

●○○ 第222回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：最新の消費者問題と消費生活アドバイザーの更なる学び

講師：昭和女子大学 特命教授 樋口 一清氏

日時：2020年11月21日（土）14：00～17：00

場所：三会堂ビル8階 （一社）大日本水産会 大会議室

【概要】

最近の消費者を巡る環境変化や消費者問題の動向を踏まえ、多様な学問や手法の組み合わせ、政策介入の工夫、そして専門的な知見を有する人材育成の必要性と現状について、詳しくご説明いただいた。

【内容】

I. 消費者に関する高度専門人材の育成を巡って

1. 消費者を巡る環境変化

- ① ネット社会の拡大、超高齢化社会の進展、コロナの影響などにより、これまでのような被害救済を中心とした政策や法制度だけでは対応困難となっている。
- ② 市場における情報の非対称性が問題。多くの消費者が利用規約を読もうとしない。消費者は企業から全ての情報を得ているわけではない。消費者の多様化や高齢化により、賢い消費者像を求めるのは限界がある。
- ③ 平均的消費者像の見直しが必要。従来は、十分な情報を得る機会が与えられれば主体的・合理的に判断することができるという平均的な消費者像が前提とされてきた。しかし近年は、様々な要因により、誰しも脆弱な消費者になりうる。
- ④ 脆弱な消費者には二種類ある。ひとつは、高齢者、認知上の障がい等を有する人、子供など知識、経験、判断力の不十分さを有する継続的脆弱性。もうひとつは、通常は合理的な判断を行っているが、市場の特徴、商品・サービスの特性、勧誘行為の内容等の要因により、冷静・主体的な判断ができなくなる一時的脆弱性である。

2. 政策手法の多様化

- ① 多様な学問や手法の組み合わせによるアプローチが必要。法律学のみならず心理学、行動経済学、それに加えて政策介入。
- ② 政策介入には3つのモデルがある。行政が規制ルールに基づき市場に積極的に介入する介入型モデル。基本的に行政は介入せず、企業の自主的取り組みに委ねる自立型モデル。企業の自主的取り組みなど市場の機能を重視しつつ、ミニマムの規制と併せて情報提供など市場の環境整備を行う協働型モデル。
- ③ 控えめな介入が消費者政策として注目されている。

### 3. 専門人材への期待

- ① 消費者と事業者や行政をつなぐ専門人材、専門性を持つとともに物事の全体を俯瞰する T 型人材の育成が重要。
- ② 現在の教育システムでは、消費者政策に関する専門人材の育成、特に社会人向けは不十分。体系的な大学院教育の取り組みはほとんどない。社会人大学院等を活用して、消費者行政関係者や有資格者、企業関係者の学び直しの機会の確保が望まれる。

## II. 専門人材育成のための具体的取り組み

### 1. 消費者庁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

2019 年 4 月の報告書において、消費者政策推進に関する専門人材育成のため大学と連携しモデルとなる学びの場を設けること、専門的に学んだ者についてキャリア形成を支援すること、行政及び企業が消費者政策に係わる学位・資格取得者を積極的に登用すること、などを提言した。

### 2. マスター消費生活アドバイザー制度

2019 年 9 月、日本産業協会が消費生活アドバイザーを対象に指定大学院において所定コースを修了した場合に取得できる資格として「マスター消費生活アドバイザー」を創設。

### 3. 指定大学院制度

現在、昭和女子大学、明治学院大学、明治大学、同志社大学、お茶の水女子大学（予定）の 5 校において、消費者政策や消費者志向経営を専門的に学ぶコースが新設されている。

## 【所感】

- ① デジタル化の加速度的な進展にともない、消費者の多様化が進むこと、誰もが脆弱な消費者になりうることはうなずける。消費者への啓発と消費者の主体的行動、事業者の自主的取り組み、行政の規制・介入の組み合わせとバランスが重要になってくるであろう。
- ② 専門人材の育成は大切だが、その人材をどう活かしていくか、社会のどのような場面で活躍できるのが課題である。行政や企業による登用や、地域における消費者教育の担い手など、具体的なモデルケースを示し、作っていくことが今後重要であると考えられる。

以上