

マスター消費生活アドバイザー

デジタル化、サービス化が進んで企業と消費者の境界が無くなり、両者が共創して新しい価値を創造することが求められています。マスター消費生活アドバイザーは、このような変革を起こす人材を養成するため、消費生活アドバイザー資格の上級資格として、(財)日本産業協会によって認定される資格です。

福祉社会・経営研究科はマスター消費生活アドバイザーの指定大学院に指定されており、以下の指定科目から①4科目7単位以上、②消費者志向経営に関連する専任教員の「福祉共創マネジメント研究」8単位を履修することによって資格取得ができます。

注：マスター消費生活アドバイザー資格を取得するには、福祉社会・経営研究科などの指定大学院を修了することに加えて、消費生活アドバイザー資格を取得していること、5年以上の社会人経験（うち、顧客関連業務（営業・商品開発等を含む）に1年以上従事していること）があること、が必要です

マスター消費生活アドバイザーの所定科目（福祉共創マネジメント専攻）

科目名	単位数	消費者に関連する科目の内容
消費者志向経営概論	1	消費者志向経営の基礎的な理論と事例について学ぶ
消費者政策論	2	取引コスト論、ソフトローの理論、行動経済学と消費者政策
消費者教育	2	消費の理解（持続可能性）、生活の管理と契約、消費者の参画・協働
消費者志向経営論	2	企業の役割と責任、企業のガバナンス（ステークホルダーの役割）、事故情報の収集、消費者トラブルの実態と解決
消費者の安全	2	事故情報の収集、消費者トラブルの実態と解決、EUの規制と消費者問題
公共政策論	2	企業活動と公共政策、競争政策、規制改革、など
日本経済システム論	2	日本経済の課題、イノベーション、経済のサービス化、プラットフォームの問題
消費生活経済学	2	生産の経済学と「再生産」の経済学、エシカル消費、フェアトレード、リサイクル、地産地消、サプライチェーンの透明性、など
ソーシャルビジネス論	2	社会問題の解決と起業、地域活性化の事例研究
現代生活経営研究	2	現代社会における家族・生活問題、多様な働き方と就業環境、地域共生社会についてジェンダー及び生活経営の視点から研究
CSR論	2	CSRの概念・歴史、コンプライアンス、サプライチェーンCSR、「持続可能性と社会ビジネス」含む
組織のリスク・マネジメント	2	情報社会と情報リスク、企業価値と安全リスク・マネジメント、法的リスク、コンプライアンス含む
マーケティング戦略論	2	顧客創造とマーケティング空間、政策論としてのマーケティング
起業と組織	2	地域経済と中小企業、中小企業を支える仕組み、組織、起業と経済活性化を学ぶ
福祉共創マネジメント研究	8	課題研究指導または修士論文作成指導 （消費者志向経営に関連する専任教員の指導を受けること）