保険） ・オンラインは定着度の把握に難がある（運輸・郵便） ・対面出来ないため研修効果が見えにくい（製造） ・参加者の理解度が把握できない。受け身の研修で終わる（製造）
<p>18%</p> <p>円滑なコミュニ ケーションが 難しい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・意思疎通不足になる（運輸・郵便） ・コミュニケーションが減る（サービス） ・オンラインではインタラクティブなやり取りになりづらい（教育・学習支援） ・オンラインは通信環境にばらつきがあり、伝達がスムーズにいかない（運輸・郵便） ・その場で意見をぶつけるとか話者の心情が掴みにくいこと。会話発信のタイミングがつかみにくかったり、発言を遠慮してしまうこと（製造）
<p>15%</p> <p>対面に比べて オンラインの効果が 限定的</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・習得スキルに個人差が出る（製造） ・集合研修より研修効果を上げることが難しい（不動産） ・対面に比べオンライン研修は浸透しにくさを感じる。ただ、課題に対する使い分けをすることにより有効活用できる（製造） ・一方向の講義形式の研修であればオンラインでも十分な効果が期待できるが、双方向型の研修、特に多対多の討議を必要とする研修では十分な効果が得られないと感じている（その他）
<p>11%</p> <p>参加意識が希薄</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインの場合参加者の参加意識が希薄（サービス） ・集合した方がオンラインより研修に集中できる（医療・福祉）

※次点は「集合が少人数でしかできない」「実践研修時のコロナ対策と効果」「時間と場所の確保が困難」

Q：ハイブリッドラーニングの課題は何だと思いますか。（n=66）

オンラインのみではなく「集合研修を取り入れたハイブリッドラーニング」にシフトしたい企業が8割近く。

※現在オンライン研修のみを実施中の方対象



- オンライン研修のみをこのまま継続
- オンライン研修がメインではあるが集合研修も取り入れたい
- 集合研修を積極的に取り入れオンライン研修の比率を減らしたい
- 集合研修のみにシフト

Q：今後、御社の社内研修はどのようになっていきそうですか。会社の方針がわかる場合はそれを、不明な場合は個人的なお考えに近いものを1つお答えください。（1つ選択）（n=14）

企業が考えるオンライン研修のメリットTOP3は
「コロナ感染のリスクがない」「効率が良い」「日時を選ばない／コスト削減」

36%	感染症対策	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染のリスクがない（金融・保険） ・コロナ対策（教育・学習支援） ・集まらなくて良い（製造）
29%	効率的な運営	<ul style="list-style-type: none"> ・効率がいい（製造） ・一度にたくさん参加できる（製造） ・参加率が安定しやすい。運営も楽（情報通信）
14%	日時を選ばない	<ul style="list-style-type: none"> ・時間の拘束が少ない（情報通信） ・日時を選ばずに出来る場所です（卸売・小売）
14%	コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> ・室料や交通費が発生しない（金融・保険） ・宿泊・足代の削減、受講者の移動負担軽減、業務から離れる時間の削減（サービス）

※次点は「実績に反映される」

Q：オンライン研修のみを受講するメリットや効果は何だと思えますか。（n=14）

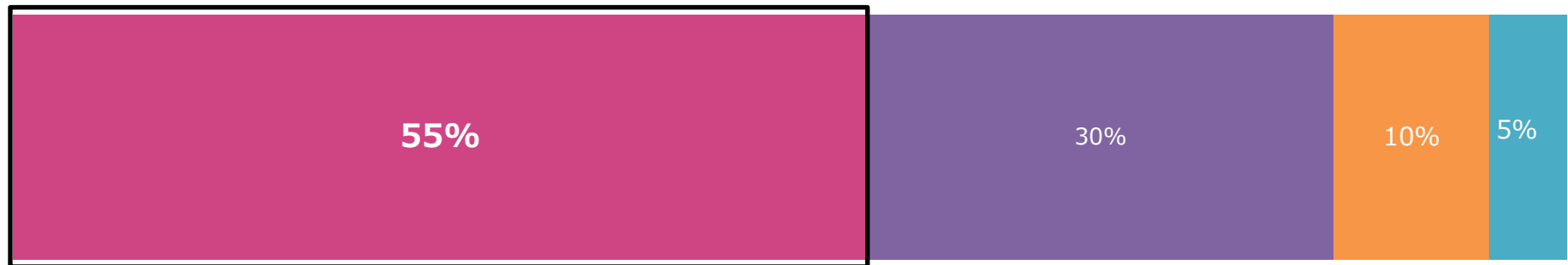
企業が考えるオンライン研修の課題TOP3は
「円滑なコミュニケーションが難しい」「効果がわかりにくい」「オンライン環境の構築」

<p>29%</p> <p>円滑な コミュニケーション が難しい</p> <p>一方通行になりがち</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションがとれない（金融・保険） ・参加者同士のコミュニケーションが活性化しづらい（情報通信） ・個々の印象が掴みづらい（製造） ・一方通行になりがち、モチベーション・集中力の低下、コミュニケーション不足（サービス）
<p>29%</p> <p>効果が わかりにくい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・効果の確認方法（製造） ・上手く活かしているのか実感できないところです（卸売・小売） ・モチベーション維持や研修中の様子が分かりづらい（金融・保険）
<p>13%</p> <p>オンライン環境 の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・回線の接続が悪い（金融・保険） ・オンライン環境の構築（金融・保険）
<p>29%</p> <p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・経費が掛かる（製造） ・実技が出来ない（教育・学習支援） ・途中抜けが多い（情報通信） ・ない（金融・保険）

Q：オンライン研修のみを受講する場合の課題は何だと思いますか。（n=14）

「今後も集合研修のみ継続したい」は55%。集合メインのハイブリッドラーニングも含めると85%。集合研修のみを実施している企業では、集合研修を引き続き行いたい明確な理由があるものと考えられる。

※現在集合研修のみを実施中の方対象



- 集合研修のみをこのまま継続
- 集合研修がメインではあるがオンライン研修も取り入れたい
- オンライン研修を積極的に取り入れ集合研修の比率を減らしたい
- オンライン研修のみにシフト

Q：今後、御社の社内研修はどのようになっていきそうですか。会社の方針がわかる場合はそれを、不明な場合は個人的なお考えに近いものを1つお答えください。（1つ選択）（n=20）

企業が考える集合研修のメリットTOP3は「教育内容をしっかり伝えられる」「反応がわかる」「社員の意識向上」。動機付けを行なったり受講者同士の人間関係醸成にも力を発揮している。

30%	教育内容を しっかり 伝えられる	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい知識を伝えられる（製造） ・教育の内容の共有（サービス） ・対象者にしっかりと伝わる（運輸・郵便） ・情報の伝達 ポイントの強調 動機付け（サービス） ・動機付けできる（製造）
30%	反応がわかる 人間関係を構築 できる	<ul style="list-style-type: none"> ・反応がわかる（卸売・小売） ・一体感と統一感（運輸・郵便） ・対面は人柄がわかる（運輸・郵便） ・同期間の絆醸成（サービス） ・顔が見える、具体的弱点、強味などあるべき研修体制ができる（卸売・小売）
15%	社員の意識向上	<ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まる（製造） ・競争意識が芽生える（医療・福祉） ・定期的な実施で職員の襟を正すことが出来てどこが不足しているのか分かる（教育・学習支援）
10%	一度に実施可能	<ul style="list-style-type: none"> ・時間短縮（製造） ・一度に出来る（サービス）
10%	特になし	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし（建設） ・あまりない（その他）

Q：集合研修のみを受講するメリットや効果は何だと思えますか。（n=20）

企業が考える集合研修の課題1位は「研修の意味がない／効果が不明」。社員側と全く同じ結果となった。

30%	研修の意味がない 効果が不明	<ul style="list-style-type: none"> ・効果がわからない（製造） ・一人一人に寄り添えないため理解しているのかわからない（サービス） ・やらされている感（運輸・郵便） ・する意味がない（その他） ・研修の割く時間や予算が不足している。また研修をしても意味をあまり感じない（教育・学習支援）
15%	スケジュール調整	<ul style="list-style-type: none"> ・スケジュール調整（サービス） ・日程調整が難しい（医療・福祉）
15%	特になし	<ul style="list-style-type: none"> ・ない（情報通信） ・とくになし（卸売・小売）
10%	感染症対策	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染リスク（サービス）
30%	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・やる気の引き出し方（製造） ・対面かオンラインか（建設） ・旅費交通費がかかる（運輸・郵便）

Q：集合研修のみを受講する場合の課題は何だと思いますか。（n=20）

アンケート調査結果

4. 今後求められる研修のあり方

社員が求めるのは「より効果的なオンライン研修・ハイブリッドラーニング」や「自律学習の仕組み」。
効率的・主体的に学び、成果を上げたいと考えている。

36%

より効果的・効率的 なオンライン化・ ハイブリッド化

- ・オンラインで行える研修は出来る限りオンラインで、集合研修にもメリットが多くあるので研修内容の精査と改革が必要（サービス/オフィスワーク・現場仕事）
- ・基本的にはオンラインで問題無いがグループワーク的な研修の対応をどう対応していくか？（製造/一部テレワーク）
- ・VRを導入して全てオンラインに切り替えられるかどうか（建設/ほぼテレワーク）
- ・e-learning中心となっても成果が明確になる仕組み。テストなど（製造/ほぼテレワーク）
- ・できるだけ効率的に研修をすること（不動産/一部テレワーク）
- ・スキマ時間でよりスキルを高める意欲のある人材がより成果を出すようになると思うし、そうなるべき（サービス/ほぼテレワーク）
- ・仕事の合間に気軽に受講でき、学習効果の高いコンテンツや学びがいのあるコンテンツを積極的に取り入れていくことになる（教育・学習支援/完全テレワーク）

18%

主体的な 自律学習

- ・より自主的な学習へのサポート（製造/一部テレワーク）
- ・受け身でなく身につけたいと自分で思うこと（情報通信/オフィスワーク・現場仕事）
- ・自分で必要なスキルや足りないスキルを見極めて、多数あるオンラインコンテンツから適合する研修を選ばないといけない（金融・保険/オフィスワーク・現場仕事）

14%

形だけの研修 からの脱却

- ・形だけの研修をやめる（製造/オフィスワーク・現場仕事）
- ・実務にどう活かすか（情報通信/オフィスワーク・現場仕事）
- ・本当に改善してほしい人に響く研修（建設/オフィスワーク・現場仕事）

※次点は「オンライン上による建設的なディスカッション」「ビデオを見せられるだけではなく双方向」

Q：ポストコロナ時代における企業研修、社員の学び方には何が求められていくでしょうか。（n=100）

一方企業側は「社員の自律的学びの支援」「増えるオンライン研修を充実させる取り組み」が必要と回答。3位のより本質的な研修改善も含め、社員側の結果とほぼ同じ内容となった。

<p>27%</p> <p>社員の 自律的・自発的 学びの支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自律的な学びの支援（教育・学習支援） ・自主学習をメインとして、研修時に答え合わせ的な研修スタイル（サービス） ・会社より個人が選択できる研修が望ましい（医療・福祉） ・自主的に学びたくなるようなコンテンツの強化（サービス） ・いかに参加者に当事者意識を持たせるか、参加型のコンテンツ意識が必要（サービス） ・受け身での研修では正確な成果が期待できない。多様な研修を考えなければならない(製造) ・オンライン研修(在宅)時の勤怠管理が不十分なところもあり、社員の自発的な啓発意識を高めなければ研修効果を最大限に発揮できない（その他）
<p>23%</p> <p>オンライン研修の 効果を高める 取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン研修が主流となる中での習熟度向上の取り組みや企画（製造） ・オンラインでも、より双方向での意見交換ができるような研修の構築（製造） ・より集合研修の感覚に近い、オンライン研修システム（サービス） ・オンラインとリアルの境目を無くす（製造） ・オンライン型の基調の中、意見が自由に言い合える進行、雰囲気づくり、他者への発言配慮、言及しきれていない点の効果測定、録画後の振り返りなど課題だらけだと思います（製造） ・オンラインによる効率化で出来るだけ多くの社員に平等に学びの機会を与えること。その効果を適切に評価し人事に反映させること（金融・保険）
<p>19%</p> <p>本質的な研修改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本当に必要な研修を見極める（サービス） ・効率性 自社の利益アップに繋がる研修（製造） ・講義なのか主体的な学びを促すのか、明確なカリキュラムが必要になる（教育・学習支援） ・コロナ禍のような事象に左右されず計画的に実施することが必要だと感じる（運輸・郵便） ・実務への還元率 参加者同士のコミュニケーション活性化（情報通信）

※次点は「可能な研修はオンラインで。どうしても必要なものは対面で」「より柔軟な研修体制」

Q：ポストコロナ時代における企業研修、社員の学び方には何が求められていくでしょうか。（n=100）

ポストコロナ時代の企業研修に関する調査報告書 ～社員側・企業側から見た課題と今後求められる研修のあり方～

デジタル・ナレッジ 調査

検索

2022年7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/>