

持続可能性に向けた認証制度 の価値向上

～品質・環境・労働安全衛生 における社会調査～

2021年3月

公益財団法人 日本適合性認定協会
JABマネジメントシステム研究会

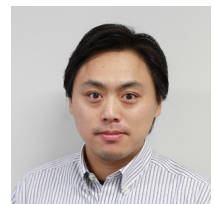
WG1 主査 金子 雅明
(東海大学)

©2021 JAB

自己紹介



- 名前:金子 雅明 (かねこ まさあき)
- 所属:東海大学情報通信学部経営システム工学科
- 職位:准教授
- 専門分野:TQM, 医療質・安全, BCP/BCMS
- 所属学会
 - 日本品質管理学会, 日本経営工学会, 経営情報学会, 医療の質・安全学会, 日本医療マネジメント学会等
- 外部活動
 - 品質マネジメントシステム規格国内委員会・ISO 9000/9001改訂準備検討WGメンバー, 超ISO企業研究会副会長, 一般財団法人海外産業人材育成協会(AOTS)・PQPSコース副ディレクター兼講師, PQM&EPQMコース指導講師, 日科技連・品質管理ベーシックコース講師&班別指導講師, デミング賞審査委員会委員, JAB/MS研究会WG1主査など



	氏名	所属・役職
1	金子 雅明	東海大学 情報通信学部 経営システム工学科 准教授
2	山田 秀	慶應義塾大学 理工学部 管理工学科 教授
3	河野 直	慶應義塾大学 理工学部 管理工学科
4	小山 義正	慶應義塾大学 理工学部 管理工学科
5	齊藤 信吾	中央労働災害防止協会 認証事業執行責任者 安全衛生マネジメントシステム 審査センター 所長
6	田辺 邦浩	公益財団法人 日本適合性認定協会 技術部 主幹
7	古谷 由紀子	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 監事
8	牧野 睦子	公益財団法人 日本適合性認定協会 事業企画部 次長

WG1の目的

- MS認証制度が社会で実際にどの程度、活用されているのか？



- MS認証制度の価値を高め、社会における活用を活性化するためにはどうすればよいのか？
 - 品質，労働安全衛生のマネジメントシステムを対象

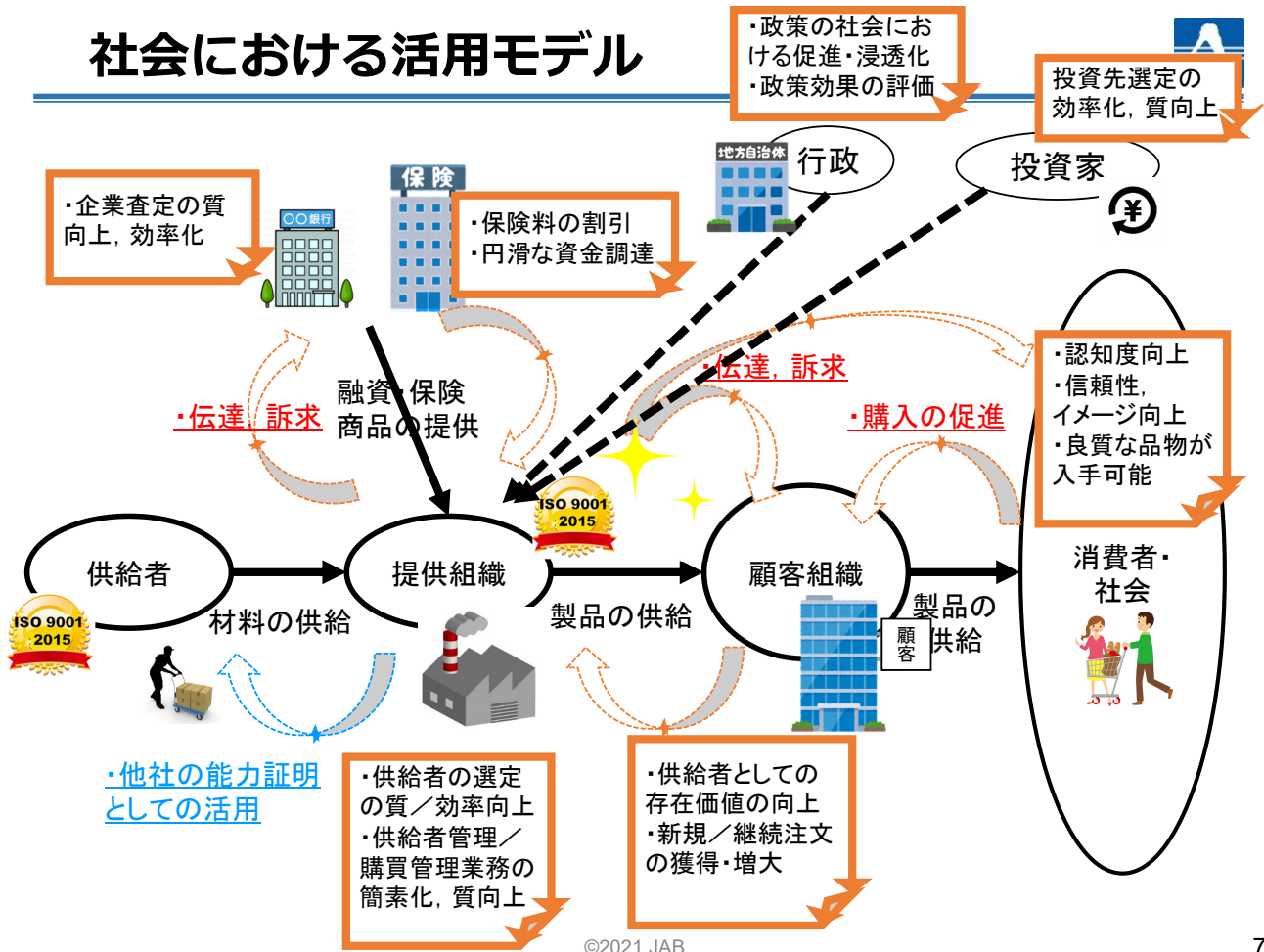
- **1. 「品質」における活用の活性化の効果把握**
 - ISO 9001の活用モデルと、過去の調査結果
 - 活性化の方向性と調査対象・領域
 - 調査内容の設定
 - 調査結果

- **2. 「労働安全衛生」の価値向上とその実態把握**
 - 労働安全衛生の価値の列挙
 - 価値の因果連鎖の構築
 - 調査対象と調査内容の設計
 - 調査結果

- **3. まとめと今後の課題**

1. 「品質」における活用の活性化の効果把握

社会における活用モデル

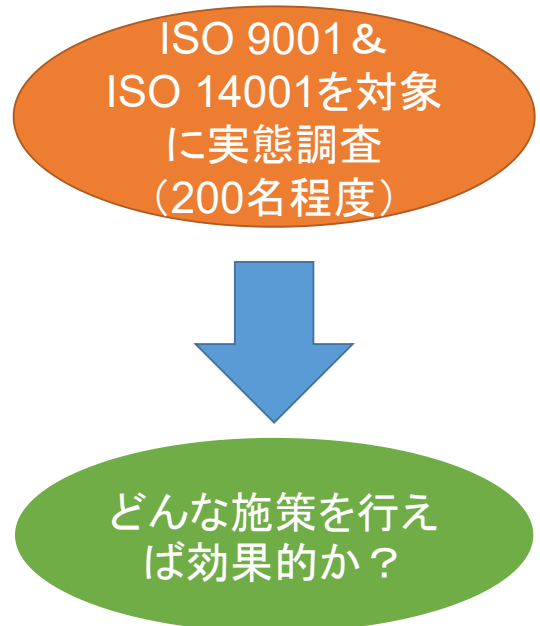


7

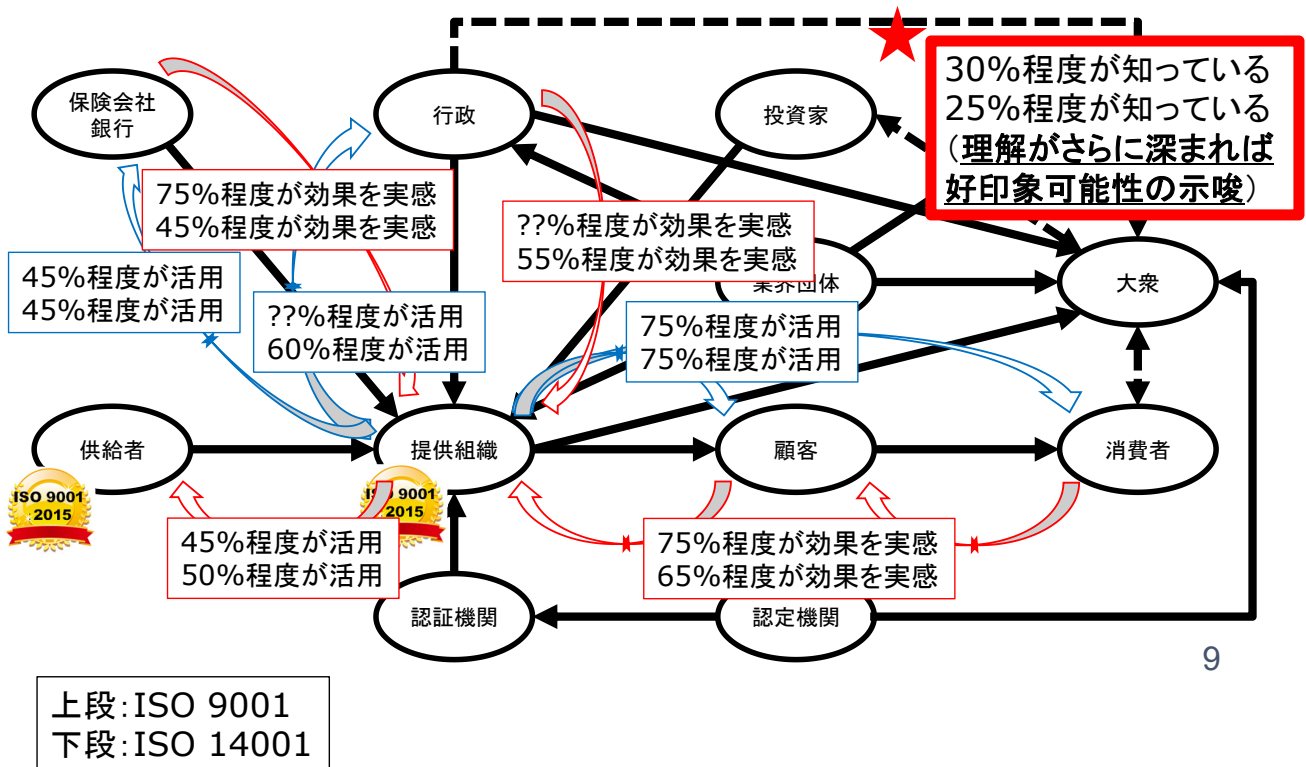
活用の実態調査から活性化のための施策へ



- ・ MS認証制度活用の意図と効果
 - ・ 認証取得の意図
 - ・ 認証取得の効果
 - ・ 効果が実感できない理由
- ・ 認証取得の外部への伝達
 - ・ 外部伝達での活用方法
 - ・ 外部伝達の効果
 - ・ 効果が実感できない理由
- ・ 購買・調達でのMS認証の活用
 - ・ 供給者の選定での活用
 - ・ 供給者選定で活用しない理由
 - ・ 購買品の受入・定期的な評価での活用
 - ・ 業務委託での活用
- ・ 認証取得で得られるメリット、その他



※JABシンポジウム資料集: https://www.jab.or.jp/about/ms_symposium/archive.html



アンケート調査内容(ISO 9001)

Q1. 対象の製品やサービスの特定

→食品, 耐久消費財, オンラインサービス

Q2. 消費者における, QCDのなかのQの位置付けの特定

→Q (quality), C (cost), D (delivery)

Q3. Qのなかで重要な要素の特定

→味, 安全性, 保管性, 鮮度 など

Q4. 品質を確認する際に重要な情報の特定

→製造組織, 販売組織, ブランド, 第三者評価

Q5. 情報のうち第三者評価のなかで重要な要素の特定

→専門家の意見, 口コミ, 製品認証, MS認証

Q6. ISO 9001についての情報を与えた後の変化の測定

Q7. 施策を実施した後の変化の測定

アンケート調査内容の例（食品）



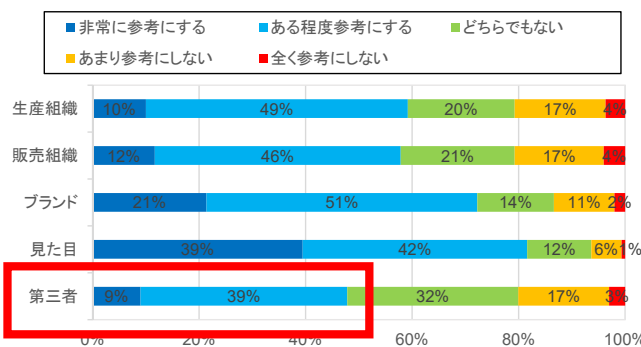
Q5. あなたは、Q1で選んだ製品の品質やサービスの質が購入、契約に値することを確認、判断するために、以下の第三者による評価をどの程度、参考していますか？それぞれについて、1～5から一つずつ選んでください。

	1: 全く参考にしない	2: あまり参考にしない	3: どちらでもない	4: ある程度参考にする	5: 非常に参考にする
対象の食品についての専門家、店頭の販売員など購入の相談に乗れる人の評価	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ウェブサイトなどで公開される口コミ情報、知人の購入情報	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
JASマークなど、食品に対する第三者の評価、お墨付き	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
国際規格、日本国内規格の認証など、生産会社、販売会社に対する第三者の評価、お墨付き	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

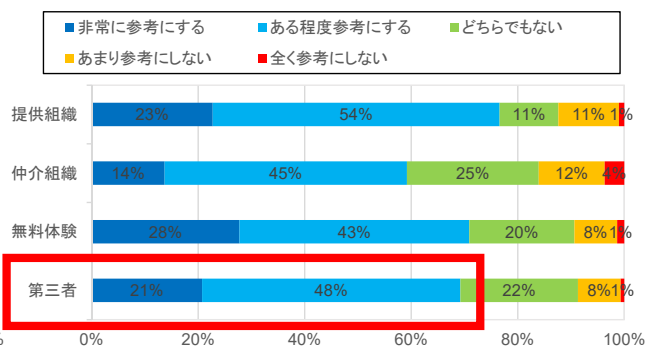
Q4:品質を確認する際に重要な情報の特定



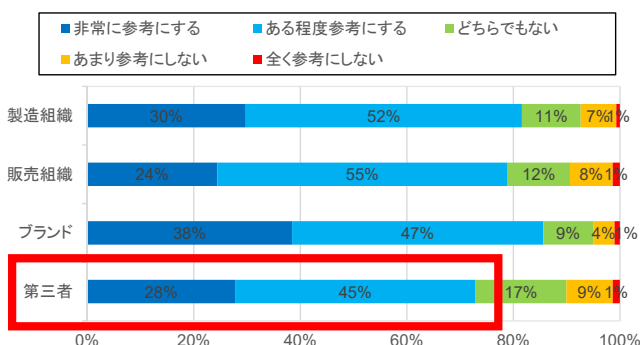
食品の参考情報について



オンラインサービスの参考情報について



耐久消費財の参考情報について



• 食品のように購入頻度が高い製品は、組織についての情報よりも、製品そのものの情報を重要視する傾向がある。

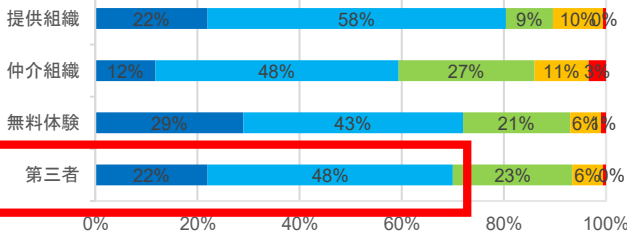
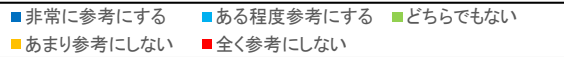
• 耐久消費財のように価格が比較的高い製品は、第三者による情報を参考にする割合が高くなる。

→購入価格が高く、購入時に品質を判断しにくい場合に、第三者による情報が参考にされやすい。

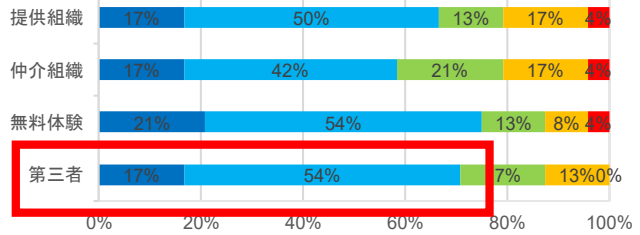
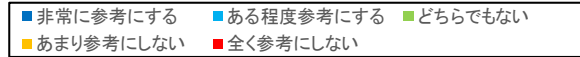
Q4の詳細な分析(オンラインサービス)



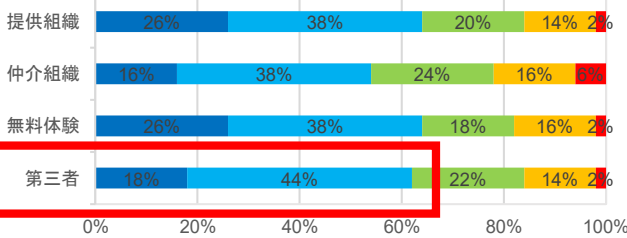
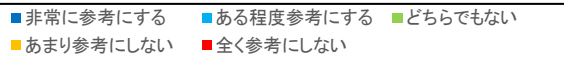
動画配信サービスの参考情報について



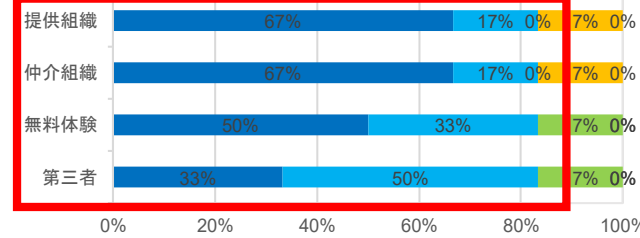
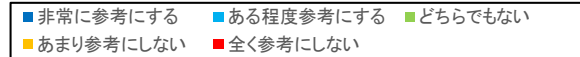
オンラインゲームの参考情報について



音楽配信サービスの参考情報について



オンラインスクールの参考情報について



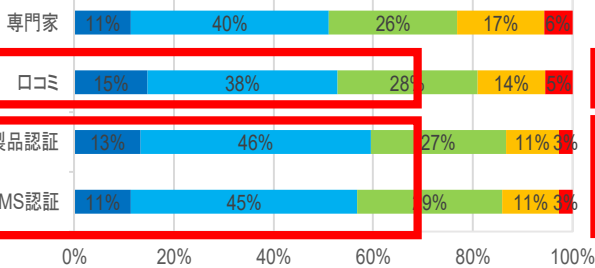
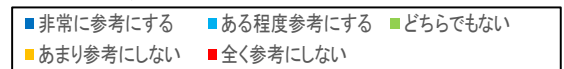
オンラインサービスの中では、動画配信、オンラインゲーム、音楽配信など、日常的によく使うサービスよりでは第三者による情報の参照割合は高くないが、オンラインスクールは全体的に高い割合が示されている

©2021 JAB

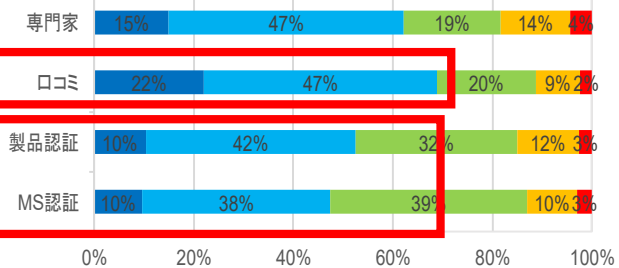
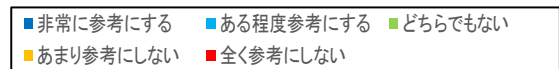
Q5:第三者評価の中で重要な情報の特定



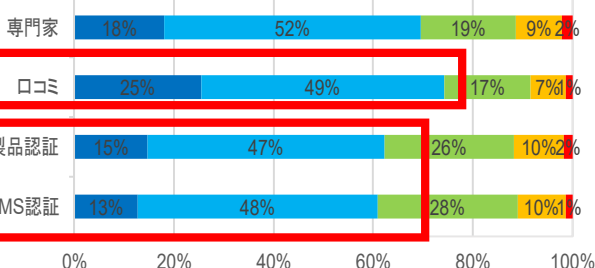
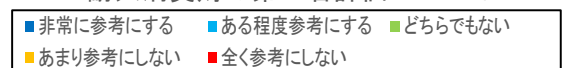
食品の第三者評価について



オンラインサービスの第三者評価について



耐久消費財の第三者評価について



- 製品, MSの両認証ともに、全体的に50~60%の方が参考にしたいと回答している。オンラインサービスのMS認証が50%弱とやや低いのは、当該分野に認証の利用が広がっていないからかもしれない。
- 口コミを参考にしたという割合が高い。これは、情報の入手のしやすさが関係しているのではないか。

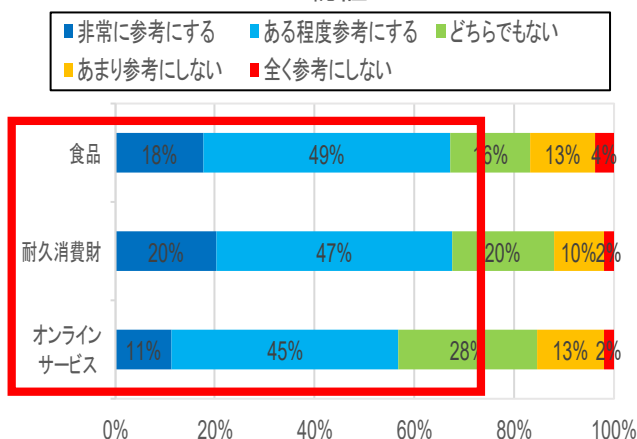
→認証についても情報を入手しやすくすれば、活用してもらえる可能性がある。

©2

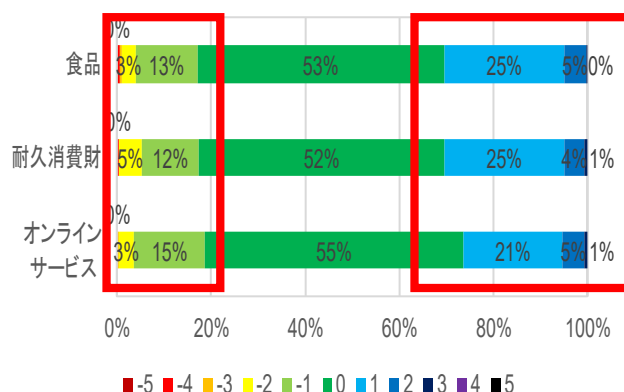
Q6:ISO 9001についての情報を与えた後の変化



ISO 9001認証について



回答者ごとの変化



- ISO 9001の情報を与えた後には、全体的に参考にしたいという割合が55~70%の間で高い。
- ただし、オンラインサービスは食品、耐久消費財より、参照にしたいという回答率がやや低い。

※Q6-Q5の値を計算(値がプラスの場合、情報提供後に「活用したい」に変化)

- 「活用したい」と変化した回答者が25~30%いる。
- その一方、活用しなくなかった回答者が20%弱いることがわかった(ある特定の回答者が多い)。

第三者評価の参照度合いと情報提供後の変化(Q5×Q6)



食品		Q6					合計
Q5	オンラインサービス	Q6					合計
	Q5	1	2	3	4	5	合計
合計	1	1	1	1	1	0	4
	2	2	13	9	4	1	29
	3	2	7	30	37	8	84
	4	0	9	17	89	29	144
	5	1	0	4	10	23	38
合計	合計	6	30	61	141	61	299

→元々興味があまりなくても(Q5で1~3と回答した方), 情報を与えることで活用してもらえる可能性は向上する。

	1から参照度合いの増加(%)	2から参照度合いの増加(%)	3から参照度合いの増加(%)	4から参照度合いの増加(%)
食品	50	35	55	20
オンラインサービス	56	47	42	10
耐久消費財	75	48	54	20

Q7.施策を実施した後の変化の測定



A) 購入しようと思っている製品やサービスを製造、販売、提供している企業が、ISO 9001認証を取得しているかどうかの情報を、その場で簡単にすぐに入手できるようになる。

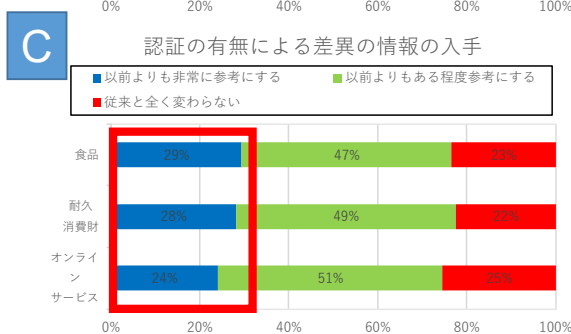
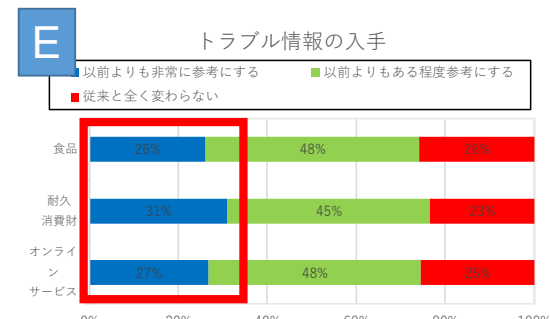
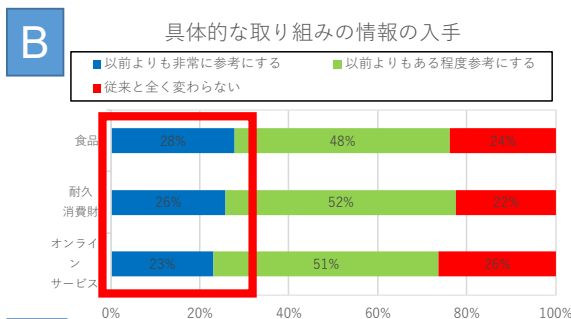
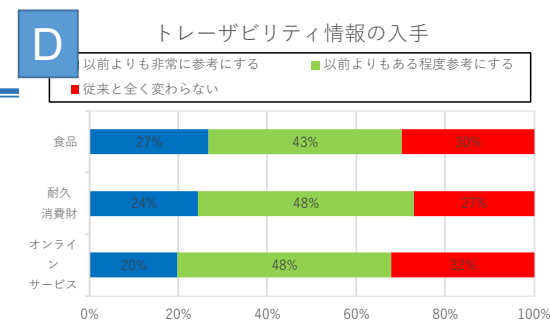
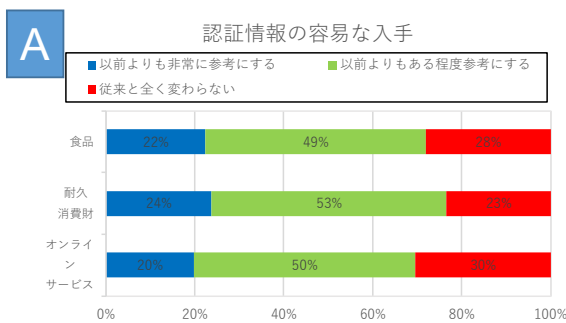
B) 購入しようと思っている製品やサービスを製造、販売、提供している企業について、品質に対する具体的な取り組みについての情報が得られるようになる。

C) ISO 9001 認証取得している企業とそうでない企業について、製品の品質やサービスの質の差異などの情報が得られるようになる。

D) 購入しようと思っている製品やサービスを製造、販売、提供している企業だけでなく、その企業に材料や部品を納入している供給者や、技術サポートサービス先、業務委託先についてもISO 9001認証の情報を追跡できるようになる。

E) 購入しようと思っている製品やサービスに関するトラブル情報、消費者生活センターへの問い合わせ内容、リコール情報などが得られるようになる。

©2021 JAB



- 施策A～Eのいずれも、従来よりも参考にする割合は70～80%。
- “非常に参考にする”については、施策B(具体的)、施策C(差異)、施策E(トラブル)が若干、回答割合が高いように見える。

©2021

第三者評価の参照度合いと施策後の変化 (オンラインサービス)



A

容易	Q7			合計
	1	2	3	
1	7	2	0	9
2	13	13	4	30
3	41	63	14	118
4	29	61	23	113
5	1	10	18	29
合計	91	149	59	299

C

差異	Q7			合計
	1	2	3	
1	6	3	0	9
2	15	13	2	30
3	32	64	22	118
4	23	62	28	113
5	0	9	20	29
合計	76	151	72	299

E

トラブル	Q7			合計
	1	2	3	
1	6	2	1	9
2	14	12	4	30
3	35	63	20	118
4	20	58	35	113
5	1	8	20	29
合計	76	143	80	299

B

具体的	Q7			合計
	1	2	3	
1	8	1	0	9
2	14	12	4	30
3	36	61	21	118
4	21	66	26	113
5	0	11	18	29
合計	79	151	69	299

D

トレーザビリティ	Q7			合計
	1	2	3	
1	8	1	0	9
2	15	13	2	30
3	43	58	17	118
4	29	63	21	113
5	1	9	19	29
合計	96	144	59	299

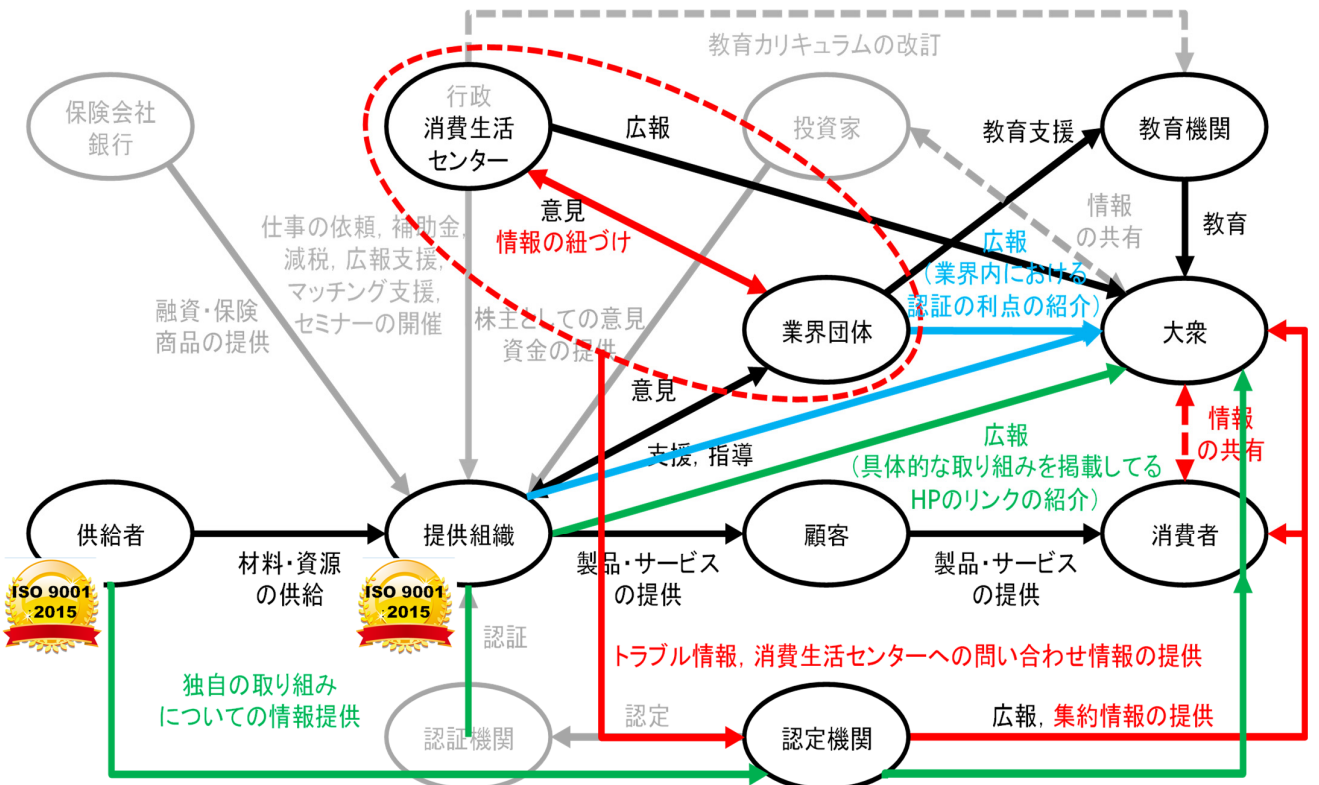
- 従来あまり興味がなかったが活用しようとするようになった回答者
- 従来から興味があったが、施策の有効性を見いだせない回答者

- 黄色が多く、水色が少ない施策が好ましい
- **施策B(具体的), 施策C(差異), 施策E(トラブル)**
- ・ なお、食品、耐久消費財も同様の傾向であった。

活用モデルへの反映



→ **施策C(差異)**
 → **施策E(トラブル)**
 → **施策B(具体的)**



2. 「労働安全衛生」の価値向上とその実態把握

労働安全衛生マネジメントシステムの価値の列挙



本業		価値				
提供組織	良い製品やサービスの提供	労働災害件数の減少	労働管理に関わる法令順守、コンプライアンスの向上	労災等による休みに伴う業務非効率性の向上	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上	自身の経営戦略・目標(クリーンな企業になる)の達成への貢献
	安定した(利益を生み出す)経営	補償費用、保険料の低減	優秀な従業員の確保のしやすさ向上	"人を大事にする"という企業イメージ、ブランドへの貢献	企業イメージ、ブランドへのマイナス影響の低減	継続的な改善の促進
供給者	良い製品やサービスの提供	労働災害件数の減少	労働管理に関わる法令順守、コンプライアンスの向上	労災等による休みに伴う業務非効率性の向上	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上	自身の経営戦略・目標(クリーンな企業になる)の達成への貢献
	安定した(利益を生み出す)経営	補償費用、保険料の低減	優秀な従業員の確保のしやすさ向上	"人を大事にする"という企業イメージ、ブランドへの貢献	企業イメージ、ブランドへのマイナス影響の低減	継続的な改善の促進
消費者	良い製品やサービスの購入	社会倫理を考慮した消費活動の実現	安心感の向上	騒音や有害物質などに起因する病気に罹患するリスクを感じない健康的な生活の実現	労働安全衛生のレベルの推測精度の向上	
	良い製品やサービスの購入	騒音や有害物質などに起因する病気に罹患するリスクを感じない健康的な生活の実現	安心感の向上	騒音や有害物質などに起因する病気に罹患するリスクを感じない健康的な生活の実現	労働安全衛生のレベルの推測精度の向上	
投資家	売買取引と配当金の回収	企業価値向上に伴う投資リターン拡大	顧客への説明材料としての活用	投資リスクの回避		
	企業の支援	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上	政策の実施、展開におけるツールとしての活用	法令順守のチェック、監査機能としての活用	日本企業の人材確保のためのインフラ整備	労働基準監督官の業務量の低減
行政	国民(市民)の支援	経済の活性化	安全で持続可能な社会基盤整備	政策の実施、展開におけるツールとしての活用	法令順守のチェック、監査機能としての活用	労働基準監督官の業務量の低減
	企業の支援	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上	政策の効果把握の容易性向上	持続可能性に関わる国際的なトレンドに対する日本の存在感の訴求	"第13次労働災害防止計画"の目標達成が可能	労働の重要性に対する訴求
業界団体	業界の活性化	広域活動	業界内の労働災害の低減	業界のイメージの向上		
	情報収集と意見表明	標準化	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上	業界の悪いイメージの払しょく		
教育機関	人材の育成	人材育成を通じた社会貢献、社会的評価の向上				
	資金利の回収	労働安全衛生(経営リスク)評価の簡素化・精度の向上				
金融機関	保険商品の販売	メリット制を設置することによる顧客の拡大				
	認定機関	認証制度の活性化	普及による収益拡大			
従業員	良い製品やサービスの提供	安全な労働環境の獲得	所属する企業への安心感の向上	精神的・肉体的健康レベルの維持・向上	ワークライフバランスの充実(働き方改革)	職場の雰囲気好転
	労働負傷等により得る危険源の認識と適切な対処	労働時における負傷リスクの減少	労働時における負傷リスクの減少	人権尊重、機会均等の公平な人事評価と昇進	安全衛生活動への積極的な取り組み	雰囲気好転によるパフォーマンスの向上

「提供組織」における価値



人的コスト・リスクの低減	労災保険料の低減
	労働災害事故発生に伴う補償、復旧費用の低減
	民事訴訟対応費用の低減
従業員による労働生産性・効率の維持・向上	労災等による休み、生産活動停止に伴う業務非効率性の低減
	職場の環境改善（ストレスフリー、働きやすい、働き方改革など）
人材獲得	ブラック企業ではないということの世間・消費者へのアピール
	”人を大事にする会社”の企業イメージ向上による優秀な従業員の確保のしやすさ向上
法令順守の徹底，チェック機能	労働管理に関わる法令順守+αの徹底，コンプライアンスの向上
	関連子会社／工場／事業所／拠点への第三者監査機能の代用
	法律順守の根拠書類の準備コストの低減
外部ステークホルダーへの説明責任，透明性確保の手段	株主・投資家に対する持続可能性への取り組みの根拠として
	世間・消費者に対する企業イメージ，ブランドの醸成手段として
供給者の選定／評価の一つの要素として	（供給者の）労働安全衛生（経営リスク）評価の簡素化・精度の向上

「従業員」における価値



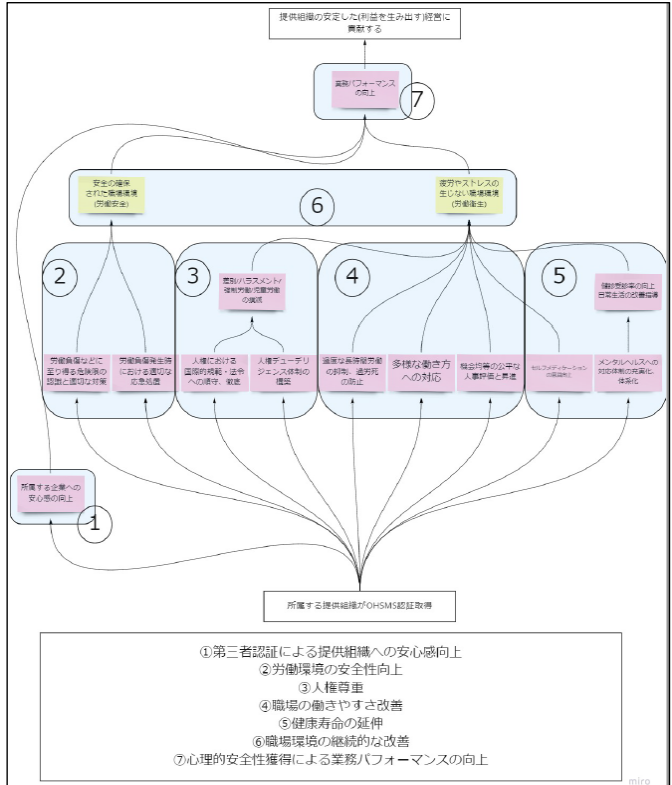
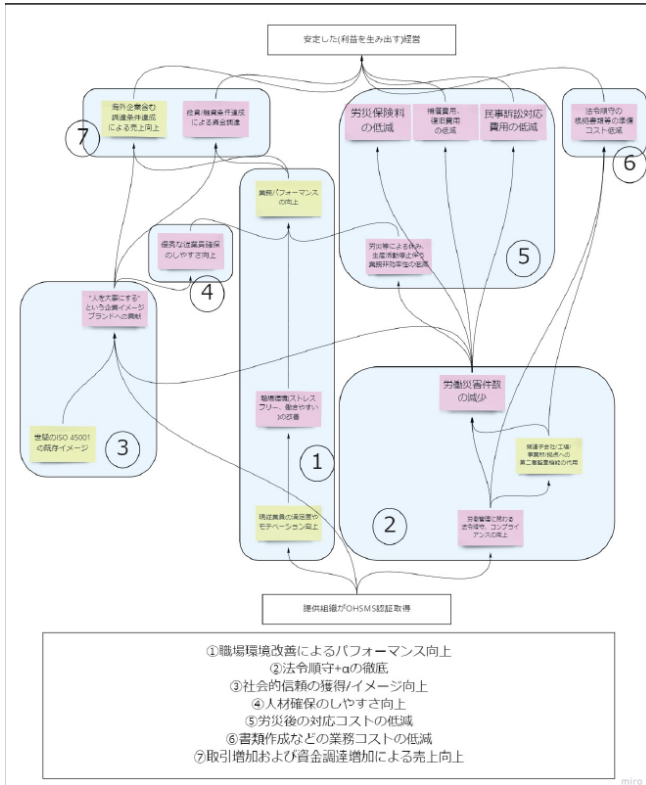
労働環境の安全性向上	労働負傷等に至り得る危険源の認識と適切な対策
	労働時負傷発生時における適切な応急処置
人権尊重	人権における国際的規範・法令への順守，徹底
	差別／ハラスメント／強制労働／児童労働の撲滅
	人権デューデリジェンス体制の構築
職場の働きやすさ改善	過度な長時間労働の抑制，過労死の防止
	（人生における各ステージに応じた）多様な働き方への対応
	機会均等の公平な人事評価と昇進
健康寿命の延伸	セルフメディケーションの意識向上
	メンタルヘルスへの対応体制の充実化，体系化
	健診受診率の向上／日常生活行動の改善指導（産業医，健保組合等との連携を含めて）体制の構築
職場における雰囲気好転／帰属意識・安心感の向上	雰囲気好転によるパフォーマンスの向上
	所属する企業への安心感の向上
	職場の雰囲気好転
	安全衛生に関する従業員からの提案の積極的な受け入れとその改善への取り組み

労働安全衛生マネジメントシステムによる経営への効果の検討



提供組織

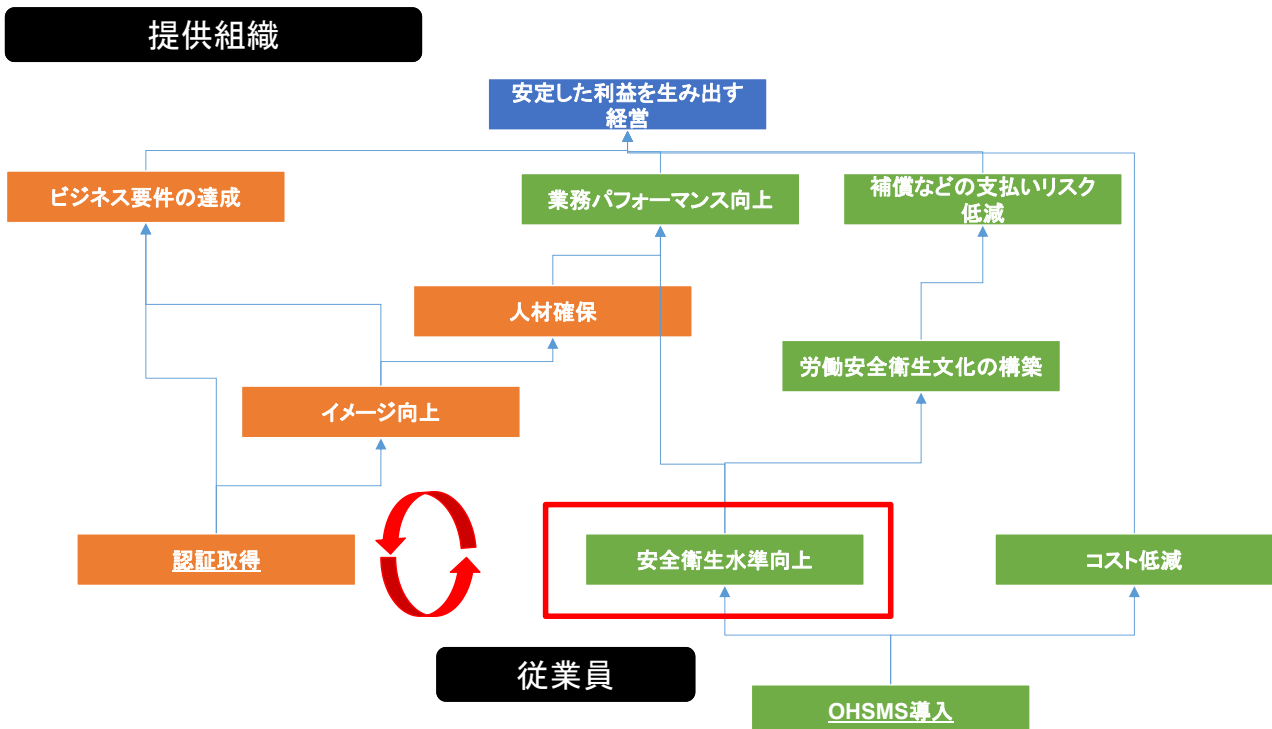
従業員



©2021 JAB

25

経営への効果の因果モデル（概略図）



©2021 JAB

26

アンケート調査内容(労働安全衛生)



Q5. 労働安全衛生MSの導入当初, 意図していた効果

Q6. 労働安全衛生MS導入の現在の効果

Q7. 労働安全衛生MS導入の, 現状を踏まえて強化したい効果

Q8. 「労働衛生水準が向上する」の詳細効果についての, 導入当初, 意図していた効果

Q9. 「労働衛生水準が向上する」の詳細効果についての, 現在の効果

Q10. 「労働衛生水準が向上する」の詳細効果についての, 現状を踏まえて強化したい効果

Q11. 安全衛生活動の効果が意図通りに得られない理由

Q12. Q10で強化したいと回答した方で, 今後実施したいと思っている具体的な活動

Q13. 労働安全衛生MSの認証(能力証明)の活用状況

Q14. 働き方改革等との関係性

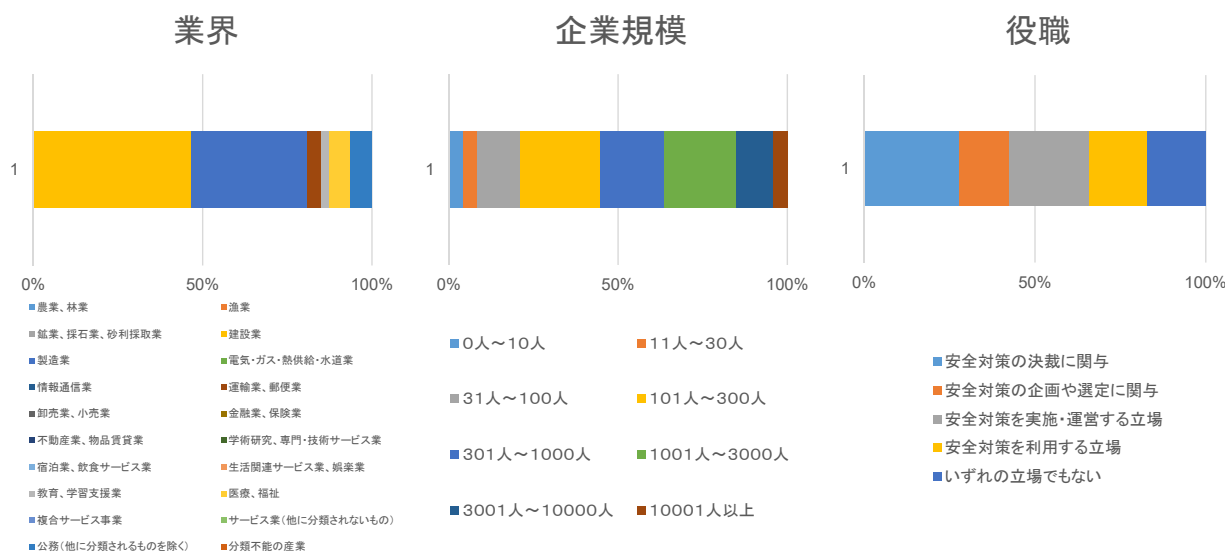
Q15. 認証取得した理由

Q16. 認証取得しない理由

©2021 JAB

27

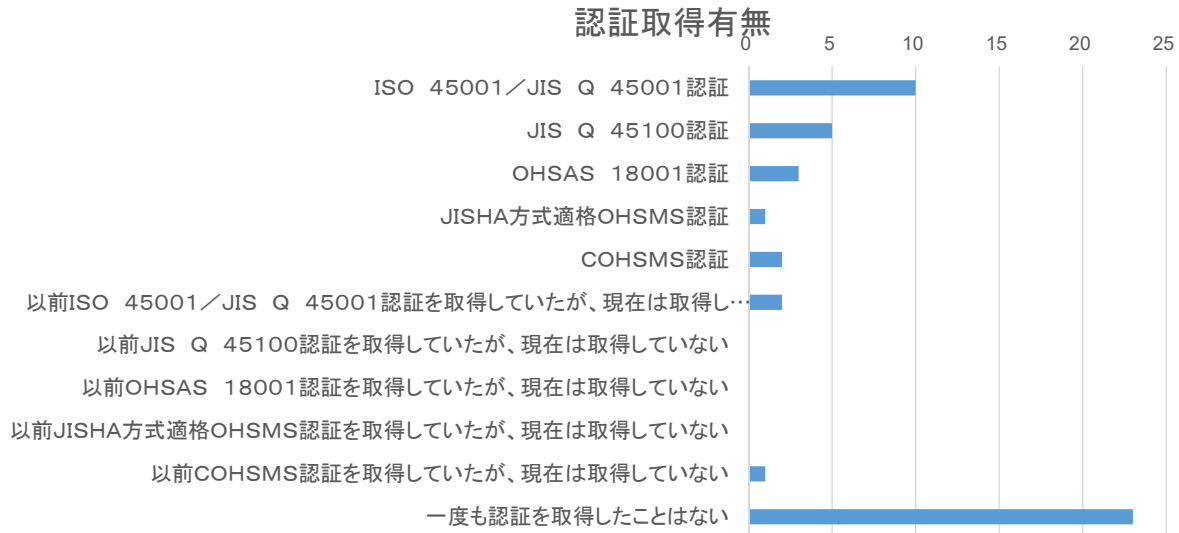
調査対象の属性①



業界は建設業と製造業の割合が高い。企業規模や役職は幅広い。調査対象者は安全衛生担当者で, かつMS運用している方

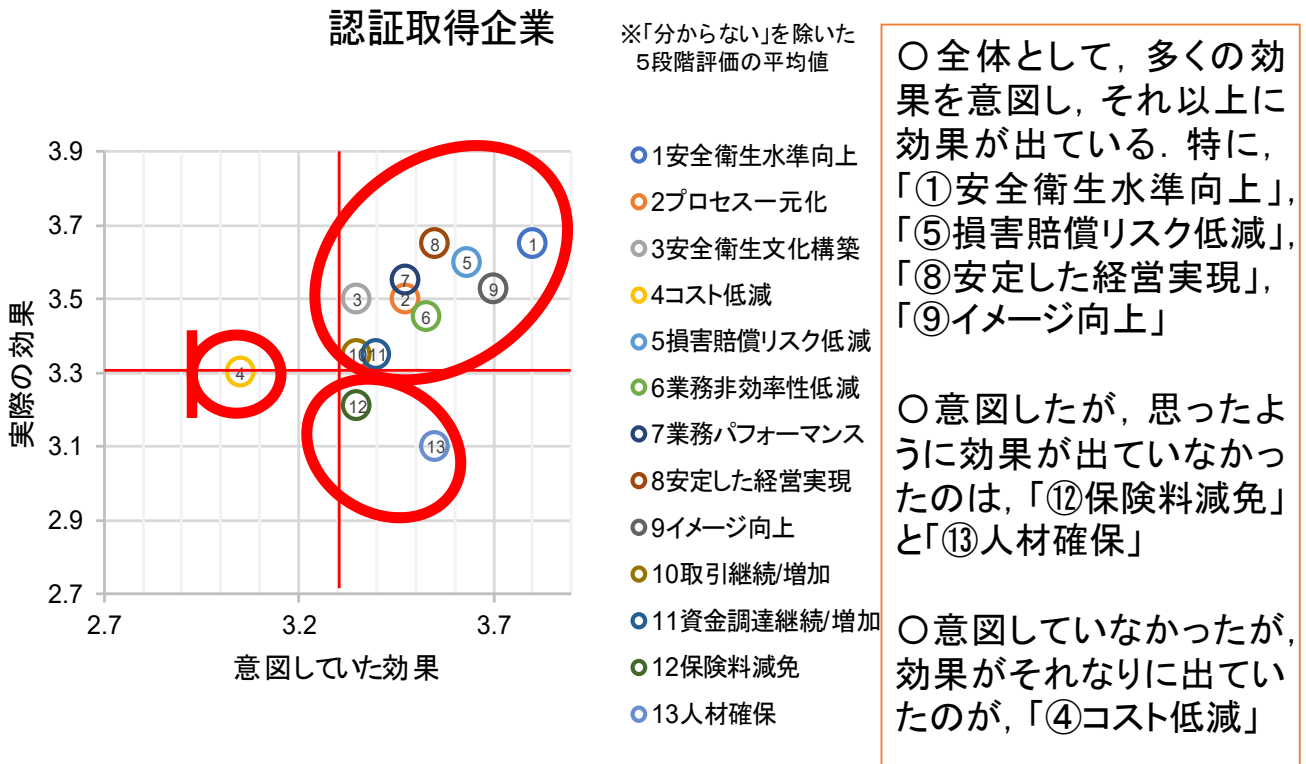
©2021 JAB

28

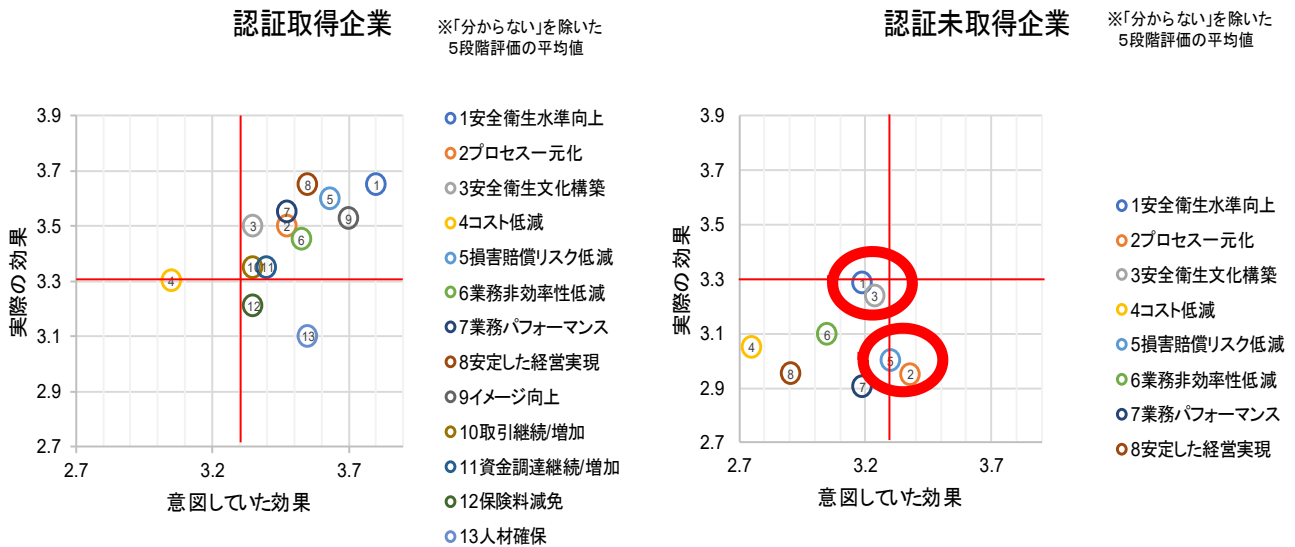


認証未取得企業が26サンプル、認証取得企業が21サンプル

意図していた効果(Q5)と実際の効果(Q6)



認証取得企業と未取得企業の効果の比較

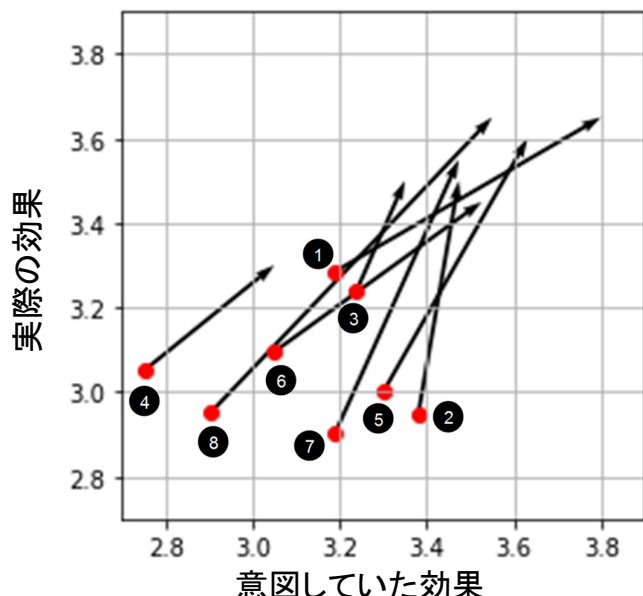


- 全体的に、認証取得企業の方が意図していた効果が多く、実際に高い効果も得られている（認証の有無以外の要因の影響の可能性あり）。
- 未取得企業において、意図していたが効果が思っていたよりも得られなかったのは「②プロセス一元化」、「⑤損害賠償リスク低減」。意図通りの効果がある程度得られているのが、「①安全衛生水準向上」、「③安全衛生文化構築」である。

©2021 JAB

31

認証取得企業と未取得企業における各効果の違い



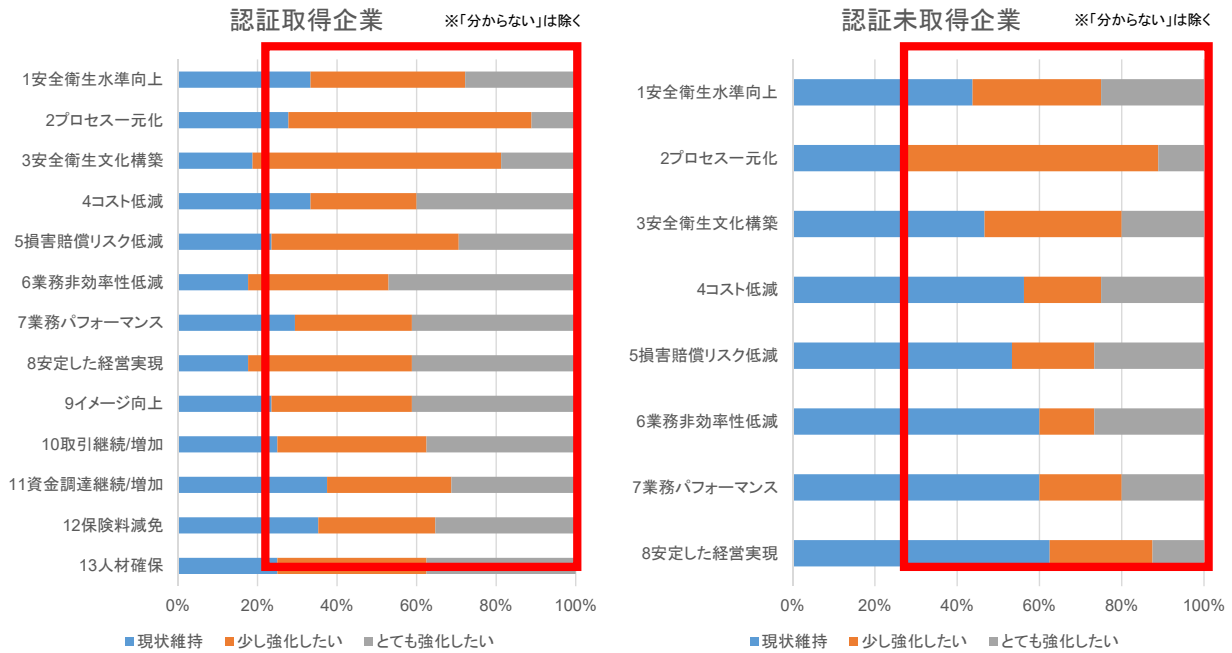
項目	長さ
①安全衛生水準向上	0.71
②プロセス一元化	0.56
③安全衛生文化構築	0.28
④コスト低減	0.39
⑤損害賠償リスク低減	0.69
⑥業務非効率性低減	0.59
⑦業務パフォーマンス	0.70
⑧安定した経営実現	0.95

- 「⑧安定した経営実現」を始め、「⑤損害賠償リスク低減」、「⑦業務パフォーマンス」など、因果モデルの上側部分（結果系）が大きく伸びている。この部分は、労働安全衛生の各取り組みによって得られる結果であり、認証取得企業ほど安全衛生を改善する先まで見据えていることができている。

©2021 JAB

32

Q7.現状を踏まえて強化したい効果

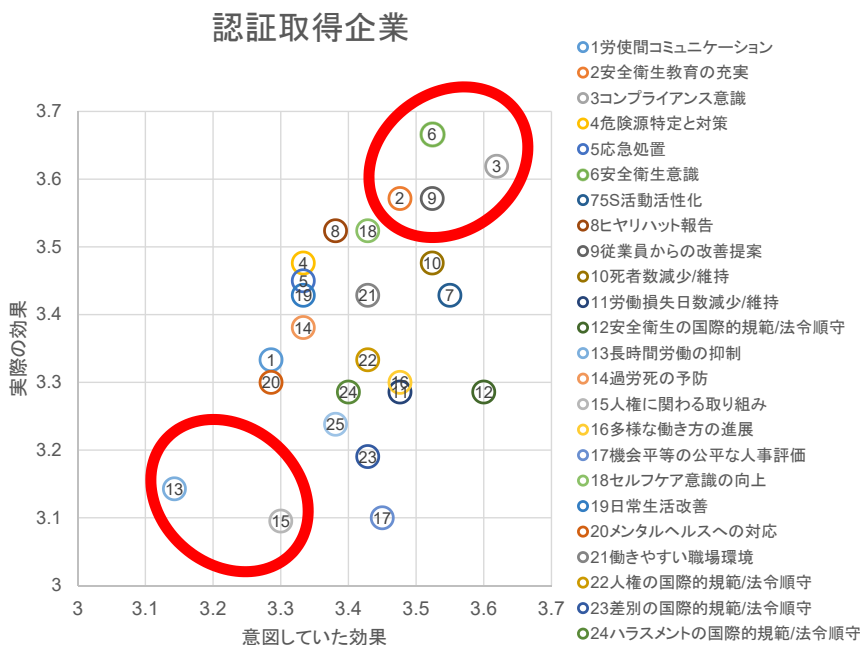


- 認証取得企業の方が「少し強化したい」「とても強化したい」が多く、効果をさらに得ようとする意識が強い。(取得企業は約75%、未取得企業では約49%)
- 両方ともに、「②プロセス一元化」の効果に取り組もうとしている企業が多い

©2021 JAB

33

労働安全衛生水準の向上の意図した効果(Q8)と実際の効果(Q9) ※認証取得企業のみ



○「②安全衛生教育の充実」、「③コンプライアンス意識」、「⑥安全衛生意識」など意識の部分、「⑨従業員からの改善提案」の体制部分が特に意図も大きく、実際に効果を得られている。

○逆に、意図も効果も低いのは「⑬長時間労働の抑制」や「⑮人権に関する取り組み」など労働衛生に関わるものが多い。

©2021 JAB

34

今後、強化したい施策例(Q12)



認証取得の理由(Q15)



「ビジネス要件達成」に関連する効果以外に、「安全衛生水準向上」、「イメージ改善」を挙げている方が多い。

認証未取得の理由(Q16)



- 費用対効果に課題を感じている人が多い。
- 現在のMS認証を超えた内容を顧客及び社会が要求していると考えているか、またはMS認証は枠組み提示のみであり、組織が行う必要があるすべての安全・衛生活動に直接的につながらないと考えている。



3. まとめと今後の課題

- 1. 「品質」における活用の活性化の効果把握
 - 社会におけるISO 9001活用モデルの明確化
 - 消費者・大衆に対するISO 9001の活用向上に焦点
 - 購買価格が高く、購買時に品質評価が難しい製品・サービスでは第三者評価の情報をかなり参照する
 - ISO 9001に関する情報提供という施策は有用

→消費者・大衆に対して、簡単に入手可能な情報提供のあり方を具体化

→製品・サービスの購買時において“賢い”消費者・大衆になるための、社会として持つべき教育システムの検討と整備

- 2. 「労働安全衛生」の価値向上とその実態把握
 - 労働安全衛生の価値(とりわけ、提供組織と従業員)の列挙と、経営への効果の因果モデルの構築
 - 因果モデルに基づくアンケート実施
 - 認証企業の方が意図した効果が多く、得られた効果も大きい。未認証企業は費用対効果に課題があると認識

→MSの取り組みとその認証によって得られる効果(経営への貢献度合い)の実証と、社会へのわかりやすい伝達

→効果が得られる取り組み内容(ベストプラクティス)の収集と共有の仕組み構築、そして活用への支援

→調査サンプル数の増加による精緻な分析、提供組織と従業員以外のステークホルダーが得られる効果の測定