

受験者が3開催連続で8千人を超える

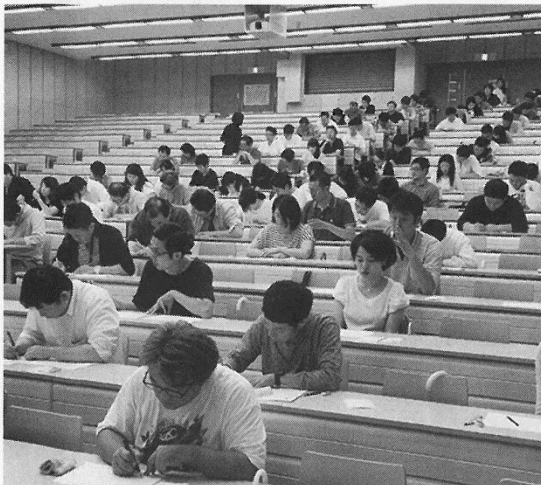
家電製品協会 認定センター

2015年9月16日

電化新聞記事(5面)



家電製品協会 認定センター
森拓生センター長



試験会場の様子から (東京・文京区)

一般財団法人家電製品協会では、9月6日と9日の2日間、家電製品アドバイザー資格 同工シニア資格の第29回全国統一試験を実施した。6日は全国主要都市の21会場、9日は24会場で実施され、受験者は合計約8200人となった。これにより、受験者は3開催連続で8000人を超え、受験者数の増加傾向が続いていることが分かる。認定センターの森拓生センター長は「流通の変化と事業ドメインのシフトにより、本資格への必要性がより認識されるようになってきた」と話す。今回の試験の概要と今後の取り組みについて、森センター長に話を聞いた。

■大手家電量販店が資格を人事考課に組み入れ

前回に続き、今回試験も受験者数が8000人を超えました。おかげさまで、8000人を超えるのはここ3開催連続で、年間でも1万6千人から1万7千人という多くの受験者を集めています。これまでは、過去3年ほど1開催あたり平均7000人程度で推移していましたが、最近では受験者数が増加傾向にあることが分かります。

受験者が増えている背景ですが、やはり大手家電量販店やメーカーが熱心に人材育成に取り組んでおられ、家電製品アドバイザー

イザナーの総合資格を必須とするなど、人事考課、教育カリキュラムにしっかり組み入れていただいています。

流通の変化と事業ドメインのシフト、「ひとの魅力」で差別化

資格・同エンジニア資格に以前にも増して前向きに取り組んでいただいていることが、大きなポイントだと思います。大手家電量販店では、例えばフロアマネージャーの昇任試験にアドバイザー

これによって受験者も増え、とりわけ、家電製品アドバイザー資格、エンジニア資格のお中でも最上位であるエグゼクティブ等級の取得を目指す受験者が増えています。同時に、家電販売

チャネルの多様化で、総合小売や農協、TVショッピングなどの新規受験者が増えていることも追い風です。なぜ、人材育成の重要性が高まっているのか。背景にあるのが、流通の変化と事業ドメインのシフトだと思います。まず、流通の変化では、大手量販店にとってネット販売との差別化が大きなテーマだったわけですが、現在はオムニチャネル化が進み、各量販ともネット

販売を内部に取り込んでいます。つまり、ネット販売を異質なものと捉えて扱うのではなく、自らの事業の中で差別化していくという流れです。リアル店舗の魅力をかき取り、リアル店舗の魅力をいかすことに注力する。このことにより、改めて豊富な知識と経験に裏付けられた「ひとの魅力」にスポットライトがあたり、人材育成重視の機運が高まっているのです。もうひとつの変化が、事業ドメインのシフトです。大手量販店各社の売場を見ていると顕著かもしれませんが、家電商品以外の商品がどんどん増えています。各社の戦略の違いはあるものの、家電の枠を超えて新しい柱を作ろうとしている点は共通していると思います。つまり、従来の知識ではカバーできない部分が増えて、新しい知識を吸収すべしという号令がかかっているのです。

格納の普及期へと向かうものだと思います。これら、スマートハウス関連事業など新しい事業ドメインは、多様な知識を必要としています。これを受けて、試験の内容も参考書も新しい分野を増やしています。家電のアドバイザー、エンジニアといつても、ホームネットワークや再生可能エネルギー、蓄電池、エネファーム、エコキュートなどをフォローしていただきます。エネファーム、エコキュートなど、我々の教材を使って勉強していただくことで、新しい分野の知識を身に付けていただくことができると思っています。なお、家電製品協会認定センターでは、これらスマートハウス関連事業に関する学習カリキュラムを準備し、来年度には新たな資格制度の導入を計画しているところですが、準備が整いましたら案内したいと思います。

来春からの電力小売の自由化を大きな契機として、電力供給側ではスマートメーター、スマートグリッドが、家庭ではHEMSの普及が進み、家庭のインテリジェン化が飛躍的に進むことが想定されます。いわゆるゼロエネルギーハウスを目指したスマートハウスが本格的に始動するということがあり、HEMSにつながる家電製品は、人々の生活を豊かにする様々な情報を発信する危機へと変貌するでしょう。すでに動き出していますが、ソーラーシステム、蓄電池、エネファーム、エコキュートなど、エネルギー関連の新たな人材が本