

# バランスのとれた 相談対応のすすめ

—消費者に寄り添った支援を行うために—

東京経済大学現代法学部教授  
弁護士

村 千鶴子 (むら・ちづこ)

ことを目指しています。そのために消費生活相談員の資格を国家資格とする消費者安全法の改正が行われ2016年4月から施行されています。消費生活相談は消費者行政の中で大きな役割を担うものとして位置付けられていることがわかります。

消費生活相談における相談担当者(以下「相談員」という)の在り方を考える際には、消費生活相談が何のためにあるのか、どのような役割を求められているのかを踏まえることが基本となります。

もともと消費生活相談は、自治事務として、地方自治体が事業者と消費者との様々な格差を是正し消費者被害を防止したり被害救済をしたりするための消費者支援を目的として整備してきたものでした。その後、2009年に消費者庁が設置される際に消費者安全法第三章に「消費生活相談等」の規定が設けられ、消費生活相談の役割が明確化されました。

**はじめに**  
2009年に消費者庁が設置されてから、全国のすべての地方自治体で消費生活相談を行うための体制整備がすすめられています。どこに住んでいても同じ高いレベルの消費者支援が得られるようにする

役割を要約すれば①自治体における消費者に対する格差是正のための支援(助言・あつせん)、②消費者事故等(ヒヤリハットも含めた消費者被害のこと)の情報収集機能の二点になります。②の機能は、消費者庁が果たすべき役割の基本に

なります。つまり、消費者庁が消費者政策の企画立案をするための基礎情報になります。法律の不備があれば改正や新規立法を行うための基礎情報、既存の法律の違反については行政処分や刑事罰のための端緒情報としての意味を持ちます。

したがって、困っている消費者に助言したり、被害の救済のためにあつせんしたりすることは消費生活相談の基本であり重要な業務内容であることに間違いはありませんが、それがすべてではありません。ヒヤリハットも含めて消費者事故情報を収集し、消費者庁などと情報共有し、消費者行政・法律改正や立法などにも反映させるという大きな役割を負っていることも消費生活相談に従事する上での基本姿勢として心得ている必要があります。

## 何が起きているのかを知ること

消費生活相談は「待ち」の行政機能です。「待ち」ということは、消費者からの相談があつてはじめて機能するということを意味します。相談者から相談があつてはじめて成り立つということです。

ともかく消費者が相談に来てくれないければ役割を果たせないため、消費生活相談はどういうときに利用できるのか、利用してもらいたいかを広報することが大切になります。広報の仕方にもいろいろありますが、一番多いものが「困った時には消費生活相談」とか「被害に遭った時は消費生活相談」というものではないでしょうか。

そのために相談者である消費者は、自分や身近な人が消費生活で困ったことがあるときに助言を求めて、あるいは問題を解決してもらおうとして相談にいくことが多いのではないかと思われれます。その際にまず重要なことは「その消費者がどんな体験をしたのか」という「事実」です。事実を把握し時系列に従って整理し、問題点を洗い出し、なにか原因でどんなことになっているのかを把握するのが出発点です。

消費者は自分が気になっていること、自分が納得できないことを訴えてくるわけですが、自分が体験したことを時系列に従って入り口から現在まで法的に整理して説明してくれるわけではありません。相談者である消費者は、契約や法律の専門知識がないことが普通です。そのため、断片的な、あるいは部分的な訴えだけで全体像は分からない

場合も多いのではないかと推測されます。事実関係が不明確な状態では、「何が起きているのか」がわかりませんし、問題点の整理もできません。適切な助言やあつせんもできないことが多いと思われれます。

相談者が納得できるように相談者の言いたいこと訴えたいことに十分耳を貸すことは大切ですが、それだけでは事実関係が十分わからない場合にはさらに質問するなどして聞いていくこと、関係資料などを見せてもらうたり調べたりして把握していくことが業務のポイントになります。事実関係を把握する上でも、民法等による契約の基礎知識や消費者法の基礎知識が重要になります。

## 問題点は何かをつかみ、助言する

消費者が体験した事実関係を把握した上で、問題点の整理をします。広告や勧誘の際の説明が正しくない、契約したくない消費者に押し付けている、契約内容や契約条項に問題がある、事業者が契約を守らない(2018年成人式前後におこった「はれのひ」などはこの典型です)など様々です。

ポイントは、消費者が適正に自

主的に契約の選択ができていないか、契約内容は民法の契約の基本的な考え方を踏まえた場合に「公平」な内容といえるか、契約内容に沿った契約の履行はあるか、などがポイントになります。

## 法律の意味 ―相談員と消費者法の関係

消費生活相談の多くを占める契約・取引に関する問題を例に考えてみましょう。契約・取引に関する基本的な法律は民法です。したがって、消費生活相談に従事する上で、契約・取引に関する基本的な法律である民法の基礎知識が必要となります。

民法では、「契約自由の原則」によっています。その契約をするかどうかは契約当事者が自分で自由に選択できる、契約内容や契約条件は相手と話し合って決める、したがって契約した以上は守る義務があるのが基本と考えます。消費者の場合にも基本的には同じです。契約する前に慎重に考え、契約したら守る義務があります。消費者だから契約はいつでも一方的にキャンセルできるわけではありません。

民法の上記の考え方は契約当事者が対等平等であり、経済的

合理性に基づいて選択行動する者同士であることが前提となつています。ところが、消費者と事業者とは各自が持っている情報の質と量・交渉する力は対等ではありません。そのために民法の契約自由の原則だと情報が足りなかつたり不正確だつたり、相手と交渉する力が弱かつたり、なかつたりする消費者には「自分が適切にかつ自主的に選択した契約」とは言えない場合が起こつてきます。これが消費者問題が起こる主な原因です。

消費生活相談では事実経過を知り、どのような格差があつて消費者の適切で自主的な選択がそこなわれたのかを把握することが重要な業務になります。問題点を押さえたうえで、格差是正のための解決方法を助言したり、あつせんをしたりします。ここで大切なことは「同じような被害にあつた消費者には同一の支援ができること」です。一人の相談者は、「すべての住民である消費者の代表者として情報提供に來ている」のであり、「一人の相談の背後には類似の多くの被害がある」「これらの被害を防止し救済するためには何ができるか。どうすべきか」という姿勢です。

さらに現行法では適切な解決方法や被害防止の制度が足りない

場合には、何が足りないのか、どのような制度が必要なのかを考えて提案していくことが求められています(ここで把握したことはPICOINETTに入力することによって消費者庁や全国の消費生活センター等と共有されることになります)。

## まとめ

相談者である消費者と接する場合に大切なことは、相談者にわかる言葉で説明できること、消費者の述べていることを的確に把握することができることです。消費者から事実を聞くと、問題点を分析するとき、助言やあつせんの際に活用できる法律制度を把握するときには法的な専門知識が必要ですが、専門知識がありさえすればよい相談業務ができるわけではありません。

地域の生活文化を知っていること、地域の人々の言葉がわかり会話ができてこと、相手に通じる言葉で説明できることが必要です。地域社会と人間理解が相談業務の基礎として求められているわけです。