

平成 21 年 5 月 9 日現在

研究種目：若手研究(B)
 研究期間：2006～2008
 課題番号：18730011
 研究課題名(和文)消費生活センターにおける相談員の相談処理実践に関する法社会学的研究
 研究課題名(英文)Socio-legal analysis on the consulting practice of the consumer affairs consultants in the consumer center
 研究代表者
 菅野 昌史 (KANNO MASASHI)
 いわき明星大学・人文学部・講師
 研究者番号：70379494

研究成果の概要：本研究は、消費生活センターの相談員が、トラブルに巻き込まれた消費者から寄せられる相談にどのように対応しているのか、その実態の解明を目的としたものである。そこで、立地条件、規模等が異なる複数のセンターに赴き、相談員及び同じセンターで働く職員に聞き取り調査を実施した。その結果、相談員には、法律とトラブル処理との関係について、弁護士とは異なる独特の理解が共有されていることなどが確認された。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	700,000	0	700,000
2007年度	700,000	0	700,000
2008年度	500,000	150,000	650,000
総計	1,900,000	150,000	2,050,000

研究分野：法社会学

科研費の分科・細目：基礎法学

キーワード：基礎法学、法社会学、エスノメソドロジー、裁判外紛争処理、消費生活センター

1. 研究開始当初の背景

(1) 本研究申請時から現在に至るまで、消費者契約の領域では紛争が多発している。その種の紛争には、コストの面で裁判所や弁護士が関与する司法的処理にはなじまないという性質がある。そこで、その処理を第一次的に担っているのが、各地の消費生活センターである。また、本研究申請の前年の2004年には消費者保護基本法が抜本改正され消費者基本法が施行となり、そのなかで消費者紛争の処理について、国及び地方自治体の責務が定められた。

(2) しかし、地方自治体の財政状況悪化に伴い、消費者行政予算は削減傾向にあった。そ

うした現実と理念のジレンマのなかで、各地の消費生活センターの現場で働く相談員は、日々押し寄せる相談にどのように対処しているのか(申請の前年度 PIO-NET に登録された相談件数は約190万件にまで急増していた)。その活動の実態に関心をもったことが本研究申請の動機である。

2. 研究の目的

消費生活センターにおける相談員による相談処理実践の実態の解明を目指した。より具体的には、消費者相談の処理にあたり、法律知識という点では法律専門職に及ばない相談員が、相談処理に際して、どのような実践

知を用いて、問題を抱える消費者のニーズに
 応えているのか。さらに、そうした実践知が、
 相談員間あるいは相談員と職員の間で交わ
 されるコミュニケーションにおいて、どのよ
 うに共有されているのかを明らかにしたい
 と考えた。

3. 研究の方法

(1) 第一段階として、相談員に対する聞き取
 り調査を重点的に行う。対象者は、都市部、
 地方、弁護士過疎地といった異なる環境にあ
 る消費生活センターから、相談員経験等も考
 慮して選定する。また、直接相談業務には携
 わっていないセンター職員に対しても並行
 して聞き取り調査を行う。

(2) 第二段階として、特定の消費生活センタ
 ーにおいてフィールドワークを実施する。そ
 の過程において、可能であれば、実際の相談
 場面の録音・録画を試みる。

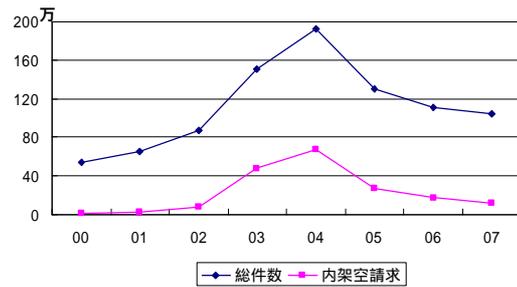
(3) 上記の調査の結果えられた質的データ
 を、社会学の一手法であるエスノメソドロジ
 ーの知見を参照しながら分析する。

4. 研究成果

(1) 本研究期間中、2 県 4 自治体にある 5 か
 所(同一市内における県と市それぞれのセン
 ターを含む)の消費生活センターにおいて、
 相談員のべ 12 名、職員のべ 9 名に対して、
 聞き取り調査を実施した。センターが所在す
 る地域は、人口がいずれも約 30 万人程度で
 あるが、弁護士の数は最大 5 倍以上の開き
 がある(2009 年 4 月時点)。しかし、必ずしも弁
 護士過疎地にあるセンターほど、寄せられる
 相談件数が少ないわけではない。2007 年度で
 比較すると、弁護士数最多の調査地域にある
 センターの相談件数が 4627 件であるのに対
 し、最少の地域のそれは 3143 件と、弁護士
 数ほどの大きな差はない。また、センターの
 相談員は、前者が 7 名(ただし、非常勤職員
 のため全員が常時在席するわけではない)、
 後者が 2 名である。こうしたことから、弁護
 士の偏在にも関わらず、消費者紛争及びそれ
 に関する相談ニーズは全国に遍在かつ潜在
 していると推測される。

(2) 本研究期間中、全国の消費生活センタ
 ーに寄せられる苦情相談の件数は、その直前の
 急増から一転、減少傾向を示していた。その
 原因としては、下記の図 1(独立行政法人国民
 生活センター編『消費生活年報 2008』より
 作成)も示すように、急増をもたらした「架
 空請求」に関する相談の沈静化が大きいとさ
 れる。

図 1 消費生活相談の年度別総件数の推移



しかし、現場の相談員からは、仕事量とし
 てはこれまでとさほど変わらないという印
 象を述べる発言が多く聞かれた。その理由と
 しては、定型的な処理が可能な架空請求に対
 して、非定型的な対応が求められる多重債務
 などの複雑かつ重大な相談が増加したこと
 が挙げられる。

図 2 都道府県等の消費者行政の推移

年度(20**)	00	01	02	03	04	05	06	07
予算(億円)	165.4	156.1	147.3	131.0	130.3	122.1	110.3	112.0
消費生活センター(A)	431	449	463	479	489	524	531	538
行政担当職員	13,174	13,458	13,664	13,409	12,710	11,359	10,957	10,212
内消費生活相談員(B)	2,676	2,918	3,081	3,144	3,314	3,342	3,732	3,539
B/A	6.2	6.5	6.7	6.6	6.8	6.4	7.0	6.6

また、図 2(内閣府「都道府県等の消費者
 行政の現況(平成 20 年度地方消費者行政に
 関する調査結果の概要)」より作成)が示す
 ように、相談員を取り巻く環境も依然として
 厳しいままである。消費者行政関係予算は総
 じて減少傾向にあり、それを反映して、セン
 ターに配属される行政担当職員が 2003 年度
 以降減少を続けている。職員は、相談員の手
 が空かないときに一時的に相談業務を肩代
 わりしたり、複雑な相談については意見交換
 を行うなど、相談員が業務を円滑に進めてい
 く上で重要な役割を担っている。それゆえ、
 職員数の減少は相談員の負担を増すことに
 つながる。

その一方で、センターの設置数は年々増加
 を続けている。その大部分を占めるのが政令
 指定都市以外の市区での増加である。しかし、
 センター数に対する相談員数の比(図 2 最下
 段)をみると、大きな変化はみられない。こ
 こからも、個々のセンターにおける相談員の
 体制が充実しつつあるわけではないことが
 うかがえる。ただし、ここでの数字はあくま
 で平均であり、6 名以上の相談員が勤務す
 るのは実際には都道府県レベルの大きなセン
 ターだけであろう。大多数のセンターの相談
 員は 2~4 名程度ではないだろうか。また、
 相談員のなかには複数の自治体を掛けもち
 する者も多いため、相談員として働く人はこ
 れよりも少ないという点にも注意が必要で
 ある(同様の指摘は、国民生活センターの報
 告書「消費生活相談員等の意識調査 報告
 書」(平成 20 年 3 月)にもみられる)。

(3) 相談業務においては、「聴く」ことが大切であるという発言が聞き取り調査を行ったほとんどの相談員からなされた。近年、弁護士による法律相談においても、コミュニケーション技術、とくにカウンセリングに対する関心が高まりをみせているが、そのなかでも同様に聴く技術の重要性が指摘される。

しかし、弁護士はあくまで法律家である。それに対し、「弁護士ではない」という発言を繰り返し、自己規定を行う相談員にとって、聴くことの意味合いは弁護士とは異なると考えられる。たとえば、ある相談員は相談が「カウンセリングになっちゃうこともありますね」という発言を行った。時間が限られ、かつ有料で行われる法律相談に対してであれば、こうした発言は否定的評価につながる可能性が高いだろう。しかし、この場合には、そこに何らかの肯定的、積極的な意味が込められていると理解できる。

もちろん相談員も聴くだけではなく、その後の対応を考えながら、相談者との会話を行っている。対応の選択肢としては、「あっせん」、「他機関紹介」、「助言」、「情報提供」の4つがある。とくに「あっせん」は、トラブルになっている消費者と事業者との間に介入することになるため、相談員にとって仕事量の増加につながる。しかし、相談員のなかにはあっせん選択への志向性が強くみられる。その一方で、相談は次から次へと押し寄せており、限られた資源をいかに有効に配分するかが相談員にとって重要な課題である。

では、そのための意思決定はどのようになされるのか。この点について、ひとまずこれまでの分析でえられた知見は以下のものである。すなわち、相談員は相談内容よりも、むしろ相談者中心のアプローチをとる。具体的には、相談者をいくつかのカテゴリーに分類し、それに対応させる仕方での対応の選択肢を決定していると推測できる。この点に関連して、多くの相談員から最近の消費者の変化が否定的な方向で語られる。それはエゴイスティックな消費者像ともいうべきものであるが、そうした相談者には「すぐ答えを聞いたがる」、「過大な要求をする」といった会話上の特徴がみられることが、相談員によって認識されている。

(4) 相談員による相談業務の特徴は、法律に対する関わり方に顕著に観察できる。相談員の発言には、たとえば次のようなものがあった。法律は「最低限は知っていなければ始まらない」、「それをふりかざすのではなく、それを踏まえて」、「それだけを使ったら相談員ではない」、法律家ではないので「法律ではOKでもダメと言える利点」もある。すなわち、法律の下で、しかし、法律の外を志向しつつ、相談業務を行うというのが、センターの違い

を超えて、相談員に共有されている基本的態度であると考えられる。

しかし他方、相談員は相談業務を契機として、法律の不備を指摘し、さらには新たな立法を求める活動に関わるといった活動も自らの任務であると考え、またそこにやりがいも見出している。基本的に、訴訟に比べADRによるトラブル処理は、一般化よりも個別化を志向するため、公共的性格が弱いと考えられる。しかし、消費生活センターにおける行政型ADRは、相談員が消費者と法律家との間を媒介することで、公共的価値の実現を促進する効果が期待できる(図3)。

図3 媒介者としての相談員



(5) 「3. 研究の方法」でも述べたように、本研究は、当初、聞き取り調査実施後、特定のセンターにおけるフィールドワークを予定していたが、現時点まで実現に至っていない。しかし、相談員による「相談者中心アプローチ(4.(3))」にせよ、「法律の下で、法律の外を志向する(4(4))」基本的態度にせよ、それは実際の相談場面での検証が必要な仮説である。相談者の個人情報保護・尊重という壁はあるが、研究の趣旨を理解していただき、フィールドワークの許可を得るべく、今後も引き続き努力していきたいと考えている。

また、本研究を続ける中で、消費者紛争への対処には、消費生活センターはもちろん、その外部の組織、たとえば、地域包括支援センター、社会福祉協議会、警察、消費者団体などとの連携の重要性を認識するに至った。とくに、中間団体としての消費者団体には消費者団体訴訟制度の成立ともあわせるならば、大きな可能性があると考えられる。しかし、いずれのセンターにおいても、構成員の高齢化による消費者団体の弱体化が指摘された。誰もが消費者という自覚を持つ現代のような消費社会においては、消費者団体への参加を促すのは、まさにフリーライダー問題の様相を呈し、困難な課題であると考えられる。では、消費者団体の活性化にはどのような方策が考えられるのか。今後、消費者団体の調査を通して、そうした問題についても考えて

いきたい。

5．主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計0件)

〔学会発表〕(計0件)

〔図書〕(計1件)

山本顯治編『紛争と対話(法動態学叢書・水平的秩序・第4巻)』法律文化社、2007年、全p.224(p.162-p.179)

〔その他〕

学外に向けた研究成果報告会「人文科学の新展開」を開催し、他2名(大橋純一、本多明生)とともに報告(日時:2009年2月7日、場所:いわき明星大学地域交流館プレゼンテーション室)

URL:<http://www.iwakimu.ac.jp/cgi-bin/news.cgi?target=top&num=20090119185257>)

6．研究組織

(1)研究代表者

菅野 昌史(KANNO MASASHI)

いわき明星大学・人文学部・講師

研究者番号:70379494

(2)研究分担者

()

研究者番号:

(3)連携研究者

()

研究者番号: