

活躍する消費生活アドバイザー

——ネット社会の健全発展に向け、社内外の教育に取り組んでいます

田村夏子さん(消費生活アドバイザー23期)

サイトの検索やニュース、天気情報の配信、インターネットオークションと、多様なサービスを提供し、月間総ページビュー数が42,943百万ページビューにのぼるYahoo! Japan(2010年2月現在)。

その運営にあたるヤフー(株)でコンプライアンス教育に携わる田村さんを東京ミッドタウンのオフィスに訪ね、お話をうかがいました。



たむら・なつこ

情報サービス会社で広告審査や業務設計、購買業務やプロジェクトマネジメントに従事。その後、ベンチャー企業にて業務改革プロジェクトのマネジメント等を経て、2008年2月にヤフー株式会社入社。法務本部コンプライアンス部にてdisplay広告や検索連動型広告の審査に携わり、2009年10月より現職。

——「ヤホーで調べました」とお笑いタレントのネタにもなるほど、検索サイトが人気ですね。

田村 Yahoo! Japanは、インターネット上で情報を検索するいわゆる検索サイトとして多くの方々に利用いただき、そこに掲載する各種広告を事業収益の柱に据えています。また、インターネットオークションをはじめとするイーコマース事業も運営するなど、ITの進展に合わせ、新たなサービスを開発し、提供しています。

——コンプライアンス部勤務とのことですが、どのような仕事をされているのですか。

田村 コンプライアンスは、今では広く「社会的要請

に応えること」といわれていますが、やはり基本は法令遵守です。そこで、ヤフー本体はもちろん、グループ会社も含めたヤフー全体に対し、法令の知識を中心に教育研修を企画し、実践する仕事をしています。

ヤフーが事業を行ううえで守らなければならない法律は、電気通信事業法や著作権法、特定商取引に関する法律など、多岐にわたっています。ヤフーは設立14年で社員が約3,600人の規模であり、その大半が転職者です。歩んで来たバックグラウンドや出身業界が異なると法令の捉え方や知っている法律知識も異なります。したがって、その差異を解消することも念頭におきながら、「ヤフーが行っている事業で、守らなければならない法律は何か、またそれについて社会的要請はどのようなものか」を理解し、日々の業務で活かしてもらえるように研修等を行っています。

コンプライアンスを実践する際には、やはり消費者の視点がとても重要です。その意味では、消費生活アドバイザー資格が役に立っています。インターネットのような新しい技術・事業の分野では法令が現状についていない面があります。このため、法令に先駆けて問題を自ら解決することも社会から求められているのです。

そのほか、社外の方たちを対象とした、インターネットの利用についての啓発活動も行っています。子ども向けや保護者向け、それから消費生活センターや消費者団体のセミナーにも出向きます。インターネットとはどういうものなのか、その便益と影の部分についてわかりやすくお伝えします。ぜひ、お声をかけていただければと思います。

——消費生活アドバイザー資格とはどのようにして出会ったのでしょうか。

田村 以前勤めていた会社で広告審査の仕事をしていたときに、読者の方から直接お電話を受ける相談

窓口も担当していました。その仕事が面白かったんですね。私が知っていること、その業界の人なら誰でも知っているようなことをお伝えするだけで、トラブルが解決したりします。そして、読者の方から「ありがとう」と言ってもらくと、とてもうれしく、やりがいを感じるとともに、知っていると知らないでは大違いだと実感しました。その後、異動で違う職種に就きましたが、そういった、お客様と直接かかわるような仕事をいつかまたしたいと思ひまして、関連する資格を調べ、消費生活アドバイザーという資格を知りました。

取得を決めてから、スクールに通って勉強しました。1年間、毎週土曜日の午前中3時間ほどの授業で、料金は三十数万円だったと思います。ただ、当時の厚生労働省の教育訓練給付金制度を利用したことで、授業料の7割くらいは戻ってきました。スクールに行き何よりよかったのは、同じ資格を目指している友達ができただけです。試験前はよくいっしょに勉強会をしました。その方々とは、今でも仲良くさせていただいています。

——ヤフーに転職したきっかけは何ですか。

田村 アドバイザー取得後もおもに、会社にどれだけ利益をもたらすか、いかにコストを削減できるのか、そのために体制をどう変えていくのかという仕事をしてきました。そういった仕事は成果が目に見えますし、社内外の多くの人とかかわるので、会社人としてはやりがいがありました。

しかし、一定の年齢になり、会社への貢献よりも、社会への貢献を実感できる仕事がしたいという気持ちに変わってきました。この方向転換には消費生活アドバイザーを取得したことが影響しています。アドバイザーの方々と親しくさせていただくなかで、自分の生き方の軸が見えてきたような気がします。

とはいえ、転職活動では、大半のオファーはこれまでのキャリアの延長のものでした。そのなかでヤフーの仕事は、社会に貢献したいという私の希望に近い内容のものでした。

——消費生活アドバイザーとして、またビジネスパーソンとして、後進へのメッセージをお願いします。

田村 私は買い物が好きなんです。最近、安いものばかりが脚光を浴びています。でも、買い物は、高くても付加価値の高いものから、手ごろな価格のものまで、いろいろとあるなかで選ぶから楽しいのです。買い物は、投票行動です。つまり、その商品やサービスを提供する会社に一票を投じることだと思っています。安いことだけが価値ではなく、価値は多様なはずなんです。

消費者が多様な価値を考えながら選択をすれば、真つ当な商売をしている企業は共存できると考えています。また、そうした考えが世の中に広がれば、デフレ脱却、ひいては日本経済の活性化にもつながるように思います。

