

地方消費者行政専門調査会報告書

平成25年8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
. 地方消費者行政の現況と今後の課題	3
1. 消費者行政をめぐる情勢	3
(1) 消費者問題の現状	3
(2) 地方自治体を取りまく状況	6
2. 地方消費者行政の現況と今後の課題	7
(1) 消費生活相談体制整備の状況と課題	8
(2) 消費者教育・啓発をめぐる状況	13
~ 消費者教育推進法制定を受けた新たな動き ~	
. 市町村における消費者行政の体制整備をめぐる優先課題と方策	15
【優先課題1.】 小規模市町村の消費者行政体制底上げ	15
(1) 広域連携の推進	16
(2) 「よろず相談窓口」の機能強化	18
【優先課題2.】 地域力強化による地方消費者行政の体制強化	20
(1) 庁内連携の推進	21
(2) 官民連携の推進	21
【優先課題3.】 消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策	23
. 今後検討すべき課題について	27
1. 国、都道府県、市町村の役割分担・連携協力について	27
2. 国による財政支援等の在り方について	28
<おわりに>	29

資料編

参考資料

関係法令

<はじめに>

消費者行政が目指すものは、消費者が自立し、安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現である。

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なすものであり、地方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、平成 21 年9月に消費者庁及び消費者委員会が設置されて以来、最重点課題の一つである。

地方消費者行政の推進にあたっては、国及び地方自治体がそれぞれの責務を果たし、かつ連携していくことが必要である。

とりわけ、消費の「現場」に最も近い市町村が役割を発揮するためには、市町村における消費者行政の体制整備が要となる。具体的には、直接消費者に対応する消費生活相談体制の整備に加え、消費者への教育や啓発の拠点となることである。さらに消費者行政担当が中心となって、教育、福祉、商工、広報等の関係部局との連携（以下、庁内連携）、消費者行政と地域の消費者団体、福祉関係団体等との連携（以下、官民連携）を積極的に図る体制づくりも課題になる。

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

これら建議に対しては、発出後に建議先である消費者庁や総務省等が講じた措置についてのフォローアップを委員会の場で行い、その進捗についての検証・評価が行われている¹。

こうした取組を踏まえて、地方消費者行政の未だ解決途上にある諸課題へのさらなる対応を検討すべく、平成 25 年3月、地方消費者行政専門調査会（座長：宇賀克也・東京大学法学政治学研究科教授）を再開した。今次の専門調査会の主要課題は、地方消費者行政のなかで消費者に最も身近な行政主体である市町村の役割に焦点を当て、

①今後5年程度の中期的な視野に立って、現状の分析と優先的に取り組むべき課題

¹ 建議については、通常発出後概ね6か月後を目途に、講じた措置のフォローアップが行われている。さらに毎年2回行われる消費者基本計画の検証・評価・監視の調査審議の場でも地方消費者行政が取り上げられている。

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

本専門調査会では全6回にわたり精力的に審議を行い、本報告書を取りまとめた。

本報告書では、住民が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現し、それを維持・継続していくための優先課題として、以下3点を中心に取りまとめ、その実施のために必要と考えられる施策の提言も盛り込んでいる。

【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ

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

【優先課題2.】地域力強化による地方消費者行政の体制強化

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

【優先課題3.】消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策

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

I. 地方消費者行政の現況と今後の課題

1. 消費者行政をめぐる情勢

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

(1) 消費者問題の現状

消費者問題の今後と、地方消費者行政の在り方を考えるうえで、高齢化の進展、ネット社会の深化、生活困窮者の増大という3つの視点から消費者を取りまく状況変化についてみておく。

[高齢者の消費生活相談の伸びの拡大]

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

図1. 高齢者の人口と消費生活相談の総件数推移



(出典:消費者庁「平成25年版消費者白書」)

また、我が国全体の高齢化率(65歳以上人口の比率)については、2010年では23.0%となっているが、2024年には30%を越えることが見込まれている²。

さらに、高齢化の進展に加えて、独居高齢者世帯の増加も見込まれている。世帯主が65歳以上の独居世帯については、2010年で498万世帯であるが、2025年には701万世帯と4割増となり、全世帯のなかで65歳以上の独居世帯が占める比率について2010年では30.7%であったものが、2025年には34.8%に上昇するものと見込まれている³。

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

【高齢者を対象とした消費者行政施策の展開】

高齢者の消費者被害の背景には「お金」「孤独」「健康」に対する不安があると考えられる。高齢者の消費生活相談の一件あたりの契約・購入金額は高額化している。また、特に男性の高齢単身者や大都市在住の高齢者において、困ったときに誰も頼れる人がいないとする割合が突出して高く⁴、消費者被害にあった場合に一層深刻な事態となることが懸念される。さらに、高齢者は判断能力の低下により被害にあったことさえ気づかないといったケースが示すように、消費生活相談では解決困難な事案も増加しているとの指摘がなされている。

今後の高齢化の進展や独居高齢者の増加が見込まれるなか、消費者行政担当と福祉担当部局、警察等の行政内部での連携に加え、地域の見守りを行う福祉関係団体等との連携による高齢者の消費者被害対策が大きな課題になっていくものと考えられる。

【インターネット利用拡大がもたらす消費者問題への影響】

インターネット通販の利用拡大にみられるように、生活のあらゆる場面でのインターネットの利用拡大も消費生活に大きな影響を与えている。インターネットに関する消費生活相談も近年急速に比重を増しており、平成24(2012)年度では消費生活相談全体の約2割を占めている⁵。

インターネットによる消費者被害については、

- 低コストで展開でき、被害が短期間で全国的に拡大する懸念がある。
- 技術の急速な進展や、決済手段の多様化にともない、消費生活相談の内容

² 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24(2012)年1月推計)」による。

³ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成25(2013)年1月)による。

⁴ 内閣府「高齢者の経済生活に関する意識調査」(平成23(2011)年度)による。男性の一人暮らし世帯で20.0%、大都市在住者の5.0%が困ったときに頼れる人がいないとしている。

⁵ 消費者庁「平成25年版消費者白書」による。

も日々、複雑・高度化する。

○悪質事業者がどこの誰なのか特定しにくい。消費者自身が意識せずとも、広告～契約・購入～決済～アフターサービスの各段階で海外の業者が関係する越境被害というケースもありうる。場合によっては、自力解決は困難となることも想定される、といった特徴がある。

[インターネット社会化に伴う消費者行政施策の展開]

インターネットによる消費者被害への対応については、まず消費者教育・啓発による未然防止が必要であるが、被害に遭ってしまった場合、その解決には、技術の進歩をフォローしながらの専門的知見が必要であり、消費生活相談員のための実務研修の強化が必要である。さらに、それでもなお、現場において対処しきれない、例えば越境取引に代表される高度・複雑な事案が発生した場合、解決に導けるような専門的知見を有する機関に迅速に相談をつなげていく体制整備が必要となる。

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

[生活困窮者の増大に伴う問題]

消費者が消費者トラブルに巻き込まれる背景には、経済的困窮や社会的孤立といった生活困窮者の問題⁶が複合的にからみあっているケースがある。経済的困窮者については、多重債務の問題につながるケースもある。

多重債務に関する相談については貸金業法の改正による効果等から、最近では減少傾向にあるが⁷、消費者問題として依然大きな課題であり続けている。多重債務問題については、そのような状況に陥った消費者に対する専門家による包括的な支援体制の強化等が行われているが、生活困窮に陥らないための金融経済教育の強化の取組等が重要となる⁸。

⁶ 経済的困窮としては、失業・低所得層の増加や親から子への貧困の連鎖、社会的孤立としては、老々介護や高齢者の独居がその例としてあげられる。

⁷ 国民生活センターホームページ(平成 25 年6月 28 日閲覧)による。
(http://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/saimu.html)

⁸ 政府の「多重債務問題改善プログラム」(平成 19 年4月 20 日)においては、借り手対策として、「丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化」「借りられなくなった人に対する顔のみえるセーフティネット貸付けの提供」「多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化」「ヤミ金の撲滅に向けた取締りの強化」の4点をあげている。

(2) 地方自治体を取りまく状況

地方消費者行政を支える地方自治体をめぐる状況についても概観する。

いわゆる平成の大合併により、市町村数は平成 11(1999)年4月1日時点では 3,229 団体であったものが本年1月では 1,719 団体となった⁹。

また、少子高齢化の進展を受け、平成 17(2005)年と平成 22(2010)年国勢調査を比較して、人口減少となった市町村数は全体の 75%以上に達している¹⁰。高齢化の進展については大都市圏においては急激に進行し、独居高齢世帯も増加することが見込まれている。地方圏については、人口減少が著しく進むが、世帯数は横ばいで、単身世帯が点在して居住するような状況になると見込まれるとの指摘がなされている。

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

また、地方自治体の人員・財政状況については、

○職員数の 6.4%削減を目指す集中改革プラン(平成 17 年～22 年)等もあって、職員数は、平成 10(1998)年度比で平成 23(2011)年度には約 14%減となっている¹¹。

○財政状況についても、国・地方の長期債務残高が平成 25 年度末で 977 兆円(GDP の2倍弱)となる¹²なか、地方自治体の財政についても歳出削減・抑制が基調となり、義務的経費については、人件費、扶助費(社会保障関係)、公債費のうち、人件費を削減しながら扶助費が増大していく状況にある。

このような状況にあって、市町村において、財源不足、人員不足、職員の専門知識不足、さらに行政サービスの提供に必要な事業規模を確保できないといった理由により、当該市町村で処理が困難となる事務処理の在り方については、

○周辺市町村との間で共同処理する

(周辺市町村への事務委託、協議会、機関の共同設置、一部事務組合等)

⁹ 総務省ホームページ「市町村数の変遷と明治・昭和の大合併の特徴」
(<http://www.soumu.go.jp/gapei/gapei2.html>) (平成 25(2013)年7月 12 日閲覧)による。

¹⁰ 総務省統計局「平成 22 年国勢調査」による。

¹¹ 総務省「平成 24 年地方公共団体定員管理調査結果の概要」による。

¹² 財務省「日本の財政関係資料-平成 25 年度予算案補足資料-」による。

- 当該市町村で処理が困難な事務については都道府県が処理する
- 官民協働で処理する¹³

といった方策での対応が必要になっていくものと考えられる。

2. 地方消費者行政の現況と今後の課題

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

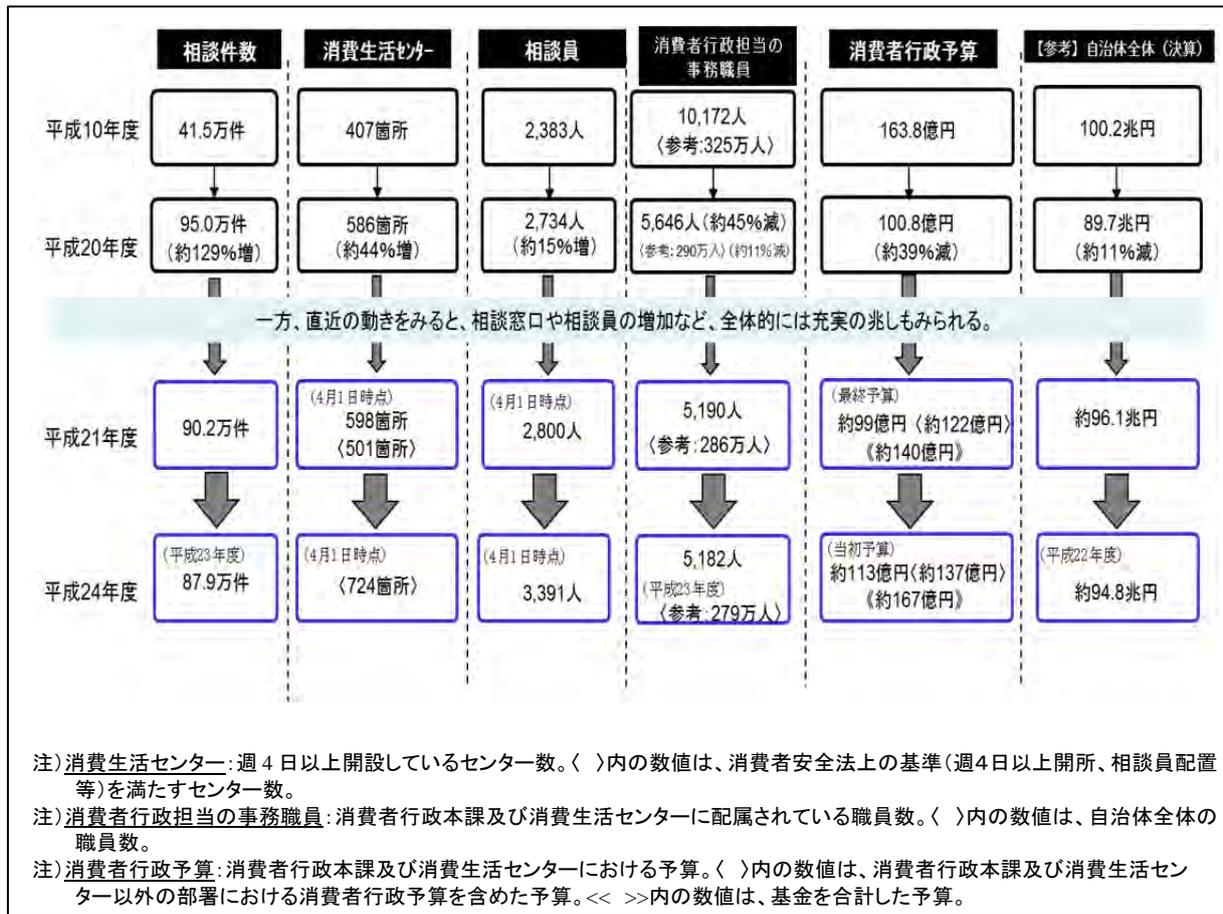
地方消費者行政の推進体制についてまず概観してみると、

- 消費者庁設立までの10年間で相談件数は2倍以上増加した一方で、消費生活センターや相談員数などの体制整備は十分に追いつかなかった。
- 加えて、地方自治体の消費者行政予算は大幅な減少を示してきた。
- 自治体全体の職員数は、平成10(1998)年度の325万人から平成23(2011)年度にかけて約14%減となっているが、消費者行政担当職員については平成10年度比でみて平成24年度には半減している。

地方自治体全体の予算・人員と比較しても減少幅は大きく、厳しい予算・人員定数削減の中、相対的に消費者行政に「しわよせ」されてきたことがうかがえる。

¹³ 地域NPOとの協働など。

図2. 地方消費者行政の推進体制・予算の推移



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

このような状況のなか、平成21年の消費者庁・消費者委員会発足以来、地方消費者行政の体制強化のための取組として、まずは平成21年度から、地方消費者行政活性化基金(以下、基金)による相談体制の強化・充実が開始された。

(1) 消費生活相談体制整備の状況と課題

【地方消費者行政活性化基金の達成状況】

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

	平成21年		平成24年
○消費生活センター数	501カ所	→	724カ所
○消費生活相談員の配置	2,800人	→	3,391人

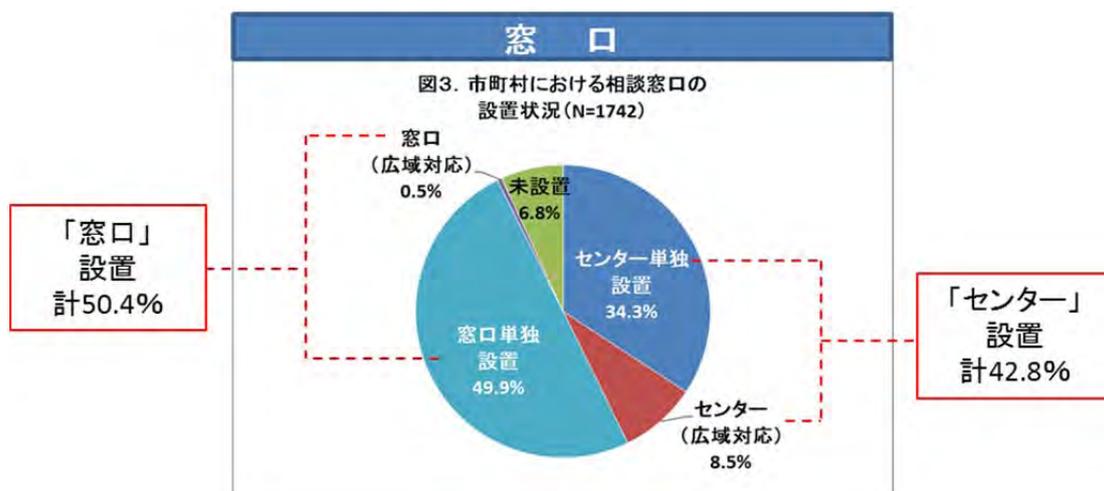
(出典:第14回地方消費者行政専門調査会説明(平成25年3月28日)消費者庁資料¹⁴)

[人口規模別、高齢者割合別等にみた消費生活相談体制の状況]¹⁵

全国1,742カ所の市町村をベースに体制整備状況¹⁶をみると、

- ・93.2%(1,623カ所)では、「センター」または「窓口」を設置している。
- ・うち、広域連携等の「広域対応」により対応している市町村は全体の9.0%。

となっている。



さらに、市町村における体制整備の状況について、人口規模や高齢者割合別等を

¹⁴消費生活センター数、消費生活相談員数は、都道府県、政令市、市区町村、広域連合・一部事務組合における合計。各年4月1日現在。

¹⁵出典:第15回地方消費者行政専門調査会(平成25年4月25日)消費者委員会事務局資料。当該資料は、「平成24年度地方消費者行政の現況調査(第2次)」(消費者庁)のデータをもとに、消費者委員会事務局が作成。当該資料作成にあたっては、原則として自治体数をベースに集計。市町村の集計は、平成24年4月1日現在の市区町村数と政令指定都市数の計(N=1,742)をベースに集計している。なお、自治体内に複数の相談窓口がある場合は、自治体ごとに集約。また、広域連合、一部事務組合等については当該団体に含まれる個々の市町村を集計対象とし、団体そのものは集計の対象外としている。集計ベースの違いにより、集計結果が、消費者庁公表の「平成24年度地方消費者行政の現況調査(第2次)」報告書に掲載されている集計結果と異なることがある。

¹⁶ここでは、消費者安全法第10条に規定する消費生活センターを「センター」と定義。この基準に満たないが、相談窓口を開設しているところを「窓口」としている。

見てみると、

- 人口規模の小さな市町村ほど「窓口単独設置」、「未設置」の割合が高い
- 高齢者割合 33.3%以上の市町村は「窓口単独設置」、「未設置」の割合が高い。
高齢者割合 40%以上の市町村では7割強が「窓口」対応。
- 財政力指数¹⁷が低い市町村ほど、「センター」設置率が低い傾向。
- 過疎地域市町村と過疎みなし市町村¹⁸では「センター」設置率が相対的に低い。

といった状況にある。

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

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

[地方消費者行政を支える消費生活相談員、地方自治体職員の状況]

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

実際に問題を抱えた消費者に直接対応する消費生活相談員¹⁹について、市町村における状況をみると、

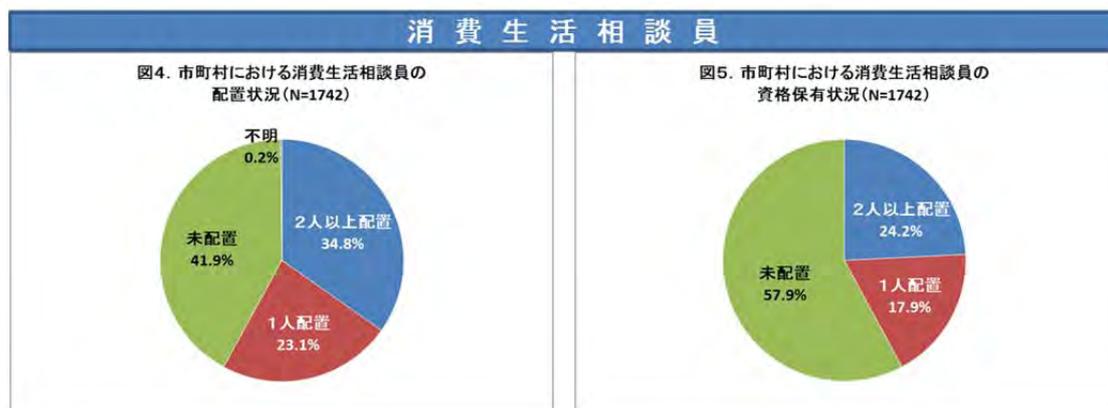
¹⁷ 財政力指数とは、地方公共団体の財政力を示す指数で、基準財政収入額を基準財政需要額で除して得た数値の過去3年間の平均値。財政力指数が高いほど、普通交付税算定上の留保財源が大きいことになり、財源に余裕があるといえる。

¹⁸ 過疎区分は、過疎地域自立促進特別措置法(以下、過疎法)に基づき、各市町村の人口要件・財政力要件によって以下に区分される。○過疎地域市町村:過疎地域市町村は、過疎法第2条第1項の適用される要件に該当する市町村。○過疎みなし市町村:過疎地域市町村を含む合併による新市町村は、過疎地域市町村の要件に該当しなくても、一定の要件に該当する場合には過疎地域とみなされる(過疎法第33条第1項)。○過疎のある市町村:過疎地域市町村を含む合併による新市町村は、過疎地域市町村の要件・過疎地域とみなされる市町村の要件ともに該当しない場合でも、その新市町村のうち合併前に過疎地域であった市町村の区域は過疎地域とみなされる(過疎法第33条第2項)。○非過疎:＝前述の3分類に該当しない市町村。

¹⁹ ここでは、消費者安全法施行規則第7条に規定する資格を有する者もしくは同条に規定する資格と同等以上の専門的な知識及び経験を有する者で、実際に相談に従事している者を指す。

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

となっている。



これについて、人口規模、高齢者割合別等の状況を基に見てみると、

- 人口規模の小さな市町村ほど相談員の配置率が低い。
- 高齢者割合 33.3%以上の市町村では配置率が3割弱となり、40.0%を超える市町村では8割弱が未配置
- 財政力指数が低い市町村ほど、相談員配置率、「2人以上配置」率ともに低い傾向。
- 過疎地域市町村では約7割が相談員「未配置」。

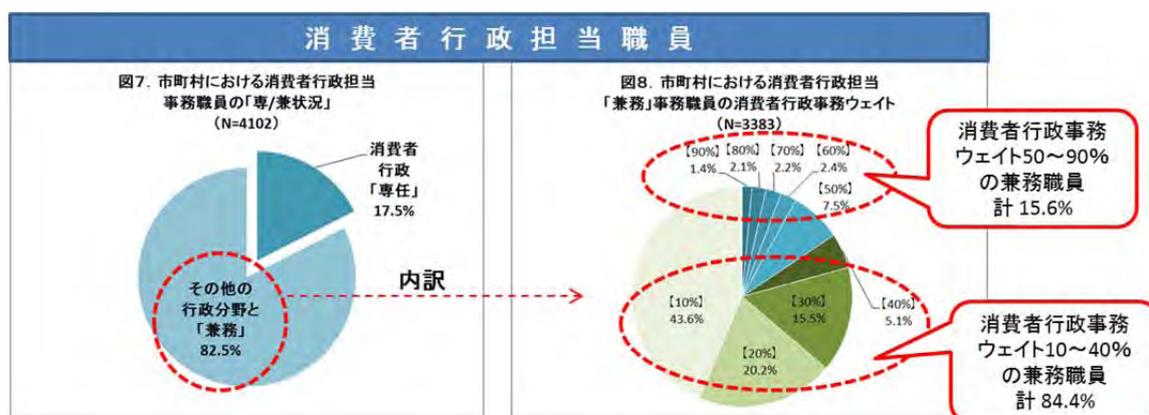
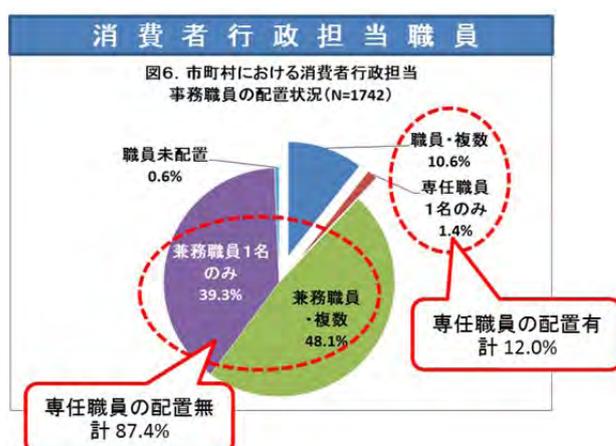
といった状況にある。

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

²⁰ ここでは「消費者行政本課」及び「消費生活センター」に配属されている職員を指す。消費者行政部局以外との兼務職員等を含む。消費者行政の企画・立案、もしくは執行に直接関わる者が対象。

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

といった状況にある。



これについて、人口規模、高齢者割合別等の状況を基に見てみると、

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

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

(2) 消費者教育・啓発をめぐる状況

～ 消費者教育推進法制定を受けた新たな動き ～

消費生活の相談体制整備をめぐる状況について検討してきたが、消費者行政のもう一つの重要な柱である消費者教育・啓発についても検討する。

消費者教育・啓発の一環として行われている講習会等(出前講座を含む)について、平成 23 年度の状況をみると、約半数の市区町村で実施されている²¹。

講習等実施市区町村数	908
講習等未実施市区町村数	820
未実施市区町村の割合	47.5%

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

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

昨年施行された消費者教育の推進に関する法律(以下、消費者教育推進法)において、地方公共団体は学校における消費者教育に加えて、高齢者・障がい者をはじめとした地域における消費者教育の推進のために研修や情報提供等の必要な措置を行うこととされている(法第 13 条)。また、今後、消費生活センターを消費者教育の拠点として活用するための方策が推進されることになっている²²。

²¹ 消費者庁「地方消費者行政の現況」(平成 24 年 10 月調査)による。市区町村には広域連合、一部事務組合を含み、政令市を除く。

²² 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成 25 年 6 月閣議決定)においては、市町村等の消費生活センターを消費生活相談だけでなく、いわば消費者教育センターとして位置づけ、そこに様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、担い手を支える場とし

＜消費者教育推進法における地方自治体に関連する主な規定＞

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

同法においては、学校の場合だけでなく、地域社会における消費者教育・啓発の推進についても盛り込まれた。地方自治体内の関係部門のみならず、消費者団体や福祉関係者等の多様な関係者間の連携を重視している。

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

て活用すること、国がそれら機関の充実のために情報を提供すること、国民生活センターが情報提供等で消費生活センターを支援する役割を担うこととされている。

Ⅱ. 市町村における消費者行政の体制整備をめぐる優先課題と方策

地方消費者行政の現状と課題を踏まえ、住民に身近な消費者行政の主体である市町村に焦点を当て、消費者行政体制整備を進めるにあたって優先的に取り組むべき課題を精査する。併せて、その解決のための具体的方策を提示する。

特に今次の専門調査会では、住民が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現し、それを維持・継続していくための優先課題として、以下の3点を取り上げた。

【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ

【優先課題2.】地域力強化による地方消費者行政の体制強化

【優先課題3.】消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策

【優先課題1.】小規模市町村の消費者行政体制底上げ

消費生活相談の窓口については、消費者基本法及び消費者安全法の趣旨に鑑み、住民に身近な場所、すなわち市町村に設置されることが第一義である。まずは、住民が困り事を安心して相談することができ（物理的な距離が近い・心理的な敷居が低い）、相談内容を丁寧に聞き取ってもらえる市町村窓口を設置することに大きな意義がある。

住民に身近な消費者行政体制については、①地域住民が利用しやすい相談窓口があり、②専門的知見による相談あっせん処理・解決の見届けができ、③迅速に被害の未然・再発防止につなげていくことが重要である。また、④消費者啓発・教育の拠点となり、⑤庁内外の関係者と必要に応じて連携しつつ総合的に消費者行政を展開していくことが必要である。

消費者問題に実際に直面するのはそれぞれの市町村の住民であるが、問題そのものは市町村レベルにとどまるものではなく、都道府県または全国レベルで対応すべき広域性を持つことが多い。さらに問題の解決には最新分野の情報や専門性の高い法制度の知見が必要になることがある。そのためには市町村で行われる消費生活相談に対して、

○国が一定程度の財政支援や技術的支援を図っていくこと、

○都道府県や近隣の大都市等が高度の専門性または市町村域を超えた広域性を備えた問題についての処理等を市町村と連携して行っていくこと、

○都道府県や近隣の大都市等による市町村への専門家派遣（講師派遣や巡回訪問等）や情報提供、地域との連携に係るコーディネーター役を担うこと、が求められる。

このように、国、都道府県等がバックアップを行いつつ、市町村において消費者行政体制整備を進め、身近な場所で消費生活相談の解決が行える体制を構築することが望ましい。

一方で、高齢化や財政状況の厳しさの中で、特に小規模市町村を中心に、将来にわたり自立して消費生活相談窓口機能を維持・継続していくための方策を探る必要がある。消費者行政体制を維持しつつ、その質的向上を図り、専門性を担保していくためには新たな工夫も必要になっていくことが考えられる。

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

(1) 広域連携の推進

相談受付から処理までを通じた業務の安定性・継続性に加えて、消費生活相談員の研修参加機会の確保を考慮すると、相談員2名以上の体制が理想的と考えられる。しかし、そのような相談体制の構築を小規模市町村を含めた全ての市町村に一律に求めるのは現実的ではない。周辺市町村との広域連携により、広域連携圏内に相談員を複数名確保することは、住民の利便にもつながると考えられる。

平成 24 年5月末現在、消費生活相談に係る広域連携の総数は一部事務組合や広域連合を含めて 74 にまで達しており、平成 20 年度末時点の 15 から急速に拡大している²³。

このような動きを先例として、小規模市町村については、周辺市町村と広域的な連携・協力等を行い、これに対して国や都道府県からの継続的な技術支援、財政支援を行っていくことが、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現するためのひとつの方策と考えられる²⁴。

²³ 平成 25 年5月 16 日開催・第 16 回地方消費者行政専門調査会資料「消費生活相談業務にかかる広域連携について」(消費者庁)より。

²⁴ 既に単独で一定の体制を構築した市町村においても、相談窓口の開設日・開設時間の拡大や、消費生活相談の質を向上させていく観点から、周辺市町村との広域連携が体制強化のための方策のひとつとなりうる。

[広域連携の推進のための方策]

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

・広域連携の推進のための分かりやすい実例の提供と共有

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

また、行政事務の共同処理²⁵として、ゴミ処理や観光、介護認定審査といった分野で先行している市町村の例がある。共同処理の総件数は 7,921 件(うち設置主体が市町村相互間によるものが 6,090 件)となっている²⁶。これら共同処理についてはそれぞれの業務の特性に応じた連携の体制となっているが、特に観光等、ソフト面での連携が先行している場合には消費者行政についても対象に加えていくといった対応も考えられる。このような既存の連携を基盤として、消費者行政を加えていった事例についても情報提供していく必要がある。

・基金活用の周知

広域連携による消費者行政体制整備のための基金の活用について、これまでは広域連携の中心市のみが活用できたが、本年2月から中心市、周辺市町村ともに広域連携のために基金を活用できるようになっている。このことについて消費者庁は、一層の周知を図る必要がある。また、今後も現在の基金で行われている財政支援による対応が継続されるべきである。

・周辺市町村の主体性維持のための方策

現在 74 ある広域連携のうち 40 が中心市集約方式を採用している²⁷。中心市集約方式の広域連携を行った場合、周辺市町村が消費者行政事務を中心市に依存し、住民に身近な窓口や消費者行政担当職員の配置が確保されないおそれがあるなど、主体性を失うリスクが指摘されている。

²⁵ 一部事務組合・広域連合、周辺自治体等への事務委託、機関等共同設置、協議会といった地方自治法に基づく仕組みのほか、事務協定による連携といった形態がある。

²⁶ 「地方公共団体間の事務の共同処理の状況調(平成 24 年 7 月 1 日現在)」(総務省)による。協議会、機関等の共同設置、一部事務組合、広域連合及び地方開発事業団の件数については、複数の事務を行っている場合は事務ごとに件数に計上しているため重複がある。

²⁷ 平成 25 年 5 月 16 日開催・第 16 回地方消費者行政専門調査会資料「消費生活相談業務にかかる広域連携について」(消費者庁)より。

周辺市町村の住民の利便が損なわれるような事態を防ぐためには、消費生活相談の実際の処理については中心市に大きく依拠することになったとしても、消費者教育・啓発等については地域住民に情報を直接届ける広報媒体を持つなど、周辺市町村が主体的に消費者行政を担うことが必要である。また、中心市集約方式における周辺市町村は、消費生活相談のニーズを抱えた住民に対し、単純に窓口を紹介するにとどまらず、確実に中心市につなぐ仕組みを設けることが望ましい。

国及び都道府県においては、このような主体性の維持について市町村や首長への働きかけを行う必要がある。

また、基金については、市町村において、その形態等を問わず、何らかの消費生活相談のための窓口が設置・継続さえされていれば²⁸、消費者教育・啓発等も含めた支援策の活用ができることとなっている。この点についても消費者庁は一層の周知を行い、周辺市町村における消費者行政の主体性の維持につながるようにすべきである。

さらに、都道府県の役割としてコーディネーター的役割の発揮が挙げられる。とりわけ、離島等、広域連携による対応が困難な市町村については、都道府県による補完も検討されるべきである。

本専門調査会のヒアリングにおいても、市町村の消費者行政体制整備のために、都道府県が広域連携立ち上げに向けて積極的にコーディネーター的役割を果たした例が紹介された²⁹。広域連携については、まずは関係市町村が自主的に着手することが前提となるが、立ち上げの支援のために、都道府県が必要に応じてコーディネーター的な役割を発揮すること、さらに都道府県がそのような機能を発揮できるよう、国が都道府県知事に働きかけを行うことや、都道府県別の消費者行政体制整備状況に係るデータを分析し、提供するなどの支援を行うことが期待される。

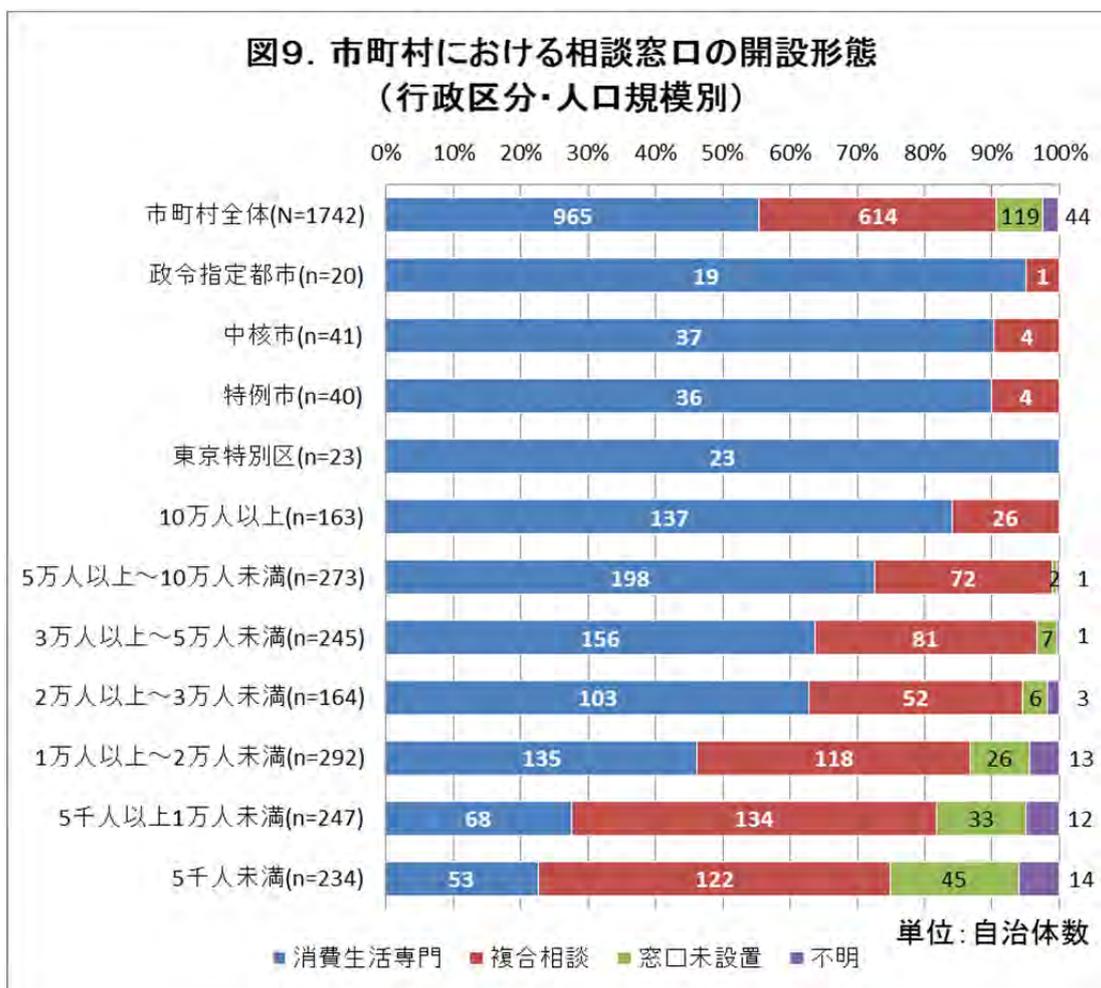
(2)「よろず相談窓口」の機能強化

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

²⁸ 例えば、消費生活相談専門の窓口を改編し、よろず相談窓口の一環として消費生活相談を扱うといった形態も基金活用の対象となる。

²⁹ 平成 25 年 6 月 13 日開催・第 17 回地方消費者行政専門調査会における宮津与謝消費生活センター(京都府)の例。<http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/chihou/017/shiryou/index.html>

全体の傾向を見ると、政令指定都市、中核市、特例市、東京特別区をはじめ、人口規模の大きい市町村では、その多くが「消費生活専門」で展開されている。それ以外の市町村では、人口規模が小さいほど「複合相談」で展開する傾向にある(1,742カ所の市町村のうち、614カ所(35.2%)が「複合相談」で対応)。



小規模市町村では1人の職員が様々な業務を兼務しており、職員数が少ないことが一般的である。住民や職員同士の顔が見える小規模市町村だからこそ、当該市役所や町村役場内部における連携の実効性があがりやすいことが考えられる。実際に自治体が小規模であることの強みを活かし、強固な庁内外連携のもと、当該市役所や町村役場が一体となって、相談者を総合的に支援しているケースがみられる。

しかし、一方で前出の図6～図8で示したように、1人の職員が種々の業務を兼務している現状がある。そのため、消費者トラブルに係る相談には実質的にほとんど対応できない「よろず相談窓口」もあることが懸念される。

「よろず相談窓口」の一部として消費生活相談を展開する市町村の消費者行政担当職員が消費者行政に係る業務を実効的に遂行し、専門的知見による相談あっせん処理・解決の見届けを行うことができる体制を強化するために、具体策を見いだすことが今後の課題である。

例えば、消費者行政に関しては経験やノウハウに乏しい段階の「よろず相談窓口」が、解決にあたって高度の専門性を必要とするような消費生活相談³⁰を受け付けて、自力で解決できない場合は、広域連携による相談体制や都道府県の消費生活センター等と連携して事案の解決にあたることができるようにする体制構築が必要である。これら消費生活センター等が相談への対応を行いつつ、相談を受け付けた当該「よろず相談窓口」担当者が、その処理状況を見届けるといった体制の強化が求められる。

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

このような市町村内部の連携(庁内連携)及び市町村と外部の民間団体等との連携(官民連携)、いわば、「地域力」の強化が、小規模市町村の消費者行政体制の底上げを図る方策のひとつであると考えられる。

この「地域力」の強化については、小規模市町村の底上げのみならず、都道府県及び市町村を通じた地方消費者行政の強化全体につながる課題であり、この点については以下の2. でさらに詳しく検討する。

【優先課題2.】 地域力強化による地方消費者行政の体制強化

消費者教育推進法においては、庁内連携として消費者行政担当部署と教育担当部局・教育委員会等との連携に加え、官民連携として消費者団体のほか、地域福祉関係者等³¹との連携による地域の消費者教育推進を図ることとしている。消費者教育推進法の制定を契機に、消費者行政担当部署を中心として庁内連携及び官民連携を重層的に展開していくことは、消費者行政全体の「地域力」強化につながる。

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

³⁰ 例えば、土地・住宅相談、金融・保険、情報通信(インターネット越境取引等)等が挙げられる。

³¹ 民生委員、社会福祉主事、介護福祉士等が挙げられている。

(1) 庁内連携の推進

消費者行政に関する庁内連携については、既に消費者教育推進法で示された教育関係の他にも福祉・警察を含めた安全分野、生活包括支援等、他の行政分野との連携により体制整備を進めている事例が多くみられる。

また、消費者が消費者トラブルに巻き込まれる背景には、経済的困窮や社会的孤立といった他の行政分野が抱える問題が複合的にからみあっているケースがある。このようなケースに対しては、消費者行政担当部署が庁内外連携の司令塔的役割を果たし、分野横断的に、個々の住民が抱える問題を解決している先導的な実例がある。このような事例を参考に、地域の実情に応じた連携が図られることが期待される。

なお、各地で行われている代表的な実例をみると、以下のように整理できる。

- 【教育・社会参画との連携型】生涯教育推進や、環境教育推進、食育推進、退職者等の地域参画推進等の施策と連動させて、消費者教育に係る各種取組を庁内にアピールしていく例。
- 【福祉・安全分野との連携型】高齢者や障がい者の見守り、子どもの安全・子育て支援等、地域の防犯等の施策と連動させて、消費者被害の未然防止に係る各種取組を庁内にアピールしていく例。
- 【生活包括支援型】多重債務問題を起点とした連携例。社会経済環境の変化にともない、経済的困窮や社会的孤立の状態にある生活困窮者をめぐる問題が深刻化している。消費生活相談窓口は生活困窮者やその予備軍を早期に発見、つまり税滞納・失業・自殺等を予防する機能を備えており、行政サービス全体として総合的に住民を支援できることを庁内にアピールしていく例。

(2) 官民連携の推進

「地域力」強化のためには、消費者団体が果たす役割が大きい。消費者問題を担う人材の育成を図るために、消費者問題に関する地域リーダー³²や講師養成等を行うことも、効果的な方策と考えられる。

また、高齢者に対する消費者啓発や消費者被害の未然防止については、行政が、独

³² 消費生活サポーター、消費生活推進員、高齢者見守りサポーター、〇〇隊等の名称で消費者教育・啓発等を担う団体や個人。

居高齢者や障がい者等に目が届く地域包括支援センター、地域で活動する福祉関係団体、自治会(町内会、婦人会(女性会)等)、日々の生活用品の配達を行う企業等と協働することが効果的と考えられる。さらに、そのための連携拠点として、住民に身近な消費生活センターや消費生活相談窓口を活用することが考えられる。

併せて、消費者団体をはじめとした地域団体等と協働する際の支援(活動スペースの提供、必要経費の一部負担等)に関してはその在り方を考慮する必要がある。

[消費者行政に関する地域力強化のための方策]

・分かりやすい事例集の整備・普及

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

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

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

・地域リーダーや講師養成のための研修・情報提供

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

消費者庁においては、基金の活用の周知に加えて、このような取組を行っている地方自治体や消費者団体の取組の事例等について適切な情報提供を行っていく必要がある。

・交流の場の設定

消費者庁や国民生活センターが主体となって、交流の場の提供や関係構築の仲介役を果たすことが期待される。具体的には、消費者教育推進地域協議会の設置や活性化の端緒となる、消費者団体と福祉、環境、教育といった他分野団体・事業者等との交流の場を提供することが必要である。

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

【優先課題3.】 消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策

〔消費者行政担当の地方自治体職員の役割〕

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

地方消費者行政の体制を強化するとともに、消費者教育推進法による新たな業務への対応等も考えれば、消費者行政担当職員の人員拡充に加え、消費者行政への専任化・長期在任化(専門職の新設を含む)、また、他の行政分野と兼務の場合、消費者行政分野の比重を上げることが期待される。

消費者行政に係る人員の強化の実現に向けて、国からは、地方自治体の首長等に対して粘り強く働きかけていく必要がある。

一方で、すべての地方自治体でこれが直ちに実現されるというのは困難であり、現実的には、各地方自治体の財政・定員事情は厳しく、職員の多くが他の行政分野との兼務であることが通例である。消費者行政に限らず、地方自治体の行政職員としては特定の部局に長期在任することは少なく、数年単位で人事異動するケースが一般的である。

また、職員1名体制の市町村が全体の約4割を占める現状から、消費者行政担当職員の能力向上を、市町村内部のOJT³³のみに期待することも現実的とはいえない。

このような現実を踏まえれば、消費者行政担当職員が、地方自治体の行政職員として果たすべき役割を明確にし、他の部局において、これまで蓄積してきた経験やノウハウを発揮して、消費者行政の体制を強化していくための施策を考えていくといったアプローチについても検討していくべきである。

消費者行政担当職員が人事異動後も、消費者行政担当部署で得た知見を関連する行政分野(福祉、教育、商工、環境、広報等)で活用することで、庁内全体の消費者行政に関する認識を高め、消費者行政の底上げにつなげるアプローチについても考慮していくべきである。

〔庁内外の連携の「ハブ」³⁴としての消費者行政担当職員〕

これまで見てきたように、地方消費者行政の推進においては、今後、庁内外の連

³³ オン・ザ・ジョブトレーニング。職場内訓練。

³⁴ 自転車の車輪では中心に「ハブ」があり、そこから放射状に「スポーク」が出ている。このイメージで情報等が集約され、さらにそれを関係者に再発信していく中心・中枢が「ハブ」となる。

携の重要性が増していくものと考えられる。このような流れを受けて、消費者行政担当職員については、連携の「ハブ」としての役割が期待されることになる。

具体的には、

- 庁内の関係部局や民間関係者との連携を進めるため、消費者行政の位置付けへの理解を深めるとともに、それぞれの共通課題や役割分担を明確にしていくこと、
- 広範な分野の相談が寄せられる消費生活相談の現場で得た情報³⁵のみならず、消費生活相談窓口以外の部局に集まる消費者事故情報、重大事故情報等を把握～集約すること、
- 相談を適切な解決につなげるために、商工、福祉等の庁内関係部局のみならず、必要に応じて警察や保健所等の庁外関係機関に円滑に伝達し、解決を促すとともに、地域住民への情報発信を行うこと³⁶、

等により、消費者行政の円滑な推進を図ることが必要である。

[地方自治体の消費者行政担当職員への支援方策]

消費者行政を担当することとなった職員がその在任期間において、上記のような職責を最大限に発揮できるようにするために、国や都道府県による地方自治体職員に対する支援策の在り方も検討することが必要である。

・消費者行政担当職員向け研修の強化

具体的には国民生活センターや都道府県等において、既に行われている職員向け研修のノウハウを活用し、消費者庁、国民生活センターに加え、都道府県が中心となり、以下の点で地方自治体職員をバックアップすることが考えられる。

- 庁内外の連携推進にあたって参考となる事例に基づく研修機会の提供
- それまで消費者行政の実務経験を有しない職員について、効率的に業務遂行が可能になるような体系的な職員研修メニューのひな形作成
- 模範となるテキストや他自治体の先進事例の共有等
- 研修への参加を促すための仕組みづくり
(旅費支援、地方開催の機会増加、ネットを活用したオンデマンド研修の活用等)

また、市町村職員に対して行われている各種の研修において、消費者行政を取り

³⁵ 多重債務、安全のための製品リコール、食品表示や広告等の問題等がある。

³⁶ 情報発信については「消費者事故未然防止のための情報周知徹底に向けた対応策についての建議」(平成 25 年 2 月・消費者委員会)において消費生活センターをリコール情報の周知徹底のために活用することが盛り込まれている。

あげてもらふ機会を拡大する可能性についても検討していく必要がある。

・その他の消費者行政担当職員への支援策

研修以外には以下のような方策を検討すべきである。

- 消費者行政担当職員のための情報共有の場の提供(ワークショップや対面型の研修の場を活用した情報交換会の開催、庁内外の連携について先進的取組を行っている地方自治体の担当者との交流の場の提供、職員版の消費者行政フォーラム³⁷の設置・運営等)
- 初任者に対する消費者行政に関する基礎的情報の提供
- 消費者行政に係る人員の強化の実現に向けた、国から地方自治体の首長等に対する働きかけ

なお、地方消費者行政は各自治体が自主的に行い、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、地方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、同法に基づく消費者事故等の国への通知義務等の地方自治体の負担が新たに発生したこと、また、昨年施行された消費者教育推進法に基づき、地方自治体に新たな役割が追加されたことを踏まえれば、地方自治体の消費者行政担当職員に求められる役割は今後さらに重要性を増していくことが想定される。具体的には、

- 複雑・多様化する消費者問題に留意し、専門職である消費生活相談員との連携、バックアップを行うこと。庁内の関係部局や民間関係者と分野横断的に連携して消費者トラブルを解決すること、
- 個々の住民の消費者トラブルの解決だけでなく、消費者庁を中心とする全国ネットワークの一員として、消費生活相談情報、重大事故情報等を国に集約し、法執行や被害拡大防止につなげること、
- 住民に対する職責を果たすとともに、各種相談情報やリコール情報を地域に発信することを通じて、国民全体の安全・安心な消費生活の実現につなげること、

といった幅広い役割が求められることに留意が必要である。

³⁷ 国民生活センターとPIO-NETを閲覧できる各消費生活センター・関係省庁等との間での情報共有・情報交換を目的としたシステム。

本専門調査会のヒアリングでは、厳しい財政・定員事情の中、数年単位で人事異動が見込まれる消費者行政担当職員に連携の「ハブ」としての役割を期待しているが、消費者行政部署に一定の知見やノウハウが保たれないことを前提に、新たな工夫を行っている自治体の例も紹介された³⁸。

国においては、消費者庁を中心とした消費者行政の全国ネットワークを構築・維持していくことも念頭に、自治体の努力を継続的に支援し、今後も消費者行政に関わる「人」を育成していくことが重要である。

³⁸ 平成 25 年 6 月 13 日開催・第 17 回地方消費者行政専門調査会における士別地区広域消費生活センター(北海道)の例。複数名の消費生活相談員を雇用が相対的に安定した嘱託職員として採用の上、企画・立案・実施を正規職員と共に担当、つまり連携の「ハブ」の役割を消費生活相談員が担う形で、持続可能な体制を構築している。

<http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/chihou/017/shiryou/index.html>

Ⅲ. 今後検討すべき課題について

1. 国、都道府県、市町村の役割分担・連携協力について

一般的に国の各省は本省と地方支分部局が一体となって行政を遂行している。しかし、消費者庁は地方支分部局を有しておらず、消費者行政の遂行にあたっては、まずは消費者庁・国民生活センターと都道府県が連携して役割を発揮していくことになる。

基金期間中に消費生活センター・相談窓口数および消費生活相談員数が急増し、消費者教育推進法施行によって地方消費者行政の役割がますます重要性を増していることを鑑みれば、今後、管内市町村のコーディネーター役としての都道府県の役割の重要性が増していくことは論を待たない。

管内市町村が、年々、複雑・高度化する消費者問題に対応できるよう、都道府県は、専門的知見による相談あっせん処理を支援するとともに、迅速に被害の未然・再発防止につなげられるよう政策的な視点をもって情報収集・分析・提供を行うなど、バックアップ機能をさらに強化することが求められる。なお、バックアップ機能の強化にあたっては、都道府県自らも消費者や事業者に対応し続けることが不可欠である。

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

今次の専門調査会では時間的制約の中で、市町村の消費者行政体制を中心として議論をおこなったため、本報告書では市町村への支援策を盛り込むにとどめている。都道府県の役割については、今後の重点的な検討課題である。

具体的な役割としては、

- 管内市町村の消費者行政体制整備・強化に向けて果たすべき役割
- 研修、教材等の作成による人材育成
- 経由相談受付、巡回相談受付等の市町村における相談のバックアップ
- 専門的相談の解決のための支援
- 管内の市町村との間での情報の共有
- 法執行（法執行につながる行政内部の連携、庁内連携等を含む）

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

2. 国による財政支援等の在り方について

これまで消費者委員会で行ってきた地方消費者行政の建議等においては、いわゆる「基金後」の国による財政支援等の在り方について検討を求めてきた。

消費者庁は平成 25 年2月に消費者庁長官通知として「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」(以下、準則)を定め、「各地方公共団体の消費者行政体制が定着するまでは、継続的な財政支援が必要であるとの認識を明示し、地方公共団体に対して中長期的な体制整備のロードマップを示した」³⁹としている。

準則に盛り込まれた継続的財政支援の在り方について、現時点では基金の期限については平成 25 年度とされており、それ以降の国による地方消費者行政への財政支援の具体的在り方については、今後の平成 26 年度概算要求の過程で議論されていくことになる。消費者行政に関する自主財源の十分な確保が依然困難な状況に加え、今年度から消費者教育推進法に基づく地域の取組が本格化していくことを踏まえ、引き続き国による財政支援等の継続について最大限の努力を払っていく必要がある。

また、準則においては、これまで地方消費者行政が抱えてきた問題への対応策として、首長による消費者行政体制維持・強化の表明、消費生活相談員の雇止め抑止、小規模市町村への対応等、に対して、財政支援の延長・短縮という形での措置が盛り込まれている⁴⁰。

消費者庁においては、今後、この準則による上記で掲げた地方消費者行政の問題解決の効果や地方自治体における自主財源の確保の状況等を検証し、それを踏まえて、国による財政措置を安定して継続していくにあたっての方向性についての検討を行うべきである。

³⁹ 消費者庁「平成 25 年版消費者白書」より。

⁴⁰ 国による財政措置の活用期間について、通常の自治体は原則7年のところ、首長による表明により2年の延長、消費生活相談員の雇止めを行っている場合には2年短縮、また小規模市町村については活用期間を原則9年とし、さらに首長による表明があれば2年延長となっている。

<おわりに>

本専門調査会では、市町村の消費者行政体制強化の観点から、現状の分析を行うとともに、小規模市町村の消費者行政体制底上げ、消費者教育の新たな動きとこれを契機とした「地域力」強化による地方消費者行政の強化、さらに、地方自治体の職員への支援策を中心に検討を行い、その実施のために必要と考えられる施策の提言を行った。

これら広域連携や「地域力」強化の取組を実施・継続していくのはそれぞれの市町村であるが、国及び都道府県は、市町村がその役割を十分に発揮できるよう、今後も最大限の支援を行っていく必要がある。

市町村においては多様な行政需要を抱えているが、消費者行政については、その重要性の認識や優先順位を上げていくことが必要である。そのためには消費者行政が地域住民の身近な生活をトラブルから守る拠点として、問題を解決に導く仕組みであることについて、国も主体性を持って地方自治体の首長や議会、また地域住民に十分な理解を求めていくことが重要である。

また、消費者行政が国、都道府県、市町村の連携のもと、消費者教育・啓発や消費生活相談の実績を積み重ねることにより、日々の生活の安全・安心の確保を通じて豊かさをもたらされることを、目に見える形の成果として、消費者に対して不断に提示していくことが必要であり、都道府県、国としてもその役割を果たしていくべきである。

なお、今次の専門調査会は限られた時間での検討であったため、今後の課題とされた、国、都道府県、市町村の役割分担や国からの財政支援の在り方については、今後とも消費者委員会において検討を続けていくべきである。