

## 基礎自治体における体制面での主要課題の整理

### (1) 第 16 回会合までに指摘された主要課題について (案)

- 主要課題① 小規模自治体の体制の底上げ
- 主要課題② 地域力の底上げ
- 主要課題③ 自治体職員に対する支援策の在り方の検討

### (2) 主要課題の前提 (基本的方向性) について

- 今後、「行政が、住民に最低限保障すべき消費者行政サービス水準」を継続的に担保し、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現するために、国、都道府県、基礎自治体が優先的に取り組むべき課題は何か。
- 昨年「消費者教育推進法」が施行されたことを踏まえ、住民が「どこに住んでいても生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けられる」機会を担保する拠点のひとつとして、今後、消費生活相談窓口が果たせる役割は何か。
- 第 16 回地方消費者行政専門調査会までに指摘された事項を踏まえ、基礎自治体の体制面での主要課題の前提となる論点を以下にまとめた。

#### 論点 1. 小規模自治体の底上げの必要性

- 1) 活性化基金等により地方消費者行政の体制整備は大きく進展したものの、特に小規模自治体では、高齢、過疎、財政基盤脆弱といった困難な状況下にあることが多く、窓口の未設置や相談員の未配置にみられるように未だ消費者行政体制が脆弱なままで残されている例も見られる。
- 2) 「消費者基本法」の基本理念に鑑み、住民に身近な場所に窓口が設置されることが第一義。ただし、窓口を設置しても、自立して窓口機能を継続・維持できない小規模自治体に住む住民に対しても、最低限の消費者行政サービスを提供するためには、小規模自治体が現実的に実施可能な具体的選択肢を提示し、推進することが必要。

3) 自治体の裁量を前提とした上で、小規模自治体については、国や都道府県の継続的な技術支援、財政支援のほか、周辺自治体と広域的な連携・協力等の工夫が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」の実現のためのひとつの選択肢として考えられる。

4) 小規模自治体に限らず、財政的制約、人的制約の中で、消費者行政・消費者問題関係者の尽力だけで「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を維持・継続するには限界がある。福祉・安全など他行政分野や民間団体等との連携の具現化もひとつの効果的な選択肢と考えられる（庁内連携、地域リーダーや講師養成等）。

この点について、目下策定が進められている「消費者教育の推進に関する基本的な方針案」において、消費者行政部門と教育行政部門福祉関係部門、商工部門との連携（高齢者・障害者見守り等）が盛り込まれることが想定されており、このような取組を契機にして体制構築を進めていくことも一案。小規模自治体においても、こうした庁内外との連携手法を応用することが可能ではないか。

5) 住民に身近な窓口の設置を基本とする一方で、身近な窓口では処理しきれない「専門性」の高い相談、身近な窓口には相談しにくい「匿名性」の担保が必要な相談、基礎自治体の「権限」では適切な処理が困難な相談等については、国、都道府県や近隣の中～大規模自治体の具体的な補完体制を含めて検討が必要。

## **論点 2. 消費者教育推進拠点として消費生活相談窓口の役割を再確認する必要性**

1) 「消費者教育推進法」の趣旨に鑑み、自立した消費者を育成し、地域力を向上させるためには、行政だけでなく、地域においても消費者教育に取り組むことが重要。消費生活相談窓口は従来から消費者教育や、情報発信の拠点として中核的な機能を果たしてきたが、今般の新たな動きは、住民に身近な基礎自治体の役割の重要性を再確認する好機となりうる。

基金によって拡充された身近な消費生活相談窓口が既に、地域力向上の拠点としてのポテンシャルを備えていることを踏まえ、国や都道府県と基礎自治体の役割分担を再整理してはどうか（住民に身近な基礎自治体ほど、個々の消費者トラブルが深刻化、広域化する前に早期発見することや、住民の特性や消費生活の多様性の実態に即した施策を実施しやすいことに留意）。

- 2) さらに同法は、学校だけでなく、地域社会における消費者教育・啓発の推進や、多様な主体間の連携の必要性についても重視している。見守りが必要な独居高齢者や障害者等に目が届く地域包括センター、自治会、民生等との連携拠点として、住民に身近な消費生活相談窓口の活用も考えられる。
- 3) 住民に身近な窓口の役割の再確認と並行して、自治体が裁量を最大限に発揮できるよう、国や都道府県の支援策の在り方を今後再整理していく必要があるのではないか。特に、自治体が個別に企画実施するよりも、国や都道府県が一括して実施の上、共有した方が効率的・効果的な基幹業務について優先的に精査してはどうか。具体的には、専門的・全国横断的な課題として、教材の作成や、地域リーダーを育成する講師の養成等があげられる。また、国や都道府県のスケールメリットを発揮できる課題として、啓発資料や啓発グッズのひな形の提供等が考えられる。

### **論点 3. 属人的な仕組みから、戦略的な仕組みへの転換の必要性**

- 1) 「行政が、住民に最低限保障すべき消費者行政サービス水準」の継続性を担保するためには、どのような政策オプションがありうるのか検討が必要（特定の職員・相談員的能力や自助努力、首長の熱意、ボランティア精神のある消費者団体の協力といった要素に大きく左右されることなき政策オプションの提示が必要ではないか）。
- 2) 消費者行政担当職員については、消費生活相談員のような直接消費者と向き合う職員に加えて、消費者行政担当課等の職員の在り方も検討する必要がある。このような職員については、消費者行政への専任化（専門職の新設含む）、他行政分野と兼務の場合その比重をあげることで、人員拡充等が望ましい。しかし現実的には、各自治体の財政事情は厳しく、職員の多くが他行政分野との兼務であり、また、行政職員としては一部局に長期在任することは通例ではなく、数年単位で人事異動するケースが一般的。
- 3) 同時に、地方消費者行政の本質的な課題の解決には、消費者行政担当職員の関与が不可欠。

まずは、消費者行政の位置付けや各関係主体の役割分担と、自治体職員の職責（例としては、各関係主体とのコーディネートの中核的役割を担うことやマネジメント業務といった職員としての職務経験と権限を活用してこそ実施可能な業務）を明確化した上で、自治体職員をバックアップするための職員研修について、戦略性をもって行うことが優先課題ではないか。

- 4) そのうえで消費者行政を担当することとなった職員がその在任期間において、その職責を最大限に発揮できるようにするとの観点から、自治体職員に対する支援政策立案の内容等を検討してみてはどうか。具体的には、体系的な職員研修メニューのひな形作成、模範となるテキストや他自治体のベストプラクティスの共有等が考えられる。

- 国および都道府県における体制面での主要課題は今後、審議予定。

以 上