

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えてくること～



令和元年6月20日

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

阿部 美雪

全国消費生活相談員協会（全相協）の紹介



■設立

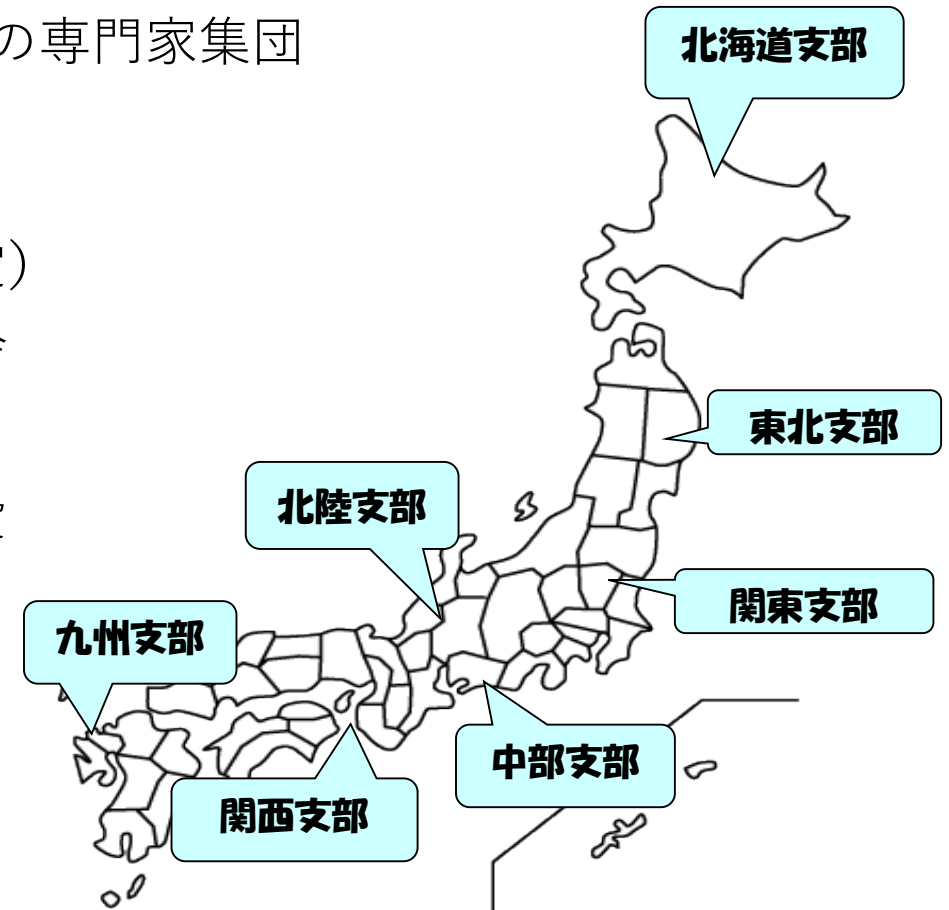
- 1977年 「国民生活センターの消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足、消費者問題の専門家集団
- 1987年 社団法人 全国消費生活相談員協会（経済企画庁所管、現在消費者庁）
- 2007年 適格消費者団体（内閣総理大臣認定）
- 2012年 公益社団法人全国消費生活相談員協会

■会員

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会員としている 約2000名
全国に7支部

■事務所

本部事務所 東京都中央区
関西事務所 大阪市
北海道事務所 札幌市



■全相協の4つの柱

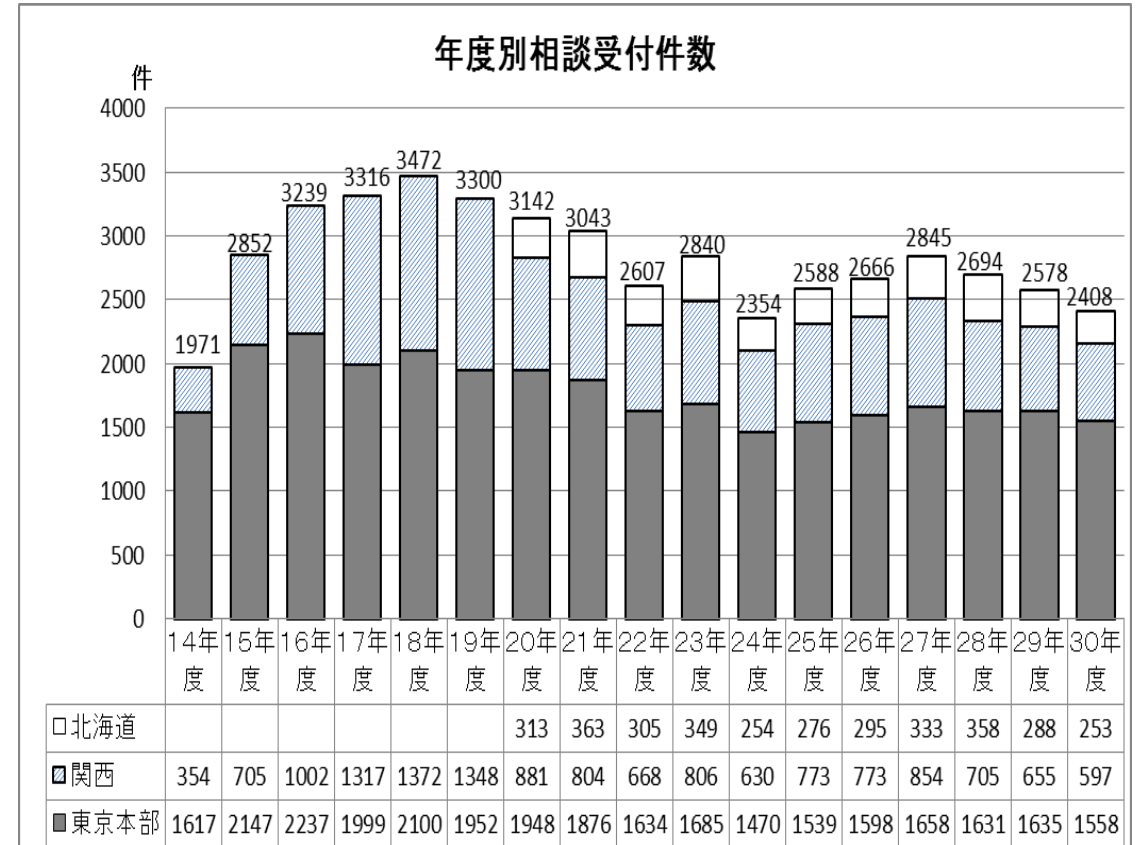
- 全国3ヵ所の事務所で「**週末電話相談**」を開設
- **適格消費者団体**として、事業者の不当勧誘、不当表示、不当条項等に対して差止請求や改善要望
- **消費者教育研究所** 消費者教育の機関としての役割をはたす。
- **消費生活相談員資格取得講座・レベルアップ講座**など各種研修
 - ・必要に応じて全支部で「電話相談110番」を実施
 - ・「消費者問題出前講座」の実施
 - ・行政機関からの委託による消費生活相談・啓発活動
 - ・各省庁、業界団体、事業者等との意見交換、また、各種委員会等において消費者の声を伝える消費者委員としての活動

全相協週末電話相談 平成30年度は2408件



■消費者被害の救済・被害の予防として 週末電話相談

- ・ 1998年4月より開始
- ・ 相談で得られた情報を基に、消費者被害の予防として、啓発や消費者教育を行っている。
- ・ 「週末電話相談報告書」及び主な相談事例をまとめた冊子「こんな相談ありました!!」を毎年作成し、消費者啓発消費者教育に役立てている。



■消費生活相談 相談窓口は消費者行政の基盤

相談窓口の業務の向上

- ・消費生活相談員の確保・質の向上
- ・相談窓口と福祉、教育など他の部署との連携
- ・小規模自治体の広域連携や、民間業務委託
- ・国・県（行政職員）によるバックアップ体制の充実
- ・消費生活相談窓口の存在と役割の周知

■消費生活相談員の役割

- ・ 個別の消費者への支援
 - よりよい解決に向けて尽力する**
- ・ 自治体の福祉、教育などとの「庁内連携」・地域へフィードバック
 - 情報発信 消費者啓発 消費者教育 見守り連携など**
- ・ 国の消費者行政へ
 - 国の政策・法令等 法執行へ**

■消費生活相談員に求められる力

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| ・ 相談者から詳細の聴き取りを行う | 聴き取る力 |
| ・ 商品・サービスの知識を持つ | 常に消費生活のなかでアンテナをはる |
| ・ 違法、違反の検討を行う | 法律や制度に関する十分な理解 |
| ・ 事業者に交渉、説得を行う | 説明力、交渉力、説得力、調整力等 |
| ・ 消費者に説明し理解してもらう | 説明力、人間力等 |
- 専門職である。専門的な知識だけではなく、人や社会に対する理解力も必要
→資格を保有することで客観的な評価得られる
→経験を積んで信頼される相談員を目指す

■専門性の高い相談業務のため、相談員確保は難しい現状

- ・ 地方では資格保有者が少ない
- ・ 都市部では、30～40歳代女性が相談員資格を取得しても、給料の安さ、雇用の不安定さなどから、就職希望者が少ない。
- ・ 消費生活センター数は増加しても相談員は足りていない。
- ・ 専門性が高く、資格取得後も自己研鑽をしなければならず、給料に見合わない。
- ・ ハードクレマーの増加で心身ともに疲弊している。
- ・ 資格を取得したが、なにも変わらない。消費生活相談員の認知度が低い。
- ・ 相談員の高齢化問題
- ・ 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、交付金の減額は相談体制の後退につながる。

消費生活相談員の確保 対策として

■地域における相談員資格取得支援講座の実施

- ・ 都道府県は、相談員資格取得支援講座・養成講座を実施する。
- ・ 都道府県は、市町村の相談員の実情を把握し、相談員が不足している地域で資格取得支援講座を行う。
- ・ 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、都道府県、行政職員等のバックアップ体制を作る。
- ・ 行政職員も資格取得講座に参加し、資格を取得する。
- ・ 相談員試験に合格した人には、新人相談員研修を行い、必ず研修を受けてから現場で相談を開始する。

■全国どこにいても質の高い相談が受けられる体制ができていない

- ・職員・相談員の研修参加率は伸びていない。
- ・一人体制の窓口の相談員は、研修に出られない状況が多くある。
- ・当初は専門家派遣・巡回事業があり、新人を育てることができたが、現在はそれもなく新人は各自の努力のみとなっている。
- ・小さな窓口は相談する人もおらず、相談員が長続きしない実態がある。
- ・相談員は、現場で相談を受けることが一番の勉強で、経験を積み重ねて一人前になるが、相談件数が少ない現場では経験が積み重ねられない。
- ・PIONETのない相談窓口には、国からの情報が届かない。
窓口によって、格差が広がる状況がある。

■バックアップ体制の充実

- ・国と都道府県共催の地方開催の研修講座の数を増やし、地方の相談員・職員が参加しやすくする。
- ・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、相談を引き受ける等のバックアップ体制の充実をはかる。
- ・一人体制の相談員の相談経験の高めるため、都道府県が受け入れOJTや、巡回OJTの充実させる。
- ・都道府県だけでなく、近隣市町村で相談件数、相談員の多くいる消費生活センターが新人相談員を受け入れて現場研修をおこなう。
- ・都道府県は、研修に参加できない相談員に対してWEBで研修を開催する
- ・国によるDラーニングの種類を増やし充実させる
- ・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となる。職員の研修を充実させ、参加率を上げる。
- ・専門家による相談員のメンタルヘルスケアを行う。
- ・消費生活相談をよく理解している管理者による個別面接を年数回行い、相談員のメンタルチェックをし、予兆や問題点の洗い出しにつなげる。

■広域連携

- ・小規模な自治体が協力して消費生活センターを設置できるメリットがある。
- ・現在広域連携で相談業務をしているところを調査、検証する。
- ・メリットとして、

単独で相談窓口を設置が困難な市町村が共同で運営できる

毎日相談窓口を開催している

相談者が地元以外で相談を受けられる

デメリット

行政のかかわりが薄くなる可能性がある。

庁内の連携がしづらくなり、相談だけ受けていればいいということになりかねない

■民間業務委託

- ・委託先のレベルによっては、任せきりになり、行政の関与が小さくなり、他の部署との連携ができなくなる可能性がある。

⇒行政、相談者、委託先が連携を密にして業務をおこなう。

■ 全国どこにお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

- ⇒ 地方消費者行政の安定的な取り組みの支援として国の財政支援が必要
- ⇒ 消費生活相談体制の強化
- ⇒ 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
- ⇒ 都道府県による市町村へのバックアップを強化する。
- ⇒ そのためには、国が、具体的なバックアップの方法を示す。
- ⇒ 行政職員による、地域住民に対する情報発信を充実させる

■消費生活センターは消費者教育の拠点

消費生活センターは、消費者教育の拠点とし、様々な情報を集積して、地域住民に消費者教育を提供する場として、また、消費者教育の担い手を支援する場として活用することが期待される

■拠点化に必要なこと

- ・消費生活センターからの強いアプローチによる、学校、教育委員会との連携が必要
- ・相談業務に追われているセンターの現状から相談業務と啓発業務の両立のため相談員の増員が必要
- ・行政担当者の消費者教育の必要性の認識を持ってもらう

消費者教育に必要な手当て

- ・ 教員自身の消費者教育についての重要性を認識し、指導方法、教材の活用方法の習得
- ・ 消費者教育を実施できる環境の整備
- ・ 消費生活センター等との連携
- ・ 消費者教育コーディネーターの設置
- ・ 教育の現場における外部の専門家の活用の仕組みを整備
- ・ 消費者庁・文科省・法務省・金融庁の連携
- ・ 自治体と教育委員会との連携
- ・ 行政・消費者団体・事業者団体等との連携

■2017年6月消費者教育研究所を設置。

- ・消費者教育の機関としての役割をはたす。

消費生活相談現場に立脚した地に足の着いた消費者教育ができる団体としての活動

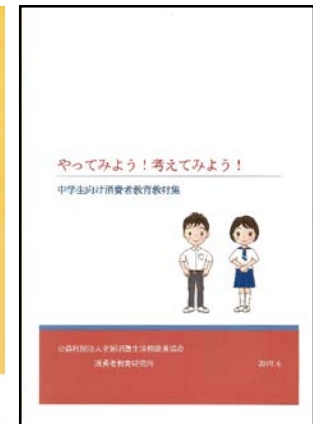
- ・すべての年代や問題を対象とする教材作成、人材育成、消費者教育に関する情報収集、分析を行い情報発信する。
- ・本協会の消費者教育の体系化・理論化を進めていく

■消費者教育研究所の活動

- ・若年層の消費者教育・啓発の充実

成年年齢引下げを見据えて若年層の消費者教育の強化

- ・学校との連携
- ・教材作成
- ・シンポジウム等の開催 参加



消費者教育推進のための活動を強化



■ 消費者教育の取組の展開

- ・ 高校生、大学生向けの消費者教育の実施
- ・ 自治体、教育関係者、教育委員会、学校等に積極的に働きかけを行う
- ・ 会員が様々な講座内容を実施していけるように、教材作成や講座手法の研修を提供
- ・ アクティブラーニングなどの学習指導の手法の実効性の確保、教材の充実
- ・ 消費者教育に関して相談員のレベルアップ・資質の向上を図る講座等の開催
- ・ 教員向けの消費者教育講座等をおこなう
- ・ 高齢者向け出前講座の実施
- ・ 事業者に対して連携・啓発活動

■ 消費者教育に関する消費者教育コーディネーターの育成支援

- ・ 消費者教育コーディネーターの役割の明確化
- ・ 消費者教育コーディネーターの人材の確保
- ・ 消費者教育コーディネーターの地位の確保の働きかけ
- ・ 消費者教育コーディネーター育成講座の全国展開



ご清聴ありがとうございました