

# 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活用事例を通じて、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。

# 認定社内検定導入の効果別企業一覧

	製造業系	サービス系企業	中小企業・業界団体等
効果1 技能の見える化・標準化	case 06 デンソートリム	case 07 イオン	case 12 互省製作所
			case 19 磨き屋
効果2 従業員のモチベーションアップ	case 01 デンソー		case 16 今治タオル
	case 03 トヨタ		case 17 管清工業
効果3 知識や技能・技術の向上	case 03 トヨタ	case 09 花王	
	case 05 ジヤトコ	case 10 コーセー	
効果4 若手従業員の定着・新入社員の採用	case 06 デンソートリム		case 15 ビケ足場仮設
			case 18 スプレーウレタン
効果5 社内の技能評価への権威づけ	case 01 デンソー	case 08 カネボウ	
効果6 有資格者の実績への寄与		case 10 コーセー	
		case 11 伊藤園	
効果7 顧客の評価	case 02 ヤンマー	case 11 伊藤園	case 17 管清工業
効果8 業界内での地位向上・差異化	case 05 ジヤトコ		case 13 アメニティ
			case 14 ロックセキュリティ
			case 18 スプレーウレタン
効果9 地域産業振興に貢献			case 16 今治タオル
			case 19 磨き屋
効果10 広報効果・企業ブランドの向上	case 04 日野自動車	case 08 カネボウ	case 13 アメニティ
		case 09 花王	

※上記表内の名称の正式な企業・団体名称は以下の通り。

デンソー …………… 株式会社デンソー  
 ヤンマー …………… ヤンマーアグリ株式会社  
 トヨタ …………… トヨタ自動車販売店協会  
 日野自動車 …………… 日野自動車株式会社  
 ジヤトコ …………… ジヤトコ株式会社  
 デンソートリム …… デンソートリム株式会社  
 イオン …………… イオン株式会社  
 カネボウ …………… カネボウビューティカウニング株式会社  
 花王 …………… ソフィーナビューティカウニング株式会社  
 コーセー …………… 株式会社コーセー

伊藤園 …………… 株式会社伊藤園  
 互省製作所 …………… 株式会社互省製作所  
 アメニティ …………… アメニティネットワーク技能検定協会  
 ロックセキュリティ… 日本ロックセキュリティ協同組合  
 ビケ足場仮設 …… ビケ足場仮設事業協同組合  
 今治タオル …………… 今治タオル工業組合  
 管清工業 …………… 管清工業株式会社  
 スプレーウレタン …… スプレーウレタン・ウレア工業会  
 磨き屋 …………… 磨き屋シンジケート

# 目次

● はじめに .....	01
● 社内検定認定制度とは .....	01
● 認定社内検定導入の効果 .....	05
● 活用事例の紹介(19社) .....	07
● 相談開始から認定取得までのステップ .....	45
● 認定社内検定事業主一覧 .....	47

## 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。

<b>CASE 01</b> 株式会社デンソー .....	07
<small>(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</small>	
<b>CASE 02</b> ヤンマーアグリ株式会社 .....	09
<small>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</small>	
<b>CASE 03</b> トヨタ自動車販売店協会 .....	11
<small>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仕組みとして活用</small>	
<b>CASE 04</b> 日野自動車株式会社 .....	13
<small>自動車部品管理の技能を測るために、実技試験にケーススタディを導入</small>	
<b>CASE 05</b> ジヤトコ株式会社 .....	15
<small>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</small>	
<b>CASE 06</b> デンソートリム株式会社 .....	17
<small>人材育成の一環として社内検定制度の構築に取り組むことで、技術の重要性を従業員に認識させ、スキル習得に対するモチベーション向上と職場の生産性の向上のためのツールとして活用</small>	

## 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。

<b>CASE 07</b>	<b>イオン株式会社</b> .....	19
	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	
<b>CASE 08</b>	<b>カネボウビューティカウセリング株式会社</b> .....	21
	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セラーを育成、顧客対応力の向上を実現	
<b>CASE 09</b>	<b>ソフィーナビューティカウセリング株式会社</b> .....	23
	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貢献	
<b>CASE 10</b>	<b>株式会社コーセー</b> .....	25
	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	
<b>CASE 11</b>	<b>株式会社伊藤園</b> .....	27
	社内検定の構築により、社内外から伊藤園ブランドへの信頼度が向上 販売促進時に資格保有者の幅広い知識と高い商品説明力が好評	

## 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。

<b>CASE 12</b>	<b>株式会社互省製作所</b> .....	29
	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	
<b>CASE 13</b>	<b>アメニティネットワーク技能検定協会</b> .....	31
	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	
<b>CASE 14</b>	<b>日本ロックセキュリティ協同組合</b> .....	33
	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	
<b>CASE 15</b>	<b>ビケ足場仮設事業協同組合</b> .....	35
	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	
<b>CASE 16</b>	<b>今治タオル工業組合（旧四国タオル工業組合）</b> .....	37
	「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	
<b>CASE 17</b>	<b>管清工業株式会社</b> .....	39
	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	
<b>CASE 18</b>	<b>スプレーウレタン・ウレア工業会</b> .....	41
	建設業における新しい防水工法の技能を標準化。エンドユーザーからの信頼度向上と施工技能者の意識改革に寄与 単一等級から複数等級に規程を変更した	
<b>CASE 19</b>	<b>磨き屋シンジケート</b> .....	43
	社内検定構築への取組により、地域産業団体と商工会議所が効果的に連携し、金属研磨業のブランディング確立に寄与 地域産業振興と人材育成に大きく貢献	

# 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

- 現状の技能教育制度の教育項目と習得順序の整合性を確認する良い機会になった。  
デンソートリム株式会社
- 自己流で行っていた技能を標準化でき、どの店舗でも同じできばえの商品を提供できるようになった。  
イオン株式会社
- 技能の標準化によりベテランの暗黙知であった技能が基準として明文化された。  
株式会社互省製作所
- 金属バフ研磨に必要な技能と知識を体系立てて身につけられるようになった。  
磨き屋シンジケート



## 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

- 社内検定合格を目標と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。  
株式会社デンソー
- 合格者は年間優秀営業スタッフ表彰という目標ができ、モチベーションが上がる。  
トヨタ自動車販売店協会
- 全体の中での業務の位置づけが分かり、キャリア構築の一つの目安になる。  
今治タオル工業組合
- 受検や講習会などを通じて継続的な勉強の場ができ、従業員のモチベーションが向上した。  
管清工業株式会社



## 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

- 受検を通して得た技能や知識から基本を再認識でき、商談の進め方に幅が出てきた。  
トヨタ自動車販売店協会
- 原理原則を習得することで、品質向上、生産性向上につなげることができた。  
ジャトコ株式会社
- 関係者全員が連携して、スキル向上の体制づくりを強化したことで技術習得効果が高まった。  
ソフィーナビューティカウンセリング株式会社
- 受検者のみでなく審査員側にも多くの気づきがあり、意識向上につながっている。  
株式会社コーセー



## 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

- 各職場の熟練者が真剣に練習に打ち込む姿を毎日見るうちに、キャリアプランの重要な取り組みに位置付ける従業員が出てきた。  
株式会社デンソートリム
- 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、信頼感を高めている。  
ビケ足場仮設事業協同組合
- 目指すべき姿が明確となり、目標を持って働けるきっかけとなっている。  
スプレーウレタン・ウレア工業会



## 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

- 厚生労働省から認定されたことにより、安易な修正はできなくなり、権威のある持続的な制度として運用できる。  
株式会社デンソー
- 検定合格者のみがチャレンジできる研修や専門コースも設けており、新たな学びの機会を得るために目標の一つとなっている。  
カネボウビューティカウンセリング株式会社

質の高い製品やサービスを提供するための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。



## 有資格者の 実績への寄与

社内検定受検を通じて得た技能や知識を活かし、社外からの評価も上がることで実績に寄与する有資格者もみられます。

### 導入企業・団体の声

- 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高い傾向も見られる。  
株式会社コーセー
- 販売促進においても資格保有者は顕著な実績を示しており、受検で得た知識や技能が評価され、安心して商品を買っていただけることにつながっている。  
株式会社伊藤園



## 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

- 顧客との信頼関係を築ききっかけになり、売上にも貢献している。  
ヤンマーアグリ株式会社
- スーパーマーケットの「棚割り」を任せていただける店舗が増加している。  
株式会社伊藤園
- 認定を受けたことを顧客にPRすることにより、食品安全に取り組んでいる企業や病院から一定の評価を受けるようになってきた。  
管清工業株式会社



## 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

- 品質の信頼性をアピールする材料にもなっている。  
ジヤトコ株式会社
- 有資格者はクライアント広報誌へ掲載され、取引先のアピールにも利用されている。  
アメニティネットワーク技能検定協会
- 独自の資格が乱立している業界の中で、厚生労働省認定という大きな差別化を図ることができ、メリットを感じている。  
日本ロックセキュリティ協同組合
- 受注機会が増加するなど、社内検定制度の社会的な認知度の向上につながっている。  
スプレーウレタン・ウレア工業会



## 地域産業振興に貢献

行政機関や商工会議所などと連携して社内検定に取り組んだことにより、地域産業振興や地域ブランディングの構築につなげることができます。

### 導入企業・団体の声

- 組合に属する企業間の連携の醸成にもつながっており、地域活性化のために取り組むという意識が徹底されている。  
今治タオル工業組合
- 人材育成と産業振興が相まって、商品の付加価値が高まっており、地域振興に寄与するブランディングに成功することができた。  
磨き屋シンジケート



## 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

- 1級取得者はワッペンをつけたり、認定証を飾ったりして積極的にPRしている。  
日野自動車株式会社
- 級別バッジをつけた活動で、顧客からの声掛けや会話のきっかけになる効果もある。  
カネボウビューティカウンセリング株式会社
- バッジや名刺により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。  
ソフィーナビューティカウンセリング株式会社
- 「トイレ診断」という業務の認知度が高まり、業務を円滑に行えるようになった。  
アメニティネットワーク技能検定協会

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…1,452人/年(平成29年度)
- ◆合格者数(累計)…1級23,197人、2級26,783人(延べ人数、昭和47年～平成30年3月現在 認定前も含む)

- ◆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  
連結168,813人、単独39,315人  
(平成30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でき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。

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30年4月時点)。現在デンソーには23,000人弱の技能者が在籍しており、(国家)技能検定の延べ取得者数は25,000人弱、認定取得後の社内技能検定の延べ取得者数は38,000人弱におよび、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できる(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。



## (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。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。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。

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。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いないが関連はしている。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いるが、その目的は検定受験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

##### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

業務の棚卸しや、職務分析により必要な技能・知識を整理し見える化したことで、職位と必要技能が具体的に繋がり、より確かな能力進展が図れるようになっている。

##### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

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、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。

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できると考えている。

また、試験基準などを国から認められることにより、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できるようになるというメリットもある。

なお、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。

さらに、デンソーはグループ各社への社内検定構築支援も実施しており、平成29年6月にデンソートリム株式会社が厚生労働省の認定を取得した。

## 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

# ヤンマーアグリ株式会社

- ◆名称…ヤンマーアグリ株式会社社内技能検定
- ◆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…ヤンマー整備士1級5,594人、2級13,501人、3級3,816人  
大型販売士2級1,706人、大型整備士823人（いずれも延べ人数、平成30年4月現在）
- ◆合格者数（累計）…ヤンマー整備士1級1,911人、2級4,458人、3級3,571人  
大型販売士2級972人、大型整備士547人（平成30年4月現在）

- ◆社名  
ヤンマーアグリ株式会社
- ◆設立年  
平成30年4月
- ◆本社所在地  
大阪府大阪市
- ◆業種  
農業関連機械の開発・製造・  
販売・サービス
- ◆従業員数  
450人  
(単体、平成30年4月現在)

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でき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。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できるなど多くのメリットがみられる。

## (1) 社内検定制度の概要

ヤンマーアグリ株式会社（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（ヤンマーアグリ株式会社社内技能検定）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。

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、主な受検者は園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3等級に分かれている。3級は、主にヤンマーアグリジャパンの各支社（北海道、東北、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でき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、規程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でき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、油圧などの故障について原因を特定できる、高い知識と技能が求められる。

また、近年の農業機械の変化に伴い、担い手農家に対応でき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できる人材を育てるため、社内検定制度を構築した。

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など、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できた。

### 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か所の支社（北海道、東北、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。

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るが、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など、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おり、資格手当の形で給与にも反映されている。

また、合格者は、名刺に表示し顧客にアピールしている。副賞として認定証を発行し、取得級のワッペンがついたメカニクスーツの進呈や、各支社社員大会での認定証の授与、全国最優秀賞、地区優秀賞の表彰を行うなど、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付けである。

## (5) 構築の効果・メリット

### ① 社内検定構築に取組んだことによるメリット

全社の教育を担当するメンバーは、教育に対する取り組みがより熱心になり、さらに結束力が高まるとともに、より強固な協力体制が構築できた。

### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

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できるため、顧客を待たせずに迅速かつ丁寧な対応ができるようになり、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でき、顧客への継続でスピーディなサービスを目指している。

さらに、資格取得のレベルが全社的に統一されているため、管轄地域以外のお客様でも同一のサービスを安心して受けられるようになっている。

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  
後輩指導のための仕組みとして活用

# 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、住宅などの  
販売充実、レンタル・リースの  
普及促進など
- ◆加盟販売店数  
433社(平成30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)…27,940人(平成13年～)、(平成30年1月現在)
- ◆合格者数(累計)…15,475人(平成2年～平成29年認定の在籍スタッフ)、(平成30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

トヨタ自動車販売店協会(以下「ト販協」という。)は、トヨタ自動車株式会社(以下「トヨタ」という。)と共同で、平成2年に「トヨタ営業スタッフ技能検定(以下「検定」という。)」を構築、平成5年に他職種に先行して自動車販売職で労働省(現厚生労働省)の認定を受けた。

検定は、知識とスキルの審査を通じ、主に提案力(顧客に最適な商品を勧める力)の養成を目的としている。

受検対象者は、ト販協に加盟する全国433社の販売店の営業スタッフである(うち、自動車販売店は279社)。

自動車販売職の受検資格は、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)の観点で3つのカテゴリーに分かれており、具体的には①オールトヨタ統一指標(必須選択)、②オールトヨタ推奨指標(5項目から1項目以上選択)、③販売店設定指標(4項目以内)である。大きな特徴は、各販売店が自社方針に合う6項目を選択し、基準達成者に受検資格を与えることである。

## (2) 背景・目的

平成2年、ト販協は「ステップアッププログラム(以下「SUP」という。)」を導入した。SUPは、販売店毎に行っていた育成をト販協・トヨタが支援し、OJT・研修・検定を柱にオールトヨタで営業スタッフを育成する仕組みである。“検定”はSUPの柱の一つである。

SUPおよび検定の当初のねらい・期待効果は、①営業スタッフの成長による「生産性向上」、②営業スタッフへの信頼感向上などによる「採用の有利性」、③顧客からの信頼感向上などによる「社会的地位の向上」であった。



### (3) 構築前後の取組

#### ① 認定前

昭和60年前後は、自動車販売職のイメージが今ほど良いとはいえ、ト販協は更なる社会的地位向上と信頼獲得を目指して社内検定の認定取得に取り組んだ。

#### ② 認定後

OJT・研修・検定からなるSUPは、平成13年まで約10年続いたが、改定で「営業人材育成の主体は販売店」とし、“検定”とトヨタの“研修”を分離した。主に販売店が“研修”でスタッフを育成、トヨタは販売店の教育体制充実を支援することとした。一方、“検定”では「検定基準(受検資格)」に広くスタッフの営業実績を含めるなど、現在の体系へと見直した。

検定の運用体制では、販売店教育担当者も重要な役割を担う。例えば検定基準の枠組はトヨタが示すが、販売店は教育担当者を軸に、各社方針を踏まえ基準を決定する。

試験問題はトヨタの方針に沿うが、優秀な販売店経験者(営業スタッフ・マネジャー・店長)も作成に関わる。また、販売店出身インストラクター約20名も問題を検証して第一線の意見を反映、検定の質を担保している。



### (4) 人事制度・待遇面との連携

トヨタは人材育成マップを策定し、販売店各職種に期待する役割などを体系化した。考課との関係まで必須にしないが、検定とリンクして営業スタッフに望まれる知識、スキルを提示している。

検定合格者の処遇の包括的実態調査はないが、一部で合格を昇格要件とする例や、多額ではないが資格手当もある。一方、全社員大会などのセレモニーで名誉を称えたり、祝い金(一時金)を支給する販売店は多い。

### (5) 構築の効果・メリット

検定は、営業スタッフが自身の成長を測って知ることができる指標であり、教育担当者や店長が営業スタッフの長所・短所や成長を把握する良い機会でもある。

また、自身のモチベーションを高め、検定受検を通して得た技能や知識を元に売り方の基本を再認識できることで、商談の進め方に幅が出る。これは自身の成長と、後に後輩や部下指導にも役立つ。

営業スタッフの研修は、新人研修(入社1~3年程度)後、管理職までの長い間、体系的研修は少ない。その間、検定は人材育成を補完する優れたツールとなる。

ト販協・トヨタ・販売店が検定に取り組む目的は、検定合格だけではない。検定の事前研修・事後のフィードバック、また、日常のOJT・自己啓発で技能向上を図る「人材育成」を重視している。人材育成に重きを置くことで、上記のような効果を出せると考えている。

#### 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・後輩指導にも生きています。

「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できます。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。

I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、全社員から称えられます。その時、「I級受検合格→年間優秀スタッフ」という目標への道筋が見えてきて、営業としてのモチベーションが上がります。

## case 04

自動車部品管理の技能を測るために、  
実技試験にケーススタディを取り入れた例

# 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…5,780人(平成30年3月末現在)
- ◆合格者数(累計)…3,269人(平成30年3月末現在)

- ◆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: 32,719人  
単独: 12,622人  
(平成30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、社会的認知と従業員の地位向上を目的に、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、売上処理などの業務(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できること、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。

以前より販売会社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など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できた。

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できた。

## 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。後進の育成ができ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、メーカーや全国販売会社の社長が参列する大きな会合で表彰を行っている。他の級については、販売会社内で社長などから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できる。

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、またでき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

### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

社内検定構築にあたり、業務プロセスの分析および棚卸をしたことにより、全国地区販売会社すべてで一本化されたプロセスに基づいて業務を進められるようになった。その結果、お客様対応も良くなり、生産性向上にもつながった。

### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

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級取得者の上着にワッペンをつけたり、認定証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でき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の評価基準ができたことも大きなメリットである。





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188人、2級118人(平成30年1月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級81人、2級68人(平成30年1月現在)

- ◆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  
14,600人  
(平成30年3月現在)

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社内検定を構築した。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。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

国の技能検定のうち、ジャトコでは15職種を活用しているが、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できないものである。



### (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。工程と技能、知識の対応関係を整理できたことで、学科試験と実技試験を整備しやすくなった。

## ②認定後

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でき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が、上記の取組もあって、平成28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

社内検定の合否は、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見ると、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

### ①社内検定構築に取り組んだことによるメリット

社内検定に取り組んだことにより、今後のジャトコ組立業界を担うエキスパート集団が構築された。知識、技能を伝承し、機能構造、部品の取り扱い、計測機器などの原理原則を習得することで、従業員の底上げができ、結果として品質向上、生産性向上につなげることができた。また、仕事の進め方を部下に徹底することができるようになってきた。

### ②社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

検定1級、2級取得に向けての活動が定着してきた。各拠点の有資格者が時間を作り検定合格を目指している従業員に向け、教育訓練を実施するまでに成長した。

社内検定は、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、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。**

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。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できました。

夏、練習に励んだ経験は一生忘れないと思います。合格することができて、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。

# 社内検定認定制度活用事例

case  
06

人材育成の一環として社内検定制度の構築に取り組むことで、技能の重要性を従業員に認識させスキル習得に対するモチベーション向上と職場の生産性の向上のためのツールとして活用

## デンソートリム株式会社

- ◆名称…デンソートリム社内検定
- ◆対象職種…トリム製品製造装置オペレーター
- ◆認定年月…平成29年6月
- ◆受検者数…10名(平成30年4月現在)
- ◆合格者数…1級:6名 2級:4名(平成30年4月現在)

- ◆社名  
デンソートリム株式会社
- ◆設立年  
平成2年
- ◆本社所在地  
三重県三重郡菟野町
- ◆業種  
自動車部品製造業
- ◆従業員数  
892名  
(平成30年4月現在)

製造系企業

社内検定の導入により、技能向上に向けたキャリアプランや目標が明確になり、従業員のモチベーションが向上した。この社内検定制度が社内外で認知され、人材確保や定着に好影響を与えている。

### (1) 社内検定制度の概要

デンソートリム株式会社(以下「デンソートリム」という。)は、株式会社デンソー(以下「デンソー」という。)から二輪部品事業(ACジェネレータ)を独立させることに伴い平成2年に設立された。ACジェネレータの生産開始以後、二輪エンジンECUやO2センサー、ランプECUなどの四輪部品の生産にも取り組み、着実に事業拡大を進めてきた。

その中で技能者の育成については、従業員に国家検定を受検する事、また、その他の技能教育へ積極的に参加する事を奨励し、技能者の能力向上を計画的に図ってきた。

近年、自社開発の自動化設備が増加し、高精度化・複雑化・高度化する設備に対応できるオペレーターを早急かつ計画的に育成する社内検定制度を構築した。

### (2) 背景・目的

デンソートリムは、デンソー・グループであるため、従業員はデンソーの教育機関である株式会社デンソー技研センター(以下、「技研センター」という。)で各種研修は受講可能であるが、自社独自の自動化された生産設備の導入により、それを扱えるオペレーターの早期育成・技能向上が必要であった。ライン作

業の要となるオペレーターは「品質検査」「計測」について、生産された製品を使い正しく評価できる技能を身につけることにより、製造部門の高品質のモノづくりを実現することが必要であり、ラインリーダーは高速で高度化する生産設備の「異常診断」の技能を磨くことにより高稼働率ラインを目指すことが求められる。

また、以前から会社経営層も社内検定制度を導入したいという思いを持っており、社内検定制度の導入に向けた取組を後押しした。



### (3) 構築前後の取組

#### ① 認定前

社内検定制度の構築に取り組むために、デンソートリムの社内で担当チームを組織した。社内検定推

進の責任者と技能の内容をよく理解している製造企画課長の2人が中心となり、ほぼ専任に近い形で取り組んだ。

また、社内検定認定制度構築におけるノウハウを熟知している技研センターの協力とデンソートリムのトップダウンによる取り組みにより、認定を受けるまでの活動は非常にスムーズに進み、当初計画より半年程早く厚生労働省から認定を受けることができた。

## ② 認定後

平成30年度の受検者数は1級が12人、2級が8人という想定であり、平成29年度の2倍を見込んでいる。検定の候補者は170名いるが、年に4回検定をして2024年までに全員が計画的に受けられるようにして、その後2025年から1級の試験を年1回、2級の試験を年2回実施予定である。



## (4) 人事制度・待遇面との連携

合格者には1級は金、2級は銀の「技」バッジが授与され社内で注目を浴びる。さらに1級は85点以上、2級は80点以上の合格者の中から、その年で最も高い点数を取った人に「匠」として特別なバッジを授与しており、受検者のモチベーションアップにつながっている。

社内検定制度は人事制度には直結していないが試験を受けて合格する人たちは高い能力を持っているので、必然的に次の職位に上がっていく。

事業が急成長する中で、製造部組織の管理職人材が不足しているため、このような制度を活用しながら、管理職人材の早期育成につなげている。

## (5) 構築の効果・メリット

### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

社内検定制度を構築する過程において、検定に

必要な技能と知識が、現状の技能教育制度の教育項目と習得順序の整合性を確認する良い機会になった。また、新たに設置した訓練所の場所が従業員通用口の横であり、各職場の熟練者が真剣に練習に打ち込む姿を毎日見るうちに、自分も社内検定に取り組むたいと、自身のキャリアプランの重要な取り組みに位置付ける従業員が出てきた。

さらに、「匠」を取得した人が講師になり、教える立場になることで自身の習得技能を深化させる良い機会になり、人材育成のサイクルができてきた。

### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

これまでは、単機能の設備が主であり、自身が携わる狭い範囲しか対応できなかったが、新たに導入した自動化設備に対処できるようになった。また、生産課と保全課の連携が強化され、生産性を向上させるなど、社内検定の構築が従業員の行動を変えた。

さらに、社内検定制度の認定とほぼ同時に、厚生労働省のホームページの認定社内検定一覧に掲載してもらうとともに、自社のホームページにも認定社内検定の導入について掲載したことから、社内検定制度の構築が社内外でかなり認知されてきており、人材確保や定着につながっている。

case  
07

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22人、2級1,439人、3級2,621人(平成30年2月現在)

- ◆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):373人  
イオンリテール(株):85,200人  
(平成30年2月現在)

6種類の社内検定職種を構築。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種類の社内検定職種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農産物マスター、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、魚の見分け方など、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など、人材育成に熱心に取り組んできた。

## (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（商品の提供・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などを行っている。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訓練・研修の一環として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、時間給として上乘せされる（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でき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、標準化できたことである。どこの店舗に行っても同じ技能、同じできばえの商品ができるようになったことで、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できる」などの共有認識を持ち、作業効率を上げることができ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できていることにも意義を感じている。

さらに、調理器具や包丁などの扱い方も標準化されたため、危険な扱いが減少することによって、安全でスピーディーな作業ができるようになった。衛生管理面への意識向上や作業効率の向上なども相まって、従業員への教育や能力開発が効果的に実施できている。

case  
08

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でき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

# カネボウビューティ カウンセリング株式会社

- ◆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800人、S級約3,600人(平成30年1月現在)

- ◆社名  
カネボウビューティカウ  
セリング株式会社  
※花王グループ
- ◆設立年  
平成29年
- ◆本社所在地  
東京都中央区
- ◆業種  
サービス業
- ◆従業員数  
4,867人(平成30年5月現在)  
うち、ビューティカウンセラー数  
約4,395人(平成30年5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、個々のモラールアップを図っている。

## (1) 社内検定制度の概要

カネボウビューティカウンセリング株式会社(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できるよう、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年以上従事した正規社員及び

契約社員であり、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に従事する者を、「ビューティカウンセラー」と呼んでいる。

カネボウにおけるビューティカウンセラーは、「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、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事は、「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できばえが判定しにくい」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

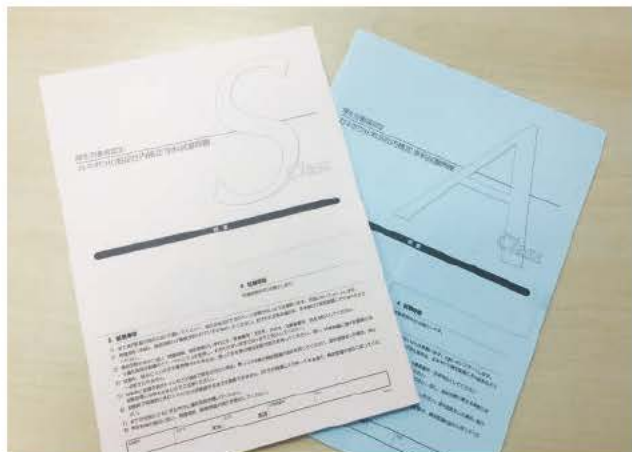
客観性の担保のため、“メイクアップドール”を用いるほか、検定員の目線を統一するために検定員研修を実施している。内容は、予め作成した点数別のメイクアップドールや画像を見て、採点ルールや審査方法、合否判定を学ぶというものである。

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事は、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でき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、年功的に資格取得できるわけではなく、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でき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？」といった声が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見られる。



## case 09

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貢献

# ソフィーナビューティ カウンセリング株式会社

- ◆社名  
ソフィーナビューティ  
カウンセリング株式会社
- ◆設立年  
平成29年
- ◆本社所在地  
東京都中央区
- ◆業種  
サービス業
- ◆従業員数  
2,586人(平成30年1月現在)

- ◆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1,354人、Ⅱ級1,011人(平成30年1月現在)

店頭で化粧品の紹介、美容情報、美容技術の提供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

ソフィーナビューティカウンセリング株式会社(以下「ソフィーナビューティカウンセリング」という。)は、ソフィーナブランドの化粧品に関する美容情報・商品情報及び、美容技術などの提供業務並びに販売補助業務の受託を担っており、化粧品の接客に必要な商品知識、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。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。

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目的であった。



認定バッジ

## (2) 背景・目的

ソフィーナビューティカウンセリングには、アドバイザーの知識とスキルの基準を明確にして、初期から段階的なスキルアップを意識させるために、以前から独自に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(当時)との社内交流プロジェクトにおいてヒアリングを重ね、認定取得への取組を開始した。厚生労働省の認定を取得することにより、社内での技術

## (3) 構築前後の取組

### ① 認定前

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。学科試験とメイクの実技試験に加え、「トリートメント」の実技を追加した。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。教材となるテキストや動画を作成し、専用ツールを整備した。また、指導者に対する研修や検定委員研修会も実施した。



## ② 認定後

検定環境を統一化するため、全国8支社の検定会場の条件を揃えた。一番大変だったのは、評価・判定の目線合わせである。特に初年度は、写真や点数表を全て分析し、検定委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。検定委員は新任者など担当者が変わるため、現在も年に2回、検定委員研修会を実施している。

## ③ 課題

花王の美容理論に則った技術が正しく表現できているか、また、検定委員の評価が印象評価にならないように、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も実施し続けていく必要があると強く感じている。

また、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あり、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、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、いつまでに何を習得すべきかを見える化・体系化することができ、評価の目線合わせもできた。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。

1人のビューティアドバイザーのスキルを確実にかつ早期に高めるために、OJT担当者はもちろん、職業能力開発に関わる関係者全員が連携して、スキル向上のための体制づくりを強化したことで技術習得効果が高まった。

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。

平成30年度  
厚生労働省認定

# 花王化粧品検定

未来をつかむ  
ここから！

**I 級**  
(検定実施時期)  
**2018年8月**  
(受検要項)  
2018年8月受検者  
申請期間：2018年5月1日(火)～31日(木)  
※詳細要項は18年度検定要項を参照してください。

**II 級**  
(検定実施時期)  
**2018年4月・10月**  
(受検要項)  
2018年4月受検者  
申請期間：2018年1月5日(金)～31日(水)  
2018年10月受検者  
申請期間：2018年7月2日(月)～31日(火)  
※詳細要項は18年度検定要項を参照してください。

主催 / 花王化粧品検定 運営委員会 ※詳しい情報は [ ] にお問い合わせください。パンフレットもご用意しています。

## 受検者の声

合格すると、襟元にバッジをつけることができ、名刺にも記載することができます。自分が誇らしさを感じるだけでなく、お客様や、さらには後輩の見る目が違うと感じます。また「〇年目の人は、ここまでできてほしい」という基準がはっきりしました。どこができていないかもはっきりするので指導がしやすいです。



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。

## case 11

社内検定の構築により、社内外から伊藤園ブランドへの信頼度が向上  
販売促進時に資格保有者の幅広い知識と高い商品説明力が好評

# 株式会社伊藤園

- ◆社名  
株式会社伊藤園
- ◆設立年  
昭和41年
- ◆本社所在地  
東京都渋谷区
- ◆業種  
食料品
- ◆従業員数  
5,475人(平成30年4月現在)

- ◆名称…伊藤園ティーテイスター社内検定
- ◆対象職種…ティーテイスター
- ◆認定年月…平成29年3月
- ◆受検者数…約2,000名/回
- ◆合格者数…1級:17名 2級:311名 3級:1,832名(平成30年5月現在の資格保有者数)  
(認定前の社内検定合格者を含む数)

サービス系企業

厚生労働省の認定を受けたことにより伊藤園ブランドへの信頼度が高まった。資格保有者の幅広い知識と高い商品説明力を活かし、社外に対して積極的にお茶の啓発活動を行っている。また、従業員一人ひとりがお茶のプロとして自分の視点でお茶の可能性を再認識し、知識欲とモチベーションが上がっている。

## (1) 社内検定制度の概要

株式会社伊藤園(以下「伊藤園」という。)は、平成6年から社内独自の検定制度を実施してきたが、平成29年3月に厚生労働省の認定を受け、「伊藤園ティーテイスター社内検定」と改称している。

試験は年に1回実施、レベルに応じて1~3級まであり、各級とも学科、検茶、口述の試験が行われ、お茶の文化や健康性、製造工程などの幅広い知識と、お茶のいれ方やお茶の産地・品種の見分けなどの技能が求められる。

受検対象は関連会社を含めた伊藤園グループ全従業員。お茶に関わる会社の従業員として、全社員が必要な知識と技能であるため、特定の職種に限らず、隔たり無く受検している。

## (2) 背景・目的

伊藤園は茶葉と茶系飲料を中心とする商品を取扱っている。その強みを発揮してお茶の魅力を社内外に発信していくために、従業員がお茶に関する高い知識と技術を持つことが今後増々必要になると考え、それらの実現のためにティーテイスターを社内検定認定制度に申請することにした。

また、伊藤園の長期ビジョンである「世界のティーカンパニー」の実現に向けて、さらなる知名度の向上、従業員の技術に対する社会的評価の向上につなげることも厚生労働省の社内検定認定制度への申請目的である。



## (3) 構築前後の取組

### ① 認定前

認定前の伊藤園独自の制度から社内検定認定制度へ申請する際に、従業員の技能向上を図るため、試験の仕組みを再構築した。

具体的には、各級合格者に求める知識とそれに合致する試験の難易度を改めて見直したことと、検茶、口述の試験の合格基準をこれまで以上に明確化する

ため、より詳細なチェックポイントを設定したことが挙げられる。

例えば、以前の口述試験では、評価者によって評価にばらつきが生じることもあった。社内検定認定制度への見直しにあたって、詳細なチェックポイントを設定し、試験直後に各評価者が意見を出し合うことで、評価者によるばらつきを生じにくくした。

## ② 認定後

これまで以上に事業環境の変化を検定試験に折り込むようにしている。昨今、和食のユネスコ無形文化遺産登録や訪日外国人旅行者の増加などを背景に、日本の食文化である“お茶”への関心が高まっており、特に抹茶は飲用だけでなく料理やデザートなど、加工向けに用いるなど用途が広がっている。こうした変化に対して、伊藤園では従業員が抹茶に関して広く深い知識を持つことが不可欠だと判断し、試験問題に取り入れることにした。さらに、過去の合格者に対しては社内の研修制度を利用し、抹茶に関する情報提供を行うことで、合格者全員が同様の知識レベルを持つよう教育を行っている。



## (4) 人事制度・待遇面との連携

上位級の受検にあたり、茶道に関する概略の知識・技能修得の支援として研修制度を整備している。

また、資格保有者に対して、お茶の啓発活動の対価として「認定資格手当」を支給している。1級、2級資格保有者には、「厚生労働省認定社内検定」と取得級を表示したバッジ（1級は金色、2級は銀色）とネームプレートが配付され、それを用いて社外でのお茶の啓発活動を行うことができる。

## (5) 構築の効果・メリット

### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

社内検定構築にあたって、お客様の前でお茶を振る舞う場面を意識した検定内容に見直した。その結果、より実践的な検定へとレベルアップすることができたと考えている。

また、伊藤園では、従業員にお茶に関する社内教育用テキストを配付しているが、社内検定の構築にあたって関連文献を参考にし、必要な知識と技能を再整理した。その結果、従業員がお茶を広める啓発活動をするための基礎情報を集約し充実できたと考えている。

### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

認定後、伊藤園ブランドの知名度、信頼感が上がっていると実感している。例えば、スーパーマーケットには「棚割り」と呼ばれる商品ラインアップを決める作業があるが、それを伊藤園に任せる店舗が増加した。これは、伊藤園が全国の幅広いお茶を取扱っていることに加え、個々の営業担当者が、社内検定によりお茶の文化や歴史的背景、健康性、昨今の市場動向などの正確かつ多角的な知識を身に付けており、信頼されているからだと考えられる。

店舗などでの販売促進においても資格保有者は顕著な実績を示している。伊藤園の従業員がお客様に直に接して商品を説明し、その中で、検定受検で得た知識や技能がお客様に評価され、安心して商品を買っていただけることにつながっている。同時に、従業員としても、お客様目線やニーズをつかむ機会が増え、知識や技能の向上意欲がこれまで以上に高まっている。



case  
12

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

- ◆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  
196人(平成30年4月現在)

- ◆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7人、2級88人(平成30年3月末現在)
- ◆合格者数(累計)…1級7人、2級88人(平成30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でき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広く使われている。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・作業標準類などを使って、正しい製品がきちんと安全に製造でき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でき、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・金型冶工具などの事前準備が適切にできるかなど、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、合否を検討する。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、次回の検定では、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り、安全かつ効率的に作業が進められる。また、プロセスの内容を文書化（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。社内検定など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できるようにしている。

## （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などとして明文化され、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でき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できました。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できる機会であり、そのことによって、後輩にも正しい方法を教えることができるようになります。

case  
13

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

# 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)…367人(うち現職者139人)(平成30年4月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級93人(うち現職者69人)、2級124人(うち現職者70人)(平成30年4月現在)

- ◆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  
61社64拠点  
(平成30年4月現在)

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、排水などのチェック、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・診断でき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できる「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、空調関連など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、通常の清掃だけでは、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（レ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が必須であり、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などについて検討した。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できるようにした。

#### 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することで、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でき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などの施工を行う「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、合格することができました。

トイレの現場では、清掃スタッフの方々へ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  
14

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

- ◆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  
805人(平成30年4月現在)

- ◆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313人、2級387人、3級381人(平成30年4月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級221人、2級188人、3級244人(平成30年4月現在)

鍵・錠施工という特殊な業種・職種のため、消費者にとってサービスの品質がわかりづらい。さらに参入障壁が比較的安く、様々な事業者が存在する中で、鍵や錠前の取り付け技能を「見える化」するため、認定社内検定を活用している。

## (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でき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21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、社団法人など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でき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でき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（倫理を重視するなど）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できた。

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、先行していた他社の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、メーカーが特定でき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できない受検者がみられる。なるべく本来の力が発揮できるよう、事前講習などに力を入れている。

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できる。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できる。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  
15

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
- ◆業種  
建設業(ビケ足場施工)
- ◆従業員数  
加盟社数34社  
人員3,400人  
(うち施工スタッフ:約2,300人)  
(平成30年3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615人、2級2,651人  
(第120回甲信エリア試験終了時)(平成30年3月現在)
- ◆合格者数(累計)…1級170人(合格率27.6%)、2級1,194人(合格率45.0%)  
(第120回甲信エリア試験終了時)(平成30年3月現在)

中  
小  
企  
業  
・  
業  
界  
団  
体

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でき、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。

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され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には、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などが挙げられる。

足場を組む作業は、簡単には自動化・ロボット化

できない領域であり、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できない」として、検定制度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、認定社内検定制度を構築すれば、顧客の信頼も獲得でき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」を設置した。

#### 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く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など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。

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に限定している。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。

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）などでの発表、大



手ハウスメーカーを集めた場で1級合格者の表彰など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できている。

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できるようになった。その結果、チーフが以前より全体に気を配ることができるようになり、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できるため、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。業界の主な採用対象は高校生であり、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。

最近では、2級は高卒3年目での受検者が増え1つの目標となっている。一方で、1級のストレート合格は難しく諦める者も多かったが、地道に学習と訓練を継続することで合格する者も増えてきている。このような1級合格者は、後輩の指導に熱心である。



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106社  
従業員数2,305人  
(平成29年12月現在)

case  
16

「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検定
- ◆認定社内検定の対象職種…タオル製造(製織、整経)
- ◆認定年月…平成23年11月(平成30年3月に「整経」を職種に追加)
- ◆受検者数(累計)…112人(1級64人、2級48人)(平成30年3月現在)
- ◆合格者数(累計)…51人(1級23人、2級28人)(平成30年3月現在)

中  
小  
企  
業  
・  
業  
界  
団  
体

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、ブランド推進などを行う団体である。

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、後加工、縫製・仕上げなどの技能がある。このうち、社内検定では、商品企画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、織機の電子化など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、国家技能検定に替わる技能者を評価する今治産地独自の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。当時は海外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などを行い、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

で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できた。

#### 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。試験問題の作成などや評価者の確保については、業界の技術者で構成する「今治タオル技能士会」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年以上などいくつか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1級に合格していない者はタオルマイスターにはなれない。

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。平成30年3月に、経糸を

ビームに揃えて巻きつけ、タオル織機にかける前の状態まで糸を加工する「整経」職種についても認定を受けることができた。

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

#### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

タオル製造のうち、製織や整経に係る職務分析を行うことで、業務に必要である技能や知識を業界水準として整理できた。また、産地の行政機関や公設試験施設（官）、県立高等技術専門校（学）、愛媛県繊維染色工業組合（産）、今治タオル技能士会などと連携して取り組んだため、産地全体の業界技術標準や目指すべき技能レベルの共通認識を創出することにつながった。

#### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

認定後、産地全体の技術力が向上した。また、今治タオル工業組合に属する企業や技術者同士の連帯感も強化され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。

平成30年度より、新たに職種追加が認められた「整経」の検定がスタートする。申込も多数あり、業界技術水準の向上や高齢化の進む同職種の後継者育成にもつなげていきたい。

case  
 17

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…72人(平成29年9月現在)
- ◆合格者数…20人(平成29年12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  
423人(平成29年6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できるようにするため、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できるが、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、公的な資格制度などが充実しているが、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でき



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点である。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回程度開催しており、以下が一連の業務内容となっている。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、反省会の開催。

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など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、講習会の開催などを通じて、従業員が継続的に勉強できる場所を作ることができた。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  
見える化でき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できませんでしたが、自分の強み・弱みが見える化でき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できました。

case  
18

建設業界における新しい防水工法の技能を標準化  
エンドユーザーからの信頼度向上と  
施工技能者の意識改革に寄与  
単一等級から複数等級に規程を変更した

# スプレーウレタン・ ウレア工業会

- ◆企業名  
スプレーウレタン・ウレア工業会
- ◆設立年  
平成21年
- ◆本社所在地  
東京都新宿区
- ◆業種  
建設業・防水工事業
- ◆加盟社数  
87社(平成30年5月末現在)

- ◆名称…SUK超速硬化ウレタンスプレー施工社内検定
- ◆対象職種…超速硬化ウレタンスプレー施工
- ◆認定年月…平成25年10月
- ◆受検者数(累計)…単一等級129名(平成30年3月)
- ◆合格者数(累計)…単一等級114名(平成30年3月)

社内検定の構築により、建設業界における防水工法の技能を標準化でき、エンドユーザーから高い評価と信頼を得ている。また、複数等級化したことで、施工技能者が実務経験を積み、今後目指すべき姿が明確となり、キャリアプラン(将来の目標)を持って働くことにつながるなど、人材の確保・育成・定着におけるプラスの効果も期待している。

## (1) 社内検定制度の概要

スプレーウレタン・ウレア工業会(以下「SUK」という)は、「スプレーウレタン・ウレア工業会社内検定」について、平成25年10月に厚生労働大臣の認定を受け、単一等級による試験を開始した。平成30年3月、難易度が分かれていない単一等級から、難易度により1級・2級に等級を分けた複数等級に規程に変更、名称を「SUK超速硬化ウレタンスプレー施工社内検定」とした。

本検定では、超速硬化ウレタンスプレー専用吹付け機による吹付け工法により、所定の膜厚で吹き付けるために必要な知識と技能を測ることとしている。各級の受検資格は、2級が実務経験3年以上、1級が7年以上となっている。

## (2) 背景・目的

建築物の防水工事をした場合は、防水性能を保証することになっており、その防水性能の品質を確保するうえで、塗膜厚の確認は重要な要素となっている。超速硬化ウレタンスプレー工法は、超速硬化ウレタン

スプレー材料を、専用吹付け機を用いて吹付けることで高品質で高物性の塗膜を作り出すことができる。漏水などの防止のため防水層の塗膜厚の確保は重要であり、施工技能者には専用吹付け機の正しい操作技能と高度な吹付け技能が求められる。超速硬化ウレタンスプレー工法の需要拡大と、建設の偽装問題により品質管理を問われた時代背景も相まって、これまで親方・職長が伝承してきた経験的な技能について標準化するため、社内検定を構築した。



### (3) 構築前後の取組

#### ① 認定前

SUK事務局に社内検定実施準備委員会を設置し、技能検定に携わっている委員など外部からの知識や技能を積極的に取り入れ、社内検定の構築に向けて取り組んだ。実技試験における客観性や公平性を担保するため、試験架台の製作や塗膜厚の測定方法などの確立に向け、検証を重ねた。検定の構築の過程において、内部でノウハウを持っていない場合は、類似の技能検定や社内検定に携わる社外の人からの協力を得ることは重要であった。

#### ② 認定後

社内検定運営委員会事務局が中心となり、総務部会、試験基準部会、検定実施部会の3部会を設置し、検定運営の精度向上に取り組んでいる。

また、超速硬化ウレタンスプレー工法の進展と業界構造の変化を背景に、企業における人材育成や能力開発のあり方にも変化が見られていることなどを鑑みて、約1年6か月の期間をかけ、複数等級化に向けて検討を進め、平成30年3月に規程を変更した。平成31年より1級、2級の複数等級にて試験を開始する。



### (4) 人事制度・待遇面との連携

SUKでは、総会および支部情報交換会（全国6支部）で、本検定の実施状況と結果報告を行い、会員企業に対して、検定合格者に対するインセンティブ・報酬増加などの付与を盛り込んだ啓発活動を行っている。

また、検定合格者をSUKのホームページ上に掲載、さらに、実技試験の高得点者については「優秀合格者」として総会で表彰、記念品を贈呈することで、検定合格者の地位の向上につなげている。

### (5) 構築の効果・メリット

#### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

技能の伝承は、一般的に親方・職長の経験知に頼っているところが見受けられるが、検定の構築により、建設業界における防水工法の技能を視覚的にわかるよう標準化した。それにより、施工技能者は「厚みをつけるためには、どのくらい縦横にスプレーを吹くことが必要であるか」などを意識するようになった。

また、複数等級化に取り組んだことにより、施工技能者が実務経験を積み、今後目指すべき姿が明確となり、超速硬化ウレタンスプレー工法の職種における技能形成の目標が明確となったことは、大きなメリットである。

施工技能者は、実務経験3年以上で2級を受検し、見習いから一人前になった「あかし」を得ることができ、実務経験7年以上で1級を受検し、親方・職長として認められて後輩指導もできるようになる。検定の構築は、施工技能者が「〇年後どんな自分でありたいか」という目指すキャリアを実現するために目標を持って働けるきっかけとなっている。

#### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

検定合格者は、正確で精緻な施工ができる技能を有し、エンドユーザーのニーズに応えることができる施工技能者であることを明確にするため、大手建設会社技術部、大手設計事務所に対し、設計仕様書の段階で、駐車場や屋上の防水工事は、SUK超速硬化ウレタンスプレー施工社内検定の合格者による施工である旨明記することを推進する活動を行っている。

高い技能は品質の信頼度向上となり、受注機会が増加するなど、社内検定制度の社会的な認知度の向上につながっている。

本検定の複数等級化での試験はこれからであるが、施工技能者の人材の確保・育成・定着におけるプラスの効果も期待している。

case  
19

社内検定構築への取組により、  
地域産業団体と商工会議所が効果的に連携し、  
金属研磨業のブランディング確立に寄与  
地域産業振興と人材育成に大きく貢献

## 磨き屋シンジケート

- ◆名称…磨き屋シンジケート金属バフ研磨社内検定
- ◆対象職種…金属バフ研磨
- ◆認定年月…平成30年3月
- ◆受検者数…これから実施のため未定

- ◆社名  
磨き屋シンジケート
- ◆設立年  
平成15年1月
- ◆本社所在地  
新潟県燕市
- ◆業種  
金属研磨
- ◆加盟社数  
金属研磨業者29社  
(平成30年6月末現在)

燕市を中心に、地場産業として発展してきた金属バフ研磨は、後継者が育たない課題があったが、金属バフ研磨の技能を「見える化」することで、技能習得を容易にした。厚生労働大臣の認定を受けたことで全国各地に取り上げられ、改めて金属バフ研磨技術への注目が集まり、「燕の金属研磨」のブランディングの確立に寄与している。

### (1) 社内検定制度の概要

磨き屋シンジケートは、燕市を中心に共同受注によって大ロットの受注に対応するために、金属バフ研磨業者で組織された事業者団体である。磨き屋シンジケートは、平成30年に「磨き屋シンジケート金属バフ研磨社内検定」の厚生労働大臣の認定を受けた。金属基盤技術の1つである、金属バフ研磨が対象である。

金属バフ研磨とは、多様な金属を磨き光らせることによって付加価値を付けることである。磨きムラがあっても歪んでもいけない。研磨できる形状が幅広いことから、顧客ニーズに応じて多様な金属を磨き上げる実務経験が必要である。

### (2) 背景・目的

金属研磨業は燕市が誇る地場産業である。しかし、後継者が育たず廃業が相次いだ。さらに、様々な製品に対応するため機械化が難しく、人の手が絶対的に必要だったが、人材育成も困難だったため、金属バフ研磨業者全体として衰退が危惧される状況下で、「磨き屋シンジケート」が立ち上げられた。再興を図るためには、大ロットの受注だけではなく、技能を見える化し、それに基づいて人材育成し、事業

継承を行えるようにする取り組みが急務だった。



### (3) 構築前後の取組

#### ① 認定前

金属バフ研磨業者は小規模事業者がほとんどであり、小規模事業者だけでは手間の掛かる社内検定の構築・運営は難しい。そこで、燕商工会議所が磨き屋シンジケートを支えることで、社内検定の認定を目指すこととなった。

まず、検定制度を構築するために、過去にまとめた金属バフ研磨に求められる技能を棚卸しし、磨き屋シンジケートと燕商工会議所が一緒になって議論し、職務分析を行った。必要な技能や知識を明らかにした後、試験問題の範囲と項目を定め、出題の方法について議論している。特に実技試験の採点をする際の

基準については、何度も試行を行い、評価基準をあわせることに腐心した。

認定申請に至る過程では、金属研磨業の人材育成に熱心な磨き屋シンジケートのメンバーと、地場産業の振興に熱心な燕商工会議所の職員の想いが一致し、互いに連携し合いながら準備を進めることにより認定までたどりつくことができた。

## ② 認定後

認定を取得した後、記者会見をしたところ多くのマスコミに取り上げられ、注目度は高まった。「金属研磨」は汎用性が高く、メガネや車、腕時計など金属製造業には「研磨」は不可欠である。しかし、大手では金属研磨を内製化させる方向に進んでおり、中小の研磨業者は独自の技術力で高付加価値を出していきたいと考えている。認定社内検定は、それを支える人材育成基盤となるだろう。



## (4) 人事制度・待遇面との連携

他の人事制度との連携は、各社によるところが大きいが、研磨業全体の技術力の底上げと、後継者育成による安定した技術の提供によって今後工賃が上がる可能性はある。さらに、社員教育に熱心なことに加え技術的な信用へとつなげることができる可能性がある。

## (5) 構築の効果・メリット

### ① 社内検定構築に取り組んだことによるメリット

社内検定構築を目指すにあたっては、磨き屋シンジケートと燕商工会議所との関係なども改めて確認し、相互にメリットがあるような関係性を構築するこ

とで、会則なども改善し、磨き屋シンジケートの組織としての結束力が強くなった。

さらに、磨き屋一番館（燕研磨振興協同組合が市から受託して事業をやっている研修施設）とも連携し、後継者育成や新規事業の促進など、地場産業における人材育成の基盤が確立できた。磨き屋一番館の卒業生に、社内検定の2級を受検してもらうことで、技能水準を客観的に証明できるとともに、一定数の受検者数の確保も可能となっている。

また、社内検定構築に取り組む過程で、改めて金属バフ研磨に求められる技能や知識はなにかを見つめ直すことができたことは大きい。特に小規模事業者が多い中で、これまでは人材育成が困難だったが、金属バフ研磨に必要な技能と知識を体系立てて身につけられるようになったことは地域地場産業の今後の財産にもなるであろう。

### ② 社内検定を構築し認定を受けたことによるメリット

地場産業の事業者集団である磨き屋シンジケートと地域の産業振興を目指す燕商工会議所が「人材育成」という共通目的でより強固な連携の仕組みを確立することができた。さらに、燕商工会議所が磨き屋シンジケートのタンブラーを販売するなど、相互にメリットがある取組を行っている。こういった活動を通じて、社内検定制度を永続的に続ける財政基盤なども充実してきている。人材育成と産業振興が相まって、商品の付加価値が高まっており、このような連携の結果、地域振興に寄与する金属研磨業のブランディングに成功できている。

# 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しは次のようなものです。詳しくは、厚生労働省のホームページに掲載の「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30年8月9日現在 49事業主等131職種)

既存の認定事業主一覧

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(充電始動系)	
			機能製品組付	
		昭61. 3.18	メーター組付	
			小型モーター組付	
			冷暖房器組付	
			プラグ組付	
		昭61. 4.18	ラジエーター組付	
			フィルター組付	
			ポンプ組付	
電子製品組付				
昭62. 3.26	試験・実験			
	部品管理			
	製品管理			
	部品検査			
セキスイハウス協会	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	
キャタビラージャパン合同会社	キャタビラー社内技能検定	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	
三菱ロジスネクスト株式会社	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	京都府長岡京市
	ニチュバッテリーフォークリフト整備士検定	平11. 3.30	ニチュバッテリーフォークリフト整備	
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	H V L A加工・組立て	
			ウォーターポンプ加工・組立て	
		平 3. 3. 5	ベーンポンプ加工	
			ベーンポンプ組立て	
平 4. 3.31	フロントカバー加工・組立て			
平 4.11.20	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	平元. 3.22	ダイハツ部品管理	大阪府池田市
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	F.R.P.製品水研	愛知県豊田市
			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	
			F.R.P.製品組付	
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	三菱自動車部品管理	東京都港区
ヤンマーアグリ株式会社	ヤンマーアグリ株式会社社内技能検定	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
			マツダ車体スロット溶接	
			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	
平 5. 3. 8	マツダ車部品検査 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	広島県安芸郡府中町
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	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	ビューティークンサルタント	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
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
カネボウビューティ カウンセリング株式会社	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
一般財団法人全日本和装 コンサルタント協会	一般財団法人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 マニュ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 数値制御微い研削盤 エヴェアグ研削盤 I S - 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 A T - 3 オペレート 三次元測定機 N C 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 I P 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
ソフィーナビューティ カウンセリング株式会社	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	愛知県名古屋市
今治タオル工業組合	今治タオル工業組合社内検定	平23.11. 4 平30. 3.15	タオル製造(製織) タオル製造(整経)	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	愛知県名古屋市
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	SUK超速硬化ウレタンスプレー施工社内検定	平25.10.24	超速硬化ウレタンスプレー施工	東京都新宿区
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
株式会社そごう・西武	フィッティングアドバイザー(レディス) 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(雑物)	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
磨き屋シンジケート	磨き屋シンジケート金属バフ研磨社内検定	平30. 3. 5	金属バフ研磨	新潟県燕市
株式会社トーエネック	トーエネック電工技能者社内検定	平30. 8. 9	建築電気設備工事	愛知県名古屋市

# 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30年10月9日発行（第三版）

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](mailto: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