

活躍する消費生活アドバイザー

——消費者一人ひとりに対応する広範な知識が求められています

高野逸子さん(消費生活アドバイザー10期)

二つの顔をもつ高野さん。一つはがん保険分野で大きなシェアを占めるアフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)広報部の審議役、そしてもう一つは一般社団法人日本ヒープ協議会の代表理事。多忙な日々のなか、12月のイルミネーションに彩られた新宿副都心の勤務先を訪ね、お話をうかがった。

——アフラック広報部の審議役としては、どのような仕事をされているのですか。

高野 まず、社内に向けては消費者視点とはどういうことかを学ぶ機会をつくることです。今、消費者がどういった環境におかれているか各関連部署に伝えていきます。一方、社外に向けては行政や消費者関連団体との交流などを通じ、アフラックを知っていただく機会をつくることにあります。企業、行政、消費者が連携し、三位一体になって協(共)働することが、今後ますます必要になってきます。

アフラックでは、お客様に満足していただくのは当たり前、社内全体がお客様の期待を超えるための仕事を目標としています。私は、これをお客様に感動を与えること、ととらえています。消費者関連の活動を通してそれを支えていくのが私のミッションですね。

——2009年に財団法人生命保険文化センターからアフラックに転職されました。

高野 はい。財団には33年間勤めました。秘書業務を約10年。その後、全国の県や市のご依頼を受けて、消費者向けに生命保険の基礎などをテーマに講演をしたり、高校・大学生を対象とした、実学講座を全国展開することで多くの方々と接点をもつことができました。そのほか、消費者相談窓口業務や消費者情報誌の制作にも携わりました。

アフラックへの転職は、消費者関連部門を強化す

るのに力を貸してほしいとのオファーをいただき、これまでの経験や知識がお役に立てるのであれば、と決めました。

——消費生活アドバイザー資格を取得しようと思ったきっかけは？

高野 日本ヒープ協議会に入会したての1987年頃、消費生活アドバイザーと書かれた名刺を持っている方がいたのです。思わず「どんな資格ですか?」とたずねました。

その頃、仕事が面白くなってきた一方で、自分の知識の限界も感じはじめていました。生命保険の知識だけでは、良いアドバイスはできないと気がついたのです。消費生活アドバイザーの勉強を通して、消費者にかかわる幅広い知識を身につけたいと思いました。

通信講座のほかNHK文化センターの講座も受講し、1年間、真剣に勉強しましたよ。NHK文化センターで机を並べて勉強した仲間たちとは、今でもお付き合いがあり、私の財産になっています。専門分野をもった人がたくさんいて、情報の共有化ができます。皆さん、今やベテラン相談員。“消費者のために何か役立ちたい”と同じ目的をもつ仲間が切磋琢磨していくのは素晴らしいことだと思います。消費生活アドバイザーの資格を得ることはたいへんだっただけで、勉強は苦にならず、面白かったですね。多くのことを得ることができましたからね。でも、むしろ資格を取得してからが重要です。

——これからの消費生活アドバイザーに求められることは？

高野 「消費生活アドバイザー」という目で見られますので、自分が看板を背負っている感覚がありますね。また私は、勉強を通して、自分も消費者のために何かしたいというモチベーションが生まれました。



たかの・いつこ

1976年、財団法人生命保険文化センター入社。総務・秘書部門を経て、広報部門で生命保険や生活設計の消費者啓発活動に長年携わる。2009年にアブラック入社、広報部広報課審議役に。2010年4月、一般社団法人日本ヒープ協議会代表理事。私生活においては中高一貫校のPTA会長。

私が消費生活アドバイザーの資格を取得した当時は、消費者行動はおおむね横並びで消費者の考えは想定できたように思います。しかし現在、消費者が100人いれば100の視点があり、しかも刻々変化しています。その人がおかれた環境を知って、個々に対応する感覚が必要なわけです。今はそこが問われていると思うんですね。広範な知識をもっていなければ対応できない状況になっています。

そういった知識を身につけるのに消費生活アドバイザーはたいへん良い資格だと思います。生活全般に必要な知識を学ぶ機会になりますし、なぜ法律が変わってきたかなど、社会背景も含めて理解できます。そして、その知識をベースとして、資格取得後も変化に対応する勉強を続けていくことが大切です。

——2010年4月からは日本ヒープ協議会の代表理事としても活動されています。

高野 日本ヒープ協議会は、企業等の消費者関連部門で働く女性たちが「生活者と企業のパイプ役」として、より良い仕事をするために、その能力向上を目的に活動している会です。2010年9月にはAPEC女性リーダーズネットワーク(WLN)会合に参加し、当協議会の資料を展示しました。国際的にも第一歩を踏み出せた気がしています。今年は、積極的にフォーラムなどのイベントにも参加したいと思っています。日本ヒープ協議会がどういう団体で、どういう活動をしているのか、積極的にピアーリングしていきたいですね。

生活者と企業の良きパイプ役となるには、常に知識をブラッシュアップする必要がありますので、日本ヒープ協議会ではさまざまな研究会を開催しています。講師を招いての月例研究会、会員が研究に参加する分科会、先進的な取組み現場の企業見学会などがあります。

私は、会員に社内でリーダー的な役割を果たし、消費者のための商品づくり、サービスづくりに向けて、積極的に情報発信してほしいと思っています。日本ヒープ協議会の諸先輩には企業の役員をされた方も多数いらっしゃいます。誇りをもって、汗をかきながら、ヒープの役割を果たしてほしい、企業の第一線で輝いてほしいと思っています。

——働く女性や消費生活アドバイザーへのメッセージを。

高野 私は50歳になったときに、これからの自分テーマを「貢献の時代」と決めました。これからは、「人のために、できるだけのことをしよう」と。後輩の育成であったり、消費者関連活動や会社の仕事であったり、さまざまな分野で自分が何かの役に立つのであれば、時間を惜しまず、やっていきたい。

「越えられないハードルはない」と思っているんです。越えようとする勇気をもつかどうか、なのではないでしょうか。ただ、そこで忘れてはならないのは、感謝する気持ちです。たとえば、健康でいられることに感謝、それを支えてくれる家族、友人、企業にも感謝です。自分一人では生きられないわけですから。根底にその気持ちがないと、ハードルも越えられないと思います。

自分に自信があれば、勇気は出てきます。その自信をもつためには自分を磨くしかないので。消費生活アドバイザー資格は、その良い機会にもなると思います。