

地方消費者行政を考える際の視点について

H25.10.25

拝師

- I 機能面から、「あるべき消費生活相談窓口」のイメージを整理・共有するべきではないか。
- II 5年間の基金の活用を振り返って、改めて国，都道府県，市町村の役割分担を見直すべきではないか。
- III 機能面から諸論点を再検討する必要があるのではないか。
- IV 独自予算化を視野に入れた戦略的な基金の利用ができてきたか，もう一度振り返ってみる必要があるのではないか。

消費生活相談窓口が備えるべき機能

- ① アクセスの容易性
- ② 紛争解決のための高い専門性
- ③ 消費者被害の予防のための迅速・適切な情報発信
- ④ 相談をきっかけとした総合的行政サービスの提供
- ⑤ 相談情報の企画立案への反映
- ⑥ 現場を踏まえた消費者教育の推進
- ⑦ 行政課題実現のための地域・学校との連携

第1 あるべき消費生活相談窓口の機能の整理

① アクセスの容易性

→住民が消費生活についての悩みを抱えた時に迅速・確実に相談窓口にとどり着くことができるか

〈影響するファクターの例〉

- ・ 距離
- ・ 開設日時
- ・ 受付の媒体（電話，面談，メールなど）
- ・ センター及びセンターの機能の周知度
- ・ 住民との連携（地域のコーディネーターの配置状況・活動状況）←アウトリーチ的発想

② 紛争解決のための高い専門性

→受け付けた相談に対し、専門的知見に基づいてあっせん処理したり解決の見届けが
できているか。

〈影響するファクターの例〉

- ・あっせん率
- ・有資格者（三資格）の配置
（・事案ごとの解決基準の整備も必要では？←国セン）
- ・相談員の複数配置
- ・相談員への研修
- ・三者面談での行政職員の立会い
- ・執行部門との連携
- ・弁護士等専門家との連携

③ 消費者被害の予防のための迅速・適切な情報発信

→相談現場に集まった情報をもとに被害予防のための情報が迅速かつ適切に発信され
るとともに、それが必要なところに届き、かつ有効に活用されているか。

〈影響するファクターの例〉

- ・関係する消費者ごとに整理した情報発信（お年寄り向け、子ども向け等）
- ・発信の媒体（広報、メール、防災無線等）
- ・地域との連携による情報発信の体制
- ・届いた情報を活かして予防できた件数・保全見込み金額等

④ 相談をきっかけとした総合的行政サービスの提供

→相談を契機に他の行政部署の所管も含めた総合的な行政サービスが提供できている
か

〈影響するファクターの例〉

- ・消費者行政担当職員が庁内の橋渡し役として動いているか
- ・具体的な連携システムの構築（特に大中規模自治体）
- ・相談した消費者が相談後に二次被害や別のトラブルにあっていないか

⑤ 相談情報の企画立案への反映

→相談窓口に集まった情報をもとに条例制定・改正、基本計画の策定等必要な企画立
案ができているか

〈影響するファクターの例〉

- ・消費者行政担当職員と相談業務との普段の関わりはどうか
- ・消費者被害等の実情に見合った条例・制度等が速やかに整備されているか

⑥ 現場を踏まえた消費者教育の推進

→現場の消費者被害の実情や事業者・消費者の傾向等を踏まえた消費者教育が行われ
ているか

〈影響するファクターの例〉

- ・座学だけでなく実践的な活動を取り入れたカリキュラムを実行しているか
- ・消費者教育の実施によって消費者の意識・行動がどのように変わったか

⑦ 行政課題実現のための地域・学校との連携

- 相談窓口と地域・学校がうまく連携して諸課題に取り組む体制が整備されているか
(影響するファクターの例)
- ・消費者行政担当職員が地域・学校と相談窓口の橋渡し役となっているか
- ・消費者教育推進地域協議会の設置・活動内容
- ・地域で活動するコーディネーター（仮称）の配置・活動内容

第2 各機能の責任主体・サポート役の整理（国・都道府県・市町村，消費生活相談員・行政職員・消費者）

1 都道府県と小規模自治体

これまで消費生活相談窓口の整備は，規模を問わず自治体の責任としてきたが，5年間の基金活用を通じて，小規模自治体では明らかに限界が見えてきている。

→小規模自治体の窓口の専門性の確保についてはむしろ都道府県が実施主体となって対応すべきなのではないか。但し，複数地域にサブセンターを設置するだけでは①の機能を果たしておらず不十分。

※1 小規模自治体側は，消費者行政担当職員の資質向上には責任を持つが，相談員については都道府県が責任をもって手当するという形があつてよいのでは。佐賀方式の実施主体を県が担うというイメージ。

※2 利用実績の低い自治体へのP I O - N E T無償配置をやめるというのは逆効果。どうやったら利用実績を伸ばせるかを考えていくべき。

2 消費者行政担当職員の役割の再認識と資質向上のための統一的プログラムの必要性

上記機能の多くは市町村の消費者行政担当職員が責任をもって実施すべき事項。

→現状ではそのような意識自体が希薄（相談員に丸投げする一方，企画立案等については相談員の意向は無視するなど）。

→赴任の時点で統一的な研修を受けさせ，自分たちの役割を明確に自覚してもらう必要があるのでは。

第3 機能性から見た論点の再検討（いくつかの具体例）

1 民間委託

上記各機能を満たしていれば民間委託の方がうまくいくこともあるかも知れない。

→どのような場合に許容或いは推奨でき、どのような場合に許されないのかの整理が必要。消費者行政部門の縮小のために利用されるケースは論外。

2 広域連携

自治体に一つ窓口を作ればいい、という発想に陥っていないか。①や③～⑦の機能を維持しながら、広域連携によって②をフォローするなら積極評価（都道府県の役割も視野に入れつつ議論する必要あり）。

3 よろず相談窓口

専門性を確保するための工夫はできているか。①ばかり重視して②をおろそかにしてはならない。

以上