消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

資料3

議題　２

参考資料集

総務課

平成30年5月24日（木）　第19回参与との意見交換

地方消費者行政強化交付金による地方消費者行政体制の充実・強化

- 国の重要な消費者政策推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援。
- 制度変更等の正しい情報を消費者に提供するため、消費生活センターの機能を維持・強化。
- 引き続き、どこに住んでいても質の高い相談救済が受けられるよう体制整備を支援。

地方消費者行政強化交付金（平成30年度予算額：24億円）

地方消費者行政強化事業（補助率：1/2）

◆ 国として取り組むべき重要消費者政策
- SDGsへの対応
- 若年者への消費者教育の推進
- 訪日・在日外国人向け相談窓口の整備
- 地方公共団体における法執行の強化
- 風評被害防止のための取組　　等

◆ 国の政策推進等への対応
- ギャンブル等依存症対策
- AV出演強要問題
- 成年年齢の引き下げ
- 軽減税率の導入　　等

地方公共団体への支援

➢ 国として取り組むべき重要消費者政策への取組
- 地方公共団体における国として取り組むべき重要な消費者政策の推進。

⇒ 中期的・計画的な取組を支援
- 複数年（3年程度）の取組
- PDCAサイクルによる進捗管理

➢ 消費生活センターの機能の維持・充実
- 消費生活センターにおける国の政策推進等への対応力を強化
  - 国が指定する研修への参加

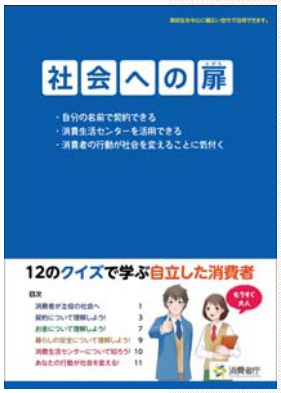
地方消費者行政推進事業（旧地方消費者行政推進交付金）（補助率：定額（注））

○ 平成29年度までに地方消費者行政推進交付金等を活用し行ってきた消費生活相談体制の整備等を支援。
○ 被災4県及び熊本県においては、特例的に平成30年度の新規事業の立ち上げを支援。

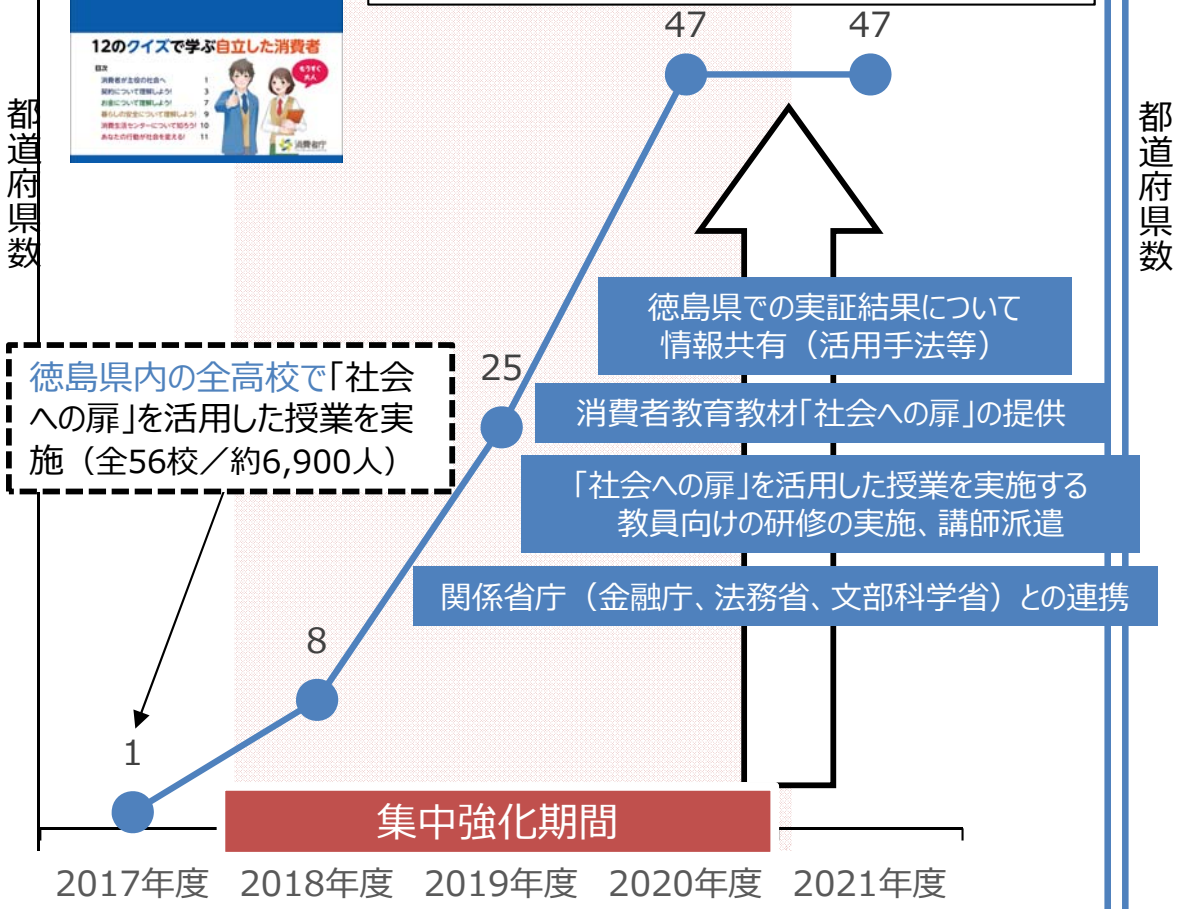
（注）毎年度の交付金の支出限度額は、各都道府県（管内市町村を含む。）の消費者行政予算の総額の1/2まで（被災4県及び熊本県は2/3まで）。

「消費者教育の推進に関するアクションプログラム」の推進

「社会への扉」を活用した授業の実施
⇒実践的な能力を身に付ける

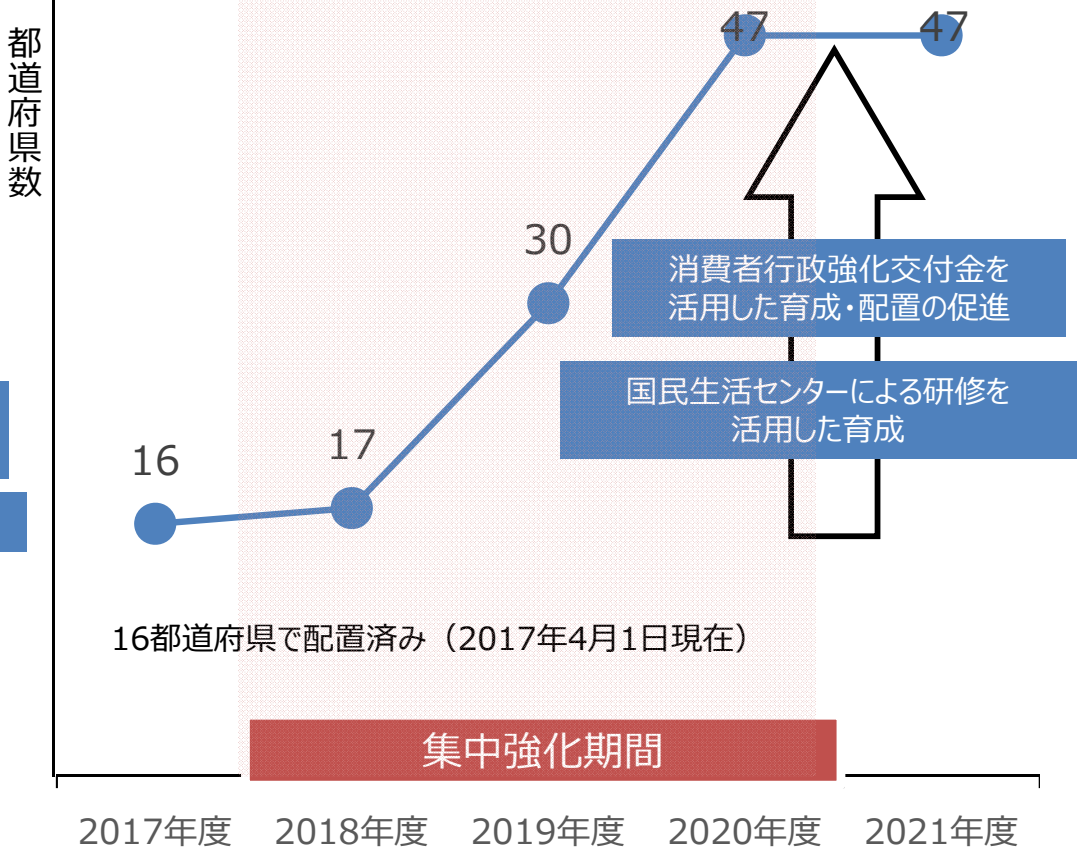


目標：すべての都道府県の全高校で実施



消費者教育コーディネーターの育成・配置
⇒学校教育現場における外部講師の活用
（実務経験者の有する知識や経験を有効活用）
※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整をする役割を担う者

目標：すべての都道府県で配置



高齢者等の見守りネットワーク構築の推進

● 高齢者、障害者等により判断力が不十分な人などの消費者被害を防止するため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）を構築。

背景

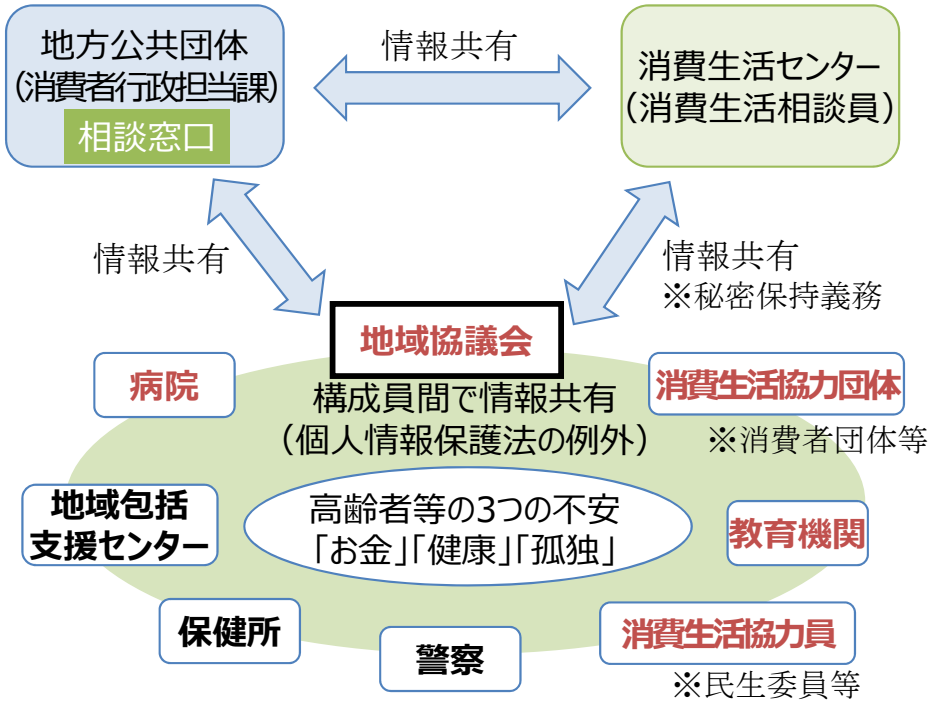
- 高齢者等を中心に消費者トラブルが増加、悪質化・深刻化
- 相談体制の整備に加え、消費生活上特に配慮を要する消費者に対する更なる取組が必要

⇒ 平成26年の消費者安全法改正により、地域で高齢者等を見守るための消費者安全確保地域協議会の組織が可能に

制度の概要

- 協議会の役割：構成員間での必要な情報交換、協議
- 構成員の役割：消費生活上特に配慮を要する消費者と適当な接触をし、その状況を見守ること等必要な取組を実施
- 構成員：
  - 地方公共団体の機関（消費生活センター等）
  - 医療・福祉関係者（病院、地域包括支援センター、保健所等）
  - 警察・司法関係者（法テラス、弁護士、司法書士等）
  - 教育関係者（教育委員会等）
  - 事業者（商店街、生協、農協、金融機関、宅配事業者等）
  - 消費者団体や町内会等の地縁団体、ボランティア
- 他分野のネットワークとの連携（福祉、防災等）

<「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ>



2018年4月末時点：102地方公共団体（うち、人口5万人以上の市区町は57市区町）

今後の取組

- 地方公共団体における設置促進（人口5万人以上の全市町）（「地方消費者行政強化作戦」（平成27年3月24日））
- 設置済みの地方公共団体の先例事例集の作成
- 徳島県におけるモデル事業（全県的に消費者安全確保地域協議会を構築）

訪日外国人6千万人時代にも対応した消費生活相談体制の整備

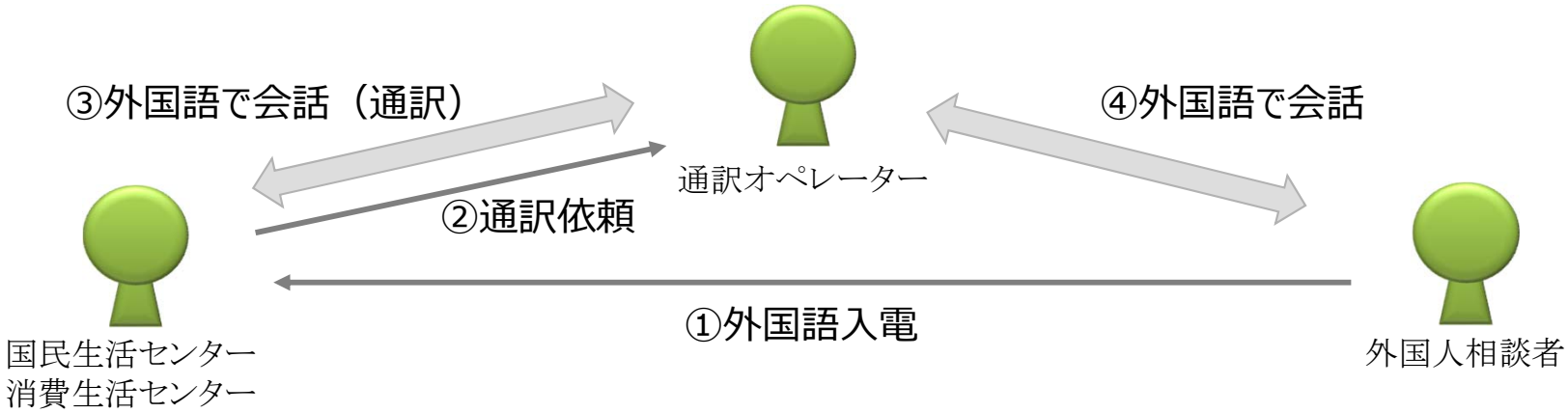
- 訪日外国人の増加や食品等の輸入増加が想定される中、国内において日本人・外国人を問わずトラブルに巻き込まれることなく、安全・安心な消費ができる環境を整備。

消費生活相談受付体制の整備

- 国民生活センターや地方公共団体において、外国人向け消費生活相談窓口を設置。
- 国民生活センターにおいて、多言語（英語、中国語、韓国語等）対応による外国語相談を実施。

⇒ 円滑な消費者トラブルの問題解決をはかる体制を整備

＜電話による外国語相談のイメージ＞



訪日外国人向け情報提供・啓発

- 独立行政法人国民生活センターや地方公共団体において、関係機関等と連携し、訪日外国人旅行者が被害に遭いやすい消費者トラブルについて、訪日外国人旅行者に向けた情報提供・啓発を実施。

消費者行政新未来創造プロジェクトの推進

- 消費者行政新未来創造オフィスにおいて、全国展開を視野に各種モデルプロジェクトを実施。
- また、理論的・先進的な調査・研究について同オフィスで推進。

全国展開を見据えたモデルプロジェクト

消費者行政新未来創造オフィスにおける取組

◆ 平成31年度新規事業
- 高齢者の事故防止(P)

◆ 平成30年度より継続
- 若年者向け消費者教育
- 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- 倫理的消費の普及
- 食品ロスの削減
- 子どもの事故防止
- 消費者志向経営の推進
- 公益通報受付窓口(市区町村)及び内部通報制度(事業者)の整備促進
- 食品に関するリスクコミュニケーション
- シェアリングエコノミーに関する実証実験　等

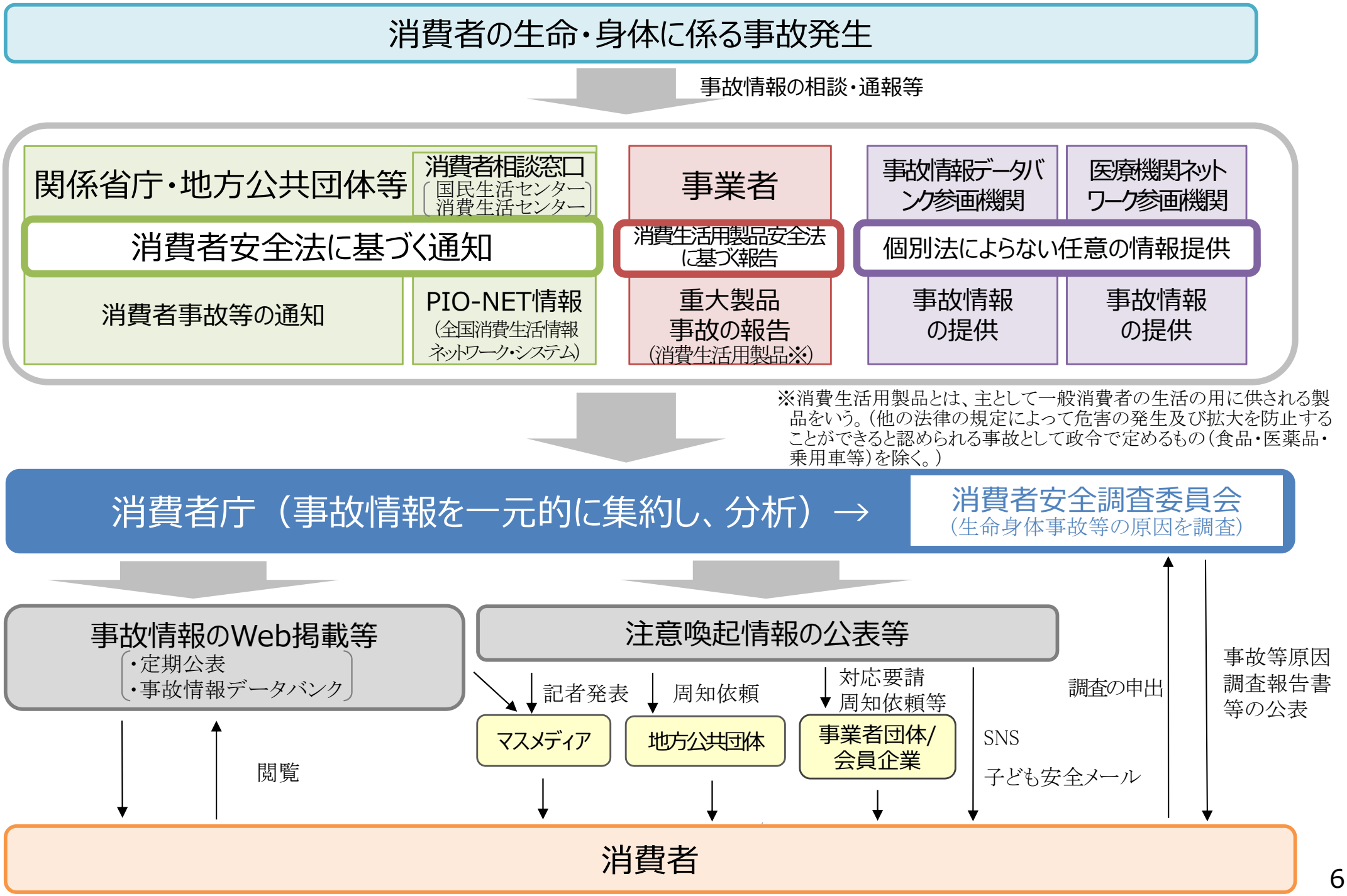
プロジェクトの成果の全国展開

- 若年者向け消費者教育
- 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- 倫理的消費の普及
- 食品ロスの削減
- 子どもの事故防止
- 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- 消費者志向経営の推進
- 公益通報受付窓口(市区町村)及び内部通報制度(事業者)の整備促進
- 食品に関するリスクコミュニケーション

基礎的調査研究の推進

◆ 平成30年度より継続
- 理論的・先進的な調査・研究(例:行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究　等)

事故情報の収集及び類型化等による分析の強化



子どもや高齢者の事故防止に係る注意喚起・情報提供の充実

■消費者ができることや注意すべきことを伝える。

【例】小さいおもちゃの誤嚥・窒息事故に関する注意喚起
（平成29年11月）

○子どもが口に入れないよう注意。
○子どもの手の届く所に置かない。
○商品の対象年齢に注意。

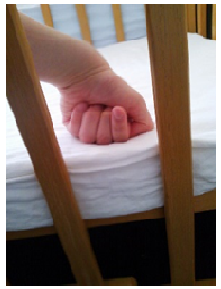
■消費者により安全な製品を紹介する。

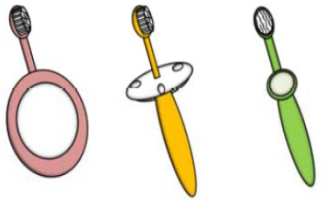
【例】ベビーベッド、歯ブラシ、キッズデザインの取組等

PSCマーク

ベビーベッド

固めのマットレス





喉突き防止対策を施した歯ブラシの例

KIDS DESIGN AWARD

消費者安全調査委員会の報告書・動画等
（玩具による乳幼児の気道閉塞事故）

周知

○SNS、メールマガジンによる情報提供

・消費者庁Twitter
フォロワー数：約24.7万
・Facebook
ユーザー数：約1,400
・子ども安全メール
登録者数：約2.3万
・子どもを事故から守る！
Twitterフォロワー数：
約3,400

（平成30年5月10日現在）

○子どもの事故防止ハンドブック

○消費者庁HPからのダウンロードが可能。
地方公共団体へは、冊子版も配布。

○関係者の協力を得ての周知

【例】乳幼児健診時等の機会に子どもの事故防止ハンドブックを配布

○小児救急医療講座での配布（世田谷区）

リスコミの実施支援、根拠に乏しい食品安全情報への対策

○リスクコミュニケーションの実施

主なテーマ	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	テーマ別合計
食品中の放射性物質	45	175	99	99	100	100	108	726
牛海綿状脳症（BSE）	—	2	2	—	—	2	—	6
健康食品	3	—	3	2	2	2	5	17
輸入食品	—	3	—	—	—	1	—	4
農薬	—	—	—	1	2	—	—	3
食中毒	—	—	—	—	4	—	—	4
食品安全全般等	—	—	—	—	3	4	22	29
年度別合計	48	180	104	102	111	109	135	789

○ テーマや対象者を考慮した様々な形式

大規模形式（シンポジウム形式）

車座形式：属性を統一した開催（子育て世代）

車座形式：属性を統一せず開催（地域住民）

工場見学を組入れた学習会形式：民間事業者との連携開催

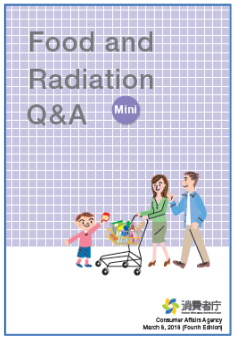
○食品の安全性に関する情報提供

消費者が食の安全性について知識を習得し、理解が深まるよう、正確かつ分かりやすい情報を多様な手法により提供

解説冊子「食品と放射能Q&A」
23年5月～改訂第12版
約21万部（約1千カ所）
※福島県内には基金を活用し全戸配布（約70万部）

解説冊子「食品と放射能Q&Aミニ」
27年3月～改訂第4版「食品と放射能Q＆A」を踏まえ、最新の情報を盛込み分かりやすい内容としたパンフレット約6万部を配布。

解説冊子「健康食品Q&A」
29年10月～
約2万部（約200カ所）



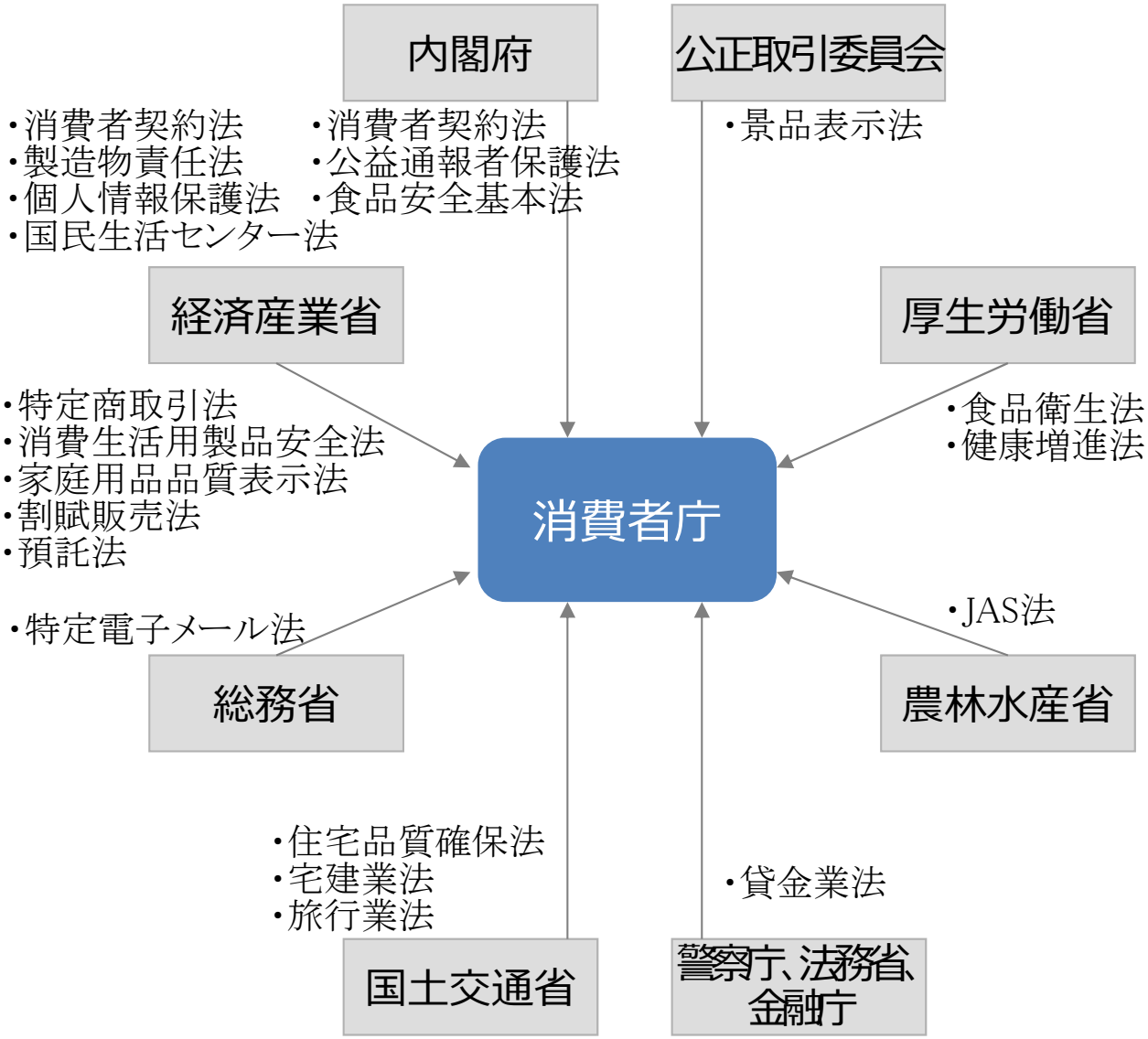
解説冊子「食品と放射能Q&Aミニ」外国語版
改訂第4版「食品と放射能Q＆A」を中国語、英語、韓国語を公表予定。

◎希望者に無償提供。
◎Q&Aは英語版を含めwebサイトに掲載。約234万件のアクセス

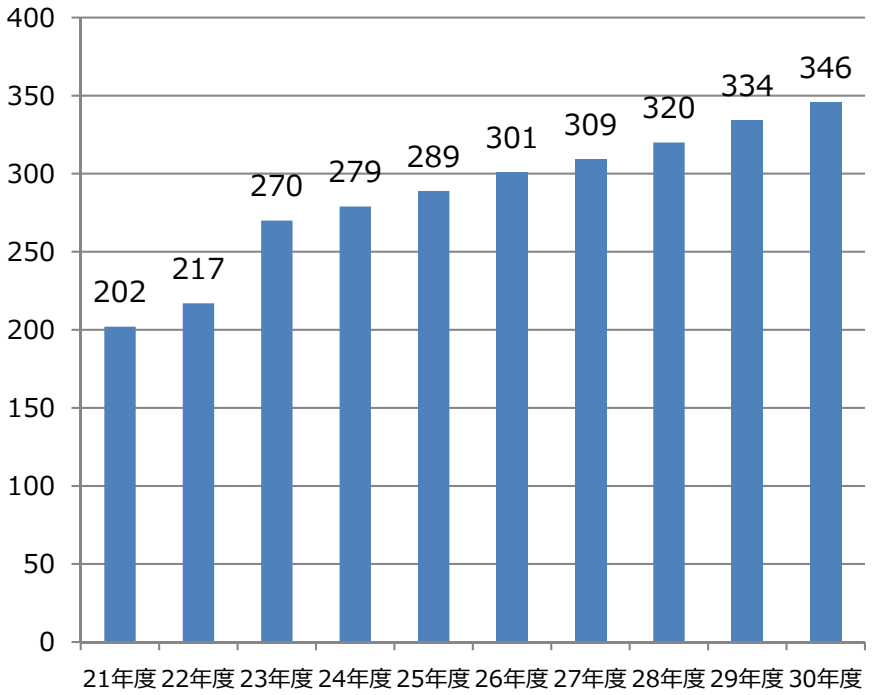
■関係府省と連携した親子参加型イベント・セミナーの開催

確実な法執行・制度運用のための体制の強化

- 消費者庁設立時に各省が所管する関係法令の一部又は全部を消費者庁に移管。
- 平成30年度は定員を重点的に増強するなど、そうした法令の執行や制度運用の体制を強化。



【消費者庁の定員の推移（人）】



平成30年度増員内訳（主なもの）

- 特商法等特別調査担当　6名
- 景表法端緒処理業務担当　1名
- 消費者団体訴訟制度推進担当　1名

（注）一部のみ移管された法令もある。

公益通報者保護制度の実効性の向上

公益通報者保護法の概要

（2004年6月公布、2006年4月施行）

食品偽装やリコール隠しなど、消費者の安全・安心を損なう不祥事が組織内部からの通報を契機として相次いで明らかに

⇒

通報者を保護するとともに国民の生命、身体、財産の保護に係る法令の遵守等を図ることを目的として制定

- 公益のために法令違反を通報することは正当な行為として保護されるべき
- 公益通報者保護制度は、・企業・行政機関の自浄作用による法令遵守
  ・通報を端緒とした行政機関の法執行力の強化　に資するもの

事業者における不正発見の端緒の第１位は、内部通報。内部監査の約1.5倍に上る

実効性の高い制度を整備する事業者の商品役務を購入したいと回答した消費者は、約86%

課題と今後の対応案

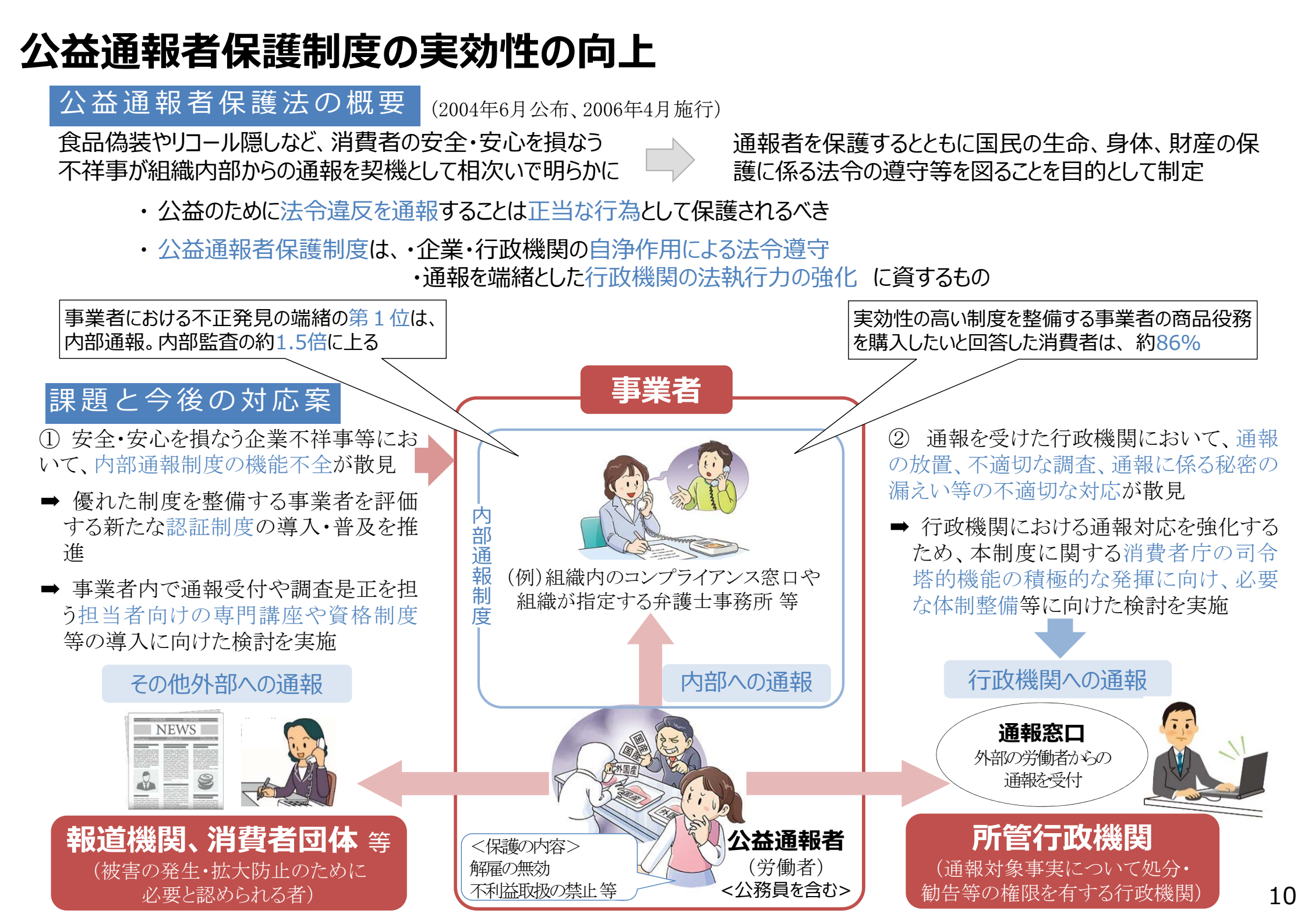
① 安全・安心を損なう企業不祥事等において、内部通報制度の機能不全が散見

➡ 優れた制度を整備する事業者を評価する新たな認証制度の導入・普及を推進

➡ 事業者内で通報受付や調査是正を担う担当者向けの専門講座や資格制度等の導入に向けた検討を実施

② 通報を受けた行政機関において、通報の放置、不適切な調査、通報に係る秘密の漏えい等の不適切な対応が散見

➡ 行政機関における通報対応を強化するため、本制度に関する消費者庁の司令塔的機能の積極的な発揮に向け、必要な体制整備等に向けた検討を実施



特定適格消費者団体による消費者の被害救済

- 「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」（消費者裁判手続特例法）が、2016年10月１日から施行。
- これにより、内閣総理大臣が認定した「特定適格消費者団体」が、消費者被害を集団的に回復するために、事業者に対して被害回復裁判手続を行うことができることとなった。
- 今後、より実効的な消費者被害の救済を図っていくため、法の附則及び消費者基本計画工程表等を踏まえ、施行状況等について分析・評価等を行う。

※分析・評価結果を踏まえ、消費者裁判手続特例法等について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置（例：消費者裁判手続特例法の見直し、加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度等）を講ずる。

【消費者裁判手続特例法 附則第5条第1項】
政府は、この法律の施行後三年を経過した場合において、消費者の財産的被害の発生又は拡大の状況、特定適格消費者団体による被害回復関係業務の遂行の状況その他この法律の施行の状況等を勘案し、その被害回復関係業務の適正な遂行を確保するための措置並びに共通義務確認の訴えを提起することができる金銭の支払義務に係る請求及び損害の範囲を含め、この法律の規定について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

【消費者基本計画工程表】
消費者裁判手続特例法や景品表示法の施行状況を踏まえ加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度の検討を行う。

＜制度の分析・評価等のイメージ＞

特定適格消費者団体が消費者被害回復のために積極的に活動

被害回復制度の運用状況等の分析・評価

制度の担い手がより活動しやすくするべきでは…

悪質な事業者が財産を隠してしまうと困る…

検討結果等を踏まえた必要な措置

分析・評価等を踏まえた検討等の結果、必要に応じ所要の措置を講ずる

消費者被害のより実効的な救済

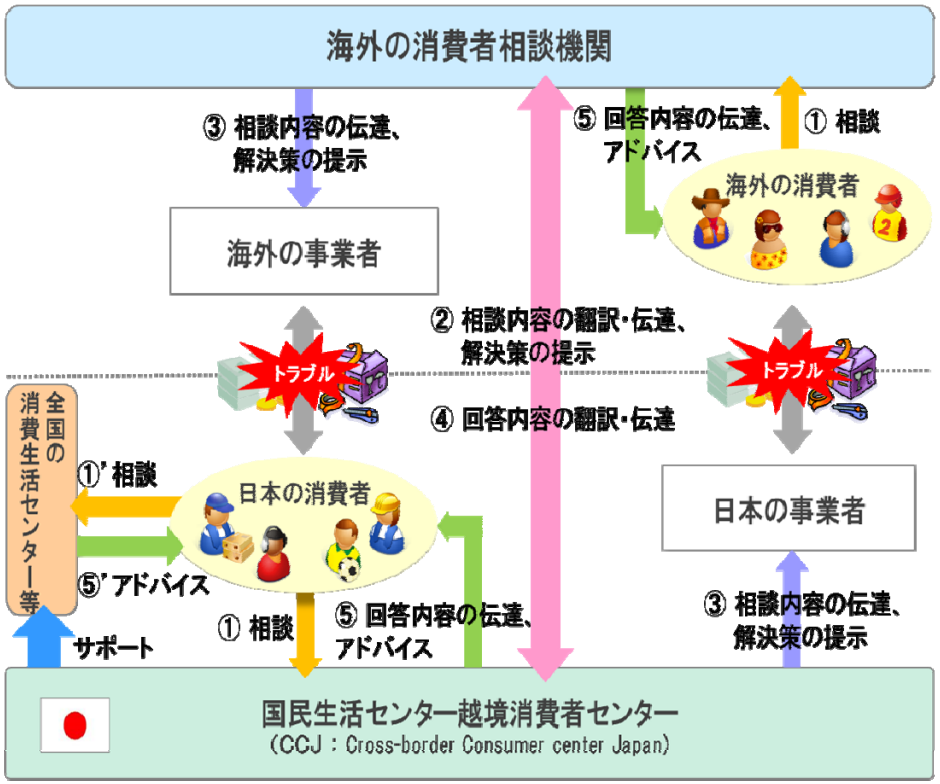
◎消費者の可処分所得の増加

◎公正な市場の確保 等

越境取引増加に伴うトラブル対策強化と国際連携

- 「越境消費者センター（CCJ）」は、海外事業者と日本の消費者のトラブルに関する相談窓口。
- 越境消費者トラブルに対応するため、国はCCJと海外消費者相談機関等との連携拡大に向けた支援など、CCJにおける相談体制の更なる強化に取り組む。

相談対応の流れ



海外提携先機関

23の国・地域を管轄する12の海外機関とMoUを締結（平成30年5月時点）

国・地域	機関名
米国・カナダ メキシコ	BBB（Better Business Bureaus）
韓国	韓国消費者院（Korea Consumer Agency）
台湾	SOSA（Secure Online Shopping Association） 消費者文京基金会（Consumers’ Foundation, Chinese Taipei）
シンガポール	シンガポール消費者協会（Consumer Association of Singapore）
ベトナム	EcomViet（Vietnam E-commerce Development Center）
タイ	消費者保護委員会事務局（Office of the Consumer Protection Board）
フィリピン	フィリピン共和国防衛産業省（Department of Trade and Industry）
マレーシア	マレーシア消費者苦情センター（National Consumer Complaints Centre, Malaysia）
ロシア	Center for Mediation and Law （Scientific and Methodological Center for Mediation and Law）
英国	公認取引基準協会（Chartered Trading Standards Institute）
南米※、スペイン	ODRLA（ODR Latinoamerica）

※アルゼンチン、チリ、ウルグアイ、パラグアイ、ボリビア、ブラジル、ペルー、コロンビア、ベネズエラ、コスタリカ、メキシコ

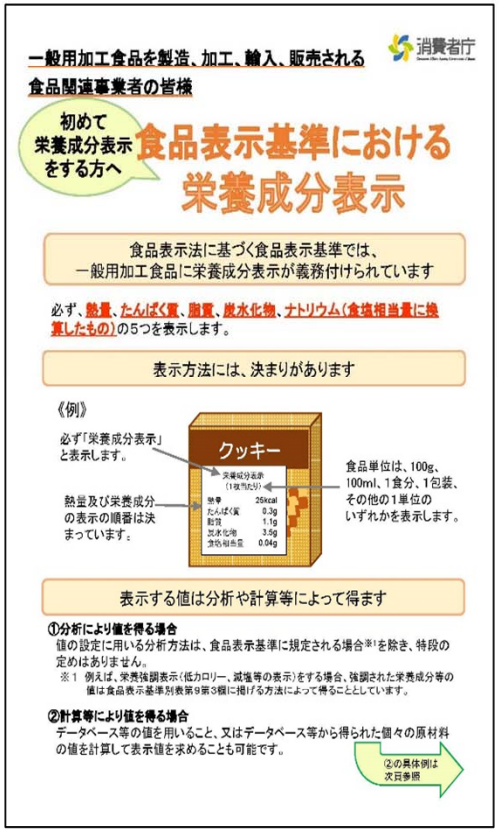
食品表示制度の推進・普及

● 消費者に対し、あらゆる機会を捉え、食品表示制度の推進・普及を実施。

※昨年度実績（講師派遣回数）34件

栄養成分表示

平成27年4月から5つの栄養成分表示が義務化
（猶予期間は平成32年3月31日まで）



加工食品の原料原産地表示

平成29年9月から全ての加工食品に表示義務化
（猶予期間は平成34年3月31日まで）

遺伝子組み換え表示

平成30年3月に検討会報告書を取りまとめ

論点①表示義務対象品目

○ 現行制度を維持。今後再現性のある検査法が確立された品目は義務対象へ追加することが適当。

論点②表示義務対象原材料の範囲

○ 事業者の実行可能性、表示の見やすさ・優先度等の観点から、現行制度を維持。

論点③「遺伝子組換え不分別」の表示

○ 事業者や消費者等から幅広く意見を聴取し、「遺伝子組換え不分別」の表現に代わる、実態を反映した分かりやすく誤認を招かないような表示を検討し、Q&A等に示す。

論点④－1義務表示が免除される遺伝子組換え農産物の混入率

○ 原材料の安定的な調達が困難となる可能性や検査に係る作業量やコストの増大などの観点から、現状維持。

論点④－2「遺伝子組換えでない」という表示が認められる条件

○ 「遺伝子組換えでない」表示が認められる条件を現行制度の「5%以下」から「不検出」に厳格化。

○その他、食品添加物表示、アレルギー表示及び保健機能食品（トクホ・機能性表示食品・栄養機能食品）についても実施。

物価関連対策の充実・強化

- 各省庁が所管する個別公共料金改定の際の協議や生活関連物資等の価格調査等を実施。
- また、物価問題に関する関係閣僚会議等を運営。

今後の課題

- 平成31年10月に消費税率の引上げ及び軽減税率制度の導入が予定されているところ、前回（平成26年4月）の経験を踏まえつつ、軽減税率という新たな制度の円滑な導入に向けた対応が必要。

今後実施が必要な施策

- **消費税率引上げ等に伴う公共料金改定への対応**
  消費者に与える影響を考慮しながら、改定内容等を精査し所管省庁と協議を行う。また、重要な公共料金改定は物価問題に関する関係閣僚会議に付議する。
- **物価モニター調査の充実**
  毎年実施している物価モニター調査において、消費税率引上げ前後に、モニターの増員及び調査項目の拡充を図る。

期待される効果

消費税率引上げ等に伴う公共料金改定への対応 ➡ 公共料金の円滑かつ適正な改定

物価モニター調査の充実 ➡ 消費税率引上げによる生活関連物資の価格への影響の把握

消費者志向経営の促進

消費者志向経営とは

消費者全体の視点
消費者の権利確保及び利益の向上を図ることを経営の中心に位置付け

健全な市場の担い手
消費者の安全や取引の公正性の確保等を通じ、消費者の信頼を獲得

社会的責任の自覚
持続可能で望ましい社会構築に向けた事業活動を実施

→**消費者とのコミュニケーションの深化**

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。

期待される効果

消費者
安全・安心なくらしの確保/満足度の向上

事業者
持続可能な成長/リスク軽減

日本経済
健全な市場形成/経済の好循環の実現

消費者志向経営の促進のための取組

- 平成28年10月、消費者志向経営推進キックオフシンポジウム開催（事業者団体、消費者団体、行政機関により構成する消費者志向経営推進組織発足）
- 「全国的な推進活動」を展開（消費者志向自主宣言（平成30年3月末現在：78社）・フォローアップ活動など）
- 平成30年度より消費者志向経営優良事例表彰を実施

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について

事業者

宣言
- 各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表
（理念・方針及び、可能であれば具体的な実績・計画等）

行動
- 宣言・公表した内容に基づき取組を実施

結果
- 実施した取組の具体的内容・結果を公表

推進組織（プラットフォーム）

可視化（見える化）
- ◆ 公表された内容を消費者、社会へ広く発信
（推進組織のホームページ等）
- ◆ シンポジウム・セミナー等を通じた周知活動
- ◆ 優良事例の公表、表彰など（平成30年度～）

食品ロス削減の普及啓発

- 食品ロス削減に向けた取組は、自らの消費行動が環境や社会に影響を及ぼすことについて理解を深める消費者教育のテーマ。消費者基本計画においても、重要課題の一つ。

我が国の食品ロスの状況

- 食品ロス量は年間646万トン（平成27年度推計） ≒国連世界食糧計画（WFP）による食糧援助量（約320万ﾄﾝ）の2倍
- 毎日大型トラック（10tトラック） 1,770台分を廃棄
- 年間一人当たりの食品ロス量は51kg ≒年間一人当たりの米の消費量（約54kg）に相当

平成30年度事業内容

- 関係省庁と連携して「食品ロス削減国民運動」を展開。加えて、食品ロス削減に向け、消費者が認識を深め、消費行動の改善を促すような普及啓発を実施。
- 平成29年度に徳島県で実施した実証事業の成果を踏まえ、家庭における食品ロス削減の取組を全国展開。
- 全国展開に当たっては、効果的な普及啓発のため、有識者等からの意見を踏まえて実施。

＜参考：徳島県での実証事業成果（速報値）＞

- 食品ロスの削減に資する取組を実施したグループは、実施しなかったグループと比較し、食品ロスの削減率が約20ポイント高く、取組実施による削減効果を確認。

【食品ロスの削減に向けた啓発用チラシ】