

「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

消費者庁

(目次)

1. はじめに

- (1) 本「プラン」の策定の背景・経緯…………… 1
- (2) 本「プラン」の策定の趣旨・目的…………… 2

2. 基本的な考え方

- (1) 地方消費者行政における国と地方…………… 5
- (2) 国と地方の関係の「重層性」と地方の「多様性」…………… 6
- (3) 充実・強化のための視点…………… 7
 - ① 地域における「ヒト」「人材」…………… 7
 - ② 地域における「参加」「連携」…………… 8
 - ③ 国と地方の「双方向性」…………… 9

3. 主なテーマごとの「地方への期待」と「消費者庁の取組み」

- (1) 消費生活相談体制の充実…………… 11
 - ① 市町村の消費生活センター・相談窓口の機能…………… 17
 - ② 都道府県の消費生活センターの機能…………… 20
 - ③ 実情に応じた都道府県と市町村の連携…………… 22
- (2) 法執行の強化…………… 24
 - ① 法執行を担う体制整備と人材強化…………… 28
 - ② 国と地方などの連携の強化…………… 30
- (3) 相談員の処遇の改善…………… 32
 - ① 身分、報酬、期間など雇用形態・勤務体系の改善…………… 36
 - ② 研修への参加の確保と研修の充実…………… 38
 - ③ 執務環境の改善…………… 40
- (4) 行政・担当職員の取組みの強化…………… 42
 - ① 首長のリーダーシップと連携の体制づくり…………… 46
 - ② 職員の研修の充実と「キャリアパス」の構築…………… 47

(5) 地域における連携・地域を越えた連携・国との連携の強化	49
① 地域の関係団体との連携・協力	55
② 「参加型」活動の展開	56
③ 消費者教育・啓発活動の展開	56
④ 国と地方のネットワーク強化	57
⑤ テスト機関との連携	58
⑥ 都道府県間の連携	59

【参考1】 広域連携による消費生活相談の実施の在り方	60
----------------------------	----

【参考2】 基礎自治体の多様性を踏まえた消費生活センター・相談窓口の在り方	63
---------------------------------------	----

【参考3】 地方公共団体からの事務委託による消費生活相談等の実施のケース	65
--------------------------------------	----

【参考4】 都道府県における景品表示法、特定商取引法の執行実績	67
---------------------------------	----

【参考5】 相談員の雇用形態に関する課題	68
----------------------	----

【別紙】 先導的な取組み事例集	
-----------------	--

1. はじめに

消費生活の「現場」は、地域であり、消費に伴う様々な問題もここで生じています。

地域という「現場」にあつて消費生活を支える行政の充実・強化、すなわち、地方消費者行政の充実・強化なくして、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上はあり得ないと考えます。

このような基本的な観点に立って、消費者庁としては、ここに「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」として、地方公共団体を始め、関係者・関係団体などの積極的な取組みに対する期待と、(独)国民生活センターとの連携・協力も含めた消費者庁としての取組みをまとめました。

(1) 本「プラン」の策定の背景・経緯

まず最初に、本「プラン」の策定に至った背景・経緯として、「現場」の実態を振り返ってみます。

地方公共団体の全体でみたときに、この10年間で(平成10年度 → 20年度)、予算や人員は、それぞれ約1割減の90兆円、290万人へと減少しています。

その中で、消費者行政については、予算では約3割減の109億円に、担当職員の数ではほぼ半減の5600人へと激減しています。

この10年間で、全国の消費生活センター・相談窓口は407箇所から586箇所に、相談員数も約2400人から約2700人に、その体制としてはわずかながらも増加を示しています。しかしながら、消費生活相談の件数は、架空請求事案などが最近は減少しているとはいえ、94万件(平成20年度)へと10年間で2倍以上の水準に至っています。しかも、相談内容の複雑化・高度化・長期化という傾向も指摘されています。

「現場」は、消費生活相談の件数だけではとらえきれない厳しい実情があるということが出来ます。

このような地方消費者行政については、国会における消費者庁・消費者委員会

設置関連法案の審議を始めとして、総合的な推進の必要性が強調されてきました。これらの関連法案の成立の際には、「附則」や「附帯決議」として、さまざまな課題についての検討や措置が国に求められました。

消費者庁としては、これらの要請を始め、消費者関係団体による提言、パブリック・コメントとして寄せられた意見なども踏まえて、消費者庁の仕事の方向づけを定めた「工程表」（平成21年11月）を策定し、その中で、地方消費者行政の充実・強化を重要な課題の一つとして位置づけました。

そして、この「工程表」の定めに従って、庁内に「地方消費者行政強化プラン策定本部」を設置して、消費者関係団体による調査・提言、消費者委員会事務局による調査資料なども参照しながら、地方消費者行政の課題の整理に努めました。

資料・文献・報道などから特徴を窺うことができた30以上の地方公共団体を（独）国民生活センターと共に消費者庁の職員が集中的に手分けをして訪問し、地方公共団体の幹部・職員、消費生活センター・相談窓口の相談員、地域の消費者関係団体との個別の意見交換を重ねました。

(2) 本「プラン」の策定の趣旨・目的

消費者行政の「現場」との意見交換を通じて、消費者庁としては、地方消費者行政の実情と課題について改めて把握に努めました。

その中で、消費者庁・消費者委員会設置関連法の成立なども契機として、地方公共団体によっては、消費生活センターや相談窓口の新設・増設、相談員の処遇の改善・向上に積極的に取り組んでいる事例が少なからず見られることも改めて確認することができました。

これらの積極的な取り組みの事例については、必ずしもすべてを網羅的に把握できたわけではありませんが、地方消費者行政の充実・強化にとって先導的な意義を持つものとして位置づけることができるのではないかと考えました。

すなわち、そのような事例の具体化を可能とした、もしくは妨げとなった背景や理由がどのようなものであるのかについて、例えば、首長の決断の問題であるのか、それとも、制度的な制約の問題であるのかなどを併せて明らかにしていくことで、他の地方公共団体の取り組みを促していくことができるのではないかと、国としての取り組みを具体化していく上でも重要な意義があるのではないかと考え

たのです。

また、これまでも国としては、当面の3年間（平成21・22・23年度）を「集中育成・強化期間」と位置づけて、地方消費者行政活性化基金（「基金」）や地方交付税措置などを通じた支援に取り組んできたところです。それぞれの地方公共団体では「基金」を活用しての取組みが具体化しつつあります。

同時に、これらの支援については、現職の相談員の処遇の改善には活用できないこと、4年目以降に財政の負担を残すような用途への活用には踏み切れないことなどに関して、これまでも地方公共団体を始めとする関係者からの見直しの要請などが寄せられてきました。

こうした地方公共団体における消費者行政活性化の取組み状況等を精査し、「基金」がより効果的に活用されるよう、その在り方や執行の在り方を見直すことを始め、(独)国民生活センターとの連携・協力も含めて消費者庁が取り組むべきものには速やかに取り組むとともに、地方公共団体を始め、関係者・関係団体などの積極的な取組みを大いに期待しつつ、幅広く促していくことが必要であると考えました。

そこで、本「プラン」は、地方公共団体の先導的な取組みの事例とその意義を明らかにしながら、地方消費者行政の充実・強化のための課題と解決の在り方について、主なテーマごとに当面の3年間を中心として、

- ① 地方公共団体に大いに期待し、関係者・関係団体などの協力・連携を広く呼びかけることが適切と考えられる取組み
- ② 消費者庁が(独)国民生活センターとの連携・協力も含めて取り組むことが不可欠と考えられる取組み

を整理することとしました。

これらは、地方公共団体の幹部・職員、消費生活センター・相談窓口の相談員、地域の消費者団体との個別の意見交換などを通じて寄せられた意見や要請などをもとに整理したものであり、消費者庁の取組みについては、今後、速やかに必要な体制を組み、具体的に取り組んでいくこととしております。

また、今回の「現場」での意見交換や、消費者・消費者団体など関係者・関係団体からの意見募集では、消費者庁と(独)国民生活センターの関係や役割分担が

わかりにくいとの御意見をいただきました。現在、消費者庁と(独)国民生活センター双方参加の下、それぞれの役割を明確にした上で、さらにどう強化していくかの検討を始めています。「現場」を適切にサポートし、地方消費者行政の充実・強化につながる体制を構築していきます。

地方公共団体においては、これまでに「基金」が支援の対象としている事業に限ることなく、地域において、様々な主体と連携を深めながら消費者行政の取組みを総合的に展開していくことが地方消費者行政の充実・強化のために大いに期待されます。国としても、当面の3年間はもとより、今後ともこのような総合的な展開に対する支援を一層充実していくことが不可欠であると考えます。

すなわち、「国も頑張る、地方にも頑張っていたきたい」という観点からまとめたものが本「プラン」です。

なお、本「プラン」は、「集中育成・強化期間」とされている当面の3年間の取組みを中心としています。

このことは、消費者庁・消費者委員会設置関連法案の国会審議における「附帯決議」において「今後3年程度の集中育成・強化期間後の国による支援の在り方」などについて「消費者委員会で検討を行うこと」とされたこと（参議院附帯決議第24項）を踏まえつつ、その検討結果を待つまでもなく、各地方公共団体において直ちに着手していただきたい課題を取りまとめたものです。

そして、消費者委員会においては「地方消費者行政の充実強化に向けて」と題する論点の提示を公表し、「4年目以降を見通した施策の在り方」を中心とする検討を行うこととしています。今後とも、消費者庁としては、地方消費者行政の充実・強化のため、消費者委員会との必要な連携を図りつつ、取組みを一層強化していく考えです。

2. 基本的な考え方

地方消費者行政の充実・強化のための課題と解決の在り方を主なテーマごとにまとめるに先立って、国と地方の関係についての基本的な認識やさまざまなテーマに共通する視点を整理することがまず重要であると考えます。

(1) 地方消費者行政における国と地方

まず、地方消費者行政は、生活の「現場」である地域の消費者の立場に立った消費者のための行政という性格を持つものであるといえます。

この観点からは、地方消費者行政は「地方自治」そのものであるともいえます。

平成21年9月から施行された消費者安全法は、地方公共団体の事務として、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせんなどの消費生活相談の事務、消費者安全の確保に資する情報の収集・提供を行うことなどを定めるとともに、これらの事務を行うために消費生活センターの設置について都道府県においては必置の義務として、市町村においては努力義務として、それぞれ定めています（同法第8条及び第1条）。

同時に、国の行政としての性格を持つものでもあるといえます。

すなわち、例えば、消費者基本法は、国と地方公共団体が、消費者の利益の擁護と増進、消費者の権利の尊重とその自立の支援という理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有することを定めています（同法第3条及び第4条）。また、そもそも消費者安全法は、国と地方公共団体が、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し、実施する責務を有することを定めています（同法第4条第1項）。

そして、消費者庁が消費者の権利の尊重とその自立の支援などの理念にのっとり、所定の事務を行うために設立された国の機関であり、（消費者庁・消費者委員会設置法第3条）、その主要な機能の一つとしての情報一元化の根幹を担っているのが地方公共団体の消費生活センターや相談窓口であることなどにかんがみれば、地方消費者行政は、地方という「現場」のニーズに応えるとともに、「現場」を支える国の行政の一端を担うという性格を持つものでもあり、国が地方公

共団体と共に責務を果たすものであるといえます。

したがって、国としては、「地方分権」を基本として地方公共団体の取組みを期待しつつも、「地方の主体性や創意工夫に任せる」と「突き放す」ことなく、地方公共団体の取組みを支援するとともに、国としての取組みもまた充実・強化を図ることが不可欠であると考えます。

本「プラン」は、国と地方の関係についてのこのような基本的な認識のもとでまとめたものです。

(2) 国と地方の関係の「重層性」と地方の「多様性」

ひと口に「地方」といっても、「現場」の実情はさまざまです。

例えば、「寄り添う」「掘り起こす」といった基礎自治体の相談窓口と、地域からの複雑化・高度化する相談に応じる都道府県の消費生活センターとでは、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上という目的は同じであっても、直面している課題やそれらの解決の在り方における重点は異なっているといえます。

都道府県と市町村という相違だけではなく、例えば、地方公共団体のうちの約7割の相談窓口に相談員が配置されていないという調査結果が示すように、市町村の中でも人口、経済、財政、面積の規模などに応じた相違がみられます。

また、地方公共団体の「本課」といわれる消費者行政担当課の職員と相談員との関係を巡る課題も指摘されています。

消費者行政の「現場」は、このような「重層性」と「多様性」の中でさまざまな課題を抱えているということを改めて認識することができます。

そして、地方消費者行政の充実・強化にとって、国と地方公共団体（都道府県・市町村）、都道府県と市町村という関係の「重層性」に関しては、役割の分担と相互の連携の在り方が問われることとなると考えます。

また、地方公共団体の「現場」がさまざまな実情にあるという「多様性」に関しては、各地域の実情を踏まえた在り方が問われることとなると考えます。

このような地方の「重層性」と「多様性」に即して、先導的な事例を踏まえた

類型化を試みながら、地方消費者行政の充実・強化の課題と解決の在り方を整理していくことが不可欠であると考えます。

(3) 充実・強化のための視点

このような基本的な認識に加えて、さまざまなテーマに共通する不可欠な視点として、次の3つが重要ではないかと考えます。

① 地域における「ヒト」「人材」

消費生活センター・相談窓口の新増設や相談員の処遇の改善に取り組んでいる最近の事例を把握しながら再確認できることは、消費者行政の「現場」を担い、リーダーシップを発揮する「ヒト」の重要性です。また、法律や制度の知識、相談者とのコミュニケーションや事業者との交渉のスキル、関係者や関係団体との連携や協働の経験などを備えた「人材」の重要性です。

例えば、首長の主体的な決断によって相談員の処遇が改善した事例、県の担当職員の精力的な働きかけによって市町村の相談体制が充実した事例、相談員の奔走によって市の関連部署の連携が進み、相談者の生活基盤の再生が図られた事例などは、それぞれの任にある「ヒト」の積極的な判断・行動や「人材」の能力の発揮・向上こそが地方消費者行政の「現場」を活かすこととなることを端的に示していると考えます。

もちろん、地方消費者行政の担い手は、「現場」の職員や相談員に限られるわけではありません。これらの職員や相談員と協働し、「現場」を支え、環境を整えるという意味で、地方公共団体の首長の果たす役割は何よりも重要です。首長のリーダーシップ、担当幹部・担当職員の意欲的な行動が大いに期待されます。また、地方議会、地域の消費者関係団体についても、「ヒト」や「人材」は地方消費者行政を支えていく上で重要な役割を果たすことになると考えます。

このような「ヒト」や「人材」をどのように確保し、育てていくかは容易ではない課題です。外部からもたらされることを待っているだけでは、地方消費者行政の前進は難しいでしょうし、同時に、熱意や意欲はあっても、そもそも資格者

や専門家がないといった地域では、「ヒト」や「人材」を外部からの支援に求めざるを得ません。

したがって、地方消費者行政の充実・強化のための「ヒト」や「人材」の重要性について、まず、首長を始めとする地方消費者行政の関係者の深い認識が不可欠であると考えます。そして、積極的な判断や具体的な行動が大いに期待されます。消費者安全法も地方公共団体に対して「相談員その他の消費生活センターの事務に従事する人材の確保及び資質の向上を図るよう努めるものとする」と定めています（同法第11条）。

また、関係者・関係団体の「ヒト」や「人材」による協働や支援も重要な課題です。地方公共団体や国としても、適切な支援や環境の整備に取り組むことが不可欠であると考えます。

② 地域における「参加」「連携」

地方消費者行政の充実・強化のためには、いわゆる消費者関連団体や市民団体のみならず、さまざまな関係者・関係団体の「参加」を得ることや「連携」を深めることもまた不可欠であると考えます。

これらの「参加」や「連携」について、さまざまな場面で多様な主体によって具体化しつつある事例を挙げることができます。

例えば、近隣の地方公共団体で会議を設けて事業者に係る情報の共有や法執行の連携を図っている事例は、地方公共団体の相互の関係の具体例の一つです。

また、地方公共団体が弁護士会や司法書士会などの地域の関係団体の協力を得て、専門的な見地から相談体制を整えたり、相談窓口の担当職員や相談員からの相談に応じている事例は、地方の実情に応じて、関係者・関係団体の理解や協力を得ながら地方消費者行政の充実・強化に努めている具体例の一つです。

さらに、消費者や地域の関係団体を始めとする多様な組織や団体が地域において、あるいは、地域を越えて、ネットワークづくりに取り組み、地方公共団体に働きかけている事例は、さまざまな主体が地方消費者行政に積極的に関わってこうとする具体例の一つです。

このような関係者・関係団体の「参加」や「連携」については、消費者関係団

体はもちろんのこと、さらに活動の主体としても、内容としても、形態としても、広がりや深まりをもって展開していくことが期待されます。

そして、そのような広がりや深まりの中で、消費者関係団体の活動もまた新たな展開を迎えることとなると考えます。

すなわち、地方消費者行政の「現場」の職員や相談員の活動と協働し、「現場」を支える主体として、例えば、家庭、学校、サークル、コミュニティ、あるいは、婦人会、自治会、町内会、集合住宅の管理組合、NPO、弁護士会、司法書士会、そして、事業者、事業者団体など、消費者・消費者団体や市民団体のみならず、多様な関係者・関係団体などを挙げることができ、このような多様な活動が期待されます。

地方公共団体や国としては、このような「参加」や「連携」の展開のための支援や環境づくりに積極的に取り組んでいくことが重要な課題であると考えます。

③ 国と地方の「双方向性」

これまでも、例えば、「現場」の消費者被害の事案に係る情報について、国としては各省庁が所掌事務分野に即して一定の制度の中で把握したり、消費生活センターや相談窓口から(独)国民生活センターによるPIO-NETなどを通じた収集が行われてきました。

消費者庁の設立によって、情報の一元化を図るべく、消費者安全法に基づいて消費者事故の通知が各地方公共団体などの責務とされ、地方から国へという情報の流れはこれまで以上に重要な位置づけを持つこととなりました。

同時に、このような制度的な枠組みの中で、「現場」にとって消費生活相談への対応や消費者被害の拡大防止などのためにこれまで以上に重要なことは、地方から国へという情報の「一方向性」の連絡・報告にとどまることなく、一元化された情報を基礎として行われた国による調査や分析に係る情報、注意喚起や法執行に係る情報などが適切なタイミングで提供されること、必要や求めに応じて容易に入手できることなど、国と地方の「双方向性」の関係を展開していくことではないかと考えます。

国としても、これまで「現場」の実情を把握することには必ずしも十分ではな

かったことも踏まえ、今後、国の行政の情報の地方への提供について、(独)国民生活センターとの連携・協力を一層強化しながら、「一方向性」の伝達・連絡にとどまることなく、地方のニーズの把握、内容のわかりやすさ、迅速で的確な発信などに努めることが不可欠であると考えます。

地域での関係者・関係団体の協力・連携を広げ、深めていくためにも、情報の質を高め、迅速に提供していくことは不可欠であると考えます。

また、地方公共団体と国相互間の「ヒト」と「人材」による人的交流を深めることにより、地方消費者行政を担当する職員のキャリアアップやキャリアパスの構築、法執行体制の強化、相互の情報共有化等を図り、地方消費者行政の推進に寄与します。

このように、国と地方との間での「双方向性」の関係の展開は、地方消費者行政の充実・強化にとって欠かせない視点であると考えます。

3. 主なテーマごとの「地方への期待」と「消費者庁の取組み」

それぞれのテーマに即して、先導的な取組みと考えられる「現場」の事例を挙げながら、地方公共団体を始め、関係者・関係団体などの積極的な取組みに対する期待と、(独)国民生活センターとの連携・協力も含めた消費者庁としての取組みをまとめました。

(1) 消費生活相談体制の充実

消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上のためには、まずは、消費者の「声」をできる限り身近な市町村、すなわち、基礎自治体でしっかりと受け止め、対応できる体制を充実することが不可欠であると考えます。

このためには、基礎自治体において、その相談窓口の充実や住民への周知を図るとともに、地域に細かく「センサー機能」を張り巡らせることが重要であり、併せて、都道府県において、その消費生活センターの機能の高度化を図るとともに、基礎自治体を的確にバックアップすることが重要であると考えます。

このような両者の連携と役割分担のもと、地域が一体となって消費者の相談に対応していくことが期待されます。

【「現場」の取組みの事例】

<長井市（山形県）の事例>

長井市は、人口が3万人を下回り、山形県13市の中では11番目という小規模な基礎自治体。

「基金」による支援制度の活用を通じて、平成21年4月には相談員（非常勤職員）1名を配置し、本年度中に関連施設・設備の整備を経て、従前の消費生活相談窓口を消費生活センターへと拡充することとした。

今後は、「地域包括支援センターとの連携も含め、県では手が回らないところで啓発などに取り組んでいきたい」と相談の「掘り起こし」にも積極的に取り組もうとしている。

<茨城県の事例>

茨城県では、市町村の消費生活センターや相談窓口の相談員への支援を行う、「市町村消費生活相談支援員」を配置している。この支援員は、市町村から照会のあった複雑困難な事案への助言、市町村センターに出向いての巡回指導を行っている。その他、支援員は相談員連絡会議の企画・運営、特定商取引法の事業者指導に係る本庁との連絡調整、相談マニュアルの企画立案なども行っている。

<群馬県の事例>

群馬県では、平成21年5月、消費者庁の創設や消費者安全法の具体化の動きを受け、「すき間事案」への対応など、庁内の連携体制を構築する必要性から、担当部長、担当課長が「消費者行政推進本部」の立上げを構想。

7月には知事の下取を取り付け、9月には知事を本部長とし、警察、病院、教育委員会などを含む関係各部の部長で構成する「消費者行政推進本部」を立ち上げた。このスムーズな立上げを庁内で可能とした背景としては、食品安全行政を始めさまざまな行政分野で構築された組織横断的なネットワークの経験があった。

また、群馬県では、県庁の本庁舎から離れていた消費生活センターを本庁舎に移し、「本課」と統合した。連携を図り、相談対応と法執行の連携と一元的な運用を図っている。

<埼玉県の実例>

埼玉県では、県内70市町村のうち68市町において相談窓口を設置しており、平成23年度までに全40市に消費生活センターを設置することを目標としている。

市町村の消費生活相談員が困難な相談事例に直面したとき、県の消費生活センターに配置した「主任消費生活相談員」に相談できる体制を整備するとともに、相当困難な案件については、主任消費生活相談員、弁護士等、担当職員で構成する「問題解決チーム」と共同で相談処理をできる体制を整備している。

<兵庫県の事例>

兵庫県では、食品表示偽装など消費者の安全安心を脅かす事案が相次いだ

ことを踏まえ、国における消費者行政の一元化の動きも睨みながら、平成21年4月に、消費者行政の総合調整と食の安全安心の確保に一体的に取り組む組織体制の整備を行った。

具体的には、各部局の連携のもと、全庁を挙げて消費者行政に取り組むため、知事を本部長とする「消費者行政推進本部」を設置した。また、健康福祉部に消費者行政の総合調整等を担当する「消費生活課」（企画県民部から移管）と、食の安全安心の総合調整等を担当する「生活衛生課」から成る「消費生活局」を設置し、消費生活相談と衛生研究の一体化した「健康生活科学研究所（生活科学総合センター・健康科学研究センター）」や各地の生活科学センターとの連携により、契約トラブルから食に関する科学的分析まで、消費者の多様な相談に応じる体制を強化した。

<鳥取県の事例>

鳥取県では、県内の全ての市町村で相談窓口を設置することとなり、県と市町村で構成する「鳥取県消費者行政推進連絡協議会」を設立するとともに、県の担当職員がすべての市町村を訪問し働きかけを行った。

その際、県が市町村に対して、住民からの相談は一義的に市町村で対応してもらおう一方、専門的知識等が必要となる複雑な案件などは県の消費生活センターと連携して対応するとの方針を示すなど、県においても一定の範囲で対応して市町村を支援する旨を明確にした上で、相談窓口の設置を働きかけた。

<人吉市（熊本県）の事例>

人口が3万人半ばである人吉市では、相談窓口の設置の必要性を痛感した市長の決断により、平成21年4月から、2名の専任職員を、さらに市役所の職員OB1名を配置した。そして、5月には、相談員（非常勤職員）2名を新たに採用するなど、体制整備を図るとともに、8月には消費生活センターを設置した。

担当職員は、県の担当職員との連携のもと、センターの設置、相談員の養成などについての「基金」による支援制度を最大限活用している。なお、その結果、センター設置後の相談件数は前年より約倍増している（月平均で約28件から約50件へ）。

また、相談や被害などの対処案件の「掘り起こし」のために、庁内の福祉

部局や税務部局との連携に積極的に取り組んでいる。担当職員自らも消費生活相談員の資格の取得にチャレンジするなど、熱心に取り組んでいる。

【課題】

（基礎自治体の役割）

消費者の不安やトラブルについて、特に、最近の消費生活相談の事例をみると、高齢者、認知症の住民などを狙った事案が増加しており、こうした事案に対処するためには、地域の住民により身近に接する基礎自治体が、庁内の連携の円滑性や機動性などの利点も活かし、地区の自治会、地域福祉関係団体などの活用・協力を得つつ、きめ細かい相談の「掘り起こし」や啓発を行っていくことが効果的です。

ただし、小規模な市町村では、これまでもしばしば「費用対効果」の観点から、相談窓口を充実したとしても相談件数との関係で見合わないのではないか、という財政面を中心とした意見があります。実際に、地方関係者との意見交換においても、「そもそも相談件数も少ないことから、消費生活センターや相談窓口を設置する必要はない」「小規模な市町村単独で相談員を配置するのは厳しい」「基金終了後の財源の目途が立たない中、相談員を配置することは困難」など、小規模な市町村からは、相談窓口を設置することは概して困難であるとの意見がみられました。

一方で、地方関係者との意見交換では、例えば、「消費者の不安やトラブルの解決のために身近に相談に乗ってくれる機会が確保されることが消費生活の安全、安心確保に必要不可欠」「相談は掘り起こさないといけない、待っていてはダメ」「小規模な市町村では、『よろず相談』といった要素があり、相談窓口に来た相談には、福祉などいろいろな部署に関係することが多く、庁内の連携の利きやすい基礎自治体においては円滑に連携できる」など、相談窓口の重要性や基礎自治体ならではの役割や実績を強調する声がありました。

（相談窓口の充実の意義）

しかし、市町村の窓口寄せられる相談が少ないことをもって、消費者被害が存在しないということではありません。

国民生活白書（平成20年度版）によると、相談員の数と相談件数の間には相

関係があることが指摘されており、相談体制が整備されていない地域では住民の苦情相談や被害情報が埋もれている可能性があります。

例えば、浜田市（島根県）では、平成21年4月から消費生活センターを開設したところ、上半期で相談件数が昨年度の年間件数に迫る勢いとなっているなど、相談窓口の充実によって住民からの相談が増加しています。

また、阿蘇市（熊本県）では、平成16年度に阿蘇市の相談窓口が受け付けた相談件数が17件、熊本県の消費生活センターが阿蘇市の住民から受け付けた相談件数が320件でしたが、平成19年度には阿蘇市の相談窓口が495件と、平成17年に相談員を配置して以来、大幅に増加する一方で、熊本県の消費生活センターが阿蘇市の住民から受け付けた相談件数は205件と減少しています。

これらの事例は、市の相談窓口が充実した結果、県の窓口から身近な相談窓口へと活用がシフトしたことに加え、市と県を合計した相談件数が増加していることから、阿蘇市の相談窓口の充実によって市民の相談が掘り起こされたことを示唆しています。

（市町村にとっての都道府県の支援と連携の意義）

基礎自治体である市町村の相談窓口の充実のためには、都道府県による支援や都道府県との連携も不可欠です。

特に、大都市以外の地方では、そもそも相談を担える有資格者や消費生活相談の経験者が存在しない地域が多く、消費生活センターや相談窓口の立上げの制約要因となっていることもしばしばみられます。市町村の自助努力だけでは消費生活センターや相談窓口の立ち上げは極めて困難であり、都道府県の支援が不可欠です。

また、小規模な市町村においては、そもそも相談窓口が常設されていない、あるいは、相談員が配置されていない、といった地方公共団体も少なくありません。担当職員が相談に対応しているところも多く、こうした自治体では、相談事例の蓄積が進みにくい環境にあります。中には、担当職員は他の事務を兼務していることも多く、「クーリング・オフ」の仕方を提示するなど解決の手順を提示することは可能であっても、独力であっせんしにまでたどり着くことは容易ではありません。また、高度に専門的な知識が要求される事案についても、こうした小規模な市町村が独力で解決を図るのは容易ではありません。したがって、都道府県による補完的な機能の発揮や市町村への支援が不可欠です。地域によっては、例えば、鹿児島県のように、市町村との間に専用電話回線を設け、県のベテランの相

談員が市町村の相談員に助言を行っている、などを始め、市町村への支援に取り組んでいる事例もあります。

この点に関しては地方関係者との意見交換においても、「消費生活センターや相談窓口の立上げに際してノウハウを支援してほしい」「相談を担う有資格者の確保が困難であり、相談員の養成を図ってほしい」「担当職員向けの研修を充実してほしい」など、消費生活センターや相談窓口の立ち上げに際しての支援を求める意見や「小規模市町村では独力であっせんまで行うことは困難であり、県の協力が必要」「市町村の窓口では対応できない高度な事案に対処してほしい」など、都道府県のセンターの対応を求める意見がありました。

(都道府県との役割分担)

また、地方公共団体との意見交換では、基礎自治体の職員から「県は、消費生活相談は市町村が実施する事務であるとして市町村に事務を押し付けようとしている」との意見があり、県の職員からは「市町村は自らの管内では消費者被害は発生していない、相談件数がほとんどないから相談窓口を設ける意味がないと認識しており、相談窓口の設置が進まない」との意見があるなど、都道府県と市町村の間では消費生活相談に関する役割について、双方でいわば「見合ったまま」になっているような現状も窺えます。

このため、地方消費者行政における都道府県、市町村の間の緊密な連携と役割分担が必要となります。

ただし、消費者行政における都道府県と市町村との関係については、これまでの経緯や、人口や都市の配置状況、地理的な状況等により地域ごとに様々です。したがって、両者の役割分担を一律に規定するのではなく、地域ごとの実情に応じた都道府県と市町村の役割分担や連携、都道府県による支援を展開していくことが重要であると考えます。

(総合的な推進体制のもとでの相談体制)

さらに、消費生活相談は幅広い分野に跨っており、消費生活センターのみならず、福祉や税務などの関連部署に寄せられる情報にも消費者事故などの情報が「埋もれている」こともあります。

このため、都道府県、市町村それぞれが相談体制の充実を図るとともに、警察、病院、教育委員会なども含め、管内の幅広い関係機関が、緊密に連携し、一体となって消費者行政を推進できる体制を整備することが必要です。その際、関係す

る多くの主体を統括していくためには、トップの首長のリーダーシップが不可欠であり、首長自らが先頭に立って消費者行政の推進に取り組んでいただくことが不可欠です。

① 市町村の消費生活センター・相談窓口の機能

【地方への期待】

○ 「モデル」事例も踏まえた相談窓口の充実を

まず何よりも、消費者にとって身近な相談窓口の充実が不可欠であり、喫緊の課題です。

このため、相談窓口を設置していない地方公共団体においてまず、相談窓口の設置、常設化を求めたいと考えます。

相談窓口を設置している自治体でも、常設化、相談受付日の拡大、相談員の配置や職員の専任化を期待します。相談員が1名しか配置されていない地方公共団体では相談員の複数化、増員を求めたいと考えます。

ただし、人口、経済、財政、面積の規模などからみて、地方公共団体によっては、単独では専門の相談員を配置したり、相談窓口を設置することが容易ではない場合もあり得ます。そのような地域においては、複数の市町村が連携して、広域的に対応することも一案です。特に、歴史的、地理的、経済的に圏域の中心となる基礎的自治体におかれては、周辺市町村との連携についても、積極的に検討していただくことを期待します。既にいくつかの地域での「モデル」的な事例がみられますので、これらを参照した取り組みが具体化していくことを期待します（参考1：「広域連携による消費生活相談の実施の在り方」参照）。

なお、基礎自治体といっても人口、経済、財政、面積の規模など、さまざまであり、一律にその役割や在り方を示すことには限界もありますが、人口、経済、財政、面積の規模などは、市町村に寄せられる消費者相談の件数、配置可能な担当職員や相談員の数、専門の相談窓口の設置の容易性などを左右し、ひいては、事例の蓄積、相談員の専門性の向上の速さに影響を与える要因ともなります。

このような要素も踏まえ、既に存在している地方公共団体の消費生活センターや相談窓口の状況などにも照らしながら、消費生活センターや相談窓口の「モデル」として概括的な整理を試みました（参考2：「基礎自治体の多様性を踏まえ

た消費生活センター・相談窓口の在り方」参照)。これらを参照した取組みの具体化を期待します。

○ 庁内関係部署や関係者との連携による相談の「掘り起こし」を

地域の住民により身近に接する基礎自治体が、消費者が直面する問題が幅広い分野に跨っていることも踏まえて、消費者行政担当課のみならず、福祉、税務などの庁内の関連部署との連携を通じて、地区の自治会、地域福祉関係団体など関係者・関係団体の協力を得つつ、きめ細かい相談の「掘り起こし」や啓発を行っていくことを期待します。

○ 被害回復から生活再建まで基礎自治体の「総合力」での対応を

地方関係者との意見交換における指摘にもあったとおり、基礎自治体での相談は「よろず相談」的要素も強く、他の関連部署との連携による対応が不可欠です。

このため、首長のリーダーシップのもとで相談員や職員が動きやすい環境を整えるとともに、首長や担当幹部が横断的な対応を可能とする庁内の連携を積極的に支え、必要な指示を出していくことを期待します。

また、消費者からの相談に対してあっせんや被害の救済を行うのみならず、福祉、税務などの関連部署、病院の関係者などと連携を図り、基礎自治体の「総合力」で生活再建に至るまで支援していくことを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 地方公共団体と「顔の見える関係」を構築します

平成22年度予算案において「地方協力課」の新設を盛り込むなど、消費者庁の体制を強化し、地方公共団体の動向やニーズの把握、関連支援制度の企画立案・見直し・具体化、情報の発信・提供、「ヒト」、「人材」による人的交流を深めることなどを通じ、地方公共団体と「顔の見える関係」を構築します。

○ (独)国民生活センターとの連携・協力の強化による支援の充実を図ります

相談員や担当職員の研修の充実を図るため、(独)国民生活センターとの連携・協力を強化します。

具体的には、地方での研修の充実はもちろん、今年度から実施している相談の専門家による市町村への「巡回指導」の一層の充実を図ります。

また、都道府県等が実施する地域での研修の充実を支援するため、研修の講師となる有識者に関するデータベースを始め、関連情報の作成・充実を図り、広く提供します。

○ 相談の現状の分析を深め、情報発信します

相談件数だけが相談の「現場」の実情を現わしているものではなく、相談内容の複雑化・高度化・長期化も踏まえて、相談体制が整備されていくことが不可欠です。

このため、1件当たりに要する時間、主な分野での特性など、消費生活相談に関する現状について、(独)国民生活センターとも連携・協力し、分析を深め、相談体制の強化のために必要かつ効果的な体制の在り方を整理します。これらを通じて、消費生活センターや相談窓口の相談体制の充実を図る関係者の実効ある取り組みの参照となることを目指します。

○ さまざまな機会をとらえて地方公共団体の首長に対して消費生活センターや相談窓口の設置・充実を働きかけます

首長のリーダーシップによる消費生活センターや相談窓口の設置や充実の具体化が不可欠です。

先導的な事例を紹介しながら、さまざまな機会をとらえて、地方公共団体の首長に対して働きかけてまいります。

○ 相談窓口充実のため「基金」の運用について改めて検討・整理します

当面の対策の一つとして、「基金」がより効果的に活用されるよう、これまでの地方公共団体の取り組みなども踏まえて、その運用について改めて検討し、整理します。

○ 中期的な対策として、相談体制の法制度上の位置づけの在り方を集中的に検討・整理します

相談体制の充実のためには、消費生活センターや相談窓口について、法制度面の検討・整理が不可欠です。ただし、法令などの見直しを伴うこととなる観点からは、関係府省の協力や専門的な議論もまた必要となります。

上記の「相談の現状の分析を深め、情報発信します」との取り組みも踏まえつつ、平成22年の年頭から着手し、消費者委員会との必要な連携を図りながら、制度

の在り方について集中的に議論を行います。

併せて、相談員の雇用形態・勤務体系についての制度の在り方についても検討・整理します。

② 都道府県の消費生活センターの機能

【地方への期待】

○ 「センター・オブ・センターズ」としての機能を

都道府県の消費生活センターにおいては、管内の消費者事故情報等の一元的集約、複数の市町村で発生している広域的な消費生活相談を自ら処理すること、豊富な相談事例の蓄積などを活かし、より高度で専門的な知識が必要とされる事案に自ら解決に乗り出すこと、さらには、管内の市町村の相談員等へのアドバイスを行い圏域全体としてあっせん力の向上など問題解決能力を高めていくなど「センター・オブ・センターズ」としての機能を発揮していくことを求めたいと考えます。

このため、都道府県としても相談員や担当職員の一層の専門性の向上を図ることや、有識者や専門家のアドバイスを活用するなど、より高度で専門的な事案に対処できる体制の整備を図ることを期待します。

○ 市町村の消費生活センターや相談窓口の立上げの支援を

都道府県においては、市町村のニーズを的確に踏まえて相談員を養成していくための研修を実施するなどの取組みを期待します。

また、相談業務に関するノウハウを提供するために、県の担当職員や相談員による市町村の担当職員や相談員へのアドバイスを行ったり、新たに市町村で配置される相談員に対して、一定期間、県の消費生活センターでの研修を行うことなどを通じて、立上げを支援していくことを期待します。

○ 基礎自治体の補完的機能を

小規模な市町村に寄せられたあっせんを必要とされる事案などを解決するために、市町村の相談員へのアドバイスを行ったり、場合によっては都道府県のセンターで対応するなど小規模な市町村の消費者相談に対し、補完的な役割を果たすことを期待します。

また、小規模な市町村においては、消費者行政の担当職員が集中的に機能を果たすこととなるので、都道府県による小規模市町村の担当職員向けの研修の充実も必要です。

相談内容の複雑化・高度化・長期化の一方で、法令の制定・改廃も頻繁に行われている状況にあることから、管内の相談員への研修を継続的に実施していくことを期待します。

もちろん、必要に応じて国がこのような実施を支援することなども重要であると考えます。

○ 「商品テスト」の機能の充実を

消費者からの依頼や寄せられた苦情や危害情報に即して、例えば、クリーニング関連の商品テストなど、比較的迅速に実施できるテストを中心として「商品テスト」を行うことが重要であり、「商品テスト」の機能の充実を期待します。

ただし、県のレベルであっても、単独でテスト機器や担当職員を配置することは容易ではない地域もあります。そこで、国の試験機関などの機能や、他の地方公共団体での成果を活用することを期待します。

もちろん、必要に応じて国がこのような連携・協力を支援することなども重要であると考えます。

【消費者庁としての取組み】

○ (独)国民生活センターによる支援を充実します

都道府県等が実施する地域での研修の充実を支援するため、(独)国民生活センターとの連携・協力のもと、研修の講師となる有識者に関するデータベースを始め、関連情報の作成・充実を図り、広く提供します。

また、(独)国民生活センターとの連携・協力のもと、相談員を対象とする専門事例研修を充実します。

○ 「商品テスト」機能の充実と関係機関の連携の強化を支援します

(独)国民生活センターの「商品テスト」の機能の充実を図るとともに、地方公共団体において実施されたテストの情報・結果の共有化を進めるなど、「商品テスト」に関するネットワークを強化します。

また、(独)国民生活センターと(独)製品評価技術基盤機構(NITE)、(独)農林水産消費安全技術センター(FAMIC)等との一層の連携の強化などの関係機関の連携の強化を支援します。

○ 都道府県の消費生活センターの強化のため「基金」の運用について改めて検討・整理します

当面の対策の一つとして、「基金」がより効果的に活用されるよう、これまでの地方公共団体の取組みなども踏まえて、その運用について改めて検討し、整理します。

③ 実情に応じた都道府県と市町村の連携

【地方への期待】

○ 県のセンター機能の高度化を中心とする連携の展開を

都道府県と市町村の連携が円滑に展開していくためには、都道府県が市町村に相談業務を「押し付ける」というようなことではなく、都道府県等が市町村の消費生活センターや相談窓口の立上げに際してのノウハウの提供、担当職員や相談員への研修の充実などの支援を行うとともに、市町村の相談員や担当職員が専門的な事案に直面した際にバックアップできる体制を整備するなど市町村への支援体制を強化することを期待します。

このため、都道府県の相談員や担当職員の一層の専門性向上や、それに見合うような相談員に対する適切な待遇を図っていくことを期待します。

○ 地域の実情に応じた役割分担・連携のスタイルの確立を

同時に、具体的な役割分担や連携の構築に当たっては、人口や都市の配置状況、地理的な状況等を踏まえ、地域の実情に応じて展開していくことを期待します。特に、市町村の相談体制が脆弱な地域においては、県が市町村の相談窓口強化を支援するとともに、例えば、当面の間、相談や被害情報の「きっかけ」を市町村で掘り起こした上で、県の消費生活センターに取り次ぎ、対応するなどの連携の在り方なども一案ではないかと考えます。

○ 管内の消費者行政を一体的に推進する体制の整備を

消費者問題は幅広い分野に跨っていることから、警察、病院、教育委員会なども含め、管内の幅広い関係機関が、緊密に連携し、一体となって消費者行政を推進できる体制を整備することを期待します。

また、関係する多くの主体を統括していくためには、都道府県のトップである知事のリーダーシップが不可欠です。知事自らが先頭に立って消費者行政の推進に取り組むことを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ (独)国民生活センターによる支援を充実します

既存の相談員等を対象とした専門事例研修を充実します。

また、上記の商品テスト機能の充実を始め、(独)国民生活センターの体制や消費者庁との連携の在り方などについて検討を行います。

(2) 法執行の強化

消費者の安全・安心を確保するためには、消費者からの苦情・相談やあつせんに適切に対応するとともに、被害をもたらしている事業者の行為を是正し、被害の拡大の防止を図るなど法執行の強化が不可欠です。

【「現場」の取組みの事例】

<北海道の事例>

北海道では、特定商取引法やJAS法の執行に携わる職員について、全職員を対象とする公募により配属することにより、法執行等に意欲のある職員の確保に努めている。

また、「メーリング・リスト」を活用し、悪質事業者の動向について、道の担当課、消費生活センター、市町村など関係機関内で情報を共有している。市町村や消費生活センターが投稿した事業者情報（特に被害情報）に基づいて、他の自治体が警戒を強めるほか、当該情報に基づいて道が速やかに事業者指導等を行うなどにより、同様の消費者被害の拡大防止を図っている。

<宮城県の事例>

宮城県では、法執行強化のために、「地域活性化・生活対策臨時交付金」により「基金」に上積みを行い、平成21年4月に「不当取引専門指導員」（県警察OB）を配置するとともに、県の消費生活センターを県庁舎に移転させ、相談部門を組織統合し、8年ぶりに特定商取引法に基づく行政処分を実施した（平成21年9月公表）。

<福島県の事例>

福島県では、執行担当者として、消費生活センターでの相談業務の実務経験がある者を配置し、特定商取引法に係る相談、被害実態、業者との対応方法など相談実務で蓄積したノウハウを活用し、執行の実務に取り組んでいる。

<埼玉県の事例>

埼玉県では、消費者保護の強化を図るため、平成21年4月、特定商取引法等の担当課の職員を倍増し、警察OBを3名に増員の上、立入捜査班を3

班体制にして、同時に複数個所への立入を機動的に実施できる体制を整備した。

また、「悪質事業者対策専門アドバイザー」制度を設け、事案の調査や行政処分の過程で、法解釈や違反事実の裏付け証拠の検討などについて、助言を求めるとともに、執行担当者の知見やノウハウの向上を図っている。

<東京都の事例>

特定商取引法や消費者保護条例等に違反するおそれがあると認められる案件を、都内の各消費生活センターが、「不適正取引に関する通知書」として随時、東京都消費生活総合センターに送付（紙ベース）し、総合センターが一旦集約の上、東京都取引指導課へ送付する（年間150～160件程度）。

取引指導課に送付された通知書に基づく調査の結果については、都の消費生活センターを通じて、各消費生活センターにフィードバックしている。

<香川県の事例>

香川県では、平成18、19年度において県警と人的交流を行い、執行ノウハウの蓄積に努めるとともに、平成20年度からは特定商取引法に専従する職員を2名配置し、執行を担う人材配置の強化を図っている。

<埼玉県・東京都・千葉県・神奈川県・静岡県の実例>

埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県、静岡県では、「五都県悪質事業者対策会議」を立ち上げ、悪質事業者に関する情報交換を行うとともに、特定商取引法について、合同での行政指導、立入調査、さらには、同時に行政処分の実施等を行い、首都圏全体としての執行力の強化を図っている。

また、広域的・効果的な表示等の適正化を推進するため、景品表示法を円滑に運用することを目的として、「五都県広告表示等適正化協議会」を開催し、連携強化を図っている。

<愛知県・岐阜県・三重県・静岡県の実例>

愛知県、岐阜県、三重県、静岡県の東海4県では、「東海地域悪質事業者対策会議」を立ち上げ、立入検査など広域にわたる調査について4県での連携を具体化した。平成20年11月には、同時に特定商取引法に基づく行政処分を実施した。

<滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県の事例>

滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県の4府県が、家庭教師の派遣に伴う授業料等に関する不当表示について、連携して調査にあたり、平成21年3月、4府県同時に景品表示法の規定に基づく指示を行った。

<東京都・大阪府の事例>

東京都が調査していた事業者の本店所在地が大阪府であったこと、同時期に大阪府も当該事業者について調査中であったことから、両自治体が合同で調査を進めることとし、連携して立入検査を実施するなどした結果、平成21年10月、当該事業者に対し、特定商取引法に基づく業務停止命令を行った。

<福岡県・鹿児島県の事例>

九州各県・山口県・沖縄県が立ち上げた「消費生活の安全安心ネットワーク会議」において鹿児島県が報告を行った懸案事業者が、福岡県に本社がある一方で主力の営業拠点が鹿児島県にあったこと、鹿児島県にとって初めての処分であったことから、九州経済産業局のバックアップの下、両自治体が連携して立入検査を実施（九州経済産業局も立会）するなどした結果、平成21年2月、鹿児島県が当該事業者に対し、特定商取引法に基づく業務停止命令を行った。

【課題】

(法執行の実情)

全国的に被害が及んでいる、または、及ぶ恐れのある事案などに対して、国として厳正な法執行を行う一方で、消費者の生活の「現場」により近い立場にある都道府県としても地域の実情を踏まえて対応することが期待されます。

しかしながら、都道府県における法執行の状況をみると、大都市圏を中心に積極的に執行を行っている地域がある一方で、人材やノウハウの不足もあるため、執行の実施には都道府県間でばらつきがみられます。

例えば、特定商取引法の執行については、平成16年度以降で、例えば、100件を超える東京都による行政処分（業務停止命令、指示）を始め、北海道、埼

玉県、神奈川県、静岡県、大阪府、香川県などでは十数件以上に及んでいる一方で、一件も行政処分が実施されていない県も4県みられます。景品表示法の執行についても、同時期で、東京都は14件の指示を実施した一方、一度も実施していない県は14県にも及んでいます（参考4：「都道府県における景品表示法、特定商取引法の執行実績」参照）。

このような地域間での執行のばらつきにつけ込み、悪質な事業者が、執行の取り組みが進んでいない県に活動の場を移して、消費者被害を拡散させる例もみられるところであり、国とともに都道府県全体としても法執行の強化が必要であると考えます。

（執行の体制と人材）

法執行の強化のためにはまず、体制を整える必要があります。

特に、執行を担う人材の強化が重要な課題です。

地方関係者との意見交換では、例えば、「執行担当職員を増やしたいが、現状維持が精一杯」「本来であれば執行を担当する職員が「基金」関連の業務に取られている」など執行を担う人員の強化は「現場」ではなかなか困難であるとする意見や、消費者庁に対して「執行に関する研修を充実してほしい」との要望がありました。

一方で、執行担当者の増加や執行事務への専任化を図り、体制強化を進める県や、県警との人的交流によって執行のノウハウの蓄積を図るなど、執行を担う人材の育成を進める県もみられました。

（地方での連携と国との連携）

同時に、法執行の強化のためには、都道府県同士の連携、都道府県と市町村の連携、国と地方公共団体との連携も重要な課題です。

「現場」の取り組みの事例で挙げたように、管内の市町村と執行に関する情報共有を図ることや執行の要請に応じるなど地域内での連携に取り組む地方公共団体、近隣の都県と立入検査や行政処分を共同で実施するなど地域間の連携を進めている地方公共団体もみられます。また、他県から事業者指導の連携の提案があり、検討している県もあるなど、連携に向けた動きは着実に進みつつあります。

そのような中で、地方公共団体によっては、例えば、県の法執行について、市町村担当者から「県は全然執行をしてくれない」との意見や県の消費生活相談員からは「被害情報を執行担当者に持ち込み、事業者指導を要請しても、対応して

くれない」「県には調査・勧告権限があるのだから、市で受けた相談を基に県で対処してほしい」という意見がみられました。

一方で、県の担当者からは「執行強化まで手が回らない」という意見や「消費者被害は広域化しており、そうした案件は国で対応してほしい」といった意見もみられました。

法執行の「力」は、実務をこなす中で蓄積されていくものです。「力」をつけていくことは容易ではなく、継続的な努力や相応の期間を要するものです。

したがって、法執行の強化のためには、国としても厳正な法執行を行うとともに、地方公共団体の主体的な取組みに対して、国としての支援や協力を積極的に行い、全国的な規模でも執行の強化の実が挙がるよう積極的に取り組んでいくことが重要な課題です。

① 法執行を担う体制整備と人材強化

【地方への期待】

○ 執行を担う職員の配置と専任化を

そもそも消費者行政を担当する職員が少ない県や、配置されていても法執行を担当する職員が他の業務を多数兼務し、執行に専任できる環境にはないといった県も少なくありません。定員管理、財源確保の問題にも直面する中、体制強化は必ずしも容易ではない実情にあります。しかしながら、執行の過程では綿密な調査や証拠の積み重ねが必要となるなど、法執行は、少人数で「片手間」でできる事務では決してありません。

このことから、都道府県においてはまず、執行担当者の新たな配置や専任化を進めることを強く期待します。

○ 執行を担う職員の経験・研修の充実を

法執行を担当する職員が少ない県では、立入検査のノウハウ、調書の作成、事実認定など、執行に要する専門性や実務経験の蓄積、執行業務の前提となる法解釈能力の向上が執行担当者の努力だけでは十分には行き届かない環境にあるともいえます。このように一県の努力だけでは、執行担当者の実務面の能力の向上を図ることが容易ではない場合もあります。

そこで、このような県と先導的な取組みを進めている都道府県との間の連携を

促進することを期待します。

もちろん、必要に応じて国がこのような連携の具体化を支援することなども重要であると考えます。

○ 組織としての位置づけの強化を

法執行の体制の充実が進まない背景としては、そもそも、執行業務を含めた消費者行政に対する組織としての位置づけや「優先度」が明確にされていないことが挙げられると考えます。

したがって、首長を始め担当幹部の認識を深めることを強く期待します。

特に、首長自らが執行を重視し、取組みをリードする姿勢や基本的な方針を明らかにすることが不可欠であると考えます。それによって、執行担当者の増員や執行業務への専任化など、人員配置の充実、執行担当専門部署の設置など組織強化を図ることが可能になると考えます。

また、執行の「現場」には「危険」が伴います。労災対応などリスク管理や執行業務の勤務評定への適切な反映、「キャリア・パス」の構築を図るなど、執行担当者の「やる気」「意識」の向上を支えることが望まれます。

【消費者庁としての取組み】

○ 研修員の受入れなどによる人材育成の強化に取り組みます

消費者庁の執行担当部署に地方公共団体からの行政実務研修員を積極的に受け入れることとします。

併せて、先導的な取組みを進める都道府県において他の地方公共団体から研修員の受入れが具体化するように消費者庁が仲介役を果たしたいと考えます。

これらによって、直接に実務経験を積む機会が提供され、各地方公共団体の執行業務の中心を担っていく職員の育成を支援するとともに、国と地方公共団体、地方公共団体間の人的連携を強化します。

○ 執行担当職員への研修を充実します

消費者庁において、都道府県の執行担当者などを対象とした、執行・法令研修などの一層の充実・強化を図ります。

特に、ケース・スタディの充実などによる「実戦志向」の研修を充実します。また、特定商取引法、景品表示法、JAS法など消費者庁が関連する法令に関する

る研修を一体として実施してまいります。

○ 国・国の地方機関との連携・協力を強化します

関係する国の地方機関との連携・協力も図り、特定商取引法などの処分実績がない、あるいは、少ない県に対して、国や関係する国の地方機関が立入検査に立会うなど、執行担当者に具体的なノウハウの伝播を図ります。

② 国と地方などの連携の強化

【地方への期待】

○ 地域内での連携を

事案の発掘、寄せられた情報の確認など都道府県の執行担当者が市町村の相談窓口などから情報を入手する仕組みを確保することや、執行に際して市町村から都道府県へ申し出を行うことができる体制を整備するなど、都道府県と市町村の間の連携を強化することが不可欠であると考えます。

また、執行担当者と相談員との意思疎通や連携が必ずしも上手くいっていないのではないかという指摘もみられることから、都道府県内においても、消費生活センターの相談員と執行担当者の緊密な情報交換を図るなど、実務レベルでの両者の間の連携を強化することが不可欠であると考えます。

このため、連絡会議を開催するなど、意思疎通の緊密化を図ることを期待します。

また、都道府県警から執行担当部署への職員（警察OBを含む）の受入れによる実務ノウハウの吸収、立入検査時の連携、悪質な事案の告発などを通じ、行政サイドの人材強化や行政処分と捜査との協力を図ることを期待します。

さらには、執行担当者が相談員からもたらされる情報を分析し、執行につなげていくための法解釈や事実認定などの能力を高めていくために、法解釈や違反事実の裏付けにおいて関係法令を始めとする各分野の専門家の知見を活用するなど、執行過程において弁護士などの専門家との連携を図ることを期待します。

○ 地域間での連携を

事業者の国内の活動には地理的な一定の圏域が予め定まっているわけではありません。圏域を越えて展開される悪質な事業者の活動を是正していくためには

都道府県レベルでの連携を図る必要もあります。

このため、例えば、広域圏のレベルで先導的な取組みを進める都道府県を中心として、共同調査を実施し、現場ベースでのノウハウの共有化を図ることや、定期的な連絡会議の開催により情報共有を図るなど、広域的な視野での執行の強化を期待します。

○ 国との連携を

法執行に当たっては、国としては全国的に被害が及んでいる、または、及ぶ恐れのある事案などに対処するとともに、地域レベルの事案については、都道府県が地域の実情を踏まえて対処するなど、国と地方公共団体とが役割を分担しつつ連携を図ることが不可欠であると考えます。

このため、被害情報、法執行の取組み状況など、情報の共有化を一層進め、必要な連携を図りながら執行に取り組むことが重要です。もちろん、必要に応じて国がこのような地域レベルの事案についても、情報やノウハウの提供などを通じて支援することなども重要であると考えます。

【消費者庁としての取組み】

○ 連携のための「場」づくりに取り組みます

関係する国の地方機関との連携・協力も図りながら、ブロックごとに国と都道府県の執行担当部署の責任者が執行強化に向けた情報交換、意見交換などを行う「場」をつくります。

食品表示の執行については、都道府県の関係機関と国の地方機関で構成する「食品表示監視協議会」を47都道府県に設置し、関係機関間の情報共有や問題のある事業者への処分等の迅速な対応を促進するとともに、こうした対応が円滑に実施されるよう、関係省庁とで構成する「食品表示連絡会議」を設置することにより、不適正な食品表示に関する監視強化を促進します。

○ 情報の「ネットワーク」を強化します

(独)国民生活センターなど関係機関の連携・協力も得ながら、消費者庁と都道府県の担当者との間での情報の迅速な提供・連絡・伝達の「ネットワーク」を強化して、国の法解釈や事例についての情報の共有化などを図ります。

(3) 相談員の処遇の改善

相談員の処遇は、地方公共団体によってさまざまですが、全般的にその専門性に見合った地位と処遇が確保されていないという指摘が共通であると言えます。

これに対する将来的な対策としては、法令など制度面の見直しによってどのような改善が可能となるのか、などの観点から、関係府省の協力や専門的な議論とともに、地方公共団体の取組みを促し、また、消費者庁及び消費者委員会としても法制度の見直しを検討することが重要な課題とされています。

しかし、現行の法制度を前提としながらも、雇用形態・勤務体系を始めとして首長のリーダーシップや「基金」の活用などを通じて具体的な処遇の改善を進める取組みも確実に始まっています。

【「現場」の取組みの事例】

<新宿区（東京都）の事例>

新宿区では、区長のリーダーシップのもと、報酬の改善を図った。

消費者行政担当部局としては、人事・財政部局に対して、①複雑な相談事例を紹介して、特商法など消費者関係特別法を駆使するきわめて専門性が高い業務であること、②消費者関連法の法律改正が頻繁に行われる状況を紹介して、常に研修を重ね高い資質を維持する必要性が強いこと、③解決困難事案の交渉が長引く案件を紹介して、悪質業者と数ヶ月交渉を続けるなどストレスが強い業務であり、公務員であれば危険手当を付加するような業務ともいえるものであること、④事業者との対応に加えて相談者との対応についても困難な問題を抱えることも多く、福祉事務所のケースワーカーや他の相談業務と比べても特に専門性と困難性が高い業務といえるものであること、などについて、詳細な事例とともに、相談員の専門性、困難性を強調。

<埼玉県事例>

埼玉県では、相談員の増員と処遇改善と専門性向上を兼ねて、平成21年度から新たに「主任消費生活相談員制度」を導入し、主任相談員6名を配置した。主任相談員は、自ら消費者からの相談を受けるほか、県センターの相談員への助言、市町村の相談員への助言、問題解決チームの責任者などの役割を担っており、これに対して勤務条件もアップした。

<東京都の事例>

東京都では、消費生活相談員40名を「不動産」「金融」「通信」など専門分野別に10のグループ（平成21年度「安全・表示」グループを新設）に分けて配置し、問題点の分析や実務マニュアルをまとめて、通常の相談処理とは別に、区市町村のセンターに提供するなどの体制をとっている。

平成21年4月から、各専門グループのリーダー役10名を「主任相談員」として配置、適切な処遇を図り、専門マニュアルの取りまとめやメンバーへのOJTの責任者としての役割を担うこととしている。

<野洲市（滋賀県）の事例>

野洲市では、平成11年4月から非常勤として働いていた相談員が20年9月に職員採用試験を受験して合格し、正規職員に。同年10月から市民生活相談室の主査として相談現場で働いている。

「役所の中で責任と権限を持って働くためにも正規職員化が必要」とする重要な事例の一つ。

<鈴鹿・亀山地区（三重県）の事例>

鈴鹿・亀山地区では、「広域連合」で新たに消費生活センターを立ち上げるに当たっての準備段階からの課題の1つが「実務経験者がいないこと」であった。

そこで、採用した相談員を県の消費生活センターに出向させて、1年間かけて相談員として養成することとした。県のセンターで「実践」を踏めたことが大きくその後の相談業務に役立っている。

【課題】

（雇用形態）

地方公共団体における相談員の雇用形態については、地方公共団体に直接雇用されている場合、指定管理者や委託先の団体に雇用されている場合などがみられます。

これらのうち、直接雇用されている相談員の雇用形態の主なものは、特別職非常勤職員、一般職非常勤職員、臨時的任用職員の3つであり、その多くは特別職

非常勤職員（地方公務員法第3条第3項第3号）となっています。また、その任用期間は1年となっている地方公共団体が約9割で、再度任用の回数の制限を設けていない地方公共団体が約7割を占めています（参考5：「相談員の雇用形態に関する課題」参照）。

地方関係者との意見交換では、相談員からは「非常勤職員という身分では、いつ辞めさせられるか不安」という意見が数多く寄せられました。

地方公共団体の中に、再度任用の際に試験を課しているところもありますが、相談員からは「15～20年の経験者を知識などの試験で「ふるい」にかけようとするのは...」「これまで頑張ってきたのは一体何だろうと感じて、やる気がストーンと落ちてしまった」などの感想もありました。能力を実証するプロセスの中で、知識のみならず、経験や消費者と真摯に向き合う姿勢なども含めた評価の在り方が課題であると考えます。

（勤務体系）

また、勤務日数について、相談員からは「通勤に時間がかかるため、週5日は厳しい」「家庭があるので毎日難しい」という意見がある一方で、「週3日では継続的に相談を受けられない、あっせんができない」「週4日以上勤務を希望しており、今のままでは業者と相談者の「橋渡し」が十分にできない」「継続案件は一貫して同じ者が担当するべきであり、その意味でも常勤化が必要」という意見もみられました。

さらに、報酬について、「新人もベテランも給料が全く同じ」「通勤手当もなく、ボーナスも出ない」「超過勤務を行うと、翌日以降で時間調整される」「今の給料の水準では独身者は自活できない」という意見や、地方公共団体の財政当局に対して相談員からは「相談業務には2～3回で終わるものもあれば半年も要するあっせんもあるのに、困難な案件は数字として反映できないので理解してもらえず、結局、相談件数のみで評価されてしまう」という意見もみられました。また、「交通事故相談」など消費生活相談以外の分野の相談などの業務を担っている相談員の処遇との「バランス」を考慮して処遇の水準が横並びで決められているという事態を打開してほしいという要望もみられました。

これらのほかにも、相談員の処遇については、「相談員の業務はストレスが大きく、危険も伴い、相手が特別な組織や団体であったりすることもあり、名前を覚えられたと感じると怖い」「消費者でもクレームをつける方が多くなり、教えてもないのに自宅に電話がかかってきたこともある」など「危険」に見合った

処遇を求める意見もみられました。

(研修)

研修について、相談員からは「(独)国民生活センターの研修は大変ためになる」「知識向上はもちろんのこと、研修で知り合った他の地域の受講者との情報交換はその後も有益である」「県主催の研修は近いので参加しやすく便利である」など、(独)国民生活センターや都道府県が行う研修・巡回相談には相応の評価が示されました。一方で、「参加すると相談窓口の業務に支障が出るため、参加したくても参加できない」「1人しか相談員がいないため「現場」を空けられない」という相談窓口の体制の問題や「育児や介護を抱えており、宿泊を伴う研修は受けられない」などの家庭の事情により、参加したくてもできない相談員が多数いることが改めてわかりました。

(独)国民生活センターとしては、これまで本部がある相模原市(神奈川県)のセンターでのみ行ってきた相談員養成研修を、平成21年度から全国主要都市の数箇所で行うなど、地方での研修を開催していますが、相談員からは「地方の養成研修が増えたら本部の専門研修が減ってしまったので、「基金」の活用などで専門研修をもっと増やしてほしい」といった要望や、研修の内容についても「相談業務には法律知識だけでなく、相談者の心理を汲み取ることも必要であり、その意味で、心理学などの分野も充実してほしい」などの意見が寄せられました。

(執務環境)

相談員の執務環境を充実したものにしていけることも重要な課題であると考えます。

日々の相談業務の蓄積であり、被害事例の傾向の把握、法執行の端緒となる情報、あっせんの際の事実認定のための資料という観点から、PIO-NETの利用環境の整備、地方公共団体の職員との相互の意思疎通や情報共有、国からの迅速な情報の提供など、相談員の執務環境を充実することは、相談者への助言、あっせんを行う上で不可欠であると考えます。

しかしながら、週4日以上窓口開設という要件を満たさないためにPIO-NETの配備がない場合や、要件を満たしていても「相談員が高齢のため入力することに困難がある」という意見、また、配備があっても「日中は相談業務に追われてしまい、勤務時間内に相談内容を入力することが難しい」「PIO-NETはキーワードが決まっており、入力も検索も苦勞するだけではなく、フリーワードで検索もで

きないため、使い勝手が悪い」などの意見も改めて寄せられました。

このような情報インフラに関係する課題のほかにも、地方公共団体の職員との関係については、法執行に関して、「職員に情報を伝えても、知識や経験のある職員が少ないため、法執行にはなかなか結びつかない」「事業者を指導してほしいと相談したが、何度も断られてしまった」という意見もありました。

情報の連絡や伝達などに関しても、「事前に何の相談もなく、すでに決まったことを突然通知される」「職員から伝えられるのはいつも通知ベースであり、相談してほしいのだが...」「せっかくの「基金」についても何の情報ももらえなかった」といった意見がみられるなど、職員と相談員との間の「距離感」もしばしば感じられました。

(消費者庁との関係)

さらに、消費者庁に対しても相談員からは「消費者庁が立ち上がったという意識が薄い」「法解釈をどこに問い合わせた方がいいのかがよくわからない」「消費者庁と相談員が話をするところがあるといい」「消費者庁から相談員への連絡体制ができていない」、「消費者安全法などによる情報の一元化についても全く情報がおりてこない」「提供した情報へのフィードバックがなされていない」などの意見をいただきました。

① 身分、報酬、期間など雇用形態・勤務体系の改善

【地方への期待】

○ 相談員の知識・経験を活かす雇用形態・勤務体系を

相談員の身分について、地方公共団体に直接雇用されている場合、指定管理者や委託先の団体に雇用されている場合など、いずれの場合においても、相談員の処遇の改善に取り組んでいる先導的な事例からも明らかなおおりに、当面の対策としては、首長のリーダーシップによって相談員の知識や経験を活かす雇用形態・勤務体系へと改善していくことを強く期待します。

相談業務は法律、経済から生活問題に至るまで幅広い分野の知識を常に維持することが必要とされると同時に、経験も重要なウエイトを占める業務です。

また、消費生活関連の法令は頻繁に改正されるため、相談員は、常に学びながら法令などの知識を磨くことが求められます。加えて、相談者の気持ちを汲みなが

ら状況を整理し、的確なアドバイスを行うなどの「カウンセラー」的な技術やコミュニケーションの能力も必要とされる専門的な仕事です。さらに、あつせんの場合では事業者との交渉という高い能力と多様な人を相手にしなくてはならない、というストレスにもさらされます。

国はもちろんのことですが、地方公共団体においても、首長を始め担当幹部や担当職員は、改めてこのような相談員の専門性や困難性を十分に理解し、能力に見合う処遇としていくことを強く期待します。

その際、いわゆる「雇い止め」に関しては、知識とともに経験にも裏打ちされた相談員を失うような事態は、相談員にとってはもちろん、地方公共団体にとっても損失であることに留意する必要があると考えます。

さらに、地域の関係者や関係団体においても、それぞれの地域の首長が相談員の処遇の改善に向けてリーダーシップを具体的に示すよう働きかけていくことが重要であると考えます。

【消費者庁としての取組み】

○ 改善の具体化を可能とした背景や理由を分析・整理し、その情報を提供します

当面の対策の一つとして、相談員の処遇の改善について、これまでに再確認した事例や今後とも把握する事例などを分析・整理して、そのような事例の具体化を可能とした背景や理由がどのようなものであるのかということを一明らかにし、関連する情報を地方公共団体や関係者・関係団体に広く提供します。

○ 改善のための「基金」の活用について改めて検討・整理します

当面の対策の一つとして、「基金」の活用によってどのような改善が可能となるかについて、これまでの地方公共団体の取組みなども踏まえて、改めて検討し、整理します。

そのために、平成22年の年頭から着手し、集中的に議論を行い、その議論を踏まえて、当面の対策として必要な措置を講じることとします。

○ さまざまな機会をとらえて地方公共団体の首長に対して改善への積極的な取組みを働きかけます

当面の対策として、首長のリーダーシップによって相談員の処遇の改善が具体

化していくことが不可欠であると考えます。

このため、改善の先導的な事例などを紹介しながら、さまざまな機会をとらえて、地方公共団体の首長に対して働きかけます。

○ 中期的な対策として、相談員の雇用形態・勤務体系についての制度の在り方を集中的に検討・整理します

相談員の処遇の改善のためには、相談員の雇用形態・勤務体系についての制度面の検討・整理が不可欠です。ただし、法令などの見直しを伴うこととなる観点からは、関係府省の協力や専門的な議論もまた必要となります。

このため、平成22年の年頭から着手し、消費者委員会との必要な連携を図りながら、制度の在り方について集中的に議論を行います。

併せて、資格制度と相談員の雇用形態・勤務体系と関係などについても検討・整理します。

② 研修への参加の確保と研修の充実

【地方への期待】

○ 研修に相談員が参加しやすい職場環境に

研修は、相談員にとって、法令などの知識や相談のスキルの向上につながることはもちろん、他の地域からの受講者とのネットワークづくりにも大いに役立つものであると考えます。

地方公共団体としては、相談員が希望する研修に参加することができるよう、シフトの調整や相談員の不在を職員がバックアップするなど、体制を整えることを期待します。

○ 研修の機会の充実に

相談員にとっての研修の意義にかんがみて、特に都道府県においては、消費生活センターで市町村の相談窓口の相談員のための研修の機会を増やすことを期待します。

「基金」の活用を始めとして、必要に応じて消費者庁や(独)国民生活センターがこのような研修開催の具体化を支援することなども必要であると考えます。

○ 研修の内容の充実を

研修の内容についても、法令などの知識のみならず、交渉術やコミュニケーション能力など、幅広い内容や実践形式の研修の充実が必要であると考えます。

また、消費生活を巡る社会経済の実情の変化も速く、多様化・複雑化・高度化していることから、相談員のレベルアップのための研修を増やしていくことも必要であると考えます・

さらに、相談員の資格者がいない、少ないといった地域での相談員の育成は重要な課題です。

これらに対応していくために、地方公共団体としては、「基金」の活用などによって研修を内容面で充実し、具体化することを期待します。

○ 研修への専門家・関係団体の協力を

相談業務の多様化・複雑化・高度化に相談員が対応していくためには、さまざまな関係者や関係団体の連携・協力が不可欠であると考えます。

このため、弁護士、司法書士、医師、建築士を始めとする専門家や関係団体による地域の研修への積極的な協力を大いに期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 多様な手段の活用による研修の充実を図ります

相談員にとっての研修の機会を確保するために、(独)国民生活センターとともに、PIO-NET の回線を活用したサテライト研修やDVDやインターネットなどの映像配信などの活用を検討します。

○ 多様な機会の提供による研修の充実を図ります

(独)国民生活センターや都道府県と連携・協力して、短期間での研修の実施や地方での研修の機会を増やすこと、相談員のレベルアップのための研修を増やすことを検討します。

○ 地方公共団体による研修を積極的に支援します

「基金」を活用した相談員養成事業の具体的な実施方法のアドバイスなど、研修の開催や内容の充実に積極的な地方公共団体を消費者庁としても大いに支援していきます。

○ 専門家・関係団体の協力を働きかけます

(独)国民生活センターによる研修や地方公共団体が行う研修に対して、専門家や消費者団体など関係団体による積極的な連携・協力を得ることができるよう、消費者庁としても働きかけます。

○ 研修の充実のための「基金」の活用について改めて検討・整理します

「基金」の活用によってどのように充実が図られるのかについて、これまでの地方公共団体の取組みなども踏まえて、改めて検討し、整理します。

そのために、平成22年の年頭から着手し、集中的に議論を行い、その議論を踏まえて、当面の対策として必要な措置を講じることとします。

③ 執務環境の改善

【地方への期待】

○ 担当幹部や担当職員による相談員との連携のさらなる強化を

相談員が接する情報はまさに現場の「生の声」です。

このような「現場」の最前線の相談員の「視点」を消費者行政に反映していくことは、地方公共団体はもちろんのこと、国としても重要な課題です。

消費者被害の防止などのためには、相談員がもたらす「現場」の情報を迅速かつ的確に把握し、事業者に対する指導や注意喚起につなげていくことが不可欠です。

このため、地方公共団体においては、これまで以上に担当職員と相談員の間で、日常的に情報交換や意見交換を図るなど、連携を一層強化することを期待します。

このことを通じて、相談員の収集した情報が施策に効果的に活用されることにより、相談員の「やりがい」を支えることになると考えます。

○ 職員の一層の専門性向上を

消費者の苦情相談や被害情報は、複雑化・高度化・長期化し、関係する法令の目まぐるしい制定・改廃が行われています。

担当職員についても、一層の専門性の向上に取り組むことを期待します。

○ 機器・設備の整備を

「基金」の活用も通じて、消費生活センターや相談窓口の電話回線、電話相談の録音・記録装置、事業者関連の情報のインターネットによる参照のための機器やセキュリティ対策など、相談員の業務を支援するハード面の環境を整備することを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ PIO-NET を使いやすいシステムとします

入力負担の軽減の視点、検索や集計などの利用の効率性・容易性の視点など、より使いやすいシステムとするために、(独)国民生活センターとともにPIO-NETの在り方について検討し、具体的に改善します。

○ PIO-NET の配備・展開の拡大を図ります

独自の事例の蓄積が必ずしも容易ではない地方公共団体でのPIO-NET情報の活用視点、PIO-NETを通じた相談員や職員による国の関連情報の効率的な入手の視点など、現在は「週4日以上相談窓口の開設」としているPIO-NETの設置基準について、(独)国民生活センターとともに検討し、見直すとともに、計画的な配備や展開の加速化を図ります。

○ 相談員の相談や照会などへの対応のための体制の整備を図ります

関係する国の地方機関、(独)国民生活センターとの連携・協力を図りながら、相談員から法解釈に関する質問を受け付ける体制を整備します。

また、消費者庁と都道府県・政令指定都市との間で行う「ブロック会議」などにおいて相談員との意見交換の「場」を設けるなど、さまざまな機会をとらえて地方公共団体の相談員や職員との間での情報の交流を図ります。

(4) 行政・担当職員の取組みの強化

地方消費者行政の充実・強化のためには、「現場」の相談員を支え、協働する職員の存在が必要です。

このためには、まず何よりも首長のリーダーシップが不可欠です。そして、地方公共団体における消費者行政の担当幹部、担当課である「本課」の担当職員の積極的な取組みも不可欠です。「基金」の活用とともに、地方公共団体が自ら人員や予算などの重点配分を通じて、体制の整備と研修の充実を図ることなどが重要な課題であると考えます。

【「現場」の取組みの事例】

<盛岡市（岩手県）の事例>

盛岡市では、平成19年度から「盛岡市多重債務者包括的支援プログラム」を開始。

徴税担当課、福祉担当課、消費生活センター等が連携して全庁を挙げて多重債務者の掘り起こし、被害回復及び生活再建支援を行う体制をとり、実践している。

<長井市（山形県）の事例>

長井市では、「市民のニーズを幅広く受け止めなければならない」という市長の強いリーダーシップの下、平成21年度中に相談窓口を消費生活センターに拡充することとなっている

<群馬県の事例>

平成21年春、群馬県では県下の市町村担当者を集め、「基金」の説明会を実施。当初は、群馬県下の市町村は他都道府県等に比べて出足が鈍く、申請額が低い実情にあった。

「基金」の活用に向けて県の担当職員は、「基金」の概要、活用の事例、申請などについてわかりやすく詳細に図解した資料を作成。その資料をもとに、9月以降、担当課長が積極的に県下の各市町村の首長を訪問し、「基金」の活用を促した。その結果、「基金」の申請額は夏の段階での水準から2ヶ月後には約2倍となり、県としての申請額に反映。国からの交付額は申請額

どおりとなった。

<新宿区（東京都）の事例>

新宿区では、「エキスパート職員制度」を設けており、特定の専門分野に関する深い専門知識と豊富な経験を兼ね備えた職員を育成し、その能力を活用することにより、職員の意欲などの向上を図ることとしている。

「エキスパート職員」になると、一般職員の人事異動基準にかかわらず、その専門分野に長期に在職できること、その専門分野の研修を優先的に受講できることなどの特徴があり、専門性の向上に役立っている。

<八王子市（東京都）の事例>

八王子市では、「多重債務問題庁内連絡会」を立ち上げ、多重債務者の掘り起しや、被害回復、生活再建に取り組んでいる。また、昨年12月には、多重債務問題庁内連絡会を構成する関係各課職員を対象に、多重債務者の現状や解決方法などを講義する多重債務問題研修会を開催し、職員の対応力の強化を図った。

<聖籠町（新潟県）の事例>

人口約1万4千人の聖籠町では、これまで消費生活相談は年間数件の実績しかなかった。

町長と町民との「ふれあいトーク」などを通じて、人口の少ない町でも消費者被害の存在が把握され、専門の相談員を配置した相談窓口の必要性を町長が強く認識するに至った。

当初は相談件数が少ないことから、事務的には相談員の配置が躊躇されたが、町長の強いリーダーシップにより、平成20年12月には相談員採用の検討の指示があり、翌年1月には方針を決定し、公募を経て、平成21年4月からは相談員を採用して、相談窓口を週5日開設することとなった。

<人吉市（熊本県）の事例>

人吉市では、相談窓口の設置に当たり、職員の意識改革を図るため、市役所職員全員に多重債務問題に関する研修を受講させた。これにより、職員の間で消費者行政の重要性や相談窓口の必要性の認識が共有された。

また、2名の専任職員を配置するなど組織としての体制強化を図った。

【課題】

(首長のリーダーシップ)

地方公共団体における消費者行政の位置づけを高め、消費者行政の充実・強化を図るためには、首長のリーダーシップが欠かせません。

併せて、地方議会の議長を始め地方公共団体の幅広い関係者の理解と協力も不可欠であると考えます。

(都道府県における「消費者行政推進本部」の設置)

まず、都道府県においては、知事を本部長とするなど、「地方消費者行政推進本部」を設置して、消費者行政の基本方針を策定するとともに、消費者行政の総合的な展開を図ることが重要な課題であると考えます。

すなわち、「基金」などの国の支援措置の活用、独自の予算の手当・増額、消費者行政の担当職員の増員と専門性の向上、消費者行政の担当部署の他の部署に対する「司令塔」としての機能の発揮、管内の市町村との連携などについて検討し、具体化していくために、庁内の関係部署はもちろん、地域の学識経験者、関係団体、事業者などとの連携を積極的に実現していくための「母体」を知事のリーダーシップのもとにつくることが重要であると考えます。

その際、地域の実情によっては、都道府県の「消費者行政推進本部」に市町村が参加することで、管内の市町村との連携の一層の強化が図られると考えます。もちろん、管内の市町村としても独自の「消費者行政推進本部」を設置して取り組みを率先していただくことも重要であると考えます。

なお、都道府県には、消費生活審議会が設置され、地域の学識経験者や関係団体の参加を得て、消費生活条例など制度面の課題などについて検討する体制が既にみられますが、基本方針やさまざまな課題についての検討の成果を迅速に具体化していく観点からは、組織としても、消費生活審議会とは別に独自の「本部」とすることが望ましいと考えます。

地方関係者との意見交換においては、一部の地方公共団体から、形式的な「本部」を設置するだけでは形骸化を招きかねないといった意見がありました。形骸化はもちろん避けるべきです。必ずしも形式にとらわれることなく、先導的な事例も参考としながら、幅広い分野にまたがる消費者問題への対応を総合的に推進するための体制の整備としての「本部」の設置は象徴的な取り組みであると考えます。

(市町村における「連絡会」「協議会」などの設置)

また、都道府県のみならず、市町村においても、「連絡会」「協議会」などを設置して、庁内の関係部署や関係団体との連携、情報の集約・共有、総合的な対策の推進などを図ることが重要な課題であると考えます。

すなわち、消費者行政の担当部署を始め、税務、福祉、教育、保健などの関連部署や警察、保健所などの機関、民生委員、婦人会、社会福祉協議会、弁護士、司法書士、医師、建築士、事業者などの関係者・関係団体との連携を地域の実情に応じて積極的に実現していくための「場」づくりが重要であると考えます。

(職員による相談員に対する積極的なサポート)

相談員の相談業務を職員が積極的に支えることも重要な課題であると考えます。例えば、相談員があっせんを行う際に、消費者行政の担当課である「本課」の職員が立ち会うなど、複雑化・高度化しつつある相談内容に「本課」の職員と相談員とが連携して対処したり、法執行を担うことは、個別事案の解決のために重要な意義を持つこととなります。

しかしながら、地方関係者との意見交換においては、「本課」の職員と相談員との間の連携が必ずしも十分ではない事例もみられました。専門性の高い相談員が長年キャリアを積み重ねていく反面で、職員は通常の人事ローテーションで次々と異動していくこともその一因とされています。

(職員の専門性の向上)

相談員からは、「職員にはスーパーバイザー的な役割を期待する」「そのような職員がいれば安心して相談に取り組むことができる」などの意見がありました。

このような要請に応じていくためにも、相談員のみならず、地方公共団体の職員においても、専門性の向上を図ることが重要な課題であると考えます。

このためには、消費者相談、法執行、消費者教育・啓発、商品テスト、消費者団体活動支援などの消費者行政の総合的な視点を養うとともに、複雑化・高度化しつつある相談内容の個別事案の解決に資するために、職員の専門性の向上のための研修の充実が不可欠であると考えます。

また、他の業務を同時に抱えながら消費者行政を担当している小規模な基礎自治体の職員においても、庁内連携による相談の「掘り起こし」や生活再建といった基礎自治体の重要な役割を担うための知識や技能の向上が不可欠であると考え

えます。

(職員の消費者行政に関する「キャリア・パス」の構築)

併せて、地方公共団体において、職員の専門性の向上のための「キャリア・パス」の構築も重要な課題であると考えます。

地方関係者との意見交換において、地方公共団体の職員の消費者行政に関する「キャリア・パス」が構築されているかどうかについても尋ねました。

しかしながら、消費者行政を経験した職員が消費生活センターの所長などの担当幹部に就く事例は、一部の地方公共団体にはみられたものの、人事面での「キャリア・パス」を構築するには至っていない、という回答がほとんどでした。

職員の専門性を高めていくためには、職員自身のモチベーションを高めていくこともまた不可欠であり、人事面での個別の評価とともに、将来の展望をもつことができるような「キャリア・パス」の構築が重要であると考えます。

通常的人事異動の周期よりも比較的長く配属されるような人事面の措置や消費者行政に関する部局に複数回配属するといったシステムなどを導入することが望ましいと考えます。

① 首長のリーダーシップと連携の体制づくり

【地方への期待】

○ 「消費者行政推進本部」の設置など総合的な推進の体制づくりを

首長のリーダーシップの発揮を強く期待します。

都道府県において、知事自らが本部長となるなど、庁内の関係部署が一堂に会する「消費者行政推進本部」を設置することを期待します。

また、市町村においても、「連絡会」「協議会」などの設置を期待します。

これらの地方消費者行政の総合的な推進の体制には、関係者・関係団体の参画も得て、地域を挙げた取組みが展開されることを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 首長・担当幹部のリーダーシップの重要性や関係部局の横断的な連携の必要性を働きかけます

さまざまな機会をとらえて、首長のリーダーシップが地方消費者行政の充実・強化に不可欠であること、担当幹部の率先した行動が重要であること、関係部署をまきこんだ横断的な連携の強化が総合的な消費者行政の推進に直結することなどを働きかけます。

また、「本部」や「連絡会」「協議会」などの先導的な事例について、その具体的な活動の成果なども含めた情報の発信・提供を図り、幅広く地方公共団体の取組みを促します。

② 職員の研修の充実と「キャリアパス」の構築

【地方への期待】

○ 職員による相談員に対する積極的なサポートを

相談案件への対処、法執行における立会いなど、職員が相談員の業務を積極的に支えるよう、消費者行政の担当課である「本課」の職員に対して積極的なサポートを行うよう徹底することを期待します。

○ 職員の専門性の向上を

相談員のみならず、職員の専門性の向上のために、職員の研修の充実、(独)国民生活センターによる研修への参加の機会の確保などを具体化することを期待します。

○ 消費者行政担当職員の「キャリア・パス」の構築を

相談員を支え、また、職員のモチベーションを高めるなどの観点から、人事面での「キャリア・パス」の構築についての検討とその具体化を期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 職員向けの研修の拡充などを図ります

さまざまな機会をとらえて、職員の専門性の向上や「キャリア・パス」の構築の重要性を地方公共団体の首長等に働きかけます。

同時に、「基金」を活用した研修の開催や内容の充実に対する積極的な支援とともに、(独)国民生活センターによる職員向けの研修の地方での開催の拡充など

を図ります。

○ 国と地方との人的交流を強化します

消費者庁の執行担当部署での受入れに限らず、消費者庁と地方公共団体との間での職員の交流を図り、国と地方のそれぞれの人材育成、人的連携を強化します。

(5) 地域における連携・地域を越えた連携・国との連携の強化

地域の消費者の安全・安心の確保のためには、地方公共団体のみならず、さまざまな関係者・関係団体の連携・協力がなければ、幅広い消費者問題に対応することができません。

また、地域を越えて広域的に地方公共団体どうしが連携を図ったり、さまざまな関係団体が地域を越えてネットワークをつくって協働することも地方消費者行政の充実・強化にとって重要です。

さらには、法令解釈などについての相談員の照会に的確に応じるように消費者庁で仕組みをつくるなど、国との連携の強化も重要な課題であると考えます。

地域において、また、地域を越えて、いわゆる消費者関連団体や市民団体のみならず、例えば、婦人会、自治会、町内会、集合住宅の管理組合等の地縁団体、NPO、弁護士会、司法書士会、生協などの関係者・関係団体が相談、啓発、教育などの活動に「参加」することによって、地域の消費者の安全・安心に重要な役割を果たそうとしている事例もみられつつあり、このような動きを国や地方公共団体が支えていくことが重要であると考えます。

また、地域の事業者との連携も重要です。消費者が安心して消費活動を展開できる市場環境の形成は、消費者利益の増進のみならず、悪質な事業者を市場から退出させ、消費者志向の取組みを真面目に進める企業の利益にもなると考えます。

【「現場」の取組みの事例】

<山形県の事例>

山形県では、平成21年8月に県弁護士会が県及び管内35市町村に対して多重債務者救済のための連携を申し入れ、12月までに順次、市町村との間で連携を具体化しつつある。

これは、各市町村から弁護士会が多重債務者の紹介を受け、事件を処理するというもの。県弁護士会としては、特に生活保護などの事情がある場合には、弁護士から市町村の職員に協力を要請するなど「循環型」の相談を目指している。

また、この連携をベースに、併せて、高齢者・障害者の消費者問題を中心として、県弁護士会が出張相談を行うこととし、高齢者に金銭的負担は求めない「高齢者出張相談」を展開中。

これらの活動の実践の中で、社会福祉協議会、地域包括センター、県市町村の福祉担当部署、社会福祉協議会、病院などの関係者との連携も拡充しつつあり、県弁護士会と各関係機関の直接の連携（「線の連携」）に加えて、県弁護士会と各関係機関が一体となった連携（「円の連携」）をとっていく方向。

また、同県では、消費生活センターと地域を結ぶパイプ役となって、センターが発信する啓発情報を身近な住民や地域、団体に伝えたり、行政の目が届きにくい地域の消費者問題の情報を収集してセンター等に提供する役割などを担う「山形県消費生活サポーター制度」を創設し、消費者被害を未然に防止するための地域での啓発活動の強化に取り組んでいる。

<埼玉県の事例>

埼玉県の消費者関係団体が集まって、「消費者行政充実埼玉会議」を平成20年4月に設置。活動目的は、「政府の消費者行政一元化の議論に対し、消費者主役の新行政組織を実現すること及び地方消費者行政の充実・強化を併せて推進することを求めて、消費者団体及び関係団体の情報交換と行動を行う」とされ、①シンポジウム・集会の開催、②全国会議への参加・協力、③地方公共団体、政府、政党への働きかけ、④その他、世論形成に向けた取り組みを活動事項として掲げている。

平成21年10月現在で28団体が参加。「世話役団体」は、埼玉県消費者団体連絡会、NPO法人埼玉消費者被害をなくす会、埼玉県消費生活コンサルタントの会、埼玉弁護士会、埼玉県司法書士会。

<京都市（京都府）の事例>

京都市では、高齢者などの消費者被害の防止のための地域の「見守りボランティア」として「くらしのみほりたい」の募集を実施。

平成22年度末の時点で3,000名の目標数を掲げており、これまでの登録者数は平成21年12月末現在で1,600名を超えている。

<神戸市（兵庫県）の事例>

神戸市では、「基金」を活用し、市民への消費者教育や啓発、現場の相談員への指導を行う専門家を養成するため、平成21年9月に、有資格者を対象に「神戸コンシューマースクール」を開講。毎週土曜日に各分野からの講師を招いて59単位（1単位2時間）の授業を行っている。第一期生として

の受講者は30名。

修了後は修了生を「消費生活マスター」として認定し、相談員研修や市民講座の講師として派遣することを予定している。また、一般消費者への啓発、相談窓口への誘導を担うなど「地域拠点の専門家」としての活躍を期待している。

<徳島県の事例>

徳島県では「消費者教育連絡会議」を設置し、消費者教育に関わる行政機関等の連絡調整及び協議を行うこととしている。

参加機関は、四国財務局徳島財務事務所、危機管理部県民くらし安全局、県教育委員会学校政策課、生涯学習政策課、県立総合教育センター学校経営支援課、県金融広報委員会。

また、徳島県消費者情報センターにおいて県立学校の教員を1年間研修生として受け入れているほか、採用後10年を経過した教員を対象とした「10年経験者研修」に消費者研修を盛り込むなど、学校現場における消費者教育の推進に取り組んでいる。

<関東甲信越の15都県市（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・栃木県・茨城県・群馬県・山梨県・長野県・新潟県・横浜市・川崎市・さいたま市・千葉市・新潟市）の事例>

関東甲信越の15都県市及び(独)国民生活センターでは、悪質商法被害の増加、広域化を踏まえて、平成10年度から、地方公共団体間で広域的に連携し、毎年同じ時期（1月～3月）に共同で悪質商法被害防止キャンペーンを実施している。

この期間中は駅や街頭のポスターやテレビ、ラジオ、新聞、雑誌等の広告媒体を通して悪質商法の被害を防止するため、注意を呼び掛けている。

また、悪質商法被害特別電話相談「若者トラブル110番」を一斉に実施している。

【課題】

(地域における関係者・関係団体の協力)

地域の関係団体による協力は、資格者や専門家が少ない地域における相談への

対応、相談内容の高度化・専門化に即した対応、啓発活動など、地域の消費者行政を推進する上で不可欠です。

例えば、地方公共団体においては、「出前講座」などで啓発活動を消費者協会に委託している事例、消費生活相談において弁護士・司法書士に相談できる日を設定している事例、相談窓口の担当職員や相談員が弁護士・司法書士・建築士・ファイナンシャル・プランナーなどに相談できる仕組みを整えている事例などがみられます。

地方関係者との意見交換においては、いろいろな研修や講座の講師として「弁護士、司法書士などを招聘しているが、さらに、さまざまな講師に依頼したいので、関係団体を紹介してほしい」などの要望がありました。

また、啓発活動や相談対応に加えて、一部の関係団体からは「都道府県は、団体の政策提言や地方議会関係者への働きかけなどの機能を、新規施策を立ち上げる際などに活用してもらいたい」との意見もありました。

(地域における「参加型」活動)

ここでいう「参加型」とは、啓発や教育などの「受け手」としての消費者という側面だけではなく、自らの身の回りの家族、住民、同僚などに対して啓発、教育、見守りといった活動の主体的な「担い手」としての消費者の側面を採り上げたものです。

高齢者に向けた「出前講座」などのいわゆる「届けるタイプの消費者啓発」のみならず、地域の社会が高齢者など社会的な「弱者」を「見守り」、悪質商法等の被害の未然防止、拡大防止につなげていくといった活動が一層重要となっています。このことは、「消費者行政推進基本計画」(平成20年6月閣議決定)においても、「消費者がよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与することがあってこそ」新組織である消費者庁が「その存在感を高めることができる」としています。

このような地域の「担い手」を育成していくための研修の講師を自前で養成するべく取り組みを開始した事例もみられます。

また、図書館、コミュニティ・センター、公民館、自治会館などをこのような活動の「拠点」として活用すべきではないかとの意見もみられました。

(消費者教育)

消費者と事業者との間の情報や交渉力等の格差を前提として、消費者保護のた

めのさまざまな施策が推進されている一方で、消費者が被害に遭わないように注意したり、消費者問題に直面した際に、自ら考え、主体的に行動していく能力を身につけていくことも重要な課題です。

消費者教育については、教育委員会との連携が重要です。

実際に学校で「出前講座」などを行うためには、学校関係者の理解と協力が不可欠です。

地方関係者との意見交換においては、消費者行政の担当課が地道に学校を回って、消費者教育の重要性を訴え、授業で啓発のDVDを活用してもらうなどの働きかけを行っている事例、地元の大学と連携して、カリキュラムに組み込まれている講義を一般に開放し、連続の公開講座事業を行っている事例がみられました。

その際に、「学校教育との連携は最も重要な課題であり、高校には巡回訪問しているが、中学校に対する取組みはまだ弱い」「小学校でも今後必要になってくる」などの意見がありました。それぞれの段階に即した多様な方法が課題であると考えます。

また、学校の教職員を対象としたセミナーを開催している事例もみられました。

教職員が消費者教育の意義や消費者問題の重要性についての認識を改めて深める機会を増やすことも、消費者教育の授業にとって有意義であると考えます。

(啓発活動)

啓発活動については、地方公共団体の庁内の福祉担当部署、警察、防犯協会などの関係団体との連携の事例が多くみられたほか、具体的な活動として、例えば、啓発用DVDを地方公共団体のケーブル・テレビで放送している事例、「基金」を活用して啓発のための「専用の回覧板」を作成して注意喚起を高めている事例、FM、AM放送やコミュニティ・ラジオを活用している事例などがみられます。

また、最近では、松江市（島根県）、鹿児島市（鹿児島県）を始め、各地域で携帯電話等のメールを活用して、消費者トラブルの被害情報等を発信するなどの事例もみられます。松江市では、災害情報を配信する既存の防災メールシステムを改良し、消費者向けの情報発信を行っています。

地方関係者との意見交換においては、「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」といった特定の啓発用資料について、「役立つパンフレットは積極的に活用するのでたくさん作成してほしい」などの要望もありました。

なお、地方公共団体の担当職員から、「最近の啓発活動については、インターネットに頼りすぎている面があるのではないか」との意見や「町内会などの担い

手の不足や加入率の低下などを背景に、啓発資料の全戸回覧も次第に難しい状況になっている」との意見もありました。

(地域を越えた連携)

このような地域における連携とともに、地域を越えた連携が展開されつつあります。

例えば、地方公共団体の県域を越えて活動する悪質な事業者への対応を検討する際に、複数の都道府県との連携が図られることで一層効率的・効果的な対応が可能となります。このため、啓発のキャンペーンや法執行に関して、複数の都道府県が連携して実施する事例がみられます。

このような連携のために、都道府県の消費者行政の担当職員の間で積極的に情報の共有、連絡・調整を実践している事例もみられます。

また、研修についても、地域ブロックなど複数の地方公共団体が共同して開催することによって、受講者である相談員や職員の参加・移動の負担が軽減されて効率的な受講も可能となると考えます。

(関係団体のネットワーク展開)

さらに、個人や一つの団体だけではなく、また、一つの特定の地域を越えて、多くの消費者や関係団体が幅広く連携して国や地方公共団体に働きかけていくという視点は重要な意義を持つものであり、そのためのネットワークづくりが進みつつあることも重要であると考えます。

(国との連携：情報)

消費者庁が、消費者安全法を含む消費者に身近な法律を所管するようになったことや「基金」に関する事務の連絡が頻繁に行われるようになったことなどを背景にして、消費者庁と地方公共団体とのネットワークを強化すべきとの意見がヒアリングにおいて数多く出されました。

例えば、相談員や担当職員からは「法令の解釈などに関して気軽に相談できる窓口を消費者庁につくってほしい」という意見や「国の担当者と面識があれば、相談したいことはたくさんあり、年に1度でよいので担当者を県に派遣してもらいたい、他の地域での事例の紹介を始めとしてアドバイスをしていただくなど話せる場を設定してほしい」などの要望が寄せられました。

また、「電子メールでないと、文書のやり取りには時間がかかり、消費者庁と

市町村が直接に情報交換できるように工夫をしてほしい」との意見や「方針が示されたり、変更があった場合には結論だけでなく経緯等についても速やかに知らせしてほしい」との意見もありました。

地方公共団体の職員や相談員が「市長への手紙」で意見などを寄せているように、「気軽に情報や要望を消費者庁に伝えられるような体制があるとよい」

「PIO-NET フォーラム（PIO-NET の端末相互のイントラネットに組み込まれた電子掲示板等のシステム）を活用してはどうか」という提案も出されました。

さらに、PIO-NET の端末については、「庁内の消費者行政担当課にあれば助かる」「地方に情報が一斉送信されるシステムをつくってもらいたい」との要望もありました。

相談員からは、「消費者安全法に基づく通知等に対するフィードバックが消費者庁からなされていないのではないか」という疑問や「消費者庁から相談員への連絡体制ができておらず、消費者庁は遠い存在である」との意見もありました。

（国の機関との連携：テスト機能）

自ら商品テストを実施している機関は地方公共団体にはほとんどなく、相談対応に必要とされた原因究明は、（独）国民生活センター、N I T E（製品評価技術基盤機構）などに依頼・相談するケースが大半を占めています。また、食品に関するものはF A M I C（農林水産消費安全技術センター）に相談するという自治体もみられました。

都道府県レベルでテスト機能を維持しようとしても「人員、機器の整備の両面で中途半端なものにならざるを得ない」との意見や、テスト機能を維持している都道府県からは「クリーニングに関するものなど簡易なものは都道府県で実施し、その他は国で実施するといった国との役割分担を明確にするべき」との意見も寄せられました。

① 地域の関係団体との連携・協力

【地方への期待】

○ 関係団体との連携の強化を

「基金」の活用などによって、相談、啓発、教育などの関係団体の連携・協力の一層の強化を期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 地域での連携の強化のための支援の充実を図ります

地方公共団体による関係団体との連携・協力の強化について、「基金」の活用などを通じた支援を図ります。また、地方公共団体で講師などの人材を探すことを支援するための情報の提供について、(独)国民生活センターと連携して充実を図ります。

○ 地域での連携の強化のための「交流の場」を設けます

ブロック会議などを活用し、消費者庁、地方公共団体、消費者団体等が消費者行政に関する意見を交わすための「交流の場」を設けます。

② 「参加型」活動の展開

【地方への期待】

○ 「参加型」活動の展開を

例えば、「地方消費者行政推進本部」による幅広い関係者、関係団体からの実情の意見聴取、意見交換の実施などによる消費者被害の防止や消費生活の安定や向上に向けた「参加型」活動とその裾野を広げていくための取組みを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 「参加型」活動の支援の方策について検討します

「基金」の活用の在り方など、このような「参加型」活動を支援するための方策について検討します。

③ 消費者教育・啓発活動の展開

【地方への期待】

○ 教育の「現場」に向けた関係団体との連携の強化を

学校教育における消費者教育の重要性について改めて関係者の認識を促しつつ、関係団体と教育の「現場」の関係者との連携の一層の強化を期待します。

○ 地域の特色や工夫を活かした消費者教育、啓発活動の展開を

学校教育に限らず、地域の様々な活動の中で、消費者教育、啓発について、地方公共団体を始め、関係者・関係団体、事業者・事業者団体のさらなる協働、連携、支援を期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 消費者教育と啓発についての検討を深めつつ、関係府省との緊密な連携を図ります

これまでの成果も活用しつつ、効果的な消費者啓発や消費者教育の在り方について検討します。

その検討も踏まえながら、地方公共団体の消費者行政の担当部署と学校の「現場」との連携の重要性について、関係団体の協力も得て、関係府省に働きかけるとともに、その具体化を図ります。

④ 国と地方のネットワーク強化

【地方への期待】

○ 情報の一元的集約への協力を

消費者庁への情報の一元的集約は、消費者の「声」を消費者行政に反映していくための基幹をなすものであると考えます。地方公共団体の協力なしではなし得ません。

管内や庁内における情報集約体制を今一度点検するとともに、その充実・強化に一層の協力をお願いします。

また、重大事故情報や重大事故につながる恐れのある情報については、迅速に提供していただくことを御願いたします。

【消費者庁としての取組み】

○ 情報の結節点として、地域のお役に立つ情報インフラと情報の内容を整備し

ます

消費者庁としても、地方公共団体、消費生活センター・相談窓口との間で「顔の見える関係」を築くことができるように体制の見直しを行います。

具体的には、(独)国民生活センターとの連携のもとで、以下のように取り組みます。

- ・ 平成22年度予算案において盛り込まれた「地方協力課」を中心とした情報の提供・発信
- ・ 消費生活センター相互のみならず、都道府県や市町村の消費者行政本課を含めたネットワークの整備
- ・ 消費者庁と相談員との会合の開催など相談員の「声」の反映を図る仕組みの整備
- ・ 先進的な地域でのノウハウなどをその他の地域に伝授するための事例集の提供など

○ 国と地方との人的交流を強化します

消費者庁の執行担当部署での受入れに限らず、消費者庁と地方公共団体との間での職員の交流を図り、国と地方のそれぞれの人材育成、人的連携を強化します。

⑤ テスト機関との連携

【地方への期待】

○ 各種の機関を活用して相談に対応できる体制の整備を

消費生活センターごとに必ずしも商品テスト施設を維持しなければならないわけではありませんが、消費生活センターにおいて担うことができる商品テスト機能の再検討及び整備とともに、地方公共団体の各種の試験検査機関の機能や国の機関の機能を有効に活用することによって、危害・危険に関する消費生活相談への適切な対応が行えるように体制を整備することを期待します。

【消費者庁としての取組み】

○ 地方公共団体からの依頼に応じることができる体制の整備を進めます

テスト機関については、各分野の専門性を有する職員が原因究明等を行うこと

ができる体制の整備や、テスト機器・設備の整備などが必要となります。

消費者庁としては、(独)国民生活センターを中心とするさまざまな試験検査機関などとの連携を含めた効率的な体制の整備、地方公共団体から依頼されるテストを円滑に引き受けられる仕組みの整備、テスト機関に関する情報、テスト結果や技術に関する情報などの共有化を図ります。

⑥ 都道府県間の連携

【地方への期待】

○ 地方公共団体間の連携強化による施策の推進を

複数の自治体の連携はさまざまな枠組みが想定されます。

まずは地域ブロックで法執行、啓発のキャンペーンや研修などの連携を深めていくことが一案として考えられます。

【消費者庁としての取組み】

○ 地方公共団体間の連絡調整がスムーズに行える仕組みの整備を進めます

消費者庁としても、都道府県間での連携した取組みが促進されるよう、地方公共団体間の連絡調整がスムーズに行える仕組みの整備等を進めていきます。

具体的には、地域ブロック毎に開催されている会議についてこれまでの運営を改め、地域の実情をより把握しやすいものとし、地域の関係者・関係団体がより参加しやすいものとしていくなど、ブロック間での連携を強化するための枠組みの整備に取り組んでいきます。

【参考1】広域連携による消費生活相談の実施の在り方

小規模な市町村や中小規模市では、単独で専門相談員を配置し、消費生活センターや相談窓口を設置することが必ずしも容易ではありません。消費者安全法は、市町村に消費生活センターの設置の努力義務を定めていますが、相談窓口が設置されていない、あるいは、設置されていても常設化されていないなどの小規模な市町村にとっての当面の現実的な取組みとして、以下のような対応事例が参考になるのではないかと考えます。ただし、広域連携を進めるに当たっては、中心となる相談窓口と各地方公共団体の本課との連携の確保などが課題であると考えます。

地域の実情に応じたさまざまな創意工夫が期待されます。

○ 「中心市集約方式」

事務協定により、中心自治体が協定参加自治体住民全体の相談に対応する方式です。

これにより、単独では相談員の配置や消費生活センターの設置が困難な小規模な市町村の住民も、比較的に身近に専門の相談員による相談を受けることができます。

<平塚市、大磯町、二宮町（神奈川県）の事例>

平塚市、大磯町、二宮町（それぞれ約2.6万人、約3万人、約3万人で合計で人口約3.2万人）では、それぞれの町の単独で相談員を配置することが困難な大磯町、二宮町からの働きかけもあり、3市町で事務協定を締結し、平塚市の消費生活センターにおいて、大磯町、二宮町の住民からの相談も含めた広域対応を実施している。

相談業務は平塚市で対応する一方で、大磯町、二宮町では啓発や情報提供などを中心に取り組んでいる。従来から、ゴミ処理や研修等の連携を進めてきたこともあり、消費者行政における連携も比較的スムーズに進んだとされている。

<富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村（北海道）の事例>

富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村（それぞれ約2

万5千人、約1万2千人、約6千人、約3千人、約千人で合計で人口約4万6千人)では、平成18年4月より、富良野市消費生活センターを広域的相談窓口と位置付け、圏域5市町村の住民を対象とした消費生活相談を開始した。相談は、基本的には富良野市消費生活センターで対応するものの、地理的に圏域が広く、富良野市まで足を運べない相談者の対応は、それぞれの町村職員が聴き取りや契約書等の書類の確認、商品確認を行っているなど、各町村の担当部署も消費生活相談窓口として引き続き対応を行っている。

○ 「相互乗り入れ方式」

事務協定により、それぞれの住民が互いの相談窓口を利用することができる方式です。

これにより、より小規模な市町村の住民は、相談窓口が開いていない日は一方の地方公共団体の窓口を利用でき、また、一方の地方公共団体の窓口を利用することにより、在住する市町村の窓口で相談することが憚れる住民にとっても、比較的身近なところで、相談を受けることができます。

<茅ヶ崎市、寒川町（神奈川県）の事例>

茅ヶ崎市、寒川町（それぞれ約23万人、約5万人で合計で人口約28万人）では、事務協定を締結し、茅ヶ崎市、寒川町の住民が、それぞれ他方の市町の消費生活センター・相談窓口を利用できることとしている。

○ 「巡回方式」

事務協定により、相談員を共同配置し、曜日ごとに相談員が巡回し、いずれの住民も相談を受けることができる方式です。

これにより、単独では相談員を常時配置することや消費生活センターの設置が困難な小規模な市町村の住民も専門の相談員による相談を受けることができます。

<大洲市、西予市、内子町（愛媛県）の事例>

大洲市、西予市、内子町（それぞれ約5万人、約4万人、約2万人で合計で人口約11万人）では、それぞれの市町が単独で相談員を配置することは困難であったことから、事務協定を締結。それぞれの消費生活相談業務について、大洲市が代表で委託契約し、3市町共同で負担する相談員1名が巡回

することとした。

具体的には、火曜日・金曜日は大洲市、月曜日・木曜日は西予市、水曜日は内子町にそれぞれ巡回して、3市町の住民からの相談を受け付けている。

○ 「組合方式」

広域連合や一部事務組合を設立・活用し、消費者行政を共同実施する方式です。

これにより、単独では相談員の配置や消費生活センターの設置が困難な小規模な市町村の住民も、比較的身近に専門の相談員による相談を受けることができます。

また、特別地方公共団体を設立することで、該当するエリア全体を一つの行政組織で対応できることが可能となります。

<鈴鹿市、亀山市（三重県）の事例>

鈴鹿市、亀山市（それぞれ約20万人、約5万人で合計で人口約25万人）では、それぞれの市が単独で消費生活センターを設置することは非効率であるとの認識から、既に設立していた「鈴鹿・亀山地区広域連合」の事務に消費者行政に関する事務を追加し、消費生活センターを設置した（平成18年4月）。

既に介護分野で広域連携が進んでいたこともあり、比較的スムーズに消費生活センターの立ち上げを図ることができた。

【参考2】基礎自治体の多様性を踏まえた消費生活センター・相談窓口の在り方

基礎自治体といっても人口、経済、財政、面積などさまざまです。

一律にその役割や在り方を規定することは妥当ではありませんが、人口規模や財政規模は、市町村に寄せられる相談件数、配置可能な担当職員や相談員の数、専門窓口の設置の容易性などを左右し、ひいては、事例の蓄積、相談員の専門性向上の「速度」を規定する要因ともなります。

以下では、このような観点を踏まえた上で、基礎自治体としての消費生活センターや相談窓口の役割のイメージを整理しました。

(a) 小規模市町村（例えば、人口規模で2万人前後以下の市町村）

単独で消費生活センターの設置や相談員の配置が困難な市町村においても、消費生活に関する相談窓口を開設、もしくは、周辺の市町村と連携で広域的に対応することが期待されます。

消費生活相談に特化した相談窓口設置が望ましいですが、小規模自治体においては、「よろず相談」の要素もあることから、総合的な相談窓口として対応していくこともやむを得ません。

こうした小規模な市町村においては、住民からの相談に対して、例えば、クーリング・オフの方法を助言するなど、最低限、解決のための手順を提示することが期待されます。また、事業者とのあっせんを要する事案や高度に専門的な事案に対しては、県の消費生活センターに取り次ぐなど、解決の手順を提示していくことが期待されます。

同時に、福祉部局や税務部局など関係部局との連携を図り、地域住民へのきめ細かな啓発活動を行うことにより、相談の掘り起こしや高齢者への「見守り」に取り組み、県や中心市のセンターと連携して解決を図るとともに、情報提供を行うことで消費者被害の未然防止に努めていくことが期待されます。

こうした事務を担う専任の職員や相談員を配置することが望まれます。

管内の人口2万人ごとに少なくとも1名の職員の配置が必要ではないかという指摘もあります。

職員規模や財政規模から厳しい場合は、担当職員が他の業務と兼務しつつも、対応せざるを得ない場合もあり、こうした自治体においても、担当職員の消費者問題に関する知見の向上に積極的に取り組むことが期待されます。

(b) 中小規模市（例えば、人口規模で3万人前後から数万人程度の市）

単独で消費生活センターを開設、もしくは、広域連携の中心市として消費生活センターを設置できる市では、都道府県の消費生活センターの協力を得つつ、相談、あっせん、啓発などを行うことが期待されます。高度に専門的な事案についても、都道府県の協力を得つつ解決に努力していくことが期待されます。

同時に、福祉や税務などの関連部署との連携を図り、地域住民へのきめ細かな啓発活動を行うことにより、相談の掘り起こしや高齢者等の「見守り」を行い、都道府県のセンターと連携して解決を図るとともに、情報提供を行うことで消費者被害の未然防止に努めていくことも期待されます。

市によっては、消費生活センターや相談窓口に来た相談であっても、福祉の問題、生活問題等に関連する場合も多く、不可避的に他の関連部署との連携の必要が生じます。したがって、担当者同士がいわば「顔の見える関係」にあり、相互の連携が図りやすい市においては、その利点を活かしながら相談の「掘り起こし」や啓発をきめ細かく実施していくことが期待されます。

また、相談件数が比較的多く、事案の蓄積が進みやすい環境にあり、相談員を常時複数名配置できるような中規模な市では、自立的に相談、あっせん、啓発などを行うことが期待されます。

(c) 大規模市（政令指定都市、県庁所在市など）

政令指定都市、県庁所在市やそれに準ずる市では、相談件数も多く、事案の蓄積が進みやすい環境にあるとともに、相談員も常時相当数配置可能であることから、相談員が比較的に研修への参加も容易であり、相談員の相互のレベルアップも進展しやすい環境にあります。

また、道府県の人口の大きなウェイトを占めており、高度に専門的な事案を含め、自立的に相談、あっせんの処理を実施していくことが期待されます。

また、被害情報も多数寄せられることから、道府県が実施する事業者に対する指導や法執行につなげていくなど、消費者被害の防止、救済を図っていくことが期待されます。

【参考3】地方公共団体からの事務委託による消費生活相談等の実施のケース

＜北海道の事例＞北海道では、消費者行政担当部局が相談業務を行う一方で、民間においては、昭和36年に全国で2番目となる「北海道消費者協会」が設立され、同協会では昭和44年に道からの支援を受けて「北海道消費者センター」を開設し、相談業務を行ってきた。

平成12年に北海道における消費生活相談業務の一元化・効率化を進める観点から、道が行っていた相談業務を同協会へ委託することにより、並存していた相談体制を統合して、道立消費生活センターとして活動をスタートすることとした。

さらに、平成15年の地方自治法の改正により指定管理者制度が創設されたことに伴い、北海道では公の施設について指定管理者制度を導入する方針となったことから、道立消費生活センターの管理運営についても指定管理者を公募した結果、北海道消費者協会が指定管理者に指定され、現在に至っている。

＜水戸市（茨城県）の事例＞

水戸市では、相談件数の増加に加え、複雑化・深刻化する消費者問題に対応するため、専門性を持った質の高い相談体制の整備が検討された。同市では、NPO消費者相談室が平成16年度に設立されており、設立当初から水戸市消費生活センターと共催して、相談員養成事業を行うほか、独自で土曜日に消費生活相談（平成18年度から水戸市消費生活センターの土曜相談業務を受託）を行うなど、積極的に消費者問題に取り組んできた。

このように消費生活相談のノウハウのある団体が存在することもあり、その後策定された「水戸市行財政改革プラン2007実施計画」に基づき、平成20年度から水戸市消費生活センターの運営が民間委託され、同団体が受託することとなった。

同団体では、民間の立場で専門知識や経験をもとに「21世紀の消費者問題」に真正面から取り組み、消費者トラブルの防止のための活動・相談・消費者教育などを通して消費者が真に自立した主体として生きられる社会の形成と発展に貢献するという設立趣旨に基づき、市民のニーズに応えられるよう相談・啓発業務の充実を図っている。さらに、問題が深刻化している「多重債務相談」についても事務分掌に加え、相談が行われている。

＜神戸市（兵庫県）の事例＞

神戸市では、消費生活に関する団体の活動を基に、昭和37年の灘・神戸生活協同組合の合併、昭和42年の「神戸市消費者協会」の設立に至り、昭和43年の同協会による商品苦情相談所の開設、昭和45年の「神戸消費者情報センター」の設置など、消費者相談業務を行ってきた。

一方、行政においては昭和40年に消費者問題を専管とする「消費生活係」を設置し、また、昭和49年には、消費者問題への高まりや、民間における積極的な取組みを踏まえ、全国初となる消費者行政に関する「神戸市民のくらしをまもる条例」を制定した。

同条例においては、消費生活相談所を設置することとしていることから、これまで同協会で実施してきた相談業務を神戸市として実施することとし、消費者目線からの相談の実現や、これまで相談業務を実施してきた実績などから同協会に相談業務を委託し、現在に至っている。

また、同条例では消費者、事業者、市長の三者の責務が規定され、これらが一体となって取り組むこととされ、これが昭和52年の「神戸宣言」において「三者合意システム」として明確化され、同市における消費者運動のベースとなっている。

なお、同協会は相談業務以外にも消費者啓発事業である出前講座を神戸市から受託するなど、神戸市の消費者行政の推進に積極的に取り組んでいる。

【参考4】都道府県における景品表示法、特定商取引法の執行実績

(平成16年度から平成22年1月31日までの累積件数)

	景品表示法	特定商取引法			景品表示法	特定商取引法	
	指示	業務停止命令	指示		指示	業務停止命令	指示
北海道	4	22	8	滋賀	1	3	5
青森	0	2	1	京都	6	4	2
岩手	1	3	9	大阪	3	10	9
宮城	1	1	0	兵庫	10	5	5
秋田	1	3	5	奈良	0	1	2
山形	1	1	0	和歌山	0	0	0
福島	1	7	2	鳥取	2	0	0
茨城	1	1	1	島根	0	0	2
栃木	5	6	0	岡山	0	3	2
群馬	1	2	0	広島	0	2	1
埼玉	3	22	15	山口	2	1	0
千葉	3	6	4	徳島	5	0	0
東京	14	69	52	香川	2	11	5
神奈川	4	15	11	愛媛	2	1	1
新潟	1	1	2	高知	1	1	1
富山	0	1	1	福岡	2	0	4
石川	0	1	7	佐賀	5	1	3
福井	0	1	0	長崎	1	2	2
山梨	0	0	5	熊本	3	1	5
長野	3	0	1	大分	1	0	1
岐阜	5	6	2	宮崎	0	0	0
静岡	15	12	14	鹿児島	0	1	0
愛知	2	6	4	沖縄	0	0	1
三重	0	2	0	合計	112	237	195

【参考5】相談員の雇用形態に関する課題

地方公共団体に直接任用されている相談員のほとんどは非常勤職員ですが、非常勤職員は「特定の学識・経験を要する職務」に「任期を限って」任用され、多様化・高度化する行政ニーズに対応するための多様な任用・勤務形態として、各自治体の判断により柔軟に活用されているものです。

同時に、同一人が任期終了後に繰り返し任用されていること、その任用根拠が自治体によって異なる場合があること、任用根拠が明確でない場合があることなどが指摘されています。

相談員が安心して勤務できる雇用形態・勤務体系を考える上で、相談員が非常勤職員であることの課題としては、①継続性が求められる業務であるにもかかわらず、原則として1年の任用期間が定められている制度が用いられること、②中には常勤職員とほとんど変わらない勤務体系にもかかわらず、地方自治法203条の2が適用され、報酬及び費用弁償以外が支給できないこと、が挙げられます。

そこで、以下では相談員の雇用形態として、非常勤職員の他に可能性はないのか、現行制度の下においてはどのような課題があるのかについて、一定の整理を行いました。

相談員の今後の雇用形態・勤務体系については、関係府省の協力なども得て、制度面の検討を集中的に行ってまいります。

(a) 「正規職員」としての任用

地方公務員法上は「正規職員」という概念はありませんが、関係者から指摘されている「正規職員化」とは、任期の定めのない常勤職員（一般職）を指すものと考えられます。

地方公務員法上、一般職とは特別職以外の全ての職をいい、その採用は、原則競争試験によることとされています。そのため、相談員を「正規職員」として採用するならば、原則として競争試験を受けることが必要となります。

また、任期を定めない雇用となる点では、身分が安定しますが、採用後は消費者行政及び相談業務のみに携わるのではなく様々な部署を異動し、一般事務を行うこともあり得ます。

なお、給与面では期末勤勉手当を始め、各種手当が支給されることとなります。

一方で、地方公共団体の厳しい財政事情や定数管理の中で、いかに「正規職員」として採用するかという一般的な課題にも留意が必要となります。

(b) 任期付短時間勤務職員化

任期付短時間勤務職員は、住民サービスの充実のための人材確保等の観点から、職員を複数年の任期を設定して採用し得る制度であり、非常勤職員と異なり、給与及び手当の支給が可能です。

ただし、この制度の活用に関しては、「一定期間に業務が終了することが見込まれる業務に従事」することや「一定の期間に限り業務量の増加が見込まれる業務に従事」すること等が要件とされており、総務省の「地方公務員の短時間勤務の在り方に関する研究会報告書」（平成21年1月）の中で、「業務の終期が明確でなく、又はサービス提供期間の延長を伴わない場合には、現行の任期付短時間勤務職員制度に係る要件で任用することが困難」との指摘があります。

なお、この制度を相談員に適用するメリットは、地方自治法第204条により、現在とあまり変わらない勤務時間で、かつ、手当（期末勤勉手当等）を支給することができる点にあります。任期付きの任用であるため、任期の定めのない常勤職員に比べれば、安定的でないことに留意が必要となります。

(c) 国家公務員化

相談員を国家公務員化するという考え方も、これまで挙げられています。

地方の「現場」において、国が行う相談と地方が行う法執行の連携をいかに図るか、地方公務員との処遇のバランスをいかにとるか、などの課題がある一方で、制度設計によっては、相談員の処遇の改善や身分の安定につながると考えます。

(d) 地方公共団体以外に雇用されている場合（指定管理者、委託先の団体）や相談員個人との委託契約の場合

地域の実情に応じて、このような雇用形態がみられるところがあり、概して給与面などで相応の水準を確保している場合もあります。地方公共団体と効率的に連携を行っているケースもみられるが、法執行などの点で地方公共団体の消費者行政担当課や関連部署との連携で「距離感」があるとの指摘もみられます。