

消費者政策推進のための専門人材の育成・確保に関する懇談会 報告書素案

はじめに

消費者政策¹の目的は、消費者の権利実現を通じて、消費者が主役である経済社会を目指すことであり、「安全・安心な市場」、「質の高い市場」の実現はそのための公共的目標である。消費者の権利実現にあたっては、消費者の自立を支援するとともに、脆弱な消費者の存在を前提とし、「誰一人取り残さない」ことが基本姿勢となる。

また、消費者政策は、消費者被害が社会問題化した際の緊急時の危機対応と、平時のリスク管理対応という両者のいずれにも対応できることが必要である。

さらに、情報の格差等から生じる課題を類型化し、政策的な対応を考えるにあたっては、経済社会に対する規制の直接的な影響だけでなく、間接的な規制の影響も利害関係者間で認識を共有される必要がある。

このような認識のもと、消費者問題が複雑化・多様化していく中で、地方消費者行政の充実・強化をはじめとする消費者政策の推進のための専門人材の育成・確保の在り方について検討を行うため、平成 30 年 10 月より有識者による懇談会を開催した。本報告書は懇談会における議論を踏まえてとりまとめたものである。

1. 消費者政策の推進の担い手について

消費者政策は、国・地方公共団体、消費者団体、企業等の様々なステークホルダーが連携して進めていく必要がある。

また、消費者政策の推進にあたっては、その立場によって、様々なアプローチの仕方が考えられる。このため、懇談会では、議論の対象となる消費者政策の担

¹ 消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）では、「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）」と定義している。

い手として3つのモデルケースを想定した。

- (1) 人事異動により国・地方公共団体の消費者行政部局や企業の消費者関連部門に初めて配属され、一通り消費者政策の知識を学ぶ必要に迫られた者（以下、「**初任者ケース**」という。）
- (2) 国・地方公共団体職員や消費生活相談員、消費者教育コーディネーター、消費者団体、企業（経営者層、CSR・消費者関連部門）で、消費者政策の企画・立案、推進役を担う人材（専門性を持つとともに、物事の全体を俯瞰できる人材）を目指す者（以下、「**T字型人材ケース**」という。）
- (3) 消費者政策が対象とする領域をサステイナブルに研究し、上述のモデルケース1・2の人々を教えることができる者（以下、「**研究者ケース**」）。

2. 消費者政策の領域と身に着けるべき基礎理論について

今日、消費者を巡る環境は、ネット社会の拡大、超高齢社会の到来、グローバル化の進展、AI、IoT等の新技術の導入、サステイナビリティへの取組など大きく変化しており、時代によって変容するものである。このため、消費者政策の担い手となる者には、消費者被害の救済を図るほか、エシカル消費や消費者志向経営をはじめとした持続可能な消費社会の形成、更には、新技術を活用することによる消費者の質の高い生活に向けたスマート消費社会の推進を図るための各種施策の企画・立案し、具体化する能力が求められる。

その際には、被害救済に係る消費者法に係る知識のほか、消費行動や企業行動に影響を及ぼす規制や情報開示、「市場の質」を確保するための制度設計に必要な競争政策と消費者政策の関連性等の幅広い知識を身に着けることが求められる。

このように、消費者政策において学ぶべき内容も時代に応じて変化していくことが求められるが、消費者政策を進めるにあたって、「消費者政策学」とも

いべき普遍的に身に着けるべき学問領域や基礎理論も存在するものと考えられる。

消費者政策の担い手となる者が、身に着けるべき学問領域や基礎理論を整理する一つの考え方としては、消費者基本法に掲げる消費者の権利（消費生活における基本的需要が満たされ、健全な生活環境が確保される中で、「安全の確保」、「選択の機会の確保」、「必要な情報の提供」、「教育の機会の確保」、「消費者の意見の反映」、「消費者被害の救済」）に即して、行動経済学、消費者法、ミクロ経済学、法と経済学、安全学、情報リテラシー論、交渉学などを学際的に学ぶことが考えられる（図表1）。

3. 消費者政策を「学ぶ場」の提供について

消費者政策の担い手となる専門人材を育成するためには、それぞれの立場（初任者ケース、T字型人材ケース、研究者ケース）に応じた消費者政策を「学ぶ場」が提供されるべきである。

（1） 初任者ケース

消費者政策を担う者については、分野横断的に基礎的な知識を学ぶ場が必要であるが、そのような人材育成の場が十分に提供されているとは言えない。このため、官民間問わず消費者政策に携わる者が基礎的な知識を習得できる場の充実を検討すべきである。

- 独立行政法人国民生活センターや地方公共団体では、一般の消費者、消費生活相談員や相談員を目指す人、企業の消費者対応窓口の人などを対象に研修等を行っており、研修の受講を通じて一通り知識を習得する場として活用されることが期待される。
- 消費者政策の理解を深めるためには、消費生活相談員との連携や消費生活センター等の「現場」を体験することも重要であり、初任者の研修の中に組み

込むことが期待される。

- 既存の資格制度（「法定資格（消費生活相談員資格）」・「独自資格」（消費生活専門相談員資格、消費生活アドバイザー資格、消費生活コンサルタント資格など²⁾）を活用した人材育成も有効である（参考1）。このため、既存の資格取得のための研修を受けやすい環境整備等の支援等を検討すべきである。
- 消費者政策の司令塔機能を持つ消費者庁は、地方公共団体、民間企業等の人材育成の拠点としての役割も期待されることから、インターンや研究者等の受け入れ、職員の人事交流を積極的に行うことが必要である。
- 女性活躍が多様性や付加価値を生み出す原動力となるとの認識の下、ライフイベント等により一旦離職していたものの、消費生活に係る業務への復職を目指している者に対しては、大学・大学院等において、短期間で職業に必要な知識を学ぶ際の授業科目に消費者政策の領域を追加するとともに、既存の資格制度との連携による「学び直しの間」の提供も考えられる。

(2) T字型人材ケース

国・地方公共団体や企業の中で企画・立案に携わる者に対しては、消費者政策を分野横断的・専門的に学ぶことが求められる。しかしながら、国内の高等教育機関において消費者政策を専攻とする学びの場はほとんどないのが現状である（参考2）。このため、高等教育機関での学びの場を拡充する方策を検討することが求められる。

- 学際的な領域を対象とする消費者政策の学びの場として、既設の主に社会人を対象とする大学院の活用（既存の公共政策大学院の研究科に新たにコース等を置く等）が考えられる。その際、新たにコース等を単独の大学で置くことが困難な大都市圏以外の地域でも、複数の大学連携によるプログラム単位

² 「独自資格」以外にも、（一社）地域公共人材開発機構の「地域公共政策士」資格教育プログラムなどの取組もある。

互換協定の締結及び同時通信（遠隔講義）システムの活用等により、住んでいる地域により学ぶ機会が制約されない環境づくりも重要である³。

- また、主に社会人を対象とする大学院を活用する場合には、消費者政策推進に関する専門人材の育成拠点として、消費者庁との連携によるモデルとなる大学院を全国に数か所置くことにより、主に社会人を対象とする大学院の継続的な取組を促進することが考えられる。

(3) 研究者ケース(研究者ネットワーク、研究機関)

消費者政策が対象とする領域をサステイナブルに研究する者を増やしていくためには、研究者ネットワークの構築や、専門研究機関の整備、行政（消費者庁）による研究者育成支援が必要である。

- 行政施策への研究の反映を図るため、既存の消費者政策に関する関係学会との連携を強化することが重要である。
- 行政施策に具体的に反映することのできる研究者を育成し、継続的に研究を行うためには、公的機関における専門研究機関の整備や高等教育機関における研究者育成支援が必要となる。

4. 消費者政策を学んだ者の「活躍の場」の検討

消費者政策は、消費者被害の救済のほか、持続可能な社会の構築に資するものであり、消費者政策を専門的に学んだ者が、行政、企業、NPO 等様々な場面で活躍することが期待される。一方で、消費者政策を学んだ者が具体的にどのような

³ 2013年、信州大学、横浜国立大学、広島大学、茨城大学の4大学間で締結された『環境人材育成のためのグリーンマネジメントプログラムに関する単位互換協定』により、環境省と産学官民の連携組織「環境人材育成コンソーシアム（Eco Lead）」が共同で開発したプログラムが、双方向リアルタイムの遠隔授業も活用して開講された。

な場面で活躍できるかという具体的なイメージについて雇用者、被用者ともに理解が浸透しているとはいいがたい状況にある。このため、消費者政策を学んだ者がどのような場面で活躍するかについて具体化を図るとともに、積極的な登用策を検討する必要がある。

- 消費者政策の担い手として、社会人をはじめとする消費者政策を専門的に学んだ者が、国・地方公共団体や企業等で活躍できるよう、既設の主に社会人を対象とした大学院等における履修証明や、博士号、修士号等の学位の授与、既存の資格制度（「法定資格」・「独自資格」）の活用によるキャリア形成の支援が重要である。
- キャリア形成の支援のため、消費者庁としては、前述のとおり、国民生活センター等で実施する研修に対する支援や、消費者庁との連携による主に社会人を対象とする大学院の継続的な取組支援、さらには消費者政策に関する関係学会との連携強化を図ることが考えられる。
- 国・地方公共団体において、消費者政策に係る履修証明・学位取得者や資格取得者の積極的登用を図るほか、消費者政策担当者の研修受講、履修証明・学位取得、資格取得の支援を行うことが重要である。
- 民間企業において消費者政策を専門的に学んだ者が積極的に登用される機運を高めるためには、消費者志向経営の推進を行う等により、企業のサステナビリティや成長のための消費者政策の重要性に係る認識を高めることが必要である。
- 消費者政策を専門とする研究者が活躍できるよう、大学等の学術研究機関との連携強化や公的研究機関の設置等の環境整備が重要である。
- 国・地方公共団体・企業において、ライフイベントによるキャリアの中断や定年により退職したのちに消費者政策の「学び直し」を行った者が積極的に活用されるための官民の連携強化を行うことが重要である。

＜消費者政策を学んだ者の各分野での「活躍の場」の視点＞

（行政）

・地方公共団体における消費者行政職員の数はやや減少傾向にあるが、消費者相談数は高止まりとなっていることに加え、高齢化・国際化・高度情報化等により消費者問題の複雑化している。また、国際目標である SDG s への取組の加速により、持続可能な社会構築に向けた消費社会の形成に向けた制度的・政策的対応の重要性が高まっている。

・このような要請に応えるためには、国・地方公共団体における消費者行政職員には、消費生活に係る一般的知識を備えることが必要である。また、指導的立場にある者にあつては、例えば消費者教育コーディネーター等の専門的知見を備えた者を配置することが求められるため、消費者行政の指導的立場に立つ者を想定したキャリア形成、人材登用を行うことも重要となる。

・地域における消費者政策の推進にあたっては、地域の審議会（消費生活審議会等）において、具体的かつ実行可能な制度の企画・立案機能を強化する必要がある。このためには、行政、企業、法曹、学会等において消費者政策に携わっている T 字型人材を構成員に据えることが不可欠であり、審議会において、こうした人材の登用が求められる。

（企業）

・消費者政策を学んだ者は、お客様相談の他、CSR 部門や商品開発・企画部門、更には経営者層等の様々な分野で活躍することが期待される。

・消費者志向経営の視点等から消費者政策を学んだ者を積極的に登用することは、企業のサステナビリティの確保や国際目標である SDG s の推進に取り組む上で重要である。

・健全な消費環境や市場の質を確保する観点からも、消費者庁は、企業が消費者政策を学んだ者を積極的に雇用するための支援を行うべきである。

(消費者団体、NPO等)

・消費者行政の推進にあたっては、適格消費者団体や消費者団体等において専門的知識を持った者が、消費者の被害救済、消費者教育に参画するなどの活動も重要である。

・また、国の審議会等において消費者政策への提言や消費者政策の専門家の育成を担う者として、研究機関や大学等の研究者が学際的に消費者政策の研究を進めることも重要である。

5. 消費者政策の企画・研究機能の強化

消費者政策の研究の質をサステイナブルなものにしていくためには、研究機能の強化を行う必要がある。しかしながら、消費者政策のかじ取り役を担うべき消費者庁には、他府省庁のように組織内部に研究機能を持っていない。

今後、長期的な視野で、消費者政策の充実させていくためには、企画・研究機能を充実させていくことが必須である。また、政府においては、証拠に基づく政策形成(EBPM)の推進も求められているところであり、エビデンスとなるデータの収集方法や政策の効果測定の手法の検証など、研究者と連携した政策立案機能の充実を図るべきである。

企画・研究機能の充実に当たっては、「データ構築」、「実証研究」、「理論研究」の3つの視点が重要である。現在、消費者庁では研究機関を設置していないことから、継続的な調査やデータ構築がなされておらず、パネルデータ⁴の構築が困難である。現在の経済学において、国際的な研究、実証研究を行うにあたっては、単なる相関関係に留まらず、因果関係も含めた証明を行うことが必要であることから、パネルデータの構築が必須である。また、研究テーマの設定に当たっては、現実の政策に結びつく研究を行うことが重要であり、更に研究の質を高めるためには、理論と実証を結びつけていくことが重要である。この点からも、政策

⁴ 同一の標本について、複数の項目を継続的に調べて記録したデータ。

立案を行う消費者庁における研究機関の設置を含め、早急に公的な研究機関に係る検討をすべきである。こうした研究を積み重ねることにより、自然と国際的に評価される研究が生まれ、研究者の消費者政策に係る関心が高まり、社会への影響力も高まるという好循環が生まれ、消費者政策の充実、深化につながるものと考えられる。

6. 消費者政策推進のための人材育成・確保にむけた具体的方策について

人材育成・確保にむけた具体的な方策として、以下を提言する。

- (1) 消費者政策推進に関する専門人材の育成拠点として、既設の主に社会人を対象とする大学院も活用し、消費者庁との連携によるモデルとなる大学院を全国に数か所置くことを目指すべきである。その際、住む地域により学ぶ機会が制約されない環境づくりも重要である。
- (2) 消費者政策を専門的に学んだ者について、既設の主に社会人を対象とした大学院等における履修証明や博士号、修士号等の学位の授与、資格制度の活用・拡充によるキャリア形成を支援すべきである。
- (3) 国・地方公共団体における消費者行政担当者への研修の充実とともに、健全な消費環境や市場の質を確保する観点からも、消費者庁は行政及び企業が消費者政策に係る学位取得者や資格取得者を積極的に登用するための支援を行うべきである。また、消費者庁は人材育成の拠点としてインターンや研究者の積極的な受け入れ、職員の人事交流を拡大すべきである。
- (4) 消費者政策に係る研究者ネットワークの構築や関係学会等との連携強化、公的な研究機関の設置等による企画・研究機能の強化を図るべきである。企画・研究機能の充実に当たっては、「データ構築」、「実証研究」、「理論研究」の3つの視点が重要であり、継続的なデータ構築により理論と実証を結びつけるため、消費者庁は公的な研究機関の設置に係る検討をすべきである。

(図表 1) 消費者政策の領域と身に着けるべき基礎理論のイメージ

領域	実際の知識	主な基礎理論
1. 消費者の安全	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事故情報の収集、分析、注意喚起等 ・ 法執行 ・ 適格消費者団体支援 ・ 高齢者等の見守りネットワークの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会心理学 ・ 行動経済学・実験経済学 ・ 消費者法・行政法・民法 ・ 安全学・失敗学 ・ リスク・マネジメント
2. 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公正な表示・取引 ・ 消費者志向経営・CSR ・ 社会的責任投資 ・ エシカル消費 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ミクロ経済学・法と経済学 ・ 競争政策論 ・ 経営学 ・ 消費者行動論 ・ マーケティング論、流通論 ・ コーポレートガバナンス
3. 必要な情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活情報の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・ パブリック・リレーション ・ 情報リテラシー論 ・ 広告コミュニケーション論
4. 消費者教育の機会	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者教育の担い手育成 ・ 消費者教育コーディネーターの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者教育論 ・ 情報リテラシー論
5. 消費者の意見を消費者政策に反映	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者団体との連携協働 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 非営利組織論 ・ 公共政策学
6. 消費者被害の救済	<ul style="list-style-type: none"> ・ ADR、相談・あつせん ・ 特定適格消費者団体支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者法 ・ 交渉学

(参考1)

既存の資格制度（法定資格・独自資格）

（1）法定資格（消費生活相談員資格）最終試験合格者数

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
【日本産業協会】※ ¹ 消費生活相談員資格 (消費生活アドバイザー 資格※ ²)	514名 (合格率22.0%)	516名 (合格率22.1%)	550名 (合格率30.1%)
【国民生活センター】※ ¹ 消費生活相談員資格 (消費生活専門相談員資 格※ ²)	735名 (合格率47.4%)	539名 (合格率38.9%)	279名 (合格率24.6%)

(出所) 日本産協協会「消費生活アドバイザー資格試験の結果等について」(各年度)、国民生活センター「消費生活相談員資格試験最終結果」(各年度)より作成。

※1：一般財団法人日本産業協会及び独立行政法人国民生活センターが消費者安全法上の登録試験機関として登録され、法定資格である消費生活相談員資格試験を実施している。

※2：従来、両機関が独自の資格試験として行っていた「消費生活アドバイザー資格試験」(日本産業協会)、「消費生活専門相談員資格認定試験」(国民生活センター)については、それぞれ消費生活相談員資格試験と兼ねる形で実施されるため、消費生活相談員資格試験の合格者は、各機関の与える上記資格と法定資格である消費生活相談員資格の2つの資格を同時に付与されることになる。

(2) 独自資格

- ・消費生活アドバイザー資格^{*2} (一般財団法人 日本産業協会)

累計合格者数 (昭和 55 年～平成 30 年度) 16,791 人

(出所) 日本産業協会「2018 年度消費生活アドバイザー資格試験の結果等について」

- ・消費生活専門相談員資格^{*2} (独立行政法人 国民生活センター)

累計認定者数 (平成 3 年～平成 30 年度) 6,547 人

(出所) 独立行政法人国民生活センターホームページ

- ・消費生活コンサルタント資格 (一般財団法人 日本消費者協会)

累計修了生 (昭和 37 年開設) 3,400 人超

(出所) 一般財団法人日本消費者協会ホームページ

<関係団体>

- ・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

(NACS) 会員数 2,801 人 (平成 29 年 5 月)

(出所) 「NACS30 年史」より

- ・公益社団法人 全国消費生活相談員協会 会員数 1,964 人 (平成 29 年 10 月)

(出所) 全国消費生活相談員協会ホームページ

- ・公益社団法人 消費者関連専門家会議 (ACAP)

会員数 約 900 人、企業会員数 約 600 社

(出所) 消費者関連専門家会議 (ACAP) ホームページ

国内の高等教育機関における消費者政策に関する専攻及び研究所の事例

(1) 大学院の専攻の例 (50音順)

専攻	学習内容
金城学院大学大学院 人間生活学研究科 博士課程 消費者科学専攻 前期課程	<p>消費者科学専攻は、消費者科学に関する諸問題を生活経営学・生活経済学、健康栄養科学、生活薬科学、被服環境学、住環境学のそれぞれの分野から専門的に学習・研究できるようにしています。また、分野を超えて広く学ぶこともできます。</p> <p>食品薬品安全センター、学校、行政、企業、地域等で生活に関わる諸問題を学び、研究します。これらの問題を科学的に分析し、適切に対応し、指導・提案のできる専門家の養成をめざしています。</p>
法政大学大学院 政策創造研究科 CSR・消費者志向経営プログラム	<p>CSR や消費者志向経営は企業活動の基盤であり、企業がサステイナブルに活動を続けていくために不可欠な視点です。企業や自治体において、CSR や消費者志向経営の普及に向けた政策をデザインする専門家や研究者を育成することを目的としています。</p>

(2) 学部の専攻の例 (50 音順)

専攻	学習内容
<p>静岡大学教育学部総合科学教育課程 消費生活科学専攻</p>	<p>消費者として位置づけられる市民が、先端科学技術と複雑化した経済社会の中で自らの権利を損なわれることがないように生活者としての主体性を確立することを目標とします。消費者の教育や支援に関わり、消費者問題の専門家となれるような人材の育成目的としている本専攻では、(以下略)</p>
<p>東京経済大学現代法学部 現代法学科 消費者法プログラム</p>	<p>消費者をめぐる問題を分析し、消費者被害の防止や事業者の公正競争の確保のための法制度を学ぶとともに、持続可能な消費生活をめざす消費者市民の権利と責任を検討することで、問題解決能力を身に付ける。</p>
<p>明治学院大学法学部 消費情報環境法学科</p>	<p>消費情報環境法学科は、大学の教育理念“Do for Others(他者への貢献)”、さらには法の理念である「正義・公平・弱者救済」の観点を踏まえて、消費者問題、環境問題および企業活動上の問題に関する法的な知識や解決能力を身につけ、現代社会で生起する多様な先端分野の法律問題に対して柔軟に</p>

	<p>対処できる応用力を備えた人材を育成すること、より具体的には、IT 技術 ツールとして駆使しながら、消費者や環境に配慮できる法律知識をもった企業人を育成することを目的とする。</p>
--	---

(3) 高等教育機関における研究所の例 (50 音順)

研究所名	概要
<p>名古屋経済大学 消費者問題研究所</p>	<p>消費者問題研究所は現代経済社会の特質的課題である「消費」を研究対象としており、(中略)、消費生活に関するあらゆる側面からの学際的アプローチをはかるため、各分野の研究者が協力し研究にあたるほか、全国の研究者・国および地方消費者行政機関・企業とも連絡を密にして、消費者問題研究の総合拠点的役割を担うべく努力を重ねています。</p>

(出所) 各機関のホームページより作成。

(参考3) 樋口教授提出資料 (第2回懇談会)

※以下のサイトの資料を掲載

https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_002/pdf/meeting_002_181213_0002.pdf

(参考4) 田辺教授提出資料 (第3回懇談会)

※以下のサイトの資料を掲載

https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_002/pdf/meeting_002_190129_0002.pdf

(参考5) 矢野所長提出資料 (第3回懇談会)

※以下のサイトの資料を掲載

https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_002/pdf/meeting_002_190129_0003.pdf