

# 「地方消費者行政活性化基金」の上積み

60億円(24年度補正)

## 必要性

- “どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり”は、**ナショナル・ミニマム** ～消費者の権利を守る社会基盤
- **国の行政の一端を担う地方消費者行政**  
～悪質事業者への指導など国の取組には、自治体からの情報が不可欠

## 課題

- **身近な相談体制は、緒についたばかり**  
～ 予算に占める基金割合は4割 ⇒下支えなしには、**取組が一気に後退**
- **地域社会全体で取り組むべき消費者問題**  
～ きめ細やかに幅広く展開する上で、**行政の既存の取組だけでは限界**

## 基金の上積みまでの効果

- 総額：231億円(20年度2次補正、21年度1次補正、24年度当初)
- 期間：21～24年度 ※被災4県は～25年度 ※現状
- 取崩額：21年度 43億円 / 22年度 70億円  
23年度 69億円 / 24年度 55億円 ※当初予算ベース

- 消費生活センター：4割増(220か所増) (21年)501→(24年)721か所
- 窓口設置市町村：2割増(228増) (21年)1,375→(24年)1,603市町村
- 消費生活相談員数：2割増(555人増) (21年)2,800人→(24年)3,355人  
※相談員配置市町村 約4割(21年)→約6割(24年) ※各年4月1日現在

## 「地方消費者行政活性化基金」の取崩し可能期間を25年度まで延長し、60億円を上積み

### 1. 基礎的な取組の下支え

- ：「集中育成・強化期間」で整備された体制の維持・充実
- センター設置・窓口新設 ～日本中の全自治体に窓口設置を目指す
  - 消費生活相談員の配置と処遇改善 ～基金により整備した相談体制の更なる充実
  - 消費生活相談員の養成、レベルアップ ～研修等による相談業務の質の向上
  - 都道府県による市町村支援 ～講習の開催、巡回相談等によるバックアップ など

### 2. 消費者問題解決力の高い地域社会づくり

- ：先進的・モデル的事業(多様な主体との連携事業等)を含む
- リスクコミュニケーションの推進  
～食と放射能の問題への対応 など
  - 消費者教育推進法を踏まえた取組等  
～各種消費者教育・啓発、高齢者の消費者トラブルの防止 など

## 効果

### 【暮らしの安心・地域活性化】

- 消費者被害に遭った人のうち、「どこに相談すればよいのかわからなかった」「相談する適切な相手がいなかった」人の割合(23年度調査結果:18.8%)を減少  
⇒消費者が安心して消費できる環境整備と公正な市場形成により、消費拡大が実現
- 寄せられた相談における既払い金額(※)は、23年度で約2700億円。(※PIO-NETに登録された消費生活相談情報に相談内容として登録された既払い額(≠被害金額)を合計したもの)  
⇒消費生活相談の充実により被害回復が図られることで、公正な市場に資金が流れる。
- リスクコミュニケーションの積極的展開の促進 ⇒消費者の食への安心の確保(風評被害の防止など)

### 【雇用創出】

- 平成24～25年度までに、消費生活相談員の増員 約350人(見込み)
- 平成21年度以降増員された約580人の消費生活相談員の雇用維持