

●○○ 第246回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：消費生活アドバイザーの課題と展望

講師：一般財団法人日本産業協会 専務理事 菅原 功 氏

日 時：2024年9月21日（土）14：00 ～ 17：00

場 所：日土地内幸町ビル3階 （一社）大日本水産会 大会議室

第246回定例会のテーマは、消費生活アドバイザーである私たちが、いつも気になり、関心のある「消費生活アドバイザーの課題と展望」です。

一般社団法人日本産業協会専務理事の菅原功氏をお招きして、お話しを伺いました。

日本産業協会によりますと、まず「消費生活アドバイザー受験者数の伸び悩み」があります。最盛期には3500名を超えていた受験者数は、毎年漸減し、2023年の受験者数は1786名までとなり、第一次試験をCBT化した2021年に一度上向いたが、低落傾向に歯止めがかからない状況だそうです。

それとともに、消費生活アドバイザー有資格者の更新率も同じく漸減傾向にあり、要因を分析したところ、60代での脱落が多かったことから「定年後も役立つ資格」と打ち出すことで一時的に改善したが再び低下しつつあります。

これらの傾向は、消費生活アドバイザーに限らず、他の資格でも同様の悩みがあるようです。

日本産業協会では、少ない職員で「受験者の維持・増加に向けて」と「更新率の維持に向けて」との2つの切り口で対策を講じられてきました。

まず「受験者の維持・増加」対策ですが、①関係省庁・大企業に向けた営業展開、②受験しやすさの改善、③エントリー資格（CAP）の創設、④消費者庁への支援依頼を実施されたそうです。

本来、「この資格を保有していれば（就職、転職、職域拡大、昇進など）メリットがある」とか「この資格を持っていなければ業務に支障をきたす」などの位置づけが必要ですが、そのような魅力ある資格として認知してもらうことは、簡単にできるものではないと思います。まずは、職域拡大や昇進などができる「企業」の理解からなのかなと感じました。

また、「更新率の維持」対策としては、①手続きの利便性向上、②更新講座の魅力向上に着手されました。

少ない職員でコストをかけずに行う「改善・改革」は、どうしても限られてしまうと思います。

**【所感】**

今後、消費生活アドバイザーである私たちも社会に認知される仕事（行動）をとりながら、資格の位置づけ（必要性）を関係省庁、多くの企業、学校に理解され、保有していることに多くのメリットが感じられる「資格」だと認知されていくことしかないのかなと考えさせられるテーマでした。

以上

報告者 26期 市川 榮子