

# 行政型 ADR が行う消費者相談

## — 公正な取引を導く消費生活相談員の役割 —

宮 園 由紀代

### 1. はじめに

公正な取引とは、契約において、消費者と事業者が対等な立場で内容を判断し、意思決定できるような取引である<sup>1</sup>。そこには、消費者が商品やサービスを合理的に選択できるだけの十分な情報と、提供された情報をもとに合理的な判断をして行動できる消費者の能力が必要とされる。公正な取引を実現するためには、公的機関が事業者や消費者に指導及び規制をする方法や、事業者や消費者が、合理的な判断能力を身につけ行動することがある。

また、消費者と事業者の間に生じた民事紛争を、ここでは、消費者紛争と呼ぶが、生じた消費者紛争から公正な取引が行われていないことが顕在化する。紛争を抱えた消費者は、相談プロセスによって十分な情報を提供され、公正な取引について理解し、その原理原則に従い意思決定を行い、選択することができるようになるのである<sup>2</sup>。そして消費者紛争の解決を支援する手続には、当事者間の自主交渉や、第三者機関の介入による話し合いや、裁判などがある。

第三者機関による紛争解決支援手続として設置されている裁判外紛争解決手続 (Alternative Dispute Resolution 以下 ADR と示す) には、行政が介入する行政型、事業者団体や消費者団体や弁護士会等が介入する民間型、裁判所で行われる民事調停などの司法型の手続がある。このうち、本稿では、消費生活センター及び市町村の消費者行政担当部門が関与する行政型 ADR を検討の対象とする。ADR 法に規定される ADR には、当事者間の話し合いを促進し、解決案を提示するなど、強制力を伴わずに、第三者として解決を支援するあっせんや調停という調整手続と、ADR 手続で提示された解決内容を当事者に強制できる裁定手続がある。第三者が一方当事者に交渉・解決のための助言や援助を与える相談 (純粋型) や、両当事者間の単なる取次ぎを行う事実上のあっせんである相談 (応用型) は含まれないのである<sup>3</sup>。消費生活センター等の相談には、消費者への情報提供を行う助言と、相談員が当事者の話し合いに介入するあっせんがあるが、本稿では、行政型 ADR が行う消費者相談を検討対象とするために、ADR 法の定義に従い、あっせんの際の相談員の役割を検討する。ただし、相談当初から助言のみで終わることが明確な場合は少なく<sup>4</sup>、あっせんを想定して、相談者の話を聴き、契約書などの資料を詳細に確認するという対応がとられる。そのため、あっせんに至らない助言のみの相談 (純粋型) であっても、相談者の苦情を事業者に単に取り次ぐという相談 (応用型) であっても、ADR 手続実施者と同様な能力が必要とされるであろう。

消費生活相談において、相談員は、①相談者の話を聴き取り、当該事案に必要な情報を提供しようとし、②相談者と共に解決案を考え、③時には、第三者として、事業者への苦情の取次ぎ、解決に向けた交渉や、消費者と事業者の話し合いの促進、解決案の提示などのあっせんを行う<sup>5</sup>。このような

相談プロセスは、消費者に情報を提供するだけでなく、消費者の考えや行動に何らかの影響を及ぼすであろうと考えられる。

国民生活センターが2007年11月に消費生活相談員を対象に行った調査では、自由回答方式で、現場の相談員の様々な意見を取り上げている<sup>9</sup>。あっせんが消費者に及ぼす影響について、「相談者の自立に任せるか、あっせんをどこまでするか判断で困っている」、「社会的な正義感から始めたが、逆に消費者の自立を妨げエゴを助長させているのではないかと杞憂する」などと、あっせんをすることが消費者自身の判断能力や解決能力を弱くさせるのではないかという声もある。あっせん方法については、「あきらかに悪質である販売方法には行政指導できればよいと思う」、「事業者と対立する関係ではなく、互いによりよい方向へ進むための知恵を出すことが必要ではないだろうか」と、センターが指導的になる場合と、両当事者が協調的になる場合が見られる。

消費者相談の現場においては、一般に、アンケートに見られるように、あっせんは消費生活センターが紛争の解決を導くために、消費者の力を弱くすると思われる傾向にある。確かに、相談現場の実情としては、あっせんを行うことで、センターに交渉から解決内容の決定まで任せてしまう消費者も存在する。しかしながら、あっせんにより、消費者が相談員や相手事業者と対話をする過程で、自ら紛争を考え、行動していく強さを高めていく消費者も少なからずいるのである。全てをセンターに任せてしまう消費者と、自ら考え行動する消費者との違いは、その消費者の特質によるものだけでなく、相談員との相互作用の違い、つまり、あっせん方法の違いにも依拠するのではなからうか。

また、消費者法の領域では、消費者には、賢く合理的判断のできる消費者像と、弱く合理的な判断ができない消費者像がある<sup>7</sup>と考えられている。事業者と消費者間の情報格差に付け込んだ攻撃的な勧誘によってもたらされる心理的な影響から、賢く合理的な消費者も消費者紛争を抱える<sup>8</sup>ことが少なくない。そのため、消費生活センター等に自分の問題の解決を全面的に委ねたいと思う消費者ばかりではなく、自分で解決したい、自分の納得いく解決を目指したい<sup>9</sup>という消費者も存在する。その多様化したニーズにセンターでのあっせんも対応する必要がある。

あっせんによって、消費者が自ら解決を目指すことができれば、その消費者は合理的な判断をし、行動する能力を身につけることになるので、公正な取引を行うことのできる消費者になると推測される。また、2005年に出された消費者基本計画では、消費者の自立を支援することが述べられている<sup>10</sup>が、消費者が、個別の苦情のあっせんを通じて、事業者の言い分や、公的な立場の人の考えを知り、一般的な問題への関心が育っていくということは、自立よりもむしろ、消費者が様々な立場や状況を考慮して行動するという自律性を身につけることになるといえるだろう。

本論文では、公正な取引の実現のために、あっせんが消費者と事業者に多様な影響を及ぼすであろうという問題意識の基に、消費生活センター等が行うあっせんについて考察する。まず、2章で学説や消費生活相談の現状を参考にしながら、あっせんが公正な取引の実現に貢献できる可能性を明らかにし、3章で、メディエーション (mediation) に関する研究を基に、相談員のあっせんモデルを提示し、相談員の連続する複数の役割について考察した。そして、4章で、それまでに検討してきた相談員の役割を効果的に果たすために必要とされる相談員の能力の確保がどのようになされているのかについて取り上げる。

## 2. 消費者相談におけるあっせん

あっせんについて検討するには、まず、行政型 ADR による消費者相談の目的を押さえておく必要がある。消費者基本法25条において、国民生活センターの役割の一つとして、「消費者と事業者の間で生じた紛争の合意による解決を図る」ことが規定され、2009年に公布された消費者安全法第10条により、消費生活センター（以下、センターと示す）の設置が規定された。また、消費者紛争の特性から、当事者間の格差を調整しつつ、適正妥当な解決を図るという政策的必要性があり、他の同種紛争にも適用可能な解決指針の提示を行うという公益的な側面もある<sup>11</sup>。つまり、消費者相談のゴールは、紛争を抱えた当事者の問題解決を支援することと、適正妥当な解決を一般化させるという社会正義の実現があるといえる。さらに、相談は消費者教育となるという視点から、消費者と相談担当者が共に学ぶことや、個々の問題から一般的な問題へと視点を広げるという消費者の自律を支援することもある<sup>12</sup>。ここでは、問題解決、社会正義、自律支援という目的を踏まえて、あっせんについて検討する。

### (1) あっせんのために配慮すること

あっせんは、合意による解決を図るための手段として、当事者間で自主的な解決が行われるように、助言・援助・調整などをすることに焦点が置かれている（島野、2007）<sup>13</sup>。ここでは、あっせんのために、配慮することが期待される内容について考察する。

国民生活センターの『消費生活相談入門マニュアル』（1990）では、あっせんは、相談者の希望することと、事業者の対応とのくい違いを、消費者保護の観点から調整すること、そして、関係法令、判例や相談事例の先例などを参考に、全てのことがらを総合的に判断して結論を出すことが述べられている<sup>14</sup>。この場合、法的問題への配慮が必要となる。特に、事業者の詐欺的要素が強い悪質なものや、消費者の権利を当事者が十分に理解していないことに起因する紛争には法的問題への配慮が大きくなる。

また、一般に、紛争には当事者の感情の問題が大きい。紛争を抱えた当事者は、怒りや悲しみや悔しさなどの否定的な感情を持つことが多く、その感情が肯定的な感情に変化することが紛争解決の一つだと考えられる。そのため、消費者紛争の解決支援をする際には、当事者の感情という側面にも配慮することが必要である。民法学者である大村（2007）は、相談者の感情の側面から紛争処理を捉えている。彼は、「相談者は、自分の権利を主張し紛争を自分にとって有利に解決するためだけで相談するのではなく、『自分の悩みを分かってほしい』、『自分の思いを正当なものとして認め共感してほしい』という動機によってセンターに相談するという側面もあるため、相談の目標は、損害の物理的な補填のみではなく、むしろ危機にさらされた『意味の回復』が重要である」と指摘する<sup>15</sup>。法的要件ばかりに焦点が当てられ、当事者の感情が配慮されなければ、たとえ、両当事者間に合意が成立したとしても、その合意は妥協したものであり、紛争の真の意味が解決していない。その結果、将来新たな紛争を生じる可能性も考えられる。そのため、あっせんには法的問題だけでなく、当事者の感情にも配慮が必要であろう。

そして、紛争の解決内容は、必ずしも金銭的なものだけでなく、事業者の説明や謝罪、業務改善などが期待されることもある。さらに、契約の継続が望まれることや、いったん契約を解消したとしても将来再び契約するなど、紛争にある消費者と事業者の関係の継続が必要な場合もあるため、両者の関係性にも配慮が必要である。

さらに、あっせんは、消費者と事業者の話し合いによる合意を目指すものであるから、両当事者からセンターと相談員が信頼を得ていることが前提となる。細川（2004）は、具体的なあっせん交渉において、事業者から支持され、社会的に妥当な判断をしているという信頼を得なければ、ADRとして機能しえないことを指摘している<sup>16</sup>。国民生活センターの相談処理要綱では、「公正な処理」として、「法令及び社会通念に準拠し、適正な手続に従い、中立的立場を堅持すること。あっせんを行う場合は、苦情の申出者又はその相手方に対し説明又は問合せの機会を均等に与えることも留意して処理を行うこと」と明記されている。相談員が消費者の代弁者として、消費者の利益だけに関心を持ち事業者と敵対するならば、あっせんの場で事業者の信頼を得ることは困難になるのである。

ただし、相談員の中立性を考慮する際には、両当事者から等距離で、かつ法規範や実定法秩序、裁判などの準拠性によって担保されるものであると考えられている従来の法的紛争処理における中立性とは、違った中立性が存在することを認識しておく必要がある<sup>17</sup>。ADRにおける第三者の中立性は、両当事者の関係性を考慮することが必要とされるため、単純に両当事者から等距離を保持する構造的な中立も、法やルールに基づく中立的な裁断が、必ずしも適合的とはならない場合も考えられるのである<sup>18</sup>。従って、あっせんの際には、法的問題や商業的利益のみならず、当事者の関係性やコミュニティの利益など総合的に配慮することが必要となるであろう。

以上のように、あっせんには消費者の権利<sup>19</sup>実現を考慮した法的問題や感情の問題、両当事者の関係性、コミュニティの利益、中立性などへの配慮が求められている。

## （2）あっせんにおけるセンターの働きかけ

消費生活センター等における相談には、①消費者利益の現実的確保を目指した紛争介入という後見的性格の強い機能と、②当事者間の主体的交渉機会の拡大および自主的合意形式の促進という機能（守屋、1993）<sup>20</sup>がある。つまり、センター等が総合的に判断して行う側面と、消費者自身と事業者の決定を尊重する側面という異なった面を持つ複合的なものである。ここでは、センター等が総合的に判断して行う形を積極的関与、当事者の決定を尊重する形を自律支援と定義し、2つの側面から検討する。

### ① 積極的関与

行政型ADRの積極的な紛争関与とは、センターが消費者の利益の確保を目指し、消費者の権利を実現しようと働きかけるものである。この場合、センターは、消費者の権利実現という視点で、適切な解決内容を消費者と事業者に導き、合意を形成する機能を担う<sup>21</sup>。つまり、センターが指導的な態度であっせんを行う傾向になる。

また、消費者と事業者の直接交渉では話し合いに応じようとしめない事業者であっても、センターが介入すれば、話し合いに応じる場合も少なくない。さらに、消費者も事業者も第三者であるセンターを納得させることのできる理由づけを行う必要に迫られるために、それ以前に比べると交渉が合理性に訴えるものになる（大村、2007）こともある<sup>22</sup>。消費者相談の現状をふまえると、悪質性が高いものや、高齢者や障害者や経済的困窮者など自主的な交渉が困難だと考えられる脆弱な消費者については、積極的な関与が望まれるであろう<sup>23</sup>。

## ② 消費者の自律支援

消費者の自律とは、消費者が様々な立場や状況を考慮して、自ら意思決定をし、行動するということだと考える。ここでは、消費者が、あっせんを通じて、公正な取引ができるような自律した消費者になることについて検討する。

消費者紛争を抱えた消費者は、自分に起こった問題に困惑し、自己中心的になることが少なくない。そのため、相手事業者との相互作用から、消費者も事業者も否定的で破壊的になり、自己弁護し、相手に対して猜疑心や不信感を示すようになる<sup>24</sup>。このような消費者が、相談プロセスで、冷静になり、自分に起こっている問題や自分の権利や義務を理解し、自己意識が明確になれば、自律性が高まることがあり得る。そして、消費者自身が解決に関する意思決定することが可能となり、さらに、相手事業者を理解することも可能となるであろう。

国民生活センターの『消費生活相談入門マニュアル』（1990）においても、「消費生活相談を通じて…自分と社会との関わり方を強く意識するようになります。苦情がうまく解決されたかどうかにかかわらず、消費者は、同じような不満を持っている人の存在、事業者の言い分、公的な立場の人々の考え方を知り、個別の商品・サービスの問題だけでなく、それをとりまくさまざまな諸制度の問題点にも関心が向けられるようになります。個別の苦情を通じて、消費者に、一般的な関心が育っていけば、それこそが、公的機関が行う消費者教育の本当のねらいといえることができるでしょう」と示唆している<sup>25</sup>。あっせんは、事業者と相談者の相互作用であるので、紛争相手である事業者にも社会との関わりを強く意識し、他人への理解を深めることもあるといえよう。

ここであげたセンターの働きかけは、別個に果たされるものではない。積極的な関与の過程を消費者と共有することで消費者が自律した消費者に変容することにもつながる。また、消費者の自律支援がうまくいかなければ、積極的な関与をする場合もある。つまり、あっせんにおいて、センターの積極的な関与や消費者の自律支援という働きかけは、相互に関連し連続して起こるのである。

2章では、あっせんの際に配慮すべき問題とセンターの働きかけについて検討した。あっせんには、当事者の権利実現を考慮した法的問題や感情の問題、両当事者の関係性、コミュニティの利益、中立性などへ配慮しながら、積極的な関与だけではなく、消費者を自律させていく複合的かつ連続的な働きが必要である。その背景には、公正な取引の実現があり、3章では、その実現に貢献する相談員の役割モデルについて考察する。

## 3. 消費生活相談員の役割

2章で述べたあっせんの複合的・連続的な働きかけは、当事者である消費者や事業者のみならず、相談員においても、あっせんへの迷いや誤解を生じる恐れがあるだろう。そのため、あっせんが公正な取引を導くという視点で、相談員の役割を明確にする必要がある。ここでは、当事者同士が合意に達することを第三者が支援する手続として、欧米で展開されているメディエーション（mediation）に関する研究を参考にし、メディエーターに関する学説を基に筆者の相談員としての経験も踏まえて考察したい。モデルの分析にあたり、2章で述べたあっせんの際に配慮すべき問題と、センターの働きかけを関連させる必要があると考える。ここでは、問題定義とメディエーターの役割を関連させ、その役割の連続性を前提にして、メディエーターの対応モデルを考察した Riskin（1994、2003）の考察<sup>26</sup>が有用であると思われる。

彼は、紛争の問題定義は、図1のように i) 法的问题 (Litigation Issues)、ii) 商業的利益 (Business Interests)、iii) 個人的・職業的・関係的利益 (Personal/Professional/Relational Interests)、iv) コミュニティの利益 (Community Interests) へ拡大されると示した。

図1：問題定義の連続性

(出典：Riskin 2003)

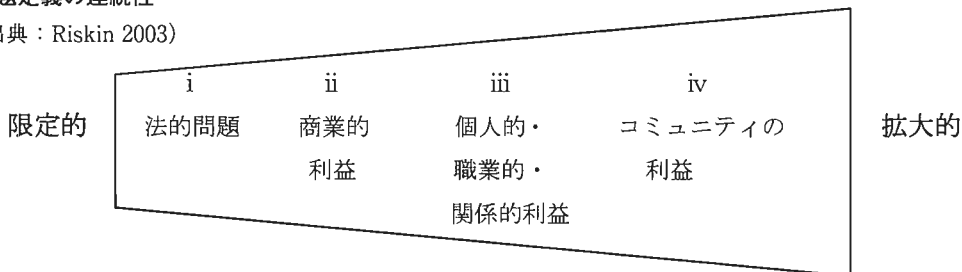
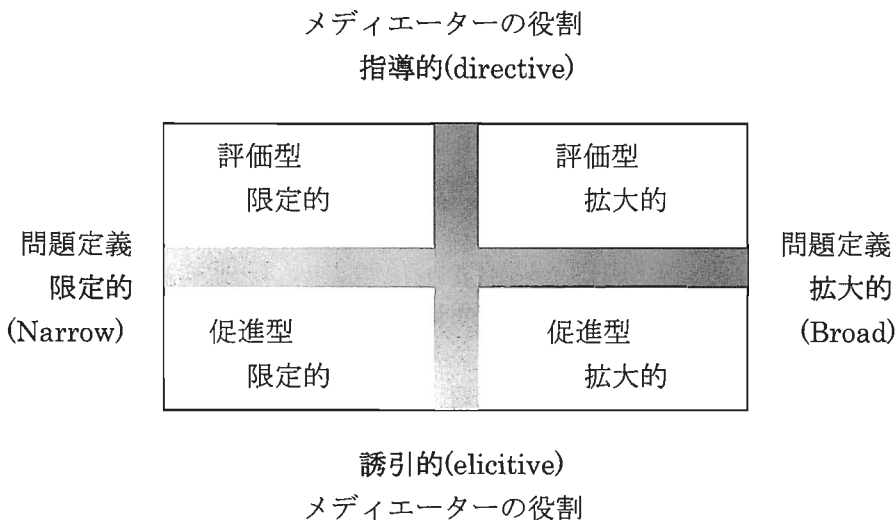


図2：メディエーター・オリエンテーションモデル

(出典：Riskin 2003)



さらに、メディエーターの役割には、メディエーターが当事者に指導するという (directive) 場合を評価型、メディエーターが当事者から情報を引き出すという (elicitive) 場合を促進型と示した。そして、図2で示すように、メディエーターの役割と問題定義という2つの視点から、メディエーターの対応モデルとして、評価型—限定的 (Evaluative-Narrow)、促進型—限定的 (Facilitative-Narrow)、評価型—拡大的 (Evaluative-Broad)、促進型—拡大的 (Facilitative-Broad) の4つのモデルを列挙した。彼は、これらの4つのモデルは、別個に存在するものではなく、連続したものであると述べている。同様に、消費者相談においても、相談員は紛争の状況やプロセスに対応して、時には相談員が指導的になり、時には相談員が当事者から話を引き出すということを繰り返している。そのため、相談員が持つ複数の役割も連続的な役割であることがいえる。本章では、Riskin が提示したモデルを基に、筆者の相談員としての経験から実際の相談を考慮しあっせんの際の相談員の役割モデル

を提示する。

行政型 ADR の手続実施者ということを鑑みれば、あっせんの際の相談員の役割が対象となるが、あっせんには前段階である助言も重要であるために、このモデルではあっせんを想定した助言の段階も含めている。

### (1) 評価型 (Evaluative)

センターが積極的に関与するあっせんの場合は、相談員が、紛争解決のために判断を下す立場にたつことを意味する<sup>27</sup>。つまり、問題の解決を重視するがゆえに、相談員が消費生活問題の専門家として問題を定義し、解決内容を定式化するというように評価を下し、指導的対応となる傾向がある<sup>28</sup>。このような介入をメディエーション分野の研究者達は、評価型 (Evaluative) と呼ぶ (Bush & Folger, 1994, 2004, Roberts & Palmer, 2005, L L Riskin, 1994, 2003, 2005 など)。

それでは、評価型の介入者がとる行動はどのようなものだと考えられるのだろうか。Roberts & Palmer (2005) によれば、評価型の介入者は、規範やルールを示し、専門的な知識を持っている。そして、a) 当事者間のコミュニケーションを確立する、b) 当事者から紛争について情報を得る、c) 当事者が提供した情報を基に判断する、d) 専門的知識に基づいて指示を出す、e) 当事者に提示した解決案を当事者に説得するという行動をとる<sup>29</sup>。

次に、図 2 で Riskin が提示した評価型モデルを基に、筆者の相談員としての経験から実際の相談を考慮して評価型相談員のモデルを提示する。

### ① 評価型—限定的 (Evaluative-Narrow)

このモデルは、指導的傾向が強く、図 1 で示す法的問題や商業的利益を重視する傾向がある。このモデルの場合、相談員の行動は以下のようになる。

- i) 関連文書を確認し、検討する。
- ii) 当事者に解決案を決めるように勧める。
- iii) 妥協可能な合意案を当事者に提示する。
- iv) 裁判結果を予測する。
- v) 両当事者を説得する。

相談員は、法的問題や商業的利益から解決案を考えるので、法の正当性が高い当事者が勝ち、他方が負けるという win-lose な結果を示し、当事者を説得するのである。このモデルは、事業者と柔軟な話し合いが難しい悪質商法の被害救済に役立つと考えられる。しかし、相談員が両当事者の利益や関係の利益などに配慮せずに、解釈を示唆しすぎれば、当事者の反感を引き起こし、その反感 (敵意) は他当事者だけでなく、相談員にも向かう可能性もあると考えられる (Bush & Folger, 1994)<sup>30</sup>。

### ② 評価型—拡大的 (Evaluative-Broad)

このモデルは、指導的傾向が強く、図 1 で示す個人的・職業的・関係的利益やコミュニティの利益を重視する傾向がある。このモデルの場合、相談員の行動は以下のようになる。

- i) 両当事者の利益に適合するような解決プロセスを進める。
- ii) 関連文書を確認し、検討する。

- iii) あっせんのゴールが両当事者の利益を含むことを説明する。
- iv) 弁護士相談を利用する場合、弁護士相談の後に、相談者の意見を聴く。そして、解決のための議論に両当事者を参加させる。
- v) 両当事者に、現在の状況や今後の見込み、ニーズや利益についてたずねる。
- vi) 相談員が両当事者の利益について熟考し、それを両当事者に確認する。
- vii) 今後の予測や評価を示し、勧告する。

相談員が、両当事者に双方の利益を考えるように指導するのであるが、これは、相談員が解決内容を判断し評価するために、相談員が考える win-win 解決を相談者に指導するという結果になる傾向がある。そのため、解決に関する相談員の影響が大きく当事者の自律性は小さくなり、当事者自身が考え出した解決内容とは異ってしまうことも考えられる。相談員が当事者の紛争の意味を理解していなければ、相談員の指導に従って合意が成立しても、当事者が納得しないままである錯覚の解決を生む可能性があるだろう (Bush & Folger, 1994)<sup>31</sup>。そのため両当事者が納得できるような解決を導くためには、評価型—拡大的な相談をする際の明確な基準や、中立性、指導方法の適性が重要となると思われる。

## (2) 促進型 (Facilitative)

2章で述べたように、あっせんには、相談を通じて、相談者が自分と社会との関わり方を強く意識し、他人への理解を深め、寛容ある強さを身につける、つまり、当事者が自律するという面もある。これは、消費者、相手事業者、相談員の相互作用がポジティブで建設的なものになることによって生じるものである (Bush & Folger, 2005)。ここでは、このような相互作用が生まれるように支援する相談員の役割について考察する。

紛争を抱えた当事者は、自己完結的で、相手に対して防御的で、疑い深く、敵意をもつことさえある。そして、当事者の弱さや自己完結型は、相互作用により悪化し、紛争を深刻化させる。当事者が冷静さや落ち着きを取り戻し、自分の希望や要求を正確に相手に伝えられ、相手の主張を聞けるようになれば、両当事者は、自分自身で問題を解決することができることに気づくことができる。このような状態に消費者と相手事業者双方がなることを支援することが、メディエーションにおけるエンパワメントである (Bush & Folger, 1994、小林, 2006)<sup>32</sup>。そして、エンパワーされると、当事者が相手に対して寛容で調和的、応答的になる。その結果、当事者が自分の自己中心性と相手の持つ正当性を認めて、誤解に気づき、自分と相手の関係を再認識する。これを、当事者が相手に承認を与えるという<sup>33</sup>。

また、当事者にエンパワメントと承認が起これば、当事者の関係は前向きで、建設的で、相互応答的な相互作用へ変化する (Bush & Folger, 2005)<sup>34</sup>。そのプロセスで、当事者が相手に対して寛容的・調和的・応答的になるために、当事者自らが協調的アプローチによって問題を解決しようとするのが可能となる。消費者と事業者の間に力の格差があったとしても、両当事者がお互いに協力して解決しようとする協調的な態度に変われば、初めにあった当事者間の力格差は減少し、共通目標達成のため相互にパワーを高めあうようになる<sup>35</sup>。こうなれば、相談員の介入の度合いが小さくとも、当事者自らが相互作用により自律した姿に変容するのである。その結果、消費者は合理的な判断能力を身につけ、事業者は公正な取引に自ら気づくことになる。これは、公正な取引を導くことになるであ



ろう<sup>36</sup>。

このように当事者をエンパワメントし、当事者が相互に承認を与えることを目指す相談員の役割は、当事者の交渉を促進する促進型である<sup>37</sup>。Roberts & Palmer(2005)によれば、促進型の介入者は、当事者を尊重している。その行為は、a) 当事者間のコミュニケーションを確立する、b) 当事者が問題を特徴づけるような話し合いを確保する、c) 当事者によって、選択肢が特徴づけられ評価されることを求める、d) 当事者が変化することを奨励する、e) 当事者が、合意文書を作成することを援助するという行為がある<sup>38</sup>。

ここでは、図2で Riskin (1994, 2003) が提示した促進型モデル<sup>39</sup>を基に、実際の相談を考慮して、促進型相談員のモデルを提示する。

### ① 促進型—限定的 (Facilitative-Narrow)

このモデルは、相談員は当事者から引き出した話を重視し、図1の法的問題や商業的利益を理解するように働きかけ、両当事者の対話を促進するモデルである。このモデルの場合、相談員の行動は以下ようになる。

- i) 当事者が問題を定義することを支援し、当事者が問題を理解して、解決するように求める。
- ii) 当事者に強みや弱み、訴訟結果の予測、金銭や感情的な問題をたずね、当事者が双方の法的立場や解決しない場合の結果を理解できるように支援する。
- iii) 相談員が、評価や予測や提案をしない。

当事者が問題を定義するので、当事者の感情や価値に焦点が当てられやすい。さらに、解決内容には、法的問題や商業的利益も重視される。そこで、相談員は、当事者が法的問題や商業的利益を考慮できるように、法的情報や商品・サービスなどの商業的情報を提供する必要がある。相談員が解決内容を提示しないために、当事者の自律性が求められる。このモデルは、法的解決だけでは割り切れない当事者の思いも配慮されるために、当事者が法的解決を納得して受け入れることにつながる。また、事業者が消費者を理解することになれば、公正な取引の前提となる情報提供が消費者に分かりやすくなるような商行為の変化をもたらすことも考えられる。

### ② 促進型—拡大的 (Facilitative-Broad)

このモデルは、相談員は当事者から引き出した話を重視し、図1の当事者の関係的利益やコミュニティの利益を当事者が考慮するような対話を促進し、当事者が解決内容を作り上げることを支援するモデルである。このモデルの場合、相談員の行動は以下ようになる。

- i) 相談員が問題を判断したり、解決案を提示しない。相談者や事業者に圧力をかけることもしない。
- ii) 当事者が立場よりも根底にある関心に応じた解決案を提示して、評価するよう支援する。
- iii) 相談員は、当事者が法的問題を議論することを認めて、彼らの法的状況を理解するように支援する。この場合、相談員は、当事者が問題を定義することや、提案を発展させ、評価することを強調する。従って、そのケースの法的性質を相談員が完全に理解する必要はない。しかし、相談員は、迅速に法や重要な問題を捉え、その状況に応答できなければならない。

このモデルでは、問題解決に向けた相談員の介入は小さくなる。消費者紛争は、当事者の感情だけ

でなく、事業者の法的責任などの法的情報を踏まえた対話が、当事者の納得のいく解決には必要であろうと思われる<sup>40</sup>。消費者が法知識を十分に持たず、消費者が法的情報に簡単にアクセスできる状況にないことを考えると、相談員が情報提供せずに、全ての意思決定を両当事者に委ねることは、消費者紛争を解決することを難しくする可能性がある。

また、当事者が話し合いを通じて自己変革することを目指すトランスフォーマティブな調停は、当事者間の関係性を重要視するあまり、エンパワメントと承認に注意を払いすぎる傾向があり、肝心の問題解決に対する手立が疎かになってしまうという実戦的弱みを有している（小林、2006）<sup>41</sup>。消費生活センター等における実際の相談では、相談員が促進型の相談を行うとしても、問題解決を目標とするために、相談員が当事者に情報提供しながら行うことがほとんどである。

相談員が両当事者に適切な法的情報を提供した上で、当事者の根底にある関心に焦点をあてるように促すことによって、消費者と事業者の双方がエンパワーされ、相互に承認を与えるような関係が構築されれば、当事者が決定した解決は、双方を納得させるものとなると思われる。ただ、法的情報の提供には、専門的判断が必要とされるために、評価型となる傾向がある。促進型を維持するためには、法的情報の提供の仕方は、弁護士がクライアントのニーズと向き合い、クライアントが納得しエンパワーされるような応答の過程であるリーガル・カウンセリング<sup>42</sup>のような情報提供が求められるであろう。

相談員が、当事者の権利と自律支援を実現する役割を効果的に果たすためには、どのような能力・スキルが必要なのであろうか。4章では、相談員の資格試験の内容を基に、相談員が持つべき能力について検討する。

#### 4. 消費生活相談員に必要とされる能力の確保

3章で述べてきた相談員の役割から、相談員には、①法的問題を考えるための法的知識、②商業的利益や個人的・職業的・関係的利益を考えるための商品・サービスなど、紛争分野に関する知識、③当事者の話を十分に聴き、当事者が理解できるように指導したり、当事者間の対話を促進するようなコミュニケーション能力が必要であるといえる<sup>43</sup>。

行政型ADRには、これらの能力を身につけた相談員の確保が期待される。ここでは、消費生活相談員に求められる資格試験の内容を通して、相談員に必要とされる能力の確保について検討したい。

日本において、消費生活相談員が保持することが望ましい資格には、消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント<sup>44</sup>があり、消費生活専門相談員と消費生活アドバイザーは、資格試験が実施されている<sup>45</sup>。イギリスでは、消費者紛争の解決を支援するADRが、当事者のエンパワメントを実現すると理解されており、地方行政の消費者相談機関の中には、メディエーションを行う機関もある<sup>46</sup>。そのため、当事者のエンパワメントの実現に貢献するための相談員の能力の確保を検討するにはイギリスの制度が参考になるだろうと考えられる。ここでは、イギリスにおける消費者相談対応担当者の資格を検討の参考にする。イギリスでは、取引基準会（Trading Standards Institute）が、TSQF（The Trading Standards Qualifications Framework）に基づく資格を付与している。TSQFの枠組みは5段階あるが、ここでは、相談担当者として求められる資格であるDiploma in consumer affairs and trading standards（DCATS）を取り上げる<sup>47</sup>。

表 1：試験範囲

	消費生活専門相談員	消費生活アドバイザー	TSQF (DCATS)
① 法的専門性	消費者行政に係わる関連法規 消費者問題に係わる基礎的な法律知識	消費者のための行政・法律知識 法律知識（消費者紛争処理手続に関する制度） 生活基礎知識（製造物責任と被害者救済制度）	公正な取引（刑法） 公正な取引（民法） 法定計量
② 紛争分野に関する専門性	消費者問題に係わる一般常識 消費生活に係わる経済知識 消費生活上の商品・サービスに係わる知識 消費生活相談に携わるにあたっての基礎的知識	消費者問題 消費者のための経済知識 生活基礎知識 法律知識（消費者紛争処理手続に関する制度） 生活基礎知識（製造物責任と被害者救済制度）	食品基準 農業基準 動物の健康と保護 消費者信用 知的財産 製品の安全性 助言・解決・救済
③ 紛争解決の技術・コミュニケーション能力			助言・解決・救済 金銭的アドバイス

表 1 は、消費生活専門相談員と消費生活アドバイザーと DCATS の試験範囲を相談員に求められる能力毎に分類して、示したものである\*。消費生活相談員試験にも消費生活アドバイザー試験にも、コミュニケーション能力に関するものは少なく、実際のコミュニケーション能力への評価ではなく、紛争解決の知識を問うものである。相談においてコミュニケーション能力が重要だという認識はあるものの、この能力は試験科目に組み入れられておらず、実務や研修で身につけるといってあろうか。一方、イギリスでは、助言や解決も試験範囲に含まれる。そこで、消費生活相談員に必要とされるコミュニケーション能力を具体化するために、イギリスの TSQF の試験で課される「助言・解決・救済」について検討する。試験は、知識に関するものは筆記試験、スキルに関するものは口述試験である。

DCATS を取得するための前提となる基礎的スキル (Foundation skills) には、法の解釈を示すこと、規制当局の役割の説明、目的を達することへの組織のメカニズム、様々な手段を使用した効果的なコミュニケーション、結果を特徴づける対人関係スキルを使うこと、情報の収集や解釈・情報の提示に関するテクニックと研究のスキル、効果的な意思決定スキルがある。これらの評価基準を 3 章で取り上げた相談員の役割に応じて求められる能力毎に分類したものが表 2 である。

次に、「助言・解決・救済」の試験を検討する。試験内容には、実践的助言、交渉、少額訴訟に関する助言、少額訴訟でのヒアリングのための準備、少額訴訟での主張と弁明のプレゼンテーションに関する知識やスキルがある。実践的助言では、口頭、電子メール、文書、リーフレットなどを通じて相談者とコミュニケーションすることを示さなければならない。表 3 は、実践的助言と交渉の評価基準を 3 章で取り上げた相談員の役割を果たすために求められる能力毎に分類して示したものである。表 3 より、実践的助言には、法的問題、当事者の関心への配慮が必要であることがわかる。また、相談者が望む解決を支援するという視点も評価基準に入っているため、相談者の意思を尊重することも

表2：基礎的スキル（Foundation skills）の評価基準（DIPLOMA IN CONSUMER AFFAIRS AND TRADING STANDARDS SKILLS PORTFOLIO 2008年7月より抜粋）

① 法的専門性	法的問題を解決することへの質問を示せるか。 当事者の権利や義務を特徴づけて助言できるか。 必要な根拠に関する助言をできるか。 問題が残っている際には、当該相談機関以外で扱う法的問題を特徴づけることができたか。
② 紛争分野に関する専門性	必要な根拠に関する助言をできるか。 苦情申出文書を作成すること。
③ コミュニケーション能力	リスニング・スキルを示せるか。 詳細を聴き取ることができるか。 適した効果的なコミュニケーション・スキルを示したか。 あっせん時のインタビューのための質問を準備すること。
①②③共通	勧めた行動への理由を説明できるか。

表3：「助言、解決、救済」の評価基準（DIPLOMA IN CONSUMER AFFAIRS AND TRADING STANDARDS SKILLS PORTFOLIO 2008年7月より抜粋）

	実践的助言	交渉
① 法的専門性	法律の理解 慣習法	違反を適切に特徴づける。 裁判での証拠やコストや専門家の予約に関する法的に必要なものを相談者に説明する。
② 紛争分野に関する専門性	情報を記録する。 相談者が望む解決を支援するために困難を避ける方法を助言する。 業界団体や規制当局やオンブズマンなどによる紛争解決。 相談者が紛争解決の代替手段を考慮する理由を示す。	交渉の特徴や利益やリスクを相談者に説明する。
③ コミュニケーション能力	苦情申出者の求める情報の全てを聞き出す。	効果的な交渉スキルを示す。 相談者の代わりに文書や口頭や論法スキルを示す。
①②③共通	適した助言をする。 合理的な問題解決アプローチ。 EUの裁判外紛争解決メカニズムを示す。	交渉が解決をもたらすケースの特徴づけ。 意図への合理性や偏見のない文書の利用を示す。

重要となっているといえる。また、交渉では、相談者に対する法的な説明をすることから、相談員には法的知識が必要である。さらに、交渉の特徴や利益やリスクを相談者に説明することは、当事者がある紛争の解決方法を選択する機会となるために、当事者の主体性を生じさせる。そして、文書や口頭での交渉スキルについても評価される。実践的助言においても交渉においても、紛争解決支援のゴールは問題解決であることが示されている。

以上のように、イギリスのTSQFの試験では、法的知識や紛争に関する専門的知識、当事者の主体

性への配慮に基づいたコミュニケーション能力が問われていることがわかる。

日本においては、専門的な知識を求めるような試験内容であり、イギリスで見られるようなコミュニケーション能力を測る評価基準は明確ではない。最近では、相談員のコミュニケーション能力が実践で培われるよう、国民生活センターが発行する雑誌で聴き取り方法に関する情報提供がなされつつある<sup>9)</sup>。けれども、1人の相談員が1日に多くの相談を扱うことを余儀なくされるような状況であれば、現場の相談員として従事する前に、コミュニケーション能力を確保するような体制も必要ではないかと思われる。

## 5. おわりに

本稿では、行政型 ADR の手続実施者である消費生活相談員が行うあっせんによって、消費者と事業者が指導される結果として公正な取引が実現するということと、消費者と事業者が自律する結果として公正な取引が実現するということを明らかにした。これは、あっせんは、必ずしも消費者の力を弱めるというわけではなく、逆に消費者の自律性を高めることにもつながるということである。

相談員の役割モデルには、消費者や事業者の状況や紛争内容等によって、相談員が当事者に法的情報を提供し、解決案を提示するなど指導的役割を果たす評価型—限定的モデル、相談員が法情報を提供すが、問題の定義や解決内容は当事者が決めるように、当事者の対話を促進する促進型—限定的モデル、当事者が関係性やコミュニティの利益を考慮するように相談員が指導する評価型—拡大的モデル、当事者自身がお互いの基本的な利益を考慮し、関係改善が促進されるような促進型拡大的モデルがあると考えられる。相談員の役割は複合的なものである。さらに、相談員がどちらかの対応をするという別個のものではなく、指導的になり過ぎてうまくいかない場合は当事者間の対話を引き出し、当事者間の対話がうまくいかなければ指導的になるというように、評価型と促進型が連続しているものである。相談員の複合的な役割から生じる複合的な対応は、消費者や事業者の状況や紛争内容に回答するものであるために、その対応をする相談員がそれぞれの役割と効果を認識し、適切に使い分けが必要である。どの場合も、両当事者との十分なコミュニケーション能力が必要とされ、それぞれの能力を高めるスキルも重要となるが、その能力を確保するような試験体制ではなく、相談員の経験や研修等から、コミュニケーション能力を身につけていることが現状であろう。

また、相談員が法的情報を提供することで、指導的になりすぎることを避けるためには、弁護士や司法書士と連携することが考えられる。現在、相談員が、電話やファックス、メール等によりいつでも弁護士に相談できる体制を整備している消費生活センターもある<sup>10)</sup>。評価型—拡大的モデルのように両当事者の関係の利益やコミュニティの利益を配慮して相談員が紛争解決の指導をする場合や、促進型—限定的モデルのように、当事者に法情報を提供しながら当事者の交渉を促進する場合には、相談員が行う法情報の提供は、リーガル・カウンセリング機能となるであろう。そのため、相談員には、メディエーション技法とリーガル・カウンセリング技法を併せ持つことが必要とされるであろう。

さらに、弁護士相談や司法書士相談が消費生活センター等に取り入れられているところも多い。これは、消費者にとって、無料で法律相談を受けられるというメリットがあり、相談員にとっても法的情報を得る機会が確保されているというメリットがある。ただ、相談員が、当事者の支援を目指し、促進型の相談を行っている際に、弁護士が評価的になったり説得的になったりすれば、それまでの相談プロセスと不整合を起こすことになってしまうというリスクも考えられる。このような事態を避け

るためには、弁護士相談を利用するまでのプロセスを十分に弁護士と相談員が共有することが重要であると思われる。そのためには、弁護士も相談員も、相談の機能と相談員の役割を理解していることが前提とされる<sup>91</sup>。

消費生活相談員が評価型と促進型との異なる機能を複合的に果たすことは、相談員の役割葛藤だけでなく、当事者の信頼を得ることが難しくなる可能性も考えられる。相談プロセスの中で、相談員がいかにして複数の役割を使い分けるか、また、法律家や技術的専門家といかに連携するかについては、今後の研究の課題としたい。

- 
- <sup>1</sup> 鈴木深雪『消費者政策 消費生活論』第4版、尚学社（2007）は、p.14. で、自由に取引をすることができる場合には、一方が納得できなければ契約は成立しないはずである。公正な価格とは、売り手・買い手双方が満足して、ないし納得して決めた価格であると指摘する。そして、対等な情報に基づいて対等な立場で判断することができる場合には、自由な経済活動が取引の平等を保障すると述べている。
  - <sup>2</sup> Geoffrey Woodroffe, Robert Lowe (2007), *Woodroffe and Lowe's Consumer Law and Practice Seventh Edition*: LONDON Sweet & Maxwell, p. 198. では、消費者への十分な情報提供や、市場で消費者が最適に扱われる方法に関する助言の結果、消費者が市場の基準向上や価格抑制への重要な役割を果たすと述べられている。
  - <sup>3</sup> 山本和彦、山田文『ADR 仲裁法』日本評論社（2008）、pp.6-10、18-28. にADRの定義や、ADRの分類が記述されている。
  - <sup>4</sup> 相談当初から助言で終わることが明白な相談には、架空請求などがある。
  - <sup>5</sup> 消費生活センター等では、消費者からの苦情を受けると、まず、①相談者からの事情を聴き取り、相談者の権利や事業者の義務などに関する情報提供や、自主交渉の進め方や解決手続に関する情報提供などの助言を行う。その後、自主交渉で合意に至らない場合には、消費生活センター等が相手事業者に連絡をし、両当事者の状況や希望を伝え、共に合意点を探し、時には消費生活相談員が合意内容を提案するというあっせんを行う。合意が成立した場合には、この合意内容を履行する強制力はない。
  - <sup>6</sup> 国民生活センター『消費生活相談員等の意識調査 報告書』（2008）、pp.23-57. を参照。調査期間は、2007年11月、回答者数は1,723名。
  - <sup>7</sup> 中田邦広「契約の内容・履行過程と消費者法」現代消費者法 No.4（2009）、pp.26-27. は、消費者像の二極化を指摘する。
  - <sup>8</sup> 村本武志「実務から見た民法改正と消費者法」現代消費者法 No.4（2009）、pp.38-45. では、事業者の不当な勧誘の中で、消費者が合理的に注意を払う行動が取れないことも多いことを指摘し、不招請勧誘の禁止や、クーリング・オフ制度の拡大を提言している。
  - <sup>9</sup> 吉田勇「日本社会に対話促進型調停を定着させる二つの試み（一）」熊本法学116号（2009）、p.174. では、対話促進型調停が納得のいく解決に適切な手続であるといえ、社会的条件の一つとして、市民社会の成熟化に伴い、紛争当事者には自分で解決したい、自分の納得いく解決を目指したいという思いが強まっていることが指摘されている。
  - <sup>10</sup> 消費者基本計画（2005年4月）、p.2. 参照。
  - <sup>11</sup> 内閣府国民生活局「独立行政法人国民生活センターにおける紛争解決機能の整備・充実について」（2007年11月20日）、p.10. 参照。

- <sup>12</sup> 加賀山茂「消費生活相談の理念」国民生活センター 相談・危害情報部『消費生活相談入門マニュアル—相談担当者のこころえ—』、(1990)、pp. 52-57. 参照。
- <sup>13</sup> 烏野康「消費者相談—その実際と役割についての一考察」小島武司『日本法制の改革：立法と実務の最前線』、中央大学出版部 (2007)、pp. 317-319. 参照。烏野は、当時、国民生活センター相談調査部長であり、国民生活センターの勤務経験から、消費者相談の実務について検討している。
- <sup>14</sup> 国民生活センター 相談・危害情報部『消費生活相談入門マニュアル—相談担当者のこころえ—』、(1990)、pp. 22-23. 参照。
- <sup>15</sup> 大村敦志『消費者法』第3版、有斐閣 (2007)、pp. 354-356. 参照。
- <sup>16</sup> 細川幸一「消費者行政における『中立性』概念について—ADRとしての苦情処理における基本姿勢の考察—」中京大学社会科学研究所 プロジェクト<消費者問題と消費者被害救済の研究>編『消費者問題と消費者保護』社会科学叢書14 (2004)、pp. 75-85. には、消費者に軸足を置いたADRとして、国民生活センターを中心とした消費者行政の中立性について考察している。細川は、ここで、国民生活センターの相談処理要綱 (内部規定) も紹介している。
- <sup>17</sup> 細川 (2004)、pp. 75-85. 参照。
- <sup>18</sup> 和田仁孝「現代における紛争処理ニーズの特質とADRの機能概念—キュアモデルからケアモデルへ—」早川吉尚、山田文、瀧野亮『ADRの基本的視座』、信山社 (2004)、pp. 194-199. を参照。
- <sup>19</sup> 消費者の権利は、消費者基本法2条では、安全が確保される権利、合理的な選択の機会が確保される権利、必要な情報が提供される権利、教育を受ける権利、意見が消費者政策に反映される権利、被害から救済される権利の6つの権利が規定されている。
- <sup>20</sup> 守屋明「行政的苦情処理の実体研究—消費生活センター職員役割認識を中心として—」日本社会学会編『法の解釈と法社会学』、有斐閣 (1993)、pp. 199-203. を参照。
- <sup>21</sup> 正田彬『消費者問題を学ぶ』第3版、有斐閣 (1997)、pp. 308-312. では、消費者相談は、行政が消費者の立場にたって協力することをとおして、消費者の権利を守ること、そして、相談担当者的確な判断のもと、説得をとおして、当事者間の合意、とくに事業者の同意を得て、適正妥当な解決を図ることを目的とすると述べられている。
- <sup>22</sup> 大村 (2007)、p. 356. 参照。
- <sup>23</sup> 林大介「消費者契約法の実効性確保に向けた実務上の課題—消費生活センターにおけるあっせん処理の視点から—」国民生活研究 第47巻第4号 (2008)、p. 34. では、悪質性が高いものや相談者による自主的な交渉が困難なものについては、可能な限りあっせんが行われることが望ましいと述べられている。
- <sup>24</sup> Bush, Robert A. Baruch, Folger, Joseph P. (2005), *The Promise of Mediation: The Transformative Approach to Conflict*: Jossey-Bass Publishers, San Francisco, pp. 49-51. において、コンフリクトにある当事者の相互作用によって、弱く自己完結型となることを指摘し、コンフリクトの深刻化を相互作用的な悪化として解釈している。
- <sup>25</sup> 加賀山 (1990)、pp. 54-56. 参照。
- <sup>26</sup> L L Riskin, *Mediation Orientations, Strategies and Techniques*' (1994) *Alternatives* 12 (9), pp. 111-113, L L Riskin, *Retiring and Replacing the Grid Of Mediator Orientations*, (2003) *Alternatives* 21 (4), pp. 72-73. を参照。また、Riskinは、(2003) と *Replacing the Mediator Orientation Grids, Again: Proposing a 'New New Grids System'* (2005) *Alternatives* 23 (8), pp. 127-132. において、この図に加えて、当事者の自己決定に関するメディエーターや参加者 (弁護士を含む) の影響や時間などから多様なモデルを検討している。

- <sup>27</sup> 山口由紀子「消費者取引をめぐる紛争解決と消費者行政」国民生活研究 第40巻第4号、国民生活センター（2001）、p. 3. を参照。
- <sup>28</sup> Bush, Robert A. Baruch, Folger, Joseph P. (1994). *The Promise of Mediation : Responding to Conflict Through Empowerment and Recognition*: Jossey-Bass Publishers, San Francisco, pp. 71-75. において、問題解決型メディエーションが指導的メディエーションとなる傾向があることを指摘している。
- <sup>29</sup> Simon Roberts, Michael Palmer (2005), *Dispute Processes: ADR and the Primary Forms of Decision-Making*, Cambridge University Press, pp. 157-158. を参照。
- <sup>30</sup> Bush & Folger (1994), pp. 211-213. を参照。
- <sup>31</sup> Bush & Folger (1994), pp. 71-75. を参照。
- <sup>32</sup> Bush & Folger (1994), p. 95、小林久子「分配から承認、そして再統合へ：紛争解決プロセスの重層性について」『法制研究』第72巻4号 九州大学法政学会（2006）、p. 906. を参照。
- <sup>33</sup> Bush & Folger (1994), pp. 89-95、レビン・小林久子「愛から愛へ：米国現代調停理念の誕生と発展」レビン小林久子訳・編 モートン・ドイッチ、ピーター・T・コールマン編『紛争管理論』日本加除出版（2003）、pp. 272. を参照。
- <sup>34</sup> Bush & Folger (1994), pp. 54-56. を参照。
- <sup>35</sup> ピーター・T・コールマン「パワーと紛争」レビン小林久子訳・編 モートン・ドイッチ、ピーター・T・コールマン編『紛争管理論』日本加除出版（2003）、pp. 73-76. を参照。また、G Chornenki: *Mediating Commercial Disputes: Exchanging "Power Over" for "Power With" in J Macfarlane (ed) Rethinking Dispute: The Mediation Alternative* (1997), Cavendish Publishing, London, pp. 163-168. には、消費者紛争のメディエーションでは、両当事者の利益に基づく協調的パワー（Power-with）が、重要であることが指摘されている。
- <sup>36</sup> Bush & Folger (2005), p. 14. は、消費者紛争においても、メディエーションは、当事者の自信を強くし、事業者と消費者の間の承認を引き起こすことができ、商取引や制度の特徴を変容することも示唆している。
- <sup>37</sup> Roberts & Palmer (2005), pp. 155-156. において、メディエーターの介入には、評価型と交渉促進型があげられている。
- <sup>38</sup> Roberts & Palmer (2005), pp. 157-158. を参照。
- <sup>39</sup> Riskin (1994), pp. 111-113.、Riskin (2003), pp. 72-73. を参照。
- <sup>40</sup> 吉田勇「日本社会に対話促進型調停を定着させる二つの試み（二・完）」熊本法学 第118号（2009）、pp. 193-196. では、当事者が納得のいく解決をするためには、法的情報をふまえた対話ができることが前提とされると指摘されている。
- <sup>41</sup> 小林久子（2006）、pp. 905-919. を参照。小林は、ウィン・ウィン・リゾリューションを形成するための話し合いを指す交換理論に関係理論を取り込むことを推薦している。
- <sup>42</sup> 中村芳彦・和田孝『リーガル・カウンセリングの技法』法律文化社（2007）において、リーガル・カウンセリングに基づく弁護上面談が検討されている。
- <sup>43</sup> ADR法においては、手続実施者の備えるべき能力として、①法的専門性、②紛争分野に関する専門性、③紛争解決の議論・技術に関する専門性、という3つの専門性があげられる。
- <sup>44</sup> 消費生活コンサルタントは、財団法人日本消費者協会が主催する消費生活コンサルタント養成講座の修了生に付与される資格である
- <sup>45</sup> 消費生活専門相談員試験は、第一次試験が択一式及び○×式筆記試験と小論文（1000字以上1200字以内）で、第2次試験が面接試験である。消費生活アドバイザーは、第1次試験が択一式及び○×式筆



記試験で、第2次試験が小論文（800字程度）と面接試験である。

- <sup>46</sup> 宮闔由紀代「裁判外の消費者紛争解決スキームに関する一考察―イギリスにおける消費者紛争発生後の解決過程での消費者のエンパワーメント―」熊本大学社会文化研究7（2009）、pp. 199-209. を参照。
- <sup>47</sup> TSQF の枠組みについては、<http://www.tradingstandards.gov.uk/jobs/jandc-tsqf.cfm> を参照。
- <sup>48</sup> 消費生活専門相談の試験については、<http://www.kokusen.go.jp/shikaku/09shiken.html> を参照。消費生活アドバイザーの試験については、<http://www.nissankyo.or.jp/adv/sikenhani.pdf> を参照。TSQF の試験内容（シラバス）については、<http://www.tradingstandards.gov.uk/quals/syllabusesandregs.cfm> を参照。
- <sup>49</sup> 例えば、国民生活センター発行の月刊国民生活では、2009年5月号から電話での聞き取りの基本について掲載されている。また、平成22年度に行われる国民生活センター主催の相談員向け研修には、「相談対応スキルの向上のためには」というテーマも設定されている。
- <sup>50</sup> 消費と生活290号（2009）、pp. 24-25. に、茨城県消費生活センターの取り組みが紹介されている。
- <sup>51</sup> 吉田勇「日本社会に対話促進型調停を定着させる二つの試み（二・完）」熊本法学 第118号（2009）、pp. 193-199. では、対話促進型ADRと別の法的情報提供機関との機能的連携システムが提示されている。その際には、法的専門家と非法的専門家の両者が、対話促進型調停の目的と理念を共有していることが大前提であると指摘されている。

The Consumer Consultation on Consumer ADR by Public Agency:  
The Role of Counselors in Mediation of Consumer disputes  
for Fair Trading.

MIYAZONO Yukiyo

This paper describes the role of consumer counselors in mediation of consumer disputes from a concept of the ADR. In consumer centers, consumer counselors provide consultation on consumer problems. The consultation includes advice and mediation. The consumer counselor has multiple roles for fair trading. She/he achieves not only the social justice but also the consumer's exercise of self-determination. So she/he acts evaluative and/or facilitative. The evaluative counselor assumes that the consumer wants and needs the counselor to provide some directions as to the appropriate grounds for settlement. The facilitative counselor assumes that the counselor does not take a decision, the parties themselves choose the means of resolving the dispute and play a more active role in this process in such a way they themselves to find the solution best suited to them. So the facilitative counselor draws out information or perspective or influence from the parties. Because the Evaluative-Facilitative /role of the counselor are the continuum, it is important that the counselor understands the role of mediator and appropriately employ the evaluative and/or facilitative strategies.