

人事・研修担当者300名へアンケート調査

【2026年版】社員研修の実態と本音

2026.05

回答者の4割超が大手企業勤務

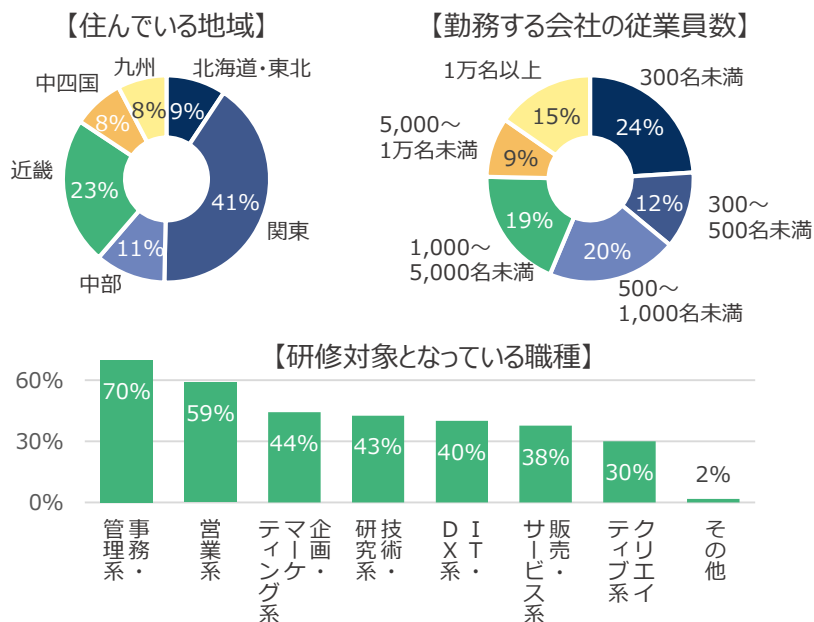
人事・研修担当者**300名**に対し、
 自社の**研修の実施状況**や**課題**などをお聞きしました。

調査概要

※いずれも、N=300

調査方法	WEBアンケート
調査期間	2026年3月25日～3月27日の計3日間
対象地域	全国
調査対象者	民間企業に勤める人事・研修担当者 ※メーカー・製造、サービス・インフラ、IT・ソフトウェア・ 情報処理など
回収件数	300名

【調査協力】株式会社マーケティング・コミュニケーションズ



AI時代でも揺るがない「人間ならではのスキル」の価値

生成AIが急速に業務へ浸透する中でも、「**コミュニケーション研修**」は前回調査（2024年）に引き続き実施率1位（66%）を維持しており、今後強化したいテーマとしても42%で首位に挙がっています。AIが定型的な文書作成やデータ分析を代替できる時代だからこそ、対話力・合意形成・チームビルディングといった「人間にしかできない領域」への投資意欲がむしろ高まっていると読み取れます。

これは一時的トレンドではなく、業務の中核が「人と人との関わり」に移行していることの表れです。部下育成や顧客との信頼構築、心理的安全性の確保などは、いずれも高度な対人能力を前提としています。テクノロジーの進化が、こうした**ソフトスキルの重要性を再定義**していると言えるでしょう。

AI活用の次なる障壁は人材間格差の解消

生成AIは既に75%の企業で導入が進んでいます。しかし、最大の課題として浮上しているのは「使いこなせる社員とそうでない社員の差が大きい（49%）」という、社内の“AIデバイド（活用格差）”です。ツールを導入しただけでは格差は縮まるどころか拡大する一方であり、全社員が一定水準で利活用できるための体系的なAI教育が不可欠です。

「生成AI頼みでスキルが育たない懸念（39%）」や「情報の正確性への不安（33%）」も高く、**76%がAI研修の充実を求めている現状**は、企業が単なる「導入フェーズ」から、真の生産性向上を目指す「活用・定着フェーズ」への移行期にあることを示しています。

外部を活用した効率的な研修設計の必要性

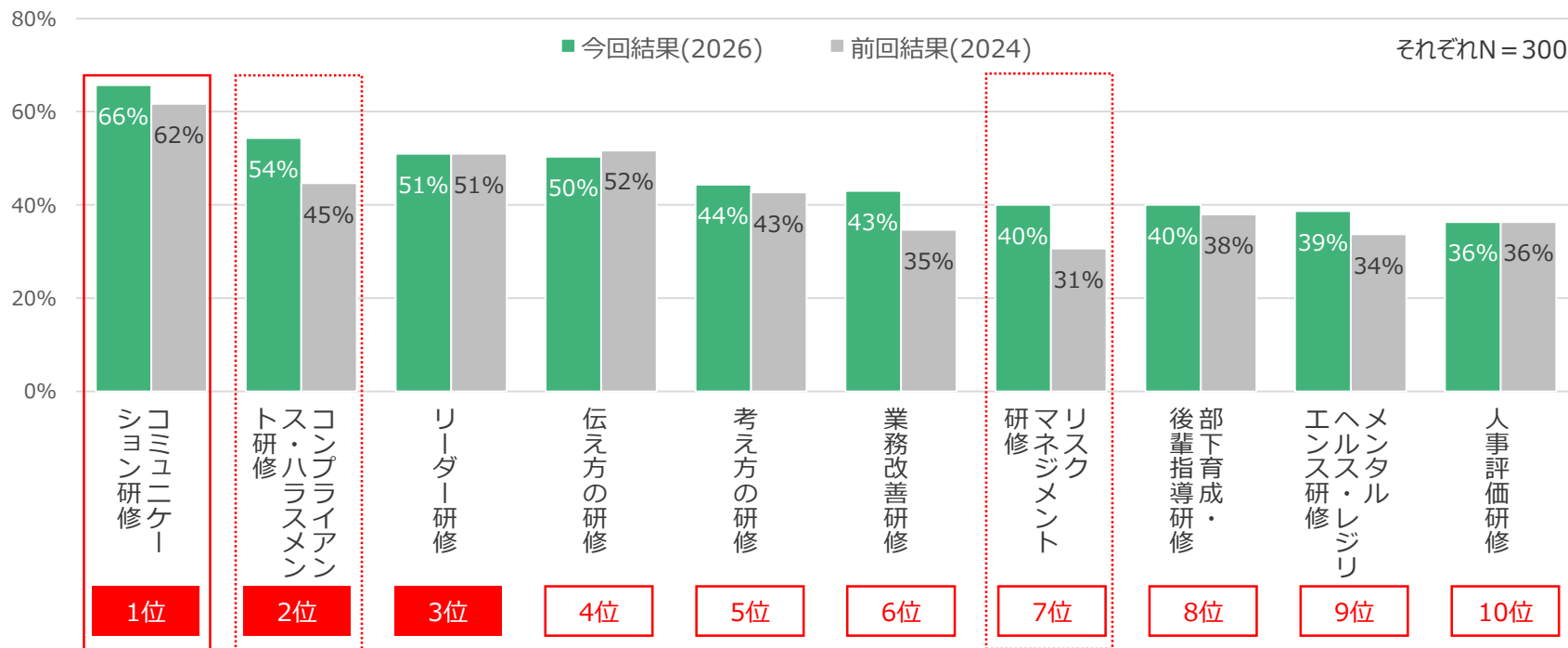
企業が今後取り組むべきは、「**AIを使いこなすスキル**」と「**人にしかできない対話力**」。この2つをセットで磨くことで、真の生産性向上が実現します。どちらか一方が欠けても、変化の激しい時代を乗り越えることはできません。

これからの教育に求められるのは、実務プロセスの中でAIをどう活かし、その出力をどう評価・判断するかという「AIを使いこなす思考力」を育てることです。これは、**先に述べたコミュニケーション能力や、その基盤となる論理的思考力**と切り離せない能力と言えます。

研修担当者の40%が人材不足を、38%が時間不足を訴え、一人あたりの研修費用も62%が10万円未満という制約がある中では、外部の専門知見を活用した効率的な研修設計が格差解消の鍵となるでしょう。

前回結果に引き続き、コミュニケーション研修の実施が1位

Q. 現在、あなたの会社で実施している研修の内容・テーマは？
(当てはまるものすべてを回答)



※以降の結果は次の通り。●書き方の研修、キャリア・キャリアデザイン研修：32%、●IT・DX研修：30%、●営業・販売力研修、マーケティング・企画研修：29%、●パソコンOAスキル研修：28%、●ダイバーシティ・女性活躍推進研修：27%、●モチベーション研修：26%、●CS・接客・クレーム研修：24%、●その他：2%

POINT

- 「コミュニケーション研修」が66%で最多。次いで「コンプライアンス・ハラスメント研修」54%、「リーダー研修」51%と続き、対人スキルやコンプライアンスなど組織運営の基盤テーマが上位を占めています。
- 前回結果より最も実施回数が増えた研修は、コンプライアンス・ハラスメント研修とリスクマネジメント研修で +9pt となります。

コンプライアンス・ハラスメント研修は年次に関係なく実施

Q. 各研修の対象者、年間の実施回数、1回当たりの時間は？
 (対象者は当てはまるものすべてを回答、実施回数と時間はもっとも多いパターンを回答)

	全体 (N)	対象者				年間の実施回数				1回当たりの時間		
		新入 社員	若手 社員	中堅 社員	管理 職	■ 1回	■ 2~3回	■ 4~6回	■ それ以上	■ 1~3時間	■ 4~5時間	■ 6~8時間
コミュニケーション研修	197	91%	65%	44%	33%	39%	45%	7%	10%	61%	23%	15%
コンプライアンス・ハラスメント研修	163	74%	72%	77%	77%	43%	34%	10%	13%	67%	21%	12%
リーダー研修	153	17%	36%	75%	77%	40%	37%	14%	9%	43%	31%	25%
伝え方の研修	151	72%	68%	48%	29%	34%	45%	11%	11%	54%	29%	17%
考え方の研修	133	74%	69%	59%	35%	38%	36%	14%	13%	51%	32%	17%
業務改善研修	129	65%	71%	59%	36%	35%	42%	10%	13%	50%	29%	21%
リスクマネジメント研修	120	61%	61%	69%	68%	34%	36%	17%	13%	58%	25%	18%
部下育成・後輩指導研修	120	22%	30%	68%	86%	38%	33%	18%	12%	47%	33%	20%
メンタルヘルス・レジリエンス研修	116	68%	71%	79%	66%	37%	39%	14%	10%	60%	25%	15%
人事評価研修	109	31%	32%	55%	84%	39%	30%	17%	14%	50%	31%	19%

※それぞれ次のものに色付け ■ : 80%以上、■ : 70%以上

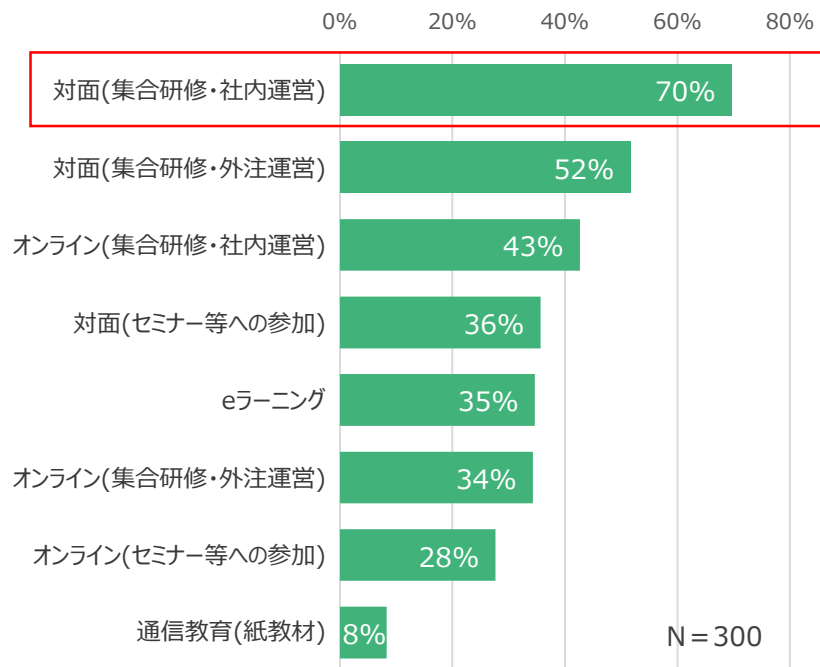
※時間の目安・イメージは次の通り。●1~3時間：午前のみ、●4~5時間：午後のみ、●6~7時間：1日

POINT

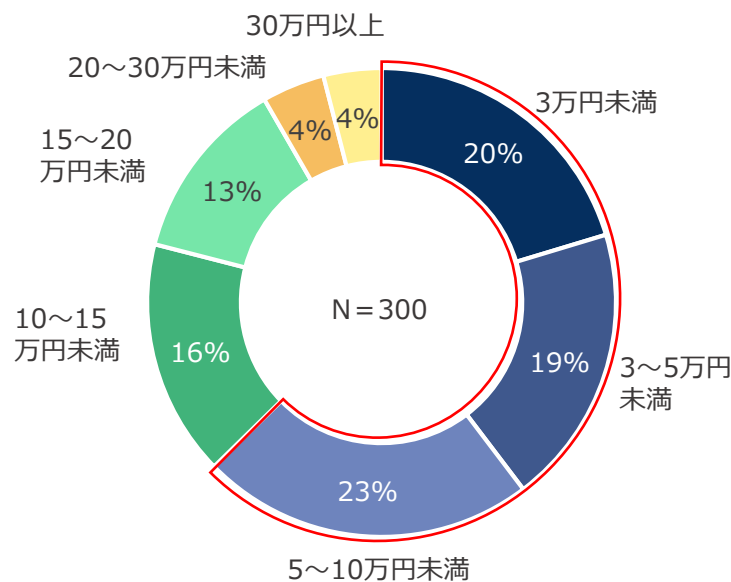
- コミュニケーション研修は新入社員向けが91%と突出。コンプライアンス・ハラスメント研修は全年次で70%超と偏りなく実施されています。
- リーダー研修・部下育成研修・人事評価研修は中堅～管理職向けが中心で、階層別の役割に応じた研修設計が行われていることがわかります。年間の実施回数は多くの研修で「2～3回」が最多パターンです。

研修は社内リソースを活用。一人あたりの費用は10万円未満が最多

Q. 研修の実施方法は？
(当てはまるものすべてを回答)



Q. 一人あたりに年間でかける研修費用は？



POINT

- 実施方法は「対面（集合研修・社内運営）」が70%でトップ。対面・外注運営が52%、オンライン社内運営が43%と続きます。
- 研修費用は「5~10万円未満」が23%で最多。10万円未満が62%を占め、限られた予算の中で効果的な研修運営が求められている状況がうかがえます。

従業員300名未満の企業の9割が10万円未満、規模により予算に格差

Q. 一人あたりに年間でかける研修費用は？

	全体 (N)	3万円未満	3~5万円 未満	5~10万円 未満	10~15万 円未満	15~20万 円未満	20~30万 円未満	30~40万 円未満	40万円 以上
300名未満	72	30.6%	23.6%	31.9%	9.7%	0.0%	2.8%	0.0%	1.4%
300~500名未満	36	19.4%	30.6%	16.7%	13.9%	11.1%	2.8%	2.8%	2.8%
500~1,000名未満	61	14.8%	18.0%	27.9%	18.0%	13.1%	6.6%	0.0%	1.6%
1,000~5,000名未満	57	24.6%	17.5%	19.3%	15.8%	19.3%	1.8%	0.0%	1.8%
5,000~10,000名未満	28	7.1%	17.9%	14.3%	32.1%	14.3%	7.1%	3.6%	3.6%
10,000名以上	46	15.2%	8.7%	17.4%	17.4%	23.9%	6.5%	0.0%	10.9%

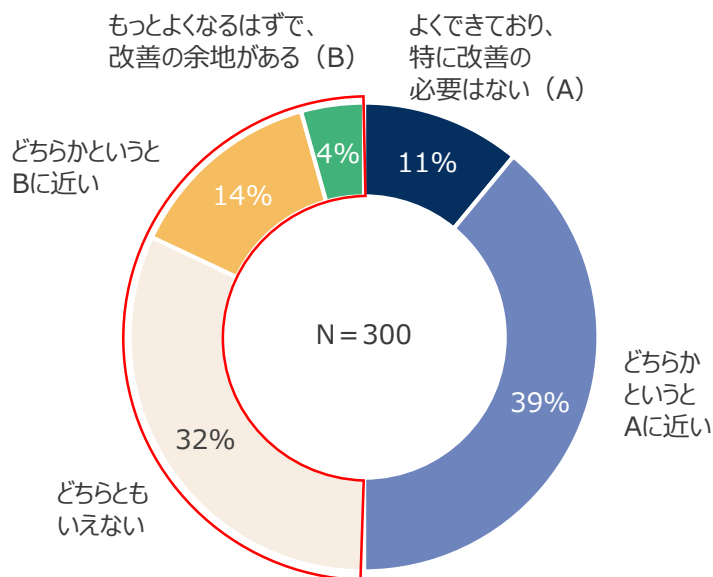
※それぞれ次のものに色付け ■：20%以上、■：10~19%

POINT

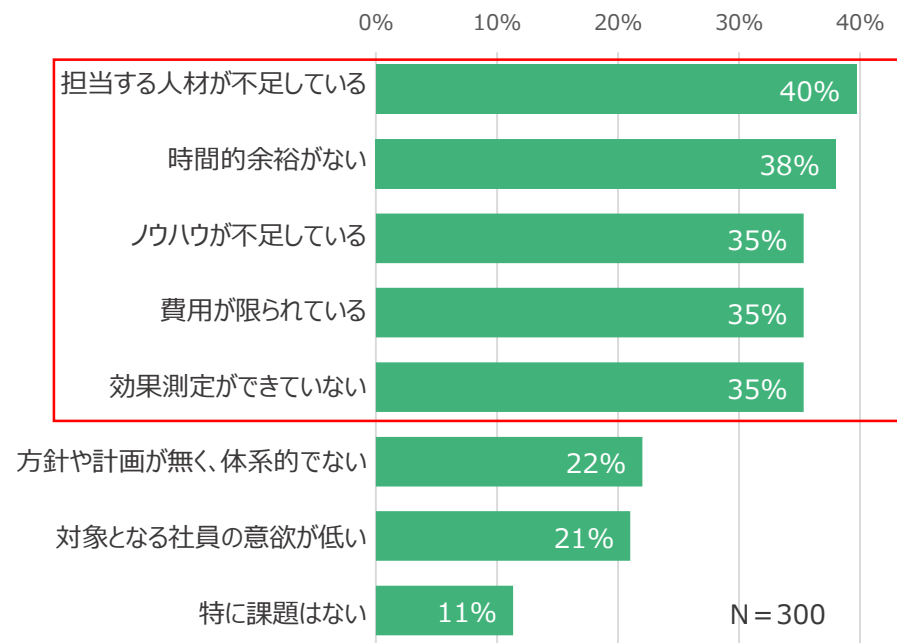
- 300名未満の小企業は10万円未満が約86%を占め、15万円以上はほぼゼロとなります。
- 5,000名以上の大企業は15万円以上が約3~4割に達し、規模による格差が顕著となっています。

研修効果は不明確。課題は人・時間・費用・ノウハウと複合的

Q. 総合的に見て、現在行っている研修について近い考えは？



Q. 社員研修実施に際しての課題は？
(当てはまるものすべてを回答)

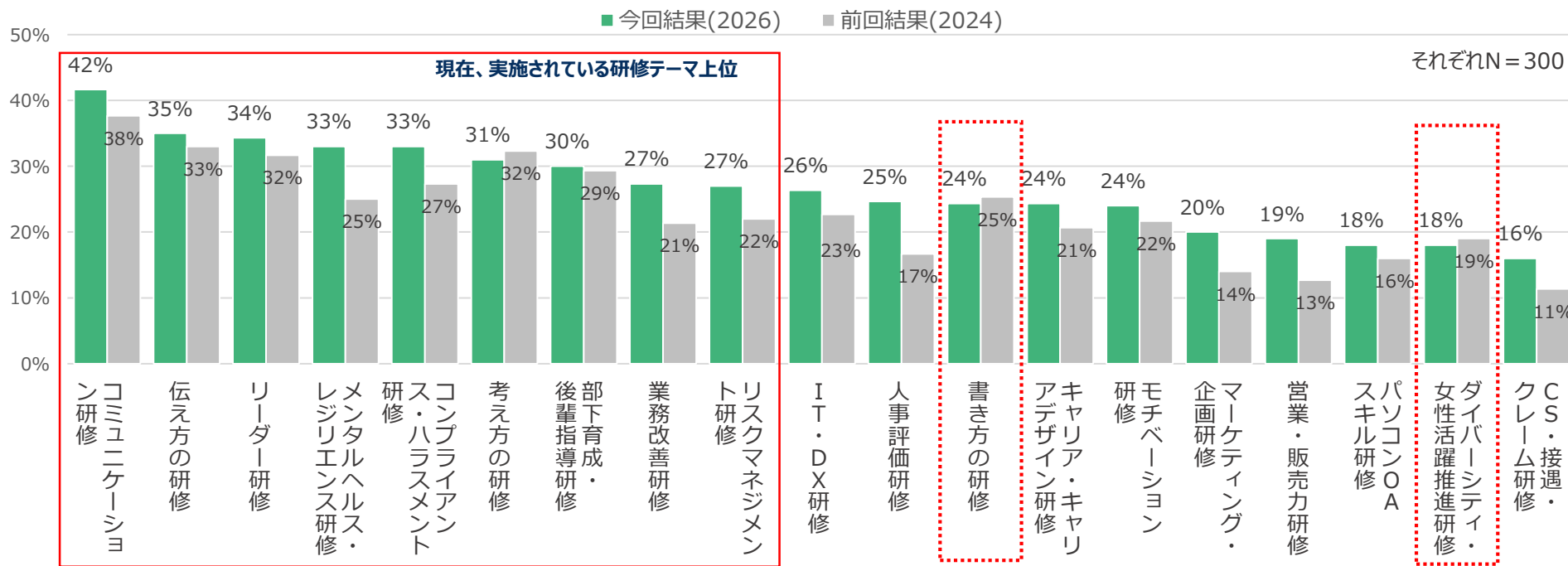


POINT

- 現在の研修について「改善の余地がある」と感じている担当者（「Bに近い」+「どちらかというBに近い」）は18%。一方で「どちらともいえない」が32%と最多であり、研修効果の判断に悩む姿が見えます。
- 課題は「担当する人材が不足」40%、「時間的余裕がない」38%、「ノウハウ不足」「費用が限られている」「効果測定ができていない」がいずれも約35%と拮抗しており、人・時間・お金・ノウハウの複合的な課題を抱えています。

今後もコミュニケーション研修を重視。書き方・DEI研修の需要は減少

Q. 今後2～3年を見据えて、会社として強化していきたい研修の内容・テーマは？
(当てはまるものすべてを回答)



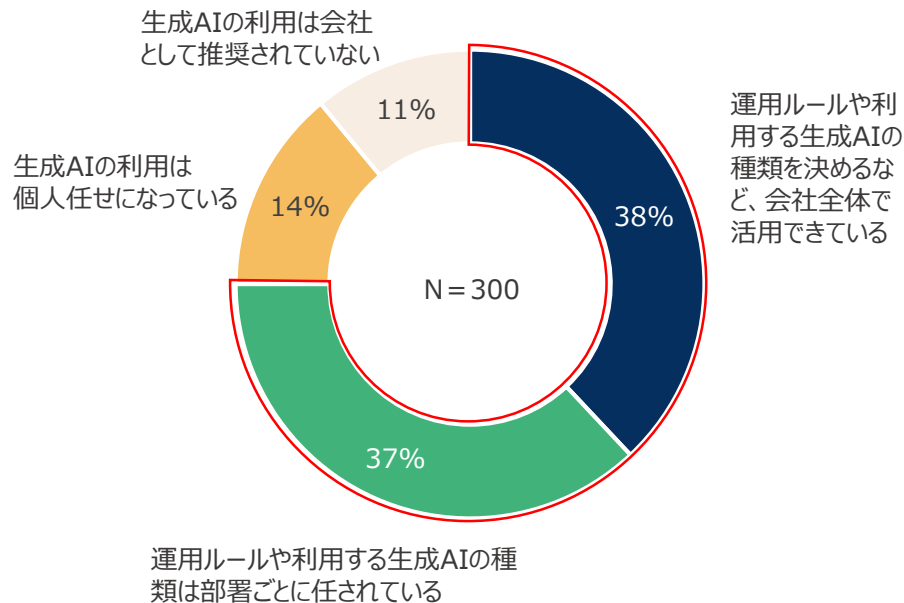
POINT

- 今後強化したいテーマも「コミュニケーション研修」が42%でトップ。現在の実施率（66%）と比較すると、さらなる質の向上を目指す企業が多いことがわかります。
- 2024年と比較して重要度が下がっている研修は書き方の研修とダイバーシティ・女性活躍推進研修が-1ptとなります。

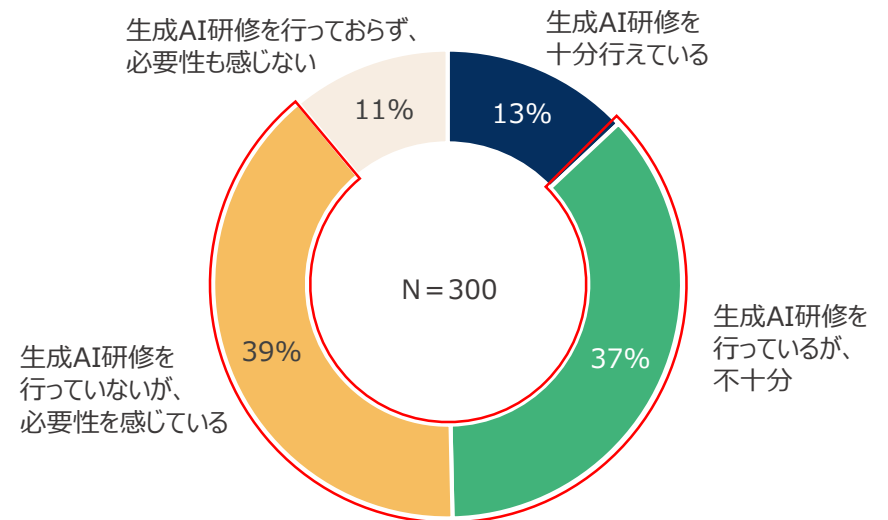
※「その他」の結果は次の通り。今回(2026)1%、前回(2024)2%

生成AIは75%の企業で導入済み。AI研修の必要性も実感

Q. あなたの会社において、生成AIの活用状況は？



Q. 生成AIの利用に関する社内研修の取組状況は？

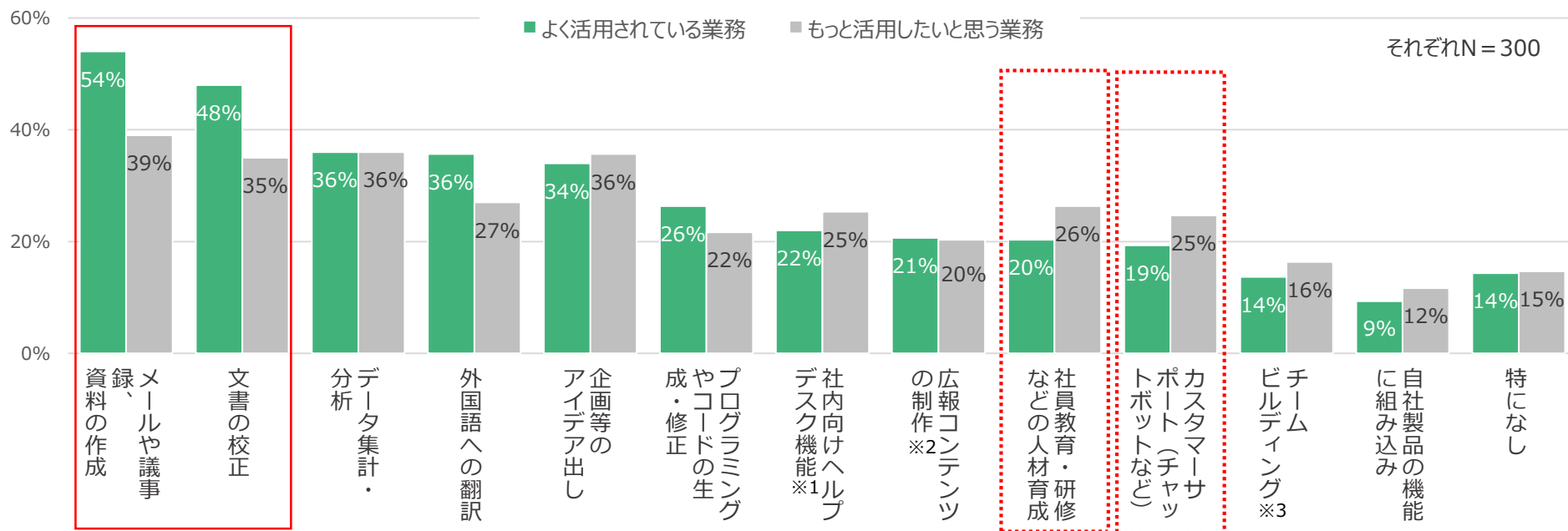


POINT

- 生成AIの活用状況は「会社全体で活用」38%と「部署ごとに対応」37%で計75%が何らかの形で導入済みです。しかし「個人任せ」14%や「推奨されていない」11%の企業もあり、活用度に差が見られます。
- 生成AI研修については「行っているが不十分」37%、「行っていないが必要性を感じている」39%と、計76%が研修の充実を求めており、生成AI教育の需要が高まっています。

生成AIの活用は文章や資料作成が上位を占める

Q. あなたの会社で生成AIがよく活用されている業務は？ また、もっと活用したいと思う業務は？
(当てはまるものすべてを回答)



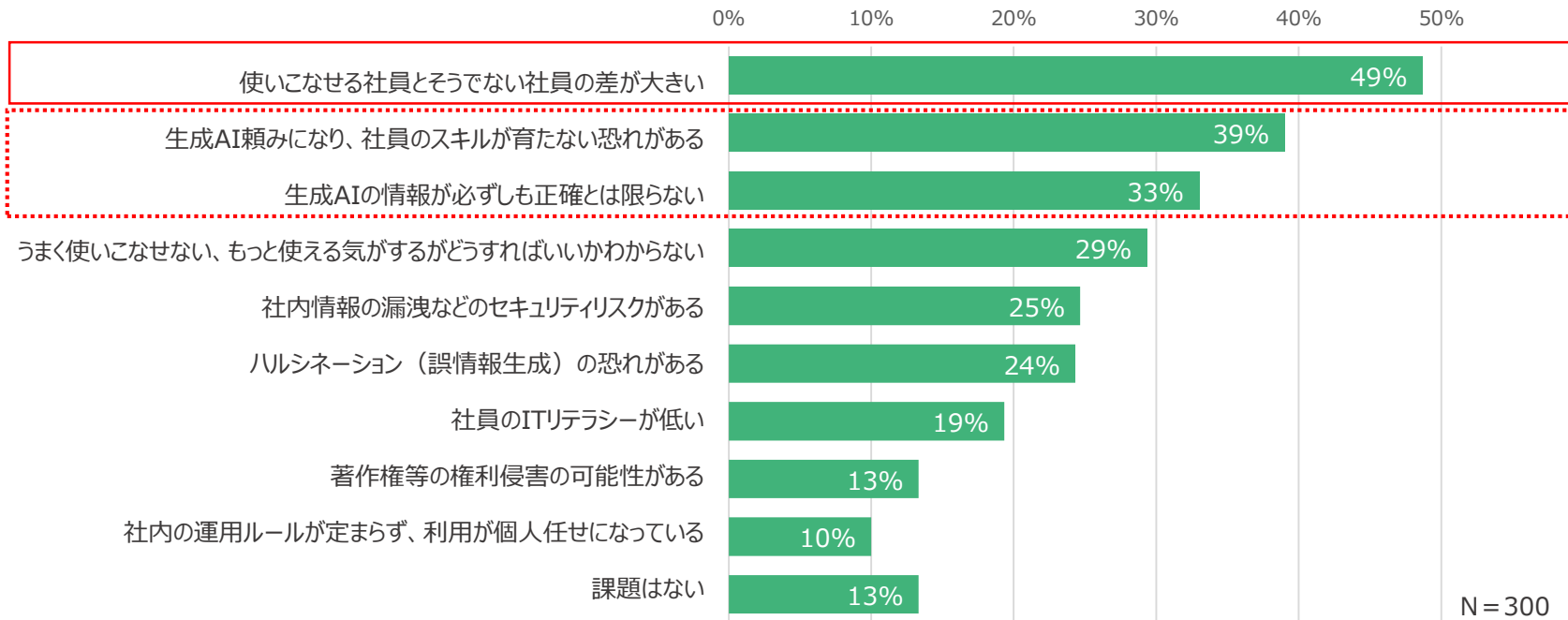
※1規約・マニュアル参照、社内システム問合せ対応など ※2自社HPやパンフレットの画像・キャッチコピー、ニュースリリース記事などの制作 ※3性格診断や部署とのマッチングなど

POINT

- 現在最も活用されている業務は「メールや議事録、資料の作成」54%、「文書の校正」48%と文書関連が上位を占めます。
- 一方、今後の活用意向では「社員教育・研修などの人材育成」と「カスタマーサポート（チャットなど）」がいずれも現状比+6ptと最も伸びが大きく、文書作成以外への活用拡大が期待されています。

生成AI活用は、社員間のAIスキル格差が最大の課題

Q. 生成AIを業務に活用する際の課題は？
(当てはまるものすべてを回答)



POINT

- 最大の課題は「使いこなせる社員とそうでない社員の差が大きい」49%で、社内の「AIデバイド」が深刻化しています。
- 「生成AI頼みでスキルが育たない恐れ」39%、「情報の正確性への懸念」33%も高く、導入だけでなく適切な利活用のための教育・ルール整備が急務です。

Q. 社員全員に生成AIの活用を促すための取り組みや、生成AIを業務に活用するうえで困難を感じる点など、研修担当者さまの経験を教えてください。

生成AIの活用を促すための仕組み・取り組み

社内ルール・ガイドラインの作成

- 全社ルールやガイドラインを整備し、入力禁止情報や利用可能範囲といった利用ポリシーを明確化した。(関東・建設業)
- 生成AIを一律禁止するのではなく、安全に使えるように最低限必要なルールを定めた。例えば、機密情報は入力しないこと、生成された内容を社外に公開する前に人間が確認することなど。利用可能なツールも会社として決めた。(北海道・サービス業)

活用事例の検討・共有

- 現場での活用事例を社内のポータルサイトやSNS、研修などで共有し、リテラシーの平準化を図っている。(関東・IT系)
- 生成AIへの指示文テンプレートを配布、共有(例えば、議事録生成や文書の要約など)。生成AIを使って何をすればいいかわからないという意識をなくするのが重要だと思う。(関東・製造業)

研修やコンサルタントへの委託

- 基本的にワンウェイではなく、ワークショップ形式の研修を実施。参画意識を高めることで、実りあるものにする。(関東・製造業)
- 外部委託による研修を行い、周知を図っている。(九州・運送業)
- 専門コンサルタントの活用。(近畿・建設業)

活用するうえで困難を感じる点

社内ルールや取り決め不足

- 社内での取り決めが全くされておらず、活用は個人任せ。問題が生じた場合の責任の所在が曖昧になっている。(関東・サービス業)

個人・部署間での格差

- 生成AIへの指示をうまく文章化できる人は良いが、文章化が苦手な困っている人もいる。(近畿・旅行業)
- 事務的な場面での活用は進んでいるが、対面営業が主となる部署ではまだまだ未活用。営業部でも使えるようにしたい。(近畿・金融業)

セキュリティ・情報漏洩への不安

- 生成AIをいろいろな業務に使っていきたいが、セキュリティに不安を感じ、どこまでの内容を入力してよいか迷う。(近畿・金融業)
- 活用は議事録作成などに留まっている。情報漏洩の可能性があるため、積極的な活用の波に乗っていない。(関東・サービス業)

その他

- 主に文書作成に活用。作業は楽になったが誤りも多く、確認作業に時間がかかる。(九州・金融業)
- 定型業務の処理に生成AIを活用すべきだと思うが、リードする人材がならず、活用が進んでいない。(関東・不動産業)



「研修の改革」が、

社員の未来を、企業の未来を、そして、
日本の未来を変える。



企業を取り巻く環境が目まぐるしく変化する中で、社員研修の重要性が再び注目されています。
そのような状況下で、本資料が少しでも人事・研修担当者さまのお役に立てれば幸いです。

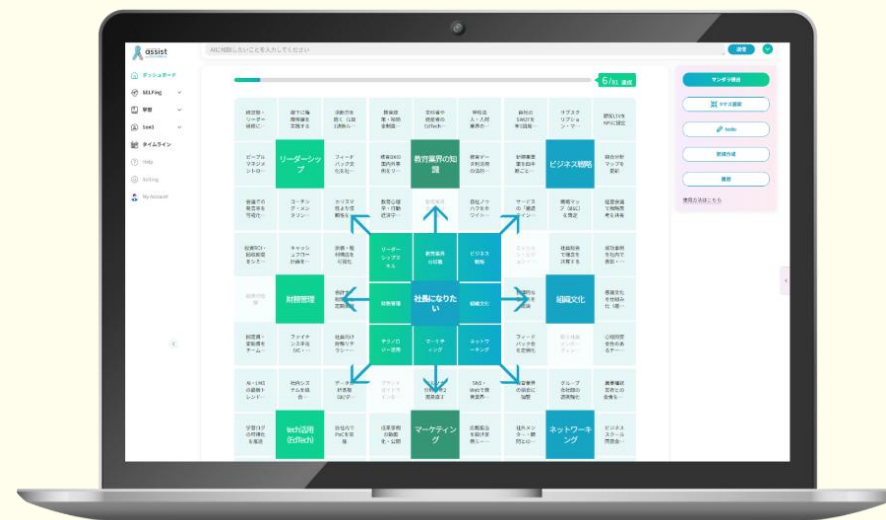
1985年から日本の教育を支えてきた
ヒューマンアカデミー。

私たちが辿り着いた答えは、単なる学
習管理システムではなく、**AIが「成長に
伴走する」プラットフォーム**でした。



従来のシステムでは難しかった「一人ひ
とりに最適化された育成」を、アシビズ
(assist for business) が実現しま
す。

**担当者様の負担を減らし、社員の自
走を支える。**
**データがつながり、新しい人材育成の形
です。**



Human Academy assist
for business



サービスの詳細はこちら

<https://biz.athuman.com/assist/>

会社概要

会社名	ヒューマンアカデミー株式会社
設立	2010年4月
資本金	1,000万円
代表者	田中知信
株式	ヒューマンホールディングス（証券コード：2415）子会社
本社所在地	東京都新宿区西新宿7-8-10オークラヤビル5階

事業内容

- 法人向け企業研修事業
- 行政向け業務受託事業
- ウェールズ大学 トリニティセントデイビッド MBAプログラム
- 社会人教育（通学講座/通信講座/eラーニング）
- キッズ・ジュニアスクール児童教育&FC事業
- 学童保育事業
- 通信制高校（教育連携校）
- 全日制専門校
- 海外進学・留学サポート事業
- 外国人向け日本語教育事業
- カルチャースクール事業
- コマース事業
- 保険代理店事業

ヒューマンアカデミーの企業研修サービスとは？

800以上の研修コンテンツと2,270名以上の在籍講師によるカスタマイズ研修が可能です。
また、人材開発支援助成金の事業展開等リスクリング支援コースの申請サポートによるIT・DX研修も提供しています。

ホームページ：<https://biz.athuman.com/>



企業価値と人的資本価値を上げる
ヒューマンアカデミーリスティング研修

本文書は、ヒューマンアカデミー株式会社が著作権その他の権利を有します。当社の許可なく複製し利用すること、また漏洩することは「著作権法」「不正競争防止法」によって禁じられております。