

地方消費者行政専門調査会報告書

平成23年4月

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
【委員の意見】	38
【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	39
【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)	42
【参考資料2-2】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)	44
【参考資料3】地方消費者行政専門調査会 審議経過	47
【参考資料4】地方消費者行政専門調査会 委員名簿	49

【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)	50
【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)	56
【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)	64

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ゃ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、行政側の縦割りの対応に問題があることが明らかになっ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・強化期間終了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。

なお、今回の東日本大震災に伴い、大きな損害を被った各県・市町村における地方消費者行政の充実策に関しては、格別の配慮を求めるものである。

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いかすには、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、身近な相談窓口ネットワークの構築、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、地域の特性をい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いかにさせるよう、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。

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

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

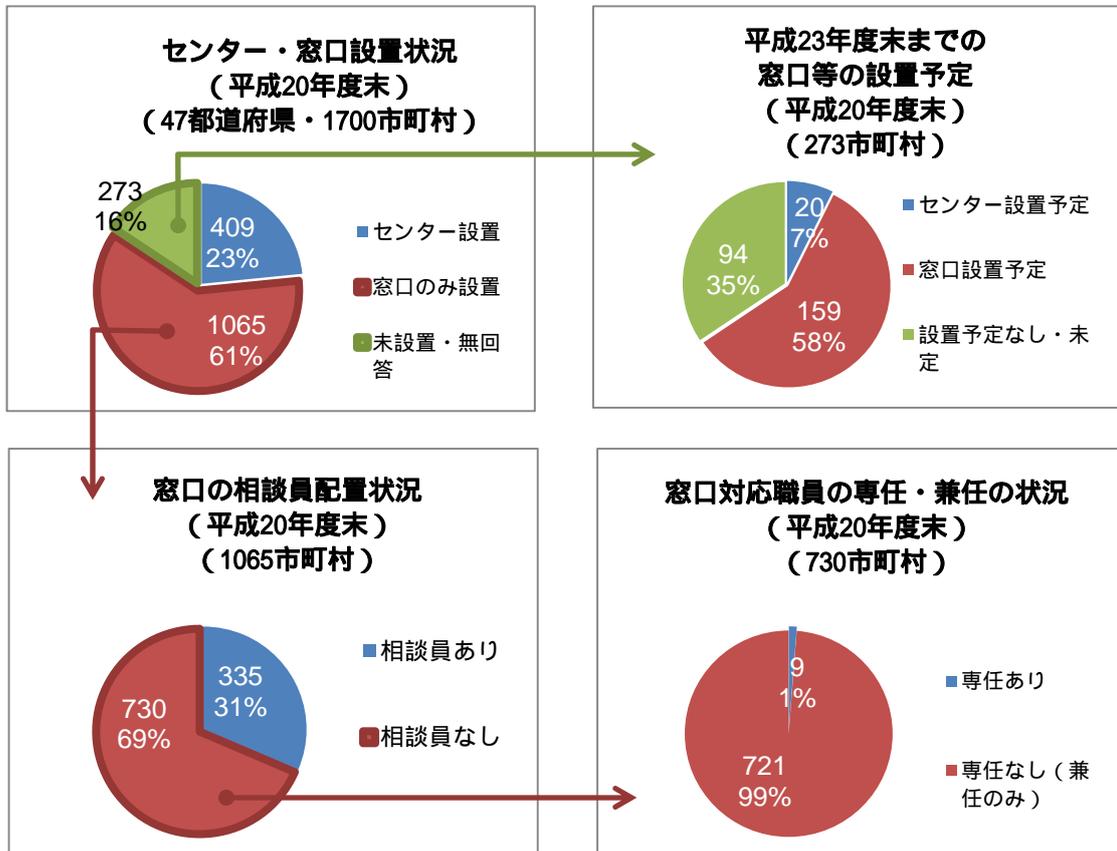
消費者委員会は、平成22年1月と平成23年1月と2回にわたって、全国の都道府県及び特別区を含む市町村(以下「市町村」という。)に対して、地方消費者行政に関する実態について書面調査及び実地調査(以下「地方消費者行政実態調査」という。)を行った。概要については、参考資料6及び参考資料7のとおりであるが、相談窓口に関する主な内容は以下のとおりである。

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。



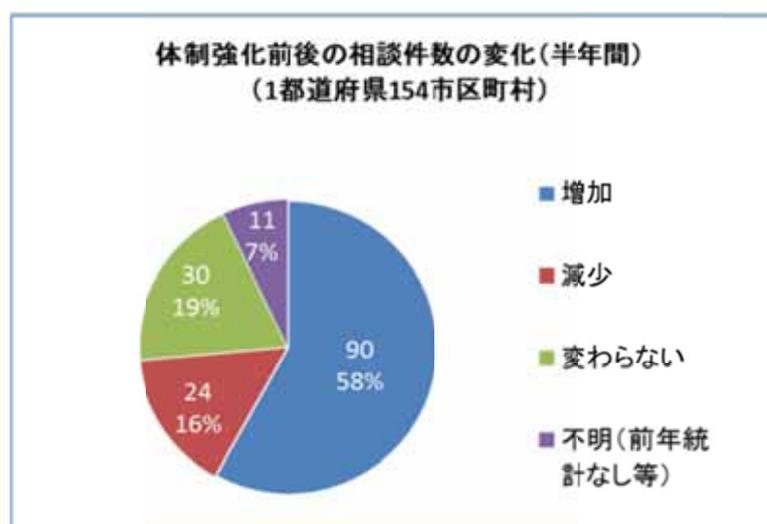
注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局)3頁に示した図表について、一部データを修正したもの(平成22年1月7日時点で回収済みの47都道府県・1700市町村の回答を元に集計)

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

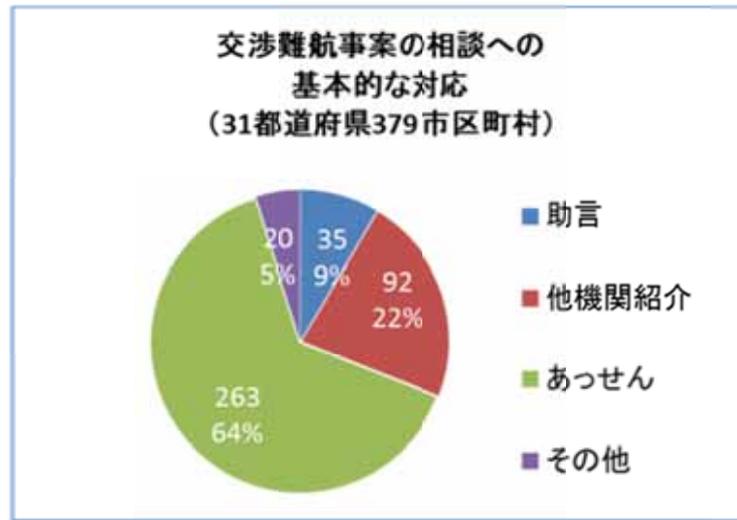
また、一般に、「人口数万人以下の市町村では、役場に顔見知りが多く、相談に行きにくいので、窓口を作っても相談に来ない。」との意見も聞かれることがある。しかし、今回の調査では、人口2万から3万の各市町でも、窓口を作ったことにより、相談件数は、著増していることが明らかになっている。

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箇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. 窓口へ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1) 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

注2) PIO-NETとは、全国消費生活情報ネットワーク・システム(Practical Living Information Online Network System)の略。

(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。

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。

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いかして、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、執行業務にい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っ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)

一部地域の市町村による広域的な連携を行う場合

一部地域の市町村が広域的に連携、あるいは単独で窓口を設置すると同時に、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いかしてこれを支援する等の場合

(都道府県と域内市町村での連携)

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、その利点をいかすと同時に、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、地域の行政にい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、相談員の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。

相談員に対する報酬

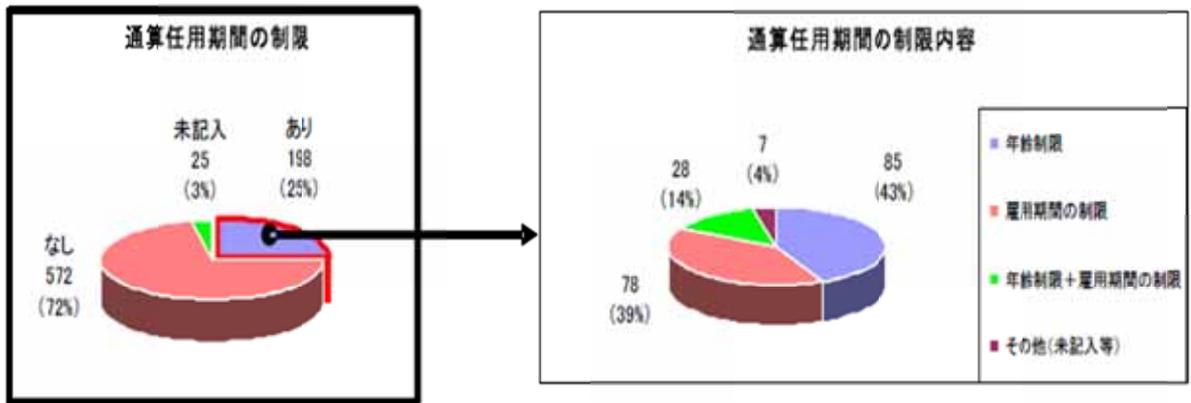
消費生活相談員の報酬について、専門性や能力等を勘案した昇給制度が設けられていない都道府県・政令市が全体の8割近くある。



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

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。

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。

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。

事故情報の連絡

上記 及び 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

住民への啓発・情報提供

上記 、 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、必要に応じて啓発に努める。

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、

必要な研修機会を定期的に用意する必要があること、

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、

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 ~ 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。

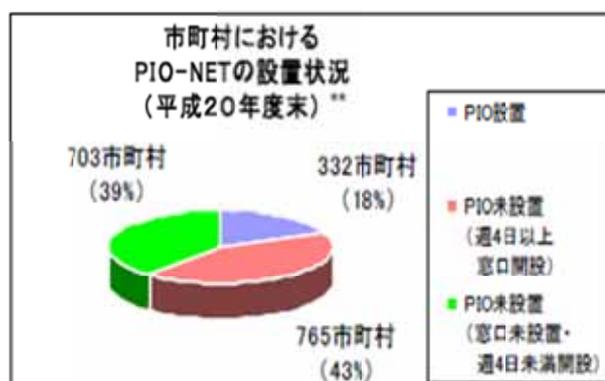
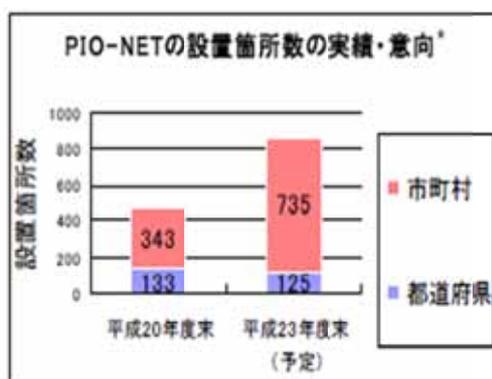
1 消費者被害情報の収集等に係る現状と課題

(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。

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。



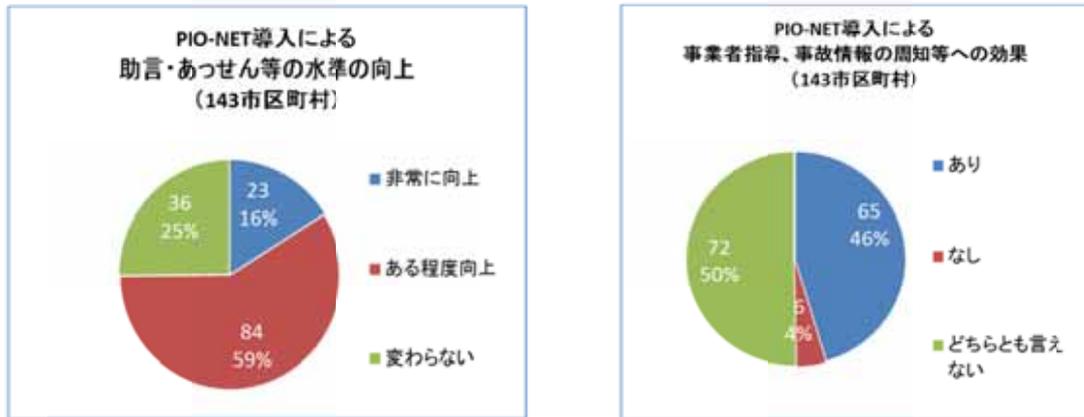
注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局)10頁より

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・食品関係その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。相談窓口における入力に伴う手間・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、その費用の一部を国が負担する仕組みと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、各地方公共団体等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。

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

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。

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

消費者たる住民保護、各相談窓口における悪質事業者指導の実効性確保等の観点からは、都道府県における法執行の一層の強化が必要。

ただし、各都道府県における実績のばらつき、現行法制上の限界等を踏まえると、国としても、技術支援や情報共有の推進を図ると同時に、執行権限の見直しを進める必要。

1 地方公共団体における法執行の現状と課題

(1) 都道府県における法執行の実態調査結果

消費者庁の法執行担当課から、本専門調査会に提出された資料からみた主要な関係法令の法執行の状況は、以下のとおりである。

特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)以下、「特定商取引法」という。)

平成18年度、平成19年度以降、各都道府県の執行件数が急速に増加し、ほとんどすべての都道府県が業務停止命令を含め、行政処分を経験するようになっている。その結果、都道府県全体の処分数は、この数年、国の処分件数の2倍から3倍程度で推移している。

その背景として、複数の都道府県が同一の事業者に対して、同時に処分を行う事例もみられ、その分、件数がかさ上げされている面もみられるが、そうした事例を除いたとしても、なお、国の処分件数を上回っており、都道府県は、規制の実効性を確保する上で重要な役割を担っているものと評価できる。

特商法に基づく行政処分の件数

年度	平成16	平成17	平成18	平成19	平成20	平成21	平成22
国	16	35	30	40	37	48	35
都道府県	24	45	54	140	104	90	77
合計	40	80	84	180	141	138	112

※ 平成22年11月30日現在

特商法に基づく行政処分の件数(消費者庁設立後)

年度	平成21 (9月以降)	平成22 (11月30日現在)	合計
消費者庁	4	24	28
経済産業局	22	11	33

注) 第8回地方消費者行政専門調査会 資料1 特定商取引法の執行について(2010年11月30日 消費者庁取引・物価対策課) 2頁より

不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）（以下、「景品表示法」という。）

都道府県全体でみた指示件数は、平成16年度以降、十数件から二十数件で推移しているが、その大半は、静岡、東京、兵庫等のいくつかの都道府県に集中しており、平成12年度以降で、全く指示処分を行ったことがない県は、13に上っている。

また、国の執行件数は、平成16年度以降、都道府県の指示件数を大幅に上回っていたが、平成21年度以降、急速に減少している。消費者庁が発足してから1年間（平成21年9月～平成22年8月）の執行件数は9件と、平成13年度以降の各年度の件数と比較して最も少ない件数となっている。

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成22年11月1日現在)

(単位:件)

年度	平成12 (2000)	平成13 (2001)	平成14 (2002)	平成15 (2003)	平成16 (2004)	平成17 (2005)	平成18 (2006)	平成19 (2007)	平成20 (2008)	平成21 (2009)	平成22 (2010)	合計	年度
国(※)	3	10	22	27	21	28	32	56	52	12	5	268	国(※)
都道府県	2	2	22	6	14	11	18	28	21	26	13	163	都道府県
北海道					2	1				1	2	6	北海道
青森												0	青森
岩手						1						1	岩手
宮城			13		1							14	宮城
秋田								1				1	秋田
山形								1				1	山形
福島			2						1			3	福島
茨城									1		1	2	茨城
栃木									1	3	1	3	栃木
群馬		1			1							2	群馬
埼玉							2	1				3	埼玉
千葉							2	1		1		4	千葉
東京	1					1	2	1		12	1	18	東京
神奈川							2	1	1			4	神奈川
新潟						1					3	4	新潟
富山												0	富山
石川												0	石川
福井												0	福井
山梨												0	山梨
長野						1	2					3	長野
岐阜					1	1			2	1		5	岐阜
静岡			1	2	3	1	3	4	3	1	1	19	静岡
愛知								2				2	愛知
三重												0	三重
滋賀										1		1	滋賀
京都					3			1	1	1		6	京都
大阪						1			2			3	大阪
兵庫			1	1	1	2	3	1	2	2		12	兵庫
奈良												0	奈良
和歌山												0	和歌山
鳥取								2				2	鳥取
徳島											1	1	徳島
岡山												0	岡山
広島												0	広島
山口	1							1	1			3	山口
徳島								4		1	1	6	徳島
香川					1			1				2	香川
愛媛								1		1		2	愛媛
高知			1			1				2		4	高知
福岡								1	1			2	福岡
佐賀		1	1	1		1	1	2	1			8	佐賀
長崎								1				1	長崎
熊本				2					1	2		5	熊本
大分			2	2			1					5	大分
宮崎												0	宮崎
鹿児島												0	鹿児島
沖縄												0	沖縄

※ 平成21年8月末日までは公正取引委員会における排除命令件数。平成21年9月1日以降は消費者庁における措置命令件数。

注) 第8回地方消費者行政専門調査会 資料2 景品表示法の執行について(2010年11月30日 消費者庁表示対策課)2頁より

(2) 上記報告を踏まえた法執行の課題

上記の報告結果をまとめると、以下の課題が存在するものと考えられる。

特定商取引法

上記のとおり、都道府県が法規制の実効性確保において、重要な役割を果たしている。

他方、全国の消費生活センターに寄せられる相談件数のうち、特定商取引法の主たる対象である無店舗販売に関するものについてみると、相談件数は40万件を超え、全体の相談件数の5割近くに上るなど、依然として高水準で推移していることが分かる。

特に、高齢者を狙った悪質な事案が多いとされる訪問販売については、年間10万件前後で推移しており、早急な対応が望まれる。また、訪問販売業者の中には、一つの都道府県で処分されても、他の都道府県に移動して営業を開始するものもみられる。

したがって、国の法執行体制の強化はもちろんのこと、都道府県の執行体制・権限も充実・強化するような一層の対応策を講ずることが望まれる。

景品表示法

上記のとおり、都道府県が行う処分件数は、国による件数に比べて低調に推移しているほか、積極的に処分を行っている都道府県もいくつかに限られている。消費者庁発足後の国の処分件数は、相当程度減少している。

他方、全国の消費生活センターに寄せられる相談件数のうち、表示・広告関係は、全体の4%台で推移していることから、直ちに問題が顕現化しているとは評価し難いが、処分が低調化すれば、今後、問題が大きくなることも懸念される。

2 都道府県による望ましい法執行体制・権限

本来、法執行の強化については、国として積極的に取り組んでいく必要があるが、実際には、消費者庁を含め国の執行機関は、インターネット等を利用した通信販売、急速に広域的に拡大するマルチ商法や複雑な金融商品の電話勧誘等の事案をはじめ複数の都道府県をまたいで広域的に被害が発生している事案について、的確に対応できているとは言い難い。したがって、関係省庁の連携強化も含め、これに必要な体制整備を急ぐ必要がある。

その上で、住民に身近な地方消費者行政における法執行体制についても以下のとおり強化を図っていく必要がある。

(1) 都道府県における法執行強化の必要性

特定商取引法や景品表示法等では、その法目的として、消費者・購入者の利

益保護を明記している。消費者・購入者たる住民の利益保護推進の観点からは、被害が発生した都道府県において、今後とも迅速に処理する必要がある。

都道府県の迅速かつ厳正な法執行は、以下の点でも、当該都道府県の消費者行政推進に資することになる。

都道府県内における類似する悪質商法、偽装表示等の抑止

都道府県内の市町村窓口における事業者指導の実効性強化

法執行を行うことで得られた悪質事業者の手口等に係る知見を踏まえ、住民に対して啓発活動を強化

(2) 地方の執行力を高めるための国の支援策

都道府県ごとで、執行実績のばらつきが大きいことから、国の執行機関としても、以下の観点で法執行強化を後押しするなど必要な支援を進める必要がある。

的確な法執行の前提としては、運用基準の明示など法解釈の明確化、問合せへの対応体制の整備を進めるほか、国と都道府県が法執行のための調査を共同で行ったり、都道府県の要請に応じて地方から国への出向の受入れや法執行担当職員の研修を行ったりするだけでなく、国から地方に職員を派遣して、執行事務の応援を行うことで、地方消費者行政を支援するとともに国の持っている専門的知見の共有を推進していくことも必要である。

なお、都道府県において、警察のOBの活用や、他部署の職員との連携を強化することも具体的な執行において有効である。

執行関連の情報共有については、ブロック会議の開催や、特商法・割販法執行NETを通じた情報共有などが行われており、今後ともその内容の充実を図るほか、景品表示法等他の執行分野における情報共有も進めていく必要がある。

同一事案について、一つの行政機関が調査に着手したものの、事情によって他の行政機関が処分することになった場合の証拠等の引継ぎについて、国から先例等も含めて一定の考え方を示すことも求められる。

(3) 都道府県等の執行権限強化

都道府県によっては、既にその執行体制が相当程度強化されていること、事件処理に係る事務負担重複を防止する等の観点からは、その執行権限について、以下のとおり、一定の拡大を検討する必要がある。

特定商取引法については、都道府県による行政処分の効果が、当該都道府県に限定されている。次々販売のように、一つの都道府県で処分された後、

別の都道府県で営業している例が頻発していることを踏まえれば、事件処理に係る事務負担重複を防止する観点からは、各地方の経済産業局が積極的に調査・処分を行うだけでなく、都道府県が着手した事案でも広域的な被害防止が必要であると判断した事案については、当該処分の効果を全国に及ぼすことができるものとするのが適当である。

この場合、各個別の法律執行は、当該都道府県住民に効果を及ぼすのみならず、全国にも効果を及ぼすことになることから、国としても技術的支援等を検討する必要がある。

景品表示法に関する都道府県の執行権限は、現在、指示のみとなっている。景品表示法の目的規定が公正かつ自由な競争の促進から、消費者保護に変わったことも踏まえ、措置命令も行えるようにすることが適当である。

都道府県の執行権限強化に合わせて、公正取引委員会の地方事務所との連携・協力体制を強化する。また、消費者庁と公正取引委員会の地方事務所との間で、事件調査や事業者等からの相談対応における連携・協力を一層密接に行うなど、国としての執行体制を強化する。

なお、今後の課題として、例えば、複数の都道府県をまたぐ一定地域の事案等について、公正取引委員会の地方事務所において、調査以外の執行権限の一端を担えるように法制上の見直しについて検討する。

第7章 地方消費者行政の基盤・環境の整備について

地域の現場で活動する多様な主体の参画による消費者教育の充実を図ることが望ましい。

行政と消費者団体、事業者団体などの協働により、消費者教育や啓発活動等の推進を図る。

各地域の実情や、地方公共団体の自主的な判断によるところではあるが、地方消費者行政の充実強化に向けた効率的・効果的な組織体制の構築と人材育成の強化が求められる。

1 地方消費者行政の基盤・環境に係る現状と課題

(1) 消費者教育をめぐる消費者団体等様々な主体との連携体制の構築

平成23年1月に行った地方消費者行政に関する実態調査によれば、「平成21年度に消費生活相談体制を強化した410の地方公共団体（31都道府県・379市町村）に、「消費者が製品事故・悪質商法等の被害に遭わないよう、その安全・安心を守るための方策として必要なもの」を尋ねたところ、全体の約4分の3に当たる311の地方公共団体が「啓発・教育」を挙げている。

地方消費者行政の基盤・環境を整備していく上で、消費者に対する教育・啓発が必要不可欠なものとなっていることを改めて確認することができる。

この点で、消費生活の知識や情報との接点を増やし関心を高めることで、消費者の意識向上を図ることが課題である。

他方、小中高等学校、大学における消費者教育や、学校教育以外での地域社会における若者から高齢者までの各層を対象とした消費者教育については、各地域で鋭意行われてきているものの、その成果が実際に目に見えにくいということもある。その結果、ともすれば、地方公共団体によっては、関係予算が削られていく傾向にあるとの指摘もある。

また、従来から、地域の消費者教育等で重要な役割を果たしてきた消費者団体も、地方によっては、会員の高齢化等もあって、そうした役割を担うのは、難しくなっているとの指摘もある。

地域の消費者教育は、住民のネットワークがいかせる分野であるので、消費者団体のみならず、幅広く地域で活動している団体を含めた人づくり、組織づくり、ネットワークづくりを図っていくことが大きな課題となっている。

(2) 地方消費者行政の充実強化に向けた組織体制・人材育成

地方消費者行政を担う正規職員は、過去10年間で半減しており、これに伴い一人の担当者が様々な業務を兼任していたり、消費者行政に関する研修期間が短くなったりしたことなどに伴って、十分な専門的知見を身につけ、また、維持していくのが難しいとされている。

また、行政組織上も消費者行政に関する事務の位置づけは相対的に低いほか、庁内の安全部門や福祉関係部門との連携が必ずしも十分でない自治体が少なくないとされている。

2 地方消費者行政の基盤・環境の整備に向けた望ましい取組の在り方

(1) 様々な主体による消費者教育・協働を進めるためのシステム構築の在り方

消費者自身が、一定の知識と確かな判断力を持つこと、それによって被害に遭うリスクを低減することが重要である。小中高等学校、大学における消費者教育の内容充実のため、地域の多様な主体が関わることや、学校教育以外でも、地域社会で若者から高齢者にいたるまで、その特性に応じて、様々な接点を通じて必要な知識や情報提供を行っていくことが必要である。消費者教育の担い手として、消費者相談に携わっている人、民生委員等福祉関係者などの参画も進めていく必要がある。

また、こうした多様な主体による取組を地方公共団体が積極的に支援していく必要がある。そのためには、地方公共団体の行う消費者教育に関連する事務について法的な位置づけを明確化したり、国から関係教材等について技術的支援を行ったりすることも検討すべきである。

地域の様々な主体との協働によって、効果を上げている事例が多くみられる。消費者行政においては、消費者団体等の活動が、地域の消費者行政に刺激を与え、その内容をより良いものとする力ともなっている。こうした地域の多様な主体の活発な活動は、消費者行政が効果を上げるための重要な基盤である。地方公共団体としては、こうした地域の多様な主体との継続的な協力関係の構築に努めることが必要である。

また、国としても、モデル的な事例の紹介など情報提供の面やブロック会議の開催など情報交換の場作りの面で支援を行うべきである。

適格消費者団体が消費生活センター等の行政機関から速やかに情報提供を受けられるようにするなど、適格消費者団体と行政との新たな連携を検討すべきである。

事業者団体による自主規制や消費者向けの啓発活動が行われているが、行政としても事業者との連携を強化していく必要がある。行政から事業者、事業者団体への情報提供、意見の吸い上げなど協力関係の構築（連絡会議、説明会、照会対応など）を行うべきである。

また、消費者志向経営を推進している事業者団体と協力して、消費者基本法第5条「事業者の責務」を事業者に周知し、消費者志向の事業者を育成するため、事業者向け研修の充実に努めるべきである。

(2) 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在り方

地方公共団体においても、国における消費者庁や消費者委員会の設立と並行して、消費者行政に関する事務を一つの課や局にまとめていく動きが見られる。しかし、上記1(2)で述べたとおり、なお多くの地方公共団体では、消費者行政に関する事務の位置づけは相対的に低く、消費者利益の擁護及び増進という観点からの部局横断的な連携についても課題を抱えている。

他方、地方公共団体においては、消費者行政を推進するための本部の設置、計画の策定なども行われており、今後、連携の核となる担当部署の格上げや体制充実を検討することが望ましい。

人材の専門性の構築に当たっては、相談員や消費者行政を担う正規職員のみならず、福祉部門等の職員も含めて、現在、国民生活センターが行っている研修内容・期間について、一層の充実が求められる。また、この分野の専門性を培っていかこうとする職員に対して、将来の展望が得られるようなキャリアパスを提示することも求められる。さらに、消費者行政の重要性に対する職員全般の意識を高めていくことも必要である。

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、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。）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。ただし、東日本大震災の被害を受けた各市町村については、格別の配慮が必要である。

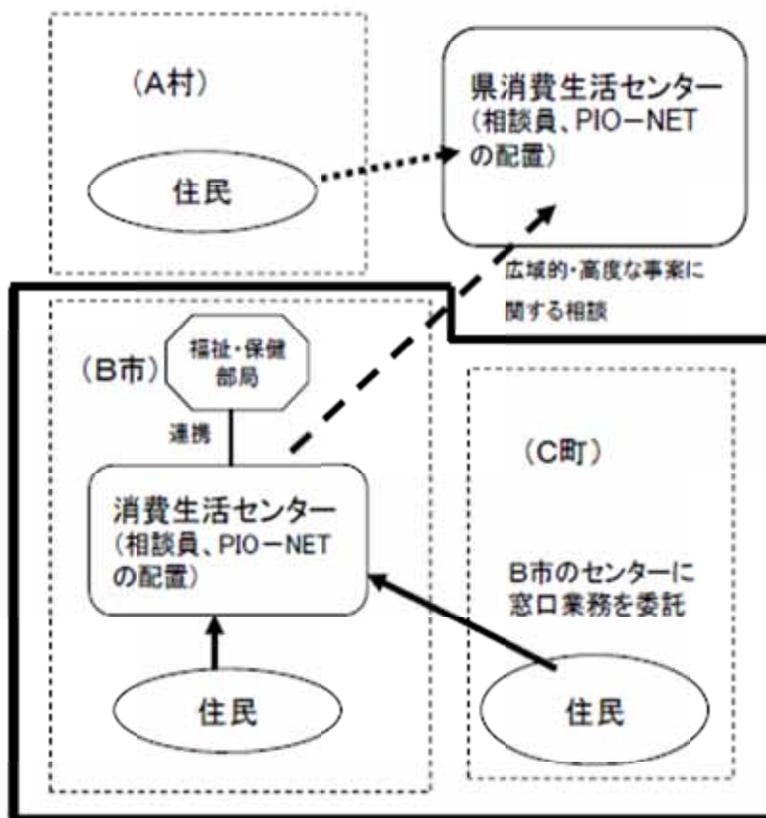
もっとも、各市町村における消費者行政の十分な定着を図る上では、窓口での相談対応の充実や出前講座等による啓発活動等を通じて住民の間での支持・理解を深めるとともに、福祉等他の行政分野との連携体制の強化等を図る必要がある。そのためには、集中育成・強化期間終了後さらに数年の期間を要すると考えられる。したがって、地域における消費者行政の定着に向けて、国として、様々な施策を組み合わせる必要がある。

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PI0-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。

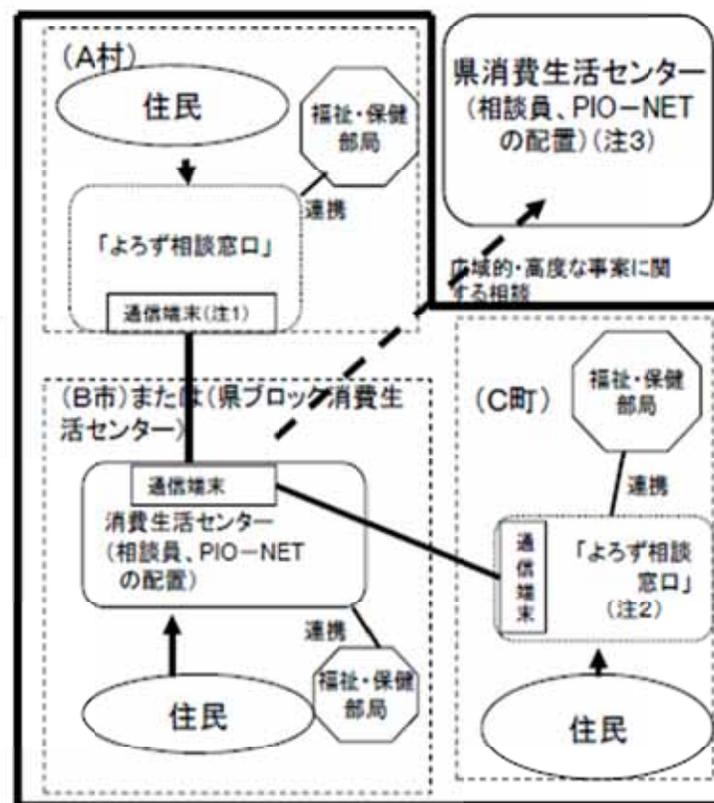
なお、平成21年度以降「地方消費者行政活性化基金」や「住民生活に光をそそぐ交付金」等のこれまで講じた施策が地方消費者行政の活性化に向けてどのような効果を発揮したのかについて、検証を行う必要がある。

(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)

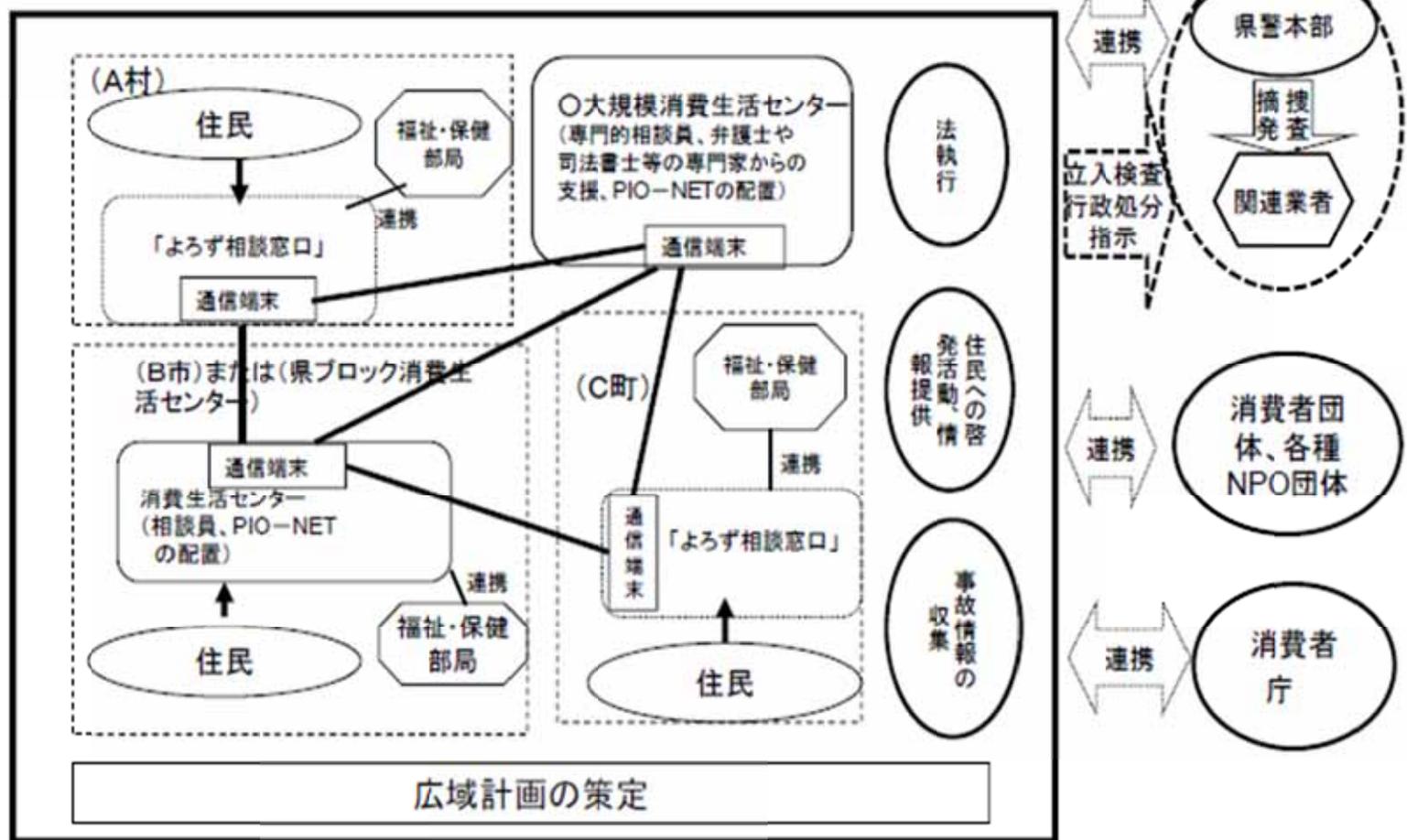


(注1) IT電話やTV電話など画像・音声について双方向交信が可能な情報通信端末等を設置することを想定。

(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形（以下、「ひな形」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、ひな形において、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等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">○ ひな形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">○ ひな形において、以下の点を示す。<ul 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形に明記。

【委員の意見】

委員 国 府 泰 道
委員 菅 美千世
委員 田 中 三恵子
委員 矢 野 洋 子

- 1 私たちは、報告書では、国の財政負担について次のような結論を示すべきであったと考えます。
 - (1) PIO-NET の入力事務については、国が恒常的な財政負担するための仕組みとして、地方財政法第10条第1項の「地方公共団体が法令に基づいて実施しなければならない事務であって、国と地方公共団体相互の利害に関係がある事務のうち、その円滑な運営を期するためには、なお、国が進んで経費を負担する必要があるものに要する経費」として、「消費者事故情報の収集及び通知（消費者安全法第12条の事務）に要する経費」を加えること。
 - (2) 相談窓口整備及び法執行の強化のための財政措置として、地方消費者行政活性化交付金のように確実に地方消費者行政のために使われる交付金とし、人件費など体制整備のために使用しやすいようにこれを相当年数にわたって整備すること。
- 2 仮に上記のように財政措置の大枠を示すことが困難なために、消費者庁に検討を委ねるにしても、下記のように一定の枠をはめた委ね方をすべきであったと考えます。

記

「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』について検証評価した上で、地方公共団体の創意工夫に基づく裁量を発揮しつつも、たしかに消費者行政に相当年数にわたって使われるようなかたちでの財政措置を講ずる方向で、その具体的なあり方について検討する必要がある。」(報告書第1章2(2)末尾の段落及び第2章2(4)第6段落を修正し、第8章の末尾に追加する)