

「消費者安心戦略」の推進

— 経済社会情勢を踏まえ、消費者の安全・安心確保対策を強化 —

安倍内閣が「三本の矢」の施策による我が国経済の活性化を図る中、成長戦略「日本再興戦略」が目指す「消費が増え、新たな投資を誘発するという好循環」の実現には、健全で活気と厚みのある消費市場の構築が不可欠。このため、消費者の不安を払拭し、安全・安心を確保するための「消費者安心戦略」を積極的に推進。

「消費者安全・安心確保対策」の推進

- GDPの6割を占める消費の拡大は、経済成長に必要不可欠。しかしながら、食品表示等の不正事案の発生、高齢者等の消費者被害の増加などにより、消費者の不安の増大が懸念される。
- このため、食品表示等の適正化及び充実、積極的な消費者被害防止対策の展開、消費者被害回復のための取組などを通じて、消費者の生命・身体・財産の安全・安心確保に取り組む。

< 生命・身体・財産の安全・安心確保 >

- 食品表示等の適正化及び充実、食品の安全性の確保
- 悪質商法への厳正な取締りと消費者取引の適正化
- リコール情報の周知強化による事故再発防止

< 「消費者被害防止対策」の積極展開 >

- トラブルに遭うリスクの高い消費者(高齢者等)を見守る「地域ネットワーク」の構築や啓発活動等
- 消費者教育の充実

< 「消費者被害回復」のための取組 >

- 地域における身近な消費生活相談体制の強化
(消費生活相談員の職やその資格に関する法的整備等を含む)
- 「消費者被害の集団的回復のための裁判手続」の構築を始めとした消費者被害回復のための取組の充実

「消費市場・物価関連対策」の推進

- 成長戦略を踏まえ、市場における消費者と事業者の協働・連携を支援すること等により、消費者の多様な好みやニーズを反映した市場の創出、消費の拡大・活性化を目指す。
- 経済金融情勢を踏まえつつ、生活関連物資等に係る物価動向を注視する体制を強化する。また、公共料金改定や、消費税転嫁対策に向けて適切な対応を確保する。
(消費の5割程度は生活必需品)

< 「消費市場関連対策」の推進 >

- 消費者と事業者との協働支援
(商品企画・開発段階での消費者の参画、食品ロスの削減等)
- リスクコミュニケーション、風評被害対策など

< 「物価関連対策」の推進 >

- 物価モニター体制の強化
- 公共料金改定の際の料金の適正性の確保
- 消費税転嫁対策特措法の普及啓発、執行等

個別事項① 「物価・消費市場関連対策」の推進

一般物価に対する取組

＜現状＞レギュラーガソリンが5週連続で値上がるなど、消費者に身近な商品・サービスの価格の一部に値上げの動きあり。

＜対策＞

- 生活関連物資の価格動向について、定期的に調査を行うとともに、消費者への情報提供を行う。

⇒【物価モニター調査の拡充】

＜価格上昇の例＞
石油製品価格調査の結果(平成25年8月7日公表)

○8月5日時点のガソリン等の店頭現金小売価格調査の結果は以下のとおり。

【調査結果】
(レギュラーガソリン)
8月5日(月)結果:160.1円/ℓ
・前週の158.8円と比べ1.3円の値上げ
(5週連続の値上がり)

(灯油)
8月5日(月)結果:100.4円/ℓ
・前週の99.9円と比べ0.5円の値上げ
(5週連続の値上がり)

出所:資源エネルギー庁資料

公共料金に対する取組

●公共料金の内外価格差等に関する調査

- ・これまで、国内外の公共料金については、価格調査を実施。来年度は、これに加え、比較分析のための背景調査を実施。

●公共料金の意思決定プロセスへの消費者関与に関する調査

- ・公共料金の決定について、消費者がどのように関与(決定機関、法律等手続)しているかについて調査。

消費市場に関する取組

●消費者と事業者との協働支援

- ・商品企画・開発段階における消費者と事業者のより一層の協働の支援
- ・年間約500～800万トン発生している食品ロスの削減

●消費者との対話の促進や普及啓発

- ・食品と放射能に関するリスクコミュニケーション等による風評被害対策の推進
- ・環境などに配慮した消費生活の実践に向けた消費者教育の推進

消費市場の拡大・活性化
物価安定のための機動的かつ適切な行政に寄与

上記の取組を総合的に進めるため「物価・消費市場課」を創設

個別事項② 「消費者被害防止対策」の積極展開

地域で取り組む 「狙われ消費者防御作戦」(仮称)

背景（高齢消費者被害の実態）

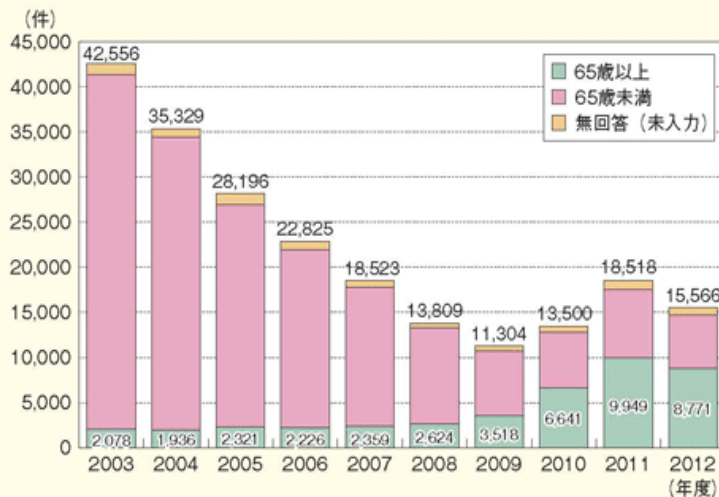
- ・近年、高齢者の消費者被害については、その相談件数が高齢者の人口の伸び以上に増加しており、また、これまで被害に遭った高齢者が再び狙われ被害に遭う「二次被害」も増加傾向にある（注1）。
- ・また、トラブルへの対応について、本人以外の者から相談が寄せられる場合が多く、被害に遭った高齢者本人が相談に行かないことが多いいため、アウトリーチ（訪問支援）等の積極的な見守り対策やサポートを講じる必要がある（注2）。

図1及び図2の出典:「平成25年版消費者白書」

高齢者を中心に二次被害が増加

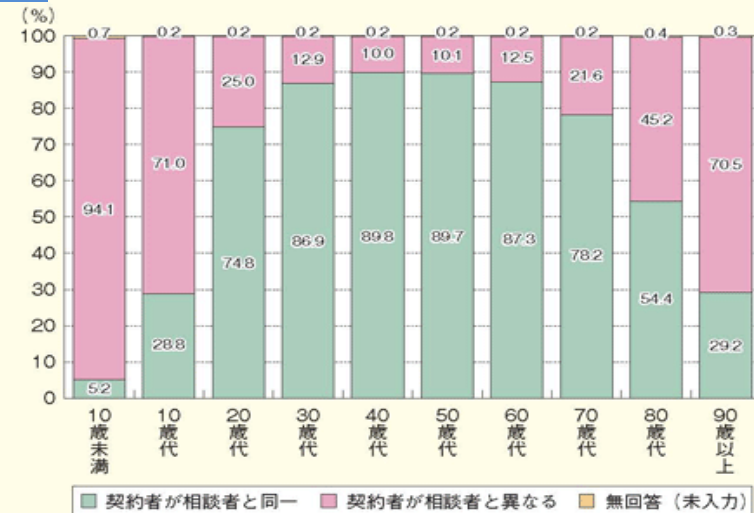
高齢者のトラブルは、周りの人からの相談が多い

図1 高齢者の「二次被害」は2010年度より増加傾向に



(備考) PIO-NETに登録された「二次被害」に関する消費生活相談情報(2013年4月30日までの登録分)。

図2 高齢者・未成年者の相談は本人以外から相談が寄せられる傾向



(備考) PIO-NETに登録された2012年度の消費生活相談情報(2013年4月30日までの登録分)。

(注1) 高齢者の消費者被害の増加については、加齢や認知症等の要因により判断力が低下しつつある人が増加していることが背景として挙げられる。

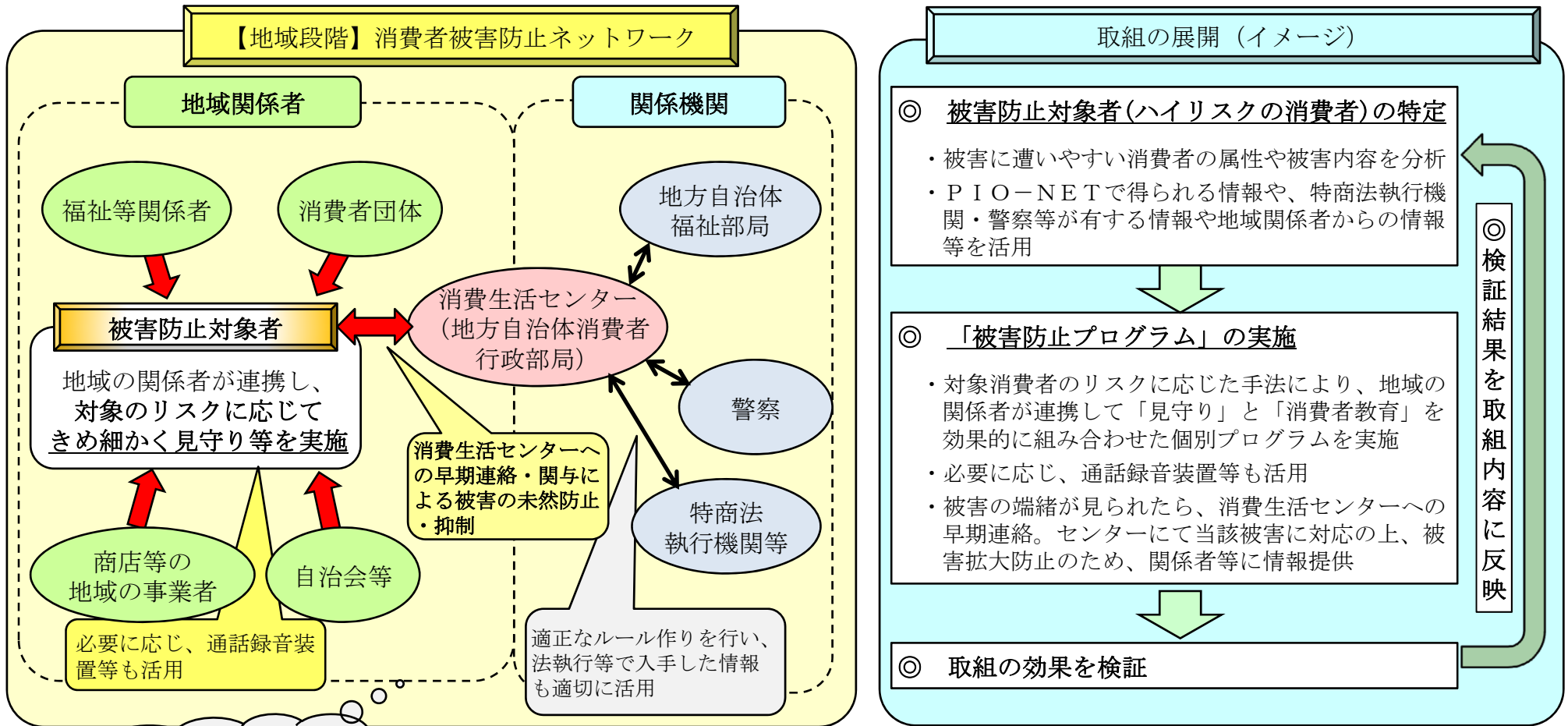
なお、認知症高齢者については、認知症有病者数の約440万人と、MCI(正常と認知症の中間状態)有病者数の約380万人を併せると、約820万人と推計されている(平成22年)。

出典:平成25年6月13日「社会保障制度改革国民会議事務局資料」

(注2) 全国の警察は、投資詐欺等の犯行グループから押収した名簿(約120万人分)を使って、名前の掲載されている高齢者に注意を呼びかける取組を実施している。

消費者被害防止対策に関連する取組のスキームイメージ

各地域で消費者被害のリスクを分析した上で、トラブルに遭うリスクの高い消費者（高齢者や被害経験者等）を、消費生活センターと地域の関係者がリスクの状況に応じて効果的・重点的に地域で見守る体制の拡充を推進。その際、見守り等の効果分析に基づく取組内容の改善（P D C A）を促進。



福祉や介護等の既存の枠組や消費者教育地域協議会に係る繋がりを積極的に活用

※ 消費者庁からは、消費者教育推進会議の検討（消費者教育のための消費生活センターの拠点化、ネットワーク促進のためのコーディネーターの具体策）も踏まえ、消費者教育推進地域協議会（消費者教育推進法第20条）の設置に向けた方策等を、各地での先進事例等とともに情報提供

消費者被害防止対策の先駆的取組及びスケジュール

地域での先駆的取組

事例1) 愛媛県南予地方局 悪質商法被害防止のための南予地方局高齢者・障害者等 見守りネットワーク

官民の連携により、地域全体で高齢者及び障害者等を見守り、消費者被害を発見したときに迅速に対応できる体制を整備

- ・ネットワーク構成員(高齢者や障害者の周囲にいる方(消費者団体や介護サービス事業者、金融機関等))は、高齢者等の被害を発見・予見したとき等に、市町の消費生活相談窓口に通報
- ・市町消費生活相談窓口は、通報を受けて、助言、相談、あっせん等を実施(県消費生活センターや地域包括支援センター等とも連携)
- ・民間登録団体数:381 (24年7月2日時点)

※東予地方局、中予地方局においても同様の事業を展開

事例2) 札幌市 消費者被害防止ネットワーク事業

消費生活推進員が、被害の未然防止・早期発見のため、日常的に高齢者・障害者の生活にかかわる団体・者と連携

- ・関係機関(地縁組織や介護事業者等)からの依頼を受けて、「消費生活推進員」が訪問。相談内容に応じて、現場での助言や他機関の紹介、消費者センター相談室への引継ぎ
- ・消費生活推進員は、地域での会合などでの“ミニ講座”を実施
- ・悪質事業者への指導・取締り、地域の見守り強化の観点から、北海道警察とも連携

スケジュール

1. これまでの取組

- 平成19年度～
 - ・高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会(年1回)
(全国規模の高齢福祉団体、障害者団体、消費者団体、関係省庁等)
- 平成21年度～
 - ・地方消費者行政活性化基金による見守り体制作りの支援
- 平成24年8月
 - ・「消費者教育の推進に関する法律」制定(24年12月施行)
- 平成25年度
 - ・高齢消費者の二次被害防止モデル事業
(電話見守り、通話録音等のモデル事業)
 - ・地方消費者行政活性化基金のうち先駆的プログラム
(電話見守り、通話録音、自動電話遮断等の取組支援)
- 平成25年6月
 - ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」策定
(今後、各都道府県、市町村での消費者教育推進地方協議会の設置及び消費者教育推進計画の策定を推進)

2. 今後の取組

- 平成25年9月～
 - ・「消費者被害防止対策」の在り方を検討
 - 関係省庁等とも議論
 - 消費生活相談員資格や地域の見守り体制に関する検討
- 平成26年度～
 - ・「消費者被害防止対策」の見守り体制の拡充を推進
 - 地方消費者行政活性化基金を活用した先駆的取組の推進

注)○は見守り関係、●は消費者教育関係

個別事項③ 地方消費者行政活性化交付金

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**

GDPの約6割を占める家計消費

～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**

実績・効果

約304億円

20年度2次補正 150億円
21年度1次補正 約72.7億円
24年度当初 5億円(一般会計)
／ 3.6億円(復興特会※1)
24年度補正 60.2億円
25年度当初 5億円※2(一般会計)
／ 7.3億円(復興特会※1)

※1 被災4県(岩手、宮城、福島、茨城)が対象

※2 自治体の自主的な判断に基づき事業実施する通常の基金事業とは異なり、当該予算では、国から先駆的な政策テーマを提案し、地方と連携して実施

消費生活相談窓口の整備

○消費生活センター：4割UP(223か所UP)
(21年)501→(24年)724か所
○窓口設置市町村：2割UP(228市町村UP)
(21年)1,375→(24年)1,603市町村

相談員配置市町村: 4割(H21)→6割(H24)

○消費生活相談員数：2割UP(591人UP)
(21年)2,800人→(24年)3,391人
○消費者教育・啓発実施市町村：47市町村UP
(21年)881→(23年)928

課題

○身近な相談体制は、緒についたばかり

～被害を誰にも相談しなかった人は約3割/立ち上げ間もないセンターへの相談件数は6分の1
⇒ **地域に根付いた存在となるのはこれから**
～自主財源化の傾向はみられるものの、予算に占める基金割合は3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

～高齢者の消費生活相談は、人口の伸び以上に増加
⇒ **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**

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」 (25年6月28日閣議決定)

(国からの必要な財政上の措置等)

推進法では、政府においては、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならないとされている(推進法第8条)。このことから、国においては、消費者教育の推進の状況を踏まえながら、**国自らが実施すべき施策を着実に進めるとともに、地域における消費者教育の取組を促進するため、財政支援や事例提供等の情報面での支援などを含め、必要な施策を検討し、実施する。**

「経済財政運営と改革の基本方針」 (25年6月14日閣議決定)

5. (4)安全・安心な社会の実現等(消費者行政、治安・司法、防衛等)

消費者の安全・安心の確保は消費の拡大と成熟した社会の形成にとって大前提となる。悪質な事業者による消費者被害の防止、被害者救済、安全性の確保、職員と放射能に関するリスクコミュニケーション、分かりやすい食品の表示のための取組を強化する。**地方における消費者教育や消費者が安心して相談できる環境の整備等を推進することにより、消費者の安全・安心を確保する。**

基金の上積み

事業実施に当たっては、中期的な消費者行政活性化のための方針(活性化計画)に基づき、**計画的に推進**

○トラブルに遭ったときに安心して相談できる社会基盤づくり

～センター設置・窓口新設 / 消費生活相談員の養成・確保、レベルアップ

○国と地方とのコラボレーションによる先駆的プログラム

～国が提案する政策テーマに対応した、先駆的な取組を実施

○消費者問題解決力の高い地域社会づくり

～消費者教育・啓発により、消費者自身の対応力を高める
～地域ネットワークによる高齢者や障害者などを見守る活動