

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構築することであり、「安全・安心な市場」、「質の高い市場²」は消費者が主役である経済社会のための基盤である。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にも配慮しながら、「誰一人取り残さない」ことが基本姿勢となる。

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も包摂していることが必要である。

さらに、消費者問題等への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、間接的な影響も利害関係者間で認識を共有される必要がある。また、世界的に SDGs への取組等が注目されている中で、様々な消費者問題に対応しうる消費者政策体系の構築に先行的に取り組んでいくことも求められる。

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、2018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. 消費者政策の領域と身に着けるべき基礎理論について

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。

² 良い製品・サービスが適切な価格で取引され、より良い製品・サービスが絶えず導入されている市場のこと。

今日、消費者を取り巻く環境は、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、サステナビリティやそれを支える地域循環共生圏³の取組の重要性の高まりなど、時代の変化に伴い大きく変容している。

消費者政策の担い手となる者には、消費者問題の歴史を学びつつ時代により変化する消費者被害の救済への対応を行うほか、エシカル消費や消費者志向経営をはじめとした公正で持続可能な消費社会を形成し、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など、時代の要請に応じて各種施策を企画・立案し、具体化する能力が求められることから、被害救済のための法律知識のみならず、サステナブルな社会の構築も見据えた消費者政策に係る総合的知識を分野横断的に身に着ける必要がある。

消費者政策は時代の要請に応じて、対応すべき分野も変化することから、消費者政策を担うべき人材が身に着けるべき学問体系を一律に規定するのは困難であるが、一方で、消費者政策を進めるにあたって、普遍的に身に着けるべき「消費者政策学」ともいうべき学問領域や基礎理論も存在するものと考えられる。

例えば、被害救済に係る消費者法や自立した消費者の育成に係る消費者教育のほか、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については、「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構築する」という消費者政策の目的を達成するためには、時代の変化に関わらず消費者政策の担い手となる者が身に着けるべき基礎理論と考えられる。

³ 「地域循環共生圏」とは、2018年4月に閣議決定された「第5次環境基本計画」において新たに打ち出された概念。各地域がその特性を活かした強みを発揮し、地域ごとに異なる資源が循環する自立・分散型の社会を形成しつつ、それぞれの地域の特性に応じて近隣地域等と地域資源を補完し支え合うことにより持続可能な社会の実現を目指すこととしている。

これらは、法学分野における「消費者法」、「競争法」、「法社会学」、「法哲学」、教育学分野における「消費者教育」の他、経済学分野における「行動経済学」、「競争政策」や商学・経営学分野における「マーケティング論」、「消費者行動論」などの各々の分野で独立して存在しているものの、「消費者政策」という切り口で見た際に、体系的に整理されているとは言い難い。このような状況下において、消費者政策を総合的に学んだ者の育成は困難となっている。このため、消費者政策の人材育成に当たっては、学問領域や基礎理論を整理し、消費者政策を総合的に学べる環境を整えることが重要である。

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、関連する消費者問題の歴史や制度（法社会学、法哲学、消費者法等）や理論（ミクロ経済学、行動経済学、マーケティング論、消費者行動論、法と経済学、安全学（技術を含む）、情報リテラシー論、交渉学、消費者教育論、公共政策学など）を学際的に学ぶことが考えられる（図表1）。

2. 消費者政策の担い手について

消費者政策の担い手育成については、消費者庁設立以来、消費者行政推進交付金等の支援を通じて、地方公共団体の消費者行政職員や消費生活相談員等の消費生活相談の現場の対応力向上等のレベルアップを図ってきたほか、2014年の消費者安全法の改正においては、消費生活相談員の専門性を確保する、行政内部において適切な評価がなされるよう、消費生活相談員を法定の資格試験として位置づけるなどといった様々な取組が行われてきた。

一方、消費者政策は、地方公共団体のみならず、行政が消費者団体、企業等の

様々なステークホルダーと連携して進めていくことが効果的であり、こうした諸団体に働く人々を幅広く消費者政策の推進の担い手と位置づけることが可能である。こうした担い手を育成・確保するためには、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、消費者政策の知識を一通り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) 消費者政策に関連する制度や理論を学際的に研究するとともに、上述のモデルケース1・2の人々を育成することができる者（以下、「**研究者・教育者ケース**」という。）

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・教育者ケース）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

<現状と課題>

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た者など消費者政策に従事した経験の浅い者であっても、消費者政策を担う者が分野横断的に基礎的な知識を学ぶことで、知識の底上げを図ることができ

る環境が必要である。現在、独立行政法人国民生活センターや地方公共団体においても様々な研修が行われているが、消費者問題が複雑化・高度化する中で、地方公共団体の職員や相談員の更なる対応力強化が求められている一方で、高齢化に伴う担い手不足や次の世代の育成への不安の声も挙がってきている。また、企業部門で消費者問題に従事する者に関しても、消費者問題の複雑化・高度化に対応した消費者への対応やサステイナブルな社会構築に向けた消費者志向経営の取組などが求められる中、既存の資格や研修の更なる充実が期待される。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。また、初任者として業務に従事する中で、消費者政策を幅広く学んだ者が、消費者政策に係る意識を高めることで、更に専門性を高めた T 字型人材等の消費者政策の中核を担う者の育成につなげることも期待される。

<対応策>

- 消費生活相談員や地域での見守り活動を担う者の養成に加え、地方公共団体の行政職員についても消費者政策に係る一通りの基礎を学ぶことが重要となる。このため、地方公共団体の行政職員の受講を促すための目標設定⁴、業務上まとまった時間の確保が困難な職員に向けたオンデマンドによる初任者用プログラムの配信や地方での研修開催の充実等、消費者行政に携わる者は誰でも、一通りの知識を習得するため、国民生活センターの更なる研修の充実や研修機会の確保策について検討すべきである。
- 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。

⁴ 「地方消費者行政強化作戦」（平成 27 年 3 月消費者庁）においては、消費生活相談員の研修受講に関する目標は設定されているが、行政職員に係る研修受講についての目標は設定されていない。

- 消費者政策の理解を深めるためには、消費者行政を担う地方公共団体の行政職員が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）⁵⁾」の取得を通じ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や企業に対する既存の資格制度の活用を通じた人材育成についての広報等を検討すべきである。
- 消費者政策の司令塔機能を持ち、消費者政策に関する知見が蓄積されている消費者庁は、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、今まで以上に職員の人事交流を積極的に行うことが必要である。
- 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や今後消費者政策の企画・立案等への参画等のステップアップを図ることを念頭においている者に対しては、消費者政策の領域を意識した消費生活講座を地方公共団体において積極的に開催⁷⁾するほか、大学等において、学位課程とは別に提供される短期プログラム等において消費者政策に関する短期プログラムを提供するとともに、そうした短期プログラムの履修がより魅力的なものとなるよう、既存の資格制度と連携することも期待される。

(2) T字型人材ケース

⁵⁾ 国の場合、人事院と消費者庁の共催により、原則として直近1年間に本府省の審議官級に昇任した職員を対象に消費生活センター等の相談窓口機関で消費者・生活者の声に触れる業務を体験する「業務体験研修」を開催している。

⁶⁾ これら以外にも、(一財)日本産業協会のお客様対応専門員(CAP)や、(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。

⁷⁾ 例として、東京都において開催されている平成30年消費者問題マスター講座(全13回)等の活用が考えられる。

<現状と課題>

国・地方公共団体の消費者行政職員は消費者政策の中核を担う者として、審議会において各種消費者関連施策の策定に携わる者としての役割を果たす必要があり、また、企業の中で消費者関連業務の企画・立案に携わる者も審議会等の構成員として知見を提供することも期待される。そこで、総合的な視野を持った人材の育成が必須である。例えば、消費者被害の防止という観点からは、経済学で学ぶ限定合理的な消費者を前提とした消費者行動などの学問的な知見を踏まえながら企画立案を行うことが期待されるほか、サステイナブルな社会の構築に向けては、エシカル消費や消費者志向経営などに関する知識を背景に消費者教育の推進を図る必要がある。そのため、消費行政に係る分野横断的な知識の習得による俯瞰力を持ちつつそれぞれの専門性を持ったいわば「T字型人材」を育成する必要がある。

消費者政策の中核を担う「T字型人材」の育成にあたっては、「1. 消費者政策の領域と身に着けるべき基礎理論について」において示したような学問領域や基礎理論などを基に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に着目した人材育成の場はほとんどないのが現状であり⁸、専門的な知識や実践力を有する人材が不足している結果、地方における審議会での議論は必ずしも活発に行われていないとの声もある。このため、消費者政策の中核を担う者の育成に向けて、高等教育機関での学びの場を拡充する方策等を検討することが求められる。

<対応策>

- 消費者政策の中核を担う者の育成の場としては、消費者政策に係る学問領域

⁸ 消費者政策に関する専攻の例としては、金城学院大学大学院人間生活学研究所消費者科学専攻、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、静岡大学教育学部総合科学教育課程消費生活科学専攻、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、明治学院大学法学部消費情報環境法学科等がある。

や基礎理論を分野横断的かつ専門的に学ぶことが求められる。特に、これまで行政、企業、NPO 等において、消費者政策に携わった経験を持つ者等を念頭に、リカレント教育の充実を図るという観点から専門的に学ぶ場が設けられることが重要である。また、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、女性がキャリアアップをする機会を増やすことも求められる。さらに、商品開発・企画部門、更には経営者層としての活躍が期待される者を対象に、男女問わずキャリア形成の過程で、消費者志向経営（サステナブル経営）を含む消費者政策を専門的に学ぶ場が設けられることも必要である。このように一定程度の社会経験を経て、更なる高度な知識や実務能力を有する人材を育成するためには、高度専門職業人養成に取り組む大学が大きな役割を果たすことが期待される。

- 大学がそうした役割を果たす際には、公開講座や履修プログラムの提供等を通じた人材育成の実践、更には、修士課程や専門職学位課程等において消費者政策の中核を担う人材が育成されること（公共政策に係る人材養成を行う既存の大学院に、新たにコースやプログラムを設けること等）が期待される。
- 単独の大学でそうした人材育成が困難な場合には、複数の大学が連携し、教育プログラムを開発し、提供することも考えられる。その際、単位互換制度の活用、同時通信（遠隔講義）システムおよび ICT（オンデマンド型教材や教育コンテンツ等）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⁹。
- 消費者政策の中核を担う人材を育成するには、理論面のみならず実務に携わる者の参画も重要であることから、そうした人材育成に取り組もうとする大学に対し、消費者庁から教材の提供や人的支援を行うほか、消費生活センタ

⁹ 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。

一からも現場での取組に関する情報提供や人的支援を行うなど、消費者庁と消費生活センター、大学が連携した取組を進めることが求められる。今後、他省庁における例も踏まえつつ、消費者庁と連携したモデルとなる大学院を全国に数か所に置くことにより、消費者政策の専門人材の育成拠点として継続的な取組を促進することが期待される。¹⁰

(3) 研究者・教育者ケース(研究者ネットワーク、研究機関)

<現状と課題>

消費者政策が対象とする領域を研究する者を増やすとともに研究水準を高めていくためには、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）による研究支援が必要である。また、「T字型人材」を育成する上でも、その土台となる学問、研究分野の確立や継続的な取組も重要な課題である。

現在、消費者政策に関わる学会も複数存在¹¹しており、また、2018年11月に新たに消費者政策学会が設立されるなど、時代のニーズに応じた取り組みも進んでいるところである。一方で、公的機関における消費者政策を研究する専門研究機関が設置されていないほか、消費者政策を進めるにあたっての公的統計が不足しているなどの課題もあり、研究を行う環境整備や研究者を育成する環境整備を進める必要がある。

<対応策>

¹⁰ 他省庁における人材育成事業の例として、2018年度から環境省では持続可能な社会の実現に向け、第5次環境基本計画に掲げる「地域循環共生圏」の創造を視野に環境・経済・社会的課題の同時解決に取り組むSDGs人材育成事業に取り組んでいる。こうした事業と連携することにより、SDGsの視点も取り入れ、物事を俯瞰できる人材の育成することも考えられる。

¹¹ 消費者政策に関わる学会として、日本消費経済学会、日本消費者教育学会、日本消費者行動研究学会、日本消費者法学会等がある。

- 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消費者庁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、公正で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、被用者ともにコンセンサスがあるとはいえない状況にある。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的なモデルケースが示されることが極めて重要である。

<消費者政策を学んだ者の「活躍の場」作りに向けた支援>

- 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な環境整備を行う必要がある。
- 国・地方公共団体において、消費者政策に係る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や高等教育機関における学び直しの支援を行うことが重要である。
- 民間企業における消費者志向経営の推進を後押しする等により、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一層高めることを通じ、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。

- 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、消費者庁と連携し、消費者政策の中核を担う人材育成に取り組む大学院への継続的な支援や既存の資格試験制度（「法定資格」、「独自資格」）の活用、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・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環境整備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が複雑化している。また、国際目標であるSDGs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のための制度的・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、指導的立場として消費者政策の企画・立案に当たる者には、消費生活相談を専門に学んだ者や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。加えて、常勤・非常勤に関わらずこうした専門的知見を備えた者を評価し、地域の消費者政策の総合的な企画・立案に携わる機会を増加させ、適切な処遇を行うことが求められる。さらには、指導的立場として消費者政策の企画・立案を行う者の育成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、具体的かつ有効な制度の企画・立案機能を担う機能が期待されるが、現在十分な機能が備わっているとは言い難い。このためには、消費者政策に係る知識を十分に持った消費者行政職員が事務局機能を担うことや、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重要である。

(企業)

・消費者政策を学んだ者は、お客様相談部門や CSR 部門などでの活躍が期待されている他、顧客相談窓口に寄せられる問い合わせには、重要な顧客ニーズが含まれており、この貴重な情報を活かして、商品開発・企画部門、更には経営者層等まで様々な分野に活躍の場が広がっている。

・消費者政策を学んだ者や消費者志向経営（サステナブル経営）の視点を持った者が活躍することは、顧客価値の増大につながるものと考えられ、企業の公正で持続可能な成長や国際目標である SDG s の達成に資するものである。

・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、適切な情報提供をはじめ、企業が消費者政策を学んだ者を自らのニーズに合わせ企業が活用できるようにするための環境整備に取り組むべきである。

(消費者団体、NPO 等)

・消費者政策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。

・ネット社会の拡大により情報発信の制約が解消される中で、消費者の埋もれがちな声を発信したり、消費者に役立つ情報を届けたりする担い手として、消費者

政策を学んだ者が組織に所属せずに活動する場も考えられる。

5. 消費者政策の研究機能の強化

消費者政策の研究の質を維持・向上させていくためには、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、消費者政策を強化するためには、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十分になされておらず、時系列データやパネルデータ¹²の分析が困難である。経済学に限らず社会科学において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¹³。この点からも、政策立案を行う消費者庁における研究機関の設置を含め、早急に消費者政策の中核的な役割を果たす研究機関設置に係る検討をすべきである。こうした取組を行うことにより、研究者の消費者政策に係る関心が高まり、消費者政策の充実、深化につながるものと考えられる。

¹² 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。

¹³ 研究成果の実用性確保に留意しつつも、行政による研究成果の恣意的な利用を排除するなど、学問の独立性・自由の確保の観点から、研究機関の行政からの独立性の十分な配慮が必要となる。

おわりに～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～

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。消費者庁は、本提言の実現に向けた取組を行うことにより、消費者政策の推進に努めるべきである。

- (1) 消費者政策に従事した経験の浅い地方公共団体の担当者や企業の消費者問題担当者等の知識の底上げを図るため、地方での研修開催やオンデマンドによる初任者用プログラムの配信等の国民生活センターの更なる研修の充実や研修機会の確保策、既存の資格取得のための研修を受けやすい環境整備や企業に対する既存の資格制度の活用を通じた人材育成についての広報等を検討すべきである。
- (2) 消費者政策推進に関する専門人材を育成するため、消費者庁は、人材育成に取り組む大学と連携し、モデルとなる学びの場（公共政策に係る人材養成を行う既存の大学院に、新たにコースやプログラムを設けること等が期待される。）を全国に数か所置くことを目指すべきである。その際、ICT（オンデマンド型教材）などを活用して、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。
- (3) 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これと連携した資格制度の活用・拡充（大学・大学院での教育と連動した新たな専門資格制度の導入など）によるキャリア形成を消費者庁は支援すべきである。
- (4) 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それぞれのニーズに応じて、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し、他省庁との連携も含め、消費者政策をコアとしたキャリア形成が可能となる環境づくりを行うべきである。また、消費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。

- (5) 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、消費者庁における研究機関の設置を含め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 (技術を含む) ・ 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 ・ コミュニケーション論
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・あっせん ・ 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

(参考2) 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3) 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4) 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