

消費者委員会

地方消費者行政に関するヒアリング資料

2012 年 6 月 26 日(火)

報告者

消費者会議かながわ 代表幹事 丸山 善弘

資料目次

消費者会議かながわ紹介	1
消費者団体の役割	2
2011 年神奈川県内 14 自治体訪問のまとめ	3
資料	5
2011 年度神奈川県市町村 消費者行政についてのアンケート調査 報告	8
アンケート調査資料	10
2010 年度消費者行政活性化基金活用事例	19
2011 年度消費者行政活性化基金活用事例	20
消費者行政活性化基金終了後に後退する可能性のある一例	21

消費者会議かながわ 紹介

◇目的 真に消費者が主役となる社会の実現を目指し、以下の(1)(2)に資する活動を行うことを目的とする。

- (1) 消費者庁・消費者委員会を中心とした国の消費者行政を、消費者被害の未然防止・救済にとって実効あるものとする。
- (2) 神奈川県及び県内市町村における消費者行政のさらなる強化・充実を図ること

◇体制

代表幹事 上村 政行（神奈川県司法書士会）、近藤 雅子（神奈川県消費生活相談員ネットワーク）、鈴木 義仁（横浜弁護士会）、丸山 善弘（神奈川県消費者団体連絡会）

幹事 太田 伊早子（横浜弁護士会）、白井 一（消費者代表）、原圃 信夫（神奈川県消費生活相談員ネットワーク）、本山 文子（神奈川県消費者団体連絡会）、吉原 真人（司法書士）、朝見 秀秋（神奈川県生活協同組合連合会）

事務局 事務局長／城田 孝子（横浜弁護士会）

小谷 馨（横浜弁護士会）、坂本 恵美（神奈川県消費生活相談員ネットワーク）、牧 恵代（消費生活相談専門家）、松井 弘子（神奈川県司法書士会）、山内 潔（神奈川県消費者団体連絡会）

◇構成員

弁護士会会員、司法書士会会員、消費生活相談員、県消団連構成員、消費者被害経験者、学者、マスコミ関係者など、メーリングリスト登録人数は100名余

◇結成日 2009年4月30日

◇財政 寄付と分担金によって運営

◇これまでの主な活動

- ① 街宣活動
- ② シンポジウムの開催
- ③ 県議会各派との勉強会
- ④ 県知事との面談・懇談会
- ⑤ 地方議会（県・市町村議会）への請願・陳情活動
- ⑥ 県民局長等と懇談
- ⑦ 県及び市町村へ「要望書」提出
- ⑧ 県内33市町村の消費者行政窓口訪問活動
- ⑨ 月1回の定例会やメーリングリストによる情報共有、意見交換

◇これまでの主な成果

- ① 県・市町村議会における意見書採択
- ② 県議会議員による代表質問
- ③ 県消費者行政予算の拡充
- ④ 市町村訪問による、各地域の実情把握、担当者とのパイプの形成

（連絡先） 事務局長 城田 孝子・弁護士

〒231-0011 横浜市中区太田町4-55 横浜馬車道ビル6F 馬車道法律事務所
電話：045-662-7126 FAX.045-662-4831
e-mail:t.shirota@basyamichi-law.jp

消費者団体の役割

1. 消費者の権利と責任

消費者基本法第8条、『消費者の5つの責任』

国際消費者機構（C I）の8つの権利と5つの責任（1982年）

◇消費者の権利◇

- ① 生活のニーズが保証される権利
- ② 安全への権利
- ③ 情報を与えられる権利
- ④ 選択をする権利
- ⑤ 意見を聴かれる権利
- ⑥ 補償を受ける権利
- ⑦ 消費者教育を受ける権利
- ⑧ 健全な環境の中で働き生活する権利

◇消費者の責任◇

- ① 批判的意識を持つ責任
- ② 主張し行動する責任
- ③ 社会的弱者への配慮責任
- ④ 環境への配慮責任
- ⑤ 連帯する責任

消費者団体は ⇒個人ではできない、消費者の権利の実現に寄与する公益的役割

その活動を通じ、その構成員を含む消費者が上記の5つの責任を話していく機会をつくる

- ・消費者被害・トラブルへの対応 ～市場チェックの役割
- ・政策形成過程への参画 ～社会システムづくりへの主体的参画
- ・消費者力向上の取り組みと情報提供 ～市場環境の整備と主体づくり
- ・消費者志向の企業経営を応援する

2. 事業者の責務

消費者基本法第5条（事業者の責務等）

事業者は、消費者の権利の尊重及びその自立の支援、その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- ① 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- ② 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- ③ 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- ④ 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- ⑤ 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること

—2011年神奈川県内14自治体訪問のまとめ—

はじめに

「消費者会議かながわ」では2009年度より、消費者行政の充実を目的に市町村の訪問活動を行っています。2010年度までは33市町村を訪問しましたが、2011年度は、14市町に絞り消費者行政について行政の担当者からお話を伺いました。

今回の訪問では、消費者行政予算、消費者行政活性化基金の活用状況など昨年とほぼ同様の項目についてヒアリングを行いました。2009年度より交付されている消費者行政活性化基金が2012年度で終了することから、それぞれの市町村に与える影響や、市民への啓発活動の状況を中心にお聞きしました。

1. 市町訪問の目的

消費者被害が増え巧妙かつ悪質になっていることから、行政、消費者団体と消費者が連携し消費者の視点にたった行政がすすめられるよう ①各市町の消費者行政の実態を知る ②活性化基金の活用状況・計画を知る ③今後の協同関係の構築を目的に訪問しました。

2. 訪問市町:14市町

※訪問期間 7月25日～8月23日 14日間

※訪問者 弁護士・司法書士・消費生活相談員・消費者・県消費者団体連絡会・生協組合員・県生活協同組合連合会

今年は、これまで2度の訪問活動で得た成果を踏まえ、消費者の安心・安全な生活の実現に向けたより実効的な活動へと結び付けるべく、14の自治体を訪問することとしました。

◇政令市:横浜市 川崎市 相模原市

◇三浦地区:横須賀市・三浦市・逗子市・葉山町 ※広域連携が期待されている地区

◇中核市:藤沢市・大和市・座間市・海老名市

◇連携市:小田原市・平塚市・南足柄市 ※他の市町と連携が行われている市

3. 訪問から見たこと

(1) 消費者行政予算水準の低さと市町の予算の「地域間格差」

① 消費者行政予算

a. 神奈川県の子算

神奈川県の活性化基金を除く消費者行政予算は、10年間で、54.5%約▲7千万円と大きく減少し、県の消費者行政は活性化基金への依存度が高くなっています。

また、1都3県で比較すると、活性化基金を含む予算では千葉県とほぼ同額ですが、活性化基金を除くと9円の差異があります。

b. 訪問市町の予算

一般財源予算に占める消費行政予算(活性化基金を除く)の比率は、2008年(活性化基金導入前)2010年、2011年の平均で0.014%と低い水準になっています。2011年予算で低い市町は0.003%、高い市町で0.024%となっており、大きな差異があります。

広域連携が期待されている三浦地区が、全体的に活性化基金を含んだ予算も低くなっています。

※最下位から6位まで、三浦地区全市町が含まれています。

② 活性化基金の活用

共通した活用としては、パンフレット購入、作成、出前講座等の啓発活動に活用されています。

政令市、中核市では、駅での広告、ラッピングバスへの活用も行われています。また、職員の研修費用、弁護士との提携にも活用されています。

従来、相談室が設置されていなかった市町では、相談室設置工事費用、機器の購入等に活用されている事例もありました。

このように活性化基金が有効的に活用されていますが、2011年予算で、消費者行政予算に占める活性化基金の構成比が20%以下の市町は、横須賀市と藤沢市の2市となっています。

50%を超える市もあり、2012年の活性化基金終了後の消費者行政が危惧されます。

(2) 相談体制の「地域間格差」

相談窓口開設日数が、政令市中核市では、週7日ないし5日開催されていますが、1日ないし2日の市町もあります。相談日数の少ない市町では、市町での受付件数が県の中央消費生活センターも含めた件数の50%以下（県平成23年度上半期消費生活相談概要）となっています。身近な行政の相談窓口の開設日数が少ないことにより、相談できなかつたり、解決まで時間を要するなど、相談体制に地域間格差が生じています。特に、三浦地区にこの傾向があり、横須賀市を中心とする地域連携が求められます

4. 今後の課題

—活性化基金終了後の消費者行政—

(1) 消費者行政予算に占める活性化基金の構成比の高さ

消費者行政予算に占める活性化基金の構成比が 20%を超える市町は、14市町の内12市町。そのうち、6市町が30%を超えています。一部の市町では期間限定の基金であることから、2013年以降に影響がでないよう活用の工夫をしていますが、多くの市町で「相談員体制」「相談員の研修参加」「啓発グッズ関係」「消費者教育」等に大きく影響すると行政の担当者は答えています。

横須賀市は活性化基金の構成が 2010年10.2% 2011年9.9%と非常に低いこともあり、現在の取り組みが維持できるように努力すると回答されていますが、多くの市町は後退する可能性が高く、現在の取り組みをどう維持をしていくかが課題です。

(2) かながわ中央消費生活センターの広域性、専門性の強化

かながわ中央消費生活センターの役割として、休日など市町村の相談窓口が対応できない場合などの相談業務があります。併せて中央消費生活センターで受けた相談事例及び市町村から相談のあった事例が、他の市町村で発生していないかを調査し、県内全域に広がる可能性がある場合、全ての市町村が適切に処理できるよう指導・助言をすることの 広域性。市町村の相談窓口から処理方法について問い合わせがあった時に専門的な助言ができる 専門性が従来以上に「かながわ中央消費生活センター」に求められています。

特に専門性では、単に弁護士や技術士等を配置することだけでなく、センターの職員・相談員が専門分野を担当しタイムリーに且つ適切な対応ができるように、職員の増員と育成が必要です。

(3) 行政は、消費者被害の未然防止、啓発活動をすすめる上で、多くの団体との連携を強めることが必要

消費者被害が増え巧妙かつ悪質になっており、幅広く啓発を行うと同時に生活者の視点にたった消費者行政をすすめるために、庁内連携、県と市町村との連携、行政と諸団体との連携を取り組みを通じて強めていくことが必要です。

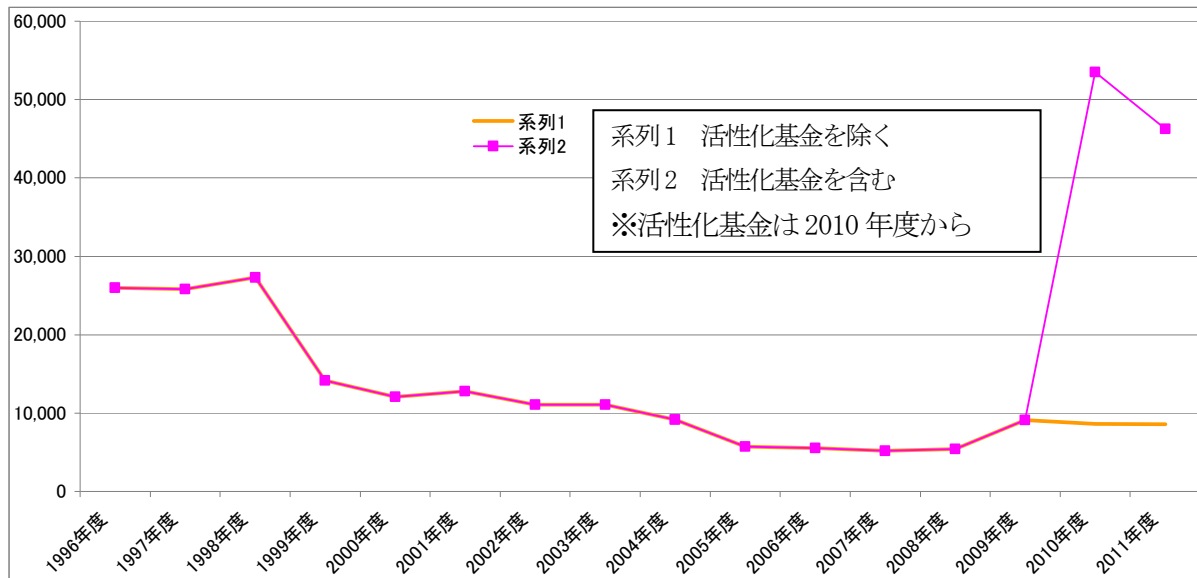
資料

1. 連携市

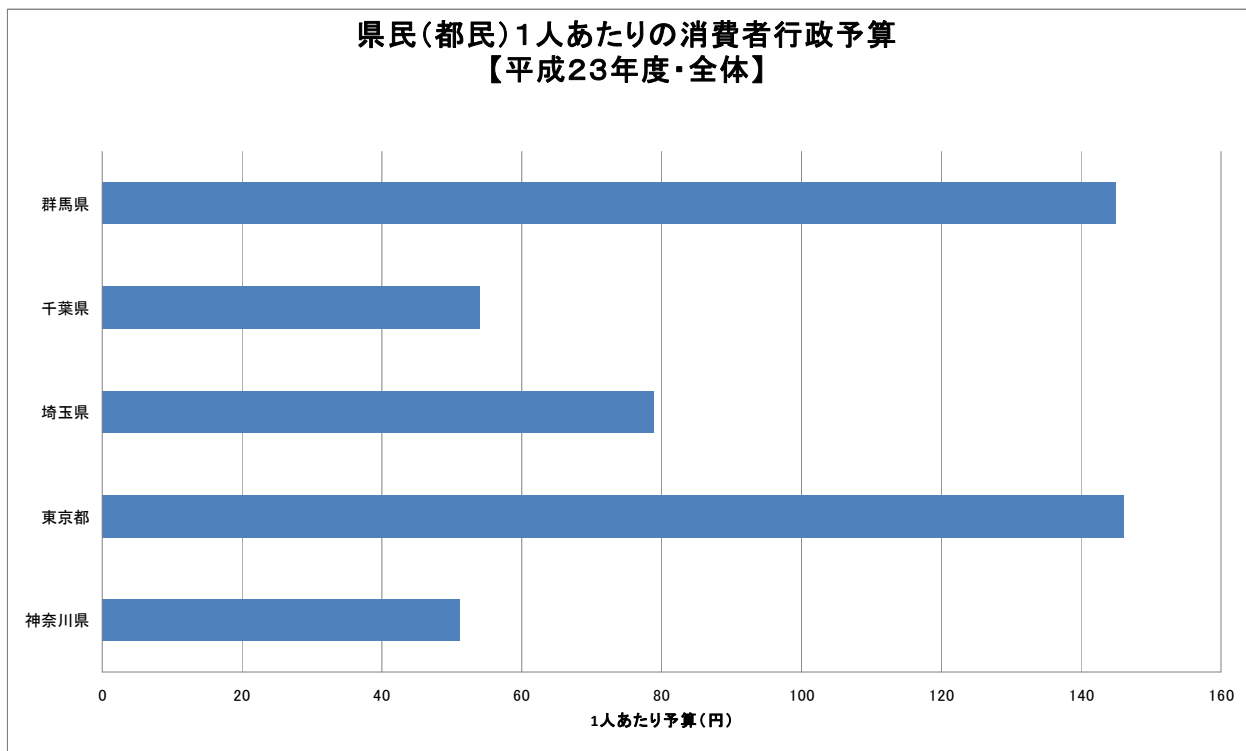
- <小田原市との連携> ・湯河原町 ・箱根町 ・真鶴町
- <平塚市との連携> ・大磯町 ・二宮町
- <南足柄市との連携> ・大井町 ・開成町・松田町 ・山北町・中井町

2. 神奈川県消費者行政予算

単位：万円



県民(都民)1人あたりの消費者行政予算
【平成23年度・全体】



3. 神奈川県における消費生活相談件数

神奈川県記者発表資料

単位：件数

	苦情	問合わせ	要望	相談総件数
平成23年度上半期 (A)	32,965	2,206	0	35,171
平成22年度上半期 (B)	30,501	3,051	4	33,556
平成21年度上半期 (C)	30,708	2,919	7	33,634
平成20年度上半期 (D)	30,384	2,403	15	32,802
増減(A-D)	2,581	-197	-15	2,369
平成20年度比(A/D)	108.5%	91.8%	0.0%	107.2%

4. 2010年度 契約当事者別・年代別苦情相談受付件数 <前年度比較>

2010年度神奈川県消費生活相談概要から

単位：件数

年代		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等	計	性別比
男性	22年度	1,425 (4.7%)	3,372 (11.1%)	5,683 (18.7%)	5,254 (17.3%)	3,637 (12.0%)	4,322 (14.2%)	4,567 (15.0%)	2,167 (7.0%)	30,427 (100.0%)	48.9%
	21年度	1,222 (4.2%)	3,505 (12.0%)	5,771 (19.7%)	5,245 (17.9%)	3,438 (11.8%)	3,646 (12.5%)	3,713 (12.7%)	2,692 (9.2%)	29,232 (100.0%)	47.6%
	前年度比	(116.6%)	(96.2%)	(98.5%)	(100.2%)	(105.8%)	(118.5%)	(123.0%)	(80.5%)	(104.1%)	-
女性	22年度	737 (2.5%)	3,555 (11.8%)	5,476 (18.2%)	5,202 (17.3%)	3,793 (12.6%)	4,205 (14.0%)	5,265 (17.5%)	1,778 (6.1%)	30,011 (100.0%)	48.3%
	21年度	766 (2.5%)	3,996 (13.0%)	6,292 (20.5%)	5,282 (17.2%)	3,855 (12.5%)	3,931 (12.8%)	4,477 (14.6%)	2,160 (6.9%)	30,759 (100.0%)	50.1%
	前年度比	(96.2%)	(89.0%)	(87.0%)	(98.5%)	(98.4%)	(107.0%)	(117.6%)	(82.3%)	(97.6%)	-
不明等	22年度	12 (0.7%)	14 (0.8%)	18 (1.0%)	13 (0.8%)	14 (0.8%)	19 (1.1%)	36 (2.1%)	1,600 (92.7%)	1,726 (100.0%)	2.8%
	21年度	7 (0.5%)	6 (0.4%)	9 (0.7%)	5 (0.4%)	2 (0.1%)	5 (0.4%)	10 (0.7%)	1,338 (96.8%)	1,382 (100.0%)	2.3%
	前年度比	(171.4%)	(233.3%)	(200.0%)	(260.0%)	(700.0%)	(380.0%)	(360.0%)	(119.6%)	(124.9%)	-
計	22年度	2,174 (3.5%)	6,941 (11.2%)	11,177 (18.0%)	10,469 (16.8%)	7,444 (12.0%)	8,546 (13.7%)	9,868 (15.9%)	5,545 (8.9%)	62,164 (100.0%)	100.0%
	21年度	1,995 (3.3%)	7,507 (12.2%)	12,072 (19.7%)	10,532 (17.2%)	7,295 (11.9%)	7,582 (12.4%)	8,200 (13.4%)	6,190 (9.9%)	61,373 (100.0%)	100.0%
	前年度比	(109.0%)	(92.5%)	(92.6%)	(99.4%)	(102.0%)	(112.7%)	(120.3%)	(89.6%)	(101.3%)	-

(注) 年度下段のカッコ内は構成比

5. 神奈川県における契約購入金額及び木支払い金額及び件数

2010年度神奈川県消費生活相談概要から

		10万円未満	10万円以上 50万円未満	50万円以上 100万円未満	100万円以上 500万円未満	500万円以上	計(判明分)
平成19年度	契約購入金額 (構成比)	3 (0.7%)	27 (6.1%)	58 (13.1%)	207 (46.8%)	147 (33.3%)	442 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	44 (10.2%)	24 (5.6%)	47 (10.9%)	188 (43.5%)	129 (29.8%)	432 (100.0%)
平成20年度	契約購入金額 (構成比)	12 (2.8%)	35 (8.3%)	56 (13.3%)	174 (41.2%)	145 (34.4%)	422 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	64 (15.3%)	26 (6.2%)	49 (11.7%)	153 (36.5%)	127 (30.3%)	419 (100.0%)
平成21年度	契約購入金額 (構成比)	8 (1.5%)	48 (9.2%)	83 (15.8%)	218 (41.6%)	167 (31.9%)	524 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	100 (19.4%)	33 (6.4%)	66 (12.8%)	181 (35.1%)	136 (26.3%)	516 (100.0%)
平成22年度	契約購入金額 (構成比)	13 (1.5%)	94 (10.7%)	115 (13.0%)	369 (42.0%)	288 (32.8%)	879 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	173 (19.8%)	62 (7.1%)	100 (11.4%)	307 (35.0%)	234 (26.7%)	876 (100.0%)

6. 神奈川県市町村消費者行政予算

2011年市町訪問から 単位：千円

		H13年度	H20年度	H23年度				H23基金 除/ H13	H23基金 除/ H20	H23基金/ 消費者行 政予算	H23基金 除/総予 算	H23消費 者行政/ 総予算
				基金除	基金	消費者行 政予算	総予算					
1	横浜市	471,959	244,573	212,635	89,015	301,650	1,389,900,000	45.1%	86.9%	29.5%	0.015%	0.022%
2	川崎市	94,345	66,911	66,011	43,021	109,032	618,000,000	70.0%	98.7%	39.5%	0.011%	0.018%
3	相模原市	44,474	37,664	41,440	17,250	58,690	233,800,000	93.2%	110.0%	29.4%	0.018%	0.025%
4	横須賀市	27,228	18,248	18,172	1,986	20,158	144,310,000	66.7%	99.6%	9.9%	0.013%	0.014%
5	藤沢市	11,474	18,164	22,287	3,120	25,407	124,661,000	194.2%	122.7%	12.3%	0.018%	0.020%
6	平塚市	3,128	10,897	14,042	4,129	18,171	80,440,000	448.9%	128.9%	22.7%	0.017%	0.023%
7	大和市	10,675	9,806	9,918	3,750	13,668	63,790,000	92.9%	101.1%	27.4%	0.016%	0.021%
8	小田原市	1,319	6,090	6,099	2,257	8,356	58,200,000	462.4%	100.1%	27.0%	0.010%	0.014%
9	海老名市	3,886	8,839	9,090	11,292	20,382	37,608,000	233.9%	102.8%	55.4%	0.024%	0.054%
10	座間市	2,260	4,363	5,388	3,545	8,933	36,554,000	238.4%	123.5%	39.7%	0.015%	0.024%
11	逗子市	2,472	1,740	1,836	500	2,336	17,602,000	74.3%	105.5%	21.4%	0.010%	0.013%
12	三浦市	2,017	532	503	2,060	2,563	15,856,000	24.9%	94.5%	80.4%	0.003%	0.016%
13	南足柄市	478	2,722	2,610	1,604	4,214	13,770,000	546.0%	95.9%	38.1%	0.019%	0.031%
14	葉山町	570	533	699	600	1,299	8,999,000	122.6%	131.1%	46.2%	0.008%	0.014%

7. 平日消費生活相談開催日数

2011年市町訪問から

		週5日	週4日	週3日	週2日	週1日
1	横浜市	○				
2	川崎市	○				
3	相模原市	○				
4	横須賀市	○				
5	藤沢市	○				
6	平塚市	○				
7	大和市	○				
8	小田原市	○				
9	海老名市	○				
10	座間市	○				
11	逗子市			○		
12	三浦市				○	
13	南足柄市		○			
14	葉山町					○

8. 消費者行政活性化基金の活用事例 2010年度、2011年度

別紙

9. 消費者行政活性化基金終了後に後退する事業

別紙

2011 年度神奈川県市町村 消費者行政についてのアンケート調査 報告

昨年まで、「神奈川県の消費者行政を考えるシンポジウム実行委員会」が過去 10 年続けて実施してきましたが、今年度より「消費者会議かながわ」が引き継ぎ実施しました。

県内自治体における消費者行政の現状を把握すると同時に問題点を明らかにし、県及自治体に改善の働きかけを行い、県内自治体の消費者行政の底上げを図ることを目的にアンケート調査を取り組みました。

【調査の概要】

- (1) 調査方法：郵送によるアンケート調査、調査時期は 2011 年 9 月
- (2) 調査対象：神奈川県内 33 市町村
- (3) 分析に際しては、市町村を人口規模により次の 5 つに分類して検討を加えた。
 - ・政令市 (3)：横浜、川崎、相模原
 - ・大型市 (2)：横須賀、藤沢
 - ・中型市 (5)：平塚、小田原、茅ヶ崎、厚木、大和
 - ・それ以外の市 (9)：鎌倉、秦野、伊勢原、海老名、座間、綾瀬、逗子、三浦、南足柄
 - ・町村 (14)：葉山、寒川、大磯、二宮、松田、山北、箱根、湯河原、真鶴、愛川、清川、中井、大井、開成

【アンケート調査で明らかになったこと】

1. 消費者行政予算が減少しています。

活性化基金が消費者行政予算全体導入前の 3 年前と比較して 95.7%、10 年前と比較すると 63.5%と激減しています。の 3 分の 1 を占めています。従って、活性化基金の終了後の消費者行政予算に大きく影響することが推測されます。

2. 市町村ごとの消費者行政予算は、大きくばらついています。一人当たりの消費者行政予算(活性化基金を含む)は、最低の自治体が 38 円、最高が 171 円となっています。

3. 相談窓口の開設日は、政令市及び大型市・中型市は、5日～7日となっていますが、週3日以下が 10 自治体あります。

- (1) 相談窓口開設日が週 3 日以下の自治体が 10 自治体。特に、市においても 2 つあり、住民サービスとして不十分な状況となっています。
- (2) 千人当たり相談件数(市町村窓口)は平均 6.15 人。町村部を中心に相談件数が低くなる傾向にあり、身近な相談窓口が少ないことによる影響だと考えられます。

4. 消費生活相談員の人数が、1日1名ないし2名の自治体が 10 自治体あり、その多くが研修会に参加できていません。

- (1) 2010 年度の県主催の「相談員研修」(概論研修、含む専門研修)に、10 自治体に参加できませんでした。(内町村 9 自治体)。また、県以外の研修(国民生活センター、JAS 研修、日消協など)に 14 自治体に参加できませんでした。(内町村 13 自治体)
- (2) 県主催の職員研修には(相談員研修・その他を含め) 25 自治体に参加していますが、7 つの町村が参加できませんでした。(2～3 年続けての不参加町村もあります。)

5. かながわ中央消費生活センターに望みたいことは、

- (1) 統一的な相談処理方針の提示 (21 自治体 63%が期待)
- (2) 調査研究、情報分析・提供を行える専門的スタッフの充実、
- (3) 中央消費生活センターの直接相談窓口数を増やす。

6. これからの消費者行政の重要な課題としては、市町村における人員・予算確保。

- (1) 市町村における人員・予算確保 19自治体 (昨年 16自治体)
- (2) 消費者意識向上のための啓発事業 13自治体 (昨年 17自治体)
- (3) 県の町村の消費者行政の補完 12自治体
- (4) 国における法令の整備 11自治体
- (5) 県の広域的専門的支援 10自治体

これまで11年間のアンケート実施で、今回初めて「消費者意識向上のための啓発事業」が、2番目になりましたが、活性化基金の成果と思われます。

<アンケート調査集計資料>

【調査の概要】

- (1) 調査方法：郵送によるアンケート調査、調査時期は2011年
- (2) 調査対象：神奈川県内33市町村
- (3) 分析に際しては、市町村を人口規模により次の5つに分類して検討を加えた。
 - ・政令市(3)：横浜、川崎、相模原
 - ・大型市(2)：横須賀、藤沢
 - ・中型市(5)：平塚、小田原、茅ヶ崎、厚木、大和
 - ・それ以外の市(9)：鎌倉、秦野、伊勢原、海老名、座間、綾瀬、逗子、三浦、南足柄
 - ・町村(14)：葉山、寒川、大磯、二宮、松田、山北、箱根、湯河原、真鶴、愛川、清川、中井、大井、開成、

1. 消費者行政の担当職員数について

	自治体数		職員数	
	専任配置	兼任配置	専任職員数	兼任職員数
合計	11	26	54	90
政令市	3	2	37	2
大型市	1	1	2	5
中型市	3	5	5	17
大中以外の市	3	9	9	28
町村	1	13	1	38

- ・専任職員が配置されている自治体が3分の1の11自治体。残りは兼務で構成されている。専門性の確保が課題。

2. 自治体の消費者行政予算について

単位：千円

		H13年度	H20年度	H23年度				H23基金除/H13	H23基金除/H20	H23基金/消費者行政予	H23基金除/総予算	H23消費者行政/総予
				基金除	基金	消費者行政予	総予算					
1	横浜市	471,959	244,573	212,635	89,015	301,650	1,389,900,000	45.1%	86.9%	29.5%	0.015%	0.022%
2	川崎市	94,345	66,911	66,011	43,021	109,032	618,000,000	70.0%	98.7%	39.5%	0.011%	0.018%
3	相模原市	44,474	37,664	41,440	17,250	58,690	233,800,000	93.2%	110.0%	29.4%	0.018%	0.025%
4	横須賀市	27,228	18,248	18,172	1,986	20,158	144,310,000	66.7%	99.6%	9.9%	0.013%	0.014%
5	藤沢市	11,474	18,164	22,287	3,120	25,407	124,661,000	194.2%	122.7%	12.3%	0.018%	0.020%
6	平塚市	3,128	10,897	14,042	4,129	18,171	80,440,000	448.9%	128.9%	22.7%	0.017%	0.023%
7	茅ヶ崎市	3,988	12,770	11,013	7,941	18,954	58,250,000	276.2%	86.2%	41.9%	0.019%	0.033%
8	大和市	10,675	9,806	9,918	3,750	13,668	63,790,000	92.9%	101.1%	27.4%	0.016%	0.021%
9	厚木市	26,652	15,392	14,492	10,356	24,848	78,920,000	54.4%	94.2%	41.7%	0.018%	0.031%
10	小田原市	1,319	6,090	6,099	2,257	8,356	58,200,000	462.4%	100.1%	27.0%	0.010%	0.014%
11	鎌倉市	22,461	12,890	11,479	4,162	15,641	56,464,000	51.1%	89.1%	26.6%	0.020%	0.028%
12	秦野市	1,977	4,959	5,171	4,952	10,123	45,530,000	261.6%	104.3%	48.9%	0.011%	0.022%
13	座間市	2,260	4,363	5,388	3,545	8,933	36,554,000	238.4%	123.5%	39.7%	0.015%	0.024%
14	海老名市	3,886	8,839	9,090	11,292	20,382	37,608,000	233.9%	102.8%	55.4%	0.024%	0.054%
15	伊勢原市	1,737	2,498	2,102	2,235	4,337	28,650,000	121.0%	84.1%	51.5%	0.007%	0.015%
16	綾瀬市	2,296	2,736	2,223	3,494	5,717	26,950,000	96.8%	81.3%	61.1%	0.008%	0.021%
17	逗子市	2,472	1,740	1,836	500	2,336	17,602,000	74.3%	105.5%	21.4%	0.010%	0.013%
18	三浦市	2,017	532	503	2,060	2,563	15,856,000	24.9%	94.5%	80.4%	0.003%	0.016%
19	南足柄市	478	2,722	2,610	1,604	4,214	13,770,000	546.0%	95.9%	38.1%	0.019%	0.031%
20	愛川町	1,618	1,224	1,193	757	1,950	11,820,000	73.7%	97.5%	38.8%	0.010%	0.016%
21	葉山町	570	533	699	600	1,299	8,999,000	122.6%	131.1%	46.2%	0.008%	0.014%
22	寒川町	968	1,897	1,954	616	2,570	14,874,000	201.9%	103.0%	24.0%	0.013%	0.017%
23	大磯町	842	1,144	3,170	2,154	5,324	9,370,000	376.5%	277.1%	40.5%	0.034%	0.057%
24	二宮町	1,888	1,220	3,167	2,000	5,167	7,635,000	167.7%	259.6%	38.7%	0.041%	0.068%
25	湯河原町	49	629	619	345	964	8,010,000	1263.3%	98.4%	35.8%	0.008%	0.012%
26	箱根町	114	579	585	555	1,140	8,447,000	513.2%	101.0%	48.7%	0.007%	0.013%
27	真鶴町	52	584	591	200	791	3,055,000	1136.5%	101.2%	25.3%	0.019%	0.026%
28	大井町	0	372	372	1,362	1,734	4,820,000	#DIV/0!	100.0%	78.5%	0.008%	0.036%
29	開成町	93	480	639	1,911	2,550	5,358,000	687.1%	133.1%	74.9%	0.012%	0.048%
30	山北町	0	384	373	638	1,011	4,960,000	#DIV/0!	97.1%	63.1%	0.008%	0.020%
31	松田町	137	387	76	306	382	3,960,000	55.5%	19.6%	80.1%	0.002%	0.010%
32	中井町	18	456	437	561	998	3,995,000	2427.8%	95.8%	56.2%	0.011%	0.025%
33	清川村	250	460	460	0	460	2,291,000	184.0%	100.0%	0.0%	0.020%	0.020%
	合計	741,425	492,143	470,846	228,674	699,520	3,226,849,000	63.5%	95.7%	41.1%	0.014%	0.025%

1人当たり消費者行政予算

	予算額 (円)	自治体数					
		～50円	～75円	～100円	～125円	～150円	150円～
1人当たり消費者行政予算合計	78.5	8	8	10	2	1	4
政令市	82.2			3			
大型市	54.7	1	1				
中型市	74.1	1	2	1	1		
大中以外の市	80.1	2	4	2			1
町村	86.4	4	1	4	1	1	3
1人当たり消費者行政予算合計 (除基金)	52.9	21	9	1	1	1	0
政令市	56.1	1	2				
大型市	48.6	1	1				
中型市	49.0	3	2				
大中以外の市	43.6	6	3				
町村	47.0	10	1	1	1	1	

- 一人当たり消費者行政予算は、市町村ごとのばらつきが大きい
 - 平均は78.5円。しかし50円以下が8自治体、100円以上が6自治体。
 - 最低が38円、最高が171円
- 基金を除いた消費者行政予算については、大きく減る
 - 平均は52.9円。基金が消費者行政予算全体の3分の1を占めている。
 - 基金が地方消費者行政予算に大きな影響を持っていることが分かる。
- 経年変化を見ると、基金を除いた消費者行政予算の市町村合計は、基金導入前の3年前と比較して95.7%、10年前と比較すると63.5%と激減している。

3. 消費生活相談業務について

(1) 相談窓口の形態

(自治体数)

相談窓口の形態	自治体数合計	週7	週5	週4	週3	週2	週1
センター3ヶ所	1	1					
センター1ヶ所と出張相談3ヶ所	1		1				
センター1ヶ所と予約面接相談18ヶ所	1	1					
センター1ヶ所と窓口1ヶ所	1		1				
センター1ヶ所	12		10	2			
庁舎内で相談コーナー設置	16	1	5		1	3	6
他市への委託も利用可 (他の項目と重複)	(12)		(7)	(5)			
他市への委託のみ	1		1				
合計	33	3	18	2	1	3	6
※ NPOに相談窓口を委託			1				
※ 指定管理者制度で実施	1	1					

- 相談窓口開設日が週3日以下の自治体が10。特に、市においても2つあり、住民サービスとして不十分な状況。

(2)メール・FAXによる相談

「どちらも受けていない」が23自治体ともっとも多くなっている。

(3)自治体での相談件数

(自治体数)

千人当たり相談件数	～3人	～4人	～5人	～6人	～7人	7人～
政令市			1		1	1
大型市					2	
中型市					3	1
大中以外の市	2	1	2		2	1
町村	5	7	1	1		

※千人当たり相談件数＝各自治体での相談件数／人口

- ・千人当たり相談件数（市町村窓口）は平均6.15人。町村部を中心に相談件数が低くなる傾向。
- ・参考までに、県の「消費生活相談概要」（平成22年度）で、居住地別に市町村のセンターと県のセンターの相談件数合計の数値で見ると、千人当たり相談件数は下記のようなになる（平均6.80人）。

政令市 6.96人 大型市 6.23人 中型市 6.76人 それ以外の市 5.60人 町村 3.21人
いずれの数値も、身近な相談窓口が少ないことによる影響だと考えられる。

(4)「契約金額、購入金額、既支払い金額」について

集計していると回答したのは2自治体のみ。

(5)「被害回復・支払い免除金額」について

集計していると回答したのは1自治体のみ。

(6)「継続相談件数」について

集計していると回答したのは9自治体。

(7)相談業務体制は、2010年度と比較し変化しましたか

変化したと回答したのは、3自治体。

- ・「窓口で毎日統括管理者として1名増員配置」
- ・「2名体制の相談日を1日増加させ、週3日とした」
- ・「各日1名体制は同じだが、相談員数が3名から2名に減った」

(8)相談員の配置と処遇について

- ・1日の相談員数が1名の自治体が8自治体、1ないし2名が2自治体
相談員同士で相談ができない、研修等にも参加しにくい状態。

・処遇

単位：人

	あり	なし		あり	なし
健康保険	77	66	給与	(月給) 49	(日給) 92
雇用・労働保険	83	60	期末手当	7	134
交通費	92	51	有給休暇	116	27

4.「消費者団体が一同に集まり交流・情報交換する連絡会」はありますか

あると回答したのは11自治体。

5.「消費者団体の意見を聞く懇談会」はありますか

あると回答したのは8自治体。

6. 消費者団体に対する支援としてどのような施策がありますか

	自治体数
交付金・助成金等の援助	7
講演会・講習会の実施	6
講師の派遣	4
事務局としての支援	5
研修・集会の場の提供	11
ロッカー等収納場所の提供	2
視察研修	5
情報提供	9
その他	6

「その他」の回答：情報誌の紙面提供、消費生活展、補助金、消費者対象の講演会

7. 消費者団体への交付金・助成金等の支援について

あると回答したのは7自治体。

8. 消費者団体が企画運営するイベントはありますか

実施したと回答したのは17自治体

9. 2010年度の消費者教育・啓発事業などについて実施したもの

講座・学習会・講演会、チラシ・パンフレットの作成・配布、広報誌の活用、が多い。

10. 2010年度消費者被害未然防止事業について

啓発事業の種類	実施自治体数	実施回数合計
若者向けの啓発事業	12	40
企業内・業界団体の啓発事業	3	6
高齢者向けの啓発事業	20	524
消費者リーダー養成講座	2	8

- ・高齢者向けの啓発事業の実施は、半数以上の自治体が行っており、回数も多い。
- ・若者向け啓発事業は、実施自治体数の割に回数が少ない。取り組みをすすめる上で課題があることが伺える。

11. 国や県の主催による教育啓発事業を実施しましたか

12自治体の実施と回答。

12. 活性化基金を利用した研修制度が奨励されていますが、県の「相談員研修」(概論研修、含む専門研修)について

	全体 (n=33)	政令市 (3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
参加	23 (69%)	3	2	5	8	5
参加 (業務扱い)	18 (54%)	2	2	5	4	5

(. 交通費)		3	2	3	6	4
不参加	10 (30%)	0	0	0	1	9

13. 相談員研修についての県への要望、意見

- ・その時々が発生する新たなトラブル（利殖商法であれば、具体的な取扱内容に沿った）に対応して、法律の適用やセンターでの対応の仕方等の研修が望まれます。又、定期的に県警との研修会（連絡会）の開催も要望します。
- ・現在のように同じ研修を昼と夜の2回引き続き開催してほしい、相談が多く入る内容をテーマにタイムリーに開催してほしい。
- ・時期が集中しているので分散させてバランスよく実施していただきたい。
- ・開催時期を考慮してほしい。
- ・職員研修と相談員研修を名称が異なっているのは良いが、相談員も職員研修を受けられるようにしてほしい。
- ・各企業との懇談会、情報交換も相談員の資質向上として「活性化基金」のレベルアップ事業として認めて欲しい。
- ・活性化基金を利用して研修の充実を図って頂いている、内容もタイムリーな講座も多くなってきており、基金終了後も引き続き現状同様に実施して頂きたい。

14. 国セン、農水省、日消協などが主催する「相談員研修」への参加について

	全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外市 (9)	町村 (14)
参加	19 (57%)	3	2	5	8	1
研修（業務扱い）	18 (54%)	3	2	5	7	1
(. 交通費)	16 (48%)	3	2	3	7	1
不参加	14 (42%)	0	0	0		13

15. 担当職員の研修参加について

		全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
①	参加していない	8	0	0	0	1	7
②	相談員と同じもの参加	9	1	1	2	3	2
③	県の職員研修に参加	19	3	1	4	6	5
④	その他	6	1	1	1	2	1

※その他：国民生活センター主催研修、必要に応じて、異動があった時のみ参加、都合のつく範囲、国センの行政職員研修に参加

16. 職員研修について県・国への要望、意見

- ・基本的な職員研修は継続して欲しい。
- ・研修参加予算の計上のために、年間スケジュールの名ものが頂けると助かります。合わせて今後の継続も希望します。
- ・開催時期を考慮して欲しい。

17. 中央消費生活センターにどのような機能の充実を望むか

		全体 (n=33)	政令市(3)	大(2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村(14)
1位	統一的な相談処理の充実	21 (63%)	3	2	4	6	6
2位	センサー機能の向上	15 (45%)	1	2	3	4	5
3位	直接相談を行う窓口の増加	13 (39%)	0	0	1	5	7
4位	業界・事業者団体への働きかけ	10 (30%)	2	0	2	5	1
5位	専門スタッフの充実	8 (24%)			3	4	1
6位	商品に関する専門相談窓口の設置と商品テストの充実	5 (15%)	1		2	1	1
7位	消費者・消費者団体等が利用できる場の提供	2 (6%)	0	0	1	1	0

※その他：迅速な業者指導

- ・地域の自治体としては対応できないとして、中央消費生活センターに市町村案件を含めて統一的な相談処理の充実、調査研究、情報分析・提供を行える専門的スタッフの充実、制度改善に結びつくセンサー機能等の例年の項目が続いているが、中央消費生活センターの直接相談窓口数を増やすことが13自治体あり、3位になっている。

18. 中央消費生活センターでは、地域別に担当者を定め電話等による助言(ヘルプデスク)や出張支援など地域の事業に応じた相談支援の実施が謳われています 中央消費生活センターの相談支援の利用

		全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
①	利用した	9 (27%)	0	1	4	4	0
②	利用しなかった	24 (72%)	3	1	1	5	14
利用した場合の結果と感想							
ア	地域担当者期待した助言得	8		1	4	3	
イ	電話がつながり難く利用しにくい	0		0	0	0	
ウ	担当者相互の連絡不十分	0		0	0	0	
エ	連絡を充実、県統一見解示して	1				1	
オ	担当職員のレベルアップ期待	1				1	
カ	担当者の異動に際して専門性や経験の集積、引継ぎ重視	2			1	1	

- ※利用しなかった理由：必要とする相談なし、案件なし、該当なし、相談少ない等、他市に転送 等
- ・相談した案件では、期待した助言が得られたと回答されているが、連絡を充実し県としての統一見解を示して、担当職員のレベルアップ、担当職員の異動に際して専門性や経験の集積・引

継ぎ重視など、地域担当制に期待している。

19. 苦情担当者会議について

(1) 出席回数

	全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
1 2回	8	2	2	1	3	
1 0～1 1回	5	1		3	1	
5～9回	4			1	2	1
4回以下	4				2	2

(2) 出席者

	全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
職員のみ	1 0	1	1	2	3	3
職員と相談員	1 2	2	2 (1)	3	5	
相談員のみ	1				1	

(3) 意見

- ・事例紹介も大切だが時間をとり全体的な連絡や指導の報告で忙しい、事例検討は必要なら別の開催にし本来の職員間の話し合いの場賭して欲しい。
- ・毎月の開催でなくてよいのでは。毎月は業務に負担。
- ・他のセンターの相談ケースに対する取り組み方がわかり参考になる。
- ・事例発表、情報提供の場としてよいと思う。
- ・十分機能している。
- ・各市からの事例紹介で終わるのでなく、解決に向けて踏み込んだ助言、情報提供が必要。
- ・一度しか参加していないが、とても専門的な話を中心に職員の自分には難しかった。
- ・各市町村から出される事例についてもっと県・中央Cから意見やアドバイスが欲しい。
- ・相談業務について有意義な研修の場として考えている。積極的に出席する方向。
- ・情報交換や知識向上に役立つ。
- ・困難事例をどのように解決したのか継続案件について解決策等の県の助言が欲しい。
- ・今回はじめての設問である。毎月行われているようであるが、全回出席は8自治体で、毎月は厳しいと意見(2自治体)もあるが、参考になっていると評価している。事例について、解決策等県の助言が欲しいとの意見がある。
- ・担当者の多い市は参加しているが、担当者の少ない町村は研修会を含め会議に参加する時間が取れず、職員のレベルの格差につながっている。

20. 中央消費生活センターの法律相談について(2010年度)

(1) 面接相談 利用しなかった 32自治体 NA 1

(2) 文書相談 利用した 4自治体 利用しなかった 29自治体

(3) 県への意見、要望

- ・決められた日時の面接相談だけでなく、受けた相談をその場で電話でアドバイスが受けられるような制度が望まれる(電話によるアドバイス制度)
- ・電話又はFAXで相談できるようにしていただきたい。
- ・当センターでは活性化事業で、弁護士、司法書士から助言をもらえる助言事業を実施してい

る。

- ・相談員と専門家が直接電話で随時助言を受けることが出来るようなシステムを希望する。

21. 中央消費生活センターの技術相談について(2010年度)

		全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
①	技術職員へ問合せ	4	1		2	1	0
②	建築士など技術士会への相談	0	0	0	0	0	0
③	食や不動産等専門家への相談	0	0	0	0	0	0

(4) 県への意見要望

- ・技術相談そのものの利用の仕方が、周知徹底されていないようにおもわれます。簡単に電話でも相談可能であれば、助言を受けられる範囲等を明確にして欲しい。

22. 最近食品や製品事故が多く、安全性に関心が高まっています。商品テストの相談について(2010年度)

		全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
①	ある	13 (39%)	3	2	3	5	0

A市：商品テスト47件、食品3件、製品事故22件 B市：商品テスト10件

C市：商品テスト1件 D市：商品テスト3件 E市：製品事故11件 F市：商品テスト4件

G市：商品テスト1件 H市：製品事故4件、商品テスト1件 I市：商品テスト1件

J市：商品テスト2件 K市：商品テスト1件 L市：商品テスト1件、

どこを紹介されたか

		全体 (n=33)	政令市(3)	大 (2)	中 (5)	以外の市 (9)	町村 (14)
ア	中央センター	0	1				
イ	県・市の保健所	4				1	
ウ	国の機関	6	2	1	3	5	
エ	業界・団体等	4	2	1	1	1	

国の機関：(独立行政法人製品評価技術基盤機構、国民生活センター)

業界・団体等：(神奈川技術士会、)

23. 県の商品テスト、コーディネート機能について

- ① 積極的に市町村・住民に広報をして欲しい 14
- ② 商品テスト室の再設置、テスト機器整備や機能の強化 10
- ③ 市町村簡易テストの助成 2
- ④ 活性化基金の活用をしてテスト充実を 1
- ⑤ 国にむけて商品テスト充実等 2

24. 事業者指導について

・ある 0 ない 33自治体

- ・日常のセンターの相談・苦情活動の中から、事業者指導の法執行に反映させるため、職員・相談員の

力量強化とセンターと法執行部局との連携強化が必要と思われる。

25. 被害救済委員会

1位	案件がないので、活用をあまり考えていない	19
2位	相談者からの依頼がないので活用できない	6
3位	活用したいが、具体的要件がわからない	3
4位	開催数や調査費等を多くし、結果を公表してほしい	1
4位	県が相談の中からピックアップして諮問して欲しい	1
	その他	3

- ※その他：
- ・「〇〇市消費生活審議会 消費者被害救済部会」が設置されており、案件があれば当部会で審議するため県の委員会を活用する必要がない。
 - ・2010年度に県に相談を移送の上、被害救済委員会で解決してもらえた。
 - ・市条例に紛争調停小委員会が設けられているため利用しなかった。

26. これからの消費者行政の重要な課題

	全体 (n=33)	政令市 (3)	大 (2)	中 (5)	以外の 市 (9)	町村 (14)
1. 市町村における人員・予算の確保	19 (57%)	3	0	3	6	7
2. 市町村における消費者意識向上のための 情報提供・啓発事業	13 (39%)	1	0	2	2	8
3. 県の市町村消費者行政の支援と補完	12 (36%)	2	0	2	3	5
4. 国における法令等の整備	11 (33%)	2	2	2	2	3
5. 県の広域的専門的支援	10 (30%)	2	0	2	4	2
6. 市町村における人材育成	7 (21%)	0	0	2	2	3
7. 市町村の他の行政部門との連携	5 (15%)	0	0	1	1	3
8. 消費者庁等の法改正を受けた県消費生活 条例の改正・実効性確保	4 (12%)	0	1	2	1	0
9. 広域的な県消費生活センターの支所の設置	3 (9%)	0	0	0	1	2
10. 市町村における消費者活動の活性化、消 費者団体の育成・支援、環境整備	0	0	0	0	0	0

- ・市町村の財政事情の厳しさが見て取れる。11年間のアンケート実施で、今回初めて「消費者意識向上のための啓発事業」が、2番目になったが、活性化基金の成果と思われる。
- ・地方消費者行政は市町村にお任せでなく国・県が、センター配置、相談員配置、研修費用基準等を策定し予算措置をとることが必要と思われる。
- ・活性化基金の継続が望まれる。

2010 年度消費者行政活性化基金活用事例(2011 年市町訪問ヒアリングから)

A市：消費生活相談員の処遇改善・啓発活動・消費生活相談員活動費

B市：消費生活センター機能強化事業・相談員レベルアップ事業・窓口高度化事業・食品法事・消費者教育・啓発活性化事業・品テスト強化事業・一元的相談窓口緊急整備事業・弁護士（週1回）および技術士等専門家による相談員助言指導・相談員研修支援・啓発パンフと着ぐるみ・ラッピングバス・オリジナルキャラクター命名

C市：3つあるセンターを周知するために、3つの駅でホームから見える看板を6ヶ月設置・高齢者の啓発を目的に新聞折込を実施・市民意識調査の実施・市内の大学専門学校の新入生にパンフ配布・消費生活相談員が弁護士に相談する謝礼・プロジェクターの購入

D市：コピー機、配架キャビネット、カウンター用椅子を購入・消費生活相談員の研修参加支援（旅費の支給）・啓発用物品や消費者教育、啓発を目的とした冊子を作成・タウン誌に啓発記事を掲載・地元FM放送に業務委託しCM放送を実施。

E市：相談員数を1日1名増員月・金2名→火～木1名のうち水曜を2名・相談員・職員が研修会に参加・啓発活動

F市：消費生活相談窓口高度化事業（消費生活センター弁護士謝礼）・消費生活センター改修工事・自治会回覧板配布

G市：相談員研修受講代、交通費、啓発物品

H市：消費生活センター機能強化事業（備品等の購入をし、相談環境を充実）。研修参加支援（相談員・行政職員）。啓発用冊子の全戸配布（5町と合同）。

I町：職員、消費生活相談員の研修派遣や啓発グッズへの活用など。

2011 年度消費者行政活性化基金活用事例(計画含む)(2011 年市町訪問ヒアリングから)

A市：消費生活相談員人件費・啓発活動パンフレット作成・消費生活推進委員活動費。

B市：センター機能強化を図るためレイアウトの変更、(学校教員向け・学生向け)小中学生向け学習教材の作成、小中高大学向け A3 ミニパネル作成、若者向けリーフレット作成、統括管理(1名)及び主任相談員(3名)の設置。

C市：消費生活シンポジウム開催費用・消費生活基本計画作成支援(冊子の作成)・新聞折込チラシ(A4サイズシール)配布・消費生活センター周知ポスター作成・フリーペーパーに啓発記事の掲載・高齢者向けパンフレットを購入し老人クラブに配布。

D市：多重債務特別相談：弁護士による法律相談月2回13:30～16:30・住宅リフォーム契約特別相談：1級建築士隔月第3金曜13:30～16:30・悪質商法被害防止のための民生委員等研修会：外部講師、相談員・消費生活リーダー養成講座：食の安全・安心セミナー：行政センター持ち回りで開催。

E市：小学生中学生向けの啓発事業 学校の指導要領が変わるのを契機に、子供向けの啓発パンフレットを作成し、提供。

F市：消費生活センター機能強化(拡充)、消費生活相談窓口高度化(弁護士による勉強会の実施)、消費者教育・啓発活性化(啓発物品、啓発機材の購入)、消費生活相談体制の充実

G市：消費生活相談員の研修参加支援(旅費の支給)、タウン誌に啓発記事を掲載、地元FM放送に業務委託しCM放送実施。

H市：事務所を3階から1階に移設しセンター機能を整える。併せて机、椅子、保管庫等の購入。・国センから「くらしの豆地知識」を購入。

I市：消費生活相談窓口高度化事業(消費生活センター弁護士謝礼・消費生活啓発用カレンダー全戸配布・啓発活動パンフレット作成・消費生活推進委員活動費

J市：相談員研修受講代、交通費、啓発物品

K市：消費生活センター機能強化事業(待合ブース等の充実)。研修参加支援(相談員・行政職員)。啓発用冊子の全戸配布(5町と合同)。

消費者行政活性化基金終了後に後退する可能性のある事業の一例

(2011年市町訪問ヒアリングから)

A市：・人件費（相談員人数に影響がある）・啓発事業（パンフレット）の削減。

B市：啓発等は基金でだいぶ充実できたので、予算内でまかなえろと考えている。統括管理は関係機関の調整などの業務もお願いしているので、24年も認めている。それ以降は国の動向を見てということになる。相談員のレベルアップは市費でまかなえるかは今後の課題。

C市：・新聞折込、チラシ等の啓発活動が後退・消費生活相談員が弁護士に相談する謝礼。

D市：市の財政状況が不明であるため、現段階では未定。活性化基金の事業を継続したいと考えてはいる。

E市：消費生活相談員研修費用（国セン、県主催）、消費者保障事業費、H25に予定している小学生に対する副読本や啓発冊子・啓発グッズ等。

F市：路線バスへの広告掲出、成人式啓発物品配布等の消費生活センター周知のための啓発事業が難しくなる。

G市：啓発活動パンフレット（全戸配布）、増加した金曜日3人体制消費生活相談体制継続が厳しい。

H市：人件費（相談員人数に影響がある）啓発事業の削減

I市：相談員の国セン、県の主催する研修会、全戸配布用の冊子（チラシ）に大きな影響がでる。

J市：消費生活相談窓口高度化事業（消費生活センター弁護士謝礼）、啓発事業（パンフレット）の削減。

K市：啓発物品に影響がでる。

L市：消費生活相談員の報酬、研修会参加旅費に支障が出る。

M市：消費者教育、啓発事業。5町との関係で今後木曜日の窓口開設が最重点課題。