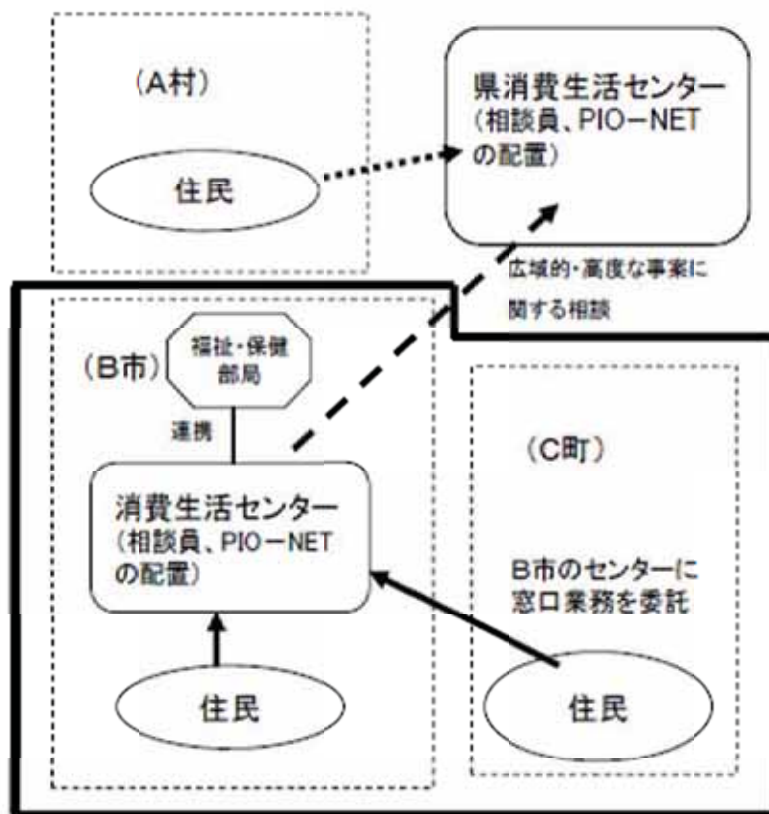


第8章 今後の地方消費者行政の充実・強化の進め方について

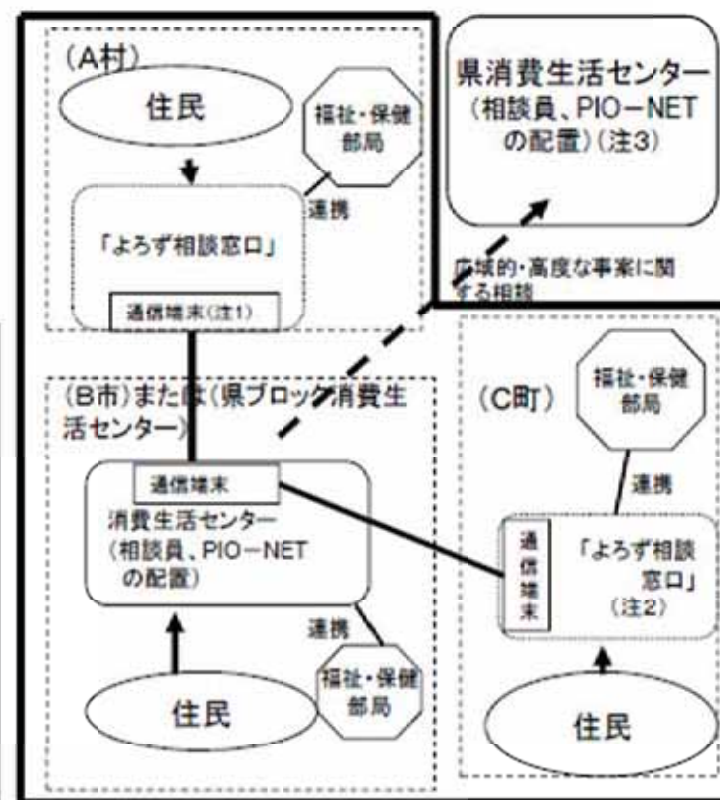
- 上記第2章～第7章までで述べた地方消費者行政の充実・強化策の実施に当たっては、以下のとおり、可能な限り速やかに対応すべきである。
- 特段の法改正や予算対応を要しない措置、例えば、望ましい広域連携の在り方や、消費生活相談員の処遇・研修等に係る具体的な指針の策定等については、平成23年度以降直ちに対応に着手することが望ましい。
- また、よろず相談窓口を含め、消費生活相談を受け付ける窓口については、平成24年度中には、全市町村で設置することができるよう国としても支援を行っていく必要がある。
- もっとも、各市町村における消費者行政の十分な定着を図る上では、窓口での相談対応の充実や出前講座等による啓発活動等を通じて住民の間での支持・理解を深めるとともに、福祉等他の行政分野との連携体制の強化等を図る必要がある。そのためには、集中育成・強化期間終了後さらに数年の期間を要すると考えられる。したがって、地域における消費者行政の定着に向けて、~~平成25年度以降も~~国として、様々な施策を組み合わせ対応する必要がある。
- その他法執行の強化等に係る法令改正等が必要な事項やPIO-NETの入力事務に係る国の財政負担の検討については、平成23年度以降、速やかに作業に着手し、遅くとも平成24年度には、実施されることが望ましい。
- なお、平成21年度以降「地方消費者行政活性化基金」や「住民生活に光をそそぐ交付金」等のこれまで講じた施策が地方消費者行政の活性化に向けてどのような効果を発揮したのかについて、検証を行う必要がある。

(別紙1)望ましい広域連携の在り方

(現状の相談体制)



(都道府県内の一部地域での新たな連携)

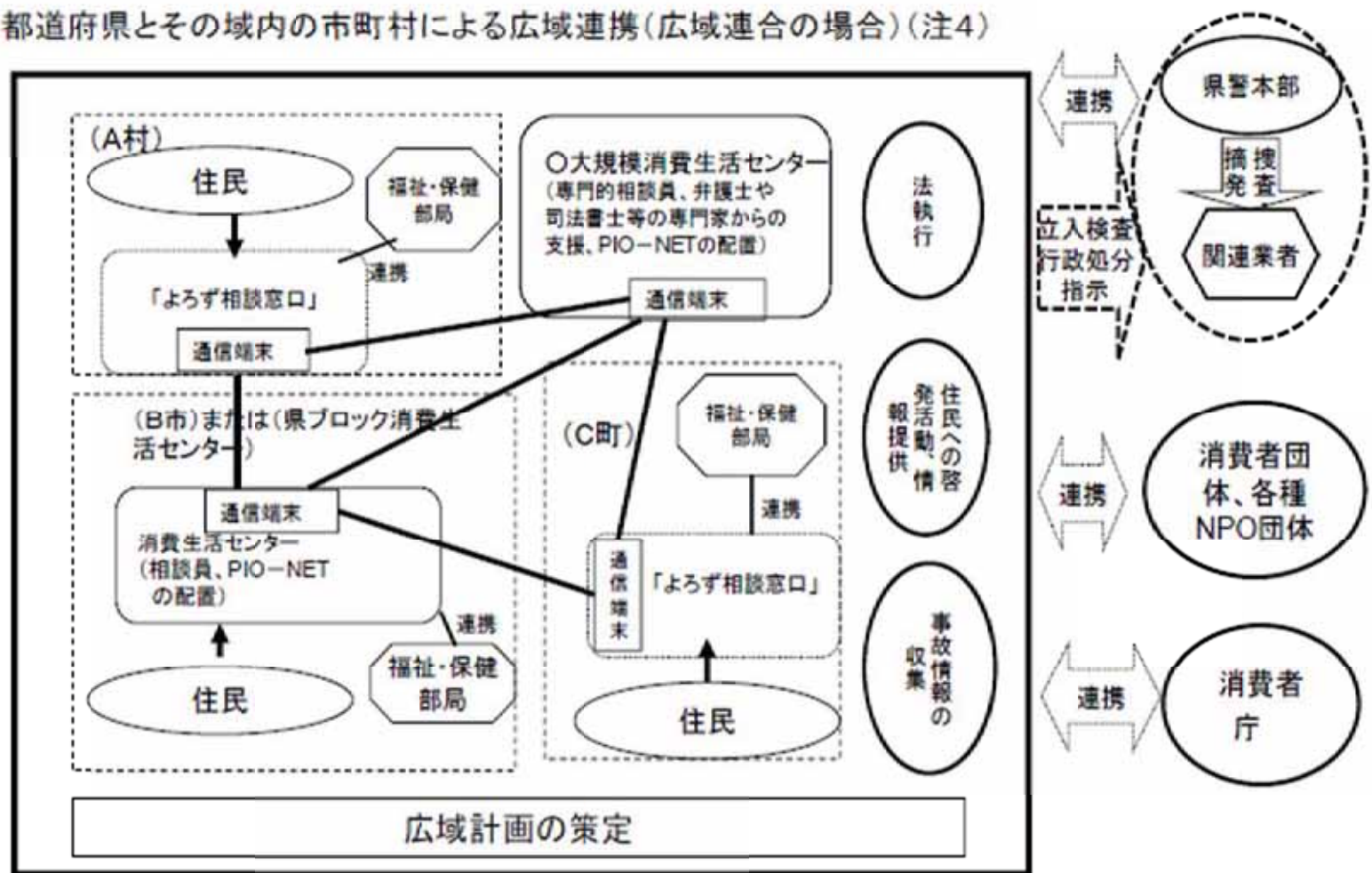


(注1) IT電話やTV電話など画像・音声について双方向交信が可能な情報通信端末等を設置することを想定。

(注2) よろず相談窓口は、原則、正規職員対応ながら、C町等中規模の自治体においては週1、2日は、消費生活相談員が対応。

(注3) 県庁所在地等にある大規模な県消費生活センターを想定。

都道府県とその域内の市町村による広域連携(広域連合の場合)(注4)



(注4) 都道府県単位の連携を行う方式としては、広域連合以外にも一部事務組合方式や協議会方式が考えられる。

(別紙2)

広域連携の利点・留意点とその対応策

		利 点	留意点	対応策等
都道府県内の一部地域での広域連携	一部地域の市町村による連携	<ul style="list-style-type: none"> ○ 近隣の市町村で連携する場合には設立に向けての意向集約が容易。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 中核的な市以外の市町村の消費者行政が空洞化していく懸念。 ○ 中核的な市の負担が重くなる懸念。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 国が示す連携のひな型(以下、「ひな型」という。)において、各市町村は少なくともよろず相談窓口で、消費生活相談を受け付け、必要に応じて相談員配置を図るなど連携前よりも窓口充実を図るべきである旨明記するほか、分担金の在り方を示すことで参加市町村間の負担のバランスを図る。
	一部地域の市町村と都道府県の振興局(事務所)等の出先機関との連携	<ul style="list-style-type: none"> ○ 都道府県の振興局(事務所)等の出先機関が加わることによって、都道府県が蓄積している専門的知見の活用を図ることができる。 ○ 一部地域での設立によることから意向集約が容易。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 市町村の消費者行政が空洞化していく懸念 ○ 各市町村での相談窓口体制が多少とも充実したところで、都道府県が手を引く懸念。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 上記に加え、ひな型において、市町村の要請があった場合には、都道府県も広域連携に参加することが求められる旨を明記する。
都道府県とその域内の市町村による広域連携		<ul style="list-style-type: none"> ○ 相談員などの専門的人材確保やその育成を図るための広域的な人事ローテーション ○ 広域にわたる相談員間、相談員・行政職員間の情報共有・連携強化を図ることが可能 ○ 複雑な事案に係る相談を大規模消費生活センターにつなぐ際の個人情報の問題を回避 <p>《広域連合の場合》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 都道府県の処分権限を移譲することで、事業者指導を行う上での実効性を強化 ○ 広域計画を作成することで、消費者教育や啓発活動、事故情報の収集など関連する事務を効果的に推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 都道府県内の市町村の意向を集約するのに手間を要する。 <p>《広域連合・一部事務組合の場合》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 長の選任や議会を設立するなどの手続負担が重い。 ○ 県庁・市町村役場から切り離されて、他部署との連携が希薄化 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ひな型を示すことにより意向集約を促進。 <p>《広域連合・一部事務組合の場合》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ひな型において、以下の点を示す。 <ol style="list-style-type: none"> ①現在の担当部署の執務場所を原則維持。 ②各市町村との兼任職員を配置して、他部署との連携を図る。 ③基準財政需要額の一定割合を分担金として拠出する旨ひな型に明記。

【参考資料 1】

消費者庁関連三法の成立の際に定められた地方消費者行政の充実・強化に関する附則及び附帯決議

■ 1. 消費者庁及び消費者委員会設置法（抄）

（公布：平成21年6月5日法律第48号 施行：平成21年9月1日）

附 則

- 4 政府は、消費者庁関連三法の施行後三年以内に、消費生活センター（消費者安全法第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。）の法制上の位置付け並びにその適正な配置及び人員の確保、消費生活相談員の待遇の改善その他の地方公共団体の消費者政策の実施に対し国が行う支援の在り方について所要の法改正を含む全般的な検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

■ 2. 衆議院附帯決議（平成21年4月16日）

消費者庁設置法案、消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案及び消費者安全法案に対する附帯決議（衆議院）

十五 各地の消費生活センターの相談員の聴取能力及び法律知識の水準向上を図るため、独立行政法人国民生活センターを中心とする教育・研修の充実を図ること。

十六 地方公共団体における消費者行政の推進に関しては、今回の法改正の趣旨を周知徹底し、全国あまねく消費生活相談を受けることができ、消費者の安全・安心を確保する体制が確立するよう、万全を期すること。

十七 相談員の待遇改善に関しては、今般拡充された地方交付税措置を活用しつつ、地方消費者行政活性化基金の運用に際しては、支援対象を集中育成・強化期間において増大する業務に係る人件費等に拡充するとともに、交付要綱等において処遇改善を図る地方公共団体への交付金の配分を手厚くすることを定めることにより、相談員の時給の引上げ、業務日数の増加による実質的常勤化、超過勤務並びに社会保険及び労働保険に関し法令に基づく適切な対応等を含め、地方公共団体における処遇改善の取組を促進すること。

十八 消費生活センターについて、指定管理者制度や委託等を採用している地方公共団体においても、その受託機関における相談員の処遇については、各種誘導措置が講じられることにより、地方公共団体が自ら行う場合における相談員等と同様に処遇の改

善が図られるよう万全を期するよう要請すること。

十九 今後三年程度の集中育成・強化期間後の国による支援の在り方や、消費生活センターの設置、相談員の配置・処遇等の望ましい姿について、その工程表も含め消費者委員会で検討を行うこと。

■ 3. 参議院附帯決議（平成21年5月28日）

消費者庁設置法案、消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案及び消費者安全法案に対する附帯決議（参議院）

十九 聴取能力及び法律知識のみならず、あっせんや行政との連携能力等各地の消費生活センターの相談員にとって必要な能力の水準向上を図るため、教育・研修の機会の拡充等を始め、独立行政法人国民生活センターによる支援を強化すること。

また、国民生活センターに配置されている相談員について、その職務内容にふさわしい身分、待遇の改善に努めること。

二十 地方公共団体における消費者行政の推進に関しては、消費者庁関連三法制定の趣旨を地方公共団体の長及び議会議長が参加するトップセミナーの実施等を通じて周知徹底し、全国あまねく消費生活相談を受けることができ、消費者の安全・安心を確保する体制が確立するよう、万全を期すること。

二十一 各地の消費生活センター等が、障害者、高齢者を含めたすべての消費者にとってアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口として機能するよう、その認知度を高め、多様な相談受理体制の整備が行われるよう万全を期すること。

二十二 相談員の執務環境及び待遇に関する種々の問題点を改善するため、相談員制度の在り方について全般的な検討を行うとともに、地方公共団体における消費者行政の一層の充実を図るため、正規職員化を含め雇用の安定を促進するための必要な措置を早急に講じること。

また、その待遇改善に関しては、今般拡充された地方交付税措置が着実に活用されるよう地方公共団体に要請するとともに、地方消費者行政活性化基金の運用に際しては、支援対象を集中育成・強化期間において増大する業務に係る人件費等に拡充するとともに、交付要綱等において処遇改善を図る地方公共団体への交付金の配分を手厚くすることを定めることにより、相談員の時給の引上げ、超過勤務並びに社会保険及び労働保険に関し法令に基づく適切な対応等を含め、地方公共団体における処遇改善を積極的に支援すること。

なお、地方消費者行政活性化基金を真に地方消費者行政の需要を満たすものとするため、事業を支援するメニューの在り方等について地方公共団体の意見を踏まえると

ともに、その弾力的な運用を行うこと。

二十三 消費生活センターについて、指定管理者制度や委託等を採用している地方公共団体においても、その受託機関における相談員の処遇については、各種誘導措置が講じられることにより、地方公共団体が自ら行う場合における相談員等と同様に処遇の改善が図られるよう万全を期するよう要請すること。

二十四 今後三年程度の集中育成・強化期間後の国による支援の在り方や、消費生活センターの設置、相談員の配置・処遇等の望ましい姿について、実態調査等を行うとともに、集中育成・強化期間の取組を踏まえ、その後も適切な対応が講じられるよう配意し、工程表も含め消費者委員会で検討すること。なお、検討に当たっては、広域的な設置を含め地域の実情に応じた消費生活センターの設置、PIO-NETの整備、相談員の資格の在り方についても十分配意すること。

三十 地方公共団体の消費者行政の実施に対し国が行う支援の在り方について所要の法改正を含む全般的な検討を加えるに当たっては、消費者、生活者が主役となる社会を実現する国民本位の行政への転換を目指す消費者庁設置の趣旨にかんがみ、国と地方の役割分担など消費者行政の在り方についても併せて検討すること。

【参考資料 2-1】

消費者委員会 地方消費者行政専門調査会 設置・運営規程

平成 21 年 12 月 21 日

消費者委員会決定

(総則)

第 1 条 消費者委員会（以下、「委員会」という。）の地方消費者行政専門調査会の設置、所掌事務、議事録の作成及び会議等については、この規程の定めるところによる。

(専門調査会の設置)

第 2 条 委員会に地方消費者行政専門調査会（以下「専門調査会」という。）を置く。

2 専門調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。

3 専門調査会には座長を置き、専門調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、専門調査会の事務を掌理する。

4 座長に事故があるときは、専門調査会に属する構成員のうちから座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

(専門調査会の所掌)

第 3 条 専門調査会は、「地方消費者行政の充実強化に向けて」（平成 21 年 12 月 14 日消費者委員会決定）に掲げる論点その他の地方公共団体における消費者行政の推進に関する事項について、委員会の求めに応じて、調査審議する。

(調査会の設置)

第 4 条 座長は、必要に応じて、委員会の同意を得て専門調査会に調査会を置くことができる。

2 調査会は、専門調査会が行う調査審議に関し、必要な専門的事項を調査審議し又は検討する。

3 調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。

4 調査会には座長を置き、当該調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、当該調査会の事務を掌理する。

5 調査会の座長に事故があるときは、当該調査会に属する構成員のうちから調査会の座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

(議事録の作成)

第5条 専門調査会の議事については、次の事項を記載した議事録を作成する。

- 一 会議の日時及び場所
- 二 出席した構成員の氏名
- 三 議題となった事項
- 四 審議経過
- 五 審議結果

(審議の公開)

第6条 専門調査会の開催予定に関する日時・開催場所等については、公開する。

2 専門調査会は、会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。非公開とすべき事由が終了したときは、公開するものとする。

3 前項の規定により座長が会議を非公開とすることを認めた場合は、専門調査会はその理由を公表する。

4 会議の議事録については、第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。

5 第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合は、議事要旨をすみやかに作成し、公表するものとする。

(専門調査会の会議)

第7条 座長（座長に事故があるときはその職務を代理する者。以下同じ。）は、専門調査会の会議を招集し、その議長となる。

2 専門調査会に属さない委員は、あらかじめ座長に届け出ることにより、専門調査会に出席することができる。

(雑則)

第8条 この規程に定めるもののほか、専門調査会の運営に関し必要な事項は、座長が委員会に諮って定める。

(準用)

第9条 第5条から前条までの規定は、調査会について準用する。この場合において、これらの規定中「専門調査会」とあるのは「調査会」と読み替えるものとする。

附 則

この規程は、平成21年12月21日から施行する。

地方消費者行政の充実強化に向けて

平成 21 年 12 月 14 日

消費者委員会

I. 地方消費者行政の充実強化の基本的視点

明治以来の産業育成を中心課題とした行政の施策を、消費者重視に転換するという大きな変化の流れの中で、本年 9 月、国においては消費者庁、消費者委員会という新しい組織が生まれ、消費者行政一元化による消費者行政の強化が図られつつある。しかしながら、国全体として消費者行政の強化を実現するには、全国各地の現場において、消費者に密接な「安全」「取引」「表示」の分野等において十分な施策が講じられる必要がある。

その際、地方分権の強化・拡大によって住民の生活に密着した行政の充実を図り、地域の問題解決能力を高めることが重要である。そのために地方消費者行政の充実強化は極めて切実な緊急の課題である。

消費者庁においては、今後 3 年間（平成 21、22、23 年度）を中心とする地方消費者行政強化プランが策定されようとしている。また、平成 20 年度、21 年度に措置された地方消費者行政活性化基金は、向こう 3 年間で集中育成・強化期間と位置付け、当面のインフラ整備に主眼を置いたものであり、4 年目以降を見通した施策のあり方については示されていない。

消費者委員会は平成 24 年度以降の地方消費者行政の充実強化がどのようになされるべきかを平成 22 年度末を目途に提言し、その実現を図る。その際、消費者委員会は、地方の実態把握をしながら、地方自治の本旨を尊重しつつ、消費者行政における国と地方の役割分担のあり方を整理した上で、消費者目線から提言する。

以下、その提言に盛り込まれるべき論点を次のとおり提示する。

II. 検討されるべき論点

1. 消費者行政における国と地方の役割分担のあり方

- (1) 地方の消費者行政に対して国はどのように関与することが適切か（地方自治、地方分権と消費者行政）。
- (2) 地方消費者行政を支える財政基盤はどうあるべきか。
 - ① これまでの国会審議の経過を踏まえ、考え方を整理すべきではないか（地方財政法の改正の議論を含む。）。
 - ② 地方消費者行政活性化基金の期限後である平成 24 年度以降の財政支援はどうあるべきか。

2. 国と地方のネットワークのあり方

- (1) 消費生活センター・消費生活相談窓口の整備をどのように進めるか。
 - ①市町村がそれぞれに対応するのか、広域対応とするのか。
 - ②消費生活センター、相談窓口の設置基準（最低水準のガイドライン）を設けることの是非、設けるとしたらどのようなものか。
- (2) 地方自治体相互のネットワーク（隣接県のブロック、県と市町村、近隣市町村相互間）をどのようにしたらよいか。
- (3) 国民生活センターはネットワークの機能向上にどのような役割を果たすべきか。

3. 消費生活相談員制度及び相談員への支援のあり方

- (1) 国や地方自治体による相談員、相談体制への支援はどうあるべきか（特に情報提供、研修、専門家による支援、相談員の資格などのあり方）。
- (2) 相談員の処遇は、多様な選択肢の提示を含め、どのように改善したらよいか。
- (3) 国民生活センターによる相談員の教育・研修・支援はどうあるべきか。

4. 情報（相談情報・事故情報を含む。）の収集・分析及び情報提供のあり方

- (1) 情報の収集体制をどのように充実させるか（P I O-N E Tなどの設置・活用のあり方を含む。）。
- (2) 情報の適切な分析のシステムはどうあるべきか。
- (3) 収集・分析された情報を消費者に迅速・適切に提供するためにどうすべきか。

5. 商品テストの位置づけ・各機関のあり方

- (1) 商品テストにはどのような機能が求められるか（商品比較テスト、原因究明テスト、自主テスト等）。
- (2) 地方消費者行政施策の中にテスト機能をどう位置づけるのか。
- (3) 国民生活センターや製品評価技術基盤機構（N I T E）などのテスト機能をどう活用するか。
- (4) テスト機関相互の連携・役割分担をどう考えるか。

6. 地方自治体による法執行のあり方

- (1) 国による法執行と地方自治体による法執行、条例との関係をどのように組み立てるか。（地方自治との関係を含め整理）
- (2) 特定商取引法や景品表示法等を都道府県あるいは連携して適切・迅速に執行していくためにどのような体制づくりが必要か。
- (3) 国の機関との連携・協力体制はどうあるべきか。
- (4) 法執行関連の研修の充実をどう図るか。

7. 行政と消費者、事業者などの協働及び消費者の声を政策決定などに反映させるシス

テム構築のあり方

- (1) 地方自治体と消費者団体、事業者団体及び各種専門家・研究機関との連携協力体制をどう構築するか。
- (2) 地方自治体と消費者被害の情報収集、啓発などを行う消費者団体との連携や、地方自治体による支援をどう進めるか。
- (3) 消費者及び高齢者、障害者、子どもなど社会的弱者の声を地方自治体の消費者行政に反映させるシステムをどうするか。
- (4) 地方消費者行政の基盤として消費者の自立を支援するための消費者教育、啓発をどう進めるか。

8. 地方消費者行政の充実強化に向けた組織体制と人材育成のあり方

- (1) 地方の消費者行政を推進する体制をどのように組織するか。
- (2) 消費者行政に携わる行政官の人材育成及び意欲喚起をどうするか。

【参考資料3】

地方消費者行政専門調査会 審議経過

■ 第1回 平成22年4月28日（水）

（議題）

- 地方消費者行政専門調査会の進め方について
- 地方消費者行政に関わる制度的枠組み（消費者基本法・消費者安全法、予算措置等）について

■ 第2回 平成22年5月20日（木）

（議題）

- 地方消費者行政の現状と課題について

■ 第3回 平成22年6月15日（火）

（議題）

- 相談ネットワークのあり方について
- 今後のスケジュールについて

■ 第4回 平成22年7月28日（水）

（議題）

- 地方自治体の事務区分と消費者行政（斎藤委員）
- 相談員の実態と処遇のあり方について

■ 第5回 平成22年8月30日（月）

（議題）

- 地方公務員制度における相談員の処遇改善について（稲継座長代理）
- 情報の収集・分析及び情報提供のあり方について

■ 第6回 平成22年9月14日（火）

（議題）

- 地方消費者行政における商品テストの位置づけ、支援のあり方

■ 第7回 平成22年10月22日（金）

（議題）

- 地方消費者行政における経費負担について（沼尾委員）
- 地方消費者行政専門調査会のこれまでの議論の中間整理について
- 地方消費者行政推進本部 制度ワーキンググループ報告

■第8回 平成22年11月30日（火）

（議題）

○地方自治体による法執行のあり方について

■第9回 平成22年12月16日（木）

（議題）

○地方消費者行政の基盤・環境の整備について

○地方消費者行政の実態と対応策について

■第10回 平成23年1月25日（火）

（議題）

○報告書（案）の骨子について

■第11回 平成23年2月10日（木）

（議題）

○報告書の素案について

■第12回 平成23年2月24日（木）

（議題）

○報告書の改訂案について

■第13回 平成23年4月7日（木）

（議題）

○報告書の取りまとめについて

【参考資料4】

地方消費者行政専門調査会 委員名簿

座長	稲継 裕昭	早稲田大学政治経済学術院教授
座長代理	沼尾 波子	日本大学経済学部教授
委員	奥山 恵美子	仙台市長
	国府 泰道	弁護士
	斎藤 誠	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	菅 美千世	社団法人全国消費生活相談員協会理事長
	田中 三恵子	特定非営利活動法人熊本消費者協会会長
	野口 貴公美	中央大学法学部教授
	馬場 新一	江崎グリコ株式会社お客様相談室室長
	圓山 茂夫	明治学院大学法学部准教授
	矢野 洋子	東京消費者団体連絡センター事務局長
	山下 純司	学習院大学法学部教授

(以上、~~1-2-1-1~~名 平成23年~~2-4~~月~~1-0-7~~日現在)

※なお、地方消費者行政専門調査会の担当委員として、消費者委員会の池田弘一委員、佐野真理子委員、下谷内富士子委員、日和佐信子委員、山口廣委員が本専門調査会の調査・審議に参画した。また、池本誠司弁護士が、オブザーバーとして出席した。

※以下の各氏が、下記の期間中、専門調査会の委員として在任していた。なお、片山氏は在任中、座長を務めていた。

片山 善博 慶應義塾大学法学部教授（当時）（平成22年4月15日～同年9月17日在任）

圓山 茂夫 明治学院大学法学部准教授（平成22年4月15日～平成23年2月23日在任）

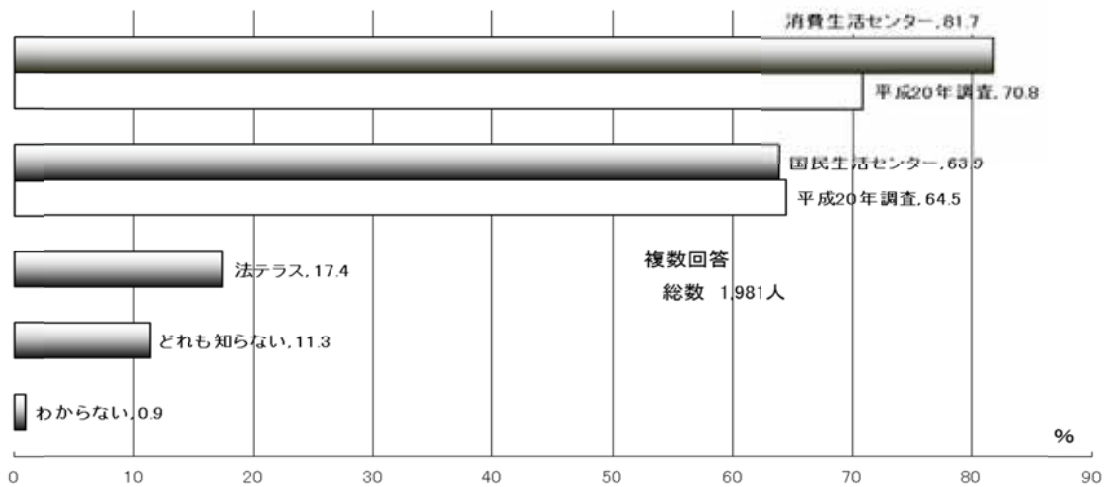
【参考資料5】

「地方消費者行政に関する特別世論調査¹」の概要

平成22年11月
消費者委員会事務局

1. 国民生活センター、消費生活センターの認知度

消費生活相談の窓口に関して、消費生活センターも国民生活センターも認知度は高く、特に消費生活センターにおいては平成20年調査の70.8%から81.7%に増加している。



〔参考1〕 国民生活センターの認知度

	該当者数	名前も知っていない活動内容	名前も知っていない活動内容	名前も知っていない活動内容	わからない
	人	%	%	%	%
平成20年10月調査	1,853	15.3	49.2	32.5	3.0

(注) 「あなたは、国民生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

〔参考2〕 消費生活センターの認知度

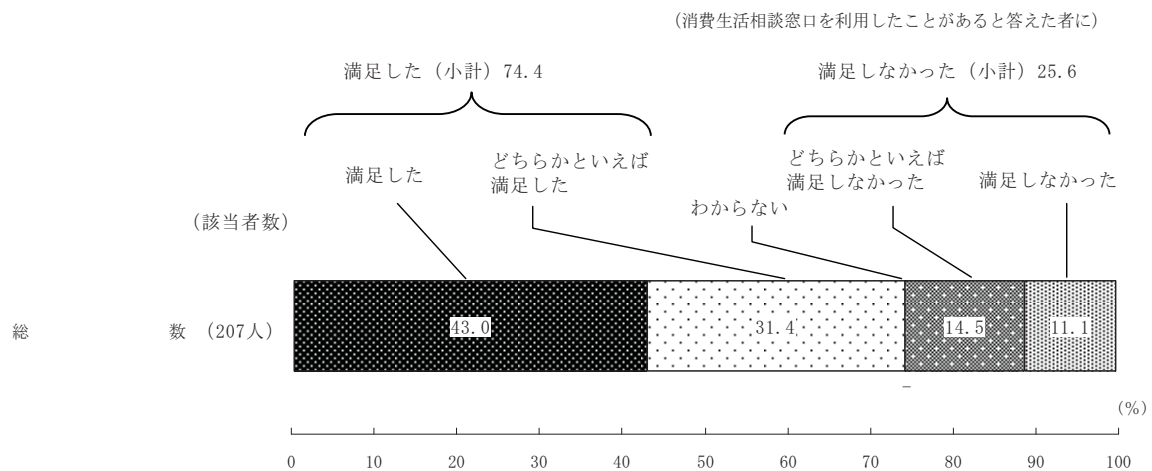
	該当者数	名前も知っていない活動内容	名前も知っていない活動内容	名前も知っていない活動内容	わからない
	人	%	%	%	%
平成20年10月調査	1,853	22.0	48.8	26.1	3.1

(注) 「あなたは、消費生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

¹ [内閣府大臣官房政府広報室が平成22年11月に公表したもの。](#)

2. 消費生活相談窓口の利用状況

- 消費生活相談窓口を利用した人は約1割程度であり、残りの約9割の人は利用していないが、その理由として、約9割の方が「これまで消費者トラブルにあったことがないため」と答えている。
- 利用したことのある人の満足度をみると、約7割5分の方が「満足した」と答えており、相談窓口が一定の意義を有していることを窺わせる。
- 一方、「満足しなかった」は、約2割5分に留まってはいるものの、その理由をみると、「相談の受付から助言に留まり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない」(52.8%)、「対応に専門性がないなど、対応に時間がかかる」(49.1%)などがあげられており、単なる相談だけではなく、具体のあっせんや、高い専門性など、より踏み込んだ相談業務を望まれていることが窺われる。



消費生活相談窓口を利用したことがない理由

(複数回答)

平成22年10月

- ・ これまで消費者トラブルにあったことがない 88.8%
- ・ どのように利用してよいかわからない 8.5%
- ・ 知人に相談したり、インターネットの情報を見たりして、問題が解決した 5.9%
- ・ 相談窓口の存在を知らなかった 4.7%
- ・ 利用しても、相談を解決してくれそうにない 4.4%
- ・ 相談窓口まで行くのに時間がかかる 2.6%
- ・ 相談内容がプライバシーに関することなので、相談することがためらわれた 1.8%
- ・ 相談したい日・時間に開設していない 1.8%

消費生活相談窓口が満足しなかった理由

(複数回答)

平成 22 年 10 月

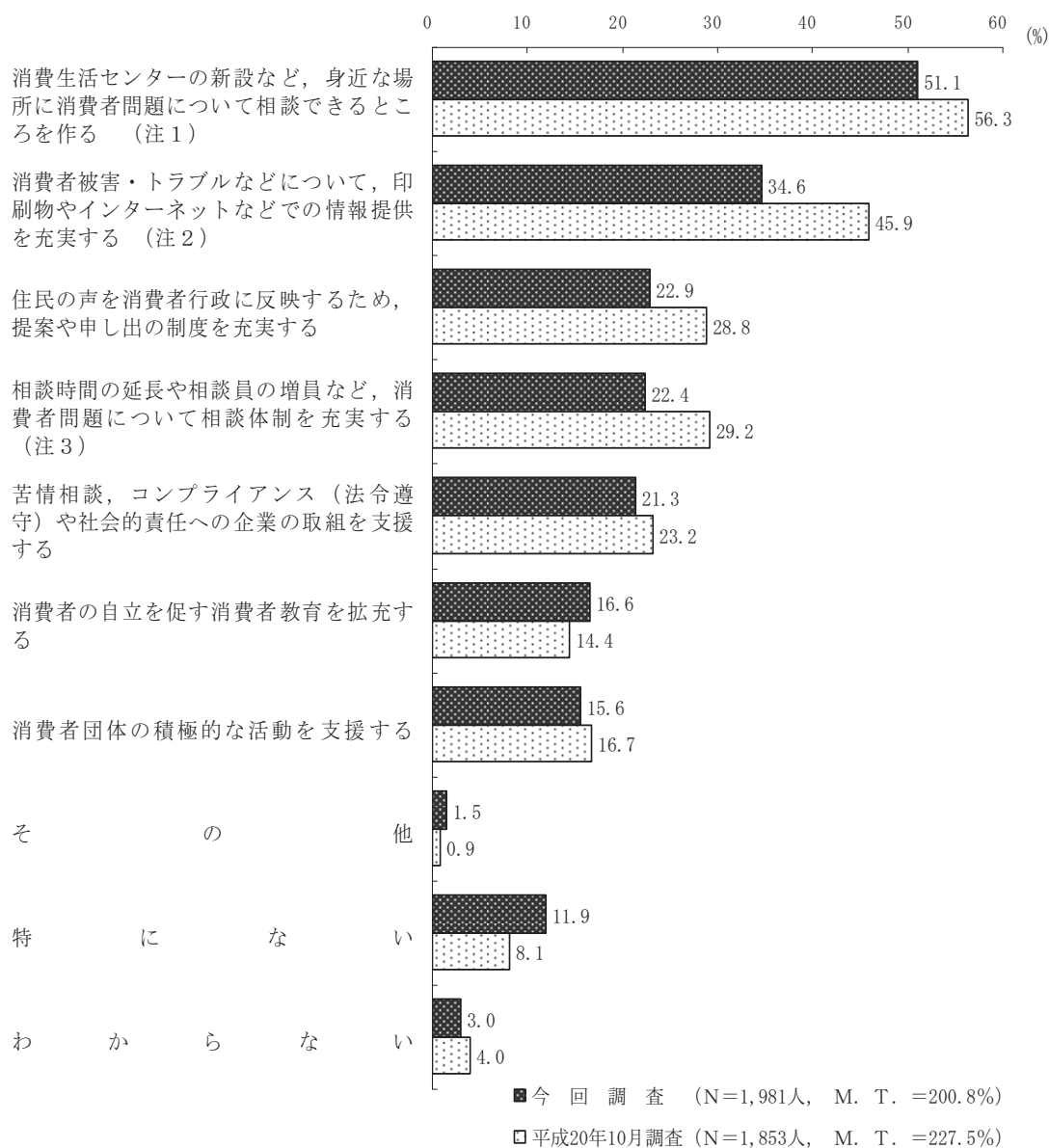
- | | |
|--|-------|
| ・ 相談の受付から助言にとどまり、あっせん、紛争解決
ま で責任を持って対応していない | 52.8% |
| ・ 対応に専門性がないなど、十分な対応を
してもらえない | 49.1% |
| ・ 相談時間が短いなど、一人一人が
じっくり相談にのってもらえない | 22.6% |
| ・ 電話がかかりにくいなど、対応に時間
がかかる | 20.8% |
| ・ 対応せず、たらい回しにされる | 18.9% |
| ・ その他 | 11.3% |

(サンプル数 53人)

3. 消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むこと

今後、消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むことに関して、「消費生活センターの新設など、身近な場所に消費者問題について相談できるところを作る」については、5割以上の方が要望項目として望んでいる。

(複数回答)



(注1) 平成20年10月調査では、「身近な場所に消費者問題について相談できるところ（消費生活センターの新設等）を作る」となっている。

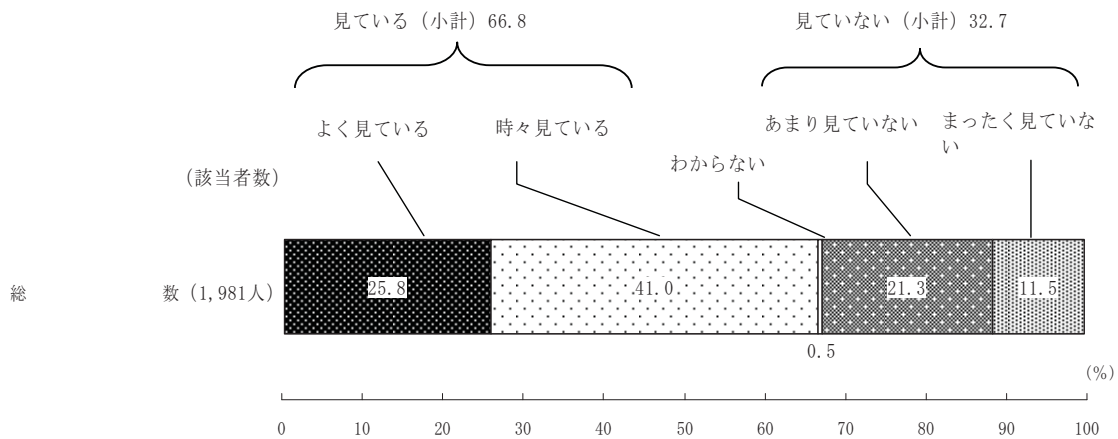
(注2) 平成20年10月調査では、「消費者被害・トラブルなどについての情報提供を充実する」となっている。

(注3) 平成20年10月調査では、「消費者問題について相談体制を充実する（相談時間の延長、相談員の増員等）」となっている。

4. 消費者問題に関する啓発資料の認知度

地方公共団体が配付している消費者問題に関する啓発資料（例えば、広報誌、パンフレット、チラシ、市や区で出しているお知らせ、インターネットに掲載されている情報など）について、6割以上の方が「見ている」と回答している。

	平成 22 年 10 月
・ 見ている（小計）	66.8%
・ よく見ている	25.8%
・ 時々見ている	41.0%
・ 見ていない（小計）	32.7%
・ あまり見ていない	21.3%
・ まったく見ていない	11.5%



【調査概要】	調査対象	全国 20 歳以上の者 3,000 人
	有効回収数(率)	1,981 人 (66.0%)
	調査期間	平成 22 年 10 月 14 日～10 月 24 日
	調査方法	調査員による個別面接聴取