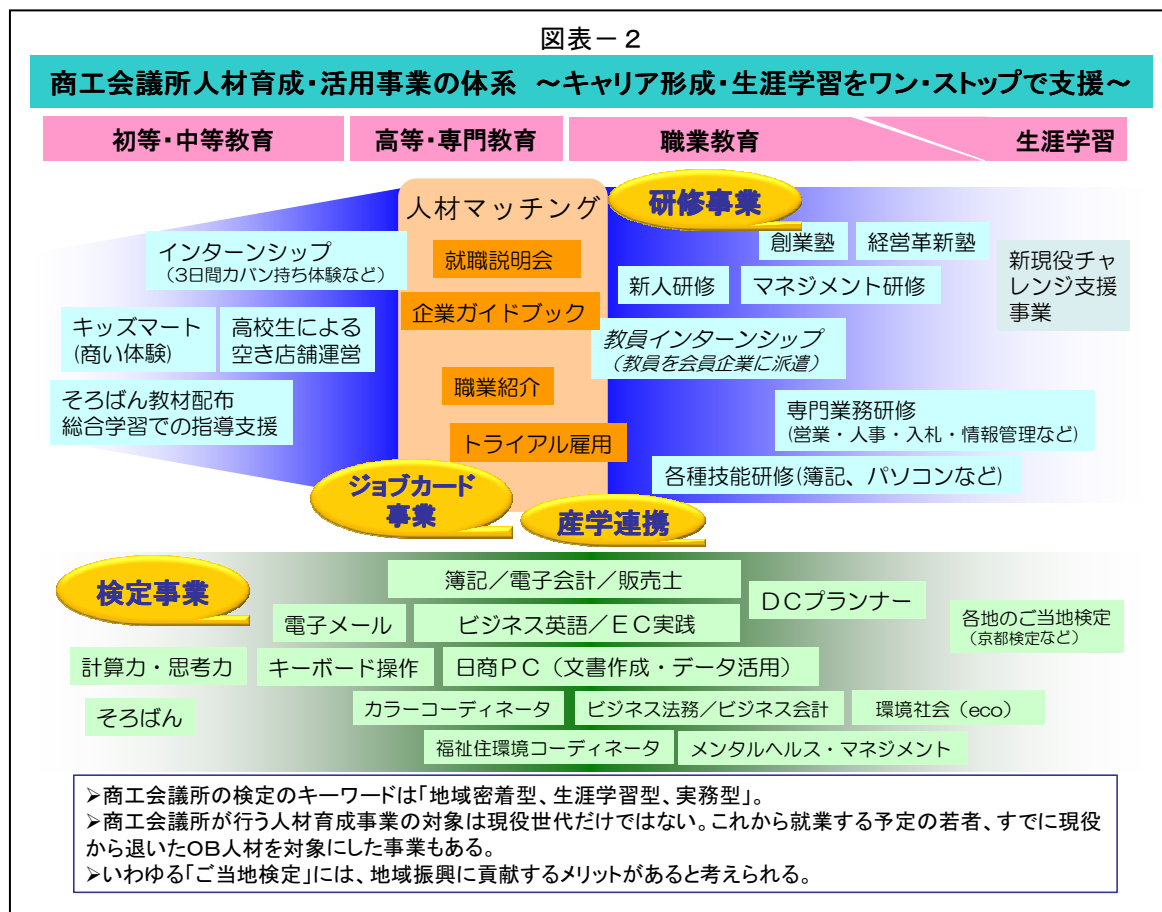


IV 商工会議所における産業人材育成事業への取り組み

1. 基本的な考え方

商工会議所は、地域の教育機関などと連携し、キャリア形成から求人求職マッチング、職業能力向上、そして生涯学習まで、人材育成・確保事業をワン・ストップで実施している（図表－2）。

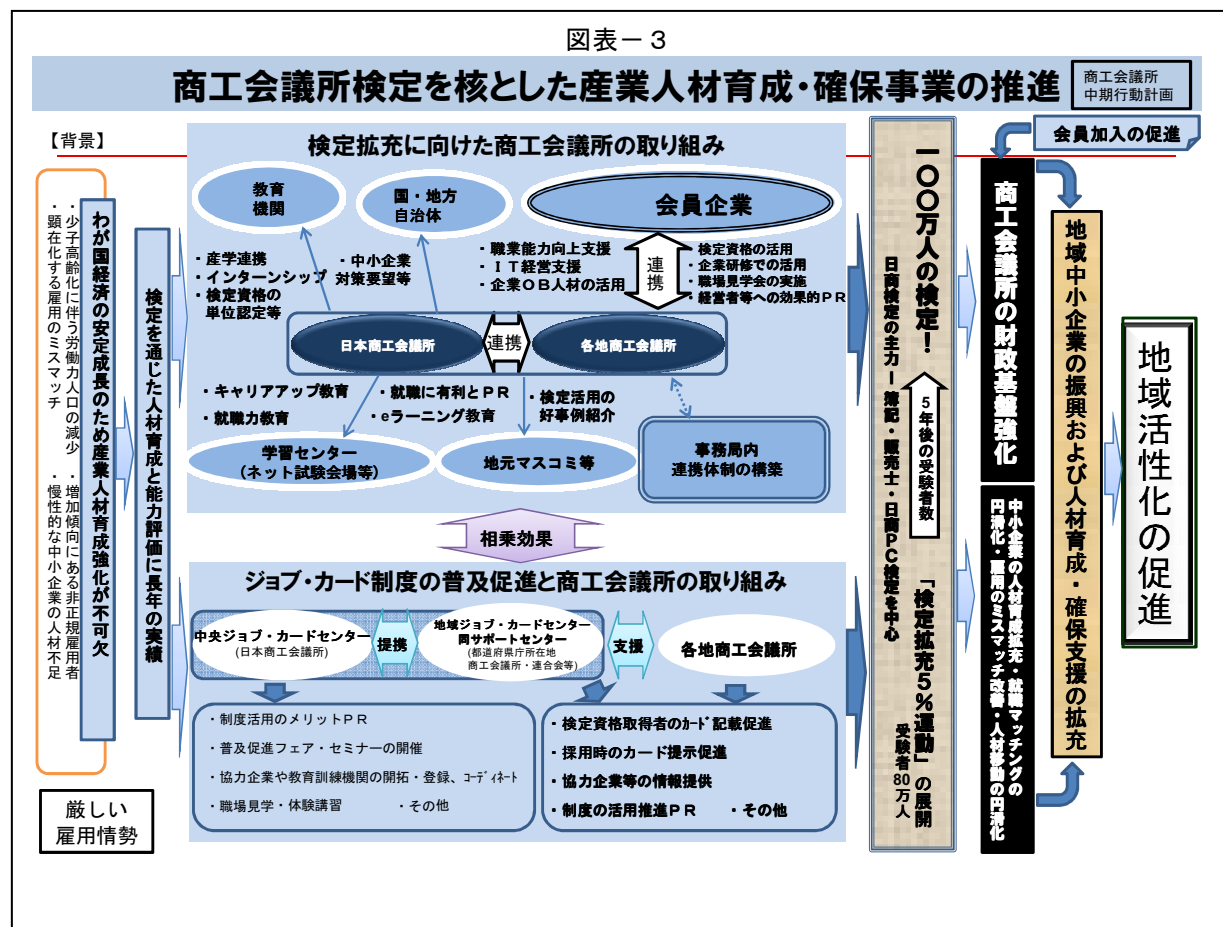


産業人材小委員会では、20年6月に取りまとめた「中間報告書」において、この特長を活かし、産業人材育成・確保事業を一層促進するために取り組むべき当面の具体的方策として、次の3点を提唱した。

- ①検定を核とした産業人材育成・確保事業の推進－「検定拡充5%運動」の展開－
- ②商工会議所の全所的な取り組み体制の再構築
- ③ジョブ・カード制度の普及に向けた積極的な推進

この3点については、20年7月に日本商工会議所が策定した「商工会議所 中期行動計画 勇気ある挑戦～イノベーションによる中小企業と地域の再生を目指して～」に盛り込まれ、現在、各地の商工会議所において、さまざまな取り組みを行っているところである（図表－3）。

今後、引き続き、この3点に基づいた事業を推進し、地域中小企業の人材育成強化を支援していくことが重要である。



2. 効果的な事業展開に向けた考察

急激に悪化した現下の雇用環境の状況や、雇用をめぐる構造的な課題をはじめ、本小委員会で実施したアンケート調査ならびにヒアリングなどをもとに、さらに効果的な事業展開について次のとおり整理する。

(1) 企業ニーズに合った即戦力となる人材育成

現下の急激な景気・雇用情勢の悪化により、特に輸出型製造業といった大企業等で雇用が過剰となり、優秀な人材が労働市場に流出してきている状況にある。雇用が不足している中小企業は、不況を優秀な人材を採用するチャンスととらえ、次の成長に向けた準備を行う傾向にある。また、流通、介護・医療、環境、教育等の内需型産業においても、優秀な産業人材を獲得する好機といえる。

ところで、労働力は、職種の違いを超えて簡単に移動させることは困難である。例えば、製造業に従事した経験があっても、その後すぐにサービス業で活躍できる、というものではない。雇用が不足している企業は、即戦力を求める傾向が強いことから、正社員として採用する前に短期間で即戦力にするために求人企業のニーズに合わせ

た職業訓練が必要である。

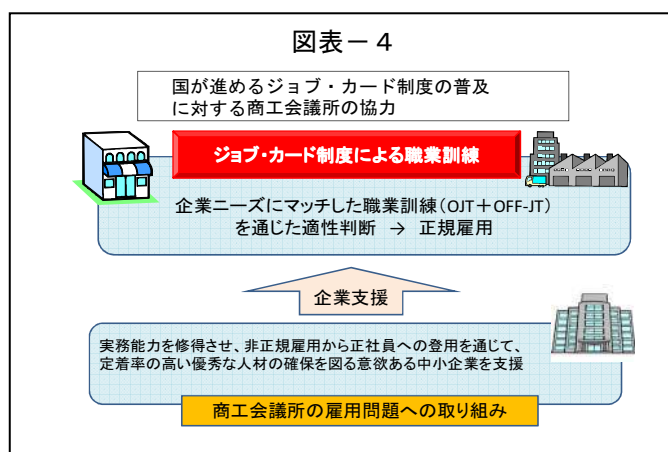
ジョブ・カード制度は、その一連の流れにワン・ストップで対応できる仕組みである。

ジョブ・カード制度は、正社員としての経験が少ない求職者などの職業能力を向上させ、求人企業とのマッチングを図ることを目的として、20年度から始まった国の雇用政策の中心的事業である。求人企業にとっては、この制度を活用することで、自社での職業訓練を担うトライアル的な企業実習を通じて求職者の適性や能力を評価でき、採用時のミスマッチや早期離職のリスクを軽減しながら即戦力の人材を確保できるほか、助成金や奨励金を活用することにより、職業訓練に係る経費を大幅に軽減できる、などのメリットがある。

そこで、深刻な雇用問題に対する商工会議所の政策的取り組みの一環として、ジョブ・カード制度を活用し、実務能力を修得させ非正規雇用から正社員への登用を通じて定着率の高い優秀な人材の確保を図る意欲ある中小企業を支援するとともに、労働市場における人材の円滑な移動の橋渡し機能を果たすことが期待される。(図表-4)。

商工会議所は、本制度が提供する職業能力形成プログラムである有期実習型訓練等を活用して人材の育成・確保に取り組もうとする積極的な企業を開拓する役割を担っている。21年1月末現在、この制度を活用しようとする企業は全国で2千6百社を超え、このうち75%は中小企業である。

教育機関においても、就職力が身につけていることをアピールするため、学生にジョブ・カードを保有させ、取得資格や学習歴・訓練歴を記載、就職活動時に企業に提示させる動きも活発化している。



(2) 企業ニーズに合った実践的な研修会・セミナーの推進

本小委員会等が実施した調査の結果等によると、約8割の企業は、何らかの教育訓練を実施しており、その内容は多岐にわたるが、社内での研修会等の実施、OJT、商工会議所など外部機関の実施する各種セミナーへの派遣、などが上位を占める。また、業績が好調な企業は、社員の能力開発に積極的である。そして、約6割の企業が従業員を講師とする社内研修会・勉強会が人材育成に最も効果がある、としている。

一方、人材育成の課題については、約7割の企業が「時間的余裕がない」、約4割の企業が「人材育成の担当者がいない」としている。また、厳しい経済環境を反映して、企業における人材育成のための研修が一層絞られる傾向にある。

今後とも、中小企業の人材育成を支援するために、研修・セミナー事業を推進していくことが重要である。

① 研修内容の高度化・専門化と研修対象者の細分化

本小委員会では、商工会議所が実施している研修会やセミナーについて、中小企業における利活用の状況についても調査した。その結果、主に次のような傾向が分かった。

まず、階層別研修については、約半数の企業が利用しており、特に新入社員向けの研修に対する評価が高い。一方で、中堅社員や管理者、経営者向けのものは、新入社員向けのものと比べ「役に立った」との回答は少ないものの、今後活用したい、とのニーズは高い。そして、今後活用したい研修内容としては、より高度なものが求められている。

また、職能別・テーマ別研修については、「財務・経理」「人事・労務」「経営・マネジメント」などの利用率が高く、研修内容としては、より専門性の高いものが求められている。一方で、職歴の浅い人材向けの基礎的な内容のカリキュラムが不足している。なお、役立ったとする研修内容と、今後活用したいとする研修内容の回答が同程度の比率であることから、現行の研修メニューについては一定の評価を得ているものと考えられる。今後は、これらニーズに沿ったカリキュラム・研修内容の見直しが求められるが、例えば、スキルの高低に応じて受講できるよう、同一の研修テーマでレベルに差をつけ、基礎的なものと応用力を養うようなものとに分けて実施することなどの対応が必要となる。

なお、専門性が高い分野への研修ニーズに応えるためには、必要に応じて、各種業種・業界団体などの専門家集団や、公共職業訓練センター、教育機関などとの連携・共催が効果的である。また、研修講師としてOB人材を活用する手法もある。

さらに、受講機会を拡充し、受講者の利便性を向上させるためには、eラーニングの推進、出前講座の開催、ネット試験会場や地域の教育機関との連携や共催が一層重要となる。

また、研修受講修了者（あるいは研修派遣元企業）に対し、研修内容がどれだけ身についたか、その修得度診断ツールとして検定資格を活用するとともに、求職者に対しては研修会やセミナーの受講履歴と取得資格をジョブ・カードに記載するよう働きかけることなども必要である。

② アルバイト、非正規雇用者、子育て後の女性等への対応

今後、アルバイト、非正規雇用者、子育て後の女性などに対しても研修・セミナーを実施していくことが重視される。こういった人々は、業務経験が少ないという観点から新入社員のスキル・レベルに近い。そこで、これまで利用度も評価も高い新入社員向け研修をモデルとして、年間を通じて必要な時に実施することで、ニーズに応じていくことができる。

また、商工会議所の研修プログラム等を、フリーターなどの職業能力向上のためにも活用するよう、公共職業教育機関等との連携も必要となる。

(3) 検定試験の拡充による職業能力の修得支援

日本商工会議所が各地商工会議所と共催で実施している日商検定は、50年以上の歴史と累計約2,000万人の合格者を輩出しており、社会的に高い信頼と評価を得てい

ることから、職業能力の修得支援という産業人材育成の視点から極めて有意義な事業である。そして、「中間報告書」で提案した「検定拡充 5%運動」に各地商工会議所が取り組んだ結果、20 年度の検定受験者数は、目標の 81 万人を大きく上回る約 86 万人になる見通しであり、今後とも高い受験ニーズに応じていく必要がある。

「中間報告書」では、会員企業と一体となって商工会議所検定を推進する重要性を提唱している。

「中間報告書」からの抜粋

〔各地商工会議所の取り組み〕

- 地域を代表する役員・議員企業の経営者や人事・研修担当役員・管理職に対し、以下に掲げるような検定資格等の活用を強く働きかける。また、段階的に全会員企業などへと働きかけを拡大する。
 - ・検定資格を、人事採用や人材派遣受け入れにおける採用・派遣要件や能力評価基準・就業能力証明として活用
 - ・商工会議所が実施するセミナーやeラーニングによる能力開発などを企業研修として活用するとともに、検定試験を修得度診断ツールとして活用
 - ・販売士については、モデル・カリキュラムである「養成講習会講座」を企業や教育機関向けに実施し、検定試験により講座受講者の資格取得を促進
 - ・検定資格を内定者教育における奨励資格として活用
 - ・検定資格を従業員のスキル・アップを図る企業内推奨資格として活用
 - ・検定資格を企業内研修の修得度診断ツールとして活用
 - ・検定資格を人事考課の評価項目として活用 など

また、管内の高等学校や専門学校、大学などの教育機関に対し、ジョブ・カード制度のPRを行い、商工会議所検定資格の取得とジョブ・カードへの記載促進を働きかけていくことが必要である（図表－5）。

なお、日本商工会議所では、20 年度、各地商工会議所と連携して主に次のようなPR事業を展開し、検定試験の受験者増に貢献した。

- ・資格情報誌ならびに同誌と連動したWebサイトに検定特集記事・広告を掲載（受験者向けPR）
- ・企業向けダイレクトメールを大手企業の本社人事担当部署向けに、また、教育機関向けダイレクトメールを就職支援担当部署向けに発送。
- ・全国紙に、資格取得による就職力向上を訴える広告を掲載（受験者、教育機関向け）

