

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

～暮らしの安心・地域活性化による日本経済再生～

（「地方消費者行政活性化基金」の上積み）

5億円
（25年度当初予算）

消費者問題の「現場」はそれぞれの地域である。暮らしの安心の確保に向け、国全体の消費者行政を前に進めていくため、消費者を取り巻く様々な課題についての先駆的なテーマを国から提案し、地方自治体と問題意識を共有して「現場」での実証・実験を行い、その成果の全国的な波及・展開につなげていく。

25年度の「基金」運用に関する基本的考え方

5億円（25年度当初予算）

- ・国から先駆的な政策テーマを提案し、一定の基準の下で、地方自治体から具体的な事業計画を提出。（事業額が予算額を上回る場合には、各事業に按分して交付。）
- ・地方負担に関する基金の通常ルール（2分の1以上）の対象外とする。
- ・事業終了後、事業の成果・課題等をまとめた報告書の提出を地方自治体から受け、消費者庁が取りまとめ、公表。その後の更なる波及・展開につなげる。

（参考）60億円（24年度補正予算）

- ・集中育成・強化に引き続く地方消費者行政の更なる体制整備
 - ①基礎的な取組の下支え（消費生活センター・窓口の設置、消費生活相談員の配置・養成等）
 - ②消費者問題解決力の高い地域社会づくり（消費者教育推進法を踏まえた取組等）
- ・基本的に、従来からの「基金」の仕組みを踏襲

国から提案する政策テーマ ※今後更なる具体化を進める。

○風評被害の防止

- ・消費者は「買物」により社会を動かすことが可能
- ・消費者の理解と応援する心が被災地復興の大きな鍵

【具体的取組】

- ・消費者と生産者との交流・被災地産品フェアの開催（生産者の取組紹介や被災地産品の放射能測定、即売会等を実施）
- ・商店街等が主催する被災地産品フェア等に対する支援
- ・被災地産品など食品の安全性に関する消費者の理解増進のための事業（上記2事業の情報を消費者に提供するための自治体サイト開設等）

○消費者と事業者との協働支援

- ・消費者・事業者のWin-win が日本経済社会の新たな道
- ・「安全・安心な市場」、「環境にやさしい市場」の実現へ主体的な行動

【具体的取組】

- ・事業者の商品企画・開発への消費者団体等の参画支援（米の生産地における餅の窒息事故防止、大都市圏における乗合バスの事故防止等）
- ・食品ロスの削減（一般家庭ごみ組成調査による食品ロスの実情把握、啓発事業の実施による消費者行動の変化の調査分析）

○体系立った消費者教育の展開

- ・幼児期から高齢期に至るまで、ライフステージに応じた消費者教育を受けることが必要
- ・各ライフステージごとの学習目標をまとめたものが「イメージマップ」

【具体的取組】

- ・金融分野を中心にして、イメージマップを踏まえた教材の作成と講座の実施（地域の必要性に即し、高齢者、若年者等の対象者に応じたスタイルで実施）
- ・教材、講座の効果測定とイメージマップの有用性の検証

○悪質事業者の撃退

- ・高齢者を狙った悪質事業者が世間を跋扈
- ・消費者・行政一体となった押売り・押買い等排除の手法

【具体的取組】

- ・電話録音機を高齢消費者宅に配置し、録音情報を法執行へ活用

○適格消費者団体設立の促進

- ・行政のみならず民間ベースでの消費者被害の拡大防止が必要
- ・現在、適格消費者団体は全国で11団体。空白地域の解消に向けたアクション

【具体的取組】

- ・不当約款への申入れ等の活動について地域の消費者団体・関係者向けのノウハウ共有支援