

消費者行政新未来創造オフィスについて

消費者庁

—目次—

1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務	P1
2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス	P2
3. 開設式の様子(7月24日)	P3
4. 執務室内の様子	P4
5. 新未来創造プロジェクト	P5 -18

(1)消費者庁が実施するプロジェクト



消費者庁

①全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- P5 若年者向け消費者教育の取組
- P6 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- P7 倫理的消費(エシカル消費)の普及
- P8 食品ロスの削減
- P9 子供の事故防止
- P10 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- P11 消費者志向経営の推進
- P12 公益通報受付窓口(市町村共通)及び
内部通報制度(事業者)の整備促進

②基礎研究プロジェクト

- P13 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- P14 障がい者等消費者の特性を踏まえた被害実態等に関する調査
- P15 若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会
- P16 「食品に関するリスクコミュニケーション」についての調査・研究

(2)国民生活センターが実施するプロジェクト



独立行政法人
国民生活センター

- P17 研修事業
- P18 商品テスト

1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務

試行の結果

「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」
(平成28年9月1日まち・ひと・しごと創生本部決定)

- ・消費者教育、倫理的消費、人材育成の面で、**熱心な取組**がみられた
- ・徳島県から、先駆的な施策推進を図るための「**実証フィールド**」確保の提案
- ・徳島県知事の強力なリーダーシップの下、消費者行政部局のほか県庁各部局から**幅広い協力が得られた**
- ・**落ち着いて業務ができる環境**

⇒調査研究や徳島の現場に密着して行うタイプの業務は、現地との連携により、実効性のある施策の立案につながることを期待

これまで行ってきた迅速な対応を要する業務、対外調整プロセスが重要な業務(国会对応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等)は東京で行う。

学術的・人的連携
実証実験の実施

外部機関とのネットワーク

行政、事業者、学術・教育機関等とのネットワークを整備

(徳島県周辺(関西、中国・四国地域)も含む。)

消費者行政新未来創造オフィス(徳島)

実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした
新たな未来に向けた消費者行政の発展・創造の拠点

消費者庁

分析・研究、実証実験等のプロジェクトを集中的に実施

1. 理論的・先進的な調査・研究

- ・行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- ・障がい者等消費者の特性を踏まえた被害実態等の分析 等

2. 全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- ・見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- ・若年者向け消費者教育教材の活用
- ・食品ロスの削減
- ・子供の事故防止
- ・栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- ・倫理的消費の普及
- ・消費者志向経営の推進
- ・公益通報者保護制度の推進 等

3. 消費者庁の働き方改革の拠点

テレワーク、ペーパーレス等の促進

成果を共有し、有機的に連携

(独)国民生活センター

- ・主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修
- ・先駆的な商品テストを試行的に県の協力のもと実施
(例)地震による転倒の防止策

※平成29年7月24日開設(徳島県庁舎10階北側)
※参事官など50名程度が参画

(消費者庁、地方自治体、国民生活センター、その他非常勤職員(企業、学術機関等))

出張、滞在

消費者庁(東京)

- ・分野に応じて、消費者庁各課との連携、共同研究の実施
- ・調査・研究の成果に基づく、施策の企画・立案 → **成果を全国に普及**

実証成果

(独)国民生活センター

- ・相模原事務所:研修、商品テスト
- ・東京事務所:相談、広報、ADR等

3年後を目途に検証・見直し

①今後の

- ・徳島県を中心とする**交通・通信網**
- ・消費者行政を支える**人的資源とそのネットワーク**
- ・政府内の**各府省共通のテレビ会議システム**などの整備状況のほか、

②同オフィスの設置が、

- ・**消費者行政の進化**
 - ・**地方創生**
- にどの程度貢献したかの実績を踏まえて行う。

(※)消費者委員会は、消費者行政の進化等の観点から意見を述べる。

2.「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィスのイメージ

フリーアドレスの実施

- 無線LAN導入による固定座席の廃止 ○固定電話を廃止し、各職員が公用のスマートフォンを所持
⇒帰宅の際には、端末等の持ち物を各自のモバイルロッカーへ収納
- 固定座席がないため、書類を極力削減し、ペーパーレス化を実現

多様な会議形態の導入

- 電子白板の活用(効率的な情報共有、ペーパーレス化) ○立ち会議の実施(立ち会議机を導入)
- テレビ会議システムの導入(東京との効果的な連携)

テレワークの推進

- 貸出用テレワーク端末の積極的活用 ○一定時刻以上のやむを得ない超過勤務はテレワークで実施
- 年度内にリモートアクセスツールを導入予定(各職員の私用携帯で職場メールを見ることが可能に。)

職員のワークライフバランス推進

- 年次有給休暇の取得促進 ○プレミアムフライデーの積極的活用
- 超過勤務抑制のため、一定時刻での消灯を実施(例えば、19時で消灯し、やむを得ない残業はテレワークで行う。)

その他

- オフィスの木質化(一部木製机や椅子の導入、机上用木製シートの使用等)

3. 開設式の様子

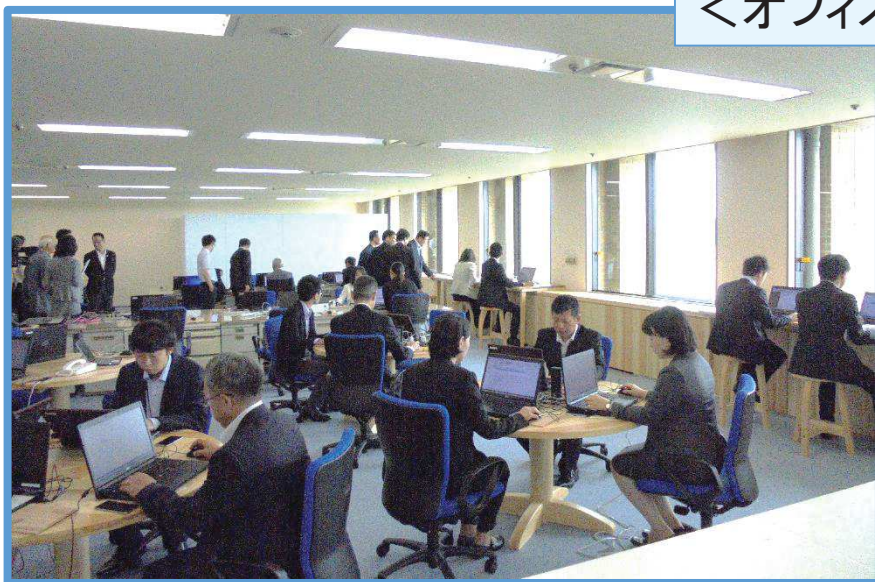
＜看板掛け＞



＜訓示式＞



＜オフィス内の視察＞



4. 執務室内の様子

モバイルロッカー



集中スペース



インタラクティブ・ホワイトボードと
立ち会議用の昇降机



座席決定用の抽選機



- ◆ 若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組事例を収集・分析する。

実証フィールド（徳島県等）

- 全ての高校で、高校一年生を対象に消費者庁で作成した教材「社会への扉」を活用した授業を実施予定。

⇒教材使用結果の反映及び教材の改善

- ・教材を使用した教員等からの意見、改善案の提案
- ・教材を使用した実践授業例の収集

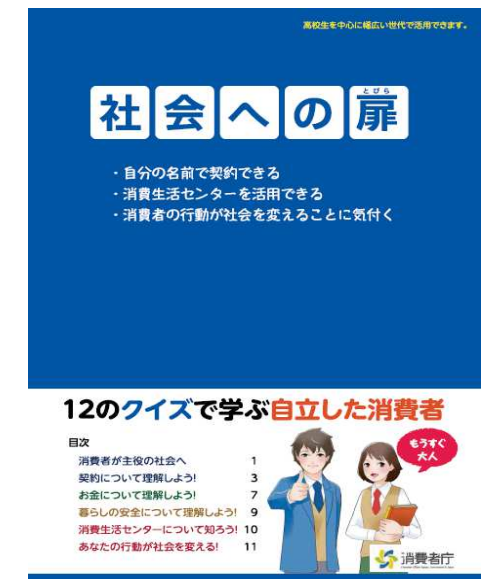
- 鳴門教育大学※における教員養成における消費者教育の取組

⇒教員養成への協力

※国立大学法人鳴門教育大学教職大学院

- ・消費者教育推進プロジェクトに消費者庁が講師として協力

【教材：「社会への扉」】



- ・徳島県等での実証結果を踏まえ、教材を改善
- ・実践授業の事例をとりまとめ事例集を作成
- ・効果的な全国展開の検討

より効果的な消費者教育の
取組を全国展開

※文部科学省と連携



- ◆ 高齢者等の消費者被害防止の取組として、相談体制の整備に加え、消費者に身近な地域の関係機関の連携による見守りネットワークの構築が重要。

※全国目標:平成31年度末までに、各都道府県の人口5万人以上の全市町に地域協議会を設置

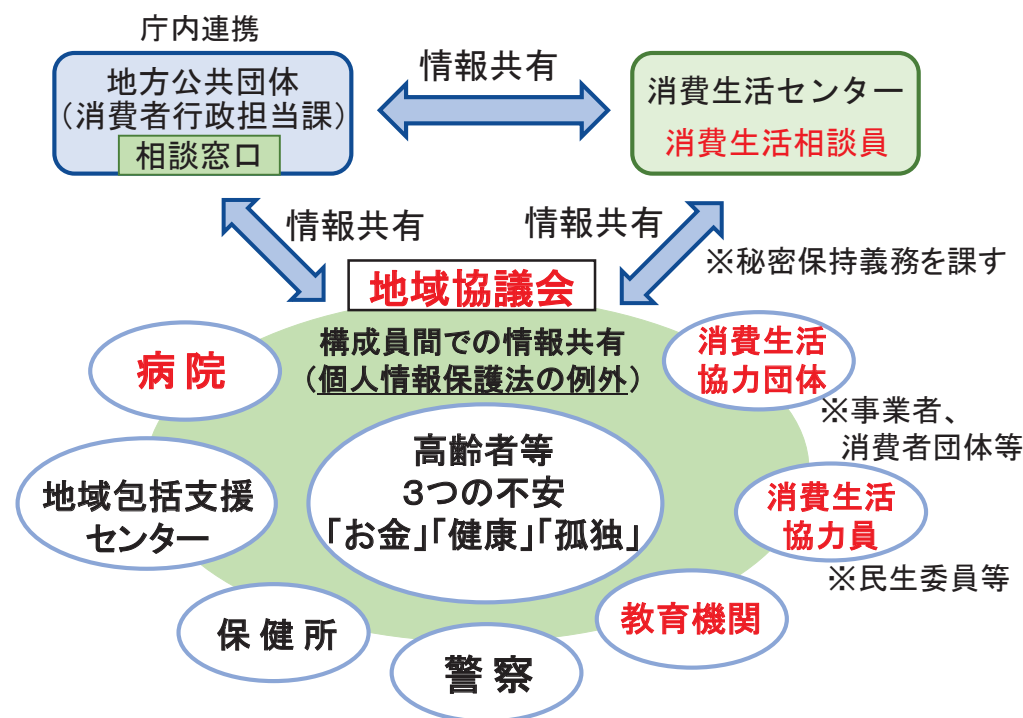
実証フィールド (徳島県等)

- 全県的に見守りネットワークを構築し、県内の全ての高齢者等が地域で見守られる体制を構築する。

⇒構築にあたっての課題、課題解決の先進事例の入手

- ・徳島県内の課題解決の先進事例を全国に情報共有し、ネットワークの構築の促進を図る。
- ・効果的な構築方法の検討

【「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ】



見守りネットワークを
日本各地で構築



※倫理的消費(エシカル消費):地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動を指す。
例として、フェアトレード商品やリサイクル製品の購入などが挙げられる。

、を

◆ 食品ロスの家庭における削減の取組を推進するための効果的な取組を検討し、広く普及させることが必要。

※国内で年間約621万トンの食品ロスのうち、約半分にあたる約282万トンが家庭から発生している。

実証フィールド（徳島県等）

○モニター家庭を対象とした食品ロス削減に資する取組の実証を行う。

⇒県内のモニター家庭（約100世帯）において、食品ロス削減に資する取組を実施。

⇒モニター家庭を対象としたアンケート調査や食品ロスの削減量測定を実施。



・食品ロスの発生量や食費の低減、行動や意識の変化など、取組による効果を検証。



実証事業の成果を踏まえ、食品ロス削減に資する取組を全国展開



【食品ロス削減に向けた啓発用チラシ】



◆我が国では消費生活上の事故等により、14歳以下の子供が毎年300名以上死亡しており、子供の事故を防止する取組が必要。

※消費者庁は平成28年6月に「子供の事故防止に関する関係省庁連絡会議」を立ち上げ、関係省庁の司令塔として情報を集約している。

実証フィールド（徳島県等）

○ 子供の事故防止についての取組を実施

- ⇒ 国の資料を利活用した様々な啓発活動を実施
- ⇒ 多様な関係者による啓発活動
- ⇒ 安全な製品の普及

○ 全国展開のための調査・分析

- ⇒ 徳島県での取組の効果測定
- ⇒ 消費者等や地域サポーター等に周知すべき事項を整理・分析・課題抽出

「子どもを事故から守る！プロジェクト」
シンボルキャラクター「アブナイカモ」



- ・分析に基づく効果的な啓発資料を作成
- ・調査結果を踏まえた報告書を作成

報告書などを踏まえて、
効果的な普及・啓発活動
を全国展開



◆消費者が自らの食生活の状況に応じた適切な食品の選択ができるよう、栄養成分表示等の活用による※バランスの取れた食生活の普及啓発、保健機能食品の適切な利用に関する消費者の理解促進が重要。

※平成27年度から、原則として全ての加工食品に対し栄養成分表示が義務化されている。

実証フィールド（徳島県等）

○ 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育

⇒教育媒体及び指導要領を用いて、若年女性、中高年者、高齢者向けの3つのプログラムを組み、栄養成分表示等に関する啓発を行う検証事業を実施。

⇒様々なライフステージ等の違いを踏まえた栄養成分表示の活用や保健機能食品の適切な利用に向けた方法を検討・検証。

○ 自治体、事業者へのヒアリング

⇒徳島県内の自治体、事業者等を対象に、栄養成分等の表示についての取組状況や課題等に関するヒアリングを実施。

【栄養成分表示の例】

栄養成分表示 (1包装(2個)当たり)	
熱量	476kcal
たんぱく質	17.2g
脂質	22.7g
炭水化物	52.0g
糖質	49.3g
食物繊維	2.7g
食塩相当量	3.6g
鉄	1.4mg

・検証事業の結果をもとに、教育媒体・指導要領を修正

修正した教育媒体及び指導要領を用いて、
全国展開



◆事業者が消費者を意識した事業活動を行うことが健全な市場の実現につながっていくという観点から、中小企業も含めた消費者志向経営の推進が重要。

※消費者志向経営：事業者が消費者の視点に立ち、消費者の権利確保及び利益向上を図ることを経営の中心とし、持続可能で望ましい社会の構築に向け、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

実証フィールド（徳島県等）

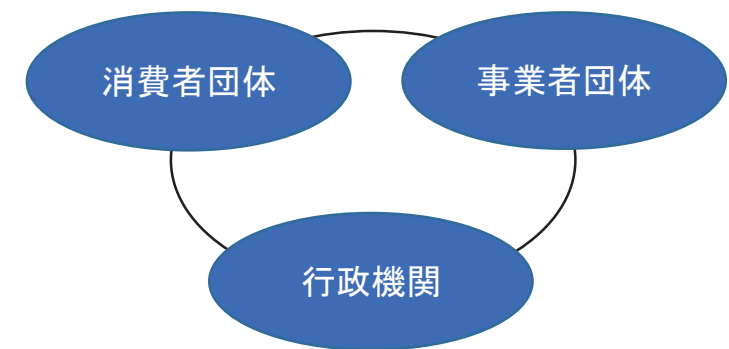
○地方版の消費者志向経営の推進組織（プラットフォーム）の設立

⇒普及・啓発策の検討・実施

※平成29年10月13日にシンポジウムを開催

⇒消費者志向自主宣言の推進

消費者志向経営推進組織
（プラットフォーム）



・取組結果を踏まえ、全国的に消費者志向経営を推進するための検討を行う

より効果的な取組を
全国展開



- ◆ 市町村における公益通報窓口や中小企業における内部通報窓口の整備が進んでいない現状を踏まえ、窓口設置等に係る取組を促進することが重要。

※公益通報: 企業不祥事等により国民生活の安全・安心が損なわれることを防ぐため、事業者内部の労働者が所定の要件を満たして行う通報。

実証フィールド（徳島県等）

○県内自治体共通の窓口の整備促進

⇒消費者庁及び徳島県の主導により、県内自治体（徳島県及び県内24市町村）共通の通報受付窓口を整備。

○県内事業者の取組促進

⇒消費者庁及び徳島県の主導により県内自治体が、県内事業者による実効性の高い内部通報制度の整備を促進支援。



・モデル事業の効果の検証、他地域への展開のための課題の把握・分析等



検証・分析の結果を踏まえ、
全国展開

（全市町村をカバーできるよう窓口整備を促進）



- ◆ 消費者を取り巻く環境が急速に変化していく中、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析や基礎研究を行うことが重要。



「課題発見・対策提示」による効果的な政策立案の実現

実証フィールド（徳島県等）

- 行動経済学等を活用し、消費者を取り巻く現状や消費者政策に関し、

- ① 基礎的・理論的かつ学際的な研究
- ② 調査対象者の協力を得て、徳島を実証フィールドとする調査研究を実施。

⇒ 行動経済学に基づく実証分析・調査・研究の実施により、確かな根拠に基づく政策立案、効果的な政策の検討が可能となる。



研究員（学識経験者）

※依田客員研究主幹ほか

※ 行動経済学：心理学の研究成果を用いて、より「現実的な」人間の経済行動をモデル化し、経済・社会現象を実証的に分析する経済学



消費者庁の政策の
企画・立案能力の向上



◆ 障がい者の消費行動や直面する消費者トラブルの実態は不明瞭な状況。



障がい者が自立して生活できる社会の実現に向けても、
消費行動及び消費者被害の傾向を探ることが必要

実証フィールド（徳島県等）

- 徳島県や岡山県の障がい者やその家族等に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施。
- 障害関係団体等との意見交換会を実施。
- 障がい者の消費行動及び消費者被害実態等の把握。
⇒調査結果をもとに、課題の取りまとめを行う。



研究員（学識経験者）



消費者庁の政策の
企画・立案能力の向上



◆若者が消費者被害に遭う要因の一つとして、合理的な判断ができない状態に陥る等、心理的要因が挙げられる。



消費者被害に遭う要因等を主に心理的要因の観点から調査分析し、対応策を検討することが必要。

検討内容

○心理学等を活用し、主に学生の被害の現状・被害に遭う要因等について調査分析する検討会を開催

⇒ヒアリング調査等を通じて消費者被害の現状を把握。

⇒若者が消費者被害に遭う心理的な要因、若者の消費者被害の現状及び要因、対応策などについて検討。



有識者（心理学等）



消費者庁の政策の
企画・立案能力の向上



◆ より多くの消費者の食品安全に関する理解を増進していくことが必要。



多様な関係者を通じたリスクコミュニケーション推進体制の構築が重要

実証フィールド（徳島県等）

○リスクコミュニケーション実施に係る効果的なアプローチの調査・研究

⇒徳島県内で行われる幅広い世代へのアプローチ、多様な機会・場所へのアプローチによる各リスコミ事業の効果測定。

- ①参加者の属性別に意識調査を行い、それぞれの課題を抽出・分析。
- ②参加者に対するヒアリング調査の結果に基づき、より効果的なアプローチを研究。

○基礎的分析による啓発資料作成

⇒消費者等に周知すべき事項を整理・分析し、効果的な啓発資料を作成。

助言



研究員（学識経験者）



消費者庁の政策の
企画・立案能力の向上



◆「地方消費者行政強化作戦」では、各都道府県ごとに消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げること等が求められており、研修機会の確保が必要。

実証フィールド（徳島県等）

○地方消費者行政の能力向上・消費生活相談等の対応力を高めるための研修

⇒ロールプレイングなどの事例検討型・参加体験型の研修を重点的に実施。

○主として関西、中国・四国地域の対象者を想定した研修及び徳島独自の研修

⇒消費者教育推進のための研修において、徳島県独自の取組を全国へ発信するため、徳島県でのオリジナル研修を開催。（徳島市、鳴門市）

【徳島県内で行われた研修の様子】



・取組成果の活用について検討

成果を踏まえて
全国展開



◆さらなる消費者の安全なくらし確保のため、先駆的な商品テストを実施することが重要。

※国民生活センターでは、相模原事務所の商品テスト施設において、消費者被害の再発・拡大防止及び消費生活センターにおける苦情相談対応等に資する、生活実態に即した商品テストを実施している。

実証フィールド（徳島県等）

○ 徳島県を実証フィールドとして活用した先駆的な商品テストの実施。

平成29年度は地震による転倒の防止策を実施。

⇒県の協力のもと、県内のモニター家庭を訪問し、給湯機の設置状況等を実証フィールドとして実態調査。

⇒過去の大規模地震の際の事故状況も踏まえ、対象とする商品を選定してテストプランを作成。

⇒起震装置を有する外部機関を活用し、テストを実施。

【熊本地震で転倒した電気給湯機】



・調査結果に基づく効果的な対策を検討

結果を踏まえて、全国への
周知・啓発を実施

