

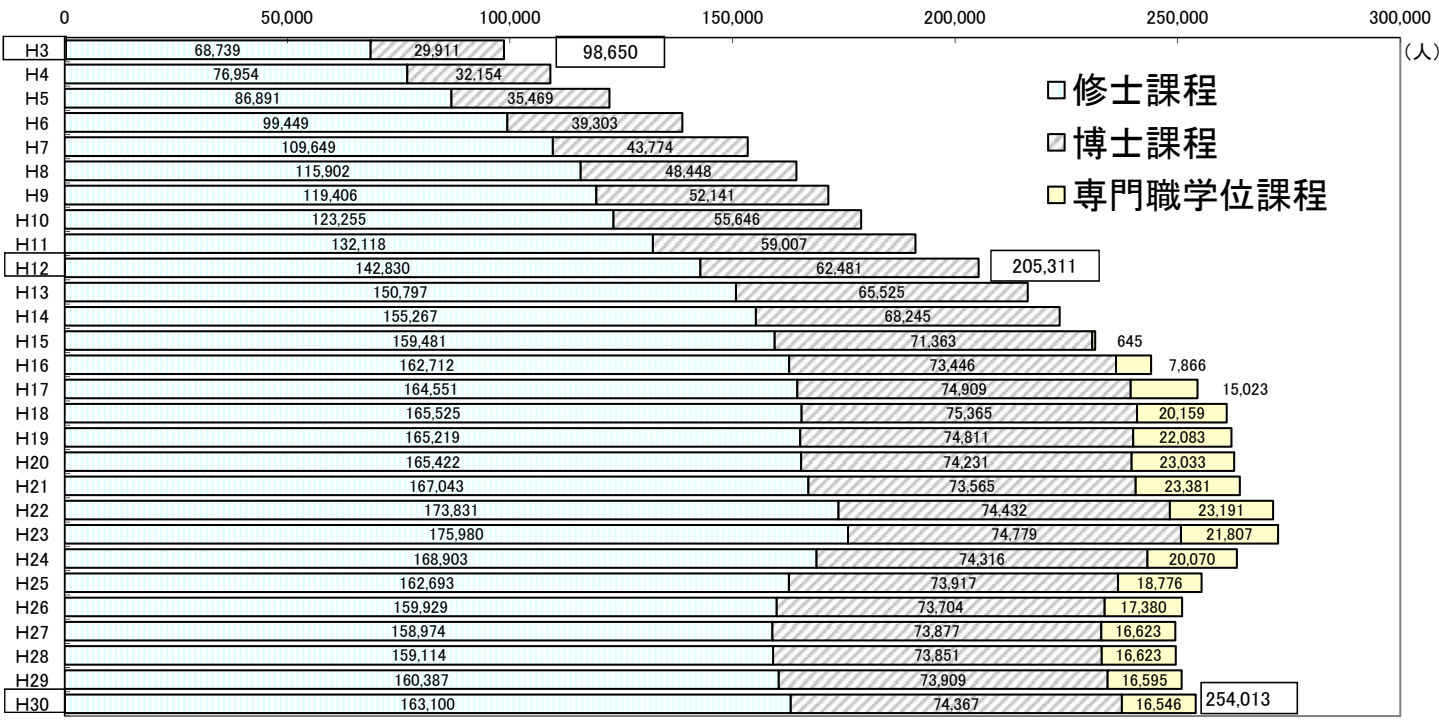
リカレント教育に関連するデータ

①大学院に関するデータ

■ 大学院在学者数の推移

(各年度5月1日現在)

・H3→H12で約2.1倍、H3→H30で約2.6倍

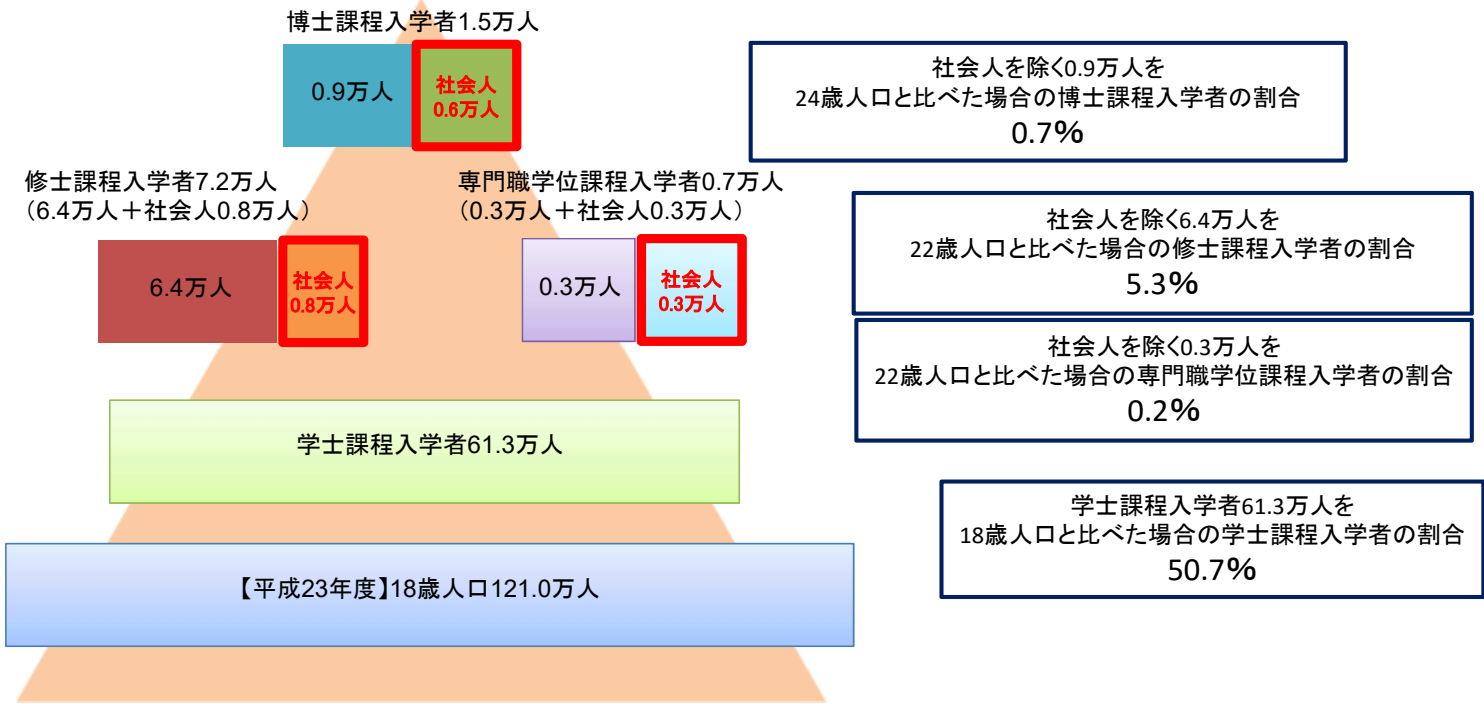


※ 在学者数

「修士課程」: 修士課程, 区分制博士課程(前期2年課程)及び5年一貫制博士課程(1, 2年次)
「博士課程」: 区分制博士課程(後期3年課程), 医・歯・薬学(4年制), 医歯獣医学の博士課程及び5年一貫制博士課程(3~5年次)
通信教育を行う課程を除く

出典: 学校基本統計 2

■ 学士課程・修士課程・博士課程進学者の規模(推計)



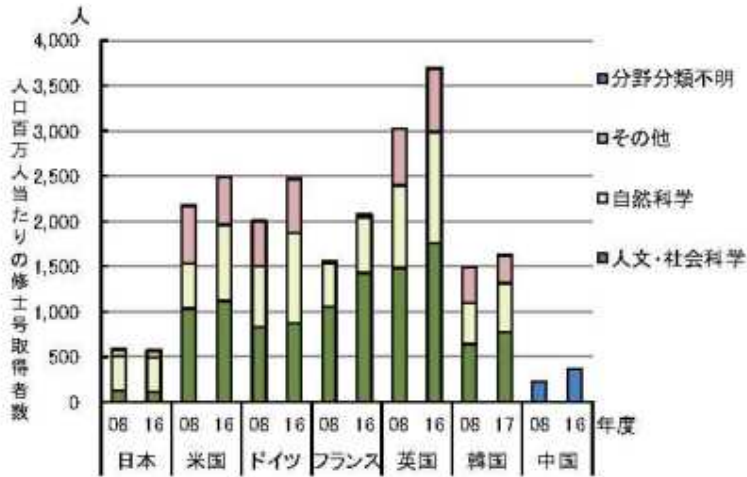
※18歳人口 121.0万人(平成23年10月1日現在)、22歳人口 120.1万人(平成27年10月1日現在)、24歳人口 122.6万人(平成29年10月1日現在)
※入学者は、学士課程は平成23年度入学者総数、修士課程と専門職学位課程は平成27年度入学者総数、博士課程は平成29年度入学者総数から、百人単位を四捨五入したもの。なお、学士課程については入学者総数とし、修士課程及び専門職学位課程、博士課程については社会人入学者を除く。

出典: 人口推計(総務省統計局)、学校基本統計を基に文部科学省大学振興課作成

■ 諸外国との比較 ー人口100万人当たりの学位取得者数比較(修士)

●修士の数は米・独・仏・英・韓と比較して、1/3程度。また、人文・社会科学の割合が極端に低い。

主要国の修士号取得者数を人口100万人当たりで見ると、日本は2017年度で569人と少ない数値である。他国の最新年の値を見ると、最も多い国は英国で、3694人と群を抜いている。次いで米国(2486人)、ドイツ(2465人)となっている。一方、最も少ない国は中国で366人である。2008年度と各国最新年を比較すると、日本は微減、その他の国は増加しており、特に、フランス、英国の伸びは大きい。また、数は少ないが中国の伸びも著しい。(科学技術指標2019より抜粋)



出典：
文部科学省 科学技術・学術政策研究所、科学技術指標2019、調査資料-283、2019年8月

資料：
日本は文部科学省、「学位授与状況調査」
＜米国＞NCES, IPEDS, "Digest of Education Statistics"
＜韓国＞韓国教育省・韓国教育開発院、「教育統計年報」各年版
＜その他の国＞2008年度：文部科学省、「教育指標の国際比較」、各国最新年度：文部科学省、「諸外国の教育統計」

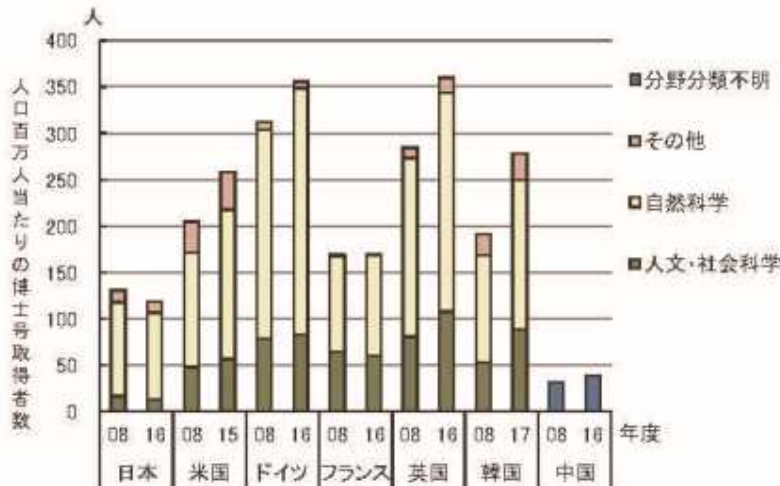
注：
＜日本＞当該年度の4月から翌年3月までの修士号取得者数を計上。「その他」は、教養、国際関係、商船等である。
＜米国＞当該年9月から始まる年度における修士号取得者数を計上。「その他」には「軍事科学」、「学際研究」等の学科を含む。米国の最新資料に基づくデータなので、科学技術指標の過去版とは数値が異なる場合があるため注意。
＜ドイツ＞標記年の冬学期及び翌年の夏学期における修士(標準学修期間1~2年)及びディプロム数である。教員試験(国家試験)等合格者(教育・教員養成学部以外の学生で教員試験に合格した者を含む)は、ディプロムの「教育・教員養成」に含まれる。
＜フランス＞当該年(暦年)における修士号(通算5年)の取得者数。
＜英国＞標記年(暦年)における大学などの上級学位取得者数。修士は、学卒者を対象とする資格を含む。例えば、教育の修士には学卒者教員資格(PGCE)課程の修了者19,450人を含む留学生を含む。「その他」はマスコミュニケーション及び複合課程を含む。
＜韓国＞標記年の2月における修士号取得者数を計上。
＜中国＞高等教育機関以外で大学院課程をもつ研究機関等の学位取得者を含む。専攻分野別の数値は不明。

4

■ 諸外国との比較 ー人口100万人当たりの学位取得者数比較(博士)

●博士の数は米・独・英・韓と比較して、1/2程度。また、人文社会科学の割合が極端に低い。

主要国の博士号取得者数を人口100万人当たりで見ると、日本は2016年度で118人であり、他国と比べて少ない数値である。他国の最新年の値を見ると、最も多い国は英国(360人)、次いでドイツ(356人)である。一方、最も少ない国は中国(39人)である。2008年度と各国最新年を比較すると、日本以外の国は全て増加している。大きく伸びているのは順に、韓国、英国、米国である。(科学技術指標2019より抜粋)



出典：
文部科学省 科学技術・学術政策研究所、科学技術指標2019、調査資料-283、2019年8月

資料：
日本は文部科学省、「学位授与状況調査」、その他の国は修士課程の図表と同じ。

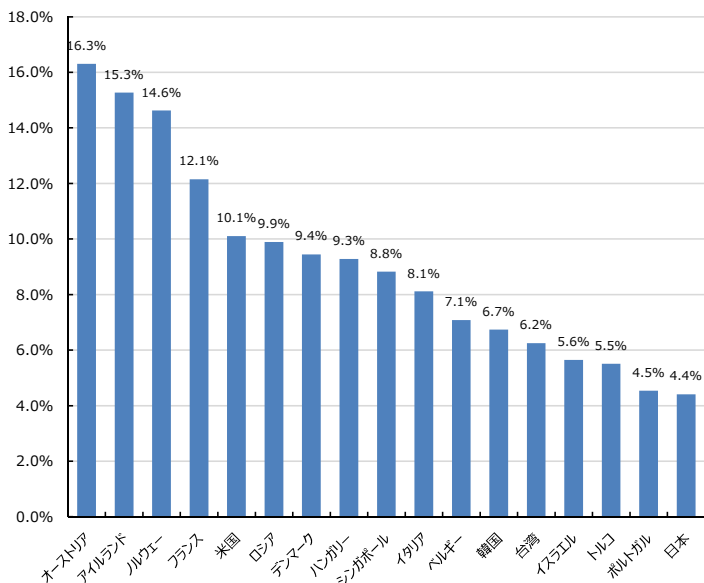
注：
＜日本＞当該年度の4月から翌年3月までの博士号取得者数を計上。「その他」には、教養、国際関係、商船等を含む。
＜米国＞当該年9月から始まる年度における博士号取得者数を計上。「その他」には「軍事科学」、「学際研究」等の学科を含む。なお、ここでいう博士号取得者は、「Digest of Education Statistics」に掲載されている「Doctor's degrees」の数値から、「Professional fields」(以前の第一職業専門学位: First-professional degree)の数値を全て除いた値である。米国の最新資料に基づくデータなので、科学技術指標の過去版とは数値が異なる場合があるため注意。
＜ドイツ＞当該年の冬学期及び翌年の夏学期における博士試験合格者数を計上。
＜フランス＞当該年(暦年)における博士号(通算8年)の取得者数。
＜英国＞当該年(暦年)における大学の上級学位取得者数。連合王国の値であり、留学生を含む。「その他」はマスコミュニケーション及び複合課程を含む。
＜韓国＞標記年の2月における博士号取得者数を計上。
＜中国＞高等教育機関以外で大学院課程をもつ研究機関等の学位取得者を含む。専攻分野別の数値は不明。

5

■ 各国企業における博士号取得者の状況

- 企業の研究者に占める博士号取得者の割合についても、他国に比べ低いのが現状。
- 米国では多くの大学院修了者が管理職として活躍しているのに対し、日本の企業役員のうち大学院卒はわずか6.3%という現状。

○企業の研究者に占める博士号取得者の割合



出典：
(日本) 総務省統計局「平成29年科学技術研究調査」
(米国) "NSF, SESTAT"
(その他の国) "OECD Science, Technology, and R&D Statistics"
以上のデータを基に文部科学省作成

○米国の上場企業の管理職等の最終学歴

	人事部長	営業部長	経理部長
大学院修了	61.6%	45.6%	43.9%
うちPhD取得	14.1%	5.4%	0.0%
うちMBA取得	38.4%	38.0%	40.9%
四年制大学卒	35.4%	43.5%	56.1%
四年制大卒未満	3.0%	9.8%	0.0%

○日本の企業役員等の最終学歴（従業員500人以上）

大学院卒	6.3% (5,600人) 【前回調査5.9% (6,200人)】
大卒	67.8% (60,700人) 【前回調査61.4% (64,900人)】
短大・高専、専門学校卒	6.8% (6,100人) 【前回調査7.4% (7,800人)】
高卒	17.4% (15,600人) 【前回調査23.6% (24,900人)】
中卒・小卒	1.7% (1,500人) 【前回調査1.7% (1,800人)】

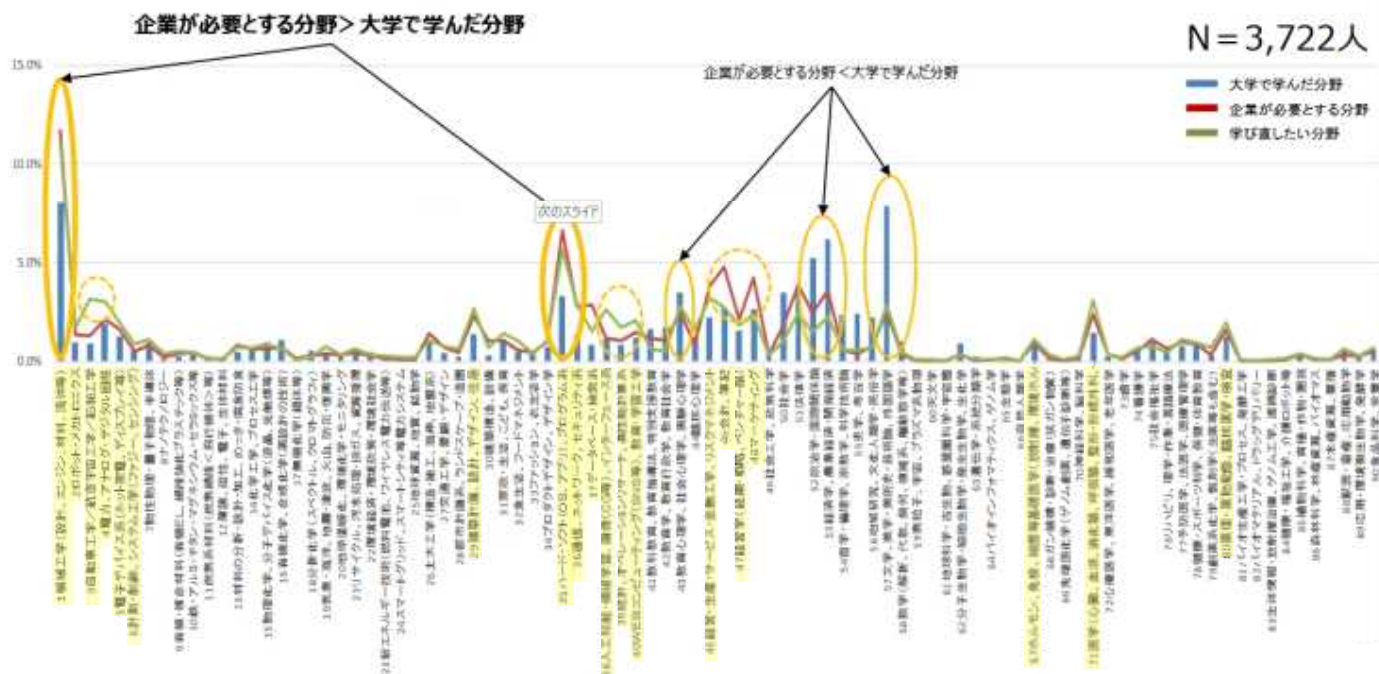
出典：日本分：総務省「就業構造状況調査（平成24年度）」（前回調査は平成19年度）
米国分：日本労働研究機構が実施した「大卒ホワイトカラーの雇用管理に関する国際調査（平成9年）」
（主査：小池和男法政大学教授）

②リカレント教育全体に関するデータ

現在の業務で必要とする分野と大学で学んだ分野との比較 (全職種・全業種)

社会人アンケート

- 機械工学、ハード・ソフト、プログラム、会計・簿記、マーケティング等では、企業のニーズが高い。
- 学び直しのニーズは、概ね企業ニーズと一致するが、自動車工学、人工知能等の学び直しのニーズが企業のニーズを上回っている。



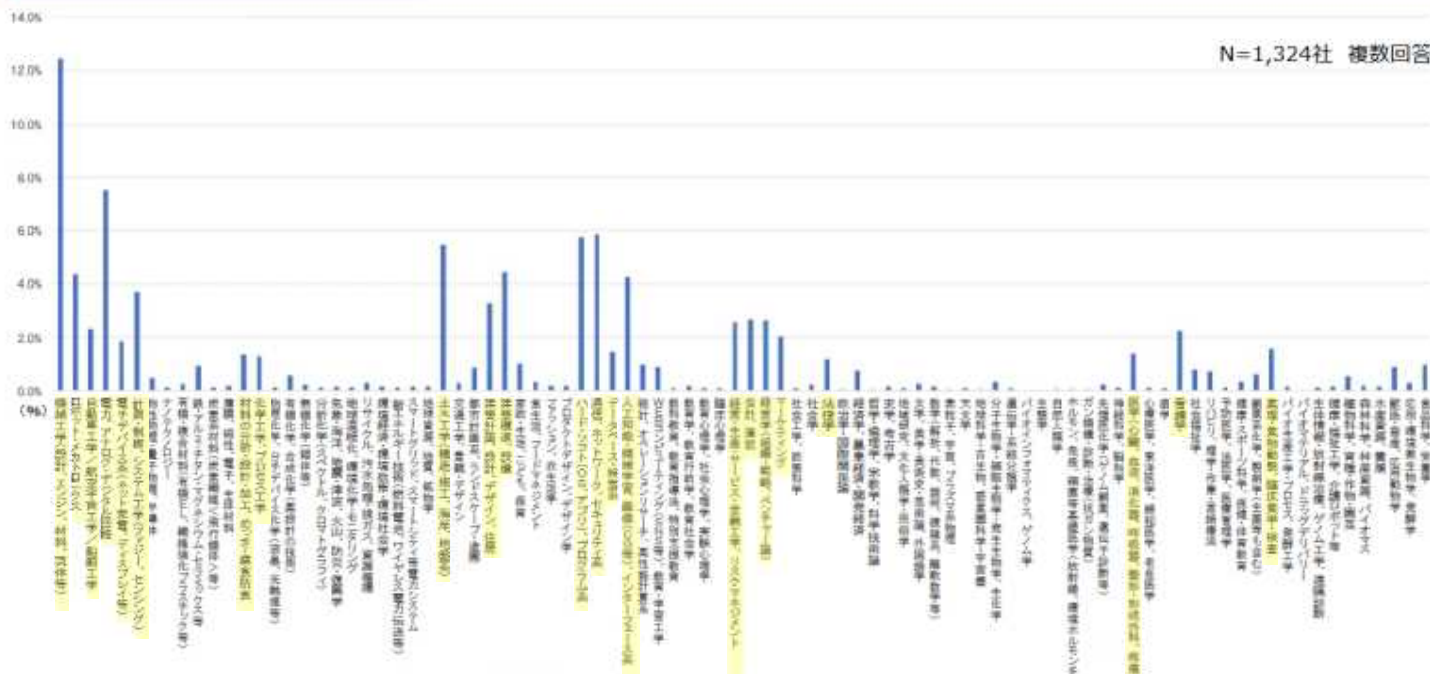
「理工系人材需給状況に関する調査結果概要」 (平成30年4月20日 経済産業省) より一部文部科学省にて加工

8

5年後技術者が不足すると予想される分野

企業アンケート

- 5年後技術者が不足すると予想される分野として「最も不足する分野」「2番目に不足する分野」「3番目に不足する分野」をそれぞれ90分野から選択し回答。
- 3つの分野の合計において、多い分野は、機械工学(12.4%)、電力(7.5%)、通信・ネットワーク(5.8%)、ハード・ソフトプログラム系(5.7%)、土木工学(5.5%)である。



※割合は、無回答除いた母数で除した。

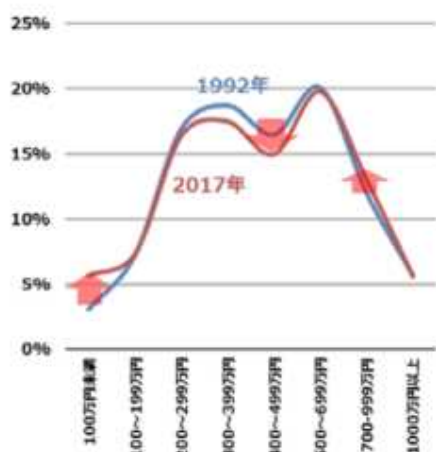
「理工系人材需給状況に関する調査結果概要」 (平成30年4月20日 経済産業省) より一部文部科学省にて加工

9

所得構造の両極化

- 左下図の日本の過去25年間の所得カーブの変化を見ると、男性では300万～700万円（中間層）の割合が低下する一方、200万円未満の割合と、700～1000万円の割合が増加。
- 米国では、中下図のように大学卒に比して大学院卒の賃金プレミアムが拡大。我が国でも、右下図のように同様の傾向が確認され、年齢を重ねるごとに大きくなる傾向。

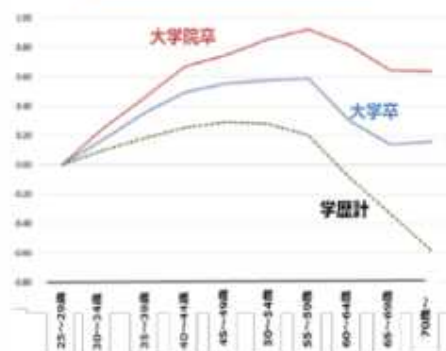
日本の所得階級別の割合変化
(60歳未満男性)



米国の学歴別の賃金推移（男性）



日本の各学歴における年齢別賃金カーブ



(左出所) 総務省「就業構造基本調査」を基に作成。
(中央出所) Autor (2019) 「Work of the Past, Work of the Future」, 18歳-64歳の実質の賃給。
(右出所) 森川 (2013) 「大学院教育と就労・賃金：マイクロデータによる分析」。

※平成31年第4回経済財政諮問会議(平成31年3月27日) 配布資料 10

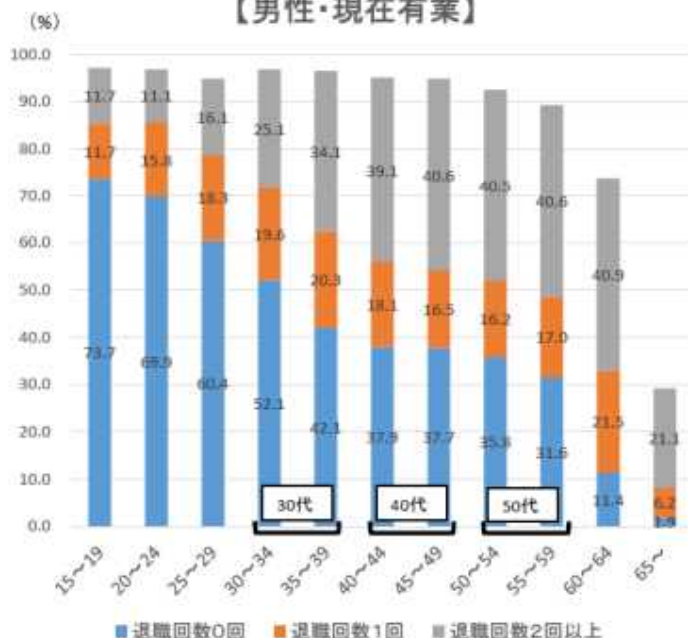
終身雇用の状況

制度・教育改革ワーキンググループ(第17回)
H30.7.31
「(資料2)リカレント教育の拡充に向けて」抜粋

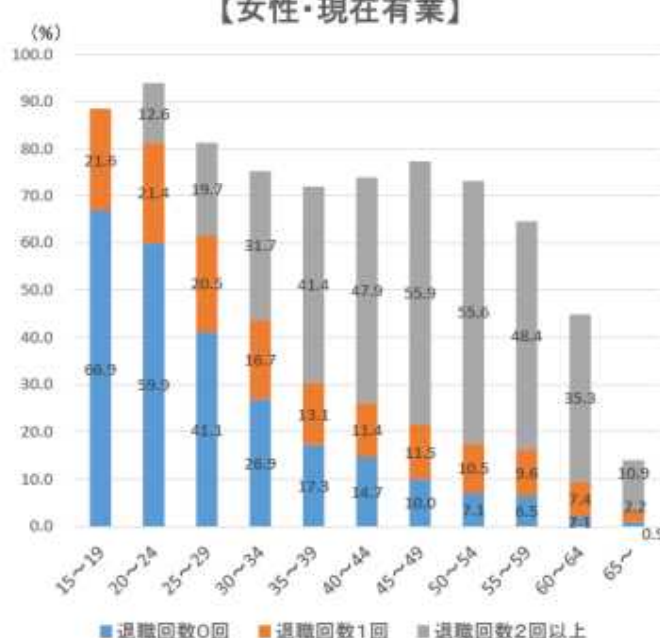
○初職が正規雇用で、一度も退職することなく「終身雇用」パスを歩んでいる男性（退職回数0回）は、今や、30代後半で42%、40代で38%、50代前半で36%に過ぎない。

年齢階級別の転職割合

【男性・現在有業】



【女性・現在有業】



(出典)リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査2017」個票データにより作成。

転職の意向

制度・教育改革ワーキンググループ(第17回)
H30.7.31
「(資料2)リカレント教育の拡充に向けて」抜粋

○ 10代、20代においては、半数以上が現在or将来的に転職を希望しているが、40歳以降、転職するつもりがないと回答する割合が6割、7割、8割と上昇する。

	n	活考現 動え在 をて転 しお職 いてり いた る転 職と	い職考現 活えて在 動はる職 したい がたい いな転 と	思いつ ずれ ている 転職 したい と	な転 職 する つも りは	ず現 れ在 転転 職職 した たい ・計 い
2014年 全体	9,857	7	14.3	22	56.6	43.3
60代除く	8,788	7.5	15.2	23.8	53.5	46.5
正社員・正職員	6,354	5.9	14.3	20.5	59.3	40.7
18～24歳	404	5.2	20.5	31.2	43.1	56.9
25～29歳	819	8.1	19	26.6	46.3	53.7
30～34歳	853	6.8	14.1	27.2	51.9	48.1
35～39歳	976	6.6	15.6	22.8	55	45
40～49歳	1,795	6.3	13.9	18.8	61.1	39
50～59歳	1,175	3.5	11.2	12.4	72.9	27.1
60～69歳	332	3.6	5.1	6.9	84.3	15.6

(出典)リクルートワークス研究所「ワーキングパーソン調査2014」より作成。

(単一回答: %)

12

グローバル企業のキャリア採用における求める能力等の例

※いずれも中途採用の職種

業種	職種	業務内容	求める能力等
アパレル	デジタルコンテンツマーケティングリーダー候補	・アプリ等、Web・モバイルを通じて、顧客の購買体験を構築し、また店舗への集客および販促につながり継続的に顧客に価値を提供できるデジタル上のコンテンツやマーケティング施策の企画、運用を実施 ・SNSやインフルエンサーの活用等によるモバイル会員増加や、店舗来客数の拡大にも関与	【必要な知識・経験】 ・事業会社、または代理店におけるデジタルマーケティングにおける3年以上の経験 ・最新のデジタルを活用したWEB、アプリのコンテンツ企画開発力およびメディア知識 ・リアル店舗への集客のためのプロモーションスキル ・プロジェクトマネジメント力、推進力 ・ビジネス経験5年程度以上 【求める人物像】 ・柔軟な発想でマーケティング施策を起案しスピード感をもって推進していける発想力と行動力 ・志と成果のために周囲を巻き込みながら推進していけるリーダーシップ ・強い顧客志向、マーケット志向があり、物事の本質を重視しながら変化を楽しめる
電機	品質保証戦略リーダー	・ワールドワイド市場不良率ターゲット達成のために、市場データの分析から、フォーカスすべき活動を明確にし、活動実現のための戦略を定め、関連するメンバー(設計・企画・地域QA/CS/販社、など)を動かし、活動の効果確認とフィードバックを行う。	【必要な知識・経験】 商品設計のリーダーの経験者で、設計プロセスについて幅広い知識がある 市場品質改善戦略策定リーダー経験者 【求める人物像等】 自分の専門領域外でも市場問題の技術的内容を理解しようとするマインドを持っている 複雑な事象から具体的な戦略・活動内容に落とし込む論理的思考を持っている
情報通信	コーポレートブランド管理・企画(シニアアソシエイト～マネージャークラス)	・国内外の子会社・グループ会社における、ブランド使用ルール・レギュレーションの維持・管理および各社の活動支援 ・持株会社におけるコーポレートブランド戦略上の課題を発見するための、調査設計およびレポート作成、それらに基づく企画立案	【必要な知識・経験】 ・コーポレートブランド管理の経験 ・マーケティング/広告宣伝の経験 ・外資金融機関・コンサルでの業務経験や、外資メーカー、商社などにおける子会社・投資先管理の業務経験 【求める人物像等】 ・海外含めた多くのステークホルダーを巻き込む力 ・自ら課題を設定し、主体的に取り組める ・(子会社、社内各部署や、外部ベンダー等との調整業務が多いため)明るくコミュニケーションができ、協調性がある

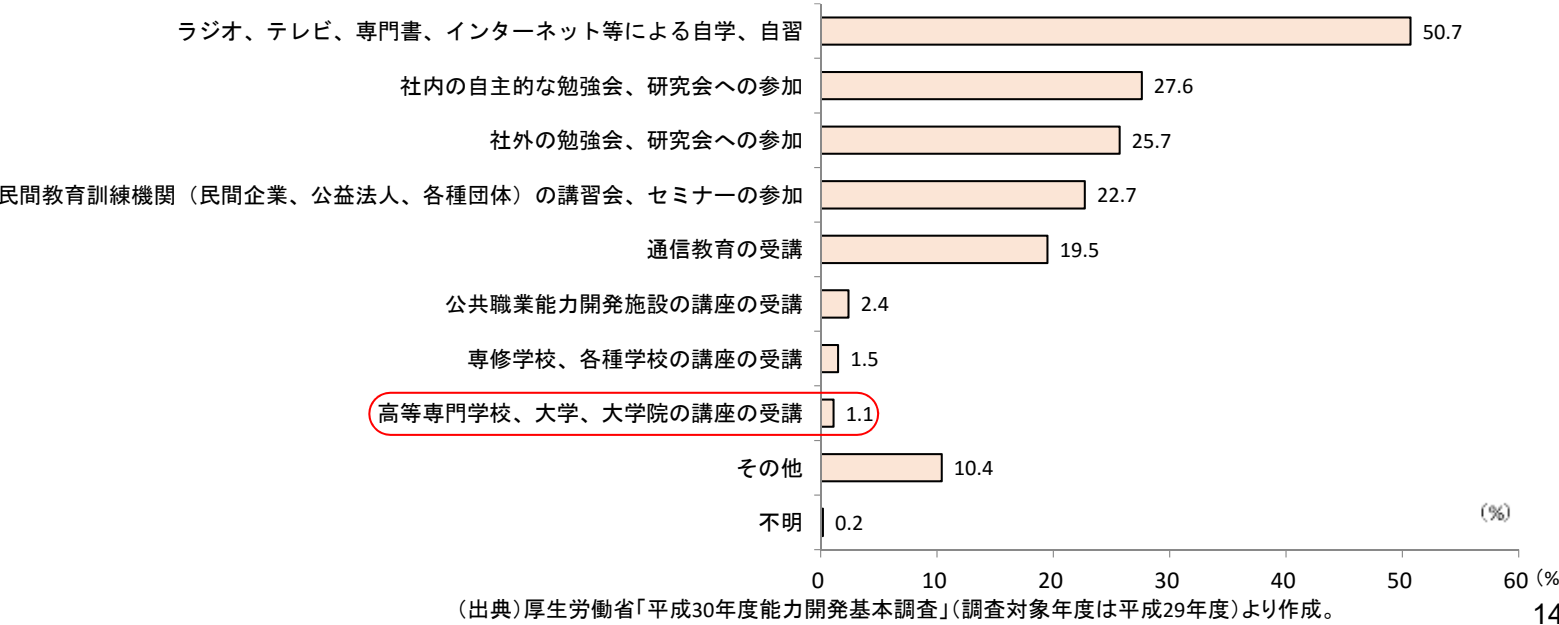
■ 【社会人】正社員の学び直しの実施率、実施方法

- 約5割の労働者が自己啓発(学び直し)を実施
- 学び直しの実施方法として「大学・大学院等の講座の受講」はわずか1%程度

学び直しを行った労働者（正社員）の割合及びその実施方法の内訳（複数回答）

学び直しを行った正社員：44.6%

【学び直しの実施方法】



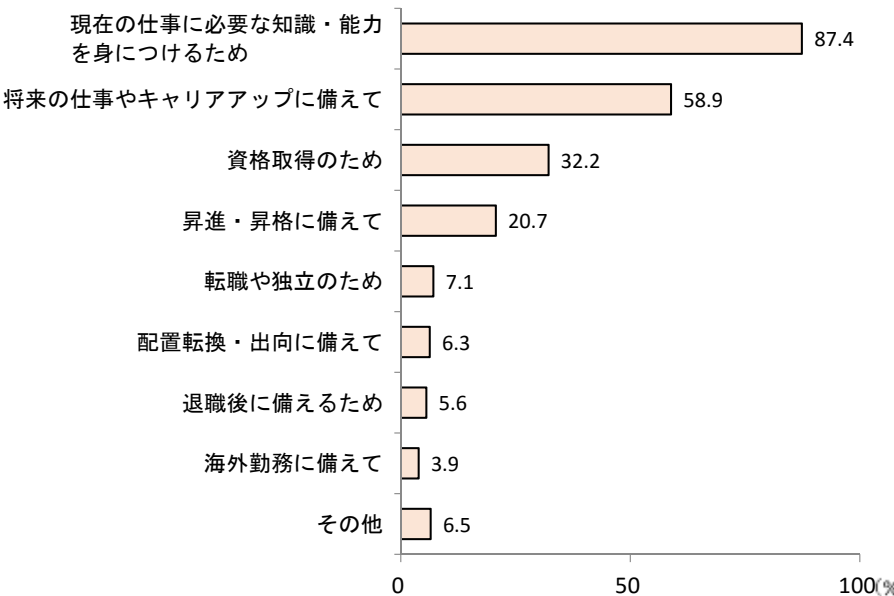
■ 【社会人】正社員の学び直しの実施時間、費用負担、目的

- 費用補助を受けた者は約4割
- 現在の仕事のために学び直しを実施する者が8割以上

- 平均延べ実施時間：25.5時間
 - 平均延べ自己負担費用(推計)※
約2.6万円(最大50万円以上、最小0円)
 - 費用補助を受けた者：42.6%
 - 平均補助額(推計)※
約4.3万円(最大50万円以上)
- 補助主体別内訳
- | 補助主体 | 割合 (%) |
|-------------|--------|
| 勤務先の会社 | 82.9 |
| 国の教育訓練給付金制度 | 2.1 |
| 労働組合 | 0.9 |
| その他 | 1.2 |
| 不明 | 12.8 |

※回答方法が金額階級別になっていることから、各階級の中間値を当該回答、最高階級「50万円以上」は65万円を補助額として、平均補助額を算出

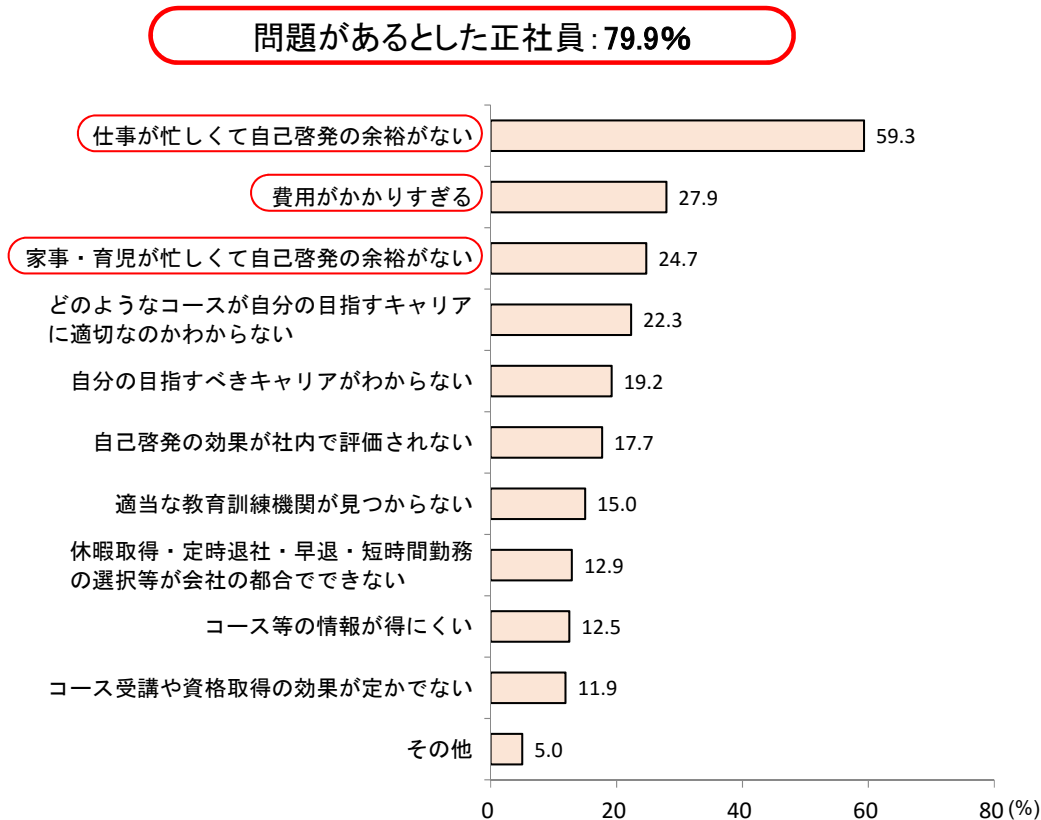
【学び直しを行った理由】



■ 【社会人】正社員の自己啓発(学び直し)を行う上での問題点

- 学び直しに当たって、時間と費用が主な問題となっている
- 社内評価や適切なコースの選択・コース情報の入手も問題として挙がっている

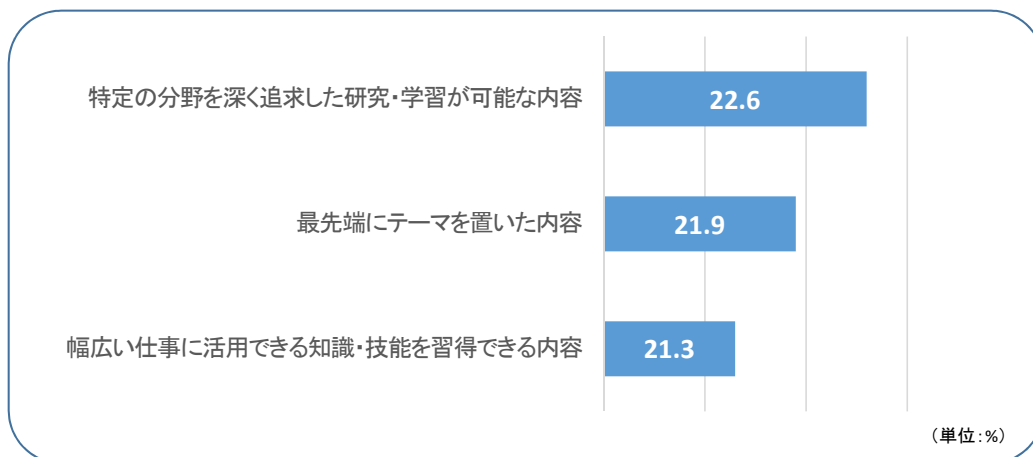
学び直しを行う上で問題があるとした者の割合及び問題点の内訳（複数回答）



■ 【社会人】社会人教育未経験者が求める学び直し

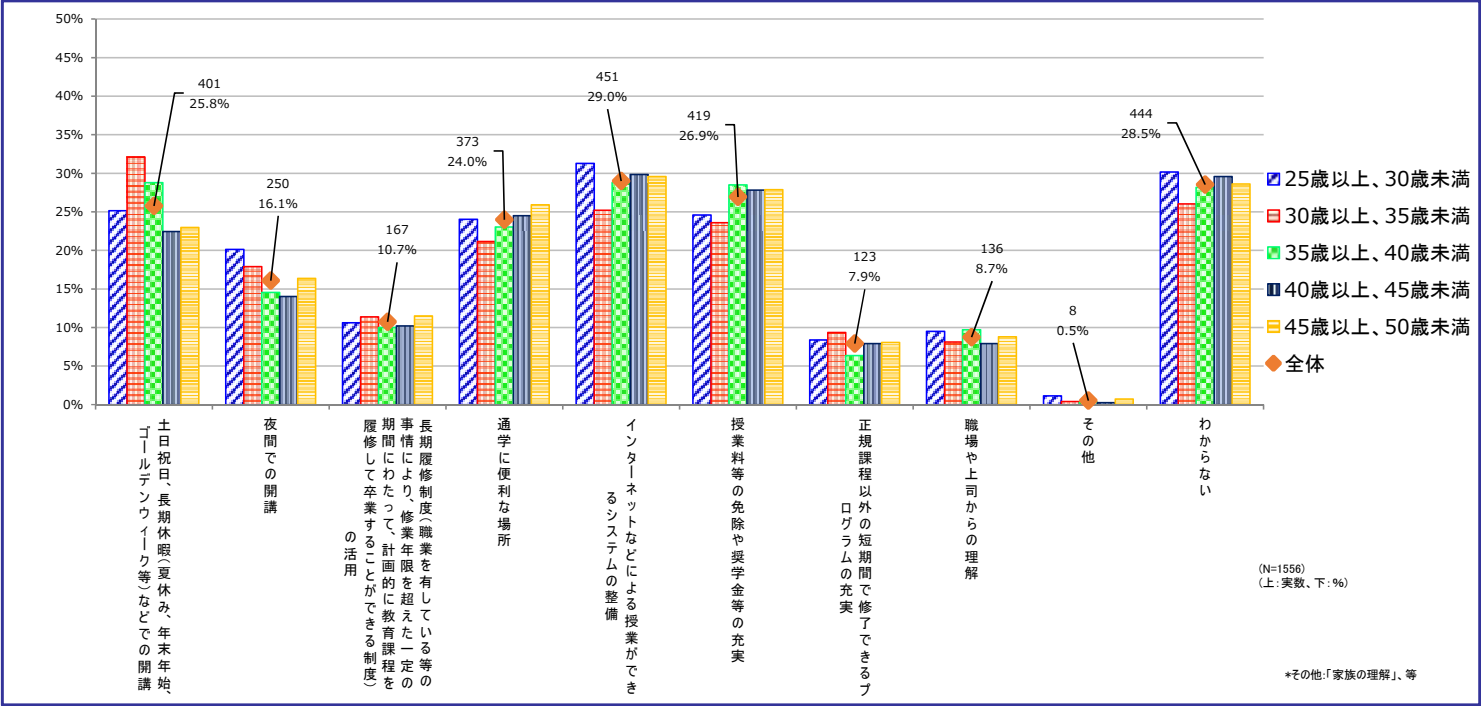
- 学び直しで重視するカリキュラムは、「特定の分野を深く追求した研究・学習が可能な内容」、「最先端にテーマを置いた内容」、「幅広い仕事に活用できる知識・技能を修得できる内容」。

社会人教育未経験者が学び直しを実施する際に重視するカリキュラム(3つまで選択)



■ 【社会人】社会人教育未経験者が学び直しを行うための必要要件

- 社会人教育未経験者を対象にアンケートを実施。その中で、学び直しに関心がある者による回答。
- 全体としては「インターネットなどによる授業ができるシステムの整備」「授業料等の免除や奨学金等の充実」が上位。
- 「授業料の免除や奨学金等の充実」は35歳以上の層の方が高い傾向。
- 「土日祝日、長期休暇などでの開講」は他の年代層に比べ、25歳以上40歳未満の割合が高い傾向。

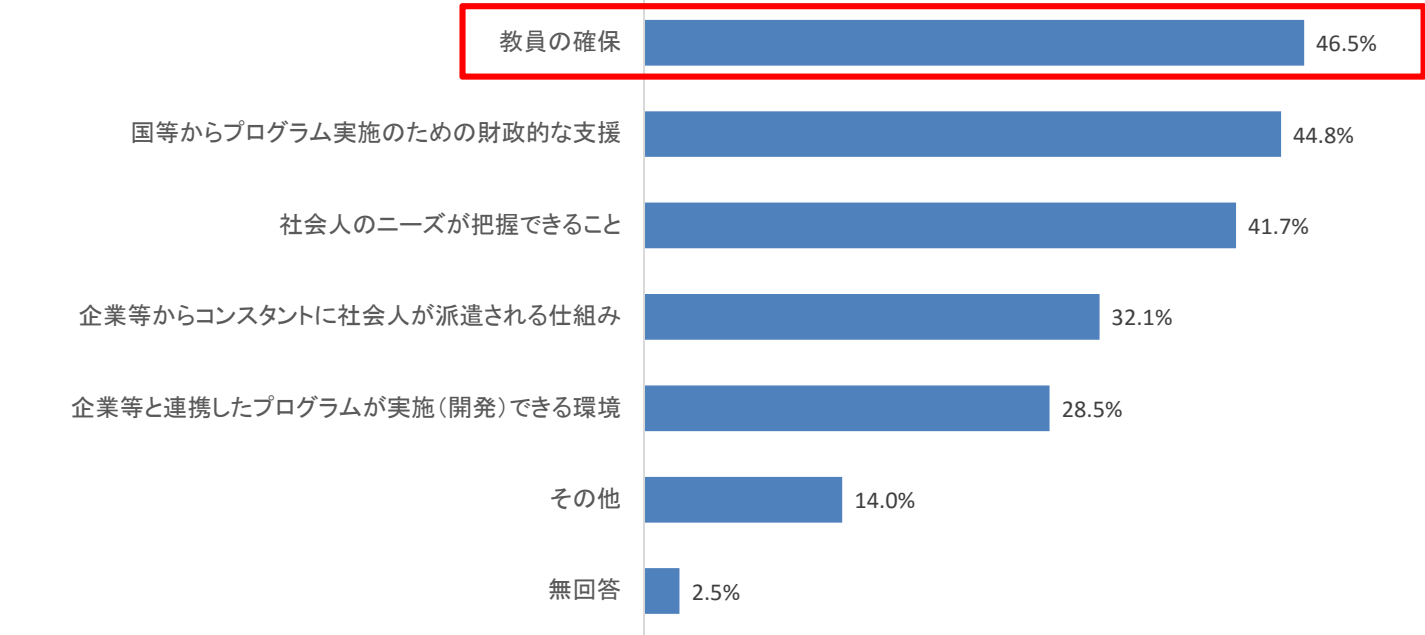


出典：文部科学省「社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究」

■ 【大学】実践的な教育を行える人材の確保

- 大学が社会人を対象とするプログラムを提供するには、教員の確保が課題。

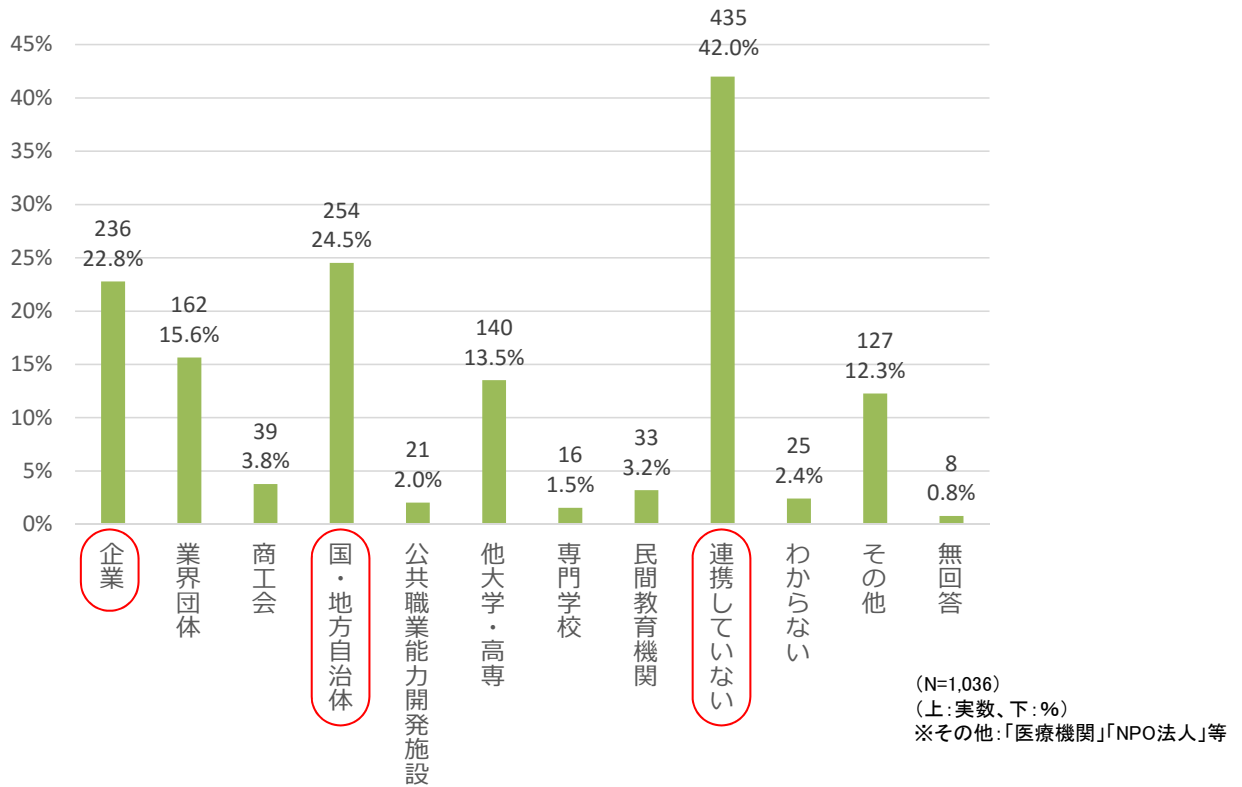
主に社会人を対象としたプログラムを提供していない学部・学科・研究科におけるプログラムを提供するための条件（複数回答）
【調査対象：2,592学部・学科・研究科】



(出典) 社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究 (平成27年度イノベーション・デザイン＆テクノロジーズ株式会社 <文部科学省: 先導的・大学改革推進委託事業>) より作成。

■ 【大学】社会人の学び直しにおいて連携している関連機関

- 約4割が他機関と連携していない
- 連携している機関としては、企業や国・地方自治体の割合が多い

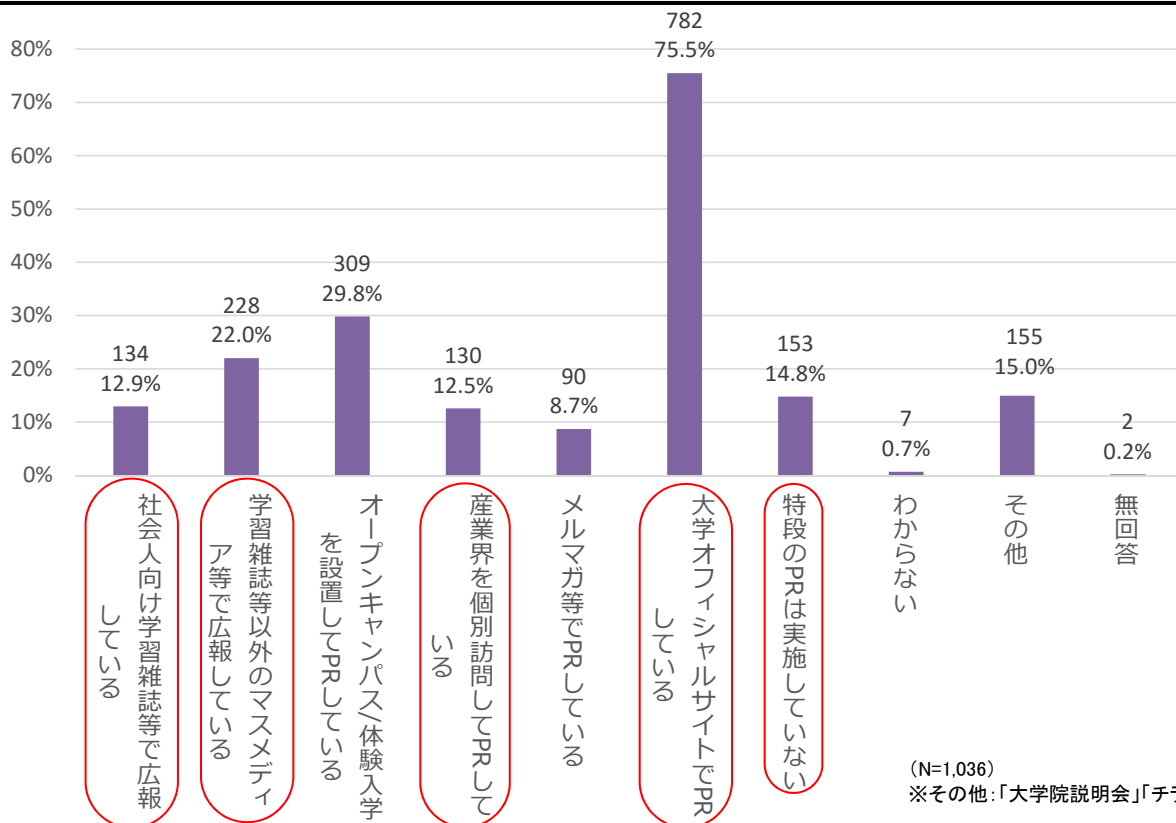


(出典) 社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究(平成27年度イノベーション・デザイン&テクノロジーズ株式会社
＜文部科学省:先導的大学改革推進委託事業＞)より作成。

20

■ 【大学】主に社会人を対象としたプログラムに関する告知等の実施状況

- 大学のオフィシャルサイトやオープンキャンパス等でのPRは多くの大学で取り組まれているが、メディアの活用や産業界へ直接PRを行っている大学は少ない
- 1割強はPRを実施していない



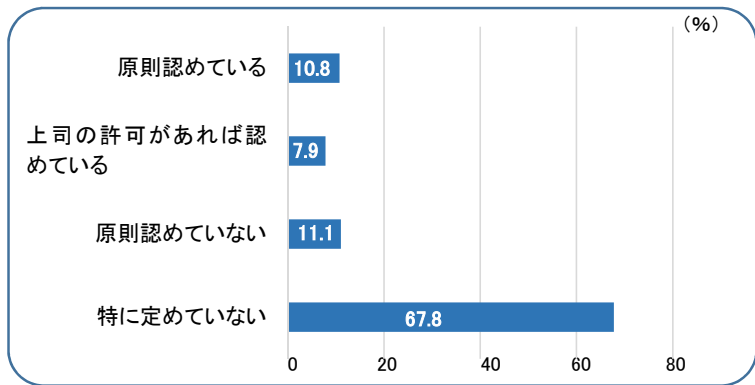
(出典) 社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究(平成27年度イノベーション・デザイン&テクノロジーズ株式会社
＜文部科学省:先導的大学改革推進委託事業＞)より作成。

21

【企業】従業員が大学等で学ぶことに関する企業の対応

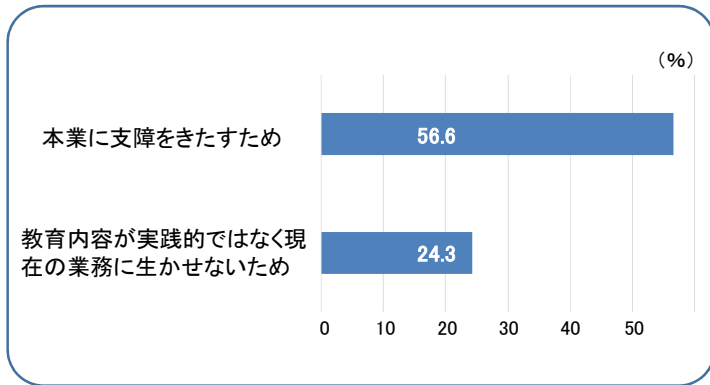
- 自社の従業員が大学等で学ぶことを認めているかという点については、「原則認めている」と「原則認めていない」が拮抗しており、次いで「上司の許可があれば認めている」という順となっている。
- 認めていない場合、その主な理由は、「本業に支障をきたすため」「教育内容が実践的ではなく現在の業務に生かせないため」が挙げられている。

従業員が大学等で学ぶことの許可状況
(調査結果)



総数: 1229社(従業員が大学等で学ぶことの可否について回答した企業)

企業が従業員の大学等での就学を認めていない理由
(調査結果)



総数: 136社(従事者の大学等での就学を認めていない企業)

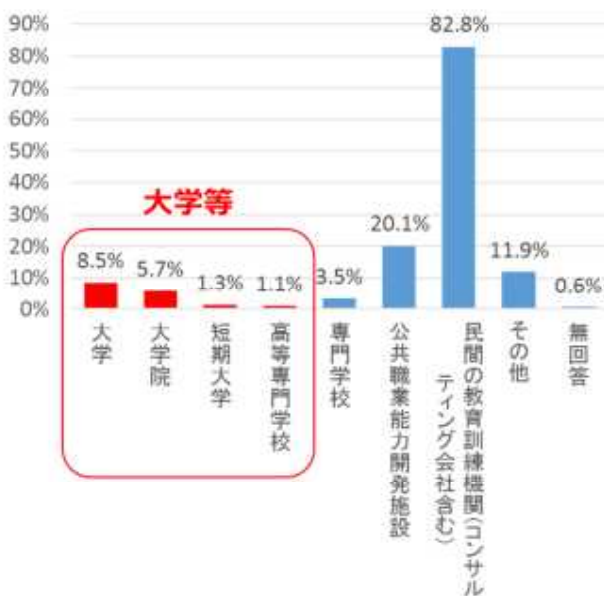
(出典) 社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究(平成27年度イノベーション・デザイン&テクノロジーズ株式会社)
<文部科学省: 先導的の大学改革推進委託事業>より作成。

22

【企業】企業の外部教育機関としての大学の位置付け

- 企業の8割が外部教育機関として民間の教育訓練機関を活用。一方、大学を活用するのはごくわずか。
- 大学を活用しない理由の上位は「大学を活用する発想がそもそもなかった」、「大学でどのようなプログラムを提供しているかわからない」。

活用する外部教育機関の種別(複数回答)



大学等を活用しない理由



(出典) 社会人の大学等における学び直しの実態把握に関する調査研究(平成27年度イノベーション・デザイン&テクノロジーズ株式会社)
<文部科学省: 先導的の大学改革推進委託事業>より作成。

23