

Ⅱ 社会通信教育に対する実施団体の取組実態

- ※ 毎年の報告と大幅な改訂には再審査が必要
- ※ 頻繁な改訂を行いたくとも認定に時間がかかる
- ※ 講座の信頼性を確保するために認定に1年かかってしまう
- ※ 大幅な改訂をする場合に再審査が必要なため改訂できない
- ※ 認定に時間がかかり、用意する書類が膨大なため申請が大変

「文部科学省認定講座」のデメリットは、前述のメリットの裏返しと言える。

新規講座を開設し、文部科学省の認定を取得しようとした場合、申請から認定まで約1年かかってしまう。

講座の改訂は、受講者増に繋がるという団体側都合の目的もあるが、受講者や世の中のニーズに応えるという正当な目的もある。

歴史や伝統に培われた講座のように、流行り廃りの影響を受けない不変的な講座は改訂の必要がないという意見もあるが、若者の受講者が学習し易いように、平易な表現・言葉に改める等、工夫の余地はあるはずである。

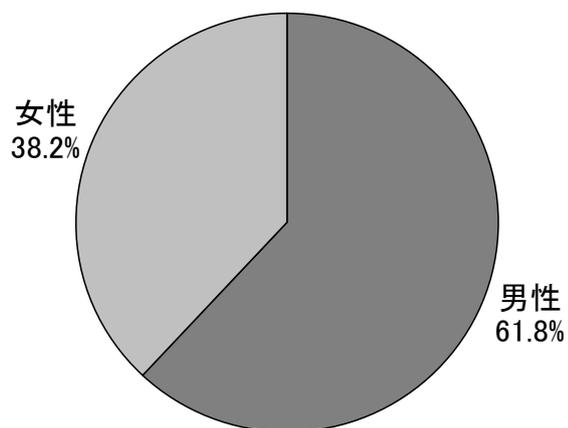
質の高い講座を提供するためには、新規講座の認定や講座内容の変更許可にある程度の期間は必要であると思われるが、そのことにより教材の改訂までもが妨げられているのであれば、国においても、受講者の利益のために審査期間の短縮等について検討を行うべきである。

Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

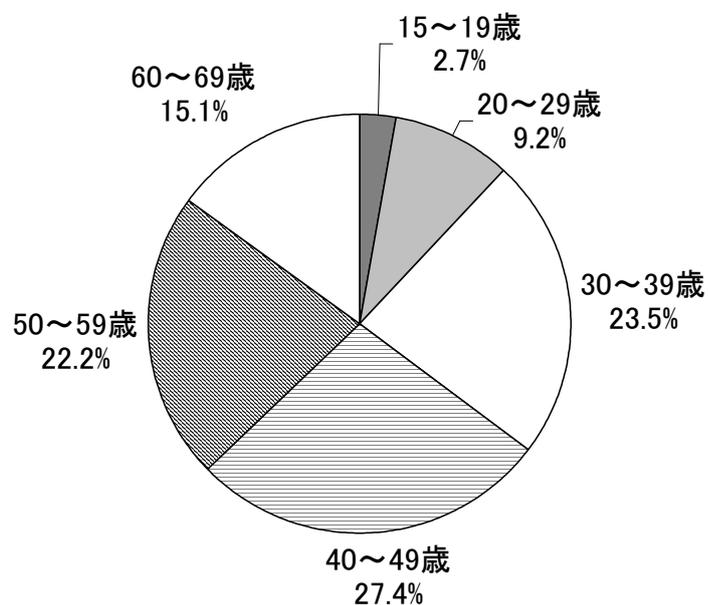
1 回答者の概要

アンケート回答者の基本属性は、「男性」が 61.8%、「女性」が 38.2%であった。
 また年齢は、「15～19歳」が 2.7%、「20～29歳」が 9.2%、「30～39歳」が 23.5%、
 「40～49歳」が 27.4%、「50～59歳」が 22.2%、「60～69歳」が 15.1%であった。

問1 性別【n=3082】



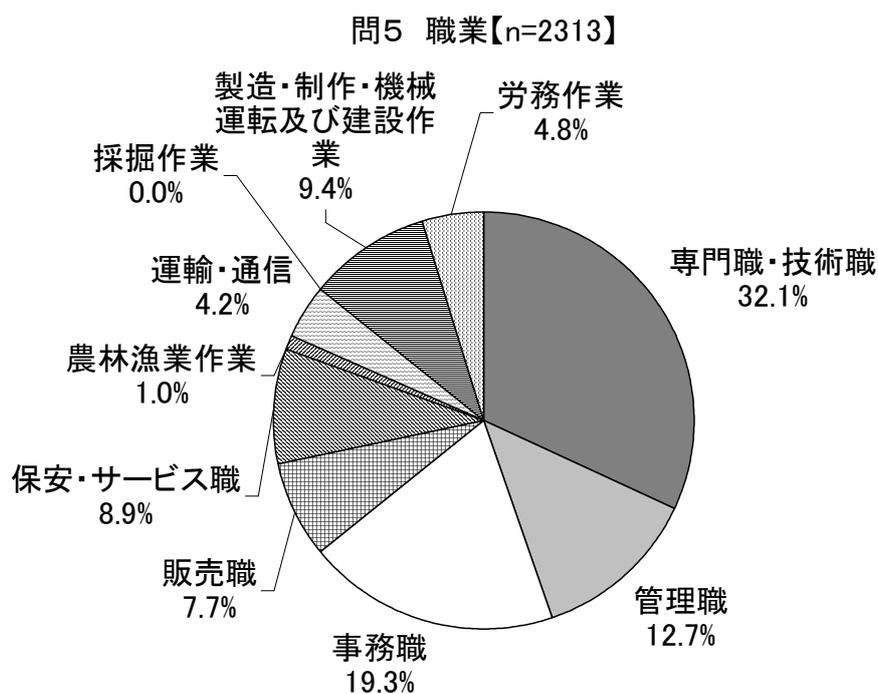
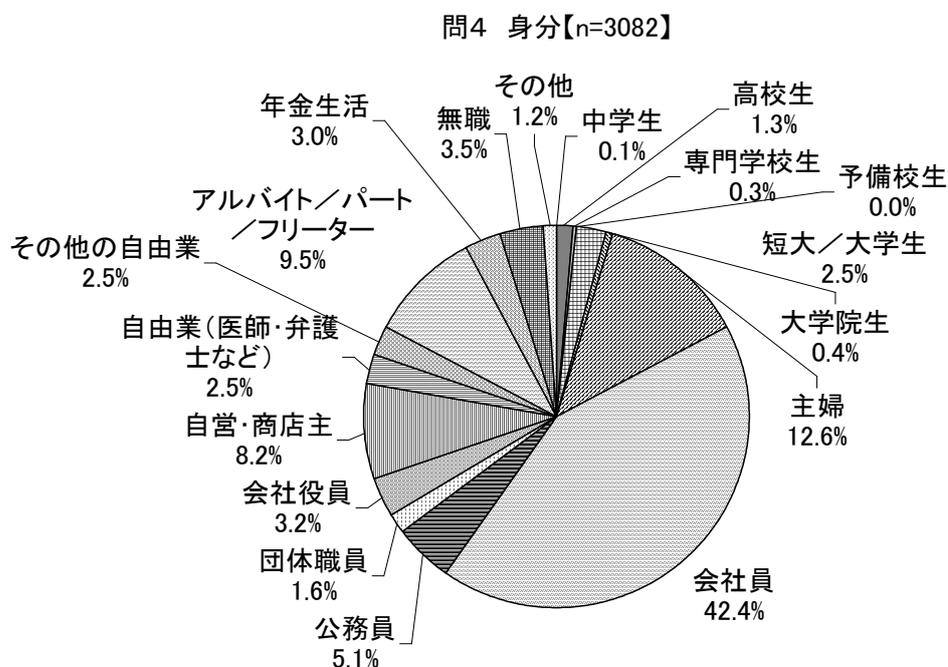
問2 年齢【n=3082】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

身分は、「会社員」が42.4%、「主婦」が12.6%、「アルバイト／パート／フリーター」が9.5%であった。

また、有職者2,313人の職業は、「専門職・技術職」が32.1%、「事務職」が19.3%、「管理職」が12.7%であった。

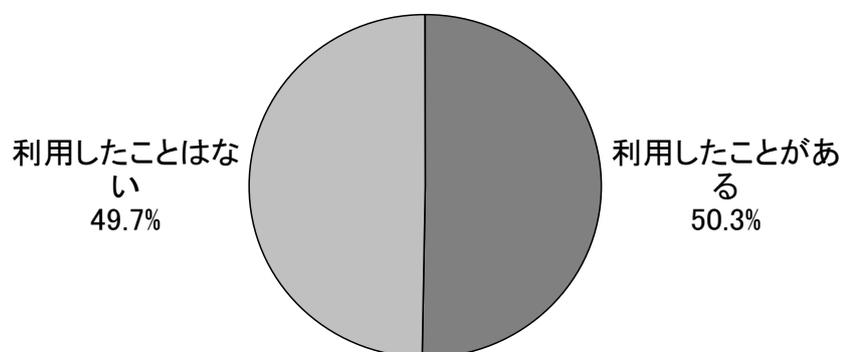


2 通信教育の利用状況

(1) 通信教育の利用状況

通信教育の利用状況は、「利用したことがある」が50.3%、「利用したことはない」が49.7%と、ほぼ半分に分かれた。

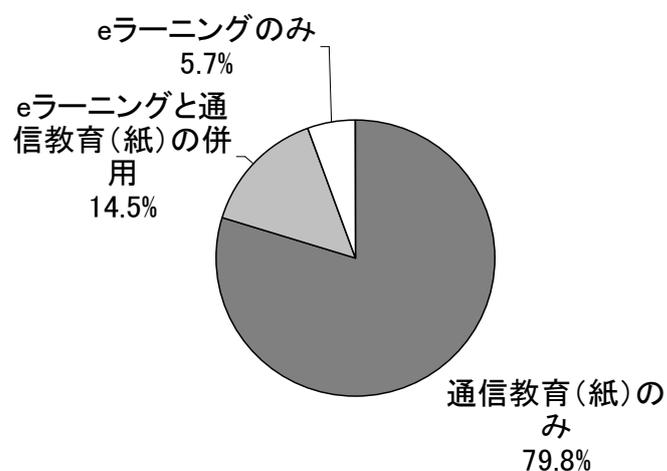
問6 これまで、通信教育を利用したことはあるか(1つだけ選択)【n=3082】



(2) 利用した通信教育

通信教育を「利用したことがある」と回答した 1,550 人（以下、受講者と記す）のうち、利用した通信教育の手法は、「通信教育（紙）のみ」が 79.8%と約 8 割であった。次いで「e ラーニングと通信教育（紙）」が 14.5%、「e ラーニングのみ」が 5.7%であった。

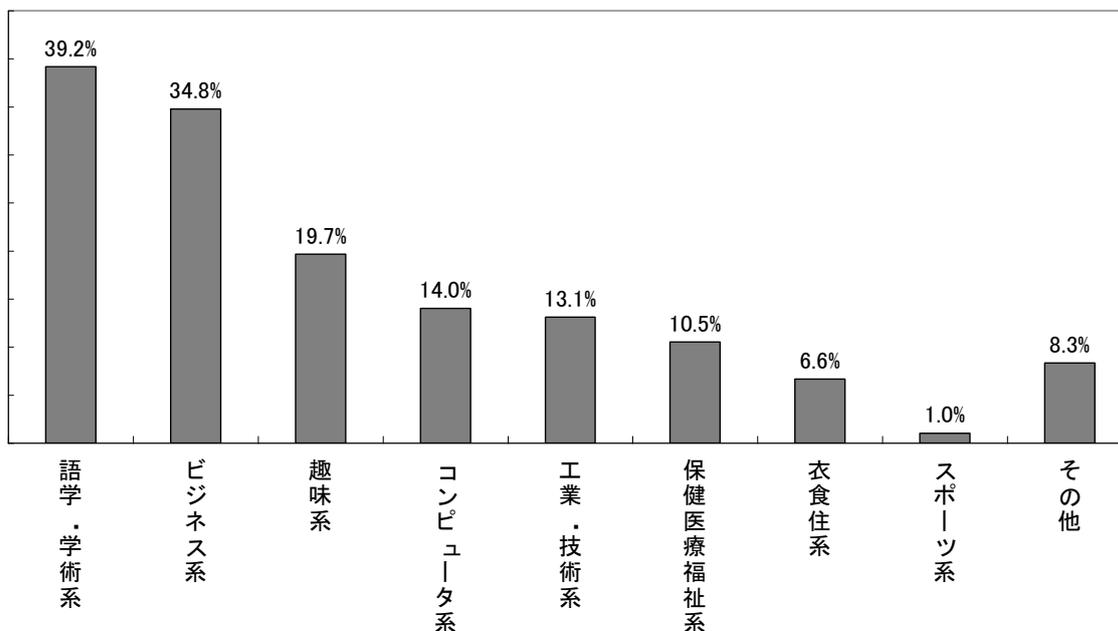
問7 利用した通信教育(1つだけ選択)【n=1550】



(3) 利用したことがある通信教育の分野

受講者が利用したことがある通信教育の分野は、「語学・学術系」が 39.2%、「ビジネス系」が 34.8%と 3 割を超えた。

問8 利用したことがある通信教育の分野(いくつでも選択可)【n=1550】



※分野は調査票上の項目を以下の通り分類している。

語学・学術系：「語学・コミュニケーション」「教育・学術」

ビジネス系：「経営・労務管理」「財務・金融」「司法・法務」「オフィス事務」

趣味系：「趣味・教養」

コンピュータ系：「コンピュータ・情報処理」

工業・技術系：「不動産・建築・施工」「鋳業・設備・溶接」「電気・通信」「安全管理・危険物取扱」「車両・航空・船舶」

保健医療福祉系：「保育・指導」「福祉・健康」「医療・衛生」

衣食住系：「生活・消費活動」「美容・ファッション」「デザイン・インテリア」「栄養・調理」「飲食・フードサービス」

スポーツ系：「スポーツ」

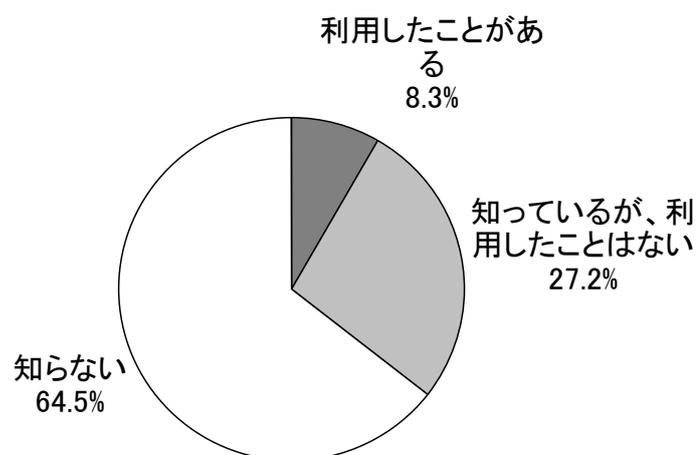
その他：「自然・環境」「ボランティア養成」「その他」

(4) 「認定社会通信教育」の認知

受講者に、「認定社会通信教育」（文部科学省によって認定された通信教育）の認知を尋ねたところ、「利用したことがある」が 8.3%、「知っているが、利用したことはない」が 27.2%、「知らない」が 64.5%となった。

受講者の 35.5%が「認定社会通信教育」を認知しているという結果であった。

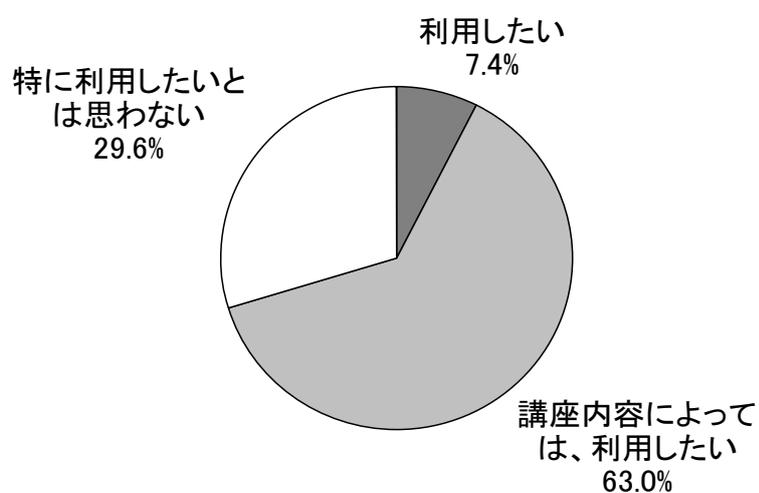
問9 「認定社会通信教育」の認知(1つだけ選択)【n=1550】



(5) 「認定社会通信教育」の利用意向

受講者に、「認定社会通信教育」の利用意向を尋ねたところ、「利用したい」が7.4%、「講座内容によっては、利用したい」が63.0%、「特に利用したいとは思わない」が29.6%であった。受講者の7割以上が「認定社会通信教育」の利用意向があるという結果であった。

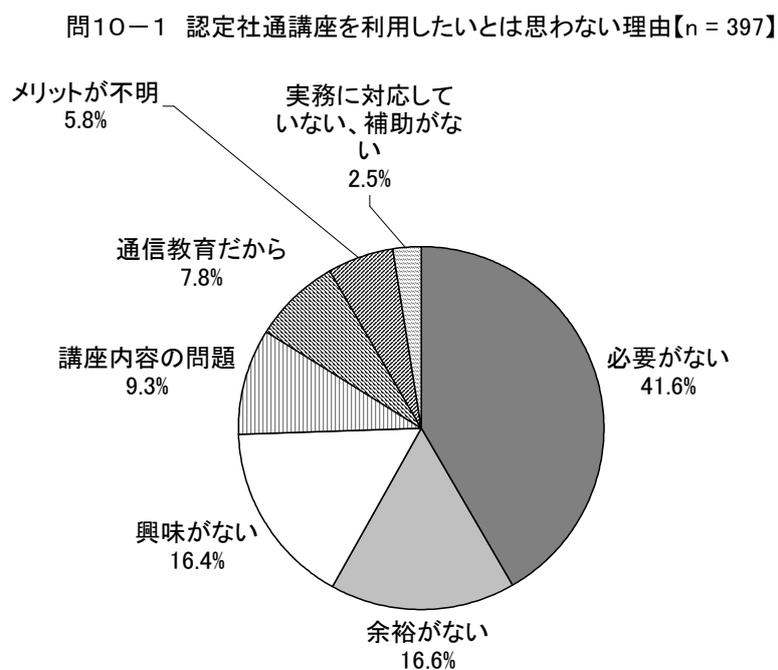
問10 「認定社会通信教育」を利用してみたいと思うか(1つだけ選択)【n=1550】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

また、前設問で「特に利用したいと思わない」と回答した受講者459名に理由を自由記入してもらったところ、397件の有効回答が得られた。

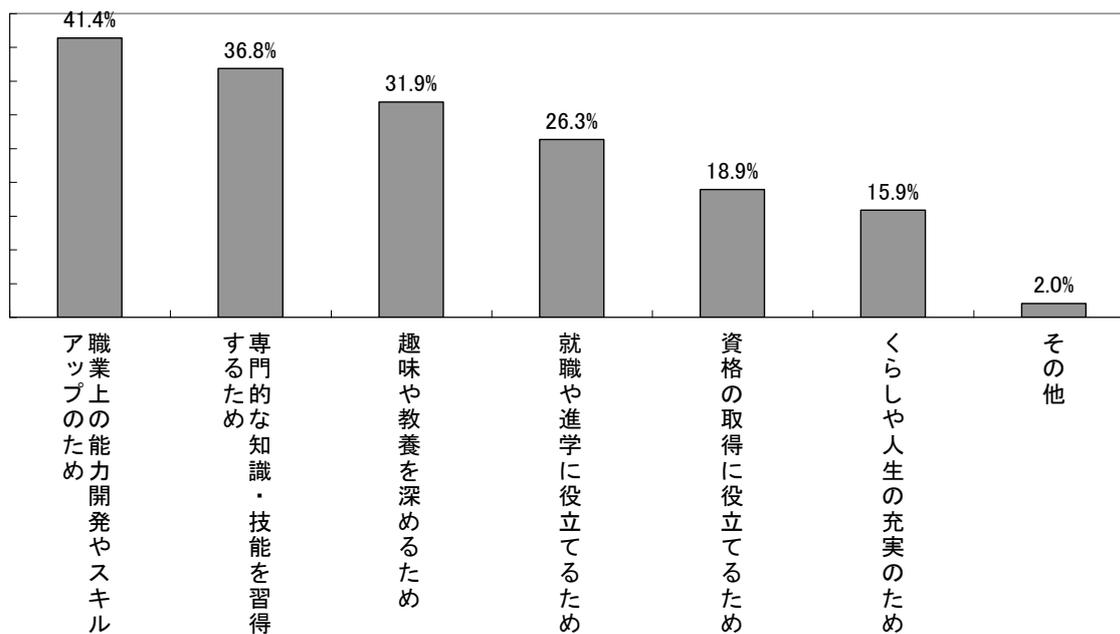
自由回答を分類し集計したところ、「必要がない」が圧倒的に多く（41.6%）、「余裕がない」（16.6%）、「興味がない」（16.4%）と続いた。



(6) 通信教育を利用した主な目的

受講者に、通信教育を利用した主な目的を尋ねたところ、「職業上の能力開発やスキルアップのため」が 41.4%、「専門的な知識・技能を習得するため」が 36.8%、趣味や教養を深めるため」が 31.9%であった。

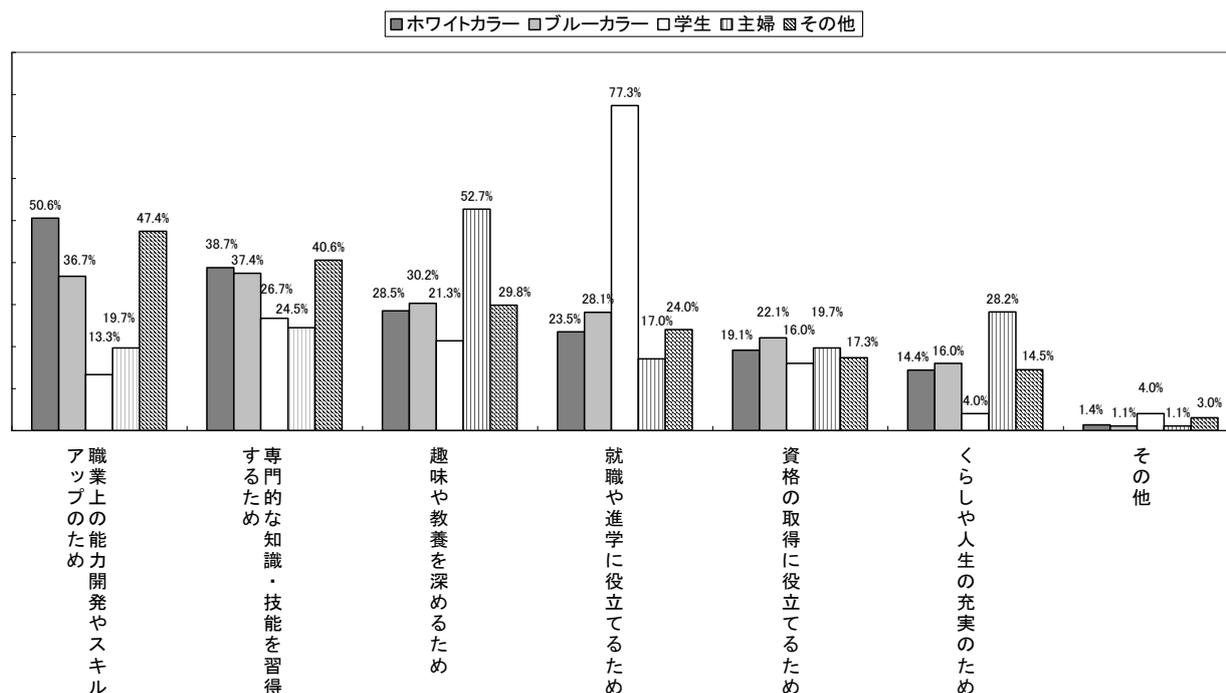
問11 通信教育を利用した主な目的(いくつでも選択可)【n=1550】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

受講者を、「ホワイトカラー」「ブルーカラー」「学生」「主婦」という分類に分け、「通信教育を利用した主な目的」を見ると、「ホワイトカラー」は「職業上の能力開発やスキルアップのため」(50.6%)、「主婦」は「趣味や教養を深めるため」(52.7%)、「学生」は「就職や進学に役立てるため」(77.3%)に通信教育を利用しているという結果であった。

問11 通信教育を利用した主な目的(いくつでも選択可)【n=1550】

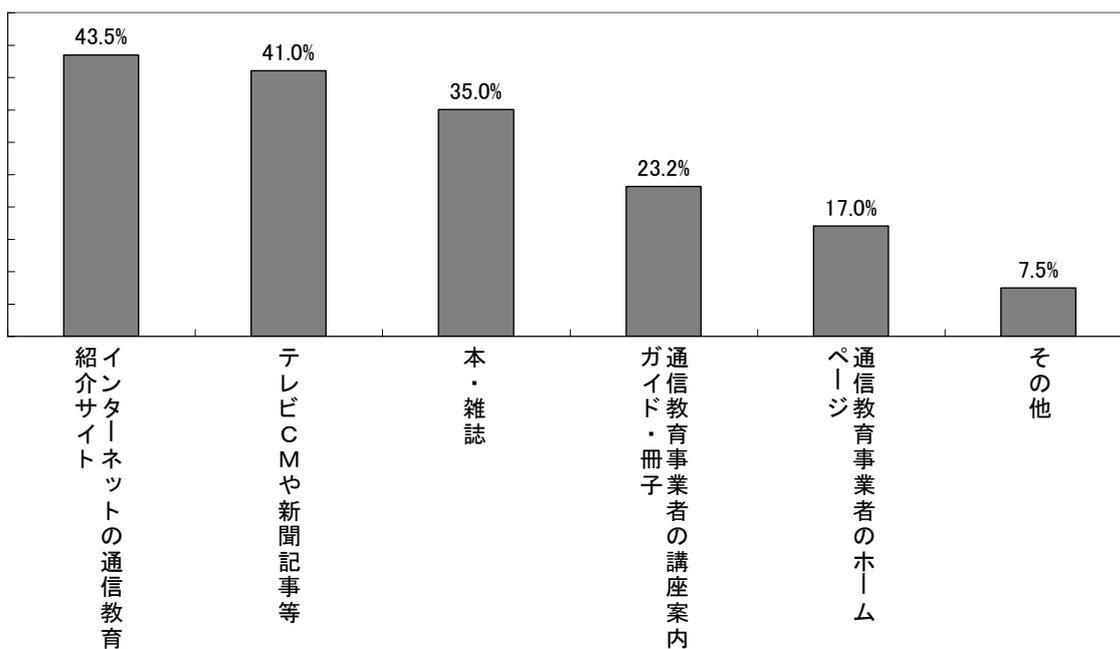


※「ホワイトカラー」「ブルーカラー」「学生」「主婦」「その他」の分類は、以下のとおり。
 ホワイトカラー：有職者のうち職業が「専門職・技術職」「管理職」「事務職」「販売職」
 ブルーカラー：有職者のうち職業が「保安・サービス職」「農林漁業作業」「運輸・通信」「採掘作業」「製造・制作・機械運転及び建設作業」「労務作業」
 学生：身分が「中学生」「高校生」「専門学校生」「予備校生」「短大／大学生」「大学院生」
 主婦：身分が「主婦」

(7) 通信教育の情報の入手方法

受講者に、通信教育の情報の入手方法を尋ねたところ、「インターネットの通信教育紹介サイト」が 43.5%、「テレビCMや新聞記事等」が 41.0%、「本・雑誌」が 35.0% となった。

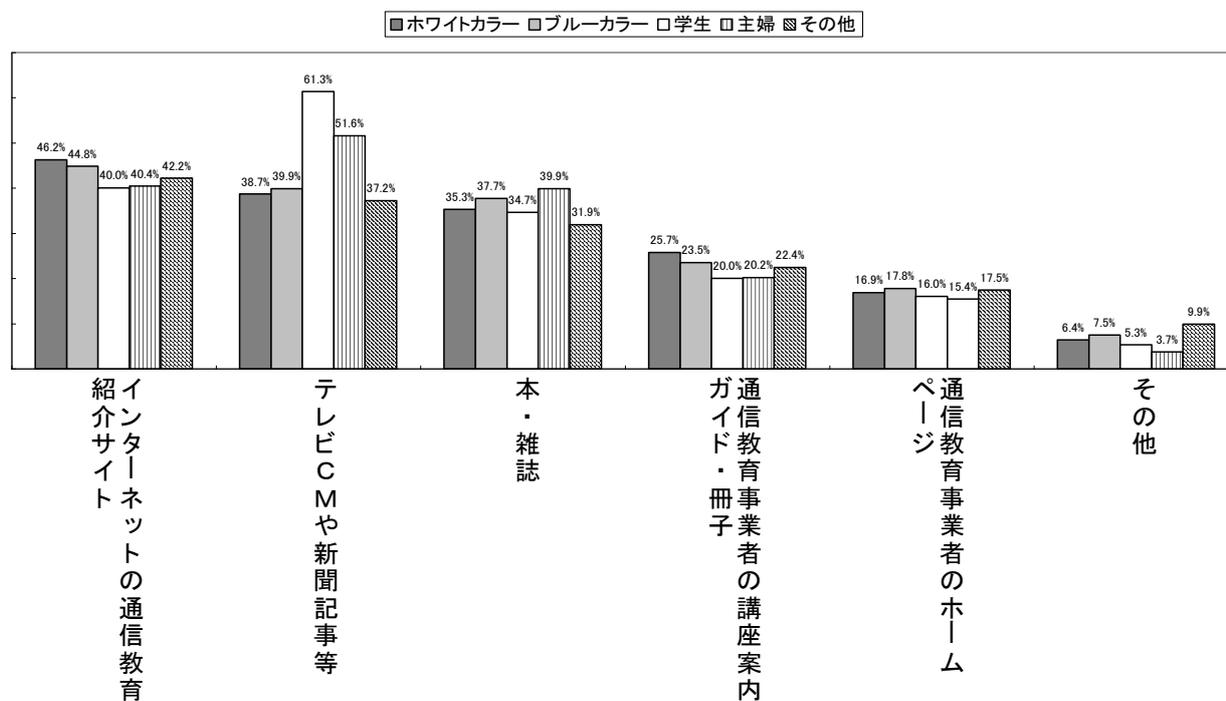
問12 通信教育の情報の入手方法(いくつでも選択可)【n=1550】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

前述の受講者分類で、「通信教育の情報の入手方法」を見ると、「学生」「主婦」においては、「テレビCMや新聞記事等」を情報入手の方法とする回答が多く、「学生」は61.3%、「主婦」は51.6%であった。

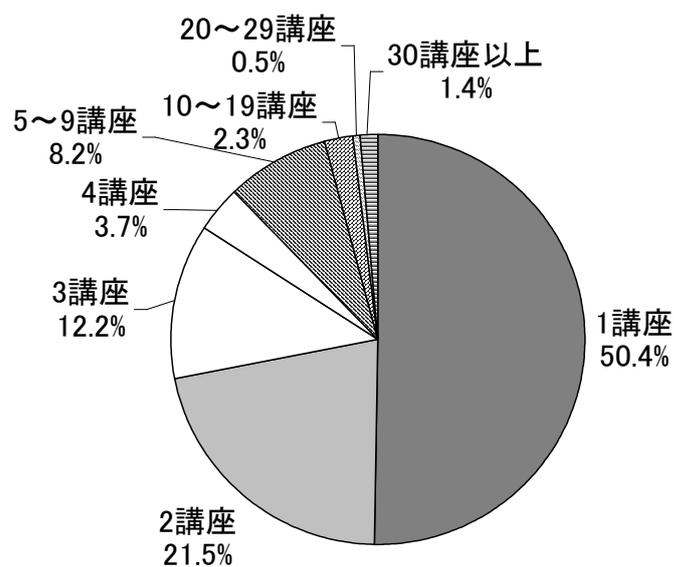
問12 通信教育の情報の入手方法(いくつでも選択可)【n=1550】



(8) 利用した通信教育の講座数

受講者に、利用した通信教育の講座数を尋ねたところ、「1 講座」が 50.4%と半数以上に上り、「2 講座」が 21.5%、「3 講座」が 12.2%であった。

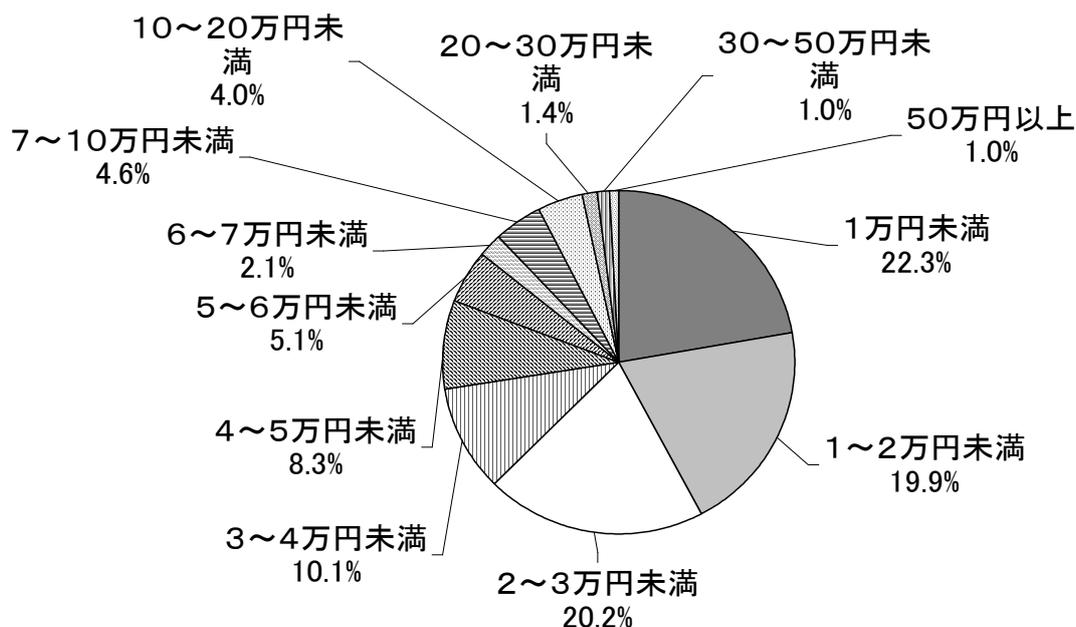
問13 利用した通信教育の講座数(1つだけ選択)【n=1550】



(9) 利用した通信教育の平均費用

受講者に、利用した通信教育の平均費用を尋ねたところ、「1万円未満」が22.3%と一番多く、次いで「2～3万円未満」20.2%、「1～2万円未満」19.9%となり、費用が3万円未満の受講者が6割強であった。

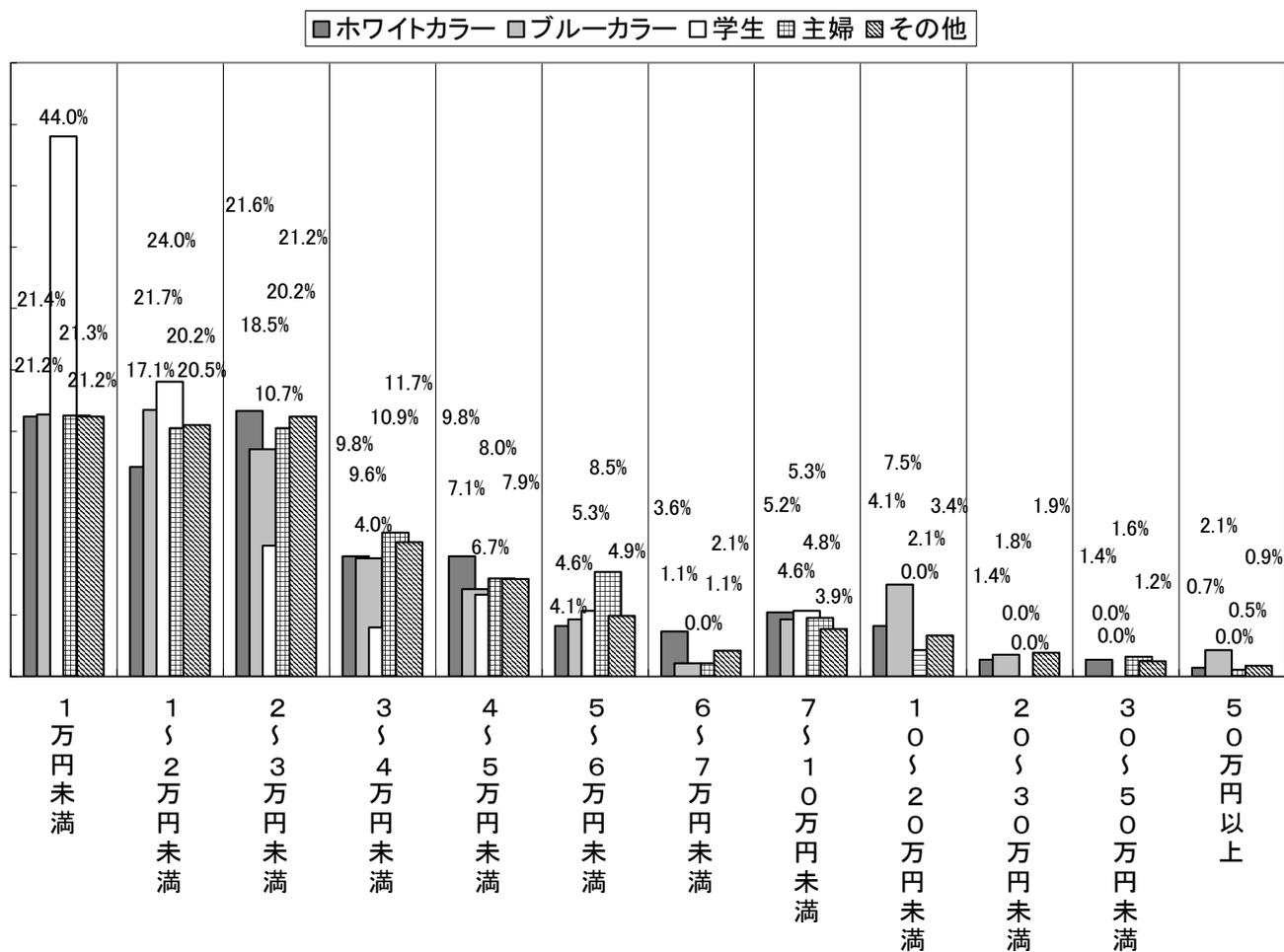
問14 利用した通信教育の平均費用(1講座あたり)(1つだけ選択)【n=1550】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

前述の受講者分類で、「利用した通信教育の平均費用」を見ると、「学生」における「1万円未満」が44.0%と突出しており、「学生」には費用の安い通信教育講座が選ばれていることが分かる。

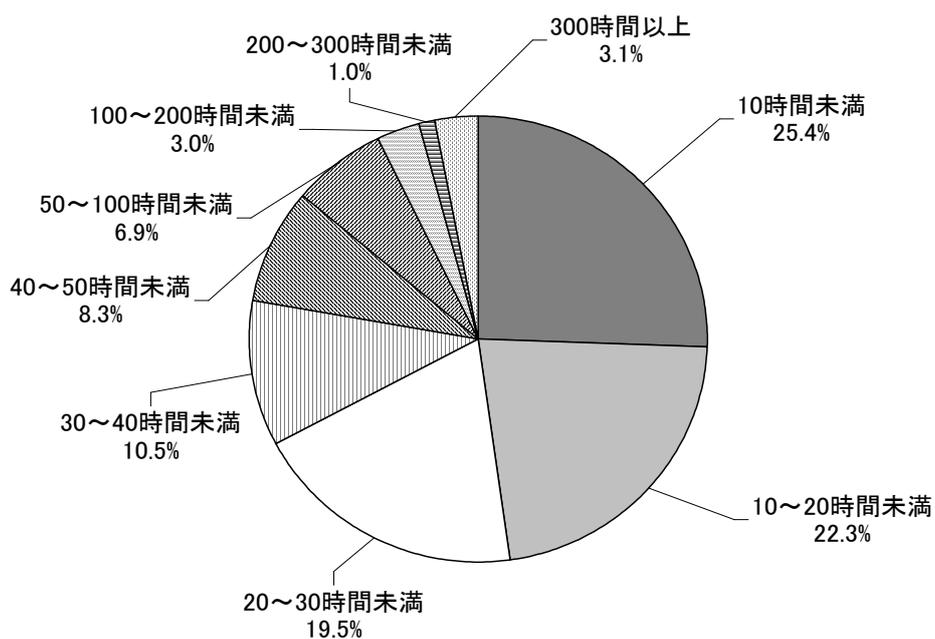
問14 利用した通信教育の平均費用(1講座あたり)(1つだけ選択)【n=1550】



(10) 利用した通信教育の平均利用時間

受講者に、「利用した通信教育の平均利用時間」を尋ねたところ、「10 時間未満」が 25.4%と約 4 割を占めた。次いで、「10～20 時間未満」が 22.3%、「30～40 時間未満」が 10.5%と、ほぼ利用時間が長くなるに従い、割合が減っている。

問15 利用した通信教育の平均利用時間(1講座あたり)(1つだけ選択)【n=1550】

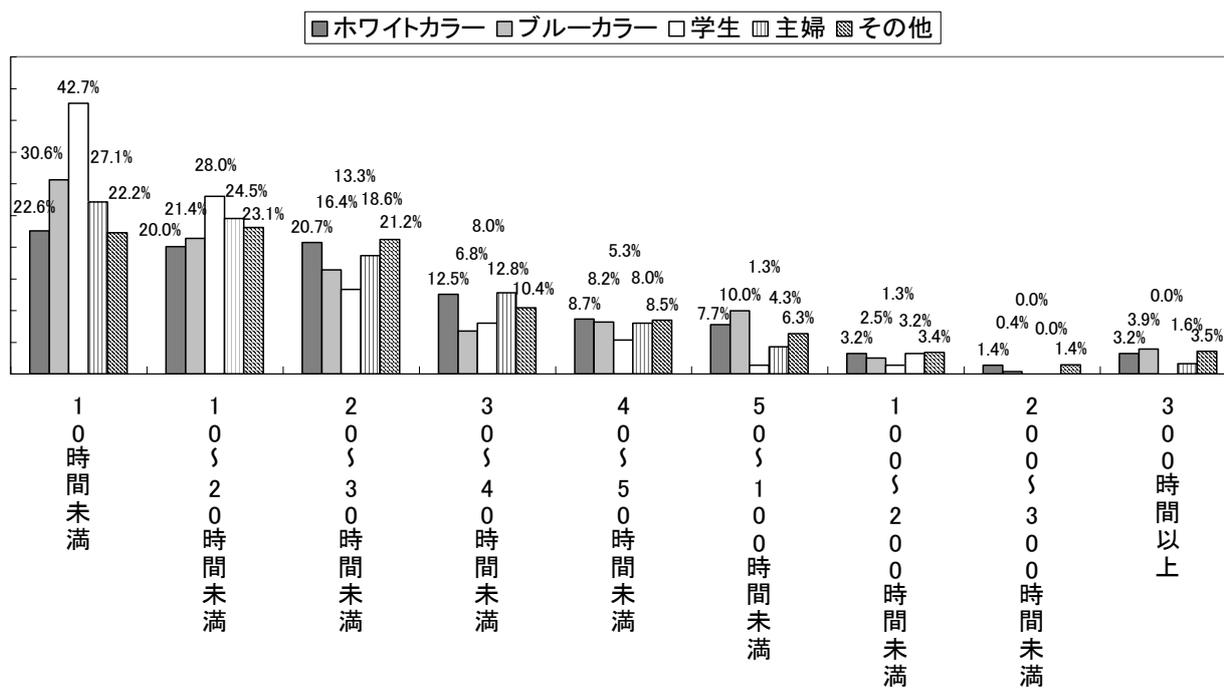


Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

前述の受講者分類で、「利用した通信教育の平均利用時間」を見ると、「学生」において「10時間未満」(42.7%)の割合が突出している。

これらのことから、「学生」は、通信教育に費用も時間もかけられない、と考えられる。

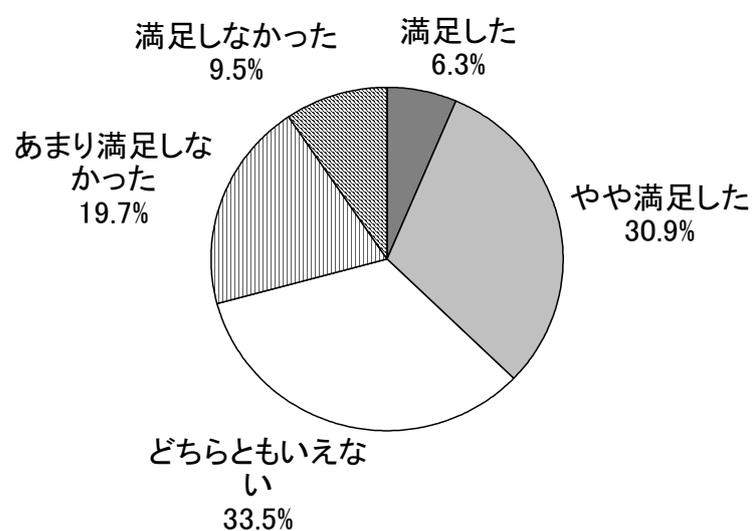
問15 利用した通信教育の平均利用時間(1講座あたり)(1つだけ選択)【n=1550】



(11) 利用した通信教育の満足度

受講者に、「利用した通信教育の満足度」を尋ねたところ、「満足した」が 6.3%、「やや満足した」が 30.9%で、合計 37.2%、「満足しなかった」が 9.5%、「あまり満足しなかった」が 19.7%で、合計 29.2%となり、若干、満足した人の方が多い結果となった。

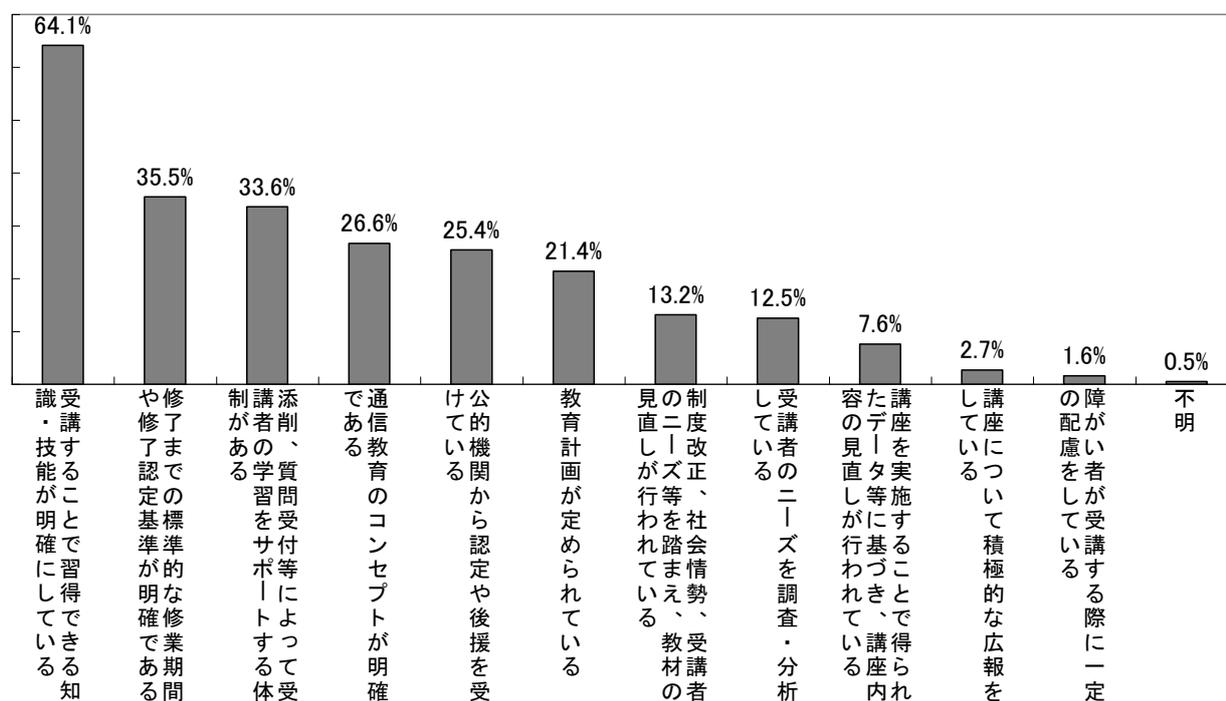
問16 利用した通信教育の満足度(1つだけ選択)【n=1550】



(12) 通信教育がより活用されるために重要なこと

アンケート回答者全員に、「通信教育がより活用されるために重要なこと」のうち、通信教育事業者における「通信教育の内容・学習過程への取組」について尋ねたところ、「受講することで習得できる知識・技能が明確にしている」が64.1%と最も多く、次いで「修了までの標準的な修業期間や修了認定基準が明確である」が35.5%、「添削、質問受付等によって受講者の学習をサポートする体制がある」が33.6%であった。

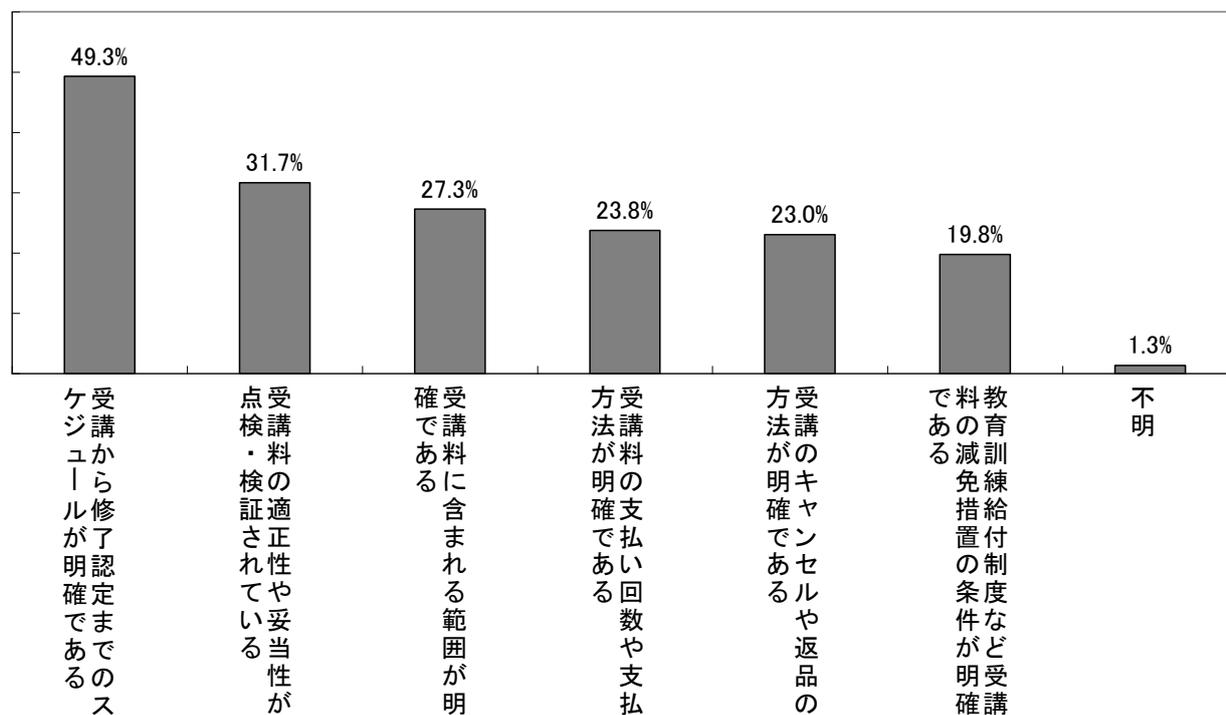
問17 通信教育の内容・学習課程への取組(上位3つまで選択)【n=3082】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

アンケート回答者全員に、「通信教育がより活用されるために重要なこと」のうち、通信教育事業者における「通信教育の受講手続きでの取組」について尋ねたところ、「受講から修了認定までのスケジュールが明確である」が 49.3%、次いで「受講料の適正性や妥当性が点検・検証されている」が 31.7%であった。

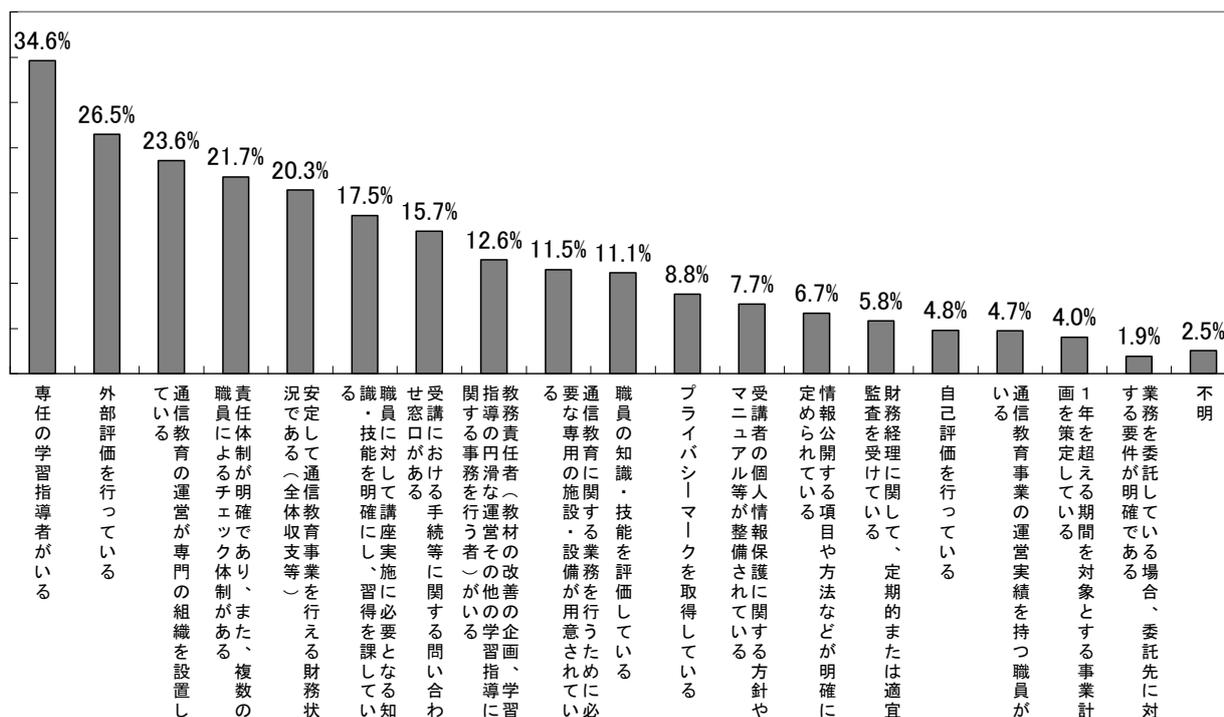
問17 通信教育の受講手続きでの取組(上位2つまで選択)【n=3082】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

アンケート回答者全員に、「通信教育がより活用されるために重要なこと」のうち、通信教育事業者における「通信教育事業者としての取組」について尋ねたところ、「専任の学習指導者がいる」が34.6%、「外部評価を行っている」が26.5%、「通信教育の運営が専門の組織を設置している」が23.6%であった。

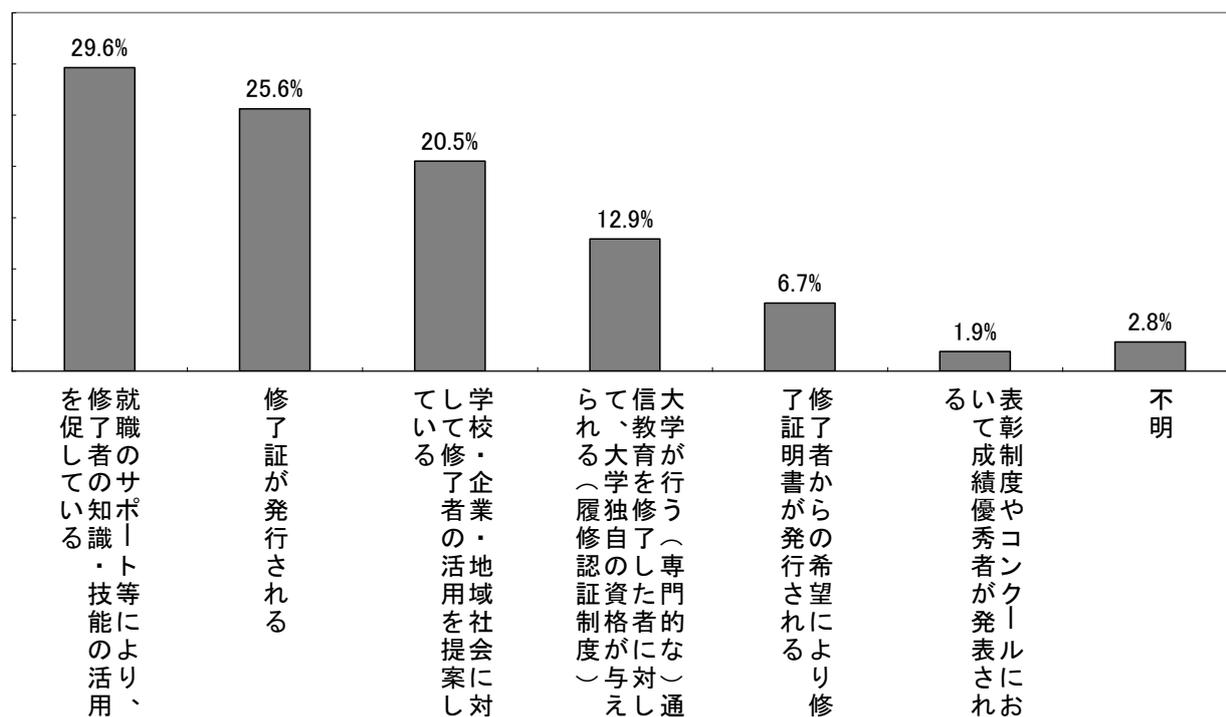
問17 通信教育事業者としての取組(上位3つまで選択)【n=3082】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

アンケート回答者全員に、「通信教育がより活用されるために重要なこと」のうち、通信教育事業者における「学習成果の活用促進への取組」について尋ねたところ、「就職のサポート等により、修了者の知識・技能の活用を促している」が29.6%、「修了証が発行される」が25.6%、「学校・企業・地域社会に対して修了者の活用を提案している」が20.5%であった。

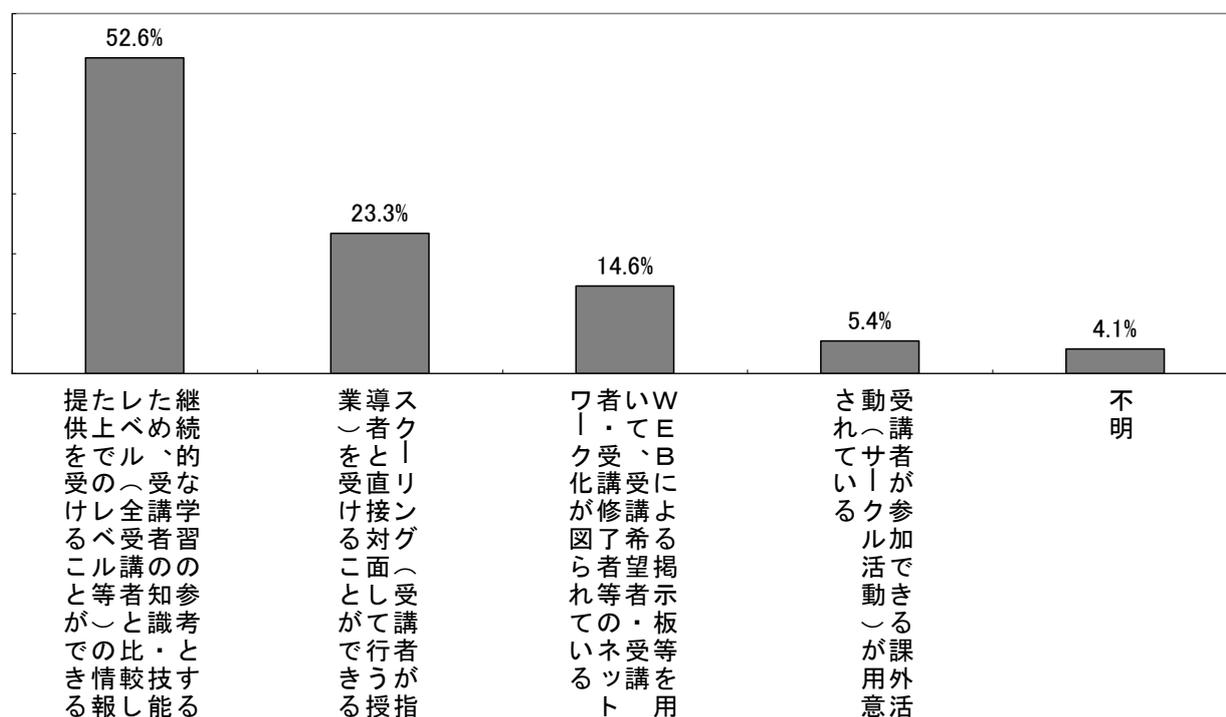
問17 学習成果の活用促進への取組(1つだけ選択)【n=3082】



Ⅲ 社会通信教育の受講者への調査

アンケート回答者全員に、「通信教育がより活用されるために重要なこと」のうち、通信教育事業者における「学習継続への取組」について尋ねたところ、「継続的な学習の参考とするため、受講者の知識・技能レベル（全受講者と比較した上でのレベル等）の情報提供を受けることができる」が 52.6%と半数以上を占め、次いで「スクーリング（受講者が指導者と直接対面して行う授業）を受けることができる」が 23.3%であった。

問17 学習継続への取組(1つだけ選択)【n=3082】



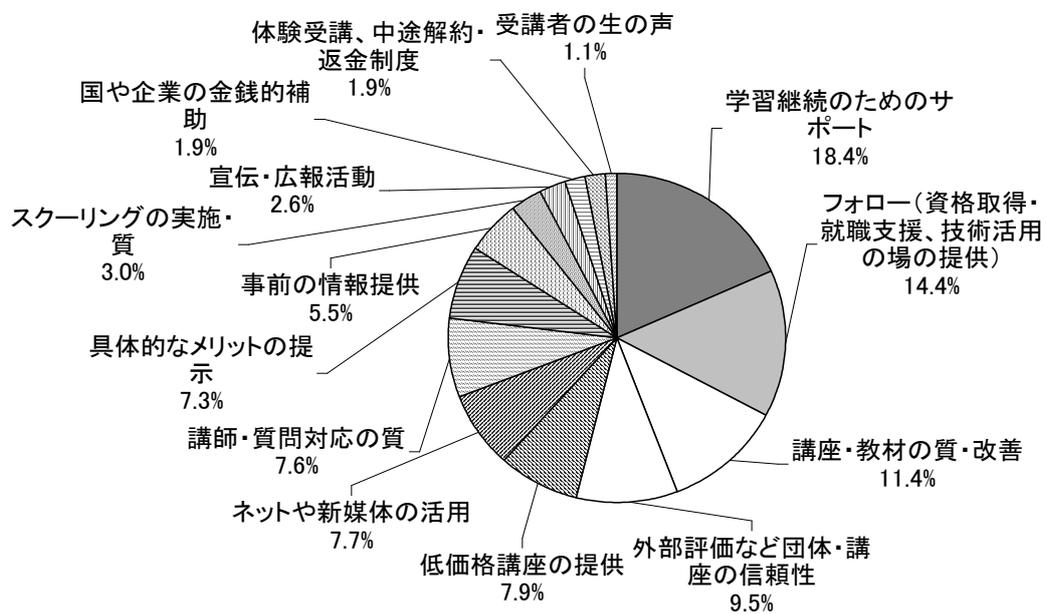
(13) 通信教育の質向上、活用のための意見

全回答者 3,082 名に、通信教育の質向上、活用のための意見を自由記入してもらったところ、1,006 件の有効回答が得られた。

内容を分類し集計したところ、「学習継続のためのサポート」(18.4%) が最も多かった。

また、「フォロー(資格取得・就職支援、技術活用の場の提供)」(14.4%)、「講座・教材の質・改善」(11.4%) と続いた。

問18 通信教育の質向上、活用のための意見【n = 1006】



IV 社会通信教育の利用企業への調査

1 利用企業の概要

(1) 連結・単独

「企業における従業員向け通信教育に関するアンケート」を依頼するにあたり、連結対象であるグループ会社を持つ企業において、グループ会社を含めた通信教育の利用状況か、勤務先である法人のみの通信教育の利用状況か、回答者が迷わないよう設問を設けた。

結果、回答企業の連結・単独の割合は、「連結」が41.3%、「単独」が56.9%であった。

(2) 業種

回答企業の業種区分を見ると、「製造業」が最も多く44.4%であった。次いで、「卸売・小売業」が12.5%、「サービス業」が10.6%で、「非製造業」が48.8%を占めており、「製造業」と「非製造業」がほぼ半々の比率となっている。

(3) 従業員規模

回答企業の従業員規模は、「1,000人～4,999人」が最も多く、44.4%となっている。

(4) 海外での事業展開

回答企業の海外での事業展開は、「展開しており今後も事業規模拡大予定」が最も多く、56.9%であった。

「今後も事業規模拡大予定」と「現在検討中」を“積極展開”、「今後は現状維持」を“現状維持”、「今後は事業規模縮小・撤退予定」と「展開予定はない」を“消極展開”で3分類にすると、「積極展開」が64.7%、「現状維持」が11.2%、「消極展開」が22.3%で、「積極展開」を目指す企業が多い。

(5) 前年度と比較した当該年度の教育予算

回答企業の前年度と比較した当該年度の教育予算を見ると、「横ばい」が最も多く60.6%で、「増加」「減少」を上回っている。

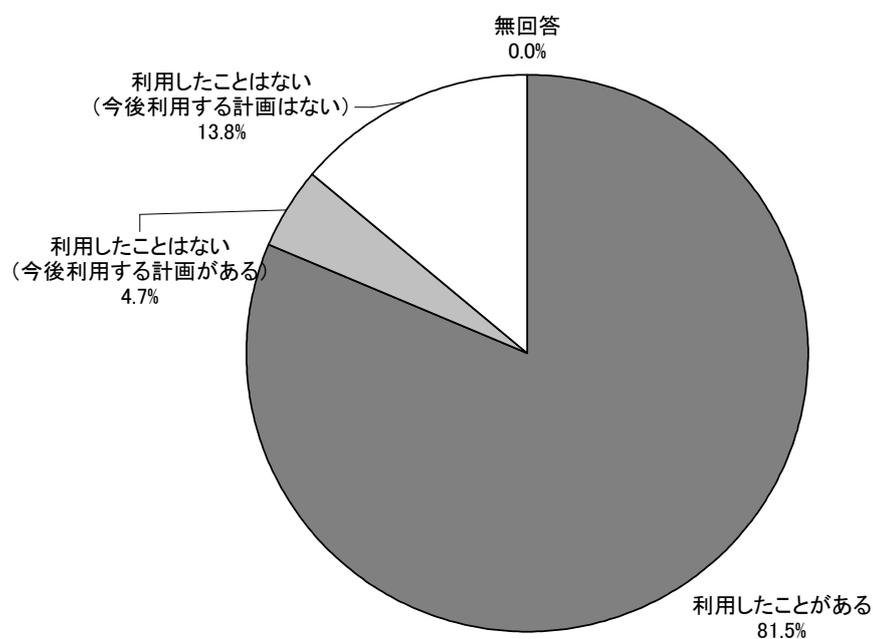
2 通信教育の利用状況

(1) 通信教育の利用状況

社員を対象とした通信教育の利用状況は、「利用したことがある」が 81.5%、「利用したことはない（今後利用する計画がある）」が 4.7%、「利用したことはない（今後利用する計画はない）」が 13.8%であった。

通信教育を「利用したことがある」層が圧倒的に多く、「利用したことはない」層は 18.5%にとどまっている。

問1. これまで、社員を対象に通信教育を利用したことはあるか(○は1つ)【n=385】



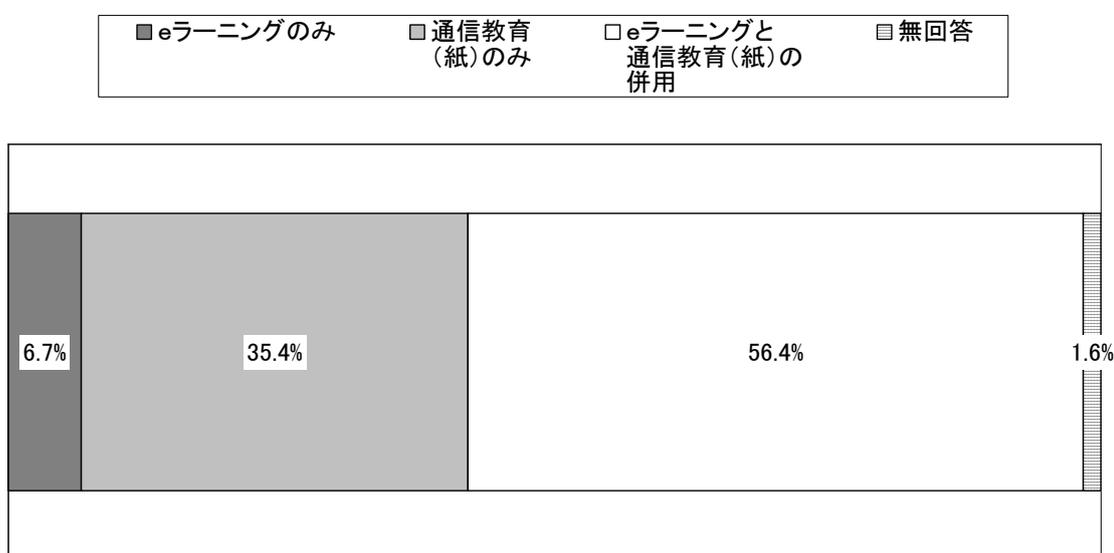
(2) 採用している通信教育

問1で通信教育を「利用したことがある」と回答した314社に、採用している通信教育について聞いた。

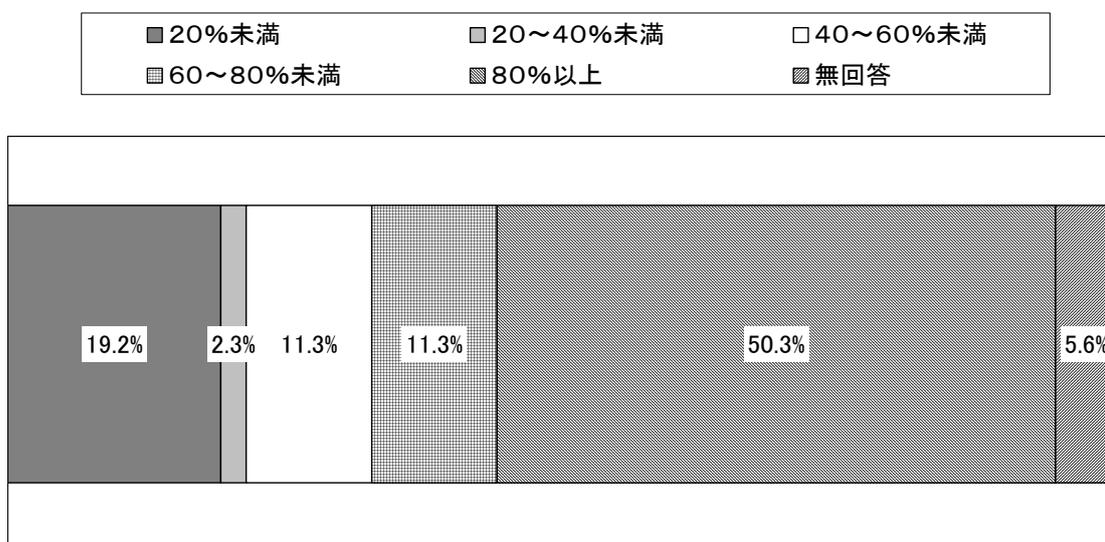
「eラーニングと通信教育（紙）の併用」が最も多く、56.4%である。「eラーニングのみ」は6.7%、「通信教育（紙）のみ」は35.4%で、「通信教育（紙）のみ」も比較的多い。

また、「eラーニングと通信教育（紙）の併用」と回答した177社のうち、「紙の利用割合」（紙媒体の通信教育の利用状況）を見ると、「80%以上」が最も多く、50.3%である。通信教育においては、「紙」を利用している企業が多いと言える。

問2. 採用している通信教育(○は1つ)【n=314】



問2-1. この1年における、通信教育のうちの「紙」の利用割合(○は1つ)【n=177】

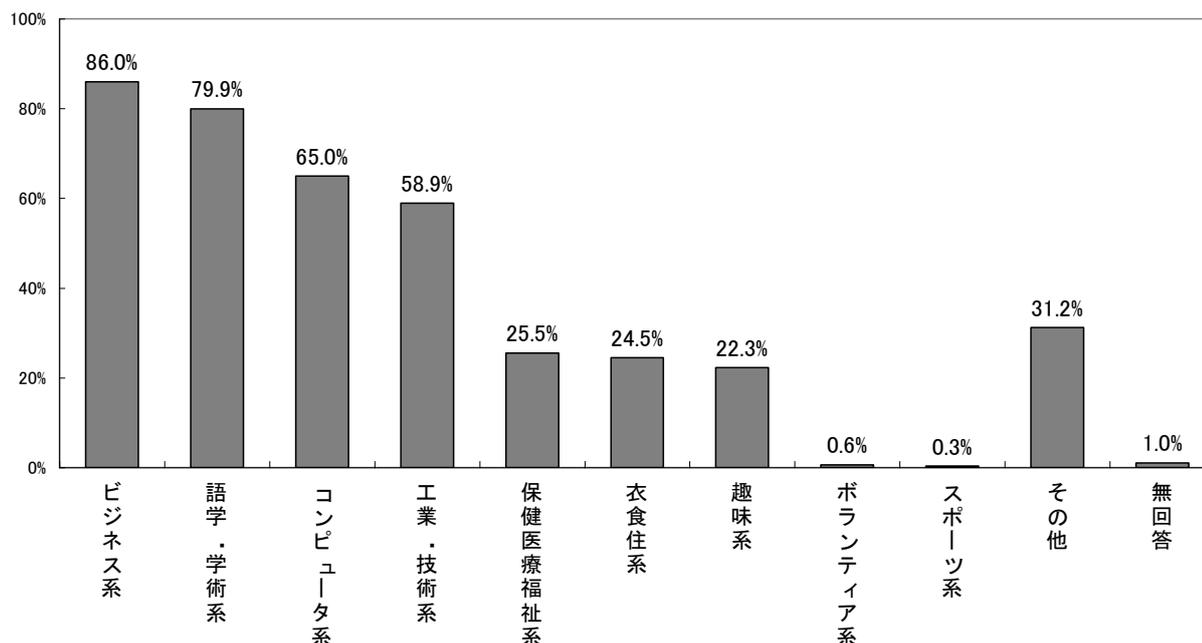


(3) 採用している通信教育の分野

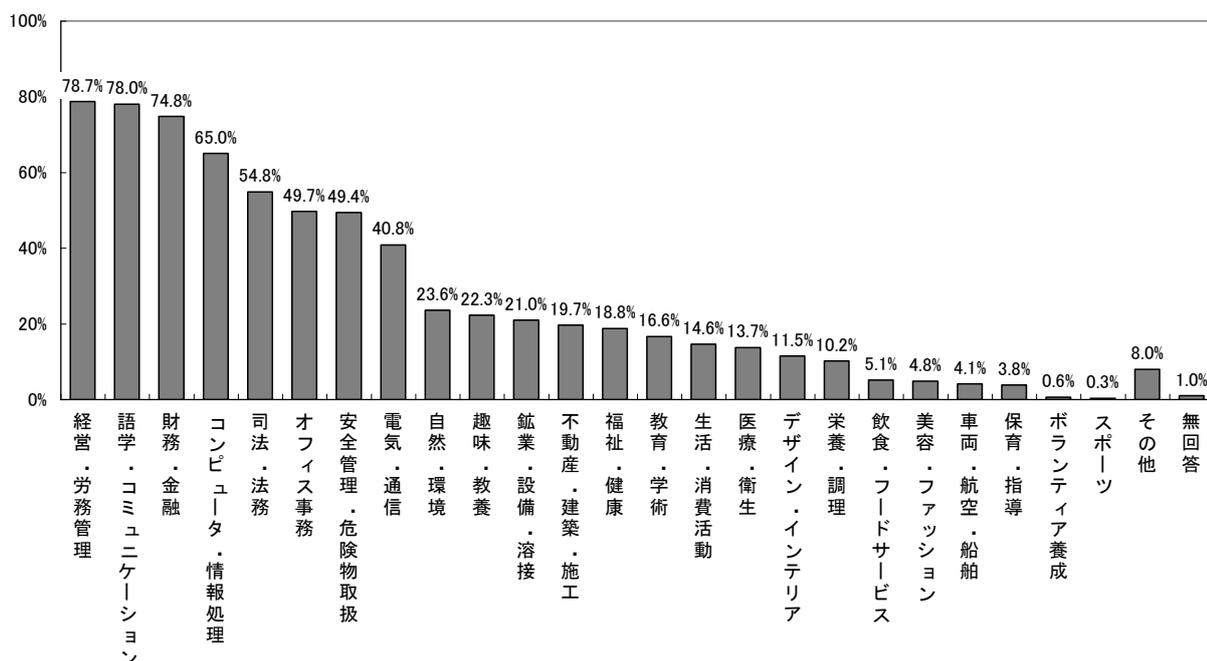
問1で「通信教育を利用したことがある」と回答した314社に、採用している通信教育の分野を聞いた。

「ビジネス系」が86.0%、「語学・学術系」が79.9%、「コンピュータ系」が65.0%、「工業・技術系」が58.9%と、業務に関連するものが多い。

問3. 採用している通信教育の分野(〇はいくつでも)【n=314】



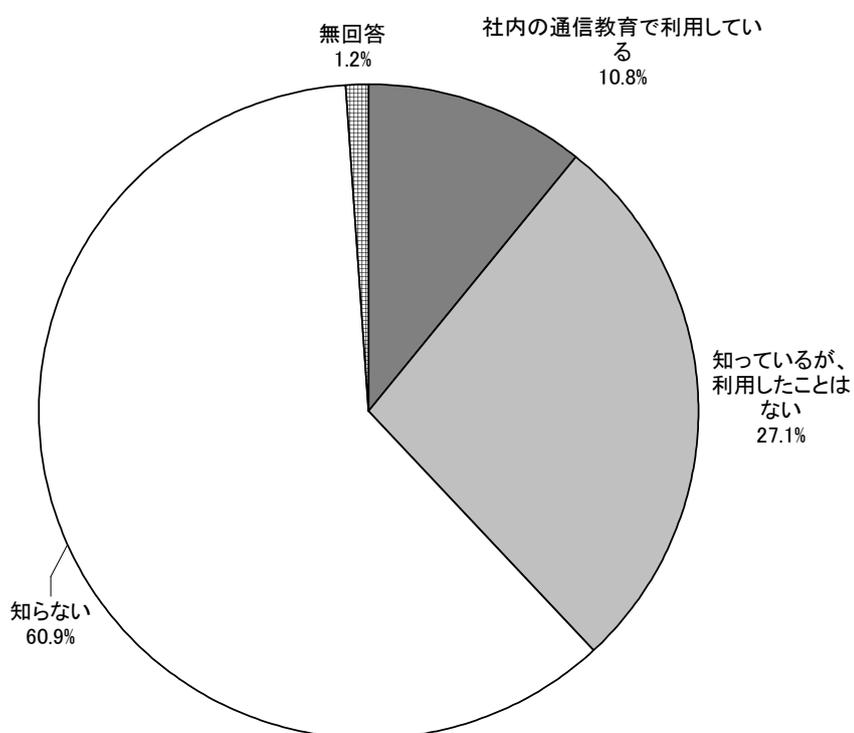
問3. 【参考／詳細】採用している通信教育の分野(〇はいくつでも)【n=314】



(4) 「認定社会通信教育」の認知度

問1で通信教育を「利用したことがある」または「利用したことはない（今後利用する計画がある）」と回答した332社に、「認定社会通信教育」の認知度を聞いたところ、「知らない」が最も多く60.9%であった。「社内の通信教育で利用している」が10.8%、「知っているが、利用したことはない」が27.1%と、認知度は37.9%にとどまっている。

問4.「認定社会通信教育」の認知(○は1つ)【n=332】

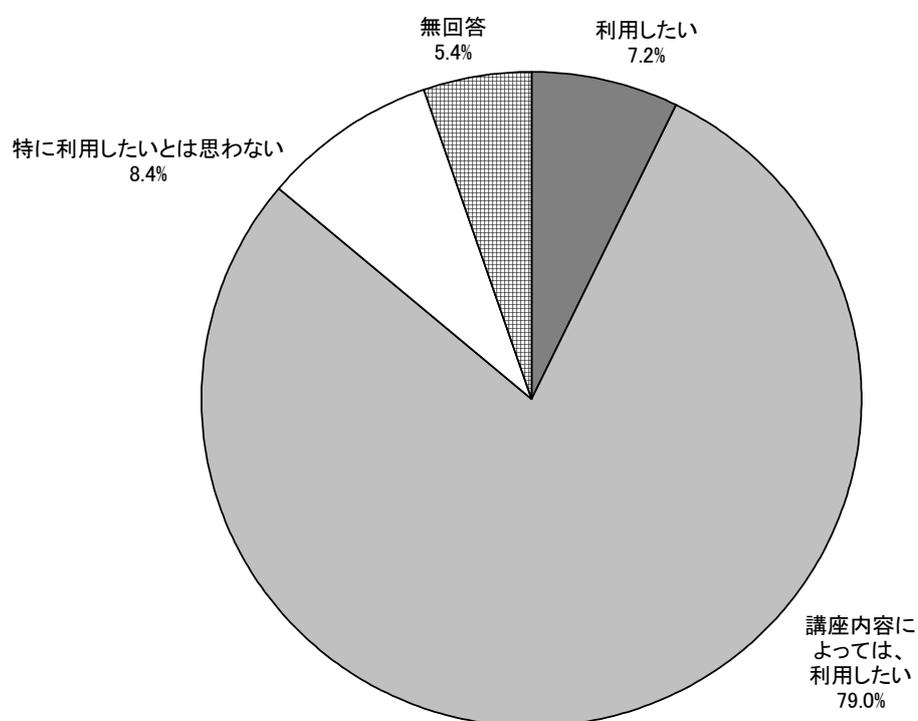


(5) 「認定社会通信教育」の利用意向

問1で通信教育を「利用したことがある」または「利用したことはない（今後利用する計画がある）」と回答した332社に、「認定社会通信教育」の利用意向を聞いた。

「講座内容によっては利用したい」が79.0%で最も多く、「利用したい」の7.2%と合わせると、86.2%の回答者に一定の利用意向があると言える。

問5. 「認定社会通信教育」を社内の通信教育として利用してみたいと思うか(○は1つ)【n=332】

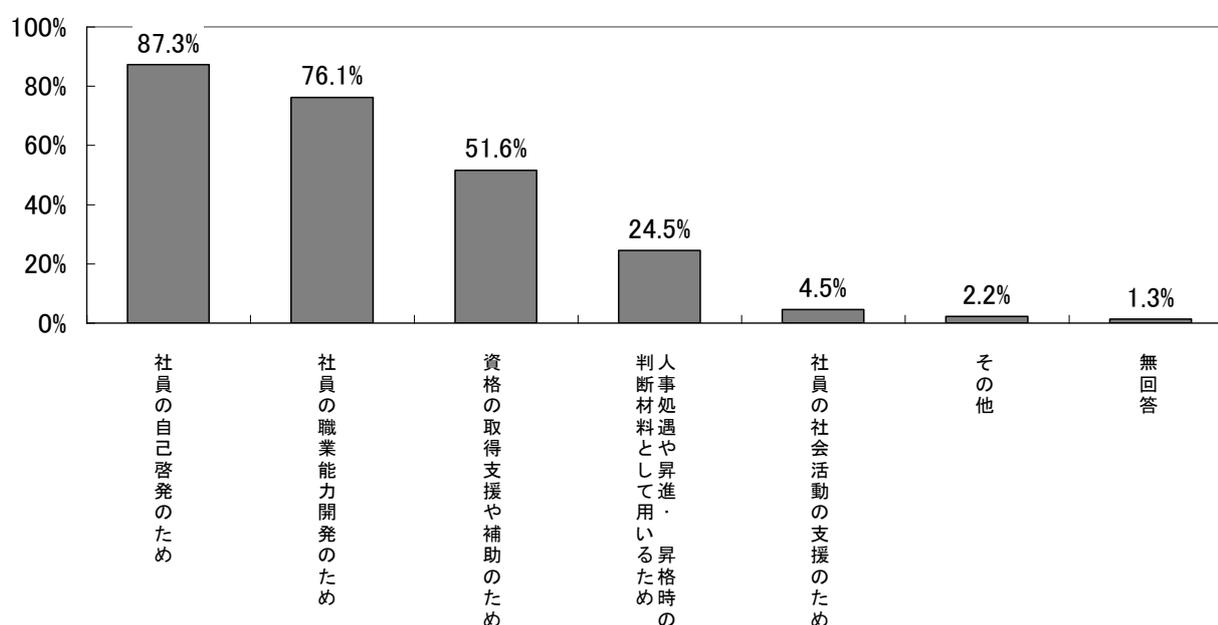


(6) 通信教育を利用した目的

問1で「通信教育を利用したことがある」と回答した314社に、利用目的を聞いた。

「社員の自己啓発のため」が87.3%、「社員の職業能力開発のため」が76.1%、「資格の取得支援や補助のため」が51.6%となっており、社員のスキル向上を意図して通信教育を利用している企業が多い。

問6. 通信教育を利用した主な目的(○はいくつでも)【n=314】

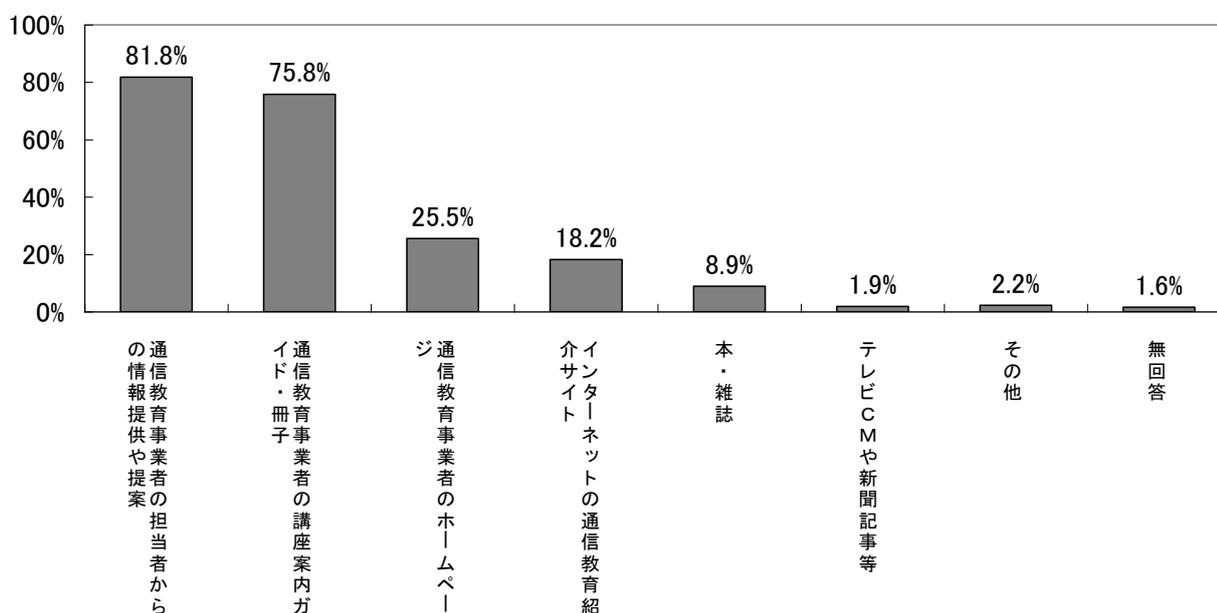


(7) 通信教育の情報の入手方法

問1で「通信教育を利用したことがある」と回答した314社に、通信教育に関する情報の入手方法を聞いた。

最も多いのは、「通信教育事業者の担当者からの情報提供や提案」が81.8%で、次いで「通信教育事業者の講座案内ガイド・冊子」が75.8%となっている。日常的に接触のある通信教育事業者から情報を得たり、ガイドを配布されることが多い、という結果である。

問7. 通信教育の情報の入手方法(〇はいくつでも)【n=314】



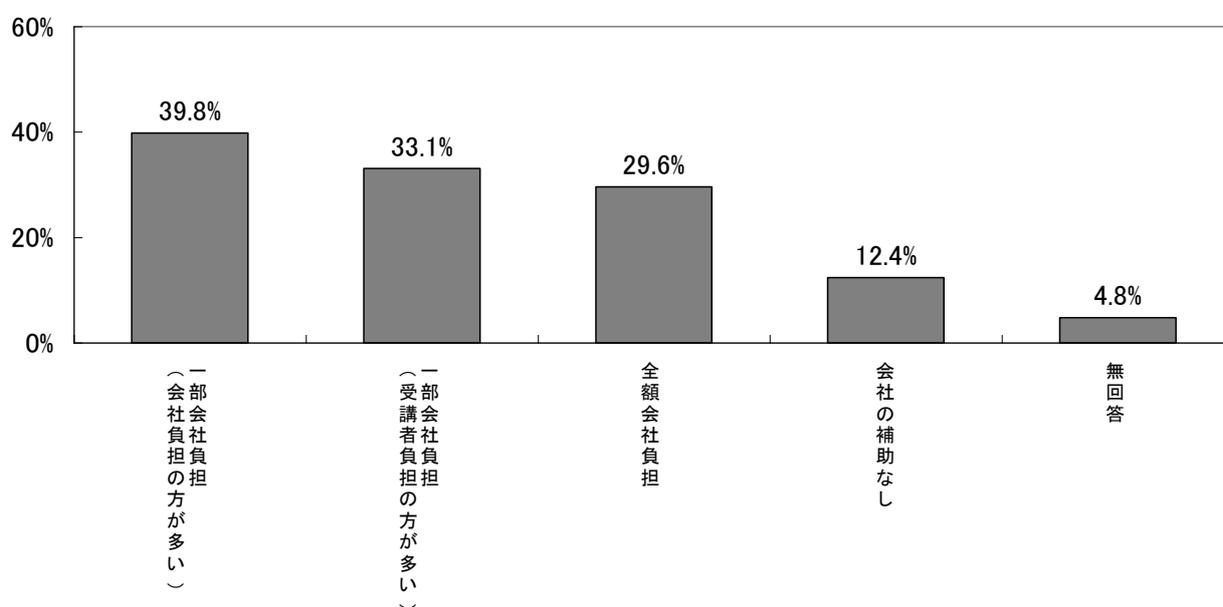
(8) 社員が受講する通信教育の金銭的援助

問1で「通信教育を利用したことがある」と回答した314社に、通信教育の金銭的援助について聞いた。

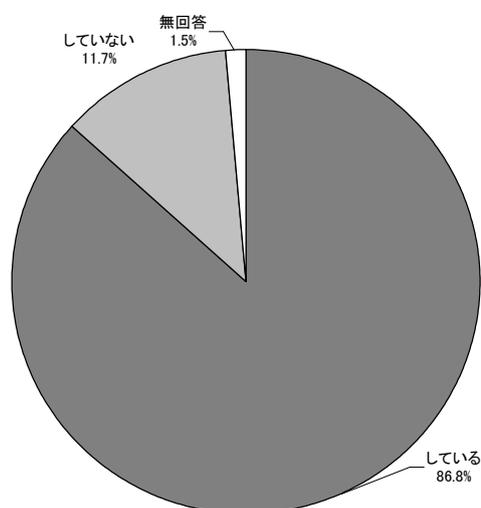
「一部会社負担（会社負担の方が多）」が39.8%、「一部会社負担（受講者負担の方が多）」が33.1%、「全額会社負担」が29.6%と、会社負担をしている企業が多い。

また、一部、全額問わず「会社が費用負担をしている企業」273社のうち、「講座の修了を条件としている企業」は86.8%と、大半の企業において、講座修了を条件として費用負担している。

問8. 社員が受講する通信教育の金銭的援助について(○はいくつでも)【n=314】



問8-1. 会社負担に当たって、講座の修了を条件としているか(○は1つ)【n=273】



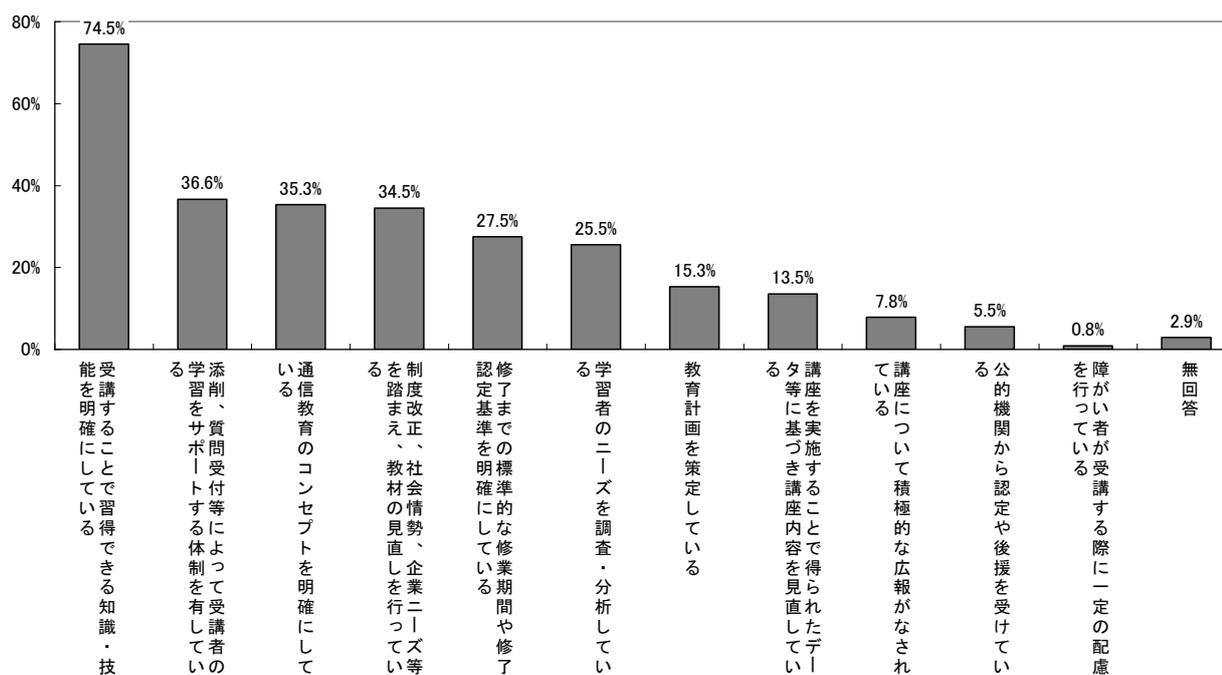
3 通信教育の活用

(1) 通信教育が研修に活用されるために重要なこと（内容・学習課程への取組）

通信教育が研修に活用されるために重要なこととして、「内容・学習課程への取組」について見ると、「受講することで習得できる知識・技能を明確にしている」が多く、74.5%である。次いで、「添削、質問受付等によって受講者の学習をサポートする体制を有している」が36.6%、3番目が「通信教育のコンセプトを明確にしている」で35.3%となっている。

企業側のニーズとして、「教育によって得られる成果が分かりやすいこと」が重要であると言える。

1. 通信教育の内容・学習課程への取組（○は上位3つまで）【n=385】

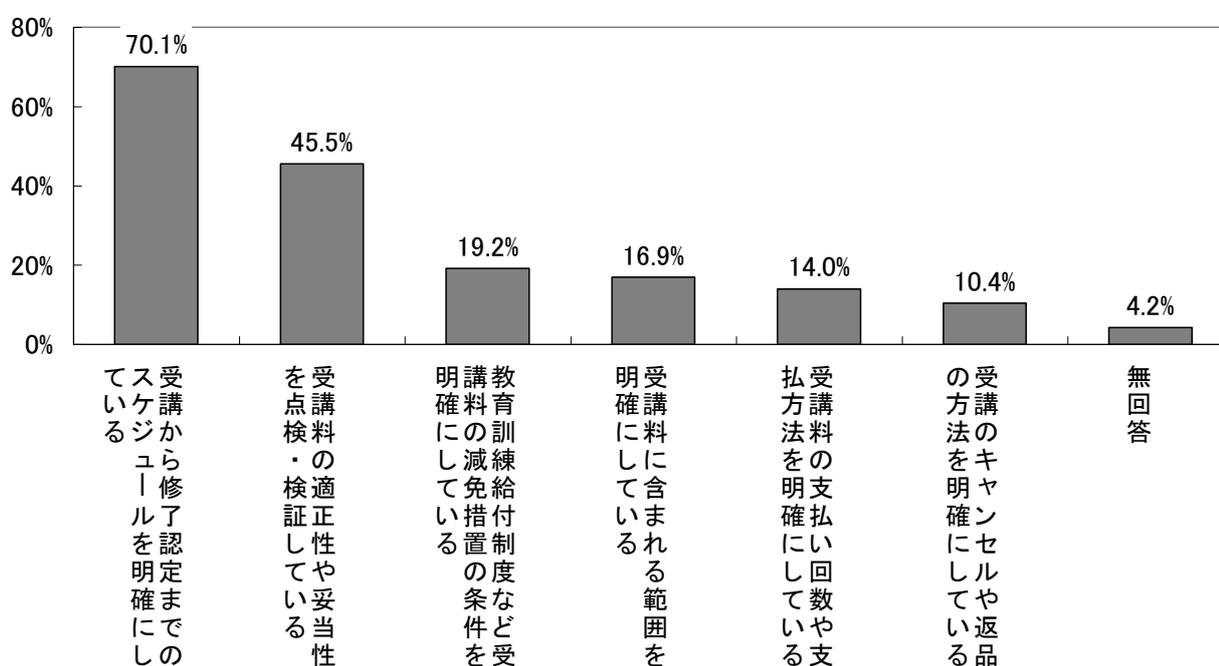


(2) 通信教育が研修に活用されるために重要なこと(受講手続きでの取組)

「受講手続きでの取組」として重要なことは、「受講から修了認定までのスケジュールを明確にしている」が70.1%と最も多い。

「受講料の適正性や妥当性を点検・検証している」や「教育訓練給付制度など受講料の減免措置の条件を明確にしている」など、受講料に対する取組よりもスケジュールが明確化されていることを重視している企業が多いことが分かる。

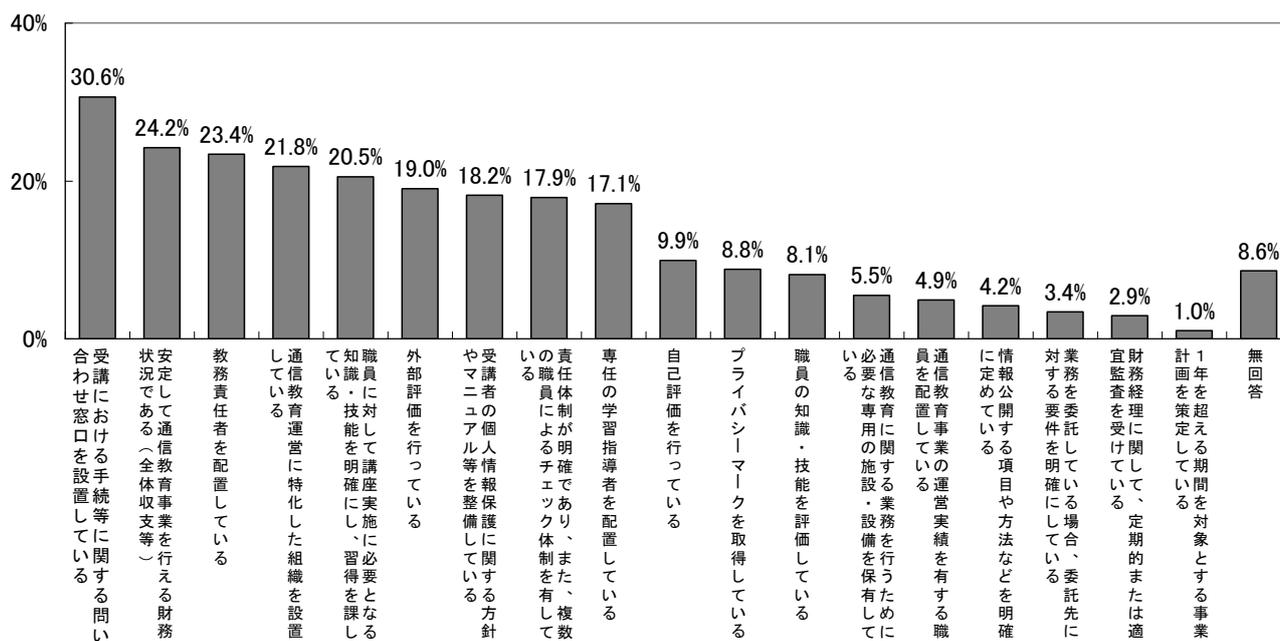
2. 通信教育の受講手続きでの取組(○は上位2つまで)【n=385】



(3) 通信教育が研修に活用されるために重要なこと(事業者としての取組)

「事業者としての取組」について見ると、「受講における手続等に関する問い合わせ窓口を設置している」が30.6%で最も多い。

3. 通信教育事業者としての取組(○は上位3つまで)【n=385】

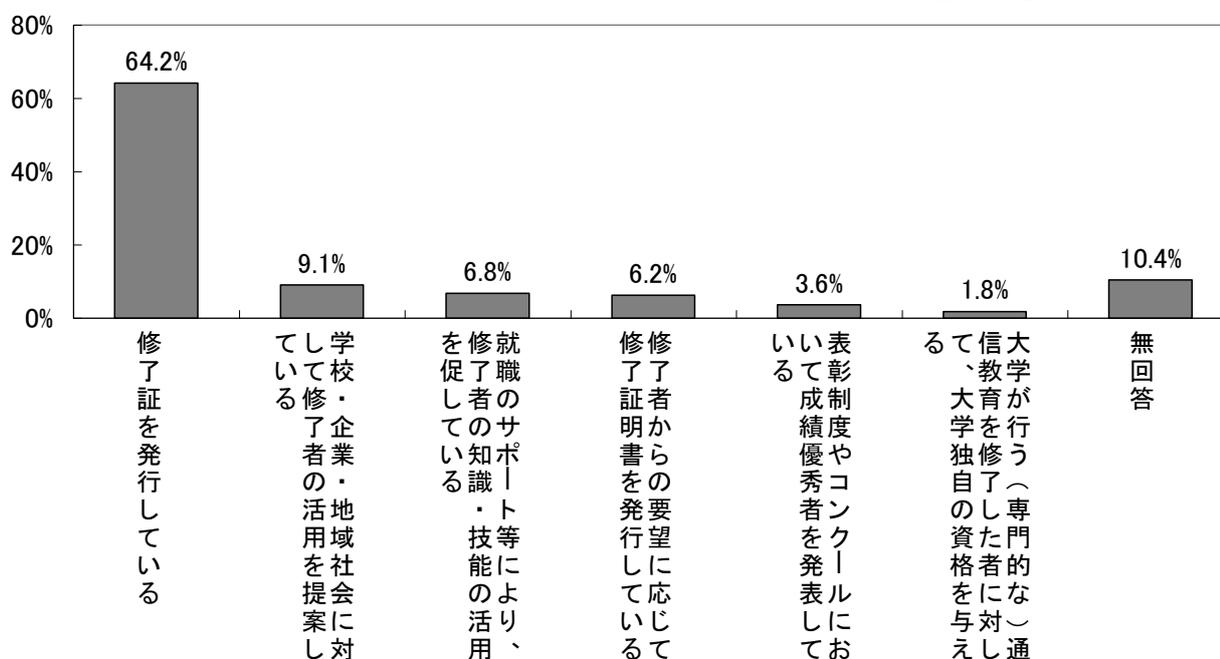


(4) 通信教育が研修に活用されるために重要なこと（学習成果の活用促進への取組）

「学習成果の活用促進への取組」について見ると、「修了証を発行している」が最も多く、64.2%となっている。

「学校・企業・地域社会に対して修了者の活用を提案している」や「就職のサポート等により、修了者の知識・技能の活用を促している」といった、具体的な活用促進への項目に関する選択率は低く、学習成果の活用促進に関しては、通信教育に対する期待はあまり大きくないと言える。

4. 学習成果の活用促進への取組(○は上位1つまで)【n=385】

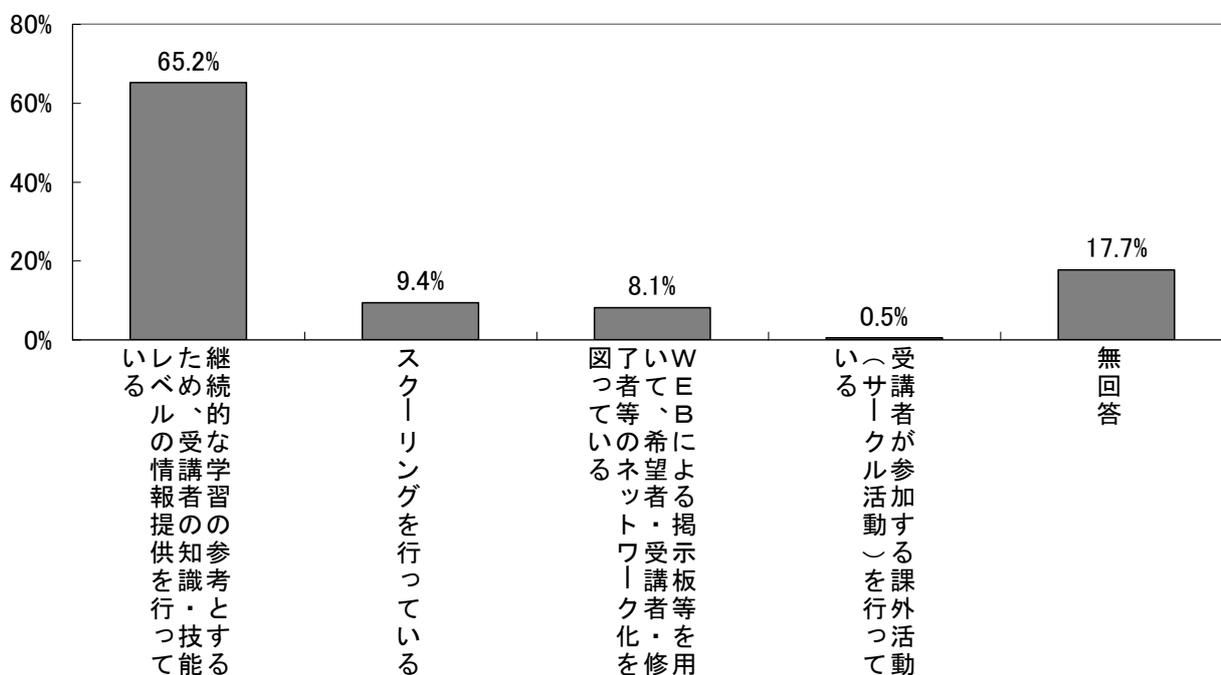


(5) 通信教育が研修に活用されるために重要なこと（学習継続への取組）

「学習継続への取組」については、「継続的な学習の参考とするため、受講者の知識・技能レベルの情報提供を行っている」が最も多く、65.2%である。

「スクーリングを行っている」や「受講者が参加する課外活動（サークル活動）を行っている」と言った対面型の活動や、「WEBによる掲示板等を用いて、希望者・受講者・修了者等のネットワーク化を図っている」と言ったITを利用した活動への期待は、それほど高くないと言える。

5. 学習継続への取組（○は上位1つまで）【n=385】

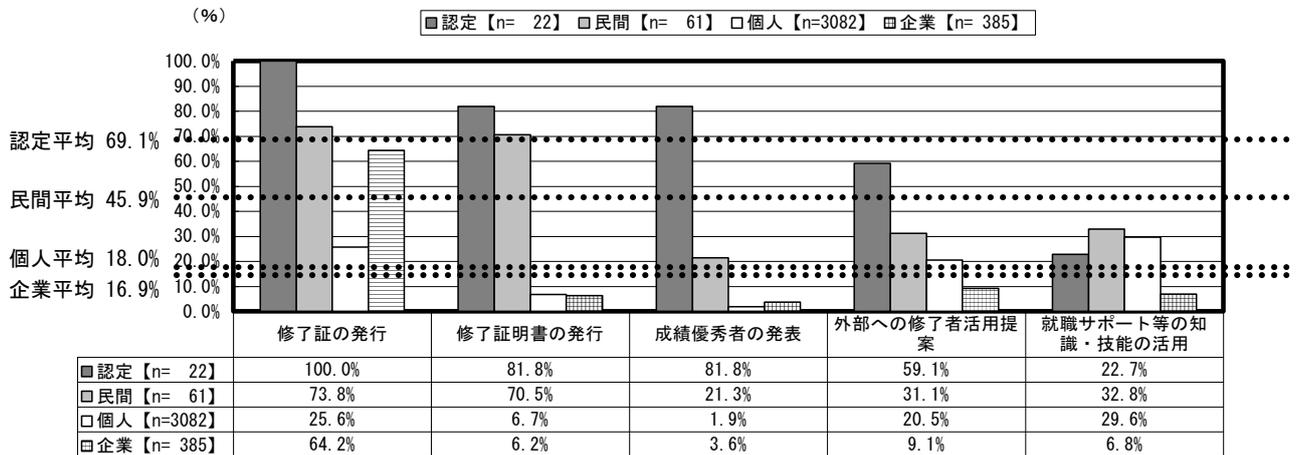


V 調査結果の考察

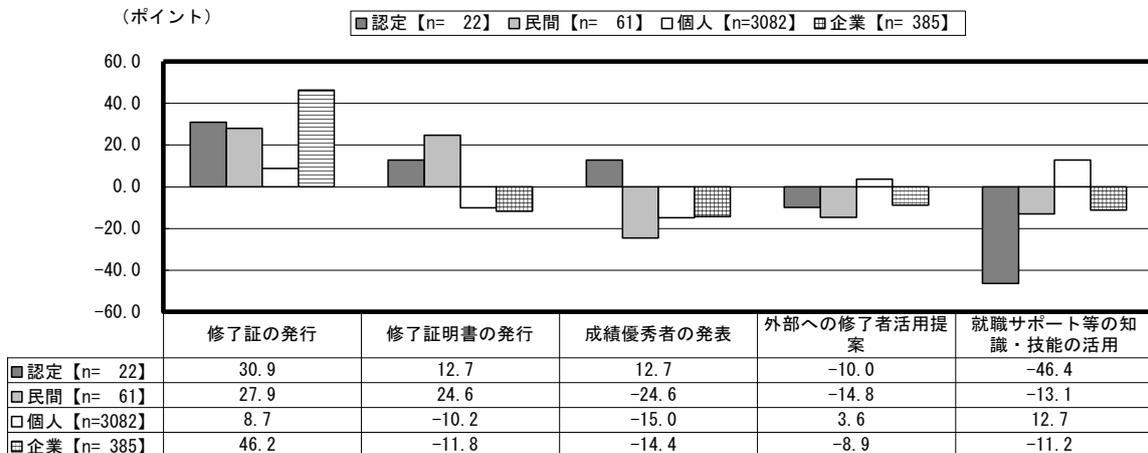
1 調査結果の考察について

ここまで、「社会通信教育団体」「社会通信教育受講者」「社会通信教育利用企業」への調査結果を個別に論じたが、本章では特徴的な回答の分析や、アンケートで共通する設問の分析を行い、調査結果を考察する。各アンケート共通設問の検証では、下図のように、各グラフの平均値との差でグラフを作成し、立場が異なることによるギャップを明確にする。その際、認定社通実施団体の回答を「認定」、民間社通実施団体の回答を「民間」、個人の回答を「個人」、企業の回答を「企業」と表記する。

通信教育実施団体の取り組み、受講者が活用する際に重要な点
内容・学習課程



通信教育実施団体の取り組み、受講者が活用する際に重要な点
内容・学習課程
(それぞれの回答率平均との差)



(1) 通信教育全体の利用率

これまでの通信教育の利用経験を尋ねたところ、企業は 81.5%、個人は約半数 (50.3%) と高い利用率であった。

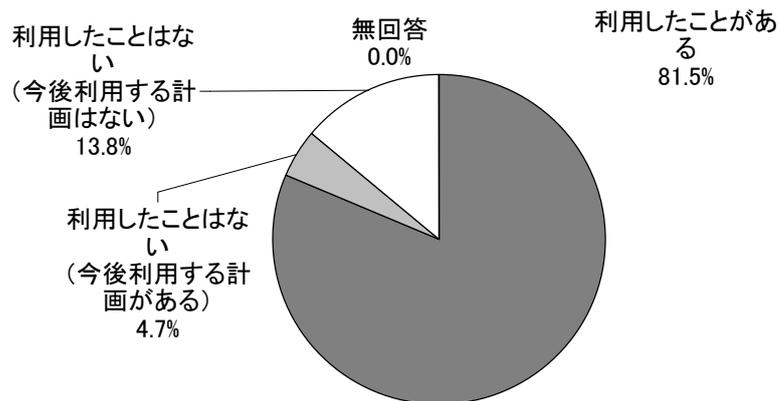
企業の結果を従業員数規模別に見ると、300人未満の企業では 35.4%と低い利用率だが、300人以上からは8割を超え、10,000人以上の企業は 95.0%と、従業員300人を境に圧倒的な開きがあった。

個人の結果を年代別に見ると、10代が最も高く6割を超え (63.4%)、次いで40代 (52.1%)、50代 (51.2%) が半数を超えた。

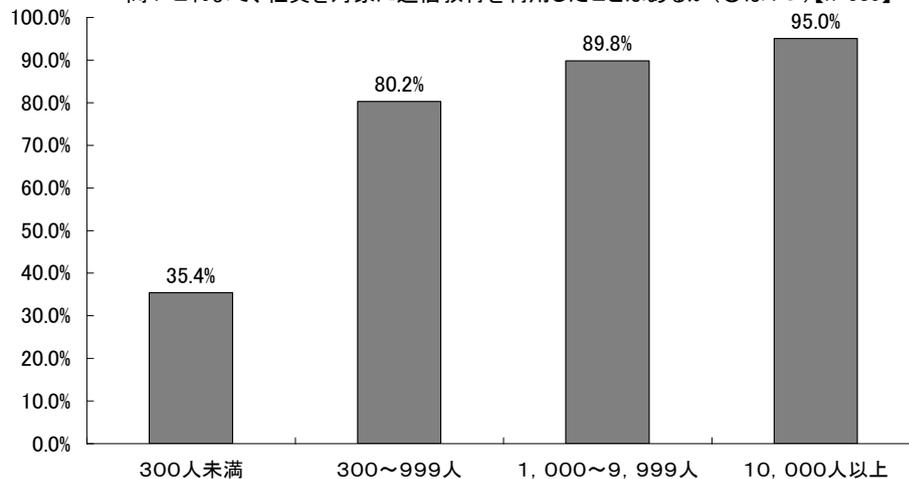
※ 通信教育の主要利用者層は、企業は従業員300人以上規模、個人は10代であると言える。

企業

問1. これまで、社員を対象に通信教育を利用したことはあるか (○は1つ)【n=385】

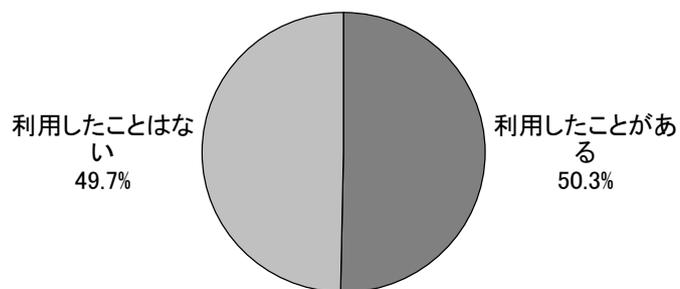


問1 これまで、社員を対象に通信教育を利用したことはあるか (○は1つ)【n=385】

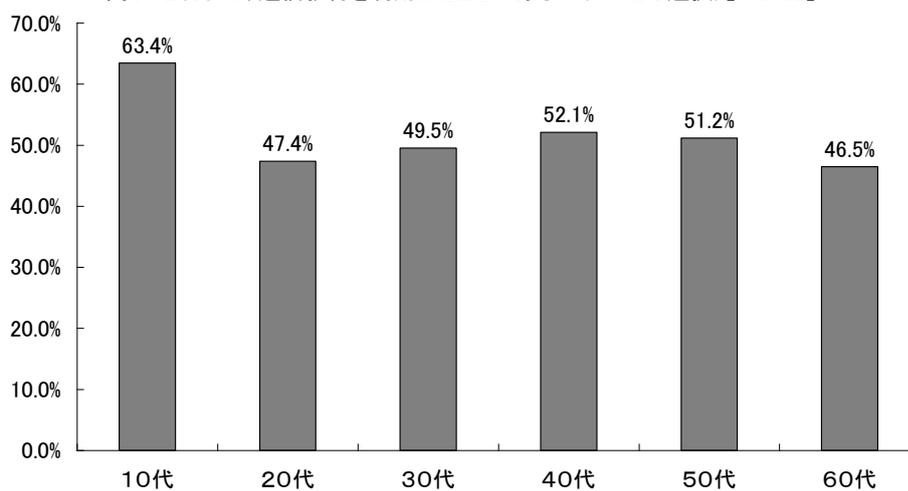


個人

問6 これまで、通信教育を利用したことはあるか(1つだけ選択)【n=3082】



問6 これまで、通信教育を利用したことはあるか(1つだけ選択)【n=3082】

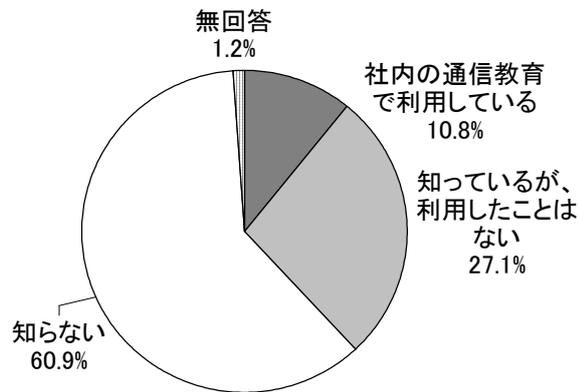


(2) 認定社通講座の認知度・利用意向

企業は認定社通講座を「知らない」とした回答が 60.9%、個人は認定社通講座を「知らない」人が 64.5%と、企業、個人ともに、認定社通講座は認知されていないという結果であった。

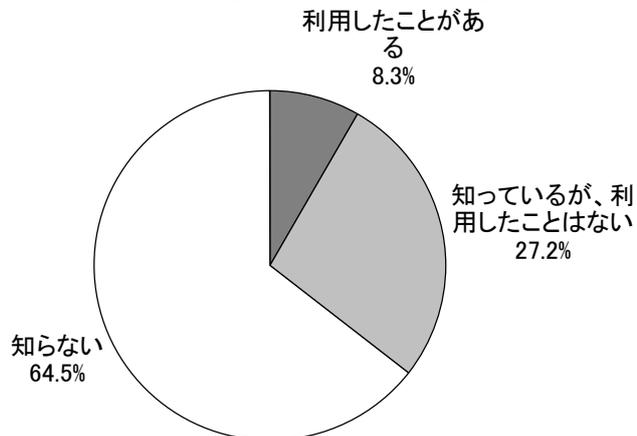
企業

問4. 「認定社会通信教育」の認知(○は1つ)【n=332】



個人

問9 「認定社会通信教育」の認知(1つだけ選択)【n=1550】



続く設問では、以下の認定社通講座の特徴を読んでもらい「利用してみたいと思うか」利用意向を尋ねた。

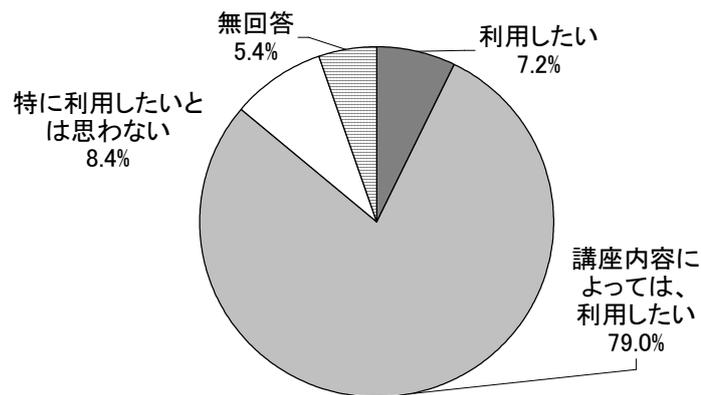
教材の内容、指導方法、講師陣、経営内容などについて、国の審査に合格した信頼できる講座である
 安価な郵便料金が適用される
 優秀な成績で修了した場合、文部科学大臣賞が授与される

結果、利用意向（「利用したい」と「講座内容によっては利用したい」の計）は、企業は86.2%、個人は70.4%と、高い利用意向であった。

※ そもそも6割以上の方が認定社通講座を「知らない」状況のままでは、利用者増は望めない。上記の基本的な特徴が認知されるだけで、認定社通講座の利用意向が高まる結果から考えると、広報・広告活動では認定社通ならではの特徴を訴求すべきである。

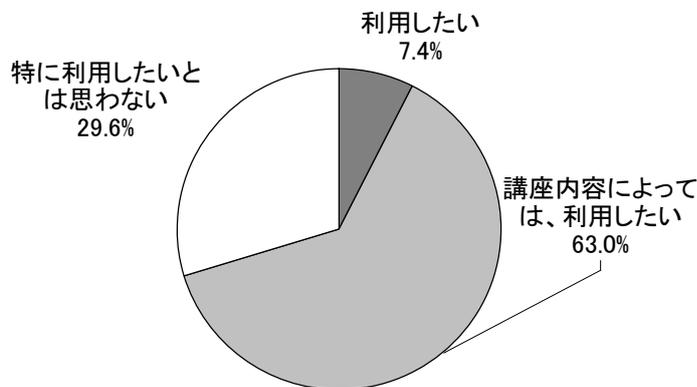
企業

問5. 「認定社会通信教育」を社内の通信教育として利用してみたいと思うか(○は1つ)【n=332】



個人

問10 「認定社会通信教育」を利用してみたいと思うか(1つだけ選択)【n=1550】



認定社通講座の特徴を認知した後、「特に利用したいとは思わない」と回答した個人に理由を聞いたところ、397件の回答があった。その結果は、「必要がない」(41.6%)、「余裕がない」(16.6%)、「興味がない」(16.4%)と続いた。

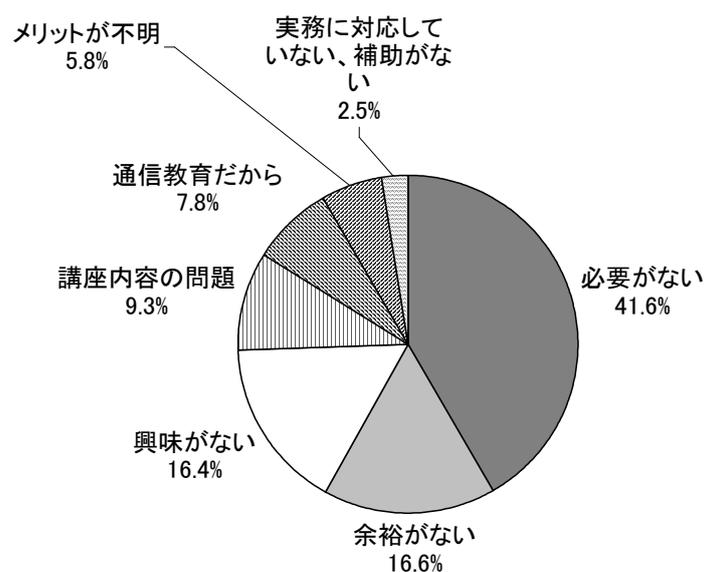
その「必要がない」という回答を年代別に集計したところ、ほぼ年代が高くなるに連れ「必要がない」という回答が多くなっていった。(「余裕がない」【n=66】、「興味がない」【n=65】は、母数が少ないため年代別集計を行っていない)

また、「通信教育を利用した主な目的」は、「職業上のスキルアップ」、「知識・技能の習得」は20～50代で高い値を示した。「趣味や教養を深める」「くらしや人生の充実」は、年代が高くなるに連れ値が高くなり、60代でトップだった。さらに、「就職や進学」は10代がもっとも高く20代が続いている。

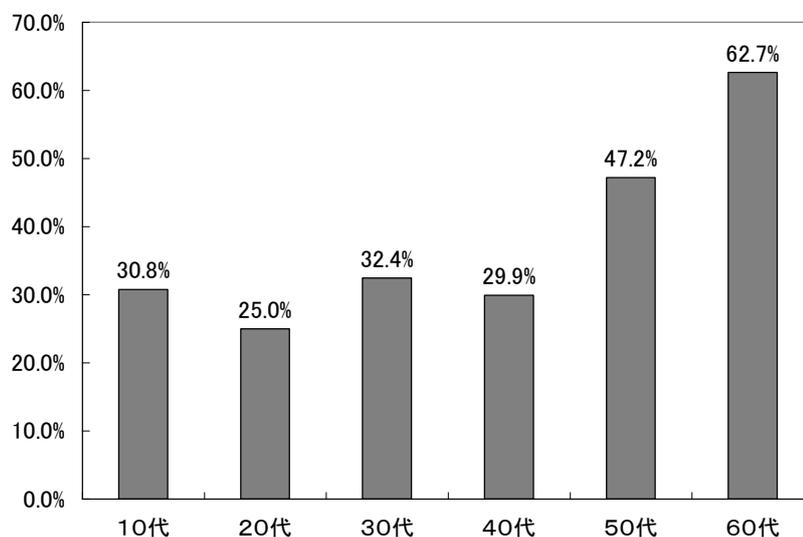
続いて、「利用した通信教育の満足度」の回答を年代別に見ると、10～50代は年代に比例して満足度が低くなるが、60代は満足している人が多いという結果であった。

- ※ 通信教育を利用した主な目的から、ターゲットと訴求ポイントを考えると、10～20代には就職や進学に役立つ講座。仕事でスキルアップや知識・技能の習得が必要な現役世代(30～40代)には、実利の講座の満足度向上策。50～60代、特に60代は、趣味・教養系のリピーターの獲得が重要である。

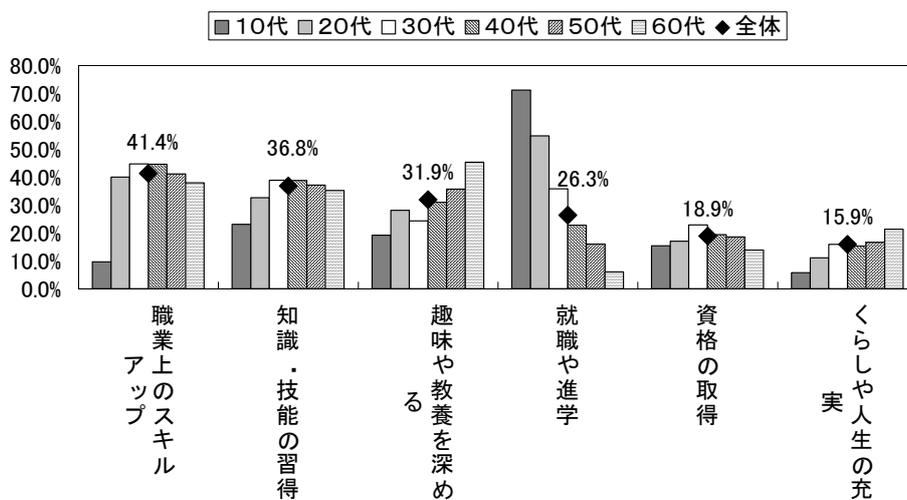
問10-1 認定社通講座を利用したいとは思わない理由【n = 397】



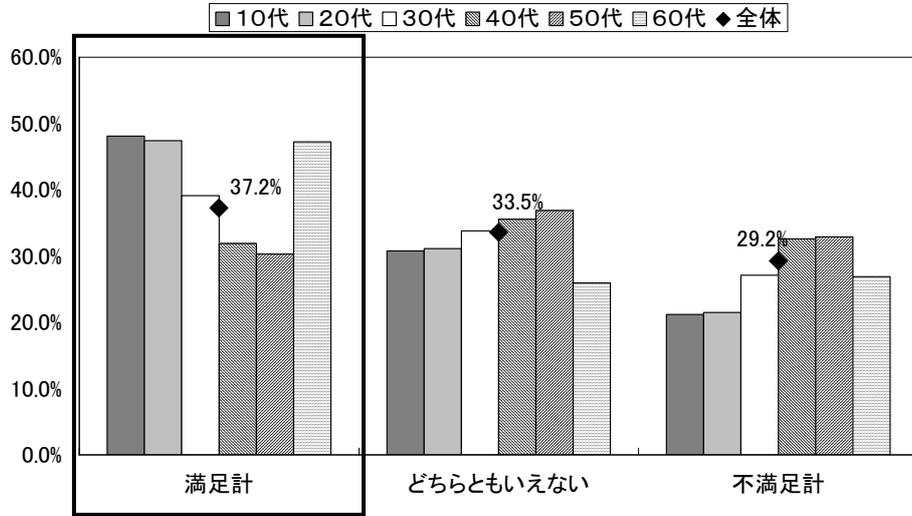
問10-1 認定社通講座を利用したいとは思わない理由
 必要がない【n = 165】



問11 通信教育を利用した主な目的(いくつでも選択可)【n=1550】



問16 利用した通信教育の満足度(1つだけ選択)【n=1550】



【参考情報】年代別受講講座 Top10

年代	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10代 【n=52】	教育・学術 48.1%	語学・コミュ ニケーション 25.0%	趣味・教養 13.5%	コンピュー タ・情報処理 7.7%	経営・労務管 理 3.8%	スポーツ 3.8%	司法・法務 1.9%	美容・ファッ ション 1.9%	栄養・調理 1.9%	安全管理・危 険物取扱 1.9%
20代 【n=135】	教育・学術 32.6%	コンピュー タ・情報処理 18.5%	語学・コミュ ニケーション 17.0%	財務・金融 12.6%	趣味・教養 12.6%	医療・衛生 7.4%	オフィス事務 5.9%	司法・法務 5.2%	経営・労務管 理 4.4%	保育・指導 3.7%
30代 【n=358】	教育・学術 23.2%	語学・コミュ ニケーション 19.3%	コンピュー タ・情報処理 16.2%	財務・金融 13.4%	趣味・教養 11.5%	司法・法務 7.8%	経営・労務管 理 6.1%	医療・衛生 6.1%	オフィス事務 5.3%	電気・通信 5.3%
40代 【n=439】	語学・コミュ ニケーション 23.5%	趣味・教養 21.2%	コンピュー タ・情報処理 15.7%	教育・学術 15.5%	財務・金融 13.9%	経営・労務管 理 10.5%	司法・法務 8.4%	医療・衛生 6.6%	電気・通信 6.6%	不動産・建 築・施工 5.5%
50代 【n=350】	趣味・教養 21.7%	語学・コミュ ニケーション 19.7%	経営・労務管 理 14.9%	財務・金融 14.9%	教育・学術 13.1%	コンピュー タ・情報処理 10.0%	医療・衛生 6.6%	司法・法務 5.4%	不動産・建 築・施工 4.6%	オフィス事務 4.0%
60代 【n=216】	趣味・教養 32.9%	語学・コミュ ニケーション 17.6%	財務・金融 16.2%	経営・労務管 理 12.5%	コンピュー タ・情報処理 12.0%	教育・学術 12.0%	不動産・建 築・施工 5.1%	オフィス事務 4.6%	福祉・健康 4.6%	司法・法務 4.2%

(3) 通信教育実施団体の広報・広告活動と受講者の情報入手方法

認定社通実施団体は民間社通実施団体と比べ、総じて「広報・広告活動」の取り組みが高く、「PC向けインターネットサイト（WEB媒体）」は95.5%、「パンフレット・ポスター等の紙媒体」は81.8%の団体が、広報・広告媒体として利用している。

この広報・広告媒体に関して、個人が通信教育の情報を入手する媒体を年代別に見たところ、年代による差が表れた。

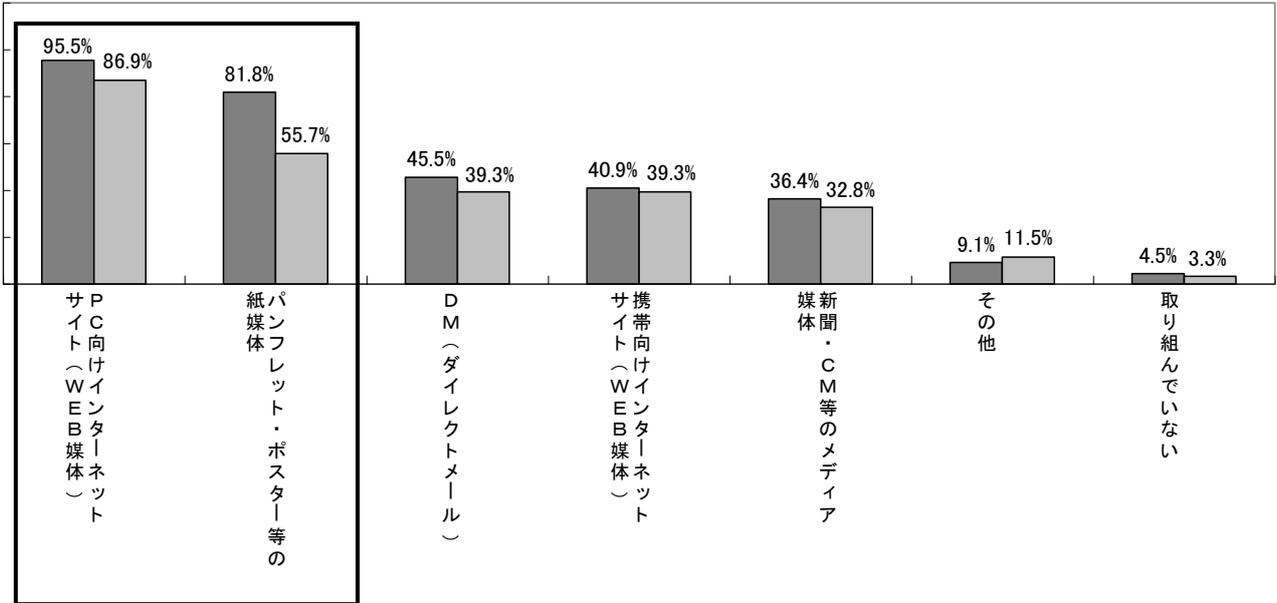
「インターネットの通信教育紹介サイト」は20～40代。「テレビCMや新聞記事等」は10～20代、60代。「本・雑誌」は40～50代が情報入手に用いている。また、今回の個人調査の手段はネットアンケートであり、回答者は年代が高くてもネットに慣れているが、50～60代の情報入手媒体はWEB媒体よりも紙媒体（本・雑誌、ガイド、冊子）という結果であった。

- ※ 企業が利用する情報入手方法は、「通信教育事業者の担当者からの情報提供や提案」（81.8%）で、特に従業員規模300人以上の企業には訪問営業が重要である。また、「通信教育事業者の講座案内ガイド・冊子」（75.8%）は、従業員規模10,000人未満企業には訪問営業と同程度有効であり、特に300人未満規模の企業は、訪問営業よりガイドや冊子を重視しており、DMで送付する方法が有効な広報・広告活動と言える。

団体

問8 広報・広告活動として利用している媒体をお答えください。
(〇はいつでも)

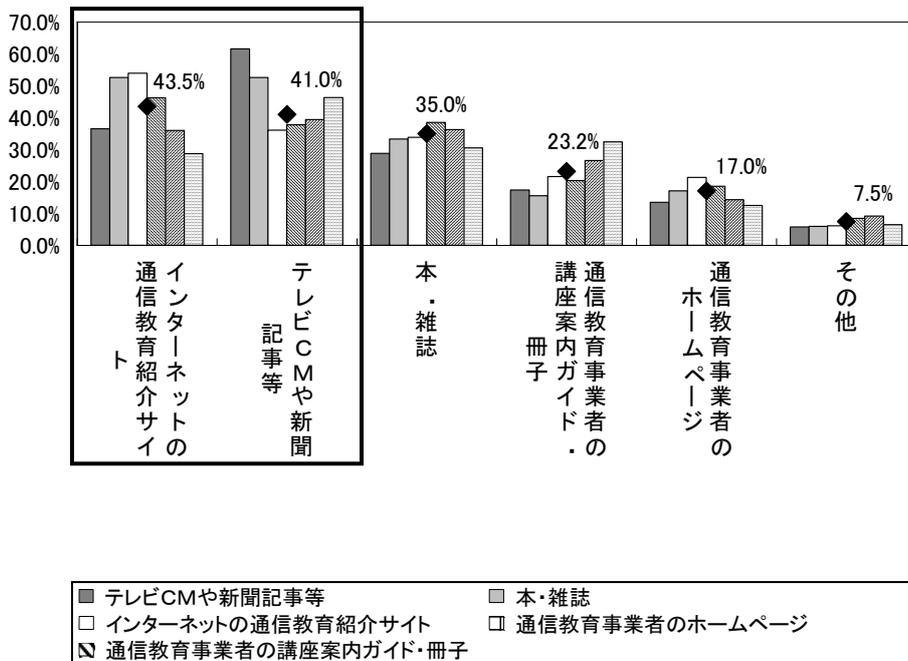
■認定社通実施団体【n= 22】 □民間社通実施団体【n= 61】



個人

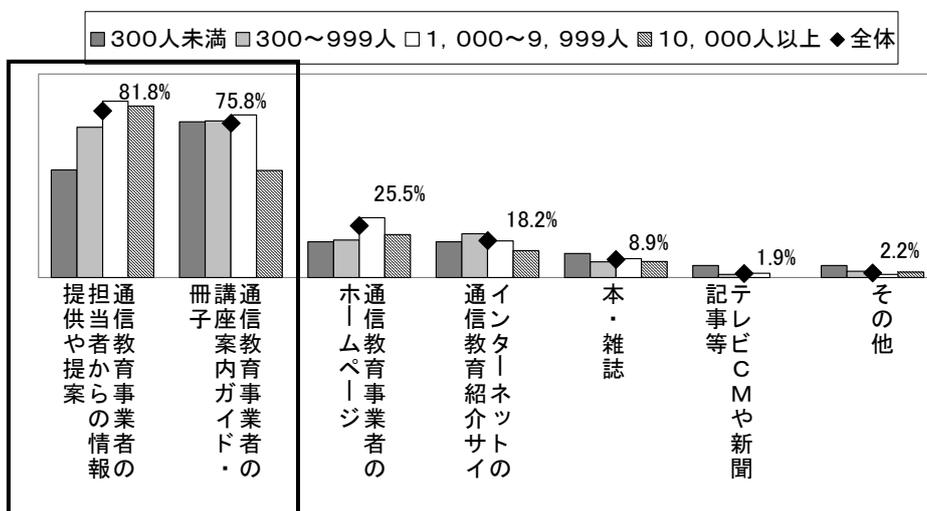
問12 通信教育の情報の入手方法(いつでも選択可)【n=1550】

■10代 □20代 □30代 ■40代 ■50代 □60代 ◆全体



企業

問7 通信教育の情報の入手方法(〇はいくつでも)【n=314】



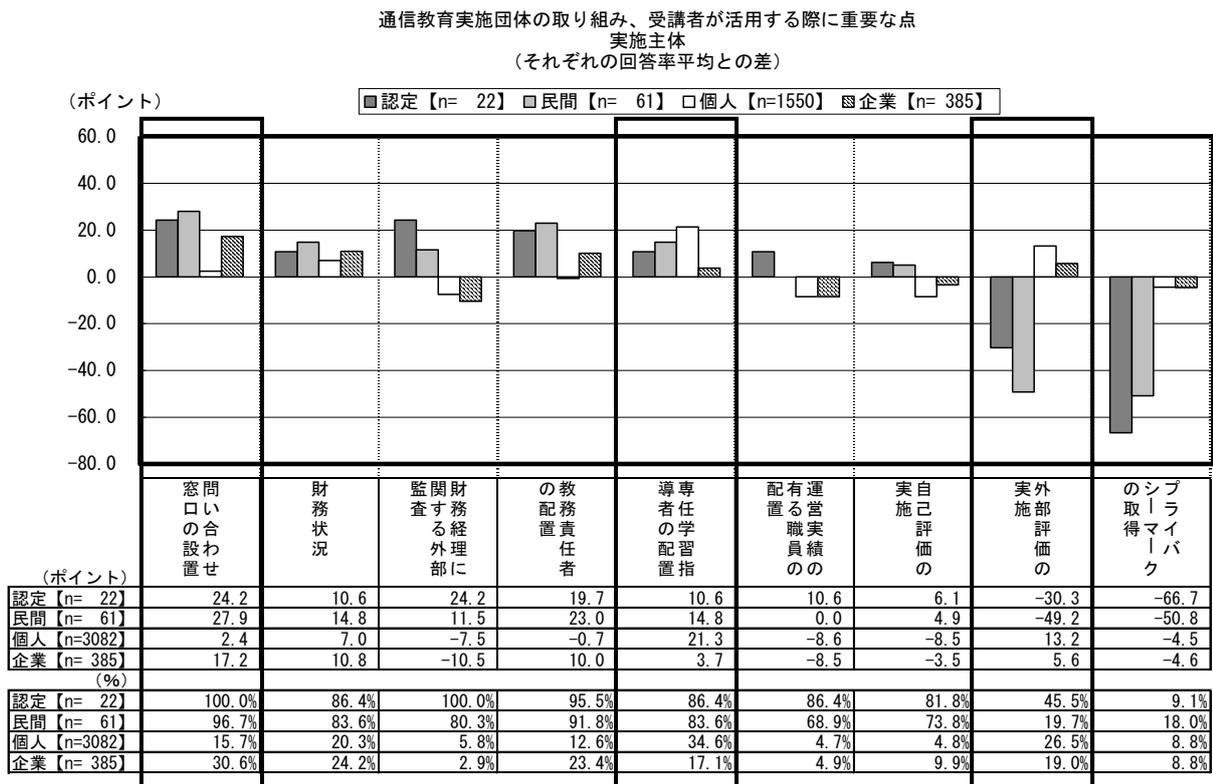
(4) 団体の体制に関する取り組みについて

受講者等が重視する通信教育実施団体の取り組み・施策を検証し、受講者等の視点で業務見直しの提案をする。

「問い合わせ窓口の設置」は団体が取り組んでいる施策で、認定社通実施団体、民間社通実施団体とも高い割合で取り組んでいるが、企業も重視している点であり、企業側への情報提供が必要となっている。

「専任学習指導者の配置」は個人が重視している施策である。一方、「専任学習指導者の配置」は約8割の団体は既に取り組んでおり、広報・広告活動で訴求すべき点である。

※ 通信教育実施団体の取り組み・施策の中では、「外部評価の実施」は団体の実施率は低いが、個人・企業ともに重視している施策であり、「評価の客観性を有した外部の専門家からの事業の点検・評価」の実施が求められている。

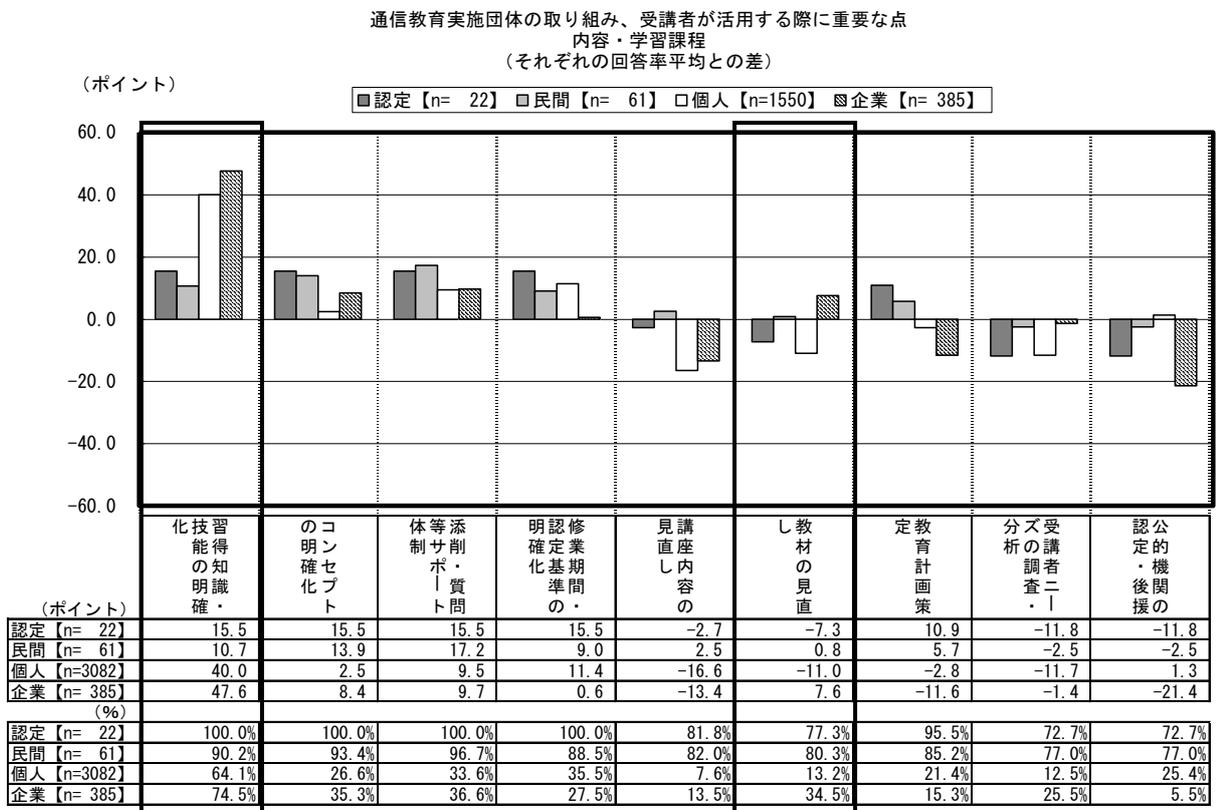


※ 本設問の回答条件は、認定社通実施団体・民間社通実施団体は「いくつでも」。個人・企業は「上位3つまで」

(5) 講座の内容・学習課程の取り組みについて

講座の内容・学習課程の取り組みのうち、団体側と受講者側でギャップのある施策は、「習得知識・技能の明確化」であった。本設問では、選択肢のうち上位3つまで選べるにも関わらず、圧倒的に受講者は「習得知識・技能の明確化」を重視しているという結果であった。

※ 社会通信教育の受講者増に繋げるためには、「習得知識・技能の明確化」を通信教育の受講を検討している個人に伝わるように訴求すべきである。



※ 本設問の回答条件は、認定社通実施団体・民間社通実施団体は「いくつでも」。個人・企業は「上位3つまで」

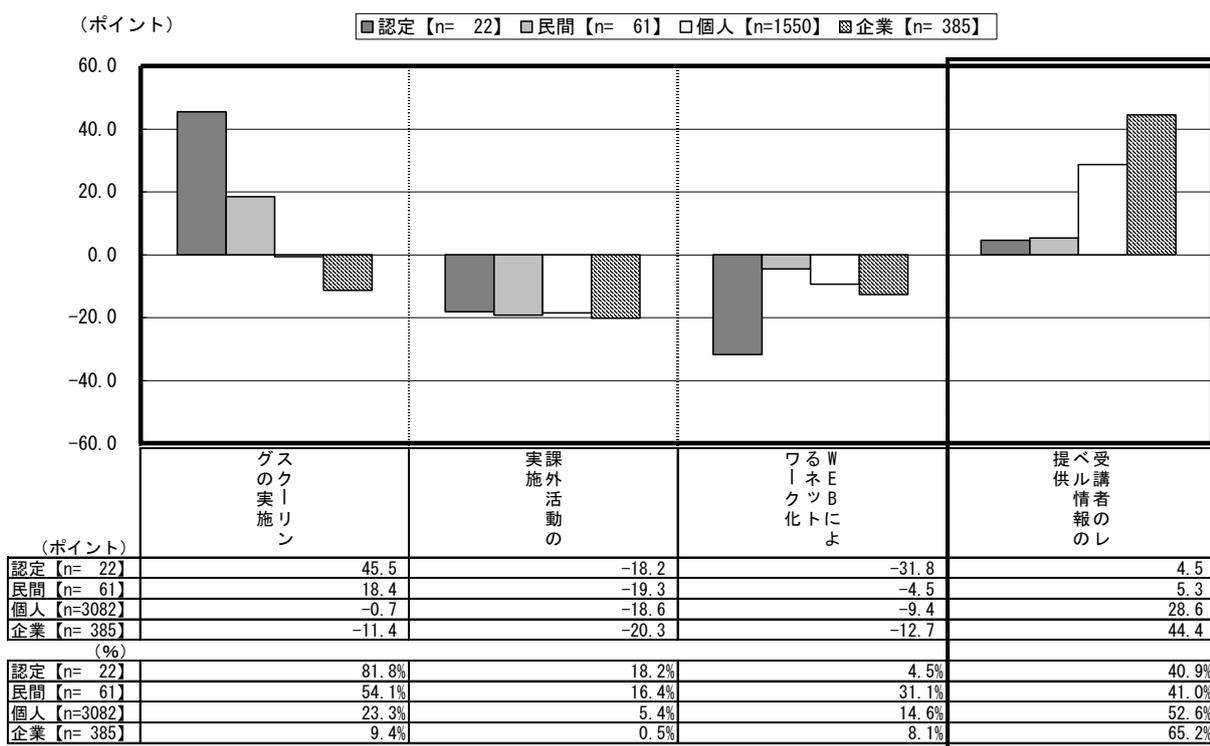
(6) 学習継続のための施策について

学習継続のための施策では、受講者側は下記4つの選択肢のうち1つを選択する設問で、「受講者のレベル情報の提供」に票が集まった。（「レベル情報」は、「継続的な学習の参考とするために、全受講者中の自身の知識・技能レベル」を表す）

※ 学習継続のための施策には、受講者同士の交流による学習継続を目的とした施策もある。ところが受講者が最も重視している施策は、自分自身の学習の到達度、知識・技能の習得度を知ることであり、学習状況の現状を把握することが、学習継続には必要と考えている。

通信教育実施団体が受講者に提供すべき情報は、社会通信教育によって得られる知識・技能とその水準の明確化であり、より一層情報の明確化に努めるべきである。

通信教育実施団体の取り組み、受講者が活用する際に重要な点
学習継続
(それぞれの回答率平均との差)



※ 本設問の回答条件は、認定社通実施団体・民間社通実施団体は「いくつでも」。個人・企業は「1つ」

(7) 教材の定期改訂、改訂期間

ここで通信教育実施団体への訪問ヒアリングで、頻繁に議題となった教材の改訂に関して検討する。

定期的に教材を改訂している団体は、認定社通実施団体で約2割（22.2%）、民間社通実施団体で8割以上（84.0%）であった。

これは、訪問ヒアリングで得られた意見から考察すると、民間社通実施団体では、「受講者のニーズに応えるために定期的な改訂が必要」という姿勢で、認定社通実施団体では、「教材の改訂を行うと、再申請による認定取得に1年以上かかる場合があり、法や制度が変わった際にしか難しい」という姿勢の違いが現れた結果である。

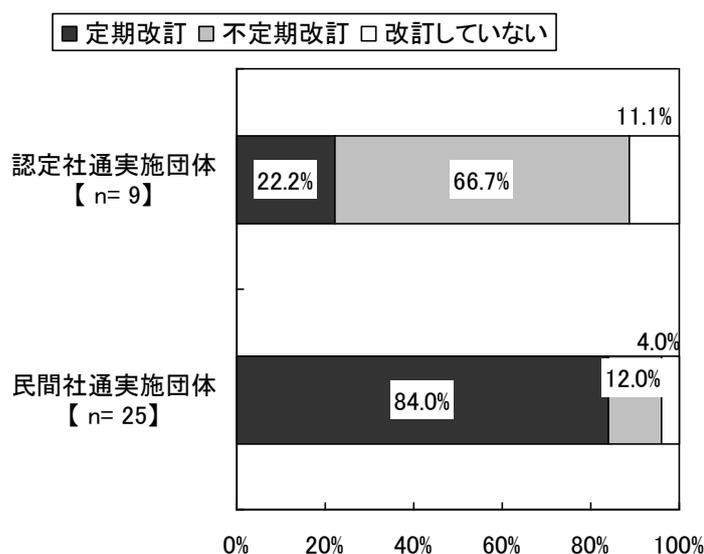
同じ傾向は、「平均的な改訂期間」の結果にも表れており、「3年以内」に教材を改訂（「半年以内」「半年～1年以内」「1～3年以内」の計）している民間社通実施団体は7割強（72.1%）あるが、認定社通実施団体は5割（50.0%）である。

教材の改訂（見直し）は前述のグラフのとおり、特に企業では約1/3（34.5%）が重視している施策であり、優先順位を高くすべき取り組みの一つである。

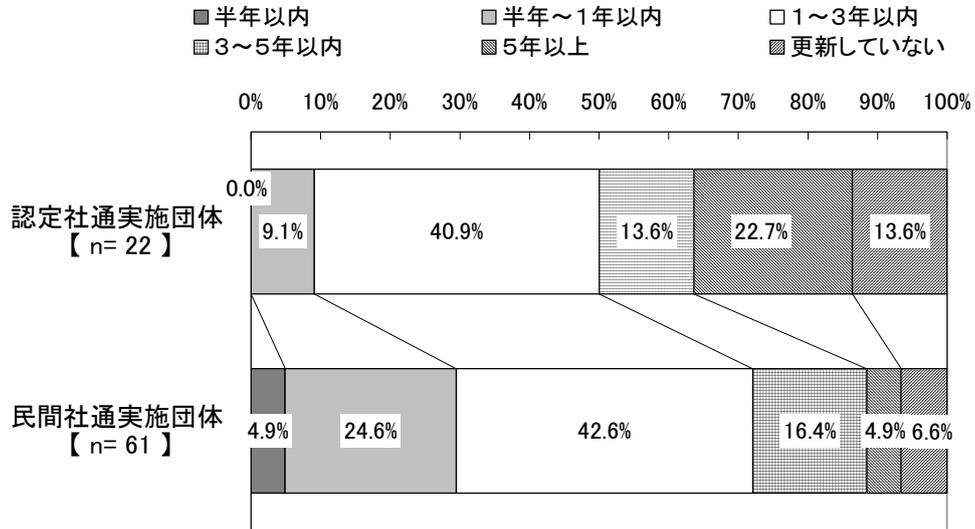
また、総受講者数、特定講座の受講者数別に、教材の改訂期間を見ると、受講者数が多い団体ほど、ほぼ年に1回教材を改訂している団体が多い。

※ 今後、認定社通講座の受講者増を目指すためには、講座の定期的な教材改訂を推進し、教材を審査する期間を短縮する方向で再検討する必要がある。国においても、教材の変更手続き期間を大幅に短縮するなど、より効果的な教材の提供に努めるべきである。

問6(2)教材の改訂

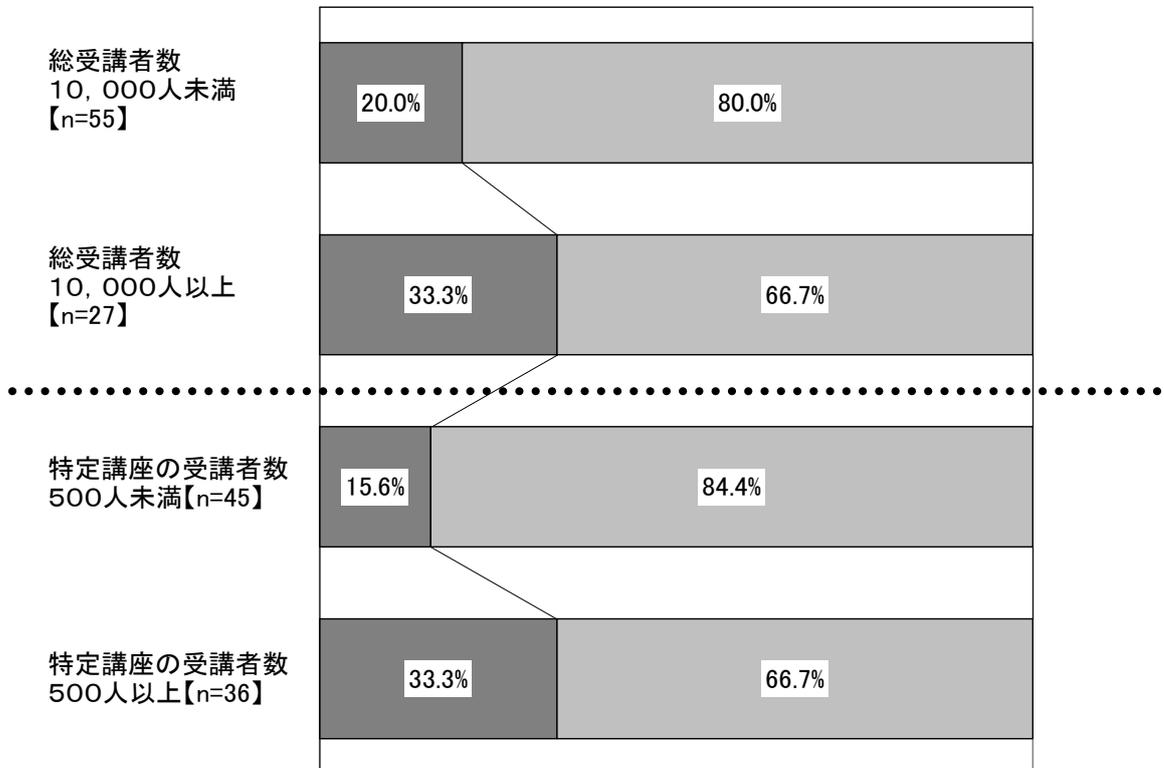


問25 本講座の教材の平均的な改訂期間をお答えください。(〇は1つ)



受講者規模別 教材の平均的な改訂期間

■ 1年以内 □ 1年以上



2 まとめ

(1) 通信教育全体の利用率

通信教育の主要利用者層は、企業は従業員300人以上規模、個人は10代であると言える。

(2) 認定社通講座の認知度・利用意向

そもそも6割以上の方が認定社通講座を「知らない」状況のままでは、利用者増は望めない。上記の基本的な特徴が認知されるだけで、認定社通講座の利用意向が高まる結果から考えると、広報・広告活動では認定社通講座ならではの特徴を訴求すべきである。

通信教育を利用した主な目的から、ターゲットと訴求ポイントを考えると、10～20代には就職や進学に役立つ講座。仕事でスキルアップや知識・技能の習得が必要な現役世代（30～40代）には、実利の講座の満足度向上策。50～60代、特に60代は、趣味・教養系のリピーターの獲得が重要である。

(3) 通信教育実施団体の広報・広告活動と受講者の情報入手方法

企業が利用する情報入手方法は、「通信教育事業者の担当者からの情報提供や提案」(81.8%)で、特に従業員規模300人以上の企業には訪問営業が重要である。また、「通信教育事業者の講座案内ガイド・冊子」(75.8%)は、従業員規模10,000人未満企業には訪問営業と同程度有効であり、特に300人未満規模の企業は、訪問営業よりガイドや冊子を重視しており、DMで送付する方法が有効な広報・広告活動と言える。

(4) 団体の体制に関する取り組みについて

通信教育実施団体の取り組み・施策の中では、「外部評価の実施」は団体の実施率は低いですが、個人・企業ともに重視している施策であり、「評価の客観性を有した外部の専門家からの事業の点検・評価」の実施が求められている。

(5) 講座の内容・学習課程の取り組みについて

社会通信教育の受講者増に繋げるためには、「習得知識・技能の明確化」を通信教育の受講を検討している個人に伝わるように訴求すべきである。

(6) 学習継続のための施策について

学習継続のための施策には、受講者同士の交流による学習継続を目的とした施策もある。ところが受講者が最も重視している施策は、自分自身の学習の到達度、知識・技能の習得度を知ることであり、学習状況の現状を把握することが、学習継続には必要と考えている。

通信教育実施団体が受講者に提供すべき情報は、社会通信教育によって得られる知識・技能とその水準の明確化であり、より一層情報の明確化に努めるべきである。

(7) 教材の定期改訂、改訂期間

今後、認定社通講座の受講者増を目指すためには、講座の定期的な教材改訂を推進し、教材を審査する期間を短縮する方向で再検討する必要がある。国においても、教材の変更手続き期間を大幅に短縮するなど、より効果的な教材の提供に努めるべきである。

VI 資料編

1 集計編

(1) 社会通信教育実施団体票集計結果

問2. 貴団体の法人格の形態をお答えください。(○は1つ)

	n	%		n	%
一般社団法人	1	1.2	公益法人計	20	24.1
一般財団法人	1	1.2			
公益社団法人	2	2.4			
公益財団法人	4	4.8			
特例民法法人	12	14.5			
株式会社	41	49.4	株式会社等計	47	56.6
有限会社	6	7.2			
学校法人	8	9.6	学校法人	8	9.6
任意団体	5	6.0	その他計	8	9.6
特定非営利活動法人	2	2.4			
その他法人	1	1.2			
全体	83	100.0		83	100.0

問3. 貴団体が実施する通信教育講座数をご記入ください。

文部科学省認定社会通信教育講座

	n	%
1	7	31.8
2	5	22.7
3	2	9.1
4	2	9.1
5	3	13.6
9	1	4.5
11	1	4.5
14	1	4.5
全体	22	100.0

(文部科学省が認定していない) 通信教育講座

	n	%
1	18	26.9
2	8	11.9
3	7	10.4
4	4	6.0
5	2	3.0
7	1	1.5
9	2	3.0
10	1	1.5
11	1	1.5
12	3	4.5
14	2	3.0
18	1	1.5
25	2	3.0
27	1	1.5
28	1	1.5
29	1	1.5
33	1	1.5
36	1	1.5
37	2	3.0
39	2	3.0
40	1	1.5
42	1	1.5
45	1	1.5
85	2	3.0
160	1	1.5
全体	67	100.0

問4. 貴団体が実施する全通信教育講座の受講者総数をお答え下さい。

	n	%
300人未満	25	30.1
300～500人未満	2	2.4
500～1,000人未満	8	9.6
1,000～3,000人未満	14	16.9
3,000～5,000人未満	4	4.8
5,000～10,000人未満	2	2.4
10,000～30,000人未満	13	15.7
30,000～50,000人未満	5	6.0
50,000～100,000人未満	4	4.8
100,000人以上	5	6.0
無回答	1	1.2
全体	83	100.0

問5. 最近2～3年の受講者総数の増減傾向をお答えください。(〇は1つ)

	n	%
増加傾向にある	6	7.2
ほぼ横ばいである	31	37.3
減少傾向にある	34	41.0
年によって増減に変動がある	12	14.5
全体	83	100.0

問6. 貴団体における通信教育の取り組みについてお答えください。(〇はそれぞれ1つずつ)

内容・学習課程

	実施している		実施していない		該当しない		無回答		全体	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
(貴団体が実施する)通信教育のコンセプトを明確にしている	79	95.2	2	2.4	0	0.0	2	2.4	83	100.0
受講することで習得できる知識・技能を明確にしている	77	92.8	5	6.0	0	0.0	1	1.2	83	100.0
教育計画※を策定している ※通信指導の実施回数や修了試験の要否等を定めたもの	74	89.2	7	8.4	0	0.0	2	2.4	83	100.0
修了までの標準的な修業期間や修了認定基準を明確にしている	76	91.6	5	6.0	0	0.0	2	2.4	83	100.0
添削、質問受付等によって受講者の学習をサポートする体制を有している	81	97.6	2	2.4	0	0.0	0	0.0	83	100.0
学習者のニーズを調査・分析している	63	75.9	17	20.5	0	0.0	3	3.6	83	100.0
講座を実施することで得られたデータ等に基づき講座内容を見直している	68	81.9	13	15.7	0	0.0	2	2.4	83	100.0
制度改正、社会情勢、企業ニーズ等を踏まえ、教材の見直しを行っている	68	81.9	14	16.9	0	0.0	1	1.2	83	100.0
障がい者が受講する際に一定の配慮を行っている	21	25.3	57	68.7	0	0.0	5	6.0	83	100.0
公的機関から認定や後援を受けている	40	48.2	39	47.0	0	0.0	4	4.8	83	100.0