

デジタルバッジ発行に関する 調査報告書

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

目次

調査概要

P.4

サマリ

1. 4割がデジタルバッジを発行、用途は「コース修了証」「資格認定証」「スキル証明書」など P.6
2. 3割が“導入メリット不明”でも「デジタルバッジは今後の教育・ビジネスに必要」88.2% P.7
3. 課題は「活用方法がわからない」など。有効な事例の共有、社会浸透がカギ P.8

調査結果

P.9

調查概要



調査概要

調査目的	企業や大学におけるデジタルバッジの発行状況や担当者の意識を調査し、課題と今後の動向を探る
調査手法	アンケート専用サイトを用いたWebアンケート調査
調査期間	2024年11月25日～11月27日
調査対象者	企業の人事・教育部門責任者および研修担当者、大学の経営者層・職員、教育事業者の経営者層・運営担当者、資格認定団体の代表者・運営担当者 (いずれもデジタルバッジを知っていると回答した人のみ)
有効回答数	100名
実施主体	eラーニング戦略研究所

サマリ



1. 約4割がデジタルバッジを発行、用途は「コース修了証」「資格認定証」「スキル証明書」など

- 1 デジタルバッジを知っていると回答した人のうち37%が「デジタルバッジを発行している」、39%が「発行を検討している」。
- 2 内訳としてはデジタルバッジを知っていると回答した人のうち、企業の38.6%、大学の46.7%がデジタルバッジを発行している。
- 3 教育事業者や資格認定団体におけるデジタルバッジ発行率は20%に留まるものの、50～80%が発行を検討しており、全体的にデジタルバッジへの関心の高さや導入に前向きな姿勢が伺える。
- 4 デジタルバッジの発行用途は「研修などのコース修了証として」52.6%が最多。次いで「資格の認定証」42.1%、「スキルの証明書」40.8%、「受講・出席の証明書」27.6%としても発行、または発行を検討されている。
- 5 デジタルバッジを発行する目的は「社内人材育成や人材配置」が最多で61.8%。次いで「スキルアップや転職支援」17.1%、「資格やコースの認知度向上」7.9%など。

2. 約3割が“導入メリット不明”でも88.2%が「デジタルバッジは今後の教育・ビジネスに必要」

- 6 デジタルバッジは「DX推進」26.3%、「タレントマネジメントの実現」25%などのメリットをもたらすと期待されている。
- 7 実際にデジタルバッジの活用により「優秀な人材採用とコスト削減を実現(企業)」「社員の能力向上につながった(企業)」「生徒の勉強への姿勢が変わった(大学)」「作業費を大幅削減できた(大学)」などの効果が報告されている。
- 8 一方で、すでにデジタルバッジを発行している、もしくは発行を検討しているにも関わらず、「特にメリットはない」と回答した人が30.3%に上る点が注目される。
- 9 すでにデジタルバッジを発行している人、発行を検討している人の88.2%が「これからの教育・ビジネスにデジタルバッジは必要」と回答。
- 10 以上の結果より、デジタルバッジの具体的な効果やメリットを実感できていない人が一定数存在するものの、デジタルバッジは今後欠かせないものであるとの認識が多数派であることが伺える。

3. 課題は「活用方法がわからない」など。有効な事例の共有、社会浸透が今後のカギ

- 11 デジタルバッジ活用に向けた課題は、「有効な活用方法がわからない」14.5%、「導入方法がわからない」「導入・発行の手間」13.2%など。有効な活用方法や事例の共有、社会浸透が求められている。
- 12 しかしながら、「課題はない」43.4%が最多であり、導入や発行のハードルはさほど高くないものと考えられる。
- 13 今後のデジタルバッジ戦略としては、「デジタルバッジの認知度アップ」「他社・他校との連携」「バッジの種類増加」など、さらなる利用拡大が模索されている。

本調査報告書では、便宜上、企業の人事・教育部門責任者および研修担当者の回答を「企業」、大学の経営者層・職員の回答を「大学」、教育事業者の経営者層・運営担当者の回答を「教育事業者」、資格認定団体の代表者・運営担当者の回答を「資格認定団体」と省略して掲載します。企業や大学、教育事業者、資格認定団体の見解や組織を代表する意見ではなく、あくまでも個人の回答であることをご了承ください。

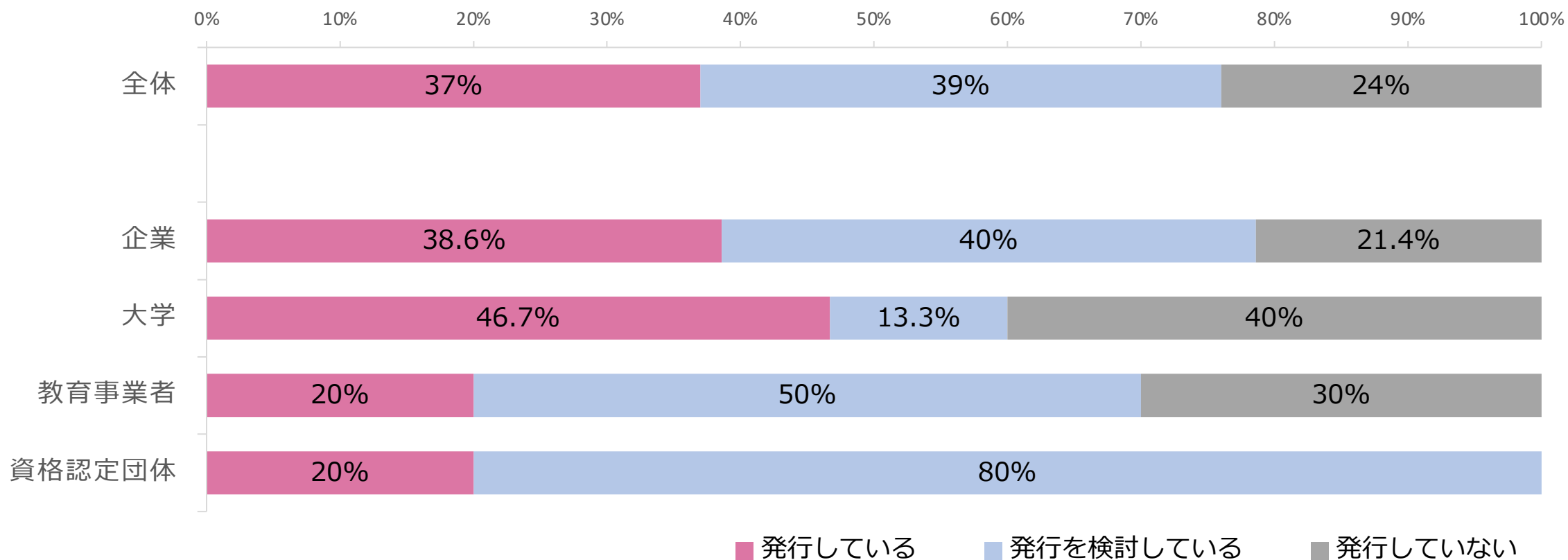
調查結果



調査結果

1. デジタルバッジの発行状況

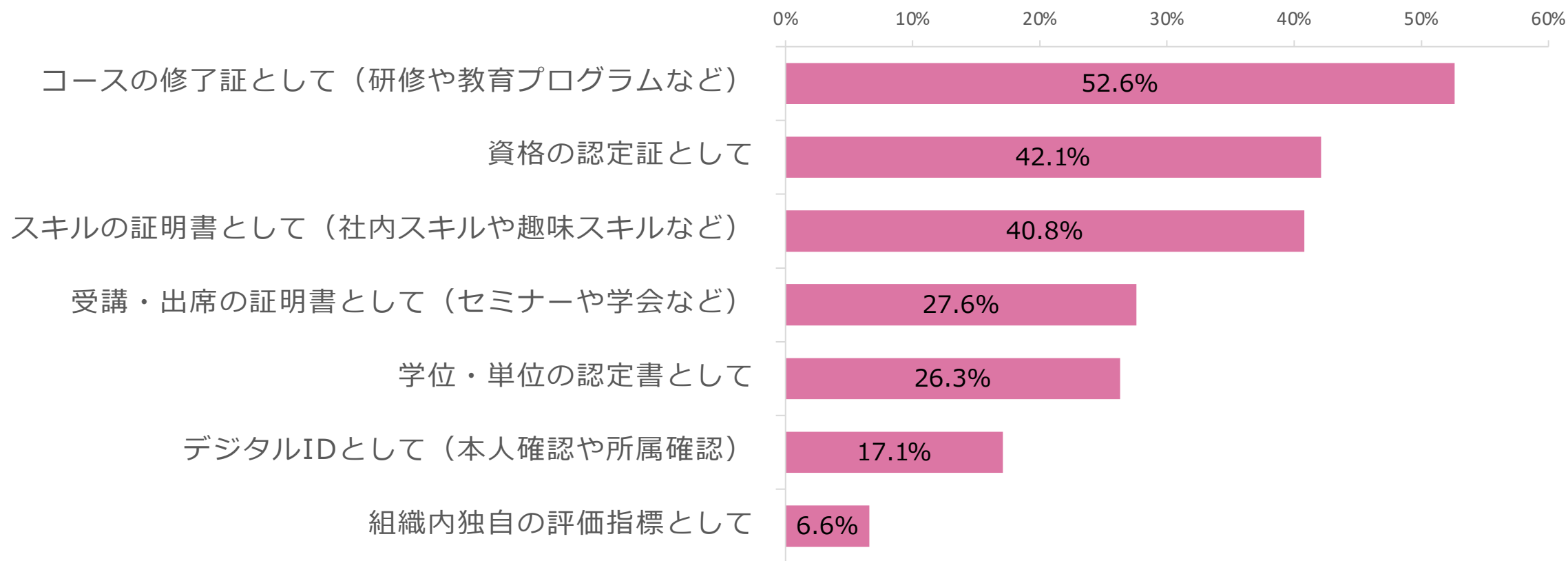
デジタルバッジを知っていると回答した人のうち、企業の38.6%、大学の46.7%がデジタルバッジを発行している。教育事業者や資格認定団体における発行率は20%に留まるものの、発行を検討している人は50～80%を占める。



Q : あなたの所属する組織ではデジタルバッジを発行していますか？ (n=100)

調査結果 2. デジタルバッジの用途

発行用途は「コースの修了証」52.6%が最多。次いで「資格の認定証」「スキルの証明書」としても多く発行・活用されている。

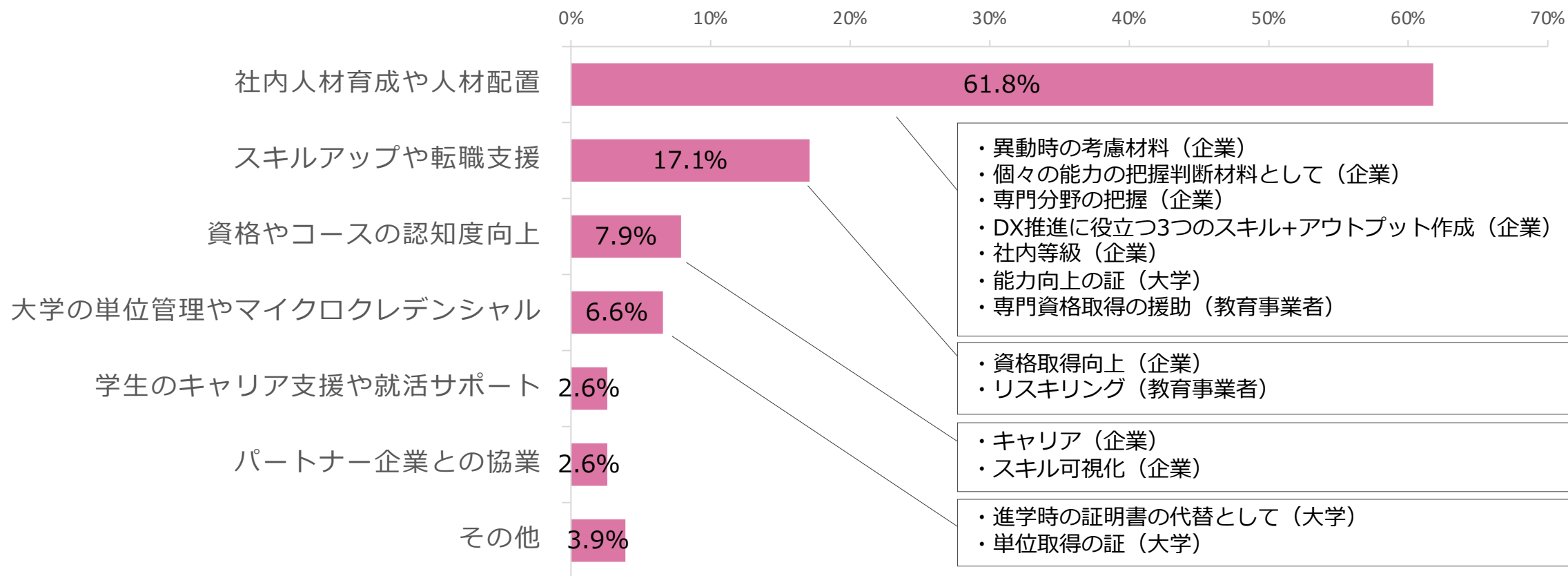


Q：デジタルバッジの用途について近いものをお答えください。発行を検討している人は近いものをお答えください。（複数回答）（n=76）

調査結果

3. デジタルバッジの発行目的

発行目的は「社内人材育成や人材配置」61.8%が最多。具体的には「異動時の考慮材料」「個々の能力の把握判断材料」など。

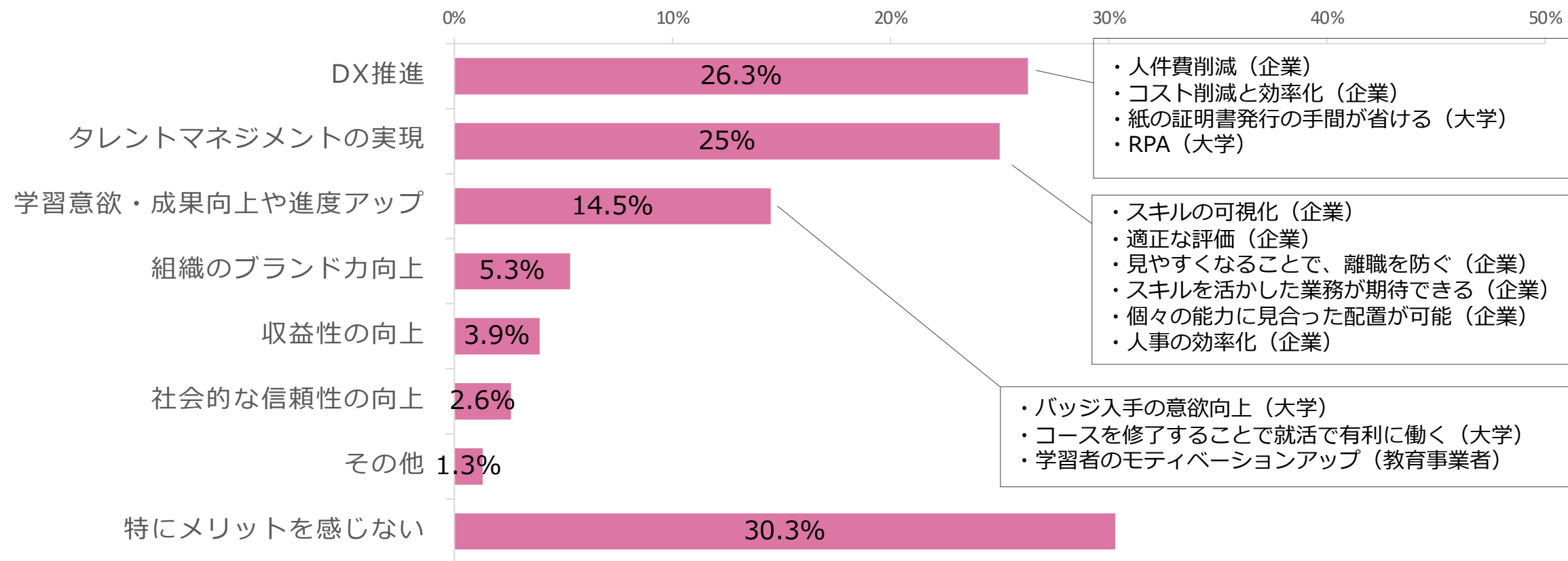


Q：デジタルバッジを発行する目的について近いものをお答えください。発行を検討している人は近いものをお答えください。（複数回答）（n=76）

調査結果

4. デジタルバッジの効果・メリット

デジタルバッジの発行は、「DX推進」や「タレントマネジメントの実現」という効果をもたらすと捉えられている。一方で、「特にメリットを感じない」が3割に上る点が注目される。



Q：デジタルバッジの発行・活用により、組織としてどんな効果やメリットが期待できますか？（複数回答）（n=76）

調査結果

5. デジタルバッジが役に立ったエピソード

- 優秀な人材の採用とコスト削減を実現（企業）
- 社員の能力向上につながった（企業）
- 技能が分かりやすくなりました（企業）
- モチベーションが上がった（企業）
- 仕事が早く進んだ（企業）
- 思った人材を採用するため（企業）
- 残業低減（企業）
- スマホに入り持ち運びやすく、他のサービスでの利用も行える
- 紙の発行が必要ない（企業）
- シンプルに便利だから（企業）

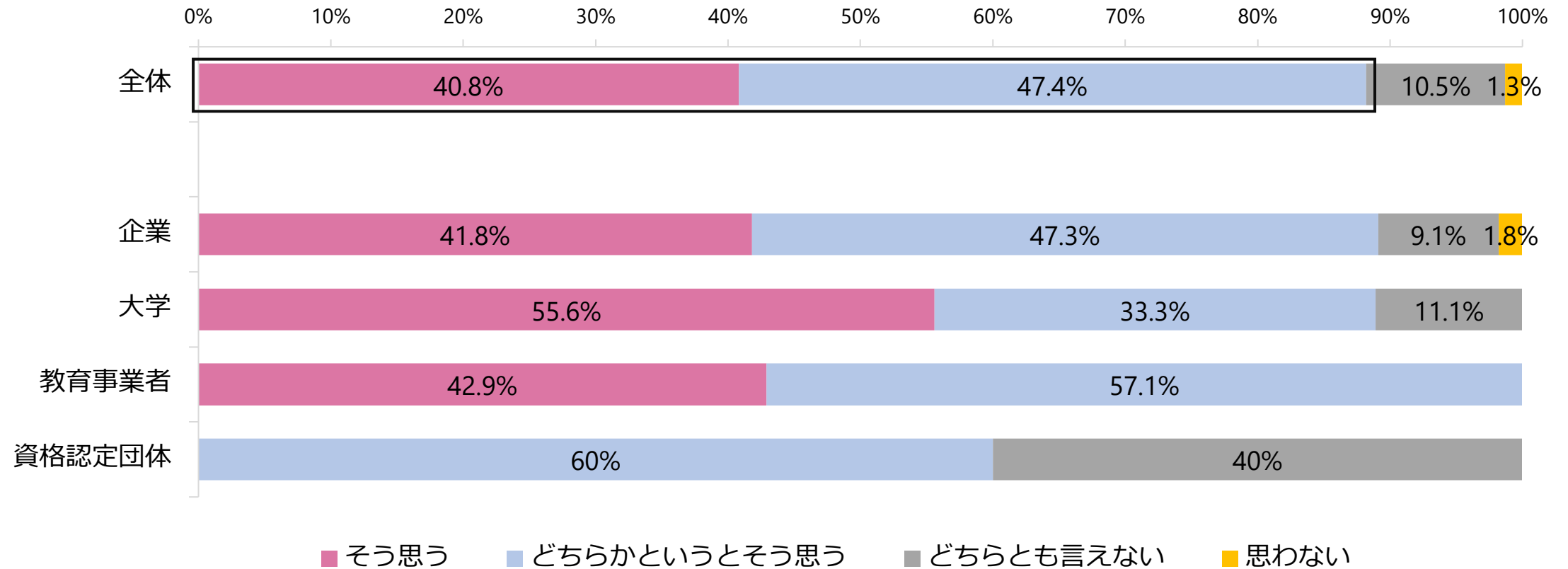
- 生徒の勉強への姿勢が変わった（大学）
- 職務遂行能力を客観的に評価できる（大学）
- 作業費を大幅削減できた（大学）
- 使いやすいこと（大学）
- 説明がわかりやすくなる（教育事業者）
- モチベーションの維持（教育事業者）
- 気軽に発行できる点（資格発行団体）

Q：デジタルバッジの利活用で良かった（役に立った）と感じたエピソードを教えてください。（自由回答）（有効回答数22）

調査結果

6. デジタルバッジはこれからの教育・ビジネスに必要なか

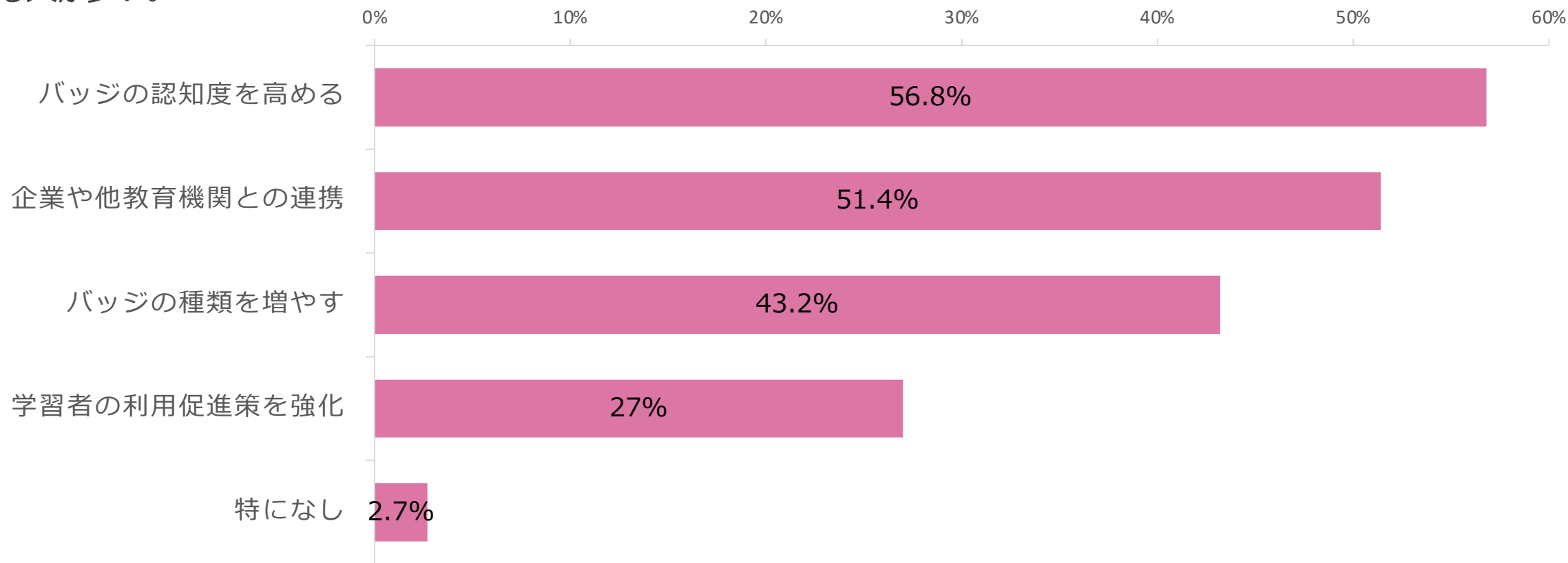
すでにデジタルバッジを発行している人・発行を検討している人の88.2%が「デジタルバッジは必要」と回答。



Q： デジタルバッジは、今後教育やビジネスを行っていく上で必要になってくると思いますか？ (n=76)

調査結果 7. 今後のデジタルバッジ戦略

認知度アップや他社・他教育機関との連携、バッジの種類増加など、さらにデジタルバッジを活用していきたいと検討している人が多い。

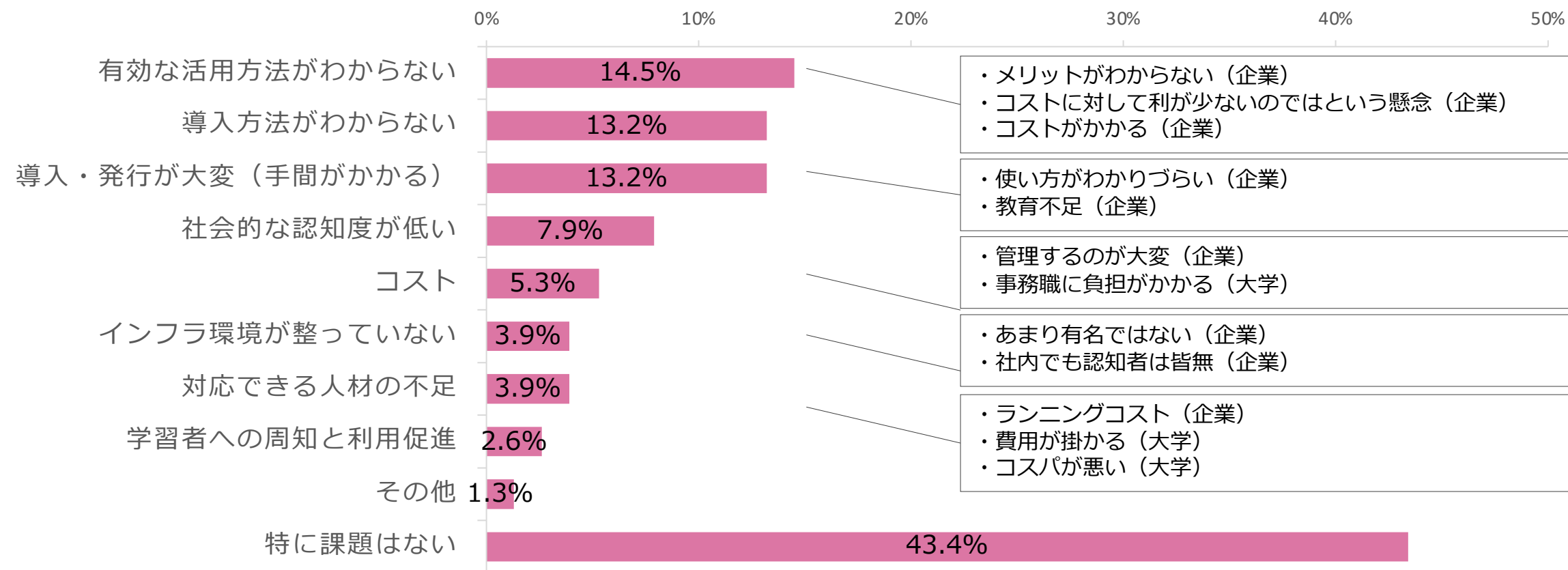


Q：今後、デジタルバッジの発行をどのように拡大・改善したいですか？（複数回答）（n=37）

調査結果

8. デジタルバッジ活用に向けた課題

すでにデジタルバッジを発行している人および発行を検討している人にとって「課題はない」が半数近くという結果になった。一方、課題としては「コストに対して利が少ない」「あまり有名ではない」といった意見も見られる。

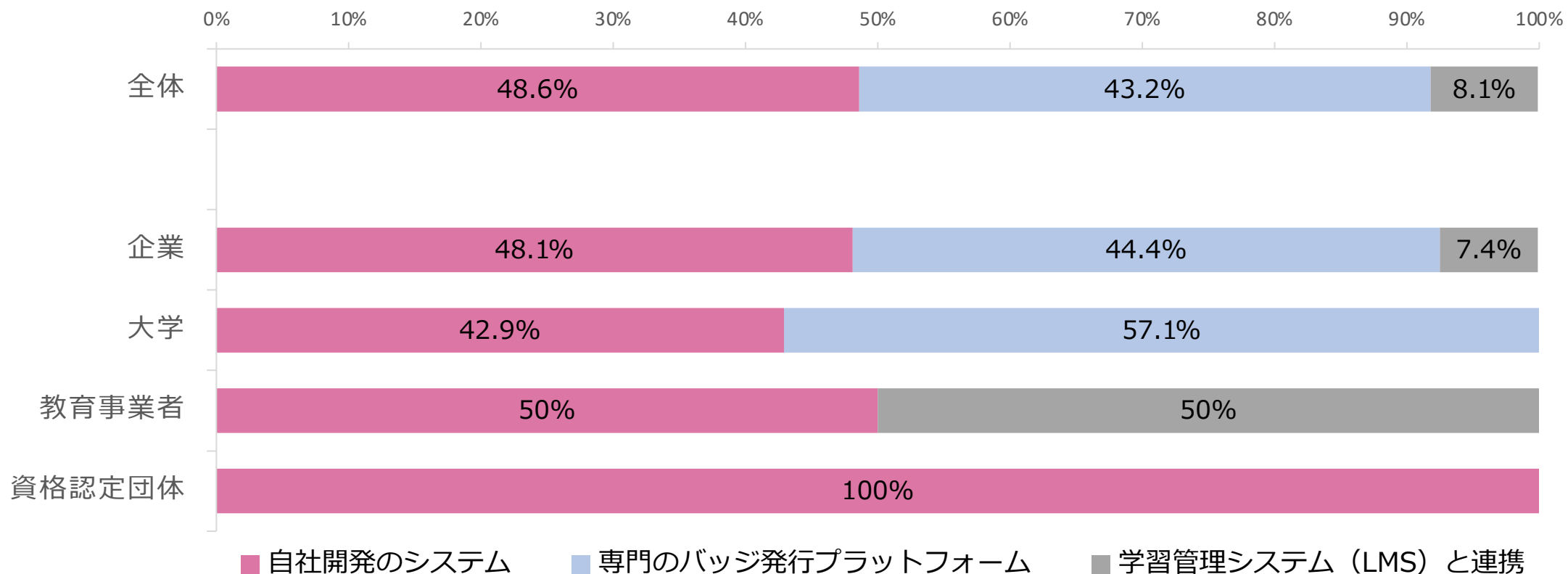


Q：デジタルバッジ導入・発行する際の主な課題は何ですか？（複数回答）（n=76）

調査結果

9. デジタルバッジの発行プラットフォーム

デジタルバッジの発行は「自社システム」と「専門のバッジ発行プラットフォーム」の2つに大別される。

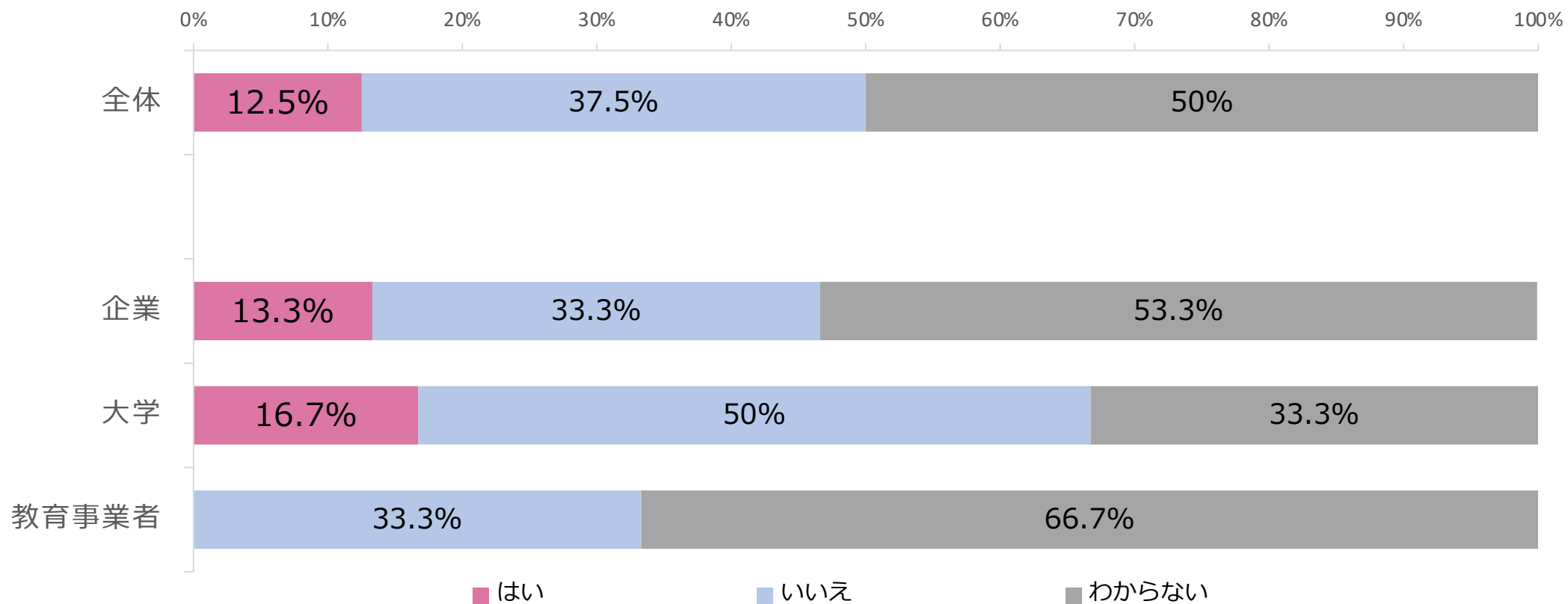


Q : デジタルバッジの発行に使用しているプラットフォームは何ですか？ (n=37)

調査結果

10. 今後デジタルバッジを発行したいか（非利用者対象）

87.5%が「今後も発行しない」「わからない」と回答。「発行したい」の12.5%を大きく上回る結果となった。



Q：現在デジタルバッジを発行していない人にお聞きます。今後、デジタルバッジを発行したいと思いますか？理由もお答えください。(n=24)

調査結果

10. その理由（非利用者対象）

▼はい（発行したい）の理由

- 認定される証明になるので（企業）
- なんとなく良さそう（企業）
- やる気に繋がりそうだから（大学）

▼いいえ（発行しない）の理由

- 必要ないので（企業）
- 必要性を感じない（企業）
- 技術的に、また事務的に対応できないから（企業）
- 価値を感じられない（大学）
- 業種的に発行をしないものだと思うから（大学）
- 特にデジタルを必要としない職場だから（教育事業者）

▼わからないの理由

- 費用対効果が見込めない（企業）
- 今のところは不自由もしていないので（企業）
- 必要なのかわからない（企業）
- 利点が見えない（企業）
- どの程度効果があるのか不明だから（企業）
- 管轄外（大学）
- デジタルバッチに該当するような開発や取り組みを行っていない（教育事業者）
- 効果がよくわからない（教育事業者）

Q：デジタルバッジの利活用で良かった（役に立った）と感じたエピソードを教えてください。（自由回答）（有効回答数20）

デジタルバッジ発行に関する調査報告書

デジタル・ナレッジ 調査



2025年1月発行

発行元：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

<https://www.digital-knowledge.co.jp/>

(禁無断転載・転用・複写)