

地方消費者行政強化作戦2020策定に
関する懇談会
第3回議事録

消費者庁消費者教育・地方協力課

地方消費者行政強化作戦2020策定に関する懇談会（第3回）
議事次第

日 時：令和元年6月20日（木）12：58～15：04

場 所：中央合同庁舎4号館12階共用1203特別会議室

1. 地方消費者行政が取り組むべき課題について
2. 意見交換

○消費者教育・地方協力課尾原課長 それでは、会議に先立ちまして、本懇談会の扱いについて御連絡をいたします。

本懇談会は原則として公開とします。

また、懇談会での配付資料は、原則として消費者庁ウェブサイトにて公表します。

なお、報道関係者の皆様が会議の冒頭において全体の風景を撮影する以外するとき、懇談会の撮影及び中継は不可とします。

なお、当庁では審議会等のペーパーレス化を進めています。本日の懇談会では、専用タブレットを用いたペーパーレスでの実施を予定しております。

使い方ですけれども、もしまた御不明な点があれば、スタッフのほうに目配せいただければと思います。

また、発表者の方は「発表者」のボタンを押していただきますと、共有のところになりますので、それで動いていくという形になります。個人で見たいときは「個人」のボタンを押していただければと思います。

それでは、定刻になりましたので、ただいまから第3回「地方消費者行政強化作戦2020策定に関する懇談会」を開催いたします。

報道の方の撮影は、もうよろしゅうございますか。

では、冒頭のカメラ撮りはここまでといたします。

では、先生、よろしく願いいたします。

○小西座長 それでは、議事に入らせていただきます。

第3回でございまして、皆さん、iPadの使い方もようやく慣れてこられたのかなど。私も何となく自信ができてまいりました。

きょうは、議事次第の配付資料のところ資料1、2、3とありますが、そこにありますように、資料1で阿部委員、資料2で永沢委員、資料3で国府委員から、それぞれ資料を提供いただいております。皆さん、事前にお目通しいただいたのではないかと思います。まず、この資料の順に御報告をいただきたいと思います。

では、よろしく願いいたします。

○阿部委員 それでは「地方消費者行政の充実・強化に向けて～消費生活相談の現場から見てくること～」ということで御説明させていただきたいと思います。

全国消費生活相談員協会の阿部でございます。よろしく願いいたします。

まず、本協会の簡単な紹介をさせていただきます。

1977年に消費者問題の専門家集団として発足し、現在は公益社団法人として活動しております。全国の自治体等の消費生活相談窓口勤務する消費生活相談員を主な構成員として、約2,000名ございます。

全国に7支部ございまして、こちらの図のようになっております。今回、相談現場から見えてくることとしてまとめましたのは、平成30年度に会員全体に行いました会員実態調査、7支部の支部長と、支部長が取りまとめる会員からのヒアリングがもととなっており

ます。

全相協の主な活動といたしまして、4つの柱がございます。まず、週末電話相談室、適格消費者団体としての活動、後ほど御説明いたしますが、消費者教育の機関の役割を果たすという形で消費者教育研究所を立ち上げました。

そして、4本目の柱といたしまして、消費生活相談員資格取得講座、レベルアップ講座、養成講座などの各種研修が主な柱になっております。

このまとめには、この事業を行うことで見えてきた点も入っております。

必要に応じまして、全支部で「電話相談110番」を実施したり、消費者問題出前講座をやっております。これは公益に資するというので、無料で全国津々浦々に出かけております。年間200件程度を行い、今年は170件程度実施予定ですが、今年度は既に申込が多く一杯になってしまった状態でございます。

その理由は、自治体のほうでやっている講座が減少して、こちらの講座を使って出前講座をしたいという要望があり、あつという間に予定数を超え閉め切っております。今後、どういう形で出前講座を続けていくかというところは、私どもの問題でもあります。

それから、行政機関からの委託で消費生活相談とか啓発活動もやっております。

あと、各省庁、各団体などとの意見交換会、各委員会などに出て意見を述べているというところがございます。

先ほど申し上げました週末電話相談は、年間2,400件程度でございます。こちらの中央にあります『こんな相談ありました』というのは、相談の中から、特徴的な9つの相談事例を載せております。これも無料で配布しているということで、大変好評であつという間になくなってしまったものでもございます。やはりここでも、交付金が少なくなって啓発の冊子が購入できなくなったということで、この冊子を例年より多くもらえないかという声が出ております。

約2,400件の相談を受けるということは、中規模程度の自治体で年間受けている相談件数に匹敵しておりまして、また、全国から受けているということから、大変信用性も高く、このデータをもとに、私どもは自信を持って情報発信を行っているというところがございます。

それでは、本題になりますが、「消費生活相談窓口の業務の向上とは」、一丁目一番地は「消費生活相談 相談窓口は消費者行政の基盤」。

まず、それを念頭に置いて考えました。「相談窓口の業務の向上」としましては、「消費生活相談員の確保・質の向上」ということで、確保については、後から述べさせていただきます。

「相談窓口と福祉、教育など、ほかの部署との連携」、これも大変重要であります。

「小規模自治体の広域連携や、民間業務の委託」、これも後で述べさせていただきますが、いい面と悪い面もあるのではないかとこのところでは。

「国・県の行政職員によるバックアップ体制の充実」が必要である。

「消費生活相談窓口の存在と役割の周知」。体制を充実させても、その周知が必要ではないかということ。これらが主に業務を向上させる点ではないかということでもまとめております。

「消費生活相談員の役割」を簡単に御説明いたします。

「消費生活相談員の役割」といたしましては、個別の消費者への支援、よりよい解決に向けて尽力する。まずは、これを相談員は頑張っているところでございます。

「自治体の福祉、教育などとの庁内連携」。

そして、地域へのフィードバック、情報発信、消費者啓発、消費者教育、見守り連携などがありまして、相談業務というのは、ただ相談を受けていればいいということではないということでございます。

国の消費者行政へ。国の政策・法令等、法執行などに関して、相談情報をもとに法執行等を行うことになりましますし、意見を積極的に述べ、その部門に対しては重要な情報発信になるのではないかと考えております。

「消費生活相談員に求められる力」としましては、消費者から詳細に聴き取りを行う聴き取る力。それから、商品・サービスなど、常に第一線で起きていることについてのアンテナを張る。違法・違反の検討をする。これは法律や制度に関する十分な知識・理解がないとできません。事業者に交渉・説得を行うというところは、説明力、交渉力、説得力、調整力などが必要であるということ。

また、消費者に説明し、理解してもらおう。これも今は大変重要な力で、消費者に対してどのような形で説明するか、納得してもらおうか。人間力等は非常に重要な分野になっていると思っております。

消費生活相談員は専門職であり、専門的な知識だけでなく、人や社会に対する理解力も必要である。ただ資格を保有することで、そういった客観的な評価は得られていくということでもあると考えております。

経験を積んで信頼される相談員を目指していくものであると思っております。

「消費生活相談員の確保 現状と課題」でございます。

先ほど説明いたしましたように、専門性の高い相談業務のために、相談員の確保が大変難しい状況であるということは、各地方に行っても言われております。

地方では資格保有者が少ないので、何とか資格保有率を上げたいという切実な思いがあるというのは、昨日も遠方へ出ておりましたが、行政職員さんの思いであると思っております。

また、都市部などでは、昔は30代、40代ぐらいになって資格を取って、そして、こういった仕事をしたいという女性が相談員になったのですけれども、30代、40代の方が資格を取得しても、給料の安さとか雇用の不安定さなどから相談員の就職希望者が少ないという現状になっております。

若い方に限らず、新しく資格を取得された方が相談員に応募してこられていないという

現状もあります。募集状況は、国センさんのほうに載せていますが、ずっと載せ続けているというセンターはなかなか相談員が集まってくれないという現実もあります。若い相談員の方の意見で、「ぎりぎりのところでやっているのに、産休に入ったときに交代要員がない。産休の制度はあっても使えない。結局は皆さんに迷惑をかけるので、やめざるを得ない」がありました。このようなぎりぎりの中でやっていくことで、若い方が尻込みしてしまうのも一つなのかなというのも意見としてありました。

あと、消費生活センターは増加しましたという形で報告はされていますけれども、相談員は足りていません。

専門性が高く、資格を取得しただけではなく、自己研鑽、自分で勉強したり、いろいろな学習会に参加したり、国センの研修会に行ったりして学ばなければならず、給料に見合わないのではないかということです。

あと、ハードクレマーの対応が非常に多くなっていて、心身ともに疲弊している。

資格を取得したけれども、何も待遇は変わらない。相談員の認知度は低いままですという意見。

それから、相談員の高齢化、これは実態調査でも顕著に出ましたけれども、やはり高齢化が進んでいる。若い人が入らないというところでは。

交付金の減額により、相談員が退職すると、新たな雇用がないと言われ、交付金の減額は本当に相談体制の後退につながるのではないかという意見が出ております。

それらに対して、相談員の確保、対策でございます。

まず、「地域における相談員資格取得支援講座の実施」すること。これを本当に着実にやっていくしかないところでございます。

ここでは相談員の処遇改善とか、給料を上げるということではなくて、別の側面から検討しておりますが、もちろん処遇改善というのは大変重要なものであると考えております。

都道府県は相談員資格取得講座・養成講座を毎年きちんと実施していただきたい。

それから、同じく都道府県は市町村の相談員の実情を把握していただきたい。同じ都道府県の中でも遠くて行けないという声もあるのです。相談員が不足している地域があることがわかるのであれば、毎年同じところで開催するのではなくて、不足している地域で開催するという形で行ったらどうかということです。

それにあわせて、通信教育を行う。それから、資格を保有していない相談員が講座に出やすくするために、講座に出やすくするためのバックアップ体制をつくる。

それから、行政職員も資格取得講座に参加して、ぜひ資格を取っていただきたいと強く願っているところでございます。やはり担当職員さんが一緒に講座に出て資格を取ると、すごく変わるということをよく聞いております。

私どもは愛媛県も一緒にやっているのですけれども、所長自ら資格をお取りになって、職員は取るというところではやっていくと、非常にモチベーションが上がり、そして、相談員との距離もすごく縮まり、非常にいい結果となり、その後の運営に関しても大変よろし

いということでした。行政職員の皆さんも、消費者部門に来られたときには、いろいろな研修はあるかと思うのですが、ぜひこの資格取得研修も一緒に参加されて、資格を取られたらよいと思います。

また、相談員試験に合格した後、事前に新人相談員研修等の実務研修的なものを受けてから相談を開始する。

人材確保のためには、こういったことを地道に続けていくしかないというところがありますので、ここのところはぜひぜひ充実させていただきたいし、ここに手当てをしていただければと思っております。

「相談員の資質の向上 現状と課題」というところで洗い出しました。

全国どこにいても質の高い相談が受けられる体制をつくるとなっておりますが、それはまだ、できていないということです。

職員・相談員の研修参加率が伸びていないということで、もちろん相談員もそうなのですが、自治体の職員の力というのはやはりとても大きいと思うのです。

ですので、職員の方にも研修にはぜひ出ていただいて、職員研修というものも国センではやっておられると思いますけれども、都道府県でもきちんとやって、手当てをしていただきたいと思いますと思っております。

一人体制の窓口の相談員は研修に出られないと、非常に多くの声が出ているところですので、やはりこのバックアップ体制の充実を図る。

また、当初、専門家の派遣・巡回事業があって、新人を育てることができたのだけでも、現在はそれもなくて、各新人は本当に自分の努力のみ、自己の研鑽のみでやっているのです、やはりそういったところにも手当てが必要なのではないかと。

また、小さな窓口は相談する人もいないというところから、相談員が長続きしない実態があるのですという報告も受けました。

相談員は現場で相談を受けることが一番の勉強で、相談を受けたことによって、経験を積み重ねて一人前になる。

相談件数が少ない現場ではなかなか経験が積み重ねられないということと、PIO-NETのない相談窓口には国からの情報が届かないということで、県からの情報とかも一部しかないので、情報が少ない、行政フォーラムに載っている情報も得られないなど、窓口によって格差が広がる。ここのも何とか手当てをしてほしいという声がありました。

相談員の資質の向上についての対策としては、何といたってもバックアップ体制を充実させていただきたいと思っております。

国と都道府県共催の地方開催の研修講座、これは数を増やしていただいて、地方の相談員・職員が参加しやすくしていただきたいと思いますと思っております。淵野辺の問題等々があるのかとは思いますが、相談員が出やすい地方開催は結構たくさん人数が集まると聞いたことがございますので、そういったところの手当てを厚くしていただきたいと思いますと思っております。

一人体制で研修に参加できないことがないように、都道府県から相談員の派遣であった

り、相談を引き受ける等のバックアップ体制の充実を図っていただきたい。これに対して手当てをしていただきたい。

一人体制の相談員の経験を高めるために、都道府県が受け入れのOJTや、先ほどお話ししたような巡回OJTを充実していただきたい。

都道府県だけではなく、近隣市町村の相談件数の多いところに相談員が行って、受け入れてもらい、現場研修もやっていただくというところも簡単な研修になるのではないか。

都道府県による研修に参加できない相談員に対しては、ウェブ研修を開催していただきたい。こちらのほうは、地域に密着した情報とか、研修をウェブで出されている自治体さんもあり、こういったものを充実して、一人体制の手当てをしていただきたい。

それから、国によるDラーニング、これは忙しいセンターの相談員は一切見られていない。何とか見られる方法を考えてほしいという要望もあります。小さな自治体であればその時間はあるというので充実させてほしい、国センでやっている講座それぞれにDラーニングがあれば、そこで勉強できるという声もあります。

都道府県のバックアップ体制には、行政職員の働きが重要になります。職員の方の研修を充実させて、参加率を上げていただきたいなと思っております。

国センさんのほうでも、どの時期に職員研修を入れたら参加率が高まるかとか、いろいろお考えではあるかと思っておりますけれども、それを踏まえながら、都道府県では、最初に着任したときに、消費者行政とはこういうものですよというような、イロハのイみたいなどころをしっかりと教え、その後国センの研修に行き、そして、各自治体でやる2回、3回ぐらいの研修があれば、相談だけではなく、見守りも必要である、連携も必要であるということがわかっていくのではないかと思います。

次に相談員のメンタルが非常に問題になっておりますので、専門家による相談員のメンタルケアを行っていただければと思っております。また、消費生活相談をよく理解している管理者等々により個人面談を数回行っていただき、相談員のメンタルチェックで予兆などを洗い出していただけたら、ありがたいなと思っております。

次に「広域連携と民間業務委託」でございます。

広域連携はメリットとデメリットの部分があるということで、現在広域連携をやっているところに問題があるという報告を受けてます。

現状、どのような広域連携をして、相談業務をしているかを調査していただいて、どういったものは成功しているなど。検証をしていただければと思っております。

メリットとしては、どこでも言われているように、単独で開催できないところが共同で開催できるとか、それによって毎日の相談が受け付けられる。それから、相談者が地元以外のところで受けられるというところがあるのですけれども、デメリットとしましては、行政のかかわりが非常に薄くなったのではないかと思いますという声が出ております。

相談窓口があればいいだけではなく、そこから発生する見守りとか福祉の部分とか、センターと連携してやっていくところが薄くなり、相談をやっていればいいのではないかと

ることを懸念しているところでございます。

民間業務委託では、委託先のレベルによって任せ切りになり、行政の関与が小さくなって、担当部署の連携ができなくなるという問題があります。

行政、相談者、委託先が連携を本当に密にして、業務を委託していくことが必要です。

「地方消費者行政の強化」としては、今まで何回も言い尽くされたことで、それをまとめ上げたというところではございますが、やはり全国どこにいても質の高い相談が受けられる体制を全国的に整備することが必要です。

そのためには、やはり財政的な支援は何があっても必要であるということでございます。

それを受けて、相談体制の強化であったり、相談員の確保、資質の向上を制度的に位置づける。

そして、都道府県による市町村へのバックアップ体制を強化する。そのためには、どういったことをするという方向を示していただければと思います。都道府県でも動けるのではないかと考えています。

そのためには、行政職員による地域住民に対する情報発信力というか、職員さんの充実を図っていただけたらと思っております。

次は「消費者教育・啓発と消費生活センター」ということに簡単に触れさせていただきたいと思っております。

消費生活センターは消費者教育の拠点とされましたけれども、相談員から消費者教育に割いている時間はないという声が大変多くあります。

業務に追われている現状からは、両立のためには相談員の増員が必要ではないか。あと、行政担当者に消費者教育の必要性の認識を持っていただきたいということです。

「消費者教育に必要な手当て」といたしましてこれは相談員もそうですけれども、要するに、教員自身の消費者教育についての重要性を認識していただいて、指導方法、教材の活用を習得していただく。

あと、消費者教育を実施できる環境の整備、センターと先生たちとの連携、消費者教育コーディネーターの設置、現場における外部団体、外部の専門家の活用の仕組みの整備、消費者庁、文科省、法務省、金融庁の連携の必要性。それから、自治体と教育委員会との連携、行政・消費者団体・事業者団体との連携が必要ということです。

私どもの活動を簡単に説明して終わらせていただきたいと思いますのですが、消費者教育が必要であるということで、2017年6月に消費者教育研究所を設置いたしまして、会員全員でこちらに向けて頑張っているところでございます。

下でございますのは、できたばかりの教材です。

最後ですが、その中で、どこを強化しながらやっているかということで、高校生は『社会への扉』というものがありますので、先ほど御説明しましたように、小学生、中学生、それから、大学、専門学校、フリースクールなどに働きかけをして、消費者教育の実施をしていこうとしております。

また、教育関係者、教育委員会などに積極的に働きかけをしております。成年年齢引き下げにおいて少し門戸が広がったので、このチャンスをしっかりととらえて、一緒に手を携えたいという思いが相談員には非常に強くあるというところです。

そのためには、会員がさまざまな講座内容を実施していけるように、教材作製などをしております。先ほどの本も、学習指導要領に添いワークシートを利用し一人一人の相談員が講座ができるような本になっております。

それと同じように、アクティブラーニング、学習指導要領の手法、実効性の確保、教材の充実などしております。

消費者教育に関しての相談員のレベルアップも図っているところでございます。

教員向けにも消費者教育講座を行っておりまして、先生たちとも連携してやっているところでございます。

あとは、同じく、今までずっと続けていた高齢者向けの出前講座もしっかり実施しております。また、事業者の新入社員研修もやっておりまして、今まで企業の中で新入社員研修に消費者教育を入れたことがなかったという声が非常にありまして、オリエンテーションの一コマに入ることによって、非常に効果的な講座になったというような声もいただいております。

それから「消費者教育に関するコーディネーターの育成支援」ですが、消費者教育コーディネーターの役割、人材の確保はどうするかとか、いろいろな問題があるところですが、地位確保の働きかけを行って、どこの自治体においても、消費者教育コーディネーターがしっかりと学校、消費者、地域の連携をできるような形で展開できたらいいかなと思っております。育成講座の全国展開などもやっているところでございます。

簡単ではございますが、私どもの働きかけと現状、問題点等々をまとめたものでございます。

ありがとうございました。

○小西座長 どうもありがとうございました。

それでは、引き続き永沢委員、よろしく申し上げます。

○永沢委員 NACSの永沢でございます。

本日は、このような機会を頂戴いたしましたことにお礼を申し上げたいと思います。

この資料の下にも書かせていただいておりますけれども、本日お話しすることは私の見解でありまして、NACSの見解を代表するものでないことは、あらかじめ念を押させていたきたいと思います。

もっと用意してきたのですが、時間の限りもございますので、少し飛びながらお話しさせていただきたいと思います。

まず、NACSについて御紹介させていただきたいと思っております。

といいますのも、消費者団体というのは多種多様でございまして、一概に私どもの状況がほかの消費者団体に当てはまると思えないということと同時に、その一方で、消費者

団体がどのように運営されているのかということについて、皆様にご存知いただけたほうが、今後の多くの消費者団体が直面している問題の御理解につながり、今回のテーマに御参考になるのではないかと思います次第です。

私どもNACSは、消費者団体の中でも、消費者と企業・行政をつなぐということと、そして、消費者の課題の解決を進めていくということをミッションとして設立された団体でございます。昨年30周年を迎えております。

財務状況について記載させていただきました。会費収入が年間収益の4割弱、残りは、さまざまな事業を受託したり、助成をいただいたり、御支援いただいたりすることによって資金調達をして、年間の運営を行っております。

会費収入につきましては、個人会員が2,600人程度と書きましたが、2600万円から2700万円程度で、残りの部分は、賛助会員である企業が100社程度でございますけれども、そこから10万円というお金を頂戴しております。

情報開示はいろいろさせていただいておりますので、御存じの方もいらっしゃると思いますが、近年、私どもは会員数の減少に直面しております。御多分に漏れず赤字の経営をしておるところでございます。

公益法人となっておりますので、収支相償の原則、平たく言えばもうけてはいけないということで、かつかつとやってきたところなのですけれども、近年、個人情報取り扱いが厳しくなり、また、情報システム投資も積極的に行わなければ、会員の活動支援、情報の保護ができないということで、かなりのシステム投資をせざるを得ないということで、会費収入が減少する中、そういった先行投資で厳しい状況が続いているということで、これはほかの団体も同様なのではないかと私は推察しているところです。

次に「NACSの主な活動」につきましては、NACSの活動は何かと聞かれれば、3つの柱があるとお答えさせていただいております。上3つです。

1番目は消費者相談、2番目は消費者やほかの消費者団体、企業や行政との連携、3番目が消費者教育・啓発ということで申し上げているところですが、本日は、2番目と3番目のテーマについて、地方消費者行政の強化という観点から、私どもが地方でどのような取り組みを展開しているか御紹介させていただきたいと思っております。

その前に、NACSとはどのような団体なのかと聞かれることが多いのですが、私は3つ挙げさせていただいております。

1つは、専門性でございます。ここに書いてあります3つの消費生活専門資格を持っている方に入会資格があり、プラス、入会金が1万円、年会費1万円ということで、これをお支払いいただける方が会員になれるというたてつけになっております。このお金の話は、また後ほどちょっと触れさせていただきたいと思っております。

消費者団体の中でも男性比率が結構高いほうだと思っております。7割女性、男性3割で、世の中に比べたら随分男性が少ないのではないかとと思われるかと思っておりますけれども、消費者団体の中では、ACAPを除いては、私どもはかなり特異な男性比率の高い団体ではない

かと思っております。

その理由なのですが、アドバイザー資格の取得を応援する講座というものを後ほど御紹介させていただきますが、自主的にやってきたということや、それから、消費者志向をうたわれている企業では、このアドバイザー資格の取得を進めておられる企業がふえておりまして、相談窓口以外の部署、例えばコンプライアンスや営業企画、商品開発といった部署の方々が取得されるようになっていて、男性がふえているということでございます。

また、セカンドキャリアとして退職後に地域社会で何か活動したいというお考えの方々もふえてきておりまして、これは男性、女性を問わず、このアドバイザー資格を退職前にお取りになって、NACSにお入りになる方がいらっしゃるということも関係していると思います。実を申しますと、私もその一人です。

次に、年齢構成ですけれども、ごらんいただきますとおわかりのように、50代、60代が主力になります。ここに記載しませんでした、年齢を答えていない方が50代と同じ35%でございます。恐らく古い方が多いのではないかなと思っておりますので、全体に平均年齢がちょっと上がるかなとは思っております。

60代の方も数年たちますと70歳になられます。私どもが今直面している問題として、70歳を節目に活動を引退したいという方がとても多いということです。やはり年金生活になりますと、年1万円という会費はつらい。活動できる量も下がる。1万円ということの見合いがということで引退される方が多いというのが実情でございます、何とも引きとめることができないということでございます。

活動分野は、先ほども企業の方が多いいということをお申し上げしましたので、そういった意味では、NACSの中で企業での活動をベースにした活動を消費者目線でされる方が多いということございまして、最近では、このような新しい分野を専門的に活動される方が結構入ってきてくださっているように思っております。

それから、全国展開しているというのも3つ目の特徴として挙げさせていただいております。7支部と言っておりますけれども、事務所を持っておりますのは、残念ながら東京と大阪のみでございます。

ちなみに、支部長ですが、北海道、東北、東日本、中部は、男性の企業経験者の方が、あるいはまだ62~63歳ですけれども、現役で残ってされている方が支部を束ねていらっしゃいます。西日本と中国支部は行政の相談員の方でございます。九州支部の方は女性でございますけれども、行政の職員ということで、男4、女3、そして、うちのところでは、相談員の方は7人中2人ということになっております。

これが私どもの状況でございます。

次に、会員の分布についてお知らせしたいと思いますが、この資料はこの会議場のみの提示とさせていただきますので、お持ち帰りはちょっとできません。

ごらんいただきましたらおわかりのように、会員数が1の県もあります。よく見ていただきますと、例えば高知県は1となっておりますし、1桁のところ結構多く、こういう

県というのは、隣の県と一緒に活動してくださいといっても現実には非常に難しく、消費者活動に燃えて入会くださっている会員をどう御支援して、地域社会で御活躍いただくかというのは、非常に大きな課題だと感じているところです。

さまざまな活動をやっておりますが、ある会員の方が申しとおりましたけれども、私どもは大人の部活、大人のクラブ活動と称しております。ほかに仕事を持っている方が多く、引退されても自営でなさっている方も多くて、NACSでの活動は、ある意味で本当にボランティアとしてなさっていらっしゃる方も多く、そういう方々が自主研究会というのを自分たちで組織して、専門家としての研さんとともに、地域社会で何かできないかということで活動されています。

地域、地域の特色を生かした活動をされていまして、例えば北海道では農業や食というところにフォーカスをした活動に熱心に取り組んでおられますし、ざっと見ていただきますとお気づきかと思いますが、アドバイザー資格の受験者を支援する活動というのは、各地で結構人気のある活動です。やりやすいということもあると思います。

それから、私ども、もう一つPRさせていただきたいのは、各地の適格消費者団体の設立や運営というのものも、支部及び会員が積極的にかかわって、活動に参加しているということも御紹介させていただきたいと思います。

それから「自治体からの消費者生活関連事業の受託」です。

今回は地方行政ということだったので、そこを特別に取り上げさせていただきたいのですが、実のところを申しますと、自治体からの事業受託については、本当はもっと頑張りたいのですが、NACSの事情として、多くの会員が仕事を持っておりまして、平日の夜や休日に活動しているということ、それから、事務局が2カ所しかないということ、また、支部長を含め理事は無報酬という規程を生真面目に守っておりますこともありまして、自治体様からの案件、オファーがありましても、なかなか積極的にとりに出られないという状況でございます。

また、ちょっとこの機会に申し上げさせていただきたいと思いますが、自治体からのオファーの多くは、手を挙げるまでの時間が大変短くて、形式的で、しかも、書類も多くて、その書類づくりに物すごく時間がかかる割には、結果はすばっと切られますし、特に入札になりますと、金額の争いになりまして、たたき合いの状況になりまして、どうしても仕方なく受けなくてはいけないときには、会員に泣いていただいて、赤字でやっていただく、手弁当でやっていただくしかないというのが実情です。

加えて、自治体様の事業というのは、入り口には物すごく厳しいのですが、出口の事業報告とか評価は熱心ではないところが多く、これは企業にいた人間には結構驚きでございます。一生懸命やった会員からすると、非常に拍子が抜けるという、使い捨て感があるというお言葉もいただいております。

例外的なのが、ここに紹介させていただいております尼崎の事業です。これは職員も保護者も参加いただいて、毎年PDCAを回して、最後にAがあつて、次の年に回すということ

で数年で回っている事業で、非常にうまく回っているところで、やはりこれは職員の方、地域の住民の方が、その事業に対して、使った税金に対して本当に積極的にかかわられて、よい事業として回そうという意欲がなければ、それは形式的なものに終わるのではないかということもこの機会に申し上げさせていただきたいと思います。

それから、事業のほうですけれども、先ほども申し上げておりますように、私どもは人・金・時間に限りがあることから、特に力を入れたいというものに重点的に取り組んで、今、ここにこれから挙げさせていただく4つについて、特に力を入れて取り組んでおるところです。

1つは、御多分に漏れず成年年齢引き下げでございます。これは特に申し上げることはないのですが、強いて申しますと、この事業は、遠くに行くわけですから、交通費も要りますし、学校からお金はいただけませんので、交通費とわずかばかりの1,200円ぐらいの薄謝を講師の方にお支払いするのですけれども、このお金は産業人材研修センターというところに8年前から御支援いただいているということと、これでは足りないので、一部はNACSの会費で賄っているということも申し上げさせていただきたいと思います。

次以降が、ここのところNACSが特に取り組んでいるもので、NACSの強みを発揮した事業であると考えているところなのですが、今からB、C、Dと申し上げますけれども、これらの事業は、この事業の意義に共感いただいて、企業・団体が社会貢献したいということで御支援いただいているものでして、大体は基本的には数カ年単位で企画をし、企画の段階で意思疎通をきちんと図り、毎年の実施につきましても、途中でいろいろな御助言といいますか、お考えを言われます。そして、特に最後、終わったところで、どうだったのかというフィードバックについては、大変真摯に取り組んでいただいているところです。

特にBにつきましては、ここに書かせていただきましたように、これは日本規格協会との共同事業なのですが、見ていただきますと、青森弘前大学、島根県立大学が出てきておりますけれども、このほかに中部大学、鳴門教育大学から各支部が案件を進めているところで、特に大学生に向けて消費者教育を進める上では、こういったテーマを進めていったほうが学生さんの消費者問題への理解が進みやすいということ、ワークショップでやったほうがわかりやすいということをお聞きしております。

次が「C. ICTリーダー育成事業」でございますが、これはアクティブシニア向けの事業でございます。アクティブシニアがアクティブシニアを教えるというたてつけになっておりまして、5年で3,000人のリーダーを育てるという壮大なプランを進めておるところでございます。

ちなみに、これは結構人気のある事業でございます。退職者が多いですから、退職して地元で自分で数人集めて、自慢話ではないけれども、知っているかみみたいな感じでやれるので、これはなかなか人気のあるところで、やりたいという手が挙がっている事業です。

それから、これはことしの2月26日の国民生活センターの全国消費者フォーラムにて、この取り組みについて報告の機会をいただきましたところ、各地の消費者団体から、無料

なのだが、来てもらえませんかというありがたいオファーをいただいておりますので、無料でございますけれども、団体・会社から御助成いただいております。

企業や団体からお金をいただくことについては、いろいろな意見もあるかとは思いますが、企業のお金の使い方というのは結構厳しく、学ぶべきものが非常に多いことや、それから、新しい情報システムの使い方についても、学ばせていただくことが多く、アンケートの集計の仕方なども、インターネット上のアプリを使って瞬時にできたり、いろいろな人と情報共有できたりという新しい技術を学ぶ機会なので、こういったことを積極的に企業と連携していくことは、マイナス面よりもプラス面のほうが大きいし、マイナス面はないようにし、プラス面を大きくするように努めなければいけないと思っていますところ

です。最後になりますけれども、私どももSDGsに積極的に取り組ませていただいております、全国組織であることを生かして展開を始めているところです。

このSDGsの取り組みというのは、先ほども御紹介させていただきましたが、各支部の自主権でどこも割とやりやすいテーマなので、それぞれのテーマで結構展開しておりますが、それを一つ一つの点にするのではなく、NACSという全国展開だからこそということで、今、緩やかにまとめつつあるところです。

これも先日の消費者庁のシンポジウムでパネル展示をさせていただきました。また、内閣府の地方創生推進事務局が「地方創生SDGsプラットフォーム」というのをされているということですので、団体登録をさせていただいて、各地の支部がここにかかわっていけるようにという機会づくりを今行ったところです。

最後に、本当に時間がございませんので、私が感じている課題と私なりの提言、それから、短い期間ですが、特に支部長からヒアリングを行いましたので、本当はもっと整理してお話しすべきなのですが、ざっと御報告させていただきたいと思います。

まず、課題ですけれども、御多分に漏れず、私どもも参加者の減少に苦しんでおります。高齢を理由とする退会に加えて、現役世代、特に若い方が既存の消費者団体に参加しなくなっていることを感じております。

理由として、ほかにさまざまな活動や情報交換の機会があるということで、消費者活動をなさっていないわけではなくて、既存の団体への参加につながっていないということでございます。

もう一つ、NACSの場合は、入会の条件である資格保有というハードルが高過ぎるということもつけ加えておきたいと思います。

それから、活動したい人にタイムリーに活動機会を提供し切れていないという現状もあると思っています。

私どもでさえ、会員の名前は把握しておりますけれども、どこにどのような会員がいるとか、その人のプロフィールを十分に知っているわけではありませんので、いろいろなオファーがあっても、適材適所でその方たちを送り出せていないということを感じております。

また、企業や行政がどのような人材を求めているかというところも、いま一つよく伝わってこないと感じております。

御参考までに、昨年、システム投資をいたしまして、会員活動プラットフォームというものをつくりまして、今、入力者が2,600人中500人を超えたところまで来ているところですが、個人情報に厳しい時代でもあり、どこまで聞けるのかというところで、所属とかまでは聞けなかったりとか、なかなか難しいところで苦勞をしているところです。

3番目の課題として、消費者団体の活動の社会的認知度が下がってきていると思っております。その一つの要因としては、それぞれの消費者問題が専門化しており、価値観も多様化していることから、情報発信がなかなかすぐにタイムリーにできないということもあると同時に、既存の消費者団体がインターネット社会へ対応できておらず、引き続き紙媒体が中心の情報提供を行っていることも一因ではないかと思っております。

4番目として、ほかのステークホルダー、自治体や企業、ほかの団体・グループとの連携・協働が足りていないということです。地方展開のときに、地方の地元企業を賛助会員に取り込めていないということを感じておりまして、賛助会員費は10万円ということをお申しましたけれども、この10万円が恐らくすごく高いのだろうと思っております。この辺のたてつけの工夫をしていかないといけないだろうというのは、内々に話をし始めているところです。やはり地元の企業がかかわってくれてこそ、ある意味で、お金とは言いませぬけれども、人の提供もいただけるのではないかと思っております。

最後に、お金の話になって恐縮ですけれども、お金が不足します。特に地方では、東京に比べると移動の費用がとても高いというのが現状で、いつも手弁当では長続きいたしませんので、こういう活動をされる方をどのように支援していくのかというのが課題です。

それから、自治体などからの事業受託については、先ほど申しました課題と同時に、競争入札で疲弊するということも繰り返し申し上げさせていただきたいと思っております。

また、どうしても消費者教育というと、教材をつくって、印刷して送るということが多いのですが、これにほとんどのお金が消えているということもありまして、また、不良在庫になる時間も前に比べて早くなっているのです。こういう消費者教育の展開の仕方では本当にいいのかなというのは、かかわっている人たちから、支部長の一部からは上がってきているところです。

最後になりますが、アットランダムに支部長から聞いたことを申し上げさせていただきます。

何よりも消費者の関心に沿った活動展開が必要で、伝えたいことはもちろん伝えていく必要がありますけれども、消費者の皆様が関心を持っていることにも寄り添った活動をしていかなければだめだろうし、最後の「住民の消費が育てる地方創生等」というところにもっと力を入れていったらいいのではないかと提言している支部長がおります。

それから、どこでも気軽に受験できる比較的平易かつ専門性のある資格も必要であろうということが出ております。もちろん、消費者問題に関心があれば、消費者活動はできる

のですけれども、やはりある程度の専門的な知識がなければ、展開としてはなかなか難しいものもございますし、共通した言語でお話ができる必要性もございます。

ただ、そう言いながらも、今の3資格は難しすぎる。なので、あえてCAPという日本産業協会の資格を書かせていただきましたが、最近始まったこのような資格、あるいはこれを少し変更するなりして、毎日、パソコンの前に行ったら簡単に受けられるような資格をもっと活用していく必要があるのではないかと考えております。

活動したい人が登録できるマッチングシステムとか、それから、ぜひ行政にお願いしたいと思うこととして、既に御任命はいただいているところなのですが、もっと協力員やコーディネーターに任命してほしいというお声をいただきました。お願いいたします。

地方で活躍する人や消費者志向の地元企業に光が当たるように、消費者庁のホームページで特に地方というところに光を当てた情報提供をしていただきたいということも言われました。やはりこれに光が当たると、非常に報われた感があるということです。

先ほど支部長などが大学で講座を担当しているということを申しましたが、大学などにオムニバス講座を提供しているところがふえてきておりますけれども、そういったところに消費者教育講座というものを1コマを入れていただいて、私どもとか全相協様、あるいはほかの団体の方がこういったところの講座に派遣できるようにすると、より具体的なお話ができて響くのではないかと思います。

その次ですが、教材に関しましては、紙媒体のことも申しましたが、それぞれよいものはできているのですが、同じような内容のものをそれぞれが並行してつくっていくことはどうなのだろうかということも出ておまして、共通教材をつくってはどうかという指摘も出ておりました。

ちなみに、金融広報中央委員会と金融経済推進会議でも同様の意見が出ておまして、これは既にコアコンテンツということで、大学生向けの、登録さえすれば誰でも無償で使える。自分で資料をつくるのは大変で、やろうと思っても何日もかかってしまう、何カ月後になってしまうところを、自由に使っていいというコアコンテンツを提供いただいております。こういった取り組みは少し参考になるのではないかと考えております。

それから、先ほど阿部様からも出ておりましたけれども、eラーニングの活用と同時に、地方での集合研修も大変重要だと思っております。やはり人は出会って、そこで共感し合うことで活動が盛り上がる、つながるといことがありますので、この集合研修というものは力を入れて、お金も使っていただきたいと思っております。

いろいろな団体がございますけれども、消費者団体・グループと連携できるような活動紹介サイトはつくれないかという御意見もありました。もう既にされているようにも思いますが、教材については、消費者庁のホームページのほうにアップするサイトがあるのは知っておるのですが、活動サイトみたいなものがある、例えば、熊本県ではこんなところがあるみたいな、もっと親しみがあるようなものがないものだろうかと思っております。消費者庁がなさっているのは存じ上げておりますけれども、もっと視覚的なものと

いうことでした。

最後になりますけれども、複数の団体・グループで連携して事業受託をすることはできないものだろうかと考えております。企業のように競争しているわけではございませんので、お互いに補完できないか。

それから、受託の事務管理というのは結構大変で、事務局を持っていない団体も結構あるかと思っておりますので、共同してどこかで引き受けられないかとか、お互いに本当に使うべきところにエネルギーを使い、後方支援のところは共有できたら、もっと余力が生まれるのではないかということも出ておりました。

簡単ではございますし、時間もオーバーしたかもしれませんが、以上でございます。

ありがとうございました。

○小西座長 ありがとうございます。

それでは、引き続き、国府委員、よろしくお願いいたします。

○国府委員 私のほうは1つのテーマであります「個人情報サポートセンター（仮称）の設置についての提案」と、それにおける国民生活センターや消費生活センターの役割・機能について提案させていただきたいと考えております。

御承知のように、特殊詐欺であったり、また、悪質事業者による電話勧誘が消費者被害問題の非常に重要なテーマになってきております。

これまではどちらかというと受ける側の対策、例えば迷惑電話防止装置であったり、昨日、NHKの『ためしてガッテン』でも留守番電話の機能を活用するといった提案がされておりましたけれども、そういったものが中心でした。

迷惑電話防止装置のメーカーなどに聞くと、ことし3月にアポ電の強盗殺人事件があったということで、非常に売れ行きが伸びているということも聞いておりますが、いずれも受ける側の対策という点でした。

きょうの私の提案は発信側の対策という位置づけになるかと思うのですが、従来、外国では、ドントコール制度ということで発信者のほうを規制していくという取り組みがされてきておりますが、実は電話をかける側というのは、名簿屋などによって個人データが流通・売買される。

そういったことで電話をかけてきているわけですが、これについては、個人情報保護法が平成27年に改正されて、オプトアウトの制度をきちんと備えた業者でなければ、名簿の売買ができないという制度になっておるわけですが、これが十分機能していないので、これを機能させることがきょうの提案ということになります。

提案内容は、個人情報保護法第23条第2項による個人データの第三者への提供の停止申し出を代行支援するために、国民生活センターに（仮称）個人情報サポートセンターという、内容としては、消費者がオプトアウトの申し出をする代行機関を設置すべきであるというものであります。

個人情報保護法は平成29年に改正法が施行されたわけですが、それで、業者のほうはオ

プトアウトの申し出の制度をそれぞれ準備しているということで、個人情報保護委員会のほうにも届け出がなされておるわけです。

ところが、現実には、消費者のほうは、突然電話がかかってきて、一体どうして自分の電話番号を知っているのだらうと思って尋ねても、どういうところで自分の情報が流通されているかがわからない。

個人情報保護委員会にそういう届け出がなされている事業者というのは、きょう現在189件あるわけですが、そうすると、消費者は189件の業者全部に自分の個人情報を保有しているのかどうか問い合わせ、保有していたら、第三者に提供しないようにしてほしいという申し出をしなければならぬという非現実的な制度になっておるわけです。

それから、名簿業者に対して、自分の名簿があるのか、ないのか。あればオプトアウトしたいという申し出をするときには、あなたが本人かどうかを確認するために住民票を出してくださいとか、免許証のコピーを下さいみたいなことが言われるわけですが、名簿業者に自分のそういった個人データを提供するというのは非常に心理的抵抗が強いわけで、そういったことがオプトアウトの申し出が消極的になってしまうという事情ではないかとも考えられます。

そういうことが言われているので、私のこのレジュメの次に、大阪経済大学の准教授の金子啓子先生が、そういう問題意識で、個人情報についてのオプトアウト申し出の代行機関を設置すべきである。しかも、これは公的な機関でなければならないという提案をなされているので、その論文をちょっと添付させていただきました。

そういうことで、私のほうでは、代行機関として国民生活センターがそういった役割を果たし得る位置にいるのではないかと考えております。

国民生活センターは、現在、越境消費者センターというのを設置なさって運用されているのですが、それと同じように、個人情報についても、個人情報サポートセンターのようなものを設置して、申し出代行の業務をやっていただくことができるのではないかと。

国民生活センターは全国の消費生活センターとのつながりがありますので、消費者個人は、国民生活センターにオプトアウトの申し出を直接依頼するだけでなく、全国の消費生活センターに申し出することもできる。そういったたてつけも可能なのではないかと思います。

電話勧誘については、脚注1のところに件数を書いているのですが、最新の情報では、2018年の全相談件数102万件のうち、5.7%が電話勧誘販売であるということで、多くの人たちがなぜ業者が自分の電話番号を知っているのかということも不審に思うわけですが、ほとんどオプトアウトの申し出がなされていないということで、本当にこの制度が使いやすくなれば、多くの消費者がオプトアウトの申し出をして、自分の名簿が事業者などに流通していかないシステムができ上がっていけば、電話を発信する側のほうの規制として、もっと消費者被害がなくなっていくのではないかとということで、こういう提案をしたいと思っております。

この役割は、消費者にとって最も身近である消費生活センター、国民生活センターにぜひその機能を担っていただいて、消費者支援の一部としてこういう取り組みをやっていただくことが必要になるのではないかとということで、ますます消費生活センターや国民生活センターの機能が重要になってくるということで、そういったところに対する支援もますます必要になるのではないかとということで、国の支援という観点からもこういう提案を考えさせていただいたということでもあります。

以上です。

○小西座長 ありがとうございます。

それでは、今、3人の委員の方から御報告をいただきましたので、それについての意見交換をしたいと思います。

きょうはそれだけではなくて、折り返し地点に入りましたので、全体の取りまとめについての意見交換もしたいと思いますが、まずは、今、3人の委員の方の貴重な御報告がありましたので、それについての御質問、御意見等を出していただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

どうぞ。

○生水委員 生水です。

ありがとうございます。大変勉強になりました。

私からは4点お話しさせていただきたいと思います。

1点目は、阿部委員から高齢化問題という議案が上がりました。これについては、永沢委員から「セカンドキャリア」というキーワードも出ております。相談員にとって必要なのは、調整力、交渉力、人間力はとても大事なものです。

それはやはり人生経験のある方々が、御相談を受けていく非常に重要な要因になるだろうとあっていて、そうなれば、高齢化が悪いというのではなくて、いわゆるセカンドキャリアとして、人生経験を積まれた方が消費生活相談の現場において能力を発揮されていく。それが、働き方改革の一つにもなるし、高齢の方々がどんどん社会につながって、働く意義を持つことにも、私は非常に重要な役割があると思います。

ですから、反対に言えば、発想の転換でそうした人材をどんどん活用されて、ある意味、消費者問題については、人生経験のある方がどんどん働いてくださいというような投げかけも一つ大事ではないかなと思っています。

2点目は、一人体制の相談員の研修の参加がしにくいという問題です。私も平成11年に消費生活相談員として勤務をしておりましたので、大変よくわかっております。これについては、私は職場環境の問題が非常に大事だと思っています、自治体が考えなければならない人材育成の問題だと思っています。

そうすると、先ほど阿部委員もおっしゃった行政職員の人材育成がとても大事になっていて、相談員が育成のために研修に出る際には、行政職員がしっかりとそこをサポートして相談を受けていくというようなことで、一人体制であっても研修参加は十分可能だと思

うし、反対に言えば、そうした職員の人材育成がとても重要な位置づけになるかと思いません。

この問題は、国が何かを支援するというよりも、自治体の中での職場環境、人事的な問題もあるので、そこは自治体が考えなければならない問題だと私は痛感しています。

行政職員を研修するに当たっては、国民生活センターの重要な役割もございますが、もう一点は、例えば総務省が持っている市町村アカデミー J I A M といった機関とも連携して、一緒に育成をしていくというのも効果的ではないかなと思っております。

3点目は、広域連合と民間委託についてです。

広域連合につきましては、行政事務組合をつくって、そこで手続・運営をしていくという体制になっていっていると思うのですが、行政事務組合をつくるに当たって、条例の制定や議会等の議決なり、非常に手続が煩雑になります。運営に当たってもいろいろと課題がある中で、この煩雑さをシンプルにできるのか。ここの整備については、国による制度の整備が必要なのかなと思っております。

また、これができるレベルの自治体であるならば、既に単独で十分できているのではないかな、と思う行政事務組合は非常に難しさがあるのかなと思っております。

民間委託につきましては、先日お話をさせてもらったように、現在、野洲市が、消費者庁及び警察の情報提供を受けて、見守りリストの作成と見守り活動の活用をさせていただいている中では、これを民間委託することを考えると、個人情報の取り扱いの上で非常に難しさはあるのかなと。ここをどう整理していくのかなというのが1点あるので、民間委託のさまざまな課題を精査する必要があるだろうと思っております。

最後になりますが、私は管理職ではありますが、今も相談現場で相談を受けています。相談は非常に多様化していて、複雑な相談も多いです。そうした多様化する問題については、消費者行政の視点だけではなくて、もっと広義な視点を持つ必要があるだろうと思っております。

例えば高齢者の相談においては、認知症や介護、孤立が背景にある場合もあり、これには地域包括支援センターなどの高齢部局との連携、あと、民生委員児童委員さんなど地域との連携が必要です。

多重債務についても、貧困や失業、家計管理の問題等が要因にあります。これは生活困窮者自立支援法の自立相談支援事業や、家計改善支援事業との連携が必要になります。消費者庁が取り組まれているギャンブル依存症につきましても、自立支援医療制度の活用であるとか精神科との連携、また、障害者福祉サービス・事業所との連携で対応しているのですが、こうした包括的な対応をしていこうとすると、多様な専門機関との連携の知識を相談員が持つ必要性があります。

そこで、消費者行政の範疇だけで考えるのではなくて、どことどうつながればうまくいくのか、相談者が救われていくのかというような視点を持って、連携の仕組みづくりを考える。これが重要な視点だろうと思っております。

この重要な視点の大きなキーワードになるのは、私は見守り活動だと思っています。先日御説明させていただきました地域安全協議会がまさにそれで、先ほど国府先生のほうからもお話がございました個人情報取り扱いについて、国民生活センターに役割を担っていただくというオプトアウトの問題もございますが、こうした見守り活動において、消費者行政だけではなく、これをベースにしてさまざまな機関と連携をし、消費者行政は本当に役に立つなど、ここがなくては見守り活動はできないなという段階になれば、厚生労働省、総務省等、さまざまな機関との連携もつながっていくだろうし、それが先日お話をした地域福祉計画の位置づけ、また、地域共生社会の一員としての役割も担えると思うのです。

そこまで広げた中での、国の役割、都道府県の役割、基礎自治体の役割を考えていけばいいのではないかなと思っています。

以上です。

○小西座長 今の御意見について、何かリプライはございますか。

どうぞ。

○古川委員 それでは、関連して私のほうから。

消費生活相談員さんのバックアップのお話が阿部委員さんからもございまして、今、生水委員さんからも、一人体制の関係とか、そういった関係のお話があったのですが、私も、市町村の皆様からお話を伺っていると、消費生活相談員へ、先ほど阿部委員のお話にありましたように、さまざまな相談が寄せられている。

その中で、特にハードクレーマーというお話もございましたけれども、どこにも相談できるところがなくて非常に御苦勞をされている。そういう部分について、どういう体制でバックアップをしていくかということを含めていただきたい。県のセンターの位置づけもそうですし、あるいは特に複数の相談員さんがいらっしゃるようなセンターであれば、お互いに相談をされた内容について、共有しながら対応をしていくということができずけれども、お一人のところだと、どうしてもそういうことがなかなかできない。

また、行政職員のバックアップといいましても、やはり相談員さんとのレベルの差はどうしてもありますので、そういうところでも難しさがある。

今後の地方消費者行政の相談部分については、精神的な部分のいわゆるメンタルのサポートを含めた体制というか、対応をどのように構築していくかということを含めていただけると、特に小規模の自治体等の相談体制については、強化できるのではないかなと考える次第です。

もう一点、阿部委員さんのお話の中に教育・啓発の部分が非常に重要だというお話があったのですが、これに関連して体制の問題に絡めてお話をさせていただきたいと思いますが、現在、私どもの県の中でも協定に基づいて広域化をしているところはございますけれども、それはあくまで相談のみ広域化で受けているという状況が多くありまして、消費生活センターの役割としては啓発・教育が非常に重要であるという部分の中で、特に小規模

の自治体においても、啓発と教育はそれぞれの自治体職員がやらなければいけないという形になっております。

ここの部分については、国民生活センターの資料を活用したり、県のほうから伝達をした広報の資料を活用していただくのですけれども、それではなかなか十分ではないという部分もありますし、内容をよく理解した上で住民の皆さんに啓発していくということが必要であろうと思っております。

そういう意味で、啓発・教育についても、行政職員のスキルアップをすることもそうですけれども、そういった情報については、お話があったように、国あるいは県を通じて統一的なものを発信できるような仕組みをもっと強化すべきではないかなと考えております。

以上でございます。

○小西座長 どうぞ。

○小林委員 阿部委員の資料の12スライド目なのですけれども、相談体制の強化について触れられています。強化作戦を検討する上で、やはり相談体制の強化の問題と質の向上の問題というのは掲げなければならない論点だろうと思うわけですけれども、市町村単独ではなかなか厳しいところもある中で、阿部さんの御提言として、矢印の3つ目の「消費生活相談員の確保と資質の向上を制度的に位置付け」ということで、これによって、相談員の確保、質の向上がより政策的に進むことを御提案されていて、大変にいい提案だと思います。

その2つ下に「そのためには、国が、具体的なバックアップの方法を示す」ということも書かれているわけなのですけれども、現状、国として相談体制の強化のためにバックアップしている施策として何があるだろうかというのを、ちょっとおさらい的に確認させていただきたいというのが1つです。

もう一つが、これは意見なのですが、私どもの「地方消費者行政プロジェクト」という消費者団体、弁護士などでやっているプロジェクトで出されている提案として、国のバックアップの方法として考えられるものがあります。阿部さんの1個前のスライドで示された「広域連携と民間業務委託」について、メリットもあればデメリットもあるという話でしたが、デメリット面が極力生じないためにも、例えば、国から自治体に対して、自治体間連携のあり方について、ガイドライン的なものを示せないだろうか。

つまり、自治体相互の役割とか人員体制の組み方について、例えば、広域連携を組んだはよいが、相談はほかの自治体に任せ切りになってしまい、なおかつ、見守りや消費者教育への展開も弱くなってしまいうということにならないように、そのための考え方を示すガイドラインのようなものが出せないだろうかという指摘です。

ないしは、相談員さんに関して会計年度任用職員制度というのが導入されたことによって、またかつてのような雇いどめ問題の再燃につながりかねないのではないかという懸念も示されていて、これに対して、消費者庁から自治体に対して、そういうことにならないようにという後押し的なバックアップなどもできないだろうかといったことも意見として

出ていまして、こちらについては意見ということであります。

○消費者教育・地方協力課梅田補佐 では、私のほうから少しお話しさせていただきますが、まず、相談体制の強化という意味での国のバックアップ体制ということでの取り組みを少しお話しさせていただきますけれども、まず1つは、大きくは交付金による支援ということです。相談員の育成にも使えますし、相談員の増員にも使えるということで、強化交付金の前の推進交付金から、支援をしてきたということが一つございます。

ただ、実は相談員の育成事業というのは、交付金の用途の中で、近年すごく減ってきているので、ここを今後どうしていくかというのは一つ課題になってくるのかなと思っていますということでもあります。

それから、バックアップということであると、資質の向上への支援があります。国が直接というわけではないですけれども、国民生活センターさんでの研修の充実を図っているというのが一つ大きなバックアップだと思います。そこに関しても、先ほど紹介しました交付金で研修に行けるようにという支援をしてきたというのが、一つ大きなことかなと思っています。

交付金の制度なども少し変わってきている中で、今後、どのようにしていくかというのは一つ大きな論点になってくるのかなと思っています。

次に、自治体間連携についてのガイドラインというお話がありましたけれども、当庁では、消費者行政のガイドラインというものを出しておりまして、これは「改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン」というものでございます。

ここで、民間への委託に関する留意点とか、そういうものは少しまとめさせていただいたりとか、自治体間連携についても少し書かせていただいておりますけれども、こういったところの周知がまだ十分でないのか、内容をもう少し充実させたほうがいいのかということかと思いますが、今の時点ではこれで皆さんのほうに情報提供をしているということになってございます。

最後、雇いどめの問題ということで会計年度任用職員という話がありましたけれども、こちらにつきましては、当庁のほうでも、今回、制度が変わるということで問題意識を持っておりまして、消費者庁長官から各市町村宛てに、会計年度任用職員に移るに当たっても、雇いどめがないようにとか、処遇改善がきちんとなされるようにということで、通知を昨年出させていただいております。

これはまた制度が変わる直前というところもあるので、今後、さらにそういうことが起きないように、どういうことができるかというのは、消費者庁としても考えていかなければならないかなと思っていますところでございます。

以上、簡単ではありますが、御説明でございます。

○小西座長 ありがとうございます。

では、残り30分ほどというところでありまして、大切なところが一つ残っております。きょうで6人の委員の方の御報告をいただいております、それをもとに今度は消費者行

政強化作戦2020というものを我々がつくっていかなければいけない。

次回に原案を事務局のほうから出していただけるのだらうと思いますけれども、きょうは、我々のほうからこういうものを盛り込んでほしいという投げかけをする場でありまして、それに対して次回また打ち返しに来て、いや、まだまだというので、それをもう一回ぐらいやるというような手順に恐らくなるだらうと思います。

それで、きょうは、ぜひ強化作戦に向けて、ここはというところを事務局のほうへ投げかけていただきたいと思います。

全体の柱立てについてのイメージを事務局から御説明いただければと思います。

○消費者教育・地方協力課尾原課長 それでは、今、資料を切りかえさせていただきます。

第1回のときに出した資料、始めるときに出させていただきます「主な論点」がございます。

第2回のときに国府先生のほうから、課題を設定していくに当たって、まず、現行の強化作戦で達成していなくて、かつ、重要なものとはどういうものかと。要するに、引き続き取り組むべき課題は何かというのが一つ議論のところだと思います。

2つ目は、現行の強化作戦には入っていないもの、例えば、本日、永沢委員から御提案がありましたSDGsみたいな新しい課題にどう取り組むか。あるいは、きょう、阿部委員、生水委員からもありましたように、質の向上のところ、それから、高齢化の中で相談員さんをどう確保するかみたいな話もあるかと思います。

また、それこそ役割の中で、新しい課題はこういうものがあるとか、きょうもまだ出ていないところもあると思いますけれども、そういうところを御議論いただく。

現行で達成していなくて重要なもの、それから、今は達成していないけれども、新たに入れたほうがいいもの、まず論点を整理した上で、それを達成するために具体的にどのような方策があるか。

特に永沢委員からありましたように、私自身も反省を込めて、初めの入り口のところ、入札のところはしっかり見るけれども、事業を始めるとき、何かおもしろいものを企画というのは皆さん結構熱心にやるのですが、出口のところのPDCAサイクルがしっかりできているかどうか。それをするためには、どのようにやる必要があるのか。

あわせて、それをやった上で、財源確保のためにどういう取り組みをする必要があるかというあたりを、今後5年程度のところでどういうことができるかを中心に、さはさりながら、1回目、2回目でありましたように、そういう時間軸のところも考えながらやっていきたいと思っております。

我々は今回の強化作戦は5年程度と思っておりますけれども、時間軸で見たときに、もう少し中長期的にというときに、どういう課題があるかも含めて、今後、論点のほうをまとめさせていただければと思っております。

こういう観点から御意見を頂戴できればと、事務局としては考えておるところでございます。

○小西座長 何からでも結構ですので、どうぞ。

○小林委員 現行の強化作戦の中で、既に目標を達成しているものもありますので、それについては、差しかえていくということがもちろん必要だと思います。

提案ですが政策目標1番は、もう随分前に既にクリアしておりますので、現行の1番と2番はまとめてしまって、今後は相談体制の強化という観点で消費生活センターの設立促進を引き続き掲げる必要があるだろうということ。

それから、相談員さんの2-2から2-4までであるようなことについては、引き続き目標として掲げる。なおかつ、先ほど来出ています職員さんの問題もありますので、職員の研修参加率ということについても、加えていくことが重要ではないかと思います。

政策目標4番、5番のところは、前回も申しましたが、現基本計画は数値的目標になっていきますので、これについては、できることなら実質面を評価できる目標設定ができないだろうかと思っています。

政策目標3についても、もうクリアしている目標ですので、これについては、目標としては、適格消費者団体の支援のほうに立て直す必要があるのではないかと思っています。

新規でそれ以外に立てるべき論点として幾つか申し上げますと、まず1つは、自治体の法執行の強化についてです。

もう一つが、適格だけでなく消費者団体の支援について。これは先ほども出た見守りネットワークだとか、消費者教育推進地域協議会の構成員の一つという観点からも、これを後押ししていくという意味でも、支援というのはぜひ検討していただきたいということです。

もう一点は、地方版消費者基本計画の策定についてというのが新規軸としてあり得ると思っています。

以上については、先ほど申し上げた私どもの地方消費者プロジェクトのところ、今、議論をしている最中ですので、ある程度ペーパーでお出しできるような状態になりましたら、早目に事務局にお出しさせていただいて、次回までの参考にさせていただければと思っていますので、よろしくをお願いします。

○小西座長 生水委員、どうぞ。

○生水委員 小林委員のお話の続きになりますが「相談体制の質の向上」のところについてです。

相談窓口というのは、最先端の情報を収集するセンサー機能があります。苦情相談の中でこの事業者はおかしいと思って、処分・調査のできる国や都道府県に速やかに通知することで、国や都道府県が調査し、そして処分した結果を、通知した市町村に情報共有・情報提供いただくことで、現場のモチベーションも上がるし、これが法執行の都道府県格差を防ぐことにつながるだろうと思います。

ここは1点お願いしたいことなのですが、例えば、滋賀県が処分した情報が全国どこの地域でも同じく使えるように、例えば滋賀県が処分したら、県内だけでの適用ではなくて、

全国どこの地域でも同じく適用していけるようにすることによって格差が埋まるのではないかと思うし、被害の未然防止・拡大防止につながります。

本当に歯がゆい思いをしているので、ぜひとも国や都道府県が調査をし、処分をすれば、速やかに通知した相談現場である市町村にも通知いただいて情報共有をしていく。このような仕組みが回っていくようになれば、質の向上につながっていくのではないかなと思いますので、ぜひともここを入れていただければと思います。

以上です。

○小西座長 どうぞ。

○阿部委員 全く同じ意見で、法執行に関しては、これをやることによって相談現場としても今までやってきたことが法執行につながっていくというところもありますし被害が激減していくところもあるので、ここはもうぜひとも頑張ってもらいたいと思うところでは。

今回は入れませんでしたけれども、法執行に関しては強化していただきたい。県によってかなりのレベルの差があり、やっているところのやり方、ノウハウを参考にしながら全国レベルでやっていただきたい。

今回は相談員の切実なところはほとんど全部入れてきたというところはありますけれども、やはり小さな自治体の相談を受けるに当たっての情報格差があるというところについて、何とか情報だけは全体に同じようなものに行くように構築してもらいたいと思っております。

PIO-NETがないと、情報すら来ないというのは、非常に問題なのかなと思ったところです。

○小西座長 どうぞ。

○生水委員 一言だけ、申しわけありません。

今の阿部委員に全く同感です。私、今回の地方消費者行政強化作戦でお招きいただいた中で、とても大切なのは地方相談現場の国に対する信頼だと思うのです。地方の現場で20年ずっと御相談を受けておりますけれども相談現場からの情報をしっかりと国は受けとめてくれて、しっかりと市民の皆さんの命や財産を守ってくれるのだという信頼がいかに持てるかというところだと思うのです。

恐らく地方の消費者現場の中で、一番なくなっているのは国への信頼だと思っています。この信頼関係をしっかりと構築するには、今、阿部委員もおっしゃってくださったように、相談現場からの通知によってしっかりと調査し、処分し、それを情報共有して、被害が拡大しないように一緒に動いていくということが本当の信頼確保になると思うのです。ぜひともよろしくお願いします。

以上です。

○小西座長 国府委員、どうぞ。

○国府委員 今、法執行の話がされたのですが、法執行を担当されるのは行政職員ということになってくるわけで、強化作戦のときは相談員の研修ということが一つの大きなテー

マになっていたのですが、今はやはり行政職員の研修というのも一つの目標になってくるかなと思って、新しい目標としては、消費者行政に携わる全ての職員が100%研修を受けることができるというのが設定されるべきではないかと思っています。

ただ、小さな町の行政職員というのは、幾つもの兼務でなかなか研修を受ける機会がないわけで、実際は、現在、国センで行政職員研修をやられているのですが、ああいう形ではだめで、やはり各都道府県で研修をやられることが必要になると思うのです。

そのためのテキストがまだないのです。ですから、国センでは過去10年ぐらいろいろなテーマで行政職員研修をやられてきているわけですが、過去のテーマなども拾い出し、不十分な点があればそこをまた補充し、ぜひテキストをつくるということを実施していただきたいなということで、一つの目標設定、メニューとしての設定をしていただきたいなと思っています。

それに関連して、行政職員の方の研修とはちょっと別で、相談員研修を受けて資格取得をされる例が時々あるのです。そういう非常に意欲のある行政職員の方の場合、我々が外から見ていても非常に熱心に取り組んでおられるなと思うものですから、これまで消費者問題について全く経験のない方が消費者行政の分野に異動で来られた。そういう人たちにぜひ相談員研修なども受けていただいて、消費者問題の専門家になっていただいて、行政に携わる。

これは福祉の分野では、福祉士とか介護士とか、そういう資格を持って行政に携わる方が多いわけですが、そういったことも一つの目標に掲げていただけないかなと思っています。

行政の話になったついでに、もう一点お願いがあるのは、行政組織内における消費者部門の位置づけなのですが、従来は商工部門とか産業部門の下に置かれて、その職員が兼務するということが多かったのですが、これは市民生活とか危機管理とか、そちらの部門と親和性が高い。福祉なども非常に親和性が高くなってきているので、消費者庁としては、全国の自治体に、一つの目安というか、考え方といいますか、消費者行政部門がこういう広がりを持って、こういうところとの連携が必要だから、行政組織の中では市民生活部門の中に位置づけてもらいたいのだという整理を、ぜひ示していただきたいなと思っています。

もう一つ、団体支援のことで言いたいことがあるのですが、一遍ここでとめましょうかね。

○古川委員 では、ちょっと関連してよろしいですか。

○小西座長 では、その後、また戻ってきましょう。

○古川委員 行政職員の研修については、市町村のほうからもそういうものに積極的に参加したいと。残念ながら、消費者行政担当研修、実務講座などは補助の対象になっていないとか、そういった意見も出ているぐらい、そういう方向性があるって、それは非常に重要だと思っています。

消費者被害の未然防止という点では、やはり一番現場に近い市町村の消費者行政に携わる人が必要な情報をしっかり持っていることが必要かと思うのですが、研修もさることながら、情報の取得ということについては、PIO-NETについて、私も不勉強でいけないのですが、国のほうとしては、全市町村といったときに、まだ整備されていないところが非常にたくさんあるのですが、そういう部分というのは、何か目標というか、そのようなことは考えられるのでしょうか。

○消費者教育・地方協力課尾原課長　そうですね。我々としては、今、消費生活センターはできるだけ全県的に設置をと、5万人以上、未満にかかわらずという基本スタンスがあります。

PIO-NETは、もちろん運営しているのは国民生活センターさんになるので、一定の基準を持って現行も配置しておるのですが、我々の気持ちとしては、全県的な設置を目指すのであれば、当然、それにふさわしい体制整備というところでは、どういふことができるか考えたいと思っております。

○古川委員　そのところで御提案というか、そもそも小規模な町村が消費生活センターをつくるということはなかなか厳しくて、広域化ということを考えていただいているわけですが、そういう意味も含めて、全ての市町村が、広域化を含めて、PIO-NETとかにアクセスできるとか、現在の計画ですと、5万人未満は50%とか、そういう考え方での相談体制の整備になっていきますけれども、今回はそれをさらにステップアップというところなので、全ての小規模な町村も含めて、そういうところにアクセスできるということも含めた作戦の出口ということを考えていただくと、正しい情報を得ることによって行政職員も学ぶことができますし、そういうことを盛り込んでいただくということを御提案したいと思うのですが。

○小西座長　国府委員、どうぞ。

○国府委員　消費者団体の支援の関係で一言申し上げたいのですが、今出ている強化作戦でいうと、政策目標5のところに関連してくるのかもしれませんが、従来、消費者安全法に基づいて地域協議会が定められて、その設置が目標になっていたのですが、同じく安全法には消費生活協力団体とか消費生活協力員に関する定めがあるのですが、どうもここが目標にされていないし、また、十分活用されていないのではないかなと思っております。

先ほどから消費者団体の育成の問題という議論もあったわけですが、ぜひ、消費者団体、協力団体を育成していく、そういう取り組みが一つの目標として設定されたほうがいいのではないかなと思っております。

それから、大阪などもそうなのですが、消費者サポーターの育成をやっておるのですが、ところが、それが十分活用されていないところがあるのですが、今、地域のネットワークづくり、身守りネットワークなどが言われている中で、もう少しうまく活用できないのかなということがありまして、これも一つの目標として掲げていただいて、もう少し課題として意識できるようにしていただけないかなと思っております。そういう意味で、政

策目標5のところ追加をお願いできないかなど。

それと、実は消費者団体を育成することの付随的効果というのがありまして、本当に消費者団体が地域で頑張ると、首長さんたちもその消費者団体を無視できなくなる。そうすると、首長さんの目が消費者行政のほうに向いていき、そういう自治体では実は地方交付税の基準需要額の話がよく話題になって、自主財源としてどうしているのだという議論があるのですが、首長さんたちが消費者問題に関心を持てば、その自主財源もふえていく。

ですから、消費者団体の育成が自主財源に結びつくのだというぐらいの思いで、団体育成についても目標にさせていただきたいなと思っております。

○小林委員 今の団体支援のところは、国府先生の意見に賛成です。実例として埼玉、北海道、新潟とか、それから、きょうもいらっしゃる長野とかで消費生活サポーターの養成等々の取り組みが進んでいます。まず、そういった事例紹介などをしていただきながら、他県でもこういった取り組みをすることで、先ほど国府先生がおっしゃったような地域の消費者行政のポジションアップにも資するし、見守りネットワークだとか消費者教育推進地域協議会の担い手としてもさらに活動が広がっていくというところを展開していただきたいですし、目標としても掲げていただきたいと思います。

消費者団体支援については、今月、消費者委員会のルール形成ワーキンググループの報告書が出ていますけれども、そこでも1項特記されていますので、それを肉づけるような形で何らかの計画ができるといいなと思っております。

○小西座長 阿部委員。

○阿部委員 今、消費者団体は非常に弱体化して、また高齢化している状況になっているところはあるかと思っております。

その部分を今回は団体育成という形で支援することが、見守りの本当に大きな力になると考えております。

また、消費者教育コーディネーターをしっかりと位置づけることが必要です。それにより、消費者教育コーディネーターの仕事がしやすく、学校関係との連携はこのような形でやっていきたいと思います。役割分担が明確にすることができる。

サポーター講座をやっている自治体さんはたくさんあるので、ただ、それがなかなか実を結ばない、難しいというところがあるので、ぜひそこは消費者教育コーディネーターと連携し、支援して、先行事例などを出していただきたいと思っております。

それから、先ほどのPIO-NETを全部に配布というのは、本当にそれができたらすごくいいなと思いました。

PIO-NETがあれば、やはり一人体制のところにおいては、相談対応において非常に参考になります。

PIO-NETには、この法律とこの法律を使って解決なんていうことはもちろん書きませんが、そのニュアンスの中で、これはこの法律でいけたのだなというところがわかってくるということからすると、相談件数が少なければ少ないだけありがたいものでもある

ということですので、今回、PIO-NET刷新というところもありますので、そこも検討事項に入れていただいて、全部のところにも配置していただけたら、どれだけ相談員はありがたいかということをお願いしたい。

以上です。

○小西座長 どうぞ。

○永沢委員 ありがとうございます。

今回、この強化作戦の宛名はどなたなのかというところも意識しなくてはいけないと思うのですが、まず、その前に、進捗状況を見ますと、できたものと、できていないものを仕分けて、できていないものについて、より具体的な目標を掲げていくことが必要ではないかというところについては、私はそのとおりだと思っております。

初めのところに戻りますが、強化作戦は誰に宛てて出したのかということを考えていたときに、行政の相談員の方向けのものならば、今のこれでいいと思うのですが、一般の行政の職員や国民・消費者の方にもこれを出すとするならば、正直なところ、この政策目標の5つのたてつけだと、実のところ、自分たちはかかわれないなと思っている方がかなり多いと思っているのです。

消費者教育のところはあると思ったり、あるいは見守りネットワークのところはあると思うのですが、消費者教育のところは、そういう意味では、皆さんがかかわりやすいように、もっと具体的なものを出していかなくてはいけないし、それから、実は見守りネットワークにすごく関心があるのだけれども、民生委員ではないからとか、それから、企業に勤めているから、熱心な企業であればかかわれるが、そうでない人間はせいぜい頼まれて見守りの出前講座に行くぐらいかなという程度で、ずっと出前側のオファーがあるのを待っているというレベルのかかわりしかできない。

なので、私はもう少し皆さんに地方の行政にかかわっていただきたい。特に地方行政というのは、一部の人でやるものではなくて、住民を巻き込んでやっていくものですから、もっと住民がかかわりやすいものにしていくべきだということを考えると、政策目標5のところ、先ほど尾原課長からもあったと思うのですが、SDGsだとか地域創生だとか、ああいったテーマを入れていかないと、一般の方は消費者活動への取りかかりというのはなかなか難しいだろうなと思います。

消費者団体の中には、相談員ばかりではないですし、ほとんどは普通の市民が構成している消費者団体・グループですので、そういったところを巻き込んでいきやすくするためには、そういったところのたてつけも少し必要ではないかなと思いました。

ほかのステークホルダーとの協働とか連携というところ、そのほかのステークホルダーというのは、先ほどからあったような、地方自治体の中でも市町村と県・国という縦の連携もあれば、横の消費者団体との連携もありますが、KPIとして示しにくい課題はあると思いますけれども、ちょっと抽象的なものになりますが、そういったほかのステークホルダーとの協働・連携というのもぜひ入れていただいて、そこで進捗状況が見やすいものを立

てていく。

例えば何かのフェスタだとか、そういうものにどれだけ参加したかとか、それが本当にいいかどうかは別にして、皆さんの参加を促すようなものを立てていったらと思っています。

ちなみに、東京都のくらしフェスタは、過去は物すごく参加が多かったのですが、今は本当に高齢化してしまっていて、消費者団体の参加も年々欠けている状態でごさいます、昔は美濃部さんの後とかは本当にすごかったらしいですけども、今は本当に大変な危機を迎えておいて、ほかの都道府県も恐らくそうであろうと思っていますので、都道府県での消費者団体・グループの活動のもう少し定量的な把握ができて、てこ入れできるような数字を示せたらいいのではないかと思います。

もう一点、消費者教育に関しては、先ほどサポーター推進の話が出ましたが、ほかの会議でもさせていただいておりますけれども、せっかく育ててきた推進員、サポーターが活躍できるようにするためにも、KPIとして数字として見ていくと光が当たりやすくなると思っていますので、推進員、サポーターを設置している県とか自治体が出ていますので、そういったものをもう少し上げていったらいいのではないかなと思いました。

これは別のほうで審議していると思いますので、以上でございます。よろしくお願ひします。

○小西座長 どうぞ。

○小林委員 強化作戦の回し方についての意見です。進捗把握については、毎年度なされるのだと思いますが、第1回以来出ています財政的な論点というのがやはり課題になってきますので、財政的な検証も含めて、毎年度、進捗把握をきちんとやっていくことが必要だろうというのが1点です。

現強化作戦は5カ年計画固定でつくってきたのだと思うのですが、それだともうとっくに達成してしまった目標もあったということもありますので、今後、次期強化作戦が5カ年固定でいくのか、それともローリング式でいくのかといったあたりは考える必要があると思います。

○小西座長 いかがでしょうか。

どうぞ。

○生水委員 質問なのですが、今回、強化作戦は今おっしゃった5年で回していくのかというところなのですが、これはどのようなスケジュール感で考えていかれるか。

○消費者教育・地方協力課尾原課長 これは2020年が大もとになっているというか、消費者政策の基本計画が5年なので、5年で考えています。ただ、それで1回セットしたら、達成しても放っておくかということ、そういうことは今する必要はないということで、小林委員がまさにおっしゃるとおり、途中で変えていくというのはありだと思っています。そのあたりは柔軟に考えればいいのかと思っています。そのあたりは、次回の素案が出たときに、また御意見を賜ればと思っています。

○生水委員 そうしますと、きょう議論の中で出てきました質の向上の中で、当初、消費生活相談員の研修参加が策定されていたけれども、ここを行政職員として位置づけて、この中に研修参加を何%に引き上げていくということ、どんどん盛り込んでいくというようなことを議論していくということですね。

○消費者教育・地方協力課尾原課長 そうですね。

○生水委員 福祉事務所のある自治体での生活保護の担当のところには、社会福祉主事を必ず置かなければならないという規定があるところから職員研修を行っている状況です。

そのような仕組みを参考にし、消費者行政に携わる職員が研修参加をして、知識や能力のある者を配置することを規定する仕組みになれば、単に研修参加の数字だけを目標値に上げるのではなくて、その後の整備につながるようなところまで踏み込んだ計画にしていただけだと思います。

ちなみに、野洲市では、毎年、市民生活相談課に配置された職員は資格取得に挑戦をしております、今までで4人合格しています。去年、受けた職員はちょっとこれは議事録に書かないでおいてください。選択で受かったのですが、論文で10点足りないで落ちてしまって、今年も再度挑戦します。ちなみに今年はその職員含め3人受験します。

消費者行政に携わる職員がこの研修を受けて、資格を取るというのは効果が非常に高く、消費者行政だけではなく、あらゆるものに対しての視点を持つことができます。消費者行政ほど、広い視野やいろいろな知識を持って取り組まないといけないというのはなかなかないので、公務員の業務としても、非常に役立ちます。

そういった意味で、消費者行政だけではなくて、ほかの部局でもこの資格を取りたいという職員には、例えば、国民生活センターの研修に連携というような位置づけで参加できるようなこともしていただくと、他部署からの参加何%ということになれば、非常に連携が進むのではないかと。

消費者行政の理解を求めるには、配属されている職員のみならず、ほかの連携をしていく職員が理解しないと本当の連携は進まない、そうした職員も参加できるような、その目標値なり、何か支援策ができれば、非常にありがたいと思っています。

○消費者教育・地方協力課尾原課長 そういう意味では、相模原でという、実際に会って研修を受講するというのもあるのですけれども、他方で、遠隔地に対するオンデマンド研修も今後、次回の骨子のときに御議論をさせていただければと思います。

○生水委員 そうですね。他自治体から見守り活動等講座の御依頼があつて行くと、生活保護の部局、生活困窮の部局、消費生活の部局、地域包括の部局の職員が県内全部集まってきた、そこでお話しさせてもらう機会がふえていて、非常にいい取り組みが身守り活動を通じてできてきているのではないかなと感じていますので、そういった参加の機会を、きょうは国民生活センターの小林さんがいてくださるので、よろしくをお願いします。

以上です。

○小西座長 どうぞ。

○小林委員 目標達成に向けた体制整備にかかわるところで、最後に叫びのような意見を1個言いますけれども、消費者問題の世界の現状、ボランティアが当たり前という構造を打破しないと、先ほど来出ている相談員の担い手問題にしろ、消費者団体のなり手問題にしろ、打開できないというのは、ここ10年来、明白になってきていると思っています。

というのは、例えば消費者問題を専門とする学者の方、消費者問題に熱心な弁護士さん、相談員さん、適格消費者団体、消費者団体、どれもこれもいわばお金にならないわけです。ボランティアが当たり前で、事業を立てることも困難ということであると、世の中これだけ共働き世帯が拡大し、社会的には人材不足という中で、それこそ消費生活相談員を志向する方というのはもう出てこないだろうということに危機感を持って、打ち手を講じていかないと、目標達成も困難ですし、ひいていえば、相談員のことにとどまらず、消費者問題の世界のボランティア当たり前構造をどう打開できるかということに刺さっていかないと、消費者行政の世界自体が沈没しかねないのではないかと考えていまして、それに対して、消費者団体でも何度も何度も議論をしています全く打ち手は出てこないのですけれども、その危機感を共有させていただきたいと思って発言しました。

○小西座長 ありがとうございます。

いいでしょうか。大体いい時間になってきたのですが、私のほうからも申し上げさせていただきたいのです。

もうすぐ骨太の方針なども決まると思いますが、そこでSociety5.0というのが出てきますので、ICTと広域化というのが2大柱になりますので、ICT、広域化という柱でいくと、これはほかの政策分野にも全部共通するので、ずっと行くところがあって、消費者庁としても、この時期にやっているのは予算どりで、その柱を非常に立ててほしい。

皆さんおっしゃっておられる中で、消費者庁しっかりしろというのは、やはりかなり大きいのです。そうすると、役割分担の明確化をする中で、消費者庁としてはここまでやりますという覚悟を見せてほしい。皆さんそういう感じがあるので、役割分担を明確化するとともに、消費者庁としてここまでやるつもりだという姿勢を見せてほしいというのがあります。

それから、やはり底上げが課題になっていて、感覚のない自治体にやっていただきたいのですけれども、秘策があるのですよね。自治体の方に本当に本気になってもらうための秘策がありまして、それはずばりランキングなのです。物すごくやっている団体とやっていない団体の順位をつけて、ほとんど実績のない団体がば一と下のほうにあると、どうということだという話になるのです。

自治体というのは非常にランキングに弱いのです。常にやっているところには嫌がらせになりますので、この方法は余り使いたくないのですけれども、どうもそれぐらいのところに来ているかもしれない。要するに、何もやっていないところはランキングの非常に下位だということになると、住民からもなんだという話になって、それが次かなと。

これが一番申し上げたいことなのですが、きょう、尾原課長のほうから時間軸という話もしていただいて、当面やることと次にやることということではと言われたのですけれども、皆さん、消費者行政のボトルネックになっているところはここで、消費者庁にわかってほしいというのをずっと言っておられるのです。それに対して、当面やることとそれ以外のことという区分ではおさまらないのです。そんなに悠長にしていられないと皆さんおっしゃっておられるのです。

ただ、将棋の言葉で「手順前後」という言葉がありまして、いきなりやってもうまくいかないから、先にこれをやらないと次に行けませんというのがあるので、先にやらなければいけない、それができてからでないと次に行けないことという、そこで線を引いていただいて、時間軸というのはそういう意味で、消費者庁として何とかやりたいなと思っていることと、その次かなと思っていることではだめですよ。皆さん、絶対にお怒りになります。

だから、まずやらなければいけないこと、これができてからでないと次に行けないものという整理をしていただいて、次、事務局から出てきますので、我々は大いにそれをまたたいていいものにするということで、よろしく願います。

○消費者教育・地方協力課尾原課長 次回の懇談会でございます。次回は7月11日の午後で予定させていただいております。

議題につきましては、座長からもお話がございましたけれども、事務局にて骨子案を作成させていただきますので、具体的な取りまとめに向けて御議論いただければと思っております。

スケジュール感は、次回7月11日で骨子案、その後、最終回と我々は考えておるところでございます。

以上でございます。

○小西座長 以上です。きょうはちょっと時間を超過しました。どうもありがとうございました。