

1 **目次**

2  
3  
4 <はじめに>

5  
6 **I. 地方消費者行政の現況と今後の課題**

7 1. 消費者行政をめぐる情勢

8 (1) 消費者問題の現状

9 (2) 市町村の中期的な情勢

10 2. 地方消費者行政の現況と今後の課題

11 (1) 消費生活相談体制整備の状況と課題

12 (2) 消費者教育・啓発をめぐる状況

13 ~ 消費者教育推進法制定を受けた新たな動き ~

14  
15  
16 **II. 市町村における消費者行政の体制整備をめぐる優先課題と方策**

17 **【優先課題1.】 小規模市町村の消費者行政体制底上げ**

18 (1) 広域連携の推進

19 (2) 「よろず相談窓口」の機能強化

20  
21 **【優先課題2.】 地域力強化による地方消費者行政の体制強化**

22 (1) 庁内連携の推進

23 (2) 官民連携の推進

24  
25 **【優先課題3.】 消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策**

26  
27  
28 **III. 国、都道府県、市町村の役割分担に関する今後の論点**

29  
30 <おわりに>

1 消費者委員会 地方消費者行政専門調査会報告(案)

2  
3 平成25年7月〇日

4  
5 <はじめに>

6  
7 消費者が自立し、安心して安全で豊かな消費生活を営むことを支えるために、身近  
8 な生活の問題を解決していく行政の中の仕組みが消費者行政である。

9 このために、国・地方がそれぞれの役割を果たす必要があるが、特に、消費の「現  
10 場」である市町村が担う大きな役割として、

- 11 ・まずは消費者被害に遭わず、豊かで持続可能な消費生活を過ごせるように情報を  
12 提供し、教育・啓発を行うこと、に加え、
- 13 ・万が一、予期しない被害に遭ってしまった場合に、その解決に向けて適切な支援が  
14 受けられるようしておくこと、  
15 が挙げられる。

16 この実現のためには、市町村における消費者行政の体制整備が要となる。具体的  
17 には、直接消費者に対応する消費生活相談体制の整備に加え、消費者から寄せら  
18 れた相談の解決や消費者教育・啓発を行うにあたって、当該市役所や町村役場内部  
19 で、消費者行政担当が中心となって、教育、福祉、商工、広報等の関係部局との連携  
20 (以下、庁内連携)を行えるような体制づくりも課題になる。

21  
22 消費者委員会は発足以来、地方消費者行政の充実・強化を重点課題として位置  
23 付けてきており、これまで地方消費者行政専門調査会(平成22年4月～23年4月)に  
24 よる報告書を基に、「地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議」(平  
25 成23年4月)及び「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支  
26 援策についての建議」(平成24年7月)を取りまとめ、国による支援策の検証・評価、  
27 財政・技術支援の在り方、消費生活相談員の雇止め等についての課題を明らかにし、  
28 消費者庁をはじめとする関係省庁に対応を求めてきた。

29  
30 これらの取組を踏まえて、地方消費者行政の未だ解決途上にある諸課題へのさら  
31 なる対応を検討すべく、平成25年3月には、地方消費者行政専門調査会(座長:宇賀  
32 克也・東京大学法学部政治学教授)を再開した。今次の専門調査会の主要課題  
33 は、地方消費者行政のなかで消費者に最も身近な行政主体である市町村の役割に  
34 焦点を当て、

- 35 ①今後5年程度の中期的な視野に立って、現状の分析と優先的に取り組むべき課題  
36 を精査する、とともに、

1 ②国、都道府県、市町村の役割分担に関して今後の論点を提示すること、  
2 である。

3  
4 本専門調査会では全〇回にわたり精力的に審議を行い、本報告書を取りまとめた。  
5 本報告書では、住民が「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  
6 現し、それを維持・継続していくための優先課題として、以下3点を中心にまとめ、  
7 その実施のために必要と考えられる施策の提言も盛り込んでいる。

8  
9 **【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ**

10 現時点でも窓口未設置であったり、窓口は設置されていても相談員未配置という状  
11 況が多くみられる小規模市町村について、その体制の底上げをどう図るか。

12  
13 **【優先課題2.】地域力強化による地方消費者行政の体制強化**

14 庁内連携及び官民連携により、地域全体の消費者行政体制強化につなげる(=地  
15 域力強化)のための方策は何か。

16  
17 **【優先課題3.】消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策**

18 上記1. 及び2. で示されたように、地方消費者行政の推進には、庁内外との連携  
19 が重点課題となっていくことが見込まれるなか、地方自治体の消費者行政担当職員  
20 に対して国や都道府県はどのような支援を行っていくべきか。

21  
22  
23 また、今後の課題として、国、都道府県、市町村の役割分担に関する論点も提示し  
24 ている。

## 1 I. 地方消費者行政の現況と今後の課題

### 1. 消費者行政をめぐる情勢

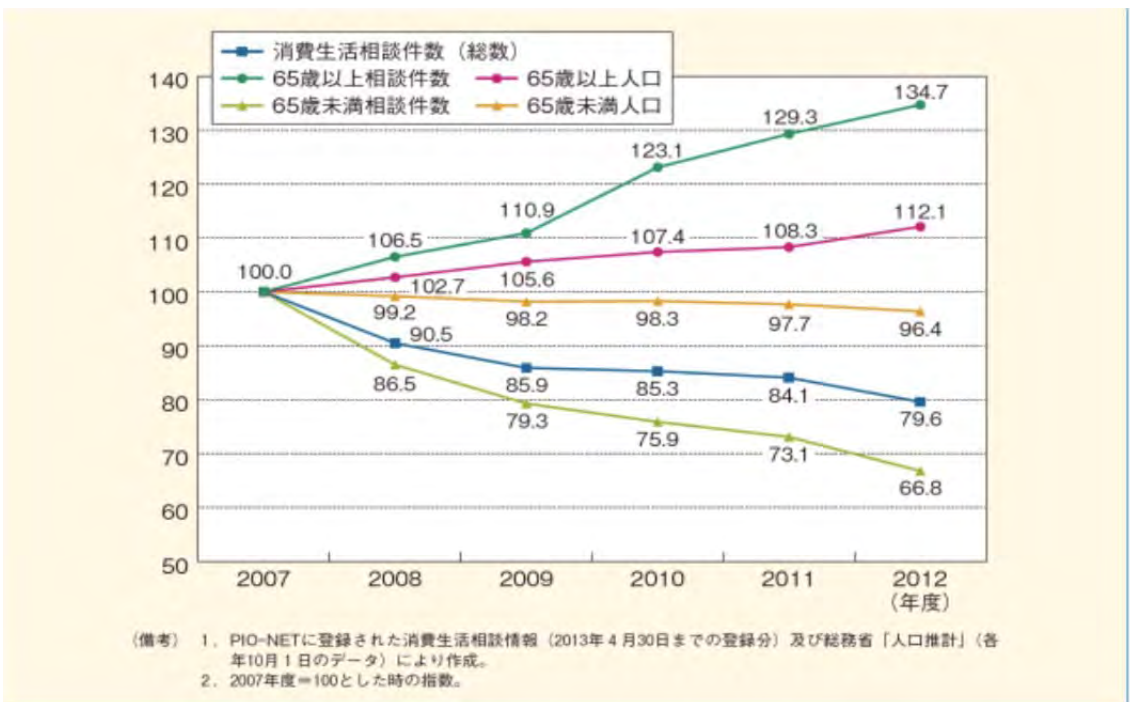
ここでは、地方消費者行政の体制整備を進めていくにあたり、今後5年程度の中期的視野にたったの課題を検討する。

#### (1)消費者問題の現状

消費者問題の今後を考えるにあたって、高齢化の進展とネット社会化がとりわけ大きな影響を与えていくものと考えられる。

#### [高齢者の消費生活相談の伸びの拡大]

我が国で高齢化が進行するなか、消費者生活相談についても、高齢者による相談の伸びが上昇している。



(出典:平成25年版消費者白書)

また、我が国全体の高齢化率(65歳以上人口の比率)については、2010年では23.0%となっているが、2024年には30%を越えることが見込まれている<sup>1</sup>。

さらに、高齢化の進展に加えて、独居高齢者世帯の増加も見込まれている。世帯

<sup>1</sup> 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24(2012)年1月推計)」による。

1 主が65歳以上の独居世帯については、2010年で498万世帯であるが、2025年には  
2 701万世帯と4割増となり、全世帯のなかで65歳以上の独居世帯が占める比率につ  
3 いて2010年では30.7%であったものが、2025年には34.8%に上昇するものと見込ま  
4 れている<sup>2</sup>。

5 今後5年程度の消費者行政施策に関しては、10～20年先のこうした社会情勢の大  
6 きな変化も見据えて推進する必要がある。

#### 8 **[高齢者を対象とした消費者行政施策の展開]**

9 高齢者の消費者被害の背景には「お金」「孤独」「健康」に対する不安があると考え  
10 られる。高齢者の消費生活相談の一件あたりの契約・購入金額は高額化しており、ま  
11 た、特に男性の高齢単身者や大都市在住の高齢者において、困ったときに誰も頼れ  
12 る人がいないとする割合が突出して多く<sup>3</sup>、消費者被害にあった場合に一層深刻な事  
13 態となることが懸念される。また、高齢者は判断能力の低下により被害にあったことさ  
14 え気づかないといったケースが示すように、消費生活相談では解決困難な事案も増  
15 加しているとの指摘がなされている。

#### 17 **[インターネット利用拡大がもたらす消費者問題への影響]**

18 また、インターネット通販の利用拡大にみられるように、生活のあらゆる場面でのイ  
19 ンターネットの利用拡大も消費生活に大きな影響を与えている。インターネットに関す  
20 る消費生活相談も近年急速に比重を増しており、2012年度では消費生活相談全体  
21 の約2割を占めている<sup>4</sup>。

23 インターネットによる消費者被害については

- 24 ・悪意を持った者が低コストで展開でき、被害が短期間で全国的に拡大する懸念があ  
25 る。
- 26 ・全国に同一で展開でき、交通不便地域にも都市部と同様の被害が及ぶ懸念があ  
27 る。
- 28 ・技術の急速な進展にともない、消費生活相談の内容も日々、複雑・高度化する。
- 29 ・悪質事業者がどこの誰なのか特定しにくい。消費者自身が意識せずとも、契約・購  
30 入～決裁～アフターサービスの各段階で海外の業者が関係する越境被害というケ  
31 ースもありうる。場合によっては、自力解決は困難となることも想定される、  
32 といった特徴がある。

<sup>2</sup> 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(2013年1月)によ  
る。

<sup>3</sup> 内閣府「高齢者の経済生活に関する意識調査」(2011年度)による。男性の一人暮らし世帯  
20.0%が困ったときに頼れる人がいないとしている。

<sup>4</sup> 「平成25年版消費者白書」による。

1 **[インターネット社会化に伴う消費者行政施策の展開]**

2 インターネットによる消費者被害への対応については、まず消費者教育・啓発によ  
3 る未然防止が必要であるが、被害に遭ってしまった場合、その解決には、技術の進  
4 歩をフォローしながらの専門的知見が必要であり、消費生活相談の現場において、対  
5 処しきれない事案が発生した場合、解決に導けるような専門的知見を有する機関に  
6 迅速に相談をつなげていく体制整備が必要となる。

7  
8 インターネットの利用拡大は、単に消費者被害の観点のみならず、消費者教育・啓  
9 発においても新たなツールとして消費者行政の展開に大きな影響を与えることが考え  
10 られる。インターネット広報については、機動的かつ低コストでの展開が可能であり、  
11 また、電子メールの活用等により対象を絞った広報も可能になる。

12  
13 **(2)市町村の中期的な情勢**

14 地方消費者行政を支える地方自治体をめぐる状況についても概観する。

15 いわゆる平成の大合併により、市町村数は 1999 年4月1日時点では 3,229 団体で  
16 あったものが本年1月では 1,719 団体となった。

17 また、少子高齢化の進展を受け、2005 年と 2010 年国勢調査を比較して、人口減少  
18 となった市町村数は全体の 75% 以上に達している<sup>5</sup>。高齢化の進展については大都  
19 市圏においては急激に進行し、独居高齢世帯も増加することが見込まれている。地  
20 方圏については、人口減少は著しく進むが、世帯数は横ばいで、単身世帯が点在し  
21 て居住するような状況になると見込まれるとの指摘がなされている。

22 こうした少子高齢化・家族やコミュニティ機能低下の状況下においては、暮らしを支  
23 える対人サービスの重要性が高まっていくことが想定される。公共サービスをどのよ  
24 うな形で持続的に展開していくかは、市町村の共通課題としてとらえる視点が必要で  
25 ある。

26  
27 また、地方自治体の人員・財政状況については、

28 ○職員数の 6.4%削減を目指す集中改革プラン(平成 17~22 年)等により、一般行政  
29 職員数では、ピーク時の 1994 年比で 2011 年には約2割減となっている。

30 ○財政状況についても、国・地方の長期債務残高が平成 25 年度末で 977 兆円(GDP  
31 の2倍弱)となる<sup>6</sup>なか、地方自治体の財政についても歳出削減。抑制が基調となり、  
32 義務的経費については、人件費、扶助費(社会保障関係)、公債費のうち、人件費  
33 を削減しながら扶助費が増大していく状況にある。

34  

---

<sup>5</sup> 総務省統計局「平成 22 年国勢調査」による。

<sup>6</sup> 財務省「日本の財政関係資料-平成 25 年度予算案補足資料-」による。

- 1     このような状況にあって、市町村において、財源不足、人員不足、職員の専門知識  
2     不足、さらに行政サービスの提供に必要な事業規模を確保できないといった理由に  
3     より、当該市町村で処理が困難となる事務処理の在り方については、  
4     ○周辺市町村との間で共同処理する  
5     （事務委託、協議会、機関の共同設置、一部事務組合等）  
6     ○当該市町村で処理が困難な事務については都道府県が処理する  
7     ○官民協働で処理する<sup>7</sup>  
8     といった方策での対応が必要になっていくものと考えられる。  
9

---

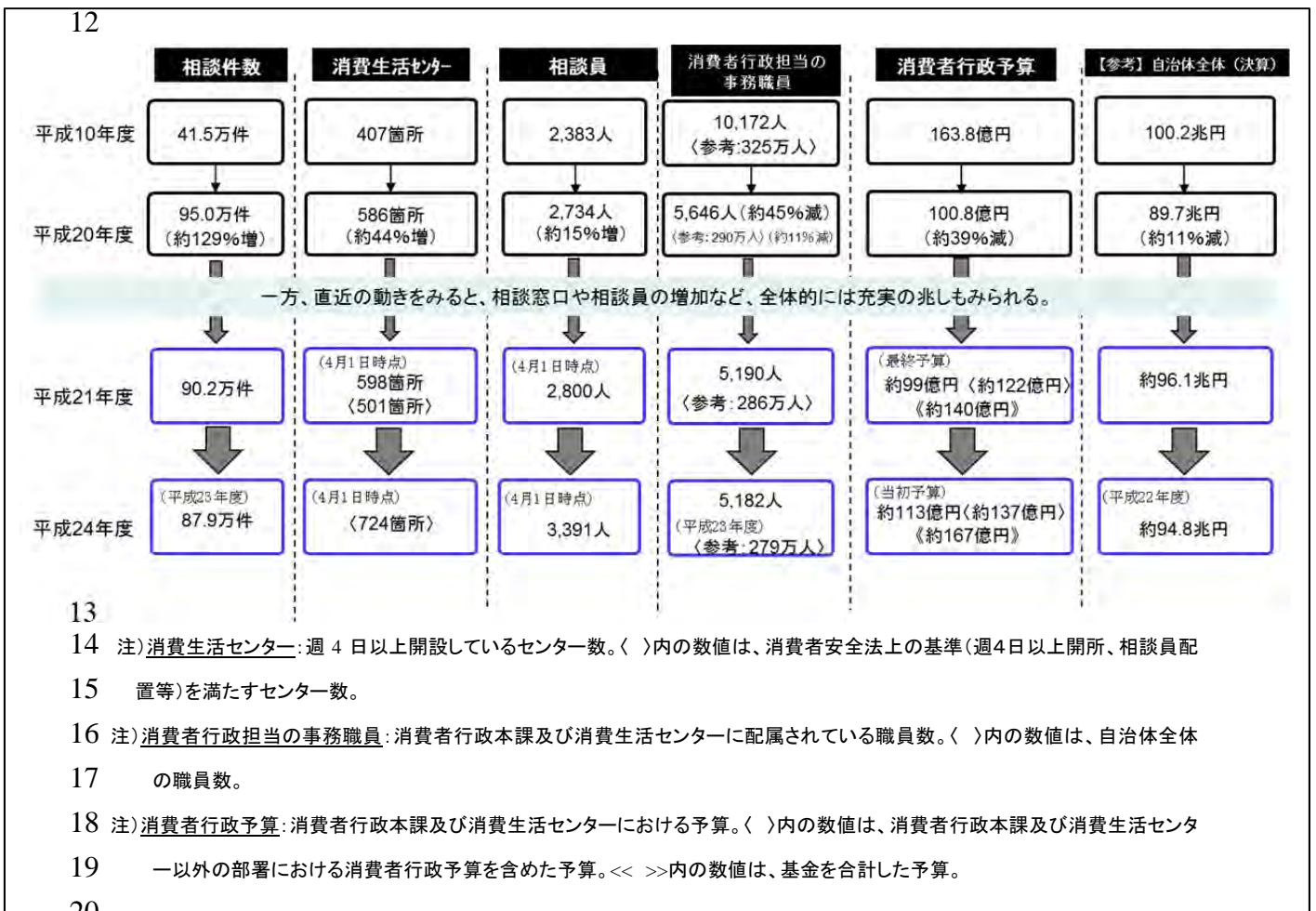
<sup>7</sup> 地域NPOとの協働など

1 **2. 地方消費者行政の現況と今後の課題**

2 続いて、市町村における消費者行政の取組の柱として、消費者に身近な立場での  
3 消費生活相談の対応と消費者教育・啓発に焦点を当てて、その現状と課題を整理す  
4 る。

5  
6 地方消費者行政の推進体制についてまず概観してみると、

- 7 ・消費者庁設立までの10年間で相談件数は2倍以上増加した一方で、消費生活セン  
8 ターや相談員数などの体制整備は十分に追いつかなかった。
- 9 ・加えて、地方自治体の消費者行政予算は大幅な減少を示してきた。地方自治体全  
10 体の予算と比較しても減少幅は大きく、厳しい予算削減の中、相対的に消費者行  
11 政に「しわよせ」されてきたことがうかがえる。



21 (出典:第14回地方消費者行政専門調査会(平成25年3月28日)消費者庁資料)

22

23 このような状況のなか、平成21年の消費者庁・消費者委員会発足以来、地方消費  
24 者行政の体制強化のための取組として、まずは平成21年度から、地方消費者行政



1 活性化基金(以下、基金)による相談体制の強化・充実が開始された<sup>8</sup>。

2  
3 (1)消費生活相談体制整備の状況と課題

4  
5 [地方消費者行政活性化基金の達成状況]

6 平成20年度に造成され、平成21年度から活用が開始された消費者庁による地方  
7 消費者行政活性化基金(以下、基金)は地方における消費生活センター・相談窓口設  
8 置、消費生活相談員の養成、確保、レベルアップ等への財政支援を行い、地方支援  
9 を継続した結果、地方消費者行政の体制整備は大きく進展した。地方消費者行政に  
10 ついて平成21年度から平成23年度までの「集中育成・強化期間」における具体的な  
11 成果をみると以下の通りである。

|             | 平成21年 |   | 平成24年 |
|-------------|-------|---|-------|
| ○消費生活センター数  | 501カ所 | → | 724カ所 |
| ○消費生活相談員の配置 | 2800人 | → | 3391人 |

(出典:第14回地方消費者行政専門調査会説明(平成25年3月28日)消費者庁資料)

12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19 [人口規模別、高齢者割合別等にみた消費生活相談体制の状況]<sup>9</sup>

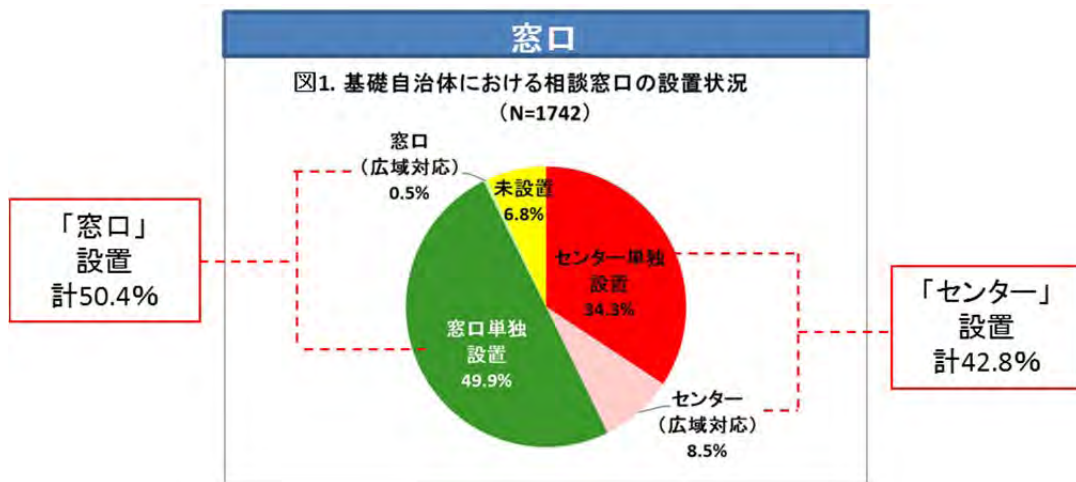
20 全国1742カ所の市町村をベースに体制整備状況をみると、

- 21  
22  
23
- ・93.2%(1623カ所)では、「センター」または「窓口」を設置している。
  - ・うち、広域連携等の「広域対応」により対応している基礎自治体は全体の9.0%。

24 となっている。

<sup>8</sup> 基金については時限措置であることから、いわゆる「基金後」における地方自治体内での消費者行政のための自主財源確保の不安感が指摘されていたが、消費者庁は平成25年2月に消費者庁長官通知として「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」を定め、消費者庁として、各地方公共団体の消費者行政体制が定着するまでは、継続的な財政支援が必要であるとの認識を明示し、地方自治体に対して中長期的な体制整備のロードマップを示している。

<sup>9</sup> 出典:第15回地方消費者行政専門調査会(平成25年4月25日)消費者委員会事務局資料。当該資料は、「平成24年度地方消費者行政の現況調査(第2次)」(消費者庁)のデータをもとに、消費者委員会事務局が作成。当該資料作成にあたっては、原則として自治体数をベースに集計。市町村の集計は、市区町村数と政令指定都市数の計(N=1742)をベースに集計している。(自治体内に複数の相談窓口がある場合は、自治体ごとに集約。また、広域連合、一部事務組合等については当該団体に含まれる個々の市町村を集計対象とし、団体そのものは集計の対象外としている。)集計ベースの違いにより、集計結果が、消費者庁公表の「平成24年度地方消費者行政の現況調査(第2次)」報告書に掲載されている集計結果と異なることがある。



さらに、市町村における体制整備の状況について、人口規模や高齢者割合別等を見ても、

- 人口規模の小さな市町村ほど「窓口単独設置」、「未設置」の割合が高い
  - 高齢者割合 33.3%以上の自治体は「窓口単独設置」、「未設置」の割合が高い。高齢者割合 40%以上の市町村では7割強が「窓口」対応
  - 財政力指数が低い基礎自治体ほど、「センター」設置率が低い傾向。
  - 過疎地域市町村と過疎みなし市町村では「センター」設置率が相対的に低い。
- といった状況にある。

相談窓口未設置の市町村においては、住民が消費者被害に遭った際に身近で支援を行うべき消費生活相談へのアクセスが閉ざされた状況にあることになることが考えられる。

消費者庁においては、基金の運用にあたり、平成25年度以降、「どこに住んでいても消費生活相談が受けられる体制づくり」を掲げ、この実現に向けた取組を推進している。このような相談窓口未設置の市町村については、高齢化率の高さや財政基盤の弱さといった厳しい事情を抱えているケースもあるなか、どのような形で消費者行政の体制作りを行っていくかが課題となる。

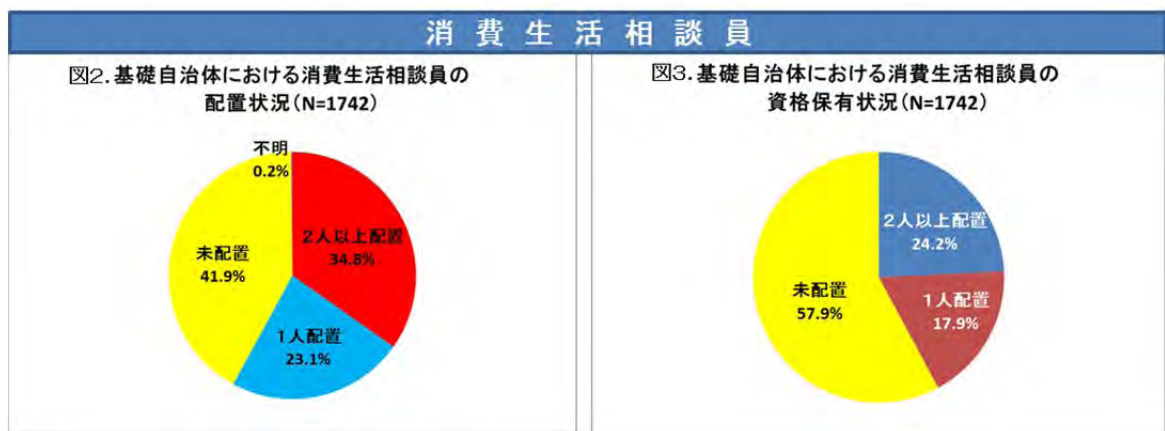
#### [地方消費者行政を支える消費生活相談員、地方自治体職員の状況]

地方消費者行政を支える根幹は直接消費者の相談を受け、解決に導く消費生活相談員と、政策・立案や行政内外との対応を行う各地方自治体における消費者行政担当職員である。

1 実際の問題を抱えた消費者に直接対応する消費生活相談員<sup>10</sup>について、市町村に  
2 おける状況をみると、

- 3 ・消費生活相談員が未配置の市町村が全体の4割強
- 4 ・消費生活相談員が一人しか配置されていない市町村が全体の2割強
- 5 ・消費生活相談員の専門的資格\*を有する者が配置されていない市町村が全体の6  
6 割弱
- 7 (\* 消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント)

8  
9 となっている。



- 10
- 11 これについて、人口規模、高齢者割合別等の状況を基に見てみると、
- 12 ○人口規模の小さな市町村ほど相談員の配置率が低い。
  - 13 ○高齢者割合 33.3%以上の市町村では配置率が3割弱となり、40.0%を超える市町  
14 村では8割弱が未配置
  - 15 ○財政力指数が低い基礎自治体ほど、相談員配置率、「2人以上配置」率ともに  
16 低い傾向。
  - 17 ○過疎地域市町村では約7割が相談員「未配置」。
  - 18 といった状況にある。

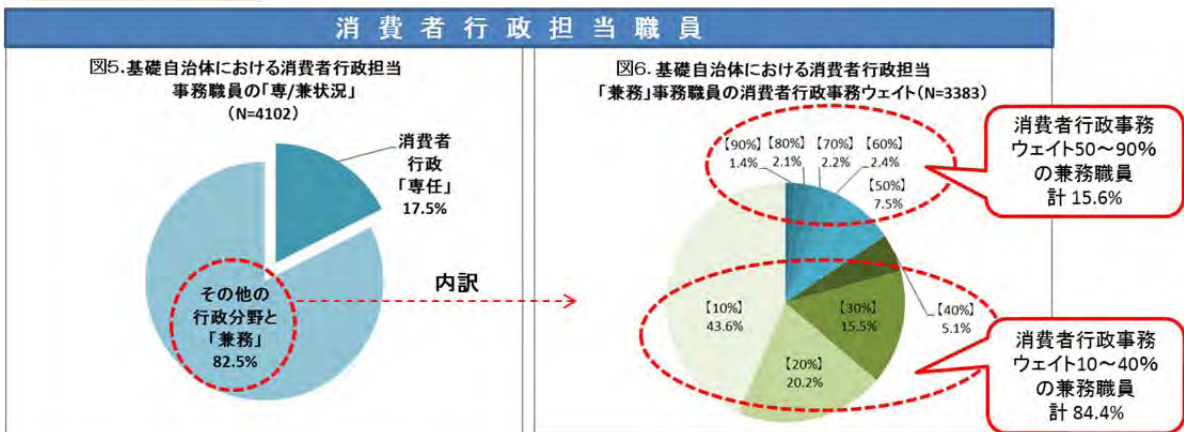
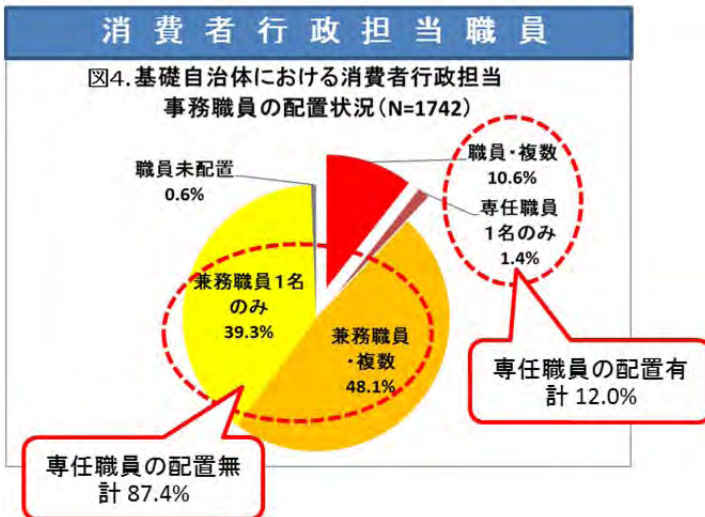
19  
20  
21 また、市町村での消費者行政を担当する職員<sup>11</sup>について、例えば商工や福祉等の  
22 担当部局が多岐にわたる所掌の一つとして消費者行政を担っているという実態に示  
23 されるように、

<sup>10</sup> 消費者安全法施行規則第7条に規定する資格を有する者もしくは同条に規定する資格と同等以上の専門的な知識及び経験を有する者で、実際に相談に従事している者を指す。

<sup>11</sup> 「消費者行政本課」及び「消費生活センター」に配属されている職員。消費者行政部局以外との兼務職員等を含む。消費者行政の企画・立案、もしくは執行に直接関わる者が対象。

- ・市町村全体のうち、消費者行政を専任で行う職員が配置されている市町村数は全体の1割弱(市町村数全体のうち、4割弱が兼務職員1名で対応、5割弱が兼務職員複数名で対応)
- ・消費者行政担当職員全体のうち、8割強が他分野との兼任であり、消費者行政への事務ウェイトも低い(ウェイト 10~40%が兼務職員の 8割強)。

といった状況にある。



これについて、人口規模、高齢者割合別等の状況を基に見てみると、

- 人口規模の小さな市町村ほど専任職員の配置率が低下。特に人口10万人未満の市町村の大部分は兼任職員のみで運営。
- 高齢者割合33.3%以上の市町村では兼務職員1名のみが多数。
- 財政力指数が0.5以上の基礎自治体では「兼務職員・複数」が多く、「兼務職員1名のみ」を上回っているが、財政力指数が0.5に満たない基礎自治体では「兼務職員1名のみ」が「兼務職員・複数」を上回っている。
- 過疎地域市町村では、「兼務職員1名のみ」が「兼務職員・複数」を上回っている。

1  
2 基金によって市町村における相談窓口等は着実に整備されてきたが、消費者が消  
3 費者被害に遭った際にその解決にまで導くという、内容面での充実は緒についたば  
4 かりと言える。今後は、その質の向上に向けた取組を強化していくことが必要であり、  
5 そのための方策についての検討が必要である。

6  
7 **(2)消費者教育・啓発をめぐる状況**

8 **～ 消費者教育推進法制定を受けた新たな動き ～**

9  
10 上記の(1)において、消費生活の相談体制整備をめぐる状況について検討してき  
11 たが、消費者行政のもう一つの重要な柱である消費者教育・啓発についても検討す  
12 る。

13  
14 消費者教育・啓発の一環として行われている講習会等(出前講座を含む)について、  
15 平成23年度の状況をみると、約半数の市区町村で実施されている<sup>12</sup>。

16

|            |       |
|------------|-------|
| 講習等実施自治体数  | 908   |
| 講習等未実施自治体数 | 820   |
| 未実施自治体の割合  | 47.5% |

17 市区町村での講習等の実施状況について、都道府県別にしてみると、その実施率  
18 (実施市区町村数/都道府県内市区町村数)については1割台から9割まで差が大きく、  
19 実施状況の格差をいかに埋めていくかという課題がうかがわれる。

20  
21 また、消費者教育については、地方消費者行政の体制整備にも大きな影響を与え  
22 る新たな動きが生まれている。

23 昨年施行された消費者教育推進法において、地方公共団体は学校における消費  
24 者教育に加えて、高齢者・障がい者をはじめとした地域における消費者教育の推進  
25 のために研修や情報提供等の必要な措置を行うこととされている(法第13条)。また、  
26 今後、消費生活センターを消費者教育の拠点として活用するための方策が推進され  
27 ることになっている<sup>13</sup>。

<sup>12</sup> 消費者庁「地方消費者行政の現況」(平成24年10月調査)による。市区町村には広域連合、一部事務組合を含み、政令市を除く。

<sup>13</sup> 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成25年6月閣議決定)においては、市町村等の消費生活センターを消費生活相談だけでなく、いわば消費者教育センターとして位置づけ、そこに様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、担い手を支える場として活用すること、国がそれら機関の充実のために情報を提供すること、国民生活センターが情報提供等で消費生活センターを支援する役割を担うこととされている。

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25

<消費者教育推進法における地方自治体に関連する主な規定>

- 消費生活センター、教育委員会その他関係機関の緊密な連携の下での社会的、経済的状況に応じた施策の策定・実施
- 都道府県、市町村の消費者教育推進計画策定(努力義務)
- 学校・大学での消費者教育、教員の研修
- 地域における消費者教育のため、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士等への研修の実施、情報の提供
- 都道府県、市町村における消費者教育推進地域協議会の設置(努力義務)  
→消費者団体、事業者団体、教育関係者、消費生活センター等自治体の関係機関等で構成

同法においては、学校の場合だけでなく、地域社会における消費者教育・啓発の推進についても盛り込まれた。地方自治体内の関係部門のみならず、消費者団体や福祉関係者等の多様な関係者間の連携を重視しており、同法に基づく地域における消費者教育の推進を、消費者行政に関する地域力強化につなげていく端緒として活用すべきである。

消費者教育推進法施行の初期段階においては、消費者庁が主体となって、推進法の趣旨や重要性について各地方自治体の関係部局に理解を求めるとともに、庁内外連携促進のための具体的措置の検討が必要である。この点については、消費者庁に設置された消費者教育推進会議において、効果的な方策が検討されることを期待する。

## 1 II. 市町村における消費者行政の体制整備をめぐる優先課題と方策

2 地方消費者行政の現状と課題、及び将来の課題の展望を踏まえ、住民に身近な消  
3 費者行政の主体である市町村に焦点を当て、消費者行政体制整備を進めるにあつ  
4 ての優先課題を検討する。

5  
6 優先課題として、特に今次の専門調査会では以下の3点を取り上げた。

7 **【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ**

8  
9 **【優先課題2.】地域力強化による地方消費者行政の体制強化**

10  
11 **【優先課題3.】消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策**

### 12 13 14 15 **【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ**

16  
17 消費生活相談の窓口については、「消費者基本法」の基本理念に鑑み、住民に身  
18 近な場所、すなわち市町村に設置されることが第一義である。

19 しかし、基金の活用が広くなされている現段階でも、相談窓口が設置されてい  
20 ないような小規模市町村も存在するような状況にあるが、そのような小規模市町村がたと  
21 え窓口を設置しても、将来の高齢化や財政状況の厳しさが見込まれるなか、将来にわ  
22 たり自立して窓口機能を維持・継続できない可能性もある。

23 また、現在、窓口などを整備している市町村についても、厳しい財政状況等のなか  
24 で、消費者行政サービスの提供を継続しつつ、その質的向上を図り、専門性を担保し  
25 ていくためには新たな工夫が必要になっていくことも考えられる。

26  
27 このような観点から、2つの方策として、(1)広域連携の推進及び(2)「よろず相談窓  
28 口」の強化を取り上げる。

#### 29 30 (1)広域連携の推進

31 平成24年5月末現在、消費生活相談に係る広域連携の総数は一部事務組合や広  
32 域連合を含めて74にまで達しており、急速に拡大している。

33 このような動きを先行例として、小規模市町村については、周辺市町村と広域的な  
34 連携・協力等を行い、これに対して国や都道府県からの継続的な技術支援、財政支  
35 援を行っていくことが、「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  
36 するためのひとつの方策と考えられる。

1 また、既に体制を構築した市町村においても、消費生活相談の質を向上させていく  
2 観点から、相談受付から処理までを通じた業務の安定性・継続性に加えて、消費生  
3 活相談員の研修参加機会の確保を考慮すると、相談員 2 名以上の体制が理想的と  
4 考えられる。また、相談窓口の開所日・開所時間についても住民のニーズに応じて幅  
5 広に確保されることが理想的であるが、そのような体制構築を小規模市町村を含め  
6 た全ての市町村に一律に求めるのは現実的ではない。

7 このような消費生活相談の質の問題に対応するためにも、周辺市町村との広域連  
8 携による体制整備が方策のひとつとなる。

### 9 10 [広域連携の推進のための方策]

11 広域連携の推進にあたっては、消費者庁等において、これまでの知見の蓄積も活  
12 用しつつ、以下のような措置が必要である。

#### 13 14 ・広域連携の推進のための分かりやすい実例の提供と共有

15 今後、広域連携による消費者行政体制整備を進めようとする市町村や、市町村を  
16 後押しする都道府県や消費者団体に向けて、これまで蓄積されてきた広域連携の先  
17 導的な実例、広域連携を行う際の協定書等の「ひな形」や、基金等において広域連携  
18 による消費者行政体制を構築していく際に活用できるメニュー等を整理し、情報提供  
19 していくことが必要である。

20 また、行政事務の共同処理<sup>14</sup>として、ゴミ処理や観光、介護認定審査といった分野  
21 で先行している市町村の例がある。共同処理の総件数は 7921 件(うち設置主体が市  
22 町村相互間によるものが 6090 件)となっている<sup>15</sup>。既存の連携を基盤として、消費者  
23 行政を加えていった事例についても提供していく必要がある。

#### 24 25 ・基金活用の周知

26 広域連携による消費者行政体制整備のための基金の活用について、それまでは  
27 広域連携の中心市のみが活用できたが、本年2月から中心市、周辺市町村ともに広  
28 域連携のために基金を活用できるようになっている。このことについて消費者庁は、  
29 一層の周知を図る必要がある。

30  
31  

---

<sup>14</sup> 一部事務組合・広域連合、事務委託、機関等共同設置、協議会といった地方自治法に基づく  
仕組みのほか、事務協定による連携といった形態がある。

<sup>15</sup> 「地方公共団体間の事務の共同処理の状況調(平成 24年 7 月 1 日現在)」(総務省)による。  
協議会、機関等の共同設置、一部事務組合、広域連合及び地方開発事業団の件数については、  
複数の事務を行っている場合は事務ごとに件数に計上しているため重複がある。



1 ・周辺市町村の主体性維持のための方策

2 現在 74ある広域連携のうち 40が中心市集約方式を採用している。中心市集約方  
3 式の広域連携を行った場合、周辺市町村が消費者行政事務を中心市に依存し、主  
4 体性を失うリスクが指摘されている。周辺市町村の住民の利便が損なわれるような事  
5 態を防ぐためには、構成自治体間の情報共有はもちろん、周辺自治体においても、  
6 中心市と連携しつつ、消費生活相談業務や消費者教育・啓発等を主体的に行うこと  
7 も必要である。

8 基金においては、市町村において、その形態等を問わず、何らかの消費生活相談  
9 のための窓口が設置・継続さえされていれば、消費者教育・啓発等も含めた支援策  
10 の活用ができることとなっており、この点についても消費者庁は一層の周知を行い、  
11 周辺市町村における消費者行政の責任主体の維持につながるようにすべきである。

12  
13 ・都道府県のコーディネーター的役割の発揮<sup>16</sup>

14 本専門調査会のヒアリングにおいても、市町村の消費者行政体制整備のために、  
15 都道府県が広域連携立ち上げに向けて積極的にコーディネーター的役割を果たした  
16 例が紹介された。広域連携については、まずは関係市町村が自主的に着手すること  
17 が前提となるが、立ち上げの支援のために、都道府県が必要に応じてコーディネータ  
18 ー的な役割を発揮することが期待される。

19  
20 **(2)「よろず相談窓口」の機能強化**

21 小規模市町村の消費者行政体制整備・強化のためには当該市町村において、いわ  
22 ゆる「よろず相談窓口(複合相談)」として、消費者問題を含めた各種の生活に身近な  
23 問題を相談できる窓口の整備を行っている例も多くみられる。

24 全体の傾向を見ると、

25 ・1742カ所の市町村のうち、614カ所(35.2%)が「複合相談」で対応。

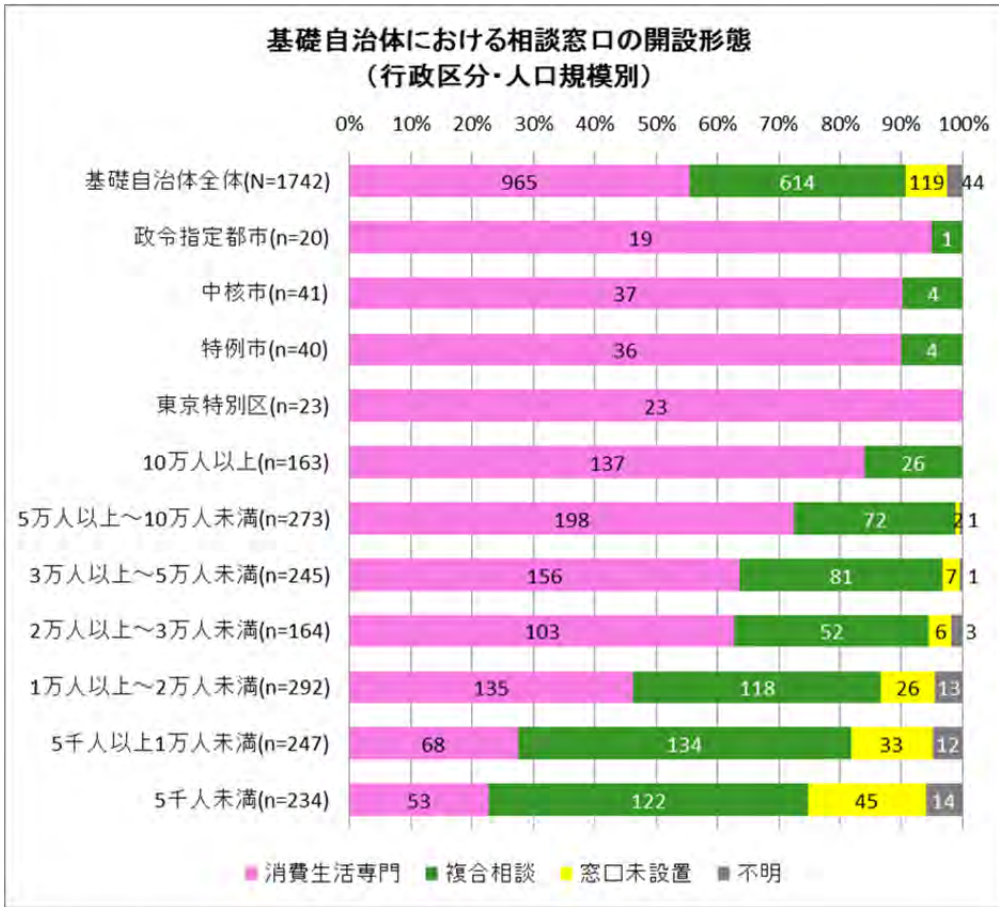
26 ・政令市、中核市、特例市、東京特別区をはじめ、人口規模の大きい市町村では、  
27 その多くが「消費生活専門」で展開。それ以外の基礎自治体では、人口規模が小  
28 さいほど「複合相談」で展開する傾向。

29 となっている。1人の職員が様々な業務を兼務しており、職員数が少ないため職員同  
30 士の顔が見える小規模市町村だからこそ、当該市役所や町村役場内部における連  
31 携の実効性があがりやすいことが考えられる。

32  

---

<sup>16</sup> 離島等、広域連携による対応が困難な市町村については、都道府県による補完も検討されるべきである。



1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17

また、「よろず相談窓口」が、解決にあたって高度の専門性を必要とするような消費生活相談<sup>17</sup>を受け付けた場合に、事案の内容に応じて、弁護士、司法書士等の専門家や、国や都道府県の関係機関と連携し、これら機関が相談への対応を行いつつ、相談を受け付けた「よろず相談窓口」担当者が、その処理状況を見届けるといった体制の強化が求められる。

さらに、市町村内部だけではなく、地域の消費者団体のほか、地域で活動する福祉関係者、町内会、自治会、婦人会、学校等の地域団体に加え、また高齢者見守りを行う宅配業者等との官民連携も有効な方策であると考えられる。

このような市町村内部の連携(庁内連携)及び市町村と外部の民間団体等との連携(官民連携)により、いわば、「地域力」の強化により対処するという対応も方策のひとつであると考えられる。

この地域力の強化については、小規模自治体の底上げのみならず、都道府県及

<sup>17</sup> 例えば、土地・住宅相談、金融・保険、情報通信(インターネット越境取引等)等が挙げられる。

1 び市町村を通じた地方消費者行政の強化全体につながる課題であり、この点につい  
2 ては以下の2. で検討する。

3  
4  
5 **【優先課題2.】 地域力強化による地方消費者行政の体制強化**

6  
7 消費者教育推進法においては、庁内連携として消費者行政担当と教育担当部局・  
8 教育委員会等との連携に加え、官民連携として消費者団体のほか、地域福祉関係者  
9 等<sup>18</sup>との連携による地域の消費者教育推進を図ることとしている。このような動きのよ  
10 うに、消費者行政担当を中心として庁内連携及び官民連携を重層的に展開していくこ  
11 とは、消費者行政全体の地域力強化につながる契機となる。

12  
13 地域力を活用した消費者行政体制の構築にあたっては、その前提条件として、庁  
14 内外の関係者に対して、取引、安全、情報提供等を扱う消費者行政が地域住民の生  
15 活に与える重要性、消費生活センター・消費生活相談窓口に何ができるか、他の行  
16 政分野とどのような点で親和性があるのかについて、消費者行政担当職員が中心と  
17 なって発信し、認識の共有を行うことが必要である。

18  
19 **(1) 庁内連携の推進**

20 消費者行政に関する庁内連携については、既に消費者教育推進法で示された教  
21 育関係の他にも福祉・安全、生活包括支援等、他の行政分野との連携により体制整  
22 備を進めている事例が多くみられる。消費者が消費者トラブルに巻き込まれる背景に  
23 は、経済的困窮や社会的孤立<sup>19</sup>といった他の行政分野が抱える問題が複合的にか  
24 らみあっているケースがある。

25 このようなケースに対しては、消費者行政担当が庁内外連携の司令塔的役割を果  
26 たし、分野横断的に、個々の住民が抱える問題を解決している先導的な事例がある。  
27 このような事例を参考に、地域の実情に応じた連携が図られることが期待される。

28  
29 なお、各地で行われている代表的な事例をみると、以下のように整理できる。

30  
31 ●【教育・社会参画との連携型】生涯教育推進や、環境教育推進、食育推進、早期退  
32 職者等の地域参画推進等の施策と連動させて、消費者教育に係る各種取組を庁  
33 内にアピールしていく例。(図解予定)

34  

---

<sup>18</sup> 民生委員、社会福祉主事、介護福祉士等が挙げられている。

<sup>19</sup> 経済的困窮としては失業、社会的孤立としては高齢者の独居がその例として挙げられる。

1 ●【福祉・安全分野との連携型】高齢者や障がい者の見守り、子供の安全・子育て支  
2 援等の施策と連動させて、消費者被害の未然防止に係る各種取組を庁内にアピ  
3 ルしていく例（⇒図解予定）  
4

5 ●【生活包括支援型】社会経済環境の変化にともない、経済的困窮や社会的孤立の  
6 状態にある生活困窮者をめぐる問題が深刻化していることを踏まえ、消費生活相  
7 談窓口は生活困窮者やその予備軍を早期に発見し、行政サービス全体として総合  
8 的に支援、あるいは税滞納者・失業者・自殺者・DV等を減らしていく機能も備えて  
9 いることを庁内にアピールしていく例。多重債務問題を起点とした連携例  
10 （⇒図解予定）  
11

## 12 (2)官民連携の推進

13 地域力強化のためには、消費者団体が果たす役割が大きい。消費者問題を担う  
14 人材の育成を図るために、消費者問題に関する地域リーダー<sup>20</sup>や講師養成等を行う  
15 ことも、効果的な方策と考えられる。

16 また、高齢者に対する消費者啓発や消費者被害の未然防止について、見守りが行  
17 われている独居高齢者や障がい者等に目が届く地域包括支援センター、地域で活動  
18 する福祉関係NPO、自治会（町内会、婦人会等）や、日々の生活用品の配達を行う  
19 企業等と協働することが効果的と考えられる。また、そのための連携拠点として、住  
20 民に身近な消費生活センターや消費生活相談窓口を活用することが考えられる。  
21

### 22 [消費者行政に関する地域力強化のための方策]

#### 23 ・分かりやすい事例集の整備・普及

24 庁内連携、官民連携による地域力強化の対応について、既に一部地方自治体で  
25 は先進的な取組みが行われているケースもあるものの、多くはその円滑な運用につ  
26 いて、十分な知見やノウハウを有していないのではないかと考えられる。

27 このため、消費者庁においてこれまで蓄積してきた事例等を基に、今後とも実務に  
28 おいて具体的に役に立つような分かりやすい事例集を整備、普及させ、地方自治体  
29 の取組を後押ししていくべきである。

30 特に、官民連携については長年、消費者教育・啓発活動に取り組んできた消費者  
31 団体等の地域団体や事業者、弁護士等、「行政の外」に経験やノウハウが蓄積され  
32 ているケースが多いと想定されることから、そのような民間の知恵を反映していくこと  
33 も必要である。  
34

<sup>20</sup> 消費生活サポーター、消費生活推進員、高齢者見守りサポーター、〇〇隊等の名称で消費者教育・啓発等を担う団体。

1 ・地域リーダーや講師養成のための研修・情報提供

2 消費者問題について、地域での教育・啓発を行う地域リーダーや講師養成のため  
3 に効果的・効率的な研修や情報提供を行う必要がある。近時、このような研修にリタ  
4 イアした男性が積極的に参加しているとの指摘もあり、これまでの消費者団体メンバ  
5 ーのような伝統的な担い手に加え、このような新たな担い手にも留意していく必要が  
6 ある

7 消費者庁においては、基金の活用に加えて、このような取組を行っている地方自  
8 治や消費者団体の取組の事例を踏まえ、適切な情報提供や基金の活用等に係る周  
9 知を行っていく必要がある。

10  
11 ・交流の場の設定

12 消費者庁や国民生活センターが主体となって、消費者教育推進地域協議会設置  
13 や活性化の端緒となる関係者の情報交流の場、消費者団体と福祉、環境、教育等の  
14 関係者との他分野団体との交流の場を提供することも必要である。

15 その際、消費者庁による地方グループフォーラムや国民生活センターの全国消費  
16 者フォーラムを活用することも考えられる。

17  
18  
19 **【優先課題3.】消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策**

20  
21 **[消費者行政担当の地方自治体職員の役割]**

22 地方消費者行政を強化していくためには、消費生活相談員のような直接消費者  
23 と向き合う専門職に加えて、地方自治体での業務マネジメントを担う消費者行政担  
24 当の職員の在り方も検討する必要がある。

25 地方消費者行政の体制強化のためには、消費者行政担当職員の人員拡充に  
26 加え、消費者行政への専任化・長期在任化(専門職の新設を含む)、また、他の行  
27 政分野と兼務の場合、消費者行政分野の比重を上げることが望ましいとの指摘も  
28 なされている。

29 しかし現実的には、各地方自治体の財政・定員事情は厳しく、職員の多くが他の  
30 行政分野との兼務であることが通例であり、また、地方自治体の行政職員としては  
31 特定の一部局に長期在任することは少なく、数年単位で人事異動するケースが一  
32 般的である。また、職員1名体制の市町村が全体の約4割を占める現状から、消  
33 費者行政担当職員の能力向上を、市町村内部のOJT<sup>21</sup>のみに期待することも現実  
34 的とはいえない。

35 このような現実を踏まえれば、消費者行政担当職員が、地方自治体の行政職員

<sup>21</sup> オン・ザ・ジョブトレーニング。職場内訓練。

1 として果たすべき役割を明確にし、他の部局において、これまで蓄積してきた経験  
2 やノウハウを発揮して、消費者行政の体制を強化していくための対応と施策を考え  
3 ていくといったアプローチについても検討していくべきである。

#### 5 [庁内外の連携の「ハブ」<sup>22</sup>としての消費者行政担当職員]

6 これまで見てきたように、地方消費者行政の推進においては、今後、庁内外の  
7 連携の重要性が増していくものと考えられる。このような流れを受けて、これら職員  
8 については、連携の「ハブ」としての役割が期待されることになる。

9 具体的には、

- 10 ・庁内の関係部局や民間関係者との連携を進めるため、消費者行政の位置付け  
11 への理解を深めるとともに、それぞれの役割分担を明確にしていくこと、
- 12 また、各関係者に対して的確な情報を提供すること等により、消費者行政の地域  
13 力の強化を進めること
- 14 ・広範な分野の相談が寄せられる消費生活相談の現場で得た情報<sup>23</sup>について、適  
15 切な解決につなげるために、消費生活相談員とも連携して、関係部局に円滑に  
16 伝達し、解決を促すとともに、地域住民への情報発信を行うこと、
- 17 等により、消費者行政の円滑な推進を図ることが必要である。

18 また、当該職員については人事異動後も、消費者行政担当で得た知見について、  
19 関連する行政分野(福祉、教育、商工、環境、広報等)で活用することで、庁内全  
20 体の消費者行政に関する認識を高め、底上げを図ることが有効と考えられる。

#### 22 [地方自治体の消費者行政担当職員への支援方策]

23 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、上記のような  
24 職責を最大限に発揮できるようにするために、国や都道府県による地方自治体職員  
25 に対する支援策の在り方も検討することが必要である。

26  
27 具体的には国民生活センターや都道府県等において、既に行われている職員  
28 向け研修のノウハウを活用し、消費者庁、国民生活センターに加え、都道府県が  
29 中心となり、地方自治体職員をバックアップするための職員研修等として、

- 30 ・庁内外の連携推進にあたって参考となる事例に基づく研修機会の提供
- 31 ・それまで消費者行政の実務経験を有しない職員について、効率的に業務遂行が  
32 可能になるような体系的な職員研修メニューのひな形作成
- 33 ・模範となるテキストや他自治体の先進事例の共有等

<sup>22</sup> 自転車の車輪では中心に「ハブ」があり、そこから放射状に「スポーク」が出ている。このイメージで情報等が集約され、さらにそれを関係者に再発信していく中心・中枢が「ハブ」となる。

<sup>23</sup> 多重債務、安全のための製品リコール、食品表示や広告等の問題等がある。

- 1       ・研修への参加を促すための仕組みづくり  
2       （旅費支援、地方開催の機会増加、ネットを活用したオンデマンド研修の活用等）  
3  
4       また、研修以外の方策として、  
5       ・消費者行政担当職員のための情報共有の場の提供（ワークショップや対面型の  
6       研修の場を活用した情報交換会の開催、庁内外の連携について先進的取組を  
7       行っている地方自治体の担当者との交流の場の提供、職員版の消費者行政フォー  
8       ラム<sup>24</sup>の設置・運営等）  
9       ・初任者に対する消費者行政に関する基礎的情報の提供  
10       といったプログラムを検討すべきである。  
11

---

<sup>24</sup> 国民生活センターとPIO-NETを閲覧できる各消費生活センター・関係省庁等との間での情報共有・情報交換を目的としたシステム。

1 **Ⅲ. 国、都道府県、市町村の役割分担に関する今後の論点**

2  
3 一般的に国の各省は本省と地方支分局が一体となって行政を遂行している。しか  
4 し、消費者庁は地方支分局を有しておらず、消費者行政の遂行にあたっては、まずは  
5 消費者庁と都道府県が連携して役割を発揮していくことになる。

6 消費者安全法において、消費生活相談や情報提供等については市町村が担うこと  
7 とされ、都道府県については市町村相互間の連絡調整・技術的支援、市町村の区域  
8 を越えた広域的見地での相談、情報提供を担うとされているが、地方消費者行政全  
9 体の強化を図る観点から、その具体的役割分担の在り方について、更なる検討を重  
10 ねる必要がある。

11  
12 今次の専門調査会では時間的制約の中で、市町村の消費者行政体制を中心とし  
13 て議論をおこなったため、本報告書では市町村への支援策を盛り込むにとどめてい  
14 る。都道府県の役割については、その機能をより強化することが求められる今後の重  
15 点的な検討課題である。

16 具体的な役割としては、

- 17 ・小規模自治体の消費者行政体制整備に向けて果たすべき役割
- 18 ・研修、教材等の人的支援
- 19 ・経由相談受付、巡回相談受付等の市町村における相談のバックアップ
- 20 ・専門的相談の解決のための支援
- 21 ・管内の市町村との間での情報の共有
- 22 ・法執行

23 等が挙げられるが、これらについて、国及び国民生活センターの役割も含め、引き  
24 続き消費者委員会において検討を重ねていくことを期待したい。

25  
26



1 <おわりに>

2  
3 本専門調査会では、小規模市町村の消費者行政体制底上げ、消費者教育の新た  
4 な動きとこれを契機とした地域力による地方消費者行政の強化、さらに、地方自治体  
5 の職員への支援策を中心に検討を行い、その実施のために必要と考えられる施策の  
6 提言も行った。

7  
8 しかし、これら広域連携や地域力強化の取組については、単に消費者庁等の支援  
9 策があれば自然と実現されるものではなく、あくまでも市町村自らが主体的に動いて  
10 いかなければ実現・継続されないものである。

11  
12 本専門調査会においても、多様な行政需要を抱える市町村において、消費者行政  
13 については、その重要性にも関わらず、優先順位は決して高くないこと、その原因とし  
14 ては、消費者行政が地域住民の身近な生活の問題を解決してくれる仕組みであるこ  
15 とについて、首長や議会、また地域住民に十分な理解が得られていないこととの指摘  
16 がなされた。

17  
18 このような状況にあっては、単に支援策を拡充すれば、その分だけ地方の消費者行  
19 政の体制が拡充されるということにはつながらない。消費者行政が国、都道府県、市  
20 町村の連携のもと、消費者教育・啓発や消費生活相談の実績を積み重ねることによ  
21 り、日々の生活の安心・安全の確保を通じて豊かさがもたらされることを、目に見える  
22 形の成果として、消費者に対して不断に提示していくことが必要である。