

| 認 | 定 | 社 | 内 | 検 | 定 | 活用事例集

～持続的な人材育成の仕組みづくりに向けて～



< 社内検定認定制度とは >

社内検定認定制度とは、個々の企業や団体が、そこで働く労働者を対象に自主的に行っている検定制度(社内検定)のうち、一定の基準を満たしており、技能振興上奨励すべきであると認めたものを厚生労働大臣が認定する制度です。



はじめに

経済のグローバル化や少子高齢化の進行に伴い労働力人口が減少する中、持続的な経済成長を実現するためには、個々の労働者が主体的に能力を発揮・向上していける環境を整えることが重要です。

このような状況にあって社内検定は、企業内での労働者の主体的な能力開発を促し労働生産性を高めるために有効なものであり、「日本再興戦略 改訂 2015」(平成27年6月30日閣議決定)においても、「実践的な企業単位の社内検定(中略)に取り組む業界団体や企業等に対する積極的な支援を進める」こととされました。これに基づいて厚生労働省では、社内検定を構築し認定を受けようとする企業や業界団体等に対し、諸々の支援を行っています。

本冊子はその一環として、社内検定を通じた人材育成や職場の活性化を実現している企業や団体の事例に基づき、厚生労働省がこれまで認定してきた社内検定とは実際にはどのようなものであるのか、またどのように構築していくのか、その一端をご紹介します。

社内検定認定制度とは

社内検定認定制度とは、個々の企業や団体が、そこで働く労働者を対象に自主的に行っている検定制度(社内検定)のうち、一定の基準を満たしており、技能振興上奨励すべきであると認めたものを厚生労働大臣が認定する制度です。

社内検定認定制度は、労働者が職業上必要とする知識や技能をどの程度身につけているかを検定によって適正に評価することにより、労働者の職業能力の開発を促し、労働生産性を高め、それによって労働者の経済的・社会的地位の向上を図ることを目的としています。

目次

- はじめに 02
- 社内検定認定制度とは 02
- 認定社内検定導入の効果 05
- 活用事例の紹介

製造系企業における活用事例

技能検定をはじめとする国家検定ではカバーできない、企業独自の職種や部門で社内検定を構築している企業があります。

- 【事例1】株式会社デンソー 07

(国家)技能検定と社内検定を組み合わせ、社内の全ての製造職種において技能向上のための目標設定と評価の仕組みを構築

- 【事例2】ヤンマー株式会社 09

社内検定で技術対応力を向上させ、顧客との信頼関係を構築
社内検定と人事制度を連携させることで従業員に受検を推奨

- 【事例3】トヨタ自動車販売店協会 11

社内検定制度を「人材育成」の一環として位置づけ、営業スタッフのモチベーション向上や後輩指導のためのツールとして活用

- 【事例4】日野自動車株式会社 13

実技試験にケーススタディを取り入れることで、
製造業的でない場の技能の検定に取り組んだ例

- 【事例5】ジャトコ株式会社 15

国の技能検定にはない職種で社内検定を構築することで、従業員のキャリア目標を明確にするとともに、顧客に対して品質の信頼性をアピール

サービス系企業における活用事例

サービス業において技能を「見える化」することで、サービスを標準化して品質基準を担保するための社内検定を構築している企業があります。

- 【事例6】イオン株式会社 17

技能の標準化により、全国どの店舗においても、
同様のサービスを安全かつスピーディーな提供が可能に

- 【事例7】株式会社カネボウ化粧品 19

より専門的な美容知識・技能を身に付け顧客に合わせた美容アドバイスが出来る
ビューティカウンセラーを育成、顧客対応力の向上を実現

- 【事例8】花王カスタマーマーケティング株式会社 21

接客対応的な要素を持つ技能の検定が従業員のスキルアップ・モチベーションアップにつながった事例

- 【事例9】株式会社コーセー 23

業界内で社内検定整備が進む中、顧客自身にメイク方法を身につけてもらう独自の技能を評価することで、顧客満足度を向上させる社内検定として活用

中小企業・業界団体等における活用事例

独自の社内検定を構築することで、他社との差異化を図ったり、
持続的な人材育成をしている企業・団体があります。

【事例10】株式会社互省製作所	25
単独の中小企業としては初めての認定 製品製造プロセスを保証する不可欠な制度として、社内検定を効果的に運用	
【事例11】アメニティネットワーク技能検定協会	27
社内検定を通じて「トイレ診断士」という職種の認知及び ブランド力が向上した事例	
【事例12】日本ロックセキュリティ協同組合	29
消費者にとって品質がわかりにくい「鍵・錠の取り付けサービス」の技能を見える化し、 検定化することで品質の証明に活用	
【事例13】ビケ足場仮設事業協同組合	31
建設現場における技能の標準化と教育体制の確立により、 若手従業員のモチベーション向上に寄与し、顧客や求職者からの評判も向上	
【事例14】今治タオル工業組合（旧四国タオル工業組合）	33
「今治タオル」の品質を維持するためのタオル製造の人材育成に寄与し、 ブランド力向上と組合内の連携強化にも寄与	
【事例15】管清工業株式会社	35
従業員の発案による社内検定の構築により、モチベーション向上、 技能の標準化を図るとともに、継続的な勉強の場づくりに成功	
●相談開始から認定取得までのステップ	37
社内検定の認定申請の準備と手続きをダイジェストで紹介	
●認定社内検定事業主一覧	39

認定社内検定導入の効果



技能の見える化・標準化

社内検定を導入する過程で、従業員が仕事をする上でどのような知識・技能が必要なのかが整理され、明確になります。これを元に技能の標準化を進め、品質管理や業務プロセスの向上に役立っている企業もあります。

導入企業・団体の声

- 従来、各従業員が自己流で行っていた技術を標準化することができた。どの店舗でもサービスや商品の一定レベルを担保することによって、当社のスタンダードを示し、顧客の安心感につなげることができている。
- かつては「背中を見て学ぶ」というスタイルであったが、身につけるべきことを標準化して示すことができるようになった。
- 対象となる従業員の技能レベルを明確にできた。



従業員のモチベーションアップ

社内検定をキャリア形成や能力開発の指針としたり、処遇決定の基準とすることで、従業員に対し、社内が必要となる知識・技能の習得を促すことができます。また、社内検定での合格が自信となり、従業員が生き生きと仕事に取り組めるようになったとの声もあります。

導入企業・団体の声

- 従業員の技能に対する誇りや更なる技能蓄積、就労に対するモチベーションにつながっている。
- 資格取得という目標に対して、知識や技能を身につける努力をするようになったことに大きな意義がある。
- 従業員の継続的な勉強の場をつくることができた。



知識や技能・技術の向上

社内検定を通じて従業員の能力開発が進むことで、実際に企業全体としても技能のレベルが向上しているという企業もあります。

導入企業・団体の声

- 知識や技能が身についたかどうかの確認ができるため、人材育成としての効果が高い。
- 社内検定を受検させることによって技術力が1ランク上がる。
- サービスの対象となる知識や技能の向上につながっている。



若手従業員の定着・新入社員の採用

社内検定を通じて従業員の目指すべき人材像を明らかにすることで、従業員の定着を高めることができます。また企業が人材育成に注力していることや、企業内での経験や実績、技能や知識の蓄積に基づく評価を行っていることをアピールし、人材確保や定着率向上につなげることができます。

導入企業・団体の声

- 社内検定を通じて将来のイメージを持つことができ、若手人材確保、定着の一助となっている。認定を受けていることが、保護者や学校の先生の信頼感を高めている。
- 受検者間で、良い意味でのライバル意識や仲間意識が醸成され、定着率の向上につながっている。
- 従業員の継続的な勉強の場をつくることができた。

サービスの対象となる知識や技能の向上につながっている。

認定を受けていることは、顧客に対するアピールになっている。

— などの多くの声をいただいています。



社内の技能評価への 権威づけ

国による認定を受けることにより、社内での技能評価に権威と客観性を持たせることができます。

なお、認定を取得した企業・団体は、パンフレットや合格者の名刺などに「厚生労働省認定」と表示することができます。

導入企業・団体の声

- 従業員が自分の経歴をまとめる際に、公に認知されている経歴が記載できることの意義は大きい。
- 国から認められている試験基準であるため、簡単には変わらないという安定感がある。
- 社内検定制度を国に認められているのは当社の誇りである。



業界内での 地位向上・差異化

国の認定を受けた社内検定を実施していることが、企業の社会的評価や信頼感につながり、業界内での地位向上に役立っているという声もあります。

導入企業・団体の声

- 認定を受けたことによって、業務の認知度や価値が高まり、仕事がやりやすくなっている。
- 業務自体は届出等なしに誰でも始められるものであり、業界内に資格がたくさんある。認定を受けていることが業界内での差異化につながっている。



顧客の評価

従業員の職業能力のレベルの高さや、自社に特有の技能・知識があることを顧客にアピールし、ブランド化による企業価値や顧客満足度の向上、ひいては業績アップにつなげている企業もみられます。

導入企業・団体の声

- 認定を受けていることは、顧客に対するアピールになっている。
- 検定に合格した従業員がつけているバッジを見て、関心をもった顧客から声かけがある。
- 新しくサービスを利用する時に、事前に会社のホームページをチェックしたり、口コミ情報を調べるが多くなってきた中、認定を受けていることはメリットになると思う。



広報効果・ 企業ブランドの向上

認定を受けた企業・団体は、ロゴマークをパンフレットや合格者の名刺などに使用することができ、社内検定の広報効果、企業ブランド力のアップなどにつなげることができます。

導入企業・団体の声

- 名刺にロゴマークを印字したことで、顧客に関心をもたれ、自社の社内検定の認知度向上につながっている。現在、ロゴマークを使用したバッジを作成している。
- ロゴマークを活用することで、知識や技能が身についていることの顧客に対するアピールとなり、従業員のモチベーションにつながっている。

case
01

(国家)技能検定と社内検定を組み合わせ、
社内の全ての製造職種において技能向上のための
目標設定と評価の仕組みを構築

株式会社デンソー

- ◆名称…デンソー社内技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…15職種
- ◆認定年月…昭和60年3月
- ◆受検者数…約1,000人／年
- ◆合格者数(累計)…1級16,221人、2級17,441人(延べ人数、平成28年3月現在)

- ◆社名
株式会社デンソー
- ◆設立年
昭和24年
- ◆本社所在地
愛知県刈谷市
- ◆業種
自動車部品製造業
- ◆従業員数
38,490人
(平成28年3月現在)

製造部門で必要とされる全ての技能について、(国家)技能検定が整備されている技能については(国家)技能検定を、自社業務に独自で必要となる技能については、「デンソー社内技能検定」(以下「社内技能検定」という。)を組み合わせ補完することで、全ての従業員が検定を通じて技能向上を図ることが出来る仕組みを構築している。

(1) 社内検定制度の概要

株式会社デンソー(以下「デンソー」という。)は、社内技能検定を昭和47年に構築し、昭和60年に厚生労働省の第1号認定を受けている。

社内技能検定は、(国家)技能検定の対象となっていない社内の技能職種全てを対象としており、社内技能検定と(国家)技能検定で、デンソーの技能をほぼ全て包含するように制度化されている。

デンソーの従業員が取得している(国家)技能検定は54作業にのぼるが、その対象となっていない技能をカバーするために38職種(うち厚生労働大臣認定は15職種)の社内技能検定を有している(平成29年1月時点)。現在デンソーに在籍する技能者は22,000人強だが、(国家)技能検定の延べ取得者数は18,000人弱、社内技能検定の延べ取得者数は33,000人強におよび、デンソーの人材育成施策のひとつとして定着している。

(2) 背景・目的

高品質の製品を作っていくために、高いスキルや業務に関する知識を持つ従業員が求められている中、スキルレベルを客観的に測ることが出来る(国家)技能検定を取得する従業員と、業務に関連する検定職種がない従業員がおり、アンバランスが生じていた。そのため、実際の生産工程に携わる従業員にとって、

(国家)技能検定と同じ役割を果たし、目指すべき方向性を示し、ステイタスを与える資格を、社内技能検定として作ろうとした。

現状では、(国家)技能検定と社内技能検定の両方で、社内の製造工程で必要とされる技能をほぼカバー出来、全従業員が何らかの技能資格を持てる仕組みが出来てきた。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

技能職種全てをカバーすると言っても、職種範囲の設定は難しい。現状では製品単位での職種を基本としている。

会社全体の中での仕事をどう切り分けるか、従業員の技能を評価するためにどの程度の粗さ・細かさの職種にするかを意思決定しなければならない。究極の姿を求めれば個人ごとの社内検定が必要になる上、製品によっても職種の切り分け方が変わる難しさがある。各製品の生産工程における職務とそれに必要な技能を丁寧に分析し、社内組織の構成も考慮して職種を設定している。

②認定後

社内技能検定の各職種は、デンソーグループの人材育成機能である「株式会社デンソー技研センター」が事務局となり、製造部門を中心とした分科会を組織して運営されている。全社横断的な技能の場合は共通委員会を設けて運営している。また分科会・共通委員会のトップは工場長が担当し、具体的な運営は課長、係長、各職場の技能教育担当者が担っている。

実技試験は、現場が主体となり事務局がそれを支援する。職場ごとの分科会には検定委員、補佐員を設け、問題の作成、採点などを行っている。一方、学科試験は事務局が統括して運営している。全職種で試験は毎年1回必ず実施している。繁忙の製造現場からは試験準備・開催の余裕がなく、1年間の休止を求められることもあるが、一度試験をやめたら技能伝承もストップすると考え、繁忙期も社内技能検定を維持運用することで検定制度の定着化を図ってきた。

各職種の分科会で試験内容の見直しは随時検討しており、時流に合わせて変えるもの変えないものを見極めている。例えば、従来の枠組みにない業務が発生したことで「3次元モデリング」職種を開発したり、新規事業の立ち上げに伴い「走行製品組付」や「EHV製品組付」職種を新設してきた。また、製品の進化、製造方法の進化に対応して試験内容を改訂している。



(4) 人事制度・待遇面との連携

社内技能検定と経営施策や人事施策とのリンクは明文化されてはいないが関連はしている。各職務ごとに「求められるスキルの基準」が作成されており、その基準から評価する能力項目が導き出されている。製造部では社内技能検定の試験結果が能力確認の一手段になっており、その点では能力評価の中に社内技能検定が組み込まれていると言える。

デンソーでは多くの従業員が社内技能検定を取得することが社風として定着しており当然のことと受け止められているが、その目的は検定受検を通じた技能向上であり、検定取得だけが目的化することのないよう啓蒙に努めている。

(5) 構築の効果・メリット

認定社内検定の運用を通じて、デンソーが人材育成に力を入れていることが公に認知されることは、デンソーが組織的に技能レベルの向上に努め、ひいては品質レベルも高い企業であるというブランディングにつながると考えている。

従業員の能力開発には様々な方法があるが、検定試験として実施することは人材育成としての効果が高い。自己啓発意欲が高まり、技能が身についたかどうかの確認が出来る。特に若手社員の場合、技能向上のために何をすれば良いか迷うことがあるが、そのような時、社内技能検定に合格することを目標にさせている。そうすることで必要な基礎知識やスキルの獲得が進む効果がある。デンソーとしても技能レベルの管理方法として社内技能検定を運用していくことで、どの製造部門でも技能レベルの担保が出来ると考えている。

厚生労働省の認定を取得することの意義も大きい。試験基準などを国から認められることにより、安易な修正は出来なくなるので、制度として強固で崩れない、権威のある持続的な制度として運用出来るようになるというメリットもある。

なお、社内技能検定はデンソーの制度を厚生労働省が認定するものだが、愛知県には社内検定の合格者個人を県知事名で認める制度がある。従業員が自分の経歴をまとめる際に、公に認知されている経歴が表れることの意義は大きい。

case 02

社内検定で技術対応力を向上させ、顧客との信頼関係を構築
社内検定と人事制度を連携させることで従業員に
受検を推奨

ヤンマー株式会社

- ◆名称…ヤンマー株式会社農業機械社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…農業機械販売・技術サービス、
大型農業機械販売、大型農業機械技術サービス
- ◆認定年月…平成3年4月（農業機械販売・技術サービス）、
平成19年10月（大型農業機械販売、大型農業機械技術サービス）
- ◆受検者数（累計）…ヤンマー整備士1級5,130人、2級12,526人、3級3,505人
大型販売士2級1,470人、大型整備士730人（いずれも延べ人数、平成27年現在）
- ◆合格者数（累計）…ヤンマー整備士1級1,780人、2級4,155人、3級3,285人（平成27年現在）
大型販売士2級836人、大型整備士478人（平成27年現在）

- ◆社名
ヤンマー株式会社
- ◆設立年
明治45年
- ◆本社所在地
大阪府大阪市
- ◆業種
建機事業、
エネルギーシステム事業、
コンポーネント事業、
アグリ事業、エンジン事業、
マリン事業など
- ◆従業員数
3,470人
（単体、平成28年3月末現在）

国の技能検定制度（農業機械整備技能士）に加え、自社商品のメンテナンスが出来る人材を育成するために社内検定を構築。社内検定を人事制度と連携させ、資格の取得を従業員に推奨している。社内検定を通じて、従業員の技術力が向上し、顧客との信頼関係を築くことが出来るなど多くのメリットがみられる。

（Ⅰ）社内検定制度の概要

ヤンマー株式会社（以下「ヤンマー」という。）が厚生労働省の認定を受けた社内検定（ヤンマー株式会社農業機械社内技能検定）は、現在、農業全般を事業とするアグリ事業のサービスグループが運営している。

ヤンマーの社内検定は、農業機械販売・技術サービス、大型農業機械販売、大型農業機械技術サービスの3つの職種を対象としており、主な受検者は国内の農業機械及び農業関連機器の販売、サービスを担うヤンマーアグリジャパン株式会社（以下「ヤンマーアグリジャパン」という。）、ヤンマー沖縄、特販店の従業員である。合格者はそれぞれ、ヤンマー整備士、ヤンマー大型販売士、ヤンマー大型整備士と呼ばれる。

ヤンマー整備士は1級、2級、3級に分かれている。3級は、主にヤンマーアグリジャパンの各カンパニー（北海道、東日本、関東甲信越、中部近畿、中四国、九州）及び特販店の新入社員が対象で、ヤンマー農業機械の基本知識を学び、取扱操作や作業方法、トラックでの運搬、正しい工具の使い方と日常点検が出来ることが求められる。2級は、幅広い商品の特長や、取り扱いや保守点検に関する知識や技能が、規定の水準に達しているかどうかを測る。1級は、2級の内容

に加え、電装、油圧、自動装置の専門分野に対応出来る知識や技能を測る。一般の従業員が苦手とする、一見ただけでは分からない電気、油圧等の故障について原因を特定出来る、高い知識と技能が求められる。

2級は入社3年目から、1級は5年目から受検することが出来る。3級、2級の知識や技能は顧客と接する際に必要となるため、技術部門の従業員に限らず、営業部門・間接部門も受検することが出来、合格することが強く推奨されている。1級は内容が高度かつ専門的であるため、技術部門の従業員が中心に受検するものとなっている。

また、近年の農業機械の変化に伴い、担い手農家に対応出来る人材育成を目的に、ヤンマー整備士2級を取得した営業社員を対象とした大型販売士2級、ヤンマー整備士1級を取得した技術社員を対象とした大型整備士の検定を行っている。



(2) 背景・目的

農業機械については、国の技能検定制度(農業機械整備技能士)が存在しているが、それを補完する形で、自社商品のメンテナンスが出来る人材を育てるため、社内検定制度を構築した。

ヤンマーアグリ事業では、社内検定構築前から様々な研修を実施していたが、従業員が研修だけで身につけられることは限られており、成果を測ることが難しいという課題があった。また、何か従業員のモチベーション向上を図るものが必要と考え、研修受講後に社内検定にチャレンジするという、研修制度とリンクした仕組みを構築した。

(3) 構築前後の取組

① 認定前

制度の構築や申請手続き等、認定を受けるまでには大変なこともあったが、当時の担当者が何度も厚生労働省に通い調整を行い、社内での議論を重ねた結果、約2年の期間をかけて、制度を構築することが出来た。

② 認定後

現在は、ヤンマーアグリジャパン本社の担当部署に加えて、6か所のカンパニー(北海道、東日本、関東甲信越、中部近畿、中四国、九州)及びヤンマー沖縄に社内検定の担当者を配置し、試験の運営や合格率向上のための取組を実施している。

試験問題は、アグリ事業のサービスグループが作成している。2年毎に更新している練習問題集をもとに、最新の農業機械や最近の動向を踏まえた新しい問題を作成し続けることが必要であり、市場の動向やヤンマーの戦略を踏まえた見直しを行いながら作成している。最新の農業機械に関する新たな技能を身につけるため、社内検定の担当者に対する研修も年3回実施している。

また、試験の運用については、ヤンマーアグリジャパンの各カンパニー及びヤンマー沖縄で実施し、本社も含めて協力して対応している。

ヤンマーアグリジャパンの中で、社内検定は広く浸透しており、従業員の半数程度が2級を取得しているが、更なる合格率の向上が課題である。毎年学科試験が行われる11月の前は稲刈りの繁忙期と重なり、試験勉強に取り組みにくい面があるものの、練習問題集の早期配布、通信教育の実施やDVDの

作成、学科試験や実技試験の前の講習会の実施等、様々な取組を実施している。

社内検定の持続的運営のためには、研修の仕組みや体制の構築、社内の理解や協力が重要である。

(4) 人事制度・待遇面との連携

ヤンマーアグリジャパンでは、ヤンマー整備士2級の取得が昇格のための要件のひとつになっている。

また、資格手当の形で給与にも反映されている。

社内検定の合格者は、名刺に表示し、顧客にアピールしている。合格の副賞として認定証を発行し、ヤンマー整備士については厚生労働大臣認定と取得級のワッペンがついたメカニックスーツを進呈しており、各カンパニー社員大会での認定証の授与、ヤンマー整備士については、全国最優秀賞、地区優秀賞の表彰を行うなど、従業員の励みになっている。

他方、配属との関係で、社内検定資格を取得すると営業から技術に配属されやすいということはない。配属された部署で必要とされる知識を社内検定で身につけるという位置づけである。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定資格を取得することによって、技術力アップの基盤になると考えている。顧客対応には一定の経験を要するが、資格を取得することでそのやり方の基本を理解することが出来るため、顧客を待たせずに迅速かつ丁寧な対応が出来るようになり、自信がつくようになる。その繰り返しによって、顧客との信頼関係を築くことが出来、顧客の手を止めないサービスを目指している。

近年は整備や修理の重要性が高まっている。整備や修理が顧客との付き合いのきっかけになり、売上にも貢献している。



case
03

社内検定制度を「人材育成」の一環として位置づけ、
営業スタッフのモチベーション向上や
後輩指導のためのツールとして活用

トヨタ自動車
販売店協会

- ◆団体名
トヨタ自動車販売店協会
- ◆設立年
昭和21年
- ◆本部所在地
東京都千代田区
- ◆業種
自動車、同部品、住宅等の
販売充実、レンタル・リース
の普及促進等
- ◆加盟販売店数
433社(平成29年1月末現在)

- ◆名称…トヨタ営業スタッフ技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…自動車販売、自動車リース、
トヨタ産業車両・機器販売、自動車レンタル
- ◆認定年月…平成5年2月
- ◆受検者数(自動車販売職種)(累計)…26,444人(受検販売店数179社)、(平成29年1月現在)
- ◆合格者数(累計)…16,956人(平成2年～平成28年認定の在籍スタッフ)、(平成29年1月現在)

社内検定は「人材育成」の一環であると明確に位置づけ、営業スタッフの成長に向けたビジョンとパッションをもって取組を進めている。総合的な営業人材育成の観点から、実際の営業成績に基づいて受検資格を付与している点もユニークである。

(1) 社内検定制度の概要

トヨタ自動車株式会社(以下「トヨタ自動車」という。)は、トヨタ営業スタッフ技能検定という社内検定を平成2年度に構築し、平成5年に自動車販売の職種として旧労働省(現厚生労働省)の認定を受けている。

検定で測る技能は、知識とスキルを養うことで、顧客に最適な商品を提案出来る力である。

受検対象者は、全国販売店433社で構成されているトヨタ自動車販売店協会に加盟している販売店の営業スタッフである。

自動車販売の職種における受検資格は、総合営業(新車、中古車、サービス(車検整備など)のコア事業に、割賦、保険、情報通信などのバリューチェーンを加えた営業スタイル)の観点から設けられたオールトヨタ統一指標(必須選択)・オールトヨタ推奨指標(5項目のうち1項目以上)・販売店設定指標(4項目以内)のうち、6項目の指標を販売店が設定し、6項目の基準値全ての達成者に付与されることが大きな特徴である。なお、指標の項目や基準値は毎年見直すことが出来る。

(2) 背景・目的

トヨタ自動車では、平成2年に「ステップアッププログラム」の導入を決定した。ステップアッププログラムとは、販売店各社で個々に行われていた営業スタッフ育成の一部を、オールトヨタとして担い、販売店におけるOJT・研修・検定の3つを関連させて営業スタッフの成長に寄与しようとする仕組みであった。このステップアッププログラムの一環として、「トヨタ営業スタッフ技能検定」を開始した。

当初は①営業スタッフの成長による「生産性向上」、



②トヨタ営業スタッフへの信頼感向上等による「採用の有利性」、③顧客の信頼感向上等による「社会的地位の向上」がねらいであり、期待効果である。

(3) 構築前後の取組

① 認定前

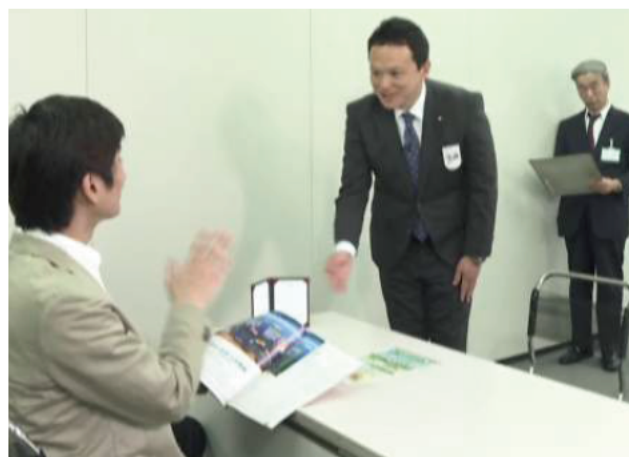
昭和60年前後においては、トヨタの営業スタッフのイメージが現在ほど良くなかったため、更なる社会的地位の向上と信頼を得るために、社内検定の認定取得に取り組んだ。

② 認定後

認定取得後、平成13年には「営業人材育成の主体は販売店である」の考え方から“研修”と“検定”を分離した。また、「検定基準(受検資格)の見直し」を実施し、営業実績と連動を強めた現在の基準となった。

社内検定の検定基準作成には、トヨタ自動車だけでなく、販売店の教育担当者も加わり、運用体制を構築している。

試験問題はトヨタ自動車の営業方針に沿う形で、優秀な成績を取めた営業スタッフや、店長・マネージャー経験者などの意見を踏まえて作成している。また、インストラクター20数人による試験問題のブラッシュアップの機会も設け、検定内容の更新・向上を図っている。



(4) 人事制度・待遇面との連携

トヨタ自動車では、トヨタ営業スタッフ技能検定とリンクする形式で人材育成マップを作成している。

販売店における社内検定合格者の評価について、

包括的な調査は出来ていないが、一部では、課長・係長に昇進する前に1級取得を必須としたり、合格者への祝い金の支給、セレモニー内で合格証の授与を行う販売店もみられる。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定は営業スタッフ自身の成長を測る指標であり、営業スタッフのレベルを認識出来る良い機会を提供するものである。

また、営業スタッフのモチベーションアップや後輩指導の場面でも役立っている。

入社4年目から店長・副店長までの間は、他の年次と比べて比較的研修自体が少ないこともあり、社内検定がその間の人材育成のための優れたツールとなっている。

トヨタ自動車では、社内検定に合格すること自体を目的にはしていない。重要なのは「人材育成」であり、社内検定の事前研修・自己啓発や事後のフィードバックを通じて技能の向上を図るということを念頭に置いていることから、上記効果やメリットを生み出せていると考えている。

受検者の声

「合格し、年間優秀スタッフとなる」という明確な道筋が、自分のモチベーションアップにつながっています。

トヨタ営業スタッフ技能検定への取組によって、上級スタッフとしての自覚が芽生え、そのことが部下・後輩指導にも活かしています。

「トヨタ営業スタッフ技能検定」は年次教育を補完できる“育成”の機会で、4年次以降の技能習熟の確認目安として活用出来ます。例えばロールプレイングは基本の再確認になり、自身が商談を進める際、プラスになります。

1級合格者は表彰の対象とされ、年間優秀営業スタッフ表彰の場に呼ばれることで、「1級受検→合格→年間優秀スタッフ」という道筋が目標となり、モチベーションが上がります。

case
04

実技試験にケーススタディを取り入れることで、
製造業でない場の技能の検定に取り組んだ例

日野自動車株式会社

- ◆名称…日野部品士社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…日野自動車部品管理
- ◆認定年月…平成13年11月
- ◆受検者数(累計)…5,434人(平成29年1月現在)
- ◆合格者数(累計)…3,162人(平成29年1月現在)

- ◆社名
日野自動車株式会社
- ◆設立年
昭和17年
- ◆本社所在地
東京都日野市
- ◆業種
製造業(自動車製造販売業)
- ◆従業員数
連結: 31,020人
単独: 12,253人
(平成28年3月末現在)

社内検定制度が未構築であった自動車部品管理の業務について、従業員の社会的認知と地位の向上を目的に、当初から認定を目指し制度構築に取り組んだ。典型的な製造業のものづくりの場とは異なる技能を検定するために、ケーススタディを取り入れている。

(1) 社内検定制度の概要

日野自動車株式会社(以下「日野自動車」という。)の社内検定(日野自動車部品管理)は1級から4級まであり、3、4級は平成6年度、2級は7年度、1級は11年度に構築された。平成13年11月に厚生労働省の認定を受け、「日野部品士」という名称が用いられている。

社内検定では、仕入管理、在庫管理、部品照会、売上処理等の業務(部品関連業務)に必要な知識と技能を測ることを目的としている。

受検対象者は、日野自動車及び当社製品を継続的に販売する系列の販売会社において、自動車部品管理の職種に従事する者としている。



受検資格は、4級は部品の実務経験1年以上、3級は4年以上、2級は3級取得者かつ部品の実務経験6年以上、1級は2級取得者かつ取得後実務経験2年以上としている。

(2) 背景・目的

日野自動車において収益性の高い3部門のうち、部品管理には整備士のような国家資格や技能検定がなかったこと、その一方で、複数の同業他社が既に社内検定を構築し、認定を受けていたことから、当初より認定を視野に構築に取り組んだ。認定取得によって、社内での技能評価に権威と客観性が持てること、社内検定合格が処遇に結合しやすい素地が出来ること、技能水準向上、職場の活性化に効果があること、関連企業相互間の技能・知識水準の統一的向上をねらいとし、ひいては部品部門の職種の社会的認知と地位向上を目指した。

(3) 構築前後の取組

① 認定前

当初から認定申請を前提に、厚生労働省にも相談しながら、社内検定の構築に取り組んだ。

以前より販売店にも声がけして研修を実施していたため、制度構築に必要なことを整理するための

ノウハウはあったが、改めて階層ごとに必要な知識・技能を精査し、再構築した。

1,2級は、部品管理業務の担当者や、拠点新設の際に倉庫のあり方等を担当する者の技能や知識も対象にした。他の検定で管理面まで対象範囲にしているところは少ないと指摘されたが、厚生労働省の助言を受けて制度を構築することが出来た。

認定を受ける際に時間がかかった作業は、社内検定や資格の基準や組織体制、試験基準などを、言葉使いも含めて認定の基準に合うものにしていくことであった。トライアル(試行)試験をして「これなら大丈夫」という水準に持っていくのも大変であったが、当時の担当者が十分な準備を行うことによって乗り越えることが出来た。

②認定後

部品管理の業務に求められる技能や知識は、製造業のものづくりの場に求められるそれとは異なるため、どのような実技試験とするかが難しい。そのため、認定後に試験方法を見直し、変更申請を行った。

具体的には、1級実技試験において、提示された数字の中の問題点を見つけさせ、受検者が所属する部署の対応方針を書かせていたものを、変更後は状況説明や会話文を含む模擬ストーリーを提示し、問題点を見つけて部の方針や目標を立てるというケーススタディにした。

ケーススタディの問題は本社の担当部署で作成しているが、毎年異なるケーススタディの問題を作るのも、結構大変な作業となっており、課題と感じている。

また、認定後、1級の受検資格に社内研修の講師を務めた経験を追加した。後進の育成が出来る能力を重要視したことによる対応である。

(4) 人事制度・待遇面との連携

1級取得者については、全国の販売会社の社長などが集まる中で表彰を行っている。他の級については、認定証を交付している。また、1級取得者は「日野部品士1級」と記載されたワッペンをウェアやブルゾンにつけることが出来る。

処遇への反映については、各販売会社の判断に任されており、各社において資格手当や一時金などの処遇に反映している。金額は販売会社によって異なるが、一時金で最高100,000円、資格手当で最高10,000円を支給している例もみられる。日野自動車

としては、なるべく処遇に反映するよう、また出来れば一時金だけでなく手当をつけてほしいことを要請している。

また、販売会社の中には、1級の取得を、課長やリーダークラスになるための要件の一部にしているところもある。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定構築の最大の効果・メリットは、販売会社も含めた全社の従業員のモチベーション向上である。1級を取得すれば、本人にとっても合格者を輩出した販売会社にとっても大変な名誉になる。国家資格や技能検定のない業務分野において、社内検定を構築し、認定を受けることは、当該業務に従事する従業員のモチベーション向上に大変有効である。

販売会社に社内検定の取得者がいることは、対外的には、顧客へのPR効果を生んでいる。販売会社によっては、1級取得者にワッペンをつけさせたり、盾をカウンターに飾ったりして積極的にPRしている。

また、人材育成における効果のひとつとして、社内検定を構築し、級ごとに、どこまでの技能と知識が必要かを明示したことによって、一定の業務レベルに至るのに必要な技能と知識の習得目標を従業員間で共有することが出来たということがある。その結果、以前は一人前になるのに3年を要したところ、今は1,2年しかかからないなど、育成期間の短縮化に貢献している。

更には、元々は別の企業であった系列の販売会社の間で、社内検定のおかげで、従業員の能力を測る際の共通言語が出来たことも大きなメリットである。



case 05

国の技能検定にはない職種で社内検定を構築することで、従業員のキャリア目標を明確にするとともに、顧客に対して品質の信頼性をアピール

ジャトコ株式会社

- ◆名称…ジャトコ株式会社社内技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…自動変速機組立
- ◆認定年月…平成24年3月
- ◆受検者数(累計)…1級144人、2級89人(平成28年度現在)
- ◆合格者数(累計)…1級66人、2級56人(平成28年度現在)

- ◆社名
ジャトコ株式会社
- ◆設立年
昭和36年
- ◆本社所在地
静岡県富士市
- ◆業種
変速機及び自動車部品の開発、製造及び販売
- ◆従業員数
14,000人
(平成28年3月末現在)

自動車部品の製造業務において、国の技能検定を補完し、自動変速機の製造組立業務で技能士と同等レベルの社内検定構築を目指して認定を取得した。社内検定は、顧客、海外・国内メーカーに対する品質の信頼性をアピールする材料となっている。

(1) 社内検定制度の概要

ジャトコ株式会社(以下「ジャトコ」という。)は、「自動変速機組立」を対象職種として、平成24年に厚生労働省の認定を受けている。

受検対象者は、2級が実務経験3年以上経過していること、1級は10年以上の実務または2級に合格し3年以上の実務経験を有することを要件としている。

社内検定の内容は、自動変速機の組立における品質とスピードに関する技能形成の度合いを測るものであり、実技試験は、1級、2級ともに同じ内容だが、試験時間は1級が75分、2級が90分と異なる。最大で15分間の時間延長を認めているが延長すれば減点となる。1級では2級に比べて組立時間を15分間短縮しているが、この違いで求められる技能の難易度は相当高いものとなる。

実技試験については、1人当たりの所要時間が長く、また、受検者を一齐に集めることは業務を円滑に進めるにあたって障害になりかねないので、1か月半程度の期間をかけ、毎週土曜日に継続的に実施している。一方、学科試験は1日で実施している。

(2) 背景・目的

国の技能検定は37職種あるものの、製造における組立業務の技能検定は当社の自動変速機の組立業

務とは合致しないことから、社外からも認められる技能士と同等レベルの検定の立ち上げが社内的に求められた。また、製品の組立技能についての品質レベルを対外的にアピールしたいという意識もあった。

現在、製造プロセスの自動化が進んでいるが、放置すれば現場の技能レベルが落ちる。一方で、製造プロセスの自動化レベルを向上させるためには、自動化の要素となる各技能のレベル向上が不可欠であり、社内検定はその技能向上に効果がある。この技能向上は、当社がグローバルに通用するものづくりを推し進めるためにも欠くことが出来ないものである。

社内検定制度を整備することは、従業員の技能形成を進めることに加えて、従業員に対して自己啓発目標を具体的に付与することに通じ、また、従業員の技能レベルの向上を図ることも社内検定実施の目的となっている。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

社内検定の準備開始から認定取得まで、およそ2年半程度の期間を要した。取得にあたって最も難しかった点は、「自動変速機ユニットの組立の難しさとは何か」を変速機について詳しくはない方にも分かりやすく説明する必要に迫られたことである。

この課題に対しては、自動変速機の部品点数や測定対象となる要素数や計測精度などについて自動車エンジンと比較しながら、組立の難易度を説明し、社内検定の審査委員からの理解を得た。

また、認定取得に先立ち、各ラインの作業工程ごとに、1級、2級それぞれについて技能と知識を星取表形式で整理した。この整理は非常に難しく時間がかかったが、工程と技能、知識の対応関係を整理出来たことで、学科試験と実技試験を整備しやすくなった。

② 認定後

組立業務の従業員は平成28年7月時点で1,119人いる。実技試験には時間がかかり、検定員の数も限られているため、単純に毎回100人受検するといった運用は困難なため、期間をかけて合格者を増やそうとしている。平成26年の試験後、工場ごとに組立の練習機材を設置し、実技試験と同じユニットを事前に触ることが出来るようにしたことで、その後、合格者が増えてきている。

これまで、検定員の中に1級に合格していない者も含まれていた。土曜日に6週連続で実技試験を実施しているので、同一人物が検定員になると代休取得の兼ね合いもあり、運用が困難であったため、1級合格者以外の検定員も認めざるを得なかったためである。しかしながら、上記の取組もあって、今年から検定員は全員1級合格者になった。



(4) 人事制度・待遇面との連携

社内検定の可否は、処遇(昇格含む)に直接は反映していないが、実績としての給与ランクでみると、社内検定の資格を持っている従業員は結果として給与の金額は高くなっている。

保全や検査などの業務では技能検定の合格を昇格のための要件としているが、社内検定については、もうしばらく運用して合格者数が増えていくことで、昇格要件とするかどうかといった検討を行う予定である。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定の認定は、顧客への信頼性のアピールにつながっている。たとえば、海外メーカーに対して参考情報として伝えているし、国内の完成車メーカーには品質の信頼性をアピールする材料のひとつとして通用している。

受検者の声

**社内検定に合格したことで、
自分の自信につながりました。
後輩の指導にも役に立っています。**

製造現場の組立業務に責任を持って取り組む上で、社内検定試験を受検する意味はあると考えています。「検定合格者には業務を任せることが出来る」と上司も言っています。社内検定に合格したことで、仕事でも良い効果が出ています。例えば、信用が違います。後輩よりも知識と技能があるので指導面で役に立ち、また、社内検定を受検する過程を通じて基礎的な知識を再確認することが出来ました。夏、練習に励んだ経験は一生忘れないと思います。合格することが出来て、これから社内の組立部署でやっていけるという自信につながりました。

case
06

技能の標準化により、全国どの店舗においても、
同様のサービスを安全かつスピーディーな提供が可能に

イオン株式会社

- ◆名称…イオン社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…①鮮魚販売加工、②惣菜販売加工、
③寿司販売加工、④園芸品販売加工、⑤生花販売加工、⑥農産物販売加工
- ◆認定年月…①平成15年2月、②～⑥平成16年2月
- ◆受検者数(累計)…非公表
- ◆合格者数(累計)…鮮魚士1級16人、2級1,406人、3級2,587人
(平成28年2月現在、イオンリテールとして)

- ◆社名
イオン株式会社
- ◆設立年
岡田屋として大正15年設立
昭和45年 岡田屋、フタギ、シロ
の提携のもと「ジャスコ株式
会社」となる
平成13年「イオン株式会社」に
社名変更
平成20年 イオン株式会社は
純粋持株会社に移行し、
「イオンリテール株式会社」と
分社
- ◆本社所在地
千葉県千葉市
- ◆業種
小売業
- ◆従業員数
(単体)イオン(株):381人
(非正社員は8H換算)／
イオンリテール(株):84,085人
(非正社員は160H換算)
(グループ連結従業員数)52万人
(平成28年2月末現在)

6種類の社内検定を構築。各従業員が今まで自己流で対応していた技能や知識を標準化することで、顧客の安心感につなげている。また、社内検定の取得を通じて、安全面・衛生面への意識づけが向上し、労働災害の防止にもつながっている。

(1) 社内検定制度の概要

イオン株式会社(以下「イオン」という。)は、6種類の社内検定について厚生労働省認定を受けており、一般的には、それぞれ①鮮魚士1級、2級、3級、②ホットデリカマスター、③寿司マスター、④農産マスター、⑤ガーデニングマスター、⑥グリナリーマスターと



いう名称を用いている。

鮮魚士1級、2級以外については、基礎訓練の一環として活用しており、イオンの各領域で働く上で最低限、身につけてほしい技能や知識を標準化したものという位置づけになっている。

それに対して、鮮魚士1級、2級は、魚の切り方に加え、魚の見分け方等、高度な技能や知識が求められる。イオンでは、認定を受けている社内検定(鮮魚士及び5種類の「マスター」とは別に、その上のレベルとして「アドバイザー」(現在17資格)資格も構築しているが、鮮魚士1級、2級で求められる技能や知識のレベルは、この「アドバイザー」よりも高い。

(2) 背景・目的

昭和44年、イオンの前身であるジャスコ株式会社誕生以来、「継続成長する人材が長期にわたり働き続けられる企業環境の創造」を人事の基本理念のひとつとし、研修や社内資格制度の充実等、人材育成に熱心に取り組んできた。

昭和44年には、第1回「販売コンクール」を実施、その後独自の販売士制度(ジャスコ社内検定)を構築し、昭和60年に厚生労働省の認定を受けている。

イオン社内検定は、このジャスコ社内検定の流れを汲んでおり、長い歴史がある。

(3) 構築前後の取組

鮮魚士は平成15年、他の5つの社内検定は平成16年に認定を受け、現在に至っている。いずれの社内検定も、顧客に販売可能なレベルの商品を安定的、継続的に製造するために必要な技能や知識を担保するという実務的な方針の下で運用してきた。

各回の試験については、事前に各店の店長に受検エントリー希望者の有無を聞いた上で、全国に数か所ある研修会場、もしくは実店舗において実施している。試験当日の検定官は、各地域の商品部(商品を供給・店舗の巡回が主業務)が担当している。

本社では、試験問題の作成や検定官の育成等を行っている。担当部署の役割の中に社内検定が明確に位置づけられ、通常業務の一環として行われている。小売業では顧客のニーズや時代の変化のスピードに対して、柔軟にサービス内容を変えていく必要がある。そうした変化に社内検定の認定基準や試験内容を合わせていくことが難しい側面もあるが、適宜見直しを図りながら運営している。

(4) 人事制度・待遇面との連携

①の鮮魚士3級及び②～⑥の社内検定で求められている技能や知識は、顧客に商品を提供するために必須であるため、正社員のみならずコミュニティ社員(パート社員)も含め、一定時間(目安として1日4時間以上)勤務する従業員には受検を実施している。例えば、鮮魚士の資格取得は、水産部門で



勤務する上で求められる基礎的な技能や知識の中のひとつという位置づけであり、研修制度の一環としてプログラムに組み込まれている。

また、コミュニティ社員(パート社員)については、資格を取得すると、時間給として上乗せされる(ただし上限あり)。現在のところ、合格後の失効・更新制度はなく、資格を有するコミュニティ社員(パート社員)が一度退職し復職する場合も、時給に資格を取得したことが加味される。更に、「イオンリテール」だけでなく、「マックスバリュ」など、グループ各社内で通用する資格として扱っている。

資格取得者は名札に資格名を記載し、各店舗では、資格取得者がいることを掲示するようにしている。各店舗に2級、3級の有資格者を一定数配置し(2級は2人以上、3級は10人程度)、どの店舗においても同じ商品・サービスレベルを提供出来る体制を構築している。1級の取得者は、店舗に所属している者もいるが、大半は他の従業員を指導する業務に就いている。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定の資格取得により、厚生労働省から認定を頂いたという安心感を得ている。

社内検定を構築したことによる一番のメリットは、今まで各従業員が自己流でやっていた技能を、標準化出来たことである。どこの店舗に行っても同じ技能、同じ出来映えの商品が出来るようにしたことで、社内の業務基準が明確になった。従業員が「ある商品について、一定の時間内でこのくらいのレベルで作ることが出来る」などの共有認識を持ち、作業効率を上げることが出来たことは大きな効果である。

また、全ての店舗において、一定レベルの商品の担保及び衛生管理の徹底を図ることによって、イオンの姿勢や商品の基準を顧客に示すことができ、顧客の安心感につなげることが出来ていることにも意義を感じている。

更に、従業員にとって安全で、スピーディーに商品を生産出来る方法を採用することによって、労災の防止にもつながり、円滑な業務運営に役立っている。

case
07

より専門的な美容知識・技能を身に付け、個客に合わせた美容アドバイスが出来るビューティカウンセラーを育成
顧客対応力の向上を実現

株式会社
カネボウ化粧品

- ◆名称…カネボウ化粧品社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…ビューティカウンセラー
- ◆認定年月…平成13年11月
- ◆受検者数(累計)…非公表
- ◆合格者数(累計)…A級約600人、S級約3,500人(平成28年12月現在)

- ◆社名
株式会社カネボウ化粧品
- ◆設立年
平成16年
- ◆本社所在地
東京都中央区
- ◆業種
化粧品全般の開発、製造、販売
- ◆従業員数
10,469人(平成27年12月現在)
- ◆うち、ビューティカウンセラー数
約5,000人(平成28年12月現在)

ビューティカウンセラーにとって業務上必要不可欠である美容知識や技能についての能力基準を明確にし、自己啓発の目標を与えると同時に顧客対応力の向上を図り、カネボウ化粧品ビューティカウンセラー全体の能力向上を図るため、「カネボウ化粧品社内検定」を構築し、認定を受けた。認定により、ビューティカウンセラーの社会的地位の向上及びビューティカウンセラーに対する対外的信頼度の向上を実現することで、個々のモラルアップを図っている。

(1) 社内検定制度の概要

株式会社カネボウ化粧品(以下「カネボウ」という。)は、独自に社内で「ビューティカウンセラー研修・検定制度」という社内検定制度を平成12年まで実施していたが、平成13年に同研修・検定制度を発展させ、厚生労働省の認定を受け、「カネボウ化粧品社内検定」と改称し現在に至る。

「カネボウ化粧品社内検定」は、自社の研究結果に基づき構築した独自理論が検定の基礎となっており、店頭

におけるスキンケア・メイクアップ・ヘアのカウンセリング活動時にビューティカウンセラーとして必要な美容知識、技能の向上を図るものとなっている。

本検定はA級とS級に分かれている。A級は、個客に合わせた正しい化粧習慣を提案するために、基本的な美容知識と、基本的な技能が求められる。一方、S級はこれらに加え、季節やライフスタイルに合わせた提案が出来るよう、より専門的な美容知識と、より高度な技能が求められている。

また、各級の受検資格は、A級についてはビューティカウンセラー職に1年以上従事した本採用従業員及び有期雇用従業員であり、S級についてはA級取得者で、ビューティカウンセラー職に3年以上従事した本採用従業員となっている。

(2) 背景・目的

カネボウでは、顧客の要望や相談に応じ、化粧品を通して、美容上のアドバイス並びにカウンセリング活動、販売促進を行う職種に従事する者を販売員ではなく、



「ビューティカウンセラー」と呼んでいる。

販売員というと「化粧品を販売するだけ」という意味に捉えられがちであるが、カネボウにおけるビューティカウンセラーは、「化粧品を販売するだけ」でなく、「顧客一人ひとりの美しさの実現をお手伝いする」存在として位置づけられている。そのために、ビューティカウンセラーは、単なる販売員よりも高い知識や技能を身につけている必要がある。

このような背景もあり、社内検定の目的は、ビューティカウンセラーにとって「業務上不可欠な美容知識や技能を向上させるとともに、顧客対応力の向上を図ること」「高度な知識や技能を身につけた人材を多く育成し、活躍してもらうことで、ビューティカウンセラーの社会的な地位向上に努めること」にある。

(3) 構築前後の取組

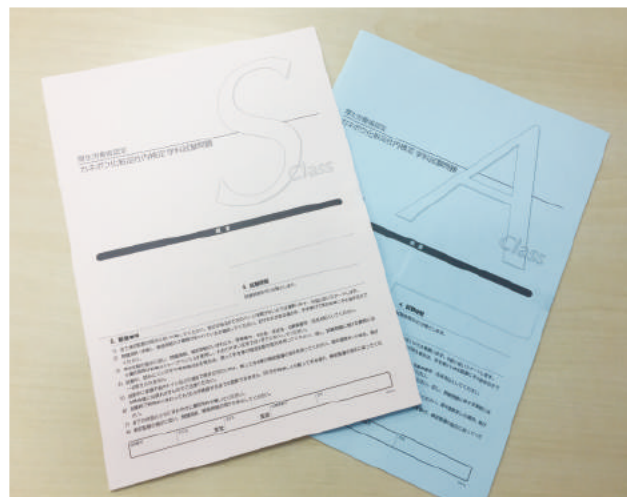
① 認定前

平成12年までは、社内に独自の「ビューティカウンセラー研修・検定制度」という検定制度があった。認定前のメイクアップ実技試験は、“人”に対して、メイクアップを施し採点するというものであった。しかし、“人”にメイクアップするということは、“人”の顔のため、それぞれ形・立体・配置が異なりメイクアップの出来栄が判定しにくい」という理由により、検定としては客観性の担保が不十分な状態であった。認定にあたっては、メイクアップ技術の標準化、採点基準の明確化、採点の透明性の確保を図るため、“メイクアップドール”を用いるようにした。

② 認定後

客観性の担保のため、“メイクアップドール”を用いるほか、検定員の目線を統一するために検定員研修を実施している。内容は、予め作成した点数別のメイクアップドールや画像を見て、採点ルールや審査方法、可否判定を学ぶというものである。

また、現在の状況に合わせて学科試験問題は毎年見直している。実技試験の見直しにあたっては、検定員研修の際に実施するアンケート結果や試験結果を踏まえ、内容を検討し翌年以降の試験に反映している。このようにRPDCサイクル(Research・Plan・Do・Check)を回すことで、毎年の定期的な見直しを実現している。



(4) 人事制度・待遇面との連携

A級やS級の取得は、昇格判断の参考材料のひとつになっている。

ただし、A級やS級を取得するということは、顧客へのサービス提供上の責任であると位置づけているため、A級やS級を取得したからといって、直接的に給与が上昇するわけではないようにしている。

そのため、昇格などの人事制度上での動機づけだけではなく、ビューティカウンセラーに対して、美容知識・技能を研鑽し、積み重ねていく研修体系を構築し、組織として検定を活用して、人材育成に取り組むといった工夫をしている。

また、ビューティカウンセラーはS級を取得していないとチャレンジ出来ない研修や専門コースがあり、S級の取得が更なる技術向上へのモチベーションにつながるよう工夫している。

(5) 構築の効果・メリット

「カネボウ化粧品社内検定」は、年功的に資格取得出来るわけではなく、しっかりと自己研鑽していないと資格認定されない。

また、社内でS級を取得していないとチャレンジ出来ない研修や専門コースを設立していることから、早くA級、S級を取得し、新たな研修や専門知識・技能を学ぶ機会を得たいという声があり、ビューティカウンセラーにとって目標になっていると認識している。

また、検定に合格すると資格級に応じたバッジをつけて活動することとなり、顧客から「このバッジはなに？」といった声かけを頂く機会も多く、その後の会話のきっかけになる、といった副次的な効果もあるようだ。

case 08

接客対応的な要素を持つ技能の検定が従業員の
スキルアップ・モチベーションアップにつながった事例

花王カスタマーマーケティング株式会社

- ◆名称…花王化粧品検定
- ◆認定社内検定の対象職種…ビューティ・アドバイザー
- ◆認定年月…平成22年3月
- ◆受検者数(累計)…非公表
- ◆合格者数(累計)…Ⅰ級1201人、Ⅱ級792人(平成29年1月現在)

- ◆社名
花王カスタマーマーケティング株式会社
- ◆設立年
昭和46年
- ◆本社所在地
東京都中央区
- ◆業種
販売(家庭品、化粧品)
- ◆従業員数
4,182人
(平成29年1月1日現在、
パートナー社員含む)

店頭で化粧品の紹介・販売を行うビューティ・アドバイザー(美容部員)にとって必要な知識や化粧技術、化粧品販売における接客対応技能を測る社内検定。従前の社内検定にトリートメントを追加し、接客対応的な要素を持つ社内検定の認定に取り組んだ。

(1) 社内検定制度の概要

花王カスタマーマーケティング株式会社(以下「花王カスタマーマーケティング」という。)は、花王グループの家庭品、化粧品販売を担っており、化粧品の接客販売に必要な商品知識、技術力を測るものとして「花王化粧品検定Ⅱ級・Ⅰ級」を構築し、平成22年3月23日に厚生労働省の認定を受けた。

対象者は、同社のビューティ・アドバイザー職種である。Ⅰ級、Ⅱ級の複数等級がある制度としており、受検資格は、Ⅰ級がⅡ級取得者で所定の研修を受講し、当該職種への1年以上の従事者である。Ⅱ級が当該職種への1年以上の従事者である。

(2) 背景・目的

花王カスタマーマーケティングには、以前からアドバイザーの知識とスキルの基準を段階的に明確にして、初期から段階的なスキルアップを意識させるために、独自に3段階の社内検定制度があったが、厚生労働省への認定申請はしていなかった。カネボウ化粧品との社内交流プロジェクトにおいてヒアリングを重ね、花王カスタマーマーケティングでも認定取得への取組を開始した。認定取得の目的は、既に実施している検定制度ではあったが、厚生労働省の認定を取得することにより、社内での技術評価に権威と客観

性を持たせ、ビューティ・アドバイザーのモチベーションの向上を図り、全体の接客対応力や美容スキルの向上を図ることが大きな理由であった。



認定バッジ

(3) 構築前後の取組

① 認定前

申請にあたって、従来からあった社内検定制度についての見直しを行った。具体的には、学科試験とメイクの実技試験に加え、「トリートメント」というフェイシャルマッサージの実技を追加した。トリートメントは、研修としては行っていたが段階的ではなかった。そこで、申請を機に1年かけて理論の再構築を行い、検定の基準も作成した。そして、教材となるテキストや動画を作成し、専用ツールも整備した。また、

指導者に対する研修や検定員研修会も実施した。

②認定後

検定環境を揃えるため、全国8支社の検定会場の条件を揃えた。

また、検定の実施後には、アンケート調査を行い、課題を発掘し、対応を考えた。

一番大変だったのは、評価・判定の目線合わせである。判定については、かなり議論を行った。特に初年度は、検証のために写真や点数表を全て分析した。検定員の間で点数に差があれば、その原因について確認と検証を行った。現在も年に2回、目線合わせのための検定委員研修会を実施している。検定員は新任者など担当者が変わるため、目線合わせが定期的に必要である。

③課題

課題は、やはり目線合わせにある。花王の美容理論に則った技術が正しく表現出来ているか、検定委員の評価が印象評価にならないように、検定員の見る目を養い、基準を合わせていくことは今後も定期的に実施し続けていく必要があると強く感じている。

また、販売における接客対応的な要素を持つ技能

の検定には難しさがあるが、必要を感じる企業が増えているようで、他業界を含め多くの問い合わせがある。

(4) 人事制度・待遇面との連携

社内検定は、ビューティ・アドバイザーとして段階的に、習得すべきスキルや知識が身についているかを確認するものとなっている。社内検定の合格を昇格要件のひとつとすることにより、ビューティ・アドバイザーのキャリア形成においても公平・透明性を持たせている。

(5) 構築の効果・メリット

効果、メリットとして最も大きいのは、ビューティ・アドバイザーの技能の底上げ、モチベーションアップである。加えて、検定を作ったことで、日々の業務や研修に追われるのではなく、いつまでに何を習得すべきかが見える化・体系化することが出来、評価の目線合わせも出来た。それにより、OJT、Off-JT、研修も上手く回るようになり、体系化後の世代のほうが技術習得効果も上がっていると感じる。

また、対外的なアピールにもなっている。合格者は襟元にバッジをつけるが、目をとめる顧客が多い。技術のある従業員が接していることが伝わり、顧客の安心感、信頼感の向上につながっている。

そして、社内的にも、ビューティ・アドバイザーの業務を知らない他事業部の従業員の認知度向上につながっている。

受検者の声

社内検定は、自分のスキルアップのために役立ちました。合格すると、襟元にバッジをつけることが出来、名刺にも記載することが出来ます。自分が誇らしさを感じるだけでなく、資格を持っているかどうかでお客様や、さらには後輩の見る眼が違うと感じます。

社内検定は、後輩指導の目安になっています。「〇年目の人は、ここまで出来てほしい」という基準がはっきりしました。どこが出来ていないかははっきりするので指導がしやすいです。

case
09

業界内で社内検定整備が進む中、顧客自身にメイク方法を身につけてもらう独自の技能を評価することで、顧客満足度を向上させる社内検定として活用

株式会社コーセー

- ◆名称…コーセーメイクレッスン検定
- ◆認定社内検定の対象職種…美容スタッフ
- ◆認定年月…平成26年10月(ただし1級は平成28年度から)
- ◆受検者数(累計)…1級48人、2級499人(平成28年11月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級33人、2級319人(平成28年11月現在)

- ◆社名
株式会社コーセー
- ◆設立年
昭和21年(平成3年コーセーに改称、昭和63年コーセー化粧品販売会社設立)
- ◆本社所在地
東京都中央区
- ◆業種
化学
- ◆従業員数
6,758人(平成28年3月末現在
嘱託・パートを除く)

他社との違いを明らかにし、より顧客満足を得るための方策として社内検定を構築。実施後、受検者に加えて、審査員のメイクレッスンの意識や技能向上につながっている。

(1) 社内検定制度の概要

株式会社コーセー(以下「コーセー」という。)は、「コーセーメイクレッスン検定」について平成27年度に厚生労働省の認定を受けている。

初回の平成27年度にはまず2級のみ試験を実施し、平成28年度から1級の試験を開始する。28年度の受検者数は、2級については400人程度、1級については50人程度を見込んでいる。

2級は、職務経験4年目以上の美容スタッフが通常有すべき知識と技能を基準としており、筆記試験では、ベースメイクの知識やテクニック、美容に関するトレンド情報、接客・応対、美容・皮膚の知識が問わ

れる。1級は2級の合格者を対象に、上級の美容スタッフが有すべき知識や技能として、ポイントメイクの知識、カラー・色彩の知識等も求められることになっている。

また、実技試験では、「メイクレッスン」として、顧客にメイク方法を教える技能(顧客役の顔半分のメイクを受検者が実施し、もう半分を顧客役自身に実施させる)を評価する。

(2) 背景・目的

化粧品業界では、他社も同様の社内検定制度を有しているため、コーセーでも構築の必要性を感じていた。ただし、同業他社との違いを明らかにして独自性を打ち出し、より顧客満足を得るための方策として、単に美容スタッフが顧客にメイクをするのではなく、美容スタッフが顧客にメイク方法を教え、顧客自身にメイク方法を身につけてもらう技能を評価する社内検定を構築した。

メイクレッスン自体は、社内検定を構築する前から実施しており、メイクレッスンのスキルについてのコンテスト等も開催している。同業他社においても、実務の現場でメイクレッスンを実施しているところはあるが、社内検定でその知識と技能を測り、制度的に運用しているのはコーセーだけである。

コーセーでは、顧客にリピーターになってもらうと



いう観点からも、メイクレッスンは重要と考えている。今日は眉毛のレッスン、明日はリップのレッスンといった形で、次の来店約束につなげることが出来る。顧客確保には、新規顧客の獲得と既存顧客の継続との2種類があるが、検定は既存顧客の継続に効果があると考えている。

また、当時は、一言にメイクレッスンと言っても、スタッフごとにその方法が異なっていた。検定を構築することで、個人の技能を標準化することもねらいであった。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

評価基準の作成にあたり、以前から、なんとなく存在していた望ましいメイクレッスンの形を明確化するために、担当者で会議やシミュレーションを何度も重ねた。

もともとメイクレッスンのテキストはあったが、検定用のより詳細な教材として、動画を作成した。動画は紙のテキストよりも学習しやすく、受検者の理解も早くなったと感じている。顧客に教える際にこういった言い方をすれば良いか等、具体的にイメージ出来る。

② 認定後

受検者数が増えると、会場の確保が問題になる。2級については本社のみでなく各支店でも開催しているが、地方において一定規模の会場を確保することが困難であるため、各支店に協力を依頼している。

また、実技試験においては、受検者1人に審査員1人を配置しており、さらに審査員3人につき、その人

をチェックするための審査員1人を配置している。つまり、受検者1人当たり1.3人程度の審査員が必要になるため、本社美容教育部門のメンバーだけでは足りない。

そこで、全国の美容課長を招集して、審査員になるための研修を実施している。日ごろ、各支店の責任者である美容課長が店頭に出る機会は減っており、以前よりスキルが落ちている可能性を心配し、復習も兼ねてこの研修を通じて訓練したという者もみられる。美容課長としての自負から、出来ないわけにはいかないという気持ちがあるのだろう。美容課長本人の希望で、個別に追加試験を実施したケースもある。

合否に経験年数はあまり影響していない。経験が長くても、その分自己流の癖が出てしまうこともある。検定受検者のため、事前講習等は特に開催していないが、2級の実技試験用に映像教材(DVD)を作成し、配布している。メイクには流行があるために、どこまで教材に反映するかという課題はあるが、顧客に正しいメイクを理解してもらうことを重視している。

(4) 人事制度・待遇面との連携

受検者は美容スタッフとしての職務経験4年目以上を対象としているが、3年目までは年1回の基礎研修を実施している。この研修でステップ1から3までを終了して、4年目に一人前になるという考え方に基づく。

同検定を所管する美容教育課は、現場に近い営業推進部に所属しているが、人事部との連携の下で取組を進めている。

検定制度の効果について、業績への影響まではまだ把握出来ていないが、各美容スタッフの意識向上にはつながっていると考えられる。美容スタッフは全国で3,000人程度いるが、受検対象となる4年目以上に限定すると、2,000人程度である。これらの層が今後の受検者になっていく。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定を実施したことによって、受検者のみでなく、審査員側にもいろいろと気づきがあった。メイクレッスンの意識や技能向上につながっている。

合格者は、社内で認められたということが誇りや自信につながっているようだ。各支店においても、検定に対する機運を上手く盛り上げている。



- ◆社名
株式会社互省製作所
- ◆設立年
昭和22年
- ◆本社所在地
神奈川県横浜市
- ◆業種
金属製品(ねじ)製造業
- ◆従業員数
192人(平成29年1月現在)

case 10

単独の中小企業としては初めての認定
製品製造プロセスを保証する不可欠な制度として、
社内検定を効果的に運用

株式会社互省製作所

- ◆名称…互省製作所社内技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…六角穴付きねじ類成形加工機械調整
- ◆認定年月…昭和63年3月
- ◆受検者数(累計)…1級5人、2級83人(平成28年3月末現在)
- ◆合格者数(累計)…1級5人、2級83人(平成28年3月末現在)

従業員の技能を客観的にみるための基本的なツールとして社内検定を活用している。従業員にとっては、社内検定の資格を得ることが目標のひとつになっている。合格者は、社内で品質判定、製品の作り込みを任せられる地位にあることを誇りに感じている。

(1) 社内検定制度の概要

株式会社互省製作所は、「六角穴付きねじ類成形加工機械調整」という社内検定を構築し、昭和63年に厚生労働省の認定を受けている。

当社では、頭に六角穴があり、六角レンチできつく締めることで非常に強い力を生み出すことが出来る特殊ねじを製造しており、工作機械や建設機械メーカーで高強度締結が必要な箇所に締結部品としてひろく使われている。このねじの製造方法は、削りくずを一切出さない冷間圧造工法であり、社内検定では、これらの六角穴付きねじ類の成形加工機械を調整する技能を対象としている。

(2) 背景・目的

2代目である現社長が社長に就任した当時、技能を高めるための教育訓練の仕組みが未確立だった。また、公平・公正に技能を評価することが大切と考えてもいた。そこで、技能を客観的に測るための基盤を作りたいと考え、社内検定の認定取得を目指した。

社員に対して、現場の作業へ専念するだけでなく、必要な基礎及び専門知識をじっくり勉強する機会を与え、基本的なことから幅広く教えるための期間を作るためでもあった。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

社内検定制度の構築にあたって、1級については、2級よりも難しいレベルの試験基準をどの点に求めるのかを議論し、以下のように整理した。

2級は、正しく準備された機械・金型冶工具・作業標準類等を使って、正しい製品がきちんと安全に製造出来るかどうかを問う基礎的な試験とした。

一方、1級は、作業現場でのトラブルシューティングが出来、作業に利用する機械設備が正しい・適切なものかどうか、あるいは機械設備・金型冶工具等の事前準備が適切に出来るかなど、各種の設定、異常対応に重点を置いた。



②認定後

実技試験は、1人の受検者に対して約7人の検定員がついて実施する。社内検定を適正に運営するためには、検定員を育て、検定員の審査の信頼性を絶えず高めることが重要である。検定員は技能の違いが明確に分かる人材でなければいけないと考えている。

検定終了後には毎回、検定員と受検者が一緒になって採点会を実施している。採点会では各検定員がどの検定項目に×をつけたのかなどを共有し、可否を検討する。こうした検討を通じて、検定員の評価能力を高め、共有化し、次の検定では、どういう項目を検定項目や評価基準に新たに加えるべきか、あるいは変更するべきか、点数のバランスをどうすべきかなどを考える場になっている。

こうしたプロセスは、技能をどう評価するかに加えて、作業の一連の手順を見直すことにも役に立ち、新たな作業標準につながる効果がある。この方法でやれば安全かつ効率的に作業が進められる。また、この内容を文書化(形式知)することで技能が明確になる部分がある。

(4) 人事制度・待遇面との連携

検定試験に合格して資格取得をしても給与には反映されない。

当社では従業員に対して、様々な資格の取得を推奨しているが、それは業務に必要と考えているためであり、資格取得を強制するものではない。

社内検定は、社内の人材育成施策の重要な一部となっており、毎年度4月から翌3月まで1年間の従業員の教育の実施詳細については、全社組織であるET(Education & Training)委員会を組成し、全社

教育計画を作成した上で実施している。当該委員会では教育訓練に関する予算の決定権限を持っている。社内検定等資格取得の計画においては、実技試験と学科試験の運営計画を立案して、PDCAサイクル(Plan・Do・Check・Action)を適切に回すことを心がけて、社内検定制度が継続的に着実に運用出来るようにしている。

(5) 構築の効果・メリット

受検者本人は、自身の業務遂行における能力を高めるにあたって、取得すべき資格として目標にしているケースが多く、従業員にとってのキャリア目標として定着している。

会社と従業員にとって、社内検定制度を国(厚生労働省)から認められていることは誇りである。また、当社の社内検定は中小企業で初めての認定を受けている背景も大事にしている。

最も大きな効果は、技能の標準化が進んだことである。これまでベテランの職人の暗黙知であった技能が試験基準等として明文化され、試験として継続運用されてきた。試験基準を随時見直す中で技能の標準化が仕組みとして進むようになった意義は会社としては非常に大きい。

受検者の声

社内検定に合格するという事は、会社が求めている品質の製品を作ることが出来る技量を認めてもらったということになります。誰でも検定を受けられるわけではありません。検定を受け、合格することは、ある程度の誇りにもなります。合格したことで、社内で品質判定、製品の作り込みを任せられる地位になったということだと認識しています。

最初に2級を受けたのは5年ほど前でした。入社して仕事に慣れる時期ですが、同時に、技能に自分の癖が出てくる時期でもあります。そのタイミングで社内検定を受けることで、基本の動作や技能の蓄積が出来ました。自分にとって、技能の上達において良い方向に進んでいけたと思っています。

社内検定は、作業手順を学び直すことが出来る機会であり、そのことによって、後輩にも正しい方法を教えることが出来るようになります。

case 11

社内検定を通じて「トイレ診断士」という
職種の認知及びブランド力が向上した事例

アメニティネットワーク 技能検定協会

- ◆名称…アメニティネットワーク技能検定協会社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…トイレ診断
- ◆認定年月…平成15年1月
- ◆受検者数(累計)…335人(うち現職者137人)(平成28年5月末現在)
- ◆合格者数(累計)…1級83人(うち現職者65人)、2級118人(うち現職者72人)(平成28年5月末現在)

- ◆団体名
アメニティネットワーク
- ◆設立年
平成14年
- ◆本部所在地
神奈川県横浜市
- ◆業種
独自の製品・システムによる
トイレ総合メンテナンスの
FCネットワーク
- ◆加盟社数
59社(62拠点)
(平成28年5月末現在)

トイレの汚れや臭い、不具合の問題が発生する前に問題点を発見する「予防型メンテナンス」の考え方に基づき、「トイレ診断士」の社内検定を構築。認定後、トイレ診断という業務の認知度が飛躍的に高まり、現在ではクライアントからも頼りにされる存在となっている。

(1) 社内検定制度の概要

トイレのメンテナンスを専門とする企業が集まって構成された「アメニティネットワーク」は、内部に「アメニティネットワーク技能検定協会」という組織を設置し、「トイレ診断士」という社内検定の構築・運営を行っている。「トイレ診断士」は平成9年度に構築され、平成15年1月に厚生労働省の認定を受けた。

アメニティネットワークでは、快適なトイレの維持管理サービスの提供にあたり、必ずトイレ診断士による「トイレ診断」を行い、換気回数、臭気濃度、排水等のチェック、トイレルーム内の設備や備品を総合的に診断し、汚れや臭いなど問題点の発生原因を見極めている。



トイレ診断士は1級と2級に分かれている。2級は、トイレルーム内の設備や備品に顕在化している問題点を把握・診断出来る知識や技能が求められる。それに対して1級は、給排水系、換気空調の設備なども含めトイレをシステムとして捉え、潜在的な問題点も見極められることが必要とされている。

また、2級の受検資格は、業務経歴1年以上で、1人で現場に行き業務が出来る「アネットライセンス」の取得者であること、1級の受検資格は、業務経歴2年以上でトイレ診断士2級保有者であることとなっている。

(2) 背景・目的

かつてトイレの維持管理は「汚れたらきれいにする」、「臭いからほかの香で紛らわす」といった事後処理型のメンテナンスが中心で、環境への負荷も大きかった。

しかしながら、近年、社会の環境問題に対する関心が非常に高まっている。また、トイレルーム内の設備や備品、建材、給排水、空調関連等には様々なものがあり、複雑化している。そのため、メンテナンスにおいても、通常の清掃等のみでは、全ての事柄について解決することは困難な状況となっていた。

そのような中、アメニティネットワークでは、問題が発生しないように定期巡回を実施する「予防型メンテナンス」という従来とは全く異なる考え方を取り

入れ、①トイレの診断・問題点の発見、②トイレの問題解決及び維持管理に関する相談と提案、③定期的な診断管理（リポートメンテナンス）を行っている。このようなサービスを提供するためには、トイレのおかれている実情を体系的かつ正確に捉え、的確な診断結果を提示することは必須であり、加盟店の知識や技能を標準化する必要があったことから、トイレ診断士が誕生した。

（３）構築前後の取組

①認定前

社内検定の構築にあたっては、トイレ診断士養成委員会を立ち上げ、試験問題や試験基準等について検討した。構築以降、認定を受ける前の平成9年～13年までは、単一等級の資格として、トイレの技術的な課題や歴史について総合的に学ぶとともに、実技においては、トイレの診断のみならず、快適性や実践的な対応も含めた診断後の提案要素も盛り込まれていた。

しかしながら、厚生労働省の認定を受けるにあたり、技能を診断のみに限定し、明確化を図り、等級を1級と2級の複数級に分け、段階的なキャリア構築が出来るようにした。

②認定後

トイレを取り巻く環境は日々変化していることから、過去に何度か合格者のフォローアップ集合研修を実施している。

ただし、通常は、個別現場でのOJTによる技能の維持と向上という形態が主流である。トイレ診断を通じた収益確保までのプロセスを実際に体験して頂くことで、受検者の確保につなげている。

トイレ診断士の実技試験は、一人ひとり個別に試験を実施する関係で一定数の個室を準備する必要があるため、会場の確保に苦労しているが、早くから予約をするなどの工夫をしている。また、試験問題作成者、採点者の確保が重要であり、人材育成に努めている。

（４）人事制度・待遇面との連携

社内検定構築の目的のひとつは、フランチャイズ加盟店の技能を明確化し、レベルを統一するためであったが、現在は、検定を保有している加盟店に優先的に仕事を発注する仕組みになっており、実質上、業務を行うために必須の資格となっている。

（５）構築の効果・メリット

厚生労働省の認定を受けたことで、「トイレ診断士」という名称が広まった。それに伴い、トイレ診断という業務自体の認知度が高まり、業務を円滑に行うことが出来るようになっている。

例えば、予防型メンテナンスを重視するトイレ診断士の取組に共感したクライアントから、広報誌への掲載を打診され、「トイレのメンテナンスはトイレ診断士というプロに任せています」とクライアント自身のアピールの材料に用いられたこともある。

今後、衛生環境を重視する企業や団体がますます増えることが予想され、より一層の業務の拡大が期待される。なお、現在、トイレ診断士の診断に基づくトイレの修繕等の施工を行う「トイレ管理士」の社内検定構築を検討中である。



受検者の声

資格を持つことでトイレの現場では、清掃スタッフの方々への指導にも役立っています。

1級の試験はとても難しかったです。

でも、トイレのメンテナンスの仕事をする上で、トイレ診断士の資格を取得することは必須と考えていますので、頑張って勉強した結果、合格することが出来ました。

トイレの現場では、清掃スタッフの方々に指導をすることがあるのですが、トイレ診断士の資格を保有しているということで、以前よりこちらの意見をよく聞いてもらえるようになりました。



case 12

消費者にとって品質がわかりにくい
「鍵・錠の取り付けサービス」の技能を見える化し、
検定化することで品質の証明に活用

日本ロック セキュリティ協同組合

- ◆名称…日本ロックセキュリティ協同組合社内技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…錠施工
- ◆認定年月…平成18年3月
- ◆受検者数(累計)…1級305人、2級372人、3級359人(平成28年11月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級215人、2級181人、3級222人(平成28年11月現在)

- ◆団体名
日本ロックセキュリティ協同組合
- ◆設立年
平成10年
- ◆本部所在地
東京都千代田区
- ◆業種
鍵・錠取扱業
- ◆組合員数
886人(平成28年12月現在)

鍵・錠施工という特殊な業種・職種であり、消費者にとってサービスの品質がわかりづらく、さらに参入障壁が比較的低く、様々な事業者が存在する中で、技能を「見える化」するため、認定社内検定制度を活用している。

(1) 社内検定制度の概要

日本ロックセキュリティ協同組合(内閣総理大臣認可)(以下「日本ロックセキュリティ」という。)は、社内検定について平成18年3月に厚生労働省の認定を受け、平成18年度から運用を開始した(ただし1級は平成19年度から)。

同社内検定は、建物における錠の取り付けに関する技能を測るものであり、1級、2級、3級(複数等級)に分かれている。受検資格は3級が職務経験2年以上、2級が5年以上、1級が10年以上となっている。

また、日本ロックセキュリティに属する企業の正社員のみならず、非正規雇用労働者であっても、実務経験があれば受検出来るようにしていることが特徴である。鍵・錠取扱の業界は零細企業が多く、非正規雇用労働者として働いている人も少なくないため、キャリアアップの観点からも受検の対象を拡大している。

(2) 背景・目的

現在、日本ロックセキュリティを設立して18年目を迎えているが、設立当時は、鍵・錠取扱業の業界団体がなかった。組織の形態については、当初、社団法人等も含めていろいろな選択肢を考慮したが、あまり規制し過ぎないのが良いだろうとの考えで、協同組合という

形式を選択し、現在に至っている。

日本ロックセキュリティでは、協同組合の設立当初から、鍵・錠取扱業の何らかの資格制度を導入し、国に認められる形で整備出来ないかと検討を始めていた。

鍵や錠の取り扱いは、個人のプライバシーに関わる極めて重要な業種であるが、消費者にとっては利用機会が少なく、特殊な業種・職種という側面がある。そのため、消費者がサービスの品質を評価しづらく、一方で事業者が乱立しているため、適切な事業者の選定が難しい。そこで、技術の質を「見える化」し、社内検定を構築することによって、消費者の理解を得たいと考えた。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

検定制度の構築にあたって、国家試験としての構築を目指すことも選択肢として考えたが、そうすると組合員以外も対象としなければならない。日本ロックセキュリティでは、組合員に限定した資格にしたいと考えていたため、各方面に相談した結果、最終的に社内検定を構築しようということになった。

他の資格制度に比べて比較的早く構築出来そうと思われたこと、また組合独自の検定として、組合の方針(倫理を重視する等)を柔軟に反映させられるといったことも社内検定制度を選んだ理由である。

実際に取組を始めてからは、厚生労働省や中央職業能力開発協会(JAVADA)からいろいろと指導を受けながら、数年かけて社内検定としての形をつくることが出来た。

検討の中で特に時間をかけて検討したのは、「複数等級化」である。同じ職能分野において、どこで技能水準の線引きをするのかという判断が難しかった。

また、試験の対象とする知識についても、項目が多岐にわたっており、範囲のバランスをとるのが難しかったが、先行していた社内検定を参考にして検討した。テキストに、実際の鍵・錠の写真を使うことも考えたが、メーカーとの関係を考慮し、メーカーが特定出来ないようイラストにするといった工夫も行った。

② 認定後

実技試験では、他の受検者の様子が見える中で作業をしなければならないため、本当は十分な技能を持っているにも関わらず、緊張してしまい本来の力を発揮できず合格出来ない受検者がみられる。なるべく本来の力が発揮出来るよう、事前講習等に力を入れている。

試験問題に関しては、最新技術をどこまで試験に反映するかという問題がある。最新の道具を使うと、実技試験で対象としている方法よりも簡単に錠の取り付けを行うことができ、実際の現場でもそうした最新の道具が利用されている。しかしながら、基本的な道具のみでの取り付けを行う技能も必要であると考えている。一方で、最新技術に合わせて試験を変えていかなければならない部分もある。両方のバランスをとる必要がある。



実技試験用の備品(ドアの一部の錠設置部分)を、町工場に特注し、練習用にも販売することで、費用をおさえて実技試験を運営するなどの工夫も行っている。

(4) 人事制度・待遇面との連携

日本ロックセキュリティとして共同受注した業務を組合員に振り分ける際に、社内検定合格者を優先するようにしている。多くの組合員がいる中、一定の知識と技能を持った者を把握するために、社内検定は非常に役立っている。

(5) 構築の効果・メリット

鍵・錠取扱業を始めるにあたっては、業種登録も資格も必要なく、少額の初期投資で済むため、簡単に新規参入することが出来る。また、「〇〇アドバイザー」などと独自に資格を整備しているケースが多々みられる。

そうした中で、社内検定制度に対して厚生労働省の認定を受けることで、他の資格との違いを打ち出すことが出来る。この点は大きなメリットである。

また、新しく鍵・錠の取り付けを学びたい人にとって、既存の企業に就職する以外に、その機会があまりない。社内検定は、鍵・錠の取り付けに関する技能を学びたい者、向上させたい者に対して、良い機会を与えていると考える。

case 13

建設現場における技能の標準化と教育体制の確立により、
若手従業員のモチベーション向上に寄与し、
顧客や求職者からの評判も向上

ビケ足場仮設事業 協同組合

- ◆団体名
ビケ足場仮設事業協同組合
- ◆設立年
平成14年
- ◆本部所在地
愛知県名古屋市中
- ◆業種
建設業（ビケ足場施工）
- ◆従業員数
加盟社数32社
人員3,800人
（うち施工スタッフ：約2,500人）
（平成28年12月末現在）

- ◆名称…ビケ足場仮設事業協同組合社内検定
- ◆認定社内検定の対象職種…ビケ足場施工
- ◆認定年月…平成23年2月
- ◆受検者数（累計）…1級556人、2級2,443人
（第109回近畿エリア試験終了時）（平成28年11月現在）
- ◆合格者数（累計）…1級163人（合格率29.3%）、2級1,121人（合格率45.8%）
（第109回近畿エリア合格者発表終了時）（平成28年12月現在）

社内検定の構築により、高い技能レベルを客観的に証明することが出来、組合企業の人事施策との連動により検定の取得は業界内におけるステータスとなり、業界自体の地位も向上した。特に高校新卒者の人材確保や定着面で、大きな効果を得られている。

（１）社内検定制度の概要

ビケ足場仮設事業協同組合（以下「ビケ足場」という。）は、「ビケ足場施工士1級、2級」という社内検定を平成20年度から検討開始し、平成23年2月に厚生労働省の認定を受けている。

本社内検定は、とび職などの国家技能検定では測れない、ビケ足場の組立に関する技能をはじめ、足場の設計や部材積算などの技能まで、現場で求められる職務に関する幅広い技能を測るものである。なお、『ビケ足場』とは、主に低層住宅建設現場で使用する足場の一種であり、安全対策と施工効率向上の両立を目的として、足場の緊結部分にくさび方式を採用した足場を示すものである。

（２）背景・目的

社内検定構築の背景としては、ビケ足場組合企業間において現場の品質や作業方法にバラつきがあり、そのため、組合企業が連携して受託をする場合などに支障をきたしていたこと等が挙げられる。

足場を組む作業は、簡単には自動化・ロボット化出来ない領域であり、作業を担える人材の育成が急務であった。また、認定社内検定で一定の技能レベルを担保していくことの必要性について、業界としても問題意識があった。

そのため本社内検定は「人の育成と現場品質の均質化」を目的とし、ひいては、作業手順の標準化、高い足場設計能力の習得、マナー・専門知識の習得、業界内地位向上、社会認知度を高めて若手の就業者を確保するといった効果も期待して構築した。



(3) 構築前後の取組

① 認定前

社内検定を取得することで自分たちにどのようなメリットがあるのか、経営者だけでなく、受検者自身に理解してもらい浸透させることに苦勞した。特にベテランの従業員になるほど、「技能は現場で覚えるもの」「自分の技能を測ることなど出来ない」として、検定制自体への忌避感があった。

受検者への説明として、「何十年培ってきた高度な技能・キャリアの軌跡を証明するもの、示せるものが何もないではないか、それではもったいない」ということを伝え、社内検定取得の意義の理解に努めた。

顧客であるハウスメーカーが認定社内検定を構築・活用していたこともあり、足場業界として、認定社内検定制を構築すれば、顧客の信頼も獲得出来るのではないかという業界共通の考えや雰囲気も後押しとなった。認定社内検定構築の目的を組合内で明確にし、共通認識を作り上げられることがポイントである。

なお、社内検定の立ち上げに際しては、組合内に「社内検定運営委員会」を設置し、実技試験のプレ開催(平成20年夏に実施)、施工士検定教本及び試験問題の作成を行っている。

② 認定後

各会員には社内検定前の事前研修会で広報活動を行い、地域や各社の練習会で技能を高める訓練をしている。一方、検定を実施する事務局側は、審査・判断基準を統一するための検定委員研修会を定期的に開催し、採点の精度を高めている。

なお、住宅施工について顧客ニーズは多様化し、時代変化のスピードも速いため、試験内容や評価基準は随時見直していかなければいけないことが今後の課題となっている。

(4) 人事制度・待遇面との連携

認定社内検定の取得者がどれだけ含まれているかによって、施工単価のランクを変化させる等何らかのインセンティブを付与している。これは組合内統一のルールとして運用していくこととしており、施工スタッフのモチベーション向上に認定社内検定は寄与している側面もある。

また、現場施工責任者は原則、認定社内検定の2級施工士以上の有資格者でなければならないとして

いる。有資格者は、ヘルメットに資格取得シールを貼付することで有資格者であることが一目瞭然となっている。

1級施工士は、組合企業内施工スタッフの指導・育成にあたる。

その他、合格証や有資格カードの発行、トロフィーの贈呈、ビケ会ニュース(広報誌)等での発表、大手ハウスメーカーを集めた場で1級合格者の表彰等で受検のモチベーションを高めている。



(5) 構築の効果・メリット

組合企業内の人材育成と現場品質の均質化が同時に達成出来ている。

各現場において、チーフ(職長)・アシスタントの関係があるが、社内検定によってアシスタントの技術力が証明されたことで、チーフとアシスタントの役割分担が出来るようになった。その結果、チーフが以前より全体に気を配ることが出来るようになり、安全面での向上もみられている。

従業員にとっては、社内検定を通じて目指すべき方向性や将来イメージを持つことが出来るため、モチベーションの向上の一助にもなっており、ひいては定着率向上にもつながっている。また、その評判は後輩達にも伝わり、若手の人材確保への好影響もある。当業界の主な採用対象は高校生であり、そのためには教師や保護者の推薦が必要となるが、業界として認定社内検定という人材育成システムを有していることが、教師や保護者の信頼感を高めている。

建設業界は現在深刻な人手不足であり、この状態は当面続くものと思われるが、本社内検定による業界内における効果的な人材確保と人材育成への貢献は極めて大きいものとなっている。



imabari towel
Japan

- ◆団体名
今治タオル工業組合
〈平成29年1月に四国タオル工業組合より改組〉
- ◆設立年
昭和27年
- ◆本部所在地
愛媛県今治市
- ◆業種
製造業
- ◆従業員数
組合員110社
従業員数2,502人
(平成28年12月現在)

case 14

「今治タオル」の品質を維持するための
タオル製造の人材育成に寄与し、
ブランド力向上と組合内の連携強化にも寄与

今治タオル工業組合

(旧：四国タオル工業組合)

- ◆名称…今治タオル工業組合社内技能検定
- ◆認定社内検定の対象職種…タオル製造
- ◆認定年月…平成23年11月
- ◆受検者数(累計)…93人(1級55人、2級38人)(平成28年12月現在)
- ◆合格者数(累計)…44人(1級22人、2級22人)(平成28年12月現在)

タオルの製造に必要とされる「製織」という技能について、以前存在していた国家技能検定に替わるものとして、社内検定を構築した。本社内検定は、タオル製造の人材育成のための重要な仕組みと位置づけられており、「今治タオルプロジェクト」の根幹を支えている。

(1) 社内検定制度の概要

今治タオル工業組合は、今治におけるタオル業の更なる発展を目指して、タオル製造業に関する指導及び教育、情報提供、ブランド推進等を行う団体である。

今治タオル工業組合は、平成23年に「四国タオル工業組合社内技能検定」の厚生労働省の認定を受けている。

タオルの製造工程には、紡績、糸染、整経、製織、後工程、縫製・仕上げの技能がある。このうち、社内検定では、商品規格に応じた経糸が巻きつけられたビームを織機に装着し、緯糸を入れてタオル生地の状態にする「製織」という技能を対象としている。



今治タオル工業組合の社内検定には1級と2級があり、受検するためには、2級は2年以上の職務経験、1級は7年以上の職務経験(ただし、職業能力開発施設普通課程、短大又は高校専攻科卒業者は5年以上、

大学専門学部卒業者は4年以上)と社内検定2級または技能検定(織機調整)2級合格後、2年以上当該職種に従事することが必要とされている。

(2) 背景・目的

タオル製造(製織)の技能については、以前は「織機調整技能士」という国家技能検定が存在していたが、バブル崩壊後の景気低迷で人材育成のための余力がなかったことや、織機の電子化等により各産地で受検者数が減少し、平成12年に廃止されてしまった。しかしながら、業界ではその後も製織の技能を評価する仕組みをつくりたいという声が多く、当時の理事長が、国家技能検定に替わる技能者を評価する仕組みを構築するために社内検定を導入した。

また、今治タオル工業組合では、平成18年より「今治タオルプロジェクト」に取り組んでいる。当時は中国から輸入された廉価なタオルが激増し、苦しい状況にあった。しかしながら、このプロジェクトにおいて、ブランドマークやロゴ、ブランドマニュアルの確立、独自の品質基準の設定等を行い、積極的なメディアプロモーションを図ったことにより、ブランド力及びそれに伴う売上の向上に成功した。これらの取組は、地域産業復活、地域活性化の成功モデルとしても全国的に知られているところである。社内検定は、「今治タオル」のブランド力を支える、高い技能を持った人材を育成

するための重要な仕組みとして位置づけられ、一体的に運用されている。

(3) 構築前後の取組

① 認定前

平成21年度より、以前の国家技能検定(織機調整技能士)の内容を参考にしながら、今治独自の技術を加え、技能者を評価するための新たな仕組みづくりに取り組んだ。その過程では、関係者の理解を得ることに苦労したが、技能者を評価する仕組みの重要性を何度も説明した。また、新たな技能評価制度の創設のために公的機関や従業員にも協力を依頼し、産地全体で苦労を重ねながら制度化を行った。そして、「今治タオルプロジェクト」の取組が世間に認知されるにつれて、今後の人材育成についても関心が高まり、平成23年に認定を受けることが出来た。

② 認定後

認定後は、社内検定の運営委員会が中心となり、総務部会、試験基準部会、検定実施部会の3部会を設置し、協議検討を重ねている。

試験問題や試験基準を作成する上で注意しているのは、技術革新が進む中で、それをどの程度、またどのくらいのスピードで反映すれば良いかという点である。試験問題の作成等や評価者の確保については、業界の技術者で構成する「四国タオル技能士研究会」の協力を得て、ともに検討を続けている。

(4) 人事制度・待遇面との連携

今治タオル工業組合は、今治市や今治商工会議所と協力して、平成20年にタオル製造技術者としての最高の技術と技能を持ち、技術者の模範となる人材に与えられる「タオルマイスター」制度を設けた。タオルマイスターになるためには、実務経験20年以上等、いくつもの厳しい要件がある。社内検定は「タオルマイスター」になるための登竜門として位置づけられており、社内検定に合格していない者はタオルマイスターにはなれないという制約がある。

今治タオル工業組合では、「タオルマイスター」を目指して、各社の従業員が互いに切磋琢磨しながら、知識や技能の向上に取り組む環境整備を更に進めていきたいと考えている。そのため、現在、製織前の準備工程である「整経」という技能についても、社内検定を構築したいと考えている。

また、今治タオル工業組合に属するある企業では、一時金の支給(1級50,000円、2級20,000円)や資格手当(1級5,000円、2級3,000円)を創設し、モチベーションの向上を図っている。



(5) 構築の効果・メリット

認定前は、各メーカーがそれぞれの指標で技術者育成を行っていたが、社内検定の構築により、企業間の共通認識が生まれ、産地全体の技術力向上につながるようになった。今治タオル工業組合に属する企業間の連帯感の醸成にもつながっている。ライバル企業同士ではあるが、地域全体の活性化のために取り組むという意識が徹底されている。

各社の従業員にとっては、社内検定により、全体の中での自分の業務の位置づけが分かり、キャリア構築の上でのひとつの目安になっている。また、必要な知識と技能が「見える化」されたことで、若手とベテランをつなぐ役割も果たしている。

また、国の認定を受けたことは対外的なアピールにつながり、消費者の反応も良い。今治タオルのブランド力向上への貢献は大きい。

受検者の声

自分の業務がどのような意味を持つか、より深く分かるように。

現在のタオル製造は分業化が進んでいるのですが、社内検定の勉強をし、合格したことによって、自分の業務がどのような意味を持つか、より深く分かるようになりました。日々の業務の中で、部下や後輩へのアドバイスをする際にも、役に立っています。合格したことで給料もアップし、とても励みになっています。

case 15

従業員の発案による社内検定の構築により、モチベーション向上、技能の標準化を図るとともに、継続的な勉強の場づくりに成功

管清工業株式会社

- ◆名称…排水管理総合技術者検定
- ◆認定社内検定の対象職種…排水管の清掃及び調査
- ◆認定年月…平成27年2月
- ◆受検者数…59人(平成28年9月現在)
- ◆合格者数…14人(平成28年11月現在)

- ◆社名
管清工業株式会社
- ◆設立年
昭和37年
- ◆本社所在地
東京都世田谷区
- ◆業種
建築物排水管・下水道管路施設の総合維持管理業
- ◆従業員数
392人(平成28年9月現在)

従業員のモチベーションアップを図るとともに、技能の標準化を図り、均一のサービスを顧客に提供出来るようにするため、社内検定の構築を決めた。接客マナーを重視しており、今では、従業員の対応について顧客から一定の評価を受けるようになってきた。

(1) 社内検定制度の概要

管清工業株式会社(以下「管清工業」という。)は、下水道管路施設の維持管理業を行っており、社内の部署は大きく公共事業部、運輸事業部、排水事業部に分かれている。このうち、建築物排水設備の清掃・調査・修繕、住宅・マンション・ビル・商業施設・工場などの緊急詰まり清掃から定期的な維持管理までを担当する排水事業部の従業員を対象とした「排水管理総合技術者」という社内検定を平成25年度から構築を開始し、平成27年2月23日に厚生労働省の認定を受けた。

検定の対象範囲は、排水管清掃の職種における技術者が通常有すべき技能及びこれに関する知識となっている。具体的には、安全衛生や下水道、排水設備

に関する知識、過去に行った現場管理に関する記述のほか、機械操作、清掃手順などの技術を対象としており、作業時の接客マナーも重視している。実技試験は、顧客からの依頼を活用し、実施している。その時の顧客からの依頼によって現場の状況は異なるため、チェック項目(シート)を何種類か用意し、臨機応変かつ公正な試験運営を行っている。

受検対象者は、当社従業員で排水事業の担当者(全社員の2割程度)及び協力会社(50社程度、当社退職後に独立した者が多い)の従業員である。実務経験3年以上で受検資格を得ることが出来るが、実際に合格するのはベテランの従業員が多い。

(2) 背景・目的

自治体が管理する公共下水道管路施設の維持管理を担当する公共事業部には、公的な資格制度等が充実しているが、排水事業部の業務分野では資格制度がなく、従業員が業務の目標を設定しづらい状況にあった。また、個々の従業員が持つ技術が文章化(見える化)されていないため、品質にバラつきがあり、技術の伝承がしづらい状況にあった。

そこで、従業員のモチベーションアップを図るとともに、技能の標準化を図り、均一のサービスを提供出来るようにするため、また、これからの世代に技術を伝えていくため、社内検定を構築することになった。



管清工業の社内検定の大きな特徴は、中期経営計画作成にあたり社長から「技術の伝承」を図るべきという指示はあったものの、具体的には現場の従業員から声が挙がったことにより、社内検定の構築が決定したことである。そのため、社内検定の構築にあたり新設された「認定審査委員会」(以下「委員会」という。)のメンバー(関係部署の主な従業員)を中心に、認定前後を通じて熱心な取組が行われた。

(3) 構築前後の取組

① 認定前

委員会のメンバーが業務の洗い出しや試験問題の作成を実施し、平成25年度に社内検定を構築した。当時から厚生労働省の社内検定認定制度について認知はしていたが、ひと通り運営してから申請しようと考え、すぐに申請はしなかった。

② 認定後

認定後も引き続き設置されている委員会を、原則年4回程度開催している。①次年度の試験対策のための講習会、及び試験の日程決定、テキストの作成、講師の選定、②試験問題の作成・確認、③試験の実施、採点、④合格者を役員に上申、⑤今年度のとりまとめ、反省会が、委員会の一連の業務の流れである。

運営上、緊急時の迅速な対応が必要とされる業務の性質から、講習会や試験の日程を決めることが難しいという課題が挙げられている。そのため、講習会は同じ内容で2回(2日間)開催し、どちらかに出席する、試験の日程をなるべく早く決めて各職場の協力を求める等の工夫を絶えず行っている。

また、今後、社内・社外に対して、もっと社内検定のPRをすることによって、受検者数、合格者数

を増やしていく必要性を感じている。合格者数が増えた場合には、業務の担当者に社内検定合格者がいることを受注時の強みにするなど、新規の顧客開拓にも活用したいと考えている。

(4) 人事制度・待遇面との連携

管清工業には、認定を受けている社内検定(排水管理総合技術者)の他、実務経験1年以上で受検できる「排水管理主任技術者」という資格もある。「排水管理主任技術者」を経て「排水管理総合技術者」を受検するキャリアパスが構築されている。

排水管理総合技術者の合格者に対しては、一律20,000円の報奨金を支給している。

また、管清工業の従業員については、昇格・昇給の元となる人事考課時の判断材料とするとともに、社員証を色分けすることで合格者と分かるようにしている。協力会社については、社内検定の合格状況によってランク付け(A～D)をしており、発注の際の判断材料のひとつとしている。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定の導入によって、管清工業及び協力会社の従業員のモチベーションが向上した。社内検定の受検、講習会の開催等を通じて、従業員が継続的に勉強出来る場所を作ることが出来た。最近では、協力会社が集まって勉強会を開くこともある。

また、厚生労働省の認定を受けたことで、全国の協力会社への認知度が高まった。顧客にPRすることによって、食品安全に取り組んでいる企業(食品工場)や病院から一定の評価を受けるようになってきた。

受検者の声

**自分の強み・弱みが
見える化出来た点が良かったです。**

社内検定受検は、日々の業務のモチベーション向上に役立ちました。今回は合格することが出来ませんでした。自分の強み・弱みが見える化出来た点が良かったです。また、直接業務に関わる知識でなくても、個人のお客様と接する場合の前提の知識として必要であることも理解出来ました。



相談開始から認定取得までのステップ

厚生労働省への社内検定の相談開始から認定取得までのステップは、次のような流れで行われます。



認定基準のあらまし

社内検定の認定を受けるための基準のあらまきは次のようなものです。詳しくは、厚生労働省の「社内検定認定要領」に記載されています。

- 検定が、直接営利を目的とするものでないこと。
- 検定を実施する者が、検定の適正かつ確実な実施に必要な経理的及び技術的な基礎を有するものであること。
- 検定の公正な運営のための組織が確立されており、かつ、検定に当たる者の選任の方法が適切かつ公正であること。
- 検定が、職業に必要な労働者の技能及び知識の評価に係わる客観的かつ公正な基準に基づくものであること。
- 技能振興上奨励すべきものであること。
- 検定が、労働者の有する職業能力に対する社会的評価の向上に資すると認められるものであること。
- 検定が、技能検定を補完するものであること（等級区分の複数設定など）。
- 検定が、学科試験及び実技試験で行われるものであること。
- 原則として、検定がいずれの対象職種についても毎年1回以上実施されること。
- 検定の実施計画を定めていること（検定実施のための職員、会場、設備の確保など）。
- 検定の基準及び検定の実施の方法について、定期的に点検を行うこと。
- 検定の合格者に付す称号が適切であること。
- 検定の実施主体に暴力団員が関与していないこと。

認定社内検定事業主一覧

〈認定日順〉(平成29年6月9日現在 49事業主等128職種)

認定事業主等の名称	認定社内検定の名称	認定年月日	認定社内検定の対象職種	認定事業主等の所在地
株式会社デンソー	デンソー社内技能検定	昭60. 3.30	電装品組付(点火系)	愛知県刈谷市
			電装品組付(充電始動)	
			機能製品組付	
		昭61. 4.18	メーター組付	
			冷暖房器組付	
			プラグ組付	
			ラジエーター組付	
			フィルター組付	
		昭62. 3.26	ポンプ組付	
			電子製品組付	
			試験・実験	
			部品管理	
			製品管理	
セキスイハウス協力会	セキスイハウス主任技能者検定	昭60. 4.30	セキスイハウス基礎施工	大阪府大阪市
			セキスイハウス外装施工	
			セキスイハウス内装施工	
イオン株式会社	イオン社内検定	平15. 2.18	鮮魚販売加工	千葉県千葉市
		平16. 2.17	惣菜販売加工	
			寿司販売加工	
			園芸品販売加工	
			生花販売加工	
			農産物販売加工	
アスモ株式会社	アスモ社内技能検定	昭61. 3.18	小型モータ組付	静岡県湖西市
キャタピラージャパン合同会社	キャタピラー社内技能検定	昭62. 2.23	建設機械溶接施工	神奈川県横浜市
大和ハウス工業協力会連合会	ダイワハウス施工主任技能者検定	昭62. 2.23	ダイワハウス基礎施工	大阪府大阪市
			ダイワハウス外装施工	
			ダイワハウス内装施工	
日産自動車株式会社	日産部品士検定	昭62. 2.26	日産部品管理	神奈川県横浜市
	日産販売士検定	平 7.10.17	自動車販売	
ユニキャリア株式会社	ユニキャリアフォークリフト整備士検定	平 9.12.25	ユニキャリアフォークリフト整備	東京都品川区
兼房株式会社	兼房株式会社社内検定	昭62. 3.26	木工機械刃物加工	愛知県丹羽郡大口町
株式会社互省製作所	互省製作所社内技能検定	昭63. 3.10	六角穴付きねじ類成形加工機械調整	神奈川県横浜市
日立オートモティブシステムズ株式会社	日立オートモティブシステムズ社内技能検定	昭63.12.19	振動・応力測定	東京都千代田区
			ピストン加工	
			プロペラシャフト組立て	
		平 2. 1.26	HVLA加工・組立て	
			ウォーターポンプ加工・組立て	
			ペーンポンプ加工	
			ペーンポンプ組立て	
		平 3. 3. 5	フロントカバー加工・組立て	
		平 4. 3.31	オイルポンプ加工・組立て	
ダイハツ工業株式会社	ダイハツ部品士社内検定	平 4.11.20	物流管理	大阪府池田市
		平元. 3.22	パワーステアリングギア組立て	
内浜化成株式会社	内浜化成株式会社社内技能検定	平 3. 3. 5	ダイハツ部品管理	愛知県豊田市
		平 5. 3.18	F.R.P.製品水研	
			S.M.C.製品成形	
			B.M.C.製品成形	
			F.R.P.製品接着	
			F.R.P.製品二次加工	
			F.R.P.製品塗装	
			F.R.P.製品塗装検査	
			F.R.P.製品修正	
三菱自動車工業株式会社	三菱自動車パーツスタッフ社内検定	平 3. 3. 5	F.R.P.製品組付	東京都港区
		平 3. 4.12	三菱自動車部品管理	
ヤンマー株式会社	ヤンマー株式会社農業機械社内検定	平 3. 4.12	農業機械販売・技術サービス	大阪府大阪市
		平19.10.24	大型農業機械販売 大型農業機械技術サービス	
マツダ株式会社	マツダ社内技能検定	平 4. 3.31	マツダ車軸組立	広島県安芸郡府中町
			マツダ車体スポット溶接	
			マツダ完成車検査	
		平 4.11.20	マツダ車体ガスシールドアーク溶接	
			マツダ車体溶接ロボットの調整・操作	
			マツダ車部品検査	
		平 5. 3. 8	マツダ変速機組立	
			マツダ車ボディ外板部品外観品質の判定・修復	

認定事業主等の名称	認定社内検定の名称	認定年月日	認定社内検定の対象職種	認定事業主等の所在地
マツダ株式会社	マツダ社内技能検定	平 5. 3. 8 平 7.10.17	マツダ車完成組立 マツダ用品アドバイザー	
トヨタ自動車販売店協会	トヨタ営業スタッフ技能検定	平 5. 2.25 平 6. 3.17 平 7. 3.15 平11. 2. 1	自動車販売 自動車リース トヨタ産業車両・機器販売 自動車レンタル	東京都千代田区
東京ガスグループ認定訓練 共同運営組合	トヨタ産業車両サービス技能検定	平 8. 2.20	トヨタ産業車両整備	
	東京ガスグループ技能検定	平 5. 3.18	東京ガス設備機器修理 東京ガス設備設計 東京ガス設備工事 東京ガス設備施工管理 東京ガス設備コンサルティング	神奈川県横浜市
小島プレス工業株式会社	小島プレス工業株式会社社内検定	平 6. 1. 6	ロボット塗装作業	愛知県豊田市
小松フォークリフト販売店協会	小松リフト産業車両サービス技能検定	平 9. 3. 6	小松リフト産業車両整備	福岡県福岡市
全日本美容業生活衛生同業 組合連合会	全日本美容業生活衛生同業組合連合 会社内検定	平 9. 6.30	着付	東京都渋谷区
資生堂ジャパン株式会社	資生堂技能検定	平10. 2.10	資生堂ビューティーコンサルタント	東京都港区
いすゞ自動車株式会社	いすゞパーツマスター検定	平11. 2. 1	いすゞ部品業務	東京都品川区
株式会社ニコン	ニコン社内技能検定	平11. 3.30	光学ガラス蒸着	東京都千代田区
ニチユ三菱フォークリフト 株式会社	ニチユバッテリーフォークリフト整備士検定	平11. 3.30	ニチユバッテリーフォークリフト整備	京都府長岡京市
日本きもの着付士協会	日本きもの着付士協会社内検定	平11. 9.22	着付指導	神奈川県横浜市
株式会社カネボウ化粧品	カネボウ化粧品社内検定	平13.11.14	ビューティカウンセラー	東京都中央区
日野自動車株式会社	日野部品士社内検定	平13.11.14	日野自動車部品管理	東京都日野市
全日本和装コンサルタント協会	全日本和装コンサルタント協会 社内検定	平13.11.14	着物着付指導	大阪府守口市
アメニティネットワーク技能 検定協会	アメニティネットワーク技能検定協会 社内検定	平15. 1. 9	トイレ診断	神奈川県横浜市
社会福祉法人日本盲人社会 福祉施設協議会	日本盲人社会福祉施設協議会社内検定	平16. 9.14	点字資料製作	東京都新宿区
日本窯業外装材協会	日本窯業外装材協会社内検定	平16. 9.14	窯業系サイディング施工	東京都中央区
日本愛玩動物技能協会	日本愛玩動物技能協会社内検定	平16.12.16	トリマー指導 ドッグトレーナー指導	東京都世田谷区
日本ロックセキュリティ協同組合	日本ロックセキュリティ協同組合 社内技能検定	平18. 3.17	錠施工	東京都千代田区
シチズン時計 マニファクチャリング株式会社	シチズン社内検定	平18. 5.10 平19. 4.10	治具研削盤 数値制御旋回研削盤 エヴァーク研削盤 IS-2機切替 手曲げ加工 実体顕微鏡分解調整 腕時計生産技術 AT-3オペレート 三次元測定機 NC自動盤(腕時計部品加工) 時計用メッキレジスト形成 時計用車製作 腕時計信頼性試験 IP成膜 ブラ部品検査	埼玉県所沢市
UDトラックス株式会社	UDトラックス社内技能検定	平19.10.23	トランスミッション組立て 車両組立て	埼玉県上尾市
田島ルーフィング株式会社	田島ルーフィング社内検定	平20. 5.14	床診断	東京都千代田区
花王カスタマーマーケティング 株式会社	花王化粧品検定	平22. 3.23	ビューティ・アドバイザー	東京都中央区
ビケ足場仮設事業協同組合	ビケ足場仮設事業協同組合社内検定	平23. 2. 4	ビケ足場施工	大阪府大阪市
今治タオル工業組合	今治タオル工業組合社内技能検定	平23.11. 4	タオル製造	愛媛県今治市
株式会社小林豊子着物学院	株式会社小林豊子きもの学院社内検定	平24. 1.13	きもの手話着付け	愛知県名古屋
ジャトコ株式会社	ジャトコ株式会社社内技能検定	平24. 3.19	自動変速機組立	静岡県富士市
スプレーウレタン・ウレア工業会	スプレーウレタン・ウレア工業会 社内検定	平25.10.24	超速硬化ウレタンスプレー施工	東京都渋谷区
株式会社コーセー	コーセーメイクレッスン検定	平26.10. 1	美容スタッフ	東京都中央区
株式会社そう・西武	フィッティングアドバイザー(レディース) フィッティングアドバイザー(メンズ) ギフトアドバイザー	平27. 2. 2	販売職(婦人衣料雑貨) 販売職(紳士衣料雑貨) 販売職(進物)	東京都千代田区
管清工業株式会社	排水管理総合技術者検定	平27. 2.23	排水管の清掃及び調査	東京都世田谷区
公益社団法人日本看護家政紹介 事業協会	公益社団法人日本看護家政紹介事業協会 家政士社内検定	平28. 3.24	家政サービス	東京都新宿区
株式会社伊藤園	伊藤園ティーテイスター社内検定	平29. 3.24	ティーテイスター	東京都渋谷区
デンソートリム株式会社	デンソートリム社内検定	平29. 6. 9	トリム製品製造装置オペレータ	三重県三重郡菟野町

認定社内検定活用事例集

～持続的な人材育成の仕組みづくりに向けて～

平成29年9月1日発行(第二版)

厚生労働省委託「認定社内検定の拡充・普及促進事業」

三菱 UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

本書の内容を無断で複写、複製、転載等を行うことを禁じます。

社内検定認定制度に関するお問い合わせ

厚生労働省人材開発統括官能力評価担当参事官室

電話番号：03-5253-1111(内線5945)

※受付時間／9:30～18:15(12:00～13:00、土・日・祝日は除く)

E-mail shanaikentei@mhlw.go.jp

社内検定認定制度で、人材育成と職場の活性化を。



詳しくは、厚生労働省ホームページをご覧ください。

社内検定 厚生労働省

検索



あしたを拓く人を創る
厚生労働省 人材開発統括官