

消費者被害の未然防止等の在り方について

(報 告)

平成 12(2000)年 8 月 30 日

横浜市消費生活審議会

目次

はじめに	1
第 部 情報提供の在り方	
第 1 章 一般の消費者への情報提供	2
第 1 節 現在の情報提供	2
第 2 節 検討の視点	3
第 3 節 重点的に提供すべき内容	3
第 4 節 トラブル未然防止のための情報	4
第 5 節 効果的な情報提供の手段	4
第 6 節 一般の情報メディアでは伝わりにくい層への対応	6
第 7 節 迅速な情報提供に向けての体制	7
第 2 章 個別の消費者への情報提供	8
第 1 節 現在の情報提供	8
第 2 節 相談件数に応じた情報提供	8
第 3 節 情報提供の際の留意点	11
第 4 節 情報公開制度との関連	11
第 3 章 事業者への情報提供	12
第 1 節 事業者への情報提供の充実	12
第 2 節 事業者への情報提供の方法	12
第 4 章 情報提供・分析体制の充実	14
第 1 節 情報収集の充実	14
第 2 節 情報の分析・評価	14
第 3 節 他の機関との連携等	16
第 部 相談体制の在り方	
第 1 章 横浜市の消費生活相談	17
第 1 節 相談の件数及び内容についての現状と今後の予想	17
第 2 節 相談体制の現状	19
第 2 章 利用者の視点に立った相談体制の在り方	24
第 1 節 相談受付体制の検討	24
第 2 節 事務処理の統一化・迅速化（相談業務支援体制）の検討	27

第3章 今後の横浜市の相談体制の在り方	31
第1節 神奈川県との相談撤退に関する横浜市としての相談体制	31
第2節 消費生活条例に基づく事業者指導等	33
第4章 自立した消費者の育成	36
おわりに	38
(参 考)	
審議経過	41
第2次横浜市消費生活審議会委員名簿	43
横浜市消費生活条例	44
地方消費者行政に関する検討委員会報告(要旨)	51

はじめに

横浜市消費生活条例(平成8年10月1日施行)は、市民の安全で快適な消費生活の実現のため、「消費者の主体的活動の支援」「適正な事業活動の確保」「消費者被害の救済」を柱としている。本条例に基づき設置された横浜市消費生活審議会の主な審議項目は、消費生活に関する重要な事項の調査審議 消費者被害の救済に関するあっせん及び調停 消費者の消費生活に関する訴訟の援助についての調査審議 である。第1次審議会(平成8年～平成10年)では「消費者の主体的活動への支援の在り方」について市長から諮問を受けて審議を行い、答申を行った。

今回、第2次審議会(平成10年～平成12年)では、被害未然防止部会を新たに設置し、約2年間にわたり「消費者被害の未然防止等の在り方」について審議を行った。その趣旨は次のとおりである。

横浜市では、消費生活総合センターにおいて、現在年間10,000件を超す消費生活相談を受けている。経済社会が以前にも増して多様化・複雑化する中、相談内容も複雑化している。また、規制緩和等に伴う新製品・新サービスの増加やインターネットの普及に伴うネット上取引での新たな被害・苦情などを含むトラブルの発生など、今後も相談件数がさらに増加すると考えられる。

このような状況に対応していくために、相談受付体制を充実すると同時に、普段から定期的にトラブル事例などの情報提供を行うことで、消費者が自ら消費生活上のトラブル等に巻き込まれないよう、被害を未然に防止する力を育むことがより重要な課題となっている。

このような趣旨を踏まえ、被害未然防止部会は、前期では、消費者と事業者の間に存在する情報格差を解消することがトラブルの未然防止につながるとの観点から、特に消費者取引における「情報提供の在り方」を審議し(報告書第 部)、後期では、個別トラブルの処理を的確に行うことがトラブルの再発・拡大防止に結びつくとの観点から、「相談体制の在り方」について審議した(報告書第 部)。

以上、情報提供及び相談体制の在り方について16回にわたり多角的な観点から活発な審議を行い、今般、報告書としてとりまとめた。

第 部 情報提供の在り方

第 1 章 一般の消費者への情報提供

第 1 節 現在の情報提供

現在、横浜市では各種媒体を利用して契約に関するトラブル事例など消費生活相談に関する情報提供を行っている。主な例をあげると、

1 広報紙

月刊「よこはま暮らしの情報」(以下「暮らしの情報」。発行部数は40,000部)での消費生活相談事例等の紹介、平成11年6月から発行された「消費生活相談月報」(以下「相談月報」)による迅速な相談事例の提供(いずれも月発行)、全戸配布される「広報よこはま(市版・区版)」での啓発記事の掲載(随時)

2 マスメディアの利用

相談実績の記者発表(年3回、うち1回は若者110番)、その他随時記者発表及び取材対応

3 インターネット

センターのホームページでの相談事例などの掲載

4 問い合わせへの回答

センター及び区役所への問い合わせに対する消費生活相談員による情報提供

5 その他

市内の老人クラブ連合会など団体を通じたチラシの回覧方式の情報提供、若者向け・高齢者向けパンフレットでの情報提供、小学・中学・高校生向け消費者教育学習資料の中での具体的なトラブル事例の紹介、学校教員向け消費者教育情報紙でのトラブル事例紹介

などである。このうち第1章では、トラブル未然防止のために一般の消費者への情報をさらに効果的に、的確に、迅速に提供できる方法を検討する。

なお、個別の問い合わせに関する情報提供については、第2章で検討する。

第2節 検討の視点

消費者にとって、消費生活上の契約トラブルに関する情報は、自らトラブルに遭わなければ関係のない、特別なものという認識が一般的にある。しかし、それを身近なもの、自分のこととして消費者が認識することが大切であり、それにより特に消費者が契約前に自分で判断するときに、適宜センターに相談するなどの自発的な防止行動をとるようになることが望ましい。

そのために横浜市としては、これまでの情報提供について、必要な内容が、必要な時に、必要な市民に、必要な量だけ提供されているかという視点で検討する必要がある。まず、そのための費用と効果を考慮して、蓄積した情報を積極的に提供するものと、情報を必要とする市民がアプローチして選択するものに区別して検討すること、次に、個々の消費者の年代や生活条件などに合わせて提供ができているかという視点で検討する必要がある。加えて、情報提供を定期的に行う中で、緊急性が必要な事例について適宜対応できているかどうかという視点での検討も必要である。

第3節 重点的に提供すべき内容

消費生活上のトラブルに関して、現在、国や県、各種団体などからすでに様々な情報が提供されている。横浜市としては、これら多くの情報の中からまず、消費者が必要とする情報を引き出しやすいように整理する必要がある。その上で、必要な情報に絞って重点的に提供することを検討すべきである。

例えば、消費生活相談の場合などでは、相談の大半を占める契約に係るトラブル事例を中心に提供するなどの方法が考えられる。具体的には、何よりも契約・取引方法等に関する事例を紹介する形式が有効ではないか。

同時に、それ以外の情報についても情報へのアプローチが保障されなければならない。例として、製品事故、商品の安全性に関する情報は、日頃から国や関係機関等の情報とのリンクや、センターの「くらしの情報プラザ」でのリファレンス（調査照会）機能で対応する体制を整備し、緊急の場合には必要に応じて「相談月報」やインターネットホームページで提供する体制を整えるべきである。また、金融商品に関する情報など今後一層複雑化すると考えられる情報については適宜「くらしの情報プラザ」において整理し、リ

ファレンス機能で対応することが考えられる。

この他，製品ごとの使用上の注意等に関する情報などは，事業者からの情報提供を充実させるよう行政がそれぞれ働きかけを行うことも重要であると考えられる。

第4節 トラブル未然防止のための情報

消費者一般へ情報提供する場合でも，できる限り具体的な情報提供が望まれる。現在，「くらしの情報」や「相談月報」等においては，相談件数や相談内容から判断される悪質度に基づき事例を選択したうえでできる限り正確に内容を提供することにより，一定の効果をあげている。しかし，さらに一歩踏み込んで，詳細な勧誘手口などの具体的な情報提供を行う際は，事実関係の確認等を行わないですませる訳にはいかない。今後より踏み込んだ形での情報提供が必要な事例の選択の方法，事実関係の確認等の具体的方法，消費者にとってイメージしやすい表現の工夫等を検討することが必要である。

第5節 効果的な情報提供の手段

内容の具体化の検討とともに，提供内容に応じて適切な提供媒体を選択する必要がある。定期的な情報提供媒体としては次の三つのものを中心に行うことが有効であろう。第一に，これまで情報提供の柱として発行されてきた「くらしの情報」により，基本的な生活情報と合わせて典型的なトラブル情報を提供する。第二に，平成11年度から新たに発行した「相談月報」により迅速な事例提供を行う。「相談月報」は，A4判1枚両面とコンパクトであり，かつパソコン利用により作成に時間がかからないことから迅速な情報を提供できるので，日頃の啓発とともに，緊急時の情報提供にも極めて有効である。

また，消費生活推進員や区役所などを通じて配布される地域への周知に期待できる。第三に，インターネットホームページにより若年層を中心に，いわゆる紙媒体では情報が届きにくいとされる層へも情報提供を行う。「契約等実態調査」では，インターネットについては利用経験が38%，利用意向を含めると86%にもなり，若者を中心に利用率が高くなると考えられ，今後は有効な情報提供手段となり得る。

これらの媒体に加え，全戸へ配布している「広報よこはま」を活用すべきである。紙面の関係で毎月提供できるとは限らないが，市版・各区版とも，啓発として定期的にトラブル事例を掲載することが望ましい。「契約等実態調査」でも，多くの市民が「広報よこはま」を効果のある媒体として考えていることがわかることから，関係局区への情報提供などを積極的に働きかけるべきである。

また，これらの情報媒体がより利用されるよう，情報の存在・所在を知らせる等これらの情報へアプローチしやすくすることが必要である。例えば，購読率の高い雑誌にセンターの情報を掲載するよう働きかけるほか，インターネットでは消費者が日頃利用していると思われる他のホームページから簡単にアクセスできるように連携を図るべきである。また，「くらしの情報」や「相談月報」などを配布する際は，区役所での待ち合い時などに市民が広く見られるよう配布場所を検討し，内容についての理解を深められるよう学習会を開催するなどの工夫を検討すべきである。

以上述べた各媒体の活用と併せ，定期的な記者発表を利用して相談件数に加え具体的な相談事例の情報提供を，マスメディアを通じて広く積極的に行うことは効果がある。また，その他にも，マスメディアからの取材に対するセンターの積極的対応がマスメディアからの新たな情報提供依頼につながる。現に，センターもそのような対応を通じて情報提供の機会を増やしており，今後もさらに多くの機会を増やすことが期待される。

こうした定期的な情報提供等により，消費者が必要な時に必要な情報へ簡単にアクセスできるよう環境を整備することが重要であるが，さらに大きな効果を期待するならば，意外性があり印象と効果の強い広報手段の活用も検討すべきである。例えば，テレビスポット，繁華街での電光掲示板，交通機関内での中吊広告などが考えられる。「契約等実態調査」をみても，20代の市民は中吊り広告を効果がある媒体として捉えていることが認められるが，広報をより効果的にするためには，費用対効果を考慮しつつ，他都市との連携を図るなどの工夫をしながら実施すべきである。なおすでに，平成10年度から関東甲信越地域の消費生活センターが共同して啓発キャンペーンを行っているが，今後も横浜市としても積極的に協力していくことが望まれる。

第6節 一般の情報メディアでは伝わりにくい層への対応

各種の広報紙をはじめ新聞やパンフレットでは情報が伝わりにくいと考えられる若年層には、インターネットや若年層に人気のある雑誌の活用など若者の関心ある媒体を利用できる効果的な方策を検討すべきである。特に、インターネットはセンター情報に簡単にアクセスできるので効果的ではないか。

なお、「契約等実態調査」の結果では、若年層は悪質商法の知識は持っているが、実際には契約の場での対処方法を知らないばかりに被害に遭ってしまう例もあり、契約時やトラブル時の具体的対処方法などがわかるような内容を提供することが望ましい。そのためには、早い時期からの消費者教育において、悪質商法をはじめ契約・クレジット・ローンの仕組み及び危険性をテーマとしつつ、具体的なトラブル事例を提供することでより具体的な内容と対応策を学習するとともに、ロールプレイングなどの体験的啓発を通じて、勧誘員の言葉等も批判的に捉えることなどを啓発していくべきである。

高齢者に対しては、これまでも実施しているように老人福祉センターなど高齢者が多く集まる施設への情報提供など、届ける方式をさらに充実させるとともに、今後は自分で自由に外出しにくい、あるいは判断しにくい高齢者にも的確に情報を伝達するために、ホームヘルパーや民生委員、保健婦など高齢者を支援・看護する人を通じて情報提供することが必要である。そのためには、既にセンターで取り組みつつあるホームヘルパーなどへの情報提供も積極的に行うべきである。病院、鍼灸院、介護施設など高齢者が訪れることが多い施設にも積極的に情報を掲示すること等も効果的である。

国では判断能力が不十分な者を保護する制度として、成年後見制度の創設など法整備がなされている。そのような状況の中、横浜市においては、横浜生活あんしんセンター等を通じ具体的な事例をよりの確に情報提供するなど、関係機関との連携に今後一層努めていくべきだろう。

障害者に対しては、具体的な事例等を障害の内容に応じ点字や録音などによる情報提供をさらにすすめるとともに、日本語による情報を理解しにくい外国人に対しては、外国人のための情報提供コーナーなどで適宜必要な情報を入手できるようにすることなども必要であろう。

第7節 迅速な情報提供に向けての体制

定期的な情報提供の際もなるべく新しい情報が提供されることが望ましいが、緊急に情報提供する必要がある場合に備え、迅速な情報提供のできる体制を整備しておかなくてはならない。その方策は第4章でより詳細に述べるが、相談員が相談を受けた時点で重大と判断したものが速やかに把握され、事例の情報交換、検討・分析が行われる体制づくりが必要であろう。

第2章 個別の消費者への情報提供

第1節 現在の情報提供

消費者と事業者の間に存在する商品や取引についての情報格差が、行政の提供する情報によって解消されたうえで、消費者が主体的に判断し、事業者に対応すれば、いわゆる情報不足を原因とするトラブルを防ぐことになる。

そのためには、正にこれから契約しようとしている消費者が自発的に行政の情報を収集・利用する姿勢が求められる。その問い合わせに対し、適宜、的確な情報が提供されることが望ましい。

現在、センターでは、そうした消費者からの事業者の信用性を含む商品・取引情報の問い合わせに対しては、PIO-NET で適宜検索し相談事例を一般化した上で提供することとしている。これは、第一に、センターが提供する情報の根拠となる PIO-NET 入力情報が、相談者の申し出内容をそのまま収集・蓄積したものでありその正確さについて必ずしも十分には検証されていないためである。

例えば、相談者がライバル事業者である可能性も否定できない。また、事故情報の場合には、使用者側の誤使用による被害であるケースもある。情報提供にあたっては、理想としては相談内容の真偽を確認した上で提供することができればよいことはいうまでもないが、年間で 10,000 件を超える相談を 1 件ずつ調査することは現実には不可能である。したがって、センター（相談員）が PIO-NET に入力されている相談件数や相談内容などから事例を一般化して情報提供を行うことになることはやむを得ない面がある。

第二に、センターの提供する情報が、ときに関係者に対し著しい不利益を与える可能性があるからである。消費者によっては事業者に断るための口実として消費生活総合センターの名を敢えて出すなど、消費者が自主的に判断しているとは言えない場合も少なくないからである。

第2節 相談件数に応じた情報提供

相談件数が意味するもの

相談内容はあくまで消費者の申し出に基づいたものであり、事実確認が必

ずしもなされていないことに留意することが必要であるが、相談件数自体は貴重な情報である。事業者の事業活動が活発であれば問い合わせの件数は多くなることが予測されるが、実際には、必ずしもすべての事業者について相談が寄せられている訳ではなく、ある特定の事業者に関する相談が集中することが多い。したがって、相談件数の多さが当該事業者の事業活動（販売・取引活動）に何らかの問題があるということの一つのシグナルであることが少なくない。特に極めて短期間のうちに相談件数が急増しているような場合は、相談件数の増加度が当該事業者の問題性に関する重要な判断材料となると考えられる。センターが仲介するとすぐに解約等にも対応するような事業者についても、相談件数が減少しないことをもって悪質と判断できよう。

具体的な情報提供

消費者がセンターの提供する情報に基づき自主的に判断する、という前提に立てば、当該消費者が直面している取引に関する類似事例等を一般的な注意事項として提供すれば十分であるとの考え方がある。他方、個別の事業者との関係で、契約やクーリング・オフについての助言を求めている消費者個人は放置しておけばトラブルに遭ってしまう可能性が現実のものとなってしまう。このような場合には、トラブル内容や相談件数等当該事業者に関する情報を、あくまで相談があったという事実関係として、その情報を求める消費者のみに提供することこそ、当該消費者にとってのトラブルの未然防止ではないかとの考え方もある。

第1章で述べたように、センターでは、迅速な相談事例等を消費者に提供するため、平成11年6月から「相談月報」を発行している。「相談月報」では、トラブルの事実そのものではなく、相談が寄せられたという事実を、相談件数が多い商品やサービスについての件数を提供することで明らかにしている。具体的には「（商品・サービス）に関する相談が 件発生している」という情報提供であり、個別事業者に関する件数ではない。これは「相談月報」が一般の消費者を対象として広くトラブル事例を紹介することを目的としているためである。一般の消費者に対する情報として、個別の事業者に関する相談件数・相談内容を提供する際には、事実関係等の調査を行った上で、

消費生活条例に基づいて情報提供を行う必要があり、今後、内部の基準等を検討する必要がある。

しかし、本章で対象としているような、事業者との具体的な取引における契約やクーリング・オフについての助言を求めている消費者個人に対しては、当該事業者の勧誘方法、セールストークの内容等をあくまでも過去の相談内容として、具体的な形で提供してもよいのではないかと考えられる。もちろんセンターは当該事業者の相談事例の説明であること、また情報を受ける側（消費者）が情報の性格を十分に理解して利用すること等を、情報提供の都度消費者に納得させることは必要である。また、最低限、当該事業者に関する相談事例・件数は提供されても然るべきではないだろうか。なぜなら当該消費者にとっては、勧誘を受けた時点で相手方事業者は特定されており、一般的な情報は意味を持たないと考えられるからである。このような情報提供は、個別消費者の要望に基づくものであるから、その情報の扱いについては、消費者自身が責任を負うべきである。

以上のような考え方に立ち、今後は、相談件数等を提供することについて、具体的な回答方法や事業者への通知の方法に関して詳細に検討する必要がある。具体的には、消費者からの「 社からの勧誘を受けているが、信用できるか」といった個別事業者に関する問い合わせに対しては、「売り方、販売方法についての同種の苦情が多い」あるいは、「当該事業者についての相談件数が 件である」という旨を回答することの是非を検討すべきである。

特に、この情報提供について相談員が個別の判断に窮することなく、また、相談員によって対応のばらつきがないよう、これまでの回答例などの事例を集積することにより、法令に準拠した統一の回答基準を作るよう検討すべきである。なお、事業者に対しては、ある程度件数が蓄積された段階で相談件数や苦情内容についての通知を行い、これへの自主的な対応を求めるといった方法も考えられる（詳しくは第3章参照）。

このほか、新聞等で既にこの具体的事例が報道された場合や、公的機関から事業者名等が公表された場合には、センターとしてもより具体的な情報を提供するよう努めることが必要である。

第3節 情報提供の際の留意点

センターが情報提供する際には、相談員個人への不利益が生じないように対応を取る必要がある。そのためにセンターとしては、当該事業者の相談事例の説明であること、最終的に判断するのはあくまで消費者自身であること、等を消費者に十分納得させたうえで情報提供を行うよう相談員の回答マニュアルなどでなお一層徹底することが必要である。

また、回答方法などの検討にあたっては、行政等に対する損害賠償請求等へも十分対応できるよう、真実性の確認をはじめ法的な問題点について、助言を得ることのできるような専門家をアドバイザーとして委嘱すること、あるいは専門委員会を設置することも検討すべきであろう。

第4節 情報公開制度との関連

センターでは他の消費生活センターと同様、消費生活相談を受け付けた時点で消費生活相談カードに相談内容が記入された後、PIO-NETに入力される。相談者の氏名や連絡先は、消費生活相談カードには記載する欄があるが、PIO-NETには入力されていない。

横浜市においても、平成12年7月より新たな情報公開制度が確立したが、その中で、一般に外郭団体と呼ばれている市の出資法人等についても、当該法人が横浜市公文書公開条例の趣旨にのっとり、情報公開に関し必要な措置を講ずるべきとされ、出資法人等の情報公開が推進されるよう努めるべきとされている。また、個人情報の適正な取り扱いに関しても必要な措置を講じるよう引き続き努めるべきとされている。そのような状況を踏まえ、(財)横浜市消費者協会に運営が委託されているセンターにおける消費生活相談カードの情報開示請求に対する取り扱いについては、情報開示などの範囲を慎重に検討する必要がある。

第3章 事業者への情報提供

第1節 事業者への情報提供の充実

これまで、横浜市に限らず行政からの情報提供は、住民一般、主に消費者を対象としてきた。今後は、消費者に対する情報提供と同時に事業者に対しても情報提供をより積極的に行い、事業者がトラブルの減少に向けて自主的に取り組むこと、また、事業者自らが商品・サービス及びその取引に関して消費者に情報提供を積極的に進めることを促していくことが必要であろう。

特に、現在は、契約に信販会社などの与信業者が関係する3者間での取引が多い。また、商品などの広告が重要な役割を果たしているため多くの事業者の販売に広告業者が関係するケースが多い。さらに、新たな情報・技術を用いた商品等や複雑な内容を持つ新たな取引形態が増加しつつある。したがって販売業者・製造業者のみならず、関係するこれらの事業者などに対しても、トラブルの実態を情報提供することが必要である。定期的に情報提供することで、これらの事業者の自浄作用も期待できる。

消費者は、商品やサービスの購入時、あるいは契約時にその都度、その商品・サービスの提供者である事業者から適切な情報が提供されることを期待している。「契約等実態調査」でも、85%の消費者が、「トラブルの大半は、事業者が契約に不利な説明を行わないなど、情報を開示しないことが原因である」と考えている。したがって、今後は、商品等の製造業者・販売業者・サービス提供事業者等が消費者に対して自主的・積極的・効果的な情報開示・情報提供を行うことが事業者側の責任であることを自覚して取り組むべきである。

行政から消費者に対する情報提供と同時に事業者に対しても情報提供をより積極的に行うことで、事業者が消費者の商品等ならびに取引に関する意向やトラブル事例を知り、最終的には、事業者から必要な情報が届くことが望ましい。

第2節 事業者への情報提供の方法

事業者への情報提供を行う方法としては、事業者団体等へセンターの記者

発表資料を送るほか、センターへの相談件数が蓄積された段階で当該事業者・事業者団体へ相談件数が多い旨の通知を行うことなどが考えられる。また、例えば、過去3年間にセンターに寄せられた相談件数の多い事業者のみならず、より一般的に業界団体と情報交換の場を持ち、現状と今後の取組みについて情報を提出するように働きかけ、また相互に情報交流を図ることが考えられる。本来、事業者が独自の判断で情報提供していくことが望ましいが、事業者には有利な情報ばかりが提供されては意味がない。個々の商品・サービスに付ける表示に限らず、正しい取引方法、製品の正しい使用方法については、事業者が正確な情報を分かりやすい形で提供することが事業者の責任であるとして、働きかけるべきである。

なお、個別の事業者に関する相談事例が蓄積され、事業者指導が必要と認められた場合は行政が適宜対応することになるだろうが、第一段階としては必要な情報を提供させるという事業者への働きかけは、十分指導的な意味合いを持つと考えられる。

個々の事業者に情報提供を行っても、その趣旨をすべての事業者に広く了解させることは難しいこともある。業界団体とも定期的に会合を持ち、相談事例の傾向・問題点・改善希望点や業界の現状などについて意見交換し、改善や未然防止に向けた自主的な取組みを促すことも、トラブルの未然防止に大いに役に立つと思われる。組織率が低い業界団体も少なくなく、かつ法令等も遵守しない事業者は業界団体に加盟していないことが多いとも言われているが、個々のトラブルを解決していくことと併せて、話し合いを通じて納得してもらおうなど、地道に努力することが必要である。

第4章 情報収集・分析体制の充実

第1節 情報収集の充実

消費生活トラブル未然防止のための情報提供の充実を図るためには、相談としては表れていないが実際には起こっているであろうトラブルの実態を把握し、それを分析、評価する必要がある。センターに寄せられる相談が情報提供の源であることは言うまでもなく、より多くの情報が集まるよう、センターの存在をPRすることが必要である。「契約等実態調査」でも、センターや区役所での消費生活相談を知っているのは3割強に過ぎなかったため、今後「広報よこはま」等でのPRをより積極的に進めることが必要である。

このほか、横浜市には、市長から委嘱を受け各々の居住地域で消費生活についての自主的な活動を行っている消費生活推進員が約3,800人おり、この推進員を通じて地域の情報を収集する機能を検討すべきである。まず推進員への最新情報の提供を充実させ、推進員が学習を重ねる機会を設ける等、推進員の意識を高めることも必要である。その上で、推進員からの情報提供がなされた地域では、消費生活上のトラブルに関する講演会を開催するなど、消費者啓発に結び付けるような活動システムの確立を今後検討してもよいのではないかと。現在でも、推進員が地元スーパーのリサイクルへの取組み状況を調査している地域もあることから、トラブルの未然防止に関わる情報提供の分野においても、推進員の効果的な活用を図るべきであろう。

また、一般消費者からの情報収集については、インターネットを積極的に利用することが効果的ではないかと。インターネットの利用意向は高いという「契約等実態調査」の結果もあり、今後数年先の利用も考え、掲示板機能やメール等により情報を収集する方法も検討すべきである。

さらに、収集された情報はセンターで集約し、基本情報として「くらしの情報プラザ」において提供できるような方法も検討すべきであろう。

第2節 情報の分析・評価

行政は、トラブルの未然防止に向けて、情報収集・分析・評価・提供の全体に係わる情報の中核となるべきである。第3章で述べたような事業者から

の自主的な情報提供も重要であるが、依然として、中立性や公平性など消費者からの信頼感では行政にはかなわないとの指摘もある。

そこで、センターにおいては、今後当部会で後期に議論することとなるが、個別の相談の処理を的確に行うとともに、相談動向の分析には、PIO-NET に入力された個別事例を統計的に処理し、悪質度を検証する体制を整備することが重要である。また、PIO-NET への入力に時間がかかることを考えれば、毎日幅広い相談を実際に受け付けている消費生活相談員が持つアンテナを活用して相談事例を分析するシステムを整えるべきである。例えば、相談員が相談を受け付けた時点で何らかの対応が必要と判断した事例については、迅速に相談事例を把握できるような仕組みを作るべきであろう。加えて、横浜市ではセンターに加え 18 の区役所においても消費生活相談を受け付けているが、PIO-NET 端末はセンターに 2 台設置されているだけで、相談員の事例検索にも不便が伴うという。相談員がそれらの情報を共有することも重要である。

なお、分析・評価については、行政として適切な情報と思っても、受け手がそうとらないことがある。このため、例えば、名誉・信用・秘密・プライバシー保護及び事業者の営業の自由を確保するという観点を踏まえつつ検討することも必要である。

情報分析の結果、多数の消費者に被害が発生しており、その拡大を防止するため緊急の必要性のある場合には、条例を迅速に適用しうるような指針の作成を含め対応できる体制を検討すべきである。特に、悪質な事業者に対しては適正な事業活動を行うよう、適宜消費生活条例に基づいて横浜市として指導・勧告等を行う具体的な体制については今後十分に検討する必要がある。

その際は、法律の専門家等からなる委員会を設置するなど、相談情報の分析や提供、あるいは事業者指導等について適宜助言を受けて的確に執行しうる体制についても検討すべきであろう。

第 3 節 他の機関との連携等

消費者に対しては、そもそも国（各省庁等）、都道府県、市町村など行政が

それぞれの立場で様々な支援策を行っているが、横浜市で全ての課題に対応するのは難しい面もあり、神奈川県をはじめ他都市との連携は不可欠である。

例えば、事業者の事業活動が広範囲にわたっている現状を考えれば、他の自治体との情報交換を積極的に行うことが必要である。情報の分析・評価・提供の方法は、横浜市が独自に工夫することが必要であるが、情報の収集については、首都圏といった広い範囲で行うことで、様々な情報が集まることが望ましい。

さらに、悪質な事業者に対して実際に指導・勧告・公表などを行う際はいうまでもなく、トラブル事例の情報提供を行う際にも、適宜監督官庁や警察、神奈川県や近隣の都市に対しその旨情報提供を行うことが重要である。

第 部 相談体制の在り方

第 1 章 横浜市の消費生活相談

本章では、相談体制の在り方の具体的な検討を行う前段階として、横浜市の消費生活相談の現状を相談件数や内容、体制などの面から考察する。なお、本章以降も消費生活相談の大半を占める契約に関するものに焦点を絞り、製品事故や商品の安全性に関するものについては、触れないこととする。

第 1 節 相談の件数及び内容についての現状と今後の予想

横浜市消費生活総合センター（以下「センター」）の報告によると、平成 11 年度の消費生活相談の現状は次のとおりである。また、このような現状を踏まえ、今後予想される傾向についても整理した。

1 相談件数

消費生活に関する相談件数（以下「相談件数」）は、全体で 10,162 件となっており、初めて 1 万件を超えた。そのうち契約・解約や販売方法等に関する苦情相談が 8,182 件（80.5%）、消費生活に関する問い合わせが 1,980 件（19.5%）であり、そのほとんどを苦情相談が占めている。これを平成 10 年度の相談件数と比較すると、相談件数全体で 2,085 件、25.8% の大幅な増（平成 10 年度相談件数：8,077 件）となり、それぞれ契約・解約や販売方法等に関する苦情相談が 26.7%、消費生活に関する問い合わせが 22.1% の増（平成 10 年度苦情相談件数：6,456 件、問い合わせ件数：1,621 件）となっている。

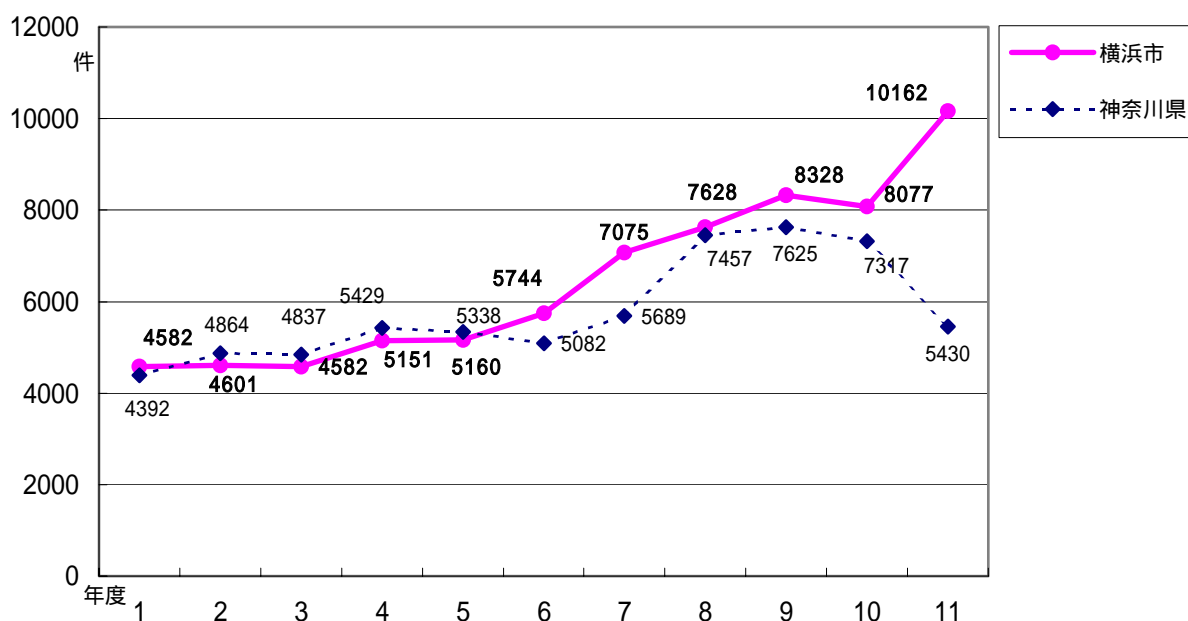
それに対し、神奈川県（以下「県」）の「県民の声相談室」で受け付けた相談件数は、5,430 件で、前年度と比較して 1,887 件、25.8% の減となっている。

横浜市と県の相談件数の推移については、図 1 「年度別相談件数推移」のとおりであるが、この図からは、横浜市の相談件数が過去 10 年間で倍以上に増加していることが分かる。

特に、平成 11 年度の場合は、横浜市の相談件数が大幅に増加する一方で、

その増加分だけ県の相談件数は減少していることから、横浜市の相談件数の伸びは、その原因として、県の横浜消費生活センターの廃止に伴う相談体制の縮小の影響が大きいものと考えられる。

図1 「年度別相談件数推移」



2 相談者及び相談内容

相談者については、性別では女性（約 63%）、年代別では 20 歳代から 30 歳代にかけての比較的若い世代の比率（約 46%）が大きい。また、60 歳代以降の高齢者層の比率が依然増加する傾向にある。

また、相談内容については、「契約・解約」「販売方法」に関するものがその多くを占めており、特に、「販売方法」の中では家庭訪問販売の相談が多く、本来の販売目的を隠して高額な商品等を強引に売りつける被害など、その手口はより悪質化・巧妙化している。この中で訪問販売法等に関する知識や関係法令のなどについて、より豊富な知識や情報を持ちながら法令を遵守せず悪用する事業者も増えつつある。

さらに、国民生活センターによる商品・役務（サービス）別分類では、「不動産貸借」関係（賃貸アパートの敷金返還トラブル）や「工事・建築」関係（屋

根工事等)、「資格講座」関係、「ふとん類」や「新聞」(新聞勧誘トラブル)関係などの相談が多く、最近では「他の台所用品」(浄水器)、「電気掃除機類」、「エステティックサービス」に関する相談などの比率も増加している。

3 今後予想される消費生活相談

社会経済情勢の変化に応じて、訪問販売法・割賦販売法の改正、「消費者契約法」や「金融商品販売法」、「住宅品質確保促進法」など消費生活関連法の整備もなされているが、今後の消費生活相談では、次のようなことが予想される。

まず、規制緩和の進展に伴う金融等各種サービスの一層の多様化が進み、消費者の選択の幅は拡大するが、これに関連したトラブルも増加する、ということである。

また、電子商取引に代表される IT(情報技術)革命に関連する新たな相談や、今後の高齢社会の進展に伴い介護保険を含めた高齢者に関する取引のトラブルもますます増加することも考えられる。このような状況にあっては、消費者と事業者との情報・交渉力の格差を背景として、内容的にも複雑かつ多様化した消費生活相談が今後は一層増加していくものと思われる。それゆえ、これに応じた相談業務の充実が必要になるだろう。

第2節 相談体制の現状

横浜市の消費生活相談窓口における職員配置や相談業務内容、相談業務を実施する体制などについては、次のとおりである。

1 「消費生活総合センター」の設立経緯及び主要事業

横浜市は、消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上に寄与する拠点として、昭和49年7月に消費者センターを設立した。その後、情報提供機能の強化など事業拡大のために、平成10年1月から現在の場所(横浜市港南区上大岡西)にセンターを移転新設し、「消費生活総合センター」と名称変更を行った。その運営は、昭和54年3月に設立された財団法人横浜市消費者協会へ横浜市が委託・補助している。

センターの主な業務は、

- (1) 消費生活に関する相談及び苦情処理
 - (2) 消費生活に関する講座，講演会等の開催及び啓発資料等の発行
 - (3) 消費生活に関する商品テスト，その他商品テストの実習
 - (4) 消費生活に関する資料及び情報の収集，展示及び提供
 - (5) 消費者の主体的な活動のための施設の提供など
- となっている。

2 消費者相談の組織及び体系

センターを運営する財団法人横浜市消費者協会は、理事等の役員のほか、所長以下 43 名の職員で構成され、そのうち相談業務に関わる者は 34 名（うち相談員は 28 名）となっている。相談員は、国民生活センター、財団法人日本消費者協会などが行う養成講座修了者や消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー等の資格取得者から選任されている。

3 消費生活の相談窓口

横浜市の消費生活相談はセンター及び区に窓口が置かれ、合計 28 名の相談員が電話・来所・FAX・文書(郵便)による受付を行っている。その受付日等は表 1「消費生活相談窓口」のとおりであるが、主な特色は次のとおりである。

第 1 に、平成 11 年度から県が消費生活相談を縮小したため、横浜市への影響を考慮して、市では相談時間の延長等体制強化が図られている。(県は、平成 14 年度には相談業務から撤退する意向を既に打ち出している。)

第 2 に、受付時間以外の対応であるが、センターは留守番電話によりセンター相談業務に関する案内やクーリング・オフの紹介などを行い、平成 11 年度からはインターネット上でセンターのホームページを開設し、センターの業務概要やクーリング・オフの説明、相談事例などの紹介も行っている。

第 3 に、情報提供施設である「くらしの情報プラザ」においては、土曜日も開館している。

表 1 「消費生活相談窓口」

	センター	区 役 所	備 考
受付日	月曜日～金曜日	月曜日・水曜日 (旭・金沢・港北・ 青葉の4区は月・ 水・金曜日の受付)	11年度から4区は 1日受付日を増
受付時間	9時30分～16時	9時30分～16時	昼休み(正午から 午後1時)を除く 11年度から30分 受付時間を拡大
相談員総数	10人(1日6人)	18人(1日18人)	合計28人

4 相談対応業務の流れ

相談は、その内容により対応は様々であるが、概ね次のとおりである。

- (1) 消費者からの相談(問い合わせのみで終わる場合もある)
- (2) 受付・初動対応(相談内容及び範囲の聴取, 各種照会など)
- (3) 事実確認・検討(ケースによって対応が変わる場合もある)
- (4) 処理判断(具体的な処理及び対応を検討し, 事業者への対応などを行う)
- (5) 助言・あっせん・解決処理(助言や情報提供, 他機関の紹介など消費者への回答を行う)
- (6) 事務処理(相談カードの作成, PIO-NET へのデータ入力など)

相談業務における基本的な処理の範囲や基準については、「消費生活相談実施要領」(以下「要領」)で定められている。この要領に基づき, 1人の相談員が1つの相談案件に対し受付から完了まで担う方式(いわゆる「主治医方式」)をとっている。

なお, あっせん等を行う中で必要に応じて, 事業者に対して事情聴取等を行っている。

5 消費生活相談を充実させるための取り組み

消費相談業務をより円滑に行い, より充実させるために, センターでは次のような取り組みを行っている。

(1) 相談員の情報共有化

相談員が個々の相談内容に応じてそれぞれの判断で行う消費生活相談の処理において、的確な判断を行うためには情報の共有化が重要である。

そのために、全相談員が参加する業務連絡会を定期的（年間10回程度）に開催している。また、緊急情報などについては、各相談員へFAX等の活用により随時情報提供・交換を行っている。

(2) 相談員の研修

相談員にとって、日々変化する社会経済情勢の中で適切な相談処理を行うためには、新たな相談事例の研究や法律知識の習得が不可欠である。

このため、内部研修として業務連絡会を活用して、弁護士による事例研究、事例のグループワーク、専門の講師による学習会などを行っているほか、国民生活センター等が実施する各種研修・講座などに職員が参加している。

(3) 消費生活相談における他機関との連携

センター職員は、情報交換の充実などを目的として通産省、国民生活センターなどが主催する各種連絡会議に出席し、そこで得た情報などを相談業務に反映させるようにしている。それ以外の広域的かつ緊急を要する被害情報がある場合には、随時国民生活センター等より情報が伝達される仕組みになっている。

(4) 解決困難な案件についての処理、あっせん交渉の支援

個々の相談員の対応では解決が困難な案件がある場合、相談員とは別に啓発相談課の職員2名（それぞれがセンターと区の窓口を担当している）が、円滑な解決を目的として処理方法の助言や、あっせん交渉の立会いなどを行っている。

(5) 情報提供

各種広報紙（「くらしの情報」「消費生活相談月報」等）やマスメディアの活用による情報提供の具体的な方法については、第1部で触れているが、これらの情報提供により被害の未然防止及び消費者の知識向上がなされ、相談業務の一層の充実を図られている。なお、ここで提供される情報の題材については、センター内部の「相談事例検討会」の中で検

討が行われている。

(6) その他

この他、弁護士による法的助言（週1回）や県の技術士会技術員等による苦情品テストに関する技術助言など、様々な形で相談業務を充実するための取り組みが行われている。

以上、横浜市の消費生活相談の現状について触れたが、これらの現状を把握し、今後の社会経済情勢の動向や消費生活相談を巡る諸状況を念頭に置きながら、相談体制の在り方について検討を行う必要がある。次章では、今後の相談体制について、被害未然防止部会（以下「部会」）で具体的に検討した課題を抽出したうえで、これまでの審議会や部会での意見も踏まえながら、在るべき方向性についての提言を行うこととする。

第2章 利用者の視点に立った相談体制の在り方

第1章では、最近の横浜市における消費生活相談の件数、内容、傾向及び体制などについて触れたが、今後の消費者相談においては、相談件数の増加、相談内容の一層の多様化・複雑化、勧誘手口の悪質化・巧妙化などが予想される。そのような中で、県の消費生活相談業務が廃止される方向にあり、市民にとって横浜市の消費生活相談業務がより重要視されていくことが考えられる。そのため、本章では、横浜市がこれらの状況にどのように対応すべきかについて検討する必要がある。そこで相談業務の基本である受付日・受付時間・受付方法・消費生活相談窓口の課題などの「相談受付体制」、相談業務を支援する「事務処理の統一化・迅速化」の2項目に区分して、その在り方を示す。

第1節 相談受付体制の検討

1 消費生活相談窓口の課題

センターでは、これまでも、消費生活相談窓口において様々な案件を取り扱い、助言・あっせん等を行ってきた。しかし、今後件数が更に増加し、内容的にも複雑かつ高度な専門知識を要する案件の増加が予想される。特に、金融ビッグバンに伴う保険や投資などの金融関係、電子商取引などの情報産業関係、さらに介護保険などの福祉関係など、社会経済情勢の急激な変化及びサービス取引の増大に伴って新たに発生する相談案件に対し、一層的確な処理が求められることになる。このような状況にあっては、関係専門機関などと緊密な連携をはかりながら、案件によっては専門機関を紹介することがこれまで以上に必要となろう。そのため多種多様な相談を受け付けるにあたり、懇切に対応しながらも、既存の対応についての改善の工夫、横浜市として処理対応範囲及び関係機関との確認や調整などの検討も必要である。

2 受付日及び受付時間

経済的・人的な制約を考えず、利用者の視点から考えた場合、最も理想的な相談窓口とは「いつでも相談に応じてくれ、適切な処理のためのアドバイスをしてくれる」体制である。加えて、相談員が相談処理（助言）後の対応

結果(相談者が消費生活相談後どのように対応したか)を相談者から確認し、その結果を整理・分析したうえで、同種の被害の未然防止につなげることができればなお良い。そのためには、いずれの場合においても、相応の相談体制の増強が必要である。

しかし、規制緩和の流れの中で消費者の自立や自己責任がますます求められ、景気低迷など現在の社会経済情勢を反映して全国的に地方自治体の財政状況が厳しい中では、内部努力を含め、様々な創意工夫が必要と考える。横浜市でも、施策全般にわたり「経費節減と効率的・効果的な行政運営」を求められていることから、相談体制の検討にあたっては「費用対効果」を考慮せざるを得ない。

つまり、一方では、受付日や受付時間を拡充した場合、それに要する予算増、相談員の勤務体制、相談業務に関する事務処理への影響等と比較して、利用者がどの程度あり、どの程度利用者を満足させることができるか、他方では、他の方法によって代替できないか、などについて総合的に考慮することが重要である。

受付日及び受付時間に関しては、他都市の状況を見ても、神戸市のように過去に土・日曜日の相談受付を実施していたにもかかわらず、現在は元どおり平日のみの受付に変更されている場合や、広島市のように土曜日・日曜日に相談受付を実施しているものの平日(火曜日)は休館とし、しかも休日の窓口はセンター1箇所のみの場合など、様々なケースが存在する。したがって、相談体制全般やセンター業務全体の再チェック(業務配分やこれまでの業務実績など)を行うなど、より慎重な検討が必要である。

また、受付日・受付時間の在り方の検討を行う一方で、受付時間外の効果的な対応方法についても検討すべきである。例えば、これまでの対応(留守番電話でのクーリング・オフの説明やホームページによる情報提供)でのPRをさらに徹底すること、平日の受付時間外や土曜日については、「くらしの情報プラザ」を活用し、その時間帯に窓口を開設している社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)や社団法人全国消費生活相談員協会、県警の「悪質商法110番」等他機関の紹介を併せ行うといった情報提供をさらに充実させること、などが考えられ今後の検討課題となっている。

いずれにしても，消費生活相談の受付日・受付時間変更の是非を検討する際には，社会経済情勢の変化や費用対効果など多角的な観点から検討することが必要であろう。

3 受付方法

(1)電話による受付

消費生活相談の受付方法で最も比率の高いものは電話であり，今後最も簡便な受付方法として重視すべきである。電話相談の中には，相談員にとっては，相手が見えず関係書類も直接確認できないためになかなか要領を得ないケースもある。しかし，今後より多くの件数を処理していくためには，相談趣旨（相談者が最も相談したい内容）をよりの確に把握することが重要となる。このため，消費生活相談の「本題」に入れるような手段を講ずることが望ましいのだが，ただ「時間を短縮したスピーディーな処理」のみが有効ということでもない。そこで，以下の受付方法も併用して相談者の要望を満足させることができるよう工夫すべきであろう。

(2)来所・FAXによる受付

来所・FAXによる受付については，電話に比べて受付の比率は高くはないが，電話と同様，いかに相談趣旨を的確に把握するかが重要である。

その方法として例えば，事務処理上の負担や周知の方法などの課題はあるが，所定の様式を窓口置き，必要事項を記入のうえ相談窓口へ提出もしくはFAXで送付するなどの相談者が利用しやすい方法を検討してはどうか。特にFAXの場合は，連絡先不明など相談対応に必要な情報が未記入であるようなケースもあり，是非このような書式を検討すべきものとする。

(3)電子メールによる受付

経済企画庁の消費動向調査（平成12年3月末時点）によると，わが国では4割近くの世帯にパソコンが普及しており，今後も「情報技術（IT）革命」の一環として普及率が高まる傾向にある，としている。このような状況の中，電子メールによる受付は，その利便性（来所の必要や

時間の制約がない)なども考慮すると、効果的な受付方法と思われる。

しかし、導入に際しては受付案件の処理方法や体制、パソコンの整備、研修の実施、さらには情報の保護といった課題について整理する必要がある。

(4) 高齢者・障害者等に対する対応

第1部でも触れているが、高齢者・障害者や外国人に対する対応については、横浜市全体で取り組むべき重要な検討課題の一つとなろう。

高齢者への対応については、これまでの消費生活相談の実態を踏まえ相談上配慮すべき点について述べてきたが、さらに総合的な施策の検討が必要である。また、障害者へは、これまでのFAXによる受付をより活用していくほかに、窓口や施設面での対応の充実などが考えられる。

外国人についても同様に、効果的な対応の検討が必要である。

第2節 事務処理の統一化・迅速化（相談業務支援体制）の検討

1 相談員への研修・業務連絡会の活用

今後は直接相談業務に携わる相談員はもとより、相談関係職員の能力の維持向上を今まで以上に図ることが必要である。能力の維持向上は利用者のサービス向上にもつながると考えられる。そのためには、従来の業務連絡会なども活用しつつ、これまで以上に計画的・実践的な研修の強化を検討することが必要である。例えば、相談員に関しては、年間計画により全相談員がひとしく研修に出席できるシステムを作ること、業務連絡会に関しては、高度な処理技能の統一化を図るための事例研究の回数を増やすことなどが考えられる。また、相談担当以外の関係職員に対しても同様に、相談時間外での一定の対応が可能となるべく、実務的・体験的な研修を実施すべきである。

2 相談マニュアル・情報提供基準などの具体化

相談業務の基本的な処理の範囲や基準については、第1章でも触れたようにセンターの要領で定められているが、詳細な点は相談員個人の力量と判断に委ねられている部分もある。今後の傾向として相談内容がますます多様化・複雑化していく中で、センターとしての相談処理の迅速化・統一化を図

るために「マニュアル」「情報提供基準」「相談・解決事例集」などの充実・作成に一層取り組む必要がある。

作成にあたっては、横浜市の情報公開制度や個人情報保護などに留意する必要がある。

3 事務処理方法等の見直し

予想される相談件数の増加や相談内容の多様化・複雑化に対応するためには、事務処理の迅速化・統一化を更に図り、相談業務に直接従事する相談員がより処理しやすい方法に可能な限り改めることも必要である。例えば、これまでの部会や部会委員と相談員との懇談会などで出ていた意見の中では、区の相談カードの処理方法を改善することが提案された。また、現行の書類様式についても再検討を行い、必要に応じてより良い方向に改善していくことも必要であろう。

4 他機関との連携

第1章の「消費者相談窓口の課題」に関連するところであるが、今後より多様化・複雑化するであろう消費生活相談を一層的確に処理するためには、「連携」の対象や内容・範囲・方法などについても検討を行うべきである。例えば、これまで以上に連携が必要な対象として、横浜市内部（関係局区）・国・国民生活センター・他都市・県警・弁護士会及び事業者や事業者団体などが考えられる。

また、これまでのような情報及び意見交換のための定期会議の開催も必要であるが、それ以上に特定の関係部局との個別調整などにより相互の連携強化の在り方を検討し、支援等を要請していくことも考えられるのではないだろうか。相談や問い合わせを行う利用者の視点に立っても、他機関との連携を充実していくことが望ましく、そのためにもこのような調整を随時行うことが要である。

5 情報基盤の整備

消費生活相談に有効な情報の共有化や収集分析をこれまで以上に行うため

には、今後 OA 化を推進（情報端末の整備等）して情報基盤の強化することが不可欠である。予算等の制約はあろうが、横浜市としての将来を見据えた積極的な取り組みが望まれる。

6 その他の支援体制

今後相談事例の悪質化・巧妙化が予想される中で事業者とより効果的な交渉を行っていくため、また横浜市において平成 12 年度から新たに導入された情報公開制度も念頭に置いた相談対応をするためには、相談業務支援のための様々な方策を検討するべきである。例えば、相談員個人に訴訟が起こされた場合の対応策などについて検討が必要である。また、センターと区の相談員が同等の情報をリアルタイムで共有化すること、情報公開制度の動きに沿った相談カードの記入方法を見直すことなどが考えられる。

7 具体的検討の場

消費生活相談業務についてより詳細な検討及び施策実現のためには、審議会・部会の意見も踏まえつつ、引き続き具体的検討の場を設定することが必要である。例えば、相談業務に直接従事する職員等の意見も聴きながら、一定の目的と企画を持って作業部会のような形式により検討を進める方法が考えられる。業務内容などの関係から上記 1～5 の項目（相談員への研修・業務連絡会の活用、相談マニュアル・情報提供基準などの具体化・事務処理関係書類上の書類様式等の見直し・他機関との連携・その他の支援体制など）が主な検討課題となると思われる。これまで被害未然防止部会が審議してきた項目について、消費経済課・センターをはじめ横浜市の中でより幅広く詳細な検討をしていただきたい。

以上、第 2 章では、利用者の視点に立った相談体制の在り方について、相談受付体制とそれを支援する体制の両面から意見をまとめてきた。今後の消費生活相談を取り巻く諸状況を勘案すると、現行体制での対応のみでは困難が予想され、新たな対策を講じる必要があるだろう。

その基礎として、1 つにはある程度の予算・人員増ということが考えられ

る。それとともに，もう1つには現行体制の中でどこまで内部の業務見直しができるかということが考えられる。

この両面を検討し，これまで以上に効果的な処理を行うことができれば，市内部はもとより市民や関係機関の理解と賛助が得られるのではないだろうか。

次章では，この章で提起された課題の検討を前提に，県の相談撤退に伴う横浜市としての相談体制のあり方や横浜市の消費生活条例に基づいた対応などについて，検討すべき課題を抽出したうえで，これまでの審議会や部会での意見も踏まえながら，それぞれの方向性について提言を行うこととする。

第3章 今後の横浜市の相談体制の在り方

本章では、これまでにない新たな課題であり、また消費生活相談に関して当面最も大きな課題である県の相談業務撤退について、県との役割分担を考慮に入れた横浜市全体の相談体制と事業者指導・被害救済システムの在り方について取り上げ、検討する。

第1節 神奈川県相談業務撤退に関する横浜市としての相談体制

1 これまでの動き

平成10年、県は県内7箇所の消費生活センターを順次縮小・廃止していく方針を正式に明らかにした。その主な内容は、横浜市関連では平成10年度をもって県立「横浜消費生活センター」を閉鎖し、新たに「かながわ中央消費生活センター」を新設するが相談業務は行わない、商品テスト室を廃止する、県立消費生活センターを順次統廃合する、というものである。また、県としては今後バックアップ機能を充実させて市町村の相談業務を支援するというものであった。その後、平成11年度以降2～3年の間に県内市町村との役割分担をはっきりさせるということになり、現在は相談員を「県民の声相談室」へ派遣するなどの体制縮小をしながら、暫定的に消費生活相談の受付をしている。

しかし、第1章でも触れたように、平成11年度の県の相談件数は5,430件と、平成10年度に比べて25.8%の減少(平成10年度の相談件数は7,317件)となっており、平成11年度の横浜市の相談件数が平成10年度に比べて25.8%の増加であることを考えれば、県の影響は否定できない状況にある。県による相談業務の撤退は、全国的にも話題になっているところであり、今後他県に波及するおそれもあるようであるが、県としては、市町村の担当者を対象とした研修の実施や、県内センターの廃止を延期するなどの対応はしているものの、今後の相談業務撤退の方針は変更していない。

このような動きの中で、国では急きょ国民生活審議会の中に「地方消費者行政に関する検討委員会」を平成12年5月に設置し、都道府県や市町村の消費者行政における役割分担を中心に議論を行った。

2 今後の横浜市としての相談体制

このような現状を踏まえ、横浜市としては今後どのような相談体制をとるべきであろうか。

仮に県が相談業務から完全に撤退した場合、平成 11 年度に県が受けた件数である「5,430 件」を新たに横浜市の現行体制で補完することが可能なのか、という問題が浮上する。現行体制のままでは単純に考えてもセンター職員の業務負担が大きくなるであろう。その一方で、景気低迷などの社会情勢を反映し、県だけではなく全国的な行財政改革が進むため、横浜市としても今後より厳しい財政状況が予想される。

そこでまず考えられる横浜市の対応としては、県に対し引き続き相談業務の継続を要請しながら、役割分担についての整理を行うことである。その一方で県が相談業務から完全に撤退した場合に市民サービスの低下を招かない体制の具体的な検討をすべきである。この場合、「具体的な検討」としては大きく分けて次の ・ の 2 通りが考えられるが、いずれにしても相談体制を何らかの形で強化せざるを得ないであろう。

相談窓口が現在のセンターと 18 区に置かれている現行の体制について、第 2 章に示した内容を踏まえ今後一層の改善や工夫を行いながら、現行体制を基本とし対応する方策、現行体制の変更を行う方策の 2 つである。

すなわち、現行の窓口体制は、身近なところで相談ができるので、市民にとって利便性が確保される観点では効果的であるが、より効率的・効果的な相談体制のためには窓口を集中させ、その分窓口 1 カ所あたりの体制を充実させる支所方式・センター方式の方が望ましいなど、意見の分かれたところである。

いずれにしても、具体的な相談体制の検討にあたっては、国民生活審議会における検討委員会の報告も慎重に見極めながら、市民ニーズ、費用対効果、社会経済状況の変化など総合的観点からの検討が必要である。

第2節 消費生活条例に基づく事業者指導等

1 事業者指導

横浜市の事業者指導については、横浜市消費生活条例（以下「条例」）において規定されている。これまでセンターの消費生活相談の中では、助言・あっせんの際に改善要請を行ってきたが、条例を直接適用した事業者指導は指導体制面などから行われていなかった。しかし、県が相談業務の撤退を表明している中、訪問販売法上の指導権限は県にあるとはいえ、今後の相談状況の変化によって横浜市が特に悪質な事業者と関わる機会も増える可能性がある。また、第2章において触れた相談業務の支援や他機関との連携という点においても、今後条例を適用した事業者指導について、横浜市としてその詳細を早急に検討し、実施可能な部分から具体化していく必要がある。

そのためには、横浜市として、一方では神奈川県との役割分担の整理の中での県との連携や、周辺市町村や国（国民生活センター等）との連携も保ちながら対応するシステムを検討することと、他方では横浜市が行う条例による事業者指導について、まずその前段階として事業者への事情聴取・情報交換・意見交換・注意等ができるような実効性・柔軟性のある方策を検討すること、この2点について十分に留意すべきである。

なお、第1部「情報提供の在り方」第3章の中で、事業者への情報提供について触れているが、上記の対応とともに、この情報提供にも一層取り組むべきであろう。

2 被害救済システムの活用

条例の第39条から第45条までは、「消費者被害の救済」について規定している。詳細は条例の施行規則（以下「規則」）において別に規定されているが、横浜市消費生活審議会には、「消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行い、及び消費生活に係る訴訟の援助に関する事項を調査審議する」ため被害救済部会（以下「救済部会」）が設置されている。平成8年10月の条例施行後に救済部会が数回開催された経緯はあるが、あっせん・調停を行う目的での開催はされていない。しかし、横浜市の消費生活相談を取り巻く状況がここ数年で変化すると予想されることから、救済部会の在り方及び活用方

法についても改めて検討を行う必要がある。既に述べたとおり、消費者被害の形態やその性質などは非常に多岐にわたっており、その処理方法も複雑化しつつあることや、最近の景気低迷や悪質業者の勧誘手口が巧妙になっている背景を考えれば、今後消費者と事業者間の摩擦はより激しくなることが予想されるからである。これまで規則で規定する救済部会が開催されていない事情などを踏まえつつ、今後の具体的な対応を検討すべきである。

なお、平成 12 年 7 月 1 日より施行される「横浜市の保有する情報の公開に関する条例」には会議の公開が新たに規定されている。そこで、個人の被害を取り扱う救済部会の活用については、その点も留意しながら検討すべきであろう。

3 具体的な取り組みに向けて

横浜市における事業者指導及び被害救済の在り方について、今後の具体策としては、次の内容が考えられる。

(1) 条例の適用による事業者指導については、その実効性を確保する意味でも、一定の基準や実施要領の作成が必要である。このほかに、事業者団体及び事業者自身が個別の取引におけるトラブルに対して自主解決するための方策（自浄作用）の強化やそれに伴う経費負担について、今後横浜市をはじめとした行政が機会をとらえこれまで以上に事業者に対し要望していくことも必要ではないだろうか。

(2) 被害救済については、まず救済部会を活用するための実務的な手続きを確立していくことが必要であろう。例えば、「どのような案件を」、「どのような基準で」、「どのように付託するのか」といった基本的な考え方を整理し、要領等を整備していくことが考えられる。条例及び規則では、救済部会の位置付けとして、消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行うこととなっている。しかし、いきなりあっせん・調停を付託するのではなく、前段階として個々の案件に対し、付託の可否や具体的な対応（例えば条例上の調査・指導等の方が良いか）など市に対して適切なアドバイスをするといった活用策も考えられる。このような、救済部会（委員）が個々の案件に対する措置につき一定の判断基準を与えるとといったより弾力的な

活用が、現行の条例・規則の中でも考えられるのではないだろうか。

上記内容を消費経済課をはじめとした市内部で検討し、また審議会へもその状況を報告しながら、一層の被害救済部会の活用を図っていくことが必要である。

以上、第3章では、県の相談撤退に伴う横浜市の相談体制の在り方、事業者指導等の方策について意見をまとめてきたが、横浜市が利用者の視点に立ってどこまで対応できるか、ということが重要である。すなわち、相談体制・事業者指導はそれぞれ別個のものではなく、相互に連携・一貫した実効性を伴うシステムを構築することが必要であり、それが今後の横浜市の消費者行政を方向付けるうえで極めて重要な視点となろう。

次章では、第2章・第3章で触れてきた横浜市の対応とは別に、消費生活相談の当事者である消費者の育成を中心に触れ、これまでの審議会や部会での意見も踏まえながら、その方向性について提言を行うこととする。

第4章 自立した消費者の育成

本章では、市民（消費者）を自立・育成することをテーマとして取り上げ、今後の方策などについて検討する。なお、第2章・第3章では「利用者」という表現を用いてきたが、この章ではより幅広い意味で消費者を捉えるため、「市民」という表現を用いる。

1 自立した消費者とは

平成10年8月31日の横浜市消費生活審議会における答申「消費者の主体的活動への支援の在り方について」の中でも、今後市民が負うべき責任範囲が拡大することについて触れている。つまり、消費者（市民）は、経済社会状況の変化に伴ってますますその範囲が拡大する消費者問題に対処するために、自ら率先して情報を収集し、その情報に基づき自主的に判断して行動することが必要であり、かつそのように行動する責任がある、ということである。横浜市では、その支援のために、消費者教育の充実、消費生活推進員制度の活用、消費生活情報の提供などの取り組みを行ってきた。その効果と消費者の個々の努力による結果と思われるが、平成11年3月に行った「消費生活上の契約に関する意識と実態調査」では、20歳代から30歳代の市民を調査対象としたが、その際横浜市の消費生活関連事業やクーリング・オフ制度については高い認知率が示されている。

しかし、相談現場では、申し出の趣旨が曖昧で、自分がどのような相談をしたいのか判断できず、結局全ての対応をセンターへ依頼するといったケースや、過去にも同じようなトラブルにあっただけで、その経験が生かされていないケースもあるようである。このような事例は、判断力が低下している場合などを除き、市民が自立するためには、個人取引のトラブル処理は基本的には自主交渉であり、相談員が代行するのではないという認識（自己責任の原則）を知識・情報以上に市民が身につけることが重要であることを物語っている。その上でセンターの相談による「アドバイス」を受け、最終的に消費者（市民）自身が、主体的・合理的な立場に立ってより良い処理方法や対応を選択することが「自立した消費者」としての望ましい姿であると言える。

なお、消費者・事業者双方が契約当事者としての責任を果たすことを前提とした民事ルールである「消費者契約法」の中でも、法律の実効性を確保するために消費者が自己責任に基づいて行動することが求められている。

2 自立した消費者の育成に向けた横浜市の対応

自己責任の意識を持って行動する自立した消費者を育成するためには、消費者が自己の情報選択力・理解力・判断力などの能力をより向上させることが重要である。同時に、これを支援育成する施策が不可欠である。

横浜市としても、消費者の能力がより向上すれば、各施策もより効果的なものとなるだけでなく、消費者トラブルの未然防止にもつながる。このため、消費者教育などの現行施策を一層充実させることや、今後の施策を検討する中では常に消費者（市民）の自己責任意識の向上を考慮し対応することが必要である。具体的な取り組みとしては、「消費者契約法」の施行に伴うPRの際など様々な機会をとらえ、自己責任の原則などあらためて説明することや、引き続き消費生活相談の際に自助の行動を促進支援すること、さらにより当事者意識を高めるために様々な方策を検討することなどが考えられる。

また、相談体制や各種の施策に対し消費者（市民）がどのような意識を持ってとらえているか、今後さらに何を要望しているかなどについて定期的に調査を行い、消費者（市民）の意識や動向を把握し、これを消費者行政施策の指標として反映させることも必要である。

いずれにしても、横浜市と消費者（市民）相互の努力によって、消費者被害は未然に防止できることを忘れてはならない。

おわりに

今次の消費者生活審議会の下に設置された被害未然防止部会の報告骨子は、以下のとおりである。

消費者における被害・苦情等を未然に防止するうえで最も重要な課題は、消費者と事業者との間の取引・商品等に関する情報格差を是正・解消することである。中でも、消費生活総合センター等での相談事例の大半を占める「消費者契約にかかわる被害・苦情等」への対策が、横浜市が最優先に取り組むべき課題である。

まず、「情報提供の在り方」として、消費者取引でのトラブル等を防止するために、横浜市はこれまで多様な手段を用いて市民への情報提供に努めてきた。その問題点を改善することで21世紀における「新たな情報提供の体系」を明示することが、主な課題とされた。その提言にあたっては、次世代の市民に過重な財政的負担を課すことがないように、特に「費用対効果」に留意した。すなわち、現在の情報洪水を助長するようなものではなく、必要にして効果的な情報を重点的に提供することに意を注いだ。とりわけ消費者が自らの責任において必要と判断する情報を選択・活用しうるような機会を保障することこそが、行政の役割であると提言したのである。しかし、何よりも重要な施策は、次の3点にあると考える。

第1に、センターや区役所に消費者生活相談窓口があること自体を知らない市民がなお多いことから、窓口の存在を周知徹底して住民の自発的な利用をさらに促進するための努力を重ねることである。

第2に、インターネットのホームページによる情報提供の拡充に格段の力を注ぐことが重要である。

第3に、契約に直面している消費者からの個別の問い合わせに対して、その取引や事業者に関する「事実に即した的確な情報」を提供しうる体制を充実させることである。その適切な「基準」を作成するとともに、行政当局に対する訴訟が事業者から提起された場合の対応策も、今後検討されねばならない。

次に、「相談体制の在り方」として、何よりも注目すべきは、横浜市で受理した相談件数が初めて1万件を超え、過去10年間で倍以上に増加したことがある。これに対して、消費生活総合センター及び区の窓口で相談業務に関わる者は、総勢でも34名という現状である。それにもかかわらず、県の消費生活相談業務が廃止される方向にあり、市の相談業務は、大きな困難に直面している。

今日の社会経済情勢に応じて、消費生活相談の需要も増大することになり、消費者保護の必要性が一層高まると同時に、訪問販売法・割賦販売法が改正され、消費者契約法・金融商品販売法・住宅品質確保促進法などが新たに立法されるなど、有効かつ効率的な相談処理に資する法整備がなされるようになった。これらに対応して、相談業務の充実が求められている。

また、電子商取引・介護保険にかかわるサービス取引の増加に伴って発生する新たな案件に対し、内容的にも複雑かつ高度な専門知識が相談業務に要求されることになる。こうした中で、利用者の視点に立った相談体制の在り方が問われている。

「いつでも相談に応じてくれ、適切なアドバイスをしてくれる」理想の体制は、経費節減と効率的な行政運営を求められている市の現状の下では、「費用対効果」の考慮により制約されざるをえない。相談の受付日・受付時間の拡充を実現しうる人的・物的資源が足りないのであれば、他機関の紹介といった情報提供の充実しかあるまい。電子メールによる受付も、パソコンの整備だけでなく受付案件の処理には人手が必要になる。そこで、相談マニュアル・情報提供基準などを具体化して、事務処理の統一化・迅速化を図ることになる。その実現のためには、今後作業部会による検討が考えられる。

今後の横浜市の相談体制の在り方としては、県の相談業務撤退に応じて、現行体制の強化のための方策が検討されねばならない。部会での意見は分かれたものの、現行のセンター・区役所から相談窓口を集中させるセンター方式・支所方式もありうる。また、消費生活条例を適用した事業者指導の実施のための基準・要領の作成、被害救済部会を活用するための手続の整備も必要である。

最後に、「自立した消費者の育成」が全ての基本となる。それは市民が消費

者として自立して、市の情報提供を活用し、自ら消費者被害を未然防止するだけでなく、その意見が市議会を通じて消費者行政施策に反映されることである。

本報告は、短期内に実現可能な施策の提言に留めた。長期的な視座に立つならば、「情報提供の在り方」としての最重要課題は、市の行政におけるインターネット整備などのIT革命であろう。また、「相談体制の在り方」としての根本的な解決は、当然とはいえ、相談員と担当職員の増強である。ともあれ、本報告書が、横浜市の消費生活行政のさらなる発展に結びつき、かつ市民の消費生活にかかわる活発な議論の基礎になることを期待するものである。

審 議 経 過

開催日	主な審議事項
<前期>	第2次第1回消費生活審議会
平成10(1998)年 11月20日	①第2次審議会の審議項目「消費者被害の未然防止等の在り方について」 ②被害未然防止部会設置
12月11日	第1回被害未然防止部会 ①審議の論点 ②今後の進め方
12月25日	第2回被害未然防止部会 ①市民への情報提供と消費者啓発(服部委員から報告) ②若年層啓発と情報提供の方法及び関係機関との情報交換(山本委員から報告)
平成11(1999)年 1月13日	第3回被害未然防止部会 ①消費者啓発と市民への情報提供(梅田委員から報告) ②市民への情報提供と事業者へのモニタリング及び消費者啓発(森委員から報告)
1月20日	第4回被害未然防止部会 ①市民への情報提供、業界団体等との連携、社員啓発(大石橋委員から報告) ②被害の未然防止の方法 これまでのまとめ(長井部会長から報告)
2月26日	第5回被害未然防止部会 ①これまでの指摘事項に対する課題
3月30日	第2回消費生活審議会 ①被害未然防止部会での審議状況報告
3月30日	部会委員と消費生活相談員との懇談会 ①消費者・事業者にも有効な提供内容と基準化 ②消費者による情報アプローチへの保障・情報提供の媒体再編 ③情報収集・提供・分析体制
4月16日	第6回被害未然防止部会 ①第2回審議会、懇談会での意見の整理 ②若年層の契約等に関するアンケート結果報告 ③情報媒体の効果的な選択に関する意見交換
5月14日	第7回被害未然防止部会 ①消費者・事業者にも有効な情報提供の内容と基準化
6月25日	第8回被害未然防止部会 ①報告書(案)審議
8月24日	第9回被害未然防止部会 ①報告書(案)審議
平成11(1999)年 10月29日	第3回消費生活審議会 ①被害未然防止部会での審議状況報告
<後期>	第10回被害未然防止部会
11月17日	①後期部会スケジュール及び検討事項について ②消費者相談の現状について
12月17日	被害未然防止部会・部会委員と相談員の懇談会 ①消費者相談受付の現状と課題～消費者の相談内容と意識について～ ②消費者相談処理業務の現状と課題～より効率的・効果的な事務処理の在り方 ③今後の消費者相談に必要なもの～将来展望～
平成12(2000)年 1月14日	第11回被害未然防止部会 ①利用者用者の視点に立った相談体制の在り方について(その1) ・相談受付体制の検討 ・事務処理の統一化・迅速化

開催日	主な審議事項
2月16日	第12回被害未然防止部会 ①利用者の視点に立った相談体制の在り方について（その2） ・相談受付体制の検討 ・事務処理の統一化・迅速化 ②消費生活審議会での報告内容について
3月1日	第13回被害未然防止部会 ①これまでの意見整理
3月13日	第4回消費生活審議会 ①後期被害未然防止部会での審議状況報告 ②平成12年度消費生活関連施策について
5月1日	第14回被害未然防止部会 ①今後の日程について ②後期部会報告（案）の検討
5月19日	第15回被害未然防止部会 ①後期部会報告（案）の検討
6月15日	第16回被害未然防止部会 ①後期部会報告（案）の検討
6月30日	第5回消費生活審議会 ①後期被害未然防止部会での審議状況報告

第2次横浜市消費生活審議会委員名簿(五十音順)

いわみや ひろし 岩宮 浩	(社)横浜市工業会連合会 会長
うめだ さよこ □ 梅田 小夜子	消費生活コンサルタント横浜会
おおいしばし とおる □ 大石橋 徹	家電製品PLセンター センター長
おしうみ きち 鷺海 キチ	横浜市環境事業推進委員
かみむら けいし 上村 恵史	弁護士(横浜弁護士会)
こばやし つとむ 小林 勉	神奈川県生活協同組合連合会 専務理事
すずき みゆき ◎ 鈴木 深雪	日本女子大学家政学部 教授
たかはら けんじ 高原 謙治	国民生活センター 理事
たかや しょうじ 高屋 彰二	(社)日本訪問販売協会 専務理事
ながい まどか ○ ■ 長井 圓	神奈川大学法学部 教授
なんば えいこ 難波 栄子	日本チェーンストア協会 広報・生活者グループマネージャー
にしむら たかお 西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部 教授
はっとり たかこ □ 服部 孝子	横浜市消費者団体連絡会 事務局長
はやし すみこ 林 壽美子	横浜市消費生活推進員
ひらかわ かねひろ 平川 兼寛	横浜商工会議所小売商業部委員会 委員長
まえだ ひさし 前田 壽	横浜市職員 経済局長
みなみ ちえこ 南 知恵子	横浜市立大学商学部 助教授
みやもと かずこ 宮本 一子	(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費生活研究所長
もり ちえ □ 森 千恵	鎌倉女子大学家政学部 教授
やまもと やすし □ 山本 安志	弁護士(横浜弁護士会)

◎-会長, ○-副会長, □-被害未然防止部会委員(■-一部会長)

横浜市消費生活条例

制定平成8年3月28日条例第13号

目次

- 第1章 総則（第1条－第6条）
- 第2章 横浜市消費生活審議会（第7条－第12条）
- 第3章 消費者の主体的活動への支援（第13条－第18条）
- 第4章 適正な事業活動の確保
 - 第1節 安全な商品又はサービスの確保（第19条－第22条）
 - 第2節 適正な表示及び包装の確保（第23条・第24条）
 - 第3節 適正な取引の確保（第25条－第30条）
 - 第4節 生活関連商品等の安定的な供給の確保（第31条－第35条）
 - 第5節 調査、公表等（第36条－第38条）
- 第5章 消費者被害の救済（第39条－第45条）
- 第6章 雑則（第46条・第47条）
- 附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、消費生活に関し、消費者の主体的活動への支援、適正な事業活動の確保、消費者被害の救済その他横浜市（以下「市」という。）が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の安全で快適な消費生活の実現を図ることを目的とする。

（基本理念）

第2条 前条の目的を達成するため、市、消費者及び事業者は、相互の協力と信頼を基調として、次に掲げる事項について、消費者の権利の確立を図るものとする。

- (1) 商品又はサービスによって、生命及び身体を侵されることなく消費生活を営むこと。
- (2) 消費生活を営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受けること。
- (3) 消費生活を営む上で必要な情報の提供を速やかに受けること。
- (4) 消費生活において、商品又はサービスについての適正な表示により、適切な判断及び自由な選択を行うこと。
- (5) 消費生活において、取引を適正な方法及び条件により行うこと。
- (6) 消費生活において、不当に受けた被害から速やかに救済されること。
- (7) 消費生活に関する施策について意見を表明し、及び参加すること。

（市の責務等）

第3条 市は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るため、経済社会の進展に対応した総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、市が実施する消費生活に関する施策に協力するとともに、安全な商品及びサービスを適正に供給する責務を有する。
- 3 消費者は、自ら消費生活に関する知識を深め、主体的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

(環境への配慮)

第4条 市、消費者及び事業者は、良好な環境が市民の健康で文化的な生活に欠くことのできないものであることを認識し、消費生活が環境に配慮して営まれるよう、それぞれが積極的な役割を果たすものとする。

- 2 市は、消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費者及び事業者が環境への負荷（人の活動により環境に加えられる影響であって、環境の保全上の支障の原因となるおそれのあるものをいう。次項及び第4項において同じ。）の低減を図ることができるよう努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用若しくは廃棄又はサービスの選択若しくは利用に際して、環境への負荷を低減するよう努めなければならない。
- 4 事業者は、事業活動を行うに当たっては、環境への負荷の低減及び消費者の環境に配慮した自主的な努力への協力を努めなければならない。

(国又は他の地方公共団体との相互協力)

第5条 市は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要があるときは、国又は他の地方公共団体に対して、協力を求めるものとする。

- 2 市は、国又は他の地方公共団体が実施する消費生活に関する施策について、協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(国又は県への措置要求等)

第6条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るために必要があると認めるときは、国又は神奈川県に対して、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

第2章 横浜市消費生活審議会

(設置)

第7条 市長の諮問に応じ、消費生活に関する重要な事項を調査審議し、消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行い、並びに消費者の消費生活に係る訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、市長の附属機関として、横浜市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

- 2 審議会は、消費生活に関する重要な事項について、市長に意見を述べることができる。

(組織)

第8条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

- 2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が任命する。

(1) 学識経験のある者

- (2) 消費者
- (3) 事業者
- (4) 横浜市職員
- (5) 前各号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

(委員の任期)

第9条 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 2 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第10条 審議会に、会長及び副会長1人を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。
- 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理し、会議の議長となる。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(部会)

第11条 審議会に、規則で定めるところにより、部会を置くことができる。

- 2 部会の委員は、審議会の委員のうちから、会長が指名する。
- 3 部会に、部会長を置き、部会長は、部会の委員の互選によって定める。

(専門委員)

第12条 審議会に、特別の事項を調査研究させる必要があるときは、専門委員を置くことができる。

- 2 専門委員は、学識経験のある者その他市長が必要と認める者の中から、市長が任命する。
- 3 専門委員は、当該特別の事項に関する調査研究が終了したときは、解任されたものとする。

第3章 消費者の主体的活動への支援

(学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

第13条 市は、消費者の消費生活に関する自発的な学習等を支援するため、必要な条件の整備に努めるものとする。

- 2 市は、消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な教育の推進及び知識の普及に努めるものとする。

(情報の提供等)

第14条 市は、消費者が経済社会の変化に対応した消費生活を営むために必要な情報の収集、整理及び消費者への速やかな提供に努めるものとする。

(消費者の意見の反映)

第15条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現に資するため、広く消費者の意見、要望等を把握し、市の消費生活に関する施策に反映させるよう努めるものとする。

(消費生活推進員)

第 16 条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の推進に熱意と識見を有する者のうちから、消費生活推進員を委嘱することができる。

2 消費生活推進員は、消費生活に関する知識の普及及び消費者の自主的な活動を推進するとともに、市が実施する消費生活に関する施策への協力その他の活動を行う。

(消費者と事業者の交流の機会の確保)

第 17 条 市長は、消費者の意見が事業者の事業活動に反映されるよう消費者と事業者との対話その他交流の機会の確保に努めるものとする。

(市長への申出)

第 18 条 市民は、消費生活上の支障の発生又は拡大を防止するため、市長がこの条例に定める措置をとる必要があると認めるときは、市長に対して、その旨を申し出ることができる。

2 市長は、前項の規定による申出に係る支障が広く市民の消費生活に影響を与えるものであると認めるときは、適切な措置をとるものとする。

第 4 章 適正な事業活動の確保

第 1 節 安全な商品又はサービスの確保

(危険な商品又はサービスの供給の禁止等)

第 19 条 事業者は、消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品又はサービスを消費者に供給してはならない。

2 事業者は、その商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあることが明らかになったときは、当該事実の発表、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

(危害に関する調査及び情報提供等)

第 20 条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼす疑いがあるとき、当該商品又はサービスについて、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査のみによっては同項の疑いを解消することが困難であると認めるときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが当該危害に関して安全であることを立証するよう求めることができる。

3 市長は、第 1 項の調査又は前項の規定による立証の結果、消費者の生命又は身体の安全を確保するために必要があると認めるときは、当該調査又は立証の経過又は結果に関する情報を消費者に提供するものとする。

(危険な商品又はサービスについての勧告)

第 21 条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認定したときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

2 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

(危険な商品又はサービスの公表等)

第22条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、直ちに、当該商品又はサービスの名称、これを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表するものとする。

2 前項の規定による公表があったときは、当該事業者は、直ちに、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

第2節 適正な表示及び包装の確保

(適正な表示の確保)

第23条 事業者は、商品又はサービスの性質に応じ、次に掲げる事項を適正に表示するよう努めなければならない。

(1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容並びに当該商品又はサービスを供給する事業者の住所及び氏名又は名称

(2) 商品又はサービスについて、販売又は提供の価格及び質量、容積、時間、回数等の単位当たりの価格

(3) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の内容

(4) 自動販売機その他これに類する機械により供給する商品又はサービスについて、その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に必要な事項

(5) 再利用又は再生利用が可能な商品について、その方法

(6) 廃棄に際して特別な注意を必要とする商品について、その廃棄の方法

(7) 使用又は利用の方法によっては消費者の生命又は身体に危害が発生することが予測される商品又はサービスについて、当該危害の具体的内容及びその発生を回避するための使用又は利用の方法

2 市長は、消費者が商品を購入し、使用し、若しくは廃棄し、又はサービスを購入し、若しくは利用するに当たり、適切な選択及び判断を行うために必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに表示すべき事項及びその方法について事業者が守るべき基準を定めることができる。

3 市長は、前項の基準を定めようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。当該基準を変更し、又は廃止しようとするときも、また、同様とする。

4 市長は、第2項の基準を定めたときは、これを告示するものとする。当該基準を変更し、又は廃止したときも、また、同様とする。

5 市長は、事業者が第2項の基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該基準を遵守するよう指導し、又は勧告することができる。

(包装の適正化)

第24条 事業者は、商品の包装（容器を含む。以下同じ。）について、商品の内容を誇張する等の過大な包装を行わないよう努めなければならない。

2 事業者は、資源の節約に資する商品の包装に努めるとともに、包装が不要となったときは、適正に再利用され、若しくは再生利用され、又は廃棄されるよう配慮しなければならない。

3 事業者は、消費者に危害が及ぶことがないようにするため、包装の安全性を確保しなければならない。

第3節 適正な取引の確保

(広告の適正化)

第25条 事業者は、商品又はサービスの広告について、虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれがある表現をしてはならない。

(計量の適正化)

第26条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たっては、消費者が不利益を被ることがないようにするため、適正な計量の実施に努めなければならない。

2 市長は、消費者と事業者との間の取引について、適正な計量の実施を確保するために必要な施策を講ずるものとする。

(不当な取引行為の禁止)

第27条 市長は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不当な取引行為として規則で定めることができる。

(1) 消費者に対して、販売の意図を隠して接近し、又は商品若しくはサービスの内容、取引条件、取引の仕組み等について、重要な情報を故意に提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、消費者の知識若しくは判断力の不足に乗じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させる行為

(3) 消費者に著しく不当な不利益をもたらすことが明白な事項を内容とする契約を締結させる行為

(4) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る他の事業者の行為が前3号のいずれかの行為に該当することを知りながら、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(5) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等の不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

(6) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対して、適切な処理をせず、履行をいたずらに遅延させ、又は不当に拒否する行為

(7) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る当該他の事業者に対して生じている事由をもってする当該消費者の正当な根拠に基づく対抗にもかかわらず、不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

(8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出又は契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行をいたずらに遅延させ、若しくは不当に拒否する行為

2 事業者は、消費者と取引を行うに当たっては、前項の不当な取引行為を行ってはならない。

(不当な取引行為に関する調査及び情報提供)

第 28 条 市長は、事業者が行う取引行為が前条第 1 項の不当な取引行為に該当する疑いがあると認めるときは、当該取引行為について、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査の結果、当該取引行為による被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは、当該取引行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

(不当な取引行為についての勧告等)

第 29 条 市長は、事業者が第 27 条第 2 項の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該違反行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

(不当な取引行為の公表)

第 30 条 市長は、第 27 条第 2 項の規定に違反する事業者の行為により多数の消費者に被害が発生し、又は発生するおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、当該違反行為の内容、当該事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表することができる。

第 4 節 生活関連商品等の安定的な供給の確保

(生活関連商品等の調査等)

第 31 条 市長は、日常生活と関連性の高い商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のもの（以下「生活関連商品等」という。）のうち必要と認めるものについて、価格の動向、需給及び流通の状況その他必要な事項の調査を行うものとする。

2 市長は、市民の消費生活の安定を図るため、生活関連商品等の円滑な供給を確保する必要があると認めるときは、事業者に対して、当該生活関連商品等の供給その他必要な措置をとるよう要請することができる。

(特定商品等の指定)

第 32 条 市長は、生活関連商品等が不足し、又は不足するおそれがある場合、その価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合その他消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において、必要があると認めるときは、当該生活関連商品等を特別の調査を要する生活関連商

品等（以下「特定商品等」という。）として指定することができる。

- 2 市長は、前項の規定により特定商品等を指定したときは、これを告示するものとする。指定を解除したときも、また、同様とする。

（特定商品等の調査）

第 33 条 市長は、前条第 1 項の規定により特定商品等を指定したときは、その不足又は価格の上昇の状況又は要因その他必要な事項について、調査を行うものとする。

（生活関連商品等に関する情報提供）

第 34 条 市長は、生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは、第 31 条第 1 項又は前条の調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

（不適正な行為についての勧告）

第 35 条 市長は、第 33 条の調査の結果、特定商品等を供給する事業者がその円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不適正な価格で当該特定商品等を供給していると認定したときは、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう勧告することができる。

- 2 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

第 5 節 調査、公表等

（立入調査等）

第 36 条 市長は、第 20 条第 1 項、第 28 条第 1 項若しくは第 33 条の調査又は第 23 条第 5 項の規定による指導若しくは勧告を行うために必要な限度において、事業者に対して、報告を求め、又はその職員に事業者の事務所、事業所その他事業に関係のある場所に立ち入らせ、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

- 2 市長は、第 20 条第 1 項の調査を行うため、必要最小限度の数量の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物若しくはサービスに関する資料（以下「商品等」という。）の提出を求めることができる。

- 3 第 1 項の規定により立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

- 4 市長は、第 2 項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対して、正当な補償を行うものとする。

- 5 第 1 項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

（公表）

第 37 条 市長は、事業者が次のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。

- (1) 第 20 条第 2 項の規定による立証をせず、又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。

(2) 第 21 条第 1 項、第 23 条第 5 項、第 29 条又は第 35 条第 1 項の規定による勧告に従わないとき。

(3) 前条第 1 項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(4) 前条第 2 項の規定による商品等の提出を拒んだとき。

2 市長は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

(意見の聴取)

第 38 条 市長は、前条第 1 項の規定による公表をしようとする場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対して、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

第 5 章 消費者被害の救済

(事業者の苦情処理体制の整備)

第 39 条 事業者は、消費者との間の取引に関して生じた苦情の申出を適切かつ速やかに処理するため、苦情の処理体制の整備に努めなければならない。

(助言その他の措置等)

第 40 条 市長は、消費者から事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の申出があったときは、当該被害からの救済のために必要な当該消費者への助言その他の措置をとるものとする。

2 市長は、前項の措置をとるために必要があると認めるときは、当該被害に係る事業者その他の関係人に対して、説明、報告又は資料の提出を求めることができる。

(あっせん及び調停)

第 41 条 市長は、前条第 1 項の措置をとったにもかかわらず解決することが困難な紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、審議会のあっせん又は調停に付すことができる。

(訴訟の援助)

第 42 条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者（以下「被害者」という。）が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者に訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件（特に緊急を要する場合その他市長が適当と認める場合は、第 3 号に掲げる要件を除く。）を満たすときは、当該被害者に当該訴訟に係る経費（以下「訴訟資金」という。）の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

(1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

(2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。

(3) 当該被害に係る紛争が審議会のあつせん又は調停に付されていること。

(4) 当該被害者が当該貸付けの申込みの日前3月以上引き続き市内に住所を有していること。

(訴訟資金の範囲及び額等)

第43条 訴訟資金の貸付けの範囲は、当該訴訟の遂行に要する裁判手続費用、弁護士費用その他規則で定める費用とする。

2 訴訟資金の貸付けの額及び償還期限は、規則で定める。

3 訴訟資金の貸付金は、無利子とする。

(貸付けの申込み及び決定)

第44条 訴訟資金の貸付けを受けようとする者は、規則で定めるところにより、市長に申し込まなければならない。

2 市長は、前項の規定による申込みが第42条の要件に該当すると認めるときは、審議会に諮り、当該申込みについて、訴訟資金の貸付けの適否、範囲及び額を決定するものとする。

(貸付金の償還等)

第45条 訴訟資金の貸付けを受けた者は、その償還期限が到来したときは、速やかに、貸付金の全額を返還しなければならない。ただし、規則で定める場合においては、市長は、直ちに、貸付金の全額を返還させ、又は貸付金の返還を猶予し、若しくは貸付金を分割して返還させることができる。

2 訴訟資金の貸付けを受けた者が当該訴訟の結果得た額が当該貸付金の額に満たなかった場合その他規則で定める場合は、前項の規定にかかわらず、市長は、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第6章 雑則

(適用除外)

第46条 第4章第1節の規定は、薬事法（昭和35年法律第145号）第2条第1項に規定する医薬品については、適用しない。

2 第4章及び第5章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

(1) 医師、歯科医師その他これらに準ずる者として規則で定める者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為

(2) 商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のものの価格で、法令に基づいて規制されているもの

3 第37条第1項の規定による公表については、横浜市行政手続条例（平成7年3月横浜市条例第15号）第36条第2項の規定は、適用しない。

(委任)

第47条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

この条例は、平成8年10月1日から施行する。

国民生活審議会消費者政策部会報告

「都道府県と市町村における苦情相談・処理業務のあり方について」

要旨

平成12年7月19日

経済企画庁国民生活局

1. 消費生活センターの業務と設置状況

全国412の消費生活センターは、都道府県、市町村が条例等に基づき設置する行政機関であり、消費者に対する情報提供、消費者教育、商品テストの実施、さらには、講習会を開催するなど、消費者支援のための様々な活動を行っているが、苦情相談の受付処理がその中心業務である。

2. 消費生活センター統廃合の動きとその背景等

近年、地方財政の逼迫や地方分権改革を背景として、都道府県と市町村の役割分担のあり方が検討され、一部の県で消費生活センターの統廃合の動きが見られる。しかし、このような動きに対しては、消費者行政の適切な実施が妨げられるのではないかと懸念がなされている。

3. 消費者行政における苦情相談処理の役割

消費生活センターの中心業務である苦情相談処理は、個別消費者の自立化を支援し、紛争解決に寄与するだけでなく、そこで得られる情報が消費者行政の企画、立案、執行に活用され、地域住民全体の利益に貢献している。さらに、消費者契約法の制定に象徴されるように政策の重点が縦割り行政の事前規制型からルール重視、事後チェック型へに移る中で、市場システムを円滑に機能させるためのルールが守られているかどうかをチェックするという意味で公共性のある重要な役割を担っている。

4. 都道府県の役割と体制整備の課題

消費者保護基本法及び地方自治法の趣旨を踏まえれば、都道府県には、
①広域的、専門的苦情相談処理、②市町村の補完としての苦情相談処理、
③適切な消費者行政を行う上でのセンサー機能、インフラ機能としての苦情相談処理を行う責務がある。

(1) 広域的、専門的な苦情相談処理

広域自治体として、都道府県は複数の市町村で発生している広域的苦情相談を自ら処理したり、あるいは、統一的な処理方針を市町村に情報提供したりするなど市町村を支援する責務がある。

また、苦情相談は年々その内容が高度化してきており、弁護士、建築士など専門家の支援を受けることが公正な処理を行う上で重要になっている。このため、都道府県は、市町村では処理困難な専門的苦情相談を自ら処理し、あるいは市町村に専門的苦情処理方針を情報提供するなど、市町村の苦情相談処理を支援する責務がある。

(2) 市町村の補完としての苦情相談処理

広域的あるいは専門的でない苦情相談については、まず市町村が対応することが期待されるが、市町村で消費生活センターが設置されない場合は、当該市町村の住民が苦情相談を受けられるよう、市町村を包括する広域の自治体として、都道府県が直接受け付ける等の対応を図る責務がある。

(3) センサー機能、インフラ機能としての苦情相談処理

都道府県が行う苦情相談処理は、個別消費者の支援、救済としての苦情相談処理のみならず、以下のような、地域消費者全体の利益に貢献する機能も果たしている。

ア 法律、条例等に基づく行政措置のための苦情相談処理

イ 消費者行政施策の企画立案のための苦情相談処理

ウ 市町村を適切に支援するための苦情相談処理

(4) 重複行政見直しに当たって考慮すべき点

市町村 3,252 のうち、消費生活センターが設置されているのは 253 にとどまるなど、市町村における苦情相談処理体制が全体として整備されていない現状においては、上記(2)について都道府県に責任があることはいうまでもない。

今後市町村の苦情相談処理体制が整備されるにつれて、市町村が行う苦情相談処理と重複しないように、都道府県が市町村の補完としての苦情相談の受付処理を見直すのは当然であるが、その際、適切な消費者行政に資するセンサー機能、インフラ機能、さらには市場ルールの監視機能を阻害しないことが不可欠である。

都道府県が、具体的にどの程度苦情相談を受け付け、処理すべきかは、体制整備の状況、過去の処理実績等、地域の実情を踏まえて判断するべきである。

5. 市町村の役割と体制整備の課題

市町村は、住民にもっとも身近な行政主体であり、市町村での苦情相談の受付と処理が適切に行われることは、住民にとって便利であり理想的である。しかし、規模の大きな市町村であれば、都道府県と同様の体制で相談を受け付け、消費者を支援することが可能であるが、規模の小さな市町村では、苦情相談の絶対数が少ないことから効率上の理由で苦情相談処理体制が不十分にならざるを得ず、それがさらに相談窓口の利用を阻害するという悪循環に陥りかねない。そのため、小規模の市町村が集まった一定の圏域を対象に、都道府県の消費生活センター等で対応する方法、相談実施市町村への委託、市町村の連携による広域消費生活センターの共同設置など地域の実情を踏まえた検討がなされるべきである。また、相談員を配置することが難しい市町村においては、適切な苦情相談が受けられる場所を紹介する体制の整備が必要である。

まとめ

都道府県と市町村における苦情相談処理体制のあり方は、当該地域の消費者行政全体のあり方とも密接にかかわっている。

地方消費者行政全体において都道府県が担う責任が大きいのはいうまでもないが、苦情相談の受付処理についても、市町村の体制整備がいまだ不十分なことやその消費者行政全体を支える機能を考えると、都道府県の責任とそれに対する期待は大きい。

消費者被害の未然防止等の在り方について

(報 告)

平成12(2000)年8月

編集・発行

横浜市消費生活審議会・横浜市経済局消費経済課
〒231-0017 横浜市中区港町1-1
TEL045(671)2584 FAX045(661)0692