

岡山市長 大森雅夫 様

岡山市監査委員 白神利行
同 種田和英
同 三木亮治
同 田中慎弥

平成25年度行政監査の結果について（報告）

地方自治法（昭和22年法律第67号）第199条第2項の規定に基づく監査を実施したので、同条第9項の規定により、その結果を下記のとおり報告します。

記

1 監査を実施した監査委員

白神 利行，種田 和英，三木 亮治，田中 慎弥

2 監査の種類

地方自治法第199条第2項に基づく監査

3 監査の概要

(1) 監査のテーマ

消費生活センターにおける消費者行政について

(2) 監査の目的

近年、消費者を取り巻く状況は厳しく、消費生活と経済社会との関わりがグローバル化、高度情報化の進展等により多様化・複雑化し、地域・家族のつながりが弱まるなか、消費者被害も多様化・深刻化している。

こういったなか、国においては、各省庁にまたがっていた消費者行政を統一的、一元的に推進するため、平成21年9月に消費者庁を発足させ、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて取り組んでいるところである。

また、本市においても、架空請求、詐欺的な投資勧誘など、消費者契約をめぐるトラブルへの対応を強化するため、平成21年4月に市民局生活安全課内に消費生活センターを新たに設置し、安全・安心な地域づくりに取り組んでいるところであり、消費者問題の解決には、消費者にとって身近な相談窓口である消費生活センタ

一の役割が大変重要となっていることから、本市の消費者行政の中心的な役割を担っている消費生活センターにおける消費者行政に着目し、現状の検証等を実施し、今後の行政運営に資することを目的とする。

(3) 監査の対象

市民局 生活安全課 消費生活センター

(4) 監査の期間

平成25年9月2日から平成26年2月28日まで

(5) 監査の方法

関係書類及び関係資料の提出を求め、また、関係職員から事情聴取を行う。

(6) 監査の着眼点

次の事項について、適正かつ効果的に行われているかを着眼点とする。

ア 相談業務について

イ 啓発業務について

ウ 事業者指導業務について

エ 関係部署との連携について

4 消費生活センターの概要等

(1) 消費生活センターの概要

ア 主な沿革

消費者行政について、主な沿革は、以下のとおりである。

- ・昭和41年5月 企画部 企画課 消費者行政係
- ・昭和42年7月 企画室 企画課 消費者行政係
- ・昭和48年4月 企画局 企画調整課 消費者行政係
- ・昭和49年4月 企画局 消費生活課 調査係
指導係
- ・昭和51年4月 民生局 市民生活部 消費生活課 調査係
指導係
- ・昭和59年4月 民生局 市民生活部 消費生活課 調査係
指導係
計量検査所
- ・平成6年4月 総務局 生活文化部 生活文化課 消費生活係
計量検査所
- ※職員による消費生活相談解決に着手（他機関紹介のみ）
- ・平成9年4月 総務局 市民生活部 市民生活課 消費生活係
計量検査所
- ※相談員を配置して消費生活相談の斡旋・解決を開始
- ・平成12年4月 総務局 市民生活部 生活・交通安全課 市民生活係
計量検査所
- ・平成13年4月 市民局 市民協働部 生活安全課 生活安全係
計量検査所
- ・平成18年4月 市民局 生活安全課 生活安全係
計量検査所
市民みんなの相談室 消費生活相談

※「部」が廃止となる

※消費生活相談業務が生活安全課から市民みんなの相談室に移管

・平成20年4月 市民局

生活安全課

生活安全係

計量検査所

*消費生活相談業務が市民みんなの相談室から生活安全課に移管

・平成21年4月 市民局

生活安全課

消費生活センター

*平成21年9月3日 消費者安全法第10条第3項に基づく消費生活センターの設置を告示

イ 事務分掌

消費生活センターの事務分掌は、岡山市事務分掌規則（平成13年規則第110号）に次のとおり規定されている。

- ① 消費生活の啓発に関すること。
- ② 消費生活の講師派遣に関すること。
- ③ 消費生活団体育成に関すること。
- ④ 消費生活の相談処理に関すること。
- ⑤ 表示の適正化に関すること。
- ⑥ 消費生活商品及び役務提供事業者の適正化に関すること。
- ⑦ 消費生活相談情報システムに関すること。
- ⑧ 消費生活情報に関する連絡調整に関すること。
- ⑨ 計量の立入検査に関すること。
- ⑩ 計量意識の啓発及び計量の指導に関すること。
- ⑪ 指定定期検査機関の指導に関すること。
- ⑫ 関係計量行政機関等との連絡調整に関すること。
- ⑬ 課内他係の主管に属しないこと。

ウ 所在地

岡山市北区大供一丁目1番1号 岡山市役所2階

エ 執行体制（平成25年度）

所 長 1人（消費生活担当課長事務取扱）

副主査 1人

主 任 2人

主 事 1人

嘱託員 7人（消費生活相談員 5人，取引指導監視員 2人）

なお、平成21年度からの職員数の推移は以下（表1）のとおりである。

表1 職員数の推移 (単位：人)

区 分	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
職 員 数	5	5	5	5	5
非 常 勤 嘱 託 員 数	5(6)	7	7	6(7)	7
うち 消費生活相談員	4(5)	5	5	4(5)	5
うち 取引指導監視員	1	2	2	2	2

(注) 各年度当初時点での人数で、()内は年度途中に増員となった後の人数である。

オ 予算の概要

① 予算等の推移

平成21年度からの予算等の推移は以下（表2）のとおりである。

表2 予算等の推移 (単位：千円)

区 分	事 務 事 業 名	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
当 初 予 算 額	消費者行政事務費	17,128	20,535	22,440	53,737	20,288
	計量検査及び量目取締指導費	11,135	10,799	10,590	10,371	10,677
	計	28,263	31,334	33,030	64,108	30,965
予 算 額 (補 正 後)	消費者行政事務費	19,508	21,702	23,009	53,302	67,657
	計量検査及び量目取締指導費	10,485	10,799	10,590	10,371	10,677
	計	29,993	32,501	33,599	63,673	78,334
決 算 額	消費者行政事務費	18,408	20,963	22,040	52,716	—
	計量検査及び量目取締指導費	10,333	10,354	10,154	9,987	—
	計	28,741	31,317	32,194	62,703	—
消費者行政 事務費の 財 源 内 訳	一 般 財 源	10,875	11,280	12,647	12,443	—
	特定財源(岡山県地方消費者 行政活性化基金補助金)	7,533	9,683	9,393	40,273	—

(注) 平成21年度の消費者行政事務費については、消費者相談事務費を含んだ額である。ただし、平成22年度以降は、消費者相談事務費は消費者行政事務費に統合されている。

なお、非常勤嘱託員の人件費は含んでいるが、職員給与は含んでいない。

② 地方消費者行政活性化基金

(7) 国は、平成21年度から23年度までを地方消費者行政のための「集中育成・強化期間」と位置付け、身近な消費生活相談体制の下支えと地域の消費者問題解決力の向上を目的に、消費者行政強化に取り組む地方公共団体が実施する消費生活センターの設置・拡充や相談員の養成・研修参加支援等の事業について、集中的に支援することとした。

その後、平成21年度から23年度までとしていた基金の交付期間を1年延長し、さらに、平成24年度補正予算において約60億円の上積み措置を行い、平成25年度においても活用できることとした。

(イ) 具体的には、国からの交付金をもとに、都道府県において地方消費者行政活性化基金が設置され、各市町村は支援対象メニューの中から事業メニューを選択して事業計画を策定し、都道府県に提出することにより補助金（消費者行政活性化基金補助金）が交付され、事業計画に基づく事業を実施するものである。

(ウ) 本市においては、消費者行政の充実・強化に向けて、この補助金を積極的に活用しており、平成21年度以降の事業計画では、支援対象メニューのうち、①消費生活センターの機能強化、②消費生活相談員等のレベルアップ、③食品表示・安全機能の強化、④消費者教育・啓発の活性化、⑤相談窓口の整備の5つのメニューにおいて、出前講座に活用するプロジェクター等の購入、相談員の研修、啓発ステッカーやパンフレットの作成、相談員の増員、ラッピングバスの運行及びテレビCMの作成・放映などを実施している。

(2) 消費生活センターの業務概要

本市の消費生活センターにおいては、市民が被害にあつたり、商品に問題があつたときに適切に助言し解決に結びつける相談業務及び市民の自立支援のための消費生活に関する各種情報の収集・提供、市民への学習機会の提供などの啓発業務並びに消費生活関連法に基づき、適正な消費関連物資の販売等を担保するための立入検査及び業者等への指導などの事業者指導業務等を行っている。

ア 相談業務について

① 相談体制

(ア) 相談場所

市本庁舎2階の生活安全課内消費生活センターに相談窓口を設けており、電話や来所、文書による相談を受け付けている。

(イ) 相談日及び時間

相談日 月曜日～金曜日（国民の祝日及び年末年始を除く）

時間 9：00～16：00

(ウ) 相談業務の実施体制

本市における相談業務の実施体制については、直営により実施している。

なお、他の政令指定都市の状況をみると、平成24年度では本市と同様に直営により実施している市が13市、法人に委託している市が5市（札幌市、川崎市、神戸市、北九州市、福岡市）となっており、そのほか横浜市では平成18年度から「横浜市消費生活総合センター」を公の施設として指定管理者制度を導入して運営している。

② 消費生活相談員の配置

相談に対応する消費生活相談員は非常勤嘱託員5名であり、常時4名体制で相談業務にあたっている。

なお、すべての消費生活相談員は、消費者安全法施行規則第7条に定められている、①独立行政法人国民生活センターが付与する消費生活専門相談員、②一般財団法人日本産業協会が付与する消費生活アドバイザー、③一般財団法人日本消費者協会が付与する消費生活コンサルタントのいずれかの資格又はこれらと同等以上の専門的な知識及び経験を有している。

③ 相談件数の推移

相談件数の推移(表3)を見ると、総件数は平成22年度に若干減少したものの、それ以降は増加傾向にあり、平成24年度は前年度と比較して大幅に増加している。

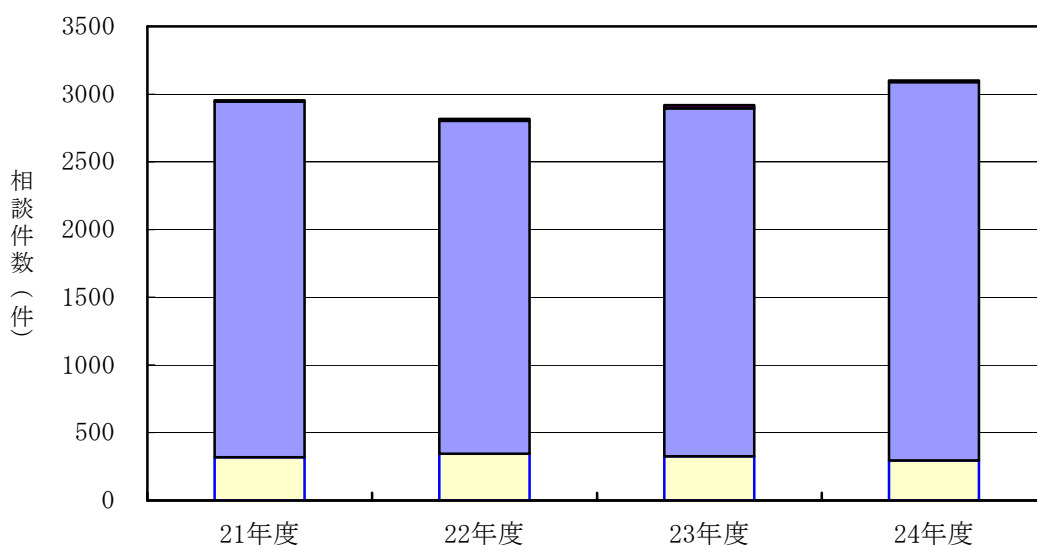
また、相談方法別では、電話による相談件数が毎年度全相談件数の約9割を占めている。

表3 相談件数の推移(相談方法別) (単位:件)

区分	21年度	割合(%)	22年度	割合(%)	23年度	割合(%)	24年度	割合(%)	前年度比(%)
来訪	320	10.8	346	12.3	326	11.2	296	9.5	90.8
電話	2,625	88.9	2,456	87.1	2,569	88.0	2,793	90.1	108.7
文書	10	0.3	16	0.6	23	0.8	12	0.4	52.2
合計	2,955	100.0	2,818	100.0	2,918	100.0	3,101	100.0	106.3

相談方法別相談件数の推移

□ 来訪 □ 電話 ■ 文書



当事者の年齢別相談件数の推移（表4）を見ると、年齢が高くなるにつれ件数が増える傾向が見られ、平成24年度では60歳以上の相談件数は全相談件数の約4割を占めている。特に、70歳以上においては毎年度増加傾向を示しており、平成24年度の相談件数は平成21年度と比較して約5割増加している。

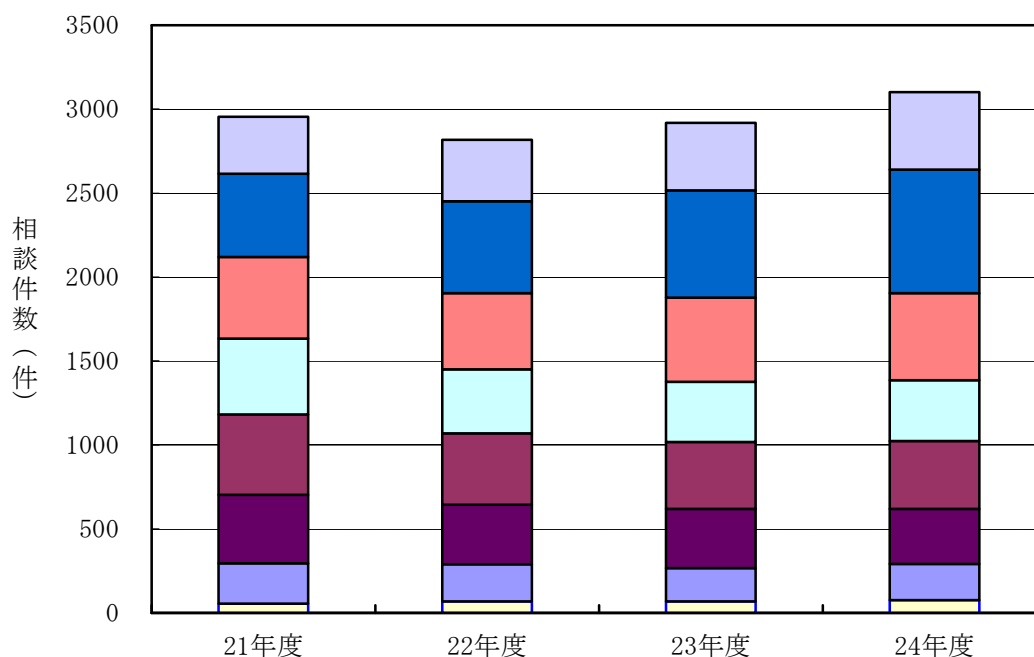
なお、平成24年度における相談実績では、当事者の年齢が最年少者は13歳、最年長者は92歳であり、特に最年少者の相談内容は、携帯電話を利用したアダルトサイト閲覧による高額な請求に関するものであった。

表4 相談件数の推移（当事者の年齢別） （単位：件）

区分	21年度	割合 (%)	22年度	割合 (%)	23年度	割合 (%)	24年度	割合 (%)	前年度比 (%)
20歳未満	55	1.9	68	2.4	68	2.3	77	2.5	113.2
20歳代	241	8.2	221	7.8	198	6.8	214	6.9	108.1
30歳代	408	13.8	355	12.6	354	12.1	328	10.6	92.7
40歳代	477	16.1	425	15.1	398	13.6	404	13.0	101.5
50歳代	452	15.3	382	13.6	359	12.3	363	11.7	101.1
60歳代	487	16.5	454	16.1	501	17.2	519	16.7	103.6
70歳以上	495	16.7	546	19.4	638	21.9	735	23.7	115.2
不明	340	11.5	367	13.0	402	13.8	461	14.9	114.7
合計	2,955	100.0	2,818	100.0	2,918	100.0	3,101	100.0	106.3

当事者の年齢別相談件数の推移

■ 20歳未満
 ■ 20歳代
 ■ 30歳代
 ■ 40歳代
 ■ 50歳代
 ■ 60歳代
 ■ 70歳以上
 ■ 不明



相談の処理結果別件数の推移（表5）を見ると、助言（自主交渉）として処理された件数が全体の60%を超えているが、年々減少傾向にある一方で、情報提供として処理された件数は年々増加傾向にある。特に、情報提供件数が増加した要因としては、消費者が実際お金を支払っていない段階での相談件数が増加していること及び融資サービスに関する相談など、弁護士会や業界団体などが専門の無料相談窓口を設置しており、それぞれの分野の専門家による相談が受けられる体制が整っていることから、それらの相談窓口についての情報を提供している相談件数が増加していることなどが挙げられる。

また、斡旋事案の割合は平成24年度では8.2%（斡旋解決7.4%、斡旋不調0.8%）となっている。なお、消費者庁調査の地方消費者行政の現況「平成24年度地方消費者行政の現況調査（第2次）」（平成24年10月調査）によると、斡旋事案に係る平成23年度の全国平均及び政令指定都市平均の割合は、それぞれ7.2%及び7.0%となっており、それと比較して、本市の斡旋事案の割合は9.7%（平成23年度）と高い状況にあり、そのなかで約9割の事案が解決されている実態が認められた。

表5 相談の処理結果別件数の推移 (単位：件)

区 分	21年度	割合 (%)	22年度	割合 (%)	23年度	割合 (%)	24年度	割合 (%)	前年度比 (%)
他 機 関 紹 介	164	5.5	230	8.2	178	6.1	217	7.0	121.9
助言(自主交渉)	2,237	75.7	2,008	71.3	1,997	68.4	1,908	61.5	95.5
その他の情報提供	218	7.4	202	7.2	343	11.8	608	19.6	177.3
斡 旋 解 決	207	7.0	201	7.1	248	8.5	229	7.4	92.3
斡 旋 不 調	26	0.9	32	1.1	36	1.2	25	0.8	69.4
処 理 不 能	45	1.5	76	2.7	51	1.8	38	1.2	74.5
処 理 不 要	58	2.0	69	2.4	65	2.2	76	2.5	116.9
合 計	2,955	100.0	2,818	100.0	2,918	100.0	3,101	100.0	106.3

(注) 表中の「区分」の定義については、以下のとおり。

- ・他 機 関 紹 介：消費生活センターの業務範囲でないため、本来の相談機関を紹介したもの。
- ・助言(自主交渉)：自主交渉することで解決する可能性があり、自主解決の方法をアドバイスしたもの。
- ・情 報 提 供：消費生活センターの業務範囲であるが、判断した結果、最終的に他機関を紹介したもの、又は、具体的なトラブルが発生していないもので一般的なアドバイスをしたもの。
- ・斡 旋 解 決：斡旋を行った相談で解決がみられたもの。
- ・斡 旋 不 調：斡旋にもかかわらず解決をみなかったもの。
- ・処 理 不 能：相談者に連絡がとれなくなったもの、又は、事業者が倒産して連絡がとれなくなったもの等、何らかの物理的理由により処理できなかったもの。
- ・処 理 不 要：相談者が情報提供しただけで処理を望んでいないもの、又は、相談者が相談を取り下げたもの等。

④ 消費生活相談の内容

消費生活相談の内容を商品、役務別に分類すると、商品・役務別相談内容件数の上位5位と件数の推移（表6）では、相談件数の第1位は平成21年度から連続して「放送・コンテンツ等」である。

主な相談内容を平成24年度実績で見ると、第1位の「放送・コンテンツ等」はアダルトサイトによるワンクリック請求や出会い系サイト関連のトラブルなど、第3位の「レンタル・リース・貸借」は賃貸住宅の修繕・敷金返還トラブルなど、第4位の「健康食品」は注文していない健康食品を一方向的に送りつける「送りつけ商法」によるトラブルなど、第5位の「融資サービス」はサラ金・フリーローン利用者からの債務整理についての相談などである。そのなかで、特に、送りつけ商法は、突然商品を送りつけるケースのほか、業者から「以前に注文を受けた商品を代引で送る」と電話がかかる事例が増え、断ると「裁判に訴える」と脅すなど手口も悪質化してきている実態があり、また、相談件数も平成23年度は33件であったが平成24年度は140件となり、大幅に増加している。

表6 相談内容（商品・役務別）件数の上位5位と件数の推移

順位	21年度	22年度	23年度	24年度
1	放送・コンテンツ等 420件	放送・コンテンツ等 407件	放送・コンテンツ等 467件	放送・コンテンツ等 506件
2	融資サービス 310件	融資サービス 263件	相談その他 193件	相談その他 239件
3	レンタル・リース・ 貸借 189件	相談その他 186件	レンタル・リース・ 貸借 182件	レンタル・リース・ 貸借 165件
4	相談その他 180件	レンタル・リース・ 貸借 168件	融資サービス 167件	健康食品 159件
5	商品一般 178件	役務その他 103件	預貯金・証券等 106件	融資サービス 157件

（注）表中の定義については、以下のとおり。

- ・相談その他：「売り手対買い手」という図式を持たない相談で、消費者問題以外の相談。
- ・商品一般：商品の相談であることは明確であるが、分類を特定できない、又は、特定する必要がないもの。
- ・役務その他：サービス業のうち、分類を特定できないもの。

⑤ トラブルになった金額（契約購入金額）の推移

トラブルになった金額（契約購入金額）の推移（表7）を見ると、新築住宅の不具合、訪問販売業者の次々販売、利殖商法のトラブルなど、トラブルになった金額（契約購入金額）は、本市で把握しているだけでも平成24年度で11億9,500万円となり、過去最高であった平成23年度の額を大幅に更新している。

また、契約購入者1人当たりの平均契約購入金額及び契約購入金額が1千万円以上の高額な契約トラブル件数のいずれも、平成24年度は前年度と比較して大幅に増加している。

表7 トラブルになった金額（契約購入金額）の推移

区 分	21年度	22年度	23年度	24年度
契約購入金額合計（万円）	91,300	76,200	101,400	119,500
平均契約購入金額（万円）	95	89	89	121
契約購入金額が1千万円以上の件数（件）	19	18	17	24

⑥ 消費生活相談員の処理件数

消費生活相談員1人当たりの処理件数を岡山県と比較すると、年間処理件数は本市が増加傾向にある一方、岡山県は減少傾向にあり、本市の消費生活相談員1人当たりの年間処理件数は平成24年度実績では620件となり、岡山県の435件に比べ約1.4倍の件数を処理している実態が認められた。

<消費生活相談員処理件数比較>

区 分		21年度	22年度	23年度	24年度
消費生活相談員数	岡山市	4(5)人	5人	5人	4(5)人
	岡山県	18人	18人	18人	18人
年間処理件数	岡山市	2,955件	2,818件	2,918件	3,101件
	岡山県	10,268件	9,200件	8,485件	7,830件
消費生活相談員1人当たりの年間処理件数	岡山市	591件	564件	584件	620件
	岡山県	570件	511件	471件	435件

(注) 消費生活相談員数については、各年度当初時点での人数で、平成21年度及び平成24年度は年度途中で増員となっている。

⑦ 消費生活相談員の研修

消費生活相談員においては、レベルアップを図るため、研修に積極的に参加しており、毎年度、消費生活相談員全員がいずれかの講座を必ず受講している実態が認められた。また、限られた人数で相談業務を行っていることから、業務に支障をきたすことのないよう、参加する講座、人数等について調整が図られているが、研修で得た情報については、相談内容に応じて適切に活用できるよう、消費生活相談員全員に提供されている。

なお、平成24年度実績は以下のとおりである。

<平成24年度 消費生活相談員研修参加実績>

期 間	講 座 名	主 催 者	参加人数
7/ 9	消費生活相談員レベルアップ講座	岡山県	1人
7/18 ~ 7/19	消費生活相談員研修 専門・事例講座	独立行政法人 国民生活センター	1人
9/ 3	消費生活相談員レベルアップ講座	岡山県	1人
9/24 ~ 9/25	消費生活相談員研修 専門・事例講座	独立行政法人 国民生活センター	1人
10/ 1 ~ 10/ 5	消費生活相談員養成講座 実務コース	独立行政法人 国民生活センター	1人
10/ 9 ~ 10/12	消費生活相談員養成講座 実務コース	独立行政法人 国民生活センター	1人
10/15 ~ 10/16	消費生活相談員研修 専門・事例講座	独立行政法人 国民生活センター	1人
10/22	消費生活相談員研修 D-ラーニング	独立行政法人 国民生活センター	1人
11/ 7 ~ 11/ 8	消費生活相談員研修 専門・事例講座	独立行政法人 国民生活センター	1人
11/28 ~ 11/30	消費者教育に携わる講師養成講座	独立行政法人 国民生活センター	1人
12/ 3 ~ 12/ 4	消費生活相談員研修 専門・事例講座	独立行政法人 国民生活センター	1人

イ 啓発業務について

① 情報提供

(ア) ホームページ等

市ホームページに消費生活センターのページを開設し、消費生活に関する緊急情報やお知らせ、消費生活センターが発行している啓発チラシ（情報誌）及び国等から提供される消費生活に関する情報などを掲載し、随時情報を更新している。

また、市広報紙に毎月「消費生活豆知識」として相談事例とそれに対するアドバイスを掲載するとともに、平成23年度からは、消費生活センターに寄せられた消費生活相談の内容及び悪質商法の手口、消費生活に関するイベント等の情報を掲載したメールマガジン「消費生活情報おかやま」を配信しており、配信登録した消費者等のパソコン・携帯電話に年間約20回のメール配信をしている。

なお、平成25年7月末配信時点での配信登録件数は546件であった。

(イ) 啓発用資料等

平成24年度では、啓発チラシ「消費生活情報」を年間16回発行したほか、啓発用のパンフレット、グッズも作成している。啓発用資料等は悪質商法の被害及びトラブルの予防、早期発見、拡大防止並びに消費生活センターの事業の周知を目的として作成しており、消費生活センター及び出先機関等の窓口を設置するとともに、講座及びイベント等で配布している。

<平成24年度 啓発用資料作成状況> (単位：部)

作成資料名	部数
啓発用パンフレット「悪質業者の視点」	30,000
啓発用シール「悪質商法撃退シール」	35,000
啓発用カレンダー	1,000
啓発用メモ帳	5,000
啓発用ポケットティッシュ	20,000

(ウ) 啓発用ビデオ・DVD

啓発用のビデオ及びDVDを保有し、消費生活出前講座で活用している。

なお、DVD等は主に消費生活出前講座で活用することから、基本的には外部への貸出用としていないが、問い合わせがある場合には個別対応とし、業務に支障がない範囲で貸出しをしており、平成21年度以降で、貸出件数は3件あった。

- ・啓発用ビデオ 25本保有
- ・啓発用DVD 26枚保有

② 講演会、講座の実施

(ア) 講演会「消費者のつどい」

全国では、毎年5月を「消費者月間」とし、消費者、事業者及び行政が一体となって、消費者問題に関する教育、啓発等の事業が集中的に実施されている。

本市でも、消費者月間にあわせ、消費者問題に関する啓発、教育等を図る目的で、講演会「消費者のつどい」を開催している。

なお、平成24年度実績は以下のとおりである。

<平成24年度 消費者月間 講演会「消費者のつどい」>

開催日	テーマ	場所	参加者数
5/25	失敗しない有料老人ホームの選び方	ピュアリティまきび	97人

(イ) 消費生活講演会

消費生活を営むうえにおいて、必要な消費者情報を提供することにより、市民生活の安定と向上を図る目的で、毎年2月に消費生活講演会を開催している。

なお、平成24年度実績は以下のとおりである。

<平成24年度 「消費生活講演会」>

開催日	テ ー マ	場 所	参加者数
H25 2/22	人生を楽しく生きる！ ～お金の使い方・のこし方	ピュアリティまきび	111人

(ウ) 消費生活出前講座

消費生活センター以外の機関及び団体が主催する集会等において、各団体等からの要請がある場合、市職員を派遣し、悪質商法の手口、相談事例及び被害にあわないための心得などについての情報提供とそれにあわせて行うロールプレイング等の体験を通じて消費者力を高め、自立した賢い消費者の育成を図っている。

なお、平成24年度実績は以下のとおりである。

<平成24年度 消費生活出前講座>

主 催 者	開催回数 (回)	参加者数 (人)
老 人 会	25	513
民 生 委 員	7	357
社 会 福 祉 協 議 会	7	136
地 域 包 括 支 援 セ ン タ ー	14	326
公 民 館	12	375
その他 (地区サロン等)	54	1,775
計	119	3,482

(エ) 計量事業出前講座

適正な計量の実施の確保には、計量についての正しい知識が重要であり、幼少期から「はかること」について興味、関心を持ち、その重要性を学んでもらうため、小学校での夏休みの図書館行事として、『夏休み「はかること」教室』を毎年度実施している。

平成24年度実績 11校 284人

③ その他の啓発事業

(7) 消費者大学

消費生活に関する必要な知識を学習することにより、自主的かつ合理的に行動する消費者を育成するとともに、地域における消費者リーダー的役割を担える人材育成を図る目的で、毎年11月に「消費者大学」を開催している。

なお、平成24年度の実績は以下のとおりである。

<平成24年度「消費者大学」>

開催日	テ ー マ	場 所	参加者数
11/20	一日10分で暮らしが変わる整理収納 第1回 「整理のキホン」	勤労者福祉センター	82人
11/28	一日10分で暮らしが変わる整理収納 第2回 「収納のキホン」	勤労者福祉センター	74人

(イ) 悪質商法被害防止キャンペーン

消費者問題に関心を持ってもらい、消費者被害防止を図る目的で、悪質商法被害防止キャンペーンとして、テレビCMの放映やラッピングバスの運行を行った。

なお、平成24年度の実績は以下のとおりである。

a テレビCMの放映

視聴率の高い時間帯を中心に、民放5社でテレビCMを放映した。

<平成24年度実績>

- ・ C M 内 容 消費者問題に関心を持ってもらい、消費者被害防止を図る内容（童話「白雪姫」のワンシーンを題材）
- ・ 放 送 期 間 平成25年2月 1か月間
- ・ 放 送 局 民放5社
- ・ 放 送 回 数 放送時間15秒のCM 335本
- ・ 放送時間帯 19時～22時など視聴率の高い時間帯を中心に放送



b ラッピングバスの運行

岡山駅を中心として市内5方面にラッピングバスを運行した。

<平成24年度実績>

- ・デザイン 童話「白雪姫」のワンシーンを題材に、魔女=悪質業者、白雪姫=消費者という一目でイメージできる関係性をイラストにすることで、わかりやすく、見る人に注意喚起を促すデザイン
- ・運行期間 平成24年12月～平成25年3月
- ・運行台数 市内バス4事業者 計5台



(ウ) 計量の広場

11月1日の「計量記念日」にちなみ、毎日の生活に身近な「計量」について楽しく触れあうことを通じて、消費生活問題についての理解を深め、正しい知識のもと、適切な判断力・行動力を養い、自主的に行動する賢い消費者の育成を図る目的で、毎年11月に「計量の広場」を岡山県等と連携し開催している。

なお、平成24年度の実績は以下のとおりである。

<平成24年度「計量の広場」>

開催日	テーマ	場所
11/17	暮らしと計量	岡山ジョイポリス前広場

④ 事業目標と達成度

消費生活センターでは、消費者が被害にあわないために、必要な情報提供と啓発活動を充実し、自立した賢い消費者の育成を図る消費者育成事業に取り組んでいるところであり、必要な情報提供と啓発活動を充実させていくうえで、消費者の身近なところで開催する「消費生活出前講座」は非常に有効な方法であると考え、出前講座実施回数をその事業目標として設定している。

事業目標値と実績値の推移（表8）を見ると、事業目標については、平成21年度に年間実施回数を50回と設定し、それ以降の年度では前年度を上回る回数を設定するなかで、平成25年度では平成21年度の2倍となる100回を目標値としている。

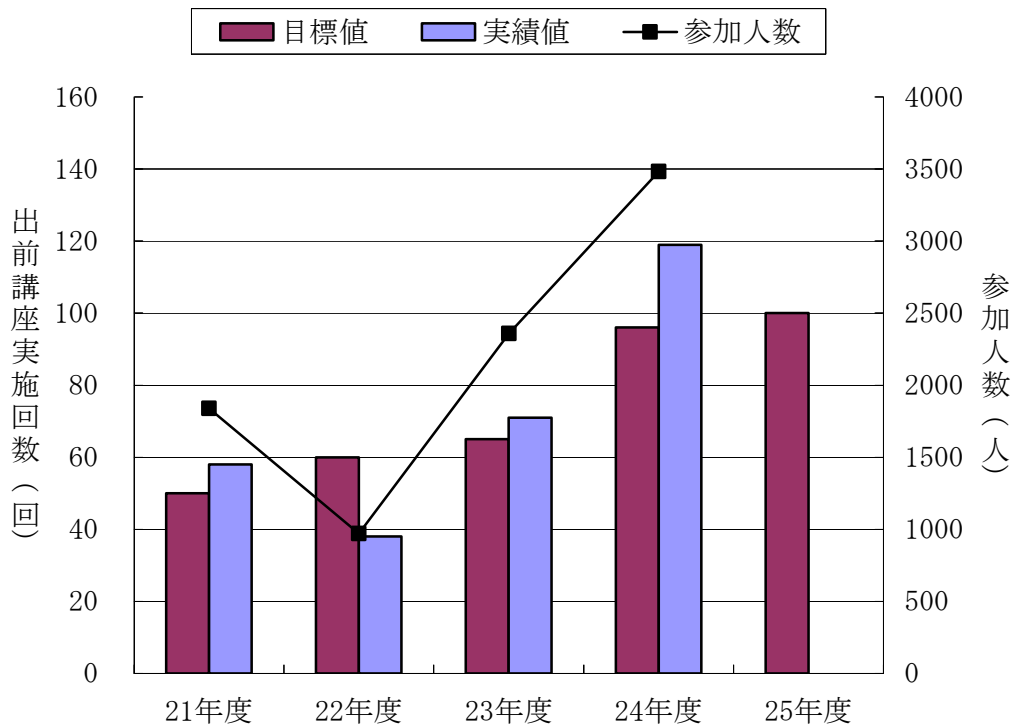
目標に対する実績については、出前講座が市民、団体等からの要請がある場合に限り実施することができることから、実施回数を増加させるために、市民、団体等に対して積極的に出前講座のPR等に取り組み、また、曜日を問わず出前講座に職員を派遣してきた結果、平成22年度は不適正な表示を行っている事業者への立入調査、それに伴う改善指導に時間を要したという特殊要因から目標値を下回ったという状況が認められたが、その他の年度では目標値を上回り、あわせて実施回数の増加に伴い参加人数も増加している状況が認められ、事業目標を着実に達成している。また、平成25年度も年度途中であるが、7月末現在で75回実施しており、8月以降の予約申込数を勘案すると、目標値（100回）を上回ることが見込まれる。

表8 事業目標値と実績値の推移

指 標	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
出前講座実施回数（回）	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値
	50	60	65	96	100
	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値
	58	38	71	119	75(115)
(参考) 参加人数（人）	1,838	971	2,358	3,482	2,218

(注) 25年度の実績値は7月末現在での回数で、()内は予約申込みを含めた回数である。

事業目標値と実績値の推移



ウ 事業者指導業務について

① 事業者指導事業

消費生活関連法に基づき、適正な消費関連物資の販売等を担保するため、立入検査等を行うとともに、事業者への指導に努めている。

なお、具体的な業務内容については以下のとおりである。

(ア) 家庭用品の品質表示にかかる指示等

家庭用品品質表示法に基づき、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図り、一般消費者の利益を保護することを目的として、家庭用品（繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具、雑貨工業品）の販売業者への立入検査を行い、表示の調査、指導を行う。

(イ) 消費生活用製品の販売業者に対する立入検査等

消費生活用製品安全法に基づき、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、消費生活用製品安全法施行令に規定される10種類（家庭用の圧力なべ及び圧力がま、乗車用ヘルメット、乳幼児用ベッド、登山用ロープ、携帯用レーザー応用装置、浴槽用温水循環器、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブ、ライター）の消費生活製品の販売業者への立入検査、指導を行う。

(ウ) 不当景品類及び不当表示にかかる指示等

不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）に基づき、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類の提供及び表示による顧客の誘引を防止するため、事業者に対し、不当な景品類の提供や優良誤認、有利誤認を招く不当な表示を規制し、調査、指導を行う。

(エ) 農林物資の品質表示に関する指示等

農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）に基づき、農林物資の品質に関する適正な表示を行わせることにより、一般消費者の選択に資することを目的として、農林物資の品質に関する表示（生鮮食品、加工食品）に関し、小売業、製造業等の調査、指導を行う。

(オ) 特定商取引における不当な勧誘等に対する指示等

特定商取引に関する法律に基づき、特定商取引を公正にし、購入者等が受けることのある損害の防止を図るため、特定商取引（訪問販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引、業務提供誘引販売並びに訪問購入に係る取引）に関し、不適当な取引行為を行った事業者への指導、立入検査等を行う。

(カ) 許可割賦販売業者等に関する立入検査等

割賦販売法に基づき、割賦販売等に係る取引を公正にし、その健全な発達を図ることにより、購入者等の利益を保護するため、立入検査及び財務諸表等決算資料の調査を行う。

(キ) 電気用品販売事業者に対する立入検査等

電気用品安全法に基づき、電気用品の製造、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品の危害防止を図るため、指定されている電気用品で、安全性が確保されたものに表示される<PSEマーク>の表示状況を、店舗への立入調査により確認、指導する。

(ク) ゴルフ場等にかかる会員契約等の適正化にかかる指示等

ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律に基づき、ゴルフ場等に係る会員契約の締結及びその履行を公正にし、会員契約に係る損害を防止するため、ゴルフ場その他のスポーツ施設、保養施設の会員契約について、誇大広告、不実勧誘、不当行為等を規制、立入検査、指導を行う。

(ケ) 標準価格の表示等に関する指示等

国民生活安定緊急措置法に基づき、物価の高騰その他経済の異常な事態に対処するため、生活との関連性が高い物資及び経済上重要な物資の価格及び需給の調整等に関する緊急措置を行う。

(コ) 特定物資売り渡しに対する指示等

生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律に基づき、国民生活に関連性が高い物資又は国民経済上重要な物資について、買占め及び売惜しみに対し規制するため、立入検査等を行う。

なお、以上の業務のうち、次の業務については、岡山県から業務が移管され、政令指定都市のなかでは本市だけが実施している業務である。

- ・ 特定商取引における不当な勧誘等に対する指示等
- ・ 許可割賦販売業者等に関する立入検査等

② 適正計量の確保

適正な計量の実施を確保するため、計量器の定期検査を行うとともに、各種立入検査を行い、事業者への指導等に努めている。

なお、具体的な業務内容については以下のとおりである。

(ア) 計量器の定期検査

計量法に基づき、特定計量器（質量計、液化石油ガスメーター、燃料油メーター等）のうち、質量計（一部を除く）、分銅及びおもりについての定期検査を実施する。なお、検査業務については、指定定期検査機関である一般社団法人 岡山県計量協会へ委託している。

(イ) 商品量目の検査等

計量法に基づき、特定計量器及び特定物象量が表記された特定商品（特定商品の販売に係る計量に関する政令で定める特定商品）等の立入検査、指導を行う。

なお、事業者への立入調査（検査）、指示等を実施した件数については、以下のとおりであり、そのなかで件数の多いものとしては、農林物資の品質表示に関する指示等及び商品量目の検査等が挙げられる。

具体的には、農林物資の品質表示に関する指示等については、食品の表示状況について、消費者団体が実施している実地調査の報告内容や市民から寄せられた情報提供などをもとに、小売店舗や製造業者に立ち入り、原材料の使用状況や入出荷の台帳などを調査し、誤り等があれば適正な表示に改善するよう指導を行っており、また、商品量目の検査等については、中元・歳暮時期を中心にスーパーや百貨店に立ち入り、店頭に並べられた食品の内容量（グラム表示など）を量り、許容される誤差の範囲内であるかを検査し、許容範囲を超えている場合などは適正な内容量に改善するよう指導を行っている。

<事業者指導事業調査等件数>

(単位：件)

事 務 名	調 査 等 件 数				
	21 年 度	22 年 度	23 年 度	24 年 度	
① 家庭用品の品質表示にかかる指示等	4	5	1	3	
② 消費生活用製品の販売業者に対する立入調査等	5	5	1	4	
③ 不当景品類及び不当表示にかかる指示等	7	11	4	3	
④ 農林物資の品質表示に関する指示等	50	61	43	59	
⑤ 特定商取引における不当な勧誘等に対する指示等	1	0	1	1	
⑥ 許可割賦販売業者等に関する立入検査等	0	1	0	0	
⑦ 電気用品販売事業者に対する立入検査等	4	3	1	2	
⑧ ゴルフ場等にかかる会員契約等の適正化にかかる指示等	0	0	0	0	
⑨ 標準価格の表示等に関する指示等	0	0	0	0	
⑩ 特定物資売り渡しに対する指示等	0	0	0	0	
⑪ 計量器の定期検査	検査事業者数	1,105	927	1,198	871
	検査計量器数	4,276	3,604	4,083	3,471
⑫ 商品量目の検査等	検査店舗数	70	42	31	30
	検査商品点数	3,372	2,551	2,445	2,463

③ 取引指導監視員の配置

事業者指導等に対応するため、取引指導監視員として非常勤嘱託員2名を配置し、業務にあたっている。

業務内容については、事業者指導をはじめ、消費生活相談の斡旋、解決に係る消費生活相談員への助言等及び消費者啓発活動など、当消費生活センターの多岐にわたる業務に携わっているが、特に、関係法令に基づき実施する事業者指導が業務の大きな比重を占めることから、各種の調査、相談経験の豊富な警察OBを採用し、配置している。

エ 関係部署との連携について

① 庁内における連携

(ア) 食の安全に係る関係課連絡会議

- a 目的 食の安全性の確保に関し、市庁内関係各課と連携を図り、市民及び生産者、製造者等関係者に情報提供等を行うことにより、食の安全性を確保することを目的として設置
- b 構成 保健福祉局保健管理課、高齢者福祉課、事業者指導課、岡山っ子育成局保育園・幼稚園課、経済局農林水産課及び教育委員会、市民病院、市場事業部の所管課
- c 開催状況 平成24年度実績 3回実施（平成24年5月、9月、平成25年2月）

(イ) 多重債務者への救済連携

財政局収納課、料金課及び水道局の所管課と連携し、滞納者に対して多重債務に係るチラシの配布や面談室へのポスターの掲示などにより、多重債務者の救済に取り組んでいる。

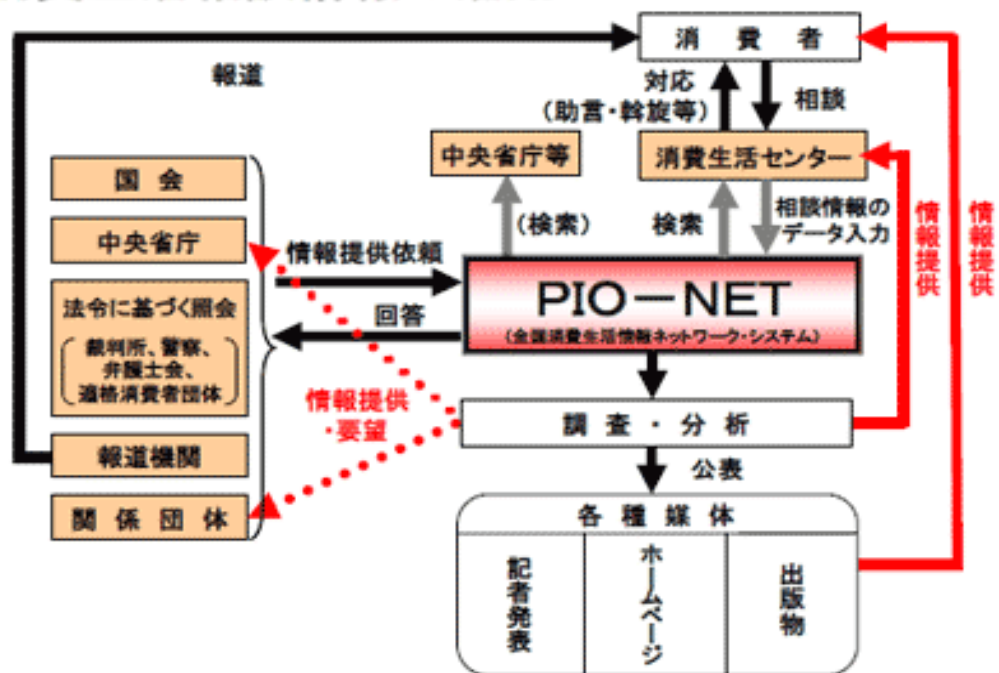
② 関係機関との連携

(ア) P I O - N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）の活用

P I O - N E Tは、独立行政法人国民生活センターが全国の消費生活センターとネットワークで結び、消費者から各消費生活センターに寄せられる消費生活に関する相談情報を収集・蓄積することにより、①行政機関による消費者被害の未然防止・拡大防止のための法執行への活用、②国・地方公共団体の消費者政策の企画・立案及び国民・住民への情報提供、③自治体（消費生活センター）の消費生活相談業務に対する支援などを目的として設置したシステムである（独立行政法人 国民生活センターHPから一部抜粋）。

本市では、消費者からの消費生活に関する相談情報を同システムに入力し、データを蓄積するとともに、同システムに蓄積されている全国のデータから必要な情報を検索・入手し、消費者に対して情報提供等を行っている。

消費生活相談情報の活用



(画像：独立行政法人 国民生活センターHPより)

(イ) 他の行政機関との連携

a IT化や国際化の進展，少子高齢化などにより，消費生活をめぐる問題も多様化，複雑化するなかで，市独自では対応に苦慮する事例が増えてきており，また，消費者が安全で安心な生活を営むうえで信頼性の高い情報がますます重要となってきたことから，国，県，政令指定都市等の行政担当者及び警察関係者との間において，情報交換，意見交換等を行い，消費者行政の円滑な実施やその充実・強化に努めている。

特に，事業者指導業務においては，立入検査，事業者指導などを実施するにあたり，法の執行状況や悪質事業者の取締状況など，適時，適切な情報が求められることから，より一層関係機関との連携を図っている。

b 財務省中国財務局岡山財務事務所等と連携し，3月の自殺対策強化月間での取組みを兼ねて実施された，暮らしに身近な金融知識やトラブル事例などをわかりやすく解説した「なるほど金融！暮らしに身近なパネル展～自殺対策強化に向けて～」にあわせ，本市消費生活センターの広報ビデオ映像の放映及び啓発資料の配布等を行った。

平成24年度実績 平成25年3月18, 19日実施

JR岡山駅1階「つどいの広場」

(ウ) 弁護士会等との連携

消費生活相談を受けるなかで、解決困難事例や法的に解釈が困難な事例等について意見交換を行い、今後の相談解決に役立てるため、岡山弁護士会が設置する消費者被害救済センターほか県内5市消費生活センター（倉敷市消費生活センター、津山市消費生活センター、笠岡市消費生活センター、真庭市消費生活センター、浅口市消費生活センター）と情報交換会を実施している。

平成24年度実績 4回実施（平成24年6月、8月、11月、平成25年2月）

(エ) 消費者団体との連携

a 賢く行動する消費者としての各種実践活動を行っている消費者団体と連携し、悪質商法に騙されないためのチラシ配布等の広報活動と家庭で使用しない不用品を有効活用したバザー「消費生活展・リサイクルバザー」を実施した。

平成24年度実績 平成25年3月26日実施
市本庁舎1階「市民ホール」

b また、消費者団体と連携し、消費生活に関するアンケート調査、実地調査を実施することにより、市民意識の実態把握及び市内の食品表示を中心とした表示の実態を把握し、消費者行政の施策並びに表示の適正化に向けた取り組みに反映している。

平成21年度からは、消費者団体に対して、市内の店舗に買い物に行った際、食品表示を中心に表示の実態調査を依頼しており、その調査結果に基づき、店舗への立入調査、指導等を実施している。

平成24年度実績 実態調査店舗数 延べ3,169店舗
調査結果に基づき、45社立入調査（うち5社指導）

5 まとめ

今回の監査は、近年、消費者被害が多様化・深刻化しているなか、消費者問題の解決には、消費者にとって身近な相談窓口である消費生活センターの役割が大変重要となっていることから、本市の消費者行政の中心的な役割を担っている消費生活センターにおける消費者行政について着目し、相談、啓発及び事業者指導業務並びに関係部署との連携についての取り組みが適切に行われているかどうかを主眼に実施した。

監査の結果、いずれの業務についても概ね適切に行われているが、今後の業務を行ううえで、次の事項に留意されたい。

当消費生活センターは、平成21年4月に設置されて以降、相談、啓発及び事業者指導業務に積極的に取り組んできている。そのなかで、特に、表面化しにくい消費者トラブルについて着目し、相談窓口である消費生活センターに誘導し、適切かつ迅速な解決を図るために、消費生活センターのPR活動を拡充してきた取り組みもあり、ここ数年の状況を見ると、市民からの相談件数は増加傾向にあり、平成24年度では年間相談件数は3000件を超え、また、トラブルになった金額（契約購入金額）は本市で把握しているだけでも約12億円と過去最高額となった。また、今後においても、若者を中心にパソコンやスマートフォンを利用したインターネットを媒介とした消費者トラブルの増加など、消費者を取り巻く社会環境はさらに厳しくなることが見込まれることから、消費生活センターにおいては、限られた体制のなかで効率的・効果的な事業の推進が、引き続き強く求められている。

したがって、今後の消費生活センターの運営にあたっては、啓発活動を充実させていくうえで非常に有効な方法である消費生活出前講座について、講座実施に向けての各種団体等への積極的な働きかけやPRなどの取り組み、相談件数が特に増加傾向にある20歳未満の若年層や60歳以上の高齢者層に対する重点的な取り組みなど、啓発業務においてなお一層の創意工夫を凝らすとともに、市単独での取り組みに加え、消費者団体等の外部団体や他の行政機関等との協働での取り組みを強化するなど、各業務において業務の再点検を行い、より効率的・効果的な取り組みに努め、行政効果の向上がより一層図られるよう鋭意努力されたい。

また、国においては、高齢者が繰り返し悪質業者の標的とされるなど被害の深刻化を踏まえ、非常勤職員が大半を占める消費生活相談員の処遇改善を促して優秀な人材を確保するため、消費生活相談員に新たな国家資格を設けることを検討されていることから、その動向を注視し、適切に対応されたい。

最後に、消費生活センターの役割が消費者行政において今後ますます重要となっていくことから、相談業務、啓発業務及び事業者指導業務が一体となって適切かつ適正な事務執行を行うなかで、効率的・効果的な取り組みを通じて、安全・安心な地域づくりにより一層寄与されるよう要望する。