地方消費者行政の充実・強化のための指針

～地域社会の消費者問題解決力の向上を目指して～

平成２４年７月

消費者庁

地方消費者行政の充実・強化のための指針

～地域社会の消費者問題解決力の向上を目指して～

目　次

Ⅰ　指針策定の背景と趣旨 1
１．地方消費者行政「集中育成・強化期間」 1
２．「地域主権」の考え方 7
３．指針の趣旨 8

Ⅱ　基本的方向性 9
１．どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり 9
２．法の厳正な執行と連携強化 9
３．地域社会の消費者問題解決力の向上 10

Ⅲ　消費者庁の取組 11
１．基本的な考え 11
２．継続的に取り組む事項 11
（１）どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり 11
（２）法の厳正な執行と連携強化 13
（３）地域社会における消費者問題解決力の向上 14
３．当面（平成 25 年度に）重点的に取り組む事項 16
（１）自治体の基礎的な取組とレベルアップを支援 16
（２）食品と放射性物質に関するリスクコミュニケーションの推進 17
（３）高齢者の消費者トラブルの防止 17
（４）消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化 18
（５）PIO-NET の刷新 18
（６）貴金属等の訪問購入への法的措置（特定商取引法の改正に係る取組） 18
（７）財産被害に係るすき間事案への行政措置の導入（消費者安全法の改正に係る取組） 19
（８）消費者安全調査委員会の設置（消費者安全法の改正に係る取組） 19
（９）集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の創設 19
（１０）食品表示の一元化 19
（１１）消費者教育の推進 20
（１２）消費税率引上げへの対応 20

Ⅳ　自治体への期待（提言） 21
１．どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり 21
（１）市町村における消費生活相談体制の充実 21
（２）都道府県の消費生活センターの機能 22
（３）相談体制の基盤整備 23
２．法の厳正な執行と連携強化 27
（１）法執行を担う体制整備 27
（２）国と地方、地域内・地域間での連携強化 27
（３）消費者安全調査委員会との連携 28
３．地域社会における消費者問題解決力の向上 29
（１）首長のリーダーシップと消費者行政に対する自治体全体の認識深化 29
（２）事業予算の確保 29
（３）自治体間の連携強化、消費者庁との連携強化 30
（４）消費者団体をはじめとする多様な主体との連携強化 31
（５）普及・啓発による予防と被害への気づき 32
（６）消費者教育による消費者の自立への支援 32

Ⅰ　指針策定の背景と趣旨

１．地方消費者行政「集中育成・強化期間」

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

地域という「現場」における消費者行政の充実・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ません。このため、『消費者・生活者の視点に立つ行政への転換』には、国だけではなく、「現場」である地方消費者行政の抜本的強化が不可欠との認識から、消費者庁では、自治体と連携を強化しながら、その取組を支援してきました。

平成 22 年 2 月に取りまとめた「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」では、先進的な取組事例等を踏まえながら、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示しました。

また、財政面では、平成 21 年度から 23 年度までを地方消費者行政の「集中育成・強化期間」として、地方消費者行政活性化基金[1]（以下「基金」といいます。）の創設や住民生活に光をそそぐ交付金[2]、地方交付税措置の拡充[3]等の措置を通じて財政的な支援を行ってきました。

この間、各地域の自治体においては、こうした支援措置を活用して、平成 21 年度から 23 年度までの３年間で、消費生活センター及び消費生活相談窓口（以下「窓口」といいます。）の開設や充実など、地方消費者行政の基盤強化の取組が着実に進められてきました。（表１、表２）

---

[1] 平成 20 年度第 2 次補正予算で 150 億円、21 年度第 1 次補正により 73 億円が措置されました。当初、その実施期限は、23 年度までの３年間としていましたが、都道府県からの申請により 24 年度まで延長可能としました（全自治体において延長）。また、24 年度当初予算で、5 億円を基金に上積みしました。加えて、東日本大震災で被害の大きかった岩手、宮城、福島、茨城については、実施期限を 25 年度まで延長可能とするとともに、24 年度当初予算でさらに 3.6 億円を基金に上積みしました。

[2] 住民生活にとって大事な分野でありながら、光が十分に当てられてこなかった分野（地方消費者行政、DV 対策、自殺予防等の弱者対策・自立支援、知の地域づくり）に対する地方の取組を支援するために、平成 22 年度補正予算において 1,000 億円が措置されました。地方消費者行政については、22 年度内に 10 億円強、24 年度までに 15 億円弱が基金として活用される予定です。

[3] 地方交付税については、平成 21 年度に消費者行政に係る「基準財政需要」が約 90 億円から約 180 億円に拡充され、この中で消費生活相談員の報酬については、約 150 万円から約 300 万円に引き上げられました。これに加え、住民生活に光をそそぐ交付金に連動した事業に対応するため、消費者行政や DV 対策・自殺予防、知の地域づくりなどを合わせて平成 23 年度は 300 億円が「基準財政需要」に措置されました（この 300 億円のうち消費者行政については約 45 億円）。

【表１　地方消費者行政活性化基金のメニュー別活用状況】

（単位：百万円）

	平成21年度		平成22年度		平成23年度	
	（実績ベース）	割合	（実績ベース）	割合	（事業計画ベース）	割合
①消費生活センター機能強化事業	911	24.9%	1,111	19.64%	1,052	15.21%
②消費生活相談スタートアップ事業	241	6.6%	188	3.33%	125	1.81%
③消費生活相談員養成事業	238	6.5%	358	6.33%	263	3.80%
④消費生活相談員等レベルアップ事業	178	4.9%	238	4.20%	359	5.19%
⑤消費生活相談窓口高度化事業	67	1.8%	103	1.82%	124	1.79%
⑥広域的消費生活相談機能強化事業	4	0.1%	6	0.11%	11	0.16%
⑦食品表示・安全機能強化事業	82	2.3%	132	2.34%	169	2.45%
⑧消費者教育・啓発活性化事業	1,336	36.6%	2,034	35.93%	2,631	38.04%
⑨商品テスト強化事業	246	6.7%	243	4.29%	140	2.02%
⑩地方苦情処理委員会活性化事業	0	0.0%	1	0.01%	21	0.30%
⑪一元的相談窓口緊急整備事業	176	4.8%	833	14.71%	1,418	20.50%
⑫消費者行政活性化オリジナル事業	171	4.7%	413	7.29%	603	8.71%

※　平成21年度及び22年度は「基金事業実施状況報告」に基づく決算額、平成23年度は「事業計画」ベースに基づく金額であり、その合計は、表2の「基金」の欄に記載されている額と一致しない。

【表２　消費者行政予算の推移】（※）[4]

（単位：百万円）

		平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度※1
全自治体計		16,439	20,206	21,215	19,865
	うち基金	4,263	7,002	6,927	5,525
	基金以外	12,177	13,204	14,288	14,341
都道府県		7,349	9,027	9,616	8,913
	うち基金	2,003	3,196	2,487	2,227
	基金以外	5,347	5,831	7,129	6,686
政令市		2,316	2,672	2,761	2,545
	うち基金	309	632	781	653
	基金以外	2,007	2,040	1,981	1,891
市町村等※2		6,774	8,508	8,838	8,408
	うち基金	1,951	3,175	3,660	2,645
	基金以外	4,823	5,334	5,178	5,763

※1 平成23年度までは最終予算額であり、平成24年度は当初予算（年度途中の補正は含まない）額である。
※2 市町村等には、広域連合、一部事務組合を含む。

[4] 「※」を付している箇所（数値）は、速報値のため変更が生じる可能性があります。

消費生活センターは 220 か所（※）増加し、消費生活センターを含めて窓口を設置している市町村（政令市除く。以下この項目において特に断りのない限り同じ。）は 228（※）増加しました。（表３、表４）

この結果、窓口の設置されていない市町村の割合は、平成 21 年の 22.4%から、22 年では 13.9 %、23 年では、8.3%（※）、24 年では 6.9%（※）と、着実に減少し、窓口がない市町村は全 1,722 自治体中、119（※）のみとなりました。

【表３　消費生活センター数の推移】（※）

（各年4月1日現在）

	平成21年	平成22年		平成23年		平成24年		平成21年から24年までの増減
			増減		増減		増減	
合計	501	611	110	679	68	721	42	220
都道府県	123	116	△ 7	113	△ 3	110	△ 3	△ 13
政令市	26	30	4	30	0	31	1	5
市町村	351	462	111	533	71	576	43	225
広域連合、一部事務組合	1	3	2	3	0	4	1	3

【表４　市町村における窓口（消費生活センター含む）の設置状況】（※）

（各年4月1日現在）

	平成21年	平成22年		平成23年		平成24年		平成21年から24年までの増減
			増減		増減		増減	
相談窓口「有」の市町村数	1,375	1,490	115	1,585	95	1,603	18	228
設置割合	77.6%	86.1%		91.7%		93.1%		
相談窓口「無」の市町村数	396	241	△ 155	143	△ 98	119	△ 24	△ 277
未設置割合	22.4%	13.9%		8.3%		6.9%		

※ 広域連合、一部事務組合または広域的連携により相談窓口を設置している自治体は、窓口設置自治体として整理。

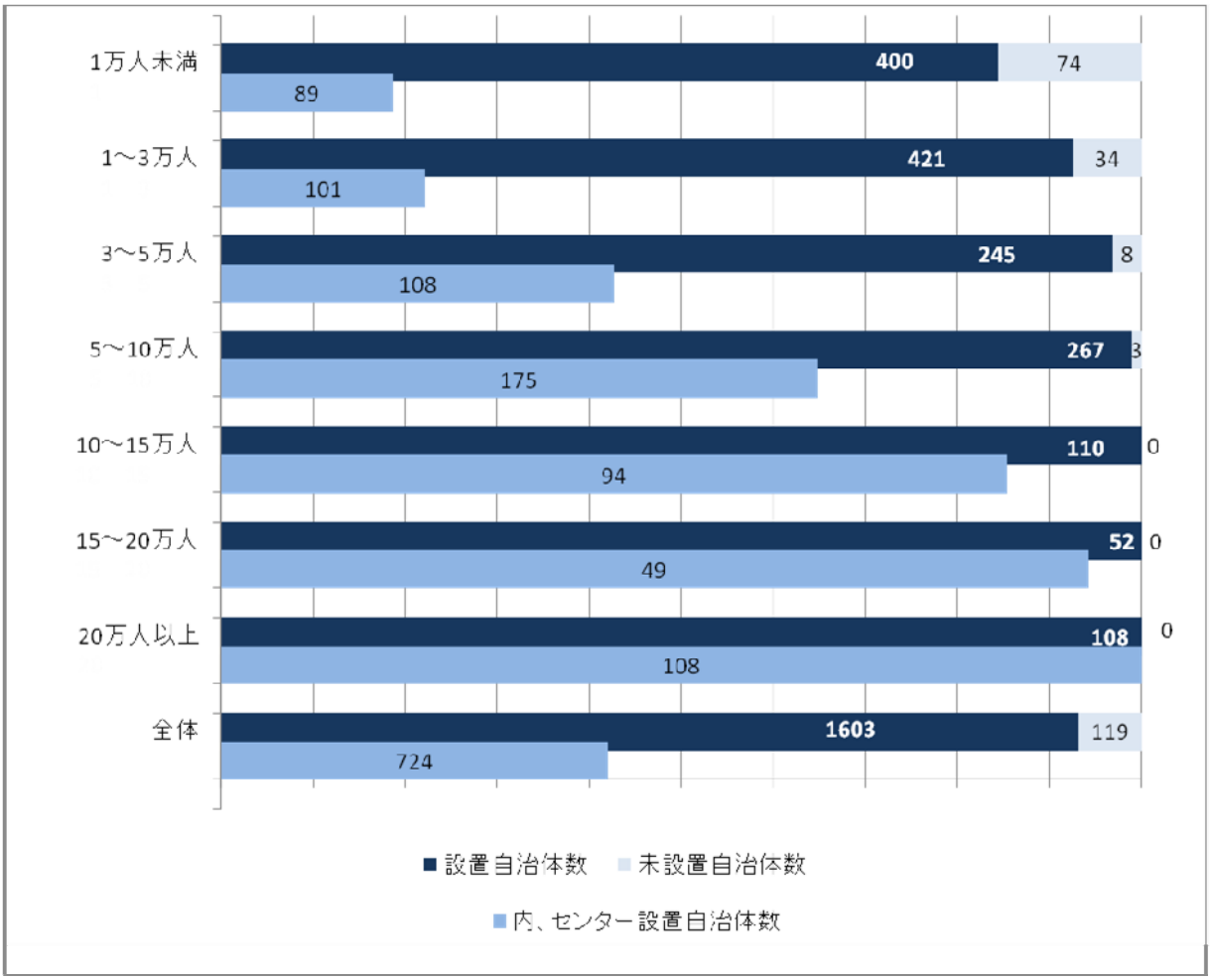
【表５　政令市を含む市町村における窓口（消費生活センター含む）の人口カバー状況】（※）

単位：人

	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	平成 24 年	増減（平成 21 年比）
相談窓口設置の市町村人口	120,639,189	123,547,326	125,054,601	125,365,051	4,725,862
（人口カバー率）	(95.0%)	(97.2%)	(98.6%)	(98.9%)	(3.9)
うちセンター設置	87,748,436	96,505,810	100,925,101	104,054,972	16,306,536
うち相談窓口設置	32,890,753	27,041,516	24,129,500	21,310,079	−11,580,674

※各年４月１日現在。（人口は、各年３月 31 日時点。ただし、24 年は 23 年３月 31 日時点）
※広域連合または一部事務組合または広域的連携により窓口を設置している自治体は、窓口設置自治体として整理。政令市を含む。

【図１　市町村における窓口（消費生活センター含む）の設置状況（人口規模別）[1]（※）



※広域連合、一部事務組合等を除く。平成 24 年４月１日現在

また、消費生活相談員についても、555 名の増員が図られました。（表６）

加えて、窓口を設けている市町村のうち、消費生活相談員を配置していないところは平成 22 年の 42.7%（※）から、24 年では 36.6%（※）まで減少しています。（表７）

【表６　消費生活相談員数の推移】（※）

（各年4月1日現在）

	平成21年	平成22年		平成23年		平成24年		平成21年から24年までの増減
			増減		増減		増減	
合計	2,800	3,146	346	3,319	173	3,355	36	555
都道府県	714	736	22	692	△ 44	687	△ 5	△ 27
政令市	247	262	15	256	△ 6	263	7	16
市町村等※	1,839	2,148	309	2,371	223	2,405	34	566

※市町村等には、相談窓口を設置している広域連合、一部事務組合を含む。

【表7　市町村の窓口（消費生活センター含む）における消費生活相談員の配置状況】（※）

（各年4月1日現在）

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年
相談員「未配置」の市町村数	644	627	603	570
「未配置」割合	47.5%	42.7%	38.9%	36.6%
（参考：窓口設置市町村数）	1,357	1,468	1,549	1,557

※広域連合、一部事務組合等を除く。

【（表7参考　人口規模別消費生活相談員の配置窓口の市町村）】（※）

	相談員配置窓口の自治体	窓口設置自治体のうち相談員配置自治体の割合	自治体のうち相談員配置窓口自治体の割合
市町村計	**987**	**63.4%**	**57.3%**
30 万人以上	63	100.0%	100.0%
20 万人以上 30 万人未満	45	100.0%	100.0%
15 万人以上 20 万人未満	51	98.1%	98.1%
10 万人以上 15 万人未満	110	100.0%	100.0%
7 万 5 千人以上 10 万人未満	88	95.7%	95.7%
5 万人以上 7 万 5 千人未満	157	90.2%	88.2%
3 万人以上 5 万人未満	198	81.1%	78.3%
2 万人以上 3 万人未満	96	64.9%	60.0%
1 万人以上 2 万人未満	106	41.4%	35.9%
1 万人未満	73	19.6%	15.4%

※広域連合、一部事務組合等を除く。平成 24 年 4 月 1 日現在。

各自治体における消費者行政予算の状況をみると、基金を活用しながら自主財源を伸ばし、相談体制の在り方を自主的に検討し、実現してきていることが分かります。（表２）一方で、小規模な市町村ほど、消費者行政予算全体に占める基金の割合が高く、10 万人以上の市町村では、消費者行政予算に占める基金の割合が約２割であるのに対し、５万人未満の市町村では５割超となっています。（表８）

相談件数については、ここ数年、年間 100 万件程度で推移し、若干減少傾向にあります。（表９）一方、相談内容についてみると、例えばスマートフォンの普及により、スマートフォン及びその関連サービスに係る相談が急増するなど、めまぐるしく変化し、自治体に寄せられる消費生活相談はその内容が広範化、複雑化、高度化しています。また、東日本大震災に伴う原子力発電所事故を契機として、食の安全性に対して強い関心が寄せられるようになりました。このような予期し得なかった変化への対応も「現場」で求められています。

【表８　消費者行政予算全体に占める地方消費者行政活性化基金の割合（人口規模別）】（※）

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	（参考：市町村数※）	
都道府県	35.4%	25.9%	25.0%		
政令市	23.7%	28.2%	25.7%		
市町村計	37.2%	41.4%	31.3%		1,722
30万人以上	19.0%	24.2%	18.3%		63
20万人以上30万人未満	27.6%	30.7%	15.6%	21.2%	45
15万人以上20万人未満	30.0%	31.5%	23.1%		52
10万人以上15万人未満	33.6%	40.8%	31.4%		110
7万5千人以上10万人未満	44.8%	44.6%	36.1%		92
5万人以上7万5千人未満	50.2%	58.5%	46.7%		178
3万人以上5万人未満	66.5%	66.0%	53.0%		253
2万人以上3万人未満	62.3%	65.9%	51.1%	53.3%	160
1万人以上2万人未満	50.6%	53.9%	56.7%		295
1万人未満	57.5%	70.2%	52.1%		474

※市町村数は平成24年4月1日現在。

【表９　相談件数の推移】（※）

	平成21年度（件数）		平成22年度（件数）		平成23年度（件数）	
		あっせん件数※2		あっせん件数		あっせん件数
合計	1,063,167	73,610 6.9%	1,008,066	73,211 7.3%	977,137	70,381 7.2%
都道府県	404,624	20,591 5.1%	360,495	19,398 5.4%	330,114	17,806 5.4%
政令市	182,369	12,244 6.7%	182,556	13,995 7.7%	183,155	13,426 7.3%
市町村等※1	476,174	40,775 8.6%	465,015	39,818 8.6%	463,868	39,149 8.4%

※1　市町村等には、相談窓口を設置している広域連合、一部事務組合を含む。
※2　下段は相談件数に占めるあっせん件数の割合。

平成 23 年 4 月には消費者委員会から「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」が出されました。

この建議も踏まえ、消費者庁では、地方消費者行政の現状を分析するとともに、「地方消費者行政活性化基金」、「住民生活に光をそそぐ交付金」といった財政支援措置の効果についての検証を行いました。さらに、市町村間の広域連携や都道府県との連携を含めた市町村の消費生活相談体制の構築、自治体内の各部署との連携、地域の多様な主体の「参加」と「連携」、消費生活相談員の処遇改善等について、詳細な事例を収集・整理しました。その上で、「消費者庁の取組」、「自治体への期待（提言）」をまとめて、この「地方消費者行政の充実・強化のための指針」（以下「指針」といいます。）を作成することとしました。

２．「地域主権」の考え方

消費者の安全の確保や自主的かつ合理的な選択の機会の確保、消費者被害が適切かつ迅速に救済されることなど、消費者基本法の基本理念にのっとり、消費者の権利を守るためには、国と地方、都道府県と市町村とがより密接な連携と適切な責任分担の下、それぞれに求められる役割を果たしながら、相互の取組を補完しあうことにより、消費者行政全体を充実・強化していくことが不可欠です。

具体的には、消費生活相談をはじめとする地方消費者行政[5]の充実・強化が進むことで、地域における消費者被害が救済されると同時に、消費生活相談等により得られた情報を一元的に集約することで、国においては、事業者に対する法的措置を講じるほか、注意喚起等の情報提供を行うとともに、新たな課題を解決するために必要な制度的枠組みを構築するなど、自治体における地方消費者行政の実施に不可欠な取組を行っています。

地方消費者行政については、「地域主権」の考え方に立ち、消費生活の「現場」である自治体の主体的な判断の下でその具体的な内容を決定し、充実・強化のための人員と予算を確保し、体制整備や事業を推進していくことが基本です。

消費者庁は、この考え方を基本として、自治体における取組を期待しつつも、消費者行政は国と自治体がともに役割を担って進めていくものであることを踏まえ、自治体との日常的な連携・協力をより密にしていくとともに、自治体の努力を下支えするための支援も一層充実・強化していきます。

３．指針の趣旨

消費者庁創設以来、少しでも多くの「現場」に消費者庁職員自らが足を運び、自治体の担当職員や消費生活相談員をはじめ、消費者問題にかかわる方々から話を伺うよう、取り組んできました。

この指針では、「地方消費者行政現況調査」などとともに、そうした「現場」の声から地方消費者行政の現状と課題を分析し、中長期的な展望に立った地方消費者行政の目指す姿を描きました。そして、その実現に向けた消費者庁の取組をまとめるとともに、消費者庁が自治体に取り組んでいただく必要があると考える事項をまとめました。

この指針を、「集中育成・強化期間」後における地方消費者行政の充実・強化に向けた取組の方向性として、自治体の皆様と共有するとともに、引き続き「現場」の声を伺いながら、必要に応じて見直し、改定を行っていきます。

なお、この指針は、消費者安全法第９条（国及び国民生活センターの援助）及び地方自治法第 245 条の４（技術的な助言）に基づくものです。

---

[5]地方消費者行政に関する事務については、昭和 43 年に「消費者保護基本法」に自治体の責務として消費者の保護に関する施策の策定及び実施が規定され、昭和 44 年には「地方自治法」第２条第３項において、「消費者の保護」が自治体の固有事務として規定されました。第１次地方分権改革に伴う平成 11 年の地方自治法改正により、これらの規定はなくなりましたが、消費者庁及び消費者委員会の設立とともに、21 年９月に施行された消費者安全法で、自治体が行うべき具体的な事務として、苦情相談、あっせん、情報収集・提供が規定されました。また、これらの事務を行う消費生活センターの設置についても、都道府県については義務、市町村は努力義務とされました。

Ⅱ　基本的方向性

＜中長期的展望に立った地方消費者行政の目指す姿＞

地方消費者行政が目指すべき姿として以下の３つがあると考えます。

消費者庁は、この目指すべき姿を実現するため、地方とより積極的に連携・協力しながら、地域の実情に応じた取組を促進するための制度設計や環境整備を進めていきます。

１．どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり

消費者基本法では、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であるとしています。

こうした消費者の権利を守るためには、“どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり”が重要です。

消費者に最も身近な存在である市町村における窓口の整備・充実とともに、都道府県において、広域的で高度な案件に対応できるよう消費生活相談体制の充実が図られることが必要です。しかし、人口規模や人口密度、高齢化率などの人口構成、地形、産業構造や財政状況など、地域を取り巻く様々な条件により自治体が抱える課題は多様です。こうした多様性に配慮しながら、都道府県においては市町村の取組を支援し、補完的な役割を果たしていくことで、また、市町村自身も広域の取組を推進していくことで、“どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり”を実現していかなければなりません。

２．法の厳正な執行と連携強化

消費者からの苦情・相談やあっ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するために法を厳正に執行することによって、安全・安心な消費生活が確保されます。

加えて、国と地方、地域内・地域間での連携を強化し、情報共有などを進めることで、被害の拡大防止や軽減、予防につながります。

また、安全・安心な消費生活の確保の取組を進めることは、公正な市場形成にも資するものと考えます。

３．地域社会の消費者問題解決力の向上

行政による取組の充実・強化だけではなく、消費者団体をはじめ、地域において環境、福祉、産業等の分野で活動する多様な主体と行政とが車の両輪となって消費者問題に取り組むことで、取組の幅の広がりや、充実・強化につながり、地域全体の消費者問題への解決力が向上します。

また、消費者が、公正で持続可能な社会の形成に参画していくため、自主的、合理的に行動できるように支援することが重要です。特に消費者基本法の基本理念に掲げられているように、消費者の自立の支援に当たっては、消費者の年齢その他の特性への配慮や、事業者の協力も必要です。

Ⅲ　消費者庁の取組

１．基本的な考え

消費者庁は、地域主権の考え方を踏まえて、自治体との連携・協力をより強化し、地方消費者行政の充実に向けた取組を支援していきます。また、各地域における先進的な事例やモデル的な事例を収集・紹介するとともに、様々な機会をとらえて自治体の首長等へ働きかけを行っていきます。また、事業者に対しても、消費者基本法の基本理念にのっとり消費者の権利を尊重した事業活動を求めます。さらに、公正で質の高い市場形成のためには消費者行政の充実・強化が不可欠であるとの認識を共有し、自治体における取組への協力を働きかけていきます。

また、基金が終了する平成 25 年度以降においても、地方消費者行政に積極的に取り組む自治体を引き続き支援し、自治体での取組を下支えできるよう、必要な財源確保に向け、最大限の努力をしていきます。

こうした取組を進めるに当たっては、関係省庁との情報共有を進め、的確な役割分担と連携を行いつつ、内閣府特命担当大臣（消費者行政担当）を本部長とする地方消費者行政推進本部において、地方消費者行政の充実・強化に向けた支援の在り方について検討・決定し、必要な施策をより積極的に推進していきます。

２．継続的に取り組む事項

（１）どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり

（消費者ホットラインと、それを活用した地方支援のための相談体制）

「消費者ホットライン」を運営して、どこに相談すればよいのか分からない消費者を、最寄りの消費生活センターなどに案内しています。

また、独立行政法人国民生活センターでは、平日に消費生活センター等が話中で繋がらなかった場合や、土曜日・日曜日・祝日に消費生活センター等が開設していない場合に、消費生活センター等に代わってその相談を受け付けています。

今後、消費生活センターや窓口などで消費生活相談が受けられることを含めて、ホットラインの一層の周知を図っていきます。

（消費生活相談員や担当職員への研修）

独立行政法人国民生活センターでは、消費生活相談員や担当職員等を対象に研修を実施しています。特に、消費生活相談員向けの研修では、消費生活相談に必要な法律的な知識をはじめ、聴き取りなどの具体的技法や、消費生活相談員としての心がまえや意識・考え方などを習得する研修を実施しています。

また、より参加しやすいように研修の地方開催を積極的に進めるほか、新たな研修手法として、遠隔地で講座を受講できる「遠隔研修」や、職場や自宅でも講座が視聴できる「オンデマンド配信」を検討しています。

このほか、小規模な消費生活センターや窓口で働く消費生活相談員や担当職員を対象に、実務経験豊富な消費生活相談員を派遣し、相談対応に関する助言等を行う事業を実施しています。

引き続き、自治体の消費生活相談員や担当職員の研修ニーズを踏まえて、こうした取組を充実し、地域の消費生活相談を支援していきます。

（研修講師の紹介）

都道府県等が研修を実施する場合に、消費者庁は独立行政法人国民生活センターと連携し、要望に応じて研修の講師となる有識者に関する情報を提供します。また、研修に対して、専門家や消費者団体など関係団体の積極的な協力を得られるよう、消費者庁として働きかけます。

（消費生活相談員へのアドバイス・支援）

消費者庁では、消費生活相談員から消費者庁所管法令に関する法令解釈照会や改善提案等を受け付ける「相談員の窓」を設けています。都道府県、独立行政法人国民生活センター、経済産業局等の国の地方支分部局で従前から行っているアドバイスと併せて、より消費生活相談員のニーズに合ったものになるよう充実させていきます。

また、独立行政法人国民生活センターでは、各地の消費生活センター等で受け付けた解決困難な相談について、経由相談（助言、共同処理、移送）等の支援を行っています。

（消費生活相談員の処遇改善の働きかけ）

専門的な知識・技能を有する人材の確保は、消費者行政の充実のために不可欠です。消費者庁では、消費生活相談員がその専門性に見合った処遇を受けられるよう、非常勤職員の消費生活相談員の任用回数に制限を設けないことを含め、自治体、特に首長に働きかけていきます。非常勤職員の行う業務の中にも恒常的に必要となる業務があり、消費生活相談員につい

て一律に任用回数の制限を設けることは適切ではないという認識をより広げていくために、地方公務員制度を所管する総務省に対しても協力を得られるよう働きかけています。

（相談解決に資する情報の提供・共有）

独立行政法人国民生活センターでは、全国消費生活情報ネットワーク・システム（以下「PIO-NET」といいます。）により、全国の消費生活センター等で受け付けた消費生活相談の内容を各自治体へ提供し、全国の消費生活相談において参照できるようにしています。また、相談件数が急増する傾向にある事業者や商品・サービスなどの情報を、消費生活相談早期警戒システム（PIO-ALERT）によりいち早く提供しています。また、「消費生活相談緊急情報」（月 2 回以上）、「製品関連事故情報」（月 1 回）として、最新の消費者トラブルに関する情報を提供しています。

さらに、消費生活センター等で受け付けた解決困難事案などを ADR（裁判外紛争解決手続）として受け付けるとともに、ADR の中で得たノウハウを紛争解決の指針として自治体に情報提供しています。

（商品テストの実施と自治体による結果の共有化）

独立行政法人国民生活センターでは、苦情相談の解決を支援するために、自治体からの依頼に応じて商品テストを実施し、結果について情報提供しています。また、自治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ます。

（２）法の厳正な執行と連携強化

（自治体との人事交流による人材育成）

直接に実務経験を積む機会の提供により、自治体で執行業務の中心を担う職員の育成を支援します。消費者庁では、執行担当部署を含めて、自治体職員を積極的に受け入れています。併せて、先導的な取組を進める都道府県において他の自治体からの研修職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ます。

また、将来的には消費者庁から自治体への人材の派遣も視野に入れて、国と自治体、自治体間の人的連携の強化を進めていきます。

（執行担当職員の研修と支援）

消費者庁は、参加者のニーズを踏まえつつ、都道府県の執行担当者などを対象とした執行研修を実施しています。

また、関係する国の地方機関との連携を図り、特定商取引法などの処分実績が少ない都道府県に対して、経済産業局が立入検査に立ち会うことなどにより、都道府県の執行担当者に具体的なノウハウを伝えます。

（情報のネットワーク化）

消費者庁は、独立行政法人国民生活センターや経済産業局などの関係機関と連携して、政策や法執行などに関する情報を自治体と共有するため、消費者行政ブロック会議を開催します。

また、食品表示については、関係機関相互の情報共有を図り、不適正な食品表示を行う事業者に対する処分等の対応をとるため、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 都道府県に設置しています。こうした地方における対応が円滑に実施されるよう、関係省庁の間で「食品表示連絡会議」を設置して、不適正な食品表示に関する監視強化を進めています。

加えて、特定商取引法に関しては、消費者庁と都道府県による特定商取引法執行ネットを活用して、既存の執行事案についての情報を共有するとともに、執行の際に必要となる解釈事例についても情報共有を図っています。

景品表示法に関しても、景品表示法執行ＮＥＴシステムの運用により、景品表示法の違反被疑調査情報や事業者からの事前相談情報等について、消費者庁、都道府県、公正取引委員会地方事務所の間で情報共有を図ります。

（３）地域社会における消費者問題解決力の向上

（顔の見える関係の構築）

可能な限り消費者庁職員が「現場」に足を運び、自治体や地域の消費者団体等と顔の見える関係を構築して、「現場」の声を国の政策の企画・立案に生かしていきます。また、取組事例など「現場」の知恵と工夫を収集し、「現場」に還元することで、「現場」での取組を支援していきます。

（地方消費者グループ・フォーラム）

消費者の安全・安心を確保するためには、地域で消費者問題に携わる多様な主体が幅広く連携することが不可欠です。このため、消費者団体をはじめ、環境、福祉、子育てなど様々な視点から消費者問題に取り組む地域

住民の団体が自治体や消費者庁とともに実行委員会を構成し、「地方消費者グループ・フォーラム」を全国８か所で開催しています。このフォーラムでは、参加者が、消費者問題を中心とする地域の課題の解決について主体的に情報交換や意見交換を行い、交流しています。今後も、地域の特色を生かして充実させていきます。

このほか、消費者団体と消費者庁との情報・意見交換システムを構築し、全国各地の消費者団体の声を地方消費者行政の充実･強化に生かしていきます。

また、自治体と消費者庁をはじめとする関係行政機関との連携を強化するため、消費者行政ブロック会議を開催しています。

（人的交流の強化）

消費者庁の様々な部署に自治体から職員を受け入れるなど、自治体と消費者庁との間の職員交流をさらに推進します。

（食品と放射性物質の問題を始めとする消費者への情報提供等の支援）

消費者の安全と安心を確立していくためには、消費者への分かりやすい情報提供やリスクコミュニケーションを推進していくことが重要です。消費者庁は、自治体において開催する講座などで活用いただけるように消費者向けの資料を提供しています。東日本大震災以降、特に関心が高まっている食品と放射性物質の問題については、冊子「食品と放射能Ｑ＆Ａ」を作成・提供しているほか、各種の情報や資料などを消費者庁のホームページを通じて提供しています。

また、食品と放射性物質に関するリスクコミュニケーションは、消費者庁が自ら開催することに加え、関係省庁や自治体・消費者団体等と共同で開催するほか、自治体や消費者団体などが開催するものに講師の派遣や資料提供を行い、支援しています。

さらに、食品中の放射性物質の検査機器を貸与するなど、自治体が食品の安全を消費サイドで確かめ、住民に提供する取組を支援しています。

（情報の収集と注意喚起）

消費者庁へ通知・報告される事故等の情報やPIO-NET 等で収集される相談情報の分析手法を向上させ、消費者被害の動向を適時、的確に把握し、注意喚起等の情報を自治体に提供します。

特に生命・身体分野の被害に係る事故で、消費者安全法に基づき通知された「重大事故等」は、事故の概要等を毎週１回、公表しています。さら

に、消費生活用製品安全法に基づき報告された、死亡、重傷や火災などの「重大製品事故」は、毎週２回、公表しています。

また、消費者庁の取組や現場で役立つ情報などを定期的にお知らせするメールマガジン（「消費者庁 Weekly」）や電子版情報誌（「消費者庁 NOW!」）を、自治体に向けて配信しています。

（消費者教育の推進）

消費者庁では、消費者教育の担い手支援を推進します。消費者教育ポータルサイトにおいて、広い範囲での消費者教育の情報を収集・提供するとともに、利用者との双方向化を検討するなど、一層の充実に取り組みます。また、消費者教育の体系的プログラムを作成、普及するとともに、文部科学省等と連携し、学校、地域等における消費者教育の推進を支援します。

３．当面（平成 25 年度に）重点的に取り組む事項

（１）自治体の基礎的な取組とレベルアップを支援

地方消費者行政の推進は、「地域主権」の考え方に基づき、自治体が、自主財源を用いて住民の意思に基づく取組を行うことが基本です。

しかし、現状では、こうした自主的な取組を支えるために必要な経常的経費に係る一括交付金化の動きは進んでおらず、「集中育成･強化期間」で整備された地方消費者行政体制を維持･充実していくためには、過渡的な措置として新たな財政支援を設けることが必要と考えます。

基金終了後の新たな財政支援は、以下の２つの柱によります。

①自治体による基礎的な取組の下支え

自治体における基礎的な取組である、

・身近な消費生活相談体制の整備（市町村における窓口の立ち上げ・機能強化、消費生活相談員の養成・レベルアップ、都道府県による支援・補完的取組）

・消費者教育、消費者の安全・安心確保のための啓発活動

を支援します。

②地方消費者行政のさらなるレベルアップ

自治体による先進性・モデル性の高い事業の実施を支援します。消費者庁では、各地域の知恵と工夫を全国の「現場」に情報提供することで、全体のレベルアップを図ります。

（２）食品と放射性物質に関するリスクコミュニケーションの推進

消費者庁では、関係省庁や自治体、消費者団体等と連携しながら、「食品と放射能」に関し、情報共有と正確な理解の促進を図るため、意見交換会等を実施しています。

今後、育児に忙しい子育て世代や食育関係者（給食関係者等）への浸透を図るため、

・保健所や保育所、幼稚園での意見交換会の重点実施、
・消費者に身近な栄養士や栄養教諭、保健師等に対する意見交換会への参加促進、
・リスクコミュニケーションをより効果的に実施するための関係省庁連絡会議の開催

などを進めます。

（３）高齢者の消費者トラブルの防止

消費者庁では、関係省庁や自治体、消費者団体等と連携しながら、高齢者の消費者トラブルの防止に努めていますが、高齢者の消費生活相談件数は増加傾向にあります。その背景には、高齢者に注意喚起が充分に届いておらず、同じ人が何度も被害に遭うなどの課題があると考えています。

今後は、

・今国会に提出している消費者安全法や特定商取引法の改正が成立した場合、これらも踏まえた厳正な法執行や取締りの強化
・地域における消費者教育・啓発や見守りネットワークの一層の推進
・一度被害にあった方に対し、二次被害を防止する対策の強化
・消費生活相談の内容の詳細分析と全国の高齢者向け対策の総点検・各地の先進事例の収集と普及

などを進めます。

（４）消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化

消費生活相談の一層の質の向上を図るため、平成 23 年 10 月に「消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化等に関する検討会」を立ち上げ、検討を進めています。

検討会では、自治体からのヒアリングやアンケート結果を踏まえながら検討を進め、今夏に取りまとめを行う予定です。

消費生活相談員資格と消費生活相談員の職を法律に位置付けることで、消費生活相談全体としてのレベルアップと全国的な水準の確保が図られるとともに、消費生活相談員が専門職として適切な評価を得て、待遇改善につながることを期待しています。

（５）PIO-NET の刷新

PIO-NET は、全国の消費生活センター等の相談業務を支援するものです。一方、現行の PIO-NET は相談内容を正しく分類できるようにキーワード方式を採用していますが、このキーワードの入力やその正誤のチェックが、消費生活相談員や自治体職員等の負担にもなっています。

消費者被害が多様化、複雑化する中で、法執行を担当する行政機関等からの PIO-NET 情報に対する需要も高まっており、情報分析機能の向上も求められています。

消費者庁では、「PIO-NET 刷新に関する検討会」において、①消費生活相談員の入力負担を軽減する、②現場の相談活動にさらに役立つものにするため情報分析機能を向上させる、などの観点から、PIO-NET 刷新の中間報告をまとめました。今後、平成 27 年 3 月末までにシステム刷新を行うため、さらに定量的なデータを収集・分析するともに、自治体との意見交換を進め、具体的な刷新の内容について検討を進めます。また、PIO-NET 操作マニュアルの見直しなどは、システム刷新を待つことなく、実施していきます。

（６）貴金属等の訪問購入への法的措置（特定商取引法の改正に係る取組）

貴金属等の買取業者による強引な訪問購入から消費者を保護するため、特定商取引に関する法律の改正法案を国会に提出しています。

（７）財産被害に係るすき間事案への行政措置の導入（消費者安全法の改正に係る取組）

多数の消費者に財産被害等を生じさせた事業者に対する勧告・命令の導入や、消費者被害の発生・拡大防止に資する情報の関係機関への提供等を内容とする消費者安全法の改正法案を国会に提出しています。こうした法制度を整備することで、消費者の被害防止に向けた現場の取組を支援します。

（８）消費者安全調査委員会の設置（消費者安全法の改正に係る取組）

同じく消費者安全法の改正法案では、生命・身体に被害をもたらす消費者事故の原因等を究明し、被害の発生・拡大防止のための施策や措置について勧告や意見具申を行う消費者安全調査委員会を、消費者庁に設けることにしています。消費者安全調査委員会への情報提供や消費者への制度の案内など自治体の協力を得ながら制度を運用し、より効果的な事故の再発・拡大防止対策につなげていきます。

また、調査結果を公表することによって、自治体がより有効に消費者へ注意喚起できるようにします。

（９）集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の創設

消費者被害の回復の実効性を確保するため、特定の適格消費者団体が訴訟を起こし、消費者と事業者の共通争点について勝訴した場合、個々の消費者がその結果を活用して被害回復を図ることができるようにする訴訟制度を検討しています。できる限り早期に、国会へ法案を提出することを目指しています。

今後、同制度を含む消費者団体訴訟制度の内容や、制度の担い手である適格消費者団体の活動について普及を図り、制度が円滑に活用されるよう環境整備を図ります。

（１０）食品表示の一元化

消費者が実際に商品を選ぶ際に役立つ分かりやすい食品表示を実現し、消費者の安全と選択の権利を保障することを目指して、平成 23 年 9 月から学識経験者、消費者団体、事業者団体等で構成する「食品表示一元化検討会」を開催し、食品表示の一元化に向けた検討を行っています。24 年度中に、食品表示に関する一元的な法律案の提出を目指しています。

（１１）消費者教育の推進

今国会に提出されている「消費者教育の推進に関する法律」が成立した場合には、国は基本方針を策定するとともに、消費者教育推進のための会議を開催し、学校、地域等における消費者教育の推進を支援します。学校と消費者団体等との連携など、その地域の特性を活かした取組ができるように支援します。

（１２）消費税率引上げへの対応

今国会に提出されている「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法等の一部を改正する等の法律案」が成立した場合には、平成 26 年４月に消費税率が引き上げられます（５％→８％）。その際には、日ごろから消費生活に知見のある方々に協力を要請し、生活関連物資等の価格動向の調査・監視に取り組み、消費者に情報提供を行います。

Ⅳ　自治体への期待（提言）

先導的な取組と考えられる「現場」の事例を挙げながら、地方消費者行政の充実・強化に向けた自治体への期待をまとめました。

１．どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり

（１）市町村における消費生活相談体制の充実

（地域特性に応じた窓口の設置と充実）

身近なところで消費者が相談できる窓口の充実は、消費生活の安全・安心の確保のための第一歩であり、消費者安全法では、市町村は相談、あっせん、情報の収集と提供を行うとされています。

平成 24 年 4 月現在で、窓口を設置している市町村数は、1,623（※）になり、設置率は 93.2%（※）となりました。市町村による窓口設置の状況を人口カバー率でみると 98.9%（※）に上ります。

人口規模や人口密度、高齢化率や単身世帯の割合などの人口構成、地形、就業構造や産業構造、財政状況など、地域を取り巻く条件は自治体により大きく異なります。こうした要素は、市町村に寄せられる消費生活相談件数や内容、求められる相談体制などにも影響します。こうした諸条件を考慮しながら、どこに住んでいても一定水準の消費生活相談を受けられるよう、地域特性に応じた窓口を設置し、必要があれば、周辺市町村や都道府県との連携により体制を構築して、充実させていく必要があると考えます。

（市町村の総合力による対応）

幅広い分野にわたる消費生活相談には、消費者行政担当課や窓口における取組だけではなく、福祉、子育て、教育、環境、税務、産業、労働など幅広い部署と連携が必要です。また、消費者団体をはじめとする地域の多様な主体と協力したきめ細やかな活動を展開することが必要と考えます。

相談、あっせん、被害回復にとどまらず、被害の未然防止や、被害に遭った消費者を消費生活センターや窓口につなげていくためには、他の部署と連携した対応が不可欠です。そのためには、首長のリーダーシップの下で庁内の環境を整え、消費生活相談員や担当職員が横断的な対応を取れるようにする必要があります。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、医療や民間機関の関係者などと連

携を図り、市町村の「総合力」によって多重債務者への対応や高齢者の見守りなど、幅広い取組を展開していく必要があると考えます。

（２）都道府県の消費生活センターの機能

（広域的で高度な案件への対応）

消費生活相談は、まずは消費者にとって身近な市町村による対応が基本です。都道府県の消費生活センターは、主として

①複数の市町村にまたがって発生しており、市町村と連携して都道府県が包括的に対応することで、より効果的な被害拡大防止が期待される案件

②豊富な相談事例の蓄積などを生かし、市町村ではノウハウの蓄積が進んでいない特殊性がある案件や、新規性があり現行の法制度だけでは十分な対応が困難な案件（最近の例では貴金属等の買取業者による強引な訪問購入に関する相談）

など、より高度で専門的な知識が必要とされる案件について、豊富な相談事例の蓄積などを生かした対応を行う必要があると考えます。

加えて、

③　都道府県による法執行につなげるため、例えば管内の財産事案についての悪質事業者に関する消費生活相談情報等の一元的集約

④管内の市町村の消費生活相談員等へアドバイスして、圏域全体としてあっせん力の向上を図るなど問題解決能力を高めていく取組

など、センター・オブ・センターズとしての機能を発揮する必要があると考えます。

このため、都道府県においては、自らの消費生活相談員や担当職員の一層の専門性の向上を図るとともに、有識者や専門家のアドバイスを活用するなど、体制の整備を図っていくことが必要と考えます。

（管内の市町村におけるセンター・窓口の設置・充実への支援）

管内の市町村のニーズに的確に対応して、市町村における消費生活センターや窓口の設置に向けた支援や消費生活相談員を養成するための研修など、相談体制の充実への支援を行っていくことが重要です。

このため、都道府県の担当職員や消費生活相談員が市町村の担当職員や消費生活相談員に対しアドバイスを行ったり、新たに配置される市町村の消費生活相談員に対して、一定期間、都道府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、相談業務に関するノウハウを提供し、支援していく必要があると考えます。

また、一人で多くの機能を果たすことになる小規模市町村の担当職員に向けて、都道府県が独自の研修を充実させることも有効です。

消費者行政においては、相談内容が複雑化・高度化・長期化する一方で、関係法令の制定・改廃も頻繁に行われている状況にあり、管内の消費生活相談員への研修を継続的に実施することが大切です。

さらに、市町村の消費生活相談員や担当職員が解決困難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必要があると考えます。

（市町村の相談体制の補完的機能）

小規模な市町村に寄せられた専門的知見が必要な事案や、あっせんが必要となる事案などを解決するために、市町村の消費生活相談員へのアドバイスを行ったり、市町村と連携しながら都道府県のセンターで対応したりするなど、市町村の消費生活相談に対し補完的な役割を果たすことが求められます。また、市町村間の協力体制が進むよう支援することも重要です。地域の実情に応じ、都道府県と市町村との具体的な役割分担や連携がなされることが重要と考えます。

（３）相談体制の基盤整備

①消費生活相談員の任用と処遇

複雑化、高度化する消費生活相談には、関係法令や制度を含めた消費者問題に関する専門的な知識と、聴き取りや助言、説得、事業者との交渉などの技能が必要とされます。特に聴き取りや事業者との交渉の技能は、相談の実務経験を積み重ねることによって習得できるものです。

また、消費生活相談員は、その知識や技能などを生かして、出前講座の実施や市民向けの消費生活情報の発信など、相談業務以外にも様々な役割を果たしています。

しかし、全般的に、こうした専門性に見合った地位が必ずしも確保されていない状況です。

現状では、自治体に任用されている消費生活相談員の大半が非常勤職員となっており、任期は約９割が「１年」となっています。実際には、再度任用（更新）されることが多いですが、消費生活相談員のうち約２割が更新可能回数に制限を設けられており、その更新可能回数は平均で 5.5 回となって

います。このような制限は、専門的な知識と経験を蓄積した消費生活相談員の育成を困難としている面があります。

報酬については、平均で１時間当たり約 1,500 円であり、おおむね消費生活相談以外の他の分野の相談員と同程度の報酬となっています。

（消費生活相談員の処遇改善）

自治体においては、勤務形態に対する多様なニーズに配慮しつつも、消費生活相談員の専門性や困難性に対する理解を深め、その果たしている役割に見合う処遇へと一層改善していく必要があります。また、消費生活相談員の安全を確保することも大切です。

さらに、指定管理者制度等により自治体が直接任用していない場合においても、消費生活相談員の処遇の改善がさらに図られるように取り組むことが必要と考えます。

（消費生活相談員の専門性向上に配慮した任用）

任用回数の制限（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消費生活相談員を失うこととなり、自治体にとっても損失であることに留意する必要があります。消費生活相談員の研修の充実とともに、非常勤職員である消費生活相談員の任用回数に制限を設けないなど、消費生活相談員の専門性の向上に一層配慮することが必要と考えます。

②消費生活相談員の養成・確保

地域によっては、消費生活相談に係る資格保有者がいない、住民同士で顔が分かるので消費生活相談員は他地域から任用したいなど、人材の需要と供給が一致しない状況がみられます。

自治体、特に都道府県においては、養成講座等の実施や地元教育機関等と連携した消費者法講座の運営など、専門家等とも連携しながら消費生活相談員の育成に向けて取り組む必要があると考えます。また、人材バンクの運営などにより、人材に関する情報をプールし、活用することも有効です。

③相談業務の質の向上

（研修に消費生活相談員が参加しやすい職場環境づくり）

研修は、消費生活相談員にとって、法令などの知識や相談スキルの向上につながることはもちろん、他の自治体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と考えます。

自治体は、消費生活相談員が希望する研修に参加することができるよう、勤務体制の調整や担当職員によるバックアップなど、職場環境を整えることが必要です。特に都道府県においては、市町村の消費生活相談員のための研修機会を確保する必要があると考えます。

（研修内容の充実）

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を採り入れ、研修内容を充実していくことが必要と考えます。

（専門家・関係団体との協力）

相談業務の多様化・複雑化・高度化に消費生活相談員が対応していくためには、様々な専門家や関係団体との連携・協力が不可欠です。

このため、弁護士、司法書士、医師、建築士をはじめとする専門家や関係団体による連携・支援や、研修への積極的な協力を大いに進める必要があります。

（民間の能力を活用した消費生活相談の質の向上）

消費者団体を指定管理者として消費生活センターを運営したり、消費生活相談員を中心とするNPOに相談業務を委託したりする手法により、相談の質の向上を図る取組事例があります。民間の発想や力を生かすことによって、より消費者に寄り添う消費生活相談の実現を目指しています。執行部門を始めとする行政の各部との密な連携関係の構築が充分にできるかどうかなどの課題もありますが、専門的な消費生活相談員の安定的な確保にも有効な手段の一つになっています。

もちろん、コスト削減のみを優先させて消費生活相談員の処遇が悪化することがないように配慮が必要です。また、消費生活相談自体を民間任せにすることなく、行政が指定管理者や受託者と連携・協力して積極的に取り組む姿勢が重要です。

④商品テスト

消費者から寄せられた商品の安全性や品質等に関する苦情や危害情報については、商品テストを実施することが重要です。製品事故等の原因究明にも繋がります。

ただし、都道府県レベルであっても、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、国の試験機関や、他の自

治体での成果の活用も含めて、自治体における「商品テスト」機能の維持・充実を図る必要があると考えます。

一方で、消費者の商品選択に資する情報を提供するための商品比較テストについては、昭和30年代ごろから、消費者団体の自主的な取組として行われてきました。その後、対象となる商品の高機能化などにより、技術面でもコスト面でも消費者団体が実施できるレベルを超えるものが多くなり、消費者団体による商品比較テストは徐々に減少してきました。しかし、自治体と消費者団体をはじめとする環境、福祉、産業等の団体が連携して、例えば洗濯など暮らしの中で役立つような身近なテーマを取り上げて住民向けの商品比較テストの講座などを実施している例もあり、それが消費者問題に関心をもってもらう端緒ともなっています。このため、引き続き、消費者への普及・啓発事業の中で、商品テストに取り組む必要があると考えます。

⑤裁判外紛争処理機能

特に都道府県や政令市をはじめとする規模の大きな市においては、弁護士などの専門家や学識経験者、事業者や消費者の代表などから構成される委員会等を条例によって設け、あっせんや調停といった裁判外紛争処理を積極的に行い、公正で迅速な被害の救済と、同様な被害の再発防止を図ることが必要と考えます。

⑥相談現場に対する消費者行政担当課によるサポート

自治体において、消費者行政の担当課である「本課」の担当職員が、相談案件への対処のみでなく、相談対応に対する消費者からの苦情や要望への対応を含めて、消費生活相談員の業務について積極的にサポートを行う必要があると考えます。

また、消費生活相談員の業務についてサポートを行う上でも、自ら相談業務を担う上でも、担当職員の専門性の向上を図ることが重要です。担当職員に対する研修を充実するとともに、独立行政法人国民生活センターによる研修への参加の機会を一層確保する必要があると考えます。

年間を通して専門の消費生活相談員を置くことが難しい地域では、住民に身近なところでの相談体制を整備するために、担当職員が消費生活相談員資格を取得するなど専門性を身につけて、消費生活相談業務に当たることも有効です。

２．法の厳正な執行と連携強化

（１）法執行を担う体制整備

（執行を担う職員の配置と専任化）

そもそも消費者行政を担当する職員が少ない都道府県や、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都道府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、法執行は、その過程で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。

このため、都道府県においては、執行担当者の新たな配置や専任化を進める必要があると考えます。

（執行を担う職員の経験の充実）

法執行を担当する職員が少ない都道府県では、立入検査のノウハウ、調書の作成、さらには事実認定など、執行に要する専門性の確保や実務経験の蓄積、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進まない環境にあるともいえます。

このような県と先導的な取組を進めている都道府県との間の連携を促進する必要があると考えます。

（組織としての位置付けの強化）

法執行体制の充実を進めるため、首長をはじめとする自治体幹部に「住民の生活を守るためには法執行の強化が不可欠である」という認識を深めていただくことを強く期待します。

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、執行担当者の意識の向上を支えることが必要です。

（２）国と地方、地域内・地域間での連携強化

（地域内での連携）

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立することや、執行に関して市町村から都道府県へ申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重要です。

また、執行担当者と消費生活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あり、都道府県内においても、消費生活センターの消費生活相談員と執行担当者との間で緊密な情報交換を図るなど、実務レベルでの連携を強化することも不可欠です。 このため、庁内における連絡会議を開催するなど、意思疎通の緊密化を図る必要があると考えます。

また、都道府県警察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、執行体制の強化や、行政処分と捜査との協力を進めることが重要と考えます。

さらには、執行担当者の法解釈や事実認定などの能力を高めていくために、弁護士などの専門家との連携も必要です。

（地域間での連携）

事業者の活動は地理的に一定の圏域があらかじ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、都道府県間レベルでの連携を図る必要もあります。

このため、例えば、広域圏で先導的な取組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を共有するなど、広域的な視野での執行の強化を進める必要があると考えます。

（国との連携）

法執行に当たっては、国は全国的に、あるいは広域に被害が及ぶ事案などに対処し、地域レベルの事案は、都道府県が地域の実情を踏まえて対処するなど、国と自治体とが役割を分担しつつ緊密な連携・協力を図ることが不可欠です。

このため、被害情報、法執行の取組状況など、PIO-NET や特定商取引法執行ネット、景品表示法執行 NET システムなども活用しながら、情報の共有化を一層進め、連携を図りながら執行に取り組むことが重要です。

（３）消費者安全調査委員会との連携

今国会に提出している消費者安全法の改正法案が成立すれば、生命・身体分野の消費者事故等の原因を究明し、事故の発生・拡大防止のために提言を行う消費者安全調査委員会が消費者庁に新設されます。自治体においては、

当該地域で発生した消費者事故等について調査などに必要な情報を消費者安全調査委員会へ提供したり、相談窓口等で消費者に対して事故等原因調査等の申出制度を紹介したりすることが必要です。また、消費者安全調査委員会が公表する調査結果を活用し、消費者への注意喚起を行うことも重要です。

３．地域社会における消費者問題解決力の向上

（１）首長のリーダーシップと消費者行政に対する自治体全体の認識深化

地域住民の消費生活上のトラブルに対応し、消費者の安全・安心を確保していくことは、住民福祉そのものです。自治体の自主的な判断の下で、地域の実情に合った地方消費者行政の在り方を定め、必要な人員と予算を確保し、体制整備や事業を推進していかなければなりません。

また、消費者問題は分野横断的なものであり、首長のリーダーシップにより、幅広い部署の連携体制を整備することが不可欠です。このため、都道府県においては、知事を本部長として庁内の関係部署で構成する消費者行政推進本部を設置し、市町村においては市町村長をトップとする推進本部を設置するなど、首長のリーダーシップの下で消費者行政を強力に推進する体制が確立することを期待します。また、地域を挙げた取組を展開する上で、こうした推進体制に、消費者団体をはじめとする関係者・関係団体の参画を得ることも有効です。

一方で、現状では、消費者行政部署に異動して初めて消費生活相談の存在を知ったという声も聞きます。住民や自治体内での消費者行政に対する認識を深めるため、寄せられた相談における既支払額や、あっせんによる被害回復額の試算を公表したり、住民による消費生活相談窓口の認知度の推移を提示している取組もみられますが、こうした取組により、消費者行政の重要性について、庁内で認識の共有を図ることが大切であると考えます。

（２）事業予算の確保

厳しい経済状況の下で地方財政は緊縮傾向にあり、消費者行政に予算を追加的に振り向けることは、必要性が高くとも容易に実現できる状況ではありません。

こうした中で、必要な事業予算を確保するため、CSR（企業の社会的責任）事業の一環として、自治体の消費者への普及啓発事業に対して協賛を得たり、

他部署が実施する既存事業と共同で実施して、事業内容の充実と追加的なコスト抑制とを両立させた例もみられます。

また、法人県民税・法人事業税の超過課税を実施し、勤労者福祉の向上や産業の発展、雇用の振興、ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）などの自治体の取組に活用している例があります。消費者の自立を促し、公正な市場形成や勤労者福祉に資する消費者行政についても、こうした財源を活用できる可能性があります。

消費者行政の事業予算の確保に向けては、こうした現場での創意工夫が不可欠です。

（３）自治体間の連携強化、消費者庁との連携強化

（自治体間における連携強化）

人口規模や財政状況などの要因から、一つの市町村単独では消費生活相談体制の整備や普及・啓発などを実施することが困難であっても、複数の市町村が連携して取り組むことで効果的に実施できている事例があります。

また、都道府県間の連携では、法執行に係る連絡協議会を設け、地域を越えた事案に対して情報共有を行い、法執行を一斉に実施するなどの事例があります。

自治体の圏域を越えて活動する悪質な事業者に対し、複数の都道府県の連携を図ることで一層効率的・効果的な対応が可能となります。啓発のキャンペーンなどを、複数の都道府県が連携して実施することも効果的です。

さらに、都道府県による市町村の消費生活相談体制の立ち上げ支援やバックアップなど、市町村への支援・補完といった取組も必要です。

研修についても、地域ブロックなど複数の自治体が共同して開催することによって、受講者である消費生活相談員や職員の効率的な受講も可能となります。

責任の所在が不明確にならないように留意しながら、消費者の安全・安心を一層確保するために、地域の実情を踏まえた具体的な役割分担の下で、自治体間の連携強化を図っていく必要があると考えます。

（消費者庁との連携強化）

消費者安全法に基づく消費者事故等の通知など、消費者庁への情報の一元的集約に一層の協力をお願いします。

特に、重大事故情報や重大事故につながるおそれのある情報については、迅速に提供していただくことが重要です。

また、PIO-NETは、全国の消費生活センター等での相談処理の内容を参照できるようにすることで、各自治体における消費生活相談業務の充実に貢献しています。PIO-NETへの一層速やかな入力･登録をお願いします。

（４）消費者団体をはじめとする多様な主体との連携強化

（多様な主体との連携強化）

地域において、また、地域を越えて、いわゆる消費者団体や住民団体のみならず、例えば、町内会等の地縁団体、弁護士会、司法書士会、生活協同組合などの関係団体が相談、啓発、教育などの活動に「参加」する事例もみられ、このような動きを国や自治体が促進していくことが重要です。

こうした協力は、消費者生活相談に関する資格者や専門家が少ない地域において、相談内容の高度化・専門化に対応したり、啓発活動などを推進したりする上で特に有効です。

また、地域の商店会・商工会などをはじめ、事業者との連携も重要です。事業者との連携により、消費者行政や消費者団体等の活動に広がりを持たせ、取組内容を充実させている事例も多く見られます。

（地域の多様な活動の確保・育成）

地域では、消費者団体をはじめ、多様な団体が様々なテーマで活動していますが、近年、新たに活動に参加する人が確保できない一方で、構成員の高齢化が進み、活動する人材が不足しているといった声が聞かれます。また、若年者層や大量退職期に入った団塊の世代を中心にボランティア活動への関心は高まってはいるものの、消費者問題に関心を寄せる人が少ないといった指摘もあります。

しかし、地域社会における消費者問題の解決力を高めていくためには、消費者団体をはじめ、福祉や環境、産業などの多様な視点から消費者問題に取り組む地域の団体が「参加」し、「連携」を深めることが不可欠です。

このため、消費者団体をはじめとする多様な団体が地域において、あるいは、地域を越えて、ネットワークを形成し、行政と一緒になって車の両輪として地域における消費者問題の解決に積極的に関わっていくことが重要であると考えます。

例えば、消費者行政と高齢者福祉の担当部署が連携してボランティアの募集を増やしつつ、消費生活情報の提供や講座の開催などを行い、地域の高齢

者の見守り活動と消費者問題に関する啓発活動を担うボランティアを確保・育成している例があります。このような多様な主体の「参加」や「連携」の環境づくりに積極的に取り組むことが大切です。

（５）普及・啓発による予防と被害への気づき

地元のテレビ局やラジオ局などのメディアや回覧板などを活用しながら、消費者トラブルに関する最新の情報を発信するなどの事例もみられます。また、携帯電話等のメールの活用も増えてきました。

一方で、ひとり暮らしの高齢者や障害者はもとより、周りに情報があふれている若年者などにも、必要な情報が届かないという指摘があります。

消費者行政をはじめ、福祉や教育の担当部署、警察、防犯協会や民生委員など、幅広い関係者、関係団体が、地域の実情について情報を共有し、共同で見守りや啓発を行うなど、連携して消費者被害の防止や、被害への気づきに向けて取り組んでいく必要があると考えます。

（６）消費者教育による消費者の自立への支援

消費者が被害に遭わないように自ら注意したり、日常の消費行動の中で、主体的に考え行動していく力を身につけていくことは重要な課題です。公正かつ持続可能な社会づくりに積極的に参画する消費者が求められています。

消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うとともに、消費者の特性に配慮した方法で行われることが不可欠です。また、学校、地域、家庭、職域等の様々な場に応じて、様々な主体とも連携しながら、消費者教育を行うことが大切です。

（教職員の研修における連携）

学校における消費者教育の担い手である教職員の研修において、教育委員会と消費者行政担当部局、さらには消費者団体等との連携・協力を進めることが重要と考えます。

消費者問題の中には外部の専門的な知見を利用することが効果的な分野も多く、行政のほか消費者団体、事業者団体等の作成した教材や、出前授業などの活用も有効です。そのような連携を進めるために、消費者行政担当部局や消費生活センターに、学校との連携を進める学校支援担当者を置くことも一つの方法です。

（地域の特色や工夫を生かした展開）

地域の中で高齢者や障害者の見守りネットワークなどの活動をしている方も、消費者教育・啓発の重要な担い手となります。様々な場面で、安全・安心な消費生活が営めるための情報提供が進むように、自治体が地域の特色を生かして、地域で活動する多くの団体等との連携を深め、消費者教育の担い手を育成し、その活動を支援する必要があると考えます。