

消費者市民サポーター（仮称）の各地域での育成とその活動 の支援を求める意見書

2013年（平成25年）11月21日

日本弁護士連合会

意見の趣旨

2012年（平成24年）12月に消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）が施行され、各地の消費生活相談窓口の量的な拡大が実現しつつある一方で、有資格者の相談窓口配備や相談窓口と他の行政部署や市民との連携といった質的向上が大きな課題となっている。

そこで当連合会は、「小・中学校の通学区域といった消費者の生活圏内に限定された地域の中で、当該市町村の委託を受けて消費者問題を中心に取り組む人材であり、消費生活相談窓口と連携しつつ、地域の様々な団体の橋渡し役となって消費者被害の予防や被害の掘り起こしを行うとともに、自ら考え方行動する消費者市民の推進役として活動する人材」を「消費者市民サポーター」と仮称した上で、以下のとおり実施することを求める。

- 1 各市町村は、消費者市民サポーター（仮称）を市町村内の各地域に配置し、その活動を支援すること。
- 2 各都道府県は、消費者市民サポーター（仮称）を育成するとともに、消費者市民サポーター（仮称）の人材情報を収集し、市町村に情報提供を行うこと。
- 3 各市町村及び各都道府県は、上記1及び2を推進し、その実施状況を把握するため、消費者教育推進法に基づく消費者教育推進地域協議会を設置すること。
- 4 国は、消費者市民サポーター（仮称）の推進を図るため、人材育成のための研修カリキュラムの整備、研修費等の財政援助、簡易な資格認定制度の整備等の必要な支援を行うこと。

意見の理由

第1 地方消費者行政の充実と消費者教育の推進に向けた当連合会の取組と成果

1 地方消費者行政の充実に向けた当連合会の取組

これまで当連合会は、2008年（平成20年）6月19日付け「地方消費者行政の抜本的拡充を求める意見書」を始めとして、折に触れて地方消費者行政の充実強化を求めてきた。また、その実現を目指すため、全国の弁護士会に対し、地方議会請願活動を呼びかける等の活動を行ってきた。

こうした取組の結果、2008年度から始まった地方消費者行政活性化基金を通じた国による支援措置も一定の効果を上げることとなり、2012年（平成24年）4月1日現在、消費者安全法の規定に基づく消費生活センター数は全国で724か所（2010年から113か所増加）¹、市区町村（政令指定都市を除く。）における消費生活相談窓口の設置率が93.1%（2010年から7ポイント増加）²に上るなど、量的な面では大幅な強化が図られるに至っている。

2 消費者教育の推進に向けた当連合会の取組

他方、当連合会は、2009年（平成21年）の人権擁護大会において、「消費者被害のない安全で公正な社会を実現するための宣言」を決議し、消費者市民社会の実現を訴えてきた。その後も当連合会は、2009年（平成21年）2月19日付け「消費者教育推進法の制定を求める意見書」を提出するなど消費者市民を念頭に置いた消費者教育の推進のための活動を行っている。

その結果2012年（平成24年）8月には、消費者教育推進法が制定され、同年12月には同法が施行されるに至っている。

第2 消費者市民サポーター（仮称）の育成・配置の重要性

1 地方消費者行政の現状とその課題

（1）地方消費者行政の現状

地方消費者行政について見ると、地方消費者行政活性化交付金の活用や地方の努力によって、各地の消費生活相談窓口の量的な拡大が実現しつつある一方で、有資格者の相談窓口配備や相談窓口と他の行政部署や市民との連携といった質的向上が大きな課題となっている。特に、消費者被害の情報を必要な消費者に確実かつ迅速に届けたり、被害に遭った消費者を漏れなく相談窓口に誘導して救済を図ったりすることが、消費者被害の予防・救済にとって不可欠であると考えられるところ、いまだその実現が不十分な状況にある。

（2）地域におけるネットワークの構築・活用と中核となる人材の必要性

消費者被害の情報の確実かつ迅速な伝達や被害の十分な掘り起こしを図るために、消費生活相談窓口の充実強化に加えて、各地域の組織や団体（町内会、民生委員協議会、高齢者クラブ、社会福祉協議会、婦人会、地域包括支援センター等）が連携し、それぞれの長所やスキルを活かしながら対応していくことが必要である。こうしたネットワークの構築や、高齢者福祉等を

¹ 平成25年版消費者白書

² 平成24年度地方消費者行政の現況調査（第2次）

目的とした既存のネットワークの活用が、消費者問題の分野においても焦眉の課題となっている。

もっとも、単に都道府県レベル、市町村レベルでこうしたネットワークを構築したとしても、必ずしもそれがうまく機能するとは限らない。なぜなら、こうした都道府県・市町村レベルの団体は、小・中学校の通学区域等の更に狭い地域に存在する傘下団体や下部組織の集合体であることが多いところ、上部団体の意向が当然に傘下団体や下部組織に反映されるとは限らず、組織によって温度差があるからである。また、消費者団体や福祉団体の中には、市町村レベルの上位団体を持たず、狭い地域に限定して活動する団体や組織も存在するが、市町村レベルのネットワークだけではこうした団体や組織はネットワークから外れてしまうこととなる。

このため、都道府県や市町村レベルのネットワークに加えて、小・中学校の通学区域といった、消費者の生活圏を念頭に置いた地域レベルでのネットワークの構築が求められる。もっとも、こうした地域は自治体によっては数十個にも及ぶため、例えば消費生活センターが各地域のネットワークを取りまとめ、各地域の特性に応じたきめ細かい対応を行っていくことは現実的に無理がある。

このため、地域ごとに、こうした地域のネットワークの中核となる人材を配置することが必要となる。

2 消費者教育推進法の施行とその課題

2012年（平成24年）12月に消費者教育推進法が施行され、国による消費者教育推進に関する基本方針が定められたものの、各地での消費者教育の推進に対する取組はいまだ緒に就いていない状況にある。特に同法は、「自ら考え行動する」消費者市民の育成を柱に据えているが、各地でこうした消費者市民を育成する消費者教育の担い手自体が不足しているなど、地域において消費者市民を主眼とした消費者教育を推進していく体制はいまだ不十分であると言わざるを得ない。

こうした体制を整備するためには、地域における人材の育成を計画的に行っていくことが不可欠である。

なお、「自ら考え行動する」消費者市民の育成は、従来型の単なる座学のみでは不十分であり、実際の消費者問題の現場に接し、その予防や救済のために体験を共有しながら行なうことが望ましい。この意味で、前述のような、地方消費者行政を支える地域のネットワークの中核となる人材が、同時に、消費者市民の先導者として、地域における消費者教育の推進役を担うことが合理的である。

3 消費者市民サポーター（仮称）の育成・配置の重要性

以上のように、地域での消費者教育の推進役や、地域でのネットワークの構築の核となる人材の必要性に鑑みると、今後の消費者教育の推進、地方消費者行政の充実強化のための一つの鍵は、こうした人材育成にあると言っても過言ではない。

そこで当連合会は、次のような人材を「消費者市民サポーター」と仮称した上、その配置と活動支援を行っていくことを提唱する。

すなわち、「消費者市民サポーター」とは、小・中学校の通学区域といった消費者の生活圏内に限定された地域の中で、当該市町村の委託を受けて消費者問題に中心的に取り組む人材であり、消費生活相談窓口と連携しつつ、地域の様々な団体の橋渡し役となって消費者被害の予防や被害の掘り起こしを行うとともに、「自ら考え方行動する」消費者市民の推進役として活動する者をいう。なお、あくまで仮称としているのは、既に別の名称で類似の制度があるのであれば、その名称を維持しつつ制度内容を発展・改良して活用することもあると考えられるためである。

この消費者市民サポーター（仮称）を全国の各地域で育成し、配置していくためには、市町村、都道府県、国がそれぞれの役割を自覚し、相互に協力していく必要がある。

ちなみに、国は「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）において、「消費者教育を担う多様な関係者をつなぐためには、間に立って調整をする役割を担う者が必要となる。このようなコーディネーター（いかなる名称とするかは問わない。以下同じ。）は、消費者市民社会形成の推進役としての重要な役割を果すことになる。」として消費者市民サポーター（仮称）と同趣旨の存在として「コーディネーター」を地域の連携の要として位置付けている。この発想自体は当連合会の見解と方向性を一にしており評価できる。しかし他方で、基本方針においては「コーディネーター」の委託主体や担当すべき地域の規模等の詳細について明確に定められておらず、また「コーディネーター」が単なる調整役としての地位を超えてどのように消費者市民社会の推進役となっていくのかといった具体的方策についても必ずしも明らかにされていないことから、呼称も含めてさらなる概念整理が必要である。国においては今後、消費者教育推進会議等において「コーディネーター」の仕組み・人材確保・育成等の方策等について検討を行っていくこととされているが、その際には本意見書の趣旨を踏まえた議論を展開していくことが望まれる。

第3 消費者市民サポーター（仮称）と市町村の役割

消費者市民サポーター（仮称）は、地域に根ざして活動する者であるから、そこに最も近い行政機関である市町村の役割が大きいことは言うまでもない。

具体的には、消費者市民サポーター（仮称）の選任及び依頼は市町村の役割となるであろうし、その活動を様々な形で支援するのも第一義的には市町村が担うべきである。こうした役割を担うため、各市町村に、消費者教育推進法が規定する消費者教育推進地域協議会を設置し、その構成メンバーを通じて市町村レベルでのネットワークを形成するとともに、消費者市民サポーター（仮称）の活動支援を行っていく必要がある。

第4 消費者市民サポーター（仮称）と都道府県の役割

消費者市民サポーター（仮称）の育成には、一定レベルの研修が必要となると考えられるが、こうした研修を市町村ごと別々に行うのは不経済であり、各市町村へ過重な負担を強いることになる。そこで、消費者市民サポーター（仮称）の育成のための研修や、人材情報の収集については、都道府県が主として担うべきである。現にこれまで多くの都道府県では、「消費生活サポーター養成講座」・「消費者マスター講座」・「消費者リーダー養成講座」など様々な名称の下で、一般市民向けの消費者講座を実施してきており、正に「消費者市民サポーター養成講座（仮称）」はその延長線上にあると位置付けられる。

第5 消費者市民サポーター（仮称）と国の役割

市町村・都道府県が以上のような取組を円滑に行っていくためには、国が、消費者教育推進、あるいは地方消費者行政充実のための施策の柱として消費者市民サポーター（仮称）の役割を明確に位置付けた上、積極的にこれを推進していく必要がある。

具体的には、都道府県が担うことになる人材育成のための研修カリキュラムの整備や、その研修費等に対する財政援助のほか、統一的な制度構築を図るために、簡易な資格認定制度の整備を行うことも重要である。

消費者教育の推進や地方消費者行政の充実による消費者被害の予防、被害の掘り起こしによる消費者被害の情報の吸い上げは、正に健全な市場の構築という国の行政課題の実現に大きく資するものである。したがって国としても積極的にこれを支援すべきである。

第6 消費者市民サポーター（仮称）と弁護士及び弁護士会の役割

消費者市民サポーター（仮称）は、当連合会が推進してきた消費者市民社会の実現や地方消費者行政の充実強化に大きく寄与するものであることから、弁護士及び弁護士会もその育成や活動に最大限の支援・協力を行う決意である。

具体的には、消費者教育推進地域協議会への参加、消費者市民サポーター（仮称）養成講座への講師派遣、地域のネットワークへの参加・協力、消費生活相談窓口の機能強化のための支援など、弁護士の専門性を活かした支援を通じて、消費者市民サポーター（仮称）の育成・配置や活動の支援を目指す。

第7　まとめ

以上のような消費者市民サポーター（仮称）が全国の各地域で育成され、消費者市民の推進役として活動を展開することで、地方消費者行政の全国的な底上げや、消費者市民教育を中心とした実践的な消費者教育が可能となると考えられる。

今後、国、都道府県、市町村、弁護士及び弁護士会そして各地域住民がその実現を目指して一致協力していくことが強く望まれる。

以上