

case 10

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223人、2級815人(平成30年3月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級170人、2級593人(平成30年3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
7,758人(平成30年3月現在(嘱託・パートを除く))

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26年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級の試験を開始した。30年度の実検者数は、2級については400人程度、1級については250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・色彩の知識など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、独自性を打ち出し、より顧客満足を得るため、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のコンテストなども開催している。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できる。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、顧客に教える際にどういった言い方をすれば良いかなど、具体的にイメージできる。

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。

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、事前講習など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、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。

(5) 構築の効果・メリット

社内検定を構築したことにより、基本的なレッスンスキルの標準化を図ることができた。また、受検者のみでなく審査員側にも多くの気づきがあり、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、社内で認められたことが自信になり、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。

最近では、有資格者は総じて売上、接客数、お客様1人当たりの販売個数などよりよい傾向も見られる。