

地方消費者行政専門調査会報告書 (改訂案)

平成 23 年 2 月 24 日

消費者委員会 地方消費者行政専門調査会

目 次

はじめに	1
第1章 消費者行政における国と地方の在り方について	3
第2章 相談ネットワークの在り方について	5
第3章 消費生活相談員の処遇の在り方について	14
第4章 情報の収集・分析及び情報提供の在り方について	18
第5章 地方消費者行政における商品テストの位置づけ、人材の確保について	22
第6章 地方公共団体における法執行の位置づけについて	25
第7章 地方消費者行政の基盤・環境の整備について	31
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	34
別紙1	35
別紙2	37
【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	38
【参考資料2】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）	41
【参考資料3】地方消費者行政専門調査会 審議経過	44
【参考資料4】地方消費者行政専門調査会 委員名簿	46
【参考資料5】「地方消費者行政に関する特別世論調査」の概要（平成22年11月 消費者委員会事務局）	47
【参考資料6】地方消費者行政の実態調査報告書（平成22年1月 消費者委員会事	

務局) 添付省略

【参考資料7】消費生活相談に関する実態調査報告（平成23年1月 消費者委員会
事務局） 添付省略

はじめに

わが国では、明治以来、産業育成を中心課題として行政上の施策が進められてきた。しかしながら、ここ10年余りの間に全国の消費生活センターに寄せられた相談件数が倍増していく中、冷凍ギョウザ事件やこんにやく入りゼリーによる窒息事故など国民の関心を集める大きな事件・事故が発生したこともあって一昨年秋に、消費者庁及び消費者委員会が発足するなど、国においては、消費者重視の行政へと大きなパラダイム転換が行われた。

他方、地方においても、平成21年度から地方消費者行政活性化基金の運用が開始されたこと等に伴って、地方公共団体によっては、積極的に消費者行政の体制を強化する動きがみられる。平成9年の地方行革推進指針等に基づく地方行財政改革が推進されてきたこともあって、その後の10年間で地方消費者行政予算も担当人員もほぼ半減してきたことからすると、ようやく、反転したものと評価できる。このように地方における消費者行政が活性化することが、国全体としても、消費者行政の充実・強化につながる。

もっとも、地方における消費者行政は、住民生活にとって大事な分野であるとの認識はありながらも、ともすれば国の産業育成・振興政策に合わせる形で、地域の産業振興が優先されたり、大型施設設置等について国から一定の方向付けがなされてきたりしたこともあって、意識の面でも資源配分の面でも十分に光があてられてこなかった経緯もある。

また、消費生活センターはおろか、消費生活相談窓口も設置されていないか、設置されていても十分に周知されていない、あるいは専門的な相談を受けることができなかった地方公共団体の住民にとっては、地方消費者行政サービスが自らの消費生活にとって、どのように役立つものかについて十分に認識する機会もなく、したがって、消費者重視の行政へと方向転換すべきだとの声を上げようもなかったとも考えられる。

こうした点は、大型公共事業や産業育成政策のように、長年、国が地方を主導してきたこともあって、地方分権の重要性が現在、強く唱導されている政策分野とは事情を異にする面があるものとみられる。

この間、消費者庁においては、平成21年度からの3年間の集中育成・強化期間を対象とする地方消費者行政活性化基金を通じて支援するほか、「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」（平成22年2月）を策定し、「地方消費者行政推進本部」（平成22年2月設置）の下、地方における消費者行政の自主的な取組を支援してきたところである。

もっとも、各市町村における消費者行政が十分に定着するためには、地域住民の間

で相談受付やあっせん事務がいかに頼りになるか、あるいは、出前講座等の活動による啓発・普及がいかに被害の未然防止に役立つかなどが実感され、また、他の行政分野との連携が根付く必要がある。国としても消費者庁が消費者行政の司令塔として、他の省庁と積極的に連携し、地方消費者行政の定着に向けた支援体制をさらに強化する必要がある。それには、集中育成・強化期間終了後、さらに数年の期間を要するものと考えられる。

また、約90時間にわたる国会審議を経て成立した消費者庁関連三法の附則や衆参両院の附帯決議を踏まえると、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、万全を期す必要があり、そのためにも、消費者委員会として、集中育成・強化期間終了後の地方公共団体の消費者政策の実施に関して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について、実質的に審議することが求められている。

他方、政府においては、「地域主権改革」を推進し、地域の自主的な問題解決能力を高めることで、地域が主役となって地域住民の生活に密着した行政サービスの充実を図ることが、最も重要な課題となっている。

したがって、国としては、各地方公共団体が地域の実情に応じて、創意工夫を発揮できるように、原則として、その後押しをするような支援に注力することが求められている。国による財政面の支援についても、「基金」のようにある程度期間を限定し、その後は、地方公共団体が自らの裁量によって推進していくのが本来の筋道である。

地方消費者行政専門調査会は、上記のような観点から、地域住民の安心・安全を守るための在るべき地方消費者行政の姿を実現するために、平成22年4月以降、精力的な審議を重ねてきた。本報告書はこれまでの審議を踏まえ、集中育成・強化期間後の地方消費者行政活性化策について、現実的かつ実効性のある対応策をとりまとめたものである。

第1章 消費者行政における国と地方の在り方について

- 消費者行政に関する事務は、多岐にわたるが、その大半は、住民からの声に応えつつ、各地方公共団体が自主的かつ自発的に対応してきた事務である。こうした各地方公共団体の創意工夫等を生かすには、引き続き自治事務として位置付けることが基本。

- もっとも、①身近な相談窓口ネットワークの構築、②消費者事故等の情報収集体制の整備等については、国としても責任を持って推進を図る必要があり、一定程度の負担や技術的支援等を検討する必要。

1 自主的かつ自発的な地方公共団体による消費者行政の推進と国の支援

(1) 地方公共団体が行う消費者行政事務

地方の消費者行政に関する事務は、消費者からの相談の受付、苦情処理のためのあっせん、事業者指導、製品事故等の消費者事故・悪質業者に係る情報収集、消費者への情報提供、消費者教育・啓発講座の開催等と多岐にわたる。こうした事務の大半は、住民からの声に応える形で生成、発展してきたものであり、各地方公共団体が地域の実情に応じ、自主的かつ自発的に対応してきた事務であることから、自治事務として位置付けられている。また、都道府県・政令指定都市等を中心に多くの自治体が自ら、消費生活条例等の関係条例を設け、国の定める各種規制等とは別に、独自に消費者行政法規制を整備してきている。

なお、消費者安全法第8条が都道府県及び市町村に義務付ける事務としては、消費者からの苦情に係る相談や、その処理のためのあっせん、消費者事故等の情報収集や調査・分析、情報提供、自治体間での情報交換等が明示されている。

(2) 地方消費者行政に対する国による支援の基本的考え方

消費者安全法第8条で都道府県及び市町村に義務付けられた相談受付やあっせん等の事務の実施に関して、同法第9条は、国が都道府県及び市町村に対して情報の提供その他の必要な援助を行うことを義務付けている。したがって、こうした事務の拠点となる相談窓口ネットワークの整備についても、国として、一定の支援を行うことが求められている。

また、消費者安全法第4章では、消費者事故等に関する情報の集約を図るために、国のみならず、地方公共団体にも消費者事故等の発生に関する情報の通知義務が課され、国は、これを迅速かつ的確に、集約分析を行い、その結果を取りまとめることが義務付けられている。消費者事故等の情報収集・集約事務は、当該事務の本来的性格から、全国一律に行うことが求められており、国としても責任を持って積極的に推進していく必要がある。

以上の点を踏まえると、必要最低限のインフラである相談窓口ネットワークの構築や消費者事故等の情報収集等に関しては、国と地方公共団体が協力し、その体制整備に努める必要がある。

2 地方消費者行政活性化のための地方公共団体と国の望ましい姿

(1) 地方消費者行政の位置づけ

上記のとおり、地方公共団体が地域住民の声にきめ細かに対応し、地域の特性を生かした行政を行ってきた経緯などを踏まえれば、今後とも、各地方公共団体の自主性や創意工夫を生かせるよう、自治事務として位置付ける必要がある。

(2) 地方消費者行政に対する国の関与と負担

上記 1 (2) で述べた観点からは、以下の事務や事業等については、国も責任を持ってその推進を図る必要がある、一定程度の負担や技術的支援等を検討する必要がある。

- ① 最低限のインフラ整備として、全国どこでも、住民が身近な窓口で、専門的な相談を受け、必要に応じてあっせんを依頼できるようにするためのネットワーク構築に必要な施設等の整備、相談員の育成等の事業
- ② 消費者安全法により、全国の消費者事故等の情報を迅速に収集し、分析した上で、情報提供すること等が求められており、そうした観点から全国一律に実施すべき情報収集に係る事務や情報入力に係る研修事業

もっとも、以上の事務や事業等について国がその推進を支援していくとしても、地方の自主性を最大限に尊重し、地方公共団体の創意工夫を阻害しない形で進めることが求められる。

また、財政負担についても、「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」のように、地方公共団体の創意工夫に基づく裁量を発揮できるような財政措置を活用する方向で、その具体的な在り方について検討する必要がある。

第2章 相談ネットワークの在り方について

- 住民にとっての安心安全の実現のためには、身近で専門的な窓口を整備し、消費者事故等の情報収集や消費者教育・住民啓発事業等を行う消費者行政の拠点整備を推進する必要。
- もっとも、個々の市町村が独自に整備するには、人員・財政面等で困難な場合もあり、都道府県との協力の下に市町村が連携して窓口ネットワークを整備・構築する等の広域的な取組が必要。
- 広域連携については、地域の実情等も踏まえた自主的な判断に基づいて整備される必要があるが、消費者安全法の理念実現の観点から、国としても一定のひな形を示す必要。また併せて、財政上の負担の在り方を検討する必要。

1 相談窓口の現状と課題

(1) 相談窓口におけるニーズ

内閣府が平成22年11月に公表した「地方消費者行政に関する特別世論調査」によれば、「消費生活相談窓口を利用したことのある人」の約7割5分の人が「満足した」と答えている。また、「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」について、5割以上の人が「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」を要望項目として挙げている。

他方、同調査によれば、「消費生活相談窓口を利用したことのある人」が相談窓口の対応に満足しなかった理由として、「相談の受付から助言に止まり、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%）がそれぞれ半数程度に上っている。

以上の点を踏まえると、地方公共団体による消費生活相談サービスの満足度は高く、その結果、身近な相談窓口に対するニーズも高いと言えるが、窓口において、あっせんまで行っていない場合には、住民にとって不満の原因となっているとみられる。

(2) 都道府県・市町村における相談窓口の実態

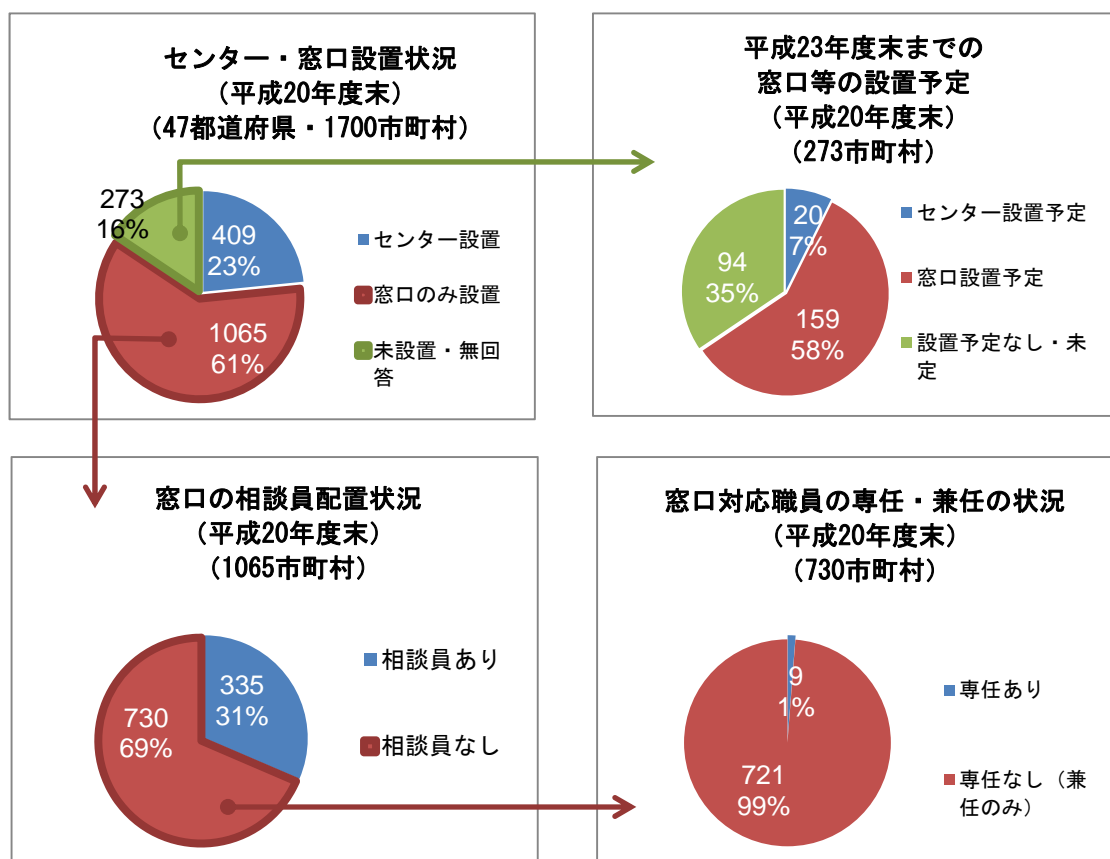
消費者委員会は、平成22年1月と平成23年1月と2回にわたって、全国の都道府県及び特別区を含む市町村（以下「市町村」という。）に対して、地方消費者行政に関する実態について書面調査及び実地調査（以下「地方消費者行政実態調査」という。）を行った。概要については、別紙のとおりであるが、相談窓口に関する主な内容は以下のとおりである。

① 相談窓口の設置状況と今後の整備予定

下記の図表のとおり、消費生活センターの設置は、全体の4分の1にとどまり、

また、窓口未設置の自治体が16%に上っている。この窓口未設置の自治体のうち3分の1が平成23年度末までに設置する予定がない等の回答をしている。

また、全体の6割を占める窓口のみ設置を行っている自治体のうち、相談員を配置していない窓口が全体の7割にも上っている。



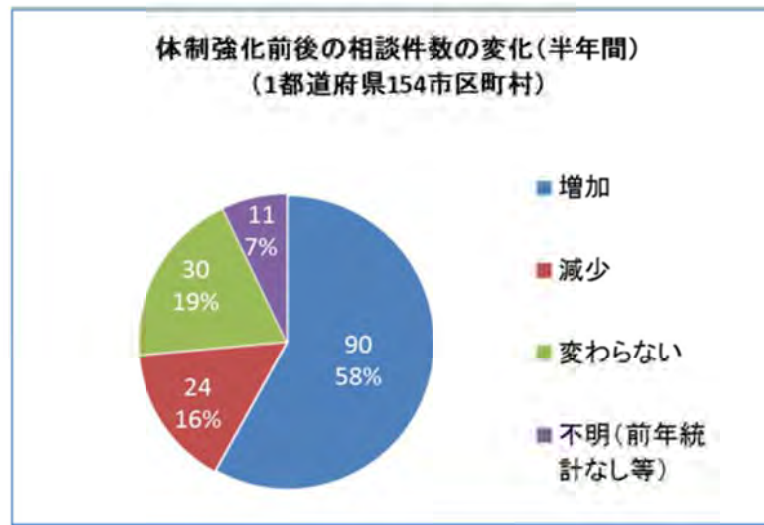
※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局)3頁に示した図表について、一部データを修正したもの(平成22年1月7日時点で回収済みの47都道府県・1700市町村の回答を元に集計)。

② 相談体制を強化したことに伴う効果

消費生活相談体制の強化の必要性については、「住民の相談需要がないから、これまで体制を強化してこなかっただけである。」という考え方が、これまで少なからず聞かれてきた。そこで、消費者委員会は、地方消費者行政活性化基金創設等の国の財政支援強化に伴って、平成21年度中に消費生活相談体制を強化した地方公共団体に対して、相談体制を強化した効果を調査した。

調査結果をみると、以下のとおり、平成21年度に消費生活センターの新設・既存窓口の機能拡充による消費生活センター化・消費生活相談窓口の新設のいずれかを実施した自治体(1県・154市町村)の約6割が、体制強化後の半年間に前年同期に比べて相談件数が増えたと回答している。これは、全国の消費生活相談件数が、平成20年度から平成21年度にかけて、950千件から899千件へと減少して

いることを踏まえると、相談窓口体制の強化が住民からの相談の掘り起こし等につながっており、一定の効果が上がっているものと評価できる。



※注) 第10回地方消費者行政専門調査会 資料1 消費生活相談に関する実態調査報告(平成23年1月 消費者委員会事務局) 6頁より

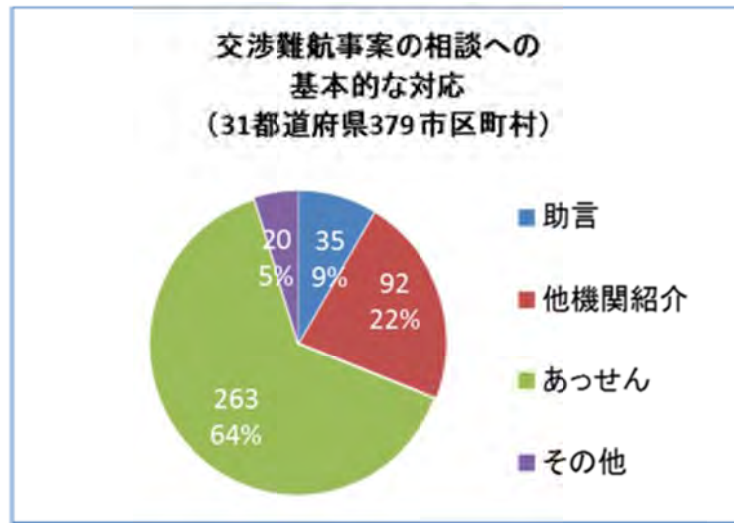
また、一般に、「人口数万人以下の市町村では、役場に顔見知りが多く、相談に行きにくいので、窓口を作っても相談に来ない。」との意見も聞かれることがある。しかし、今回の調査では、人口2万から3万の各市町でも、窓口を作ったことにより、相談件数は、著増していることが明らかになっている。

③ 消費生活相談への対応の実態

消費者安全法第8条では、都道府県のみならず、市町村においても、消費生活相談についてのあっせん事務が義務付けられているが、現実には、当該事務を履行することは難しいとの声も少なからず聞かれる。

平成21年度に消費生活相談体制を強化した自治体(31都道府県・379市区町村)に、「事業者との契約の解約や既払い金の返還等の交渉が難航している相談事案」について、相談への基本的な対応を尋ねたところ、約62%の自治体が「相談者と事業者との間に入り、事案の解決が得られるようあっせん交渉する」と回答したものの、3割強の自治体が、「原則、助言して、相談者本人が事業者と交渉してもらう。」、あるいは、「都道府県の消費生活センターや弁護士会・司法書士会等の他機関を紹介する。」との回答があった。

消費生活相談体制を強化した積極的な自治体においても、あっせん事務まで行うことが難しいことがうかがわれる。



※) 第10回地方消費者行政専門調査会 資料1 消費生活相談に関する実態調査報告(平成23年1月 消費者委員会事務局) 5頁より

実際、独立行政法人国民生活センターが本専門調査会に提出した報告書「消費生活相談専門家による巡回相談事業」(平成22年12月16日)によれば、以下のとおり、相談窓口を設置しても、様々な要因で十分に機能していない窓口も存在するものと考えられる。

2. 巡回実施報告書^(注)からみた現場の状況(1)

(注) 巡回実施報告書は、消費生活相談専門家が巡回訪問をした度に、毎回当センターに提出する報告書。活動内容の記載を求めているところ、必ずしも現場の状況について記載されているわけではない。今回は、今年度にこれまで実施された巡回訪問の報告書から、特に現場の厳しい状況を記載している個所について要点をとりまとめた。なお、今年度の巡回訪問は45道府県382市町村から希望が上がっており、順次実施している。

(消費生活相談員及び相談を受ける職員について)

1. 相談員は資格取得者で、知識は豊富だが、1人体制ということもあり不安である。
2. 相談員が週1日しか出勤しないため、あっせんに時間を要してしまうのが課題となっている。1人で処理をしていると、なかなか解決に至らないことがある。
3. 相談を受ける担当課の職員は1名のみで他の業務も兼務しており、十分な相談対応ができていない。

(担当課の職員について)

4. あっせんを実施することにより、業者から営業妨害であると苦情が入る可能性もあるため、担当課の職員はあっせんに入る場合の判断に迷っている。
5. 相談員はあっせん処理が望ましいと思ったが、担当課の職員から「助言以上の対応は必要ない」と言われ対応に悩んでいる。相談員自身もあっせんの経験がないため、自信をもって対応ができない。
6. 担当課の職員は相談窓口の現状をほとんど知らず、相談件数のみで判断している。担当課が商業振興の課であるため、消費者被害についてなかなか理解をされないようである。
7. 担当課の職員が相談員を専門職として扱わず、一般のアルバイトと考えているため、お茶くみが優先になっている。相談員はそれとなく相談業務を優先したいと職員に伝えているが、改善されない。
8. 担当課の職員は、相談窓口があっても、相談窓口はどこかと聞かれると県センを紹介する。

2. 巡回実施報告書からみた現場の状況(2)

(相談現場の施設について)

9. プライバシーを保てる相談の場所がなく、やりとりが部外者にも聞こえてしまう。
10. 各地の消費生活センターの取組みや行政官庁のホームページからの情報収集は非常に大事なのに、当該窓口には未だにネット検索が可能なパソコンが設置されていない。

(消費者教育・啓発について)

11. 消費者窓口担当になったばかりの職員は、相談対応の経験がないため、啓発のための事例紹介ができない。啓発の方法や参加型の講座を実施するポイントもわからない。
12. 窓口寄せられる相談の数を増やしたいが、市の広報などで周知する以外に、相談を「掘り起こす」方法がわからない。

(PIO-NETについて)

13. PIO-NETの検索を一度もした事がなく、消費者行政フォーラムもまだ開いたことがない。相談件数が少なく、経験を積む機会が乏しい。

(その他)

14. 県センで受ける当該市町村の住民からの相談件数は、当該市町村の窓口の10倍もある。
15. 定例の出勤日以外に出張した際の手当てが交通費のみとなっている。
16. 相談員の多い日は、1人体制の窓口として消化しきれず、残業になることが度々であり、超過勤務手当が支給されないこともある。

※注) 第9回地方消費者行政専門調査会 資料5 消費生活相談専門家による巡回相談事業(平成22年12月16日 独立行政法人 国民生活センター 総務部企画調整課地方支援事業室) 3頁・4頁より

(3) 実態調査結果から明らかとなった相談窓口整備に係る課題

以上の実態調査結果をまとめると、以下のとおりである。

- ① 地方における消費生活相談体制は、地方消費者行政活性化基金の創設等もあって、充実・強化される方向に進んでいるものと評価できる。しかしながら、その実態をみると、消費者安全法で義務付けるあっせん事務が行われていない窓口が少なからず存在することが明らかとなった。その背景としては、相談窓口では、「相談を受ける担当課の（正規）職員は1名のみで他の業務も兼務しており、十分な相談対応ができていない」あるいは相談員ではあっても「一人で処理をしていると、なかなか解決に至らないことがある。」などの様々な事情が存在する。
- ② 他方、全国的にみれば、消費生活相談件数が減少する中、消費生活相談体制を強化した市町村の約6割において、相談件数が増加していることを踏まえると、相談需要がないわけではなく、体制を強化することができれば、住民の潜在的な相談需要を掘り起こすことができるものと考えられる。

上記のまとめを踏まえると、地方消費者行政活性化基金による相談窓口・体制強化には、一定の効果があり、相談需要の掘り起こしにつながっている。しかし、今後とも十分に機能を果たしていくためには、相談員がいない、あるいは相談員が一人しかいない孤立した窓口に対する支援を強化していくことが大きな課題となっていることがうかがわれる。

2 望ましい相談窓口体制とその実現に向けた対応策

(1) 住民にとっての望ましい相談窓口の在り方

消費者安全法の基本理念として、同法第3条第1項において、消費者安全の確保に関する施策の推進について、「専門的知見に基づき必要とされる措置の迅速かつ効果的な実施」を求め、既に述べているとおり、第8条第2項で、各市町村に相談の受付・あっせん事務を義務付けている。

こうした点を踏まえれば、各市町村において、住民が困ったときに、相談できる身近な窓口を整備する必要があるが、その相談窓口では、消費者からの相談を正確に受け付け、専門的な知見に基づいて助言を行ったり、消費者自らによる交渉が難しい事情等が存在する場合には事業者との間に立ってあっせんを行ったりする必要がある。

さらに、高齢者に対する悪質な勧誘や食品等に係る消費者事故等について、福祉・保健関係等の他部門などに最初の一報が入ったり、相談者の都合で、最初に他部門の職員に相談が行われたりしたとしても、必要に応じて消費者行政の相談窓口へつなぎ、対応できるようにする仕組みも必要になる。

また、地域において発生した消費者事故等の情報が確実に収集・集約されて、被害の拡大を迅速に予防できる体制とすることも必要とされている。

こうした体制の下で収集された情報等に基づいて、各市町村は、住民の被害の実態や関連する問題を把握し、住民に対して周知・啓発活動等の対応が的確に行われる必要がある。また、市町村の福祉・保健部局等との連携に加え、消費者団体や各種NPO法人等とも連携するなど地域における消費者行政推進の拠点として機能することが期待される。

(2) 都道府県と市町村の役割分担、国の支援

上記(1)の観点からは、市町村が基礎自治体ならではの特性を生かして、主体的に相談窓口の整備等を図る必要がある。

しかしながら、現実には、各市町村個別の対応では、人員・予算等の面で困難な場合が多いことから、複数の市町村が広域的に連携して、効果的・効率的な対応を図ることも期待される。

また、上記1(1)で紹介した実態調査から明らかとなっており、相談員が1人といた窓口のように、人員が限られた相談窓口を設けた場合においても、広域連携を行うことで各窓口の専門的な対応能力の向上が期待される。

このように基本的には、市町村が単独であるいは連携して1次的な窓口となつて、消費者に関する問題を把握できるようにすべきである。

また、都道府県は、広域的な事案に関する相談に加えて、市町村の窓口をバックアップする体制を作ることが望まれる。

さらに、都道府県が多くの消費者関係法令について執行権限を有していることも踏まえると、都道府県が自らの相談窓口や各市町村の相談窓口で得られる相談情報を効率的に集約し、執行業務に生かす体制とすることが望ましい。

他方、地方公共団体が、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）に対して、個別の相談事例に関して処理方法の助言等を求める「経由相談」が行われている。これは現場の相談員にとって心強い後ろ盾となっている。この経由相談のうち、約3割が都道府県の消費生活センターからのものであることを踏まえると、国としても、引き続き、消費生活相談事務について経由相談やあつせんでも解決できない事案についてのADR等を通じて支援を継続する必要がある。

(3) 望ましい広域連携の在り方（別紙1参照）

広域的な連携体制をどのように構築するかについては、以下のとおり様々な対応が想定されるが、いずれの場合においても、各地域の経済的・地理的・歴史的な事情に応じて、自主的な判断に基づき行われる必要がある。また、連携体制を組むどの市町村においても、消費生活相談を持ち込むことのできる窓口（市民相談窓口のように広範囲の相談を受け付ける「よろず相談窓口」を含む。）を設け、

必要な場合には、専門性の高い相談員のいる消費生活センターに直ちにつなぐことのできるように連携体制を組む必要がある。

(都道府県内の一部地域の連携)

- ① 一部地域の市町村による広域的な連携を行う場合
- ② 一部地域の市町村が広域的に連携すると同時に、県の振興局・振興事務所等の出先機関がその専門的知見を活かして参加する等の場合

(都道府県と域内市町村での連携)

- ③ 都道府県とその域内の市町村が広域連携する場合

上記の広域連携には、それぞれ特徴があり、その利点を生かすと同時に、想定される留意点については、連携に係る規約等において対応策を講ずる必要がある(別紙2参照)。

(4) 上記広域連携推進のための方策

上記(3)で述べたとおり、相談ネットワークの構築の在り方についても、地方公共団体が自主的にその在り方を検討すべきものである。

しかしながら、小規模な市町村が中核的な市に消費者窓口事務を委託する等により、自らの窓口を閉鎖する、あるいは、規模を縮小するような場合には、身近で専門的な窓口での相談受付体制を実現する上では望ましいとは言い難い。また、相談を受けることで、地域住民のかかえる消費者問題を把握し、地域の行政に生かすことが行えなくなり、地域の消費者行政が弱体化するおそれがある。

したがって、消費者庁としても、消費者安全法で示された理念実現のためには、広域連携の望ましい形や広域連携に伴って想定される問題への対処に関する複数の選択肢について、技術的助言として、一定のひな形を示す必要がある。

また、消費者安全法で示された基本的理念を実現し、同法の制定によって市町村に課せられた義務の履行を確保するためには、国として一定程度の財政負担や技術的支援等を図ることを具体的に検討すべきである。

例えば、ひな形に沿って窓口整備を進めていく自治体に対して、相談窓口のネットワーク構築に必要な施設等の整備や窓口職員に対する必要な研修等について負担・支援を図ることが想定される。

なお、この場合でも、財政負担については、上記「第1章 2(2)」で述べたとおり、「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」のように、地方公共団体の創意工夫に基づく裁量を発揮できるような財政措置を活用する方向で、その具体的な在り方等について検討する必要がある。

なお、広域連携を推進するに当たっては、連携に参加する市町村間の分担関係の調整が進まなかったり、都道府県と市町村の責任関係が不明確化したりすると

の懸念があるとされている。そこで、連携に参加する地方公共団体間の負担割合や責任関係、機能分担等について、上記ひな形で示すことが望ましい。

第3章 消費生活相談員の処遇の在り方について

- 消費生活相談員が行う事務は、多岐にわたり、また、それぞれの事務を的確に処理するためには、専門的知見やスキルを要するほか、継続的な研修と経験の積み重ねによる知識、能力の維持・向上が不可欠。その点でいわゆる雇止めは適当ではない。
- 各地方公共団体において、相談員的能力を適切に評価し、その評価に見合った報酬や処遇とすることが求められる。
- こうした点についての各地方公共団体における理解促進を図るため、国としても相談員の処遇・研修等に係る具体的指針を示すほか、研修やOJTについては、国としても一定程度の負担や技術的支援等の対応を強化すべきである。
- また、相談員の多様な働き方に応じて、非常勤職員以外の制度的な選択肢を充実する必要がある。

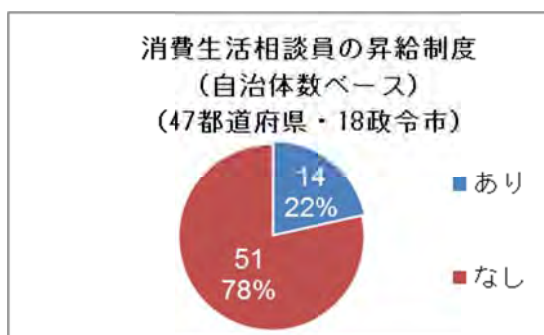
1 消費生活相談員の処遇の現状と課題

(1) 都道府県・市町村における消費生活相談員の処遇の実態調査結果

消費者庁が平成22年1月に行った「平成21年度 地方消費者行政の現況調査」および消費者委員会が平成22年1月に行った地方消費者行政実態調査における、消費生活相談員に関する主な調査結果の内容は以下のとおりである。

① 相談員に対する報酬

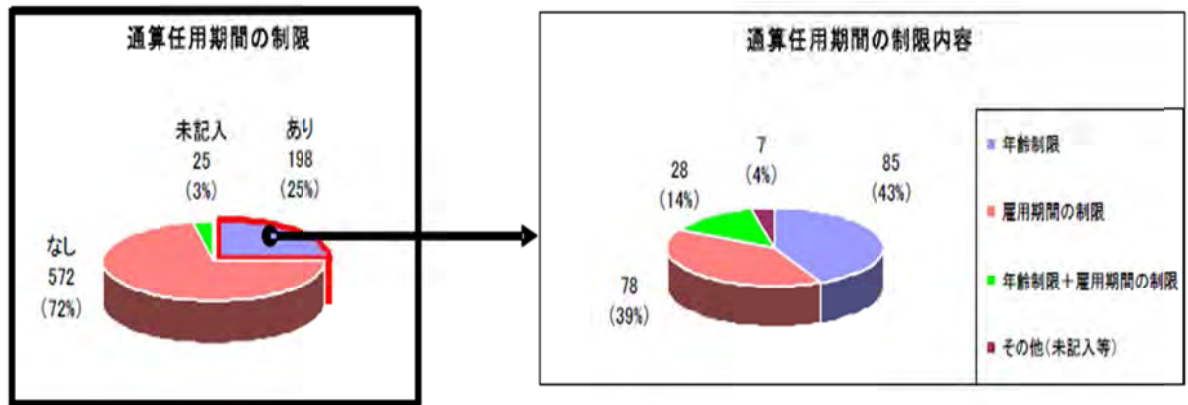
消費生活相談員の報酬について、専門性や能力等を勘案した昇給制度が設けられていない都道府県・政令市が全体の8割近くある。



※注) 平成21年度「地方消費者行政の現況調査」(平成22年1月調査 消費者庁)の結果に基づき、消費者委員会事務局において作成したもの

② 相談員の任用期間

4分の3の地方公共団体が相談員の通算任用期間について、制限がないと回答しているが、残りの自治体のうち、雇用期間の制限を設けている自治体は、年齢制限も併せて設けている自治体を含め、合計106の地方公共団体において、3年、5年あるいは10年の通算任用期間の制限を設けており、いわゆる「雇止め」が行われている。



※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局) 7頁より

(2) 実態調査を踏まえた消費生活相談員の処遇に係る課題

消費生活相談員が行う事務は、後述するとおり、多岐にわたり、また、それぞれの事務を的確に処理するためには、専門的知見やスキルを要する。また、複雑な相談を受け付けたり、悪質な事業者とのあっせん交渉を行ったりすることなどに伴い、精神的な負担を強いられる場合も少なくない。

他方、上記(1)で述べたとおり、必要とされる能力に見合った報酬・任用体制にあるとは言い難い自治体が相当程度存在する。

また、消費者庁が本専門調査会に提出した資料によれば、地方消費者行政活性化基金等の活用により、平成21年度から平成22年度にかけて180の自治体が相談員の報酬引上げを図るとされている。しかしながら、依然として、能力・実績等に関わらず一律の、また、他の非常勤職員とも横並びの報酬体系となっている自治体が少なくないとみられる。

2 消費生活相談員に対する望ましい処遇の在り方について

(1) 相談員が行う事務と求められる能力

住民の安心・安全を確保するためには、消費生活相談員には、以下のとおり多岐にわたる事務とそれを的確に処理する能力が求められる。

① 相談受付・助言

消費者からの相談を漏らさず正確に聴取し、相談情報に含まれている法的問題点等を把握し、過去に発生した類似する事故や事件の処理方法等も参酌した上で、消費者にとって最も望ましいと思われる解決方法について、消費者にとって分かりやすく助言を行う。

② あっせん

様々な事情で、消費者自ら相手の事業者との交渉に臨むことが難しい場合や、当該事業者が悪質であるなど事業者側の事情により消費者自らによる交渉が難航した、又は難航することが予想される場合等において、事業者と相談者の間に立って双方の主張を正確に聴取し、その法的問題点等を整理した上で、双方にとって了解できる解決策を提示するなどにより、あっせん交渉を行う。

③ 事故情報の連絡

上記①及び②を通じて得られた消費者事故情報について、PIO-NET に迅速に入力するほか、関係部署への連絡に努める。

④ 住民への啓発・情報提供

上記①、②等を通じて得られた情報や知見を踏まえて、消費者安全の確保のために必要な情報を地域住民にわかりやすく提供する。また、啓発に努める。

また、消費者関連法が比較的頻繁に改正が行われていること、新手の手口等が次から次へと登場することなどを踏まえると、消費者事故等に関する知識を適宜更新し、各事務を的確に処理する能力を継続的に育成・維持することが必要不可欠となっている。

なお、相談員の能力が実務の経験を通じて養われていく面が大きいことを踏まえると、経験の浅い相談員に対して、相談現場において的確な指導・助言を行うことのできる専門性の高い相談員を育成し、これを何らかの形で公的に認知する仕組みも検討する必要がある。

(2) 相談員の処遇・研修等とそのための具体的な指針

上記(1)で述べた事務を相談員が的確に処理していくためには、

- ① 必要な研修機会を定期的に用意する必要があること、
- ② 長期間にわたる経験や研修等の積み重ねが具体的な相談対応で欠かせないことを踏まえると、いわゆる「雇止め」は適当でないこと、
- ③ 相談員の能力や仕事の成果を適切に評価し、その評価に見合った報酬や処遇等が用意されることが適当なこと

などについて、各地方公共団体における理解促進を図る必要がある。

したがって、消費者庁としては、各地方公共団体の長にあてて、上記（１）で述べた事務を相談員が的確に処理するためには、上記①～③の対策等が求められるとする旨の具体的な指針を示すことにより、消費生活相談員の適切な処遇・研修機会の確保を図る必要がある。

なお、現在も、地域によっては、消費者安全法施行規則第７条各号に規定する資格を有する者又はこれらと同等以上の専門的な知識及び経験を有する者が不足している実情を踏まえ、国としても、その人材育成に必要な研修やＯＪＴについては、一定程度の負担や技術的支援等の対応を強化する必要がある。

さらに、相談員の多様な働き方に応じて制度的な選択肢を充実するという観点から、任期付短時間勤務職員制度の要件緩和による同制度の活用等の必要があり、その検討を早急に求める。また、中・長期的な課題として、任期の定めのない短時間勤務職員制度についても検討すべきである。

第4章 情報の収集・分析及び情報提供の在り方について

- 消費者からの効率的な情報収集・集約・分析・共有のための重要なインフラとして、PIO-NET を位置づけ、その利用価値向上の観点から、配備基準の見直しを検討する必要。
- より迅速な法執行推進等の観点から、国としても PIO-NET を通じた情報収集を必要としており、入力事務の負担増大を招いている点も踏まえ、一定の負担を検討する必要。

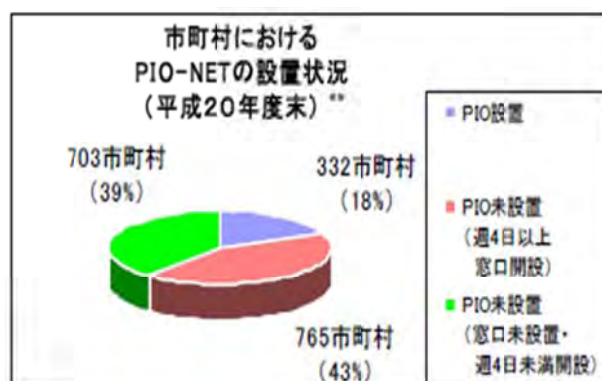
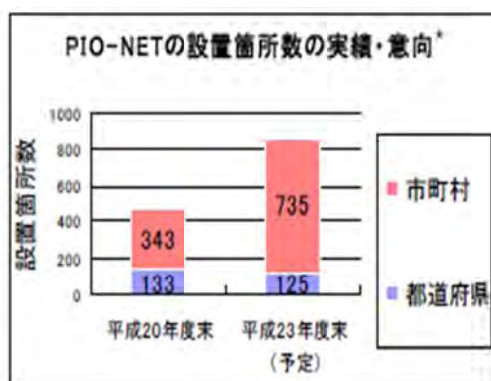
1 消費者被害情報の収集等に係る現状と課題

(1) 都道府県・市町村における情報ネットワークの実態調査結果

消費者委員会が、平成22年1月及び平成23年1月に行った地方消費者行政実態調査のうち、PIO-NET に関する結果の主な内容は以下のとおりである。

① PIO-NET の設置状況

消費生活相談窓口における相談情報が集約される PIO-NET の設置状況を見ると、下記のとおり、平成20年度末時点で全市町村の2割にも満たないところであるが、平成23年度末までには、設置箇所数がほぼ倍増することが見込まれている。



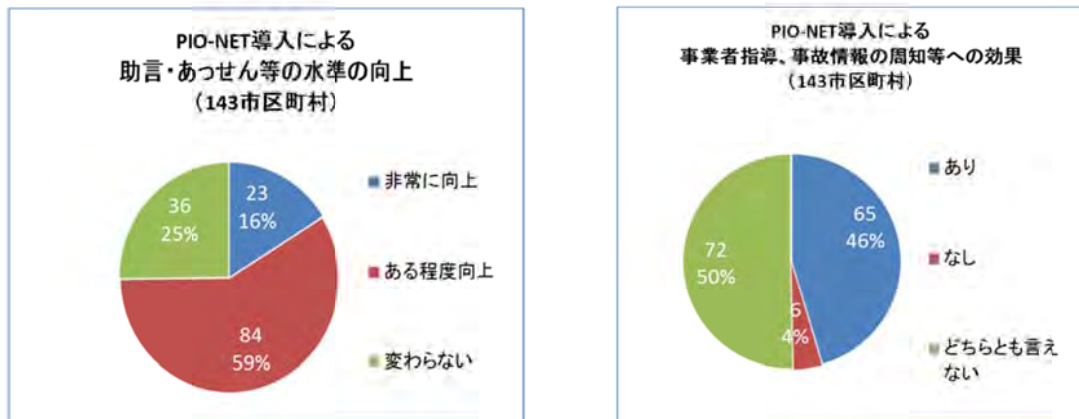
※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書 (平成22年1月 消費者委員会事務局) 10頁より

② PIO-NET 導入の効果

平成21年度に消費生活相談体制を強化した自治体 (31都道府県・379市町村) のうち、約75%の自治体が PIO-NET 新設によって、窓口に来た相談者への助言・あっせん等の水準が向上したと回答している。また、約46%の自治体が都道府県による事業者指導や事故情報の周知等につながったと回答し

ている。

なお、PIO-NET 設置については、以下のとおり、様々な効果も報告されているが、入力業務の手間の問題等の課題も指摘されている。



(参考)PIO-NET設置に関する効果・課題等の例

- ・事例の検索によって、対応の仕方や業者の傾向がつかめ、大変参考になっている。
- ・他県の業者への相談があった時の確認作業ができ、処理がやりやすい。
- ・どのようにして解決したか具体的に記入してあるカードは、とても参考になるので、処理結果概要欄が充実したものになることを希望する。
- ・入力業務が増加し相談業務より時間がとられ、相談員の負担が増加。
- ・全国的に統一された入力方法のため、国等が集計するにはよいが市町村の担当者及び相談員にとってはキーワード項目などとても手間がかかる。

※注) 第10回地方消費者行政専門調査会 資料1 消費生活相談に関する実態調査報告(平成23年1月 消費者委員会事務局) 9頁・10頁より

(1) 実態調査を踏まえた情報収集に関する課題

上記の実態調査結果をみる限り、市町村が行う消費者行政において、PIO-NET 端末は、窓口に来た相談者への助言・あっせん等の事務の水準向上につながるのみならず、都道府県による事業者指導や事故情報の周知にも効果が上がっているものとみられる。

また、各市町村でも平成23年度末までに積極的に端末を新規に導入しようとしているところが少なくないことから、引き続き、端末の設置拡大に向けた努力が求められている。

他方、PIO-NET 端末を新たに設置した市町村からは、入力業務の増加により相

談員の負担が増加しているなどの声が寄せられており、この点での問題解消が求められている。

2 国・地方に求められる情報の収集・分析及び情報提供の在り方

(1) 地方消費者行政における情報ネットワークの位置づけ

上記1で述べたとおり、消費者からの相談、苦情を各地方公共団体の窓口で集め、地域ごとに集約、分析し、また、都道府県内・国全体で共有することで、各地方公共団体における、個別の相談処理や住民に対する注意喚起・啓発、さらには国等における法執行や政策・制度の企画立案等様々な面で活用できる。PIO-NETは、この情報収集・集約・分析・共有のための重要なインフラとして位置づけることができる。したがって、今後とも、その利用価値向上に向けた対応を検討する必要がある。

また、各地方公共団体の消費者行政担当部署に、域内の福祉・食品関係等他の行政部署の情報が集約される仕組みが重要である。

消費者向けの情報提供を効果的に行うには、地域の消費者団体、福祉部門のネットワークを活用するなどさらなる工夫を行う必要がある。

また、事業者向けにも、例えば、製品の誤使用による事故の予防、安全な製品づくり、表示の改善のために、PIO-NETに蓄積された情報を整理して事業者に対して提供することも検討すべきである。

さらに、PIO-NET 端末は、検索機能等に優れていることも踏まえ、各省庁のホームページ等で公表されている様々な消費者関連情報についても、PIO-NET 情報として載せることで、地方公共団体の窓口において、容易に当該関連情報を検索できるようにするなど、国から地方への情報提供についてもその内容の充実を図るべきである。

(2) PIO-NET の設置範囲の拡大

PIO-NET の活用範囲が、地方の相談処理の支援のみならず、国等の法執行への活用、消費者行政の企画・立案等と拡大しているほか、上記1でみたとおり、PIO-NET 端末の設置が都道府県による事業者指導や事故情報の周知にも効果があるとされることを踏まえると、各地方公共団体の消費者行政本課等も含め設置範囲を拡大していくことが必要である。

(3) PIO-NET への相談情報の入力事務の負担

迅速な法執行等が求められる中で、消費者庁やその他関連省庁等における

PI0-NET の情報に対するニーズが高まっている。それに伴い、入力が必要とされる情報量が増大し、また、セキュリティ・レベルを向上させるためにシステムが高度化したこと等から、相談員の入力負担が増大している。実際、上記 1 で述べたとおり、PI0-NET を新設した自治体からも、入力負担についての要望が寄せられている。

PI0-NET 入力に係る事務負担の増大は、被害事案の早期把握等国からの要請増加に伴う面も少なくない。相談窓口の入力に伴う手間・費用負担や、入力に関係する研修業務負担の在り方については、既に PI0-NET を設置している相談窓口も含めて、その費用の一部について国が負担することやシステムの刷新等を検討する必要がある。

第5章 地方消費者行政における商品テストの位置づけ、人材の確保について

- 各地方公共団体自ら商品テストを行うことについては、製品事故に係る相談への迅速な対応、効果的な啓発活動等一定の意義が存在。
- 国と地方との効率的な業務分担を推進する観点からは、各地方公共団体で行った商品テスト情報に係るデータベース構築、国の関係機関による高度な商品テストの実施や研修体制等を検討する必要。
- 地方において、技術的知見を有する人材を育成、確保し、相談や事故情報への対応及び試験・研究機関との連携が的確に行われる必要。

1 地方消費者行政における商品テストの現状と課題

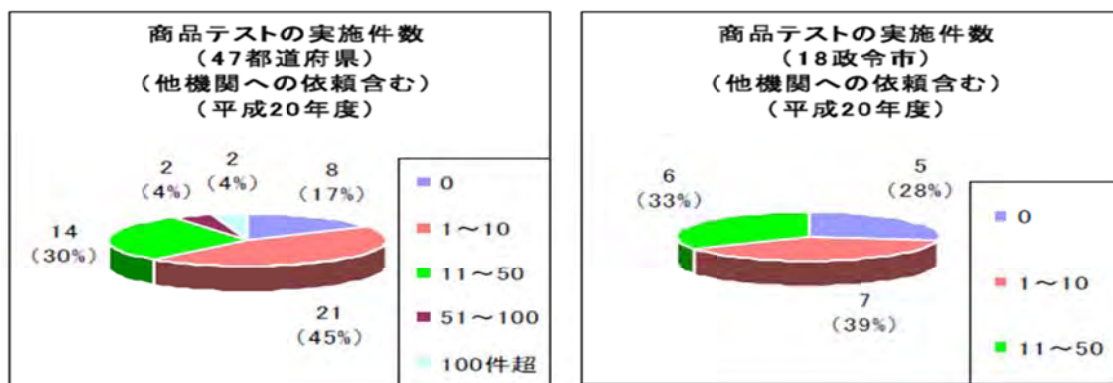
(1) 都道府県・政令市における商品テストの実態調査結果

平成22年1月に全国の都道府県及び18政令市に行った地方消費者行政実態調査結果のうち、商品テストの実施に係る主な内容は以下のとおりである。

① 商品テストの実施状況

消費者事故等の原因究明等を目的とする商品テストについては、他機関への依頼を含めて、8都道府県、5政令市が実施していないとする回答があった。また、商品テストの内容自体も、クリーニング検査等の簡易なものが多い。

なお、平成23年1月にとりまとめた調査結果でも、平成21年度に消費者行政推進体制を強化した自治体は、42都道府県・963市町村に上るものの、そのうち、商品テストの強化を行ったところは、11自治体に止まっている。



※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局) 8頁より

② 商品テストの実施体制

地方公共団体自らが、商品テストを実施するには、専門的知見を有する職員

や必要な機材を購入・更新する必要がある。しかしながら、年々、担当職員数は減少しており、その約4割は他の業務と兼務している状況にある。また、商品テストのための機器の購入・更新等を行った自治体数も平成20年度までは減少傾向にあり、地方消費者行政活性化基金の創設により、平成21年度には、増えたものの、47都道府県・18政令市のうち15、全体の2割強に止まっている。

(2) 実態調査を踏まえた商品テスト実施に係る課題

相談窓口において、消費者事故等の相談が持ち込まれた場合、商品テストの実施体制が充実していれば、迅速にその原因を究明することができる。しかしながら、上記のとおり、担当職員や施設・機器の面で、実施体制は脆弱化している。

2 地方消費者行政における望ましい商品テストの在り方

(1) 商品テストの意義とその強化に向けた対応策

各地方公共団体で、自ら商品テストを行うことには、住民の相談事案への迅速な対応や、住民に対して実験を公開する等による啓発活動等一定の意義がある。

ただし、人材面、財政面や施設・機器の維持管理の面等を考慮すると、テスト対象については、各地方公共団体において容易に原因究明できるもの等その範囲をある程度絞り込まざるを得ない。他方、工業試験場、食品加工研究所等域内における他の機関との連携強化や、他の地方公共団体間との協力強化等の方策を図ることで充実を図ることも考えられる。

また、国の関係機関においては、全国的に流通している商品や、地方公共団体で実施が難しいものに特化して行うと同時に、全国の自治体や関係機関におけるテストの実施状況に係るデータベースを作成し、情報共有化等に向けた取組を強化する必要がある。さらに、引き続き、技術的な相談への対応を行っていく必要がある。

(2) 人材の確保、育成

事故情報への対応や試験・研究機関との連携を行う上で、地方の消費者行政の担当部署において、技術的知見を有する人材を確保し、育成することが重要。このため技術系の人材の消費者行政以外の部署も含めた人事ローテーションや他の地方公共団体等との人事交流を進めることが考えられる。

同時に、消費者行政に特有、あるいは頻発する技術的な問題についての知識

やノウハウを蓄積する必要があり、そのための研修システムを考えることが望ましい。そうした観点からは、国の関係機関での実務研修推進を図ることも考えられる。