

地方消費者行政専門調査会報告書
資料編

—資料編 目次—

【資料1】地方消費者行政の充実強化に向けて-----	1
[平成21年12月14日 消費者委員会]	
【資料2】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-----	4
[平成23年4月15日 消費者委員会]	
【資料3】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-----	7
支援策についての建議	
[平成24年7月24日 消費者委員会]	
【資料4】「消費者基本法」「消費者安全法」「消費者教育推進法」等-----	16
に基づく地方消費者行政の枠組み	
[消費者委員会事務局作成資料]	
【資料5】地方消費者行政体制の現状 [消費者委員会事務局作成資料] -----	17
【資料6】地方消費者行政の充実・強化について（抜粋）-----	33
[消費者庁作成資料]	
【資料7】消費者教育の推進に関する法律の概要 [消費者庁作成資料] -----	44
【資料8】消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）概要-----	45
[消費者庁作成資料]	
【資料9】広域連携の仕組みと運用について [総務省作成資料] -----	47
【資料10】共同処理制度の比較 [総務省作成資料] -----	55
【資料11】消費生活相談業務にかかる広域連携について（H24.5末現在）-----	56
[消費者庁作成資料]	
【資料12】市町村連携による広域的な消費生活相談等の対応一覧-----	59
[消費者庁作成資料]	

【資料 13】消費生活相談に係る広域連携（イメージ）-----	66
[消費者委員会事務局作成資料]	
【資料 14】連携のイメージ-----	70
（教育・社会参画、福祉・安全分野、生活包括支援型）	
[消費者委員会事務局作成資料]	
【参考資料 1】地方消費者行政専門調査会 設置・運営規程-----	73
【参考資料 2】審議の経過-----	75
【参考資料 3】委員名簿-----	76
【関係法令】消費者行政に係る地方公共団体の事務についての法令での規定--	77
（消費者基本法（抄）、消費者安全法（抄））	
【関係法令】消費者教育の推進に関する法律-----	85

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 年間を集中育成・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。

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

平成 23 年 4 月 15 日

消費者委員会

消費者委員会は、地方消費者行政専門調査会から、「地方消費者行政専門調査会報告書」の提出を受けた。消費者委員会は、この報告書の内容を踏まえ、以下のとおり、関係各大臣に建議を行う。

- 1 消費者委員会は、従来からの産業育成中心の行政のあり方を、国においても地方においても消費者重視に転換していくため、あらゆる施策を講じていく必要があるとの観点から、関係省庁の施策に対する建議、提言等を行ってきた。

地方における消費者行政を活性化するための様々な方策について、消費者委員会は発足以来、消費者庁及び消費者委員会の設置に至る国会審議を踏まえ、調査、審議を行ってきた。それとともに、地方公共団体に対する実態調査やヒアリングを重ね、その中で浮かび上がってきた地方消費者行政の問題点を踏まえ、一昨年 12 月に、審議・検討すべき論点を整理し、地方消費者行政専門調査会（以下、「本専門調査会」という。）に提示したところである。

- 2 本専門調査会は、消費者委員会が示した上記の論点に基づき、昨年 4 月から 1 年間、計 13 回にわたって精力的に審議を重ねてきた。

なお、昨年 1 月及び本年 1 月に、全国の都道府県及び市町村（特別区を含む。）に対して、消費生活相談窓口や相談対応等の現況や地方消費者行政活性化基金等の施策の効果についての実態調査を行った。また、本年 1 月に、それまでの審議・検討を踏まえて作成した報告書の骨子案について、意見募集を行った。これに対して、地方公共団体、関係団体・NPO 法人、全国各地の個人の方々から計 180 を超える意見が寄せられたところである。

- 3 本報告書は、こうした 1 年間にわたる審議・検討や実態調査、全国から寄せられた様々な意見を踏まえて作成されたものであり、上記のとおり地方消費者行政強化に向けた対応をより充実したものとしようとする視点に立って検討された内容となっている。他方、地方消費者行政の活性化に当たっては、現在、進められている「地域主権改革」の趣旨を踏まえ、各地方公共団体が地域住民の声にきめ細かくに対応し、地域の特性を踏まえて創意工夫を発揮できるように最大限配慮すべきであることは言うまでもなく、本報告書はこうした点からも評価できるものとなっている。

- 4 本報告書に記載された各種施策は、平成 21 年度からの集中育成・強化期間終了

後、地方消費者行政を引き続き強化していくうえで、早急に実施する必要がある。

また、その実施に当たっては、本報告書の第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」を踏まえて、平成23年度以降、具体的な施策を総合的かつ計画的に実施していくため、詳細な工程表を策定する必要がある。

- 5 そこで、消費者委員会は、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき、内閣府特命担当大臣（消費者）、総務大臣等関係各大臣に対して、本報告書の内容のとおり建議し、報告書において記載された各種施策の実施に向けて、早急な対応を求めるものである。

また、消費者委員会は、消費者行政の司令塔たる消費者庁において、関係省庁の対応を取りまとめ、本報告書に記載された各種施策を実施するための詳細な工程表を作成し、本年7月までに報告することを求める。

- 6 本報告書の内容の中で、消費者委員会として、特に、早急な検討・実施を求める事項として、以下の点を特記する。

① 国による地方に対するこれまでの支援策に係る検証・評価

これまでも国としては、「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」等の様々な施策を講じてきたところであるが、集中育成・強化期間終了後の施策を講ずるに当たっては、これまでの様々な施策が、地方消費者行政の活性化に向けてどの程度成果を挙げたのか等について、しっかりと検証を行ったうえで、その評価を踏まえてより効果的な施策を立案することを求める。

② 相談ネットワークの充実

消費者委員会が実施した都道府県及び市町村における相談窓口に係る実態調査等によれば、相談窓口設置に対する住民のニーズは大変強いものの、相談窓口のない市町村がなお相当数存在すること、あるいは設置したとしても充実したサービスを提供するのが難しいという実情が明らかとなった。

本報告書で提言している広域連携（単独の市町村を県が支援する連携を含む。）に対する国による支援策を早急に実施することで、相談ネットワークを充実することを求める。

③ PIO-NET の入力費用に対する国の一定の負担の検討

地方公共団体の相談窓口における PIO-NET の入力に係る事務負担が、以前にも増して、増大している。これは、被害事案の早期把握等の国からの要請増加に伴う面も少なくない。したがって、相談窓口における入力に伴う手間・費用負担等のうち、費用の一部を国が負担する仕組みについて、早急に検討作業を進めることを求める。

④ 地方における法執行体制の強化

全国の消費生活センターに寄せられる相談件数のうち、悪質商法等に絡む無店舗販売や、表示義務違反等に係る相談が過半を占めている。このような特定商取引法・景品表示法違反行為に起因すると思われる相談が全国で多発していることを踏まえると、早急に地方における法執行体制を強化する必要がある。

したがって、そのための法執行権限の見直しや、国としての支援策について、直ちに所要の作業を進めることを求める。

なお、今回の東日本大震災に伴い被害に見舞われた各県・市町村における地方消費者行政を含む地方行政の基盤が大きく損なわれたことから、消費者委員会は、その復旧支援策は緊急かつ重要な課題であると考えている。消費生活相談など地方消費者行政の基本的機能の復旧支援については、国としても全力を挙げる必要がある。消費者委員会は、そのような観点から、引き続き、関係機関の対応等を注視していく。

地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化
に向けた支援策についての建議

平成 24 年 7 月 24 日
消費者委員会

地方消費者行政の抜本的強化を通じて、消費生活センターによる全国ネットワークを構築し、消費者の意見をできるだけ政策に反映していくことは、平成 21 年 9 月に消費者庁及び消費者委員会が設置された際における重要な基本理念の一つであった。消費者にとって身近な地方自治体は、消費者行政の基盤を成すものであることから、自治体による消費者行政への積極的な取組を実現することは、最重要の課題であるといえる。このため、消費者委員会はその発足以来、地方消費者行政を活性化するための様々な方策について調査審議を行ってきており、平成 23 年 4 月には「集中育成・強化期間」後において地方消費者行政を引き続き強化していく上で必要となる各種の施策を「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」としてとりまとめ、内閣府特命担当大臣（消費者）、総務大臣等関係各大臣に対して、これら施策の早急な実施を求めてきた。

その後、集中育成・強化期間にあわせて造成された「地方消費者行政活性化基金」（以下、「活性化基金」）が本年度で終了することを受けて、消費者庁は本年 7 月 12 日に「地方消費者行政の充実・強化のための指針」（以下、「指針」）を策定した。また、当委員会としても、建議事項のフォローアップの一環として、全国 20 か所の地方自治体¹や有識者に対するヒアリング調査を実施し、活性化基金終了後の対応の在り方について検討を行ってきた。

当委員会としては、これらの検討の結果を踏まえ、集中育成・強化期間終了後における地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化を実現するために必要となる国からの支援策について、内閣府特命担当大臣（消費者）、総務大臣等関係各大臣に対して、下記の通り改めて建議を行う。

当委員会は、本建議への対応について、内閣府特命担当大臣（消費者）及び総務大臣に対して、平成 25 年 1 月を目途にその実施状況の報告を求める。また、「消費者基本計画」の検証・評価・監視活動の一環として、本建議に対する関係各大臣の対応状況について、定期的にフォローアップを実施する。

記

¹ うち 10 か所は都道府県、10 か所は市町村。対象は消費者行政担当課または消費生活センター・相談窓口。

(主な建議事項)²

- 地方に対する新たな支援策を策定する前提として、国によるこれまでの支援策について、より詳細な検証・評価を早急に行い、その結果を公表すること。
【建議事項（１）関係】
- 活性化基金で新設・増設した相談体制を維持するため、自主財源確保が困難な自治体が行う基礎的な取組を下支えするための財政支援を確実にを行い、当面の間継続すること。【建議事項（２）関係】
- 自治体が主に国の政策的要請に基づいて行っている業務に係る負担の実態を把握した上で、その業務の遂行に要する財源をより確実に消費者行政担当部局へ配分するために必要な国からの財政負担の在り方について、国庫負担金や補助金等を含めて幅広く検討を行い、必要な措置を講じること。【建議事項（３）関係】
- 消費生活相談員の雇止めの抑止に向けて、一律に任用回数の制限を設けることは適切でないことについて、自治体への周知を徹底すること。また、消費生活相談員が「任期付短時間勤務職員制度」の対象となり得ることを明確化するとともに、より柔軟な専門職任用制度の在り方について検討を深めること。【建議事項（４）関係】
- 消費者行政担当職員・消費生活相談員のレベルアップを図るため、現場のニーズを踏まえた多様な研修機会・プログラムを提供すること。また、研修を補完するための一方策として、国レベルで「基本マニュアル」や「相談事例集」等を体系的に整備・更新し、自治体に提供すること。【建議事項（８）、（９）関係】
- 消費者教育推進法の国会審議等の動きを踏まえ、消費者教育・啓発に係る自治体の取組に対する支援を強化すること。【建議事項（１０）関係】

² 建議事項の詳細については、「２．集中育成・強化期間終了後における国による支援策の在り方」を参照。

1. 集中育成・強化期間における支援策の評価と今後の展望

(1) 支援策の成果と課題

集中育成・強化期間における活性化基金³等を通じた支援等により、地方自治体において消費生活センター・相談窓口の設置件数や消費生活相談員の人数が飛躍的に増加するなど、地方消費者行政の体制整備は大きく進展した⁴。また、消費生活相談員への研修、消費生活相談の窓口機能、消費者教育・啓発といった内容面においても相当の充実・強化が図られた。当委員会が自治体に対して行ったヒアリング調査においても、ほぼすべての自治体が同期間中に地方消費者行政が大きく前進したことを高く評価しており、当初の政策目標の一定程度は達成されたものと考えられる。

しかし、集中育成・強化期間中に、自治体の自主財源を強化することを目的として、消費者行政に係る地方交付税措置が拡充⁵されたが、この間、特に規模の小さい自治体における消費者行政予算は活性化基金に大きく依存し、交付税措置の拡充に対応した自主財源の増加は見られなかった。また、自治体において消費者行政を担当する職員数もほぼ横ばいとなっている。さらに、平成 22 年度補正予算に計上された「住民生活に光をそそぐ交付金」(1,000 億円)のうち、地方消費者行政に充てられたのは 25 億円に止まった。

各自治体において消費者行政を推進するための自主財源や担当職員の確保が十分に進んでいないことは、集中育成・強化期間終了後において地方消費者行政を持続的に展開する上での大きな制約となることが懸念される。

(2) 集中育成・強化期間終了後における自治体の対応の見通し

以上のような懸念は、当委員会が地方自治体に対して行った現地ヒアリング調査結果からも浮き彫りとなっている。同調査結果によれば、集中育成・強化期間終了後に消費者行政推進のための自主財源確保の見通しがある自治体は一部に止まっており、十分な見通しがない自治体との間で大きな格差が存在することが明らかになった。

自主財源確保の見通しがあるのは、活性化基金以前より消費者行政分野で相応の実績の積み上げがある自治体か、ある程度の財政的基盤を前提に、消費者行政に対する「首長の理解と積極性」、「担当職員の資質と熱意」、「相談員の経験・スキルと熱意」をはじめとする様々な要件をクリアできた自治体に限られるといえる。一般財源全体にシーリングがかかる中で、同期間中によりやく消費者行政の充実・強化の足掛かりを得たばかりの自治体や、窓口新設直後で目に見える成果を出し切れなかった自治体を中心に、多くの地域において消費者行政に係る自主財源・人員の確保が困難な状況に陥ることが予想される。

このため、各自治体が持続的に消費者行政に取り組み、どこに住んでいても消費者の権利が守られる体制を整備するためには、国が財政・人材・制度・情報のそれぞれの面か

³ 平成 21 年度から 23 年度の 3 年間で 223 億円。1 年間延長し、平成 24 年度に 5 億円積み増し。

⁴ 消費者庁の「指針」によると、平成 21 年から平成 24 年にかけて、消費生活センターの設置件数は 220 か所、消費生活相談員の数は 555 名増加し、消費生活センター・相談窓口を設置していない市町村の割合は 22.4%から 6.9%に低下し、市町村における消費者相談に係る人口カバー率は 95.0%から 98.9%に上昇したとされている。

⁵ 平成 21 年度に自治体の消費者行政に係る基準財政需要額を 90 億円から 180 億円に倍増し、さらに平成 23 年度に 225 億円へ引き上げた。

ら、新たな支援策を講じることが不可欠であると考えられる。

(3) 消費者庁が策定した「指針」について

消費者庁が新たに策定した「指針」は、集中育成・強化期間後における地方消費者行政の充実・強化に向けた「消費者庁の取組」と「自治体への期待（提言）」を示すものである。具体的には、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」、「法の厳正な執行と連携強化」、「地域社会の消費者問題解決力の向上」との基本的方向性の下、地方消費者行政に積極的に取り組む自治体を引き続き支援し、自治体での取組を下支えできるよう、必要な財源確保に向け、最大限の努力をしていくとしている。

「指針」が示すこのような方向性は大筋としては是認されるところであるが、地方消費者行政に係る自主財源確保の見通しが十分に立っていない現状の下で、「自治体への期待」や「積極的に取り組む自治体への支援」に止まれば、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる」最低限の体制を維持する上での国からの支援策が不十分になるのではないかとの懸念が残る。

また、当委員会が昨年4月にとりまとめた建議においては、特に早急な検討・実施を求める事項として、①国による地方に対するこれまでの支援策に係る検証・評価、②相談ネットワークの充実（広域連携への支援）、③PIO-NET⁶の入力費用に対する国の一定の負担の検討、④地方における法執行体制の強化を掲げている⁷。

このうち、②については集中育成・強化期間中の取組によって大きく進展しており、今後はその維持・拡大や運用改善に向けた支援を継続することが求められる。また、①についても「指針」において、地方消費者行政予算や消費生活センター・相談窓口設置数といったインプット・アウトプット指標をもとに全体的な傾向を分析しているが、今後の効果的な支援策の検討に資するため、これまでの国からの支援策の成果に関するさらに詳細な検証・評価を行うことが求められる。

他方、④については、研修・情報共有や連携等を通じた支援は行われているが、都道府県の執行権限の強化につながる大きな進捗は見られない。また、③については、国による一定の負担の在り方についての具体的な検討は行われていない⁸。

「指針」については、必要に応じて随時見直し、改定するとされているが、集中育成・強化期間終了後における国からの支援策を真に実効あるものとするためには、以上のような課題について、改めて掘り下げた検討を行うことが必要である。

⁶ 全国消費生活情報ネットワークシステム（Practical Living Information Online Network System）。

⁷ 同建議をとりまとめる上での基礎となっている「地方消費者行政専門調査会報告書」（平成23年4月）においては、さらに詳細な対応策についての提言を行っている。

⁸ なお、昨年4月の建議を受けて、消費者庁では「PIO-NET刷新に関する検討会」を設置し、①消費生活相談員の入力負担を軽減する、②情報分析機能を向上させる等の観点からPIO-NETの見直しを行い、平成27年3月末までにシステム刷新を行うことを目指している。

2. 集中育成・強化期間終了後における国による支援策の在り方（建議事項）

（基本的な考え方）

地方消費者行政は、消費生活の「現場」である地域において消費者が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、本来、各地方自治体が自主的に行う「自治事務」であることから、自治体自らが予算・人員の配置に努めることにより、その充実・強化を図ることが基本である。しかし、それと同時に、消費生活センターを一元的な消費生活相談窓口と位置づけ、緊急時の対応や広域的な問題への対処等のために全国ネットワークを構築することは、国の政策的な要請に基づくものでもある。とりわけ、消費者庁及び消費者委員会の設置と同時に施行された消費者安全法において、自治体による消費生活センターの設置が法的に要請され⁹、同法に基づく消費者事故等の国への通知義務等の法定受託事務的な要素が強い業務に係る自治体の負担が新たに発生したことに鑑みれば、国は自治体に対して、応分の財政負担を行い、自治体における基礎的な取組を支えることが必要であると考えられる。

また、活性化基金を活用して新たに消費生活センター・相談窓口を立ち上げたところなど、芽が出たばかりで十分な成果を示せていない自治体においては、一定のサービス水準を維持するための予算・人員確保の見通しが立っていないことが多いと考えられる。これを放置すれば、消費生活センター・相談窓口や消費者行政担当組織の縮小・整理が進み、地方の消費者行政が今後、急速に後退する可能性が否定できない。これを回避するためには、各地域において少なくとも最低限の体制を堅持するための当面の財政支援をしっかりと行うとともに、これら自治体の早期の自立を促すための施策を重点的に講じるべきである。また、自治体間における格差を是正するための支援策についても、さらに拡充すべきである。

（具体的な建議事項）

（1）国による地方に対するこれまでの支援策に係る検証・評価（消費者庁）

地方消費者行政への支援策をより効果的なものとするためには、PDCAサイクル¹⁰を実践することが不可欠である。集中育成・強化期間終了後の新たな支援策（Act）を策定するためには、同期間中における支援策の検証・評価（Check）が極めて重要となる。「指針」において大まかな検証・評価は行われてはいるが、アウトカム（成果）指標¹¹や自治体間における指標の格差に関する定量的な分析、自治体へのヒアリング結果等の定性的な分析も含めたより詳細な検証・評価を早急に行い、国が重点的に支援を行う必要のある地域やその直面する課題等を明らかにした上で、可能な限りその結果を公表すべきである。

（2）活性化基金で新設・増設した相談体制維持のための財政支援等（消費者庁、関係省庁）

活性化基金を活用して新たに消費生活相談体制を立ち上げた地方自治体を中心に、活性化基金終了後における体制維持のために必要な予算確保の見通しが立っていないところ

⁹ 都道府県においては必須、市町村においては努力義務。

¹⁰ 計画（Plan）、実行（Do）、検証・評価（Check）、改善（Act）の4段階を繰り返すことによって、事業の継続的な改善を図ること。

¹¹ 相談処理・あっせんの件数、相談内容、被害救済額、法執行数等。

が多いと考えられる。活性化基金終了後の新たな局面へのソフトランディングを図るため、自主財源確保が困難な自治体が行う基礎的な取組¹²を下支えするための最低限の財政支援については確実に措置するとともに、自立に向けた道筋がつくまでの当面の間においてはそれを継続すべきである。

また、厳しい財政状況の下での相談体制の維持や、より効果的な取組を行うための体制整備を目的として、広域連携や「よろず相談窓口」化などを模索する自治体が増えると考えられる。このため、先進事例の発掘・紹介などの情報提供をさらに強化するとともに、これらの取組を円滑化するための財政支援や制度的措置を講ずることにより、自治体における自助努力を積極的に促し、これを後押しすべきである。

(3) 地方消費者行政に係る国からの財政負担の在り方の検討（消費者庁、関係省庁）

消費者庁の設置以降、消費生活センター・相談窓口の設立・運営、PIO-NETの追加配備に伴う相談内容・結果等の精査と入力、消費者安全法に基づく消費者事故等の国への通知、広域的に活動する悪質事業者への法執行等、法定受託事務的な要素が強い業務に係る地方自治体の負担が増加している。これに対して、地方交付税措置の拡充による一定の手当てが講じられているが、実際にはこれに対応した予算・人員の配分が行われていないことから、各自治体の消費者行政部局において、慢性的な繁忙化や機能低下といった問題が生じている。

このような状況を是正し、地方において持続的に消費者行政を展開する上での基礎を確立するため、自治体が主に国の政策的要請に基づいて行っている業務に係る負担の実態を把握した上で、これらの業務の遂行に要する財源をより確実に消費者行政担当部局へ配分するために必要な国からの財政負担の在り方について、地方財政法第10条に規定する国庫負担金や同法第16条に規定する裁量的な補助金等を含めて幅広く検討を行い、必要な措置を講じるべきである。

(4) 消費生活相談員の雇止めの抑止・処遇改善等（消費者庁、総務省）

消費生活センター・相談窓口の現場を担う消費生活相談員には専門知識や経験の蓄積等が求められるにも関わらず、そのほとんどが臨時・非常勤職員¹³として任用されている。相談員の専門性が高まったところで雇止めとなれば、相談員や地方自治体、地域住民のそれぞれにとって大きな損失となる。雇止めの抑止に向けて、消費生活相談員について一律に任用回数制限を設けることは適切ではないことについて、自治体に対する周知を徹底すべきである。また、雇用期間・処遇面での改善を図るための選択肢の一つとして、消費生活相談員が「任期付短時間勤務職員制度」¹⁴の対象となり得ることを明確化するとともに、専門性を要する消費生活相談員の雇止めに抑止し、適切に処遇するためのより柔軟な専門職任用制度の在り方¹⁵について、検討を深めるべきである。また、消費生活相談員の

¹² 相談員人件費、研修費用、啓発費用等。

¹³ 任期1年で、更新回数に制限があることも多い。

¹⁴ 任期が「原則3年、特例5年」と臨時・非常勤職員よりも長く、雇用が相対的に安定しているほか、各種の手当も支給される。

¹⁵ 例えば、「任期の定めのない短時間勤務職員制度」の導入等。

専門職としての評価を高めるための資格制度やその法的な位置づけの在り方についても、早期に成案を得るべきである。

なお、消費生活相談業務の民間委託や指定管理者制度の導入については、その業務特性¹⁶や住民に対するサービス水準への影響等を十分に検証した上で判断されるべきである。

(5) 地方消費者行政に係る自主財源・人員確保等に向けた働きかけ（消費者庁）

地方消費者行政の充実・強化を図るために、地方交付税措置が大幅に拡充されたにも関わらず、その位置づけや政策的重要性に関する認識が十分に浸透していないことから、地方自治体においてそれに対応した自主財源や担当職員が配分されていない。自治体における予算編成や人員配置においては首長によるリーダーシップや議会の後押しが重要であることから、国から自治体の首長等に対して、地方消費者行政の位置づけや政策的重要性について改めて理解を求めるとともに、自主財源・人員の確保に向けた働きかけをさらに強化すべきである¹⁷。

あわせて、警察・消防・福祉・教育など自治体の関連部局間における横断的連携体制の強化等を通じて、消費者行政を総合的かつ効果的に推進することについても引き続き要請を行うべきである。

(6) 消費生活センター・相談窓口機能における自治体間格差の是正（消費者庁）

開設間もなく、体制整備が不十分な消費生活センター・相談窓口等においては、相談の受付日数や処理能力等の面で制約があることから、支援・バックアップ体制¹⁸をさらに改善・強化すべきである。また、消費生活相談員資格を有する相談員の配置には自治体間において大きな格差が存在することから、同資格をより取得しやすくするための措置を講じるべきである¹⁹。

なお、東日本大震災・原発事故の被災地においては、被災者の生活支援、震災にまつわる悪質商法の排除、放射性物質に係るリスクコミュニケーション等、消費者相談へのニーズが高まっているにも関わらず、自治体機能の制約により十分な対応が行えない場合もあることから、財政・人員面での支援を含め、格別の配慮がなされるべきである。

(7) 都道府県における法執行力の強化（消費者庁、関係省庁）

悪質商法等への対策を講じるにあたっては、国とあわせて都道府県における法執行を強化することが重要であるが、その実績には各都道府県間で大きなばらつきが見られる。都道府県における法執行の強化に向けて、都道府県の執行権限、執行体制²⁰、国や関係自治体との連携、国からの人的・技術的支援等の各面における充実・強化を図るべきである。

¹⁶ 専門知識や経験の蓄積等の重要性、個人情報等の取扱いや自治体との密接な連携の必要性等。

¹⁷ 例えば、自治体ごとの消費者行政に対する基準財政需要の増加と実際の予算措置状況を明らかにすることや、消費者行政の体制整備について人口や相談需要等に応じた「目安」を示すこと等により、自治体の担当部局が予算・定員要求を行いやすい環境を整えること、地方6団体の会議等で担当政務から自治体の首長や議長等に対し直接要請を行っていただくことなどが考えられる。

¹⁸ 国民生活センターによる経由相談、巡回訪問事業、消費者庁による「相談員の窓」等。

¹⁹ 例えば、消費生活相談員養成講座の開催回数や地方での開催機会の拡充等が考えられる。

²⁰ 職員の増員・専任化、警察OBの活用等。

また、一つの都道府県で処分された悪質業者が他の地域で営業をするといった例が多発していることから、当該都道府県における処分の効果を全国に及ぼすことができるような制度の在り方について検討を行うべきである。

(8) 消費者行政担当職員・消費生活相談員のレベルアップのための研修の強化(消費者庁)

地方自治体における消費者行政担当職員や消費生活相談員の専門能力・意識の向上を図るためには、国民生活センター等が開催する研修への参加が有効であることから、現場のニーズを踏まえた、多様な研修プログラムを提供することが重要である²¹。その際、研修参加のための出張費用の確保が年々厳しくなっているとの現場の声を踏まえ、できるだけ地方における開催機会を増やす²²とともに、多様な研修手法を提供するため、地域の消費者団体や大学との連携やe-ラーニング等の活用も検討すべきである²³。

(9) 基本マニュアル・相談事例集等の体系的整備・更新と自治体への提供(消費者庁)

消費生活相談員や消費者行政担当職員が、消費生活相談や法執行能力を向上するためには研修に参加することが有効であるが、地方の消費者行政・相談窓口の業務運営において共通する基本的事項や全国的に多発している消費者被害への対処方法等については、国レベルで「基本マニュアル」や「相談事例集」等を体系的に整備・更新し、定期的に各地方自治体に提供することによってもある程度代替が可能であると考えられる。特に、立ち上げ間もない自治体においては、このような基礎的資料を提供することによる効果は高いと考えられることから、国や国民生活センターにおいて、その内容や実施方法等について検討を行うべきである。

(10) 消費者教育・啓発の推進(消費者庁、関係省庁)

学習指導要領への消費者教育の導入、消費者教育推進法の国会審議等の動きを踏まえ、消費者庁や文部科学省等の連携の下、学校・地域等における消費者教育を推進するための地方自治体の取組に対する支援を強化するべきである²⁴。

また、消費生活センター・相談窓口の周知や全国的な問題に対する消費者啓発等、国レベルで一元的に実施した方が効率的かつ効果的な事項については、国や国民生活センターがより積極的に実施するべきである²⁵。

(11) 消費者団体の育成・支援(消費者庁)

消費者団体は、消費生活に係る相談案件の掘り起しや丁寧な情報提供等の消費者啓発活

²¹ ワークショップや対面型の研修、ロールプレイング等。また、現状では担当職員研修のカリキュラムも不足していることから、その拡充が求められる。

²² 都道府県ごとあるいは各ブロックの主要都市における開催等。

²³ また、研修以外の手段で担当職員や相談員間における交流を促進するためには、「消費者行政フォーラム」等のイントラネットワーク上で情報交換やアドバイス等を行えるような仕組みを構築することも有益であると考えられる。

²⁴ 教育の現場への周知、担当職員の育成と人員の確保、教材の作成・提供、消費者教育推進地域協議会の設立・運営への支援等。

²⁵ 政府広報やその他多様な媒体の活用、啓発用資料やその作成用ひな形の提供等。

動を通じて消費者行政の基盤を支えている。地方消費者行政の充実・強化に向けた取組を推進する上でも、地域の消費者団体が果たす役割は大きいと考えられることから、消費者団体の育成・支援のための取組をさらに強化すべきである。さらにこの一環として、各地域における適格消費者団体の設立や機能強化のための支援を行うべきである。

3. 今後の課題：地方消費者行政の中長期的なビジョンの策定

地方消費者行政の自立が十分に進まない背景のひとつとして、その目的や位置づけが必ずしも明確化されていないという問題が存在する。どこに住んでいても消費生活相談や情報提供・啓発等を受けられる、ユニバーサルサービスとしての消費者行政を実現するためには、地方自治体の存在が不可欠である。消費者基本法において、国と自治体のそれぞれが消費者政策を推進する責務を有すると規定されていることを踏まえ、国と自治体が車の両輪として連携・協力し、消費者行政の充実・強化に向けて積極的に取り組んでいくことが求められる。

また、地方消費者行政は、住民と事業者の間における個々のトラブルを助言やあっせん等を通じて解決するためのものであると同時に、消費者にとって安全・安心な市場の形成を通じて、地域を活性化するという公共目的を有している。特に、高齢化や格差の拡大等が進む中で、消費者行政に対しては、社会的・経済的弱者が消費者トラブルに巻き込まれることを予防し、また事後的な救済を図るためのセーフティネットとしての役割を果たすことへの期待が高まってきており、地方消費者行政を地域における消費者の権利を守るための司令塔と位置付け、他の関連施策と一体的に推進していく必要がある。

地方消費者行政が有する以上のような意義を明らかにし、自治体における消費者行政への取組を後押しするためには、国として財政面を含めた必要な支援措置を講じるとともに、地方消費者行政の中長期的なビジョンを策定することが必要である。具体的には、消費者庁が「指針」の見直し・改定を行う中で、地方消費者行政の目的や位置づけ、提供すべきサービス水準、必要な予算・人員の規模や内容、人材の育成・配置と処遇改善、国・都道府県・市町村間における役割分担と費用負担、自治体間における広域的な連携、警察・消防・福祉・教育など関連部局との連携、地域の消費者団体等との連携・支援等の課題について、地域主権改革の趣旨をも踏まえつつ、中長期的に目指すべき姿を明らかにすべきである。

当委員会としても、本建議のフォローアップや委員会におけるその他の調査審議を通して、このようなビジョンの明確化に貢献するとともに、地方消費者行政に係る国からの財政負担の在り方や消費生活相談員の雇止めの抑止・処遇改善等、各省庁横断的な課題への取組において、積極的に役割を果たしていく。

(以上)