

特集

3

消費者行政の根幹を担う 消費生活相談員の役割



増田 悦子 Masuda Etsuko 公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長

かながわ中央消費生活センター、目黒区消費生活センター、東京都消費生活総合センターに勤務。
2017年より現職。内閣府消費者委員会委員、国民生活センター紛争解決委員会委員。



消費者保護基本法公布から50年が経ち、消費生活相談は消費者行政において、消費者の被害回復とともに、さまざまな制度、法律の整備に機能してきました。消費者行政の根幹を担い、さらなる期待に応えるために消費生活相談員(以下、相談員)は、これまでの枠組みにとらわれずに多方面と連携する必要があります。

消費生活相談員資格について

2016年4月、改正消費者安全法が施行され、消費生活相談員資格が国家資格になりました。「消費生活相談員資格試験に合格した者又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると都道府県知事若しくは市町村長が認める者」が消費生活相談窓口の相談員の要件となっています。

消費生活センターや相談員は、消費者や事業者だけでなく、行政内部においても、よく理解されていない現状があります。相談員が国家資格になったことで、業務に必要な多様な知識を習得しているという客観的な評価がされ、消費者、事業者、行政内部において理解されやすくなり、信頼が得られるようになったと思います。

相談員の役割

① 消費生活相談の解決をめざす

消費者トラブルに遭遇した場合、怒り、不安、自己嫌悪などの気持ちから、冷静にトラブルの状況を説明できる相談者は多くはありません。精神的にも傷ついた状態で相談してくることが

多いため、相談員は、消費者に寄り添い、^{しんしん}真摯な気持ちで丁寧に対応することが求められます。加えて、法律知識や商品・サービスの知識、聴き取りをする力、説明する力、あっせんのための交渉力や調整能力、そして経験が必須です。

消費生活相談は裁判とは異なり、必ずしも法律による解決とはなりません。事業者を説得し、できる限りの被害回復をめざしますが、相談者が納得できないことも多くあります。あっせん不調になった場合、その後の相談者への情報提供も重要な役目です。また、相談者は被害者ですが、若干の注意不足や知識不足、今の生活への不満などの問題も持ち合わせていることがあります。私が相談員をしていた頃、親に反発して一人暮らしをしていた女性が、デート商法的な勧誘で高額なジュエリーを買ってしまったという相談がありました。何度も相談者とやり取りし、親の協力も必要だと説得したうえで、長期にわたり事業者と交渉しました。家族の協力を得てしっかり事業者と^{たいじ}対峙したことで、契約を解除できただけでなく、家族との関係、以降の生き方を見直すことができました。あっせんは、被害回復だけでなく、消費者教育であり、事業者指導などの役割も果たしていると思います。

② PIO-NET データを作る

相談員は、法律や制度を踏まえて事業者と話し合い、被害回復をめざすなかで、法律や制度の不備に気がつきます。勧誘方法、表示・広告、製品安全など、さまざまな視点から問題を把握し、国民生活センターが運営するPIO-NET*1

に正確に入力することは重要な役割です。

PIO-NETに同種の悪質な相談が多数あった場合や、重大な被害が入力された場合などは、行政本課による事業者の行政処分、法律や制度の制定や改正につながります。例えば「布団を購入してモニター会員になれば、毎月布団を使用した感想を答えるだけでモニター料がもらえるので損はしない」と勧誘され高額な布団を契約し、その後事業者が倒産したため高額な支払いが残った事例では、当初クレジット会社からは「布団の購入契約に過ぎず、消費者に落ち度がある」と反論されていました。しかし、同様の被害が多く発生し、全国の消費生活センターであっせんを行い、弁護士も結成され、結果的に、特定商取引法に業務提供誘引販売が規定されました*2。

PIO-NETデータを作成することは、相談者の被害救済だけでなく、悪質な事業者を排除し、他の住民にとって被害の未然防止、拡大防止になること、さらには法律や制度を整備するための基礎データを作成していることです。

③ 地域の見守りネットワーク、消費者教育の担い手として

地域における消費者被害の未然防止、早期発見、拡大防止のためには地域ネットワークが不可欠であるとし、消費者安全法では「消費者安全確保地域協議会」の設置、特に配慮を要する消費者の見守りのため個人情報の共有ができることと同時に秘密保持義務も規定しました。消費生活センターは、地域ネットワークのハブ的な役割も担うことになりました。

さらに消費者教育推進法も制定され、相談員は消費者教育・啓発の担い手としても期待されています。相談員は、消費者がどのような表示や広告により誤認しやすいのか、どのような状況になると拒絶できなくなるのかなどを熟知しています。また、消費者が契約の知識や消費者

保護の制度を知っていたら被害を未然に防ぎ、迅速に被害回復ができたはずだということも分かっています。相談業務との兼ね合いが難しいと思いますが、日々の相談から得た新鮮でリアルな情報をもとに、効果的で心に残る消費者教育・啓発が期待できるのは、相談員だけです。そして、実効性を確保するため、消費者教育の技術を向上させ、行政職員と連携して講座実施場所を開拓し、教育現場へアプローチするなどの活動にも尽力してほしいと思っています。

地域ネットワークも消費者教育もいまだ道半ばであり、こうした役割を果たすために相談員は、行政の他の組織、学校、消費者団体、事業者等と連携するため、コミュニケーション力、コーディネート力も必要です。

最後に

今や商品・サービスは高度複雑化しており、これまでの経験が役に立たないことも多々あります。消費者には自分にとっての必要性、経済性など多面的に判断する、さらに消費者志向経営をめざしている企業か否かなども考慮に入れて、商品やサービスを選択する意識が求められます。

そのためには、消費者教育がなされ、消費者が適切な行動をとることが可能となるしくみを作ることが不可欠です。消費者団体はもちろん、事業者、事業者団体、行政からの支援がなくては実現できません。相談員は、さまざまな場面で、消費者の自立、事業者の消費者志向経営への支援に尽力することが求められるようになりました。しかし、消費生活相談窓口は増えつつあるものの、消費生活相談体制は十分とは言い難い状況です。相談員には地域の安全安心な暮らしは自分が守るという意識のもと、頑張してほしいと切に願っています。

*1 PIO-NET(パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム)は、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

*2 2000年改正、2001年施行。